

ผลกระทบของการควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย



นายบรรวิทย์ ทองด้วง

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1227-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE EFFECT OF HORIZONTAL MERGER  
ON CINEMA BUSINESS IN THAILAND**

Mr. Bawornwit Thongduang

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Economics in Economics

Faculty of Economics  
Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-1227-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ผลกระทบของการควมกึ่งการธุรกิจ โรงภาพยนตร์ในประเทศไทย

โดย

นายบรรวิทย์ ทองด้วง

สาขาวิชา

เศรษฐศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. จุฑา มนต์ไพบูลย์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....*London 2531. MW*.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. โสภณิธร มัลลิกะมาส)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....*[Signature]*.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ ไกรพรรคศักดิ์)

.....*[Signature]*.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. จุฑา มนต์ไพบูลย์)

.....*[Signature]*.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. อิศรา ศานติศาสน์)

.....*[Signature]*.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ธวัชชัย จิตรภายนันท)

บวรวิทย์ ทองด้วง: ผลกระทบของการควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย  
(THE EFFECT OF HORIZONTAL MERGER ON CINEMA BUSINESS IN  
THAILAND) อ. ที่ปรึกษา: รศ.ดร. จุฑา มนต์ไพบูลย์, 125 หน้า. ISBN 974-53-1227-4

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย โดยพิจารณาทั้งผลประโยชน์ของผู้ผลิต และผลกระทบต่อผู้บริโภค อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของรัฐบาลในการกำกับดูแลการควบกิจการ

วิธีการศึกษา แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ผลประโยชน์ผู้ผลิต ได้แก่ การวิเคราะห์ผลได้จากการควบกิจการผ่านการประเมินมูลค่ากิจการด้วยวิธีส่วนลดกระแสเงินสด แล้วพิจารณาประโยชน์จากการปรับปรุงโครงสร้างกิจการของผู้ผลิต ส่วนผลกระทบของผู้บริโภค ได้แก่ การวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงหลังการควบกิจการในปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญในการไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ รวมทั้งสอบถามความเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ที่น่าสนใจ ทั้งนี้ ปัจจัยที่ผู้ชมภาพยนตร์ให้ความสำคัญได้จากการออกแบบสอบถามผู้ชมโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น จำนวน 130 ตัวอย่าง แล้วพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้วยการสอบถามความเห็นผู้ชมทั้งที่ยังคงใช้บริการอยู่และเลิกใช้บริการไปแล้วหลังการควบกิจการ

ผลการศึกษา พบว่า หลังควบกิจการบริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เกิดการประหยัดจากขนาด ทำให้สามารถมีระยะเวลาการฉายภาพยนตร์ได้นานขึ้น และมีจำนวนภาพยนตร์เข้าฉายเพิ่มขึ้น ส่วนผลการวิเคราะห์ผลได้จากการควบกิจการ พบว่า การควบกิจการทำให้เมเจอร์ฯ มีมูลค่ากิจการเพิ่มเป็น 18,995 ล้านบาท จากเดิม 11,207 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 7,788 ล้านบาท ขณะที่มูลค่ากิจการของอีจีวีฯ มีมูลค่า 4,096 ล้านบาท คิดเป็นผลได้หลังจากการควบกิจการ เท่ากับ 3,692 ล้านบาท และเมื่อพิจารณาผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น พบว่า มูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญของเมเจอร์ฯ เพิ่มขึ้นเป็น 26.84 บาทต่อหุ้น จากเดิม 22.03 บาทต่อหุ้น หรือมีมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญเพิ่มขึ้น 4.81 บาทต่อหุ้น เป็นผลดีต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทเช่นกัน ส่วนผลการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้บริโภค พบว่า หลังจากการควบกิจการ ผลดีต่อผู้บริโภค คือการบริหารรอบฉายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมมากขึ้น ทำให้ภาพยนตร์มีรอบฉายนานขึ้น และมีจำนวนภาพยนตร์ให้เลือกชมมากขึ้น ขณะที่ผลกระทบที่ทำให้ผู้ชมส่วนหนึ่งเลิกใช้บริการหลังการควบกิจการ พบในช่วงรอยต่อระหว่างปรับปรุงกิจการ ได้แก่ ระบบการจองตั๋วที่ขัดข้อง และการแจ้งรอบฉายที่ผิดพลาด ส่วนพฤติกรรมเอาเปรียบผู้ชมที่นำเสนอได้แก่ การตัดภาพยนตร์ทั้งที่เก็บเต็มราคา หรือการพยายามบีบบังคับให้ผู้ชมสมัครใช้บริการเสริม ซึ่งต้องเสียค่าสมัคร แต่ทั้งนี้การเอาเปรียบยังไม่ชัดเจนนัก เพราะไม่ได้เกิดขึ้นทุกสาขา หรือเกิดกับภาพยนตร์ทุกเรื่อง แต่ก็เริ่มเห็นสัญญาณจากบริษัทในการใช้อำนาจตลาดของตนที่อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ ซึ่งเป็นประเด็นที่รัฐบาลควรมีมาตรการติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันปัญหาการเอาเปรียบของบริษัทต่อไป

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์.....

ปีการศึกษา.....2547.....

ลายมือชื่อนิติ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....



# # 468 55775 29: MAJOR ECONOMICS

KEYWORD: HORIZONTAL MERGER/CINEMA BUSINESS

BAWORNWIT THONGDUANG: THE EFFECT OF HORIZONTAL MERGER ON CINEMA BUSINESS IN THAILAND. THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF. CHUTA MANUSPHAIBOOL, Ph.D., 125 pp. ISBN 974-53-1227-4

This study aims to analyze the effect of horizontal merger in cinema business in Thailand by taking into account the producer’s benefit (advantage) as well as the impact on consumers. As a result, we can acquire some policy suggestions to enable the government to regulate the business merger.

The methodology composes of two parts, firstly, to examine the effect on the producers. To do this we deliberately examine the benefit from the merger through the discounted cash flow which reflects the business value assessment. In addition, we consider the advantage from the business restructuring. Secondly, to evaluate the effect on consumers, this is focused on the changing consumer satisfaction after the merger, together with using the questionnaire to capture other interesting points. In accordingly, the 130 questionnaires are conducted, regardless of probability, compared the opinions of both former and current customers, after the business merger.

The result of this study states that the producer can potentially cut the operational costs, to meet the economy of scale, since they can extend the period of show time of each movie and increase the numbers of the films showing. For the benefit the producers gain after the merger, it is found that Major Cineplex expands its company value from 11,207 million baht to 18,995 million baht or accounted to 7,788 million baht increase. EGV’s company valued at 4,096 million baht, therefore the total gain from the merger is 3,692 million baht. The benefit of the stockholders is reflected by the increasing company value per common stock from 22.03 baht per stock to 26.84 baht, accounted to 4.81 baht increase. Looking at the consumers’ side, after the merger, consumers can manage their time since there are more flexible show times, each movie stays longer, and the numbers of movies increase. However, there are some customers stop using the companies’ services. According to the questionnaire, during the transition period of merger, the customers found difficulty due to the ineffective ticket booking system and inappropriate information. Moreover, there is some suspicious on consumers’ exploitation, such as, less film showing than advertising, or forcing consumers to pay extra services. Nevertheless, these are no obvious evidences since they did not occurred in all branches and in all movies. However, it is an advantageous to be aware of the potential of the companies to exert their market power which directly affects the consumer. In order to prevent the occurrence of such things, the government should closely monitor the companies after the merger.

Field of study.....Economics.....  
Academic year.....2004.....

Student’s signature.....  
Advisor’s signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีได้นั้น ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา มนต์ไพบูลย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.อิสรา สานติศาสน์ และอาจารย์ ดร. ธวัชชัย จิตรภักษ์ นันท์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาใช้เวลาถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษา และให้ข้อคิดเห็น ต่างๆ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาที่ได้รับอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณมณฑนา สมุทรวงศ์วิริยะ เจ้าหน้าที่สำนักจัดระบบ ราคาและปริมาณสินค้า และคุณวุฒิเทพ เจ้าหน้าที่สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า กรมการค้า ภายใน กระทรวงพาณิชย์ สำหรับคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ รวมทั้งเพื่อนๆ ในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ คอยให้ความช่วยเหลือ และสอบถามความคืบหน้าอยู่เสมอ ตลอดจนทุกคนในครอบครัว ที่คอยให้ กำลังใจ และเห็นอกเห็นใจ ขอมอบความดีทั้งหมดในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้แก่ บิดาของผู้เขียน ที่ได้ ทำให้ผู้เขียนตระหนกอยู่เสมอว่า หนทางเดียวที่จะหลีกเลี่ยงหนีจากเส้นทางแห่งหายนะคือ ต้องแลก ด้วยความสำเร็จบนเส้นทางแห่งการศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญแผนภาพ.....	ฏ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.4 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	5
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวรรณกรรมปริทัศน์</b>	
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์.....	7
2.1.2 ทฤษฎีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย.....	7
2.1.3 ทฤษฎีว่าด้วยการควบกิจการและครอบงำกิจการ.....	11
2.1.4 ทฤษฎีจุลภาคว่าด้วยสาเหตุและปัจจัยจูงใจในการควบกิจการ.....	14
2.1.5 องค์ประกอบของการควบรวมและครอบงำกิจการ.....	18
2.1.6 ทฤษฎีการประเมินมูลค่ากิจการ.....	19
2.1.7 ทฤษฎีการวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม.....	22
2.2 วรรณกรรมปริทัศน์.....	25
2.2.1 งานศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย.....	25
2.2.2 งานศึกษาด้านอุปสงค์การชมภาพยนตร์.....	27
2.2.3 งานศึกษาเกี่ยวกับการควบกิจการในประเทศไทย.....	29
2.2.4 งานศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลกระทบด้านสวัสดิการสังคม.....	34



	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีการศึกษา</b>	
3.1 แนวคิดในการวิเคราะห์.....	40
3.2 วิธีการศึกษาผลประโยชน์ของผู้ผลิต.....	40
3.2.1 การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ในการควบกิจการ.....	41
3.2.2 การวิเคราะห์มูลเหตุจูงใจทางการเงินในการควบกิจการ.....	41
3.2.3 การวิเคราะห์ผลได้ของธุรกิจจากการควบกิจการ.....	43
3.2.4 การวิเคราะห์ประโยชน์ของธุรกิจจากการควบกิจการ.....	48
3.3 วิธีการศึกษาผลกระทบต่อผู้บริโภค.....	48
3.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรง ภาพยนตร์.....	49
3.3.2 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้บริโภค.....	53
<b>บทที่ 4 การควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย</b>	
4.1 ภาพรวมของธุรกิจโรงภาพยนตร์ก่อนการควบกิจการ.....	55
4.2 ธุรกิจรวมควบรวมกิจการ.....	64
4.2.1 วัตถุประสงค์ในการควบกิจการ.....	65
4.4.2 ความจำเป็นในการควบกิจการ.....	65
4.4.3 รายละเอียดรวมทั้งเงื่อนไขของการควบกิจการ.....	66
4.3 ผลของการควบกิจการที่มีต่อบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน).....	68
4.3.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจและนโยบายการดำเนินงาน.....	69
4.3.2 โครงสร้างการจัดการของบริษัทหลังปรับโครงสร้างการถือหุ้นและการ จัดการ.....	69
4.4 ผลของการควบรวมกิจการที่มีต่อธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย.....	70
4.4.1 การเปลี่ยนแปลงในสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม.....	70
4.4.2 การเปลี่ยนแปลงในอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์.....	71
4.4.3 การเปลี่ยนแปลงในแรงกดดันจากสินค้าทดแทน.....	73
4.5 ภาพรวมการกำกับดูแลธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย.....	73



**บทที่ 5 ผลการศึกษา**

5.1 ผลการวิเคราะห์ประโยชน์ของผู้ผลิต.....	78
5.1.1 การพิจารณาแรงจูงใจทางการเงินในการควบกิจการ.....	78
5.1.2 มูลค่ากิจการกรณีไม่มีการควบกิจการ.....	79
5.1.3 มูลค่ากิจการกรณีมีการควบกิจการ.....	82
5.1.4 ผลการวิเคราะห์ผลได้จากการควบกิจการ.....	84
5.1.5 ผลการวิเคราะห์ผลประโยชน์ของธุรกิจจากการควบกิจการ.....	85
5.2 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้บริโภค.....	87
5.2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ใน โรงภาพยนตร์.....	87
5.2.2 ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการ ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	90
5.2.1 ผลการศึกษาผลกระทบต่อผู้บริโภคจากการควบกิจการ.....	93

**บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ**

6.1 สรุปผลการศึกษา.....	97
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	102
6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการกำกับดูแลการควบกิจการ.....	102
6.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา.....	104
6.3 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	105

รายการอ้างอิง.....	107
--------------------	-----

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก. การคำนวณมูลค่ากิจการกรณีไม่มีการควบกิจการ.....	112
ภาคผนวก ข. การคำนวณมูลค่ากิจการกรณีมีการควบกิจการ.....	117
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามผู้ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์.....	121
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	125

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1.1	ปริมาณการควบกิจการและซื้อกิจการ ตั้งแต่ปี 2535-2546.....	2
2.1	การประหยัดจากขนาดและการไม่ประหยัดจากขนาด.....	15
2.2	การสูญเสียทางสวัสดิการจากการกระจุกตัวที่เพิ่มขึ้น.....	16
2.3	พลังผลักดันการแข่งขันทั้ง 5 ประการ.....	23
2.4	สวัสดิการสังคมจากการควบกิจการ.....	47
3.1	กรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	50



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจโรงภาพยนตร์.....	3
2.1 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการชมภาพยนตร์.....	29
4.1 จำนวนสาขาและจำนวนที่นั่งของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์.....	57
4.2 จำนวนสาขาและจำนวนที่นั่งของโรงภาพยนตร์อีจีวี.....	60
4.3 จำนวนสาขาและจำนวนที่นั่งของโรงภาพยนตร์เอสเอฟ.....	64
4.4 รายการธุรกรรมควบรวมกิจการระหว่าง MAJOR และ EGV.....	68
5.1 กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของ MAJOR และ EGV กรณีไม่มีการควบกิจการ....	81
5.2 กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของ MAJOR กรณีมีการควบกิจการ.....	84
5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับการไปชมภาพยนตร์ในโรง ภาพยนตร์.....	88
ก.1 การคำนวณอัตราส่วนลดกรณีไม่มีการควบกิจการ.....	112
ก.2 ข้อสมมติอัตราดอกเบี้ยได้กรณีไม่มีการควบกิจการ.....	114
ก.3 ข้อสมมติค่าใช้จ่ายของบริษัทเมเจอร์ฯ และบริษัทอีจีวีฯ กรณีไม่มีการควบกิจการ.....	115
ก.4 การประเมินมูลค่ากิจการ MAJOR กรณีไม่มีการควบกิจการ.....	115
ก.5 การประเมินมูลค่ากิจการ EGV กรณีไม่มีการควบกิจการ.....	116
ข.1 การคำนวณอัตราส่วนลดกรณีมีการควบกิจการ.....	117
ข.2 ข้อสมมติอัตราดอกเบี้ยได้กรณีมีการควบกิจการ.....	118
ข.3 ข้อสมมติค่าใช้จ่ายของบริษัทเมเจอร์ฯ กรณีมีการควบกิจการ.....	119
ข.4 การประเมินมูลค่ากิจการ MAJOR กรณีมีการควบกิจการ.....	120
ค.1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจสังคม และพฤติกรรมชมภาพยนตร์.....	123
ค.2 ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์.....	124
ค.3 ปัจจัยด้านสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์.....	124