

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาปราสาทหินในจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์  
(กรณีศึกษาปราสาทหินพนมรุ้ง)

โดย : จิรายุ บึงจันทร์

ชื่อปริญญา : ศิลปประยุกต์บัณฑิต

สาขา : การออกแบบผลิตภัณฑ์

ประธานกรรมการที่ปรึกษา : คร.ประทีปใจ ลิกษา

ศัพท์สำคัญ : ปราสาทหิน สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ของพนมรุ้ง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในปราสาท และสื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสิ่งพิมพ์ (โบรชัวร์ไปตเตอร์) ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีจุดเด่นที่ตัวปราสาท จึงได้นำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของปราสาทหินพนมรุ้ง และจัดหมวดหมู่เนื้อหาให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อุทยานปราสาทหินพนมรุ้ง และ 3) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ปราสาทหินพนมรุ้ง ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่ประชากรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของปราสาทหินพนมรุ้ง และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในปัจจุบัน คือ เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในอุทยานปราสาทหินพนมรุ้ง และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวในภาคอีสาน เขต 1 กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในอุทยานปราสาทหินพนมรุ้ง และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวในภาคอีสาน เขต 1 ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานปราสาทหินพนมรุ้ง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานปราสาทหินพนมรุ้งที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) ส่วนของข้อมูลประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของปราสาทหินพนมรุ้ง ได้รับการจัดหมวดหมู่เนื้อหาให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน 2) มีสื่อประชาสัมพันธ์ปราสาทหินพนมรุ้งที่สอดคล้องกับปัจจุบัน 3) นักท่องเที่ยวมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ปราสาทหินพนมรุ้ง จากผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า

แนวทางการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของปราสาทหินพนมรุ้ง ควรคำนึงถึงแนวคิดในการออกแบบ 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านแนวคิด เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นของประวัติศาสตร์ปราสาทหินพนมรุ้ง 2) ด้านประโยชน์ เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ในการเข้าชมของตัวปราสาทหินพนมรุ้ง ผู้วิจัยจึงใช้เป็นกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

## ABSTRACT

**THESIS TITLE** : THE STONE CASTLE STUDY FOR PUBIC RELATION MEDIA  
DEVELOPMENT A CASE STUDY : PHANOM RUNG  
HISTORICAL PARK

**RESEARCHER** : JIRAYU BUENGCHAN

**DEGREE** : APPLIED ARTS

**MAJOR** : PRODUCT DESIGN

**CHAIR** : DR. PRATHABJAI SIKKA

**KEYWORDS** : HISTORICAL PARK / PUBIC RELATION MEDIA

The Phanomrung stone castle advertisement was interested by many travelers and the most interesting advertisement is brochure and poster. This has resulted in a focus on Phanomrung stone castle that divided in to three object as 1) To study A Phanomrung stone castle history and divide it suitable for traveling in a current time.2) To design and develop A Phanomrung advertisement.3) To promote the history of a stone castle.This research has two target group. Firstly, people who works in a stone castle area on the base of historical information of a stone castle include outer northeastern area from a random specifically selection. Secondly, a travelers who comes in a stone castle area.

The results of this process divided into three parts. Firstly , a historical information. Secondly , an advertisement in a current time. Thirdly , a travelers has an information about history of Phanomrung stone castle. The results of this process led to a design process and develop an advertisement should concern about a design process in a focus on a concept for historical introduction and to benefit for a travelers about a stone castle information