

ข่าวประชาสัมพันธ์

วันที่ 24 พฤษภาคม 2559

ยืนยันการประเมินประจำปี พ.ศ. 2559

เฮงเค็ลรายงานยอดขายและรายได้มีความมั่นคงในไตรมาสแรก

- ยอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 4,456 ล้านยูโร: ยอดขายปกติ +2.9 เปอร์เซ็นต์ (รายงานยอดขาย +0.6 เปอร์เซ็นต์)
- การเติบโตด้านยอดขายในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่: ยอดขายปกติ +6.3%
- กำไรจากการดำเนินงาน*: +6.2 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 751 ล้านยูโร
- ผลกำไรต่อหุ้นบริมสิทธิ์* (EPS): +7.6 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1.27 ยูโร
- กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี* เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง: +80 จุดไปอยู่ที่ 16.8 เปอร์เซ็นต์

ดัสเชลดอล์ฟ – “เฮงเค็ลเริ่มต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ได้ดี เราสร้างการเติบโตด้านยอดขายและรายได้มากขึ้น พร้อมกับเพิ่มผลตอบแทนจากการขายหลังการปรับปรุงเป็น 16.8 เปอร์เซ็นต์ ทั้งสามกลุ่มธุรกิจช่วยส่งเสริมผลประกอบการที่ดีในภาพรวม ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ของเรามีการเติบโตแบบปกติที่แข็งแกร่งอีกครั้ง” ฮานส์ แวน ไบเลน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของเฮงเค็ลกล่าว

สำหรับปีงบประมาณปัจจุบัน แวน ไบเลนกล่าวว่า “เราคาดการณ์ว่าตลาดจะยังคงมีความท้าทายต่อไปในปี พ.ศ. 2559 เศรษฐกิจโลกจะมีการเติบโตในระดับปานกลางเท่านั้น มีความไม่แน่นอนในตลาดและความเคลื่อนไหวด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นผลดี เราจึงจะให้ความสำคัญกับการยกระดับความแข็งแกร่งของแบรนด์ ตอกย้ำการเป็นผู้นำในตลาดและเสริมศักยภาพด้านนวัตกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายอันทะเยอทะยานของเรา”

**ปรับปรุงสำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นแบบครั้งเดียว ค่าใช้จ่ายแบบครั้งเดียวและค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้าง*

ยืนยันการประเมินประจำปี พ.ศ. 2559

แวน ไบเลนกล่าวยืนยันการประเมินของเฮงเค็ลในปีงบประมาณปัจจุบันว่า “สำหรับตลอดทั้งปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 เราคาดว่ายอดขายแบบปกติจะมีอัตราเติบโตอยู่ที่ราว 2 – 4 เปอร์เซ็นต์ เราคาดการณ์ว่ากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีหลังการปรับปรุงจะอยู่ที่ประมาณ 16.5 เปอร์เซ็นต์ และกำไรต่อหุ้นบริมสิทธิ์หลังการปรับปรุงจะเติบโตอยู่ระหว่าง 8 และ 11 เปอร์เซ็นต์”

ยอดขายและกำไรในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2559

ยอดขายของเฮงเค็ลในไตรมาสแรกปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้น 0.6 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 4,456 ล้านยูโร หลังการปรับปรุงผลกระทบด้านลบของอัตราแลกเปลี่ยน 3.4 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายเพิ่มขึ้น 4.0 เปอร์เซ็นต์

อัตราการเติบโตยอดขายแบบปกติซึ่งปรับปรุงตามผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการเข้าซื้อกิจการ ถอนการลงทุน เพิ่มขึ้น 2.9 เปอร์เซ็นต์

กลุ่มธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน** มีการเติบโตของยอดขายแบบปกติที่แข็งแกร่งเป็นสถิติใหม่ 4.7 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายแบบปกติของกลุ่มธุรกิจ**เพื่อความงาม**เติบโตอย่างมั่นคง 2.6 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่กลุ่มธุรกิจ**เทคโนโลยีการมี**ยอดขายปกติเติบโตอย่างมั่นคงเช่นกันที่ 2.1 เปอร์เซ็นต์

หลังพิจารณารายได้ที่เกิดขึ้นแบบครั้งเดียว ค่าใช้จ่ายแบบครั้งเดียวและค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้างพบว่า**กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุง (EBIT)** เพิ่มขึ้น 6.2 เปอร์เซ็นต์ จาก 707 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 751 ล้านยูโร ผลกำไรจากการดำเนินงานขยายตัว 10.7 เปอร์เซ็นต์ จาก 648 ล้านยูโรเป็น 717 ล้านยูโร

ผลตอบแทนจากยอดขายหลังปรับปรุง (EBIT margin) เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมาก 0.8 เปอร์เซ็นต์เป็น 16.8 เปอร์เซ็นต์ ส่วนผลตอบแทนจากยอดขายเพิ่มขึ้นจาก 14.6 เปอร์เซ็นต์ เป็น 16.1 เปอร์เซ็นต์

ผลประกอบการของเฮงเคิลเพิ่มขึ้น 2 ล้านยูโรไปอยู่ที่ -7 ล้านยูโร อันเนื่องมาจากการชำระคืนตราสารกึ่งหนี้กึ่งทุนในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 อัตราภาษีลดลงเป็น 24.2 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับ 24.6 เปอร์เซ็นต์ของไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้า

รายได้สุทธิหลังการปรับปรุงสำหรับไตรมาสแรก หลังการหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้แล้วเพิ่มขึ้น 7.6 เปอร์เซ็นต์ จาก 510 ล้านยูโรเป็น 549 ล้านยูโร รายได้สุทธิของไตรมาสนี้เพิ่มขึ้น 11.6 เปอร์เซ็นต์ จาก 482 ล้านยูโรเป็น 538 ล้านยูโร เมื่อหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้ 13 ล้านยูโรแล้ว รายได้สุทธิประจำไตรมาสเพิ่มขึ้นเป็น 525 ล้านยูโร (ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า 470 ล้านยูโร)

ส่วนกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์หลังการปรับปรุง (EPS) เพิ่มขึ้น 7.6 เปอร์เซ็นต์จาก 1.18 ยูโร เป็น 1.27 ยูโร ขณะที่การรายงานกำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์เพิ่มขึ้นจาก 1.09 ยูโรเป็น 1.21 ยูโร

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิต่อยอดขายเพิ่มขึ้น 0.8 เปอร์เซ็นต์เป็น 5.4 เปอร์เซ็นต์ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวส่วนใหญ่เกิดจากผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนและสินค้าคงคลังที่น้อยลง

สถานะทางการเงินสุทธิของเฮงเคิลเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 อยู่ที่ 452 ล้านยูโร โดยในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 335 ล้านยูโร

ผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2559

กลุ่มธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน** สร้างความสำเร็จด้วยการเติบโตอย่างมีผลกำไรมากเป็นประวัติการณ์อีกครั้งในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2559 ส่วนแบ่งการตลาดที่สูงขึ้นทำให้**ยอดขาย**ปกติมีการเติบโต 4.7 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีที่แล้วซึ่งเหนือกว่าการเติบโตของหลายตลาดที่เกี่ยวข้อง ยอดขายเพิ่มขึ้น 2.7 เปอร์เซ็นต์เป็น 1,333 ล้านยูโร (ไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วอยู่ที่ 1,298 ล้านยูโร)

การเติบโตของยอดขายปกติที่แข็งแกร่งได้แรงขับเคลื่อนหลักมาจากตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ ภูมิภาคยุโรปตะวันออกและเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) มีการเติบโตสองหลัก แอฟริกาและตะวันออกกลางรายงานการเติบโตที่แข็งแกร่งถึงแม้สภาพตลาดจะยังคงมีความยากลำบาก ลาตินอเมริกามียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคง ยอดขายของตลาดเศรษฐกิจอิมตัวเพิ่มขึ้นในแดนบวก ตลาดอเมริกาเหนือและยุโรปตะวันตกที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นมียอดขายอยู่ในแดนบวกเช่นกัน

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเพิ่มขึ้น 9.5 เปอร์เซ็นต์เป็น 243 ล้านยูโร ขณะที่ผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้นอย่างยอดเยี่ยมที่ 1.1 เปอร์เซ็นต์ เป็น 18.2 เปอร์เซ็นต์ กำไรจากการดำเนินงานมีการขยายตัว 23.3 เปอร์เซ็นต์จาก 192 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 236 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม**มีการเติบโตอย่างมีผลกำไรมากขึ้นเช่นกันในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2559 ด้วยส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น **ยอดขาย**ตามปกติขยายตัว 2.6 เปอร์เซ็นต์ซึ่งเป็นอีกครั้งที่เหนือกว่าค่าเฉลี่ยของหลายตลาดที่เกี่ยวข้อง **ยอดขาย**มีการเติบโต 1.1 เปอร์เซ็นต์เป็น 950 ล้านยูโร (ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า 940 ล้านยูโร)

พัฒนาการในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ยังคงประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องด้วยยอดขายแบบปกติที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ยุโรปตะวันออกช่วยส่งเสริมผลประกอบการได้อย่างดีเยี่ยมด้วยยอดขายที่เติบโตสองหลัก ยอดขายในลาตินอเมริกาและเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) อยู่ในแดนบวก ภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลางมีการเติบโตอย่างมั่นคงเป็นประวัติการณ์ ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจอิมตัวอยู่ในแดนบวกเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ธุรกิจอเมริกาเหนือมีการเติบโตที่แข็งแกร่งมากซึ่งช่วยส่งเสริมผลประกอบการ ขณะที่ตลาดเศรษฐกิจอิมตัวในเอเชีย-แปซิฟิกก็มีการเติบโต ขณะที่ยุโรปตะวันตกต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ดุเดือดและแรงกดดันด้านราคาทำให้ยอดขายลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงของธุรกิจเพื่อความงามเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว 5.0 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 157 ล้านยูโร ผลตอบแทนต่อยอดขายหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมาก 0.6 เปอร์เซ็นต์เป็น 16.5 เปอร์เซ็นต์ กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 7.5 เปอร์เซ็นต์เป็น 143 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจ**เทคโนโลยีการพิมพ์** ยอดขายแบบปกติเติบโตอย่างแข็งแกร่ง 2.1 เปอร์เซ็นต์ในไตรมาสที่หนึ่ง ยอดขายลดลงเล็กน้อย 0.8 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 2,144 ล้านยูโร (เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว 2,160 ล้านยูโร)

ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ยังคงมีพัฒนาการที่ประสบความสำเร็จด้วยยอดขายปกติที่มีการเติบโตมั่นคง ภูมิภาคลาตินอเมริกาขยายตัวด้วยตัวเลขสองหลักซึ่งสูงเป็นประวัติการณ์ ยุโรปตะวันออกมีการขยายตัวที่แข็งแกร่งมากถึงแม้จะเผชิญสถานการณ์ทางการเมืองที่ยากลำบากในบางประเทศของภูมิภาค ขณะที่ในเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) มีผลประกอบการในแดนบวก ขณะที่ภูมิภาคแอฟริกา/ตะวันออกกลางมียอดขายต่ำกว่าไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558 ยอดขายของตลาดเศรษฐกิจอิมตัวยังคงมีเสถียรภาพ ภูมิภาคอเมริกา

เหนือมีการเติบโตในแดนบวก ขณะที่ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจอิมตัวของเอเชีย-แปซิฟิกและยุโรป ตะวันตกยังคงต่ำกว่าระดับของไตรมาสเดียวกันในปีที่แล้วเล็กน้อย

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงของธุรกิจเทคโนโลยีการเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว 6.4 เปอร์เซ็นต์ มีมูลค่า 376 ล้านยูโร ส่วนผลตอบแทนของยอดขายหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นอย่างดีเยี่ยม 1.1 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 17.5 เปอร์เซ็นต์ ส่วนกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5.5 เปอร์เซ็นต์ เป็น 364 ล้านยูโร

ผลประกอบการระดับภูมิภาคในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2559

ในสภาพตลาดที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ยอดขายปกติของเฮงเคิลในยุโรปตะวันตกลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า 0.5 เปอร์เซ็นต์ ผลประกอบการที่มั่นคงในยุโรปตะวันตกและการเติบโตในฝรั่งเศสไม่สามารถชดเชยการชะลอตัวในเยอรมนี โดยมีรายงานยอดขายลดลง ไปอยู่ที่ 1,528 ล้านยูโร ในยุโรปตะวันออก ยอดขายปกติเพิ่มขึ้นสองหลัก 10.9 เปอร์เซ็นต์ โดยได้แรงขับเคลื่อนหลักมาจากธุรกิจไนรัสเซียและตุรกี รายงานยอดขายเพิ่มขึ้นไปอยู่ที่ 629 ล้านยูโร ซึ่งลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ขณะที่แอฟริกา/ตะวันออกกลางมียอดขายปกติที่เติบโตแข็งแกร่ง 3.5 เปอร์เซ็นต์ในไตรมาสที่หนึ่งของปีพ.ศ. 2559 ถึงแม้บางประเทศจะไร้เสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจซึ่งยังคงส่งผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจ รายงานยอดขายอยู่ที่ 349 ล้านยูโรซึ่งต่ำกว่าปีก่อนหน้าเล็กน้อย

อเมริกาเหนือมียอดขายปกติที่มั่นคง โดยเติบโต 2.4 เปอร์เซ็นต์ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากทุกกลุ่มธุรกิจ รายงานยอดขายเพิ่มขึ้นจาก 885 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 926 ล้านยูโร **ลาตินอเมริกา**มียอดขายปกติเพิ่มขึ้น 8.3 เปอร์เซ็นต์ ผลประกอบการในเม็กซิโกช่วยขับเคลื่อนให้เกิดพัฒนาการที่เข้มแข็งมาก รายงานยอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 247 ล้านยูโรเมื่อเทียบกับ 274 ล้านยูโรในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558 ถึงแม้การเติบโตของตลาดในประเทศจีนจะชะลอตัว แต่ยอดขายปกติในเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้น 2.2 เปอร์เซ็นต์ พัฒนาการด้านยอดขายในจีนอยู่ในแดนบวก รายงานยอดขายในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นจาก 732 ล้านยูโรเป็น 747 ล้านยูโร

ในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ ยอดขายปกติยังคงแข็งแกร่งที่ 6.3 เปอร์เซ็นต์ โดยได้แรงขับเคลื่อนจากทุกกลุ่มธุรกิจที่ช่วยสร้างการเติบโต ผลกระทบด้านลบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขายลดลง 1.8 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1,837 ล้านยูโร ขณะที่ส่วนแบ่งยอดขายของตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่ 41 เปอร์เซ็นต์ซึ่งต่ำกว่าไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ด้าน**ตลาดเศรษฐกิจอิมตัว**มียอดขายปกติเพิ่มขึ้น 0.5 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 2,589 ล้านยูโร

การประเมินภาพรวมธุรกิจของเฮงเคิล กรุ๊ป ในปี พ.ศ. 2559

เฮงเคิลคาดการณ์การเติบโตของยอดขายปกติประจำปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 2 – 4 เปอร์เซ็นต์ เฮงเคิลคาดว่าทุกกลุ่มธุรกิจจะสร้างการเติบโตอยู่ในระดับดังกล่าว เฮงเคิลประเมินด้วยว่าส่วนแบ่งยอดขายในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย สำหรับผลตอบแทนยอดขายหลังการปรับปรุง (EBIT) เฮงเคิลคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าโดยอยู่ที่ประมาณ 16.5 เปอร์เซ็นต์ ผลตอบแทนยอดขายหลังการปรับปรุงของแต่ละกลุ่มธุรกิจจะเท่ากับหรือเหนือกว่าในปีก่อนหน้า เฮงเคิลคาดว่า กำไรสุทธิต่อหุ้นบริมสิทธิ์หลังการปรับปรุงจะเพิ่มขึ้นระหว่าง 8 และ 11 เปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้มีข้อความคาดการณ์อนาคต ซึ่งยึดตามการประมาณการและข้อสันนิษฐานในปัจจุบันจากฝ่ายบริหารประจำองค์กรของบริษัท เฮงเคิล เอจี แอนด์ โค เคจีเอเอ ข้อความคาดการณ์อนาคตเหล่านี้มีลักษณะพิเศษเนื่องจากการใช้ค่าต่างๆ เช่น คาดว่า มีเป้าหมายที่จะ วางแผน ทำนาย สันนิษฐาน เชื่อว่า ประมาณการ คาดการณ์ พยากรณ์ และค่าในลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยไม่มีเจตนาใช้คำกล่าวเหล่านี้เพื่อสร้างความเข้าใจว่าการรับประกันว่า ความคาดหวังดังกล่าวจะเป็นจริง ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงในอนาคตของบริษัท เฮงเคิล เอจี แอนด์ โค เคจีเอเอ เกิดจากความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายปัจจัย และอาจแตกต่างจากข้อความคาดการณ์อนาคตข้างต้นได้ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ หลายปัจจัยอยู่นอกเหนือการควบคุมของเฮงเคิล และไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างถูกต้องล่วงหน้า เช่น สภาวะเศรษฐกิจในอนาคต การกระทำของคู่แข่ง และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับสภาพตลาด ทั้งนี้บริษัทไม่ได้วางแผนหรือรับที่จะปรับปรุงข้อความคาดการณ์อนาคตให้เป็นข้อมูลล่าสุด

ข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ

แม็กกี้ แทน

โทรศัพท์ +65 6424 7045

โทรสาร +65 6266 1161

อีเมล maggie.tan@henkel.com

ประภาศรี วสุหิรัญ

+66 (0) 2684 1551 ต่อ 18

+66 (0) 2684 1553

prapasri@veropr.com