

ผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ ต่อระบบสายหนังในประเทศไทย

ชฎานิน ชนะสุขถาวร
รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรม
การใช้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ของผู้ชมในประเทศไทย ทราบถึง
สภาพทั่วไปของระบบสายหนังในประเทศไทย และเพื่อทราบถึงความ
เปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของระบบสายหนังในประเทศไทย

ชฎานิน ชนะสุขถาวร (นศ.ม. การภาพยนตร์และภาพนิ่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554) รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม ปัจจุบัน
ดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ และเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “ผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ต่อระบบสายหนัง
ในประเทศไทย” ของชฎานิน โดยมี รศ.รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์
ในระดับ ดีมาก ของสาขาวิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการสำรวจพบว่าผู้ชมส่วนใหญ่ที่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-22 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา โดยรู้จักโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ มีความถี่ในการเข้าชมภาพยนตร์ 1 ครั้งต่อเดือน นิยมเข้าชมภาพยนตร์ในวันอาทิตย์ กับกลุ่มเพื่อนที่โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์แบบอยู่ในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ภาพยนตร์ที่เข้าไปชมส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์แอคชั่นผจญภัยจากต่างประเทศ โดยจะเลือกชมเสียงพากย์ไทยมากกว่าเสียงในฟิล์ม ผู้ชมมีความเห็นว่าโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เหมาะสำหรับการมาพักผ่อนคลายเครียด แต่จะไม่มาใช้บริการถ้าราคาสูงเกินไป สำหรับทัศนคติต่อองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่เคยใช้บริการ ผู้ชมนั้นมีความชอบมาก โดยเฉพาะในด้านระบบเสียง ระบบจอภาพและเครื่องฉาย

ผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ปัจจุบันอาณาเขตสายหนังได้ลดจำนวนลงเหลือเพียง 4 สาย ได้แก่ สายตะวันออก สายเหนือและแปดจังหวัด สายอีสาน และสายใต้ โดยมีบริษัทสายหนังที่ดำเนินการอยู่ทั้งหมด 6 บริษัท นอกจากนั้นยังพบว่าความเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของระบบสายหนังในประเทศไทยมี 4 ประการ คือ รูปแบบโครงสร้างองค์กรของสายหนัง รูปแบบการซื้อขายภาพยนตร์ การจัดส่งภาพยนตร์ และการสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ไทย

บทนำ

นับตั้งแต่ เอส จี มาร์คอฟสกี (S.G.Marchovsky) ได้นำซีเนมาโตกราฟ (Cinematograph) เข้ามาฉายในประเทศไทยและเก็บค่าดูจากประชาชนเป็นครั้งแรกที่โรงละครหม่อมเจ้าอลังการ ในวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2440 จากนั้นธุรกิจภาพยนตร์ก็ได้ถือกำเนิดขึ้นมาในเขตกรุงเทพมหานคร และต่อมาได้แพร่ขยายไปสู่หัวเมืองต่างจังหวัดในภาคต่างๆ โดยในสมัยที่ประเทศไทยยังอยู่ในยุคเผด็จการทหาร ภายใต้การบริหารงานของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ พร้อมกับการถือกำเนิดขึ้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ในพ.ศ.

2505 เมื่อความเจริญในรูปแบบของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาประเทศ อาทิ ไฟฟ้า ประปา และสถานศึกษา หลังไหลไปสู่แทบทุกหัวเมืองที่เคยได้ชื่อว่าชนบท การเติบโตของภาพยนตร์ก็เกิดขึ้นตามมา ประมาณได้ว่าในจังหวัดต่างๆ มีโรงภาพยนตร์รวมแล้วกว่า 700 โรง ทั้งยังมีหนังเร่หรือหนังกลางแปลงอีกหลายพันจอ

จากการเติบโตของโรงภาพยนตร์ในหัวเมืองต่างๆ ทำให้เจ้าของภาพยนตร์ไม่สามารถเดินสายได้อย่างทั่วถึง และไม่สามารถควบคุมเงินรายได้ด้วยตนเอง เพราะต้องจ้างคนให้ทำหน้าที่แทนในการนำภาพยนตร์ไปฉายในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งคนทำหน้าที่นี้เรียกว่าเช็คเกอร์ (ผู้ตรวจสอบ) การว่าจ้างเช็คเกอร์ให้ทำหน้าที่แทนเจ้าของภาพยนตร์เช่นนี้ทำให้เกิดการรั่วไหลของเงินรายได้เมื่อเกิดการโกงกันมากขึ้นบรรดาผู้ผลิตก็ต่างเลิกทำกิจการสร้างภาพยนตร์เป็นจำนวนมากเพราะเจ้าของภาพยนตร์รับภาระจากการโกงของเช็คเกอร์ไม่ได้ ส่งผลให้เจ้าของโรงภาพยนตร์ไม่มีภาพยนตร์ป้อนโรงฉายก็เดือดร้อน เพื่อแก้ปัญหาเจ้าของโรงภาพยนตร์ส่วนหนึ่งและบรรดาพวกเช็คเกอร์ส่วนหนึ่งก็มีการรวมตัวกันขึ้นและดำเนินการติดต่อกับบริษัทภาพยนตร์ที่ยังสร้างภาพยนตร์กันอยู่ในขณะนั้น เพื่อขอซื้อขาดภาพยนตร์จากเจ้าของไปดำเนินการฉายเองในแต่ละภาคเพื่อตัดปัญหาการโกงและปัญหาการไม่สามารถเดินสายได้ทั่วถึง บริษัทสร้างภาพยนตร์ทั้งหลายจึงยินดีที่จะสร้างภาพยนตร์และขายลิขสิทธิ์ให้กับกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เรียกว่า “สายหนัง”

อย่างไรก็ตามเมื่อเข้าสู่ปีพ.ศ.2524 กิจการภาพยนตร์ไทยก็เริ่มซบเซาลงไป กิจการโรงภาพยนตร์ก็เช่นกัน เมื่อเกิดการขยายตัวของกิจการโทรทัศน์และการเติบโตของ “วิดีโอ” โรงภาพยนตร์จำนวนมาก โดยเฉพาะในต่างจังหวัดต้องปิดตัวลง โรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ เปลี่ยนแปลงจากโรงเดี่ยวขนาดใหญ่ มาเป็นโรงขนาดเล็กเรียกว่ามินิเธียเตอร์ (Mini Theater) ที่แทรกตัวอยู่ตามศูนย์การค้าต่างๆ ขณะที่โรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ (Stand Alone) ที่มีอยู่เดิมบางแห่งก็ลดขนาดตัวเองลงโดยแยกย่อยออกเป็นหลายโรง แต่ด้วยปัญหาด้านกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

พระราชบัญญัติป้องกันภัยอันตรายอันเกิดแก่โรงมหรสพ ซึ่งล้วนแต่ไม่เอื้อต่อโรงภาพยนตร์มินิเธียเตอร์ และ ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการชมภาพยนตร์ เช่น การ บังกันเองของคนดู ความคับแคบและอันตรายจากไฟไหม้ ทำให้โรงภาพยนตร์ขนาดเล็กเหล่านี้ ค่อยๆ หายไป ในเวลาต่อมา จนเมื่อถึงเดือนมิถุนายน ปีพ.ศ. 2537 การเปิดให้บริการของ EGV ที่ห้างฟิวเจอร์ปาร์คบางแค ที่มีโรงภาพยนตร์ถึง 10 โรง มีที่รองรับผู้ชมได้ถึง 2,044 ที่นั่ง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านนอก โรงภาพยนตร์ ทำให้โรงภาพยนตร์ในเมืองไทยก้าวเข้าสู่ ยุคของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ (Multiplex) ที่ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ อย่างรอบด้าน

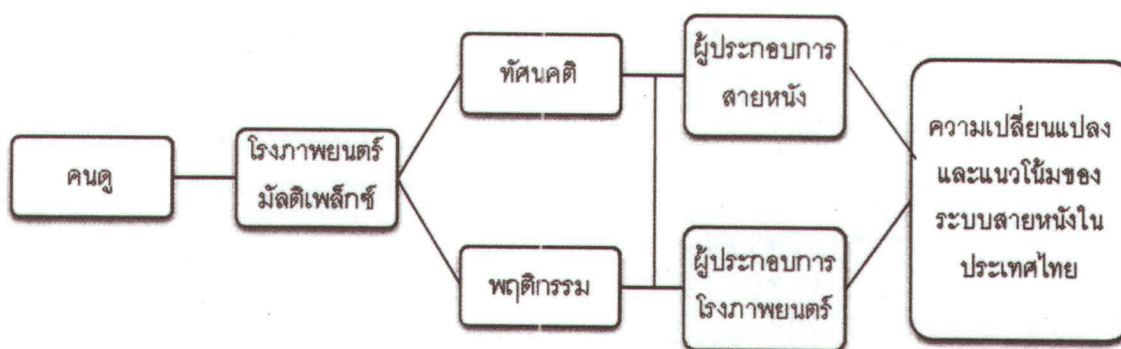
ปัจจุบันโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ได้ขยายกิจการ ไปตามหัวเมืองต่างจังหวัดทั่วทุกภาค และวิธีการเดินสาย การซื้อขายภาพยนตร์แบบเดิมมีการปรับเปลี่ยน

โครงสร้างไป ทำให้ผู้วิจัยสนใจว่าธุรกิจสายหนังและ โรงภาพยนตร์ในต่างจังหวัดที่รับภาพยนตร์จากสายหนัง มาฉายนั้นได้รับผลกระทบจากการขยายกิจการ โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์อย่างไร และธุรกิจสายหนัง และโรงภาพยนตร์ในต่างจังหวัดมีการปรับตัวอย่างไร ในสภาวะปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ของผู้ชมในประเทศไทย
2. เพื่อทราบถึงสภาพทั่วไปของระบบสายหนังในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของระบบ สายหนังในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ต่อระบบสายหนังในประเทศไทย” ในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบสืบเสาะ (Exploratory Research) เป็นการค้นคว้าเพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจในผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ต่อระบบสายหนังในประเทศไทย ดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งจากบุคคลโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดและการศึกษาวิจัยเอกสาร แล้วรายงานผลการวิจัยออกมา โดยมีแหล่งจาก 2 ที่ คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากเอกสารลายลักษณ์ เอกสารจดหมายเหตุภาพยนตร์ และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (บุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการสายหนัง โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ และกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ทุกประเภท ทั้งที่เป็นหนังสือเล่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร เป็นต้น โดยมีประชากรเป้าหมายเป็นกลุ่มตัวแทนผู้ชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในอาณาเขตสายหนังรวมทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา บุรีรัมย์ สงขลา ชลบุรี นครปฐม และปทุมธานี จากนั้นวิเคราะห์ผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ต่อระบบสายหนังในประเทศไทย โดยเปรียบเทียบจากข้อมูลการดำเนินกิจการสายหนังตั้งแต่ในอดีตจนถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังจากการมีโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เกิดขึ้นในประเทศไทย เพื่อหาข้อสรุปให้กับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และวิเคราะห์แนวโน้มในการดำเนินกิจการสายหนังในอนาคต

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ที่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-22 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา โดยรู้จักโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ มีความถี่ในการเข้าชมภาพยนตร์ 1 ครั้งต่อเดือน นิยมเข้าชมภาพยนตร์ในวันอาทิตย์ กับกลุ่มเพื่อนที่โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์แบบอยู่ใน

ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ภาพยนตร์ที่เข้าไปชมส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์แอคชั่นผจญภัยจากต่างประเทศ โดยจะเลือกชมเสียงพากย์ไทยมากกว่าเสียงในฟิล์ม ผู้ชมมีความเห็นว่าโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เหมาะสำหรับการมาพักผ่อนคลายเครียด แต่จะไม่มาใช้บริการถ้าราคาสูงเกินไป สำหรับทัศนคติต่อองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่เคยใช้บริการ ผู้ชมนั้นมีความชอบมาก โดยเฉพาะในด้านระบบเสียง ระบบจอภาพและเครื่องฉาย

ในส่วนของสายหนังได้ลดจำนวนลงทั้งจำนวนบริษัท ผู้ประกอบกิจการสายหนังและจำนวนของสายหนังที่จากเดิมมี 6 สาย เหลืออยู่เพียง 4 สาย ที่ยังดำเนินกิจการอยู่ โดยสายเหนือและสายแปดจังหวัดได้รวมเข้าด้วยกันโดยธนารุ่งโรจน์ ส่วนสายชานเมืองจะเหลืออยู่เพียงหน่วยหนึ่งกลางแปลงซึ่งต้องรับภาพยนตร์จากธนารุ่งโรจน์ แต่สายโรงภาพยนตร์จะไม่มีแล้วในเขตสายหนังชานเมืองเดิม ปัจจุบัน สายหนังจึงมีอยู่ 4 สาย ได้แก่ สายตะวันออก สายเหนือและแปดจังหวัด สายอีสาน และสายใต้ โดยมีบริษัทที่ดำเนินการอยู่ 6 บริษัท ได้แก่ บริษัท เอสเอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด หรือ สمانฟิล์ม ดำเนินการในอาณาเขตสายตะวันออก บริษัท ธนาเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินการอยู่ในอาณาเขตสายเหนือและแปดจังหวัด บริษัท ไฟว์สตาร์ เน็ตเวิร์ค จำกัด บริษัท มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด และบริษัท เนวาด้า เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินการอยู่ในอาณาเขตสายอีสาน และบริษัท โคลิเซีย เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด หรือโคลิเซียฟิล์ม ดำเนินการอยู่ในอาณาเขตสายใต้

อภิปรายผลงานวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้ชมที่ใช้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในอาณาเขตสายหนังส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18-22 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี สอดคล้องกับผลการวิจัยของรักสาคันต์ วิวัฒน์สินอุดม (2548) เรื่อง “ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย” และยังสอดคล้องกับ

ผลการวิจัยของมนฤดี ธาดาอานวยชัย (2539) เรื่อง “พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย”

ในส่วนของการวิจัยรายได้ของผู้ชมส่วนใหญ่ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท สอดคล้องกับแผนการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ ที่มุ่งการขยายในปี พ.ศ. 2555 ในรูปแบบโรงภาพยนตร์โลว์คอสต์ เพื่อขยายฐานลูกค้าชนเมืองและต่างจังหวัด ให้ขยายตัวอีก 20-25% โดยจะขยายกิจการไปพร้อมกับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างใหม่ ค่าบัตรชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์แบบโลว์คอสต์จะอยู่ที่ 80-100 บาท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสายหนังในเรื่องของการสั่ง copy ภาพยนตร์ที่เพิ่มมากขึ้น และส่วนแบ่งรายได้ที่อาจจะเพิ่มขึ้นตามถ้าโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่เปิดใหม่เหล่านี้ได้รับความนิยมจากคนในพื้นที่

สำหรับการเข้ามาให้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์นั้น ผู้ชมรู้จักโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์จากโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการสายหนังหลายท่านว่าโทรทัศน์จะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อผู้ชมในเขตพื้นที่ห่างไกล ส่วนป้ายประกาศและโปสเตอร์ที่ทางค่ายหนังต้องแจกจ่ายให้กับสายหนังอัตราส่วนตามจำนวน copy ภาพยนตร์ นั้นอยู่ในอันดับที่ 3 และประเด็นที่น่าสนใจคือ สื่อเคลื่อนที่และวิทยุที่สายหนังนิยมใช้มาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบันนั้น ถือว่ามีผลต่อผู้ชมโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์น้อยมาก โดยอยู่ในอันดับที่ 9 เท่านั้น

ความถี่ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์นั้น ส่วนใหญ่จะเข้าชมภาพยนตร์ 1 ครั้งต่อเดือน ในอันดับที่ 2 คือ 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ทั้ง 2 อันดับแรกนี้ถือว่าเป็นความถี่ที่สูง เมื่อเทียบกับผลการวิจัยโดยเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ที่ว่าคนไทยชมภาพยนตร์คนละ 2 ครั้งต่อปี ถ้าทางโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์สามารถดึงดูดผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโรงภาพยนตร์เข้ามาชมได้ก็จะมีแนวโน้มที่กลุ่มผู้ชมใหม่นี้จะกลับมาใช้บริการเป็นประจำ

ในส่วนของวันที่ผู้ชมส่วนใหญ่นิยมมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์มากที่สุดคือวันอาทิตย์

อันดับ 2 คือ วันเสาร์ อันดับ 3 คือ วันพุธ จากผลการวิจัยใน 3 อันดับแรกนี้ จะเห็นได้ว่าผู้ชมในอาณาเขตสายหนังจะไม่สนใจเข้าชมภาพยนตร์ตั้งแต่เข้าฉายวันแรกคือวันพฤหัสบดีที่อยู่ในอันดับสุดท้ายของการสำรวจ เมื่อพิจารณาจากการให้สัมภาษณ์ของทางสายหนังที่ว่า ผู้ชมไม่มีค่านิยมในการเข้าชมในการเข้าชมภาพยนตร์ ตั้งแต่เข้าฉายวันแรกจะนิยมในช่วงเวลาที่มีเวลาว่างมากกว่าและเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สายหนังไม่นิยมส่งภาพยนตร์เข้าฉายในรอบมิดไนท์คืนวันพุธเหมือนในอดีต ส่วนอันดับ 3 ในวันพุธนั้น ในช่วงที่ทำการสำรวจทางโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และเอสเอฟ ซีนีมา ซิตี้ ได้จัดโปรโมชั่นลดครึ่งราคาทุกวันพุธ เป็นผลให้เกิดกระแสนิยมชมภาพยนตร์ในวันพุธขึ้นมา

ผู้ชมมักนิยมเข้าชมภาพยนตร์กับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือคู่รักและครอบครัว ตามลำดับ ซึ่งโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์มักจะทำการตลาดโดยอาศัยกลุ่มคนทั้ง 3 กลุ่มนี้ เช่น จัดประกวดแข่งขันให้ชวนเพื่อนมาชมภาพยนตร์ให้ได้ทางบัตรชมภาพยนตร์ที่ยาวที่สุดจะได้รับของรางวัล ชมภาพยนตร์กับคู่รักในวันวาเลนไทน์จะได้รับส่วนลด พาคุณพ่อมาชมภาพยนตร์ในวันพ่อในราคาซื้อ 1 ฟรี 1 เป็นต้น

สำหรับรูปแบบของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่ผู้ชมนิยมมากที่สุดคือในห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะมีร้านค้าร้านอาหารรายรอบอยู่อย่างครบถ้วนมากที่สุดถ้าเทียบกับโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในรูปแบบอื่นๆ

ในส่วนของการเลือกชมภาพยนตร์ที่ผู้ชมในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์นิยมเลือกชมมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ต่างประเทศ แนวแอคชั่น ผจญภัย เสียงพากย์ไทย และมีพฤติกรรมชมภาพยนตร์เพื่อการพักผ่อนคลายเครียด และเห็นว่าโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะสอดคล้องกับแนวทางในการส่งภาพยนตร์ของสายหนังที่ต้องรับภาพยนตร์จากค่ายหนังทุกเรื่อง แต่จะเน้นภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ต่างประเทศที่ดูง่ายอย่างแนวแอคชั่น ผจญภัย ตลก และเลือกเสียงพากย์ไทยมากกว่าเสียงในฟิล์ม ภาพยนตร์ที่มี

องค์ประกอบเหล่านี้ทางสายหนังจะสั่ง copy มาจำนวน 10-15 copy มาไว้ในแต่ละสายซึ่งเป็นอัตราส่วนที่มากที่สุด

อย่างไรก็ตามสาเหตุที่ผู้ชมจะไม่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์มากที่สุดเพราะราคาสูง รองลงมาคือไม่มีภาพยนตร์ที่น่าสนใจ และการบริการที่ไม่ได้คุณภาพ ในส่วนของราคาที่สูงโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ได้มีการแข่งขันกันออกโปรโมชั่นในรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงการเปิดโรงภาพยนตร์แบบโลว์คอस्टเพื่อดึงดูดผู้ชมให้มากขึ้น สำหรับการบริการนั้นโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในแต่ละแห่งได้มีการอบรมพนักงานอยู่เสมอหรือมีการจัดทำเป็นคู่มือสำหรับพนักงาน ซึ่งเนื้อหาข้างในจะมีบอกรายละเอียดต่างๆในการให้บริการตั้งแต่การพูดกับลูกค้าไปจนถึงการเปิดไฟเปิดประตูให้ลูกค้าออกจากโรงเมื่อภาพยนตร์จบแล้วเท่านั้น ในส่วนของภาพยนตร์ทางโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์จะมีการกำหนดตารางวันฉายล่วงหน้าทั้งปีโดยจะต้องให้มีภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ในทุกเดือน ทางสายหนังจะต้องตรวจสอบกับทางโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เพื่อสั่งภาพยนตร์เข้าฉายให้ได้ตามกำหนดและทั่วถึงทุกโรงในอาณาเขตของตน

