

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปลักษณะของตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารความเป็นอัตลักษณ์ขององค์การธนาคาร ซึ่งตราสัญลักษณ์ที่ศึกษาเป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะที่อยู่หน้าอาคารของธนาคาร รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ต่างๆขององค์การธนาคาร โดยเป็นการศึกษาจากเอกสารของธนาคารต่างๆ การวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือบุคลากรของธนาคารต่างๆ รวมทั้งสิ้น 19 คน

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย แบ่งเป็น 3 ตอน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 : ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์การธนาคาร

ตอนที่ 2 : สัญลักษณ์ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์การธนาคารและบทบาทในการสื่อสารความเป็นตัวตนขององค์การธนาคาร

ตอนที่ 3 : ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆของตราสัญลักษณ์กับองค์ประกอบต่างๆขององค์กรในการสื่อสารความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์กร

ตอนที่ 1 : ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์การธนาคาร

ความเป็นตัวตนขององค์การธนาคาร ประกอบไปด้วยส่วนสำคัญอย่างน้อย 5 ส่วน ดังนี้

#### 1. ประวัติความเป็นมาและภูมิหลัง

ความเป็นมา ที่มา ภูมิหลังของธนาคารแต่ละแห่งนั้นมีความแตกต่างกันไปในแต่ละรายละเอียดจากการศึกษาพบว่ามีธนาคาร 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 61.9 ซึ่งเป็นธนาคารส่วนใหญ่่นั้น มีการสะท้อนประวัติความเป็นมา หรือภูมิหลังของธนาคารผ่านทางกรเลือกใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็น รูปภาพ ตัวอักษร หรือสี

#### 2. อายุขององค์การธนาคาร

โดยภาพรวมสามารถสรุปได้ว่ามีธนาคารที่อายุเกิน 100 ปี เพียงธนาคารเดียว คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ในขณะที่ธนาคารที่มีอายุในระหว่าง 60 – 70 ปีนั้น หรือในช่วงพ.ศ.2584 –

2590 นั้นมีอัตราการเกิดของธนาคารแทบจะทุกปี ส่วนในปี พ.ศ. 2548 เป็นปีที่มีธนาคารเกิดขึ้นมากที่สุด คือ 4 แห่ง ได้แก่ ธนาคารทีสโก้ ธนาคารสินเอเซีย ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย และธนาคารเกียรตินาคิน โดยที่รองลงมาคือ ปีพ.ศ. 2545 มีธนาคารเกิดขึ้น 3 แห่ง ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารธนาชาติ และธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ปีพ.ศ.2509 มีธนาคารเกิดขึ้น 2 แห่ง คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารกรุงไทย ปีพ.ศ.2488 มีธนาคารเกิดขึ้น 2 แห่ง คือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกสิกรไทย

### 3. สถานภาพของธนาคาร

สถานภาพของธนาคาร คือ 1. มีสถานภาพเป็นธนาคารตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง หรือเป็นสถาบันการเงินอื่นๆ เช่น บริษัทเงินทุน บริษัททางธุรกิจต่างๆ แล้วแปรสภาพหรือควบรวมกิจการ จึงค่อยมีสถานภาพเป็นธนาคาร 2. มีสถานภาพปัจจุบันเป็นธนาคารรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน

พบว่าในช่วงแรกๆที่เริ่มมีการก่อตั้งธนาคารคือ พ.ศ.2449 – 2541 โดยส่วนใหญ่คือธนาคาร 14 แห่งได้ถูกก่อตั้งขึ้นมาโดยให้มีสถานภาพเป็นธนาคารตั้งแต่แรกเริ่ม ต่อมาในระยะเวลา 10 ปีหลัง คือตั้งแต่ พ.ศ.2541 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ธนาคารที่เกิดขึ้นเกือบทั้งหมด (ยกเว้นเพียง 1 ธนาคาร คือ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย) นั้นเกิดขึ้นมาเป็นธนาคารจากการเปลี่ยนสถานภาพจากบริษัทเงินทุนหรือบริษัทธุรกิจ หรือเกิดจากการรวมกลุ่มทางธุรกิจทั้งสิ้นจำนวน 7 แห่ง

โดยที่ปัจจุบันมีธนาคารที่มีสถานภาพเป็นรัฐวิสาหกิจ คือเป็นธนาคารที่รัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นอยู่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 นั้นมีจำนวน 7 แห่ง ธนาคารที่มีสถานภาพเป็นเอกชน มีจำนวน 13 แห่ง และมีธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารเพียงแห่งเดียวที่มาสถานภาพเป็นธนาคารกลางของประเทศ

### 4. สาขาขององค์กรธนาคาร

จากผลการวิจัยพบว่า องค์กรธนาคารทุกแห่งมีสาขาเปิดบริการที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยส่วนใหญ่มีการเปิดสาขาทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย คือ กลาง เหนือ ใต้ ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ ยกเว้น ธนาคารแห่งประเทศไทยที่ไม่มีสาขาเปิดในภาคกลาง และภาคตะวันออก ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) ที่ไม่มีสาขาในภาคกลาง ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย (LH) ที่ไม่มีสาขาในภาค

ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ ยกเว้น ธนาคารแห่งประเทศไทยที่ไม่มีสาขาเปิดในภาคกลาง และภาคตะวันออก ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) ที่ไม่มีสาขาในภาคกลาง ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย (LH) ที่ไม่มีสาขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ และธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย ที่ยังไม่มีสาขาในภาคใดเลย

ผลจากการหาค่าเฉลี่ยจำนวนสาขาในแต่ละจังหวัดของแต่ละภูมิภาค (จำนวนธนาคาร / 1 จังหวัด) พบว่า จำนวนสาขาในกรุงเทพและปริมณฑลของเกือบทุกธนาคารมีจำนวนมากที่สุด ยกเว้น เพียง 1 ธนาคาร คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่มีจำนวนสาขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มากที่สุด ตามด้วยภาคใต้ ภาคเหนือ กรุงเทพและปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก ตามลำดับ

นอกจากนั้น พบว่าธนาคารที่มีสาขาในต่างประเทศมีอยู่จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย และธนาคารทหารไทย โดยที่มีกระจายอยู่ในทวีปต่างๆของโลก ได้แก่ เอเชีย ยุโรป และอเมริกา โดยที่จำนวนสาขาในทวีปเอเชียมีจำนวนมากที่สุด ตามด้วยทวีปอเมริกา และทวีปยุโรป ซึ่งพบว่าธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารเพียงแห่งเดียวที่มีสาขาคอบทุกภูมิภาคในประเทศไทย และใน 3 ทวีป คือ เอเชีย ยุโรป และอเมริกา ดังกล่าว

## 5. วัฒนธรรมองค์กร

จากผลการวิจัยพบว่าธนาคารแต่ละแห่งมีการเน้นคุณค่าที่เหมือนและต่างกันไป สิ่งที่พบในแต่ละธนาคารที่เหมือนกันมากที่สุด คือ เรื่องการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องของการให้บริการของพนักงาน, เรื่องการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย, เรื่องความเป็นผู้นำทางสถาบันการเงิน, เรื่องการเป็นธนาคารที่ครบวงจร และเรื่องของการทำงานเป็นทีม ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงเรื่องความซื่อสัตย์ เรื่องความมีคุณธรรม เรื่องความรับผิดชอบต่อ เรื่องความมั่นคงของธนาคาร เรื่องความไว้วางใจจากลูกค้า เรื่องการพัฒนาสังคม และประเทศ เป็นต้น

ในรายละเอียดของแต่ละธนาคาร สามารถสรุปวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และค่านิยม (Value) ขององค์กรธนาคาร ไว้ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 15 : ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ขององค์กรธนาคาร

ลำดับ ที่	ชื่อธนาคาร	วิสัยทัศน์ (VISION) - พันธกิจ (MISSION) - ค่านิยม (VALUE)													
		ให้ความสำคัญกับ													
		ลูกค้า	พนักงาน	หุ้นและผู้ มีส่วนได้	สังคม	สื่อ เทคโนโลยี	ธนาคาร ต่างประเทศ	ธนาคาร ใน ประเทศ	ความ รับผิดชอบต่อ สังคม	ความ โปร่งใส	ความ มั่นคง	ความ ริเริ่ม	ความ ใหม่	ความ ปลอดภัย	การ พัฒนา พื้นที่
1.	ไทยพาณิชย์	x	x	x	x		x	x	x			x	x	x	
2.	นครหลวงไทย	x	x				x	x							ทำกำไร,ขยายธุรกิจ
3.	ธนาคารแห่งประเทศไทย		x		x				x				x	x	มองการณ์ไกล
4.	กรุงเทพ	x	x					x				x		x	ธนาคารผู้นำระหว่าง ประเทศ, น้ำใจ ไมตรี
5.	กรุงศรีอยุธยา	x	x	x		x				x	x		x		Conservative and Progressive, รอบคอบ ระมัดระวัง
6.	กสิกรไทย	x	x	x	x	x	x	x			x	x		x	
7.	ออมสิน				x						x				เพื่อการออม, เศรษฐกิจฐานราก
8.	อาคารสงเคราะห์ (ธ.อ.ส.)	x	x		x		x	x							
9.	ทหารไทย	x	x	x	x		x	x	x		x				

ตารางที่ 15 : ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ขององค์กรธนาคาร (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อธนาคาร	วิสัยทัศน์ (VISION) - พันธกิจ (MISSION) - ค่านิยม (VALUE)													
		ให้ความสำคัญกับ													
		ลูกค้า	พนักงาน	ผู้ถือหุ้น	สังคม	เทคโนโลยี	ธนาคาร ครบวงจร	ธนาคาร ชั้นนำ	ความ ซื่อสัตย์	ความ ไว้วางใจ	ความ มั่นคง	ความริเริ่ม สิ่งใหม่	ความ รับผิดชอบต่อ พนักงานเป็น ทีม	อื่น ๆ	
10.	เพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร (ธ. ก.ส.)	x				x					x	x			ยกระดับเกษตรกร
11.	กรุงไทย	x	x												The Convenience Bank, สร้างผล ตอบ แทนที่ดี, ส่งเสริมทุนทาง ปัญญา
12.	เพื่อการส่งออกและนำเข้า แห่งประเทศไทย (EXIM)														พัฒนาเศรษฐกิจ, พัฒนาประเทศ การค้าและการ ลงทุน
13.	ไทยธนาคาร		x			x									
14.	พัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมแห่ง ประเทศไทย (SME)	x	x												มีวินัยการเงินอย่าง เคร่งครัด



ตารางที่ 15 : ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ขององค์การธนาคาร (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อธนาคาร	วิสัยทัศน์ (VISION) - พันธกิจ (MISSION) - ค่านิยม (VALUE)													
		ให้ความสำคัญกับ													
		ลูกค้า	พนักงาน	ผู้ถือหุ้น	สังคม	เทคโนโลยี	ธนาคาร ครบวงจร	ธนาคาร ชั้นนำ	ความ ซื่อสัตย์	ความ ไว้วางใจ	ความ มั่นคง	ความ ริเริ่ม สิ่งใหม่	ความ รับผิดชอบต่อ สังคม	อื่น ๆ	
15.	ธนาชาต	x	x				x	x					x		เป็นมิตร, เด็ดเดี่ยว กระตือรือร้น
16.	อิสลามแห่งประเทศไทย	x			x	x					x				ไม่ผูกพันกับดอกเบี้ย, ดำเนินงานตามหลัก ศาสนาอิสลาม
17.	ทิสโก้	x	x					x	x						
18.	สินเอเชีย	x	x			x	x		x				x	x	สภาพแวดล้อมในการ ทำงาน, กระตือรือร้น, กล้า, เปิดรับความ คิดเห็น
19.	เกียรตินาคิน	x	x		x								x	x	เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,ปรับตัว
20.	แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพียราย ย่อย (LH)														

ตารางที่ 15 : ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ขององค์การธนาคาร (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อธนาคาร	วิสัยทัศน์ (VISION) - พันธกิจ (MISSION) - ค่านิยม (VALUE)														
		ให้ความสำคัญกับ														
		ลูกค้า	พนักงาน	หุ้นผู้	สังคม	เทคโนโลยี	ธนาคาร	ระบบ	แบรนด์	ความ	ชื่อเสียง	ความ	ความ	ความ	ความ	อื่น ๆ
21.	ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย	x	x			x				x		x			x	คล่องตัว รวดเร็ว, แสวงหาพันธมิตรทาง ธุรกิจ, ทัศนคติที่ดี, มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ, กระตือรือร้น, อดทน, เรียนรู้สิ่งใหม่
รวม		16	16	4	8	7	7	10	6	2	7	5	5	7		



ดังจะเห็นได้ว่าธนาคารส่วนใหญ่เน้นมีวิสัยทัศน์ หรือแนวความคิดที่เน้นหนักเรื่อง “ลูกค้า” และ “พนักงาน” คือเน้นเรื่องความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อมาใช้บริการกับธนาคาร และมุ่งพัฒนาศักยภาพ ความสามารถของพนักงานรวมถึงการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าธนาคารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ “การเป็นธนาคารชั้นนำ” ในอันดับรองลงมา

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการสื่อสารความเป็นองค์กรผ่าน “คำขวัญต่างๆ” พบว่า คำขวัญจะสอดคล้องและเป็นไปในทางเดียวกับค่านิยมหลัก วิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์กร ดังแสดงการใช้คำขวัญในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 : ตารางสรุปการใช้คำขวัญที่แสดงอัตลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ลำดับที่	ชื่อธนาคาร	คำขวัญแสดงนัยยะด้าน													
		การให้บริการ	พัฒนาประเทศ	เป็นมิตร	ความมั่นคง	ความสามัคคี	ความจริงใจ	ความคิดริเริ่ม	สร้างสรรค์	กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะเฉพาะของธนาคาร	ความรวดเร็วของบริการ	ให้มีความสุข	เป็นทางเลือกใหม่	ความสมบูรณ์ / ครบวงจร
1.	นครหลวงไทย	x													
2.	ธนาคารแห่งประเทศไทย		x												
3.	กรุงเทพ			x											
4.	กรุงศรีอยุธยา	x				x									
5.	กสิกรไทย	x								x					
6.	ออมสิน				x		x		x						
7.	อาคารสงเคราะห์ (ธ.อ.ส.)										x				
8.	ทหารไทย	x		x						x		x			
9.	เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร			x						x					
10.	กรุงไทย			x	x										
11.	ธนาชาติ								x						x



ตารางที่ 16 : ตารางสรุปการใช้คำขวัญที่แสดงอัตลักษณ์ขององค์กรธนาคาร (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อธนาคาร	คำขวัญแสดงนัยยะด้าน													
		การให้บริการ	พัฒนาประเทศ	เป็นมิตร	ความมั่นคง	ความสามัคคี	ความจริงใจ	ความศรัทธา	สร้างสรรค์	กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะเฉพาะของธนาคาร	ความรวดเร็วของบริการ	ให้ความสุข	เป็นทางเลือกใหม่ / ความสมบูรณ์ /	ครบวงจร
12.	อิสลามแห่งประเทศไทย								x	x					
13.	แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย (LH)												x		
14.	ไทยเครดิต เพื่อราย ย่อย								x			x			
<b>รวม</b>		4	1	4	2	1	1	1	6	2	1	1	1	1	

จากตารางพบว่า ธนาคารส่วนใหญ่มีการใช้คำขวัญเพื่อสื่อถึงความสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการให้บริการที่ดี และแสดงความเป็นมิตรระหว่างธนาคารกับผู้ใช้บริการด้วย

## ตอนที่ 2 : สัญลักษณ์ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารและบทบาทในการสื่อสาร ความเป็นตัวตนขององค์กรธนาคาร

โดยภาพรวมของการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารนั้นพบว่า ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไม่ได้สื่อสารวัฒนธรรมเฉพาะหรือความเป็นตัวตนเฉพาะของแต่ละองค์กร แต่สื่อสารลักษณะร่วมของความเป็นองค์กรธนาคารซึ่งมุ่งเน้นเรื่องความมั่นคง เช่น ธนาคารกรุงไทย ใช้รูปนกยูงยักษ์ เป็นตราสัญลักษณ์ของกระทรวงการคลังซึ่งเป็นหน่วยงานที่ธนาคารกรุงไทยสังกัดอยู่ซึ่งหมายถึงความมั่นคงจากกระทรวงการคลัง และความทันสมัย เช่น ธนาคารกสิกรไทย เลือกใช้รูปวงข้าวที่เป็นภาพตัดทอนแทนภาพวงข้าวจริงเพื่อสะท้อนความร่วมมือกับสังคมในปัจจุบัน รวมถึงสะท้อนภาพของความเป็นไทยเป็นหลัก เช่น ธนาคารกรุงเทพ ใช้ดอกบัวหลวง ในความหมายแทนสัญลักษณ์ของความเป็นไทย และความเป็นชาวพุทธของคนไทยด้วย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่มีการปรับหรือเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ขององค์กรซึ่งพบทั้งหมด 13 องค์กร ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารออมสิน ธนาคารทหารไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกรุงไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารธนาชาติ ธนาคารทีสโก้ และธนาคารสินเอเชีย โดยจะมุ่งเน้นใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากลและทันสมัยมากขึ้น เช่น ธนาคารส่วนใหญ่ที่ใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะสะท้อนถึงความเป็นไทย และมีการขยายเครือข่ายไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ซึ่งแต่เดิมใช้สัญลักษณ์เป็นภาพเหมือนจริงของปราสาทสังข์ ปัจจุบันได้ทำการปรับโดยการตัดทอนให้เหลือเพียงลายเส้นภาพยอดทั้ง 3 ของปราสาท

## ตอนที่ 3 : ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆของตราสัญลักษณ์กับองค์ประกอบ ต่างๆขององค์กรในการสื่อสารความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์กร

สามารถวิเคราะห์ส่วนประกอบต่างๆที่สำคัญของตราสัญลักษณ์ได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ คือ

1. ลักษณะรูปภาพและตัวอักษร
2. ภาษา
3. สี



## ลักษณะรูปภาพและตัวอักษร

### 1. การใช้ตัวอักษรอย่างเดียว

ตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่มีการใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียวพบว่ามีธนาคาร 7 แห่ง โดยเป็นตัวอักษรประเภท "ตัวพิมพ์" ทั้งหมด ซึ่งลักษณะที่พบส่วนใหญ่ของตราสัญลักษณ์ประเภทนี้ มักจะมีตัวอักษรที่หนา (Bold) และมีตัวอักษรเป็นตัวที่มีขนาดเท่ากันหรือสม่ำเสมอ เพื่อแสดงถึงลักษณะสำคัญขององค์กรธนาคารทั้งนี้ คือแสดงถึงความมั่นคง ชื่อตรง อันเป็นคุณสมบัติสำคัญของธนาคาร

### 2. การใช้ตัวอักษรและรูปภาพ

ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารนั้นสามารถแยกลักษณะของรูปภาพที่พบได้ทั้งหมด เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. รูปภาพเหมือนจริง หมายถึง ภาพจริง ภาพวาดเหมือนจริงของสิ่งๆนั้น จากการวิจัยนี้ พบว่ามีรูปภาพลักษณะนี้ปรากฏบนตราสัญลักษณ์ธนาคาร ทั้งหมด 3 แห่ง เช่น ตราสัญลักษณ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย

2. รูปภาพตัดทอน หรือกราฟฟิก (Graphic) หมายถึง รูปภาพที่เกิดจากการตัดทอนจากภาพจริงโดยที่ยังเหลือเค้าโครงร่างเดิมของภาพปรากฏอยู่

ผลการวิจัยพบว่ามีรูปภาพลักษณะนี้นับตราสัญลักษณ์ธนาคารมากที่สุด คือ ทั้งหมด 10 แห่ง เช่น สัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์

3. รูปภavnามธรรม (Abstract) หมายถึง รูปภาพที่เกิดจากการตัดทอนมาประกอบกัน และถูกตัดทอนจนไม่เหลือเค้าโครงร่างเดิมปรากฏ

มีตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่ปรากฏรูปภาพลักษณะนี้ ทั้งหมด 1 แห่ง ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยที่สุด คือ สัญลักษณ์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

พบว่าตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารส่วนใหญ่จะเป็นภาพกราฟฟิกประกอบด้วยตัวอักษรมากที่สุด และพบว่ามีกรเลือกใช้ภาพที่หลากหลายไม่มีแบบแผนที่แน่นอน ภาพที่พบว่ามีกรใช้เลือกเป็นสัญลักษณ์ซ้ำกันมากที่สุด คือภาพนก แต่มีการใช้ในความหมายที่ต่างกัน

เมื่อจัดกลุ่มรูปภาพและตัวอักษรที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร สามารถแบ่งประเภทรูปลักษณะทั้งหมด ออกได้เป็น 6 ประเภท ตามแนวคิด **เรื่องรูปลักษณะของสัญลักษณ์ (ศาสตร์พินธุ, 2529)** ได้ดังนี้

1. รูปลักษณะความเชื่อหรืออุดมคติ พบร้อยละ 18.6
2. รูปลักษณะธรรมชาติ พบร้อยละ 22.2
3. รูปลักษณะวัตถุสิ่งของ พบร้อยละ 14.8
4. รูปลักษณะเรขาคณิต พบร้อยละ 14.8
5. รูปลักษณะตัวอักษร พบร้อยละ 25.9
6. รูปลักษณะอิสระหรือนามธรรม พบร้อยละ 3.7

รูปลักษณะที่พบมากที่สุด คือ รูปลักษณะตัวอักษร และที่พบน้อยที่สุด คือรูปลักษณะอิสระหรือนามธรรม

### ภาษา

จากผลการวิจัยพบภาษาที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร ทั้งหมด 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาอาหรับ

โดยที่ภาษาไทย พบบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารทุกแห่ง ยกเว้นเพียง 3 แห่ง อันได้แก่ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) และธนาคารทีสโก้ (TISCO)

ภาษาอังกฤษ พบบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารทุกแห่ง ยกเว้นเพียง 2 แห่ง คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

ภาษาจีน พบบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร 3 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย

ภาษาอาหรับ พบเพียงบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เพียงแห่งเดียวเท่านั้น



## สี

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าสีที่ใช้บนตราสัญลักษณ์นั้นสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1. สีของรูปภาพบนตราสัญลักษณ์ สามารถแยกจำนวนสีออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่
  - 1.1 สีเดียว พบ 6 แห่ง
  - 1.2 2 สี พบ 5 แห่ง
  - 1.3 3 สี พบ 2 แห่ง
  - 1.4 8 สี พบ 1 แห่ง คือ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย (LH)
2. สีของตัวอักษรบนตราสัญลักษณ์ สามารถแยกจำนวนสีออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่
  - 2.1 สีเดียว พบ 9 แห่ง
  - 2.2 2 สี พบ 10 แห่ง
  - 2.3 3 สี พบ 2 แห่ง

สีที่พบมากที่สุดบนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร คือ (โดยเรียงลำดับจากสีที่พบมากที่สุด ไปน้อยที่สุด)

1. สีน้ำเงิน พบ 9 แห่ง
2. สีแดง สีขาว พบ 6 แห่ง
3. สีเขียว พบ 5 แห่ง
4. สีทอง สีเทา สีเหลือง สีส้ม พบ 4 แห่ง
5. สีดำ พบ 3 แห่ง
6. สีฟ้า สีม่วง สีชมพู พบ 2 แห่ง

พบว่าสีที่มีการใช้เหมือนกันของแต่ละธนาคาร จะมีการให้ความหมายที่ต่างกันไปด้วย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่มีผลหรือมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร พบปัจจัยที่สำคัญๆ ดังนี้

### 1. ประวัติความเป็นมา และภูมิหลัง

บอกที่มา สาเหตุของการเกิดธนาคาร เช่น บุคคล คณะบุคคล หรือบริษัท ที่เป็นผู้เริ่มก่อตั้งองค์กร ฯลฯ หรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการก่อตั้งองค์กรขึ้น

จากผลการวิจัย พบว่า “ประวัติความเป็นมา และภูมิหลังของธนาคาร” โดยส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับ “รูปภาพและตัวอักษร” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

## 2. อายุ / ความเก่าแก่

รวมอายุการมีสถานภาพเป็นธนาคารขององค์กรธนาคาร

จากผลการวิจัย พบว่า “อายุของธนาคาร” โดยส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับ “รูปภาพและตัวอักษร” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

## 3. สถานภาพของธนาคาร

มี 2 ลักษณะ คือ

1. สถานภาพการเกิดของธนาคาร เช่น เป็นธนาคารตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง หรือเกิดจากการแปรสภาพจากบริษัทเงินทุน รวมทั้งการควบรวมกิจการทางธุรกิจ

2. สถานภาพปัจจุบันของธนาคาร เป็นรัฐวิสาหกิจ หรือเป็นบริษัทเอกชน

จากผลการวิจัย พบว่า “สถานภาพของธนาคาร” โดยส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับ “รูปภาพและตัวอักษร และสี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

## 4. วัฒนธรรมองค์กร

สังเกตได้จากวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ค่านิยม (value) รวมถึงการสื่อสารต่างๆที่สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ ค่านิยม เช่น การใช้คำขวัญ (Slogan)

จากผลการวิจัยพบว่า “วัฒนธรรมองค์กรของธนาคาร” โดยส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับ “สี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

## 5. กลุ่มเป้าหมาย / ขอบข่ายการให้บริการ

ขนาดขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้จากการกระจายสาขาขององค์กรธนาคาร

จากผลการวิจัย พบว่า “กลุ่มเป้าหมาย หรือ ขอบข่ายการให้บริการของธนาคาร” โดยส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับ “ภาษา” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

## อภิปรายผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 :** เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารในการอธิบายความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กร รวมถึงบทบาทของการใช้ตราสัญลักษณ์ในการสื่อสารความเป็นตัวตนขององค์กรธนาคาร

### ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

จากแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ ของ **สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547)** ตราสัญลักษณ์โดยทั่วไป ประกอบไปด้วย ชื่อ เครื่องหมาย ตัวอักษร สี และข้อความประกอบ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ พบว่ามีองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. ลักษณะรูปภาพและตัวอักษร
2. ภาษา
3. สี

### ลักษณะรูปภาพและตัวอักษร

ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารส่วนใหญ่นั้นจะเป็นภาพกราฟฟิกประกอบกับตัวอักษรมากที่สุด ( 10 แห่ง จาก 14 แห่ง) อาจเนื่องจากมีลักษณะที่มีความร่วมสมัย และเป็นสากลมากกว่าการใช้ภาพเหมือนจริง และสามารถสื่อสารให้เกิดการรับรู้ผ่านทางรูปภาพได้ดีกว่าการเลือกใช้ภาพนามธรรม (Abstract) ในส่วนของการใช้ภาพพบว่ามีทางเลือกใช้ภาพที่หลากหลาย ไม่มีแบบแผนที่แน่นอน แต่ภาพที่พบว่ามีทางเลือกใช้ซ้ำกันมากที่สุด คือ “ภาพนก” ซึ่งมีการใช้เป็นสัญลักษณ์ของ 3 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงไทยธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) ทั้งสองธนาคารนี้ใช้การตัดทอน “ภาพนกเวายุภักษ์” จากกระทรวงการคลังซึ่งเป็นนกในวรรณคดี และธนาคารสินเอเซีย ใช้ “ภาพนก” ในความหมายของการก้าวหน้า และมีอิสระ ดังนั้นการเลือกใช้ภาพสัญลักษณ์ที่แม้จะเป็นสิ่งเดียวกันแต่ก็มีการสื่อสารความเป็นตัวตนต่างกัน

การใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียว เป็นลักษณะของตราสัญลักษณ์ที่พบรองลงมา ซึ่งลักษณะที่พบส่วนใหญ่นั้น มักจะมีตัวอักษรที่หนา (Bold) และมีตัวอักษรเป็นตัวที่มีขนาดเท่ากันหรือสม่ำเสมอ เพื่อแสดงถึงคุณลักษณะที่องค์กรธนาคารพึงมี คือแสดงถึงความมั่นคง ชื่อตรง อาจถือว่าเป็นวัฒนธรรมร่วมขององค์กรธนาคารในการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะดังกล่าว

ลักษณะรูปภาพและตัวอักษรบนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารต่างๆดังกล่าวนี้ มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ **วิสุทธิ พิพิธปิยะปกรณ์ (2534)** ที่ได้ศึกษาการประเมินผลตราสัญลักษณ์และงานโฆษณาของธนาคารนครธน และพบว่าตราสัญลักษณ์ของธนาคารต่างๆสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่คือ

1. ใช้รูปสัญลักษณ์ต่างๆมาดัดแปลงเป็นตราสัญลักษณ์

ตัวอย่าง



บมจ. ธนาคารกรุงไทย  
KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED



ธนาคารไทยพาณิชย์  
SIAM COMMERCIAL BANK

2. สร้างรูปแบบสัญลักษณ์ขึ้นมาใหม่มาใช้เป็นตราสัญลักษณ์

ตัวอย่าง

LH BANK  
ธนาคารอสังหาริมทรัพย์  
LAND AND HOUSES RETAIL BANK



ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย  
ISLAMIC BANK OF THAILAND

3. ใช้ตัวอักษรที่ย่อมาจากชื่อธนาคารมาดัดแปลงเป็นตราสัญลักษณ์

ตัวอย่าง

EXIM  
THAILAND

TISCO Bank

ส่วนรูปลักษณะของตราสัญลักษณ์ขององค์การธนาคาร เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของ พิระพล ชัชวาลย์ เรื่องการศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสายการบินระดับชาติ แล้ว พบว่าได้ผลต่างกัน โดยที่ผลการวิจัยของตราสัญลักษณ์สายการบินพบรูปลักษณะธรรมชาติ เช่น ภาพนก หรือสัตว์ปีก มากเป็นอันดับที่หนึ่ง ในขณะที่ตราสัญลักษณ์ของธนาคารพบว่ามีรูปลักษณะที่เน้นการสื่อสิ่งที่เป็นตัวอักษรมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาพลักษณ์ของธนาคารนั้นควรจะมี ความมั่นคง ชัดตรง เป็นหลักสำคัญ ดังนั้นการใช้ตัวอักษรที่มีการออกแบบให้เป็นตัวหนา ตั้งตรง และมีขนาดเท่ากันนั้น สามารถเป็นการสื่อสารถึงคุณลักษณะดังกล่าวได้อย่างชัดเจนที่สุด และรูปลักษณะที่พบน้อยที่สุดบนตราสัญลักษณ์ของสายการบินคือรูปลักษณะวัตถุสิ่งของ แต่ตราสัญลักษณ์ของธนาคารมีการใช้รูปลักษณะอิสระหรือนามธรรม (Abstract) น้อยที่สุด

อย่างไรก็ตามพบว่าแม้้องค์การธนาคารบางแห่ง (8 แห่ง จาก 21 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.1) จะคงตราสัญลักษณ์เดิม ด้วยเหตุผลว่า ตราสัญลักษณ์เดิมนั้นเป็นการแสดงอายุที่เก่าแก่ และความมั่นคงของธนาคาร รวมถึงบางแห่งเป็นธนาคารใหม่ที่เพิ่งก่อตั้งจึงยังไม่มี การปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร แต่พบว่าธนาคารส่วนใหญ่ (13 แห่ง จาก 21 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 61.9) มีการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ ด้วยเหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ

#### 1. เพื่อให้มีความทันสมัย และเป็นสากล

ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) เป็นต้น

#### 2. ขยายกลุ่มเป้าหมาย

ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

ทั้งนี้พบว่า การปรับหรือเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของธนาคารนั้น เป็นการเปลี่ยน “สี” บนตราสัญลักษณ์มากที่สุด และเหตุผลส่วนใหญ่ของการเปลี่ยนสีบนตราสัญลักษณ์นั้นก็เพื่อปรับภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย เพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัย และเป็นการสร้างความเคลื่อนไหว (Dynamic) แสดงถึงความเป็นธนาคารยุคใหม่ และสะดุดกรวดเร็วอีกด้วย ตัวอย่าง ได้แก่





ตราสัญลักษณ์ในอดีต



ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

นอกจากนั้นยังพบว่าพบว่ามีแต่การเพิ่มภาษาลงบนตราสัญลักษณ์เมื่อมีการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร ซึ่งเป็นการสร้างความเป็นสากลให้แก่ธนาคาร เช่น

#### ตัวอย่าง



ตราสัญลักษณ์ในอดีต



ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

#### ภาษา

ภาษาที่พบบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารส่วนใหญ่เป็นการใช้ 2 ภาษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57.1 ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เนื่องจากทั้ง 2 ภาษาคือภาษาทางการ ภาษาหลัก และภาษารองของประเทศ นอกเหนือจากนั้นมีพบว่ามีการใช้ภาษาจีน และอาหรับ บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารบางแห่ง ด้วยเหตุผลว่าเป็นการเพิ่มความเป็นสากล และบ่งบอกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนของธนาคารด้วย

นอกจากนั้นพบว่ามีการใช้เพียงภาษาเดียวบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร คือ ภาษาไทย ภาษาเดียว และภาษาอังกฤษภาษาเดียว อาจเนื่องจากว่าต้องการสื่อสารเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายของตนเท่านั้น เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ใช้ภาษาไทย

ภาษาเดียว ในขณะที่ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) ใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร

ภาษาบนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร นับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการบอกถึงความเป็นตัวตนอย่างเด่นชัดเพราะเป็นการระบุว่าองค์กรธนาคารนั้นมีชื่ออย่างไร และเป็นการแยกแยะความแตกต่าง (differentiate) ให้องค์กรนั้นๆแตกต่างจากองค์กรอื่นๆในประเภทเดียวกันด้วย ดังแนวคิดเรื่องบทบาทและหน้าที่ของตราสัญลักษณ์ ของ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2541)

## สี

ธนาคารส่วนใหญ่เลือกใช้สีจำนวนสี 2 สีบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 57.1 สาเหตุเพราะทำให้เกิดการจดจำได้ง่ายกว่าการใช้จำนวนสีที่มากกว่า 2 สี และเป็นการสร้างความเคลื่อนไหว (Dynamic) ให้กับตราสัญลักษณ์ รวมถึงสร้างความโดดเด่นให้กับตราสัญลักษณ์ได้มากกว่าการเลือกใช้สีเพียงสีเดียว ตามแนวความคิดของ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2541) เรื่องการใช้สีบนตราสัญลักษณ์ ว่า "จุดมุ่งหมายของการใช้สีในการออกแบบตราสัญลักษณ์ คือสะดุดความสนใจ มองเห็นชัดเจน จดจำได้นาน มีความสวยงาม"

สีที่พบว่ามีการเลือกใช้มากที่สุด คือ "สีน้ำเงิน" คิดเป็นร้อยละ 47.6 แทนการสื่อความหมายถึง ความมั่นคง ความหนักแน่น และเป็นสีหนึ่งของธงชาติไทย ส่วนสีที่พบว่ามีการเลือกใช้มากเป็นอันดับรองลงมาคือสีแดง และสีขาว คิดเป็นร้อยละ 28.6 ซึ่งสีเดียวกันอาจถูกเลือกใช้ในการสื่อความหมายต่างๆกัน เช่น สีแดง บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) นั้น ใช้แทนความเป็นชาติไทย เพราะสีแดงเป็นสีหนึ่งของธงไตรรงค์ ส่วนสีแดง บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารทีสโก้ หมายถึงความเคลื่อนไหว เป็นต้น

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 :** เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย

จากผลการวิจัยพบว่าสามารถแยกปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร ได้ดังต่อไปนี้

## 1. ประวัติความเป็นมาและภูมิหลัง

### 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง “ประวัติความเป็นมา” กับ “ภาพ ตัวอักษร และ สัญลักษณ์” ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์การนาคาร

ตราสัญลักษณ์ที่พบว่าได้รับอิทธิพลหรือมีการเลือกใช้สัญลักษณ์จากประวัติ ที่มา ของ อนาคตซึ่งส่วนใหญ่พบว่าเป็น “วัฒนธรรมระดับชาติ” ได้แก่ อนาคตอรอมสิน ซึ่งสัญลักษณ์ คือ “วัชร” นั้นหมายถึง เครื่องหมายประจำพระองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ซึ่งเป็นผู้ ก่อตั้งอนาคต และ “ฉัตร” หมายถึง เครื่องหมายประจำพระองค์ นายพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ผู้วางรากฐานให้แก่อนาคตอรอมสิน ซึ่งปรากฏบนตราสัญลักษณ์ เป็นภาพวาดเหมือนจริง ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้มาจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้ว่าจะมีการปรับตรา สัญลักษณ์แล้วก็ตามแต่ภาพบนตราสัญลักษณ์ก็ยังคงอยู่ไว้ ด้วยเหตุที่ว่าเป็นอนาคตที่มีประวัติ ความเป็นมายาวนาน มีรัฐบาลเป็นประกัน ตราสัญลักษณ์จึงแสดงความเป็นตัวตนของอนาคต อรอมสินว่าสามารถเป็นหลักประกันความมั่นคงแก่ผู้ใช้บริการได้ **ดังแนวคิดเรื่องบทบาทและ หน้าทีของตราสัญลักษณ์ ที่ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2541) กล่าวถึงไว้ว่า “ตราสัญลักษณ์ มีหน้าที่สื่อสาร (communicate) ว่าองค์กรนั้นทำอะไร มีจุดกำเนิดมาจากไหน มีคุณค่า คุณภาพ อย่างไรและเสริมคุณค่า (add value) ในแง่จิตวิทยา ให้กับองค์กรนั้นๆควมามีค่ามากขึ้น ”**

อนาคตเกียรตินาคิน เลือกใช้ตัวอักษร “K” หมายถึง นามผู้เฒ่าเจ้าสัว “เกียรติ” ผู้ก่อตั้ง อนาคต และยังหมายรวมถึง “คู” ซึ่งท่านผู้เฒ่าสืบเชื้อสายสกุลเก่าแก่ที่ พระเจ้าอยู่หัว วัฒน พระราชทานแก่ เกียง ไทกง ดังนั้นตัว “K” จึงเป็นสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาใช้เป็นสัญลักษณ์สื่อสาร ความเป็นตัวตนขององค์กรโดยใช้อักษรย่อของผู้ก่อตั้ง และเส้นที่ขีดได้ K หมายถึงแม่น้ำใหญ่ อัน เป็นรกรากเดิมที่บรรพชนแตกฉานชานเซ็น อพยพลี้ภัยฝั่งแม่น้ำจาก ฮวงโหล่เจ้าพระยามาพึ่งพระ พระบรมโพธิสมภารร่มเย็นเป็นสุข เมื่อนำคำว่า “นาคิน” ซึ่งมีความหมายถึงพญานาค มา ประกอบกับชื่อของท่านเจ้าสัวแล้ว การใช้เส้นขีดได้ตัวอักษร “K” ซึ่งหมายถึงแม่น้ำใหญ่ จึงเป็น การเพิ่มความสัมพันธ์ให้กับการสร้างสัญลักษณ์ระหว่าง ตัว “K” และเส้นที่ขีดได้นั้นให้มีความหมาย เชื่อมต่อเป็นเรื่องราวเดียวกัน ดังนั้นการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ของอนาคตเกียรตินาคิน เป็นการ รวมเอาความหมายของประวัติที่มา ภูมิหลังของอนาคตมาสื่อความเป็นตัวตนของอนาคตได้ อย่างชัดเจน

อีกตัวอย่างหนึ่ง ได้แก่ ธนาคารไทยธนาคาร โดยใช้ตราสัญลักษณ์เป็นตัวอักษร เขียนเป็นชื่อธนาคาร เพื่อต้องการสื่อว่าเป็นธนาคารของคนไทย และเน้นย้ำให้เกิดการจดจำด้วยชื่อแทนการใช้ภาพบนตราสัญลักษณ์ ด้วยวิธีที่เรียบง่ายและสร้างความแตกต่างกับองค์กรประเภทเดียวกัน

## 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง “ประวัติความเป็นมาและภูมิหลัง” กับ “สี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

สีสามารถบอกถึงประวัติที่มา เช่น ธนาคารออมสินนั้น รูปภาพมีที่มาจากชนชั้นปกครอง ดังนั้นสีที่ใช้จึงต้องมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กันด้วย เพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์หรือตัวตนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมขององค์กรเอง รวมถึงการสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร

สียังสามารถบอกถึงการเป็นหน่วยงานในสังกัดได้อีกด้วย เช่น การเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลัง จะปรากฏสีน้ำเงิน เช่น ธนาคารกรุงไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

นอกจากนั้นสียังสามารถสะท้อนที่มา หรือสื่อถึงการเป็นธนาคารของคนไทย เช่น เป็นธนาคารของประเทศไทย ได้แก่ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) ใช้สีของธงชาติ เพื่อบอกแสดงความเป็นไทย โดยที่ EXIM นั้นเป็นองค์กรที่มีอยู่ทุกประเทศทั่วโลก ดังนั้นจึงใช้สีเพื่อเป็นการแสดงตัวตน นอกจากคำว่า THAILAND ที่เขียนกำกับไว้อีกด้วย

หรืออีกกรณีหนึ่ง เช่น สีฟ้าบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารเกียรตินาคิน เป็นสีประจำวันศุกร์ซึ่งเป็นวันเกิดของผู้ก่อตั้งธนาคารจึงถือเป็นสีที่เป็นมงคล ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่าผู้ก่อตั้งนั้นต้องการแสดงความเป็นตัวตนผ่านการใช้สีบนตราสัญลักษณ์ และธนาคารมีผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว จึงยิ่งเป็นการเพิ่มความชัดเจนของความหมายบนตราสัญลักษณ์

อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ เลือกใช้สีม่วงเพื่ออ้างอิงว่าเป็นธนาคารที่ถือกำเนิดโดยสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งตามทฤษฎีการใช้สีของ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2541) ได้ให้ความหมายในการเลือกใช้สีม่วง ว่าเป็นสีของความสูงศักดิ์ อำนาจ ความทรงจำ การเลือกใช้สีม่วงของธนาคารจึงถือเป็นการสื่อความหมายถึงประวัติที่มาจากสถาบันตราสัญลักษณ์

### 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง "ประวัติความเป็นมาและภูมิหลัง" กับ "ภาษา" บนตราสัญลักษณ์ขององค์การธนาคาร

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เพราะปรากฏการเลือกใช้ภาษาบนตราสัญลักษณ์ทั้งหมด 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับ การเลือกใช้ภาษาอาหรับสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของธนาคารนี้ได้ เพราะประวัติความเป็นมาของธนาคารนั้นเกิดขึ้นจากการต้องการที่จะจัดตั้งธนาคารเพื่อชาวมุสลิมขึ้น หรือตัวอย่างอื่น เช่น ธนาคารที่ปรากฏการใช้ 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งหากย้อนกลับไปดูประวัติความเป็นมาแล้วนั้น ในปี พ.ศ. 2497 ธนาคารกรุงเทพได้มีการเปิดสาขาต่างประเทศเป็นที่แรก คือ ที่ฮ่องกง ดังนั้นภาษาที่จำเป็นคือภาษาจีน จึงปรากฏการใช้ภาษาจีนบนตราสัญลักษณ์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา อีกธนาคารหนึ่งคือ ธนาคารกสิกรไทย ที่มีการเลือกใช้ 3 ภาษา เหมือนกับธนาคารกรุงเทพ เนื่องจากเมื่อปี พ.ศ. 2545 ธนาคารได้มีการปรับตราสัญลักษณ์ของธนาคารใหม่จึงมีการเพิ่มภาษาจีนลงไปบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร ด้วยเหตุผลที่ว่าเพื่อให้มีความโดดเด่น ทันสมัย จดจำได้ง่าย และสามารถแข่งขันได้ในเชิงการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

## 2. อายุ

### 2.1 ความสัมพันธ์ของ "อายุ" กับ "ภาพ ตัวอักษร และสัญลักษณ์" ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์การธนาคาร

พบว่าอายุขององค์การธนาคารมีผลต่อการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ คือ ธนาคารที่มีอายุระหว่าง 100 ปีขึ้นไป - 40 ปี นั้นส่วนใหญ่การเลือกใช้ตราสัญลักษณ์มักจะเป็นรูปลักษณะตามความเชื่อหรืออุดมคติ และรูปลักษณะธรรมชาติ ซึ่งพบว่าธนาคารในช่วงอายุนี้อาจมีการเลือกใช้ภาพเหมือนจริงบนตราสัญลักษณ์ และใช้ภาพกราฟฟิกเป็นส่วนใหญ่ การเลือกใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียวปรากฏเพียงแห่งเดียว คือ ธนาคารทหารไทย ซึ่งตราสัญลักษณ์ปัจจุบันของธนาคารทหารไทยนั้น เพิ่งมีการเปลี่ยนมาใช้เมื่อปี พ.ศ. 2548 จากตราสัญลักษณ์เดิมที่มีลักษณะเป็นภาพกราฟฟิก ดังนั้นอาจสามารถสรุปได้ว่า ช่วงอายุของธนาคารที่มีความยาวนานมากกว่า 40 ปี มีการเลือกใช้ภาพจริงและภาพกราฟฟิก ร่วมกับตัวอักษรเป็นตราสัญลักษณ์ของธนาคาร เพราะในยุคสมัยนั้นธนาคารมีต้นกำเนิดมาจากชนชั้นสูง หรือชนชั้นปกครอง สัญลักษณ์ที่เลือกมาใช้จึงมักเป็นสิ่งที่ เป็นมงคลตามแบบของไทยโบราณ ดังตัวอย่างเช่น





พระสยามเทวาธิราช เป็นสัญลักษณ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย



ธนาคารไทยพาณิชย์  
SIAM COMMERCIAL BANK

ใบโพธิ์ เป็นสัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์



ธนาคาร  
ออมสิน  
Government Savings Bank

วัชร ฉัตร ต้นไทร และโล่ทอง เป็นสัญลักษณ์ของธนาคารออมสิน



บมจ.ธนาคารกรุงไทย  
KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED

นกวาญักษ์ เป็นสัญลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย



ธนาคารซิตี้แบงก์  
SIAM CITY BANK

พระมหาพิชัยมงกุฎ เป็นสัญลักษณ์ของธนาคารนครหลวงไทย

เมื่อพิจารณาเทียบเคียงกับผลการวิจัยของบำรุง อิศรกุล (2545) ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ นั้นพบว่าธนาคารที่มีอายุ หรือความเก่าแก่ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จะได้รับอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับศาสนา - ความเชื่อ และเรื่องการกินอยู่ วิถีชีวิต เสียเป็นส่วนใหญ่ อาจเป็นเพราะในอดีตนั้น มนุษย์มีศาสนาเป็นที่พึ่งทางจิตใจ และมี

สภาพแวดล้อมเป็นตัวกำหนดวิธีคิด ดังนั้นการสื่อความหมายด้วยสัญลักษณ์ต่างๆ จึงปรากฏออกมาในลักษณะดังกล่าว

ส่วนในช่วง 20 ปีหลังมานี้มักเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีรูปลักษณะตัวอักษรเป็นส่วนใหญ่ และพบว่ามีการเลือกใช้รูปภาพฟีก และรูปนามธรรม ประกอบกับตัวอักษร มาใช้เป็นตราสัญลักษณ์ของธนาคาร

### ตัวอย่าง



ธนาคารในช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไปนั้น มีข้อสังเกตว่า ธนาคารที่มีอายุเท่ากัน คือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา กับธนาคารกสิกรไทย หรือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กับธนาคารกรุงไทย พบว่ามีการเลือกใช้ลักษณะของรูปภาพบนตราสัญลักษณ์ในทำนองเดียวกัน คือ ใช้รูปภาพกราฟฟีก

ในขณะที่ธนาคารในช่วงอายุ 20 ปีหลังนี้ พบว่าธนาคารที่มีอายุเท่ากัน คือ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) , ธนาคารธนาชาติ และธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ ธนาคารทีสโก้, ธนาคารสินเอเชีย, ธนาคารเกียรตินาคิน และธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย นั้นมีการเลือกใช้รูปลักษณะของตราสัญลักษณ์ที่หลากหลาย คือ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) เลือกใช้รูปลักษณะวัตถุสิ่งของและรูปลักษณะตามความเชื่อและอุดมคติ, ธนาคารธนาชาติ เลือกใช้รูปลักษณะตัวอักษร และธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เลือกใช้รูปลักษณะอิสระหรือนามธรรม หรืออีกกรณีหนึ่งคือ ธนาคารทีสโก้ เลือกใช้รูปลักษณะตัวอักษร, ธนาคารสินเอเชีย เลือกใช้รูปลักษณะธรรมชาติ, ธนาคารเกียรตินาคิน เลือกใช้รูปลักษณะตัวอักษร และธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ เลือกใช้รูปลักษณะเรขาคณิต

สามารถกล่าวได้ว่าในช่วง 20 ปีมาจนถึงปัจจุบันไม่พบตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารใดที่เลือกใช้รูปภาพเหมือนจริงที่มีรูปลักษณะตามความเชื่อหรืออุดมคติ หรือรูปลักษณะใดก็ตาม

และมีแนวโน้มที่จะมีการเลือกใช้รูปลักษณะที่มีความหลากหลายบนตราสัญลักษณ์ โดยที่พบว่า ตราสัญลักษณ์ของธนาคารนั้นไม่ได้มุ่งเน้นการสะท้อนความเป็นไทย และสะท้อนประวัติความเป็นมาของธนาคาร เหมือนกับตราสัญลักษณ์ของธนาคารในช่วงอายุที่มากกว่า 40 ปี แต่จะไปมุ่งเน้นความสำคัญของความทันสมัยมากขึ้นแทน

### ตัวอย่าง



ธนาคารในกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ขึ้นไป



ธนาคารในกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี

อายุนั้นหมายถึงความเก่าแก่ ซึ่งความเก่าแก่ของธนาคารเป็นสิ่งที่ยิ่งมากยิ่งขึ้นคุณค่าความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ซึ่งเป็นหลักประกันกับลูกค้าได้ ดังนั้น ยิ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ตราสัญลักษณ์มีความสำคัญและจำเป็นต่อการจดจำ ดังนั้นอาจเป็นเหตุผลหนึ่งถึงแม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงแต่ว่าตราสัญลักษณ์นั้นส่วนมากจะเป็นแค่การปรับเพื่อให้ทันสมัย ทำให้คนยังจำได้ว่าเป็นตราสัญลักษณ์ของธนาคารใดที่ปรับเปลี่ยนมา โดยที่พบว่าสัญลักษณ์ที่พบมากที่สุดบนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร คือ “ภาพนก” เป็นเพราะว่า “นกอายุภักซ์” เป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง จึงทำให้ธนาคารต่างๆได้รับอิทธิพลมาด้วย หรืออีกเหตุผลหนึ่งคือการใช้ “ภาพนก” เป็นสัญลักษณ์แทนความก้าวหน้า ในขณะที่การใช้ “ภาพนก” ตามแนวคิดเรื่องรูปลักษณะของสัญลักษณ์ (ศาสตราพันธุ์, 2529) นั้น สื่อถึง ความรู้สึกอิสระและความสวยงาม

ทองเจือ เขียดทอง (2542) ได้กล่าวไว้ในเรื่อง ประเภทของตราสัญลักษณ์ ว่า “เครื่องหมายภาพ หมายถึง สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัตถุประสงค์ กิจกรรม หรือแนวคิด ซึ่งมีการใช้กันในสังคมมนุษย์มาช้านานและเป็นสากล ควรออกแบบให้เป็นมาตรฐานแต่เป็นเรื่องยากเนื่องจากมีความแตกต่างของการรับรู้ เรียนรู้ ช่วงเวลาของยุคสมัย แบบอย่าง ศิลปะ และวัฒนธรรม ” จากตัวอย่างของ “ภาพนก” นั้นอาจกล่าวได้ว่า “ภาพนกอายุภักซ์” ในอดีตและปัจจุบันนั้น มีการรับรู้ถึงความหมายที่ต่างกัน เช่นในอดีต “ภาพนกอายุภักซ์” สื่อความหมายถึง

ส่วนราชการ เช่นเดียวกับ “ครุฑ” แต่ในปัจจุบันการสื่อความหมายของ “นกอายุภักษ์” อาจขาดช่วงหายไป โดยการรับรู้ได้ต่างไปจากอดีตแล้ว ดังแนวคิดเรื่องความหมายของบารัธ (Myth) (กาญจนา แก้วเทพ, 2542)

ส่วนการใช้ลักษณะของตัวอักษรบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่มีความเก่าแก่ ก็มีปรากฏให้เห็นว่ามีการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับรูปภาพหรือตามชื่อ ที่มา ของธนาคารด้วย

เช่นกัน เช่น ตราสัญลักษณ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา



ที่มีการออกแบบให้ตัวอักษรเช่น ตัว “A” ให้มีความคล้ายคลึงกับยอดของปราสาทตามรูปภาพที่ประกอบอยู่บนตราสัญลักษณ์ ดังที่ทองเจือ เขียดทอง (2542) ได้อธิบายไว้ในทฤษฎีการออกแบบตัวอักษรบนตราสัญลักษณ์ว่า ตัวอักษรที่นำไปใช้ร่วมกับตราสัญลักษณ์นั้น จะต้องเลือกรูปแบบของตัวอักษรให้สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์นั้นๆ ด้วย เพื่อความเป็นเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่นรูปแบบที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นไทย เป็นต้น

## 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง “อายุ” กับ “สี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ในช่วงอายุของธนาคารตั้งแต่ 100 ปีขึ้นไป – 40ปีนั้นการเลือกใช้สีของตราสัญลักษณ์ มักใช้เพียง 1 – 2 สี มีการใช้สีมากที่สุดคือ 3 สี เพียง 1 ธนาคารคือ ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งธนาคารเพิ่งมีการปรับตราสัญลักษณ์และเพิ่มสีเป็น 3 สี เมื่อปี พ.ศ.2537 ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าธนาคารที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป นิยมใช้สีเพียง 1 – 2 สีบนตราสัญลักษณ์ อาจเป็นสาเหตุจากในอดีตนั้น ความภูมิฐานและความมั่นคงของการใช้สีจำนวนไม่มาก จะให้ความรู้สึกถึงความน่าไว้วางใจและได้รับการยอมรับจากประชาชนมากกว่าในปัจจุบัน เพราะสมัยก่อนองค์กรราชการจะใช้การประทับตราด้วยคัลซึ่งจะปรากฏสีเดียว และธนาคารเองในระยะแรกเริ่มก็เป็นองค์กรที่ถูกจัดตั้งขึ้นจากรัฐบาลจึงอาจได้รับอิทธิพลมาด้วย อีกเหตุผลหนึ่งคือ การใช้สีจำนวนไม่มากนั้นเป็นการสร้างความจดจำได้ดีกว่าการเลือกใช้สีหลายสี โดยที่สีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ “สีน้ำเงิน” และจะปรากฏสีน้ำเงินเพียงสีเดียวหรือใช้ร่วมกับสีอื่น อาจเนื่องจากสีน้ำเงินนั้นเป็นสีที่ให้ความรู้สึกหนักแน่นมั่นคง ซึ่งเหมาะกับองค์กรธนาคาร และด้วยเหตุผลว่าเป็นสีหนึ่งของธงไตรรงค์ ซึ่งสะท้อนความเป็นธนาคารของไทย รวมถึงเป็นสีของกระทรวงการคลังซึ่งมีธนาคารหลายแห่งอยู่ในสังกัดอีกด้วย

สีที่ธนาคารต่างๆที่มีอายุอยู่ในช่วง 20 ปีใช้นั้น ทั้งหมดจะพบว่ามียาจำนวน 2 – 3 สี และพบมากที่สุดคือ 9 สี คือธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย และสีที่นิยมก็ยังคงเป็น "สีน้ำเงิน" ด้วยเหตุผลเดียวกันคือให้ความรู้สึกที่หนักแน่นมั่นคงเหมาะกับภาพลักษณ์ขององค์กรธนาคาร แต่เป็นที่น่าสังเกตได้ว่าในช่วงระยะ 20 ปีมานี้มีการใช้สีที่หลากหลายมากขึ้นและเป็นสีที่ไม่เคยพบบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ได้แก่ สีฟ้า และชมพู (ยกเว้นธนาคารออมสินที่มีอายุมากกว่า 20 ปีและใช้สีชมพูบนตราสัญลักษณ์ เพราะเพิ่งมีการปรับภาพลักษณ์โดยเปลี่ยนสีบนตราสัญลักษณ์เป็นสีชมพู ทอง เมื่อปีพ.ศ.2548) อาจเนื่องมาจากว่ายุคสมัยเปลี่ยนที่ไปนั้น ค่านิยมหรือความเชื่อของคนในสังคม รวมถึงสภาพแวดล้อมก็มีเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทำให้กรอบความคิดต่างๆในการเลือกใช้สัญลักษณ์ของธนาคารมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

อีกสาเหตุหนึ่งที่ระยะ 20 ปีมานี้ การเลือกใช้สีบนตราสัญลักษณ์มีความหลากหลายมากกว่าในอดีต อาจเป็นเพราะว่าสังคมในปัจจุบันให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการและความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ทำให้ภาพลักษณ์ของธนาคารเปลี่ยนจากเดิมที่อาจต้องการแค่ความมั่นคง แต่ในปัจจุบันต้องการความสะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยเสริมที่สำคัญอีกด้วย สีบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารจึงมีส่วนช่วยส่งเสริมในด้านการสื่อสารความเป็นตัวตนของธนาคารว่ามีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยขึ้นด้วย ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารธนาชาต ซึ่งแต่ก่อนนั้นมีการใช้สีบนตราสัญลักษณ์คือสีน้ำเงินกับสีเทา ซึ่งให้ความรู้สึกนิ่ง และดูไม่ทันสมัย แต่เมื่อมีการจึงมีการปรับตราสัญลักษณ์ขึ้นและมีการเปลี่ยนสีบนตราสัญลักษณ์เป็นสีส้มและดำ จึงเป็นการสร้างความรู้สึกเคลื่อนไหว(Dynamic) และทันสมัยลงบนตราสัญลักษณ์ให้เหมาะสมกับความต้องการตามยุคสมัย เป็นต้น

ตัวอย่าง



ตราสัญลักษณ์ในอดีต



ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน



## 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง “อายุ” กับ “ภาษา” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กร ธนาคาร

ธนาคารที่มีอายุระหว่าง 40 – 100 ปีนั้น พบว่ามีธนาคารที่ใช้เพียงภาษาไทยบนตราสัญลักษณ์อยู่ 2 ธนาคาร คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อาจเป็นเพราะว่าธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นมีหน้าที่เป็นธนาคารกลางของประเทศ ฉะนั้นภาษาที่ใช้สื่อสารจึงเลือกใช้เฉพาะภาษาไทย ส่วนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรนั้นอาจต้องการสื่อสารเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายตนซึ่งเป็นคนไทย

ส่วนธนาคารที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีนั้นพบว่ามีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษบนตราสัญลักษณ์ทุกธนาคาร ซึ่งมีบางแห่งคือ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) ที่พบเฉพาะการใช้ภาษาอังกฤษบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร อาจเนื่องมาจากว่าทั้งสองธนาคารนี้มีหน้าที่และเป็นชื่อที่นิยมเรียกกันมากกว่าชื่อเต็มของธนาคาร ส่วนธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีการภาษาอาหรับร่วมกับภาษาไทยและอังกฤษ และธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย พบการใช้ภาษาจีนร่วมด้วยกับภาษาไทยและอังกฤษ

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารที่มีความเก่าแก่มากกว่า 20 ปี ยังเป็นองค์กรที่เน้นการบริการเฉพาะภายในประเทศ คือเน้นแค่การสื่อสารกันภายในประเทศมากกว่า ไม่ได้มุ่งเน้นความเป็นสากลมากเท่ากับธนาคารที่เพิ่งมีอายุไม่เกิน 20 ปี ที่เป็นธนาคารทางเลือกใหม่ ประกอบกับปัจจุบันที่เป็นโลกไร้พรมแดน สื่อต่างๆที่กระจายออกไปนั้นสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าแต่ก่อนมาก เช่น สื่อทางอินเทอร์เน็ต

## 3. สถานภาพของธนาคาร

สถานภาพการเกิดของธนาคารนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ความหมาย คือ

1. มีสถานภาพเป็นธนาคารตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง หรือเปลี่ยนสถานภาพจากบริษัทเงินทุน หรือการควบรวมกิจการทางธุรกิจต่างๆ เป็นธนาคาร
2. มีสถานภาพเป็นรัฐวิสาหกิจ หรือเป็นบริษัทเอกชน

### 3.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง “สถานภาพของธนาคาร” กับ “ภาพ ตัวอักษร และ สัญลักษณ์” ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ธนาคารที่มีสถานภาพเป็นธนาคารตั้งแต่แรกเริ่มนั้น พบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีองค์ประกอบเป็นรูปภาพและตัวอักษร โดยรูปลักษณะส่วนใหญ่ที่เลือกใช้สื่อความหมายจะเป็นรูปลักษณะตามความเชื่อหรืออุดมคติ รูปลักษณะธรรมชาติ และรูปลักษณะสิ่งของ และภาพที่ใช้เป็นองค์ประกอบบนตราสัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นภาพกราฟฟิก ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงไทย เป็นต้น

#### ตัวอย่าง



ในขณะที่ธนาคารที่มีสถานภาพการเกิดที่มาจาก การเป็นบริษัทเงินทุนหรือจากการควบรวมกิจการทางธุรกิจนั้น พบว่ามีการใช้รูปลักษณะที่หลากหลาย แต่พบว่าการใช้รูปลักษณะตัวอักษรมากที่สุด

#### ตัวอย่าง



อาจกล่าวได้ว่าการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่มีสถานภาพการเกิดจากการเป็นธนาคารตั้งแต่เริ่มแรกนั้นมีการวางแผนและการออกแบบตราสัญลักษณ์ เพื่อจะใช้เป็นตัวแทนขององค์กรโดยมุ่งเน้นการสะท้อนความมั่นคง และความเป็นไทยเป็นหลักผ่านสัญลักษณ์รูปภาพ ในขณะที่ธนาคารที่เกิดจากการแปรสภาพจากบริษัทเงินทุน หรือการควบรวมกิจการทางธุรกิจนั้น ได้มีตราสัญลักษณ์ประจำองค์กรของตนอยู่แล้ว ซึ่งเมื่อได้เปลี่ยนสถานภาพมาเป็นธนาคารจึงมีการปรับจากตราสัญลักษณ์เดิมซึ่งสังเกตเห็นได้ว่า ธนาคารประเภทนี้ส่วนใหญ่มีอายุการเป็นธนาคารไม่ถึง 20 ปี ฉะนั้นแนวโน้มของการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์จากที่พบจากความสัมพันธ์ของอายุจึงสอดคล้องกับข้อนี้ด้วย คือส่วนใหญ่มีการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ในรูปลักษณะของตัวอักษร ด้วยเหตุผลที่สามารถสื่อสารได้ง่ายไม่ต้องตีความจากรูปภาพ สร้างการจดจำได้ง่ายกว่า และอีกเหตุผลหนึ่งคือ ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเดิมทราบว่าเป็นองค์กรเดียวกัน

#### ตัวอย่าง

**TISCO**

ตราสัญลักษณ์ในอดีต

**TISCO** Bank

ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารเดียวที่มีสถานภาพเป็นธนาคารกลางของประเทศไทย โดยเลือกใช้รูปลักษณะตามความเชื่อหรืออุดมคติ และใช้เป็นภาพเหมือนจริงบนตราสัญลักษณ์ คือ “พระสยามเทวาริราช” ซึ่งเป็นเทพที่คุ้มครองประเทศไทย การเลือกใช้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ไม่มีตัวตน มีผลต่อจิตใจของคนในสังคมไทยที่มีความเชื่อ และให้ความเคารพแก่เทพ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามประเพณีไทย ดังนั้นการเลือกใช้สัญลักษณ์นี้ จึงตรงกับแนวความคิดของการเป็นธนาคารกลางของประเทศไทย และยิ่งสอดคล้องมากขึ้นเมื่อใช้สัญลักษณ์เป็นรูปเหมือนจริง ที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีความขลัง และสร้างความไว้วางใจ ถือว่าเป็นการสื่อสารความเป็นตัวตนได้อย่างเด่นชัดจากการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ รวมถึงลักษณะของภาพที่ใช้ด้วย

อีกสถานภาพหนึ่งของธนาคารคือการเป็นรัฐวิสาหกิจนั้น พบว่ามีการเลือกใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงที่ตนสังกัดอยู่ คือ “นกวาญภักซ์” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของกระทรวงการคลัง

ธนาคารที่พบว่ามีทางเลือกใช้สัญลักษณ์ประกอบบนตราสัญลักษณ์ ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย และ ธนาคารพาณิชย์เพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME)

### ตัวอย่าง



บ.พ.จ.ธนาคารกรุงไทย  
KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED



SME  
BANK

ปรากฏ “นกวายุภักษ์” ในลักษณะการตัดทอนมาประกอบบนตราสัญลักษณ์ เพื่อสื่อความเป็นตัวตนของธนาคารนั้นๆ เพราะเห็นได้จาก “นกวายุภักษ์” ที่ทั้งสองธนาคารนี้นำมาตัดทอนแล้ว ไม่มีความคล้ายกันเท่าใดนัก การออกแบบเพื่อตัดทอนนั้นอาจคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ในการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารความเป็นตัวตนประกอบไปด้วย แต่ก็สังเกตได้ว่า “นกวายุภักษ์” ของทั้งสองธนาคารยังคงไว้ซึ่งสีน้ำเงินอันเป็นสีของกระทรวงการคลังดั้งเดิม

ธนาคารที่มีสถานภาพเป็นเอกชน มีการเลือกใช้สัญลักษณ์บนตราสัญลักษณ์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป เนื่องจากพบว่ามีทางเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ทั้งที่เป็นรูปภาพประกอบตัวอักษร หรือตัวอักษรอย่างเดียว ภาพที่ใช้มีทั้งภาพเหมือนจริงและภาพกราฟฟิก ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์นั้นอาจคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ไปพร้อมๆ กันด้วย

### 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง “สถานภาพของธนาคาร” กับ “สี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ธนาคารที่เกิดจากการแปรสภาพมาจากบริษัทเงินทุนหรือจากการควบรวมกิจการทางธุรกิจนั้นส่วนมากไม่พบว่ามีการใช้สีเดียวบนตราสัญลักษณ์ เช่นเดียวกับที่พบบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่มีสถานภาพเป็นธนาคารแต่กำเนิด ธนาคารที่เกิดจากบริษัทเงินทุนมักจะเลือกใช้สีที่ตัดกันอย่างแรง หรือใช้สีคู่ตรงกันข้ามกัน ซึ่งหากพิจารณาตามแนวคิดเรื่องการใช้สีบนตราสัญลักษณ์ ของ มาโนช กงกะนันท์ (2538) ที่ว่าการใช้สีคู่ตรงข้ามที่มีการตัดกันนั้นจะให้ความรู้สึกที่ไม่น่าเบื่อ น่าตื่นเต้น น่าสนใจ

ตัวอย่าง

สีคำ และส้ม



สีน้ำเงินและส้ม

ธนาคารไทยเครดิต  
泰信貸(零售)銀行 ThaiCredit Retail Bank

8 สีบนแถบสีเหลี่ยมผืนผ้า

LH BANK

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย  
LAND AND HOUSES RETAIL BANK

ธนาคารที่มีสถานภาพเป็นธนาคารตั้งแต่เริ่ม ส่วนใหญ่มักใช้สีเดียว หรือ 2 – 3 สี โดยที่ไม่เป็นสีที่เป็นคู่ตรงกันข้าม (ตัดกันอย่างรุนแรง) แต่มีการเลือกใช้สีที่ให้ค่าความเข้มต่างกันเท่านั้น ซึ่งหากดูจากทฤษฎีการใช้สีบนตราสัญลักษณ์ ของ มาโนช กงกะนันทน์ (2538) แล้วนั้น การใช้สีลักษณะนี้จะให้ความงดงามแบบเรียบๆไม่ฉูดฉาด

ตัวอย่าง

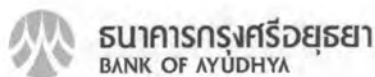
สีน้ำเงิน และทอง และตัวอักษรขาว



ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



## สีเหลือง และน้ำตาล



ธนาคารกรุงอยุธยา  
BANK OF AYUDHYA

## สีเขียว ทองและน้ำเงิน



ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย  
ISLAMIC BANK OF THAILAND

เป็นที่น่าสังเกตว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จากเดิมที่เป็นสีม่วงสีเดียว มาเป็นสีม่วงและเหลือง และธนาคารออมสิน จากเดิมที่เป็นสีน้ำเงินสีเดียว มาเป็นสีทองและชมพู จากการปรับตราสัญลักษณ์ ด้วยเหตุผลเพื่อให้เกิดความเป็นสากลและทันสมัยมากขึ้นนั้น อาจสรุปได้ว่า เพราะอายุที่ยาวนานของธนาคารนั้นเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ไม่เปลี่ยนสัญลักษณ์ แต่ใช้การปรับปรุงแทน เพื่อให้ก้าวทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงขึ้นในปัจจุบัน

ธนาคารแห่งประเทศไทย อย่างที่กล่าวไปแล้วว่าเป็นธนาคารที่มีสถานภาพเป็นธนาคารกลางของประเทศ ดังนั้นการเลือกใช้สีจึงควรจะให้มีความเหมาะสมและมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ โดยที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเลือกใช้สีทองเป็นสีบนตราสัญลักษณ์ ซึ่งตามทฤษฎีการใช้สีบนตราสัญลักษณ์ ของ ทองเจือ เขียดทอง (2542) กล่าวว่า สีทองเป็นสีที่สร้างคุณค่าให้กับสิ่งนั้นๆ และ"การออกแบบตราสัญลักษณ์นอกจากจะต้องคำนึงถึงความต้องการของตนแล้วนั้น ซึ่งมีความรู้สึกนึกคิด รสนิยม วัฒนธรรมและความเชื่อเรื่องสีต่างกัน ดังนั้นถ้านำหลักการทางจิตวิทยาไปผสมผสานกับการใช้สีตามทฤษฎีแล้วไปในทิศทางเดียวกันได้จะดียิ่งขึ้น" ดังนั้นการเลือกใช้สีทองของธนาคารแห่งประเทศไทยจึงเป็นการสอดคล้องที่ดีกับตราสัญลักษณ์ของธนาคาร

ธนาคารที่เป็นรัฐวิสาหกิจนั้น พบว่ามีการใช้สีเพื่อสะท้อนความเป็นไทย และสะท้อนประวัติที่มาของธนาคาร มากที่สุด

## ตัวอย่าง



สะท้อนความเป็นไทย โดยใช้สีของธงไตรรงค์ คือน้ำเงิน และแดง

(โดยที่มีการระบุประเทศไว้ด้านล่างเป็นสีดำ เนื่องด้วยในตอนแรกจะใช้สีขาว แต่ว่าเมื่อใช้ขาวเกิดการสะท้อนมองไม่ชัดเจนจึงใช้สีดำแทน)

สะท้อนประวัติที่มาของธนาคาร คือสังกัดของกระทรวงการคลัง จึงเลือกใช้สีน้ำเงิน ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ส่วนธนาคารที่เป็นเอกชนนั้น การเลือกใช้สีมักจะเลือกใช้สีที่ให้ความหมายถึงความหนักแน่นมั่นคง ได้แก่ สีน้ำเงินบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารทีลโก้ ธนาคารเกียรตินาคิน ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย

นอกจากนั้นยังพบการเลือกใช้สีที่ให้ความหมายถึงความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว และแสดงถึงการให้บริการที่ดี ได้แก่ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย ที่เลือกใช้สี 8 สี ให้ความรู้สึกที่สบายและแสดงถึงการให้บริการที่หลากหลาย เป็นธนาคารทางเลือกหนึ่ง หรือธนาคารกสิกรไทย ที่ใช้สีเขียว ให้ความรู้สึกที่ความเป็นมิตร ทั้งนี้เพราะว่าในปัจจุบันธนาคารนั้นมีให้เลือกใช้บริการมากกว่าเดิม การแข่งขันจึงมีสูง การเลือกใช้สีบนตราสัญลักษณ์ ให้ความรู้สึกทางจิตใจที่สบาย และน่าไว้วางใจ เป็นมิตร จึงเป็นสิ่งที่คำนึงถึง นอกจากสีที่แสดงถึงความมั่นคงแล้วยังมีการเลือกใช้ประจำวันเกิดของผู้ก่อตั้ง คือสีฟ้าบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารเกียรตินาคิน อีกด้วย

### 3.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง “สถานภาพของธนาคาร” กับ “ภาษา” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ภาษาที่ปรากฏอยู่บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่มีสถานภาพเป็นธนาคารมาตั้งแต่แรกเริ่มนั้นพบว่ามีกรเลือกใช้ภาษาอยู่หลายประเภท ได้แก่ เลือกใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียว ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

ตัวอย่าง



ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียว ได้แก่



ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยบนตราสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นลักษณะการใช้ภาษาที่พบมากที่สุด  
ได้แก่



ใช้ 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ได้แก่



และ เลือกใช้ 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับ ได้แก่



ส่วนธนาคารที่เกิดจากการเป็นบริษัทเงินทุน หรือการควบรวมกิจการทางธุรกิจแล้วจึง เปลี่ยนสถานภาพมาเป็นธนาคาร พบว่ามีธนาคารที่มีการเลือกใช้ 2 ภาษาทั้งหมด มีเพียง 3 ธนาคารที่มีการเลือกใช้ที่ต่างไป ได้แก่ เลือกใช้ 3 ภาษาคือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน ได้แก่

**ธนาคารไทยเครดิต**  
泰信貸(大東)銀行 ThaiCredit Retail Bank Co.

และ เลือกใช้เพียงภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียว คือ

**TISCO** Bank

**SME**  
BANK

จากลักษณะการเลือกใช้ภาษาที่พบสามารถระบุได้ว่า ธนาคารที่เกิดมาเป็นธนาคาร ตั้งแต่เริ่มต้นนั้น เป็นธนาคารเฉพาะกิจที่ทำหน้าที่เฉพาะอย่างซึ่งสอดคล้องกับการเลือกใช้ภาษา บนตราสัญลักษณ์ เช่น ธนาคารเพื่อการส่งออกและการนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM) เป็นธนาคารที่มีอยู่ทั่วโลกและทำหน้าที่เฉพาะกิจคือดำเนินจัดการเกี่ยวกับการนำเข้าและส่งออก จึงเป็นที่รู้จักกันในชื่อย่อภาษาอังกฤษนี้ เพราะฉะนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ชื่อภาษาไทย กำกับอยู่ก็สามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้อง

ภาษาที่ถูกเลือกใช้บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่เป็นบริษัทเอกชน พบว่ามีการใช้ ภาษาจีนปรากฏอยู่ สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าองค์กรที่เป็นเอกชนนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าของอาจจะมี เชื้อสายจีนซึ่งเป็นเชื้อสายส่วนใหญ่ในประเทศไทย ดังนั้นการใช้ภาษาจีนบนตราสัญลักษณ์ของ ธนาคารในการสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการสื่อสารกับคนจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีนด้วย ซึ่งโดย ส่วนใหญ่แล้วนั้นคนที่มีเชื้อสายจีนมักทำการค้า จึงอาจต้องมีการติดต่อกับธนาคารอยู่บ่อยครั้ง ภาษาจีนจึงเป็นภาษาที่จำเป็นในการแสดงความเป็นตัวตนของธนาคารด้วย ได้แก่ ธนาคาร กสิกรไทย และธนาคารกรุงเทพ

ส่วนธนาคารที่เป็นรัฐวิสาหกิจนั้น พบว่ามีการใช้ภาษาที่ 3 นอกเหนือจากภาษาไทย และภาษาอังกฤษ คือ ภาษาอาหรับ ปรากฏบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งแต่แรกเริ่มนั้นเป็นธนาคารเฉพาะกิจที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อคนอิสลาม การสื่อสารด้วยภาษาอาหรับ จึงมีความจำเป็นบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร

4. วัฒนธรรมองค์กร : วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ค่านิยม (Value) รวมถึงการสื่อสารต่างๆที่สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ ค่านิยม เช่น การใช้คำขวัญ (Slogan)

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง “วัฒนธรรมองค์กร” กับ “ภาพ ตัวอักษร และ สัญลักษณ์” ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

จากผลการวิจัยพบว่าการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารนั้น สะท้อนความเชื่อและค่านิยมต่างๆกันไป โดยมีสาเหตุของการเลือกใช้ต่างๆกันไปด้วย เช่น ต้นกำเนิดของธนาคารซึ่งเกี่ยวพันกับประวัติความเป็นมาแต่แรกเริ่ม การเลือกใช้ตราสัญลักษณ์จึงเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะของธนาคารนั้น อาทิ ธนาคารเพื่อที่อยู่อาศัย เช่น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ใช้รูปบ้านและมือทั้งสองในการโอบอุ้มเพื่อสื่อถึงความหมายการคุ้มครองดูแลที่อยู่อาศัย และเป็นลักษณะที่เหลี่ยมตั้งตรงแสดงถึงความมั่นคงของธนาคาร โดยให้ความรู้สึกอบอุ่นและความสดใสด้วยสีส้ม เป็นต้น

ที่มาหรือความหมายของตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารนั้นเป็นการแสดงแนวความคิดขององค์กรธนาคาร ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็นหัวข้อใหญ่ๆที่พบในข้อมูลที่มาหรือความหมายของตราสัญลักษณ์ของธนาคารต่างๆ ได้ดังตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร ต่อไปนี้



ตารางที่ 17 : ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและตราสัญลักษณ์ขององค์กร

## ธนาคาร

ลำดับ ที่	ชื่อธนาคาร	ที่มา/ความหมายของตราสัญลักษณ์						
		สะท้อนความ เป็นไทย	สะท้อนประวัติ ที่ธนาคาร	แสดงวิสัยทัศน์	แสดงความ มั่นคง	สะท้อนความเชื่อ ตามศาสนา	สะท้อนหน้าที่ที่	แสดงความเป็น สากล
1.	ไทยพาณิชย์	x	x	x	x			
2.	นครหลวง ไทย	x	x					
3.	ธนาคารแห่ง ประเทศไทย	x					x	
4.	กรุงเทพ	x	x	x	x	x		
5.	กรุงศรี อยุธยา	x	x	x	x			
6.	กสิกรไทย	x			x			x
7.	ออมสิน	x	x		x			
8.	อาคาร สงเคราะห์ (ธ.อ.ส.)			x	x		x	
9.	ทหารไทย			x	x			x
10.	เพื่อ การเกษตร และสหกรณ์ การเกษตร	x			x		x	x
11.	กรุงไทย	x	x		x			

ตารางที่ 17 : ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและตราสัญลักษณ์ขององค์กร  
ธนาคาร (ต่อ)

ลำดับ ร.	ชื่อธนาคาร	ที่มา/ความหมายของตราสัญลักษณ์						
		สะท้อนความเป็นไทย	สะท้อนประวัติที่มาธนาคาร	แสดงวิสัยทัศน์	แสดงความมุ่งมั่น	สะท้อนความเชื่อตามศาสนา	สะท้อนหน้าที่ที่	แสดงความเป็นสากล
12.	เพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM)				x		x	x
13.	ไทยธนาคาร	x			x			
15.	ธนาชาติ			x	x			x
16.	อิสลามแห่งประเทศไทย	x				x		
17.	ทิสโก้				x			x
18.	สินเอเซีย		x	x	x			x
19.	เกียรตินาคิน		x		x			
20.	แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย (LH)			x	x			x
21.	ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย	x	x		x			x
	รวม	12	9	8	17	2	5	9

จากตารางพบว่าตราสัญลักษณ์ขององค์กรมีลักษณะที่แสดงถึง “ความมั่นคง” มากที่สุด และรองลงมาคือสะท้อนถึงความเป็นไทย สะท้อนประวัติความเป็นมาขององค์กรและแสดงความเป็นสากล ความทันสมัย แสดงวิสัยทัศน์หรือค่านิยมขององค์กร สะท้อนลักษณะหน้าที่เฉพาะของธนาคาร เช่น ธนาคารเพื่อที่อยู่อาศัย ตามลำดับ ซึ่งพบว่าตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารมีการสะท้อนถึงความเชื่อทางศาสนาน้อยที่สุด

ตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นไทยของธนาคารต่างๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 61.9 นั้น มีการสอดแทรกความหมายไว้ในองค์ประกอบต่างๆของตราสัญลักษณ์ ได้แก่ รูปภาพ ตัวอักษร สี (ยกเว้นภาษา เพราะเป็นวิจนภาษาที่ไม่ต้องผ่านการสอดแทรกความหมาย) ด้วยวิธีที่สอดคล้องกับผลของการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อความหมาย “ความเป็นไทย” ในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2537 ของ สุทธิณี สะไมเสถียร (2538) ซึ่งพบว่า กลยุทธ์การสื่อความหมาย “ความเป็นไทย” เป็นกระบวนการสร้างความหมายที่มุ่งนำเสนอ “ความเป็นไทย” ด้วยการผสมผสานปัจจัยต่างๆทั้ง นโยบาย วัตถุประสงค์ การระดมความคิด แนวคิดหลัก ซึ่งก็คือการสอดแทรกวัฒนธรรมองค์กรของธนาคารผ่านตราสัญลักษณ์นั่นเอง

#### ตัวอย่าง

ธนาคารทหารไทย ซึ่งใช้ตัวอักษรเป็นสัญลักษณ์ แทนวิสัยทัศน์ด้านต่างๆขององค์กร

**TMB** ธนาคารทหารไทย  
TMB BANK

T = TEAM ร่วมมือกันระหว่างผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ พนักงาน และลูกค้า

M = MATUAL มีจุด 2 จุด ที่คล้ายภาพคนจับมือกัน หมายถึงการร่วมมือกันอย่างแข็งแกร่ง

B = BENEFIT สร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า



แสดงวิสัยทัศน์เรื่องความมั่นคงที่เด่นชัด ซึ่งสะท้อนผ่าน

สัญลักษณ์ วัชร = รัชกาลที่ 6, ฉัตร = นายพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ผู้ทรงวางรากฐานธนาคารออมสิน ต้นไทร = ความมั่นคง โล่ทอง = ความปลอดภัย ซึ่งสัญลักษณ์ทั้งหมดเมื่อแยกเอาแต่ละความหมายของแต่ละสัญลักษณ์ออกมาหรือใช้ความหมายร่วมกัน ก็สะท้อนให้เห็นแนวคิดสำคัญของธนาคาร คือต้องการสะท้อนภาพลักษณ์ของตนว่าเป็นธนาคารที่มีความมั่นคง



ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ประเทศไทย  
LAND AND HOUSES RETAIL BANK

ตัวอักษรเป็นเส้นตรง = ความซื่อสัตย์ โปร่งใส ใส่ใจในการบริการ

ตัวหนังสือสีเข้ม = ความหนักแน่น และปรัชญาในการทำงาน



มีการออกแบบตัวอักษรบนตราสัญลักษณ์ให้มีลักษณะมั่นคงแข็งแรง ตามแนวคิดขององค์กร



มีค่านิยมเด่นเรื่องของความซื่อสัตย์ ดังนั้นการออกแบบตัวอักษรให้มีขนาดความหนา และลักษณะตัวอักษรที่ตั้งตรง เป็นการสะท้อนค่านิยมที่แสดงตัวตนของธนาคารออกมาผ่านการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์

รวมไปถึงการใช้ชื่อธนาคารให้สอดคล้องกับการเลือกใช้สัญลักษณ์บนตราสัญลักษณ์

เช่น



เลือกใช้ภาพมือและบ้าน



เลือกใช้ปราสาทของจังหวัดอยุธยา



เลือกใช้รวงข้าวซึ่งสัมพันธ์กับการกสิกรรม



ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เลือกใช้รูปรวงข้าว แทนการเกษตรกรรม

การใช้คำขวัญ ซึ่ง "เป็นข้อความสั้นๆที่อธิบายถึงความเป็นองค์กร หรือเพื่อเป็นการอธิบายถึงลักษณะเฉพาะขององค์กร" (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547) นั้นสามารถสะท้อนค่านิยมหรือแนวคิดที่องค์กรเน้นได้อย่างชัดเจน เช่น

ตัวอย่าง



"คิดถึงบ้าน คิดถึงร.อ.ส."

แสดงวิสัยทัศน์หลักของธนาคาร คือ การให้สินเชื่อเรื่องที่อยู่อาศัย โดยใช้สัญลักษณ์รูป "บ้าน"



"มั่นคงจริงใจ รับผิดชอบต่อประชาชน"

แสดงวิสัยทัศน์หลักของธนาคาร คือ ความมั่นคง โดยใช้สัญลักษณ์ "วัชร ฉัตร ต้นไทร และโล่ไทย"



#### 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง “วัฒนธรรมองค์กร” กับ “สี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

“วัฒนธรรมของสาขาอาชีพ แต่ละอาชีพมักจะมีค่านิยม ความเชื่อ และธรรมเนียมปฏิบัติ วิธีการติดต่อสื่อสาร ที่เป็นเอกลักษณ์ในกลุ่มที่ประกอบอาชีพนั้นๆ” (สุนทร วงศ์ไวยศวรรณ, 2540) จากข้อความข้างต้นทำให้ทราบได้ว่าจากผลการวิจัย องค์กรธนาคารนั้นมีวัฒนธรรมร่วมกันเรื่องการเลือกใช้สีบนตราสัญลักษณ์ ที่แสดงถึง “ความมั่นคง” เป็นหลัก ซึ่งวัฒนธรรมย่อยของการเลือกใช้สีบนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย ที่การเลือกใช้สีนั้นสีทั้ง 8 สี หมายถึง ความรู้สึกที่สบายไม่มีกรอบ มีความยืดหยุ่นและมีบริการที่หลากหลาย พร้อมทั้งจะให้บริการ ได้อย่างครบครัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดีที่สุดด้วยการบริการอย่างมืออาชีพ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีวิสัยทัศน์ เพื่อให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง การเลือกใช้ภาพบนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร ก็สามารถบ่งบอกถึงวิสัยทัศน์ของธนาคารได้ระดับหนึ่งแล้ว มากไปกว่านั้น สีที่เลือกใช้ยังสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธนาคารด้วย คือ สีส้ม ที่ให้ความรู้สึกที่อบอุ่นและจริงใจ ตรงตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร

ธนาคารออมสิน มีการเลือกใช้สีชมพู ซึ่งแสดงถึงความสดใส ความเป็นมิตร และสีน้ำเงินเป็นการเน้นย้ำค่านิยม แนวคิดของตนให้สะท้อนย้ำผ่านสีบนตราสัญลักษณ์ เรื่องความมั่นคงของธนาคารด้วยเช่นกัน

#### 4.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง “วัฒนธรรมองค์กร” กับ “ภาษา” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

การเลือกใช้ภาษาบนตราสัญลักษณ์สามารถสะท้อนวิสัยทัศน์ของธนาคารได้อย่างเด่นชัดอีกทางหนึ่ง เช่น ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำแห่งภูมิภาคเอเชียทางการเงินนั้นก็ปรากฏภาษาบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ ทั้งหมด 3 ภาษา ซึ่งหากพิจารณาแล้วนั้น ภาษาทั้ง 3 นี้ สามารถครอบคลุมการสื่อสารในภูมิภาคเอเชีย ได้ทั้งหมด จึงถือว่าธนาคารกรุงเทพสามารถสื่อสารวิสัยทัศน์ผ่านตราสัญลักษณ์ได้อย่างดี

ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีภาษาปรากฏบนตราสัญลักษณ์ทั้งหมด 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับ ซึ่งตรงตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ของธนาคารที่

ต้องการก่อตั้งธนาคารนี้ขึ้นมาเพื่อเป็นธนาคารของชาวมุสลิม ดังนั้นตราสัญลักษณ์นี้จึงสามารถสื่อสารความเป็นตัวตน และความชัดเจนทางวิสัยทัศน์ขององค์กรได้อย่างดี นอกจากนั้นยังตรงตามวัตถุประสงค์ที่ว่าไม่จำกัดเชื้อชาติหรือศาสนาแก่ผู้ให้บริการอีกด้วย โดยมีการใช้ภาษาอีก 2 ภาษา นอกจากภาษาอาหรับ ในการสื่อสารความหมายเพื่อบ่งบอกชื่อขององค์กร ซึ่งได้ผลตรงกันข้ามกับผลการวิจัย เรื่องการออกแบบสัญลักษณ์ของสายการบินลาว ของ จักรชัย หาญพิทักษ์ (2534) ที่ได้ผลว่าลักษณะสัญลักษณ์ของสายการบินลาวไม่มีลักษณะความเป็นสากล เนื่องจากมีการใช้ภาษาลาว เพียงภาษาเดียวบนตราสัญลักษณ์ ทำให้เกิดการสื่อสารเฉพาะกลุ่มเกินไป

## 5. กลุ่มเป้าหมาย / ขอบข่ายการให้บริการ

### 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง “กลุ่มเป้าหมาย / ขอบข่ายการให้บริการ” กับ “รูปตัวอักษร และสัญลักษณ์” ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

สัญลักษณ์ที่เลือกใช้บนตราสัญลักษณ์นั้นหากสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ ก็ถือว่าเป็นข้อได้เปรียบประการหนึ่งขององค์กรนั้น เพราะว่าตราสัญลักษณ์จะแสดงตัวตนผ่านออกมาซึ่งทำให้ผู้รับสามารถตระหนักหรือไตร่ตรองถึงความต้องการหรือรสนิยมของตนได้เช่นกัน

เช่น “รูปบ้านและมือ” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ นั้นสามารถสื่อสารความเป็นตัวตนของธนาคารได้ว่ากลุ่มเป้าหมายนั้นคือผู้ที่ต้องการจะขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะ

อีกตัวอย่างหนึ่งคือรูป “รวงข้าว” บนตราสัญลักษณ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร นั้นเป็นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเด่นชัดถึงภารกิจและวิสัยทัศน์หลักของธนาคาร ดังนั้นการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์นี้อาจมีอิทธิพลของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและการกินอยู่ เป็นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ขึ้น ดังผลการวิจัยของ บำรุง อิศรกุล (2545) ที่ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์

จำนวนสาขาที่สามารถเป็นเครื่องชี้วัดกลุ่มเป้าหมายได้เช่นกัน ธนาคารที่มีสาขาอยู่ต่างประเทศนั้น ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารกรุงไทย มีการเลือกใช้สัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นไทยทั้งหมด (ธนาคารทหารไทย เลือกใช้สีของธงไตรรงค์)

## ตัวอย่าง



เป็นที่น่าสังเกตประการหนึ่งว่า ธนาคารที่มีสาขาทำการอยู่ต่างประเทศนั้น ตราสัญลักษณ์เดิมจะมีความสัมพันธ์กับชาติ แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์จะมีการตัดทอนรูปภาพ (ซึ่งมีลักษณะสะท้อนถึงความเป็นไทย) เพื่อเพิ่มความเป็นสากลมากกว่าธนาคารที่ไม่มีสาขาทำการอยู่ต่างประเทศ เช่น

ตัวอย่าง : ธนาคารที่มีสาขาทำการอยู่ต่างประเทศ

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา



ตราสัญลักษณ์ในอดีต



ธนาคารกรุงศรีอยุธยา  
BANK OF AYUDHYA

ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

ธนาคารไทยพาณิชย์



ตราสัญลักษณ์ในอดีต



ธนาคารไทยพาณิชย์  
SIAM COMMERCIAL BANK

ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

ธนาคารทหารไทย



ตราสัญลักษณ์ในอดีต

**TMB** ธนาคารทหารไทย  
TMB BANK

ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

ตัวอย่าง : ธนาคารที่ไม่มีสาขาทำการอยู่ต่างประเทศ

ธนาคารออมสิน



ตราสัญลักษณ์ในอดีต



ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

ธนาคารนครหลวงไทย



ตราสัญลักษณ์ในอดีต

(ได้ “พระมหาพิชัยมงกุฏ” เขียนว่า

“ในพระบรมราชูปถัมภ์”)



ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน

(ได้ “พระมหาพิชัยมงกุฏ” เขียนว่า

“ธนาคารกรุงศรีอยุธยา”)

## 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง “กลุ่มเป้าหมาย / ขอบข่ายการให้บริการ” กับ “สี” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

สีบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารนั้น สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างการจดจำแก่กลุ่มเป้าหมายได้ทางหนึ่ง เช่น หากเห็นสีชมพู ก็จะนึกถึงธนาคารออมสิน เป็นต้น ซึ่งธนาคารออมสินเองก็มีการเปลี่ยนสีบนตราสัญลักษณ์จากสีน้ำเงินมาเป็นสีชมพู โดยสาเหตุของการปรับตราสัญลักษณ์ของธนาคารนั้น มีระบุไว้ว่าเพื่อต้องการลดช่องว่างระหว่างประชาชน นั่นก็หมายถึง เมื่อเปลี่ยนสีบนตราสัญลักษณ์แล้วอาจทำให้ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่แสดงความเป็นมิตร และสดใส เหมาะกับยุคสมัย และกลุ่มเป้าหมาย ได้ชัดเจนกว่าเดิม ซึ่งเมื่อพิจารณาถึง

วิจัยทัศนคติที่เน้นย้ำเรื่องการออม จึงสามารถคาดได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีมักจะมีการปลูกฝังเรื่อง การออมคือ เด็ก และเห็นได้จากของที่ระลึกของธนาคารซึ่งมักจะเน้นผลิตภัณฑ์ที่ใช้แจกสำหรับเด็กเป็นส่วนใหญ่

### 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง “กลุ่มเป้าหมาย / ขอบข่ายการให้บริการ” กับ “ภาษา” บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

จากผลการวิจัยพบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีจำนวนสาขาใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด ซึ่งต่างจากธนาคารอื่นๆที่มีสาขาในกรุงเทพและปริมณฑลมากที่สุด ดังนั้นการเลือกใช้ภาษาจึงมีความสอดคล้องกับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนมาก เป็นเกษตรกร และเป็นธนาคารที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อที่จะช่วยเหลือเกษตรกรโดยเฉพาะ ดังนั้นความ จำเป็นในการใช้หลายภาษาบนตราสัญลักษณ์อาจไม่มีผลต่อการสื่อสารมากนัก

ธนาคารที่มีสาขาอยู่ต่างประเทศ ล้วนแล้วแต่มีภาษาบนตราสัญลักษณ์อย่างน้อย 2 ภาษา คือภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ยกเว้นแต่ธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีเพียงภาษาไทยบน ตราสัญลักษณ์ ก็อาจเป็นไปได้ว่าธนาคารแห่งประเทศไทยนั้น ไม่ได้มีฐานะเป็นธนาคารพาณิชย์ แต่เป็นธนาคารกลางของประเทศ ดังนั้นการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ของธนาคารจึงไม่จำเป็นต้องมี ภาษาอื่นบนตราสัญลักษณ์

พบว่ามีการใช้ภาษาบนตราสัญลักษณ์มากที่สุดคือ 3 ภาษา สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 ใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคาร กรุงเทพ และธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย ซึ่งธนาคารกสิกรไทยและธนาคารกรุงเทพนั้นมี สาขาอยู่ที่ต่างประเทศ และมีสาขากระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคที่ค่อนข้างมากและทั่วถึง รวมถึง สาขาที่ทำการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วย ฉะนั้นการปรากฏภาษาบนตราสัญลักษณ์จึง มีผลต่อกลุ่มเป้าหมายคนไทย และต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงนักลงทุนต่างประเทศ ในขณะที่ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย เป็นธนาคารที่เพิ่งตั้งขึ้นมาได้ 1 ปีเท่านั้น ดังนั้นจึงยังมี จำนวนสาขาที่น้อยและพบน้อยที่สุดในธนาคารทั้งหมด แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ามีการใช้ภาษาบน ตราสัญลักษณ์มากกว่าธนาคารที่มีจำนวนสาขามากกว่าและอายุเก่าแก่กว่า โดยสาขาทั้ง 4 นั้น ล้วนแต่อยู่ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ ห้วยขวาง บางแค รัชดาภิเษก และรังสิต ซึ่งสถานที่ ตั้งแต่ละแห่งนั้นเป็นแหล่งชุมชน และด้วยเหตุที่ธนาคารนั้นตั้งมาเพื่อลูกค้ารายย่อย หากสังเกต จากสมุดบัญชีเงินฝาก สมุดเช็ค ใบสำหรับฝาก ถอน หรือโอนเงิน ของธนาคารแล้วนั้น ล้วนแต่



ปรากฏทั้ง 3 ภาษาร่วมกันทั้งสิ้น จึงสามารถคาดเดาได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของธนาคารส่วนใหญ่ นั้นใช้ภาษาจีนได้ ภาษาจีนจึงเป็นภาษาที่จำเป็นต่อกลุ่มเป้าหมายหลักของธนาคาร

กลุ่มที่ 2 ใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับ มีเพียงธนาคารเดียว คือธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของธนาคารนั้นหากเทียบเคียงจากการกระจายสาขาของธนาคารแล้วสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักคือจังหวัดในภูมิภาคทางใต้ ซึ่งก็คือกลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งถึงแม้ว่าธนาคารจะเปิดบริการสำหรับทุกศาสนิกชนคือไม่จำกัดศาสนา แต่ก็ยังมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือชาวมุสลิม อาจเนื่องมาจากว่าหลักของการบริหารหรือการให้บริการนั้นดำเนินไปตามหลักของศาสนาอิสลาม ซึ่งทำให้ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยนั้นมีหลักควบคุมกิจการที่ค่อนข้างเฉพาะ เช่น ไม่มุ่งเน้นเรื่องของดอกเบี้ย รวมถึงผู้รับบริการและผู้ให้บริการมีวัฒนธรรมเดียวกันในเรื่องของศาสนา (พบว่าพนักงานและบุคคลากรของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นชาวมุสลิมเป็นส่วนใหญ่) อาจทำให้เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันที่สามารถให้ความมั่นคงและความพึงพอใจได้มากกว่าธนาคารอื่นๆจากการเข้ารับบริการ เป็นต้น

โดยภาพรวมนั้น พบว่าตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารต้องการมุ่งเน้น “ค่านิยม” เป็นหลัก ซึ่งหากพิจารณาจากวัฒนธรรมองค์กรของธนาคารจะพบว่าธนาคารจะมุ่งเน้นเรื่อง “ความสะดวกสบายจากการได้รับบริการของลูกค้า” และ “มุ่งพัฒนาความสามารถ รวมถึงการให้บริการที่ดีของพนักงาน” มากที่สุด แต่กลับพบว่าค่านิยมเรื่อง “ความมั่นคง ความก้าวหน้า และความทันสมัย” ปรากฏอยู่บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารมากที่สุด

จากปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร สามารถสรุปออกมาเป็นแผนภูมิแสดงปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

: แผนภูมิแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร



### ข้อจำกัดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้ เนื่องจากธนาคารต่างๆมีการเผยแพร่ข้อมูลที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างที่มา และความหมายของตราสัญลักษณ์มากน้อยแตกต่างกัน รวมทั้งมีการจัดเก็บและเผยแพร่ทางสื่อต่างๆมากน้อยต่างกันด้วย เช่น บางแห่งไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลทางสื่อสิ่งพิมพ์ หรือทางสื่ออินเทอร์เน็ต และต้องใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากสื่อบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก ทำให้ข้อมูลที่นำมาอธิบายมีน้ำหนักมากน้อยแตกต่างกันออกไปด้วย

### ข้อเสนอแนะ

#### -ทางวิชาการ

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาในแง่ของการสร้างสรรค์งาน โดยไม่ได้มีการสำรวจการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่งได้แก่บุคลากรภายในองค์กรและลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมถึงประชาชนทั่วไป ดังนั้นควรศึกษาการรับรู้ตราสัญลักษณ์จากมุมมองของผู้รับสารเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในการสื่อสารความเป็นตัวตนขององค์กรธนาคารว่าเป็นไปตามเจตจำนงหรือความต้องการของผู้ส่งสาร คือองค์กรธนาคาร หรือไม่

2. จากผลการศึกษาดราสัญลักษณ์ขององค์กรขนาดใหญ่ เมื่อเริ่มก่อตั้งมักใช้ตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นไทยที่มีลูกค้ำและขอข่ายการให้บริการหลักในประเทศ ซึ่งต่อมามีการปรับเปลี่ยนความเป็นไทยให้น้อยลงและพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นสากลมากขึ้น ในขณะที่ยังมีองค์กรขนาดใหญ่บางแห่งที่มีลูกค้ำและขอข่ายการให้บริการอยู่ในประเทศเป็นหลัก และยังคงใช้ตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นไทยอยู่ เช่น ธนาคารนครหลวงไทย ซึ่งใช้ภาพเหมือนจริงของเครื่องประกอบอิสริยยศของพระมหากษัตริย์ตามแบบราชประเพณีไทยเดิมเป็นต้น จึงน่าจะมีผลงานวิจัยที่ศึกษาว่าตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นไทยเหล่านี้ ว่ามีผลต่อการรับรู้ความเป็นตัวตนขององค์กรขนาดใหญ่ อย่างไร

3. เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะธนาคารไทย ไม่ได้รวมถึงธนาคารนานาชาติ ในการวิจัยในอนาคตอาจเปรียบเทียบว่าวัฒนธรรมระดับชาติอื่น ๆ มีผลต่อการใช้และการรับรู้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรมากน้อยอย่างไร

#### -ทางการประยุกต์ใช้

1. ในการออกแบบหรือปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของธนาคารนั้น ควรจะมีการทดสอบตราสัญลักษณ์นั้นแก่บุคลากรในองค์กรรวมทั้งกลุ่มเป้าหมายของธนาคารหรือประชาชนทั่วไปก่อน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการส่งทอดความหมายผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารยิ่งขึ้น

2. องค์กรอื่น ๆ ที่มีการใช้ตราสัญลักษณ์ อาจนำผลวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาเพื่อเปรียบเทียบและปรับปรุง