

MINT รายงานกำไรครึ่งปีแรกของปี 2569 เติบโต 13% ดอกย้ำความแข็งแกร่งของพอร์ตโฟลิโอระดับโลก ท่ามกลางความท้าทายจากปัจจัยภูมิรัฐศาสตร์

กรุงเทพฯ ประเทศไทย – บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (“MINT”) ดอกย้ำความแข็งแกร่งของโมเดลธุรกิจที่มีความหลากหลายและสมดุลในระดับโลก ด้วยผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกของปี 2569 ที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยมีกำไรสุทธิ 3,957 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ผลประกอบการในไตรมาส 2 จะเผชิญแรงกดดันจากความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ชะลอตัวในบางภูมิภาค แต่ด้วยเครือข่ายธุรกิจที่กระจายตัวในหลายภูมิภาคทั่วโลก ควบคู่กับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถเปลี่ยนความท้าทายให้เป็นอีกช่วงเวลาของการเติบโต และสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งได้อย่างต่อเนื่อง

ขณะที่กำไรหลักจากการดำเนินงานในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 อยู่ที่ 3,658 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวที่ยังแข็งแกร่งในยุโรป และการบริหารจัดการรายได้ในประเทศไทยและมัลดีฟส์ ตลอดจนการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของผลการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารในตลาดสำคัญ

ไมเนอร์ โฮเทลส์: สะท้อนศักยภาพด้านการกำหนดราคา

ธุรกิจโรงแรมของไมเนอร์ โฮเทลส์ รายงานผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง โดยมีกำไรสุทธิตามที่รายงานในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 อยู่ที่ 2,575 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรหลักจากการดำเนินงานอยู่ที่ 2,381 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางบวก ควบคู่กับผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของธุรกิจโรงแรมในยุโรปและประเทศไทย

- **ยุโรปและอเมริกา:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่ยังแข็งแกร่ง ปฏิทินการจัดงานสำคัญในหลายประเทศ และการปรับเพิ่มอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อิตาลี ละตินอเมริกา สเปน และยุโรปกลางเป็นตลาดที่มีผลการดำเนินงานโดดเด่น
- **ประเทศไทย:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 ซึ่งสามารถชดเชยผลกระทบจากอุปสงค์ที่อ่อนตัวลงจากสถานการณ์ความไม่สงบในตะวันออกกลาง สะท้อนถึงความแข็งแกร่งด้านการกำหนดราคา การบริหารรายได้ที่มีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์การขายที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ
- **มัลดีฟส์:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระยะไกล (Long-haul) ที่ยังคงแข็งแกร่ง ควบคู่กับการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ในด้านการขยายธุรกิจตามกลยุทธ์การเติบโตแบบลดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Asset-light) บริษัทได้เปิดโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารและแฟรนไชส์ใหม่จำนวน 7 แห่ง ครอบคลุมประเทศไทย อิตาลี แซมเบีย ลาว และออสเตรเลีย พร้อมขยายการดำเนินธุรกิจสู่ประเทศตริก็เป็นครั้งแรก นอกจากนี้ บริษัทยังลงนามสัญญาโรงแรมใหม่มากกว่า 20 แห่งในเอเชีย ตะวันออกกลาง และยุโรป สะท้อนความคืบหน้าตามแผนสู่เป้าหมายการลงทุนสัญญา

โรงแรมใหม่มากกว่า 50 แห่งภายในปี 2569 นอกจากนี้ Colbert Collection ซึ่งเป็น Soft Brand ระดับลักซ์วารีที่เพิ่งเปิดตัว ยังได้รับความสนใจอย่างมากจากเจ้าของโรงแรมที่ต้องการเข้าถึงเครือข่ายและการสนับสนุนจากแบรนด์ระดับโลก พร้อมทั้งยังคงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละโรงแรมไว้ได้ ซึ่งช่วยขยายเครือข่ายของ MINT ภายใต้กลยุทธ์ Asset-light โดยไม่เพิ่มความเสี่ยงต่อฐานะการเงินของบริษัท

ไมเนอร์ ฟู้ด: เดินหน้าเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมเสริมความแข็งแกร่งด้วยพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ใหม่

กำไรหลักจากการดำเนินงานของธุรกิจอาหารในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,277 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยผลการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง แม้ยังเผชิญแรงกดดันจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคในบางตลาด ทั้งนี้ ประเทศไทยกลับมาขยายต่อสาขาเดิม (SSSG) เติบโตเป็นบวก ขณะที่ประเทศจีนสร้างการเติบโตของขยายต่อสาขาเดิมต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ 4 ติดต่อกัน สะท้อนการฟื้นตัวที่มีความต่อเนื่องและมีคุณภาพ โดยในประเทศไทย แปรนด์หลักที่ขับเคลื่อนการเติบโต ได้แก่ Bonchon, Dairy Queen, และ Swensen's ขณะที่ Sizzler ได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากการเปิดตัวรูปแบบร้านใหม่

อีกหนึ่งความสำเร็จเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในไตรมาสนี้ คือ การจัดตั้งความร่วมมือกับ บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) (PTTOR) เพื่อขยายสาขาแบรนด์ The Pizza Company, Dairy Queen, The Steak & More และ Chiho Ramen ภายในเครือข่ายสถานีบริการน้ำมันปตท.ทั่วประเทศ โดยตั้งเป้าเปิดสาขาใหม่มากกว่า 150 แห่งภายในปี 2573 ความร่วมมือดังกล่าวจะช่วยขยายโอกาสการเติบโตของธุรกิจของไมเนอร์ ฟู้ด ภายใต้กลยุทธ์แบบ Asset-light

เดินหน้าบริหารโครงสร้างเงินทุนอย่างมีวินัย

อัตราส่วนหนี้สินของบริษัทปรับเพิ่มขึ้นในไตรมาสนี้ จากการริไฟแนนซ์หุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุน (Perpetual Securities) ด้วยวงเงินสินเชื่อรวม (Syndicated Loan) ซึ่งเป็นการดำเนินการเชิงรุกตามแผนการบริหารโครงสร้างเงินทุนของบริษัท ไม่ได้สะท้อนถึงความตึงตัวของฐานะการเงิน ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งมั่นดำเนินกลยุทธ์ลดภาระหนี้สินอย่างต่อเนื่อง โดยอยู่ระหว่างการพิจารณาโอกาสในการหมุนเวียนสินทรัพย์ (Asset Rotation) เพื่อทยอยลดหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยในระยะยาว

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

นายดิลลิต ราชกาเรีย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม MINT ให้ความเห็นว่า:

“บริษัทมีความยินดีที่สามารถสร้างการเติบโตของกำไรได้ แม้ต้องดำเนินธุรกิจท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ยังมีความผันผวน ซึ่งสะท้อนถึงความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มการดำเนินธุรกิจของบริษัท สำหรับช่วงที่เหลือของปี 2569 บริษัทคาดว่าผลการดำเนินงานจะปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจโรงแรม รวมถึงยอดการจองล่วงหน้าในตลาดสำคัญที่ยังคงแข็งแกร่งและสูงกว่าปีก่อน ซึ่งช่วยเพิ่มความชัดเจนต่อแนวโน้มผลการดำเนินงานในระยะข้างหน้า แม้เรา仍将ติดตามความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ และพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในบางตลาดอย่างใกล้ชิด แต่บริษัทจะยังคงมุ่งมั่นการดำเนินงานอย่างมีวินัย การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการลดภาระหนี้สินอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของฐานะการเงินของกลุ่มบริษัทในระยะยาว”

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (MINT) เป็นบริษัทระดับโลกที่มุ่งเน้นในสองธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร MINT เป็นเจ้าของ ผู้บริหาร และนักลงทุนในโรงแรม โดยมีพอร์ตโฟลิโอจำนวน 647 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 67 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง แอฟริกา คาบสมุทรอินเดีย ยุโรป และอเมริกา (รวมโรงแรมที่บริษัทลงทุนเองที่จะเปิดตัวในอนาคตและกิจการร่วมค้าที่ได้มีข้อผูกพันแล้ว ตลอดจนโรงแรมภายใต้การเช่าบริหารและสัญญาจ้างบริหารที่เซ็นสัญญาแล้ว) นอกจากนี้ MINT ยังเป็นหนึ่งในบริษัทร้านอาหารรายใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีร้านอาหารมากกว่า 2,843 สาขา(รวมสัญญาแฟรนไชส์ที่ได้ลงนามแล้ว) ใน 24 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

ชัยพัฒน์ ไพฑูรย์

เมลินดา ฮู

นมิดา อธิศพงศ์

วิศวณีย์ จันทรมล

+662 365 7500

mintir@minor.com

M