

บทที่ 5

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการศึกษาค้นคว้าผลกระทบจากการควบกิจการซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ โดยพิจารณาต่อจากการศึกษาในผลของการควบกิจการระหว่างบริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย ซึ่งอธิบายในส่วนก่อนหน้านี้ ดังนั้นในบทนี้จึงเริ่มเข้าสู่การอธิบายผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากการควบกิจการอย่างชัดเจน โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน เริ่มจากการกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ผลประโยชน์ของผู้ผลิต หรือผลที่บริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้รับจากการควบกิจการ และหลังจากนั้นจึงกล่าวถึงผลกระทบจากการควบกิจการที่มีต่อผู้บริโภคต่อไป

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากการควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลเอกสารที่ได้รับจากบริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งข้อมูลที่บริษัททั้ง 2 จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเปิดเผยต่อสาธารณชนเป็นหลัก ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดจะตั้งอยู่บนสมมติฐานของข้อมูลที่เชื่อถือได้ และผู้วิจัยให้ความเชื่อถือต่อข้อมูลเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยไม่สามารถรับรองหรือรับประกันไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมเกี่ยวกับความถูกต้องหรือสมบูรณ์ของข้อมูลและคำรับรองต่างๆ ที่ทาง บมจ. เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ และบริษัทที่เกี่ยวข้อง มอบให้กับผู้วิจัย นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่เกิดขึ้น ในผลกระทบจากการควบกิจการ ก็เป็นผลมาจากอาศัยสมมติฐานความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับ และเกิดขึ้นในขณะที่ศึกษาเท่านั้น(ตุลาคม 2547 ถึงเมษายน 2548) ทั้งนี้ หากภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท รวมทั้งสถานการณ์ของบริษัทเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญจากสมมติฐานในการศึกษา ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นก็อาจเบี่ยงเบนไปจากผลการศึกษานี้ได้เช่นกัน

5.1 ผลการวิเคราะห์ประโยชน์ของผู้ผลิต

ผลการวิเคราะห์ประโยชน์ของผู้ผลิตในการศึกษานี้ เริ่มต้นจากทำความเข้าใจในแรงจูงใจของการควบกิจการด้วยการพิจารณาในสัดส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินรวม และสัดส่วนหนี้สินต่อทุนของทั้ง 2 บริษัท หลังจากนั้นจึงอธิบายการวิเคราะห์ผลได้ของธุรกิจจากการควบกิจการด้วยการเปรียบเทียบมูลค่ากิจการของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ในกรณีที่มีการควบและไม่ควบกิจการ โดยกรณีไม่ควบกิจการจะพิจารณาทั้ง 2 บริษัท คือ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และ บมจ. อีจิวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ แล้วเปรียบเทียบกรณีมีการควบกิจการซึ่งจะเหลือเพียง บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ทั้งนี้ ส่วนต่าง คือ ผลได้ของธุรกิจจากการควบกิจการ นอกจากนั้น จะเป็นผลการศึกษาผลประโยชน์จากการปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจจากการควบกิจการของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เพิ่มเติม ซึ่งสุดท้ายจะสะท้อนถึงประโยชน์ของผู้ผลิตจากการควบกิจการได้

5.1.1 การพิจารณาแรงจูงใจทางการเงินในการควบกิจการ

ผลการพิจารณาแรงจูงใจทางการเงินในการควบกิจการนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาในอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Debt Ratio) และอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) ของทั้ง 2 บริษัท คือ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และ บมจ. อีจิวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ โดยข้อมูลที่พิจารณานั้น ได้มาจากงบการเงินงวด มกราคม ถึง ธันวาคม 2546 ซึ่งเป็นช่วงก่อนควบกิจการ พบว่า

$$\text{Debt Ratio}_{\text{MAJOR}} = 1,512,483,050 / 3,658,947,319 = 0.41$$

$$\text{Debt Ratio}_{\text{EGV}} = 1,471,133,843 / 2,039,703,861 = 0.72$$

$$\text{D/E Ratio}_{\text{MAJOR}} = 890,397,332 / 757,000,000 = 1.17 \text{ เท่า}$$

$$\text{D/E Ratio}_{\text{EGV}} = 1,141,866,986 / 440,000,000 = 2.59 \text{ เท่า}$$

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณา ผู้วิจัยจึงพบประเด็นที่น่าสนใจถึงสาเหตุทางการเงินในการควบกิจการ เพราะเมื่อสังเกตอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของ บมจ. อีจิวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ พบว่า มีอัตราส่วนสูงถึง 0.72 ซึ่งนับว่าค่อนข้างสูงในการดำเนินธุรกิจ แสดงถึงความอึดอัดของกิจการที่ต้องมีภาระหนี้สินจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถวางแผนในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ โรงภาพยนตร์ ขณะที่ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม 0.41 ซึ่งจัดว่าเป็นอัตราส่วนที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ เพราะโดยปกติ

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมที่ถือว่าเหมาะสมที่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพจะอยู่ที่ประมาณ 0.30-0.50 ดังนั้น อัตราส่วนของ MAJOR ที่ 0.41 จึงถือว่าเหมาะสม และสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการควบกิจการ ผู้วิจัยจึงไม่แปลกนัก เมื่อเห็นอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของอีจิว ที่เป็นแรงกดดันให้อีจิวยอมควบกิจการกับเมเจอร์ ประกอบกับการมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนถึง 2.59 เท่า และธุรกิจโรงพยาบาลนคร เป็นธุรกิจบริการที่มีกำไรขั้นต้นค่อนข้างต่ำเพราะการแข่งขันที่รุนแรง มีการเปิดสาขาใกล้กันหลายแห่ง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด แหล่งเงินทุนในการขยายกิจการ โดยการกู้ธนาคารจึงคาดว่า น่าจะเป็นปัญหาพอสมควรสำหรับอีจิว ขณะที่เมเจอร์ ซีนิเพล็กซ์ ซึ่งเป็นผู้เข้าควบกิจการมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเพียง 1.17 เท่า นับว่าค่อนข้างต่ำมากเมื่อเทียบกับอีจิว และต่ำมากในการดำเนินธุรกิจ ภาระหนี้สินจึงไม่เป็นปัญหากับเมเจอร์ ทำให้วัตถุประสงค์การควบกิจการเพื่อขยายธุรกิจ และสร้างอำนาจต่อรองตามที่ชี้แจงต่อสาธารณะชนมีเหตุผลที่เป็นไปได้

5.1.2 มูลค่ากิจการกรณีไม่มีการควบกิจการ

ผลการประเมินมูลค่ากิจการกรณีไม่มีการควบกิจการ โดยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิส่วนลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Approach) ผ่านการประมาณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating Cash Flow) มีดังนี้

- 1) ผลการคำนวณอัตราส่วนลด (Discount Rate) คำนวณจาก Capital Asset Pricing Model (CAPM) ดังนี้

$$K_c = R_f + B(R_m - R_f)$$

K_c คือ อัตราส่วนลด หรือ ต้นทุนทางการเงินในส่วนของผู้อถือหุ้น

R_f คือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลอายุ 1 – 5 ปี สำหรับการประเมินมูลค่าในช่วง 1- 5 ปี และ อายุ 18 ปี สำหรับการประเมินช่วง Terminal Year = ร้อยละ 5.06¹

R_m คือ อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ = ร้อยละ 18.91²

¹ ข้อมูลจาก The Thai Bond Dealing Center Market Movement ประจำวันที่ 31 มีนาคม 2547

² ข้อมูลจากฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์ ฟาร์อีสท์ จำกัด (มหาชน)

B คือ อัตราส่วนความเสี่ยงของการลงทุนในบริษัทเมื่อเทียบกับความเสี่ยงของตลาดโดยรวม = 0.73 (ทั้ง MAJOR และ EGV)³

ดังนั้นในกรณีไม่มีการควบกิจการ ทั้ง MAJOR และ EGV มี อัตราส่วนลด (Discount Rate) เท่ากัน คือ

