

ข่าวสาร

www.manager.co.th
วันพุธที่ 1 มิถุนายน 2560 ปีที่ 9 ฉบับที่ 2399
ราคา 20 บาท รายวัน 360

ทิพยฯ ไตรมาส 1/60 กำไร 464 ล. มุ่งเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพิ่ม

ผู้จัดการรายวัน 360 – บมจ.ทิพยประกันภัย โชว์ผลงานฝ่ายรับซึ่งการแข่งขันที่รุนแรง ไตรมาสแรก ปี 60 ทำเบี้ยประกันภัยรับรวม 4,500 ล้านบาท หนุนกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อนมาอยู่ที่ 463.94 ล้านบาท กำไรสุทธิต่อหุ้น 1.55 บาท “ดร.สมพร สีบัวลกุล” เผยพร้อมเดินหน้าสู้ศึกดิจิทัลเต็มสูบ เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น หลังจากประสบความสำเร็จจาก “Tip Lady”

นายสมพร สีบัวลกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) หรือ TIP เปิดเผยถึง ผลการดำเนินงานประจำไตรมาสแรก สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2560 ว่า บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำกำไรสุทธิ 463.94 ล้านบาท กำไรสุทธิต่อหุ้น 1.55 บาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2559 ที่มีกำไรสุทธิ 441.42 ล้านบาท กำไรสุทธิต่อหุ้น 1.47 บาท หรือกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 22.52 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัว 5.10%

โดยไตรมาสแรกปี 2560 ทิพยประกันภัย มีเบี้ยประกันภัยรับรวมจำนวนทั้งสิ้น 4,500.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสแรกของปีก่อนที่มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 4,463.00 ล้านบาท แบ่งเป็น เบี้ยประกันอัคคีภัย 310.94 ล้านบาท เบี้ยประกันภัยทางทะเลและขนส่ง 76.56 ล้านบาท เบี้ยประกันภัยรถยนต์ 652.05 ล้านบาท เบี้ยประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล 2,009.76 ล้านบาท และเบี้ยประกันภัยเบ็ดเตล็ด 1,450.72 ล้านบาท

สำหรับปัจจัยสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ปั้นขึ้นอย่างตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2559 นั้น ดร.สมพร กล่าวว่า รายได้จากการรับประกันภัยของบริษัทฯ ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่า

ต้องแข่งขันกับการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจประกันภัย เนื่องจากบริษัทฯ ได้เน้นสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ โดยอิงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้สามารถตอบสนองและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลาย จนส่งผลให้เบี้ยประกันภัยรับเพิ่มขึ้นด้วย

“ทิพยประกันภัย ยึดนโยบายการนำเสนอบริการใหม่ๆ ออกแบบรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เปลี่ยนแปลงไป ต้องการความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงการบริการหลังการขาย หรือการชดเชยค่าเสียหายที่ถูกต้องและเป็นธรรม ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเป็นอย่างดี” *

ส่วนแผนการดำเนินงานในปี 2560 นั้น ดร.สมพร กล่าวว่า ทิพยประกันภัย จะก้าวสู่ Digital Insurance อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อเป็นผู้นำด้านระบบดิจิทัลในธุรกิจประกันภัย หลังจากในช่วงปีที่ผ่านมาได้เตรียมแผนงานต่างๆ ไว้รองรับเรียบร้อยแล้ว ทั้งเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยี รวมถึงหน่วยงานสนับสนุนทั้งหมด เพื่อรองรับธุรกิจและลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

“ในช่วงต้นปี 2560 ทิพยประกันภัยยังได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ “Tip Lady ประกันภัยที่เข้าใจผู้หญิง” ชูแคมเปญประกันภัยรถยนต์ที่ให้มากกว่าประกันภัยชั้น 1 เพื่อเอาใจลูกค้าผู้หญิง ที่ต้องการสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าประกันภัยชั้น 1 ทั่วไป เพื่อตอบโจทย์สุภาพสตรีที่ต้องการความปลอดภัยและการดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างดี จึงเป็นแรงผลักดันให้บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างทันท่วงที” ดร.สมพร กล่าว.