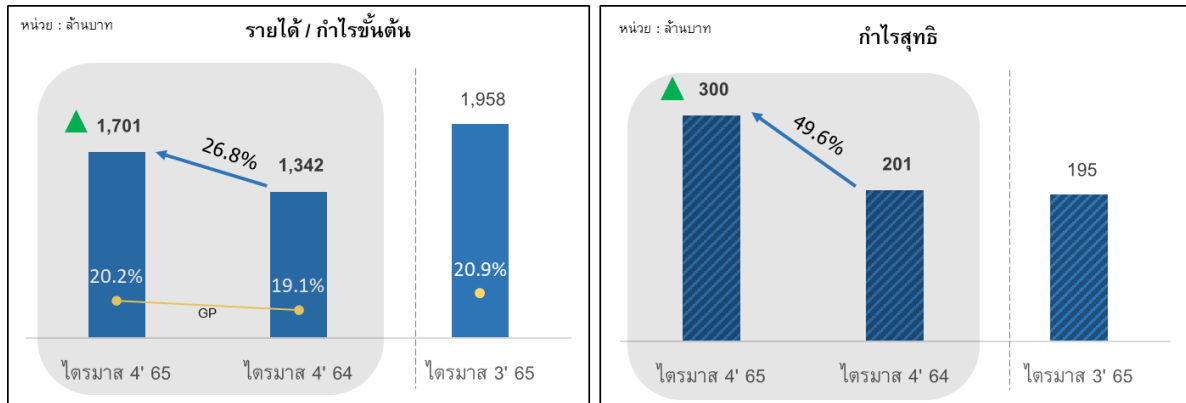


คำวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

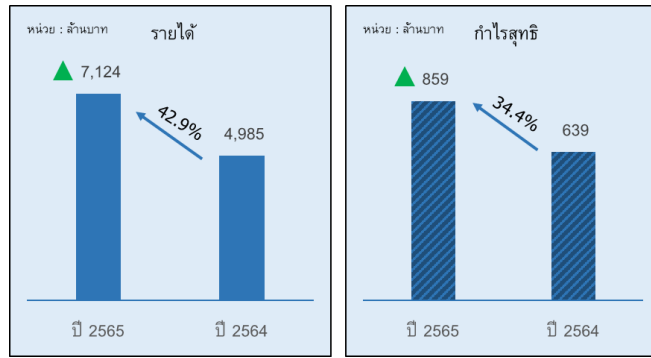
สำหรับผลประกอบการไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และสำหรับปี 2565

บทสรุปผู้บริหาร

- กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาส 4 ปี 2564 และ 2565 อยู่ที่ 1,342 ล้านบาท และ 1,701 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นมีนัยยะมาจากกลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ในขณะที่กลุ่มธุรกิจภูมามี ยอดขายลดลงเล็กน้อย
- กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 4 ปี 2565 อยู่ที่ 343 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน (ไตรมาส 4 ปี 2564: 256 ล้านบาท, ไตรมาส 3 ปี 2565:410 ล้านบาท) คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาสอยู่ที่ 20.2% (ไตรมาส 4 ปี 2564: 19.1%, ไตรมาส 3 ปี 2565:20.9%) โดยต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นในขณะที่ค่าจ้างแรงงานและค่าใช้จ่ายด้านพลังงานสูงขึ้นน้อยกว่ายอดขายที่เติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า
- กำไรสุทธิในไตรมาส 4 ปี 2565 ของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ 300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน จากการที่ยอดขายเติบโตสูงมาก แม้ว่ามีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและต้นทุนของเงินลงทุนสูงขึ้น แต่มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้มีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.14 บาท/หุ้น (ไตรมาส 4 ปี 2564: 0.09 บาท/หุ้น คิดจากจำนวนหุ้นที่ 2,125 ล้านหุ้นเท่ากับไตรมาส 4 ปี 2565)



- สำหรับปี 2564 และ ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวม 4,985 ล้านบาท และ 7,124 ล้านบาท ตามลำดับเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.9
- กำไรขั้นต้นสำหรับปี 2565 อยู่ที่ 1,414 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.2 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 19.9 เทียบกับร้อยละ 21.1 ในปีก่อนหน้า เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น ซึ่งชดเชยได้บางส่วนจากการที่มีสัดส่วนค่าจ้างแรงงานต่ำลงเมื่อเทียบกับยอดขาย
- กำไรสุทธิ สำหรับปี 2565 ของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ 859 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.4 เมื่อเทียบกับ กำไรสุทธิ 639 ล้านบาทในปี 2564 คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิสำหรับปี 2565 ที่ร้อยละ 12.1 เทียบกับ ร้อยละ 12.8 ในปี 2564 ลดลงเนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นลดลง และต้นทุนของเงินทุนเพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับปี เพิ่มขึ้น แต่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขาย และมีอัตรากำไรที่แท้จริงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ทั้งนี้มีกำไรต่อหุ้น 0.40 บาท/หุ้น (ปี 2564 : 0.30 บาท/หุ้น)
- หากได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2566 บริษัทจะจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2565 ในอัตรา 0.2904 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 617.1 ล้านบาท ซึ่งได้จ่ายปันผลระหว่างกาลไปแล้ว 192.1 ล้านบาท และจะจ่ายเพิ่มอีก 425 ล้านบาท คิดเป็น 0.20 บาทต่อหุ้น (คิดจากจำนวนหุ้น 2,125 ล้านหุ้น)



ภาพรวมของธุรกิจ

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

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของตนเองสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสำหรับแมวและสุนัขมาตั้งแต่ปี 2562 โดยในปัจจุบัน บริษัทมีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในตลาดย่อย (Market Segment) ซึ่งประกอบด้วย (1) แบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง สำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดสินค้าพรีเมียม (High-end Market) ได้แก่ แบรินตีมองชู (monchou) และแบรินตีมารีเรีย (Maria) (2) แบรินตีมองชู อาหารสัตว์เลี้ยงราคาดีเยี่ยมสำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดมวลชน (Mass Market) ได้แก่ แบรินตีมองชู บาลานซ์ (monchou balanced) และแบรินตีสายาจิโกะ (Hajiko) และ (3) แบรินตีมองชู อาหารสัตว์เลี้ยงสำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดที่มีการแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก (Low-end Market) ได้แก่ แบรินตีสายาจิโกะ (Pro)

รายได้จากการขายส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังตลาดในต่างประเทศ

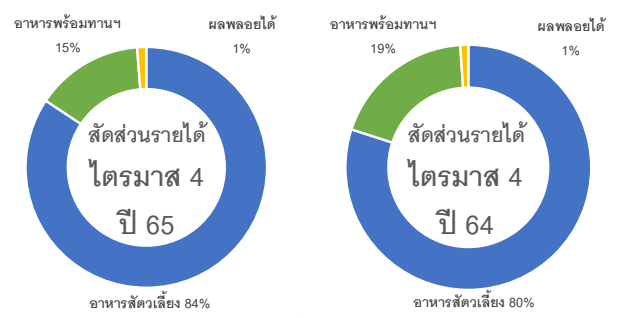
พัฒนาการที่สำคัญ

ปริมาณขายในไตรมาส 4 ปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า จาก 9,400 ตันในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 อยู่ที่ 9,855 ตัน ปริมาณขายอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ยังคงเติบโตดี แม้ว่าในช่วงปลายไตรมาสจะมีสัญญาณการชะลอตัวจากภูมิภาคที่เป็นตลาดหลัก ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาและในภูมิภาคยุโรป ในขณะที่ ปริมาณขายสินค้าในกลุ่มอาหารพร้อมรับประทานในภาชนะปิดผนึกลดลงเนื่องจากอุปสงค์จากประเทศซาอุดีอาระเบียและ เยอรมัน ลดต่ำลงเพราะราคาทุนน้ำยังอยู่ในระดับสูง

รายได้จากการขายสำหรับไตรมาส 4 ปี 2565 (รวมรายการขายระหว่างกัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน มาอยู่ที่ 1,707 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง ในขณะที่รายได้จากการขายอาหารพร้อมรับประทานในภาชนะปิดผนึกลดลงเล็กน้อย ทำให้สัดส่วนของอาหารพร้อมรับประทานในภาชนะปิดผนึกลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 15 จากร้อยละ 19 เมื่อไตรมาส 4 ปี 2564

ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้อยู่ในร้อยละ 1

สัดส่วนรายได้ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	ไตรมาส 4 ปี 65	ไตรมาส 4 ปี 64	เปลี่ยนแปลง %	ไตรมาส 3 ปี 65
ปริมาณขาย (ตัน)	9,855	9,400	5%	11,492
อาหารสัตว์เลี้ยง	7,726	6,713	15%	8,869
อาหารพร้อมทานฯ	1,402	1,838	-24%	1,754
ผลพลอยได้ เช่น ปลาป่น	727	849	-14%	869
รายได้ขาย (ล้านบาท)	1,707	1,363	25%	1,965
อาหารสัตว์เลี้ยง	1,440	1,091	32%	1,631
อาหารพร้อมทานฯ	247	258	-5%	309
ผลพลอยได้ เช่น ปลาป่น	21	14	45%	24



หมายเหตุ : รายได้และยอดขายในตารางข้างต้นเป็นยอดรวมรายการระหว่างกัน

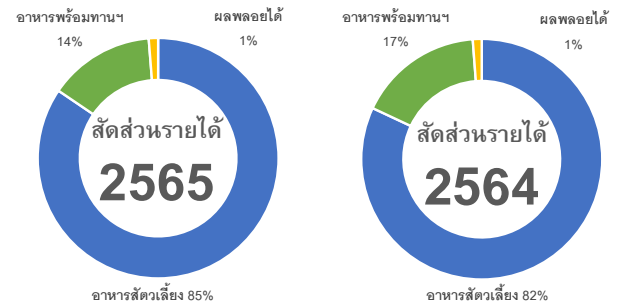
บริษัท ได้เสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในเดือนตุลาคมที่ผ่านมา และนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเริ่มทำการซื้อขายในตลาดเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565

สำหรับปี 2565 ปริมาณขายเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 17 เมื่อเทียบกับปีก่อน จาก 37,777 ตัน มาอยู่ที่ 44,210 ตัน ปริมาณขายที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง เนื่องจากอุปสงค์ที่แข็งแกร่งเกือบตลอดทั้งปี โดยเฉพาะจากตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา แม้ว่าเราจะเห็นสัญญาณชะลอตัวในช่วงปลายไตรมาส 4 ที่ผ่านมามี

รายได้จากการขายรวมสำหรับปี 2565 (รวมรายการขายระหว่างกัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน มาอยู่ที่ 7,174 ล้านบาท มาจากการเติบโตของยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงจากอุปสงค์ที่เติบโตแข็งแกร่ง และยอดขายอาหารพร้อมรับประทานบรรจุภาชนะปิดผนึกที่มีอุปสงค์กลับมาหลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิดคลี่คลาย และค่าขนส่งสินค้าทางเรือปรับลดลง

รายได้จากอาหารสัตว์เลี้ยงมีส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 85 เมื่อเทียบกับร้อยละ 82 ในปีก่อนหน้า โดยที่รายได้จากการขายอาหารพร้อมรับประทานบรรจุภาชนะปิดผนึก เพิ่มขึ้นมาอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของบริษัท

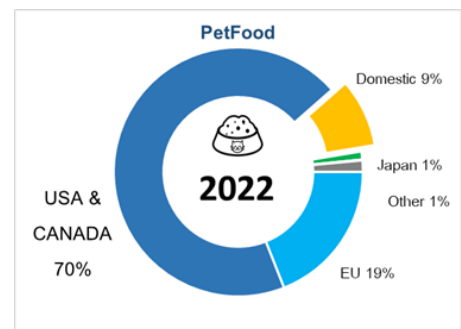
สัดส่วนรายได้ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	2565	2564	เปลี่ยนแปลง %
ปริมาณขาย (ตัน)	44,210	37,777	17%
อาหารสัตว์เลี้ยง	34,754	28,314	23%
อาหารพร้อมทานฯ	6,350	6,342	0%
ผลพลอยได้ เช่น ปลาป่น	3,106	3,120	0%
รายได้ขาย (ล้านบาท)	7,174	5,057	42%
อาหารสัตว์เลี้ยง	6,061	4,146	46%
อาหารพร้อมทานฯ	1,023	851	20%
ผลพลอยได้ เช่น ปลาป่น	90	60	49%



หมายเหตุ : รายได้และยอดขายในตารางข้างต้นเป็นยอดรวมรายการระหว่างกัน

ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

ยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยง (ล้านบาท)	ไตรมาส 4 ปี 65	ไตรมาส 4 ปี 64	เปลี่ยนแปลง %
กลุ่มรับจ้างผลิต (OEM)	1,403	1,058	33%
กลุ่มแบรนด์ของตนเอง	37	33	14%
กลุ่มสินค้าผลพลอยได้ เช่น ปลาป่น	21	14	45%
	2565	2564	เปลี่ยนแปลง %
กลุ่มรับจ้างผลิต (OEM)	5,909	4,049	46%
กลุ่มแบรนด์ของตนเอง	152	96	58%
กลุ่มสินค้าผลพลอยได้ เช่น ปลาป่น	90	60	49%



รายได้ส่วนใหญ่ในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นรายได้จากการรับจ้างผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียกภายใต้แบรนด์ของลูกค้า ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงชั้นนำในระดับสากล โดยมีรายได้จากการขายอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ของตนเอง คิดเป็นสัดส่วนเพียงราวร้อยละ 2.5 ของยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงทั้งหมดของบริษัท

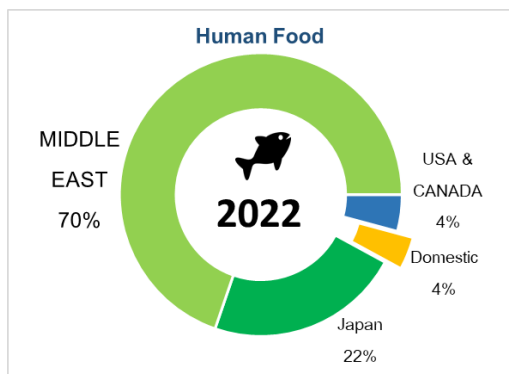
รายได้อาหารสัตว์เลี้ยงจากการรับจ้างผลิตในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เติบโตขึ้นร้อยละ 33 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า มาอยู่ที่ 1,403 ล้านบาท โดยรายได้สำหรับปี 2565 เติบโตขึ้นร้อยละ 46 มาอยู่ที่ 5,909 ล้านบาท จากการที่อุปสงค์ในอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียกเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารแมว โดยที่ตลาดสำคัญยังคงเป็นตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดยุโรป

ในช่วงเดือนมกราคม ปี 2566 โครงการขยายไลน์การผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงของบริษัทแล้วเสร็จและเริ่มใช้ได้ตามแผน ทำให้บริษัทมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีกราว 7,500 ตัน ทำให้บริษัทมีกำลังการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียกรวม 49,500 ตันต่อปี ซึ่งช่วยลดแรงกดดันในกระบวนการผลิตของบริษัท ทั้งยังเอื้อต่อการหาลูกค้ารายใหม่ ๆ เข้ามาร่วมธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่อุปสงค์ในตลาดสหรัฐอเมริกาจากลูกค้าเดิมมีแนวโน้มชะลอตัว บริษัทฯ ยังเดินหน้าขยายกำลังการผลิตตามแผนการขยายกำลังการผลิตให้เป็น 82,000 ตัน และคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2568 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2565 รายได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ของบริษัท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 มาอยู่ที่ 37 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า ในขณะที่รายได้สำหรับ ปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 58 มาอยู่ที่ 152 ล้านบาท จากการที่มีการปรับกลยุทธ์ทางการขายและมีการทำแผนการตลาดที่เข้มข้นขึ้นในประเทศไทยเป็นสำคัญ การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness) และยอดขายภายในประเทศของทั้งแบรนด์ “มองชู” และ “ฮาจิโกะ” ดีขึ้นจากการที่มีการเปิดตัวพีเซนส์เตอร์ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ วางแผนที่จะเพิ่มช่องทางทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขายในอนาคต โดยที่ปัจจุบัน การเติบโตของยอดขายภายใต้แบรนด์ของบริษัทในประเทศไทยยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อแผนการเพิ่มของยอดขายของแบรนด์ให้มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 10 ตามแผนกลยุทธ์ของบริษัท ในขณะที่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ “มองชู” ของ “โททยา” ในประเทศจีนยังคงได้รับผลกระทบจากมาตรการจำกัดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของจีนที่ยังคงเข้มข้น โดยคาดว่ามาตรการที่ผ่อนคลายลงในช่วงต้นปี 2566 จะทำให้บริษัทสามารถเพิ่มช่องทางขายและวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้ ทำให้ยอดขายแบรนด์ “มองชู” ในประเทศจีนเติบโตได้ตามแผน เช่นเดียวกับในประเทศไทย

ผลประกอบการของโรงงานอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเม็ดของบริษัท “โททยา เหม่ยซือ” ในประเทศจีนยังไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจเช่นกัน และยังมีผลขาดทุนเนื่องจากยังมีการผลิตน้อย ทั้งจากการแข่งขันภายในประเทศที่ค่อนข้างรุนแรงและต้นทุนวัตถุดิบที่อยู่ในระดับสูง บริษัทฯ คาดว่านโยบายที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่อนคลายลง จะทำให้โรงงานอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเม็ดมีโอกาสที่จะเดินหน้าตามแผนกลยุทธ์ และรับจ้างผลิตจากแบรนด์ต่างประเทศได้

ธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก



ปริมาณการส่งออกของธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ทูน่า ในไตรมาส 4 ปี 2565 ลดลงร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนจาก 1,838 ตัน เหลือ 1,402 ตัน อุปสงค์เริ่มชะลอตัวจากการที่ราคาทูน่าอยู่ในระดับสูง แม้ว่าค่าขนส่งปรับตัวลดลง ตลาดสำคัญยังคงเป็นกลุ่มประเทศในตะวันออกกลางและญี่ปุ่น รายได้จากการขายลดลงเล็กน้อย มาอยู่ที่ 247 ล้านบาท ซึ่งลดลงน้อยกว่าปริมาณการขายเนื่องจากราคาทูน่าปรับตัวสูงขึ้น

สำหรับปี 2565 ปริมาณขายใกล้เคียงกับปีก่อน อยู่ที่ราว 6,350 ตัน ทั้งนี้ตลาดตะวันออกกลางยังคงเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของธุรกิจทูน่า รายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีก่อน มาอยู่ที่ 1,023 ล้านบาท (ปี 2564:851 ล้านบาท)

การวิเคราะห์ทางการเงิน
การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 4 2565		ไตรมาส 4 2564		เปลี่ยนแปลง	ไตรมาส 3 2565		เปลี่ยนแปลง
	Mil. THB	% to sales	Mil. THB	% to sales		%	Mil. THB	
รายได้จากการขายและบริการ	1,701	100.0	1,342	100.0	26.8	1,958	100.0	(13.1)
ต้นทุนขายและบริการ	(1,358)	(79.8)	(1,085)	(80.9)	25.1	(1,548)	(79.1)	(12.3)
กำไรขั้นต้น	343	20.2	256	19.1	33.8	410	20.9	(16.4)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(116)	(6.8)	(96)	(7.1)	21.7	(125)	(6.4)	(7.2)
กำไรจากการดำเนินงาน	227	13.3	161	12.0	41.0	285	14.5	(20.5)
รายได้อื่น	17	13.3	13	12.0	41.0	18	14.5	(20.5)
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	99	1.0	25	1.0	27.8	(71)	0.9	(9.2)
ค่าใช้จ่ายอื่น	(1)	5.8	1	1.9	294.6	(1)	(3.6)	(240.7)
ต้นทุนทางการเงิน	(6)	(0.4)	(3)	(0.3)	72.5	(11)	(0.6)	(45.1)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	336	19.8	197	14.7	70.9	221	11.3	52.1
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	(36)	(2.1)	4	0.3	(958.6)	(26)	(1.3)	38.3
กำไรสุทธิ	300	17.7	201	15.0	49.6	195	10.0	53.9
กำไรต่อหุ้น	0.14		0.09			0.11		

รายได้จากการขายและบริการ

ในไตรมาส 4 ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการรวม 1,701 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.8 จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยเพิ่มจากกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง ในขณะที่กลุ่มอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดฉนึกรายได้ลดลงเล็กน้อย

กำไรขั้นต้น

ไตรมาส 4 ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 343 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 20.2 ของรายได้จากการขายและบริการ เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ ร้อยละ 19.1 เมื่อช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น ในขณะที่ต้นทุนวัตถุดิบในไตรมาส 4 ปี 2565 ไม่ได้มีความผันผวนมากนัก แม้ว่าจะยังมีราคาค่อนข้างสูง ในขณะที่เงินเหรียญสหรัฐค่อนข้างแข็งค่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า แม้ว่าจะกลับมาอ่อนค่าขึ้นช่วงปลายไตรมาส

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ไตรมาส 4 ปี 2565 มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 116 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากค่าโฆษณาสินค้ากลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ของบริษัทจากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีกิจกรรมทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยราว 8 ล้านบาท

นอกจากนี้ บริษัทยังมีกำไรราว 99 ล้านบาทจากอัตราแลกเปลี่ยนในไตรมาส 4 ปี 2565 เนื่องจาก เงินเหรียญสหรัฐมีการอ่อนค่าลงในช่วงปลายไตรมาสในขณะที่บริษัทมีการขายเงินเหรียญสหรัฐล่วงหน้าจำนวนหนึ่งตามนโยบายการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของบริษัท

ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินสำหรับงวดไตรมาส 4 ปี 2565 อยู่ที่ราว 6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นราว 3 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทได้มีการกู้เงินระยะสั้นเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุน

ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้

ไตรมาส 4 ปี 2565 อัตราภาษีที่แท้จริง (effective tax rate) คิดเป็นร้อยละ 10.6 ต่ำลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าจากการที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้สิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุน (BOI) ใหม่ได้มากขึ้น

กำไรสุทธิและกำไรต่อหุ้น

ไตรมาส 4 ปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 17.7 (ไตรมาส 4 ปี 2564:ร้อยละ 15.0, ไตรมาส 3 ปี 2565:ร้อยละ 10.0) โดยมีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.14 บาท/หุ้น

งบกำไรขาดทุน	2565		2564		เปลี่ยนแปลง %
	Mil. THB	% to sales	Mil. THB	% to sales	
รายได้จากการขายและบริการ	7,124	100.0	4,985	100.0	42.9
ต้นทุนขายและบริการ	(5,709)	(80.1)	(3,932)	(78.9)	45.2
กำไรขั้นต้น	1,414	19.9	1,054	21.1	34.2
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(425)	(6.0)	(338)	(6.8)	25.7
กำไรจากการดำเนินงาน	990	13.9	716	14.4	38.3
รายได้อื่น	72	1.0	51	1.0	41.1
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	(44)	(0.6)	(42)	(0.8)	6.5
ค่าใช้จ่ายอื่น	1	0.0	(2)	(0.0)	(128.3)
ต้นทุนทางการเงิน	(33)	(0.5)	(7)	(0.1)	384.7
กำไรก่อนภาษีเงินได้	985	13.8	716	14.4	37.5
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	(126)	(1.8)	(77)	(1.6)	62.5
กำไรสุทธิ	859	12.1	639	12.8	34.4
กำไรต่อหุ้น	0.48		0.38		

รายได้จากการขายและบริการ

สำหรับปี 2564 และ ปี 2565 รายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ 4,985 ล้านบาทและ 7,124 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.9 เนื่องจากการเติบโตของทั้งธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงและธุรกิจอาหารพร้อมทานบรรจุภาชนะปิดผนึก

