10 มีนาคม 2564

เฮงเค็ลจ่ายเงินปันผลในระดับเดียวกันกับปีที่ผ่านมา

**เฮงเค็ลเผยผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งโดยรวมในปีงบประมาณ 2563**

**แม้ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19**

* **พอร์ตโฟลิโอที่สมดุล นวัตกรรมที่แข็งแกร่ง ความแข็งแกร่งทางการเงิน และทีมงานที่ทุ่มเท เป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ทำให้ผลการดำเนินงานนั้นแข็งแกร่ง แม้จะอยู่ในภาวะวิกฤตของโลก**
* **ผลประกอบการปี 2563:**
  + **ยอดขายของกลุ่มสูงถึง 19,300 ล้านยูโร, ยอดขายปกติ (organic) ร้อยละ -0.7**
  + **ส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT margin)\* อยู่ที่ร้อยละ 13.4, -260 เบซิสพอยท์ ซึ่งสอดคล้องกับผลกำไรจากการดำเนินงาน\* 2,600 ล้านยูโร**
  + **กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS)\* 4.26 ยูโร, ร้อยละ -17.9 ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่**
* **กระแสเงินสดอิสระที่แข็งแกร่งมากถึง 2,300 ล้านยูโร, ฐานะการเงินสุทธิดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ**
* **จ่ายเงินปันผลในระดับเดียวกันกับปีที่ผ่านมา 1.85 ยูโรต่อหุ้นบุริมสิทธิ**
* แนวโน้มปี **2564**
  + **การเติบโตของยอดขายปกติ (organic) ที่ร้อยละ 2.0 ถึง 5.0**
  + **ส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT margin)\* อยู่ที่ร้อยละ 13.5 ถึง 14.5**
  + **กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS)\* เพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 5.0 ถึง 15.0 ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่**

\* ปรับปรุงตัวเลขแล้วจากค่าใช้จ่าย/กำไรในการต่อรองราคาซื้อ และค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้าง

**ดุสเซลดอร์ฟ – “แม้เศรษฐกิจโลกจะถดถอยลงเป็นอย่างมากอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เฮงเค็ลยังคงมีผลการดำเนินงานโดยรวมที่แข็งแกร่งในทุกหน่วยธุรกิจ ตลอดทั้งปี ผลประกอบการของเราอยู่ในอันดับต้นๆ ของคำแนะนำของเรา เราประสบความสำเร็จนี้ได้ด้วยพอร์ตโฟลิโอที่สมดุล ความสำเร็จทางด้านนวัตกรรม และความแข็งแกร่งทางการเงิน ตลอดจนความมุ่งมั่นเป็นอย่างมากของพนักงานของเราทั่วโลก ผมขอขอบคุณทุกคนสำหรับผลงานอันยอดเยี่ยมในปีที่ท้าทายอย่างแท้จริงนี้” นายคาร์สเทน โนเบิล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทเฮงเค็ล กล่าว**

**“เราบันทึกยอดขาย 19,300 ล้านยูโร ซึ่งต่ำกว่าปีก่อนเพียงเล็กน้อยในแง่ยอดขายทั่วไป และยังคงรักษาธุรกิจที่ทำกำไรได้โดยมีส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT margin) ที่ร้อยละ13.4 นอกจากนี้เรายังสร้างกระแสเงินสดอิสระที่แข็งแกร่งเกิน 2,300 ล้านยูโร ซึ่งเกือบจะสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ในปีที่ผ่านมา จากผลประกอบการและฐานการเงินที่แข็งแกร่งของเรา เราจึงได้เสนอจ่ายเงินปันผลที่มั่นคงให้กับผู้ถือหุ้นของเราในการประชุมสามัญประจำปีที่กำลังจะมาถึง ตลอดระยะเวลา 35 ปีที่ผ่านมานับตั้งแต่บริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เฮงเค็ลจ่ายเงินปันผลสูงกว่าหรือเท่ากับปีที่ผ่านมาเสมอ” นายโนเบิล กล่าวเพิ่มเติม**

**“ในช่วงวิกฤตโควิด-19 เราปรับตัวได้อย่างยืดหยุ่นและรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงในตลาด โดยยึดหลักความปลอดภัยของพนักงานเป็นอันดับต้นๆ ในขณะเดียวกัน เรายังสามารถประสบความสำเร็จในการเปิดตัวและผลักดันการดำเนินการตามวาระเชิงกลยุทธ์ของเราในทุกเสาหลัก: การปรับพอร์ตโฟลิโอ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการเร่งสร้างนวัตกรรม การผสานความยั่งยืนอย่างมั่นคงในทุกสิ่งที่เราทำ การขับเคลื่อนในการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และการสร้างความมั่นใจในรูปแบบการดำเนินงานในอนาคต แต่ที่สำคัญที่สุดสำหรับผมคือพวกเราได้เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันของเราและสร้างแรงผลักดันที่แข็งแกร่งสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะช่วยให้เราสามารถส่งมอบประสิทธิภาพที่เหนือกว่าและการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย - สำหรับลูกค้าและผู้บริโภค องค์กร พนักงานและผู้ถือหุ้นของเรา และเพื่อสังคมและโลกใบนี้”**

**ตลอดทั้งปี หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาวรายงานยอดขายที่ต่ำกว่าระดับของปีที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากอุตสาหกรรมหลัก อย่างไรก็ตาม ด้วยพอร์ตโฟลิโอที่กว้างขวางและโซลูชั่นนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จทำให้ธุรกิจได้พิสูจน์ความแข็งแกร่งในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก**

**ยอดขายปกติ (organic sales) ในผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์อยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา โดยได้รับผลกระทบอย่างมากจากธุรกิจร้านทำผมเนื่องจากมาตรการสั่งปิดของรัฐบาล ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกมีการเติบโตที่ดี สิ่งนี้ได้รับแรงหนุนจากการพัฒนาแบรนด์ชั้นนำที่ประสบความสำเร็จ ตลอดจนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองเทรนด์ของผู้บริโภคหลัก**

**กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนมียอดขายเติบโตเป็นอย่างมากจากความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยและนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงความต้องการในผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย**

**หลังจากได้รับผลกระทบเชิงลบต่อยอดขายเป็นอย่างมากอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และการปิดตัวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในไตรมาสที่สองสำหรับเทคโนโลยีกาวและผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ ทั้งสามหน่วยธุรกิจรายงานว่าในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 มีการเติบโตที่ดีเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า การพัฒนาธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ และผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนยังได้รับการสนับสนุนจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในแบรนด์ นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนในรูปแบบดิจิทัล**

**ที่ระดับกลุ่ม กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT) ลดลงร้อยละ -19.9 เปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 2,600 ล้านยูโร ส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว  (EBIT margin) อยู่ที่ร้อยละ 13.4 ซึ่งต่ำกว่าปี 2562 ร้อยละ -2.6 กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS) อยู่ที่ 4.26 ยูโร ลดลงร้อยละ -17.9 ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่**

**“การพัฒนารายได้ของเราสะท้อนให้เห็นถึงการลงทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเราได้มีการเพิ่มการลงทุนตามที่ประกาศไว้ตั้งแต่ต้นปี 2563 แม้จะเกิดวิกฤตก็ตาม ความต้องการที่ลดลงในกลุ่มธุรกิจหลักในช่วงวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรของเราด้วย อย่างไรก็ตาม ด้วยการจัดการต้นทุนที่ประสบความสำเร็จของเราและการใช้รูปแบบการดำเนินงานที่ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น ทำให้เราสามารถลดผลกระทบบางส่วนจากวิกฤตที่มีต่อรายได้ของเรา” นายคาร์สเทน โนเบิล อธิบาย**

**“ในขณะที่เรากำลังจัดการกับวิกฤตในปัจจุบัน เรายังคงทุ่มเทอย่างเต็มที่เพื่อวาระการเติบโตที่ทะเยอทะยานของเราในปีต่อๆ ไป เมื่อมองไปข้างหน้า เรามั่นใจมากขึ้นกว่าเดิมที่จะดำเนินการตามวาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายร่วมกับทีมงานทั่วโลกและกำหนดอนาคตของเราให้ประสบความสำเร็จ”**

**แนวโน้มปี 2564**

**“เมื่อเราเข้าสู่ปี 2564 เรายังคงต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนในระดับสูงของการแพร่ระบาดว่าจะพัฒนาไปในทิศทางใด ความพยายามในการฉีดวัคซีนจะก้าวหน้าไปได้เร็วเพียงใด และจะส่งผลต่อข้อจำกัดต่างๆ ในแต่ละประเทศอย่างไร เราคาดการณ์ว่าความต้องการในภาคอุตสาหกรรมและกลุ่มผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับบริษัทของเรา โดยเฉพาะธุรกิจร้านทำผมจะฟื้นตัว ในขณะเดียวกันเราเชื่อว่าความต้องการของผู้บริโภคจะกลับคืนสู่ระดับปกติในหมวดหมู่ที่ความต้องการได้พุ่งสูงขึ้นอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 นอกจากนี้เรายังคาดการณ์ว่าข้อจำกัดต่างๆ ในปัจจุบันในตลาดสำคัญหลายแห่งจะถูกยกเลิกในช่วงไตรมาสแรกและจะไม่มีการปิดตัวลงอย่างกว้างขวางของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอุตสาหกรรม รวมถึงโรงงานผลิตในช่วงที่เหลือของปี” นายคาร์สเทน โนเบิล กล่าว**

**จากสมมติฐานเหล่านี้ เฮงเค็ลคาดว่าจะสร้างยอดขายและกำไรให้เติบโตในปีงบประมาณ 2564 บริษัทฯ คาดว่ายอดขายปกติ (organic sales) จะเติบโตร้อยละ 2.0 ถึง 5.0 และส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว  (EBIT margin) อยู่ในช่วงร้อยละ 13.5 ถึง 14.5 สำหรับกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS) ที่ปรับปรุงแล้ว ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ เฮงเค็ลคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วงร้อยละ 5.0 ถึง 15.0**

**ยอดขายและผลประกอบการของกลุ่มในปีงบประมาณ 2563**

**ยอดขาย**ของกลุ่มเฮงเค็ลในปีงบประมาณ 2563 จำนวน 19,250 ล้านยูโร อยู่ที่ร้อยละ -4.3 ซึ่งต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า การเติบโตของ**ยอดขายปกติ (organic sales)** ซึ่งไม่รวมผลกระทบของสกุลเงินและการเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการติดลบเล็กน้อยที่ร้อยละ -0.7 การมีส่วนร่วมจากการเข้าซื้อกิจการและการถอนการลงทุนมีจำนวนร้อยละ 0.3 ผลกระทบจากสกุลเงินมีผลกระทบเชิงลบร้อยละ -3.9 ต่อยอดขาย

เมื่อเผชิญกับความต้องการที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากลูกค้าในอุตสาหกรรมหลักอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 **หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว** รายงานการพัฒนายอดขายปกติที่ร้อยละ -4.2 ใน**หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์**ยอดขายปกติอยู่ที่ร้อยละ -2.8 ต่ำกว่าระดับปีที่ผ่านมาซึ่งได้รับผลกระทบโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากเงื่อนไขที่ท้าทายสำหรับธุรกิจร้านทำผมในหลายภูมิภาคและตลาดสำคัญเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกมีการเติบโตที่ดี **ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน**มียอดขายเติบโตสูงมากถึงร้อยละ 5.6 การพัฒนาได้รับแรงหนุนจากนวัตกรรมที่แข็งแกร่งและความต้องการผลิตภัณฑ์สุขอนามัยที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เพิ่มขึ้น

**ตลาดเกิดใหม่ (emerging markets)** มียอดขายเติบโตร้อยละ 3.0 **ตลาดที่เติบโตเต็มที่** (**Mature markets**) แสดงให้เห็นว่ายอดขายปกติอยู่ที่ร้อยละ -3.2

ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ยังคงมีการแข่งขันสูงยอดขายใน**ยุโรปตะวันตก**มีการพัฒนาเชิงลบที่ร้อยละ -4.4 **ยุโรปตะวันออก**มีการเติบโตอย่างรวดเร็วถึงร้อยละ 7.1 ใน**แอฟริกา / ตะวันออกกลาง**ยอดขายเติบโตขึ้นร้อยละ 7.0 **อเมริกาเหนือ**มีการพัฒนายอดขายร้อยละ -2.2 ยอดขายใน**ละตินอเมริกา**ลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.5 ในภูมิภาค**เอเชียแปซิฟิก**ยอดขายลดลงอยู่ที่ร้อยละ -1.6

**กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT)** อยู่ที่ 2,579 ล้านยูโรในปี 2563 เมื่อเทียบกับ 3,220 ล้านยูโรในปีงบประมาณ 2562 (ร้อยละ -19.9)

**ส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT margin)** อยู่ที่ร้อยละ 13.4 โดยลดต่ำลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ -2.6 ซึ่งการพัฒนานั้นได้รับผลกระทบจากการลงทุนที่สูงขึ้นในด้านการตลาดและการโฆษณารวมถึงดิจิทัลและไอที

**กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS)** ลดลงร้อยละ -21.5% โดยลดลงจาก 5.43 ยูโรในปีงบประมาณ 2562 เป็น 4.26 ยูโร ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้วลดลงร้อยละ -17.9

**เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ**เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเป็นร้อยละ 0.7 ของยอดขายเทียบกับร้อยละ 3.9 ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

**กระแสเงินสดอิสระ**ยังคงแข็งแกร่งมาก ที่ 2,338 ล้านยูโร โดยเกือบจะแตะระดับปีที่แล้ว (2562: 2,471 ล้านยูโร)

ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2563 **ฐานะการเงินสุทธิ**ของเฮงเค็ลดีขึ้นอย่างมากถึง -888 ล้านยูโร (31 ธันวาคม 2562: -2,047 ล้านยูโร)

คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการกำกับและคณะกรรมการผู้ถือหุ้นจะเสนอต่อที่ประชุมสามัญประจำปีในวันที่ 16 เมษายน 2564 โดย**จ่ายเงินปันผล**เช่นเดียวกับปีที่แล้วคือ 1.85 ยูโรต่อหุ้นบุริมสิทธิและ 1.83 ยูโรต่อหุ้นสามัญ ซึ่งเท่ากับอัตราการจ่ายเงินที่ร้อยละ 43.7 ซึ่งสูงกว่าช่วงเป้าหมายร้อยละ 30 ถึง 40 สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะพิเศษของภาระรายได้ที่เกิดจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การชำระเงินนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากฐานการเงินที่แข็งแกร่งและหนี้ทางการเงินสุทธิที่ต่ำของกลุ่มเฮงเค็ล นโยบายการจ่ายเงินปันผลของเฮงเค็ลในอนาคตยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

**ผลประกอบการรายกลุ่มธุรกิจในปีงบประมาณ 2563**

ในปีงบประมาณ 2563 **ยอดขาย**ใน**หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว**ลดต่ำลงกว่าปีก่อนหน้าเพียงเล็กน้อยที่ร้อยละ -8.2 แตะที่ 8,684 ล้านยูโร **โดยปกติ**แล้วการพัฒนาการขายอยู่ที่ร้อยละ -4.2 โดยเฉพาะในครึ่งปีแรกที่ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งปีหลังความต้องการฟื้นตัวในทุกกลุ่มธุรกิจและภูมิภาค **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว**สูงถึง 1,320 ล้านยูโร (ปีก่อน: 1,712 ล้านยูโร) ผลตอบแทนจากการขายที่ปรับปรุงแล้วอยู่ที่ร้อยละ 15.2 ต่ำกว่าระดับของปี 2562 การลดลงของอัตรากำไรโดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากปริมาณการขายที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ใน**หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ ยอดขาย**ในปีงบประมาณ 2563 แสดงให้เห็นว่ามีการพัฒนาในร้อยละ -2.8 ยอดขายต่ำกว่าปีก่อนหน้าร้อยละ -3.2 แตะที่ 3,752 ล้านยูโร การพัฒนานี้เกิดจากผลกระทบเชิงลบของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในธุรกิจร้านทำผม ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกประสบความสำเร็จในการพัฒนายอดขายโดยรวมที่ดี **กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุง**แล้วสูงถึง 377 ล้านยูโร (ปีก่อน: 519 ล้านยูโร) **ผลตอบแทนจากการขาย (return on sales) ที่ปรับปรุงแล้ว**สูงถึงร้อยละ 10.0 โดยได้รับผลกระทบจากปริมาณการขายที่ลดลงในธุรกิจร้านทำผม รวมถึงการลงทุนด้านการตลาดและการโฆษณารวมถึงดิจิทัลและไอทีที่สูงขึ้น

**ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนสร้างยอดขายปกติเติบโตร้อยละ 5.6 ในปีงบประมาณ** 2563 ยอดขายปกติ **(organic sales) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เป็น 6,704 ล้านยูโร** กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว (**adjusted operating profit**) **อยู่ที่ 1,004 ล้านยูโร (ปีก่อน: 1,096 ล้านยูโร) ที่ร้อยละ 15.0** ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับปรุงแล้ว (**adjusted return on sales**) **ต่ำกว่าระดับของปี 2**562 **โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากการลงทุนด้านการตลาดและการโฆษณารวมถึงดิจิทัลและไอทีที่สูงขึ้น**

“วาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย”: โมเมนตัมที่แข็งแกร่ง

**เมื่อต้นเดือนมีนาคม 2563 เฮงเค็ลได้นำเสนอวาระการเติบโตของบริษัทฯ ในปีต่อๆ ไปซึ่งมุ่งเน้นไปที่การสร้างผลงานที่ได้รับชัยชนะ การเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยเฉพาะในด้านนวัตกรรม ความยั่งยืนและการปรับเปลี่ยนไปในรูปแบบดิจิทัล การสร้างรูปแบบการดำเนินงานที่พร้อมสำหรับอนาคต รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและความร่วมมือกัน “กรอบเชิงกลยุทธ์นี้จะช่วยให้เราคว้าชัยชนะในยุคทศวรรษที่ 20 ของเฮงเค็ลโดยมุ่งเน้นที่การเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมายอย่างชัดเจน แม้เราจะให้ความสำคัญกับการจัดการวิกฤตในปี 2**563 **แต่เราก็สามารถเริ่มดำเนินการตามวาระการเติบโตของเราได้ เรามุ่งมั่นอย่างเต็มที่ที่จะขับเคลื่อนความก้าวหน้าต่อไปในปี 2564 และในปีต่อ ๆ ไป” นายคาร์สเทน โนเบิล กล่าว**

**องค์ประกอบสำคัญของทิศทางในอนาคตของเฮงเค็ลคือ**การบริหารพอร์ตการลงทุนที่ทำกำไร **เฮงเค็ลได้ระบุแบรนด์และหมวดหมู่ที่มียอดขายรวมมากกว่าหนึ่งพันล้านยูโร โดยส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจผู้บริโภคซึ่งราวร้อยละ 50 ถูกกำหนดให้เลิกกิจการหรือเลิกผลิตภายในปี 2564 แบรนด์และธุรกิจที่เหลือคาดว่าจะมีผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนและการปรับตัว ในปี 2**563 **ร้อยละ 60 ของฐานรายได้ของแบรนด์และธุรกิจเหล่านี้สามารถส่งมอบโมเมนตัมยอดขายที่ดีขึ้น**

**แม้จะมีความไม่แน่นอนของตลาดในปี 2563 เฮงเค็ลได้ลงนามในข้อตกลงในการขาย ดำเนินการขาย หรือเลิกกิจการโดยมียอดขายต่อปีมากกว่า 100 ล้านยูโร ในบริบทของการจัดการพอร์ตโฟลิโอของเฮงเค็ลมีมูลค่าตามบัญชีประมาณ 300 ล้านยูโรในปี** 2563 **เนื่องจากขาดทุนจากการด้อยค่าที่ไม่ใช่เงินสดในธุรกิจที่จะขายหรือยกเลิก**

**ในขณะเดียวกันเฮงเค็ลได้เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับพอร์ตการลงทุนด้วย**การควบรวมกิจการ **โดยใช้ประโยชน์จากงบดุลที่แข็งแกร่ง ในปี 2563 เฮงเค็ลได้ตกลงและปิดการซื้อกิจการ 2 ครั้งด้วยราคาซื้อรวมกันประมาณ 500 ล้านยูโรในธุรกิจผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์และเทคโนโลยีกาว**

**เพื่อ**เสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขัน**เฮงเค็ลกำลังเร่งสร้าง**นวัตกรรม**ที่มีอิทฺธิพล เสริมสร้าง**ความยั่งยืน**ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่าง และผลักดัน**การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล**ของบริษัทฯ**

**ในปี** 2563 **เฮงเค็ลเพิ่ม**การลงทุน**ประมาณ 200 ล้านยูโรเมื่อเทียบกับปี** 2562 **(350 ล้านยูโรเมื่อเทียบกับปี** 2561**) เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนเร่งการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของบริษัทฯ การลงทุนดังกล่าวแสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมได้เป็นครั้งแรก: เฮงเค็ลสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดหลักและหมวดหมู่ต่างๆ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเร่งกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น ช่วยในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในด้านสุขอนามัย การฆ่าเชื้อและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดด้วย “นวัตกรรมที่รวดเร็ว” โดยโฟกัสอยู่ที่แนวโน้มสำคัญ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยที่เป็นธรรมชาติและยั่งยืนมากขึ้น รวมถึงเพื่อความสะดวกสบายที่สูงขึ้น**

**เพื่อเร่งการสร้างสรรค์**นวัตกรรม**และพัฒนา**รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ **หน่วยธุรกิจผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์และผลิตภัณฑ์**ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน**ได้จัดตั้งทีมศูนย์บ่มเพาะภายในโดยรวมแนวทางการทำงานที่คล่องตัวเข้ากับขนาดและความเชี่ยวชาญของบริษัทฯ ระดับโลก ได้แก่ “Fritz Beauty Lab” ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจาก Fritz Henkel ผู้ก่อตั้งบริษัทฯ มีเป้าหมายเพื่อระบุพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตสำหรับแบรนด์ที่มีอยู่หรือจุดสีขาวเพื่อสร้างแบรนด์ใหม่อย่างสมบูรณ์ ธุรกิจผลิตภัณฑ์**ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน**ยังได้เปิดตัวโรงงานแนวคิดด้านความยั่งยืนแห่งใหม่ภายใต้แบรนด์ Love Nature โดยมุ่งเน้นไปที่การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนในหมวดผลิตภัณฑ์**ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน **ในเทคโนโลยีกาวเฮงเค็ลยังคงลงทุนในศูนย์นวัตกรรมล้ำสมัยในเมืองดุสเซลดอร์ฟ คิดเป็นเงินลงทุนรวม 130 ล้านยูโรซึ่งใกล้จะแล้วเสร็จและจะเปิดให้บริการในครึ่งปีแรกของปี 2564**

ความยั่งยืน**เป็นอีกหนึ่งจุดแข็งที่สำคัญของเฮงเค็ลซึ่งได้รับการยืนยันจากการให้คะแนนและการจัดอันดับอย่างสม่ำเสมอ จากผลงานที่แข็งแกร่งนี้ เฮงเค็ลมีเป้าหมายที่จะใช้ประโยชน์จากความยั่งยืนเพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน ในปี 2563 เฮงเค็ลประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการผนวกรวมความยั่งยืนในกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดและขับเคลื่อนความก้าวหน้าไปตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด เฮงเค็ลเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นต่อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ยั่งยืน เช่น** solid bars **ภายใต้แบรนด์ผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ Nature Box และ N.A.E. ในธุรกิจผลิตภัณฑ์**ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน **กลุ่มผลิตภัณฑ์ Pro Nature ได้ขยายออกไปและ Love Nature ได้รับการแนะนำให้เป็นที่รู้จัก ในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาวได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ภายใต้แบรนด์ Loctite ช่วยให้สามารถเปลี่ยนโพลีเอทิลีนด้วยกระดาษเพื่อใช้ในบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่สำหรับอาหาร นอกเหนือจากนวัตกรรมเพื่อผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้นเฮงเค็ลได้ทำสัญญาซื้อไฟฟ้าเสมือนจริงสำหรับพลังงานจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนซึ่งจะครอบคลุมความต้องการพลังงานของทุกพื้นที่ของเฮงเค็ลในอเมริกาเหนือ และเฮงเค็ลเองยังเป็นบริษัทแรกที่ออกพันธบัตรการลดขยะพลาสติกโดยมีมูลค่าราว 100 ล้านยูโรเพื่อใช้เป็นเงินทุนในมาตรการลดขยะพลาสติกในห่วงโซ่คุณค่า พันธบัตรดังกล่าวตอกย้ำความมุ่งมั่นของเฮงเค็ลในการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนและลดขยะพลาสติกตลอดจนการเงินที่ยั่งยืน**

เฮงเค็ลกำลังดำเนินการตามเป้าหมายในการเพิ่ม**มูลค่าของการดำเนินงาน** **ผลิตภัณฑ์และการบริการ** เป็นสามเท่า โดยสัมพันธ์กับผลงานด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างปี 2553 ถึง 2573 ระหว่างทางไปสู่เป้าหมายระยะยาวนี้ เฮงเค็ลได้กำหนดเป้าหมายระยะกลางในปี 2563 และบริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้เป็นส่วนใหญ่ โดยรวมแล้วเฮงเค็ลได้ปรับปรุงประสิทธิภาพทรัพยากรในปี 2563 ขึ้นร้อยละ 64 เมื่อเทียบกับปี 2553

นอกเหนือจากนวัตกรรมและความยั่งยืน ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเฮงเค็ลคือการเปลี่ยนถ่ายไปในรูปแบบ**ดิจิทัล**ให้เป็นผู้สร้างมูลค่าให้กับลูกค้าและผู้บริโภคในทุกหน่วยธุรกิจ เพื่อเริ่มใช้งานและเร่งกระบวนการนี้เฮงเค็ลได้สร้างหน่วยงานใหม่ขึ้นในปี 2563 เฮงเค็ลดีเอ็กซ์ได้รวมความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัล การจัดการกระบวนการทางธุรกิจ และไอทีไว้ในองค์กรระดับโลกแห่งเดียว เฮงเค็ลดีเอ็กซ์ได้เปิดศูนย์กลางนวัตกรรมแห่งแรกในกรุงเบอร์ลินและมีแผนจะขยายเครือข่ายทั่วโลกพร้อมฮับเพิ่มเติมในอนาคต ในช่วงปี 2563 ส่วนแบ่งการขายในช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างมากโดยหน่วยธุรกิจทั้งหมดได้รับประโยชน์ โดยรวมแล้วยอดขายดิจิทัลที่เฮงเค็ลเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 โดยธุรกิจผู้บริโภครวมกันแล้วมีการเติบโตมากกว่าร้อยละ 60 สำหรับกลุ่มบริษัทส่วนแบ่งดิจิทัลในการขายโดยรวมเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 15

รูปแบบการดำเนินงานแบบมีประสิทธิภาพ รวดเร็วและพร้อมในอนาคตเป็น**องค์ประกอบสำคัญ**ของกรอบกลยุทธ์ของเฮงเค็ล เพื่อให้แน่ใจและเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน บริษัทฯ ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการและโครงสร้างทั่วทั้งบริษัทอย่างต่อเนื่อง ในการดำเนินการดังกล่าวเฮงเค็ลมุ่งมั่นที่จะเปิดใช้รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เพื่อยกระดับความใกล้ชิดของลูกค้าและผู้บริโภคด้วยการตัดสินใจที่รวดเร็วขึ้นและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพต่อไป ด้วยการเปิดตัวโครงสร้างองค์กรใหม่ในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาวในปี 2563 เฮงเค็ลสามารถตอบสนองและให้บริการกลุ่มลูกค้าและตลาดที่เฉพาะเจาะจงได้ดียิ่งขึ้น ในหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์และ**ผลิตภัณฑ์**ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเฮงเค็ลได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์กรเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถมุ่งเน้นในระดับภูมิภาคได้ดีขึ้นและเพิ่มความใกล้ชิดกับลูกค้าและผู้บริโภค

การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรของเฮงเค็ลและการเร่ง**การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม**ถือเป็นหัวใจสำคัญของ “วาระการเติบโตอย่างมีจุดมุ่งหมาย” ของเฮงเค็ล บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันด้วยการส่งเสริมบุคลากรและด้วยความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำที่เป็นหัวใจหลัก ในปี 2563 เฮงเค็ลได้เปิดตัวมาตรการต่างๆ เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันและการเสริมสร้างขีดความสามารถ ยกระดับทักษะพนักงานสำหรับความสามารถในอนาคต และช่วยให้บุคลากรเติบโตและพัฒนาทั้งในแบบส่วนตัวและแบบมืออาชีพ เฮงเค็ลจัดทำแบบสำรวจสุขภาพองค์กรทั่วโลกเพื่อระบุจุดแข็งและพื้นที่สำหรับการพัฒนาและออกแบบเส้นทางวัฒนธรรมในอนาคต ความพยายามในการปรับตัวและพัฒนาวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและการเป็นนายจ้างที่น่าดึงดูดใจได้รับการสะท้อนให้เห็นในการปรับปรุงที่โดดเด่นในการจัดอันดับชื่อเสียงและเกณฑ์มาตรฐานของนายจ้างที่สำคัญ

“ผมรู้สึกภูมิใจในความก้าวหน้าที่เราได้ทำจากการดำเนินการตามวาระยุทธศาสตร์ของเราในขณะที่ยังต้องจัดการกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19ทั่วโลก ผมรู้สึกประทับใจในความยืดหยุ่นของธุรกิจของเรา ซึ่งทำให้เราสามารถบรรลุผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและเสริมสร้างรากฐานทางการเงินของเราให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น แต่ความรู้สึกที่สำคัญที่สุดคือ ความรู้สึกขอบคุณและความเคารพอย่างจริงใจที่มีต่อพนักงานของเฮงเค็ลถึงประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันและทัศนคติเชิงบวกที่พวกเขาแสดงให้เห็นในปี 2563 ผมอยากจะขอบคุณทุกคนสำหรับการมีส่วนร่วมอันล้ำค่าในปีที่พิเศษนี้อย่างแท้จริงนี้” นายคาร์สเทน โนเบิลกล่าวสรุป

# # # #

**เกี่ยวกับเฮงเค็ล**เฮงเค็ล ดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่สมดุลและหลากหลาย บริษัทฯ เป็นผู้นำในสามกลุ่มธุรกิจทั้งในธุรกิจเพื่ออุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค อันเป็นผลมาจากแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง ธุรกิจเทคโนโลยีกาวของเฮงเค็ล (Adhesive Technologies) เป็นผู้นำในตลาดกาวในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ (Laundry & Home Care and Beauty Care businesses) เฮงเค็ลเป็นผู้นำในหลายตลาดและประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลก เฮงเค็ลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และมีประวัติความสำเร็จอันยาวนานกว่า 140 ปี ในปี พ.ศ. 2563 เฮงเค็ลมียอดขายมากกว่า 19,000 ล้านยูโร และมีผลกำไรดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว 2,600 ล้านยูโร เฮงเค็ลมีพนักงานมากกว่า 53,000 คนทั่วโลก ซึ่งมีความหลากหลายมีความมุ่งมั่น รวมกันเป็นหนึ่งเดียวด้วยวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน และมีคุณค่าร่วมกัน ในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งเป็นที่ยอมรับ เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**ข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ**

แม็กกี้ แทน

เฮงเค็ล

โทรศัพท์ +65 6424 7045

อีเมล [maggie.tan@henkel.com](mailto:maggie.tan@henkel.com)