



TQM ไตรมาส 1 กำไร 202 ล้าน

■ มั่นใจ Q2 ต่อเนื่องสิ้นปี "นิวไฮ" ■ ปิดยอดขาย 2.5 หมื่นลบ.



นิวส์ คอนเน็คท์ - TQM ไชวไตรมาส 1/64 กำไรสุทธิ All Time High และ 201.7 ล้านบาท หลังกาตราขายได้รวมไป 850 ล้านบาท มั่นใจไตรมาส 2 ต่อเนื่องครึ่งปีหลัง ยังเดินหน้าสร้างสถิติใหม่ หนุนปี 64 เติบโตแกร่ง ยอดขายทะลุเป้า 25,000 ล้านบาท

ดร.อัญชลินพรธนา ประธานบริษัททีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TQM เปิดเผยว่า ผลดำเนินงานไตรมาส 1/64 บริษัทมีกำไรสุทธิ 201.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.4% เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน ทำสถิติสูงสุดตลอดกาล (All Time High) [อ่านต่อหน้า 2 ▶](#)

SC ลุยเปิดโครงการใหม่ 9 พันล. ยึดเบอร์หนึ่งตลาดบ้านเดี่ยว

นิวส์ คอนเน็คท์ - SC เดินหน้าแผนเปิดโครงการใหม่ 8 โครงการ พร้อมเปิดขายโครงการในสต็อกมูลค่ากว่า 4 หมื่นล้านบาท หนุนผลงานไตรมาส 2/64 โตต่อเนื่องจากไตรมาส 1/64

นายณัฐพงศ์ คุณากรวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ SC เปิดเผยว่า จากการที่โครงการบ้านเดี่ยวของบริษัท [อ่านต่อหน้า 2 ▶](#)

BIZ ไชวรับหรร 81ล. ร่วมวงชิงงานใหม่ ดันผลงานทบสถิติ

นิวส์ คอนเน็คท์ - BIZ ไชวผลงานไตรมาส 1/64 กำไร 81.76 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 435.07% หลังส่งมอบงานได้ตามแผน คาดรายได้กำไรปีนี้ ทบสถิติใหม่ รับแรงหนุนจาก Backlog ที่มีกว่า 2.5 พันล้านบาท

นายสมพงษ์ ชื่นกิตติยานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บิสซิเนสโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ BIZ เปิดเผยว่า ผลการดำเนินงานไตรมาส 1/64 มีรายได้รวม 551.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 288.30 ล้านบาท หรือ 109.62% และมีกำไรสุทธิ 81.76 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 66.48 ล้านบาท หรือ 435.07% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการส่งมอบเครื่องขยายรังสีรักษามะเร็งให้กับโรงพยาบาลภาครัฐได้ตามแผนงานที่วางไว้

ขณะเดียวกันผลการดำเนินงานในปี นี้ รายได้และกำไรมีโอกาสสร้างสถิติสูงสุดใหม่ จากการทำการตลาดและขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถรักษาระดับการเติบโตได้ในระดับสูง [อ่านต่อหน้า 2 ▶](#)



ช.การช่าง ร่วมสนับสนุน

ดร.สุภาภัส ตรีวิศเวทย์ กรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทช.การช่าง จำกัด (มหาชน) พร้อมคณะผู้บริหาร ร่วมมอบเงินให้แก่มูลนิธิทรมหาพรสวรรค์ในพระอุปถัมภ์ฯ เพื่อสร้างการแพทย์ไทยพิชิตภัยโควิด-19 จำนวนเงิน 5,000,000 บาท โดยมีนายวัลลภ ยุติธรรมดำรง รองเลขาธิการราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์เป็นผู้รับมอบ



TQM

ตามการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมแตะ 845.6 ล้านบาท โดยเฉพาะรายได้ค่าบริการทำได้ 828.8 ล้านบาท มาจากยอดขายประกันภัยเกือบทุกประเภท เติบโตขึ้นในทุกช่องทางโดยเบี้ยประกัน COVID-19 ทำได้ราว 200 ล้านบาท ขณะที่ช่องทางออนไลน์ เติบโตก้าวกระโดดฐานลูกค้าพุ่งแตะ 1.5 ล้านราย คิดเป็น 50% ของฐานลูกค้าทั้งหมด ขณะเดียวกัน บริษัทสามารถบริหารจัดการ

ต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สูงขึ้น โดยต้นทุนและค่าใช้จ่ายการให้บริการ ปรับลดลง 1.4% เหลือ 401.8 ล้านบาท จากการ เดินหน้านำดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ ส่งผลให้บริษัท สามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นไว้ได้ในระดับสูง 51.5% ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 189.6 ล้านบาท ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิอยู่ระดับ 23.8% สำหรับแนวโน้มการเติบโตไตรมาส 2/64 ต่อเนื่องครึ่งหลังของปี 64 มั่นใจยังเดินหน้า สร้างสถิติใหม่ ผลักดันภาพรวมทั้งปี 64 สุดแกร่ง

ปิดยอดขายทะลุเป้า 25,000 ล้านบาทได้อานิสงส์ เบี้ยประกัน COVID-19 เติบโตโดดเด่น คาดทั้งปี จะทะลุ 1,000 ล้านบาท ล่าสุดสิ้นเดือนเม.ย. 64 ทำได้มากกว่า 700 ล้านบาท สูงกว่าเฉลี่ยทั้งปี 63 ที่ทำได้ราว 500 ล้านบาท โดยล่าสุดบริษัทได้ ออกผลิตภัณฑ์ประกัน COVID-19 พร้อม ประกันแพ้วคชั่น ซึ่งมีกระแสตอบรับที่ดีเกินคาด ทั้งนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าผลักดันยอดขาย ปี 64 ทะลุเป้าที่ตั้งไว้ 25,000 ล้านบาท และแตะ 50,000 ล้านบาทภายในปี 2569 ●



SC

สามารถเติบโตทุกราคา ส่งผลให้ผลการดำเนินงาน ในช่วงไตรมาส 1/64 มีรายได้รวม 3,965 ล้านบาท เติบโต 20% จากช่วงเดียวกันกับปีก่อน และ มีกำไรสุทธิ 417 ล้านบาท เติบโต 39% จาก ช่วงเดียวกันกับปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทมีส่วนแบ่งตลาดบ้านเดี่ยว สูงสุด (marketshare) เป็นอันดับหนึ่งที่สัดส่วน 15%

โดยยอดขายมีการเติบโตทุกราคา ใน 3 กลุ่มหลัก คือ บ้านราคามากกว่า 20 ล้านบาท ซึ่งเป็น พอร์ตหลักเติบโตประมาณ 4 เท่า หรือเติบโต 268% จากช่วงเดียวกันกับปีก่อน ในส่วนของบ้าน ราคา 5-20 ล้านบาทมีการเติบโตประมาณ 2 เท่า หรือเติบโต 113% จากช่วงเดียวกันกับปีก่อน และบ้านราคาน้อยกว่า 5 ล้านบาท เติบโต 10% จากช่วงเดียวกันกับปีก่อน โดยในช่วงไตรมาส 1/64 บริษัทสามารถ

สร้างยอดขายรวม 5,700 ล้านบาท เติบโต 188% จากช่วงเดียวกันกับปีก่อน ซึ่งประกอบด้วย ยอดขายแนวราบ 4,606 ล้านบาท เติบโต 123% และยอดขายคอนโดอยู่ 1,094 ล้านบาท เติบโต 1381% ซึ่งการเติบโตของยอดขายคอนโด มาจากโครงการระดับ Luxury segment ราคา มากกว่า 3 แสนบาทต่อตร.ม. ของบริษัทมี market share อยู่ 26% และเป็นอันดับ 1 ของตลาด สำหรับความคืบหน้าแผนเปิดแนวราบ จำนวน 8 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 9,000 ล้านบาท นั้น ในช่วงไตรมาส 2/64 พร้อมเปิดจอง 2 โครงการใหม่ มูลค่ารวม 1,145 ล้านบาท ได้แก่ โครงการ บางกอกบลูเอวอร์ด ชิกเนเจอร์ เพชรเกษม-ปิ่นเกล้า และโครงการเวิร์คเพลส สายไหม-พหลโยธิน ฟรีมีเนียมโฮมออฟฟิศ รวมทั้งเร่งเพิ่มสต็อกบ้าน รองรับความต้องการซื้อ โดยในไตรมาส 2/64 จะมีโครงการที่เปิดขายทั้งหมดจำนวน 57 โครงการ มูลค่าคงเหลือเพื่อขายรวมกว่า 40,560 ล้านบาท แบ่งเป็นแนวราบ 47 โครงการ และคอนโด 10 โครงการ ●

BIZ

รวมถึงปัจจุบันบริษัทมีงานในมือรอรับรายได้ (Backlog) กว่า 2,542 ล้านบาท ส่วนใหญ่ทยอย รับรายได้ในปีนี้ และอยู่ระหว่างเข้าร่วมประมูล งานใหม่อีกหลายโครงการ ในส่วนของโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็ง แคนเซอร์อินส์ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี ในปีนี้ จะมีการทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น หลังจาก เข้าร่วมโครงการภาครัฐ ผู้ถือบัตรทอง 30 บาท รักษาได้ทุกที่ทั่วประเทศ ซึ่งผู้ป่วยโรคมะเร็งสามารถ



ถือบัตรทอง เพื่อยืนยันตัวตนเข้ารับการรักษาได้ โดยไม่ต้องรอคิวฉายรังสีรักษาเป็นเวลานาน

เหมือนที่ผ่านมา ซึ่งคาดว่าจะทำให้มีจำนวน ผู้เข้ารับบริการเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัว ●



BBL ขยายฐานลูกค้าโมบายแบงก์กิ้ง

นิวส์ คอนเน็คท์-BBL ปรับโฉมโมบายแบงก์กิ้งเวอร์ชัน 2021 ชูกลยุทธ์ Content Marketing ผ่านคอนเซ็ปต์ 'เปลี่ยนไป ไม่เหมือนเดิม' เข้าใจคุณมากกว่าเดิม คาดเพิ่มฐานผู้ใช้งานได้กว่า 13 ล้านราย

นางปรีศนี อู๋ยามะพันธุ์ ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือ BBL เปิดเผยว่า ภายหลังโมบายแบงก์กิ้ง จากธนาคารกรุงเทพ ทำการปรับดีไซน์ครั้งใหญ่ไปเมื่อช่วงกลางปี 2020 ให้มีความทันสมัยและใช้งานได้ง่ายมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับพฤติกรรมการใช้งานยุค New Normal

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาธนาคารได้เพิ่มเติมฟีเจอร์การทำงานใหม่ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นแพลตฟอร์มที่เข้าใจผู้ใช้งาน สามารถเติมเต็มความต้องการและประสบการณ์ที่ดีของผู้ใช้งานทำให้สามารถรองรับได้ทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ได้อย่างครบถ้วนการมีฟีเจอร์การลงทุนที่หลากหลายสำหรับกลุ่มลูกค้านักลงทุน รวมไปถึงสามารถแลกรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากการใช้งานผ่านแพลตฟอร์ม



เพื่อช่วยเติมเต็ม Digital Lifestyle ที่สอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้งานทุกกลุ่มได้อย่างสมบูรณ์

นอกจากการเติมเต็มด้าน Functional ด้วยการยกระดับศักยภาพแพลตฟอร์มให้รองรับความต้องการผู้ใช้งานทุกกลุ่มอย่างครอบคลุมแล้ว โมบายแบงก์กิ้ง จากธนาคารกรุงเทพ ในเวอร์ชันปี 2021 ยังให้ความสำคัญกับการเดินทางสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ภายใต้กลยุทธ์ Content Marketing ด้วยการส่งคลิปวิดีโอเพื่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านคอนเซ็ปต์ 'โมบายแบงก์กิ้ง จากธนาคารกรุงเทพ เปลี่ยนไป ไม่เหมือนเดิม เข้าใจคุณมากกว่าเดิม'

ทั้งนี้ ธนาคารจะเดินทางพัฒนาโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อรองรับดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมทั้งการเพิ่มเติมฟีเจอร์ใช้งานที่ตรงกับความต้องการ ควบคู่ไปกับการปรับดีไซน์ให้สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวกเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานพร้อมไปกับการขยายฐานไปยังกลุ่มใหม่ๆ ได้กว้างมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มลูกค้าในต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบันโมบายแบงก์กิ้ง จากธนาคารกรุงเทพ มีฐานผู้ใช้งานอยู่กว่า 10 ล้านรายและคาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้น 30% ในสิ้นปีนี้ ทำให้จำนวนผู้ใช้งานจะเพิ่มขึ้นเป็น 13 ล้าน

ภาพข่าว



PTG มอบน้ำดื่ม รพ.สนาม จ.พระนครศรีอยุธยา

บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) หรือ PTG สนับสนุนมอบน้ำดื่ม ขนาด 1.5 ลิตร จำนวน 400 แพ็ค ให้กับโรงพยาบาลสนาม และสถานพยาบาลที่รักษาโควิด-19 ในพื้นที่ จ.พระนครศรีอยุธยา เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยโควิด-19 และบุคลากรทางการแพทย์โดยมีพนักงานของ PTG เป็นตัวแทนในการมอบน้ำดื่ม

BKI มอบน้ำใจ บรรเทาภัยโควิด

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) หรือ BKI โดยนางสาวลลิตา ไสภณพนิช (ซ้าย) ผู้อำนวยการธุรกิจนายหน้า เป็นตัวแทนบริษัทฯ มอบอุปกรณ์และสิ่งของจำเป็นต่างๆ เช่น ชุด PPE จำนวน 800 ชุด น้ำดื่ม 300 แพ็ค นมไวตามิ้ลค์ 300 แพ็ค มุ้ง 100 หลัง ถุงขยะ 300 แพ็ค มูลค่ารวม 300,000 บาท ให้แก่ นางผลพร ธัญญอนันต์ผล (ขวา) ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารสาธารณะและระดมความร่วมมือกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) เพื่อนำไปมอบให้แก่ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนต่างๆ ในเขตคลองเตยซึ่งได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

