

การควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

**MERGER BETWEEN TMB BANK PUBLIC COMPANY LIMITED AND  
THANACHART BANK PUBLIC COMPANY LIMITED AFFECTING THE  
CONFIDENCE OF CLIENTS IN BANGKOK TO USE SERVICES**

นุชนาถ ชาญไพโรพย์คัม<sup>1</sup> ดร.ปริญญากรณ์ พจน์อริยะ<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) 2) เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารใดๆในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.945 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ แตกต่างกัน 2 ด้าน คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่แตกต่างกัน 3 ด้าน คือ ด้านความเป็น

---

<sup>1</sup>นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Visionary Leaders รุ่นที่ 17 (กลุ่มวิชาเอกการจัดการ)

มหาวิทยาลัยรามคำแหง Email : nutchanat.chan@gmail.com ผู้รับผิดชอบบทความ

<sup>2</sup>อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 2) ทักษะคดี ด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในด้านกร รู้จักและเข้าใจลูกค้าในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์ต่ำมาก แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความ เชื่อมั่นในการใช้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่วนทักษะคดีด้านอารมณ์ความรู้สึก และ ทักษะคดีด้านพฤติกรรม นั้น มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวม กิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในคุณภาพ การบริการทุกด้านในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์ต่ำจนถึงต่ำมาก จึงสรุปได้ว่า ธนาคารที่มี การควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ควรส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีทักษะคดีด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องการควบรวมกิจการให้มากขึ้น และผู้บริกรยังคงมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการอยู่ในระดับมาก โดยมีความเชื่อมั่นในด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามากเป็นอันดับแรก

คำสำคัญ : การควบรวมกิจการ, ทักษะคดี, ความเชื่อมั่น

### Abstract

In this independent study, the researcher examines 1) It explores the attitude of clients in Bangkok metropolitan area towards merger plan between both banks. 2) It also examines the confidence of clients in Bangkok metropolitan area to use services of to-be-merged banks. The sample in this study was the service users of any bank in Bangkok. That is aged 20 years and over, amount 400 The instrument used to collect the questionnaires were validated quality with the reliability of the questionnaire was 0.945 The data obtained were analyzed using descriptive statistics including the Frequency, Percentage, Mean and Standard deviation. Assumptions by Analyze inferential statistics , including t-Test, One way Analysis of Variance compare pairs by Least-Significant Different (LSD) and Pearson's product moment correlation coefficient method. The research findings reveal that 1) Clients with different gender, age, educational level and occupation have an indifferent confidence to use services in terms of 'tangibility', 'reliability', 'responsiveness', 'assurance' and 'empathy'. Although clients with different average monthly income have different confidence to use services in 2 aspects: 'assurance' and 'empathy'; the confidence in 3 aspects:

‘tangibility’, ‘reliability’ and ‘responsiveness’ is indifferent. 2) The relationship between the attitude and confidence to use services of to-be-merged banks is found. Despite the fact that the attitude in light of knowledge and understanding has a relationship with the confidence to use services in terms of ‘empathy’ in the same direction with very low relationship values. It has no relationship with ‘tangibility’, ‘reliability’, ‘responsiveness’ and ‘assurance’. Meanwhile, there is a relationship between the attitude in light of emotions, feelings and behaviors and the confidence to use services of to-be-merged banks in all aspects of service quality in the same direction, with a low to very low relationship. In conclusion, the banks with the merger between TMB Bank Public Company Limited and Thanachart Bank Public Company Limited should encourage to clients’ attitude in light of better knowledge and understanding of merger plan. And the clients still have a high level of confidence to use service of to-be-merged banks and the highest level of confidence towards ‘responsiveness’.

Keywords : Merger, Attitude, Confidence

## บทนำ

นับเป็นปรากฏการณ์สำคัญของวงการธนาคารพาณิชย์ไทย เมื่อธนาคารทหารไทย (TMB) และธนาคารธนชาต (TBANK) ประกาศแผนการรวมกิจการระหว่าง 2 ธนาคาร โดยได้ลงนามข้อตกลงในเบื้องต้น (MOU) แบบไม่ผูกพันทางกฎหมายเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 โดยมีวัตถุประสงค์การรวมกิจการระหว่างธนาคารเพื่อร่วมดำเนินธุรกิจธนาคารด้วยขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งหลังจากการรวมกิจการแล้ว ธนาคารจะมีสินทรัพย์รวมที่ 1.9 ล้านล้านบาท ซึ่งขนาดใหญ่เป็นอันดับ 6 ของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ไทย ด้วยฐานลูกค้ากว่า 10 ล้านคน ธนาคารทหารไทยมีจุดแข็งด้านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ขณะที่ธนาคารธนชาตโดดเด่นเรื่องสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เมื่อรวมกิจการแล้วจะช่วยระดมเงินฝากจากฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และมีโครงสร้างสินเชื่อที่ดีขึ้น โดยคาดว่า การรวมกิจการจะแล้วเสร็จภายในปี 2564 และจะเปลี่ยนชื่อธนาคารเป็นชื่อใหม่ ประโยชน์การควบรวมกันครั้งนี้จะช่วยให้ธนาคารแห่งใหม่สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายตลาดได้มากขึ้น ช่วยให้เกิดผลตอบแทนที่สูงกว่าเดิม สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่หลากหลาย ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งจะถือเป็นการสร้างประโยชน์กับผู้ถือผลประโยชน์ร่วม (Stakeholders) ทุกฝ่าย และเติบโตอย่างยั่งยืน

สำหรับแนวโน้มธุรกิจธนาคารในยุคที่มุ่งสู่ดิจิทัล Open Banking ทำให้ธนาคารต้องทำตัวเองให้เปิดกว้างและก้าวเข้าไปสู่การเป็นธุรกิจแพลตฟอร์มมากขึ้น เพื่อเชื่อมธนาคารกับธุรกิจ

อื่นๆ หรือเพื่อก้าวไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่ไม่ใช่ธนาคาร โดยผลิตภัณฑ์และบริการที่กลุ่มธุรกิจธนาคารจะนำเสนอ อาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน (Non-financial products) หรือเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้เล่นอื่นๆ ในปี 2562 เราจะพบเห็นธนาคารหลายแห่งที่มีการเสริมสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเงินและคุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า (Value Proposition) ในขณะที่ธนาคารระดับโลกขนาดใหญ่ต่างเร่งระดมกำลังเพื่อปรับตัวสู่กลยุทธ์แบบ Open Banking ธนาคารขนาดกลางและเล็กอาจตกอยู่ในภาวะเสี่ยงที่จะถูกแย่งฐานลูกค้าหากไม่สามารถปรับตัวได้ทัน ดังนั้น การรวบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทยและธนาคารธนชาตจึงมีเป้าหมายใหญ่คือ การนำเอาศักยภาพที่แข็งแกร่งของทั้งสองธนาคารมารวมกัน เพื่อรับมือกับการแข่งขันทางการเงินยุคดิจิทัล

จากความเป็นมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจศึกษาในเรื่องการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทยและธนาคารธนชาต ว่าผู้ใช้บริการนั้นมีทัศนคติต่อเรื่องดังกล่าวอย่างไร และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการอย่างไร และเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรหรือผู้ที่สนใจ ในการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ในการจัดการต่อทัศนคติและการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ หากต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารพาณิชย์ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)

### นิยามศัพท์เฉพาะ

การควบรวมกิจการ (Mergers and Acquisitions: M&A) หมายถึง การที่กิจการหนึ่ง ได้มาซึ่งหุ้นสินทรัพย์หรือกิจการอื่น เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจควบคุมหรือครอบครอง โดยในงานศึกษาชิ้นนี้ หมายถึง การควบรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย และธนาคารธนชาต

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการควบรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย และธนาคารธนชาต

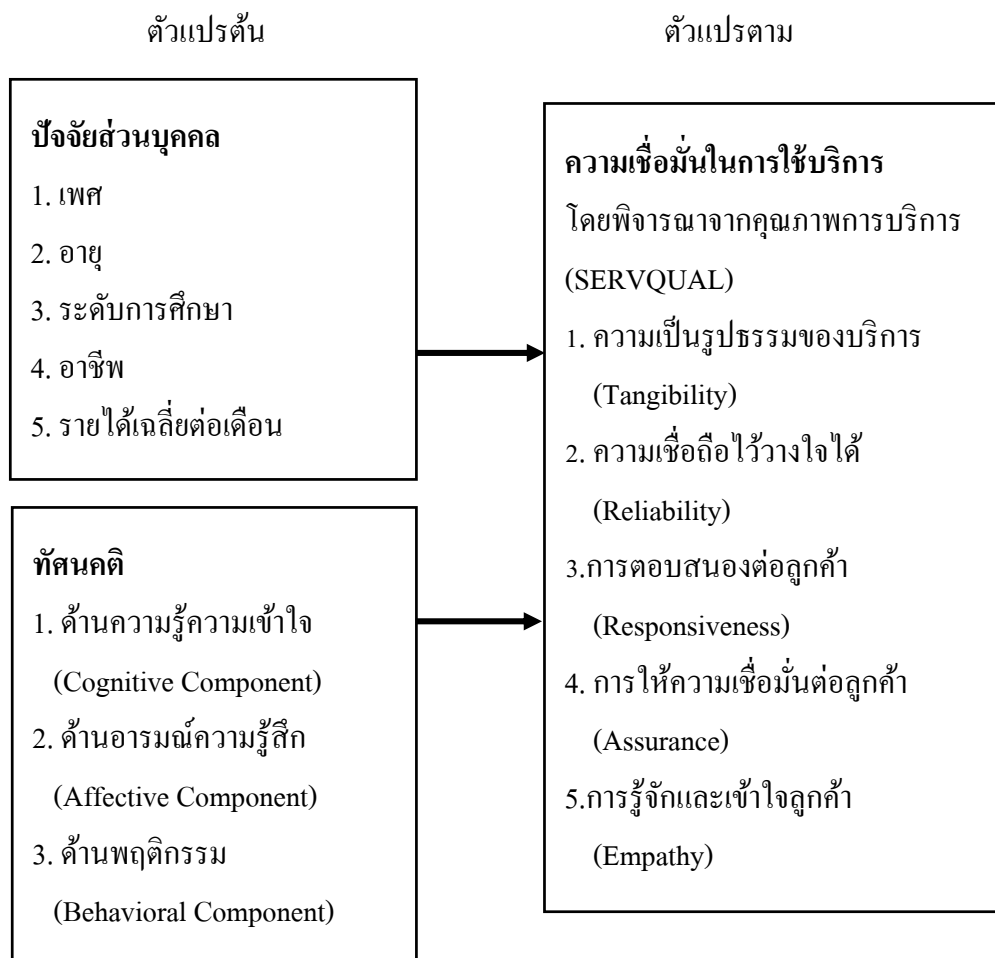
ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ หมายถึง ความไว้วางใจและมั่นใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการควบรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย และธนาคารธนชาต

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง สิ่งที่มีวัดถึงระดับของการบริการของ หนาการที่มีการควมรวมกิจการระหว่าง หนาการทหารไทย และหนาการชนชาติ ที่ส่งมอบให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการ ว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ได้ดีมากน้อยเพียงใด

#### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ใช้บริการหนาการทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาในปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่สำคัญในด้านทัศนคติ และความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อหนาการที่มีการควมรวมกิจการระหว่างหนาการทหารไทย จำกัด (มหาชน) และหนาการชนชาติ จำกัด (มหาชน)
3. ขอบเขตระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่างเดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน 2562
4. ขอบเขตด้านสถานที่ ทำการศึกษาครอบคลุมพื้นที่เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

#### กรอบแนวคิดการวิจัย



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการควมรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย และธนาคารธนชาติ
2. ได้ทราบถึงความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการควมรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทยและธนาคารธนชาติ
3. ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมเกี่ยวกับการควมรวมกิจการระหว่างธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควมรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควมรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ : Zimbardo P. G. & Ebbesen E. (1970) ได้อธิบายลักษณะทางองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น : Morgan & Hunt (1994) ความเชื่อมั่น เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นจะนำไปสู่ความจงรักภักดี เนื่องจากความเชื่อมั่นสร้างความเปลี่ยนแปลงให้ความสัมพันธ์นั้นมีคุณค่ามากขึ้น

