

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)นายพชัย วีระมาน  
ประธานกรรมการบริหาร /  
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2953-8800  
noppachai@masterkool.comนางสาวเบญจรัตน์ หัตถชาชัย  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สายงาน  
บัญชีและการเงิน/นักลงทุน  
สัมพันธ์Tel : 0-2953-8800  
benjarat@masterkool.comนางสาวมลลิกา ตระกูลไทย  
เลขานุการบริษัท/นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2953-8800 ต่อ 401  
Mobile : 08-9770-3858  
mallika@masterkool.com

## Company Background

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

## Key Development of Company

• 2545 บริษัท มาสเตอร์คูล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เริ่มจัดตั้งขึ้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2545 • 2554 บริษัท อินโนวี กรีน โซลูชั่น จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบไอโซนเพื่อประหยัดพลังงาน • 2558 บริษัท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) และเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ด้วยรหัสหลักทรัพย์ KOOL • 2559 บริษัท โดดเด่นในฐานะผู้นำอีกครั้ง โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ Koolbot Series พัดลมไอเย็นรุ่นแรกของโลกที่ติดตั้งรอบทิศทาง (Surround Inlet) สามารถลดอุณหภูมิได้สูงสุด 15 องศาเซลเซียสและประหยัดไฟกว่าแอร์ถึง 10 เท่า และเมื่อเดือนเมษายน 2559 บริษัทเป็น 1 ใน 5 ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล “ผู้พิชิตยอดเขานิวทริกรม” จากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ด้วยผลงานนวัตกรรมพัดลมไอเย็นรุ่น 25EXN ที่มีระบบควบคุมความชื้น เป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างรายได้ได้จริงกว่า 100 ล้านบาท • 2561 บริษัท ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็นรุ่นใหม่ ชื่อรุ่น MIK-28EX “เย็นล้ำยิ่ง” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็น ตัวแรกของไทย ที่ผสานเทคโนโลยีความเย็นสบาย ป้องกันยูง ไร้สารเคมี โดยใช้คลื่นความถี่สูง อุลตราโซนิค ติดตั้งภายในเครื่องเดียวกัน เพื่อตอบสนองและเข้าถึงการใช้งานไลฟ์สไตล์ของคนในยุคปัจจุบัน ที่นับเป็นการพัฒนาและคิดค้น นวัตกรรมใหม่ๆ สู่ตลาดพัดลมไอเย็นภายใต้ แบรนด์ “MASTERKOOL” นอกจากนี้ บริษัทยังเปิดตัวพัดลมไอเย็นรุ่น MIK-14EX โดยทั้งสองรุ่นได้รับการออกแบบ และดีไซน์ใหม่ทั้งหมด มีการพัฒนานวัตกรรมในพัดลมพิเศษ ที่สามารถให้กำลังแรงลมได้มากกว่าเดิม เหมาะสมกับการใช้งานในทุกพื้นที่ทั้งภายในอาคารและนอกอาคาร ใช้งานง่ายและสะดวก นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในทุกๆ ชนชั้นในตลาด ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่อยู่อาศัย บ้านเดี่ยว คอนโดมีเนียม รีสอร์ท โรงแรม เป็นต้น

### Revenue Structure

หน่วยบัญชี : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	2018	%	2017	%	2016	%
รายได้จากการขาย กลุ่มพัดลมไอน้ำ	22.51	3.93	24.86	4.57	34.46	3.88
รายได้จากการขาย กลุ่มพัดลมไอเย็น	455.26	79.49	393.45	72.32	698.19	78.54
รายได้จากการขาย กลุ่มพัดลมอุตสาหกรรมและพัดลมระบายอากาศ	19.78	3.45	23.40	4.30	21.89	2.46
รายได้จากการขายงาน Project	4.50	0.79	23.06	4.24	-	-
อื่นๆ (อะไหล่ , ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไอโซน ฯลฯ)	11.03	1.93	1.75	0.32	66.23	7.45
รายได้จากการบริการและให้เช่าพัดลม	52.46	9.16	62.60	11.51	60.19	6.77
รายได้อื่น*	7.18	1.25	14.89	2.74	8.04	0.90
รวมรายได้	572.72	100.00	544.01	100.00	889.00	100.00

\* รายได้อื่น เช่น เงินอุดหนุนจากรัฐบาล ดอกเบี้ยรับ กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน และกำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายทรัพย์สิน เป็นต้น

CG Report Score :



THSI List : -

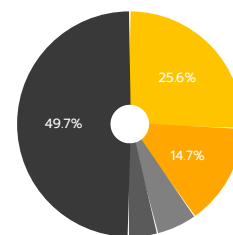
### Stock Data (18/03/2019)

	YTD	2017	2016
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.)	542.40	1,084.80	2,640.00
Price (B./share)	1.13	2.26	5.50
EPS (B.)	-0.23	-0.18	0.18

### Statistics

	P/E	P/BV	Div. Yield
KOOL (x)	-	4.19	-
SERVICES - mai (x)	83.16	2.44	2.68
SERVICES - SET (x)	37.72	3.76	1.86
mai (x)	48.38	1.80	2.66
SET (x)	17.00	1.81	3.20

### Shareholder Structure (20/03/2018)



นายพชัย วีระมาน (25.6%)	MR.FUNG MENG HOI (14.7%)
บริษัท ร่มกวน เทคโนโลยี จำกัด (5.8%)	นายโกเมศ รัตนศิริ (4.2%)
รวยย่อย (49.7%)	

### Financial Ratios

	2018	2017	2016
ROE (%)	-48.69	-25.21	24.32
ROA (%)	-17.74	-14.05	19.48
D/E (x)	1.73	0.94	0.46
GP Margin (%)	22.39	25.46	35.28
EBIT Margin (%)	-15.50	-14.10	12.21
NP Margin (%)	-19.01	-15.22	9.78

# Business Plan

ประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อนจัดและยาวนาน ทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำความเย็นยังคงมีโอกาสมหาการขายอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในหลักการและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ยังคงเล็งเห็นโอกาสในการขยายตัวของผลิตภัณฑ์พีดีแอลไอเอ็น มุ่งมั่นที่จะขยายฐานการตลาด และมุ่งเน้นที่จะสร้างกำไรในทุกไตรมาส การวางแผนธุรกิจในปี 2561 นี้จึงให้ความสำคัญ ทั้งด้านรายได้ และด้านค่าใช้จ่ายซึ่งต้องอาศัยการเฟื่องฟูอย่างต่อเนื่อง สำหรับ กลุ่มสินค้าประหยัดพลังงาน และ รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นกระแสที่มีแนวโน้มเติบโตสูง ระบบไอโซยังมีคู่แข่งน้อยรายบริการเข้าใช้ ตอบโจทย์ปัญหา ลดความเสี่ยงลูกค้า บริษัทได้วางแผนในการขยายธุรกิจในทุกกลุ่มผ่านช่องทางการขาย โดยตั้งเป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้กำหนดทิศทางของแผนกลยุทธ์ไว้โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก 3 กลุ่ม

- ตลาดลูกค้ารายย่อย : ขยายช่องทางให้ทั่วถึงและเสริมสร้างช่องทางให้มีคุณภาพ ทั้งโมเดิร์นเทรด ออนไลน์ตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า โดยทีมงานขายต้องพร้อมทุกจุดขาย ตลอดจนระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน
- ตลาดลูกค้าองค์กร : สร้างความแข็งแกร่งให้ทีมขายและทีมเทคนิค เพื่อดูแลอย่างมีระบบที่ครบวงจร พร้อมราคาที่แข่งขันได้ภายใต้คุณภาพที่ดีกว่าและโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการ ทั้งการแก้ไขปัญหาอากาศร้อน การประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ตลาดส่งออก : สนับสนุนตัวแทนต่างประเทศที่มีศักยภาพ เปิดตลาดใหม่ นำด้วยสินค้าใหม่ และใช้โมเดลธุรกิจของบริษัทฯ (KOOL Business Model) เพื่อสร้างการเติบโตและความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

## Investment Highlight

บริษัทฯ ยังเล็งเห็นโอกาสธุรกิจที่มีปัจจัยด้านอุปสงค์ของโลกรวมเพิ่มขึ้นในทุกปีและยังมีพื้นที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้จำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชันและทางเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า

## Risk Factor

- ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้:  
ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาอากาศร้อนร้อน ดังนั้นรายได้จึงมีความผันผวนตามฤดูกาล แต่บริษัทฯ ได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยง โดยมีการนำเสนอระบบประหยัดพลังงานเพื่อใช้ตามโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าองค์กร และจะมีรายได้จากการบริการต่อเนื่องด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เป็นสินค้า Seasonal เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติมอีกด้วย รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในกลุ่มลูกค้าต่างประเทศซึ่งมีฤดูร้อนต่างจากประเทศไทย เช่น ประเทศในแถบซีกโลกใต้ เป็นต้น

## MD&A

บริษัทได้แบ่งสัดส่วนยอดขายของช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางค้าปลีก 50% ช่องทางการขายลูกค้าองค์กร 20% และช่องทางการส่งออก 30% ซึ่งภาพรวมยอดขาย 12 เดือนของปี 2561 มีดังนี้ • ช่องทางธุรกิจค้าปลีก 44.83% • ช่องทางลูกค้ารายองค์กร 13.67% • ช่องทางส่งออก 29.18% • งานเช่า งานบริการ และอื่นๆ 12.32% ช่องทางการขายที่บริษัทเห็นว่าเป็นต้องเร่งหาแนวทางการแก้ไข ได้แก่ ช่องทางการขายลูกค้ารายองค์กร ซึ่งลักษณะการดำเนินงานเป็น Business-to-Business จะมี Sales Cycle ยาวนาน การหาลูกค้าเป้าหมายนั้นอาจไม่สามารถดำเนินการทำ Sales Lead ได้เหมือนกับช่องทางอื่น เนื่องจากต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีและการออกแบบเฉพาะงาน แต่บริษัทยังคงเห็นโอกาสทางธุรกิจในการให้บริการโซลูชันประหยัดพลังงาน นอกจากเป็นกระแสความต้องการของตลาดที่สามารถสร้างยอดขายได้แล้ว โครงการบางโครงการมีการเสนอบริการแบบรายได้ต่อเนื่องที่เป็น Recurring Revenue ให้กับองค์กรด้วย รายได้ส่วนอื่นนั้นเป็นรายได้จากการบริการของบริษัทซึ่งมีทั้ง การบริการงานเช่า และการบริการประกันสินค้า ที่สามารถสร้างยอดขายได้ 69.32 ล้านบาทในปี 2561 ซึ่งอยู่ในสัดส่วน 12.11%เมื่อเทียบยอดขายรวมทั้งหมดในปี 2561

## Capital Structure

(Unit : MB)

	2018	2017	2016
Current Liabilities	277.25	253.70	173.81
Non-Current Liabilities	13.24	9.30	4.98
Shareholders' Equity	168.23	279.02	389.26

## Company Structure



## Company Image

