ข่าวประชาสัมพันธ์

4 มีนาคม 2567

เร่งดำเนินการตามแผนการเติบโตเชิงกลยุทธ์ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางตลาดที่ท้าทาย

เฮงเค็ล มีการเติบโตของยอดขายภายในและผลกำไรอย่างมั่นคงในปี 2566

- การดำเนินการทางธุรกิจอย่างมั่นคงในปี 2566
  - ยอดขาย 21.5 พันล้านยูโร มีการเติบโตจากภายในอย่างมั่นคงอยู่ที่ร้อยละ 4.2
  - กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)* อยู่ที่ 2.6 พันล้านยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2
  - ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว (EBIT margin)*อยู่ที่ร้อยละ 11.9 มีการพัฒนาที่มั่นคงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 (150 bp)
  - กำไรสุทธิต่อหุ้นที่ปรับแล้ว (EPS)*เพิ่มขึ้น 4.35 ยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ +20 ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนคงที่
  - กระแสเงินสดอิสระเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 2.6 พันล้านยูโร
- เสนอการแบ่งเงินปันผลเท่าเดิมที่ 1.85 ยูโรต่อหุ้นที่ปรับแล้ว
- เร่งดำเนินการตามแผนการเติบโตตามเป้าหมาย
  - แบรนด์คอนซูเมอร์ มีการรวมธุรกิจรวดเร็วกว่าที่วางแผนไว้
  - เทคโนโลยีกาว เป็นองค์กรแบบใหม่มีการเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น
  - ทั้งสองหน่วยธุรกิจได้พัฒนามากขึ้นจากการเข้าซื้อธุรกิจตามเป้าหมาย
  - ธุรกิจขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน
- แนวโน้มปีงบประมาณ 2567 เน้นให้ความสำคัญกับการเติบโตมุ่งสู่ผลกำไร
  - การเติบโตของยอดขายจากภายใน: เป็นร้อยละ 2.0 ถึงร้อยละ 4.0
  - ผลตอบแทนจากยอดขายปรับแล้ว (EBIT margin)*: เป็นร้อยละ 12.0 ถึง 13.5
  - กำไรสุทธิต่อหุ้นที่ปรับแล้ว (EPS)* เพิ่มในช่วง ร้อยละ +5 ถึงร้อยละ +20 (ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่)

ประเทศไทย – นายคาร์สเทน โนเบล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเฮงเค็ล กล่าวว่า “แม้ว่าสภาพแวดล้อมทางการตลาดจะมีความท้าทายอย่างต่อเนื่อง เรายังคงขับเคลื่อนกลยุทธ์การเติบโตไปข้างหน้าในปี 2566 และเร่งดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ดังกล่าว เรามีการเติบโตของยอดขายภายในอย่างมั่นคงและได้ผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เอง เราได้เพิ่มแนวโน้มตั้งแต่ต้นปี การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จนี้ได้รับการขับเคลื่อนจากทั้งธุรกิจเทคโนโลยีกาวและแบรนด์คอนซูเมอร์”

“เราสร้างความก้าวหน้าให้กับธุรกิจได้มากกว่าที่เราได้วางแผนไว้ในตอนเริ่มแรกผ่านการรวมสองหน่วยธุรกิจ คอนซูเมอร์ทั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนกับธุรกิจดูแลความงาม เพื่อสร้างเป็นหน่วยธุรกิจแบรนด์คอนซูเมอร์ใหม่ การลดค่าใช้จ่ายที่ได้จากการรวมกันของหน่วยธุรกิจและการพัฒนาพอร์ตโฟลิโอก็มีส่วนทำให้การดำเนินการของหน่วยธุรกิจเป็นไปอย่างมั่นคง สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว เราได้ปรับองค์กรของเราให้มีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้นผ่านการบริหารใหม่ เรามีกำไรที่เพิ่มขึ้นจากภายในและภายนอกอย่างมีนัยสำคัญท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้เราได้พัฒนาเพิ่มขึ้นจากการเข้าซื้อธุรกิจเป้าหมาย จากการดำเนินการทั้งหมดที่สอดคล้องกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล เราจะขอเสนอการจ่ายเงินปันผลที่คงที่ให้กับผู้ถือหุ้นในการประชุมทั่วไปประจำปี”

“ผมขอขอบคุณพนักงานเฮงเค็ลทุกคน สำหรับการทำงานเป็นทีมและการอุทิศตนที่ช่วยนำพาธุรกิจของเราให้เดินหน้าก้าวผ่านอุปสรรคไปได้ตลอดเวลาที่ผ่านมา การร่วมมือของเราในฐานะทีมระดับโลกจะสามารถขับเคลื่อนธุรกิจตามแผนการเติบโตสู่เป้าหมาย สร้างความก้าวหน้าอย่างเห็นได้ชัดจากกลยุทธ์ของเราและสามารถพัฒนาธุรกิจได้สำเร็จ สิ่งเหล่านี้ทำให้ผมภูมิใจและมั่นใจกับอนาคตของพวกเรา”

ยอดขายระดับกลุ่มและกำไรจากการดำเนินธุรกิจในปี 2566

ยอดขายกลุ่มเฮงเค็ลพุ่งถึง 25,514 ล้านยูโรในปีงบประมาณ 2566 มีการลดลงตามมูลค่าจริงอยู่ที่ร้อยละ -3.9 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศส่งผลกระทบในแง่ลบต่อการพัฒนายอดขายอยู่ที่ร้อยละ -4.3 การเข้าซื้อและการถอนการลงทุนธุรกิจส่งผลทางลบต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ -3.9 อันเนื่องมาจากการถอนการลงทุนของธุรกิจในประเทศรัสเซีย **การเติบโตของยอดขายจากภายใน**มีความมั่นคงอย่างมากที่ร้อยละ 4.2 การพัฒนาดังกล่าวเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาที่สูงขึ้นด้วยอัตราร้อยละเลขหนึ่งตำแหน่ง ในขณะที่ปริมาณลดลง อย่างไรก็ตาม ในช่วงครึ่งปีหลังมีการพัฒนาของปริมาณอย่างต่อเนื่อง

หน่วยธุรกิจ**เทคโนโลยีกาว**สร้างยอดขายภายในอยู่ที่ร้อยละ 3.2 ซึ่งมาจากธุรกิจเครื่องยนต์ & อิเล็กทรอนิกส์และช่างฝีมือ และหน่วยธุรกิจก่อสร้างและโปรเฟชชั่นแนล หน่วยธุรกิจ**แบรนด์คอนซูเมอร์**ได้บรรลุการเติบโตของยอดขายจากภายในอยู่ที่ร้อยละ 6.1 จากธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและ ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนและธุรกิจเส้นผม

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว (EBITที่ปรับแล้ว) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2 เป็นจำนวน 2,556 ล้านยูโร (ปีที่แล้วอยู่ที่ 2,319 ล้านยูโร) การพัฒนาของราคาขายในแง่บวก มาตรการที่จะลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตและศักยภาพของห่วงโซ่อุปทาน และพัฒนาให้พอร์ตโฟลิโอก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดสามารถชดเชยผลกระทบทางลบของกำไรในระดับกลุ่มจากราคาวัตถุดิบและการขนส่งที่สูงได้มากกว่า

ผลตอบแทนจากยอดขายปรับแล้ว (EBIT margin ที่ปรับแล้ว) ในปีงบประมาณ 2566 มีค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนอยู่ที่ร้อยละ 11.9 (ปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 10.4)

กำไรสุทธิต่อหุ้นที่ปรับแล้ว เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญอยู่ที่ร้อยละ 11.5 เป็น 4.35 ยูโร (ปีที่แล้ว 3.90 ยูโร) ด้วยอัตราการแลกเปลี่ยนคงที่ กำไรสุทธิต่อหุ้นที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ มีร้อยละของยอดขายเพิ่มเป็นร้อยละ 2.6 ต่ำกว่าในอดีตอย่างมาก (ปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 4.5) เนื่องจากจำนวนสินค้าในสต๊อกที่ลดลง

กระแสเงินสดอิสระพุ่งถึงยอดใหม่สูงถึง 2,603 ล้านยูโร แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว (ปี 2565 อยู่ที่ 653 ล้านยูโร) เป็นผลมาจากกระแสเงินสดที่สูงขึ้นจากการทำกิจกรรมทางธุรกิจที่ได้กำไรเพิ่มขึ้นและมีเงินทุนหมุนเวียนที่ลดลง

ด้วยเหตุนี้ทำให้**ฐานะการเงินของบริษัท**เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเป็น 12 ล้านยูโร (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 อยู่ที่ -1,267 ล้านยูโร)

คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการผู้ถือหุ้นจะเสนอในที่ประชุมทั่วไปประจำปีในวันที่ 2 เมษายน 2567 ให้มี**การแบ่งเงินปันผล**เท่าเดิมเมื่อเทียบกับปีที่แล้วอยู่ที่ 1.85 ยูโรต่อหุ้นที่ปรับแล้วและ 1.83 ยูโรต่อหุ้นสามัญ ซึ่งเท่ากับอัตราส่วนเงินปันผลอยู่ที่ร้อยละ 42.4 มีค่าสูงกว่าขอบเขตที่ตั้งเป้าไว้อยู่ที่ร้อยละ 30 ถึง 40 เล็กน้อย การแบ่งเงินปันผลเท่าเดิมนี้เกิดขึ้นจากฐานทางการเงินที่มั่นคงและการพัฒนาเชิงบวกของฐานะการเงินบริษัทเฮงเค็ล ทำให้ผู้ถือหุ้นได้รับเงินปันผลอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินธุรกิจในปีงบประมาณ 2566

ในปีงบประมาณปี 2566 **ยอดขาย**ของหน่วย**ธุรกิจเทคโนโลยีกาว**แตะ 10,790 ล้านยูโร แต่ในเชิงมูลค่าตามจริงต่ำลงกว่าปีที่แล้วอยู่ที่ร้อยละ -4.0 เนื่องจากอัตราการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศที่ติดลบ **การเติบโตของยอดขายภายใน**เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากการปรับราคาที่ดีขึ้นกว่าปีที่

แล้ว ปริมาณการขายโดยรวมลดลงเนื่องจากความต้องการในบางตลาดที่ขายสินค้าโดยตรงสู่ผู้บริโภคเกิดการชะลอตัว ภายในปีเดียวกัน ปริมาณการขายได้มีการฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับที่คงที่ในไตรมาสที่สี่ **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว**สูงกว่าปีที่แล้วอยู่ที่ 1,584 ล้านยูโร

ผลตอบแทนจากยอดขายปรับแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 (110 bp) เมื่อเทียบกับปีที่แล้วและมียอดขายถึงร้อยละ 14.7 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากราคาที่สูงขึ้นบวกกับมาตรการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อทดแทนราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ยอดขายในหน่วยธุรกิจ**แบรนด์คอนซูเมอร์**มากถึง 10,565 ล้านยูโรในปีงบประมาณ 2566 และมีมูลค่าตามจริงอยู่ที่ร้อยละ -3.3 ต่ำหว่าปีที่แล้ว อัตราการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศส่งผลให้ยอดขายลดลงร้อยละ -4.4 การเข้าซื้อธุรกิจและการถอนการลงทุนส่งผลกระทบทางลบต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ -5.1 เนื่องจากยอดขายของธุรกิจในประเทศรัสเซีย ยอดขาย**จากภายใน**เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 การเติบโตของยอดขายเกิดจากการเพิ่มราคาถึงสองตำแหน่ง ในขณะที่ปริมาณการขายลดลงบางส่วนจากมาตรการเพิ่มพอร์ตโฟลิโอให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม ปริมาณการขายมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว**มากถึง 1,115 ล้านยูโร มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว (910 ล้านยูโร) การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากราคาขายที่เพิ่มขึ้นที่ทดแทนราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น ด้วยมาตรการที่ลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน เงินเก็บที่ได้จากการรวมกันของหน่วยธุรกิจแบรนด์คอนซูเมอร์และมาตรการเพิ่มพอร์ตโฟลิโอให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวกันก็มีการลงทุนในส่วนการตลาดและการลงทุนเพิ่มขึ้นเพื่อเสริมความมั่นคงของแบรนด์และธุรกิจเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว **ผลตอบแทนจากยอดขายปรับแล้ว**มากถึงร้อยละ 10.6 ทำให้มีการเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 2.2 (220 bp) เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว แม้ว่าจะไม่มีกำไรจากธุรกิจในประเทศรัสเซียที่ถูกถอนการลงทุนในเดือนเมษายน ปี 2566

ปีงบประมาณ 2567

ในปี 2567 คาดว่าเศรษฐกิจโลกจะมีการเติบโตเรื่อย ๆ คาดว่าจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากความต้องการในภาคอุตสาหกรรมและผู้บริโภคในพื้นที่สำคัญของธุรกิจเฮงเค็ล จากการคาดการณ์ล่าสุด ภาวะเงินเฟ้อของโลกจะลดลงในปีงบประมาณ 2566 กว่าปีก่อน แม้ว่าโดยรวมจะยังมีค่าสูงอยู่ นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยยังคาดว่าจะมีอัตราสูงกว่าปีก่อน

เฮงเค็ลคาดว่าการเปลี่ยนแปลงของยอดขายในอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศจะส่งผลกระทบในแง่ลบในระดับช่วงตัวเลขหนึ่งตำแหน่ง ราคาของวัตถุดิบคาดว่าจะยังคงเดิมเหมือนปี 2566 ที่ผ่านมา

เมื่อพิจารณาสมมติฐานเหล่านี้ เฮงเค็ลคาดว่าการเติบโตของ**ยอดขายจากภายใน**จะอยู่ระหว่างร้อยละ 2.0 ถึง 4.0 ในปีงบประมาณ 2567 ในทั้งสองหน่วยธุรกิจ **ผลตอบแทนจากยอดขายปรับแล้ว (EBIT margin)** คาดว่าจะอยู่ในช่วงร้อยละ 12.0 ถึง 13.5 ผลตอบแทนจากยอดขายปรับแล้วคาดว่าจะอยู่ในช่วงร้อยละ 15.0 ถึง 16.5 สำหรับธุรกิจเทคโนโลยีกาวอยู่ที่ร้อยละ 11.0 ถึง 12.5 สำหรับแบรนด์คอนซูเมอร์ ในส่วนของ**กำไรสุทธิต่อหุ้นที่ปรับแล้ว (EPS)** อยู่ในอัตราแลกเปลี่ยนที่คงที่ เฮงเค็ลคาดว่าจะเพิ่มขึ้นภายในช่วงร้อยละ +5.0 ถึง +20.0

ความคืบหน้าของกลยุทธ์หลักสำคัญ

ในสภาพแวดล้อมที่ท้าทายทั้งทางเศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์ บริษัทมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา กรอบกลยุทธ์สำหรับการเติบโตอย่างมีเป้าหมายถูกนำมาใช้โดยเร่งด่วนมากขึ้น ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา เฮงเค็ลเปลี่ยนแปลงในเชิงพื้นฐานทุกมิติ ตั้งแต่โครงสร้าง ทีมงาน และวัฒนธรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีการแสดงผลที่ชัดเจน โดยมี 3 โครงการหลักได้รับผลกระทบในปีที่ผ่านมาและดำเนินการสำเร็จแล้ว – ซึ่งได้เร่งการเปลี่ยนผ่านของเฮงเค็ลอย่างมีนัยสำคัญ

การขายธุรกิจในรัสเซีย

เดือนเมษายน ปี 2565 ไม่กี่สัปดาห์หลังจากการโจมตีของรัสเซียต่อยูเครน เฮงเค็ลตัดสินใจที่จะยุติธุรกิจในรัสเซีย ซึ่งเป็นการขายหุ้นที่ซับซ้อนอย่างมาก ในเดือนเมษายน ปี 2566 เฮงเค็ลสามารถขายธุรกิจในรัสเซียให้กับกลุ่มนักลงทุนท้องถิ่นได้สำเร็จ โดยราคาซื้อขายที่ตกลงกันอยู่ที่ประมาณ 600 ล้านยูโร

คอนซูเมอร์แบรนด์: การควบรวมก้าวหน้ามากกว่าที่วางแผนไว้

การควบรวมกลุ่มธุรกิจเดิมสองกลุ่ม คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนและธุรกิจบิวตี้แคร์ เพื่อสร้างหน่วยธุรกิจใหม่คอนซูเมอร์แบรนด์ เฮงเค็ลได้นำคอนซูเมอร์แบรนด์ทั้งหมดทุกประเภทมาอยู่ใต้หลังคาเดียวกัน รวมถึง แบรนด์อันเป็นเอกลักษณ์ เช่น เพอซิล (Persil) หรือชวาร์สคอฟ (Schwarzkopf) และ.ธุรกิจร้านเสริมสวยที่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ เฮงเค็ลได้สร้างแพลตฟอร์มหลายหมวดหมู่เพื่อส่งเสริมการเติบโตที่ได้รับการยอมรับ และในเดือนมกราคม ปี 2566 หน่วยธุรกิจใหม่ได้เริ่มต้นการทำงาน

อีกทั้ง องค์กรใหม่ได้โชว์ความสำเร็จ: นับแต่นั้นเป็นต้นมา เฮงเค็ลได้ปฏิบัติตามหรือมากกว่าตัวชี้วัดหลักและเป้าหมายทางการเงินของธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ เช่น มีการเติบโตของยอดขายที่แข็งแกร่งมากและกลับมาทำกำไรในอัตราเติบโตสองหลักได้ ในเวลาเดียวกัน กระบวนการรวมธุรกิจเร็วกว่าที่วางแผนไว้ ซึ่งแสดงให้เห็นจากการประหยัดที่ทำได้มากกว่า 200 ล้านยูโรในปี 2566 จากเป้าหมายที่จะประหยัดประมาณ 250 ล้านยูโร ภายในปี 2567 ซึ่งเป้าหมายการประหยัดในเฟส 1 จะเพิ่มขึ้นเป็น 275 ล้านยูโร

ขณะนี้ เฟส 2 ของการรวมกิจการที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจแบรนด์คอนซูเมอร์ได้เริ่มแล้ว พร้อมทั้งมีการนำเสนอหลักการ "1-1-1" ซึ่งหมายถึง หนึ่งคำสั่ง หนึ่งการจัดส่ง และหนึ่งใบแจ้งหนี้ ในประเทศต่างๆ ไปแล้ว ในปี 2566 การปรับปรุงช่วงที่ 2 ของการรวมเครือข่ายทำให้มีการประหยัดเงินประมาณ 80 ล้านยูโร ตามที่คาดไว้ รวมทั้งยังเพิ่มมูลค่าการประหยัดทั้งหมดจากการรวมเครือข่ายช่วงที่ 2 จากอย่างน้อย 150 ล้านยูโร ไปจนถึง 250 ล้านยูโร ดังนั้นการประหยัดทั้งหมดที่คาดหวังจากทั้งสองช่วงของการบูรณาการ ซึ่งจะบรรลุผลเต็มที่ภายในสิ้นปี 2569 จะเพิ่มขึ้นจาก 400 ล้านยูโร เป็น 525 ล้านยูโร

ในขณะเดียวกัน เฮงเค็ลได้ลงทุนในธุรกิจเพื่อเสริมสร้างแบรนด์และนวัตกรรม เช่น การลงทุนเพิ่มในด้านการตลาดและการขาย เพื่อส่งเสริมการเติบโตในอนาคต และเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาวอย่างต่อเนื่อง

เพื่อยกระดับการเป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรมกาวระดับโลก เฮงเค็ลมีการเปลี่ยนแปลงในระดับผู้บริหารสูงสุดของธุรกิจเทคโนโลยีกาว โดยมีการส่งเสริมทีมนานาชาติที่หลากหลายในปี 2566 ในเวลาเดียวกัน โครงสร้างองค์กรได้ถูกปรับปรุงให้มีการให้บริการและใกล้ชิดกับลูกค้าและตลาดมากยิ่งขึ้น โครงสร้างใหม่ประกอบด้วย 3 พื้นที่ธุรกิจ ได้แก่ โมบิลิตี้และอิเล็คทรอนิกส์ บรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้บริโภค ช่างฝีมือ และงานอาชีพ ซึ่งถูกกำหนดขึ้นระหว่างปี 2566 และสะท้อนในการรายงานทางการเงินอย่างสมบูรณ์แบบ

ความก้าวหน้าของแผนกลยุทธ์ทั้งหมด

เฮงเค็ลยังคงดำเนินกลยุทธ์การเติบโตอย่างเป็นระบบในปีงบประมาณที่ผ่านมา และสร้างความก้าวหน้าครั้งสำคัญในทุกด้าน บริษัทได้พัฒนาพอร์ตโฟลิโอธุรกิจและแบรนด์ต่อเนื่อง โดยเสริมสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน และการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงโมเดลการทำงานและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร

ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการพอร์ตโฟลิโอเชิงรุก รวมถึงการยุติหรือขายกิจการ เฮงเค็ลยังได้พัฒนาพอร์ตโฟลิโอเพิ่มเติมผ่านการซื้อกิจการ ในธุรกิจแบรนด์คอนซูเมอร์ เฮงเค็ลได้ขายหรือยุติแบรนด์และกิจกรรมต่างๆ ที่มียอดขายรวมประมาณ 650 ล้านยูโร หลังจากประกาศควบรวมธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้บริโภคทั้งสองในต้นปี 2565 ตัวอย่างเช่น ธุรกิจน้ำหอมปรับอากาศในอเมริกาเหนือถูกขายในปี 2566 ขณะเดียวกันพอร์ตโฟลิโอก็แข็งแกร่งด้วยการซื้อกิจการแบรนด์ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน Earthwise ที่นิวซีแลนด์ สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลขยายพอร์ตโฟลิโอในด้านการบำรุงรักษาซ่อมแซมและยกเครื่อง ด้วยการซื้อกิจการ Critica Infrastructure ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเฉพาะด้านนวัตกรรมโซลูชั่นไฟเบอร์คอมโพสิทสำหรับการซ่อมแซมในงานอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ด้วยการทำธุรกรรมนี้ เฮงเค็ลได้เพิ่มธุรกิจที่น่าสนใจเข้าไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวและสร้างแพลตฟอร์มสำหรับการเติบโตต่อไป การเสริมความแข็งแกร่งให้หน่วยธุรกิจทั้งสองผ่านการเข้าซื้อกิจการแบบกำหนดเป้าหมายยังคงดำเนินการต่อเนื่องไปเมื่อต้นปี 2567 ด้วยการซื้อขายแบรนด์ผลิตภัณฑ์เส้นผม Vidal Sassoon ในประเทศจีนและ Seal for Life ในด้านการบำรุงรักษาอุตสาหกรรม

ปี 2566 เฮงเค็ลเปิดตัวนวัตกรรมจำนวนมากในตลาด เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มสำคัญและสร้างมูลค่าสำหรับลูกค้าและผู้บริโภค ในธุรกิจเทคโนโลยีกาว เฮงเค็ลได้แนะนำวิธีการใหม่ๆ สำหรับเลนส์กล้องในระบบช่วยการขับขี่ ซึ่งช่วยให้การผลิตกล้องรวดเร็วและทนทานขึ้นในอุตสาหกรรมยานยนต์ พร้อมทั้งให้ความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ ในธุรกิจแบรนด์คอนซูเมอร์นั้น Persil Deep Clean เปิดตัวในกว่า 30 ประเทศ โดยการนำเสนอสูตรใหม่พร้อมเทคโนโลยีเอนไซม์ที่เป็นนวัตกรรมกำจัดคราบได้ดีเยี่ยม ขณะเดียวกันก็ป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์ในเครื่องซักผ้าด้วย นอกจากนี้ เฮงเค็ลยังเปิดตัวกลุ่มผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม Got2b ทั้งหมด ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่และปรับปรุงความยั่งยืนด้วยสูตรส่วนผสมจากธรรมชาติ (วีแกน) เพื่อบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้น

นอกจากนี้ เฮงเค็ลยังยึดกระแสการทำธุรกิจอย่างยั่งยืนเพิ่มเติมด้วย ในบริบทนี้ การป้องกันอุณหภูมิเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญของ "กรอบการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน 2030+" ของเฮงเค็ล ซึ่งได้รับการส่งเสริมไปทั่วห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการขยายไปใช้พลังงานทดแทน และขับเคลื่อนความก้าวหน้าไปสู่เป้าหมายในการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศเชิงบวกภายในปี 2573 ที่นี่ เฮงเค็ลมีความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทได้แปลง 14 โรงงานให้เป็นแหล่งผลิตที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลดลงในปี 2566 และ ณ สิ้นปี 2566 เฮงเค็ลสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ร้อยละ 61 ต่อตันสินค้า (เมื่อเปรียบเทียบกับปีฐาน 2553) ในส่วนความพยายามด้านความยั่งยืนของบริษัท เฮงเค็ลยังให้ความสำคัญกับพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้น เช่น การใช้วัสดุทดแทนและรีไซเคิลเพิ่มขึ้น และติดตามความก้าวหน้าในเรื่องนี้อย่างเป็นระบบมากขึ้น

เฮงเค็ลยังมีความก้าวหน้าในด้านดิจิทัล บริษัทได้ทำการปรับปรุงโครงสร้างภายในของหน่วยธุรกิจดิจิทัล "Henkel dx" อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลและส่งเสริมวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรม เฮงเค็ลยังสร้างพันธมิตรด้านกลยุทธ์ระดับโลกอย่าง SAP, Microsoft และ Adobe เพื่อให้สามารถรวบรวมเทคโนโลยีชั้นนำเข้าสู่แพลตฟอร์มและโครงการดิจิทัลต่างๆ ด้วยการเร่งนวัตกรรมดิจิทัล กลยุทธ์แพลตฟอร์มที่สอดคล้องกันและการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยธุรกิจและฟังก์ชันต่างๆ บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพด้านไอทีได้อย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา และสร้างโอกาสธุรกิจใหม่ๆ เช่น พื้นที่ของตลาดในการขายเพื่อธุรกิจด้วยกันเอง

อนึ่ง เฮงเค็ลยังได้เสริมสร้าง**วัฒนธรรมองค์กร**ในปีที่ผ่านมา โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของบริษัทในเรื่อง "ผู้บุกเบิกที่เป็นหัวใจของคนรุ่นต่อไป" (Pioneers at heart for the good of generations)" และ "ความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำ" (Leadership Commitments) ประเด็นสำคัญอีกประการคือ การนำเสนอแนวคิด "Smart Work" แบบองค์รวมมาใช้ ซึ่งสร้างกรอบการทำงานระดับโลกสำหรับหัวข้อต่างๆ เช่น การทำงานนอกสถานที่ สถานที่ทำงานรูปแบบดิจิทัล และสุขภาพของพนักงาน ตลอดจนโครงการริเริ่มในเรื่อง ความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการไม่แบ่งแยก (Diversity, Equity & Inclusion: DEI) ในระดับโลกครั้งใหม่

“เรามีผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่แข็งแกร่งในปี 2566 และดำเนินการตามวาระเพื่อการเติบโตอย่างมีเป้าหมายในทุกมิติเชิงกลยุทธ์ พร้อมทั้งขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของบริษัทไปข้างหน้า เราเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าเรามาถูกทางและดำเนินตามกลยุทธ์ที่เหมาะสมแล้ว เราสามารถมองไปข้างหน้าในปี 2567 และปีต่อๆ ไป ด้วยความมั่นใจและทุ่มเทอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของเรา" **นายคาร์สเทน** กล่าวสรุป

###

*** ปรับค่าใช้จ่ายและรายรับแบบครั้งเดียว และค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้าง**

เกี่ยวกับเฮงเค็ล

ด้วย แบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี เฮงเค็ล เราเป็นผู้นำในธุรกิจด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วโลก ในธุรกิจเทคโนโลยีกาว (Adhesive Technologies) เฮงเค็ลเป็นผู้นำในตลาดกาวในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ส่วนในธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮงเค็ลเป็นผู้นำในหลายตลาดและหลายประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน บริษัทมีแบรนด์ที่แข็งแรงอย่าง Loctite Persil และ Schwarzkopf ในปี 2023 บริษัทได้ประกาศผลประกอบการซึ่งมียอดขายกว่า สองหมื่นหนึ่งพันห้าร้อยล้านยูโร (21.5 billion Euro) และมีผลกำไรดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว สองพันหกร้อยล้านยูโร (2.6 billion Euro) เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี อีกทั้งยังมีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน ด้วยกลยุทธ์การสร้างความยั่งยืนที่มีเป้าหมายชัดเจน เฮงเค็ลก่อตั้งในปี 1876 ซึ่งมีพนักงานที่มีความหลากหลายมากกว่า 48,000 คนทั่วโลก โดยมีวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง และความมุ่งมั่นเดียวกันในการเป็น ผู้นำในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงคุณภาพชีวิตเพื่อวันนี้และเพื่อคนรุ่นต่อๆไป ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ www.henkel.com

เอกสารนี้ประกอบด้วยข้อความที่อ้างถึงการพัฒนาธุรกิจในอนาคต ผลการดำเนินงานทางการเงิน และเหตุการณ์อื่นๆ หรือการพัฒนาที่เกี่ยวข้องในอนาคตของเฮงเค็ล ซึ่งอาจถือเป็นข้อความคาดการณ์ล่วงหน้า ข้อความเกี่ยวกับอนาคตมีลักษณะการใช้คำต่างๆ เช่น คาดหวัง ตั้งใจ วางแผน คาดการณ์ เชื่อ ประมาณ และคำที่คล้ายกัน ข้อความดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานของการประมาณการและสมมติฐานในปัจจุบันที่ทำโดยฝ่ายบริหารองค์กรของ Henkel AG & Co. KGaA ข้อความเหล่านี้ไม่ได้เป็นที่ถูกทำให้เข้าใจเนื่องจากในทางใดทางหนึ่งที่รับประกันได้ว่าความคาดหวังเหล่านั้นจะมีความถูกต้อง ผลการดำเนินงานในอนาคตและผลลัพธ์ที่แท้จริงที่ Henkel AG & Co. KGaA และบริษัทในเครือได้รับนั้นขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ ดังนั้น จึงอาจมีความแตกต่างกันอย่างมาก (ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ) จากข้อความคาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจัยหลายประการเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของเฮงเค็ล และไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคต และการดำเนินการของคู่แข่งและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาด เฮงเค็ลไม่มีแผนที่จะปรับปรุงข้อความคาดการณ์ล่วงหน้า

เอกสารนี้ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ทางการเงินเพิ่มเติมที่ไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนในแม่บทการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง และที่เป็นหรืออาจเป็นมาตรการวัดประสิทธิภาพทางเลือก ไม่ควรมองตัวบ่งชี้ทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้แยกกันหรือเป็นทางเลือกแทนการวัดสินทรัพย์สุทธิและฐานะทางการเงิน หรือผลการดำเนินงานของเฮงเค็ล ตามที่นำเสนอตามกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบการเงินรวม บริษัทอื่นๆ ที่รายงานหรืออธิบายมาตรการวัดประสิทธิภาพทางเลือกที่มีชื่อคล้ายกันอาจคำนวณแตกต่างออกไป เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นคำแนะนำในการลงทุน การเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใดๆ

รูปภาพสำหรับสื่อมวลชน กรุณาเข้าชมที่ www.henkel.com/press

ข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ

เหม่ยหลิง วี

เฮงเค็ล

โทร +65 8799 3216

อีเมล meiling.wee@henkel.com