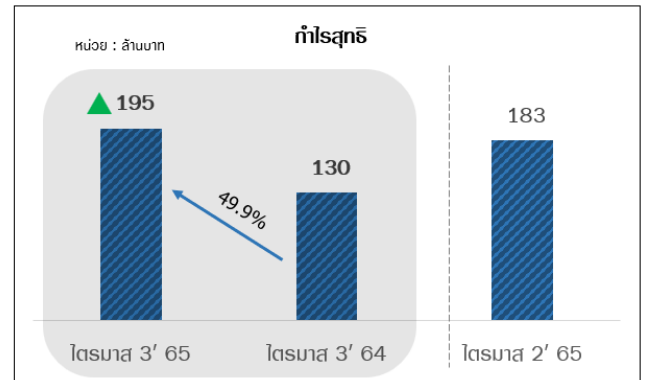
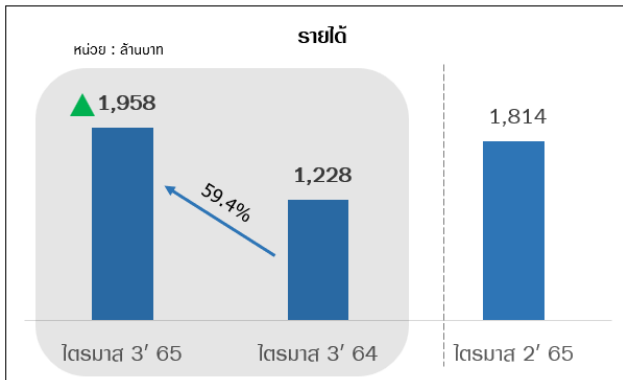
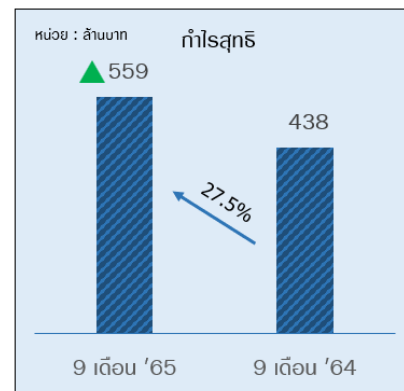
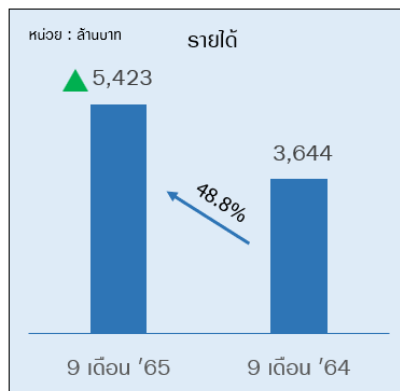


**คำวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ**
**สำหรับผลประกอบการไตรมาสที่ 3 ปี 2565**
**บทสรุปผู้บริหาร**

- กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาส 3 ปี 2564 และ 2565 อยู่ที่ 1,228 ล้านบาท และ 1,958 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะมาจากทั้งกลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงและกลุ่มธุรกิจพู่ना
- กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565 อยู่ที่ 410 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน (ไตรมาส 3 ปี 2564: 294 ล้านบาท, ไตรมาส 2 ปี 2565:385 ล้านบาท) คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาสอยู่ที่ 20.9% (ไตรมาส 3 ปี 2564: 23.9%, ไตรมาส 2 ปี 2565:21.2%) โดยเป็นผลมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น
- กำไรสุทธิในไตรมาส 3 ปี 2565 ของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ 195 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน จากการที่ยอดขายเติบโตสูงมาก แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและต้นทุนของเงินลงทุนสูงขึ้นบางส่วน ทั้งนี้มีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.11 บาท/หุ้น (ไตรมาส 3 ปี 2564 : 0.08 บาท/หุ้น)



- ผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน สำหรับปี 2564 และ ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวม 3,644 ล้านบาท และ 5,423 ล้านบาท ตามลำดับเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.8
- กำไรขั้นต้นสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 อยู่ที่ 1,071 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 19.8 เทียบกับร้อยละ 21.9 ในช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า
- งวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 559 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.5 เมื่อเทียบกับ กำไรสุทธิ 438 ล้านบาทในช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 ร้อยละ 10.3 เทียบกับ ร้อยละ 12.0 ในช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ลดลงเนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเป็นสำคัญ ทั้งนี้มีกำไรต่อหุ้น 0.33 บาท/หุ้น (งวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2564 : 0.26 บาท/หุ้น)



### ภาพรวมของธุรกิจ

บริษัท เอเชีย ออไลน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “AAI”) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) เป็นหนึ่งในผู้รับจ้างผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) และผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก (Human Food) ชั้นนำของประเทศ โดยปัจจุบัน รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึกเกือบทั้งหมด เป็นการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM) ภายใต้แบรนด์ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าชั้นนำในระดับสากล

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ได้เริ่มพัฒนาแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของตนเองสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำหรับ แมวและสุนัขมาตั้งแต่ปี 2562 โดยในปัจจุบัน บริษัทมีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในตลาดย่อย (Market Segment) ซึ่งประกอบด้วย (1) แบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง สำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดสินค้าพรีเมียม (High-end Market) ได้แก่ แบรนด์มอนชู (monchou) และแบรนด์มาเรีย (Maria) (2) แบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงราคาขาย่อมเยาสำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดมวลชน (Mass Market) ได้แก่ แบรนด์มอนชู บาลานซ์ (monchou balanced) และแบรนด์ฮาจิโกะ (Hajiko) และ (3) แบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดที่มีการแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก (Low-end Market) ได้แก่ แบรนด์โปร (Pro)

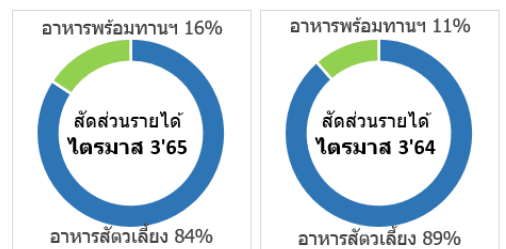
รายได้จากการขายส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัท เป็นการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังตลาดในต่างประเทศ

### พัฒนาการที่สำคัญ

ปริมาณขายในไตรมาส 3 ปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า จาก 9,341 ตันในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มาอยู่ที่ 11,492 ตัน ปริมาณขายอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นมากกว่าค่าเฉลี่ยการเติบโตของอุตสาหกรรม ในขณะที่ ปริมาณขายสินค้าในกลุ่มอาหารพร้อมรับประทานในภาชนะปิดผนึกเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ทูน่า แม้ว่าราคาทูน่าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากค่าขนส่งปรับตัวลดลงเป็นสำคัญ

รายได้จากการขายสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565 (รวมรายการขายระหว่างกัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 57 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน มาอยู่ที่ 1,965 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากทุกกลุ่มธุรกิจ รายได้จากการขายอาหารพร้อมรับประทานในภาชนะปิดผนึกเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว ทำให้สัดส่วนของอาหารพร้อมรับประทานในภาชนะปิดผนึกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16 จากร้อยละ 11 เมื่อไตรมาส 3 ปี 2564

Sales By Business Segment	ไตรมาส 3 ปี 65	ไตรมาส 3 ปี 64	%Growth	ไตรมาส 2 ปี 65
<b>ปริมาณขาย (ตัน)</b>	<b>11,492</b>	<b>9,341</b>	<b>23%</b>	<b>11,356</b>
อาหารสัตว์เลี้ยง	9,738	8,357	17%	10,010
อาหารพร้อมทานฯ	1,754	983	78%	1,346
<b>รายได้จากการขาย (ล้านบาท)</b>	<b>1,965</b>	<b>1,248</b>	<b>57%</b>	<b>1,826</b>
อาหารสัตว์เลี้ยง	1,656	1,105	50%	1,614
อาหารพร้อมทานฯ	309	143	116%	212

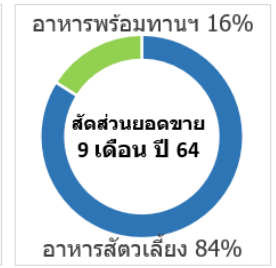
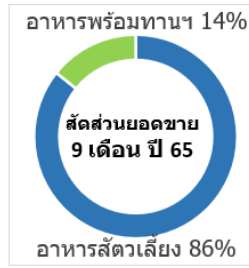


หมายเหตุ : รายได้และยอดขายในตารางข้างต้นเป็นยอดรวมรายการระหว่างกัน

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 ปริมาณขายเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 22 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน จาก 28,219 ตัน มาอยู่ที่ 34,355 ตัน ปริมาณขายที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง เนื่องจากอุปสงค์ที่แข็งแกร่งโดยเฉพาะจากตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา

รายได้จากการขายรวมสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 (รวมรายการขายระหว่างกัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 48 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน มาอยู่ที่ 5,467 ล้านบาท มาจากการยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ ทำให้รายได้จากอาหารสัตว์เลี้ยงมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 86 เมื่อเทียบกับร้อยละ 84 ในช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

Sales By Business Segment	9 เดือน ปี 65	9 เดือน ปี 64	%Growth
<b>ปริมาณขาย (ตัน)</b>	<b>34,355</b>	<b>28,219</b>	<b>22%</b>
อาหารสัตว์เลี้ยง	29,408	23,873	23%
อาหารพร้อมทานฯ	4,947	4,346	14%
<b>รายได้จากการขาย (ล้านบาท)</b>	<b>5,467</b>	<b>3,694</b>	<b>48%</b>
อาหารสัตว์เลี้ยง	4,688	3,101	51%
อาหารพร้อมทานฯ	779	593	31%

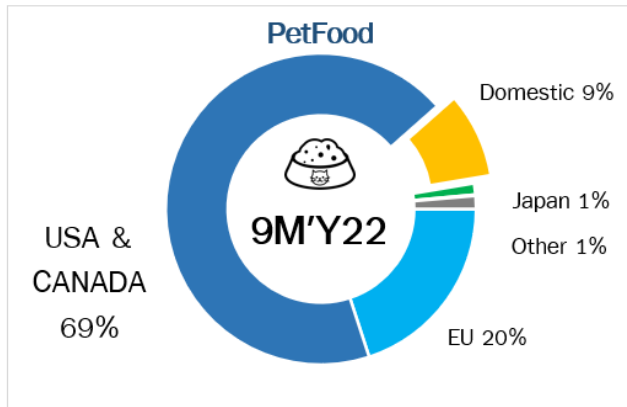


หมายเหตุ : รายได้และยอดขายในตารางข้างต้นเป็นยอดรวมรายการระหว่างกัน

### ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

ยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยง (ล้านบาท)			
	ไตรมาส 3 2565	ไตรมาส 3 2564	%เติบโต
กลุ่มรับจ้างผลิต	1,590	1,065	49%
กลุ่มแบรนด์ของตนเอง	42	26	59%
	9 เดือน 2565	9 เดือน 2564	%เติบโต
กลุ่มรับจ้างผลิต	4,505	2,991	51%
กลุ่มแบรนด์ของตนเอง	115	64	80%

หมายเหตุ: รายได้ในตารางข้างต้นรวมรายการระหว่างกัน



7,500 ตัน เพื่อให้มีกำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการในปีหน้า

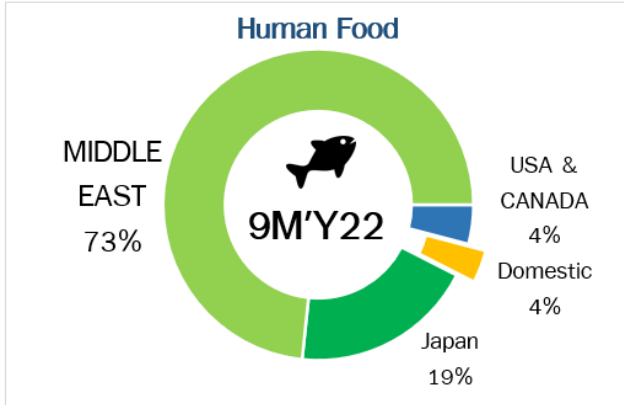
สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2565 รายได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ของบริษัท เพิ่มขึ้นร้อยละ 59 มาอยู่ที่ 42 ล้านบาท ในขณะที่รายได้สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 80 มาอยู่ที่ 115 ล้านบาท จากการที่มีการทำแผนการตลาดที่เข้มข้นขึ้นในประเทศไทย การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness) และยอดขายภายในประเทศของทั้งแบรนด์ “มองซู” และ “ฮาจิโกะ” ดีขึ้นจากการที่มีการเปิดตัวฟรีเซนเตอร์ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ วางแผนที่จะเพิ่มช่องทางการกระจายจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขายในอนาคต โดยที่ปัจจุบัน การเติบโตของยอดขายภายใต้แบรนด์ของบริษัทในประเทศไทยยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อแผนการเพิ่มของยอดขายของแบรนด์ให้มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 10 ตามแผนกลยุทธ์ของบริษัท

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ “มองซู” ของ “โททยา” และผลประโยชน์ของโรงงานอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเม็ดของบริษัท “โททยา เหมยซื่อ” ในประเทศจีนยังไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจ เนื่องจากประเทศจีนยังคงมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างเข้มข้น การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบรนด์ “มองซู” เป็นไปได้ยากขึ้นเนื่องจากนโยบายล็อกดาวน์ที่เกิดขึ้นเป็นระยะในหลายพื้นที่ที่สำคัญ เช่น เซี่ยงไฮ้ ในขณะที่โรงงานอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเม็ดยังมีการผลิตน้อย เนื่องจากการแข่งขันภายในประเทศค่อนข้างรุนแรงและต้นทุนวัตถุดิบอยู่ในระดับสูง บริษัทฯ คาดว่านโยบายที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 น่าจะเริ่มผ่อนคลายขึ้นในปีหน้า ซึ่งจะทำให้โรงงานอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเม็ดมีโอกาสที่จะรับจ้างผลิตจากแบรนด์ต่างประเทศได้

ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นธุรกิจสำคัญที่ช่วยผลักดันความสำเร็จของกลุ่มบริษัทฯ เนื่องจากมีอัตรากำไรที่โดดเด่น และมีอัตราการเติบโตที่ดีตามเมกะเทรนด์โลก รายได้ส่วนใหญ่ในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงยังเป็นรายได้จากการรับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ของลูกค้า ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงชั้นนำในระดับสากล

รายได้จากอาหารสัตว์เลี้ยงจากการรับจ้างผลิตในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เติบโตขึ้นร้อยละ 49 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า มาอยู่ที่ 1,590 ล้านบาท โดยรายได้สำหรับ 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 เติบโตขึ้นร้อยละ 51 มาอยู่ที่ 4,505 ล้านบาท จากการที่อุปสงค์ในอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียกเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารแมว โดยที่ตลาดสำคัญยังคงเป็นตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดยุโรป

ไลน์การผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงแบบบรรจุถุงพาส (Pouch) ได้มีการเริ่มเดินสายการผลิตได้ตามแผน ซึ่งช่วยลดแรงกดดันในไลน์ผลิตลงได้ในขณะที่ บริษัทฯ ยังเดินหน้าขยายกำลังการผลิตในไตรมาส 4 อีกกว่า

**ธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก**


ปริมาณการส่งออกของธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ทูน่า ในไตรมาส 3 ปี 2565 เพิ่มขึ้นอย่างมาก จาก 983 ตัน เป็น 1,754 ตัน คิดเป็นร้อยละ 78 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนเนื่องจากค่าขนส่งปรับตัวลดลง ตลาดสำคัญยังคงเป็นประเทศซาอุดีอาระเบีย และประเทศอิสราเอล รายได้จากการขายสูงขึ้นร้อยละ 116 มากอยู่ที่ 304 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นมากกว่าปริมาณการขาย เนื่องจากราคาทูน่าปรับตัวสูงขึ้น

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 ปริมาณขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน จาก 4,346 ตัน เป็น 4,947 ตัน ทั้งนี้ตลาดตะวันออกกลางยังคงเป็นตลาด

ส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของธุรกิจทูน่า รายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 31 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า มาอยู่ที่ 779 ล้านบาท (งวด 9 เดือนปี 2564:593 ล้านบาท)

**การวิเคราะห์ทางการเงิน**
**การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร**

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 3/2565		ไตรมาส 3/2564		เปลี่ยนแปลง %	ไตรมาส 2/2565		เปลี่ยนแปลง %
	บาท	%	บาท	%		บาท	%	
รายได้จากการขายและบริการ	1,958	100.0	1,228	100.0	59.4	1,814	100.0	7.9
ต้นทุนขายและบริการ	(1,548)	(79.1)	(935)	(76.1)	65.6	(1,429)	(78.8)	8.3
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>410</b>	<b>20.9</b>	<b>294</b>	<b>23.9</b>	<b>39.8</b>	<b>385</b>	<b>21.2</b>	<b>6.5</b>
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(125)	(6.4)	(80)	(6.5)	57.1	(94)	(5.2)	33.7
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>285</b>	<b>14.5</b>	<b>214</b>	<b>17.4</b>	<b>33.3</b>	<b>291</b>	<b>16.1</b>	<b>(2.2)</b>
รายได้อื่น	18	14.5	10	17.4	33.3	11	16.1	(2.2)
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	(71)	0.9	(61)	0.8	84.4	(81)	0.6	66.2
ค่าใช้จ่ายอื่น	(1)	(3.6)	(1)	(5.0)	15.9	0	(4.5)	(12.7)
ต้นทุนทางการเงิน	(11)	(0.6)	(4)	(0.3)	186.2	(10)	(0.5)	12.2
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>221</b>	<b>11.3</b>	<b>158</b>	<b>12.9</b>	<b>39.5</b>	<b>212</b>	<b>11.7</b>	<b>4.2</b>
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	(26)	(1.3)	(28)	(2.3)	(8.5)	(29)	(1.6)	(12.5)
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>195</b>	<b>10.0</b>	<b>130</b>	<b>10.6</b>	<b>49.9</b>	<b>183</b>	<b>10.1</b>	<b>6.9</b>
<b>กำไรต่อหุ้น</b>	<b>0.11</b>		<b>0.08</b>			<b>0.11</b>		

**รายได้จากการขายและบริการ**

ในไตรมาส 3 ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการรวม 1,958 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.4 จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยเพิ่มจากทั้งกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงและกลุ่มอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก

### กำไรขั้นต้น

ไตรมาส 3 ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 410 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 117 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 20.9 ของรายได้จากการขายและบริการ ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับ ร้อยละ 23.9 เมื่อช่วงเวลาดังกล่าว โดยสาเหตุหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น และสัดส่วนของธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึกเพิ่มขึ้น

### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ไตรมาส 3 ปี 2565 มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 125 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ 81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว ส่วนใหญ่เกิดจากค่าโฆษณาสินค้ากลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ของบริษัท จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีกิจกรรมทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “มองชู” และ แบรนด์ “ฮาจิโกะ” เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไม่รวมขนาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน อยู่ที่ราว 44 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน

### ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินสำหรับงวดไตรมาส 3 ปี 2565 เท่ากับ 11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นราว 7 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทได้มีการกู้เงินระยะสั้นเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุน

### ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้

ไตรมาส 3 ปี 2565 อัตราภาษีที่แท้จริง (effective tax rate) คิดเป็นร้อยละ 11.6 ต่ำลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 17.8 ในไตรมาสเดียวกันปีก่อนจากการที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้สิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุน (BOI) ใหม่ได้มากขึ้น

### กำไรสุทธิและกำไรต่อหุ้น

ไตรมาส 3 ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 195 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า แม้ว่าอัตรากำไรสุทธิลดลงเล็กน้อย มาอยู่ที่ร้อยละ 10.0 (ไตรมาส 3 ปี 2564: ร้อยละ 10.6) เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้นสูงมาก โดยมีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.11 บาท/หุ้น (ไตรมาส 3 ปี 2564 : 0.08 บาท/หุ้น)

งบกำไรขาดทุน	9 เดือน		9 เดือน		หน่วย: ล้านบาท
	2565	%	2564	%	
รายได้จากการขายและบริการ	5,423	100.0	3,644	100.0	48.8
ต้นทุนขายและบริการ	(4,351)	(80.2)	(2,846)	(78.1)	52.9
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>1,071</b>	<b>19.8</b>	<b>797</b>	<b>21.9</b>	<b>34.4</b>
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(308)	(5.7)	(242)	(6.6)	27.3
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>763</b>	<b>14.1</b>	<b>555</b>	<b>15.2</b>	<b>37.5</b>
รายได้อื่น	55	1.0	38	1.0	45.7
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	(144)	(2.7)	(67)	(1.8)	115.0
ค่าใช้จ่ายอื่น	1	0.0	(3)	(0.1)	(143.4)
ต้นทุนทางการเงิน	(27)	(0.5)	(3)	(0.1)	721.8
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>649</b>	<b>12.0</b>	<b>520</b>	<b>14.3</b>	<b>24.8</b>
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	(90)	(1.7)	(82)	(2.2)	10.6
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>559</b>	<b>10.3</b>	<b>438</b>	<b>12.0</b>	<b>27.5</b>
<b>กำไรต่อหุ้น</b>	<b>0.33</b>		<b>0.26</b>		

รายได้จากการขายและบริการ

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2564 และ ปี 2565 รายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ 3,644 ล้านบาท และ 5,423 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.8 เนื่องจากการเติบโตของทั้งธุรกิจอาหารสัตว์เลีย้งและธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 เท่ากับ 1,071 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับงวดอยู่ที่ 19.8% ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 21.9 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งชดเชยได้บางส่วนจากการที่ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเท่ากับ 308 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการทำโปรโมชันและค่าโฆษณาสำหรับแบรนด์ “มองซู” และ “ฮาจิโกะ”

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเท่ากับ 177 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 42.2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไม่รวมขนาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน เท่ากับ 131 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน

ต้นทุนทางการเงิน

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 เพิ่มขึ้นมาจากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน มาอยู่ที่ 27 ล้านบาท โดยเกิดจากเงินกู้ระยะสั้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุนในระหว่างงวด

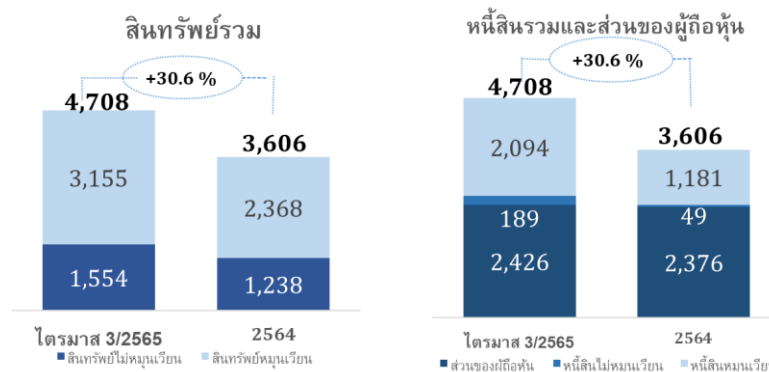
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (รายได้)

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตราภาษีที่แท้จริง (effective tax rate) เท่ากับร้อยละ 13.9 ต่ำลงจากร้อยละ 15.7 ช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน สาเหตุหลักจากการที่กลุ่มบริษัทฯ ใช้สิทธิตามบัตรส่งเสริมการลงทุนใหม่ได้มากขึ้น

กำไรสุทธิและกำไรต่อหุ้น

กำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2565 ของกลุ่มบริษัทอยู่ที่ 559 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 438 ล้านบาท อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน ปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 10.3 ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 12.0 ในช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยสำคัญจากการที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำลง กำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.33 บาท/หุ้น (9 เดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2564 : 0.26 บาท/หุ้น)

**งบแสดงฐานะทางการเงิน**



### สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นราว 1,102 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.6 จาก 3,606 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เป็น 4,708 ล้านบาท โดยปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น และสินค้าคงเหลือ มูลค่ารวม 423 ล้านบาท และ 185 ล้านบาทตามลำดับ

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 อยู่ที่ 1,290 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 213 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนปรับปรุงขยายอาคารและเพิ่มเติมสายการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุถุงพาส (Pouch)

### หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม 2,094 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 913 ล้านบาท จาก 1,181 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 จากการที่มีหนี้สินระยะสั้นเพิ่มขึ้น 968 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งชดเชยได้บางส่วนจากการจ่ายคืนหนี้สินระยะยาว

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 2,426 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49 ล้านบาท จาก 2,376 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นเกิดจากการกำไรระหว่างปี หักด้วยเงินปันผลจ่ายจำนวน 512 ล้านบาท

### กระแสเงินสด

	หน่วย: ล้านบาท		
	9 เดือน 2565	9 เดือน 2564	เปลี่ยนแปลง
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>			
กำไรก่อนภาษี	649	520	129
รายการปรับปรุง:			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	127	111	15
รายการปรับปรุงอื่นๆ	21	(6)	27
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยน	31	72	(41)
ต้นทุนทางการเงิน สุทธิ	27	3	23
<b>กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียน</b>	<b>854</b>	<b>701</b>	<b>153</b>
ลดลง (เพิ่มขึ้น) ในสินทรัพย์ดำเนินงาน	(675)	(452)	(222)
เพิ่มขึ้น (ลดลง) ในหนี้สินดำเนินงาน	(24)	37	(61)
<b>เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>	<b>156</b>	<b>286</b>	<b>(130)</b>
จ่ายดอกเบี้ย สุทธิ	(26)	(1)	(25)
จ่ายภาษีเงินได้ สุทธิ	(101)	(45)	(56)
<b>เงินสดสุทธิใช้ไปจากการดำเนินงาน</b>	<b>29</b>	<b>240</b>	<b>(211)</b>

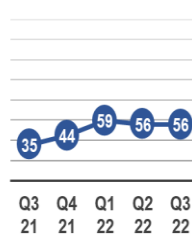
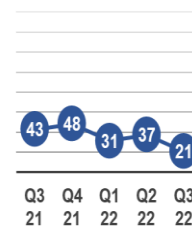
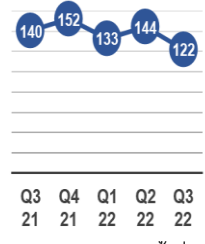
### กิจกรรมการดำเนินงาน

กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 และ 2565 เท่ากับ 701 ล้านบาท และ 854 ล้านบาท ตามลำดับ โดยการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดดังกล่าวเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของกำไรจากการดำเนินงานในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นสำคัญ

กระแสเงินสดใช้ไปจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ตามการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของปริมาณคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ส่งผลให้บริษัทมีกระแสเงินสดจาก (ใช้ไป) ในกิจกรรมดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 และ 2565 เท่ากับ 240 ล้านบาท และ 29 ล้านบาท ตามลำดับ

