

KOOL

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

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

ติดต่อ : 0-2953-8800

Website : www.masterkool.com

CEO/MD

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

CFO/IRO

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

CS/IRO

นางสาวมลลิกา ตระกูลไทย
เลขานุการบริษัท/นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2953-8800 ต่อ 401
Mobile : 08-9770-3858
mallika@masterkool.com

CG Report Score :



THSI List : -

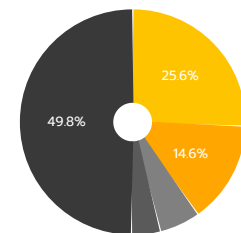
Stock Data (28/11/2017)

	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)	1,046.40	2,640.00	600.00
Price (B./share)	2.18	5.50	1.25
EPS (B)	-0.09	0.18	0.02

Statistics (28/11/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
KOOL (x)	-	3.24	3.46
SERVICES - mai (x)	-	4.16	1.67
SERVICES - SET (x)	43.73	4.29	1.53
mai (x)	122.51	2.82	1.43
SET (x)	18.26	2.02	2.83

Shareholder Structure (03/05/2017)



นายพนชัย วีระมาน (25.6%)	MRFUNG MENG HOI (14.6%)
บริษัท ร่วมทุน เค-เอสเอ็มซี จำกัด (5.8%)	นายโทมัส ทรูดี (4.2%)
	รายย่อย (49.8%)

Financial Ratios

	9M/2017	9M/2016	2016	2015
ROE (%)	-15.43	26.36	24.32	3.69
ROA (%)	-10.02	22.61	19.48	3.71
D/E (x)	0.77	0.28	0.46	0.68
GP Margin (%)	27.64	36.45	35.28	41.39
EBIT Margin (%)	-8.66	15.78	12.21	2.51
NP Margin (%)	-9.47	12.68	9.78	1.25

Company Background

จัดหา และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พัดลมไอเย็น พัดลมไอน้ำ และพัดลมอุตสาหกรรม ภายใต้แบรนด์ MASTERKOOL และ Cooltop และให้บริการเข้าใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว 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 เอ็ม เอ ไอ (mai) และเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ด้วยรหัสหลักทรัพย์ KOOL
- 2559 บริษัท โดดเด่นในฐานะผู้นำอีกครั้ง โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ Koolbot Series พัดลมไอเย็นรุ่นแรกของโลกที่ติดตั้งได้รอบทิศทาง (Surround Inlet) สามารถลดอุณหภูมิได้สูงสุด 15 องศาเซลเซียสและประหยัดไฟกว่าแอร์ถึง 10 เท่า และเมื่อเดือนเมษายน 2559 บริษัท เป็น 1 ใน 5 ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล “ผู้พิชิตยอดเขานวัตกรรม” จากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ด้วยผลงานนวัตกรรมพัดลมไอเย็นรุ่น 25EXN ที่มีระบบควบคุมความชื้น เป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างรายได้ได้จริงกว่า 100 ล้านบาท

Revenue Structure

รอบบัญชี : 30 ก.ย.

(Unit : MB)

	9M/2017	%	9M/2016	%	2016	%	2015	%
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมไอเย็น	343.92	72.00	654.23	84.00	699.03	78.58	475.24	79.94
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมไอน้ำ	19.48	4.00	28.22	4.00	34.46	3.87	23.31	3.92
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมอุตสาหกรรม & พัดลมระบายอากาศ	18.62	4.00	17.48	2.00	21.89	2.46	29.21	4.91
รายได้จากการขายไอโซลและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไอโซน	23.37	5.00	53.41	7.00	97.87	11.00	12.97	2.18
รายได้จากการให้บริการ*	56.76	12.00	22.50	3.00	28.26	3.18	30.30	6.10
รายได้อื่น **	12.31	3.00	4.61	1.00	8.08	0.91	3.46	0.58
รวมรายได้	474.47	100.00	771.45	100.00	889.59	100.00	594.46	100.00

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

Business Plan

สภาพอากาศในประเทศไทยที่ร้อนจัดและยาวนาน ประกอบกับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่มาจาก ความเชี่ยวชาญ ในหลักการและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัท เติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และ บริษัทฯ ยังคงเล็งเห็นโอกาสในการเติบโตต่อไปอีก บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะขยายฐานการตลาด และมุ่งเน้นที่จะสร้าง กำไรในทุกไตรมาส การวางแผนธุรกิจในปี 2560 นี้จึงให้ความสำคัญ ทั้งด้านรายได้ และด้านค่าใช้จ่ายซึ่งต้องอาศัย การเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

บริษัทได้วางแผนในการขยายธุรกิจในทุกกลุ่มผ่านช่องทางขาย โดยตั้งเป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และ เติบโตในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ในภาพรวม ซึ่งได้กำหนดทิศทางของแผนกลยุทธ์ไว้โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก 3 กลุ่ม

- ตลาดลูกค้ารายย่อย : ขยายช่องทางให้ทั่วถึงและเสริมสร้างช่องทางให้มีคุณภาพ ทั้งโมเดิร์นเทรด ออนไลน์ ตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า โดยทีมงานขายต้องพร้อมทุกจุดขาย ตลอดจนระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เอื้อต่อ การปฏิบัติงาน
- ตลาดลูกค้าองค์กร : สร้างความแข็งแกร่งให้ทีมขายและทีมเทคนิค เพื่อดูแลงานอย่างมีระบบที่ครบวงจร พร้อม ราคาที่แข่งขันได้ภายใต้คุณภาพที่ดีกว่าและโซลูชั่นที่ตอบโจทย์ความต้องการ ทั้งการแก้ไขปัญหาอากาศร้อน การ ประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ตลาดส่งออก : สนับสนุนตัวแทนต่างประเทศที่มีศักยภาพ เปิดตลาดใหม่ นำด้วยสินค้าใหม่ และใช้โมเดลธุรกิจ ของ บริษัทฯ (KOOL Business Model) เพื่อสร้างการเติบโตและมีความแข็งแกร่งอย่างยิ่ง

Investment Highlight

- บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกปี เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของยอดขายของปี 2559 และปี 2558 พบว่ายอดขายมีอัตราการเติบโตในอัตราร้อยละ 49.64 ซึ่งปี 2560 นี้ บริษัทฯ คาดว่ายังคงมีโอกาสเติบโต ในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ด้วยโอกาสธุรกิจที่มีปัจจัยด้านอุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี และยังมีพื้นที่ที่ไม่ สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้อีกจำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชั่นและทางเลือก ในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า

Risk Factor

- ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้:
- ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น บริษัทฯ เชื่อว่าขนาดของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็นยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากคุณสมบัติการประหยัดพลังงานได้มากเมื่อเทียบกับเครื่องปรับอากาศ และให้ความเย็นได้ทันที โดยใช้เทคโนโลยีสร้างความเย็นด้วยละอองน้ำ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ได้อย่างดี และการที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาด บริษัทฯ เชื่อว่าเป็นการช่วยกระตุ้นตลาดให้น่าสนใจมากขึ้น สำหรับ บริษัทฯ เองยังคงมีจุดแข็งในเรื่องประสิทธิภาพการทำความเย็น และมีแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด
- ความเสี่ยงจากการถูกลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม และมีการ คิดค้น ปรับปรุง ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ จึงมีโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อาจถูกลอกเลียนแบบ จากคู่แข่ง และทำให้บริษัทฯ เสียประโยชน์จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ คิดค้นขึ้นเอง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้บริษัทฯ เป็นผู้ทรง สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรนั้นๆ โดยหากมีผู้ใดทำการละเมิดตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 บริษัทฯ สามารถดำเนินการตามกฎหมายได้
- ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นการสร้างความเย็น จึงส่งผลให้ธุรกิจเป็นไป ในลักษณะฤดูกาล (Seasonal Business) ทำให้รายได้อาจเกิดการผันผวนระหว่างปี บริษัทฯ จึงมีแผนในการสร้าง รายได้จากกลุ่มเป้าหมายรายองค์กร เช่น โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล ที่สามารถติดตั้งระบบได้ตลอดทั้งปี เป็นต้น รวมถึงรายได้ที่มาจากบริการหลังจากพ้นระยะเวลาการรับประกัน นอกจากนี้ในปี 2560 บริษัทฯ ยังมี แผนในการจัดหาผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ติดในเรื่องฤดูกาลอีกด้วย

MD&A

กลุ่มธุรกิจลูกค้ารายย่อยผ่านช่องทางค้าปลีก มียอดขายรวม 24.12 ล้านบาทในไตรมาส 3 เพิ่มขึ้น 1.76 ล้านบาท หรือคิดเป็น 7.80% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559 สำหรับด้านค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายและการตลาดมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 6.57 ล้านบาท หรือคิดเป็น 26.64 % ของรายได้ ลดลง 5.17% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2559 เนื่องจากบริษัทฯ เน้นทำการตลาดแบบจัดกิจกรรม ณ จุดขาย

กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กร มีลักษณะเป็นงานขายแบบสินค้าหน่วยย่อย หรือแบบโครงการที่ต้องมีการติดตั้งระบบ ซึ่งยอดขายในไตรมาส 3 รวม 29.30 ล้านบาท ลดลง 27.68 ล้านบาทหรือคิดเป็น 48.58% เมื่อเทียบช่วง เวลาเดียวกันของปี 2559 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เห็นโอกาสการเติบโตและสร้าง ยอดขายเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากโครงการที่นำเสนออยู่ในกระแสของการประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม

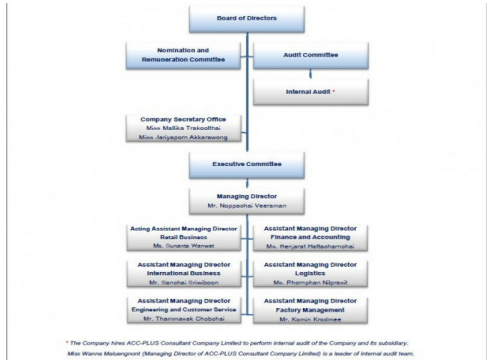
กลุ่มธุรกิจส่งออก ในช่วงไตรมาส 3 มียอดขายรวม 3.03 ล้านบาท ลดลง 17.44 ล้านบาท คิดเป็น 85.18 % เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559 สาเหตุมาจากตัวแทนจำหน่ายหลักอยู่ในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่สภาพอากาศไม่แตกต่างจากประเทศไทยนัก ซึ่งยังมีสินค้าคงคลังในปริมาณที่เพียงพอต่อการขายใน ไตรมาส 3/2560 อีกทั้งกลุ่มซีกโลกเหนือมีระยะเวลาที่อุณหภูมิอากาศสูงในปีนี้น้อยลง ทำให้ความต้องการต่ำ กว่าเป้าหมายที่คาดไว้ สำหรับโอกาสเติบโตยังมีอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้จัดเตรียมแผนในการทำตลาดเชิงรุก เพื่อรองรับการขายต่อไป พร้อมทั้งวางแผนสรรหาตัวแทนที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาเพิ่มเติมให้ครอบคลุม ประเทศต่างๆ มากขึ้น

Capital Structure

(Unit : MB)

	9M/2017	9M/2016	2016	2015
Current Liabilities	244.60	105.74	173.81	217.05
Non-Current Liabilities	4.40	5.09	4.98	3.71
Shareholders' Equity	322.53	400.06	389.26	326.26

Company Structure



Company Image