ข้อที่น่าสังเกตอีกประการคือความนิยมในการชมภาพยนตร์แผ่นฟิล์มโรงนั้นน้อยมาก โดยผู้ชมเลือกเป็น 3 อันดับสุดท้ายของสาเหตุที่จะไม่เข้าชมภาพยนตร์โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ การที่แผ่นฟิล์มโรงเสื่อมความนิยมนั้น เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ในปัจจุบัน ได้แก่ ความตื่นตัวกวาดล้างแผ่นผีมีมากขึ้น ทั้งทางฝ่ายโรงภาพยนตร์และเจ้าหน้าที่ตำรวจร่วมมือกันกวาดล้างทำให้แผ่นฟิล์มโรงนั้นหาซื้อได้ยากขึ้น รวมไปถึงภาพและเสียงจากแผ่นฟิล์มไม่ได้มาตรฐานทำให้ผู้ชมไม่ได้ประสบการณ์การชมอย่างเต็มที่ ปัจจุบันโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ได้เปลี่ยนไปใช้ระบบการฉายเป็นแบบ 3 มิติมากขึ้น ทำให้ไม่สามารถนำไปทำเป็นแผ่นฟิล์มได้เหมือนภาพยนตร์ระบบเก่า นอกจากนั้นภาพยนตร์ในระบบดิจิตอลจะมีการเข้ารหัสรักษาความปลอดภัยป้องกันภาพยนตร์รั่วไหลได้อย่างรัดกุมขึ้น

จากการสำรวจทัศนคติของผู้ชมนั้น ผู้ชมมีความชอบมากในองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นในรายช้อย่อย พบว่า ผู้บริโภคมีความชอบในระบบเสียงสูงสุด รองลงมาคือ ระบบภาพและเครื่องฉาย ปัจจุบันโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในประเทศไทยได้มีการแข่งขันทั้งทางด้านภาพและเสียงกันอย่างเข้มข้น เนื่องจากแนวโน้มจากทั่วโลกที่อยู่ในระหว่างการเปลี่ยนระบบการถ่ายทำและฉายภาพยนตร์เป็นระบบดิจิตอลแทนการใช้ฟิล์ม ทำให้โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในประเทศไทยพยายามหาระบบที่ดีและเหมาะสมที่สุดมาใช้กับโรงภาพยนตร์ของตน การแข่งขันกันนี้ผู้ชมจะได้รับผลประโยชน์จากการได้ชมภาพยนตร์ในระบบคุณภาพที่ดีเยี่ยม นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จะส่งผลกระทบต่อสายหนังทั้งการรับภาพยนตร์ที่สามารถรับภาพยนตร์เข้าสู่สายได้เร็วขึ้น การเดินสายที่ใช้กล่อง movie storage ซึ่งดูแลรักษาง่ายกว่าฟิล์มจำนวน copy ที่รับก็จะต่างจากเดิมเนื่องจากไปสแกนจาก movie storage 1 กล่อง สามารถโหลดลงเครื่องฉายได้หลายเครื่อง เมื่อสายหนังนำไปฉายครบตามช่วงเวลาที่กำหนดสามารถขอต่อรหัสใหม่เพื่อนำไปฉายต่อได้หรือไม่ต้องสัญญา ก็จะส่ง movie storage คืนให้แก่ค่ายหนัง จะไม่มีการเก็บไว้ในโกดังของสายหนังเพื่อให้หน่วยหนังกลางแปลงมาเช่าไปฉายต่อเหมือนระบบฟิล์ม

สำหรับสภาพทั่วไปของสายหนังและโรงภาพยนตร์ในแต่ละสาย ในสายตะวันออก กิจกรรมโรงภาพยนตร์ยังคงเป็นที่ได้รับความนิยมเห็นได้จากการขยายสาขาของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์โดยเฉพาะโรงภาพยนตร์เอสเอฟซีนีมาซิติ ที่มีการเปิดโรงภาพยนตร์ระดับเวิลด์คลาส SFX Cinema เซ็นทรัล พัทยาบิซ และการที่ยังคงมีธรรมเนียมการฉายภาพยนตร์ในรอบมิดไนท์อยู่ในปัจจุบัน ส่วนหนังกลางแปลงในสายตะวันออกนั้นเริ่มเสื่อมความนิยมไป จะเหลือเพียงหนังกลางแปลงที่ฉายให้ชมฟรีตามงานวัด งานบุญ สายตะวันออกดำเนินการโดยบริษัทสมานฟิล์มที่มีศูนย์อยู่ที่จังหวัดชลบุรีและลีสธิภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในสายตะวันออกทั้งหมดเป็นของสมานฟิล์ม โดยส่วนใหญ่จะเป็นของค่ายหนังไทยและต่างประเทศที่เป็นคู่ค้ากันมานาน ในการสั่งซื้อฟิล์มภาพยนตร์ในแต่ละครั้งทางสมานฟิล์มจะซื้อโดยการแบ่งตามฟอร์มของภาพยนตร์ ถ้าเป็น

ภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่จะซื้อภาพยนตร์มาอย่างน้อย 10 copy มีระยะเวลาของสัญญาในการซื้อภาพยนตร์ของสายหนังเขตตะวันออกจะอยู่ที่ประมาณ 2 ปี สำหรับภาพยนตร์ทั่วไปเมื่อครบกำหนดจะต้องทำลายฟิล์มทิ้งหรือเก็บส่งคืนทางค่ายหนังที่รับมา ในส่วนของค่าเช่าฟิล์มจากค่ายหนังในสายตะวันออกจะแพงกว่าในสายอื่นเมื่อเทียบกับจำนวนโรงภาพยนตร์และเครื่องฉายในอาณาเขตอื่นนอกจากจะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์แล้วสายหนังเขตตะวันออกต้องมีการจ่ายค่าภาพยนตร์ตามรายได้ในกรุงเทพฯ เป็นเปอร์เซ็นต์ สำหรับส่วนแบ่งรายได้ระหว่างสายหนังกับโรงภาพยนตร์ ในสายตะวันออกจะมีการตกลงแบ่งกันเป็นเรื่องๆ โดยเรทราคาปกติจะอยู่ที่ 50:50 แต่ถ้าเป็นภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่สายหนังจะได้ส่วนแบ่งที่เพิ่มขึ้นมา อย่างไรก็ตามธรรมเนียมการเรียกเก็บค่าแอร์วันละ 1,000 บาท จากสายหนังได้ถูกยกเลิกไปแล้ว ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่สายหนังต้องจ่ายให้แก่โรงภาพยนตร์คือค่าสื่อโฆษณาของโรงภาพยนตร์ การรับภาพยนตร์ของสมานฟิล์มนั้น เมื่อตกลงซื้อขายแล้วทางสมานฟิล์มจะมีรถไปรับภาพยนตร์จากห้องแลปในกรุงเทพฯ เพื่อนำมาส่งสำนักงานที่จังหวัดชลบุรี จากนั้นจะมีรถมารับภาพยนตร์ไปเพื่อไปกระจายต่อในอาณาเขต

สายหนังสายเหนือและแปดจังหวัด เกิดจากการรวมตัวกันของสายแปดจังหวัดและสายเหนือในอดีตสำหรับสภาพทั่วไปของกิจการโรงภาพยนตร์นั้นโรงภาพยนตร์ในสายนี้เริ่มเข้าสู่ยุคโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ตามกรุงเทพฯ โดยโรงภาพยนตร์ธนาซีนีเพล็กซ์และจะมีการรับภาพยนตร์แบบมีเงื่อนไขพิเศษอยู่ 1 จังหวัดคือ เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์เชียงใหม่และโรงภาพยนตร์วิสด้า โดยภาพยนตร์จากสตูดิโอต่างประเทศ ได้แก่ UIP, Columbia Pictures และ Warner Brothers และภาพยนตร์ไทยของ M Pictures ส่งตรงจากค่ายหนังโดยไม่ต้องผ่านสายหนัง แต่จะมีการรับภาพยนตร์ค่ายอื่นจากสายธนารุ่งโรจน์อยู่ยกเว้นจาก 4 ค่ายข้างต้นถือว่าเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่ใช้ระบบการส่งภาพยนตร์เข้าโรงภาพยนตร์เช่นเดียวกับกรุงเทพฯ สำหรับการตกลงราคาซื้อขายภาพยนตร์ในสายเหนือ

และแปดจังหวัดกับค่ายหนังจะเป็นการตกลงซื้อภาพยนตร์เป็นเปอร์เซ็นต์ตามรายได้ในกรุงเทพฯ ซึ่งวิธีการนี้จะไม่มีการเก็บเงินเพิ่มเติมในส่วนของคุณค่าความนิยมในกรุงเทพฯ เนื่องจากตกลงซื้อเป็นเปอร์เซ็นต์อยู่แล้วภายหลังจากการตกลงซื้อขายภาพยนตร์เรียบร้อยแล้ว ทรนรุ่งโรจน์จะรับภาพยนตร์จากห้องแลปมาไว้ที่บริษัทพระนครฟิล์ม จำกัด จากนั้นจึงดำเนินการส่งภาพยนตร์ไปตามโรงภาพยนตร์ในอาณาเขตโดยใช้รถบรรทุก 6 ล้อ สำหรับจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ส่วนจังหวัดที่ไกลมากจะใช้ส่งภาพยนตร์ทางเครื่องบิน ถ้าเป็นภาพยนตร์ระบบดิจิตอลจะมีพนักงานจากทางค่ายหนังไปช่วยดำเนินการฉายโดยทางทรนรุ่งโรจน์จะช่วยเหลือเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเมื่อภาพยนตร์ออกจากโรงภาพยนตร์ฉายในอาณาเขตแล้ว ทางทรนรุ่งโรจน์จะไม่นำภาพยนตร์ส่งกลับมาที่กรุงเทพฯ ทันที แต่จะเก็บไว้ตามจังหวัดต่างๆ ที่เป็นศูนย์ในการกระจายหนังกลางแปลงเช่น ราชบุรี, อุตรดิตถ์, นครสวรรค์ และอยุธยา และให้หน่วยหนังกลางแปลงที่อยู่ใกล้เคียงมาเช่าไปฉายกลางแปลงได้สะดวก โดยปัจจุบันจะเหลือเพียงหน่วยหนังกลางแปลงที่ฉายตามงานวัดงานบุญจะไม่มีในรูปแบบล้อมผ้าเก็บเงินอีกต่อไป สำหรับหนังกลางแปลงในสายเหนือและแปดจังหวัด ถ้าหน่วยหนังกลางแปลงที่เป็นสมาชิกของทรนรุ่งโรจน์จะได้รับส่วนลดครึ่งราคา แต่เดิมถ้ามีการล้อมผ้าเก็บเงินทางหน่วยหนังกลางแปลงจะต้องแบ่งรายได้ให้กับทรนรุ่งโรจน์อีก 70% อย่างไรก็ตามปัจจุบันนี้จะไม่มีการล้อมผ้าเก็บเงินและหนังขายยาในสายเหนือและแปดจังหวัดแล้ว

สายหนังสายอีสาน สภาพทั่วไปของโรงภาพยนตร์ในสายอีสาน ปัจจุบันสามารถแบ่งตามลำดับในการนำภาพยนตร์เข้าฉายได้ 4 ระดับ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ระดับจังหวัดใหญ่, โรงภาพยนตร์ระดับจังหวัดรอง, โรงภาพยนตร์ระดับจังหวัดเล็ก และโรงภาพยนตร์ระดับอำเภอ ซึ่งโรงภาพยนตร์ระดับจังหวัดเล็กและโรงภาพยนตร์ระดับอำเภอถือว่าเป็นโรงภาพยนตร์ชั้น 2 ส่วนจังหวัดที่ไม่มีโรงภาพยนตร์อยู่เลย ได้แก่ ชัยภูมิ, อำนาจเจริญ และหนองบัวลำภู โดยในอดีตโรงภาพยนตร์ในสายอีสานจะมีการจัดฉายรอบมิดไนท์เช่นเดียวกับสายตะวันออก แต่ใน

ปัจจุบันรูปแบบนี้ได้หมดไป เนื่องจากการเปลี่ยนวันเข้าของภาพยนตร์ใหม่จากวันศุกร์เป็นวันพฤหัสบดีและพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของผู้คนในสายอีสานนั้นเปลี่ยนไป สัญญาการซื้อขายภาพยนตร์ในสายอีสานจะมีตั้งแต่สัญญา 3 สัปดาห์ ไปจนถึง 1 ปี หลังจากนั้นจะต้องส่งคืนให้กับทางค่ายหนังเก็บรักษา แต่ถ้าเป็นสัญญาให้ทำลายฟิล์มส่งมาจะหมายถึงว่าไม่ต้องส่งฟิล์มคืนให้แก่ค่ายหนังแล้วให้ทางสายหนังทำลายทิ้ง ซึ่งสายหนังสามารถปล่อยฟิล์มเหล่านี้ให้หน่วยหนังกลางแปลงเช่าได้ โดยส่วนใหญ่ค่ายหนังจากต่างประเทศจะใช้วิธีการเรียกเก็บฟิล์มคืนจากสายหนังและจะเป็นสัญญาระยะสั้นทำให้สายหนังไม่สามารถนำไปฉายที่โรงภาพยนตร์ชั้น 2 ในจังหวัดอื่นหรือให้หน่วยหนังกลางแปลงรับไปฉายได้ การถือครองลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ในสายอีสาน จะขึ้นอยู่กับการตกลงกันระหว่างสายหนังแต่ละรายกับค่ายหนังในแต่ละค่าย ในเรื่องของอาณาเขตที่เผยแพร่ภาพยนตร์, ราคา และระยะเวลาของลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามในบางรายที่เป็นคู่ค้ากันมาอย่างยาวนานอาจจะซื้อขายกันโดยอัตโนมัติไม่จำเป็นต้องมีการเซ็นสัญญาอย่างเป็นทางการ สำหรับภาพยนตร์ไทยนั้นทางค่ายหนังจะมีการกำหนดส่วนแบ่งเป็นการจ่ายค่าภาพยนตร์ตามรายได้ในกรุงเทพฯ เป็นเปอร์เซ็นต์จากสายอีสาน ซึ่งเป็นรูปแบบเหมือนกับในสายอื่นเมื่อตกลงซื้อขายภาพยนตร์แล้ว ผู้ประกอบการสายหนังสายอีสานแต่ละรายจะนำรายได้ไปรับภาพยนตร์จากกรุงเทพฯ มาไว้ที่สำนักงานเพื่อกระจายต่อตามโรงภาพยนตร์ที่ติดต่อขอฉายภาพยนตร์ไว้ เนื่องจากสายอีสานมีอาณาเขตที่กว้างใหญ่สายหนังจะไม่ได้มีผลสำหรับส่งไปที่โรงภาพยนตร์ในแต่ละจังหวัด จะใช้วิธีการกระจายต่อผ่านทางรถ บขส. และแจ้งเวลาส่งกับทางเช็คเกอร์ที่ประจำอยู่ในแต่ละโรงภาพยนตร์ให้ไปรับภาพยนตร์ไปที่โรงภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามเมื่อเปลี่ยนการฉายจากระบบฟิล์มเป็นดิจิตอลนั้นจะทำให้สายหนังสามารถรับภาพยนตร์ได้ล่วงหน้าหลายวันขึ้นและอาจจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการส่งที่ต่างไปจากเดิม สำหรับอัตราส่วนแบ่งรายได้ระหว่างโรงภาพยนตร์กับสายหนังนั้นโดยเฉลี่ยในสายอีสานจะแบ่งในอัตรา 50:50 อาจจะมีแตกต่างไปบ้างเล็กน้อยสำหรับภาพยนตร์ต่างประเทศ

ส่วนหนังกลางแปลงในสายอีสานนั้นถือว่าซบเซาไปมากเนื่องจากผู้คนในพื้นที่นิยมความบันเทิงอย่างอื่นแทนที่รวมไปถึงการที่เทคโนโลยีการฉายระบบดิจิตอลเข้ามาแทนที่ฟิล์ม ทำให้ภาพยนตร์ใหม่ที่จะนำมาฉายกับหนังในกลางแปลงในระบบฟิล์มนี้นั้นน้อยลง

สายหนังสายใต้ สำหรับโรงภาพยนตร์ในสายใต้ส่วนใหญ่จะเป็นโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในเครือโคลิเซียมอยู่ในทุกจังหวัดที่มีโรงภาพยนตร์ ส่วนเครือเมเจอร์ซีเนิเพล็กซ์จะมีที่จังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี โรงภาพยนตร์ในเครือเอสเอฟ ซีเนม่า ซีดี จะมีที่ตรัง ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี โดยโรงภาพยนตร์เหล่านี้จะแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ โรงภาพยนตร์จังหวัดใหญ่ และโรงภาพยนตร์จังหวัดรอง ซึ่งโรงภาพยนตร์จังหวัดใหญ่จะมีภาพยนตร์เรื่องใหม่เข้าก่อน แล้วจึงนำมาฉายต่อที่โรงภาพยนตร์จังหวัดรอง โดยในส่วนของผู้คนในสายใต้นั้นจะนิยมดูภาพยนตร์ตั้งแต่ 4 วันแรกที่ภาพยนตร์เข้า คือวันพฤหัสบดี วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ โดยช่วงเวลาที่คนดูเยอะที่สุดในวันจันทร์ถึงศุกร์คือช่วง 19.00 น. - 20.00 น. อย่างไรก็ตามเนื่องจากสำนักงานของโคลิเซียมฟิล์มตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ การส่งภาพยนตร์ไปยังโรงภาพยนตร์ในสายใต้นั้นจะเป็นระยะทางที่ไกลทำให้โรงภาพยนตร์ในสายใต้จะไม่รูปแบบการเปิดฉายรอบมิดไนท์ นอกจากนี้ยังมีการร่วมหุ้นกันระหว่างเครือโคลิเซียมและเครือเอสเอฟ ซีเนม่า ซีดี สร้างโรงภาพยนตร์ SFX Coliseum Cinema ขึ้นมาที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งกำไรที่ได้จากการเปิดโรงภาพยนตร์จะแบ่งกันระหว่าง 2 เครือ ในรูปของเงินปันผล ส่วนรายได้จากการเก็บค่าเข้าชมจะแบ่งกันระหว่างโรงภาพยนตร์กับสายหนังเหมือนระบบทั่วไป การรับภาพยนตร์มาฉายในสายใต้นั้น โคลิเซียมฟิล์มจะรับภาพยนตร์จากทุกค่ายหนังหลักและรับภาพยนตร์จากค่ายอิสระในบางเรื่อง แต่จะไม่รับภาพยนตร์ศิลปะมาฉายเลย ค่ายหนังที่ทางโคลิเซียมฟิล์มติดต่อรับภาพยนตร์นั้นจะเป็นรูปแบบคู่ค้ากันตั้งแต่ในอดีต ทำให้สามารถใช้วิธีตกลงกันด้วยวาจาไม่จำเป็นต้องเซ็นสัญญาอย่างเป็นทางการ ยกเว้นในบางค่ายหนังที่ต้องมีข้อตกลงบางประการก็จะมีการทำสัญญาเป็นบันทึกข้อตกลงระหว่างสายหนังกับค่ายหนัง และสัญญาการซื้อขายภาพยนตร์ในสายใต้จะอยู่ที่ประมาณ

4 สัปดาห์ ถึง 1 ปี โดยระหว่างที่ภาพยนตร์ยังไม่หมดสัญญาทางสายหนึ่งสามารถนำไปปล่อยให้หน่วยหนึ่งกลางแปลงรับไปฉายได้ เนื่องจากโคลิเซียมฟิล์มมีสำนักงานอยู่ในกรุงเทพฯที่ราชเทวี รูปแบบในการส่งภาพยนตร์เพื่อเข้าฉายในสายใต้จึงหลากหลายทั้งทางรถไฟ รถทัวร์ และเครื่องบิน ขึ้นอยู่กับเวลาที่ได้รับภาพยนตร์มา ถ้าได้รับภาพยนตร์ช้าก็จะต้องส่งทางเครื่องบิน เพื่อให้ภาพยนตร์ไปถึงโรงภาพยนตร์ทันเวลาฉายรอบแรกของวันพฤหัสบดี ส่วนแบ่งรายได้ระหว่างสายหนึ่งกับโรงภาพยนตร์ในสายใต้นั้น ถ้าเป็นภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่จะอยู่ที่ประมาณ 55:45 สายหนึ่งจะได้ 55% โดยหลังจากภาพยนตร์เข้าฉายได้ 1 อาทิตย์อัตราส่วนที่สายหนึ่งได้รับจะลดลงไปเรื่อยๆ ส่วนภาพยนตร์ฟอร์มรองลงไปสายหนึ่งจะได้ 50% ในสัปดาห์แรก หนึ่งกลางแปลงในสายใต้นั้นจะคล้ายคลึงกับสายตะวันออกซึ่งเหลือน้อยมากในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามในสายใต้ยังมีการฉายแบบปิดวิกล้อมผ้าอยู่บ้าง

จากรูปแบบในการดำเนินการของสายหนึ่งทั้ง 4 สาย ผู้วิจัยได้สรุปความเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของระบบสายหนึ่งภายหลังจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในประเทศไทยไว้ดังนี้

1. รูปแบบโครงสร้างองค์กรของสายหนึ่ง จะไม่แตกต่างไปจากเดิมมากนัก สายหนึ่งจะมีผู้ดำเนินการรับภาพยนตร์ วางโปรแกรม คือ บัคเกอร์ และมีผู้นำภาพยนตร์เข้าฉาย คอยตรวจเช็คความเรียบร้อยภาพยนตร์ และตรวจสอบรายได้ในแต่ละวัน คือ เช็คเกอร์ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันสายหนึ่งจะลดจำนวนเช็คเกอร์ลงเนื่องจากทางสายหนึ่งจะมีโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในเครือของตนเอง ซึ่งหน้าที่ในการตรวจความเรียบร้อยของภาพยนตร์ และตรวจสอบรายได้สามารถมอบหมายผู้จัดการโรงภาพยนตร์ในแต่ละสาขาได้ เช็คเกอร์จะเป็นเพียงผู้นำภาพยนตร์มาส่งให้กับทางโรงภาพยนตร์เท่านั้น ยกเว้นแต่นำภาพยนตร์ไปฉายในโรงภาพยนตร์ที่ไม่ได้อยู่ในเครือของสายหนึ่ง ทางสายหนึ่งจึงจะส่งเช็คเกอร์ไปตรวจสอบรายได้ในแต่ละวันกับทางผู้จัดการโรงภาพยนตร์ในสาขานั้น

2. รูปแบบการซื้อขายภาพยนตร์ ในปัจจุบันสายหนึ่งจะทำการตกลงซื้อลิขสิทธิ์กับทางค่ายหนังอยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) การซื้อลิขสิทธิ์แบบรับทุกเรื่อง จะมีรูปแบบเป็นการซื้อลิขสิทธิ์จากค่ายหนังค่ายใดค่ายหนึ่งตลอด มีการเซ็นสัญญาระยะยาว โดยจะรับเดินสายทุกเรื่องที่ค่ายหนังออกมา ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ฟอร์มเล็กหรือฟอร์มใหญ่ มีข้อดีคือ สายหนึ่งจะมีภาพยนตร์ป้อนเข้ามาให้เดินสายตลอด ส่วนข้อเสียคือ ไม่สามารถเลือกภาพยนตร์ได้ ทำให้ต้องเสี่ยงขาดทุนกับการนำภาพยนตร์บางเรื่องที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมในอาณาเขตสายหนึ่งของตนมาฉาย 2) การซื้อลิขสิทธิ์แบบเลือกซื้อบางเรื่อง โดยสายหนึ่งจะต้องไปประมูลซื้อภาพยนตร์มาจากค่ายหนัง และเซ็นสัญญาการฉายเป็นเรื่องๆ ไป การเลือกซื้อภาพยนตร์ในรูปแบบนี้จะมีข้อดีคือ สามารถเลือกภาพยนตร์ที่ผู้ประกอบการสายหนึ่งวิเคราะห์ว่าจะทำรายได้ในอาณาเขตของตน ทำให้มีความเสี่ยงต่อการขาดทุนน้อยกว่าการซื้อลิขสิทธิ์จากค่ายหนังแบบรับทุกเรื่อง ส่วนข้อเสียคือ ความยากลำบากในการประมูลแข่งกับสายหนึ่งอื่นๆ

การซื้อลิขสิทธิ์ในแบบรับทุกเรื่องนั้น จะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของสายหนึ่งในแต่ละสายว่าจะรับในแต่ละเรื่องจำนวนกี่ copy โดยพิจารณาจากฟอร์มของภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องของค่ายหนังว่าคุ้มค่าแก่การลงทุนสั่ง copy มาจำนวนมากหรือไม่ สำหรับค่าเฉลี่ยในการสั่งภาพยนตร์ ถ้าเป็นภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ทางสายหนึ่งจะสั่งภาพยนตร์มาไม่ต่ำกว่า 10 copy ส่วนภาพยนตร์ในระดับกลางทางสายหนึ่งจะสั่งภาพยนตร์มาประมาณ 5-7 copy ส่วนภาพยนตร์ฟอร์มเล็กสายหนึ่งจะสั่งมาจำนวนน้อยกว่า 5 copy

รูปแบบการซื้อภาพยนตร์ทั้ง 2 แบบ แต่เดิมจะเป็นการพูดคุยตกลงกันโดยใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว อย่างไรก็ตามในอนาคตสายหนึ่งและค่ายหนังมีแนวโน้มที่จะมีการเซ็นสัญญากันอย่างเป็นทางการมากขึ้น เพื่อป้องกันโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์แอบนำภาพยนตร์ของตนไปฉายโดยไม่ผ่านสายหนึ่ง และในอนาคตเมื่อโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ขยายกิจการมากขึ้นจะมีผลต่อ

จำนวน copy ที่สายหนังต้องสั่งเพิ่มขึ้น การที่โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ขยายตัวเป็นจำนวนมาก ทำให้ทางสายหนังต้องรับภาพยนตร์ใหม่ในแต่ละอาทิตย์เป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับโรงภาพยนตร์เฉลี่ยโดยประมาณ 100 copy ต่อเดือน สายหนังส่วนใหญ่ไม่ต้องการรับภาระในการเก็บรักษาภาพยนตร์ในส่วนนี้ เมื่อภาพยนตร์ไม่สามารถทำการแล้วจึงอยากจะส่งคืนทางค่ายหนังหรือทำลายทิ้ง ประกอบกับในปัจจุบันมีสมาพันธ์ภาพยนตร์ทำให้มีเรื่องของกรคุ้มครองสิทธิ์ว่าต้องมีระยะเวลาเท่าไร ส่งผลให้สัญญาการซื้อขายจะสั้นลงและจะไม่ค่อยมีการซื้อแบบสิทธิ์ขาดให้เห็นเหมือนในอดีต

