

Thông cáo báo chí

Không ban hành trước 7:30 giờ ICT (0:30 giờ UTC) ngày 4 tháng 5 năm 2023

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global

Số lượng đơn đặt hàng mới giảm với tốc độ nhanh nhất trong năm 2023 tính đến thời điểm này

Những điểm nổi bật

Sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới giảm mạnh hơn

Việc làm giảm tháng thứ hai liên tiếp

Chi phí đầu vào tăng chậm lại thành mức thấp của 35 tháng

Dữ liệu của tháng 4 cho thấy ngành sản xuất của Việt Nam tiếp tục suy giảm khi nhu cầu khách hàng vẫn yếu. Cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đều giảm tháng thứ hai liên tiếp, và các công ty đã giảm tương ứng việc làm và hoạt động mua hàng. Trong khi đó, áp lực chi phí tiếp tục giảm, từ đó giúp các công ty giảm giá bán hàng của họ để thúc đẩy nhu cầu.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Manufacturing Purchasing Managers' Index™ (PMI®) - ngành sản xuất Việt Nam của S&P Global vẫn nằm dưới ngưỡng 50 điểm trong tháng 4, khi giảm về mức 46,7 so với 47,7 điểm của tháng 3. Chỉ số cho thấy các điều kiện kinh doanh giảm lần thứ năm trong sáu tháng qua, và lần giảm này là mạnh nhất trong năm tính đến thời điểm này.

Sản lượng ngành sản xuất giảm tháng thứ hai liên tiếp, và tốc độ giảm là mạnh khi các công ty cho biết đã gặp khó khăn trong việc thu hút đơn đặt hàng mới trong tháng, trong bối cảnh nhu cầu yếu. Tốc độ giảm là nhanh hơn so với tháng 3.

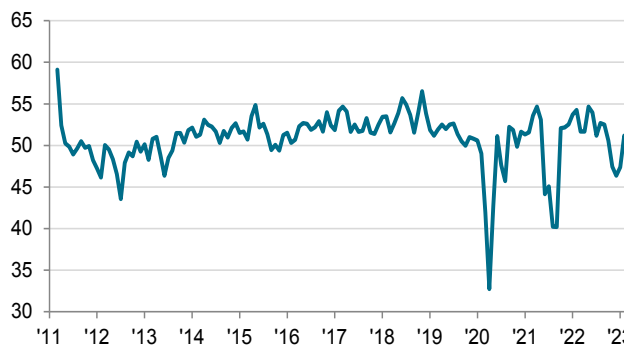
Những khó khăn trong việc thu hút đơn đặt hàng mới thể hiện ở tình trạng tiếp tục giảm của cả tổng số lượng đơn đặt mới và số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới vào đầu quý 2 của năm. Tốc độ giảm tổng số lượng đơn đặt hàng mới đã nhanh hơn so với kỳ khảo sát trước, trong khi số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu giảm với tốc độ chậm hơn.

Số lượng đơn đặt hàng mới giảm cho phép các công ty có thể tiếp tục giải quyết lượng công việc tồn đọng khiến chỉ số này giảm tháng thứ tư liên tiếp. Trong khi đó, tồn kho hàng thành phẩm tăng với mức độ lớn nhất trong thời gian hai năm.

Các nhà sản xuất tiếp tục giảm số lượng nhân viên, xuất phát từ cả tình trạng nghỉ việc không có người thay thế và việc cắt giảm việc làm do giảm khối lượng công việc. Hơn nữa, tốc độ giảm là mạnh nhất trong thời gian một năm rưỡi.

Các công ty cũng giảm mua hàng hóa đầu vào trong tháng 4, và đây là lần giảm thứ hai liên tiếp. Nhu cầu hàng hóa đầu vào giảm đã giúp thời gian giao hàng trung bình rút ngắn lần thứ tư liên tiếp. Một số công ty cũng cho biết hoạt động vận tải cải thiện đã giúp nâng cao hiệu suất hoạt động của người bán hàng.

PMI Ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global
Điều chỉnh theo mùa, >50 = cải thiện so với tháng trước



Nguồn: S&P Global.
Dữ liệu được thu thập từ ngày 12 đến ngày 20 tháng 4 năm 2023.

Bình luận

Andrew Harker, Giám đốc Kinh tế tại S&P Global Market Intelligence, nói:

“Ngành sản xuất của Việt Nam hiện có vẻ như đang đi qua một giai đoạn trì trệ khi các công ty gặp khó khăn trong việc tìm kiếm đơn đặt hàng mới. Các công ty vẫn lạc quan rằng sản lượng sẽ tăng trong thời gian một năm tới, mặc dù tâm kỳ kinh doanh đã giảm khi số lượng đơn đặt hàng mới đã giảm trong những tháng gần đây.

Các nhà sản xuất đã bắt đầu hạ giá bán hàng để cố gắng kích thích nhu cầu, và áp lực chi phí giảm đã giúp họ giảm giá để đáng hơn. Trên thực tế, giá cả đầu vào đã tăng với tốc độ chậm nhất trong gần ba năm”.

PMI™

by S&P Global

© 2023 S&P Global

Với hoạt động mua hàng hóa đầu vào giảm, tồn kho hàng mua đã giảm lần thứ tư liên tiếp. Tuy nhiên, kỳ vọng tích cực về tương lai đã khuyến khích một số công ty tăng thêm hàng tồn kho, từ đó tốc độ giảm tổng thể chỉ là nhẹ.

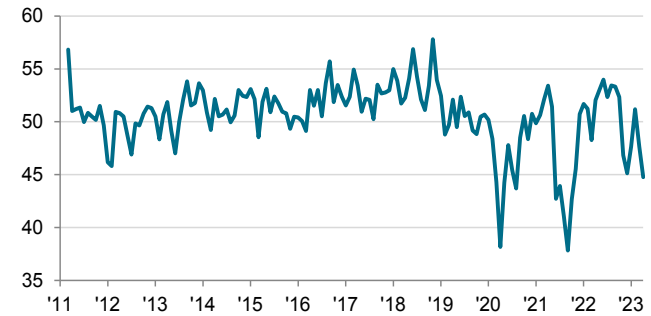
Tâm lý tích cực phản ánh hy vọng rằng tình trạng nhu cầu yếu kém hiện nay sẽ chỉ là tạm thời, và việc phục hồi sẽ diễn ra trong năm tới. Mặc dù vậy, mức độ lạc quan là thấp nhất trong năm tính đến thời điểm này.

Tốc độ tăng chi phí đầu vào chậm lại tháng thứ hai liên tiếp trong tháng 4, trở thành tốc độ yếu nhất trong thời kỳ tăng kéo dài 35 tháng hiện nay khi có một số báo cáo cho biết giá nguyên vật liệu đã giảm. Ở những nơi chi phí đầu vào tăng, các công ty thường cho rằng việc tăng giá là xuất phát từ mặt hàng nhiên liệu và đầu.

Tình trạng giảm áp lực chi phí kết hợp với tình hình nhu cầu yếu đã khiến giá cả đầu ra giảm, từ đó kết thúc thời kỳ tăng giá kéo dài ba tháng. Giá bán hàng giảm ở tất cả các lĩnh vực hàng hóa tiêu dùng, hàng hóa trung gian và hàng hóa đầu tư cơ bản.

PMI Chỉ số việc làm

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



Nguồn: S&P Global.

Liên hệ

Andrew Harker
Giám đốc Kinh tế
SS&P Global Market Intelligence
Điện thoại: +44-1491-461-016
andrew.harker@spglobal.com

SungHa Park
Truyền thông doanh nghiệp
S&P Global Market Intelligence
Điện thoại +82 2 6001 3128
Email sungha.park@spglobal.com

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

Phương pháp luận

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global được S&P Global thu thập từ phần trả lời cho các câu hỏi gửi cho các nhà quản trị mua hàng trong một nhóm gồm khoảng 400 nhà sản xuất. Các nhóm khảo sát được phân chia theo lĩnh vực và quy mô lao động của công ty, dựa trên đóng góp vào GDP. Việc thu thập dữ liệu bắt đầu vào tháng 3/2011.

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.

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 có 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.

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

GHỊ CHÚ

Bản quyền sở hữu trí tuệ đối với dữ liệu cung cấp tại đây là sở hữu của hoặc được cấp phép cho S&P Global và/hoặc các chi nhánh của nó. 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 S&P Global. S&P Global 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. S&P Global sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại đặc biệt, ngẫu nhiên, hay là do 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 cấp phép cho Markit Economics Limited và/hoặc các chi nhánh.

Nội dung này được xuất bản bởi S&P Global Market Intelligence mà không phải bởi S&P Global Ratings - một bộ phận được quản lý riêng của S&P Global. Việc sao chép bất kỳ thông tin, dữ liệu hoặc tài liệu nào, bao gồm xếp hạng ("Nội dung") dưới bất kỳ hình thức nào đều bị cấm trừ khi có sự cho phép trước bằng văn bản của bên liên quan. Bên liên quan đó, các chi nhánh và nhà cung cấp của nó ("Người Cung cấp Nội dung") không bảo đảm tính chính xác, đầy đủ, toàn diện, kịp thời hoặc sẵn có của bất kỳ Nội dung nào và không chịu trách nhiệm về bất kỳ sai sót hoặc bỏ sót (do cấu tạo hay lý do khác), bất kể nguyên nhân gì, hoặc về kết quả thu nhận được từ việc sử dụng Nội dung đó. Người cung cấp Nội dung sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại, chi phí, phí tổn, phí luật sư, hoặc mất mát nào (bao gồm thu nhập bị mất hoặc lợi nhuận bị mất và chi phí có lợi) liên quan đến việc sử dụng Nội dung.