

# PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của IHS Markit

## Lĩnh vực sản xuất của ASEAN tăng trưởng trở lại trong tháng 3

### Những điểm nổi bật

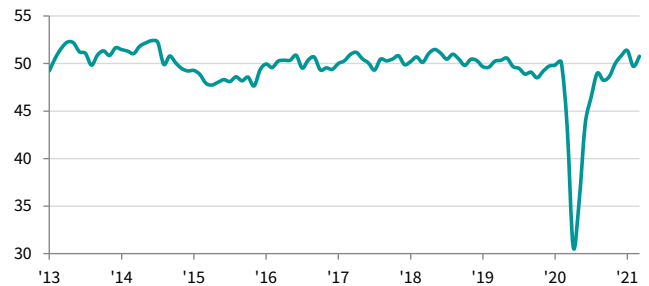
Sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng trở lại

Chi phí đầu vào tăng mạnh nhất trong hơn bảy năm

Niềm tin kinh doanh tăng

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN

Điều chỉnh theo mùa, >50 = cải thiện so với tháng trước



Nguồn: IHS Markit.

Dữ liệu được thu thập từ ngày 12 đến ngày 25 tháng 3 năm 2021.

Theo dữ liệu chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index (PMI™) của IHS Markit, lĩnh vực sản xuất ASEAN tiếp tục tăng trưởng trong tháng cuối quý 1. Sau khi giảm nhẹ trong tháng 2, cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng trong tháng 3, mặc dù mức tăng chỉ là nhẹ. Tuy nhiên, sự đình trệ của chuỗi cung ứng tiếp tục tạo áp lực lạm phát khi tốc độ tăng chi phí là nhanh nhất kể từ tháng 1/2014. Mặc dù vậy, niềm tin kinh doanh tăng thành mức cao của ba tháng, tuy mức độ lạc quan vẫn thấp hơn một chút so với trung bình dài hạn của chỉ số.

Chỉ số PMI toàn phần tăng từ 49,7 trong tháng 2 lên thành mức trên ngưỡng trung tính 50 là 50,8 trong tháng 3. Điều này cho thấy các điều kiện sản xuất ASEAN tiếp tục cải thiện, mặc dù mức cải thiện chỉ là nhẹ.

Mức tăng trưởng được ghi nhận ở bốn trong bảy quốc gia khảo sát trong tháng 3. Mức tăng cao nhất thuộc về Việt Nam khi chỉ số toàn phần (53,6) cho thấy lần cải thiện thứ tư liên tiếp của sức khỏe lĩnh vực sản xuất, và đây là mức cải thiện nhanh nhất kể từ tháng 12/2018.

Indonesia và Philippines cũng duy trì được tăng trưởng trong tháng 3. Ở Indonesia, chỉ số toàn phần đạt mức cao kỷ lục (kể từ tháng 4/2011) là 53,2 và cho thấy tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ, trong khi Philippines có mức tăng trưởng nhẹ, nhưng về tổng thể vẫn là mạnh (52,2).

Singapore là quốc gia ASEAN duy nhất còn lại có sự cải thiện các điều kiện sản xuất trong tháng 3. Tại đây, chỉ số PMI toàn phần (50,7) cho thấy tốc độ tăng trưởng chậm hơn đáng kể so với ba tháng trước đó, và nói chung mức tăng chỉ là nhẹ.

### Bình luận

Bình luận về kết quả khảo sát mới đây, Lewis Cooper, chuyên gia kinh tế tại IHS Markit, nói:

*“Lĩnh vực sản xuất ASEAN tiếp tục có các điều kiện sản xuất cải thiện vào cuối quý 1 nhờ sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới cùng tăng sau khi giảm nhẹ trong tháng 2.*

*Tuy nhiên, dữ liệu cho thấy nguồn cung tiếp tục bị gián đoạn khi năng lực của người bán hàng tiếp tục giảm và góp phần làm chi phí tăng với tốc độ nhanh nhất trong hơn bảy năm. Các công ty sử dụng năng lực định giá của họ để chuyển một phần chi phí bổ sung sang cho khách hàng trong tháng 3 khi giá đóng cửa của nhà máy tăng với tốc độ mạnh nhất trong gần hai năm rưỡi.*

*Ở cấp độ quốc gia, kết quả hoạt động vẫn không đồng đều, khi chỉ bốn trong bảy quốc gia khảo sát có ghi nhận tăng trưởng trong tháng 3. Suy giảm đã chậm lại ở Malaysia và Thái Lan, nhưng tình trạng chính trị rối loạn đã dẫn đến tốc độ suy giảm kỷ lục mới ở Myanmar.*

*Về tổng thể, triển vọng ngắn hạn của lĩnh vực sản xuất vẫn không chắc chắn. Mặc dù cơ hội tiếp tục phục hồi từ đại dịch là cao hơn, chúng ta vẫn còn chờ những dấu hiệu cho sự phục hồi mạnh mẽ và bền vững.”*

còn tiếp...

Trong khi đó, sức khỏe của lĩnh vực sản xuất hàng hoá Malaysia hầu như ổn định trong tháng khi chỉ số toàn phần đạt mức dưới ngưỡng trung tính 50 điểm. Tại Thái Lan, đà giảm sút đã chậm lại kể từ tháng 2, nhưng với kết quả 48,8, chỉ số PMI vẫn cho thấy tốc độ suy giảm nói chung là nhẹ.

Cuối cùng, Myanmar có thêm một tháng giảm nghiêm trọng trong tháng 3. Chỉ số toàn phần trượt về mức thấp kỷ lục mới (27,5) khi các nhà máy vẫn đóng cửa trong tình hình chính trị rối loạn.

Nhân tố chính góp phần cải thiện các điều kiện sản xuất ASEAN trong tháng 3 là cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đều tăng trở lại. Tuy nhiên, về tổng thể tốc độ tăng chỉ là nhẹ, và là yếu hơn so với tháng 12 và tháng 1.

Mặc dù vậy, nhu cầu được cải thiện đã làm tăng niềm tin của các công ty trong tháng 3 về sản lượng trong 12 tháng tới. Mức độ tâm lý lạc quan là cao nhất kể từ tháng 12, mặc dù đã giảm một chút so với dữ liệu lịch sử.

Dữ liệu của tháng 3 cũng cho thấy nguồn cung tiếp tục bị gián đoạn khi thời gian giao hàng hóa đầu vào trung bình đã bị kéo dài lần thứ mười bốn liên tiếp. Tuy nhiên, tình trạng chậm chễ là ít nghiêm trọng nhất kể từ tháng 11 năm ngoái.

Những khó khăn của chuỗi cung ứng một lần nữa làm tăng chi phí đầu vào trong tháng 3. Tốc độ tăng là nhanh nhất kể từ tháng 1/2014. Kết quả là, các công ty đã tăng giá bán trung bình với mức độ mạnh nhất được ghi nhận trong thời gian gần hai năm rưỡi.

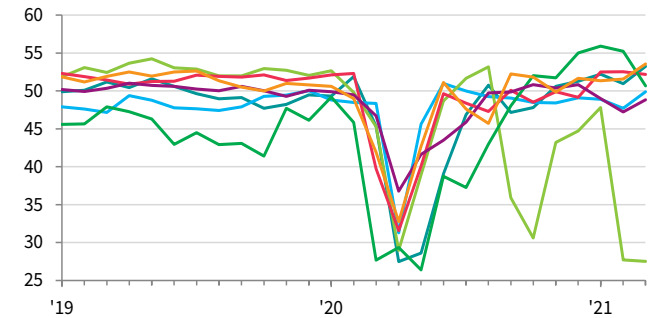
Các công ty tiếp tục giảm việc làm trong tháng 3, mặc dù tốc độ giảm là chậm nhất trong hơn một năm, có lẽ đã phản ánh áp lực sản xuất mạnh hơn khi lượng công việc tồn đọng tăng lần đầu tiên kể từ tháng 6/2014.

Cùng lúc đó, hoạt động mua hàng tăng lần đầu tiên kể từ tháng 5/2019 khi các công ty muốn tăng hàng tồn kho. Tuy nhiên, tồn kho của cả hàng mua và hàng thành phẩm đều giảm.

PMI Ngành sản xuất

Indonesia / Malaysia / Myanmar / Philippines  
Singapore / Thái Lan / Việt Nam

Điều chỉnh theo mùa, >50 = cải thiện so với tháng trước



Nguồn: IHS Markit.

Liên hệ

Lewis Cooper  
Chuyên gia kinh tế  
IHS Markit  
Điện thoại: +44-1491-461-019  
[lewis.cooper@ihsmarkit.com](mailto:lewis.cooper@ihsmarkit.com)

Joanna Vickers  
Truyền thông Doanh nghiệp:  
IHS Markit  
ĐT: +44-207-260-2234  
[joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)

Phương pháp luận

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của IHS Markit được IHS Markit thu thập từ phản trả lời các câu hỏi gửi cho các nhà quản trị mua hàng trong các nhóm khảo sát các nhà sản xuất ở Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam, với tổng cộng khoảng 2100 nhà sản xuất. Những quốc gia này chiếm đến 98% tổng giá trị gia tăng ngành sản xuất của ASEAN\*. Các nhóm khảo sát được phân chia theo lĩnh vực và quy mô lao động của công ty, dựa trên đóng góp vào GDP.

Những câu trả lời khảo sát được thu thập ở nửa cuối của mỗi tháng và cho biết chiều hướng thay đổi so với tháng trước. Một chỉ số khuếch tán được tính toán cho mỗi tham số khảo sát. Chỉ số là tổng cộng phần trăm số câu trả lời 'cao hơn' và một nửa tỷ lệ phần trăm các câu trả lời 'không thay đổi'. Các chỉ số có giá trị từ 0 đến 100, với một kết quả trên 50 thể hiện một mức tăng tổng thể so với tháng trước, và dưới 50 thể hiện một mức giảm tổng thể. Các chỉ số sau đó được điều chỉnh theo mùa. Các chỉ số của ASEAN được tính toán bằng bình quân gia quyền các chỉ số của từng quốc gia. Trọng số của quốc gia được tính từ giá trị gia tăng ngành sản xuất hàng năm\*.

Chỉ số toàn phần là Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index™ (PMI). Chỉ số PMI là số bình quân gia quyền của năm chỉ số sau: Đơn đặt hàng mới (30%), Sản lượng (25%), Việc làm (20%), Thời gian giao hàng của nhà cung cấp (15%) và Tồn kho hàng mua (10%). Để tính toán chỉ số PMI, chỉ số thời gian giao hàng của nhà cung cấp được đảo ngược để nó biến động theo một hướng có thể so sánh với các chỉ số khác.

Dữ liệu khảo sát cơ bản không được điều chỉnh sau khi xuất bản, nhưng các nhân tố điều chỉnh theo mùa có thể được điều chỉnh trong từng thời điểm khi phù hợp và những điều chỉnh này sẽ ảnh hưởng đến các chuỗi dữ liệu điều chỉnh theo mùa.

Dữ liệu tháng 3 năm 2021 được thu thập từ ngày 12 đến ngày 25 tháng 3 năm 2021.

Để biết thêm thông tin về phương pháp luận của khảo sát PMI, xin liên hệ [economics@ihsmarkit.com](mailto:economics@ihsmarkit.com).

\*Nguồn: Các Chỉ số Phát triển Thế giới của Ngân hàng Thế giới.

Quyền khước từ

Bản quyền sở hữu trí tuệ đối với dữ liệu cung cấp tại đây là sở hữu của hoặc được cấp phép cho IHS Markit. Bất kỳ sự sử dụng trái phép nào, bao gồm nhưng không hạn chế ở việc sao chép, phân phối, truyền tin hay phương thức khác, đối với bất kỳ dữ liệu xuất bản nào đều không được phép nếu không có sự đồng ý trước của IHS Markit. IHS Markit sẽ không có bất kỳ trách nhiệm, bổn phận hay nghĩa vụ nào đối với hoặc liên quan tới nội dung hoặc thông tin ("dữ liệu") bao gồm ở đây, bất kỳ sai sót, thiếu chính xác, bỏ sót hay chậm chễ nào của dữ liệu, hay đối với bất kỳ hành động nào được tiến hành dựa vào những dữ liệu đó. IHS Markit sẽ không chịu bất kỳ trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại đặc biệt, ngẫu nhiên, hay là hậu quả, nảy sinh từ việc sử dụng dữ liệu. Purchasing Managers' Index™ và PMI™ là các nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của Markit Economics Limited hoặc được cấp phép cho Markit Economics Limited. IHS Markit là nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. và/hoặc các chi nhánh.