

KOOL

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

MASTERKOOL

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

ติดต่อ : 0-2953-8800

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

## CEO/MD

นพชัย วีระมาน  
ประธานกรรมการบริหาร /  
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2953-8800  
noppachai@masterkool.com

## CFO/IRO

เบญจรัตน์ หัตถชาญชัย  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สายงาน  
บัญชีและการเงิน/นักลงทุน  
สัมพันธ์Tel : 0-2953-8800  
benjarat@masterkool.com

## CS/IRO

นางสาวมัลลิกา 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 อินโนว์ กรีน โซลูชั่น จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบไอโซนเพื่อประหยัดพลังงาน
- 2558 บริษัท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (mai) และเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ด้วยรหัสหลักทรัพย์ KOOL
- 2559 บริษัท โดดเด่นในฐานะผู้นำอีกครั้ง โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ Koolbot Series พัดลมไอเย็นรุ่นแรกของโลก ที่ตั้งลมเข้าได้รอบทิศทาง (Surround Inlet) สามารถลดอุณหภูมิได้สูงสุด 15 องศาเซลเซียสและประหยัดไฟกว่าแอร์ถึง 10 เท่า และเมื่อเดือนเมษายน 2559 บริษัท เป็น 1 ใน 5 ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล “ผู้พิชิตยอดเขา นวัตกรรม” จากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ด้วยผลงานนวัตกรรมพัดลมไอเย็น รุ่น 25EXN ที่มีระบบควบคุมความชื้น เป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างรายได้ได้จริงกว่า 100 ล้านบาท
- 2561 บริษัท ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็นรุ่นใหม่ ชื่อรุ่น MIK-28EX “เย็นใสยุ้ง” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็น ตัวแรกของไทย ที่ผสานเทคโนโลยีความเย็นสบาย ป้องกันยุง ไร้สารเคมี โดยใช้คลื่นความถี่สูง อุลตราโซนิค ติดตั้งภายในเครื่องเดียวกัน เพื่อตอบสนองและเข้าถึงการใช้งานไลฟ์สไตล์ของคนในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังเปิดตัวพัดลมไอเย็นรุ่น MIK-14EX โดยทั้งสองรุ่นได้รับการออกแบบ และดีไซน์ใหม่ทั้งหมด มีการพัฒนานวัตกรรมใบพัดลมพิเศษ ที่สามารถให้กำลังแรงลมได้มากกว่าเดิม เหมาะสมกับการใช้งานในทุกพื้นที่ทั้งภายในอาคารและนอกอาคาร

## Revenue Structure

รอบบัญชี : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	2017	%	2016	%	2015	%
กลุ่มพัดลมไอเย็น	316.00	57.00	698.19	79.00	475.24	79.94
กลุ่มพัดลมไอน้ำ	24.86	4.00	34.46	4.00	23.31	3.92
กลุ่มพัดลมอุตสาหกรรมและพัดลมระบายอากาศ	28.42	5.00	21.89	2.00	29.21	4.91
งานโปรเจกต์	102.60	19.00	-	-	-	-
อื่นๆ (อะไหล่ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับไอโซน ฯลฯ)	35.80	6.00	66.23	7.00	12.97	2.18
การบริการและงานเช่า*	30.77	6.00	60.19	7.00	30.30	6.10
รายได้อื่นๆ**	14.89	3.00	8.04	1.00	3.46	0.58
รวมรายได้	553.34	100.00	889.00	100.00	594.46	100.00

\* ให้เช่าพัดลม บำรุงรักษาและรับประกันสินค้า เป็นต้น \*\* เงินอุดหนุนจากรัฐบาล ดอกเบี้ยรับ กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

CG Report Score :



THSI List : -

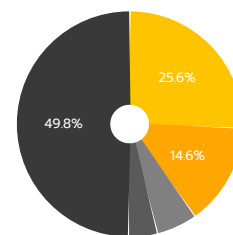
## Stock Data (05/03/2018)

	YTD	2016	2015
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)	1,084.80	2,640.00	600.00
Price (B./share)	2.26	5.50	1.25
EPS (B)	-0.18	0.18	0.02

## Statistics (05/03/2018)

	P/E	P/BV	Div. Yield
KOOL (x)	-	3.27	3.43
SERVICES - mai (x)	-	3.25	1.87
SERVICES - SET (x)	41.57	4.38	1.59
mai (x)	84.52	2.45	1.66
SET (x)	18.68	2.12	2.75

## Shareholder Structure (03/05/2017)



- นายนพชัย วีระมาน (25.6%)
- MRFUNG MENG HOI (14.6%)
- บริษัท ร่วมทุน เค-เอส เอ็ม ซี จำกัด (5.8%)
- นายโณภนทร์ รัตนดี (4.2%)
- นายย้อย (49.8%)

## Financial Ratios

	YR/2017	YR/2016	2016	2015
ROE (%)	-25.21	24.32	-	3.69
ROA (%)	-14.05	19.48	-	3.71
D/E (x)	0.94	4.46	-	0.68
GP Margin (%)	25.46	35.28	-	41.39
EBIT Margin (%)	-14.10	12.21	-	2.51
NP Margin (%)	-15.22	9.78	-	1.25

# Business Plan

บริษัทกำหนดแนวทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการ 3 ช่องทางขาย ดังนี้

- กลุ่มช่องทางค้าปลีก : บริษัทวางแนวทางในการบริหารจัดการช่องทางขายไม่ได้รับเกรด โดยเน้นเปิดจุดขายสาขาที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีแนวทางการขยายช่องทางออนไลน์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดยุคใหม่และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
- กลุ่มตลาดลูกค้าองค์กร: บริษัทมีสินค้าและบริการเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง จึงมีลูกค้าอยู่ระหว่างการดำเนินงานขายตาม Sales Pipeline ที่ยังคงเป็นโอกาสการขยายและรายได้ในอนาคต
- กลุ่มธุรกิจส่งออก : บริษัทสรรหาและคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ได้มากขึ้น รวมถึงการสรรหาตัวแทนจำหน่ายในประเทศซีกโลกใต้ที่มีอากาศร้อนในช่วงนอกฤดูกลางของประเทศไทยด้วย

## Investment Highlight

ประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อนจัดและยาวนาน อีกทั้งยังมีพื้นที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้จำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัท มีโซลูชันและทางเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า โดยบริษัทมีจุดแข็งในเรื่อง ความเชี่ยวชาญในด้านนวัตกรรม และ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง บริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายฐานการตลาด และมุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการแก้ไขปัญหาอากาศร้อน ประหยัดพลังงาน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า

## Risk Factor

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้:

- การแข่งขันในธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น บริษัท เชื่อว่าขนาดของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็นยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากคุณสมบัติการประหยัดพลังงานได้มากเมื่อเทียบกับเครื่องปรับอากาศ และการที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาด ถือว่าเป็นการช่วยกระตุ้นตลาดให้พัดลมไอเย็นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น บริษัทยังคงมีจุดแข็งในเรื่องประสิทธิภาพการทำความเย็น
- การถูกลอกเลียนแบบ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม และมีการคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ จึงมีโอกาสถูกลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง และทำให้บริษัท เสียประโยชน์จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริษัทได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้เป็นผู้ทรงสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรนั้นๆ โดยหากมีผู้ใดทำการละเมิดตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 บริษัทสามารถดำเนินการตามกฎหมายได้
- การผันผวนของรายได้ระหว่างปี จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นการสร้างความเย็น จึงส่งผลให้ธุรกิจเป็นไปในลักษณะฤดูกาล (Seasonal Business) ทำให้รายได้อาจเกิดการผันผวนระหว่างปี บริษัทจึงมีแผนในการสร้างรายได้จากกลุ่มเป้าหมายรายองค์กร ที่สามารถติดตั้งระบบได้ตลอดทั้งปี เป็นต้น และยังมีแผนในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ติดในเรื่องฤดูกาลเข้ามาจำหน่ายอีกด้วย

## MD&A

**กลุ่มธุรกิจค้าปลีก** ถือเป็นช่องทางการขายหลักตามแผนธุรกิจของบริษัท ซึ่งได้เพิ่มสาขาในช่องทางห้างเมื่อปี 2560 จาก 238 สาขาเป็น 500 สาขา ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายขายและบริหารเพิ่มขึ้นเป็น 229.97 ล้านบาท จาก 209.80 ล้านบาทในปี 2559 ในขณะที่ความต้องการของตลาดลดลงจากปัจจัยหลัก ทำให้ยอดขายรวม 237.01 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 43.45 เมื่อเทียบกับปี 2559 ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาด บริษัทจึงได้จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขาย ส่งผลให้กำไรขั้นต้นของช่องทางนี้มีอัตราลดลง

**กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กร** มีทั้งการขายเป็นสินค้าหน่วยย่อยกับองค์กร หรือเป็นระบบที่ต่ออาศัยการติดตั้งสำหรับในปี 2560 นั้นมียอดขาย195.96 ล้านบาท ลดลงจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 20.13 เนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่ร้อน และลูกค้าชะลอการตัดสินใจเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจแต่บริษัทยังเห็นโอกาสการสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทมีสินค้าและบริการเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง จึงมีลูกค้าอยู่ระหว่างการดำเนินงานขายที่ยังคงเป็นโอกาสการขยายและรายได้ในอนาคต

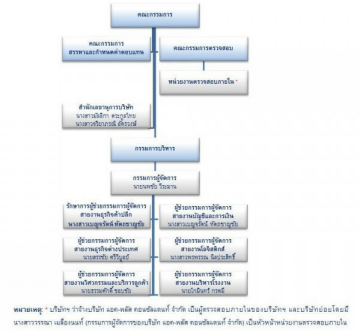
**กลุ่มธุรกิจส่งออก** ในปี 2560 มียอดขายรวม 105.55 ล้านบาท ลดลงคิดเป็นร้อยละ 51.26 เมื่อเทียบกับปี 2559 เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายรายหลักมาจากกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่มีสภาพภูมิอากาศไม่แตกต่างจากประเทศไทย ซึ่งยังคงมีสินค้าคงคลังเพียงพอต่อการขาย ส่วนกลุ่มที่อยู่ในซีกโลกเหนือ ที่ผ่านมาเป็นช่วงเวลาที่ยังค่อนข้างสั้น ทำให้ความต้องการสินค้าไม่เป็นไปตามที่คาด ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกลดลง บริษัทยังคงสรรหาตัวแทนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น รวมถึงตัวแทนในประเทศซีกโลกใต้ที่มีอากาศร้อนในช่วงนอกฤดูกลางของประเทศไทยด้วย

## Capital Structure

(Unit : MB)

	YR/2017	YR/2016	2016	2015
Current Liabilities	253.70	173.81	-	217.05
Non-Current Liabilities	9.30	4.98	-	3.71
Shareholders' Equity	279.02	389.26	-	326.26

## Company Structure



## Company Image