**เงินทุนหมุนเวียน**

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 3/2565	2564	เปลี่ยนแปลง
สินค้าคงเหลือ	1,814	1,630	185
ลูกหนี้การค้า	1,029	607	423
เงินสด และ สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	311	132	179
เจ้าหนี้การค้า	(307)	(517)	210
เจ้าหนี้อื่น	(28)	(22)	(6)
<b>ทุนหมุนเวียนสุทธิ</b>	<b>2,819</b>	<b>1,829</b>	<b>990</b>
จำนวนวัน สินค้าคงเหลือ	122	152	(30)
จำนวนวัน ลูกหนี้การค้า	56	44	11
จำนวนวัน เจ้าหนี้การค้า	21	48	(28)

**AR DAYS**

**AP DAYS**

**INV DAYS**


ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 จำนวนวันลูกหนี้ และจำนวนวันสินค้าคงเหลือ เท่ากับ 56 วัน และ 122 วันตามลำดับ จำนวนวันลูกหนี้เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของยอดขายของกลุ่มบริษัทฯ กับลูกค้าที่มีเครดิต ในขณะที่จำนวนวันสินค้าคงเหลือดีขึ้นเนื่องจากสินค้าสามารถส่งออกได้เร็วขึ้นจากการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการที่ค่าขนส่งลดลง

	หน่วย: ล้านบาท		
	9 เดือน 2565	9 เดือน 2564	เปลี่ยนแปลง
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>			
ซื้ออาคารและอุปกรณ์	(331)	(223)	(108)
จำหน่ายอุปกรณ์	0	0	(0)
เงินฝากที่ภาวะต่ำประกันลดลง	19	-	19
เงินให้กู้ยืมบริษัทแม่	-	(384)	384
ให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมค้า	5	(0)	6
<b>เงินสดสุทธิใช้ไปกิจกรรมลงทุน</b>	<b>(307)</b>	<b>(607)</b>	<b>300</b>
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>			
เงินกู้ยืมจากธนาคารเพิ่มขึ้น	968	435	533
ชำระคืนเงินกู้ยืม	(75)	(78)	3
ชำระคืนเงินต้นหนี้สินระยะยาว	(14)	(16)	2
จ่ายเงินปันผล	(512)	(0)	(512)
<b>เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน</b>	<b>367</b>	<b>341</b>	<b>27</b>
<b>ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินเพิ่มขึ้น</b>	<b>(0)</b>	<b>3</b>	<b>(3)</b>
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด(ลดลง)เพิ่มขึ้นสุทธิ</b>	<b>89</b>	<b>(23)</b>	<b>113</b>
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงงวด	46	83	(37)
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด</b>	<b>135</b>	<b>59</b>	<b>76</b>

**กิจกรรมการลงทุน**

บริษัทมีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนของบริษัท สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 และ 2565 เท่ากับ 607 ล้านบาท และ 307 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทได้มีการลงทุนในโครงการขยายกำลังการผลิตสำหรับสายการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงและเครื่องจักรและอุปกรณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับปริมาณคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเจ้าของแบรนด์ผลิตภัณฑ์

**กิจกรรมการจัดหาเงิน**

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 341 ล้านบาท และ 367 ล้านบาท ตามลำดับ กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินสุทธิของบริษัทมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร ในขณะที่บริษัทมีการประกาศจ่ายเงินปันผลในระหว่างงวดราว 512 ล้านบาท จากผลประกอบการของปี 2564 และเงินปันผลระหว่างกาลจากผลประกอบการของปี 2565



งบแสดงฐานะการเงิน	ไตรมาส		ไตรมาส		หน่วย: ล้านบาท	
	3/2565	%	2564	%	เปลี่ยนแปลง	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	135	2.9	46	1.3	194.4	
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	1,029	21.9	607	16.8	69.7	
สินค้าคงเหลือ	1,814	38.5	1,630	45.2	11.3	
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	175	3.7	86	2.4	103.9	
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>3,155</b>	<b>67.0</b>	<b>2,368</b>	<b>65.7</b>	<b>33.2</b>	
เงินฝากธนาคารและที่มีภาระค้ำประกัน	0	0.0	19	0.5	-100.0	
เงินลงทุน	55	1.2	59	1.6	-6.0	
ทรัพย์สินถาวร	1,290	27.4	1,077	29.9	19.8	
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	208	4.4	83	2.3	149.7	
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>1,554</b>	<b>33.0</b>	<b>1,238</b>	<b>34.3</b>	<b>25.5</b>	
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>4,708</b>	<b>100.0</b>	<b>3,606</b>	<b>100.0</b>	<b>30.6</b>	
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น	1,464	31.1	496	13.7	195.3	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	481	10.2	517	14.3	-7.1	
เงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดภายในหนึ่งปี	0	0.0	98	2.7	-100.0	
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	150	3.2	71	2.0	111.8	
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>2,094</b>	<b>44.5</b>	<b>1,181</b>	<b>32.8</b>	<b>77.3</b>	
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	189	4.0	49	1.4	287.1	
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>189</b>	<b>4.0</b>	<b>49</b>	<b>1.4</b>	<b>287.1</b>	
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>2,283</b>	<b>48.5</b>	<b>1,230</b>	<b>34.1</b>	<b>85.6</b>	
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,426	51.5	2,376	65.9	2.1	
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>4,708</b>	<b>100.0</b>	<b>3,606</b>	<b>100.0</b>	<b>30.6</b>	

**อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

	ไตรมาส			อัตราส่วนทางการเงิน	ไตรมาส		
	3/2565	3/2564	2/2565		3/2565	3/2564	2/2565
<b>อัตรากำไรสุทธิ</b>							
อัตรากำไรขั้นต้น	59.4%	0.8%	41.0%	ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น*	31.3%	26.6%	
อัตรากำไรสุทธิ	49.9%	4.4%	8.1%	ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์**	16.1%	16.1%	
				อัตรากำไรสุทธิ	143.7%	133.7%	
				อัตรากำไรขั้นต้น	10.0%	10.8%	
<b>อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน</b>							
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน	1.5	1.7	1.5	อัตรากำไรขั้นต้น	20.9%	24.5%	
อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว	0.6	0.6	0.5	* ใช้กำไรสุทธิ 4 ไตรมาสย้อนหลังหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นสิ้นไตรมาส			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.9	0.7	0.9	** ใช้กำไรสุทธิ 4 ไตรมาสย้อนหลังหารด้วยสินทรัพย์รวมในสิ้นไตรมาส			
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.6	0.3	0.4	** ใช้รายได้ 4 ไตรมาสย้อนหลังหารด้วยสินทรัพย์รวมในสิ้นไตรมาส			

**คาดการณ์ภาพรวมปี 2565**

ปี 2565 คาดว่าจะเป็นอีกปีที่รายได้จากการขายจะยังมีอัตรากำไรขั้นต้นที่โดดเด่น จากที่มีการเติบโตเฉลี่ยราวปีละเกือบร้อยละ 18 นับจากปี 2562 บริษัทคาดว่า ยอดขายในปีนี้น่าจะเติบโตได้มากกว่าร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ทำรายได้รวมราว 7.2 พันล้านบาท โดยมีการเติบโตในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัท คาดว่า การเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียกจะอยู่ในระดับที่น่าประทับใจ จากการที่อุปสงค์ทั่วโลกอยู่ในระดับสูง โดยอาจเติบโตได้อยู่ที่ประมาณร้อยละ 47-48 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีเป้าหมายอยู่ที่ 6,200 ล้านบาท ไลน์การผลิตที่เพิ่มขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาช่วยลดแรงกดดันในกระบวนการผลิตและสร้างการเติบโตของยอดขายในช่วงครึ่งปีหลัง โดยที่กลุ่มบริษัทยังคงเดินหน้าขยายกำลังการผลิตอีก 7,500 ตันต่อปี และคาดว่าจะสามารถเริ่มใช้ผลิตได้ในต้นปีหน้า

รายได้จากรัฐกิจทุนน่าจะเติบโตได้มากกว่าร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า มาอยู่ที่ราว 1 พันล้านบาท โดยยังคงมีความต้องการสูงจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง ถึงแม้ว่าต้นทุนปลาแห้งยังคงสูงอยู่

กลุ่มบริษัท คาดว่าน่าจะสามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี ให้อยู่ในระดับร้อยละ 19 – 20 ของรายได้จากการขายได้ เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบมีทิศทางที่มีเสถียรภาพมากขึ้น แม้ว่าต้นทุนค่าแรงจะปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงที่เหลือของปี และต้นทุนค่าพลังงานยังคงผันผวน

สำหรับปี 2666 อุปสงค์ของกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงยังคงแข็งแกร่งแม้ว่าจะมีภาวะเงินเฟ้อในตลาดสหรัฐอเมริกาและภาวะเศรษฐกิจถดถอยในกลุ่มประเทศยุโรป ในขณะที่ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงภายในประเทศจะยังคงได้รับแรงกดดันจากการที่มีการแข่งขันรุนแรง