6 สิงหาคม 2563

เฮงเค็ลรายงานผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกและไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2563

ผลประกอบการทางธุรกิจของเฮงเค็ลโดยรวม ยังเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งแม้จะได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19

* **มุ่งเน้นที่ความปลอดภัยของพนักงาน กลุ่มลูกค้า และให้ความช่วยเหลือชุมชน**
* **ยอดขายรวม (nominal sales) ครึ่งปีแรกอยู่ที่ 9,485 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 6.0 โดยมียอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ลดลงร้อยละ 5.2**
* **ผลกำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 1,191 ล้านยูโร ต่ำกว่าปีก่อนร้อยละ 27.5**
* **อัตราผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วอยู่ที่ร้อยละ 12.6 หรือ ลดลง 370 เบสิสพอยท์**
* **กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้วอยู่ที่ 1.96 ยูโร ลดลงร้อยละ 29.2 และลดลงร้อยละ 28.2 ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (constant currency)**
* **กระแสเงินสดอิสระยังแข็งแกร่งอยู่ที่ 938 ล้านยูโร มีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น**
* **ยังไม่มีความชัดเจนเพิ่มเติมสำหรับผลประกอบการรวมในปี 2563 เนื่องจากยังมีความไม่แน่นอนของตลาดอย่างต่อเนื่อง**
* **การดำเนินการตามเป้าหมายใหม่ๆเพื่อการเติบโตยังเป็นไปตามแผนงานที่ตั้งไว้**

ดุสเซลดอร์ฟ – "ในช่วงครึ่งปีแรก เฮงเค็ลได้รับผลกระทบอย่างมากจากสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยทั่วโลก และอุปสงค์ที่ลดลงอย่างฉับพลันในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งในช่วงเวลาวิกฤติการณ์ทั่วโลกที่ไม่สามารถคาดเดาได้เช่นนี้ เรามุ่งเน้นที่การดูแลพนักงาน กลุ่มลูกค้า และทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ พร้อม ๆ กับให้การสนับสนุนชุมชน เราขอขอบคุณในความตั้งใจและความมุ่งมั่นของทีมงานทั่วโลกของเรา ที่ทำให้เราสามารถบรรลุเป้าหมายของช่วงครึ่งแรกของปี 2563ได้ ความหลากหลายของธุรกิจเราทั้งในภาคผู้บริโภคและภาคอุตสาหกรรมช่วยให้เราสามารถลดผลกระทบต่อยอดขายรวมและผลกำไรของเราจากวิกฤติในครั้งนี้ ยอดขายของเฮงเค็ลในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 อยู่ที่ 9.5 พันล้านยูโร มีผลกำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 1.2 พันล้านยูโร และอัตราผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วอยู่ที่ร้อยละ 12.6 เราจ่ายเงินปันผลเต็มจำนวนสำหรับปี 2562 ให้กับผู้ถือหุ้นและยังสามารถมีกระแสเงินสดอิสระที่แข็งแกร่งและมีฐานะการเงินสุทธิที่ดีขึ้น ในช่วงวิกฤติ เราไม่มีการออกนโยบายลดระยะเวลาในการทำงาน ไม่ได้ขอรับความช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือลดจำนวนพนักงานอันเนื่องมาจากผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 โดยสรุปแล้ว ผลประกอบการธุรกิจของเฮงเค็ลโดยรวมยังเติบโตดีท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ท้าทายเช่นนี้" นายคาร์สเทน โนเบล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเฮงเค็ลกล่าว

เฮงเค็ลรายงานยอดขายในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ที่ 9,485 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 6.0 โดยมียอดขายลดลงสุทธิที่ร้อยละ 5.2 เมื่อเทียบกับตัวเลขในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา เฮงเค็ลยังได้กำไรจากการดำเนินงานซึ่งปรับแล้วที่ 1,191 ล้านยูโรในช่วงหกเดือนแรกของปี 2563 ต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนร้อยละ 27.5 โดยที่อัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีอยู่ที่ ร้อยละ 12.6 ลดลง 370 เบสิสพอยท์ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ในช่วงหกเดือนแรก ธุรกิจเทคโนโลยีกาวได้รับผลกระทบหลักจากอุปสงค์ที่ลดลงอย่างมีนัยยะของลูกค้ารายใหญ่ ๆ ของภาคอุตสาหกรรม ธุรกิจบิวตี้แคร์ได้รับผลกระทบเชิงลบจากธุรกิจร้านทำผม เนื่องด้วยมาตรการการปิดให้บริการในหลายประเทศ ในทางกลับกันธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนมีการเติบโตอย่างมาก โดยได้รับการสนับสนุนจากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด

เนื่องจากยังมีความไม่แน่นอนของตลาดอย่างต่อเนื่อง เราจึงไม่อาจมองเห็นภาพที่ชัดเจนสำหรับปี 2563 ได้ นายคาร์สเทน โนเบล กล่าว

“ในขณะที่เราเผชิญกับภาวะวิกฤติในปัจจุบัน เฮงเค็ลยังคงทุ่มเทอย่างเต็มกำลังเพื่อการเติบโตของบริษัทตามแผนที่ได้วางไว้ในปีต่อๆ ไป เราได้ริเริ่มโครงการต่างๆ ตามกรอบยุทธศาสตร์ และจะยังคงขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ตามแผนการเติบโตต่อไป”

**ยอดขายและผลประกอบการของกลุ่มในช่วงครึ่งแรกของปี 2563**

ยอดขายที่ 9,485 ล้านยูโรในครึ่งแรกของปี 2563 นั้น ลดลงร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า (Q2: 4,558 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 11.0) **ยอดขายสุทธิ** (organic sales) ที่ไม่รวมผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน การเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการ แสดงให้เห็นการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ลดลงร้อยละ 5.2 (Q2: ลดลงร้อยละ 9.4) การเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการซึ่งส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 (Q2: ร้อยละ 0.2) ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบในเชิงลบทำให้ยอดขายลดลงร้อยละ 1.1 (Q2: ลดลงร้อยละ 1.9)

**ตลาดเกิดใหม่**มีการเติบโตของยอดขายลดลงร้อยละ 2.6 (Q2: ลดลงร้อยละ 7.1)

**ตลาดที่พัฒนาแล้ว** มีการเติบโตของยอดขายลดลงร้อยละ 6.9 (Q2: ลดลงร้อยละ 10.9)

ยอดขายครึ่งปีแรกใน**ยุโรปตะวันตก**มีการเติบโตของยอดขายลดลงร้อยละ 8.0 (Q2: ลดลงร้อยละ 11.6) ในขณะที่**ยุโรปตะวันออก**มีการเติบโตของยอดขายที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 (Q2: ลดลงร้อยละ 3.8) และใน**แอฟริกาและตะวันออกกลาง** มีการเติบโตของยอดขายร้อยละ 4.2 (Q2: โตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4) ในภูมิภาค**อเมริกาเหนือ** มียอดขายลดลงร้อยละ 6.4 (Q2: ลดลงร้อยละ 10.9) ภูมิภาค**ละตินอเมริกา**มียอดขายลดลงร้อยละ 11.4 (Q2: ลดลงร้อยละ 20.1) สำหรับภูมิภาค**เอเชีย-แปซิฟิก** มียอดขายลดลงร้อยละ 6.4 (Q2: ลดลงร้อยละ 7.2)

**กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว (adjusted EBIT)** ลดลงร้อยละ 27.5 จาก 1,641 ล้านยูโรในครึ่งแรกของปีที่แล้วมาอยู่ที่ 1,191 ล้านยูโรในปี 2563

**กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว**

**(adjusted EBIT margin)** ในครึ่งปีแรกอยู่ที่ร้อยละ 12.6 ลดลง 3.7 เปอร์เซ็นต์เทจพอยท์จากปีก่อน

**กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (adjusted EPS)** ลดลงร้อยละ 29.2 จาก 2.77 ยูโรในครึ่งแรกของปี 2562 มาอยู่ที่ 1.96 ยูโร โดยกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้วลดลงร้อยละ 28.2  ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่

**เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ (net working capital)** มีการปรับตัวที่ดีขึ้นโดยอยู่ที่ร้อยละ 4.4 ของยอดขาย ซึ่งต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า (ร้อยละ 6.7) อย่างมีนัยสำคัญ

**กระแสเงินสดอิสระ** ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ยังคงมีความแข็งแกร่งอยู่ที่ 938 ล้านยูโร (ในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 อยู่ที่ 990 ล้านยูโร)

**ฐานะทางการเงินสุทธิ (net financial position)** ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 ดีขึ้นมาอยู่ที่ -1,951 ล้านยูโร (เทียบกับ -2,047 ล้านยูโรเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562) แม้จะมีการจ่ายเงินปันผลที่ประมาณ 800 ล้านยูโรในไตรมาสที่สอง

## *ผลประกอบการรายกลุ่มธุรกิจครึ่งแรกของปี* 2563

**ยอดขาย**ในครึ่งแรกของปี 2563 **กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีกาว** รายงานยอดขายที่ 4,153 ล้านยูโร ลดลงร้อย 12.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (Q2: 1,944 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 19.7) **โดยมียอดขายสุทธิ (ที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ)** ลดลงร้อยละ 10.9 (Q2: ลดลงร้อยละ 17.4) ด้วยภาวะอุตสาหกรรมที่ไม่เอื้ออำนวยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับลดลงอย่างรุนแรงในภาคอุตสาหกรรมและยานยนต์อันเนื่องมาจากการระบาดของโควิด-19 **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว**ลดลงร้อยละ 36.6 มาอยู่ที่ 543 ล้านยูโร และ**อัตรากำไรต่อยอดขายที่ปรับปรุงแล้ว**ที่ร้อยละ 13.1 ต่ำกว่าครึ่งแรกของปี 2562 โดยกำไรที่ลดลงนั้นเป็นผลมาจากปริมาณการขายที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเนื่องด้วยการแพร่ระบาดของโควิด-19

**กลุ่มธุรกิจบิวตี้แคร์** รายงานยอดขายในครึ่งแรกของปี 2563 ที่ 1,818 ล้านยูโร ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 7.4 (Q2: 883 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 11.9) โดยมียอดขายสุทธิ (คำนวณโดยไม่พิจารณาผลกระทบอื่นๆ) ลดลงร้อยละ 8.5 (Q2: ลดลงร้อยละ 12.8) อันเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในธุรกิจร้านทำผม **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุง**แล้วอยู่ที่ 172 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 35.4 เมื่อเทียบกับครึ่งแรกของปีก่อน โดยมี**กำไรที่ปรับปรุงแล้ว**คิดเป็นร้อยละที่ 9.4 **ของยอดขาย** เนื่องจากปริมาณการขายที่ลดลงในธุรกิจร้านเสริมสวย

**กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน** รายงานยอดขายที่ 3,460 ล้านยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 (Q2: 1,705 ล้านยูโร เพิ่มขึ้นมาร้อยละ 2.3) โดยมี**ยอดขายสุทธิ** (คำนวณโดยไม่พิจารณาผลกระทบอื่นๆ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 ในครึ่งแรกของปี 2563 (Q2: ร้อยละ 4.4) ในขณะที่**กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว** 531 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดย**กำไรต่อยอดขายที่**ลดลงเหลือร้อยละ 15.3 เป็นผลจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในด้านการตลาดและการโฆษณา รวมถึงระบบดิจิทัลและไอที

## *การเติบโตอย่างมีเป้าหมาย: การดำเนินงานภายใต้กรอบกลยุทธ์ใหม่*

ในช่วงต้นเดือนมีนาคม 2563 เฮงเค็ลได้นำเสนอเป้าหมายการเติบโตในปีต่อๆ ไป ได้จัดวางกรอบกลยุทธ์ใหม่ที่ชัดเจน ได้แก่ การจัดกลุ่มธุรกิจแห่งความสำเร็จ ความสามารถทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัล โมเดลการทำงานที่พร้อมสำหรับอนาคต และวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง เพื่อการเติบโตอย่างมีเป้าหมายและเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จในอนาคต “โดยกรอบกลยุทธใหม่นี้จะช่วยให้เราประสบความสำเร็จในทศวรรษ 20s ด้วยการมุ่งเน้นไปที่การเติบโตอย่างมีเป้าหมาย” นายคาร์สเทน โนเบล อธิบาย “นับตั้งแต่มีการประกาศออกไปในเดือนมีนาคมที่ผ่านมา เรามีความก้าวหน้าในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ และดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ ไปแล้ว”

องค์ประกอบสำคัญของทิศทางธุรกิจในอนาคตของเฮงเค็ล คือ **การบริหารพอร์ตการลงทุนในเชิงรุก** เฮงเค็ลได้ระบุแบรนด์และหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายรวมมากกว่าหนึ่งพันล้านยูโรซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจผู้บริโภคโดยได้กำหนดจะหยุดหรือขายกิจการสำหรับธุรกิจกลุ่มเหล่านี้ประมาณร้อยละ 50 ภายในสิ้นปี 2564 แม้ตลาดจะมีความไม่แน่นอน แต่เฮงเค็ลยืนยันที่จะดำเนินการปรับพอร์ตการลงทุนภายใต้กรอบของเวลาที่กำหนดไว้ สำหรับปีนี้เฮงเค็ลได้หยุดดำเนินการทางธุรกิจต่างๆ ซึ่งมียอดขายรวมประมาณ 80 ล้านยูโร โดยส่วนมากจะอยู่ในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว

นอกเหนือจากการบริหารพอร์ตการลงทุนแล้ว การเข้าซื้อกิจการยังคงเป็นส่วนสำคัญในกลยุทธ์ของเฮงเค็ล เมื่อเร็วๆ นี้เฮงเค็ลได้ลงนามในธุรกรรม 2 รายการ ซึ่งมีราคาซื้อรวมกันประมาณ 500 ล้านยูโร ในกลุ่มธุรกิจบิวตี้แคร์ เฮงเค็ลได้ขยายกิจกรรมดิจิทัลโดยตรงสู่ผู้บริโภค (D2C) ผ่านการเข้าถือหุ้นใหญ่ในธุรกิจที่ประกอบด้วยแบรนด์ความงามระดับพรีเมี่ยมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว 3 แบรนด์

ในธุรกิจเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลจะขยายตำแหน่งในด้านผลิตภัณฑ์กาวและซีลแลนท์สำหรับผู้บริโภคและช่างฝีมือในทวีปอเมริกาเหนือด้วยการเข้าซื้อกลุ่มผลิตภัณฑ์ซีลแลนท์สำหรับผู้บริโภค ภายใต้แบรนด์ GE และเพื่อเพิ่ม**ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน** เฮงเค็ลจะมุ่งเน้นไปที่การเร่งสร้าง**นวัตกรรม** เพิ่ม**ความยั่งยืน** ให้เป็นปัจจัยที่จะสร้างความแตกต่างและปฏิรูปดิจิทัลเพื่อสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าและผู้บริโภค

เฮงเค็ลมีเป้าหมายที่จะเร่งสร้าง**นวัตกรรม**ด้วยการเพิ่มการลงทุน ซึ่งรวมถึง**แนวทางการพัฒนานวัตกรรม** นวัตกรรมและแบรนด์จะได้รับการสนับสนุนด้านการลงทุนที่สอดคล้องกันทั้งในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์และภูมิภาคหลักๆ ดังนั้นเฮงเค็ลจึงมุ่งมั่นที่จะ**เพิ่มการลงทุน**ในด้านการโฆษณา ดิจิทัล และไอที ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 แม้จะต้องเผชิญกับความท้าทายด้านเศรษฐกิจมหภาค เฮงเค็ลยังคงเพิ่มการลงทุนด้วยจำนวนตัวเลขสูงถึงสองหลักปลายๆของล้านยูโร

ด้านเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลยังคงลงทุนในศูนย์นวัตกรรมล้ำสมัยในเมืองดุสเซลดอร์ฟ ในธุรกิจผู้บริโภค เฮงเค็ลได้เพิ่มกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านสุขอนามัยและขีดความสารถในการผลิตน้ำยาล้างมือและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดใหม่ๆ ในภูมิภาคต่างๆ อย่างรวดเร็ว

เสาหลักของกลยุทธ์การแข่งขันของเฮงเค็ลคือการสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจนในตลาดผ่านนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ ในเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลใช้กลุ่มอุตสาหกรรมที่กว้างขวางของธุรกิจสำหรับโซลูชั่นของเทคโนโลยีการปิดผนึกและปิดช่องว่างบนหน้าสัมผัสในการเปิดตัวกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการกันน้ำให้กับสมาร์ทโฟนระดับไฮเอนด์ และนี่เป็นความร่วมมือกับแบรนด์สมาร์ทโฟนรายใหญ่ของโลก กลุ่มบิวตี้แคร์ได้เปิดตัวแบรนด์ Simply Color ของ Schwarzkopf โดยอิงจากเทรนด์ธรรมชาติในการทำสีผมที่เป็น “เทคโนโลยี” มากขึ้น ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนได้เปิดตัว Persil 4in1 Discs โดยในขณะนี้ Persil Discs ทำรายได้เกือบร้อยละ 10 ของยอดขายทั้งหมดภายใต้แบรนด์ Persil

**ความยั่งยืน**นั้นเป็นหนึ่งในจุดแข็งหลักของเฮงเค็ล เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับต่างๆ เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน เฮงเค็ลยังคงมุ่งมั่นที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างความแข็งแกร่งในการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้น โดยได้กำหนดขั้นตอนและเป้าหมายที่ชัดเจนไว้แล้ว ซึ่งหนึ่งในองค์ประกอบนั้นก็คือการเป็นบริษัทที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมภายในปี พ.ศ.2583

เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา เฮงเค็ลเป็นบริษัทระดับโลกแห่งแรกที่ออกพันธบัตรเพื่อลดขยะพลาสติก เป็นอีกก้าวใหม่ของเฮงเค็ลในการพัฒนาความยั่งยืนโดยใช้เครื่องมือทางการเงินที่น่าสนใจของบริษัท การดำเนินการในพันธบัตร

ด้วยมูลค่าประมาณ 100 ล้านยูโรนี้ จะถูกจัดสรรให้โครงการและการใช้จ่ายในกิจกรรมของเฮงเค็ลที่เกี่ยวข้องกับการลดขยะพลาสติก การออกพันธบัตรนี้เป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นของเฮงเค็ลที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนและลดขยะพลาสติก รวมถึงแนวทางการเงินที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ เฮงเค็ลยังได้พัฒนาการออกแบบ เครื่องมือรีไซเคิล"EasyD4R" ที่ช่วยประเมินการรีไซเคิลของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วและเชื่อถือได้ตั้งแต่เริ่มต้นในกระบวนการพัฒนา ซอฟต์แวร์ของเฮงเค็ลที่บริษัทและหน่วยงานอื่น ๆ สามารถนำไปใช้ได้ในปัจจุบันนี้ไม่เพียงแต่ครอบคลุมแค่บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่หลากหลายเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ได้กับบรรจุภัณฑ์วัสดุอื่น ๆ ได้ด้วย เช่น กระดาษ แก้ว หรืออลูมิเนียม

ความก้าวหน้าในด้านความยั่งยืนของเฮงเค็ลยังได้สะท้อนให้เห็นจากผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคและกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม ตัวอย่างเช่นในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Pro Nature ได้แตกไลน์ออกไปจากการเปิดตัว Somat และ Bref Pro Nature ขณะที่ผลิตภัณฑ์ Pro Nature ที่มีวางจำหน่ายใน 30 ประเทศ มีส่วนผสมจากธรรมชาติมากถึง 99.9% และใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีพลาสติกรีไซเคิลได้ถึง 100%

กลุ่มผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ได้เปิดตัวแชมพู สบู่สำหรับผิวกายและผิวหน้าภายใต้แบรนด์ Nature Box และ N.A.E. – บรรจุภัณฑ์ปราศจากพลาสติก

เทคโนโลยีกาวกลุ่ม Loctite Liofol ได้นำเสนอสารเคลือบผิวที่ซีลด้วยความร้อนและซีลเย็น(ไม่ใช้ความร้อน)แบบรีไซเคิลที่ผ่านการรับรองแล้วเข้าสู่ตลาดซึ่งช่วยให้เราสามารถใช้กระดาษทดแทนโพลีเอทิลีนได้อย่างหลากหลายทั้งสำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร

**นอกเหนือจากนวัตกรรมและความยั่งยืนแล้ว เฮงเค็ลได้กำหนดให้**กระบวนการเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลซึ่ง**เป็นอีกหนึ่งแกนหลักในการเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันของบริษัท ในช่วงครึ่งปีแรกยอดขายจากช่องทางดิจิทัลของเฮงเค็ลในส่วนธุรกิจผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ และ**ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน**รวมกันแล้วเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ** 60 **ทำให้ยอดขายในช่องทางดิจิทัลของเฮงเค็ลมีส่วนแบ่งเข้าใกล้ช่วง**15%**ของยอดขายทั้งหมด การตั้งหน่วยธุรกิจใหม่อย่าง "ธุรกิจดิจิทัล" สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของเฮงเค็ลที่ต้องการเป็นผู้นำธุรกิจด้านดิจิทัลในภาคอุตสาหกรรม และนำมาซึ่งมูลค่าที่คุ้มค่าแก่ลูกค้า ดังนั้นเมื่อปลายเดือนมิถุนายน เฮงเค็ลจึงได้เปิดตัวรูปแบบการดำเนินงานแบบใหม่สำหรับกิจกรรมดิจิทัลและไอที พร้อมกับนำทีมไอที ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจดิจิทัล ทีมธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ** HenkelX Ventures **นำทีมโดยผู้อำนวยการฝ่ายดิจิทัลและข้อมูลข่าวสารของเฮงเค็ล**

**อีกหนึ่งองค์ประกอบหลักของกรอบกลยุทธเฮงเค็ลคือกระบวนการทางธุรกิจที่มีประสิทธภาพ คล่องแคล่ว รวดเร็ว และพร้อมสำหรับอนาคต เฮงเค็ลได้ทบทวนกระบวนการและโครงสร้างทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอว่ามีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เรียบง่าย และสามารถปรับให้เข้ากับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในตลาดได้หรือไม่ นอกจากนี้ การพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ๆ โดยมุ่งเน้นไปที่ความใกล้ชิดกับลูกค้าและผู้บริโภค เฮงเค็ลประสบความสำเร็จในการนำรูปแบบการดำเนินงานใหม่ๆ มาใช้ในกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีกาวและองค์กรจัดซื้อที่เกียวข้อง ใน**กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน **และ**ธุรกิจบิวตี้แคร์นั้นมีการมุ่งเน้นไปในระดับภูมิภาคมากขึ้นและยังคงสนับสนุนในเรื่องความใกล้ชิดกับลูกค้าและผู้บริโภค

การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรและการเร่งสร้างการเปลี่ยนถ่ายวัฒนธรรมยังเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติมในการนำพาบริษัทต่อไปในภายหน้า ความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน สำหรับเฮงเค็ลแล้ว การเพิ่มพูนทักษะของพนักงานและความเป็นมืออาชีพเป็นสิ่งสำคัญ ในครึ่งแรกของปี 2563 เฮงเค็ลได้จัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะด้านต่างๆที่บริษัทได้ออกแบบมาโดยเฉพาะให้กับพนักงาน เช่น เรื่องการเป็นผู้นำ การเข้าสู่ความเป็นระบบดิจิทัล และนวัตกรรม เป็นต้น ในภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 นี้เป็นเครื่องพิสูจน์วัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ความยืดหยุ่น และความทุ่มเทของพนักงานเฮงเค็ลทั่วโลก

**มาตรการเพื่อรับมือกับการระบาดของโควิด-19**

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตและส่งผลอย่างหนักต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ในช่วงวิกฤตินี้ สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ คือสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับเฮงเค็ล บริษัทได้ออกมาตรการดูแลป้องกันสุขภาพที่หลากหลายมาตั้งแต่เริ่มต้น และในขณะเดียวกัน เฮงเค็ลได้ตั้งใจดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจและให้บริการแก่ลูกค้าและผู้บริโภคทั่วโลกต่อไป นอกจากนี้ เฮงเค็ลยังได้จัดโครงการช่วยเหลือทั่วโลก ซึ่งรวมถึงการบริจาคเงินให้แก่กองทุน COVID-19 Solidarity Response ขององค์การอนามัยโลก (WHO) และมูลนิธิองค์การสหประชาชาติ (UN) และหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกแล้วทั่วโลก ยิ่งไปกว่านั้น เฮงเค็ลยังได้บริจาคผลิตภัณฑ์สำหรับสุขอนามัยส่วนบุคคลและภายในบ้านมากกว่า 5 ล้านชิ้น และได้ผลิตน้ำยาฆ่าเชื้อที่โรงงานของบริษัท สำหรับความช่วยเหลือในระดับโลกนั้น เฮงเค็ลได้ผลิตและบริจาคน้ำยาฆ่าเชื้อมากกว่า 111,000 ลิตร เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนหน่วยงานด้านสุขภาพและโรงพยาบาล จนถึงปัจจุบันนี้ เฮงเค็ลได้ให้การสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ไปมากกว่า 500 โครงการในกว่า 40 ประเทศทั่วโลก โดยช่วยเหลือผู้คนกว่า 5 ล้านคนที่กำลังอยู่ในภาวะขาดแคลนจากวิกฤติการณ์โควิด-19

“เรามีความจำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องไปกับการเปลี่ยนแปลงของวิกฤติ เราต้องยืดหยุ่นและตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในตลาด ปฏิรูปและสร้างรากฐานใหม่อยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ผมเชื่อมั่นว่าทีมงานทั่วโลกของเราที่ทุ่มเทอย่างเต็มกำลัง และกรอบกลยุทธ์ใหม่ที่มุ่งเน้นการเติบโตอย่างมีเป้าหมาย งบดุลที่แข็งแกร่ง ความยืดหยุ่นทางการเงิน และความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดที่แข็งแกร่ง จะทำให้เราพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้และเราจะสามารถผ่านวิกฤตินี้ไปได้อย่างเข้มแข็ง” นายคาร์สเทน โนเบล กล่าวสรุป

**เกี่ยวกับเฮงเค็ล**
เฮงเค็ล ดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่สมดุลและหลากหลาย บริษัทฯ เป็นผู้นำในสามกลุ่มธุรกิจทั้งในธุรกิจเพื่ออุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค อันเป็นผลมาจากแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง ธุรกิจเทคโนโลยีกาวของเฮงเค็ล (Adhesive Technologies) เป็นผู้นำในตลาดกาวในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ (Laundry & Home Care and Beauty Care businesses) เฮงเค็ลเป็นผู้นำในหลายตลาดและประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลก เฮงเค็ลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และมีประวัติความสำเร็จอันยาวนานกว่า 140 ปี ในปี พ.ศ. 2562 เฮงเค็ลมียอดขายมากกว่า 2 หมื่นล้านยูโร และมีผลกำไรดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว 3,200 ล้านยูโร เฮงเค็ลมีพนักงานมากกว่า 52,000 คนทั่วโลก ซึ่งมีความหลากหลายมีความมุ่งมั่น รวมกันเป็นหนึ่งเดียวด้วยวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน และมีคุณค่าร่วมกัน ในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งเป็นที่ยอมรับ เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**สามารถดูภาพถ่ายวัสดุได้ที่** [**www.henkel.com/press**](https://henkelgroup-my.sharepoint.com/personal/willamae_almonguera_henkel_com/Documents/Documents/thai%20press%20release/finished/www.henkel.com/press)

ติดต่อ แม็กกี้ แทน

 เฮงเค็ล

โทรศัพท์ +65 6424 7045

อีเมล maggie.tan@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA