

# ทับทูน

Thun Hoon  
Circulation: 100,000  
Ad Rate: 800

Section: First Section/พื้นที่: mai

วันที่: จันทร์ 5 กรกฎาคม 2564

ปีที่: 18

ฉบับที่: 4264

หน้า: 3(กลาง), 31

Col.Inch: 43.21

Ad Value: 34,568

PRValue (x3): 103,704

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: TMยอดขายออนไลน์ทะลักโปรดักต์เจล-หน้ากากบูม

# TM ยอดขายออนไลน์ทะลัก โปรดักต์เจล-หน้ากากบูม

**ทับทูน** - TM ปลื้มยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์ม TM CARE SHOP ในเดือนมิถุนายนทะลัก  
เผยสินค้าเพื่อสุขภาพมาแรงพร้อมไอวีโปรดักต์ขายดี เจลล้างมือ PURELL หน้ากากอนามัย 3D-Mask พร้อมดันยอด  
ขายทั้งปีแตะ 650-700 ล้านบาท

นางสุนทรี จรรโลงบุตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เทคโนโลยีคัล จำกัด (มหาชน) หรือ TM เปิดเผยว่า  
การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ TM CARE SHOP ที่ได้รับความนิยม → **ยับต่อหน้า31**



สุนทรี จรรโลงบุตร



TM

(ต่อจากหน้า 3)

จากผู้บริโภคที่รักสุขภาพเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 สินค้าเพื่อสุขภาพที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มีกระแสตอบรับที่ดี เห็นได้จากในเดือนมิถุนายน 2564 ที่มียอดสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## ● เจล-หน้ากาก ฮอต

โดยสินค้าที่มีคำสั่งซื้อสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เจลล้างมือ PURELL สินค้านำเข้าที่มียอดขายอันดับ 1 จากอเมริกา และโรงพยาบาลชั้นนำเลือกใช้ รวมทั้งเป็นเจลแอลกอฮอล์ Food Grade มีความปลอดภัยสามารถใช้ได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่นอกจากนี้แล้วผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยสีเขียวหนา 3 ชั้น ก็ได้รับความนิยมซื้อสูงเช่นกัน

สำหรับแผนการดำเนินธุรกิจครึ่งปีหลัง 2564 บริษัทจะจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการป้องกันโควิด-19 หรือการฆ่าเชื้อไวรัสมากขึ้น เช่น สเปรย์ฆ่าเชื้อทำความสะอาด เป็นต้น โดยบริษัทมีสินค้าพร้อมจำหน่ายหลายผลิตภัณฑ์ รวมถึงเครื่องฟอกอากาศขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยม และมีความต้องการในบ้านเรือนสูง ทั้งนี้บริษัทตั้งเป้าหมายยอดขายสินค้าเกี่ยวกับการป้องกันโควิด-19 ไว้ที่ 30-40 ล้านบาท ซึ่งแนวโน้มยอดขายในครึ่งปีแรก 2564 ยังมีแนวโน้มเติบโตค่อนข้างดี

อีกทั้งบริษัทยังเดินหน้าจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการตรวจโควิด-19 ให้กับลูกค้า หรือกลุ่มประชาชนทั่วไป โดยเน้นกลุ่มก่อสร้าง โรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากมีฐานผู้ตรวจจำนวนมาก และความต้องการ

ใช้สูง

## ● ออนไลน์โต 200%

ขณะเดียวกันบริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น จากเดิมลูกค้าหลักคือกลุ่มโรงพยาบาลรัฐ และเอกชน ขณะที่ปัจจุบันบริษัทจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้การจำหน่ายสินค้าเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้มากขึ้น เบื้องต้นยอดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เติบโตสูงขึ้น 200% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าเองมากขึ้น ประกอบกับหากบริษัทมีความสามารถจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ได้มากขึ้น จะช่วยผลักดันมาร์จิ้นให้เติบโตสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกันกับยอดขาย เพราะการจำหน่ายสินค้าออนไลน์มีมาร์จิ้นสูง เมื่อเทียบกับการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าในกลุ่มโรงพยาบาล

## ● เป้ายอดขาย 700 ล.

อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงเป้าหมายยอดขายรวมปีนี้เติบโตเพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 650-700 ล้านบาท จากปีก่อน 631.62 ล้านบาท อีกทั้งบริษัทมั่นใจผลประกอบการทั้งปี 2564 จะยังเป็นบวก แม้ไตรมาส 1/2564 ทิศทางของกำไรลดลงอย่างชัดเจน โดยไตรมาส 1/2564 มีกำไรสุทธิ 0.48 ล้านบาท ซึ่งบริษัทจะพยายามลดต้นทุนค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด และผลักดันยอดขายให้เติบโต เพื่อให้ได้ยอดตามเป้าหมาย