

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ครั้งที่ 108/2563

15 กรกฎาคม 2563

CORPORATES

อันดับเครดิตองค์กร: AA-
แนวโน้มอันดับเครดิต: Stable

วันที่ทบทวนล่าสุด : 11/07/62

อันดับเครดิตองค์กรในอดีต:

วันที่	อันดับ เครดิต	แนวโน้มอันดับ เครดิต/ เกรดพันธ
23/03/48	AA	Stable
12/07/47	AA-	Stable
11/07/45	AA-	-

ติดต่อ:

สรินทร ซอสุขไพบูลย์
sarinthorn@trisrating.com

ประมวลทรัพย์ ผลประเสริฐ
pramuansap@trisrating.com

วจี พิทักษ์ไพบูลย์กิจ
wajee@trisrating.com

วิดา ประทุมสุวรรณ, CFA
wiyada@trisrating.com



WWW.TRISRATING.COM

* รายงานนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของรายงานฉบับภาษาอังกฤษ

เหตุผล

ทริสเรทติ้งลดอันดับเครดิตองค์กรของ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นระดับ "AA-" จาก "AA" โดยมีแนวโน้มอันดับเครดิต "Stable" หรือ "คงที่" ทั้งนี้ การลดอันดับเครดิตดังกล่าวสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของบริษัทที่ถดถอยลงและความสามารถในการทำกำไรที่อ่อนแอกว่าที่คาดไว้อันเกิดจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือโควิด-19 ประกอบกับแนวโน้มการฟื้นตัวของธุรกิจสินค้าแฟชั่นที่จะเป็นไปอย่างช้า ๆ

อันดับเครดิตที่ระดับ "AA-" ยังคงสะท้อนถึงสถานะของบริษัทในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในเครือสหกรุปมาอย่างยาวนาน รวมถึงสถานะในการเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มสินค้าชุดชั้นใน และการมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ในการประเมินอันดับเครดิตนั้น ทริสเรทติ้งยังพิจารณาถึงจุดแข็งทางการเงินของบริษัทที่มีหนี้สินทางการเงินในระดับต่ำจากการมีนโยบายทางการเงินที่มีความระมัดระวัง รวมถึงการมีสภาพคล่องที่เพียงพอและมีความยืดหยุ่นทางการเงินในระดับสูงอีกด้วย

ประเด็นสำคัญที่กำหนดอันดับเครดิต

รายได้ลดลงอย่างต่อเนื่องและกำไรต่ำกว่าที่คาดไว้

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลงอันเป็นผลมาจากการแข่งขันที่รุนแรงและความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ บริษัทยังต้องเผชิญกับการแข่งขันทั้งจากสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์ชั้นนำที่มีชื่อเสียงในระดับโลกและจากผู้ผลิตรายย่อยในท้องถิ่นที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย บริษัทมียอดขายรวมในปี 2562 อยู่ที่ระดับ 1.13 หมื่นล้านบาท ลดลง 8.4% จากระดับประมาณ 1.24 หมื่นล้านบาทต่อปีในปี 2561 และปี 2560 นอกจากนี้ รายได้ของบริษัทก็ปรับลดลงไปอีกในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 โดยลดลง 27.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 2.14 พันล้านบาท

ยอดขายสินค้าแฟชั่นได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างรวดเร็วตั้งแต่วางต้นปี 2563 ที่เริ่มมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 สำหรับในไตรมาสแรกของปี 2563 นั้น ยอดขายสินค้าในทุกสายผลิตภัณฑ์ของบริษัทลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยยอดขายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในลดลง 39% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่ยอดขายเสื้อผ้าบุรุษลดลง 29% และสินค้าเครื่องสำอางลดลง 20%

ทริสเรทติ้งคาดว่ายอดขายของบริษัทในไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 จะลดลงไปอีกเนื่องจากห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปบางแห่งซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายหลักของบริษัทจำเป็นต้องปิดดำเนินการชั่วคราวเป็นระยะเวลาประมาณ 2 เดือน ทั้งนี้ คาดว่าเศรษฐกิจที่ชะลอตัวจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ประกอบกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ลดลงน่าจะส่งผลทำให้ธุรกิจสินค้าแฟชั่นฟื้นตัวช้าและจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทตามไปด้วย

กำไรจากการดำเนินงานของบริษัทถดถอยลงยิ่งขึ้นจากผลกระทบของการแพร่ระบาด โดยบริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานในปี 2562 อยู่ที่ 71 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากระดับ 244 ล้านบาทในปี 2561 และ 124 ล้านบาทในปี 2560 ในขณะที่ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2563 บริษัทมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานจำนวน 114 ล้านบาท กำไรจากการดำเนินงานของบริษัทในช่วงหลายปีที่ผ่านมาลดลงกว่าครึ่งหนึ่งของระดับกำไรที่เคยทำได้ 330-430 ล้านบาทต่อปีในช่วงปี 2557-2559 ทั้งนี้ บริษัทมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ระดับ 2.7% ในปี 2562 และ -0.3% ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2563 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่บริษัทมีรายได้ลดลงในขณะที่ยังมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในระดับสูง

ในช่วงปี 2563-2565 ทริสเรทติ้งคาดว่ารายได้และกำไรของบริษัทจะยังคงอยู่ภายใต้แรงกดดันต่อไป ภายใต้สมมติฐานพื้นฐานที่ทริสเรทติ้งคาดว่ารายได้จากการดำเนินงานรวมของบริษัทในปี 2563 จะลดลงไปประมาณ 35% และจะค่อย ๆ เพิ่มกลับขึ้นมาอยู่ในระดับประมาณ 1 หมื่นล้านบาทต่อปีในช่วง

2564-2565 ทั้งนี้ ทริสเรทติ้งคาดการณ์ว่าการฟื้นตัวของรายได้อาจต้องใช้เวลามากกว่าจะกลับไปยังระดับที่เคยทำได้ในอดีต เมื่อพิจารณาจากรายได้ที่คาดว่าจะปรับลดลงแล้ว ทริสเรทติ้งคาดการณ์ว่าอัตราค่าจ้างจากภาระงานของบริษัทจะติดลบในปี 2563 และหลังจากนั้นจะค่อย ๆ ปรับดีขึ้นมาอยู่ในช่วงระดับ 2.6%-3.0% ในช่วง 2564-2565 นอกจากนี้ ทริสเรทติ้งยังคาดหวังให้บริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเพื่อลดระดับสต็อกสินค้าส่วนเกินในช่วงที่สภาวะตลาดไม่เอื้ออำนวย

การใช้จ่ายของภาคเอกชนจะหดตัว

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของไทยในไตรมาสแรกของปี 2563 หดตัวลง 1.8% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนอันเป็นผลจากการลดลงของการลงทุนทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนถึงการใช้จ่ายภาครัฐ และการส่งออกสินค้าและบริการ ถึงแม้ว่าการใช้จ่ายของภาคเอกชนจะเพิ่มขึ้น 3% ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 แต่ก็ยังเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่าในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนซึ่งอยู่ที่อัตรา 4.8% จากประมาณการณ์ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดว่าการใช้จ่ายของภาคเอกชนในปี 2563 จะหดตัว 1.7% ซึ่งปรับลดลงจากเดิมที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 3.5% อันเป็นผลจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตลอดจนปัญหาภัยแล้ง และรายได้จากการท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมากจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่หายไป

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index -- CCI) ของไทยในเดือนเมษายนลดลงต่ำสุดมาอยู่ที่ระดับ 47.2 จากระดับ 50.3 ในเดือนมีนาคม 2563 ซึ่งดัชนีดังกล่าวลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 14 เดือนติดต่อกันจากระดับ 75-85 ในช่วงปี 2562 นอกจากนี้ ดัชนียอดขายปลีก (Retail Sales Index -- RSI) ก็หดตัวลง 8.3% ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2563 โดยคาดว่าดัชนียอดขายปลีกที่ไม่รวมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์และ/หรือจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะลดลงในปี 2563

ยอดขายสินค้าแฟชั่นมีความผันแปรไปตามสภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ในปี 2562 มูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าลดลง 11.7% ในขณะที่ช่วงเดียวกัน มูลค่าตลาดของเสื้อผ้าบุรุษที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าก็หดตัว 6.3% ในปี 2562 และลดลงอีก 24.7% ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 อนึ่ง สศช. ระบุว่า การใช้จ่ายภาคเอกชนในส่วนของสินค้าประเภทเสื้อผ้าในไตรมาสแรกของปี 2563 นั้นหดตัวลง 6.9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในการนี้ ทริสเรทติ้งจึงคาดว่ายอดขายสินค้าแฟชั่นในปี 2563 จะได้รับผลกระทบอย่างมากจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยคาดว่ามูลค่าตลาดของเสื้อผ้าบุรุษและชุดชั้นในสตรีน่าจะหดตัวลง นอกจากนี้ แม้แต่ยอดขายเครื่องสำอางที่ตามปกตินั้นถือว่าทนทานต่อภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงได้นั้นก็อาจจะเห็นการลดลงได้ด้วยเช่นกัน

ยอดขายผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปลดลงอย่างมาก

บริษัทมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายจำนวนประมาณ 3,000 แห่งทั่วประเทศ ณ เดือนมีนาคม 2563 โดยสินค้าของบริษัทมีวางจำหน่ายทั้งในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าทั่วไป และร้านค้าของบริษัทเองครอบคลุมทั่วประเทศ ร้านค้าทั่วไปและห้างสรรพสินค้านั้นถือว่าเป็นช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายของบริษัทซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 48% และ 32% ของยอดขายรวมของบริษัทในปี 2562 ตามลำดับ

ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปบางแห่งจำเป็นต้องปิดดำเนินการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคมจนถึงวันที่ 16 พฤษภาคม 2563 ตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในไตรมาสแรกของปี 2563 ยอดขายสินค้าของบริษัทในห้างสรรพสินค้าหดตัวลงถึง 35% ในขณะที่ยอดขายผ่านร้านค้าทั่วไปลดลง 28% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หลังจากการเปิดเมืองเพื่อเป็นการผ่อนคลายมาตรการ ทริสเรทติ้งคาดว่าความต้องการซื้อสินค้าแฟชั่นในห้างสรรพสินค้าจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงระยะสั้น อย่างไรก็ตาม ทริสเรทติ้งเชื่อว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคน่าจะยังคงอยู่ในระดับต่ำต่อไปอีกในสภาวะเศรษฐกิจที่เปราะบางเช่นนี้ ส่วนการที่สินค้าแฟชั่นจะฟื้นตัวกลับมาแข็งแกร่งเช่นเดิมหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้หรือไม่ก็ยังมีความไม่แน่นอนสูง ในมุมมองของทริสเรทติ้งเห็นว่ากลุ่มสินค้าแฟชั่นจะฟื้นตัวได้อย่างช้า ๆ เนื่องจากอุปสงค์อาจลดลงจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

ช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์และการจำหน่ายผ่านสื่อโทรทัศน์ได้กลายเป็นช่องทางที่เป็นทางเลือกสำคัญเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในช่วงมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม บริษัทได้มุ่งเน้นการขยายรายได้จากการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ให้เติบโตยิ่งขึ้นเพื่อรองรับอุปสงค์ในช่องทางนี้ที่เติบโตมากขึ้น ในไตรมาสแรกของปี 2563 บริษัทมียอดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และผ่านสื่อโทรทัศน์คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 4% ของยอดขายรวมและเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวในช่วงการปิดประเทศ โดยคาดว่าจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 6% ของยอดขายรวมในปี 2563 ในการนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายว่าจะมีรายได้จากช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวเพิ่มขึ้นให้ได้ประมาณ 10% ของรายได้รวมในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และผ่านสื่อโทรทัศน์ยังคงมีมูลค่าไม่สูงมากและยังไม่เพียงพอที่จะทดแทนรายได้ที่ลดลงจากการจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปได้

