

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

ครั้งที่ 109/2565

11 กรกฎาคม 2565

CORPORATES

อันดับเครดิตองค์กร: AA-
แนวโน้มอันดับเครดิต: Stable

วันที่ทบทวนล่าสุด : 19/07/64

อันดับเครดิตองค์กรในอดีต:

วันที่	อันดับเครดิต	แนวโน้มอันดับ เครดิต/ เกรดที่ปรับ
15/07/63	AA-	Stable
23/03/48	AA	Stable
12/07/47	AA-	Stable
11/07/45	AA-	-

ติดต่อ:

สรินทร์ ขอสุขไพบูลย์
sarinthorn@trisrating.com

ประมวลทรัพย์ ผลประเสริฐ
pramuansap@trisrating.com

วจี พิทักษ์ไพบูลย์กิจ
wajee@trisrating.com

วิยดา ประทุมสุวรรณ, CFA
wiyada@trisrating.com



WWW.TRISRATING.COM

* รายงานนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของรายงานฉบับภาษาอังกฤษ

เหตุผล

ทริสเรทติ้งคงอันดับเครดิตองค์กรของ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ที่ระดับ “AA-” ด้วยแนวโน้มอันดับเครดิต “Stable” หรือ “คงที่” ทั้งนี้ อันดับเครดิตดังกล่าวสะท้อนถึงสถานะของบริษัทในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในเครือสหกรณ์มาอย่างยาวนานรวมถึงสถานะผู้นำตลาดในกลุ่มสินค้าชุดชั้นใน นอกจากนี้ อันดับเครดิตยังสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของบริษัทที่คาดว่าจะฟื้นตัวกลับมาดีขึ้นภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด 19) อีกทั้งยังสะท้อนถึงภาระหนี้สินทางการเงินของบริษัทที่อยู่ในระดับต่ำ ตลอดจนสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง และความยืดหยุ่นทางการเงินจากการมีพอร์ตลงทุนที่มีสภาพคล่องอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม จุดแข็งดังกล่าวก็ยังมีปัจจัยลดทอนบางส่วนจากการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในธุรกิจสินค้าแฟชั่นและเสื้อผ้า รวมถึงความกังวลเกี่ยวกับภาวะเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภค

ประเด็นสำคัญที่กำหนดอันดับเครดิต

เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นมาอย่างยาวนาน

บริษัทมีสถานะเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในเครือสหพัฒน์มาอย่างยาวนาน โดยบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภทและมีความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินค้าของบริษัทกระจายตัวครอบคลุมทั่วประเทศ บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านค้าทั่วไป และร้านค้าของบริษัทเองซึ่งครอบคลุมจุดจำหน่ายประมาณ 2,800 แห่งและเคาน์เตอร์บริการอีก 14,000 แห่งทั่วประเทศ โดยในช่วงปี 2562-2564 ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปถือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัทซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 50% และ 25% ของยอดขายรวมตามลำดับ

นอกจากนี้ บริษัทยังมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับเจ้าของแบรนด์สินค้าต่างประเทศและผู้ผลิตสินค้าภายในเครือสหพัฒน์ซึ่งทำให้บริษัทสามารถสร้างยอดขายในช่องทางการจัดจำหน่ายของพันธมิตรต่าง ๆ ได้อีกด้วย

การเริ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอีกครั้งช่วยผลักดันการฟื้นตัวของผลการดำเนินงาน

ในปี 2564 ยอดขายของบริษัทลดลง 13% มาอยู่ที่ 6.8 พันล้านบาทอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และมาตรการที่เข้มงวดเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดในช่วงไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 3 ของปี 2564 อย่างไรก็ตาม หลังจากมีการผ่อนคลายมาตรการในไตรมาสสุดท้ายของปี 2564 ก็มีสัญญาณการฟื้นตัวของยอดขายแม้ว่าสถานการณ์จะยังไม่กลับคืนสู่ภาวะปกติอย่างเต็มที่นัก

แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสสายพันธุ์โอมิครอน แต่ในไตรมาสแรกของปี 2565 บริษัทก็มียอดขายเพิ่มขึ้น 7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อน โดยมาอยู่ที่ระดับ 1.9 พันล้านบาท ทั้งนี้ เนื่องจากมีแรงหนุนจากการคลายความกังวลเกี่ยวกับโรคโควิด 19 ตลอดจนโครงการกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาล และการที่กิจกรรมต่าง ๆ กลับคืนสู่ภาวะปกติ

ในการนี้ ยอดขายเสื้อผ้าบุรุษตลอดจนชุดชั้นในและผลิตภัณฑ์ชุดกีฬาเริ่มฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งเนื่องจากประชาชนจำนวนมากเริ่มกลับมาทำงานในสำนักงานหรือกลับมาเรียนในสถาบันการศึกษารวมถึงกลับมาทำกิจกรรมนอกบ้านและเริ่มมีการเดินทาง

ในอนาคตทริสเรทติ้งคาดว่าแนวโน้มการเติบโตดังกล่าวจะยังคงดำเนินต่อไปในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 โดยคาดว่าอุปสงค์สินค้าแฟชั่นในทางสรรพสินค้าจะมีการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งและจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทปรับดีขึ้นในช่วง 3 ปีข้างหน้า ทริสเรทติ้งประมาณการว่ารายได้จากการดำเนินงานรวมของบริษัทจะเติบโตเพิ่มขึ้นประมาณ 20% ในปี 2565 และ 10% ต่อไปในช่วงปี 2566-2567 แต่รายได้ในปี 2567 จะยังคงต่ำกว่าระดับรายได้ในปี 2562 ประมาณ 10% อย่างไรก็ตาม ทริสเรทติ้งมีความกังวลเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างประเทศรัสเซียและยูเครนซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อทำให้อัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพของผู้บริโภคทั่วโลกพุ่งสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลในด้านลบต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคและผลการดำเนินงานของบริษัทได้

ช่องทางค้าปลีกใหม่ ๆ มีความแข็งแกร่งขึ้น

ช่องทางการซื้อสินค้าทางออนไลน์ (Online) และทางโทรทัศน์ (TV Home Shopping) ได้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญในการรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในช่วงเวลาปิดเมือง (Lockdown) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 โดยในปี 2564 บริษัทมียอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบใหม่ที่หลากหลายเหล่านี้ (Omni Channel) ที่ระดับประมาณ 705 ล้านบาท ซึ่งเติบโตที่ระดับ 36% เมื่อเทียบกับยอดขายจำนวน 518 ล้านบาทในปี 2563 นอกจากนี้ ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2565 รายได้ของบริษัทยังเติบโตอีก 32% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อนอีกด้วย บริษัทได้ปรับปรุงขั้นตอนการชำระเงินให้ทำได้ง่ายขึ้นและให้ความสำคัญกับการสร้างประสิทธิภาพและความตรงต่อเวลาของกระบวนการจัดส่งมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ ยอดขายจากช่องทางใหม่ ๆ เหล่านี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 8.5%-10.0% ของยอดขายรวมของบริษัทในช่วงปี 2564 จนถึงไตรมาสแรกของปี 2565

นอกจากนี้ บริษัทยังได้เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์บนช่องทางออนไลน์และคัดสรรประเภทของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลูกค้าออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้นในขณะเดียวกันยังทำการตลาดแบบอีคอมเมิร์ซ (E-commerce Marketing) ร่วมกับพันธมิตรอีกด้วย แม้สัดส่วนของยอดขายรวมจะมีค่อนข้างน้อย แต่ทริสเรทติ้งก็คาดว่ายอดขายออนไลน์ของบริษัทจะเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไปในอีกหลายปีข้างหน้า

ยังคงเป็นผู้นำในตลาดชุดชั้นในสตรี

ยอดขายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในถือเป็นสินค้าหนึ่งในสามกลุ่มหลักที่สร้างรายได้สูงสุดให้แก่บริษัท โดยคิดเป็นประมาณ 27%-32% ของรายได้ทั้งหมดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในของบริษัทครอบคลุมแบรนด์ที่มีชื่อเสียงหลายแบรนด์ เช่น Wacoal BSC ELLE และกุลสตรี

บริษัทมีสถานะทางการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดในชุดชั้นในที่โดดเด่นเป็นพิเศษ โดยบริษัทยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดชุดชั้นในระดับกลางถึงระดับสูงซึ่งมีส่วนแบ่งรวมกันอยู่ที่ 57.3% ในปี 2564 โดยวัดจากยอดขายที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ทั้งนี้ ความได้เปรียบในการแข่งขันที่แข็งแกร่งนี้เกิดจากการมีสินค้าวางจำหน่ายที่ครอบคลุมตลาดทั่วประเทศและสถานะแบรนด์ของ “Wacoal” ที่แข็งแกร่งของบริษัท

Wacoal ยังคงเป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่เป็นผู้นำตลาดในประเทศไทยที่ขึ้นชื่อในเรื่องการสวมใส่ที่กระชับกับสรีระและใช้งานได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีตลาดที่แข็งแกร่งในกลุ่มลูกค้าสตรีวัยทำงาน ทั้งนี้ เฉพาะแบรนด์ Wacoal นั้นครองส่วนแบ่งทางการตลาดถึงประมาณ 51.7% ในปี 2564 ซึ่งสูงขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 51.3% ในปี 2563 อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งทางการตลาดดังกล่าวยังถือว่าต่ำกว่าระดับ 54.4% ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

บริษัทมุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายใน รวมถึงการบริหารจัดการแบรนด์ย่อยและช่องทางการตลาดเพื่อหลีกเลี่ยงช่องทางที่ทับซ้อนกัน รวมถึงมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายอีกด้วย ทั้งนี้ จากการมีเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ดีขึ้น ทริสเรทติ้งจึงคาดว่ายอดขายของ Wacoal จะฟื้นตัวและได้ส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงสูญเสียไปกลับคืนมา

เงินปันผลรับสนับสนุนกำไร

บริษัทมีพอร์ตการลงทุนขนาดใหญ่ซึ่งให้ผลตอบแทนเป็นเงินปันผลกลับคืนมา ทั้งนี้ บริษัทมีเงินปันผลรับประมาณ 350-550 ล้านบาทต่อปีในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งรายรับเงินปันผลคิดเป็นสัดส่วนสำคัญที่ประมาณ 50%-60% ของกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ของบริษัท

ในปี 2564 บริษัทมีเงินปันผลรับจำนวน 395 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 300 ล้านบาทในปี 2563 เงินปันผลจากบริษัทในกลุ่มอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคยังคงแข็งแกร่งในปี 2564 และให้เงินปันผลในจำนวนมากที่สุด ทั้งนี้ ในช่วง 3 ปีข้างหน้าทริสเรทติ้งคาดการณ์ว่าการลงทุนจะให้เงินปันผลกลับมาที่ระดับ 400-520 ล้านบาทต่อปี โดยคาดว่าจะการดำเนินงานของธุรกิจส่วนใหญ่จะปรับดีขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีผลการดำเนินงานฟื้นตัวกลับมาและจะสามารถจ่ายเงินปันผลได้เพิ่มขึ้น

ปรับกระบวนการการทำงานภายในกลุ่มเพื่อขับเคลื่อนความสามารถในการทำกำไร

แม้ว่ารายได้ของบริษัทในปี 2564 จะลดลง แต่บริษัทก็มี EBITDA ที่ดีขึ้นที่ระดับ 628 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 10% จากระดับ 570 ล้านบาทในปี 2563 และมีอัตรากำไรต่อยอดขาย (EBITDA Margin) อยู่ที่ระดับ 8.9% ในปี 2564 เปรียบเทียบกับระดับ 7.1% ในปี 2563 โดยเป็นผลมาจากการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการทำงานของบริษัท ตลอดจนการมีค่าใช้จ่ายที่ลดลง และการมีเงินปันผลรับที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (SG&A) ก็ลดลงเหลือ 35.4% ของยอดขายทั้งหมดในปี 2564 จาก 35.8% ในปี 2563

ปัจจุบันบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงการรณรงค์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ และการดำเนินการมาตรการควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในช่วงปี 2565-2567 ทริสเรทติ้งคาดว่า EBITDA Margin ของบริษัทจะอยู่ที่ระดับ 9.0%-9.5% โดยได้รับแรงหนุนจากการฟื้นตัวของยอดขาย ในการนี้ บริษัทมีความตั้งใจที่จะลดระดับสินค้าคงคลังและผลิตภัณฑ์ที่ล้าสมัยลงเพื่อปรับปรุงให้ผลกำไรจากการดำเนินงานดีขึ้น ทริสเรทติ้งคาดการณ์ว่า EBITDA ของบริษัทจะอยู่ในช่วง 0.8-1.0 พันล้านบาทต่อปีในระหว่างปี 2565-2567

มีสถานะทางการเงินแข็งแกร่งโดยมีหนี้สินทางการเงินอยู่ในระดับต่ำมาก

บริษัทมีนโยบายทางการเงินที่ระมัดระวังและคงสถานะปลอดภัยหนี้สินกู้มาเป็นเวลานาน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทมียอดเงินกู้คงค้างรวมอยู่เพียง 35 ล้านบาทซึ่งเป็นเงินกู้ของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งที่ใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนและมีภาระหนี้ที่เกิดจากการค้ำประกันให้แก่บริษัทที่เกี่ยวข้องบางส่วนที่จำนวนทั้งสิ้น 432 ล้านบาท ณ เดือนมีนาคม 2565

เนื่องจากบริษัทไม่มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนขนาดใหญ่และสามารถรักษาภาระหนี้ให้อยู่ในระดับต่ำมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน บริษัทจึงมีสถานะทางการเงินเป็นเงินสดสุทธิ (Net Cash Position) โดย ณ เดือนมีนาคม 2565 บริษัทมีเงินสดในมือและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 2.8 พันล้านบาทโดยเปรียบเทียบกับหนี้สินทางการเงินที่ปรับปรุงแล้วซึ่งอยู่ที่ระดับ 1.6 พันล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทยังมีเงินกู้ยืมจากธนาคารที่ยังไม่ได้เบิกใช้อีกจำนวน 3.6 พันล้านบาทอีกด้วย บริษัทมีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งจากการมีฐานทุนที่มีขนาดใหญ่ซึ่งมีมูลค่าเกือบ 2.8 หมื่นล้านบาท ณ เดือนมีนาคม 2565 ทั้งนี้ ความต้องการในการใช้เงินทุนหลัก ๆ ของบริษัทนั้นคือการลงทุนซึ่งคาดว่าบริษัทจะมีการใช้เงินลงทุนประมาณปีละ 200-270 ล้านบาทในช่วงปี 2565-2567 ในการนี้ ทริสเรทติ้งคาดว่าโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจะยังคงแข็งแกร่งและสภาพคล่องของบริษัทจะยังคงมีเพียงพอในช่วงระยะ 3 ปีข้างหน้า

มีความยืดหยุ่นทางการเงินอยู่ในระดับสูง

บริษัทมีพอร์ตการลงทุนขนาดใหญ่ซึ่งประกอบด้วยการลงทุนในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 24 แห่งและในบริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์อีก 107 แห่ง โดย ณ เดือนมีนาคม 2565 บริษัทมีพอร์ตการลงทุนมูลค่ารวมประมาณ 2.06 หมื่นล้านบาท ซึ่งประมาณครึ่งหนึ่งเป็นการลงทุนในบริษัทในเครือสหพัฒน์ การลงทุนได้สร้างผลตอบแทนที่น่าเชื่อถือให้แก่บริษัทมาอย่างยาวนาน ในการนี้ บริษัทยังคงขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่องที่จำนวนประมาณปีละ 200-400 ล้านบาท ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นการร่วมลงทุนกับบริษัทในเครือสหพัฒน์และพันธมิตร

บริษัทมีความยืดหยุ่นทางการเงินอยู่ในระดับที่ดีจากการมีเงินลงทุนที่มีสภาพคล่องสูง ทั้งนี้ เงินลงทุนของบริษัทในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 9.6 พันล้านบาท ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2565 คิดเป็นจำนวนที่มากกว่าหนี้สินทางการเงินรวมของบริษัทซึ่งรวมถึงภาระค้ำประกันในบริษัทที่เกี่ยวข้องถึงประมาณ 20 เท่า

สมมติฐานกรณีพื้นฐาน

- รายได้ในปี 2565 จะเพิ่มขึ้นประมาณ 20% และจะเพิ่มขึ้น 10% ต่อปีในระหว่างปี 2566-2567
- เงินปันผลรับจะอยู่ที่ระดับ 400-520 ล้านบาทต่อปีในช่วงประมาณการ
- EBITDA Margin จะอยู่ในช่วง 9.0%-9.5%
- เงินลงทุนโดยรวมจะอยู่ที่ระดับประมาณ 670 ล้านบาทในช่วง 3 ปีข้างหน้า

แนวโน้มอันดับเครดิต

แนวโน้มอันดับเครดิต “Stable” หรือ “คงที่” สะท้อนถึงความคาดหมายของทริสเรทติ้งว่าบริษัทจะยังคงสถานะในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นของเครื่องสัพพภัณฑ์และจะยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดที่แข็งแกร่งในผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในเอาไว้ได้ต่อไป นอกจากนี้ ทริสเรทติ้งยังคาดด้วยว่าบริษัทจะยังคงมีผลการดำเนินงานที่ปรับตัวดีขึ้นในขณะที่ยังคงนโยบายทางการเงินที่ระมัดระวัง รวมทั้งรักษาสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและพอร์ตการลงทุนที่เข้มแข็งเอาไว้ได้

ปัจจัยที่อาจทำให้อันดับเครดิตเปลี่ยนแปลง

อันดับเครดิตอาจได้รับการปรับลดลงหากบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเงินที่เป็นไปในเชิงรุกมากขึ้น หรือหากผลการดำเนินงานของบริษัทอ่อนแอลงอย่างมีนัยสำคัญและมากกว่าที่ทริสเรทติ้งคาดการณ์ไว้ ในขณะที่การปรับเพิ่มอันดับเครดิตนั้นอาจเกิดขึ้นได้หากผลการดำเนินงานของบริษัทแข็งแกร่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ*

หน่วย: ล้านบาท

	ม.ค.-มี.ค. 2565	ณ วันที่ 31 ธันวาคม			
		2564	2563	2562	2561
รายได้จากการดำเนินงานรวม	1,967	7,063	7,986	11,590	12,597
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี	(20)	189	16	634	858
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย	99	628	570	934	1,073
เงินทุนจากการดำเนินงาน	95	650	550	877	1,008
ดอกเบี้ยจ่ายที่ปรับปรุงแล้ว	3	18	20	16	19
เงินลงทุน	40	70	229	347	201
สินทรัพย์รวม	33,361	33,467	32,228	23,645	23,550
หนี้สินทางการเงินที่ปรับปรุงแล้ว	0	0	0	0	0
ส่วนของผู้ถือหุ้นที่ปรับปรุงแล้ว	27,848	27,861	27,117	20,470	20,245
อัตราส่วนทางการเงินที่ปรับปรุงแล้ว					
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	5.01	8.89	7.14	8.06	8.52
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อเงินทุนถาวร (%)	0.56 **	0.65	0.06	2.95	4.05
อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	34.96	35.20	28.88	59.69	57.33
อัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (เท่า)	0.00 **	0.00	0.00	0.00	0.00
อัตราส่วนเงินทุนจากการดำเนินงานต่อหนี้สินทางการเงิน (%)	ไม่ระบุ **	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ
อัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อเงินทุน (%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

* งบการเงินรวม

** ปรับอัตราส่วนให้เป็นตัวเลขเต็มปีด้วยตัวเลข 12 เดือนย้อนหลัง

เกณฑ์การจัดอันดับเครดิตที่เกี่ยวข้อง

- อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญและการปรับปรุงตัวเลขทางการเงินสำหรับธุรกิจทั่วไป, 11 มกราคม 2565
- วิธี การจัดอันดับเครดิตธุรกิจทั่วไป, 26 กรกฎาคม 2562

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

อันดับเครดิตองค์กร:	AA-
แนวโน้มอันดับเครดิต:	Stable

บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด

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

© บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2565 ห้ามมิให้บุคคลใด ใช้ เปิดเผย ทำสำเนาเผยแพร่ แจกจ่าย หรือเก็บไว้เพื่อใช้ในภายหลังเพื่อประโยชน์ใดๆ ซึ่งรายงานหรือข้อมูลการจัดอันดับเครดิต ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน และไม่อยู่ในรูปแบบ หรือลักษณะใดๆ หรือด้วยวิธีการใดๆ โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ก่อน การจัดอันดับเครดิตนี้มีใช้ค่าแถลงข้อเท็จจริง หรือคำเสนอแนะให้ซื้อ ขาย หรือถือตราสารหนี้ใดๆ แต่เป็นเพียงความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงหรือความน่าเชื่อถือของตราสารหนี้ใดๆ หรือของบริษัทนั้นๆ โดยเฉพาะ ความเห็นที่ระบุในการจัดอันดับเครดิตนี้มีได้เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุน หรือคำแนะนำในลักษณะอื่นใด การจัดอันดับและข้อมูลปรากฏในรายงานใดๆ ที่จัดทำ หรือพิมพ์เผยแพร่โดย บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ได้จัดทำขึ้นโดยมีได้คำนึงถึงความต้องการด้านการเงิน พฤติการณ์ ความรู้ และวัตถุประสงค์ของผู้รับข้อมูลรายใดรายหนึ่ง ดังนั้น ผู้รับข้อมูลควรประเมินความเหมาะสมของข้อมูลดังกล่าวก่อนตัดสินใจลงทุน บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ได้รับข้อมูลที่ใช้สำหรับการจัดอันดับเครดิตนี้จากบริษัทและแหล่งข้อมูลอื่นฯ ที่เชื่อว่าเชื่อถือได้ ดังนั้น บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด จึงไม่รับประกันความถูกต้อง ความเพียงพอ หรือความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลใดๆ ดังกล่าว และจะไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสีย หรือความเสียหายใดๆ อันเกิดจากความไม่ถูกต้อง ความไม่เพียงพอ หรือความครบถ้วนสมบูรณ์นั้น และจะไม่รับผิดชอบต่อข้อผิดพลาด หรือการละเว้นผลที่ได้รับหรือการกระทำใดๆ โดยอาศัยข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ รายละเอียดของวิธีการจัดอันดับเครดิตของ บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด เผยแพร่อยู่บน Website: www.trisrating.com/rating-information/rating-criteria