ปีที่ 1	$R_f = 1.00\%$	$K_e = 1.00\% + 0.73 (18.91\% - 1.00\%) = 14.07\%$
ปีที่ 2	$R_f = 1.03\%$	$K_e = 1.03\% + 0.73 (18.91\% - 1.03\%) = 14.08\%$
ปีที่ 3	$R_f = 1.13\%$	$K_e = 1.13\% + 0.73 (18.91\% - 1.13\%) = 14.10\%$
ปีที่ 4	$R_f = 1.24\%$	$K_e = 1.24\% + 0.73 (18.91\% - 1.24\%) = 14.14\%$
ปีที่ 5	$R_f = 1.43\%$	$K_e = 1.43\% + 0.73 (18.91\% - 1.43\%) = 14.19\%$
Terminal Value	$R_f = 5.06\%$	$K_e = 5.06\% + 0.73 (18.91\% - 5.06\%) = 15.17\%$

2) ผลการคำนวณค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเงินทุน (Weighted Average cost of capital) มีดังนี้

$$WACC = K_d(1-T)W_d + K_e W_e$$

K_d คือ ต้นทุนทางการเงินในส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย = ร้อยละ 4.25

T คือ อัตราภาษีของบริษัทจดทะเบียน = ร้อยละ 25

W_d คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต้นทุนส่วนของผู้ถือหุ้นต่อต้นทุนส่วนของผู้ถือหุ้นและส่วนของผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ MAJOR⁴ = 0.37; EGV⁵ = 0.72

K_e คือ ต้นทุนทางการเงินของผู้ถือหุ้น ซึ่งเท่ากันทั้งสองบริษัท

W_e คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต้นทุนส่วนของผู้ถือหุ้นต่อต้นทุนส่วนของผู้ถือหุ้นและส่วนของผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ MAJOR = 0.63; EGV = 0.28

³ ได้จากข้อมูลประกอบการลงทุน ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 5 เมษายน 2547 หน้า 31

⁴ คำนวณจากรายงานประจำปี 2546 ของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์

⁵ คำนวณจากรายงานผลประกอบการ ไตรมาส 3 ปี 2546 – ไตรมาส 2 ปี 2547 ของ บมจ. อีจีวี

ดังนั้น ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเงินทุน (WACC) ของทั้งสองบริษัท คือ

MAJOR	ปีที่ 1	$K_c = 14.07\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.37 + (14.07\%)0.63 = 10.0462\%$
	ปีที่ 2	$K_c = 14.08\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.37 + (14.08\%)0.63 = 10.0513\%$
	ปีที่ 3	$K_c = 14.10\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.37 + (14.10\%)0.63 = 10.0683\%$
	ปีที่ 4	$K_c = 14.19\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.37 + (14.19\%)0.63 = 10.0870\%$
	ปีที่ 5	$K_c = 15.17\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.37 + (15.17\%)0.63 = 10.1193\%$
	Terminal Value	$K_c = 6.04\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.37 + (6.04\%)0.63 = 10.7368\%$
EGV	ปีที่ 1	$K_c = 4.94\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.72 + (4.94\%)0.28 = 6.2358\%$
	ปีที่ 2	$K_c = 4.95\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.72 + (4.95\%)0.28 = 6.2381\%$
	ปีที่ 3	$K_c = 4.97\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.72 + (4.97\%)0.28 = 6.2456\%$
	ปีที่ 4	$K_c = 5.01\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.72 + (5.01\%)0.28 = 6.2539\%$
	ปีที่ 5	$K_c = 5.06\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.72 + (5.06\%)0.28 = 6.2683\%$
	Terminal Value	$K_c = 6.04\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.72 + (6.04\%)0.28 = 6.5427\%$

3) ผลการประมาณกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (ข้อสมมติทางการเงินในการประมาณการ แสดงในภาคผนวก ก) มีดังนี้

ตารางที่ 5.1 กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของ MAJOR และ EGV กรณีไม่มีการควบ

กิจการ

MAJOR

(บาท)	2546	2547F	2548F	2549F	2550F	2551F
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (OFCF)	753,230,806	815,341,718	844,237,687	874,752,221	906,975,963	941,004,632
มูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)						8,764,301,363

EGV

(บาท)	2546	2547F	2548F	2549F	2550F	2551F
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (OFCF)	196,074,158	202,606,636	207,444,857	212,554,021	217,949,273	223,646,603
มูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)						3,418,240,715

ที่มา : จากการคำนวณ

$$4) \text{ ผลการประเมินมูลค่ากิจการ จาก สมการ } V_j = \sum_{t=1}^n \frac{OFCF_t}{(1+WACC_j)^t} \text{ มีดังนี้}$$

PV = Present Value (2547-2551) + Present Value of Terminal year

MAJOR: PV = 3,292,618,902 + 7,914,534,422 = 11,207,153,324 บาท

EGV: PV = 887,756,576 + 3,208,328,146 = 4,096,084,722 บาท

- 5) ผลการประเมินมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญของ บริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) กรณีไม่มีการควบกิจการ มีดังนี้

MAJOR มี จำนวนหุ้นสามัญเรียกชำระแล้ว 587.71 ล้านหุ้น

EGV มี จำนวนหุ้นสามัญเรียกชำระแล้ว 260 ล้านหุ้น

ดังนั้นกรณีไม่มีการควบกิจการ ตามสมมติฐานในการศึกษานี้

$$\text{มูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญ}_{\text{MAJOR}} = 11,207,153,324 / 587,710,000 = 22.03 \text{ บาทต่อหุ้น}$$

$$\text{มูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญ}_{\text{EGV}} = 4,096,084,722 / 260,000,000 = 15.75 \text{ บาทต่อหุ้น}$$

5.1.3 มูลค่ากิจการกรณีมีการควบกิจการ

ผลการประเมินมูลค่ากิจการกรณีมีการควบกิจการ โดยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิส่วนลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Approach) ผ่านการประมาณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating Cash Flow) มีดังนี้

- 1) ผลการคำนวณอัตราส่วนลด (Discount Rate) จะคำนวณจาก Capital Asset Pricing Model (CAPM) ทั้งนี้ อัตรา K , R_f และ R_m จะใช้ค่าเดียวกับการคำนวณในกรณีไม่มีการควบกิจการ ขณะที่ ค่า B หรือ อัตราส่วนความเสี่ยงของการลงทุนในบริษัทเมื่อเทียบกับความเสี่ยงของตลาดโดยรวมของ MAJOR กรณีมีการควบกิจการ ปรับเป็น 0.53⁶

⁶ ได้จากข้อมูลประกอบการลงทุน ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 4 มกราคม 2548 หน้า 24

ดังนั้นกรณีมีการควบกิจการ อัตราส่วนลด (Discount Rate) ของ MAJOR ปรับเป็น

ปีที่ 1	$R_f = 1.00\%$	$K_c = 1.00\% + 0.53 (18.91\% - 1.00\%) = 10.49\%$
ปีที่ 2	$R_f = 1.03\%$	$K_c = 1.03\% + 0.53 (18.91\% - 1.03\%) = 10.51\%$
ปีที่ 3	$R_f = 1.13\%$	$K_c = 1.13\% + 0.53 (18.91\% - 1.13\%) = 10.55\%$
ปีที่ 4	$R_f = 1.24\%$	$K_c = 1.24\% + 0.53 (18.91\% - 1.24\%) = 10.61\%$
ปีที่ 5	$R_f = 1.43\%$	$K_c = 1.43\% + 0.53 (18.91\% - 1.43\%) = 10.69\%$
ช่วง Terminal Year	$R_f = 5.06\%$	$K_c = 5.06\% + 0.53 (18.91\% - 5.06\%) = 12.40\%$

2) ผลการคำนวณค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเงินทุน (Weighted Average cost of capital) จะคำนวณจาก $WACC = K_d(1-T)W_d + K_cW_c$ ทั้งนี้ ค่า K_d , T จะใช้ค่าเดียวกับกรณีไม่มีการควบกิจการ ขณะที่

W_d คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต้นทุนส่วนของหนี้ต่อต้นทุนส่วนของหนี้บวกส่วนของผู้อถือหุ้น⁷ = 0.52

K_c คือ ต้นทุนทางการเงินของผู้อถือหุ้น (อัตราส่วนลด) ของเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์

W_c คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต้นทุนส่วนของผู้อถือหุ้นต่อต้นทุนส่วนของหนี้และส่วนของผู้อถือหุ้น = 0.48

ดังนั้น ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเงินทุน (WACC) ของ MAJOR กรณีมีการควบกิจการ คือ

ปีที่ 1	$K_c = 10.49\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.52 + (10.49\%)0.48 = 3.6078\%$
ปีที่ 2	$K_c = 10.51\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.52 + (10.51\%)0.48 = 3.6174\%$
ปีที่ 3	$K_c = 10.55\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.52 + (10.55\%)0.48 = 3.6366\%$
ปีที่ 4	$K_c = 10.61\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.52 + (10.61\%)0.48 = 3.6606\%$
ปีที่ 5	$K_c = 10.69\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.52 + (10.69\%)0.48 = 3.7038\%$
Terminal Year	$K_c = 12.40\%$	$WACC = (4.5\%)(1-25\%)0.52 + (12.40\%)0.48 = 4.5246\%$

3) ผลการประมาณกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กรณีมีการควบกิจการ (ข้อสมมติทางการเงิน แสดงในภาคผนวก ข) มีดังนี้

⁷ คำนวณจากผลรวมของรายงานประจำปี 2546 บมจ. เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ร่วมกับผลประกอบการ ไตรมาส 3 ปี 2546 – ไตรมาส 2 ปี 2547 ของ บมจ. อีจิว เ็นเตอร์เทนเมนท์

ตารางที่ 5.2 กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของ MAJOR กรณีมีการควบกิจการ

(บาท)	2546	2547F	2548F	2549F	2550F	2551F
กระแสเงินสดจาก						
การดำเนินงาน	949,304,964	998,695,539	1,079,616,014	1,112,564,140	1,147,358,473	1,184,102,411
(OFCF)						
มูลค่าสุดท้าย (Terminal Value)						15,560,353,066
ที่มา : จากการคำนวณ						

4) ผลการประเมินมูลค่ากิจการ (บาท) จาก สมการ $V_j = \sum_{t=1}^n \frac{OFCF_t}{(1+WACC_j)^t}$ มีดังนี้

PV = Present Value (2547-2551) + Present Value of Terminal year

$$PV_{MAJOR} = 4,535,748,220 + 14,459,985,747 = 18,995,733,967 \text{ บาท}$$

5) ผลการประเมินมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญของ บริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กรณีมีธุรกรรมควบรวมกิจการ ซึ่งบริษัท เมเจอร์ ได้มีการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนในการทำธุรกรรมดังกล่าว ทำให้ในปัจจุบัน MAJOR มีจำนวนหุ้นสามัญเรียกชำระแล้ว 707.71 ล้านหุ้น ดังนั้น ภายหลังจากธุรกรรมควบรวมกิจการ MAJOR จึงมีมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญ ดังนี้

$$\text{มูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญ}_{MAJOR} = 18,995,733,967 / 707,710,000 = 26.84 \text{ บาทต่อหุ้น}$$

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ผลได้จากการควบกิจการ

ผลการวิเคราะห์ผลได้จากการควบกิจการเปรียบเทียบกรณีที่มีการควบและไม่ควบกิจการระหว่างบริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ในการศึกษานี้ ทำให้ทราบว่าด้วยธุรกรรมที่เกิดขึ้นทำให้ บริษัท เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีมูลค่ากิจการเติบโตแบบก้าวกระโดด คือจากเดิมมีมูลค่ากิจการ 11,207 ล้านบาท เมื่อมีการควบกิจการมูลค่ากิจการจะเพิ่มเป็น 18,995 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 7,788 ล้านบาท ขณะที่มูลค่ากิจการของอีจีวี ซึ่งเมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ ควบกิจการมามีมูลค่าเพียง 4,096 ล้านบาท แสดงถึงผลได้ในการควบกิจการที่มีมากถึง 3,692 ล้านบาท เป็นผลดีต่อ บมจ. เมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ และเมื่อ

พิจารณาผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น ผ่านมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญเรียกชำระแล้ว พบว่า ในกรณีที่มีการควบกิจการมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญของเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ เพิ่มขึ้นเป็น 26.84 บาทต่อหุ้น จากเดิมในกรณีที่ไม่มีการควบกิจการมีมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญ 22.03 บาทต่อหุ้น แสดงว่าผู้ถือหุ้นของ บมจ. เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ จะมีมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญที่ตนถืออยู่เพิ่มขึ้น 4.81 บาทต่อหุ้นซึ่งจะได้รับผลดีจากการควบกิจการเช่นกัน และเมื่อพิจารณาถึง บมจ. อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ซึ่งถูกควบกิจการ ผลจากการควบกิจการจะช่วยให้ผู้ถือหุ้นเดิมของ บมจ. อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ กลายเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทที่มีขนาดกิจการใหญ่ขึ้น เป็นผู้นำตลาดในธุรกิจโรงภาพยนตร์ และกลายเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทที่มีมูลค่ากิจการต่อหุ้นสามัญสูงกว่าเดิม

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ผลประโยชน์ของธุรกิจจากการควบกิจการ

ผลจากการควบกิจการในเบื้องต้น จากเดิมที่ทั้ง เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และอีจีวีเคยเป็นคู่แข่งกัน ทำให้ภายหลังควบกิจการความรุนแรงในการแข่งขันลดลงเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในบริเวณที่เดิมมีเพียงโรงภาพยนตร์ของทั้งสองตั้งอยู่ขณะที่ไม่มีคู่แข่งรายอื่นในพื้นที่ดังกล่าว ภายหลังการควบกิจการก็จะกลายเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการแข่งขันไป อย่างไรก็ตาม การลดการแข่งขันดังกล่าวก็จะเกิดเฉพาะพื้นที่ซึ่งไม่มีคู่แข่งรายอื่นตั้งอยู่เท่านั้น เพราะโดยลักษณะของธุรกิจโรงภาพยนตร์เอง ซึ่งจะแข่งขันกันเฉพาะคู่แข่งในบริเวณเดียวกัน ทำให้ภายหลังควบกิจการก็ยังมีส่วนพื้นที่ซึ่งโรงภาพยนตร์ของเมเจอร์ หรืออีจีวี แข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นอยู่ บริเวณนั้นก็ยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรงอยู่ต่อไปเหมือนช่วงก่อนควบกิจการ ดังนั้น จึงถือว่าด้วยธุรกรรมที่เกิดขึ้น ได้เกิดประโยชน์ทำให้บริษัทสามารถลดการแข่งขันลงได้ระดับหนึ่ง เพราะคู่แข่งรายใหญ่หายไปหนึ่งราย และจะมีผลทำให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้หากมีการแข่งขันลง เช่นค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

นอกจากนั้น ผลจากการควบกิจการทำให้บริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กลายเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่มีเครือข่ายใหญ่และครบวงจรที่สุดในประเทศ ส่งผลให้บริษัทมีความคล่องตัวในการบริหารงานเพิ่มขึ้น อาทิเช่น สามารถบริหารรอบฉายและระยะเวลาการเข้าฉายของโรงภาพยนตร์แต่ละเรื่องในแต่ละสาขาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคได้ดีขึ้น ซึ่งการบริหารรอบฉายดังกล่าวมีผลให้อุปทานในธุรกิจโรงภาพยนตร์ดีขึ้น กล่าวคือ ภายหลังการปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจหลังควบกิจการ และการวางแผนบริหาร โรงภาพยนตร์ร่วมกันของทั้ง เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และ อีจีวี ทำให้โรงภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ภายใต้ บมจ. เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ทุกรูป มีระยะเวลาการฉายภาพยนตร์แต่ละเรื่องยาวนานขึ้นมากกว่ากรณีที่ไม่มีการควบ

กิจการ เพราะการแข่งขันลดลง ทำให้ไม่ต้องแย่งส่วนแบ่งการตลาดกัน ด้วยการทุ่มจำนวนโรงฉายให้กับภาพยนตร์ดังเรื่องใหม่เมื่อเข้าฉายวันแรกเป็นการเฉพาะ และต้องถอดภาพยนตร์เก่าออก ซึ่งการทุ่มจำนวนโรงฉายให้กับภาพยนตร์ดังเรื่องใหม่และต้องถอดภาพยนตร์เก่าออกนี้จะมีผลให้การสร้างรายได้ของภาพยนตร์ฟอร์มเล็กไม่สามารถทำได้เต็มที่ และส่งผลเสียต่อพันธมิตรธุรกิจให้มีรายได้ลดลง

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลการเติบโตด้านอุปทานภาพยนตร์ในธุรกิจโรงภาพยนตร์หลังจากการควบกิจการ พบว่า ผลจากการบริหารรอบฉายที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้โรงภาพยนตร์สามารถทำรอบฉายได้เฉลี่ย 4 ถึง 7 รอบต่อวันในปี 2547 ดีขึ้นจากปี 2546 ซึ่งทำรอบฉายได้เฉลี่ย 4 ถึง 6 รอบต่อวัน และการวางโปรแกรมภาพยนตร์ซึ่งถูกกำหนดโดยจำนวนภาพยนตร์ใหม่ที่จะเข้าฉายในแต่ละสัปดาห์ (Movie Lineup) และภาพยนตร์ที่อยู่ระหว่างฉาย ซึ่งโดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์จะมีภาพยนตร์ใหม่เข้าฉายประมาณ 5-6 เรื่อง และเดิมภาพยนตร์แต่ละเรื่องจะมีระยะเวลาในการฉายโดยเฉลี่ยประมาณ 1-2 สัปดาห์ แต่ภายหลังการควบกิจการ ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์โดยเฉลี่ยจะยาวนานขึ้นเป็น 3-4 สัปดาห์ หรืออาจจะนานกว่านั้นขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมของภาพยนตร์

ส่วนจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ภายในปี 2547 มีจำนวนภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และอีจิว รวมทั้งสิ้น 210 เรื่อง (ร้อยละ 58) จากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศทั้งสิ้น 361 เรื่อง แต่เมื่อพิจารณาในรอบสามเดือนแรกของปี 2548 (มกราคม – มีนาคม) พบว่า มีจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศทั้งสิ้น 96 เรื่อง โดยมีจำนวนภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และอีจิว รวมทั้งสิ้น 87 เรื่อง (ร้อยละ 90) ซึ่งมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ สาเหตุที่สัดส่วนการฉายภาพยนตร์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ก็มาจากการมีประสิทธิภาพในการจัดสรรโรงฉาย ที่สามารถแบ่งโรงฉายภาพยนตร์ ให้ฉายภาพยนตร์บางเรื่องที่เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ขณะที่บางเรื่องฉายที่อีจิว จึงเป็นเหตุให้สัดส่วนภาพยนตร์ที่เข้าฉายเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และทำให้อุปทานภาพยนตร์ดีขึ้น เป็นประโยชน์ต่อบริษัทอย่างชัดเจน

5.2 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้บริโภคจากการควบกิจการในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

ผู้วิจัยเริ่มต้นการวิเคราะห์ด้วยการ พิจารณาอุปสงค์การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ จากกรอบในการวิเคราะห์ที่วางไว้ เพื่อพิจารณาปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ โดยสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถามจำนวน 130 ตัวอย่าง มาวิเคราะห์

ก่อนวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ผู้วิจัยสามารถสรุปภาพรวมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจากข้อมูลด้านเศรษฐกิจสังคม และพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภค ในตอนที่ 1 ของแบบสอบถาม (ภาคผนวก ค ตารางที่ ค. 1) พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ชมเป็นหญิง จำนวน 74 คน (ร้อยละ 56.92) มีสถานภาพสมรสเป็น โสด จำนวน 112 คน (ร้อยละ 86.15) อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 65 คน (ร้อยละ 50) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของผู้ชมอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 85 คน (ร้อยละ 65.38) และผู้ชมส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่ยังไม่ทำงาน คือยังเป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 80 คน (ร้อยละ 61.54) ระดับรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงต่ำกว่า 10000 บาท จำนวน 55 คน (ร้อยละ 42.31) ทั้งนี้ ผู้ชมที่ตอบแบบสอบถามทุกคนมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์อย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน โดยมีผู้ชมที่มาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ประมาณเดือนละ 2 ครั้ง มีมากที่สุด จำนวน 67 คน (ร้อยละ 51.54) และระดับราคาดิ 100-120 บาท เป็นระดับราคาที่ผู้ชมนิยมมาชมมากที่สุด จำนวน 109 คน (ร้อยละ 83.85)

ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายของการศึกษาในส่วนนี้ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์อย่างมีหลักเกณฑ์ผ่านสถิติไคสแควร์ โดยเริ่มต้นจากการพิจารณาในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษากับความถี่ในการไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ เพื่อเป็นการยืนยันว่า ปัจจัยแต่ละ

ปัจจัยที่กำหนดไว้ในสมมติฐานนั้น มีความสัมพันธ์กับการไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

ตารางที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับการไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

	ปัจจัย	ค่า Pearson Chi-Square	df	Asymp. Sig. (2-sided)
MOVIE	เนื้อเรื่องภาพยนตร์	14.232	6	0.027*
TECHNIC	เทคนิคการถ่ายทำภาพยนตร์	9.668	9	0.378
FAMOUS	ความมีชื่อเสียงของภาพยนตร์	9.796	9	0.367
PRICE	ราคาตั๋วชมภาพยนตร์	11.452	12	0.491
CARD	บัตรลดราคา	11.258	12	0.556
TIME	รอบฉายภาพยนตร์	27.854	12	0.006*
DOLBY	ระบบภาพและเสียงของโรงภาพยนตร์	4.639	9	0.865
THEATRE	ความหรูหราของโรงภาพยนตร์	24.593	12	0.017*
CLEAN	ความสะอาดของโรงภาพยนตร์	11.507	9	0.186
SAFETY	ความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์	9.051	12	0.699
TRANS	ความสะดวกในการเดินทาง	10.001	9	0.350
CAR	การมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ	8.64	12	0.733
SERVICE	การบริการของพนักงาน	21.946	9	0.009*
FOOD	การมีอาหารและเครื่องดื่มให้บริการ	16.782	12	0.158
TICKET	การมีบริการจองตั๋วชมภาพยนตร์	14.386	12	0.277
VCD	การมีเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี	9.963	3	0.019*

หมายเหตุ * ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา : การทดสอบไคสแควร์ โดยอาศัยโปรแกรม SPSS for Windows

ผลการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์ ดังตารางที่ 5.3 พบว่า เทคนิคการถ่ายทำภาพยนตร์ (TECHNIC) ความมีชื่อเสียงของภาพยนตร์ (FAMOUS) ราคาตั๋วชมภาพยนตร์ (PRICE) บัตรลดราคาหรือการส่งเสริมการขายของโรงภาพยนตร์ (CARD) ระบบภาพและเสียงของโรงภาพยนตร์ (DOLBY) ความสะอาดของโรงภาพยนตร์ (CLEAN) ความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ (SAFETY) ความสะดวกในการเดินทางไปโรงภาพยนตร์ (TRANS) การมีที่จอดรถอย่าง

เพียงพอ (CAR) การมีอาหารและเครื่องดื่มให้บริการ (FOOD) และการมีบริการจองตั๋วชมภาพยนตร์ (TICKET) ทั้ง 11 ปัจจัยได้ค่า Asymp. Sig. (2-sided) มากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์ หรือไม่มีความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

แต่สำหรับ เนื้อเรื่องภาพยนตร์ (MOVIE) รอบฉายภาพยนตร์ (TIME) ความหรูหราของโรงภาพยนตร์ (THEATRE) การบริการของพนักงาน (SERVICE) และการมีสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์ เช่น วีซีดี และดีวีดี (VCD) ทั้ง 5 ปัจจัย ได้ค่า Asymp. Sig. (2-sided) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายถึง มีความสัมพันธ์ หรือเนื้อเรื่องภาพยนตร์ รอบฉายภาพยนตร์ ความหรูหราของโรงภาพยนตร์ การบริการของพนักงาน และการมีเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี มีความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

ผลการทดสอบความสัมพันธ์อย่างมีหลักเกณฑ์ระหว่างปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับความถี่ในการชมภาพยนตร์ของผู้ชม โดยใช้สถิติไคสแควร์ ทำให้ ในที่สุดจากปัจจัยที่ตั้งไว้จากกรอบแนวคิด ทั้ง 16 ปัจจัย มีปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติเหลือเพียง 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 1) เนื้อเรื่องภาพยนตร์
- 2) รอบฉายภาพยนตร์
- 3) ความหรูหราของโรงภาพยนตร์
- 4) การบริการของพนักงานในโรงภาพยนตร์
- 5) การมีสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์ คือเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี

การพิจารณาปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้ง 5 ปัจจัย เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยใดที่ผู้ชมให้ความสำคัญบ้าง ในส่วนต่อมา (ภาคผนวก ค ตารางที่ ค.2) พบว่า ผลการพิจารณาปัจจัยที่มีนัยสำคัญ 4 ปัจจัยที่เก็บข้อมูลโดยให้ผู้ชมระบุระดับความสำคัญ (คะแนนเต็ม 5) มีปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าความรู้สึกลำบากกลาง (3 คะแนน) อยู่ 3 ปัจจัย คือ เนื้อเรื่องภาพยนตร์ และ รอบฉายภาพยนตร์ และความหรูหราของโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีความสำคัญเฉลี่ย 4.5077, 3.8308 และ 3.4308 ตามลำดับ ขณะที่การบริการของพนักงานในโรงภาพยนตร์ แม้ข้อมูลจะมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผู้ชมกลับให้ความสำคัญเฉลี่ยเพียง 2.9846 ซึ่งน้อยกว่าความรู้สึกลำบากกลาง ดังนั้น ปัจจัยการบริการของพนักงานในโรงภาพยนตร์จึงถือว่าเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคไม่ให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ในการศึกษานี้

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาปัจจัยสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์ เช่นเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี (ภาคผนวก ก ตารางที่ ค.3) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติผ่านการทดสอบสถิติไคสแควร์เช่นกัน โดยการสอบถามถึงความเห็นของผู้ชมว่า การมีเครื่องเล่นวีซีดี หรือดีวีดี และทำให้ไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์น้อยลงหรือไม่ ผลการพิจารณา พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นว่าการมีเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี มีผลให้ไปชมภาพยนตร์น้อยลง จำนวน 76 คน (ร้อยละ 58.46) ซึ่งเป็นจำนวนเกินครึ่ง จากจำนวนตัวอย่างที่เก็บมาทั้งหมด (130 คน) จึงถือว่าการมีสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์ คือเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี มีความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ในการศึกษานี้เช่นกัน

5.2.2 ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

ผลการศึกษาปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญเมื่อไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสำคัญเฉลี่ยมากกว่าความรู้สึกละอายใจหรือมีผู้เห็นด้วยเกินครึ่ง ได้แก่ เนื้อเรื่องภาพยนตร์ รอบฉายภาพยนตร์ ความหรูหราของโรงภาพยนตร์ และการมีสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์ คือเครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี ซึ่งปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญทั้ง 4 ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ต่อในส่วนนี้ เพื่อพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญอันเกิดจากการควบกิจการ และผลการศึกษาในส่วนนี้ผู้วิจัยได้มาจากการสอบถามความเห็นของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ที่ได้รับอิทธิพลจากการควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ ซึ่งก็คือ โรงภาพยนตร์ทั้งหมดภายใต้กิจการของ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) รวม 27 สาขา จำนวน 234 โรง ทั้งนี้ ความเห็นของผู้ชมภาพยนตร์ที่นำมาประมวลผล จะมาจากผู้ชมทั้งที่ยังคงใช้บริการและเลิกใช้บริการโรงภาพยนตร์ของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ไปแล้วหลังจากควบกิจการ

ผลการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงหลังจากธุรกรรมควบรวมกิจการ พบว่า ในช่วงหลังจากที่เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และ อีจิว ควบรวมกันแล้ว ผู้ชมภาพยนตร์ที่ยังคงใช้บริการอยู่เห็นว่า การบริหารรอบฉายของทั้งสองบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ รอบฉายภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์ทั้งสองมีระยะเวลาการฉายในแต่ละเรื่องที่ยาวนานขึ้น รวมทั้งรอบฉายภาพยนตร์ของทั้งสองบริษัทในสาขาที่อยู่ใกล้กัน ก็มีการปรับเปลี่ยนรอบฉายให้มีความสอดคล้องกันยิ่งขึ้น โดยมีผู้ชมส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่า หลังจากควบกิจการกันแล้ว การเปลี่ยนแปลงในรอบฉายที่ชัดเจนคือ โรงภาพยนตร์ของทั้งเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และอีจิว ที่อยู่ในบริเวณเดียวกันจะไม่มีรอบฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวกันที่เริ่มพร้อมกันเลย โดยภาพยนตร์เรื่องเดียวกันที่ฉายในแต่ละ โรงจะมีรอบฉายห่างกันอย่างน้อย

สามสิบนาที จากเดิมที่ก่อนควบกิจการซึ่งมีการแข่งขันกัน อาจมีบางรอบฉายที่ทั้งสองบริษัทเริ่มฉายพร้อมกัน เมื่อผู้ชมเดินทางมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ใดในเวลากระชั้นชิด แล้วพบว่าที่นั่งเต็ม ก็จะไม่สามารถเปลี่ยน ไปชมภาพยนตร์เรื่องเดียวกันที่โรงภาพยนตร์อื่น ได้ทันที เพราะได้เริ่มรอบฉายไปแล้วในเวลาเดียวกัน ซึ่งในปัจจุบันปัญหาดังกล่าวหมดไป เพราะหากภาพยนตร์ใดที่สาขาใดเต็ม ผู้ชมก็มีเวลาพอที่จะเดินทางไปชมที่สาขาอื่น ใกล้เคียงกันได้ทันที ซึ่งผู้ชมได้รับประโยชน์มากจากการเปลี่ยนแปลงบริการด้านนี้

นอกจากนั้น ผลจากการบริหารรอบฉายที่มีประสิทธิภาพ ก็มีผลให้ ผู้ชมรู้สึกว่ ภาพยนตร์ที่เข้าฉายมีความหลากหลายขึ้น หรือมีปริมาณภาพยนตร์ให้เลือกชมมากขึ้น ในแต่ละครั้งที่มาโรงภาพยนตร์ โดยจะเห็น ได้ชัดในพื้นที่ที่มีโรงภาพยนตร์ของทั้งสองบริษัทตั้งอยู่ใกล้กัน จากเดิมที่มีการแข่งขันกันรุนแรง เมื่อมีภาพยนตร์ดังเข้าฉาย ทั้งสองโรงภาพยนตร์ก็จะต้องแย่งส่วนแบ่งการตลาดกัน โดยการแข่งกันทุ่มจำนวน โรงฉายให้กับภาพยนตร์ดังเรื่องใหม่เป็นการเฉพาะ ทำให้ไม่มีแรงจูงใจที่จะนำภาพยนตร์ระดับรองเข้าฉาย หรืออาจต้องถอดภาพยนตร์เก่าออก ทั้งที่เพิ่งเข้าฉายได้ไม่นาน ซึ่งบางครั้งยังมีผู้ชมที่ต้องการมาชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวอยู่จำนวนหนึ่ง แต่ไม่สามารถมาชมได้ในวันฉายวันแรก ทำให้ภาพยนตร์ถูกถอดออกไปก่อน ต่อมาเมื่อผู้ชมเดินทางมาชมจึงพบว่าไม่มีภาพยนตร์ที่ตั้งใจมาชมยื่น โรงฉายอยู่ แต่กลับพบว่าโรงภาพยนตร์มีแต่ภาพยนตร์เพียงเรื่องเดียวที่ให้เลือกชมด้วยสัดส่วน โรงฉายจำนวนมาก ผู้ชมรู้สึกว่ โรงภาพยนตร์มีจำนวนภาพยนตร์ให้เลือกน้อยเกินไป ซึ่งหลังจากควบรวมกิจการกัน ปัญหาดังกล่าวก็หมดไป เพราะโรงภาพยนตร์ไม่ต้องแข่งขันกันรุนแรงจนต้องทุ่ม โรงฉายไปฉายภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งอีก ทำให้มีระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องที่ยาวนานขึ้น เพียงแต่ลดจำนวนรอบฉายลงในภาพยนตร์ที่มีความนิยมน้อย ทำให้ผู้ชมสามารถหาชมภาพยนตร์ที่ต้องการ ได้มากขึ้น และรู้สึกว่มีจำนวนภาพยนตร์ที่หลากหลายขึ้นด้วย นอกจากนี้ ผู้ชมภาพยนตร์ที่ยังคงใช้บริการอยู่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ผลจากการที่ไม่ต้องแข่งกันทุ่ม โรงฉาย ทำให้ภายหลังควบกิจการ โรงภาพยนตร์ของเมเจอร์และอีจี้วี จะมีภาพยนตร์ระดับรองเข้าฉายมากขึ้น แต่เป็นการเข้าฉายในลักษณะจำกัดโรง คือแบ่งกันฉายเฉพาะอีจี้วี หรือเมเจอร์ ซึ่งผู้ชมเห็นว่าดีกว่าช่วงที่ไม่ควบกิจการ ซึ่งจะไม่มีการนำภาพยนตร์ระดับรองเข้าฉายเลยในสัปดาห์ที่มีภาพยนตร์ระดับยักษ์เข้าฉาย

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ชมที่ยังคงใช้บริการอยู่จะให้ความเห็นในแง่ดีของการควบกิจการ ทว่าผู้ชมซึ่งได้เลิกใช้บริการไปแล้วหลังการควบกิจการ เห็นว่พัฒนาการที่ดีขึ้นข้างต้นกลับไม่เพียงพอที่จะจูงใจให้ผู้ชมใช้บริการที่เมเจอร์หรืออีจี้วีอีกต่อไป เพราะหากเทียบกับผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์รายอื่น ในแง่ความหลากหลายของภาพยนตร์ ผู้ชมเห็นว่ แม้จะมีภาพยนตร์ระดับรอง

มากขึ้น แต่ก็เป็นการเพิ่มขึ้นที่จำกัดเฉพาะบางสาขา ขณะที่โรงภาพยนตร์อย่าง ยูเอ็มจี, ลิโด้ และ สกาล่า กลับมาปริมาณภาพยนตร์ระดับรองที่หลากหลายมากกว่า ทำให้ผู้ชมกลุ่มที่ไม่นิยมชมภาพยนตร์ตามกระแสจำนวนหนึ่ง เลิกชมภาพยนตร์ที่เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ หรืออีจีวี แล้วหัน ไปใช้บริการที่โรงภาพยนตร์อื่นซึ่งแทน เพราะสาเหตุความหลากหลายของภาพยนตร์ที่มีมากกว่า นอกจากนี้ ในแง่ของระยะเวลาการฉายภาพยนตร์ที่ยาวนานขึ้นเป็น 3-4 สัปดาห์ของเมเจอร์ และอีจีวี หลังควบกิจการ ผู้ชมที่หันไปชมภาพยนตร์ที่เอสเอฟ ซีเนม่าแทน ให้ความเห็นว่า แม้เมเจอร์หรืออีจีวีจะมีภาพยนตร์เก่าขึ้นโรงฉายนานขึ้น แต่ภาพยนตร์ที่ฉายนานขึ้นดังกล่าวก็จำกัดเฉพาะภาพยนตร์ดังเท่านั้น ขณะที่ภาพยนตร์ระดับรองก็ยังคงถูกถอดออกไปก่อนเช่นเดิม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ เอสเอฟ ซีเนม่า ซึ่งเป็นผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์รายใหญ่เช่นกัน กลับมีระยะเวลาการฉายภาพยนตร์ที่นานและมีประสิทธิภาพมากกว่า กล่าวคือ ที่เอสเอฟ จะสามารถหาชมภาพยนตร์เก่าทั้งระดับดังและระดับรองชมได้ แม้จะเข้าฉายมานานกว่า 4 สัปดาห์ แต่จะเป็นการยื่นโรงฉายในลักษณะจำกัดโรง คือที่สาขาบางกะปิ และงามวงศ์วานเท่านั้น แต่ก็ยังดีกว่าจะถอดออกไปพร้อมกันทุกสาขาดังเช่นที่เมเจอร์ และอีจีวีทำ

ส่วนด้านความหรรษาของโรงภาพยนตร์ หรือการเปลี่ยนแปลงโรงภาพยนตร์ ผู้ชมที่ยังคงชมภาพยนตร์ที่เมเจอร์หรืออีจีวีอยู่หลังควบกิจการ เห็นว่า ไม่มีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงโรงภาพยนตร์เลยหลังควบกิจการ คงมีเพียงการขยายโรงภาพยนตร์ เช่นที่สาขาปิ่นเกล้า และแพชั่น ไอซ์แลนด์ ขณะที่มีการสร้างใหม่ที่สาขารัชดา นอกจากนั้น ในสาขาอื่นก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใด โรงภาพยนตร์แต่ละสาขาเป็นเช่นไรก่อนควบกิจการ ก็ยังคงเดิมหลังควบกิจการ ซึ่งผู้ชมเห็นว่าน่าจะมีการปรับปรุงบ้างในบางสาขาที่เปิดมานานแล้ว ทั้งนี้เมื่อสอบถามเพิ่มเติมไปยัง บมจ. เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ก็ได้คำตอบว่า ในการวางแผนสร้างโรงภาพยนตร์ จะมีระยะเวลาคืนทุนแต่ละสาขาประมาณ 4 ปี จึงไม่มีแผนปรับปรุงโรงภาพยนตร์ก่อนหน้านั้น ทั้งนี้เพราะโรงภาพยนตร์ของบริษัทส่วนใหญ่ เพิ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา ซึ่งจะเริ่มคุ้มทุนในปี 2549 การปรับปรุงโรงภาพยนตร์อย่างชัดเจนจึงยังไม่เกิดขึ้นในขณะนี้ศึกษา

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามความเห็นผู้ชมที่เปลี่ยนไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์อื่นพบว่า ความสะดวกสบายในโรงภาพยนตร์เป็นสาเหตุสำคัญในการเปลี่ยนโรงภาพยนตร์ กล่าวคือ ในขณะที่เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์และอีจีวี ไม่มีการปรับปรุงสาขาเก่า แต่คู่แข่งคือ เอสเอฟ ซีเนม่า กลับมีการปรับปรุงสาขาเก่าอยู่เสมอ ทำให้เมื่อผู้ชมไปชมจึงรู้สึกว่าย่านสบายกว่า โดยการเปรียบเทียบนี้จะเกิดขึ้นในสาขาที่อยู่ใกล้กันอย่างชัดเจน ดังเช่นบริเวณบางกะปิ มีผู้ชมส่วนหนึ่งเปลี่ยนจากเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ทั้งสาขารัชโยธินและสาขาบางกะปิ มาชมภาพยนตร์ที่ เอสเอฟ ซีเนม่า สาขา

เดอะมอลล์ บางกะปิ แทน เพราะรู้สึกว่ามันนั่งของเอสเอฟ กว้างขวาง สะดวกสบายกว่า และเมื่อมาใช้บริการในครั้งแรก ก็ประทับใจจนไม่กลับไปใช้บริการที่เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ อีก นอกจากนั้น ผู้ชมยังให้ความเห็นเพิ่มเติมถึงลักษณะการตกแต่งโรงภาพยนตร์ว่า เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์จะเน้นการตกแต่งภายนอกที่หรูหราเกินไป ขณะที่เอสเอฟ มีการตกแต่งภายนอกเรียบง่าย แต่เน้นความสะดวกภายในโรงภาพยนตร์ จึงเกิดการเปรียบเทียบกันอย่างชัดเจน

