

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của IHS Markit

Lĩnh vực sản xuất ASEAN trong tháng 2 giảm sút trở lại

Những điểm nổi bật

Chỉ số PMI toàn phần giảm xuống dưới ngưỡng 50 điểm lần đầu tiên kể từ tháng 10 năm ngoái.

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

Niềm tin kinh doanh giảm thành mức thấp của năm tháng

Dữ liệu được thu thập từ ngày 11 đến ngày 22 tháng 2 năm 2021.

Theo dữ liệu Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index (PMI™) của IHS Markit, các điều kiện kinh doanh trong tháng 2 của lĩnh vực sản xuất ASEAN xấu đi lần đầu tiên trong bốn tháng khi cả sản lượng xuất xưởng và số lượng đơn đặt hàng mới đều giảm trở lại. Trong khi đó, kỳ vọng về sản lượng trong 12 tháng tới đã giảm thành mức thấp nhất kể từ tháng 9 năm ngoái, mặc dù các nhà sản xuất hàng hóa vẫn lạc quan rằng sản lượng sẽ tăng trong năm tới.

Chỉ số PMI toàn phần đạt 49,7 trong tháng 2, giảm so với mức cao của 51,4 trong tháng 1, cho thấy sức khỏe lĩnh vực sản xuất giảm lần đầu tiên kể từ tháng 10 năm ngoái.

Ở cấp độ quốc gia, Myanmar có mức suy giảm mạnh nhất của các điều kiện kinh doanh. Chỉ số toàn phần (27,7) là mức thấp kỷ lục khi tình trạng bất ổn chính trị khiến các nhà máy phải đóng cửa. Ở những nơi khác, Thái lan và Malaysia cũng có sản xuất suy giảm và tốc độ giảm ở mỗi quốc gia đều nhanh hơn. Với kết quả chỉ số tương ứng là 47,2 và 47,7, chỉ số PMI toàn phần cho thấy mức suy giảm vừa phải của sức khỏe lĩnh vực sản xuất nói chung.

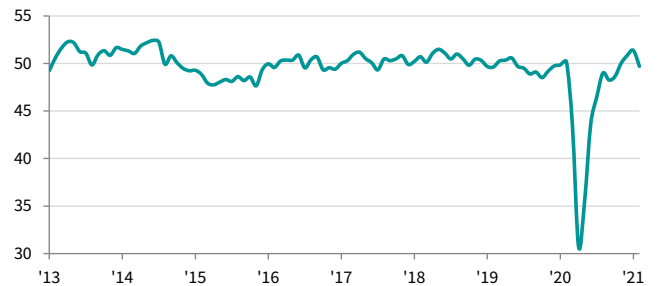
Trong khi đó, tăng trưởng ở Indonesia đã chậm lại so với mức cao của sáu năm rưỡi trong tháng 1. Chỉ số toàn phần (50,9) chỉ cho thấy mức tăng nhẹ trong tháng 2. Cùng lúc đó, Việt Nam có sự cải thiện nhanh nhất của các điều kiện kinh doanh trong hai tháng, mặc dù trong đó một tháng là ở mức vừa phải (PMI: 51,6).

Tại Philippines, chỉ số toàn phần (52,5) là không thay đổi so với tháng trước đã cho thấy một trong hai mức tăng nhanh nhất kể từ tháng 12/2018. Cuối cùng, Singapore có mức cải thiện mạnh nhất các điều kiện sản xuất trong số bảy quốc gia khảo sát trong tháng 2. Với kết quả 55,2, chỉ số toàn phần cho thấy tốc độ có chậm lại nhưng mức độ vẫn là mạnh.

còn tiếp...

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN

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



Nguồn: IHS Markit.

Bình luận

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

“Các điều kiện sản xuất tháng 2 trong khu vực ASEAN đã suy giảm lần đầu trong bốn tháng. Tuy nhiên, tốc độ giảm chỉ là nhẹ, phản ánh cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đều chỉ giảm nhẹ.

Phù hợp với các điều kiện kinh doanh khó khăn hơn, tâm lý kinh doanh đã giảm về mức thấp của năm tháng và là mức thấp hơn so với mức trung bình của lịch sử chỉ số. Tuy nhiên, nhìn chung các nhà sản xuất vẫn lạc quan về sản lượng trong năm tới.

Ở cấp độ quốc gia, tình trạng suy giảm tiếp tục diễn ra ở Malaysia và Thái lan ảnh hưởng đến kết quả của toàn bộ ngành sản xuất, và Myanmar cũng có mức giảm kỷ lục, trong khi tăng trưởng chậm lại hoặc duy trì ở mức nhẹ tại các quốc gia ASEAN khác. Nói chung, dữ liệu chỉ cho thấy cú nẩy nhẹ trên con đường phục hồi trong tháng 2. Mặc dù vậy, nhu cầu khách hàng vẫn cần phải tăng trong những tháng tới để bảo đảm lĩnh vực sản xuất trở lại quỹ đạo tăng trưởng.”

Về tổng thể, lĩnh vực sản xuất ASEAN đã suy giảm nhẹ trong tháng 2 sau hai tháng tăng trưởng, khi cả sản lượng xuất xưởng và số lượng đơn đặt hàng mới đều giảm trở lại từ đó tác động lên hoạt động sản xuất. Tốc độ giảm tổng số đơn đặt hàng mới nhanh hơn một chút so với sản lượng khi sản lượng chỉ giảm nhẹ, một phần do số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới giảm mạnh.

Trong khi đó, các công ty tiếp tục giảm hoạt động mua hàng, và mức độ giảm mua hàng hóa đầu vào kỳ này là nhanh nhất trong ba tháng. Từ đó, hàng tồn kho trước sản xuất giảm nhanh hơn, mặc dù mức giảm nói chung chỉ là nhỏ.

Dữ liệu tháng 2 cũng vẫn cho thấy áp lực đối với chuỗi cung ứng khi hiệu suất hoạt động của người bán hàng suy giảm tháng thứ 13 liên tiếp và mức suy giảm là mạnh. Tuy nhiên, mức độ kéo dài thời gian giao hàng là ít nhất kể từ tháng 11 năm ngoái.

Trong điều kiện nhu cầu yếu và yêu cầu sản xuất giảm, lượng công việc tồn đọng tại các nhà sản xuất hàng hóa ASEAN tiếp tục giảm trong tháng 2. Tốc độ giảm đã gia tăng nhẹ so với tháng trước, nhưng nhìn chung vẫn ở mức khiêm tốn.

Từ đó, các công ty tiếp tục giảm số lượng nhân viên trong tháng 2. Tuy nhiên, lần giảm việc làm lần này là chậm nhất kể từ trước khi khởi phát đại dịch virus corona 2019 (COVID-19) và mức giảm chỉ là nhẹ.

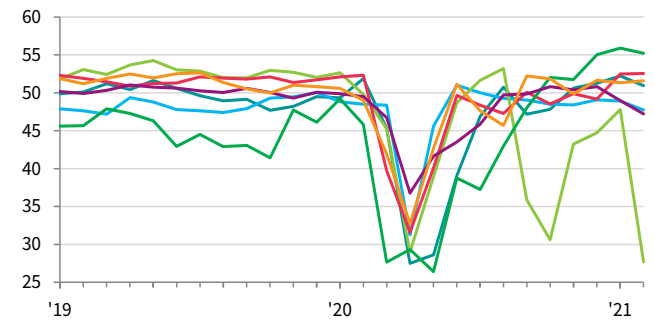
Về giá cả, chi phí đầu vào trong tháng 2 đã tăng tháng thứ mười một liên tiếp và tốc độ tăng là nhanh nhất kể từ tháng 10/2018. Kết quả là, các công ty đã lại phải tăng giá bán hàng. Tốc độ tăng giá bán hàng là nhanh nhất trong hai năm và là mức tăng vừa phải.

Cuối cùng, niềm tin kinh doanh đã giảm nhẹ trong tháng 2, khi tâm lý đã bị quan hơn so với mức trung bình của lịch sử chỉ số. Mặc dù vậy, nói chung các công ty vẫn lạc quan về sản lượng tăng trong 12 tháng tới.

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

Katherine Smith
Bộ phận Truyền thông
IHS Markit
Điện thoại: +1-781-301-9311
katherine.smith@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 2 năm 2021 được thu thập từ ngày 11 đến ngày 22 tháng 2 năm 2021.

Để biết thêm thông tin về phương pháp luận của khảo sát PMI, xin liên hệ economics@ihsmarkit.com.

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

Quyền khách 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 trễ 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 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.

Thông tin về IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) là công ty hàng đầu thế giới chuyên cung cấp các thông tin, phân tích và các giải pháp quan trọng cho các ngành và thị trường lớn mà đang là động lực cho các nền kinh tế trên toàn cầu. Công ty cung cấp các thông tin, phân tích và giải pháp tiên tiến nhất cho khách hàng thuộc lĩnh vực kinh doanh, tài chính và chính phủ, nâng cao hiệu quả hoạt động của họ và cung cấp những ý kiến phân sâu sắc làm cơ sở đưa ra những quyết định sáng suốt và tự tin. IHS Markit có hơn 50.000 khách hàng là các doanh nghiệp và chính phủ, bao gồm 80% danh sách 500 công ty hàng đầu (Fortune Global 500) và các tổ chức tài chính hàng đầu thế giới.

IHS Markit là nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. và/hoặc các chi nhánh. Tất cả các tên của công ty và sản phẩm khác có thể là nhãn hiệu của những người sở hữu liên quan © 2021 IHS Markit Ltd. Tất cả bản quyền được bảo vệ.

Nếu quý vị không muốn nhận tin tức từ IHS Markit, hãy gửi email katherine.smith@ihsmarkit.com. Để đọc chính sách về quyền riêng tư của chúng tôi, hãy nhấn [vào đây](#).

Về chỉ số PMI

Khảo sát Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index™ (PMI®) đã được thực hiện cho 40 quốc gia và cả cho các khu vực chủ chốt kể cả khu vực đồng Euro. Đây là những cuộc khảo sát kinh doanh được theo dõi nhiều nhất trên thế giới, được sự ủng hộ của các ngân hàng trung ương, thị trường tài chính và các nhà hoạch định chính sách kinh doanh vì khả năng cung cấp những chỉ báo cập nhật, chính xác và độc đáo về các xu hướng kinh tế. Để tìm hiểu thêm hãy truy cập ihsmarkit.com/products/pmi.html.