

MINT สร้างการเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน 21% ในไตรมาส 4 ปี 2568 และ 16% สำหรับงวดเต็มปี 2568 ตอกย้ำคุณภาพกำไร ความแข็งแกร่งของฐานะการเงิน และการขยายธุรกิจด้วยโมเดล Asset-Light

กรุงเทพฯ ประเทศไทย – บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (“MINT”) รายงานผลการดำเนินงานอีกหนึ่งไตรมาสที่แข็งแกร่งและมีคุณภาพ โดยกำไรจากการดำเนินงาน ในไตรมาส 4 ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เป็น 3,472 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับทั้งปี 2568 อยู่ที่ 9,700 ล้านบาท สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มธุรกิจระดับโลกที่หลากหลาย และการดำเนินงานอย่างมีวินัย

ผลการดำเนินงานได้รับแรงหนุนจากความต้องการด้านการเดินทางทั่วโลกที่ยังคงแข็งแกร่งในตลาดหลักของ MINT กลยุทธ์ด้านราคาและการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจโรงแรม รวมถึงนวัตกรรมสินค้าและการขยายเครือข่ายร้านอาหารอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำกำไร อีกทั้งวินัยด้านต้นทุนและการบริหารเงินทุนเชิงรุก ช่วยแปลงการเติบโตของรายได้ให้เป็นกำไรที่มีคุณภาพสูงขึ้น และเสริมความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ขณะเดียวกัน MINT ยังคงเดินหน้าเสริมความแข็งแกร่งของฐานะทางการเงินอย่างต่อเนื่อง การลดระดับหนี้ควบคู่กับการเติบโตของผลกำไรช่วยให้อันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตปรับตัวดีขึ้นและส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยลดลง ณ สิ้นปี 2568 อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ 0.86 เท่า จาก 0.90 เท่า ในไตรมาสปriorหน้า ขณะที่อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อ EBITDA ลดลงมาอยู่ที่ 4.60 เท่า จาก 4.66 เท่า ในไตรมาส 3 ปี 2568 สะท้อนถึงการจัดสรรเงินทุนอย่างมีวินัยและการบริหารงบดุลอย่างมีประสิทธิภาพ

ไมเนอร์ โฮเทลส์: การเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPar) การดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมหลายภูมิภาคทั่วโลก และการเร่งขยายด้วยโมเดล Asset-Light

ไมเนอร์ โฮเทลส์มีกำไรจากการดำเนินงานในไตรมาส 4 ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 32 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในยุโรป ประเทศไทย และมัลดีฟส์ รวมถึงส่วนแบ่งกำไรที่เพิ่มขึ้นจากการขายยูนิตในโครงการที่พักอาศัย สำหรับปี 2568 กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 32% ขณะที่กำไรสุทธิตามงบการเงิน (reported net profit) เพิ่มขึ้น 38%

- **ยุโรปและอเมริกา:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPar) เติบโต ร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากการเพิ่มขึ้นของอัตราราคาห้องพักเฉลี่ย (ADR) ร้อยละ 4 จากการบริหารราคาอย่างมีวินัยและอุปสงค์ที่แข็งแกร่งทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและลูกค้าองค์กร ยุโรปกลางและอิตาลีได้รับแรงหนุนจากการเดินทางเพื่อธุรกิจและกิจกรรมการเดินทางเพื่อธุรกิจ การประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (MICE) ขณะที่สเปนและกลุ่มประเทศเบเนลักซ์มีการเติบโตทั้งจากการเดินทางเพื่อธุรกิจและสัปดาห์การ
- **ประเทศไทย:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPar) เพิ่มขึ้นโดดเด่นถึงร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สูงกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ จากการปรับเพิ่มของอัตราราคาห้องพักเฉลี่ย (ADR) หลังการปรับปรุงโรงแรมหลัก และผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยววิเศษ

- **ผลลัพธ์:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPar) เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนจากตลาดต้นทางที่หลากหลาย อาทิ รัสเซีย สหราชอาณาจักร เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา

ในไตรมาสที่ผ่านมา การขยายธุรกิจเชิงกลยุทธ์มีความคืบหน้าอย่างรวดเร็ว ด้วยการเปิดโรงแรมใหม่ในตะวันออกกลาง ละตินอเมริกา และเอเชียเนีย ควบคู่กับการลงนามสัญญาบริหารโรงแรมมากกว่า 10 แห่ง ซึ่งรวมถึงการเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา การขยายธุรกิจเพิ่มเติมในประเทศจีน ประเทศไทย ประเทศอินเดีย และประเทศออสเตรเลีย การเปิดตัวแบรนด์ Colbert Collection ในสหราชอาณาจักร และโครงการที่พักอาศัยภายใต้แบรนด์โรงแรม (Branded Residences) แบบสแตนด์อโลนแห่งแรกของ MINT ในตะวันออกกลาง

ธุรกิจ Branded Residences กำลังก้าวขึ้นเป็นกลไกการเติบโตที่มีอัตรากำไรสูง โดยปัจจุบันประมาณร้อยละ 20 ของโครงการในแผนการพัฒนา (Pipeline) ของโรงแรมมีองค์ประกอบของที่พักอาศัย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายเงินลงทุนและสร้างรายได้ค่าธรรมเนียมที่มีความสม่ำเสมอในระยะยาว

การเติบโตของโครงการในแผนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนี้ ดอกเบี้ยการเปลี่ยนผ่านของ MINT สู่โครงสร้างรายได้แบบ Asset-Light และ Fee-based มากยิ่งขึ้น ช่วยเพิ่มผลตอบแทนจากเงินลงทุน พร้อมลดความเข้มข้นของการใช้เงินทุนในงบดุล

ไมเนอร์ ฟู้ด: แแบรนด์ที่ขยายตัวได้ดี โมเมนตัมแฟรนไชส์ และแรงขับเคลื่อนการเติบโตระดับภูมิภาค

ไมเนอร์ ฟู้ดรายงานการเติบโตของกำไรจากการดำเนินงานในไตรมาส 4 ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีแรงหนุนจากการปรับปรุงผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญในประเทศออสเตรเลียและจีน ภายหลังการดำเนินกลยุทธ์ด้านแบรนด์และการบริหารจัดการร้านอย่างตรงจุด สำหรับปี 2568 กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 5% ขณะที่กำไรสุทธิตามงบการเงินเพิ่มขึ้น 19%

พอร์ตธุรกิจร้านอาหารของ MINT ยังคงแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยโอกาสการเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านโมเดลแฟรนไชส์และ Asset-Light

จุดเด่นสำคัญ ได้แก่

- การพัฒนานวัตกรรมสินค้าเพื่อตอบสนองโจทย์ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องของแบรนด์ GAGA, Burger King และ Bonchon ช่วยสนับสนุนจำนวนลูกค้าและยอดขายสาขาเดิม
- การเปิดตัวแพลตฟอร์มเพื่อสุขภาพและสัลด์บาร์รูปแบบขยายของ Sizzler Thailand ในกรุงเทพฯ มอบประสบการณ์การรับประทานอาหารระดับพรีเมียมตลอดทั้งวัน
- การเปิดร้านใหม่สุทธิ 32 สาขาในไตรมาส 4 ปี 2568 โดยส่วนใหญ่มาจากแฟรนไชส์ Bonchon, GAGA และ Dairy Queen ในประเทศไทย รวมถึงการเปิดร้าน GAGA และ Dairy Queen ในประเทศอินโดนีเซีย
- การนำแบรนด์ Poulet เข้าสู่ตลาดอินโดนีเซีย ช่วยเสริมความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มธุรกิจในประเทศ

ความสนใจจากพันธมิตรแฟรนไชส์ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความแข็งแกร่งของแบรนด์ โมเดลธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนต่อหน่วยในระดับที่ดีของร้านที่น่าสนใจ และระบบการดำเนินงานที่พิสูจน์แล้ว โดยอินโดนีเซียเริ่มก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการเติบโตระดับภูมิภาค ขณะเดียวกัน MINT ได้เริ่มขยายธุรกิจเข้าสู่ประเทศอินเดีย ผ่านการเปิดร้านภายใต้แบรนด์ Sanook Kitchen และ Scoop Wonder

บุคลากรและแพลตฟอร์ม: เครื่องยนต์การดำเนินงานระดับโลก

เบื้องหลังความสำเร็จของ MINT คือทีมงานระดับโลกที่ดำเนินงานในกว่า 65 ประเทศ การลงทุนอย่างต่อเนื่องในศักยภาพผู้นำ มาตรฐานแบรนด์ ระบบดิจิทัล และความเป็นเลิศในการดำเนินงาน ช่วยเสริมความสามารถในการขยายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพในทุกภูมิภาคและทุกแบรนด์

แพลตฟอร์มของ MINT เอื้อต่อการบูรณาการสัญญาบริหารโรงแรมใหม่ (new management contracts) อย่างรวดเร็ว การสนับสนุนแฟรนไชส์อย่างมีประสิทธิภาพ และการส่งมอบประสบการณ์ที่สม่ำเสมอแก่ลูกค้าและผู้เข้าพักในทุกตลาด ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการเร่งการเติบโตสู่โมเดล Asset-Light

ความยั่งยืนและการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบ

ความยั่งยืนยังคงเป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์ระยะยาวของ MINT ทั้งในธุรกิจไมเนอร์ โฮเทลส์ และไมเนอร์ ฟู้ด บริษัทเดินทางดำเนินโครงการด้านประสิทธิภาพพลังงาน การลดของเสีย การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

โครงการเหล่านี้ไม่เพียงสนับสนุนผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเท่านั้น แต่ยังช่วยเสริมความสามารถในการปรับตัวและเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว และการบริหารความเสี่ยง ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

นายดิลลิต ราชกาเรีย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม MINT ให้ความเห็นว่า

“ผลการดำเนินงานในปี 2568 สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มธุรกิจระดับโลกที่มีความหลากหลายของ MINT และความสามารถของเราในการแปลงโมเมนตัมของรายได้ให้เป็นกำไรที่มีคุณภาพสูงขึ้น เราก้าวเข้าสู่ปี 2569 ด้วยความชัดเจนของการเติบโต ฐานะการเงินที่แข็งแกร่งขึ้น และแรงส่งที่แรงตัวของกลยุทธ์การขยายธุรกิจแบบ Asset-Light”

เขากล่าวเพิ่มเติมว่า

“สำหรับไมเนอร์ โฮเทลส์ เราคาดว่าจะมีอีกหนึ่งปีที่สร้างสถิติใหม่ของการลงนามสัญญาบริหารโรงแรมและสัญญา Master Agreement สำหรับการขยายโรงแรมในหลายโครงการควบคู่กับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจที่พักอาศัยภายใต้แบรนด์โรงแรม (Branded Residences) โดยปัจจุบันโครงการที่พักอาศัยหลายแห่งได้ถูกวางไว้เพื่อสนับสนุนรายได้ประจำในระยะยาว โดยคาดว่าจะยอดขายจากโครงการ Kiara Reserve Phuket มูลค่า 3 พันล้านบาท อยู่ในระดับมากกว่า 50% แล้ว และมีกำหนดส่งมอบครบในปี 2569 ซึ่งจะช่วยสร้างกระแสเงินสดเพิ่มเติมให้กับบริษัท ขณะที่ไมเนอร์ ฟู้ด เรายังเห็นโอกาสการขยายธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอินเดีย จากแบรนด์ที่ขยายตัวได้ดีและความต้องการแฟรนไชส์ที่สูง เรายังคงมุ่งเน้นการจัดสรรเงินทุนอย่างมีวินัย ความเป็นเลิศในการดำเนินงาน และการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อสร้างมูลค่าในระยะยาวให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง”

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (MINT) เป็นบริษัทระดับโลกที่มุ่งเน้นในสองธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร MINT เป็นเจ้าของ ผู้บริหาร และนักลงทุนในโรงแรม โดยมีพอร์ตโฟลิโอจำนวน 636 แห่ง ภายใต้แบรนด์ Anantara, Avani, Oaks, Tivoli, NH Collection, NH, nhow, Elewana, The Wolseley, Colbert Collection, Minor Reserve Collection, iStay, Four Seasons, St. Regis, JW Marriott และ Radisson Blu ใน 63 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง แอฟริกา คานสมุทรอินเดีย ยุโรป และอเมริกา (รวมโรงแรมที่บริษัทลงทุนเองที่จะเปิดตัวในอนาคตและกิจการร่วมค้าที่ได้มีข้อผูกพันแล้ว ตลอดจนโรงแรมภายใต้การเข้าบริหารและสัญญาจ้างบริหารที่เซ็นสัญญาแล้ว) นอกจากนี้ MINT ยังเป็นหนึ่งในบริษัทร้านอาหารรายใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีร้านอาหารมากกว่า 2,746 สาขา(รวมสัญญาแฟรนไชส์ที่ได้ลงนามแล้ว) ใน 26 ประเทศ ภายใต้แบรนด์ The Pizza Company, The Coffee Club, Riverside Grilled Fish, Sanook Kitchen, Benihana, Bonchon, Swensen's, Sizzler, Dairy Queen, Burger King และ GAGA รวมถึงร้านอาหารอีกกว่า 1,000 สาขาที่ดำเนินการผ่านพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ของ MINT (เช่น S&P และ BreadTalk)

สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมเยี่ยมชมได้ที่เว็บไซต์ www.minor.com

ติดต่อสอบถาม

ชัยวัฒน์ ไพฑูรย์

ณมิตา อธิศพงศ์

วิศวณีย์ จันทรมล

+662 365 7500

mintir@minor.com

M