

บทที่ 1



บทนำ

ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ประกอบด้วย ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยา
รักษาโรค สำหรับทางด้านที่อยู่อาศัย แต่เดิมมนุษย์อยู่ตามถ้ำ หรือที่อยู่ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
เนื่องจากมีจุมัน เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้เจริญก้าวหน้าไปมาก ความต้องการของมนุษย์มีไม่สิ้นสุด
สถานที่อยู่อาศัยจึงได้มีการออกแบบต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ และส่วนประกอบ
ที่สำคัญของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ส่วนหนึ่งก็คือสนามหญ้า ดังนั้นหญ้าจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อ
มนุษย์และที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานทั่วไปโดย เป็นอุปสงค์ที่ต่อเนื่องหรือควบคู่มากับบ้านที่พัก
อาศัย

แต่เดิมที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร นั้นประชาชนจะอยู่แออัดกันมากตามท้องแถวหรือ
ดึกแถวใจกลางเมือง เป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันการขยายตัวของชุมชนมากขึ้นทำให้เกิดหมู่บ้านจัดสรรมาก
มายรอบ ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร และทุกหมู่บ้านจัดสรร จะขาดเสียไม่ได้คือต้องมีการปลูกหญ้า
ทำสนาม เป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่งที่ใช้ในการดึงดูดลูกค้า ซึ่งขนาดของสนามหญ้าจะ เล็กหรือใหญ่
ก็ขึ้นอยู่กับปริมาณเนื้อที่จัดสรรในแต่ละแปลงด้วย

การก่อสร้างที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นแบบดึกแถว ท้องแถว คอนโดมิเนียม
ทาว์เฮาท் อาคาร ร้านค้า สถานที่ต่าง ๆ ก็มักจะมีการออกแบบให้มีสถานที่ไว้ปลูกหญ้าอยู่ เสมอ
และไม่เพียงแต่สถานที่อยู่อาศัยเท่านั้นที่เห็นความสำคัญของหญ้าสนาม สถานที่ราชการ สถานที่
ทำงานทั่วไป เช่นบริษัท โรงงาน แม้แต่ถนนหนทางต่าง ๆ หากมีเนื้อที่ถนนใหญ่พอก็จะต้องสร้าง
สนามหญ้าไว้ เช่นมีการปลูกหญ้าไว้ที่ เกาะกลางถนนหรือตามทางเดิน ทำให้ผู้พบเห็นที่สัญจรไปมา
เกิดความสบายตาเมื่อได้สัมผัสกับสีเขียว ดังนั้นเพื่อสนองคอบอุปสงค์ของหญ้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
เรื่อย ๆ จึงได้ทำให้เกษตรกรแถบอำเภออินบุรีส่วนหนึ่งได้เปลี่ยนจากการปลูกข้าวมาปลูกหญ้าทำ
สนามแทน ซึ่งปัจจุบันมีเนื้อที่ประมาณ 800 ไร่ และได้จำหน่ายหญ้าปลูกทำสนามนี้ไปทั่วประเทศ
โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุด จะเห็นได้ว่านอกจากจะทำให้เกิดอาชีพปลูกหญ้า
จำหน่ายหญ้า ยังเกิดอาชีพต่อเนื่องตามมาอีก เช่น การรับจ้างปูสนามหญ้า การจัดสวน และคนดู

แลสวนรักษาสนามหญ้า เพราะหญ้าปูสนาม เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของการจัดสวนที่สร้างขึ้น เพื่อความสวยงามและการสนทนาการ

ความสำคัญ

ปัจจุบันการขยายตัวของชุมชนในเขตกรุงเทพมหานครทั้งที่เป็นอาคาร ที่อยู่อาศัย โรงแรม ร้านค้า และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ทำให้มีความต้องการหญ้าปลูกทำสนามมากขึ้น โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านจัดสรรและอื่น ๆ ตลอดจนสถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม ต่างก็นิยมปลูกหญ้าทำสนามกันมากขึ้น ทั้งเพื่อความสวยงาม เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการดึงดูดลูกค้าและเพื่อป้องกันฝุ่นละออง อย่างไรก็ตามประโยชน์ของการมีสนามหญ้านั้น พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

