

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Walang pagbabago sa mga kalagayan ng pagmamanupaktura sa ASEAN para sa buwan ng Marso

Mga pangunahing tala:

- Nahatak ang headline na PMI ng mababagal na pagdami ng output at bagong order
- Sa pangkalahatan, hindi nagbago ang antas ng trabaho sa ASEAN
- Naiulat ang pinakamababang kumpiyansa sa negosyo sa kasaysayan ng survey

Sa pangkalahatan, walang nagbago sa mga kundisyon sa pagpapatakbo sa pagmamanupaktura sa buong ASEAN sa pagtatapos ng unang quarter, ayon sa **Purchasing Managers' Index (PMI™) ng Nikkei ASEAN Manufacturing**, na bumaba sa 50.1 sa buwan ng Marso mula sa 50.7 noong Pebrero.

Ang mababagal na pagtaas sa parehong dami ng output at bagong order, kasabay ng pagbaba ng imbentaryo at hindi pagbabago ng antas ng trabaho sa pangkalahatan, ang mga naging pangunahing dahilan ng pagbaba ng naitalang headline.

Nakasaad sa data ng Marso ang iba't ibang performance ng sektor ng pagmamanupaktura sa lahat ng sinusubaybayang bansa sa ASEAN. Mula sa lima noong unang dalawang buwan ng 2018, bumaba sa apat sa pitong bansang saklaw ng survey ang nagtala ng pagbuti ng kalagayan ng negosyo.

Pinalitan ng Myanmar ang Vietnam sa pangunguna sa mga ranking ng pagmamanupaktura sa ASEAN dahil sa ganap na pagbilis ng paglago ng sektor ng pagmamanupaktura nito. Bumaba sa pangalawang pwesto ang Vietnam, dahil sa pagtala nito ng mas mabagal na paghusay sa mga kundisyon ng pagpapatakbo, samantalang umakyat sa pangatlong pwesto ang Pilipinas kasabay ng pag-uulat nito ng mga senyales ng paghupa ng hindi magagandang epekto sa demand mula sa kamakailang reporma sa buwis.

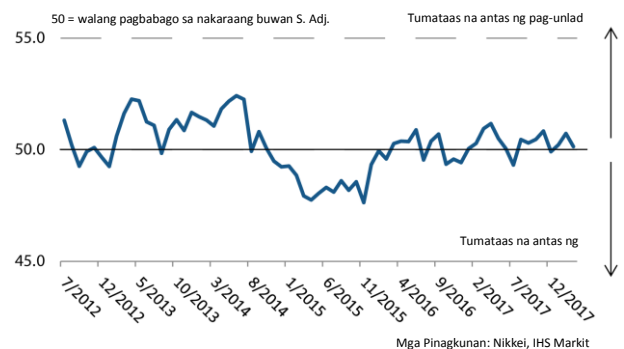
Nagtala ang Indonesia ng mas mabagal na pag-unlad sa ekonomiya ng pagmamanupaktura nito habang nag-ulat naman ang Malaysia ng lalo pang pananamlay sa kalagayan ng negosyo. Nagpahiwatig ang mga nagmamanupaktura sa Thailand ng paghina ng mga kalagayan sa pagpapatakbo sa unang pagkakataon mula noong Oktubre. Patuloy sa paghina ang Singapore, bagama't naitala nito ang pinakamabagal na pagbaba sa loob ng limang buwan.

Ipinagpapatuloy...

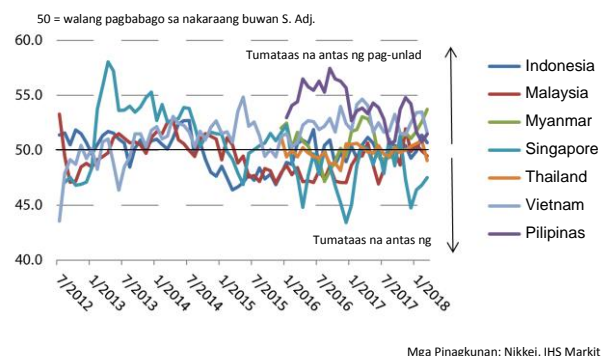
Mga bansa na niranggo ayon sa Manufacturing PMI™

	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Myanmar	53.7	Ganap ang pagtaas (mas mabilis kaysa noong Pebrero)
Vietnam	51.6	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Pebrero)
Pilipinas	51.5	Katamtamang pagtaas (mas mabilis kaysa noong Pebrero)
Indonesia	50.7	Bahagyang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Pebrero)
Malaysia	49.5	Bahagyang pagbaba (mas mabilis kaysa noong Pebrero)
Thailand	49.1	Bahagyang pagbaba (nagbago ang direksyon)
Singapore	47.5	Bahagyang pagbaba (mas mabagal kaysa noong Pebrero)

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™



Manufacturing PMI™ ng Bansa



Sa pangkalahatan, humina ang demand ng kliyente sa buong rehiyon sa pagtatapos ng unang quarter. Ito ay sa kabila ng bumawing pagtaas sa mga benta sa ibang bansa, kung saan ang mas mababang demand sa lokal na pamilihan ang iminumungkahing pangunahing dahilan ng mas mabagal na paglago sa kabuuan ng bagong negosyo. Gayunpaman, bahagya lang ang rate ng paglaki ng mga benta mula sa iniluluwas.

Sumabay ang mas mababang kalagayan ng demand sa mas bumagal na pagtaas sa produksyon sa buong rehiyon. Bumaba ang rate ng pagdami ng output mula Pebrero at naging bahagya lamang.

May mga senyales din ng kapasidad sa pagpapasobra sa sektor ng pagmamanupaktura sa ASEAN, na nagpababa sa bilang ng pagkuha ng tao. Patuloy na bumaba nitong Marso ang mga backlog ng hindi tapos na trabaho, na nagtutuloy sa kasalukuyang trend sa mahigit tatlo at kalahating taon.

Dahil sa mas huminang pagtaas sa produksyon at pagpasok ng bagong order, naging maingat ang mga negosyo sa pagkuha ng tao at pamamahala ng imbentaryo. Sa pangkalahatan, hindi nagbago ang bilang ng mga tauhan sa buwan ng Marso makaraan ang dalawang buwang pagtaas nito. Bumagal din mula noong Pebrero ang pagtaas sa aktibidad ng pagbili. Kasabay nito, lalo pang bumaba ang mga imbentaryo ng parehong mga pagbili at natapos na produkto.

Bahagyang humina ang performance ng vendor nitong Marso pagkatapos ng sandaling paghusay noong Pebrero. Gayunpaman, bahagya ang antas ng paghaba ng mga lead time. Sa karamihan ng sitwasyon sa buong rehiyon, may mga ulat ng mga pagkukulang ng supply sa ilang partikular na raw material gaya ng mga pang-industriyang metal, kemikal, at papel.

Patuloy na naharap ang mga nagmamanupaktura sa ASEAN sa mas matataas na gastos sa input, na nag-udyok sa ilang kumpanya na ipasa sa mga kostumer ang ilang pagtaas. Gayunpaman, nalimitahan ang mga kumpanya sa sukdulanan ng pagtataas nila ng kanilang mga presyo sa pagbebenta dahil sa mga kalagayan ng mahinang demand.

Nanatiling kapansin-pansin nitong Marso ang inflation ng gastos sa input, na nagtatala ng pinakamabilis na pagtaas sa loob ng halos isang taon. Matindi pa rin ang inflation sa Pilipinas dahil sa pagkaramdam ng mga bagong ipinapataw na buwis sa mas matataas na presyo ng input. Ang Myanmar, Indonesia, Malaysia, at Singapore ay nagtala lahat ng mas mabilis na pagtaas sa mga gastos sa input. Samantala, nagtala ang Vietnam ng bumagal, bagama't mataas pa rin, na pagtaas sa mga pasaning gastos.

Bilang tugon sa mga tumaas na gastos, nagtala ang lahat ng sakop na bansa ng mas matataas na presyo sa pagbebenta, sa pangunguna ng Pilipinas.

Panghuli, nanatiling positibo ang kumpiyansa sa negosyo hinggil sa output sa susunod na 12 buwan, ngunit bumagsak ito sa pinakamababang naiulat sa kasaysayan ng survey.

Komento:

Bilang komento sa survey data ng ASEAN Manufacturing PMI, sinabi ni **Bernard Aw, Principal Economist** sa IHS Markit, na nagko-compile sa survey, na:

“Nahadlangan ang pagbawi ng pagmamanupaktura sa ASEAN sa pagtatapos ng unang quarter, kung saan ang mga indicator ng survey na nakatuon sa hinaharap ay naghuhudyat ng mas mabagal na paglago sa mga susunod na buwan.

“Mas mabagal ang mga rate ng pagdami ng parehong output at mga bagong order habang hindi nagbabago sa pangkalahatan ang bilang ng trabaho. Bahagya lang ang pagdagdag ng mga kumpanya ng aktibidad ng pagbili, at mas pinipili ng mga ito na gamitin ang nasa mga kasalukuyang imbentaryo. Ngunit ang malamang na nakakabahala sa lahat ay ang lalo pang paghina ng kumpiyansa. Bagama’t positibo, bumagsak ang kumpiyansa sa negosyo sa pinakamababang naiulat para rito simula nang inumpisahan ang survey halos anim na taon na ang nakalipas.

“Ang isa pang inaalala ay ang pagtaas ng mga gastos sa input. Patuloy na nahaharap ang mga nagmamanupaktura sa ASEAN sa mga kapansin-pansing pagtaas sa mga gastos sa input. Gayunpaman, nalimitahan ang pagtaas ng mga presyo sa pagbebenta dahil sa mahinang demand, na nagsasaad na nahihirapan ang mga kumpanyang ipasa sa mga kostumer ang mas matataas na gastos, na nagdudulot naman ng pressure sa mga profit na margin. Ang maramihang pagtaas ng gastos ay nagmula sa mas matataas na presyo ng pandaigdigang produkto para sa mga input gaya ng mga pang-industriyang metal, fuel, papel at mga kemikal, na nagpapahiwatig na pagkakaroon ng mga kumpanya ng limitadong kontrol sa mga tumataas na pasaning gastos.”

-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 pagkakatatag 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 tingit 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
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Marketing and Communications
Telepono 65-6922-4239
E-mail jerrine.chia@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
Email 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 pagkadalubhasa sa pagbuo ng mga solusyon para sa malalaking industriya at merkado na nagpapakabo 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 nagrerresulta sa mga matalino at pinag-isipang pasya. May mahigit 50,000 customer sa mga nangungunang negosyo at pamahalaan ang IHS Markit, kabilang ang 85 porsyento ng mga kumpanya sa Fortune Global 500 at ang mga nangungunang pampinansyal na institusyon sa buong mundo. Ang IHS Markit, na may headquarters sa London, ay nakatuon sa pag-unlad na sustainable at mapapagkakitaan.

Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. 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 nalilimitahan 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 magrerresulta 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 rehistradong trade mark ng IHS Markit Ltd.

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](#).