

TQM โชว์ผลงาน Q1/64 แกร่ง! กำไร All Time High

แตะ 202 ลบ. มั่นใจ Q2/64 ต่อเนื่องครึ่งปี

หลังยังสร้างสถิติใหม่



บมจ. ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น โชว์ผลงานไตรมาส 1/64 กำไรสุทธิ All Time High แตะ 201.7 ล้านบาท หลังกวาดรายได้รวมไปเกือบ 850 ล้านบาท ตามการเติบโตของยอดขายประกันภัยเกือบทุกประเภทผ่านทุกช่องทาง โดย “เบี้ย COVID-19” ทำได้ราว 200 ล้านบาท ขณะที่ช่องทางออนไลน์โดดเด่น ฐานลูกค้าพุ่งแตะ 1.5 ล้านคน หลัง COVID-19 เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค เน้น Work Form Home - ช้อปปิ้งออนไลน์ ผู้บริหารมั่นใจไตรมาส 2/64 ต่อเนื่องครึ่งปีหลังยังเดินหน้าสร้างสถิติใหม่ หนุภาพรวม ปี 2564 เติบโตสุดแกร่ง ยอดขายทะลุเป้า 25,000 ล้านบาท อานิสงส์เบี้ย COVID-19 พุ่ง มั่นใจทั้งปีทำได้กว่า 1,000 ล้านบาท พร้อมบุกพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ประกันออนไลน์เต็มรูปแบบ รองรับความต้องการพฤติกรรมผู้บริโภคคนวัยนอร์มอล ขณะที่ตัวร่วมลงทุน “ทรูไลฟ์ โบรกเกอร์” และ “ทรู เอ็กซ์ตรา โบรกเกอร์” ประมาณการปี 2564 เบี้ยประกันรวมกว่า 1,000 ล้านบาท รายได้รวมกว่า 200 ล้านบาท กำไรสุทธิมากกว่า 30% ต่อปี คาดเริ่มรับรู้รายได้ไตรมาส 3/64

ดร.อัญชลิน พรรณนิภา ประธาน บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TQM ผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงิน เปิดเผยภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2564 ว่า บริษัท ฯ มีกำไรสุทธิ 201.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.4% เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน ทำสถิติสูงสุดตลอดกาล (All Time High) ตามการเพิ่มขึ้นของรายได้รวม

แตะ 845.6 ล้านบาท โดยเฉพาะรายได้ค่าบริการ จำนวน 828.8 ล้านบาท ซึ่งมาจากยอดขายประกันภัยเกือบทุกประเภทเติบโตขึ้นในทุกช่องทาง โดยเบี้ยประกัน COVID-19 ทำได้ราว 200 ล้านบาท ขณะที่ช่องทางออนไลน์เติบโตก้าวกระโดดฐานลูกค้าพุ่งแตะ 1.5 ล้านราย หรือคิดเป็นสัดส่วนราว 50% ของฐานลูกค้าทั้งหมด หลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค หันมา Work Form Home และซื้อปิ้งออนไลน์ เพื่อหลีกเลี่ยงการออกนอกบ้าน

ขณะเดียวกัน บริษัท ฯ ยังสามารถบริหารจัดการต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยต้นทุนและค่าใช้จ่ายการให้บริการปรับลดลงต่อเนื่อง 1.4% เหลือ 401.8 ล้านบาท จากการเดินทางนำดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและประสิทธิผลงานด้านบริการ ส่งผลให้บริษัท ฯ สามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ไว้ได้ในระดับสูงที่ 51.5% ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 189.6 ล้านบาท ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อยู่ในระดับ 23.8%

ดร.อัญชลิน กล่าวเพิ่มเติมว่า สำหรับแนวโน้มการเติบโตไตรมาส 2/64 ต่อเนื่องครึ่งหลังของปี 2564 มั่นใจยังเดินทางสร้างสถิติใหม่ ผลักดันภาพรวมทั้งปี 2564 สุดแกร่ง ปิดยอดขายทะลุเป้า 25,000 ล้านบาท อาณิสสรเบี้ยประกัน COVID-19 เติบโตโดดเด่นต่อเนื่องจากไตรมาส 1/64 ที่ทำได้ราว 200 ล้านบาท หนุนภาพรวมทั้งปีทะลุ 1,000 ล้านบาท ซึ่งล่าสุด ณ เมษายน 2564 ทำได้แล้วกว่า 700 ล้านบาท สูงกว่าเฉลี่ยทั้งปี 2563 ที่ทำได้ราว 500 ล้านบาท โดยล่าสุดบริษัท ฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ประกัน COVID-19 พร้อมประกันแพ้วัดขึ้น ซึ่งมีกระแสตอบรับที่ดีเกินคาด

นอกจากนี้บริษัท ฯ ยังเดินทางพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ประกันผ่านออนไลน์แบบแยก Segment เต็มรูปแบบ ตอบโจทย์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ และหันมาให้ความสำคัญกับการทำประกัน โดยเฉพาะประกันสุขภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการออกแบบและพัฒนาระบบออนไลน์ไว้ได้อย่างแข็งแกร่ง ทำให้บริษัท ฯ สามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำเสนอได้ทันกับสถานการณ์ ตรงกลุ่มเป้าหมาย และปิดงานได้อย่างรวดเร็ว

ขณะที่ความคืบหน้า กรณีเข้าร่วมลงทุนในบริษัท ทูไลฟ์ โบรกเกอร์ จำกัด ผู้นำด้านนายหน้าประกันชีวิตประเภทกลุ่มของประเทศไทย พร้อมฐานลูกค้ากว่า 5 แสนราย และ บริษัท ทู เอ็กซ์ตรา โบรกเกอร์ จำกัด ประมาณการปี 2564 ซึ่งมีเบี้ยประกันรวมกว่า 1,000 ล้านบาท รายได้รวมกว่า 200 ล้านบาท กำไรสุทธิมากกว่า 30% ต่อปี เบื้องต้น คาดปิดดีลได้เดือนกรกฎาคมนี้ โดยจะสามารถเริ่มรับรู้รายได้ (Consolidate) ภายในไตรมาส 3/64 เป็นต้นไป ซึ่งนับเป็นอีกย่างก้าวสำคัญของการขยายธุรกิจสู่นายหน้าประกันชีวิต พร้อมเสริมแกร่งธุรกิจนายหน้าประกันภัย ต่อจิ๊กซอว์การเติบโตแข็งแกร่งต่อเนื่อง ผลักดันยอดขายปี 2564 ทะลุเป้า 25,000 ล้านบาท และแตะ 50,000 ล้านบาท ภายในปี 2569

“ผลงานไตรมาส 1/64 ออกมาเติบโตโดดเด่นต่อเนื่องได้ ท่ามกลางสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนฉับพลัน หลีกเลี่ยงการออกนอกบ้าน หลายหน่วยงานเน้น Work Form Home ส่วนสำคัญ

มาจากการเตรียมความพร้อมในเรื่องเทคโนโลยี สามารถรองรับทั้งงานขายและงานบริการได้ทุกที่ ทุกเวลาอย่างเต็มรูปแบบ ขณะที่บุคลากรก็พร้อมมารับและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท ฯ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และรูปแบบการทำงานได้อย่างรวดเร็ว” ดร.อัญชลิน กล่าว