1. ก่อให้เกิดความสวยงาม ใช้ตกแต่งสถานที่ให้น่าอยู่ เกิดความสบายตาและสบายใจแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้พบเห็นทั่วไป
2. เป็นที่ผ่อนคลายอารมณ์และความตึงเครียด เป็นการพักผ่อนทำให้เจ้าของสถานที่เกิดความสุขที่ได้เห็นหญ้าสีเขียวในบริเวณบ้าน ป้องกันการเกิดโรคประสาท เช่น การได้นอนเล่นบนสนามหญ้า นั่งสนทนาในหมู่ญาติพี่น้องและเพื่อน ตลอดจนพักผ่อนด้วยการรดน้ำ ตัดหญ้า เป็นต้น หรืออาจใช้เป็นสถานที่ออกกำลังกาย เช่น เล่นกีฬา ริ่งเล่น เดินเล่น ซึ่งเป็นการพักผ่อนหย่อนคลายอารมณ์ เมื่อเหน็ดเหนื่อยมาจากการงาน สนามหญ้าจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลทั้งด้านร่างกายและจิตใจ หากการออกกำลังกายสามารถทำได้ เป็นปกติและสม่ำเสมอ การออกกำลังกายบนสนามหญ้านั้นสามารถใช้ได้แม้กระทั่งเด็กหัดเดิน เพราะไม่ค่อยเจ็บ เวลาหกล้ม
3. ป้องกันฝุ่นละอองเข้าบ้าน ทำให้ไม่จำเป็นต้องถูบ้านหรือดูดฝุ่นบ่อย ถ้าหากมีการปลูกหญ้ากันกว้างขวางทั่วไป นอกจากนี้การมีสนามหญ่ายังป้องกันการสูญเสียหน้าดิน ป้องกันเสียงสะท้อน เช่น เสียงยวดยานต่าง ๆ รวมทั้งแครรถยนต์ ป้องกันแสงสะท้อน ช่วยให้แสงสว่างเข้าบ้านพอเหมาะ การมีสนามหญ้าช่วยตัดพละนิสัยรักความสะอาด ความสวยงามแก่ลูกหลาน หรือคนในบ้าน เพราะหากมีอะไรตกหล่นที่สนามหญ้า คนในบ้านผู้พบเห็นจะต้องเก็บของนั้นออกทันที เพื่อรักษาความสะอาดหรือระวังที่จะไม่ทิ้งของลงบนสนามหญ้าต่อไป เพราะจะทำให้สนามหญ้าดูแล้วไม่สวยงาม
4. ป้องกันการแพร่เชื้อโรค ซึ่งมีุงเป็นพาหะ เพราะการปลูกหญ้าแล้วจะไม่มึน้ำขัง ทำให้ยุงวางไข่ไม่ได้ เป็นการลดการระบาดของเชื้อโรค

5. ปัจจุบันการปลูกหญ้าทำสนาม เป็นอาชีพที่ทำรายได้ดีอย่างหนึ่งของเกษตรกร เพราะมีบางรายเดิมทำเลี้ยงชีพด้วยการทำนา ได้หันมาปลูกหญ้าทำสนามแทน ซึ่งการปลูกหญ้าทำรายได้ให้เกษตรกรปีหนึ่งหลายครั้งและทัดเทียมกับการปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ ปัจจุบันในเขตมีนบุรีซึ่งเป็นแหล่งผลิตที่ใหญ่ของกรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 800 ไร่ ซึ่งอาจขยายเนื้อที่ต่อไปเรื่อย ๆ ในอนาคต หากความต้องการหญ้าปลูกทำสนามในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดมีมากขึ้น และนอกจากการผลิตหญ้าปลูกทำสนาม ที่ทำให้เกษตรกรมีอาชีพและรายได้ยังก่อให้เกิดอาชีพต่อเนื่องอีก ได้แก่อาชีพชะหญ้า ขายหญ้า จัดสวน จัดสนามหญ้าและคนสวนดูแลรักษาสนามหญ้า เป็นต้น

6. เป็นการสร้างบรรยากาศของร้านค้า โรงแรม สวนอาหารและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจให้ดีขึ้น ทำให้ลูกค้าชอบและติดใจ นิยมมาใช้บริการที่จัดให้เป็นการสร้างหรือเพิ่มปริมาณลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการสถานที่นั้น ๆ เพิ่มขึ้น การตกแต่งสถานที่ด้วยหญ้าก็ถือกลยุทธ์ทางการตลาดอันหนึ่งที่จะนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น เพราะความแตกต่างกันในด้านการบริการนั้นจะพิจารณาคือทั้งบริการภายในอาคารและภายนอกอาคารซึ่งมีสนามหญ้าไว้บริการ ให้ความรื่นรมย์ในบรรยากาศแบบธรรมชาติมากขึ้น ตลอดจนให้ความสะดวกสบายภายนอกอาคารที่สถานที่บริการนั้นได้จัดมาให้ด้วย

ที่กล่าวมานี้จะเห็นว่าการทำงานธุรกิจเกี่ยวกับหญ้าปลูกทำสนามนั้น นับแต่จะมีความสำคัญมากขึ้น เพราะการเดินทางไปพักผ่อนไกล ๆ เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติที่แท้จริงนั้นทำให้สิ้นเปลืองทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย การสร้างสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยด้วยสนามหญ้า ที่ทำงานและสถานที่พักผ่อนในเมืองหรือชานเมือง ได้เห็นธรรมชาติสีเขียว ๆ จะสามารถใช้ทดแทนสิ่งดังกล่าวได้บ้างเป็นบางส่วน ดังนั้นสนามหญ้าจึงมีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น ทั้งในรูปการพักผ่อนหย่อนใจและรูปธุรกิจ การมีรายได้ การจ้างงานและการสร้างบริการต่าง ๆ ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการผลิต และปัญหาในการผลิตตลอดจนผลตอบแทนจากการผลิตหญ้าปลูกทำสนาม
2. เพื่อศึกษาช่องทางการตลาดหญ้าปลูกทำสนาม บทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินการอื่น ๆ ทางการตลาด

3. เพื่อศึกษาแนวโน้มของอุปสงค์หญ้าปลูกทำสนามและปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของหญ้าปลูกทำสนาม

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาพิจารณาถึงการผลิตหญ้าปลูกทำสนามในเขตอำเภอมินบุรี เท่านั้น ส่วนการตลาดก็จะมุ่งศึกษา เฉพาะการตลาดและอุปสงค์เกี่ยวกับผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดนั้นก็ศึกษาเกี่ยวกับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นกัน

วิธีการศึกษา

โดยได้แบ่งออกเป็น 2 ด้านดังนี้

1. โดยการออกแบบสอบถาม ไปสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าในเขตอำเภอมินบุรี ผู้จำหน่ายปลีก และผู้บริโภค ทั้งนี้ได้ทำการสังเกตในขณะที่ศึกษาไปด้วย โดยการสัมภาษณ์เริ่มตั้งแต่ 15 มกราคม 2528 เสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2528

2. การศึกษานี้จะใช้ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ โดยการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ รายงาน ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องและทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการสำรวจและสังเกตการณ์ประกอบ

ซึ่งรายละเอียดมีดังนี้

ได้ทำการศึกษาทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคโดยวิธีดังนี้

1. ด้านผู้ผลิต

- สัมภาษณ์เบื้องต้นอย่างไม่เป็นทางการแก่เกษตรกร
- ออกแบบสอบถามผู้ผลิตหญ้าปลูกทำสนาม
- สังเกตการผลิต วิธีการผลิต และขั้นตอนการผลิต

2. ด้านผู้จำหน่าย

- สัมภาษณ์ผู้ค้าส่งบริเวณท่าขึ้นหน้าคลองบึงขวาง มีสียัดคลอง 1 และมีสียัดคลอง 2 สำหรับผู้ค้าส่งได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยไม่ได้ใช้แบบสอบถาม เนื่องจากผู้ค้าส่งส่วนใหญ่

เป็นผู้ส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างจังหวัด ซึ่งไม่อยู่ในขอบข่ายของการศึกษาในครั้งนี้

- ออกแบบสอบถามไปยังผู้ค้าปลีกหญ้าปลุกทำสนาม ได้แก่ ที่บริเวรหน้าไปรษณีย์ รามอินทรา บางเขนกิโลเมตรที่ 1 ที่พหลโยธินบริเวรองค์การส่งเสริมการค้าเพื่อเกษตรกร ที่สวนจตุจักร บริเวรชมรมพฤกษชาติเทเวศร์ ที่ถนนรัชดาภิเษก ที่บริเวรเชิงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้าฝั่งธนบุรี โดยออกแบบสอบถามไปยังสถานที่จำหน่ายดังกล่าวและสถานที่อื่น ๆ

3. ด้านผู้บริโภคร

- ออกแบบสอบถามไปยังสถานที่ที่มีหญ้าปลุกทำสนามดังนี้ ผู้อยู่อาศัยตามหมู่บ้านจัดสรร สถานที่อยู่อาศัยทั่วไปที่มีการปลูกหญ้าทำสนาม เจ้าของหมู่บ้านจัดสรร โรงแรม สวนอาหาร สถานที่ราชการ อื่น ๆ โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

