



Excellence is our Passion

ข่าวประชาสัมพันธ์

11 มีนาคม พ.ศ. 2558

เฮงเคิลบรรลุเป้าหมายทางการเงินประจำปี 2557

ผลประกอบการที่ดีเยี่ยมท่ามกลางสภาพตลาดที่มีความท้าทาย

- ยอดขายเพิ่มขึ้น 0.4% อยู่ที่ 16,428 ล้านยูโร (รายได้ยอดขาย: +3.4%)
- กำไรจากการดำเนินงาน*: +2.9% ที่ 2,588 ล้านยูโร
- กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี*: + 0.4% เพิ่มขึ้นเป็น 15.8%
- กำไรสุทธิต่อหุ้นบริมลิทธี (EPS)* : + 7.6% เป็น 4.38 ยูโร
- ข้อเสนอเงินปันผล +7.4% เพิ่มขึ้นเป็น 1.31 ยูโรต่อหุ้นบริมลิทธี

ดูสเซลดอร์ฟ – “ปี พ.ศ.2557 ถือเป็นปีที่เฮงเคิลประสบความสำเร็จถึงแม้สภาพตลาดจะมีความท้าทายและมีภาวะแข่งขันกันสูง เรابرลุเป้าหมายทางการเงินและมีความก้าวหน้าที่ดีในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ปี 2559 ของเรา”
คาสเปอร์ รอร์สเต็ด ประธานกรรมการบริหารของเฮงเคิล กล่าว “ทุกกลุ่มธุรกิจของเรามีการเติบโตอย่างมีผลกำไรที่ส่งเสริมผลประกอบการที่ดีของเรา เป็นอีกครั้งที่ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่แสดงให้เห็นถึงการเป็นพลังขับเคลื่อนการเติบโตหลักของเฮงเคิล โดยมีอัตราเติบโตของยอดขายที่แข็งแกร่งเกือบ 8 เปอร์เซ็นต์ แต่ตลาดเศรษฐกิจอิมตัวก็มีรายได้ยอดขายเพิ่มขึ้นเล็กน้อยด้วยเช่นกัน”

รอร์สเต็ด กล่าวถึงปีงบประมาณ 2558 ว่า “สภาพเศรษฐกิจยังคงมีความท้าทายและผันผวนมาก เนื่องจากมีความขัดแย้งอย่างต่อเนื่องระหว่างรัสเซียและยูเครน เราคาดว่าภูมิภาคยุโรปตะวันออกจะชะงักงันในปี 2558 และมีแรงกดดันเพิ่มขึ้นต่อเศรษฐกิจและอัตราแลกเปลี่ยนของรัสเซีย เราจะเดินหน้าปรับปรุงกระบวนการและโครงสร้างของเราเพื่อสร้างความยืดหยุ่นมากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม เราให้ความสำคัญกับการดำเนินกลยุทธ์ของเราเพื่อก้าวสู่เป้าหมายทางการเงินสำหรับปี 2559”

*ปรับปรุงสำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นแบบครั้งเดียว
ค่าใช้จ่ายแบบครั้งเดียวและค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้าง
การประเมินปี 2558:

“ตลอดทั้งปีงบประมาณ 2558 เราคาดหวังการเติบโตของยอดขายอยู่ระหว่าง 3 – 5 เปอร์เซ็นต์ เราคาดว่ากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีหลังปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้นราว 16 เปอร์เซ็นต์ และเราหวังด้วยว่าจะได้เห็นอัตราการเติบโตของกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์ (EPS) หลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นสูงที่ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์” คาสเปอร์ รอร์สเต็ด กล่าวสรุปเป้าหมายสำหรับปี 2558

ผลประกอบการและรายได้ในปี 2557

ตัวเลขยอดขาย 16,428 ล้านยูโรของปี 2557 เพิ่มมากกว่าปีก่อนหน้าเล็กน้อย ผลกระทบด้านลบของอัตราแลกเปลี่ยนหลังการปรับปรุงอยู่ที่ 4.0 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายเพิ่มขึ้น 4.4 เปอร์เซ็นต์ การเติบโตของรายได้ยอดขายซึ่งไม่นับรวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนและการเข้าซื้อกิจการ – การถอนการลงทุนอยู่ที่ 3.4 เปอร์เซ็นต์

ทุกกลุ่มธุรกิจมีการเติบโตของรายได้ยอดขายที่มั่นคงและมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดสำคัญ กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน มีรายได้ยอดขายที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 4.6 เปอร์เซ็นต์ รายได้ยอดขายของกลุ่มธุรกิจเพื่อความงามเติบโต 2.0 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีการมีรายได้ยอดขายเติบโตสูงเป็นประวัติการณ์ที่ 3.7 เปอร์เซ็นต์

หลังพิจารณารายได้ที่เกิดขึ้นแบบครั้งเดียว ค่าใช้จ่ายแบบครั้งเดียวและค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้างพบว่ากำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้น 2.9 เปอร์เซ็นต์ จาก 2,516 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 2,588 ล้านยูโร โดยผลกำไรที่เพิ่มขึ้นในปีนี้มาจากทั้งสามกลุ่มธุรกิจ ผลกำไรจากการดำเนินงาน (EBIT) อยู่ที่ 2,244 ล้านยูโร เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่ได้ 2,285 ล้านยูโร

ผลตอบแทนจากยอดขายหลังปรับปรุง (กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี) เพิ่มขึ้น 0.4 เปอร์เซ็นต์ จาก 15.4 เป็น 15.8 เปอร์เซ็นต์ ส่วนผลตอบแทนจากยอดขายอยู่ที่ 13.7 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับ 14.0 เปอร์เซ็นต์ในปีก่อนหน้า

ผลประกอบการทางการเงินของเฮงเคิลปรับตัวเพิ่มขึ้น 64 ล้านยูโร โดยคิดเป็นมูลค่าคงเหลือ - 49 ล้านยูโร อันเนื่องมาจากสถานะของดอกเบี้ยสุทธิที่ดีขึ้นส่วนหนึ่งมาจากการชำระตราสารหนี้ไม่ด้อยสิทธิในเดือนมิถุนายน 2556 และ มีนาคม 2557 รวมถึงการปรับปรุงอัตราดอกเบี้ยในเดือนมีนาคม 2557 อัตราภาษีอยู่ที่ 24.3 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับเมื่อปีก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 25.2 เปอร์เซ็นต์

รายได้สุทธิสำหรับปีที่แล้ว หลังการหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้แล้วเพิ่มขึ้น 7.5 เปอร์เซ็นต์ จาก 1,764 ล้านยูโรเป็น 1,896 ล้านยูโร รายได้สุทธิของปีที่แล้วเพิ่มขึ้น 2.3 เปอร์เซ็นต์ จาก 1,625 ล้านยูโรเป็น 1,662 ล้านยูโร เมื่อหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้ 34 ล้านยูโรแล้ว รายได้สุทธิอยู่ที่ 1,628 ล้านยูโร (ปีก่อนหน้า 1,589 ล้านยูโร)

ส่วนกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์ (EPS) หลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้น 7.6 เปอร์เซ็นต์จาก 4.07 ยูโร เป็น 4.38 ยูโร ขณะที่การรายงานกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์เพิ่มขึ้นจาก 3.67 ยูโรเป็น 3.76 ยูโร

คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการกำกับดูแลและคณะกรรมการผู้ถือหุ้นได้เสนอระหว่างการประชุมทั่วไปประจำปีในการเพิ่มเงินปันผลหุ้นบริมสิทธิ์เพิ่มขึ้น 7.4 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1.31 ยูโร (ปีก่อนหน้า 1.22 ยูโร) และเงินปันผลหุ้นสามัญเพิ่มขึ้น 7.5 เปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 1.29 ยูโร (ปีก่อนหน้า 1.20 ยูโร) ขณะที่อัตราส่วนการจ่ายเงินอยู่ที่ 30.0 เปอร์เซ็นต์เท่ากับปีที่แล้ว

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิต่อยอดขายแต่ละระดับต่ำอีกครั้งที่ 4.2 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตามผลกระทบด้านลบจากอัตราแลกเปลี่ยนและการครอบครองกิจการทำให้อัตราส่วนเพิ่มสูงขึ้นกว่าปีที่แล้ว 1.9 เปอร์เซ็นต์

สถานะทางการเงินสุทธิปิดที่ -153 ล้านยูโร (ปี 2556 อยู่ที่ 959 ล้านยูโร) และได้รับผลกระทบหลักจากการชำระการครอบครองกิจการและเงินปันผล นอกจากนี้ รายจ่ายฝ่ายทุน เพิ่มขึ้นราว 19 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 517 ล้านยูโรจาก 436 ล้านยูโรในปีก่อนหน้า รายจ่ายฝ่ายทุนในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่เพิ่มขึ้น 30 เปอร์เซ็นต์เหนือกว่าปีที่แล้ว ทำให้การจัดสรรเงินลงทุนระหว่างตลาดอิมตัวและตลาดเกิดใหม่มีความสมดุลในปี 2557



ผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ยังคงเติบโตอย่างมีผลกำไรในปี 2557

โดยมีรายได้ยอดขายเพิ่มขึ้น 4.6 เปอร์เซนต์

อัตราการเติบโตของกลุ่มธุรกิจนี้ในภาพรวมเหนือกว่าการพัฒนาของตลาดสำคัญที่มีการพัฒนาอย่างคงที่ ยอดขายเพิ่มขึ้น 1.0 เปอร์เซนต์ไปอยู่ที่ 4,626 ล้านยูโร โดยการเติบโตด้วยเลขสองหลัก

ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ช่วยส่งเสริมการเติบโตรายได้ยอดขายในปี 2557 อีกครั้ง

ยุโรปตะวันออกมียอดขายที่มั่นคงถึงแม้จะมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในแต่ละประเทศ ภูมิภาคแอฟริกา/ตะวันออกกลางมีการเติบโตด้วยเลขสองหลักเป็นประวัติการณ์อีกครั้ง

ถึงแม้จะมีความไม่มั่นคงทางการเมืองและสงครามกลางเมืองในซีเรีย

ยอดขายในตลาดอเมริกาแสดงถึงการเติบโตที่แข็งแกร่งมาก

โดยได้แรงขับเคลื่อนจากความสำเร็จของการเปิดตัวแบรนด์เพอร์ซิล

ซึ่งแนะนำออกสู่ภูมิภาคนี้ในปี 2555 ยอดขายในเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น)

มีการขยายตัวที่แข็งแกร่งมาก

ยอดขายในตลาดอิมตัวปรับลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

โดยผลประกอบการมีความแตกต่างกัน

อเมริกาเหนือปรับลดลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคาและการส่งเสริมการขาย ยอดขายในยุโรปตะวันตกเติบโตมั่นคงซึ่งช่วยชดเชยการชะลอตัวลงได้

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าราว 4.8 เปอร์เซนต์หรือ 749

ล้านยูโร ขณะที่ผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้น 0.6

เปอร์เซนต์ขยับขึ้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์ 16.2 เปอร์เซนต์ ขณะที่กำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 615 ล้านยูโร เทียบกับปีก่อนหน้าซึ่งมีตัวเลขอยู่ที่ 682 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมีการเติบโตอย่างมีผลกำไรเช่นกันในปี 2557

ยอดขายเพิ่มขึ้น 2.0 เปอร์เซนต์

โดยอัตราเติบโตในภาพรวมของกลุ่มธุรกิจนี้พุ่งเหนือกว่าตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกัน

ยอดขายเพิ่มขึ้น 1.0 เปอร์เซนต์จาก 3,510 ล้านยูโรในปีก่อนหน้าเป็น 3,547 ล้านยูโร

เมื่อพิจารณาระดับภูมิภาค ผลประกอบการของตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่มีความแข็งแกร่งอย่างมาก เอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) ประสบความสำเร็จเท่ากับปีที่แล้ว โดยมีรายได้ยอดขายเติบโตด้วยตัวเลขสองหลักโดยได้แรงขับเคลื่อนหลักมาจากจีน ถึงแม้จะไม่มีคามมั่นคงทางการเมืองแต่แอฟริกา/ตะวันออกกลาง รวมถึงยุโรปตะวันออกก็มีการเติบโตที่แข็งแกร่งและมั่นคง ยอดขายในลาตินอเมริกาปรับตัวลดลงเนื่องมาจากสภาพตลาดที่ยากลำบากในเวเนซุเอลา

ในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ รายได้ยอดขายอยู่ในแดนลบเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมีการเติบโตเพิ่มขึ้นในยุโรปตะวันตกถึงแม้ตลาดจะชะลอตัวและอยู่ในภาวะถดถอยในบางประเทศ ยอดขายในตลาดอิมพัลส์ของเอเชีย-แปซิฟิกและอเมริกาเหนือปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว เพิ่มขึ้น 3.5 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นมูลค่า 544 ล้านยูโร ถือเป็นกำไรสูงสุดเป็นประวัติการณ์ของกลุ่มธุรกิจนี้ ผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 0.3 จุด เป็น 15.3 เปอร์เซ็นต์ และมีรายงานกำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 421 ล้านยูโร เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่คิดเป็นมูลค่า 474 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีการเติบโตอย่างมีผลกำไรต่อเนื่องอีกครั้งในปี 2557 โดยมีผลประกอบการเหนือกว่าตลาดในภาพรวมด้วยการขยายตัวของรายได้ยอดขาย 3.7 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายมีมูลค่า 8,127 ล้านยูโร มากกว่าปีก่อนหน้าเล็กน้อยที่มียอดขาย 8,117 ล้านยูโร

การเติบโตของรายได้ยอดขายได้แรงขับเคลื่อนจากผลประกอบการอันแข็งแกร่งในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ แอฟริกา/ตะวันออกกลางมีการเติบโตสูงสุดด้วยการขยายตัวของยอดขายสองหลัก ยอดขายในเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) เติบโตอย่างแข็งแกร่งมากและยอดขายก็เพิ่มขึ้นอย่างยอดเยี่ยมในลาตินอเมริกา ผลประกอบการด้านรายได้ยอดขายในยุโรปตะวันออกก็มีความมั่นคงถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองในบางส่วนของภูมิภาคดังกล่าว



รายได้ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจอิมตัวพุ่งสูงกว่าปีที่แล้ว ยอดขายในอเมริกาเหนือไม่ถึงระดับเดียวกับปีที่แล้ว ตลาดอิมตัวในเอเชีย-แปซิฟิกมีการเติบโตที่มั่นคง ผลประกอบการของยุโรปตะวันตกอยู่ในแดนบวก

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงเพิ่มสูงขึ้น 2.3 เปอร์เซ็นต์ มีมูลค่า 1,402 ล้านยูโร ส่วนผลตอบแทนของยอดขายหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นถึงระดับ 0.3 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 17.2 เปอร์เซ็นต์ ส่วนกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5.9 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 1,345 ล้านยูโร

ผลประกอบการระดับภูมิภาค

ท่ามกลางสถานการณ์ตลาดที่ยังคงมีการแข่งขันกันสูง ยอดขายในยุโรปตะวันตกปรับเพิ่มขึ้น 2.6 เปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 5,724 ล้านยูโร รายได้ยอดขาย 1.7 เปอร์เซ็นต์ซึ่งทำให้บริษัทสามารถชดเชยผลกระทบจากการพัฒนาที่ชะลอตัวในยุโรปใต้ได้ ยอดขายในยุโรปตะวันออกลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าโดยอยู่ที่ 2,854 ยูโรเนื่องจากการอ่อนตัวของค่าเงินรูเบิลของรัสเซียและค่าเงินอื่นๆ ในภูมิภาคนี้ รวมถึงผลกระทบความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน อย่างไรก็ตาม รายได้ยอดขายปรับเพิ่มขึ้น 4.5 เปอร์เซ็นต์โดยได้แรงขับเคลื่อนจากผลประกอบการในตุรกีและรัสเซีย สำหรับแอฟริกา/ตะวันออกกลางถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากการเมืองและความไม่สงบในบางประเทศ แต่รายได้ยอดขายยังเพิ่มขึ้น 4.9 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1,133 ล้านยูโร การเติบโตของรายได้ยอดขาย 16.9 เปอร์เซ็นต์โดยได้รับการส่งเสริมจากทุกกลุ่มธุรกิจ

ยอดขายในอเมริกาเหนือได้รับผลกระทบด้านลบจากการแข่งขันด้านราคาและการส่งเสริมการขายในกลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภคที่ดุเดือด ตัวเลขยอดขายในภูมิภาคนี้อยู่ที่ 2,884 ล้านยูโร ซึ่งต่ำกว่าปีก่อนหน้า 1.5 เปอร์เซ็นต์ รายได้ยอดขายลดลง 2.9 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายในลาตินอเมริกาอยู่ที่ 1,029 ล้านยูโรซึ่งต่ำกว่าปีที่แล้วเนื่องจากได้รับผลกระทบด้านอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม รายได้ยอดขายเพิ่มขึ้น 4.4 เปอร์เซ็นต์จากผลประกอบการที่ดีในเม็กซิโก ยอดขายในเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้น 6.0 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าโดยมีตัวเลข 2,676 ล้านยูโร รายได้ยอดขายปรับเพิ่มขึ้น 8.2 เปอร์เซ็นต์