เป็นผู้นำในตลาดชุดชั้นในสตรี

บริษัทเป็นผู้นำในตลาดชุดชั้นในสตรีโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าในตลาดระดับกลางถึงระดับบน โดยในปี 2562 บริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดคิดเป็น 60.4% ของกลุ่มสินค้าชุดชั้นในสตรีที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย ชุดชั้นในสตรีที่บริษัทจัดจำหน่ายครอบคลุมหลากหลายตราสัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย เช่น “Wacoal” “BSC” “ELLE” และ “กุลสตรี” สินค้าประเภทชุดชั้นในสตรีเป็นกลุ่มสินค้าที่สร้างยอดขายสูงสุดของบริษัทโดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 32% ของยอดขายรวมในปี 2562 ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสัญลักษณ์ Wacoal สร้างรายได้ประมาณ 90%

ของยอดขายในแผนกผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีของบริษัท

Wacoal ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์หลักของผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่บริษัทจัดจำหน่ายถือว่าเป็นผู้นำตลาดในประเทศไทย ทั้งนี้ Wacoal มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 54.4% ในปี 2562 ลดลงจาก 56.2% ในปี 2561 อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งทางการตลาดของ Wacoal ยังสูงกว่าบริษัทคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 2 ที่มีสัดส่วนประมาณ 20% ตราสัญลักษณ์ Wacoal เป็นที่รู้จักกันมาอย่างยาวนานประมาณ 5 ทศวรรษในตลาดผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในในประเทศไทยโดยเป็นที่ยอมรับในเรื่องการสวมใส่สบายซึ่งกระทบกับสรีระและการมีนวัตกรรม Wacoal มีตลาดที่แข็งแกร่งในกลุ่มลูกค้าสตรีวัยทำงาน ในอนาคตบริษัทมีแผนจะออกสินค้าใหม่โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางการตลาด ในขณะเดียวกันก็จะขยายการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีกใหม่ ๆ ทั้งทางออนไลน์และสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้นอีกด้วย

มีหนี้สินทางการเงินในระดับต่ำจากการมีนโยบายทางการเงินที่ระมัดระวัง

บริษัทมีนโยบายทางการเงินที่ระมัดระวังเป็นอย่างมากโดยสามารถคงสถานะปลอดภาระหนี้มาได้เป็นเวลานาน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัทมียอดเงินกู้คงค้างรวมอยู่เพียง 40 ล้านบาทซึ่งเป็นเงินกู้ของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งสำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากบริษัทไม่มีการลงทุนขนาดใหญ่เป็นระยะเวลานาน บริษัทจึงมีสถานะทางการเงินเป็นเงินสดสุทธิ (Net Cash Position) โดย ณ เดือนมีนาคม 2563 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวมทั้งสิ้นประมาณ 1.5 พันล้านบาท ซึ่งเพียงพอที่จะชำระคืนภาระหนี้ตามกำหนดและใช้เป็นเงินทุนในกรณีที่มีความจำเป็น

บริษัทคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทุนโดยรวมประมาณ 290-320 ล้านบาทต่อปีในช่วงปี 2563-2565 ในกรณีนี้ ทริสเรทติ้งคาดว่าโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วง 3 ปีข้างหน้า

มีความยืดหยุ่นทางการเงินในระดับสูง

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 24 แห่งและยังลงทุนในบริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์อีกหลายแห่ง ในปี 2562 บริษัทได้รับเงินปันผลจากการลงทุนประมาณ 570 ล้านบาทซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเกือบ 60% ของกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายของบริษัท การแพร่ระบาดของโควิด-19 และภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยอาจส่งผลกระทบต่อเงินปันผลของบริษัทในปี 2563 ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเงินปันผลจากธุรกิจแฟชั่นและเครื่องสำอาง ทั้งนี้ ทริสเรทติ้งคาดว่าเงินปันผลของบริษัทจะกลับมาเพิ่มขึ้นได้ในช่วงปี 2564-2565

บริษัทมีความยืดหยุ่นทางการเงินในระดับที่ดีจากการมีเงินลงทุนที่มีสภาพคล่องสูง ทั้งนี้ เงินลงทุนในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 8.16 พันล้านบาท ณ เดือนมีนาคม 2563 และมีมูลค่ามากกว่าหนี้สินทางการเงินรวมของบริษัทรวมถึงภาระค้ำประกันในบริษัทที่เกี่ยวข้องและบริษัทที่รวมลงทุน ตลอดจนหนี้สินจากสัญญาเช่าทางการเงินถึงประมาณ 8.8 เท่า

สมมติฐานกรณีพื้นฐาน

- รายได้ของบริษัทจะได้รับแรงกดดันในปี 2563 และจะค่อย ๆ ปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับประมาณ 1 หมื่นล้านบาทต่อปีในช่วงปี 2564-2565
- อัตราค่าไถ่จากการดำเนินงานของบริษัทจะติดลบในปี 2563 และหลังจากนั้นจะอยู่ในช่วง 2.6%-3.0% ในระหว่างปี 2564-2565
- บริษัทมีแผนการใช้เงินเพื่อลงทุนโดยรวมประมาณ 860 ล้านบาทในช่วง 3 ปีข้างหน้า

แนวโน้มอันดับเครดิต

แนวโน้มอันดับเครดิต "Stable" หรือ "คงที่" สะท้อนถึงความคาดหมายของทริสเรทติ้งว่าบริษัทจะยังคงสถานะในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นของเครื่องสกรู๊ปและยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดที่แข็งแกร่งในผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในเอาไว้ได้ นอกจากนี้ ทริสเรทติ้งยังคาดหวังว่าบริษัทจะยังคงนโยบายทางการเงินที่ระมัดระวังและรักษาสถานะสภาพคล่องทางการเงินที่เพียงพอและมีความยืดหยุ่นทางการเงินในระดับสูงได้ต่อไปอีกด้วย

ปัจจัยที่อาจทำให้อันดับเครดิตเปลี่ยนแปลง

อันดับเครดิตของบริษัทอาจได้รับการปรับลดลงหากบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเงินที่เป็นไปในเชิงรุกมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ อันดับเครดิตอาจได้รับการปรับลดลงได้อีกเช่นกันหากผลการดำเนินงานของบริษัทอ่อนแอลงกว่าที่ทริสเรทติ้งคาดการณ์ไว้ ในขณะที่การปรับเพิ่มอันดับเครดิตของบริษัทจะเกิดขึ้นได้หากผลการดำเนินงานและความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดของบริษัทแข็งแกร่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง

ข้อมูลงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ*

หน่วย: ล้านบาท

	ม.ค.-มี.ค. 2563	ณ วันที่ 31 ธันวาคม			
		2562	2561	2560	2559
รายได้จากการดำเนินงานรวม	2,264	11,590	12,597	12,663	12,853
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี	(112)	791	858	709	1,051
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย	(3)	1,091	1,073	972	1,246
เงินทุนจากการดำเนินงาน	(10)	1,019	979	867	1,132
ดอกเบี้ยจ่ายที่ปรับปรุงแล้ว	19	16	19	19	20
เงินลงทุน	76	347	201	335	426
สินทรัพย์รวม	31,282	23,645	23,550	23,280	20,199
หนี้สินทางการเงินที่ปรับปรุงแล้ว	41	0	0	158	0
ส่วนของผู้ถือหุ้นที่ปรับปรุงแล้ว	26,509	20,470	20,245	19,911	17,380
อัตราส่วนทางการเงินที่ปรับปรุงแล้ว					
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	(0.13)	9.41	8.52	7.67	9.69
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อเงินทุนถาวร (%)	1.47 **	3.68	4.05	3.62	5.99
อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	(0.15)	69.74	57.33	52.37	62.66
อัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (เท่า)	0.06 **	0.00	0.00	0.16	0.00
อัตราส่วนเงินทุนจากการดำเนินงานต่อหนี้สินทางการเงิน (%)	1,612.17 **	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	550.01	ไม่ระบุ
อัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อเงินทุน (%)	0.15	0.00	0.00	0.79	0.00

* งบการเงินรวม

** ปรับอัตราส่วนให้เป็นตัวเลขเต็มปีด้วยตัวเลข 12 เดือนย้อนหลัง

เกณฑ์การจัดอันดับเครดิตที่เกี่ยวข้อง

- วิธีการจัดอันดับเครดิตธุรกิจทั่วไป, 26 กรกฎาคม 2562
- อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญและการปรับปรุงตัวเลขทางการเงิน, 5 กันยายน 2561

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (ICC)

อันดับเครดิตองค์กร:	AA-
แนวโน้มอันดับเครดิต:	Stable

บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด

อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 24 191 ถ. สีลม กรุงเทพฯ 10500 โทร. 02-098-3000

© บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2563 ห้ามมิให้บุคคลใด ใช้ เปิดเผย ทำสำเนาเผยแพร่ แจกจ่าย หรือเก็บไว้เพื่อใช้ในภายหลังเพื่อประโยชน์ใดๆ ซึ่งรายงานหรือข้อมูลการจัดอันดับเครดิต ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน และไม่ว่าในรูปแบบ หรือลักษณะใดๆ หรือด้วยวิธีการใดๆ โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด ก่อน การจัดอันดับเครดิตนี้มีใช้ค่าแถลงข้อเท็จจริง หรือคำเสนอแนะให้ซื้อ ขาย หรือถือตราสารหนี้ใดๆ แต่เป็นเพียงความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงหรือความน่าเชื่อถือของตราสารหนี้นั้นๆ หรือของบริษัทนั้นๆ โดยเฉพาะ ความเห็นที่ระบุในการจัดอันดับเครดิตนี้มีได้เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุน หรือคำแนะนำในลักษณะอื่นใด การจัดอันดับและข้อมูลที่ปรากฏในรายงานใดๆ ที่จัดทำ หรือพิมพ์เผยแพร่โดย บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด ได้จัดทำขึ้นโดยมีได้คำนึงถึงความต้องการด้านการเงิน พฤติการณ์ ความรู้ และวัตถุประสงค์ของผู้รับข้อมูลรายใดรายหนึ่ง ดังนั้น ผู้รับข้อมูลควรประเมินความเหมาะสมของข้อมูลดังกล่าวก่อนตัดสินใจลงทุน บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด ได้รับข้อมูลที่ใช้สำหรับการจัดอันดับเครดิตนี้จากบริษัท และแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เชื่อว่าเชื่อถือได้ ดังนั้น บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด จึงไม่รับประกันความถูกต้อง ความเพียงพอ หรือความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลใดๆ ดังกล่าว และจะไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสีย หรือความเสียหายใดๆ อันเกิดจากความไม่ถูกต้อง ความไม่เพียงพอ หรือความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์นั้น และจะไม่รับผิดชอบต่อข้อผิดพลาด หรือการละเว้นผลที่ได้รับหรือการกระทำใดๆ โดยอาศัยข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ รายละเอียดของวิธีการจัดอันดับเครดิตของ บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด เผยแพร่อยู่บน Website: www.trisrating.com/rating-information/rating-criteria