ส่วนปัจจัยด้านสินค้าทดแทนโรงภาพยนตร์เช่น วีซีดี และดีวีดี ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับการควบกิจการ โดยตรง แต่ถ้าจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงหลังควบกิจการ ผู้ชมที่ชมภาพยนตร์น้อยลง เห็นว่าอาจจะชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์แทนวีซีดีมากขึ้นได้ หากค่าตั๋วชมภาพยนตร์มีราคาถูกลงมาใกล้เคียงกับต้นทุนในการไปเช่าวีซีดี หรือดีวีดี หรือได้รับความสะดวกสบาย และมีความพอใจในการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มากขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณา ผู้วิจัยพบว่าการลดราคาอย่างชัดเจนในปัจจุบันยังไม่เกิดขึ้น คงมีเพียงการลดราคาจากบัตรลดราคาซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงก่อนการควบกิจการ และความสะดวกสบายที่เพิ่มขึ้นก็ยังคงเดิม ดังนั้น การชมวีซีดี และดีวีดี ก็ยังสามารถทดแทนการชมภาพยนตร์ได้อยู่ในปัจจุบัน เพราะไม่ได้มีการพัฒนาให้โรงภาพยนตร์กลับมาทดแทนการชมวีซีดี หรือดีวีดี ได้แต่อย่างใด และหลังการควบกิจการ บริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ทำได้เพียงขยายเข้าไปมีส่วนในธุรกิจนี้บ้างเท่านั้น จะเห็นได้จากการขยายไปในธุรกิจจัดจำหน่ายเต็มที่ ในรูปแบบโฮม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ในนาม บริษัท แปซิฟิก มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์จำกัด ดังที่ได้กล่าวไปแล้วก่อนหน้านี้ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการขยายกิจการก็เพื่อที่จะมุ่งเข้าสู่กลุ่มคนที่เดิมชอบชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ แต่ได้หันไปชมภาพยนตร์ทางวีซีดี หรือดีวีดี แทนการไปโรงภาพยนตร์ เพราะเห็นว่าระยะเวลาในการเข้าฉายในปัจจุบันที่ห่างกันไม่นาน และประโยชน์จากราคาที่ต่างกันมาก ซึ่งเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ก็พยายามดึงกลุ่มคนกลุ่มนี้กลับมาให้เป็นรายได้ของบริษัท แต่ก็ไม่ได้เกิดจากการปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันของโรงภาพยนตร์ แต่อย่างใด ความพอใจของผู้บริโภคโรงภาพยนตร์จึงคงเดิม

5.2.3 ผลการศึกษาผลกระทบต่อผู้บริโภคจากการควบกิจการ

โดยปกติ การควบกิจการที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าตนได้รับผลกระทบโดยตรงมักจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา ทว่าการควบกิจการธุรกิจโรงภาพยนตร์ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยพบว่าไม่มีการปรับราคาตั๋วชมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นหลังจากการควบกิจการแต่อย่างใด ทำให้การพิจารณาผลกระทบทางด้านราคาจึงไม่สามารถทำได้ ผู้วิจัยจึงหันไปพิจารณาผลกระทบด้านคุณภาพของโรงภาพยนตร์แทน ทั้งนี้ ผลการศึกษา พบว่า หลังจากการควบกิจการ ผลดีต่อผู้บริโภคที่ใช้

บริการโรงภาพยนตร์ของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ที่เห็นชัดเจน คือการเปลี่ยนแปลงในรอบฉายซึ่งเกิดจากการบริหารรอบฉายร่วมกันทั้ง เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และอีจีวี ให้สอดคล้องกัน ทำให้โรงภาพยนตร์ของทั้ง 2 บริษัท ไม่มีรอบฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวกันที่เริ่มพร้อมกัน เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมที่สามารถเลือกชมภาพยนตร์ได้ตรงตามรอบฉายที่ต้องการจากโรงภาพยนตร์ในบริเวณเดียวกันได้ และผลจากการบริหารรอบฉายที่สอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ ยังทำให้ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละเรื่องยาวนานขึ้น รวมทั้งสามารถจัดสรรโรงภาพยนตร์ส่วนหนึ่งไปฉายภาพยนตร์ที่หลากหลายมากขึ้นได้ ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์มีทางเลือกในการชมภาพยนตร์มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ผลจากการควบกิจการจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากจำนวนภาพยนตร์ที่มากขึ้น และระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละเรื่องที่ยาวนานขึ้น แต่ก็ยังมีผู้ชมส่วนหนึ่ง เห็นว่า ว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็ยังไม่เพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับบริการของกลุ่มคู่แข่ง ทั้งนี้ เพราะ มีผู้ชมบางส่วนที่เคยเป็นผู้ชมของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป หันไปชมภาพยนตร์จากผู้ประกอบการรายอื่น โดยสาเหตุสำคัญ ก็เกิดจากความรู้สึกพึงพอใจในบริการของกลุ่มมากกว่า ทั้งในแง่ความหลากหลายของภาพยนตร์ ซึ่งโรงภาพยนตร์นอกกระแสเช่น ยูเอ็มจี ไลโด้ หรือสกาล่า สามารถตอบสนองได้ดีกว่า หรือในแง่ของคุณภาพโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีผู้ชมบางส่วนที่พึงพอใจที่จะหันไปชมภาพยนตร์ที่เอสเอฟ ซีเนม่า มากกว่า เพราะรู้สึกว่ที่นั้งมีความสะดวกสบาย มีระยะทางเดินกว้างขวางมากกว่า

นอกจากนั้น ผลกระทบจากการควบกิจการที่ทำให้ผู้บริโภคหันไปชมภาพยนตร์จากผู้ประกอบการรายอื่น ก็เป็นจะเป็นผลจากช่วงรอยต่อของการปรับปรุงกิจการ ได้แก่ ปัญหาการตรวจสอบรอบฉาย และการจองตั๋วชมภาพยนตร์ทางโทรศัพท์ ซึ่งมีความเห็นจากผู้ชมภาพยนตร์ของอีจีวี ว่าหลังจากควบกิจการ ระบบการจองตั๋วชมภาพยนตร์ทางโทรศัพท์ ซึ่งเดิมอีจีวี ใช้หมายเลข 028129999 ในการจองตั๋ว และสามารถใช้ได้เป็นอย่างดี แต่ภายหลังควบกิจการ ได้มีการประกาศให้ไปใช้หมายเลขจองตั๋วเดียวกับเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ คือ 025155555 แต่เมื่อผู้ชมโทรไปจองตั๋วชมภาพยนตร์ กลับพบว่า หมายเลขดังกล่าวโทรติดคยากมาก หรือหากโทรติดก็เจอระบบขัดข้อง และไม่มีรายละเอียดของโรงภาพยนตร์เครืออีจีวี หรือเลวร้ายยิ่งกว่านั้น ข้อมูลของเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์เอง บางครั้งก็มีปัญหา ไม่ตรงกับที่เลือก เช่น ผู้ชมเลือกฟังข้อมูลสาขารังสิต ระบบกลับให้ผู้ชมฟังข้อมูลสาขาปิ่นเกล้า หรือการเลือกฟังข้อมูลภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง แต่ผู้ชมกลับได้ฟังข้อมูลภาพยนตร์อีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งข้อบกพร่องในระบบจองตั๋วนี้เป็นสาเหตุสำคัญ ทำให้ผู้ชมหลายรายเลิกชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์ของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป แล้วหันไปชมที่อื่นแทน

นอกจากระบบของตัวที่ผิดพลาด ข้อบกพร่องหรือความไม่สมบูรณ์ของบริการก็พบปัญหาอีกในรอบฉายที่แสดงในหนังสือพิมพ์บางครั้งไม่ตรงกับรอบฉายจริงหน้าโรงภาพยนตร์ หรือแม้กระทั่ง การปิดปรับปรุงเว็บไซต์เป็นเวลานาน ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์ไม่สามารถตรวจสอบรอบฉายที่น่าเชื่อถือได้ และนอกจากนั้น ก็มีผู้ชมส่วนหนึ่ง เสริมด้วยว่า รู้สึกไม่พอใจที่เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ไม่ยอมปรับปรุงระบบของตัวทางโทรศัพท์ของตน แต่หันไปจับมือเป็นพันธมิตรกับบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ หรือ Bug life 1113 เพื่อให้ผู้ชมสามารถไปจองตั๋วชมภาพยนตร์ได้แทน ซึ่งผู้ชมเห็นว่าเป็นการเอาเปรียบ เพราะ Bug life ต้องเสียค่าบริการนาทีละ 6 บาท ขณะที่การสอบถามข้อมูลทางระบบโทรศัพท์ของบริษัทเสียค่าใช้จ่ายตามต้นทุน โทรศัพท์ของผู้ชมซึ่งถูกกว่ามาก และการสอบถามข้อมูลบางครั้ง ก็พบปัญหาข้อมูลขัดข้อง ทำให้ผู้ชมต้องเสียเงินฟรี จึงเป็นเหตุให้หันไปชมภาพยนตร์ที่อื่นแทนก็มี

อย่างไรก็ตาม นอกจากความบกพร่องในช่วงรอยต่อระหว่างการปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจจากการควบกิจการ ผู้วิจัยได้พบพฤติกรรมที่น่าสงสัยว่าจะเป็นพฤติกรรมเอาเปรียบผู้บริโภคของบริษัท แต่ข้อสงสัยนี้ยังไม่ชัดเจนนัก เพราะเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์บางเรื่อง ไม่ได้เกิดขึ้นกับภาพยนตร์เรื่องอื่น รวมทั้งเกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว แล้วก็ไม่ได้เกิดขึ้นอีก กล่าวคือ ในช่วงเดือนมกราคม มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการฉายภาพยนตร์ที่ไม่ครบของบริษัท โดยมีการตัดภาพยนตร์โดยกรณีนี้พบในภาพยนตร์เรื่อง มาร์ส ไรเดอร์ เบรด ซึ่งปกติจะต้องฉายควบกับ ภาพยนตร์เดอะเรนเจอร์ ซึ่งในรอบสัปดาห์และรอบปกติวันแรกๆ ก็มีการฉายควบปกติ แต่หลังจากนั้นได้มีการตัดภาพยนตร์เรื่องเดอะเรนเจอร์ซึ่งยาวประมาณ 30 นาทีออกไป เหลือเพียง มาร์ส ไรเดอร์ เบรด เรื่องเดียวประมาณ 1 ชั่วโมง แต่เก็บเงินราคาเต็มและไม่มีการแจ้งล่วงหน้าว่าจะตัดภาพยนตร์ออกซึ่งปัญหานี้เกิดขึ้นทั้งเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และอีจิว ทุกสาขาโดยบริษัทชี้แจงว่าเป็นปัญหาที่เกิดจากบริษัทเจ้าของภาพยนตร์ที่ส่งภาพยนตร์มาเท่านั้น แต่ผู้วิจัยกลับพบว่า โรงภาพยนตร์ เอสเอฟ บางสาขาไม่มีปัญหานี้ ดังเช่น เอสเอฟ สาขา เดอะมอลล์ บางกะปิ ก็มีการฉายควบปกติ ทว่า เอสเอฟ สาขา บางแค กลับมีผู้ร้องเรียนเช่นกัน ทำให้พฤติกรรมดังกล่าวน่าสงสัยเป็นอย่างยิ่ง ว่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้ชมของโรงภาพยนตร์ หรือบริษัทเจ้าของภาพยนตร์

นอกจากนั้น ผู้วิจัยพบพฤติกรรมเอาเปรียบผู้บริโภค ของ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เพิ่มเติม โดยพฤติกรรมนี้ถูกร้องเรียนโดยผู้บริโภครายหนึ่ง⁸ ซึ่งประสบปัญหาที่ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยมีรายละเอียดคือ เนื่องจากโรงภาพยนตร์ได้ออกบัตรสิทธิพิเศษ M CLUB โดย

⁸ ข้อมูลจาก www.pantip.com ห้องเฉลิมไทย เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2548

ต้องเสียเงินค่าสมัครจำนวนหนึ่ง เพื่อแลกกับสิทธิพิเศษต่างๆ ของโรงภาพยนตร์ และหนึ่งในนั้นคือการซื้อตั๋วในช่องพิเศษของ M CLUB โดยเฉพาะ ซึ่งโดยปกติที่โรงภาพยนตร์สาขารัชโยธินจะมีช่องทางขายตั๋วชมภาพยนตร์จำนวน 10 ช่อง และแบ่ง 3 ช่องให้กับบัตรพิเศษต่างๆหรือบัตรจองทางโทรศัพท์ที่อยู่แล้ว และ เปิด 7 ช่องสำหรับการขายตั๋วให้บุคคลทั่วไปซึ่งเป็นไปตามปกติ แต่ผู้บริโภคมพบว่าขณะนั้น ทางเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ได้แบ่งช่องจำหน่ายตั๋วบุคคลทั่วไปออกมาอีก 4 ช่องสำหรับสมาชิก M CLUB โดยเฉพาะ ทำให้เหลือช่องขายตั๋วสำหรับบุคคลทั่วไปเพียง 3 ช่อง ทำให้เกิดการรอคิวที่นานมากเกินปกติ และเกิดความวุ่นวายบริเวณหน้าห้องขายตั๋ว โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ซึ่งมีผู้ชมจำนวนมาก และระหว่างนั้นจะมีพนักงานของโรงภาพยนตร์ที่ส่งเสียงตามสายประกาศว่าผู้ชมที่ไม่อยากแออัดหรือรอคิวนานให้สมัครบัตร M CLUB และเสียค่าบริการก็จะได้ใช้ช่องขายตั๋วพิเศษที่แบ่งไว้ ซึ่งเป็นช่องทางที่โล่งเพราะไม่มีผู้ใช้บริการ นอกจากนั้นยังมีพนักงานขายของ M CLUB ที่คอยสะกิดผู้ที่อดทนรออยู่ในแถวให้ออกมาสมัครบัตร M CLUB และใช้ช่องบริการพิเศษไปเลย ซึ่งถือเป็นการเอาเปรียบ และบีบบังคับผู้บริโภคมาก และแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นธรรมและเอาเปรียบผู้บริโภค โดยมีการเสนอบริการที่ไม่เป็นธรรมให้แก่บุคคลทั่วไป (มีช่องขายตั๋ว 10 เปิดให้ใช้เพียง 3) และใช้วิธีจูงใจให้สมัครสมาชิกโดยสร้างความเคียดแค้นให้กับผู้บริโภครายอื่น

ที่ว่า พฤติกรรมการเอาเปรียบผู้บริโภคที่กล่าวมา ก็เป็นเพียงพฤติกรรมหนึ่งที่มีผู้ร้องเรียนจากสาขาหนึ่งของโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีมากกว่า 20 สาขาเท่านั้น และจากการสำรวจด้วยตนเองของผู้วิจัยในสาขาอื่นๆ ของบริษัท ทั้งที่เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และอีจิว กลับไม่พบพฤติกรรมนี้ ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้ชมภาพยนตร์ของบริษัท ที่จะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคจะเป็นวงกว้างในธุรกิจจนก่อให้เกิดความไม่พอใจได้ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การกระทำดังกล่าวอาจก็เป็นการเริ่มส่งสัญญาณ จากบริษัทในการใช้อำนาจตลาดของตนจากการควบกิจการที่จะส่งผลกระทบต่อสังคม แต่ทั้งนี้ความรุนแรงจากพฤติกรรมของบริษัทก็จะต้องเป็นสิ่งที่ต้องติดตามต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย