

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพประกอบ.....	(7)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2. กรอบความคิด, งานศึกษาในอดีต และวิธีการศึกษา.....	6
2.1 กรอบความคิดในการศึกษา	6
2.1.1 ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์องค์กรธุรกิจ (Theory of Firm).....	6
2.1.2 แนวคิดต้นทุนธุรกรรม (Transaction Costs).....	7
2.1.3 แนวคิดการสร้างข้อจำกัดกับตัวแทนจำหน่าย	
(Vertical Restriction)	9
2.2 งานศึกษาในอดีต	14
2.3 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา	20

3. ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถยนต์.....	24
3.1 ลักษณะทั่วไปของตลาดอะไหล่รถยนต์	25
3.2 ลักษณะการดำเนินงานของผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์ HONDA และ ISUZU ..	27
3.3 การกระจายสินค้าภายในประเทศ	31
3.4 การกระจายสินค้าไปต่างประเทศ	37
3.5 ปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงจูงใจในการจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	41
3.6 สรุปผลการเปรียบเทียบวิธีการกระจายสินค้าระหว่างผู้ผลิต.....	
HONDA และ ISUZU	48
4. การควบคุมตัวแทนจำหน่ายในแนวตั้ง	51
4.1 การควบคุมตัวแทนจำหน่ายในแนวตั้งและวัตถุประสงค์ของการควบคุม..	51
4.2 การตอบสนองต่อข้อจำกัดที่ทำให้การควบคุมไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และวิธีการลงโทษตัวแทนจำหน่ายในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามข้อตกลง.....	61
4.3 การเปรียบเทียบวิธีการควบคุมตัวแทนจำหน่ายในแนวตั้งของผู้ผลิต	
HONDA และ ISUZU.....	66
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	71
5.1 บทสรุป.....	71
5.2 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ	73
5.3 ข้อจำกัดทางการศึกษา	75
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	75
บรรณานุกรม.....	76