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นสำหรับปี 2565 เท่ากับ 1,414 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปีอยู่ที่ร้อยละ 19.9 ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 21.1 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งชดเชยได้บางส่วนจากการที่ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเท่ากับ 425 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการทำโปรโมชันและค่าโฆษณาสำหรับแบรนด์ “มองชู” และ “ฮาจิโกะ” ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอีกราว 8 ล้านบาทรวมอยู่ด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีสัดส่วนลดลงเมื่อเทียบกับยอดขาย ชดเชยอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงได้บางส่วน

ต้นทุนทางการเงิน

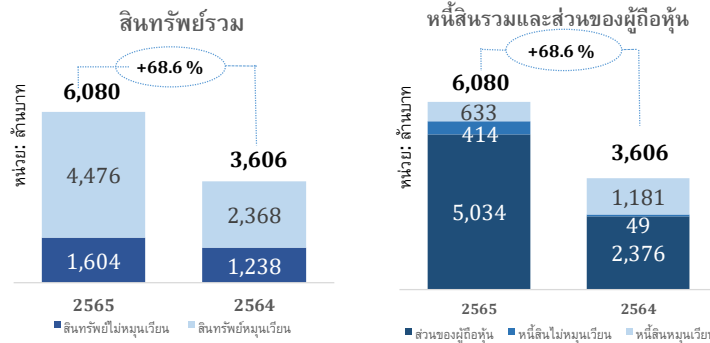
กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินสำหรับปี 2565 อยู่ที่ราว 33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยเกิดจากเงินกู้ระยะสั้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุนในระหว่างปี

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (รายได้)

สำหรับปี 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตราภาษีที่แท้จริง (effective tax rate) เท่ากับร้อยละ 12.8 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 10.8 ในปีก่อนหน้า เนื่องจากบริษัทใช้สิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุนฉบับเดิมหมดจากการที่บริษัททำกำไรได้ดี แม้ว่าสิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุนฉบับใหม่เข้ามาในระหว่างปีและได้เริ่มใช้แล้วในช่วงปลายปี 2565

กำไรสุทธิและกำไรต่อหุ้น

กำไรสุทธิสำหรับปี 2565 ของกลุ่มบริษัทฯอยู่ที่ 859 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 639 ล้านบาท อัตรากำไรสุทธิสำหรับปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 12.1 ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 12.8 ในปี 2564 กำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.48 บาท/หุ้น (คิดจากจำนวนหุ้นถัวเฉลี่ย เนื่องจากมีการเพิ่มทุนในระหว่างปี จาก 1,700 ล้านหุ้น เป็น 2,125 ล้านหุ้น)

งบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นราว 2,473 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 68.6 จาก 3,606 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เป็น 6,080 ล้านบาท โดยมีเงินสดเพิ่มขึ้นราว 1,462 ลบ. เนื่องจากมีเงินได้จากการขายหุ้นเพิ่มทุน ในขณะที่ ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นราว 374 ล้านบาท และ 125 ล้านบาท ตามลำดับ ตามการเติบโตของยอดขาย

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 อยู่ที่ 1,353 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 276 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.6 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนปรับปรุงขยายอาคารและเพิ่มเติมสายการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม 1,046 ล้านบาท ลดลง 184 ล้านบาท จาก 1,230 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 จากการที่มีหนี้สินระยะสั้นลดลงเป็นสำคัญ เนื่องจากนำเงินได้จากการขายหุ้นเพิ่มทุนไปชำระคืน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 5,034 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,657 ล้านบาท จาก 2,376 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ เพิ่มขึ้นเกิดจากการบันทึกส่วนเกินทุนจากการจำหน่ายหุ้นเป็นเกณฑ์ราว 1,890 ล้านบาท และส่วนที่เหลือเป็นการเพิ่มขึ้นจากกำไรระหว่างปี หักด้วยเงินปันผลจ่ายจำนวน 512 ล้านบาท

กระแสเงินสด

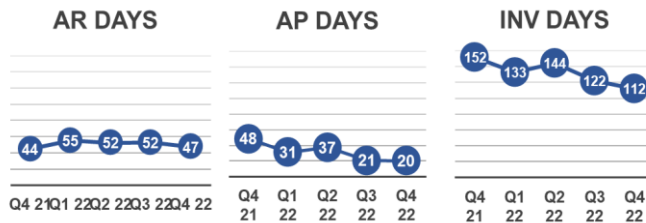
	2565	2564	เปลี่ยนแปลง
หน่วย: ล้านบาท			
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษี	985	716	268
รายการปรับปรุง:			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	174	154	20
รายการปรับปรุงอื่นๆ	33	(0)	33
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(102)	33	(135)
ต้นทุนทางการเงิน สุทธิ	33	7	26
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียน	1,122	910	212
ลดลง (เพิ่มขึ้น) ในสินทรัพย์ดำเนินงาน	(587)	(701)	115
เพิ่มขึ้น (ลดลง) ในหนี้สินดำเนินงาน	8	108	(100)
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	543	317	226
จ่ายดอกเบี้ย สุทธิ	(35)	(5)	(30)
จ่ายภาษีเงินได้ สุทธิ	(101)	(45)	(56)
เงินสดสุทธิใช้ไปจากการดำเนินงาน	407	268	140

กิจกรรมการดำเนินงาน

กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน สำหรับปี 2564 และ 2565 เท่ากับ 910 ล้านบาท และ 1,122 ล้านบาท ตามลำดับ โดยการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดดังกล่าวเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของกำไรจากการดำเนินงานในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นสำคัญ

เงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: ล้านบาท	2565	2564	เปลี่ยนแปลง
สินค้าคงเหลือ	1,754	1,630	125
ลูกหนี้การค้า	981	607	374
เงินสด และ สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	1,740	132	1,608
เจ้าหนี้การค้า	(313)	(517)	204
เจ้าหนี้อื่น	(58)	(22)	(36)
ทุนหมุนเวียนสุทธิ	4,105	1,829	2,276
จำนวนวัน สินค้าคงเหลือ	112	152	(40)
จำนวนวัน ลูกหนี้การค้า	47	44	3
จำนวนวัน เจ้าหนี้การค้า	20	48	(28)



กระแสเงินสดใช้ไปจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานสำหรับปี 2565 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ตามการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของปริมาณคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ส่งผลให้บริษัทมีกระแสเงินสดจาก (ใช้ไป) ในกิจกรรมดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 เท่ากับ 268 ล้านบาท และ 407 ล้านบาท ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวนวันลูกหนี้ และจำนวนวันสินค้าคงเหลือ เท่ากับ 47 วัน และ 112 วันตามลำดับ จำนวนวันลูกหนี้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามการเติบโตของยอดขายของกลุ่มบริษัทฯ กับลูกค้าที่มีเครดิต ในขณะที่จำนวนวันสินค้าคงเหลือดีขึ้นเนื่องจากสินค้าสามารถส่งออกได้เร็วขึ้นจากการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการที่การขนส่งระหว่างประเทศเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

	หน่วย: ล้านบาท		
	2565	2564	เปลี่ยนแปลง
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
ซื้ออาคารและอุปกรณ์	(439)	(297)	(142)
จำหน่ายอุปกรณ์	1	1	(0)
เงินฝากที่ภาระค่าประกันลดลง	19	-	19
เงินให้กู้ยืมบริษัทแม่	-	(131)	131
ให้กู้ยืมแก่บริษัทรวมค่า	5	(0)	6
เงินสดสุทธิใช้ไปกิจกรรมลงทุน	(415)	(428)	13
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินกู้ยืมจากธนาคารเพิ่มขึ้น	(226)	242	(468)
ชำระคืนเงินกู้ยืม	(75)	(100)	25
ชำระคืนเงินต้นหนี้สินระยะยาว	(13)	(22)	8
เงินสดรับจากการเพิ่มทุน	2,299	-	2,299
จ่ายเงินปันผล	(512)	(0)	(512)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	1,473	120	1,353
ผลต่างจากการแปลงค่าเงินเพิ่มขึ้น	(3)	3	(6)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด(ลดลง)เพิ่มขึ้นสุทธิ	1,462	(37)	1,499
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	46	83	(37)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	1,508	46	1,462

กิจกรรมการลงทุน

บริษัทมีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนของบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 เท่ากับ 428 ล้านบาท และ 415 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ สำหรับปี 2565 บริษัทได้มีการลงทุนขยายกำลังการผลิตสำหรับสายการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงและเครื่องจักรและอุปกรณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับปริมาณคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเจ้าของแบรนด์ผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการจัดหาเงิน

สำหรับปี 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 120 ล้านบาท และ 1,473 ล้านบาท ตามลำดับ กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินสุทธิของบริษัทส่วนใหญ่มาจากกระแสเงินสดรับจากการจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนในเดือนตุลาคมที่ผ่านมา และมีการใช้คืนเงินกู้ระยะสั้นแล้วตามแผนการใช้เงินที่ปรากฏในหนังสือชี้ชวนฯ ในขณะที่บริษัทมีการประกาศจ่ายเงินปันผลในระหว่างงวดราว 512 ล้านบาท จากผลประกอบการของปี 2564 และเงินปันผลระหว่างกาลจากผลประกอบการงวดครึ่งปีของปี 2565

