

ข่าวประชาสัมพันธ์

11 มีนาคม 2025

Henkel นำเสนอผลประกอบการประจำปี 2024

ผลประกอบการประจำปี 2024

ที่ดีเยี่ยมแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการนำแผนการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายมาใช้

- ผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่แข็งแกร่งในปีงบประมาณ 2024
 - ยอดขาย: 21.6 พันล้านยูโร การเติบโตจากภายในที่ดีในระดับ 2.6%
 - กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)*: 3.1 พันล้านยูโร เพิ่มขึ้นอย่างมากถึง 20.9 เปอร์เซ็นต์
 - อัตรากำไร EBIT* 14.3 เปอร์เซ็นต์ การปรับปรุงที่โดดเด่น 240 เบซิสพอยท์
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)* สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ: 5.36 ยูโร +25.1 เปอร์เซ็นต์ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่
 - กระแสเงินสดสูงที่แข็งแกร่งถึง 2.4 พันล้านยูโร
- การเพิ่มเงินปันผลในช่วงเปอร์เซ็นต์สองหลัก:
2.04 ยูโรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (+10.3 เปอร์เซ็นต์)
- มีมติให้ซื้อหุ้นคืนใหม่เป็นมูลค่าสูงสุด 1 พันล้านยูโร
- มีความคืบหน้าเพิ่มเติมในการนำแผนการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายมาใช้
 - คอนซูเมอร์แบรนด์: การควบรวมเป็นไปเร็วกว่าที่วางแผนไว้
มาตรการปรับพอร์ตโฟลิโอได้ข้อสรุปแล้ว
และจะบรรลุเป้าหมายการประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งหมดภายในสิ้นปี 2025
 - เทคโนโลยีการ: การติดตั้งใหม่ที่น่ามาใช้ในการปี 2023 กำลังเริ่มให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจ
 - เป้าหมายการรักษาสุขภาพภูมิอากาศ: กำหนดแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

- แนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2025:
พร้อมสำหรับการเติบโตทั้งด้านรายได้และกำไรสุทธิอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นปีได้อย่างช้า ๆ และจะเร่งตัวขึ้นในระหว่างปี
- การเติบโตของยอดขายจากภายใน: 1.5 ถึง 3.5 เปอร์เซ็นต์
- อัตรากำไร EBIT* 14.0 ถึง 15.5 เปอร์เซ็นต์
- กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)* การเพิ่มขึ้นของช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขเดียวจากหลักต่ำถึงสูง (ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่)

* ปรับค่าใช้จ่ายและรายได้แบบครึ่งเดียว และค่าใช้จ่ายจากการปรับโครงสร้างแล้ว

เมืองดุสเซิลดอร์ฟ – “ปีงบประมาณ 2024

ยังคงเต็มไปด้วยความท้าทายใหญ่หลวงและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจมากมาย อย่างไรก็ตาม เราได้ขับเคลื่อน Henkel อย่างต่อเนื่องตลอดปีที่ผ่านมา และสามารถบรรลุจุดหมายสำคัญต่าง ๆ เหลือสิ่งอื่นใด ผลประกอบการที่ดีเยี่ยมสำหรับปี 2024

แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการนำแผนการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายของเรามาปรับใช้" Carsten Knobel ซีอีโอของ Henkel กล่าว "ในปี 2024

เราบรรลุการเติบโตของยอดขายจากภายในที่ดีและสามารถปรับปรุงความสามารถในการทำกำไรได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 2.4 จุดเปอร์เซ็นต์

ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนมาจากการพัฒนาอัตรากำไรขั้นต้นที่ยอดเยี่ยม

และมีกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิเพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นถึง 25 เปอร์เซ็นต์

การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์อย่างมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค

เป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการปรับปรุงผลกำไรของเรา นอกจากนี้

การประหยัดจากการควบรวมของหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์

ตลอดจนมาตรการปรับพอร์ตโฟลิโอที่ได้ประกาศไปก่อนหน้านี้

ก็มีส่วนช่วยในการผลักดันผลลัพธ์ที่แข็งแกร่งเหล่านี้ด้วย"

"ในขณะเดียวกัน

สิ่งสำคัญอย่างยิ่งก็คือการที่เรายังคงให้ความสำคัญกับการลงทุนในธุรกิจและการเติบโตในอนาคต

ตัวอย่างเช่น ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มกิจกรรมทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจผู้บริโภค

และนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จในทั้งสองหน่วยธุรกิจ

เราต้องการให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างประสบความสำเร็จของบริษัท ดังนั้น

เราจะเสนอการปรับเพิ่มเงินปันผล เป็นร้อยละสองหลักในการประชุมสามัญประจำปี นอกจากนี้

เรายังได้ตัดสินใจเกี่ยวกับโปรแกรมซื้อคืนหุ้นใหม่ที่มีมูลค่าสูงถึง 1 พันล้านยูโร" Carsten Knobel

กล่าวต่อ

"ผลลัพธ์ของปีที่ผ่านมาเป็นหลักฐานชัดเจนว่าการเปลี่ยนแปลงของ Henkel กำลังก้าวไปข้างหน้าอย่างประสบความสำเร็จ และด้วยแผนกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย เรา กำลังอยู่บนเส้นทางที่ถูกต้องเพื่อวางตำแหน่งบริษัทให้พร้อมสำหรับอนาคต" Carsten Knobel สรุป "นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นในแนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2025 ซึ่งเราคาดว่าจะมีการเติบโตของยอดขายและ ผลกำไรต่อไป แม้ว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะยังคงมีความท้าทาย ผมขอขอบคุณพนักงานทุกคนของ Henkel สำหรับผลการปฏิบัติงานที่ยอดเยียม ด้วยการทำงานเป็นทีมและความมุ่งมั่นที่เหนือความคาดหมาย เราจึงสามารถนำบริษัทฝ่าความท้าทายในปีที่ผ่านมาได้ อีกครั้งอย่างประสบความสำเร็จ

แนวโน้มปี 2025

หลังจากแรงขับเคลื่อนการเติบโตที่อยู่ระดับปานกลางในปี 2024 การเติบโตทางเศรษฐกิจโลกในปี 2025 คาดว่า จะยังคงอยู่ในระดับปานกลางอีกครั้ง สำหรับ Henkel คาดว่า จะมีการเติบโตระดับปานกลางทั้งในด้านการต้องการของภาคอุตสาหกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ นอกจากนี้ จากการประเมินในปัจจุบัน คาดว่า อัตราเงินเฟ้อทั่วโลกจะยังคงลดลงต่อเนื่องในปีงบประมาณ 2025 เมื่อเทียบกับปีก่อน ๆ และคาดว่า อัตราดอกเบี้ยก็จะลดลงเช่นกัน

ในส่วนของเราควอเตอร์ Henkel

คาดว่าราควอเตอร์จะเพิ่มขึ้นในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักหน่วยระดับต่ำถึงกลางเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยประจำปีในปี 2024 อัตราแลกเปลี่ยนคาดว่าจะมีผลกระทบในระดับกลางถึงลบ ในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักเดียวระดับต่ำ

นอกจากนี้ความผันผวนและความไม่แน่นอนในด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาคและภูมิรัฐศาสตร์โดยรวมคาดว่าจะยังคงอยู่ในระดับสูงตลอดทั้งปี

เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานเหล่านี้ Henkel

คาดว่าจะสามารถสร้างการเติบโตของยอดขายจากภายในได้ระหว่าง 1.5 ถึง 3.5 เปอร์เซ็นต์ในปีงบประมาณ 2025 คาดว่า หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเติบโตจากภายในระหว่าง 2.0 และ 4.0 เปอร์เซ็นต์ และหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์จะมีการเติบโตระหว่าง 1.0 และ 3.0 **ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว)** คาดว่า จะอยู่ในช่วง 14.0 ถึง 15.5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับเทคโนโลยีการ คาดว่า ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วจะอยู่ระหว่าง 16.0 ถึง 17.5 เปอร์เซ็นต์ และสำหรับธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์จะอยู่ระหว่าง 13.5 ถึง 15.0 เปอร์เซ็นต์ สำหรับกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ

(EPS) ที่ปรับแล้วที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่

คาดว่าจะมีการเพิ่มขึ้นในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักหน่วยระดับต่ำถึงสูง

ดังนั้น จึงคาดว่าจะมีการเริ่มต้นปีที่ช้ากว่าปกติ อย่างไรก็ตาม

คาดว่าจะการเติบโตของยอดขายจากภายในจะดีขึ้นในช่วงระหว่างปี ส่งผลให้ครึ่งหลังของปีงบประมาณ 2025

มีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าครั้งแรก โดยสิ่งนี้จะเกิดขึ้นสำหรับทั้งสองหน่วยธุรกิจ

สาเหตุเกิดจากสภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรมที่กำลังดีขึ้นในปัจจุบัน

และการเติบโตของตลาดที่ชะลอตัวรวมถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ซบเซา ในบางตลาดของเรา

โดยเฉพาะในอเมริกาเหนือ

ในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ จำเป็นต้องพิจารณาถึงการเติบโตของยอดขายจากภายในที่สูงในปีก่อนหน้า

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่แข็งแกร่งในครึ่งแรกของปี 2024 ในปี 2025

การเปิดตัวนวัตกรรมเน้นไปยังครึ่งปีหลัง นอกจากนี้ การรวมการดำเนินงานของกิจกรรมซัพพลายเชน

ผ่านโปรเจกต์ 1-1-1 รวมไปถึงกิจกรรมทางการขาย จะส่งผลให้การเติบโตของยอดขายในไตรมาสที่ 1

อยู่ต่ำกว่าปีก่อนหน้า สำหรับไตรมาสที่ 1 การเติบโตของยอดขายจากภายในคาดว่าจะอยู่ในช่วงระหว่าง

-2 และ -4 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่ราคาขายคาดว่าจะสูงขึ้น สำหรับปี 2025 ตลอดทั้งปี

โดยรวมคาดว่าจะมีการเติบโตของยอดขายในเชิงบวก ซึ่งได้รับแรงขับเคลื่อนจากทั้งปริมาณขายและราคาขาย

สำหรับปี 2025 ตลอดทั้งปี

คาดว่าจะทั้งสองหน่วยธุรกิจและกลุ่มบริษัทจะมีการปรับปรุงอัตรากำไรและความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นเมื่อ

เทียบกับปีก่อนหน้า การพัฒนาในช่วงสองเดือนแรกของปีงบประมาณ 2025 แสดงให้เห็นว่า Henkel

และทั้งสองหน่วยธุรกิจกำลังดำเนินไปได้ด้วยดี

ผลการดำเนินงานด้านยอดขายและกำไรของกลุ่มบริษัทในปีงบประมาณ 2024

ยอดขายของกลุ่มบริษัท Henkel สูงถึง 21,586 ล้านยูโรในปีงบประมาณ 2024 ซึ่งเพิ่มขึ้น 0.3

เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งผลเชิงลบกับยอดขาย -1.8 เปอร์เซ็นต์

หากปรับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศดังกล่าว การเติบโตของยอดขายจะอยู่ที่ 2.1

เปอร์เซ็นต์ การเข้าซื้อกิจการ/การถอนการลงทุนมีผลกระทบในเชิงลบเล็กน้อยที่ -0.4 เปอร์เซ็นต์ต่อยอดขาย

ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการละทิ้งกิจกรรมทางธุรกิจของเราในรัสเซียในปี 2023

การเติบโตของยอดขายจากภายใน

ซึ่งปรับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการเข้าซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน

แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาดังที่ 2.6 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งได้รับแรงผลักดันจากการพัฒนาราคาที่ดีและปริมาณในเชิงบวก

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีสามารถสร้างการเติบโตของยอดขายจากภายในที่ดีถึง 2.4 เปอร์เซ็นต์ โดยได้รับแรงผลักดันจากธุรกิจการเคลื่อนที่และอิเล็กทรอนิกส์
หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์สามารถสร้างการเติบโตของยอดขายภายในที่แข็งแกร่งถึง 3.0 เปอร์เซ็นต์ โดยได้รับแรงผลักดันหลักจากธุรกิจด้านเส้นผม

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว (EBIT ที่ปรับแล้ว) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ 20.9 เปอร์เซ็นต์เป็น 3,089 ล้านยูโร (ปีก่อนหน้า: 2,556 ล้านยูโร)

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว) ในปีงบประมาณ 2024 ยังสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีที่แล้วที่ 14.3 เปอร์เซ็นต์ (2023: 11.9 เปอร์เซ็นต์)

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้ว เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญถึง 23.2 เปอร์เซ็นต์ เป็น 5.36 ยูโร (ปีก่อนหน้า: 4.35 ยูโร) หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 25.1 เปอร์เซ็นต์

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขายอยู่ที่ 3.0 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (2023: 2.6 เปอร์เซ็นต์)

กระแสเงินสดรวมทั้งสิ้น 2,362 ล้านยูโร ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับตัวเลขของปีที่ผ่านมา (2023: 2,603 ล้านยูโร) โดยตัวเลขปีก่อนหน้าได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการปรับตัวของทุนหมุนเวียนสุทธิให้เป็นปกติ

สถานะทางการเงินสุทธิอยู่ที่ -93 ล้านยูโร ซึ่งต่ำกว่าระดับของปีที่ผ่านมาเล็กน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากการชำระเงินสำหรับการเข้าซื้อกิจการ (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2023: 12 ล้านยูโร)

คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการกำกับดูแล และคณะกรรมการผู้ถือหุ้นจะเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปีในวันที่ 28 เมษายน 2025 **เพิ่มเงินปันผล 10.3 เปอร์เซ็นต์** เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งเท่ากับ 2.04 ยูโรต่อหุ้นบุริมสิทธิ และ 2.02 ยูโรต่อหุ้นสามัญ (+10.4 เปอร์เซ็นต์) อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลคิดเป็น 37.9 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งอยู่ในช่วงเป้าหมายที่กำหนดไว้ระหว่าง 30 ถึง 40 เปอร์เซ็นต์
การเพิ่มขึ้นของเงินปันผลเป็นไปได้ด้วยผลการดำเนินงานทางการเงินที่แข็งแกร่งในปีงบประมาณที่ผ่านมา และฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ของกลุ่มบริษัท Henkel

ผลการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจในปีงบประมาณ 2024

ยอดขายของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีภายในปีงบประมาณ 2024 อยู่ที่ 10,970 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น 1.7

เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อนในแง่ตัวเลขที่รายงาน

แม้ว่าผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจะส่งผลกระทบต่อเชิงลบที่ -1.8 เปอร์เซ็นต์

การเข้าซื้อกิจการ/การถอนการลงทุนช่วยเพิ่มยอดขายขึ้น 1.1 เปอร์เซ็นต์

ยอดขายที่มาจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้น 2.4 เปอร์เซ็นต์

การเติบโตของยอดขายนี้ได้รับแรงขับเคลื่อนเป็นพิเศษจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณในช่วงครึ่งหลังของปีเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มาจากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นในตลาดปลายทางหลักบางแห่ง

ราคายังคงไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า **ผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วอยู่ที่ 1,817**

ล้านยูโร โดยเพิ่มขึ้นเป็นเปอร์เซ็นต์ตัวเลขสองหลักเมื่อเทียบกับปีก่อน

ซึ่งถือเป็นสถิติใหม่ระดับสูงสุดสำหรับหน่วยธุรกิจนี้

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วยังเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ 190 เบซิสพอยท์ เป็น 16.6 เปอร์เซ็นต์

ยอดขายของหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ในปีที่รายงานมีมูลค่ารวม 10,467 ล้านยูโร ลดลง -0.9

เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อนในแง่ตัวเลขที่รายงาน

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขายลดลง -1.8 เปอร์เซ็นต์

การเข้าซื้อกิจการ/การถอนการลงทุนมีผลกระทบในเชิงลบที่ -2.0 เปอร์เซ็นต์ต่อยอดขาย

โดยการระงับกิจกรรมทางธุรกิจในรัสเซียในเดือนเมษายน 2023 ยังคงเป็นสาเหตุหลัก

ยอดขายที่มาจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้น 3.0 เปอร์เซ็นต์

การเติบโตของยอดขายนี้เกิดจากการพัฒนาราคาที่แข็งแกร่งอย่างมาก

ในขณะที่ปริมาณการขายลดลงเนื่องจากมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพพอร์ตโฟลิโออย่างต่อเนื่องเป็นหลัก

ผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วมีมูลค่า 1,419 ล้านยูโร ซึ่งสูงกว่าปีก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ

(1,115 ล้านยูโร) **ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วอยู่ที่ 13.6 เปอร์เซ็นต์ และเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ**

300 เบซิสพอยท์เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ความท้าทายครั้งสำคัญในการเปลี่ยนแปลง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Henkel ได้ทำการเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งในหลายด้าน

และได้ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความสำเร็จระยะยาวและยั่งยืนคือความเต็มใจและความมุ่งมั่นในการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง เป้าหมายคือการบรรลุผลลัพธ์ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้

บริษัทต้องมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกด้าน

ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์: การควบรวมกิจการดำเนินไปเร็วกว่าที่วางแผน

การเปลี่ยนแปลงที่อาจจะสำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์ล่าสุดของ Henkel คือการควบรวมธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคของเราเข้าเป็นหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ ซึ่งได้รับการประกาศในช่วงต้นปี 2022 นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา มีหลายอย่างเกิดขึ้น หน่วยธุรกิจได้เริ่มดำเนินการในรูปแบบใหม่ตั้งแต่ต้นปี 2023 และการพัฒนาในทางบวกได้เริ่มปรากฏชัดในปีนั้นแล้ว ในปีงบประมาณ 2024 ที่ผ่านมา เห็นได้ชัดว่าการตัดสินใจของเราในการรวมธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ที่เคยแยกออกจากกันก่อนหน้านี้เข้าเป็นแพลตฟอร์มเดียวของเราเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง

การผสานรวมหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ได้ดำเนินไปอย่างรวดเร็วกว่าที่วางแผนไว้ในตอนแรก ทั้งในด้านการผสานรวมทีม การปรับโครงสร้างพอร์ตโฟลิโอ ตลอดจนความสำเร็จของการทำงานร่วมกัน ระยะแรกของการผสานรวม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผนวกรวมทีมขายและทีมการตลาดเข้าด้วยกันเป็นหลักเสร็จสมบูรณ์ในปี 2024 ในระยะที่สอง ซึ่งดำเนินต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2023 การประหยัดต้นทุนทั้งหมดจากกิจกรรมซัพพลายเชน กล่าวคือ เครือข่ายการผลิตและกิจกรรมซัพพลายเชน คาดว่าจะบรรลุผลภายในสิ้นปี 2025

ในขณะเดียวกัน

หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์มุ่งเน้นกิจกรรมอย่างต่อเนื่องในแบรนด์และธุรกิจที่แข็งแกร่งและที่มีอัตรากำไรระดับต้นสูง ตลอดจนตำแหน่งผู้นำในตลาดและหมวดหมู่สินค้า ผลกระทบเชิงบวกจากการมุ่งเน้นที่การเติบโตที่แข็งแกร่งของแบรนด์และธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูงกำลังให้ผลลัพธ์ที่ดี: แบรนด์สิบอันดับแรกในกลุ่มคอนซูเมอร์แบรนด์ ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของรายได้ในปี 2024 ประสบความสำเร็จในการเติบโตภายในอย่างแข็งแกร่งมาก พร้อมกับการเติบโตของปริมาณที่เป็นบวก

การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ

นอกจากนี้ หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการก็ยังคงมีความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญในช่วงปีที่ผ่านมาพิจารณา โดยมีผลการดำเนินงานทางธุรกิจโดยรวมที่ดี หน่วยธุรกิจนี้นำเสนอผลิตภัณฑ์และโซลูชันประมาณ 20,000 รายการให้กับลูกค้ากว่า 100,000 รายทั่วโลก ครอบคลุมอุตสาหกรรมมากกว่า 800 กลุ่มธุรกิจ ความกว้างขวางและความลึกของพอร์ตโฟลิโอนี้ ผสานกับการมีสำนักงานทั่วโลกและความเชี่ยวชาญในการพัฒนาโซลูชันที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ทำให้ Henkel มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในตลาดและช่วยให้บริษัทสามารถขยายตำแหน่งผู้นำในตลาดโลกได้ต่อไป เทคโนโลยีการกำลังมุ่งเน้นไปยังแนวโน้มสำคัญในอนาคตผ่านสามกลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ การเคลื่อนที่และอิเล็กทรอนิกส์ บรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภค และช่างฝีมือ การก่อสร้าง และมืออาชีพ

สิ่งเหล่านี้รวมถึงการขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า (e-mobility) และการเชื่อมต่อ ซึ่งหมายถึงการเชื่อมต่อระหว่างระบบเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนความยั่งยืน

โครงสร้างที่กระชับของพื้นที่ธุรกิจ ซึ่งบางส่วนประกอบด้วยทีมผู้นำใหม่ และการมุ่งเน้นอย่างต่อเนื่องในแนวโน้มของอนาคต มีส่วนช่วยส่งเสริมการพัฒนาหน่วยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในปี 2024 ที่ท้าทาย

ความก้าวหน้าต่อไปในทุกลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์

ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาคและภูมิรัฐศาสตร์ที่ท้าทาย Henkel ยังคงดำเนินการตามกลยุทธ์การเติบโตอย่างต่อเนื่องในปัจจัยประมาณที่ผ่านมา และมีความก้าวหน้าที่สำคัญในทุกด้าน บริษัทได้พัฒนาพอร์ตโฟลิโอธุรกิจและแบรนด์ของตนต่อไป เสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน และการแปลงเป็นระบบดิจิทัล ปรับรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสม และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร

ในฐานะส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการพอร์ตโฟลิโอแบบเชิงรุก Henkel ได้พัฒนาพอร์ตโฟลิโอต่อไปโดยการยุติหรือถอนการลงทุนกิจกรรมบางส่วน รวมถึงการเข้าซื้อกิจการ ด้วยการขายของธุรกิจแบรนด์ร้านค้าปลีกในอเมริกาเหนือเมื่อต้นปีนี้ จึงทำให้ Henkel สามารถสรุปมาตรการพอร์ตโฟลิโอได้แล้ว ซึ่งได้มีการประกาศพร้อมกับการเริ่มต้นการควบรวมกิจการธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ที่เคยแยกออกจากกันก่อนหน้านี้

ธุรกิจแบรนด์ร้านค้าปลีกถูกระบุว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่ใช่แกนหลักภายในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์เนื่องจากศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากการทำงานร่วมกันและความเหมาะสมเชิงกลยุทธ์ในอนาคตกับแพลตฟอร์มธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์บริโภคแบบบูรณาการนั้นมีจำกัด รวมการทำธุรกรรมนี้ด้วย Henkel ได้ถอนการลงทุนหรือยุติแบรนด์และกิจกรรมต่าง ๆ ที่มียอดขายรวมมากกว่า 1 พันล้านยูโรเล็กน้อยตั้งแต่ต้นปี 2022

การบริหารจัดการพอร์ตโฟลิโอแบบเชิงรุกยังรวมถึงการเสริมสร้างและขยายพอร์ตโฟลิโอผ่านการเข้าซื้อกิจการด้วย: เมื่อต้นปี 2024 Henkel ได้เข้าซื้อกิจการแบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมที่มีชื่อเสียงอย่าง Vidal Sassoon ในประเทศจีน

การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับพอร์ตโฟลิโอท้องถิ่นของธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ในประเทศจีนได้อย่างสมบูรณ์แบบ โดยครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมในธุรกิจค้าปลีก พอร์ตโฟลิโอของแบรนด์ Vidal Sassoon มุ่งเน้นตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมระดับพรีเมียมเป็นหลัก โดยประกอบด้วยแชมพูและครีมนวดผม รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับจัดแต่งทรงผมและบำรุงเส้นผมอีกด้วย

นอกจากนี้ Henkel ยังได้ลงทุนในการเข้าซื้อกิจการเพื่อขยายพอร์ตโฟลิโอภายในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ โดยเข้าซื้อกิจการของบริษัท Seal for Life Industries ที่มีฐานอยู่ในสหรัฐอเมริกา บริษัทแห่งนี้ให้บริการสารเคลือบป้องกันและโซลูชันการซีลสำหรับโครงสร้างพื้นฐานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น พลังงานหมุนเวียน ก๊าซ และน้ำ การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ช่วยเสริมการเข้าซื้อกิจการ Critical Infrastructure ในปี 2023 ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องด้านการบำรุงรักษาและซ่อมแซมโครงสร้างพื้นฐาน ด้วยการเข้าซื้อกิจการเหล่านี้ เราจึงได้ขยายพอร์ตโฟลิโอที่มีอยู่ของเราในธุรกิจการซ่อมบำรุง และการยกเครื่องที่น่าดึงดูดและมีแนวโน้มดี ช่วยสร้างแพลตฟอร์มสำหรับการเติบโตต่อไป

ในปี 2024 Henkel ได้เปิดตัว**นวัตกรรม**มากมายสู่ตลาด

ซึ่งตอบสนองต่อแนวโน้มที่สำคัญและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและผู้บริโภค สำหรับธุรกิจหน่วยเทคโนโลยีการ ได้มีการเปิดศูนย์ทดสอบแบตเตอรี่ที่ทันสมัยแห่งหนึ่งเมื่อปีที่แล้วที่สำนักงานใหญ่ ซึ่งเชื่อมต่อโดยตรงกับศูนย์นวัตกรรมระดับโลกที่ใหญ่ที่สุดของหน่วยธุรกิจ Inspiration Center Düsseldorf

ด้วยศูนย์ทดสอบแห่งใหม่นี้ Henkel

จึงได้ขยายขีดความสามารถของตนในภาคส่วนการขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า (e-mobility)

อย่างมีนัยสำคัญ

และเสริมสร้างตำแหน่งของตนในฐานะพันธมิตรด้านการพัฒนาและนวัตกรรมชั้นนำสำหรับผู้ผลิทยานยนต์และ ผู้ผลิตแบตเตอรี่

ตัวอย่างของนวัตกรรมในธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์คือเทคโนโลยีเอนไซม์ที่พัฒนาขึ้นใหม่สำหรับ Perwoll ซึ่งไม่เพียงแต่ดูแลสิ่งทอเท่านั้น แต่ยังช่วยรักษาสีของเสื้อผ้าให้คงทนยาวนานขึ้นอีกด้วย ผลกระทบจากการฟื้นฟูเส้นใยจะมองเห็นได้หลังจากซักสัปดาห์แล้ว ซึ่งช่วยส่งเสริมความทนทานของเนื้อผ้าให้ยาวนานยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ Henkel ยังได้ฝังรากลึกด้าน**ความยั่งยืน**ในธุรกิจและเพิ่มความมุ่งมั่นในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ Henkel

จึงได้พัฒนาแผนงานการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ขึ้นมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนี้ ซึ่งรวมถึงเป้าหมายที่ขยายออกไปสำหรับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า บริษัทมีเป้าหมายที่จะมีส่วนร่วมอย่างมีผลผูกพันในการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกให้เหลือ 1.5 °C ตามที่ตกลงกันไว้ในข้อตกลงปารีสว่าด้วยสภาพภูมิอากาศ แผนงานของ Henkel

ได้รับการรับรองจากโครงการ Science Based Targets

ซึ่งมีรายละเอียดระบุถึงสิ่งที่บริษัทกำลังดำเนินการของเราเพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2045 ซึ่งรวมถึงมาตรการที่หลากหลายตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด นอกจากนี้ Henkel

ยังเป็นบริษัทรายแรกที่จะจดทะเบียนในดัชนี DAX
ที่นำการลาหยุดเพื่อดูแลบุตรหลังคลอดที่เท่าเทียมทางเพศมาใช้ทั่วโลก –
โดยมีการชดเชยเงินเดือนเต็มจำนวน
การดำเนินการนี้ได้รับการตอบรับอย่างดีจากทั้งพนักงานและสาธารณชน

นอกจากนี้ Henkel ยังมีความก้าวหน้ามากขึ้นในด้านการแปลงเป็นระบบดิจิทัลอีกด้วย ในปี 2024
ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในปัญญาประดิษฐ์ (AI) ถือเป็นหัวข้อสำคัญ ที่ Henkel AI
เป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ดิจิทัลของเรามาเป็นเวลาหลายปี ตัวอย่างเช่น AI
ถูกนำไปใช้ในระบบการอัตโนมัติ ในห้องปฏิบัติการพัฒนาการ
ในสถานที่ผลิตที่เชื่อมต่อกันทั่วโลกแบบเสมือนจริง ในศูนย์อัตโนมัติในสถานที่ผลิต
และในการใช้แท็บเล็ตบนเว็บไซต์แบรนด์ของ Henkel ในปี 2024 หน่วยงานดิจิทัล Henkel dx
ได้ปรับปรุงโครงสร้างภายในให้เหมาะสมยิ่งขึ้น เสริมสร้างความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลให้แข็งแกร่ง
และส่งเสริมนวัตกรรมแห่งนวัตกรรมแบบเปิด นอกจากนี้ Henkel
ยังได้รับประโยชน์จากความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับบริษัทดิจิทัลชั้นนำระดับโลก อย่างเช่น SAP, Microsoft
และ Adobe อีกด้วย ความร่วมมือเหล่านี้ช่วยให้ Henkel
สามารถผสานรวมเทคโนโลยีล้ำสมัยเข้ากับแพลตฟอร์มและโครงการดิจิทัลของตนได้
ด้วยการเร่งนวัตกรรมดิจิทัล การปรับปรุงกลยุทธ์แพลตฟอร์ม
และการเพิ่มความร่วมมือข้ามสายงานทั่วทั้งหน่วยธุรกิจและฟังก์ชันต่าง ๆ Henkel
จึงสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพด้านไอทีได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในฐานะส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การเติบโตในระยะยาว Henkel
กำลังปรับหน่วยธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงและความคาดหวังของลูกค้า
ค่าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
เพื่อให้บรรลุความสำเร็จระยะยาวด้วยรูปแบบการดำเนินงานที่พร้อมสำหรับอนาคต
ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ ทั่วทั้งบริษัทอย่างต่อเนื่อง
ตัวอย่างหนึ่งคือการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีระดับโลกในเมืองบังกาลอร์ ประเทศอินเดีย
ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีมากกว่า 500
คนกำลังทำงานเพื่อสร้างศูนย์ดิจิทัลภายในที่มีการบูรณาการอย่างครบวงจร ด้วยเหตุนี้ Henkel
จึงเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนและเสริมสร้าง ความเชี่ยวชาญภายในองค์กร
มีการวางแผนขยายศูนย์เทคโนโลยีเพิ่มเติมในปีต่อ ๆ ไป นอกจากนี้ Henkel
ยังได้รวมกิจกรรมการลงทุนทั้งหมดไว้ภายใต้หลังคาเดียวกันอีกด้วย ในโอกาสของการโอนย้ายไปยัง
S/4Hana ในปี 2025 ถึง 2028 Henkel
จะประเมินวิธีการทำให้โครงสร้างและกระบวนการของตนมีความคล่องตัวและยืดหยุ่นมากขึ้น ในบริบทนี้
ตัวอย่างเช่น มีการพิจารณาจัดตั้งนิติบุคคลแยกต่างหากสำหรับสองหน่วยธุรกิจที่มีอยู่

โดยเริ่มจากประเทศเยอรมนี ตามด้วยการดำเนินการที่ละขั้นตอน (หากมี) ในประเทศขนาดใหญ่ที่เลือก การจัดการเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานของกลุ่มและหน่วยธุรกิจจะยังคงไม่เปลี่ยนแปลง แนวทางนี้มีเป้าหมาย เพื่อสนับสนุนทั้งความต้องการในอนาคตของธุรกิจ ตลอดจนแผนการเติบโตของ Henkel

นอกจากนี้ Henkel ยังเสริมสร้าง**วัฒนธรรมบริษัท**ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นในปีที่ผ่านมา โครงการริเริ่ม Accelerate Cultural Transformation (ACT) ซึ่งเปิดตัวในปี 2023 ได้ดำเนินต่อไปอย่างประสบความสำเร็จทั่วทั้งองค์กรระดับโลก โครงการริเริ่มนี้มุ่งส่งเสริมการสนทนาที่ลึกซึ้งและความเชื่อมโยงที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นภายในทีม ในปีที่ผ่านมา โครงการริเริ่ม ACT มุ่งเน้นไปที่การให้และรับมือกับข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์อย่างเปิดเผย วัฒนธรรมแห่งความร่วมมือมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับการส่งเสริมความหลากหลาย ความเสมอภาค และการยอมรับความแตกต่าง เพื่อยกระดับความหลากหลายให้ดียิ่งขึ้น Henkel จึงปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ยึดตามหลักสำคัญสามประการ ได้แก่: ประการแรก คือการสร้างวัฒนธรรมที่เรียนรู้ผ่านรูปแบบต่าง ๆ เช่น แคมเปญและกิจกรรม ประการที่สอง คือการเสริมสร้างพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมสำหรับผู้นำและพนักงาน และประการที่สาม คือการปรับปรุงสภาพโครงสร้างอย่างต่อเนื่อง เช่น การเสนอโปรแกรมที่สนับสนุนความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว รวมถึงการจัดอุปสรรคทางโครงสร้าง

หนึ่งในความทะเยอทะยานของ Henkel คือการบรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศในทุกระดับการบริหารภายในสิ้นปี 2025 ปัจจุบัน ประมาณ 42 เปอร์เซ็นต์ของตำแหน่งผู้บริหารที่ Henkel ทั่วโลกเป็นผู้หญิง

"ปีงบประมาณ 2024 เป็นปีที่ประสบความสำเร็จและสำคัญมากสำหรับ Henkel เราบรรลุเป้าหมายทางการเงินของเรา ซึ่งเราได้ปรับเพิ่มขึ้นสองครั้งในปี เราได้ดำเนินการตามแผนการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายอย่างสม่ำเสมอในทุกมิติทางกลยุทธ์ และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงไปข้างหน้าด้วยความมุ่งมั่นและความสำเร็จ เรากำลังก้าวไปในเส้นทางที่ถูกต้อง และการเปลี่ยนแปลงของบริษัทกำลังแสดงผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ด้วยกลยุทธ์ที่ชัดเจน ทีมงานที่แข็งแกร่ง และวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ เราพร้อมสำหรับอนาคต" Carsten Knobel สรุป

เกี่ยวกับ Henkel

ด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของเรา

ทำให้เราครองตำแหน่งผู้นำตลาดทั่วโลกในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเป็นผู้นำตลาดระดับโลก ในอุตสาหกรรมกาว ซิลแลนท์ และเคมีภัณฑ์เพื่อการเตรียมพื้นผิว

ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ครองตำแหน่งผู้นำในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

ผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้านในหลายตลาดและหลากหลายหมวดหมู่ธุรกิจทั่วโลก แบรนด์ระดับต้น ๆ สามแบรนด์ของเราคือ

Loctite, Persil และ Schwarzkopf ในปีงบประมาณ 2024 บริษัท Henkel มีรายงานยอดขายมากกว่า 21.6

พันล้านยูโรและผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วประมาณ 3.1 พันล้านยูโร หุ้นบุริมสิทธิของ Henkel จดทะเบียนในดัชนีหุ้น DAX

ของเยอรมัน ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ Henkel ยึดมั่นมายาวนาน และบริษัทมีกลยุทธ์ความยั่งยืนที่ชัดเจนพร้อมเป้าหมายเฉพาะ Henkel

ก่อตั้งขึ้นในปี 1876 และปัจจุบันมีทีมงานที่มีความหลากหลายจากเพื่อนร่วมงานประมาณ 47,000 คนทั่วโลก

ซึ่งรวมกันเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ยึดมั่นค่านิยมเดียวกัน และมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน: "Pioneers at heart for the good of generations." (บุกเบิกด้วยหัวใจเพื่อสิ่งที่ดีแก่คนรุ่นหลัง) ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.henkel.com

เอกสารนี้ประกอบด้วยคำแถลงที่อ้างถึงการพัฒนาธุรกิจในอนาคต ผลการดำเนินงานทางการเงิน และเหตุการณ์หรือการพัฒนาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Henkel ในอนาคต ซึ่งอาจถือเป็นคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า คำแถลงต่าง ๆ อย่างเช่น "คาดหวัง" "ตั้งใจ" "วางแผน" "คาดการณ์" "เชื่อ" "ประเมิน" และคำที่คล้ายคลึงกันเป็นลักษณะของคำแถลงเกี่ยวกับอนาคต คำแถลงดังกล่าวอ้างอิงตามการประเมินและสมมติฐานปัจจุบันของฝ่ายบริหารของบริษัท Henkel AG & Co. KGaA คำแถลงเหล่านี้ไม่ได้หมายความว่าความคาดหวังหรือความคาดหมายเหล่านั้นจะพิสูจน์ได้ว่ามีความถูกต้อง ผลการดำเนินงานในอนาคตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงของ Henkel AG & Co. KGaA และบริษัทในเครือขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ และอาจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ) จากคำแถลงที่คาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจัยหลายประการเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของ Henkel และไม่สามารถประเมินได้ล่วงหน้าอย่างถูกต้อง เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคต และการกระทำของคู่แข่งและบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาด Henkel ไม่มีแผนหรือสัญญาณว่าจะปรับปรุงคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า

เอกสารนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมที่ไม่ได้นิยามไว้อย่างชัดเจนในกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

และเป็นหรืออาจเป็นมาตรการทางเลือกในการวัดผลการดำเนินงาน

ผู้อ่านไม่ควรมองว่าตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้แยกกันหรือเป็นทางเลือกแทนการวัดสินทรัพย์สุทธิและสถานะทางการเงินหรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานของ Henkel ตามที่นำเสนอตามกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบแสดงฐานะทางการเงินรวม (Consolidated Financial Statement) บริษัทอื่น ๆ ที่รายงานหรืออธิบายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางเลือกที่มีชื่อคล้ายคลึงกันอาจมีการคำนวณด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นคำแนะนำในการลงทุน การเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

ข้อมูลติดต่อ

Meiling Wee

+65 8799 3216

meiling.wee@henkel.com