โดยในการวิจัยครั้งนี้ความเชื่อมั่นในการใช้บริการพิจารณาจาก 5 มิติคุณภาพบริการหรือ SERVQUAL ประกอบด้วย มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

### วิธีการดำเนินการวิจัย

เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนของกลุ่มผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่แน่ชัดได้ จึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรการคำนวณของคอแครน (Cochran) ใช้กลุ่ม

ตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก(Convenience Sampling) ผ่านการกระจายแบบสอบถาม(Questionnaire) ด้วยคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดที่แบ่งเป็น 5 ระดับ ใช้มาตราวัดประมาณค่า (Likert Scale) นำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยมีค่า IOC อยู่ที่ร้อยละ 93.75 แสดงว่า มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน (Try Out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.945 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานต่างๆ ดังนี้ ตัวแปร เพศ ใช้การวิเคราะห์ทดสอบที (t-Test) ตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least-Significant Different (LSD) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's correlation coefficient)

## ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติขั้นพื้นฐานหาค่าร้อยละ (Percentage) พบว่า ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.25 และเพศชาย ร้อยละ 42.75 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 22.50 รองลงมาอายุ 36 – 40 ปี ร้อยละ 21.00 อายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 20.25 อายุ 20 – 25 ปี ร้อยละ 18.50 และอายุ 31 – 35 ปี ร้อยละ 17.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 66.25 รองลงมาปริญญาโท ร้อยละ 21.25 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.50 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 60.25 รองลงมาเป็นนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 14.75 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.50 และประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ ร้อยละ 11.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ร้อยละ 24.50 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 21.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ร้อยละ 19.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 17.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 17.25

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่อการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	2.49	0.99	น้อย	3
2. ด้านอารมณ์ความรู้สึก	2.85	0.53	ปานกลาง	2
3. ด้านพฤติกรรม	3.77	0.58	มาก	1
รวม	3.03	0.47	ปานกลาง	

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ให้บริการมีทัศนคติต่อการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับ  $\bar{X} = 3.03$ , S.D. = 0.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้บริการมีทัศนคติด้านพฤติกรรม ในระดับมาก ทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก ในระดับปานกลาง และทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ ในระดับน้อย

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ธนาคารที่มีการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ธนาคารที่มีการควรรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ เชื่อมั่น	อันดับ
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.44	0.64	มาก	4
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.56	0.67	มาก	2
3. การตอบสนองต่อลูกค้า	3.83	0.70	มาก	1
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.42	0.72	มาก	5
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.46	0.64	มาก	3
รวม	3.54	0.56	มาก	



จากตาราง 2 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทยและธนาคารธนชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่ระดับ  $\bar{X}= 3.54$ , S.D. = 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามากเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 สรุปรวมความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ความเชื่อมั่นในการ ใช้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
1.ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ	Sig.= 0.591 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.501 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.151 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.367 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.079 ไม่แตกต่าง
2.ความเชื่อถือไว้วางใจ ได้	Sig.= 0.282 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.638 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.068 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.464 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.149 ไม่แตกต่าง
3. การตอบสนองต่อ ลูกค้า	Sig.= 0.096 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.369 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.286 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.912 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.646 ไม่แตกต่าง
4. การให้ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้า	Sig.= 0.863 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.817 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.298 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.603 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.035* แตกต่าง
5. การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า	Sig.= 0.741 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.593 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.082 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.150 ไม่แตกต่าง	Sig.= 0.001* แตกต่าง

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด แตกต่างกัน 2 ด้าน

ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และไม่แตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทัศนคติกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ	ทัศนคติ		
	1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	2. ด้านอารมณ์ความรู้สึก	3. ด้านพฤติกรรม
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	$r = 0.057$ Sig. = 0.259 ไม่สัมพันธ์กัน	$r = 0.272^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน	$r = 0.352^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้	$r = 0.020$ Sig. = 0.684 ไม่สัมพันธ์กัน	$r = 0.209^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน	$r = 0.327^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน
3. การตอบสนองต่อลูกค้า	$r = 0.039$ Sig. = 0.432 ไม่สัมพันธ์กัน	$r = 0.158^{**}$ Sig. = 0.001 สัมพันธ์กัน	$r = 0.357^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	$r = 0.041$ Sig. = 0.415 ไม่สัมพันธ์กัน	$r = 0.127^*$ Sig. = 0.011 สัมพันธ์กัน	$r = 0.245^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	$r = 0.152^{**}$ Sig. = 0.002 สัมพันธ์กัน	$r = 0.182^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน	$r = 0.286^{**}$ Sig. = 0.000 สัมพันธ์กัน

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า 1.ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการในด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.152 คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีค่าความสัมพันธ์ต่ำมาก



เดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.286 คิดเป็นร้อยละ 28.6 มีค่าความสัมพันธ์ต่ำ ทศนคติด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.245 คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีค่าความสัมพันธ์ต่ำ

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการควบคุมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติด้านพฤติกรรมมีความสำคัญมาก ด้านอารมณ์ความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจค่อนข้างน้อยเกี่ยวกับการควบคุมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อธนาคารที่มีการควบคุมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการยังมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบคุมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบคุมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ใน 2 ด้าน คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบคุมกิจการระหว่าง ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการในด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในคุณภาพการบริการทุกด้าน

จากผลการวิจัยจึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)ในระดับมาก ดังนั้นการควบรวมกิจการระหว่าง 2 ธนาคารเข้าด้วยกันครั้งนี้ จึงถือเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและศักยภาพของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว และเพื่อเป็นการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา หงษ์สุวรรณ และรัตนพงษ์ สอนสุภาพ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง *การควบรวมกิจการสถาบันการเงินในประเทศไทย : กรณีศึกษาธนาคารธนชาติกับธนาคารนครหลวงไทย* ผลการวิจัยพบว่า ระบบธนาคารพาณิชย์ไทยมีการปรับตัว แข่งขัน และควบรวมกิจการกันทั้งในไทยเองและจากต่างชาติ ในการปรับตัวและการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ไทย “การควบรวมกิจการ” เป็นกลยุทธ์สำคัญเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถาบันการเงินไทย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น เกิดการประสานประโยชน์ร่วมกันเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เน้นภาคปฏิบัติให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัย

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน ดังนั้นธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ ในด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า กับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการมีทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจในการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในระดับน้อย ธนาคารจึงควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีต่อผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

3. ทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธนาคารที่มีการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในทุกด้าน ดังนั้นธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับ

ทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และมุ่งพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

### บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ อรุณีพัฒน์พงศ์ และคณะ. (2553). *การควบรวมกิจการ: โอกาสของธุรกิจไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ดร.ธีรวัชร ธีรขวัญโรจน์. (2561). *การตลาดบริการ (Services Marketing)*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *การควบรวมกิจการ*. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562, จาก [https://www.set.or.th/th/market/MnA\\_p2.html](https://www.set.or.th/th/market/MnA_p2.html).
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). *ข้อมูลในกลุ่มบริษัท*. ค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.tmbbank.com>.
- ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน). *ข้อมูลในกลุ่มบริษัท*. ค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.thanachartbank.co.th>.
- ธรรมพฤษ แสงประเสริฐ (2558). *การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกรณีศึกษา: บริษัทเทสดีอิงอินสทรูเมนต์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นริศรา หงษ์สุวรรณ และรัตพงษ์ สอนสุภาพ. (2560). *การควบรวมกิจการสถาบันการเงินในประเทศไทย: กรณีศึกษาธนาคารธนชาตกับธนาคารนครหลวงไทย*. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- โพสต์ทูเดย์. “ทหารไทยควบธนชาต” ผงาดใหญ่อันดับ 6. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/news/597261>.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2549). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รศ. ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พิมพ์ดี
- สรชน บุญสอง. *การควบรวมกิจการ (M&A) ของธุรกิจประกันภัย ชั้นตอน วิธีการ และการเตรียมความพร้อม สำหรับการเข้าทำธุรกรรมการควบรวมกิจการ*. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2562, จาก <http://seminar.tgia.org/ceofocus3-2560-61>.
- BUFFETTCODE ADMIN. *สรุปปีที่ดี “ธนชาต”รวม“ทหารไทย”*. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562, จาก <http://buffettcode.com/thanachart-tmb-synergy/>.