

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

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

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

CG Report Score :



THSI List : -

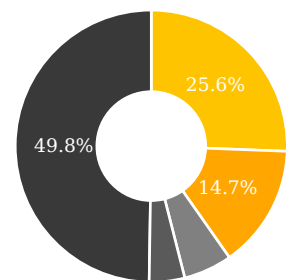
Stock Data (31/08/2017)

	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)	1,296.00	2,640.00	600.00
Price (B./share)	2.70	5.50	1.25
EPS (B)	-0.04	0.18	0.02

Statistics (31/08/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
KOOL (x)	-	3.71	2.79
SERVICES - mai (x)	-	3.67	1.83
SERVICES - SET (x)	39.84	3.93	1.67
mai (x)	106.30	2.69	1.57
SET (x)	17.18	1.95	2.99

Shareholder Structure (03/05/2017)



- มายพชัย วีระมาน (25.6%)
- MR.FUNG MENGHOI (14.7%)
- บริษัท รุ่งทูน เทคโนโลยี จำกัด (5.8%)
- มายโทนิทร์ ทรณดี (4.2%)
- รายย่อย (49.8%)

Financial Ratios

	6M/2017	6M/2016	2016	2015
ROE (%)	-8.74	29.88	24.32	3.69
ROA (%)	-5.07	20.01	19.48	3.71
D/E (x)	1.01	0.53	0.46	0.68
GP Margin (%)	29.10	37.37	35.28	41.39
EBIT Margin (%)	-3.77	18.93	12.21	2.51
NP Margin (%)	-4.50	15.19	9.78	1.25

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 เอ็ม เอ ไอ (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

Revenue Structure

หน่วยบัญชี : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	6M/2017	%	6M/2016	%	2016	%	2015	%
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมไอเย็น	294.88	71.40	576.28	85.88	699.03	78.58	475.24	79.94
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมไอน้ำ	14.11	3.42	20.57	3.06	34.46	3.87	23.31	3.92
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมอุตสาหกรรม & พัดลมระบายอากาศ	13.14	3.18	12.83	1.91	21.89	2.46	29.21	4.91
รายได้จากการขายอะไหล่และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไอโซน	45.55	11.03	34.89	5.20	97.87	11.00	12.97	2.18
รายได้จากการให้บริการ*	37.47	9.07	22.45	3.35	28.26	3.18	30.30	6.10
รายได้อื่น **	7.84	1.90	4.05	0.60	8.08	0.91	3.46	0.58
รวมรายได้	412.98	100.00	671.07	100.00	889.59	100.00	594.46	100.00

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

Business Plan

บริษัท มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้านวัตกรรม ทั้งกลุ่มเครื่องทำความเย็น และกลุ่มสินค้าใหม่ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาอากาศร้อนด้วยประสิทธิภาพการทำความเย็นที่ดีที่สุด

ทิศทางของแผนกลยุทธ์ยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก 3 กลุ่ม

- ตลาดลูกค้ารายย่อย : ขยายช่องทางให้ทั่วถึงและเสริมสร้างช่องทางให้มีคุณภาพ ทั้งโมเดิร์นเทรด ออนไลน์ ตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า โดยทีมงานขายต้องพร้อมทุกจุดขาย ตลอดจนระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน
- ตลาดลูกค้าองค์กร : สร้างความแข็งแกร่งให้ทีมขายและทีมเทคนิค เพื่อดูแลอย่างมีระบบที่ครบวงจร พร้อมราคาที่แข่งขันได้ภายใต้คุณภาพที่ดีกว่าและโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการ ทั้งการแก้ไขปัญหาอากาศร้อน การประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และโครงการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม บริษัทคาดว่าจะยังมีโอกาสเติบโตสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นได้
- ตลาดส่งออก : สนับสนุนตัวแทนต่างประเทศที่มีศักยภาพ เปิดตลาดใหม่ นำด้วยสินค้าใหม่ และใช้โมเดลธุรกิจของบริษัท (KOOL Business Model) เพื่อสร้างการเติบโตและมีความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

Investment Highlight

บริษัท มีความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาอากาศร้อนด้วยประสิทธิภาพการทำความเย็นที่ดีที่สุด โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าส่งออกในแถบที่มีอากาศร้อนในไตรมาส 3 และ 4 ลูกค้ายังให้ความสนใจโครงการประหยัดพลังงาน และการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชันและการเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า ด้วยทีมงานมืออาชีพ บริษัทฯ คาดว่ายังมีโอกาสเติบโตและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นได้

Risk Factor

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้:

- ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น บริษัทฯ เชื่อว่าขนาดของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็นยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากคุณสมบัติการประหยัดพลังงานได้มากเมื่อเทียบกับเครื่องปรับอากาศ และให้ความเย็นได้ทันที โดยใช้เทคโนโลยีสร้างความเย็นด้วยละอองน้ำ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี และการที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาด บริษัทฯ ถือว่าเป็นการช่วยกระตุ้นตลาดให้นำสนใจมากขึ้น สำหรับบริษัทฯ เองยังคงมีจุดแข็งในเรื่องประสิทธิภาพการทำความเย็น และมีแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด
- ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นการสร้างความเย็น จึงส่งผลให้ธุรกิจเป็นไปในลักษณะฤดูกาล (Seasonal Business) ทำให้รายได้อาจเกิดการผันผวนระหว่างปี บริษัทฯ จึงมีแผนในการสร้างรายได้จากกลุ่มเป้าหมายรายองค์กร เช่น โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล ที่สามารถติดตั้งระบบได้ตลอดทั้งปี เป็นต้น รวมถึงรายได้ที่มาจากบริการหลังการขายระยะเวลาการรับประกัน นอกจากนี้ในปี 2560 บริษัทฯ ยังมีแผนในการจัดหาผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ติดในเรื่องฤดูกาลอีกด้วย

MD&A

ภาพรวมธุรกิจ

ตลาดพัดลมไอเย็นหดตัวลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากสภาพอากาศที่ไม่ร้อนจัด ซึ่งเป็นผลกระทบสืบเนื่องมาตั้งแต่ไตรมาส 1 ก็มีปริมาณฝนที่ตกอย่างต่อเนื่อง รวมถึง การมีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ผลการดำเนินงานช่วงไตรมาส 2 ของปี 2560 มียอดขายในประเทศจากช่องทางค้าปลีกและกลุ่มลูกค้าองค์กรลดลง 197.52 ล้านบาท หรือลดลง 52.17 % เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว สำหรับช่องทางส่งออกในไตรมาส 2 ก็ได้รับผลกระทบเรื่องสภาพอากาศที่ไม่ร้อนจัดเหมือนกับช่องทางในประเทศเช่นเดียวกัน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักอยู่ในโซนเดียวกับประเทศไทย รวมทั้งในช่วงไตรมาสที่ 1 มียอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าเพื่อรองรับการขายในไตรมาสที่ 2 ส่งผลให้ช่องทางนี้มียอดขายลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา 60.30 ล้านบาท หรือลดลง 81.65% ส่งผลให้การดำเนินงานในไตรมาส 2 บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 113 ล้านบาท

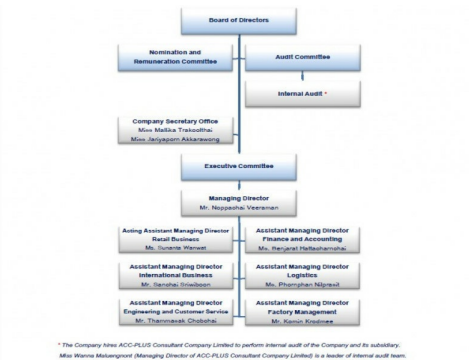
ผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกของปี 2560 บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 18.58 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559 ซึ่งมีกำไรสุทธิ 101.96 ล้านบาท โดยมียอดขายรวม 412.98 ล้านบาท ปรับลดลง 258.09 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาก็จากยอดขายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังจัดทำโปรโมชั่นโดยการปรับลดราคาหรือแถมสินค้าในช่องทางค้าปลีกเพื่อผลักดันสินค้า เนื่องจากคู่แข่งหลายราย ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวในการผลักดันสินค้ารวมทั้งจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2559 จำนวน 15.64 ล้านบาท คิดเป็น 12.45% ส่งผลให้มีอัตรา

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2017	6M/2016	2016	2015
Current Liabilities	344.98	218.26	173.81	217.05
Non-Current Liabilities	6.09	5.49	4.98	3.71
Shareholders' Equity	348.89	418.63	389.26	326.26

Company Structure



* The Company uses ACC-PLUS Consultant Company Limited to perform internal audit of the Company and its subsidiary. Miss Worra Maneevong (Managing Director of ACC-PLUS Consultant Company Limited) is a leader of internal audit team.

Company Image