งบแสดงฐานะการเงิน (ล้านบาท)	2565	%	2564	%	เปลี่ยนแปลง
					%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,508	24.8	46	1.3	3181.8
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	981	16.1	607	16.8	61.7
สินค้าคงเหลือ	1,754	28.9	1,630	45.2	7.7
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	232	3.8	86	2.4	170.1
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,476	73.6	2,368	65.7	89.0
เงินฝากธนาคารและที่มีภาระค้ำประกัน	0	0.0	19	0.5	-100.0
เงินลงทุน	34	0.6	59	1.6	-41.9
เงินให้กู้ระยะยาว	18	0.3	0	0.0	n/a
ทรัพย์สินถาวร	1,353	22.3	1,077	29.9	25.6
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	198	3.3	83	2.3	137.6
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,604	26.4	1,238	34.3	29.5
รวมสินทรัพย์	6,080	100.0	3,606	100.0	68.6
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น	0	0.0	496	13.7	-100.0
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	492	8.1	517	14.3	-4.9
เงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดภายในหนึ่งปี	70	1.2	98	2.7	-28.3
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	71	1.2	71	2.0	0.2
รวมหนี้สินหมุนเวียน	633	10.4	1,181	32.8	-46.4
เงินกู้ยืมระยะยาว	200	3.3	0	0.0	n/a
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	214	3.5	49	1.4	338.3
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	414	6.8	49	1.4	748.8
รวมหนี้สิน	1,046	17.2	1,230	34.1	-14.9
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,034	82.8	2,376	65.9	111.8
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,080	100.0	3,606	100.0	68.6

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ไตรมาส			อัตราความสามารถในการทำกำไร	ไตรมาส		
	4/2565	4/2564	3/2565		4/2565	4/2564	3/2565
อัตรากำไรขั้นต้น							
การเติบโตของยอดขาย	26.8%	14.6%	59.4%	ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น*	17.1%	26.8%	31.3%
การเติบโตของกำไรสุทธิ	49.6%	40.3%	49.9%	ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์**	14.1%	17.7%	16.1%
				อัตราส่วนหมุนเวียนทรัพย์สิน	117.2%	138.2%	143.7%
อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน				อัตรากำไรสุทธิ	17.7%	15.0%	10.0%
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน	7.1	2.0	1.5	อัตรากำไรขั้นต้น	20.2%	19.1%	20.9%
อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว	3.9	0.6	0.6	* ใช้กำไรสุทธิ 4 ไตรมาสย้อนหลังหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นสิ้นไตรมาส			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.2	0.5	0.9	** ใช้กำไรสุทธิ 4 ไตรมาสย้อนหลังหารด้วยสินทรัพย์รวมในสิ้นไตรมาส			
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(0.3)	0.2	0.6	** ใช้รายได้ 4 ไตรมาสย้อนหลังหารด้วยสินทรัพย์รวมในสิ้นไตรมาส			

คาดการณ์ภาพรวมปี 2566

ปี 2566 บริษัทคาดว่าจะมีรายได้จากการขายเติบโตมากกว่าร้อยละ 15 ชะลอลงจากการเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี 2562 - 2565 ที่เติบโตเฉลี่ยที่ราวร้อยละ 18 ทำรายได้รวมราว 8.3 พันล้านบาท โดยมีการเติบโตในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ คาดว่า การเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียกจะยังเติบโตได้มากกว่าร้อยละ 15 จากการที่อุปสงค์ของกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงทั่วโลกยังคงแข็งแกร่ง แม้ว่าจะมีปัญหาด้านเศรษฐกิจและกำลังซื้ออยู่บ้าง โดยมีเป้าหมายอยู่ที่ 7.2 พันล้านบาท การเพิ่มกำลังการผลิตราว 7,500 ตันในช่วงต้นปี 2566 จะเป็นปัจจัยหนุนให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขาย รองรับการผลิตของลูกค้านำเข้าสำคัญของบริษัท ทั้งยังสามารถทำให้บริษัทเปิดรับโอกาสในการรับจ้างผลิตจากลูกค้ารายใหม่ ๆ ในขณะที่บริษัทคาดหวังว่า ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่เป็นแบรนด์ของบริษัทจะสามารถเติบโตอย่างมีนัยสำคัญทั้งในประเทศไทยและจีน รวมถึงจะสามารถสร้างโอกาสทำตลาดในประเทศแถบเอเชีย รวมถึงตะวันออกกลางได้ด้วย

รายได้จากธุรกิจผู้นำสำหรับปี 2566 คาดว่าจะเติบโตอีกราวร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับปี 2565 มาอยู่ที่ราว 1.1 พันล้านบาท อุปสงค์ได้รับปัจจัยบวกจากการที่ค่าระวางเรือลดต่ำลง และปัญหาเรื่องการขนส่งทางเรือระหว่างประเทศกลับเข้าสู่ภาวะปกติ โดยตลาดสำคัญยังคงเป็นประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง

กลุ่มบริษัทฯ คาดว่า จะสามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2566 ให้อยู่ในระดับร้อยละ 19 - 20 ของรายได้จากการขายได้ เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบมีทิศทางที่มีเสถียรภาพมากขึ้น และบริษัทเชื่อว่ายังคงสามารถบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนและต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแผนการดำเนินงานของบริษัท ในขณะที่ต้นทุนของเงินกู้ยังคงอยู่ในระดับต่ำ และมีสภาพคล่อง ตลอดจนเงินสด เพียงพอกับการลงทุนตามแผนการขยายกำลังการผลิตและการสร้างคลังสินค้าอัตโนมัติแห่งที่ 2 ของบริษัทในปี 2566