

การควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย

4.1 ภาพรวมของธุรกิจโรงภาพยนตร์ก่อนการควบกิจการ

ปัจจุบันธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงและมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของจำนวนโรงภาพยนตร์ นับตั้งแต่มีการเปิดตัวโรงภาพยนตร์สมัยใหม่รูปแบบ multiplex ในประเทศไทย เมื่อปี 2537 โดย บริษัท เอนเตอร์เทน โกลเด็น วิลเลจ จำกัด (EGV) ที่สาขา บางแค 10 จนกระทั่งปี 2547 มีจำนวนโรงภาพยนตร์ระบบ multiplex รวมมากกว่า 310 โรง มีจำนวนที่นั่งทั้งหมด 75,000 ที่นั่ง โดยมีผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ 3 รายใหญ่ คือ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท เอสเอฟ ซีนีมาซิตี จำกัด และ บริษัท อีจีวี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 3 รายมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 98 จึงเรียกได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันแบบน้อยราย โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย(2547) ประมาณว่า ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในปี 2547 นั้นจะมีมูลค่าประมาณ 4,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2546 ซึ่งมีประมาณ 3,500 ล้านบาท และได้มีการประมาณว่าจะเพิ่มเป็น 4,600 ล้านบาท ในปี 2548 หรือเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 15 โดยคาดว่าจะมีจำนวนผู้ชมเข้าไปใช้บริการโรงภาพยนตร์ถึง 32 ล้านคน ในปี 2547

นอกเหนือจากการขยายตัวของจำนวนโรงภาพยนตร์จะช่วยผลักดันให้มูลค่าตลาดโรงภาพยนตร์ขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากสามารถรองรับผู้ชมและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้เพิ่มขึ้นแล้ว ภาพยนตร์ที่เข้าฉายนั้นก็ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์ขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2546 มีจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายถึง 265 เรื่อง และในปี 2547 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็น 280 เรื่อง ซึ่งภาพยนตร์ในปัจจุบันก็มีคุณภาพและมีเทคนิคการสร้างที่ก้าวหน้ามากขึ้น ทั้งในด้านสเปเชียลเอฟเฟ็กต์ ความสมจริงของภาพ และเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ที่น่าเสนอมีความหลากหลาย เปิดทางเลือกให้กับผู้ชมมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตาม จำนวนโรงภาพยนตร์ที่เพิ่มขึ้นนั้น ได้ส่งผลให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น พฤติกรรมต่างๆของผู้ประกอบการแต่ละรายก็จะมีผลโดยตรงต่อผู้ประกอบการรายอื่นในบริเวณเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวรองรับการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วง

จึงและรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด และผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จะให้ความสำคัญกับระบบภาพและเสียง ความสะดวกสบายของที่นั่ง ความหรูหราของสถานที่ ซึ่งการแข่งขันดังกล่าวได้ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น ขณะที่การเพิ่มขึ้นของราคาที่พักผ่อนถึงต้นทุนกลับทำได้ยาก เพราะต้องเผชิญการแข่งขันจากสภาพตลาดผู้ขายน้อยรายที่รุนแรง ประกอบกับมีการกำหนดเพดานราคาจากรัฐบาล ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถกำหนดราคาค่าตัวชมภาพยนตร์สูงกว่าเพดานราคาที่รัฐบาลกำหนด ต้องกำหนดราคาค่าตัวชมภาพยนตร์ไม่ต่างกันมากนักจากสภาพการแข่งขัน ทำให้พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาค่าตัวชมภาพยนตร์จึงมีน้อยมาก อย่างไรก็ตาม การตั้งราคาจำหน่ายของโรงภาพยนตร์แต่ละแห่งก็มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวก็เป็นภาวะการแข่งขันโดยปกติของธุรกิจโรงภาพยนตร์มาตั้งแต่ยุคเริ่มต้นของโรงภาพยนตร์ระบบ Multiplex ในประเทศไทย ซึ่งเป็นลักษณะโดยปกติของตลาดผู้ขายน้อยรายที่สามารถเข้าใจได้จากตัวอย่างในหลายๆ อุตสาหกรรม

ทั้งนี้ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทรายใหญ่ที่ประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย 3 อันดับแรก ที่ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 98 และเป็น 3 บริษัทหลักในการศึกษาที่สามารถสรุปข้อมูลพอสังเขปได้ดังนี้

1) บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (MAJOR) ก่อตั้งขึ้นในปี 2537 โดยนายวิชา พูลวรลักษณ์ เพื่อประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ (MAJOR CINEPLEX) ด้วยการวางแผนธุรกิจให้เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์เป็น “สุดยอดเมืองหนังและศูนย์รวมความบันเทิงระดับโลก (World’s Best Cinema and Entertainment Complex)” ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ มีบริษัทย่อยรวมทั้งสิ้น 12 บริษัท และบริษัทร่วม 2 บริษัท ทำให้โครงสร้างธุรกิจของกลุ่มเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ขยายกว้างครอบคลุมธุรกิจโรงภาพยนตร์ ธุรกิจโบว์ลิ่งและคาราโอเกะ ธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ธุรกิจให้บริการพื้นที่เช่าและบริการ ธุรกิจศูนย์การค้าแบบเปิด และธุรกิจสถานออกกกำลังกายเพื่อความบันเทิง

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบกิจการโรงภาพยนตร์ในนาม “เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์” และ โบว์ลิ่งในนาม “เมเจอร์ โบว์ลิ่ง” และประกอบกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องภายในสาขาของเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ได้แก่การให้บริการพื้นที่เช่า และให้บริการสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์และภายในพื้นที่สาขาของเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจที่เกิดขึ้นภายในศูนย์บันเทิงเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์และในสาขาโรงภาพยนตร์รวม 15 สาขาในปัจจุบัน สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ประเภทธุรกิจ ตามความแตกต่างของลักษณะการประกอบธุรกิจดังนี้

1) บริการโรงภาพยนตร์

โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ เป็นโรงภาพยนตร์ในระบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) โดยในแต่ละสาขาที่เปิดให้บริการจะถูกกำหนดให้มีโรงภาพยนตร์จำนวน ตั้งแต่ 5 โรงขึ้นไป ปัจจุบันโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ เปิดให้บริการทั้งสิ้น 16 สาขา รวม 135 โรง สามารถรองรับจำนวนผู้ชมได้สูงสุดประมาณ 33,270 ที่นั่ง

ตารางที่ 4.1 จำนวนสาขาและจำนวนที่นั่งของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์

สาขา	จำนวนโรงภาพยนตร์(โรง)	จำนวนที่นั่ง
1 สาขาสุขุมวิท	8	1,849
2 สาขารัชโยธิน	15	4,084
3 สาขารังสิต	16	3,467
4 สาขารามคำแหง	7	1,947
5 สาขาเซ็นทรัล เวิลด์ พลาซ่า	6	1,280
6 สาขาเชียงใหม่	7	1,934
7 สาขาปิ่นเกล้า	8	2,790
8 สาขาพระราม 3	9	2,651
9 สาขาบางนา	10	2,057
10 สาขาบางกะปิ	10	2,256
11 สาขาเสรีเซ็นเตอร์	6	966
12 สาขาพระราม 2	9	1,768
13 สาขานครสวรรค์	5	1,138
14 สาขาอุดรธานี	7	2,016
15 สาขานนทบุรี	7	1,356
16 สาขาฉะเชิงเทรา	5	1,711
รวม	135	33,270

ที่มา : บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2) ธุรกิจโบว์ลิ่ง และคาราโอเกะ

เมเจอร์ โบว์ลิ่งนำเสนอบริการโบว์ลิ่งในลักษณะของกีฬาเพื่อความบันเทิง (Sport Entertainment) ซึ่งเป็นรูปแบบที่แตกต่างจากโบว์ลิ่งในรูปแบบเดิมที่จะเน้นเพื่อการศึกษา เมเจอร์ โบว์ลิ่งมีรูปแบบผสมผสานระหว่างบริการโบว์ลิ่งด้วยอุปกรณ์โบว์ลิ่งสะท้อนแสง (Cosmic Bowl) สะท้อนแสงทั้งลูก พิน และเลน เข้ากับบรรยากาศบันเทิง ในลักษณะ Boutique Bowl พร้อมการให้บริการคาราโอเกะ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้มาใช้บริการ พร้อมกันนี้ยังมีบริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และบริการจัดการแข่งขัน (Tournament) พร้อมจัดเลี้ยงเป็นหมู่คณะ

3) บริการสื่อโฆษณา

การให้บริการสื่อโฆษณาภายในโรงภาพยนตร์ และภายในสาขาของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ อยู่ภายใต้การดูแลและบริหารงานของเมเจอร์ ซีเนแอค โดยเป็นลักษณะการจ้างบริหารและมีการแบ่งส่วนรายรับค่าโฆษณาระหว่างเจ้าของโรงภาพยนตร์และเมเจอร์ ซีเนแอค ประกอบด้วยโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

- โฆษณานจอภาพยนตร์ (Screen Ads)
- โฆษณานจอวีดีโอ (VDO Wall) บริเวณโถงชั้นล่างในสาขา
- โฆษณานป้ายโฆษณาพลิกได้ 3 หน้า (Tri Vision) บนผนังหน้าโรงภาพยนตร์
- โฆษณาน Slide Box ณ บริเวณเคาน์เตอร์จำหน่ายเครื่องดื่ม
- โฆษณานจอโทรทัศน์ ณ บริเวณเคาน์เตอร์จำหน่ายเครื่องดื่ม
- โฆษณาน website ของบริษัท www.majorcineplex.com
- โฆษณาในแมกกาซีนของบริษัท "Tick a seat"
- โฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Side)

4) ให้บริการพื้นที่เช่า

พื้นที่ให้เช่าเปิดเป็นร้านค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือร้านค้าเช่าที่ทำสัญญาเช่าระยะยาวมากกว่า 3 ปี และร้านค้าเช่าที่ทำสัญญาเช่าระยะสั้นไม่เกิน 3 ปี

2) บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (EGV) จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2536 ภายใต้ชื่อ บริษัท เอ็นเตอร์เทน โกลเด้น วิลเลจ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน

10 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 1 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยมีกลุ่มนายวิชัย พูลวรลักษณ์ บริษัท วิลเลจ โรดโชว์ (ไทยแลนด์) พีทีวาย ลิมิเต็ด จากประเทศออสเตรเลีย และบริษัท ฟอร์จูน วิล ลิมิเต็ด (กลุ่มโกลเด้น ฮาร์เวสต์) จากประเทศฮ่องกง เป็นผู้ถือหุ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการให้บริการโรงพยาบาล EGV ต่อมาในปี 2545 มีการดำเนินการปรับโครงสร้างในกลุ่ม EGV โดยกลุ่มนายวิชัย พูลวรลักษณ์ ได้เข้าซื้อหุ้น EGV ที่ถือโดยกลุ่มผู้ถือหุ้นต่างประเทศอื่นทั้งหมด ส่งผลให้กลุ่มนายวิชัย พูลวรลักษณ์ ถือหุ้น EGV ประมาณร้อยละ 96.00 จากนั้นในวันที่ 3 กันยายน 2545 EGV ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) และเข้าจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในวันที่ 26 มิถุนายน 2546

สำนักงานใหญ่ของ EGV ตั้งอยู่ที่ ชั้น 16 อาคารสยาม ทาวเวอร์ เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 0-2612-9999 โทรสาร 0-2612-9900

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบกิจการโรงพยาบาลในนาม "บริษัท อีจีวี" (EGV) นอกจากนี้ยังให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริการโรงพยาบาล ได้แก่ บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายในโรงพยาบาล และพื้นที่รอบนอกโรงพยาบาล บริการโฆษณาภายในโรงพยาบาลและพื้นที่รอบนอกโรงพยาบาล และบริการพื้นที่เช่ารอบนอกโรงพยาบาล

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) บริการโรงพยาบาล

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546 กลุ่มบริษัท อีจีวี มีสาขาทั้งหมด 11 สาขา ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 9 สาขา และต่างจังหวัด 2 สาขา ประกอบด้วยโรงพยาบาลจำนวน 99 โรง สามารถรองรับจำนวนผู้ชมได้สูงสุดประมาณ 21,814 ที่นั่ง

ตารางที่ 4.2 จำนวนสาขาและจำนวนที่นั่งของโรงภาพยนตร์อีจิวี

สาขา	จำนวน โรงภาพยนตร์(โรง)	จำนวนที่นั่ง
1 EGV บางแค	10	2,044
2 EGV ซีคอน	14	2,767
3 EGV รังสิต	14	2,852
4 EGV ลาดพร้าว	7	1,631
5 EGV แฟชั่น ไอส์แลนด์	7	1,515
6 EGV ปิ่นเกล้า	14	2,449
7 EGV ศรีราชา	4	1,305
8 แกรนด์ EGV	7	1,514
9 EGV ไฟว์สตาร์ โคราช	6	2,178
10 EGV สำโรง	6	1,385
11 EGV Metropolis	10	2,174
รวม	99	21,814

ที่มา : บริษัท อีจิวี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

2) บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

ทุกสาขาของกลุ่มบริษัท อีจิวี มีบริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณพื้นที่รอบนอกโรงภาพยนตร์เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่ม EGV และสร้างความพอใจให้แก่ผู้ชมภาพยนตร์ สินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น ข้าวโพดคั่ว (Popcorn) ไอศกรีม ขนมขบเคี้ยว นานาชนิดจากมุมแคนดี้บาร์ ลูกอม และเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม เป็นต้น

3) บริการโฆษณา

- บริการโฆษณาบนจอฉายภาพยนตร์ (Screen Ads)
- บริการโฆษณาด้านหลังบัตรชมภาพยนตร์
- บริการโฆษณาบนภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายบริเวณพื้นที่รอบนอกโรงภาพยนตร์
- บริการโฆษณาบน VDO Wall และ Plasma Screen บริเวณโถงกลางของแต่ละสาขาที่จัดเตรียมไว้
- บริการโฆษณาด้านหลังพนักงานพิงศีรษะของที่นั่งในโรงภาพยนตร์ EGV ที่มีอยู่ประมาณ 20,000 ที่นั่ง

- บริการโฆษณาบนโปสเตอร์ บริเวณพื้นที่รอบนอกโรงภาพยนตร์ที่เตรียมไว้
- บริการโฆษณาบนเว็บไซต์ของกลุ่ม EGV ที่ www.egv.com

4) บริการพื้นที่เช่า

กลุ่มบริษัท อีจีวี ดำเนินการจัดสรรพื้นที่ที่เหลือเพื่อให้ผู้ประกอบการรายอื่นที่สนใจเช่าเพื่อดำเนินกิจการ ภายใต้สัญญาระยะสั้นซึ่งมีอายุสัญญา 3 เดือน 6 เดือน และ 1 ปี

3) บริษัท เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ จำกัด

บริษัท เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งในเครือบริษัท เอสเอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งถือเป็นหนึ่งในผู้นำของธุรกิจโรงภาพยนตร์ปัจจุบันของเมืองไทย เริ่มต้นจากการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์คุณภาพจากทุกค่าย ครอบคลุมทุกพื้นที่ในเขตจังหวัดภาคตะวันออก แต่เพียงผู้เดียวมานานกว่า 30 ปี และได้ขยายตัวมาสู่การดำเนินกิจการโรงภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงของเมืองไทยแห่งหนึ่งในเวลาต่อมา และด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของทีมผู้บริหารรุ่นใหม่ที่ต้องการยกระดับโรงภาพยนตร์ของเมืองไทยให้มีคุณภาพมาตรฐานโลก บริษัท เอสเอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้เริ่มพัฒนาโรงภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์เดี่ยว (STAND ALONE) ในอดีต มาเป็นโรงภาพยนตร์ระบบมินิเธียเตอร์ (MINI THEATRE) และก้าวมาสู่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ (MULTIPLEX) ที่สมบูรณ์แบบมาตรฐานโลก พร้อมกับการลงทุนติดตั้งระบบเสียงที่ดีที่สุด และระบบต่างๆ ตามมาตรฐาน THX, SURROUND EX ซึ่งนับเป็นระบบความบันเทิงที่สมบูรณ์แบบที่สุดของโลกภาพยนตร์ปัจจุบัน โดยคำนึงถึงการตกแต่งที่สวยงามอย่างมีรสนิยม และมีความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการในทุกๆ ด้านอย่างมืออาชีพ ปัจจุบันบริษัท เอสเอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีโรงภาพยนตร์ในเครือกว่า 40 โรง อาทิ โรงภาพยนตร์ เอสเอฟ มัลติเพล็กซ์ ชลบุรี ศูนย์การค้าฟอรัม, เอสเอฟ มัลติเพล็กซ์ พัทยา ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล, เอสเอฟ มัลติเพล็กซ์ ระยอง ศูนย์การค้าแหลมทอง, เอสเอฟ มัลติเพล็กซ์ จันทบุรี ห้างโรบินสัน เป็นต้น

จากด้วยภาพความพร้อมในทุกๆ ด้าน กอปรกับวิสัยทัศน์ของทีมงานของคนรุ่นใหม่และความมุ่งมั่นอย่างจริงจัง บริษัท เอสเอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จึงได้ก่อตั้งบริษัท เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ จำกัด ขึ้นมาเพื่อขยายตลาดความบันเทิงด้านโรงภาพยนตร์มาสู่กรุงเทพมหานคร ในเดือนเมษายน 2542 โดยเลือกศูนย์การค้า มานูครองเซ็นเตอร์ เป็นแห่งแรก โดยใช้งบประมาณลงทุนสูงถึงกว่า 600 ล้านบาทเพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชั้น 7 ของศูนย์การค้ามานูครองทั้งชั้นให้เป็นศูนย์รวมความบันเทิงรูปแบบใหม่ในลักษณะ One Floor Entertainment ภายใต้ชื่อโครงการ

"เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ มาบุญครอง" (SF Cinema City Mahboonkrong) ประกอบไปด้วยโรงภาพยนตร์มาตรฐานโลกจำนวน 6 โรง โบว์ลิ่งสมบูรณ์แบบ 28 เลน ร้านอาหารชั้นนำ และร้านค้าทันสมัยมากมาย สำหรับ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ มาบุญครอง นั้นนับเป็นโรงภาพยนตร์ที่มีสัดส่วนจำนวนผู้ชมต่อที่นั่งสูงสุดในประเทศไทยนับแต่วันแรกเปิดบริการมาจนถึงปัจจุบัน

จากความสำเร็จของ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ มาบุญครอง ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2544 เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ ได้ก้าวไปข้างหน้าอีกครั้งกับปรากฏการณ์เปิดตัวโรงภาพยนตร์พร้อมกันถึง 3 สาขาเป็นครั้งแรกในโลก เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพฯ โดยยังคงเลือกทำเลในศูนย์การค้าที่มีจุดแข็งในด้านทำเล และมีศักยภาพในทุกๆ ด้าน ได้แก่ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขาเดอะมอลล์ บางกะปิ ด้วย 9 โรงภาพยนตร์มาตรฐานโลกในแนวคิด THE MOVIE PAVILION หรรษาไอ้อ่าอั่งการ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขา เดอะมอลล์ บางแค ในบรรยากาศสีส้มแห่งจินตนาการ ในแนวคิด THE MOVIE FANTASY จำนวน 8 โรง และเอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขาเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน ในแนวคิด THE MOVIE OCAEN จำนวน 6 โรง ในบรรยากาศของโลกแห่งท้องทะเล ซึ่งทั้ง 3 สาขาได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี เนื่องจาก เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ เป็นโรงภาพยนตร์ที่เน้นความสมบูรณ์แบบ ทั้งระบบภาพและเสียงและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงคอนเซ็ปต์ในการตกแต่งที่หลากหลายทันสมัย ถูกใจกลุ่มผู้บริโภค และการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ซึ่งหลังจากเปิดสาขาใหม่ 3 สาขาทำให้ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ เป็นโรงภาพยนตร์ที่มีการเติบโตสูงที่สุดเปิดสาขาถึง 4 สาขาและมีส่วนแบ่งการตลาดแบบก้าวกระโดด ภายในระยะเวลาเพียง 2 ปี

ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ 2545 เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ ก็ได้เปิดโรงภาพยนตร์ เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า เซ็นทรัล ลาดพร้าว ขึ้น ซึ่งเป็นโรงภาพยนตร์ระดับ เฟิสท์ คลาส สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมทันสมัยและมีระดับสมบูรณ์แบบที่สุดของเมืองไทยเป็นครั้งแรก โดยเน้นการตกแต่งที่อลังการทันสมัย ฉึกรูปแบบของโรงภาพยนตร์ทุกโรงที่เคยมีมา การให้บริการและความสะดวกสบายในการชมภาพยนตร์ที่เป็นความต้องการของผู้ชมมากที่สุดครบทุกโรง ไม่ว่าจะเป็นการจัดวางที่นั่งในแบบ STADIUM SEAT ทุกโรง การจัดแถวที่นั่งระหว่างแถวกว้างเป็นพิเศษทุกโรง และคุณภาพเสียงที่สมจริงครบเต็มอรรถรสกับระบบ 3 ways speaker ทุกโรง นอกจากนี้ เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า เซ็นทรัล ลาดพร้าว ยังมีโรงภาพยนตร์ FIRST CLASS ที่หรรษานั้นการบริการในระดับ VIP เป็นพิเศษอีก 2 โรง โดยมีเก้าอี้ที่นั่งแบบพิเศษ RECLINER SEAT ปรับเอนได้ถึง 180 องศา VIP LOBBY LOUNGE เพื่อมอบความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อนระหว่างรอชมภาพยนตร์ มีการบริการเครื่องดื่ม POP CORN และอาหารว่างจากโรงแรมโซฟิเทล เซริฟรี่ทุกที่นั่งเสมือนเป็นลูกค้าระดับ FIRST CLASS บนสายการบิน รวมทั้งยังเป็นโรงภาพยนตร์แห่งเดียวในโลกที่มอบ

ความพิเศษด้วย LIGHT & SOUND SHOW สุดตระการตา สำหรับผู้ชมได้เพลิดเพลินระหว่างการ
 รชมภาพยนตร์ นับเป็นโรงภาพยนตร์ที่ทันสมัยสมบูรณ์แบบและหรูหราที่สุดในเมืองไทย

นอกจากนั้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2545 เช่นกันคือ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี ก็ได้เปิดโรง
 ภาพยนตร์ ณ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล เฟสติวัล เซ็นเตอร์ พัทยา นับเป็นสาขาแรกในภูมิภาคในนามของ
 เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่ทันสมัยและสมบูรณ์แบบที่สุดอีกแห่งหนึ่ง มีโรง
 ภาพยนตร์มาตรฐาน 6 โรง ในรูปแบบของ “THEATRE ON THE BEACH” ความบันเทิงใน
 บรรยากาศสดใส สวยงามของชายทะเล ตามทำเลที่ตั้ง ณ เมืองพัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเล
 ที่มีชื่อเสียงของไทย

ต่อมา บริษัท เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี
 และโรงภาพยนตร์ เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า ได้เปิดตัวสาขาใหม่ซึ่งเป็นสาขาที่ 7 ณ ชั้น 6 ศูนย์การค้า ดิ
 เอ็มโพเรียม ซึ่งเป็นศูนย์การค้าชั้นนำใจกลางเมือง สำหรับกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่ง
 นับเป็นสาขาที่ 2 ของ เอสเอฟ ซีเนม่า ภายใต้ชื่อ เอ็มโพเรียม เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า พร้อมนำ
 มาตรฐานจาก เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า มาให้บริการกับลูกค้า และยังนำเสนอมิติใหม่ของการซื้อบัตร
 ชมภาพยนตร์ด้วยระบบ POCKET BOX OFFICE แห่งแรกของเมืองไทย

ปัจจุบันเครือโรงภาพยนตร์ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี มีสาขารวม 7 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ใจ
 กลางกรุงเทพ และอีกหนึ่งสาขาที่พัทยา โดยมีจำนวนโรงภาพยนตร์รวม 54 โรง จำนวนที่นั่งรวม
 14,000 ที่นั่ง นอกจากธุรกิจโรงภาพยนตร์แล้ว เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี ยังได้แตกไลน์ธุรกิจบันเทิงใน
 รูปแบบคาราโอเกะ ซึ่งเปิดตัวไปเมื่อปลายปีที่แล้ว ภายใต้ชื่อ “เอสเอฟ มิวสิค ซิตี” โมเดิร์นคาราโอ
 เกะ แห่งแรกของเมืองไทย และล่าสุดได้เปิดตัวธุรกิจโบว์ลิง บน ชั้น 7 มาบุญครอง เมื่อปลายเดือน
 ตุลาคม 2546 ที่ผ่านมา ซึ่งทำให้สาขานี้เป็น One Floor Entertainment อย่างสมบูรณ์แบบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.3 จำนวนสาขาและจำนวนที่นั่งของโรงพยาบาลนครเอสเอฟ

สาขา	จำนวน โรงพยาบาล(โรง)	จำนวนที่นั่ง
1 เอสเอฟ ซีเนม่า ซีดี มาบุญครอง	7	1,434
2 เอสเอฟ ซีเนม่า ซีดี เดอะมอลล์ บางกะปิ	9	2,586
3 เอสเอฟ ซีเนม่า ซีดี เดอะมอลล์ บางแค	8	2,088
4 เอสเอฟ ซีเนม่า ซีดี เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน	6	1,770
5 เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า เซ็นทรัล ลาดพร้าว	10	2,440
6 เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า เซ็นทรัล เฟสติวัล เซ็นเตอร์ พัทยา	6	2,424
7 เอ็มโพรีียม เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า	6	1,258
รวม	54	14,000

ที่มา : บริษัท เอสเอฟ ซีเนม่าซีดี จำกัด

4.2 ธุรกิจรวมควบรวมกิจการ

ธุรกรรมควบรวมกิจการในธุรกิจโรงภาพยนตร์นี้ เป็นการควบรวมกิจการกันของบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (MAJOR) ผู้ประกอบการอันดับ 1 และ บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (EGV) ผู้ประกอบการอันดับ 3 ในธุรกิจโรงภาพยนตร์ของประเทศไทย ได้มีการเจรจาเกี่ยวกับข้อตกลงในการแลกเปลี่ยนหุ้นกันอย่างเป็นทางการเป็นมิตร ตั้งแต่ต้นปี 2547 เพื่อการควบรวมกิจการกันแล้วใช้ชื่อ บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพียงแห่งเดียว จนกระทั่ง ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีมติเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2547 อนุมัติให้ควบรวมกิจการกับ บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)

4.2.1 วัตถุประสงค์ในการควบกิจการ

ธุรกรรมควบกิจการที่เกิดขึ้น บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่ามีวัตถุประสงค์ในการควบกิจการ ดังนี้

1) เสริมสร้างความแข็งแกร่งในธุรกิจโรงภาพยนตร์

การปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้นและการจัดการจะส่งผลให้บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ มีฐานลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้น การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่มีเครือข่ายที่ใหญ่และครบวงจรที่สุดในประเทศจะส่งผลให้บริษัทมีความคล่องตัวในการบริหารงานเพิ่มมากขึ้น เช่น บริษัทจะสามารถบริหารรอบฉายและระยะเวลาการเข้าฉายของภาพยนตร์แต่ละเรื่องในแต่ละสาขาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

2) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย

การปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้นและการจัดการทำให้บริษัทสามารถผสมผสานจุดเด่นในการบริหารงานของบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และบริษัท อีจีวีเข้าด้วยกัน ซึ่งจะส่งผลให้บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ใดก็ตาม บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ไม่มีนโยบายลดจำนวนพนักงานแต่จะเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

4.2.2 ความจำเป็นในการควบกิจการ

ทั้งนี้ ธุรกรรมควบรวมกิจการที่เกิดขึ้น บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ จำกัด(มหาชน) ได้ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นถึงความจำเป็นในการควบกิจการว่า เนื่องจากภาวะปัจจุบัน พบว่าภาวะอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากในหลายๆ ด้าน เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ในต่างประเทศ ขณะที่ผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมนี้ มีอยู่ 3 รายที่สำคัญ โดยผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์แต่ละรายจะเปิดรับโรงภาพยนตร์เข้าฉายจากทุกค่ายผู้ผลิตทั้งไทยและต่างประเทศผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงภาพยนตร์ทั้งรายใหญ่และรายอิสระ โดยเป็นการเจรจาตกลงส่วนแบ่งรายได้จากยอดขายบัตรชมโรงภาพยนตร์ในลักษณะเรื่องต่อเรื่องและโรงต่อโรง ซึ่งอำนาจในการต่อรองอัตราส่วนแบ่งรายได้ดังกล่าวอยู่ที่ปริมาณยอดขายบัตรเป็นสำคัญ โดยที่ใน

ปัจจุบันผู้ให้บริการแต่ละรายดำเนินการในลักษณะต่างฝ่ายต่างดำเนินการเจรจา ซึ่งทำให้ผลการเจรจาในบางครั้งผู้ประกอบการไม่ได้รับผลประโยชน์ที่ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แม้ว่าปัจจุบัน บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ จะมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 50 ในอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์แต่การพิจารณาถึงการรวมกิจการกับ บริษัท อีจีวี แล้วบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70 ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านธุรกิจหลายประการ ทั้งด้านการบริหารรอบฉาย ตลอดจนจนถึงการบริหารค่าใช้จ่ายด้านการตลาด นอกจากนี้ภาวะการแข่งขันที่ลดลงจะทำให้บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ สามารถเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการวางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกัน และต่างเน้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงภาพรวมตลาดภายหลังการรวมกิจการแล้ว บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ จะเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีอำนาจในอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ โดยที่ในส่วนของ การกำหนดราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์คาดว่าจะยังคงเป็นไปตามกลไกตลาด เนื่องจาก สินค้าทดแทนบัตรชมภาพยนตร์ ซึ่งได้แก่ วีดีโอซีดี และ ดีวีดี ลิขสิทธิ์ทั้งไทยและต่างประเทศ ที่ปัจจุบันมีวางจำหน่ายทั่วไปในราคาไม่สูงมากนัก จะเข้ามาแย่งตลาดลูกค้าบางกลุ่มไป อีกทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในปัจจุบันก็อาจลดปริมาณการชมภาพยนตร์ลงด้วย

ดังนั้น แนวโน้มของการรวมกิจการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้นเพื่อทำให้บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ มีความแข็งแกร่ง เกิดประสิทธิภาพทางธุรกิจ และเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นสำคัญ

4.2.3 รายละเอียดรวมทั้งเงื่อนไขของการควบกิจการ

รายละเอียดรวมทั้งเงื่อนไขของการควบกิจการ สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) MAJOR มีความประสงค์ที่จะควบกิจการกับ EGV โดยใช้วิธีทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท EGV ซึ่งได้แก่หุ้นจำนวน 260,000,000 หุ้นและใบสำคัญแสดงสิทธิ (EGV-W1) จำนวน 65,000,000 หน่วย โดยการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ดังกล่าว MAJOR ได้ออกหุ้นสามัญใหม่แทนการชำระราคาหุ้นและ

ใบสำคัญแสดงสิทธิของ EGV ที่ MAJOR จะซื้อจากผู้ถือหุ้นและผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของ EGV

- 2) อัตราส่วนการแลกเปลี่ยนหุ้นจะอยู่ที่ 1 หุ้นใหม่ของ MAJOR ต่อ 2.27426 หุ้นของ EGV และ 1 หุ้นใหม่ของ MAJOR ต่อ 11.44905 หน่วยของใบสำคัญแสดงสิทธิของ EGV (EGV-W1) ทำให้ MAJOR ต้องออกหุ้นสามัญใหม่รวมทั้งสิ้น 120,000,000 หุ้น เพื่อตอบแทนการได้มาของหุ้นสามัญและใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งหมดของ EGV
- 3) มูลค่ารวมของสินทรัพย์ของ EGV ที่ MAJOR ครอบรวมเท่ากับ 2,031 ล้านบาท โดยมูลค่ารวมดังกล่าวคำนวณจาก ราคาปิดครั้งสุดท้ายของหุ้นของบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่ซื้อขายอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ณ วันที่ 9 มิถุนายน 2547 ซึ่งเท่ากับ 7.25 บาทต่อหุ้น และ ส่วนต่างระหว่างราคาปิด และราคาใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเท่ากับ 2.25 บาทต่อหน่วย
- 4) การทำข้อเสนอซื้อของ MAJOR มิได้เสนอทางเลือกอื่นเป็นตัวแทน (no cash alternative) และหากการแลกเปลี่ยนดังกล่าวจะมีผลทำให้ผู้ถือหุ้น หรือผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิรายใดรายหนึ่งของ EGV ได้รับหุ้นใหม่ของ MAJOR ในจำนวนที่ไม่ถึง 1 หุ้น ผู้ถือหุ้น หรือผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวจะได้รับการชดเชยเป็นเงินสด สำหรับจำนวนที่ไม่ถึง 1 หุ้นนั้นโดยค่าชดเชยจะคิดคำนวณโดยอิงกับราคาปิดครั้งสุดท้ายของหุ้นของ MAJOR ที่ซื้อขายอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในวันสุดท้ายของกำหนดระยะเวลาการทำข้อเสนอซื้อหลักทรัพย์ โดยกำหนดช่วงวันใช้สิทธิแลกเปลี่ยนหุ้นระหว่าง วันที่ 24 สิงหาคม 2547 ถึง 27 กันยายน 2547
- 5) ผลจากการควบกิจการในเบื้องต้น MAJOR จึงต้องเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 772,000,000 บาท เป็น 897,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 125,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยหุ้นจำนวน 120,000,000 หุ้น จัดสรรไว้ให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) แทนการชำระราคาเสนอซื้อภายใต้ข้อเสนอซื้อหลักทรัพย์ของ MAJOR และหุ้นจำนวน 5,000,000 หุ้น ให้จัดสรรไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เพิ่มเติม ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
- 6) กำหนดการซื้อขายหุ้นสามัญของ EGV ในตลาดหลักทรัพย์เป็นวันสุดท้ายในวันที่ 11 ตุลาคม 2547 แล้วเพิกถอนหลักทรัพย์ของ EGV จากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ตั้งแต่วันที่ 12 ตุลาคม 2547

ตารางที่ 4.4 รายการธุรกรรมควบรวมกิจการระหว่าง MAJOR และ EGV

MAJOR	EGV
- MAJOR ออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 125,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดย 120,000,000 หุ้น จัดสรรแก่ผู้ถือหุ้น EGV แทนการชำระราคา และ 5,000,000 หุ้น จัดสรรไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิเพิ่มเติมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยหุ้นสามัญมีราคา 15.40 บาท คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,848 ล้านบาท	- EGV ขายหุ้นจำนวน 260,000,000 หุ้นและใบสำคัญแสดงสิทธิ (EGV-W1) จำนวน 65,000,000 หน่วย - ราคาหุ้น EGV เท่ากับ 7.25 บาทต่อหุ้น และส่วนต่างระหว่างราคาปิด และราคาใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิของ EGV เท่ากับ 2.25 บาทต่อหน่วย คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 2,031 ล้านบาท
อัตราแลกเปลี่ยนหุ้น : 1 MAJOR ต่อ 2.27426 EGV และ 1 MAJOR ต่อ 11.44905 EGV-W1	

ที่มา : ผู้วิจัย

4.3 ผลของการควบกิจการที่มีต่อบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ผลของการควบกิจการระหว่างบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) แล้วใช้ชื่อบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพียงแห่งเดียว ทำให้บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กลายเป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในธุรกิจโรงภาพยนตร์ เป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งร้อยละ 70 มีอำนาจต่อรองทั้งกับคู่ค้า และผู้จัดส่งวัตถุดิบมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ลักษณะโครงสร้างบริษัท ได้มีการร่วมกันพิจารณาระหว่างผู้บริหารเมเจอร์เดิม และผู้บริหารบริษัท อีจีวี โดยได้พิจารณาโครงสร้างของบริษัทเพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน โดยรวมการทำงานในแผนกต่างๆ ที่สามารถทำงานร่วมกันได้ เช่น แผนกบัญชี แผนกทรัพยากรบุคคล แผนกการเงิน เป็นต้น ขณะที่แผนกการตลาดของแต่ละบริษัทและส่วนธุรกิจที่ขยายเพิ่มขึ้น อาทิ โบว์ลิง ศูนย์ออกกำลังกาย จะยังคงแยกกันดำเนินงาน โดยยังคงมีการใช้ทั้งแบรนด์เมเจอร์ และอีจีวี เพื่อให้สะดวกต่อแผนการขยายธุรกิจแต่ละกลุ่มในอนาคต และทำให้สามารถวางแผนงานเพื่อขยายธุรกิจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้แผนการปรับโครงสร้างการถือหุ้นและภาพรวมของบริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หลังการปรับโครงสร้าง จะมีลักษณะดังนี้

4.3.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจและนโยบายการดำเนินงาน

ภายหลังการปรับโครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ จะเป็นผู้นำและครองส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 70 ในธุรกิจให้บริการโรงพยาบาลและบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลที่มีเครือข่ายที่ใหญ่และครบวงจรที่สุดในประเทศไทย

การดำเนินธุรกิจภายหลังการปรับโครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการยังคงความเป็นนิติบุคคลของทั้งบริษัทและบริษัท อีจีวี และจะยังคงไว้ซึ่งเครื่องหมายบริการของทั้ง 2 บริษัท ซึ่งได้แก่ "เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์" และ "อีจีวี" ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทจะมาจากผู้บริหารของทั้ง 2 บริษัทเพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายในการบริหารและแผนการดำเนินงานหลักเพื่อให้บริษัททั้ง 2 ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายของส่วนบริหารกลาง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรโดยรวม อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่มีนโยบายปิดสาขาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้กันหรือมีกลุ่มเป้าหมายที่ซ้ำซ้อนกัน แต่จะมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดหรือการเพิ่มบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสาขาดังกล่าว

4.3.2 โครงสร้างการจัดการของบริษัทหลังปรับโครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการ

คณะกรรมการบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะมีนายวิชัย พูลวรลักษณ์ ซึ่งเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการแทนกรรมการท่านหนึ่งที่จะลาออก สำหรับคณะกรรมการบริหารของบริษัทนั้น จะมีกรรมการบริหารเพิ่มเติม 1 ท่าน ได้แก่ นายวิชัย พูลวรลักษณ์ และคณะผู้บริหารของบริษัทจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการจัดการของบริษัท อีจีวี ภายหลังการปรับโครงสร้างการถือหุ้นและการจัดการ

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และบริษัทอีจีวี หลังการปรับโครงสร้าง การถือหุ้นและการจัดการ



4.4 ผลของการควบกิจการต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงพยาบาลนคร

ผลกระทบของการควบกิจการกันระหว่างบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อธุรกิจโรงพยาบาลนครในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้ การพิจารณาผ่านกรอบแนวคิดของพลังผลักดันการแข่งขันทั้ง 5 (Five Competitive Forces) โดย เริ่มต้นจากการควบกิจการของทั้ง 2 บริษัท แล้วนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในพลังผลักดันธุรกิจที่จะ ทำให้รูปแบบการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลนครเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหลังจากธุรกรรมควบรวม กิจการ ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจโรงพยาบาลนคร ที่สำคัญ คือ

4.4.1 การเปลี่ยนแปลงในสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการในธุรกิจโรงพยาบาลนครระบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) ในปัจจุบันเฉพาะราย ที่มีสาขามากกว่า 2 สาขา มีอยู่เพียง 3 ราย ประกอบด้วย บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท เอสเอฟ ซีเนม่าซิตี จำกัด และ บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่ง ครอบครองส่วนแบ่งตลาด¹ รวมกันกว่าร้อยละ 98 แบ่งเป็น เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ร้อยละ 50 อีจีวี ร้อยละ 20 และเอสเอฟ ซีเนม่า ร้อยละ 28 และหลังจากการควบกิจการ ทำให้โครงสร้างตลาดเหลือเพียง ผู้ประกอบการเพียง 2 ราย คือ บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ร้อยละ 70 และบริษัท เอสเอฟ ซีเนม่าซิตี จำกัด ร้อยละ 28 กลายสภาพจากตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีการ แข่งขันกันรุนแรง เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงหนึ่งราย กับผู้ประกอบการรายเล็ก

¹ ส่วนแบ่งตลาดจะวัดจากยอดขายตัวภาพยนตร์แต่ละเรื่องเฉพาะในรอบสัปดาห์แรกที่เข้าฉาย

อื่นๆ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ของเมเจอร์ก็มีลักษณะใกล้เคียงกับการเป็นผู้ประกอบการผูกขาดเป็นอย่างยิ่ง

ภาวะการแข่งขันแบบมีการผูกขาดสามารถทำความเข้าใจง่ายๆ ได้จากการผูกขาดตามพื้นที่ให้บริการ ซึ่งก่อนการควบกิจการในพื้นที่ที่มีการแข่งขันรุนแรงระหว่างเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และอีจีวี โดยที่ยังไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นๆ เป็นทางเลือก หลังจากธุรกรรมการควบกิจการพื้นที่เหล่านั้นก็จะกลายเป็นพื้นที่ผูกขาดของโรงภาพยนตร์ในเครือบริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ไป ดังเช่น

- พื้นที่บริเวณราชดำริ ซึ่ง เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ มีสาขาอยู่ที่เซ็นทรัล เวิลด์ พลาซ่า และอีจีวี มีสาขาที่ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชดำริ ที่ตั้งอยู่ตรงข้ามเซ็นทรัล เวิลด์ พลาซ่า ขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่นที่ใกล้ที่สุดตั้งอยู่ที่บริเวณสี่แยกปทุมวัน ได้แก่ เครือเอเพ็กซ์ที่มี โรงภาพยนตร์สยาม, สกาล่า และลิโค อยู่ฝั่งสยามสแควร์ และเอสเอฟ ซีเนม่า มีสาขาอยู่ที่ ห้างสรรพสินค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์
- พื้นที่ย่านรังสิต ซึ่ง อีจีวี มีสาขาอยู่ที่ ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ มีสาขาอยู่ตรงข้ามกันในรูปแบบสแตนอะโลน ขณะที่ไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นในบริเวณใกล้เคียง
- พื้นที่ย่านปิ่นเกล้า ซึ่ง อีจีวี มีสาขาอยู่ที่ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า และเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ มีสาขาอยู่ตรงข้ามกันในรูปแบบสแตนอะโลน ขณะที่ไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นในบริเวณใกล้เคียง

4.4.2 การเปลี่ยนแปลงในอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ในฐานะของ Exhibitor จำเป็นต้องพึ่งพาภาพยนตร์ที่เข้าฉายค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการก่อให้เกิดรายได้ของธุรกิจหรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 68 ของรายได้ทั้งหมด โดยรายได้หลักของโรงภาพยนตร์มาจากส่วนแบ่งค่าตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ และรายได้จากส่วนแบ่งค่าตั๋วเข้าชมภาพยนตร์จะขึ้นอยู่กับจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉาย และระดับความนิยมของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ซึ่งมีผลต่อรายได้ของโรงภาพยนตร์โดยรวม จึงถือว่าการทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ และบริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ มีลักษณะเกี่ยวเนื่องกัน เพราะ บริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ในฐานะของ Distributor ก็จำเป็นต้องอาศัยโรงภาพยนตร์เพื่อนำภาพยนตร์เข้าฉายหารายได้จากผู้ชมเช่นกัน

แต่หลังจากธุรกรรมควบรวมกิจการ บริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กลายเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์รายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาดกว่าร้อยละ 70 และเป็น ที่คาดกันว่า ด้วยส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีอำนาจต่อรองกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์มากขึ้น สามารถเรียกร้องส่วนแบ่งจากรายได้ ตัวชมภาพยนตร์ในสัดส่วนที่สูงขึ้นได้ แต่ทั้งนี้ ข้อมูลส่วนแบ่งรายได้ดังกล่าว ก็ไม่ได้รับการเปิดเผย จากบริษัท หรือตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ใดใด คงมีเพียงอัตราส่วนแบ่งคร่าวๆ ประมาณร้อยละ 40-60 ที่มีการอ้างอิงตามหนังสือพิมพ์เท่านั้น ซึ่งมีได้มีข้อมูลอัตราส่วนแบ่งที่แน่นอน

ที่ว่า แม้จะไม่มีข้อมูลถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งรายได้ที่ชัดเจน แต่ผู้วิจัยสามารถ พิจารณาความไม่พอใจของตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ที่มีต่อการควบรวมได้ โดยเก็บความไม่พอใจ มาจากข้อพิพาทระหว่างบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย ภาพยนตร์ไทยรายใหญ่ กับ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ในระยะแรกของการควบกิจการ (กรุงเทพธุรกิจ บิสวีค, 17 ธันวาคม 2547)

ทั้งนี้ ความไม่พอใจของตัวแทนจำหน่ายเกิดขึ้นหลังธุรกรรมควบรวมระหว่าง เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และอีจิว ไม่นาน โดยความขัดแย้งเริ่มต้นจากการที่ บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้เสริมฐานธุรกิจหลัก คือ โรงภาพยนตร์ให้แกร่งขึ้น ด้วยการขยายกิจการไปสู่ธุรกิจต้น น้ำ คือลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ มีการเปิดบริษัทย่อยในธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์ในนาม บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ จำกัด เพื่อประกอบกิจการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจของเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ครอบคลุมและแข็งแกร่งขึ้น ทั้งจากการมีโรงภาพยนตร์ในเครือจำนวนมาก และการมี บริษัทนำเข้าภาพยนตร์เป็นของตนเอง ทำให้เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สามารถเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้นำ เข้าภาพยนตร์ หรือผู้สร้างภาพยนตร์ได้ จึงเริ่มเกิดเสียงทัดทานจากสมาคมสมาพันธ์ภาพยนต์ แห่งชาติ ซึ่งเกรงว่าจะมีการเอาเปรียบตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จากเดิมก่อนควบกิจการ ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ก็รู้สึกไม่พอใจในเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ อยู่แล้ว เพราะ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ชอบฉายภาพยนตร์ไทยแค่ 3 วัน แล้วก็ตัดรอบหรือถอดภาพยนตร์ไทยออก โดยไม่เห็นใจ ผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ทำให้ในที่สุดจึงมีการประท้วงต่อเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ โดยบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล รับเป็นหน้าเสื่อแทนผู้สร้างภาพยนตร์ในการประท้วง ด้วยการระงับการ ฉายภาพยนตร์เรื่อง “เดอะ เล็ตเตอร์” ในทุกโรงภาพยนตร์ของ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์

อย่างไรก็ตาม หลังจากการประท้วงของบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ก็ได้มีการ ไกล่เกลี่ยความไม่พอใจกันระหว่างทั้งสองฝ่าย จนกลับเข้าสู่ภาวะปกติโดยไม่เปิดเผยข้อตกลง แต่

ทว่า การประท้วงของผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ก็สามารถแสดงได้ถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีต่ออุตสาหกรรมต้นน้ำของธุรกิจโรงภาพยนตร์อันเกิดจากความแข็งแกร่งของบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่เกิดจากการควบกิจการได้

4.4.3 การเปลี่ยนแปลงในแรงกดดันจากสินค้าทดแทน

คู่แข่งที่สำคัญของธุรกิจโรงภาพยนตร์คือ วีดีโอเทป วีซีดี และดีวีดีซึ่งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบต่อรายได้และการเติบโตของธุรกิจโรงภาพยนตร์ได้ ดังนั้น หลังจากธุรกรรมควบรวมกิจการแล้ว บริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีธุรกิจที่แข็งแกร่งมากขึ้นหลังจากควบกิจการ ก็สามารถเสริมฐานธุรกิจหลัก คือโรงภาพยนตร์ ให้แกร่งยิ่งขึ้นได้ ด้วยการขยายกิจการไปสู่ธุรกิจทดแทนโรงภาพยนตร์มากขึ้น ด้วยการขยายกิจการเทคโอเวอร์ บริษัท แปซิฟิก มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (PMEG) ซึ่งเป็นผู้ประกอบกิจการจัดจำหน่ายในรูปแบบโฮม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และเป็นบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายภาพยนตร์อิสระผ่านช่องทางต่างๆ ที่คาดว่าผู้ชมจะใช้บริการแทนการมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ เช่น วีดีโอ วีซีดี และดีวีดี โดยการขยายกิจการในส่วนนี้ เพื่อที่จะสามารถมีกิจการครอบคลุมทุกบริบทของการพักผ่อนในรูปแบบการชมภาพยนตร์ของประชาชน ทั้งที่บ้าน หรือโรงภาพยนตร์ ดังนั้น หลังจากการขยายกิจการไปยังธุรกิจจัดจำหน่าย ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจนั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้น เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายอื่นในธุรกิจต้องเกิดการปรับตัว เพราะสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้น

4.5 ภาพรวมการกำกับดูแลธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย

ธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทยเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2537 โดยเป็นการปรับสภาพมาจากโรงภาพยนตร์เดี่ยวซึ่งเริ่มเข้าสู่ช่วงตกต่ำ ทำให้จากเดิมราคาค่าตั๋วชมภาพยนตร์ในยุคโรงเดี่ยวที่ราคา 20-30 บาท ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ อย่างไรก็ตามความนิยมในการชมภาพยนตร์ของประชาชนก็ไม่ได้ลดลงตามระดับราคาที่สูงขึ้น เพราะผู้บริโภคเริ่มรู้สึกว่าการชมภาพยนตร์เป็นการพักผ่อนชนิดหนึ่ง และยินดีจ่ายเพื่อที่จะได้รับบริการที่สะดวกสบายมากขึ้น ทำให้การเพิ่มขึ้นของระดับราคาค่าตั๋วชมภาพยนตร์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 50 เป็น 80 และเป็น 100 บาท ในระยะเวลาเพียง 10 ปี พร้อมกับมีผู้ประกอบการจำนวนเพิ่มขึ้น จำนวนโรงภาพยนตร์ขยายใหญ่ขึ้น และมีจำนวนผู้ชมภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น ควบคู่ไปกับระดับราคาที่สูงขึ้นเช่นกัน

พฤติกรรมการขึ้นราคาอย่างต่อเนื่องของโรงภาพยนตร์ ทำให้ในเดือนมิถุนายน 2546 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จึงได้หันมาสนใจธุรกิจโรงภาพยนตร์อย่างจริงจัง หลังจากมี ผู้บริโภคร้องเรียนว่าอัตราค่าตั๋วชมภาพยนตร์มีราคาแพง ประกอบกับมีรายงานว่า ธุรกิจโรง ภาพยนตร์ในประเทศอินโดนีเซีย มีการชัวกันกำหนดราคาตั๋วชมภาพยนตร์ ทำให้กรมการค้า ภายในเริ่มหันมาสนใจธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยมากขึ้น โดยได้ศึกษาพฤติกรรม การกำหนดราคาของโรงภาพยนตร์อย่างใกล้ชิด เพื่อดูว่าธุรกิจโรงภาพยนตร์รายใหญ่ในประเทศไทย มี การแข่งขันด้านการกำหนดราคาตั๋วชมภาพยนตร์อย่างเต็มที่หรือไม่ หรือมีการชัวราคากันดังที่ เกิดขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย

กรมการค้าภายใน จึงเริ่มสำรวจอัตราค่าตั๋วชมภาพยนตร์ของผู้ประกอบการในธุรกิจโรง ภาพยนตร์ จำนวน 5 ราย ได้แก่บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนท์จำกัด (มหาชน) บริษัทเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท เอสเอฟ ซิเนม่า ซิตี จำกัด บริษัท ยูเอ็มจี จำกัด และบริษัทในเครือเอเพ็กซ์ ในที่สุดจึงกำหนดให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์เป็นบริการที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง (PWL: Priority Watch List)

เงื่อนไขของบริการที่ต้องมีการติดตามอย่างใกล้ชิด (PWL: Priority Watch List) หมายถึง การกำหนดให้โรงภาพยนตร์ทุกรายต้องจัดส่งรายละเอียดของเกณฑ์การตั้งราคาตั๋วชมภาพยนตร์ ของแต่ละบริษัทมายังกรมการค้าภายใน เพื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่แท้จริงที่กรมการค้าภายใน ได้ศึกษาไว้ และกรมการค้าภายในจะพิจารณาถึงอัตราค่าตั๋วชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์กำหนดใน ปัจจุบันว่าเป็นอัตราที่เหมาะสมสอดคล้องกับข้อเท็จจริงด้านต้นทุน หรือแพงเกินจริงหรือไม่ ทั้งนี้ กรมการค้าภายในระบุว่าบริษัทไหนจะตั้งราคาตั๋วชมภาพยนตร์เท่าไรก็ได้ แต่จะต้อง สมเหตุสมผล ซึ่งในเบื้องต้น กรมการค้าภายในระบุว่า การตั้งราคาตั๋วที่สมเหตุสมผล จะต้องขึ้นอยู่กับ ค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนการก่อสร้างห้องฉายภาพยนตร์ ค่าลิขสิทธิ์หนัง และค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานของบริษัท

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า² กรมการค้าภายใน ได้ชี้แจงแก่ผู้วิจัย ว่า จากการสำรวจการแข่งขันด้านราคาในธุรกิจโรงภาพยนตร์ กรมการค้าภายใน พบว่า การตั้งราคา ค่าตั๋วชมภาพยนตร์ของผู้ประกอบการแต่ละราย จะเป็นการตั้งราคาที่อ้างอิงอยู่กับราคาของกลุ่ม

² ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณมณฑนา สมุทรวงศ์วิริยะ เจ้าหน้าที่สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

มากกว่าที่จะอ้างอิงอยู่กับต้นทุนของตน ราคาค่าตัวชมภาพยนตร์ของผู้ประกอบการแต่ละรายจึงไม่แตกต่างกัน และไม่มีแรงจูงใจที่จะแข่งขันด้านราคา นอกจากนั้น จากการสำรวจข้อมูลการตั้งราคาก็พบว่าราคาที่นั้งปกติในปัจจุบัน สำหรับการเข้าชมภาพยนตร์ในระหว่างวันจันทร์ถึงพุธในอัตรา 100 บาทต่อที่นั่ง และ 120 บาทต่อที่นั่งสำหรับการชมภาพยนตร์ในช่วงวันหยุดหัตสบดีถึงอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์เป็นอัตราที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุนของผู้ประกอบการ ซึ่งราคาดังกล่าวก็เป็นระดับราคาที่คงที่มาตั้งแต่ปี 2546 ในช่วงที่กรมการค้าภายในเริ่มให้ความสนใจในธุรกิจนี้

วิธีการติดตามราคาค่าตัวชมภาพยนตร์ กรมการค้าภายในจะใช้วิธีขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการทุกรายแจ้งกรมการค้าภายในทุกครั้งที่จะมีการขึ้นราคาค่าตัวชมภาพยนตร์ โดยให้แจ้งในทุกระดับราคา ทั้งที่นั่งปกติ และที่นั่งพิเศษ แต่ทั้งนี้กรมการค้าภายในจะพิจารณาโครงสร้างต้นทุนว่าสมเหตุสมผลหรือไม่ในกรณีที่นั้งปกติเท่านั้น และหากมีการขึ้นราคาโดยไม่สมเหตุสมผลในที่นั้งปกติ กรมการค้าภายในก็จะใช้กฎหมายพระราชบัญญัติราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ในการบังคับให้โรงภาพยนตร์ลดราคาค่าตัวชมภาพยนตร์ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ส่วนระดับราคาที่นั้งพิเศษจะไม่มีมาตรการควบคุมราคา โดยกรมการค้าภายในขอความร่วมมือเพียงให้ผู้ประกอบการแจ้งเมื่อจะขึ้นราคา แต่จะไม่พิจารณาความสมเหตุสมผล เพราะกรมการค้าภายในเห็นว่าผู้ประกอบการมีสิทธิที่จะจัดที่นั่งพิเศษ และผู้บริโภคก็มีทางเลือกที่จะใช้หรือไม่ใช้บริการก็ได้ จึงไม่มีการควบคุม

นอกจากนั้น สำหรับมาตรการควบคุมจำนวนที่นั่งของโรงภาพยนตร์ในสัดส่วนระหว่างที่นั่งปกติกับที่นั่งพิเศษ กรมการค้าภายในชี้แจงว่า จะไม่มีการติดตามดูแลในส่วนนี้ โดยให้อิสระผู้ประกอบการมีสิทธิที่จะลดที่นั่งปกติแล้วเพิ่มที่นั่งพิเศษให้มากขึ้นภายหลังการชี้แจง โครงสร้างต้นทุนก็สามารถทำได้ ทว่า ผู้ประกอบการก็ต้องมีต้นทุนที่สูงขึ้นเช่นกันเมื่อจะปรับเปลี่ยนที่นั่ง และการมีคู่แข่งรายอื่นจำนวนมาก มีสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์ที่คอยกดดันผู้ประกอบการรวมทั้งผู้บริโภคซึ่งมีสิทธิเลือกว่าจะใช้บริการหรือไม่ กรมการค้าภายใน จึงเชื่อว่าผู้ประกอบการจะไม่มีแรงจูงใจที่จะเอาเปรียบผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ประเด็นเกี่ยวกับสัดส่วนที่นั่งปกติและที่นั่งพิเศษ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนได้ภายหลังการชี้แจง โครงสร้างต้นทุน และกรมการค้าภายในไม่มีมาตรการควบคุมในประเด็นนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า น่าจะเป็นช่องโหว่สำคัญที่ผู้ประกอบการสามารถจะใช้เอาเปรียบผู้ชมได้ หากต้องการจะทำ ซึ่งค่อนข้างน่ากังวล ถึงแม้ในปัจจุบันจะไม่มีข้อมูลหรือข้อร้องเรียนว่าโรงภาพยนตร์ใดได้กระทำการเช่นนี้ ซึ่งอาจจะเป็นไปตามข้อสันนิษฐานของกรมการค้าภายในเกี่ยวกับภาวะต้นทุน หรือแรงกดดันจากคู่แข่ง แต่ทว่า ยิ่งด้วยสภาวะภายหลังจากการควบคุมกิจการ ที่ลดการ

แข่งขันในบางพื้นที่ที่ดังที่ได้ชี้แจงไว้ก่อนหน้านี้ จึงก่อให้เกิดข้อสงสัยกับผู้วิจัยว่า ระดับแรงจูงใจในการเอาเปรียบผู้บริโภคด้วยการลดจำนวนที่นั่งปกติลงนี้จะยังคงเดิมเหมือนเช่นช่วงก่อนควบกิจการที่มีการแข่งขันรุนแรงหรือไม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ากังวล และเห็นว่ากรมการค้าภายในก็น่าจะสนใจในประเด็นนี้บ้างในอนาคต

ส่วนด้านการควบคุมราคาอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมีผู้บริโภคร้องเรียนว่ามีการขายแพงเกินไปจริง เจ้าหน้าที่สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า ได้ชี้แจงด้วยว่า กรมการค้าภายในจะไม่มีการควบคุมราคาอาหารและเครื่องดื่มในโรงพยาบาลนคร แต่จะบังคับให้โรงพยาบาลนครปิดป้ายแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มในโรงพยาบาลนคร และผู้บริโภคก็มีสิทธิเลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อก็ได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สำรวจราคาอาหารและเครื่องดื่มในโรงพยาบาลนครของผู้ประกอบการ 3 ราย คือ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ อีจีวี และเอสเอฟ ซีนีมา ก็พบว่าทุกโรงพยาบาลนครมีการตั้งราคาเท่ากัน เช่น ปอปลคอร์น ขนาดกลางราคา 35 บาท ขนาดใหญ่ราคา 45 บาท และเครื่องดื่มน้ำอัดลม ขนาด 22, 32 และ 44 ออนซ์ ก็มีการขายที่ราคาเท่ากันคือ 35, 40 และ 45 ตามลำดับ เป็นต้น

แต่ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มของโรงพยาบาลนคร รวมถึงมาตรการกำกับดูแลของกรมการค้าภายในที่ทำแค่เพียงการบังคับให้ผู้ประกอบการติดป้ายแสดงราคา แล้วเชื่อว่าผู้บริโภคมีสิทธิเลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อนั้นอาจจะเป็นมาตรการที่ไม่สมบูรณ์นัก เพราะโดยข้อเท็จจริงแล้ว แม้ว่าผู้บริโภคจะมีสิทธิเลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้ออาหารของโรงพยาบาลนครจริง แต่ผู้บริโภคก็ถูกจำกัดสิทธิที่จะนำอาหารและเครื่องดื่มจากภายนอกเข้ามาทานในโรงพยาบาลนครด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการจำกัดสิทธิดังกล่าวก็เหมือนเป็นการบีบบังคับผู้ชมทางอ้อม กล่าวคือหากต้องการจะนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในโรงพยาบาลนครผู้ชมก็ต้องซื้อจากโรงพยาบาลนครเท่านั้น และในกรณีผู้ชมที่มีความต้องการมาก หรือเห็นเป็นของจำเป็นควบคู่ไปกับการชมภาพยนตร์ ก็จะไม่มีความเลือกที่จะต้องซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่โรงพยาบาลนครขาย สถานการณ์ ดังกล่าวก็เหมือนกับการผูกขาดโดยโรงพยาบาลนคร ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ากรมการค้าภายในน่าจะมีมาตรการในการแก้ปัญหา