

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ยูเนียน อินทราโก้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “UIC”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2542 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาทโดยมีบริษัท ยูเนียน ปีโตรเคมีคอล จำกัด (มหาชน) (“UKEM”) เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้า และจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษเพื่อใช้ในอุตสาหกรรม ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นการนำเข้าและจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษในกลุ่มแอลกอฮอล์และสารทำละลายเป็นหลัก ต่อมาได้พัฒนาเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยอาศัยการวิเคราะห์คุณสมบัติ การผสมผสานผ่านกรรมวิธีทางเคมี การทดสอบในสถานการณ์จริงและร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาสูตรผสมที่ตรงกับความต้องการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าเคมีภัณฑ์ของบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริงตรงตามการใช้งานเฉพาะด้านของลูกค้า และบริการให้คำปรึกษาการใช้งานสารเคมีประเภทต่าง ๆ อย่างถูกต้อง บริษัทได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น 2 ครั้ง โดยในปี 2548 บริษัทได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 5 ล้านบาทเป็น 58 ล้านบาท และในปี 2550 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 78 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2553 ที่ประชุมสามัญประจำปี 2553 ของ UKEM มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนและแปรสภาพ บริษัท ยูเนียน อินทราโก้ จำกัด เป็นบริษัทมหาชน และนำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Spin-Off) โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ซึ่งจะทำให้สัดส่วนการถือครองหุ้นของบริษัทโดย UKEM ลดลงจากร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้วก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัทต่อประชาชนเหลือร้อยละ 59.99 ของทุนชำระแล้วหลังการเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัทต่อประชาชน

ประวัติการดำเนินงานที่สำคัญของบริษัท

- 2542 - เริ่มก่อตั้งบริษัทโดยนายวิรัช สุวรรณนภาศรี เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ
- 2548 - เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 58 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ และเริ่มการประกอบธุรกิจจัดหาและจำหน่ายหน่วยแอลกอฮอล์แปลงสภาพความบริสุทธิ์สูง และสารละลายชนิดพิเศษสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม
- 2549 - ริเริ่มนำถังบรรจุแบบ Anti Static IBC (Intermediate Bulk Container) ซึ่งเป็นถังประกอบด้วยวัสดุหลายชั้นเพื่อป้องกันการระเหยของสารเคมีและป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิตย์ มาใช้ในการบรรจุเคมีภัณฑ์ชนิดของเหลวเป็นรายแรกของประเทศ เพื่อลดปริมาณการใช้ภาชนะบรรจุแบบเดิมและเป็นการช่วยลดต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บสินค้า
- 2550 - เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 78 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในเพื่อขยายการดำเนินธุรกิจเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษและเพื่อใช้ในการก่อสร้างคลังสินค้าในซอยสุขสวัสดิ์ 78 ตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ขนาดพื้นที่เก็บสินค้าประมาณ 1,200 ตารางเมตร
- 2551 - จัดตั้งหน่วยตรวจสอบคุณภาพสินค้า และจัดหาอุปกรณ์เครื่องจักรในการทดสอบและปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้า
- 2552 - ก่อสร้างอาคารสำนักงานแห่งใหม่ที่ 9/8 หมู่ 5 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา

- 2553 - ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายไทเทเนียมไดออกไซด์ภายใต้ชื่อทางการค้า “TIOXIDE®” จากบริษัท Tioxide (Malaysia) SDN BHD ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Huntsman International LLC ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ผลิตไทเทเนียมไดออกไซด์รายใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก
- ขยายการประกอบธุรกิจจำหน่ายไทเทเนียมไดออกไซด์ในประเทศไทย
 - ที่ประชุมผู้ถือหุ้นบริษัท UKEM ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 99.99 ในบริษัท มีมติอนุมัติการ Spin-off แปรสภาพบริษัท ย่อยเป็นบริษัทมหาชนและเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 130 ล้านบาท เพื่อเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรกและเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
 - แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เปลี่ยนแปลงราคาหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้นจาก 1,000 บาทต่อหุ้น เป็น 1 บาทต่อหุ้น และเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 130 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 52 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และจัดสรรจำนวน 13 ล้านหุ้นเพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ บริษัท ยูเนียน ปีโตรเคมีคอล จำกัด (มหาชน) เป็น Preemptive Right และส่วนที่เหลือเป็นการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไป (IPO)

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทเป็นผู้จัดหา พัฒนาและจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ (Specialty Chemical) รายใหญ่ของประเทศไทย โดยมีกลุ่มเคมีภัณฑ์หลักที่จำหน่ายได้แก่ เคมีภัณฑ์ชนิดของเหลวในกลุ่มแอลกอฮอล์ (Alcohol) เอสเตอร์ (Ester) และไกลคอล (Glycol) เคมีภัณฑ์ชนิดผงในกลุ่มสารเติมแต่งคุณสมบัติ (Additives) และสารให้สี (Pigment) ซึ่งถูกนำไปใช้อุตสาหกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ สี หมึกพิมพ์และเคลือบสี อาหารและเวชภัณฑ์ พลาสติกและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้าเป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์รายใหญ่ในระดับโลก และมีความชำนาญในด้านเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษในต่างประเทศ อาทิเช่น Huntmans Group, Nagase Group, Mitsubishi Corporation, Shoko, INEOS Corporation, OXEA Corporation และ Scaldis เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังเป็นผู้ริเริ่มการนำถัง Anti Static IBC มาใช้ในการบรรจุเคมีภัณฑ์ชนิดของเหลวในการจัดส่งให้แก่ลูกค้าเป็นรายแรกในประเทศไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บ ความปลอดภัยและรักษาคุณภาพสินค้า เป็นการช่วยลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้า

2.3 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทในปี 2551-ปี 2553 สามารถจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

กลุ่มผลิตภัณฑ์	2551		2552		2553	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<u>เคมีภัณฑ์ชนิดของเหลว</u>						
แอลกอฮอล์	100.60	50.51	125.59	61.29	136.77	46.84
ไกลคอล	36.59	18.37	35.14	17.15	47.97	16.43
เอสเทอร์	53.01	26.62	26.23	12.80	30.62	10.49
เคมีภัณฑ์อื่นๆ	6.07	3.05	15.56	7.60	22.98	7.87
รวมเคมีภัณฑ์ชนิดของเหลว	196.27	98.55	202.52	98.83	238.34	81.63
<u>เคมีภัณฑ์ชนิดผง</u>						
สารให้สี (Pigment)	-	-	-	-	51.33	17.58
สารเพิ่มคุณสมบัติ (Additive)	2.88	1.45	2.40	1.17	2.32	0.79
รวมเคมีภัณฑ์ชนิดผง	2.88	1.45	2.40	1.17	53.65	18.37
รวมรายได้จากการขาย	199.15	100.00	204.92	100.00	291.99	100.00

2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจจัดหา พัฒนาและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแก่ลูกค้าในประเทศ รวมทั้งริเริ่มขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังประเทศใกล้เคียงในภูมิภาค มุ่งเน้นการสรรหาผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการใช้เคมีภัณฑ์ในอุตสาหกรรมในอนาคตที่มีแนวโน้มหันมาให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่มีความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเน้นเคมีภัณฑ์ในกลุ่มดังต่อไปนี้

1. เคมีภัณฑ์ประเภท Green Chemical ที่เป็นเคมีภัณฑ์ที่ผลิตจากสารสกัดธรรมชาติซึ่งมีแนวโน้มการใช้ในปริมาณเพิ่มขึ้น เพื่อทดแทนเคมีภัณฑ์แบบเดิมที่อาจมีส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและมีแนวโน้มที่จะลดปริมาณการใช้ลงในอนาคต
2. เคมีภัณฑ์ประเภท Low VOCs and Zero VOCs ที่เป็นเคมีภัณฑ์ที่ไม่เกิดการระเหยของสารอินทรีย์ (Volatile Organic Compound) หรือมีการระเหยในปริมาณต่ำมาก ระหว่างกระบวนการผลิตหรือระหว่างการใช้งาน
3. เคมีภัณฑ์ที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ใช้เพื่อทดแทนเคมีภัณฑ์ที่มีสารก่อมะเร็งหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ให้เป็นไปตามมาตรฐานของสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาเพื่อรองรับแนวทางการใช้เคมีภัณฑ์ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งจะมุ่งเน้นการผลิตที่ห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างฐานลูกค้าในกลุ่มเฉพาะ Niche Market ที่มีการแข่งขันต่ำ และมีนโยบายพัฒนาธุรกิจที่มุ่งเน้นในเชิงคุณภาพและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ โดยจัดหาเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษที่ตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้า ให้บริการด้านคำปรึกษาและความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคแก่ลูกค้าโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อสร้างและคงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นความไว้วางใจของลูกค้าในระยะยาว

2.5 ขอบเขตการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้จัดทำบันทึกความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกันกับบริษัท ยูเนียน ปีโตรเคมีคอล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจระหว่างกันเพื่อมิให้เกิดการทับซ้อนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดข้อขัดแย้งอันอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและผู้ถือหุ้นของทั้งสองบริษัท โดยในบันทึกความเข้าใจดังกล่าว บริษัทจะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในตลาดเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ (Specialty Chemical) ขณะที่บริษัท ยูเนียน ปีโตรเคมีคอล จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในตลาดเคมีโภคภัณฑ์ (Commodity Chemical) โดยมีขอบเขตในการแยกประเภทสินค้าดังนี้

1. ผู้ผลิตและเทคโนโลยีในการผลิต

จำนวนผู้ผลิตเคมีโภคภัณฑ์มีผู้ผลิตจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศเนื่องจากเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเคมีภัณฑ์ดังกล่าวเป็นเทคโนโลยีพื้นฐาน ซึ่งผู้ผลิตสามารถซื้อขายและเข้าถึงเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างง่ายดาย โดยเคมีภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีวิธีการผลิตและคุณลักษณะทางเคมีที่เหมือนกัน ไม่มีความแตกต่างด้านสินค้าระหว่างผู้ผลิตแต่ละรายและสามารถหาสินค้าทดแทนได้ง่าย

ในขณะที่ เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษเป็นเทคโนโลยีเฉพาะซึ่งผู้ผลิตทั่วไป เข้าถึงได้ เทคโนโลยีได้ยากเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น เป็นเทคโนโลยีระดับสูงที่มีความซับซ้อนและต้องใช้เงินลงทุนสูง หรือ เป็นเทคโนโลยีที่เกิดจากการค้นคว้าวิจัยของผู้ผลิตและมีการจดสิทธิบัตรในเทคโนโลยีการผลิตนั้น ซึ่งสินค้าชนิดนี้ ต้องพึ่งพาการนำเข้าเกือบทั้งหมด จึงส่งผลให้จำนวนผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษประเภทหนึ่ง ๆ มีจำกัดเพียงไม่กี่ราย โดยตลาดจะเป็น Oligopoly ที่ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้คล้ายกันแต่มีคุณสมบัติที่ไม่เหมือนกัน

2. ลักษณะการทำการตลาดและการแข่งขัน

สินค้าเคมีโภคภัณฑ์เป็นเคมีภัณฑ์หลักที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความต้องการใช้ในปริมาณมากและสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยผู้ผลิตแต่ละรายไม่มีความแตกต่างกันในทางคุณลักษณะทางเคมีสามารถใช้สินค้าของผู้ผลิตรายอื่นทดแทนได้ในผลิตผลที่ไม่มีความแตกต่าง และสามารถจัดหาได้ในประเทศ ดังนั้น การแข่งขันการทำการตลาดของเคมีโภคภัณฑ์จึงเน้นนโยบายการแข่งขันด้านราคาเป็นหลักและราคาสามารถอ้างอิงได้ทั่วโลก ซึ่งผู้ผลิตทุกรายต้องมีการบริหารต้นทุนการผลิตที่ดีเพื่อให้ราคาสินค้าสามารถแข่งขันได้ ส่งผลให้ราคาและกำไรต่อหน่วยของสินค้าประเภทเคมีโภคภัณฑ์ต่ำกว่าสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ

เคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษเป็นเคมีภัณฑ์ซึ่งถูกนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งใช้ในอุตสาหกรรมที่มีการคัดเลือกคุณภาพของวัตถุดิบอย่างเข้มงวด เช่น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเวชภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งจากลักษณะคุณสมบัติพิเศษและการใช้งานเฉพาะดังกล่าว ทำให้ผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษมีน้อยซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้องมีการสำรองสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ของลูกค้า เพราะปริมาณการใช้มีน้อยกว่าเคมีโภคภัณฑ์โดยผู้ซื้อเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษจะเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากคุณลักษณะของเคมีภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตนเป็นหลัก ดังนั้นทำให้การแข่งขันสำหรับธุรกิจ เคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ เป็นการแข่งขันในด้านคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์และการให้บริการมากกว่าการแข่งขันด้านราคา ส่งผลให้ราคาและกำไรต่อหน่วยของสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษสูงกว่าสินค้าประเภทเคมีโภคภัณฑ์

3. การให้บริการแก่ลูกค้า

เนื่องจากคุณสมบัติเฉพาะของเคมีภัณฑ์ในกลุ่มเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษทำให้ลูกค้าในกลุ่มเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษมีความต้องการ การสนับสนุนทางเทคนิคจากผู้ขาย ซึ่งต้องใช้นุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญเข้ามีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำในการใช้งานแก่ลูกค้า ในขณะที่สินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ผู้ใช้ทราบถึงการนำสินค้าไปใช้ได้เป็นอย่างดี

2.6 จุดแข็งในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ฐานลูกค้าที่กระจายอยู่ในหลากหลายอุตสาหกรรม

บริษัทมีนโยบายกระจายรายได้จากการขายสินค้าเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษให้กับลูกค้าในหลาย ๆ กลุ่ม ปัจจุบันบริษัทมีฐานลูกค้าจำนวนมากกว่า 300 รายซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางจากกลุ่มอุตสาหกรรมที่หลากหลาย อาทิเช่น อุตสาหกรรมผลิตสีและสีเคลือบ อุตสาหกรรมอาหารและเวชภัณฑ์ และ อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและสุขภาพ เป็นต้น การกระจายฐานลูกค้าดังกล่าวจึงเป็นการช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนความต้องการของภาวะอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง และทำให้บริษัทมีแนวโน้มการเจริญเติบโตเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมั่นคง

2. เทคโนโลยีของผู้ผลิตชั้นนำของโลก

บริษัทคัดสรรสินค้าเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษที่พัฒนาจากการวิจัยและพัฒนาของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงระดับโลกและผู้ผลิตที่มีความชำนาญด้านเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษโดยเฉพาะซึ่งมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุดและสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจต่อสินค้าของบริษัทในระยะยาว ส่งผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าจำนวนมากในอุตสาหกรรมที่มีความเข้มงวดในการคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ อาทิเช่น อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและยา เป็นต้น

3. ประสบการณ์และความชำนาญในตลาดเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ

ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของบริษัทมาจากการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์รายอื่นด้วยการทำตลาดแบบกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ในกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษซึ่งลูกค้ามีความต้องการเฉพาะทาง ต้องการการดูแลให้บริการจากผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ และคัดสรรสินค้าที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น รวมทั้งการให้คำแนะนำและบริการทางเทคนิคแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

4. การเกื้อกูลธุรกิจเคมีภัณฑ์จากบริษัทในเครือ

บริษัทและบริษัทในเครือเป็นผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่มีประสบการณ์เป็นเวลานาน โดยกลุ่มบริษัทเป็นผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในฐานะผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ประเภทสารทำละลายรายใหญ่ของประเทศ และมีฐานลูกค้าอุตสาหกรรมจำนวนมาก ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสของบริษัทในการพัฒนาแผนงานการตลาดและการขยายฐานลูกค้าในส่วนอุตสาหกรรมต่าง ๆ

5. ฝ่ายการตลาดที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ

บุคลากรฝ่ายการตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีทักษะประสบการณ์ด้านเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ เพื่อสามารถวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของลูกค้าเพื่อนำเสนอเคมีภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และสามารถวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้งานเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษเพื่อนำไปช่วยแก้ไขและเสนอแนะการใช้งานที่เหมาะสมให้กับลูกค้า ซึ่งความเชี่ยวชาญและรอบรู้ของทีมงานฝ่ายการตลาดดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าทำให้เกิดการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง