ข่าวประชาสัมพันธ์

สำหรับการเผยแพร่ทันที

12 พฤศจิกายน 2569

MINT รายงานกำไรจากการดำเนินงานหลักไตรมาส 3 ปี 2569 จำนวน 2,879 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 โดยการเติบโตของธุรกิจ Asset-light และวินัยทางการเงินที่เข้มแข็งช่วยสนับสนุนการสร้างมูลค่าให้ผู้ถือหุ้นในระยะยาว

กรุงเทพฯ ประเทศไทย – บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ("MINT") รายงานการกำไรหลักจากการดำเนินงานที่ (Core Profit) 2,879 ล้านบาท ในไตรมาส 3 ปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้เผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนและความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ ขณะที่กำไรสุทธิตามงบการเงิน(Reported Net Profit) อยู่ที่ 2,624 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากปีก่อน ผลการดำเนินงานดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากการเติบโตที่แข็งแกร่งของธุรกิจไมเนอร์ โฮเทลส์ ในยุโรป ไทย และมัลดีฟส์ ซึ่งช่วยชดเชยความอ่อนตัวอย่างต่อเนื่องในตะวันออกกลางได้ ขณะที่ไมเนอร์ ฟู้ด มีกำไรจากการดำเนินงานหลักเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากแรงส่งที่ดีขึ้นในตลาดร้านอาหารหลักของบริษัท

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 รายได้จากการดำเนินงานหลักเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 และกำไรจากการดำเนินงานหลักเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 สู่ระดับ 6,537 ล้านบาท ส่วนกำไรสุทธิตามงบการเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 เป็น 6,581 ล้านบาท โดยได้รับแรงหนุนเพิ่มเติมจากผลบวกของอัตราแลกเปลี่ยนในธุรกิจไมเนอร์ โฮเทลส์

จุดเด่นสำคัญด้านการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 ได้แก่:

- **ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล:** กำไรหลักจากการเดินงานเพิ่มขึ้นเป็น 2,879 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปีก่อน และ กำไรสุทธิตามงบการเงินเพิ่มขึ้นเป็น 2,624 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 5
- **ไมเนอร์ โฮเทลส์:** กำไรหลักจากการเดินงานเพิ่มขึ้นเป็น 2,222 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อน และ กำไรสุทธิตามงบการเงินเพิ่มขึ้นเป็น 1,963 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 2
- **ไมเนอร์ ฟู้ด:** กำไรจากการดำเนินงานหลักเพิ่มขึ้นเป็น 657 ล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (Same-Store-Sales Growth) ของแบรนด์ในประเทศไทยที่ร้อยละ 4.3 ขณะเดียวกัน ยอดขายสาขาเดิมในประเทศจีนยังคงเติบโตต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ 5 ติดต่อกัน
- **รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR):** ยุโรปและอเมริกาเติบโตร้อยละ 7 ประเทศไทยเติบโตร้อยละ 16 และมัลดีฟส์เติบโตร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในตะวันออกกลางรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนยังคงลดลง แต่อัตราการหดตัวได้ชะลอลงจากระดับสูงสุดในไตรมาส 2 ปี 2569
- **โมเดล Asset-Light:** บริษัทดำเนินกลยุทธ์การขยายธุรกิจแบบ Asset-Light อย่างต่อเนื่องโดยในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทได้ลงนามสัญญารับจ้างบริหารโรงแรม (HMA) เพิ่มขึ้นกว่า 8 สัญญา สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมียอดสะสมสัญญารับจ้างบริหารโรงแรมเพิ่มขึ้นเกือบ 40 สัญญา สอดคล้องกับเป้าหมายมากกว่า 50 สัญญาสำหรับปี 2569 ขณะเดียวกัน ธุรกิจร้านอาหาร บริษัทมีการต่อยอดการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ผ่านความร่วมมือกับ CP AXTRA และการได้รับสิทธิ์แบรนด์ Bonchon สำหรับการขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศ
- **ฐานะการเงิน (Balance Sheet):** บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาโอกาสในการหมุนเวียนสินทรัพย์ (Asset Rotation) อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยลดภาระหนี้ ปลดล็อกเงินทุน และเสริมความแข็งแกร่งของฐานะการเงิน โดยยังคงรักษาสัญญาบริหารโรงแรมไว้ต่อไป

- **แนวโน้มธุรกิจ:** MINT เข้าสู่ไตรมาส 4 ปี 2569 ด้วยยอดจองล่วงหน้า (On-the-book)ในระดับที่น่าพอใจ สะท้อนแนวโน้มอุปสงค์ที่แข็งแกร่งและสนับสนุนความเชื่อมั่นต่อการเติบโตของผลประกอบการในช่วงที่เหลือของปี

ไมเนอร์ โฮเทลส์: กำไรจากการดำเนินงานหลักเติบโตร้อยละ 5 จากการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อห้องในยุโรป ไทนย และ มัลดีฟส์ ซึ่งช่วยชดเชยผลกระทบจากการตลาดตะวันออกกลางที่ยังเผชิญความท้าทาย

ไมเนอร์ โฮเทลส์ ยังคงสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งต่อเนื่องในโดยในไตรมาส 3 ปี 2569 กำไรจากการดำเนินงานหลักปรับตัวสดีขึ้นมาอยู่ที่ 2,222 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่กำไรสุทธิตามงบการเงินเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 1,963 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 การเติบโตดังกล่าวมีปัจจัยหลักมาจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของธุรกิจโรงแรมในยุโรป ไทย และมัลดีฟส์ โดย RevPAR แยกตามภูมิภาคมีดังนี้:

- **ยุโรปและอเมริกา:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เติบโตร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในสเปน อิตาลี ยุโรปกลาง และลาตินอเมริกา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง การฟื้นตัวของกลุ่มประชุมและอีเวนต์ รวมถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอัตราค่าห้องพัก
- **ประเทศไทย:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เติบโตร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์ที่สูงขึ้นและการปรับเพิ่มอัตราค่าห้องพัก อันเป็นผลจากการดำเนินกลยุทธ์การขายเชิงรุกในตลาดต้นทางที่มีศักยภาพสูง โดยกรุงเทพฯ และจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ สมุย และหัวหิน มีผลการดำเนินงานโดดเด่นกว่าค่าเฉลี่ย
- **มัลดีฟส์:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เติบโตร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนจากความหลากหลายของตลาดต้นทางทั้งระยะใกล้และระยะไกล อาทิ รัสเซีย จีน และสหราชอาณาจักร ประกอบกับอัตราค่าห้องพักที่ปรับตัวสูงขึ้น แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศจะลดลงก็ตาม
- **ตะวันออกกลาง:** รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) ลดลงร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากผลกระทบของความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาค แต่แนวโน้มการฟื้นตัวยังคงดำเนินต่อเนื่อง โดยอัตราการหดตัวได้ชะลอลงจากระดับสูงสุดที่เกิดขึ้นในไตรมาส 2 ปี 2569

การเติบโตของธุรกิจ Asset-light ยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดย MINT ลงนามสัญญาใหม่เกือบ 40 สัญญาในช่วงตั้งแต่ต้นปี และยังคงมุ่งสู่เป้าหมายมากกว่า 50 สัญญาในปี 2569 ขณะเดียวกัน บริษัทได้เปิดโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารใหม่ 9 แห่งในไทย เม็กซิโก และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รวมถึงเปิดโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของแห่งแรก 2 แห่งในญี่ปุ่น

ไมเนอร์ ฟู้ด: กำไรจากการดำเนินงานหลักเติบโตร้อยละ 1 จากแรงหนุนของยอดขายสาขาเดิมที่เติบโตต่อเนื่องและการขยายธุรกิจแฟรนไชส์

กำไรจากการดำเนินงานหลักของไมเนอร์ ฟู้ด ในไตรมาส 3 ปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สู่ระดับ 657 ล้านบาท โดยบริษัทยังคงเดินหน้าพัฒนาเมนูและรูปแบบร้านอาหารใหม่ ๆ ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและการนำแนวคิดใหม่ออกสู่ตลาดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยอดขายสาขาเดิม (Same-Store Sales): ยอดขายสาขาเดิมของแบรนด์อาหารไทยเติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 4.3 ในไตรมาส 3 ปี 2569 แม้ว่าระหว่างไตรมาสจะมีโครงการภาครัฐที่สนับสนุนการใช้จ่ายร่วม ซึ่งส่งผลให้การใช้จ่าย

ของผู้บริโภคบางส่วนเปลี่ยนจากร้านอาหารเชนไปยังผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่นก็ตาม ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Dairy Queen, Bonchon และ Swensen's ช่วยสนับสนุนผลการดำเนินงาน ขณะที่ Sizzler และ The Pizza Company สามารถสร้างแรงส่งในการเติบโตผ่านการปรับคอนเซ็ปต์สาขาเดิมให้มีเอกลักษณ์และตอบโจทย์ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

การขยายสาขา: ไมเนอร์ ฟู้ด เดินหน้าขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มสาขาใหม่ 243 สาขาในไตรมาส 3 ปี 2569 (รวมถึงร้าน Bonchon จำนวน 217 สาขาจากการเข้าซื้อกิจการ) การขยายตัวดังกล่าวครอบคลุมประเทศไทย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ขณะเดียวกัน บริษัทได้ขยายธุรกิจแฟรนไชส์ผ่านการได้รับสิทธิ์แบรนด์ Bonchon สำหรับตลาดต่างประเทศ (ยกเว้นทวีปอเมริกา) และการลงนามความร่วมมือกับ CP AXTRA เพื่อขยาย 5 แบรนด์หลัก ได้แก่ Dairy Queen, Swensen's, GAGA, Bonchon และ The Steak & More ส่งผลให้จำนวนสาขาเพิ่มขึ้นรวม 306 สาขาในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569

การจัดสรรเงินทุนและฐานะการเงิน: อยู่ระหว่างการประเมินโอกาสการหมุนเวียนสินทรัพย์ (Asset Rotation) เพื่อเร่งการลดหนี้และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เงินทุน

MINT เดินหน้าเสริมความแข็งแกร่งของฐานะการเงินและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เงินทุน ผ่านการประเมินโอกาสในการทำ Asset Rotation อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดหนี้ เร่งการขยายธุรกิจในรูปแบบ Asset-light ผ่านการปลดล็อกเงินทุนจากสินทรัพย์โรงแรมบางแห่ง ขณะเดียวกันบริษัทยังคงรักษาสัญญาบริหารโรงแรมและนำเงินทุนไปต่อยอดธุรกิจที่สร้างรายได้จากค่าธรรมเนียมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเมื่อรวมกับการเติบโตของธุรกิจบริหารโรงแรมและแฟรนไชส์ จะช่วยสนับสนุนการเติบโตอย่างมีคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เงินทุนในระยะยาว

แนวโน้มธุรกิจ

MINT ก้าวเข้าสู่ไตรมาส 4 ปี 2569 ด้วยยอดจองล่วงหน้าที่แข็งแกร่ง โดยได้รับแรงหนุนจากความต้องการเดินทางเพื่อการพักผ่อนที่ยังอยู่ในระดับดี ความแข็งแกร่งของกลุ่มลูกค้ามูลค่าสูง และแนวโน้มการเติบโตของ RevPAR อย่างต่อเนื่องในยุโรปและประเทศไทย คาดว่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนผลการดำเนินงาน และเสริมความเชื่อมั่นต่อการเติบโตของผลประกอบการอย่างต่อเนื่อง

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

นายดิลลิป ราชากาเรีย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม MINT ให้ความเห็นว่า:

"เรามีความเชื่อมั่นต่อผลการดำเนินงานและทิศทางการพัฒนาของ MINT บริษัทกำลังก้าวไปข้างหน้าด้วยความรวดเร็วมากขึ้น พร้อมด้วยวินัยในการดำเนินงานและการลงทุนที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น เราปรับแบรนด์และรูปแบบธุรกิจให้สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ พร้อมแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่สามารถสร้างผลตอบแทนที่น่าดึงดูดโดยใช้เงินทุนน้อยลง

ความแข็งแกร่งของแบรนด์ ขีดความสามารถในการดำเนินงาน และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ จะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นต่อการเติบโตในระยะต่อไปของบริษัท ผ่านการขยายธุรกิจบริหารโรงแรมและแฟรนไชส์ การหมุนเวียนสินทรัพย์ (Asset Rotation) และการรักษาวินัยในการลงทุน เราเชื่อว่า MINT จะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เงินทุนและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของฐานะการเงิน

สิ่งเหล่านี้จะช่วยวางรากฐานที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้นสำหรับการเติบโตของผลประกอบการอย่างยั่งยืน และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว"

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (MINT) เป็นบริษัทระดับโลกที่มุ่งเน้นในสองธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร MINT เป็นเจ้าของ ผู้บริหาร และนักลงทุนในโรงแรม โดยมีพอร์ตโฟลิโอจำนวน 667 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 ตลอดจนโรงแรมภายใต้การเช่าบริหารและสัญญารับจ้างบริหารที่เซ็นสัญญาแล้ว) นอกจากนี้ MINT ยังเป็นหนึ่งในบริษัทร้านอาหารรายใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีร้านอาหารมากกว่า 3,116 สาขา(รวมสัญญาแฟรนไชส์ที่ได้ลงนามแล้ว) ใน 27 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 +662 365 7500
วิศวณีย์ จันทรกมล mintir@minor.com