

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

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

CG Report Score :

THSI List : -

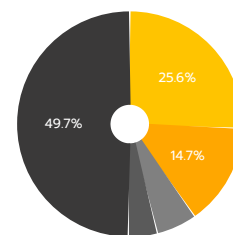
Stock Data (24/08/2018)

	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)	859.20	1,084.80	2,640.00
Price (B./share)	1.79	2.26	5.50
EPS (B)	-0.18	-0.18	0.18

Statistics (23/08/2018)

	P/E	P/BV	Div.Yield
KOOL (x)	-	4.48	-
SERVICES - mai (x)	-	2.90	2.12
SERVICES - SET (x)	35.39	3.99	1.74
mai (x)	66.31	2.13	1.83
SET (x)	16.96	1.93	2.95

Shareholder Structure (20/03/2018)



นายณพชัย วีระมาน (25.6%)	MR.FUNG MENG HOI (14.7%)
บริษัท ร่วมทุน เค-เอสเอ็มอี จำกัด (5.8%)	นายโทนิทร์ นศณี (4.2%)
	นายโยย (49.7%)

Financial Ratios

	6M/2018	6M/2017	2017	2016
ROE (%)	-56.56	-8.74	-25.21	24.32
ROA (%)	-22.53	-5.07	-14.05	19.48
D/E (x)	1.95	1.01	0.94	0.46
GP Margin (%)	14.83	29.10	25.46	35.28
EBIT Margin (%)	-22.00	-3.77	-14.10	12.21
NP Margin (%)	-23.93	-4.50	-15.22	9.78

Company Background

จัดหา และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พัดลมไอเย็น พัดลมไอน้ำ และพัดลมอุตสาหกรรม ภายใต้แบรนด์ MASTERKOOL, Cooltop และให้บริการเช่าใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว รวมถึงการออกแบบและติดตั้งระบบระบายความร้อนภายในโรงงานและคลังสินค้า ติดตั้งระบบไอโซน เพื่อประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม

Key Development of Company

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

Revenue Structure

หน่วยนับ : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	6M/2018	%	6M/2017	%	2017	%	2016	%
กลุ่มพัดลมไอเย็น	282.08	76.37	295.11	71.50	316.00	57.00	698.19	79.00
กลุ่มพัดลมไอน้ำ	9.46	2.56	14.11	3.42	24.86	4.00	34.46	4.00
กลุ่มพัดลมอุตสาหกรรม&พัดลมระบายอากาศ	12.85	3.48	13.14	3.18	28.42	5.00	21.89	2.00
งาน Project	16.69	4.52	-	-	102.60	19.00	-	-
อื่นๆ (อะไหล่ และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไอโซน ฯลฯ)	8.04	2.18	45.56	11.04	35.80	6.00	66.23	12.97
การบริการและให้เช่าพัดลม	412.6	11.17	37.41	9.06	30.77	6.00	60.19	30.30
รายได้อื่น*	-1.00	-0.27	7.39	1.79	14.89	3.00	8.04	3.46
รวมรายได้	369.38	100.00	412.72	100.00	553.34	100.00	889.00	100.00

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

Business Plan

สภาพอากาศในประเทศไทยที่ร้อนจัดและยาวนาน ประกอบกับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่มาจก ความเชี่ยวชาญในหลักการและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ทำให้บริษัทฯ ยังคงเล็งเห็นโอกาสในการเติบโตไปอีก บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะขยายฐานการตลาด และมุ่งเน้นที่จะสร้างกำไรในทุกไตรมาส การวางแผนธุรกิจในปี 2561 นี้จึงให้ความสำคัญ ทั้งด้านรายได้ และด้านค่าใช้จ่ายซึ่งต้องอาศัยการเฟ้ระวังอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

บริษัทได้วางแผนในการขยายธุรกิจในทุกกลุ่มผ่านช่องทางการขาย โดยตั้งเป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเติบโตในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ในภาพรวม ซึ่งได้กำหนดทิศทางของแผนกลยุทธ์ไว้โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก 3 กลุ่ม

- ตลาดลูกค้ารายย่อย : ขยายช่องทางให้ทั่วถึงและเสริมสร้างช่องทางให้มีคุณภาพ ทั้งโมเดิร์นเทรด ออนไลน์ ตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า โดยทีมงานขายต้องพร้อมทุกจุดขาย ตลอดจนระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน
- ตลาดลูกค้าองค์กร : สร้างความแข็งแกร่งให้ทีมขายและทีมเทคนิค เพื่อดูแลงานอย่างมีระบบที่ครบวงจร พร้อมราคาที่แข่งขันได้ภายใต้คุณภาพที่ดีกว่าและโซลูชั่นที่ตอบโจทย์ความต้องการ ทั้งการแก้ไขปัญหาอากาศร้อน การประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ตลาดส่งออก : สนับสนุนตัวแทนต่างประเทศที่มีศักยภาพ เปิดตลาดใหม่ และใช้โมเดลธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อสร้างการเติบโตและมีความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

Investment Highlight

บริษัทฯ ยังเล็งเห็นโอกาสธุรกิจที่มีปัจจัยด้านอุปสงค์ของโลกเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี และยังมีพื้นที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้อีกจำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชั่นและทางเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า

Risk Factor

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้:

- ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาอากาศร้อนร้อน ดังนั้นรายได้จึงมีความผันผวนตามฤดูกาล แต่บริษัทฯ ได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยง โดยมีการนำเสนอระบบประหยัดพลังงานเพื่อใช้ตามโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าองค์กร และจะมีรายได้จากการบริการต่อเนื่องด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เป็นสินค้า Seasonal เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติมอีกด้วย รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งมีฤดูร้อนต่างจากประเทศไทย เช่น ประเทศในแถบซีกโลกใต้ เป็นต้น

MD&A

กลุ่มธุรกิจตลาดค้าปลีกภาพรวมรอบ 6 เดือนในปี 2561 มียอดขาย 131.52 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน 47.05 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 26.35

ปัจจุบันช่องทางค้าปลีกหลักเป็นการขายผ่านห้างโมเดิร์นเทรด ซึ่งคัดเลือกสาขาที่มียอดขายอันดับต้นๆ มาเปิดดำเนินงานในปี 2561 รวมถึงการสื่อสารการตลาดและโปรโมชั่นผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งเป็นการเพิ่ม Competitive Advantage ทำให้อยอดขายสินค้าของบริษัทกลับสู่อันดับหนึ่งของช่องทางโมเดิร์นเทรด แต่ด้วยสภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้อต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากการที่ฝนตกอย่างต่อเนื่องทำให้ภาวะตลาดพัดลมไอเย็นหดตัวลงจากความต้องการที่ลดลงของผู้บริโภคทำให้ผลการดำเนินงานไม่เป็นที่พอใจตามเป้าหมาย ประกอบกับช่องทางขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ที่มียอดออเดอร์ลดลงเนื่องจากยังคงมีสินค้าคงสต็อกเพียงพอต่อการขายในสภาวะอากาศที่ไม่ร้อนจัด สำหรับผลการดำเนินงานช่องทางออนไลน์มียอดขายในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาประมาณ 4.74 ล้านบาท โดยบริษัทเห็นว่าเป็นช่องทางที่มีแนวโน้มในการเติบโต จึงเน้นการจัดหาสินค้าเข้าจำหน่ายในช่องทางเพิ่มเติม

กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กร ได้มีการสร้างฐานการตลาดไว้บ้างในปี 2560 ที่ผ่านมา ทำให้ผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือนแรกของปีมียอดขายเพิ่มขึ้น 14.72 ล้านบาทคิดเป็นเติบโตร้อยละ 14.31 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2560

กลยุทธ์การดำเนินงานที่สำคัญของช่องทางนี้นอกจากการสร้างความมั่นใจในสินค้าและบริการที่นำเสนอแบบโซลูชั่นเพื่อแก้ปัญหา หรือเพื่อการประหยัดพลังงานแล้ว บริษัทฯ ยังคงนำเสนอระบบในลักษณะการเช่าใช้งานอย่างต่อเนื่องเพื่อการตัดสินใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ง่ายขึ้นด้วย

กลุ่มธุรกิจส่งออก ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจส่งออกในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2561 มียอดขายรวม 111.80 ล้านบาท ลดลง 4.63 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.98 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 ทั้งนี้ในช่วงไตรมาส 1/2561 นั้น ตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศรายหลักของบริษัทฯ ที่อยู่ในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวน ทำให้สต็อกสินค้าเดิมของลูกค้ายังมีเพียงพอต่อการขายในประเทศตลอดไตรมาส ซึ่งไตรมาส 2/2561 จึงเริ่มมียอดขายเข้ามาเพิ่มเติม

แนวทางการดำเนินงานส่งออกยังคงต้องอาศัยการหาตัวแทนจำหน่ายเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อครอบคลุมพื้นที่ให้ได้มาก ประกอบกับการนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศที่มีความต้องการแตกต่างกัน

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2018	6M/2017	2017	2016
Current Liabilities	365.85	344.98	253.70	173.81
Non-Current Liabilities	8.80	6.09	9.30	4.98
Shareholders' Equity	191.77	348.89	279.02	389.26

Company Structure



Company Image

