

KOOL

บริษัท มาสเตอร์คูล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)  
MASTERKOOL INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED

MASTERKOOL

Head Office : เลขที่ 12/16-17 เทศบาลสงเคราะห์ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม. 10900

Contact : 0-2953-8800

Website : [www.masterkool.com](http://www.masterkool.com)

## MD

นายณพชัย วีระมาน  
ประธานกรรมการบริหาร /  
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2953-8800  
[noppachai@masterkool.com](mailto:noppachai@masterkool.com)

## CFO/IRO

นางสาวเบญจรัตน์ หัตถชาลชัย  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สายงาน  
บัญชีและการเงิน/นักลงทุน  
สัมพันธ์Tel : 0-2953-8800  
[benjarat@masterkool.com](mailto:benjarat@masterkool.com)

## CS/IRO

นางสาวมัลลิกา ตระกูลไทย  
เลขานุการบริษัท/นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2953-8800 ต่อ 401  
Mobile : 08-9770-3858  
[mallika@masterkool.com](mailto:mallika@masterkool.com)

CG Report Score :

THSI List : -

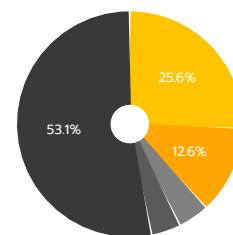
## Stock Data (31/12/2019)

	YTD	2018	2017
Paid-up (MB)	120.00	120.00	120.00
Listed share (M)	480.00	480.00	480.00
Par (B)	0.25	0.25	0.25
Market Cap (MB)	427.20	542.40	1,084.80
Price (B./share)	0.89	1.13	2.26
EPS (B.)	0.06	-0.23	-0.18

## Statistics (31/12/2019)

	P/E	P/BV	Div. Yield
KOOL (x)	18.23	2.34	-
SERVICES - mai (x)	17.91	2.05	3.08
SERVICES - SET (x)	40.28	3.64	1.88
mai (x)	23.08	1.55	2.91
SET (x)	19.40	1.79	3.14

## Shareholder Structure (31/12/2019)



นายณพชัย วีระมาน (25.6%)	MRFUNG MENG HOI (12.6%)
นายทวิจิต จุฬางกูร (4.5%)	นายโทมัส รัสดี (4.2%)
รายย่อย (53.1%)	

## Financial Ratios

	2019	2018	2017
ROE (%)	16.95	-48.69	-25.21
ROA (%)	8.97	-17.74	-14.05
D/E (x)	1.44	1.73	0.94
GP Margin (%)	29.58	22.39	25.46
EBIT Margin (%)	5.92	-15.50	-14.10
NP Margin (%)	4.35	-19.01	-15.22

## Company Background

จัดหา และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พัดลมไอเย็น พัดลมไอน้ำ และพัดลมอุตสาหกรรม ภายใต้แบรนด์ MASTERKOOL และ Cooltop และให้บริการเช่าใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สำหรับการจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ออกแบบ และติดตั้งระบบระบายความร้อนภายในโรงงานและคลังสินค้า รวมทั้งออกแบบ และติดตั้งระบบไอโซน เพื่อประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม

## Key Development of Company

ปี 2545 บริษัท มาสเตอร์คูล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (“บริษัท”) เริ่มจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2545 โดย นายณพชัย วีระมาน และกลุ่มเพื่อน ปี 2551 ได้รับรางวัล PM Award ประจำปี 2551 (Prime Minister’s Export Award 2008) ประเภทใช้ตราสินค้าตัวเอง (Thai-Owned Brand) ปี 2552 บริษัท และผู้ถือหุ้นของบริษัท 3 ราย ลงนามในสัญญาร่วมลงทุนและสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นกับ K-SME นอกจากนี้ บริษัท ได้เริ่มทดลองนำเข้าพัดลมไอเย็นซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายภายในประเทศ ปี 2554 บริษัท ร่วมก่อตั้งบริษัท อินโนวี กรีน โซลูชัน จำกัด (“Ingreen”) กับบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไอโซน ปี 2556 บริษัทซื้อหุ้น Ingreen เพิ่มจากผู้ถือหุ้นเดิมที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ส่งผลให้บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นใน Ingreen ร้อยละ 99.98 และทำให้ Ingreen มีสถานะเป็นบริษัทย่อย ปี 2557 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ปี 2558 23 กันยายน 2558 บริษัท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) และเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ด้วยรหัสหลักทรัพย์ KOOL ปี 2559 บริษัท เปิดตัวสินค้านวัตกรรมพัดลมไอเย็นแบบตั้งลมเข้ารอบทิศทาง รุ่น KOOLBOT ซึ่งสร้างความเย็นได้เต็มประสิทธิภาพ ปี 2561 สินค้านวัตกรรม “พัดลมเย็นใส่ถุง” ออกสู่ตลาด เป็นพัดลมไอเย็นที่มีฟังก์ชันการใส่ถุงด้วยคลื่นความถี่สูง ปี 2562 บริษัทได้นำพัดลมสำหรับที่อยู่อาศัยเข้ามาจำหน่าย โดย ยังคงเน้นประสิทธิภาพ และคุณภาพ พร้อมความแตกต่างด้วยฟังก์ชันการปรับความเร็วได้ถึง 15 ระดับ และประหยัดไฟฟ้า โดยได้รับฉลากเบอร์ 5 สามดาว

## Revenue Structure

รอบบัญชี : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	2019	%	2018	%	2017	%
กลุ่มพัดลมไอน้ำ	2186	-	2251	-	2260	-
กลุ่มพัดลมไอเย็น	547.73	-	400.24	-	317.13	-
กลุ่มพัดลมอุตสาหกรรม	15.08	-	18.04	-	20.90	-
งานโครงการ	11.16	-	17.72	-	26.39	-
งานอะไหล่	14.60	-	8.64	-	14.75	-
การบริการและให้เช่าพัดลม	91.10	-	58.36	-	113.73	-
รายได้อื่นๆ	13.10	-	14.50	-	14.50	-
ยอดขายรวม	714.63	-	580.01	-	530.00	-

\* รายได้อื่น เช่น เงินอุดหนุนจากรัฐบาล ดอกเบี้ยรับ ทำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน และทำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายทรัพย์สิน เป็นต้น

# Business Plan

บริษัท มีเป้าหมายในด้านความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายหลักขององค์กร เพื่อสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและเติบโตอย่างมั่นคง จึงเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายในทุกกลุ่ม ได้กำหนดเป้าหมายด้านการเงินเป็นรายได้ของกลุ่มธุรกิจ ซึ่งหมายถึงบริษัท และบริษัทย่อย โดยคาดหวังสัดส่วนของรายได้หลักมาจากกลุ่มตลาดหลัก 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มลูกค้ารายย่อย (ห้างค้าปลีก ตัวแทนจำหน่าย และออนไลน์) ร้อยละ 50 กลุ่มลูกค้ารายองค์กร ร้อยละ 20 กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (ส่งออก) ร้อยละ 30

## Investment Highlight

บริษัทฯ ยังเล็งเห็นโอกาสธุรกิจที่มีปัจจัยด้านอุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นในทุกปีและยังมีพื้นที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้จำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชันและทางเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า

## Risk Factor

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้: ๐ ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อลดความร้อนและให้อากาศเย็น ดังนั้น รายได้จากการขายในระหว่างปีของบริษัท จึงผันผวนตามฤดูกาล โดยทุกปีจะมียอดขายสูงสุดในช่วงฤดูร้อน บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากความผันผวนดังกล่าวจึงมีมาตรการรองรับความเสี่ยง โดยมีการนำเสนอบริการประหยัดพลังงานเพื่อใช้ตามโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล หากขายสินค้าที่เป็นงานโครงการขนาดใหญ่ได้มากขึ้น บริษัทก็จะมียาได้จากงานบริการซึ่งไม่ขึ้นกับฤดูกาลมากขึ้นด้วย

## MD&A

- ผลการดำเนินงานในรอบ 12 เดือนเปรียบเทียบกับในงวดเดียวกันของปีที่แล้ว มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นในทุกด้าน โดยด้านรายได้เติบโตเพิ่มขึ้น 24.41% โดยกลุ่มธุรกิจที่เติบโตสูงคือกลุ่มธุรกิจลูกค้ารายย่อย และกลุ่มธุรกิจส่งออก
- ในด้านต้นทุนขาย ต้นทุนบริการ และต้นทุนการจัดจำหน่าย มีทั้งเติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของยอดขายและต้นทุนลดลง โดยยอดขายเพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ลดลง ทำให้ธุรกิจกลับมาทำกำไรได้ โดยเกิดจากการบริหารจัดการโครงสร้างราคาขาย และการทำการโปรโมชันอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนลงมือปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดในการควบคุมค่าใช้จ่ายทำให้ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 12 เดือนของปี 2562 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
- บริษัทมีผลกำไรสุทธิ 30.97 ล้านบาท รายได้หลักครั้งแรกหนึ่งมาจากช่องทางขายลูกค้ารายย่อยผ่านช่องทางธุรกิจค้าปลีก รองลงมาจึงเป็นการส่งออก และช่องทางขายลูกค้ารายองค์กร ซึ่งแต่ละช่องทางบริหารจัดการภาพรวมของช่องทางให้สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการบริษัทโดยการคำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น สรุปยอดขายในรอบ 12 เดือนของปี 2562 เท่ากับ 712.53 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้น 139.81 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 24.41% ของยอดขายในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สำหรับด้านค่าใช้จ่ายที่บริษัทได้ควบคุมและบริหารจัดการผ่านเป้าหมายเชิงคุณภาพและประสิทธิภาพส่งผลให้ต้นทุนในการจัดจำหน่ายลดลง 35.68 ล้านบาทหรือลดลง 22.52% และค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 7.14 ล้านบาทหรือลดลง 11.63% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่วนต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นต้นทุนที่ผันแปรไปตามสัดส่วนของรายได้

## Capital Structure

(Unit : MB)

	2019	2018	2017
Current Liabilities	266.57	277.25	253.70
Non-Current Liabilities	18.22	13.24	9.30
Shareholders' Equity	197.10	168.23	279.02

## Company Structure



## Company Image



**Disclaimer :** เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทฯ ภายใต้งานวิจัยของบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวนหรือจูงใจให้ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามมิให้ผู้ใดนำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท