



ข่าวประชาสัมพันธ์

11 มีนาคม 2026

Henkel ประกาศผลประกอบการประจำปี 2025: เตรียมปรับเพิ่มเงินปันผลอีกครั้ง

Henkel สร้างการเติบโตแบบออร์แกนิกในปี 2025 และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรผ่านนวัตกรรมและประสิทธิภาพสูงขึ้น

- ผลการดำเนินงานธุรกิจแข็งแกร่งในปีก่อนประมาณ 2025
 - ยอดขาย: 20.5 พันล้านยูโร เติบโตแบบออร์แกนิก 0.9 เปอร์เซ็นต์
 - กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)*: 3.0 พันล้านยูโร ลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย เนื่องจากผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญจากอัตราแลกเปลี่ยน
 - อัตรากำไร EBIT*: 14.8 เปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้น 50 เบสิสปอยต์
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)*: 5.33 ยูโร เพิ่มขึ้น 4.7 เปอร์เซ็นต์ (ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่)¹
 - กระแสเงินสดอิสระที่แข็งแกร่งประมาณ 1.9 พันล้านยูโร
- เสนอปรับเพิ่มเงินปันผล 1.5 เปอร์เซ็นต์ เป็น 2.07 ยูโรต่อหุ้นบุริมสิทธิ
- การดำเนินการตามแผนงานการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายมีความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง
 - การควบรวมกิจการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเสร็จสิ้นก่อนกำหนด
 - การเข้าซื้อกิจการล่าสุดในทั้งสองหน่วยธุรกิจช่วยเสริมศักยภาพการเติบโต
- แนวโน้มสำหรับปีก่อนประมาณ 2026: คาดว่ารายได้และกำไรจะเติบโตต่อเนื่อง
 - การเติบโตของยอดขายแบบออร์แกนิก: 1.0 ถึง 3.0 เปอร์เซ็นต์
 - อัตรากำไร EBIT*: 14.5 ถึง 16.0 เปอร์เซ็นต์
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)*: คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วงอัตราแลกเปลี่ยนหลักเดียวระดับต่ำถึงสูง (เมื่อคำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่)

* ปรับค่าใช้จ่ายและรายได้แบบครั้งเดียว และค่าใช้จ่ายจากการปรับโครงสร้างแล้ว



ดีเซลดอร์ฟ – Henkel มีผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีในปีงบประมาณ 2025 ซึ่งเป็นปีที่ท้าทาย

ท่ามกลางการเติบโตของเศรษฐกิจโลกในระดับปานกลางและสภาพแวดล้อมทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ซับซ้อน ยอดขายรวมของกลุ่มบริษัทในปีงบประมาณ 2025 อยู่ที่ประมาณ 20.5 พันล้านยูโร และอัตรากำไร EBIT ที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้น 50 เบสิสพอยต์ เป็น 14.8เปอร์เซ็นต์ ขณะที่กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (เมื่อคำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่) เพิ่มขึ้น 4.7เปอร์เซ็นต์

“สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของเราได้รับผลกระทบจากความท้าทายมาโดยตลอด และยังคงเป็นเช่นนั้นต่อไป ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งทางทหาร ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายภูมิภาคของโลก รวมถึงความขัดแย้งด้านการค้าและภาษีที่มีผลกระทบในวงกว้าง ความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและอุปสงค์ภาคอุตสาหกรรมอ่อนตัวลง และจากสงครามในตะวันออกกลางที่เริ่มขึ้นในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ ความไม่แน่นอนได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญอีกครั้ง” Carsten Knobel ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของเฮงเคิล กล่าว “แม้สภาวะเศรษฐกิจจะยังคงท้าทาย เราก็สามารถขับเคลื่อน Henkel ให้ก้าวหน้าได้อย่างประสบความสำเร็จในปี 2025 เราทำได้เกินกว่าเป้าหมาย และยังคงเดินหน้าการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างต่อเนื่อง เราสามารถเพิ่มยอดขายแบบออร์แกนิกและยกระดับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้อย่างมีนัยสำคัญ เราต้องการให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในความสำเร็จของบริษัท ดังนั้นเราจึงจะเสนอการปรับเพิ่มเงินปันผล 1.5 เปอร์เซ็นต์”

“เราเพิ่มยอดขายแบบออร์แกนิกและยกระดับความสามารถในการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่องในทั้งสองหน่วยธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพ และ ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ โดยมีปัจจัยหลักจากนวัตกรรมเพิ่มเติม มาตรการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงการเติบโตที่แข็งแกร่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง การปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ ได้รับแรงหนุนจากการดำเนินการบูรณาการที่แล้วเสร็จ การประหยัดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง และการเพิ่มมูลค่า ซึ่งหมายถึงการยกระดับพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์อย่างมีกลยุทธ์

ในขณะเดียวกัน เรายังคงลงทุนเพื่ออนาคตของทั้งสองหน่วยธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ นวัตกรรม ความยั่งยืน และดิจิทัลไลเซชัน นอกจากนี้ ในช่วงสามเดือนที่ผ่านมา เรายังได้บรรลุข้อตกลงการเข้าซื้อกิจการในทั้งสองหน่วยธุรกิจ โดยมีมูลค่ายอดขายรวมประมาณ 1.2 พันล้านยูโร เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้ธุรกิจและขยายศักยภาพการเติบโต

ผลการดำเนินงานในปี 2025 แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า
เรากำลังดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้องตามกลยุทธ์การเติบโตอย่างยั่งยืนและมีเป้าหมาย
ซึ่งช่วยวางตำแหน่งบริษัทให้พร้อมสำหรับอนาคต ทั้งนี้ แนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2026
ยังสะท้อนภาพดังกล่าว โดยเราคาดว่าจะเห็นการเติบโตของยอดขายและผลกำไรอย่างต่อเนื่อง
แม้ว่าช่วงเริ่มต้นของปีอาจจะชะลอตัวเล็กน้อย

ผมขอขอบคุณพนักงานทุกคนสำหรับผลงานอันยอดเยี่ยม
ด้วยความร่วมมือและความทุ่มเทอย่างสูงของทุกคน
ทำให้เราสามารถพบบริษัทผ่านพ้นสภาพแวดล้อมที่ท้าทายได้อีกครั้งอย่างประสบความสำเร็จ” Carsten
Knobel กล่าวสรุป

ผลการดำเนินงานด้านยอดขายและกำไรของกลุ่มในปีงบประมาณ 2025
ยอดขายรวมของกลุ่ม Henkel ในปีงบประมาณ 2025 อยู่ที่ 20,495 ล้านยูโร ลดลง -5.1 เปอร์เซ็นต์
เมื่อเทียบกับปีก่อนในเชิงตัวเลข โดยผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อยอดขาย -4.2
เปอร์เซ็นต์ เมื่อปรับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนแล้ว ยอดขายลดลง -0.8%
การเข้าซื้อและการขายกิจการ ก็ส่งผลต่อยอดขายเช่นกัน โดยลดลง -1.7 เปอร์เซ็นต์
สาเหตุหลักมาจากการขายธุรกิจ Retailer Brands ในอเมริกาเหนือ
ภายใต้หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์
อย่างไรก็ตาม ยอดขายแบบออร์แกนิก
(ซึ่งไม่รวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนและการเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการ)
ยังคงเติบโตในระดับบวกที่ 0.9 เปอร์เซ็นต์ โดยการเติบโตดังกล่าวมาจากการปรับราคาสินค้าเป็นหลัก
ขณะที่ปริมาณการขายโดยรวมทรงตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน ในส่วนของแต่ละหน่วยธุรกิจ
หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพ มีการเติบโตของยอดขายแบบออร์แกนิกที่แข็งแกร่งที่ 1.5 เปอร์เซ็นต์
โดยได้รับแรงหนุนสำคัญจากกลุ่มธุรกิจยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์มีการเติบโตของยอดขายแบบออร์แกนิก ในระดับบวกที่ 0.3 เปอร์เซ็นต์
โดยได้รับแรงหนุนหลักจากกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เส้นผม

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว (EBIT ที่ปรับแล้ว) อยู่ที่ 3,026 ล้านยูโร ลดลงจากระดับของปีก่อนหน้า
โดยมีสาเหตุหลักจากผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (2024:
3,089 ล้านยูโร)

ในทางตรงกันข้าม อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว)
ในปีที่รายงานปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน อยู่ที่ 14.8 เปอร์เซ็นต์ (2024: 14.3 เปอร์เซ็นต์)

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วลดลงเล็กน้อย-0.6 เปรอร์เซ็นต์ อยู่ที่ 5.33 ยูโร (2024: 5.36 ยูโร)
หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 4.7 เปรอร์เซ็นต์

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิคิดเป็น 3.8 เปรอร์เซ็นต์ของยอดขาย ซึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน (2024: 3.0 เปรอร์เซ็นต์)

กระแสเงินสดอิสระอยู่ที่ 1,850 ล้านยูโร ซึ่งต่ำกว่าปีก่อน (2024: 2,362 ล้านยูโร)
การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเงินทุนหมุนเวียนสุทธิและผลกระทบจากการแปลงค่าเงิน

แม้จะมีการจ่ายเงินปันผลและการซื้อหุ้นคืนตามโครงการซื้อหุ้นคืน แต่**สถานะทางการเงินสุทธิ**อยู่ที่ 109 ล้านยูโร ซึ่งตัวเลขสูงกว่าระดับของปีก่อน (31 ธันวาคม 2024: -93 ล้านยูโร)

คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการกำกับดูแล และคณะกรรมการผู้ถือหุ้น จะเสนอให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีในวันที่ 27 เมษายน 2026 พิจารณาเพิ่ม**เงินปันผล** 1.5 เปรอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็น 2.07 ยูโรต่อหุ้นบุริมสิทธิ และ 2.05 ยูโรต่อหุ้นสามัญ การเพิ่มเงินปันผลดังกล่าวเกิดขึ้นได้จากผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีในปีงบประมาณที่ผ่านมา และฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งของกลุ่มบริษัท Henkel อัตราการจ่ายเงินปันผลยังคงไม่เปลี่ยนแปลงที่ 37.9 เปรอร์เซ็นต์ และยังคงอยู่ภายในช่วงเป้าหมายที่ 30 ถึง 40 เปรอร์เซ็นต์

ผลการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจในปีงบประมาณ 2025

ยอดขายของหน่วยธุรกิจ**เทคโนโลยีชีวภาพ** อยู่ที่ 10,667 ล้านยูโร ลดลง -2.8 เปรอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อนในเชิงตัวเลข ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขายลดลง -4.1 เปรอร์เซ็นต์ การเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการมีผลกระทบอยู่ที่ -0.1 เปรอร์เซ็นต์
ยอดขายที่มาจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้น 1.5 เปรอร์เซ็นต์
การเติบโตของยอดขายดังกล่าวมาจากปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีเมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการที่ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยในตลาดปลายทางหลักบางกลุ่ม
ราคายังมีพัฒนาการในเชิงบวกเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว**อยู่ที่ 1,779 ล้านยูโร ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน
อัตรากำไรขั้นต้นยังคงไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนและอยู่ในระดับสูง
อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน และอยู่ที่ 16.7 เปรอร์เซ็นต์

ยอดขายของหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ อยู่ที่ 9,677 ล้านยูโร ซึ่งลดลง -7.5 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปีก่อนในเชิงตัวเลข ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขายลดลง -4.4 เปอร์เซ็นต์ การเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการยังส่งผลกระทบต่อยอดขาย -3.4 เปอร์เซ็นต์ โดยมีสาเหตุหลักจากการขายธุรกิจแบรนด์ผู้ค้าปลีกในอเมริกาเหนือในเดือนเมษายน 2025 ยอดขายที่มาจากตัวธุรกิจเองเพิ่มขึ้น 0.3 เปอร์เซ็นต์ การเพิ่มขึ้นของยอดขายดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากการปรับราคาที่ดี ขณะที่ปริมาณยอดขายลดลงเล็กน้อย กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วอยู่ที่ 1,400 ล้านยูโร ซึ่งเกือบอยู่ในระดับเดียวกับปีก่อน ในทางตรงกันข้าม อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้วอยู่ที่ 14.5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีก่อน

แนวโน้มปี 2026

หลังจากการเติบโตในระดับปานกลางในปีงบประมาณที่ผ่านมา คาดว่าเศรษฐกิจโลกจะยังคงขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวในปี 2026 การพัฒนาเศรษฐกิจโลกยังคงได้รับอิทธิพลจากความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์อย่างต่อเนื่อง และระดับราคาสินค้าที่สูงโดยรวม ในบริบทนี้ จึงคาดว่าความต้องการภาคอุตสาหกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคของเฮนเคิล จะเพิ่มขึ้นเพียงในระดับปานกลาง

การแปลงยอดขายในสกุลเงินต่างประเทศคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อเชิงลบในช่วงเปอร์เซ็นต์หลักเดียวระดับต่ำ ราคาวัตถุดิบทางตรงคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วงเปอร์เซ็นต์หลักเดียวระดับต่ำเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยทั้งปี 2025

เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานเหล่านี้ Henkel คาดว่าจะสามารถสร้างการเติบโตของยอดขายแบบออร์แกนิกระหว่าง 1.0–3.0 เปอร์เซ็นต์ ในปีงบประมาณ 2026 โดยคาดว่าหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพจะเติบโตแบบออร์แกนิกระหว่าง 1.0–3.0% และหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์จะเติบโตระหว่าง 0.5–2.5 เปอร์เซ็นต์ อัตราผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว คาดว่าจะอยู่ในช่วง 14.5–16.0 เปอร์เซ็นต์ สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพ คาดว่าอัตราผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับปรุงแล้วจะอยู่ระหว่าง 16.5–18.0 เปอร์เซ็นต์ และสำหรับหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ อยู่ระหว่าง 14.0–15.5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้ว เมื่อคำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วงเปอร์เซ็นต์หลักเดียวตั้งแต่ระดับต่ำจนถึงระดับสูง

ความท้าทายในกระบวนการเปลี่ยนผ่านของบริษัท

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Henkel ได้ปรับโฉมตัวเองครั้งใหญ่ในหลายด้าน และได้ดำเนินตามวาระเชิงกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างมีเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จในระยะยาวคือความพร้อมที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทเชิงรุกในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์: การควบรวมกิจการเสร็จสิ้นอย่างประสบความสำเร็จ

การควบรวมธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเข้ากับหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ ซึ่งประกาศไว้ตั้งแต่ต้นปี 2022 ได้เสร็จสิ้นลงเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ 2025 โดยรวมแล้ว การประหยัดต้นทุนต่อปีตามเป้าหมายเดิมที่ตั้งไว้ที่ 525 ล้านยูโร ถูกทำได้เกินเป้าหมายภายในสิ้นปีงบประมาณ 2025 ส่งผลให้การบูรณาการหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ เสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยเร็วกว่ากำหนดเดิมหนึ่งปี

ในขณะเดียวกัน

หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ยังคงมุ่งเน้นอย่างต่อเนื่องไปที่แบรนด์และธุรกิจที่แข็งแกร่งที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ตลอดจนการเป็นผู้นำในตลาดและหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์

การมุ่งเน้นไปที่แบรนด์และธุรกิจที่มีการเติบโตสูงและอัตรากำไรสูงนี้ให้ผลลัพธ์ที่ชัดเจน:

แบรนด์สิบอันดับแรกภายในธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ ซึ่งคิดเป็นเกือบ 60 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ในปี 2025 มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งมาก ควบคู่กับการเพิ่มขึ้นของปริมาณยอดขายในเชิงบวก

ความสำคัญของการรวมธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคให้เป็นหนึ่งเดียวเห็นได้ชัดเป็นพิเศษเมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานในช่วงสามปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่มีการจัดตั้งหน่วยธุรกิจใหม่นี้ ในปีงบประมาณ 2022

อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายรวมที่ปรับแล้วของธุรกิจที่เกี่ยวข้องอยู่ที่ 8.3 เปอร์เซ็นต์

ภายในสิ้นปีงบประมาณ 2025 ตัวเลขดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็น 14.5 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปรับปรุงเพิ่มขึ้น 6.2 จุดเปอร์เซ็นต์ภายในระยะเวลาสามปี

โดยในช่วงเวลาดังกล่าวยังมีการเพิ่มการลงทุนในแบรนด์และศักยภาพด้านนวัตกรรมภายในหน่วยธุรกิจนี้อย่างมีนัยสำคัญด้วย

การดำเนินการตามวาระเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาคและภูมิรัฐศาสตร์ที่ท้าทาย Henkel

ยังคงดำเนินการตามวาระเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องในปีงบประมาณที่ผ่านมา

และมีความก้าวหน้าที่สำคัญในทุกด้าน บริษัทได้พัฒนาพอร์ตโฟลิโอธุรกิจและแบรนด์เพิ่มเติม

เสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

ปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจให้เหมาะสม และเสริมความแข็งแกร่งให้กับวัฒนธรรมองค์กร

Henkel ได้พัฒนาพอร์ตโฟลิโอเพิ่มเติมโดยการยุติหรือถอนการลงทุนกิจกรรมทางธุรกิจบางส่วน รวมถึงการเข้าซื้อกิจการ ในฐานะส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการพอร์ตโฟลิโอเชิงรุก Henkel ได้ดำเนินมาตรการด้านพอร์ตโฟลิโอที่ประกาศไว้ตั้งแต่เริ่มต้นการควบรวมธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่เดิมแยกจากกันให้เสร็จสมบูรณ์ ด้วยการถอนการลงทุนธุรกิจแบรนด์ผู้ค้าปลีกในอเมริกาเหนือ ซึ่งเสร็จสิ้นอย่างประสบความสำเร็จในฤดูใบไม้ผลิปี 2025 ตั้งแต่ต้นปี 2022 เป็นต้นมา Henkel ได้ขายหรือยุติแบรนด์และกิจกรรมทางธุรกิจที่มียอดขายรวมมากกว่า 1 พันล้านยูโรเล็กน้อย

การขยายพอร์ตโฟลิโอผ่านการเข้าซื้อกิจการอย่างมีเป้าหมายยังเป็นส่วนหนึ่งอันสำคัญของวาระการเติบโตของ Henkel ในปี 2025 Henkel ได้ลงนามในข้อตกลงเพื่อเข้าซื้อกิจการ ATP Adhesive Systems AG บริษัทที่ตั้งอยู่ในสวิตเซอร์แลนด์แห่งนี้เป็นผู้ให้บริการชั้นนำด้านเทปกาวชนิดพิเศษประสิทธิภาพสูงที่มีส่วนประกอบของน้ำ สำหรับตลาดปลายทางที่หลากหลาย รวมถึงยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ การแพทย์ งานก่อสร้าง และอุตสาหกรรมกราฟิก ATP มีการดำเนินธุรกิจอย่างแข็งแกร่งในอเมริกาเหนือและยุโรป และมียอดขายประมาณ 270 ล้านยูโรในปีงบประมาณ 2025

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2026 Henkel ได้ตกลงเข้าซื้อกิจการ Stahl Group ซึ่งตั้งอยู่ในเนเธอร์แลนด์ บริษัทเป็นผู้ให้บริการระดับโลกด้านสารเคลือบชนิดพิเศษประสิทธิภาพสูงสำหรับวัสดุที่มีความยืดหยุ่น โดยให้บริการแก่บริษัทชั้นนำทั่วโลกในตลาดยานยนต์ แพชั่นและไลฟ์สไตล์ และบรรจุภัณฑ์ ในปีงบประมาณ 2025 Stahl มียอดขายประมาณ 725 ล้านยูโร และมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาคที่สมดุล

นอกจากนี้ ในช่วงต้นเดือนมีนาคม Henkel ยังได้ลงนามในข้อตกลงเพื่อเข้าซื้อกิจการ “Not Your Mother’s” ซึ่งเป็นหนึ่งในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลและจัดแต่งทรงผมสำหรับผู้บริโภคชั้นนำในอเมริกาเหนือ การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับตำแหน่งของ Henkel ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ซึ่งเป็นหนึ่งในหมวดหมู่หลักของหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ “Not Your Mother’s” เป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมที่ประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น แชมพู ครีมนวดผม ผลิตภัณฑ์บำรุง และผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม ในปีงบประมาณ 2025 แบรนด์นี้มียอดขายประมาณ 190 ล้านยูโร พร้อมการเติบโตในระดับสองหลักและความสามารถในการทำกำไรในระดับสูง

ธุรกรรมล่าสุดเหล่านี้

ซึ่งยังคงอยู่ภายใต้เงื่อนไขการปิดธุรกรรมตามปกติและการอนุมัติตามกฎหมายต่อต้านการผูกขาด จะช่วยเพิ่มยอดขายรวมประมาณ 1.2 พันล้านยูโร

และเสริมศักยภาพการเติบโตให้กับธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพที่เป็นผู้นำระดับโลกและหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์

ในปี 2025 Henkel ได้เปิดตัวนวัตกรรมมากมายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองแนวโน้มสำคัญและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและผู้บริโภค ในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการสร้างความแตกต่าง หนึ่งในตัวอย่างคือผลิตภัณฑ์ย้อมผม Creme Supreme รุ่นใหม่จาก Schwarzkopf Henkel ได้พัฒนา Creme Supreme ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่จะช่วยเสริมความแข็งแรงและบำรุงโครงสร้างเส้นผมผ่านเทคโนโลยีการยึดเกาะระดับโมโคร โดยได้รับแรงบันดาลใจจากการใช้งานในร้านทำผมมืออาชีพ เทคโนโลยีการยึดเกาะระดับโมโครเหล่านี้ช่วยยึดเส้นผมเข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสร้างชั้นปกป้องพิเศษรอบเส้นผม ส่งผลให้เส้นผมแตกหักลดน้อยลงอย่างมาก ซึ่งเป็นหนึ่งในความกังวลหลักของผู้บริโภคเมื่อทำการย้อมผม แนวคิด "House of Hair"

ยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมอีกด้วย ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2025 เป็นต้นมา Henkel ได้รวมศูนย์กิจกรรมหลักของธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับเส้นผมไว้ที่เมืองฮัมบูร์ก ประเทศเยอรมนี ในสถานที่แห่งเดียว ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา ซาลอนทดสอบ การตลาด และสถาบันการศึกษาด้านเส้นผม ที่นี่ ผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 300 คนทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม นอกจากนี้ฮัมบูร์กแล้ว ยังมีสถานที่อีกสี่แห่งในลอนดอน เจนีวา โตเกียว เซี่ยงไฮ้ และกัวดาลาฮารา สถานที่แต่ละแห่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับเส้นผมโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละภูมิภาคที่มีความแตกต่างกันได้อย่างตรงจุด

นวัตกรรมยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการย้อมผมเช่นกัน ดังนั้น Henkel จึงยังคงลงทุนอย่างต่อเนื่องเพื่อวางตำแหน่งของบริษัทให้ประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมการแข่งขัน หนึ่งในจุดมุ่งเน้นสำคัญคือการขยายเครือข่ายศูนย์วิจัยและนวัตกรรมที่ทันสมัย "Inspiration Centers" ดังกล่าวได้เปิดดำเนินการมาระยะหนึ่งแล้วในเมืองดีเซลดอร์ฟ เมืองมูมไบ ประเทศอินเดีย และรัฐนิวเจอร์ซีย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี 2025 Henkel ได้เปิด Inspiration Center อีกแห่งหนึ่งในเซี่ยงไฮ้สำหรับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ด้วยเงินลงทุน 60 ล้านยูโร นักวิจัยและนักพัฒนามากกว่า 500 คนทำงานในศูนย์แห่งนี้ร่วมกับลูกค้าจากหลากหลายอุตสาหกรรม

หนึ่งในลำดับความสำคัญด้านความยั่งยืนของ Henkel

ยังคงเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายในปี 2045 บริษัทตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบบสัมบูรณ์ในขอบเขต 1, 2 และ 3 ลง 90 เปอร์เซ็นต์ (เมื่อเทียบกับปีฐาน 2021) และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซสุทธิเป็นศูนย์ ในทั้งสามหมวดหมู่ของขอบเขต Henkel มีความก้าวหน้าในปีที่ผ่านมา และได้ลดการปล่อยก๊าซลงแล้ว 29 เปอร์เซ็นต์นับตั้งแต่ปีฐาน 2021 นอกจากนี้ Henkel ยังสามารถปรับปรุงผลการดำเนินงานในด้านห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนได้อีกด้วย สัดส่วนของวัตถุดิบจากป่าไม้ที่จัดหาอย่างมีความรับผิดชอบและได้รับการรับรองขณะนี้อยู่ที่ 98 เปอร์เซ็นต์

บริษัทยังได้ปรับปรุงผลการดำเนินงานในด้านการประเมินความยั่งยืนระดับนานาชาติที่ได้รับการยอมรับอีกด้วย หนึ่งในความสำเร็จที่สำคัญคือ Henkel ได้รับคะแนนระดับ A ในหมวดหมู่สภาพภูมิอากาศของการประเมิน CDP ปี 2025 เป็นครั้งแรก Henkel ยังปรับปรุงผลการดำเนินงานในการประเมิน EcoVadis ล่าสุด และได้รับรางวัลระดับ Gold อีกครั้งด้วย

นอกจากนี้ Henkel ยังมีความก้าวหน้าเพิ่มเติมในด้านการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ในปี 2025 ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นประเด็นสำคัญที่โดดเด่น ปัญญาประดิษฐ์จะมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อวิธีการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต Henkel ได้นำเทคโนโลยี AI ไปใช้ในงานจริงหลากหลายด้าน ทั้งในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ในปี 2025 Henkel ได้เปิดตัวโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกในเยอรมนี โดยนำ White Lady อันเป็นสัญลักษณ์ของ Persil ก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ นอกจากนี้ AI ยังถูกนำมาใช้ในการทำให้กระบวนการทำงานในห้องปฏิบัติการพัฒนาการเป็นระบบอัตโนมัติอีกด้วย ในการผลิตแบตเตอรี่ Henkel ใช้การจำลองที่ขับเคลื่อนด้วย AI และโซลูชันการแยกชิ้นส่วนที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เพื่อช่วยให้ลูกค้าลดระยะเวลาและต้นทุนในการพัฒนา รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เหมาะสมที่สุด

ในฐานะส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การเติบโตในระยะยาว Henkel กำลังปรับหน่วยธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงและความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จระยะยาวด้วยรูปแบบการดำเนินงานที่พร้อมสำหรับอนาคต ในเดือนมีนาคม 2025 Henkel ได้ประกาศว่าจะประเมินความเป็นไปได้ในการจัดตั้งนิติบุคคลแยกต่างหากในเยอรมนีและบางประเทศสำหรับสองหน่วยธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพ (HAT) และธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ (HCB) ขั้นตอนนี้ยังเชื่อมโยงกับการเตรียมการสำหรับการย้ายระบบไปสู่ SAP S/4HANA คณะกรรมการบริหารได้หารืออย่างรอบคอบและเห็นชอบข้อเสนอนี้ร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ขั้นตอนแรกที่ตั้งใจไว้คือการจัดตั้งนิติบุคคลแยกต่างหากสำหรับสองหน่วยธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันในเยอรมนี การดำเนินการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อทำให้กระบวนการและโครงสร้างของ Henkel มีความคล่องตัวมากขึ้น และสามารถรองรับความต้องการของธุรกิจในอนาคต รวมถึงวาระการเติบโตของกลุ่มบริษัท Henkel ได้ดียิ่งขึ้น การบริหารเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทและหน่วยธุรกิจจะยังคงไม่เปลี่ยนแปลง ข้อเสนอแนะนี้จะถูกนำเสนอต่อที่ประชุมสามัญประจำปี 2026 เพื่อให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ

ที่ Henkel **วัฒนธรรมองค์กร** ที่แข็งแกร่งเป็นรากฐานของวาระการเติบโตอย่างมีเป้าหมาย วัฒนธรรมดังกล่าวมีลักษณะเด่นจากการทำงานร่วมกันบนพื้นฐานของความไว้วางใจระหว่างหน่วยธุรกิจ

ข้ามพรมแดนประเทศ และระหว่างทีมต่าง ๆ

ตลอดจนการส่งเสริมให้พนักงานมีอำนาจในการรับผิดชอบและมีบทบาทเชิงรุกในการกำหนดผลลัพธ์ของงาน วัฒนธรรมลักษณะนี้ต้องได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าใจมุมมองของพนักงานในเรื่องนี้ Henkel ได้ดำเนินการสำรวจที่เรียกว่า pulse checks มาเป็นเวลาหลายปีแล้ว โดยจัดขึ้นเดือนละครั้งกับพนักงานที่ถูกสุ่มเลือกจำนวน 5,000 คน แบบสำรวจที่ไม่ระบุตัวตนเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าในประเด็นต่าง ๆ เช่น การทำงานร่วมกับ ความรับผิดชอบ นวัตกรรม ความหลากหลาย และความสอดคล้องกับกลยุทธ์ระยะยาวของ Henkel ผลการสำรวจในปี 2025 แสดงให้เห็นว่า Henkel มีความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญในด้านเหล่านี้ สิ่งนี้ยืนยันว่าความคิดริเริ่มและมาตรการที่หลากหลายซึ่งดำเนินการในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ส่งผลอย่างเป็น รูปธรรม และวัฒนธรรมองค์กรได้รับการเสริมสร้างให้แข็งแกร่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Henkel ฉลองครบรอบ 150 ปีแห่งประวัติศาสตร์ความสำเร็จของบริษัท

“ปี 2025 เป็นอีกหนึ่งปีที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเราได้ก้าวข้ามความท้าทายอีกครั้ง พร้อมทั้งสร้างความก้าวหน้า เราบรรลุเป้าหมายทางการเงินได้เป็นส่วนใหญ่ เราได้ดำเนินวาระการเติบโตอย่างมีเป้าหมายอย่างต่อเนื่องในทุกมิติของกลยุทธ์ และสามารถดำเนินการผสานรวมธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคของเราได้สำเร็จ เรากำลังเดินมาถูกทาง และการเปลี่ยนผ่านของบริษัทได้แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่จับต้องได้แล้ว” Carsten Knobel กล่าวสรุป

“ขณะนี้เรากำลังก้าวเข้าสู่ปี 2026 ซึ่งเป็นปีที่น่าตื่นเต้น เพราะเราเฉลิมฉลองครบรอบ 150 ปีของบริษัท แน่นอนว่าเรากาภูมิใจในมรดกของเรา แต่สำหรับเรา นั้นไม่ใช่เหตุผลที่จะหยุดนิ่ง ในทางกลับกัน มันเป็นแรงผลักดันสำหรับเส้นทางข้างหน้า เราพร้อมสำหรับอนาคต เช่นเดียวกับที่ผ่านมา เรายังคงยึดจิตวิญญาณแห่งการบุกเบิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันที่มุ่งสู่ออนาคต เพื่อคนรุ่นต่อไป ทั้งหมดนี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับเป้าหมายของเรา: Pioneers at heart for the good of generations.” Carsten Knobel กล่าวต่อ

เกี่ยวกับ Henkel

ด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของเรา

ทำให้เราครองตำแหน่งผู้นำตลาดทั่วโลกในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเป็นผู้นำตลาดระดับโลกในอุตสาหกรรมกาว ซิลแลนท์ และสารเคลือบผิว

ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ครองตำแหน่งผู้นำในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

ผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้านในหลายตลาดและหลากหลายหมวดหมู่ธุรกิจทั่วโลก แบรนด์ระดับต้น ๆ สามแบรนด์ของเราคือ

Loctite, Persil และ Schwarzkopf ในปีงบประมาณ 2025 บริษัท Henkel มีรายงานยอดขายประมาณ 20.5 พันล้านยูโร

และผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วประมาณ 3.0 พันล้านยูโร หุ้นบริษัทของ Henkel จัดทะเบียนในดัชนีหุ้น 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 ซึ่งอาจเป็นคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า คำแถลงต่าง ๆ อย่างเช่น "คาดหวัง" "ตั้งใจ" "วางแผน" "คาดการณ์" "เชื่อ" "ประเมิน"

และคำที่คล้ายคลึงกันเป็นลักษณะของคำแถลงเกี่ยวกับอนาคต คำแถลงดังกล่าวอ้างอิงตามการประเมินและสมมติฐานปัจจุบันของฝ่ายบริหารของบริษัท Henkel AG & Co. KGaA คำแถลงเหล่านี้ไม่ได้หมายความถึงการรับประกันว่าความคาดหวังก่อนหน้านี้จะพิสูจน์ได้ว่ามีความถูกต้อง ผลการดำเนินงานในอนาคตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงของ Henkel AG & Co. KGaA และบริษัทในเครือขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ และอาจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ)

จากคำแถลงที่คาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจัยหลายประการเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของ Henkel และไม่สามารถประเมินได้ล่วงหน้าอย่างถูกต้อง เช่น

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคต และการกระทำของผู้แข่งขันและบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาด Henkel

ไม่มีแผนหรือสัญญาว่าจะปรับปรุงคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า

เอกสารนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมที่ไม่ได้นิยามไว้อย่างชัดเจนในกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

และเป็นหรืออาจเป็นมาตรการทางเลือกในการวัดผลการดำเนินงาน

ผู้อ่านไม่ควรมองว่าตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้แยกกันหรือเป็นทางเลือกแทนการวัดสินทรัพย์สุทธิและสถานะทางการเงินหรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานของ

Henkel ตามที่นำเสนอตามกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบแสดงฐานะทางการเงินรวม (Consolidated Financial Statement) บริษัทอื่น ๆ

ที่รายงานหรืออธิบายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางเลือกที่มีชื่อคล้ายคลึงกันอาจมีการคำนวณด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ได้อิงจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นคำแนะนำในการลงทุน การเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

ข้อมูลติดต่อ

Cheerio Chan

+65 8799 3216

cheerio.chan@henkel.com