

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ (interview) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้จะเลือกศึกษาเฉพาะองค์กรธนาคารของไทยเท่านั้น หมายถึง ธนาคารของไทยที่มีการจดทะเบียนเป็นธนาคารตามพระราชบัญญัติธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2485 และมีสาขาหลักที่ทำการใหญ่อยู่ที่ประเทศไทย โดยมีผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นคนไทย มีทั้งสิ้น 21 องค์กรธนาคาร ซึ่งได้แก่

1. ธนาคารแห่งประเทศไทย (Bank of Thailand)
2. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand)
3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives)
4. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Export-Import Bank of Thailand)
5. ธนาคารออมสิน (Government Saving Bank)
6. ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (Government Housing Bank)
7. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Islamic Bank of Thailand)
8. ธนาคารกรุงเทพ (Bangkok Bank)
9. ธนาคารกรุงไทย (Krung Thai Bank)
10. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Bank of Ayudhaya)
11. ธนาคารกสิกรไทย (KasikornBank)
12. ธนาคารเกียรตินาคิน (Kiatnakin Bank)

13. ธนาคารทหารไทย (Thai Military Bank)
14. ธนาคารทีเอสโก้ (Thai Investment and Securities Company Bank)
15. ไทยธนาคาร (BankThai)
16. ธนาคารไทยพาณิชย์ (Siam Commercial Bank)
17. ธนาคารธนชาต (Thanachart Bank)
18. ธนาคารนครหลวงไทย (Siam City Bank)
19. ธนาคารสินเอเชีย (Asia Credit Limited Bank)
20. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย (Land and Houses Retail Bank)
21. ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย (Thai Credit Retail Bank)

วิธีการศึกษาข้อมูล

ใช้การวิจัยต่อไปนี้

1. การศึกษาจากเอกสาร (Documentary)
2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
3. การสัมภาษณ์ (Interview)

1. การศึกษาจากเอกสาร (Documentary)

ศึกษาจากสื่อที่มีการบันทึกเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไว้เป็นลายลักษณ์อักษร อาทิ อินเทอร์เน็ต หนังสือเผยแพร่ขององค์กรธนาคารต่างๆ ฯลฯ โดยข้อมูลที่ศึกษาเป็นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติและวัฒนธรรมขององค์กรธนาคารต่างๆ ประวัติของตราสัญลักษณ์ รวมถึงวัฒนธรรม ความเชื่อ เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ ด้วยเหตุผลว่าเป็นสถาบันที่มีการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารความหมายรวมถึงสามารถสะท้อน "ความเป็นตัวตน" (identity) ขององค์กรได้อย่างมากในหลายมิติของสังคมไทย รวมถึงการวิเคราะห์ที่มาหรือตัวแปรที่มีผลต่อการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ต่างๆ ได้แก่

ก. ประวัติ ปรัชญา ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ตราสัญลักษณ์

ข. คำขวัญ

ค. ความหมายและที่มาของตราสัญลักษณ์

ง. สถานภาพของธนาคาร มี 2 ลักษณะ คือ 1. สถานภาพการเกิดของธนาคาร เช่น

เป็นธนาคารตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง หรือเกิดจากการแปรสภาพจากบริษัทเงินทุน รวมทั้งการควบรวมกิจการทางธุรกิจ และ 2. สถานะปัจจุบันของธนาคาร เป็นรัฐวิสาหกิจ หรือเป็นบริษัทเอกชน

จ. กลุ่มเป้าหมาย หรือเครือข่ายการให้บริการ รวมถึง การวิเคราะห์เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น ประวัติของสัญญาที่ตราสัญลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ เลือกใช้ตามความเชื่อทัศนคติ วรรณคดี และประวัติศาสตร์

2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร ในมิติต่างๆ ตามแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ของ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547) ได้แก่

- รูปภาพที่ใช้
- สีที่ใช้
- ตัวอักษร เช่น ชื่อองค์กร
- ภาษาที่ใช้

เครื่องมือในการวิเคราะห์เนื้อหา

การสร้างต้นแบบการวิเคราะห์ (Template) ตราสัญลักษณ์ขององค์กร โดยแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อหลักดังต่อไปนี้

1. ประเภทรูปภาพที่ใช้

1.1 ภาพจริง คือ ภาพที่เหมือนจริงที่ไม่มีการตัดทอน

1.2 ภาพกราฟิก คือ ภาพที่นำมาตัดทอนให้มีความเรียบง่ายแต่ยังคงความเป็นสิ่ง
นั้นอยู่

1.3 ภาพนามธรรม คือ ภาพที่คิดขึ้นมาใหม่โดยไม่ได้ตัดทอนจากสิ่งที่มีอยู่เดิม

2. สีที่ใช้

2.1 สีของตราสัญลักษณ์

2.1.1 รูปภาพ

2.1.2 ตัวอักษร

2.2 จำนวนสีที่ใช้

2.2.1 ใช้เพียง 1 สี

2.2.2 ไข่ 2 สี

2.2.3 ไข่มากกว่า 2 สีขึ้นไป

3. ตัวอักษร

3.1 ประเภทตัวอักษร

3.1.1 ตัวพิมพ์

3.1.2 ตัวเขียน

3.1.3 ลายมือ

3.2 ภาษาที่ใช้

3.2.1 ไทย

3.2.2 อังกฤษ

3.2.3 จีน

3.2.4 อื่นๆ

4. ชื่อขององค์กร

4.1 ชื่อเต็ม

4.2 ชื่อย่อ

3. การสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้บริหารหรือบุคลากรขององค์กรธนาคารที่มีบทบาทในการกำหนด หรือวางแผนการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร (ทั้งหมด 19 คน) ดังต่อไปนี้

ชื่อธนาคาร	ผู้ให้ข้อมูล
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	ผู้จัดการส่วนประชาสัมพันธ์

ชื่อธนาคาร	ผู้ให้ข้อมูล
ธนาคารออมสิน	งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด สำนัก สื่อสารองค์กร
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	หัวหน้าส่วนโฆษณาและส่งเสริมการขาย ฝ่าย สื่อสารองค์กร
ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย	ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจและสื่อสารองค์กร
ธนาคารกรุงเทพ	ฝ่ายการประชาสัมพันธ์
ธนาคารกรุงไทย	รองผู้อำนวยการฝ่ายผู้บริหารงาน
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	ฝ่ายสื่อสารองค์กร
ธนาคารกสิกรไทย	หัวหน้าส่วนอาวุโส ทีมกิจกรรมและสื่อสัมพันธ์ องค์กร
ธนาคารเกียรตินาคิน	ส่วนสื่อสารองค์กร
ธนาคารทหารไทย	สำนักสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร
ธนาคารทีสโก้	หัวหน้านิเทศสัมพันธ์
ธนาคารไทยธนาคาร	หัวหน้าส่วนโครงการพิเศษและกิจกรรมสังคม
ธนาคารไทยพาณิชย์	ผู้จัดการประชาสัมพันธ์
ธนาคารธนาชาติ	เจ้าหน้าที่อาวุโส สายงานสื่อสารและบริหาร แบรนด์
ธนาคารนครหลวงไทย	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
ธนาคารสินเอเซีย	Assistant Section Head Branding and Communications
ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย	ส่วนโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สำนัก กรรมการผู้จัดการและกำกับธนาคาร
ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย	ฝ่ายการตลาดและสื่อสาร

ประเด็นการสัมภาษณ์

- ประวัติความเป็นมาของธนาคาร
- วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ค่านิยม (Value) รวมถึงคำขวัญ (Slogan) ของธนาคาร
- กลุ่มเป้าหมายหลักของธนาคาร
- การกระจายเครือข่ายของธนาคารทั้งในและต่างประเทศ
- ประวัติที่มา ความหมายของตราสัญลักษณ์ของธนาคาร (รวมถึงประวัติ ความหมายของตราสัญลักษณ์เดิมหากเคยมีการปรับหรือเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของธนาคาร)
 - ซึ่งมีส่วนประกอบต่างๆบนตราสัญลักษณ์ ได้แก่
 - รูปภาพที่ใช้บนตราสัญลักษณ์
 - ตัวอักษรที่ใช้บนตราสัญลักษณ์
 - ภาษาที่ใช้บนตราสัญลักษณ์
 - สีที่ใช้บนตราสัญลักษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. รวบรวมข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต, หนังสือ, บทความ และเอกสารเผยแพร่อื่นๆของธนาคาร ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของสัญญาที่ตราสัญลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ แล้วจึงนำมาบันทึกข้อมูลลงในแบบวิเคราะห์เนื้อหา
2. การนัดหมายการสัมภาษณ์ ทำการนัดหมายเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือบุคลากร ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรของธนาคารต่างๆ ถึงประวัติความเป็นมาและข้อมูลเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ และวัฒนธรรมองค์กรของธนาคาร รวมทั้งสิ้น 19 คน ในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม พ.ศ.2551

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบวิเคราะห์ทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยการพรรณนาและแจกแจงปริมาณ รวมถึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารอัตลักษณ์ หรือความเป็นตัวตนขององค์กรธนาคาร ได้แก่ ประวัติที่มา อายุ สถานภาพของธนาคาร ขนาดขององค์กรหรือการกระจายเครือข่ายให้บริการ และวัฒนธรรมองค์กร

การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ประกอบการแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของ ตาราง (จำนวนและร้อยละ) และรูปภาพประกอบ