

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ระลึกจากอัตลักษณ์ชุมชน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา  
Development of souvenir products from community identity Case study of  
Phuket and Phang Nga provinces

ธิดาวรรณ ปานแก้ว<sup>1</sup> วีรวัฒน์ อินทรทัต<sup>2</sup> รังสรรค์ พลสมศรี<sup>3</sup> กิตติศักดิ์ จิตต์เกื้อ<sup>3,\*</sup>

<sup>1</sup>สำนักงานคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

21 หมู่ 6 ถ.เทพกระษัตรี อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000

<sup>2</sup>กลุ่มวิชาฟิสิกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

21 หมู่ 6 ถ.เทพกระษัตรี อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000

<sup>3</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

21 หมู่ 6 ถ.เทพกระษัตรี อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000

E-mail ผู้ประพันธ์หลัก: kittisak@pkru.ac.th

#### บทคัดย่อ

การผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์กับอัตลักษณ์ชุมชน ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีความหมายและเป็นตัวแทนของชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่จัดทำขึ้น คือ ที่คั่นหนังสือ ที่เก็บสาย พวงกุญแจ สายคล้องคอสุนัขและแมวจากยางพารา จากการดำเนินงานกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มนี้ เป็นส่วนช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจของชุมชน ช่วยให้คนในชุมชนมีงานทำ กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างงาน สร้างโอกาส ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ด้านสังคม ช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมความสัมพันธ์ เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน ด้านการรักษาวัฒนธรรม โดยผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอด สืบสาน วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงส่งเสริมให้ คนในชุมชนมีงานอดิเรก พัฒนาทักษะ ฝีมือตนเอง และด้านสิ่งแวดล้อม มีการนำและใช้วัสดุธรรมชาติ

คำสำคัญ: ความคิดสร้างสรรค์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, อัตลักษณ์ชุมชน

ระบุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่เกี่ยวข้องมากที่สุด: SDG 8

## ที่มาและความสำคัญ

จากการให้ความหมายของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 นั้น “ความคิดสร้างสรรค์” คือความสามารถในการจัดการความรู้สหวิทยาการและประสบการณ์ที่หลากหลายเพื่อการคิดค้นและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่าหรือดีขึ้น ขณะที่ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญาและการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสังคมนิยมของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม โดยปัจจุบัน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 15 สาขา คือ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

งานฝีมือและหัตถกรรม เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม หมายถึง งานที่ผลิตขึ้นด้วยมือหรือใช้เครื่องมือง่าย ๆ เน้นทักษะและประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก โดยทั่วไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและศาสนา สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ขณะที่ความแตกต่างระหว่างงานฝีมือกับหัตถกรรม นั้น งานฝีมือ มักหมายถึงงานที่มีขนาดเล็ก ใช้เวลาผลิตไม่นาน เน้นความสวยงาม ประณีต โดยที่ หัตถกรรม มักหมายถึงงานที่มีขนาดใหญ่ ใช้เวลาผลิตนาน เน้นประโยชน์ใช้สอย งานฝีมือและหัตถกรรม เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า การอนุรักษ์และส่งเสริมงานฝีมือและหัตถกรรม เป็นการรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างรายได้ให้กับชุมชน และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้งานฝีมือและหัตถกรรม ส่วนใหญ่เป็นงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งหากขยายความอัตลักษณ์ชุมชน จะหมายถึง ลักษณะเฉพาะที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ เปรียบเสมือน DNA ของชุมชนที่หล่อหลอมมาจากปัจจัยต่าง ๆ ร่วมกัน สำหรับองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์และภูมิหลัง ด้านเรื่องราว ความเป็นมา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อ ภูมิปัญญา สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรม ด้านภาษา อาหาร การแต่งกาย สถาปัตยกรรม ดนตรี ประเพณี ล้วนสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ เกี่ยวข้องกับภูมิประเทศ สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ เศรษฐกิจ เกี่ยวข้องกับอาชีพหลัก ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การค้าขาย สังคม โครงสร้าง ความสัมพันธ์ ระบบเครือญาติ และด้านบุคคลสำคัญมีชื่อเสียง ผลงาน หรือบทบาทสำคัญต่อชุมชน

ในแง่มุมของความสำคัญของอัตลักษณ์ชุมชน มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) สร้างความภาคภูมิใจ ชุมชนมีสิ่งภูมิใจ รู้สึกเป็นเจ้าของ 2) การเสริมสร้างความสามัคคี ความร่วมแรงร่วมใจ 3) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และ 5) ด้านการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม สืบทอดภูมิปัญญา ประเพณี

ตัวอย่างการนำอัตลักษณ์ชุมชนมาใช้ประโยชน์ คือ ใช้ในด้านการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม การนำภูมิปัญญา วัฒนธรรม มาสร้างสินค้า ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าสินค้า อัตลักษณ์ชุมชน เป็นสิ่งสำคัญที่

ต้องร่วมกันรักษา สืบทอดและพัฒนา ทั้งนี้ชุมชนแต่ละแห่งมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน เอกสารฉบับนี้จึงนำเสนอ การนำอัตลักษณ์ชุมชนของจังหวัดภูเก็ตและพังงา มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสู่การสร้างรายได้และกระตุ้น เศรษฐกิจท้องถิ่น

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ ด้วยอัตลักษณ์ชุมชน
2. เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

### ช่วงระยะเวลาดำเนินการ

เดือนตุลาคม 2566 ถึงเดือนมีนาคม 2567

### กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้สูงอายุเขตพื้นที่เทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต
2. กลุ่มสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางในโดน จำกัด ตำบลปากอ อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา

### การดำเนินโครงการ/กิจกรรม/วิธีการประเมิน

เริ่มแรกเริ่มด้วย การวางกรอบการดำเนินงาน 1) การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน: เริ่มต้นด้วยการศึกษา วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตของชุมชน เพื่อค้นหาเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และ เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ 2) ศึกษาความต้องการของตลาด กลุ่มเป้าหมาย คู่แข่งและแนวโน้มของ ตลาด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ และสามารถแข่งขันในตลาดได้ 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ใช้งานได้จริง สวยงาม และ ดึงดูดความสนใจ 4) การพัฒนา ผลิตภัณฑ์: พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และมีคุณภาพ 5) การสร้างแบรนด์: สร้างแบรนด์ให้กับ ผลิตภัณฑ์ สื่อสารเรื่องราว อัตลักษณ์ และ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ และ 6) การทำการตลาดและการจัดจำหน่าย วางแผนการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์การโปรโมท เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้ได้คณะทำงาน ได้ประยุกต์แนวคิด The Double Diamond Design Process หรือ กระบวนการ โดยโมเดลรูปแบบนี้ถูกคิดค้นขึ้นโดย UK Design Council ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน 1) ค้นพบ (Discover) 2) กำหนด (Define) 3) พัฒนา (Develop) 4) นำเสนอ (Deliver) โดยนำมาใช้แก่การทำงานทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมาย และทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลผลิตของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ชุมชน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต คณะทำงานและกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่เทศบาลกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ได้ร่วมนำอัตลักษณ์ของการแต่งกายของสตรีภาคใต้พื้นเมือง ส่วนใหญ่ อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต พังงา (ตะกั่วป่า) ระนอง กระบี่ ตรัง รวมถึงสิงคโปร์ มาเลเซีย (ปีนัง) โดยรวมจะเรียกว่า เปอรานากัน (PERANAKAN) ซึ่งเป็นชื่อเรียก ศิลปะวัฒนธรรมที่ผสมกันระหว่างจีนและมลายู ทำให้กลุ่ม เปอรานากันนี้ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม อาหารและมีเอกลักษณ์รวมถึงอาคารที่มีสถาปัตยกรรม แบบชิโนโปรตุกีส สำหรับการแต่งกายของสตรีนี้มีชื่อเรียก “ชุดย่าหยา” เป็นเสื้อคอแหลมผ่าหน้าตลอด มักใช้เข็ม กลัดกลัดโยงเสื้อแทนกระดุม มีชายเสื้อด้านหน้าแหลม สำหรับ “ชุดบาบ๋า” เป็นเสื้อคอตั้ง แขนจีบ คอเสื้อแบบ

