

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Humina ang mga kundisyon ng pagmamanupaktura sa unang pagkakataon sa taong 2018

Mga pangunahing tala:

- Pinakamabilis na pagbagsak ng mga bagong order sa loob ng dalawang taon
- Pinakamataas sa loob ng 20 buwan ang inflation ng presyo ng input
- Bahagya lang na lumawak ang output

Nakaranas ang sektor ng pagmamanupaktura sa ASEAN ng bahagyang paghina ng mga kundisyon ng pagpapatakbo sa buwan ng Oktubre, ayon sa headline na **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)**, na pinagsasama-sama ng IHS Markit.

Bumagsak ang headline na PMI sa 49.8 sa buwan ng Oktubre mula sa 50.5 sa buwan ng Setyembre na nagpapahiwatig ng bahagyang paghina ng kalagayan ng sektor ng pagmamanupaktura. Ang naitalang index ang pinakamababang naitala sa loob ng 15 buwan at ito ang unang pagkakataon mula Disyembre 2017 na nakapagtala ang PMI ng mas mababa sa hindi nagbabagong 50.0 na antas.

Makikita sa data ng pinakahuling survey ang pinakamahirang paglago ng output sa mga kumpanya ng pagmamanupaktura sa ASEAN sa loob ng 15 buwan. Dagdag pa rito, pinakamabilis na bumagsak ang bagong negosyo sa loob ng dalawang taon, bagama't bahagya lang. Sinundan ito ng siyam na buwang paglago ng mga order book.

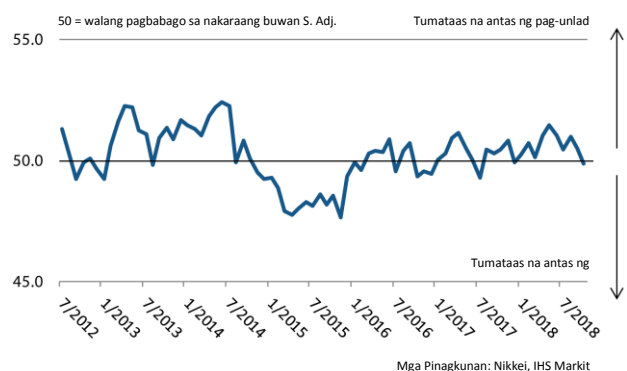
Nanatiling hindi pantay-pantay ang husay ng pagmamanupaktura sa buong rehiyon, kung saan nag-ulat ang tatlo sa pitong bansa ng pagbuti sa mga kundisyon ng pagpapatakbo. Muling nanguna ang Pilipinas sa mga ranking ng pagmamanupaktura sa ASEAN sa buwan ng Oktubre, na may mabilis na paglawak sa output at mga bagong order. Nakaranas din ang Vietnam ng mga palatandaan ng matinding paglago, at gitgitan itong pumapangalawa dahil dito.

Ipinagpapatuloy...

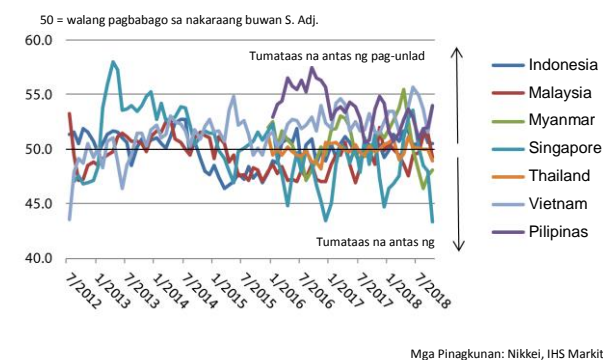
Mga bansa, ayon sa Manufacturing PMI™

Oktubre	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Pilipinas	54.0	Kapansin-pansing pagtaas (mas mabilis kaysa noong Setyembre)
Vietnam	53.9	Kapansin-pansing pagtaas (mas mabilis kaysa noong Setyembre)
Indonesia	50.5	Bahagyang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Setyembre)
Malaysia	49.2	Bahagyang pagbaba (nagbago ang direksyon)
Thailand	48.9	Bahagyang pagbaba (walang pagbabago noong Setyembre)
Myanmar	48.0	Katamtamang pagbaba (mas mabagal kaysa noong Setyembre)
Singapore	43.3	Kapansin-pansing pagbaba (mas mabilis kaysa noong Setyembre)

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™



Manufacturing PMI™ ng Bansa



Umakyat sa ikatlong puwesto ang Indonesia sa talahanayan ng liga, bagama't nakapagtala ito ng bahagyang mas mabagal na paglago. Nakaranas ang Malaysia at Thailand ng mga bahagyang paghina sa mga kundisyon ng pagpapatakbo sa buwan ng Oktubre. Nakaranas ang Myanmar ng katamtamang pagbaba, bagama't mas mahina kaysa noong Setyembre, habang mabilis na bumagsak ang kalagayan ng sektor ng pagmamanupaktura ng Singapore.

Mas mabilis na bumaba ang mga bagong panluwas na order sa buwan ng Oktubre, dahil nalimitahan ang demand mula sa mga merkado sa ibang bansa. Bagama't katamtaman, ito ang pinakamabilis na paghina sa loob ng 22 buwan.

Dahil bumagsak ang paglago ng output sa pinakamababa sa loob ng 15 buwan, humina ang aktibidad ng pagbili sa mga kumpanya ng pagmamanupaktura sa ASEAN sa buwan ng Oktubre. Ito ang naitalang pinakamabilis na paghina ng antas ng pagbili ng input mula noong Hulyo 2017. Kasabay nito, parehong bumagsak nang bahagya ang mga stock ng mga produkto bago at pagkatapos ng produksyon. Ito ang ika-20 buwan ng tuluy-tuloy na pagbagsak ng mga stock ng mga pinamili.

Kasabay ng pagbagsak ng mga bagong order, nagtala ang mga kumpanya ng mga nabawasang pressure sa kapasidad sa buwan ng Oktubre, kung saan isinasaad sa data ng survey na nagkaroon ng katamtamang pagbaba sa namumukod-tanging negosyo. Natulungan ito ng ikapito sa sunud-sunod na paglawak ng trabaho.

Humina ang performance ng vendor para sa anim sa pitong sinusubaybayang bansa sa buwan ng Oktubre. Itinuturo ng ebidensyang mula sa mga obserbasyon ang mga isyu sa transportasyon sa ilang bansa, pati na ang masasamang lagay ng panahon.

Nakaranas ang mga kumpanya ng pagmamanupaktura sa ASEAN ng matitinding pressure sa inflation sa buwan ng Oktubre, kung saan tumaas ang antas ng inflation ng presyo ng input sa pinagsama-samang pinakamataas sa loob ng apat at kalahating taon. Kapansin-pansing nakaranas ang Myanmar, Pilipinas, at Indonesia ng matitinding pagtaas ng presyo. Ayon sa mga respondent ng survey, nakaimpluwensya ang mas matataas na gastos sa raw material at mga salik sa rate ng palitan sa pagtaas ng mga presyo ng input. Bilang resulta, ito ang naging pinakamabilis na

pagtaas ng mga presyo sa pagbebenta ng mga namanupakturang produkto mula noong Setyembre 2015.

Bagama't humina ang mga kundisyon sa pagpapatakbo sa buwan ng Oktubre, nanatiling matibay ang positibong pagtanaw ng mga negosyo ng pagmamanupaktura sa ASEAN para sa susunod na taon. Bahagyang humusay ang antas ng kumpiyansa mula Setyembre, kung saan nananatili ang Pilipinas, Indonesia, at Vietnam na pinakakampante tungkol sa output sa hinaharap.

Komento:

Bilang komento sa data ng survey sa ASEAN Manufacturing PMI, ipinahayag ni **David Owen na Ekonomista** sa IHS Markit na siyang nangangalap sa survey na:

“Pagkatapos ng siyam na buwang pagganda ng mga kundisyon ng negosyo, bahagyang humina ang sektor ng pagmamanupaktura sa ASEAN sa buwan ng Oktubre. Nakaranas ang karamihan ng mga bansa ng pagbagsak sa parehong output at bagong negosyo, habang pinakamabilis na bumagsak ang mga panluwas na order sa loob ng halos dalawang taon.

“Samantala, tumaas ang mga gastos sa input sa pinagsama-samang pinakamabilis na antas sa loob ng mahigit apat at kalahating taon, na iniuugnay sa inflation ng mga presyo ng raw material at mga paggalaw ng pambansang rate ng palitan. Tumugon ang mga kumpanya sa pamamagitan ng pinakamatinding pagtaas sa mga singil sa output mula Setyembre 2015, na nagpapahiwatig sa pagpapatuloy ng mga pressure sa presyo sa buong rehiyon. Gayunpaman, nanatiling mataas ang kumpiyansa tungkol sa output sa hinaharap.”

-Wakas-

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™ hatid ng **NIKKEI**

Ang Nikkei ay isang organisasyon ng media kung saan ang sentro ay ang paglalathala ng pahayagan. Ang aming pangunahin at pang-araw-araw na pahayagan, ang The Nikkei, ay mayroong humigit-kumulang dalawa't kalahating milyong subscriber. Kabilang din sa maraming platform ng media na ginagamit ng Nikkei para sa pagbabahagi ang internet (online), pamamayahag at magazine.

Mula sa aming pagkakatag noong 1876 bilang Chugai Bukka Shimpō (Mga Balita tungkol sa Mga Presyo sa Loob at Labas ng Bansa), patuloy kaming naghahatid ng de-kalidad na pag-uulat nang hindi kinokompromiso ang katangian nitong patas at walang kinikilingan. Ang brand na Nikkei ay naging kasingkahulugan ng integridad sa sarili nitong bayan at gayundin sa ibang bansa.

Ang Nikkei Inc. ay gumagamit ng maraming platform ng media upang matugunan ang iba't ibang pangangailangan ng aming mga mambabasa. Sa sentro ng mga serbisyong ito, naroon ang Nikkei na mayroong sirkulasyong humigit-kumulang dalawa't kalahating milyon. Sa pamamagitan ng de-kalidad na content at malawak na digital technology, lalo pang humuhusay ang mga serbisyong ibinibigay namin. Ang bilang ng mga nagbabayad na subscriber sa Online na Edisyon ng Nikkei, na inilunsad noong 2010, ay mahigit 500,000 na. Ang aming mga may bayad na serbisyo online ay isa sa may mga pinakamalaking bilang ng mga mambabasa sa mundo sa mga naglalathala ng pahayagan. Walong taon matapos itong ilunsad, mula sa pagiging isang medium na naghahatid ng balita sa mga mambabasa, naging instrumento na ang online na edisyon na nakakatulong sa pagsulong ng mga tao sa mga larangan ng trabahong kinabibilangan nila.

Noong 2013, pinasinayaan namin ang Nikkei Asian Review, isang serbisyo sa balita na nasa wikang Ingles na mayroong online site at lingguhang naka-print na magazine. Noong sumunod na taon, nagtatag kami ng Editorial Headquarters para sa Asya na matatagpuan sa Bangkok upang mas mapalawak ang aming coverage sa mga balitang may kaugnayan sa ekonomiya ng Asya. Bukod pa rito, dinoble namin ang bilang ng mga reporter sa Asya sa labas ng Japan. Taong 2014 din noong pinasinayaan ang Nikkei Group Asia Pte., isang bagong kumpanya sa Singapore na may layuning palaganapin ang brand na Nikkei sa rehiyon. Layunin naming gawing nangungunang tingig sa pamamahayag ang Nikkei sa Asya.

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

IPINAPAKILALA ANG TANGING PUBLICATION PARA SA NEGOSYO NA NAGBIBIGAY NG MGA PANANAW TUNGKOL SA ASYA, MULA SA LOOB AT LABAS NITO

Sa pamamagitan ng mas maraming reporter at contributor sa buong rehiyon, kumpara sa anumang iba pang publication tungkol sa negosyo, Nikkei Asian Review lang ang makapagbibigay sa iyo ng pagtingin sa negosyo sa Asya, mula sa Asya mismo.

Huwag magpahuli sa mga pinakabagong balita, analysis at pananaw sa pamamagitan ng pag-subscribe sa Nikkei Asian Review – na available sa print, online at sa iyong mobile at tablet device.



Asia300:

Nagbibigay ng malawak na coverage sa mahigit 300 kumpanya sa 11 bansa at rehiyon sa Asya. Layunin ng Nikkei Asian Review na mabuo ang pinakamalaking hub para sa mga balita tungkol sa negosyo sa Asya sa pamamagitan ng pinahusay na pag-uulat na sinusuportahan ng malaking database ng impormasyon sa negosyo at pananalapi sa mga kumpanya sa rehiyon.



UPDATE SA JAPAN:

Pinapanatili kang updated sa negosyo at balita mula sa Japan.



MGA VIEWPOINT:

Sa pamamagitan ng aming column na "Tea Leaves" na isinusulat ng ilan sa pinakamahusay naming manunulat, naghahatid kami ng mga pananaw ng mga matagumpay na negosyante sa Asya mula sa buong mundo.



PULITIKA AT EKONOMIYA:

Pagsipat sa patakaran sa usapin ng pananalapi, mga kaganapan sa buong mundo at higit pa.



MGA MERKADO:

Malalim na analysis ng mga merkado, na may kasamang detalyadong balita sa industriya upang hindi ka mahuli sa ilan sa mga pinakamabilis na lumagong sektor sa rehiyon.



Video:

Panoorin ang mga analyst sa pagpapaliwanag nila sa aming mga artikulo at huwag palampasin ang mga panayam sa mga executive ng malalaking kumpanya.



Print Edition:

Lingguhang magpapadala ng pinakamagandang content mula sa Nikkei Asian Review sa inyong bahay o opisina.

Para sa karagdagang impormasyon, mangyaring makipag-ugnayan sa:

IHS Markit (Tungkol sa PMI at sa komento nito)

Bernard Aw, Principal Economist
Telepono +65-6922-4226
E-mail bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Marketing and Communications
Telepono +65-6922-4239
E-mail jerrine.chia@ihsmarkit.com

David Owen, Economist
Telepono +44 207 064 6237
E-mail david.owen@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Tungkol sa Nikkei)

Ken Chiba, Deputy General Manager, Public Relations Office
Atsushi Kubota, Manager, Public Relations Office
Telepono +81-3-6256-7115
E-mail koho@nex.nikkei.co.jp

Mga Tala para sa Mga Patnugot:

Ang ASEAN Manufacturing PMI™ (*Purchasing Managers' Index*™) ay ginawa ng IHS Markit at batay sa orihinal na datos ng survey na nakalap mula sa isang kinatawagang panel ng humigit-kumulang 2100 kumpanya sa paggawa. May kabilang na pambansang datos para sa Indonesia, Malaysia, Myanmar, Pilipinas, Singapore, Thailand at Vietnam. Kung pagsasama-samahin, ang mga bansang ito ay kumakatawan sa tinatayang 98% ng aktibidad ng paggawa sa ASEAN.

Ang pamamaraan sa pagkuha ng survey ng *Purchasing Managers' Index (PMI)* ay nakapagbuo ng bukod-tanging reputasyon sa pagbibigay ng napapanahong posibleng indikasyon ng kung ano ang totoong nangyayari sa ekonomiya ng pribadong sektor sa pamamagitan ng pagsubaybay sa mga nagbabagong salik gaya ng mga benta, trabaho, imbentaryo at presyo. Ang mga index ay malawakang ginagamit ng mga negosyo, pamahalaan at mga tagapagsuri ng ekonomiya sa mga pampinansyal na institusyon upang makatulong sa higit na pag-unawa sa mga kundisyon ng negosyo at paggabay sa diskarte sa kumpanya at pamumuhunan. Partikular dito, ginagamit ng mga bangko sentral sa maraming bansa (kabilang ang European Central Bank) ang datos upang makatulong sa pagpapasya sa antas ng interes. Ang mga survey ng *PMI* ay ang mga unang panukat sa kundisyon ng ekonomiya na inilalathala kada buwan at, dahil dito, available nang di-hamak na mas maaga kumpara sa maihahambing na datos na inilalabas ng mga ahensya ng pamahalaan.

Hindi binabago ng IHS Markit ang pinagbabatayan nitong data ng survey pagkatapos ng unang pag-publish, ngunit maaaring baguhin ang mga salik ng pag-a-adjust na batay sa panahon paminsan-minsan kung kinakailangan na makakaapekto sa serye ng data na na-adjust batay sa panahon. Ang dating data na nauugnay sa mga pinagbabatayang (hindi na-adjust) numero, ang mga unang na-publish na serye na panapanahong ina-adjust at ang binagong data ay makukuha ng mga subscriber mula sa IHS Markit. Mangyaring mag-email sa economics@ihsmarkit.com.

Tungkol sa IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

Ang IHS Markit (Nasdaq: INFO) ay isa sa nangunguna sa paghahatid ng mahahalagang impormasyon, analytics, at mga solusyon para sa malalaking industriya at merkado na nagpapatakbo sa ekonomiya sa buong mundo. Naghahatid ang kumpanya ng mga pinakabagong impormasyon, analytics at solusyon sa mga customer sa larangan ng negosyo, pampinansyal at pamahalaan, na nagpapahusay sa kanilang pangangasiwa at nagbibigay ng kapaki-pakinabang na kaalamang nagresulta sa mga matalino at pinag-isipang pasya. May mahigit 50,000 customer sa mga negosyo at pamahalaan ang IHS Markit, kabilang ang 80 porsyento ng mga kumpanya sa Fortune Global 500 at ang mga nangungunang pampinansyal na institusyon sa buong mundo.

Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. at/o mga affiliate nito. Ang lahat ng iba pang kumpanya at pangalan ng produkto ay maaaring mga trademark ng mga may-ari ng mga ito © 2018 IHS Markit Ltd. Nakalaan ang lahat ng karapatan.

Tungkol sa PMI

Available na ngayon ang *Purchasing Managers' Index*™ (*PMI*™) sa higit sa 40 bansa pati na rin sa mga pangunahing rehiyon gaya ng Eurozone. Ang mga survey sa negosyo na ito ay ang mga pinakasinasubaybayan sa mundo, na pinapaboran ng mga bangko sentral, pampinansyal na merkado at ng mga taong gumagawa ng mga pangnegosyong pagpapasya nang dahil sa kakayahan nitong magbigay ng napapanahon, tumpak at madalas ay natatanging mga indicator ng mga paggalaw sa ekonomiya. Upang matuto nang higit pa, pumunta sa <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>

Ang mga karapatan sa intelektwal na pag-aari sa Nikkei Philippines Manufacturing PMI™ na isinaad dito ay pagmamay-ari ng, o nakalisensya sa, IHS Markit. Ang anumang hindi awtorisadong paggamit sa anumang lumalabas na data, kabilang ang, ngunit hindi naliliimitahan sa, pagkopya, pamamahagi, pagpapadala o iba pang paraan na tulad nito ay hindi pinapahintulutan kung wala itong paunang pahintulot mula sa IHS Markit. Hindi magkakaroon ng anumang pananagutan, responsibilidad o obligasyon ang IHS Markit para sa, o kaugnay ng, content o impormasyon ("data") na makikita rito, sa anumang pagkakamali, hindi wastong impormasyon, pagbabawas o pagkaantala sa data, o para sa anumang hakbang na isinagawa batay sa mga ito. Sa kahit na anong sitwasyon, hindi mananagot ang IHS Markit para sa anumang mga pinsalang espesyal, insidental o bunga ng hindi pagsunod sa kontrata, na magresulta sa paggamit ng data. Ang *Purchasing Managers' Index*™ at *PMI*™ ay mga nakarehistrong trade mark ng Markit Economics Limited o nakalisensya sa Markit Economics Limited. Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. at/o mga affiliate nito.

Kung hindi mo gustong makatanggap ng mga balita mula sa IHS Markit, mangyaring mag-email sa joanna.vickers@ihsmarkit.com. Upang mabasa ang aming patakaran sa privacy, mag-click [dito](#).