

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

MD

นายณพชัย 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

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

CG Report Score :

THSI List : -

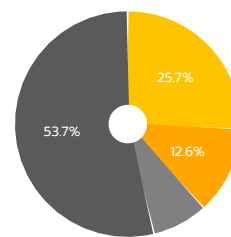
Stock Data (30/06/2020)

	YTD	2019	2018
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)	374.40	427.20	542.40
Price (B./share)	0.78	0.89	1.13
EPS (B)	0.07	0.06	-0.23

Statistics (19/08/2020)

	P/E	P/BV	Div.Yield
KOOL (x)	16.38	1.64	-
SERVICES - mai (x)	47.92	2.08	3.23
SERVICES - SET (x)	73.02	3.09	2.23
mai (x)	32.23	1.54	2.89
SET (x)	21.77	1.48	3.86

Shareholder Structure (02/06/2020)



นายณพชัย วีระมาน (25.7%)
นายทวีตกร จุฬางกูร (8.0%)
นายช้อย (53.7%)
Mr.Fung Meng Hoi (12.6%)

Financial Ratios

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
ROE (%)	10.44	10.01	16.95	-48.69
ROA (%)	5.83	7.14	8.97	-17.74
D/E (x)	1.51	1.64	1.44	1.73
GP Margin (%)	23.27	30.99	29.58	22.39
EBIT Margin (%)	6.76	9.95	5.92	-15.50
NP Margin (%)	5.79	8.55	4.35	-19.01

Company Background

จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พัดลมไอเย็น พัดลมไอน้ำ และพัดลมอุตสาหกรรม ภายใต้แบรนด์ MASTERKOOL และ Cooltop และให้บริการเช่าใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สำหรับการจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ออกแบบและติดตั้งระบบระบายความร้อนภายในโรงงานและคลังสินค้า รวมทั้งออกแบบ และติดตั้งระบบไอโซน เพื่อประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม

Key Development of Company

- ปี 2545 บริษัท เริ่มจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2545 โดยนายณพชัย วีระมาน และกลุ่มเพื่อน - ปี 2551 ได้รับรางวัล PM Award ประจำปี 2551 (Prime Minister's Export Award 2008) ประเภทใช้ตราสินค้าตัวเอง (Thai-Owned Brand) - ปี 2552 บริษัท และผู้ถือหุ้นของบริษัท 3 รายลงนามในสัญญาร่วมลงทุนและสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นกับ K-SME นอกจากนี้ บริษัทได้เริ่มทดลองนำเข้าพัดลมไอเย็นซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายภายในประเทศ - ปี 2554 บริษัท ร่วมก่อตั้งบริษัท อินโนว์ กรีน โซลูชั่น จำกัด ("Ingreen") กับบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกัน โดยผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไอโซน - ปี 2556 บริษัทซื้อหุ้น Ingreen เพิ่มจากผู้ถือหุ้นเดิมที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ส่งผลให้มีสัดส่วนการถือหุ้นใน Ingreen ร้อยละ 99.98 และทำให้ Ingreen มีสถานะเป็นบริษัทย่อย - ปี 2557 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด - ปี 2558 บริษัท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) และ เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ด้วยรหัสหลักทรัพย์ KOOL ในวันที่ 23 กันยายน 2558 - ปี 2559 บริษัท เปิดตัวสินค้านวัตกรรมพัดลมไอเย็นแบบตั้งลมเขารอบทิศทาง รุ่น KOOLBOT ซึ่งสร้างความเย็นได้เต็มประสิทธิภาพ - ปี 2561 สินค้า นวัตกรรม "พัดลมเย็นใส่ยูง" ด้วยคลื่นความถี่สูง ออกสู่ตลาด - ปี 2562 บริษัทได้นำพัดลมเข้ามาจำหน่าย โดยคงเน้นประสิทธิภาพด้วยฟังก์ชันการปรับความเร็วได้ถึง 15 ระดับ และประหยัดไฟฟ้าได้รับฉลากเบอร์ 5 สามดาว - ปี 2563 บริษัทได้นำสินค้าที่ไม่ใช่ข้อจำกัดในเรื่องฤดูกาลเข้ามาจำหน่าย ได้แก่ เครื่องฟอกอากาศ เครื่องอบไอโซนฆ่าเชื้อโรค เครื่องผลิตน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เพื่อลดความผันผวนของรายได้ที่มักเกิดขึ้นในช่วงนอกฤดูกาล

Revenue Structure

หน่วยนับ : 30 ปี.ย.

(Unit : MB)

	6M/2020	%	6M/2019	%	2019	%	2018	%
ช่องทางค้าปลีก	238.93	40.92	268.92	55.05	313.40	43.98	210.00	36.67
ช่องทางการขายองค์กร	34.10	5.84	36.59	7.49	79.29	11.13	73.15	12.77
ช่องทางการขายส่งออก	257.08	44.03	124.07	25.40	199.44	27.99	164.18	28.67
ช่องทางงานบริการ	50.08	8.58	49.87	10.21	97.68	13.71	67.99	11.87
อื่นๆ	-	-	-	-	10.72	1.50	50.22	8.77
รายได้อื่น*	3.74	0.64	9.01	1.84	12.00	1.68	7.18	1.25
รวมรายได้	583.93	100.00	488.46	100.00	712.53	100.00	572.72	100.00

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

Business Plan

การขยายฐานการตลาดสำหรับช่องทางขายลูกค้ารายองค์กรยังคงมีความจำเป็น เพื่อลดความเสี่ยงในการผันผวนของรายได้ในภาพรวม และสำหรับช่องทางธุรกิจค้าปลีกนั้นจำเป็นต้องขยายไลน์ของสินค้ากลุ่มที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องฤดูกาล เพื่อให้มีความครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นควบคู่ไปกับการรองรับการขายผ่านช่องทางออนไลน์ บริษัทได้แบ่งสัดส่วนยอดขายของช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางค้าปลีก 40% และช่องทางการส่งออก 40% ช่องทางการขายลูกค้าองค์กร และกลุ่มงานบริการ 20%

Investment Highlight

บริษัทฯ ยังเล็งเห็นโอกาสธุรกิจที่มีปัจจัยด้านอุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นในทุกปีและยังมีพื้นที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้จำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชันและทางเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า

Risk Factor

ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี
ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท คือผลิตภัณฑ์เพื่อลดความร้อน ซึ่งเป็นรายได้หลักในระหว่างปี ที่ผันผวนตามฤดูกาล โดยทุกปีจะมียอดขายสูงสุดในช่วงฤดูร้อน บริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีมาตรการรองรับความเสี่ยงโดยการนำเสนอสถานที่ประหยัดพลังงานเพื่อใช้ตามโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล อีกทั้ง ได้นำสินค้าที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องฤดูกาลเข้ามาจำหน่าย ได้แก่ เครื่องฟอกอากาศ เครื่องอบโอโซนฆ่าเชื้อโรค เครื่องผลิตน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เพื่อลดความผันผวนของรายได้ที่มักเกิดขึ้นในช่วงนอกฤดูกาล

MD&A

ผลการดำเนินงานในรอบ 6 เดือน เมื่อเปรียบเทียบในงวดเดียวกันของปี 2562 มีรายได้เติบโตขึ้นร้อยละ 18.95 มาจากกลุ่มธุรกิจส่งออกที่มีรายได้ 257.08 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา 124.07 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 107.21
สำหรับช่องทางธุรกิจค้าปลีก การขายผ่านห้างสรรพสินค้า (Moderntrade) ได้รับผลกระทบอย่างมากเนื่องจากการปิดให้บริการภายใต้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ที่เกี่ยวกับสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงทำให้รายได้จากส่วนนี้หดตัวลงไป แต่บริษัทได้ปรับกลยุทธ์โดยการเน้นการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ และการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้สามารถดึงรายได้กลับขึ้นมาได้ ภาพรวมของช่องทางธุรกิจค้าปลีกจึงมีรายได้ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา 238.93 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน 268.92 ล้านบาท ซึ่งลดลงคิดเป็นอัตรา 11.15%
สำหรับภาพรวมของกำไรขั้นต้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาลดลง เนื่องจากสัดส่วนการส่งออกมีมากกว่าสัดส่วนการขายผ่านช่องทางอื่น ซึ่งการส่งออกนั้นเป็นลักษณะการจำหน่ายสินค้าในปริมาณมาก (Bulk Volume) จึงมีอัตรากำไรขั้นต้นไม่มากเท่ากับช่องทางอื่น แต่บริษัทได้บริหารจัดการโดยลดและควบคุมค่าใช้จ่ายในระดับเข้มข้นไปพร้อมกัน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการบริหารซึ่งลดลงร้อยละ 11.96 ต้นทุนทางการเงินลดลงร้อยละ 11.3 ทำให้บริษัทมีกำไรขั้นต้นสำหรับงวด 33.94 ล้านบาท แม้สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อเนื่องและทวีความรุนแรงรุนแรงในทุกอุตสาหกรรม และเกือบทุกพื้นที่ทั่วโลก แต่บริษัทไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งเพียงพอในการดำเนินงานในภาวะวิกฤต และส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิ 33.64 ล้านบาทสำหรับงวด 6 เดือนของปี 2563 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2563

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
Current Liabilities	314.77	329.64	266.57	277.25
Non-Current Liabilities	28.19	15.58	18.22	13.24
Shareholders' Equity	227.86	209.98	197.10	168.23

Company Structure



Company Image



Disclaimer : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ลงทุนเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวนหรือจูงใจให้ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการนำข้อมูลไปใช้ตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามมิให้ผู้ได้นำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท