

# Thông cáo báo chí

Không ban hành trước 7:30 giờ ICT (0:30 giờ UTC) ngày 1 tháng 12 năm 2022

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

### Số lượng đơn đặt hàng mới giảm lần đầu tiên trong 14 tháng

#### Những điểm nổi bật

Sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới và việc làm giảm trở lại

Đồng tiền giảm giá làm tăng thêm chi phí đầu vào

Giá bán hàng giảm trong bối cảnh nhu cầu giảm

Các điều kiện kinh tế thế giới xấu đi đã khiến ngành sản xuất Việt Nam suy giảm trong tháng 11. Sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới, việc làm và hoạt động mua hàng đã giảm trở lại, trong khi niềm tin kinh doanh cũng giảm mạnh.

Đồng tiền giảm giá cũng ảnh hưởng đến các nhà sản xuất trong tháng khiến chi phí đầu vào tăng nhanh hơn một chút. Trong khi đó, giá cả đầu ra đã giảm lần đầu tiên kể từ tháng 8/2020.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Manufacturing Purchasing Managers' Index™ (PMI®) - ngành sản xuất Việt Nam của S&P Global giảm xuống dưới ngưỡng trung tính 50 điểm trong tháng 11, từ đó kết thúc thời kỳ tăng kéo dài 13 tháng. Với kết quả 47,4 điểm so với 50,6 điểm của tháng 10, chỉ số kỳ này cho thấy các điều kiện kinh doanh suy giảm mạnh trong tháng.

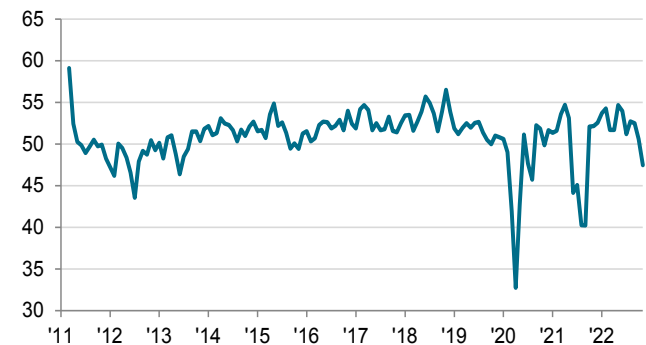
Số lượng đơn đặt hàng mới ngành sản xuất giảm lần đầu tiên trong 14 tháng vào giữa quý cuối của năm, chủ yếu phản ánh nhu cầu trên thị trường quốc tế đang yếu đi. Trên thực tế, số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới đã giảm nhanh hơn so với tổng số lượng đơn đặt hàng mới. Một số thành viên nhóm khảo sát ghi nhận xuất khẩu giảm cũng nhắc đến ảnh hưởng của biến động tỷ giá bất lợi lên giá cả, và chiến tranh ở U-crai-na.

Với số lượng đơn đặt hàng mới giảm, các nhà sản xuất Việt Nam cũng giảm sản lượng, và đây là lần giảm đầu tiên kể từ tháng 3. Tốc độ giảm là mạnh và nhanh nhất kể từ tháng 9/2021. Các công ty sản xuất hàng hóa tiêu dùng và hàng hóa trung gian có sản lượng giảm, trong khi các công ty sản xuất hàng hóa đầu tư cơ bản có sản lượng tiếp tục giảm.

Cũng giống như xu hướng của sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới, việc làm và hoạt động mua hàng được ghi nhận tiếp tục giảm trong tháng 11. Việc làm giảm lần đầu tiên trong tám tháng. Ngoài việc phản ánh mức sụt giảm của số lượng đơn đặt hàng mới, số lượng nhân viên giảm cũng phản ánh nỗ lực giảm chi phí ở một số công ty.

Hoạt động mua hàng hóa đầu vào giảm đã kết thúc thời kỳ tăng kéo dài 13 tháng và khiến tồn kho hàng mua giảm lần thứ hai liên tiếp. Hàng tồn kho sau sản xuất cũng giảm.

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 11 đến ngày 22 tháng 11 năm 2022.

#### Bình luận

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

“Trong bản công bố PMI tháng trước chúng tôi cho rằng đã có những dấu hiệu cầu giảm trên thế giới phản ánh vào ngành sản xuất của Việt Nam. Bức tranh đã tối hơn đáng kể trong tháng 11 khi số lượng đơn đặt hàng mới, xuất khẩu, sản lượng, việc làm và hoạt động mua hàng đều giảm. Với niềm tin kinh doanh cũng bị giảm, ngành sản xuất có vẻ như có một kết thúc khó khăn cho năm 2022.

Một điểm đáng quan tâm khác của khảo sát PMI kỳ này là ảnh hưởng của việc giảm giá đồng Việt Nam gần đây so với đô la Mỹ. Điều này đã làm tăng chi phí đầu vào và góp phần làm giảm số lượng đơn đặt hàng mới. Tuy nhiên, mức tăng chi phí vẫn tương đối nhẹ nên các công ty vẫn có thể giảm giá bán hàng để kích thích nhu cầu”.

Nhu cầu hàng hóa đầu vào giảm đã giúp một số nhà cung cấp tăng tốc độ giao hàng trong tháng 11. Tuy nhiên, tình trạng này bị lấn át bởi tình trạng khan hiếm nguyên vật liệu và nhiên liệu. Kết quả là, thời gian giao hàng đã bị kéo dài thêm lần đầu tiên trong bốn tháng.

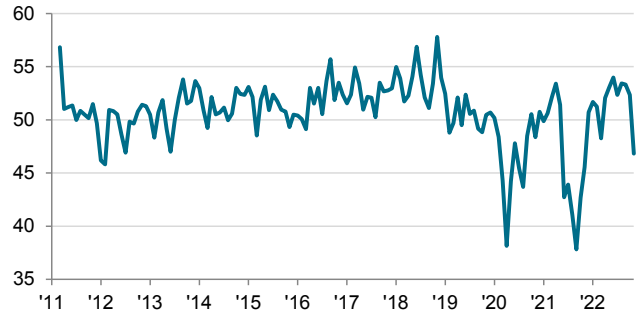
Mặc dù chi phí đầu vào tăng với một tốc độ tương đối chậm trong kỳ khảo sát này, tốc độ tăng giá đã nhanh hơn thành mức cao của bốn tháng. Các thành viên nhóm khảo sát cho biết đồng tiền giảm giá so với đô la Mỹ là một nhân tố chính dẫn đến tăng giá cả đầu vào.

Trong khi chi phí đầu vào tăng với tốc độ nhanh hơn trong tháng 11, áp lực lạm phát vẫn ở mức nhẹ giúp các nhà sản xuất có thể giảm giá để kích thích nhu cầu. Giá bán hàng đã giảm lần đầu tiên kể từ tháng 8/2020.

Niềm tin kinh doanh giảm mạnh do số lượng đơn đặt hàng mới giảm và những lo ngại về nhu cầu trên thị trường quốc tế. Tâm lý kinh doanh giảm xuống mức thấp nhất trong 14 tháng. Hy vọng nhu cầu sẽ phục hồi trong năm tới giúp một số công ty vẫn lạc quan về triển vọng sản lượng trong 12 tháng tới.

### 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  
S&P Global Market Intelligence  
Điện thoại: +44-1491-461-016  
[andrew.harker@spglobal.com](mailto:andrew.harker@spglobal.com)

SungHa Park  
Truyền thông doanh nghiệp  
S&P Global Market Intelligence  
Điện thoại +82 2 6001 3128  
[sungha.park@spglobal.com](mailto:sungha.park@spglobal.com)

Nếu quý vị không muốn nhận tin tức từ S&P Global, hãy gửi email [katherine.smith@spglobal.com](mailto: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 [economic@ihsmarkit.com](mailto:economic@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.