

การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย



นางสาวบุษฎี เหล่ามานะเจริญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION OF THAI BANKS' ORGANIZATIONAL IDENTITY
THROUGH LOGOTYPE

Miss Busadee Laomanachareon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Speech Communication
Department of Speech Communication and Performing Arts
Faculty of Communication Arts
Chulalongkorn University
Academic Year 2007
Copyright of Chulalongkorn University

501317

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย

โดย

นางสาวบุษฎี เหล่ามานะเจริญ

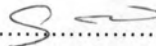
สาขาวิชา

วาทวิทยา

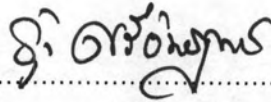
อาจารย์ที่ปรึกษา

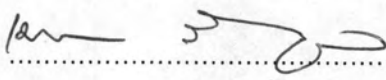
รองศาสตราจารย์ เมตตา วิวัฒนานุกูล


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.......... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญยวงศ์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.......... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่ง ศรีอัษฎาพร)

.......... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ เมตตา วิวัฒนานุกูล)

.......... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดวงพร คำคุณวัฒน์)

บุษฎี เหล่ามานะเจริญ : การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย. (COMMUNICATION OF THAI BANKS' ORGANIZATIONAL IDENTITY THROUGH LOGOTYPE) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. เมตตา วิวัฒน์านุกูล จำนวน 246 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ ลักษณะการใช้ตราสัญลักษณ์ บทบาทของการใช้ตราสัญลักษณ์ในการสื่อสารอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตน (Identity) รวมถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆที่มีผลต่อการใช้ตราสัญลักษณ์ในการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย โดยงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้ตราสัญลักษณ์จากมุมมองของผู้ส่งสารเป็นหลัก และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ (interview) กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือองค์กรธนาคารของไทยที่มีการจดทะเบียนเป็นธนาคารตามพระราชบัญญัติธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ.2485 รวม 21 องค์กร พบผลวิจัยดังนี้

1. การใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทยส่วนใหญ่ เน้นการใช้ "รูปภาพและตัวอักษร" โดยลักษณะของรูปภาพที่เลือกใช้มากที่สุด คือ "ภาพกราฟฟิก" หรือภาพตัดทอนจากภาพจริง "ภาพนก" เป็นภาพที่มีการถูกเลือกใช้ซ้ำกันมากที่สุด พบมีการใช้ "ภาษาอังกฤษ" มากที่สุด การเลือกใช้สีบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารส่วนใหญ่จะพบว่ามีการใช้สีจำนวน "2 สี" มากที่สุด โดยรูปภาพมักจะมีเพียงสีเดียว ส่วนสีบนตัวอักษรนั้นส่วนใหญ่จะพบทั้งการใช้เพียงสีเดียว และ 2 สี ซึ่งแสดงถึง "ความมั่นคง" เป็นส่วนใหญ่

2. ตัวแปรที่มีผลต่อการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร ได้แก่

ก. "ประวัติความเป็นมา และภูมิหลัง" พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ "รูปภาพและตัวอักษร" บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ข. "อายุ / ความเก่าแก่" พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ "รูปภาพและตัวอักษร" บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ค. "สถานภาพของธนาคาร" มี 2 ลักษณะ คือ 1. สถานภาพการเกิดของธนาคาร 2. สถานะปัจจุบันของธนาคารว่าเป็นรัฐวิสาหกิจ หรือเป็นบริษัทเอกชน พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ "รูปภาพและตัวอักษร และสี" บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

ง. "วัฒนธรรมองค์กร" พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ "สี" บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

จ. "กลุ่มเป้าหมาย / ขอบข่ายการให้บริการ" พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ "ภาษา" บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

โดยภาพรวมพบว่า ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทยไม่ได้สื่อสาร "วัฒนธรรมเฉพาะหรือความเป็นตัวตนเฉพาะของแต่ละองค์กร" แต่สื่อสารลักษณะร่วมของ "ความเป็นองค์กรธนาคาร" ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องความมั่นคงและความทันสมัยเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่มีการปรับหรือเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ขององค์กรจะมุ่งเน้นใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากลและทันสมัยมากขึ้น

ภาควิชา.....วาทวิทยาและสื่อสารการแสดง...
สาขาวิชา.....วาทวิทยา.....
ปีการศึกษา.....2550.....

ลายมือชื่อนิสิต.....บุษฎี เหล่ามานะเจริญ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

4985103028 : MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEY WORD: ORGANIZATIONAL CULTURE, ORGANIZATIONAL IDENTITY, LOGOTYPES, NONVERBAL LANGUAGE, SYMBOLS.

BUSADEE LAOMANACHAREON: COMMUNICATION OF THAI BANKS' ORGANIZATIONAL IDENTITY THROUGH LOGOTYPE. THESIS ADVISOR: ASSOC PROF.METTA VIVATANANUKUL., 246 pp.

The objectives of this research is to study patterns and characteristics of logotypes, role of logotypes in communicating Thai banks' identity , and the relationships between related variables and Thai banks' selection of logotypes. This research focuses on the communication through logotypes from senders' perspective , by using qualitative research: documentary research, content analysis and interview. The samples in this research are 21 Thai banks registered under the Thailand Bank Act of 1942.

The findings of research are as follow.

1. Most banks use "pictures and letters" in creating their logotypes. The form of picture most favored by is "graphic", or portions of real pictures, while the picture of "bird" is found to be the most repeated logotype. Also, it is found that "Roman letters" (English language) are most preferred. Regarding "colors" of logotypes, the overall logotype of most banks uses "two colors". While most "pictures" of banks' logotypes have only one color, "letters" have either one or two colors. Most banks choose " their logotype color" to convey the meaning of "stability".

2. The factors that are found to have an influence on the selection of banks' logotypes are:

"History and origin" is found to have a relationship with the use of graphics and letters in the logotypes.

" Age of the institution" is found to have a relationship with the use of graphics and letters in the logotypes.

"Status", which covers two dimensions : how a bank is established, and whether it is a state or private bank, is found to have a relationship with the use of graphics, letters and colors in the logotypes.

"Organizational culture" is found to have a relationship with the use of colors in the logotypes.

"Target customers and scope of services" is found to have a relationship with the use of "words" on the logotypes.

In summary, the research finds that logotypes of most Thai banks do not communicate each bank's unique or specific organizational identity, but communicate "corporate or co- culture" of banking institutions in "stability" and "modernity". Particularly, new logotypes of most Thai banks move towards to be more " universal" and "modern".

Department ..Speech Communication and Performing Arts.. Student's signature... Busadee
Field of study....Speech Communication..... Advisor's signature... Metta Ue
Academic year....2007.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์นี้ไม่สามารถสำเร็จได้ด้วยความมุ่งมั่นและความสามารถของผู้วิจัยเพียงคนเดียว หากต้องเกิดจากความเมตตา กรุณา มุทิตา และความช่วยเหลือเจือจุนจากทุกๆ ท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์นี้ด้วย อันมีรายนามดังต่อไปนี้

“อาจารย์เมตตา วิวัฒน์านุกูล และครอบครัว” ผู้คอยชี้แนะแนวทาง ให้เวลา คำแนะนำ และทุกสิ่ง ด้วยความเป็นครูอย่างแท้จริงตลอดมา

“อาจารย์รุ่ง ศรีอัษฎาพร” “อาจารย์ดวงพร คำณูวัฒน์” ที่กรุณาให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

“ท่านผู้เชี่ยวชาญขององค์การนาครทั้ง 21 แห่ง” ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยนี้

“อาจารย์อวยพร พานิช” “อาจารย์อรรวรรณ ปิรันทนโหวาท” และ“อาจารย์ทุกท่านของภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง” สำหรับความรู้ต่างๆ ที่ได้นำมาใช้ประโยชน์

“คุณเสมอ คุณสมจิตร คุณสุรัตน์ เหล่ามานะเจริญ และครอบครัว” “คุณกรินทร์ พิศลยบุตร และครอบครัว” “คุณมณิศา เล็กประยูร และครอบครัว” “คุณต้องชนก สนแสงวงผล และออฟฟิศ” “คุณวันชาติ ตุลยสุวรรณ” “คุณก้อง ฤทธิดี” ตลอดจนเพื่อนๆ ที่เป็นแรงผลักดันอย่างหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ให้สำเร็จได้ในที่สุด

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญ.....	ช
	สารบัญตาราง.....	ญ
 บทที่		
1	บทนำ.....	1
	- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	- วัตถุประสงค์.....	5
	- ปัญหำนำการวิจัย.....	6
	- ขอบเขตของงานวิจัย.....	6
	- คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
	- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กร.....	10
	2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์.....	13
	2.1 ประวัติของตราสัญลักษณ์.....	13
	2.2 องค์ประกอบของตราสัญลักษณ์.....	18
	2.3 ประเภทของตราสัญลักษณ์.....	32
	2.4 บทบาทหน้าที่ของตราสัญลักษณ์.....	41
	3. แนวคิดเกี่ยวกับสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ และวัฒนธรรมองค์กร ในการสื่อ	
	ความหมาย ความเป็นตัวตนและอัตลักษณ์ (Identity) ความเป็นองค์กร....	42
	3.1 แนวคิดเรื่องความหมายของบาร์ธส์.....	42
	3.2 แนวคิดเรื่องรูปลักษณ์ของสัญลักษณ์.....	46
	3.3 ความหมายและองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร.....	52
	3.4 ความสำคัญและหน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กร.....	55

บทที่	หน้า
3.5 ประเภทสัญลักษณ์และตัวบ่งชี้ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ตราสัญลักษณ์กับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและการสื่อความหมายองค์กร.....	56
4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	61
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	66
- รูปแบบการวิจัย.....	66
- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	66
- วิธีการศึกษาข้อมูล.....	67
- การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
- การนำเสนอข้อมูล.....	72
4 ผลการวิจัย.....	73
ตอนที่ 1 : ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์กรธนาคาร.....	73
ตอนที่ 2 : สัญลักษณ์ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร.....	107
ตอนที่ 3 : ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆของตราสัญลักษณ์กับองค์ประกอบต่างๆขององค์กรในการสื่อความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์องค์กร	118
5 สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	146
สรุปผลการวิจัย.....	146
ตอนที่ 1 : ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์กรธนาคาร.....	146
ตอนที่ 2 : สัญลักษณ์ที่ใช้บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร.....	155
ตอนที่ 3 : ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆของตราสัญลักษณ์กับองค์ประกอบต่างๆขององค์กรในการสื่อความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์องค์กร	155
อภิปรายผลการวิจัย.....	160

บทที่	หน้า
ข้อเสนอแนะ.....	195
รายการอ้างอิง.....	197
ภาคผนวก.....	201
ประวัติผู้เขียน.....	246

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงอายุขององค์ภรรณาการ (นับจนถึงปีพ.ศ.2551).....	74
2	ตารางแสดงประวัติความเป็นมาขององค์ภรรณาการ.....	75
3	ตารางแสดงสถานภาพขององค์ภรรณาการ.....	81
4	ตารางแสดงจำนวนสาขาขององค์ภรรณาการทั้งในประเทศไทยและ ต่างประเทศ	83
5	ตารางแสดงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก ขององค์ภรรณาการ	88
6	ตารางแสดงคำขวัญขององค์ภรรณาการ	105
7	ตารางแสดงตราสัญลักษณ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันขององค์ภรรณาการไทย .	108
8	ตารางแสดงลักษณะของตราสัญลักษณ์ขององค์ภรรณาการ	121
9	ตารางแสดงรูปลักษณะ 6 กลุ่มประเภทบนตราสัญลักษณ์ขององค์ภรรณาการพร้อมความหมาย.....	
10	ตารางสรุปภาพรวมของการใช้รูปลักษณะที่พบบนตราสัญลักษณ์ขององค์ภรรณาการ	128
11	ตารางแสดงภาษาที่ใช้บนตราสัญลักษณ์	134
12	ตารางแสดงสีและจำนวนสีบนตราสัญลักษณ์ขององค์ภรรณาการ	137
13	ตารางแสดงความหมายของสีต่างๆในตราสัญลักษณ์ขององค์ภรรณาการ ...	139
14	ตารางสรุปรูปแบบและลักษณะการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์ภรรณาการ.....	143
15	ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม ขององค์ภรรณาการ	149
16	ตารางสรุปการใช้คำขวัญที่แสดงอัตลักษณ์ขององค์ภรรณาการ.....	153
17	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์ภรรณาการและตราสัญลักษณ์..... ขององค์ภรรณาการ	183