

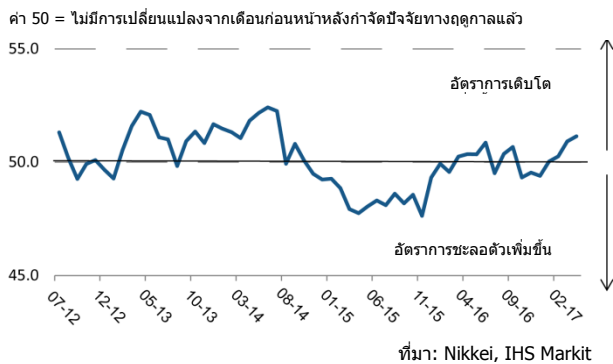
Nikkei ASEAN PMI™ สำหรับภาคการผลิตในประเทศไทย

ภาคการผลิตในอาเซียนปรับตัวดีขึ้นเพิ่มเติมเมื่อเริ่มต้นไตรมาสที่ 2

ประเด็นสำคัญ:

- ผลผลิตและคำสั่งซื้อสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราที่เร็วขึ้น และทำให้ PMI มีค่าสูงสุดในช่วง 33 เดือน
- ยอดขายส่งออกกลับมาเติบโตอีกครั้ง
- ความกดดันด้านเงินเฟ้อยังคงมีอยู่อย่างชัดเจน

PMI สำหรับภาคการผลิตในอาเซียน



เศรษฐกิจภาคการผลิตในอาเซียนปรับตัวดีขึ้นเพิ่มเติมเมื่อเริ่มต้นไตรมาสที่สอง ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายตัวทั้งในด้านผลผลิตและคำสั่งซื้อสินค้าใหม่

ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ Nikkei หรือ *Purchasing Managers' Index (PMI™)* สำหรับภาคการผลิตในอาเซียนเพิ่มขึ้นจาก 50.9 ในเดือนมีนาคม มาอยู่ที่ระดับ 51.1 ในเดือนเมษายน ซึ่งส่งสัญญาณว่าสถานะของภาคส่วนปรับตัวดีขึ้นเพิ่มเติม การปรับตัวดีขึ้นนี้ยังมีอัตราเร็วที่สดนับตั้งแต่ที่ได้บันทึกมาในช่วง 33 เดือน ถึงแม้ว่าจะอยู่ในระดับเล็กน้อยเท่านั้น

ประเทศส่วนใหญ่ที่ทำการสำรวจรายงานว่าสถานะทางธุรกิจปรับตัวดีขึ้นในระหว่างเดือนเมษายน ข้อมูล PMI ล่าสุดบ่งชี้ว่าภาคการผลิตในหกประเทศจากเจ็ดประเทศที่มีการสำรวจนั้นมีการเติบโต ซึ่งเหมือนกับในเดือนมีนาคม

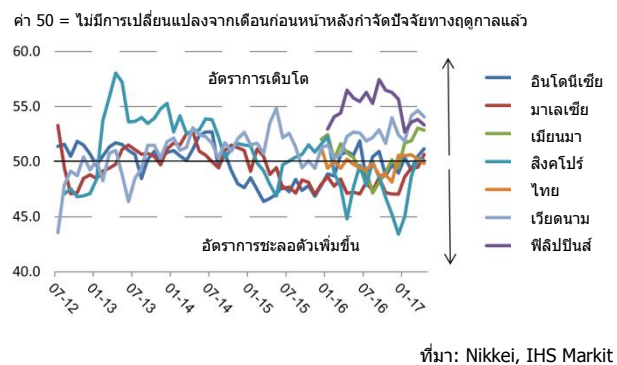
ประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ และเมียนมา ยังคงเป็นประเทศที่มีผลการดำเนินงานสูงสุดสามอันดับแรก ถึงแม้ว่าสถานะทางธุรกิจของสามประเทศนี้จะปรับตัวดีขึ้นในอัตราที่ช้าลงเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมก็ตาม

โรงงานในประเทศอินโดนีเซียมีการขยายตัวในอัตราที่เร็วขึ้น ถึงแม้ว่าจะอยู่ในระดับปานกลางก็ตาม หลังจากที่มีการปรับตัวขึ้นเล็กน้อยในเดือนมีนาคม ในขณะที่เดียวกัน ภาคการผลิตในประเทศสิงคโปร์ยังคงชะลอตัวเป็นส่วนใหญ่

