

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

## CEO/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  
เลขาธิการบริษัท/นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2953-8800 ต่อ 401  
Mobile : 08-9770-3858  
mallika@masterkool.com

CG Report Score :

THSI List : -

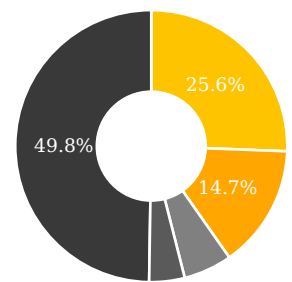
## Stock Data (07/06/2017)

	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)	1,852.80	2,640.00	600.00
Price (B./share)	3.86	5.50	1.25
EPS (B)	-0.04	0.18	0.02

## Statistics (07/06/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
KOOL (x)	34.99	4.98	1.95
SERVICES - mai (x)	1,084.20	4.00	1.74
SERVICES - SET (x)	38.82	3.64	1.77
mai (x)	91.95	2.84	1.53
SET (x)	16.24	1.88	3.11

## Shareholder Structure (03/05/2017)



## Financial Ratios

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
ROE (%)	14.82	13.90	24.32	2.00
ROA (%)	10.42	8.42	19.48	3.71
D/E (x)	1.14	0.65	0.46	0.68
GP Margin (%)	21.84	36.34	35.28	41.39
EBIT Margin (%)	-7.85	9.36	12.21	2.51
NP Margin (%)	-8.46	7.26	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 อินโนว กรีน โซลูชั่น จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบไอโซนเพื่อประหยัดพลังงาน
- 2558 บริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) และเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ด้วยรหัสหลักทรัพย์ KOOL
- 2559 บริษัทโดดเด่นในฐานะผู้นำอีกครั้ง โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ Koolbot Series พัดลมไอเย็นรุ่นแรกของโลกที่ดัดแปลงเข้าได้รอบทิศทาง (Surround Inlet) สามารถลดอุณหภูมิได้สูงสุด 15 องศาเซลเซียสและประหยัดไฟฟ้ากว่าแอร์ถึง 10 เท่า และเมื่อเดือนเมษายน 2559 บริษัทเป็น 1 ใน 5 ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล “ผู้พิชิตยอดเขานวัตกรรม” จากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ด้วยผลงานนวัตกรรมพัดลมไอเย็นรุ่น 25EXN ที่มีระบบควบคุมความชื้น เป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างรายได้จริงกว่า 100 ล้านบาท

## Revenue Structure

รอบบัญชี : 31 ส.ค.

(Unit : MB)

	3M/2017	%	3M/2016	%	2016	%	2015	%
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมไอเย็น	163.63	79.37	172.83	80.23	699.03	78.58	475.24	79.94
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมไอน้ำ	7.92	3.84	9.11	4.23	34.46	3.87	23.31	3.92
รายได้จากการขายกลุ่มพัดลมอุตสาหกรรม & พัดลมระบายอากาศ	6.44	3.12	7.05	3.27	21.89	2.46	29.21	4.91
รายได้จากการขายอะไหล่และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไอโซน	6.44	3.12	12.77	5.93	97.87	11.00	12.97	2.18
รายได้จากการให้บริการ*	18.68	9.06	11.10	5.15	28.26	3.18	30.30	5.10
รายได้อื่น **	3.05	1.48	2.57	1.19	8.08	0.91	3.46	0.58
<b>รวมรายได้</b>	<b>206.15</b>	<b>100.00</b>	<b>215.43</b>	<b>100.00</b>	<b>889.59</b>	<b>100.00</b>	<b>594.46</b>	<b>100.00</b>

\*รายได้จากการบริการ เช่น ให้บริการเช่าพัดลมให้บริการบำรุงรักษาและรับประกันสินค้า เป็นต้น \*\*รายได้อื่น เช่น เงินอุดหนุนจากรัฐบาล ดอกเบี้ยรับ ทำโร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน และทำโร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายทรัพย์สิน เป็นต้น

# Business Plan

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

บริษัทได้วางแผนในการขยายธุรกิจในทุกกลุ่มผ่านช่องทางการขาย โดยตั้งเป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และ เติบโตในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ในภาพรวม ซึ่งได้กำหนดทิศทางของแผนกลยุทธ์ไว้โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก 3 กลุ่ม

- ตลาดลูกค้ารายย่อย : ขยายช่องทางให้ทั่วถึงและเสริมสร้างช่องทางให้มีคุณภาพ ทั้งโมเดิร์นเทรด ออนไลน์ ตัวแทนจำหน่าย และคู่ค้า โดยที่ทีมงานขายต้องพร้อมทุกจุดขาย ตลอดจนระบบการบริหารจัดการ คลังสินค้าที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน
- ตลาดลูกค้าองค์กร : สร้างความแข็งแกร่งให้ทีมขายและทีมเทคนิค เพื่อดูแลงานอย่างมีระบบที่ครบ วงจร พร้อมราคาที่แข่งขันได้ภายใต้คุณภาพที่ดีกว่าและโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการ ทั้งการแก้ไขปัญหา อากาศร้อน การประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ตลาดส่งออก : สนับสนุนตัวแทนต่างประเทศที่มีศักยภาพ เปิดตลาดใหม่ นำด้วยสินค้าใหม่ และใช้โมเดล ธุรกิจของบริษัทฯ (KOOL Business Model) เพื่อสร้างการเติบโตและมีความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

## Investment Highlight

บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกปี เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของยอดขายของปี 2559 และปี 2558 พบว่ายอดขายมีอัตราการเติบโตในอัตราร้อยละ 49.64 ซึ่งปี 2560 นี้ บริษัทฯ คาดว่ายังคงมีโอกาสดำเนินธุรกิจในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ด้วยโอกาสธุรกิจที่มีปัจจัยด้านอุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี และยังมีพื้นที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเครื่องปรับอากาศได้อีกจำนวนมาก รวมถึงกระแสการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งบริษัทฯ มีโซลูชันและทางเลือกในการดำเนินการที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจของลูกค้า

## Risk Factor

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ ของบริษัทมีดังนี้:

**ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น** บริษัทฯ เชื่อว่าขนาดของตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์พัดลมไอเย็นยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากคุณสมบัติการประหยัดพลังงานได้มากเมื่อเทียบกับเครื่องปรับอากาศ และให้ความเย็นได้ทันที โดยใช้เทคโนโลยีสร้างความเย็นด้วยละอองน้ำ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ได้อย่างดี และการที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาด บริษัทฯถือว่าเป็นการช่วยกระตุ้นตลาดให้ผ่านร้อนมากขึ้น สำหรับ บริษัทฯ เองยังคงมีจุดแข็งในเรื่องประสิทธิภาพการทำความเย็น และมีแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด

**ความเสี่ยงจากการถูกลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯเป็นผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม และมีการคิดค้น ปรับปรุง ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ จึงมีโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อาจถูกลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง และทำให้บริษัทฯ เสี่ยงประโยชน์จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ คิดค้นขึ้นเอง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้บริษัทฯ เป็นผู้ทรงสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรนั้นๆ โดยหากมีผู้ใดทำการละเมิดตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 บริษัทฯ สามารถดำเนินการตามกฎหมายได้

**ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ระหว่างปี** จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นการสร้างความเย็น จึงส่งผลให้ธุรกิจเป็นไปในลักษณะฤดูกาล (Seasonal Business) ทำให้รายได้อาจเกิดการผันผวนระหว่างปี บริษัทฯ จึงมีแผนในการสร้างรายได้จากกลุ่มเป้าหมายรายองค์กร เช่น โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล ที่สามารถติดตั้งระบบได้ตลอดทั้งปี เป็นต้น รวมถึงรายได้ที่มาจากบริการหลังจากพ้นระยะเวลาการรับประกัน นอกจากนี้ในปี 2560 บริษัทฯ ยังมีแผนในการจัดหาผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ติดในเรื่องฤดูกาลอีกด้วย

## MD&A

**ภาพรวมธุรกิจ** ในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2560 ตลาดพัดลมไอเย็นหดตัวลงจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักเนื่องมาจากสภาพอากาศที่ไม่ร้อนจัดเหมือนปีที่ผ่านมา และมีปริมาณฝนสูงที่สุดในรอบ 5 ปีย้อนหลัง (ตามข้อมูลกรมอุตุนิยมวิทยา) รวมถึง การมีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ยอดขายช่องทางค้าปลีกและกลุ่มลูกค้าองค์กรลดลง 49.37 ล้านบาท หรือลดลง 33 % เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว สำหรับช่องทางส่งออกยอดขายสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาโดยปรับเพิ่มขึ้น 39.61 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 62.60% ส่งผลให้ขาดทุนสุทธิจำนวน 17.45 ล้านบาท ซึ่งไตรมาสที่ 1 ของปี 2559 มีกำไรสุทธิ 16.60 ล้านบาท โดยมียอดขายรวม 206.15 ล้านบาท ปรับลดลงจากปีที่ผ่านมา 9.27 ล้านบาท สำหรับสาเหตุหลักเกิดจากการแข่งขันทางด้านราคาสูงทำให้ทางบริษัท ต้องมีการปรับลดราคาสินค้าลง ส่งผลกระทบกับกำไรขั้นต้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวมทั้งสิ้น 63.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวมทั้งสิ้น 50.28 ล้านบาท คิดเป็น 26.45% เนื่องจากมีเพิ่มจุดขายหน้าห้าง ส่งผลให้มีอัตราขาดทุนสุทธิเมื่อเทียบกับยอดขายเท่ากับ 8.46%

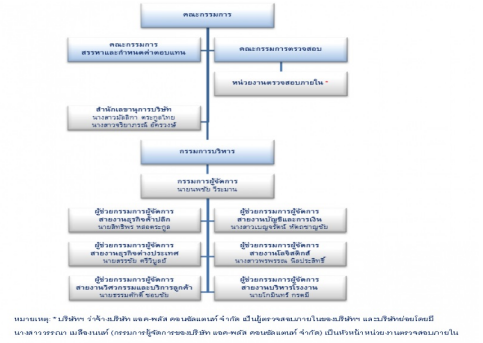
**แนวทางการแก้ไข กลุ่มธุรกิจลูกค้ารายย่อยผ่านช่องทางค้าปลีก** กำไรปรับขึ้นต่างๆ ณ.จุดขายอย่างต่อเนื่อง **กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กร** ลูกค้ายังให้ความสนใจโครงการประหยัดพลังงาน และโครงการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่มาก บริษัทฯคาดว่ายังมีโอกาสเติบโตสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นได้

## Capital Structure

(Unit : MB)

	3M/2017	3M/2016	2016	2015
Current Liabilities	418.74	218.07	173.81	217.05
Non-Current Liabilities	5.08	5.87	4.98	3.71
Shareholders' Equity	371.81	342.86	389.26	326.26

## Company Structure



## Company Image



**Disclaimer :** เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ลงทุนเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวนหรือจูงใจให้ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยมีผลตั้งแต่วันที่ออกประกาศจนแล้วเสร็จ รวมทั้งห้ามมิให้ผู้ใดนำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท