25 ตุลาคม 2565

เฮงเค็ล ขับเคลื่อนความก้าวหน้าและการพัฒนาอย่างยั่งยืนตลอด 50 ปี

**เฮงเค็ล ฉลองครบรอบ 50 ปี ในประเทศไทย**

กรุงเทพฯ – เฮงเค็ล บริษัทข้ามชาติเคมีภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภค จัดงานเฉลิมฉลองครบรอบ 50 ปี ในประเทศไทยปีนี้ โดยบริษัทมุ่งขับเคลื่อนการเติบโตในตลาดเทคโนโลยีกาวและผลิตภัณฑ์ดูแลความงามอย่างแน่วแน่ ด้วยแบรนด์ที่น่าเชื่อถือและโซลูชั่นที่มีประสิทธิภาพสูง

แอนเดรียนโต้ จายาเปอร์นา ประธาน บริษัทเฮงเค็ล ประเทศไทย กล่าวว่า “เนื่องในโอกาสครั้งสำคัญนี้ ผมขอขอบคุณทีมงานเฮงเค็ลที่ตั้งใจทำงานอย่างหนักและรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี รวมทั้งความไว้วางใจจากพันธมิตรและลูกค้าที่มีให้กับเรามาโดยตลอด ผมขอใช้ความสำเร็จในครั้งนี้เป็นพลังให้พวกเราทำหน้าที่อย่างเต็มที่มากขึ้น เพื่อถ่ายทอดคุณค่าอย่างยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้นของพวกเรา”

เฮงเค็ล ประเทศไทย ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2515 ดำเนินธุรกิจเทคโนโลยีกาวและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ด้วยพนักงานประมาณ 520 คน จากสถานประกอบการทั้งสี่แห่งภายในประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย สำนักงานที่กรุงเทพ โรงงานที่บางปู โรงงานที่ศรีราชา และโรงงานอัจฉริยะในโครงการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกที่บางปะกง

สำหรับธุรกิจเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลได้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับลูกค้าผ่านการบูรณาการ โซลูชั่นในการแก้ปัญหาแบบบูรณาการสำหรับสินค้ากาว ซีลแลนท์ และเคมีภัณฑ์เพื่อการเตรียมพื้นผิวสำหรับอุตสาหกรรมในวงกว้างและอุตสาหกรรมที่กำลังจริญเติบโต ได้แก่ วิศวกรรมยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ อาหารและเครื่องดื่ม เฟอร์นิเจอร์ กีฬา แฟชั่นและเทคโนโลยีทางการแพทย์ โดยแบรนด์สำคัญหลักๆ ได้แก่ Loctite Bonderite Technomelt Teroson และ Aquence

ด้วยประสบการณ์กว่าหลายสิบปีในอุตสาหกรรมยานยนต์ ผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคของเฮงเค็ลได้ทำงานร่วมกับ บริษัท OEM ผู้ผลิต และพันธมิตรทางการค้า ในเรื่องโครงสร้างยานยนต์น้ำหนักเบาและการควบคุมความร้อนของเครื่องยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า พร้อมทั้งคิดค้นวิธีแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ที่จะช่วยลดการใช้พลังงานของยานยนต์เหล่านี้ สำหรับในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เฮงเค็ลทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อพัฒนากาวที่ปลอดภัยสำหรับอาหารซึ่งเป็นไปตามระเบียบว่าด้วยวัสดุสัมผัสอาหารตามหลักสากล โซลูชั่นจากแบรนด์ Loctite และ Aquence ของเฮงเค็ลนั้นสามารถใช้สัมผัสกับอาหารได้และประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารชนิดซองอ่อน เช่น อาหารเด็ก อาหารพร้อมทาน อาหารสัตว์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้ในการผลิตหลอดกระดาษ สารเคลือบสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทกระดาษแบบที่ห่อแซนด์วิช

ในขณะเดียวกัน ธุรกิจดูแลความงามของบริษัทเฮงเค็ล ประเทศไทยนั้นรวมทั้งส่วนของลูกค้าและส่วนของผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมสีผม ทรงผม และการดูแลผม แบรนด์ Schwarzkopf ที่ติดอันดับหนึ่งในสามของแบรนด์อันดับต้นๆ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผมและเป็นผลิตภัณฑ์ที่คุ้นเคยกับคนไทยเป็นอย่างดี เพราะได้เริ่มขายตั้งแต่ ปี พ.ศ.2499

การเข้าซื้อธุรกิจผู้เชี่ยวชาญเรื่องผมแบรนด์ Shiseido ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น ถือเป็นการขยายพอร์ตโฟลิโอในการก่อตั้งแบรนด์ของเฮงเค็ล ได้แก่ Igora Royal, Osis Syoss และ Freshlight and got2b ในระดับโลก เฮงเค็ลมีแผนจะรวมหน่วยธุรกิจดูแลความงาม ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเข้าด้วยกันภายในต้นปี พ.ศ. 2566 เพื่อสร้างเป็นแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีสินค้าหลากหลายประเภท และมียอดขายกว่าหมื่นล้านยูโรทั่วโลก

**ผู้บุกเบิกความยั่งยืนในการปฏิบัติงาน การแก้ปัญหาและในสังคม**

แอนเดรียนโต้ กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ความยั่งยืนนั้นเป็นหัวใจหลักของกลยุทธ์บริษัทเฮงเค็ลและยึดมั่นในเป้าหมายที่ว่า “Pioneers at heart for the good of generations” บริษัทได้เป็นผู้นำทางด้านความยั่งยืนมาอย่างยาวนานและในปีนี้ก็ได้มีการเปิดตัวกรอบการบริหารความยั่งยืน ปี พ.ศ. 2573 และเพื่อนำมาซึ่งสภาพอากาศที่ดีขึ้นใน ปี พ.ศ. 2573 บริษัทเฮงเค็ล ประเทศไทย ได้ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาโรงงานที่ชลบุรี และได้หาวิธีที่จะลดการใช้พลังงาน น้ำ และปริมาณของเหลือทิ้งในทุกที่อย่างต่อเนื่อง

ในขณะเดียวกันบริษัทเฮงเค็ลส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยนำมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน เช่น นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ Schwarzkopf และ Syoss ที่นำกล่องกระดาษมารีไซเคิลและออกแบบขวด ฝาที่ใช้พลาสติกน้อยลงในการผลิต นอกจากนี้ยังร่วมงานกับร้านทำผมที่เป็นคู่ค้า โดยทางเฮงเค็ลได้เริ่มเก็บขวดผลิตภัณฑ์ทำสีผมที่ใช้แล้วนำกลับมารีไซเคิลอีกด้วย

หลายปีมานี้ เฮงเค็ล ประเทศไทยได้บริจาคเงินสนับสนุนสังคมมาโดยตลอด เมื่อเดือนมีนาคมปีนี้ บริษัทได้บริจาคเงินถึง 2.3 ล้านบาท (64,000 ยูโร) ให้กับมูลนิธิโรงพยาบาลตากสินผ่านมูลนิธิการกุศล Fritz Henkel Stiftung เงินส่วนนี้ช่วยสร้างหอผู้ป่วยวิกฤตระบบทางเดินหายใจ 2 แห่ง และติดตั้งอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำเป็นสำหรับรักษาผู้ป่วยโควิด19 นอกจากนี้พนักงานเฮงเค็ลยังได้บริจาคโลหิตปีละสองครั้งให้กับสภากาชาดไทยและบริจาคเงินกว่า 10,000 ยูโร (395,000 บาท) ให้กับสภากาชาดไทยเพื่อสนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์ใน ปี พ.ศ. 2563

**การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลผ่านทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี**

สำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบอัจฉริยะ เฮงเค็ล (ประเทศไทย) ได้เพิ่มการใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 4.0 มาช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสร้างคุณค่าให้กับคู่ค้า ลูกค้าและผู้บริโภค เช่น โรงงานอัจฉริยะที่ผลิตกาวที่บางปะกง มีระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ เครื่องสแกนอัจฉริยะและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อช่วยควบคุมขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่ตอนเป็นวัตถุดิบไปจนถึงผลิตสินค้าเสร็จสมบูรณ์ และมีกระบวนการที่ว่องไว รวมถึงระบบที่ชาญฉลาดที่ช่วยเพิ่มคุณภาพในการตัดสินใจ การผลิต ความปลอดภัย และความยั่งยืน

ทั้งในธุรกิจเทคโนโลยีกาวและธุรกิจดูแลความงาม เฮงเค็ลได้เพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับคู่ค้า ลูกค้าและผู้บริโภคผ่านการทำงานร่วมกันแบบเสมือนจริง เช่น e-commerce และช่องทางโซเชียลมีเดีย ธุรกิจดูแลความงามของเฮงเค็ลได้มีแอพพลิเคชั่นในมือถือได้แก่ ‘House of Color’ และ ‘Essential Looks’ เพื่อช่วยให้ร้านทำผมที่เป็นคู่ค้าได้รู้วิธีใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ วิธีจัดการคลังสินค้าเพื่อให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุดและสามารถบริการลูกค้าได้อย่างดีที่สุด

**ก้าวต่อไปของบริษัท**

ในวาระครบรอบ 50 ปี เฮงเค็ล (ประเทศไทย) เตรียมพร้อมสำหรับอนาคตและมุ่งมั่นที่จะสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันและการให้อำนาจในการตัดสินใจ โดยประเด็นสำคัญประการหนึ่ง คือ การเสริมสร้างความหลากหลาย, ความเสมอภาค และการไม่แบ่งแยก ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเป้าหมายของเฮงเค็ลในระดับโลก เพื่อบรรลุในเรื่องความเสมอภาคระหว่างเพศ ภายในปี พ.ศ. 2568 โดยในประเทศไทย เฮงเค็ลมีพนักงานหญิงในสัดส่วน 50% ของพนักงานทั้งหมด ในขณะเดียวกัน ทีมผู้บริหารเป็นผู้หญิงถึง 50%

ตั้งแต่ช่วงโควิด หลายบริษัทได้เริ่มสร้างวิถีการทำงานที่ยืดหยุ่นในระยะยาว ซึ่งเฮงเค็ลยอมรับการเปลี่ยนแปลงในเรื่องนี้และเปิดตัวแนวคิดการทำงานแบบ Smart Work เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานนอกสถานที่ได้และยังคงติดต่อกับทีมและลูกค้าได้อย่างเสมือนจริง โดยแนวคิดนี้มุ่งเน้นที่การทำให้สำนักงานเป็นสถานที่ในการส่งเสริมความร่วมมือ นวัตกรรม และการแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมๆ กับการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้กับพนักงาน

เพื่อให้พนักงานมีทักษะสำคัญสำหรับอนาคต เฮงเค็ลสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและมีการลงทุนพัฒนาบุคคลากร พนักงานสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้มากกว่า 9,000 รายการ ผ่าน Henkel Learning Hub รวมถึงแพลตฟอร์มภายนอก เช่น LinkedIn Learning, TED Talks และ CrossKnowledge และด้วยโอกาสในการพัฒนาเหล่านี้ เฮงเค็ลส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้และพัฒนาทักษะของตนเองอย่างต่อเนื่อง ปลดปล่อยศักยภาพอย่างเต็มที่และเติบโตไปพร้อมกับบริษัท

###

**เกี่ยวกับเฮงเค็ล**

เฮงเค็ล ดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่สมดุลและหลากหลาย บริษัทฯ เป็นผู้นำในสามกลุ่มธุรกิจทั้งในธุรกิจด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค อันเป็นผลมาจากแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง ธุรกิจเทคโนโลยีกาวของเฮงเค็ล (Adhesive Technologies) เป็นผู้นำในตลาดกาวในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ส่วนในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ (Laundry & Home Care and Beauty Care businesses) เฮงเค็ลเป็นผู้นำในหลายตลาดและประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลก เฮงเค็ลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และมีประวัติความสำเร็จอันยาวนานกว่า 140 ปี ในปี พ.ศ. 2564 เฮงเค็ลมียอดขายมากกว่า 2 หมื่นล้านยูโร และมีผลกำไรดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว 2,700 ล้านยูโร เฮงเค็ลมีพนักงานมากกว่า 52,000 คนทั่วโลก ซึ่งมีความหลากหลายมีความมุ่งมั่น รวมกันเป็นหนึ่งเดียวด้วยวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน และมีคุณค่าร่วมกัน ในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งเป็นที่ยอมรับ เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

รูปภาพสามารถดูได้ที่[**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**ข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ**

เฮงเค็ล

หลุยส์ เช็ง นิโคล ตง

+86-021-2891-5152 +65-9817-0398

louise.cheung@henkel.com nicole.n.tong@henkel.com