

# TQM เผยงบไตรมาสแรก โฉว์กำไรนิวไฮเพิ่มขึ้น 68.

## 3%



ดร.อัษฎชลิน พรธรณินภา

ประธานกรรมการ

บมจ.ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น

บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TQM โฉว์งบไตรมาส 1/2563 ทำกำไรนิวไฮเพิ่มขึ้น 68.3% เผยรายได้ค่าบริการเติบโต 23.8% จากยอดขายที่ขยายตัว รวมทั้งผลจากการใช้ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันเสริมแกร่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและบริหารต้นทุนค่าใช้จ่าย พ่วงประกันโควิด 19 ดันยอดพุ่งเกินเป้า เร่งเดินหน้าตามแผนกลยุทธ์ Digital Strategy ตอกย้ำความเป็นผู้นำ Digital Insurance Broker in Region

ดร.อัษฎชลิน พรธรณินภา ประธานกรรมการ บมจ.ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น หรือ TQM เปิดเผยถึงผลประกอบการไตรมาส 1 ปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้ค่าบริการอยู่ที่ 814.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน 156.7 ล้านบาท คิดเป็น 23.8% โดยยอดขายเบี้ยประกันภัยรถยนต์ยังคงเป็นรายได้หลักของ บริษัทฯ ซึ่งเติบโตตามเป้าหมายที่วางไว้ พร้อมได้ยอดขายจากประกันโควิด-19 ยิ่งผลักดันให้บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้รวมที่เติบโตต่อเนื่องได้ใน

## ไตรมาสแรกปี 2563

ในขณะที่บริษัท มีกำไรสุทธิรวมจากผลการดำเนินงานไตรมาสแรกของปี 2563 เท่ากับ 179.3 ล้านบาท คิดเป็น 2.18% เติบโต 68.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากรายได้ค่าบริการที่เพิ่มขึ้น การควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน และการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเข้ามาใช้ในงานขายและงานบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“ภาพรวมธุรกิจไตรมาสแรกของ TQM ปีนี้ ยังสามารถปรับตัวได้ดี แม้หลาย ๆ ธุรกิจจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 แต่ TQM เป็นธุรกิจประกันที่มีการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทันท่วงทีตลอดเวลา โดยเห็นได้จากการออกผลิตภัณฑ์ประกันโควิด-19 ที่พัฒนาตั้งแต่เริ่มการระบาดในอุ้งอื่น ส่งผลให้ผลประกอบการดีเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เมื่อไม่รวมยอดขายประกันโควิด-19 ในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา รายได้ก็ยังเป็นไปตามเป้าหมาย ดร.อัญชลิน กล่าว

ในปี 2563 บริษัท ยังคงเดินหน้าตามแผนกลยุทธ์ Digital Strategy อย่างเต็มรูปแบบซึ่งได้พัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ภายใต้ชื่อ TQM 24 Smart Services ที่จะทำให้ประกันเป็นเรื่องง่ายเพียงปลายนิ้ว เพื่อให้บริการลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย แบบเรียลไทม์ พร้อมพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยร่วมกับพันธมิตรประกันภัยแบบเจาะลึกเฉพาะกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยแบบตรงใจให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อเปิดโอกาสและการเข้าถึงการประกันภัยของผู้บริโภคให้กว้างขึ้น โดยมั่นใจว่าจะได้ลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง