HSBC *Purchasing Managers' Index™* 2013

compiled by markit

Không ban hành trước: ngày 1 tháng 4 năm 2013

PMI™ ngành sản xuất Việt Nam của HSBC

Ngành sản xuất của Việt Nam tăng trưởng trở lại trong tháng 3

Những điểm nổi bật:

- Chỉ số PMI đạt mức cao của 23 tháng
- Sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đã tăng sau khi giảm trong tháng 2
- Lạm phát chi phí tăng lên mức cao của sáu tháng

Đây là lần thứ mười hai bản báo cáo công bố những dữ liệu được thu thập từ cuộc khảo sát hàng tháng về các điều kiện kinh doanh trong lĩnh vực sản xuất của Việt Nam. Khảo sát này giới thiệu *Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index™ - PMI™)* của ngành sản xuất. Chỉ số trên 50 điểm sẽ biểu thị sự cải thiện các điều kiện kinh doanh so với tháng trước trong khi kết quả dưới 50 điểm chỉ sự giảm sút.

Chỉ số PMI ngành Sản xuất Việt Nam được điều chỉnh theo mùa của HSBC lại vượt mức trung bình 50 điểm vào tháng 3, đạt mức cao của 23 tháng là 50,8 điểm. Mặc dù chỉ số PMI có tốc độ tăng khá thấp nhưng đó cũng là mức cao thứ nhì trong lịch sử thu thập dữ liệu kéo dài hai năm.

Dữ liệu của tháng 3 cho thấy cả sản lượng sản xuất và số lượng đơn đặt hàng mới đã hồi phục ở mức khiêm tốn, sau khi có sự sụt giảm trong tháng trước. Các công ty được hưởng lợi từ tình trạng cải thiện của thị trường trong nước đã tăng cường hoạt động quảng cáo và tăng nhẹ số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới trong thời gian tới.

Đơn đặt hàng xuất khẩu mới của tháng 3 lần đầu tiên tăng trong 11 tháng qua. Các nhà sản xuất cho rằng doanh thu hàng xuất khẩu mới tăng trưởng gần đây là nhờ vào nhu cầu từ phía các khách hàng ở Trung Quốc, Nhật Bản, và Thái Lan được cải thiện.

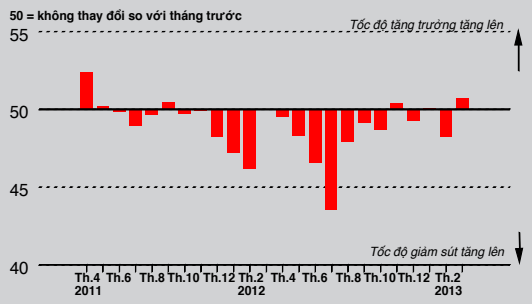
Việc tăng số lượng đơn đặt hàng mới và sản lượng đã tác động đến thị trường lao động, khi lượng nhân công của tháng 3 đã tăng lần thứ năm trong vòng sáu tháng qua. Tuy nhiên, năng lực sản xuất dự phòng vẫn hiện hữu trong kỳ khảo sát tháng 3 khi lượng công việc tồn đọng tiếp tục giảm. Lượng công việc chưa thực hiện giảm 12 tháng liên tiếp, mặc dù mức độ giảm của kỳ mới đây là nhẹ nhất.

Lạm phát chi phí đầu vào đã tăng nhanh trong tháng 3 thể hiện trong các báo cáo về các loại giá tăng trên các thị trường hàng hóa quốc tế. Các nhà sản xuất Việt Nam báo cáo mức tăng chi phí mua hàng mạnh nhất kể từ tháng 9 năm ngoái, với tỷ lệ lạm phát tăng trở lại lên trên mức trung bình của lịch sử khảo sát.

Một phần mức tăng giá cả đầu vào đã được chuyển sang cho khách hàng dưới hình thức giá bán cao hơn. Giá cả đầu ra đã tăng tháng thứ hai liên tiếp và với tốc độ nhanh nhất kể từ tháng 4.2012. Tuy nhiên, tốc độ tăng giá bán hàng vẫn thấp hơn tốc độ tăng chi phí đầu vào. Một số công ty cho rằng đó là do các điều kiện thị trường yếu kém và mức độ cạnh tranh mạnh mẽ.

Các nhà sản xuất Việt Nam duy trì lượng hàng tồn kho giảm trong tháng 3 dẫn tới việc nguyên liệu thô và thành phẩm tồn kho đều tiếp tục giảm. Trong khi đó, hoạt động mua hàng đã tăng lên lần thứ hai trong ba tháng qua, phản ánh hoạt động sản xuất đã tăng lên.

Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Việt Nam của HSBC



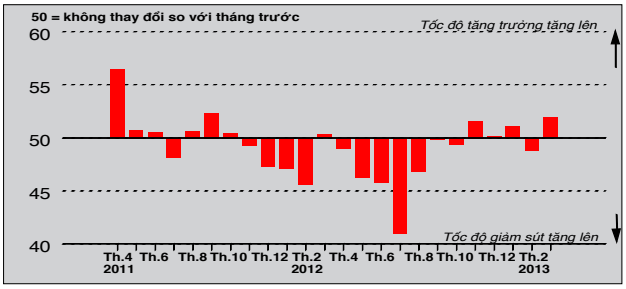
Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Việt Nam của HSBC là một chỉ số tổng hợp được xây dựng để cho một đánh giá khái quát về hoạt động trong ngành sản xuất và đóng vai trò như một chỉ số hàng đầu cho toàn bộ nền kinh tế. Chỉ số được hình thành từ các chỉ số phổ biến riêng đo lường sự thay đổi về sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới, việc làm, thời gian giao hàng của nhà cung cấp và lưu kho hàng hóa mua. Kết quả chỉ số *PMI™* dưới 50.0 cho thấy nền kinh tế sản xuất nhìn chung giảm sút; trên 50.0 có nghĩa nhìn chung là phát triển. Kết quả chỉ số là 50.0 là không có sự thay đổi. Mức chênh lệch so với 50.0 càng lớn thì tốc độ thay đổi mà chỉ số báo hiệu sẽ càng lớn. *Purchasing Managers' Index™* và *PMI™* là các nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của Markit Economics Limited, HSBC được cấp phép sử dụng những nhãn hiệu trên. Markit và biểu trưng Markit là các nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của Markit Group Limited.

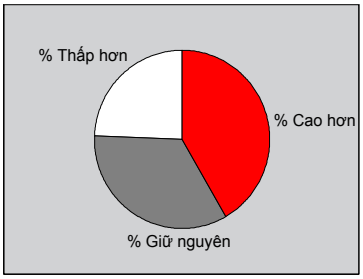
markit™

HSBC

Chỉ số sản lượng

Câu hỏi. Hãy so sánh sản xuất/sản lượng của bạn tháng này với tình hình của một tháng trước.

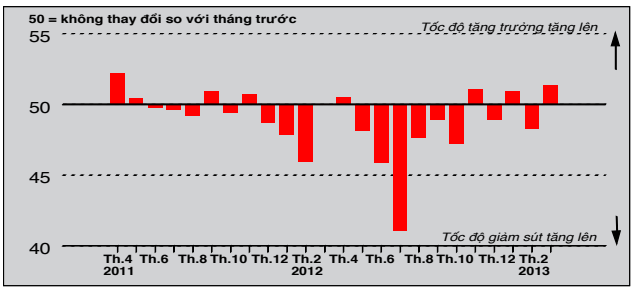


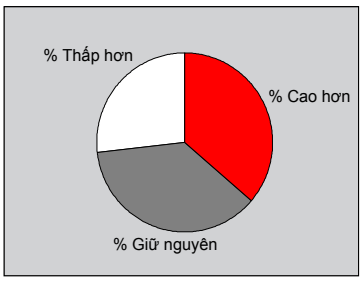


Sản lượng ngành sản xuất Việt Nam đã tăng mạnh trong tháng 3. Tốc độ tăng mới đây là nhanh nhất trong vòng 1,5 năm và là bước cải thiện so với tình trạng suy giảm của tháng trước. Các công ty cho rằng mức tăng sản lượng có được là do số lượng công việc mới nhận được đã tăng nhẹ trở lại. Cũng có một số phản hồi cho rằng nguyên nhân là do hoạt động quảng cáo gia tăng và các điều kiện thị trường tốt lên.

Chỉ số đơn đặt hàng mới

Câu hỏi. Hãy so sánh lượng đơn đặt hàng mới (Việt Nam và xuất khẩu) tháng này với tình hình của một tháng trước.

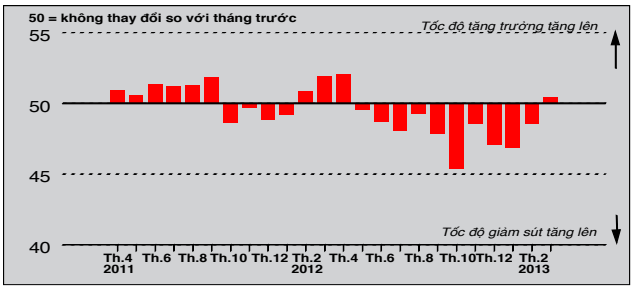


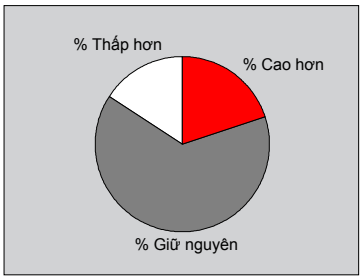


Số lượng đơn đặt hàng mới trong tháng 3 đã tăng lần thứ ba trong năm tháng qua khi chỉ hơn 36% thành viên nhóm khảo sát báo cáo tăng. Mặc dù tốc độ tăng khá nhỏ nhưng đây vẫn là mức tốt nhất kể từ tháng 4.2011 (là tháng khảo sát đầu tiên). Một số trả lời khảo sát cho biết nguyên nhân tăng là do nhu cầu khách hàng đã cải thiện, hoạt động tiếp thị đã tăng lên và thị trường trong nước đã tốt lên.

Chỉ số đơn đặt hàng xuất khẩu mới

Câu hỏi. Hãy so sánh lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới tháng này với tình hình của một tháng trước.

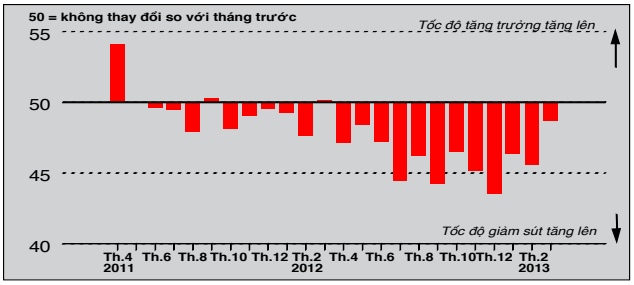


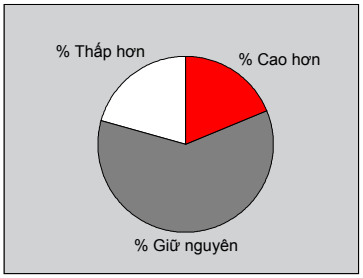


Dữ liệu của tháng 3 cho thấy số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới tăng lên lần đầu tiên trong 11 tháng qua dù tốc độ tăng khá nhẹ. Với những trả lời khảo sát cho rằng đơn đặt hàng xuất khẩu mới tăng, các phản hồi thường cho rằng nguyên nhân là do doanh số bán hàng cho các khách hàng Trung Quốc, Nhật Bản và Thái lan tăng lên. Ngược lại, trong những trường hợp phản hồi giảm, nguyên nhân được cho là do sự sụt giảm niềm tin ở một số thị trường chủ chốt.

Chỉ số công việc chưa được thực hiện

Câu hỏi. Hãy so sánh lượng công việc còn tồn đọng trong công ty bạn tháng này với tình hình của một tháng trước.



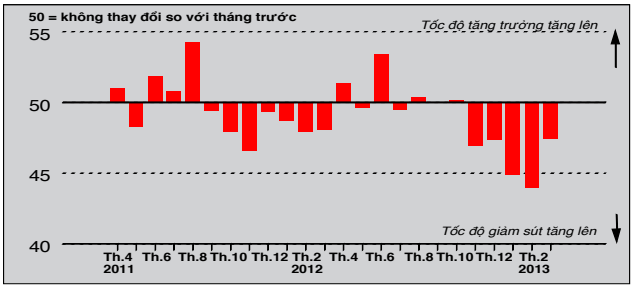


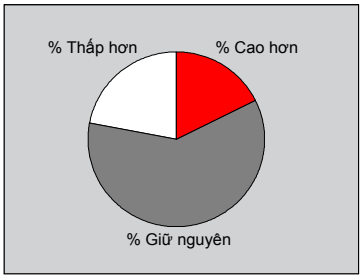
Mức độ công việc đang có (nhưng chưa thực hiện) tại các nhà máy sản xuất Việt Nam trong tháng 3 đã giảm tháng thứ mười hai liên tiếp. Tuy nhiên, kể từ tháng 2 tốc độ giảm đã chậm lại đáng kể về mức yếu nhất trong thời kỳ sụt giảm gần đây. Một số công ty cho biết lượng công việc chưa thực hiện giảm là do hoạt động sản xuất tăng.

All Intellectual Property Rights owned by Markit Economics Limited

Chỉ số hàng tồn kho thành phẩm

Câu hỏi. Hãy so sánh lượng hàng hóa thành phẩm (tính theo đơn vị) tháng này với tình hình của một tháng trước.

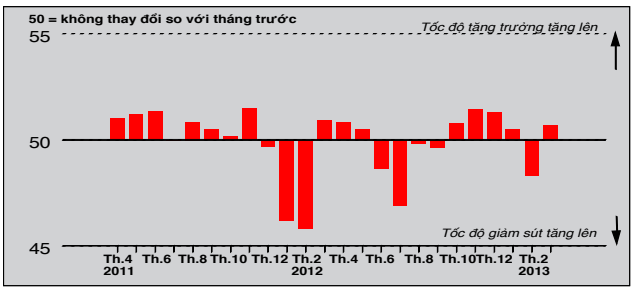


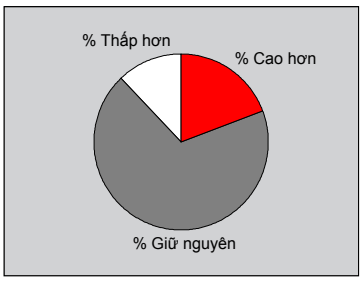


Doanh số bán hàng được cải thiện đã làm hàng tồn kho thành phẩm giảm trong tháng 3. Lượng hàng tồn kho giảm tháng thứ năm liên tiếp, mặc dù tốc độ giảm chậm lại nhanh chóng đạt mức thấp nhất từ đầu năm đến nay. Các công ty cũng cho rằng việc giảm hàng tồn kho mới đây là nhằm thực hiện các hợp đồng hiện có và chiến lược chủ động giảm hàng tồn kho của các doanh nghiệp.

Chỉ số việc làm

Câu hỏi. Hãy so sánh mức độ việc làm tại đơn vị của bạn với tình hình của một tháng trước.

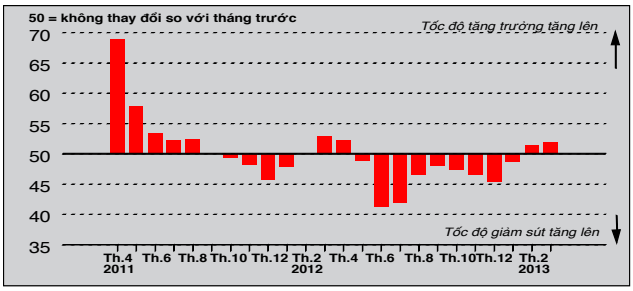


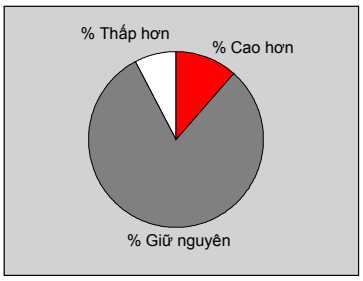


Sau khi giảm lần đầu tiên trong năm tháng trong suốt tháng 2, việc làm trong ngành sản xuất Việt Nam trong tháng 3 đã tăng nhẹ trở lại. Ở những phản hồi tăng việc làm, các công ty cho rằng nguyên nhân là do sản lượng tăng lên và doanh số bán hàng được cải thiện. Một số phản hồi cũng cho rằng lượng việc làm tăng là do công ty mở rộng sản xuất.

Chỉ số giá cả đầu ra

Câu hỏi. Hãy so sánh giá trung bình mà bạn tính cho mỗi đơn vị sản lượng (có tính trọng số) tháng này với tình hình của một tháng trước.

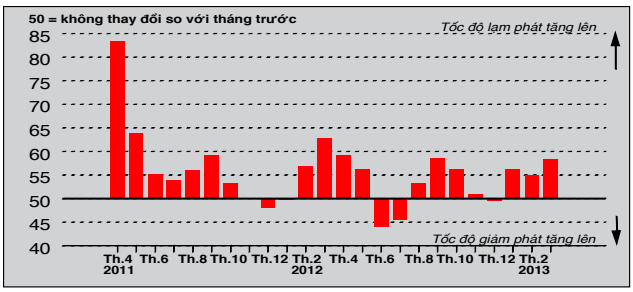


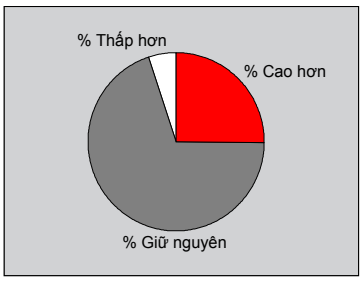


Giá xuất xưởng trung bình tháng 3 đã tăng tháng thứ hai liên tiếp, với tốc độ lạm phát tăng cao nhất trong gần một năm. Tuy nhiên, tốc độ tăng giá đầu ra trung bình vẫn thấp hơn hẳn tốc độ tăng chi phí đầu vào. Các công ty cho biết chi phí cao hơn đã được chuyển (một phần) cho khách hàng, nhưng cũng ghi nhận rằng tình trạng cạnh tranh mạnh mẽ và các điều kiện thị trường yếu kém đã hạn chế khả năng tăng giá.

Chỉ số giá cả đầu vào

Câu hỏi. Hãy so sánh giá trung bình hàng mua của bạn (có tính trọng số) tháng này với tình hình của một tháng trước.

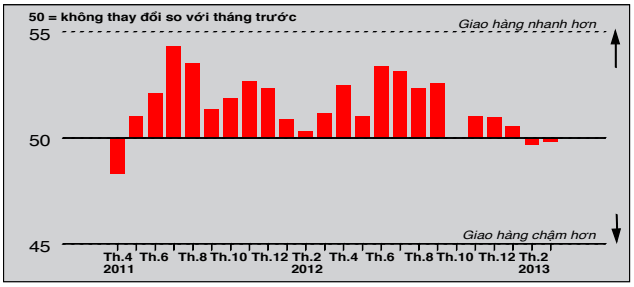


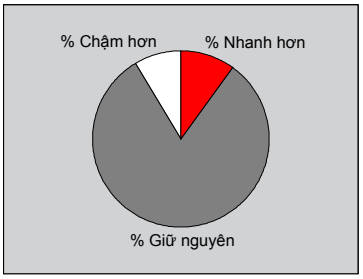


Giá nguyên liệu thô trên thị trường toàn cầu tăng dẫn đến chi phí đầu vào của các nhà sản xuất Việt Nam tiếp tục tăng đáng kể. Giá mua hàng trung bình trong tháng 3 tăng tháng thứ ba liên tiếp, với tốc độ tăng đạt mức cao của sáu tháng. Chỉ hơn một phần tư số người trả lời khảo sát (25,2%) báo cáo phải đối mặt với chi phí nguyên liệu thô tăng.

Chỉ số thời gian giao hàng của nhà cung cấp

Câu hỏi. Hãy so sánh thời gian giao hàng của nhà cung cấp của bạn (có tính trọng số) tháng này với tình hình của một tháng trước.

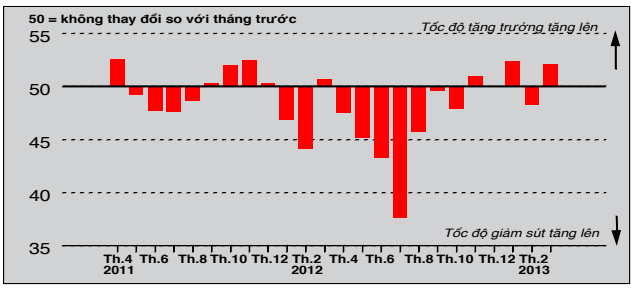


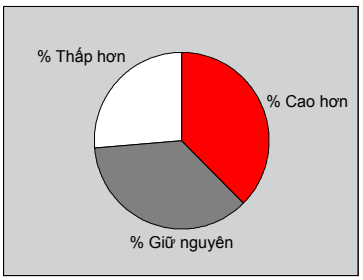


Thời gian giao hàng trung bình của nhà cung cấp hầu như không thay đổi trong tháng 3, với hơn 81% số người trả lời khảo sát báo cáo thời gian giao hàng vẫn giữ nguyên như trong tháng 2. Trong những trường hợp báo cáo có sự suy giảm hiệu suất hoạt động của nhà cung cấp, nguyên nhân được cho là do nhu cầu nguyên liệu thô đã tăng nhẹ. Cũng có những trường hợp cho rằng nguyên nhân là do thiếu nguyên liệu thô và chậm trễ trong khâu vận chuyển.

Chỉ số số lượng hàng mua

Câu hỏi. Hãy so sánh số lượng mặt hàng mua (tính theo đơn vị) tháng này với tình hình của một tháng trước.

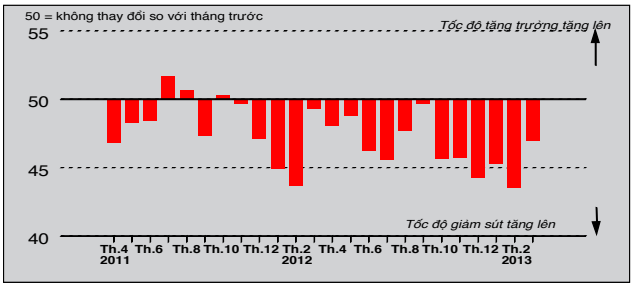


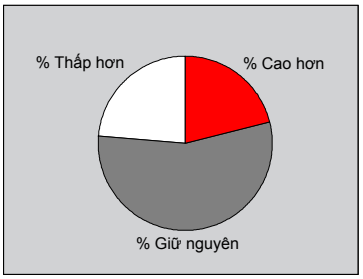


Hoạt động mua hàng của tháng 3 đã tăng lần thứ hai trong ba tháng qua. Tốc độ tăng lượng mua hàng đầu vào là mạnh và là mạnh nhất trong lịch sử khảo sát hai năm. Gần 38% số người tham gia khảo sát báo cáo tăng hoạt động mua hàng, phản ánh (một phần) những nỗ lực đáp ứng yêu cầu sản xuất và giảm áp lực đối với hàng tồn kho nguyên liệu.

Chỉ số tồn kho hàng mua

Câu hỏi. Hãy so sánh lượng tồn kho hàng mua (tính theo đơn vị) với tình hình của một tháng trước.





Tồn kho hàng mua trong tháng 3 đã giảm tháng thứ bảy liên tiếp. Tuy nhiên, tốc độ giảm chỉ ở mức yếu nhất kể từ tháng 9 và hầu như tương ứng với mức trung bình của lịch sử khảo sát kéo dài hai năm. Mức giảm tồn kho hàng mua mới đây đã phản ánh yêu cầu sản xuất đã gia tăng.

Ghi chú về Dữ liệu và Phương pháp Trình bày

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng ngành sản xuất tại Việt Nam của HSBC (HSBC Vietnam Manufacturing *PMI*™) được xây dựng trên dữ liệu thu thập hàng tháng từ 400 nhà quản trị mua hàng ở các doanh nghiệp sản xuất tham gia trả lời các bảng câu hỏi khảo sát. Nhóm khảo sát được phân theo khu vực địa lý và theo Tiêu chuẩn Phân Ngành (SIC) dựa trên sự đóng góp của ngành vào GDP của Việt Nam. Các câu trả lời khảo sát phản ánh sự thay đổi, nếu có, trong tháng hiện tại so với tháng trước dựa trên dữ liệu thu thập vào giữa tháng. Đối với mỗi thông số chỉ thị, bản báo cáo cho biết tỷ lệ người trả lời cho mỗi câu hỏi khảo sát, mức chênh lệch thực giữa số lượng câu trả lời cao hơn/tốt hơn và các câu trả lời thấp hơn/xấu hơn, và chỉ số 'khuynh hướng'. Chỉ số này là tổng của các câu trả lời tích cực cộng với một nửa câu trả lời 'giữ nguyên'.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index™ - PMI™) là một chỉ số tổng hợp dựa vào năm trong số các chỉ số riêng biệt với những trọng số sau: Đơn đặt hàng mới - 0,3, Sản lượng - 0,25, Việc làm - 0,2, Thời gian giao hàng của nhà cung cấp - 0,15, Tồn kho các mặt hàng đã mua - 0,1 cùng với chỉ số Thời gian giao hàng được đảo ngược để chỉ số biến động theo hướng có thể so sánh.

Các chỉ số khuynh hướng có những đặc tính của các thông số chỉ thị hàng đầu và là những thước đo tổng hợp thuận tiện cho thấy chiều hướng thay đổi chủ đạo. Một chỉ số đạt mức 50 điểm cho biết mức tăng tổng thể của chỉ số đó, dưới 50 điểm là một mức giảm tổng thể.

Markit không sửa lại dữ liệu điều tra cơ bản sau lần xuất bản đầu tiên, nhưng các nhân tố điều chỉnh theo mùa có thể được điều chỉnh cho phù hợp theo từng thời điểm và những sửa đổi này sẽ ảnh hưởng đến các chuỗi dữ liệu điều chỉnh theo mùa.

Cảnh báo

Bản quyền sở hữu trí tuệ đối với *Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng* ngành sản xuất Việt Nam của HSBC (HSBC Vietnam Manufacturing *PMI*™) là thuộc về Markit Economics Limited. Bất kỳ sự sử dụng trái phép nào, bao gồm nhưng không hạn chế cả 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 của Markit. Markit 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 chễ nào của dữ liệu, hay đối với bất kỳ hành động nào được tiến hành dựa vào những dữ liệu đó. Markit sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại đặc biệt, ngẫu nhiên, hay là hậu quả, nảy sinh từ việc sử dụng dữ liệu. *Purchasing Managers' Index*™ và *PMI*™ là các nhãn hiệu thương mại của Markit Economics Limited, HSBC được cấp phép sử dụng những nhãn hiệu trên. Markit và biểu trưng Markit là những nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của Markit Group Limited.