3. การจัดส่งภาพยนตร์ ปัจจุบันภาพยนตร์ใหม่จะเข้าโรงภาพยนตร์ในวันพฤหัสบดีเป็นวันแรก โดยทางค่ายหนังจะให้สายหนังรับภาพยนตร์ที่ได้ในวันพุธ โดยอาจจะไปรับที่ค่ายหนังโดยตรงหรือไปรับที่ห้องแลป ซึ่งตอนนี้จะเหลืออยู่ 3 ที่ ได้แก่ กันตนา สยามพัฒนา และซีเน็คเคอรัลแลป ซึ่งช่วงเวลาที่สายหนังได้รับภาพยนตร์นี้จะไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสายหนังที่มีอาณาเขตอยู่ใกล้เคียงกับกรุงเทพฯ อย่างสายตะวันออกที่สามารถใช้รถเข้ามารับภาพยนตร์และเดินทางส่งภาพยนตร์เข้าสู่สายโดยใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง แต่ถ้าเป็นสายอื่นๆ ถ้าได้รับภาพยนตร์ช้า ทางสายหนังอาจจะต้องเปลี่ยนมาส่งทางเครื่องบินซึ่งจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่มากขึ้น นอกจากนั้นสายหนังยังได้รับผลกระทบจากการที่โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เปลี่ยนระบบการฉายเป็นระบบดิจิตอลต่อการจัดส่งภาพยนตร์สู่โรงภาพยนตร์เนื่องจากโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนระบบการฉายจากระบบฟิล์มสู่ระบบดิจิตอลตามกระแสโลก โดยในปี พ.ศ. 2555 นี้ จะเป็นปีแรกที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ซึ่งเป็นผู้นำตลาดโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในประเทศไทยจะมีจำนวนโรงภาพยนตร์ที่ฉายในระบบดิจิตอลมากกว่าระบบฟิล์มแบ่งเป็นโรงภาพยนตร์ระบบดิจิตอล 220 โรง และ

โรงภาพยนตร์ระบบฟิล์ม 190 โรง สำหรับวิธีการเดินสายจะเปลี่ยนจากการใช้ฟิล์มเป็นกล่อง Movie Storage ที่บรรจุไฟล์ภาพยนตร์ไว้ สายหนังก็จะใช้กล่องนี้ในการเดินสายแทนกล่องฟิล์ม สำหรับผู้ประกอบการหนังกลางแปลงจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนระบบการฉายเป็นดิจิตอลเป็นอย่างมาก เนื่องจากระบบการฉายส่วนใหญ่ยังใช้ฟิล์ม 35 มม.ในการฉายอยู่ ถ้าในอนาคตระบบการฉายและการฉายเปลี่ยนเป็นระบบดิจิตอลหมดแล้ว ผู้ประกอบการหนังกลางแปลงจะเหลือแต่เพียงภาพยนตร์เก่าๆ ที่ถ่ายทำด้วยระบบฟิล์มเท่านั้น ในขณะที่มีเพียงผู้ประกอบการหนังกลางแปลงบางส่วนเท่านั้นที่ปรับเปลี่ยนไปฉายด้วยเครื่องโปรเจคเตอร์ แต่ก็ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ เพราะในขณะนี้ยังไม่มีบริษัทหรือตัวแทนใดๆ ที่เข้ามาดูแลในเรื่องการฉายหนังกลางแปลงในลักษณะนี้ จะทำได้ก็ต่อเมื่อต้องทำหนังสือขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง ซึ่งก็ใช้ได้เฉพาะหนังไทยเท่านั้น ต้องไม่ใช่เป็นไปเพื่อการค้าส่วนแบ่งรายได้ระหว่างสายหนังและโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ อย่างไรก็ตาม การฉายด้วยโปรเจคเตอร์นี้ยังไม่เป็นทางออกที่ดีเนื่องจากคุณภาพของภาพยังไม่ได้มาตรฐานเมื่อมีการขยายขึ้นจอใหญ่แล้วจะไม่มีคมชัด

4. การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ไทย ในยุคที่ภาพยนตร์ไทยกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง ผู้สร้างภาพยนตร์มีทางเลือกมากขึ้น ผู้สร้างจึงนิยมขอทุนสร้างจากสินค้าผลิตภัณฑ์มากกว่าที่จะขอจากสายหนัง จึงทำให้ในปัจจุบันไม่มีรูปแบบการสร้างภาพยนตร์โดยมีสายหนังเป็นนายทุนอีกต่อไป แต่จะมีสายหนังบางรายที่การดำเนินกิจการสร้างภาพยนตร์เองด้วย สายหนังที่มีบริษัทสร้างภาพยนตร์อยู่ในเครือ ได้แก่ บริษัท ธนา เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มี บริษัท พระนครฟิล์ม จำกัด อยู่ในเครือ และบริษัท ไฟว์สตาร์เน็ทเวอร์ค จำกัด มีเครือข่ายเป็นบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- จุฑาภา ยศสุนทรากุล. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง และชาณนริศ บุญพารอด. การบริหารงานและจัดซื้อภาพยนตร์. ใน การบริหารงานภาพยนตร์, 481-510. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2532.
- ชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง และพรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์. การบริหารงานสายภาพยนตร์. ใน การบริหารงานภาพยนตร์, 514-554. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2532.
- ธนาทิพ ฉัตรภูติ. ตำนานโรงหนัง. กรุงเทพมหานคร: เวลาดี, 2547.
- นคร โพธิ์ไพโรจน์. ลาก่อนฟิล์ม สวัสดีดิจิทัล. Bioscope: เล่มที่ 120, 2555.
- มนฤดี ธาดาอำนวยชัย. พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- วิสูตร พูลวรลักษณ์. โรงหนังท้องถิ่นจะปรับตัว...หรือถอดใจ?. Bioscope: เล่มที่ 120, 2555.
- วิสูตร พูลวรลักษณ์ และทัศนีย์ จันท. การบริหารงานโรงภาพยนตร์. ใน การบริหารงานภาพยนตร์, 271-314. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2532.
- อุษา ไวยเจริญ. การควบคุมกิจการในธุรกิจโรงภาพยนตร์. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

ภาษาอังกฤษ

- Etzel, Michael J., Bruce J. Walker and William J. Stanton. **Marketing**. 12th ed. Boston: McGraw-Hill, Inc., 2001.
- Leedy, D. J.. **Motion Picture Distribution : An Accountant's Perspective**. Self-published booklet, 1980.
- Robert G. Friedman. "Motion Picture Marketing," in **The Movie Business Book**. Jason E. Squire. (ed.) Glasgow: McGraw - Hill, 2006.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. **Consumer Behavior**. 7th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 2000 .
- Semenik, Richard J. **Promotion and Marketing Communications**. Ohio: South - Western, 2002.