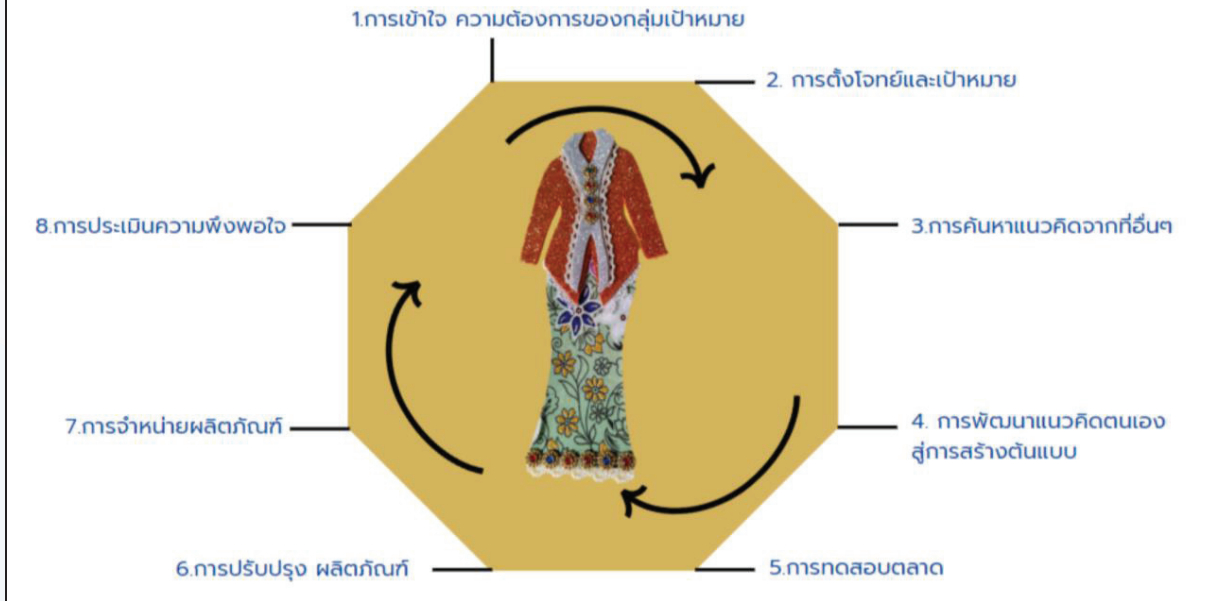
จิ้น สำหรับเสื้อฝ้ายจะนิยมสีแดง ชมพูอ่อนหรือสีสันสดใสในงานมงคล และนิยมสีดำ น้ำตาลเข้ม สีขาวในงาน  
อวมงคล นอกจากนี้ยังนิยมนุ่งผ้าปาเต๊ะควบคู่กัน สำหรับลวดลายนิยมใช้ลายผีเสื้อ ลายดอกไม้ ลายพญา ลาย  
หงส์ ลายนกยูง (ภาพที่ 1) และมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้ดำเนินการจัดทำเป็น ที่คั่นหนังสือ (ภาพที่ 2)



ที่มา : [krabilocal.com/product/เสื้อย่าหยา](http://krabilocal.com/product/เสื้อย่าหยา)

ภาพที่ 1 ชุดย่าหยา

การประยุกต์แนวคิดเชิงออกแบบ  
ของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด  
แนวคิด Double Diamond Diagram ผนวก PDCA  
สำหรับการออกแบบ ชุดย่ำหยา  
บนกระดาษและบนพื้นผ้า



การประยุกต์นำวัสดุ เช่น กระดาษโฟมสติ๊กเกอร์ ผ้าปาเต๊ะ กระดุม  
สู่การออกแบบเป็น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก  
สำหรับนักท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต พังงา



**แนวคิดและการประยุกต์**

1. สะท้อนอัตลักษณ์ เพอรานากับ
2. ตีงจุดความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. มีรูปร่าง ขนาด สดสวย สี สีสวยงาม
4. สามารถใช้งานได้จริง
5. ไม่มีส่วนที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้
6. ราคาเหมาะสม

กระบวนการจัดทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว  
"ชุดย่ำหยา"



1. ออกแบบ วาดแบบบนกระดาษ หรือวัสดุที่ต้องการ
2. ตัดแบบเสื้อ ผ้าถุง โดยใช้มีดคัตเตอร์หรือกรรไกร
3. เลือกวัสดุที่เหมาะสม เพื่อประดับเป็นริ้ว ขอบเสื้อ / ชายผ้าถุง
4. เลือกวัสดุที่เหมาะสม เพื่อประดับเป็นกระดุมเสื้อ / ชายผ้าถุง
5. ตัดกาลาเท็กซ์
6. นำผลิตภัณฑ์ ใสลงในซองพลาสติก หรือกล่องบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 2 การประยุกต์แนวคิดมาจัดทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

กลุ่มชุมชนได้นำผลิตภัณฑ์มาทดลองจำหน่ายทั่วไป ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 การทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอัตลักษณ์ชุมชน กรณีศึกษาจังหวัดพังงา ได้ดำเนินการกับกลุ่มสมาชิก สหกรณ์กองทุนสวนยางโนโตน จำกัด ตำบลปากอ อำเภอดงทับทิม จังหวัดพังงา โดยเริ่มดำเนินงาน เมื่อเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2566 ณ ขณะนั้นผู้นำและสมาชิกชุมชน ได้หารือกับคณะทำงานร่วมกัน เรื่อง แนวทางนำแผ่น ยางพาราแผ่นดิบ ผลิตเป็นสินค้าออกเนื่องจากการขายยางพาราแผ่นดิบทั่วไป คณะทำงาน จึงได้ค้นหาและ ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจนนำมาสู่การทดลองการปฏิบัติการผลิตเป็นสินค้า ที่เก็บสาย โดยมองว่าสามารถ นำเสนอแก่ลูกค้า ในการใช้อย่างเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันทั่วไปแก่บุคคลทั่วไป รวมถึงเป็นของที่ระลึกเพื่อ จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว สามารถซื้อเป็นของฝากได้ ทั้งนี้การผลิตดังกล่าวมีวิธีการทำไม่ยุ่งยาก รวมถึงอุปกรณ์ วัสดุ ที่นำมาใช้สามารถหาซื้อได้ง่าย เช่น กรรไกร กระดุมแป๊ก ตาไก่ สำหรับยางแผ่นดิบนั้น สหกรณ์ฯ มีโรง ยางพารา สามารถผลิตยางพาราใหม่ได้เอง อีกทั้งสามารถนำส่วนที่เหลือทิ้งมาใช้ได้อีก ด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนี้ ทำให้บางท่านที่เป็นสมาชิกที่เป็นผู้สูงวัย สามารถทำตัวเอง ก่อให้เกิดรายได้เสริม แสดงดังภาพที่ 4 และภาพที่ 5

ต่อมาหลังจากจำหน่ายที่เก็บสายได้ระยะหนึ่ง จึงได้ดำเนินงานพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ พวงกุญแจและสาย คล้องคอสุนัขและแมว แสดงดังภาพที่ 6 และภาพที่ 7



ภาพที่ 4 การปฏิบัติการจัดทำผลิตภัณฑ์จากยางพารา



ภาพที่ 5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากยางพารา



ภาพที่ 6 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สายคล้องคอสุนัขและแมว จากยางพารา



ภาพที่ 7 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์พวงกุญแจ สายคล้องคอสุนัขและแมว จากยางพารา



## สรุปผลการดำเนินงานและประเด็นสำคัญที่ได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรม

จากการดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอัตลักษณ์ชุมชน ทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมาย พบว่าสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ คือ ที่คั่นหนังสือ ที่เก็บสาย พวงกุญแจ สายคล้องคอสุนัขและแมว จากยางพารา เพิ่มมูลค่าและเพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว นำมาสู่การสร้างรายได้ เสริมอาชีพหลัก

## อภิปรายผลการดำเนินงาน/บทสังเคราะห์ระดับและข้อเสนอแนะ

คณะทำงานและกลุ่มชุมชนได้ร่วมดำเนินงานนำอัตลักษณ์ชุมชนของจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา ทั้ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ตและกลุ่มสมาชิกสหกรณ์การยาง บ้านโนโตน ตำบลปากอ อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและยังช่วยให้สมาชิกในกลุ่มเป้าหมาย รู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ รู้สึกผูกพันและร่วมมือกันพัฒนาชุมชน นอกจากนี้กิจกรรมการปฏิบัติการดังกล่าว สามารถสร้างความสามัคคี สร้างความภาคภูมิใจในฝีมือของตนเอง อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ที่จัดทำขึ้น [2] ควรคำนึงถึงหน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก ต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย [1] การนำส่วนผสมของวัสดุเหลือใช้ในพื้นที่คือ ยางพารา มาร่วมใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดการใช้ขยะให้เหลือศูนย์ Zero waste และการสร้างมูลค่าให้กับเศษวัสดุ Upcycling ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์แบบยั่งยืน Sustainable design ได้

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. การสร้างความสามัคคี ช่วยให้สมาชิกในชุมชน รู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ รู้สึกผูกพัน และร่วมมือกันพัฒนาชุมชน
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เกิดเศรษฐกิจชุมชน จากการมีผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- [1] พรชัย ปานทุ่ง. (2559). การสร้างสรรค์ใบยางพารา เพื่อใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ของตกแต่งและของชำร่วย. *วารสารวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยการรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, (11)3*, 135-142.
- [2] นวัตรกร อุมาศิลป์, ณิชูชานา นวลยัง, และชไมพร มิตินันท์ทวงศ์. (2564). การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วิถีวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, 4(12)*, 484-498.