

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(9)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	5
1.4 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	6
1.5 วิธีการศึกษาและกรอบการวิเคราะห์.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทางทฤษฎี และวิธีการศึกษา.....	8
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1.1 งานวิจัยเกี่ยวกับอีเว้นท์.....	8
2.1.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดประเภทตลาดกึ่ง แข่งขันกึ่งผูกขาด.....	11
2.2 แนวคิดทางทฤษฎี.....	16

	หน้า
2.2.1 แนวคิดเรื่อง โครงสร้างตลาด.....	20
- ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด.....	26
- การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม.....	29
2.2.2 แนวคิดเรื่อง พฤติกรรมตลาด.....	31
- ความไม่สมมาตรของข้อมูลข่าวสาร.....	36
- การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ.....	37
- การจ้างงานภายนอก.....	39
2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของตลาด.....	44
2.3 วิธีการศึกษา.....	46
3. ผลการศึกษาโครงสร้างตลาดของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการอู่ในพื้นที่ใน ประเทศไทย.....	51
3.1 ภาพรวมของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการอู่ในพื้นที่ในประเทศไทย.....	51
3.1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	51
3.1.2 รูปแบบของอู่ในพื้นที่.....	58
3.1.3 ลักษณะและองค์ประกอบของการให้บริการ.....	60
3.2 โครงสร้างตลาดของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการอู่ในพื้นที่ในประเทศไทย.....	64
3.2.1 จำนวนผู้ให้บริการในตลาด.....	64
3.2.2 ความสามารถในการทดแทนกันของสินค้าและบริการในตลาด.....	68
3.2.3 อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่.....	73
3.2.4 อัตราส่วนการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจ.....	76
4. ผลการศึกษาพฤติกรรมของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการอู่ในพื้นที่ในประเศ ไทย.....	79
4.1 พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา.....	79
4.1.1 การกำหนดราคาสินค้าและบริการ.....	79

	หน้า
4.1.2 การแข่งขันทางด้านราคา.....	81
4.2 พฤติกรรมการแข่งขันด้านที่ไม่ใช่ราคา.....	82
4.2.1 การสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรและตราสินค้า.....	83
4.2.2 การสร้างและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	84
4.2.3 การวางตำแหน่งเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในบริการด้านใดด้านหนึ่ง...	85
4.2.4 การขยายกิจการในแนวตั้งและแนวนอน.....	88
4.2.5 การขยายกิจการแบบหลากหลายไปยังธุรกิจอื่นๆ.....	91
4.2.6 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ.....	91
4.3 พฤติกรรมความร่วมมือของผู้ประกอบการในธุรกิจ.....	93
4.4 ทิศทางในอนาคตของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ใน ประเทศไทย.....	94
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	98
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	98
5.2 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ.....	101
5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	102
5.4 ข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป.....	102
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	114