

**VALUE INNOVATION IN DETERMINING INDUSTRY
COMPETITIVENESS:
A STUDY OF THE THAI MOVIE THEATRE INDUSTRY**



KULTHIDA KULWIBOONANUNT

**A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL
FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2011**

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

Copyright by Mahidol University

**VALUE INNOVATION IN DETERMINING INDUSTRY COMPETITIVENESS:
A STUDY OF THE THAI MOVIE THEATRE INDUSTRY**

KULTHIDA KULWIBOONANUNT 5038735 ICMA/M

M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)

**THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: MALINVISA
SAKDIYAKORN, Ph.D. (DEVELOPMENT ADMINISTRATION),
CHAIRAWEE ANAMTHAWAT-KIERIG, Ph.D.(MARKETING)**

ABSTRACT

Dynamic competition within the Thai movie theatre industry has forced major movie theatre players to continuously adapt their strategies. By employing W. Chan Kim and Renee Mauborgne's (1997) Strategic Logic of High Growth, this research looks into the five dimensions of this strategy – industry assumptions, strategic focus, customers, assets and capabilities, and product and service offerings – that differentiate the innovative business frameworks of high growth players (Value Innovation Logic) from those of conventional players (Conventional Logic). The findings relating to the strategy of the different players in the movie theatre industry are gathered from secondary data and in-depth interviews with four key respondents in the Thai movie theatre industry. The results show that the Major Cineplex Group, a player which has adopted Value Innovation Logic, has the potential for higher growth than the players which have adopted Conventional Logic. Moreover, the competitive nature of this industry forces all players to always follow the prime mover.

**KEY WORDS: MOVIE THEATRE INDUSTRY / COMPETITIVE ANALYSIS/
VALUE INNOVATION/ STRATEGY/ HIGH GROWTH
PLAYERS**

64 pages

นวัตกรรมเชิงคุณค่าในการกำหนดกลยุทธ์เชิงแข่งขันในอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ไทย

VALUE INNOVATION IN DETERMINING INDUSTRY COMPETITIVENESS: A STUDY OF THE THAI MOVIE THEATRE INDUSTRY

กุลธิดา กุลวิบูลย์อนันต์ 5038735 ICMA/M

บช.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: มาลินวิษา ศักดิ์ยากร, Ph.D. (DEVELOPMENT ADMINISTRATION), นายรวี োনามธวัช-ศิริก, Ph.D. (MARKETING)

บทคัดย่อ

การแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ในไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการต่างก็จัดกลยุทธ์ และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มคุณค่า เพื่อหวังจะครองใจกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบต่างๆ งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังได้กำหนดกรอบการศึกษามาจากงานวิจัยของ Kim, W. C., Mauborgne, R. (1997) ซึ่งเป็นการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจแนวใหม่เชิงนวัตกรรมที่สร้างคุณค่า เพื่อนำมาประเมินกลยุทธ์ในส่วนที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจ งานวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์จากมุมมองหรือมิติที่ต่างกัน 5 ส่วนคือ สมมุติฐานต่ออุตสาหกรรม กลยุทธ์ ลูกค้า ทรัพย์สินและความสามารถในการบริหาร และ สินค้าและบริการที่นำเสนอ ข้อมูลรวบรวมมาจากการเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารของผู้ประกอบการหลักๆในอุตสาหกรรม รวมถึงข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ อาทิ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เป็นต้น งานวิจัยครั้งนี้พบว่า เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป เป็นผู้ประกอบการที่ใช้กลยุทธ์นวัตกรรมเชิงคุณค่าในการดำเนินธุรกิจ อันส่งผลให้มีอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจที่ดีว่าผู้ประกอบการที่ใช้นโยบายแบบอนุรักษ์นิยม