

## ชีวิตคู่ครึ่งปีหลังจตุย



บริษัท ซิลเลียนฯ  
คาดการณ์ลงทุนภาครัฐ  
และเอกชนในโครงการ  
ต่างๆ เดินหน้า ส่งผล  
ภาพรวมวัสดุก่อสร้าง  
ครึ่งปีหลังโต

B4

# ซิลเลียนฯเจาะอีอีซี ปั้นแบรนด์ลุยตลาดใหม่

| อรรถกร จารุวัฒน์ทวอ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจได้สร้างความ  
เชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมก่อสร้าง แม้  
ครึ่งปีแรกปี 2561 จะยังไม่มีชัดเจน  
ในแง่การลงทุนมากนักแต่ก็มีแนวโน้มเป็น  
บวก ซึ่งคาดการณ์ว่าในครึ่งปีหลังเป็นต้นไป  
ธุรกิจก่อสร้างจะได้รับอานิสงส์แบบเต็มๆ  
**เนวินธุ์ ช่อชัยทิพฐ์** กรรมการผู้จัดการ

บริษัท ซิลเลียน อินโนเวชั่น เปิดเผยว่า  
ภาพรวมตลาดวัสดุที่ใช้ในงานก่อสร้าง  
ครึ่งปีหลังปี 2561 มีแนวโน้มขยายตัว  
คาดทั้งปีโตถึง 70% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว  
เนื่องจากการลงทุนภาครัฐและเอกชนผ่าน  
โปรเจกต์ต่างๆ โดยเฉพาะการผลักดัน  
โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ

ภาคตะวันออก (อีอีซี) ที่เริ่มมีงานก่อสร้าง  
มากขึ้น ในส่วนของบริษัทคาดว่าครึ่งปีแรก  
จะเติบโตราว 70%

สำหรับแผนงานในครึ่งปีหลังนั้น  
บริษัทจะเร่งสร้างแบรนด์รวมทั้งรุกทำ  
ตลาดสำหรับสินค้าใหม่ใน 3 กลุ่ม ไม่ว่าจะ  
เป็นผลิตภัณฑ์กันซึม ผลิตภัณฑ์ Green



ZILION

Wall Green Roof หรือสวนสีเขียวแนวตั้ง รวมทั้งการจัดสวนบนคาบคฟ้า รวมทั้งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสำหรับงานแลนด์สเคป ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์กันซึมจะอยู่ที่ราว 2,000-3,000 ล้านบาท/ปี ของมูลค่าตลาดรวมเคมีภัณฑ์กันซึมที่อยู่ราว 2-3 หมื่นล้านบาท

ทั้งนี้ ล่าสุดบริษัทได้ออกโปรดักต์ อควาบล็อคนาโน (AquaBloc Nano) ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานก่อสร้างผสมร่วมกับปูนซีเมนต์ทำให้สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำและเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายความชื้น ความโดดเด่นคือผลิตจากธรรมชาติและผ่านกระบวนการผลิตให้มีขนาดอนุภาคเล็กในระดับนาโนเมตร เป็นนวัตกรรมล่าสุดจากมหาวิทยาลัยระดับโลกที่ได้รับรางวัลและสิทธิบัตรด้านนวัตกรรม อีกทั้งใช้งานง่ายเหมาะกับงานตีโอวาย

พร้อมกันนี้บริษัทจะเดินหน้าเปิดตลาดใหม่โดยจะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มช่างปูนทั่วไป กลุ่มรีโนเวท และกลุ่มบริษัทรับสร้างบ้าน เนื่องจากที่ผ่านมามีลูกค้าหลักจะเป็นกลุ่มโครงการทั้งภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ ในสัดส่วน 50% 30% และ 20% ตามลำดับ

ขณะเดียวกันในปีบริษัทได้ทุ่มงบราว 10 ล้านบาท สำหรับการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการออกบูธ หรือกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังจะขยายช่องทางจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดเพื่อกระจายสินค้าที่มีกว่า 100 เอสเคยู ให้กว้างขึ้น นอกจากนี้บริษัทกำลังศึกษาโปรดักต์ใหม่ๆ ที่เป็นงานสมาร์ทเทคโนโลยี รวมถึงงานอินทีเรียร์ เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในมือ ซึ่งจะมีความชัดเจนในปี 2562 พร้อมกับขยายการขายผ่านโมเดิร์นเทรดจะเริ่มในปี 2562 เช่นกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายรายได้จากการขายผ่านตัวแทนหรือผ่านโครงการต่างๆ โดยตรง

ในส่วนของการทำตลาดในต่างประเทศนั้น เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นโปรดักต์นำเข้าจากต่างประเทศแต่เป็นผู้แทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทยและให้บริการด้านการติดตั้งทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทจะขายสินค้าได้บางตัวเท่านั้น เช่น โปรดักต์อควาบล็อคนาโน ที่บริษัทสามารถจำหน่ายพร้อมงานติดตั้งในประเทศในกลุ่มเซาท์อีสต์เอเชียได้ และเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของตลาดบริษัทจึงเร่งขยายทีมงานฝีมือ ซึ่งขณะนี้แรงงานขาดแคลน ทั้งนี้บริษัทจึงได้มีการอบรมและเทรนงานด้านเทคโนโลยี พร้อมให้ค่าแรงสูงกว่าอัตราค่าแรงงานพื้นฐานถึง 30-40%



อย่างไรก็ดี มองว่าตลาดยังมีการแข่งขันสูง เนื่องจากงานก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งสินค้ามีหลากหลายที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ส่วนผู้ประกอบการเองต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นทั้งเรื่องของโปรดักต์สินค้า แบรินด์บริษัท รวมทั้งการให้บริการหลังการขาย

**เนวินธุ์** กล่าวเพิ่มเติมว่า จากกระแสรักษ์โลกส่งผลให้สินค้ากรีนนวัตกรรมได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งกลุ่ม Green Wall สวนสีเขียวแนวตั้งเริ่มเป็นที่สนใจของกลุ่มอาคารสูงคาดว่าจะมีการเติบโตอีกมาก ซึ่งนอกจากมีประโยชน์ในด้านความสวยงามแล้ว ยังช่วยลดการใช้พลังงานภายในอาคาร ลดมลพิษ และฝุ่นละออง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มออกซิเจนให้กับบริเวณอาคารอีกด้วย คาดภายใน 5 ปี สินค้ากลุ่มนี้จะกลายเป็นรายได้หลักของบริษัทที่แข่งขันจากวัสดุกันซึม

“บริษัทมีเป้าหมายจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ในปี 2565 ดังนั้นจึงตั้งเป้าหมายให้มีอัตราการเติบโตปีละ 30% โดยบริษัทมีงานรอเซ็นสัญญาอีก 5 โครงการ มูลค่า 150 ล้านบาท คาดว่าปีนี้จะมียอดอยู่ที่ 200 ล้านบาท เพิ่มจากปีที่แล้วอยู่ที่กว่า 120 ล้านบาท” เนวินธุ์ กล่าวทิ้งท้าย ■