อันดับประเทศตาม PMI™ สำหรับภาคการผลิต: เมษายน

	PMI	การเปลี่ยนแปลงที่พบ
เวียดนาม	54.1	เพิ่มขึ้นอย่างมาก (ช้ากว่าเดือนมีนาคม)
ฟิลิปปินส์	53.3	เพิ่มขึ้นอย่างมาก (ช้ากว่าเดือนมีนาคม)
เมียนมา	52.9	เพิ่มขึ้นอย่างมาก (ช้ากว่าเดือนมีนาคม)
อินโดนีเซีย	51.2	เพิ่มขึ้นปานกลาง (เร็วกว่าเดือนมีนาคม)
มาเลเซีย	50.7	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย (เปลี่ยนทิศทาง)
สิงคโปร์	50.1	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย (ช้ากว่าเดือนมีนาคม)
ไทย	49.8	ลดลงเล็กน้อย (เปลี่ยนทิศทาง)

PMI สำหรับภาคการผลิตระดับประเทศ



ประเทศมาเลเซียระบุว่ากลับมาเกิดการเติบโตอีกครั้งหลังจากที่มีสถานะชะลอตัวมาสองปี โดยมีรายงานว่ามีการผลิตและคำสั่งซื้อสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น ประเทศไทยแทนที่ประเทศมาเลเซียในอันดับล่างของกลุ่ม ซึ่งส่งสัญญาณว่าสถานะของภาคการผลิตในประเทศปรับตัวแยลงเล็กน้อย

ถึงแม้ว่าข้อมูลจะบ่งชี้ว่าตลาดในประเทศยังคงเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตในอาเซียน แต่มีรายงานว่าอุปสงค์จากต่างประเทศปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2016 ในระหว่างเดือนเมษายน ยอดขายส่งออกใหม่กลับมาเติบโตหลังจากปรับตัวลดลงมาตลอดหกเดือนและเพิ่มขึ้นในอัตราที่เร็วที่สุดในช่วงสองปีครึ่ง

การเติบโตของคำสั่งซื้อสินค้าใหม่จึงปรับตัวดีขึ้นจนมีอัตราสูงสุดในช่วง 33 เดือน

คำสั่งซื้อสินค้าใหม่ที่เติบโตเร็วขึ้นทำให้ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นในเดือนเมษายน นอกจากนี้ ผลผลิตทั่วภูมิภาคยังเพิ่มขึ้นในอัตราที่เร็วที่สุดนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2014

ถึงแม้ว่าจะมีอุปสงค์เพิ่มขึ้น แต่งานที่มีคำสั่งซื้อแล้วแต่ยังไม่ได้อำเนินการในภาคการผลิตในอาเซียนก็ลดลงติดต่อกันเป็นเดือนที่สามติดต่อกัน และส่งสัญญาณเพิ่มเติมว่าในภาคส่วนยังคงมีกำลังการผลิตส่วนเกินอยู่ ซึ่งส่งผลต่อการจ้างงานทั่วทั้งภูมิภาค และการจ้างงานโดยรวมไม่มีการเปลี่ยนแปลงในเดือนเมษายน

การดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้ผลิตในอาเซียนเพิ่มการซื้อวัตถุดิบเป็นเดือนที่สามติดต่อกัน ซึ่งยังคงเพิ่มภาระให้กับห่วงโซ่อุปทานต่อไป เวลาส่งมอบปรับตัวแข็งเพิ่มเติมในเดือนเมษายนถึงแม้ว่าจะอยู่ในระดับเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการซื้อที่เพิ่มขึ้นไม่ได้ส่งผลให้สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ระดับของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปในสินค้าคงคลังมีการลดลงเพิ่มเติมเนื่องจากการใช้วัตถุดิบการผลิตและสินค้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ

ในขณะเดียวกัน ภาวะเงินเฟ้อของต้นทุนชะลอตัวลงเพิ่มเติมในเดือนเมษายน แต่ยังคงเป็นหนึ่งในระดับที่สูงที่สุดในช่วงไม่กี่ปีมานี้ ประเทศมาเลเซียมีการขยายตัวเร็วที่สุดในช่วงสามเดือนติดต่อกัน ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากการเคลื่อนไหวของค่าสกุลเงินไปในทางตรงกันข้าม ประเทศสิงคโปร์มีรายงานว่าต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นถึงระดับสูงสุดในช่วงเวลาเกือบสามปีครึ่ง เมื่อเทียบกับแล้ว ประเทศไทยพบว่าต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นในระดับเล็กน้อย

โรงงานในอาเซียนยังคงพยายามส่งต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไปให้กับลูกค้าของตนโดยผ่านการเพิ่มราคาผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ย อย่างไรก็ตาม อัตราที่ราคา ณ แหล่งผลิตเพิ่มขึ้นนี้ยังคงต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้อของต้นทุนอย่างชัดเจน โดยประเทศที่ทำการสำรวจทั้งหมดมีรายงานว่าเพิ่มราคาขายขึ้นในเดือนเมษายน

ข้อมูล PMI ชี้แนะว่าความเชื่อมั่นทางธุรกิจสำหรับปีหน้ายังคงลดลง ถึงแม้ว่าคำสั่งซื้อสินค้าใหม่และการผลิตจะมีการขยายตัวอย่างแข็งแกร่งในระหว่างเดือนเมษายนก็ตาม ดัชนีผลผลิตในอนาคตมีค่าลดลงเป็นเดือนที่สามติดต่อกันจนมีระดับต่ำที่สุดในช่วงสี่ปีครึ่ง

ข้อคิดเห็น:

Bernard Aw นักเศรษฐศาสตร์ของ IHS Markit ซึ่งเป็นผู้รวบรวมข้อมูลการสำรวจ ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อมูลการสำรวจ PMI สำหรับภาคการผลิตในอาเซียน โดยกล่าวว่า:

"ภาคการผลิตในอาเซียนเริ่มต้นไตรมาสที่สองอย่างแข็งแกร่ง โดยมีพื้นฐานจากแนวโน้มการเติบโตที่พบในไตรมาสที่หนึ่ง การเติบโตอยู่ในระดับปานกลาง แต่ก็มีอัตราแข็งแกร่งที่สุดในระยะเวลาเกือบสามปี

"การปรับตัวดีขึ้นยังคงครอบคลุมเป็นส่วนใหญ่ และได้รับแรงสนับสนุนจากการเพิ่มขึ้นของคำสั่งซื้อสินค้าใหม่และการผลิตที่แข็งแกร่งขึ้น คำสั่งซื้อสินค้าส่งออกที่กลับมาเติบโตอีกครั้งยังมีผลให้ภาคส่วนปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนด้วยเช่นกัน โรงงานต่าง ๆ ยังคงเพิ่มกิจกรรมการซื้อ

"อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่ายิ่งเร็วเกินไปที่จะด่วนสรุปว่าการปรับตัวดีขึ้นนี้จะมีคามยั่งยืน ระดับการจ้างงานมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยมาก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากกำลังการผลิตส่วนเกินทั้งทั้งภูมิภาค นอกจากนี้ งานที่มีคำสั่งซื้อแล้วแต่ยังไม่ได้อำเนินการมีการเพิ่มขึ้นเพิ่มเติม ซึ่งจำกัดการจ้างงานของบริษัท

"สำหรับด้านราคา ภาวะเงินเฟ้อของต้นทุนการผลิตยังคงเพิ่มขึ้นในอัตราที่เร็วกว่าราคาขายของบริษัท ซึ่งชี้แนะว่ายังคงมีความกดดันต่อผลกำไรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อแผนการจ้างงานและการลงทุนในอนาคตหากแนวโน้มนี้ยังคงอยู่ ประการสุดท้าย ความคาดหวังในอนาคตสำหรับผลผลิตยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าระดับความเชื่อมั่นทางธุรกิจมีความผันแปรเป็นอย่างมากในภูมิภาค"

-จบ-

Nikkei ASEAN PMI™ สำหรับภาคการผลิตในประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนโดย

Nikkei คือองค์กรสื่อที่มีการตีพิมพ์หนังสือพิมพ์เป็นสื่อหลัก The Nikkei หนังสือพิมพ์รายวันที่เป็นเรือธงของเรามีสมาชิกประมาณสามล้านคน Nikkei มีการเผยแพร่สื่อบนหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งรวมถึงทางออนไลน์ การออกอากาศ และนิตยสาร

The Nikkei ฉลองครบรอบ 140 ปีในปีนี้นับตั้งแต่การก่อตั้งในปี 1876 ในชื่อ Chugai Bukka Shimpo (ข่าวเกี่ยวกับราคาในประเทศและต่างประเทศ) เราได้เสนอการรายงานข้อมูลที่มีคุณภาพสูงมาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันก็รักษาจุดยืนด้านความตรงไปตรงมาและความเป็นกลางด้วย แบนด์ The Nikkei กลายเป็นคำที่มีความหมายเดียวกับความไว้วางใจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

Nikkei Inc. นำเสนอแพลตฟอร์มสื่อหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันไปของผู้อ่านของเรา ส่วนสำคัญของบริการเหล่านี้คือ The Nikkei ซึ่งมียอดพิมพ์ประมาณสามล้านฉบับ นอกจากนี้เรายังนำเสนอเนื้อหาระดับพรีเมียมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่แข็งแกร่ง จำนวนผู้สมัครเป็นสมาชิกของ Nikkei ฉบับ Online Edition ซึ่งเปิดตัวในปี 2010 มีมากกว่า 400,000 รายในขณะนี้ บริการทางออนไลน์ที่มีการคิดค่าธรรมเนียมของเราเป็นหนึ่งในบริการที่มีฐานผู้อ่านมากที่สุดในโลกในกลุ่มผู้ตีพิมพ์หนังสือพิมพ์ หลังจากที่ถูกตั้งมาได้ห้าปี สื่อฉบับออนไลน์ของเราได้พัฒนาจากการเป็นสื่อที่นำเสนอข่าวให้กับผู้อ่านมาเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้อ่านข่าวพัฒนาอาชีพของคุณให้ก้าวหน้า

ในปี 2013 เราได้ริเริ่ม Nikkei Asian Review ซึ่งเป็นบริการข่าวในภาษาอังกฤษที่มีให้บริการทั้งทางออนไลน์และในรูปแบบนิตยสารฉบับพิมพ์รายสัปดาห์ ในปีต่อมา เราได้จัดตั้งสำนักงานใหญ่ฝ่ายบรรณาธิการสำหรับทวีปเอเชียขึ้นในกรุงเทพฯ เพื่อเจาะลึกการรายงานข่าวเศรษฐกิจของเราในทวีปเอเชีย นอกจากนี้เราได้เพิ่มจำนวนผู้สื่อข่าวที่ประจำอยู่ในประเทศต่าง ๆ ในทวีปเอเชียจนประเทศญี่ปุ่นมากเป็นสองเท่า และในปี 2014 เรายังได้เปิดตัว Nikkei Group Asia Pte. บริษัทใหม่ในประเทศสิงคโปร์ซึ่งได้รับมอบหมายภารกิจในการขยายความครอบคลุมของแบนด์ Nikkei ในภูมิภาคนี้อีกด้วย เป้าหมายของเราคือการทำให้ Nikkei เป็นสื่อชั้นนำในทวีปเอเชีย

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

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

ขอแนะนำวารสารด้านธุรกิจฉบับเดียวที่น่าเชื่อถือเชิงลึกเกี่ยวกับทวีปเอเชียมาเสนอให้แก่คุณได้จากวงใน

Nikkei Asian Review คือวารสารเพียงฉบับเดียวที่สามารถให้มุมมองธุรกิจในทวีปเอเชียแก่คุณได้จากวงใน โดยมีจำนวนผู้สื่อข่าวและนักเขียนบทความทั่วภูมิภาคมากกว่าวารสารด้านธุรกิจฉบับอื่นใด

ก้าวหน้าข่าวสารล่าสุด บทวิเคราะห์ และข้อมูลเชิงลึก ด้วยการสมัครเป็นสมาชิก Nikkei Asian Review - มีให้บริการทั้งในฉบับพิมพ์ทางออนไลน์ และบนโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ตของคุณ



Asia300: เสนอการรายงานข่าวอย่างครอบคลุมเกี่ยวกับบริษัทชั้นนำมากกว่า 300 แห่งใน 11 ประเทศและภูมิภาคในทวีปเอเชีย Nikkei Asian Review มีเป้าหมายที่จะสร้างศูนย์ข่าวเกี่ยวกับองค์กรในทวีปเอเชียที่ใหญ่ที่สุด ผ่านการรายงานข่าวอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งรองรับด้วยฐานข้อมูลขนาดใหญ่เกี่ยวกับธุรกิจและการเงินของบริษัทในภูมิภาค

JAPAN UPDATE: ให้คุณก้าวหน้าข่าวสารธุรกิจจากประเทศญี่ปุ่นอยู่เสมอ

VIEWPOINTS: นำเสนอมุมมองของผู้นำความคิดเกี่ยวกับทวีปเอเชียจากทั่วโลก ซึ่งรวมถึงคอลัมน์ "Tea Leaves" ของเรา ซึ่งเขียนโดย นักเขียนที่ดีที่สุดของเรา

POLITICS & ECONOMY: สืบสวนนโยบายการเงินและการคลัง การต่างประเทศ และอีกมากมาย

MARKETS: บทวิเคราะห์ตลาดในเชิงลึก พร้อมข่าวสารในแวดวงอุตสาหกรรมโดยละเอียด เพื่อให้คุณรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับภาคส่วนที่เติบโตเร็วที่สุดในภูมิภาคอยู่ตลอดเวลา

วิดีโอ: รับชมนักวิเคราะห์อธิบายเกี่ยวกับบทความของเรา บทสัมภาษณ์กับผู้บริหารชั้นนำ

ฉบับพิมพ์: นำเสนอเนื้อหาที่ดีที่สุดจาก Nikkei Asian Review ส่งตรงถึงบ้านหรือสำนักงานของคุณทุกสัปดาห์

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อ:

IHS Markit (เกี่ยวกับ PMI และข้อคิดเห็นในเรื่องนี้)

Bernard Aw นักเศรษฐศาสตร์

โทรศัพท์ +65-6922-4226

อีเมล bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia ฝ่ายการตลาดและการสื่อสาร

โทรศัพท์ +65-6922-4239

อีเมล jerrine.chia@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (เกี่ยวกับ Nikkei)

Ken Chiba, รองผู้จัดการทั่วไป สำนักงานประชาสัมพันธ์

Atsushi Kubota, ผู้จัดการ สำนักงานประชาสัมพันธ์

โทรศัพท์ +81-3-6256-7115

อีเมล koho@nex.nikkei.co.jp

หมายเหตุสำหรับบรรณาธิการ:

PMI® (ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หรือ *Purchasing Managers' Index*®) สำหรับภาคการผลิตในอาเซียนจัดทำขึ้นโดย IHS Markit โดยอ้างอิงจากข้อมูลการสำรวจที่เก็บรวบรวมขึ้นใหม่จากตัวแทนคณะกรรมการจากบริษัทในภาคการผลิตประมาณ 2,100 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลระดับประเทศสำหรับอินโดนีเซีย มาเลเซีย เมียนมา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ประเทศไทย และเวียดนาม โดยรวมแล้ว ประเทศเหล่านี้มีกิจกรรมการผลิตคิดเป็นประมาณ 98% ของกิจกรรมการผลิตในอาเซียน

วิธีการสำรวจของ *ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (PMI)* มีชื่อเสียงอย่างโดดเด่นว่าให้ข้อมูลบ่งชี้ที่ทันสมัยมากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้เกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นจริงในเศรษฐกิจภาคเอกชน โดยมีการติดตามตัวแปรต่าง ๆ เช่น การขาย จำนวนพนักงาน สินค้าคงคลัง และราคา ดัชนีเหล่านี้มีการนำมาใช้อย่างกว้างขวางโดยธุรกิจต่าง ๆ รัฐบาล และนักวิเคราะห์เศรษฐกิจในสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อช่วยให้เข้าใจภาวะทางธุรกิจได้ดีขึ้นและเป็นตัวชี้แนะกลยุทธ์ขององค์กรและกลยุทธ์ด้านการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธนาคารกลางในหลายประเทศ (รวมถึงธนาคารกลางยุโรป) ต่างก็ใช้ข้อมูลนี้เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย การสำรวจ *PMI* เป็นตัวบ่งชี้ภาวะเศรษฐกิจอันดับแรกที่มีการเผยแพร่ทุกเดือน ดังนั้นจึงสามารถเข้าถึงได้ก่อนข้อมูลที่เทียบเท่ากันซึ่งจัดทำโดยหน่วยงานของภาครัฐ

IHS Markit ไม่ได้แก้ไขข้อมูลการสำรวจที่ใช้หลังจากที่เผยแพร่ครั้งแรกไปแล้ว แต่อาจมีการแก้ไขปัจจัยทางฤดูกาลในบางครั้งคราวตามความเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อข้อมูลที่มีการกำจัดปัจจัยทางฤดูกาล ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกสามารถเข้าถึงข้อมูลตัวเลขอ้างอิง (ยังไม่ได้ปรับค่า) ในอดีต ชุดข้อมูลที่เผยแพร่ครั้งแรกหลังกำจัดปัจจัยทางฤดูกาลแล้ว และข้อมูลฉบับแก้ไขในภายหลังจาก IHS Markit ได้ โปรดติดต่อ economics@ihsmarkit.com

เกี่ยวกับ IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) คือผู้นำระดับโลกในด้านข้อมูลที่สำคัญ การวิเคราะห์ และความเชี่ยวชาญในการสร้างโซลูชันสำหรับอุตสาหกรรมและตลาดหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั่วโลก บริษัทนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ และโซลูชันยุคใหม่ให้แก่ลูกค้าในภาคส่วนธุรกิจ การเงิน และภาครัฐ ซึ่งช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ

ลูกค้า และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่นำไปสู่การตัดสินใจอย่างมั่นใจหลังจากได้รับทราบข้อมูลเป็นอย่างดีแล้ว IHS Markit มีลูกค้าในภาคส่วนธุรกิจและภาครัฐที่สำคัญต่าง ๆ มากกว่า 50,000 ราย ซึ่งรวมถึงร้อยละ 85 ของบริษัทใน Fortune Global 500 และสถาบันการเงินชั้นนำของโลก IHS Markit มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ลอนดอน และมีความมุ่งมั่นเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีผลกำไร

IHS Markit คือเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของ IHS Markit Ltd. ชื่อของบริษัทอื่น ๆ และชื่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอาจเป็นเครื่องหมายการค้าของเจ้าของที่เกี่ยวข้อง © 2017 IHS Markit Ltd. สงวนลิขสิทธิ์ทุกประการ

เกี่ยวกับ PMI

ขณะนี้มีการจัดทำแบบสำรวจสำหรับดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หรือ *Purchasing Managers' Index*™ (PMI™) ในมากกว่า 30 ประเทศ และในภูมิภาคที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงยุโรปโซน แบบสำรวจเหล่านี้เป็นแบบสำรวจทางธุรกิจที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดจากทั่วโลก และได้รับการยอมรับจากธนาคารกลาง ตลาดการเงินและผู้ดำเนินการตัดสินใจทางธุรกิจในด้านความสามารถในการนำเสนอดัชนีชี้แจงแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่มีความถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์ และแตกต่างจากดัชนีอื่น ๆ หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติม โปรดไปที่ www.markit.com/product/pmi

สิทธิของทรัพย์สินทางปัญญาใน ASEAN PMI สำหรับภาคการผลิตในประเทศไทยที่จัดหาไว้ในเอกสารนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของหรือเป็นสิทธิ์ใช้งานของ IHS Markit ไม่อนุญาตให้มีการใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาตใด ๆ โดยไม่ได้รับความยินยอมจาก IHS Markit ก่อน ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำสำเนา การจำหน่าย การส่งต่อ หรือการเปิดเผยข้อมูลใด ๆ IHS Markit จะไม่มีความรับผิดชอบ หน้าที่ หรือภาระผูกพันใด ๆ สำหรับหรือที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาหรือข้อมูล ("ข้อมูล") ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารนี้ ข้อผิดพลาด ความไม่ถูกต้อง การละเลย หรือความล่าช้าใด ๆ ของข้อมูล หรือการดำเนินการใด ๆ โดยเชื่อถือตามข้อมูลดังกล่าว ไม่ว่าในกรณีใดก็ตาม IHS Markit จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายในกรณีพิเศษ ความเสียหายที่เกิดขึ้นโดยมิได้เจตนา หรือความเสียหายอันเป็นผลสืบเนื่องใด ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลนี้ *Purchasing Managers' Index*™ และ *PMI*™ เป็นเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของ Markit Economics Limited หรือเป็นสิทธิ์ใช้งานของ Markit Economics Limited IHS Markit เป็นเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของ IHS Markit Limited

หากท่านไม่ต้องการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จาก IHS Markit โปรดส่งอีเมลมาที่ joanna.vickers@ihsmarkit.com หากต้องการอ่านนโยบายความเป็นส่วนตัวของเรา [โปรดคลิกที่นี่](#)