

Thông cáo báo chí

Không ban hành trước 7:30 giờ ICT (0:30 giờ UTC) ngày 3 tháng 1 năm 2023

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

Mức độ suy thoái ngành sản xuất tăng lên vào cuối năm 2022

Những điểm nổi bật

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

Các công ty giảm việc làm và hoạt động mua hàng

Giá cả đầu ra giảm tháng thứ hai liên tiếp.

Trong tháng cuối của năm 2022, ngành sản xuất Việt Nam suy giảm mạnh hơn khi nhu cầu cả ở trong nước và nước ngoài đều giảm. Trước tình hình đó, các công ty đã giảm việc làm và hoạt động mua hàng, trong khi niềm tin kinh doanh vẫn ở mức thấp.

Có một số dấu hiệu cho thấy áp lực tăng chi phí đang quay trở lại, nhưng mức tăng giá đầu vào lần này vẫn nằm dưới những mức từng được ghi nhận trong năm, từ đó các công ty có thể giảm giá cho khách hàng nhằm thu hút nhiều đơn đặt hàng mới hơn.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index™ (PMI®) ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global đã giảm xuống mức 46,4 điểm trong tháng 12 so với 47,4 của tháng 11, cho thấy chỉ số này lần thứ hai liên tiếp nằm dưới ngưỡng trung tính 50 điểm, phản ánh các điều kiện kinh doanh ngành sản xuất tiếp tục suy giảm. Mức giảm kỳ này là đáng kể nhất kể từ đợt suy thoái liên quan đến đại dịch được ghi nhận trong quý 3 năm 2021.

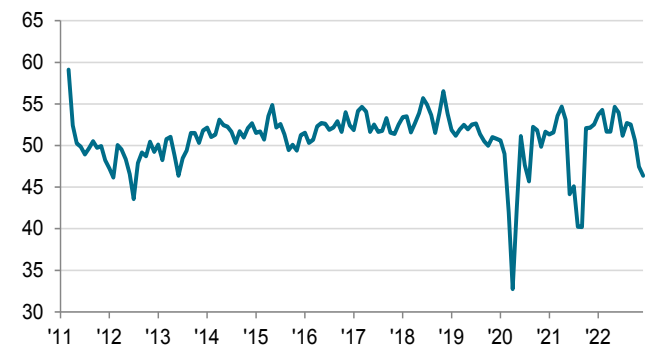
Số lượng đơn đặt hàng mới giảm mạnh trong tháng 12 và đây là lần giảm thứ hai theo tháng và mức giảm là lớn hơn tháng 11. Nguyên nhân được nhắc đến là do tình hình nhu cầu nói chung là yếu, và tình trạng yếu kém được nhắc đến ở một số thị trường xuất khẩu chủ chốt. Những thị trường này bao gồm Trung Quốc Đại lục, Liên minh Châu Âu và Mỹ, và tình trạng cầu yếu kém đã khiến số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới giảm tháng thứ hai liên tiếp.

Trước tình hình số lượng đơn đặt hàng mới giảm, các nhà sản xuất đã cắt giảm sản lượng tháng thứ hai liên tiếp. Hơn nữa, tốc độ giảm là mạnh và đáng kể nhất kể từ tháng 9/2021, và tốc độ giảm sản lượng là nhanh hơn so với số lượng đơn đặt hàng mới. Kết quả là, lượng công việc tồn đọng đã tăng, từ đó kết thúc thời kỳ giảm kéo dài bốn tháng.

Khi yêu cầu sản xuất giảm trong bối cảnh số lượng đơn đặt hàng mới giảm, các công ty đã giảm số lượng nhân viên tương ứng. Việc làm đã giảm với tốc độ đáng kể, và mức giảm là mạnh nhất trong thời kỳ 14 tháng.

Các nhà sản xuất cũng giảm mua hàng hóa đầu vào, nhưng tồn kho hàng mua đã tăng lần đầu trong ba tháng do sản lượng giảm đến mức mà hàng hóa đầu vào thường được lưu kho chứ không được

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 6 đến ngày 15 tháng 12 năm 2022.

Bình luận

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

“Ngành sản xuất của Việt Nam tiếp tục gặp khó khăn trong tháng 12, một phần do nhu cầu khách hàng giảm ở các thị trường xuất khẩu chủ chốt như Trung Quốc Đại lục, Liên minh Châu Âu và Mỹ. Việc kiểm thêm các đơn đặt hàng mới có vẻ vẫn khó khăn cho đến khi những thị trường này khởi sắc, và một số công ty cho biết họ dự đoán nhu cầu vẫn yếu ít nhất là trong tương lai gần.

Các nhà sản xuất đã nhanh chóng đối phó với tình hình sụt giảm số lượng đơn đặt hàng mới khi dữ liệu chỉ số PMI mới nhất cho thấy sản lượng, việc làm và hoạt động mua hàng giảm mạnh hơn, và giá bán hàng cũng giảm để kích cầu. S&P Global Market Intelligence đang dự báo sản lượng công nghiệp tăng 6,8% cho năm 2023, một tỷ lệ tăng thấp hơn so với năm 2022”.

đưa vào sản xuất. Trong khi đó, sản lượng giảm mạnh đã góp phần làm giảm hàng tồn kho thành phẩm.

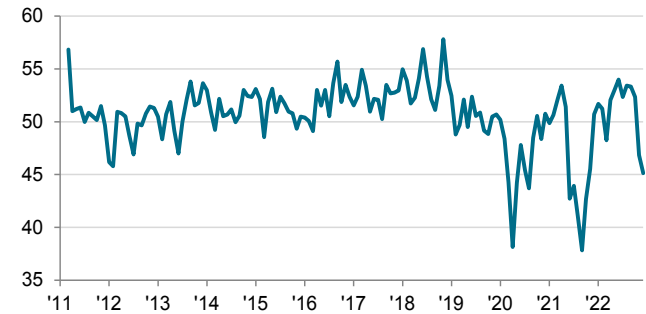
Chi phí đầu vào đã tăng với tốc độ nhanh nhất trong năm tháng, mặc dù mức tăng vẫn tương đối nhẹ và tốc độ tăng chậm hơn nhiều so với thời gian trước trong năm. Ở những nơi giá cả đầu vào tăng, các thành viên nhóm khảo sát nêu nguyên nhân là do chi phí nguyên vật liệu, khí đốt và vận chuyển tăng. Trong khi đó, thời gian giao hàng của nhà cung cấp bị kéo dài tháng thứ hai liên tiếp, nhưng mức độ kéo dài chỉ là nhẹ.

Với mức tăng chi phí tương đối nhẹ, các công ty đã có thể giảm giá bán hàng tháng thứ hai liên tiếp để kích thích nhu cầu khách hàng.

Sau khi đã giảm thành mức thấp của 14 tháng trong tháng 11, niềm tin trong tháng 12 về triển vọng sản lượng trong một năm tới vẫn thấp, mặc dù đã có cải thiện đôi chút. Một số thành viên nhóm khảo sát lo ngại rằng các điều kiện thị trường khó khăn sẽ vẫn tồn tại trong năm 2023. Trong khi đó, một số người trả lời khảo sát bày tỏ sự lạc quan rằng nhu cầu sẽ phục hồi, từ đó khiến số lượng đơn đặt hàng mới và sản lượng sẽ tăng.

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 trúc 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.