4. จำนวนตัวอย่าง

- ได้ออกแบบสอบถามเป็น 3 ชุด ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่ายปลีก และผู้บริโภคร โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างดังนี้ ผู้ผลิต 70 ราย ผู้จำหน่ายปลีก 27 ราย ผู้บริโภคร 200 ราย จำนวนตัวอย่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกใช้วิธีพยายามศึกษาทุกราย สำหรับผู้บริโภคร 200 ราย เป็นข้อมูลใช้ได้ 171 ราย ข้อมูลเสีย 29 ราย สำหรับผู้จำหน่ายระดับค้าส่งใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยไม่ได้ออกแบบสอบถาม จำนวน 30 ราย เพราะผู้ค้าส่งส่วนใหญ่จำหน่ายหญ้าออกไปต่างจังหวัดมากกว่าจำหน่ายในกรุงเทพฯ

5. การสร้างแบบสอบถาม

- แบบสอบถามที่ออกมานั้นครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยอาศัยแนะนำของท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และโดยสัมภาษณ์สอบถามผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคร

6. การออกงานสนาม

- ทางด้านผู้ผลิต ได้ทำการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าอำเภอมินบุรี โดยมีนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นพนักงานสัมภาษณ์

- ทางด้านผู้จำหน่ายขายส่ง ได้สัมภาษณ์โดยไม่ได้ออกแบบสอบถามผู้ค้าส่ง จำนวน 30 ราย บริเวรทำขึ้นหญ้าคลองมิงขวาง มัสยิดคลอง 1 และมัสยิดคลอง 2

- ทางด้านผู้จำหน่ายปลีก ได้มีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ผู้ค้าปลีกรวมตัวกันอยู่ ได้แก่ ถนนบางเขนกิโลเมตร 1 บริเวณองค์การส่งเสริมการตลาด เพื่อเกษตรกรในสวนจตุจักร บริเวณถนนด้านนอกสวนจตุจักร ชมรมพฤกษชาติเทเวศร์ บริเวณริมถนนรัชชภิเษก ที่บริเวณเชิงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า เป็นต้น

- ทางด้านผู้บริโภค ได้ออกแบบสอบถามไปยังสถานที่ที่มีการปลูกหญ้าทำสนามแบบทุกประเภท โดยเลือกตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่ม ทั้งในการเลือกหมู่บ้านและบ้านจัดสรรต่าง ๆ ในหมู่บ้านที่สัมภาษณ์ ได้แก่หมู่บ้านเสนานิเวศร์ หมู่บ้านอมรพันธ์ 9 หมู่บ้านรัตนโกสินทร์ หมู่บ้านกฤษดานคร ถนนแจ้งวัฒนะ และหมู่บ้านภาณุรังษี เป็นต้น ตลอดจนสัมภาษณ์ผู้บริโภคอื่น ๆ เช่น ผู้ที่ปลูกบ้านเอง โรงแรม สวนอาหาร ราชการกองสวนสาธารณะ สนามม้า เจ้าของหมู่บ้าน เป็นต้น

7. สมมติฐาน

1. เมื่อการขยายตัวของชุมชนมากขึ้น จะมีผลทำให้อุปสงค์ของหญ้าปลูกทำสนามมากขึ้น จำนวนมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภค

2. การที่ครอบครัวของผู้บริโภคมีรายได้สูงมากขึ้น จะมีผลทำให้ปลูกหญ้าทำสนามมากขึ้น จำนวนมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภค

8. ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจถึงวิธีการผลิต การตลาด หญ้าปลูกทำสนาม และปัญหาที่

เกี่ยวข้องได้

2. สามารถทราบถึงช่องทางการตลาดของหญ้าปลูกทำสนาม ตลอดจนข้อเสนอ

แนะ ปรับปรุงแก้ไขต่าง ๆ

3. ทำให้สามารถเข้าใจแนวทางในการส่งเสริมการปลูกหญ้าทำสนาม และ

พิจารณาขยายการผลิตหญ้าปลูกทำสนามต่อไป

4. ผลการศึกษาวิจัยจะใช้เป็นเอกสารทางวิชาการที่ใช้ในการค้นคว้าแก่ผู้สนใจ

โดยทั่วไปได้