ผลประกอบการที่แข็งแกร่งได้แรงขับเคลื่อนมาจากการเติบโตด้วยเลขสองหลักในเงินและการขยายตัวที่แกร่งมากในอินเดีย

เนื่องจากได้รับผลกระทบด้านลบจากอัตราแลกเปลี่ยน ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ในยุโรปตะวันออก แอฟริกา/ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกาและเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยอยู่ที่ 7,249 ล้านยูโร อย่างไรก็ตาม ยังมีการเติบโตด้านรายได้ยอดขายที่แข็งแกร่งมาก 7.8 เปอร์เซ็นต์ จากผลประกอบการที่ดีของทั้งสามกลุ่มธุรกิจ เป็นอีกครั้งที่ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักต่อการเติบโตของรายได้ยอดขายในปี 2557 สัดส่วนยอดขายจากตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ยังคงอยู่ที่ 44 เปอร์เซ็นต์

การพัฒนาธุรกิจไนโตรมาสที่สี่ของปี 2557

ยอดขายไนโตรมาสที่สี่ของปี 2557 เพิ่มขึ้น 7.1 เปอร์เซ็นต์จาก 3,852 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 4,126 ล้านยูโร รายได้ยอดขายซึ่งไม่รวมผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนและการเข้าซื้อกิจการ – การถอนการลงทุนเพิ่มขึ้น 3.9 เปอร์เซ็นต์ หลังจากพิจารณารายได้ที่เกิดขึ้นแบบครั้งเดียว ค่าใช้จ่ายแบบครั้งเดียวและค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้างกำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุง (EBIT) ปรับเพิ่มขึ้น 3.1 เปอร์เซ็นต์จาก 584 ล้านยูโรเป็น 602 ล้านยูโรเมื่อรายงานผลกำไรจากการดำเนินงาน (EBIT) อยู่ที่ 444 ล้านยูโร เทียบกับ 464 ล้านยูโรของไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้า

ผลตอบแทนจากยอดขายหลังปรับปรุง (กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี) ถึงระดับ 14.6 เปอร์เซ็นต์เทียบกับ 15.2 เปอร์เซ็นต์ในไตรมาสที่สี่ของปีที่แล้ว ส่วนผลตอบแทนจากยอดขายอยู่ที่ 10.8 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับ 12.1 เปอร์เซ็นต์ของปีก่อนหน้า รายได้สุทธิหลังการปรับปรุงและหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้แล้วเพิ่มขึ้น 6.6 เปอร์เซ็นต์ จาก 410 ล้านยูโร เป็น 437 ล้านยูโร รายได้สุทธิประจำไตรมาสอยู่ที่ 310 ล้านยูโร เทียบกับ 321 ล้านยูโรในปีก่อนหน้า เมื่อหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้ 12 ล้านยูโรแล้ว รายได้สุทธิอยู่ที่ 298 ล้านยูโร (ปีก่อนหน้า 320 ล้านยูโร) ส่วนกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมลิทธี (EPS) อยู่ที่ 0.69 ยูโร



Excellence is our Passion

เทียบกับ 0.74 ยูโรของไตรมาสที่สี่ประจำปี 2556 หลังการปรับปรุง
กำไรสุทธิต่อหุ้นบริสุทธิปรับเพิ่มขึ้น 7.4 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จาก 0.94 ยูโรเป็น
1.01 ยูโร

ความคืบหน้าของการดำเนินกลยุทธ์

ในปี 2557 เฮงเคิลมีความก้าวหน้าที่ดีมากในการดำเนินกลยุทธ์ปี 2559 โดยให้ความสำคัญกับทั้งสี่กลยุทธ์หลัก คือ ก้าวล้ำ ก้าวไกล เรียบง่ายและจุดประกาย

1. ก้าวล้ำ: ก้าวล้ำเหนือคู่แข่งชั้นของเรา

เฮงเคิลเดินหน้าเสริมความแข็งแกร่งให้แบรนด์ชั้นนำในปี 2557 โดยสามแบรนด์หลักอย่างเพอร์ซิล (Persil) ชวาร์สคอฟ (Schwarzkopf) และล็อกไทท์ (Loctite) สามารถสร้างยอดขายได้ราว 5 พันล้านยูโร สัดส่วนยอดขายจากแบรนด์ 10 อันดับแรกเพิ่มจาก 57 เปอร์เซ็นต์เป็น 59 เปอร์เซ็นต์ เป้าหมายในปี 2559 คือการเพิ่มสัดส่วนดังกล่าวให้เป็น 60 เปอร์เซ็นต์ เปอร์เซ็นต์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่แข็งแกร่งในทุกกลุ่มธุรกิจถือเป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จของเฮงเคิล โดยในปี 2557 ยอดขาย 45 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจอุปโภคบริโภคของเฮงเคิล (ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม) มาจากผลิตภัณฑ์ที่เปิดตัวในช่วงสามปีหลังสุด ขณะที่ธุรกิจเทคโนโลยีก้าวมียอดขายจากผลิตภัณฑ์ที่เปิดตัวในรอบ 5 ปีเพิ่มขึ้นมากกว่า 30 เปอร์เซ็นต์ เฮงเคิลมุ่งสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลูกค้าปลีกขนาดใหญ่และลูกค้าภาคอุตสาหกรรมในปี 2557 ช่วยส่งเสริมการเติบโตของสัดส่วนยอดขายกับลูกค้า

2. ก้าวไกล: ขับเคลื่อนบริษัทสู่ระดับโลก

เฮงเคิลมีความมุ่งมั่นแสวงหาโอกาสเพื่อการเติบโตทั่วโลก ถึงแม้จะเผชิญความผันผวนที่มากขึ้นและอุปสรรคด้านอัตราแลกเปลี่ยน เฮงเคิลจะเดินหน้าขยายการดำเนินธุรกิจในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่พร้อมกับยกระดับการทำตลาดที่แข็งแกร่งในตลาดเศรษฐกิจอิมพอร์ตสำหรับในปี 2557



รายได้ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่เติบโต 7.8 เปอร์เซ็นต์ขณะที่สัดส่วนของยอดขายยังคงอยู่ที่ 44 เปอร์เซ็นต์เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดเหล่านี้ปรับตัวลดลงสำหรับตลาดเศรษฐกิจอิมตัว เองเคิลรายงานการเติบโตของรายได้ยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อย เองเคิลเสริมการดำเนินงานธุรกิจทั่วโลกในปี 2557 ด้วยการเข้าครอบครองกิจการหลายแห่งซึ่งคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งหมดประมาณ 1.8 พันล้านยูโร การครอบครองกิจการของสปอตเลส กรุ๊ป (Spotless Group) เสริมความมั่นคงในธุรกิจซักล้างและครัวเรือนในยุโรปตะวันตก ปัจจุบันเองเคิลเป็นหนึ่งในสามบริษัทชั้นนำในตลาดผลิตภัณฑ์เส้นผมระดับมืออาชีพในโลกหลังจากครอบครองกิจการของบริษัทเส้นผมมืออาชีพในสหรัฐอเมริกาสามแห่ง นอกจากนี้ เองเคิลจะสามารถเป็นผู้นำเทคโนโลยีการจัดการความร้อนสำหรับลูกค้าทั่วโลกเนื่องจากการเข้า ครอบครองกิจการของเบิร์กควิสต์ คอมพานี (Bergquist Company) ในสหรัฐอเมริกา

3. เรียบง่าย: ส่งเสริมความเรียบง่ายในการปฏิบัติงานของเรา

เองเคิลมีเป้าหมายปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องด้วยการเพิ่มมาตรฐานการทำงาน การก้าวสู่เทคโนโลยีดิจิทัลและการเร่งการดำเนินงานกระบวนการต่างๆ ในปี 2557 เองเคิลพัฒนามาตรฐานและแพลตฟอร์มธุรกิจสำหรับกระบวนการทางธุรกิจที่จะมีความรวดเร็วและประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการเริ่มแพลตฟอร์ม SAP แบบบูรณาการในยุโรปหลังจากประสบความสำเร็จในการใช้ระบบนี้ในเอเชียในปี 2557 นอกจากนี้ ผู้ใช้งานของเองเคิลกว่า 45,000 คนจะเปลี่ยนมาทำงานท่ามกลางเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นซึ่งช่วยให้มีความร่วมมือมากกว่าเดิม และสร้างเครือข่ายสำหรับพนักงานทั่วโลก ในปี 2557 เองเคิลยังเริ่มผสมผสานห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินการจัดซื้อให้เป็นองค์กรห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการระดับโลกและขยายเครือข่ายศูนย์กลางการจัดซื้อระดับโลก

4. จุดประกาย: เสริมความแข็งแกร่งทีมงานระดับโลก

ความสำเร็จของเองเคิลอยู่บนพื้นฐานของการทำงานโดยทีมงานอันแข็งแกร่งทั่วโลก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการดึงดูด พัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ โดยเฉพาะในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ด้วยการดำเนินโครงการพิเศษ ขณะเดียวกัน เองเคิลยังปรับปรุงและเสริมความเข้มแข็งทีมผู้บริหารและส่งเสริมวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพของ บริษัทฯ พนักงานราว 1,150 คนได้รับการเลื่อนตำแหน่งในปี 2557



Excellence is our Passion

พิสูจน์ให้เห็นถึงการดำเนินการที่ได้ผลเป็นอย่างดี สำหรับบริษัทระดับโลกการมีพนักงานที่มีความหลากหลายทั้งในด้านวัฒนธรรมภูมิหลังและประสบการณ์ทำงานแต่สามารถหลอมรวมกันได้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จเชิงการบริหารจัดการความหลากหลายเชิงรุกและมีความคืบหน้าอย่างมากในการดำเนินการด้านนี้มาตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยในปี 2557 สัดส่วนของพนักงานในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่อยู่ที่ 57 เปอร์เซ็นต์และมีพนักงานสตรีที่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการเพิ่มขึ้นเป็น 33 เปอร์เซ็นต์ทั่วโลก (ไม่รวมบริษัทครอบครองกิจการ)

การประเมินภาพรวมธุรกิจของกลุ่มธุรกิจเฮงเคิล ในปี พ.ศ. 2558

เฮงเคิลคาดการณ์ว่า รายได้ยอดขายจะเติบโตเพิ่มขึ้นระหว่าง 3 – 5 เปอร์เซ็นต์ ในปี พ.ศ. 2558 บริษัทฯ

กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีกาวและกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนจะเติบโตอยู่ในระดับดังกล่าว ขณะที่กลุ่มธุรกิจเพื่อความงามจะมีการเติบโตประมาณ 2 เปอร์เซ็นต์ เฮงเคิลคาดการณ์ถึงการพัฒนาย่างมั่นคงของสัดส่วนยอดขายจากตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ โดยเมื่อเทียบกับปี 2557 แล้ว เฮงเคิลประเมินผลตอบแทนจากยอดขายหลังปรับปรุง (EBIT) จะเพิ่มขึ้นราว 16 เปอร์เซ็นต์ และกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์หลังการปรับปรุงจะเพิ่มขึ้นราว 10 เปอร์เซ็นต์

เฮงเคิลดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยการเป็นผู้นำด้านแบรนด์และเทคโนโลยีในสามกลุ่มธุรกิจ คือ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ครัวเรือน (Laundry & Home Care) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม (Beauty Care) และกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีกาว (Adhesive Technologies) บริษัทเฮงเคิลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และครองตำแหน่งผู้นำตลาดทั่วโลกในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อผู้บริโภคและธุรกิจอุตสาหกรรมพร้อมแบรนด์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น เพอร์ซิล ซวาร์สคอฟ และลือคโทท์ มีการจ้างงานพนักงาน กว่า 50,000 คน และสร้างยอดขาย 16,400 ล้านยูโร พร้อมกำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงรวม 2,600 ล้านยูโรในปีงบประมาณ 2557 และมีหุ้นบริมสิทธิ์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ DAX ประเทศเยอรมัน

ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ

แม็กกี้ แทน

บรียง หอมอบ

โทรศัพท์ +65 6424 7045

โทรศัพท์ 0 2684 1551 ต่อ 17

โทรสาร +65 6266 1161

โทรสาร 0 2684 1553

อีเมลล์ maggie.tan@henkel.com

อีเมลล์ banyong@veropr.com

เฮงเค็ล เอจี แอนด์ โค เคจีเอเอ