รายงานการวิจัย

กรณีศึกษา การออกแบบตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย

A Case Study
Of
Thai Bank Logo Design

ศุภวิช อิศรางกูร ณ อยุธยา
Supawit Isarankura

741.6
ศ726ก

กรกฎาคม 2548

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

395 | กรณีศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ | ศุภวิช อิศรางกูร ณ | 741.6 ศ726ก | 31011104611587

741.6
ศ726ก

บริจาค

รายงานการวิจัย

กรณีศึกษา การออกแบบตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย

A Case Study Of Thai Bank Logo Design

20 ก.ค. 2552

ศุภวิช อิศรางกูร ณอยุธยา
Supawit Isarankura

กรกฎาคม 2548

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

S 350123

บทคัดย่อ
กรณีศึกษา การออกแบบตราสัญลักษณ์ ธนาคารพาณิชย์ของไทย

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์ ในการเป็นกรณีศึกษาต่อ การเรียนการสอน การออกแบบและประเมินรูปทรง ประเภทตราสัญลักษณ์ โดยทำการศึกษา กลุ่มประชากร ซึ่งได้แก่ ตราสัญลักษณ์ของ ธนาคารพาณิชย์ของไทย จำนวน 14 แห่ง ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2544

ในภาพรวม การศึกษา ลักษณะ ของการออกแบบตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้กับองค์กรชนิดอื่นๆ ในกรณีของตราสัญลักษณ์ของธนาคารของไทย การสร้างภาพลักษณ์ของความไว้วางใจ น่าเชื่อถือให้กับองค์กรอยู่ในเจตคติ ของผู้ออกแบบมาโดยตลอด ในการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวจะต้องอาศัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีควบคู่ไปกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์อื่นๆ ส่วนหนึ่งของการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มธนาคารเก่าที่เปิดกิจการมานานต่างให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่สะท้อนให้เห็นถึง ความเจริญงอกงาม คุณความดี ความปลอดภัยและความไว้เนื้อเชื่อใจตามความเชื่อของคนไทย การให้ความสำคัญกับการออกแบบที่มีลักษณะเช่นนี้มีมาเนิ่นนาน ในขณะที่กลุ่มธนาคารใหม่ๆหันไปใช้แนวทางการออกแบบที่ร่วมสมัยกว่า กล่าวคือเป็นตราสัญลักษณ์ที่ผสมผสานความเรียบง่ายกับการใช้รูปทรงที่มีความเป็นนามธรรม ง่ายและรวดเร็วต่อการจดจำของผู้คน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทยใน 3 ประเด็นหลัก ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสอดคล้องกัน ภายใต้กรอบทฤษฎี semiotic โดยส่วนแรกเป็นการศึกษาวิเคราะห์ ตราสัญลักษณ์ของแต่ละธนาคารในบริบทของการออกแบบกราฟิก ส่วนที่สองจะเป็นการศึกษาถึง ความหมายและการตีความตราสัญลักษณ์ของแต่ละธนาคารของตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (focused group) ส่วนที่สามซึ่งเป็นการศึกษา หน้าที่ ประโยชน์ ความสามารถในการใช้งานในด้านต่างๆ

ผลของการศึกษาค้นคว้าในบริบทของการออกแบบกราฟิก แสดงให้เห็นว่า ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทยส่วนใหญ่ใช้รูปทรงเรขาคณิต มีเพียงธนาคาร 4 แห่งที่ใช้รูปทรงอิสระ ตราธนาคารจำนวน 5 แห่งเป็นรูปทรงธรรมชาติ ตราธนาคารจำนวน 3 แห่งเป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น ธนาคาร 4 แห่งใช้รูปทรงที่เป็นตัวอักษร มีเพียง 2 ธนาคารที่มีตราเป็นรูปทรงนามธรรม จากธนาคารทั้งหมด 14 แห่ง มี 11 แห่งใช้แม่สีเป็นส่วนประกอบของตราสัญลักษณ์ โดยมีการใช้ สีน้ำเงิน มากที่สุดจำนวน 6 แห่ง สีแดง 5 แห่ง และสีเหลือง 3 แห่ง

ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทยส่วนใหญ่อาจจัดได้ว่ามีลักษณะ ของ รูปและพื้น และเทคนิคที่เห็นชัดเจนมากในตราบางตรา เช่น ไทยธนาคาร ใช้การออกแบบและจัดวางตัวอักษร นอกจากนี้ยังมีการออกแบบที่ใช้เส้นเป็นองค์ประกอบหลัก เช่น ธนาคารยูโอบี รัตนสิน เป็นต้น เทคนิคในการออกแบบอื่นๆที่พบได้ เช่น การทำซ้ำและการลดหลั่นรูปทรง อย่างไรก็ดี ไม่พบเทคนิค การทำซ้ำของกลุ่มรูปทรงจำนวนมาก (unit form) ซึ่งเป็นที่นิยมในการออกแบบตราสัญลักษณ์ขององค์กร ห้างร้านประเภทอื่นๆ ภาพรวมโดยทั่วไปของตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย มีการจัดวางอยู่ในแนวตั้ง มีเพียงสองแห่งที่จัดวางตามแนวนอน

การวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ยังหมายรวมถึงและมีความคาบเกี่ยวกับการศึกษาในเรื่องหน้าที่ ประโยชน์ใช้สอย โดยเป็นการศึกษาในเรื่อง ความสามารถในการมองเห็น (Visibility) การประยุกต์ นำไปใช้ (Application) เอกลักษณ์ (Distinction) ความเรียบง่าย (Simplicity, Universality) การเล่นกับผู้ที่พบเห็น สนุกในการขบคิด (Retention) (small mind game?) ความชัดเจนของการใช้สี (Color, must work in B/W for faxing) การบ่งบอกถึงธรรมชาติของธุรกิจขององค์กร (Descriptiveness) ความสามารถเข้ากันได้กับยุคสมัย (Timelessness, classic) ความสามารถในการปรับใช้ในสื่อประเภทต่างๆ (Modularity) และอายุของการใช้งาน (Equity) ผลของการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึง จุดดีและจุดด้อยในตราสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น ตราสัญลักษณ์บางตรามองเห็นได้ไม่ชัดเจนเนื่องจากใช้สีสว่าง เช่น สีเหลืองของตราธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นปัญหามากขึ้นหากอยู่ในเอกสารที่ผ่านการส่งแฟกซ์หรือถ่ายเอกสาร อย่างไรก็ดีเมื่อไม่นานมานี้ ทางธนาคารได้ปรับสีเหลืองให้มีความชัดเจน เข้มมากขึ้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

ผู้วิจัยยังได้พบข้อเท็จจริงที่ว่า มีเพียงตราสัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์เพียงแห่งเดียวที่มีลักษณะของการเล่นเกมทางสายตา ซึ่งจากการศึกษาจะพบว่าเป็นคุณลักษณะที่ช่วยเสริมสร้างการจดจำ ในตราสัญลักษณ์และองค์กร ผู้วิจัยยังพบว่ามี เพียงตราของธนาคารกรุงไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีลักษณะของการบอกได้ถึงธรรมชาติของการเป็นองค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับ การเงินละการธนาคาร

ผู้วิจัยมีสมมติฐานในเรื่องคุณลักษณะที่เหมาะสำหรับการเป็นตราสัญลักษณ์ของธนาคารที่ดี รวมทั้งความสามารถในการจดจำภาพตราสัญลักษณ์และการบอกได้ถึงชื่อของธนาคาร จึงได้ออกแบบ แบบสอบถามเพื่อศึกษาหาข้อเท็จจริงและแนวโน้มในเรื่องดังกล่าว โดยมีกลุ่มประชากรเป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 100 คน มีอายุเฉลี่ย 32 ปี เป็นหญิงร้อยละ 66 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66 ประกอบอาชีพส่วนใหญ่ ร้อยละ 75 ทำงานในบริษัทเอกชน ร้อยละ 15 เป็นนักศึกษา และ ร้อยละ 4 เป็นข้าราชการ

ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่า ธนาคารที่คนสามารถจดจำ ตราสัญลักษณ์ได้มากที่สุด ได้แก่ ไทยธนาคาร และ ธนาคารกสิกรไทย (ร้อยละ 100) ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (ร้อยละ 96.00) ธนาคารเอเชีย (ร้อยละ 96.00) ธนาคารไทยพาณิชย์(ร้อยละ 94.00) ธนาคารกรุงไทย(ร้อยละ 92.00) ส่วนธนาคารที่คนจดจำตราสัญลักษณ์ได้น้อยที่สุด คือ ธนาคารธนชาติ(ร้อยละ 66) ธนาคารยูโอบี ธนาคารแสตนดาร์ดชาร์เตอร์ด ธนาคารนครหลวงไทย

ธนาคารออมสิน ธนาคารทหารไทย และ ธนาคารไทยทนุ ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วยตัวทดสอบทางสถิติ Chi- square test แล้วพบว่า มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างอาชีพต่อการจดจำตราสัญลักษณ์ของธนาคาร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (P<0.01) โดยกลุ่มอาชีพที่สามารถ Identify logo ได้มากที่สุด คือ กลุ่มรับจ้างบริษัทเอกชน (ร้อยละ 53) และกลุ่มอาชีพที่จดจำได้น้อยที่สุด คือ กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา

เมื่อทดสอบด้วยตัวทดสอบทางสถิติ Chi- square test แล้วพบว่า มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างระดับการศึกษาต่อการจดจำตราสัญลักษณ์ของธนาคาร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (P<0.01) ระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจดจำได้มากที่สุดคือ ระดับปริญญาตรี(ร้อยละ 40) รองลงมา คือ ปริญญาโท (ร้อยละ 7) และระดับการศึกษาที่สามารถจดจำได้น้อยที่สุด ระดับคือ มัธยมศึกษา

คุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับตราสัญลักษณ์องค์กรประเภทธนาคารที่กลุ่มศึกษาพบว่ามีความสำคัญ 5 อันดับแรกมีดังต่อไปนี้ ความเรียบง่ายและชัดเจน ความคิดสร้างสรรค์ การบอกได้ถึงลักษณะของธุรกิจองค์กร การมีเอกลักษณ์ การมีสีสันสะดุดตา และพบว่าคุณลักษณะ (Attributes) ที่พบว่า ไม่มีความสำคัญ หรือเห็นความสำคัญน้อย ได้แก่ชนิดของรูปทรง โทนสี และจำนวนสีที่ใช้

ขั้นตอนการวิจัยต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ ในเรื่องการตีความภาพตราสัญลักษณ์แต่ละธนาคาร กับตัวแทนกลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คน ผลการตีความหลากหลายแต่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เป็นการตีความในเชิงบวก ความหมายของสิ่งที่สามารถไว้วางใจ ความเจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มธนาคารเก่า ในขณะที่กลุ่มธนาคารใหม่ การตีความจะยากและหลากหลายมุมมองเนื่องจาก การใช้รูปทรงที่มีความเป็นนามธรรม

การวิจัยในขั้นสุดท้าย เป็นการศึกษาหน้าที่ และประโยชน์ในการใช้งานของตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย ซึ่งเป็นการศึกษา วิเคราะห์ในเรื่อง ความชัดเจน การประยุกต์และปรับใช้ในสื่อต่างๆ ผู้วิจัยเห็นว่า การมีคุณลักษณะของ การใช้สีเข้ม สีสด การมีขนาดของงานที่ใหญ่รายละเอียดน้อยสร้างความชัดเจนอีกทั้งมีความสามารถในการประยุกต์ในสื่อต่างๆได้ดี การศึกษาในประเด็นต่อมาเป็นเรื่องของตราสัญลักษณ์ที่ต้องสร้างการจดจำให้เกิดขึ้นในผู้คน ถึงภาพตราสัญลักษณ์และชื่อธนาคารที่ถูกต้อง จากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจไปชี้ให้เห็นว่า ความเรียบง่ายและความเป็นเอกลักษณ์จะเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสม ทั้งนี้ยังรวมถึงการที่ ตราสัญลักษณ์เป็นตราที่เป็นตัวอักษรทั้งหมด ปัญหาในประเด็นนี้ก็จะหมดไป อย่างไรก็ดี ว่าสิ่งที่จะช่วยสร้างการจดจำ เช่นการใช้ภาพที่มีลักษณะเป็นเกมทางการมอง หรือการสอดแทรกธรรมชาติของธุรกิจขององค์กรยังไม่มีปรากฏให้เห็นมากนัก ประเด็นสุดท้ายเป็นการศึกษาหน้าที่ของตราสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ธนาคาร 8 แห่งซึ่งเป็นกลุ่มธนาคารเก่าใช้แนวทางการออกแบบที่เน้นการสร้างความสำคัญของความหมายในตราสัญลักษณ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความหมาย ที่เป็นความเชื่อในสังคมไทย ในเนื่อง คุณธรรม จริยธรรม สถาบัน

กษัตริย์ และศาสนา ในขณะที่ธนาคารใหม่ จะเน้นในเรื่อง ภาพลักษณ์ของความทันสมัย เรียบง่าย มากกว่า ตราที่มีความหมาย

นักออกแบบรุ่นใหม่ จำเป็นต้องผสมผสานและสร้างความสมดุลระหว่าง ทักษะฝีมือทางการออกแบบและความสามารถในการสื่อสาร ในอันที่จะสร้างตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสม มีความหมายที่ดี และมีประสิทธิภาพ ในโอกาสต่อไป

ABSTRACT

THAI BANK LOGO DESIGN

"a case study"

The main objective of this particular research was considered as a case study in logo design and form evaluation. The study had been made during the year 2000-2001, 14 Thai banks' logos were thoroughly examined. The study of Thai banks logo design was crucially important when comparing to others' type of corporation's logo design. In the case of Thai bank logo design, creating the image of reliability and credibility for the corporations always be considered in the designers' minds. In order to give the reliable image, it started from a good logo design and also strong objective branding. The result of the studying reveals that the so called "old bank group" emphasized the image of growth, progress, virtue, and shelter and safety of Thai believes. This could be considered as a conventional design approach. In the contrary, the group of Thai banks newcomer adopted the more modern design approach which stipulated and combined simplicity and abstract forms for a better recognition, more contemporary and to some degree for faster identification.

The researcher had studied Thai banks' logo design in three different but all relating areas according to the Semiotics theory. First of which was to study and analyze the logos in the context of graphic design. The second part was to study the meaning and the interpretation among the focus group. And the third was to study the logo's functionality.

The result of the studying in the first part showed that most the designs consisted of geometric shape. There were only 4 designs that were clearly organic shapes. From 14 of them, there were 5 natural forms, 3 man-made forms, and 4 verbal forms and 2 abstract forms. 11 bank logos consisted of primary color. Blue was the most favorite that using by six banks, red was the second that using by 5 of them and only three banks using yellow.

Most of the designs can be qualified as figure and ground images, however the dominant technique in some of the designs such as BankThai were quite clear such as typography and line oriented in UOB. Other graphic techniques were found such as

shape repetition, shape gradation, however the popular unit form technique has not been found. Also the overall picture of Thai bank's logos were in the vertical axis. There were only 2 design were treated in clear horizontal alignment.

The analysis explored the logo's practical use which included visibility, application, modularity, distinction, universality, competency for working in black and white, the aspect of business awareness. The result of this analysis showed the obvious pros and cons to the individual design. Some of them lost their visibility because of using pale or bright color. For example, in the case of Bank of Ayudhaya, yellow appeared to be too bright, fading and lost some visibility especially in the far distance and documented via faxing. Nevertheless, the bank might know this disadvantaging reason, the logo had been recently redesigned to an optimum result (more saturated and more dark value)

The extend analysis discovered that only one design adopted the aspect of creating a small mind game into the logo. That was the fact in the case of the Siam Commercial Bank. The research found that by creating and combined some kind of game or visual puzzle into the logo, could help to better recognition and identification. Because of human's brain tried to solve the game from the logo, and that created the visual gimmick.

The other realization was there were only a few of the designs carried the quality of business awareness it itself, by using the connective image of Thai old currency and Thai ancient bird, the logo of Thai exchequer ministry, in the case of Siam Commercial Bank and Krungthai Bank.

The necessary information had been collected by using (to a degree) reasonable questionnaires and acquired the group of target audience consisted of 100 people, asking in the issues of identification for the name of banks from picture of every bank's logo, personal data, such as age, sex, education, economic status and also to let the audience made ranking of 5 most logo's attribute preferences for the aspect of good bank logo design. The result was the valuable information for the research's next phase. The average age of the audience was about 32 years-old, mostly (66%) were women. Also 66 % already had undergraduate in final education. 75% of them were working in different companies, 15% of student, 4% of government official.

The most identifiable banks, considering from showing the audience all the pictures of logos were BankThai, Kasikorn Bank, Bangkok Bank, Bank of Ayudhaya, Bank of Asia, Siam Commercial Bank, and Krungthai respectively. And the least

identifiable banks were Thanachart Bank, UOB, Standard Chartered Bank, Siam City bank, Government Saving Bank, Thai Military Bank and DBS Thai Danu respectively.

The relationship between occupation and identification was significant (under Chi- square test) 95% ($P<0.01$). The company worker could identify the most (53%) and student were the least (1%).

The relationship between education and identification was significant (under Chi-square test) 95% ($P<0.01$). People who carried under-graduated degree could identify the most (40%) and the high school level person was the least (1%)

The first 5 attributes that built a good bank logo were simplicity (14.6%), creativity (12.26%), carry business awareness (11.9%), distinction and uniqueness (11.27) and eye catchy (9.2%)

The attribute that the target audience didn't consider as an important issues, among of them were type of form; either geometric or organic, color tone, quantity of color, and whether or not the logo was too detailed.

Another phase of this research was to study and collect the meaning of the each bank's logo by interviewing the focus group consisted of 20 people with different background about their interpretations of each and every Thai bank's logos. The interpretations both denotation and connotation were varied but quite consonant and moving in the same direction, which basically a positive meaning and implication. Moreover most of the interpretations had the quality of giving their institution a good and reliable image. Particularly, the group of old and long time history Thai banks such as Bangkok Bank, Siam Commercial Bank, KrungThai bank among others, meanwhile in the case newer Thai banks, the interpretations were diverse and highly subjective due to the use of abstract and semi-abstract form.

The last phase of the research was to consider the relationship between each logos and its function. First of which was the logo's duty to make the clarity for visual perception (people were able to see it). Three issues like good visibility, application and modularity were the criteria. Logo that won its place in these three mostly had some things in common which was bold color, big scale design as oppose to a very detailed ones with small elements. The logo that had good application and modularity was the ones that easy to handle with, even in black and white or via faxing and copying. The clarity of the picture had to survive through them.

Secondly the bank logo had to make identification (a link to its company). The result of the Q&A questionnaires revealed the necessity of a logo to capture its best

recognition. Verbal form logo won the best recognition. Also the bank that carried a preferable attributes such as simplicity and uniqueness got a good recognition. Nevertheless it was not the case for the issue of business awareness that Thai bank logo hardly conveyed.

The last logo's function was to convey the meaning. The studying showed that Old banks had concentrated more on the issue than newer banks. The meaning and implication of good, growth, virtue, progress, and safety had been in the audience's perception. These kinds of interpretation created the image of company with credibility and reliability which were the basic conception of more than 8 of Thai bank logo design. There were only a few that employed the newer conception by using abstract motif with simpler and more universal form and went to lesser meaning approach.

The role of new generation of graphic designer has to be aware of all that makes a good and effective logo design. Good skills of graphic design combine with a great deal of communication can be the right solution to a logo design.

รายงานการวิจัย

กรณีศึกษา การออกแบบตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย

A Case Study
Of
Thai Bank Logo Design

ศุภวิช อิศรางกูร ณอยุธยา
Supawit Isarankura

กรกฎาคม 2548
งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจาก
คณะศิลปกรรมศาสตร์

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ในการนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในการให้ทุนสนับสนุนการดำเนินงาน ฝ่ายส่งเสริมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชาติ ทินานนท์ กับการให้คำปรึกษา มาตั้งแต่ระยะแรกของการดำเนินงาน รวมทั้ง อาจารย์ชนิดา ดังเดชะหิรัญ และคุณชัชวาลย์ ชูสกุล

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	
บทนำ ภูมิหลังและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา	1
บทที่ 2	
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ประวัติโดยสังเขปของธนาคารพาณิชย์ของไทย	5-19
งานวิจัยและงานออกแบบที่เกี่ยวข้อง	19
องค์ความรู้ทางศิลปะและการออกแบบ	22
องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์	27
อารมณ์ในงานออกแบบ	29
บทที่ 3	
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าและการวิเคราะห์ข้อมูล	32
การวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ในบริบทของการออกแบบกราฟิก	37
ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม	52
การวิเคราะห์ในเรื่องการตีความภาพตราสัญลักษณ์	55
บทที่ 4	
การอภิปรายสรุปผลการศึกษาค้นคว้า	69
ผลสรุปในเรื่องของ ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย	
ในบริบทของการออกแบบ	69
ผลสรุปในเรื่องของ ความหมายของ	
ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย	72
ผลสรุปในเรื่องของ หน้าที่และประโยชน์ใช้สอย	
ของ ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย	73
อภิธานศัพท์	76
บรรณานุกรม	77

บทนำ

ภูมิหลังและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา

มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารระหว่างกันด้วยการขีดเขียนภาพและสัญลักษณ์ มาเป็นเวลาช้านาน การใช้ตราสัญลักษณ์เพื่อใช้แทนความหมายต่างๆ พบอยู่ในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ในทุกอารยะธรรม เช่น เมโสโปเตเมีย อียิปต์ กรีกและโรมันโบราณ เรื่อยมาจนถึงสมัยกลาง และนับตั้งแต่ภายหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา ท่ามกลางความเจริญทางสังคม การค้า การธนาคาร และการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง มีการออกแบบและพัฒนาเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ขึ้นใช้กันอย่างแพร่หลาย ผู้ประกอบธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญของตราสัญลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรของตน

ในประเทศไทย วิวัฒนาการการออกแบบตราสัญลักษณ์ก็มีความคล้ายคลึงกับอารยะธรรมของชาติตะวันตก กล่าวคือ การออกแบบตราสัญลักษณ์ในระยะแรก ส่วนใหญ่จะทำขึ้นเพื่อใช้ในการศาสนาและการราชการแผ่นดิน จนกระทั่งการเข้ามาตั้งกิจการของบริษัทต่างชาติเมื่อราว พ.ศ. 2437 ซึ่งได้นำเอารูปแบบและอิทธิพลการออกแบบตราสัญลักษณ์เข้ามาแพร่หลาย ทำให้เกิดกระแสความต้องการ ตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร ห้างร้าน นับแต่นั้นมา

ธนาคารพาณิชย์ เป็นชนิดองค์กรหนึ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพลักษณ์ของความมั่นคงและ ความไว้วางใจน่าเชื่อถือ ตราสัญลักษณ์ของธนาคาร จึงมีความสำคัญและมีหน้าที่ต่อการสะท้อนภาพลักษณ์ดังกล่าว โดยเราสามารถพบเห็นตราสัญลักษณ์เหล่านี้ได้บริเวณหน้าอาคารของธนาคาร ตามสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเอกสารสิทธิของธนาคาร เป็นต้น ในโลกแห่งสังคมข่าวสารในปัจจุบัน การประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างไร้พรมแดนและเต็มไปด้วยการแข่งขัน ธนาคารที่ต้องการจะอยู่รอด หรือต้องการจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก มีเอกลักษณ์อย่างเด่นชัด น่าจดจำและน่าไว้วางใจ ทั้งนี้องค์กรหลายแห่งต่างตระหนักถึงความสำคัญของตราสัญลักษณ์ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ (Pat Matson Knapp. 2001: 6)

สภาพการณ์ในประเทศไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์จำนวนมาก ผ่านช่วงเวลาที่ล้มลุกคลุกคลาน และประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเมืองเศรษฐกิจและสังคมอยู่หลายครั้งไม่ว่าจะเป็น ปัญหาที่เกิดจากผู้บริหารสถาบันการเงินนั้นๆ ในเรื่องของความไม่มีประสิทธิภาพ การทุจริตและการแสวงหาผลประโยชน์ ปัญหาการดำเนินนโยบายที่ผิดพลาดจากทางการหรือธนาคารแห่งประเทศไทยซึ่งทำให้เกิด วิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งภายหลังจากเหตุการณ์ในครั้งนั้นได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง และมีผลสืบเนื่องต่อธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในประเทศหลายประการด้วยกัน อาทิ เช่น การปิดกิจการ การมีผู้บริหารชุด ใหม่ นโยบายที่แตกต่างจากเดิม การรวมกิจการระหว่างธนาคารเข้าไว้ด้วยกัน ทุกๆธนาคารต่างให้ความสำคัญและทำการทบทวนภาพลักษณ์ ทั้งในด้านการบริหารจัดการของธนาคาร และภาพลักษณ์ต่อ

สาธารณะชน โดยเฉพาะ ตราสัญลักษณ์ ต่างมีการปรับปรุงแก้ไขให้มีความทันสมัย หรือมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ขึ้นสำหรับ ธนาคารที่เพิ่งเริ่มก่อตั้ง ซึ่งเป็นความพยายามสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้แก่องค์กร เพื่อที่จะดึงดูด และสร้างความมั่น ใจให้เกิดขึ้นในกลุ่มลูกค้าของธนาคาร นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงที่ตามมาอีก เช่น การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอกใหม่ การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายใหม่ เป็นต้น (ชัยชาญ วิบุลศิลป์. 2541: 109)

ธนาคารพาณิชย์ของไทยนับตั้งแต่ก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง หรือราว พ.ศ.2431 จนถึงปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า 10แห่ง โดยแต่ละแห่งมีประวัติความเป็นมา ตามปรัชญาความเชื่อที่แตกต่างกันออกไป และลักษณะของตราสัญลักษณ์ในปัจจุบันก็มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไปด้วย เช่น บางธนาคารมีตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นรูปภาพ บางธนาคารมีลักษณะเป็นรูปภาพประกอบกับตัวหนังสือ บางตรามีความสัมพันธ์กับแนวความเชื่อทางตะวันออก เป็นต้น การศึกษาตราสัญลักษณ์ของธนาคารในบริบทของการออกแบบกราฟิกจึงมีความจำเป็น ในอันที่จะทำความเข้าใจลักษณะการออกแบบรวมถึงการตีความหมายตราสัญลักษณ์ต่างๆ เหล่านั้น ซึ่งจะเป็นการศึกษาวิเคราะห์ในเรื่องต่างๆดังต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ (Syntactic) และกลวิธีในการออกแบบ ได้แก่ ลักษณะองค์ประกอบในการออกแบบเช่น รูปร่าง ขนาด สี พื้นผิว การจัดวางองค์ประกอบ เช่น ตำแหน่ง ทิศทาง พื้นที่ น้ำหนัก วิธีการออกแบบเช่น การทำซ้ำ การลดหลั่น การใช้รูปและพื้น การใช้เส้นเป็นหลักในการนำเสนอ เป็นต้น การกำกับศิลป์ เช่น ความเป็นทางการ ความไม่เป็นทางการ โทนสีโดยรวม การใช้ชนิดตัวอักษร เป็นต้น
2. ความสัมพันธ์ของตราสัญลักษณ์กับความหมาย ตามแนวความคิดและปรัชญาของธนาคาร (Semantic) ซึ่งถูกถ่ายทอดผ่านทางรูปทรง และการให้ความหมายแก่สีต่างๆที่ปรากฏอยู่บนตราสัญลักษณ์ ความสามารถจดจำองค์กรได้ผ่านทางตราสัญลักษณ์ การทำความเข้าใจหรือแปลความหมายของผู้พบเห็นตราสัญลักษณ์

จากภูมิหลังดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ธุรกิจธนาคารมีลักษณะที่ชัดเจนในการที่จะสร้างภาพลักษณ์ของความเชื่อมั่น ความน่าไว้วางใจ ให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ ทุกธนาคารตระหนักถึงความสำคัญของตราสัญลักษณ์ว่าเป็นเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ให้แก่องค์กร ดังนั้นจึงให้ความสำคัญแก่ตราสัญลักษณ์ทั้งในบริบทของการออกแบบและในการให้ความหมายแก่ตราสัญลักษณ์ ธนาคารจึงเป็นลักษณะองค์กรหรือสถาบันที่เหมาะกับการศึกษาเป็นกรณีตัวอย่างในเรื่องของการออกแบบตราสัญลักษณ์ **การศึกษาตราสัญลักษณ์ของธนาคารจะทำให้ทราบถึง ความเป็นมา คุณลักษณะ แนวทาง และค่านิยมในตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทย รวมทั้งทำให้ทราบแนวโน้มในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของธนาคาร อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนวิชาทางด้านการออกแบบนิเทศศิลป์** ผู้เสนอโครงการจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษา ตราสัญลักษณ์ของ

ธนาคารพาณิชย์ของไทย ซึ่งผ่านความเปลี่ยนแปลง ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของธนาคารต่อไปในอนาคตและ เพื่อแสดงวิธีการตัวอย่างในการวิเคราะห์งานออกแบบนิเทศศิลป์ภายใต้กรอบทฤษฎีทางวิชาการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึง ความสำคัญของความหมาย และคุณลักษณะของตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทย อันจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ และการเรียนการสอนวิชาการออกแบบกราฟิก
2. เพื่อเป็นกรณีศึกษาต่อการเรียนการสอน ในเรื่องของการออกแบบและประเมินรูปทรงประเภท ตราสัญลักษณ์ และ Corporate Identity และเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการวิจัยในโอกาสต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาตราสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย จะทำให้ทราบถึงความเป็นมา พัฒนาการของตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทย ลักษณะ แนวทางค่านิยมในการออกแบบตราสัญลักษณ์ และทัศนะที่มีผลกระทบผ่านทางตราสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการเรียนการสอนและต่อประชาชนหรือผู้ที่มีความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีหรือกรอบทางความคิด

Semiotic theory โดย Charles Morris นักปรัชญาชาวอเมริกัน เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสร้างและประเมินรูปทรงในการสื่อสารทางทัศนาการ ซึ่งว่าด้วยเรื่อง ความสัมพันธ์ภายในรูปทรง (syntactic) ความสัมพันธ์ของรูปทรงกับความหมาย (semantic) และความสัมพันธ์ของรูปทรงกับผู้ใช้งาน (pragmatic)

ทฤษฎีการออกแบบของ Wucius Wong ในการจัดแบ่งองค์ประกอบในการออกแบบเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ conceptual, visual, relational, practical elements

การวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมในชั้นต้น พบว่าการวิจัยทางการออกแบบนิเทศศิลป์ยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อย และเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเช่น อยู่ในผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา อาทิ เช่น การวิจัยเรื่อง "การประเมินผลการใช้ชุดสัญลักษณ์กราฟิก" ของ H.J. Zwaga and T. Boerseme ประเทศเนเธอร์แลนด์ การวิจัยเรื่อง "เครื่องชี้วัดการรับรู้สัญลักษณ์ทางจราจร" ของ Dewar, Ells. "การประเมินการรับรู้ระบบสัญลักษณ์ในท่าอากาศยานนานาชาติ กรุงเทพฯ" ของ อินทิรา พรมพันธุ์ นอกจากนี้เป็นการวิจัยของฝ่ายวิจัยและพัฒนาในบริษัทใดบริษัทหนึ่ง การศึกษารวบรวม

ข้อมูลพื้นฐานสำหรับวิจัยชิ้นนี้จึงต้องศึกษา บทความ ตำราทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศในสาขาการออกแบบกราฟิกและการออกแบบนิเทศศิลป์ รวมทั้งในสาขาที่เกี่ยวข้องเช่น สาขาเศรษฐศาสตร์จากผลงานวิจัยในเรื่องประวัติธนาคารพาณิชย์ของไทย ของ ศาสตราจารย์เกริก เกียรติ พิพัฒนเสรีธรรม เพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้อง

ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาตราสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ก่อตั้งในประเทศไทยและเป็นของคนไทย โดยจะมุ่งไปที่ตราสัญลักษณ์ในปัจจุบัน ความคิดเห็นและการแปลความของประชาชนที่มีต่อตราสัญลักษณ์ การวิเคราะห์ สรุปผล และรายงานผลจะเป็นการนำเสนอเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณตามความเหมาะสมในแต่ละประเด็น

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานการศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทยจะแบ่งออกเป็น 2ช่วง โดยในช่วงแรก จะเป็นการรวบรวม ศึกษาข้อมูลของธนาคารพาณิชย์ของไทยซึ่งมีประมาณ 15 แห่ง ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมและศึกษาข้อมูล จากสิ่งพิมพ์หรือสื่อที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของ ประวัติความเป็นมา ปรัชญา กลุ่มเป้าหมาย และที่มา ความหมายของตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มประชากร หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะทำการศึกษา วิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ในบริบทของการออกแบบกราฟิก และอภิปรายผล

ในช่วงที่สอง จะเป็นการศึกษาการแปลความหมายตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย โดยผู้วิจัยจะสร้างแบบสอบถามให้แก่กลุ่มประชากรอันได้แก่ประชาชนทั่วไป และทำการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายเขียนรายงายการวิจัยเพื่อทำการสรุปผล

การวิเคราะห์และรายงานผลการวิจัยเป็นการนำเสนอด้วยความเรียงและการนำเสนอเชิงปริมาณร้อยละในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

รวมระยะเวลา12 เดือน

แผนการดำเนินงาน

การศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทย มีกำหนดการดำเนินงานดังนี้

สิงหาคม – ตุลาคม 2547	ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง จัดทำแผนงานการดำเนินงาน
พฤศจิกายน 2547 – มกราคม 2548	เก็บรวบรวมข้อมูล
กุมภาพันธ์– เมษายน 2548	วิเคราะห์ สรุปผล
พฤษภาคม – กรกฎาคม 2548	เขียนรายงานและจัดทำรายงานการวิจัย

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติโดยสังเขปของธนาคารพาณิชย์ของไทย

ประวัติความเป็นมา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

บมจ.ธนาคารกสิกรไทย เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และดำเนินการด้วยพนักงานชุดแรกเริ่ม จำนวน 21 คน ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นต้นมา ธนาคารสามารถเจริญเติบโตและก้าวหน้าในด้านสินทรัพย์, เงินฝาก, การขยายเครือข่ายสาขา และจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ณ 31 ธันวาคม 2546 ธนาคารมีสินทรัพย์จำนวน 820,876 ล้านบาท เงินฝาก 685,222 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อ 530,090 ล้านบาท ในด้านเครือข่ายของสาขา ณ 31 ธันวาคม 2546 มีสาขาในประเทศ จำนวน 496 สาขา โดยเป็นสาขากรุงเทพมหานคร 153 สาขา เป็นสาขาในเขตภูมิภาคจำนวน 343 สาขา มีสาขาและสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแองเจลิส, สาขาฮ่องกง, สาขาหมู่เกาะเคย์แมน, สาขาเซินเจิ้น, สำนักงานตัวแทนลอนดอน, สำนักงานตัวแทนกรุงปักกิ่ง, สำนักงานตัวแทนนครเซี่ยงไฮ้ และสำนักงานตัวแทนเมืองคุนหมิง สาขาและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ในด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศ คู่ค้าทั่วโลก

ปณิธาณ

ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า คือจุดมุ่งหมายหลักในการดำเนินงานของเรา ด้วยบริการที่ครอบคลุมทั้งบุคคลทั่วไป และองค์กรธุรกิจ บุคลากรมืออาชีพที่เชี่ยวชาญมีประสิทธิภาพ และนวัตกรรมใหม่ทางเทคโนโลยี เน้นการปรับตัวให้สอดรับกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ บริการต่าง ๆ จากธนาคารกสิกรไทย จึงเป็นทั้งความสะดวกสบายคล่องตัว และมอบผลประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้า

ความหมายของตราสัญลักษณ์รวงข้าว

วงกลม แสดงถึงความสมดุลและสมบูรณ์ ซึ่งแทนความไม่สิ้นสุด ก่อให้เกิดพลังความสามัคคี กลมเกลียวเงินไม่รั่วไหล สามารถแก้ไขอุปสรรคทั้งมวล

รวงข้าว เป็นธาตุไม้แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง

คลื่น เปรียบเสมือนน้ำ ซึ่งบำรุงต้นข้าว ส่งเสริมให้อุดมสมบูรณ์ เจริญเติบโตยิ่งขึ้น และ น้ำ หมายถึง เงิน ลายเส้น 6 เส้น เลข 6 คือ ดาวศุกร์ ซึ่งเป็นดาวเงิน สอดคล้องกับธุรกิจ ธนาคาร

สีเขียว หมายถึงธาตุไม้เป็นสีที่เหมาะสมเนื่องจากปีที่ก่อตั้งธนาคารเป็นธาตุไม้

สีเทา เป็นสีของธาตุน้ำ สีเข้ม เสมือนน้ำลึก หมายถึงเงินทองหนาแน่นเป็นปึกแผ่น

สีแดง หมายถึง ธาตุไฟ ซึ่งสอดคล้อง สมดุลกับธาตุน้ำและธาตุไม้

สรุปโดยรวมว่า ธาตุน้ำก่อให้เกิดธาตุไม้ และธาตุไม้ก่อให้เกิดธาตุไฟ เป็นการผสมธาตุที่กลมกลืนสมดุล ก่อให้เกิดสิริมงคลและความก้าวหน้า (ข้อมูลธนาคาร. 2005: ออนไลน์)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2488 มีสำนักงานแห่งแรกตั้งอยู่ ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย และเริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2488 มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ต่อจากนั้น ได้ก่อตั้งสำนักงานกรุงเทพฯ ขึ้นภายในปีเดียวกัน ณ มุมถนนราชวงศ์ และย้ายที่ทำการสำนักงานกรุงเทพฯ มาอยู่ถนนอนุวงศ์ และถนนลำพูนไชย ในปี 2491 และ 2493 ตามลำดับ

การดำเนินกิจการของธนาคารเจริญก้าวหน้าและมั่นคง ธนาคารได้รับพระบรมราชานุญาติ รับพระราชทานตราครุฑมาประดิษฐาน ณ ธนาคารเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2513 ต่อมาในปีเดียวกันธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ที่ถนนเพลินจิต เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ในวันที่ 26 กันยายน 2520 ธนาคารได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวันที่ 28 กันยายน 2536 ธนาคารได้จดทะเบียนการแปรสภาพธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด เป็นบริษัทมหาชน จำกัด

วิสัยทัศน์และพันธกิจ

" Conservative and Progressive " ธนาคารกรุงศรีอยุธยามุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้กิจการมีมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง เพื่อดำรงสถานะทางการเงินของธนาคารให้มีความมั่นคงในระยะยาว พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและให้บริการที่มีความ

ทันสมัยตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยกระบวนการทางเทคโนโลยี เพิ่มศักยภาพทรัพยากรบุคคลให้มีความรอบรู้ เชี่ยวชาญในการบริหารและสอดคล้องกับสถานการณ์ (ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร. 2005: ออนไลน์)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารชั้นนำของไทยที่พรั่งพร้อมด้วยความมั่นคงทางการเงิน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และฐานลูกค้าอันแข็งแกร่ง ส่งผลให้ธนาคารสามารถยืนหยัดอยู่ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมาสู่วงการธนาคารไทยตลอดมา ธนาคารมีการพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงที่สังคมไทยให้ความเชื่อถือและ เพื่อบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงเทพ คือ การให้บริการด้านการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มของประเทศ พร้อมทั้งรักษาความเป็นธนาคารสากลแห่งภูมิภาคเอเชีย ธนาคารนำบุคลากร เทคโนโลยี และระบบงานที่ทันสมัยและได้มาตรฐานสากลมาใช้ในการบริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีที่สุด

ภาระหน้าที่ต่อลูกค้า

คือ การให้บริการทางการเงินที่สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย และการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกสบายและเพื่อความเจริญก้าวหน้าในธุรกิจให้กับลูกค้า **ธนาคารกรุงเทพได้รับการยอมรับ ในฐานะสัญลักษณ์ของธุรกิจการเงินการธนาคารของไทยที่สะท้อนให้เห็น ความก้าวหน้าของประเทศ ธนาคารเติบโตและพัฒนา มาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2487**

ความคิดที่จะก่อตั้งธนาคารของคนไทยอย่างแท้จริง เริ่มขึ้นตั้งแต่ยุคที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ความเป็นรัฐชาติในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2483-2492 ซึ่งเป็นช่วงที่ธนาคารต่างชาติมีอิทธิพลเหนือภาคการเงินของไทย ขณะนั้นนักธุรกิจไทยประสบปัญหาด้านแหล่งเงินทุนและการสนับสนุนจากธนาคารต่างชาติ ในภาวะที่คนไทยต้องการแรงสนับสนุนจากบริการธนาคารเช่นนี้ ธนาคารกรุงเทพจึงถือกำเนิดขึ้นในปีพ.ศ. 2487 และได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้ประกอบธุรกิจในประเทศ จนธุรกิจเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ธนาคารไม่ได้หยุดอยู่เพียงให้บริการแก่คนกลุ่มเล็ก ๆ แต่ยังได้ขยายการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ มากมาย จนก้าวขึ้นเป็นธนาคารที่มีบทบาทเด่นในประเทศไทย และเป็นธนาคารที่มีลูกค้าอย่างกว้างขวางจากทุกวงการ โดยเฉพาะบริษัทธุรกิจชั้นนำของประเทศ

กุญแจสำคัญที่ทำให้ธนาคารกรุงเทพประสบความสำเร็จมาตลอด ได้แก่ การริเริ่มนวัตกรรมต่าง ๆ และการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ธนาคารมีเจตจำนงที่จะ

ขยายและพัฒนาบริการอยู่เสมอ ไม่ว่าในยามที่เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาการเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว หรือในยามที่บ้านเมืองประสบปัญหาทางเศรษฐกิจและ การเมืองต่างๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลครั้งแล้วครั้งเล่า หรือแม้กระทั่งเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินครั้งใหญ่ที่ส่งผลกระทบไปทั่วภูมิภาคในปีพ.ศ. 2540

ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ภาคธุรกิจการเงินของไทยอยู่ในมือของธนาคารต่างชาติเกือบทั้งหมด แต่เมื่อสงครามเริ่มขึ้น สถานการณ์ก็เปลี่ยนแปลงไป รัฐบาลจำต้องเข้าร่วมสงครามในฐานะพันธมิตรกับญี่ปุ่น ธุรกิจและธนาคารพาณิชย์ที่เป็นของชนชาติยุโรปหรือฝ่ายสัมพันธมิตรจึงถูกควบคุมและปิดกิจการในทันที สภาพการณ์เช่นนี้ ได้เปิดโอกาสให้คนไทยกลุ่มหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย ข้าราชการ นักธุรกิจ และกลุ่มบุคคลผู้มีแนวคิดตรงกัน มาร่วมมือกันก่อตั้งธนาคารของคนไทยที่มีความพร้อมในการให้บริการทางการเงินแก่คนไทยอย่างเต็มรูปแบบขึ้น ธนาคารกรุงเทพได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ 2487

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2487 มีสำนักงานตั้งอยู่ที่อาคารพาณิชย์สองคูหาในย่านราชวงศ์ ใจกลางกรุงเทพฯ ในขณะนั้น มีพนักงานทั้งสิ้น 23 คน และมีหลวงรอบรู้กิจเป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่ท่านแรก ท่านเป็นผู้ริเริ่มสร้างฐานลูกค้าของธนาคารด้วยการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ธนาคารกรุงเทพในยุคต้นมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนการผลิตและการค้าของคนไทยเพื่อฟื้นฟูประเทศภายหลังสงครามอย่างเต็มความสามารถ (About Bangkok Bank. 2005: Online)

ประวัติความเป็นมา ธนาคาร ดีบีเอส ไทยทนุ จำกัด (มหาชน)

เริ่มก่อตั้งเมื่อ วันที่ 5 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2491 โดยใช้ทุนจดทะเบียนในเบื้องต้นจำนวน 10 ล้านบาท โดยมีพระบรมวงสานุวงศ์ ข้าราชการชั้นอาวุโส และผู้ประกอบการรายใหญ่หลายคน เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง มีสำนักงานใหญ่เดิมตั้งอยู่ที่ ถนนพระพิทักษ์ และย้ายมาอยู่บริเวณถนน มหาจักร ในปี พ.ศ. 2498 และในปี พ.ศ. 2515 ย้ายมาบริเวณ ถนนสีลมจนกระทั่งถึงปัจจุบันได้รับการดูแลให้อยู่ในพระบรมราชูปถัมภ์ และอนุญาตให้ใช้ ตราครุฑ เป็นส่วนหนึ่งของตราสัญลักษณ์ และได้รับพระราชทาน ตัวหนังสือลายฝีพระหัตถ์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 คำว่า "ไทยทนุ" เป็นตราสัญลักษณ์นอกจากนี้ยังมีภาพเด็กได้รับพระราชทานทรัพย์ จากพระสยามเทวาธิราชย์ สัญลักษณ์แทนพระมหากษัตริย์ของไทย เพื่อเป็นการแสดงความกตัญญูรู้พระคุณ และการแสดงความประสงค์ในการรับใช้สังคม

วิสัยทัศน์และนโยบาย

"ธนาคารไทยบริการในระดับสากล" "World Class Thai Bank" โดยการร่วมทุนจากผู้ถือหุ้นรายหลัก Development Bank of Singapore (DBS) ช่วยเสริมความเข้มแข็งของวิสัยทัศน์และยังเป็นการสนับสนุน ให้การช่วยเหลือในเรื่องของ เทคโนโลยี กระบวนการ การพัฒนาเสริมสร้างในเรื่องทักษะมีนโยบายในการให้บริการที่ดีเยี่ยมเพื่อความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าทุก

ระดับต้องการจะทำให้ธนาคารเป็นชื่อที่คุ้นเคยละไว้วางใจ สำหรับคนไทยในอนาคตอันใกล้ และตั้งใจที่จะเปิดสาขาเพื่อให้บริการ และปรับปรุงเครื่อง atm โดยที่สาขาต่างๆของธนาคารจะได้รับการปรับปรุงพัฒนาเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่สะดวกสบายให้ลูกค้า (ธนาคารของเรา. 2004: : ออนไลน์)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารยูโอบี รัตนสิน จำกัด (มหาชน)

ธนาคารยูโอบี รัตนสิน จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2542 โดยเป็นสมาชิกของกลุ่มธนาคารยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ ซึ่งเป็นธนาคารชั้นนำแห่งหนึ่งของสิงคโปร์ มีเครือข่ายและสำนักงานรวม 248 แห่งทั่วโลก

ธนาคารยูโอบี รัตนสิน มีกำเนิดมาจากการธนาคารยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ ได้เข้าซื้อหุ้น 75% ของธนาคารรัตนสินจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งในขณะนั้นธนาคารรัตนสินเป็นธนาคารของรัฐบาล และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาระบบสถาบันการเงิน

ธนาคารมีบริการทางการเงินหลายประเภทที่เหมาะสำหรับบุคคลทั่วไป บริษัทห้างร้าน และสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545 มีสาขาทั้งสิ้นรวม 36 แห่ง เป็นสาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 27 แห่ง นอกนั้นกระจายอยู่ในภูมิภาค มีพนักงานรวม 1,196 คน

อุดมการณ์หลักของธนาคาร

เชื่อมั่นในแนวนโยบายของอุดมการณ์หลัก 4 ประการ ได้แก่ จริยธรรมและความซื่อสัตย์ การทำงานเป็นทีม ความไว้วางใจและยอมรับนับถือ และการปฏิบัติงานเป็นเลิศ (History. 2005: About Us)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารแห่งเอเชีย เพื่ออุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2484 โดย ดร. ปรีดี พนมยงค์, อดีตนายกรัฐมนตรี ต่อมาภาย หลังชื่อของธนาคาร ได้ถูกตัดให้สั้นลงเป็น ธนาคารเอเชีย ธนาคารเอเชีย (BOA) จดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์ในปี พ.ศ. 2521 และกลายเป็นบริษัทมหาชน จำกัด ในปีพ.ศ. 2535 ธนาคารเอเชียสร้างชื่อเสียงในฐานะผู้นำในการให้บริการและ ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลาย อีกทั้งยังมีบริษัทในเครือที่ให้ บริการด้านประกันภัย, การจัดการกองทุน, การจัดจำหน่ายตราสาร หนี้และตราสารทุนและบริการเช่าซื้อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของธนาคารอยู่ที่ถนนสาทรใต้ ในกรุงเทพมหานคร ณ เดือนกันยายน 2546 ธนาคารเอเชียมีสาขา 128 แห่ง และเครื่องเอทีเอ็ม 289 เครื่อง กระจายอยู่ทั่วประเทศ

ความแข็งแกร่งของธนาคารนั้นอยู่ที่การให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าธุรกิจ และ อุตสาหกรรม

ขนาดกลางของไทย มาเป็นเวลาช้านาน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2538 ธนาคารได้หันมาเสริมกลยุทธ์ทาง การตลาดในกลุ่มลูกค้ารายย่อย ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการ เงินให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงสาขาธนาคาร ให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสะดวกสบายสำหรับลูกค้ามากขึ้น ธนาคารเอบีเอ็น แอมโร แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ของธนาคารเอเซีย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2541 ในปีพ.ศ. 2545 ธนาคารเอบีเอ็น แอมโรได้รับการจัดอันดับเป็นที่ 8 ในยุโรป และที่ 17 ในโลก ในด้านความมั่นคงของเงินกองทุนขั้นที่หนึ่ง โดย มีกว่า 3,000 สาขาในกว่า 66 ประเทศ การร่วมทุนกับธนาคาร เอบีเอ็น แอมโร ทำให้ธนาคารเอเซีย สามารถนำเสนอบริการและ ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ที่มีคุณภาพเทียบเท่าสากลให้แก่ลูกค้าได้ มีวิสัยทัศน์ในความต้องการในการที่ จะเป็นสถาบันการเงินของไทยที่ดีที่สุด มีความโดดเด่น ด้านนวัตกรรม มีชื่อเสียงในความเป็นมืออาชีพ และการปฏิบัติงานที่ ยึดความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (History. 2005: Online)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของคนไทยเริ่มต้นดำเนินกิจการ เมื่อปี พ.ศ.2447(ร.ศ.123) ในชื่อ "บุคคลัภย์"โดยพระเจ้าน้องยาเธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย พระโอรสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงริเริ่มดำเนินกิจการ ธนาคารพาณิชย์เป็นการทดลองในนาม "บุคคลัภย์" (BOOK CLUB)

บุคคลัภย์ได้ดำเนินกิจการเรื่อยมาจนถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ.2449 พระบาทสมเด็จ-พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯพระราชทาน พระบรมราชานุญาตให้ตั้ง "บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด" ขึ้นจากบุคคลัภย์ นับเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของคนไทยโดยได้รับพระราชทานตราอาร์ม แผ่นดินให้เป็นตราประจำธนาคาร

ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงยกเลิก ตราอาร์ม แผ่นดินเปลี่ยนเป็นตราครุฑโดยมีข้อความจารึกพิเศษว่า "ตั้งโดยพระบรมราชานุญาต" อยู่ในแถบแพรเป็นกรณีพิเศษตั้งแต่นั้นมา บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัดได้ดำเนินการด้วยความเจริญรุดหน้า มาเป็นลำดับและกิจการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ในช่วงก่อนหน้าที่จะเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ไม่นานนัก (พ.ศ.2482) ได้มีการเปลี่ยนชื่อประเทศจาก "สยาม" มาเป็น "ไทย" ส่งผลให้ชื่อของสถาบัน องค์กรต่างๆที่เคยใช้คำว่า "สยาม" ต้องปรับเปลี่ยนมาใช้คำว่า "ไทย" แทน เพื่อความสอดคล้องและความเหมาะสม บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด จึงเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด" เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ และยุคสมัยนับตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2482 โดยมีสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์และกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ดำเนินกิจการรุดหน้าไปด้วยดีและเป็นรากฐานให้กับระบบธนาคารไทย จนมีธนาคารพาณิชย์อื่นๆเกิดขึ้นอีกมากมายหลายธนาคาร ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2518 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพ โดยใช้ชื่อว่า "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)" และใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า " SAIM COMMERCIAL

BANK PUBLIC COMPANY LIMITED " ซึ่งเป็นชื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ธนาคารไทยพาณิชย์ยังคงดำเนินงานภายใต้ปณิธานอันแน่วแน่ด้วยคุณภาพควบคู่คุณธรรม และด้วยวิสัยทัศน์อันก้าวไกลในการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุค เศรษฐกิจและนโยบายการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากลธนาคารไทยพาณิชย์จึงได้สร้าง สำนักงานใหญ่ที่ทันสมัยสมบูรณ์พร้อมด้วยเทคโนโลยี บริเวณถนนรัชดาภิเษก ใกล้สี่แยกรัชโยธินโดยเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2539 ปัจจุบันมีสาขารวมทั้งสิ้น 99 สาขา (ประวัติธนาคาร. 2005: ออนไลน์)

ประวัติความเป็นมา บมจ. ธนาคารกรุงไทย

ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ.2509 โดยการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งคู่ เข้าเป็นธนาคารเดียวกันตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า "ธนาคารกรุงไทย จำกัด" ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "KRUNG THAI BANK LIMITED" ใช้สัญลักษณ์ "นกวายุภักษ์" ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำของธนาคารจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลัง และหลังจากการรวมกับธนาคารสยาม จำกัด แล้วธนาคารกรุงไทยจะกลายเป็น ธนาคารพาณิชย์ของรัฐเพียงแห่งเดียว มีสินทรัพย์มากเป็นอันดับสองของประเทศ สามารถจะสนองตอบนโยบาย การเงินการคลังของประเทศ และสามารถแสดงบทบาทความเป็น "ธนาคารนำ" (LEAD BANK) ได้

ธนาคารกรุงไทย จัดเป็นธนาคารพาณิชย์เพียงแห่งเดียว ที่มีสาขาอยู่ครบทั่วทุกจังหวัดของประเทศ มีการติดตั้งระบบออนไลน์ และเครื่องเอทีเอ็ม ซึ่งธนาคารกรุงไทยนับเป็นธนาคารแรกที่สามารถติดตั้งได้ครบ 73 จังหวัดทั่วประเทศ และได้เริ่มเปิดการซื้อ - ขายหุ้นของธนาคารกรุงไทย ในตลาดหลักทรัพย์ฯ และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2537 โดยใช้ชื่อ "ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)" (KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED)

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นสถาบันการเงินชั้นนำในประเทศ ที่ได้รับความเชื่อมั่น ในการให้บริการทางการเงินอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยมาตรฐานคุณภาพที่เป็นที่ พึงพอใจสูงสุดของลูกค้า เคียงคู่เศรษฐกิจไทย

ตราสัญลักษณ์

นกวายุภักษ์ แสดงถึงความมั่นคง จากกระทรวงการคลัง ที่มีสัญลักษณ์นกวายุภักษ์เช่นกัน แต่ได้มีการปรับปรุงโดยเพิ่มรายละเอียดทั้งส่วนหัว จงอยปาก โดยเฉพาะในส่วนปีกให้ดูอ่อนช้อยแบบไทย ๆ แต่แข็งแกร่งสมกับความเป็นผู้นำ นอกจากนี้ โลโก้นกวายุภักษ์ใหม่นี้ได้

เปลี่ยนจากกรอบสี่เหลี่ยม ให้เป็นวงกลมแทนโลกของธุรกิจ และเป็นภาพปั๊มนูน 3 มิติ เพื่อให้ดูโดดเด่นและทันสมัย

Super Graphic สร้าง Super Graphic คือ Speed Mark ขึ้นมาประกอบโลโก้นกวายุภักษ์เพื่อเสริม ให้ดูทันสมัย เด่น และมีเอกลักษณ์มากขึ้น

สี เลือกสีน้ำเงินเป็นสีหลัก เป็นสีเดิม โดยเพิ่มสีเขียวมิ้นต์ และสีฟ้าเข้ามาตัด โดย 3 สีนี้ได้สื่อความหมาย ดังนี้

สีน้ำเงิน แสดงถึง การดำเนินธุรกิจด้วยความมั่นคง

สีฟ้า แสดงถึง ความกว้างขวางยิ่งใหญ่

สีเขียว แสดงถึง ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม

รูปพื้นหลังสีขาว



รูปพื้นหลังสีน้ำเงินหรือสีเข้ม



สัญลักษณ์และอักษร



บมจ. ธนาคารกรุงไทย

KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED

สัญลักษณ์แบบครบสามสี

ใช้สำหรับงานป้ายทั่วไป,ป้าย อุปการะคุณ (SPONSERSHIP) และสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เท่านั้น

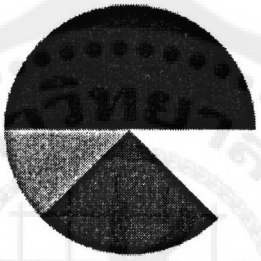




ใช้สำหรับสื่อกลางแจ้ง,งานป้าย,โปสเตอร์และสิ่งพิมพ์สี่สี



สีและองค์ประกอบ สีที่เป็นองค์ประกอบหลักในการใช้งาน มีทั้งหมด 4 สี



1. สีน้ำเงิน	PANTONE BLUE 072C C 100 M 85 Y 0 K 0 R 15 G 35 B 140	3. เขียวมิ้นท์	PANTONE 3255C C 47 M 0 Y 30 K 0 R 135 G 207 B 168
2. สีฟ้าคราม	PANTONE 2718C C 72 M 43 Y 0 K 0 R 76 G 107 B 175	4.สีขาว	WHITE C 0 M 0 Y 0 K 0 R 255 G 255 B 255

(History, Logo. 2005: Online)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ถือกำเนิดขึ้นจากความคิดริเริ่มของจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่ต้องการรวบรวมเงินนอกงบประมาณแผ่นดินของทหารที่กระจัดกระจายอยู่ตามแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยจัดตั้งเป็นสถาบันการเงินในรูปของธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการทางการเงินแก่ข้าราชการทหารและเป็นการเพิ่มสวัสดิการทางการเงินให้แก่ข้าราชการทหารและครอบครัวคณะรัฐมนตรีได้พิจารณาให้ความเห็นชอบในการจัดตั้งธนาคารดังกล่าว โดยมีการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิเพื่อก่อตั้ง **"ธนาคารทหารไทย จำกัด" หรือ "THE THAI MILITARY BANK, LTD"** เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ.2499

ปี 2544 ธนาคารได้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ การจัดทำ Corporate Identity โดยการปรับเปลี่ยน Logo ของธนาคาร และป้ายหน้าสาขาธนาคารให้สอดคล้องกับ Corporate Identity

ปี 2547 รวมกิจการกับ ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ จำกัด และบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรม ทำให้มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 450 แห่งทั่วประเทศ

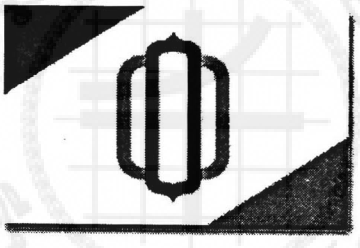
คำขวัญ (Slogan)

บริการด้วยไมตรีจิตรไทย ฉับไวแบบสากล

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นธนาคารไทยที่โปร่งใส มั่นคงและมีคุณภาพ ให้บริการที่เป็นกันเองแบบไทย รวดเร็วและมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล

ธงประจำธนาคาร



เพื่อเป็นการประสานพลังสามัคคีของพนักงานให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ธนาคารมีธงประจำธนาคารใหม่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มุมบนชิดเสาธงเป็นสีน้ำเงิน ปลายมุมล่างเป็นสีแดง ตรงกลางเป็นพื้นสีขาว ประดับสัญลักษณ์ของธนาคารเด่นอยู่ตรงกลาง ธงนี้คงไว้ซึ่งสีแดง ขาว น้ำเงิน ซึ่งล้วนมีความหมายยิ่งต่อธนาคาร

สีขาว เปรียบเสมือนความบริสุทธิ์ โปร่งใส ซื่อสัตย์ ซื่อตรงของผู้บริหารและพนักงานของธนาคาร

สีแดง เปรียบเสมือนลูกค้า ซึ่งเป็นเส้นเลือดน้อยใหญ่ที่คอยหล่อเลี้ยงส่วนต่างๆ ของร่างกาย

สีน้ำเงิน เปรียบเสมือนโครงสร้างอันมั่นคง แข็งแรง ซึ่งหมายถึงผู้ถือหุ้น (ธนาคารของเรา. 2005: ออนไลน์)

ประวัติความเป็นมา ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด (มหาชน)

สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด มีความเชื่อมั่นในประเทศไทย และได้ดำเนินธุรกิจในไทยมาเป็นระยะเวลากว่าหนึ่งศตวรรษ ธุรกิจของธนาคารได้ขยายตัวขึ้น โดยเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2542 ได้รับอนุมัติให้เข้าซื้อกิจการธนาคารนครธน จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารที่เก่าแก่ธนาคารหนึ่งที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2476 โดยธนาคารฯ ได้เข้ามาถือหุ้นใหญ่ 75% ในธนาคารนครธน และได้เปลี่ยนเชื่อธนาคารเป็น "ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด (มหาชน)" โดยมีเป้าหมายที่จะนำธนาคารก้าวขึ้นเป็นธนาคารชั้นแนวหน้าในประเทศไทย ด้วยการพยายามเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและการลงทุนในส่วนของตลาดที่เราเลือก พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการสู่ระดับสากล ปัจจุบันธนาคารมีสาขา 41 แห่งทั่วประเทศและมีฐานลูกค้ามากกว่า 1,000,000 ราย (หรือมากกว่า 1 ล้านราย) ธนาคารฯ ให้บริการในสองธุรกิจหลักคือ บุคคลธนกิจและสถาบันธนกิจ บริการที่สำคัญ ๆ ของบุคคลธนกิจคือ บริการบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย บริการรับฝากเงิน และธุรกิจบริหารเงินและการลงทุนให้กับบุคคลทั่วไป และธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในส่วนของสถาบันธนกิจได้แก่ การให้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ด้านการบริหารเงินสด บริการรับฝากหลักทรัพย์ การกู้ยืม การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการด้านบริหารความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ย ตลอดจนให้คำแนะนำและบริการด้านการลงทุนในตลาดตราสารหนี้ให้กับ บริษัทข้ามชาติ องค์กรในภูมิภาค องค์กรในประเทศ และลูกค้าสถาบันการเงินต่าง ๆ (Overview. 2005: Online)

ประวัติธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

เดิมธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) มีชื่อว่าบริษัทธนาคารนครหลวงแห่งประเทศไทยจำกัด ก่อตั้งขึ้นในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เปิดดำเนินธุรกิจการธนาคารตั้งแต่ วันที่ 24 พฤษภาคม 2484 ต่อมาเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2484 ธนาคารนครหลวงไทยได้รับตราตั้งพระราชทาน โปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้เป็นธนาคารอยู่ในพระบรมราชูปถัมภ์ มายาวนานถึง 60 ปี รวมทั้งได้รับพระมหากรุณาธิคุณพระราชทานเครื่องหมาย “พระมหามงกุฎ” เป็นสัญลักษณ์ ประจำธนาคารตราบจนถึงปัจจุบัน ในวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ.2537 ธนาคารได้นำหุ้นสามัญเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนและเปลี่ยนชื่อเป็น “ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)” ต่อมาเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2545 ธนาคารแห่งประเทศไทยโดยคำแนะนำของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังได้ประกาศให้ความเห็นชอบให้โอนกิจการของธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน) ให้กับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2545 เป็นต้นไปโดยสำนักงานและสาขาของธนาคารทั้งสองแห่งยังคงเปิดดำเนินการต่อไปตามปกติในชื่อธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จึงทำให้ธนาคารมีสาขารวมทั้งสิ้น 361 สาขา แยกเป็นสาขาใน กทม.จำนวน 173 สาขา สาขาในเขตภูมิภาคจำนวน 188 สาขา มีพนักงานรวมกันทั้งสิ้น 6,224 คน (ณ .ธ.ค..46)

เป็นพนักงานสาขา 3,675 คน และสำนักงานใหญ่ จำนวน 2,549 คน ใช้สโลแกนว่า "ใส่ใจดูแลคุณ" (History. 2005: Online)

ประวัติธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2541 มีกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาระบบสถาบันการเงิน เป็นผู้ถือหุ้นหลักในสัดส่วน 48.98% และมีผลการดำเนินงานที่ก้าวหน้ามาเป็นลำดับ ปัจจุบันมีสาขาทั่วประเทศ 99 สาขา

ปณิธานในการให้บริการ

หัวใจทุกดวงที่ไทยธนาคาร มุ่งมั่นสร้างธนาคารที่ดีให้กับประเทศ" มุ่งมั่นจะเป็นธนาคารของคนไทย เพื่อคนไทย บริหารโดยคนไทยมืออาชีพ และมีมาตรฐาน เทียบเท่าสากล ดำเนินงาน โดยใช้หลัก ธรรมาภิบาล (Good Corporate Governance) และเป็นเครือข่ายของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

วิสัยทัศน์ไทยธนาคาร

ธนาคารได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศ ด้วยการมีระบบบริหารจัดการที่ทันสมัย ทีมบุคลากรที่มีความสามารถอันโดดเด่น ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันกับระบบธนาคารในกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างเข้มแข็ง (ประวัติ. 2005: ออนไลน์)

ประวัติ ธนาคารออมสิน

กิจการการออมสิน ได้เริ่มขึ้นในประเทศไทยเมื่อ ปีพ.ศ. 2456 ตามพระราชประสงค์ของพระบาท สมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชน รู้จักการประหยัดการเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษา ทรัพย์สินเงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจาก โจรผู้ร้าย จึงได้ทรงจัดตั้ง คลังออมสินขึ้น โดยสังกัด กรมพระคลังมหาสมบัติ ดำเนินธุรกิจภายใต้ พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456

ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 คลังออมสินได้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์ โทร-เลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนมากขึ้น ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามครั้งที่ 2 ยุติลงรัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการ ออมทรัพย์และความสำคัญของ คลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศจึงได้ยกฐานะ ของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐบาล มีฐานะเป็นนิติบุคคลดำเนินธุรกิจ ภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489 มีการบริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจาก รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปธนาคารออมสินตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 เป็นต้นมา

ในปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบัน

การเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้กำกับโดยทั่วไปของ กระทรวงการคลัง มีสาขา 586 สาขาทั่วประเทศ มีอายุครบ 90 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2546 ที่ผ่านมานี้ (ประวัติ. 2005: ออนไลน์)

ประวัติธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)

ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างให้สอดคล้องกับความต้องการและคุ้มค่าสำหรับลูกค้าของ โดยยึดหลัก **การกำกับ ดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)** ในการบริหารองค์กรให้มีความมั่นคง เป็นสถาบันการเงินที่ได้รับความเชื่อถือ และยอมรับจากทั้งในและต่างประเทศ หลักการสำคัญประการหนึ่งของ การกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังกล่าว คือ ความโปร่งใส(Transparency) และความซื่อสัตย์ (Integrity) โดยธนาคารจะเปิดเผยรายงานทางการเงินที่ถูกต้องเพื่อประโยชน์ในการสร้างความโปร่งใส และความไว้วางใจระหว่างผู้ถือหุ้น ลูกค้าและประชาชนทั่วไป อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่คุ้มค่าต่อไป (ข้อมูลบริษัท. 2005: ออนไลน์)

บทความที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

Jorge Frascara กล่าวว่า การออกแบบที่มีระบบ วิธี จะดีกว่า การออกแบบที่เน้นเป้าหมาย ผลลัพธ์เป็นหลัก

Matt Cooke กล่าวว่า การออกแบบเป็น กระบวนวิธีการทำงาน ไม่ใช่การแสวงหาแค่ผลลัพธ์

เขาเสนอกระบวนการออกแบบ โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ได้แก่

1 การตีความโจทย์และหาข้อมูล (Definition/ Initial)

2 การพัฒนาแนวความคิด (Divergence/ Develop)

3 การผลิตพัฒนาแนวคดให้เป็นรูปธรรม (Transformation/ Production)

4 การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Convergence/ Evaluation)

การวิจัยกับการออกแบบ

การออกแบบเป็นการทำงานทั้งในเชิง analysis และ proposition คือ มีการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงแรก (Definition & Divergence) และจะทำการพัฒนาผลงานในช่วงต่อมา (Transformation)

การค้นคว้าวิจัยทางการออกแบบส่วนใหญ่มีลักษณะ เป็นแบบ วิจัยและพัฒนา (propositional) โดยการค้นคว้าและการทำวิจัย (gather qualitative and quantitative data) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะกับการแก้ปัญหามากที่สุด เป็นขั้นตอนการพัฒนาในกระบวนการออกแบบ (divergence)

งานวิจัยทางสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่มักเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การบรรยายปรากฏการณ์ และการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ (analytical) ต่างจากงานวิจัยในสายวิทยาศาสตร์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ต้องการข้อมูลและสถิติเป็นเครื่องยืนยัน

ลักษณะงานวิจัยแบบ Context-Definition คือการทำงานวิจัย ที่มีการกำหนดกรอบงาน เครื่องมือ กลุ่มเป้าหมาย บริบทที่แน่นอน

งานวิจัยแบบ Context/ Experimental เป็นการทำงานที่พัฒนากรอบงาน เครื่องมือ เป็นขั้นตอน ไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ในการทำวิจัยทางทัศนศิลป์หรือ นิเทศศิลป์ มักจะเป็นกระบวนวิธีในการวิเคราะห์แยกส่วนประกอบของงานที่มีอยู่ (deconstruction)

การตีความจากภาพ (Analyze the meaning of a visual language)

"ภาพ"หรือ "คำ" ใดๆก็ตามจะมีความหมายปรากฏอยู่ในตัวเอง ตามที่เขียนออกมา (literal meaning) หรือเรียกว่า Denotation นอกเหนือจากนั้นยังมีความหมายอื่นๆแฝงอยู่ด้วย ซึ่งถูกเรียกว่า Connotation

ความหมายของ Denotation จะปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน มนุษย์รับรู้ความหมายของภาพได้ในทันทีตาม สัญชาติญาณ ว่านี่คือ ภาพของคนสองคนสอนกำลังคุยกัน หรือนี่คือภาพของ นก หากแต่การรับรู้หรือความพยายามอธิบายภาพของสมองมนุษย์ไม่ได้หยุดอยู่แค่นั้น แต่อาจคิดพิจารณา วิเคราะห์ เปรียบเทียบ ผูกโยงกับสิ่งบางสิ่ง หรือบางเหตุการณ์ ในบริบทที่ใกล้เคียงหรือแตกต่างกันออกไป

Connotation อาจเป็นการอ้างถึง เรื่องราวทางวัฒนธรรม สังคมหรือเป็นเรื่องประสบการณ์ส่วนบุคคล ภาพของคนสองคนสอนที่กำลังคุยกัน อาจจะหมายถึง คนทั้งสองเป็นพี่น้องกัน กำลังมีความรัก หรือกำลังเจรจาธุรกิจกัน และภาพของนก บางคนอาจมองเป็นไก่งวง และคิดถึงเทศกาลขอบคุณพระเจ้า ทั้งนี้ลักษณะสี และเนื้อกระดาษของภาพยังอาจมีผลต่อการตีความหมายอีกด้วย

ศาสตร์แห่งการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่าง ภาษาภาพ (visual) กับความหมาย ที่เรียกว่า Semiotics แสดงให้เห็นว่า การตีความในลักษณะ Denotation และ Connotation เป็นเรื่องความสัมพันธ์ของ Signifier และ Signified ซึ่งนักออกแบบกราฟิก หรือการทำงานนิเทศศิลป์ควรจะให้ความสำคัญและศึกษาการตีความหรือการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้อ่านงาน

การรับรู้หรือความประทับใจ เมื่อแรกเห็น (first impression) เป็นเรื่องสำคัญ มนุษย์จะคิดและตีความในสิ่งที่เห็นกันไปต่างๆนาๆ และเรามักคาดหวังว่าจะเห็นในสิ่งที่เราได้คิด (Anticipation) ซึ่งหลักการเช่นนี้ถูกใช้กันทั่วไปใน งานออกแบบกราฟิก งานโฆษณาภาพยนตร์

กล่าวโดยสรุป การทำงานออกแบบทางภาพ (Communication design) เป็นการทำงานที่เกี่ยวพันกับการสื่อและรับรู้ความหมาย โดย Denotation เปรียบดัง ความหมายแรกที่มนุษย์

เข้าใจ ซึ่งเป็นความหมายตามที่เห็นมีลักษณะเชิงผิวเผิน (Primary meaning) แล้วจึงทำความเข้าใจในเชิงลึก (Connotation/ Secondary meaning) การตระหนักถึง การรับรู้ของมนุษย์ในจุดนี้ จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารของงานออกแบบ และยังเป็นประเด็นเพื่อนำไปสู่การศึกษาวิเคราะห์งานออกแบบนิเทศศิลป์แขนงต่างๆอีกด้วย

งานออกแบบที่ให้ความสำคัญในกระบวนการออกแบบ มีกระบวนการที่ชัดเจน จัดการและรักษาตารางเวลาได้อย่างมีเหตุผลและมีประสิทธิภาพ (Structuralism) จัดเป็น การทำงานในแนวทางของ Modernism ในขณะที่การทำงานในเชิงวิเคราะห์งานออกแบบมักจัดทำในรูปแบบของการแยกวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นส่วนๆไป (De-Construction) จัดเป็นการทำงานในแนวทางของ post modern

ตามความเห็นของนักภาษาศาสตร์ชาวสวิส นาม Ferdinand de Saussure กล่าวว่า "ภาษา"เป็นเรื่องเกี่ยวกับการทำความเข้าใจในระบบสัญลักษณ์ โดยสัญลักษณ์ประกอบด้วยส่วนสำคัญสองส่วนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน (duality) คือ Signifier ซึ่งเป็นส่วนที่เราสามารถรับรู้ได้ถึงรูปลักษณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (object/ visual) ส่วนที่สองได้แก่ Signified คือส่วนที่เป็นความหมายของของสิ่งนั้น (meaning) ตัวอย่างเช่น ภาพของจักรยานจะทำหน้าที่เป็น Signifier ส่วนความหมายว่าเป็นพาหนะที่มีสองล้อใช้ในการเคลื่อนที่จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็น Signified

นักปรัชญาชาวอเมริกัน Charles Peirce เรียกศาสตร์ในการศึกษา สัญลักษณ์ (sign) ว่า Semiotics โดยแบ่งสัญลักษณ์ ออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1Iconic sign คือสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างเหมือนหรือเลียนจากวัตถุจริง

2 Indexical sign คือสัญลักษณ์ที่สื่อถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความเกี่ยวพันกันในเชิงกายภาพ (physical connection) เช่น ภาพควัน สื่อ ถึง ไฟ

3 Symbolic sign คือสัญลักษณ์ทั่วไปที่เป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ได้รับการยอมรับถูกใช้ และเป็นที่รู้จักกันเป็นเวลานานโดยทั่วกัน

งานวิจัยและงานออกแบบที่เกี่ยวข้อง

Mapping Meaning โดย Alison Barnes (us) New Basford, Nottingham

Barnes ออกแบบวิธีการแสดงแผนที่ที่สามารถแสดงถึง ลักษณะสังคม อารมณ์ โดยการศึกษาผ่านทาง ภาพและตัวหนังสือแบบกราฟิตี้ที่ปรากฏอยู่ในเขตเมือง New Basford, Nottingham โดยอ้างอิงแผนที่ของเมือง New Basford ซึ่งเป็นภาพของเมืองที่มองจากด้านบน (top view) ซึ่งมีความถูกต้องในขนาดและสัดส่วนตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ปรากฏในสถานที่จริง Barnes ได้ทำการศึกษาค้นคว้า วิจัยถึงวิธีการในการจะนำเสนอแผนที่ของเมืองและกราฟิกที่พ่นติดอยู่ตามบริเวณต่างๆ ไว้หลายลักษณะด้วยกัน ความสำคัญของงานชิ้นนี้เป็นการศึกษาในเชิงสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา ในเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึก ระดับการศึกษา ที่ปรากฏ

ผ่านทางกราฟิตี้ และยังพัฒนาเป็นผลงานกราฟิก (ในกรณีนี้คือ แผนที่ของเมือง) ในรูปแบบที่แปลกใหม่ และมีเนื้อหาสาระที่แหวกแนว

Barnes ใช้การจัดการที่มีระบบกับข้อมูลที่มีความซับซ้อน ย่อยข้อมูลแล้วอธิบายหรือแปรผลออกมาในรูปแบบของงานอีกลักษณะหนึ่ง (reinterpretation) งานวิจัยของเขาจะต้องทำให้ผู้อ่าน(กลุ่มเป้าหมาย) สามารถทำความเข้าใจได้ไม่ยากจนเกินไป จึงต้องทำการทดลองกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจความหมายของสารและ mapping ในรูปแบบต่างๆที่เขาได้ออกแบบขึ้น

I Love You โดย Wayne Daly

การค้นคว้าวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพกราฟิกและอารมณ์ของมนุษย์ โดยเฉพาะในเรื่อง ประวัติ และบริบท ในการใช้สัญลักษณ์รูปหัวใจในลักษณะต่างๆ โดยศึกษาถึงประวัติการใช้สัญลักษณ์รูปหัวใจในวัฒนธรรมที่อาศัยอยู่

ผลจากการศึกษาค้นคว้า Daly ได้ทำการออกแบบชุดโปสเตอร์ที่แสดงถึงประวัติและพัฒนาการของสัญลักษณ์รูปหัวใจ รวมถึง สัญลักษณ์รูปหัวใจที่ถูกนำไปใช้ (implementation) เป็นส่วนหนึ่งของกราฟิกในองค์กรต่างๆ (corporate identity) โปสเตอร์มีอยู่หลายลักษณะ เช่น เป็นการแบ่งหมวดหมู่ตามประเภทของความรัก การแบ่งตามการใช้ในการเปรียบเปรย (metaphorical usage)

Daly ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมในนอกเหนือจากรูปหัวใจ สัญลักษณ์รูปอื่นๆ ที่มีความหมายหรือเป็นภาพแทนความรักอีกด้วย

Full English โดย Sharon Spencer

วิจัยและพัฒนา กลุ่มภาพกราฟิกที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์และวิวัฒนาการของภาษาอังกฤษ และเอกลักษณ์ของคนอังกฤษ โดยออกแบบและจัดเรียงแสดงผลการศึกษาให้อยู่ในรูปของ ชุดตัวอักษรบนแป้นคีย์บอร์ดระบบ Qwerty โดยจะแสดงความสัมพันธ์กันโดยใช้ภาพกราฟิก 3 ชุดบนแป้นพิมพ์ดีด 3 รูปแบบ ได้แก่

Alternate function key

standard function key

Shift function key

จากการศึกษา Spencer พบว่าหัวข้อดังกล่าวได้มีการพูดถึง หรือปรากฏอยู่มาเป็นเวลานาน ทั้งใน วรรณกรรม บทประพันธ์คำร้อง เช่นในงานของ Shakespeare ส่วนการบรรยายออกมาในเชิงรูปภาพจะพบได้ในงานวิจิตรศิลป์เช่น ผลงานของ Constable และ Turner สองศิลปินโรแมนติกชาวอังกฤษ จากการศึกษาในเบื้องต้น Spencer พบว่าภาพกราฟิกส่วนใหญ่ที่แสดงถึงความเป็นประเทศอังกฤษ มักเป็นภาพที่เกี่ยวกับ ประเพณีและความเป็นจักรวรรดิ (tradition and Empire stereotype) เช่น ภาพหมวกตำรวจอังกฤษ บ้านแบบ Tudor Spencer มีความต้องการที่จะอธิบายว่า ณ เวลาปัจจุบัน ภาพของความเป็นเอกลักษณ์ของคน

อังกฤษได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ภาพที่เป็นตัวแทนของความเป็นปัจจุบันอาจจะได้แก่ ภาพกล้องสอดแนม (security camera) ที่มักติดอยู่ตรงมุมถนน หรือภาพ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

Spencer จึงได้แสดงขั้นการพัฒนาจากภาพของความเป็นอังกฤษในอดีต จนมาถึงยุคปัจจุบัน โดยแบ่งขั้นการพัฒนาออกเป็น 3 ระดับ เพราะฉะนั้นในภาพชุดซึ่งแสดงพัฒนาการดังกล่าว แล้วนำไปจัดวางในlayout ของแป้นพิมพ์คีย์บอร์ด

The Graphic Score โดย Paolo Faoro Brazilian

พัฒนา และออกแบบ ระบบในการเขียน score เพลงที่มีเนื้อร้อง ที่นอกเหนือจากการใช้วิธีการ การบันทึกตัวโน้ตปกติที่มีมาแต่ดั้งเดิม โดยความสนใจของ Faoro มุ่งไปที่การพัฒนาระบบการบันทึกทั้งโน้ตเพลงในบรรทัดห้าเส้นพร้อมทั้งคำร้องและวิธีการเขียนการร้องและการเอื้อนตามวลีต่างๆที่ปรากฏอยู่ในเพลง (phrasing for vocal performance) ความยาวของตัวโน๊ต (duration) การรักษาระดับเสียงตัวโน๊ต (pitch) เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักดนตรี และนักร้องหรือผู้อ่านคนอื่นๆ Faoro ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการใช้สัญลักษณ์ในระบบการเขียนตัวอักษร (typographic score) การนำสี เส้นและรูปร่าง (shape) เข้ามาช่วยเพื่อสร้างความชัดเจนในการเขียนโน้ตเพลงที่มีเนื้อร้อง งานวิจัยและพัฒนาชิ้นนี้เป็นความพยายามในการแก้ปัญหาในเรื่องการสื่อสารด้วยภาพ และสัญลักษณ์ที่สำคัญ (visual communication)

A Phonetic System โดย Anna Plucinska Information designer

ออกแบบ "Fonik" font ซึ่งเป็นความพยายามค้นคว้าพัฒนา ฟอนต์ เพื่อช่วยในการเขียน phonetic สำหรับการออกเสียงคำในภาษาต่างๆ

Plucinska ศึกษาระบบการเขียน ของวิธีการออกเสียงสากลที่มีอยู่ (International Phonetic Alphabet) ที่นักภาษาศาสตร์ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน เขาได้วิเคราะห์ถึงข้อดีข้อเสีย เพื่อนำมาทดลองพัฒนาเพื่อให้ได้ระบบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จนในที่สุดได้ระบบที่มีลักษณะคล้ายตัวอักษรภาษาอังกฤษ และได้ผ่านการทดลองใช้จากผู้เชี่ยวชาญทางภาษา

Temporarlity in Bram Stoker's Dracula โดย Sarah Backhouse (Book designer)

การออกแบบหนังสือ นิยายเรื่อง Dracula โดยทดลองใช้กราฟิกประเภทต่างๆ ประกอบเนื้อเรื่องที่เป็นตัวหนังสือโดย กราฟิกจะ แสดงถึง เวลา ในเรื่อง ที่เปลี่ยนไปมา ระหว่างกลางคืนและกลางวัน

European Postage stamp Design โดย Fintan McCarthy Irish

การออกแบบแสตมป์มาตรฐานสำหรับกลุ่มประเทศยุโรป

Language and Text โดย Paul McNeil

การวิเคราะห์ ระบบ วิธีการเขียน ตัวอักษรภาษาอังกฤษ ทดลองให้อยู่ในรูปแบบงานกราฟิก

องค์ความรู้ทางศิลปะและการออกแบบ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า รวบรวม องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการสร้างงานศิลปะและงานออกแบบ จากตำราที่ใช้กันแพร่หลาย ทั้งในสาขาวิชาประเภท วิจิตรศิลป์ ทัศนศิลป์ และการออกแบบ นิเทศศิลป์ ผู้วิจัยได้พบว่า โดยแก่นของเนื้อหา เป็นการอธิบายใน องค์ความรู้ ที่มีความใกล้เคียงกัน แต่แตกต่างกันในเรื่องของ การเรียบเรียงเนื้อหา การจัดหมวดหมู่ ชื่อที่ใช้เรียก หรือในรายละเอียดปลีกย่อย ตำราที่ใช้ในการเรียนการสอน หรือการทำงาน ทัศนศิลป์ เป็นการอธิบาย องค์ประกอบและหลักการทางทัศนศิลป์ เพื่อใช้ทั้งใน การทำงานศิลปะและการทำงานออกแบบ ตัวอย่างที่แสดงในตำรา ส่วนใหญ่ จะเป็น งานประเภท จิตรกรรม และประติมากรรม ของศิลปินหรือ ผู้สร้างงานศิลปะที่มีชื่อเสียงของโลกในอดีต ตำราประเภทนี้ มีผู้เขียนและแปลไว้หลายต่อหลายท่าน รวมทั้งหาอ่านได้ง่ายเนื่องจากมีแพร่หลายอยู่ทั่วไป ส่วนตำราที่ใช้ในการเรียนการสอน หรือการทำงานประเภทงานออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานออกแบบกราฟิกโดยตรง มีผู้เขียนอยู่ไม่มาก โดยเล่มที่ได้รับการใช้กันแพร่หลาย แต่งและเรียบเรียงโดย Wucious Wong ซึ่งเป็น นักออกแบบ และนักวิชาการ ในแขนงวิชาการออกแบบซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง โดยเนื้อหา จะเป็นการมุ่งเน้นการทำงานออกแบบสองมิติ (Two Dimensional Design) หรืองานกราฟิก มีการ อธิบายและเรียบเรียงอย่างเป็นระบบบนพื้นฐานของหลักเหตุและผล และยังมีการบรรยายละเอียดถึงเทคนิควิธีการที่ใช้ในการออกแบบสองมิติที่พบในงานออกแบบร่วมสมัย อย่างไรก็ดี Wucious Wong ยังได้เขียนตำราการออกแบบ สามมิติ (Three Dimensional Design)รวมทั้ง ตำราที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสีและการออกแบบโดยตรง (Color Design)

Nathan Goldstein ได้แต่งตำราที่เกี่ยวกับองค์ประกอบและหลักการทางทัศนศิลป์ รวมทั้งได้เขียนหลักการ การจัดวางองค์ประกอบ ที่น่าสนใจ รวมไว้ใน หนังสือชื่อ Design And Composition โดยมีเนื้อหาโดยสังเขป ดังนี้

1 การออกแบบและการจัดองค์ประกอบ (Design and Composition) โดยกล่าวถึงหลักการในการจัดองค์ประกอบศิลป์ ซึ่งในตำราบางเล่มอาจเรียกว่า หลักการทัศนศิลป์ (Visual Principle) โดยคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

ดุลยภาพ (Balance)

ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetrical Balance)

ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance)

การสร้างจุดสนใจ (Emphasis/ Focal point)

ความเรียบง่าย (Simplicity)

การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบ (Hierarchy)

เอกภาพ (Unity)

ความหลากหลาย (Variety)

จังหวะและความเคลื่อนไหว (Rhythm & Movement)

2 องค์ประกอบทางทัศนศิลป์ (Visual Elements) ได้แก่

เส้น (Line)

เส้นร่าง (Diagramatic Line)

เส้นแสดงโครงสร้างหยาบๆ (Structural Line)

ลายเส้นอิสระที่เกิดจากฝีมือมนุษย์ (Calligraphic Line)

เส้นรอบรูป (Delineating Line)

เส้นนัยและเส้นจริง (Lost & Found Line)

รูปร่าง (Shape)

รูปเรขาคณิต (Geometric)

รูปร่างธรรมชาติ (Organic)

รูปร่างเชิงบวกและลบ (Positive & Negative)

น้ำหนักแสงเงา (Value)

มวลและปริมาตร (Volume)

พื้นที่และบริเวณ (Space)

มิติที่เกิดจากการวางทับซ้อนกัน (Overlapping)

การสร้างมิติโดยการไล่น้ำหนัก (Gradient/Atmospheric)

การแสดงทัศนียภาพ (Perspective)

การเขียนภาพฉายในลักษณะต่างๆ Linear Perspective, Oblique, Isometric projection

คุณลักษณะของพื้นผิว (Texture)

ลักษณะพื้นผิวที่สัมผัสได้จริง (Tactile Texture)

ลักษณะพื้นผิวทางสายตา (Visual Texture)

สี (Color)

วงจรสี (Color Wheel)

สีคู่ตรงข้าม (Complimentary)

สีสามเส้า (Triadic)

สีร้อนและสีเย็น (Warm & Cool)

3 ปัจจัยเสริมในการจัดวางองค์ประกอบ (Compositional Factors)

ปฏิสัมพันธ์และแรงผลักดันระหว่างองค์ประกอบ (Tension & Interactivty)

4 โครงสร้างและรูปแบบการจัดองค์ประกอบ (Compositional Structures)

ลักษณะการจัดองค์ประกอบโดยใช้ตาราง (Grid)
ลักษณะการจัดองค์ประกอบตามแนววงกลม (circle)
การจัดองค์ประกอบแบบสามเหลี่ยม (Triangle)
การจัดองค์ประกอบแบบข้าวหลามตัด (Diamond)
ลักษณะการจัดองค์ประกอบโดยเน้นตำแหน่งกลางภาพ (Central Location)
ลักษณะการจัดองค์ประกอบที่มีศูนย์กลางสองตำแหน่ง (Two Centers)
การจัดองค์ประกอบแบบสะพานเชื่อม (Bridge)
การจัดองค์ประกอบโดยสร้างคานยื่นออกมาจากกรอบภาพ (Cantilever)
การจัดองค์ประกอบแบบที่มีจุดสนใจทั่วชิ้นงาน (Even Spread)
รูปแบบการจัดองค์ประกอบแบบแผ่รัศมี (Radial Burst)
การเน้นเส้นทแยงมุม (Emphasis on Diagonality)
การเน้นเส้นแนวนอน (Emphasis on Horizontality)
การเน้นเส้นแนวตั้ง (Emphasis on Verticality)
การเน้นเส้นโค้ง (Curvilinear Dominant)

Wucious Wong ได้อธิบายถึงองค์ประกอบการออกแบบสองมิติ (Two Dimensional Design) โดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1 องค์ประกอบในเชิงแนวความคิด (Conceptual Elements)

จุดคือองค์ประกอบของภาพที่เล็กที่สุด การลากเส้นระหว่างจุดสองจุดทำให้เกิดเส้น การประกอบเส้นเข้าด้วยกันทำให้เกิดระนาบ (Plane) และเมื่อจัดวางแผ่นระนาบเข้าด้วยกันจะเกิดรูปทรงที่มีมิติและปริมาตร (Volume)

2 องค์ประกอบทางทัศนาการ (Visual Elements) แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่

2.1 รูปร่าง (Shape) แบ่งออกเป็น

รูปร่างเรขาคณิต (Geometric)
รูปร่างธรรมชาติ (Organic)
รูปร่างอิสระที่เกิดจากฝีมือมนุษย์ (Calligraphy)

รูปทรง (Form) แบ่งออกเป็น

รูปทรงรูปธรรม (Representational)
รูปทรงธรรมชาติ (Natural)
รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made)

ตัวอักษร (Verbal)

รูปทรงนามธรรม (Abstract)

จำนวนของรูปทรง แบ่งออกเป็น

รูปทรงเดี่ยว (Singular)

รูปทรงมากกว่าสองจำนวนขึ้นไป (Plural)

กลุ่มรูปทรง (Compound)

รูปทรงเดี่ยวที่เกิดจากรูปทรงย่อยจำนวนมาก (Unit form)

รูปทรงที่เกิดจากการรวมกันของรูปทรงเดี่ยว (Super unit)

2.2 **ขนาด** (Size)

ความเล็กใหญ่เพื่อแสดงสัดส่วนระหว่างองค์ประกอบ (Proportion)

2.3 สี (Color)

สีเอกรงค์ (Monochrome)

สีคู่ตรงข้าม (Complimentary)

สีสามเส้า (Triad)

Red Yellow Blue (Major Triad)

Violet Orange Green (Minor Triad)

การไล่ระดับสีแท้ (Hue Gradation)

การไล่ระดับน้ำหนักอ่อนแก่ของสี (Value/Tone Gradation)

การไล่ระดับความเข้ม ความจัดความหม่นของสี (Saturation/ Chroma Gradation)

2.4 คุณลักษณะของพื้นผิว (Texture)

ลักษณะพื้นผิวที่สัมผัสได้จริง (Tactile Texture)

ลักษณะพื้นผิวทางสายตา (Visual Texture)

3 องค์ประกอบที่ว่าด้วยเรื่องความสัมพันธ์ (Relational Elements)

3.1 ตำแหน่ง (Position) การจัดวางองค์ประกอบ

3.2 ทิศทาง (Direction)

3.3 พื้นที่/ บริเวณ (Space)

พื้นที่ที่มีและไม่มีสีครอบครอง (Positive/Negative)

พื้นที่ที่ดูราบเรียบและดูมีมิติ (Flat/Illusive)

บริเวณที่มีความสับสนขัดแย้งของมิติ(Ambiguous/Conflict)

3.4 แรงดึงดูด (Gravity)

แรงดึงดูดที่เกิดขึ้นจริงในงานสามมิติ (Real Gravity)

แรงและปฏิสัมพันธ์ในงาน (Visual Gravity)

4 องค์ประกอบในการนำไปใช้งาน (Practical Elements)

ความเป็นรูปธรรมของงาน (Representational)

ความหมายที่ถูกถ่ายทอดหรือนำเสนอ (Meaning)

หน้าที่และประโยชน์ใช้สอยในการบรรลุวัตถุประสงค์ (Function)

เทคนิคการออกแบบ

1 การทำซ้ำ (repetition) เป็นเทคนิคการออกแบบที่ง่าย มีลักษณะของการทำซ้ำ ของรูปร่าง ขนาด สี ลักษณะพื้นผิว ทิศทาง ตำแหน่ง บริเวณ หรือการทำซ้ำเพื่อสร้างกลุ่มรูปทรง (unit forms) เป็นวิธีการออกแบบที่พบอยู่ทั่วไป

2 การสร้างความลดหลั่น (gradation) เป็นวิธีการออกแบบ ที่คล้ายกับการทำซ้ำ หากแต่จะลดหลั่นสิ่งที่ซ้ำอย่างมีระบบ ในบางกรณีจะใช้ตาราง (grid) เข้าช่วยในการสร้างการลดหลั่น

3 การสร้างจุดสนใจด้วยการเพิ่มความหนาแน่น (concentration) เป็นเครื่องช่วยในการสร้างความน่าสนใจให้กับงาน แต่ต้องเป็นงานที่มีรายละเอียดหรือองค์ประกอบจำนวนมากชิ้น บางกรณีอาจจะอาศัยใช้ตาราง (grid) เข้าช่วย มีหลายลักษณะเช่น

การสร้างความหนาแน่นในทิศทางเข้าหาจุดศูนย์กลาง (toward a point)

การสร้างความหนาแน่นในทิศทางออกจากจุดศูนย์กลาง (away from a point)

การสร้างความหนาแน่นในทิศทางเข้าหาแนวเส้น (toward a line)

การสร้างความหนาแน่นในทิศทางออกจากแนวเส้น (away from a line)

การสร้างความหนาแน่นแบบไร้ทิศทางทิศทาง (free concentration)

4 การสร้างจุดสนใจด้วยความแปลกปลอม (anomaly) งานออกแบบที่ดีต้องมีจุดสนใจ เพื่อเป็นการสร้างสิ่งสนใจ และลดความเรียบ (monotone/ regularity) ให้กับชิ้นงาน ทำได้ด้วยการปรับแต่ง งานในเรื่องเหล่านี้ เช่น รูปร่าง ขนาด สี ลักษณะพื้นผิว ทิศทาง ตำแหน่ง บริเวณ ให้มีความแตกต่างไปจากกลุ่มใหญ่ในชิ้นงาน

5 ภาพรัศมีวงกลม (radiation) เป็นลักษณะ โครงสร้างภาพแบบวงกลมอาจมีจุดศูนย์กลางได้มากกว่าหนึ่งแห่ง จุดศูนย์กลางอาจเป็นพื้นที่เปิดหรือปิด เส้นรัศมีเป็นได้ทั้งเส้นโค้งและเส้นตรง แบ่งเป็น 3 ลักษณะใหญ่ได้ดังนี้

วงกลมที่มีเส้นรัศมีลากออกมาจากจุดศูนย์กลางในทุกทิศทาง(Centrifugal)
วงกลมที่มีเส้นโครงสร้างรูปวงกลมล้อมรอบจุดศูนย์กลาง(Concentric)
วงกลมที่ประกอบด้วยเส้นโครงสร้างพุ่งสู่ศูนย์กลาง(Centripetal)

6 ความคล้ายคลึง (similarity) คล้ายกับการทำซ้ำทุกประการแต่แตกต่างกันตรงที่ในแต่ละองค์ประกอบจะมีความไม่เหมือนกัน แต่จะมีความคล้ายใกล้เคียงกัน ผลที่ได้จะทำให้งานแลดู เป็นธรรมชาติ (natural caused by imperfection) ไม่เหมือนเครื่องจักร (non-machine)

องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์

ในบริบทที่เกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ มีผู้ที่ให้ความเห็นไว้หลากหลายรูปแบบ ทั้งในเรื่องของการสร้างแนวความคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสม (conceptual thinking) เทคนิควิธีการออกแบบสร้างตราสัญลักษณ์ (graphic technique) และข้อควรคำนึงถึงในการประเมินตราสัญลักษณ์ (criteria)

Pat Matson Knapp ได้รวบรวมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ได้เสนอข้อสรุปไว้ว่า การสร้างหรือพัฒนา ตราสัญลักษณ์ ที่ดีจะต้อง คำนึงถึง มาตรฐานทั้ง 10 ด้าน อันได้แก่

1 Visibility ความสามารถในการมองเห็น ตราสัญลักษณ์ต้องมีความชัดเจน มองเห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

2 Application การประยุกต์ นำไปใช้ได้กับสื่ออื่นๆ เนื่องจากว่า ตราสัญลักษณ์ เป็นงานออกแบบที่ มักเป็นส่วนประกอบ ของ สื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ นามบัตร หัวกระดาษ หัวจดหมาย เอกสารและใบสำคัญต่างๆ และสื่ออิเล็คทรอนิกส์ เช่น หน้า web page หรือแม้กระทั่ง ป้ายต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร รวมทั้งงานโฆษณาประชาสัมพันธ์นานาประเภท

3 Distinctive เอกลักษณ์ ความแตกต่าง และ ความโดดเด่น ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์ขององค์กรประเภทเดียวกัน และองค์กร ประเภทอื่น การใช้สี เทคนิควิธีการ และลักษณะสไตล์ของภาพจะเป็นเครื่องช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์

4 Simplicity, Universality ความเรียบง่าย และเป็นที่เข้าใจง่ายสำหรับคนทั่วไป สัญลักษณ์ที่ดีไม่ควรมีรายละเอียดของภาพที่ซับซ้อนจนเกินไป และควรจะเป็นภาพที่สามารถทำความเข้าใจได้ไม่ยาก ในทุกเพศทุกวัย หรือทุกเชื้อชาติ

5 Retention, (small mind game?) การเล่นเกมส์กับผู้ที่พบเห็น หรือผู้ที่พยายามทำความเข้าใจภาพ ถึงแม้ว่า สัญลักษณ์ที่ดีไม่ควรจะหยุดผู้ดูให้คิดนาน หากแต่การสร้างภาพให้ผู้คนได้ใช้ความพยายามในการมอง การแปลหรือตีความหมาย จะช่วยสร้างความประทับใจ ให้เกิดขึ้นกับองค์กร

6 Color, must work in B/W for faxing การใช้สี ความชัดเจนถ้าต้องพิมพ์หรือทำสำเนาเป็นขาวและดำ น้ำหนักของสี (value/ tone) เป็นเรื่องสำคัญมาก โดยปกติแล้ว ถ้า ตรา

สัญลักษณ์มีสีที่มีความสว่างมาก เช่น สีเหลืองหรือขาว โดยที่ไม่มีสีอื่นเป็นส่วนประกอบ ในการทำสำเนาหรือการส่งโทรสารที่มีตราสัญลักษณ์นั้นเป็นส่วนประกอบอยู่ อาจทำให้เกิดปัญหาของเอกสารที่ไม่มีความชัดเจน

7 Descriptiveness การบอกได้ถึง company's nature and aspect ตราสัญลักษณ์ที่ดีควรบอกคนดูได้เป็นนัยของ ชนิด ลักษณะหรือธรรมชาติของธุรกิจขององค์กรนั้นๆ

8 Timelessness, classic ตราสัญลักษณ์ที่ดี จะต้องสามารถเข้ากันได้กับทุกยุคทุกยุคสมัย หรืออยู่ได้นาน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์เกิดขึ้นได้ไม่บ่อย การเปลี่ยนแปลงแต่ละทีส่งผลต่อภาพลักษณ์

9 Modularity ความสามารถในการปรับใช้ในสื่อประเภทต่างๆ

10 Equity อายุสำหรับการใช้งาน ความสามารถในการจดจำของผู้คน

ลักษณะของ สัญลักษณ์ (type of logo, mark)

1 Descriptive mark สัญลักษณ์ที่สามารถแสดงได้ถึง ลักษณะธุรกิจขององค์กร relates product service

2 Symbolic mark สัญลักษณ์ที่มี ภาพเป็นเครื่องหมาย

3 Typographic mark สัญลักษณ์ที่มี ตัวอักษร เป็นเครื่องหมาย

เหตุผลของการเปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์

1 New CEO ประธานบริษัทคนใหม่ และนโยบายที่เปลี่ยนแปลงไป

2 Financial reasons เหตุผลทางการเงิน

3 Prospective analysis of the market การทำนายและการวิเคราะห์ตลาด

4 Mergers การรวมกันของบริษัท

ลักษณะเทคนิคการออกแบบตราสัญลักษณ์อันเป็นที่นิยม (Aspect of Popular logo)

1 Figure and Ground การใช้ shape และ พื้นที่ positive และ negative

2 Interactivity to viewer ภาพที่สามารถทำให้ผู้ดูมีส่วนร่วมในการตีความ ภาพและความหมาย

3 Unit form ลักษณะภาพที่เกิดจากการทำซ้ำ (repetition) ของ sub unit

4 Line expression ภาพที่มีองค์ประกอบของการใช้เส้นที่มีความหนามาจัดเรียงซ้ำกันหรือลดหลั่น

อารมณ์ในงานออกแบบ (mood & tone in design)

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับงานออกแบบที่ประสบความสำเร็จ นอกเหนือจากการมีแนวความคิดที่สร้างสรรค์ การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดี รูปภาพที่น่าประทำใจ นักออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึง การสอดแทรก อารมณ์ ลักษณะบุคลิก เข้าไปในผลงาน เพราะโทนของงานเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ (look, image) ขององค์กร

อารมณ์ของงาน สามารถสังเกตได้ตั้งแต่ รูปลักษณ์ภายนอก (The Look) อันได้แก่ ลักษณะของรูปทรง และการเลือกใช้วัสดุ ตัวอย่าง เช่น เครื่องคั้นน้ำผลไม้ Juicy Salif ผลงานการออกแบบของ Phillip Starck ซึ่งเป็นนักออกแบบที่มีชื่อเสียงตั้งแต่ครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 พิจารณาจากรูปลักษณ์ภายนอกทั้งในเรื่องของ รูปทรง และ วัสดุ แฝงไว้ด้วย ความล้ำสมัย ความกล้าคิด (Edgy)และ ความเป็นตัวของตัวเองสูง

สี (Color Attribute) ก็เป็นสิ่งหนึ่งที่สร้างอารมณ์ให้แก่ผู้พบเห็น ซึ่งเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปถึงคุณสมบัติของสีในการสร้างหรือสะท้อนอารมณ์ใดอารมณ์หนึ่ง สังเกตได้จากการสร้างงานทัศนศิลป์ จิตรกรทั้งในอดีตและปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับการสร้างอารมณ์ให้แก่ภาพด้วยสี การกำหนดโครงสีให้สัมพันธ์กับหลักจิตวิทยา ตัวอย่าง เช่นผลงาน สไตล์ Constructivism ที่นิยมใช้สีแดงและดำ เพื่อสะท้อน ความเด็ดขาดของระบอบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ โทนสี Pastel บางเบา สบายตา ในงานของ Degas และ Renoir ในสไตล์ Impressionism ที่สะท้อนสังคม และลักษณะชีวิตในกรุงแพรีส เมื่อช่วงเวลาปลายศตวรรษที่ 19

ในชีวิตประจำ วันของการทำงานของนักออกแบบ หลายต่อหลายครั้งที่บทสนทนาระหว่าง ผู้จ้างงานและนักออกแบบ เป็นการพูดถึงเรื่อง อารมณ์ของชิ้นงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานออกแบบกราฟิก เช่น การออกแบบตราสัญลักษณ์ นามบัตร หรือ Web Page นักออกแบบอาจได้รับโจทย์ที่เปิดกว้างในเรื่องของการกำหนดแนวความคิด หากแต่อาจจะถูกจำกัดในเรื่องของอารมณ์ ทิศทางของงาน โดยลูกค้าหรือผู้จ้างงานอาจใช้คำพูดในลักษณะที่ว่า ต้องการงานที่ดูแล้ว เป็นทางการ งานที่ดูสนุกสนาน งานที่ดูสบายตา งานที่เห็นชัดเจนเตะตา หรืองานที่ดูยั่วยวนผู้พบเห็น เป็นต้น ดังนั้นการสร้าง บุคลิก อารมณ์ ให้งานออกแบบจึงเป็นภาระอย่างหนึ่งที่สำคัญของนักออกแบบ ที่ไม่สามารถมองข้ามได้

ในการออกแบบพาณิชย์ศิลป์โดยทั่วไป คำว่า การกำกับศิลป์ (Art Direction) น่าจะเป็นคำนิยาม จำกัดความ ในการกำหนด ทิศทาง อารมณ์ และองค์ประกอบของชิ้นงานมากที่สุด ซึ่งเป็นการสร้างแนวทาง การใช้สี รูปแบบและรายละเอียดโดยรวมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตัวอย่างเช่นในวงการภาพยนตร์ที่มีการแบ่งประเภทออกเป็นแนวต่างๆ เช่น ภาพยนตร์สืบสวนสอบสวน (Suspense/ Thriller) ภาพยนตร์รักเบาสมอง (Romantic Comedy) ภาพยนตร์ย้อนยุค (Period) ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้กำกับศิลป์เป็นผู้ร่วมกันกำหนด องค์ประกอบฉาก เครื่องแต่งกาย โทนสี ให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่องและอารมณ์ในแต่ละฉาก และโดยภาพรวมของ

ภาพยนตร์ ซึ่งการสื่อถึงสิ่งต่างๆเหล่านี้มีความเป็นสากล ดังจะเห็นได้จาก การใช้โทนสีมืด หรือ ดำ (Film Noir)ในภาพยนตร์สืบสวนและภาพยนตร์สยองขวัญส่วนใหญ่

เช่นเดียวกับเสื้อผ้าที่มีการออกแบบให้เหมาะกับ อารมณ์ที่หลากหลายสำหรับทุกๆ โอกาส อารมณ์ในงานออกแบบกราฟิกก็ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ใกล้เคียงกัน โดยอารมณ์ และบุคลิกของงานอาจเปรียบได้กับ ความหลากหลายของชนิดของเสื้อผ้า เช่นงานกราฟิกที่เป็นทางการ อาจเปรียบได้กับเสื้อผ้าที่ดูเป็นทางการ (Official) กราฟิกที่ดูสบายตา เปรียบเหมือน ชุดลำลองที่ใช้ในวันพักผ่อน (Casual) งานออกแบบที่ใช้สีสด ฉูดฉาด เตะตา เปรียบเสมือน ชุดกีฬา (Sporty) งานกราฟิกที่มีอารมณ์นุ่มนวล อ่อนหวาน สีชมพูอ่อน อาจเปรียบเข้ากับชุดผ้าลูกไม้สตรี (Feminine) เป็นต้น

องค์ประกอบในการสร้างอารมณ์ในงานออกแบบกราฟิก ไม่ได้อยู่ที่การกำหนด จานสี (Pallete)หรือโครงสี (Color Tone) แต่เพียงเท่านั้น ยังมีองค์ประกอบอื่นที่ช่วยเพิ่ม ผลักดันอารมณ์ที่ต้องการจะสื่อให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น องค์ประกอบที่ว่านี้ได้แก่

การเลือกใช้ชนิดตัวอักษร (Font Style) ในงานที่ต้องการความเป็นทางการมักใช้ตัวอักษรที่มีหัว (Serif) มีสัดส่วนรูปร่างที่อ่านออกง่าย เห็นได้ชัด ในทางตรงกันข้าม ตัวอักษรที่ไม่มีหัว หรือขา (Sans-Serif) เหมาะกับงานที่ดูทันสมัย และไม่เป็นทางการ ส่วนงานที่ต้องการอารมณ์ที่นุ่มนวลควรพิจารณาตัวหนังสือแบบตัวเขียน (Script) ซึ่งโดยมากพบในงานที่มีอารมณ์หวาน (Feminine)

ลักษณะการจัดหน้า (Layout Style) การใช้ตาราง Grid (Swiss Style) รวมทั้งการจัด Row และ Column เข้ามาช่วยในการออกแบบ จะทำให้งานแลดูเป็นระเบียบ ช่วยทำให้ง่ายต่อการอ่านต่อการทำความเข้าใจข้อมูล และมีความเป็นทางการสูง ส่วนการจัด Layout ที่มีลักษณะอิสระ ดูได้ทุกทิศทาง คล้ายภาพปะติด (Collage/ Unconventional) ดังเช่นที่ได้รับอิทธิพลจาก งานศิลปะแบบ Futurism และ Dadaism เป็นลักษณะงานที่พบเห็นได้ในงานร่วมสมัย (Modern/ Trendy) ซึ่งโดยส่วนใหญ่มี วัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะภาพประกอบ (Image Style) รูปถ่าย (Photograph)ให้อารมณ์ของความจริงจัง (Seriousness) พบได้ในงานออกแบบประเภทหนังสือขององค์กรที่ต้องการเสนอภาพลักษณ์ความจริงและจริงใจในสินค้าและบริการของตน
รูปถ่ายที่ถูกจัดอยู่ในลักษณะ Photo-Montage ให้อารมณ์ของความทันสมัย ส่วนภาพประกอบแบบภาพวาด (Illustration) มักให้อารมณ์ที่ไม่เป็นทางการ มีความลำลอง (Casual) อ่านแล้วเข้าถึงได้ง่ายทุกเพศทุกวัย

ลักษณะวัสดุ (Material Feature) งานออกแบบกราฟิกหรือบรรจุภัณฑ์บางชนิด อาจใช้วัสดุที่มีความมันวาว หรือใช้กระดาษสีเงิน หรือทอง ซึ่งจะให้อารมณ์ของความมีระดับ โก้หรู (Elegance) และมักมีราคาแพง ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กระดาษจากการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle paper) อาจมีสีสัน รูปลักษณ์ที่ให้อารมณ์แบบใกล้ชิดและห่วงใยธรรมชาติ (Down to Earth)

การให้ความสำคัญกับอารมณ์ในงานออกแบบนั้นไม่ใช่เรื่องใหม่แต่อย่างใด ในการทำงานโฆษณา อารมณ์หรือโทนของงาน (Mood / Tone) เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในลำดับต้นๆ ของการคิดงาน ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และอยู่ในระดับที่ตรงกับ รสนิยมของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า
และการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการดำเนินการศึกษาวิจัยออกเป็น 3 ส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของทฤษฎี semiotics ซึ่งเป็นกรอบทฤษฎี การดำเนินการศึกษาในส่วนแรกจะเป็นการศึกษาวิเคราะห์ ตราสัญลักษณ์ของแต่ละธนาคาร ในบริบทของการออกแบบกราฟิก โดยใช้องค์ความรู้ทางทัศนศิลป์และองค์ความรู้ทางการออกแบบ

การดำเนินการศึกษาในส่วนที่สอง ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามเพื่อทำการ เก็บข้อมูล เพื่อสำรวจถึงความเห็น โดยการแจกแบบสอบถามสำรวจแก่กลุ่มเป้าหมายที่ คละ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ จำนวน 100 คน เพื่อให้ได้มาซึ่ง ผลสะท้อนและความคิดเห็น (feedback) ของประชาชนผู้พบเห็นตราสัญลักษณ์ธนาคารเหล่านี้ ในเรื่องของ การจดจำ (identification) และคุณลักษณะทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สำคัญ (thai bank logo attributes) สำหรับ ตราสัญลักษณ์ขององค์กรประเภทธนาคารของไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ประมวลผลจากโปรแกรม SPSS หลังจากนั้นจะทำการสรุปและอภิปรายผล

การดำเนินการศึกษาในส่วนที่สามซึ่งเป็นส่วนสุดท้าย จะเป็นการศึกษาถึง ความหมายของตราสัญลักษณ์ของแต่ละธนาคาร โดยผู้วิจัยได้ทำการสอบถามและสัมภาษณ์เพิ่มเติมแก่ตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (focus group) จำนวน 20 คนในเรื่องของการตีความหมาย ของตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย ทั้งความหมายในชั้นต้นและความหมายในเชิงลึก (denotative and connotative meaning)

ลักษณะของแบบสอบถาม ในส่วนที่สอง ซึ่งเป็นการถามทั้งในส่วนของข้อมูลทั่วไป (profile) และเป็นการถามเพื่อวัดความสามารถในเรื่องการจดจำ (recognition & identification) ของกลุ่มประชากร แบบสอบถามมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

แบบสอบถามหลัก 1 (Profile & Bank Logo Attributes)

แบบสอบถาม

Thai Bank Logo Design

ข้อมูลส่วนบุคคล

วันที่: .....
ชื่อผู้ให้ข้อมูล..... เพศ .....อายุ.....
ที่อยู่..... โทร: .....

คุณทำงานอาชีพอะไร

นักเรียน / นักศึกษา	1
กำลังว่างงาน	2
ธุรกิจส่วนตัว	3
แม่บ้าน ไม่ทำงาน	4
รับราชการ	5
รับจ้างบริษัทเอกชน	6
อื่นๆ (ระบุ .....)	( )

การศึกษาขั้นสุดท้าย

ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	1
ประถมศึกษา	2
มัธยมศึกษา	3
ประกาศนียบัตร/อาชีวศึกษา/พาณิชย์	4
ปริญญาตรี	5
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	6

รายได้ในปัจจุบันของทุกคนในครอบครัวรวมกันใน1 เดือนตรงกับรายได้ในข้อใด

19,999 หรือน้อยกว่า	( )
20,000 – 24,499 บาท	1
25,000 – 39,999 บาท	2
40,000 – 49,999 บาท	3
50,000 – 59,999 บาท	4
60,000 – 74,999 บาท	5
75,000 หรือมากกว่า	6

คุณเป็นเจ้าของบัญชีหรือเป็นลูกค้าของธนาคารของไทยแห่งใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

ธนาคารกรุงเทพ มหาชน จำกัด	1
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	2
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	3
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	4
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด	5
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	6
ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ จำกัด	7
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	8
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน จำกัด	9
ธนาคารยูโอบี รัตนสิน จำกัด	10
ธนาคารเอเซีย จำกัด	11
ธนาคารธนชาติ	12
ธนาคารออมสิน	13
ธนาคารทหารไทย จำกัด	14

คุณเป็นเจ้าของบัญชีหรือเป็นลูกค้าของธนาคารต่างประเทศแห่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

1.....
2.....
3.....
4.....
5.....
6.....

กรุณาจัดอันดับความสำคัญ ของคุณลักษณะที่เหมาะสำหรับการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ขององค์กรประเภทธนาคาร

เลือกเพียง 5 คุณลักษณะ โดยใส่หมายเลข 1 -5 ซึ่งเป็นการเรียงความสำคัญจาก **มากที่สุด ไปยังน้อยที่สุด** (หมายเลข 1 = สำคัญมากที่สุด และ หมายเลข 5 = ความสำคัญที่น้อยที่สุด)

คุณลักษณะ	**ลำดับความสำคัญ**
รูปทรงเรขาคณิต (geometric shape)	
รูปทรงอิสระ (free-form shape)	
โทนสีร้อน (cool)	
โทนสีเย็น (warm)	
ภาพลักษณ์ที่เป็นทางการ (formal)	
ภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (informal)	
สีสันสะดุดตา (eye catchy)	
โทนสีเดียว (monochrome)	
มีสีมากกว่าหนึ่งสีขึ้นไป (multi-color)	
เรียบง่าย และชัดเจน (simple & clear)	
แสดงรายละเอียด (details)	
ภาพมีเอกลักษณ์ (uniqueness)	
มีความคิดสร้างสรรค์ (creativity)	
บอกได้ถึงลักษณะธุรกิจขององค์กร (business awareness)	

กรุณาใส่ชื่อองค์กรให้สัมพันธ์กับภาพดังต่อไปนี้

ภาพ	ชื่อองค์กร
	
	
	
DBS	
	
	
	
	
	
	
	
ไทยธนาคาร BANKTHAI	
	
	

แบบสอบถามหลัก 2 (Bank Logo Interpretation & Meaning)

เป็น แบบสอบถาม/ สัมภาษณ์ สำหรับตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มบุคคล ในหลายอาชีพ เช่น นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ ผู้ที่ทำธุรกิจส่วนตัว และผู้ที่ทำงานอยู่ในบริษัทเอกชน

ผู้สัมภาษณ์ได้ทำการอธิบายก่อนการสัมภาษณ์ ดังนี้

มนุษย์จะมองภาพภาพหนึ่งแล้วสมองจะตีความในสองระดับ คือ ระดับแรก เป็นความหมายแรกที่นึกถึงเมื่อเห็นภาพ (denotative meaning) และระดับที่สองจะพยายามตีความหรืออธิบายความหมายหมายที่สัมพันธ์หรือนอกเหนือไปจากความหมายในระดับแรก ตามประสบการณ์ของแต่ละคน (connotative meaning) ดังเช่น ภาพ ธงของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งประกอบด้วย วงกลมสีแดงบนพื้นขาว ความหมายแรกที่หลายคนนึกถึง อาจจะเป็น ประเทศญี่ปุ่น และความหมายระดับต่อมา อาจเป็น หยดเลือด หรือ ความรักชาติ เป็นต้น

หลังจากนั้นผู้สัมภาษณ์จะทำการสัมภาษณ์พร้อมกับบันทึกข้อมูล

กรุณาอธิบายการสื่อความหมาย ของตราสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้ (ผู้สัมภาษณ์จะทำการแสดงภาพตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทยที่ละภาพ โดยที่ภาพเป็นภาพสี มีขนาดและสัดส่วนที่ถูกต้องเหมือนจริง) ทั้งความหมายในระดับแรกและความหมายในเชิงลึก พร้อมทั้งระบุชื่อขององค์กรให้สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์

ผลจากการสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อทำการสรุปผลต่อไป ประเด็นที่ได้

ความหมายแรกหรือการตีความเมื่อแรกเห็น (Denotative Meaning) ภาพตราสัญลักษณ์ (Logo Image)

ความหมายสัมพันธ์หรือการตีความในเชิงลึก (Connotative Meaning) ของภาพตราสัญลักษณ์ (Logo Image)

การระบุชื่อขององค์กร (Corporate Identification)

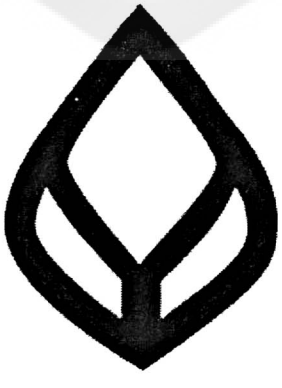
image	denotation	connotation	identification
			
			
			
DBS			
			
			
			
			
			
			
			
ไทยธนาคาร BANKTHAI			
			
			

การวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ในบริบทของการออกแบบกราฟิก

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และประมวล องค์ความรู้ทางการออกแบบและองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยการศึกษาวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทยจะเป็นการวิเคราะห์ในประเด็นดังต่อไปนี้นี้

สี (color)
รูปทรง (form)
ลักษณะทางเทคนิคของภาพ (graphic technique)
การจัดวางองค์ประกอบ (relational design element)
ความสามารถในการมองเห็น (Visibility)
การประยุกต์ นำไปใช้ (Application)
เอกลักษณ์ (Distinctive)
ความเรียบง่าย (Simplicity, Universality)
การเล่นกับผู้ที่พบเห็น สนุกในการขบคิด (Retention) (small mind game?)
ความชัดเจนของการใช้สี (Color, must work in B/W for faxing)
การบ่งบอกถึงธรรมชาติของธุรกิจขององค์กร (Descriptiveness)
ความสามารถเข้ากันได้กับยุคสมัย (Timelessness, classic)
ความสามารถในการปรับใช้ในสื่อประเภทต่างๆ (Modularity)
อายุการใช้งาน (Equity)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



สี เป็นหนึ่งในแม่สีคือ สีน้ำเงินเข้ม ลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome) ทั้งนี้ไม่นับพื้นที่สีขาว

เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment)

รูปทรง มีที่มาจากรูปทรงธรรมชาติ (natural form) คล้ายดอกบัวตูม ได้รับการออกแบบอย่างละเอียดถี่ถ้วน ขนาดของเส้นมีความเท่ากันตลอดทั้งรูป สัดส่วนต่างๆ ผ่านการคำนวณ ซึ่งเป็นการคำนึงถึงความงดงาม

รูปทรงมีความสมมาตร เท่ากันทุกประการของทั้งสองด้านหากพับครึ่งในแนวตั้งโดยใช้จุดศูนย์กลางของรูปทรงเป็นรอยพับ ขนาดและสัดส่วนสวยงาม

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน (good visibility) ตัดทอนรายละเอียดออกจนเหลืออยู่แต่เส้นหรือ shape ที่สำคัญ เส้นรอบรูปเป็นพื้นที่ positive ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มีความเรียบง่าย (simplicity) แม้จะถูกใช้มาเป็นเวลานานแต่ก็ยังดูร่วมสมัย (classic)

มีปัญหาในการวางตราสัญลักษณ์ลงบนพื้นสีเข้ม จะทำให้ สีจม (receding) ลงในพื้นหลัง (background)

ภาพดอกบัวหลวง เป็นภาพที่มีเอกลักษณ์สูง มีความหมายในเชิงบวกตามความเชื่อในวัฒนธรรมไทยและมีความสัมพันธ์กับพุทธศาสนา เป็นภาพที่แปลกต่อผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมตะวันตก

เป็นภาพที่มีการตัดทอนรายละเอียดได้ดี คงเหลือไว้แต่เส้นที่สำคัญ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีภาพลักษณ์แบบทางการ สะอาดชัดเจน (clean design)

เอกลักษณ์จากการใช้ภาพดอกบัวหลวง ที่มีความหมายที่ดี ตามความเชื่อในวัฒนธรรมไทยซึ่งมีผู้คนเข้าใจความหมายของภาพได้ดีในระดับหนึ่ง

เป็นตราสัญลักษณ์ที่เรียบง่าย มีภาพหลักภาพเดียว และมีสีเดียว

ไม่มีลักษณะการเป็นภาพที่ต้องขบคิด หรือต้องใช้เวลาในการตีความหมาย

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ไม่มีปัญหาหากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสาร ภาพดอกบัวหลวง ไม่แสดงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ สถาบันการเงิน เงินตรา

มีอายุการใช้งานมานาน แต่ดูร่วมสมัย (contemporary) ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้รับการปรับปรุงน้อยมาก เช่นปรับแต่งสีน้ำเงินให้เข้มขึ้น

ธนาคารกรุงไทย บมจ. จำกัด



สี เป็นหนึ่งในแม่สีคือ สีน้ำเงินเข้ม ลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome) โดยไม่นับพื้นที่สีขาว ซึ่งทำหน้าที่เป็นรูปภาพ นกวายุภักษ์ (active space)

เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment)

รูปทรง มีที่มาจากรูปทรงธรรมชาติ (natural form) เป็นรูปนกวายุภักษ์ การออกแบบรูปเป็นการใช้เส้นแบบอิสระ ขนาดและสัดส่วนสวยงาม รูปทรงมีความสมมาตรสวยงาม น้ำหนักอยู่ตรงกลางภาพ

แม้ว่า พื้นที่สีขาวหรือพื้นที่ negative จะเป็นบริเวณของภาพที่แสดงความหมายที่เป็นตัวนกวายุภักษ์ การใช้ฉากหลังที่มีสีเข้มรูปวงกลมช่วยทำให้ มีความชัดเจนของตรามากขึ้น

ภาพนกวายุภักษ์ มีความเป็นเอกลักษณ์สูง (unique) มีกลิ่นของวัฒนธรรมตะวันออกและจากความเชื่อในวรรณคดีไทย ภาพมีความแปลก (exotic)โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต่อผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศตะวันตก

มีการตัดทอนภาพที่แต่เดิมมีรูปร่างที่เป็นลายเส้นอิสระและมีรายละเอียดสูงมาก อาจมีปัญหาในการวางตราสัญลักษณ์ลงบนพื้นสีเข้ม เนื่องจากตราสัญลักษณ์มีสีน้ำเงินเข้ม

ในปัจจุบันมีการปรับปรุงเพิ่มเติม การใช้ตราสัญลักษณ์ในโอกาสต่างๆกัน เช่นการจัดวางตราให้อยู่บนกรอบรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และการเพิ่มเติมแถบสีเขียวอ่อนที่ต้องการสื่อถึงความรวดเร็ว

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีภาพลักษณ์แบบทางการ และประเพณีนิยม (conservative) ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน ทั้งจากการมองในระยะใกล้และไกล

การประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดีจากการที่มีสีที่มองเห็นได้ชัดเจน กอปรกับ ที่มีกรอบวงกลมช่วยแยกตราสัญลักษณ์ให้เด่นขึ้นจากพื้นหลัง

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นเกิดจากการใช้รูปนาวายุภักษ์ ซึ่งเป็นนกที่ปรากฏอยู่ในวรรณคดีไทยหลายเรื่อง

จัดเป็นตราสัญลักษณ์ที่เรียบง่าย มีภาพหลักภาพเดียว และมีสีเดียว

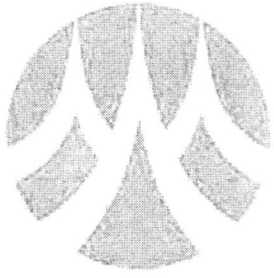
ในการสื่อความหมาย อาจจะยากสำหรับบุคคลทั่วไป ในการที่จะทราบถึงความหมายและความสำคัญของนกวายุภักษ์ อย่างถูกต้องและลึกซึ้ง

ไม่มีลักษณะการเป็นภาพที่ต้องขบคิด หรือพยายามตีความหมาย
เป็นตราสัญลักษณ์ที่ไม่มีปัญหาหากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสาร

ภาพนกวายุภักษ์ เป็นแสดงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ กระทรวงการคลัง เนื่องจากใช้ตารูปนกวายุภักษ์เช่นกัน แต่อาจมีผู้คนเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นที่ทราบในจุดนี้

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีอายุการใช้งานมานาน มีลักษณะการออกแบบตราที่ใช้สำหรับหน่วยงานราชการไทยแบบดั้งเดิม (stereotype) แม้ว่าจะได้รับการปรับปรุงแต่ก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)



เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment) ใช้สีเหลือง ซึ่งเป็นหนึ่งในแม่สี ลักษณะเป็นตรา สัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome) โดยไม่นับพื้นที่สีขาว

พื้นที่สีขาว ทำหน้าที่เป็นภาพ (active space) ที่สื่อถึง พระมหาเจดีย์สามองค์

มีความชัดเจนปานกลาง เนื่องมาจาก สีที่ใช้คือสีเหลือง มีความสว่าง การมองภาพเพื่อทำความเข้าใจ อาจต้องใช้เวลานานกว่า การมอง ภาพที่มีสีเข้ม

มีการตัดทอนภาพพระมหาเจดีย์แบบอยุธยา โดยคงเหลือไว้แต่เส้นรอบรูปและพื้นที่แสดงรูปร่าง ภายใน การเรียงซ้อนกันของเจดีย์ทำให้ภาพเกิดมิติ ความลึก (perspective by superimposition)

ก่อนหน้านี้ ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจนระดับหนึ่ง ในปัจจุบันได้มีการปรับปรุงสีเหลืองให้มีความเข้ม (saturation) และน้ำหนักสี (value) เพิ่มมากขึ้นทำให้เห็นได้ชัดเจนขึ้นมาก สามารถประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดี

เมื่อเทียบกับสัญลักษณ์ของธนาคารด้วยกัน พบว่าสีเหลืองเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของธนาคาร เป็นที่แตกต่างอย่างเห็นได้ชัด

เป็นตราสัญลักษณ์ที่เรียบง่าย เนื่องจากมีการตัดทอนรายละเอียดของภาพที่ซับซ้อน คงเหลือไว้แต่เส้นที่แสดงรูปทรง (contour line)

ในการสื่อความหมาย สำหรับคนไทย การเห็นตราสัญลักษณ์ควบคู่กับคำว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ทำให้เป็นการง่ายในการคิดไปถึงภาพเจดีย์แบบอยุธยา

ไม่มีลักษณะการสร้างเกมส์หรือมุมมองให้ขบคิดในการอ่านหรือในการตีความหมายของภาพ

หากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสาร ตราสัญลักษณ์อาจเลือนราง ไม่ชัดเจนบ้างเนื่องจากสีที่โดยธรรมชาติมีน้ำหนักที่อ่อน

ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์ให้เกี่ยวข้องกับ เงินตรา เลย นอกเหนือจากความสัมพันธ์กับเจดีย์หรือเมือง ในสมัยกรุงศรีอยุธยา

แม้ว่าตราสัญลักษณ์นี้จะถูกใช้มาเป็นเวลานานและไม่ทันสมัย ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมีลักษณะแบบการออกแบบตราที่ใช้สำหรับหน่วยงานราชการไทยแบบดั้งเดิม (stereotype) นอกจากนี้ยังเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีอายุการใช้งานมานาน ผู้คนสามารถจดจำได้ถึงภาพรวมได้

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)



ใช้สี แดงและเขียว ลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีหลายสี (multi color) โดยไม่นับพื้นที่ที่เป็น สีขาว และดำ สีแดงเป็นกรอบลายเส้นรูปวงกลม สีเขียวเป็นบริเวณรูปทรงที่เหมือนต้นไม้ หรือต้นกล้า กลุ่มเส้นโค้งในแนวนอนสีดำที่เปรียบเสมือนพื้นดินหรือผิวน้ำ

เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment) รูปทรงโดยรวมมีลักษณะเป็นเรขาคณิต (geometric) เส้นรอบรูปของพื้นที่สีเขียวที่มีรูปร่างคล้ายกับต้นไม้ มีลักษณะเป็นสันเป็นมุม ไม่มีความอ่อนช้อย

รูปทรงมีความสมดุลเกือบสมมาตร น้ำหนักภาพถ่วงไปทางด้านขวาเล็กน้อย

ตราสัญลักษณ์มี ความโดดเด่นจากสีแดงของกรอบวงกลม และสีเขียวของต้นไม้ซึ่งอยู่ภายใน รูปทรงโดยรวมแม้จะมีองค์ประกอบหลายแห่ง ที่มีความแปลกแยกกัน และไม่เป็นเอกภาพ แต่ ก็ยังแฝงไว้ซึ่ง ความเรียบง่าย และจดจำง่าย

มีความสามารถในการใช้ในสื่อต่างๆ ได้ดี เนื่องจากกรอบวงกลมกลมสีแดง ยกเว้นในกรณีที่นำไปวางไว้ในพื้นสีใกล้เคียงกับสีแดง

ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบกึ่งทางการ มีสีสันที่ดึงดูดสายตา

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ทั้งจากสีและจากรูปทรง ทำให้ง่ายต่อการจดจำ

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน เห็นได้ชัดจากระยะไกล เป็นผลมาจากการใช้คู่สีตรงกันข้าม

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดี

มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากการตัดกัน (contrast/complimentary)

มีความคมชัดในการทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสาร แต่ภาพอาจไม่ชัดเจนในบริเวณกลุ่มเส้นโค้งแนวนอนด้านล่างของภาพ

ตราสัญลักษณ์ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับ เงินตรา หรือ สถาบันการเงิน แต่อาจจะโยงความสัมพันธ์ถึงเรื่องราวที่เกี่ยวกับ เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้

เป็นตราที่มีถูกใช้มาเป็นเวลานาน เป็นที่รู้จักของคนในวงกว้าง แม้ว่าในปัจจุบันจะเปลี่ยนชื่อเรียกธนาคาร ภาษาอังกฤษจาก “thai farmer bank” เป็น “kasikorn bank” แต่ก็ยังคงไว้ซึ่งตราสัญลักษณ์เดิม

ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)



สี เป็นหนึ่งในแม่สีคือ สีแดงเข้ม เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome) โดยไม่นับพื้นที่สีขาว ซึ่งแสดงตัวอักษรไทยและอักษรโรมัน พื้นที่สีขาวเป็นบริเวณที่แสดงความหมาย (active space)

เป็นภาพแนวนอน (horizontal alignment)

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ไม่ได้ใช้รูปทรงอื่นนอกจาก รูปทรงตัวอักษร (verbal form) ลักษณะตัวอักษร (typeface) ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เป็นแบบ ไม่มีหัวหรือฐาน (sans serif) มีความเรียบง่าย อ่านง่าย ภาษาไทยที่เขียนว่า "ไทยธนาคาร" มีขนาดใหญ่กว่าภาษาอังกฤษที่เขียนว่า "BANKTHAI" เป็นตัวพิมพ์ใหญ่อยู่บนพื้นหลังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า วางอยู่ในแนวนอน สีแดงเข้มซึ่งมีส่วนผสมของสีดำอยู่พอสมควร

จุดสนใจของภาพจะมุ่งไปที่กลุ่มตัวอักษรไทย เนื่องจากขนาดที่ใหญ่กว่าและตำแหน่งที่อยู่สูงกว่าอักษรภาษาอังกฤษ

เอกลักษณ์ของธนาคาร เกิดจากการที่เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้ตัวอักษรทั้งไทยและโรมันเป็นองค์ประกอบหลัก ทำให้มีความโดดเด่นแปลกไปจากกลุ่ม รวมทั้ง กรอบสี่เหลี่ยมผืนผ้าสีแดง ก็เสริมสร้างความชัดเจน

การเป็นตราสัญลักษณ์ในลักษณะแนวนอน อาจทำให้เกิด ข้อเสียเปรียบ ในการใช้พื้นที่

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่าย ภาพลักษณ์โดยรวมมีความเป็นทางการสูง

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน สีสันเป็นที่สะดุดตาทำให้เป็นที่สังเกตเห็นได้ง่าย

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดีเนื่องจากมีกรอบที่ชัดเจน จึงมีความชัดเจน

มี ความคล้ายคลึงกับธนาคาร ดีบีเอสไทยทนุ จากการที่เป็นตราที่มีการอยู่ร่วมกันระหว่างอักษรไทยอังกฤษ

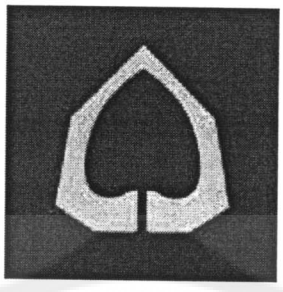
ไม่มีลักษณะการสร้างความน่าสนใจให้กับผู้อ่านในการตีความหมายของภาพ เนื่องจากผู้พบเห็นเข้าใจในความหมายได้ในทันที ปราศจากความหมายนัยอื่นๆ (connotation)

อาจมีปัญหาเรื่องความชัดเจนสำหรับการทำสำเนาตราสัญลักษณ์เป็นขาวดำ หรือส่งผ่านเครื่องโทรสาร

ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์กับ เงินตรา สถาบันการเงิน ได้เลย

เป็นตราสัญลักษณ์ที่จัดว่าใหม่ เนื่องจากเพิ่งเปิดกิจการ

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)



ใช้สี ม่วงและเหลือง ลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีหลายสี (multi color)

รูปทรงโดยรวมมีลักษณะเป็นเรขาคณิต (geometric)

เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment) มีความสมมาตร ขนาดและสัดส่วนทั้งแนวนอนและแนวตั้งสวยงาม จุดสนใจอยู่ที่ศูนย์กลางของภาพ

มีความเด่นชัด จากการใช้ คู่สีตรงกันข้าม คือ สีเหลืองและสีม่วง ซึ่งพัฒนาปรับปรุงมาจาก เดิมที่มีสีเหลืองสีเดียว

ลักษณะเด่นที่สำคัญอีกประการคือการ เป็นตราสัญลักษณ์ที่ ทั้งบริเวณ positive และ negative ต่างมีความหมายของตัวเอง ทำให้ผู้พบเห็นได้ใช้เวลาในการตีความของพื้นที่ทั้งสอง

เป็นการทำให้ตราสัญลักษณ์มีเสน่ห์ เล่นกับผู้พบเห็น (interplay) เป็นการสร้างความสนุกในการอ่านหรือในการตีความหมายของภาพ

ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบกึ่งทางการ มีสีสันที่ดึงดูดสายตา

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ทั้งจากสีสันและจากรูปทรง ทำให้ง่ายต่อการจดจำ

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน เห็นได้ชัดจากระยะไกล เป็นผลมาจากการใช้คู่สีตรงกันข้าม

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดี

มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากการตัดกัน (contrast) ของสีและการที่พื้นที่ที่เป็นรูปทรงมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งยังไม่พบลักษณะภาพแบบนี้ในกลุ่มธนาคารด้วยกัน แต่พบบ่อยในสัญลักษณ์ของ บริษัท ห้างร้านเอกชนอื่นๆ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน แม้ว่าในระยะหลังจะมีการปรับปรุงเพิ่มพื้นหลังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอนและ กลุ่มแถบเส้นสีม่วงอ่อนเข้าไปแต่รูปลักษณ์โดยรวมยังคล้ายเดิม

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ไม่มีปัญหาหากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสาร

จากภาพตราสัญลักษณ์ ในบริเวณที่เป็นรูปทรงที่โอบล้อมรูปใบโพธิ์มีลักษณะที่คล้ายกับเงินพดด้วง ในสมัยไทยโบราณ เป็นการแสดงความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับ เงินตรา สถาบันการเงินได้เป็นอย่างดี

เป็นตราที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ถูกใช้มาเป็นเวลานาน ผ่านการปรับปรุงมาแล้วแต่ยังรักษารูปลักษณ์เดิมไว้อย่างเหนียวแน่น

ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ จำกัด (มหาชน)



เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้รูปทรงตัวอักษร (verbal form) ลักษณะตัวอักษร (typeface) ภาษาอังกฤษ เป็นแบบ มีหัวหรือฐาน (serif) เขียนว่า DBS เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ ในบางครั้งอาจใช้ควบคู่กับภาษาไทย ที่เขียนว่า ดีบีเอส ไทยทนุ จำกัด ซึ่งมีลักษณะรูปแบบตัวอักษรที่คล้ายลายมือเขียน

เป็นภาพแนวนอน (horizontal alignment)

มีเอกลักษณ์จากการที่เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้ตัวอักษรย่อ โรมันเป็นองค์ประกอบหลัก

มีความชัดเจนมาก เนื่องจากใช้สีดำเข้ม

มี ความเป็นสากล เนื่องจากเป็นตัวอักษรโรมัน ซึ่งเป็นที่รู้จัก แพร่หลายทั่วโลก

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์จากการใช้อักษรย่อของชื่อธนาคาร ถ้าไม่นับธนาคารธนชาติที่เพิ่งเปิดกิจการที่ใช้เส้นรอบรูปเป็นตัวอักษร ธ ธง

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่ายจากการใช้ตัวอักษร ทำให้เป็นที่เข้าใจง่าย

ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบทางการเนื่องจากรูปแบบตัวอักษรที่มีหัวหรือฐานมักถูกใช้ในงานประเภทที่เป็นทางการมาก

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจนจากการใช้ตัวอักษรสีดำ ทำให้เห็นชัดเจน

มีความสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดี ยกเว้นในกรณีที่พื้นหลังมีสีดำหรือสีเข้ม

มีเอกลักษณ์จากการที่เป็นตราสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรล้วน

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่าย ใช้สีสีเดียว ง่ายต่อการจดจำ

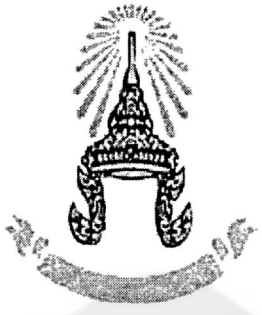
ไม่มีลักษณะการสร้างความน่าสนใจให้กับผู้อ่านในการตีความหมายของภาพ

ไม่มีปัญหาเรื่องความชัดเจนสำหรับการทำสำเนาตราสัญลักษณ์เป็นขาวดำ หรือส่งผ่านเครื่องโทรสาร

ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ให้เข้ากับ เงินตรา สถาบันการเงิน ได้เลย

ในส่วนของคำว่า DBS เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้มาเป็นเวลานานในต่างประเทศ มีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างเป็นแบบประเพณีนิยมและอนุรักษ์นิยม (conservative)

ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)



ใช้สีแดงเข้มและสีเหลืองเข้ม รูปทรงกึ่งเรขาคณิตและอิสระ

เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment) และมีความสมมาตร

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีรายละเอียดสูง อาจมีปัญหาความชัดเจน ในการใช้ร่วมในสื่อประเภทอื่นๆ

ในภาพรวมความโดดเด่นอยู่ที่ความ แปลกของลักษณะภาพ รวมทั้งการใช้สีเหลืองเข้มและแดงเข้ม

ธนาคารนครหลวงไทยใช้สัญลักษณ์พระมหามงกุฎเป็นตราสัญลักษณ์ พื้นฐานจากความเชื่อในวัฒนธรรมไทย เกี่ยวกับสถาบันกษัตริย์ ภาพจึงมีความแปลก (exotic) ต่อผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศตะวันตก

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจนระดับหนึ่ง เมื่อมองในระยะใกล้จะทำให้เห็นถึงรายละเอียดของลวดลายมากขึ้น

การประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดีจากการที่มีสีที่มองเห็นได้ชัดเจน

เมื่อเทียบกับสัญลักษณ์ของธนาคารด้วยกัน พบว่ามีเอกลักษณ์ในการใช้ร่วมกันของสีแดงละสีเหลือง หากแต่พระมหามงกุฎมีการนำได้รับพระบรมราชานุญาติ ให้ใช้กันมากในหน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษาอื่นๆ

ไม่จัดว่าเป็นตราสัญลักษณ์ที่เรียบง่าย เนื่องจากรายละเอียดของภาพที่ซับซ้อนมาก อย่างไรก็ดีผู้คนสามารถจดจำได้จากภาพรวม

ในการสื่อความหมายก็อาจจะยากสำหรับบุคคลทั่วไป ที่จะเข้าใจในความหมายของพระมหามงกุฎ

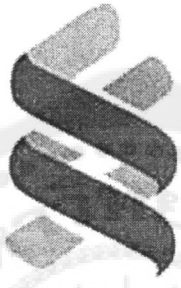
ไม่มีลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี หรือความสนุกในการอ่านหรือในการตีความหมายของภาพ เป็นสัญลักษณ์ที่มีผู้ที่เข้าใจความหมายอยู่จำนวนเฉพาะกลุ่ม

เป็นตราสัญลักษณ์ที่หากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสารอาจทำให้ตราเลือนราง ไม่มีความชัดเจนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลวดลายภายในรูปทรง

ไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ เงินตรา เลย นอกเหนือจากความสัมพันธ์กับสถาบันกษัตริย์

แม้ว่าตราสัญลักษณ์นี้จะถูกใช้มาเป็นเวลานานและไม่ทันสมัย ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมีลักษณะแบบการออกแบบตราที่ใช้สำหรับหน่วยงานราชการไทยแบบดั้งเดิม (stereotype) นอกจากนี้ยังเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีอายุการใช้งานมานาน ผู้คนสามารถจดจำได้ถึงภาพรวมได้

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน จำกัด (มหาชน)



ใช้สีเขียวและฟ้าอ่อน ลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีหลายสี (multi color)

รูปทรงโดยรวมมีลักษณะเป็นเรขาคณิต (geometric) และมีความเป็นนามธรรม (abstract form)

เป็นกลุ่มรูปทรงที่มีการจัดวางแบบสมมาตรรูปทรงแลดูเกี่ยวพัน สอดประสานซึ่งกันและกัน

ทิศทางการเกี่ยวพันเหมือนเริ่มจากด้านล่างขึ้นสู่ด้านบน น้ำหนักของภาพเน้นเส้นแนวตั้ง (vertical emphasis)

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์จากการใช้รูปทรงนามธรรม สีดูจะเป็นเรื่องรอง เนื่องจากเป็นสีที่พบเห็นในตราสัญลักษณ์อื่นจำนวนมาก การใช้สีเขียวและฟ้าร่วมกันทำให้โทนหรืออารมณ์สีโดยรวมเป็นโทนเย็นดูสงบ แม้ว่ารูปทรงจะทำให้รู้สึกเหมือนมีความเคลื่อนไหว สีขาวเป็นส่วนหนึ่งของตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจนพอสมควร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดี และจะดีมากถ้าพื้นหลังเป็นสีขาว

มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากลักษณะของรูปทรง นามธรรม

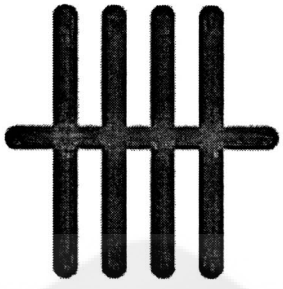
เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่าย ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบกึ่งทางการ

การเป็นรูปทรงนามธรรมทำให้เป็นเรื่องน่าสนใจการตีความหมายของภาพ (subjective) อาจเกิดปัญหาเรื่องความชัดเจนสำหรับการทำสำเนาตราสัญลักษณ์เป็นขาวดำ หรือส่งผ่านเครื่องโทรสาร ในส่วนที่น้ำหนักสีอ่อน

ภาพตราสัญลักษณ์ทั้งๆที่เป็นนามธรรมแต่ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์กับ เงินตรา สถาบันการเงินได้

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้มาเป็นเวลาพอสมควรก่อนหน้าการรวมกิจการของธนาคารทั้งสอง มีภาพลักษณ์ที่ร่วมสมัย

ธนาคารยูโอบี รัตนสิน จำกัด (มหาชน)



ใช้สีซึ่งเป็นหนึ่งในแม่สีคือ สีแดงสด เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome)

เป็นภาพที่มองได้ทั้งแนวนอนและแนวตั้ง (horizontal/ vertical alignment) รูปทรงโดยรวมมีลักษณะเป็นเรขาคณิต (geometric) และกึ่งนามธรรม (semi-abstract form)

สีแดงช่วยทำให้ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจนในทุกระยะ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่าย ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบกึ่งทางการ

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดี ยกเว้นในกรณีที่ตราถูกจัดวางอยู่ในพื้นหลังโทนสีแดงซึ่งจะทำให้ไม่โดดเด่น

มีเอกลักษณ์ที่เด่นอันเนื่องมาจากรวมการใช้กลุ่มเส้นห้าเส้น และการวางเส้นตัดขวางกันตามแนวตั้งและแนวนอน

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีรูปทรงที่มีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้สีสีเดียว ที่เป็นสีที่เตะตา (eye catchy) ง่ายต่อการจดจำ

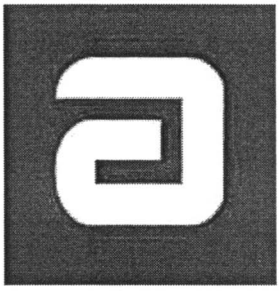
ลักษณะภาพชวนให้ผู้อ่านตีความได้หลายความหมาย เช่นคล้ายกับการนับคะแนนโดยการขีด หรือชวนให้นึกถึงรั้ว

การใช้สีแดงและความคมชัดของตราสัญลักษณ์ ไม่ทำให้เกิดปัญหาเรื่องความชัดเจนสำหรับการทำสำเนาตราสัญลักษณ์เป็นขาวดำ หรือส่งผ่านเครื่องโทรสาร

ถ้าผู้อ่านตีความภาพตราสัญลักษณ์ที่เป็นการขีดนับคะแนนจะทำให้สามารถโยงความสัมพันธ์กับ การนับเงิน หรือการเป็นองค์กรเกี่ยวกับสถาบันการเงินได้

เนื่องจาก เป็นธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินการได้ไม่นาน ตราสัญลักษณ์ที่ใช้ จัดว่าเป็นตราที่ใหม่และมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย

ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)



ใช้สีซึ่งเป็นหนึ่งในแม่สีคือ สีเขียว เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome)

เป็นภาพแนวตั้ง (vertical alignment) และมีความสมดุลแบบสมมาตร

พื้นที่สีขาวเป็นบริเวณที่แสดงความหมาย (active space) แสดงตัวอักษรที่คล้ายกับตัว อ อ่างในภาษาไทยและ ตัว a พิมพ์เล็กของอักษรโรมันในภาษาอังกฤษ เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้รูปทรงตัวอักษร (verbal form) ลักษณะตัวอักษร (typeface) เป็นแบบ ไม่มีหัวหรือฐาน (sans serif) อยู่บนพื้นหลังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส สีเขียว

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์จากการใช้อักษรย่อของชื่อธนาคาร ถ้าไม่นับธนาคารธนชาติที่เพิ่งเปิดกิจการที่ใช้เส้นรอบรูปเป็นตัวอักษร ธ ธง

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่าย ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบทางการ

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน เห็นได้ชัดในทุกระยะการมอง

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดีจากการที่มีขนาดและสัดส่วนที่ใหญ่ จึงมีความชัดเจน

มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเนื่องจากยังไม่พบลักษณะภาพแบบนี้ในกลุ่มธนาคารด้วยกัน หากแต่มีความคล้ายคลึงกับตราสัญลักษณ์ของ บริษัทเอกชนอื่นๆ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเรียบง่าย เห็นได้ชัดว่าผู้ออกแบบและธนาคารหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดความซับซ้อนของภาพ รวมทั้งการใช้สีสีเดียวและเป็นโทนสีที่ยังไม่มีธนาคารใดใช้เป็นเอกลักษณ์

มีลักษณะการสร้างความน่าสนใจให้กับผู้อ่านในการตีความหมายของภาพ จากการพยายามอ่านว่าตราสัญลักษณ์เป็นรูป ตัว a หรือตัว อ เป็นสัญลักษณ์ที่ ง่ายต่อการจดจำ ไม่มีปัญหาเรื่องความชัดเจนสำหรับการทำสำเนาตราสัญลักษณ์เป็นขาวดำ หรือส่งผ่านเครื่องโทรสาร

ภาพตราสัญลักษณ์ที่เป็น ตัว a หรือตัว อ ไม่ได้สามารถโยงความสัมพันธ์กับ เงินตรา สถาบันการเงิน ได้เลย

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้มาเป็นเวลานาน จัดว่าเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีภาพลักษณ์ที่ดูร่วมได้กับทุกยุคสมัย การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดูทันสมัยมากขึ้นกระทำได้โดยง่ายในการปรับสีสันมากกว่ารูปทรง

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)



ใช้สีเทาและน้ำเงิน เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีหลายสี (multi color) ทั้งนี้ไม่นับรวมพื้นที่สีขาว ซึ่งเป็นบริเวณที่แสดงความหมาย (active space) คล้ายกับแสดงตัวอักษรโรมัน ตัว T และตัว N ในภาษาอังกฤษ ตัวอักษรอยู่ในแนวเอียง (italic) อาจจัดได้ว่าเป็นภาพแนวเฉียง (angle alignment) และมีความสมมาตร

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ใช้รูปทรงตัวอักษร (verbal form) ลักษณะตัวอักษร (typeface) เป็นแบบ ไม่มีหัวหรือฐาน (sans serif) อยู่บนพื้นหลังรูปร่างคล้ายกับ ธ ธงในภาษาไทย

ภาพลักษณ์โดยรวมเป็นแบบกึ่งทางการ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ปานกลาง เนื่องจากลักษณะของภาพ ใช้เทคนิควิธีการที่คล้ายคลึงกับ บริษัทหรือ องค์กรอื่น ทำให้ขาดความมีเอกลักษณ์ไปบ้าง

ตราสัญลักษณ์มีความชัดเจน เห็นได้ชัดจากระยะไกล แม้ว่ากลุ่มเส้นด้านซ้ายมือจะรบกวนสายตาอยู่บ้าง

สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดีจากการที่มีขนาดและสัดส่วนที่ใหญ่ จึงมีความชัดเจน

มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเนื่องจากยังไม่พบลักษณะภาพแบบนี้ในกลุ่มธนาคารด้วยกัน หากแต่มีความคล้ายคลึงกับตราสัญลักษณ์ของ บริษัทเอกชนอื่นๆ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่ไม่ถึงขั้นเรียบง่ายแต่ก็ไม่ซับซ้อนจนเกินไป

มีลักษณะการสร้างความสนุกในการอ่านหรือในการตีความหมายของภาพอยู่บ้างแต่ไม่มากจากการพยายามอ่านว่าตราสัญลักษณ์เป็นรูป ตัว T หรือตัว N การค้นพบว่าพื้นหลังมีรูปร่างคล้ายกับ ธ ธง

สำหรับกลุ่มลูกค้าธนาคารหรือผู้ที่รู้จักคุ้นเคย จะมีความเห็นว่า เป็นสัญลักษณ์ที่ ง่ายต่อการจดจำ

เป็นตราสัญลักษณ์ที่หากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสารอาจทำให้ตราเลือนราง ไม่มีความชัดเจนทางด้านซ้ายของตราเนื่องมาจากกลุ่มเส้นและสีเทาที่ค่อนข้างอ่อน

จากภาพตราสัญลักษณ์ ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับ เงินตรา สถาบันการเงิน นอกเหนือจากการใช้ชื่อย่อที่มีที่มาจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์

อาจกล่าวได้ว่าเป็นตราสัญลักษณ์ที่จัดได้ว่ามีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยที่สุดในกลุ่มธนาคาร เนื่องจากเพิ่งเริ่มเปิดกิจการ ลักษณะภาพที่พบยังไม่มีธนาคารใดใช้มาก่อน

ธนาคารออมสิน จำกัด



ลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีสีเดียว (monochrome) ใช้สี เป็นหนึ่งในแม่สีคือ สีน้ำเงิน รูปทรงที่พบ มีที่มาจากรูปทรงธรรมชาติ (natural form) ตราสัญลักษณ์แบ่งพื้นที่ออกเป็นสามส่วนเท่าๆกัน ซึ่งบรรจุรูปทรงย่อยอยู่ภายในแต่ละพื้นที่ได้แก่ ตรีอยู่ตำแหน่งด้านบนซ้ายของตรา ฉัตร ห้าชั้น อยู่ด้านบนขวา และต้นไทรตรงตำแหน่งล่างกึ่งกลางของตราสัญลักษณ์ เป็นการใช้เส้นแบบอิสระ แสดงรายละเอียด แต่ละภาพมีความเสมือนจริงมาก กรอบลายเส้นสีน้ำเงิน จำนวนสองเส้นล้อมรอบ

สร้างความสมดุลให้ภาพ ในแบบรัศมีวงกลม (radiation/ centripetal)

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์สูง (unique) รากฐานจากความเชื่อในวัฒนธรรมไทย มีความแปลก (exotic) ต่อผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศตะวันตก

เป็นตราสัญลักษณ์ที่มีภาพลักษณ์แบบทางการ

ตราสัญลักษณ์มีความไม่ชัดเจน เมื่อมองจากระยะไกล (Visibility) ในการมองจากระยะใกล้จะทำให้เห็นถึงรายละเอียดมากขึ้น

การประยุกต์ใช้กับสื่ออื่นๆได้ดีจากการที่มีสีที่มองเห็นได้ชัดเจน กอปรกับ ที่มีกรอบวงกลมช่วยแยก ตราสัญลักษณ์ให้เด่นขึ้นจากพื้นหลัง

เมื่อเทียบกับสัญลักษณ์ของธนาคารด้วยกัน จะพบว่ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในระดับหนึ่งจากการที่ตราถูกแบ่งออกเป็นสามส่วน หากแต่มีความคล้ายคลึงกับตราหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงานรัฐบาล ตราจังหวัด สถาบันการศึกษาอื่นๆ

จากรูปลักษณ์ของตรา ไม่อาจจัดได้ว่าเป็นตราสัญลักษณ์ที่เรียบง่าย เนื่องจากมีภาพถึงสามภาพที่ประกอบขึ้นเป็นตราสัญลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดของภาพที่ซับซ้อนเกินไป

ในการสื่อความหมายก็อาจจะยากสำหรับบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ที่จะเข้าใจในความหมายของ ตรี ฉัตรห้าชั้น หรือ ต้นไทร

ไม่มีลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี หรือความสนุกในการอ่านหรือในการตีความหมายของภาพ เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้คนดูหยุดใช้เวลาคิดนาน หากต้องการ ทำความเข้าใจภาพทั้งสาม เป็นตราสัญลักษณ์ที่ หากต้องทำสำเนาเป็นขาวดำ หรือผ่านเครื่องโทรสาร อาจทำให้ตราเลือนราง ไม่มีความชัดเจน

พิจารณาจากลักษณะ และความหมายของภาพทั้งสาม อันได้แก่ ตรี ฉัตรห้าชั้น และต้นไทร ที่ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ เงินตรา เลย จะเห็นว่าเป็นการยากในการบ่ง

บอกถึงลักษณะของธุรกิจขององค์กรว่า เป็นสถาบันที่ทำธุรกรรม เกี่ยวกับการเงิน นอกเหนือจาก ความสัมพันธ์กับสถาบันกษัตริย์ และความคุ้มครอง ปลอดภัย ของต้นไทร

แม้ว่าตราสัญลักษณ์นี้จะถูกใช้มาเป็นเวลานาน แต่ไม่อาจบอกได้ว่า เป็นตราสัญลักษณ์ที่ทันสมัย ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมีลักษณะแบบการออกแบบ ตราที่ใช้สำหรับหน่วยงานราชการไทยแบบดั้งเดิม (stereotype)

นอกจากนี้ยังเป็น ตราสัญลักษณ์ที่มีอายุการใช้งานมานาน ผู้คนสามารถจดจำได้ถึงภาพรวมของความเป็น ตราสัญลักษณ์ธนาคารออมสิน มากกว่าจะจำได้ว่า ตราประกอบไปด้วยภาพอะไรบ้าง ซึ่งอาจจะอธิบายได้ตามหลักทฤษฎี gestalt

Thai bank logo	Shape	Form	Color	Container	Space	Technique (dominant)	Alignment/ Emphasis	Composition
	Geometric	Verbal	Secondary	Square	Flat	Typography	Vertical	Symmetrical
	Organic	Natural	Primary	-	Flat	Figure &ground	Vertical	Symmetrical
	Organic	Natural	Primary	Round	3D (new)	Figure &ground	Vertical	Symmetrical
	Geometric	Abstract	Primary	-	Flat	Figure &ground	Vertical	Symmetrical
	Geometric	Natural Abstract	Primary + Secondary	-	3D	Line	Vertical	Symmetrical
	Geometric	Natural	Secondary	Round	Flat	Shape/Line	Vertical	Asymmetrical
	Geometric	Verbal (English+Thai)	Primary	Rectangle	Flat	Typography	Horizontal	Asymmetrical
	Geometric	Manmade +Natural	Primary	-	Flat	Inter space	Vertical	Symmetrical
	Geometric	Manmade	Primary	Round	3D: Superimpose	Figure &ground	Vertical	Symmetrical
	Geometric	Verbal (English+Thai)	Black	-	Flat	Typography	Horizontal	Asymmetrical
	Geometric	Abstract	Primary	-	Superimpose	Line	Horizontal/ Vertical	Symmetrical
	Organic	Manmade	Primary	-	Positive/Negative	Figure &ground	Vertical	Symmetrical
	Organic	Manmade +Natural	Primary	Round badge	Positive/Negative Contour Line	Figure &ground	Vertical	Symmetrical
	Geometric	Verbal	Primary	-	Positive/Negative Flat	Figure & ground + Line	Vertical alignment	Asymmetrical

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม

จากแบบสอบถาม เพื่อประเมินThai bank logo design จำนวน 100 ชุด ที่ได้แจกให้แก่กลุ่มศึกษาทำการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-72 ปี อายุเฉลี่ย 32.21 ปี

ข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ทำการศึกษา

อายุ ระหว่าง 18-72 ปี อายุเฉลี่ย 32.21 ปี

เพศ *ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66)*

ระดับการศึกษา *ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 66)* รองลงมาคือ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า (ร้อยละ 18) ,ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ร้อยละ 8) , มัธยมศึกษา (ร้อยละ 7) , และไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ (ร้อยละ 1)

อาชีพ *ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชน(ร้อยละ 75)*, รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 15) , อาชีพรับข้าราชการ(ร้อยละ 4) ,ธุรกิจส่วนตัว(ร้อยละ 2) , แม่บ้าน/ ไม่ทำงาน (ร้อยละ 1)

ฐานะทางการเงิน/เศรษฐกิจ พบว่า *ส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัว มากกว่า 75,000 บาท (ร้อยละ 21)*, รองลงมาคือ รายได้อยู่ระหว่าง 25,000-39,999 บาท (ร้อยละ 19) , ระหว่าง 50,000 – 59,999 บาท (ร้อยละ 16), น้อยกว่า 19,999 บาท (ร้อยละ 14), ระหว่าง 20,000 – 24,499 บาท (ร้อยละ 13)

ผลการวัดการจำ Logo ของธนาคาร

เรียงลำดับ Logo ที่มีคนตอบถูกจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังต่อไปนี้

1.	ไทยธนาคาร (BANKTHAI)	มีคนตอบถูกร้อยละ	100.00
2.	ธนาคารกสิกรไทย(TFB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	100.00
3.	ธนาคารกรุงเทพ(BB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	99.00
4.	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา(BAY)	มีคนตอบถูกร้อยละ	96.00
5.	ธนาคารเอเซีย (ASIA)	มีคนตอบถูกร้อยละ	96.00
6.	ธนาคารไทยพาณิชย์(SCB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	94.00
7.	ธนาคารกรุงไทย(KTB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	92.00
8.	ธนาคารไทยทนุ(DBS)	มีคนตอบถูกร้อยละ	91.00
9.	ธนาคารทหารไทย(TMB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	91.00
10.	ธนาคารออมสิน(GSB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	90.00
11.	ธนาคารนครหลวงไทย(SCIB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	77.00
12.	ธนาคารแสตนดาร์ดชาร์เตอร์(NTB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	75.00
13.	ธนาคารยูโอบี(UOB)	มีคนตอบถูกร้อยละ	72.00

14. ธนาคารธนชาติ (TCB) มีคนตอบถูกร้อยละ 66.00

สรุป ธนาคารที่คนจำ logo ได้มากที่สุด คือ ไทยธนาคาร และ ธนาคารกสิกรไทย (ร้อยละ 100) ส่วนธนาคารที่คนจำlogo ได้น้อยที่สุด คือ ธนาคารธนชาติ(ร้อยละ 66)

โดยพบว่าลูกค้าของธนาคาร ก็มีบางส่วนที่ไม่สามารถจดจำ logo ของธนาคารตนเองได้ทั้งหมด โดยพบว่า

ธนาคารกรุงไทย(KTB) ร้อยละ 3 จำLogo ของธนาคารที่ตนเองมีบัญชีอยู่ไม่ได้

ลูกค้าธนาคารทหารไทย(TMB) ร้อยละ 2 จำLogo ของธนาคารที่ตนเองมีบัญชีอยู่ไม่ได้

ธนาคารไทยทนุ(DBS) ร้อยละ 1 จำLogo ของธนาคารที่ตนเองมีบัญชีอยู่ไม่ได้

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ, ระดับการศึกษา และฐานะทางเศรษฐกิจ ต่อการจดจำ Logo ของธนาคาร

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพต่อการจดจำLogo ของธนาคาร

เมื่อทดสอบด้วยตัวทดสอบทางสถิติ Chi- square test แล้วพบว่า มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างอาชีพต่อการจดจำLogo ของธนาคาร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($P<0.01$)

โดยกลุ่มอาชีพที่สามารถตอบ Identify logo ได้มากที่สุด คือ รับจ้างบริษัทเอกชน โดยตอบถูกทุกข้อ (14 ข้อ) ถึงร้อยละ 53 รองลงมาคือ รับราชการ (ร้อยละ 1)

กลุ่มอาชีพที่สามารถตอบ Identify logo ได้น้อยที่สุด คือ กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา โดยตอบถูกเพียง 4 ข้อ (ร้อยละ 1) และตอบถูก 7 ข้อ (ร้อยละ 1)

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาต่อการจดจำLogo ของธนาคาร

เมื่อทดสอบด้วยตัวทดสอบทางสถิติ Chi- square test แล้วพบว่า มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างระดับการศึกษาต่อการจดจำLogo ของธนาคาร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($P<0.01$)

สำหรับระดับการศึกษาที่มีผลต่อการ Identify logo พบว่าระดับการศึกษาที่สามารถตอบ Identify logo ได้มากที่สุด โดยตอบถูกทุกข้อ (14 ข้อ) คือ ระดับปริญญาตรี(ร้อยละ 40) รองลงมา คือ ปริญญาโท (ร้อยละ 7) ,ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ร้อยละ 6) , มัธยมศึกษา (ร้อยละ 2)

โดยระดับการศึกษาที่สามารถตอบ Identify logo ได้น้อยที่สุด โดยตอบถูก 4 ข้อ คือ มัธยมศึกษา (ร้อยละ 1)

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับฐานะทางเศรษฐกิจต่อการจดจำLogo ของธนาคาร

เมื่อทดสอบด้วยตัวทดสอบทางสถิติ Chi- square test แล้วพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างระดับฐานะทางเศรษฐกิจต่อการจดจำLogo ของธนาคาร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (P=0.99)

สำหรับระดับฐานะทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการ Identify logo พบว่าระดับฐานะทางเศรษฐกิจที่สามารถตอบ Identify logo ได้มากที่สุด โดยตอบถูกทุกข้อ (14 ข้อ) คือ ที่รายได้ระหว่าง 25,000-39,999 บาท(ร้อยละ 12) รองลงมาคือ ระหว่าง 50,000 – 59,999 บาท (ร้อยละ 9), น้อยกว่า 19,999 บาท (ร้อยละ 8), ระหว่าง 20,000 – 24,499 บาท (ร้อยละ 7), ระหว่าง 60,000 – 74,999(ร้อยละ 5), ระหว่าง 40,000 – 49,999 บาท (ร้อยละ 4)

โดยระดับฐานะทางเศรษฐกิจที่สามารถตอบ Identify logo ได้น้อยที่สุด โดยตอบถูก7 ข้อ คือ กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 19,999 บาท (ร้อยละ 1)

วิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับตราสัญลักษณ์องค์กร ประเภทธนาคาร (Bank Logo Attributes)

พบว่า Attribute ที่กลุ่มศึกษาพบว่า มีความสำคัญ 5 อันดับแรกมีดังต่อไปนี้

1. **เรียบง่ายและชัดเจน** **เห็นความสำคัญร้อยละ 14.6**
2. **มีความคิดสร้างสรรค์** **เห็นความสำคัญร้อยละ 12.26**
3. บอกได้ถึงลักษณะของธุรกิจองค์กร เห็นความสำคัญร้อยละ 11.9
4. ภาพมีเอกลักษณ์ เห็นความสำคัญร้อยละ 11.27
5. สีสันสะดุดตา เห็นความสำคัญร้อยละ 9.2

พบว่า Attribute ที่พบว่า ไม่มีความสำคัญ หรือเห็นความสำคัญน้อย 5 อันดับแรกมีดังต่อไปนี้

1. รูปทรงเรขาคณิต เห็นความสำคัญร้อยละ 1.93
2. โทนสีร้อน เห็นความสำคัญร้อยละ 1.93
3. ภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นทางการ เห็นความสำคัญร้อยละ 2.2
4. โทนสีเดียว เห็นความสำคัญร้อยละ 3.3
5. แสดงรายละเอียด เห็นความสำคัญร้อยละ 3.86

การวิเคราะห์ในเรื่องการตีความภาพตราสัญลักษณ์ (Denotation & Connotation)

จากการสอบถาม และสัมภาษณ์ (focused group discussion) กับตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 คน ในการตีความหมายเบื้องต้น (denotation) และการตีความหมายในเชิงลึก หรือความหมายนัย (connotation) ของตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย จำนวน 14 ธนาคาร โดย attributes ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของภาพ ที่ส่งผลต่อการตีความที่สำคัญคือ รูปทรง และสี ตัวอย่างของคำตอบและการตีความที่ได้ มีความหลากหลายทางความคิด ดังต่อไปนี้

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

Denotation รูปต้นไม้ต้นเล็กๆ (เหมือนเพิ่งปลูก)
ต้นไม้กับน้ำ
รวงข้าว
สายน้ำและต้นไม้
ต้นกล้า
ใบพัดเครื่องบิน
พืช
ต้นข้าว
ใบพัดเครื่องบิน
ต้นไม้
ต้นอ่อนของพืช

Connotation Growth potential
Caring services
ความเจริญเติบโต
การเกษตร
ความอุดมสมบูรณ์
ความงอกงาม
ความเคลื่อนไหว
ปลาโลมาในน้ำ
ต้นข้าว
การบินไปสู่จุดหมาย
การพัฒนา
รวงข้าวเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นไทย

ความร่วมมือร่วมใจ
การรวมกลุ่มและเติบโต
ชาวนา เกษตรกร และความเจริญงอกงาม
ชนบท
บินไปสู่จุดหมาย
รากฐาน ต้นกำเนิด
งอกเงย เพิ่มพูน

โดยสรุป เป็น ตราสัญลักษณ์ที่มีความหมาย เกี่ยวกับความเจริญงอกงามของ ต้นข้าว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์ กับชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยเป็นอย่างยิ่ง การตีความโดยทั่วไป เป็นไปในทางบวก เหมาะกับภาพลักษณ์ของการเป็น สถาบันที่ผู้คนจะให้ความไว้วางใจ และดูแลผลประโยชน์ ให้มีกำไรเพิ่มพูนขึ้น โดยส่วนที่แลดูเหมือน ต้นข้าว เป็นส่วนที่ผู้คน มุ่งความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือ คลื่นน้ำ ซึ่งในบางคนเข้าใจผิด ว่าเป็นภาพของผืนดิน

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

Denotation หลังคาทรงไทย
หน้าจั่ว
วัด
หลังคาบ้าน
หลังคาวัด
บ้าน
ครอบครัว
เจดีย์
ปลายปราสาท
ภูเขา
คลื่น
พระราชวัง
น้ำทะเล
สามเหลี่ยม ยอดแหลม

Connotation Unity (ความเป็นปึกแผ่น)
ความเป็นไทย
บ้านเมือง
ความมั่นคง
สีทองแสดงถึง เมืองและ ความรุ่งเรือง

ความคุ้มครอง ปลอดภัย
ความสงบอุ่นใจ
ยอดแหลม
จุดสูงสุด
ความต่อเนื่อง
ความร่มเย็น
ศาสนาพุทธ ความเป็นไทย
คลื่นกระหน่ำ
การรวบรวม

โดยสรุป เป็น ตราสัญลักษณ์ที่มีความหมาย เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย ผู้คนยึดถือว่า บ้าน วัด หรือ หลังคา เป็นสัญลักษณ์ของ การให้ความปลอดภัย มั่นคงเป็นที่พึ่ง และการรวม เป็นหนึ่งเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีนัยของความสัมพันธ์กับศาสนาพุทธและประวัติศาสตร์ชาติไทย จากรูปทรงที่คล้ายกับ เจดีย์ ซึ่งเป็นบริเวณที่ผู้คนให้ความสำคัญ มุ่งความสนใจมากที่สุด เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้คนมองเห็นภาพเป็นหลังคาบ้าน นอกเหนือไปจากการมองเป็นภาพของเจดีย์ ซึ่งน่าจะเป็นข้อดีของตราสัญลักษณ์ เพราะคนเห็นเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว และร่วมสมัย แทนที่จะมุ่งไปที่ความหมายดังเช่น ชื่อ ของธนาคารที่แสดงถึง ความเก่าแก่โบราณ อันเป็นเรื่องไกลตัวออกไป

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

Denotation ดอกบัว
บัวตูม
ใบโพธิ์
ดอกบัวลายไทย
ใบไม้

Connotation ความเป็นไทย
การให้บริการที่เป็นระบบ (จากรูปทรงที่ดูสมมาตร symmetrical)
ความนอบน้อม เป็นหนึ่งเดียว
สัจธรรมและความสงบ
ความดี
ความงอกงามของต้นไม้
ความน่าเชื่อถือ สวยงาม
การเก็บออมเหมือนดอกบัวเก็บกลีบ
ลวดลายไทย
ความเบ่งบาน

ความอ่อนโยน
พุทธศาสนา ความสงบ
พระสงค์ วัด
ความเป็นหนึ่งเดียว
ความร่มเย็น

ผู้วิจัย ได้ศึกษาค้นคว้า ความหมาย พบว่าบัวมีบทบาทที่สำคัญสำหรับสังคมไทย สอดคล้องกับ การตีความข้างต้น บัว เป็นของบูชา มีศักดิ์สูง เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ปรัชญา การดำเนินชีวิต ความเชื่อต่างๆ และมีบทบาทในการสร้างงาน ศิลปกรรม บัวผูกพันกับชีวิตความเป็นอยู่ไทยมายาวนาน ปรากฏ อยู่ในประวัติศาสตร์ ตำนาน ซึ่งเป็นที่มาของ การตั้งชื่อ ตราสัญลักษณ์จังหวัด เป็นพืชเศรษฐกิจในการยังชีพ แม้ว่า สังคมไทยมิใช่สังคมเดียวที่นิยมบัว แต่เป็นสังคมที่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองอย่างแท้จริง

บัว ถูกพบในเงินตราตั้งแต่สมัยอยุธยา คือตราดอกบัว สมัยสมเด็จพระเจ้าบรมโกศ เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในตราพระราชลัญจกร คือตราบัวและอุณาโลม (ขนระหว่างคิ้วหรือตาที่สามของพระอิศวร ของรัชกาลที่ 1 ใช้เป็นตราประจำพระองค์และตราประทับของพระเจ้าแผ่นดินในเอกสารต่างๆ ซึ่งเป็นของสูงและเป็นเครื่องหมายแห่งนิมิตมงคล)

บัว เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในตราพระราชลัญจกร ของพระมหากษัตริย์รัชกาลต่างๆ เป็น ตราประจำกระทรวงต่างๆ เช่น ตราพระสุริยมณฑลน้อย ของตรากระทรวงการคลัง ตราบัวแก้วของกระทรวงต่างประเทศ พานกลีบบัวในตราสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงยุติธรรม เป็นตราสัญลักษณ์ของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เป็นส่วนประกอบในชุมเฉลิมพระเกียรติ เครื่องหมายมูลนิธิชัยพัฒนา ดอกบัว 4 ดอกในสัญลักษณ์เฉลิมพระเกียรติ พิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ครบ 6 รอบ

บัวมีความหมายหรือเป็นส่วนหนึ่งของชื่อจังหวัดและตราจังหวัด เช่น หนองบัวลำภู ยโสธร สระแก้ว อุบลราชธานี ชื่อเขตปทุมวัน ชื่อวัด บัวยังพบในตำราพิชัยสงคราม ตามความเชื่อของสังคมไทย บัวหมายถึงนิมิตที่ดี

บัวหลวงหรือปทุมชาติ มีดอกสวยงาม กลิ่นหอม บานในเวลากลางวัน หุบในเวลากลางคืน ทุกส่วนของบัวหลวง เช่น ราก ใบ ดอก เมล็ด มีคุณประโยชน์ ตามความเชื่อถือว่าเป็นดอกไม้ที่สูงส่ง มีหลายสายพันธ์เช่น ปทุมปัทมา โกกนท สัตตบงกช สัตตบุษย์ ความเชื่อในหลายวัฒนธรรมเห็นว่า บัวเป็นของสูงส่ง ศักดิ์สิทธิ์ เป็นสัญลักษณ์แห่งความดี อินเดีย ศาสนาพราหมณ์ ศาสนาพุทธ ถือว่าดอกบัวเป็นที่กำเนิดของเทพเจ้าอุปถัมภ์โลก ศาสนาพุทธถือว่า เป็นสัญลักษณ์แทนพระพุทธเจ้า

สามารถพบบัวในศิลปกรรมไทย เช่นลายบัว ลวดบัว

นอกจากนี้บัวยังหมายถึง การพนมมือไหว้ อันเป็น วัฒนธรรมทางสังคมไทยที่ควรปฏิบัติ พระพุทธเจ้าเปรียบว่า ดุจดัง กมลคือใจของมนุษย์ การกัมคือการนอบน้อม คารวะทั้งกายและใจ (ฤดีรัตน์ กายราศ. 2541: ออนไลน์)

กล่าวโดยสรุป ภาพของ ดอกบัว เป็นภาพที่มี ความหมายหลายนัย ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นความหมายในทางที่ดี ผู้คนมีความใกล้ชิดและ ผูกพันธุ์ การตีความจึงเป็นไปอย่าง ชัดเจนและรวดเร็ว เป็นภาพที่มีความหมายที่ดี เสริมสร้าง ภาพลักษณ์ของ ความดี ความเจริญรุ่งเรือง ตามความเชื่อในสังคมไทย เหมาะกับ การเป็นตราสัญลักษณ์ขององค์กร ที่ต้องการเน้นภาพลักษณ์ดังกล่าว

ธนาคาร ดีบีเอส ไทยทนุ จำกัด (มหาชน)

Denotation ตัวหนังสือภาษาอังกฤษ เขียนว่า DBS
การบอกชื่อธนาคาร
อังกฤษภาษาอังกฤษ สามตัว
ตัวหนังสือทำให้จำได้ง่าย

Connotation font ดูปกติ ไม่มีความหมายเพิ่มเติม
อาจเป็นการแสดงถึงความเป็นสากล (international)
ความเข้มแข็งและน่าเชื่อถือ ของต่างชาติ
ความชัดเจน
ความเป็นสากล
ชื่อย่อขององค์กร สถาบัน
ความเป็นต่างชาติ

เนื่องจากเป็นตราสัญลักษณ์ ประเภท ตัวอักษร จึงทำให้ สื่อความหมายได้ ชัดเจน ผู้อ่าน สามารถ เข้าใจได้ทันที แต่การตีความ ในระดับต่อมา ทำได้ค่อนข้างจำกัด ความหมายของ ความเป็นสากล จากการใช้ ตัวหนังสือ ภาษาอังกฤษ ดูจะโดดเด่นมากที่สุด

ธนาคารยูโอบี รัตนสิน จำกัด (มหาชน)

Denotation รูปรั้วหรือการนับ
การนับคะแนนถึง ห้า
อักษรจีน
รั้วบ้านหลวมๆ
เส้นตรง
รั้ว
การนับจำนวน

ทางรถไฟ รางรถไฟ
ท่อนไม้ที่วางเรียงกัน
ไม้ขีดไฟ
รอยขีดเขียน
ภาพเงาสะท้อน
การนับ ห้าขีด

Connotation ความมั่นคงเป็นระบบ
การเก็บออมเงิน
รั้ว
เลข 5
รั้วบ้านสีแดง ที่ดูสบายๆ ไม่รัดกุม
ความมั่นคง
ความสามัคคี
การเดินทาง
พาหนะ
ความเป็นกลุ่มก้อน
การรวมกลุ่ม
ปฏิทิน ความถี่ ปริมาตร
ลำน้ำที่มีแสงส่อง
ความเป็นปึกแผ่น

สีแดงเป็นสีที่เป็นมงคล โดยเฉพาะ กับชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีน ลักษณะของภาพ สามารถตีความได้ทั้งในเชิง รูปธรรมละนามธรรม การอธิบายตีความ จึงมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่ จะเป็นเรื่อง เกี่ยวกับ การนับ จำนวนตัวเลข หรือ การเป็นมาตรวัด และรองลงมาจะเป็นการตีความโดยเทียบเคียงกับรูปทรงอื่นๆ ที่มีความคล้ายคลึงกับ ภาพตราสัญลักษณ์

ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)

Denotation ตัวอักษรไทย อ อ่าง หรือ ตัว a ในภาษาอังกฤษ
ตัวย่อบางอย่างบนพื้นเขียว
สี่เหลี่ยม
ตัวอักษรไทย อ อ่าง อยู่ในกรอบหรือในกล่อง

Connotation ความมั่นคงและปลอดภัย (secure)
ลักษณะคล้ายกับ ตราประทับ (stamp)

เกมส์ maze ที่ถูกล้อมด้วยกรอบดำ
การบอกชื่อธนาคาร
ความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน
ตัวหนอน
ความธรรมดาไม่มีอะไรน่าดึงดูด
ตัวอักษร อ อ่าง ดูหนักแน่น
ความกลมเกลียว
ทวีปเอเชีย
ชื่อย่อขององค์กร
อักษรย่อของบางสิ่ง สีเขียวทำให้รู้สึก เก่าแก่มั่นคง

โดยสรุป การตีความส่วนใหญ่ รับรู้ได้ถึง ตัวอักษรไทย ซึ่งนำไปสู่ ชื่อของธนาคาร ส่วนการตีความในระดับต่อมา ส่วนใหญ่เป็นไปในอารมณ์ ปานกลาง ไม่บวกและลบ

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

Denotation ใบไม้หรืองานประดิมากรรมที่ขดเข้าหากัน เหมือนรูปเกือกม้า
ใบโพธิ์
ต้นโพธิ์ที่สงบเงียบบนพื้นสีม่วง
เหมือนธนาคารกรุงเทพ
ระฆัง
รูปหัวใจคว่ำ
ใบบัว
ดอกบัว
ใบไม้สีเหลืองทอง

Connotation ความมั่นคงและความเป็นไทย
ต้นโพธิ์เป็นต้นไม้ใหญ่มั่นคงซึ่งเป็นหลักประกันที่ดี
การพนมมือไหว้
สีม่วงที่ดึงดูดใจชาวเกย์ ใบโพธิ์ไม่โดดเด่น สีม่วงเป็นที่สะดุดมากกว่า
ความร่มเย็น
ความมีชื่อเสียง
การมีชีวิต
การทำงานด้วยใจ
ความเรียบร้อย มีเอกลักษณ์
ความสงบ เป็นปึกแผ่นมั่นคง

พระสงค์ วัด

ความเจริญงอกงาม เติบโต

ความมั่นคง

จากการที่ผู้วิจัย ได้ศึกษาความหมาย พบว่า ต้นโพธิ์ มีความสำคัญโดยตรงในพุทธศาสนา โดยเป็นต้นไม้ที่พระพุทธเจ้าได้ประทับตรัสรู้ ต้นอยู่ ณ ฝั่งแม่น้ำเนรัญชรา ตำบลคยา และต่อมาได้มีการขยายพันธ์ เพื่อนำไปปลูก ในที่ต่างๆ โดยในประเทศไทย ปลูกไว้ที่เมืองนครศรีธรรมราช และที่วัดมหาธาตุ วัดสุทัศน์ วัดสระเกศ วัดเบญจมบพิตร และวัดอัษฎาง คนิมิตร

โดยสรุป การตีความว่าเป็น ต้นโพธิ์ ค่อนข้างชัดเจน การตีความในระดับต่อมาหลากหลาย แต่เป็นไปในทางบวก ทั้งสีและรูปทรง มีความสำคัญและส่งผลต่อการตีความ

ธนาคารกรุงไทย บมจ. จำกัด

Denotation นกในวรรณคดีไทย

นกอินทรีย์

นกยักษ์โบราณ

ครุฑ

นกวายุภักษ์

นก

นกในแบบฉบับไทยๆ

นกรูปทรงอิสระ

Connotation ความเกี่ยวข้องกับหน่วยราชการ

ความขลังเพราะนกแบบนี้มักถูกใช้กับราชการ

เป็นธนาคารที่สังกัด กระทรวงการคลังของรัฐบาล

ความโบราณ เก่าแก่

นกวายุภักษ์ ที่สง่างาม

ความศักดิ์สิทธิ์

การมีสายตายาวไกล

ความสบายตา

ความยิ่งใหญ่แข็งแกร่ง

ความสง่างาม

อิสระ การเกิดใหม่

กระทรวง

ความยิ่งใหญ่ อิสระ เสรีภาพ เป็นปึกแผ่น

สัญลักษณ์ของทางการ

จากการค้นคว้าศึกษาในเรื่องความหมายของนกวายุภักษ์ โดยสรุปแล้ว นกวายุภักษ์ เป็นนกที่มีความสำคัญและปรากฏอยู่ในงานวรรณกรรมหลายเรื่อง เช่น ในวรรณคดี เรื่อง ไตรภูมิพระร่วง อธิบายถึง นกวายุภักษ์หรือนกการเวก หรือ นกกรวิค ว่าเป็นนกที่กินลมเป็นอาหาร มีเสียงไพเราะ ผู้ใดได้ยินจะต้องหยุดฟัง เช่นเดียวกับพระสุรเสียงของ พระพุทธเจ้า หรือใน วรรณคดี เรื่อง รามเกียรติ ก็ปรากฏ นามของกสูรวายุภักษ์ ผู้ครองเมืองวิเชียร ท่อนล่างเป็นนก อินทรีย์ ท่อนบนเป็นมนุษย์ มีกายและหน้าสีเขียว ในทางประวัติศาสตร์ของไทย สมัยการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 คณะรัฐมนตรีมีมติให้ใช้ นกวายุภักษ์ ซึ่งเป็นตราประจำของพระยา ราชภักดีฯ เป็น สัญลักษณ์ ประจำกระทรวงการคลัง โดยมี สมเด็จเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ เป็นผู้ออกแบบ โดยพระองค์ต้องค้นคว้าประวัติและเรื่องราวที่เกี่ยวกับ นกวายุภักษ์ อย่างละเอียด จนในที่สุดก็ได้ออกแบบให้มีรูปลักษณ์อย่างที่ปรากฏ และรู้จักแพร่หลายในเวลาต่อมา

ผู้คนรับรู้ได้ถึง ภาพของ นก เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีความคุ้นเคย ตีความเชื่อมถึง ความเป็นราชการไทย หรือความโบราณเก่าแก่

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

Denotation ตัวหนังสือ
เครื่องหมายของทหาร
ลายไทย
หน้าต่างห้องขัง
ข้าว
วงรี
แหวน
รูปทรงเรขาคณิต
ยศ
ดอกทิวลิป
รูปสี่เหลี่ยมต่อกับหกเหลี่ยม
รูปสี่เหลี่ยมวางทับซ้อนกัน

Connotation ไม่แน่ใจว่าต้องการสื่อสารอะไร
แสดงให้เห็นว่าเป็นธนาคารของทหาร
สีแดงและสีน้ำเงิน แสดงถึงความเป็นไทย
คนอ้าปาก
ความไม่เป็นอิสระ น่ากลัว

ความอุดมสมบูรณ์
ความสามัคคีกลมเกลียว
ความมั่นคง, ทหาร
ความมีระดับ
ประเทศฮอลแลนด์
การผสมผสาน เกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน
สีทำให้นึกถึงประเทศไทย

การตีความโดยสรุป มีหลากหลายความคิด เนื่องจากภาพ มีความเป็นทั้ง รูปธรรมและนามธรรม อย่างไรก็ดี การตีความ หากพิจารณาจาการใช้สี มักจะเป็นเสียงเดียวกัน ซึ่งได้แก่ ภาพของ ธงชาติ หรือ ความเป็นชาติไทย

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน จำกัด (มหาชน)

Denotation ขดทางพันธุกรรม ที่แสดงถึง DNA
สายใยที่พันกัน
ขดเกลียว
เชือกเกลียว
ลวดเกลียวพันกัน
ความเกี่ยวพัน
ความกลมเกลียว
ลายเส้น
เชือกมัด
ปมเชือก
เกลียวพันกัน

Connotation ความสามัคคี สอดคล้องในการให้บริการ
การรวมตัวกันของสิ่งสองสิ่ง
การรวมใจเป็นหนึ่ง
ขนมอบ
ความทันสมัย แต่ไม่จริงจัง
ความแน่นหนา
ความทันสมัย สีสันสวยงาม
ความสามัคคี กลมเกลียว
ความสดใสร่าเริงเหมือนสัญลักษณ์ที่สามารถหมุนได้
ความผูกพัน

ความกลมกลืน
พันธะ
ความสอดคล้องสัมพันธ์กัน
สองสิ่งสองความหมายเกี่ยวพันกัน

แม้ว่า ภาพโดยรวม ค่อนข้างจะมีความเป็นนามธรรมสูง (abstract and subjective) ซึ่งอาจทำให้ การตีความมีความหลากหลาย อย่างไรก็ดี การสรุปตีความกลับเป็นไปในทางเดียวกันอย่างชัดเจน ความหมายของ ความผูกพัน การสร้างความสัมพันธ์ มีผู้นึกถึงมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ในกรณีนี้ ผู้คนสนใจที่จะเลือก ตีความจาก รูปทรงของตราสัญลักษณ์ มากกว่าสีที่ใช้

ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

Denotation ชฎาหรือฉัตร
มงกุฎ
ชฎามงกุฎ
สัญลักษณ์ของราชการ
หมวกหรือเครื่องสวมหัว

Connotation ความศักดิ์สิทธิ์ (sacred)
ความมั่นคงจากการสนับสนุนของสถาบันกษัตริย์
ความเป็นไทย
ความเกี่ยวข้องกับสถาบันกษัตริย์
ลิเก ไม่ทันสมัย
สิ่งที่เป็นของสูงของกษัตริย์ ราชวงศ์
ความสูงส่ง
สัญลักษณ์ทางการซึ่งทำให้สะดุดตา
ความเป็นไทยเปล่งประกาย
ความเรืองรอง
ความยิ่งใหญ่ มีอำนาจ การปกครอง
ความยิ่งใหญ่ของพระมหากษัตริย์

จากการที่ผู้วิจัย ได้ศึกษาความหมายพบว่า พระมหามงกุฎ หมายถึง พระมหากษัตริย์, จักร หมายถึง อาวุธของพระนารายณ์ และหมายถึงนามสัญญาของพระบรมราชวงศ์ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๑ อุณาโลม หมายถึง ขนระหว่างคิ้วของพระพุทธเจ้า ซึ่งหมายถึงศาสนาส่วนช่อชัยพฤกษ์นั้น นอกจากชื่อจะเป็นมงคลอันหมายถึงชัยชนะแล้ว ยังช่วยให้องค์ประกอบของภาพ

สมบูรณ์ยิ่งขึ้น อย่างไรก็ดีจากการค้นคว้าเรื่องความหมายในภาพรวมของเครื่องหมาย กองทัพบก ยังไม่พบว่ามีผู้ใดได้เขียนไว้ในชั้นต้นนี้คณะผู้รวบรวมคาดว่าน่าจะหมายถึงการที่กองทัพบกจะต้องต่อสู้กับข้าศึกเพื่อเอาชัยชนะเพื่อรักษาชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ไว้ให้ได้ (พระมหามงกุฎ. 2005: ออนไลน์)

ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

Denotation คำว่า "ไทยธนาคาร" และ "bank thai"
ป้ายชื่อ
ตัวหนังสือเรียงกัน
ชื่อสถาบันที่ชัดเจน อักษรคมชัดเข้าใจง่าย

Connotation เสนอแนะถึง ความรู้สึกชาตินิยม (patriotism) จากการใช้ตัวอักษรไทยที่มีขนาดใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ
ความเป็นจีนบนแผ่นเดียวกัน
ความเรียบง่าย
ธนาคารของคนไทย
การสื่อความหมายของสถาบันได้อย่างชัดเจน

โดยสรุป การตีความเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน ตัวหนังสือแสดงชื่อเต็ม ของธนาคารในทันที แทบจะไม่ต้องคิด ซึ่งเป็นทั้งข้อดีและข้อเสียในคราวเดียวกัน กล่าวคือ การตีความจะมีประสิทธิภาพมากต่อคนที่เข้าใจภาษาเขียน ภาษาไทย เท่านั้น

ธนาคารออมสิน จำกัด

Denotation รูปสัญลักษณ์ไทยๆรวมตัวกัน มีรายละเอียดมาก
ฉัตร ห้าชั้น ต้นไม้ใหญ่หรือต้นโพธิ์ ตรี
เครื่องหมายจังหวัด
โบราณแต่มีใจเดียวที่หนักแน่นเพื่อชุมชน
ช้างและ ฉัตร
วงกลม
ตราประจำจังหวัด
ต้นไม้และสัญลักษณ์ของกษัตริย์

Connotation ความเป็นหนึ่งเดียวแบบไทย ความเป็นไทย
เกี่ยวข้องกับรัชกาลที่ 6 (ตรี)
เป็นที่พึ่ง

ทหาร
โบราณ เลอะเทอะ
ผีหลอก
การร่วมมือของชุมชน
ความรักและสามัคคี
เหรียญบาท
ความเป็นสิริมงคล
คล้ายตราจังหวัดต่างๆ
ความยิ่งใหญ่
อนาคต
การรวบรวม ผสมผสานและแบ่งภาค

นายจุลทัศน์ พยาฆรานนท์ อาจารย์คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กล่าวว่า ฉัตร 5 ชั้น เดิมใช้สำหรับวังหน้า ขณะที่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ คำว่า "นาถ" สูงกว่าพระราชินีธรรมดา ซึ่งมีด้วยกัน 2 พระองค์ คือสมเด็จพระพันปี(สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง) และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถสิริกิติ์ ที่เป็นผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ เพราะฉะนั้นพระอิสริยยศจึงสูงถึง 7 ชั้นได้ "ฉัตรจะใช้เนื่องในโอกาสกางกั้นเหนือราชบัลลังก์ แขวนไว้เหนือพระแท่นที่บรรทม เชิญไปในโอกาสที่เสด็จพระราชดำเนินไปประทับนอกพระราชฐาน สุดท้ายแขวนหรือกางกั้นพระบรมศพ แต่ปัจจุบันเรามีตราเครื่องหมายฉัตรเป็นเครื่องสำแดงพระอิสริยยศ ซึ่งจะมีตั้งแต่ 3 ชั้น 5 ชั้น 7 ชั้น และ 9 ชั้น ซึ่งในกรณีการใช้ฉัตรประกอบเป็นตราสัญลักษณ์ต้องใช้ให้เต็มเท่ากับฉัตรกางกั้นเหนือพระเศียร ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจะเป็น 9 ชั้น สมเด็จพระบรมราชินีนาถ 7 ชั้น สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ 7 ชั้น "ตรีเพชร (กรีเพชร)" หมายถึงราชวงศ์จักรี (ฉัตร. 2005: ออนไลน์)

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

Denotation รูปตัว N in motion
ตัวอักษร T N C
ม่านหน้าต่างกระจกบนปีกเครื่องบิน
วงกลม
ความทันสมัย
ความมีสีสัน
ตัวอักษรกำลังวิ่ง
ตัวอักษรไทย ธ ธง และตัว N ในภาษาอังกฤษ

Connotation การให้บริการที่มีความคล่องตัว (dynamic, flexible)

การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากเส้นหน้าตัวอักษร N

ชื่อย่อขององค์กร

ทันสมัย รวดเร็ว

การทะยานไปข้างหน้าแต่สีสันไม่ดึงดูด

ความเคลื่อนไหว

ความก้าวหน้า

ลายเส้นทำให้จดจำง่าย

การผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและตะวันตก

สัญลักษณ์ขององค์กรที่ทำงานรวดเร็วฉับไว

โดยสรุป ผู้คนรับรู้ได้ถึง ภาพของตัวอักษรภาษาอังกฤษ เป็นอันดับแรก และมีผู้อ่านอีกจำนวนหนึ่งที่ รับรู้ ถึงนัยของตัวอักษรไทย การตีความในระดับต่อมา เป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความรวดเร็ว เคลื่อนไหว ก้าวไปข้างหน้า แสดงให้เห็นถึง ความมีประสิทธิภาพของเทคนิคที่ใช้ในการสร้างภาพ ซึ่งในกรณีนี้ เป็นส่วนเสริม (extension) ตราสัญลักษณ์ นอกเหนือไปจากบริเวณที่ เป็นสาระและมีความหมาย ของตราสัญลักษณ์

บทที่ 4
การอภิปรายสรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลสรุปในเรื่องของ ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย ในบริบทของการออกแบบ (graphic design context)

ในประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

สี (color)

รูปทรง (form)

ลักษณะทางเทคนิคของภาพ (graphic technique)

การจัดวางองค์ประกอบ (relational design element)

การใช้สี

ธนาคารจำนวน 12 ธนาคาร มีการใช้แม่สี (แดง, เหลือง, น้ำเงิน) (primary color) เข้าไปเป็นส่วนประกอบของตราสัญลักษณ์ ถึงแม้ว่า ในบางกรณี น้ำหนักของแม่สีที่ใช้ (value/ tone) ทำให้สีอ่อน เจือจาง เช่น สีฟ้าอ่อนของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน มีเพียงตราสัญลักษณ์ของธนาคาร จำนวน2 แห่งที่ไม่มีแม่สีเป็นส่วนประกอบ ได้แก่ ธนาคาร ดีบีเอสไทยทนุ และ ธนาคารเอเซีย ที่ใช้สีดำ และสีเขียว ตามลำดับ

ธนาคารจำนวน 4 แห่ง มีการใช้สีขั้นที่สอง (secondary color) เป็นส่วนประกอบของตราสัญลักษณ์ ได้แก่

ธนาคารกสิกรไทย ใช้สีเขียว

ธนาคารเอเซีย ใช้สีเขียว

ธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้สีม่วง

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน ใช้สีเขียว

ธนาคารจำนวน 1 แห่งมีการใช้เทคนิคการไล่น้ำหนักสี ในตราสัญลักษณ์ (value gradation) ได้แก่ การแสดงน้ำหนักสี 2 ระดับ ของสีเขียวและสีฟ้า ของตราสัญลักษณ์ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาได้ว่าเป็นการใช้สีที่อยู่ใกล้เคียงกันตามวงจรสี (analogous color)

ธนาคารจำนวน 2แห่งที่ใช้สีคู่ตรงกันข้าม (complimentary) ในตราสัญลักษณ์ คือ ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งใช้สีแดงและสีเขียว และธนาคารไทยพาณิชย์ใช้สีม่วงและสีเหลือง

ธนาคารที่ใช้สีล้วนสีเดียว (solid color) และไม่มีการไล่น้ำหนักสี มีจำนวน 8 แห่ง ได้แก่

ธนาคารกรุงเทพ ใช้สีน้ำเงินเข้ม
ธนาคารกรุงไทย ใช้สีน้ำเงินเข้ม
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใช้สีเหลือง
ธนาคารไทยธนาคาร ใช้สีแดงเข้ม
ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ ใช้สีดำ
ธนาคารยูโอบี รัตนสิน ใช้สีแดงสด
ธนาคารเอเชีย ใช้สีเขียว
ธนาคารออมสิน ใช้สีน้ำเงิน

ธนาคารที่ใช้สีดำ (black) เป็นส่วนประกอบ มีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ ธนาคารกสิกรไทยและ ธนาคารธนชาติ ซึ่งใช้สีเทา

การใช้รูปทรง

ตราสัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะใช้รูปทรง เรขาคณิต (geometric) หรือจะเป็นรูปทรงที่มีที่มาจากรูปทรงอิสระ (organic inspired) แต่ได้รับการปรับแต่งและออกแบบ โดยใช้วิธีการและเครื่องมือทางการเขียนแบบที่ละเอียด ถี่ถ้วน จนได้รูปทรงที่มีขนาดและสัดส่วนที่ค่อนไปทางเรขาคณิต (geometric) จะมีเพียงไม่กี่ธนาคารที่ยังเห็นความชัดเจนของ รูปทรงอิสระ (organic) ได้แก่ เส้นรอบรูปนกวายุภักษ์ของธนาคารกรุงไทย ลวดลายของพระมหามงกุฎ ของธนาคารนครหลวงไทย ตรีและต้นไทรของธนาคารออมสิน

ธนาคารจำนวน 3 แห่งที่มีตราสัญลักษณ์เป็นรูปทรงนามธรรมหรือกึ่งนามธรรม (abstract/ semi abstract form) ได้แก่

ธนาคารยูโอบี รัตนสิน
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน
ธนาคารทหารไทย

ธนาคารจำนวน 7 แห่งที่มีตราสัญลักษณ์เป็นรูปทรงรูปธรรมหรือรูปทรงอิสระ (representational/ natural form) ได้แก่

ธนาคารกสิกรไทย
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
ธนาคารกรุงเทพ
ธนาคารไทยพาณิชย์
ธนาคารกรุงไทย
ธนาคารนครหลวงไทย
ธนาคารออมสิน

ธนาคารจำนวน 4 แห่งที่มีตราสัญลักษณ์เป็นรูปทรงประเภทตัวอักษร (verbal form) ได้แก่

ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ ใช้อักษรโรมัน
ธนาคารเอเชีย ใช้อักษรไทยหรือโรมัน
ธนาคารไทยธนาคาร ใช้อักษรไทยและอักษรโรมัน
ธนาคารธนชาติ ใช้อักษรไทยและ/ หรืออักษรโรมัน

เทคนิคและวิธีการออกแบบ

ตราสัญลักษณ์ของทุกธนาคารอาจพิจารณาได้ว่าเป็นการออกแบบโดยใช้เทคนิคการสร้างรูปและพื้น (figure and ground) ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่ที่เป็นรูปที่ต้องการจะสื่อ (positive space) และพื้นที่รอบๆที่เสริมสร้างให้เกิดรูป (negative space) หากแต่ยังสามารถพิจาณาได้ถึงลักษณะเทคนิคในการออกแบบที่โดดเด่นอื่นๆ ได้อีก เช่น

ธนาคารธนชาติใช้ เส้นตรงหลายเส้น (series of line) เพื่อแสดง ให้เห็นถึง ลักษณะการวิ่ง ความเร็ว ซึ่งเป็นเทคนิคที่พบใช้อยู่ทั่วไปในการออกแบบ

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน ใช้เส้นม้วนตัว ทำให้เห็นถึง มิติ ความลึก (dimension and depth) ของภาพ

ธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้เทคนิค รูปและพื้น และใช้ประโยชน์ทั้งจาก positive และ negative space เพื่อสื่อถึงรูปทรงสองรูป ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ (inter space) ของพื้นที่ทั้งสอง หรือเป็นการสร้างเกมส์หรือปริศนาทางความคิด (mind game) ให้แก่ผู้อ่าน ซึ่งเป็นคุณลักษณ์ของงานออกแบบนิเทศศิลป์ (communication design) ที่สำคัญ

ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ ธนาคารเอเชีย ธนาคารไทยธนาคาร และธนาคารธนชาติ มีการใช้ความรู้ และเทคนิคเฉพาะในการออกแบบที่เกี่ยวกับตัวอักษร (typography) เช่นในเรื่องของการเลือกชนิดตัวอักษร (font and typeface) ซึ่งมีเพียงธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ เท่านั้นที่ใช้ตัวอักษรประเภทที่มีฐาน (serif face) ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ดูจริงจังมากกว่าอีกสามธนาคารที่เลือกใช้ตัวอักษรที่ไม่มีฐาน (sans serif face)

วิธีการทำซ้ำ (repetition) มีปรากฏให้เห็น อย่างต่อเนื่อง เช่น การทำลายเส้นซ้ำๆซึ่งเลียนแบบท้องน้ำหรือผืนดินของตราสัญลักษณ์ธนาคารกสิกรไทย การใช้เส้นหรือรูปทรงที่มีขนาดและสัดส่วนเท่ากันทุกประการจำนวน 5 เส้นของตราธนาคารยูโอบี รัตนสิน ลายเส้นสองเส้นสีเขียวและสีฟ้าที่เรียงล้อกันของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน

การลดหลั่น (gradation) ของรูปร่างหรือรูปทรง ขนาดและสัดส่วน ปรากฏอย่างชัดเจนเช่นกัน เช่น ขนาดละสัดส่วนที่ลดหลั่นจากเล็กไปใหญ่หรือกลับกัน ของ แถบแสดงการเปล่งปรกายรัศมีของ ธนาคารนครหลวงไทย ฉัตรของธนาคารออมสิน พระมหาเจดีย์สามองค์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

การลดหลั่นหรือไล่ระดับสีของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน

ตราสัญลักษณ์ของหลายธนาคาร มีการจัดองค์ประกอบแบบสมมาตร (symmetrical balance) อย่างเห็นได้ชัด เช่น ธนาคารยูโอบีรัตนสิน ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทย ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน ธนาคารเอเชีย

การจัดองค์ประกอบแบบไม่สมมาตร (asymmetrical balance) ดูยังไม่เด่นชัด แต่ก็มีให้เห็นบ้างจาก ตราสัญลักษณ์ของ ธนาคารไทยธนาคาร และธนาคารธนชาติ หรือธนาคารกสิกรไทย

ตราสัญลักษณ์ของธนาคารจำนวนหนึ่งมีกรอบ หรือพื้นหลัง (background) รูปวงกลม สี่เหลี่ยม เป็นส่วนประกอบ ทำให้แลดูเหมือนโล่ห์ (badge) เช่น

ธนาคารกสิกรไทย ใช้กรอบเส้นวงกลมสีแดงสด
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใช้พื้นหลังรูปวงกลมสีเหลือง
ธนาคารเอเชีย ใช้กรอบรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสสีเขียว
ธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้กรอบรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสสีม่วง
ธนาคารกรุงไทย ใช้พื้นหลังวงกลมสีน้ำเงินเข้ม
ธนาคารไทยธนาคาร ใช้กรอบรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอนสีแดง
ธนาคารออมสิน ใช้กรอบเส้นวงกลมสีน้ำเงินสองวง

จากการศึกษาตราสัญลักษณ์ธนาคารของไทยทั้ง 14 แห่ง พบการใช้เทคนิค

วิธีการทางการออกแบบที่เรียกว่า anomaly หรือการสร้างจุดสนใจให้กับงานด้วยความแปลกปลอม น้อยมาก เช่น เส้นตรงที่แตกกลุ่มแล้วมาตัดขวางตรงกลางของเส้น 4 เส้น ของธนาคารยูโอบี รัตนสิน ซึ่งถือเป็นความแปลกแยกในการจัดเรียงตัว (directional anomoly)

การสร้างจุดสนใจด้วยการเพิ่มความหนาแน่น (concentration) พบใน ตราของธนาคารกรุงศรีอยุธยาแต่ไม่ชัดเจนนักเนื่องจากรูปทรงที่เรียงซ้อนกันมีจำนวนน้อยเกินไป

ผลสรุปในเรื่องของ ความหมายของ ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย

ตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทย ส่วนใหญ่ มีการสื่อถึง ความหมายที่มีที่มาที่ไป มีการกำหนดความหมายที่ชัดเจน และได้รับการใช้ติดต่อกันมาตั้งแต่แรกเริ่มเปิดกิจการ

ตราสัญลักษณ์ของธนาคารบางแห่ง มีที่มามาจาก ประวัติศาสตร์การก่อตั้งของธนาคาร การได้รับพระบรมราชานุญาติให้ใช้ตราสัญลักษณ์ เช่นในกรณีของ ธนาคารนครหลวงไทยที่ใช้สัญลักษณ์ พระมหามงกุฎและคำว่า ภายใต้พระบรมราชานุญาติ เป็นตราประจำธนาคาร

ธนาคารบางแห่ง เน้นความเข้าใจง่ายโดยใช้ตราสัญลักษณ์ที่เป็นอักษรย่อของชื่อธนาคาร ทำให้ง่ายต่อการจดจำของผู้พบเห็น มากกว่าการสรรหาสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมมาเป็นเอกลักษณ์ของธนาคาร

การกำหนดความหมายให้ตราสัญลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ของไทย จำนวนหนึ่ง เป็นการกระทำที่มีพื้นฐานของแนวคิดจากความเชื่อทางตะวันออกในเรื่องที่ดี และในทางบวก เช่น ความเชื่อของชาวจีนที่มีต่อสีแดงของตราสัญลักษณ์ธนาคารยูโอบี รัตนสิน หรือยิ่งไปกว่านั้น เป็น ความเชื่อทางพุทธศาสนา เช่นรูปดอกบัวหลวงตูม ของตราสัญลักษณ์ธนาคารกรุงเทพ และตามความเชื่อดังที่พบในวรรณกรรมของไทย เช่น นกวายุภักษ์ของธนาคารกรุงไทย

ตราสัญลักษณ์ของธนาคารบางแห่ง มีฐานทางความคิดที่เชื่อมโยงกับกระทรวงหรือหน่วยงานราชการของไทย เช่น การใช้รูปนกวายุภักษ์ของธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นตราที่ตรงกับสัญลักษณ์ของกระทรวงการคลังของไทย และตราสัญลักษณ์ของธนาคารทหารไทย

ตราสัญลักษณ์ของธนาคารบางแห่ง มีฐานทางความคิดที่เกี่ยวของกับสถาบันพระมหากษัตริย์ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารนครหลวงไทย ในเรื่องการใช้ มหามงกุฎ ฉัตร และ ตรี

ธนาคารพาณิชย์ของไทยในกลุ่มที่เป็นธนาคารเก่าแก่ ก่อตั้งมานานจะให้ความสำคัญกับความหมาย (meaning) ของภาพ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางตะวันออก ความเชื่อในศาสนาพุทธ ความเชื่อในสถาบันพระมหากษัตริย์ ส่วนธนาคารในกลุ่มที่เป็นธนาคารใหม่ที่เปิดกิจการมาได้ไม่นาน หรือมีการร่วมทุนกับต่างชาติในภายหลัง จะให้ความสำคัญกับ รูปลักษณ์ของ ความสวยงาม ความเรียบง่าย และความทันสมัย

ผลสรุปในเรื่องของ หน้าที่และประโยชน์ใช้สอย ของ ตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย

1 หน้าที่ทางกายภาพและในการใช้งาน (Physical and Practical Use)

การเป็นเครื่องหมายที่ต้องมีผู้พบเห็นอยู่เป็นประจำในสื่อประเภทต่างๆทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือและเอกสารต่างๆของธนาคาร หรือสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในโทรทัศน์ วีดีทัศน์ รวมทั้งป้ายและสื่อกลางแจ้งอื่นๆ (Sign and Outdoor Advertising) ตราสัญลักษณ์เหล่านี้จำเป็นต้องมีความชัดเจน มองเห็นได้ง่าย (good visibility) มีความสามารถในการใช้งานได้ดี (good application) และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ในสื่อต่างๆได้ดี (good modularity) โดยที่ สี รูปร่างรูปทรง และลักษณะการจัดวาง รวมทั้งการตัดทอนรายละเอียด ของตราสัญลักษณ์มีบทบาทที่สำคัญในเรื่องต่างๆเหล่านี้

กลุ่มธนาคารที่มีตราสัญลักษณ์ที่มีคุณลักษณะทางกายภาพและการใช้งานดังกล่าวข้างต้น จะใช้สีที่มีความชัดเจน มักเป็นหนึ่งในแม่สี (แดง เหลือง น้ำเงิน) เป็นสีที่มีความสดและมีความเข้มที่ดีในระดับหนึ่ง (color saturation and value) มีการใช้สีไม่มากในตราสัญลักษณ์เดียวกัน รูปทรงอาจเป็นได้ทั้งรูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงอิสระแต่ต้องมีขนาดที่ใหญ่มองเห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล (scale/ size) และภาพที่ปรากฏจะต้องเป็นภาพที่ดูเข้าใจง่าย มีการตัด

ทอนรายละเอียด (deletion) และไม่ซับซ้อนจนเกินไป มีการจัดวางที่อยู่ในแนวตั้ง (vertical alignment) และจัดวางอยู่ตำแหน่งกลางภาพ (center)

2 หน้าที่ในการสื่อสาร (Communication)

แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1 หน้าที่ในการสร้างเอกลักษณ์ สร้างการจดจำประจำองค์กร หรือสถาบัน (Recognition and Identification) และการเป็นตัวแทนขององค์กร หรือสถาบัน (Representation) ซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักของตราสัญลักษณ์ กล่าวคือประชาชนหรือผู้ที่พบเห็นสามารถจดจำ แยกแยะได้โดยง่ายและรวดเร็วปราศจากความสับสน ว่าตราสัญลักษณ์ที่พบเห็นเป็นตราของธนาคารใด โดยเป็นการพิจารณาจากรูปลักษณ์ที่ปรากฏสู่สายตา (visual) ในฐานะที่เป็น object หรือ signifier

จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์ผล พบว่า **ตราสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษร สามารถสื่อถึงธนาคารได้ดีกว่าการใช้รูปภาพ** โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ใช้ภาษาไทย ดังเช่นธนาคารไทยธนาคาร ที่มีผู้สามารถจดจำได้คิดเป็นจำนวน ร้อยละร้อยจากประชากรทั้งหมด แต่ไม่เป็นจริงเสมอไปในกรณีที่ใช้ อักษรย่อหรืออักษรภาษาอังกฤษ เช่น ธนาคารดีบีเอส ไทยทนุ

ตราสัญลักษณ์ที่สามารถบอกได้ถึงลักษณะของธุรกิจว่าเป็นธุรกิจการเงิน (Business awareness) มีเพียงสองธนาคาร คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงไทย ในขณะที่ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่า การทำให้ตราสัญลักษณ์บ่งบอกได้ถึงลักษณะธุรกิจ (business awareness) เป็นเรื่องสำคัญ และเป็นความสำคัญในลำดับต้นๆที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบ นอกเหนือจากการมีเอกลักษณ์ที่ดีของภาพ ความเรียบง่ายชัดเจน การเลือกใช้สีที่สะดุดตา ซึ่งเกือบทุกธนาคารได้คำนึงถึงอยู่แล้วว่าเป็นหน้าที่ที่สำคัญในการ สร้างการจดจำ จากเหตุผลที่กล่าวมา หลายธนาคารน่าจะนำมาพิจารณาเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้น

2 หน้าที่ในการสื่อความหมาย (convey meaning) ภาพตราสัญลักษณ์ที่ใช้รูปทรงรูปธรรม จะทำให้คนมีความเข้าใจในความหมายของภาพในทันที ไม่ว่ารูปที่เห็นจะเป็นสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ (natural form) หรือ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (man-made form) ในฐานะที่เป็น signified ทั้งนี้มนุษย์จะมีการตีความที่แตกต่างกันแต่ค่อนข้างไปในทิศทางเดียวกัน กับภาพที่พบเห็นทั้งในระดับแรก (denotation) และระดับลึก (connotation) ซึ่งผู้วิจัยได้พบว่า **ธนาคารพาณิชย์ของไทยในกลุ่มที่เป็นธนาคารเก่า ก่อตั้งมานานจะให้ความสำคัญกับความหมายในตราสัญลักษณ์มากและมักจะใช้ ภาพที่แสดงความเป็นรูปธรรมที่สื่อถึงคุณงามความดี (virtue) ความเจริญเติบโต (growth) หรือความปลอดภัยน่าไว้วางใจ (reliability) ตามความเชื่อในสังคมไทย เพราะธนาคารเป็นองค์กรที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของความน่าเชื่อถือ (credibility) ซึ่งต้องเริ่มจากตราสัญลักษณ์ที่มี**

ความหมายที่ดี เช่นรูป ดอกบัว ต้นข้าว ใบโพธิ์ เป็นต้น ซึ่งวิธีการออกแบบเช่นนี้ เป็นวิธีการแบบดั้งเดิม (conventional approach) ซึ่งมีจุดประสงค์ในการกำหนดความหมายของตราสัญลักษณ์ที่แน่นอน

ในกลุ่มธนาคารใหม่ที่เพิ่งเริ่มเปิดกิจการ หรือผ่านการร่วมทุนกับต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับ ความสวยงาม ความเรียบง่าย และความทันสมัยของตราสัญลักษณ์ โดยใช้รูปทรงที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม (abstract form) และปล่อยโอกาสให้คนดูมีส่วนร่วม(ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่๗ ในการทำความเข้าใจในความหมายหรือเนื้อหา (meaning and contents)ของตราสัญลักษณ์ เป็นแนวทางการออกแบบที่ร่วมสมัย (contemporary approach)

และจากการทำการสำรวจพบว่าตราสัญลักษณ์ที่ทีรูปทรงหลักเป็นตัวอักษรไทย (verbal form) สามารถสร้างการจดจำได้ดีที่สุด และเนื่องจากการที่เป็นภาษาไทย ทำให้ทีความสามรถในการสื่อความหมาย (communication) ผู้คนสามารถแปลความหมายหรือตีความได้ในทันที (denotation)

อภิธานศัพท์

ตราสัญลักษณ์ของธนาคาร

หมายถึง ตราหรือเครื่องหมายที่แสดงถึงหรือใช้แทนองค์กรซึ่งในที่นี้คือธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ของไทย

ธนาคารพาณิชย์ของไทย

หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนก่อตั้งในประเทศไทยและมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย

Pure Research เป็นการค้นคว้าเชิงวิเคราะห์ (analytical) ซึ่งไม่จำเป็นว่าจะต้องนำผลการวิจัยมาใช้สร้างเป็น ผลงาน หรืออชิ้นงานออกแบบในทันที

Applied Research เป็นการค้นคว้าวิจัยและพัฒนา **(Research & Development/ Propositional)** นำผลการวิเคราะห์มาพัฒนาสร้างผลงาน-transformation

Semiotics การศึกษา ป้าย สัญลักษณ์ ในเรื่อง ความสัมพันธ์ ระหว่าง ภาษาพูด หรือเขียน และสิ่งที่อ้างถึง และเป็นกระบวนการ ศึกษา ภาพในรายละเอียดปลีกย่อย กับความหมายที่ถูกนำเสนอ

Semantics ภาษาศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษา นัยทางความหมาย ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพและความหมาย

Rhetoric การศึกษา เทคนิค วิธีการในการใช้ภาษา เขียน ภาษาพูด ภาษาภาพให้มีประสิทธิภาพ

Connotation การตีความภาพในเชิงลึกขึ้นอยู่กับประสบการณ์ วัฒนธรรม เชื้อชาติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน

Denotation การตีความภาพในชั้นต้น ความคิดแรกเมื่อมองเห็นภาพ (primary interpretation)

บรรณานุกรม

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม. (2536). *วิวัฒนาการของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ข้อมูลธนาคาร. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.Kasikornbank.com; History.

ข้อมูลบริษัท. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.Thanachart.com.

งามพิศ สัตย์สวงน. (2545). *วัฒนธรรมข้าวในสังคมไทย: การคงอยู่และการเปลี่ยนแปลง.* พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เทกซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.

ชัยชาญ วิบุลศิลป์. (2541). *เจาะวิกฤตสถาบันการเงินไทย.* กรุงเทพฯ: เอราวัณการพิมพ์.

รู้จักธนาคารออมสิน. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.Gsb.or.th.

ทองเจือ เขียดทอง. (2542). *การออกแบบสัญลักษณ์.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สิปประภา.

ประวัติธนาคาร. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.Bankthai.com; ไทยธนาคาร.

ประวัติธนาคาร. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.Scb.co.th; เกี่ยวกับธนาคาร.

ประวัติธนาคาร. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.Tmb.co.th; ธนาคารของเรา.

ประวัติความเป็นมาของธนาคาร. (2005). แหล่งที่มา: (ออนไลน์). www.Bay.co.th.

พรเทพ เลิศเทวศิริ บรรณาธิการ. (2545). *รวมบทความและงานวิจัย ศาสตร์แห่งการออกแบบ.* กรุงเทพ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระมหามงกุฎ. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.rta.mi.th.

โพธิ์. (2005). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.dhammathai.org.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2538). *ออกแบบกราฟิก.* กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ส. พลายน้อย. (2531). *พฤกษนิยาย.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บำรุงสาส์น.

ฤดีรัตน์ กายราศ. (2541). *ปกิณกะวิถีไทยในเรื่องบัว.* กรุงเทพฯ.

About KTB. (2005). (Online). Available: www.Ktb.co.th; History & Logo.

About Us. (2005). (Online). Available: www.Uob-radanasin.co.th.

Bowers, John. (1999). *Introduction to Two-Dimensional design : Understanding Form and Function.* Canada: John Wiley & Sons.

Carter, Rob. **(1996).** *Working with Computer Type 2: Logotypes, Stationary Systems,Visual Identity.* New York: Watson Guptill Publications.

Thomas, Gregory. **(2000).** *How to design logos, symbols, and icons.* Cincinnati: North light books.

English, Mark. **(2000).** *Designing identity.* China: Rockport publisher, Inc.

Greenwald, Martin & Luttropp, John. **(1997).** *Graphic Communication: design through production.* Albany: International Thomson Publishing Company.

History. **(2005).** (Online). Available: www.bangkokbank.com; About Bangkok Bank.

History. **(2005).** (Online). Available: www.Boa.co.th; About Us.

History. **(2004).** (Online). Available: www.Dbs.co.th.

History. **(2005).** (Online). Available: www.Scib.co.th; About Scib.

Knapp, Matson, Pat. **(2001).** *Designing corporate identity.* China: Rockport publisher, inc.

Miller, R., Anistatia & Brown, M., Jared. **(1999).** *Graphic Design Speak.* First published. Gloucester: Rockport Publishers, Inc.

Noble, Ian & Bestley< Russell. **(2005).** *Visual Research.* Toronto: AVA Publishing.

Overview. **(2005).** (Online). Available: www.Standardchartered.co.th; About Us.

Wong, Wucious. **(1993).** *Principle of Form and Design.* New York: John Wiley & sons, Inc.

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นายศุภวิช อิศรางกูร ณ อยุธยา

การศึกษา ปริญญาโท (Master of Arts in Communication Arts)
สาขา Computer Graphics
New York Institute of Technology
นิวยอร์ค สหรัฐอเมริกา
ปริญญาตรี ศิลปศาสตร์บัณฑิต
สาขา ประวัติศาสตร์ศิลป์
มหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ กรุงเทพฯ

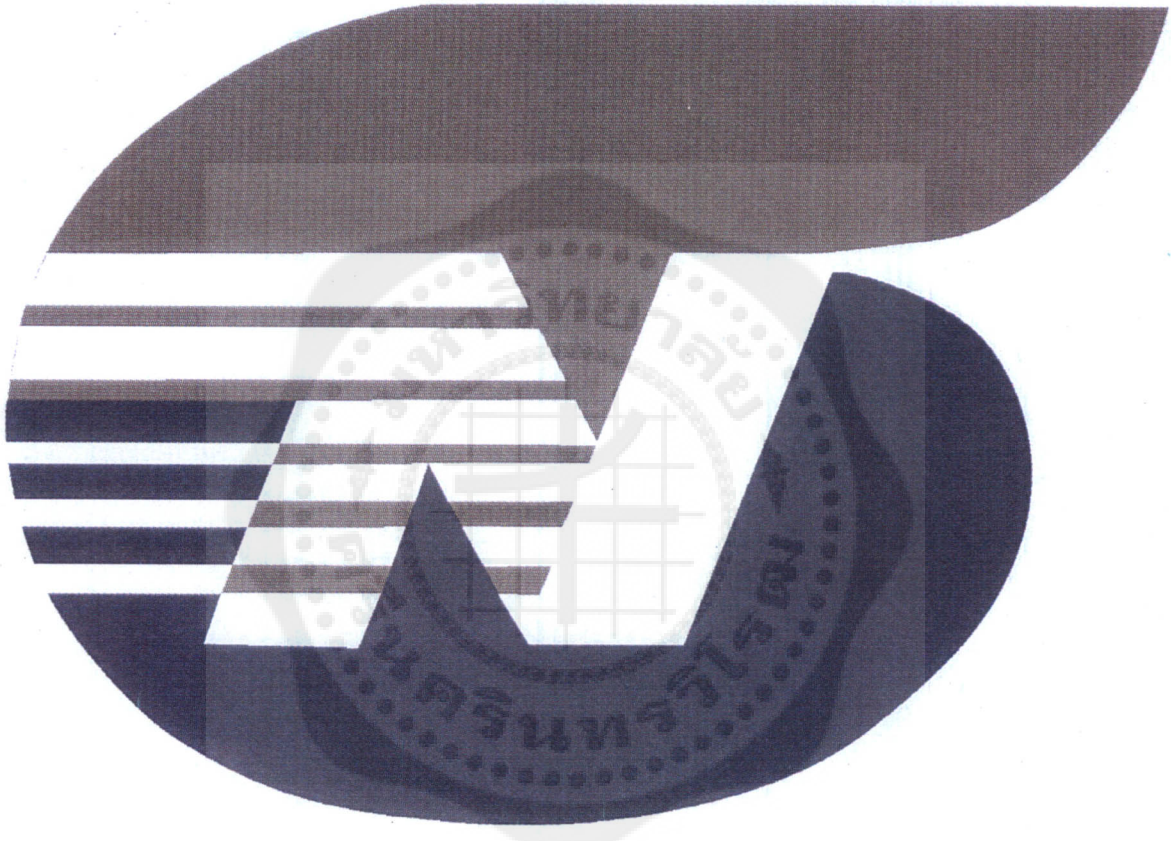
ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบสื่อสาร
(Communication Design)
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก

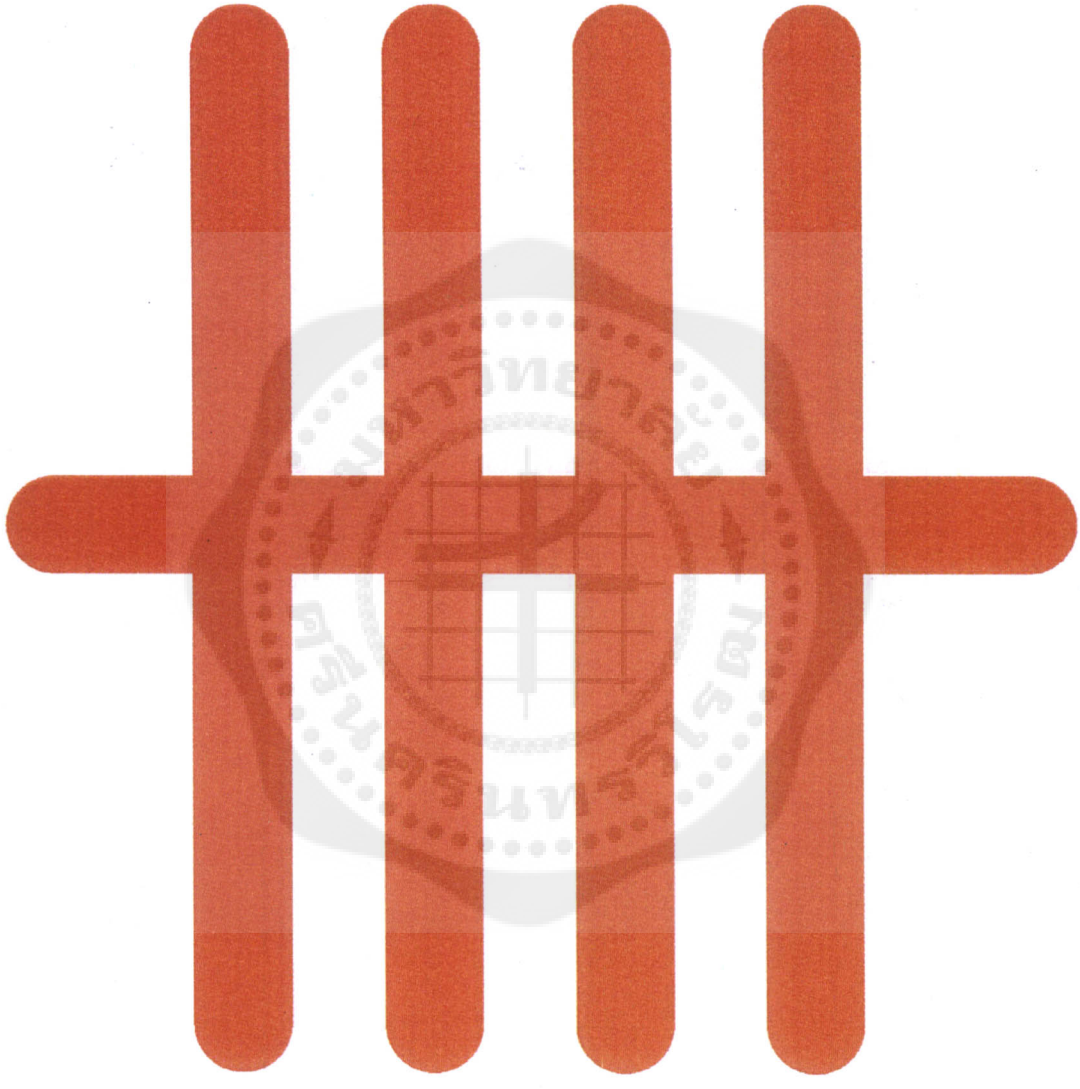
ภาพตราสัญลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ของไทย





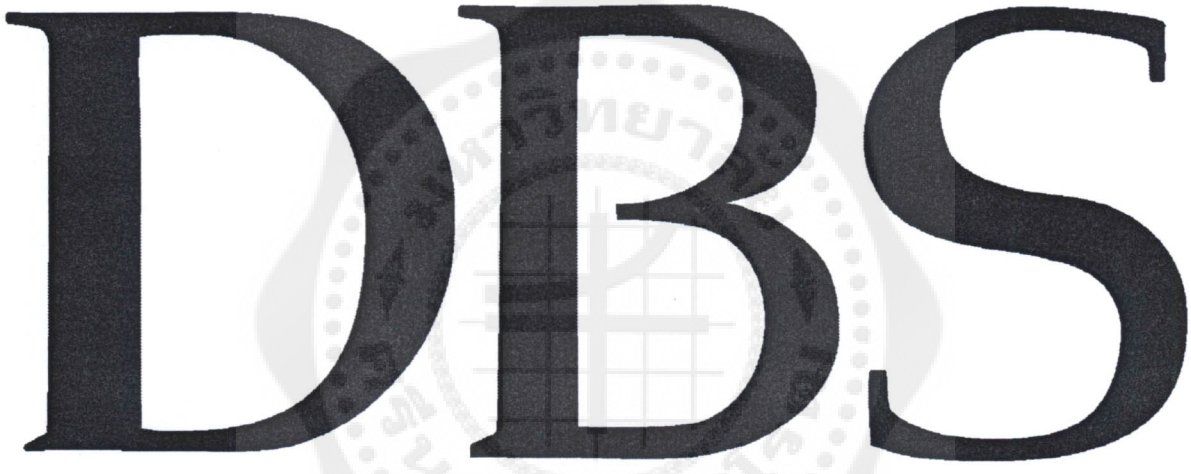











DBS




ไทยธนาคาร
BANKTHAI







