



SKIN
LABORATORY

บมจ.สกิน ลาบอราทอรี

SKIN

ข้อมูลภาพรวมบริษัท

ประกอบธุรกิจคิดค้น พัฒนา จำหน่ายและจัดจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ของบริษัท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้า
ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผลิตภัณฑ์อื่นๆ

เป้าหมายกำไรสุทธิ
40 ล้านบาท
ในปี 2571

เป้าหมาย	YE/2565	YE/2566	YE/2567	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	-	-	10.67	40

พัฒนาสินค้าเดิมให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นและขยายสินค้าเพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยอาศัยความชำนาญในการพัฒนา concept ของสินค้าและ know how ทางด้านสารสกัด มุ่งสู่การเป็นผู้นำสินค้าสกินแคร์

แผนธุรกิจ

1 ผลิตสินค้าครีมของนวัตกรรมสมุนไพรไทย

พัฒนาสารสกัดร่วมกับสถาบันอุดมศึกษาที่มีนวัตกรรมทางด้านสารสกัดเพื่อส่งเสริมทั้งระบบการศึกษาและเพิ่มการเข้าถึงสินค้าในกลุ่ม Skincare ที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มที่มีรายได้น้อยในรูปแบบครีมของ

เป้าหมายทางการเงิน

ตัวชี้วัด	2569	2570	2571
Revenue Growth (YoY)	10%	12%	15%

แผนงานที่สำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวัง

2569 ออกแบรนด์สินค้าใหม่ ชูสารสกัดนวัตกรรมจากสถาบันในประเทศ
• วิจัย พัฒนากลุ่มสินค้าครีมของใหม่ ที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย
• ผลิตสินค้าครีมของใหม่ ภายใต้แบรนด์ลูกของ Skinsista ทั้งหมด 6 SKUs

2570 ขยายพอร์ตสินค้าแบรนด์ใหม่ ≥ 10 SKUs
• ศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายช่องทางจำหน่ายสู่ต่างประเทศ

2571 เสริมความแข็งแกร่งแบรนด์ และสำรวจโอกาสขยายไลน์สินค้าใหม่
• เพิ่มโอกาสสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์นอกเหนือ Skincare และสนับสนุนการเติบโตและความยั่งยืนในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

- ด้านประสิทธิภาพของสารสกัด หากสารสกัดไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง
มาตรการจัดการ • ทำงานร่วมกับ 2-3 สถาบัน ในเวลาเดียวกัน เพื่อเพิ่มทางเลือกของสารสกัดที่หวังผลลัพธ์ได้
- ด้านการยอมรับของตลาด เนื่องจากเป็นแบรนด์ใหม่ ผู้บริโภคยังไม่รู้จัก
มาตรการจัดการ • สำรวจความต้องการ พร้อมวิจัยและพัฒนาให้ตรงตามความต้องการ
• สื่อสารทางการตลาด

2 มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์

งบประมาณที่ได้รับมาร่วมพัฒนาสินค้าโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ เพื่อตอบสนองผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

เป้าหมายทางการเงิน

ตัวชี้วัด	2569	2570	2571
Sales Growth (YoY)	5%	8%	12%

เป้าหมายอื่นๆ

ตัวชี้วัด	YE/2568 (ปีฐาน)	2569	2570	2571
ความพึงพอใจของลูกค้าหลังใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	60	75	80	80

แผนออกสินค้าใหม่ในกลุ่มกันแดด

2569 • ยอดขายในกลุ่มกันแดดเติบโต $\geq 25\%$

2570 • ขยายสินค้ากันแดดสู่ตลาดต่างประเทศ

การบริหารความเสี่ยง ผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับความนิยมน้อยกว่าสินค้าปัจจุบัน/ มีประสิทธิภาพต่ำกว่า
มาตรการจัดการ • กำหนดมาตรฐานวัดประสิทธิภาพสินค้าอย่างชัดเจนก่อนนำสินค้าวางจำหน่าย

3 ขยายกลุ่มเป้าหมายสู่ตลาดใหม่

พัฒนาแผนร่วมกับ Influencer เฉพาะด้าน ออกแบรนด์ใหม่ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มที่บริษัทยังเข้าไม่ถึง

เป้าหมายทางการเงิน

ตัวชี้วัด	2569	2570	2571
Sales Growth (YoY)	5%	8%	10%

แผนสร้างแบรนด์ใหม่ในตลาดเครื่องสำอาง เจาะกลุ่มผู้ติดตาม Influencer

2569 • สร้างการรับรู้ยอดขายจากกลุ่มเป้าหมายใหม่

2570 • ขยายไลน์สินค้าครอบคลุมความต้องการที่หลากหลาย

2571 • ศึกษาการขยายตลาดครีมของให้กว้างขึ้น

การบริหารความเสี่ยง สินค้าไม่ได้รับความนิยม

มาตรการจัดการ • ทดสอบตลาดในวงแคบก่อนออกวางจำหน่าย

สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้ที่สนใจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลท. ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ เป้าหมาย และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลท. ไม่มีความรับผิดชอบต่อนานาชาติหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์นี้ไปใช้ในทุกระณีกนี้ ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน

แผนด้านธรรมาภิบาล

แผนงานที่สำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวัง

1 ยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใส ยึดมั่นจริยธรรม ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ ตรวจสอบได้ และมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากการทุจริตอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

2569

- ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการ CAC และจัดทำข้อมูลเพื่อยื่นขอรับรอง

2570

- อยู่ระหว่างการดำเนินงาน จัดเตรียมเอกสาร Checklist 71 ข้อ

2571

- ได้รับการรับรองสถานะ Thai CAC Certified

การบริหารความเสี่ยง

ไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่ตั้งไว้

มาตรการจัดการ

- วางแผนงานและกรอบเวลาอย่างชัดเจนและสื่อสารกับแผนกที่เกี่ยวข้อง

2 ยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

บริษัทมุ่งเสริมสร้างประสิทธิภาพและความโปร่งใสของระบบการรับแจ้งเหตุหรือพฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายการทุจริตหรือผิดจริยธรรมภายในองค์กร โดยเน้นการพัฒนาและปรับปรุงช่องทางการแจ้งเบาะแสให้เข้าถึงง่าย ปลอดภัย และเป็นกลาง รวมถึงการกำหนดกระบวนการตรวจสอบที่โปร่งใส ติดตามผลได้ และสามารถแสดงหลักฐานประกอบการพิจารณาได้อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคมในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการดำเนินงานอย่างโปร่งใส

แผนงาน

2569

พัฒนาระบบบันทึกข้อมูลและติดตามสถานะการดำเนินงาน

บุคคลทั่วไปสามารถแจ้งเบาะแสผ่าน Live Chat ได้ทันที จัดทำฐานข้อมูลกลางที่ใช้ในการบันทึก

2570

มีระบบติดตาม ประเมินผลที่เป็นมาตรฐาน และแสดงหลักฐานการดำเนินงานและตรวจสอบได้

การบริหารความเสี่ยง

ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานเกินกว่าที่ได้กำหนดไว้

มาตรการจัดการ

- กำหนดระยะเวลาแต่ละขั้นตอน
- จัดเตรียมเครื่องมือและเทคโนโลยีช่วยตรวจสอบติดตาม
- นำ IT มาร่วมเป็นทีมงานลดความเสี่ยงด้านพัฒนาเทคโนโลยี

3 ยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

เสริมสร้างมาตรฐานและความเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศภายในบริษัท โดยเน้นการป้องกันความเสี่ยงด้านไซเบอร์ การกำหนดแนวปฏิบัติและนโยบายที่ชัดเจน การติดตั้งระบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม รวมถึงการตรวจสอบและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลและระบบสารสนเทศมีความปลอดภัย มีความต่อเนื่องในการดำเนินงาน และลดการพึ่งพาผู้ให้บริการภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ

2569

ติดตั้งระบบ Server ภายในบริษัทเพิ่มความปลอดภัยของข้อมูลและลดการพึ่งพา Cloud ภายนอก

- ออกแบบโครงสร้าง Server, Storage, Network, Security
- ติดตั้ง Server, Storage และระบบ Backup
- ติดตั้ง Firewall, IDS/IPS, ระบบตรวจจับและป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์

2570

ตรวจสอบและประเมินความปลอดภัยสม่ำเสมอ

- สามารถป้องกันภัยคุกคามได้ทันที และมั่นใจได้ว่าข้อมูลสำคัญได้รับการปกป้องตามมาตรฐาน
- ลดความเสี่ยงของการสูญหาย/ข้อมูลรั่วไหล

การบริหารความเสี่ยง

ต้นทุนในการพัฒนาระบบแพงกว่างบประมาณที่ได้ประมาณการไว้

มาตรการจัดการ

- ศึกษาข้อมูลรอบด้านก่อนดำเนินงานตามแผน

สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้สนใจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลท. ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ เป้าหมาย และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลท. ไม่มีความรับผิดชอบต่อนานาชาติ ความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์นี้ไปใช้ในทุกกรณี ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน