



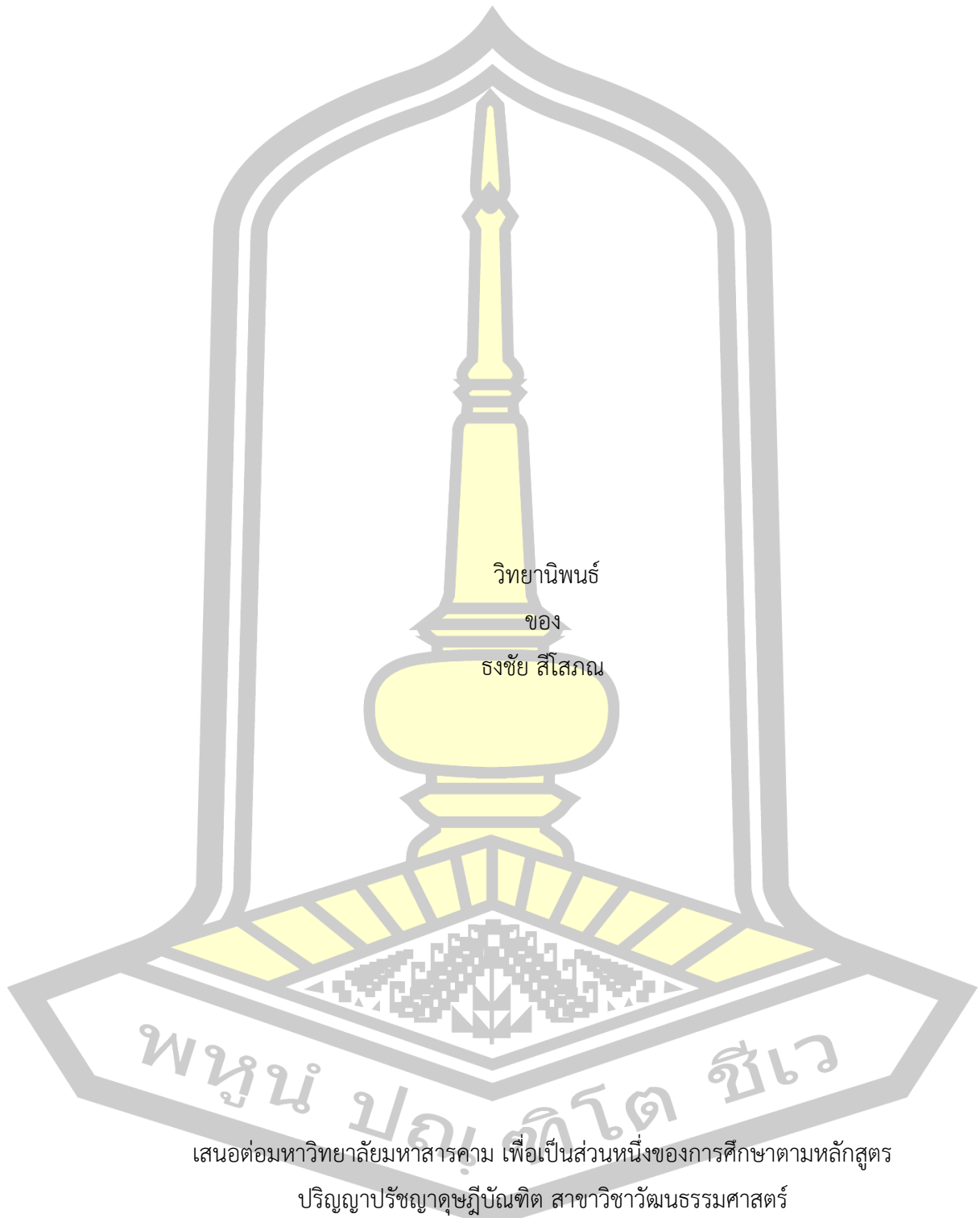
พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์

วิทยานิพนธ์
ของ
ธงชัย สีโสภณ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
มิถุนายน 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์



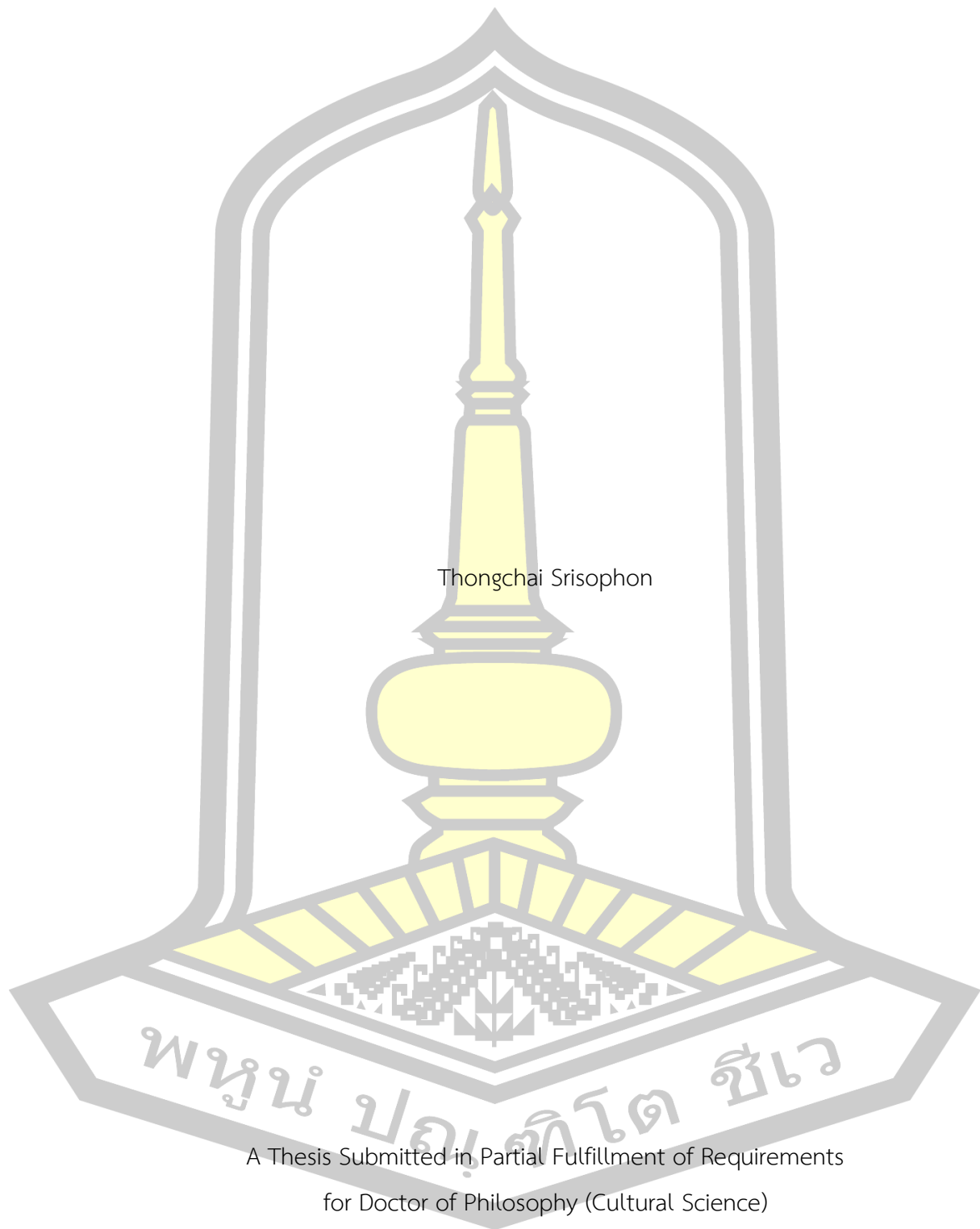
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์

มิถุนายน 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Political dynamic on Area and Creation in Chang Arena Stadium in Buriram



Thongchai Srisophon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Cultural Science)

June 2023

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายธงชัย สีโสภณ แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา วัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. ไชยสิทธิ์ แพงสร้อย)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. ราชนันท์ นิลวรรณภา)

กรรมการ

(รศ. ดร. สิทธิศักดิ์ จำปาแดง)

กรรมการ

(ผศ. ดร. พันธุ์ โพธิ์บัณฑิต)

กรรมการ

(ผศ. ดร. ศาสตรา เหล่าอรรคยะ)

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(ผศ. ดร. พิระ พันธุ์ท้าว)

(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรม

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ศาสตร์

ชื่อเรื่อง	พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่า จังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	ธงชัย สีโสภณ		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ราชันย์ นิลวรรณภา		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	วัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2566

บทคัดย่อ

ปรัชญาดุษฎีนิพนธ์เรื่อง “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่า จังหวัดบุรีรัมย์” มีความมุ่งหมายศึกษา 3 ประเด็น คือ 1.ศึกษาพัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ 2.ศึกษาการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ และ 3.ศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ โดยการศึกษาผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีสำคัญในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยแนวคิดการท่องเที่ยว และแนวคิดการประดิษฐ์สร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และนิเวศวัฒนธรรม ในการวิเคราะห์รายละเอียดในประเด็นต่างๆ ที่การวิจัย ได้แก่ สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการลงศึกษาพื้นที่ภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และศึกษาข้อมูลจากสื่อสารสนเทศและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำเสนอผลศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาในแต่ละความมุ่งหมายมีดังนี้

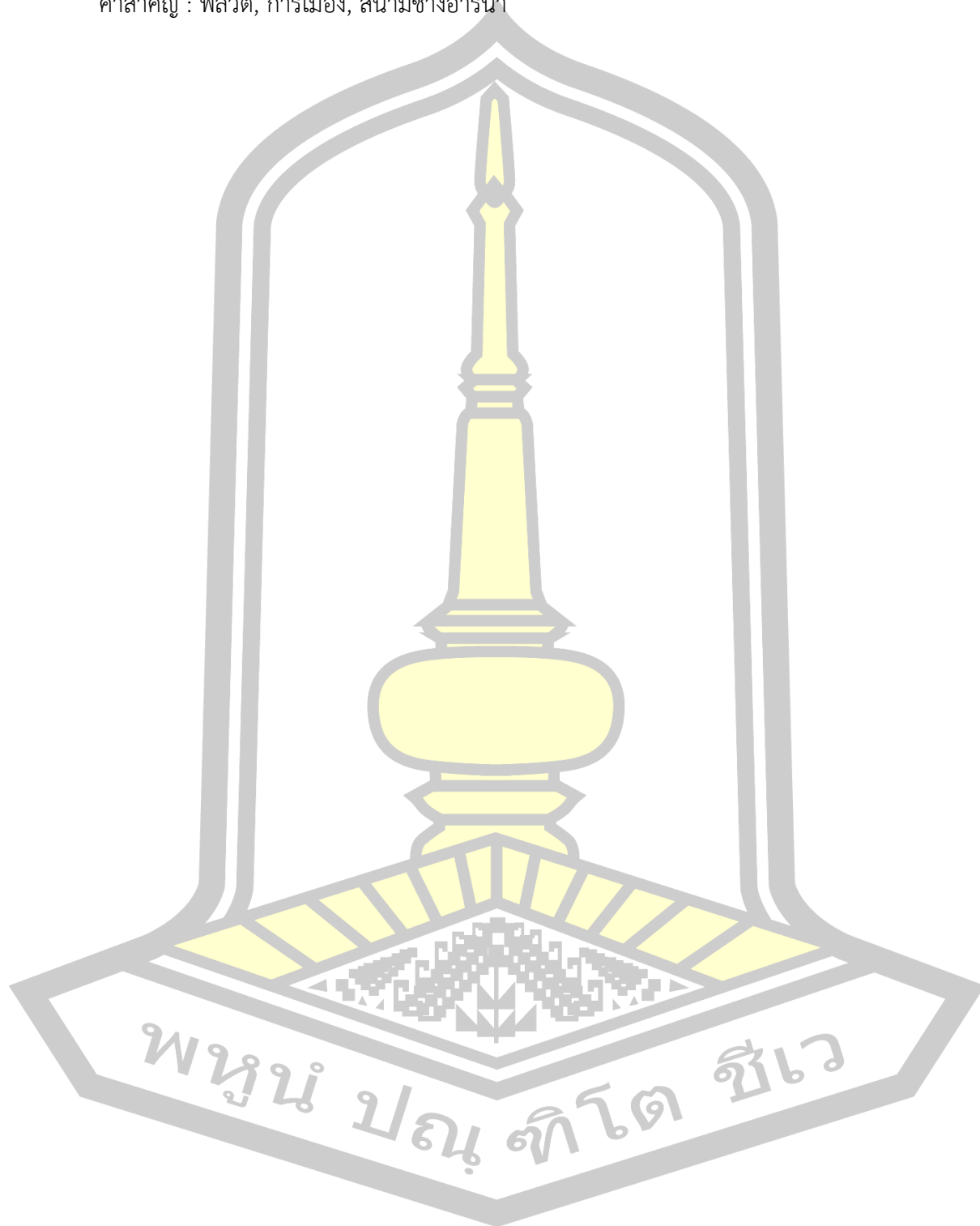
1. พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ พบว่า พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าช่วงก่อนการสร้างสนามสร้างอารีน่าพื้นที่บริเวณนี้เป็นที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกินของกลุ่มคนไทยเชื้อสายเขมร บางส่วนภูเขาไฟกระโดงมีหินแกรนิตใช้สร้างทางรถไฟจึงเกิดอาชีพลุงหินของประชาชนโดยใช้ชะแรงจัดก้อนหิน แล้วใช้ค้อนปอนทุบขายก่อนเปลี่ยนแปลงมาใช้เครื่องจักรกล ซึ่งการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่เริ่มจากการที่เจ้าพระยาจักรี (ร.1) เสด็จมาพบเมืองร้างจึงบัญชาให้ชาวเขมรป่าดงเข้ามาอยู่อาศัยแล้วทรงตั้งชื่อว่าเมืองแปะ ในสมัย ร.5 ทรงเปลี่ยนชื่อมาเป็นเมืองบุรีรัมย์ ช่วงการก่อสร้างสนามฟุตบอลเริ่มต้นจากนายเนวิน ชิดชอบ ได้ซื้อหุ้นทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแล้วย้ายทีมมาอยู่เมืองบุรีรัมย์ เปลี่ยนชื่อเป็นสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์พีอีเอ และสร้างสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เอฟซีอีกทีหนึ่ง ในปี พ.ศ.2554 จึงมีโครงการสนามฟุตบอลขึ้นโดยในเริ่มแรกใช้ชื่อว่าสนามฟุตบอลไอ-โมบาย สเตเดียม ต่อมาปี พ.ศ.2560 จึงเปลี่ยนชื่อเป็นสนามข้าง

อารีน่า หลังจากสนามฟุตบอลเกิดขึ้นแล้วได้มีการสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ตามมาอีกหลายอย่าง เช่น โรงแรม ตลาดจำหน่ายสินค้า สนามแข่งรถ และสนามกีฬาอีกหลายชนิด นอกจากนั้นยังได้มีการสร้างพื้นที่การท่องเที่ยว เช่น ประสาทพนมรุ้งจำลอง สวนศิวะ รวมถึงพื้นที่ให้ประชาชนมาทำกิจกรรมตามประเพณีความเชื่อ เช่น จัดประเพณีสงกรานต์ และงานสำคัญอื่นๆ รวมถึงการจัดพื้นที่ตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าต่างๆ อีกด้วย จากพัฒนาการดังกล่าวทำให้พื้นที่สนามฟุตบอลและอาณาบริเวณกลายเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และในมิติพื้นที่ทางการเมือง

2. การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณพบ 2 ลักษณะ ได้แก่ การสร้างพื้นที่ทางกายภาพ มีการนำทุนทางวัฒนธรรมและองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์มาประยุกต์สร้างสถาปัตยกรรมสนามฟุตบอลรูปทรงปราสาทสายฟ้าสีน้ำเงินคราม สถาปัตยกรรมพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล สถาปัตยกรรมพื้นที่สวนศิวะ 12 สนามแข่งรถทางเรียบชิงแชมป์โลก ส่วนการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนา มีการรื้อสร้างอุดมคติเกี่ยวกับองค์ปราสาทพนมรุ้งมาเป็นตราสัญลักษณ์ประจำทีมฟุตบอลเป็นแบบรูปทรงด้านหน้าสนามทำให้ผู้คนที่เข้ามาได้เกิดความรู้สึกเช่นเดียวกับการได้ไปที่ปราสาทพนมรุ้ง และยังได้จำลองปราสาทหินพนมรุ้งมาตั้งไว้ในพื้นที่ใกล้สนามฟุตบอลด้วย นอกจากนี้ได้นำเอาความเชื่อเกี่ยวกับพระศิวะและความเชื่อเกี่ยวกับกามาสูตร มาจัดสร้างเป็นสวนเพื่อให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นการสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเที่ยวชม รวมถึงการเข้ามาออกกำลังกายและซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค การประกอบสร้างดังกล่าวทำให้สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเกิดเป็นพื้นที่การเมืองแบบอารยะ ที่เป็นทั้งศูนย์ราชการ ศูนย์อำนาจการแข่งกีฬา และทำให้เกิดพื้นที่การเมืองเชิงอำนาจแฝงอยู่บนพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

3. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ พบว่า 3.1 มีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ ได้แก่ สร้างสนามฟุตบอล สนามแข่งรถ สนามอื่นๆ กลายมาเป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์และพื้นที่ท่องเที่ยวชมสถาปัตยกรรม 3.2 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อและศาสนา ได้แก่ การรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ความเชื่อทางพระพุทธศาสนาและศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ผสานความเชื่อทางสังคมโลกยุคใหม่สร้างสถาปัตยกรรมงามสุดมีพระพุทธรูปประดิษฐานบนปลายคิวลิ้งค์ศิลาหินทราย 3.3 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมสัญลักษณ์เมืองบุรีรัมย์ ได้แก่ กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอล กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแวนบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว และกิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ มีกิจกรรมกลุ่มสังคมนักวิ่ง (บุรีรัมย์มาราธอน) และกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์

คำสำคัญ : พลวัต, การเมือง, สนามข้างอารีนา



TITLE Political dynamic on Area and Creation in Chang Arena Stadium in Buriram

AUTHOR Thongchai Srisophon

ADVISORS Assistant Professor rachan nilawanapa , Ph.D.

DEGREE Doctor of Philosophy **MAJOR** Cultural Science

UNIVERSITY Mahasarakham **YEAR** 2023
University

ABSTRACT

The title of the research was “Political dynamic on Area and Creation in Chang Arena Stadium in Buriram” which objectives of research were 1) to study the development of the Chang Arena Stadium and the surrounding area, 2) to study the politics on area in the Chang Arena Stadium and the surrounding area, and 3) to study the transformation of culture into creative economy of Chang Arena Stadium and the surrounding area. The researcher applied the important concepts and theories in the analysis which consisted of tourism concepts and creative ideas as well as political theory of space, creative economy, and eco-culture was applied in the detailed analysis of various issues. Research areas include the Chang Arena Stadium and its surroundings, Nai Mueang Sub-district, Mueang District, Buriram Province.

The research methodology employed this research was qualitative, including collected data by conducting field studies, in-depth interview and participatory observation, and study information from information media and related documents, in which descriptive approach of data analysis were employed.. The results of each study were as follows:

1. The development of the Chang Arena Stadium and the Surrounding area found that this area is the residence and farming area of Thai people of Khmer descent before Stadium of Chang Arena was built. Moreover, the expansion of Buriram in the old and new eras began when Chao Phraya Chakri (Rama 1) came to meet the

abandoned city and ordered the Khmer people moved in and named it called Muang Pae. However, the name was changed to Buriram in the reign of King Rama V.

The construction of the football field started from Mr. Newin Chidchob who bought shares in the Provincial Electricity Authority Football Club and moved the team to Buriram. It changed the name to Buriram PEA Football Club and create another football club called Buriram FC. In 2011, a football field project was established, initially called the I-Mobile Stadium. Later in 2017, the name was changed to Chang Arena. After the football stadium took place, many other buildings were built, such as hotels, market stalls, racing tracks and various sports fields. In addition, tourism areas have been built, such as a replica of the Phanom Rung Castle, Shiva Park, as well as areas for people to participate in activities according to traditions, such as holding Songkran Festivals and New Year celebrations. It is an important area to stimulate the economy, tourism, culture, and political dimension of Buriram Province.

2. Politics on the area in Chang Arena Stadium and the surrounding area found two characteristics as follows: 1) creating a physical area which has applied cultural capital and historical knowledge to create the architecture of a football field in the shape of a turquoise lightning castle. Architecture in Buriram Market Castle such as Mega Store, other shops etc. Shiva Park, World Championship Flat Tracks, 2) the politics of imaginary space, for example, Prasat Phanom Rung was made as a symbol of the football team in a shape in front of the field and there was another replica of Prasat Hin Phanom Rung in the field. In addition, beliefs about Lord Shiva and beliefs about Kama Sutra were brought to create a garden to be a tourist area to attract tourists. So, Chang Arena Stadium and surrounding area became a civilized political area such as sports center and causing the area of political power hidden on the area in the Chang Arena and the surrounding area.

3. The transformation of culture into a creative economy in the Chang Arena has three things: 1) Products and services, including building a football stadium, racing field, and other fields, becoming a tourist attraction and shopping center of Buriram Province, 2) Beliefs and religions include reviving the history of Buddhism

beliefs and Brahmin-Hinduism, combining social beliefs in the modern world, creating Kamasut architecture with a Buddha image enshrined on the tip of a sandstone lingam, and 3) The conversion of culture into Buriram city sign activities such as football social group activities, racing social group activities, activities of Wan Buriram Children's society, Buriram Car Parade society activities, family social group activities, and other social group activities such as there are social group activities for runners (Buriram Marathon) and food social group activities in Buriram.

Keyword : Dynamic, Political, Chang Arena Stadium



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราชัน นิลวรรณภา ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ท่านคอยให้ คำปรึกษา แนะนำการแก้ไขตรวจทานเนื้อหา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชิกสิกา วรรณจันทร์ ท่านกรุณา ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โฆสิต พงษ์ร้อย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคยะ รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิศักดิ์ จำปาแดง และผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.พนัส โพธิ์บัติ ได้ช่วยวิพากษ์และวิจารณ์เนื้อหา แนวคิด ทฤษฎี ทำให้การ ศึกษาวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณด้วยความเคารพยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สนามช่างอารีนา สนามช่าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และสนามอื่นๆ ในความเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวอาณาบริเวณนี้ ทั้งประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ให้ ความร่วมมือการจัดเก็บข้อมูลการศึกษาวิจัย โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ ญฐปกรณ์ จันทปิดตา และ คุณชญญ์สิทธิ์ บุษยามงคล ที่กรุณาให้คำแนะนำช่วยเหลือและช่วยตรวจทานเนื้อหาข้อบกพร่องของ วิทยานิพนธ์ให้ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ภรรยา ลูกชาย พ่อตาแม่ยายและญาติพี่น้องทุกคน ตลอดทั้ง เพื่อนร่วมงาน และพี่ๆ น้องๆ ร่วมรุ่นห้องเรียนและรุ่นพี่ ที่มอบความรักความห่วงใย เป็นกำลังใจให้ ด้วยดีเสมอมา ผ่านอุปสรรคจนสามารถทำการศึกษาวิจัยสำเร็จสมบูรณ์

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีอยู่ ผู้ศึกษาวิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณ แต่ คุณพ่อคุณแม่ และคุณครูบาอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มา จนเกิดองค์ความรู้ใหม่สามารถ เขียนเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ได้ในวันนี้

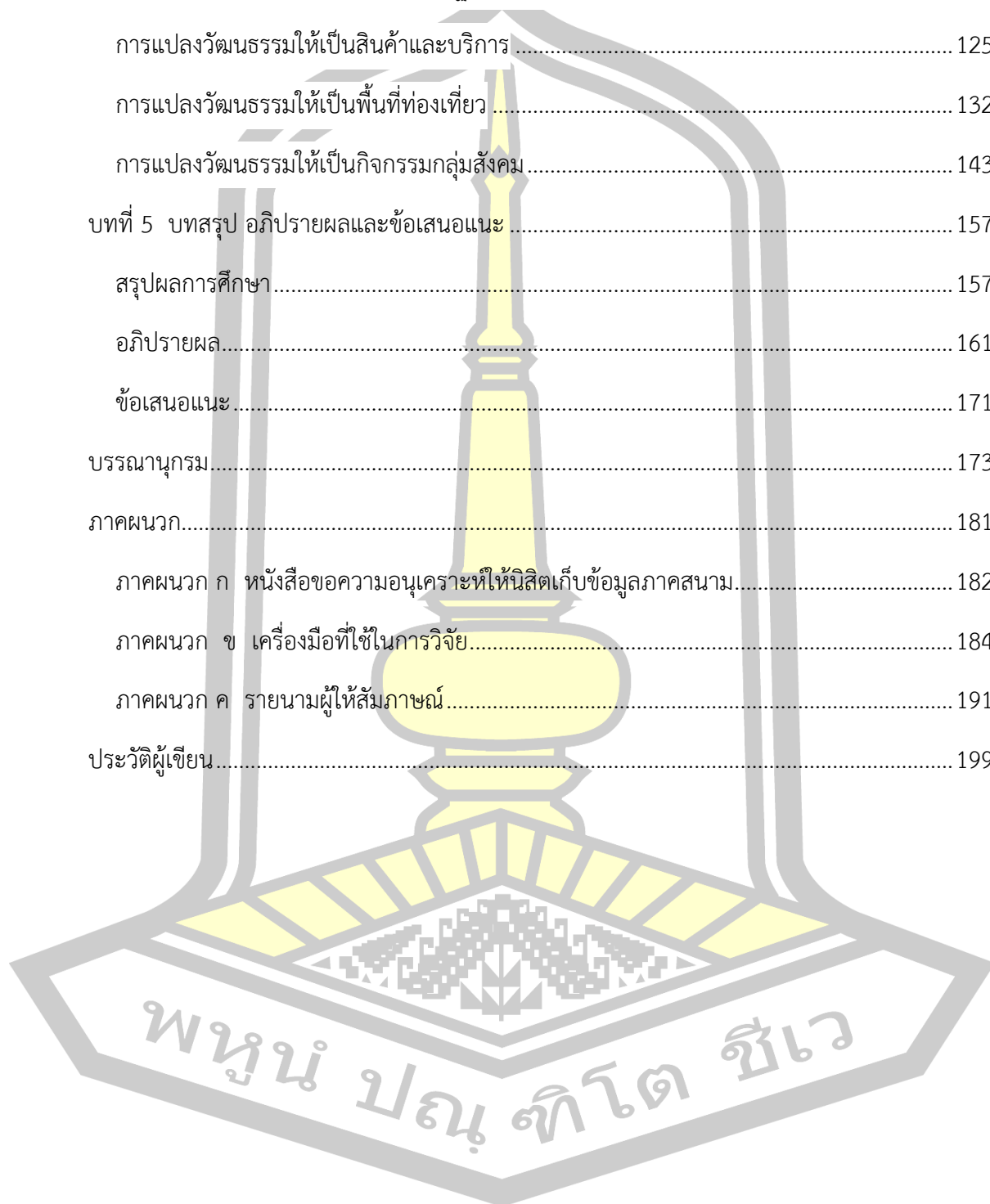
ธงชัย สีโสภณ

พูน ปรณ ทิโต ชีเว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
กิตติกรรมประกาศ.....	ญ
สารบัญ.....	ฎ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
คำถามของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
วิธีดำเนินการวิจัย.....	62
บทที่ 2 พัฒนาการของสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ.....	66
พื้นที่ก่อนสร้างสนามช้างอารีนา.....	66
แนวความคิดพัฒนาสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ.....	76
พื้นที่หลังการสร้างสนามช้างอารีนา.....	84
บทที่ 3 การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ.....	97
การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ.....	97
การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ.....	110

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม.....	116
บทที่ 4 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์	125
การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ	125
การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว	132
การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม	143
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	157
สรุปผลการศึกษา	157
อภิปรายผล.....	161
ข้อเสนอแนะ	171
บรรณานุกรม.....	173
ภาคผนวก.....	181
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้หนังสือเก็บข้อมูลภาคสนาม.....	182
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	184
ภาคผนวก ค รายงานผู้ให้สัมภาษณ์.....	191
ประวัติผู้เขียน.....	199

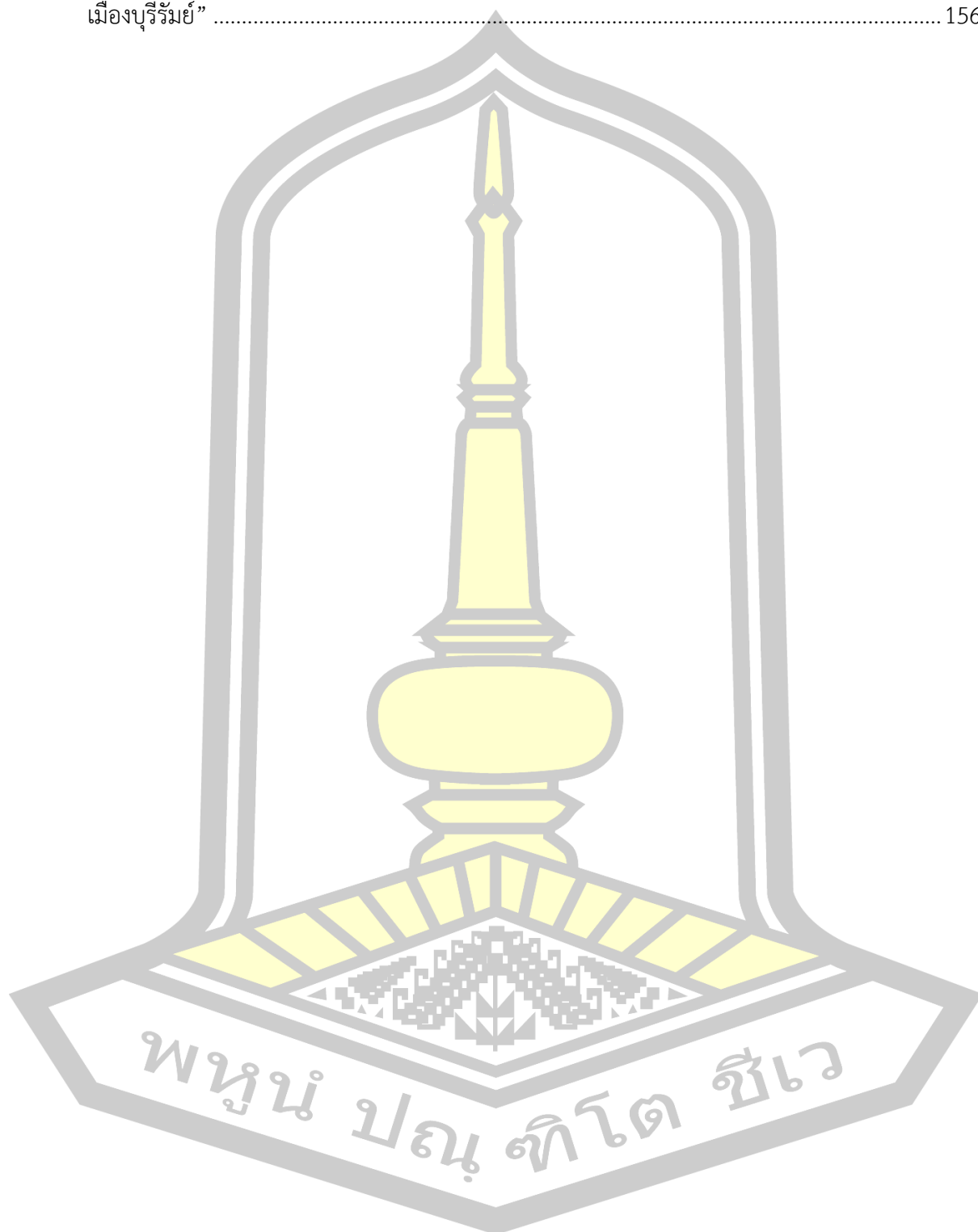


สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 แสดงแผนผังถนนเชื่อมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ.....	66
ภาพประกอบ 2 การสัมภาษณ์นักวิชาการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่.....	75
ภาพประกอบ 3 ภาพทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ในสนามช้างอารีน่า.....	81
ภาพประกอบ 4 การสร้างสนามช้างอารีน่ารูปทรงงานบานเพื่อถ่ายเทอากาศได้ดี	84
ภาพประกอบ 5 การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่า พื้นที่แลนด์มาร์กเมืองรูปแบบใหม่ในเวลากลางวัน และเวลากลางคืน	86
ภาพประกอบ 6 การสร้างพื้นที่สนามกีฬาลานคนเมืองบุรีรัมย์.....	87
ภาพประกอบ 7 การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับสนามช้างอารีน่าและรายได้ให้กับ ประชาชน.....	90
ภาพประกอบ 8 การสร้างสนามสเก็ตบอร์ด และสนามเด็กเล่น	94
ภาพประกอบ 9 การสัมภาษณ์นักวิชาการหัวหน้าหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่จังหวัด.....	96
ภาพประกอบ 10 การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้างสถานที่กลุ่มสนามฟุตบอลช้างอารีน่า กลุ่มตลาดไนท์เซาท์ทาวน์ กลุ่มตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล และกลุ่มสนามแข่งรถ.....	100
ภาพประกอบ 11 การสำรวจพื้นที่การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดินสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้าง อารีน่าและอาณาบริเวณ.....	103
ภาพประกอบ 12 สถาปัตยกรรมรูปทรงปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณ สิ้นน้ำเงินคราม.....	105
ภาพประกอบ 13 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล ในดีไซน์โมเดิร์น	106
ภาพประกอบ 14 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สวนศิลปะ 12	107
ภาพประกอบ 15 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต.....	109
ภาพประกอบ 16 ประเพณีบุญเบิกบ้านลูกหลานรัชกาลที่ 1.....	112
ภาพประกอบ 17 การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ออกกำลังกายลานวัฒนธรรม ประเพณี ลานบันเทิงและสันตนาการ.....	116

ภาพประกอบ 18 การสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะให้บริการทางสังคมการศึกษา การกีฬาและวัฒนธรรมประเพณีทางสังคมวัฒนธรรม	119
ภาพประกอบ 19 การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมในสนามช้างอารีนาทั้งกลุ่มทางสังคมเด็กแว้นเมืองบุรีรัมย์.....	121
ภาพประกอบ 20 พื้นที่เมืองสาธารณะให้เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมและภูมิสถาปัตยกรรม เป็นพื้นที่ทางการศึกษาและการพัฒนาเศรษฐกิจและรายได้	124
ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างสินค้าที่ระลึกสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด.....	127
ภาพประกอบ 22 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดไนท์เซาท์เซาท์ และพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล.....	128
ภาพประกอบ 23 การเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล และการเข้าร่วมกิจกรรมแข่งรถยนต์.....	129
ภาพประกอบ 24 พื้นที่ลมหายใจชาวบุรีรัมย์ : Breath of Buriram at Chang Arena	131
ภาพประกอบ 25 สถาปัตยกรรมรูปทรงปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณ.....	134
ภาพประกอบ 26 สถาปัตยกรรมสนามแข่งระดับโลก คือสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	135
ภาพประกอบ 27 เสานางเรียงในพื้นที่ลานความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์	138
ภาพประกอบ 28 ปราสาทพนมรุ้งจำลองประดับพื้นที่ด้วยนาฬิกาเคียวและบุรุษยืนถือกระบอง	141
ภาพประกอบ 29 แนวคิดย้อนแย้งทางสังคมการสร้างความหมายสถาปัตยกรรมกามสูตร	142
ภาพประกอบ 30 กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลทีมกองเชียร์ว่า “GU 12” นางกรุณา ชิดชอบ เป็นหัวหน้าทีม (เบอร์ 12)	144
ภาพประกอบ 31 พื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งเมืองบุรีรัมย์	147
ภาพประกอบ 32 พื้นที่สร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ในเวลากลางวันและเวลาเข้ามืด ...	149
ภาพประกอบ 33 การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งบุรีรัมย์ของวัยรุ่น.....	150
ภาพประกอบ 34 กิจกรรมกลุ่มครอบครัวการแข่งขันจักรยานเด็กประจำปีเมืองบุรีรัมย์	153
ภาพประกอบ 35 กิจกรรมกลุ่มสังคมนักวิ่งเมืองบุรีรัมย์ “บุรีรัมย์มาราธอน”	154

ภาพประกอบ 36 กิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ “ลูกชิ้นยืนกิน และร้านค้าชาหมูเมืองบุรีรัมย์” 156



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ช่วงเวลาในอดีตที่ผ่านมาพันกว่าปีมีกลุ่มคนต่างๆ อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ปรากฏร่องรอยพลวัตการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์อย่างต่อเนื่อง เป็นพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ทั้งประเภทปราสาท ปรากฏ ภูมิภาคมรดกทางวัฒนธรรมและคันทัน เมืองโบราณ ดังเช่น ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้เป็นพิพิธภัณฑ์การพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมกลุ่มคนเมืองบุรีรัมย์ โดยเฉพาะการบูรณะกลุ่มปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำและปราสาทปลายบัด จนได้รับขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่มรดกโลกในบัญชีรายชื่อเบื้องต้น (Tentative List) เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2562 “การประชุมคณะกรรมการมรดกโลกว่าด้วยเรื่องการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติโลก” ในสมัยประชุมที่ 43 เมืองบากู สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน จัดขึ้นระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน – วันที่ 10 กรกฎาคม 2562 (workpointtoday. 2565 : ออนไลน์) นอกจากนี้ยังมีการสร้างพื้นที่มรดกทางธรรมชาติเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ พื้นที่ชุ่มน้ำห้วยจรเข้มากและห้วยตลาด และวนอุทยานเขากระโดง ถือเป็นพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ก็ยังไม่เพียงพอที่จะสร้างแรงจูงใจกลุ่มคนเข้ามาท่องเที่ยวประจำเพื่อสร้างเศรษฐกิจและรายได้เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมจนก้าวเข้าสู่พลวัตพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

การสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม เป็นพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นพัฒนาการเมืองเรื่องพื้นที่ตามแนวคิดทฤษฎีทางสังคมวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ที่ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวมาจากการสร้างพื้นที่สนามช้างอารีนา (ไอ-โมบาย เตเดียม) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมโดยภาคเอกชน สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพิ่มเติมรายได้ให้กับประเทศและพื้นที่ท้องถิ่นมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวรองรับการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ รัฐบาลประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2554-2555 ว่า “ปีมหัศจรรย์ไทยแลนด์ (Miracle Thailand Year)” ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในระยะที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 (พ.ศ.2554-2556) “การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก” จึงทำให้กลุ่มนักการเมืองระดับชาติ ระดับท้องถิ่นและภาคประชาชนจังหวัดบุรีรัมย์ร่วมจัดทำแผนพัฒนาและเข้ามาสนับสนุนกิจกรรมกีฬาฟุตบอลจนกลายมาเป็นแนวคิดการพัฒนาการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ว่า “ส่วนรวมต้องมาก่อน

ส่วนตัว..... ผมเชื่อได้ว่าคนบุรีรัมย์สัมผัสได้ เราไม่เคยคิดถึงตัวเราเอง ก่อนคิดถึงเมือง....” (เนวิน ชิดชอบ, 2563)

แม้หนึ่งทศวรรษที่ผ่านมาทั้งนักวิจัย นักเศรษฐศาสตร์ และนักยุทธศาสตร์พยายามวางแผนคิดการลงทุนและการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวให้เป็นพลวัตการท่องเที่ยวทางอีสานใต้ เรียกว่า “ประเทศอนุภูมิภาค : Medical Hub” สร้างความสัมพันธ์กับพื้นที่ท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่และพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวทางอีสานใต้ (เกิดชาย ช่วยบำรุง, 2553) ในขณะนั้นพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่การท่องเที่ยวในระดับจังหวัดบุรีรัมย์มีอยู่ 12 พื้นที่ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ วัดพระพุทธบาทอังกาบ ลานหินตัดบ้านกรวด กู่สวนแตง พระเจ้าใหญ่วัดหงส์ นวนอุทยานเขากระโดง วัดกลาง (พระอารามหลวง) สวนนกห้วยตลาด เขื่อนลำนางรอง สวนรมย์บุรี และห้างสรรพสินค้า แม้อาครัฐและภาคเอกชนพยายามประชาสัมพันธ์มากเพียงใดก็ยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือกลุ่มคนเดินทางให้เข้ามาพักผ่อนในเมืองบุรีรัมย์ได้ เมื่อนายเนวิน ชิดชอบ มองเห็นโอกาสการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยการสร้างทีมสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพตามสหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation : AFC) ในปี พ.ศ.2552 ออกมาประกาศนโยบาย (Vision Asia) ว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพที่สมบูรณ์ของแต่ละประเทศสมาชิกจะต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารให้สอดคล้องกับระบบตลาด (Market System) เช่น สโมสรฟุตบอลต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล มีระบบการบริหารงานที่ชัดเจน สนามแข่งต้องได้มาตรฐาน มีการจำหน่ายบัตรผ่านประตู ต้องมีสนามเป็นของตนเอง เป็นต้น (คมเพชร ทิพอาจ, 2559)

นายเนวินจึงนำแนวคิดการพัฒนากฎศาสตร์พื้นที่ “พลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ใช้กีฬาสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพเป็นเครื่องมือ” ด้วยการจัดตั้งทีมสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพประจำจังหวัดบุรีรัมย์ชื่อสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคย้ายมาอยู่จังหวัดบุรีรัมย์ กลายมาเป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมชาวเมืองบุรีรัมย์ด้วยกีฬาฟุตบอลลีกอาชีพมีทีมสโมสรฟุตบอล “บุรีรัมย์ พีอีเอ (PEA) กับ บุรีรัมย์เอฟซี (FC)” ในช่วงแรกใช้พื้นที่สนามฟุตบอลเขากระโดงสเตเดียม เป็นสนามกีฬาของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ไปก่อน เมื่อชาวเมืองบุรีรัมย์ให้ความสนใจกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมเป็นกระแสการเมืองเรื่องพื้นที่การแข่งขันกีฬาฟุตบอลลีกอาชีพมากที่สุด ชาวบุรีรัมย์เข้ามาร่วมเชียร์และสนับสนุนสินค้าบริการเพื่อสร้างรายได้ให้กับทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์จนกลายเป็นกระแสทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์สู่สายตาชาวไทยและชาวต่างประเทศมากขึ้น ทำให้ทุกคนอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ในปี พ.ศ.2553-2554 นายเนวินจึงก่อสร้างสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์กลายเป็น “พลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์” กลายเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ขึ้นมา เป็นพื้นที่สาธารณะทางการเมือง (Political public sphere) เพื่อสังคมไม่ใช่การเมืองเรื่องอำนาจบริหาร

เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเปิดกว้างให้กับทุกคนทุกกลุ่มเข้ามาร่วมสร้างสรรค์กิจกรรมร่วมกัน ทำหน้าที่วิพากษ์ วิจารณ์ ควบคุมการทำงานเหนืออำนาจรัฐ (ชวิตรา ตันติมาลา, 2560) จึงทำให้เกิดการเมืองเรื่องพื้นที่และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีนาจังหวัดบุรีรัมย์ก่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ (Positioning) ในระยะที่ 2 (พ.ศ.2557-2560) เป็นการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความเจริญเติบโตพื้นที่เมืองบุรีรัมย์และเศรษฐกิจว่า “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม เศรษฐกิจมั่นคง สังคมเป็นสุข” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) แต่การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองบุรีรัมย์ในปัจจุบันนี้เพื่อสนองตอบความมั่นคงทางเศรษฐกิจและกิจกรรมพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นหน้าที่รัฐจะต้องสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม เป็นแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ว่า “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและกีฬามาตรฐานโลก” จากการสร้างกิจกรรมการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เน้นการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงคำขวัญจังหวัดบุรีรัมย์ใหม่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม เลิศล้ำเมืองกีฬา” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) นี่เป็นผลผลิตมาจากการเมืองเรื่อง “สร้างพื้นที่สนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ” ให้เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ต่างจากการเมืองอื่นในความเลิศล้ำคือ “สนามกีฬาสโมสรฟุตบอล และสนามแข่งรถยนต์ทางเรียบชิงแชมป์โลก”

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมบุรีรัมย์รูปแบบใหม่นี้ ทำให้ผู้คนฉวยโอกาสอยากเข้ามาสู่พื้นที่เมืองบุรีรัมย์ เพราะการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ เป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกทางวัฒนธรรมของระบบทุนนิยมโลกใหม่ แนวคิดทฤษฎีนี้พัฒนาการระบบทุนนิยมโลกมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจารีตประเพณีวิถีชีวิตและวิถีคิดของกลุ่มคนในเมืองบุรีรัมย์และคนพื้นที่อื่นเข้ามาร่วมสร้างสรรค์ทางสังคมวัฒนธรรมจึงกลายเป็น “ทุนทางวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์” เป็นการพัฒนาพื้นที่การเมืองด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในกลุ่มคน (An Embodied state) พื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปลักษณะ (An Objectified state) พื้นที่เมืองบุรีรัมย์ และทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นสถาบัน (An Institutionalized state) พื้นที่เมืองบุรีรัมย์ (บุญยสฤกษ์ อเนกสุข., 2559)

ปัจจัยการพัฒนาพื้นที่ใด ทำให้กลุ่มคนสนใจอยากมาร่วมสร้างการเมืองเรื่องพื้นที่บุรีรัมย์ด้วยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นคำสินและบริการ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่ม

สังคม เพราะสินค้าทางวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Product) การผลิตสินค้าและบริการแต่ละประเภทมีนัยทางวัฒนธรรมความเข้มข้นต่างกัน สำเร็จรูปวัฒนธรรมกำลังเป็นทุนหลักในสังคมเศรษฐกิจโลก เนื่องจากทุนบริการกำลังเข้ามาแทนที่ทุนอุตสาหกรรมเทคโนโลยี แต่ในขณะเดียวกันทุนบริการยังไม่เติบโตเต็มที่ ทุนวัฒนธรรมเป็นทุนหลักที่ยังรากลึกในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมขยายตัวอย่างกว้างขวาง สินค้าวัฒนธรรมจำนวนมากมหาศาลได้ถูกผลิตและกระจายไปทั่วโลกโดยผ่านกระบวนการสากลาณวัตรของวัฒนธรรมชาติมหาอำนาจ ซึ่งเติบโตมาพร้อมกับระบบจักรวรรดินิยม กระแสโลกาณวัตรกระบวนการโทรทัศนาววัตรทำให้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมของมนุษย์ทั้งในครัวเรือน สถานที่ทำงาน ชุมชน และบ้านเมืองในทุกระดับ (อุทิศ ทาหอม, 2561) ในยุทธศาสตร์ชาติตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ประเทศไทย 4.0 ที่รัฐบาลให้ความสำคัญการส่งเสริมและพัฒนาวิถีทางวัฒนธรรม นำทรัพยากรมรดกทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

การศึกษาเรื่อง “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์” เป็นสิ่งที่น่าสนใจและใคร่ศึกษาวิจัยวิเคราะห์ในความหมาย “พลวัตทางการเมือง” คือ พัฒนาการพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ก่อนสร้างสนามอารีน่า แนวคิดการสร้างสนามฯ และผลการสร้างพื้นที่หลังการสร้างสนามฯ เป็นอย่างไร ทั้งการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ การสร้างพื้นที่ทางกายภาพ การสร้างพื้นที่ทางจินตนาการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคมตามแนวคิดอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre. 1991) พื้นที่การท่องเที่ยวนี้เป็นอย่างไร และแนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามฯ เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการทางสังคมวัฒนธรรม การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีน่าตามแนวคิดคณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2559) และโคเฮน (Cohen. 1988) เป็นอย่างไร ผลการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมนี้เกิดการขยายตัวสู่การสร้างพื้นที่อื่นๆ ของเมืองบุรีรัมย์ และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม กลายมาเป็นพื้นที่ลานกิจกรรมคนเมืองบุรีรัมย์เพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ ทั้งภาครัฐสนับสนุนและภาคเอกชนร่วมกันสร้างสรรค์พื้นที่รองรับการท่องเที่ยวจึงทำให้นักท่องเที่ยว และนักศึกษายากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมเมืองบุรีรัมย์ในปี พ.ศ.2562 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 2,267,080 คน และปี พ.ศ.2561 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 2,014,791 คน ส่งผลให้เมืองบุรีรัมย์มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้จากการท่องเที่ยว ต่างจากอดีตนั้นเมืองบุรีรัมย์มีเพียงนักท่องเที่ยวเข้ามาแวะท่องเที่ยวชมปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ โดยไม่มีการพักค้างคืนทำให้เมืองบุรีรัมย์มีรายได้จากการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย แต่ในปัจจุบันนี้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นในวันที่มีการแข่งขันฟุตบอล

และแข่งรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์จะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ตลอดเวลา ในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ถ้ามีการแข่งฟุตบอล หรือมีการแข่งรถจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประมาณ 30,000-50,000 คน/สัปดาห์ (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. 2563 : 37-38) จากเหตุผลนี้จึงเป็นแรงจูงใจใคร่ศึกษาวิจัยพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่มีความสำคัญ และสามารถนำไปเป็นแนวทางพัฒนาพื้นที่อื่นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยมีความมุ่งหมายการศึกษาอยู่ 3 ประเด็น คือ

1. ศึกษาพัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ
2. ศึกษาการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ
3. ศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและ

อาณาบริเวณ

คำถามของการวิจัย

ทำอย่างไรจะทำให้สังคมได้รู้จัก “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์” อย่างถูกต้องว่า

1. พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นอย่างไร
2. การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นอย่างไร
3. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

เป็นอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบถึงพัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ
2. ผลจากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบถึงการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณา

บริเวณ

3. ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์” นี้เพื่อให้มีขอบเขตการศึกษาเนื้อหาที่ชัดเจน สอดคล้องกับความมุ่งหมาย และแนวทางการดำเนินการวิจัยจึงจำเป็นต้องนิยามศัพท์เฉพาะไว้ดังนี้

พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ หมายถึงการศึกษาพัฒนาและการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมศึกษาพื้นที่ก่อนสร้างและการสร้างสนามฯ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนพื้นที่ หรือการพัฒนาทางการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณศึกษาพื้นที่ทางกายภาพ พื้นที่ทางจินตนาการและพื้นที่ทางสังคม ทำให้เกิดพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรม กลายมาเป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ด้วยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม

พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ หมายถึงการศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณซึ่งจำแนกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ลักษณะพัฒนาพื้นที่ก่อนสร้างสนามข้างอารีน่า การพัฒนาสนามข้างอารีน่าว่าด้วยประวัติศาสตร์ฟุตบอลบุรีรัมย์ ยุโนเด็ต และประวัติสนามฟุตบอลข้างอารีน่า พื้นที่หลังการสร้างสนามข้างอารีน่าที่ว่าด้วยพื้นที่การท่องเที่ยว พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์

การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ หมายถึงการศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ ได้แก่สภาพภูมิทัศน์ การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้าง การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดิน และการวางรูปแบบสถาปัตยกรรม การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ ได้แก่ การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาประวัติศาสตร์ และความเชื่ออุดมคติทางสังคม และการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมได้แก่ การสร้างพื้นที่เมืองแบบอารยะ การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม และการสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ หมายถึงการศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางสังคมวัฒนธรรมมีอยู่ 3 ประการ คือ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม

กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดที่นำมาเพื่อใช้ในการศึกษาคือ “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่” หมายถึงการศึกษาพัฒนาและการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคม วัฒนธรรมศึกษาพื้นที่ก่อนสร้างและการสร้างสนามฯ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนพื้นที่ หรือการพัฒนาทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ศึกษาพื้นที่ทางกายภาพ พื้นที่ทางจินตนาการและพื้นที่ทางสังคม ทำให้เกิดพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรม กลายมาเป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ด้วยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม นำมาสู่การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางสังคมวัฒนธรรม เมืองบุรีรัมย์

พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ หมายถึงการศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าในความเป็นพื้นที่อาณาบริเวณใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) พัฒนาพื้นที่ก่อนสร้างสนามข้างอารีน่าให้เป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์กายภาพที่วัดด้วยภูมิลักษณะ หรือ ภูมินาม (Geographic name) เป็นพื้นที่ในการดำรงชีวิตทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ด้วยการสร้างเมืองและสังคม นำมาสู่การขยายตัวทางการค้า การขยายตัวทางการศึกษาและการขยายตัวการรักษาพยาบาลตามลำดับ นอกจากนั้นยังเกิดการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2500-2530 และการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2531-ปัจจุบัน 2) แนวคิดการพัฒนาสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นศึกษาการพัฒนาสนามข้างอารีน่าที่วัดด้วยประวัติศาสตร์ฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และประวัติสนามฟุตบอลข้างอารีน่า ให้เป็นพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา 3) พื้นที่หลังการสร้างสนามข้างอารีน่าก่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ที่วัดด้วยพื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีน่า พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ของเมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการพัฒนาคอนกรีตพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์ และเกิดความร่วมมือหลังการสร้างสนามข้างอารีน่าแล้ว ทั้งภาคประชาชนและภาครัฐ มาร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม ถือเป็นหน้าที่และอำนาจของรัฐจะต้องให้การสนับสนุนเพื่อการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ หมายถึงการศึกษาการสร้างพื้นที่ทางการเมือง (the Political) ในความหมายพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre. 1991 : 38-39) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ (Politics of Physical space) หมายถึงการศึกษาพัฒนาการสภาพพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นภูมิทัศน์วิถีชีวิต (Living

Landscapes) ทำให้เกิดพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ที่ว่าด้วยการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้าง (Settlement patens) ทำให้เกิดเป็นพื้นที่อาคาร สนาม ถนนและสิ่งก่อสร้างขึ้นมา มีการวางรูปแบบการจัดสรรที่ดิน (Land division patens) เพื่อสร้างสรรค์ระบบสาธารณูปโภคการใช้สอยประโยชน์ทางสังคมวัฒนธรรม และมีการวางรูปแบบสถาปัตยกรรม (Architecture) เพื่อการสร้างสรรค์พื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ กลายมาเป็นพื้นที่ทางการเมืองที่เชื่อมพื้นที่สนามฟุตบอล พื้นที่ตลาด พื้นที่สวนสาธารณะ 12 และพื้นที่สนามแข่งรถ 2) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ (Politics of mental space) หมายถึงการศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ที่ว่าด้วยการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์เดิมขึ้นมาใหม่ ถือเป็นความเชื่อทางสังคมวัฒนธรรมในเชิงรูปแบบสัญลักษณ์กลายมาเป็นอัตลักษณ์การสร้างพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ และมีการรื้อฟื้นความเชื่ออุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่ เป็นการสร้างสรรค์ความคิดทางจินตนาการควบคู่กับการพัฒนาพื้นที่ว่างเปล่าให้เป็นพื้นที่ทางการเมืองที่เกี่ยวมีความหมายซ่อนเร้นอุดมคติทางสังคมวัฒนธรรม 3) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม (Politics of Social space) หมายถึงการศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณในความหมายการสร้างกิจกรรมทางสังคม ทำให้เกิดความสัมพันธ์คนกับคนที่ว่าด้วยการสร้างพื้นที่เมืองแบบอารยะ เป็นการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองที่เกี่ยวในความเป็นการเมืองให้เป็นศูนย์ราชการ สโมสรทางสังคมและแหล่งเสริมสร้างความรู้ทางปัญญาขึ้นมา มีการสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมเป็นการพัฒนาพื้นที่กิจกรรมทางการเมืองเพื่อให้บริการเฉพาะกลุ่มคน และมีการสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ เป็นการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองที่เกี่ยวเพื่อให้เป็นพื้นที่ออกกำลังกาย การพักผ่อนหย่อนใจและการบริโภคเต็มกินของกลุ่มคนที่เข้ามาพบปะสนทนาการ

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ หมายถึงการศึกษาพัฒนาการเมืองที่เกี่ยวในความหมายทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณเป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ตามแนวคิดของ คณะกรรมการวิชาการมนุษยกับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., 2559 และ โคเฮน (Cohen E, 1988) นำมาสู่การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนทุนทางสังคมวัฒนธรรม 3 ประการ ได้แก่ 1) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ หมายถึงการศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ที่ว่าด้วยพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการ เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการประเภทอุปสรรค และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการนามธรรม มีพื้นที่ลานกีฬาคนเมือง เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่สนามข้างอารีน่าเพื่อกีฬาฟุตบอลและลานกิจกรรมทางสังคม 2) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว หมายถึง

การศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นการพัฒนากิจกรรมกลุ่มทางสังคมพื้นที่ท่องเที่ยว ที่ว่าด้วยพื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีน่าและสนามข้าง อินเทอร์เน็ต เซอร์กิต และมีพื้นที่ความเชื่อและศาสนา ถือเป็นารสร้างพื้นที่ทางสังคมมีความหมายซ่อนเร้นเพื่อการท่องเที่ยว ชมทั้งลานสวนตาล พนมรุ้งจำลอง และสวนศิระ 12 3) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม หมายถึงการศึกษาพัฒนากิจกรรมกลุ่มทางสังคมบนพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ทำให้เกิดการพัฒนากิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ที่ว่าด้วย กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอล กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว และกิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์นี้ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์สนับสนุนผลการวิจัยตามหลักการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโลกเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ หรือเริ่มแรกน่าจะเกิดขึ้นที่ประเทศอังกฤษ เมื่อประดิษฐ์สร้างรถไฟมาทำหน้าที่รับใช้ภาคการค้าและธุรกิจแล้ว จึงทำให้นักเดินทางที่ต้องการแสวงหาความสนุกสนานเกี่ยวกับการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวชายทะเลแบบไปกลับในวันเดียวเกิดขึ้นในปี ค.ศ.1842-1847 (ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 3 กรุงรัตนโกสินทร์) มีจำนวนผู้โดยสารรถไฟเพิ่มขึ้นจาก 23 ล้านคนเป็น 51 ล้านคน มีบริษัทรถไฟแข่งขันกันให้บริการนำท่องเที่ยวมากกว่าเรื่องราคาค่าบริการขนส่ง และผู้ประกอบการรถไฟมีการกระตุ้นให้ผู้คนเดินทางท่องเที่ยวทั่วไปในราคาพิเศษ บางครั้งก็ใช้รถไฟเที่ยววิ่งปกติ บางครั้งก็ให้เช่าทั้งขบวนแบบเหมาจ่าย (Charter service) เชื่อกันว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวคนแรกน่าจะเป็นเซอร์โรว์แลนด์ ฮิลล์ (Sir Rowland hill) เป็นผู้จัดการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายคนแรก โดยนำนักท่องเที่ยวจากเมืองเวดบริดจ์ (Wadebridge) ไปท่องเที่ยวยังเมืองบอดมิน (Bodmin) ส่วนการสถาปนาเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการแบบสากลเมื่อปี พ.ศ.2506 (ค.ศ.1963) โดยองค์การสหประชาชาติจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (เลิศพร ภาระสกุล, 2556) ต่อมา มีการเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) ขององค์กรพัฒนาภาคเอกชน กลุ่มพันธมิตรสากลเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศโลกที่สาม (The Ecumenical Coalition on third world Tourism : ECTWT) ตั้งขึ้นมา

ในปี ค.ศ.1982 เพื่อแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่การเมืองเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศโลกที่สามยังขาดจิตสำนึกว่า “การท่องเที่ยวไม่ต้องลงทุนอะไรมาก” เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจากระบบการจัดการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ออกเป็น 4 ประเด็น คือ (บุญยสุภะ อเนกสุข., 2559)

1. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบแทนเจ้าของบ้าน และเจ้าของบ้านต้องได้รับการฝึกทักษะการท่องเที่ยว
2. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ยกระดับความเป็นอยู่เจ้าของบ้านรวมถึงพัฒนาสาธารณูปโภค
3. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ลดการรั่วไหลรายได้ไปยังธุรกิจต่างประเทศ
4. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกแก่ผู้มาเยือน

1.1.1 ความหมายการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เพื่อหาคำจำกัดความว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริง เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไม่ได้ทำนอกลู่เป็นการถาวร” และองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O.) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษว่า “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” แปลว่าการเดินทางของบุคคลจากสถานที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปีติดต่อกัน) เป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับ ไปเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (Tourism of World. 1998 : 25-28 อ้างถึงใน ราเมศร์ พรหมชาติ, 2559, ศิวาพร พยัคฆนันท์, 2560 ชิลิกา วรณจันทร์, 2559 ซึ่งความหมายการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ความหมายการท่องเที่ยวโดยทั่วไป

นักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยทั่วไป โดยนิยามความหมายของการท่องเที่ยวโดยทั่วไปไว้ดังนี้

สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ, 2559 การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่พักอาศัยตามปกติของตนเองไปยัง สถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษารวมชาติและวัฒนธรรม ประเพณีที่แตกต่างจากถิ่นที่อยู่อาศัย เพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อน

ญาติ เพื่อทำธุรกิจและปฏิบัติงาน ถือเป็นการท่องเที่ยวเช่นกัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้คำนึงถึงเวลา และระยะทาง

กี, วาย, เจมส, ซี, เดริเตอร์, เจ, และชอย (Gee Y., James C., Deriter J., & Choy, 2007) การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจแห่งชาติเกี่ยวกับการจัดเตรียมพื้นที่พัก การหาอาหารและการให้ความบันเทิงแก่นักเดินทาง (Traveler) ผู้มาเยี่ยมสถานที่มิใช่ที่อาศัยถาวร หรือที่ทำงานประจำของเขา ทั้งนี้การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ไม่ได้เป็นอุตสาหกรรมแต่เป็นการรวมตัวของ ธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับการบริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบในระบบของการท่องเที่ยว

ชาเลส อาร์ ก็อลด์เนอร์ (Charles R. Goeldner. 2006 : 5) การท่องเที่ยว หมายถึงกระบวนการกิจกรรมและผลลัพธ์อันเกิดจากความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่าง นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รัฐบาล ชุมชนและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดึงดูด และการต้อนรับผู้มาเยือน

กล่าวโดยสรุป ความหมายการท่องเที่ยวทั่วไป เป็นการเดินทางของบุคคลจากที่พักอยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น อาจจะเดินทางไปด้วยวิธีการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจในการเดินทางไป เช่น การเดินทางไปเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจด้วยการพักผ่อน การเดินทางไปเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การเดินทางไปเพื่อการศึกษา ทัศนศึกษา ทัศนจร การเดินทางไปเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง หรือเพื่อนพ้อง แต่ไม่ใช่เป็นเดินทางไปเพื่อการประกอบอาชีพ

2. ความหมายโดยนักท่องเที่ยว

นักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว ตามนิยามความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557 (ชิลิกา วรรณจันทร์, 2559) กล่าวถึง นักท่องเที่ยวว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งความหมายการท่องเที่ยวที่ใช้นักท่องเที่ยวและนักทัศนจรแยกออกจากกันมีดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึงผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน เป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน ถือเป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ทั้งผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืน บนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวจำแนกออกเป็น

1.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourists or International Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย อาจจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดใด หรือจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นชาวไทย หรือชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดที่ตนเองอาศัยอยู่ประจำ

2. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึงผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่สถานที่พำนักถาวรของตนเอง เป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปด้วยความสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีใช้การประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ทั้งผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญ ถือเป็นนักทัศนจร จำแนกออกได้ดังนี้

2.1 นักทัศนจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึงนักทัศนจรชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 นักทัศนจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึงนักทัศนจรที่มีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทย อาจจะทำอาชีพอยู่ในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นชาวไทย หรือชาวต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดที่ตนเองอาศัยอยู่ประจำ

3. ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึงผู้ที่เดินทางเข้ามาอยู่ในประเทศ โดยจำแนกเป็นนักท่องเที่ยว หรือเป็นนักทัศนจรก็ได้ ตามแต่ลักษณะจะตรงกับคุณสมบัติ หรือคำนิยามในข้อใด ดังเช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาโดยบังเอิญไม่ได้สนใจแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม เมื่อมาพบสถานที่ท่องเที่ยว หรือผ่านเข้ามาแล้วมีสิ่งดึงดูดสนใจทางวัฒนธรรมอยู่แล้วจึงแวะชมท่องเที่ยว แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม (บุญยสฤกษ์ อเนกสุข., 2559)

กล่าวโดยสรุป ความหมายของนักท่องเที่ยว เป็นบุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นหนึ่งอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติ เพื่อเข้าไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ หรือด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ เพราะนักท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการท่องเที่ยว ถ้าหากไม่มีนักท่องเที่ยวแล้วการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ไม่เกิดขึ้น เนื่องจากการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการหารายได้และการบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายมีความพึงพอใจ

3. ความหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

นักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยนิยามความหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึงแนวคิดใหม่ที่พยายามจะออกจากกระแสการท่องเที่ยวที่เป็น Mass Tourism (ความต้องการท่องเที่ยว) ที่คนจำนวน

มากันครั้งละครั้งใหญ่มีผู้คน 100-120 คน ไปลงที่ไหนสักแห่ง แล้วก็สร้างความปั่นป่วน โกลาหลให้กับสถานที่นั้นด้วยการถ่ายรูป ชื่อของที่ระลึกทั้งเงินและคนมหาศาลในแต่ละวันได้สร้างผลกระทบมากมายให้กับชุมชน ทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนจากการที่การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นเรื่องของการเสพ การบริโภค การเบียดเบียนที่มีอิทธิพลมากในสถานที่ไป ยังสามารถเปลี่ยนแปลงหมู่บ้านเล็กๆ ให้กลายเป็นบาร์ เป็นร้านเหล้า เป็นช่อง ใต้ในพริบตา สิ่งเหล่านี้เป็นด้านลบที่เกิดขึ้นมาจากการท่องเที่ยวแบบ Mass ดังนั้น คนในหลายประเทศจึงพยายามหาทางออก และแสวงหาวิธีการในการท่องเที่ยวแบบใหม่ขึ้นมา เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ไม่มีการซื้อขายวัฒนธรรมและชีวิตผู้คน ซึ่งนำเสนอมาในรูปแบบของ Ecological Tourism (การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ และ Cultural Tourism (การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม)

ริชาร์ดส์ (Richards, 1995) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึงการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ หรือศึกษาขนบธรรมเนียม ประเพณีความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่นตลอดจนความเชื่อทางศาสนา

องค์กรไอซีโอเอ็มไอเอส (ICOMOS. 1999 : 5-6 อ้างถึงใน สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอุ่ม. 2553 : 49) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural tourism) หมายถึงการส่งเสริมผู้เกี่ยวข้องให้เกิดการเข้าถึงมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชน ทำให้เกิดการเคารพต่อมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างความสนใจด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวและเกิดการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอและสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ผลประโยชน์ที่ตามมาคือเกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเกิดผลกระทบต่อนโยบายเศรษฐกิจ

กล่าวโดยสรุป ความหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการเดินทางเพื่อแสวงหาความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อความเชื่อความศรัทธา หรือเพื่ออุดมการณ์อย่างอื่นๆ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดความรู้ถึงวิถีชีวิตทางสังคมมนุษย์ในพื้นที่เหล่านั้น ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณีสังคมเฉพาะกลุ่มชน หรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นต่างๆ อันเป็นมวลประสบการณ์ทางวัฒนธรรมในสังคมที่มีความแปลกใหม่ หรือแตกต่างจากวิถีชีวิตตนเอง เป็นความงดงามทางศิลปกรรมใหม่

1.1.2 ความสำคัญการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่จะก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสูงสุด เพื่อนำเงินตราจากต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ เพราะการท่องเที่ยวมีความสำคัญ

ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง ทั้งนี้ นักวิชาการ หรือหน่วยงานต่างได้กล่าวถึงความสำคัญการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ทักษ์สุริยา หมาดสะ, 2560 นิตา ชัชกุล, 2551 กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจว่า ช่วยสร้างรายได้มาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการหมุนเวียนในประเทศชาติ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนในท้องถิ่น ในด้านสังคมและจิตวิทยาการท่องเที่ยวยังช่วยคลายความเครียดในการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ให้เกิดสันติภาพและมิตรไมตรี สร้างความเข้าใจอันดีต่อกันของผู้คนต่างถิ่นที่มาพบปะกันเกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน การส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้มีความมั่นคงยั่งยืน ตลอดจนด้านการเมืองของประเทศการท่องเที่ยวยังช่วยประสานสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประเทศและบ่งบอกถึงความเจริญของคนในสังคมระดับประเทศและทั่วโลก

เสรี วังสีไพจิตร, 2543 กล่าวถึงความสำคัญการจัดการพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวมีอยู่ 7 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ จัดการท่องเที่ยวจึงนำเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศ ได้แก่ ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวและเข้ามาซื้อสินค้าไทยและนำกลับออกไป รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist Expenditure) ที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งการคำนวณรายได้จากนักท่องเที่ยว คือ จำนวนนักท่องเที่ยว x วันพักเฉลี่ย x ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย /วัน / คน
2. การท่องเที่ยวแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินของประเทศ กล่าวคือประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา และประสบปัญหาสภาวะการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินเนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาต้องพึ่งพิงประเทศที่พัฒนาแล้วในการนำเข้าสินค้าที่ตนเองไม่สามารถผลิตได้ เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรและเทคโนโลยีต่างๆ อันเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ และสินค้าเหล่านี้มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกสินค้าทางการเกษตร นอกจากนี้ประเทศกำลังพัฒนายังต้องพึ่งสถาบันการเงินระหว่างประเทศ เพื่อกู้ยืมเงินมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่านับแสนล้านบาทต่อปี จึงช่วยลดดุลการค้า
3. การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษีของรัฐบาล คือ นักท่องเที่ยวต้องจ่ายภาษีต่างๆ เช่นเดียวกับคนอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และจะต้องจ่ายภาษีเมื่อซื้อสินค้าและบริการ และภาษีทางอ้อมที่จะจ่ายอีก เช่น ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน ค่าภาษีศุลกากร ค่าธรรมเนียมการประทับตราหนังสือเดินทาง และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ภาษี

กรมสรรพากร ภาษีหน่วยราชการส่วนท้องถิ่นจัดเก็บ ค่ารถบริการต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมโรงแรม ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายอาคาร สุราเครื่องดื่ม เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้ออกไปตามส่วนภูมิภาคของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก ดังนั้นรายรับจากการท่องเที่ยวจึงกระจายออกไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วทั้งระบบเศรษฐกิจ

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ประชาชนทั้งแรงงานทั่วไป (Unskilled) และแรงงานที่มีความชำนาญ (Skill) เพราะเป็นอุตสาหกรรมสัดส่วนของต้องการใช้แรงงานสูงกว่าเครื่องจักร (Labor Intensive Industry)

6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราอย่างกว้างขวาง และกระตุ้นการผลิตและการลงทุนในอัตราสูง ด้วยค่าทวีทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier) เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจอย่างยิ่ง เพราะนอกจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะมีผลโดยตรงต่อผู้จัดการที่พัก และธุรกิจต่างๆ รวมทั้งสร้างงานอาชีพอีกมากมายแล้ว ผลทางอ้อมจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังทำให้รายได้ของแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ หมุนเวียนรับ-จ่าย ต่อไปอีกหลายรอบจนกระทั่งถึงจุดสิ้นสุดของตัวเอง ยิ่งหมุนเวียนได้มากรอบเพียงใดก็ยิ่งทำให้มูลค่าของมันเพิ่มมากขึ้นเพียงนั้น

7. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless Boundary Industry) ไม่มีปัญหาเรื่องการผลิตและไม่มีกำหนดโควตาการจำหน่าย คือ การผลิตไม่ขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ หรือเครื่องมือเครื่องมือโดยเฉพาะเจาะจงเหมือนเช่นการผลิตในสาขาอื่นๆ การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา แล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคของประเทศ และขึ้นอยู่กับความสามารถของรัฐบาลแต่ละประเทศที่จะใช้กลยุทธ์ในการพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตน

วิลเลียม William, 2009 กล่าวถึงความสำคัญของการสร้างพื้นที่ทางสังคม การเมืองเพื่อการท่องเที่ยวไว้ว่า มีประโยชน์ต่อผลิตผล มันเป็นสิ่งจำเป็นมากกว่า สำหรับการวางแผนการท่องเที่ยวควรวางแผนอย่างระมัดระวัง มนุษย์เป็นผู้ตัดสินใจ และสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดรายได้แก่รัฐและแก้ไข ปัญหาการขาดดุลการค้า มีรายได้ในการจัดเก็บภาษี เกิดการกระจายรายได้สู่ประชากรภายในประเทศ ทำให้เกิดการจ้างแรงงานและสร้างอาชีพ มีการหมุนเวียนของเงินตราอย่างกว้างขวาง มีผู้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน การเที่ยวชมสถานที่ต่างเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น เพิ่มประสบการณ์ของตนเอง และการนันทนาการให้กับชีวิต

1.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความเข้าใจในการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวได้ลึกซึ้ง ทั้งนี้นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

พยอม ธรรมบุตร, 2549 กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคงแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับสนามบิน ตัวเมือง สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ทั้งถนน ทางหลวง และเครือข่ายคมนาคม
2. ที่พักแรม การสร้างที่พักอาศัยถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวจะต้องพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท บริการอาหารและเครื่องดื่มในโฮสเทล (Home Stay) และแค้มป์ ฯ
3. แหล่งท่องเที่ยว เป็นหัวใจขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเพราะเป็นสถานที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม หรืองานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าของบ้าน
4. กิจกรรม มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแสวงหาประสบการณ์ จึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ดังเช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การจับปลา การกรีดยาง การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

Mc Intosh Goeldner & Ritchie, 2007 กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวอันเป็นพื้นที่ทางสังคมการเมือง โดยแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่อาณาบริเวณสามารถใช้ประโยชน์เพื่อให้ความบันเทิงใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบหลักในกลุ่มนี้ ได้แก่ อากาศ ภูมิประเทศ พืชพันธุ์ไม้ แหล่งน้ำ ชายหาด ความสวยงามตามธรรมชาติและ สภาพแวดล้อมอื่นๆ
2. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้เกิดขึ้นจากการสร้างและการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบประปา ระบบไฟฟ้า ระบบการกำจัดของเสีย รวมถึงสิ่งก่อสร้างที่เป็นเครื่องอำนวยความสะดวก เช่น ทางด่วน ถนน ที่จอดรถ สนามบิน สถานีขนส่ง โรงแรม ที่พัก ร้านค้า ศูนย์การค้า ศูนย์กลางความบันเทิง พิพิธภัณฑ์
3. การคมนาคมขนส่ง (Transportation) การพัฒนาระบบการขนส่งเพื่ออำนวยความสะดวกการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ท่าเรือ สนามบิน สถานีรถไฟและรถโดยสารประจำทาง และรถยนต์นั่งส่วนบุคคล เป็นต้น

4 ทรรศนคติทางวัฒนธรรม (Hospitality and Cultural Resources) ซึ่งรวมทุกสิ่งที่เป็นความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ เช่น การให้บริการของพนักงานบริษัทท่องเที่ยว เช่น กรณีของไทย คือ มิตรภาพ ความใจดี และยิ้มแย้มแจ่มใส

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบด้านการคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ รวมทั้งความมีมิตรไมตรีของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ด้วยเพื่อช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและมีความสุข

1.1.4 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

หน่วยงานและนักวิชาการกล่าวถึงประเภทแหล่งท่องเที่ยว หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ภัทรพร สมเสมอ และคณะ, 2556 ศิวาพร พยัคฆนันท์, 2560 ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540 กล่าวถึงประเภทแหล่งท่องเที่ยว หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 9 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ประสงค์จะเข้าสู่เกิดการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และการเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental tourism) การท่องเที่ยวประเภทนี้คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์กล่าวคือ เป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากแดนไกล ให้เข้ามาท่องเที่ยว แต่ข้อนี้จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นที่พิภพที่อยู่ในกลุ่มนี้รวมการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์พักแรม

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และการเข้าร่วมในวิถีชีวิตเก่าที่กำลังจะสูญหายไปใบบางท้องถิ่นเพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติความเป็นมาการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดงศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีและงานเทศกาล เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical tourism) เป็นการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน ทั้งพระราชวัง สิ่งก่อสร้างทางปราสาท ป้อมปราการ อนุสาวรีย์ต่างๆ และศาสนสถาน เช่น วัด โบสถ์ เจดีย์ ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business tourism) มีลักษณะเป็นการประชุมหารือพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เข้ามาไว้ด้วยกัน เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น หรืออุตสาหกรรมและหัตถกรรม เช่น ทำเครื่องเงิน จักสาน ทอผ้า ทำร่ม ปั่นหม้อ ปั่นโอง เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational tourism) เป็นการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก เป็นต้น การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นมาเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการแก่หน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงานประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และเพื่อนันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งหมด

8. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relatives) เป็นการท่องเที่ยวที่นิยมของชาวต่างชาติในช่วงเทศกาลคริสตมาสเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนรุ่นราวคราวเดียวกัน เคยศึกษา เคยอบรมด้วยกัน ส่วนสังคมไทยนิยมไปเยี่ยมญาติในวันเทศกาลสำคัญมีวันหยุดหลายวัน เช่น วันสงท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น

9. การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport) เป็นการเดินทางเข้าไปร่วมแข่งขันกีฬา หรือร่วมชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ที่จัดการแข่งขันกีฬาในพื้นที่นั้น ในฐานะแขกผู้มาเยือนการจัดการแข่งขันกีฬา เช่น กีฬาเยาวชน กีฬาภาค กีฬาเขต เป็นต้น

สมิธ (Smith. V.L. 1977 : 2-3) กล่าวถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ

1 การท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเกต และศึกษาการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการดำรงชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์

2 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสและบางครั้งก็เข้าร่วมใช้ชีวิตตามแบบแผนเก่าที่ได้สูญหายไปเกือบหมดแล้ว

3 การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มีความรุ่งเรืองในอดีต เช่น โบราณสถานพิพิธภัณฑน์ วัด เป็นต้น เพื่อศึกษาถึงประวัติศาสตร์และเรื่องราวในอดีตกาล

4 การท่องเที่ยวทางสิ่งแวดล้อม (Environment Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่การท่องเที่ยวทางสิ่งแวดล้อม

มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอยู่ที่สวยงามตามธรรมชาติและสภาพแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นเรื่องชาติพันธุ์มนุษย์

5. การท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สถานที่ท่องเที่ยวจะมีสภาพแวดล้อมที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลาย สบายใจ เช่น ทะเล หาดทราย น้ำตก สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยม หรือสนามเทนนิสชั้นเลิศ เป็นต้น

6 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่นชัดการประชุม การอบรม หรือการสัมมนา แหล่งท่องเที่ยวทางธุรกิจมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เข้ามาไว้

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาประเภทแหล่งท่องเที่ยว หรือการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นโดยย้อมมีอยู่สามประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural based Tourism) ถือเป็นการพัฒนาสถานที่ทางธรรมชาติเพื่อให้บริการเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีทั้งสถานที่ทางบก และสถานที่ทางทะเล หรือสถานที่ป่าเขาจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) เป็นการพัฒนาสถานที่ชุมชนสังคมเมืองหรือสังคมท้องถิ่นที่โดดเด่นมาจัดบริการการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Special interest Tourism) หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการพัฒนาเป็นสถานที่พิเศษเกิดการพัฒนางานเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริการบันเทิง บริการสินค้า ทำให้เกิดรายได้ต่อการพัฒนาพื้นที่

1.1.5 กระบวนการปรับตัวของแหล่งท่องเที่ยว

กระบวนการปรับตัวของแหล่งท่องเที่ยว หรือการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่ง พงศ์พล เรืองรอง, 2558 วิจัยการปรับตัวทางสังคมและวัฒนธรรมของชนเผ่าม้งในเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีอยู่ 3 กระบวนการ คือ

1. การปรับตัวด้านอาชีพ จากเดิมมีการประกอบเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก เป็นการปรับตัวแหล่งท่องเที่ยวมาเป็นอาชีพขายของที่ระลึกเป็นหลัก
2. การปรับตัวด้านความเชื่อ เป็นการนำความเชื่อเรื่องผี หรือการนับถือผีมาสู่การเย็บเป็นตุ๊กตาจำหน่ายเป็นของที่ระลึก จากเดิมชาวม้งจะเคารพความเชื่อเรื่องผีอารักษ์และวิญญาณบรรพบุรุษมาก มีการปรับตัวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมใหม่ เป็นกระบวนการในการปรับเปลี่ยนความเชื่อ หรือทัศนคติให้เข้ากับสภาพวิถีชีวิต
3. การปรับตัวด้านทัศนคติที่มีต่อนักท่องเที่ยว เดิมเด็กชาวม้งมีทัศนคติว่าการประกอบอาชีพในเมืองจะได้เงินดีกว่าการทำเกษตรกรรม รวมทั้งการเรียนรู้ภาษาอังกฤษทำให้มีโอกาสที่ดีกว่าในการประกอบอาชีพขายของที่ระลึก การเข้ารับร่ำจ้าง รวมไปถึงการเป็นไกด์นำเที่ยว

มีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวในเรื่องของรายได้จากการบริการท่องเที่ยว เช่น ขับรถโดยสาร สามล้อเครื่อง รวมไปถึงไกด์นำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ในช่วงเทศกาลรายได้จะเพิ่มเป็นหลายเท่าตัว

กล่าวโดยสรุป กระบวนการปรับตัวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอยู่ 5 กระบวนการ ได้แก่ การปรับตัวด้านความเชื่อ การปรับตัวด้านทัศนคติ การปรับตัวด้านอาชีพ การปรับตัวด้านสภาพแวดล้อม และการปรับตัวด้านการจัดการ เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้นำดำเนินการท่องเที่ยวเอง

1.1.6 ปัจจัยการปรับตัวของแหล่งท่องเที่ยว

หน่วยงานรัฐ หรือนักวิชาการกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวแหล่งท่องเที่ยว หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ มีดังนี้

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558 กล่าวถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคตได้ เป็นประเด็นการเตรียมพร้อมรองรับจากภาวะความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของประเทศไทย เพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ ที่จะเกิดขึ้นจากภาวะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยสรุปกระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจจะเกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้ดังนี้

1. กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นการเชื่อมโยงของโลกได้ส่งผลกระทบต่อถึงกันหมดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีและการเคลื่อนย้ายของแรงงาน (Workforce flow) การรวมตัวกันของประเทศต่างๆ ในการเพิ่มอำนาจต่อรอง การไหลเวียนเงินทุน การขยายขอบเขตตลาด ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนมุมมองพัฒนาตัวเอง เพื่อรับกับคู่แข่ง คู่ค้า และลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

2. สังคมสูงวัย (Aging Society) หลายประเทศก้าวสู่สังคมสูงวัย โดยเฉพาะลูกค้าหลักของไทย คือ กลุ่มยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงประเทศไทยเองกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยในปี 2030 และจาก การคาดการณ์ขององค์การสหประชาชาติสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.2 ในปี พ.ศ.2533 เป็นร้อยละ 11.7 ในปี พ.ศ.2556 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงถึง ร้อยละ 21.1 ในปี พ.ศ.2593 ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อแรงงานที่อาจจะขาดแคลนในบางสาขา โครงสร้างประชากรและวัยแรงงาน ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีขนาดใหญ่ขึ้น

3. สังคมเมือง (Urbanization) การเพิ่มขึ้นของเมืองใหญ่ หรือการเกิดเมืองใหญ่ทั่วโลกนำมาซึ่งความเจริญและโอกาสทางธุรกิจ แต่ก็มีผลกระทบตามมาเช่นกัน ได้แก่ ความแออัดของชุมชน ปัญหาขยะมลพิษ ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ในมุมมองด้านการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดการกลืนวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมแพชั่นเกาหลีได้ร้านอาหารต่างประเทศ อาจเกิดการสูญเสียความเป็นท้องถิ่นของชุมชน มีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง นอกจากนี้ ยังเกิดการกระจุกตัวของคนใน

ชุมชนเมืองทำให้หลายเมืองที่บริหารจัดการไม่ดีไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งที่มีโอกาส และเสน่ห์ของเมืองจะสูญเสียไปจากสิ่งก่อสร้างที่คล้ายกันของเมืองใหญ่

4. ชีวิตดิจิทัล (Digital lifestyle) มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น เพราะค่านิยมต่อโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน (Smart phone) ที่ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร แต่ยังสามารถใช้บริการข้อมูล (Data) ในระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สามารถค้นหาข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยว ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ที่อยากไปเที่ยวชม แต่ยังสามารถทำการจองได้โดยทันที (Real time) ในปัจจุบันผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นอย่างมาก ตั้งแต่การให้บริการด้านข้อมูล การจอง และการซื้อขาย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมตัวและเดินทางด้วยตนเองได้ง่ายกว่าเดิมมาก

5. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยการท่องเที่ยวมากขึ้น ประกอบกับการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาด การก่อการร้าย การชุมนุมประท้วง และภัยพิบัติทางธรรมชาติ จากวิกฤตทางการเมืองในประเทศไทย หรือผลของการระบาดของโรค SARS และไข้หวัดนก ส่งผลกระทบนักท่องเที่ยวทั่วโลกลดลง

6. สายการบินต้นทุนต่ำส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การให้เปิดบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) และการแข่งขันที่สูงในธุรกิจการบิน ส่งผลให้ค่าโดยสารมีราคาถูกลงกว่าเดิมมาก โดยเฉพาะบัตรโดยสารราคาพิเศษสำหรับการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low season) นอกจากจะส่งผล กระตุ้นให้มีการเดินทางเพิ่มขึ้น เพิ่มการกระจายตัวของการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจก่อนการเดินทาง (Last minute) เพิ่มขึ้น จากการศึกษาของแอร์ไลน์ โปรไฟล์ (Airline profiler) พบว่าในปี ค.ศ. 2013 ร้อยละ 23 ของผู้โดยสารเครื่องบินทั่วโลก เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราที่นั่งที่ขายได้โดยเฉลี่ยสูงกว่าสายการบินมาตรฐาน แต่โดยภาพรวมผู้โดยสาร มีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากสายการบินมาตรฐาน (Full service Airlines) มากกว่าที่ได้รับในสายการบินต้นทุนต่ำสะท้อนให้เห็นว่ามากกว่า 1 ใน 5 ของผู้โดยสารเครื่องบิน ให้ความสำคัญต่อราคามากกว่าความสะดวกสบาย และสายการบินต้นทุนต่ำมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

7. การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environment) ผลกระทบจากการทำลาย สภาพแวดล้อม การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ทำให้โลกได้รับผลกระทบและเป็นต้นเหตุของภัยพิบัติที่เพิ่มมากขึ้น หลายประเทศได้ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและนำมาสู่ภาคปฏิบัติมีสนธิสัญญา ด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและแนวทางปฏิบัติจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวเริ่มให้ ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อ

เรื่องของสิ่งแวดล้อมกลายเป็นปัจจัยที่หลายประเทศ แสดงจุดยืนและหาแนวทางการร่วมมือและจัดทำเป็นแผนระดับชาติและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใช้เรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

8. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economic Community : AEC) ทำให้อาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงสุดในโลกมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2548-2556 ร้อยละ 8.5 ภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น แนวโน้มการเจริญเติบโตของภูมิภาคอาเซียนจะกลายเป็นองค์การทางภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความสำคัญและทั่วโลกต่างจับตามอง เป็นความท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่จะใช้ประโยชน์จากตลาดที่ใหญ่ขึ้นในความร่วมมือในระดับภูมิภาคเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียนกับปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปริมาณนักท่องเที่ยวในประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ซึ่งประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน เมื่อเปิดประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน และการเปิดเสรีภาคทางการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

9. การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) แนวโน้มนักท่องเที่ยวจะสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์กิจกรรมที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษดังกล่าว

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวแหล่งท่องเที่ยว หรือพื้นที่ท่องเที่ยวมีหลายด้าน ปัจจัยบางตัวย่อมส่งผลกระทบในทางดี ทำให้เกิดการตื่นตัวการท่องเที่ยวมากขึ้น และการสนับสนุนการท่องเที่ยวด้วยการจัดสายการบินต้นทุนต่ำ จัดทำระบบสารสนเทศรองรับการท่องเที่ยว และสร้างกิจกรรมพิเศษทางการท่องเที่ยวให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยว

1.1.7 การจัดการแหล่งท่องเที่ยว

นักวิชาการได้กล่าวถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยว หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่ง ศิริ ฮามสุโทธิ์, 2543 การพัฒนาท่องเที่ยวที่สร้างแรงจูงใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม “The European Center for Traditional and Regional

Cultures หรือ ECTARC” Richards, 1995 โดยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจ นักท่องเที่ยว หรือสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 12 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มี ลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น หรือพื้นที่ อาจจะเป็นเรื่องราวทาง วัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ มีความพร้อมทางการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นขึ้นมา มีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ เกี่ยวกับระบบนิเวศ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ตอบสนอง ความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่เกิดขึ้น ซึ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถจัดพัฒนาเพิ่มเติมรูปแบบ หรือกิจกรรมได้อีก มากมายตามความนิยมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถให้ ความรู้และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ดี ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่ง ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึงแหล่ง ท่องเที่ยวที่เปิดใช้เพื่อความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึง สถานที่ หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่มาก หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ ดังเช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึงสถานที่เปิด ใช้เพื่อจัดการท่องเที่ยวเฉพาะ โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวมา เยื่อน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติอาจจะงตามธรรมชาติ ตามความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัมฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือ สภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้การพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ความสนุกสนาน รื่นรม บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา

ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิง หรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก สวนสาธารณะลักษณะ และสนามกีฬา เป็นต้น

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดมาเป็นมรดกทางสังคมที่สืบทอดต่อกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเฝ้า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน หมายถึงสถานที่แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติที่เปิดใช้การท่องเที่ยว มีพัฒนาศักยภาพและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติอย่างชัดเจน กำหนดมาตรฐานความจำเป็นเพื่อการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากแหล่งน้ำพุร้อนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หากไม่มีการกำหนดมาตรฐานกิจกรรมที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานรับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นเครื่องมือการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึงสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยมีชายหาดแหล่งใดแหล่งหนึ่ง เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาจส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย โดยจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึงสถานที่เปิดใช้เพื่อบริการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาจส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก

ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึงสถานที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาจจะมีกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึงสถานที่ที่เป็นเกาะแก่งที่เกิดขึ้นมาโดยธรรมชาติ มีการพัฒนาเปิดใช้เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งสถานแก่ทางทะเล หรือแก่งทางแม่น้ำ สามารถสร้างแรงดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างหนึ่ง

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึงสถานที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีการจัดกิจกรรมบริการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า อาจจะมีกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยววันนั้น ผู้ที่จะทำพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพ ต้องรู้จักเลือกสรรทั้งต้นทุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ภูมิทัศน์การเดินทางเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งอาหารการกิน หรือแหล่งสันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำให้ผู้คนสนใจเดินทางเข้ามาพักผ่อนจนเกิดรายได้เข้าสู่ชุมชน

1.2 แนวคิดการประดิษฐ์สร้างสรรค์

แนวคิดการประดิษฐ์สร้างสรรค์ เป็นแนวคิดหนึ่งสนับสนุนพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่ และการสร้างสรรค์ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยว เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ทางสังคม หรือคติชนแบบ “ของดั้งเดิม” หรือ “วิถีดั้งเดิม” (Authenticity) ภาพแทน (Representation) เป็นแนวคิดที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ หรือประเพณี ประดิษฐ์ เพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นการเลียนแบบไม่ใช่ ธรรมชาติ มีนัยยะของการทำเทียม หรือทำปลอม (Fake lore) ไม่ใช่ของแท้ หรือความจริงแท้

(Authentic) จึงขาดความน่าเชื่อถือทางสังคม เป็นการทำขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เพื่อความสวยงาม เพื่อประดับตกแต่ง หรือเพื่อประโยชน์ใช้สอยอื่นๆ

1.2.1 ความหมายประเพณีประดิษฐ์

คำว่า ประเพณีประดิษฐ์ หรือประเพณีประดิษฐ์กรรม หรือพิธีกรรมประดิษฐ์ พัฒนามาจากคำล้อเรียนเพื่อให้เหมือนกับแนวคิดโลกตะวันตก ซึ่ง ศิราพร ณ กลาง, 2558 กล่าวถึง ประเพณีประดิษฐ์เป็นคำศัพท์ที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Invented Tradition หรือ Invention of tradition เป็นแนวคิดของอีริช ฮอบสบอม (Eric Hobsbawm) คิดขึ้นมาใช้เพื่อสร้างประเพณีประดิษฐ์ใหม่ เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่มาจากแนวนโยบายของรัฐบาล เช่น ประเพณีการร้องเพลงเคารพธงชาติ ประเพณีการสร้างอนุสาวรีย์เพื่อระลึกถึงการสร้างชาติ เป็นต้น ซึ่งฮอบสบอมต้องการชี้ให้เห็นว่าการประดิษฐ์สร้างประเพณีใหม่ได้ และประเพณีหลายอย่างในสังคมเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้เอง แต่วิธีประเพณีประดิษฐ์สร้างมักอิงเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมเดิมจนผู้คนคิดว่าเป็น “ประเพณีเก่า” ที่มีมานานแล้ว จากปรากฏการณ์ร่วมทางสังคมวัฒนธรรม โดย ศิราพร ณ กลาง, 2558 ได้นิยามคำว่าประเพณีประดิษฐ์ไว้ในหนังสือ “ประเพณีสร้างสรรค์ในสังคมไทย” เพื่อช่วยให้ผู้ศึกษาสามารถเข้าใจถึงแก่นแท้ ความหมาย และลักษณะประเพณีประดิษฐ์อย่างชัดเจนว่า “สิ่งที่เรียกว่าประเพณีประดิษฐ์ เป็นประเพณีใหม่ที่มีรูปแบบเนื้อหา หรือวัตถุประสงค์ใหม่ ในการจัดที่ไม่เคยมีมาก่อนใน “พื้นที่” นั้น ไม่ว่าจะเป็พื้นที่ในระดับชุมชน อำเภอ จังหวัด หรือภูมิภาค อาจเป็นไปได้ทั้งการประยุกต์ประเพณีเดิมแล้วนำมาประดิษฐ์สร้างประเพณีมีความหมายใหม่เพื่อนำเสนอในบริบทใหม่ หรือเป็นการสร้างประเพณีใหม่ ที่มักสร้างขึ้นโดยอ้างอิงฐานความเชื่อเดิมที่มีอยู่ในวัฒนธรรม และมักเป็นประเพณีที่พอจะบอกช่วงเวลาที “ประดิษฐ์” ได้ด้วย

เมื่อพิจารณาคำนิยามการใช้ หรือสร้าง “พื้นที่” ของประเพณี หรือพิธีกรรมมาประกอบการศึกษาสามารถช่วยให้เข้าใจความเป็น “ประเพณีประดิษฐ์” ในสังคมไทยอย่างลุ่มลึก และสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ในมิติต่างๆ ที่ประกอบสร้างประเพณีประดิษฐ์ อันคาดเดาได้ถึงการดำรงอยู่ หรือการสิ้นสุดในอนาคต ในแง่การศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมผ่านแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ของประเพณีประดิษฐ์ โดย ศิราพร ณ กลาง, 2556 แสดงทัศนะการขยายมุมมองให้นักวิชาการโดยเฉพาะนักคติชนวิทยานับประเพณีประดิษฐ์ใหม่ที่สร้างขึ้นอีกมากมายในสังคมทั้งโดยภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคประชาชนเข้ามาอยู่ในขอบเขตการศึกษา “คติชนสร้างสรรค์” ทำให้สามารถวิเคราะห์ “วิธีการ” การประดิษฐ์ประเพณีในปัจจุบันรวมถึง “วิธีคิด” การประดิษฐ์ประเพณีที่วางอยู่บนรากฐานทางความเชื่อ ศาสนาและวัฒนธรรมในอดีตมาน้อยเพียงไร

เมธาวี ศิริวงศ์, 2556 ประเพณี หมายถึงความประพฤติดของชนหมู่หนึ่งอยู่ในที่แห่งหนึ่ง ถือเป็นแบบแผนปฏิบัติสืบต่อกันมานาน ถ้าใครในหมู่ประพฤติดออกนอกแบบก็ผิดประเพณี

หรือผิดจารีตประเพณี คำว่า ประเพณี ตามพจนานุกรมภาษาไทยฉบับบัณฑิตยสถานหมายความว่า ขนบธรรมเนียมแบบแผน ซึ่งสามารถแยกคำต่างๆ ออกได้เป็น “ขนบ” มีความหมายว่า ระเบียบแบบอย่าง “ธรรมเนียม” มีความหมายว่า สิ่งที่นิยมใช้กันมา เมื่อนำมารวมกันแล้วมีความหมายว่า ความประพฤติที่คนส่วนใหญ่ ยึดถือเป็นแบบแผนเพื่อทำการปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นต้นแบบที่จะให้คนรุ่นต่อไปได้ประพฤติปฏิบัติตามกันต่อไป ดังนั้น ประเพณี หมายถึงการประดิษฐ์สร้างระเบียบแบบแผนที่กำหนดพฤติกรรมทางสังคมที่คนในสังคมยึดถือปฏิบัติสืบกันมา ถ้าคนใดในสังคมนั้น ผ่าฝืนมักถูกตำหนิจากสังคม

กล่าวโดยสรุป ความหมายประเพณีประดิษฐ์เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมการเมืองเพื่อการปฏิบัติอยู่ร่วมกันมาจากความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดพื้นที่แห่งความเชื่อ ความศรัทธา ความพึงพอใจทางสังคมวัฒนธรรมร่วมกันมาสร้างระเบียบแบบแผนการปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมจนเกิดเป็นพื้นที่ทางการเมืองในอาณาบริเวณใดบริเวณหนึ่ง

1.2.2 ลักษณะการประดิษฐ์สร้างสรรค์

ลักษณะการประดิษฐ์สร้างสรรค์ในสังคมไทยถูกนำมาเผยแพร่อย่างเป็นระบบ เมื่อปี พ.ศ.2543 โดยกระทรวงมหาดไทยได้จัดทำหนังสือ “75 เทศกาล งานประเพณีทั่วไทยที่คนไทยต้องไปสักครั้ง” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวในความเป็นมาทางสังคมไทย ผ่านเทศกาลงานประเพณีประดิษฐ์ที่สำคัญทั่วประเทศเพื่อให้คนไทยตระหนักถึงมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าและรักษาไว้คงอยู่สืบไป ซึ่ง ศิราพร ณ กลาง, 2558 กล่าวว่าประเพณีประจำจังหวัด แต่ละจังหวัดมีทั้งประเพณีที่มีมาตั้งแต่เดิมและประเพณีที่ประดิษฐ์สร้างขึ้นใหม่จนกลายเป็นประเพณีประจำจังหวัด แต่ละจังหวัดมักอ้างว่าเป็นประเพณีดั้งเดิมที่ทำมาช้านานแล้ว หากจะใช้ที่มาและวิธีคิดของการนำเสนอการประดิษฐ์สร้างประเพณีในแต่ละจังหวัดเป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มประเพณีประดิษฐ์สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท มีดังนี้

1. ประเพณีทางพระพุทธศาสนา เช่น แห่ผ้าขึ้นธาตุ (นครศรีธรรมราช) ปอยส่างลอง (แม่ฮ่องสอน) และตักบาตรเทโวโรหณะ (อุทัยธานี) เป็นต้น
2. ประเพณี 12 เดือน การประดิษฐ์ประเพณีประจำปีแต่กำหนดช่วงเวลาจัดในเดือน เช่น ปีใหม่เมือง (เชียงใหม่) เผาเทียนเล่นไฟ (สุโขทัย) ไหลเรือไฟ (นครพนม) บุญบังไฟ (ยโสธร) แห่เทียนพรรษา (อุบลราชธานี) และชักพระ (สุราษฎร์ธานี)
3. ประเพณีทางวัฒนธรรม การประดิษฐ์ประเพณีขึ้นมาเพื่ออาชีพ หรือฤดูกาลของพื้นที่ทางสังคม เช่น ประเพณีแข่งเรือยาว (น่าน พิจิตร พิษณุโลก) ประเพณีวิ่งควาย (ชลบุรี) งานนมกรรมโปงลาง แพรวากาฬสินธุ์ การแข่งขันนกเขาชวา (ยะลา) และแข่งขันวัวประเพณี (สตูลบุรีรัมย์)

4. ประเพณีประติษฐานในสังคมไทยบนพื้นฐานทางพระพุทธศาสนา เช่น เวียนเทียนกลางน้ำ (พะเยา) บุญผะเหวด (ร้อยเอ็ด) แห่งเทียนพรรษา (อุบลราชธานี นครราชสีมา)

5. ประเพณีประติษฐานมาจากประวัติศาสตร์ของชาติ เช่น งานสวดตีวีรชนชาวบ้านบางระจัน (สิงห์บุรี) งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (สุพรรณบุรี) และงานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี (นครราชสีมา) ประเพณีประติษฐานมาจากประวัติศาสตร์ผนวกเข้ากับความเชื่อศาสนา เช่น งานประเพณีนบพระ เล่นเพลงในแผ่นดินพระเจ้าลิไท (กำแพงเพชร) งานขึ้นเขาพนมรุ้ง (บุรีรัมย์)

6. ประเพณีประติษฐานภูมิศาสตร์พื้นที่ เช่น งานเทศกาลเชียงรายดอกไม้บ้าน (เชียงราย) งานเทศกาลอนุรักษ์เต่าทะเล (พังงา) งานเปิดโลกทะเล (ชุมพร) วิวาทใต้สมุทร (ตรัง)

เมธาวิ ศิริวงศ์, 2556 กล่าวถึงลักษณะประเพณีทางสังคมระดับประเทศชาติ มีทั้งประสมกลมกลืนเป็นอย่างเดียวกัน และผิดแตกต่างกันไปตามความนิยมท้องถิ่น แต่มีจุดประสงค์และวิธีการปฏิบัติเป็นอันเดียวกัน เพราะประเพณีในสังคมมักมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนาและพราหมณ์ จึงทำให้ประเพณีเป็นบ่อเกิดเอกลักษณ์ ค่านิยม ความเชื่อของคนในสังคมต่อสิ่งมีอำนาจเหนือมนุษย์ เช่น ดิน ฟ้า อากาศ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ทราบสาเหตุ มนุษย์จึงต้องอ่อนน้อมร้องขอในสิ่งที่ตนคิดว่าจะช่วยเหลือได้ พอภัยผ่านพ้นไปมนุษย์จึงแสดงความเคารพด้วยการทำพิธีบูชาตามความเชื่อ และความรู้ จนสังคมส่วนใหญ่ยึดถือปฏิบัติเป็นธรรมเนียมเป็นระเบียบแบบแผน และทำสืบต่อกันจนกลายเป็นประเพณีของสังคมขึ้นมา ดังนั้นประเพณีประติษฐานทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. จารีตประเพณี หรือกฎศีลธรรม เป็นสิ่งที่สังคมใดสังคมหนึ่งยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาอย่างมั่นคง เป็นเรื่องของความผิดถูกและเรื่องของศีลธรรมเข้ามาาร่วมด้วย ดังนั้น สมาชิกในสังคมต้องทำ ผู้ใดฝ่าฝืนถือว่าเป็นผิดเป็นชั่วจะต้องถูกตำหนิ หรือลงโทษจากสังคม เช่น ลูกหลานต้องเลี้ยงดูพ่อแม่เมื่อท่านแก่เฒ่า ถ้าใครไม่เลี้ยงดูถือว่าเป็นคนเนรคุณ หรือลูกอกตัญญู จารีตประเพณีของแต่ละสังคมนั้นย่อมไม่เหมือนกัน เพราะมีค่านิยมที่ยึดถือต่างกัน การนำเอาจารีตประเพณีของตนไปเปรียบเทียบกับของคนอื่นแล้วตัดสินว่าดี หรือเลวกว่าของตนย่อมเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง เพราะสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อของแต่ละสังคมนั้นแตกต่างกันไป

2. ขนบประเพณี หรือสถาบัน เป็นระเบียบแบบแผนสังคมกำหนดไว้ให้สมาชิกยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ทางตรง ได้แก่ ประเพณีที่มีการกำหนดเป็นระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติอย่างชัดเจนว่าบุคคลต้องปฏิบัติอย่างไร เช่น โรงเรียนต้องมีผู้สอน มีผู้เรียน มีระเบียบการรับสมัคร การเข้าเรียน การสอบไล่ เป็นต้น ทางอ้อม เป็นประเพณีที่รู้จักกันโดยทั่วไป ไม่ได้วางระเบียบไว้แน่นอน แต่ปฏิบัติไปตามคำบอกเล่า หรือตัวอย่างจากที่ผู้ใหญ่ หรือบุคคลในสังคมปฏิบัติ เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการเกิด การตาย การแต่งงาน เป็นประเพณีเกี่ยวกับชีวิต หรือประเพณีเกี่ยวกับเทศกาล การขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น

3. ธรรมเนียมประเพณี เป็นประเพณีเกี่ยวกับเรื่องที่สามารถควรทำไม่มีระเบียบแบบแผนเหมือนขนบประเพณี หรือมีความผิดถูกเหมือนจารีตประเพณีเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ทุกคนต้องปฏิบัติกันจนเกิดความเคยชิน และไม่รู้สึกรู้สีกเป็นภาระหน้าที่ เพราะเป็นสิ่งที่มีความนานและใช้กันอย่างแพร่หลาย ส่วนมากเป็นมารยาททางสังคม เช่น การแต่งกาย การพูด การรับประทานอาหาร ฯ ธรรมเนียมประเพณีเป็นเรื่องที่ทุกคนควรทำแม้มีผู้ฝ่าฝืน หรือทำผิดก็ไม่ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญแต่อาจถูกตำหนิว่าเป็นคนไม่ได้รับการศึกษา ไม่มีมารยาท ไม่รู้จักกาลเทศะ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ลักษณะการประดิษฐ์สร้างสรรค์ประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมเป็นการออกแบบแผนทางสังคมก่อให้เกิดจารีตประเพณี และขนบธรรมเนียมประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมขึ้นมา ถือเป็นปฏิบัตินี้ร่วมกันจนกลายเป็นจารีตประเพณีทางสังคมวัฒนธรรม หรือกิจกรรมการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ทางสังคม

1.3.3 คุณค่าของประเพณีประดิษฐ์

คุณค่าของประเพณีประดิษฐ์ (Invented tradition) เป็นแนวคิดประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ซึ่ง ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2556 กล่าวถึงข้อถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องประเพณีประดิษฐ์ในงานของ อันดริว บัคเซอร์ (Andrew Buckser, 1998) ชาร์เลส แอล บริกส์ (Charles L. Briggs. 1996) เสลิชา ชิง ชาน (Selina Ching Chan. 1998) ทำให้แนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์เป็นที่น่าสนใจของสังคมมากยิ่งขึ้น ความน่าสนใจในงานของบัคเซอร์เป็นการกล่าวถึงความพยายามต่อสู้กับภัยคุกคามที่มาจากสังคมโลกสมัยใหม่ของชุมชนท้องถิ่นในหมู่เกาะแห่งหนึ่งที่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศเดนมาร์ก ด้วยการนำเอาสังคมวัฒนธรรมและประเพณีที่ชาวลัทธิล่าอาณานิคมมองว่าเก่าและล้าสมัยมาสร้างพื้นที่ทางการเมืองกลายเป็นอาวุธในการต่อสู้กับศัตรูหรือผู้รุกราน ซึ่งไม่ต่างอะไรกับการที่ชาวยิวที่หนีสงครามจากนาซีที่ต้องสร้างอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อรักษาความอยู่รอดเผ่าพันธุ์ ท่ามกลางการดำรงชีพทางสังคมใหม่ในประเทศเดนมาร์ก โดยงานเขียนดังกล่าวบัคเซอร์ได้ชี้ให้เห็นถึงกลุ่มชาวยิวผู้ที่อยู่ภายใต้อำนาจได้เสนอทางเลือกต่อสังคมตนเองที่กำลังจะถูกทำลายล้าง (Subvert) ด้วยการนำเอาอดีตมาสร้างประเพณีประดิษฐ์ใหม่

การจัดกิจกรรมทางเลือกของกระบวนการพื้นที่ทางการเมืองเพื่อต่อต้านลัทธิล่าอาณานิคมของอันดริว บัคเซอร์ (Andrew Buckser, 1998) ในงานเขียนของบัคเซอร์ ศึกษาถึงการสร้างวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์วาร์โร (Warro) ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศเวเนซุเอล่าตามแนวคิดของฮอบสบอมมองว่า ประเพณีประดิษฐ์มักถูกสร้างจากฝ่ายรัฐบาลหรือไม่ก็ฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่ารัฐ แต่ในงานของบัคเซอร์กลับเสนอว่า แท้จริงแล้วคนในท้องถิ่นหรือผู้ที่ตกอยู่ใต้อำนาจของรัฐบาลมีสิทธิที่จะสร้างประเพณีประดิษฐ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองให้กลุ่มของตนเอง ดังเช่นกรณีที่ชาวลัทธิล่าอาณานิคมนำแนวคิดแบ่งแยกเขตแดนมาใช้กับชนพื้นเมืองเผ่าต่างๆ เพื่อมุ่งหวังให้เป็นพรมแดนประเทศที่ชัดเจนและแยกขาดจากกัน ไม่เพียงแต่ทำให้

เกิดความขัดแย้งระหว่างชนเผ่าเท่านั้น หากยังบานปลายความขัดแย้งถึงคนขาวด้วย จนทำให้คนพื้นเมืองพยายามรื้อฟื้นอัตลักษณ์ของชนเผ่า (Tribal Identities) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการปกป้องความเป็นกลุ่มตนเอง เมื่อต้องการเผชิญกับการถูกกลืนหรือสิทธิทางอาณาเขตจากคนขาวและกลุ่มคนท้องถิ่นด้วยตนเอง (Ranger, 1983) ซึ่งลักษณะดังกล่าวชาลมีมูมองที่คล้ายกันว่า การสร้างประเพณีประดิษฐ์มักกลายเป็นอาวุธที่สะท้อนออกมาจากสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มคนในท้องถิ่น ในท้ายที่สุดทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม ดังนั้นประเพณีประดิษฐ์จึงเป็นเรื่องราวของการที่สมาชิกในสังคมพยายามตีความประวัติศาสตร์ให้เกิดความต่อเนื่อง เพื่อที่คนท้องถิ่นจะได้นำไปใช้ต่อรองให้สังคมของตนสามารถดำรงอยู่ได้ในโลกสมัยใหม่

แม้ว่าความเป็นประเพณีประดิษฐ์เกิดขึ้นมาในปลายศตวรรษที่ 19 ยังสามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้นทางสังคมในช่วงเวลาที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดีด้วยกาลเวลาที่แปรเปลี่ยนปรากฏการณ์ต่างๆ เริ่มมีความสลับซับซ้อนและยากแก่การหาคำอธิบายมากยิ่งขึ้น ดังเช่น ปรากฏการณ์ประเพณีประดิษฐ์ทางการเมืองเรื่องพื้นที่หัวหิน ได้แก่ การเกิดขึ้นของตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เพลินวาน รวมไปถึงการประดิษฐ์สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ถูกสร้างการเมืองบนพื้นที่ขึ้นมา การให้นิยามคำว่าประเพณีประดิษฐ์ที่ฮอบสบอมกล่าวไว้ว่า “การนำวัตถุดิบโบราณ (Ancient Materials) มาอ้างอิงเข้ากับเหตุการณ์ในอดีตจนเกิดการสร้างประเพณีประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ จึงดูไม่เพียงพอที่จะสร้างคำอธิบายต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แนวคิดเรื่องประเพณีประดิษฐ์ เป็นกรอบแนวคิดหลักนำมาสู่การตีความงานวิจัย ยังมีการตั้งคำถามเกี่ยวกับประเพณีประดิษฐ์ หรือ การประดิษฐ์ประเพณี (Invented tradition or Inventing tradition) ซึ่งฮอบสบอมกล่าวถึงประเพณีประดิษฐ์ว่า ครอบคลุมทั้งประเพณีที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ และการสืบทอดกันมาในสังคมนานแล้ว หรือประเพณีที่ประดิษฐ์ขึ้นมาไม่กี่ปี เช่น ประเพณีของสมาคมฟุตบอล Final Cup ของอังกฤษเป็นสิ่งที่เรียกว่า ประเพณีประดิษฐ์ภายใต้กฎเกณฑ์ คุณค่า และบรรทัดฐานสังคมบางประการที่เป็นที่ยอมรับของหมู่คณะ มักมีพิธีการเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ (ศิริพร ณ ถลาง, 2559)

กล่าวโดยสรุป การสร้างคุณค่าของประเพณีประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่นี้ เป็นแนวคิดของฮอบสบอมเพื่อจะนำเอาจารีตประเพณี ขนบประเพณี และธรรมเนียมประเพณี ทั้งทางชาติพันธุ์ ประเพณีศาสนา และโบราณกาลต่างๆ มาประดิษฐ์สร้างเป็นประเพณีใหม่ทางสังคมวัฒนธรรม จนทำให้ทางสังคมหลงใหล หรือมีความพึงพอใจกับการประดิษฐ์ประเพณีนั้น

1.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือกำเนิดขึ้นในประเทศแถบทวีปยุโรป เรียกว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” แทนคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นทุนทางวัฒนธรรมเกิดการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมใน

ระบบทุนนิยมโลกใหม่เพื่อการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสื่อทางวัฒนธรรม เป็นสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Product) มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการ มองวัฒนธรรมเป็นทุน (Cultural as Capital) มีลักษณะเป็นโกดัง หรือคลังเก็บวัฒนธรรม (Cultural Stale) เพื่อรักษาคุณค่า และความ มั่งคั่งทางวัฒนธรรมไว้ได้

1.3.1 ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นักวิชาการให้ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือคำจำกัดความเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้

อุทิศ ทาหอม, 2561 คิดสร้างสรรค์ หมายถึงความคิดสร้างสรรค์เป็นการยกระดับสติปัญญาเอาความรู้เดิมมาดัดแปลง หรือประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นมา ทั้งนี้ความคิดริเริ่มจะต้องอาศัยความกล้าคิดกล้าลองเพื่อทดสอบความคิดตนควบคู่กับการใช้จินตนาการมีความพยายามที่จะสร้างผลงาน และปัจจัยที่สำคัญเพื่อการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ข้อมูล การสร้างความคิดสร้างสรรค์ผ่านการวิพากษ์วิจารณ์จุดเด่น จุดด้อย พร้อมเสนอแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน ซึ่งกระบวนการสร้างองค์ความรู้ เพื่อนำไปสู่นวัตกรรมได้ในอนาคต เมื่อนำความคิดสร้างสรรค์มาผสมผสานเข้ากับเศรษฐกิจก็จะกลายเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาจากการอาศัยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางภูมิปัญญา ทุนมนุษย์ผสมผสานองค์ความรู้สมัยใหม่กับองค์ความรู้ที่เป็นรากเหง้าของชุมชน ประกอบด้วยสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากร และเศรษฐกิจ ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้เกิดการแก้ไขปัญหาาร่วมกันในชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือนกลไกทางธรรมชาติที่ยกระดับขึ้นมาเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตของชน ผสมผสานมิติของสังคมวัฒนธรรม ความเชื่อ สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจชุมชน เพราะวัฒนธรรมความเชื่อเป็นศูนย์รวมของจิตใจที่สามารถทำให้ผู้คนในสังคมเกิดการเชื่อมร้อยจิตใจให้ยึดถือและปฏิบัติตนอย่างเคร่งครัด วัฒนธรรม ความเชื่อ จึงเป็นกลวิธีที่ส่งพลังและอำนาจให้สังคมเกิดความเข้มแข็ง ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาเชิงบูรณาการที่เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และศาสนา ให้เกิดคุณภาพ ตลอดจนสร้างภูมิคุ้มกันให้กับสังคม

สมบัติ กุสุมาลี, 2554 การสร้างสรรค์มีความหมายหลากหลาย เช่น บางกลุ่มเชื่อว่าความสร้างสรรค์พัฒนาการทางจิตที่แตกต่างกันของมนุษย์ บางกลุ่มเชื่อว่าความสร้างสรรค์เกิดจากกระบวนการทางพุทธิปัญญาของบุคคลหนึ่ง (Cognitive Processes) แต่ในทางตรงกันข้าม บางกลุ่มเชื่อว่าความสร้างสรรค์เกิดมาจากระบวนการและสภาพแวดล้อมทางสังคม (Social environment) บางกลุ่มเชื่อว่าความสร้างสรรค์เป็นเสมือนพรศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับจากพกาฟ้าสุลาสัย (Divine intervention) ด้วยมุมมองที่แตกต่างกัน ทำให้คำนิยามมีความหมายที่แตกต่างหลากหลาย ยากที่บุคคลสามารถให้นิยามความหมายของคำนี้ไปใช้คำนิยามเดียวกัน แม้แต่เชิงจิตวิทยาอันเป็นศาสตร์ที่มีความชำนาญการอย่างสูงในการพัฒนาเครื่องมือวัดมาตรฐานทางจิต ยังไม่สามารถพัฒนา

เครื่องมือ หรือเทคนิควิธีการวัดแนวคิด “ความสร้างสรรค์” ได้อย่างเป็นมาตรฐาน อย่างไรก็ตาม แม้ความคิดสร้างสรรค์ดูเหมือนว่าจะยังไม่มี ความหมายลงตัวทางวิชาการ แต่ในทางปฏิบัติความคิดสร้างสรรค์ได้กลายเป็นนิยามและแนวทางปฏิบัติที่แพร่หลายในแวดวงต่างๆ ทั้งทางด้านศิลปกรรม วรรณกรรม ออกแบบ รวมถึงการบริหารธุรกิจ และการพัฒนาองค์กร เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการนำแนวคิดของบุคคล หรือสังคมกลุ่มต่างๆ มาสร้างสรรค์ทางความคิดเพื่อยกระดับทางปัญญา ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมมองเห็นคุณค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ผสมผสานมิติทางสังคมวัฒนธรรม ความเชื่อ สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจวิถีชีวิตของชุมชน

1.3.2 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552 : 42) กล่าวถึงประเภทอุตสาหกรรมเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยว หรือการจัดการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จัดแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม เป็นต้น จัดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Culture Expression) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลงานและ งานฉลอง เป็นต้น

1.2 กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑน์ ห้องสมุดและการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม จัดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด ภาพแกะสลักหิน รูปปั้น และภาพถ่าย

2.2 ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น

3. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับสังคมกลุ่มใหญ่ จัดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1 งานสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น

3.2 งานโสตทัศน (Audiovisual) เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุและการออกอากาศ และการสื่อสารออนไลน์

4. ประเภทสินค้าและบริการ (Functional Creation) เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน จัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

4.1 กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟฟิก แฟชั่น อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น

4.2 กลุ่มมีเดียใหม่ (New Media) เช่น ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม และเนื้อหาดิจิทัล เป็นต้น

4.3 กลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) เช่น บริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรม และนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา และบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2553 : 33) กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยว่า ยังไม่ได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจน แต่สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้พยายามจัดกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามลักษณะของบัญชีรายได้ของประชาชาติ โดยแบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ งานฝีมือและงานหัตถกรรม (Crafts) งานออกแบบ (Design) แฟชั่น (Fashion) ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film & Video) การกระจายเสียง (Broadcasting) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) ธุรกิจโฆษณา (Advertising) ธุรกิจการพิมพ์ (Publishing) และ สถาปัตยกรรม (Architecture)

กล่าวโดยสรุป ประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสี่กลุ่มใหญ่เกิดการสร้างพื้นที่ทางสังคมแล้วผู้คนในพื้นที่จะต้องรู้จักก่อน เพราะทุกคนในพื้นที่ท่องเที่ยวมีความสำคัญช่วยสนับสนุนกิจกรรมการทำให้เกิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

1.3.3 ความสำคัญเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความสำคัญเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการสร้างเป็นเครื่องมือในการพัฒนาพื้นที่ทางสังคม เพื่อเกิดพื้นที่ทางการเมืองและเศรษฐกิจที่มั่นคงในการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการเพื่อการพัฒนาพื้นที่กล่าวไว้ว่า

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์, 2553 กล่าวถึงความสำคัญเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางสังคมวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่

พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553 กล่าวถึงความสำคัญเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดใหม่เพื่อการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สิน

ทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

คุณากร วาณิชวีรุพห์, 2553 กล่าวถึงความสำคัญความสร้างสรรค์ เป็นการใช้ความคิดใหม่ ความคิดริเริ่มที่ป้อนเข้าไปในกระบวนการ อาจเป็นของใหม่ หรือสิ่งที่คุ้นเคยกันทั่วไปก็ได้ ความสร้างสรรค์เป็นกระบวนการทางประสาทสัมผัสเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็จะมีอารมณ์อีกหลายอย่างตามมา ทำให้ปลื้มเปรมใจยิ่งขึ้น ความสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่อธิบายได้ แต่ให้คำจำกัดความไม่ได้ ความสร้างสรรค์แบบเดิมๆ ไม่ใช่พรสวรรค์ เป็นทักษะความชำนาญประเภทหนึ่ง โดยทั่วไปสามารถเรียนรู้และทำซ้ำได้ ความสร้างสรรค์ไม่ใช่สิ่งเดียวกับนวัตกรรม (Innovation) ความสร้างสรรค์เป็นเรื่องภายใน (Internal) ส่วนบุคคล (Personal) และเป็นอัตวิสัย (Subjective)

กล่าวโดยสรุป ความสำคัญเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกระบวนการเรียนสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือจุดเด่นที่เป็นทักษะความชำนาญทางสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ก่อให้เกิดรูปแบบวัฒนธรรมในพื้นที่ทางการเมืองที่เป็นกิจกรรมของกลุ่มคน เกิดการพัฒนาเป็นเศรษฐกิจเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมา

1.3.4 การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจพื้นที่ทางสังคมถือเป็นทุนดั้งเดิม หรือมรดกทางวัฒนธรรม เป็นทุนหลักในพื้นที่ทางสังคมที่มีอยู่แล้ว ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าไม่ใช่เพียงแค่ทำให้สินค้านั้นมีราคา (Market value) มีรายได้ทางเศรษฐกิจทางการตลาด (Market price) เพราะการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจพื้นที่หมายถึงการจัดกิจกรรมบนพื้นที่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทำให้เกิดรายได้ทั้งทางตรงจากการจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว และรายได้ทางอ้อมเกิดจากการจ้างงาน ประชาชนประกอบกิจกรรมอื่นอีกทำให้มีรายได้ (สุทธิ กระจ่างทอง, 2555) แม้ว่าการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีบทบาทเป็นแค่พระรองจากสินค้า จึงมีแนวความคิดที่ว่าทำอย่างไรจึงสามารถทำให้วัฒนธรรมได้มีการปรับบทบาทจากผู้ถูกกระทำให้เป็นฝ่ายกระทำ มีบทบาทในเชิงรุกมากขึ้นและเป็นการกระทำ การรุกที่ไม่สูญเสียเอกลักษณ์ กลายสภาพเป็นแค่สินค้าและบริการเท่านั้น แต่ให้วัฒนธรรมสามารถดำรงอยู่และเป็นทุนทางสังคม เป็นหนทางสำคัญการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมโดยไม่ต้องสร้างใหม่ หรือปลูกฝังใหม่ภายใต้กระบวนการทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ใช้เป็นต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ เรียกว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในปัจจุบันมีอยู่ 2 สาย ได้แก่ 1) สายเศรษฐศาสตร์การเมือง และสายวัฒนธรรมชุมชน ที่มองในเชิงของระบบเศรษฐกิจ การค้าขายโดยเอารายได้เป็นตัวตั้ง และการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Industry) ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและการท่องเที่ยวที่ประเทศในแถบยุโรปและเอเชียหลายประเทศก็ดำเนินกิจกรรมโดยใช้แนวความคิดนี้ และ 2) นักมานุษยวิทยาและนักสังคมวิทยา มองทุนวัฒนธรรม ทุนทางสังคมเป็นเรื่องของพื้นที่ทาง

วัฒนธรรม หรือพื้นที่ทางอำนาจ เพื่อเป็นเวทีต่อรองชุมชนมีวิถีชีวิตและการดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรี รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการพัฒนาพื้นที่ลดความยากจนของชุมชน และ วางจุดมุ่งหมายการตลอดท้องเกี่ยวว่ร่วมกัน (บุญยสฤกษ์ อเนกสุข., 2559)

พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553 กล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าการพัฒนา และขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคตจะต้องสร้างความพร้อมทางสังคม เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานองค์ ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา แล้วนำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม นำมาผลิต เป็นสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้น

ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล, 2553 กล่าวถึงนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถ ดำเนินไปบนพื้นฐานของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ให้ความสำคัญและการพัฒนาคน เพื่อนำ ศักยภาพและความรู้ของคนมาใช้อย่างรอบคอบอย่างมีสติ เมื่อปัจเจกบุคคลนำศักยภาพและความคิด สร้างสรรค์ที่มีอยู่ไปสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณค่า และมีคุณภาพมากขึ้นจะสามารถ สร้างรายได้ เพื่อยังชีพให้แก่ตนและครอบครัวมากขึ้นก็จะทำให้สามารถพึ่งตนเองได้ รวมถึงได้ สินทรัพย์ส่วนเกินสามารถนำไปออม เป็นภูมิคุ้มกันเมื่อเกิดภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นได้ ส่วนที่เหลือ มากกว่านั้นก็สามารถนำไปช่วยเหลือจุนเจือครอบครัว ช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสหรือด้อยศักยภาพกว่า และสร้างสรรค์คุณค่าที่ดีแก่ชุมชนและสังคมต่อไป

Gotham, 2008 กล่าวถึงงานเทศกาลมาติ แกรสส์ (Madi grass) เป็นการเฉลิมฉลองท้องถิ่นของเมืองนิวออลีน (New Orleans) ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตัวอย่างของ ประเพณีชุมชนที่สามารถนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ก้าวมาสู่ ความเป็นสากล คืองานเทศกาลมาติ แกรสส์ กลายเป็นสัญลักษณ์ของความสนุกสนานที่ผู้คนทั่วโลก รู้จัก และให้ความสำคัญในช่วงงานเทศกาลมาติ แกรสส์ มีรายการโทรทัศน์ต่างๆ เช่น MTV, BBC, Entertainment tonight ให้ความสนใจเข้ามาถ่ายทอดไปยังผู้ชมทั่วโลกเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ เทศกาลมาติ แกรสส์ ถูกนำมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการทั่วไป เช่น เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ และบุหรี เป็นต้น โดยนำรูปแบบแห่งความสนุกสนานของงานเลี้ยงสร้างสรรค์และการ เต้นรำในงานเทศกาลมาติ แกรสส์ เป็นสื่อการแสดงผลตัวตนของสินค้าท่องเที่ยวไปยังลูกค้าคือ นักท่องเที่ยว รวมทั้งการชวมนาพาทเรดในเมืองนิวออลีน New Orleans-style เป็นส่วนหนึ่งของการแสดง Disney World และ Universal Studio เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจบนพื้นที่ทางสังคมจนเกิดการเมือง เรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจ เป็นการนำเอาองค์ความรู้เดิม ประวัติศาสตร์พื้นที่ทาง สังคม มาสร้างเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าเพื่อ บริการท่องเที่ยว

1.3.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาพื้นที่ทางทรัพยากรธรรมชาติและสังคมวัฒนธรรม ซึ่ง ริชาร์ดส์ จี (Richards, 1995) อ้างถึงใน ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงสร. 2012 : 91-109) กล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จต่อการจัดการท่องเที่ยวเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอยู่ 11 ปัจจัย ดังนี้

1. บริบท หมายถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น ที่หลากหลายทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค สำหรับประเทศไทยเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานกว่า 700 ปี มีการเมืองเรื่องพื้นที่ท่องเที่ยวและอาณาบริเวณมาก่อน เช่น ปราสาท พระราชวัง วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเชื่อ ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โบราณคดีในภาคอีสานตอนล่าง ได้แก่ ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ และปราสาทเขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ และ ปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วมท้องถิ่น หมายถึงการเปิดโอกาสให้องค์กรท้องถิ่นและประชาชนเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ประเทศไทยมีการปกครองแบบลำดับชั้นการกระจายอำนาจสู่การปกครองในระดับล่าง เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน บางพื้นที่อาจมีหัวหน้าชุมชน ซึ่งบุคคลทั้ง 3 กลุ่ม มาจากบุคคลในท้องถิ่น ทำให้มีความรู้เรื่องท้องถิ่นเป็นอย่างดีและสามารถขอความร่วมมือจากประชาชนให้เข้ามาส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ และสามารถดำเนินการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การมีพันธมิตร หมายถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เช่น เจ้าของธุรกิจที่พักอาศัย ร้านอาหาร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมศิลปากร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้จะกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ของชุมชน หากมีการสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. การวางแผนระยะยาว หมายถึงการวางแผนล่วงหน้าเพื่อจัดการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนระยะยาวอ้างอิงตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีวาระ 5 ปี เพื่อให้การวางแผนนั้นให้สอดคล้องกับพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ จะช่วยให้การบริหารจัดการมีทิศทางที่แน่นอน พร้อมทั้งสามารถสามารถขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐได้ แต่ในขณะเดียวกันต้องวางแผนการบริหารทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิม พร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญมาก

5. การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน หมายถึงการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เอื้อต่อการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องระบุให้ชัดเจนในวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอวัฒนธรรมการประดิษฐ์สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากชุมชนดังกล่าวเป็นชุมชนที่อาศัยแม่น้ำเพื่อการประดิษฐ์สร้างพื้นที่การค้าขายสินค้าและบริการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าเรียนรู้กับสิ่งการประดิษฐ์สร้างพื้นที่อาณาบริเวณชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

6. การมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ดี หมายถึงการมีรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ซ้ำแบบใครให้เป็นจุดแข่งกับชุมชน ในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย แม้อยู่ในภูมิภาคเดียวกันก็ยังมีความแตกต่างกัน เช่น ภาคอีสานตอนล่าง มีภาษาที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น ภาษาโคราช ภาษาไทยอีสาน ภาษาเขมร ภาษาส่วย ภาษาเยอ เป็นต้น ซึ่งภาษาเหล่านี้เป็นจุดแข่งของพื้นที่สามารถนำมาจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภาษาท้องถิ่น

7. การมีอิสระการบริหารจัดการ หมายถึงชุมชนมีอิสระภาพในการบริหารจัดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสถานประกอบการและชุมชน ไม่ควรได้รับผลประโยชน์เพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โครงสร้างการบริหารจัดการควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และมีอิสระในการดำเนินงานที่ดี เช่น การเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถประดิษฐ์สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวอาณาบริเวณเชิงสร้างสรรค์ตามความเหมาะสมของทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น

8. การสื่อสารและการตลาดที่ดี หมายถึงการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในปัจจุบันการสื่อสารถือว่าเป็นประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถเข้าถึงทุกพื้นที่ของประเทศ แต่ในขณะเดียวกันเทคโนโลยีการสื่อสารยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับข้อมูลการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว อินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันไลน์ (LINE Corporation) ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวมาประชาสัมพันธ์โปรแกรมสถานที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงการประดิษฐ์สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวได้สะดวกและรวดเร็ว

9. การมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ หมายถึงแหล่งเงินทุนที่เพียงพอเพื่อการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณมาก แต่ในปัจจุบันหลายองค์กรให้การสนับสนุนงบประมาณ เพื่อดำเนินงานประดิษฐ์สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ให้การสนับสนุนงบประมาณ การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่มีหลายชุมชนที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน

ชุมชนของตนเองให้อยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่งผลให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงใน และมิงบประมาณที่ให้การสนับสนุนมีจำนวนจำกัด การมองหาแหล่งเงินทุนในท้องถิ่นจึงเป็นอีก ทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาด้านเงินลงทุนได้

10. การมีผู้นำที่เข้มแข็งและทีมงานที่มั่นคง หมายถึงการมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และ ทักษะในการพัฒนาคน เนื่องจากการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการดำเนินงาน โดย ชุมชนเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้นำชุมชนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยใน การกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ในปัจจุบันผู้นำชุมชนท้องถิ่นยังขาดความรู้ เรื่องการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจน เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทย การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับ ผู้นำชุมชนจึงมีความสำคัญมาก

11. การเมือง หมายถึงกระบวนการ หรือวิธีการที่นำมาใช้เพื่อจัดระเบียบ ความสัมพันธ์ภายในรัฐระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง การเมืองไทยยังมีเสถียรภาพน้อย และ เกิดการแตกแยกทางชั่วคราวเมือง ทั้งการก่อการร้ายในบางพื้นที่ เพราะการเมืองมีส่วนสำคัญเพื่อ ผลักดันและสนับสนุนการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับ นักท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการขับเคลื่อนทาง เศรษฐกิจบนพื้นฐานทางวัฒนธรรมความรู้ทางภูมิปัญญาพื้นบ้านมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานวัฒนธรรม เพื่อสร้างสังคมไทยให้เข้มแข็ง วัฒนธรรมกับการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งจำเป็นในยุคโลกาภิวัตน์ ผ่านเข้าสู่ยุคสังคมสารสนเทศใหม่กับการ พัฒนาเศรษฐกิจ ริเริ่มการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมพื้นที่อาณาบริเวณ นำทุน ทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจพื้นที่ท่องเที่ยวอาณาบริเวณมาสร้างรายได้ให้กับคน ในอาณาบริเวณ ด้วยความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับนโยบายรัฐที่มุ่ง ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนทุนทางวัฒนธรรมบนพื้นที่ท่องเที่ยวอาณาบริเวณนั้น

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สนับสนุนการสร้างเครื่องมือวิจัยพลวัตการเมืองเรื่อง พื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้ทฤษฎีดังนี้

2.1 ทฤษฎีนิเวศวัฒนธรรม

ทฤษฎีนิเวศวัฒนธรรม (Cultural Ecology) เป็นทฤษฎีหนึ่งกล่าวถึงความสมดุล ทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพราะสิ่งแวดล้อมบางอย่างมีอยู่ในธรรมชาติอยู่แล้ว แต่ สภาพแวดล้อมบางอย่างมนุษย์เข้าไปอาศัยทรัพยากรธรรมชาติมาสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อ อยู่ร่วมกันเป็นสังคมการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์กิจกรรมขึ้นมา

2.2.1 ความหมาย

สุรพล พะยอมแยม, 2556 นิเวศวิทยา หมายถึงการศึกษาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตนานาชนิดและจัดเป็นแขนงวิชาหนึ่งของสาขาชีววิทยา เมื่อนักวิชาการให้ความสำคัญของสิ่งมีชีวิตมากกว่ามนุษย์ จึงขยายออกไปที่นิเวศวิทยาของมนุษย์ โดยการเน้นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น นิเวศวิทยาจึงเริ่มเป็นการศึกษาทางสังคมศาสตร์มากกว่าเดิม ในปัจจุบันศาสตร์ทางนิเวศวิทยาจึงครอบคลุมถึงการศึกษาร่องรอยทั้งหมดของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งแวดล้อมต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งความสัมพันธ์อาจส่งผลกระทบต่ออย่างใดอย่างหนึ่ง หรือในหลายเรื่อง ดังเช่น ความสมดุลทางธรรมชาติ (Equilibrium) การเสี่ยงภัยและการเกิดอันตรายในด้านต่างๆ (Risk & danger) สภาวะการปนเปื้อนของมลสาร (Pollutant) การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ (Resource destruction) และการพัฒนาในแต่ละด้าน (Development) นอกจากนี้ นิเวศวิทยา (Ecology) ยังเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการศึกษาเรื่องธรรมชาติเพื่อมุ่งหาคำอธิบายปรากฏการณ์อย่างน้อย 2 ด้าน คือ

1. ด้านโครงสร้าง (Structure) เป็นการศึกษาความเป็นอยู่ตามสภาพทางธรรมชาติว่าบรรดาสิ่งมีชีวิตทั้งหลายที่การกระจายตัว (Distribution) ของสกุลประเภท (Species) ในแต่ละพื้นที่เป็นอย่างไรและมากน้อยเพียงใด (Abundance) และมีสิ่งใดบางอย่างเป็นสิ่งกำหนดการกระจายตัวนั้น

2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่สิ่งมีชีวิตเหล่านั้นสัมผัสอยู่ (Interrelation component) รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตด้วยกันเอง

นิยพรรณ วรณศิริ, 2550 กล่าวถึงทฤษฎีมานุษยวิทยาทางวัฒนธรรมกับสิ่งแวดล้อมแนวคิดของจูเลียต สเตวาร์ด (Julian Steward) นิยามคำว่า “นิเวศวิทยา” หมายถึงการปรับตัวเข้าหากันระหว่างสิ่งแวดล้อมกับมนุษย์ การปรับตัวของมนุษย์นั้นต่างจากสัตว์ตรงที่มันขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางวัฒนธรรม นิเวศวิทยาวัฒนธรรม เป็นการศึกษาถึงการปรับตัว หรือความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การศึกษาวัฒนธรรมของสเตวาร์ดเป็นการวิเคราะห์ระบบนิเวศวิทยาของสังคม เพื่อค้นหาลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมแต่ละแห่ง แม้สเตวาร์ดจะคิดว่านิเวศวิทยาเป็นองค์ประกอบสำคัญของสถาบันทางสังคม แต่รู้ดีว่าไม่มีใครสามารถอธิบายองค์ประกอบทางวัฒนธรรมได้ทั้งหมดในทุกด้าน ด้วยแนวคิดทางด้านการปรับตัวทางนิเวศวิทยา นอกจากนี้ สเตวาร์ดยังอธิบายถึงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมแต่ละแห่งอีกด้วย จากการศึกษาของสเตวาร์ดพบว่าสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความแตกต่างในการปรับตัวของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ในสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมของสเตวาร์ดเป็นแบบวิวัฒนาการหลายสาย (Multilinear) มากกว่าวิวัฒนาการสายเดียว (Unilinear) เพราะวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปท่ามกลางปัจจัย หรือตัวแปรภายนอกมากมาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาตินั่นเอง

กล่าวโดยสรุป ความหมายนิเวศวัฒนธรรมเป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิตอาศัยอยู่ร่วมกัน ทำให้มนุษย์สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมตามระบบนิเวศได้ เพื่อสร้างเป็นเงื่อนไขทางวัฒนธรรมกับการดำรงชีวิตอยู่รอด บางครั้งพัฒนามาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

2.1.2 ความสำคัญทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม

ความสำคัญทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) นี้ถือเป็นแนวคิดทางมานุษยวิทยาอีกแนวคิดหนึ่งที่สนใจศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม เน้นถึงอิทธิพลของสภาพสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งสแตวาร์ด (Steward J.H., 1955) ทรงคุณ จันทจร (ทรงคุณ จันทจร, 2553) นักมานุษยวิทยาอเมริกันได้อธิบายแนวคิดนิเวศวิทยาวัฒนธรรมว่าเป็นการศึกษากระบวนการปรับตัวของสังคมภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมโดยเน้นการศึกษาวิวัฒนาการ หรือการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการปรับตัวของสังคมแนวความคิดนี้มองสังคมในลักษณะเป็นพลวัตหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นผลมาจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมโดยมีพื้นฐานสำคัญ คือ เทคโนโลยีการผลิตโครงสร้างสังคมและลักษณะของสภาพแวดล้อมธรรมชาติเป็นเงื่อนไขหลักกำหนดกระบวนการเปลี่ยนแปลง และการปรับตัวของสังคมวัฒนธรรม ทั้งนี้แนวคิดนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเป็นแนวคิดทางมานุษยวิทยาในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 มีนักคิดสายนี้มีจูเลียน สแตวาร์ด (Julian Steward) เลสลีย์ ไวต์ (Leslie White) กำเนิดทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมมาจากการต่อต้านข้อสรุปของนักทฤษฎีวิวัฒนาการในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ส่งผลให้ทฤษฎีวิวัฒนาการเสื่อมความนิยมลงเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม หลังจากปี ค.ศ.1940 เป็นต้นมา มีนักมานุษยวิทยาอเมริกันกลุ่มหนึ่งหันกลับมาสนใจทฤษฎีวิวัฒนาการพยายามนำเอาทฤษฎีวิวัฒนาการมาประยุกต์ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งพัฒนาการมาเป็นแนวคิด “นิเวศวิทยาวัฒนธรรม” (Cultural Ecology) เป็นแนวคิดทางมานุษยวิทยาแนวหนึ่งที่สนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม โดยเน้นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม (ยศ สันตสมบัติ, 2556)

จูเลียน สแตวาร์ด (Julian Steward) นักมานุษยวิทยาอเมริกันได้อธิบายแนวความคิดแบบนิเวศวิทยาวัฒนธรรมว่าเป็นการศึกษากระบวนการปรับตัวของสังคมภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม โดยเน้นศึกษาวิวัฒนาการ หรือการเปลี่ยนแปลงเกิดจากการปรับตัว (Adaptation) ของสังคม แนวคิดนี้มองสังคมในลักษณะการเป็นพลวัต หรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นผลมาจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยมีพื้นฐานสำคัญ คือ เทคโนโลยีการผลิต โครงสร้างสังคม และลักษณะของสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เป็นเงื่อนไขหลักกำหนดกระบวนการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของสังคมวัฒนธรรมในด้านของวิถีวิทยา สแตวาร์ดมอง

“วัฒนธรรม” เป็นเครื่องมือช่วยให้มนุษย์เกิดการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ประเด็นสำคัญ สำหรับการศึกษาเชิงมานุษยวิทยาจึงมีอยู่ว่าวัฒนธรรมมีการปรับตัวอย่างไรให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และมนุษย์มีวิธีการอย่างไรในการใช้เทคโนโลยี และระบบเศรษฐกิจในการปรับตัวเข้ากับ สภาพแวดล้อม ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมจะถูกกำหนดโดยสภาพแวดล้อม แต่สแตวาร์ดเสนอว่าไม่ควร แยกแยะสภาพแวดล้อมออกจากความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ ถือเป็นพื้นฐานสำคัญอีก ส่วนหนึ่งในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์

ในทัศนะของสแตวาร์ดมองว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีเหตุผลและมีวิวัฒนาการ ทางวัฒนธรรมวางอยู่บนรากฐานของเหตุผลทางความคิด แต่เป็นสภาพการณ์และสภาวะแวดล้อมมี ความแตกต่างกันออกไป วัฒนธรรมสองวัฒนธรรมจึงมีพื้นฐานจากการปรับตัว การแก้ปัญหาและมี วิวัฒนาการมาแตกต่างกัน เช่น วัฒนธรรมของกลุ่มที่ตั้งรกรากอยู่ใกล้ทะเล ย่อมมีการประดิษฐ์ คิดค้นเครื่องมือยังชีพประเภทเบ็ด แห อวน ฆมวก เรือ มีการพัฒนาสั่งสมความรู้เกี่ยวกับการเดิน ทะเลและการจับปลา ในขณะที่เดียวกันชนกลุ่มอื่นที่ตั้งรกรากในเขตป่าดงดิบ อาจมีการประดิษฐ์ คิดค้นเครื่องมือเพื่อใช้การยังชีพแตกต่างกันออกไป เช่น หอก และธนู เพื่อใช้ในการล่าสัตว์และหา อาหาร และกลุ่มชนทั้งสองกลุ่มนี้ย่อมต้องมีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน (ยศ สันตสมบัติ. 2556 : 41)

กล่าวโดยสรุป ความสำคัญทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม ถือเป็นแนวคิดทาง มานุษยวิทยาที่ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม ช่วยให้มนุษย์สามารถปรับตัวเข้ากับ สภาพแวดล้อมธรรมชาติและความต้องการทางสังคมที่ผลิตเครื่องมือจำเป็นในชีวิตประจำวัน และ ผลิตสร้างวัฒนธรรมจารีตประเพณี และศาสนาความเชื่อทางสังคมขึ้นมา

2.1.3 การนำทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมไปใช้ประโยชน์

กลุ่มนักคิดผู้พัฒนาทฤษฎีนี้ขึ้นมาได้นำเอาทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) ไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ จูเลียน เอช สแตวาร์ด (Julian H. Steward) แดรี ฟอร์ด (Dary Forde) คลิฟฟอร์ด กีทซ์ (Clifford Geetz) และมาร์วิน แฮร์ริส (Marvin Harris) เนื่องจากทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเกิดขึ้นมาในคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็น แนวคิดใหม่ที่ตรงข้ามกับทฤษฎีวิวัฒนาการ พัฒนามาจากการศึกษาภาวศาสตร์ทางวัฒนธรรมและ พัฒนาการของศึกษาระบบวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลเหนือความเป็นมนุษย์ นักทฤษฎีกลุ่มนี้บางครั้งถูก เรียกว่า กลุ่มวิวัฒนาการใหม่ (neo-evolutionism) มีเลสลี ไวท์ (Leslie White) เป็นผู้นำกลุ่ม นิเวศวิทยาวัฒนธรรม โดย บุญเดิม พันรอบ, 2528 กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีนิเวศวิทยา วัฒนธรรมมีอยู่ 3 ประการ ประกอบด้วย

1. เทคโนโลยี-เศรษฐกิจ หมายถึงวัฒนธรรมที่บุคคลในสังคมเข้าไปสัมพันธ์กับ สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมจะเป็นตัวกำหนด

ลักษณะของสังคมและแนวคิดของคนในสังคม หลักการเกี่ยวกับเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อม วิเคราะห์วิธีการทางนิเวศวิทยาวัฒนธรรมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดวิวัฒนาการ เป็นวิธีการศึกษาแบบวัตถุนิยม (Cultural materialism) อธิบายอยู่ในผลงานชื่อ “The evolution of cultural” ในปี ค.ศ.1959 ให้ความคิดเกี่ยวกับกฎของวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งเข้าไปมีอิทธิพลต่อการเพิ่มผลการผลิตพลังงาน ถือว่าเกิดจากความพยายามของบุคคลในสังคม ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพพลังงานในขณะที่ปฏิบัติงาน ผลงานของไวท์ได้รับอิทธิพลมาจากการศึกษาวิวัฒนาการของมนุษย์ในศตวรรษที่ 18

2. สังคม หมายถึงธรรมชาติของมนุษย์ชอบสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาควบคุมด้วยการจัดระเบียบกลุ่มชน และพยายามรวมกันเป็นสังคมระดับย่อยพัฒนามาสู่ความเป็นกลุ่มชนระดับประเทศชาติ ระดับเพื่อนต่างประเทศอาจจะมีรูปแบบวัฒนธรรมความเชื่อศาสนาเดียวกัน หรือกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน เรียกว่า สังคม

3. แนวคิด หมายถึงความคิดเกิดจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีความคิดมีความเชื่อความต้องการของมนุษย์เอง พยายามจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น มนุษย์จึงคิดหาวิธีสร้างสรรค์วัฒนธรรมขึ้นมาช่วยทำงาน โดยความรู้ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบเพื่อให้มีวัตถุประสงค์สนองความต้องการของมนุษย์ได้ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่รอดในสังคม

จูเลียน เอช. สเตวาร์ด (Julian H. Steward, อ้างถึงในบุญเดิม พันธรอบ, 2528) ได้ศึกษาแนวคิดนิเวศวิทยาวัฒนธรรมในเรื่องอิทธิพลวัฒนธรรมที่มีต่อสภาพแวดล้อม และเป็นผู้มีบทบาทในกลุ่มวิวัฒนาการใหม่มากที่สุด สเตวาร์ดทำการศึกษาเปรียบเทียบผลงานประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการศึกษาวิวัฒนาการและอิทธิพลของประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับพัฒนาการของวัฒนธรรม สเตวาร์ดอธิบายถึงวัฒนธรรมในแต่ละสังคมมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน เมื่อได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมใดสภาพแวดล้อมหนึ่ง เรียกว่า “นิเวศวิทยาวัฒนธรรม” และความแตกต่างอาจเกิดขึ้นมาจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม เทคโนโลยี และโครงสร้างสังคมเป็นหลัก ซึ่งมีความสัมพันธ์กันระหว่างวัฒนธรรมกับสภาพแวดล้อมย่อมมีความแนบแน่นใกล้ชิดและส่งผลกระทบต่อถึงกันอย่างแยกไม่ออก เมื่อพัฒนาการด้านเทคโนโลยีอยู่ในระดับต่ำ มนุษย์จำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทำให้สภาพแวดล้อมเป็นตัวกำหนดรูปแบบของวัฒนธรรม เมื่อเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้าย่อมทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง หรือการดัดแปลงสภาพแวดล้อมให้ได้มากขึ้น อิทธิพลของสภาพแวดล้อมก็เริ่มลดถอยลง หากแต่รูปแบบและลักษณะทางวัฒนธรรมพร้อมกับประสบการณ์ในอดีตตลอดจนวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างยังคงอยู่ และได้รับการสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง

แฮร์ริส ได้การศึกษาเกี่ยวกับการทำสงครามของชนบรรพกาล (Primitive Warfare) อธิบายว่า “สงครามเป็นกลไกอันหนึ่งในการปรับตัวจำนวนประชากรให้เหลือพอที่จะสามารถอาศัยอยู่ในระบบนิเวศน์หนึ่งได้อย่างเหมาะสม” ส่วนกรีทซ์ได้ศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของแบบแผนการเกษตรในอินโดนีเซีย เขียนไว้ในหนังสือ “Agricultural Involution” (1963) ซึ่งให้เห็นถึงอิทธิพลของระบบนิเวศน์ที่มีต่อโครงสร้างทางสังคม เป็นหัวใจที่สำคัญของแนวคิดนิเวศวัฒนธรรมเป็นการ “รวมเอาระบบสังคม วัฒนธรรมและสถานะทางชีววิทยาเข้าด้วยกันในการศึกษาการพัฒนาของสังคม” ซึ่งทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเน้นเรื่อง “ความเชื่อและการปฏิบัติต่างๆ ตามระบบวัฒนธรรมที่ดูเหมือนไร้สาระ ไม่มีเหตุผล แต่อาจมีผลในด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีเหตุมีผล โดยคำนึงถึงระดับของเทคโนโลยีที่ใช้เฉพาะสถานที่ด้วย” ดังเช่น การกินเนื้อวัวเป็นของต้องห้ามของชาวฮินดู ทั้งที่ความอดอยากและยากจนมีทั่วไปในอินเดีย นั้น แฮร์ริสอธิบายสิ่งเหล่านี้ว่า “การห้ามกินเนื้อวัวมีความหมายว่าวัวมีไว้ใช้ลากคันไถ หากไม่มีวัวก็จะไม่อาจทำการเกษตรได้ ดังนั้นข้อห้ามทางศาสนาจึงเป็นการเพิ่มความสามารถของสังคมภาคเกษตรกรรมในระยะยาว” ถือเป็นกฎเกณฑ์ระบบนิเวศวิทยาวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

ยິงยง เรื่องทอง, 2542 กล่าวถึงลักษณะความจำเป็นตามแนวคิดนิเวศวิทยาวัฒนธรรมไว้ว่า เมื่อมนุษย์ตั้งหลักแหล่งมั่นคงแล้ว มีชีวิตอยู่อย่างผาสุกราบรื่นและเจริญมั่นคง มนุษย์ก็พยายามปรับปรุงวิถีชีวิตให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสังคม ถือเป็นความจำเป็นทางสภาพนิเวศวิทยาวัฒนธรรมมีอยู่ 6 ประการ คือ

1. การดำรงชีพ มนุษย์จำเป็นจะต้องมีอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและทรัพย์สินสมบัติอันเป็นมรดกตกทอดให้ลูกหลาน ด้วความจำเป็นนี้บังคับให้มนุษย์ต้องขวนขวายแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติกับการต่อสู้เพื่อเอาชนะธรรมชาติ มีการทำงานอาชีพต่างๆ แลกเปลี่ยนผลผลิต จนกลายเป็นการค้าพาณิชย์ เริ่มการค้าระหว่างบุคคล ระหว่างหมู่บ้าน ระหว่างเมือง ระหว่างประเทศชาติและทวีป นำมาสู่การพัฒนากฎหมายการค้าขายกลายเป็นวัฒนธรรมความปลอดภัยของการดำรงชีพทางสังคม

2. ระบบการปกครอง เมื่อมนุษย์ตั้งบ้านเรือนเป็นหลักแหล่งแล้ว มีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จำเป็นต้องมีกฎหมายและจัดระบบการปกครองเพื่อสวัสดิการและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขของประชาชน มีการบริหารจัดการ การกัยป้องกัน เริ่มตั้งแต่ครอบครัว หมู่บ้าน สังคม ประเทศชาติ จากระบบหนึ่งไปสู่อีกระบบหนึ่ง

3. ระบบสังคม เมื่อมีคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป ย่อมมีความจำเป็นต้องจัดระบบโครงสร้างทางสังคม แต่ละสังคมมีการจัดระบบโครงสร้างแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม เช่น เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา สภาพแวดล้อม เป็นต้น ความแตกต่างนี้เองจำเป็นจะต้องจัดขั้นขั้นทางสังคมเพื่อความผาสุกของกลุ่มชน

4. การแสวงหาความรู้ มนุษย์มีการต่อสู้กับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเพื่อการดำรงชีวิตและอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข ในขณะที่เดียวกันจะต้องมีการเรียนรู้เพื่อความเข้าใจทางธรรมชาติให้สามารถเข้าใจและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติได้ เมื่อมนุษย์มีความเข้าใจธรรมชาติแล้วก็สามารถประดิษฐ์คิดค้นอักษรภาษามาแลกเปลี่ยนความรู้กัน

5. ความคิดเห็นและความรู้สึก เป็นธรรมชาติของมนุษย์ชอบแสวงหาความรู้สึกรู้นึกคิดออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม วรรณคดีและดนตรี ซึ่งลักษณะการแสดงออกแตกต่างกันอยู่อารมณ์และความรู้สึก อาจจะมีทั้งความเกลียด ความโกรธ ผลของการแสดงออกมาขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละวัฒนธรรมสังคมนั้น

6. ระบบศาสนาและความเชื่อ มนุษย์มีความต้องการขั้นพื้นฐานมากมาย แต่มนุษย์ยังต้องการมีความมั่นคงทางจิตใจ เพราะความมั่นคงทางจิตใจจะช่วยให้มนุษย์ดำเนินชีวิตอยู่อย่างมีความสุขและประสบผลสำเร็จในชีวิต ต่อมามนุษย์จึงค้นพบศาสนาและความเชื่อเพื่อเป็นเครื่องบรรเทาความสงสัยของสังคมมนุษย์ สามารถนำมาใช้ดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุข

มนต์ชัย ผ่องศรี (2540 : 64) อธิบายถึงแนวความคิดนิเวศวิทยาของ สเตวาร์ด (Steward J.H., 1955) มาใช้ในการศึกษาสังคมวัฒนธรรมชี้ให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างยิ่งและในการวิเคราะห์ทางนิเวศวิทยาเพื่อทำการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่

1. ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติกับระบบนิเวศวิทยาเป็นการวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางวัฒนธรรมที่สามารถนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เป็นประโยชน์
2. แบบแผนของพฤติกรรมมนุษย์อันเกิดจากความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันกับการใช้ระบบเทคนิควิทยา เป็นการวิเคราะห์ลักษณะที่สมาชิกในสังคมสร้างวัฒนธรรมและทำกิจกรรมเพื่อใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

3. ผลกระทบจากพฤติกรรมจะส่งไปถึงส่วนอื่นๆ ของวัฒนธรรม ซึ่งระบบแนวคิดนิเวศนี้ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตต่างๆ รวมทั้งความสัมพันธ์ของมนุษย์กับวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นมาด้วยวัฒนธรรมเป็นผลงานของมนุษย์ที่สร้างขึ้นมานอกจากธรรมชาติสร้างไว้ระบบนิเวศวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่หนึ่งมีอิทธิพลเหนือมนุษย์ โดยที่มนุษย์มักยอมรับอิทธิพลนั้นมนุษย์จึงดำรงชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมชุมชนที่เกิดปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของคนในชุมชน เพื่อให้การดำเนินชีวิตอยู่รอดได้ในสังคม

Steward สเตวาร์ดได้เสนอแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรมแต่ละสังคมมีการปรับตัวต่างกัน เมื่อได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมโดยสภาพแวดล้อมหนึ่งแล้วก็จะมีการวิวัฒนาการเฉพาะวัฒนธรรมนั้น และสเตวาร์ดได้เสนอบทสรุปกฎวิวัฒนาการวัฒนธรรม เพื่ออธิบายนิเวศวิทยาวัฒนธรรมว่าเกิดจากปัจจัยพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีวัฒนธรรมกับสภาพแวดล้อม ควรต้องวิเคราะห์ประสิทธิภาพของวัฒนธรรมที่สามารถนำเอาทรัพยากรมาใช้ให้เป็นประโยชน์ สูงสุด เช่น มาใช้ให้เป็นอาหารและที่อยู่อาศัยของมนุษย์ในสังคม

2. ศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีวัฒนธรรมโดยวิเคราะห์วิธีการที่มนุษย์ในแต่ละสังคมสร้างวัฒนธรรม กำหนดพฤติกรรม และ กิจกรรมต่างๆ รวมทั้งศึกษาวิธีการทำงาน เพื่อให้ชีวิตอยู่รอดได้หรือไม่ เพียงใด

3. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบพฤติกรรม และระบบวัฒนธรรม วิเคราะห์พฤติกรรมและกิจกรรมคนในสังคม ว่ามีส่วนทำให้สังคมอยู่รอดได้หรือไม่ เพียงใด

การศึกษาวิจัยของสแตวาร์ดเสนอระเบียบวิธีวิจัยทางนิเวศวิทยาวัฒนธรรมที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างระเบียบวิธีวิจัยตามทฤษฎีหน้าที่นิยม และการวิจัยตามแบบสังคมศาสตร์สมัยใหม่ โดยมีจุดมุ่งหมายการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกับวัฒนธรรม ศึกษากระบวนการของสังคมส่วนรวมทั้งหมด โดยไม่เน้นศึกษาปัจเจกบุคคลในระบบวัฒนธรรม ศึกษาการปรับตัวของวัฒนธรรมให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และศึกษาระบบวัฒนธรรมในฐานะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดความสัมพันธ์

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเป็นการศึกษาทฤษฎีของวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมอันเกิดจากพื้นฐานวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นความสัมพันธ์กัน 3 ประการ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับการหาเลี้ยงชีพและสภาพแวดล้อม ทั้งหมดนี้ต้องอาศัยการเรียนรู้และการนำประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติมาแปลงเป็นเทคโนโลยี ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการหาเลี้ยงชีพในแต่ละท้องถิ่น เพื่อสภาพแวดล้อมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยี และเครื่องมืออื่นๆ ช่วยให้มีมนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ และความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบพฤติกรรมและระบบวัฒนธรรม มีผลกระทบต่อ ทศนคติของคนในสังคม อันเป็นสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมของแต่ละสังคม

2.2 ทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่

การศึกษาทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ (Space of Politics theory) ทางสังคมวัฒนธรรมเริ่มศึกษากันมาในคริสต์ทศวรรษที่ 1980 ของกลุ่มนักวิชาการทางภูมิศาสตร์มองพื้นที่เป็นพลวัตมีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพความเป็นอยู่ทางสังคมวัฒนธรรมมนุษย์ในพื้นที่นั้นว่า

2.2.1 ความหมายการเมืองเรื่องพื้นที่

การศึกษาพัฒนาการความหมายทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ (Politics of Space) หรือพื้นที่ทางการเมือง (Space of Politics) นี้เป็นคำศัพท์ที่พัฒนาการมาจากภาษาอังกฤษว่า Landscape โดยมีรากคำศัพท์มาจากภาษาเยอรมันและภาษาดัตช์ Lansskip (ธีรยุทธ บุญมี, 2548) แบ่งความหมายออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ความหมายการเมืองในเชิงสังคมวิทยา เป็นความหมายที่จะต้องทำความเข้าใจการเมืองอย่างที่มีความเป็นการเมือง คือ การเมือง (The Political) หมายถึงเรื่องของการสร้างกลุ่มทางการเมืองและสร้างอัตลักษณ์ร่วม (Collective identities) การเมืองไม่ใช่เรื่องของปัจเจกแต่ละคน ความแตกต่าง ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่สมควรจะต้องพิจารณา โดยทั่วไปแล้วมนุษย์มีแนวโน้มที่จะเข้ากลุ่มหาเพื่อนพ้อง ซึ่งสิ่งที่อยู่ตรงข้ามกับการเข้ากลุ่มคือความเป็นกลางทางการเมืองไม่อยู่ข้างใคร/กลุ่ม ความเป็นการเมืองนั้นจะพุ่งเป้าไปที่การเข้ากลุ่ม ไม่ใช่ความเป็นกลางทางการเมืองแม้ว่าจะอ้างว่าตนเองอยู่กลุ่มที่เป็นกลาง โดยความเป็นการเมืองเป็นผลผลิตที่เกิดจากการที่สังคมพยายามทำให้ความเป็นการเมืองหายไปจากสังคม (Society's own de-politicization) คือสังคมกับความเป็นการเมืองจะแยกขาดกันชัดเจน เพราะสังคมทำให้ความเป็นการเมืองมีพื้นที่อยู่นอกสังคม (ชุนด์ร์ นาคทรานันท์, 2555)

ความหมายแนวคิดเรื่องพื้นที่ในปัจจุบันว่า “พื้นที่ : Place / Space” เป็นพื้นที่แห่งความจริงทางเลขาคณิตที่วัดด้วยมิติความกว้าง ยาว และลึก หรือพื้นที่เชิงกายภาพในฐานะความจริงเชิงประจักษ์ ทั้งภาษาที่ใช้บรรยายเรื่องพื้นที่จะเป็นภาษาที่ใช้เชิงปริมาตร (Volumetric Language) หรือพื้นที่เป็นสิ่งถูกกำหนดไว้ในฐานะสิ่งที่มีอยู่ในโลก มีประโยชน์ของพื้นที่ในความว่างเปล่าเพื่อจะใช้บรรจุสิ่งต่างๆ ไว้ ดังเช่น บ้านเป็นพื้นที่อยู่ของที่ดิน โต๊ะเรียนเป็นพื้นที่อยู่ของห้องเรียน และรถยนต์เป็นที่อยู่บนถนน เป็นต้น ความหมายพื้นที่นี้เสมือนกับสิ่งที่ดำรงอยู่อย่างหยุดนิ่ง ทั้งเป็นสิ่งที่บริสุทธิ์พ้นจากการให้คุณค่าและอำนาจ ในคริสต์ทศวรรษที่ 1980 กลุ่มนักวิชาการทางภูมิศาสตร์ให้ทัศนะว่าแนวคิดทฤษฎีเรื่องพื้นที่ไม่ใช่สิ่งหยุดนิ่ง ไม่เป็นกลาง แต่มีอำนาจในการกระทำต่อคน หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องมาก และพื้นที่เป็นพลวัตมีการเปลี่ยนแปลง เป็นการนำเสนอการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมและอาณาบริเวณเกิดจากแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมมนุษย์ที่ถูกเก็บกดปิดกั้นไว้ เป็นพื้นที่ไม่ได้รับความสนใจศึกษามาก่อน ทั้งที่พื้นที่นั้นเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทั้งบ้านเรือน ถนน พุงนา ป่าเขา ลานคนเมือง สนามกีฬา เป็นต้น เป็นการศึกษาพื้นที่ต่างๆ ทางสังคมที่ถูกสร้างพื้นที่ขึ้นมาจากการให้คุณค่าและความหมายใหม่ของมนุษย์ (ไศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วารีกุล, 2556) เมื่อพื้นที่ทางการเมืองถูกสร้างให้เป็นสิ่งมีชีวิตเพื่อการรับ การท่องเที่ยวแล้ว ทำให้เกิดพลวัตทางสังคมวัฒนธรรมมีการกำหนดรูปแบบแนวคิด การกระทำ และวิถีชีวิตประจำวันของมนุษย์ในฐานะผู้สร้างพื้นที่ทางการเมืองเป็นอัตลักษณ์และความหมายประจำวันให้กับพื้นที่ทางสังคมนั้น ซึ่งการศึกษการเมืองเรื่องพื้นที่นี้ให้ความสำคัญกับทฤษฎีทางสังคมวัฒนธรรมมากกว่าทฤษฎีทางภูมิศาสตร์และรัฐศาสตร์ (ไซร์ตัน เจริญสินโอฟาน, 2549)

2. ความหมายในเชิงภูมิศาสตร์พื้นที่ (Landscape) วัฒนธรรมประเทศ หรืออาณาบริเวณพื้นที่ประเทศไทย ดังเช่น ภูมิศาสตร์พื้นที่ประเทศไทยเดิมเซอร์ เจมส์ แลงคัสเตอร์ (Sir James Langcaster) ชาวอังกฤษคนแรกเรียกว่า สยาม (Siam) พ.ศ.2133 รัชกาลที่ 4 โปรดฯ ให้

เรียกว่าประเทศสยามมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2398 หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เปลี่ยนมาเป็นประเทศไทย (Thailand) เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2492 ซึ่งคนไทยได้ร่วมกันสร้างการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรม หรือสมณานามจากชาวต่างชาติว่า สยามเมืองยิ้ม (Land of smile) มาจากลักษณะนิสัยความยิ้มแย้มแจ่มใส ดินแดนแห่งช้างเผือก (Land of white Elephant) มีการพบช้างเผือกอยู่บ่อยครั้ง ดินแดนแห่งผ้ากาสาหวัด (Land of the Yellow Robes) ประชาชนส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนาผู้ชายทุกคนต้องบวชเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา และ ดินแดนแห่งอิสระ (Land of the Free nation) คนไทยชอบความเป็นอิสระสันโดษสนุกสนาน (วนมพร พาหะนิชย์, 2560)

กล่าวโดยสรุป พื้นที่ : Place / Space หมายถึงสภาพทางกายภาพเป็นผลผลิตมาจากการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมและอาณาบริเวณใดอาณาบริเวณหนึ่งเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการกระทำบนพื้นที่อย่างกว้างขวาง พื้นที่ในแง่เชิงกายภาพ หรือภูมิศาสตร์ทำให้สามารถมองเห็นและจับต้องได้ และพื้นที่ในแง่จิตภาพเป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมพื้นที่ทางการเมืองเป็นพื้นที่ที่ต่อรอง เป็นต้น ดังนั้นความหมายพื้นที่ทางกายภาพหมายถึงภูมิศาสตร์อาณาบริเวณที่สมาชิกในสังคมสามารถสร้างสรรค์กิจกรรม หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ถือเป็นพื้นที่ในโลกปัจเจกบุคคลมาพบปะพูดคุยกัน (ชวิตรา ต้นติมาลา, 2560) เช่นเดียวกับคำว่าการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมร้านเหล้าชาวอังกฤษว่า Pub (ผับ) ย่อมาจาก Public-house ถือเป็น การสร้างพื้นที่ทางการเมืองที่ผู้คนต้องพบปะกัน เหมือนกับการออกมาทานอาหาร เล่นกีฬา และ นันทนาการต่างๆ ดังเช่นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางเพื่อการท่องเที่ยวสนามช้างอารีนาเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ กลายเป็นพื้นที่สโมสรทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

2.2.2 ลักษณะทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่

ลักษณะทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมรูปแบบใหม่นี้ ธีรยุทธ บุญมี อธิบายถึงทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่เป็นการสร้างพื้นที่ทางการเมืองว่าเกิดจากความคิดของ มนุษย์ที่ต้องการจะครอบครองควบคุมแผ่นดินมาจากแนวคิดที่ว่า “อคติของชนชั้นกลาง หรือชนชั้นนำที่มีอำนาจการเมือง และอำนาจชี้นำความคิดทางสังคม” ดังนั้นการสร้างพื้นที่เป็นอำนาจทางการเมืองเรื่องพื้นที่ยุคสมัยใหม่ หรือสมัยแห่งการพัฒนาสู่ความทันสมัย (Modern) ถือเป็นแนวคิดการสร้างพื้นที่ หรือการวางผังภูมิทัศน์พื้นที่เกิดจากอคติของมนุษย์ หมายถึงความคิดว่าตนเองอยู่เหนือธรรมชาติคุ้มครองชาติได้เพื่อเกิดความสวยงามและความอลังการยิ่งใหญ่ บางครั้งเกิดจากการ รื้อฟื้นทำลายประวัติศาสตร์ของเก่าหมดเพื่อนำมาสู่การสร้างสิ่งใหม่ตามอุดมคติความเชื่อความฝันของตนเอง อาศัยหลายกระแสและมีประวัติศาสตร์มายาวนานกว่าแนวคิดอื่นๆ ซึ่งแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ตามแนวคิด ธีรยุทธ บุญมี, 2548 แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การสร้างเมืองใหม่แห่งอนาคต เป็นการสร้างเมืองแบบอุดมคติตามทฤษฎีความคิดของสถาปนิกและของเล คอร์บูซีเยร์ (Le Corbusier) การสร้างเมืองบราซิเลียขึ้นท่ามกลาง

สลัมรายรอบในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 แต่การพัฒนาพื้นที่ทางเมืองรูปแบบใหม่นี้ เป็นการพัฒนาพื้นที่ในความเป็นเมือง หรือมหานคร (Urbanization) ตามแบบอย่างเมืองกีฬาในประเทศอังกฤษ หรือยุโรป เป็นพื้นที่ทางการเมืองของกลุ่มคนที่เข้ามาพบปะสังสรรค์กัน เสวนากันตามร้านกาแฟ ร้านอาหาร ลานกีฬา ลานเบียร์ เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมที่ปลอดภัยจากอำนาจรัฐและศาสนา เป็นพื้นที่การนัดพบปะกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อกิจกรรมการแลกเปลี่ยนข่าวสาร การตลาดการค้าขาย และกิจกรรมนันทนาการต่างๆ (ชีวิตรา ต้นติมาลา, 2560)

2. การสร้างเมือง โบสถ์ พระราชวังแบบบาโรค เป็นการสร้างตามกระแสวิวัฒนาการในศตวรรษที่ 18-19 เช่น พระราชวังแวร์ซายส์ หรือปราสาทเชินบรุน มีแนวคิดมาหลายทางทั้งปรัชญาเหตุผลนิยมต้องการสร้างทุกอย่างให้เป็นระบบด้วยการสร้างเมืองรูปทรงเลขาคณิตมาจากกระแสฟื้นฟูนิเวศศาสนาคริสต์คาทอลิก (Counter-reformation : เพื่อการตอบโต้ภัยโปรเตสแตนต์) เพื่อการตอกย้ำอิทธิพลภาพความดั่งงามสมบูรณ์ของพระเจ้า ด้วยการวางผังเมืองและปราสาทราชวัง จะต้องมียุทธศาสตร์ (Symmetry) ทั้งซ้าย-ขวาเป็นแนวรัศมีแผ่ไปยังศูนย์กลางเพื่อตอกย้ำในอำนาจควบคุมมนุษย์เหนือธรรมชาติ และเหนือพื้นที่ที่ไม่มีขีดจำกัด เพื่อการรับใช้พระเจ้า จนกลายเป็นอนุสรณ์สถาน (Monumentally) ดังผังเมืองโรมถูกประดิษฐ์สร้างพื้นที่เมืองวางเป็นอนุสรณ์สถานทางศาสนาคริสต์ และผังเมืองปารีส เป็นต้น

การสร้างเมืองแบบบาโรค (Baroque) โดยมี Boulevards เป็นสัญลักษณ์ใหม่ถูกประดิษฐ์สร้างไปทั่วยุโรปที่เวนิส ปารีค และปีเตอร์สเบิร์ก ด้วยการให้เหตุผลวางรั้วอยู่เพื่อป้องกันคนจนไม่ให้ปิดกั้นถนนในการปฏิบัติ หรือแข่งขันต่อรัฐบาลได้ อีกนัยหนึ่งการสร้างสถาปัตยกรรมนี้เพื่อความสะดวกการเคลื่อนย้ายทหารมาปราบจลาจล (ค.ศ.1848 การลุกฮือครั้งใหญ่ของคนจนและผู้ใช้แรงงานทั่วยุโรป ในทศวรรษที่ 1860 และ 1871 มีการต่อสู้ใหญ่ของกรรมกรปารีส) ส่วนประเทศไทยการประดิษฐ์สร้างอนุสรณ์สถานถนนราชดำเนินขนาดใหญ่ลงการแบบบาโรคของยุโรป เมื่อดูจากต้นถนนราชดำเนินมีพระที่นั่งอนันตสมาคมและลานพระบรมรูปทรงม้าเด่นอย่างปลายทาง มีวังของเจ้านายเรียงรายอยู่สองฝั่งทางถนน แต่ไม่ใช่เหตุผลการสร้างปิดกั้นถนนของคนจนแบบการประดิษฐ์สร้างอนุสรณ์สถานในยุโรป เพราะถนนราชดำเนินถูกประดิษฐ์สร้างมาเป็นสัญลักษณ์ทางพื้นที่อำนาจรัฐ แต่ได้เป็นประวัติศาสตร์เป็นพื้นที่การแข่งขันต่ออำนาจรัฐในเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2514 หรือ พฤษภาคม 2535 และการปฏิวัติรัฐประหารครั้งต่างๆ โดยอาศัยพื้นที่ถนนราชดำเนินเป็นพื้นที่สัญลักษณ์ทางการเมืองเช่นกัน

3. การสร้างเมืองแบบสวยงาม (City Beautiful) เมืองแห่งอนุสาวรีย์ (City of Monument) การออกแบบสถาปัตยกรรมนี้เป็นที่นิยมสร้างเมืองขึ้นมาในยุคของผู้นำเผด็จการปลายศตวรรษที่ 19 ต่อเนื่องถึงต้นศตวรรษที่ 20 พัฒนาการมาจากผังเมืองแบบบาโรค ดังเช่น D.H. Burnham ผู้พยายามสร้างเมืองใหม่ให้ชิคาโก และสำนักอาณานิคมของอังกฤษที่วางผังเมืองนิวเดลี

ให้เป็นกรุงโรมของอินเดีย ทั้งการวางผังเมืองในทวีปแอฟริกา มีเมืองลูซาคา ไนโรบี คัมพาลา แคนเบอร์รา ในออสเตรเลียมีการสร้างเมืองแห่งอนุสรณ์สถานแบบบาโรค ซึ่งแนวคิดนี้เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้นำเผด็จการทั้งหลาย ดังเช่น ฮิตเลอร์ของเยอรมนีสร้างเมืองเบอร์ลินออกแบบโดยสปีร์ (Speer) เพื่อสร้างเป็นศูนย์กลางทางการเมือง หรือเมืองหลวงของอาณาจักรไรช์ที่ยิ่งใหญ่ แม้แต่มุสลิมของอิสลามกล่าวถึงการสร้างเมืองโรมใหม่ด้วยคำว่า

แนวคิดของข้าพเจ้าแจ่มชัด คำสั่งข้าพเจ้าแจ่มชัดเจน ภายใต้อำนาจกรุงโรมต้องดั่งยิ่งใหญ่ สง่างามปรากฏแก่ทุกคนในโลก กว้างขวางเป็นระเบียบทรงอำนาจ แก่เช่นสมัยจักรพรรดิออกัสตัส จะต้องสร้างเมืองมหึมารอบโรงละคร Marcellus, Capitoline Hill และ Pantheon ทุกสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นรายรอบสถานที่เหล่านี้ในช่วงสิบศตวรรษแห่งความเสื่อมโทรมที่ผ่านมาจะต้องรื้อทิ้งให้หมด (ธีรยุทธ บุญมี, 2548)

ลักษณะทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมสมัยใหม่ หรือในศตวรรษที่ 21 เป็นการศึกษาเรื่องพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมการเมืองใหม่เหนืออำนาจอธิปไตย เป็นการสร้างสถาปัตยกรรมและสร้างกิจกรรมลงบนพื้นที่ทองเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมทางการเมืองเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจกับการท่องเที่ยว เช่น ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2550) “ธรรมศาสตร์และการเมืองเรื่องพื้นที่” เป็นการศึกษาการเมืองเรื่องพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ อนุรักษอะไร ทำลานอะไร, ชัยชนะของเสรีประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์อยู่เหนือการเมือง, ย้ายธรรมศาสตร์พื้นที่/ประวัติศาสตร์ อำนาจา โดย ไกรปกรณ์ และ ธนสิทธิ์ ขุนทองพันธ์ (2559) “ความหมายทางการเมืองและความล้มเหลวของการสื่อความในงานสถาปัตยกรรมคณะราษฎร” ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบความเป็นไทย-ชาติไทย เป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ทันสมัย ไม่นิยมทำลายลวดลายกับ สถาปัตยกรรมไทยเครื่องคอนกรีต ให้มีรายละเอียดลวดลายเพียงเส้นกรอบ เพื่อแสดงถึงความเสมอภาคไม่มีการแบ่งแยกอาคารเจ้า โพร ชั้นขึ้นปกครอง ชนุตร์ นาคทรานันท์, 2555 “พื้นที่การเมือง : การไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล” ศึกษาการเมืองไม่ใช่วิทยาศาสตร์ การเมืองเกิดความสากลไม่ต่างจากการทำให้การเมืองเป็นเรื่องของวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ เพราะวิทยาศาสตร์ธรรมชาติไม่ต้องพึ่งพากับกฎเกณฑ์ความเฉพาะเจาะจงของวัฒนธรรม และศึกษาที่อยู่ของการเมือง การเมืองที่มีความเป็นการเมืองสามารถเกิดขึ้นในทีใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เพียงในรัฐสภา จึงไม่ใช่ของตายตัวที่จะต้องถูกและหยุดไว้เพียงทีใดทีหนึ่ง ไม่ว่าในแง่ของพื้นที่ที่เป็นรูปธรรมจริง หรือพื้นที่ทางความคิดทางสังคมการเมืองที่เต็มไปด้วยการแสดงความคิดเห็น (opinion) ไม่มีแค่เพียงแค่ข้อเท็จจริงความเห็นเป็นสิ่งที่ใครๆ ก็มีได้ ชวิตรา ตันติมาลา, 2560 “พื้นที่สาธารณะและการผลิตพื้นที่ : ความหมายใหม่ของความสัมพันธ์ทางสังคม” ศึกษาการผลิต (กิจกรรม) บนพื้นที่ทางสังคมตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ มีความสัมพันธ์กันอยู่ 3 ลักษณะ คือ การปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (Spatial practice) ตามธรรมชาติที่มีผลต่อการก่อตัวทางสังคม การใช้อำนาจ การผลิต และการเอา

ประโยชน์จากพื้นที่นั้น พื้นที่การสร้างภาพแสดงแทน (The representation of space) เป็นการให้ความหมายพื้นที่เชิงมโนทัศน์ พื้นที่ผู้คนดำรงชีวิตอยู่ผ่านรหัสแห่งความรู้ พื้นที่ที่มีภาพแสดงแทน (The representation space) เป็นพื้นที่ที่แสดงควมมีชีวิต อารมณ์และสุนทรียภาพ แต่ถูกรอบจำกัดด้วยกระแสหลักของยุคสมัยที่สะท้อนออกมาด้วยภาพลักษณ์ (Image) ความทรงจำ (Memory) และสัญลักษณ์ (Symbols) หรือสัญญาณ (sign) ทางสังคมในพื้นที่

กล่าวโดยสรุป ลักษณะทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเป็นการวิเคราะห์ถึงวิวัฒนาการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางสังคมและสภาพแวดล้อมนำมาสู่การออกแบบสร้างสถาปัตยกรรมส่วนประกอบพื้นที่ทางการเมือง ทั้งสถาปัตยกรรมร่วมสมัยใหม่ สถาปัตยกรรมโบราณ ความเชื่อตามลัทธิศาสนาต่างๆ ทั้งสถาปัตยกรรมการเมืองแบบสวยงามตามที่ยึดแบบกันมาผสมผสานเป็นวัฒนธรรมใหม่

2.2.3 การนำทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ไปใช้ประโยชน์

การนำทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ หรือพื้นที่ทางการเมืองไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ ซึ่ง ธีรยุทธ บุญมี, 2548 อธิบายถึงแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ว่าเกิดจากความคิดของมนุษย์ที่ต้องการจะครอบครองควบคุมแผ่นดินมาจากแนวคิด “อคติของชนชั้นกลางหรือชนชั้นนำที่มีอำนาจการเมือง และอำนาจชี้นำความคิดทางสังคม” ดังนั้นการเมืองเรื่องพื้นที่ในยุคสมัยใหม่ ถือเป็นสมัยแห่งการพัฒนาสังคมสู่ความทันสมัย (Modern) เป็นแนวคิดการสร้างพื้นที่ทางการเมืองหรือการวางผังภูมิทัศน์พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเกิดจากทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ (Politics of Physical space) หมายถึงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์พื้นที่มองเห็นได้ด้วยทางกายภาพและประสาทสัมผัสเป็นปรากฏการณ์เกิดขึ้นกับช่วงเวลาของการดำเนินชีวิต หรือภูมิทัศน์ที่มีชีวิต (Living Landscapes) หมายถึงพื้นที่ความเป็นอยู่ประจำวันสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางสังคมวัฒนธรรมของผู้คน หรือพื้นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ประจำวัน เรียกพื้นที่กายภาพว่า ภูมิลักษณะ หรือภูมินาม (Geographic name) ประกอบด้วยพื้นที่อยู่อาศัยผู้คน (Human geographic) รวมทั้งลักษณะภูมิศาสตร์พื้นที่ทางกายภาพที่เป็นสาธารณะโคกโนน หรือโคกป่าทำเล หรือพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจต่างๆ เพื่อการดำรงชีวิตของผู้คน (วนมพร พาหะนิชย์, 2560) ดังนั้นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพมุ่งศึกษาถึงภูมิศาสตร์วัฒนธรรมของพื้นที่ที่มีความซับซ้อนอยู่ 3 สิ่ง ได้แก่ ศึกษาถึงรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางการเมืองก่อสร้าง (Settlement patens) อาคาร สนาม ถนน และสิ่งอื่นๆ ที่สร้างขึ้นมา ศึกษาแบบการจัดการที่ดิน (Land division patens) เพื่อวางระบบสาธารณูปโภค การใช้สอยประโยชน์เพื่อสังคมวัฒนธรรม และศึกษาสถาปัตยกรรม (Architecture) การออกแบบ หรือลักษณะการก่อสร้าง (บงกชรัตน์ เตชะไตรศักดิ์, 2554)

2. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ (Politics of mental space) หมายถึง การสร้างพื้นที่ความเชื่อทางสังคมวัฒนธรรม จนเกิดระเบียบแบบแผนปฏิบัติร่วมกันใหม่กลายมาเป็น อัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการรื้อฟื้นความเชื่อและศาสนาของเผ่าพันธุ์ ประวัติศาสตร์เดิมขึ้นมาใหม่ ทำให้ทุกคนมีความเข้าใจความเชื่อบนพื้นที่ทางความคิดที่เกิดจากการ ตีความ การให้ความหมายพื้นที่ทางกายภาพมาสู่บนความเชื่อจินตนาการใหม่ที่มีความซับซ้อน มีการ ช่างชิงอำนาจ มีความขัดแย้งสอดแทรกอยู่ตลอดเวลา เป็นพื้นที่ทางความคิดที่เป็นความเชื่อทาง สังคมที่ไม่สามารถแยกออกมาพิจารณาได้ใดๆ เหมือนวัตถุสิ่งของ แต่อาศัยความเชื่อจินตนาการที่มี มิติหลายด้าน มีความหลากหลายบนพื้นที่สถานะเป็นเครื่องมือ เป้าหมาย และการสื่อสาร เป็น ตัวกลางช่างชิงอำนาจ (Third space) เป็นการปรับตัว หรือการจัดองค์กรทางความเชื่อและ วัฒนธรรมนิยมประเพณีสังคมวัฒนธรรมที่ยังคงแม่แบบเดิมทางวัฒนธรรม (Cultural stereotype) เรียกพื้นที่แห่งความเชื่อนั้นว่าการผลิตใหม่ หรือการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural reproduction) ถือเป็นพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมอันเกิดจากความเชื่อจินตนาการ สังคม (ปวีณา ปกป้อง, 2552) ถูกสร้างขึ้นเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรม นอกจากนี้ การสร้างพื้นที่ทางจินตนาการคือ “การรื้อฟื้นความทรงจำทางสังคมขึ้นมา” เป็นการรื้อฟื้นความเชื่อ ศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่ ดังเช่น พิธีกรรมบุญปีใหม่ เป็นพื้นที่แห่งการรื้อฟื้นและการ สร้างประเพณีพิธีกรรมของหลวงพระบางเมืองมรดกโลก เป็นความทรงจำการยอมรับในความชอบ ธรรมการช่างชิงพื้นที่ของหัวหน้าชนเผ่าเข้ามาประกอบพิธีกรรมร่วมกับกษัตริย์หลวงพระบาง ผูกเล่า ดำเนินกับบทบาทของปู่เอ-ย่าเอในพิธีกรรมวันปีใหม่ ถูกผนวกเข้ากับพิธีกรรมทาง พระพุทธศาสนาเป็นความเชื่อทางสังคมชาวลาวใหม่ เช่น “การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่” เป็นพิธีกรรมการยึดโยงกันระหว่างอดีตกับปัจจุบันของแต่ละบริบท เพราะบุญปีใหม่กลายมาเป็น พื้นที่การสร้างประเพณีพิธีกรรมปีใหม่ของรัฐชาติลาวในปัจจุบันเกี่ยวกับ “วัน เวลา พื้นที่ และผู้คน ในความเป็นราชอาณาจักรและการทวนคืนสู่อดีตกาล” (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, 2553)

3. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม (Politics of Social space) เพื่อทำความเข้าใจอัตลักษณ์ (Identity) ในมิติของกระบวนการสร้าง เกิดการประสานความหมายการเมืองเรื่อง พื้นที่ทางสังคม จนทำให้เกิดอัตลักษณ์ทางวิถีชีวิตวัฒนธรรม และประเพณีพิธีกรรมทางสังคมกับคน อื่นอยู่บน “พื้นที่ทางสังคมอย่างไร และท่ามกลางของบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ โดย อังรี เลอ แพบว อธิบาย การเมืองเรื่องพื้นที่ในมิติ ‘เทคนิควิทยาของการสร้างพื้นที่’ (Technologies of Spaces) อาทิเช่นการทำให้พื้นที่กลายเป็น ‘พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์’ เรียกว่า “การทำพื้นที่ให้บริสุทธิ์ผุดผอง นายกยองบูซา” (The Purification of Space) ซึ่ง ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร กล่าวถึงการเมือง เรื่อง ‘ความศักดิ์สิทธิ์’ กับการเมืองเรื่องพื้นที่ว่ามีความหมายรวมถึงการสร้างพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่ สาธารณะ พื้นที่ทำงาน พื้นที่พักผ่อน พื้นที่เมือง ชนบท รัฐชาติ เป็นต้น ซึ่งการสร้างพื้นที่

ทางการเมืองขึ้นมาด้วยการกำหนดบทบาทและหน้าที่เฉพาะเจาะจงของพื้นที่นั้นเพื่อป้องกันมิให้มีการล่วงละเมิด ในขณะที่เดียวกันก็มีการกำหนดกฎกติกาและผู้พิทักษ์ความศักดิ์สิทธิ์ หรือกฎกติกาของพื้นที่ทางสังคม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคสมัยการสร้างพื้นที่ในประเด็นเรื่อง ‘การเปลี่ยนแปลง’ ในพื้นที่ หรือ ‘พื้นที่ที่ถูกเปลี่ยนแปลง’ (กิตติกรณ บำรุงบุญ, 2560)

ชวิตรา ตันติมาลา, 2560 อธิบายถึงการเมืองเรื่องพื้นที่สาธารณะเพื่อให้ประชาชน หรือผู้คนมาใช้ประโยชน์ ดังเช่น พื้นที่สาธารณะทางศิลปวัฒนธรรม พื้นที่สาธารณะทางวรรณกรรมโดยเฉพาะ ตามแนวคิดของฮาเบอร์มาสว่าพื้นที่สาธารณะทางการเมือง (Political public sphere) เป็นเรื่องพื้นที่ที่มีความหมายต่อการพัฒนาระบบประชาธิปไตย เพราะอำนาจรัฐจะเป็นพื้นที่สาธารณะต่อเมื่อถูกวางนโยบายสาธารณะและดำเนินมาตรการสาธารณะ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์สุขส่วนรวมและอยู่ภายใต้การควบคุม หรือตรวจสอบของประชาชนที่อยู่ภายในพื้นที่สาธารณะทางการเมือง ในขณะที่ปัจจุบันการสร้างเมืองเป็น “พื้นที่แบบอารยะ” ภายในเมืองจะมีหอการค้า ตามถนนสายต่างๆ มีการจัดแบ่งพื้นที่กันปกครองดูแลรักษา และมีพื้นที่สาธารณะ เช่น ลานคนเมือง เพื่อส่งเสริมความเป็นประชาคม เช่นเดียวกับร้านเหล้าของชาวอังกฤษ ที่เรียกว่า Pub คำนี้เป็นคำย่อมาจาก Public-house เป็นพื้นที่สำหรับผู้คนที่ต้องการพบปะสังสรรค์กัน (Chantus Pearntum, 1999 : 3) พื้นที่สาธารณะ จึงหมายรวมถึงการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมที่ผู้คนมาพบปะกันเพื่อรับอากาศ แสงแดด เพื่อให้ความชุ่มชื้นมีชีวิตชีวาของเมือง เน้นถึงความเป็นสาธารณะ และการพัฒนาวัฒนธรรมของกลุ่มคนให้เจริญงอกงาม นักออกแบบชุมชนเมืองและภูมิสถาปนิกจึงให้ความสำคัญกับลักษณะของพื้นที่สาธารณะเป็นพิเศษ (Jackson, 1984 : 8) ไม่ใช่แค่เพียงความหมายทางกายภาพแต่เป็นความหมายเชิงมนุษยศาสตร์และพฤติกรรม

กล่าวโดยสรุป การนำทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ทางสังคมบนพื้นที่แห่งความสุข มีเหตุการณ์พัฒนาพื้นที่ในสามด้าน คือการเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพเป็นการพัฒนาทางภูมิศาสตร์พื้นที่ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพเป็นการพัฒนาพื้นที่เพื่อกิจกรรมเชิงท่องเที่ยว และการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อกลุ่มคนในสังคมแต่กลุ่มสมาชิกนั้น

2.3 ทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นี้ เป็นการศึกษาถึงการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมการเมืองก่อให้เกิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณานิเวศ นำมาสู่การวิเคราะห์ความเป็นเหตุการณ์การสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวต่อไป

2.3.1 ความหมาย

ความหมายทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า มาจากคำศัพท์ในภาษาอังกฤษของโคเฮน (Cohen E, 1988) ซ้ำพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560 ที่ว่า “Commoditization of Culture” หมายถึงปรากฏการณ์ที่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมได้ถูกแปรผันให้เป็นสินค้าทั้งในรูปของวัตถุ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ของที่ระลึก หรือรูปแบบเหตุการณ์กิจกรรม เช่น เทศกาลประเพณี การแสดง เป็นต้น ดังนั้นความหมายการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าประกอบด้วย บริบทของการค้า (Commoditization) หมายถึงกระบวนการประเมินมูลค่าสิ่งของและกิจกรรม หลังจากนั้นสิ่งของและกิจกรรมกลายมาเป็นสินค้าและบริการ ท้ายที่สุดกระบวนการดังกล่าวจะนำสินค้าหรือบริการเข้าไปสู่วงจรการแลกเปลี่ยนและการซื้อขาย ดังนั้นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า หมายถึงกระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรม เป็นระบบทุนนิยมและมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิต และการแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคและบริโภค การจัดการสินค้าและการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงจริยธรรมและประเพณีของผู้บริโภคด้วย

นิสวันต์ พิษณุดำรง, 2553 ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมสืบทอดกันมาและดำรงอยู่ เป็นสิ่งที่สังคมเห็นคุณค่า เป็นที่ต้องการ และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ เป็นคุณค่า ค่านิยมทางสังคมแสดงออกทางจารีตประเพณีมีรากฐานมาจากความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่น และภูมิหลังของบุคคลที่มาจากตระกูล เผ่าพันธุ์ สถานภาพทางสังคม เช่น นามสกุล ของคนบางคน ตำแหน่ง สถานภาพทางสังคมที่มีดีกรีทางการศึกษา ทำให้คนนั้นได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป และ บุญเรือง สมประจบ, 2553 กล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมมาในอดีตมีคุณค่าต่อสังคม ทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์และคุณค่าต่อวิถีชีวิต ทำให้สังคมอยู่กันอย่างสมานฉันท์ และช่วยจัดระเบียบสังคม

พิทักษ์ น้อยวังคลัง (2548 : 18) สินค้า ภาษาอังกฤษ “Commodity” หมายถึงสินค้า ของใช้ประจำวัน ปริมาณ หรือจำนวนหนึ่งของสินค้า ผลประโยชน์ส่วนตัว สินค้าเป็นวัตถุสิ่งของบางประเภท รวมทั้งสิทธิในการครอบครองวัตถุสิ่งของที่ถูกผลิต ดำรงอยู่ และการแพร่กระจายผ่านมูลค่าการแลกเปลี่ยนเงินตราภายในระบบเศรษฐกิจ สินค้าจึงคำนึงถึงการจำหน่ายกำไร หรือขาดทุน สินค้าจึงมีคุณค่าทางการใช้ประโยชน์ คุณค่าด้านการแลกเปลี่ยน คุณค่าทางด้านจิตใจ หรืออาจมีคุณค่าทางด้านความงาม เป็นต้น ซึ่ง คาร์ล มาร์ก (Karl, M. 1974 : 21-34) ให้ความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองว่า “แรงงานคือสินค้า” สินค้าอาจมีมูลค่าสูงเพราะมีความต้องการมาก สินค้ามีมูลค่าต่ำเพราะการตอบสนองมีน้อย ซึ่งแรงงานเป็นสินค้ามีมูลค่าสูงต่ำสอดคล้องสัมพันธ์กัน มาร์กเชื่อว่าวิธีการผลิต (mode of production) เป็นตัวกำหนดโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Structure of social relation) เป็นการวิเคราะห์ถึงสินค้าคือคนและวัตถุการแปลงให้เป็นสินค้ามีมูลค่าทางการเปลี่ยนแปลงโดยสากลในเชิงนามธรรม

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2522 กล่าวถึงสินค้าการท่องเที่ยวเป็น “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” หมายถึงอุตสาหกรรมใดที่จัดให้มี หรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทยโดยมีค่าตอบแทน หมายความว่ารวมถึงธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึก หรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินการนิเทศกรรมการแสดง ออกกร้านการโฆษณาเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำ หรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป ความหมายการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ การแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ คือทรัพยากรบางอย่างเป็นสินค้ามีคุณค่าแตกต่างกัน มีคุณค่าทางการใช้ประโยชน์ คุณค่าด้านการแลกเปลี่ยนเป็นเงินตรา คุณค่าทางด้านจิตใจดังเช่น จารีตประเพณีมีรากฐานมาจากความรู้ทางภูมิปัญญาพื้น

2.3.2 การนำทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไปใช้

ประโยชน์

การนำทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์นี้ เป็นการศึกษาแนวคิดเชิงสัญลักษณ์ (sign) หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความหมาย (meaning) แทนของจริง/ตัวจริง (object) ในตัวบท (text) ทั้งในบริบท (context) เพื่อนำมาใช้แทนทางวัตถุ สิ่งของ รูปภาพ และภาษา ซึ่งสิ่งของที่ทำให้เป็นสินค้าจนเกิดกลไกเชิงสัญลักษณ์แปลงความหมายทางวัฒนธรรม คือ สัญลักษณ์มีความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุในหลายระดับ เริ่มจากความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์สิ่งของ หรือพื้นที่ จนถึงความสัมพันธ์สัญลักษณ์ยี่ห้อ/แบรนด์อะไร ย่อมทำให้เกิดตรรกะการใช้สินค้าเปลี่ยนคุณค่าไปจากตรรกะการใช้ประโยชน์ แม้แต่สังคมบริโภคนิยมและกิจกรรมกลุ่มสังคมสัญลักษณ์ ก่อนจะบริโภคตัวสินค้าต้องแปลงเป็นสัญลักษณ์ต่างๆ ทั้งแบรนด์/บรรจุภัณฑ์ ราคา ยี่ห้อ ประเภทสินค้า ต้องมีการตั้งรหัสสินค้าให้กลายเป็นสัญลักษณ์ เพื่อให้สินค้าทำหน้าที่การสื่อสารทางวัฒนธรรมพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแสดงสถานภาพและเกียรติยศของผู้ให้สินค้านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) ดังนั้นการนำทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้ามีเป้าหมายเพื่อสนองตอบต่อความต้องการการดำเนินชีวิตใน 3 ด้าน คือ 1) การสนองตอบทางด้านร่างกาย ทั้งในเรื่องการกินอยู่ ความเจ็บป่วย การสืบพันธุ์ ฯ 2) การสนองตอบทางด้านจิตใจ ทั้งในเรื่องอารมณ์แห่งความรู้สึก ความกลัว ความไม่มั่นคง ความรักความอบอุ่น ฯ 3) การสนองตอบทางด้านสังคม ทั้งในเรื่องพื้นฐานการพึ่งพิงอาศัยกัน การสร้างระเบียบ กฎเกณฑ์ทางสังคม ฯ (คณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., 2559) โดย ริชาร์ดส์ (Richards, 1995) กล่าวถึงการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอยู่ 6 รูปแบบ คือ

1. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้จากการเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น กิจกรรมด้านการทำ ศิลปะโคมไฟล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถสร้างทักษะด้านการประดิษฐ์โคมไฟที่เป็นศิลปะ พื้นบ้าน หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะ เพิ่มเติมจากการมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือทำในกิจกรรมดังกล่าว

2. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก “ทักษะและ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์กลายเป็น สินค้าที่ไม่เปื่อยเน่าทรพยากจากธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาเป็นสินค้าให้แก่ นักท่องเที่ยว

3. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนจากการขาย ทรัพยากรที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

4. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูง ไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ชุมชนสามารถใช้วิถี ชุมชนที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันนำเสนอ เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้ วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

5. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนท้องถิ่นโดยที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็น วิถีประจำวัน หรือวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้ทั้งชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง

6. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นแตกต่างกัน ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความ แตกต่างกัน แต่ละชุมชนมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์ และพัฒนาเป็นสินค้า ทางการท่องเที่ยว นำเสนอให้นักท่องเที่ยวเกิดประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้เกิดความ เข้มแข็งของวัฒนธรรมในชุมชนและชุมชนจะรักษาไว้สืบต่อไป

กล่าวโดยสรุป การนำทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนางานวิจัย เป็นการศึกษาวิธีการสร้างพื้นที่ทางสังคมของสนามข้างอารีน่า เพื่อแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวสร้างสัญญาณมีความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุสิ่งของให้ กลายมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการทางด้านร่างกาย ทางด้าน จิตใจ และทางด้านสังคมมนุษย์บนพื้นที่

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สนับสนุนการวิจัยเรื่อง “พลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์” แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

3.1งานวิจัยเกี่ยวกับสนามช้างอารีน่า

อรธกร จตุกุล, 2562 กล่าวถึงกีฬาช่วยพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ผลการวิจัยพบว่า สนามช้างอารีน่ามีมาตรฐานระดับสากลกลายเป็นแลนด์มาร์กของคนเดินทางมาสู่จังหวัดบุรีรัมย์ และสนามมอเตอร์สปอร์ตระดับมาตรฐานโลก เปลี่ยนชีวิตชาวบุรีรัมย์ไปอย่างสิ้นเชิง เมื่อใดที่ทีมฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต เปิดบ้านรับการมาเยือนของคู่แข่งชาวบุรีรัมย์จำนวนมากจะเดินทางมาให้กำลังใจนักเตะจนแน่นสนาม ไม่เว้นแม้แต่ชาวต่างจังหวัด แม้แต่นักท่องเที่ยวจากจังหวัดบางคนต้องเดินทางมาหลายร้อยกิโลเมตรเพื่อมาชมการแข่งขันของนักบปρασาทสายฟ้า พร้อมกับสัมผัสบรรยากาศความยิ่งใหญ่ของสนามสนามช้างอารีน่า มีผู้เข้ามามากขึ้นทุกปีเกิดประโยชน์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดกิจการใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดรายได้ให้กับจังหวัดบุรีรัมย์ ยังมีการใช้จ่ายเงินเกิดขึ้นในจังหวัดบุรีรัมย์มากทำให้เศรษฐกิจหมุนเวียนและคล่องตัว ทุกอย่างจะสมดุลตั้งแต่ลูกจ้างจนถึงนายจ้าง

นราธิป ตรีเจริญ และคณะ, 2559 ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาจังหวัดด้วยกีฬาฟุตบอล อาชีพ : ความรัก เอกลักษณะ และการพัฒนาจังหวัดอันเกิดจากสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ผลการวิจัยพบว่า นายเนวิน ชิดชอบ ประธานสโมสรใช้หลักการรัฐประศาสนศาสตร์พลเมืองเพื่อสร้างและนำสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ไปสู่ความสำเร็จ เช่น การสร้างความรักความสามัคคี สร้างเอกลักษณ์ประจำจังหวัด และการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งนี้ภาครัฐควรกระจายอำนาจและการปรับตัวเป็นผู้นำนวยความสะดวกให้พลเมือง หรือแฟนฟุตบอลเข้ามามีส่วนร่วม มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของฟุตบอลไทย นำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของแฟนฟุตบอล

พงศ์ภรณ์ ฉัตรนันทภรณ์, 2559 ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาลูกค้ำที่ซื้อของที่ระลึกสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ใช่พนักงานที่มาจากท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าที่ระลึกสโมสรฟุตบอลฯ มาก่อน มีเหตุผลซื้อเพราะชื่นชอบในสโมสรฟุตบอล โอกาสการซื้อสินค้าที่ระลึกสโมสรฟุตบอลฯ เพื่อนำไปใช้สอยเอง สินค้าที่ซื้อเป็นเสื้อฟุตบอล มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกของสโมสรฟุตบอลฯ คือ 401-1,000 บาท มีปริมาณในการซื้อ 2 ชิ้น และ ทศนคติที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสโมสรฯ มีระดับที่ทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ทศนคติที่มีต่อสินค้ามีต่อช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายทัศนคติที่มีต่อสโมสร พนักงานและการบริการ ทศนคติที่มีต่อราคาสินค้า และทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการขาย

รัฐชาติ ทศนัย และ วรเดช จันทรร, 2559 ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการบริหารจัดการสโมสร

ฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีกระบวนการเป็นมืออาชีพโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานสากลเป็นตัววัด มีเจ้าของสโมสรเป็นผู้ควบคุมอย่างใกล้ชิดและเป็นผู้ตัดสินใจเรื่องต่างๆ ในขั้นสุดท้าย ผลการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และสังคม มีผลการพัฒนาอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อผลการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านการบริหารจัดการทีมฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R2) เท่ากับ 0.5387 มี 4 ปัจจัยที่ได้คะแนนสูงอย่างมีนัยสำคัญเรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) สิ่งจูงใจของนักฟุตบอลและโค้ช 2) การสร้างฐานแฟนคลับและผู้สนับสนุนทางการเงิน 3) ผู้บริหารที่มีประสิทธิผล 4) การสื่อสาร และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีข้อมูลสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้การบริหารทีมฟุตบอล จำเป็นต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลายมาผสมผสานการบริหารจึงจะประสบความสำเร็จ

สาวินีย์ พลเยี่ยม, 2558 ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับดี มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ได้รับความนิยมโดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาที่จังหวัดบุรีรัมย์ 2) นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด มีจำนวนมากกว่าคนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อคิดเป็นรายภาคจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ คือ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดร้อยเอ็ด และนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลางส่วนใหญ่ คือ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนนทบุรี ตามลำดับ และ 3) สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีบทบาทสำคัญอยู่สามประการที่ทำให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ คือ บทบาทด้านสัญลักษณ์ บทบาทด้านการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ และบทบาทการเป็นผู้ตัดสินใจ

3.2 งานวิจัยการเมืองเรื่องพื้นที่

พิชญ์รักษ์ ปิตาทะสังข์, 2550 ได้ศึกษาเรื่องสภาพปัจจุบันของการสื่อสารทางการเมืองในโครงการเมืองกีฬา ผลการศึกษาพบว่า แนวทางสำหรับฟื้นฟูเมืองกีฬา (Sport city) ใช้กีฬาเป็นเครื่องมือสร้างแรงดึงดูดการลงทุนและสร้างผลประโยชน์ทางสังคม ประเทศไทยการเติบโตของกีฬายอดนิยมอย่างฟุตบอลทำให้ภาพเมืองกีฬาชัดเจน บางจังหวัดบรรจุแนวทางการสร้างมหานครแห่งกีฬาไว้ในแผนพัฒนาจังหวัด บทความนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกีฬาและการสื่อสาร อีกทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองในโครงการเมืองกีฬา ผ่านการวิจัยเชิงเอกสารจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการสื่อสารเรื่องเมืองกีฬามี 3 แง่มุม คือ 1) การสื่อสารเชิงอำนาจผ่านกีฬา 2) การสื่อสารประโยชน์ของเมืองกีฬา 3) การสื่อสารเพื่อการสร้างเอกลักษณ์จากเมืองกีฬา และปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองในโครงการเมืองกีฬามีอยู่ 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยทางการสื่อสาร

กิตติกรณ บำรุงบุญ, 2560 ได้ศึกษาเรื่องการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเมืองหลวงพระบางภายใต้กระแสเมืองมรดกโลก ผลการศึกษาพบว่า เมืองหลวงพระบางในปัจจุบันกลายเป็นพื้นที่แห่งการปะทะสังสรรค์ระหว่างความпенอดีตและกระแสการเปลี่ยนแปลงของเมืองหลวง พระบาง ที่ดำรงอยู่ในสถานภาพของการเป็น ‘เมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม’ ของ UNESCO และดำรงตนอยู่ในกระแสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อบริโภค ‘อดีต’ ในความหมายของวัฒนธรรมโลก ที่ไต่หวนกลับคืนไปหา ‘อดีต’ ของหลวงพระบาง มาใช้ในการธำรงรักษาสถานภาพของเมืองมรดกโลกและเมืองท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของโลก ซึ่งได้กลายเป็นบริบทสำคัญของพื้นที่ทางสังคมใหม่ที่ส่งผลต่อการประดิษฐ์สร้าง ‘ความทรงจำใหม่’ และการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม เพื่อใช้ในการต่อรองระหว่าง ‘ท้องถิ่น’ กับ ‘โลกาภิวัตน์’

นิติกร สิงห์ล่อ, 2558 ได้ศึกษาเรื่องประเพณีประติมากรรมและภาพชุมชนจินตกรรมในนครชุม ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบใน 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ใช้สอยของพิพิธภัณฑ์กับเนื้อหาของบริบทในระดับภาพรวมของชุมชน นครชุมให้เป็นที่ศึกษาเดียวกันกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในชุมชน และในระดับพื้นที่ตั้งของโครงการพิพิธภัณฑ์นครชุม เชื่อมต่อกันระหว่างพื้นที่ทางการค้าย่านตลาด และพื้นที่ทางประวัติศาสตร์โดยรอบโครงการพิพิธภัณฑ์ เพื่อการออกแบบอาคารที่ก่อรูปจากการนำเอาเอกลักษณ์รูปแบบสถาปัตยกรรมและภูมิปัญญาทางการก่อสร้างของชุมชนนครชุมมาพัฒนาต่อยอด ในงานโครงสร้างที่เกิดจากการประยุกต์โครงสร้างอาคารรูปแบบเดิมที่พบในนครชุม พิพิธภัณฑ์เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการรองรับกิจกรรมทางสังคม 2) ด้าน ผสมผสานกับรูปแบบที่ว่างของอาคารประเภทพิพิธภัณฑ์กับการใช้สอยร่วมสมัยเพื่อให้เกิดความลงตัวในแง่ของการออกแบบ ที่ไม่เกิดความแปลกแยกกันระหว่างอาคารรูปแบบเก่ากับอาคารออกแบบใหม่ และสัมพันธ์กับบริบทอาคารในพื้นที่

ธนวรรณ นิธิปภานันท์, 2558 ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว : ศึกษากรณี เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า เพลินวานมีกระบวนการสร้างพื้นที่ (เชิงกายภาพ) แตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป เป็นการสร้างพื้นที่แบบนำอดีตมาตัดปะะ มีการคัดเลือกอดีตในช่วงเวลาที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นการสร้างอดีตด้วยข้อมูลที่มาจากการผสมผสาน เป็นการสร้างความหมายใหม่ เป็นการสร้างพื้นที่ไม่ต้องการอ้างอิงบริบทของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสิ่งที่สำคัญในกระบวนการสร้างพื้นที่ คือ เรื่องการออกแบบและใช้องค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรมเป็นการผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน ส่วนการสร้าง ความหมายที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกัน โดยผู้ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาชุดหนึ่งด้วยการลรหัส ในขณะที่ผู้บริโภคมีการถอดรหัสความหมายขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ความแตกต่างกันแสดงให้เห็นว่า ความหมายที่เกิดขึ้นไม่ได้ถูกสร้างขึ้นจากผู้ผลิตแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ความหมายดังกล่าวยังถูกสร้างขึ้นจากผู้บริโภคได้เช่นกัน

3.3งานวิจัยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ศิริพร ณ ถลาง, 2558 ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมโดยเฉพาะคติชนมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งไม่ใช่เป็นความเปลี่ยนแปลงตามปกติธรรมดาของวัฒนธรรม แต่เป็นความเปลี่ยนแปลงอันมีปัจจัยทางสังคมเป็นตัวเร่งและเป็นตัวกำหนด ทำให้เกิดการสร้างสรรค์คติชนในรูปแบบและเนื้อหาใหม่ในหลายลักษณะ โครงการ “คติชนสร้างสรรค์ฯ” พลวัตและการนำคติชนไปใช้ในสังคมไทยร่วมสมัย เป็นโครงการวิจัยที่พยายามอธิบายปรากฏการณ์พลวัตของคติชนในลักษณะต่างๆ ในบริบททางสังคมไทยในปัจจุบัน บริษัทันบริบททางสังคมสรุปแนวคิด และยกตัวอย่างวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” บทความนี้นำเสนอว่า บริบททางสังคมที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” ได้แก่ บริบทสังคมโลกาภิวัตน์และการท่องเที่ยว บริบททุนนิยมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบริบทข้ามชาติ-ข้ามพรมแดน แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” ได้แก่ แนวคิดเรื่องคติชนแท้-คติชนเทียม (folklore-fakelore) “ของแท้” “ของดั้งเดิม” “วิถีดั้งเดิม” (authenticity) ภาพแทน (representation) ประเพณีประดิษฐ์ (invented tradition) อัตลักษณ์ (identity) ในบทความนี้ได้ยกตัวอย่างวิทยานิพนธ์ในประเทศไทยที่ใช้แนวคิดดังกล่าวข้างต้นมาเป็นกรอบความคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเฉพาะประเด็นการใช้คติชนในการสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ คติชนประดิษฐ์ในบริบทข้าม

ณัฐพล มีแก้ว และ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2555 ได้ศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมเป็นสินค้าส่งผลให้เกิดในเรื่องของคุณค่าของสินค้าวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งคุณค่าของสินค้าทางวัฒนธรรมนั้นจกขึ้นอยู่กับการให้ความหมายของบุคคลและช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามายังชุมชนชายโขง ส่งผลให้วัฒนธรรมท้องถิ่น กลายเป็นเพียงสินค้าที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสโดยปราศจากคุณค่า ตัวอย่างเช่น การดักบาตรข้าวเหนียว ซึ่งถูกการท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนรูปแบบการดักบาตรเสียใหม่ หรือการผลิตผ้าไหม จะถูกเปลี่ยนแปลงหน้าทีจากการเป็นลักษณะเพื่อการใช้สอยชีวิต กลับถูกแปรเปลี่ยนสภาพเป็นการให้คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ และยังส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อด้านความสัมพันธ์ทางการผลิตที่จากเดิมมีลักษณะเกื้อกูลพึ่งพาอาศัยกัน กลับต้องมีลักษณะการแข่งขันกันเพื่อต่อสู้แย่งหากู้ค่ากันเอง นอกจากนี้ การให้คุณค่าทางด้านสัญลักษณ์เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการกระจายสินค้าสู่นักท่องเที่ยวโดยผ่านกระแสความเป็นท้องถิ่นนิยม และกระแสการท่องเที่ยวเชิงไทยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชั้นกลาง เป็นความต้องการของผู้บริโภคเอง

พิทักษ์ น้อยวังคลัง, 2548 ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวในภาคอีสาน ผลการวิจัยพบว่า การผลิตสินค้าหัตถกรรม สินค้าการแสดง และการผลิตสินค้าสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ แสดงถึงกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวในภาคอีสานว่ามีศักยภาพของวิธีการผลิตสินค้าวัฒนธรรม ความสัมพันธ์กับวิธีการผลิต และการจัดการผลประโยชน์จากสินค้าวัฒนธรรมเหมือนและต่างกัน คือ การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมมีพลังการผลิตในด้านปัจจัย

การผลิต ความสัมพันธ์ทางการผลิต และความไม่เท่าเทียมกันในการครอบครองปัจจัยการผลิต กระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวในภาคอีสานเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นทางวัฒนธรรม ในสังคมบริโภคนิยมผ่านวัตถุ หรือสิ่งของ และร่างกายของมนุษย์ล้วนมีนัยทำให้เป็นสินค้าได้

ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560 ได้ศึกษาเรื่องการสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่ การเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวของชาวมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า มรดกทาง ภูมิปัญญาด้านอาหาร ศิลปหัตถกรรม มีการพัฒนาให้เข้ากับการท่องเที่ยวและความถูกต้องของลูกค้า แต่ยังเป็นการผลิตและจำหน่ายแบบพอเพียงเพื่อสร้างรายได้ให้ครอบครัวสามารถดำรงชีพอยู่ได้ มี การแบ่งหน้าที่กันตามความชำนาญ ส่วนวัฒนธรรมประเพณีชาวมอญยังมีการดำรงไว้อย่างดี มีบ้าง ประเพณีได้ปรับให้เข้ากับยุคสมัย

3.4 งานวิจัยต่างประเทศ

De Mel s. & Boccardo A., 2014 ได้ศึกษาเรื่องประโยชน์ของการสร้างตราสินค้าของ กีฬาที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กรณีศึกษาสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด สโมสรลิเวอร์พูล สโมสรอาร์เซนอล และสโมสรเชลซี ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานทางธุรกิจประสบความสำเร็จกับข่าวสารเกี่ยวกับ สโมสร และการจัดกิจกรรมระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับ หรือแฟนคลับกับสโมสร ทำให้แฟนคลับมี ความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้น ในการดำเนินงานทางธุรกิจของสโมสรไม่มีผลต่อความพึงพอใจมากนัก เพราะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยการจัดการในด้านอื่นๆ ที่สนับสนุนด้วย เช่น สปอร์ติ้งเซอร์ ฟันธมิตรทาง การค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ส่วนตราสโมสรเป็นตัวชีวิตให้เห็นถึงพฤติกรรมและตัวตน ของแฟนบอลได้อย่างชัดเจนว่าชอบ หรือเกลียดชังสโมสรไหน เป็นการแสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดี ที่มีต่อสโมสร ตราสโมสรมีอิทธิพลต่อการยอมรับระหว่างกลุ่มเพื่อน หรือแฟนคลับ รวมทั้งการดึงดูด ให้มาสนใจและสนับสนุนต่อสโมสร กลุ่มแฟนคลับจึงมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมว่ามีความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อสโมสร ส่วนประสบการณ์ในการรับรู้ข่าวสารในช่องทางของอินเทอร์เน็ต พบว่ามีผล ต่อความพึงพอใจในระดับค่อนข้างน้อย แม้ว่าจะมีจำนวนการใช้มากกว่าในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารก็ ตาม

Thomsen (2013 : 17-20) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างสำหรับสโมสร ฟุตบอล ผลการวิจัยพบว่า สโมสรอาร์เซนอลได้ทุ่มงบประมาณถึง 16 ล้านปอนด์ ในการสื่อสารทาง Facebook page เพื่อเข้าถึงแฟนคลับและแฟนบอล โดยมีเป้าหมายสื่อสารให้กระจายที่หลากหลาย และทั่วถึงในเมืองลอนดอน และสหภาพอังกฤษ จีน อเมริกา เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น มีการร่วมมือทาง ธุรกิจกับพันธมิตรและสปอร์ติ้งเซอร์รายใหญ่ในการสร้างแบรนด์สินค้าและภาพลักษณ์ของสโมสร ใช้ กลยุทธ์เจาะตลาดโดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มแฟนคลับโดยเฉพาะ มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างบริการสัมพันธ์ ที่ดีต่อกลุ่มแฟนคลับ และให้แฟนคลับได้รับรู้ข่าวสารการเคลื่อนไหวในการดำเนินงานด้านต่างๆ ของ สโมสร ส่วนสโมสรลิเวอร์พูลใช้งบประมาณประมาณ 13 ล้านปอนด์ ในการสร้าง Facebook page

เพื่อสื่อสารไปยังแฟนบอลโดยมุ่งเน้นในภาษาที่แตกต่างกันถึง 21 ภาษา ถือเป็น การสร้างความหลากหลายในตลาด และมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการร่วมมือในการสร้างแบรนด์ร่วมกันระหว่างสโมสรและแฟนบอล

Turkenich, 2011 ได้ศึกษาเรื่องเมตริกทางการตลาด : การศึกษาเกี่ยวกับมูลค่าตราสโมสรฟุตบอล ศึกษาคุณค่าของแบรนด์จากการจัดอันดับของสมาคมฟุตบอลในการสร้างมูลค่า มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายด้านการตลาดของสโมสรฟุตบอลจาก 25 สโมสร วิเคราะห์ตัวแปรของค่าใช้จ่ายของกิจกรรมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า การใช้จ่ายจำนวนเงินที่เท่ากันสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด มีประสิทธิภาพสูงสุดในเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของสโมสรเน้นถึงการรับรู้แบรนด์และเลือกใช้กิจกรรมที่เหมาะสมกับตลาดตามพื้นที่ ในการสร้างความจงรักภักดีของแฟนคลับ สโมสรจะคัดเลือกพันธมิตรที่มีอิทธิพลทางการตลาดในภูมิภาคร่วมมือกันสร้างตลาดใหม่ โดยกลยุทธ์ของสโมสรแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรกใช้ผลสำเร็จของการแข่งขันและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของแฟนบอลเป็นหลัก ต่อมาจะสร้างความจงรักภักดีและบริการสัมพันธ์ โดยการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ของโฆษณาการจัดโปรโมชั่นในการสนับสนุนโดยตรงและรูปแบบอื่นๆ ของการสื่อสารในการเพิ่มฐานแฟนคลับ เพื่อสร้างรายได้จากฐานแฟนคลับด้วยผลิตภัณฑ์ที่จัดซื้อและบริการผ่านการขยายตราสินค้า

Choi S.H. and H.H. Cheung, 2007 ได้ศึกษาเรื่องพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีเศรษฐกิจและการศึกษาของโลก ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดความสนใจศึกษาผลกระทบถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจ สร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของคนในสังคมชุมชนใช้ภูมิปัญญาในการปรับตัวสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมหรือระบบนิเวศของชุมชน พบวิธีสร้างคุณภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์และปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้นคือ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ประสบการณ์ และชื่อเสียงของคนในชุมชน เป็นยุทธศาสตร์การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยกระบวนการนโยบาย และสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

Colleen C Colleen D and Jordan J., 1999 ได้ศึกษาวิธีการขยายช่องทางตลาดของแบรนด์สินค้าเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ผลการวิจัยพบว่า แบรนด์ต่างๆ มีการขยายช่องทางตลาดเพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับเหมือนกันอยู่สองวิธีคือ การลดราคาต้นทุนและการเพิ่มช่องทางตลาด ส่วนวิธีการอื่น เช่น การโฆษณา การขายสินค้าแบบซูด หรือการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับคู่แข่งในแต่ละแบรนด์จะไม่ใช้วิธีเดียวกัน เป็นต้น

Ricky W & Judith L.Z., 1999 ได้ศึกษาการเลียนแบบที่มีผลกระทบกับการสร้างนวัตกรรมใหม่และการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้าแบรนด์ที่ตนมั่นใจเกิดจากสินค้าของแบรนด์มีคุณภาพ (Brand Insure Quality) สินค้าของแบรนด์มีความเสี่ยงน้อย

(Bran Reduce Risk) สิ้นค้าของแบรนด์มีชื่อเสียงกว้างขวาง (Bran Communicate Social Status) สิ้นค้าของแบรนด์มีความน่าเชื่อถือ (Bran Create Trust) และสิ้นค้าของแบรนด์หาซื้อได้ง่ายตามสถานที่ต่างๆ (Bran Allow a Differentiated Distribution) ซึ่งการเลียนแบบจะทำให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าของตราสินค้าและนวัตกรรมใหม่หมดไป

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้เป็นการศึกษากลุ่มรายงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องของพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่า จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งงานวิจัยการเมืองเรื่องพื้นที่ งานวิจัยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และงานวิจัยต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นเครื่องหนุนเสริมรายงานวิจัยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นไป

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) เรื่องพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับข้อเท็จจริงจากบทความ สื่อสารออนไลน์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยวางกรอบดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขอบเขตการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตการวิจัย (Scope of Research)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ขอบเขตเนื้อหา เป็นการศึกษาตามความมุ่งหมายการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ประกอบด้วย

1.1.1 ศึกษาพัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ได้แก่ พื้นที่ก่อนสร้างสนามข้างอารีน่า แนวคิดการพัฒนาสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ และ พื้นที่หลังการสร้างสนามข้างอารีน่า

1.1.2 ศึกษาการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ได้แก่ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจิตนาการ และ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม

1.1.3 ศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว และ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม

1.2 ขอบเขตระยะเวลา ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาศึกษาข้อมูลทั่วไปทั้งแนวคิด ทฤษฎี รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาภาคสนาม นำมาสู่การศึกษาสร้างเป็นพลวัตทางการเมืองเรื่อง

พื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยการจัดเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ นำเสนอผลการวิจัย แล้วจึงเขียนเรียบเรียงรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์โดยใช้เวลาอยู่ประมาณ 4 ปีเศษ เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.2560 เป็นต้นไป

1.3 ขอบเขตพื้นที่ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่การวิจัยโดยศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณทั้งพื้นที่ภายในสนามและภายนอกสนามที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิศาสตร์

1.4 ขอบเขตประชากร ผู้วิจัยเลือกศึกษาประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้รู้ (Key Informants) เพื่อเป็นตัวแทนในการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นกลุ่มผู้นำทางการเมืองเรื่องพื้นที่สนาม ได้แก่ ประธานสโมสรฟุตบอล ผู้จัดการสนาม หรือผู้จัดการตลาด หรือนักวิชาการและผู้จัดการอาหารการกิน หรือผู้ให้บริการ (Casual Informants) ที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพื้นที่สนามข้างอารีน่าทั้งตลาดบุรีรัมย์คาสเซิล ตลาดไนน์เซาท์กราว กลุ่มผู้รู้ภูมิศาสตร์พื้นที่ จำนวน 40 คน และกลุ่มผู้รับบริการพื้นที่สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ได้แก่ กลุ่มผู้มาร่วมกิจกรรมทางสังคม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาชมสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ จำนวน 55 คน

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่า ผู้ศึกษาได้วางกรอบวิธีดำเนินการวิจัยไว้ใน 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้วิจัย (Research Instrument) เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การใช้แบบสังเกต (Observation form) และการใช้แบบสำรวจ (Survey Information) เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นพัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

2.1.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการกับประชากรกลุ่มตัวอย่างในเชิงลึกในประเด็นเฉพาะเรื่อง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ได้แก่ 1) การพัฒนาพื้นที่ก่อนสร้างพื้นที่ ที่ว่าด้วยภูมิลักษณะ หรือภูมินาม การดำรงชีวิตทางสังคม การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ คือการสร้างเมืองและสังคม การขยายตัวทางการค้า การศึกษาและการรักษาพยาบาล การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2500-2530 การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2531-ปัจจุบัน 2) แนวคิดการพัฒนาสนามข้างอารีน่า ที่ว่าด้วยประวัติสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และประวัติสนามฟุตบอลข้างอารีน่า และ 3) พื้นที่หลังการสร้าง

สนามช้างอารีน่า ที่ว่าด้วยพื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่า พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์ และเกิดความร่วมมือหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว

ตอนที่ 3 การสัมภาษณ์การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ ที่ว่าด้วยการวางรูปแบบ การจัดการพื้นที่ก่อสร้าง การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดิน และการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวชมสนามฟุตบอล พื้นที่ตลาด พื้นที่สวนสาธารณะ 12 และพื้นที่สนามแข่งรถ 2) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจิตนาการ ที่ว่าด้วยการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่ และการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่ และ 3) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม ที่ว่าด้วยการสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่แบบอารยะ การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม และการสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ

ตอนที่ 4 การสัมภาษณ์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นการแปลงพื้นที่ให้เป็นทุนทางสังคมวัฒนธรรมใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ ที่ว่าด้วยพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการ และพื้นที่ลานกีฬาคนเมือง 2) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว ที่ว่าด้วยพื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่า และ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต พื้นที่ความเชื่อและศาสนา ทั้งพื้นที่ลานสวนตาล พนม รุ่งจำลอง และ สวนสาธารณะ 12 และ 3) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม ที่ว่าด้วย กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอล กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กวันบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว และกิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ

2.1.2 แบบสังเกต เป็นแบบสังเกตที่มีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ใช้เป็นเครื่องมือประกอบการสังเกตพื้นที่เพื่อศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปริญญาเอก) สาขาวิชา วัฒนธรรมศาสตร์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลใน 3 ประเด็น ได้แก่

- 1) การสังเกตสภาพภูมิศาสตร์พื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ
- 2) การสังเกตการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ
- 3) การสังเกตการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

2.1.3 แบบสำรวจ เป็นการสร้างขึ้นมาเพื่อใช้สำรวจข้อมูลในประเด็นพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตลอดทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งแบบสัมภาษณ์เป็นทางการและไม่เป็นทางการ แบบสังเกต ทั้งแบบสังเกตที่มีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และแบบสำรวจในประเด็นทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ ตลอดทั้งกิจกรรมต่างๆ เพื่อบันทึกข้อมูลเรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่า จังหวัดบุรีรัมย์

2.2.1 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เป็นการแสวงหาความน่าเชื่อถือที่ได้ข้อมูลมาจากแหล่งพื้นที่ที่ต่างกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2555) ด้วยการใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าทางด้านข้อมูล (Data Triangulation) ที่ได้มาจากแหล่งพื้นที่สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

2.2.2 สถานที่ เป็นการรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน แต่มีแหล่งที่มาของสถานที่แตกต่างกัน

2.2.3 ด้านบุคคล เป็นการรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน แต่บุคคลอยู่ในตำแหน่งและสถานภาพแตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องตรวจสอบสามเส้า ได้แก่ กลุ่มผู้นำพื้นที่ทางการเมือง และกลุ่มผู้รับบริการพื้นที่ทางการเมือง และกลุ่มผู้ร่วมกิจกรรมพื้นที่ทางการเมือง

2.2.4 ด้านเวลา เป็นการรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน แต่ช่วงเวลาที่ให้ข้อมูลแตกต่างกันมาตรวจสอบว่า ได้ข้อมูลตรงกับผลการวิจัย หรือไม่ แล้วนำมาสรุปข้อมูลตามกรอบแนวคิดการวิจัยและจัดหมวดหมู่เรียงตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3 การนำเสนอผลการวิจัย เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์ เสร็จแล้ว ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพแบบพรรณนาผลวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เป็นลำดับ ได้แก่ พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ การเมืองเรื่องพื้นที่สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ และ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์



บทที่ 2

พัฒนาการของสนามแข่งอารีน่าและอาณาบริเวณ

พลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามแข่งอารีน่า เป็นการวิเคราะห์พื้นที่ในเชิงนิเวศวิทยาทางภูมิศาสตร์กายภาพของพื้นที่ดั้งเดิม หรือวิถีชีวิตทางสังคมเคยปฏิบัติกันมาเป็นประเพณีสังคมอาศัยแนวคิดทางมานุษยวิทยาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมมาเป็นตัววิเคราะห์จนเกิดการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ พื้นที่ก่อนสร้างสนามแข่งอารีน่าและอาณาบริเวณศึกษาถึงประวัติสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และประวัติสนามฟุตบอลแข่งอารีน่า พื้นที่หลังการสร้างสนามแข่งอารีน่าก่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมการเมืองรูปแบบใหม่ กลายมาเป็นพื้นที่กิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม พื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามแข่งอารีน่า พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์ และเกิดความร่วมมือหลังการสร้างสนามแข่งอารีน่าแล้ว



ภาพประกอบ 1 แสดงแผนผังถนนเชื่อมสนามแข่งอารีน่าและอาณาบริเวณ

ที่มา : บุรีรัมย์มาราธอน <https://www.runningconnect.com/event/BRM2019>

พื้นที่ก่อนสร้างสนามแข่งอารีน่า

การวิเคราะห์เกี่ยวกับภูมิลักษณะสภาพพื้นที่และอาณาบริเวณก่อนสร้างสนามแข่งอารีน่าว่ามีลักษณะ หรือภูมิหลังมาอย่างไร เป็นพื้นที่สภาพภูมิศาสตร์ทางธรรมชาติที่ผ่านมามาก่อนกลุ่มคน หรือประชาชนอาศัยอยู่ในพื้นที่เคยใช้ประโยชน์ร่วมกันมา และก่อนเรียกพื้นที่อาณาบริเวณนี้ว่าอย่างไร มีความเกี่ยวข้องการดำรงชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมพื้นที่มากเพียงใด จากผลการพัฒนาพื้นที่อาณา

บริเวณนี้ จึงเกิดการขยายตัวของเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ตามมากลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

1. ภูมิลักษณะ หรือภูมินาม

การวิเคราะห์ภูมิลักษณะ หรือภูมินามพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ ผู้ศึกษามองสภาพพื้นที่ทางกายภาพด้วยประสาทสัมผัสที่ปรากฏการณ์เกิดขึ้นมาในช่วงเวลาอดีตที่ผ่านมา ที่เป็นแนวคิดทางภูมิศาสตร์กายภาพเรื่องช่วงเวลาในแต่ละช่วงชีวิตสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่ในการดำเนินชีวิตอยู่ทางสังคมวัฒนธรรมพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ หรือภูมิทัศน์ที่มีชีวิต (Living Landscapes) ของกลุ่มคนที่ขับเคลื่อนเกิดการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณแห่งนี้ เป็นการเข้ามาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมร่วมกัน ถือเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มคน หรือประชาชนในพื้นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ หรือการประกอบอาชีพของกลุ่มคนในชีวิตประจำวัน เรียกพื้นที่ทางกายภาพนั้นว่า “ภูมิลักษณะ หรือภูมินาม : Geographic name” ประกอบด้วยพื้นที่อยู่อาศัยของกลุ่มคน (Human geographic) รวมทั้งลักษณะภูมิศาสตร์พื้นที่ทางกายภาพที่เป็นพื้นที่สาธารณะเรียกว่า โคกโนน หรือโคกป่าท่าเล หรือภูมิศาสตร์พื้นที่กับการเกิดอาชีพของประชาชน (วนมพร พาหะนิษฐ์, 2560) จนกลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทำมาหากินเพื่อการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจในการดำรงชีวิตอยู่ประจำวันของกลุ่มคน หรือประชาชน ซึ่งผู้ศึกษาได้ศึกษาสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับพัฒนาการพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณในแต่ละช่วงเวลามิดังนี้ (สมัย เลิศเสนา. 2563 : สัมภาษณ์, ชรินทร์ ชาญเรืองศิลป์. 2564 : สัมภาษณ์)

1.1 ภูมิลักษณะ หรือภูมินามพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณในช่วงเวลา ก่อนสร้างทางรถไฟสู่เมืองบุรีรัมย์ เรียกว่า บ้านไทยเจริญ หมู่ 7 ตำบลฮีสถาน อำเภอเมืองบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่อยู่อาศัยของคนไทยเชื้อสายเขมรประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำนาและเลี้ยงสัตว์ครอบคลุมนพื้นที่ 3 หมู่บ้าน/ชุมชน (ในปัจจุบัน) ได้แก่ บ้านไทยเจริญ หมู่ 7 บ้านโคกขุนสมาน หมู่ 13 และบ้านศิลาชัย หมู่ 15 ส่วนพื้นที่ตั้งของสนามช้างอารีนาเดิมที่เป็นพื้นที่ “แปลงนาของคุณตาจันทร์ ทริกรณ์” เป็นพื้นที่มีเอกสารสิทธิ์ สค.1 ในเวลาต่อมาภายหลังที่กำนันชัย ชิดชอบ เข้ามาประกอบอาชีพทำเมืองหินฝั่งทิศตะวันออก คุณตาจันทร์ได้บอกขายแปลงนาให้กับกำนันชัย ในราคา 5,000 บาท ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวว่า “จนถึงทุกวันนี้บุตรชายของคุณตาจันทร์เสียชีวิตมาก หรือเสียใจมากที่คุณพ่อขายแปลงนาไปจึงไม่เข้ามาใกล้สนามช้างอารีนาเลย” ส่วนพื้นที่ทางด้านทิศตะวันออกสนามช้างอารีนา หรือทิศตะวันตกวัดไทยเจริญเป็นที่ดินของหลวงพ่อรอด เป็นคนบ้านโคกวัด ส่วนพื้นที่ทางทิศใต้และทิศตะวันออกวัดไทยเจริญ เป็นพื้นที่โคกท่าเลและแหล่งหาของป่ามีหนองน้ำเล็กอยู่กลางโคก เรียกว่า หนองผักแว่น ในปัจจุบันนี้พื้นที่หนองผักแว่นกลายเป็นศาลาว่าการจังหวัดบุรีรัมย์แห่งใหม่

1.2 ภูมิลักษณะ หรือภูมินามพื้นที่สนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณในช่วงเวลาภายหลัง การสร้างทางรถไฟสู่เมืองบุรีรัมย์ และเปิดให้บริการรถไฟเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2468 ทางการรถไฟ แสวงหาแหล่งหินแกรนิตคุณภาพสูง จนมาพบแหล่งหินแกรนิตคุณภาพสูง เป็นแหล่งหินภูเขาไฟที่ดับ แล้วเมื่อประมาณล้านปี เป็นหินมีสีเขียว ยิ่งขุดลงไปลึกยิ่งได้หินมีคุณภาพสูง ดังนั้นทางการรถไฟจึง ได้ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามาขุดหินบริเวณนี้ เพื่อขายให้กับทางการรถไฟ เรียกพื้นที่ทางฝั่ง ตะวันออกสนามข้างอารีนาว่า “แหล่งหลุมหินการรถไฟ” และเรียกพื้นที่ฝั่งสนามข้างอารีนาว่า “บ้านคอกสัตว์” เนื่องจากพื้นที่ฝั่งทิศเหนือสนามข้างๆ เป็นพื้นที่ตั้งรอยต่อของวิทยาลัยเกษตร บุรีรัมย์ สร้างคอกสัตว์เป็นแนวคอกวัว คอกแพะ และคอกหมู ขนานมากับแนวทางเดินขึ้นมาสู่ แหล่งหลุมหิน หรือเมืองหิน สอดคล้องกับทฤษฎีมานุษยวิทยาทางวัฒนธรรมกับสิ่งแวดล้อมอธิบายถึง การปรับตัวเข้าหากันระหว่างสิ่งแวดล้อมกับมนุษย์มีความต่างจากสัตว์ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขวิวัฒนาการ วัฒนธรรม เป็นความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (นิยพรรณ วรณศิริ, 2550) ทำให้กลุ่มคน หรือประชาชนที่อาศัยอยู่พื้นที่อาณาบริเวณนี้ต้องปรับตัววิถีชีวิตเกษตรกรรมกับอาชีพ อุตสาหกรรม เมื่อวิทยาการเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าการใช้แรงงานคนทำหลุมหิน หรือเมืองหิน เปลี่ยนมาใช้ระเบิด เครื่องมือทันสมัยใหม่ และใช้รถยนต์บรรทุกหินแทนแรงงานคน ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงพื้นที่อาณาบริเวณนี้เรียกพื้นที่สนามข้างอารีนาว่า “พื้นที่จัดงานวันเกิดก้านันชัย หรือ พื้นที่เลี้ยงสัตว์ชาวบ้าน ต่อมากลายเป็นพื้นที่สนามฟุตบอลของนายเนวิน” เพราะก้านันชัยซื้อแปลง นามาจากตาจันทร์แล้วใช้เป็นพื้นที่เก็บพักหินที่ถลุงแล้ว ซึ่งพื้นที่หลุมหินในบริเวณนี้มีอยู่ 3 บริษัท คือ โรงโม่หินศิลาทอง (สวัสดี คชเสนี) โรงโม่หินศิลาเพชร (ยุค จีระพันธ์) และโรงโม่หินศิลาชัย (ชัย ชิดชอบ) ที่รถไฟเข้ามาขนหินไปทำอุตสาหกรรมรถไฟและการก่อสร้างต่างๆ

กล่าวโดยสรุป ภูมิลักษณะ หรือภูมินามพื้นที่สนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณเป็น พัฒนาการใช้พื้นที่ที่มาจากหินของคนเมืองบุรีรัมย์จากพื้นที่การเกษตรกรรมทำนาและเลี้ยงสัตว์ พัฒนามาเป็นพื้นที่หลุมหิน หรือเมืองหิน หรือโรงโม่หิน พื้นที่จัดงานวันเกิดก้านันชัย หรือพื้นที่ เลี้ยงสัตว์ชาวบ้าน ต่อมากลายเป็นพื้นที่สนามฟุตบอลของนายเนวิน หรือสนามข้างอารีนาตามลำดับ

2. การดำรงชีวิตทางสังคม

การวิเคราะห์สภาพการดำรงชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มคน หรือประชาชนที่เข้า มาอาศัยอยู่ในช่วงเวลาอดีตที่ผ่านมาเคยใช้ประโยชน์จากภูมิศาสตร์พื้นที่ก่อนสร้างสนามข้างอารีนา และอาณาบริเวณนี้ เป็นพื้นที่ทางธรรมชาติสร้างสรรค์ขึ้นมา เพราะทุนทางสังคมวัฒนธรรมกลายมา เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการดำรงชีวิตทางสังคมอาศัยทุนทางภูมิปัญญาของกลุ่มคน หรือ ประชาชนผสมผสานเข้ากับองค์ความรู้สมัยใหม่กับองค์ความรู้ที่เป็นรากเหง้าพื้นที่อาณาบริเวณชุมชน มาจัดการทรัพยากรกลายเป็นเศรษฐกิจชุมชน เชื่อมโยงสัมพันธ์กับการแก้ไขปัญหาการดำรงชีวิต ทางสังคมร่วมกันภายในพื้นที่อาณาบริเวณว่า “ทุนทางวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือนกลไกทางธรรมชาติ

ที่ยกระดับขึ้นมาเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตของชน ผสมผสานมิติของสังคมวัฒนธรรม ความเชื่อ สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจชุมชน” (อุทิศ ทาทอม, 2561) ดังนั้น ภูมิศาสตร์พื้นที่เป็นสิ่งดี ต่อการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมกับการดำรงชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มคน หรือประชาชนในพื้นที่สนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ ต้องอาศัยช่วงเวลาและปัจจัยภายนอกทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ที่อยู่อาศัย ซึ่ง ริชาร์ดส์ จี (Richards, 1995) เรียกพื้นที่นี้ว่า “บริบท” หมายถึงสภาพพื้นที่กับพัฒนาการดำรงชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อาณาบริเวณนี้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึกในแต่ละช่วงเวลา ดังนี้

ในช่วงเวลาก่อนสร้างทางรถไฟถึงเมืองบุรีรัมย์กลุ่มคน หรือประชาชนที่อาศัยในพื้นที่อาณาบริเวณนี้ประกอบอาชีพทำนาข้าว เลี้ยงสัตว์ และหาของป่าตามฤดูกาล มีกลุ่มคน หรือประชาชนเข้ามาอาศัยอยู่จำนวนน้อยมาก แม้แต่ผู้อำนวยการวิทยาลัยเกษตรบุรีรัมย์คนแรกยังมาอยู่ที่นี้ ชาวบ้านเชิญชวนมาอยู่ในชุมชนและแบ่งขายที่ดินให้สร้างบ้านอยู่พื้นที่อาณาบริเวณเดียวกัน ราคา 50 บาท เพราะต้องการให้มีกลุ่มคนเข้ามาอาศัยอยู่ในชุมชนบ้านไทยเจริญ ในช่วงเวลานั้นพื้นที่ตั้งเรือนจำบุรีรัมย์ในปัจจุบันนี้เป็นบ้านพักข้าราชการวิทยาลัยเกษตรทั้งหมด เมื่อรัฐสร้างทางรถไฟมาถึงเมืองบุรีรัมย์จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นที่นี้กับความต้องการใช้หินภูเขาไฟสร้างทางรถไฟของประเทศ

ในช่วงหลังการสร้างทางรถไฟถึงเมืองบุรีรัมย์แล้ว รัฐได้มาสำรวจพื้นที่และใช้หินภูเขาไฟในพื้นที่เขากระโดงไปสร้างทางรถไฟ จึงทำให้เกิดอาชีพใหม่ของกลุ่มคน หรือประชาชน เรียกว่า “อาชีพโรงโม่หิน หรือถลุงหิน” ใช้วิธีการชะแรงจัดหินขึ้นมาจากหลุมแล้วทุบหินด้วยค้อนปอนด์ แล้วก็นำมาตวงใส่เปียขายเป็นหิน 3 และหิน 4 โดยมีนายทุนมาคอยรับซื้อหินอยู่ในพื้นที่อาณาบริเวณใกล้กับสนามข้างอารีนา ในช่วงเวลานั้นมีกลุ่มคน หรือประชาชนที่ประกอบอาชีพแรงงานโรงโม่หินอาศัยอยู่ในบริเวณของคุ้มบุลำดวน กับ คุ้มหนองปรือ อีกส่วนหนึ่งอยู่ในหมู่บ้านโคกวัด และบ้านไทยเจริญแหล่งหลุมหินนี้เอง โดยคนงานจะเดินไปตามทางรถไฟเขากระโดง ออกเดินทางมาตั้งแต่เช้า และกลับบ้านในยามเย็นมีกลุ่มคนประกอบอาชีพโรงโม่หินอยู่ประมาณ 2-3 ไร่ยกคน ยังมีกลุ่มอาชีพทำหน้าที่เก็บหินมากองไว้ให้พวกรับจ้างทุบหินอีกกลุ่มหนึ่ง และมีหลงจู้คอยทำหน้าที่ตรวจกองหินก่อนขนหินมากองไว้อยู่ห่างกันเป็นกลุ่มๆ ประมาณ 30 ก้าว ซึ่งนายทุน หรือเจ้าของผู้ประกอบการกิจการโรงโม่หินเจ้าแรกเป็นนายทุนที่มาจากกรุงเทพฯ มีนายเสงี่ยม วงศ์ทองศรี เป็นผู้ดูแลกิจการมีคุณตาขวัญ เดชสง เป็นเสมียนประจำโรงโม่หิน แม้แต่พ่อแม่ผู้ให้สัมภาษณ์ยังประกอบอาชีพในโรงโม่หิน เมื่อถึงฤดูทำนาก็ทำนามีข้าวไว้บริโภคเลี้ยงครอบครัว ในช่วงแรกการสร้างทางรถไฟเข้ามายังแหล่งโรงโม่หินได้ขอกันพื้นที่ข้างทางฝั่งละ 1.50 เมตร และสร้างที่จอดรถไฟขนหินอยู่ตะวันตกติดกับวัดไทยเจริญ แต่ในปัจจุบันยังมีหลักเสารูปนแสดงพื้นที่เพื่อการขนส่งหินจากโรงโม่หินนำไปก่อสร้างทางรถไฟสายต่างๆ ในประเทศ แต่ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีขั้นสูงกับการทำเหมือง

หิน แทนการใช้แรงงานคนอยู่บริเวณหมู่บ้านศิลาชัย และรอบเขตพื้นที่ภูเขาไฟกระโดง ด้วยการสัมปทานระเบิดหิน ได้ดินแทนการทุบหินบนดิน ทำให้กลุ่มคนที่เข้ามาทำงานในส่วนโรงโม่หิน ออกมาตั้งบ้านเรือนอยู่ทางทิศตะวันตกของโรงโม่หิน จนเกิดเป็นชุมชนบ้านศิลาชัยขึ้นมาในภายหลัง แต่ในช่วงเวลานั้นในเชิงภูมิศาสตร์เศรษฐกิจยังมีการใช้แรงงานคนในโรงโม่หิน มีการประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเดินรถไฟเรียกว่า “อาชีพการตัดไม้หลา ภาษาเขมรเรียกว่าตะลา คืออาชีพตัดไม้พืน เชื้อเพลิงให้ทางการรถไฟ กองละ (12 ท่อนความยาว 90 เซนติเมตร) 1 สลิง และอาชีพถากไม้หมอนรถไฟ” โดยกลุ่มคน หรือประชาชนเข้ามาประกอบอาชีพตัดไม้หลาอยู่ในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ส่วนมากมาจากจังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมา ซึ่งไม้ต่างๆ กลุ่มคนจะออกไปหาตัดไม้ตามป่าแล้วนำมาขายให้กับทางรถไฟ (สมัย เลิศเสนา. 2563 : สัมภาษณ์, ชรินทร์ ชาญเรืองศิลป์. 2564 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป พัฒนาการพื้นที่ก่อนก่อสร้างสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ พัฒนาการมาจากภูมิลักษณะ หรือภูมินามพื้นที่แปลงนาชาวบ้านมาสู่หลุมหิน หรือโรงโม่หิน และทำเลี้ยวสัตว์ต่อมากลายเป็นเมืองหินจากการสัมปทานของกลุ่มเอกชน จนกลายมาเป็นสนามช้างอารีนาและมีการขยายพื้นที่อาณาบริเวณเพื่อการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ทำให้กลุ่มคนอพยพเข้ามาสู่อุทยานเมืองบุรีรัมย์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

3. การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่

การวิเคราะห์วิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ และภาวะความเป็นผู้นำทางการเมืองบุรีรัมย์ ตลอดทั้งการพัฒนาช่วงเวลาที่ผ่านมาของผู้นำรัฐต่อพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ จึงทำให้เกิดการอพยพของกลุ่มคน หรือประชาชนชาวพื้นเมืองที่เรียกว่า “ชาวเขมรป่าดง” เข้ามาอาศัยอยู่ในแต่ละช่วงเวลาก่อให้เกิดการขยายตัวทางชุมชนเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ เรียกว่า “สังคมเมือง : Urbanization” เป็นปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมาจากการเพิ่มจำนวนประชากรกลายเป็นเมืองใหญ่ที่เกิดขึ้นทั่วโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ผนวกกับการอพยพเข้ามาของคนไทยเชื้อสายจีนเพื่อมาลงทุนประกอบธุรกิจการค้าขายในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการขยายพื้นที่เมืองบุรีรัมย์อย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ ดังนี้

3.1 การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ด้วยการสร้างเมืองและสังคม

การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าเริ่มเมื่อปี พ.ศ.2319 เจ้าเมืองทางทิศอีสานต่างพากันแข็งเมืองไม่ยอมขึ้นกับเมืองนครราชสีมาที่เป็นหัวเมืองชั้นเอก มีพระยานางรองเป็นเจ้าเมืองนางรอง ทั้งเจ้าโอ เจ้าอิน และอุปฮาดเมืองจำปาศักดิ์ เป็นมูลเหตุให้สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาจักรี (รัชกาลที่ 1) เข้าไปเกลี้ยกล่อมแต่ไม่สำเร็จ จึงลงโทษประหารชีวิต เมื่อกลับจากเมืองจำปาศักดิ์ในปี พ.ศ.2320 เจ้าพระยาจักรีพบเมืองร้างมีคูน้ำคันดินล้อมรอบเป็นชัยภูมิเหมาะสมเป็นที่อยู่อาศัยสามารถใช้ป้องกันข้าศึกศัตรูได้ จึงมีบัญชาประกาศให้ชาวเขมรป่าดงเข้ามาอยู่อาศัยในอาณาบริเวณเมืองร้างและทรงแต่งตั้งบุตรเจ้าเมืองพุทไธสมันต์ (เมืองบันเตียเมย)

มารีในกัมพูชา) ที่ติดตามเจ้าพระยาจักรีไปปราบปรามตามหัวเมืองให้เป็นเจ้าเมืองนามว่า “พระนครภักดี” ทรงตั้งชื่อเมืองใหม่ว่า “เมืองแปะ” มีสภาพทางภูมิประเทศเป็นพื้นที่แหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การเกษตรกรรม เพราะดินเกิดจากการผุสลายของลาวาภูเขาไฟ มีความอุดมด้วยแร่ธาตุ สารอาหารที่ช่วยพืชเจริญเติบโตได้ดี ถือเป็นพื้นที่ดึงดูดให้กลุ่มคน หรือประชาชนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่เมืองแปะตามคำบัญชาของเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึกอย่างต่อเนื่อง จนกลายมาเป็นเมืองขนาดใหญ่ มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์ และมีความเจริญก้าวหน้าทางสังคมและเศรษฐกิจมาตามลำดับ (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ, 2542) ซึ่งการขยายตัวของเมืองบุรีรัมย์ สอดคล้องกับทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่เป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรมการเข้ามาอาศัยเพื่อการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกัน (ทรงคุณ จันทจร, 2553)

สมัยรัชกาลที่ 5 ฝรั่งเสศศุกคามดินแดนประเทศสยามทำให้พระองค์ทรงเปลี่ยนแปลงการปกครองระบบเทศาภิบาลเพื่อยุบหัวเมืองประเทศราชรวมอำนาจเข้าสู่ส่วนกลางและเมืองบุรีรัมย์ก็กลายเป็นศูนย์ราชการการเมือง (จังหวัด) เรียกว่า “บริเวณนางรอง” ทำให้เกิด “การขยายตัวเมืองยุคเก่า” เมื่อพระรังสรรค์สารกิจ (เลื่อน) รับแต่งตั้งเป็นผู้ว่าราชการเมืองบุรีรัมย์ ปี พ.ศ.2441-2444 (มหาดเล็กตามเสด็จพระเจ้านั่งยาเธอ กรมหมื่นสรรพสิทธิประสงค์ ข้าหลวงใหญ่ผู้สำเร็จราชการมณฑลอุบลราชธานี พ.ศ.2436-2443) พระรังสรรค์สารกิจขยายพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ด้วยการสร้างที่ทำการผู้ว่าราชการเมืองใหม่ (จวนผู้ว่าราชการ) ตั้งอยู่บริเวณนอกคูน้ำคันดินฝั่งทิศตะวันตก คูเมืองเดิม โดยพระรังสรรค์สารกิจนำกองทหารมาด้วยเพื่อช่วยงานการปกครองและดูแลคุ้มครองผู้ว่าราชการเมือง ตั้งกองทหาร (ค่ายทหาร) อยู่ภายในเขตคูน้ำคันดินทางตะวันตกเฉียงใต้ของศาลหลักเมือง (โรงเรียนสารพัดช่าง) ทำให้สถานที่ราชการกระจุกตัวอยู่อาณาบริเวณรอบศาลหลักเมือง ทั้งศาลว่าการเมือง ที่ทำการอำเภอเมือง และเรือนจำเมือง ต่อมาเรือนจำจึงย้ายไปที่ถนนสายบุรีรัมย์-ประโคนชัยห่างจากสถานที่เดิม 3 กิโลเมตร (พ.ศ.2521) ต่อมาในปี พ.ศ.2451 หลวงอนุรักษภูเบศร์ เป็นผู้ว่าราชการเมืองและได้เลื่อนบรรดาศักดิ์เป็น “พระภิรมย์บุรีรัฐ” สร้างบ้านพักข้าราชการเป็นบ้านไม้ 2 ชั้น อยู่บริเวณชุมชนต้นส้มมีบ้านพักปลัดจังหวัด บ้านพักผู้พิพากษาจวนผู้ว่าราชการเมืองแทนหลังเดิมที่พระรังสรรค์สารกิจสร้างมา และบ้านพักข้าราชการอื่นๆ มิได้ใช้เงินของทางราชการ ต่อมาในปี พ.ศ.2456 หม่อมเจ้านิสสาร เป็นผู้ว่าราชการเมืองย้ายศาลากลางจังหวัดมาอยู่บริเวณสวนหม่อนของชาวญี่ปุ่น (ศาลากลางหลังเก่า) หลังจากการส่งเสริมการเลี้ยงไหมและโรงเรียนช่างไหมญี่ปุ่นได้ยุติลงตามเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 “แต่ยังมีนายช่างไหมบางส่วนมีภรรยาเป็นคนเมืองบุรีรัมย์ไม่ยอมกลับไปประเทศญี่ปุ่นก็มีในปัจจุบันนี้ลูกชายนายช่างไหมอายุ 70 กว่าปีแล้ว เป็นบิดาของคุณหญิง (ชื่อรอง) ผู้เล่าให้นายคำฟังว่ามีสนามบินของกลุ่มเสรีไทยสร้างขนานอยู่ทางฝั่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์” (คำ วิชาพูล, 2564 : สัมภาษณ์) โดยทางราชการ

ได้ปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์จากพื้นที่โรงเรียนช่างไหมและอาคารเดิมมาเป็นศาลากลางจังหวัด และสำนักงานเทศบาลเมืองบุรีรัมย์แทน (บุรีรัมย์. 2559 : 15, บัญชา นวนสาย. 2556 : 56-73)

การอพยพเข้ามาของกลุ่มคน หรือประชาชนสู่เมืองบุรีรัมย์ จากปัญหาฝรั่งเศสปราบปรามโจรผู้ร้าย บังคับประชาชนยึดมีดเครื่องมือทำมาหากิน และพระสงฆ์สั่งทำลายวัฒนธรรม ความเชื่อทางสังคมด้วยการบังคับเผาหนังสือคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา จึงเป็นมูลเหตุให้ชาวเขมรอพยพเข้ามาสู่เมืองบุรีรัมย์ตั้งแต่ปี พ.ศ.2446-2451 กลายเป็นชาวเขมรกลุ่มใหม่เกิดการขยายตัวเข้าไปสร้างบ้านเรือนอยู่นอกเมืองเก่าคือคุ้มบุลำตวน ดังในรายงานของขุนสรรพกิจโกศล ผู้รั้งราชการเมืองบุรีรัมย์ วันที่ 24 สิงหาคม ร.ศ.122 (พ.ศ.2446) ว่าประชาชนอพยพเข้ามาอยู่อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จำนวน 206 คริว.... เป็นราษฎรอพยพมาจากแขวงมณฑลอิสานและมณฑลปราจีนบุรี เพราะความกันดารด้วยเสบียงอาหาร ขุนสรรพกิจโกศลสั่งให้อำเภอเป็นธุระดูแลประชาชนมีที่ไร่นาทำเลี้ยงชีพ ต่อมาในปี พ.ศ.2449 ประเทศสยามเสียมณฑลบูรพาให้ฝรั่งเศส มีเมืองพระตะบอง เสียมราฐ และศรีโสภณ พื้นที่ 51,000 ตารางกิโลเมตร เพื่อแลกกับเมืองตราด เกาะกง และด่านซ้าย จึงเป็นมูลเหตุให้กลุ่มคนเชื้อสายเขมรไม่ต้องการอยู่ภายใต้อำนาจของฝรั่งเศสอพยพขึ้นมาอยู่เมืองบุรีรัมย์ ดังเช่นในปี พ.ศ.2450 รายงานของพระยากำแหงสงคราม ข้าหลวงเทศาภิบาลมณฑลนครราชสีมา ลงวันที่ 3 สิงหาคม ร.ศ.126 ว่าเมืองบุรีรัมย์นำส่งบาญชีคนอพยพมาจากมณฑลบูรพาอยู่ในแขวงเมืองบุรีรัมย์ จำนวน ชาย 176 คน หญิง 122 คน รวมเก่าและใหม่ 461 คน ในช่วงแรกชาวเขมรกลุ่มใหม่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่บริเวณชุมชนบุลำตวน ต่อมาจึงขยายชุมชนไปอาศัยอยู่ในอาณาบริเวณพื้นที่รอบเมืองบุรีรัมย์เพื่อถกกลางพื้นที่ทำมาหากิน (ธงชัย สีโสภณ, 2561)

3.2 การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ด้านการค้า การศึกษา และการรักษาพยาบาล

การขยายตัวทางการค้าชายเมืองบุรีรัมย์ เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2441 ด้วยการสร้างตลาดกลางขึ้นบริเวณทิศเหนือวัดกลาง เพื่อสอนประชาชนเมืองบุรีรัมย์ให้รู้จักนำสินค้ามาค้าขาย แลกเปลี่ยนเป็นเงินตรา เป็นช่วงเวลาที่ประชาชนยังไม่รู้จักการใช้เงินมาทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน มีชาวจีนอพยพเข้ามาค้าขายและเป็นนายภาษีอากรร่วมกับขุนนางผู้ใหญ่ก่อสร้างร้านค้าเร่ร่อนขึ้นมาก้าขาย ต่อมามีการสร้างโรงสีข้าวขนาดใหญ่แห่งแรกของเมืองบุรีรัมย์ “โรงสีไฉ่เซ่งหลี ของนายเป็กฮั้ง (ไฉ่) แซ่ฮ้อ” โรงสีกลายเป็นศูนย์กลางการรับซื้อข้าวจากชาวนาบุรีรัมย์ เมื่อชาวนาเก็บเกี่ยวผลผลิตข้าวแล้วจะบรรทุกเกวียนมาขายกับพ่อค้าคนกลาง ก่อนการสร้างทางรถไฟถึงบุรีรัมย์หลวงนิवासวัฒนกิจ ปลัดจังหวัดบุรีรัมย์ เห็นว่าการสร้างทางรถไฟและสถานีรถไฟเกิดการเปลี่ยนแปลงมาสู่เมืองบุรีรัมย์อย่างแน่นอน หลวงนิवासวัฒนกิจจึงร่วมกับคหบดี 2 ท่าน คือ หลวงประสาธสุขวัฒน์ และขุนเพิ่ม พิริยะกุล จึงลงทุนก่อสร้างห้องแถวเพื่อเช่าพักอาศัยและทำการค้าขายก่อนเปิดการเดินทางรถไฟจากเมืองนครราชสีมาสู่เมืองบุรีรัมย์ระยะทาง 112 กิโลเมตรแล้วเสร็จ เปิดการเดินทางรถไฟเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2468 เกิดการขยายตัวพื้นที่ทางการค้าชายเมืองบุรีรัมย์อย่างต่อเนื่องเกิดตลาด

การค้ามากับการสร้างทางรถไฟ เรียกว่า “ตลาดโพธิ์” มีร้านค้าและสินค้าทั้งร้านตัดผ้า ขายเสื้อผ้า ขยายขนม สินค้าเบ็ดเตล็ด และค้าขายส่งผ้าทอจากโรงงาน ในเวลาต่อมาได้มีการปรับปรุงสร้างห้องแถวช่วงต่อจากชุมชนเพิ่ม พริยะกุล มาสร้างเป็นโรงแรม มีการสร้างห้องแถวอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น และสร้างสนามม้าประจำจังหวัดให้คหบดีและข้าราชการมาเล่นกีฬาแข่งม้ากัน (บัญชา นวนสาย, 2556)

การขยายตัวการศึกษาเมืองบุรีรัมย์ ในปี พ.ศ.2451 ประชุมเทศบาลเรื่องการจัดการศึกษาอยู่ที่วัดกลาง ต่อมาปี พ.ศ.2453 พระยาสุนทรเทพกิจจารักษ์ ผู้ว่าราชการเมืองบุรีรัมย์ให้ย้ายโรงเรียนจากวัดกลางไปเรียนที่อาคารศาลากลางจังหวัดชื่อว่า “โรงเรียนประจำจังหวัด” (ตั้งอยู่ที่สำนักงานอัยการจังหวัด) ปี พ.ศ.2481 จัดตั้งโรงเรียนสตรีประจำจังหวัดบุรีรัมย์ “โรงเรียนสตรีศรีบุรีรัมย์ (ปัจจุบันโรงเรียนอนุบาลบุรีรัมย์) ปี พ.ศ.2483 กระทรวงศึกษาธิการสร้างโรงเรียนประจำจังหวัดแห่งใหม่บนถนนนิवासนอกเขตคูน้ำคันดินมาทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ “โรงเรียนบุรีรัมย์วิทยาลัย” ยังมีการจัดตั้งโรงพยาบาลประจำจังหวัดบุรีรัมย์ขึ้นในปี พ.ศ.2470 พระธานีพิชัย เป็นผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ ทำการสร้างโอสถสภาจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอาคารถาวรมีการเรียโรเงินจากประชาชนจำนวน 3,042.64 บาท และรับบริจาคไม้เต็งไม้รังได้ 74 ยก แต่ยังมีได้สร้างโรงพยาบาลบุรีรัมย์ เพราะพระธานีพิชัยย้ายไปเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์ ต่อมาพระพิทักษ์ สมุทรเขต ได้ดำเนินการสร้างโอสถสภาและเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2473 เมื่อประเทศมีเปลี่ยนแปลงการปกครองมาสู่ระบอบประชาธิปไตยคือ นายเสรี อิศรางกูร ณ อยุธยา เป็นนักการเมืองบุรีรัมย์คนแรกได้เป็นรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรราธิการที่เป็น ส.ส.2 สมัย 9 ปี (พ.ศ.2491-2499) เป็นยุคแรกที่ประชาชนรู้ว่า “สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ส.ส.” นำงบประมาณการพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ลงมาใช้ผ่านหน่วยงานราชการในท้องที่ ส.ส.เป็นตัวแทนของประชาชนเมืองบุรีรัมย์ (นิรันดร์ กุลทานนท์, 2549)

3.3 การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2500-2530

ภายหลังการสร้างทางรถไฟแล้ว มีการจัดทำแผนพัฒนาประเทศทำให้เมืองบุรีรัมย์มีกลุ่มคนอพยพเข้ามาอยู่อาศัยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีการสร้างอาคารพาณิชย์และที่พักอาศัยดังเช่นในปี พ.ศ.2503 นายยุค เจียรพันธ์ (ตง แซ่อึ้ง) ทำสัญญาเช่าที่ดินการรถไฟเป็นเวลา 30 ปี สร้างอาคารตลาดโพธิ์เพื่อการค้าขายเมืองบุรีรัมย์ มีการสร้างโรงเลื่อย 3 โรง คือ โรงเลื่อยยั้งศิริ (ลี แซ่เจ็ง) โรงเลื่อยศรีเมืองทอง (แสงี่ยม วงศ์ทองศรี) และโรงเลื่อยสว่างพาณิชย์ (สุเทพ ชัชวาลวงศ์) ในปี พ.ศ.2510 นายยุค เจียรพันธ์ ทำสัญญาเช่าที่ดินการรถไฟฝั่งตะวันตกหลังสถานีรถไฟแล้วถมสระน้ำสร้างเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา ต่อมา มีการสร้างอาคารพาณิชย์และโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากรถไฟ คือโรงแรมชัยเจริญโยเตล (สุจินต์ ยงรัตนกิจ (แซ่เอี้ย) หลังจากนั้นเมืองบุรีรัมย์มีการสร้างโรงหนัง (ภาพยนตร์) ถึง 5 โรง ได้แก่ โรงหนังเก่า โรงหนังเฉลิมมิตร โรงหนังเฮียเตอร์

โรงหนังแกรนด์ และโรงหนังห้างทวีกิจหน้าอำเภอ (บัญชา นวนสาย. 2556 : 31-32) ซึ่งโรงหนังเหล่านี้เปิดดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ.2502-2535 ต่อมากระแสสังคมวัฒนธรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง คนไม่นิยมดูหนังโรงส่งผลให้โรงหนังปิดตัวลง โดยพื้นที่บริเวณตรงโรงหนังเก่าถูกเปลี่ยนมาเป็นสถาบันเทิง อาคารพาณิชย์และอาคารพักอาศัยของประชาชน (ณัฐปกรณ์ จันทปิตดา. 2565 : สัมภาษณ์)

พื้นที่นอกตัวเมืองเก่าบุรีรัมย์นั้น การใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำให้นักการเมืองท้องถิ่นโดยเฉพาะกำนันมีบทบาทการดูแลประชาชนและการพัฒนาพื้นที่มาก ดังเช่นพื้นที่รอยต่อระหว่างสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณมีนายสวัสดิ์ คชเสนีย์ เป็นกำนันตำบลเสม็ด นายเกิด ศรีรัตน์ เป็นกำนันตำบลบ้านบัว และนายชัย ชิดชอบ เป็นกำนันตำบลอีสาน ถือเป็นผู้นำจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นเสนอของบประมาณสร้างโรงเรียน ถนน แหล่งน้ำ และสุสาน (รพ.สต.) ปี พ.ศ.2498 กำนันเป็นผู้ชี้แจงที่รับรองรางวัลและอนุญาตออกเอกสารสิทธิ สค.1 (สค.1 ออกให้ 1 ไร่ มีพื้นที่จริง 50 ไร่ก็ได้) พ.ศ.2515 คำสั่งคณะปฏิวัติโดยจอมพลถนอม กิตติขจร ให้มีการออกเอกสารสิทธิ สค.1 แบบใบเล็กๆ เพื่อการสำรวจเพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่งเป็นพื้นที่หัวไร่ปลายนา ถือเป็นยุคแรกที่คหบดีในเมืองบุรีรัมย์ขออนุญาตออกเอกสารสิทธิลอบไปทับพื้นที่ครอบครองของประชาชน จึงต้องขึ้นศาลต่อสู้คดีจำนวนมาก (ชนินท์ ชายูเรืองศิลป์. 2564 : สัมภาษณ์) เมื่อนายสวัสดิ์พ้นจากตำแหน่งกำนันตำบลเสม็ดแล้วลงสมัครรับเลือกตั้งเป็น ส.ส.ปี พ.ศ.2512 เป็นผู้มีบทบาทแปรงบประมาณมาพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ต่อมานายชัยพ้นจากตำแหน่งกำนันตำบลอีสานแล้วลงสมัครรับเลือกตั้งเป็น ส.ส.ปี พ.ศ.2522/2526 เป็น ส.ส.เขต 1 คู่กันกับนายสวัสดิ์ได้ร่วมกันนำงบประมาณมาพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์เพื่อดูแลความเดือดร้อนของประชาชนในด้านต่างๆ (นิรันดร์ กุลทานนท์, 2549) ส่วนการพัฒนาทางการศึกษา ปี พ.ศ.2514 จัดตั้งวิทยาลัยครูบุรีรัมย์ขึ้นมา พ.ศ.2515 กระทรวงศึกษามีคำสั่งรวมโรงเรียนบุรีรัมย์วิทยาลักษณ์กับโรงเรียนสตรีศรีบุรีรัมย์ เป็นโรงเรียนบุรีรัมย์พิทยาคม ทำให้กลุ่มคนอพยพเข้ามาพักอาศัยเพื่อศึกษาเล่าเรียนในเมืองบุรีรัมย์เพิ่มขึ้นทุกปีและเกิดการขยายตัวทางการค้าขายตามมา (บัญชา นวนสาย, 2556)

3.4 การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2531-ปัจจุบัน

การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคใหม่ ภายหลังจากเกิดศูนย์การค้าและการสร้างตึก อาคารพาณิชย์และการเกิดชุมชนต่างๆ เริ่มสร้างหมู่บ้านจัดสรรในบริเวณรอบพื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์มาจากแนวนโยบายทางการเมืองและการขยายตัวทางเศรษฐกิจทุนนิยมโลกตามแนวคิดทางการเมืองกับการประกาศนโยบายรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2531 “เปลี่ยนจากสนามรบเป็นสนามการค้า” ส่งผลให้เกิดการลงทุนพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ตามระบบทุนนิยมโลกใหม่ ในขณะเดียวกันกลุ่มคนยุคใหม่เริ่มสนใจออกมาจับจองสร้างที่อยู่อาศัย หรือครอบครองที่ดินภายใต้การครอบครองที่ดินส่วนบุคคลทั้งจากประชาชนทั่วไป คหบดี และข้าราชการรุ่นเก่า เป็นผู้

ครอบครองพื้นที่ประเภทต่างๆ ดังเช่น พื้นที่ทำเลเลี้ยงสัตว์ หรือพื้นที่ป่าโคกโนน พื้นที่การรถไฟ และพื้นที่ทุ่งนารอบเชิงภูเขากระโดงตามเส้นทางถนนเก่าไปอำเภอห้วยราช กระสัง ประโคนชัย และเส้นทางถนนตัดใหม่เลี้ยงตัวเมือง ซึ่งการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์จากยุคเก่าสู่ยุคใหม่นี้ ดร.อนุวรรตน์ วัฒนพงศ์ศิริ และนายเนวิน ชิดชอบ ถือเป็นนักการเมืองท้องถิ่นบุรีรัมย์แต่เป็นนักการเมืองระดับชาติมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์มาก (นิรันดร์ กุลทานนท์, 2549) ภายหลังจากปี พ.ศ.2538 แล้ว นายเนวินและตระกูลชิดชอบกลายเป็นผู้นำทางการเมืองและการพัฒนาเชิงพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ในขณะที่เดียวกันเมืองบุรีรัมย์เริ่มมีการสร้างห้างสรรพสินค้าต่างๆ เพิ่มมากขึ้นขยายตัวไปตามพื้นที่อำเภอใหญ่ ส่วนในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์มีห้างสรรพสินค้า วิมาร์ท (ทวี โรจนสินวิไล) ทวีกิจ พลาซ่า บิ๊กซีบุรีรัมย์ แม็คโครบุรีรัมย์ โรบินสันบุรีรัมย์ และห้างวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่เกิดขึ้นมารองรับความเจริญเติบโตเมืองบุรีรัมย์ยุคใหม่ (ณฐปกรณัม จันทปิตดา. 2565 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่มาจากคำบัญชาของเจ้าพระยาจักรี ทำให้กลุ่มคนเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองจำนวน ผนวกกับการเปลี่ยนชื่อเมืองจากบริเวณเมืองนางรองมาเป็นเมืองบุรีรัมย์ และการสร้างทางรถไฟสู่เมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการใช้หินภูเขาไฟเขากระโดงไปก่อสร้างทางรถไฟ ทำให้กลุ่มคนอพยพเข้ามาประกอบอาชีพโรงโม่หินเพื่อสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว ผลที่ตามมาเมืองบุรีรัมย์มีการขยายตัวทางการค้าขาย การพัฒนาการศึกษา และสร้างโรงพยาบาล



ภาพประกอบ 2 การสัมภาษณ์นักวิชาการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

แนวคิดการพัฒนาสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

การวิเคราะห์การพัฒนาสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ จนกลายมาเป็นพื้นที่การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสังคม ทำให้เกิดพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ขึ้นมา โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นฐานการศึกษาวิจัยประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (ประวัติสโมสรการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่) และ ประเภทศิลปกรรม (ประวัติสนามช้างอารีน่า) ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552 : 42) รองรับการพัฒนาพื้นที่บนสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณกลายเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาสนามช้างอารีน่า

การพัฒนาสนามช้างอารีน่า เป็นสนามกีฬาสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เพื่อการท่องเที่ยวหรือการปรับภูมิทัศน์การพัฒนาพื้นที่อาณาบริเวณจนเกิดพื้นที่การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งลักษณะพื้นที่อาณาบริเวณภายในสนามช้างอารีน่า เป็นการสร้างพื้นที่ หรือปรับภูมิทัศน์ภายในพื้นที่และอาณาบริเวณเกิดประติมากรรมและการสร้างสถาปัตยกรรมครอบสนามฟุตบอล เกิดการสร้างประวัติศาสตร์และพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ เป็นสนามทีมสโมสรฟุตบอลแห่งแรกของประเทศ และแห่งแรกของทวีปเอเชีย มีการสร้างสนามตามมาตรฐานของสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 3 กำลังดำเนินการก่อสร้างสนามช้างอารีน่าปี 2011

ที่มา : <https://www.google.com/search?q>

1.1 ประวัติสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ภาษาอังกฤษว่า “Buriram United Football Club or Buriram United : F.C.” เดิมเรียกว่า “สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ พีอีเอ” เป็นทีมที่เปลี่ยนมาจากทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่ก่อตั้งขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ.2513 โดย ดร.วิระ ปิตรชาติ เพื่อให้พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ออกกำลังกายและสร้างความสามัคคีในกลุ่มของพนักงาน ต่อมาปี พ.ศ.2535 สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานประเภท ก ทำการแข่งขันอยู่ 3 ฤดูกาล ก็เลื่อนขึ้นไปแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานประเภท ค ทำการแข่งขัน 2 ฤดูกาล ก็เลื่อนขึ้นไปแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานประเภท ข ทำการแข่งขัน 2 ฤดูกาล ก็เลื่อนขึ้นไปแข่งขันฟุตบอลดิวิชั่น 1 ทำการแข่งขันฟุตบอลอยู่ในดิวิชั่น 1 มายาวนานและมีผลงานดี เมื่อถึงฤดูกาลการแข่งขันฟุตบอลลีกปี พ.ศ.2547 จึงได้เลื่อนขึ้นมาแข่งขันอยู่ในสโมสรฟุตบอลลีกสูงสุดของประเทศ คือไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก และสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นรองแชมป์ฟุตบอลดิวิชั่น 1 ต่อมาการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกปี พ.ศ.2548 ทางสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสามารถสร้างผลงานในตำแหน่งรองแชมป์ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกอีกสมัยหนึ่ง และนักฟุตบอลของทีมสโมสรฟุตบอลคือ ศุภกิจ จินะใจ กองหน้าของทีมสโมสรก็สามารถคว้าตำแหน่งดาวซัลโวร่วมกับ ศรายุทธ ชัยคำดี กองหน้าของทีมสโมสรฟุตบอลท่าเรือไทย ทำประตู หรือยิงประตูได้เท่ากันจำนวน 10 ประตู ทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคยังได้รับสิทธิ์ไปแข่งขันฟุตบอลเอฟเอซี แชมป์เปียนลีก (FAC Champions League) หรือสโมสรฟุตบอลลีกเอเชีย เป็นครั้งแรกในฤดูกาลแข่งขันปี พ.ศ.2549 ร่วมกับทีมสโมสรฟุตบอลยาสูบ แต่ทั้งสองทีมสโมสรฟุตบอลไทยกลับส่งรายชื่อผู้เล่นให้ทางสมาคมฟุตบอลเอฟเอซี แชมป์เปียนลีกไม่ทันตามระยะเวลาที่กำหนด จึงถูกตัดสิทธิ์การแข่งขันฟุตบอลลีกในระดับทวีปเอเชีย หรือทีมสโมสรฟุตบอลเอฟเอซี แชมป์เปียนลีกไปอย่างน่าเสียดาย

การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกปี พ.ศ.2551 ทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคคว้าแชมป์ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกได้สำเร็จเป็นครั้งแรก ภายใต้การคุมทีมของนายประพล พงษ์พาณิชย์ ผลการเป็นแชมป์ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกทำให้ทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้รับสิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลเอฟเอซี แชมป์เปียนลีก เมื่อถึงฤดูกาลการแข่งขันปี พ.ศ.2552 ทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต้องตรองคัดเลือกฟุตบอลเอฟเอซี แชมป์เปียนลีก ไม่สามารถเข้าแข่งขันฟุตบอลในรอบแบ่งกลุ่มเอฟเอซีได้ และสร้างผลงานการแข่งขันฟุตบอลในรอบคัดเลือกได้ไม่เป็นที่พอใจของฝ่ายบริหารทีมสโมสร ทางทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจึงเปลี่ยนตัวผู้จัดการทีมคนใหม่ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2552 จากนายประพล พงษ์พาณิชย์ มาเป็นนายทองสุข สัมปหังสิต อดีตผู้จัดการฟุตบอลทีมชาติไทยในสมัยกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2550 จัดที่จังหวัดนครราชสีมา และทำให้ประเทศไทยได้เป็นแชมป์กีฬาฟุตบอลซีเกมส์ด้วย

การพัฒนาทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ของนายเนวิน เป็นปรากฏการณ์สังคมบุรีรัมย์ อยู่ในรูปแบบ “คติชนสร้างสรรค์” หมายถึงความเชื่อการพัฒนากีฬาฟุตบอล หรือทีมสโมสรฟุตบอลประจำจังหวัดเป็นเครื่องมือในการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวอาณานิคมจังหวัดบุรีรัมย์ขึ้นมา จากอดีตที่ผ่านมา “บุรีรัมย์เป็นเมืองผ่าน หรือทางผ่านไปท่องเที่ยวแหล่งอื่นๆ” แม้แต่สังคมไทยยังไม่เคยรู้จักเมืองบุรีรัมย์ในแง่ที่ควรจะเป็นเมืองท่องเที่ยว หรือหากจะพูดถึงเมืองบุรีรัมย์ต้องพูดถึงนายเนวิน แต่มาในวันนี้แล้วนายเนวิน เป็นผู้พลิกประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ใหม่ “ทำให้สังคมภายนอกมีความสนใจอยากจะทำมาสัมผัสดังกับการสร้างสรรค์ทางสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัยในจังหวัดบุรีรัมย์” (ภริมา วิจิธาสถิตกุล, 2558) มีผู้กล่าวถึงศักยภาพของทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ อยู่ในอดีตไว้มาก เช่น สาวินีย์ พลเยี่ยม, 2558 พงศ์ภรณ์ ฉัตรนันทภรณ์, 2559 ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาประวัติความเป็นมาการสร้างทีมสโมสรฟุตบอลประจำจังหวัดบุรีรัมย์ การสร้างแรงจูงใจที่กลายมาเป็นลมหายใจบุรีรัมย์ของนายเนวินเมื่อปี พ.ศ.2552 ว่า

นายเนวิน ชิดชอบ และ นางกรุณา ชิดชอบ สองสามีภรรยาก้าวมาจากนักการเมืองท้องถิ่นสู่นักการเมืองระดับชาติ เป็นตระกูลที่ทรงอิทธิพลในพื้นที่ เริ่มจากการกระโดดเข้าสู่วงการฟุตบอลไทยเมื่อครั้งก่อนทศวรรษที่ผ่านมา แรงผลักดันที่ต้องการทำให้เกิดทีมสโมสรฟุตบอลในระดับลีกสูงสุดของประเทศขึ้นมาในจังหวัดบุรีรัมย์ และการผลักดันทีมสโมสรฟุตบอลในทวีปเอเชียให้มีความเป็นมืออาชีพ และสามารถยกระดับตัวเองให้เป็นองค์กรอิสระที่บริหารสโมสรตัวเองให้มีรายได้จากการทำทีมสโมสรฟุตบอล (นราธิป ศรีเจริญ และคณะ, 2559)

แนวคิดและอุดมการณ์ของนายเนวิน และ นางกรุณา ชิดชอบ นี้มาจากการเรียนรู้ทีมสโมสรฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ คือ “แมนเชสเตอร์ ซิตี้ เป็นทีมฟุตบอลดังอีกทีมหนึ่งในสโมสรพรีเมียร์ลีกอังกฤษถือกำเนิดขึ้นในปี ค.ศ.1905 ภายใต้nickname หรือชื่อเก๋ไก๋ว่า "เดอะ บลูส์ (Fight the Blues)" ทีมสิงโตน้ำเงินครามด้วยการสร้างสนามเหย้าไว้เป็นของสโมสร คือ สนามสแตมฟอร์ดบริจ เป็นสนามที่จุผู้ชมฟุตบอลได้มากถึง 35,436 ที่นั่ง เป็นสนามที่ตั้งอยู่ภายในกรุงลอนดอน เมืองหลวงของประเทศอังกฤษ โดยใช้ยูนิฟอร์มของทีมสีน้ำเงินครามเป็นชุดการแข่งขันฟุตบอลทีมเหย้า เรียกว่า ทีมสิงโตน้ำเงินครามแห่งลอนดอน” ดังนั้น แนวคิดของนายเนวินเพื่อ “การสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวอาณานิคมจังหวัดบุรีรัมย์” ให้เกิดขึ้นมา ด้วยการพัฒนาทีมสโมสรฟุตบอลประจำจังหวัดบุรีรัมย์ให้เป็นทีมฟุตบอลอาชีพขึ้นมา จนเป็นที่ชื่นชอบของสังคมบุรีรัมย์ หรือชาวท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์เสมือนจริงว่า “สโมสรฟุตบอลชาวบุรีรัมย์ ทุกคนในเมืองบุรีรัมย์เป็นเจ้าของสโมสรฟุตบอล มิได้เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรียกว่า ทีมฟุตบอลเซราะกราว หรือทีมฟุตบอลจากบ้านนอก หรือทีมฟุตบอลปราสาทสายฟ้า” ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีประดิษฐ์สร้างพื้นที่ (Invented Tradition or Invention of tradition) ทางสังคมบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ซึ่ง อีริช ฮอบสบอม (Eric Hobsbawm, อ้างถึงใน ศิราพร ณ ถลาง, 2558) สิ่งที่เราเรียกว่าทีมสโมสรฟุตบอลเป็นประเพณีประดิษฐ์

สร้างทางสังคม ถือเป็นกิจกรรมประเพณีทางสังคมบุรีรัมย์ที่มีรูปแบบเนื้อหาสาระ หรือวัตถุประสงค์ใหม่ทั้งหมดจัดกิจกรรมกีฬาฟุตบอลและนันทนาการ หรือความบันเทิง (Entertain) ให้กับผู้ชม หรือผู้เชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลประจำเมืองบุรีรัมย์ เริ่มตั้งแต่ก่อนการแข่งขันถึงการแข่งฟุตบอลเสร็จ ถือเป็นสิ่งที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อนในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ เป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่ทางสังคมบุรีรัมย์ ด้วยการสร้างทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เกิดจากการรวมตัวของทีมสโมสรฟุตบอลในจังหวัดบุรีรัมย์สองทีม ได้แก่ ทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ฟิเอเอ เรียกว่า “ทีมพี่” หมายถึงทีมสโมสรฟุตบอลทีมใหญ่ของเมืองบุรีรัมย์ และทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เอฟซี “ทีมน้อง” หมายถึงทีมสโมสรฟุตบอลทีมเล็กของเมืองบุรีรัมย์ (ณัฐวิทย์ พิมพ์ทอง, 2558)

เมื่อปี พ.ศ.2552 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งบริษัทฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก พร้อมทั้งออกกฎระเบียบเรื่องสโมสรฟุตบอลอาชีพ ส่งผลให้ทีมสโมสรฟุตบอลหลายทีมต้องปรับตัวใหม่มีการย้ายทีมฟุตบอลไปอยู่ยังจังหวัดต่างๆ โดยนายเนวิน ชิดชอบ นักการเมืองจังหวัดบุรีรัมย์จึงเกิดแนวคิดแรงจูงใจและมีภาวะผู้นำกล้าตัดสินใจต้องการจะพัฒนาทีมสโมสรฟุตบอลขึ้นมาในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ แต่จะต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบมีส่วนร่วมของประชาชนชาวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วย เป็นการเปลี่ยนแปลงอาณาบริเวณที่เกิดจากบุคคล สถานที่ และเวลา (บรอน, Braun. 1991 : 26) และการเปลี่ยนผ่านอีกสาเหตุหนึ่งมาจากสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย หรือเอเอฟซี (Asian Football Confederation or A.F.C.) ออกมาประกาศนโยบายเป็นวาระแห่งเอเชียว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพที่สมบูรณ์แบบ ทีมสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพของแต่ละประเทศสมาชิกจะต้องปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงานของทีมสโมสรฟุตบอลให้สอดคล้องกับระบบตลาดมากที่สุด (Market System) ถือเป็นยุทธศาสตร์และกฎเกณฑ์ที่เอื้อประโยชน์ให้สโมสรฟุตบอลเอเชียเป็นธุรกิจการตลาดที่นำลงทุน เพราะการทำทีมสโมสรฟุตบอลจะต้องมีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล (บริษัท) มีระบบการบริหารจัดการทีมสโมสรฟุตบอลที่ชัดเจน การแข่งขันแต่ละครั้งจะต้องมีการจำหน่ายบัตรผ่านประตูเพื่อนำมาเป็นรายได้ดูแลทีมสโมสรฟุตบอลตนเอง นอกจากนั้น ทีมสโมสรฟุตบอลจะต้องมีการจัดสร้างสนามเพื่อการแข่งขันฟุตบอลให้ได้มาตรฐานตามประกาศของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือคณะกรรมการฟีฟ่า (FIFA) และทีมสโมสรฟุตบอลจะต้องจัดสร้างสนามฟุตบอลเป็นของตนเองเพื่อใช้จัดการแข่งขันทีมเหย้าด้วย

การประกาศกฎเกณฑ์สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย หรือเอเอฟซี (AFC) ดังกล่าวนี้นำให้นายเนวินมองเห็นโอกาสความเจริญเติบโตทางธุรกิจฟุตบอลที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนในประเทศไทย จึงมีแนวคิดที่จะซื้อหุ้นจากทีมสโมสรฟุตบอลใดก็ได้ เป็นทีมสโมสรฟุตบอลในประเทศไทย ในพรีเมียร์ลีกให้ย้ายทีมมาทำการแข่งขันฟุตบอลในนามทีมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นการชั่วคราวในขณะเดียวกันนายเนวิน ต้องการสร้างทีมฟุตบอลใหม่ขึ้นมาอีกทีมหนึ่งเป็นของตนเอง ทำทีมสโมสรฟุตบอลแบบคู่ขนานกันด้วยการไต่เต้าอันดับขึ้นมาจากดิวิชันต่ำสุด เพื่อการสร้างทีมสโมสรฟุตบอล

ประจำท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมา ในเวลาต่อมานายเนวินมีการเจรจาขอซื้อหุ้นจากทีมสโมสรฟุตบอล ตำรวจแต่ก็ได้รับการปฏิเสธ จึงเจรจาขอซื้อทีมสโมสรฟุตบอลทีโอที (TOT) และทีมสโมสรฟุตบอล ทหารบกอีกครั้ง แต่ก็ปฏิเสธการขายหุ้นทุกทีมสโมสรฟุตบอลเหล่านั้น

ในปี พ.ศ.2552 นายเนวิน จึงเจรจาขอซื้อหุ้นของทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้สำเร็จ พร้อมทั้งทำการย้ายสนามแข่งขันประเภทเหย้า (หมายถึงสนามทีมฟุตบอลเจ้าภาพ) จากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ที่จังหวัดบุรีรัมย์ ในระยะแรกขอใช้พื้นที่สนามเพื่อจัดการแข่งขันฟุตบอลทีมสโมสรฟุตบอลประเภทเหย้าของภารกิจจังหวัดบุรีรัมย์ไปก่อน พร้อมกับสร้างสนามซ้อม และที่พักนักกีฬาทีมสโมสรขึ้นมาใหม่ เรียกว่า “สนามกีฬาเขากระโดง สเตเดียม” เมื่อถึงฤดูกาลแข่งขันฟุตบอลในปี พ.ศ.2553-2554 นายเนวินทำการเปลี่ยนชื่อทีมฟุตบอลใหม่มาเป็นทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ พีอีเอ (PEA) พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารทีมสโมสรฟุตบอลใหม่ทั้งหมด แต่ยังคงรักษาผู้ฝึกสอนทีมสโมสรฟุตบอลบางส่วนไว้ ในขณะเดียวกันก็สร้างทีมฟุตบอล อีกหนึ่งทีมขึ้นมา คือ ทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เอฟซี (FC) ต้องการสร้างทีมสโมสรฟุตบอลเป็นของตนเอง เป็นการพัฒนาศักยภาพตนเองให้สามารถแข่งขันฟุตบอลอยู่ในระดับลีกต่ำสุด และเลื่อนชั้นขึ้นไปเรื่อยๆ ให้ถึงระดับฟุตบอลลีกสูงสุดของประเทศ คือไทยพรีเมียร์ลีกรองรับการเปลี่ยนแปลง ทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ เมื่อหมดสัญญาจากสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในปี พ.ศ.2555 ทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีสิทธิ์ย้ายทีมฟุตบอลออกไปแข่งขันยังสนามอื่นได้ เมื่อถึงเวลานั้นอาจทำให้ชาวจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่มีทีมสโมสรฟุตบอลประจำจังหวัดเหลืออยู่อีกต่อไป ดังนั้น นายเนวินจึงต้องเร่งทำการปรับปรุงและพัฒนาทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์พีอีเอ นำระบบการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพเข้ามาใช้กับบริษัทบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ด้วยการทำสัญญาว่าจ้างนักฟุตบอล เจรจาซื้อขายนักฟุตบอล ทำสัญญาซื้อขายนักฟุตบอลด้วยสัญญามาตรฐาน ต้องสร้างสนามฟุตบอลใหม่ ตามมาตรฐานของบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด เพื่อใช้เป็นสนามเหย้า มีการจัดทำระบบบัญชี การเงิน กฎหมาย การตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เต็มรูปแบบของบริษัทฟุตบอล เพื่อสร้างความนิยมในทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ พีอีเอ และความน่าเชื่อถือทางสังคมกีฬาฟุตบอล

การศึกษาดูงานสโมสรฟุตบอลทีมต่างประเทศมาก่อน แล้วนำความรู้มากลับ ตัดสินใจพัฒนาเมืองบุรีรัมย์ด้วยการสร้างกีฬาฟุตบอล เป็นแนวคิดประเพณีทางสังคมบุรีรัมย์ด้วยการใช้กีฬาฟุตบอลสร้างสรรค์ทางสังคมขึ้นมาใหม่ เพื่อการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ก้าวเข้าสู่เมืองแห่งกีฬา (Sport city) เริ่มประกาศแนวนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ.2554 โดยนายเนวินประกาศเล็งเห็นว่าการเมืองเพื่อเข้ามาบริหารกีฬา หรือทำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อย่างเต็มตัว ทำให้กีฬาฟุตบอลกลายเป็นกิจกรรมหลักในวิถีชีวิตประจำวันของนายเนวิน และ นางกรุณา ชิตชอบ ทั้งสองสามีและภรรยาได้ทุ่มเทการบริหารทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ด้วยบุคลิกภาพอันเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของนายเนวินเอง เป็นวิสัยทัศน์ในความเป็นคน

กล้าคิดและกล้าทำ ทั้งเป็นคนกล้าได้กล้าเสีย มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานและมีวิสัยทัศน์ที่แหลมคม แตกต่างจากบุคคลอื่นๆ มีจุดหมายปลายทางเชื่อมโยงกับภารกิจด้านการกีฬาเพื่อสร้างค่านิยมทางสังคมเมืองบุรีรัมย์และความเชื่อเข้าด้วยกัน มีจุดหมายปลายทางที่จะพัฒนากีฬาฟุตบอลให้ปรากฏที่ชัดเจน เป็นงานท้าทายในชีวิตของผู้นำพื้นที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดในเมืองเล็กๆ บุคคลนั้นจะต้องมีพลังในตัวเองสร้างศรัทธาให้ชาวบุรีรัมย์เข้ามาร่วมสร้างพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่)



ภาพประกอบ 3 ภาพทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ในสนามช้างอารีน่า

ที่มา : <https://thaipublica.org/2015/10/tpl-4/>

สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต เป็นกีฬาฟุตบอลที่นายเนวินและนางกรรณามีใจรัก และชื่นชอบเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว พร้อมทั้งทำการรณรงค์เชิญชวนให้ประชาชนชาวเมืองบุรีรัมย์เข้ามา ร่วมกันเชียร์และสนับสนุนทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ถือเป็นทีมแรกที่สร้างประวัติศาสตร์ใหม่วงการ ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย มีการพัฒนาทีมสโมสรฟุตบอลที่โดดเด่นและแข็งแกร่งแตกต่างจากทีม สโมสรฟุตบอลอื่นๆ ใช้ระยะเวลาสั้นๆ ต่อมาในต้นปี พ.ศ.2555 นายเนวินจึงตัดสินใจซื้อหุ้นจาก สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเพิ่มขึ้นอีก 30 เปอร์เซ็นต์ มาเป็นร้อยเปอร์เซ็นต์ (เดิมซื้อหุ้น 70 เปอร์เซ็นต์) เพื่อมาบริหารจัดการทีมสโมสรฟุตบอลเองทั้งหมด ส่งผลให้ทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค ไม่มีทีมสโมสรฟุตบอลแข่งขันอยู่ในไทยพรีเมียร์ลีกอีกต่อไป แต่นักฟุตบอลของทีม สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคทั้งหมดจะต้องย้ายมาอยู่กับทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เอฟซี (รัฐชาติ ทศนัย และ วรเดช จันทรรคร, 2559) ในขณะเดียวกันนายเนวินได้ทำการเปลี่ยนชื่อทีม ฟุตบอลมาเป็นทีม “สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต” เป็นการสร้างทีมสโมสรฟุตบอลใหม่ประจำ ท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ จนเป็นทีมสโมสรฟุตบอลที่รักใคร่และชื่นชอบชาวเมืองบุรีรัมย์และจังหวัดอื่นๆ ต่อมานายเนวินได้ขายสิทธิของทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เอฟซีเดิมให้กับทีมสโมสรฟุตบอลจังหวัด สงขลา และทำการเปลี่ยนชื่อทีมฟุตบอลไปเป็นทีมสโมสรฟุตบอลวัวชน ยูไนเต็ต ซึ่งคณะกรรมการ บริหารทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ประกอบด้วย

1. นายเนวิน ชิดชอบ ประธานสโมสร
2. นางกรุณา ชิดชอบ รองประธานสโมสร
3. นายกนกศักดิ์ ปิ่นแสง ประธานกรรมการบริหารบริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำกัด
4. นายทัตเทพ พิทักษ์พูลสิน ผู้จัดการทีม
5. นางอุสา สุวรรณชาติ ผู้อำนวยการฝ่ายงานบัญชีและการเงิน
6. นายประมุขชัย นพสุวรรณวงศ์ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายปฏิบัติการ
7. นายไชยชนก ชิดชอบ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและการสื่อสาร
8. นางสาวชิดชนก ชิดชอบ ผู้อำนวยการฝ่ายสินค้าที่ระลึก
9. ผศ.ดร.ประวีร์ สิริเจียรทรศน์ แพทย์ประจำสโมสร

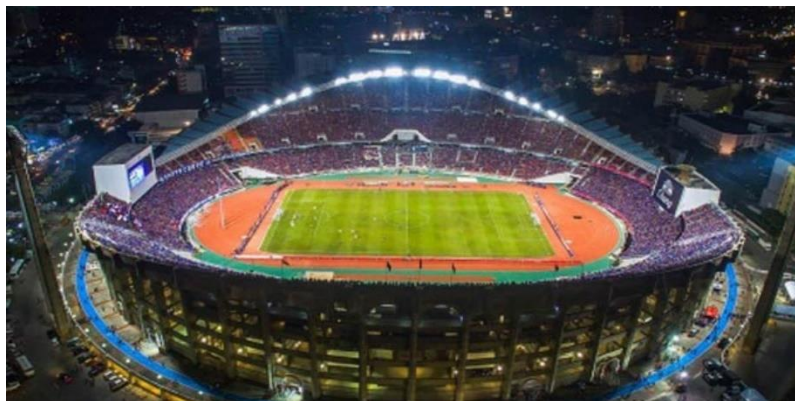
1.2 ประวัติสนามฟุตบอลช้างอารีนา

ประวัติความเป็นมาสนามฟุตบอลช้างอารีนา (Chang Arena) เดิมเรียกว่า สนามฟุตบอลไอ-โมบาย สเตเดียม (I-Mobile Stadium) ถือเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมประเภทกีฬาฟุตบอล ในรูปแบบประติมากรรมร่วมสมัยผสมผสานกับแนวคิดสถาปัตยกรรมร่วมพันปี หมายถึงการนำรูปแบบประติมากรรมปราสาทพนมรุ้ง หรือปราสาทอารยธรรมขอมในจังหวัดบุรีรัมย์ในยุคอดีตที่ผ่านมาชาวตะวันตกมักเรียกศิลปะกรรมปราสาทกลุ่มนี้ว่า อังคอร์ (Encore) หมายถึงสถานสถานวัดในพระพุทธศาสนานิกายมหายาน ผสมผสานศิลปะกรรมศาสนาฮินดู ลัทธิไสวณิกาย นำมาสร้างสรรค์ประติมากรรมเป็นตัวอาคารสำนักงานสโมสรและสนามฟุตบอล เริ่มก่อสร้างสนามฟุตบอลขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2554 แล้วเสร็จเปิดทดลองใช้แข่งขันสโมสรฟุตบอลเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ.2554 แต่ใช้ทำการแข่งขันสโมสรฟุตบอลอย่างเป็นทางการปี พ.ศ.2555 โดยสนามช้างอารีนาถูกบันทึกลงในกินเนสบุ๊กว่าเป็นสนามสโมสรฟุตบอลแห่งแรกของโลกที่ใช้เวลาก่อสร้างน้อยที่สุดเพียง 256 วัน ซึ่งการสร้างสนาม หรือออกแบบโครงสร้างตัวอาคารสำนักงานสโมสรฟุตบอลและตัวอัฒจันทร์พื้นที่นี้ซึ่งการแข่งขันลุ่มรอบสนามฟุตบอลประกอบด้วยโครงเหล็ก และไฟเบอร์กราส ก่อด้วยปูนซีเมนต์บางส่วนที่เป็นตัวอาคารสำนักงานสโมสรฟุตบอล ในปี พ.ศ.2560 การเปลี่ยนชื่อสนามฟุตบอลใหม่จากสนามไอ-โมบาย สเตเดียม มาเป็นสนามช้างอารีนา เมื่อกลุ่มบริษัทสามารถคอร์ปอเรชั่นได้ยุติการผลิตโทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอ-โมบาย และยุติการสนับสนุนกิจกรรมทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ส่งผลให้สนามสโมสรฟุตบอลต้องเปลี่ยนแปลงตามชื่อบริษัทผู้สนับสนุนกิจกรรมของสโมสรฟุตบอล เป็นบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

สนามช้างอารีนาตั้งอยู่เลขที่ 444 หมู่ที่ 15 บ้านศิลาชัย ตำบลอีสาน อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ หรือตั้งอยู่บนพื้นที่เนินสูงทางทิศใต้ตัวเมืองบุรีรัมย์ หรือพื้นที่เดิมในบริเวณพื้นที่นี้เรียกว่า “บ้านคอกเลี้ยงสัตว์” เป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างคอกสัตว์ของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีบุรีรัมย์ (สมัย เลิศเสนา. 2563 : สัมภาษณ์) อยู่ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ประมาณ 2 กิโลเมตร และ

ห่างจากยอดภูเขาไฟกระโดงเพียงเล็กน้อยไปทางทิศเหนือ แม้ช่วงเวลาผ่านมาแล้วหลายยุคหลายสมัยแล้วก็ตาม ยังไม่มีใครเคยสร้างสรรค์พื้นที่สนามกีฬาที่เป็นประติมากรรมทรงปราสาทสายฟ้ามาก่อนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ หรือพื้นที่และอาณาบริเวณภูเขาไฟกระโดง หรือยังไม่มีใครเคยสร้างสรรค์เมืองบุรีรัมย์มาก่อน แม้กาลเวลาผ่านไปเป็นเวลาเกือบพันปีแล้วก็ตาม ถือว่านายเนวินเป็นคนแรกคิดสร้างสรรค์เมืองขึ้นมาใหม่ “นับเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ ยุคใหม่ในทุกๆ มิติ มิใช่เพียงความตื่นตัวทางด้านกีฬาฟุตบอลเท่านั้น.....” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) เพราะการสร้างสรรคพื้นที่สนามช้างอารีนา นี้ เป็นจุดเริ่มต้นพื้นที่กิจกรรมสโมสรฟุตบอลและกิจกรรมนันทนาการอื่นๆ ตามมา เป็นประเพณีประดิษฐ์สร้างสรรค์พื้นที่ทางสังคมรูปแบบใหม่มาจากแนวคิดของนายเนวินได้ไปศึกษาสนามแข่งฟุตบอลของทีมสโมสรฟุตบอลในประเทศยุโรป หรือสนามสโมสรฟุตบอลในระดับโลกมาก่อน นำมาสู่การออกแบบสถาปัตยกรรมอาคารสำนักงานสโมสรฟุตบอลรูปทรงจำลอง “ปราสาทพนมรุ้ง” ด้วยการก่อสร้างสนามช้างอารีนา รูปทรงงานบานเพื่อถ่ายเทอากาศได้ดี เพื่อใช้เป็นสนามเหย้าการแข่งขันสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีชื่อเรียกสนามอย่างเป็นทางการว่า “ธันเดอร์ คาสเซิล สเตเดียม (Thunder Castle Stadium)” สร้างขึ้นมาด้วยเงินประมาณมากกว่า 500 ล้านบาท โดยงบประมาณหลักได้มาจากการสนับสนุนของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอ-โมบาย หรือบริษัทสามารถไอโมบาย จำกัด และงบประมาณอีกส่วนหนึ่งมาจากนายเนวิน ประธานสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ซึ่งสนามฟุตบอลแห่งนี้มีความจุผู้ชมได้ 24,000 ที่นั่ง กลายเป็นพื้นที่ทางการเมืองกลุ่มคนรักสโมสรฟุตบอลอาชีพเมืองบุรีรัมย์

เมื่อปี พ.ศ.2557 ได้ทำการต่อเติมอาคารสนามฟุตบอลเป็น 32,600 ที่นั่ง โดยการขยายพื้นที่มุมสี่ด้าน ทำให้สนามไอ-โมบาย สเตเดียม มีลักษณะโดดเด่นถือเป็นสนามฟุตบอลแห่งแรกของประเทศที่ไม่มีการสร้าง ลู่วิ่งคั่นพื้นที่สนามฟุตบอล และเป็นสนามฟุตบอลที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในระดับโลกจากคณะกรรมการฟีฟ่า (FIFA) หรือสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ (Federation International Football Association) เป็นองค์การควบคุมกีฬาฟุตบอลใหญ่ที่สุดของสมาคมฟุตบอลโลก จัดตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการด้านพัฒนาและควบคุมกฎกติกาของกีฬาฟุตบอลระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าสนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ มีการติดตั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่างตามมาตรฐานสากล โดยมีความสว่างของไฟฟ้าอยู่ที่ 1,500 ลักซ์ (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559)



ภาพประกอบ 4 การสร้างสนามช้างอารีน่ารูปทรงจานแบนเพื่อถ่ายเทอากาศได้ดี
ที่มา : Chang ARENA – ช้างอารีนา

กล่าวโดยสรุป ประวัติความเป็นมาของสนามช้างอารีน่า พัฒนาการมาจากแนวคิดของนายเนวินที่ต้องการสร้างสนามแข่งขันฟุตบอลของทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีชื่อเรียกสนามอย่างเป็นทางการว่าธันเดอร์ คาสเทิล สเตเดียม (Thunder Castle Stadium) จึงลงทุนสร้างสนามขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ.2554 ตามประกาศวิสัยทัศน์ของสหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC) ที่ต้องการพัฒนาทีมสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศเอเชียโดยใช้ทุนก่อสร้างของบริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

พื้นที่หลังการสร้างสนามช้างอารีน่า

การวิเคราะห์พัฒนาพื้นที่ภายหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว โดยใช้ทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นผลผลิตมาจากการสร้างพื้นที่ทางการเมืองจนเกิดสังคมวัฒนธรรมและอาณาบริเวณสนามช้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบนพื้นที่ทางการเมืองอย่างกว้างขวาง เป็นการวิเคราะห์การเมืองเรื่องพื้นที่ในเชิงกายภาพและในเชิงสังคมวิทยา (ธีรยุทธ บุญมี, 2548) ความเป็นพื้นที่ทางการเมือง (The Political) เป็นเรื่องการสร้างกลุ่มทางการเมืองและสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมร่วมกัน (Collective identities) เพราะพื้นที่การเมืองไม่ใช่เรื่องปัจเจกแต่ละคน มีความแตกต่างกันทางสังคมวัฒนธรรม ผลการสร้างพื้นที่ทางการเมืองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมดังนี้

1. พื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนา

การวิเคราะห์การสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ ถือเป็นอุดมการณ์อดีตนักการเมืองระดับชาติของนายเนวิน ชิดชอบ เพื่อการลงทุนพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ “ไม่ใช่การเมืองคือการเลือกตั้งตัวแทน ไม่ใช่ประชาธิปไตยแบบตัวแทน” ตามทฤษฎีการสร้างพื้นที่ทางการเมือง (The Political) กลายมาเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวว่า “สนามช้างอารีนา เป็นพื้นที่แลนด์มาร์กที่คนทั่วประเทศใฝ่ฝันอยากมาสัมผัสสักครั้งหนึ่งในชีวิตพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เปิดให้แฟนบอลและประชาชนทั่วไปชม ‘ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ...” (เนวิน ชิดชอบ, 2563) เมื่อคนที่เดินทางมาท่องเที่ยว หรือผู้เดินทางมาถึงแลนด์มาร์กใหม่ (New Landmark) คือพื้นที่ทางการเมืองของสนามช้างอารีนาแล้ว “อุทานว่า ‘ว้าว’ มาถึงเมืองบุรีรัมย์จริง หรือไม่จริงเมื่อบุคคลเดินทางมาถึงเมืองบุรีรัมย์แล้วจะต้องได้ถ่ายรูปภาพเป็นที่ระลึกในอาณาบริเวณด้านหน้าสนามช้างอารีนา หรือพื้นที่ส่วนใดส่วนหนึ่งที่แสดงถึงความเป็นสนามช้างอารีนา หากมีการถ่ายรูปภาพลงในสื่อออนไลน์ด้วยแล้วเพื่อนพร้อม ญาติพี่น้องก็จะสั่งซื้อของฝากทันที” (เนติพงษ์ สุนย์ทอง, 2562 : สัมภาษณ์, ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๒ : สัมภาษณ์, ๑๑ กรกฎาคม) ดังนั้น การเข้าถึงพื้นที่ทางการเมืองถูกสร้างขึ้นมาการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาเป็นแลนด์มาร์กเมืองรูปแบบใหม่ในเวลากลางวันและกลางคืน “เป็นการเข้าถึงพื้นที่ทางจุดสังเกต หลักเขต มุดปัก หรือสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์” (วน พร้อมญาติ, 2562 : สัมภาษณ์, ๑๑ กรกฎาคม, ๒๕๖๒ : สัมภาษณ์)

การเมืองเรื่องพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ ตามทฤษฎีการสร้างพื้นที่ทางสังคม ที่ทำให้เกิดพื้นที่กลุ่มทางการเมืองและสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมร่วมกัน (Collective identities) จนกลายมาเป็นการสร้างสัญลักษณ์ประจำพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ในยุคปัจจุบันนี้ เป็นการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวมาจากการสร้างสนามช้างอารีนาและสนามอื่นๆ กลายเป็นการกีฬาและนันทนาการจึงเรียกว่า พื้นที่เมืองการท่องเที่ยวและกีฬา (Tourism and Sport city) ทำให้กลุ่มคนเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์แล้วกล่าวตรงกันว่า “เราโอใจคนบุรีรัมย์มาก มีพื้นที่ทางสังคม หรือมีแลนด์มาร์กพร้อมด้วยการท่องเที่ยว กีฬา นันทนาการ ทั้งอาหารการกินและของฝาก หรือของที่ระลึก แสดงถึงความเป็นท้องถิ่นนิยม ‘เซราะกราว’ แต่พัฒนาในความเป็นสากลเชิงการท่องเที่ยวสังคมโลก” (เกียรติสิทธิ์ อินทรนอก, 2562 : สัมภาษณ์) ผลการสร้างพื้นที่กลุ่มทางสังคมหลากหลายด้วยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งโรงแรมที่พักอาศัย ร้านอาหาร ตลาดสินค้าและบริการ และสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เพราะการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม คือการสร้างเมืองรูปแบบใหม่ตามอุดมคติความคิดของสถาปนิกผู้ออกแบบกลุ่มทางสังคม เป็นการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ขนาดใหญ่ หรือมหานครตามแบบอย่างเมืองกีฬาในประเทศอังกฤษ หรือยุโรป เพราะการสร้างพื้นที่กลุ่มสังคมทางการเมืองให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวจนเกิดการขยายผลทาง

สังคมด้านอื่นๆ ทั้งการจ้างงาน สร้างอาชีพรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ทั้งแรงงานทั่วไปและแรงงานทักษะความชำนาญ กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเมืองกีฬาขนาดใหญ่ของประเทศ และนานาชาติ (โชคชัย ชาดาสุ. 2562 : สัมภาษณ์, ณัฐดนัย พรมงศ์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 5 การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนา พื้นที่แลนด์มาร์กเมืองรูปแบบใหม่ในเวลากลางวันและเวลากลางคืน

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

ผลการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวของสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณอย่างต่อเนื่องนี้ ทำให้เมืองบุรีรัมย์ถูกจัดเป็นเมืองต้องห้ามพลาตในปี พ.ศ.2558 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำแผนประกาศนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาติขึ้นมาว่า “12 เมืองต้องห้ามพลาต ‘ที่คุณไม่ควรพลาต’ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสานมีเมืองต้องห้ามพลาตอยู่เพียงสองเมืองคือเมืองเลย เป็นดินแดนที่เย็นสบายกลางทุ่งดอกไม้สีชมพูอยู่บนยอดภูเขาสูง ทริบตีๆ ในคราวนี้คงละ ‘เลย’ ไม่ได้แล้ว ไม่ว่าจะป็นภูมิลเ ภูเขาเปาะ แก่งคุดคู้ ฯลฯ ที่คุณพลาตแล้วจะเสียใจ” ถือเป็นนิยามความหมายเมืองต้องห้ามพลาตของจังหวัดเลย ส่วนพื้นที่ต้องห้ามพลาตอีกเมืองเป็นเมืองบุรีรัมย์ว่า ‘บุรีรัมย์เป็นดินแดนที่ยืนหยัดอยู่บนรอยอดีตประวัติศาสตร์ที่เต็มไปด้วยปราสาทหิน กำลังพลิกโฉมไปสู่ความล้ำสมัยของปราสาทยุคใหม่ ที่ไม่เชื่อก็ต้องเชื่อว่าเมืองบุรีรัมย์กำลัง... ‘อิน’ ...” (TTM พาเที่ยว. 2562 : ออนไลน์) เพราะเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าพัฒนาการจากเมืองปราสาทหิน และเมืองบุรีรัมย์ยุคใหม่พัฒนามาเป็นเมืองปราสาทสองยุคด้วยการสร้างหลอมรวมกันเป็น “ปราสาทสายฟ้า” เป็นดินแดนสวรรค์แห่งการท่องเที่ยวถูกสร้างอยู่บนเนินเขาภูกระโดงเป็นภูเขาไฟที่ดับแล้วเมื่อล้านปีผ่านมา เป็นเมืองการท่องเที่ยวและกีฬาหลักด้วยการสร้างสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด กับ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (สนามแข่งขันรถยนต์มอเตอร์สปอร์ตระดับโลก) ทั้งการสร้างพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมา เช่น สนามช้างเทรนนิ่งกราวด์ (Chang training

ground) สนามฟุตบอลเจ็ดคน สนามฟุตซอล สนามบาสเกตบอล สนามแชร์บอล สนามแฮนด์บอล สนามโกคาร์ท สนามยิงปืน สนามเด็กเล่น ตลอดจนทั้งพื้นที่ความเชื่อทางสังคม และตลาดสินค้าและบริการต่างๆ ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาจนกลายมาเป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างเข้ามาใช้บริการบนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ มีความพึงพอใจ ภายหลังการก่อสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณแล้ว (อัฐพล พุ่มทอง. 2562 : สัมภาษณ์, ปริญาณี ทินหาดหงส์. 2562 : สัมภาษณ์, จันทะบุรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 6 การสร้างพื้นที่สนามกีฬาลานคนเมืองบุรีรัมย์

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

กล่าวโดยสรุป การสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ภายหลังการก่อสร้างพื้นที่ การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณแล้ว เป็นพื้นที่แลนด์มาร์กแห่งใหม่ของเมืองบุรีรัมย์ที่นักท่องเที่ยวและคนเดินทางต่างใฝ่ฝันอยากมาท่องเที่ยวชมสักครั้งหนึ่ง เพราะเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าพัฒนาการจากเมืองปราสาทหิน และเมืองบุรีรัมย์ยุคใหม่พัฒนาเป็นเมืองปราสาทสองยุคเข้าด้วยกันเป็นปราสาทสายฟ้า เป็นดินแดนสวรรค์ทางการท่องเที่ยวและกีฬา

2. พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้

การวิเคราะห์พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ของสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณนี้ เป็นการศึกษาพัฒนาการพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมว่า “หลังจากการก่อสร้างพื้นที่ทางเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่” ทำให้เกิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและเมืองกีฬา หรือซิติสปอร์ต (City sport) ตามแนวคิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวของวิลเลียม (William, 2009) และ เสรี วังสีไพจิตร, 2543 เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม “การเมืองเรื่องพื้นที่” การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประโยชน์ต่อพื้นที่อาณาบริเวณนี้ ถือเป็นสิ่งจำเป็นมากกว่าการจัดการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน หรือการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็กของบุคคล เนื่องจากการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวขนาดใหญ่ย่อมส่งผลกระทบต่อผลกระทบ

ธุรกิจขนาดเล็กจำนวน เป็นการวิเคราะห์ถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมประเภทสินค้าและบริการ (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2552 : 42) ซึ่งการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ
นี้ ทำให้เกิดการกระจายตัวพื้นที่รายได้ทางเศรษฐกิจและอาณาบริเวณเมืองบุรีรัมย์มาจากการสร้าง
พื้นที่ท่องเที่ยวสู่ภาคเอกชน หรือประชาชนอย่างรวดเร็วกลายมาเป็นการสร้างเศรษฐกิจเมืองบุรีรัมย์
รูปแบบใหม่ โดยการสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ
โดยพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้เกิดจากการจัดตั้งหน่วยงาน หรือบริษัทขึ้นมาดูแลพื้นที่ทาง
เศรษฐกิจและรายได้ต่างๆ ของสนามช้างอารีนา หรือตระกูลชิดชอบ เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม
เมืองบุรีรัมย์ ได้แก่ บริษัท เค 2011 สปอร์ต จำกัด เพื่อมาดูแลด้านการกีฬา บริษัทบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด
จำกัด เพื่อมาดูแลสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด บริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด สปอร์ตโฮเต็ล จำกัด เพื่อ
มาดูแลธุรกิจโรงแรมอมารีบุรีรัมย์ และบริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จำกัด
เพื่อมาดูแลการบริหารและการจัดเก็บรายได้และดูแลสิทธิประโยชน์สนามการแข่งขันรถและพื้นที่ลาน
กีฬากลางแจ้ง (สำนักข่าวอิสรา. 2561 : ออนไลน์, ชญญ์ลภีร์ บุชยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์) ผล
จากการสร้างการเมืองเรื่องพื้นที่นี้ คือสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวและเมืองกีฬาช่วยสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจ
รายได้ให้กับสนามช้างอารีนา หรือเมืองบุรีรัมย์และประเทศว่า “เพียง 2 ปีเศษ ‘4 ตุลาคม 2557’
สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ได้จัดการแข่งขันกีฬาความเร็ว หรือมอเตอร์สปอร์ตระดับ
นานาชาติมากกว่า 20 รายการ นำนักแข่งระดับโลกมาแสดงความสามารถ.... ทำให้นักท่องเที่ยว
ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้จ่ายในจังหวัดบุรีรัมย์มากกว่า 100,000 คนต่อรายการ
ทำให้สร้างรายได้ให้แก่เมืองบุรีรัมย์....” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) ผลความพึงพอใจต่อสโมสร
ฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีโอกาสให้นักท่องเที่ยว หรือกลุ่มคนเดินทางเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้าที่ระลึก
ต่างๆ เกี่ยวกับแบรนด์ (brand) สินค้าของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ (กิตติคุณ บุญเกตุ. 2556 : 4)
นอกจากนั้น ยังมีการจัดเก็บค่าเช่าพื้นที่ตลาดไนท์เซราะกราวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การ
เช่าพื้นที่รายวันล๊อคละ 80 บาท/วัน และการเช่าพื้นที่เป็นรายเดือนล๊อคละ 1,600 บาท/เดือน
(ไกล่รุ่ง ทรายกลาง. 2562 : สัมภาษณ์) และการจัดเก็บค่าเช่าพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล แบ่ง
ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่รายวันละ 100 บาท/ล๊อค และค่าเช่าพื้นที่เป็นรายเดือนโซน
ด้านหลังเดือนละ 600 บาท/ล๊อค และโซนด้านหน้า 700 บาท/ล๊อค (กฤษติชัย ปราศจากโยธิน.
2562 : สัมภาษณ์, ชินวัตร พาภา. 2562 : สัมภาษณ์)

2.2 การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับประชาชน หรือภาคเอกชน เป็นการ
สร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้แก่พ่อค้าแม่ค้าเกิดอาชีพที่มั่นคง และมีรายได้เลี้ยงครอบครัว
ดังเช่น “การสร้างตลาดไนท์เซราะกราว” เป็นตลาดพื้นฐานในชีวิตประจำวันด้านอาหารการกิน

ท้องถิ่น เครื่องดื่ม หรือลานเหล้าเปียร์ช่างนั่งดื่มกินชมฟุตบอลจากจอทีวีในยามค่ำคืน ทั้งเช่าเสื่อปูนั่งทานอาหารในลานสนามหญ้า โดยพ่อค้าแม่ค้าสามารถจำหน่ายอาหารการกินได้วันละ 1,000–3,000 บาทต่อวัน แต่ถ้าหากเป็นช่วงเทศกาลประจำปี หรือสงกรานต์ หรือนัดที่จัดการแข่งขันพิเศษ พ่อค้าแม่ค้ารายใหญ่จะจำหน่ายอาหารได้วันละ 10,000–30,000 บาท ส่วนพ่อค้าแม่ค้ารายเล็กจะจำหน่ายอาหารได้วันละ 6,000–12,000 บาท นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ระลึกเมืองบุรีรัมย์ที่ผู้เช่าพื้นที่นำมาจำหน่ายมีทั้งเสื้อผ้าแฟชั่นสร้างเป็นแบรนด์เมืองบุรีรัมย์ หรือเสื้อผ้าที่เป็นเอกลักษณ์เมืองบุรีรัมย์ และสินค้าที่ระลึกที่เป็นแบรนด์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ โดยลงทุนหนึ่งพันบาทจะสามารถได้กำไรสามพันบาท หรือในวันที่มีการแข่งขันฟุตบอลและมหกรรมกีฬา หรือมหกรรมประเพณีอื่นๆ ก็จะมีรายได้จากการค้าขายลดลงมาอีก แต่ถ้าหลังจากเทศกาลแล้วการค้าขายก็ไม่ต่างจากตลาดสดหรือพื้นที่อื่นๆ ของเมืองบุรีรัมย์ เพราะช่วงนี้อยู่ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำมากมาจากสภาพโรคโควิด แม้เมืองบุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวและเมืองกีฬาก็ตาม (จินตนา จงอ่อนกลาง. 2562 : สัมภาษณ์, จิภาวรรณ เฉียงพิมาย. 2562 : สัมภาษณ์)

การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้จากตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล ให้กับประชาชนหรือภาคเอกชนว่า “ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล... ‘ถูกสร้างเป็นพื้นที่ทางการเมืองเรื่องพาณิชย์กรรมภายใต้ตลาดครอบครัว : Family Mall’ เป็นพื้นที่ทางสังคมแห่งความสุขของครอบครัว รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมสนามฟุตบอลช้างอารีนา และสนามแข่งรถสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) ซึ่งสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีทั้งเสื้อผ้าแฟชั่น กระเป๋า รองเท้า ของเล่นเล็ก อาหารและเครื่องดื่ม มีรายได้เฉลี่ย 1,500–2,000 บาท/วัน (ภัทรวรินทร์ สายน้อย. 2562 : สัมภาษณ์) แต่ถ้าหากเป็นช่วงเทศกาลพ่อค้าแม่ค้าในตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิลมีรายได้ “...ช่วงนี้การค้าขายและรายได้มียอดขายลดลงมาก ในวันที่ปกติจะเจียบมาก แต่ถ้าหากวันไหนมีการแข่งขันฟุตบอลก็จะมีลูกค้าและนักท่องเที่ยวซื้อของมากกว่าวันธรรมดา” (ธัญญาลักษณ์ อิมานันท์. 2562 : สัมภาษณ์) และ “การขายสินค้าแล้วแต่มีแม่ทหารแข่งขันฟุตบอล ถ้าเป็นแม่ที่ใหญ่ก็จะมีคนมาท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้ขายสินค้าได้จำนวนมาก หากวันไหนมีกลุ่มนักท่องเที่ยวและรถทัวร์เข้ามาจอดชมสนามฟุตบอลก็จะขายสินค้าได้แต่เช้า แต่ถ้ามีรายการตลาดมหกรรมสินค้า หรือเทศกาลอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ก็จะขายได้เฉพาะช่วงเวลาเช้าเท่านั้น” (วิจิตร ภาควิ. 2562 : สัมภาษณ์)

การสร้างสรรค์พื้นที่ทางการเมืองสนามช้างอารีนา ก็กับการสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับประชาชน เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์เกิดการกระจายตัวทางเศรษฐกิจและรายได้สู่ท้องถิ่น บางครั้งพ่อค้าแม่ค้าท้องถิ่นอาศัยประกอบอาชีพอยู่นอกเมืองนำสินค้าท้องถิ่นมาร่วมจัดแสดงในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ เรียกว่า “งานประเพณีเทศกาลอาหารของดีเมืองบุรีรัมย์” เป็นสิ่งที่ดีทำให้ชาวเมืองบุรีรัมย์ หรือนักท่องเที่ยว นักทัศนาจร มีโอกาสได้

ร่วมงานเทศกาลโดยไม่ตั้งใจ โดยปกติแล้วจะมาท่องเที่ยวยามเย็น หรือค้าขายอยู่เรื่อยๆ เช่น “เทศกาลชาหมุบุรีรัมย์ จนเกิดคำว่ากินชาหมุนอนดูบอลบุรีรัมย์ หรือเทศกาลลูกชิ้นยืนกินบุรีรัมย์ชิงแชมป์โลก” เพราะการจัดงานเทศกาลของดีเมืองบุรีรัมย์นี้เป็นการเชิญชวนพ่อค้าแม่ค้ามาร่วมกัน ออกร้านเพื่อเกิดการกระจายตัวทางเศรษฐกิจและรายได้สู่ประชาชน มองทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วงานเทศกาลของดีเมืองบุรีรัมย์นี้เป็นทุนทางวัฒนธรรมประเภทสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Product) เนื่องจากอาหารท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็นทุนทางสังคมวัฒนธรรมฝังตัว อยู่ในรูปแบบของยี่ห้อสินค้า หรือแบรนด์สินค้าเมืองบุรีรัมย์ เป็นสิ่งตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว นักทัศนจร นักทัศนศึกษา หรือผู้เดินทางมาประกอบธุรกิจการงานมี โอกาสเข้ามาใช้พื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณที่เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้หลักของ เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ (ดุสิต อุทิศสุนทร. 2562 : สัมภาษณ์, ณัฐวุฒิ จะรอนรัมย์. 2562 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ของสนามช้างอารีน่าและอาณา บริเวณนี้ เป็นการก่อสร้างพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ให้มีหน่วยงาน หรือบริษัท ควบคุมดูแลผลประโยชน์พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับตระกูลชิดชอบ และอีกส่วนหนึ่ง ผลประโยชน์พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับประชาชน และภาคเอกชน กลายมาเป็นพื้นที่ ท่องเที่ยวการสร้างรายได้หลักของเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมา “การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับ สนามช้างอารีน่าและรายได้ให้กับประชาชน”



ภาพประกอบ 7 การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้กับสนามช้างอารีน่าและรายได้ให้กับประชาชน

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่กับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม ภายหลังจากสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว “การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์” เป็น การศึกษาลักษณะการพัฒนาพื้นที่โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมตามแนวคิด ของเอ็มซี อินโตช, ก็อลด์เนอร์, และริเชี่ย (Mc Intosh Goeldner & Ritchie, 2007) การพัฒนาพื้นที่ ทางสังคมการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อาศัย ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมทางสังคมที่มีอยู่โดยรอบพื้นที่ การสร้างเป็นการพัฒนา สร้างสรรค์พื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเป็นเครื่องอำนวยความสะดวกพื้นที่กีฬาและการ ออกกำลังกายทั้งถนน ลานจอดรถ สถานีขนส่ง โรงแรมที่พัก ตลาดสินค้าร้านค้า ศูนย์กลางความ บันเทิง พืชไร่พันธุ์พืชมีชีวิต เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ช่วยทำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองบุรีรัมย์

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์ คือการพัฒนาสนามช้างอารีน่าและอาณา บริเวณให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมจากแนวคิดของนายเนวินกับการสร้างสนาม สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กลายมาเป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เมื่อนาย เนวินจัดตั้งหน่วยงานในรูปแบบบริษัทเอกชนขึ้นมารองรับดูแลการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายใน สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ มีบริษัท เค. มอเตอร์สปอร์ต จำกัด จัดตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลการ ก่อสร้างสนามแข่งรถและสถานที่การเล่นกีฬากลางแจ้ง และ บริษัท ศิวะ บาร์นา จำกัด จัดตั้งขึ้นมา เพื่อดูแลประกอบธุรกิจศิลปกรรมและดูแลสร้างศิลปกรรมในพื้นที่อาณาบริเวณทั้งหมด ทำให้เกิดการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในสนามช้างอารีน่าโดยบริษัทเครือข่ายตระกูลชิดชอบ “แต่ในความเป็น จริงแล้วการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นพื้นที่สาธารณะของ ประชาชนชาวบุรีรัมย์มาใช้ประโยชน์ร่วมกัน” (เตชาธร มัธยมนันต์. 2562 : สัมภาษณ์) ดังนั้น การ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในระยะแรกของสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเพื่อรองรับการแข่งขัน สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด โดยเฉพาะตัวสนามสโมสรฟุตบอลกับอาคารประกอบสำนักงาน และอิมเจอร์รี่ชมฟุตบอลเป็นพื้นที่สวยงามมาก “โดยตนเองกับเพื่อนๆ ต่างเข้า-ออกในพื้นที่สนาม ช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเป็นประจำ ยังพบเห็นกลุ่มคนเข้ามาท่องเที่ยวชมการแข่งขันฟุตบอลและ กีฬาต่างๆ ตลอดทั้งพื้นที่สนามสโมสรฟุตบอลแห่งนี้จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแต่ละวัน เป็นจำนวนมาก” (สุชานนท์ คาคการรัมย์. 2562 : สัมภาษณ์) และจากการสังเกตเรื่องการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานของสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์นี้ ยังช่วยทำให้เกิดการกระจายตัวรายได้ทาง เศรษฐกิจของเมืองบุรีรัมย์ เป็นตัวกระตุ้นการลงทุนในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์สู่ชุมชนท้องถิ่นในอัตราสูง เกิดค่าทวีคูณทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier) ผลที่ตามมาจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจในเชิงพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมของเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ “การพัฒนาสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณน่าจะอาศัยรายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

และนักเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมทางสังคม ทำให้เกิดกลุ่มผู้จัดการพื้นที่พักอาศัยและผู้ประกอบธุรกิจบริการรูปแบบต่างๆ รวมทั้งการสร้างงานและสร้างอาชีพเป็นผลผลิตทางอ้อมมาจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและนักเดินทางเข้ามาทำกิจกรรม เป็นรายได้จากการลงทุนธุรกิจการท่องเที่ยวมีเม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ ถือเป็นหน้าที่รัฐบาลต้องลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ” (อดิสร เจริญยิ่ง. 2562 : สัมภาษณ์)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน “สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” เป็นสนามแข่งรถมาจากแนวคิดของนายเนวินที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ กลายมาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวแบบความสนใจแบบพิเศษ (Special Interest Tourism) ประเภทการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) นายเนวินมองเห็นโอกาสการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ท่องเที่ยวของโลกและประเทศไทยที่ยังคงสภาพอยู่ได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558 : 15) จึงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ประเภทการท่องเที่ยวแบบผจญภัยให้กับกลุ่มนักกีฬามอเตอร์สปอร์ต หรือนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกีฬาประเภทมอเตอร์สปอร์ตนี้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวและนักทัศนจรรยาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมสนามแข่งขันรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์บนพื้นที่เมืองบุรีรัมย์สักครั้งหนึ่งในชีวิต ผลการสัมภาษณ์พบแรงจูงใจพื้นฐานในอดีตของนายเนวินในสมัยที่ยังเป็นวัยรุ่นอยู่ว่า “..... ท่านชอบกิจกรรมการขับรถมอเตอร์ไซค์ยาม้าวิบากมาก โดยให้คนที่ขับรถแทรกเตอร์มาสร้างเป็นพื้นที่เนินดินสูง เพื่อมาทดลองฝีมือขับรถมอเตอร์ไซค์ในยามเย็นอยู่ในบริเวณพื้นที่ของเรือนจำปัจจุบันนี้ แต่ชาวบ้านยิงหนังสติ๊กไล่อยู่เรื่อยเพราะทำให้ควายชาวบ้านตื่นวิ่งหนีออกไปจากพื้นที่..... ผมไม่เชื่อเลยว่าท่านจะสร้างความฝันเป็นจริง... มาสร้างความเจริญให้กับเมืองบุรีรัมย์ดังในระดับโลกขึ้นมาได้” (สมัย เลิศเสนา. 2563 : สัมภาษณ์)

เมื่อสร้างสนามแข่งรถเมืองบุรีรัมย์เสร็จแล้วทางสหพันธ์รถยนต์นานาชาติ (FIA) ได้เข้ามาตรวจสอบสภาพพื้นที่สนามแข่งรถเมืองบุรีรัมย์ พร้อมทั้งมีการประกาศรับรองให้สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (Buriram International circuit) เป็นสนามแข่งรถยนต์ในระดับมาตรฐานโลกเกรด 1 (FIA Grade 1) ทำให้เกิดพื้นที่กิจกรรม “มหกรรมมอเตอร์สปอร์ต” ประเภทการท่องเที่ยวแบบผจญภัยบนพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ทำให้เมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็นมหานครแห่งกีฬาการแข่งขันรถยนต์ในระดับโลก ระดับเอเชีย และระดับประเทศ โดยสนามช้างอารีน่าเป็นพื้นที่ศูนย์กลางลานกิจกรรมสังคมวัฒนธรรมของท้องถิ่นและประเทศ ตั้งอยู่คู่กับสนามช้าง อินเตอร์น่า เป็นพื้นที่ศูนย์กลางลานกิจกรรมสังคมวัฒนธรรมระดับสากล มีการจัดทำปฏิทินรายการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมชมการแข่งขันรถยนต์และรถจักรยานยนต์ตลอดทั้งปี

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณนี้ ส่งผลให้เกิดเป็น “พลวัต” หมายถึงการพัฒนาพื้นที่สนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2554

จึงเกิดสภาพการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ตามระเบียบกฎหมายในหน้าที่อำนาจรัฐกับการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมื่อนั้น รัฐจะต้องสนับสนุนการพัฒนาระบบไฟฟ้า ประปา ถนนหนทาง สถานีขนส่งมวลชน สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ “เป็นพื้นที่สาธารณะทางการเมือง : Political public sphere” เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ในชีวิตประจำวันเพื่อออกมาพบปะแลกเปลี่ยนกัน แต่ไม่ใช่พื้นที่การเมืองเรื่องอำนาจการบริหารแบบรัฐชาติ เป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเปิดพื้นที่ให้กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนร่วมสร้างสรรค์กิจกรรมกัน ทำหน้าที่วิพากษ์และวิจารณ์พื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ควบคุมการทำงานเหนืออำนาจรัฐ (ชวิตรา ตันติมาลา, 2560) มีนายเนวินเป็นตัวแทนภาพลักษณ์เมือง (Corporate Image) ผู้ประสานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่เกิดการพัฒนาศูนย์กีฬาอารีนาเป็นสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กลายเป็นศิลปกรรมท่องเที่ยวชมสนามฟุตบอล และสนามแข่ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เซอร์กิต เพื่อเป็นสนามแข่งระดับโลก นำมาสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งลานวัฒนธรรมบนพื้นที่ความเชื่อ ลานสันตนาการเพื่อการดื่มกิน และลานจอดรถ ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล (BURIRAM CASTLE) ตลาดไนท์เซาท์ทาวน์ สนามซ้อมฟุตบอล สนามสเก็ตบอร์ด สนามเด็กเล่น สนามฟุตบอล สนามวอลเลย์บอล สนามเด็กแว้นเมืองบุรีรัมย์ (รถจักรยานยนต์) เป็นต้น เป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองบุรีรัมย์สัมพันธ์กับมูลค่าทางเศรษฐกิจและวิถีชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ว่า “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและกีฬามาตรฐานโลก” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) เพราะการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองบุรีรัมย์ของภาครัฐและเอกชน กลุ่มธุรกิจทำให้เมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็นเมืองต้นแบบการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวของประเทศไทยรูปแบบใหม่

กล่าวโดยสรุป แนวคิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์มาจากแนวคิดนายเนวิน ชิดชอบ ต้องการสร้างสนามแข่งอารีนาและสนามแข่ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เซอร์กิต เพื่อเป็นพื้นที่สนามแข่งขันกีฬาสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ และสนามแข่งระดับโลก ทำให้นักท่องเที่ยว นักเดินทางต่างๆ อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมเมืองบุรีรัมย์ ผนวกกับภาคเอกชนและประชาชนในพื้นที่ ที่มีทุนได้ลงทุนพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับครอบครัว



ภาพประกอบ 8 การสร้างสนามสเก็ตบอร์ด และสนามเด็กเล่น

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

4. เกิดความร่วมมือหลังการสร้างสนามข้างอารีน่าแล้ว

เมื่อนายเนวิน ชิดชอบ ประกาศสร้างสนามข้างอารีน่าปี พ.ศ.2554 แล้วเสร็จจึงเกิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ทำให้เกิดความร่วมมือทางสังคม วัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ภายหลังการสร้างสนามข้างอารีน่าแล้ว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในพื้นที่ก่อให้เกิดพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ตามแนวคิดองค์การท่องเที่ยวโลกกล่าวว่า “การท่องเที่ยว” เป็นการเดินทางของบุคคลจากสถานที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับ ไปเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (Tourism of World) ดังนั้น พลวัตทางการเมืองคือการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณจึงเกิดความร่วมมือภายหลังการสร้างสนามข้างอารีน่าแล้ว จากการสัมภาษณ์นักวิชาการหัวหน้าหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่พบว่า

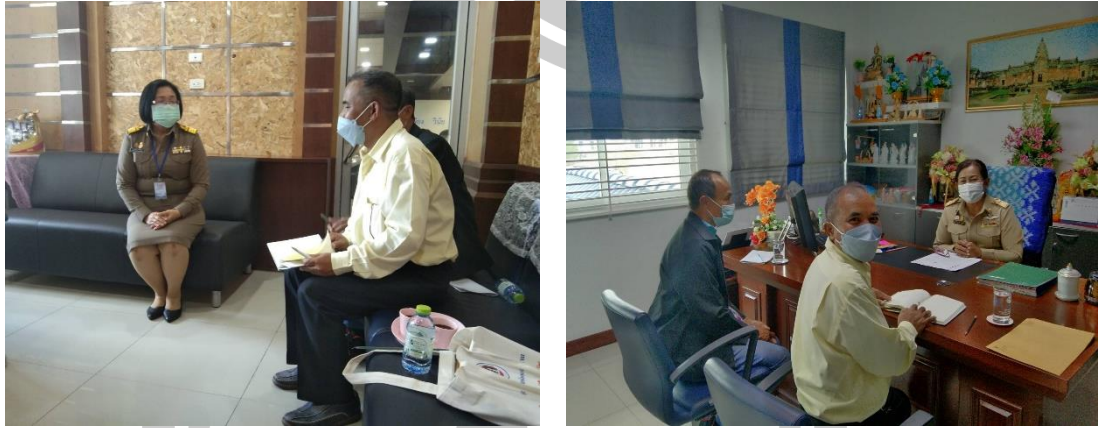
การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ปี 25565 หน่วยงานภาครัฐภายในจังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและการแก้ไขความวาทกั้วของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเรื่องโรคโควิด 19 วันที่ 18 พฤศจิกายน 2564 ณ สนามข้างอารีน่าระหว่างผู้ว่าราชการจังหวัดกับนายเนวิน ชิดชอบ กำหนด “GU GUIDE พาเที่ยวบุรีรัมย์ 365 วัน (Buriram Lifestyle) ดึงศักยภาพคนในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน” ถือเป็นแนวคิดนายเนวินขอความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐผ่านผู้ว่าราชการจังหวัด ทั้งสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ ดูแลเรื่องหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม หมู่บ้านท่องเที่ยววัฒนธรรม ส่วนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ดูแลยุทธศาสตร์เร่งรัดการใช้งบประมาณจังหวัดเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวหลักงาน “แสง สี เสียง ตำนานรักภูเขาไฟกระดง ระหว่างวันที่ 14-16 มกราคม 2565”

และงาน “ถนนคนเดินเมืองต่ำ ตลาดโบราณย้อนยุคอารยธรรมขอม ระหว่างวันที่ 15-16, 22-23 มกราคม 2565” เพื่อเกิดการสร้างพื้นที่ความสัมพันธ์กับงาน “บุรีรัมย์มาราธอน 2022 จัดในรูปแบบไนต์รัน (กลางคืน) เป็นปีที่ 6 ระหว่างวันที่ 21-22 มกราคม 2565” ซึ่งการจัดกิจกรรมมาราธอนในระดับโลกนี้เป็นการจัดวิ่งเวลากลางคืนสนามมาราธอนแห่งแรกของโลกด้วยทางสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานเลขาธิการจัดกิจกรรม ประสานไปยังหน่วยงานพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ทั้งท้องถิ่น ท้องที่ ผู้สื่อข่าว สาธารณสุข อสม. และสถาบันการศึกษามาร่วมกันต้อนรับและเชียร์ แสดงความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (กัญญารัตน์ ท่วมไธสง. 2565 : สัมภาษณ์)

หน่วยงานภาครัฐอีกหน่วยหนึ่งเกิดความร่วมมือทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ภายหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว คือสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ ทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณในลักษณะเป็นคณะกรรมการร่วมบ้าง และหน่วยงานการให้ข้อมูลด้านศิลปะการแสดงและศิลปิน พื้นที่ชุมชน ทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่สนามช้างอารีน่า และกิจกรรมที่เกิดขึ้นนอกพื้นที่แต่สัมพันธ์กับสนามช้างอารีน่า ดังเช่นกิจกรรม “บุญเบิกบ้านลูกหลานรัชกาลที่ 1” เป็นแนวคิดท่านเนวินให้ความเห็นผ่านมาทางผู้ว่าราชการจังหวัด มอบหมายให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นเจ้าภาพจัดงาน โดยนิมนต์พระสงฆ์มาประกอบพิธี จำนวน 2,564 รูป จัดระหว่างวันที่ 6 เมษายน 2564 ยังมีการจัดรับบริจาคเงินและเหลือเงินไว้ใช้จ่ายในกิจกรรมอื่นของจังหวัดบุรีรัมย์ ถือเป็นกิจกรรมสื่อสารความหมายเทิดทูลสถาบันพระมหากษัตริย์ (แสงเพชร ลำไธสง. 2565 : สัมภาษณ์) ส่วนสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์ มาใช้พื้นที่จัดกิจกรรมประชุมการป้องกันโรคต่างๆ และศูนย์ฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด 19 ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ องค์การภาคเอกชนมาใช้พื้นที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าขาย เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมกีฬาันทนาการในพื้นที่ แม้แต่การสร้างปราสาทพนมรุ้งจำลองได้รับความช่วยด้านช่างและการใช้พื้นที่ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านบุรีรัมย์ทำการแกะสลักส่วนประกอบของปราสาท นอกจากนั้นประชาชนยังมีส่วนร่วมจัดกิจกรรมต่างๆ ทำให้เกิดความร่วมมือทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ภายหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว ถือเป็นวิถีชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมกลุ่มคนเมืองบุรีรัมย์ เปลี่ยนแปลงตามแนวคิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมการเสพและการบริโภค การเบียดเบียนจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในเมืองบุรีรัมย์ยังสามารถเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านเล็กๆ ให้กลายมาเป็นแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ทั้งด้านการเกษตรกรรม สถานบันเทิงเกิดร้านเหล้า ร้านอาหาร ร้านนวดแผนไทยและสถานที่พักผ่อนในรูปแบบต่างๆ ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อทำให้เกิดรายได้และแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจประชาชนเมืองบุรีรัมย์ โดยตรง (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540)

กล่าวโดยสรุป เกิดความร่วมมือทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ภายหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว ทุกหน่วยงานและภาคส่วนต่างเห็นความสำคัญการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์

ทำหน่วยงานรัฐต่างๆ ทั้งภาคเอกชน และประชาชน ต่างเข้ามาช่วยเหลือการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในความเป็นเจ้าบ้านที่ดี



ภาพประกอบ 9 การสัมภาษณ์นักวิชาการหัวหน้าหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่จังหวัด
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ



บทที่ 3

การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ การพัฒนาพื้นที่ “ในความเป็นการเมือง หรือมหานคร” ตามแนวคิดเมืองกีฬาในประเทศอังกฤษ หรือยุโรปเกิดการพัฒนาระบบพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมรองรับการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวในสนามข้างอารีนา และอาณาบริเวณ ทำให้เกิดพื้นที่ทางกายภาพสังคมที่สำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่ที่กลายมาเป็นกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม พื้นที่ทางจิตนาการเป็นส่วนหนึ่งการดำเนินชีวิตประจำวันทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ และการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม เป็นการสร้างพื้นที่เมืองลานคนเมืองหลากหลายรูปแบบวิถีชีวิต หรือหลากหลายสไตน์ (Different stein) ทำให้กลุ่มคนออกมาใช้ประโยชน์พื้นที่นี้

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ

การวิเคราะห์การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ (Politics of Physical space) การสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวในสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ ศึกษาพัฒนาการสภาพพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านเป็นภูมิทัศน์วิถีชีวิต (Living Landscapes) การใช้ประโยชน์ทางสังคมวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ เป็นวิถีชีวิตประจำวันทางสังคมวัฒนธรรมกลุ่มคนเมืองบุรีรัมย์ รวมถึงการเข้ามาของนักท่องเที่ยว นักทัศนาจรและนักทัศนศึกษาในพื้นที่สนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ เป็นพื้นที่ทางภูมิวัฒนธรรมมีความซับซ้อน ได้แก่ การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้าง (Settlement patens) ทำให้เกิดพื้นที่อาคาร สนาม ถนน และสิ่งก่อสร้างขึ้นมา การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดิน (Land division patens) การสร้างระบบสาธารณูปโภคและการใช้สอยประโยชน์ทางสังคมวัฒนธรรม และการวางรูปแบบสถาปัตยกรรม (Architecture) เพื่อการสร้างสรรคพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ กลายมาเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวชมพื้นที่สนามฟุตบอล พื้นที่ตลาดพื้นที่สวนสาธารณะ 12 และพื้นที่สนามแข่งรถ ตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ Henri Lefebvre, 1991 การพัฒนาพื้นที่ทางกายภาพเพื่อการท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มคนอยากเข้ามาท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ

1. การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางการก่อสร้าง

การวิเคราะห์การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางการก่อสร้างสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ ในทัศนะของธีรยุทธ บุญมี, 2548 คือการพัฒนาพื้นที่เป็นอำนาจทางการเมืองเรื่องพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นการพัฒนาภูมิทัศน์วิถีชีวิตทาง

การเมืองพื้นที่การก่อสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวสู่ความทันสมัย การสร้างพื้นที่ทางการเมืองนี้ไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล เพราะพื้นที่ทางการเมืองเป็นเรื่องวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ ไม่จำเป็นจะต้องพึ่งพากฎเกณฑ์ทางสังคมวัฒนธรรม (ชุนด์ร์ นาครทรานันท์, 2555) ซึ่งการเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพเป็นแนวคิดการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ก่อสร้าง การวางผังภูมิทัศน์พื้นที่เกิดจากอคติของมนุษย์ เป็นความคิดการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมที่อยู่เหนือธรรมชาติของนายเนวิน และควบคุมพื้นที่ทางธรรมชาติทำให้เกิดความสวยงามและความอลังการยิ่งใหญ่ บางครั้งเกิดจากการรื้อพื้นที่ทางประวัติศาสตร์และแนวคิดหลายกระแสสังคมวัฒนธรรม นำมาสู่การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ก่อสร้างตามอุดมคติความเชื่อความฝันของนายเนวินเองเพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและกีฬาเมืองบุรีรัมย์

แนวความคิดการสร้างพื้นที่ทางกายภาพเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่” การพัฒนาพื้นที่จากแปลงนามาเป็นพื้นที่เก็บกองหินภูเขาไฟที่สัมปทานเมืองหินมาจากรัฐใช้ในกิจกรรมการก่อสร้างของตระกูลชิดชอบ ต่อมาเป็นพื้นที่ทำเลเลี้ยงสัตว์ของชาวบ้านเรียกว่าพื้นที่ป่าละเมาะ “เป็นพื้นที่ถือครองเดิมตามเอกสารสิทธิ์ สค 1 ‘ซื้อมาในราคา 5,000 บาท จากคุณตาจันทร์ ทริกรณ’ เมื่อมีการสร้างทางรถไฟมาสู่พื้นที่การสัมปทานเมืองหิน โดยมีเสาร์หลักเขตศูนย์กลางทางรถไฟอยู่บริเวณตะวันตกวัดไทยเจริญ มีข้อตกลงกับประชาชนการสร้างทางรถไฟกับพื้นที่และชุมชนริมทางรถไฟว่า ‘รัฐบาลขอคืนพื้นที่เฉพาะตัวรางรถไฟกับพื้นที่ข้างฝั่งละ 1.50 เมตร’ ทำเอกสารข้อตกลงการสร้างรางรถไฟมอบให้ผู้ช่วยสิทธิ์คนก่อนเก็บรักษาไว้ (ชนินทร์ ชาบุญเรืองศิลป์, 2564 : สัมภาษณ์) หรือนายประสิทธิ์ วิชัยรัมย์ (สจ.ประสิทธิ์) อดีตผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเป็นคนเก็บรักษาไว้ เมื่อประชาชนเข้ามาอาศัยอยู่ในบริเวณบ้านไทยเจริญมากขึ้น แล้วพากันขุดดินข้างริมรางรถไฟมาถมปรับพื้นที่อยู่อาศัยเป็นเหตุให้รถไฟที่มาชนหินคิดว่าตกรางรถไฟ ทางรัฐบาลสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนผนวกกับหลักฐานเอกสารข้อตกลงการสร้างรางรถไฟที่มอบให้นายประสิทธิ์เก็บรักษาไว้สูญหายไป รัฐโดยการรถไฟแห่งประเทศไทยประกาศขยายพื้นที่การรถไฟออกจากฝั่งละ 1.50 เมตรมาเป็น 1,000 เมตร เกิดพื้นที่ทับซ้อนเอกสารสิทธิ์ สค 1 ประชาชนจำนวนมากเป็นเหตุให้ประชาชนออกมาประท้วงอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดหลังเก้าอนหุงข้าวกระทะเลียงพี่น้องที่ออกไปประท้วงกัน แต่ในปัจจุบันพื้นที่ สค 1 สามารถออกเอกสารสิทธิ์เป็นโฉนดได้แล้ว” (สมัย เลิศเสนา, 2564 : สัมภาษณ์) ซึ่งแนวคิดการวางรูปแบบการจัดการสร้างพื้นที่ทางการเมืองก่อสร้างสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณมาจากแนวคิดของนายเนวิน กลายมาเป็นการพัฒนาภูมิทัศน์วิถีชีวิตประจำวันของคนเมืองบุรีรัมย์เพื่อการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว

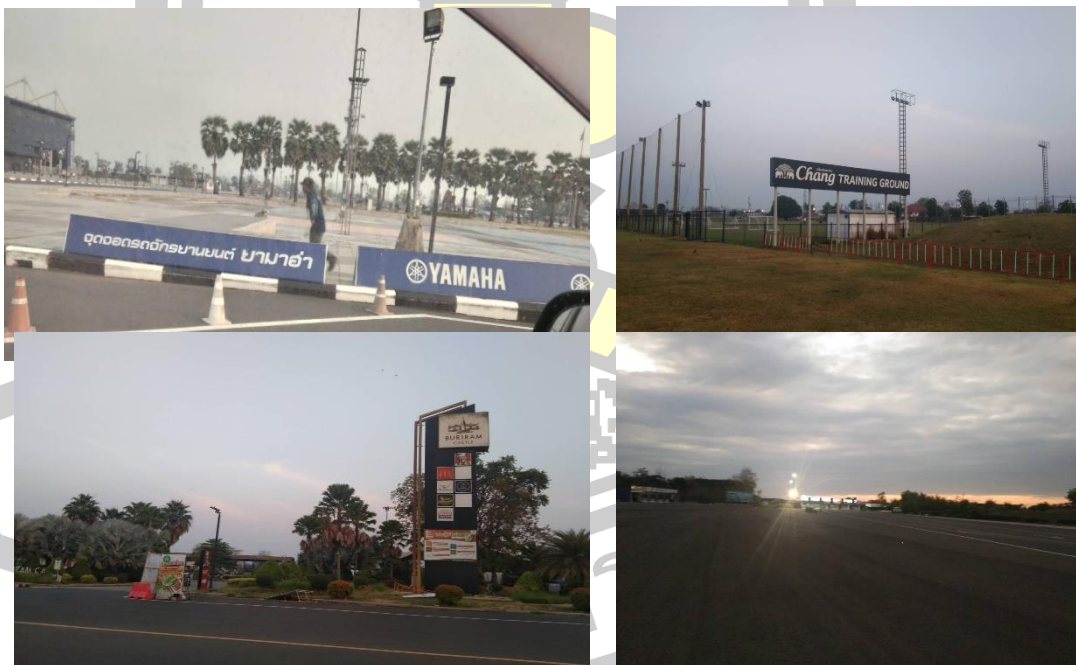
เมื่อนายเนวินสร้างทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์พีอีเอ (PEA) และทีมบุรีรัมย์เอฟซี (FC) กล่าวกับทีมผู้บริหารสโมสรฟุตบอลว่า “ผมอยากจะทำฟุตบอลสเตเดียม.... ที่ดีที่สุดในเมืองไทย... มันจะต้องเป็นสนามฟุตบอล สเตเดียมที่สมบูรณ์แบบที่สุดแห่งแรกของประเทศไทย...” นายเนวินจึงเดินทางเข้าประเทศอังกฤษศึกษาสนามสโมสรฟุตบอลลีกในอังกฤษพร้อมทีมผู้บริหาร โดยมีนายเกอร์

(พรศิริ สงขกุล) เป็นสถาปนิกผู้ออกแบบก่อสร้างสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด หรือสนามช้างอารีนา “ลักษณะของสนามนั้น ‘...จะต้องเป็นสนามที่ไม่ใหญ่และไม่เล็กเกินไป...’ แต่จะต้องออกแบบสถาปัตยกรรมก่อสร้างสนามให้แตกต่างจากสนามสโมสรฟุตบอลลีกในอังกฤษเป็นเมืองมีอากาศหนาว ด้วยการประยุกต์สร้างสนามช้างอารีนาจากสนามแอสตันวิลลา บรีดจ์ ของทีมสโมสรฟุตบอลเชลซี กับ สนามคิง พาวเวอร์ สเตเดียม เป็นสนามทีมสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ ไม่เล็กและไม่ใหญ่เกินไปเหมาะสมกับเมืองบุรีรัมย์เป็นเมืองร้อนจึงต้องสร้างสนามฟุตบอลแบบทรงจานแบนเพื่ออากาศถ่ายเทได้ดี” เมื่อนายเกอร์สถาปนิกผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้างสนามฟุตบอลรูปทรง “ปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทพนมรุ้งจำลอง” เป็นการนำความเชื่อทับซ้อนทางประวัติศาสตร์ในเชิงพื้นที่ภูมิวัฒนธรรมท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ตามแนวคิดขององรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre. 1991 : 38) นายเนวินจึงจัดพิธีวางศิลาฤกษ์ก่อสร้างสนามช้างอารีนา เดือนตุลาคม ค.ศ.2010 (พ.ศ.2553) และเปิดให้บริการแข่งขันฟุตบอลเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2554 เรียกว่า สนามไอ-โมบาย สเตเดียม (I-mobile stadium) โดยกินเนสบุ๊กลงรับรองว่าสนามฟุตบอลแห่งเดียวใช้เวลาก่อสร้างน้อยที่สุดในโลกเพียง 256 วัน (นราธิป ตรีเจริญ และคณะ, 2559) กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางกายภาพเพื่อการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ซึ่งการสร้างพื้นที่ทางกายภาพเลียนแบบพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยถูกสร้างขึ้นในในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ ดังเช่นการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้างสนามช้างอารีนา รูปทรงปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทพนมรุ้งจำลอง ทำให้เกิดประโยชน์ ความสวยงาม ความบันเทิงรื่นเริง กลุ่มคนสนใจอยากเข้ามาท่องเที่ยว และทัศนศึกษาชมพื้นที่ทางกายภาพเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

แนวคิดการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้างสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้อาศัยช่วงเวลาที่ผ่านมาการรื้อฟื้นความทรงจำในอดีต พัฒนาการพื้นที่ทางธรรมชาติก่อสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม นำมาสู่การออกแบบพื้นที่ทางการเมืองทั้งสถาปัตยกรรมร่วมสมัยและสถาปัตยกรรมสมัยโบราณรูปทรงปราสาทพนมรุ้ง กลายมาเป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมการเมืองใหม่อยู่เหนืออำนาจรัฐ เป็นการวางรูปแบบการก่อสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวมีรูปแบบเอกลักษณ์แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ในช่วงแรกการจัดกิจกรรมสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ปี พ.ศ.2555 นายเนวินเชิญดาราวีญ์ปุณชื่ออาโออิมมา ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาร่วมงานสงกรานต์เมืองบุรีรัมย์จำนวนมากเพื่อชมดาราวีญ์ปุณ แต่สังคมไทยไม่มีความเข้าใจแนวคิดการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางการก่อสร้างสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ต่างออกมาวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างแพร่หลาย แต่นายเนวิน กลับตอบว่าใครจะวิพากษ์วิจารณ์เมืองบุรีรัมย์อย่างไรก็ตาม ขอเพียงให้นักท่องเที่ยวรู้จักเมืองบุรีรัมย์เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวและกีฬาที่ว่า “นักท่องเที่ยว นักทัศนศึกษา และนักทัศนาจรเดินทางเข้ามาชมกีฬา เล่นกีฬา ออกกำลังกาย ยังได้ทานอาหารพื้นบ้านทำเป็นคลีนฟู้ดกระจายรายได้สู่รากหญ้า ...ภายใน 3 ปี จะทำให้เมืองบุรีรัมย์

เป็นเมือง 1 ใน 5 ที่คนไทยและนักท่องเที่ยวที่มาเมืองไทยอยากมาบุรีรัมย์มากที่สุด เมื่อถึงจุดนั้น เศรษฐกิจทุกอย่างอย่างเมืองบุรีรัมย์ก็จะเปลี่ยนไป..." (เนวิน ชิดชอบ อ้างถึงใน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. 2556 : ออนไลน์) นายเนวินมีการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสนามฟุตบอลช้างอารีน่า มีสนามคบุรีรัมย์ อีสปอร์ต สนามฟุตบอล สนามตระกร้อ สนามแชร์บอล สนามเด็กเล่น และลานสะเก็ตบอร์ด 2) กลุ่มตลาดไนท์เซาท์กราว มีสนามฝึกซ้อมฟุตบอล สนามบาสเกตบอล สนามฟุตบอล และสถานีขนส่ง 3) กลุ่มตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล มีโรงแรม ลานจอดรถ ลานประติมากรรมความเชื่อ และสนามเด็กเล่นบุรีรัมย์ 4) กลุ่มสนามแข่งรถ มีสนามแข่งรถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถโกคาร์ท และสนามยิงปืน

กล่าวโดยสรุป การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางการก่อสร้างสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเพื่อใช้เป็นสำนักงานสโมสรฟุตบอลและสนามของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด นำความเชื่อซับซ้อนทางสังคมวัฒนธรรม กลายมาเป็นภูมิทัศน์วิถีชีวิตการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามฟุตบอล รูปทรงปราสาทสายฟ้า “ปราสาทพนมรุ้งจำลอง” การสร้างสนามแข่งรถทางเรียบระดับโลก ทำให้กลุ่มคนสนใจอยากเข้ามาท่องเที่ยว หรือทัศนศึกษาชมพื้นที่ทางกายภาพเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่สักครั้งหนึ่งในชีวิต ผลการพัฒนาวางรูปแบบพื้นที่ทางการก่อสร้างพื้นที่เพื่อสร้างระบบการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ



ภาพประกอบ 10 การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้างสถานที่กลุ่มสนามฟุตบอลช้างอารีน่า
กลุ่มตลาดไนท์เซาท์กราว กลุ่มตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล และกลุ่มสนามแข่งรถ
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

2. การวางรูปแบบการจั้ดสรรที่ดิน

การวิเคราะห์การสร้างพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ “การวางรูปแบบการจั้ดสรรที่ดิน” การใช้ประโยชน์ที่ดินเดิมของตระกูลชิดชอบ ที่ซื้อ มาประกอบธุรกิจการสัมปทานเมืองหิน นำพื้นที่ดินว่างเป็นป่าละเมาะ โคนทำเลเลี้ยงสัตว์ที่ ประชาชนเรียกว่า บ้านโคกเลี้ยงสัตว์ ผู้ศึกษาเคยได้ยินประชาชนกล่าวอย่างต่อเนื่องว่า “ที่ดินตรงนี้ เป็นที่ทำเลเลี้ยงสัตว์ของชาวบ้าน เป็นพื้นที่จัดงานวันเกิดกำนันชัย... นายเนวินนำมาก่อสร้างสนาม สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ได้อย่างไร...” (ทิพวรรณ จักประโคน. 2563 : สัมภาษณ์, ทศพล ยอดเพชร. 2563 : สัมภาษณ์) ประชาชนมองว่าที่ดินบริเวณนี้ไม่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ หากศึกษา แนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ตามแนวคิดของธีรยุทธ บุญมี (2548 : 8) การวางรูปแบบการจั้ดสรรที่ดินเกิดจากความต้องการของมนุษย์ที่จะครอบครอง หรือ ควบคุมแผ่นดินที่ว่า “อคติของชนชั้นกลาง หรือชนชั้นนำที่มีอำนาจการเมือง และอำนาจชี้ นำ ความคิดทางสังคม” นายเนวินนำความคิดการวางรูปแบบการจั้ดสรรที่ดิน 200 ไร่เศษ (สมัย เลิศ เสนา. 2563 : สัมภาษณ์) คือการใช้ประโยชน์พื้นที่ดินเพื่อการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว แนวคิดการเมือง เรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ด้วยการจั้ดสรรที่ดินตามความจริงทางเลขา คณิตที่วัดด้วยมิติความกว้าง ความยาว และความลึกของพื้นที่ เป็นพื้นที่ทางกายภาพความจริงเชิง ประจักษ์ การวางรูปแบบการจั้ดสรรที่ดินในเชิงปริมาณเพื่อการใช้ประโยชน์พื้นที่การสร้างพื้นที่ ท่องเที่ยวสนามข้างอารีน่าในนามบริษัทบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด “การสร้างพื้นที่ทางกายภาพเมืองบุรีรัมย์ เป็นการจั้ดการท่องเที่ยวยุโรปให้นักท่องเที่ยวเข้าชมฟรี ทำให้นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนมีความพึง พอใจ” (เดือนใจ บุญสีลา. 2563 : สัมภาษณ์) เพราะนักท่องเที่ยวมีความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ ท่องเที่ยว ถ้าหากไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาทัศนศึกษาแล้ว การวางรูปแบบการจั้ดสรรที่ดินเพื่อชม สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณก็ไม่เกิดขึ้น กลายมาเป็นพื้นที่ลานคนเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ได้ การสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวยุโรปจึงมีนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนเดินทางมาเข้าชมสนามข้างอารีน่า ทำให้เกิดพลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเกิดการจับจ่ายใช้สอยทำให้เกิดรายได้ มิได้ จำเพาะในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ กลายมาเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบ ใหม่ เหมือนการสร้างมหานครตามแบบอย่างเมืองกีฬาในประเทศอังกฤษ หรือเมืองยุโรป เป็นพื้นที่ ทางการเมืองของกลุ่มคนที่เข้ามาพบปะสังสรรค์กัน การเสวนากันตามร้านกาแฟ ร้านอาหาร ลาน กีฬาภายในพื้นที่ ลานเปียร์ (สุดารัตน์ แยมรวมญาติ. 2563 : สัมภาษณ์) เป็นพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมที่ปลอดจากอำนาจรัฐและศาสนา เป็นพื้นที่การนัดพบปะกันทางสังคมเพื่อกิจกรรมการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การตลาดการค้าขาย และพื้นที่กิจกรรมนันทนาการตามมา (ชวิตรา ตันติ มาลา, 2560, ชนุตร์ นาคทรานันท์, 2555) นายเนวินมองเห็นโอกาสการพัฒนาพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมเรื่องการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ดังเช่นการพัฒนาพื้นที่ทะเลทรายเมืองลาสเวกัสของ

ประเทศสหรัฐอเมริกาลงทุนทางธุรกิจบันเทิงและการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและการเงินโลก แต่การสร้างพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณเพิ่มศักยภาพความพร้อมสนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ นายเนวินมอบทีมงานติดต่อขอซื้อพื้นที่ดินกับประชาชนในขณะที่พื้นที่บริเวณนี้ยังเป็นทุ่งนาและป่าละเมาะอยู่ พร้อมทั้งให้ราคาซื้อขายที่ดินอย่างเป็นธรรมและอธิบายเหตุผลความ ต้องการพัฒนาก่อสร้างสนามแข่งขัันรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นที่ดินติดต่อกับอาณาบริเวณพื้นที่สนามช้างอารีนาารวมพื้นที่ดิน 1,200 ไร่ เมื่อจัดหาพื้นที่ดินก่อสร้างสนามแข่งรถได้แล้ว จึงดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เค.มอเตออร์สปอร์ต ขึ้นมาควบคุมดูแลการวางรูปแบบการจัดสรรที่ดินสร้างสนามแข่งรถชิงแชมป์โลก (ชญญ์ลึกรี บุชยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์) โดยการวางรูปแบบการจัดสรรที่ดินภายใต้การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมของบริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เกิดความสัมพันธ์พื้นที่ท่องเที่ยวและอาณาบริเวณกลายมาเป็น “บุรีรัมย์เมืองต้นแบบของประเทศไทย” จากการสำรวจพื้นที่การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดินสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาแะอาณาบริเวณแบ่งออกเป็น 18 ประเภท คือ

1. อาคารสโมสรและสนามช้างอารีนา
2. ร้านเซเว่นอีลีเวน (7 Eleven)
3. สนามวอลเลย์บอล สนามบอลฟุตบอล ตะกร้อ และบาสเกตบอล
4. ลานประติมากรรมศาสนาความเชื่อ
5. สนามเด็กเล่น สนามฟุตบอล และสเก็ตบอร์ด
6. ตลาดไนท์เซราะกราว
7. สถานีขนส่งบุรีรัมย์แห่งที่ 2
8. เนินคันดินสูงเพื่อการพักผ่อนแห่งที่ 1
9. สนามทดสอบฟุตบอลที่ 1 และ 2 (สนามช้างเทรนนิ่งกราวด์)
10. เนินคันดินสูงเพื่อการพักผ่อนแห่งที่ 2
11. สนามแฮนด์บอลที่ 1 และ 2
12. กลุ่มโรงแรมอมารีบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด (Amari Buriram United)
13. ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล 35,000 ตารางเมตร
14. ปราสาทพนมรุ้งจำลองและประติมากรรมกามสูตร
15. ลานจอดรถขนาดใหญ่ สร้างขึ้นไว้รองรับการจัดกิจกรรมต่างๆ
16. สนามแข่งรถบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (Buriram International Circui) หรือ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

กล่าวโดยสรุป การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดินสร้างสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณนี้ เป็นแนวคิดของนายเนวินต้องการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ด้วยการจัดการพื้นที่ดินในความกว้าง ความยาว และความลึกเพื่อการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวชมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการ จึงวางรูปแบบสิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมลงในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ให้เกิดความสวยงาม

3. การวางรูปแบบสถาปัตยกรรม

การวิเคราะห์การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณนี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการสร้างสถาปัตยกรรมจากความต้องการของนายเนวิน ชิดชอบ การพัฒนาเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่เหมือนกับแนวคิดการสร้างเมืองแบบสวยงาม (City Beautiful) ดังเช่นพลวัตการพัฒนาพื้นที่ของนายพลมูสโลนิของอิตาลีเป็นผู้สร้างกรุงโรมใหม่ว่า “แนวคิดของข้าพเจ้าแจ่มชัดสุด... ภายในห้าปีกรุงโรมจะต้องดูเป็นระเบียบยิ่งใหญ่สง่างามปรากฏแก่ทุกคนในโลก...” (ธีรยุทธ บุญมี, 2548) แนวคิดของนายเนวินนำมาสู่การสร้างพื้นที่ทางการเมือง คือการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเกิดรูปทรงสถาปัตยกรรมต่างๆ บนพื้นที่ที่มีความโดดเด่นกลายเป็นเอกลักษณ์อริยะสถาปัตยกรรมทางการเมืองเรื่องพื้นที่เฉพาะถิ่นในความเป็นมหานครเมืองการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมกับการใช้องค์ความรู้ทางอริยะสถาปัตยกรรมมาผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลปกรรมเข้าด้วยกันตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) การสร้างพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ การปฏิบัติเชิงพื้นที่ (Spatial practice) เป็นการลงทุนสร้างศิลปกรรมประกอบพื้นที่ตามธรรมชาติมีผลต่อการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการสร้างอำนาจทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่จากการสร้างภาพแสดงแทน (The representation of space) การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ที่แสดงถึงวิถีชีวิตคนเมืองบุรีรัมย์ในยุคปัจจุบันที่หลากหลายสไตน์นำเอาภาพสถาปัตยกรรมที่เคยปรากฏ เล่าสืบต่อกันมาสร้างในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ใหม่ คือการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ กลายเป็นพื้นที่ความทรงจำใหม่เมืองบุรีรัมย์ (New memory of Buriram) พื้นที่สัญลักษณ์ (Symbols of Buriram) ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์บนพื้นที่ใหม่ของเมืองแห่งการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่

3.1 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามฟุตบอล การสร้างสนามช้างอารีน่า

นำรูปแบบเมืองปราสาทที่เคยพบในสมัยโบราณมาเป็นสถาปัตยกรรมรูปทรง “ปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณสีน้ำเงินคราม” เป็นการจำลองการสร้างตัวอาคารทำการสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ด้วยรูปทรงปราสาทพนมรุ้งจำลองเป็นสถาปัตยกรรมปราสาทโบราณเคยเจริญรุ่งเรืองในอดีต นำมาสร้างสถาปัตยกรรมบนพื้นที่ใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬาฟุตบอล เรียกว่า ทีมปราสาทสายฟ้า หรือนักบรราวาไฟ ตัวอาคารเน้นการใช้สีน้ำเงินครามกลายเป็นสีแห่งการเทิดทูลสถาบัน

พระมหากษัตริย์คือรัชกาลที่ 1 เป็นผู้บัญชาให้สร้างเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาใหม่จากพื้นที่เมืองร้างพร้อมทั้งพระราชทานนามเมืองใหม่ว่า “เมืองแปะ” ดังนั้น สถาปัตยกรรมพื้นที่ลานสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณหาคมาชมในเวลาเย็นดวงอาทิตย์ใกล้จะลับขอบฟ้า หรือยามเช้าที่ดวงอาทิตย์ขึ้นมาใหม่ สวยงามเสมือนกับการประดิษฐ์สร้างและภาพสถาปัตยกรรมชุมชนจิตกรรมในนครชุมนำเอารูปแบบสถาปัตยกรรมและภูมิปัญญาที่อยู่เดิมของท้องถิ่นมาก่อสร้างชุมชนนครชุม เป็นการพัฒนาต่อยอดงานโครงสร้างพื้นที่การประยุกต์โครงสร้างอาคารตามรูปแบบเดิมในเมืองนครชุมเพื่อความเข้าใจทางสังคมใหม่ (นิติกร สิงห์ล่อ. 2558) ดังเช่นนายเนวินการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้งมาสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่เป็นเมืองการท่องเที่ยวและกีฬา เรียกว่า เมืองปราสาทสายฟ้า



ภาพประกอบ 12 สถาปัตยกรรมรูปทรงปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณ สีนํ้าเงินคราม
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

3.2การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล การสร้างสถาปัตยกรรมพื้นที่เล่าเรื่องวิถีชีวิตทางสังคมในอดีตบริเวณปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ โดยนายเนวิน ชิดชอบ ต้องการพัฒนาพื้นที่ตลาดศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ หรือศูนย์รวมจำหน่ายสินค้าและบริการที่หลากหลายรูปแบบ (Community mall) เป็นการจำลองรูปแบบพื้นที่ตลาดมาจากวิถีชีวิตชุมชนโบราณในอาณาบริเวณปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ ด้วยการสร้างอาคารสถานที่ตัวตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล ในรูปแบบสไตน์โมเดิร์น เป็นบล็อกปูนแบบผังเมืองโบราณ แบ่งพื้นที่ตรงส่วนกลางขนานกับองค์ปราสาทพนมรุ้งจำลอง เป็นการนำแนวคิดทางสังคมที่เคยเจริญรุ่งเรืองมาต่อยอดเป็นตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล “คอยดูนะ... สถาปัตยกรรมในอาณาบริเวณสนาม

ช่างอารีน่า ปราสาทพนมรุ้งจำลอง ศิลปกรรมงามสุดเป็นตัวกลางสร้างประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์” (คำ วิชาพุล. 2564 : สัมภาษณ์) มีความแตกต่างจากตลาดทั่วไปที่ก่อสร้างเป็นท้องแถว สร้างเป็น โครงหลังคาเหล็กเพื่อการค้าขาย เหมือนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมท่องเที่ยวชมตลาด “เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” มีการสร้างพื้นที่เชิงกายภาพแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป เป็นการ สร้างพื้นที่นำเรื่องเล่าในอดีตบางช่วงเวลามาตัดปะ ทั้งคัดเลือกอดีตในช่วงเวลาเป็นที่รู้จักของผู้คน และสร้างอดีตด้วยกรรมผสมผสานมาสร้างพื้นที่ความหมายใหม่ทางสังคมวัฒนธรรมเมือง (ธนวรรณ นิธิพานนท์. 2558) ดังเช่นแนวคิดการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ “ตัวตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล การวางรูปแบบตลาดสไตล์โมเดิร์นมีตัวปราสาทพนมรุ้งจำลองประดิษฐ์อยู่ด้านหลัง” พื้นที่ตลาด แสดงถึงความอริยะสถาปัตยกรรมของตลาดการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เหมือนกับการ สร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวภาคอีสาน เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจาก วัฒนธรรมในกระแสสังคมบริโภคผ่านวัตถุนิยม สิ่งของเครื่องใช้สอย ทั้งการผลิตสินค้าหัตถกรรม สินค้าการแสดงและการผลิตสินค้าสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ (พิทักษ์ น้อยวังคลัง, 2548) ดังเช่นการเมือง เรื่องพื้นที่ทางกายภาพของสนามช่างอารีน่าและอาณาบริเวณ “การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมตลาด บุรีรัมย์ คาสเซิล ในสไตล์โมเดิร์นมี” เป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ท่องเที่ยว การบริโภคดื่มกิน การศึกษา และบริการราชการชั่วคราว



ภาพประกอบ 13 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล ในสไตล์โมเดิร์น
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

3.3การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สวนสาธารณะ 12 การสร้างสถาปัตยกรรมแฝงด้วยความหมายซ่อนเร้นทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เปิดพื้นที่ท่องเที่ยวชม สถาปัตยกรรมพื้นที่สวนสาธารณะ 12 เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2556 ฤทธิพิทักษ์วิจารณ์ความไม่เหมาะสมว่า “...งามสุดทุกวันนี้มีข่าวข่มขืนกระทำชำเราตั้งแต่คนแก่ยันเด็กอนุบาลไม่เว้นในแต่ละวัน ไม่ทราบว่าเป็นโครงการของใคร ฝากท่านพ่อเมืองเนวินช่วยหน่อย ...จนใครก็อยากใส่เสื้อทีมบุรีรัมย์

ยูไนเต็ด ทำลานกีฬาให้เด็กเล่น ทำสนามให้เด็กแว้นเข้ามาแข่ง...” นายเนวินกล่าวตอบว่า “โลกสวยไปหรือเปล่า... มนุษย์เราเกิดมานี้เป็นจุดกำเนิดจักรวาล คนเราก็เกิดมาจากสิ่งนี้แหละ...” (เนวิน ชิดชอบ อ้างถึงใน คมชัดลึก. 2559 : ออนไลน์) ซึ่งการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เป็นศาสนวัตถุในพื้นที่สวนศิวัะ 12 เป็นความเชื่อในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู การสร้างกตพัด้วยพระพุทธรูปศาสนามีสถาปัตยกรรมประกอบด้วยองค์พระศิวัะ พระพิฆเนศปางเบญจमुख รวมทั้งภาพทำการร่วมเพศ 12 ภาพ ที่ศิวัะถึงคมีพระพุทธรูปอยู่บนปลายยอดสิ่งนี้ไม่ควรทำ เป็นการย้ายความเชื่ออีกศาสนาหนึ่ง ที่เป็นสถาปัตยกรรมความเชื่อในเรื่องกามสูตร หรือตำราเพศศึกษาในสมัยโบราณ (สรเชต วรคราวิชัย. 2565 : สัมภาษณ์) แต่การสร้างเมืองกีฬา “... จะต้องมีความหมายแฝงซ่อนเร้นด้วยเรื่องเพศศึกษาในความหมายการออกก้าลังกาย ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อสถาปัตยกรรมกามสูตรที่ถูกสรรสร้างในพื้นที่ว่า ‘พื้นที่นี้ถือเป็นลานวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของคนเมืองบุรีรัมย์ โดยมองสถาปัตยกรรม หรือศิลปกรรม หรือประติมากรรมมากกว่า’ นำความรู้เรื่องเพศศึกษาที่เคยจารึกเป็นตำราเรียนรู้ลงในแผ่นหินพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมประเทศอินเดียมาก่อน หรือปราสาทพนมรุ้งพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมบางส่วนเพื่อนำมาสร้างสรรค์ภาพประติมากรรม หรือสถาปัตยกรรมย้อนแย้งในอดีตลงบนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ใหม่ แม้แต่คนกรุงเทพมหานครอย่างดิฉันยังพาลูกหลานมาเดินท่องเที่ยวชม เป็นองค์ความรู้เรื่องเพศศึกษาสร้างความสมดุลในครอบครัวมากกว่า” (ธัญญาลักษณ์ โนนกลาง. 2562 : สัมภาษณ์, ภัทรภรณ์ กำจร. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 14 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สวนศิวัะ 12

ที่มา : ธงชัย สี่โสภณ

3.4การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถ หรือสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (Chang International Circuit) มาจากแรงบันดาลใจของนายเนวิน ชิดชอบ ในสมัย

วัยรุ่นท่านชื่นชอบกีฬาการแข่งรถวิบากมาก ขอร้องให้เสียโง่งใช้รถแทกเตอร์ชุดดินขึ้นมาทำสนามแข่งรถให้ท่านตรงพื้นที่ของเรือนจำบุรีรัมย์ปัจจุบันนี้... ไม่น่าเชื่อแรงบันดาลใจในสมัยวัยรุ่นของท่านเนวินจะมาทำสำเร็จในวันนี้ได้... (สมัย เลิศเสนา. 2564 : สัมภาษณ์) นายเนวินได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เค.มอเตอร์สปอร์ต จำกัด ขึ้นมาเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556 เพื่อเข้ามาควบคุมดูแลการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งระดับโลก หรือพื้นที่สถาปัตยกรรมสนามแข่งรถทางเรียบชิงแชมป์โลก โดยว่าจ้างนายเฮอermann ทิลเก้ (Mr.Hermann Tilke) ชาวเยอรมันเป็นสถาปนิกมือหนึ่งของโลกผู้วางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ก่อสร้างสนามแข่งรถเอฟวัน (F1) และสนามโมโตจีพี (Moto GP) ได้ว่าจ้างบริษัทซิโนไทยมาเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างสนามตามรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถทางเรียบชิงแชมป์โลกที่สามารถปรับพื้นที่ได้ 6 รูปแบบเพื่อรองรับการแข่งขันในรูปแบบต่างกัน ทั้งการแข่งขันทางเรียบและทางตรง และทางโค้งมีความปลอดภัยสำหรับผู้ชมอยู่ในพื้นที่สนามแข่งรถ ดังนั้น สนามแข่งรถนี้ถูกสร้างอยู่บนพื้นที่ขนาดประมาณ 93,000 ตารางเมตร เฉพาะส่วนที่เป็นสนามการแข่งขันไม่รวมพื้นที่บริบทโดยรอบสนามแข่งรถอีกด้วย ถือเป็นสนามแข่งรถที่ใช้ระยะเวลาการก่อสร้างเพียง 422 วัน (พ.ศ.2556) และเปิดการบริการใช้สนามแข่งรถเดือนตุลาคม 2557 (ชญญ์สิทธิ์ บุชยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์)

การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถข้าง อินเทอร์เน็ตชั้นแนล เซอร์กิต แบ่งออกเป็นสนามแข่งรถจักรยานยนต์ อาคารนั่งชมการแข่งขัน หรืออาคารไซด์สแตนด (Side stand) และลานกิจกรรมสนามแข่งรถ หรือลานแข่งรถโกคาร์ท มีลักษณะเด่นของระยะทางการวิ่งต่อรอบสนาม 4.554 กิโลเมตร โดยใช้ทิศทางการวิ่งรถแบบตามเข็มนาฬิกาประกอบด้วยทางโค้งจำนวน 12 โค้ง โดยแบ่งทางโค้งขวา 7 โค้ง และทางโค้งซ้ายอีก 5 โค้ง ซึ่งการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามแข่งรถนี้ ทำให้ผู้ชมสามารถมองเห็นทุกส่วนพื้นที่แทร็คสนามแข่งรถยนต์ได้ดี เมื่ออยู่บนพื้นที่ของตัวอาคารไซด์สแตนดที่นั่งชมการแข่งขันจะเพิ่มรรถรสของการเข้าชมเกมการแข่งขันมอเตอร์สปอร์ต โดยมีจุดสำคัญของแทร็คสนามอยู่ 5 จุด คือ ทางตรงยาว 1 กิโลเมตร นักแข่งสามารถทำความเร็วรถได้ในระดับตัววิ่งคาร์ 315 กิโลเมตรต่อชั่วโมง หรือมากกว่าในระดับตัววิ่งคาร์ 300 กิโลเมตรต่อชั่วโมง หากการแข่งขันมอเตอร์ไซด์ บิ๊กไบท์ ถือเป็นจุดที่ทำทายนักแข่งในการหาจุดเบรกเพื่อการแข่งทางแทร็คตนเอง คือทางโค้ง 4 เป็นทางโค้งซ้ายด้วยความเร็วสูงที่นักแข่งรถสามารถขับรถเข้าทางโค้งได้ด้วยความเร็วระดับตัววิ่งคาร์ 200 กิโลเมตรต่อชั่วโมง แต่ในขณะเดียวกันต้องต่อสู้กับแรงเหวี่ยงมหาศาลตามด้วยทางโค้ง 7 โค้ง เป็นทางโค้งหักขวา 7 องศาที่ฝังอยู่ด้วยทางโค้งเล็กอีกจำนวน 2 โค้ง เป็นอีกหนึ่งทางโค้งในความเร็วสูงสุดของสนามแข่งรถ ซึ่งระดับตัววิ่งคาร์ และมอเตอร์ไซด์ บิ๊กไบท์ สามารถรักษาความเร็วได้ในระดับตัววิ่งคาร์ 160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ในช่วงออกจากทางโค้ง 7 โค้งนี้ รวมไปถึงทางโค้ง 9 และ 10 โค้ง เป็นการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ที่มีความต่อเนื่องกัน โดยนักแข่งรถจะต้องใช้ไหวพริบอย่างมากในการขับที่

มาถึงจุดนี้เพื่อต่อเนื่องไปยังทางโค้ง 12 โค้ง แม้ทางโค้งยูเทิร์นหักศอกขวา 126 องศา ถือเป็นจุดสำคัญของสนามแข่งรถเพื่อการขับแข่งกันของนักแข่งรถที่สามารถเลือกเรซซิ่งไลน์ หรือเลนการแข่งของตัวเองได้ตามความเหมาะสมก่อนจะหาจังหวะเข้าแข่งในการแข่งรถได้ โดยสนามแข่งรถนี้ยังเป็นการแข่งที่มีความพิถีพิถันในระดับมาตรฐานถึง 40 ฟิต ถือเป็นารออกแบบพื้นที่สถาปัตยกรรมตัวอาคารไฮด์สแตนด์ 1 การสร้างห้องประชุมสัมมนา ห้องบริการจัดการแข่งรถ และควบคุมการถ่ายทอดกิจกรรมการแข่งขัน ซึ่งการวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ในส่วนสนามแข่งรถนี้ประกอบด้วยส่วนสนามย่อย คือ สนามยิงปืนบุรีรัมย์ สนามโกคาร์ท และพื้นที่พักผ่อนกางเต็นท์สำหรับนักท่องเที่ยวรายการแข่งใหญ่ (ชญญ์สิทธิ์ บุชยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 15 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต
ที่มา : www.google.com/search?q=ภาพ+สนามช้าง+อินเตอร์เนชั่นแนล+เซอร์กิต

กล่าวโดยสรุป การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้เป็นการสร้างสถาปัตยกรรมพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์เพื่อท่องเที่ยวอิงอยู่กับโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ได้แก่ สถาปัตยกรรมพื้นที่สนามช้างอารีนาอิงอยู่กับปราสาทที่เคยเจริญรุ่งเรืองสมัยโบราณคือ “ปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณ” สถาปัตยกรรมพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิลอิงอยู่กับเล่าเรื่องวิถีชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมในอดีตบริเวณพื้นที่ปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ สถาปัตยกรรมพื้นที่สวนคิวะ 12 เป็นสถาปัตยกรรมแฝงด้วยความซ่อนเร้นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ในความเป็นแพศภาพทางการสร้างพลังงานของบุคคล และสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถ อิงอยู่กับสถาปัตยกรรมสนามแข่งรถทางเรียบชิงแชมป์โลก กลายมาเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวตามภูมิวัฒนธรรมการสร้างพื้นที่การเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ

การวิเคราะห์การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการนี้ การศึกษาพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณตามทฤษฎีของอังรี เลอเฟบว์ ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่ เป็นการสร้างความเชื่อทางสังคมวัฒนธรรมในเชิงสัญลักษณ์ที่กลายมาเป็นอัตลักษณ์การสร้างพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ 2) การรื้อฟื้นความเชื่ออุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่ วิเคราะห์แนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งหยุดนิ่งอยู่กับที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ ถูกสร้างขึ้นตามแนวคิดจินตนาการของนายเนวินด้วยการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่

การวิเคราะห์พลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ ศึกษา “การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่” นำมาสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ทางจินตนาการสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ใหม่ แต่ไม่ได้ตั้งอยู่ในพื้นที่ทางโบราณคดีเดิมที่ถูกปิดกั้นไว้ด้วยช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาหลายยุคสมัย แต่ในปัจจุบันได้รับความสนใจจากสังคมเพียงบางแง่มุมตามหลักฐานความเชื่อศาสนาโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ทางสังคมวัฒนธรรมบางช่วงเวลา โดยพื้นที่ความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์บางส่วนอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ดังเช่นความเชื่อทางพุทธศาสนาแบบชาวบ้านที่พึ่งพาอาศัยอยู่กับเทพเจ้า (Popular Religion and Animism) เป็นการรื้อฟื้นความเชื่อพุทธศาสนาและพราหมณ์-ฮินดู เข้ามาผสมผสานกับความเชื่อพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ โดยนายเนวิน ชิดชอบ นำมาสร้างสรรค์การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาเป็นพื้นที่ทางจินตนาการทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์กับประวัติศาสตร์ในการสร้างสรรค์ปราสาทพนมรุ้งเป็นคุณค่าทางจิตใจพลังความเชื่อเทพเจ้า กลายมาเป็นพื้นที่อำนาจนิยมทางจินตนาการสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ (ไศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, 2556)

การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ปราสาทพนมรุ้งมาสร้างเป็นตราสัญลักษณ์ประจำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ทำให้นักฟุตบอลมีพลังจิตแข็งแกร่งเหมือนกับนักรบโบราณเป็น “นักรบปราสาทสายฟ้า” ทั้งสมาชิกกองเชียร์บุรีรัมย์มีความเข้มแข็งเข้ามาร่วมกันเชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์และพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์บนพื้นที่ทางจินตนาการการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ในเวลาต่อมาเนวินนำเอาสถาปัตยกรรมรูปแบบทรงปราสาทพนมรุ้งมาดัดแปลงสร้างเป็นอาคารสำนักงานของสโมสรฟุตบอลและสนามช้างอารีนา เรียกว่า ปราสาทสายฟ้าหรืออินเดอร์ คาสเซิล สเตเดียม (Thunder Castle Stadium) เป็นการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและ

ประวัติศาสตร์การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการมาสร้างพื้นที่สนามฟุตบอลประจำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด คือการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์เมืองโบราณเคยเจริญรุ่งเรืองมาสร้างสัญลักษณ์พื้นที่ทางจินตนาการสถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้งขึ้นมาใหม่ “สร้างด้วยเหล็ก หินปูน และไฟเบอร์กลาส” (ดุสิต อุทิศสุนทร. 2562 : สัมภาษณ์) กลายมาเป็นการสร้างพื้นที่ทางความเชื่อศาสนาจินตนาการทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ในอดีตด้วยรูปแบบสัญลักษณ์ความเชื่อเรื่องเทพเจ้าทรงประทับอยู่ปลายยอดปราสาทสายฟ้า (สนามช้างอารีนา) ทั้งตำนานเรื่องเล่าลัทธิการบูชาองค์พระศิเวเทพเจ้าให้พระองค์ทรงประทานพรความสุขมาให้ ถูกนำมาสร้างสรรค์พื้นที่ใหม่กลายมาเป็นวิถีชีวิตประจำวันในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ สร้างอัตลักษณ์การสร้างพื้นที่การเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ให้ความสำคัญการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมด้วยความเชื่อศาสนาทางจินตนาการแบบชาวบ้านที่เป็นท้องถิ่นนิยม (ไชรัตน์ เจริญสินโอฬาน, 2549)

การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ด้วยการสร้างสรรค์องค์ประธานปราสาทพนมรุ้งจำลอง นำแนวคิดความเชื่อเรื่องเล่าทางพระพุทธศาสนา “พุทธทำนาย” (คำทำนายพุทธเจ้า) ถูปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบันนี้ เสมือนการนำเอาพื้นที่ทางจินตนาการมาสร้างอัตลักษณ์รูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนนครชุมมาพัฒนาต่อยอด (นิติกร สิงห์ลล, 2558) การสร้างสถาปัตยกรรมพื้นที่ด้านนอกตัวปราสาทพนมรุ้งจำลองนำเสนอผ่านสถาปัตยกรรมหินทรายความเชื่อเรื่องเล่านาคห้าเศียร ภาพบุรุษเทยยืนถือตะบองหนึ่งองค์บ้าง สององค์บ้าง และสามองค์บ้าง สลับกันกับภาพบุรุษขี่ม้าขาวมาปราบคนชั่ว (พระกัลป์ก้องค์ศาสดา) เป็นการสื่อความหมายทางสังคมยุคใหม่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมความเจริญทางวัตถุนิยมและความขัดแย้งทางความคิด เป็นการรื้อฟื้นความเชื่อทางจินตนาการพระพุทธศาสนาขึ้นมาใหม่ (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, 2553) เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคโกลาหลความอดอยากและเภทภัย ได้แก่ 1) ราชภัย ข้าราชการจะบังคับเบียดเบียนพลเมือง 2) โจรภัย โจรผู้ร้ายปล้นฆ่าอยู่ทั่วบ้านเมือง 3) อัคคีภัย เกิดไฟไหม้ทั่วบ้านเมือง 4) อสุณีบาด เกิดฟ้าผ่าสัตว์และคนล้มตาย 5) เมถนีภัย เกิดแผ่นดินไหวในเดือนละหลายครั้ง 6) วาตภัย เกิดพายุลมหมุนพัดพาบ้านเมืองพินาศ 7) อุทกภัย เกิดน้ำท่วมบ้านเมืองและเรือกสวนไร่นา 8) ทูพิกภัย เกิดข้าวอยากหมากแพงและอดอาหาร 9) พยาธิภัย เกิดโรคระบาดคนและสัตว์ล้มตาย และ 10) สัตถภัย เกิดรบราฆ่าฟันกันล้มตาย เป็นความเชื่อที่โลกในอนาคตข้างหน้ามีอศวินขี่ม้าขาวลงมาเกิดประกาศตนเป็นองค์พระศาสดานามว่า “ศรีอารยเมตตรัย หรือ พระศรีอารย” ความทุกข์เข็มนมนุษย์จักหายไปมีแต่ “ความสุขศรีวิไลบนแผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง” การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาสร้างพื้นที่สนามช้างอารีนา นี้ กลายมาเป็นศูนย์กลางสืบสานประเพณีความเชื่อทางจินตนาการของพระพุทธศาสนาที่เป็นศาสนาแบบชาวบ้านเมืองบุรีรัมย์ (บรรจง พรหมจิต. 2562 : สัมภาษณ์)

แนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการรื้อฟื้นทางประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ขึ้นมา การนำประวัติศาสตร์ในช่วงระยะเวลาในปี พ.ศ.2320 (240 ปีที่ผ่านมา) โดยรัฐต้องการรวบรวมผู้คน

ในพื้นที่ต่างๆ มาช่วยกันสร้างบ้านแปลงเมืองขึ้นมาใหม่เพื่อสร้างความมั่นคงของชาติในการพบ “เมืองบุรีรัมย์เป็นเมืองร้างเคยเจริญรุ่งเรืองมาก่อน มีการขุดคูน้ำคันดินล้อมรอบ... เจ้าพระยาจักรี (รัชกาลที่ 1) ทรงบัญชาให้ชาวเขมรป่าดงอพยพเข้ามาอยู่ในตัวเมืองโบราณ...” (สมมาตร ผลเกิด, 2555) เป็นช่วงเริ่มสร้างเมืองบุรีรัมย์ ผู้คนอพยพเข้ามาอาศัยอยู่หนาแน่น เกิดการขยายตัวพื้นที่ทางการเมืองใหม่เป็นชุมชนที่มีความชอบเส้นทางสังคมวัฒนธรรม แต่ไม่สัมพันธ์ประวัติศาสตร์การสร้างเมืองของรัชกาลที่ 1 นายเนวินให้การสนับสนุนแนวคิดทางประวัติศาสตร์เรื่องพระมหากษัตริย์ทรงสร้างเมืองบุรีรัมย์ที่พัฒนาการมาจาก “เมืองแปะ เปลี่ยนมาเป็นเมืองบุรีรัมย์” จึงเกิดแนวคิดความเชื่อพื้นเมืองบุรีรัมย์ใหม่ว่า “เราชาวบุรีรัมย์ลูกหลานรัชกาลที่ 1... เมื่อทำการสร้างฉัตรรอบลานอนุสาวรีย์เสร็จกำหนดพื้นที่ประเพณีทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ ‘บุญเบิกบ้านลูกหลานรัชกาลที่ 1’ ขึ้นมาและมอบหมายให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นเจ้าภาพจัดงานทุกปีในวันที่ 6 เมษายน เป็นการสร้างพื้นที่ความสัมพันธ์ถนนวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ระหว่างสนามช้างอารีนา กับลานอนุสาวรีย์รัชกาลที่ 1” (กัญญารัตน์ ลำไธสง. 2565 : สัมภาษณ์) ดังนั้น เมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการเทิดทูลสถาบันพระมหากษัตริย์ “เมืองสีน้ำเงิน” นายเนวินเป็นผู้ส่งเสริมให้ชาวบุรีรัมย์ใช้สีน้ำเงินตามพื้นที่ต่างๆ เริ่มจากตัวอาคารสโมสรฟุตบอลคือสนามช้างอารีนาใช้สีน้ำเงิน “ด้วยการขอร้องร้านค้าและสถานที่บริการต่างๆ พัฒนาการไปสู่สถานที่ราชการและรัฐวิสาหกิจ... เข้ามาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รู้สึกเป็นสิ่งที่แปลกการเน้นพื้นที่เมืองด้วยสีน้ำเงิน ไม่มีจังหวัดไหนสามารถทำได้” (บัญชา มาลาอุตม์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 16 ประเพณีบุญเบิกบ้านลูกหลานรัชกาลที่ 1
ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์

การรื้อฟื้นพื้นที่ทางประวัติศาสตร์การสร้างเมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมว่า “... เมืองบุรีรัมย์เป็นพื้นที่ทางการเมืองแห่งการถวายเป็นกุศลต่อสถาบัน

พระมหากษัตริย์ ชาวบุรีรัมย์ทุกๆ ครั้งที่มีการจัดกิจกรรมเทิดพระเกียรติและถวายพระพรชัยมงคล ประชาชนทุกหมู่เหล่าจะมารวมตัวกันที่นี่ เพื่อแสดงออกถึงความสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดไม่ได้...” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) ในปัจจุบันนี้พื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณกลายเป็นศูนย์กลางกิจกรรมเทิดพระเกียรติสถาบันพระมหากษัตริย์ในวันพระราชสมภพ หรือวันสวรรคต หรือวันสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบาทพระมหากษัตริย์มีทั้งประชาชน หน่วยงานทุกภาคส่วนต่างเข้ามาร่วมจัดกิจกรรมถวายความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

กล่าวโดยสรุป การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาใหม่ ตามแนวคิดของนายเนวินสร้างพื้นที่ความเชื่อทางพุทธศาสนาแบบชาวบ้านพึ่งพาอาศัยเทพเจ้า ผสมผสานกันระหว่างพุทธศาสนากับศาสนาพราหมณ์-ฮินดู มาเป็นความเชื่อพลังจินตนาการนักฟุตบอลทีมปราสาทสายฟ้า นำปราสาทพนมรุ้งมาตัดแปลงสร้างสถาปัตยกรรมในสนามช้างอารีน่า และนำประวัติศาสตร์พระมหากษัตริย์ทรงบัญชาสร้างเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นประเพณีบุญเบิกบ้านลูกหลานรัชกาลที่ 1 และเมืองสีน้ำเงิน คือเมืองแห่งความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

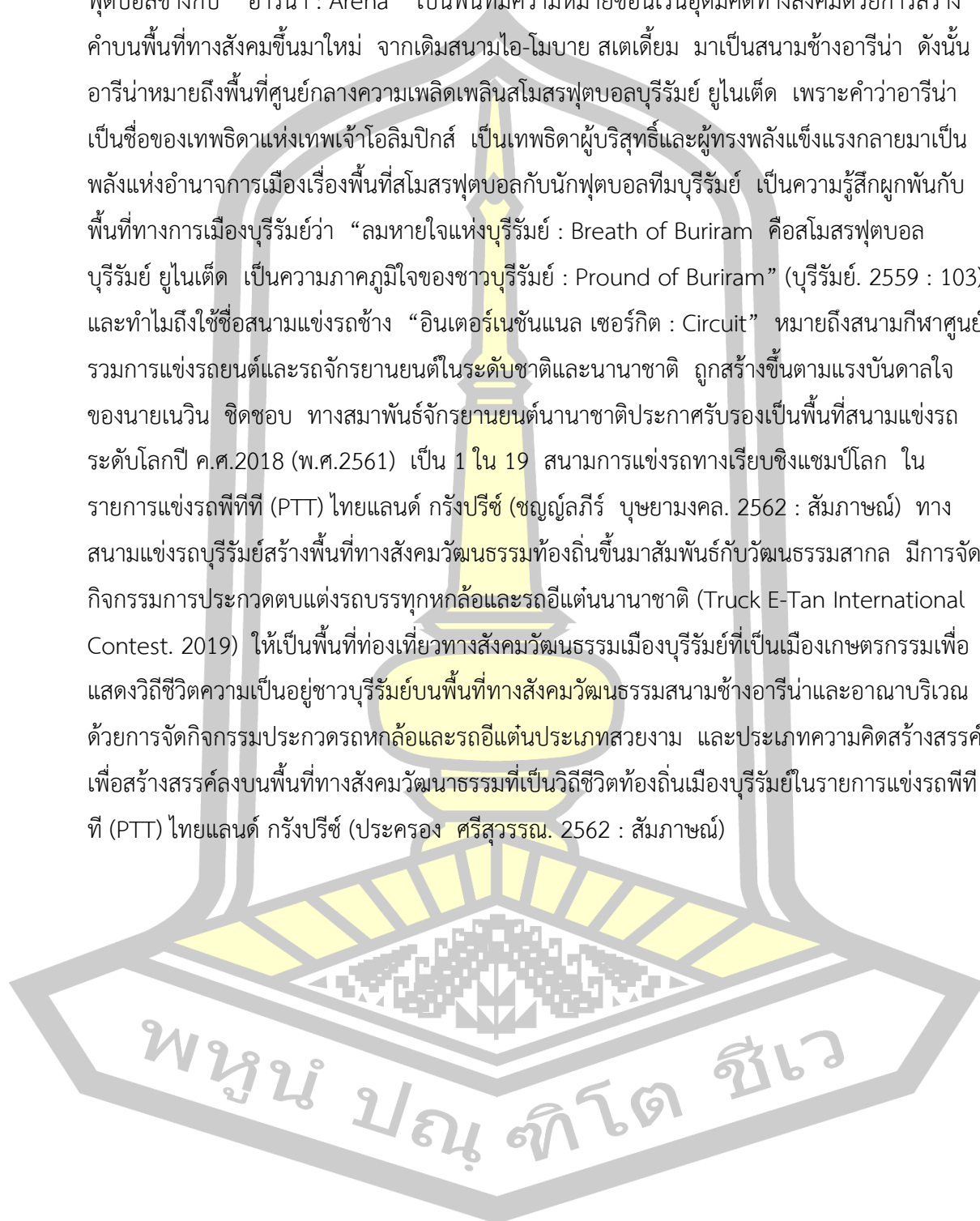
2. การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการนี้เป็นการศึกษา “การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่” ตามแนวคิดของนายเนวินต้องการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ มีการจัดองค์ความรู้สร้างสรรค์ลงในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้ความหมายการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการมาสู่การพัฒนาพื้นที่อุดมคติทางสังคมวัฒนธรรม เป็นความเชื่อจินตนาการมาสู่สังคมยุคใหม่ที่มีความหมายซ่อนเร้นไม่อาจสัมผัสได้ด้วยตาเปล่า แต่มีการช่วงชิงอำนาจการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมวัฒนธรรม และความขัดแย้งสอดแทรกอยู่ตลอดเวลา เป็นพื้นที่อุดมคติทางสังคมวัฒนธรรมทางความเชื่อที่ไม่สามารถแยกออกมาพิจารณาได้เพียงลำพังเสมือนกับวัตถุสิ่งของ แต่ต้องอาศัยการรื้อฟื้นอุดมคติทางการเมืองเรื่องพื้นที่เป็นความเชื่อจินตนาการสังคมวัฒนธรรมที่หลากหลายมิติในพื้นที่เป็นเครื่องมือการพัฒนาสู่เป้าหมายการสร้างพื้นที่การท่องเที่ยว (ปวีณา ปกป้อง, 2552) ในความเป็นเมืองบุรีรัมย์กับการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวและกีฬาเป็นตัวกลางช่วงชิงอำนาจพื้นที่อุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่ เพราะแนวคิดการพัฒนาการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งหยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่เป็นพื้นที่พิเศษที่มีอำนาจการกระทำต่อสังคมกลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมต่อการเปลี่ยนแปลงมาเป็นพื้นที่การท่องเที่ยว (ไซรัตน์ เจริญสินโอฬาน, 2549) ทำให้เกิดความหมายซ่อนเร้นในพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ถือเป็นพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการที่เป็น “วาทกรรมทางสังคม” ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณนี้

แนวคิดการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่นี้ การให้ความหมายใหม่พื้นที่ทางกายภาพมาสู่พื้นที่อุดมคติทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ที่มีความหมายซ่อนเร้นเป็นวาทกรรมทางสังคม ทำให้เกิดขบวนการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมบางช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์มาสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวและกีฬาทำให้นักท่องเที่ยว นักทัศนศึกษา และผู้มาเยือนอยากเข้ามาท่องเที่ยวชม “สนามช้างอารีน่า” และ “สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” เมื่อต้องการท่องเที่ยวชมเมืองกีฬาต้องมาเมืองบุรีรัมย์เข้าชมฟรี มีทั้งสนามสโมสรฟุตบอลและสนามแข่งรถระดับโลก ด้วยการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สวยงามมาจากวาทกรรมของนายเนวิน นักพัฒนาเชิงพื้นที่สู่สังคมโลกจากการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่ ตามแนวคิดอองรี เลอแพว การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเน้นที่มิติเทคนิควิทยาการสร้างพื้นที่ (Technologies of Spaces) คือการสร้างสนามฟุตบอลต้องทำให้เป็นศูนย์กลางของสังคมเมืองบุรีรัมย์ หรือพื้นที่เมืองมูลตะชะ (เมืองเคยเจริญรุ่งเรือง) การสร้างสนามแข่งรถต้องทำให้เป็นสนามแข่งรถระดับโลก ดังนั้นคำว่า “สนาม : Stadium” ในความเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทำให้เกิดการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่ต้องอาศัยประวัติศาสตร์บางช่วงเวลามาสร้างพื้นที่ “เป็นพื้นที่มากกว่าสนามใช้แข่งกีฬาเฉพาะ บางประเภทกีฬา เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวชม” มีพื้นที่กิจกรรมเฉพาะ ทั้งห้องแถลงข่าว ห้องเกียรติยศ ห้องพักนักกีฬา ห้องประชุมทีมนักกีฬา ห้องประชุมสัมมนา ห้องบริหารงานกิจกรรมกีฬา ชุดท้ายลานสนามกีฬาและอัจฉริยะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสนามกีฬา ซึ่งนักท่องเที่ยวก้าวถึงจุดเด่นของสนามแข่งรถแห่งนี้ว่ามีทั้งศูนย์ควบคุมสนามแข่งรถมีทั้งห้องแถลงข่าว ห้องควบคุมระบบการถ่ายทอดการแข่งและพื้นที่จุดพักรถสิ้นสุดการแข่งขัน (ธนารีย์ ตะเลรัมย์, 2562 : สัมภาษณ์)

การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาใหม่ การพัฒนาพื้นที่ดินว่างเปล่า ป่าละเมาะทำให้เป็นพื้นที่ออกกำลังกาย ลานวัฒนธรรมประเพณี ลานบันเทิงและสันทนาการ หลากหลายรูปแบบ “สนามช้าง... ศูนย์รวมวิถีชีวิตคนเมืองบุรีรัมย์” (ธานีรินทร์ ปันตา, 2562 : สัมภาษณ์) เพราะสนามช้างหมายถึงอีโอดีผลิตภัณฑ์ บริษัทสนับสนุนกิจกรรมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ และกิจกรรมสนามแข่งรถบุรีรัมย์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือเบียร์ช้างผู้ผูกขาดพื้นที่อาณาบริเวณ 1,200 ไร่ กลายมาเป็นพื้นที่ทางสังคมสมัยใหม่มีลานเบียร์และดนตรีสด หรือการจัดมหกรรมดนตรีสนามช้างอารีน่าในโอกาสกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพราะการเกิดพื้นที่ทางสังคมเมืองสมัยใหม่ (Urbanization new) กลายมาเป็นพื้นที่สโมสรสมาคมทางสังคมเมืองบุรีรัมย์เพื่ออุดมคติการบริโภคดื่มกินและพักผ่อนออกกำลังกาย แต่ในมุมมองพื้นที่ทางการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่า ทำให้เกิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์กับวัฒนธรรมสากลขึ้นมา ดังเช่นวัฒนธรรมแฟชั่นเกาหลีใต้การเปิดร้านอาหารแบบต่างประเทศต่างๆ แต่เสน่ห์การสร้างพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ใหม่อาจจะทำสูญเสียอัตลักษณ์ไปบ้างจากสิ่งก่อสร้างที่คล้ายกันกับเมืองใหญ่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ด้วยการสร้างคำใหม่ ทำให้ถึงใช้ชื่อสนามฟุตบอลข้างกับ “อารีน่า : Arena” เป็นพื้นที่ที่มีความหมายซ่อนเร้นอุดมคติทางสังคมด้วยการสร้างคำบนพื้นที่ทางสังคมขึ้นมาใหม่ จากเดิมสนามไอ-โมบาย สเตเดียม มาเป็นสนามข้างอารีน่า ดังนั้นอารีน่าหมายถึงพื้นที่ศูนย์กลางความเพลิดเพลินสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เพราะคำว่าอารีน่าเป็นชื่อของเทพธิดาแห่งเทพเจ้าโอลิมปิกส์ เป็นเทพธิดาผู้บริสุทธิ์และผู้ทรงพลังแข็งแกร่งกลายมาเป็นพลังแห่งอำนาจการเมืองเรื่องพื้นที่สโมสรฟุตบอลกับนักฟุตบอลทีมบุรีรัมย์ เป็นความรู้สึกผูกพันกับพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ว่า “ลมหายใจแห่งบุรีรัมย์ : Breath of Buriram” คือสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เป็นความภาคภูมิใจของชาวบุรีรัมย์ : Proud of Buriram” (บุรีรัมย์. 2559 : 103) และทำให้ถึงใช้ชื่อสนามแข่งรถข้าง “อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต : Circuit” หมายถึงสนามกีฬาศูนย์รวมการแข่งขันรถจักรยานยนต์ในระดับชาติและนานาชาติ ถูกสร้างขึ้นตามแรงบันดาลใจของนายเนวิน ชิดชอบ ทางสมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติประกาศรับรองเป็นพื้นที่สนามแข่งรถระดับโลกปี ค.ศ.2018 (พ.ศ.2561) เป็น 1 ใน 19 สนามการแข่งขันทางเรียบชิงแชมป์โลก ในรายการแข่งรถพีทีที (PTT) ไทยแลนด์ กรังปรีซ์ (ชญ์ญ์ลภีร์ บุษยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์) ทางสนามแข่งรถบุรีรัมย์สร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้นมาสัมพันธ์กับวัฒนธรรมสากล มีการจัดกิจกรรมการประกวดตกแต่งรถบรรทุกหกล้อและรถอีแต่นานาชาติ (Truck E-Tan International Contest. 2019) ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ที่เป็นเมืองเกษตรกรรมเพื่อแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ชาวบุรีรัมย์บนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณด้วยการจัดกิจกรรมประกวดรถหกล้อและรถอีแต่นประเภทสวยงาม และประเภทความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์ลงบนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิตท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ในรายการแข่งรถพีทีที (PTT) ไทยแลนด์ กรังปรีซ์ (ประครอง ศรีสุวรรณ. 2562 : สัมภาษณ์)





ภาพประกอบ 17 การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ออกกำลังกายลานวัฒนธรรม
ประเพณี ลานบันเทิงและสันตนาการ

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

กล่าวโดยสรุป การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาใหม่ การสร้างพื้นที่ทาง
การเมืองในเชิงจินตนาการทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ นำเอาประวัติศาสตร์บาง
ช่วงเวลามาสร้างสรรค์พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อชม
สนามช้างอารีน่า เสมือนกับปราสาทพนมรุ้ง และสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เสมือนกับ
สนามมอเตอร์สปอร์ตโลก เป็นการสร้างวาทกรรมพื้นที่ในความหมายซ่อนเร้นการรื้อฟื้นอุดมคติทาง
สังคมวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ออกกำลังกาย ลานวัฒนธรรมประเพณี ลานบันเทิงและสันตนาการ

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม

การวิเคราะห์การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมนี้ แนวคิดการสร้างกิจกรรมทางสังคมที่มี
ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนกลายเป็นอัตลักษณ์ (Identity) คือการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม
วัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณตามทฤษฎีของอังรี เลอเฟบว์ ใน 3
ลักษณะ ได้แก่ 1) การสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะ เป็นกระบวนการพัฒนาพื้นที่ทางการเมือง
เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นศูนย์ราชการ สโมสรทางสังคม หรือแหล่ง
เสริมสร้างความรู้ทางปัญญา 2) การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม เป็นกระบวนการพัฒนา
พื้นที่ทางการเมืองขึ้นมาเพื่อให้บริการเฉพาะกลุ่มคน และ 3) การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ เป็น
กระบวนการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้เดินทางเข้ามาพบปะกันสันทนา

การสนุกสนานและการบริโภคดื่มกิน หรือผู้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว หรือมาทัศนศึกษาพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะ

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณนี้ การศึกษา “การสร้างพื้นที่เมืองแบบอารยะ” ตามแนวคิดของอังรี เลอเฟว์กับการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองแบบพิเศษ ด้วยการสร้างเอกลักษณ์พื้นที่ทางการเมืองที่โดดเด่น ทำให้เกิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ส่งผลให้ผู้คนต่างอยากเข้ามาสู่พื้นที่การเมืองแบบอารยะ หรือพื้นที่การเมืองแบบอัจฉริยะ เกิดจากแนวคิดนายเนวินมาสร้างกระบวนการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์แบบอารยะทำให้เกิดประโยชน์การใช้สอยมากกว่าความเป็นสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ที่ว่า

“... พื้นที่เมืองท่องเที่ยววิถีกรรมกำลังอยู่ในช่วงขาขึ้น มีสวนสนุก สนามฟุตบอล และสนามแข่งรถ ‘บุรีรัมย์โมเดล’ จะต้องมีความแปลก หมายถึงความแตกต่างไม่เหมือนใคร กลายมาเป็นเมืองท่องเที่ยวต้นแบบที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made travel city) มีความอลังการ หมายถึงความยิ่งใหญ่ ตระการตา น่าทึ่ง มีสนามสโมสรฟุตบอลและสนามแข่งรถได้มาตรฐานโลก ทำให้มีคุณภาพมาตรฐานสากล เป็นสนามบอลเกรด FIFA สนามแข่งรถเกรด FIA มีความเป็นท้องถิ่นนิยม หมายถึงการประยุกต์ใช้พื้นที่กับแผนธุรกิจให้เข้ากับค่านิยมและสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์...” (เนวิน ชิดชอบ อ้างถึงใน อิศรินทร์ หนูเมือง. 2558)

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้เป็นศูนย์ราชการและสโมสรทางสังคมตามแนวคิดการสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะ หรืออัจฉริยะ เป็นการปรับเปลี่ยนจารีตประเพณีและวิถีชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ เมื่อบุคคลที่เข้ามาอาศัยอยู่และเข้ามาท่องเที่ยวร่วมกันสร้างสรรค์พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ให้เป็นพื้นที่การเมืองแบบอารยะ (Smart city) สมาร์ตซิตี ผู้ศึกษาสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและการสำรวจพื้นที่ทางสังคมตามแนวคิดการสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่เข้ามาค้าขายกล่าวว่า “ในช่วงเทศกาลเป็นพื้นที่การค้าขายสร้างกำไรดีมาก แต่การระบาดโรคโควิด 19 ในช่วงวันสงกรานต์ปี 2564 ที่ผ่านมาทำให้การค้าขายบุคคลที่ไม่มีพื้นที่ร้านค้าอยู่นอกพื้นที่สนามช้างอารีน่าขาดทุน เพราะการลงทุนซื้อวัสดุมาเตรียมการค้าขายจำนวนมาก เมื่อเกิดวิกฤตการระบาดโรคไม่สามารถนำวัสดุมาแปลงเป็นอาหารขายได้ แม้ประกาศขายออนไลน์ลดราคาแล้วก็ตามไม่สามารถค้าขายได้หมด แต่แม่ค้าที่มีร้านค้าอยู่ในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ยังสามารถนำวัสดุที่เตรียมไว้ออกค้าขายได้กำไรคืนจากการระบาดโรคโควิดครั้งนี้ ทำให้ผู้ค้าขายเกิดการเรียนรู้ปัญหาเอาตัวรอดได้” (นิตยา พยุงกลาง. 2562 : สัมภาษณ์) การพัฒนาพื้นที่การเมืองแบบอารยะในสนามช้างอารีน่าฯ ทำให้เป็นศูนย์ราชการ

แบบการประชุมสัญจร ศูนย์อำนวยการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ การกีฬาจังหวัด การกีฬาองค์กรต่างๆ ศูนย์อำนวยการพิเศษแก้ไขปัญหาโรคโควิด 19 เริ่มใช้พื้นที่สนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ประชุมแก้ไข ปัญหาและใช้สนามแข่งรถเป็นพื้นที่ให้บริการฉีดวัคซีนแก่ประชาชนในทุกวัน ในภาวะปกติใช้เป็น ศูนย์กลางสโมสรทางสังคมเป็นพื้นที่ตลาดการค้าของที่ระลึกและของดีท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ ที่พัก อาศัยโรงแรม สถานที่บริการทางราชการนอกพื้นที่ชั่วคราว การไปรษณีย์ บริการขนส่งสาธารณะ สถานที่นัดพบสโมสรทางสังคมทั้งลานดนตรีบริโภคดื่มกิน ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ และการพัฒนา พื้นที่ขนส่งอัจฉริยะ (Smart Mobility) เชิญบริษัทแก่ประเทศไทยร่วมทำระบบขนส่งใหม่นำมาสู่ การพัฒนาจริยธรรมผู้ให้บริการด้านอาหาร ที่พักอาศัย และนำท่องเที่ยวมีความรู้ความสามารถ แนะนำนักท่องเที่ยวได้

การพัฒนาพื้นที่การเมืองบุรีรัมย์แบบอารยะเพื่อเสริมสร้างความรู้ทางปัญญา การสร้าง ศูนย์การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเด็กเยาวชน และสถานที่บริการทางการศึกษาที่มอคมนาคมสโมสรฟุตบอล บุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ในพื้นที่สนามซ้อมฟุตบอล/ฟุตซอล “... เด็กทุกคนที่มาอยู่กับทีมฟุตบอลบุรีรัมย์ ต้องเรียนหนังสือ เด็กอคาณามีบุรีรัมย์ไม่เรียนหนังสือต้องลาออก ...ต้องฝึกซ้อมฟุตบอลด้วย ...ต้อง เรียนจบ ม.6 ...ทุกคนจะได้รับการดูแลสุขภาพและโภชนาการอาหารอย่างดี แม้กลางวันยังต้องนำ ข้าวกล่องไปส่งถึงโรงเรียน” (กรุณา ชิดชอบ. 2562 อ้างถึงใน แก้วตา ปรีศวรงค์. รายการ TVB) การเสริมสร้างความรู้ทางปัญญาเมืองบุรีรัมย์ให้เป็นศูนย์การพัฒนากีฬาฟุตบอลให้กับทีมชาติและ สโมสรฟุตบอลต่างๆ การเปิดร้านจำหน่ายอุปกรณ์สเก็ตบอร์ดและสร้างพื้นที่ลานสเก็ตบอร์ดให้เป็น พื้นที่เล่นสำหรับเด็ก “... บางคนเล่นมาตั้งแต่อายุ 3 ขวบ และนักกีฬาสเก็ตบอร์ดจังหวัดบุรีรัมย์เข้า มาฝึกซ้อมพื้นที่นี้ประจำมีแสงไฟสว่างดี มีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนตัวเพียงวันละ 60-80 บาท” (ภาณุพงษ์ ไชยวงษ์. 2562 : สัมภาษณ์, รุ่งภัทร บุญเกิดรัมย์. 2562 : สัมภาษณ์) ทั้ง การเปิดพื้นที่บริการจัดแข่งกีฬาประจำปีเมืองบุรีรัมย์ประเภทต่างๆ กลายมาเป็นทุนทางวัฒนธรรม สร้างรูปแบบพื้นที่บุรีรัมย์เมืองกีฬา (An Objectified state) ที่แตกต่างจากพื้นที่ทางการเมืองอื่นๆ ทำให้ผู้คนสนใจอยากเข้ามาศึกษาหาความรู้การลงทุนสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเป็นสถาบันพื้นที่ การเมืองบุรีรัมย์ (บุญยสฤกษ์ อเนกสุข., 2559) ผลการสร้างพื้นที่การเมืองสนามช้างอารีนาและอาณา บริเวณให้เป็นพื้นที่เมืองแบบอารยะให้บริการทางสังคมการศึกษา การกีฬาและวัฒนธรรมประเพณี ทางสังคม กลายมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์และเศรษฐกิจว่า “เมือง ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมหอม เศรษฐกิจมั่นคง สังคมเป็นสุข” จากการสร้างพื้นที่ทาง การเมืองบุรีรัมย์ให้เป็นพื้นที่แบบอารยะ กลายมาเป็นคำขวัญจังหวัดบุรีรัมย์มาจากการสร้างพื้นที่ ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ว่า “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมหอมและกีฬา มาตรฐานโลก” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559, ทรงวุฒิ กระสังรัมย์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 18 การสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะให้บริการทางสังคมการศึกษา การกีฬาและวัฒนธรรมประเพณีทางสังคมวัฒนธรรม

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

กล่าวโดยสรุป การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ เป็นการสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะให้บริการทางสังคมการศึกษา การกีฬาและวัฒนธรรมประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการใช้ประโยชน์จากพื้นที่การเมืองในสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณ ทำให้การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นศูนย์ราชการชั่วคราว ศูนย์ราชการนอกพื้นที่ตั้ง สโมสรทางสังคม และแหล่งเสริมสร้างความรู้ทางปัญญา

2. การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีนา การศึกษา “การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม” ความต้องการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ของนายวิน ชิดชอบ ตามแนวคิดของอังรี เลอเพอว์ เป็นผลผลิตมาจากการสร้างพื้นที่ความเป็นการเมือง (The Political) การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมในทางจิตวิทยาสังคม เป็นพื้นที่กิจกรรมทางสังคมขึ้นมาเพื่อการท่องเที่ยวและการกีฬาและกิจกรรมอื่นๆ เป็นพื้นที่ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดให้กลุ่มทางสังคมเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ สร้างความสัมพันธ์มิตรไมตรี ความเข้าใจให้ผู้คนในท้องถิ่นและผู้คนต่างถิ่นที่เข้ามาพบปะกันเกิดการแลกเปลี่ยนทางสังคมวัฒนธรรม (นิศา ชัชกุล, 2551) การสร้างพื้นที่เมืองกลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมที่มีความปลอดภัย ผลจากการสร้างพื้นที่กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมในสนามข้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ ทำให้เกิดอัตลักษณ์กลุ่มทางสังคมการเมืองใหม่ (Collective identities new town) ซึ่งอัตลักษณ์กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นพื้นที่วิถีชีวิตประจำวันของลานคนเมืองบุรีรัมย์ มีทั้งกลุ่มทางสังคมท้องถิ่นเมือง

บุรีรัมย์ มีกลุ่มเด็กและครอบครัว กลุ่มสเก็ตบอร์ด กลุ่มฟุตบอล กลุ่มวอลเลย์บอล เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกลุ่มทางสังคมการเมืองคนท้องถิ่นกับคนนอกพื้นที่อีกด้วย มีกลุ่มเด็กแว้นบุรีรัมย์ กลุ่มรถแห่บุรีรัมย์ และกลุ่มรถแข่ง (รถยนต์ และรถจักรยานยนต์) เป็นต้น

การสร้างพื้นที่ทางสังคมการเมืองไม่ใช่เรื่องของปัจเจกบุคคลในความขัดแย้งระหว่างกลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมที่ว่า “มนุษย์จึงมีแนวโน้มที่จะเข้ากลุ่มหาเพื่อนพ้อง แต่สิ่งที่อยู่ตรงกันข้ามกับการเข้ากลุ่มคือความเป็นกลางทางการเมืองไม่อยู่ข้างใคร/กลุ่ม ความเป็นการเมืองจะมุ่งเป้าไปที่การเข้ากลุ่ม ไม่ใช่ความเป็นกลางทางการเมืองแม้ว่าจะอ้างว่าตนเองอยู่กลุ่มเป็นกลาง โดยความเป็นการเมืองเป็นผลผลิตที่เกิดจากกลุ่มสังคมพยายามทำให้ความเป็นการเมืองหายไปจากสังคม” (ธีรยุทธ บุญมี, 2548) นายเนวินสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวให้ผู้คนเข้ามาสร้างพื้นที่กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมในความเป็นเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ คือการสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ในความเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและกีฬา มีพื้นที่หลักสองพื้นที่สนามใหญ่จึงทำให้เกิดพื้นที่กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมเฉพาะขึ้นมาว่า

สนามช้างอารีน่า ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ “สนามกีฬาสโมสรฟุตบอลลีก สร้างเพื่อแข่งขันสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด” สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ “สนามกีฬาความเร็ว : Destination of Speed เป็นทั้งสนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทั้งระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลก” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559)

การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณตามแนวคิดของอังรี เลอเพอว์ เป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมทางสังคมเพื่อการผ่อนคลายความตรึงเครียดให้กลุ่มทางสังคมเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ เข้ามาสร้างความสัมพันธ์มิตรไมตรีจิตร่วมกัน ซึ่งผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับกลุ่มทางสังคมร้านค้าและอาหารจะมีความสุขมากที่ได้มาประกอบอาชีพอยู่พื้นที่นี้ เมื่อมีกิจกรรมพิเศษเกิดขึ้นมา หรือกิจกรรมปกติในวันศุกร์ - วันอาทิตย์จะขายสินค้าได้กำไรดีมาก แม้แต่เจอหน้าเพื่อนแม่ค้าเคยขายด้วยกันกลับมาเป็นผู้มาพักผ่อนก็จะถามไถ่ทุกข์-สุขกัน หรือพื้นที่กลุ่มทางสังคมเด็กแว้นเมืองบุรีรัมย์เมื่อถึงเย็นวันศุกร์เดินทางเข้ามาสู่สนามเอสดีคลาสเตอร์ 12 กลุ่มละ 5-10 คนบ้าง นำรถยนต์กระบะใส่รถจักรยานยนต์มาแข่งสำหรับกลุ่มบุคคลที่เดินทางไกลจากต่างจังหวัดบ้างก็มี เพราะรถจักรยานยนต์แข่งเป็นรถแต่งมีเสียงดัง เมื่อมารวมกิจกรรมการแข่งขันรถแว้นเสร็จปิดสนาม 5 ทุ่ม ก็จะแยกย้ายกันเดินทางกลับบ้าน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มาร่วมกิจกรรมจะขับรถมอเตอร์ไซด์มาร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่ม แล้วพากันขับรถมอเตอร์ไซด์กลับบ้านเป็นกลุ่มตามถนนทางหลวงอาจจะมีเสียงดังบ้างในยามค่ำคืน (วดีนันท์ กรสิตา, 2562 : สัมภาษณ์) นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มทางสังคมการเมืองขยายทั่วพื้นที่ทั้งเมืองบุรีรัมย์เกิดเป็นกลุ่มอาชีพธุรกิจต่างๆ ขึ้นมา มีกลุ่มธุรกิจการเกษตรกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว กลุ่มโรงแรมที่พักอาศัย และกลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยว (รัฐใช้คำว่าโอท็อปวัตวิถี) ทำให้เกิดการกระจายตัวทางรายได้สู่พื้นที่เมืองบุรีรัมย์

มาจากการสร้างพื้นที่ทางการเมืองเพื่อการท่องเที่ยวภายในเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นยุคการพัฒนาพื้นที่กลุ่มทางสังคมมาสู่ความทันสมัย (Modern) มีการถ่ายทอดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์เป็นประจำเพื่อสร้าง ฝังภูมิทัศน์พื้นที่กลุ่มทางสังคมที่ฝังตัวอยู่กับคนพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์ (An Embodied state) ในความหมายใหม่ว่า “คนเมืองบุรีรัมย์คือคนบ้านนอก หรือคนเซาะกราว แต่มีการเรียนรู้ร่วมกันกลุ่มทางสังคมเพื่อประกอบธุรกิจบริการท่องเที่ยวเลี้ยงครอบครัว” (บุษกร ไทยประเสริฐ. 2562 : สัมภาษณ์) ซึ่งแนวคิดการสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมในสนามข้างอารีน่าเพื่อนันทนาการสังคมมีความแตกต่างกัน ทั้งกลุ่มทางสังคมนักท่องเที่ยวและนักศึกษาศึกษา กลุ่มทางสังคมครอบครัว กลุ่มทางสังคมแฟนฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กลุ่มทางสังคมรถแข่งบุรีรัมย์ กลุ่มทางสังคมกีฬาฟุตบอล กลุ่มทางสังคมกีฬาอีสปอร์ต กลุ่มทางสังคมนักดื่มกิน กลุ่มทางสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ และกลุ่มทางสังคมรถแห่ดนตรีสด เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ และสนามข้าง อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เซอร์กิต มาจากความต้องการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ของนายเนวิน ทำให้เกิดพื้นที่กลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมย่อยในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ เป็นการพัฒนาสร้างพื้นที่กลุ่มทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ กลายมาเป็นพื้นที่เมืองท่องเที่ยวและกีฬา ส่งผลให้นักท่องเที่ยว นักเดินทางทัศนศึกษาต้องการอยากมาท่องเที่ยวชมร่วมกิจกรรมด้วย



ภาพประกอบ 19 การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมในสนามข้างอารีน่าทั้งกลุ่มทางสังคมเด็กแว้นเมืองบุรีรัมย์

ที่มา : <https://www.google.com/search?q>

3. การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่า การศึกษา “การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ” ความต้องการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ของนายเนวิน ชิดชอบ ตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ เป็นกระบวนการสร้างพื้นที่ (spatial process) ทางสังคมวัฒนธรรมมา

จากแรงจูงใจนายเนวินเมื่อครั้งที่เดินทางไปเยือนเมืองโพฮัง ประเทศเกาหลีใต้ “เมืองนี้เป็นเมืองที่อยู่ กลางหุบเขาและมีทรัพยากรมาก คำคมติดไว้ทั่วเมืองว่า ‘Resource is limited, Creativity is unlimited’ ทรัพยากรมีวันหมด แต่ความคิดสร้างสรรค์ไม่มีวันหมด ... แม้บุรีรัมย์ไม่มีทะเล ไม่มี ภูเขา ก็ไม่เป็นไร เราจะสร้างอย่างอื่นขึ้นมาเอง สร้างมาจากสิ่งที่ชอบ สิ่งที่รัก นี่เป็นคาถาของความ พยายามที่ทำให้ผมและคนบุรีรัมย์มีวันนี้...” (เนวิน ชิดชอบ. อ้างถึงใน จุฑามาศ ศรีสวัสดิ์. 2561 : 14) แนวคิดการสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะในเมืองบุรีรัมย์เป็นการสร้างพื้นที่ทางกายภาพมี ความสัมพันธ์พื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมไม่หยุดนิ่งในพลวัต ทางสังคมวัฒนธรรม เกิดจากตัวบุคคลคือนายเนวินต้องการเปลี่ยนแปลงสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ กลายมาเป็นพลังอำนาจทางการเมืองแฝงอยู่ด้วยบารมีความดีงาม จึงสามารถจัดระเบียบพื้นที่เมือง สาธารณะทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ให้เป็น พื้นที่เมืองสาธารณะเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่อยู่เหนืออำนาจรัฐ เป็นการสร้างสถาปัตยกรรมลงใน พื้นที่ทางสังคมมีทั้งการสร้างปราสาทพนมรุ้งจำลองเฉพาะองค์ปางประธาน และลานศิวิล 12 เกิด การสื่อสารความหมายใหม่ทางสังคมในความเชื่อทางพระพุทธศาสนาทำให้เกิดความเชื่อที่ย้อยแย้ง ทางสังคม การสร้างตัวอาคารสนามฟุตบอลช้างอารีน่า การสร้างตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล เพื่อจำลอง วิถีชุมชนโบราณในบริเวณปราสาทพนมรุ้งและเมืองต่ำ เกิดการสร้างกิจกรรมลงในพื้นที่ท่องเที่ยว กลายมาเป็นกิจกรรมทางการเมืองเพื่อการสร้างรายได้กับการท่องเที่ยวและกีฬาจากการสร้างพื้นที่ เมืองแบบสวยงาม (ธีรยุทธ บุญมี, 2548) การเกิดพื้นที่เมืองสาธารณะและกิจกรรมทางสังคมนี้ทุกคน เมืองบุรีรัมย์สามารถมาใช้ประโยชน์พื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณกับการท่องเที่ยวและกีฬา การใช้หลักรัฐศาสตร์พลเมืองของนายเนวินเพื่อการบริหารจัดการพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ผ่าน สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ เพื่อสร้างความรักและความผูกพันทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ (นราธิป ตรีเจริญ และคณะ, 2559)

การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะในสนามฟุตบอลและสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ กลายมาเป็น พื้นที่แลนด์มาร์กเมืองบุรีรัมย์ที่ประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวผู้คนเดินทางมาสู่สนามช้างอารีน่า และอาณาบริเวณ เริ่มตั้งแต่การสร้างพื้นที่ออกกำลังกาย พื้นที่สนันทนาการ พื้นที่ดื่มกินแลกเปลี่ยน ทางสังคมวัฒนธรรม เพราะการสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะเป็นลานคนเมืองเพื่อการสร้างพื้นที่ทาง สังคมเมืองบุรีรัมย์ในความเป็นประชาคมเช่นเดียวกันเหมือนกับพื้นที่ร้านเหล้าลานเบียร์ของชาว อังกฤษเรียกว่าพับ (Pub : Public-house) เป็นพื้นที่เมืองสาธารณะสมาคมผู้คนเมืองบุรีรัมย์และ ผู้คนต่างถิ่นออกมาพบปะสังสรรค์ตามแนวคิดของเชนตัส เพียนต์ัม (Chantus Pearntum. 1999 : 3) เสมือนคำว่า “พื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเป็นของตระกูลชิดชอบ แต่โดยพฤตินัยแล้ว เป็นพื้นที่ทางสังคมชาวเมืองบุรีรัมย์” คือพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์มีผู้คนเข้ามาใช้ประโยชน์ร่วมกัน เป็นเจ้าของพื้นที่ด้วยการสร้างสรรค์สังคมวัฒนธรรมออกมาพบปะกันรับอากาศยามเช้าและยามเย็น

ออกมาสร้างความเป็นเอกภาพความเข้มแข็งมีชีวิตชีวาในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ เป็นพื้นที่เมืองสาธารณะทางสังคมวัฒนธรรมของนายเนวิน ภายใต้การออกแบบพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะตามแนวคิดของแจคสัน (Jackson. 1984 : 8) ให้เป็นพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมและภูมิสถาปัตยกรรม เป็นพื้นที่ทางการศึกษาและการพัฒนาเศรษฐกิจและรายได้

การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะให้เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณไม่ใช่แค่เพียงความหมายทางกายภาพ แต่เป็นความหมายเรื่องพื้นที่เมืองสาธารณะในเชิงมนุษยศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์และการสื่อสารไร้พรมแดนที่ว่า “... ผู้ร่วมสร้างพื้นที่เมืองนี้มีอายุต่ำกว่า 30 ปี อีโคโนมิกส์ ออฟสปีด : Economics of speed ... ใครเร็วกว่า ใครคิดก่อน ใครทำก่อน คนนั้นก็สำเร็จก่อน เพราะฉะนั้นการตีกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มันเป็นมรดกบาปให้ลูกหลานคนไทยในอนาคต...” (เนวิน ชิดชอบ, 2563 อ้างถึงใน The People Co official. 2019) ซึ่งการพัฒนาพื้นที่เมืองสาธารณะเพื่อท่องเที่ยวในอนาคตจะเหลืออยู่เพียง 10 แห่ง จึงต้องพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา การสร้างพื้นที่ทางการเมืองมีความสมบูรณ์ เพื่อให้บริการทางสังคมวัฒนธรรม หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์มาผสมผสานเข้ากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อาศัยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางภูมิปัญญาที่เป็นทรัพยากรบุคคลมีภาวะผู้นำอย่างเช่นนายเนวินเป็นนักพัฒนาเชิงพื้นที่ทางการเมือง เป็นพื้นที่เมืองสาธารณะด้วยการผสมผสานเข้ากับองค์ความรู้ยุคใหม่ที่เป็นพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมชุมชนเมืองบุรีรัมย์ (อุทิศ ทาหอม, 2561)

กล่าวโดยสรุป การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะบุรีรัมย์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและกีฬา มาจากแนวคิดนายเนวินพบเห็นการพัฒนาเมืองโพธิ์ประทับธงประเทศเกาหลีใต้ อยู่กลางหุบเขามีสภาพเจริญรุ่งเรืองพร้อมทั้งคำคมทรัพยากรมีวันหมด แต่ความคิดสร้างสรรค์ไม่มีวันหมด จึงนำแนวคิดสร้างสรรค์นี้มาพัฒนาพื้นที่เมืองสาธารณะบุรีรัมย์ประสบผลสำเร็จ เป็นที่ยอมรับของผู้คน เป็นการสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะให้เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมและภูมิสถาปัตยกรรม เป็นพื้นที่ทางการศึกษาและการพัฒนาเศรษฐกิจและรายได้

พูน ปณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 20 พื้นที่เมืองสาธารณะให้เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมและภูมิสถาปัตยกรรม
เป็นพื้นที่ทางการศึกษาและการพัฒนาเศรษฐกิจและรายได้

ที่มา : ธงชัย สโสดน



บทที่ 4

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม การศึกษาทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ เกิดจากแนวคิดการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ให้กลายเป็นทุนทางสังคมวัฒนธรรม “การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ” ได้แก่ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการทางสังคมวัฒนธรรมทำให้เกิดพื้นที่ตลาดและบริการ และพื้นที่ลานคนเมืองให้เป็นพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ทางสังคม เพราะสินค้าที่เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ทางสังคมมีความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับวัตถุสิ่งของให้กลายเป็น การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งพื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่ศาสนาและความเชื่อ รวมถึงการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมต่างๆ ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสนองตอบความต้องการทางร่างกาย ความต้องการทางจิตใจ และความต้องการทางสังคมอยู่บนพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ตามทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมหมายถึงการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์มาลงทุนพัฒนาพื้นที่ทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณที่ถูกผันแปร และการแปรสภาพเพื่อการพัฒนาทุนทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่จากแนวคิดนายเนวิน ชิดชอบ รวมทั้งชาวเมืองบุรีรัมย์ทำให้เกิด “การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ : Commoditization of Culture” เกิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรม คือ วัฒนธรรม และสิ่งที่เป็นนามธรรม หรือรูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ตามแนวคิดของ คณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., 2559 แนวคิดของโคเฮน Cohen E, 1988 อ้างถึงใน ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560 และริชาร์ดส์ Richards, 1995 ทุนทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ถูกการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการบนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเป็นการแปลงวัฒนธรรมที่เป็นทรัพย์สินทางภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษเมืองบุรีรัมย์สั่งสมสืบทอดต่อกันมาทำให้สังคมเมืองบุรีรัมย์มองเห็นคุณค่าแล้วนำมาใช้ประโยชน์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการในพื้นที่ท่องเที่ยวได้ เป็นค่านิยมทางสังคมวัฒนธรรมเกิดจารีตประเพณีมีรากฐานสังคมมาจากองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นและภูมิหลังทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ (นิสวันต์ พิษณุดำรง.

2553 : 13) เพื่อการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณมาจากแนวคิดที่ว่า “... แม้บุรีรัมย์ไม่มีทะเล ... ไม่เป็นไร... ผมและคนบุรีรัมย์จะร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นมา... ให้ทุกคนหารายได้จากนักท่องเที่ยว” (เนวิน ชิดชอบ, 2563) ทำให้เกิดการแปลงวัฒนธรรมเป็น “พื้นที่ตลาดสินค้าและบริการ และพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์” สามารถนำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นดังนี้

1. พื้นที่ตลาดสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์นี้ แนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์คือการลงทุนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ด้วยมูลค่าทางเศรษฐกิจ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยว “พื้นที่ตลาดสินค้าและบริการ” ตามทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการของโคเฮน Cohen E, 1988 อ้างถึงใน ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560 แนวคิดการแปลงวัฒนธรรมเป็นการลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ กลายมาเป็นพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการประเภทรูปธรรม หรือวัตถุสิ่งของ หมายถึงการลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ การสร้างพื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่เริ่มต้นจากการสร้างสนามช้างอารีน่าว่า “พื้นที่สนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ถือเป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนา การแปรผันพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์มาจากพื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นลานพักหินภูเขาไฟและชาวบ้านใช้เป็นพื้นที่โคกทำเลเลี้ยงสัตว์ นำมาพัฒนาเป็นสนามฟุตบอลสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ได้อย่างไร ทำให้ชาวบุรีรัมย์ยอมรับบทบาทการพัฒนาของนายเนวินมาก” (ธนากร อุ๋นรัมย์, 2562 : สัมภาษณ์, ประครอง ศรีสุวรรณ, 2562 : สัมภาษณ์) แนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการตามของโคเฮนคือการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามฟุตบอล สนามแข่งรถ สวนศิวัะ 12 พนมรุ่งจำลอง สนามฟุตบอล สนามวอลเลย์บอล เป็นต้น การสร้างพื้นที่ให้สินค้าที่เกิดจากทักษะและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าและบริการในพื้นที่ไม่เบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติ กลายเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เพราะการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่ามีมาตรฐานระดับสากลกลายเป็นพื้นที่แลนด์มาร์กที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสู่เมืองบุรีรัมย์มีทั้งสนามมอเตอร์สปอร์ตระดับมาตรฐานโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงชีวิตชาวเมืองบุรีรัมย์ (อรรถกร จตุกุล, 2562) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการกับพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมในสนามช้างอารีน่า กลายเป็นสินค้าเอกลักษณ์เมืองบุรีรัมย์มีความสัมพันธ์สัญญาณที่ยี่ห้อสินค้า หรือแบรนด์สินค้าเมืองบุรีรัมย์ เมื่อนักท่องเที่ยว แฟนสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ และแฟนนักแข่งรถผ่านเข้ามาชมการ

แข่งมักจะซื้อไปใช้สอย หรือเพื่อนฝากซื้อสิ่งของที่ระลึกให้หือสินค้าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ทั้งเสื้อ สโมสรฟุตบอล เสื้อสโมสรเกมบุรีรัมย์ สติกเกอร์ ผ้าพันคอ และสินค้าอื่นๆ นำมาจำหน่ายที่แสดง ถึงเอกลักษณ์ของเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ (อูสา ดาดพารมย์. 2562 : สัมภาษณ์, วีรภาพ ไชยมณี. 2562 : สัมภาษณ์) เป็นการสินค้าและบริการเชิงสัญลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์มี ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุสิ่งของที่ระลึก และสิ่งของการใช้สอยทางสังคมเมืองบุรีรัมย์



ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างสินค้าที่ระลึกสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ อยู่ในเน็ต

ที่มา : www.kingpower.com/product/buriram-united-2019-home-kit-size

แนวความคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยว คือความคิดต่อยอดของนาย เนวินกับการลงทุนเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ การสร้างพื้นที่ตลาดสินค้า โดยตรงมีอยู่ 2 ตลาด ได้แก่ 1) พื้นที่ตลาดไนท์เซาท์กราว การสร้างพื้นที่ตลาดขึ้นมาสร้างรายได้ ให้กับพ่อค้าแม่ค้านำวัตถุดิบท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์มาผลิตอาหาร ทั้งมะพร้าว น้ำหอม ลูกชิ้น และ แมลงทอด แต่อีกส่วนหนึ่งพ่อค้าแม่ค้านำวัตถุดิบมาผลิตอาหารจากตลาดโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) เป็นตลาดสินค้าห้างร้าน หรือตลาดสินค้าจากห้างขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางจำหน่าย วัตถุดิบราคาถูกในยุคปัจจุบัน (นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ, 2562) มาแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ทางฝีมือพ่อค้าแม่ค้าสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ด้วยการผลิตอาหารการกินตามสมัยนิยม เน้นคุณค่าความปลอดภัยห่วงใยต่อผู้บริโภคมีทั้งเครื่องดื่ม อาหารพื้นเมือง และเสื้อผ้าเมืองบุรีรัมย์ ในยามเย็นผู้คนเดินทางเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก (อนัตชัย เอกชนาภรณ์. 2562 : สัมภาษณ์) และ 2) พื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล การสร้างพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล การแปลงมาจากชุมชนโบราณ เมืองต่ำสร้างความกลมกลืนทางสังคมวัฒนธรรมตามสมัยนิยม เป็นพื้นที่ศูนย์กลางจำหน่ายสินค้าและ บริการของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ เสื้อผ้าแฟชั่นสินค้าญี่ปุ่น และร้านอาหารพื้นเมืองสไตล์โมเดิร์นที่มี ชื่อเสียงในเมืองบุรีรัมย์ นายเนวินขอความร่วมมือให้เข้ามาตั้งร้านค้าขายในตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล เมื่อนักท่องเที่ยวและประชาชนออกมาพักผ่อนหย่อนใจก็เข้ามาหาทานได้ แต่สินค้าบางชนิดที่นำเข้า

มาจำหน่ายในตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล อาจทำให้เกิดการสูญเสียความเป็นท้องถิ่นนิยมบ้างก็มี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) แต่การสร้างพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล มีการปรับตัวทางสังคมวัฒนธรรมสินค้าและบริการของตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล ทั้งพื้นที่บริการการศึกษา ศูนย์ราชการ ไปรษณีย์ จนเกิดการแปลงวัฒนธรรมให้บริการพื้นที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน การให้บริการอาหารพื้นเมืองบุรีรัมย์ที่มีชื่อเสียงมารวมไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และผู้นิยมช้อปปิ้งสินค้าพื้นเมืองไว้ในตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล เป็นพื้นที่ตลาดสินค้าท่องเที่ยวในบางส่วน และห้องติดพัฒลมบางส่วนเปิดให้บริการนักท่องเที่ยว (สายรัมย์ เชียงรัมย์, 2562 : สัมภาษณ์) ซึ่งการพัฒนาพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการท่องเที่ยวทั้งสองแห่งนี้ ถือเป็นการลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ขยายพื้นที่ทางเศรษฐกิจเมืองบุรีรัมย์ออกไปอย่างกว้างขวาง

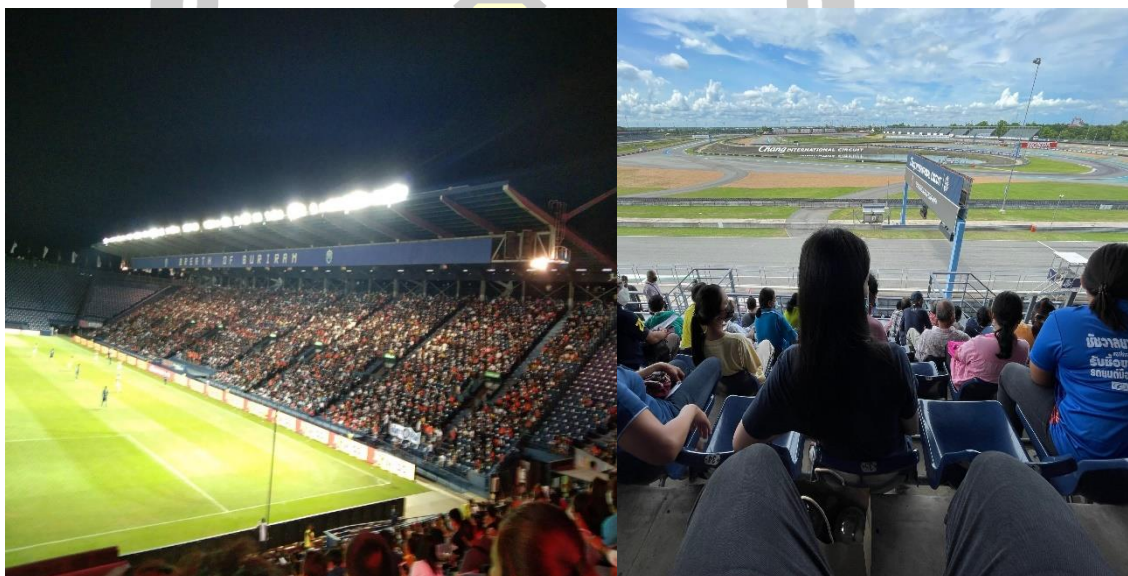


ภาพประกอบ 22 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดไนท์เซาท์ทาวน์ และพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

1.2 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการประเภทนามธรรม เป็นกิจกรรมอุดมการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมมองผ่านทุนทางสังคมวัฒนธรรม สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณเสมือนพื้นที่เกิดเก็บคลังสินค้าทางวัฒนธรรม การสร้างรูปกิจกรรมการกีฬา กิจกรรมจารีตประเพณีความเชื่อและอาหารการกินในพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมตามแนวคิดของโคเฮน (Cohen) เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการประเภทนามธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ดังเช่น การเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ในฐานะแฟนฟุตบอล หรือสมาชิกสโมสรฟุตบอล นักท่องเที่ยวทุกคนที่เข้ามาแล้วมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมกิจกรรมในสนามช้างอารีนาสักครั้งในชีวิตที่ผ่านมา (อัญญาลักษณ์ อิมานันท์, 2562 : สัมภาษณ์) การเข้าร่วมกิจกรรมลานเปียร์ในฐานะนักดื่มกิน และนักท่องเที่ยวในกิจกรรมมหรหรรรมรถแห่สนามช้างอารีนา “รถดนตรีสด” เป็นพื้นที่สร้างความบันเทิงและสันตนากรให้กับวัยรุ่นุ่นชาแดน มีความปลอดภัยสูงมีเจ้าหน้าที่ตำรวจ

สารวัตรทหารและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของสนามช้างอารีน่าคอยช่วยกันดูแลกัน (ปิยธิดา ศรีวะรมย์. 2562 : สัมภาษณ์, สุพรรณนิภา แก้วกลาง. 2562 : สัมภาษณ์) การเข้าร่วมกิจกรรมสนามเด็กเล่นเมืองบุรีรัมย์เป็นพื้นที่ความใฝ่ฝันทางสังคมของกลุ่มวัยรุ่นในฐานะสมาชิกเด็กเล่นเมืองบุรีรัมย์ โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์ หรือเมืองอื่นๆ เมื่อถึงเวลาวันศุกร์จะพากันเดินทางเข้ามาสู่พื้นที่ลานเอสดี คาสเซิล 12 “ast castle 12” พื้นที่ทดสอบความสามารถขับขี่รถจักรยานยนต์ของวัยรุ่นมาพบปะและทดสอบประลองความเร็วกัน ชาวบุรีรัมย์มักเรียกเด็กเล่นเมืองบุรีรัมย์ว่า “วันศุกร์แห่งชาติของเมืองบุรีรัมย์” เป็นกิจกรรมสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมกลุ่มวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์กับการใช้พื้นที่ถนนในเส้นทางต่างๆ ที่ ทุกคนจะต้องคอยระมัดระวังรถจักรยานยนต์ในความเข้าใจวิถีชีวิตของวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์ (อภิชาติ คุ่มสุข. 2562 : สัมภาษณ์, ณัฐพล พุ่มทอง. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 23 การเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล และการเข้าร่วมกิจกรรมแข่งรถยนต์
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

การเข้าร่วมกิจกรรมแข่งรถยนต์ประเภทสปอร์ตคาร์ ประเภทซูเปอร์คาร์ ฯ และการเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันรถจักรยานยนต์คาวซาคิ โรด เรซซิ่ง แชมเปียนชิพ (ชิงแชมป์ประเทศไทย) การแข่งรถจักรยานยนต์ชิงแชมป์โลก พีทีที ไทยแลนด์ กรังด์ปรีซ์ ฯ ถือเป็นพื้นที่กิจกรรมทางสังคมประเภทกีฬาทดสอบความเร็วและความท้าทายของผู้ใหญ่ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามแข่งรถประเภทต่างๆ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่สินค้าและบริการประเภทนามธรรมกับการพัฒนาพื้นที่ทางการท่องเที่ยวชมและร่วมกิจกรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ที่สามารถจับต้องได้ เป็นการพัฒนามาสู่พื้นที่ทางการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ คือการสร้างกิจกรรมนามธรรม

ให้เป็นรูปธรรม แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะการแข่งขันให้กลายมาเป็นพื้นที่สินค้าและบริการ ทดแทนทางการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ (ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560)

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการในสนามช้างอารีนา และอาณาบริเวณ การลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์พัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบ ใหม่ กลายมาเป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมด้วยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่กิจกรรมประเภท รูปธรรม คือสิ่งก่อสร้างและการผลิตต่างๆ และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ประเพณีนามธรรม คือความเชื่อ และรูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นมาบนพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ

2. พื้นที่ลานกีฬาคนเมือง

การวิเคราะห์การสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ การศึกษาแนวคิด การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการมองผ่านวัฒนธรรมระบบสังคมโลกเสรี หรือทุนนิยมโลกใหม่เป็นการลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมแบบ พิเศษให้เป็นพื้นที่ยอมรับของสังคมทั่วไป พื้นที่ส่วนรวมเพื่อการพบปะดื่มกินกันเสมือนกับคลับของ อังกฤษ (pub) เป็นพื้นที่ดื่มกินสังสรรค์สนุกสนาน พื้นที่ชุมชนนี้อาจจะเป็นส่วนบุคคล พื้นที่ สาธารณะก็ได้ แต่การสร้างพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่นี้น่าจะทำให้เกิดประโยชน์สาธารณะ ทางสังคม เรียกว่า “พื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์” ซึ่งแนวคิดการสร้างภูมิทัศน์พื้นที่สนามช้างอารี นา (Hardscape or Landscape) ทำให้ทุกคนสามารถเข้ามาใช้บริการพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ พบปะพูดคุย และนัดหมายออกกำลังกาย เป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ทุกคนมาใช้ประโยชน์ได้ ตามแนวคิดการสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบพิเศษของริชาร์ดส์ (Richards, 1995) การเกิดขึ้นของเมือง ใหญ่ พื้นที่เมืองใหม่เกิดจากแนวคิดของบุคคลกับโอกาสทางธุรกิจสร้างพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ ปรากฏสิ่งปลูกสร้าง การสร้างพื้นที่กิจกรรมประเภทต่างๆ ทำให้ผู้คนในพื้นที่ชุมชนต่างๆ เมือง บุรีรัมย์มาใช้ประโยชน์ร่วมกัน หรือมาประกอบกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมและนันทนาการ ทำให้ เกิดการลงทุนสร้างพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ กลายมาเป็น พื้นที่ศูนย์กลางลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ หรือปอดของคนเมืองบุรีรัมย์ เพราะการสร้างพื้นที่ทาง การเมืองแบบพิเศษจากแนวคิดนายเนวินนำมาสู่การสร้างคำใหม่เรียกว่า สนามฟุตบอลช้างอารีนา เป็นพื้นที่ “ลมหายใจชาวบุรีรัมย์ : Breath of Buriram at Chang Arena” การแปลงวัฒนธรรมให้ เป็นพื้นที่สังคมเมืองบุรีรัมย์กลุ่มต่างๆ ออกมาร่วมกันสร้างกิจกรรมทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ซึ่งพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์กับการเกิดพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ประกอบด้วยสำนักงาน สโมสรฟุตบอลและสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ตลาดสินค้าและบริการ ลานจอดรถ ลาน กีฬาประเภทต่างๆ ศาสนสถานทางความเชื่อ และสนามแข่งรถในพื้นที่รวมกันทั้งหมด 1,200 ไร่เศษ เมื่อประชาชนชาวบุรีรัมย์เดินทางไปยังพื้นที่จังหวัดต่างๆ นอกพื้นที่เมืองบุรีรัมย์จะมีผู้คนต่างถิ่นสนใจ อยากร่วมมาพูดคุยสนทนาด้วยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ มุมมองของคนบุรีรัมย์เกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ลาน

คนเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ตามแนวคิดของนายเนวินผู้นำสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว (อนัตชัย เอกชนา
ภรณ์. 2562 : สัมภาษณ์, สิริพร ไตรสะออม. 2562 : สัมภาษณ์)

แนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ เป็นการลงทุนทาง
เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม
ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนด้วยการสร้างสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เมื่อปี พ.ศ.2554
ใช้เป็นสนามการแข่งขันกีฬาสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ในฐานทีมเหย้า หรือทีมเจ้าบ้านเปิดรับทีมสโมสร
ฟุตบอลเยือน การพัฒนาพื้นที่พักผ่อนกีฬาไฟและโคกทำเลเลี้ยงสัตว์ชาวบ้านเดิม นำมาสู่การแปลง
วัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ ได้แก่ ลานสนามเด็กเล็ก ลานสนามเด็กวิ่งบุรีรัมย์
ลานสนามฟุตบอล ลานสนามวอลเลย์บอล ลานสะเก็ดบอร์ด ลานสนามมวย ลานสนามเกมส์บุรีรัมย์
เป็นต้น เพราะการสร้างพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองขึ้นมาใช้การจัดกิจกรรมประเพณีการแข่งขันกีฬาประจำปี
พื้นที่สนามกีฬาชุมชนคนเมืองบุรีรัมย์ พื้นที่การออกกำลังกายของประชาชนชาวบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่
พักผ่อนหย่อนใจและพื้นที่บริโภคดื่มกินของบุคคล ครอบครัวและกลุ่มต่างๆ ทำให้เกิดลานกิจกรรม
ทางสังคมวัฒนธรรม พื้นที่ท่องเที่ยวและบริการทางสังคมวัฒนธรรมผลจากการลงทุนสร้างพื้นที่ลาน
กีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ โดยมีสนามกีฬาใหญ่สองส่วน คือสนามช้างอารีน่า กับ สนามช้าง อินเตอร์
เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นศูนย์รวมลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์มีมาตรฐานและความปลอดภัย ลาน
กิจกรรมกีฬาและนันทนาการทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ นำมาสู่การพัฒนาพื้นที่
เมืองบุรีรัมย์ให้เป็นเมืองสุขภาพ (Wellness city) และลานเมืองกีฬาโลก “กลายมาเป็นเมืองกีฬา
โมเดลการสร้างเมืองบุรีรัมย์” (ณัฐวิทย์ พิมพ์ทอง, 2558) เป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองต้นแบบการ
พัฒนาสุขภาพและการท่องเที่ยวของประเทศว่า “.... บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เราเป็นแชมป์ 23 แชมป์ของ
ประเทศ.... ผลักดันให้บุรีรัมย์เป็นมหาอำนาจลูกหนังจริงๆ.... ทั้งหมดเกิดจากเราทำด้วยใจรัก” (เน
วิน ชิดชอบ, 2563)



ภาพประกอบ 24 พื้นที่ลมหายใจชาวบุรีรัมย์ : Breath of Buriram at Chang Arena

ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์มาจากแนวคิดของนายเนวินต้องการพัฒนาพื้นที่ทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สร้างสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ กลายมาเป็นศูนย์กลางลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ พื้นที่ปอดของคนเมืองบุรีรัมย์ เพราะการสร้างพื้นที่ทางการเมืองแบบพิเศษของเมืองบุรีรัมย์เป็นการสร้างเมืองแห่งสุขภาพ เมืองท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งศูนย์กิจกรรมราชการและเอกชน

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่า การศึกษาทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวของนายเนวิน ชิดชอบ กลายเป็นการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมเมืองแบบสวยงามที่เป็นเมืองอนุสาวรีย์ของเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เรียกว่า “เมืองปราสาทสายฟ้า” แนวคิดการสร้างเมืองเป็นพื้นที่การจำลองมาจากรูปแบบสถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้ง การแปลงวัฒนธรรมด้วยการนำเรื่องเล่าความเชื่อเชิงพื้นที่มาสร้างสรรค์พื้นที่ทางการเมืองรูปแบบใหม่ ถูกพัฒนาสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมตั้งแต่ปลายคริสต์วรรษที่ 19 ถึง 21 (ธีรยุทธ บุญมี, 2548) การลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับวัตถุสิ่งของ คนกับทรัพยากรธรรมชาติ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการสร้างพื้นที่เป็นวัตถุสิ่งของตามแนวคิดของโคเฮน โคเฮน Cohen E, 1988 อ้างถึงใน ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560 การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวในความเป็นเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวกับการออกกำลังกาย และการพักผ่อนหย่อนใจ ประกอบด้วย 1) พื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยว คือชมสนามช้างอารีน่า และ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต 2) พื้นที่ความเชื่อและศาสนา ทั้งการสร้างพื้นที่ลานสวนตาล ปราสาทพนมรุ้งจำลอง และสวนศิวะ 12 เป็นพื้นที่การรื้อฟื้นอุดมการณ์ความเชื่อทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาใหม่ ถือเป็น การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่แห่งความทรงจำและการหวนคืนสู่อดีตตามแนวคิดของ ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, 2553 การสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณเพื่อสนองตอบความต้องการทางสังคมใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) การสนองตอบทางด้านร่างกาย เป็นพื้นที่การออกกำลังกาย และแหล่งจำหน่ายอาหารการกิน 2) การสนองตอบทางด้านจิตใจ เป็นพื้นที่สร้างอารมณ์ความรู้สึกเพื่อการท่องเที่ยวชมกิจกรรมและพื้นที่ที่พึ่งพาทางจิตใจทำให้เกิดความรักความอบอุ่นจิตใจ 3) การสนองตอบทางสังคมในเรื่องพื้นที่กิจกรรมทางสังคมเกิดการพึ่งพิงอาศัยกันของผู้คน มีการสร้างกฎระเบียบทางสังคมขึ้นมา (คณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., 2559)

ใช้เป็นเครื่องมือช่วยรักษาคุณแลการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและบริเวณดังต่อไปนี้

1. พื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่า การศึกษา “การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่สถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ” เนื่องจากเมืองบุรีรัมย์เป็นพื้นที่เมืองผ่าน ไม่มีทรัพยากรเพียงพอสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว สร้างแรงจูงใจผู้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพักค้างแรมเป็นรายได้เข้าสู่เมืองบุรีรัมย์ นายเนวินจึงลงทุนทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์พื้นที่ท่องเที่ยวประเภทกีฬาฟุตบอลสโมสร คือสร้างสนามช้างอารีน่าจากพื้นที่ลานพักหินภูเขาไฟ โคนทำเล็ยงสัตว์ และพื้นที่การเกษตรกรรม ดังนั้นการลงทุนทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “พื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์” นำเอาทรัพย์สินทางปัญญาที่บรรพบุรุษสั่งสมมาแปลงให้เป็นทุนทางวัฒนธรรมให้มีมูลค่าและคุณค่าต่อวิถีชีวิตทางสังคมวัฒนธรรม ทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ ช่วยกันจัดระเบียบสังคมเพื่อรักษาพื้นที่สถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดบุญเรื่อง สมประจบ, 2553 เป็นพื้นที่สถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณแบ่งออก 2 พื้นที่ ได้แก่

1.1 พื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่า เป็นการสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมมีความยิ่งใหญ่อลังการทำให้ผู้คนในสังคมมองเห็นคุณค่าเรื่องความเชื่อทางสังคม วัฒนธรรมดั้งเดิมเมืองบุรีรัมย์สามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ นำรูปแบบสถาปัตยกรรมโบราณของปราสาทพนมรุ้งมาดัดแปลงสร้างสรรค์บนพื้นที่ใหม่เพื่อออกแบบการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ทำให้เมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็นเมือง “ปราสาทสองยุค และเมืองต้องห้ามพลาด” คำว่า เมืองปราสาทสองยุค หมายถึงการสร้างวาทกรรมทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬาให้อยู่ในวิถีชีวิตชาวบุรีรัมย์ มีลักษณะสำคัญของเมืองปราสาท 2 ยุค ได้แก่

ปราสาทเมืองบุรีรัมย์ยุคแรก เรียกว่า “ปราสาทขอม หรือ ปราสาทพนมรุ้ง” เป็นสถาปัตยกรรมสร้างด้วยศิลาแลงและหินทรายที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นอยู่บนยอดเขาพนมรุ้ง โดยเจ้าันเรตราทิตย์โยคี ฤๅษีแห่งราชวงศ์มหิธรปุระ (ต้นตระกูลมาจากเมืองมหิธร) เป็นพระญาติพระเจ้าสุริยวรมันที่ 2 กษัตริย์ขอมแห่งอาณาจักรพระนคร (เบญจวรรณ นาราัจจ, 2558) แต่สถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้งมาสร้างแล้วเสร็จในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 พระองค์ทรงดำริให้ปรับเปลี่ยนพื้นที่สถาปัตยกรรมเป็นศาสนสถานพระพุทธศาสนาหายาน เพราะพระองค์ทรงศรัทธาในพระพุทธศาสนานิกายมหายาน เกิดการผสมผสานพื้นที่สถาปัตยกรรมเข้ากับศาสนาพราหมณ์ฮินดู ฤๅษีไศวนิกาย จนกลายมาเป็นอังกอร์ (Encore) พื้นที่ปราสาทพนมรุ้งเมืองบุรีรัมย์

ปราสาทเมืองบุรีรัมย์ยุคที่สอง เรียกว่า “ปราสาทสายฟ้า : Thunder Castle เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ คือพื้นที่สถาปัตยกรรมความเชื่อที่รับอิทธิพลมาจากปราสาทพนมรุ้งโบราณตามแนวคิดของนายเนวิน ชิดชอบ” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) เหมือนกับการสร้างกีฬาโอลิมปิกถือกำเนิดอยู่บนยอดเขาโอลิมปัสของชาวกรีกโบราณ ซึ่งพื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวรูปทรงปราสาทสายฟ้า เป็นสถาปัตยกรรมศิลปกรรมร่วมสมัย เหมือนกับปราสาทพนมรุ้งเป็นปราสาทขอมโบราณสร้างด้วยศิลาแลงและหินทรายเพื่อไว้เป็นสถานที่เคารพบูชาเทพเจ้า แต่ปราสาทสายฟ้าถูกสร้างขึ้นมาด้วยโครงเหล็กเป็นส่วนใหญ่ในตัวอาคาร สำนักงานและสนามแข่งอารีน่า และถูกสร้างขึ้นมาโดยนายเนวิน ชิดชอบ เป็นบุตรชายของ ฯพณฯ ท่านชัย ชิดชอบ อดีตประธานรัฐสภาและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่เพื่อใช้แข่งทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กลายมาเป็นพื้นที่เมืองปราสาทสายฟ้า ด้วยการใช้น้ำเงินครามเป็นสีแห่งการสร้างประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่



ภาพประกอบ 25 สถาปัตยกรรมรูปทรงปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณ
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

1.2พื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวชมสนามแข่ง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต การพื้นที่จากแรงบันดาลใจของนายเนวิน ชิดชอบ สมัยวัยรุ่นชอบการขี่รถจักรยานยนต์ยามาฮ้าวิบาก นำมาสู่การสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมร่วมสมัยด้วยการพัฒนาพื้นที่จากเมืองผ่านมาเป็นเมืองพัก ด้วยการสร้างสนามแข่งรถกับสนามฟุตบอลขึ้นมาสร้างความเอ็นเทอร์เทน (Entertain) “การแข่งขันมี 70 งาน/ปี การแข่งฟุตบอลมี 30 งาน/ปี ทำเว็บไซต์บุรีรัมย์ไลฟ์สไตล์แจ๊งเครือข่ายผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และนายอำเภอให้นำกิจกรรม เช่น สูปปลา ส่องกบ หาหุนานา มาลงปฏิทินไว้ ‘ผมจะขายเรื่องเหล่านี้เพราะกระแสกำลังมา นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ รวมทั้งการแชร์รูปผ่าน

โซเซียลมีเดีย’” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2559) ถือเป็นวิถีชีวิตสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นพื้นที่พักผ่อนในทุกวัน หรือวันหยุดสุดสัปดาห์

การสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวสนามแข่งรถด้วยการว่าจ้างนายเฮร์แมน ทิลเก้ (Mr.Hermann Tilke) และว่าจ้างบริษัทซิโนไทยรับเหมาก่อสร้างตามแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ สนามแข่งรถขนาดใหญ่ เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์จากเมืองไม่มี ทรัพยากรเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ผลการสร้างสนามแข่งรถทำให้เมืองบุรีรัมย์กลายมาเป็น เมืองท่องเที่ยวที่มีผู้คนทั่วโลกอยากเดินทางเข้ามาชมการแข่งขันและนักกีฬาแข่งรถระดับโลก ทำให้ ผู้คนทั้งเมืองบุรีรัมย์มีโอกาสร่วมกันต้อนรับนักท่องเที่ยวและนักกีฬาแข่งรถระดับโลก คำว่า “สนาม ช้าง” หมายถึงชื่อบริษัทผู้สนับสนุนกิจกรรมการแข่งรถหลักที่เกิดจากการออกแบบสถาปัตยกรรม ก่อสร้างสนามแข่งรถเมืองบุรีรัมย์ คำว่า “อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” การแปลงวัฒนธรรมให้เป็น พื้นที่ท่องเที่ยวเมืองศูนย์กลางสนามแข่งรถเป็นพื้นที่สถาปัตยกรรมก่อสร้างสนามแข่งรถระดับโลก เมืองบุรีรัมย์ ได้รับรองมาตรฐานจากคณะกรรมการสมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ (Federation International de Automobile : FIA) เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2557 เป็นสนามแข่งรถยนต์ GRADE 1 และได้รับรองมาตรฐานจากคณะกรรมการสหพันธ์รถจักรยานยนต์นานาชาติ (Federation International de Motocyclisme : FIM) เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557 เป็นสนามแข่งรถยนต์ GRADE A ส่งผลให้สหพันธ์รถจักรยานยนต์นานาชาติประกาศรับรองให้เป็นสนามแข่งรถ 1 ใน 19 สนาม (ชญญ์ลภีร์ บุษยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 26 สถาปัตยกรรมสนามแข่งรถระดับโลก คือสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต
ที่มา : <https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=sWk>

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีการสร้างประตูทางขึ้นทรงไทย “แบบหอ
 รบโบราณ” เพื่อเดินไปยังอัฒจันทร์ที่นั่งชมอาคารไซด์สแตนด์ (Side stand) เป็นอาคารศูนย์กลาง
 สนามการแข่งขันรถจัดแบ่งอัฒจันทร์ที่นั่งชมออกเป็นโซน (Zone) มีทางขึ้นเชื่อมโยงกับตัวอาคารโดม
 ชั้นสู่ชั้น 2 เดินทางเข้าสู่อัฒจันทร์ที่นั่งชมการแข่งขันรถ โดยอาคารไซด์สแตนด์ 1 สูงโดดเด่นสามารถ
 บรรจุผู้ชมการแข่งขันได้จำนวน 5,000 คน และสร้างอาคารไซด์สแตนด์ 2 ที่นั่งชมการแข่งขันรถอยู่ฝั่ง
 ทางทิศตะวันตก ทั้งเปิดจัดการแข่งให้กับกลุ่มนักแข่งมาเช่าสนามทำการแข่งขันรถด้วย หากมีรายการ
 แข่งรถชิงแชมป์โลกทางสนามจะสร้างตู้คอนเทนเนอร์ (บล็อก) ห้องพักอาศัยวีไอพี หรือห้องพิเศษ
 ขึ้นมาเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้ถวิลหาในราคาพิเศษ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการแข่งขันรถ
 จักรยานต์จะจองไว้ล่วงหน้าการแข่งขันรถจักรยานยนต์ชิงแชมป์โลก ถ้าหากไม่มีปัญหาเรื่องโรคโควิด 19
 แล้วเมืองบุรีรัมย์ก็กลายเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวชมการแข่งขันกีฬา สนามฟุตบอลและสนามแข่งรถที่
 นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่ขาดสาย มีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานต่อเนื่องทั้ง
 สนามบิน การขยายเส้นทางถนนสายต่างๆ แหล่งน้ำ ที่พักอาศัย และระบบไฟฟ้า เพื่อเชื่อมสัมพันธ์
 กับการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ (ชญญ์ลภีร์ บุชยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์, ธนาสิริ ประดับวงศ์.
 2562 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็น
 การสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวชมสนามฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กับ
 สนามแข่งรถระดับโลก คือสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นพื้นที่ความต้องการของ
 นักท่องเที่ยว นักทัศนศึกษาอยากเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อเข้ามาชมการแข่งขันกีฬา และเลือกซื้อของ
 ผักของที่ระลึกเมืองบุรีรัมย์

2. พื้นที่ความเชื่อและศาสนา

การวิเคราะห์พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีนา
 การศึกษาแนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์มีความสัมพันธ์กับวัตถุ
 สิ่งของและทรัพยากรในพื้นที่ถูกนำมาสร้าง “พื้นที่ความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์” แนวคิดนี้
 พัฒนาการมาจากกระบวนนิยมโลกยุคใหม่ โลกาวัดตนเข้ามามีอิทธิพลต่อการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว
 กลายเป็น “พลวัตทางสังคม” การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือการแปลง
 วัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมเมืองบุรีรัมย์อาศัยทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เป็นรูปลักษณ์ทาง
 สังคมจารีตประเพณี วิถีชีวิต พื้นที่ความเชื่อและศาสนาทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการฟื้นฟู
 ระบบความเชื่อและศาสนา และการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์สร้างเป็นสถาบันทางสังคมเมืองบุรีรัมย์
 ขึ้นมาใหม่ (บุญยสฤกษ์ อเนกสุข., 2559) การสร้างพื้นที่ภูมิศาสตร์เมืองบุรีรัมย์เป็นเมืองพื้นที่
 ประวัติศาสตร์ความทรงจำเกี่ยวกับพลังอำนาจในความเชื่อและศาสนาอยู่เหนือทางสังคมเปิดโอกาส
 การยอมรับช่วงชิงพื้นที่ความคิดสังคมถูกผนวกเข้ากับพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาและศาสนาฮินดูใน

ความเชื่อพื้นถิ่น เป็นความเชื่อทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ยุคใหม่ ดังนั้น การรื้อฟื้นอุดมคติความเชื่อทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาใหม่สร้างสถานที่ หรือพื้นที่ทางความเชื่อและศาสนาเพื่อให้เกิดการยึดโยงระหว่างสังคมในอดีตที่ผ่านมากับสังคมปัจจุบันเข้าด้วยกัน กลายมาเป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวเนื่องกับ “วัน เวลา พื้นที่ และความเชื่อของผู้คน เป็นพื้นที่ทางการเมืองแห่งความทรงจำและการหวนคืนสู่อดีตกาล” ตามแนวคิดของศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, 2553

2.1 ลานสวนตาล

การวิเคราะห์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์ด้วยการสร้างพื้นที่ลานสวนตาล หรือลานอนุสรณ์พระปรมินทรมหามุนีพลอดุลยเดช สถาปัตยกรรมความเชื่อทางพระพุทธศาสนาและประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ เพราะการวางภูมิศาสตร์ ภูมิทัศน์พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเสมือนกับพื้นที่มีชีวิตทางอุดมคตินานกิจกรรมคนเมืองบุรีรัมย์ในพื้นที่ท่องเที่ยวสร้างด้านหน้าสนามช้างอารีน่า เป็นพื้นที่ใจกลาง หรือศูนย์กลางรอยต่อระหว่างสนามกีฬาเล็กๆ สองข้างติดกับทางหลวงแผ่นดินสายบุรีรัมย์ - ประโคนชัย เชื่อมโยงกับตัวสนามช้างอารีน่าที่เป็นศูนย์กลางเมืองปราสาทสายฟ้า มีป้ายชื่อสนามฟุตบอลอยู่ติดกับทางหลวงแผ่นดินว่า “THUNDER CASTLE : ธันเดอร์ คาสเซิล” เป็นสัญลักษณ์พื้นที่ท่องเที่ยวอันแอ่งทางสังคมด้วยการปลูกต้นตาลสองแถวๆ ละ 21 ต้น ขนาดไปกับประตูแก้วทางด้านหน้าสนามช้างอารีน่า เป็นการปลูกต้นตาลเพียงครึ่งลานสนามและประดิษฐ์ตั้งรูปหล่อในหลวงรัชกาลที่ 9 ในขณะที่ทรงผนวชเป็นพระสงฆ์มีตราพระราชลัญจกรอยู่ใต้ฐานรูปหล่อว่า “ภปร” อนุสรณ์พระปรมินทรมหามุนีพลอดุลยเดช มีเสมาหินทรายแบบวัฒนธรรมพื้นที่ถิ่นเมืองบุรีรัมย์ เรียกว่า เสานางเรียง เป็นฝีมือแกะสลักจากช่างพื้นถิ่นเมืองบุรีรัมย์วางล้อมรอบเขตแดนขนานกับปลายยอดปราสาทสายฟ้าของอาคารสำนักงานสโมสรฟุตบอล กลายมาเป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในเรื่องความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์ที่มีมาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 12-16 (สรเชต วรรคามวิชัย. 2565 : สัมภาษณ์) เพื่อยืนถ้ายรูปในยามเข้าช่วงพระอาทิตย์กำลังขึ้น และช่วงพระอาทิตย์กำลังลับขอบฟ้า เมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีโอกาสเดินหามุมถ้ายรูปชมความอลังการสนามช้างอารีน่าเสมือนพื้นที่อันซีนเมืองบุรีรัมย์ (Unseen) ผู้มาเยือนมักจะทำใจว่า “คิดได้อย่างไร สร้างได้อย่างไร เป็นการสร้างพื้นที่เมืองท่องเที่ยวชมหัตถกรรมการกีฬาเป็นพื้นที่พบปะนั่งดื่มกิน.... แลกเปลี่ยนสนทนาของผู้คน” (สฤช ศรีสุวงศ์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 27 เสานางเรียงในพื้นที่ลานความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

แนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวลานความเชื่อและศาสนา การสร้างลานสวนตาลมาจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยทางสภาพภูมิศาสตร์พื้นที่บริเวณสนามช้างอารีน่าเป็นดินภูเขาไฟและมีปริมาณฝนตกน้อยการปลูกต้นตาลดีที่สุด เพราะต้นตาลเป็นไม้ยืนต้นทนต่อสภาพความแห้งแล้งได้ดี นำต้นตาลมาปลูกไว้บนพื้นที่ลานท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เรียกว่า ลานสวนตาล และ 2) ความเชื่อทางประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนากับการปลูกต้นตาล เป็นแนวคิดที่สร้างย้อนแย้งทางสังคม (Paradox) ความคิดที่ขัดแย้งในตัวเองที่ไม่ต้องการอธิบายถึงการใช้สิ่งของ หรือวัตถุอธิบายแทนบนพื้นที่ลานความเชื่อนี้ นายเนวินเคยให้สัมภาษณ์ในช่วงเวลาที่ผ่านว่า “การปลูกต้นตาลเนื่องจากเป็นไม้ยืนต้นทนต่อความแห้งแล้งไม่ต้องดูแลมาก” แต่ในความเป็นจริงแล้ว การปลูกต้นตาลเป็นไม้สำคัญทางประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนานำมาสู่การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ลานความเชื่อและพระพุทธศาสนาเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ทำให้เกิดความย้อนแย้งทางสังคมว่า เมื่อพระพุทธเจ้าทรงแสดงธรรมโปรดชฎิลสามพี่น้องพร้อมด้วยบริวารสำเร็จเป็นพระอรหันต์แล้ว พระองค์ทรงเสด็จพร้อมด้วยพระสาวกหนึ่งพันสามรูปทรงประทับ ณ พระราชมุขอุทยานสวนลัญจิววัน (สวนตาลหนุ่ม) ของพระเจ้าพิมพิสาร พระราชาแห่งมคธใช้เป็นพื้นที่ประทับพักผ่อนพระมหากษัตริย์ แม้แต่ประวัติศาสตร์ชาติไทยสมัยสุโขทัยปรากฏอยู่ในหลักศิลาจารึกที่ 1 ว่า “พ่อขุนรามคำแหงฯ เจ้าเมืองสีสุขนาลัย - สุโขทัยนี้ปลูกต้นตาลได้สิบสี่ต้น” นำพันธุ์ตาลมาจากประเทศอินเดีย ชาวอินเดียเรียกว่าต้นตาละ เมื่อพ่อขุนรามคำแหงฯ ทรงขยายบ้านเมืองสุโขทัยให้กว้างออกไป ทรงปลูกตาลเป็นพื้นที่อุทยานป่าตาลเป็นสถานที่ให้พระสงฆ์ปุครุมาแสดงธรรมในวันพระแก่ข้าราชการบริวาร (ศิราพร ณ ถลาง, 2556) เสมือนกับการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่การปลูกต้นตาล

ด้านหน้าสนามช้างอารีน่าสร้างทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นพื้นที่ลานความเชื่อและศาสนาเพื่อประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์

แนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการปลูกต้นแปะ เป็นต้นไม้บอกเล่าประวัติศาสตร์และบทบาทของพระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 1 ทรงพระบัญชาให้สร้างเมืองแปะเป็นชื่อเมืองเดิมก่อนจะเปลี่ยนแปลงมาเป็นเมืองบุรีรัมย์ และปลูกคู่ออกกับคันทองขาว หรือตันจาน เป็นต้นไม้สร้างสีสันพื้นที่ในฤดูแล้งผลิดอกสีแดงสร้างความสวยงามกลบเกลื่อนความแห้งแล้งบนพื้นที่ท่องเที่ยว (บุรีรัมย์, 2559) ปลูกอยู่มุมทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของตัวสนามช้างอารีน่า เป็นสัญลักษณ์ชื่อบ้านนามเมืองบุรีรัมย์กับบทบาทพระมหากษัตริย์นอกจากการสร้างบ้านแปลงเมืองมาและพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ทรงออกผนวชตามจารีตประเพณีไทย แนวทางการสร้างพื้นที่ลานความเชื่อและพระพุทธศาสนากับการสร้างรูปหล่อในหลวงรัชกาลที่ 9 ในขณะทรงผนวชเป็นพระสงฆ์เป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่เมืองพระพุทธศาสนาและขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อพื้นถิ่น ด้วยการสร้างกิจกรรมจารีตประเพณีทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ขึ้นมา กลายมาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวประเพณีความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์ในวันสำคัญของบุคคล หรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาสร้างพื้นที่กิจกรรมสังคมให้ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม (เมธาวิ ศิริวงศ์, 2556) ด้วยการใช้น้ำเงินมาเป็นเครื่องมือสร้างพื้นที่ทางการเมืองถวายความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ เป็นพื้นที่สืบทอดประเพณีทางพระพุทธศาสนาด้วยการจัดกิจกรรมลานประเพณีสงกรานต์ ประเพณีปีใหม่ ทั้งนิทรรศการแสดงขบวนเทียนพรรษาหลังการประกวดแล้ว เป็นพื้นที่ศูนย์กลางกิจกรรมของหน่วยงานทางราชการ ชุมชนท้องถิ่น และภาคเอกชน เข้ามาใช้พื้นที่จัดกิจกรรมทางสังคม (ธนโชติ ผู้ดี, 2562 : สัมภาษณ์)

2.2 พนมรุ้งจำลอง

การวิเคราะห์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์ การสร้างปราสาทพนมรุ้งจำลอง แนวคิดการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวคือสินค้าทางวัฒนธรรม “ปราสาทพนมรุ้งในความเป็นบริบทเมืองบุรีรัมย์ ตั้งอยู่บนพื้นที่ทางการเมืองใหม่” การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อทางพระพุทธศาสนาและความเชื่อศาสนาพราหมณ์ฮินดู การสร้างประวัติศาสตร์อารยธรรมหอมของนายเนวินผลานกับแนวความคิดความเชื่อทางสังคมโลกยุคใหม่ (ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555) การสร้างพื้นที่ความเชื่อสถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวชมปราสาทพนมรุ้งจำลอง การย่อส่วนประติมากรรมเฉพาะองค์ปางประธานตัวปราสาทโดยฝีมือช่างพื้นถิ่นเมืองบุรีรัมย์แกะสลักมาจากศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านบุรีรัมย์เสร็จแล้วนำมาติดตั้ง เป็นแนวคิดย้อนแย้งทางสังคมสร้างเพียงองค์พระพุทธรูปเทพทรงประทับนั่งยกพระบาทขึ้นข้างหนึ่งประดิษฐานอยู่ตรงกลางภายในตัวปราสาทพนมรุ้งจำลองมีรูปหล่อพระวิษณุองค์ดำในความเชื่อพระสมณโคดมว่าพระพุทธเจ้าเป็นอวตารหนึ่งในศาสนาพราหมณ์ฮินดู แต่การสื่อสารทางสังคมในพื้นที่ใหม่

ภายใต้อิทธิพลพระพุทธศาสนาเมืองบุรีรัมย์ต่างจากสถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้งเดิมในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ เรื่องการสร้างสถาปัตยกรรมพนมรุ้งจำลองนี้นำเสนอวิถีชีวิตโลกตะวันออกความเชื่อทางศาสนาในเรื่องเทพเจ้าและวิญญาณมีอำนาจเหนือผู้คน เป็นสถาปัตยกรรมรูปสัตว์พาหนะเทพเจ้ามีความงดงามทางสถาปัตยกรรมขอมโบราณ เพราะการสร้างปราสาทพนมรุ้งจำลองอยู่บนพื้นที่สูงด้านตะวันตกของสนามช้างอารีนา ทางขึ้นชมอุทยานด้วยเสนาางเรียงและพื้นที่รอบตัวองค์ปราสาทประดับด้วยสถาปัตยกรรมนาคห้าเศียร บुरुขี้ม้าและบुरुขี้ยืนถือตระบอง ซึ่งการสร้างนาคห้าเศียร “... ประติมากรรมความเชื่ออันแยงทางสังคมในเรื่องพระศิวะมีบัญชาให้พระนารายณ์วางแผนสร้างเมือง โดยพระนารายณ์นอนวางแผนอยู่บนหลังนาค....” สถาปัตยกรรมนี้เสมือนแนวคิดนายเนวินถูกวางแผนสร้างสถาปัตยกรรมในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ การสร้างสร้างกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ส่งต่อแนวคิดไปให้รัฐบาลภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้ข้าราชการและประชาชนออกมาร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ (สรเชต วรรคามวิชัย. 2565 : สัมภาษณ์)

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อและศาสนา “ปราสาทพนมรุ้งจำลอง” การรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ความจำทางนิเวศวัฒนธรรมสังคมเมืองบุรีรัมย์ เป็นแนวคิดความเชื่อพระพุทธศาสนาทางสังคมโลกปัจจุบันนี้ และการสร้างความดีเพื่อสร้างบุญกุศลไว้โลกหน้าในศาสนาพระศรีอารย์ ด้วยการสร้างสถาปัตยกรรมพระพุทธรูปปางมารวิชัยเป็น “บุคลาธิษฐานถึงองค์โพธิสัตว์ทรงประทับนั่งโพธิบัลลังก์ พญามารสวดตีประทับบนหลังช้างคีรีเมขลล์ ยกพลเหล่าเสนามารมาทำลายความเพียรของพระองค์ พญามารเนรมิตร่างสูงใหญ่มีมือจับพันถือศัสตราวุธ ทำให้เหล่าเทวดาหนี พระบรมโพธิสัตว์มิได้หวาดกลัวเหล่าเสนามารชดศัสตราวุธใส่พระองค์ แต่ศัสตราวุธเหล่านั้นกลายมาเป็นบุปผามาลัย พญามารกล่าวว่ารัตนบัลลังก์เป็นของตน แต่พระบรมโพธิสัตว์ทรงตรัสว่ารัตนบัลลังก์นี้เกิดจากบารมีแต่ปางก่อนอาศัยแม่พระธรณีเป็นพยาน แม่พระธรณีปล่อยผมผมบีบน้ำกรวดอุทิศผลบุญจากการทำทานของพระบรมโพธิสัตว์ให้ไหลพัดพาเหล่ามารไปจนสิ้น” (Dmc.tv. 2556 : ออนไลน์)

พูน ปณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 28 ปราสาทพนมรุ้งจำลองประดับพื้นที่ด้วยนาคห้าเศียรและบุรุษยืนถือตระบอง
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

2.3สวนศิวะ 12

การวิเคราะห์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์ด้วยการสร้างพื้นที่สวนศิวะ 12 เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์กับการปรับตัวความเชื่อเรื่องผีวิญญาณและความเชื่อศาสนาพราหมณ์-ฮินดูในกามสูตรและความเชื่อพระพุทธศาสนา เป็นความคิดย้อนแย้งทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ถูกสร้างตามแนวคิดความเชื่อและศาสนากับความสัมพันธ์ทางอำนาจเสมือนพื้นที่สนามเทพธิดาผู้ทรงพลังอำนาจและอำนาจภาพ (พงศ์พล เรื่องรอง, 2558) ซึ่งการสร้างสวนศิวะ 12 เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนาและวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ตามแนวคิดของ ริชาร์ดส์ (Richards, 1995) เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวการออกกกำลังกายและความรู้เรื่องเพศศึกษา การสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมกามสูตร เรียกว่า “ลานมหาศิวลึงค์” ศิลปินทนายเป็นศูนย์กลางจักรวาลสร้างเส้นทางวิ่งออกกกำลังกายโดยรอบพื้นที่ลานมหาศิวลึงค์สร้างพื้นที่ให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเข้ามาชมความงามสถาปัตยกรรมและการพักผ่อนหย่อนใจ ในความรู้เรื่องเพศศึกษาอธิบายถึงท่าทางการเสพความสุขทางเพศของมนุษย์ที่ย้อนแย้งทางสังคมอยู่ในจารีกคติความเชื่อสถาปัตยกรรมกามสูตร 12 ท่า แปลเป็นภาษาไทยแสดงถึงภูมิปัญญาและเป้าหมายการสร้างองค์ความรู้ในเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ มีภาพท่าโถงพวาขึ้นจิต เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นเกษตรกร ท่ากระหายสินธุ์กลิ่นกามา เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรหรือบุตรชาย ท่าแหวกผ้าห่มปฐพี เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นนางรำ ท่าควางเหลียวหลัง เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรผิวคล้ำเป็นนักรบ ท่าชมสวนนวลปราง เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นนักการเมือง ท่ารดลิ่งธัญจวน เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นนักกีฬา ท่าซักของมองคลึง เชื่อว่าจะกำเนิดกานัดสุดขอบฟ้า ท่าพบพานसानรัก เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรตรีที่สวยงาม ท่าแย้มกลีบบัวบาน เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นแพทย์ ท่าลีสรรพสิ่งในโลกา เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นกวีศิลปิน ท่าประลองรักพักพิง เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรเป็นนักคิดเจ้าปัญญา และท่ารวมชีวิตเราสอง เชื่อว่าจะกำเนิดบุตรชาย

เป็นนายคน ซึ่งการสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมสวนศิเว 12 นี้เป็นส่วนหนึ่งการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวชมสวนนกกีฬา และลานวัฒนธรรมประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ (คำ วิชาพุล. 2564 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 29 แนวคิดย้อนแย้งทางสังคมการสร้างความหมายสถาปัตยกรรมกามสูตร
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

ตำราวิชาการสมัยใหม่ กิจกรรมเข้าจังหวะเรื่องบนเตียงเพศศึกษากับการออกกำลังกายชาย-หญิง นายเนวินนำแนวคิดมาสร้างพื้นที่ความเชื่อกามสูตรภายในสวนศิเว 12 เป็นมหาศิวลึงค์หินทรายมีขนาดความสูงมากกว่า 9 เมตร เป็นองค์ประธานพื้นที่และประดิษฐานพระพุทธรูปปางสมาธิบนฐานยอดศิวลึงค์ สร้างแนวคิดย้อนแย้งทางสังคมเรื่องกำเนิดของพราหมณ์มาจากพระพรหม แต่พระพุทธรูปศาสนาเชื่อว่ามนุษย์เกิดจากสตรีเพศ เหมือนในคัมภีร์พราหมณ์อินดูกามาสูตรา (Kama Sutra) เมื่อประมาณ 800 ปีก่อนคริสตกาลในคำสอนของ “นนทิ” อธิบายสืบต่อกันมา “กามศาสตร์” ในคำสอนของนนทิที่กระจัดกระจายไปตามหัวข้อเรื่องต่างๆ มีผู้ถ่ายทอดแต่ละหัวข้อเรื่อยมาจนกระทั่ง “วาทสยายน” จัดเขียนรวบรวมเนื้อหาทั้งหมดใหม่เป็นภาษาสันสกฤตเมื่อราว 400 ปีก่อนคริสตกาล จนถึงคริสต์ศตวรรษที่ 6 เขียนเรียบเรียงเนื้อหาคัมภีร์กามสูตร อธิบายความสัมพันธ์ทางเพศศึกษาของมนุษย์เก่าที่สุดในภาคสอง เรียกว่า สัมปรัโยคิกะ เป็นคัมภีร์ที่ว่าด้วยเรื่องการจูบ การเล้าโลม และการแสดงท่าร่วมรักของชาย-หญิง เป็นส่วนหนึ่งในโคลก 1,250 บท (หนูมาน กรรณฐาน. 2015 : บทนำ) นายเนวินจึงนำแนวคิดกามสูตร หรือกามศาสตร์มาสร้างสถาปัตยกรรมพื้นที่ท่องเที่ยวในสวนศิเว 12 พร้อมทั้งสร้างสถาปัตยกรรมพระพิฆเนศปางปัญจภาคี สวนตะบองเพชร และพันธุ์ไม้พื้นเมืองบุรีรัมย์ต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมและเรียนรู้ร่วมกันเป็นแนวคิดย้อนแย้งทางสังคมที่นายเนวิน สร้างสรรค์ความหมายสถาปัตยกรรมกามสูตร “มหาศิวลึงค์” คำกล่าวที่ว่า “โอมศิเวโยนี” หมายถึงการบูชาเทพเจ้ากับการดำรงอยู่ได้ของพื้นที่ทางการเมืองประเทศชาติประกอบด้วย พระมหากษัตริย์ รัฐบาล รัฐสภา ข้าราชการ และประชาชน

(สรเชต วรรคสามวิชัย. 2565 : สัมภาษณ์) นายเนวินจึงเน้นใช้สีน้ำเงินครามเป็นสีการสร้างพื้นที่สัญลักษณ์เมืองบุรีรัมย์กับการเทิดทูลสถาบันพระมหากษัตริย์

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวในเรื่องความเชื่อและศาสนาเมืองบุรีรัมย์ ด้วยการสร้างพื้นที่ลานสวนตาล เป็นลานศูนย์กลางประเพณีวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ สร้างพื้นที่พรมรุ่งจำลองเพื่อการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาแนวคิดอุดมการณ์ความเชื่อใหม่ อยู่เหนือศาสนาพราหมณ์ฮินดู และสร้างสวนวิเวก 12 เพื่ออธิบายกามสูตรในกิจกรรมการเข้าจังหวะเรื่องเพศศึกษากับการสร้างพลังงาน จนเกิดแนวคิดย่อนแยงทางสังคมที่นายเนวินสร้างความหมายสถาปัตยกรรมกามสูตรใหม่

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม

การวิเคราะห์พลวัตการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่า การศึกษาทฤษฎีการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เมืองบุรีรัมย์ ตามแนวคิดกิจกรรมกลุ่มสังคมการสร้างความสัมพันธ์กลุ่มสังคมกับพื้นที่สนองความต้องการทางร่างกาย จิตใจและสังคม ทำให้กิจกรรมกลุ่มสังคมกลายมาเป็นสินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยวสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมตามแนวคิดของริชาร์ดส์ ให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างทักษะและประสบการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาร่วมกิจกรรมกลุ่มสังคมวัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ รูปแบบจารีตประเพณีการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ดังเช่น กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอล กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว และกิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ ตามมา เพราะการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมเมืองบุรีรัมย์ การสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมที่เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ไม่มีขีดจำกัด เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและต้องได้รับการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ด้วย

1. กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอล

การวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ การศึกษากิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลเป็นกิจกรรมสร้างกระแสทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นสินค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมพื้นที่ท่องเที่ยวตามแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ, 2542 แนวคิดริชาร์ดส์ (Richards. 2010) แนวคิดการพัฒนากิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลมาจากแนวคิดของนายเนวิน ชิดชอบ มาสร้างกระแสความต้องการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม

ของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยออกมามีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการทีมสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพของแต่ละประเทศสมาชิกจะต้องมีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการทีมสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพใหม่ ทำให้สอดคล้องกับระบบการตลาด (Market system) เพื่อยกระดับทีมสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพให้เป็นองค์กรอิสระและมีรายได้เพียงพอต่อการเลี้ยงทีมสโมสรฟุตบอลตนเอง (นราธิป ตรีเจริญ และคณะ, 2559)



ภาพประกอบ 30 กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลทีมกองเชียร์ว่า “GU 12” นางกรรณา ชิดชอบ เป็นหัวหน้าทีม (เบอร์ 12)

ที่มา : https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enTH957TH957&source

นายเนวินเจรจาขอซื้อทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมาบริหารจัดการเอง ประกาศเชิญชาวจังหวัดบุรีรัมย์มาร่วมกันเชียร์และสร้างทีมสโมสรฟุตบอล มีการสรรหานักฟุตบอลที่มีคุณภาพแข่งแกร่งและุดตันเข้ามาประจำทีม ทำให้กลุ่มสังคมกองเชียร์หลงไหลสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ จนออกมาร่วมกันแสดงกิจกรรมสัญลักษณ์ท้องถิ่นนิยมด้วยการใส่เสื้อสีประจำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์จนกลายมาเป็น “กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลเมืองบุรีรัมย์” (ธีรวัฒน์ เลิงน้อยกุล. 2562 : สัมภาษณ์, อตินันท์ กรลิตา. 2562 : สัมภาษณ์) มีการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทบุรีรัมย์ยูไนเต็ด นำมาสู่การสร้างสนามช้างอารีนา เป็นสนามสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ในฐานะทีมเหย้าและสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลเมืองบุรีรัมย์ เป็นกองเชียร์ประจำทีมสโมสรฟุตบอล แฟนคลับทีมสโมสรฟุตบอล แฟนพันธ์แท้ทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ เรียกกิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลทีมกองเชียร์ว่า “GU 12” มีนางกรรณา ชิดชอบ เป็นหัวหน้าทีม (เบอร์ 12) กิจกรรมกลุ่มสังคมกองเชียร์ดูทรงพลังอำนาจ ทีมฟุตบอลที่มีกิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลกองเชียร์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติปรากฏสู่สื่อสารออนไลน์ ทำให้ผู้คนต่างอยากมาสัมผัสกับการแข่งสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์และกิจกรรมกลุ่ม

สังคมฟุตบอลกองเชียร์ด้วยตนเอง นายเนวินและนางกรณามีความใกล้ชิดและเข้าใจกิจกรรมกลุ่มสังคมทีมกองเชียร์สโมสรฟุตบอลและนักฟุตบอล ดังนั้น นายเนวินและนางกรณาเป็นผู้นำสร้างอัตลักษณ์กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลเมืองบุรีรัมย์ด้วยการใส่เสื้อทีมสโมสรฟุตบอลสีน้ำเงินบ้าง สีขาวบ้าง สีชมพูบ้าง สีกรมท่าบ้าง เมื่อทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เดินทางออกไปแข่งเป็นทีมเยือน นายเนวินและนางกรณาก็ร่วมเดินทางไปกับทีมนักฟุตบอลพร้อมทีมสตาฟฟ์โค้ช (Staff Coach) และทีมกลุ่มกองเชียร์ (รัฐชาติ ทัศนัย และ วรเดช จันทรศร, 2559)

กล่าวโดยสรุป การสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลเมืองบุรีรัมย์ เป็นการจัดการกิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลทีมกองเชียร์ทีมสโมสรฟุตบอล กลายมาเป็นกลุ่มสังคมท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ ทำกิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอลด้วยการแต่งกายใส่เสื้อทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ กลายมาเป็นเครื่องมือกลไกการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่น หรือพัฒนาเมืองบุรีรัมย์

2. กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง

การวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณนี้ การศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์การจัดการจัดการกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งเมืองบุรีรัมย์ตามแนวคิดของริชาร์ดส์ (Richards, 2010 อ้างถึงใน ภัยมณี แก้วสง่า และ นิศาชล จำนงศร, 2555 : 99) คือการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นการลงทุนภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐเป็นพันธมิตรสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง เหมือนกับการลงทุนพัฒนาการท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่การประกาศสร้างสนามแข่งรถเมืองบุรีรัมย์ เมื่อสร้างเสร็จเกิดกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งและกลุ่มผู้มาศึกษาเรียนรู้กิจกรรมว่า “... กลุ่มตนเองรู้สึกดีใจมาก เป็นนักเรียนโรงเรียนกลันทาพิทยาคมที่ได้มีโอกาสเข้ามาชมสนามแข่งรถและฟังการบรรยายกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งจากวิทยากร และเข้าชมห้องต่างๆ ภายในสนามแข่งรถ โดยปกติแล้วตนเองจะมาเพียงดูการแข่งขันรถบนไซด์สแตนด์เท่านั้น เป็นครั้งแรกที่กลุ่มสังคมตนได้มีโอกาสได้เข้ามาชมตามห้องต่างๆ ซึ่งน้อยคนมากที่จะได้เข้ามาชมอย่างนี้ นับว่าเป็นประสบการณ์ที่ดีของชีวิต และขอขอบคุณทางผู้ใหญ่ใจดีที่เปิดโอกาสให้ตนและเพื่อนๆ ได้เข้ามาเยี่ยมชมสนามฯ ในครั้งนี้ด้วย” (สมปอง แก้วภูมิแห่, 2562 : สัมภาษณ์) ซึ่งแนวทางการสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งเมืองบุรีรัมย์ “ตนเองเป็นช่างเทคนิคการปรีโตเลียม ชื่นชอบในการแข่งขันจักรยานยนต์เป็นอย่างมาก ซึ่งตนเองเพิ่งขึ้นมาจากแท่นจุดเจ้าน้ำมัน และอยู่ที่แท่นปลาทองอ่าวไทยมาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 ขึ้นเครื่องบินมาพักที่เมืองบุรีรัมย์เพื่อเข้าชมรายการแข่งขันรถโมโตจีพีโดยเฉพาะ ภายหลังชมการแข่งขันรถเสร็จแล้ว ตนเองก็จะเดินทางไปพักที่บ้านเกิดจังหวัดอำนาจเจริญ เดินทางมาชมการแข่งขันครั้งนี้เป็นครั้งที่ 2 แล้วรู้สึกประทับใจทุกครั้ง ปีนี้ตนพักอยู่โฮมสเตย์หลังเดิม ทั้งเจ้าของโฮมสเตย์ดูแลอย่างดีและเป็นกันเองมาก คาดว่าปีหน้าตนเองก็จะเดินทางมาชมการแข่งขันรถอีกครั้งหนึ่ง”

(สฤฯ ศรีสุวงศ์. 2562 : สัมภาษณ์) ดังนั้น การสร้างสรรค์พื้นที่ด้วยกิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งรถจักรยานยนต์ชิงแชมป์โลก รายการพีทีที ไทยแลนด์ กรังด์ปรีซ์ (PTT : Thailand Grand Prix 19) มีกิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งระดับโลกในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งชิงแชมป์โลก 1 ใน 19 สนาม ทางสนามยังจัดรายการแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้กับพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งเฉพาะรายการด้วย หากกลุ่มบุคคลใดต้องการให้ทางสนามจัดรายการแข่งรถขึ้นมา ทางสนามแข่งรถเมืองบุรีรัมย์ก็พร้อมจะจัดรายการให้บริการมีโล่และใบเกียรติบัตรมอบให้พร้อม (ชญญ์ลภีร์ บุษยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์) ซึ่งกิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งรถเมืองบุรีรัมย์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กิจกรรมกลุ่มสังคมรถยนต์ เป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมการแข่งขันรถยนต์ ได้แก่ การแข่งรถยนต์ประเภทสปอร์ตคาร์ หรือการแข่งขันรถยนต์รุ่นซูเปอร์ เทอร์โบชิงแชมป์ประเทศไทย (Idemitsu 600 Super Endurance or Idemitsu Super Turbo Thailand 2019) การแข่งรถยนต์ประเภท “ซูเปอร์คาร์” การแข่งรถยนต์ทางเรียบมาราธอนชิงแชมป์เอเชีย (Asian Le Mans Series 2018-19) การแข่งขันรถยนต์ประเภท “ซูเปอร์คาร์ : World Touring Car” ตบแต่งสวยหรูในระดับเวิลด์คลาส "บลองค์แปง จีที เวิลด์ ชาลเลนจ์ เอเชีย : Blancpain GT Series Asia 2019" การแข่งรถยนต์ทางเรียบชิงแชมป์อาเซียน (Thailand Super Series 2019) การแข่งรถยนต์ประเภท (ซัง ซูเปอร์ จีที เรซ : Chang Super GT Race 2019) การแข่งรถยนต์ประเภททางเรียบมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทยของราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมกีฬา (RAAT : Thailand Endurance Championship International 2019)

2. กิจกรรมกลุ่มสังคมรถจักรยานยนต์ เป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งรถจักรยานยนต์ ได้แก่ การแข่งรถจักรยานยนต์คาวาซากิ โรด เรซชิง แชมป์เอ็นซีพี ชิงแชมป์ประเทศไทย (Kawasaki Road Racing Championship 2019) การแข่งรถจักรยานยนต์ทางเรียบชิงแชมป์ประเทศไทยรายการ เอ.พี.ฮอนด้า เรซชิง ไทยแลนด์ (A.P.Honda Racing Thailand 2019) การจัดรายการแข่งรถจักรยานยนต์ซูเปอร์ไบค์ชิงแชมป์เอเชีย และการแข่งรถจักรยานยนต์ชิงแชมป์เอเชีย (เอเชีย โรด เรซชิง แชมป์เอ็นซีพี (FIM : Asia Road Racing Championship 2019)

เมื่อปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลทำให้ทางบริษัทดอร์น่า สปอร์ต ประเทศอิตาลี เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์รายการแข่งจักรยานยนต์ทางเรียบชิงแชมป์โลก “MOTOGP” ประกาศยกเลิกรายการแข่งรถจักรยานยนต์ทางเรียบชิงแชมป์โลกในประเทศไทย (สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต) ภายใต้ชื่อรายการชื่อว่า “OR Thailand Grand Prix 2020” การยกเลิกรายการแข่งรถกรังด์ปรีซ์ใน 3 สนาม/ประเทศ มีรายการแข่งรถกรังด์ปรีซ์ในประเทศไทย รายการแข่งรถกรังด์ปรีซ์ในประเทศอาร์เจนตินา และรายการแข่งรถกรังด์ปรีซ์ในประเทศมาเลเซีย ส่งผลให้ประเทศไทยต้องขาดทุนไม่ต่ำกว่า 2,000 ล้านบาท จากการเตรียมงานรองรับกิจกรรมรายการแข่งรถ

นี้ ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยที่จะเดินทางมาพักผ่อนและชมรายการแข่งรถ ต้องยกเลิกไปด้วย ส่งผลกระทบให้พื้นที่เมืองบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียงต้องสูญเสียรายได้ทางเศรษฐกิจ จากรายการแข่งรถครั้งปรีชี่นี้เป็นกรหารายได้เข้าประเทศไทยโดยตรง (ชญญ์ลภีร์ บุษยามงคล. 2562 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งเมืองบุรีรัมย์ มาจากการลงทุนก่อสร้างสนามแข่งเมืองบุรีรัมย์ จนได้รับรองมาตรฐานจากสมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติให้เป็น 1 ใน 19 สนามแข่งรถชิงแชมป์โลก นำมาสู่การจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งประเภท คือ การแข่งรถจักรยานยนต์ และการแข่งรถยนต์ ทำให้นักท่องเที่ยว นักแข่งรถ และกลุ่มบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเดินทางเข้ามาสู่เมืองบุรีรัมย์ทำให้เกิดกิจกรรมทางสังคมและรายได้ตามมา



ภาพประกอบ 31 พื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแข่งเมืองบุรีรัมย์

ที่มา : <https://www.google.com/search?q>

3. กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์

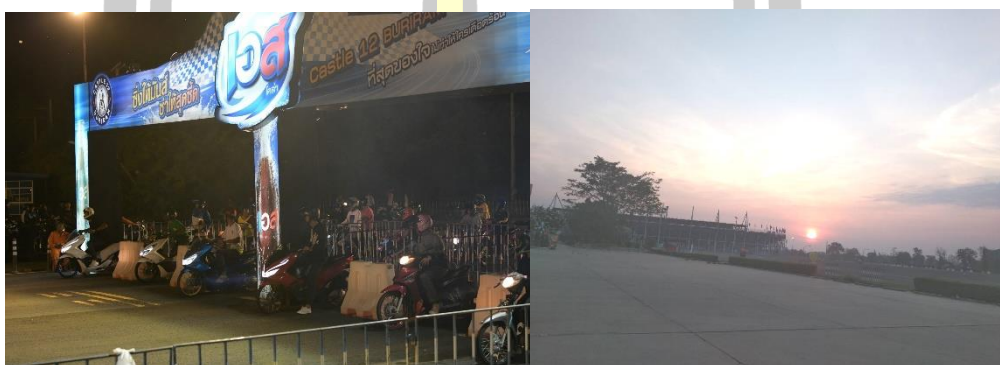
การวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว กิจกรรมเฉพาะกลุ่มสังคมเพื่อสนองตอบทางร่างกาย อารมณ์และสังคมกลุ่มวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์และเมืองอื่นๆ เป็นเวทีการแสดงกลุ่มสังคมวัยรุ่นเพิ่มทักษะและความชำนาญตามแนวคิดของริชาร์ดส์ (Richards. 2010) เมื่อรถจักรยานยนต์ถูกผลิตขึ้นมาใช้คนจำนวนมากขนส่งช่วยมนุษย์ แต่ถูกกลุ่มสังคมวัยรุ่นนำมาแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมแข่งรถสร้าง “คุณค่าเชิงสัญลักษณ์กลุ่มสังคมวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์” (ณัฐพล มีแก้ว และ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2555) แนวคิดการพัฒนากิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กด้วยการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสนามแข่งรถจักรยานยนต์ว่า “รถเด็กแว้นบุรีรัมย์” ตามแนวคิดของนายต้องการแก้ไขปัญหากิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นมีค่านิยมการแข่งขันรถจักรยานยนต์บนท้องถนนเมืองบุรีรัมย์สร้างความเดือดร้อนรำคาญให้สังคม การจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์สร้าง

ความเข้าใจที่ดีและลดช่องว่างทางสังคมเด็กวัยรุ่นกับกลุ่มผู้ใหญ่ จึงสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กวัยบุรีรัมย์ในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 เพื่อจัดพื้นที่ประลองความมั่นส่ด้วยการสร้างลานเอสต์ คาสเซิล 12 (Est Castle 12) ด้านหลังสนามช้างอารีน่าเพื่อไม่ต้องให้เด็กวัยบุรีรัมย์ออกไปเสี่ยงอันตรายบนท้องถนน หรือสร้างความรำคาญให้กับประชาชนพบกันในทุกคืนวันศุกร์

การสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กวัยชาวบุรีรัมย์เรียกว่า “วันศุกร์แห่งชาติเมืองบุรีรัมย์” กลุ่มสังคมเด็กวัยบุรีรัมย์กล่าวว่า “...ตนเองมาสนามแข่งรถเด็กวัยน้อย มาทุกวันศุกร์ สุดสัปดาห์เพื่อมาชมการแข่งขันและแฟนตนเองลงแข่ง ‘แต่วันนี้มาชมสนามแข่งรถเด็กวัยมีความสุขสนุกสนานและตื่นเต้นดีมาก’ การจัดสนามแข่งรถเด็กวัยบุรีรัมย์เป็นสิ่งที่มีความหมายมากช่วยเซฟ (Save) ความปลอดภัยให้ผู้แข่งรถ ช่วยลดอุบัติเหตุ ลดความเสี่ยงถูกตำรวจจับกุม ตรงนี้เป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มสังคมเด็กวัยบุรีรัมย์ มีความรู้สึกเป็นอิสระมากในสนามเอสต์ คาสเซิล” (สิริพันธ์ ดิงนางรอง, 2562 : สัมภาษณ์) “กลุ่มตนเองมาพื้นที่สนามเอสต์ คาสเซิล 12 เดือนละ 1-2 ครั้ง โดยปกติมักเป็นกลุ่มประมาณสี่ถึงห้าคน นำรถจักรยานยนต์ใส่กระบะรถยนต์มา เมื่อมาชมการแข่งขันเด็กวัยและรู้สึกสนุกสนานตื่นเต้น โดยส่วนตัวตนเองชอบรถแต่งมากกว่า และชอบความเร็วถึงจะมีเสียงท่อดังก็ตาม ตนเองนั่งชมและฟังเสียงแข่งรถเด็กวัยจนเกิดความความเคยชิน และในสนามรถมีทั้งผู้หญิงและผู้ชายนำรถจักรยานยนต์ลงไปทำการแข่งกัน เห็นว่าการจัดสถานที่แข่งรถเด็กวัยบุรีรัมย์มีความเหมาะสมดี อยากให้มีสนามแข่งรถวัยแบบนี้อีก อย่างน้อยก็มีพื้นที่แข่งรถเด็กวัยไม่ได้สร้างความเดือดร้อนให้สังคมเมื่อถึงเวลา 5 ทุ่ม ปิดสนามก็แยกย้ายกันกลับบ้าน ไม่ได้ไปแข่งรถบนถนนสร้างความเดือดร้อนให้สังคม เมื่อมีคนมาเรียก ‘เด็กวัย’ มองว่าเท่หีดี ไม่ได้คิดอะไรมาก บางครั้งอยากให้สังคมเรียกว่า ‘วีระบุรุษนักบิดมากกว่า’ (วดีนันท กรุสิตา, 2562 : สัมภาษณ์) นายเนวินมี ความเข้าใจวิถีชีวิตวัยรุ่นจึงเปิดพื้นที่ให้ทำกิจกรรมเพื่อความปลอด ประกาศเชิญชวนเด็กวัยบุรีรัมย์ให้เข้ามาร่วมจัดกิจกรรมการแข่งขัน พร้อมทั้งประกาศกฎเกณฑ์การแข่งขันว่า “ผู้แข่งรถเด็กวัยต้องแต่งกายให้ถูกต้องสวมรองเท้าผ้าใบและใส่หมวกกันน็อกก่อนลงแข่งกัน และภายหลังเลิกการแข่งขันแล้ว ขอให้เด็กวัยทุกคนกลับบ้านไป ห้ามไปประลองแข่งรถบนถนนอีก” ทำให้กลุ่มเด็กวัยรักนายเนวินมาก “....ตนเองเคยมาสนามแข่งรถเด็กวัยบุรีรัมย์ 4-5 ครั้ง มากันเป็นกลุ่มเพื่อนประมาณ 9-10 คน แต่บางครั้งก็มา 2-3 คน ทราบการแข่งขันเด็กวัยบุรีรัมย์จากการบอกต่อกันของกลุ่มเพื่อน โดยส่วนตัวตนเองชอบการแข่งขันเด็กวัยอยู่แล้ว ตนเองเคยนำรถลงแข่งในสนามแห่งนี้ด้วย มีการจัดสนามแข่งรถได้ดีมาก อย่างน้อยตนเองก็ไม่ต้องไปแข่งรถบนท้องถนนให้เกิดอันตรายกับบุคคลอื่น แต่คนอื่นอาจจะมองว่าเป็นเด็กวัยไม่ดีบ้าง แต่ตนเองรู้สึกเฉยๆ ไม่ได้คิดอะไรมาก และอยากให้มีการจัดสนามแข่งรถเด็กวัยแบบนี้ต่อไปอีก” (วิวัฒน์ อุบลเพื่อน, 2562 : สัมภาษณ์) เป็นความสำเร็จมองสภาพปัญหาสังคมเด็กวัย นำมาสู่การเปิดพื้นที่สร้างกิจกรรม

กลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์มาร่วมกันทำกิจกรรมยอมรับและเชื่อฟังนายเนวินมาก และกลุ่มนี้ยังมีโอกาสเข้าไปร่วมพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นได้ด้วย

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ เป็นความเข้าใจวิถีชีวิตเป็นพฤติกรรมกลุ่มสังคมวัยรุ่นของนายเนวิน ด้วยการเปิดพื้นที่สร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นรุ่น เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมทำกิจกรรมแข่งรถเรียกว่า “กลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์” ที่สังคมเคยมองว่ากิจกรรมกลุ่มนี้เป็นปัญหาสังคม แต่เมืองบุรีรัมย์สามารถนำมาจัดเป็นระเบียบกิจกรรมกลุ่มสังคมวัยรุ่นใหม่ได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมกลุ่มสังคม



ภาพประกอบ 32 พื้นที่สร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ในเวลาากลางคืนและเวลาเช้ามีด
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

4. กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์

การวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ เป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมเพื่อสนองความต้องการทางร่างกาย อารมณ์และความรู้สึกกลุ่มสังคมวัยรุ่น เหมือนกลุ่มวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์และพื้นที่อื่นๆ ตั้งแต่อายุ 12-17 ปี มีความชื่นชอบกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์มาก ถือเป็น การสร้างพื้นที่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ทางกิจกรรมสัญจรดนตรีประเพณีพื้นบ้านอีสานพัฒนามาเป็นรถแห่ดนตรีสดตามแนวคิดของริชาร์ดส์ จี (ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555) แนวคิดการมีส่วนร่วมสร้างพันธมิตรกับคนท้องถิ่นเพื่อสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมวัยรุ่น หรือกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ หรือรถแห่ดนตรีสดบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่เวทีกลุ่มสังคมวัยรุ่นอายุต่ำกว่า 18 ปี มีพื้นที่ชมและร่วมแสดงกิจกรรมกลุ่มสังคม รถแห่ดนตรีสดทั้งกลางคืน หรือกลางวันก็ได้

เมื่อนายเนวินมองเห็นโอกาสสร้างพื้นที่กลุ่มสังคมวัยรุ่นตอนต้น จึงเปิดพื้นที่ให้กลุ่มรถแห่ดนตรีสดบุรีรัมย์เข้ามาจัดกิจกรรม ‘มหกรรมคอนเสิร์ต’ แสดงอยู่อาณาบริเวณสนามช้างอารีนา

ด้านข้างปราสาทพนมรุ้งจำลองมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 ต่อมาจัดตั้งเป็น “ชมรมรถแห่ดนตรีสดแห่งประเทศไทย” มีนายทรงวุฒิ (คุณหญิง) สัจจรัมย์ เป็นประธานชมรมฯ เป็นเพื่อนกับนายไชยชนก (นก) ชิดชอบ (บุตรชายคนโตของนายเนวิน) การสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมนรถแห่ดนตรีสดบุรีรัมย์มีมาตรฐานความปลอดภัยสูงให้กับผู้ชมการแสดงรถแห่ดนตรีสด ได้แก่ 1) จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายใต้การใช้สารวัตรทหาร 30 นาย 2) เจ้าหน้าที่สนาม (การ์ด) ช่างอารีนำตรวจค้นก่อนเข้าชม 10 คน 3) เจ้าหน้าที่ตำรวจดูแลบริเวณหน้างาน 20 นาย และ 4) รถผู้ต้องขังจากสถานีตำรวจภูธรเมืองบุรีรัมย์ 1 คัน ซึ่งกลุ่มเจ้าของรถแห่ดนตรีสดกล่าวว่า “ตนเองนำรถแห่ดนตรีสดมาแสดงที่นี่ มีกิจกรรมเวทีน่าสนใจ มีผู้เข้าร่วมชมงานมาก มีระบบการบริหารจัดการได้ดีกว่าที่อื่นๆ เป็นพื้นที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมกลุ่มสังคมนรถแห่ดนตรีสดได้ดีตนเองนำรถแห่ดนตรีสดเข้ามาร่วมงาน 4 ครั้งแล้ว” (สุพรรณิกา แก้วกลาง. 2562 : สัมภาษณ์) ทั้งยังมีทีมกรรมการชมรมรถแห่ดนตรีสดติดต่อให้มาแสดง “...ให้ค่าตอบแทนคันละ 5,000 บาท / งาน ซึ่งตนเองเคยนำรถแห่ดนตรีสดของตนเองเข้ามาร่วมแสดงประมาณ 8-9 ครั้งแล้ว” (ภูสิทธิ์ ทองย้อย. 2562 : สัมภาษณ์) กลุ่มนักแสดงประจำวงกล่าวว่า “ตนเองเป็นนักดนตรีประจำวงรถแห่ดนตรีสดมีความสุขมากที่ได้มาอบความบันเทิงให้กับผู้ชม หรือผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมกลุ่มสังคมนรถแห่บุรีรัมย์ของตัวเองได้รับการต้อนรับและความร่วมมือจากผู้ชมเป็นอย่างมาก ตนเองมีความประทับใจกับผลงานมาก” (นภดล สายรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 33 การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสังคมนรถแห่บุรีรัมย์ของวัยรุ่น
ที่มา : https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enTH957TH957&source

กลุ่มผู้เข้าร่วมชมกิจกรรมกลุ่มสังคมนรถแห่ดนตรีสดกล่าวว่า “...ตนเองเดินทางมากับลูกสาวที่เป็นนักร้องประจำวงรถแห่ดนตรีสดมีสมาชิกประมาณ 15 คน ร่วมเดินทางมาจากจังหวัดขอนแก่นเพื่อชมการแสดงวงรถแห่ดนตรีสดวงต่างๆ มา 3 ครั้งแล้ว” (อุสา ดาดพารรัมย์. 2562 : สัมภาษณ์) เพราะกลุ่มรถแห่มาหลายจังหวัดเพื่อมาโฆษณา อาจมีคนมาติดต่อว่าจ้างในงานมหกรรมรถแห่ก็มี บางครั้งมีรถแห่ดนตรีสดเข้าร่วมกิจกรรม 20 วงบ้าง 30 วงบ้าง 40 วงบ้าง”

โดยกลุ่มผู้ชมการแสดงรถแข่งดนตรีสดมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการแสดงรถแข่งดนตรีสดมาก ทั้งอยากให้มีการจัดงานมหรสพรถแข่งดนตรีสดลักษณะนี้ขึ้นบ่อยๆ เพื่อเป็นพื้นที่กลุ่มสังคมวัยรุ่นได้มีพื้นที่ผ่อนคลายอารมณ์บ้าง (เพียงนภา จงรัมย์, 2562 : สัมภาษณ์) การสังเกตตามเส้นทางถนนเข้าสู่ตัวเมืองบุรีรัมย์ตลอดระยะทาง 30 กิโลเมตร เมื่อวันไหนมีการจัดกิจกรรมมหรสพรถแข่งดนตรีสดขึ้น จะเห็นกลุ่มวัยรุ่นตัวเล็กๆ อายุประมาณ 12-15 ปี รวมกลุ่มกันขี่รถจักรยานยนต์และซ้อนท้ายคันละ 2-3 คน เพื่อเดินทางเข้ามาสู่พื้นที่การจัดกิจกรรมมหรสพรถแข่งดนตรีสด

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งบุรีรัมย์ เป็นการสร้างพื้นที่จัดกิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่งดนตรีสด มีพื้นที่เวทีประชาสัมพันธ์กิจกรรมวงดนตรีและรถแข่งดนตรีสด มีพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมวัยรุ่นอายุ 12-17 ปี ให้มีพื้นที่ผ่อนคลายอารมณ์ได้ปลดปล่อยความต้องการทางร่างกาย เป็นพื้นที่ควบคุมและรักษาความปลอดภัยกลุ่มสังคมวัยรุ่นเมืองบุรีรัมย์

5. กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว

การวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จัดกิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ เป็นการปรับตัวทางสังคมวัฒนธรรมตามบริบทสังคมทุนนิยมโลกใหม่เพื่อสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว เป็นการเปิดพื้นที่จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์วิถีชีวิตครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ มีพื้นที่ออกมาทำกิจกรรมร่วมกัน (ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560) เมื่อนายเนวินสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ขึ้นมาแล้ว จึงสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเมืองบุรีรัมย์เพื่อกลุ่มสังคมเด็กเยาวชน เรียกว่า “กิจกรรมหนูน้อยนำโชคสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด : Lucky Boys & Lucky Girls” คือการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมชมการแข่งขันฟุตบอลและการเชียร์ฟุตบอลมาเป็นครอบครัวสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เป็นแนวคิดของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (FIFA) ต้องการให้เด็กเยาวชนมีส่วนร่วมกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลมากกว่า 10 ปี เพื่อแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์วงการสโมสรฟุตบอลมีแต่ “คนเมา การเชียร์ฟุตบอลด้วยความรุนแรงความโหดร้าย การเชียร์ฟุตบอลแบบฮูลิแกน (Hooligans) กลุ่มกองเชียร์ฟุตบอลอันธพาลคอยทำร้ายกองเชียร์ฝ่ายตรงข้าม” นายเนวินสร้างภาพลักษณ์การแข่งขันฟุตบอลสโมสรให้ผู้ปกครองนำเด็กชาย-หญิงเข้ามาสมัครเป็น “หนูน้อยนำโชค” เข้าร่วมกิจกรรมจูม่อนักฟุตบอลทั้งสองทีมสโมสรลงสู่สนามการแข่งขันสนามช้างอารีนา ซึ่งกิจกรรมนี้ผู้ปกครองมีความภาคภูมิใจมาก ทำให้ลูกหลานตนเองมีเวทีทางสังคมพัฒนาพฤติกรรมสู่สาธารณะ เป็นเด็กกล้าแสดงออกในทางที่ดีงาม ทางสนามช้างอารีนาจึงประกาศรับสมัครหนูน้อยนำโชคทุกปี เมื่อลูกหลานผ่านการคัดเลือกมาเป็นหนูน้อยนำโชคประจำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์แล้ว ลูกหลานจะได้รับสิทธิประโยชน์ทั้งรับเสื้อทีมสโมสรฟุตบอล เป็นฟรีเซ็นเตอร์ประจำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ตลอดระยะเวลา 1 ปี ในนัดการแข่งขันอยู่ในบ้านเป็นทีมเข้า

และหนูน้อยนำโชคอาจจะมีรายได้ทางอื่นจากการเข้าร่วมกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ก็ได้

การสร้างพื้นที่กิจกรรมสังคมครอบครัวบุรีรัมย์จากการสร้างตลาดบุรีรัมย์ คลาสเซล นำมาสู่การเปิดร้านค้าเช่าสะเก็ดบอสและจักรยานเด็ก ต่อมาสร้างสนามเด็กเล่นที่มาตรฐานอยู่ทางด้านหน้าสนามช้างอารีน่า ถือเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ เพื่อให้สังคมยอมรับกิจกรรมพื้นที่ทางการเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ตามแนวคิดของศิริพร ณ ถลาง, 2558 คือการสร้างสรรค์กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเป็นประเพณีประติษฐานใหม่ที่มีรูปแบบเนื้อหาสาระ วัตถุประสงค์การปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้ากิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจผู้ปกครองให้ลูกหลานมีพื้นที่เล่น โดยทางผู้ปกครองเสนอแนวคิดที่ว่า “อยากให้นายเนวินจัดสร้างลานน้ำพุพร้อมติดตั้งระบบไฟฟ้าที่มีแสงสีสวยงามและเพิ่มอุปกรณ์ในสนามเด็กเล่นอีก เช่น สไลด์เดอร์ ม้าหมุนต่างๆ เป็นสิ่งที่เด็กชื่นชอบ.....” (นิชาภัทร กาญจนการุณ. 2562 : สัมภาษณ์) แนวคิดการสร้างพื้นที่สนามเด็กเล่นเมืองบุรีรัมย์ โดยนายเนวินคิดสร้างสรรค์ประเพณีกิจกรรมการแข่งขันจักรยานเด็กทรงตัวประจำปีประเทศไทย “Flipper Bike Thailand Grandprix” เมืองบุรีรัมย์ชิงรางวัล “ถ้วยรางวัลคุณลุงเนวิน ชิดชอบ” เป็นการจัดกิจกรรมการแข่งขันจักรยานเด็กทรงตัวครั้งแรกในสนามช้าง อินเตอร์ เนชั่นแนล เซอร์กิต เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2562 เพราะนายเนวินเองต้องการสร้างสรรค์กิจกรรมประเพณีความรักความผูกพันของครอบครัว การใช้ลูกหลานเป็นเครื่องมือสร้างความรักความผูกพันของสมาชิกครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ ในความเป็นพระเอกและนางเอก กลายมาเป็นประเพณีสร้างความรักความผูกพันกลุ่มสังคมครอบครัวด้วยการจัดกิจกรรมการแข่งขันจักรยานเด็กประจำปีเมืองบุรีรัมย์ (วดีนันท์ กรุสิตา. 2562 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป การปลงวัฒนธรรมสร้างพื้นที่ทางสังคมในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเมืองบุรีรัมย์นี้ ทั้งการสร้างลานกีฬาและสนามเด็กเล่น และการจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก หรือลูกหลาน เพื่อสร้างโอกาสและเวลาแห่งความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ให้เป็นต้นแบบสังคมเมืองอื่นๆ ต่อไป

พูน ปณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 34 กิจกรรมกลุ่มครอบครัวการแข่งขันจักรยานเด็กประจำปีเมืองบุรีรัมย์
 ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

6. กิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ

การวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าและ
 อาณาบริเวณนี้ การศึกษาการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จัดกิจกรรมกลุ่มสังคม
 อื่นๆ ตามแนวคิดของริชาร์ดส์ (Richards. 2010) และแนวคิดของโคเฮน (Cohen E, 1988 อ้างถึง
 ใน ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560) การนำทรัพยากรในพื้นที่อาณาบริเวณเมืองบุรีรัมย์ที่มีอยู่มาดัดแปลง
 วัฒนธรรมให้เป็นสินค้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมเป็นส่วนหนึ่งของ
 การสร้างสรรค์พื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์

6.1 กิจกรรมกลุ่มสังคมนักวิ่ง (บุรีรัมย์มาราธอน)

การวิเคราะห์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่า
 กลายมาเป็น “ลมหายใจของคนบุรีรัมย์ : Breath of Buriram” เป็นพื้นที่ลมหายใจผูกพันกับแฟน
 ฟุตบอลเมืองบุรีรัมย์ พื้นที่ศูนย์กลางท่องเที่ยวภาคอีสานตอนใต้ที่มีนักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามา
 สัมผัสพื้นที่สักครั้งหนึ่งในชีวิต โดยชาวเมืองบุรีรัมย์และผู้คนต่างใช้พื้นที่สนามช้างอารีน่าเป็นส่วนหนึ่ง
 กิจกรรมการวิ่งการกุศล ดังเช่น การวิ่งโรงเรียน โรงพยาบาล วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย
 ต่อมานายเนวินสร้างสรรค์จัดกิจกรรมการวิ่งระดับนานาชาติขึ้นมาในปี พ.ศ.2560 ส่งผลให้นักวิ่งชาว
 ไทยและนักวิ่งชาวต่างชาติต่างเดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมกลุ่มสังคมนักวิ่งเมืองบุรีรัมย์ “บุรีรัมย์
 มาราธอน” เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมากเกิดกระแสว่า “ปิดเมือง
 บุรีรัมย์เพื่อต้อนรับนักวิ่ง” การปิดถนนบางเส้นทางในช่วงเวลาจัดกิจกรรมบุรีรัมย์มาราธอน เพื่อให้
 นักวิ่งได้วิ่งไปตามถนนที่ถูกกำหนดไว้และชมเมืองบุรีรัมย์ โดยชาวเมืองบุรีรัมย์ออกมาร่วมกันเชียร์
 และมาต้อนรับนักวิ่งตามถนนเส้นทางจัดกิจกรรมบุรีรัมย์มาราธอน การจัดกิจกรรมบุรีรัมย์มาราธอน

ทำให้เศรษฐกิจและรายได้เมืองบุรีรัมย์กระจายตัวเป็นพื้นที่พปะเพื่อนพ้องและญาติพี่น้องทั้งก่อนร่วมกิจกรรมการวิ่ง หรือภายหลังจากการวิ่งแล้ว (บรรจง พรหมจิต. 2562 : สัมภาษณ์, ทศพล ยอดเพชร. 2562 : สัมภาษณ์) ซึ่งบุรีรัมย์มีราชนอนได้รับรองมาตรฐานจากสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ (World Athletics) ให้เป็นสนามมาราธอนเหรียญเงิน และรับรองมาตรฐานจากสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชียภายใต้สมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ บุรีรัมย์มีราชนอนมีการจัดแข่งมาแล้ว 4 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 จัดวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2560 ครั้งที่ 2 จัดวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2561 ครั้งที่ 3 จัดวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562 ครั้งที่ 4 จัดวันที่ 26 มีนาคม 2564 (เลื่อนการแข่งขันจากเดือนมกราคมเป็นเดือนมีนาคมมาจากโรคโควิด 19) จึงเปลี่ยนจัดกิจกรรมการแข่งขันมาเป็นเวลากลางคืน เรียกว่า “วิ่งไนต์รัน” จึงต้องมาจัดการวิ่งในเวลากลางคืนอากาศดีกว่า ถือเป็นมิติการจัดการกิจกรรมใหม่ของวงการมาราธอน (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 2564) และครั้งที่ 5 วันที่ 22 มกราคม 2565 จัดการวิ่งเวลากลางคืนเหมือนเดิม



ภาพประกอบ 35 กิจกรรมกลุ่มสังคมนักวิ่งเมืองบุรีรัมย์ “บุรีรัมย์มาราธอน”
ที่มา : ธงชัย สีโสภณ

6.2 กิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์

การวิเคราะห์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชมและร่วมกิจกรรมของดีเมืองบุรีรัมย์ หรือกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ถูกนำมาจัดกิจกรรมแสดงประชาสัมพันธ์คุณค่าอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ตามแนวคิดของโคเฮน (Cohen E, 1988 อ้างถึงใน ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560) การจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ นำเอกลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ในการยืมกิน "ลูกชิ้นยืมกิน" เป็นวิถีชีวิตการยืมกินลูกชิ้นหลังสถานีรถไฟบุรีรัมย์มีมานานกว่า

50 ปีแล้ว นำมาสร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์และเชิญร้านค้าจากอำเภอต่างๆ จังหวัดบุรีรัมย์ เข้ามาร่วมจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกิน คือกิจกรรมลูกขึ้นยืนกินเมืองบุรีรัมย์ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ผู้ประกอบการอาชีพโดยตรง “เทศกาลลูกขึ้นยืนกิน ชิงแชมป์โลก” ทำให้นักท่องเที่ยวและประชาชนในเมืองบุรีรัมย์ได้รู้จักกิจกรรมงานเทศกาลลูกขึ้นยืนกินเมืองบุรีรัมย์ เริ่มจัดมาตั้งแต่เดือนมิถุนายนปี พ.ศ.2560 ทิศใต้ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล ทำให้นักท่องเที่ยวและประชาชนร่วมกิจกรรมลูกขึ้นยืนกินชิงแชมป์โลกทั้ง “ประเภทชาย-หญิง และประเภททีม” ออกบูธร้านค้าลูกขึ้นยืนกินที่อร่อยสุดจากอำเภอมาประกวดชิงรางวัลยอดเยี่ยมประจำปี จัดประกวดน้ำจิ้มลูกขึ้นรสเด็ด การแข่งขันเจ้าแห่งความเร็วการเสียบลูกขึ้นยืนกิน และการประกวดลูกขึ้นพิวชั่นเซฟร้านอาหารและโรงแรม เป็นความร่วมมือการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์จากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ลูกขึ้นยืนกินนี้ เป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวบุรีรัมย์กับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมในเวลาฝนตกยืนทานอาหารกันตามทุ่งนาตากฝน (ปิยะธิดา ศรีระมย์. 2562 : สัมภาษณ์)

การจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ “งานเทศกาลชาหมูบุรีรัมย์” เริ่มจัดมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจว่า “กินชาหมู ดูปุตบอล นอนบุรีรัมย์” ตามแนวคิดพิทักษ์ น้อยวังคลัง, 2548 กิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินประเภทชาหมูเมืองบุรีรัมย์ เป็นองค์ความรู้ส่วนบุคคลคือร้านผลิตจำหน่ายชาหมูเมืองบุรีรัมย์ เป็นสิทธิครอบครองที่ถูกผลิตขึ้นมาประกอบอาชีพและมีการสืบทอดไปยังลูกหลาน ในการจัดกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินชาหมูเมืองบุรีรัมย์ โดยมีร้านค้าทั่วเมืองบุรีรัมย์ออกมาจำหน่ายชาหมุมากกว่า 40 ร้านค้า จัดกิจกรรมการประกวดชาหมวยอดเยี่ยม การประกวดชาหมูพิวชั่นยอดเยี่ยม และการประกวดธิดาแห่งความอร่อยประจำปี ทั้งชมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลในรายการไทยพีเมียร์ลีก (โตโยต้าลีก) จัดลานเปียร์สดให้บริการพบกับศิลปินนักร้อง จัดกิจกรรมมอบรางวัล B.O.B Award (The Best of Buriram) แก่ร้านค้าชาหมูเมืองบุรีรัมย์ที่เข้าร่วมการประกวด รับมอบรางวัลตำนานชาหมูเมืองบุรีรัมย์ให้แก่ร้านค้าที่สร้างชื่อเสียงเมืองบุรีรัมย์ ได้แก่ ลักษณะชาหมู จิ้งนำชาหมู และเพิ่มพูนชาหมู จัดกิจกรรมร่วมมือสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและมอบรางวัลให้ประกอบการร้านค้าชาหมูเมืองบุรีรัมย์ (วิจิตร ภาควิฒ. 2562 : สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ เพื่อการพัฒนาพื้นที่ลงทุนทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดการขยายพื้นที่มากกว่า

สนามช้างอารีน่า เป็นการสร้างกิจกรรมเพื่อสนับสนุนกิจกรรมกลุ่มสังคมธุรกิจและการท่องเที่ยวใน
ท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์ เป็นการพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์สู่สาธารณะ



ภาพประกอบ 36 กิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ “ลูกชิ้นยืนกิน และร้านคำขาหมู
เมืองบุรีรัมย์”

ที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/news/960789> / <http://buriramzone.com/archives/713>



บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่า จังหวัดบุรีรัมย์” มีความมุ่งหมายของการศึกษาตามแนวคิดการสร้างพื้นที่ทางภูมิศาสตร์และแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) ความเป็นพลวัตทางการพัฒนาเปลี่ยนแปลงพื้นที่ ได้แก่ 1.) พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณศึกษาใน 3 ประเด็น คือ พื้นที่ก่อนสร้างสนามฯ แนวคิดการพัฒนาสนามฯ และ พื้นที่หลังการสร้างสนามฯ 2) การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ คือการพัฒนาพื้นที่ “ในความเป็นการเมืองหรือมหานคร” ตามแนวคิดเมืองกีฬาในประเทศอังกฤษ หรือยุโรปและแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ ศึกษาใน 3 ประเด็น คือ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ และการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม และ 3) การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามแนวคิดของโคเฮน (Cohen E, 1988) แนวคิดคณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2559) ศึกษาใน 3 ประเด็น คือ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม นำมาสู่การวิพากษ์และวิจารณ์ตามความมุ่งหมายของการศึกษา และเสนอข้อมูลสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

1. พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

พัฒนาการพื้นที่ก่อนสร้างสนามข้างอารีน่าในภูมิลักษณะ หรือภูมินาม การดำรงชีวิตทางสังคม เรียกว่า บ้านไทยเจริญ หมู่ 7 ตำบลอีสาน อำเภอบึงบุรีรัมย์ พื้นที่อยู่อาศัยของคนไทยเชื้อสายเขมร เมื่อรัฐสำรวจพื้นที่ภูเขาไฟกระโดงพบหินภูเขาไฟมีความแข็งแรงสามารถใช้สร้างทางรถไฟ จึงเกิดอาชีพของประชาชนว่า “โรงโม่หิน หรือถลุงหิน” มีผู้คนอพยพเข้ามาจากจังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมาประกอบอาชีพถลุงหินใช้ชะแรงจัดก้อนหินขึ้นมาค้อนปอนทุบก่อนนำมาตวงขาย และเปลี่ยนมาใช้เครื่องจักรกลแทนแรงงานคน เดิมตัวสนามข้างอารีน่าเป็นพื้นที่มีเอกสารสิทธิ์ถือครองประเภท “สค 1” กำนันชัย ชิดชอบ ซื้อมาจากคุณดาจันทร์ ทวีกรณ์ ในราคา 5,000 บาท ใช้เป็นพื้นที่พักหินถลุงแล้ว ชาวบ้านเรียกพื้นที่สนามข้างอารีน่าว่า “บ้านคอกสัตว์” เป็นพื้นที่ดินขนาดรอยต่อกับพื้นที่วิทยาลัยเกษตรบุรีรัมย์สร้างคอกเลี้ยงสัตว์ขนาดกบหลุมหินและสร้างทางรถไฟ

ชนหินมาถึงทิศตะวันตกวัดไทยเจริญ ซึ่งการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ เมื่อเจ้าพระยาจักรี (รัชกาลที่ 1) เสด็จกลับมาจากราชการเมืองจำปาศักดิ์พบเมืองร้างมีชัยภูมิเหมาะสม จึงบัญชาให้ชาวเขมรป่าดงเข้ามาอยู่ทรงตั้งชื่อว่าเมืองแปะ ในสมัยรัชการที่ 5 ทรงเปลี่ยนชื่อมาเป็นเมืองบุรีรัมย์ โดยผู้ว่าราชการเมืองร่วมกับพ่อค้าและประชาชนช่วยกันสร้างจวนผู้ว่าราชการเมือง สถานศึกษา และโรงพยาบาลขึ้นมา ภายหลังปี พ.ศ.2500-2530 เมืองบุรีรัมย์เริ่มขยายตัวพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สร้างตึกอาคารพาณิชย์ และนักรการเมืองท้องถิ่นที่กำนันมีบทบาทการพัฒนาพื้นที่มาก การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2531-ปัจจุบัน นักรการเมืองระดับชาติจังหวัดบุรีรัมย์เข้ามามีบทบาทพัฒนาพื้นที่ และภายหลังปี พ.ศ.2538 นายเนวินและตระกูลชิดชอบกลายเป็นผู้นำทางการเมืองและการพัฒนาเชิงพื้นที่เมืองบุรีรัมย์

แนวคิดการพัฒนาสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณปี พ.ศ.2552 ประวัติสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด นายเนวิน ชิดชอบ เห็นโอกาสทางธุรกิจฟุตบอลลีกที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยจัดตั้งบริษัทฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก และสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (A.F.C.) ประกาศระเบียบสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพ จึงเจรจาซื้อหุ้นทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้สำเร็จแล้วย้ายทีมมาอยู่จังหวัดบุรีรัมย์สร้างสนามซ้อมและที่พักนักกีฬา “สนามกีฬาเขากระโดง สเตเดียม” ถึงฤดูกาลแข่งฟุตบอลปี พ.ศ.2553-2554 จึงเปลี่ยนชื่อมาเป็นทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ พีอีเอ (PEA) ทั้งเปลี่ยนผู้บริหารทีมใหม่ยังคงผู้ฝึกสอนไว้และสร้างทีมฟุตบอลอีกหนึ่งทีม สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เอฟซี (FC) ส่วนประวัติสนามฟุตบอลช้างอารีนาปี พ.ศ.2554 จัดตั้งบริษัทบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ทำบัญชีการตลาด ทำสัญญาซื้อ-ขายนักฟุตบอลและดูแลก่อสร้างสนาม “ไอ-โมบาย สเตเดียม : I-Mobile Stadium” เปิดทดลองแข่งครั้งแรกวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ.2554 แต่ใช้การแข่งขันอย่างเป็นทางการ พ.ศ.2555 ถูกบันทึกลงในกินเนสบุ๊กว่าเป็นสนามฟุตบอลใช้เวลาก่อสร้างน้อยสุดเพียง 256 วัน ในปี พ.ศ.2560 เปลี่ยนชื่อเป็นสนามช้างอารีนา เพราะบริษัทสามารถคอร์ปอเรชันยุติบทบาทการสนับสนุน จึงต้องเปลี่ยนตามบริษัทเบียร์ช้าง หรือบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ผู้สนับสนุนสโมสรฟุตบอลรายใหม่

พื้นที่หลังการสร้างสนามช้างอารีนา การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมกลายเป็นแลนด์มาร์กเพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา นันทนาการ อาหารการกินและของที่ระลึก แสดงถึงความเป็นท้องถิ่นนิยม “เซราะกราว” ความเป็นสากลพื้นที่ท่องเที่ยวสังคมโลก ทำให้เกิดเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) รายได้สนามช้างอารีนา จัดตั้งบริษัทขึ้นมาดูแลพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้สนามช้างอารีนา “ตระกูลชิดชอบ” 2) รายได้ประชาชน หรือภาคเอกชน เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้พ่อค้าแม่ค้าเกิดอาชีพที่มั่นคงมีรายได้เลี้ยงครอบครัวจากตลาดไนท์เซราะกราว และตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองบุรีรัมย์มาจากการสร้างสนามช้างอารีนาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเกิดกระจายรายได้สู่พื้นที่

เมืองบุรีรัมย์ จึงเป็นหน้าที่ของรัฐต้องสนับสนุนการพัฒนาระบบไฟฟ้า ประปา ถนนหนทาง สถานีขนส่งมวลชน สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ รองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและพื้นที่ท่องเที่ยว เมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ให้เป็นพื้นที่สาธารณะทางการเมือง และเกิดความร่วมมือทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ภายหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้ว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในพื้นที่ก่อให้เกิดพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

2. การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ คือการวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ก่อสร้างสนามช้างอารีน่าและบริเวณเป็นอำนาจทางการเมืองเรื่องพื้นที่รูปแบบใหม่ของนายเนวินว่า “ผมต้องการจะทำฟุตบอลสเตเดียม... ที่ดีที่สุดในประเทศไทย...” นำแนวคิดกระแสวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์มาประยุกต์สร้างสนามแอสแตมฟอร์ด บริดจ์ ของสโมสรฟุตบอลเชลซี กับ สนามคิง พาวเวอร์ สเตเดียม ของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ ความเชื่อทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้นมาในพื้นที่ใหม่ ด้วยการวางรูปแบบการจัตุรัสที่ดินมาใช้ประโยชน์พื้นที่ท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้เกิดพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นสถาปัตยกรรมสร้างสนามฟุตบอลรูปทรง “ปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทพนมรุ้งจำลอง ปราสาทขอมโบราณด้วยสีน้ำเงินคราม” สถาปัตยกรรมพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเซิล เป็นสถาปัตยกรรมพื้นที่เล่าเรื่องราววิถีชีวิตทางสังคมในอดีตบริเวณปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ สถาปัตยกรรมพื้นที่สวนคิวะ 12 กามสุดที่แฝงด้วยความหมายซ่อนเร้นทางสังคมวัฒนธรรมความเชื่อศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ถูกกดทับด้วยพระพุทธรูปศาสนา เป็นสถาปัตยกรรมคิวะลึงค์มีพระพุทธรูปอยู่บนปลายยอด เป็นภาพท่าการร่วมเพศ 12 ในเรื่องความเชื่อกามสูตร และพระพิฆเนศปางเบญจमुख ทั้งสถาปัตยกรรมสนามแข่งรถทางเรียบชิงแชมป์โลก ใช้การแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์กลายมาเป็นภูมิศาสตร์พื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ นำปราสาทพนมรุ้งมาสร้างเป็นตราสัญลักษณ์ประจำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อัตลักษณ์และพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมด้วยการรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์บนพื้นที่ทางจินตนาการเมืองบุรีรัมย์ ด้วยการรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคม นำเอาช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์มาดัดแปะสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาท่องเที่ยวชมพื้นที่สนามช้างอารีน่าและสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นพื้นที่แข่งกีฬา ออกกำลังกาย และบริโภคดื่มกินสันทนาการต่างๆ ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณถูกสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะให้เป็นศูนย์ราชการประชุมสัญจร ศูนย์อำนวยความสะดวกกีฬาแห่งชาติ กีฬาจังหวัด กีฬา

องค์กรต่างๆ ศูนย์อำนวยการพิเศษแก้ไขปัญหาระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้เกิดการเมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคมต่างๆ เข้ามาใช้บริการเพื่อทำกิจกรรม ดังเช่น กลุ่มแฟนฟุตบอลและกลุ่มกองเชียร์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กลุ่มรถแข่งจักรยานยนต์และรถยนต์ กลุ่มเด็กแว้นเมืองบุรีรัมย์ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า เป็นต้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ในเมืองสาธารณะบุรีรัมย์มีอำนาจทางการเมืองแฝงอยู่จึงสามารถจัดระเบียบเป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่เมืองสาธารณะเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่อยู่เหนืออำนาจรัฐทางสถาปัตยกรรมและกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม

3. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ เริ่มต้นการสร้างสนามช้างอารีน่าเป็นการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ตลาดสินค้าและบริการในพื้นที่สนามฟุตบอล สนามแข่งรถ สนามฟุตบอล สนามวอลเลย์บอล สวนศิวะ 12 พนมรุ้งจำลอง เป็นต้น กลายมาเป็นพื้นที่ลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ เมื่อบุคคลผ่านมาท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปซื้อสินค้าที่ระลึก หรือเพื่อนฝากซื้อที่ระลึกก็ห่อสินค้าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ทั้งเสื้อสโมสรฟุตบอล เสื้อสโมสรเกมบุรีรัมย์และสินค้าอื่นๆ ทั้งการสร้างพื้นที่ประเภทต่างๆ แปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ศูนย์กลางลานกีฬาคนเมืองบุรีรัมย์ ปอดคนเมืองบุรีรัมย์ เป็นการสร้างพื้นที่ทางการเมืองแบบพิเศษนำมาสู่การประดิษฐ์คำใหม่เรียกว่า สนามฟุตบอลช้างอารีน่าเป็นลมหายใจชาวบุรีรัมย์ (Breath of Buriram at Chang Arena)

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว การสร้างพื้นที่เมืองสวยงามแบบอนุสาวรีย์เมืองบุรีรัมย์ สถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวสนามช้างอารีน่านำเอาปราสาทขอม ปราสาทพนมรุ้งมาสร้างเป็นปราสาทสายฟ้า และพื้นที่สถาปัตยกรรมสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ตามแบบมาตรฐานสนามแข่งรถระดับโลก 1 ใน 19 สนาม ได้รับรองมาตรฐานจากคณะกรรมการสหพันธ์รถยนต์นานาชาติ และคณะกรรมการรถจักรยานยนต์นานาชาติ มีการสร้างพื้นที่สถาปัตยกรรมความเชื่อและศาสนา คือลานสวนตาลมีป้ายติดอยู่กับทลวงแผ่นดินว่า “THUNDER CASTLE : อันเตอร์ คาสเซิล” เป็นสัญลักษณ์พื้นที่ท่องเที่ยวอันแย่งทางสังคมด้วยการปลุกต้นตาลสองแถวขนาดกบประตูด้านหน้าสนามช้างอารีนา ประดิษฐ์ตั้งรูปหล่อในหลวงรัชกาลที่ 9 ในขณะทรงผนวชมีตราพระราชลัญจกรอยู่ใต้ฐานรูปหล่อว่า “ภปร” อนุสรณ์พระปรมินทรมหามกุฏมหาราชสมเด็จสมเด็จมหาวชิราวุธบรมชนกสยามบรมราชูปถัมภ์ ตรงกับปลายยอดปราสาทสายฟ้าสโมสรฟุตบอล กลายมาเป็นพื้นที่สถาปัตยกรรมท่องเที่ยวประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ความเชื่อและศาสนาด้วยการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์สร้าง “ปราสาทพนมรุ้งจำลอง” ความเชื่อทางพระพุทธศาสนาพุทธมหายานและศาสนาพราหมณ์-ฮินดู เป็นการสร้างประวัติศาสตร์อารยธรรมขอมผสมกับแนวความเชื่อทางสังคมโลกยุคใหม่ในการสร้างสถาปัตยกรรมกามสูต “ลานมหาศิวลึงค์” มีพระพุทธรูปประดิษฐานบนปลายศิวลึงค์ศิลาหินทรายเปรียบตั้งจุดศูนย์กลางแห่งจักรวาลเพื่อให้

ประชาชนและนักท่องเที่ยวเข้ามาชื่นชมความงามสถาปัตยกรรมและพักผ่อนหย่อนใจ ความคิดที่ย้อนแย้งสังคมในจารีกคิตความเชื่อสถาปัตยกรรมงามสุด 12 ท่า ลงเป็นภาษาไทยแสดงถึงภูมิปัญญา นำความรู้เรื่องเทศศึกษามาสร้างองค์ความรู้พื้นที่ใหม่เพื่อการออกกำลังกาย

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมบนพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้ผู้คนได้เข้ามาร่วมพัฒนากิจกรรมกลุ่มสังคมวัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์พื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่บนพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ คือ กิจกรรมกลุ่มสังคมฟุตบอล กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแห่บุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว และกิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ มีกิจกรรมกลุ่มสังคมนักกอล์ฟ (บุรีรัมย์มาราธอน) และกิจกรรมกลุ่มสังคมอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการสร้างพื้นที่การเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ “พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์” การศึกษาพัฒนาการของสนามช้างอารีนา การเมืองเรื่องพื้นที่ และการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ โดยการอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดพื้นที่ทางภูมิศาสตร์และแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่อังรี เลอเฟว์ แนวคิดเมืองกีฬาในประเทศอังกฤษ หรือยุโรป และแนวคิดของโคเฮน แนวคิดคณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นำมาสู่การวิพากษ์และวิจารณ์ตามความมุ่งหมายของการศึกษา พลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมกับการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์

1. พัฒนาการของสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ

ผลการศึกษาพัฒนาการของสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ ทำให้พบพื้นที่ทางภูมิศาสตร์กายภาพที่เป็นภูมิลักษณะ หรือภูมินาม (Geographic name) ตามแนวคิดภูมิศาสตร์พื้นที่สนามช้างอารีนาเมืองบุรีรัมย์ เป็นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายเขมรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำนาและเลี้ยงสัตว์ตามลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป็นโคกโนน และโคกทำเลเลี้ยงสัตว์ซึ่งประชาชนไม่สามารถประกอบอาชีพอื่นได้ดีกว่านี้สอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่ทางภูมิศาสตร์กายภาพกับการดำรงชีวิตของ วณมพร พาหะนิษฐ์, 2560 เดิมชื่อว่าบ้านไทยเจริญ หมู่ที่ 7 ตำบลอีสาน อำเภอบึงบุรีรัมย์ ในปัจจุบันพื้นที่ถูกแยกออกเป็น 2 ชุมชน คือบ้านโคกขุนสมาน หมู่ที่ 13 และบ้านศิลาชัย หมู่ที่ 15 ตามการพัฒนาพื้นที่บ้านเมืองและการดำรงชีวิตทางสังคมของผู้คน และการขยายตัวทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่มาจากการอพยพประชาชนจากจังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมาเพื่อประกอบอาชีพเดิมสอดคล้องแนวคิดของโคจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, 2556 ที่ว่า

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งหยุดนิ่งมีอำนาจต่อสังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตทางการเมืองจากพื้นที่บ้านเรือน ทุ่งนา ป่าเขา มาเป็นพื้นที่ลานคนเมืองถูกสร้างชื่อชุมชนตามลักษณะภูมิศาสตร์ หรือภูมินามพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมมาจากการให้คุณค่าและความหมายพื้นที่ใหม่

ภายหลังการสร้างทางรถไฟสู่เมืองบุรีรัมย์และเปิดให้บริการขนส่งทางรถไฟแล้ว รัฐทำการสำรวจพื้นที่ดินก่อสร้างทางรถไฟและพบหินภูเขาไฟกระโดงดับมาแล้วประมาณล้านปี มีความแข็งแรงเป็นหินสีเขียว จึงเปิดการสัมปทานเมืองหินให้กับนายทุนมาจากกรุงเทพมหานคร จึงเกิดอาชีพใหม่ของประชาชนพื้นที่อาณาบริเวณนี้เรียกว่า “อาชีพโรงม่หิน หรือถลุงหิน” ด้วยวิธีการใช้ชะแรงจัดหินขึ้นมาใช้ค้อนปอนทุบดวงใช้บุงก็ขาย เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตอาชีพเกษตรกรรมทำนา มาเป็นอุตสาหกรรมถลุงหิน หรือเมืองหิน แต่ในปัจจุบันมีการใช้เครื่องจักรมาแทนแรงงานคน และมีบริษัทประกอบอุตสาหกรรมถลุงหินอยู่ 3 บริษัท คือ บริษัทศิลาทอง บริษัทศิลาเพชร บริษัทศิลาชัย อยู่ทางทิศตะวันออกสนามช้างอารีนา ในขณะเดียวกันทางจังหวัดบุรีรัมย์พัฒนาพื้นที่ถนนรอบนอกตัวศาลากลางจังหวัดใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ ผลการสร้างถนนฯ ทำให้เกิดเส้นทางน้ำป่าไหลลงมาสู่บ่อหินเดิมเกิดบ่อน้ำธรรมชาติสำรองการใช้บริโภคในตัวเมืองบุรีรัมย์ได้อย่างลงตัว สอดคล้องกับทฤษฎีนิเวศวัฒนธรรมการพัฒนาเกิดความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับสิ่งมีชีวิตในระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการดำรงอยู่ของสิ่งมีชีวิตในตัวเมืองบุรีรัมย์ (สุรพล พะยอมรัมย์, 2556)

การขยายตัวเมืองที่เจ้าพระยาจักรี (รัชกาลที่ 1) ทรงตั้งชื่อเมืองแปะ ต่อสมัยรัชกาลที่ 5 ทรงเปลี่ยนมาเป็นเมืองบุรีรัมย์ กลายมาเป็นพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมโดยผู้ว่าราชการเมือง พ่อค้าและประชาชนเมืองบุรีรัมย์ร่วมกันสร้างจวนผู้ว่าราชการเมือง โรงเรียน โรงพยาบาล ต่อมาย้ายศาลากลางจังหวัดและสำนักงานเทศบาลเมืองบุรีรัมย์มาอยู่ที่โรงเรียนช่างไหม (ทหารญี่ปุ่น) ทำให้เกิดการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ทั้งด้านการค้า การศึกษา และการรักษาพยาบาล ตามแนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) ซึ่งการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2500-2530 คือการสร้างพื้นที่ทางสังคมใหม่โดยนายยุค เจียรพันธ์ การลงทุนสร้างอาคารพาณิชย์ทำสัญญาเช่าที่ดินการรถไฟสร้างตลาดโพธิ์ (พ.ศ.2503) และโรงเลื่อย 3 โรง ต่อมาทำสัญญาเช่าที่ดินการรถไฟฝั่งตะวันตกหลังสถานีรถไฟสร้างเป็นอาคารพาณิชย์ (พ.ศ.2510) และโรงแรมชัยเจริญไฮเต็ล มีการสร้างโรงแรม (ภาพยนตร์) 5 โรง หลังจากนั้นกระแสสังคมเปลี่ยนแปลงคนไม่นิยมดูหนังโรงจึงทำให้โรงหนังปิดตัวลง แต่บริเวณโรงหนังเก่าถูกเปลี่ยนพื้นที่มาเป็นสถานบันเทิง โรงหนังใหม่อยู่ในห้างทวีกิจ วิมาร์ท และห้างโรบินสันบุรีรัมย์ นี่เป็นการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทางกายภาพเมืองบุรีรัมย์กับภูมิทัศน์วิถีชีวิตทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ และนักการเมืองเริ่มมีบทบาทการพัฒนาพื้นที่และประชาชนรู้จัก ส.ส.เป็นตัวแทนการแปรญัตตินำ

งบประมาณมาพัฒนาพื้นที่ และกำนันมีหน้าที่วางโครงสร้างพื้นที่ฐานการพัฒนาตำบลพื้นที่รอยต่อ
 ภูเขากระโดงมี 3 คน คือ นายสวัสดิ์ คชเสนีย์ กำนันตำบลเสม็ด นายชัย ชิดชอบ กำนันตำบล
 อีสาน และนายเกิด ศรีรัตน์ กำนันตำบลบ้านบัว เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเมืองเรื่องพื้นที่การใช้
 ประโยชน์ในรูปแบบการสร้างพื้นที่โรงเรียน ถนน แหล่งน้ำ และสุขศาลา (รพ.สต.) ในปี พ.ศ.2498
 กำนันเป็นผู้ชี้แนะที่รับรองรางวัลและอนุญาตออกเอกสารสิทธิ สค.1 และปี พ.ศ.2515 คำสั่งคณะ
 ปฏิวัติให้กำนันออกเอกสารสิทธิ สค.1 แบบใบเสกการสำรวจเพิ่มเติมพื้นที่ทั่วไปหลายนาให้กับ
 ประชาชน และการขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2531-ปัจจุบันมาจากนโยบายเปลี่ยนสนามรบ
 เป็นสนามการค้า เมืองบุรีรัมย์เกิดการขับเคลื่อนพื้นที่ทางเศรษฐกิจมาจนถึงยุคนายเนวินเป็นกลุ่ม
 ผู้นำ ส.ส. เมื่อนายเนวินถูกตัดสิทธิทางการเมืองปี พ.ศ.2552 แนวคิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวและ
 กีฬาเกิดจากการซื้อสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมาบริหาร ทำให้เกิดความโกลาหลทางพื้นที่
 ทางเศรษฐกิจและสังคมการพัฒนาท่องเที่ยวแบบไม่ทันตั้งตัวสอดคล้องแนวคิดของบงกชรัตน์ เตชะ
 ไตรศักดิ์, 2554 สอดคล้องแนวคิดของธีรยุทธ บุญมี, 2548 ที่ว่าการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมใน
 ความต้องการควบคุมพื้นที่ภูมิศาสตร์มาจากแนวคิด “อคติของชนชั้นกลาง ชนชั้นนำมีอำนาจ
 การเมือง มีอำนาจชี้้นำความคิดทางสังคม” การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่
 เป็นการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวสู่ความทันสมัย (Modern) การสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและกิจกรรม
 ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อท่องเที่ยวและการกีฬาเมืองบุรีรัมย์

แนวคิดการพัฒนาสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 เชื่อว่าการลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ แนวคิด
 นายเนวิน ต้องการสร้างสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์และสนามช้างอารีนา เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่มี
 ขีดจำกัด ปัญญาประดิษฐ์ทางสังคม นำความรู้เดิมทางพื้นที่ทางประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์มา
 ดัดแปลงสร้างในพื้นที่ใหม่ และกล้าตัดสินใจลงทุนสร้างสรรค์พื้นที่ทางจินตนาการสอดคล้องแนวคิด
 อูทิส ทาหอม, 2561 คือการสร้างพื้นที่ทางกายภาพให้เป็นพื้นที่สาธารณะทางศิลปกรรมและ
 วรรณกรรมเพื่อคนมาใช้ประโยชน์จากสนาม “ไอ-โมบาย สเตเดียม” นำรูปแบบสถาปัตยกรรม
 ปราสาทพนมรุ้งมาสร้างสรรค์สนามฟุตบอลรูปทรง “ปราสาทสายฟ้า” สร้างเมื่อปี พ.ศ.2554 ใช้
 เวลาก่อสร้างเพียง 256 วัน กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมสโมสร
 ฟุตบอลบุรีรัมย์ ยุคในเดี๋ย สอดคล้องกับแนวคิดของศักดิ์ชัย เกียรติจินา คินทร์, 2553 กลายมาเป็น
 ประวัติศาสตร์การพื้นที่สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณบนพื้นฐานองค์ความรู้ (Knowledge) การ
 ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) เชื่อมโยงรากฐานทางสังคมวัฒนธรรมความรู้ทาง
 เทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ เพราะการสร้างสนามช้างอารีนา กลายมาเป็นที่จินตนาการทาง
 สังคมเมืองบุรีรัมย์สอดคล้องแนวคิดของชุนตร์ นาครทรานนท์, 2555 ที่ว่าการสร้างพื้นที่ทางการเมือง
 และอัตลักษณ์ทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เป็นทีมบ้านนอก “เซาะกราว” พื้นที่ในความสากลไม่

จำเป็นต้องมีเหตุผล ไม่ต่างจากสร้างพื้นที่ทางการเมืองให้เป็นเรื่องวิทยาศาสตร์ธรรมดาไม่ต้องพึ่งพากับกฎเกณฑ์สังคม อธิบายถึงพื้นที่การเมืองมีนอกพื้นที่ทางสังคมในความเป็นการเมืองสามารถเกิดขึ้นในทีใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เพียงในรัฐสภาในความเป็นตัวแทนสังคม ในแง่ของพื้นที่เป็นรูปธรรม คือการสร้างพื้นที่ทางความคิดสังคมเมืองบุรีรัมย์ที่เต็มไปด้วยการแสดงความคิดเห็น (opinion) ข้อเท็จจริงทางสังคมวัฒนธรรมถูกสร้างสรรค์พื้นที่ท่องเที่ยวและกีฬาเมืองบุรีรัมย์

พื้นที่หลังการสร้างสนามช้างอารีนา การพัฒนาพื้นที่สร้างเมืองตามทฤษฎีการเมืองเรื่องพื้นที่ (space) คือการพัฒนาพื้นที่ความจริงทางกายภาพประมาณ 1,200 ไร่ เป็นพื้นที่ทางคณิตศาสตร์มีขนาดความกว้าง ความลึก และความยาวถูกสร้างให้พื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม แลนด์มาร์กการท่องเที่ยวทำให้เกิด “เศรษฐกิจและรายได้เมืองบุรีรัมย์” จากการสร้างสรรค์พื้นที่กิจกรรมและนันทนาการ อาหารการกินและของที่ระลึกแสดงถึงพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นนิยม “เซราะกราว” นายเนวินมีแนวคิดการพัฒนาว่า “จะต้องทำให้แปลกใหม่และอลังการ” นำเอาสถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้งมาสร้างพื้นที่สนามช้างอารีนาเพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา ถูกสร้างให้เป็นพื้นที่มีชีวิตทางสังคมเมืองบุรีรัมย์สอดคล้องกับแนวคิดของไซรต์น์ เจริญสินโอฬาน (2549 : 172) ที่ว่าการพัฒนาพื้นที่ต้องทำให้เป็นพลวัตทางการเมืองพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิตประจำวันเมืองบุรีรัมย์ สร้างอัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมกับการเมืองเรื่องพื้นที่ในความหมายวิถีชีวิตประจำวันบนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมที่นายเนวิน ประธานสโมสรกับการใช้หลักการรัฐประศาสนศาสตร์พลเมืองมาสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมนำทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด นำไปสู่ความสำเร็จการสร้างความสำเร็จ อัตลักษณ์ประจำจังหวัดและความเป็นท้องถิ่นนิยม (นราธิป ตรีเจริญ และคณะ, 2559) ผลจากการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณทำให้เกิด “พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้เมืองบุรีรัมย์” โดยพื้นที่รายได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

1. รายได้สนามช้างอารีนา การจัดตั้งบริษัทขึ้นมาดูแลพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ของสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ เป็นพื้นที่ของตระกูลชิดชอบ เพื่อความถูกต้องตามระเบียบธุรกิจการค้ามาดูแลซ่อมแซมสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ
2. รายได้ประชาชน หรือภาคเอกชน เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ให้แก่พ่อค้าแม่ค้าเกิดอาชีพที่มั่นคงมีรายได้เลี้ยงครอบครัวมาจากพื้นที่ตลาดไนท์เซราะกราว และตลาดบุรีรัมย์คาสเซิล ทำให้เกิดพื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้ขยายออกไปสู่พื้นที่ชุมชนท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียงสอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐบาล ทศนัย และ วรเดช จันทรรุ, 2559 ที่ว่า “การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์” ทำให้เกิดการการพัฒนาพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ใน 3 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์ภรณ์ ฉัตรนนทภรณ์, 2559 ที่ว่า รายได้จากกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าที่ระลึกไปใช้สอยเอง เนื่องจากมีทัศนคติพึง

พอใจต่อสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ กลายมาเป็นกลุ่มบุคคลและสังคมในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์และพื้นที่ใกล้เคียงมาร่วมลงทุนทางเศรษฐกิจรายได้สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวและกีฬาเสมือนกับนักท่องเที่ยว และนักศึกษาศึกษาที่เดินทางเข้ามาจับจ่ายใช้สอยทำกิจกรรมและซื้อสินค้าที่ระลึก กลายมาเป็นเศรษฐกิจรายได้หลักเมืองบุรีรัมย์ส่งผลให้สังคมบุรีรัมย์หันมาประกอบอาชีพบริการท่องเที่ยวควบคู่กับทำเกษตรกรรม เป็นวิถีชีวิตการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่

การพัฒนาพื้นที่ให้เกิดความร่วมมือหลังการสร้างช้างอารีนาแล้ว โดยหน่วยงานภาครัฐพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองบุรีรัมย์สร้างระบบประปา ไฟฟ้า กำจัดของเสีย รวมถึงการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นที่ด้วยการสร้างถนน ที่จอดรถ สนามบิน สถานีขนส่ง เป็นหน้าที่ของรัฐจะต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการกีฬาเมืองบุรีรัมย์ ความร่วมมืองัดกิจกรรมการท่องเที่ยวถือองค์ประกอบสำคัญ คือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยว สร้างสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย และภาคประชาชนในพื้นที่จะต้องสร้างมิตรไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้สะดวกสบายและมีความสุข สอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วังสีไพจิตร, 2543 ที่ว่าการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้การเก็บภาษีให้รัฐบาลทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เงินหมุนเวียนเกิดการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น เพราะการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด ความคิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวก็เช่นกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ชมสถานที่เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น เพิ่มประสบการณ์ตนเองและนันทนาการให้กับชีวิตบนพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ดังนั้น ภาคประชาชนและภาคเอกชนเกิดการลงทุนสร้างโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ศูนย์การค้า ศูนย์กลางความบันเทิง ฟิสิทรีภัณฑ์ เป็นทรัพยากรพื้นฐานการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสู่พื้นที่เมืองบุรีรัมย์เพื่อการพักผ่อนและทำกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งปี สอดคล้องกับแนวคิดของเอ็มซี อินโดซ์, ก็อลด์เนอร์, และริเชี่ย (Mc Intosh Goeldner & Ritchie, 2007)

2. การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ

ผลการศึกษาการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ ทำให้พบการเมืองเรื่องพื้นที่ (the Political) ในความเป็นพื้นที่ทางการเมืองท่องเที่ยวและกีฬา มิใช่พื้นที่การปกครองอำนาจรัฐ แต่เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาตอบสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจ กลายมาเป็นการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ 3 รูปแบบ คือ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ และการเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม ตามแนวคิดพื้นที่ของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) สอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรยุทธ บุญมี, 2548 ที่ว่าการสร้างพื้นที่การเมืองรูปแบบ

ใหม่จากความต้องการพัฒนาพื้นที่ทางการเมืองมิใช่อำนาจรัฐ การสร้างเมืองแบบสวยงามเป็นแนวคิด นายเนวินเองต้องการรื้อฟื้นความเชื่อทางประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ยุคเก่ามาสร้างสรรค์ สถาปัตยกรรมบนพื้นที่ใหม่ในความเป็นการเมืองพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมกับการเมืองท้องถิ่นและ กีฬา หรือมหานครเมืองกีฬาแบบประเทศอังกฤษและประเทศในยุโรป ด้วยการสร้างพื้นที่เมือง ท้องเที่ยวและกีฬาตามความฝันตนเอง ได้แก่

1. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ พื้นที่เดิมอาณาบริเวณนี้เคยเป็นพื้นที่เกษตรกรรม และพักหินมาก่อน นายเนวินมีความต้องการพัฒนาปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์พื้นที่ทางภูมิศาสตร์เดิมที่เป็น โคกทำเลเลี้ยงสัตว์พื้นที่ป่าละเมาะ และไร่นาของตระกูลชิดชอบ พัฒนาให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยว และกีฬานำมาสู่ปลายปี พ.ศ.2553 “การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่การก่อสร้าง” ด้วยการพัฒนา พื้นที่ความทรงจำใหม่ เป็นพลังอำนาจความเปลือยเปลือยทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการสร้างอำนาจ ทางการเมืองรูปแบบใหม่อยู่เหนืออำนาจรัฐ ด้วยการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวสู่ความทันสมัย วาง รูปแบบการสร้างพื้นที่ประกอบอาคาร สนาม ถนน และสิ่งอำนวยความสะดวกมารองรับกิจกรรม ทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ การวางรูปแบบการสร้างพื้นที่และการจัดสรรเพื่อการใช้ประโยชน์ ที่ดิน ด้วยการรื้อฟื้นความเชื่อทางประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ยุคเก่า “ปราสาทพนมรุ้ง” มาสร้างลง บนปลายยอดอาคารสำนักงานสโมสรฟุตบอลและสนามช้างอารีนา นอกจากนี้ยังสร้างปราสาทพนม รุ้งจำลองเฉพาะองค์ปราสาทประธานลงในพื้นที่ท่องเที่ยวอธิบายความหมายใหม่ทางพระพุทธศาสนา สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรยงศ์ บุญมี, 2548 ที่ว่าการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบนพื้นที่ใหม่ใน ความเป็นพื้นที่ทางการเมืองในเชิงสังคมวิทยา ทำให้เกิดเป็นกระแสทางสังคมตอบรับแนวคิดการ สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการนันทนาการ และประชาชนเมืองบุรีรัมย์ร่วมสร้าง พื้นที่ท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญ์รักษ์ ปีตาทะสังข์, 2550 ที่ว่าการฟื้นฟูเมืองกีฬา (Sport city) เมืองบุรีรัมย์กับการใช้กีฬาฟุตบอลเป็นเครื่องมือสร้างเมืองกีฬาและสร้างแรงดึงดูดการ ลงทุนชัดเจน บางจังหวัดบรรจุแผนแนวทางการสร้างมหานครแห่งกีฬาไว้ในแผนพัฒนาจังหวัดด้วย

ความสำเร็จการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ คือการวางรูปแบบพื้นที่ ท้องเที่ยวของนายเนวิน มอบทีมงานติดต่อซื้อที่ดินจากประชาชนมีที่ดินอยู่ติดสนามช้างอารีนาให้ ราคาเป็นธรรมและอธิบายเหตุผลความจำเป็นต้องการใช้พื้นที่ดินอาณาบริเวณนี้ ต้องการพัฒนาเมือง บุรีรัมย์เพื่อสร้างความอยู่ดีมีสุข “ทางเศรษฐกิจ” ให้แก่ประชาชนเมืองบุรีรัมย์เอง ทำให้มีพื้นที่ จำนวนมากมาพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะแนวคิดสร้างสรรค์ของคนไม่มีขีดจำกัด จึงเกิดการวาง รูปแบบจัดสรรที่ดินพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสนามสนามแข่งรถ สนามยิงปืนบุรีรัมย์ และลาน วัฒนธรรม เป็นต้น ประสบผลสำเร็จสอดคล้องกับงานวิจัยของสาวินีย์ พลเยี่ยม, 2558 ที่ว่าการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ได้รับความนิยมเพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามายังพื้นที่เมืองบุรีรัมย์ แต่ในขณะเดียวกันมีการออกแบบ “การ

วางรูปแบบสถาปัตยกรรม” การสร้างพื้นที่ความทรงจำเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ (New memory of Buriram) พื้นที่สัญลักษณ์ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ (Symbols of Buriram) สอดคล้องกับแนวคิดของ อังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) ความต้องการพัฒนาพื้นที่เมืองท่องเที่ยวทางสังคม วัฒนธรรมอยู่เหนืออำนาจการเมืองแบบรัฐ เป็นการสร้างภาพทางสถาปัตยกรรมลงบนพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ คือ

1.1 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมสนามช้างอารีนา นำปราสาทพนมรุ้งมาสร้าง รูปทรง ปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทขอมโบราณ และสีน้ำเงินคราม เป็นการสร้างขึ้นมาเลียนแบบ ของเดิมเมืองบุรีรัมย์ (Fake lore of Buriram) กลายมาเป็นพื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อความสวยงาม ชื่นชอบเร้นความคิดประเพณีประดิษฐ์ทางสังคมใหม่สอดคล้องแนวคิดของศิริพร ณ ถลาง, 2558

1.2 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่ตลาดบุรีรัมย์ คาสเชิล นำสถาปัตยกรรม พื้นที่เล่าเรื่องวิถีชีวิตทางสังคมในบริเวณปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ ในแง่การศึกษา มาสร้างสรรค์เป็นตลาดบริการสินค้าอิงอยู่กับประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์บนพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมใหม่ สอดคล้องแนวคิดของ ศิริพร ณ ถลาง, 2556

1.3 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สวนคิวะ 12 นายเนวินนำแนวคิดความ เชื่อศาสนาพราหมณ์ฮินดูจากประเทศอินเดียและหนังสือคัมภีร์กามสูตร การสร้างลานคิวะลิ่งคองค์ ความรู้ที่แฝงด้วยความหมายซ่อนเร้นทางสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ เป็นการสร้างพื้นที่ ลานกีฬาและสุขภาพอนามัยกลายมาเป็นพื้นที่เมืองท่องเที่ยวและสุขภาพ สอดคล้องแนวคิดการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวของริชาร์ดส์ (Richard. 1995)

1.4 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สนามแข่งรถ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ตามแบบสถาปัตยกรรมการแข่งขันทางเรียบชิงแชมป์โลก สอดคล้องแนวคิด นิเวศวิทยาวัฒนธรรมกับการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมของอียิ่ง เรื่องทอง, 2542 ที่ว่าความจำเป็นต่อการ ดำรงชีพอยู่ทางสังคม การแสวงหาความรู้ต่อสู้เพื่อเอาชนะสิ่งแวดล้อมและความรู้สึกคิดออกมาใน รูปแบบศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ตลอดทั้งระบบความเชื่อศานามาเป็นแรงบันดาลใจสร้างพื้นที่เมือง บุรีรัมย์รูปแบบใหม่ และการสร้างอุดมคติความคิดของสถาปนิกของนายเนวินกับการสร้างเมืองบุรีรัมย์ สอดคล้องกับแนวคิดของชวิตรา ตันติมาลา, 2560 ที่ว่าพื้นที่ทางการเมืองของกลุ่มคนที่เข้ามาพบปะ สังสรรค์เสวนากันตามร้านกาแฟ ร้านอาหาร ลานกีฬา ลานเบียร์ เป็นพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมที่ ปลอดภัยจากอำนาจรัฐและศาสนา เป็นพื้นที่การนัดพบปะกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อกิจกรรมการแลกเปลี่ยน ข่าวสาร การตลาดการค้าขาย และกิจกรรมนันทนาการต่างๆ

2. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการ การสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์กับ ความรู้สึกการพัฒนาพื้นที่ แนวคิดการเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยว นำความ เชื่อในอดีตเคยรุ่งเรืองมาแล้ว สร้างในพื้นที่ใหม่และสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสู่พื้นที่

ห้องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543 และ ริชาร์ดส์ (Richards, 1995) ที่ว่าการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวมาเหตุการณ์ที่เคยสร้างมาในประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ ดังเช่นปราสาทพนมรุ้งเป็นสถาปัตยกรรมความเชื่อทางศาสนาพราหมณ์ฮินดู และความเชื่อทางพระพุทธศาสนาพยาน และชุมชนโบราณปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำมีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ความเป็นอยู่วิถีชีวิตชุมชนโบราณ กลายมาเป็นแนวคิดเหตุผลนิยมการสร้างพื้นที่เมืองตามกระแสวัฒนธรรมเก่าเหมือนการสร้างเมืองยุโรปคริสตวรรษที่ 18-19 การสร้างพื้นที่เมืองในรูปทรงเลขาคณิตเพื่อตรอกย้ายมทิตธานุภาพของพระเจ้าตามแนวคิดของธีรยุทธ บุญมี, 2548 แนวคิดของชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2550 ที่ว่าการสร้างสถาปัตยกรรมและการสร้างกิจกรรมลงบนพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ กลายมาเป็นกิจกรรมทางสังคมสร้างรายได้จากพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น “ธรรมศาสตร์และการเมืองเรื่องพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” สอดคล้องแนวคิดของโคจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, 2556 ที่ว่าการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ก็เช่นเดียวกับพื้นที่อื่นถูกนำมาแปลง “การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่”

การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการสังคมวัฒนธรรมเมืองบุรีรัมย์ การสร้างประวัติศาสตร์และความเชื่อเทพเจ้ามาสร้างพื้นที่ทางจินตนาการสังคม นำปราสาทพนมรุ้งมาเป็นตราสัญลักษณ์ทีมและสัญลักษณ์สนามช้างอารีนา มีการสร้างปราสาทพนมรุ้งจำลองสถาปัตยกรรมความเชื่อเล่าผ่านภาพนาคห้าเศียร บुरुขเทพยืนถือตะบองสลับกับบुरुขขี่ม้าขาวเป็นการสื่อความหมายทางสังคมยุคใหม่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมแห่งวัตถุนิยมและความขัดแย้งความคิดทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ “การฟื้นพื้นที่อุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่” ความเชื่อทางจินตนาการทางสังคมกับพระพุทธศาสนาแทนที่พื้นที่เดิม ด้วยการยึดโยงสร้างพื้นที่องค์ประธานตัวปราสาทพนมรุ้งจำลองกับความเชื่อพระพุทธศาสนาเรื่องพระศรีอารยะเมตไตรย สอดคล้องแนวคิดของศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, 2553 นำเสนอพื้นที่ทางความเชื่อแห่งความทรงจำใหม่ต้องอาศัยช่วงแห่ง “วัน เวลา พื้นที่ และภาพบุคคล” เหมือนการสร้างพื้นที่ทางการเมืองแห่งความทรงจำใหม่ “สนามช้างอารีนา และสนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” คือ “สนามช้าง” เป็นชื่อบริษัทผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลและการแข่งรถ ส่วน “อารีนา” เป็นชื่อเทพธิดาแห่งเทพเจ้าโอลิมปิกนำมาใช้เป็นชื่อสนามฟุตบอลบุรีรัมย์ และ “อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” ถูกนำมาใช้เป็นพื้นที่ศูนย์กลางกีฬาแข่งรถ กลายมาเป็นพื้นที่ความทรงจำกับการท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ในความหมาย “สนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ” สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติกรณ บำรุงบุญ, 2560 ที่ว่ากระแสการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวการบริโภคก็บดบังในความหมายทางวัฒนธรรมโลกหวนกลับคืนไปหา ‘อดีต’ พื้นที่เมืองหลวงพระบางเพื่อรักษาสถานภาพของเมืองมรดกโลก กลายมาเป็นบริบทพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมใหม่ ส่งผลต่อพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองแห่งความทรงจำใหม่ เป็นการผลิตซ้ำกับพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อใช้การตอรองระหว่างพื้นที่ ‘ท้องถิ่น’ กับ ‘โลกาภิวัตน์’

3. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคม บริบทพื้นที่ทางสังคมในกระแสโลกาภิวัตน์สร้าง

ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนกับการสร้างสรรค์พื้นที่กิจกรรมทางสังคม วิถีชีวิตที่แสดงถึงอัตลักษณ์ พื้นที่ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์ ตามแนวคิดของอังรี เลอเฟบว์ (Henri Lefebvre, 1991) การเมืองเรื่องพื้นที่ในมิติเทคนิควิทยาความรู้มาสร้างพื้นที่ทางสังคม กลายมาเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในกิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการ สอดคล้องแนวคิดไฮร์ตัน เจริญสินโอพาน, 2549 ที่ว่าการเมืองเรื่องความศักดิ์สิทธิ์มีความหมายรวมถึงการสร้างพื้นที่ทางสังคมส่วนบุคคล พื้นที่สาธารณะ พื้นที่ทำงาน และพื้นที่พักผ่อน เป็นการสร้างพื้นที่การเมืองแบบอารยะบุรีรัมย์ภายในพื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ 1,200 ไร่ ถูกสร้างสรรค์การใช้ประโยชน์ทางสังคมเมืองบุรีรัมย์หลากหลายรูปแบบมีการวางกฎกติกาการใช้พื้นที่และกำหนดเวลาเปิด-ปิด สอดคล้องแนวคิดของกิตติกรณ บำรุงบุญ, 2560 ที่กำหนดกฎกติกาให้มีผู้รักษาพื้นที่ หรือกฎกติกาพื้นที่ทางสังคมการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย “การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม” ทำให้ผู้คนพึงพอใจอยากเข้ามาใช้พื้นที่เมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ นำพื้นที่บางช่วงเวลามาสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านสถาปัตยกรรมปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ ทำให้ผู้คนหลงใหลความเชื่อศาสนาพราหมณ์-ฮินดูกับความเชื่อพระพุทธศาสนา สอดคล้องกับงานวิจัยของธนวรรณ นิธิปภานันท์, 2558 ที่ว่าการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพลินวานอำเภอหัวหิน เป็นการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวแบบนอติตมาดัดแปะ คัดเลือกอดีตบางช่วงเวลาที่เป็นที่รู้จักมาสร้างความหมายใหม่ ไม่ต้องการอิงบริบทประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในกระบวนการสร้างพื้นที่ แต่นำพื้นที่ทางสังคมมาสร้างเป็น “การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะบุรีรัมย์” ทุกกลุ่มทางสังคมสามารถเข้ามาใช้พื้นที่ทำกิจกรรมได้อย่างมีความสุขในพื้นที่เมืองสาธารณะนี้

3. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

ผลการศึกษาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ทำให้พบแนวคิดการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์รูปแบบใหม่ ตามแนวคิดการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของโคเฮน (Cohen E, 1988) แนวคิดของคณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., 2559 และแนวคิดของซัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2560 ที่ว่า “การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการ” เกิดจากการพัฒนาทรัพยากรให้เป็นพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้ เมื่อสร้างสรรค์สนามช้างอารีน่ารูปทรงปราสาทสายฟ้า หรือปราสาทพนมรุ้ง และสร้างพื้นที่ลานกีฬาประเภทต่างๆ กลายมาเป็นลานคนเมืองบุรีรัมย์ ด้วยการสร้างพื้นที่ตลาดสินค้าบริการบุรีรัมย์ คาลเซิล รูปทรงพื้นที่จำลองวิถีชีวิตชุมชนโบราณปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ การสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ลานสวนตาลหน้าพื้นที่สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ สร้างเป็นพื้นที่เทิดทูล “สถาบันพระมหากษัตริย์” โดยมีพื้นที่หลังสนามสีน้ำเงินครามและสวนคิวะ 12 ให้เป็นพื้นที่ทางความเชื่อเรื่องเพศศึกษาในคัมภีร์กามสูตรนำมาสู่การแปลงวัฒนธรรมก่อสร้างคิวะลึงค์ขนาดใหญ่ลงบนพื้นที่กับพระพุทธรูปตั้งอยู่ปลายคิวะลึงค์ตามแนวความ

เชื่อพระพุทธศาสนาอยู่เหนือกามคุณ ชอนเร้นด้วยการสร้างพื้นที่แห่งความสุขของเมือง ในความหมาย โยโอมศิวะลึงค์ คือความเคารพต่ออำนาจในพื้นที่ทางการเมืองประกอบด้วย กษัตริย์ รัฐบาล รัฐสภา ข้าราชการและประชาชน สร้างพื้นที่ลานล้อมด้วยกำแพงสูง 12 ภาพเป็นภาษาไทย อธิบาย ทำทางการเสพสุขทางเพศกับความเชื่อการกำหนดของบุคคลชอนเร้นกีฬาและการออกกำลังกาย และสร้างพนมรุ้งจำลอง พระศิวะ พระพิฆเนศ สอดคล้องแนวคิดของบุญเรือง สมประจบ, 2553 ที่ว่าการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ เป็นทุนทางวัฒนธรรมทรัพย์สินทางปัญญาในอดีตมีคุณค่าทางสังคม มีมูลค่าและคุณค่าต่อวิถีชีวิตทางสังคม อยู่ร่วมกันและช่วยกันจัดระเบียบสังคม “การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว” เป็นการสร้าง สถาปัตยกรรมลงบนพื้นที่เป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ชมสนามช้างอารีน่า สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และสนามลานกีฬาประเภทต่างๆ ตลอดทั้งการท่องเที่ยวชมสินค้าที่ระลึกของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ สินค้าพื้นถิ่น และอาหารการกินเมืองบุรีรัมย์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ทั้งการร่วมกิจกรรมชมการแข่งขันฟุตบอล หรือการแข่งขันร่วม กิจกรรมกับคนท้องถิ่นเมืองบุรีรัมย์สอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ (2542 : 131) ที่ว่า สินค้าเป็นสัญลักษณ์ตัวแทน ตัวบ่งชี้ในพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุสิ่งของ คือเสื้อสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์สร้างความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์สิ่งของ ความสัมพันธ์สัญลักษณ์ที่หอ / แปรนด์เมืองบุรีรัมย์ ทำให้เกิดตรรกะการใช้สินค้าเปลี่ยนคุณค่าไปจากการใช้ประโยชน์ทางสังคมผู้บริโภคนิยม สอดคล้องกับงานวิจัยของดอลเลสและโซเดอร์แมน (Dolles & Soderman, 2006 : 268) ที่ว่าการตลาดธุรกิจฟุตบอลถูกสร้างขึ้นโดยผู้สนับสนุนอาศัยวัฒนธรรมของสโมสรฟุตบอลที่มีมายาวนาน แยกออกหลายมิติของแฟนบอลทั้งแฟนบอลชั่วคราว แฟนท้องถิ่นและแฟนบอลต่างประเทศ การสื่อสารผ่านประชาสัมพันธ์ สปอร์นเซอร์ถูกใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์และ ภาพลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์

การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมบนพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ ทำให้ผู้คนในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์และผู้คนต่างถิ่น หรือต่างภาษาเดินทางเข้ามาร่วมสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคมบนพื้นที่ท่องเที่ยว “ลานคนเมืองบุรีรัมย์” สอดคล้องงานวิจัยของอรรถกร จิตกุล, 2562 ที่ว่าสนามช้างอารีน่าเป็นแลนด์มาร์คของคนเดินทางมาสู่จังหวัดบุรีรัมย์ และสนามมอเตอร์สปอร์ตเปลี่ยนชีวิตชาวบุรีรัมย์ไปอย่างสิ้นเชิง เมื่อทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์เปิดบ้านรับการมาเยือนของทีมสโมสรฟุตบอลคู่แข่งนั้น ชาวบุรีรัมย์จะออกมาเชียร์นักเตะจนแน่นสนามไม่เว้นแม้แต่ว่าต่างจังหวัด ทำให้สนามช้างอารีน่าเป็นตัวสร้างกิจกรรมกลุ่มสังคม เช่นเดียวการสร้างพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมในร้านเหล้าชาวอังกฤษ เรียกว่า Pub (Public-house) เป็นพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมที่ต้องการพบปะสังสรรค์กัน สอดคล้องแนวคิดของชานตุส เปรียนตัม (Chantus Pearntum, 1999 : 3) ที่ว่าการสร้างพื้นที่สนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณให้เป็นพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคม ได้แก่ กิจกรรมกลุ่ม

สังคมฟุตบอล กิจกรรมกลุ่มสังคมรถแข่ง กิจกรรมกลุ่มสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมรถ
 แห่งบุรีรัมย์ กิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัว สอดคล้องแนวคิดของคณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับ
 สังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., 2559 ที่ว่าการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อสนองต่อ
 ความต้องการการดำเนินชีวิตใน 3 ด้าน คือ 1) การสนองตอบทางร่างกาย 2) การสนองตอบทาง
 จิตใจ และ 3) การสนองตอบทางสังคม ยังเป็นพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมอื่นๆ ดังเช่น กิจกรรมกลุ่ม
 สังคมนักวิ่ง (บุรีรัมย์มาราธอน) สนามช้างอารีนาเป็นพื้นที่พบปะสังสรรค์ทางสังคมวัฒนธรรมใหม่ของ
 กลุ่มนักวิ่งมาราธอนทั่วโลกสอดคล้องงานวิจัยของศิริพร ณ ถลาง, 2558 ที่ว่าการเปลี่ยนแปลงพื้นที่
 กิจกรรมสังคมมีปัจจัยทางสังคมเป็นตัวเร่งและเป็นตัวกำหนด ทำให้เกิดการสร้างสรรค์คติชนใน
 รูปแบบและเนื้อหาสาระใหม่ในหลายลักษณะโครงการ “คติชนสร้างสรรค์ฯ” เป็นพลวัตการ
 ปรับเปลี่ยนนำคติชนไปใช้ทางสังคมวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย ตลอดทั้งพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมอาหาร
 การกินเป็นอาหารสากลนำสินค้าห้างตลาดมาแปลงเป็นอาหารเมืองบุรีรัมย์ มีพื้นที่ตลาดลานดนตรี
 สดกลางแจ้ง เป็นการสร้างอัตลักษณ์พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมสอดคล้องกับงานวิจัยของChoi S.H.
 and H.H. Cheung, 2007 ที่ว่าการเปลี่ยนแปลงพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมสร้างความสนใจผู้คน ส่งผล
 ให้อยากศึกษาผลกระทบถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพื่อสร้างความมั่นใจ และความเชื่อมั่นใน
 กิจกรรมกลุ่มสังคมชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาในการปรับตัวความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในระบบ
 นิเวศวิทยาสังคมชุมชนเมืองบุรีรัมย์

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามช้างอารีนา
 จังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้พบข้อเสนอแนะ 3 แนวทาง ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ คือ
 - 1.1 รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาโครงสร้างพื้นที่เมือง
 บุรีรัมย์ให้สามารถรองรับพื้นที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 1.2 รัฐบาลควรเข้ามาสร้างกิจกรรมร่วมกับการพัฒนาการเมืองเรื่องพื้นที่ท่องเที่ยวสนาม
 ช้างอารีนา เพื่อเป็นแบบแผนการสร้างพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมโลกยุคใหม่
2. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลปรับปรุงพัฒนาพื้นที่ คือ
 - 2.1 กลุ่มผู้ประกอบการที่พาลูกหลานมาพักผ่อนและนันทนาการต้องการให้สร้างสนามเด็ก
 เล่นประเภทบอลลูก
 - 2.2 การสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวสนามช้างอารีนาและอาณาบริเวณ ยังไม่ได้จัดทำแผนที่
 แสดงสิ่งก่อสร้างทั้งหมดเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีฐานข้อมูลเลือกเดินชมพื้นที่ได้สะดวกมากขึ้น

2.3 สนามข้างอารีน่ายังขาดการจัดพื้นที่กลุ่มผู้สูงอายุเมืองบุรีรัมย์เพื่อรองรับกิจกรรม
ในวันจำนวนผู้สูงอายุเมืองบุรีรัมย์เพิ่มมากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อมีข้อมูลการพัฒนาพื้นที่รอบด้าน ควรมีการวิจัยใน
ประเด็นดังต่อไปนี้

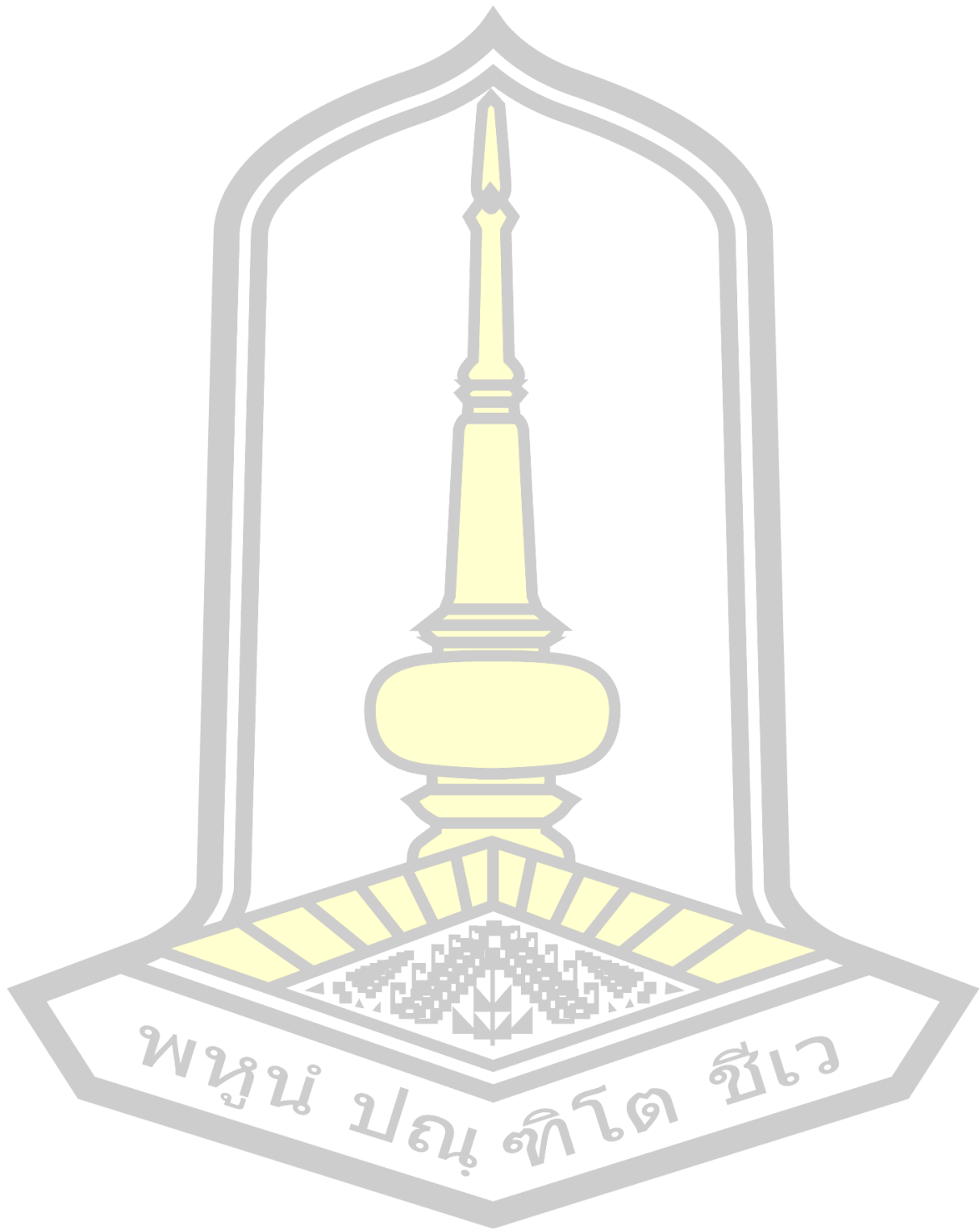
3.1 การวิจัยเกี่ยวกับ กิจกรรมเด็กแว้นเมืองบุรีรัมย์ เพื่อพัฒนาเป็นกิจกรรมต้นแบบการ
แก้ไขปัญหายัยรุ่น

3.2 การวิจัยเกี่ยวกับ กิจกรรมรถแห่ดนตรีสดเมืองบุรีรัมย์ เพื่อเป็นกิจกรรมสร้างพื้นที่
กลุ่มสังคมเด็กวัยรุ่นช่วงอายุ 12-17 ปี และถือเป็นพื้นที่กิจกรรมกลุ่มสังคมแตกต่างจากเมืองอื่นๆ
เป็นกิจกรรมที่มีความเข้าใจรูปแบบวิถีชีวิตวัยรุ่น

3.2 การวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมกลุ่มสังคมครอบครัวเมืองบุรีรัมย์ เพื่อเสริมสร้าง
ความสัมพันธ์ในครอบครัว



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์.

กิตติกรณ บำรุงบุญ. (2560). การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเมืองหลวงพระบางภายใต้กระแสเมืองมรดก

โลก. *คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 2(2), 121.

คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. (2542). *วัฒนธรรมพัฒนาการทาง*

ประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดบุรีรัมย์ คณะกรรมการฝ่ายประมวลผลและ

จดหมายเหตุ. ครูสภา.

คณะกรรมการวิชาการมนุษย์กับสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2559). *มนุษย์กับสังคม*.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คมเพชร ทิพอาจ. (2559). ภาพลักษณ์ที่มีผลต่อความสำเร็จของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด. *การ*

บัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 8(2), 105–117.

คุณากร วาณิชวีรพจน์. (2553). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร*. อมรินทร์ พรินต์

ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ชนุดร์ นาคทรานนท์. (2555). พื้นที่การเมือง: การไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล. *สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา*

คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 31(1), 179–181.

ชวิตรา ตันติมาลา. (2560). พื้นที่สาธารณะและการผลิตพื้นที่: ความหมายใหม่ของความสัมพันธ์ทาง

สังคม. *บรรณศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 10(1), 93–95.

ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2560). การสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าทางการ

ท่องเที่ยวของชาวมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), 225.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. โครงการวิถีทรรศน์.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2550). *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุดภูมิปัญญา ลำดับที่ 1*. อัม

รินทร์ พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). *ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ไชรัตน์ เจริญสินโอพาน. (2549). *วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริงเอกลักษณ์และความเป็นอื่น. วิชาษา.*
- ชิลิกา วรณจันทร์. (2559). *การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. In เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สาขาวิชาการจัดการวัฒนธรรม คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ตักสิลาการพิมพ์.*
- ณัฐพล มีแก้ว และ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2555). *ถนนชายโขงเมืองเชียงคาน: การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ณัฐวิทย์ พิมพ์ทอง. (2558). *บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด โมเดลการสร้างเมืองใหม่. วารสารเมืองโบราณ, 41(2), 82.*
- ทรงคุณ จันทจร. (2553). *ทฤษฎีวัฒนธรรมและสังคม. สถาบันศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน.*
- ทักษ์สุริยา หมายตะ. (2560). *ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการพัฒนาวัง 7 หัวเมืองชายแดนให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. วารสารวิจัยภาคใต้, 9(2), 281-282.*
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2553). *พลวัตการท่องเที่ยวทางอีสานใต้ คันทาร้อยยี่มร่วมสมัยแห่งกาลเวลาผ่านงานวิจัย' สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). เอ็ม ไอ ที พรินติ้ง.*
- ธงชัย สีโสภณ. (2561). *ประวัติศาสตร์ไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.*
- ธนวรรณ นิธิปานนท์. (2558). *กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีเพลินวานอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2556). *เขียนหญิง : อำนาจ โยนี และการเขียนของลิ่งค์. Unfinished Project Publishing.*

- ธีรยุทธ บุญมี. (2548). *สุทศวรรษที่ 7 ปฏิวัติ 2475/สถาปนา มธก. 2477 ธรรมศาสตร์และการเมือง เรื่อง พื้นฐานมูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. เดือนตุลา.
- นราธิป ตริเจริญ และคณะ. (2559). กีฬากับความรัก เอกลักษณะ และการพัฒนาท้องถิ่น ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด. *วิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(1), 281–294.
- นิติกร สิงห์ลอ. (2558). ประเพณีประติษฐานและภาพชุมชนจินตกรรมในนครชุม. *มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 8(3), 1176.
- นิยพรรณ วรรณศิริ. (2550). *มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม*. ธนาเพรส.
- นิรันดร์ กุลทานนท์. (2549). *นักการเมืองถิ่นจังหวัดบุรีรัมย์*. สถาบันพระปกเกล้า.
- นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ. (2562). *กำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดและผู้ค้ารายย่อยในชนบทอีสาน*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นิตา ชัชกุล. (2551). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิสวันต์ พิษณุดำรง. (2553). ทิวทัศน์ธรรม: ขุมทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *เศรษฐกิจและสังคม*, 47(4), 13–17.
- เนวิน ชิดชอบ. (2563). *พิธีพระราชทานเพลิงศพ นายชัย ชิดชอบ อดีตประธานรัฐสภา (วันเสาร์ที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563)*. วินัยการพิมพ์.
- บงกชรัตน์ เตชะไตรศักดิ์. (2554). *ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บัญชา นวนสาย. (2556). *ประวัติศาสตร์การขยายตัวของชุมชนในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ ระหว่างปี พ.ศ. 2468–2550*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญเดิม พันรอบ. (2528). *สังคมวิทยา มานุษยวิทยา*. อมรการพิมพ์.
- บุญยสถิตย์ อเนกสุข. (2559). *ยล เยี่ยม เยือน เห้ย! : แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. รัตนสุวรรณการพิมพ์.
- บุญเรือง สมประจบ. (2553). *การสร้างเรือสำเภาไทยจำลองและการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างรายได้ให้กับชุมชนในจังหวัดปทุมธานี*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- บุรีรัมย์. (2559). *อนุสรณ์งานศพ ที่ระลึกงานพระราชทานเพลิงศพคุณแม่ละออง ชิดชอบ*. วินัยการพิมพ์.

- เบญจวรรณ นาราสาัจ. (2558). ประวัติศาสตร์ทางการของปราสาทพนมรุ้งที่คนท้องถิ่นไม่รับรู้. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง*, 11(1), 109.
- ปวีณา ปกป้อง. (2552). การเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างตัวตนของสายตระกูลอดีตเจ้านายเมืองอุบลราชธานี. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง : ชัดแย้งหรือสอดคล้อง. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 47(4), 4-5.
- พงศ์พล เรืองรอง. (2558). การปรับตัวทางสังคมและวัฒนธรรมของชนเผ่าม้งในเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *Journal of MCU Ubon Review*, 3(1), 79-102.
- พงศ์ภรณ์ ฉัตรนันทภรณ์. (2559). การศึกษาลูกค้าที่ซื้อของที่ระลึกโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. In *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 47(63), 6-12.
- พิทักษ์ น้อยวังคลัง. (2548). กระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวในภาคอีสาน. *กระทรวงวัฒนธรรม*.
- พิษณุรักษ์ ปิตาทะสังข์. (2550). สภาพปัจจุบันของการสื่อสารทางการเมืองในโครงการเมืองกีฬา. *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- ภริมา วิธาสถิตกุล. (2558). คติชนวิทยา: ความเชื่อกับสังคมไทย. *วารสาร มจร. มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 1(1), 35-37.
- ภัทรพร สมเสมอ และคณะ. (2556). *ศึกษาลำาววัฒนธรรม ประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของ ตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศร. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. 6(1), 91-109.

ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2540). *คู่มือพัฒนาภูมิ*

ทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.

เมธาวิ ศิริวงศ์. (2556). *ประเพณีประติษฐานกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม : กรณีศึกษา*

เทศกาลประเพณีแห่เทียนโพนตา อำเภอบุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยศ สันตสมบัติ. (2556). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. สามลดา.

ยิ่งยง เรื่องทอง. (2542). *พื้นฐานวัฒนธรรมไทย*. ภาควิชาสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ อุบลราชธานี.

รัฐชาติ ทัศนัย และ วรเดช จันทรร. (2559). บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดในการพัฒนา

จังหวัดบุรีรัมย์ สาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ใน

พระบรมราชูปถัมภ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 11(1), 77.

ราเมศร์ พรหมชาติ. (2559). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม*.

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

เลิศพร ภาระสกุล. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วนมพร พาหะนิษฐ์. (2560). *ภูมิศาสตร์ประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). *หลักการออกแบบศิลปะ*. ไร่ลาย.

ศิริพร ณ ถกลาง. (2556). *เรื่องเล่าพื้นบ้านไทยในโลกที่เปลี่ยนแปลง*. หจก.ภาพพิมพ์.

ศิริพร ณ ถกลาง. (2558). *ประเพณีสร้างสรรค์*. In *สังคมไทยร่วมสมัย*. เคล็ดไทย.

ศิริพร ณ ถกลาง. (2559). *คติชนสร้างสรรค์ บทสังเคราะห์และทฤษฎี*. In *เอกสารชุดสังคม-วัฒนธรรม*

ร่วมสมัย ลำดับที่ 4, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). เคล็ดไทย.

ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). *สังคมวิทยาการท่องเที่ยว*. In *รายงานกิจการของสภากรุงเทพมหานคร*

ประจำปี 2543. โอเดียนสโตร์.

ศิวาพร พยัคฆนันท์. (2560). *การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์. (2553). *หลวงพระบางเมืองมรดกโลก : พื้นที่พิธีกรรมและการต่อรองเชิงอัต*

ลักษณ์ในกระแสโลกาภิวัตน์. สายธาร.

- โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล. (2556). *ตลาดย้อนยุคสามชุก: การเมืองเรื่องพื้นที่และธุรกิจแห่งการถวิล*
 ทว. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมบัติ กุสุมาวลี. (2554). ก่อนจะถึงยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : สังคมสารสนเทศ (ตอนที่ 1-3). *The Information Society) For Quality Management*, 17(162), 93-98.
- สมมาตร ผลเกิด. (2555). *ท้องถิ่นศึกษา*. พี.เอส.เพรส.
- สาวินีย์ พลเยี่ยม. (2558). *บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว*
จังหวัดบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2559). *แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (ปี พ.ศ.2561-2564) จังหวัดบุรีรัมย์*.
 สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์.
- สุทธิ กระต่ายทอง. (2555). *การประเมินมูลค่าทางนันทนาการของสวนสาธารณะหนองบวหาด*
จังหวัดเชียงใหม่.
- สุภักดิ์ศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ใน*
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2555). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล พะยอมรัมย์. (2556). *จิตวิทยาในงานชุมชน*. บางกอกคอมเทค อินเตอร์เทรด.
- เสรี วังสีไพจิตร. (2543). *ความสำคัญของการท่องเที่ยว*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2564, March 26). *บุรีรัมย์มาราธอน 2021 วิ่งไนต์รัน-วิถีใหม่หนแรก “สัญชัย”*
ครองถ้วยพระราชทานอีกสมัย. *ไทยรัฐ*, 15.
- อรรถกร จตุกุล. (2562). *กีฬาช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ จังหวัดบุรีรัมย์*. *วารสารวิชาการบุรีรัมย์*, 11(1),
 11.
- อุทิศ ทาหอม. (2561). *เครือข่ายการเรียนรู้ในงานพัฒนาสังคม*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- Andrew Buckser. (1998). *The Concept of Corporate Strategy*. D. Irwin, Inc.
- Choi S.H. and H.H. Cheung. (2007). *Multi-Material Virtual Prototyping for Product*
Development And Biomedical Engineering. *Computers in Industry*.
- Cohen E. (1988). *Authenticity and Commoditization in Tourism*. *Annals of Tourism*
Research, 15(3).

Colleen C Colleen D and Jordan J. (1999). L. Brand Equality and Retailer Acceptance of Brand Extension Janpanit. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

De Mel s. & Boccardo A. (2014). Social Interaction as Brand Benefits : A Sport Marketing. *World Journal of Social Scienses*, 4(2), 30–46.

Gee Y., James C., Deriter J., & Choy, L. (2007). *Travel industry*. Wiley & Sons.

Gotham. (2008). Tourism form above and Below : Globalization Loclization and new Orlean Madi Grass. In *International Journal of urban and Regional research*. Blackwell Publish.

Henri Lefebvre. (1991). *The Production of Space*. Blackwell Publishers.

Mc Intosh Goeldner & Ritchie. (2007). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley.

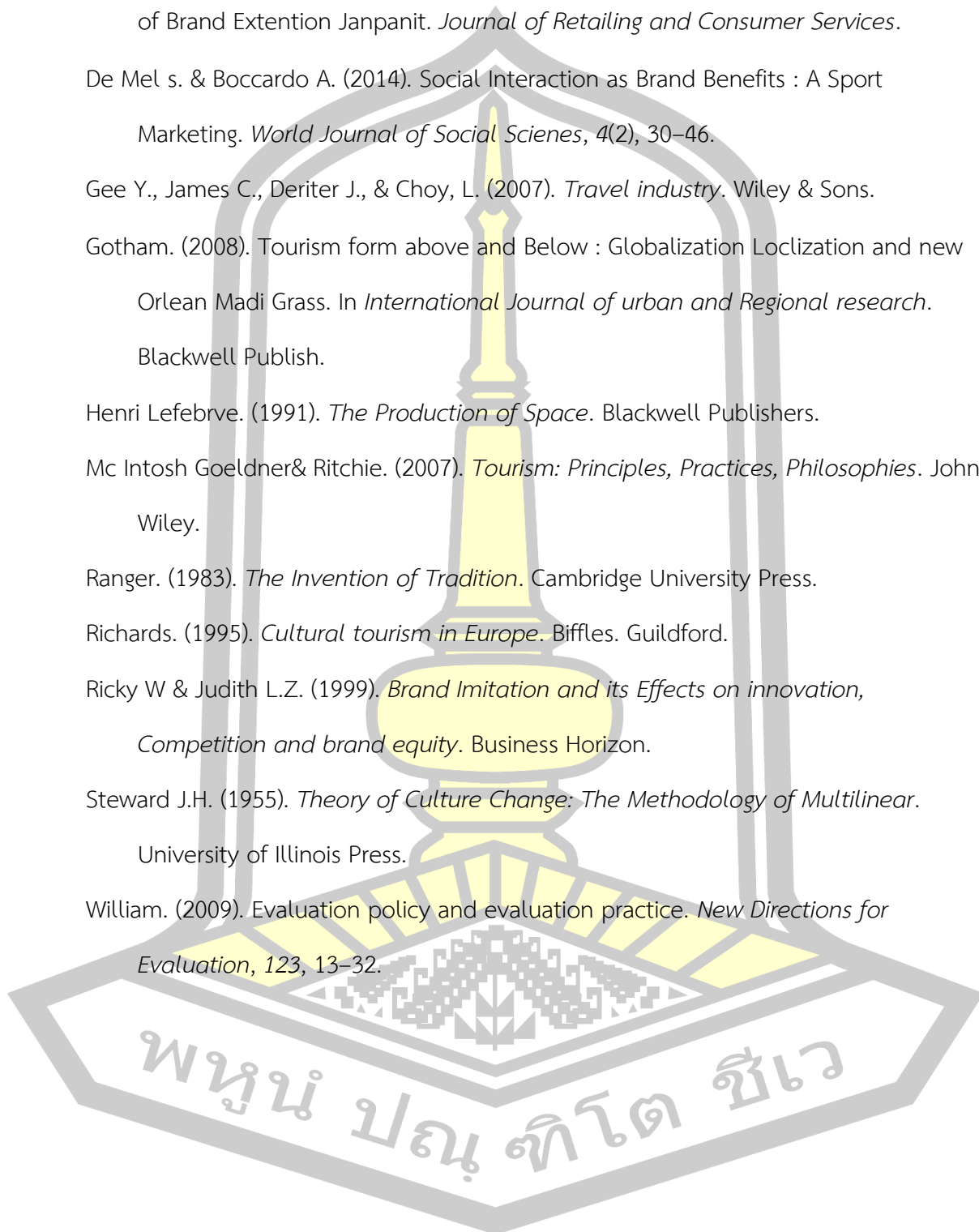
Ranger. (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge University Press.

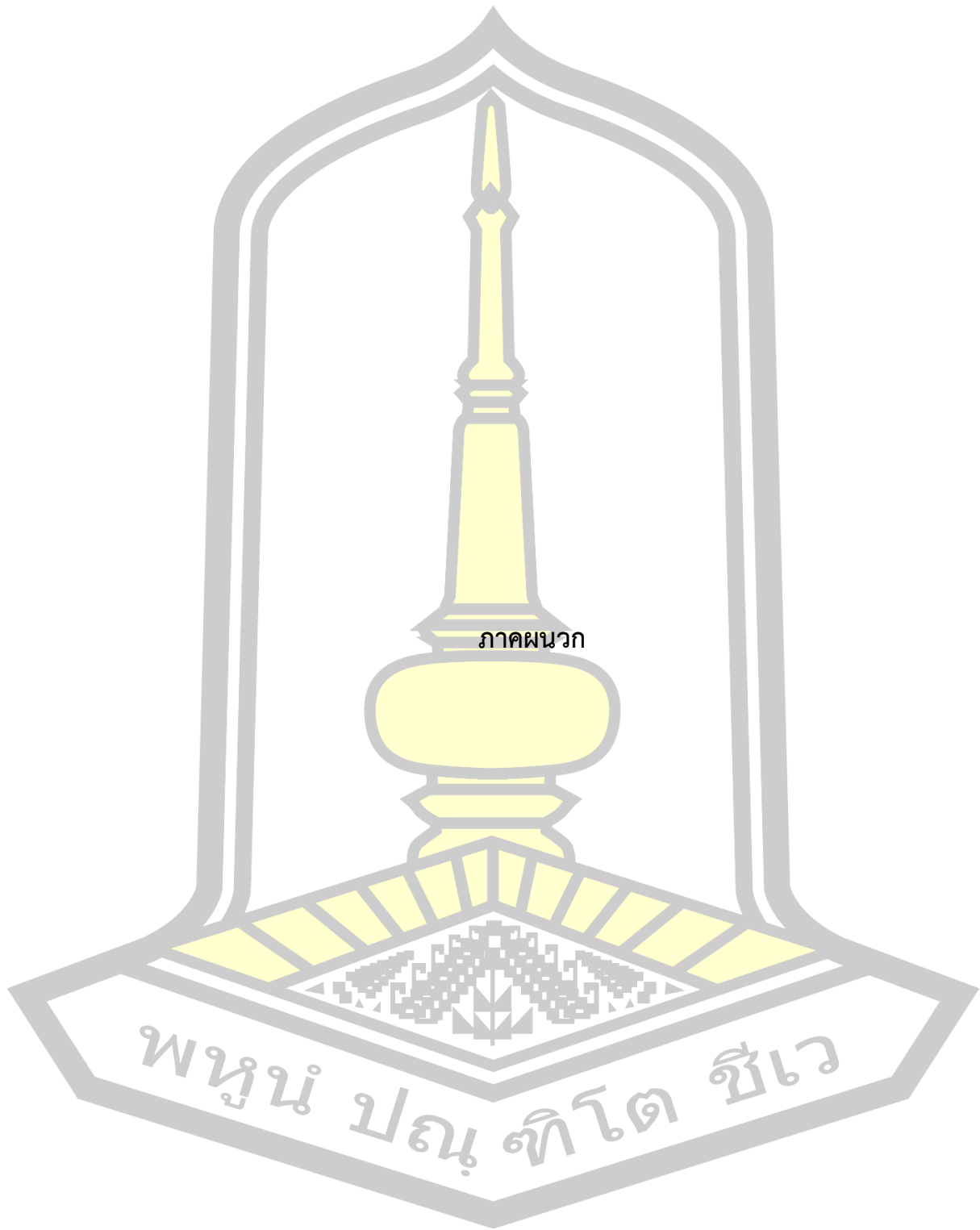
Richards. (1995). *Cultural tourism in Europe*. Biffles. Guildford.

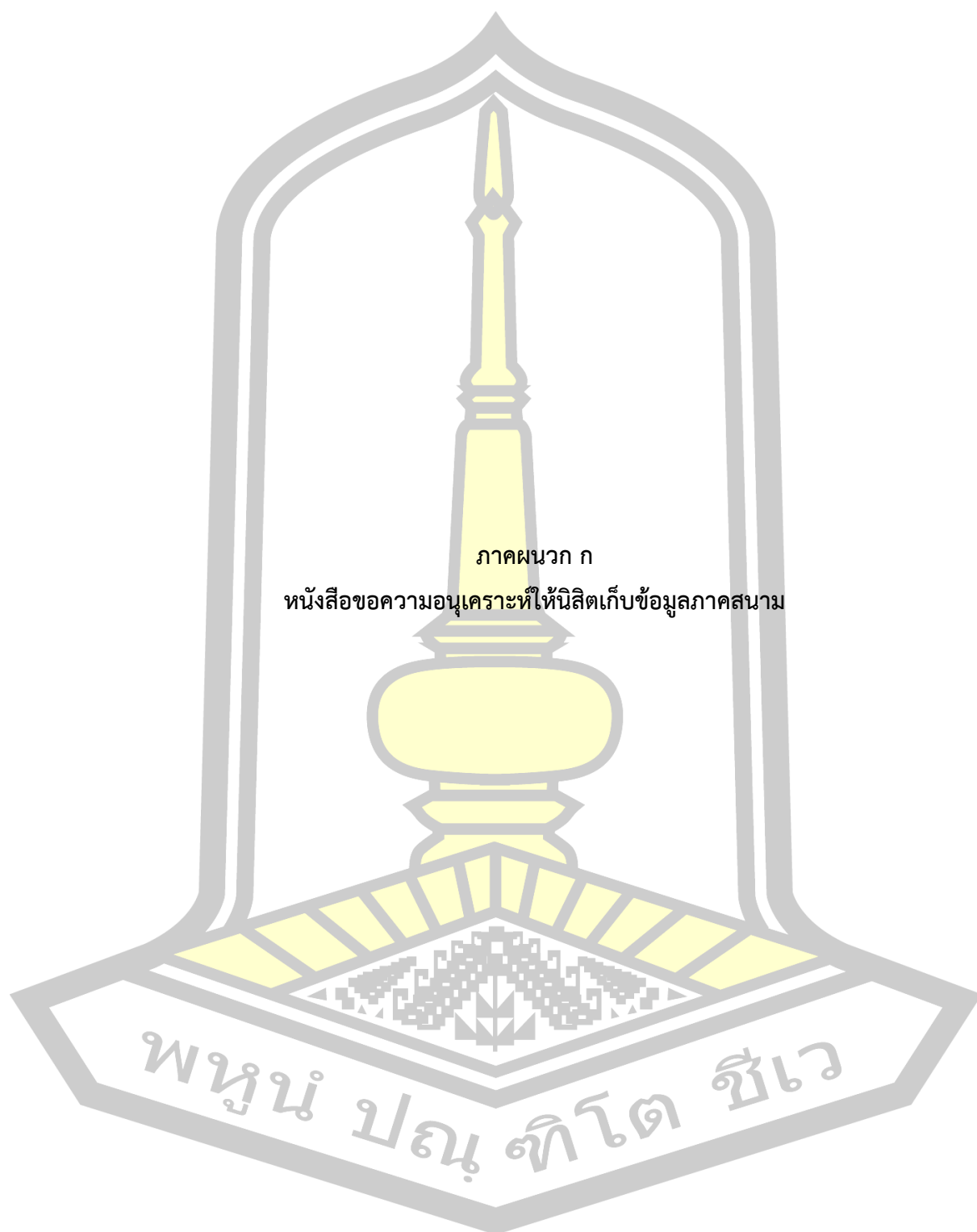
Ricky W & Judith L.Z. (1999). *Brand Imitation and its Effects on innovation, Competition and brand equity*. Business Horizon.

Steward J.H. (1955). *Theory of Culture Change: The Methodology of Multilinear*. University of Illinois Press.

William. (2009). Evaluation policy and evaluation practice. *New Directions for Evaluation*, 123, 13–32.









ที่ ศธ ๐๕๓๐.๔๑/ว๕๓๐

คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม ๔๕๐๐๐

๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้หนังสือเก็บข้อมูลภาคสนาม

เรียน คุณเนวิน ชิดชอบ ประธานสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

ด้วยนายธงชัย สีโสภณ รหัสนิติ ๕๕๐๑๒๑๖๐๐๐๖ นิติระดับปริญญาเอก สาขาวิชา
วัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานวิทยานิพนธ์
เรื่อง การประดิษฐ์สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวสนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราชันย์ นิลวรรณภา
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก นั้น

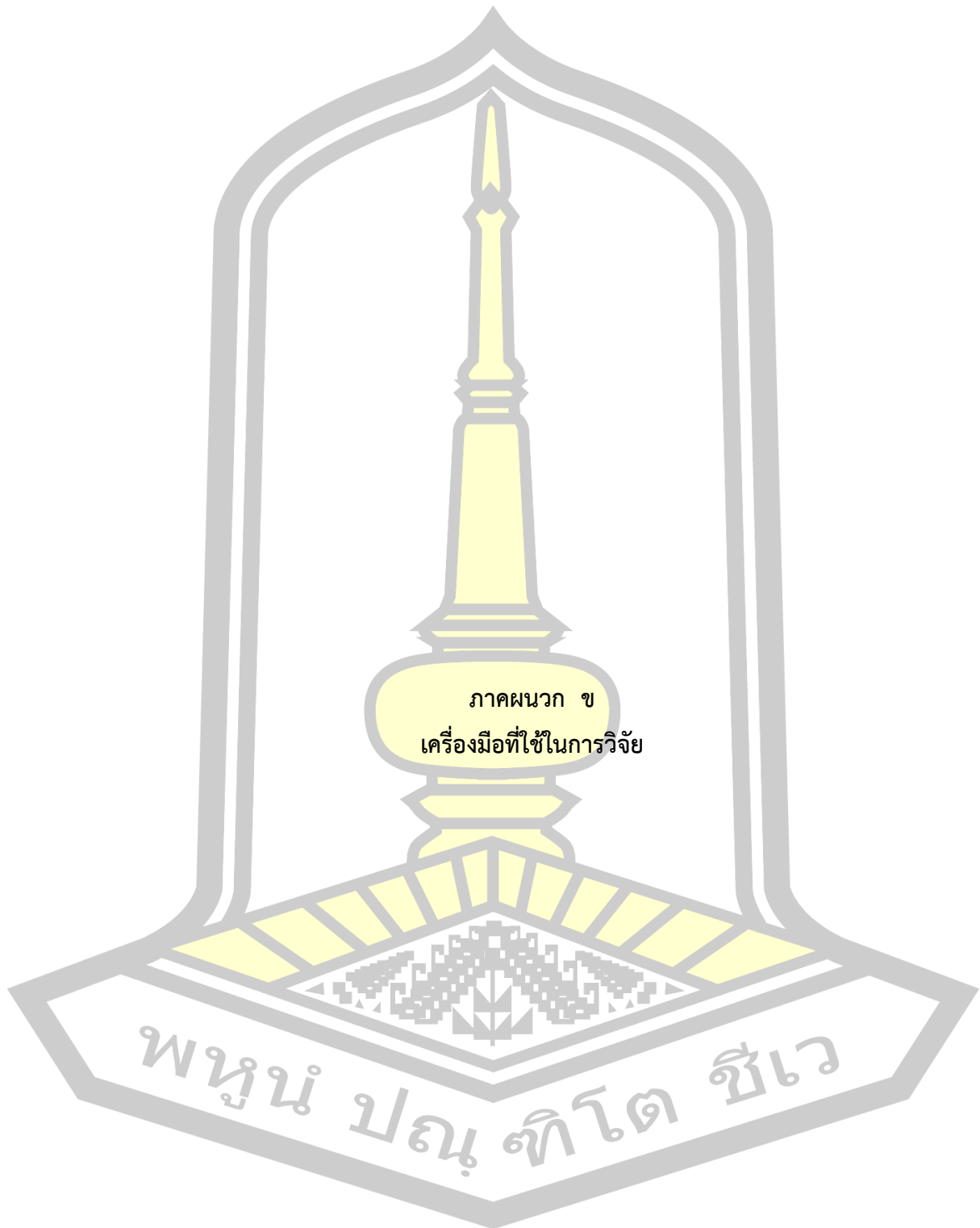
ในการนี้ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าเขตพื้นที่ของท่านมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์
ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านอนุญาตให้ผู้วิจัย
ดังกล่าวเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อนำไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์และถูกต้องต่อไป
จึงใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปฐมพงศ์ ณ จัมปาศักดิ์)

คณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กลุ่มงานบริการการศึกษาและกิจการนิสิต
คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มมส.
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๔๓๗๑-๑๓๕๐ ต่อ ๖๑๓๓



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

เรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์

แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปริญญาเอก) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อจะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามการเมืองเรื่องพื้นที่สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้รู้ หรือผู้ให้บริการและผู้รับบริการท่องเที่ยว จึงขอความร่วมมือให้ท่านตอบตามความจริงเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองบุรีรัมย์ให้ดียิ่งขึ้นไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

1. ชื่อ นามสกุล
2. บทบาท (หน้าที่/ร่วมกิจกรรม)
3. ที่อยู่
4. ประเด็นที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์พัฒนาการของสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ โดยศึกษาเชิงลึกใน 3 ประเด็น ได้แก่

1. พื้นที่ก่อนสร้างสนามข้างอารีน่ามีลักษณะ หรือภูมิหลังเป็นมาอย่างไร

1.1 ภูมิลักษณะ หรือภูมินามของพื้นที่บริเวณนี้ว่า

.....

1.2 การดำรงชีวิตทางสังคมเมืองบุรีรัมย์เป็นอย่างไร

.....

1.3 การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์ยุคเก่าและยุคใหม่ ได้แก่ การสร้างเมืองและสังคม การขยายตัวทางการค้า การศึกษา และการรักษาพยาบาล การขยายตัวเมืองบุรีรัมย์หลังปี พ.ศ.2500-2535 และการขยายตัวหลังปี พ.ศ.2536-ปัจจุบัน เป็นอย่างไร

2. แนวคิดการพัฒนาสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณเป็นมาอย่างไร

2.1 การพัฒนาสนามข้างอารีน่า เป็นอย่างไร

2.1.1 ประวัติสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด พัฒนามาจาก

2.1.2 ประวัติสนามฟุตบอลข้างอารีน่า พัฒนามาจาก

3. พื้นที่หลังการสร้างสนามช้างอารีน่าก่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรมเป็นอย่างไร

- 3.1 พื้นที่การท่องเที่ยวชมสนามช้างอารีน่าเป็นอย่างไร
- 3.2 พื้นที่ทางเศรษฐกิจและรายได้เป็นอย่างไร
- 3.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างไร
- 3.4 เกิดความร่วมมือหลังการสร้างสนามช้างอารีน่าแล้วเป็นอย่างไร

ตอนที่ 3 การสัมภาษณ์การเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามช้างอารีน่าและอาณาบริเวณ โดยศึกษาเชิงลึกใน 3 ประเด็น ได้แก่

1. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางกายภาพในสนามช้างอารีน่าเป็นอย่างไร
 - 1.1 การวางรูปแบบการจัดการพื้นที่ทางการก่อสร้าง
 - 1.2 การวางรูปแบบการจัดสรรที่ดิน
 - 1.3 การวางรูปแบบสถาปัตยกรรม ได้แก่ พื้นที่สนามฟุตบอล พื้นที่ตลาด พื้นที่สวน
คิระ 12 และพื้นที่สนามแข่งรถ
2. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางจินตนาการในสนามช้างอารีน่าเป็นอย่างไร
 - 2.1 การรื้อฟื้นความเชื่อศาสนาและประวัติศาสตร์ขึ้นมาใหม่
 - 2.2 การรื้อฟื้นอุดมคติทางสังคมขึ้นมาใหม่
3. การเมืองเรื่องพื้นที่ทางสังคมในสนามช้างอารีน่าเป็นอย่างไร
 - 3.1 การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่แบบอารยะ
 - 3.2 การสร้างพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่กลุ่มทางสังคม
 - 3.3 การสร้างพื้นที่เมืองสาธารณะ

ตอนที่ 4 การสัมภาษณ์การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยศึกษาเชิงลึกใน 3 ประเด็น ได้แก่

1. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการเป็นอย่างไร
 - 1.1 พื้นที่ตลาดสินค้าและบริการทั้งประเภทนามธรรมและรูปธรรม
 - 1.2 พื้นที่ลานกีฬาคนเมือง ที่เป็นการสร้างพื้นที่และลานกิจกรรมทางสังคม
2. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นอย่างไร
 - 2.1 พื้นที่สถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อการชมสนามช้างอารีน่าและสนามช้าง
อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต
 - 2.2 พื้นที่ความเชื่อและศาสนา ทั้งลานสวนตาล พนมรุ้งจำลอง และสวนคิระ 12

3. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคมการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร

3.1พื้นที่ทางสังคมฟุตบอล

3.2พื้นที่ทางสังคมรถแข่ง

3.3พื้นที่ทางสังคมเด็กแว้นบุรีรัมย์

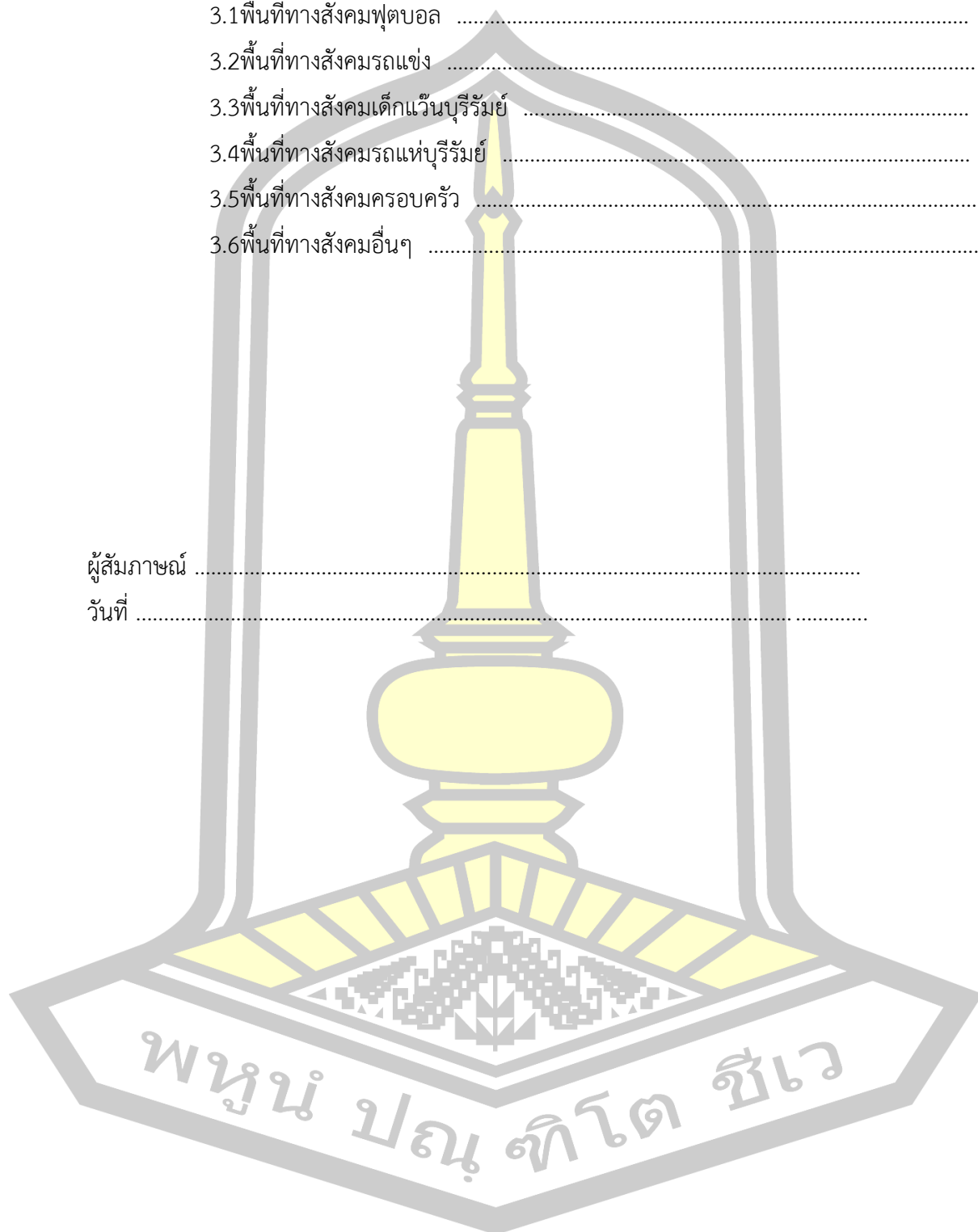
3.4พื้นที่ทางสังคมรถแห่บุรีรัมย์

3.5พื้นที่ทางสังคมครอบครัว

3.6พื้นที่ทางสังคมอื่นๆ

ผู้สัมภาษณ์

วันที่



แบบสังเกต (Observation form)

เรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์

.....

แบบสังเกตที่มีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการสังเกตเพื่อศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปริญญาเอก) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ ใน 3 ประเด็น ดังนี้

1. การสังเกตสภาพภูมิศาสตร์พื้นที่สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

.....

.....

.....

.....

2. การสังเกตการเมืองเรื่องพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เป็นอย่างไร

.....

2.1 พื้นที่ทางกายภาพ

.....

2.2 พื้นที่ทางจินตนาการ

.....

2.3 พื้นที่ทางสังคม

.....

3. การสังเกตการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นอย่างไร

.....

3.1 เป็นสินค้าและบริการ

.....

3.2 เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว

.....

3.3 เป็นกิจกรรมกลุ่มสังคม

.....

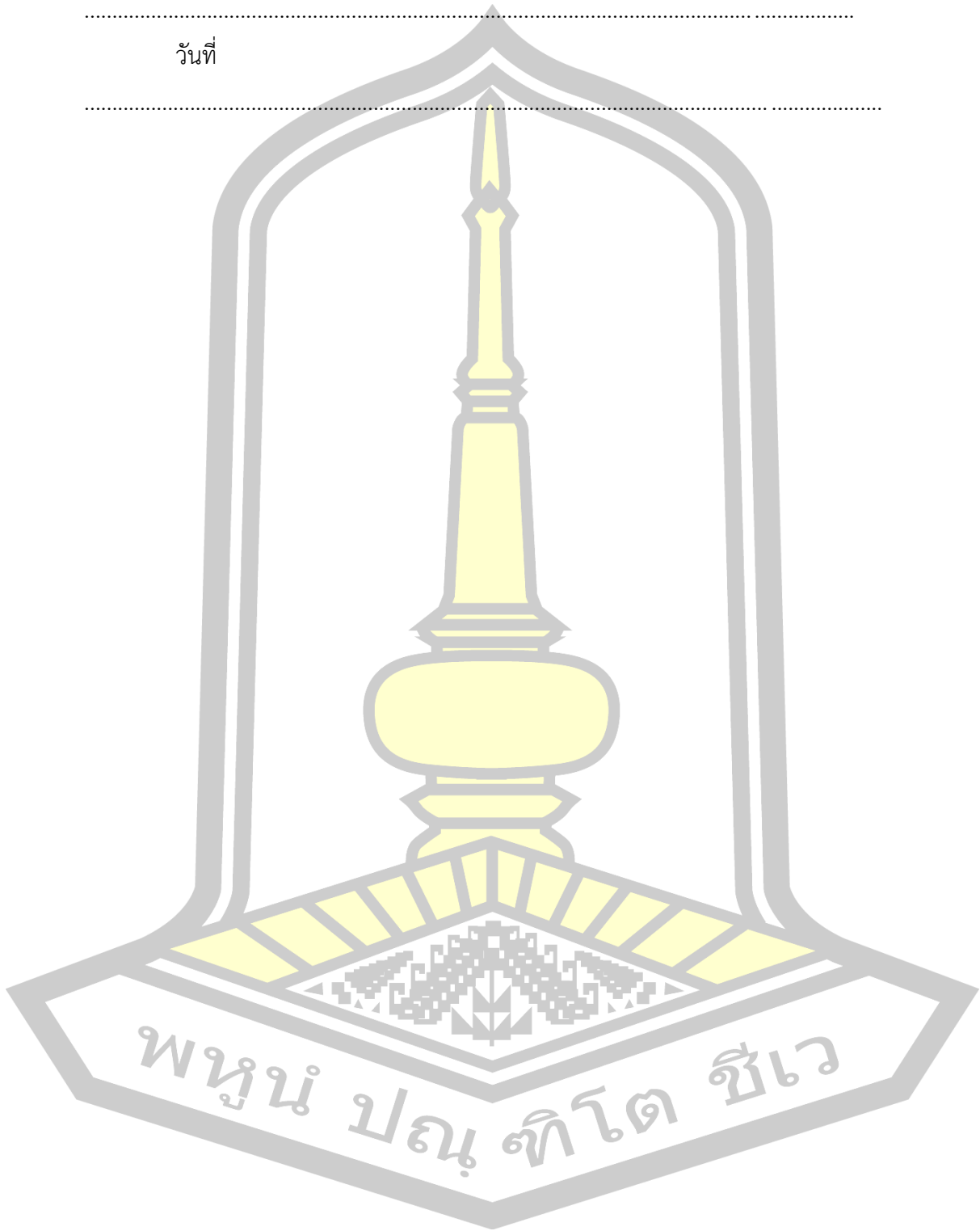
พญ. มณู ทวีโต ชีวะ

4. ผู้สังเกต

.....

วันที่

.....



แบบสำรวจ (Survey Information)

เรื่องพลวัตทางการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์ในสนามข้างอารีน่าจังหวัดบุรีรัมย์

การสร้างแบบสำรวจขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบการสำรวจพื้นที่ตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต (ปริญญาเอก) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามการเมืองเรื่องพื้นที่และการสร้างสรรค์สนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ เรื่อง

1. การสร้างพื้นที่ในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ มีสิ่งก่อสร้างใดบ้าง

.....

.....

.....

2. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ประเภท

.....

.....

.....

3. กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสนามข้างอารีน่าและอาณาบริเวณ

.....

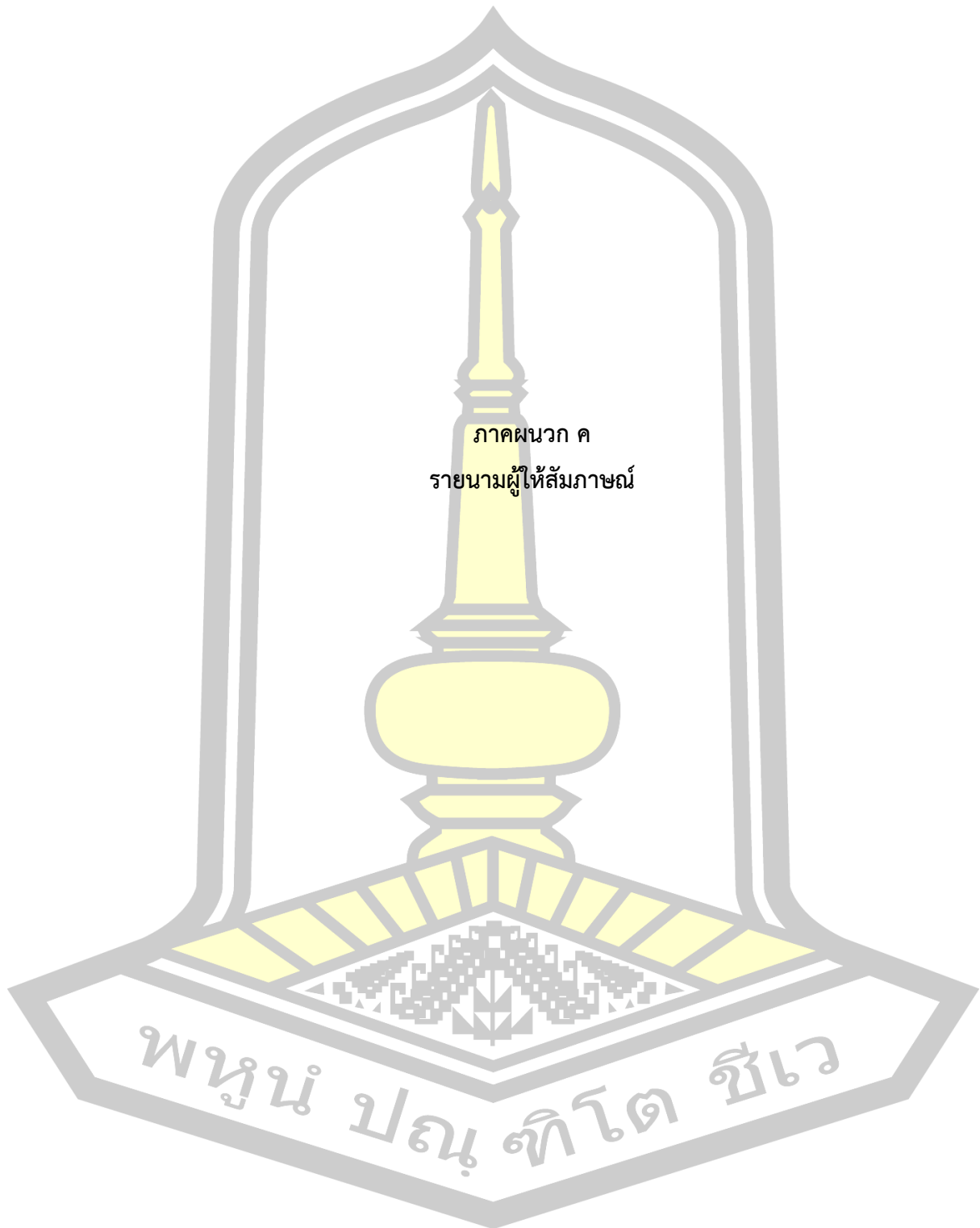
.....

.....

4. ผู้สำรวจ

วันที่

พูน ปณ ทิโต ชีเว



รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

- กัญญารัตน์ ท่วมไธสง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, หัวหน้าการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2565.
- เกียรติสิทธิ์ อินทร์นอก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 131 ม.7 ตำบลห้วยแถลง อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ไกล่รุ่ง ตรากกลาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 136 ม.5 ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- กฤษติชัย ปราศจากโยธิน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 91 ม.6 ตำบลสะเดา อำเภอพลับพลาชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- คำ วิชาพล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 66 ม.15 ตำบลหนองตาต อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2564.
- จักรินทร์ รำกลาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 4 ม.14 ตำบลกระซอน อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- จินตนา จงอ่อนกลาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 221 ม.15 ตำบลอิสาน อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- จิภาวรรณ ฉะยิงพิมาย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 51 ม.6 ตำบลหนองตะคลอง อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ชนินท์ ชาญเรืองศิลป์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 58 ม.9 ตำบลบ้านบัว อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2564.
- ชญญ์สิทธิ์ บุชยามงคล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, ผู้อำนวยการสายงานบัญชีและการเงิน หจก.บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2562.
- ชินวัตร พาภา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 25 ม.5 ตำบลไทยสามัคคี อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- โชคชัย ชาทาสู เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 159 ม.10 ตำบลเมืองไพร อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ณัฐดนัย พรมงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 60 ม.8 ตำบลตลาดไทร อำเภอชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ณัฐปกรณ์ จันทปิดตา. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, นักวิชาการทางสังคมศาสตร์ เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565.

- ณัฐวุฒิ จระอนรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 42 ม.10 ตำบลบ้านด่าน อำเภอบ้านด่าน จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- ณิชาภัทร กาญจนการุณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 293/11 ม.11 ตำบลชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ดุสิต อุทิศสุนทร. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 439 ถนนจิระ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2562.
- เตชาธร มัชยมนันต์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 185 ม.14 ตำบลอิสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- เตือนใจ บุญสีลา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 488/35 ถนนจิระ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ทิพวรรณ จักประโคน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 12 ม.6 ตำบลจันทบเพชร อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ทศพล ยอดเพชร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 22 ม.2 ตำบลตาเสา อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2562.
- ทรงวุฒิ กระสังรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 47 ม.10 ตำบลอิสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ชนาสิริ ประดับวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 524/14 ม.11 ตำบลไร่น้อย อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ชนารีย์ ตะแลรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 178 ม.7 ตำบลกลันทา อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ชนากร อุ่นรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 164 ม.1 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- ชนโชติ ผู้ดี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 133 ม.12 ตำบลลำดวน อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- ชวีวัฒน์ เล็งน้อยกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 145 ม.16 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- ธัญญาลักษณ์ อิมานันท์ ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 85 ม.1 ตำบลกระสัง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ชานินทร์ ปันตา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 101 ม.8 ตำบลไพรขลา อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.

- ธัญญาลักษณ์ โนนกลาง ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 48/307 ถนนเสรีไทย 41
แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2562.
- นภดล สายรัตน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 53 ม.3 ตำบล
โคกสะอาด อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- นิตยา พยุงกลาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 34 ม.15 ตำบล
สองชั้น อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562.
- เนติพงษ์ สุญ์ทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 147 ม.7
ตำบลไพร อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- บัญชา มาลาอุตม์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 43 ม.12
ตำบลเสม็ด อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- บุษกร ไทยประเสริฐ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 94 ม.15
ตำบลทุ่งวัง อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- บรรจง พรหมจิต เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 8 ม.11
ตำบลพุทไธสง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2562.
- ประครอง ศรีสุวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 9 ม.3
ตำบลบ้านยาง อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- ปิยะธิดา ศรีวะธมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 51/2 ม.3
ตำบลหนองใหญ่ อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ปริญญานี หินหาดหงส์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 18 ม.6
ตำบลผไทรินทร์ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562
- ปัญญา มาลาอุตย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 43 ม.17
ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- พิทวัส แอมกระโทก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 919/4 ม.9
ตำบลอิสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- พีรพัฒน์ ตาทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 120 ม.5
ตำบลไทยสามัคคี อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์. เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- พุนรินทร์ พรหมหงส์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 60 ม.2
ตำบลหนองบัวโคก อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- เพียงณา จงรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 76 ม.7
ตำบลไทยสามัคคี อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

พรมวัน โชคเสริม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 132 ม.2

ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

ฟ้ารุ่ง ยมพิมาย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 60 ม.3 ตำบล

ดงอีจาน อำเภอโนนสุวรรณ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2562.

ภัทรภรณ์ กำจร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 67 ม.1 ตำบล

อีสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.

ภัทรวรินทร์ สายน้อย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 112 ม.5

ตำบลกระสัง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2562.

ภานุพงษ์ ไชยวงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 248 / 5

ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2562.

ภูสิทธิ์ ทองย้อย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 204 ม.1 ตำบล

โชคนาสาม อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

วยุรี ศรีสูงเนิน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 112 ม.5

ตำบลเมืองฝ้าย อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562.

รัตติวัฒน์ เทียงธรรม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 127 ม.5

ตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

วิจิตร พาคิวดี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 25/4 ม.4 ตำบล

บางศรีเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี. เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.

วิโรจน์ เอี่ยมสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 125 ม.4 ตำบล

ทะเลน้อย อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์. เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2564.

วีรภาพ ไชยมณี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 15 ม.12 ตำบล

ไทยสามัคคี อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

วีรวัดณ์ อุบลเพื่อน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 37 ม.5

ตำบลหนองปล่อง อำเภอขามเฒ่า จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2562.

รินทิพย์ มะลิผล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 88 ม.1 ตำบล

ทุ่งวัง อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์บุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

เรณี ลอมประโคน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 138 ม.16

ตำบลเสม็ด อำเภอเมืองบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.

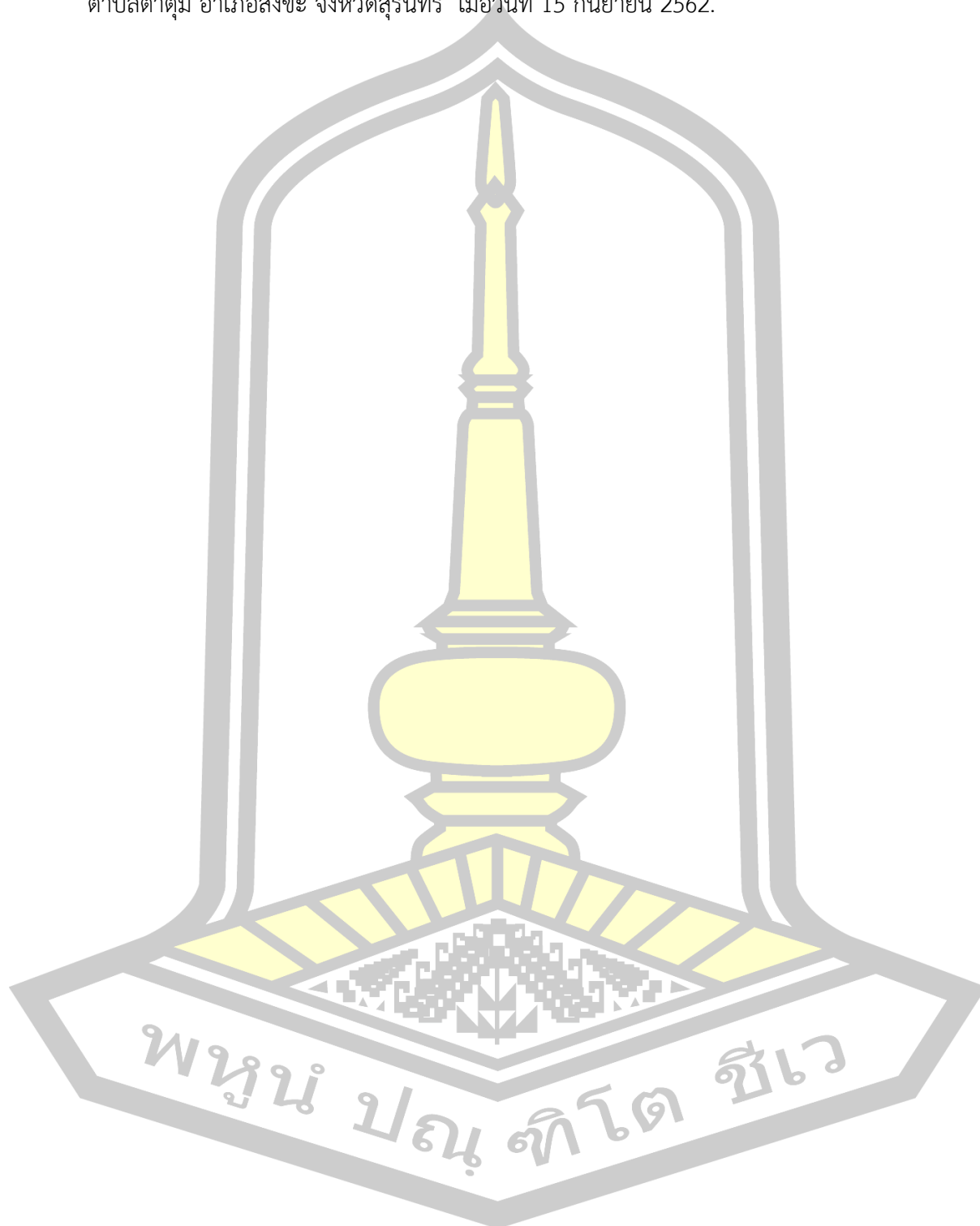
รุ่งนภา บุรณสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 124 ม.12

ตำบลหนองกรัง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.

- รุ่งภัทร บุญเกิดรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 297/1 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- วน พร้อมญาติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 98/76 ม.11 ตำบลบางบัวทอง อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- วรรณช เกิดศรีทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 84 ม.3 ตำบลหนองแวง อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- วรรณลก จันทะบุรณ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, นักท่องเที่ยวที่ลานพระศิวะ. เลขที่ 40/1 ซอยตากสิน 34 แขวงบुकโโล เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- ศศิกานต์ อะทุมชาย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 86 ม.1 ตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- ศศิมลวิมล ชอบธรรม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 32 ม.7 ตำบลกลันทา อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- สมัย เลิศเสนา. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 173 ม.4 ตำบลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2563.
- สรเชต วรคามวิชัย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, นักวิชาการประวัติศาสตร์ ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2565.
- สหฤทธิ เฟ่งพิศ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 87 ม.6 ตำบลเมืองสิง อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- สฤช ศรีสูงค์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 111 ตำบลหนองข่า อำเภอปทุมราชวงศา จังหวัดอำนาจเจริญ เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2562.
- สาวิตรี พวงแก้ว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 157 ม.6 ตำบลทุ่งทอง อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- สายลม เขียวรัมย์ ธรรม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 105 ม.3 ตำบลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562.
- สิริพันธ์ ดิงนางรอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 31 หมู่ 8 ตำบลปะคำ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2562.
- สิริพร ไตรสะอม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 143 ม.13 ตำบลโคกสะอาด อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562.
- สุخانนท์ คาคการรัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 23 ม.3 ตำบลตาตุ่ม อำเภอสังขะ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.

- สุดารัตน์ แยมร่วมญาติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 24 ตำบลบ้านเพื่อ อำเภอนองเรือ จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2562.
- สุดารัตน์ กุญชรรัักษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 34 ม.11 ตำบลเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2562.
- สุนิสา หวานเขียว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 66 ม.15 ตำบลหนองตาด อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562.
- สุทธิพร พงษ์เจริญ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 192 ม.9 ตำบลทุ่งกระเต็น อำเภอนองก่ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.
- สุพรรณิกา สูดาวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 95 ม.3 ตำบลบ้านคู อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- สุพรรณิกา แก้วกลาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 133 ม.9 ตำบลหลุมข้าว อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- แสงเพชร ลำไธสง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, หัวหน้าวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2565.
- สมปอง แก้วภูมิแท้ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่โรงเรียนกัลยาณีธรรมาศ ตำบลกัลยาณี อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2562.
- อดิษฐ์ กรุฑิตา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 82 ม.2 ตำบลหนองโสน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2562.
- อดิศร เจริญยิ่ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 143 ม.13 ตำบลโคกสะอาด อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562.
- อนันต์ บุญชูหล้า เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 71 ม.4 ตำบลบ้านยาง อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562.
- อนันต์ชัย เอกชนาภรณ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 101 ม.5 ตำบลไทยสามัคคี อำเภอนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.
- อภิชาติ คุ่มสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 3 ม.14 ตำบลโคกกลาง อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562.
- อัฐพล พุ่มทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 54 ม.3 ตำบลดงอีจาน อำเภอโนนสุวรรณ จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2562.
- อัญญาลักษณ์ อิมานันท์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 85 ม.1 ตำบลกระสัง อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562.

อุสา ดาดพารัมย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธงชัย สีโสภณ เป็นผู้สัมภาษณ์, อยู่บ้านเลขที่ 23 ม.3 ตำบลตาตุ่ม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายธงชัย สีโสภณ
วันเกิด	วันที่ 1 เดือนเมษายน พ.ศ.2513
สถานที่เกิด	จังหวัดบุรีรัมย์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 82 หมู่ที่ 9 ตำบลเมืองฝ้าย อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ 31240
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	อาจารย์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เลขที่ 439 ถนนจิระ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ 31000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2544 ปริญญาศาสตรบัณฑิต (ศน.บ.) สาขาสังคมวิทยาและ มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย พ.ศ. 2557 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาไทยศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พ.ศ. 2566 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พูน ปณ ทิโต ชีเว