

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดที่ผู้เลี้ยงสัตว์ต้องการ ความสัมพันธ์ของส่วนผสมทางการตลาดกับยอดจำหน่ายของธุรกิจค้าอาหารสัตว์ ความสัมพันธ์ของส่วนผสมทางการตลาดที่ผู้เลี้ยงสัตว์และธุรกิจค้าอาหารสัตว์ให้ความสำคัญ โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ เกี่ยวกับสถิติและข่าวสารอาหารสัตว์ และข้อมูลปฐมภูมิใช้แบบสอบถาม จำนวน 528 ตัวอย่าง ในพื้นที่อำเภอป่าพอง ชุมแพ และอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ระหว่างเดือนมิถุนายน 2550 ถึง มิถุนายน 2551 ผลการศึกษาดังนี้

ผู้เลี้ยงปศุสัตว์จังหวัดขอนแก่นเป็นเกษตรกรรายย่อยเลี้ยงสัตว์ 4-10 ตัว/ครัวเรือน ให้อาหารหมกหรืออาหารข้นชนิดเดียวอย่างใดอย่างหนึ่งในการเลี้ยงสัตว์ ใช้อาหารสำเร็จรูปในการเลี้ยงสัตว์ (29.1%) มีแนวโน้มใช้อาหารสำเร็จรูป (11.6%) และไม่ใช่อาหารสำเร็จรูป (59.3%) เหตุผลและปริมาณการใช้อาหารสำเร็จรูปเพื่อคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมและขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้เลี้ยง ปริมาณการซื้ออาหารสัตว์สำเร็จรูปต่อครั้ง 211 – 600 กิโลกรัม (18.1%) มูลค่า 10,001 – 20,000 บาท (19.6%) ลูกค้าธุรกิจค้าอาหารสัตว์เป็นระดับครัวเรือนและฟาร์ม

ผู้ผลิตอาหารสัตว์และธุรกิจค้าอาหารสัตว์รวมตัวกันเป็นสมาคมหรือพันธมิตรทางการค้า ผู้สนับสนุนเงินทุนผู้เลี้ยงสัตว์ คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกรุงไทย สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ และสินเชื่อธนาคาร ธธุรกิจค้าอาหารสัตว์ เปิดดำเนินการ 1 – 3 ปี (43.8%) ลักษณะการดำเนินงานกิจการเจ้าของคนเดียว สั่งซื้ออาหารสัตว์จากธุรกิจที่เป็นตัวแทนจำหน่ายและจัดเก็บ ณ สถานที่จำหน่ายทั้งหมด ทอยยสั่งซื้ออาหารสัตว์ตามปริมาณการจำหน่าย ยอดจำหน่ายต่อเดือนของธุรกิจค้าอาหารสัตว์ที่เป็นค้าปลีกอย่างเดียว 5,001-10,000 บาท (28.0%) ยอดจำหน่ายต่อเดือนของธุรกิจค้าอาหารสัตว์ที่ค้าปลีกและส่ง 500,001-1,000,000 บาท (61.5%)

การตลาดของธุรกิจค้าอาหารสัตว์จังหวัดขอนแก่นมีการแข่งขันสูง กอปรกับภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ดันทุนสินค้าอาหารสัตว์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และความต้องการอาหารสำเร็จรูปลดลง ธุรกิจค้าอาหารสัตว์ต้องเพิ่มเงินลงทุน และพบว่าความต้องการของธุรกิจค้าอาหารสัตว์ประเภทอาหารสุนัขและปลาสวยงามเพิ่มสูงขึ้น (66.7%)