



Streambit

VIETNAM DATA & INSIGHTS FOR BUSINESS



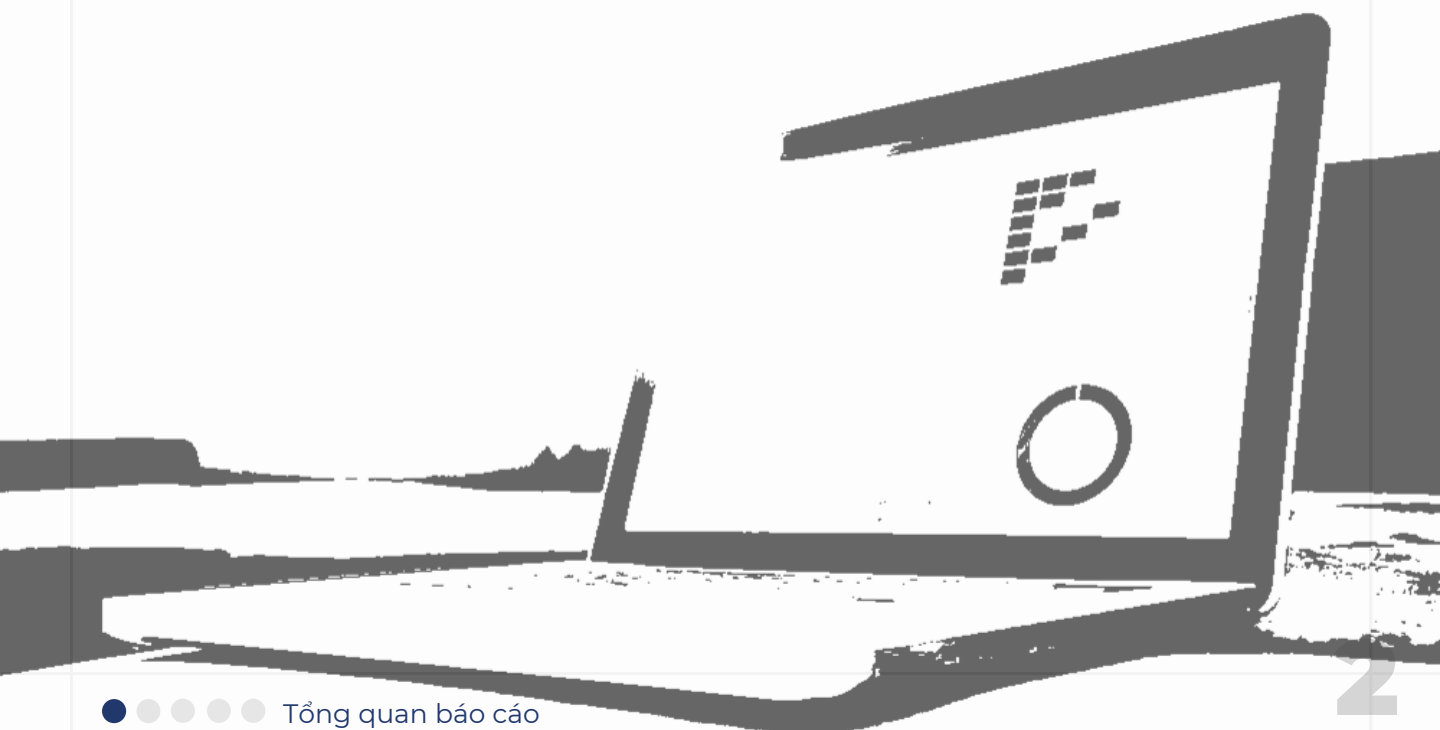
VIỆT NAM QUA NHỮNG CON SỐ

2020





TỔNG QUAN VỀ BÁO CÁO



Thập kỷ thứ 3 của thế kỷ 21, giống như những thập kỷ trước, khởi đầu bằng những màn pháo hoa rực rỡ và kỳ vọng của toàn thế giới về một thời kỳ hòa bình, ổn định và kinh tế tiếp tục đà tăng trưởng tích cực. Không ai ngờ đến rằng mầm mống của sự hỗn loạn đã được nhen nhóm từ tháng 12, mà sau này được WHO đặt tên chính thức là Covid-19.

Tính đến thời điểm 14/01/2021, đã có hơn 92 triệu ca mắc Covid-19, trong đó gần 2 triệu ca tử vong trên toàn cầu. Tại Việt Nam, số ca mắc Covid-19 là hơn 1.500 ca, với số ca tử vong là 35. Covid-19 đã xóa bỏ thành tựu kinh tế tích lũy trong nhiều năm, và làm gia tăng tỷ lệ nghèo trên toàn cầu lần đầu tiên sau hơn 2 thập kỷ.

Việt Nam trong năm 2020 cũng vướng vào vòng xoáy bệnh dịch giống như các quốc gia khác trên toàn thế giới. Tuy nhiên, trong bức tranh toàn cầu, Việt Nam vẫn nổi lên là một điểm sáng trong việc phòng chống đại dịch, cũng như duy trì được nhịp độ xã hội và mức tăng trưởng kinh tế dương. Đồng thời, mặc dù chịu nhiều ảnh hưởng từ đại dịch, có thể nói Covid-19 vẫn đóng vai trò là một cú hích mạnh mẽ và cần thiết đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Số hóa, đổi mới sáng tạo, hay bất kỳ sự thay đổi nào đều mang trong mình những ý nghĩa tích cực, và là động lực phát triển trong thời kỳ bình thường mới của doanh nghiệp.

Được xây dựng với mong muốn tổng kết lại những xu hướng, sự kiện diễn ra trong năm 2020 đáng ghi nhớ này, đồng thời tổng hợp những dự báo từ các chuyên gia, đơn vị có uy tín trên thị trường Việt Nam cho năm 2021; đội ngũ Streambit.io trân trọng ra mắt ấn phẩm Streambit's Handbook 2020 – Việt Nam qua những con số. Hy vọng rằng cuốn Handbook này sẽ giúp người đọc có một bức tranh cụ thể và rõ ràng hơn về năm 2020 đã qua, từ đó có những định hướng đúng đắn và tích cực cho năm 2021.

Trân trọng,

Đội ngũ Streambit.io

2 Lĩnh vực hoạt động chính

CUNG CẤP DỮ LIỆU THỨ CẤP



NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG & TƯ VẤN



Streambit là đơn vị cung cấp nền tảng dữ liệu phục vụ cho kinh doanh tại thị trường Việt Nam và Châu Á. Đóng vai trò tổng hợp, phân loại và phân tích dữ liệu từ những nguồn đáng tin cậy, Streambit giúp doanh nghiệp cũng như cá nhân có thêm cơ sở để đưa ra các quyết định kinh doanh.



Bên cạnh đó, Streambit cũng cung cấp dịch vụ nghiên cứu thị trường và các hoạt động tư vấn liên quan đến lĩnh vực này.

10.000+

BỘ DỮ LIỆU VỀ VIỆT NAM



Với hơn 50 chủ đề trải khắp hơn 10 lĩnh vực và ngành nghề, người dùng có thể nhanh chóng tra cứu dữ liệu mình cần dùng. Dữ liệu đã được chuyển hóa thành đồ thị cùng các phân tích căn bản, thuận tiện để có thể sử dụng trực tiếp.



Tất cả dữ liệu đều được chú thích rõ về nguồn, phương pháp thu thập, thời điểm công bố và những ghi chú cần thiết cho việc sử dụng dữ liệu.

Người dùng cũng có thể tải dữ liệu về dưới dạng ảnh hoặc file excel, phục vụ cho nhiều mục đích khác nhau.

MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ

Những thông tin trong tài liệu này chỉ nhằm cung cấp những thông tin chung về các vấn đề đang được quan tâm. Việc phân tích, suy luận và áp dụng có thể khác nhau rất lớn trong những tình huống cụ thể liên quan. Do tính chất thay đổi thường xuyên của thị trường và những rủi ro tiềm ẩn qua hình thức truyền thông bằng điện tử nên những thông tin sử dụng trong báo cáo này có thể bị trì hoãn, bỏ sót hoặc thiếu chính xác. Theo đó, xin hiểu rằng tác giả và bên xuất bản các thông tin trong báo cáo này không nhằm mục đích cung cấp nội dung tư vấn hay dịch vụ liên quan đến các vấn đề về pháp lý, tư vấn chiến lược, nghiên cứu thị trường hoặc các tư vấn và dịch vụ chuyên môn khác. Do đó, quý vị không nên sử dụng những thông tin này thay cho nội dung tư vấn chuyên môn từ các chuyên gia tư vấn trong lĩnh vực liên quan. Trước khi đưa ra quyết định hoặc thực hiện hành động nào, quý vị nên tham vấn với đội ngũ chuyên gia của Streambit.

Chúng tôi luôn cố gắng đảm bảo các thông tin trong báo cáo này được lấy từ những nguồn đáng tin cậy. Tuy nhiên, Streambit không chịu trách nhiệm đối với mọi sai sót hay bỏ sót hoặc hệ quả nào từ việc sử dụng những thông tin này. Mọi thông tin đăng tải trong báo cáo này được giữ “nguyên trạng”; chúng tôi không đảm bảo về tính đầy đủ, chính xác và tính cập nhật hoặc hệ quả từ việc sử dụng thông tin này, và không đảm bảo dưới bất kỳ hình thức nào, dù được nêu rõ hay ngụ ý, bao gồm nhưng không giới hạn các bảo đảm về việc áp dụng, tính thương mại và tính phù hợp cho một mục đích cụ thể. Trong mọi trường hợp, Streambit cùng các đơn vị hợp danh hoặc pháp nhân hoặc thành viên, đại lý hoặc nhân viên của Streambit sẽ không chịu trách nhiệm đối với quý vị hoặc bất kỳ cá nhân nào từ bất kỳ quyết định hoặc hành động nào được thực hiện dựa vào những thông tin trong báo cáo này hoặc bất kỳ thiệt hại mang tính hệ quả, cụ thể hoặc thiệt hại tương tự thậm chí trong trường hợp Streambit đã được thông báo về khả năng xảy ra thiệt hại đó.

Một số đường dẫn trong báo cáo này liên kết với những trang web khác do các bên thứ ba quản lý, không thuộc quyền kiểm soát của Streambit. Streambit không đưa ra phát biểu nào về tính chính xác hoặc về bất kỳ khía cạnh nào khác của những thông tin đăng tải trên các trang web đó.

Lời nói đầu

3

4

Về Streambit

8

12

Xu hướng hành vi
người tiêu dùng

Điểm nhấn nổi bật

44

54

Doanh nghiệp
trong năm 2020

Dự báo 2021



ĐIỂM NHẤN NỔI BẬT



GDP VÀ CÁC CHỈ SỐ VĨ MÔ ĐỀU TĂNG TRƯỞNG DƯƠNG

2,91%

CPI **0,19%**

Doanh số bán lẻ **9,4%**

Chỉ số sản xuất công nghiệp **9,5%**

Giữa bối cảnh đại dịch Covid-19 vẫn đang hoành hành, Việt Nam là một trong số ít những nền kinh tế vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng dương. Với những gì đã đạt được trong năm 2020, năm 2021 hứa hẹn là một năm với nhiều thành tựu của nền kinh tế Việt Nam, với tổng doanh thu thị trường bán lẻ được dự kiến đạt 230 tỷ USD.

QUY MÔ THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM 2020

Quy mô thị trường bán lẻ
230 tỷ USD

Quy mô thị trường bán lẻ trực tuyến

11,8 tỷ USD



COVID-19 ẢNH HƯỞNG TIÊU CỰC ĐẾN GIỚI DOANH NGHIỆP, TUY NHIÊN CŨNG LÀ CÚ HÍCH THỨC ĐẨY MỘT SỐ XU HƯỚNG MỚI TRONG QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

3%

Số lượng doanh nghiệp thành lập mới trong 10 tháng đầu năm 2020 giảm 3% so với năm trước. Lượng giảm được ghi nhận cao nhất vào thời kỳ cao điểm thực hiện các biện pháp cách ly xã hội phòng chống đại dịch.

20 - 30%

doanh nghiệp vừa & nhỏ đã tiếp cận được các chính sách hỗ trợ của Chính phủ. Các doanh nghiệp mong chờ nhất các chính sách miễn/giảm, hoãn thuế và ít quan tâm hơn đến việc tiếp cận tín dụng mới và trợ cấp trả lương.

48%

Covid-19 được coi là đòn bẩy cho việc số hóa của các doanh nghiệp ở Việt Nam khi 48% các tổ chức đã tăng cường sử dụng các nền tảng số để ứng phó với đại dịch.

COVID-19 LÀ ĐÒN BẨY CHO SỰ BÙNG NỔ CỦA NHIỀU XU HƯỚNG TIÊU DÙNG ĐANG CÓ TRÊN THỊ TRƯỜNG.

#ONLINESHOPPING

Người tiêu dùng không mua sắm offline nhiều như trước, có 50-70% đáp viên trả lời rằng họ mua hàng ít hơn tại các cửa hàng, siêu thị. Thay vào đó, khoảng 25% mua trực tuyến nhiều hơn. Về các ứng dụng thương mại điện tử, Shopee vẫn giữ vững ngôi vương khi dẫn đầu các nền tảng về lượt tải xuống trong thời gian cách ly. Mua sắm trực tuyến phát triển kéo theo sự phát triển mạnh mẽ của dịch vụ giao hàng cũng như tài chính số.

#ENTERTAINMENT

Lượng tìm kiếm video trên các nền tảng trực tuyến tăng gấp đôi trong năm 2020, các hoạt động tiêu thụ nội dung số được thực hiện nhiều hơn do tác động của cách ly xã hội.

#WORKFROMHOME

“Work from home” trở thành từ khóa quen thuộc với nhiều người dùng Internet trong thời kỳ cách ly, với gần 700.000 lượt thảo luận về chủ đề này trên Facebook.



Streambit



NGƯỜI TIÊU DÙNG

onlineshopping

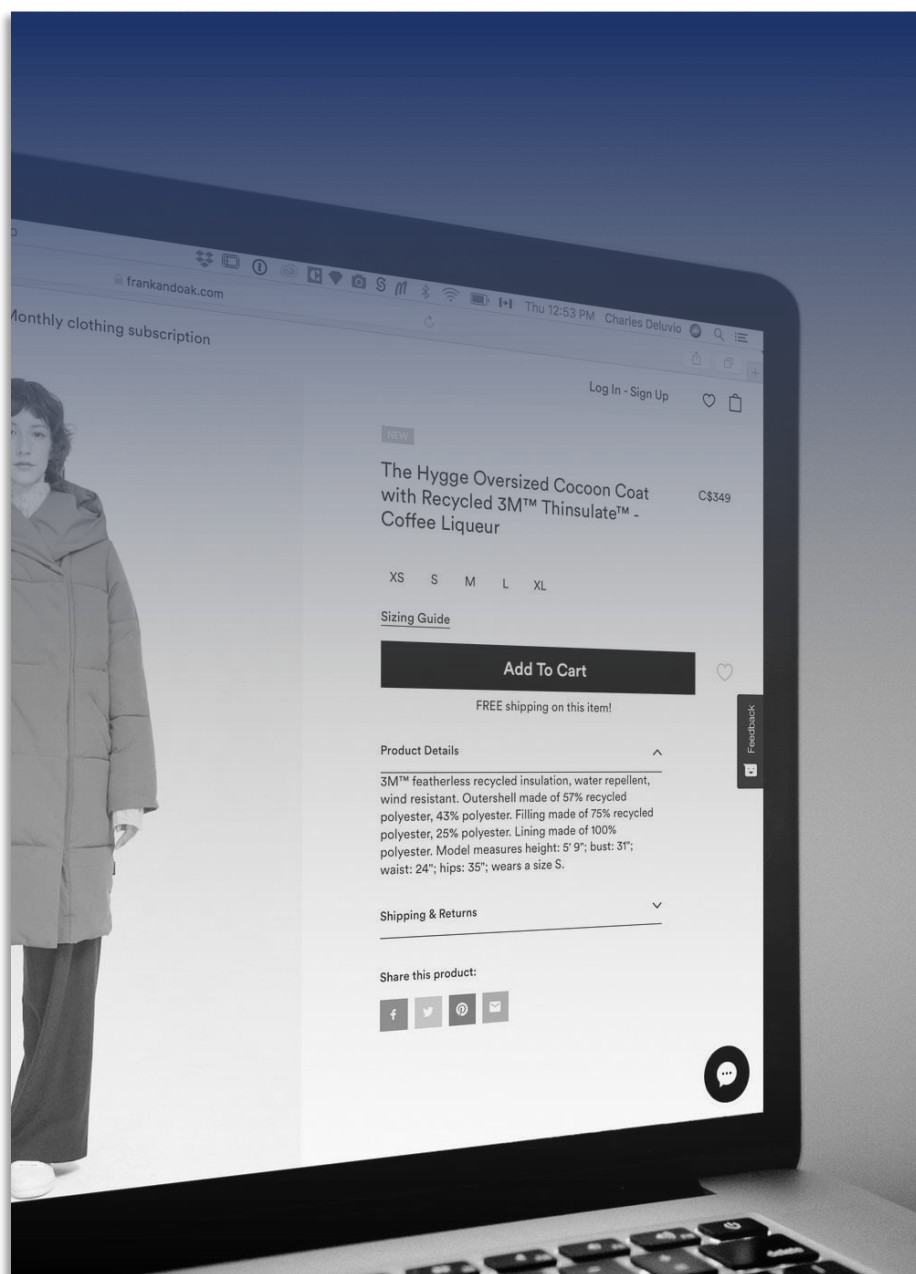
entertainment

workfromhome



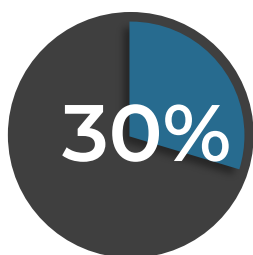


Streambit

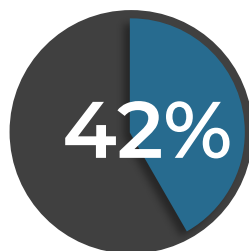


#onlineshopping

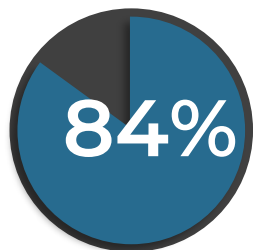
Nhờ Covid-19, hành vi người tiêu dùng **chuyển đổi mạnh mẽ sang online**. 84% người được hỏi nói rằng họ bắt đầu sử dụng các ứng dụng trên smartphone trong thời kỳ đại dịch, và 30% nói rằng họ bắt đầu đặt hàng online cho những mặt hàng thông thường sẽ mua trực tiếp.



Chuyển từ mua hàng offline sang online với một số mặt hàng



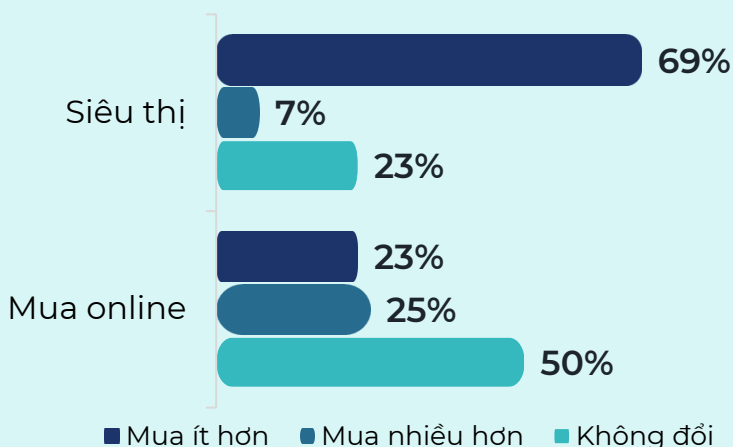
Mua thực phẩm online trong 2 tuần vừa qua



Sử dụng ứng dụng trên smartphone lần đầu tiên

Nguồn: Bain & Company

69% đáp viên nói rằng trong thời kỳ đại dịch, họ mua hàng ở siêu thị ít hơn trước. Trong khi đó, 25% đáp viên nói rằng họ mua ở kênh này nhiều hơn trước.



Nguồn: Infocus ft. Nielsen, 2020

ỨNG DỤNG PHỤC VỤ MUA HÀNG ONLINE

ĐA SỐ NGƯỜI TIÊU DÙNG
SỬ DỤNG **DUY NHẤT 1**
ỨNG DỤNG MUA SẮM
TRỰC TUYẾN

1 app



61%

2 apps



25%

3 apps



14%

ỨNG DỤNG MUA SẮM PHỔ BIẾN
NHẤT VẪN LÀ **SHOPEE**

49%

#1 Shopee

16%

#2 Lazada

14%

#3 Tiki

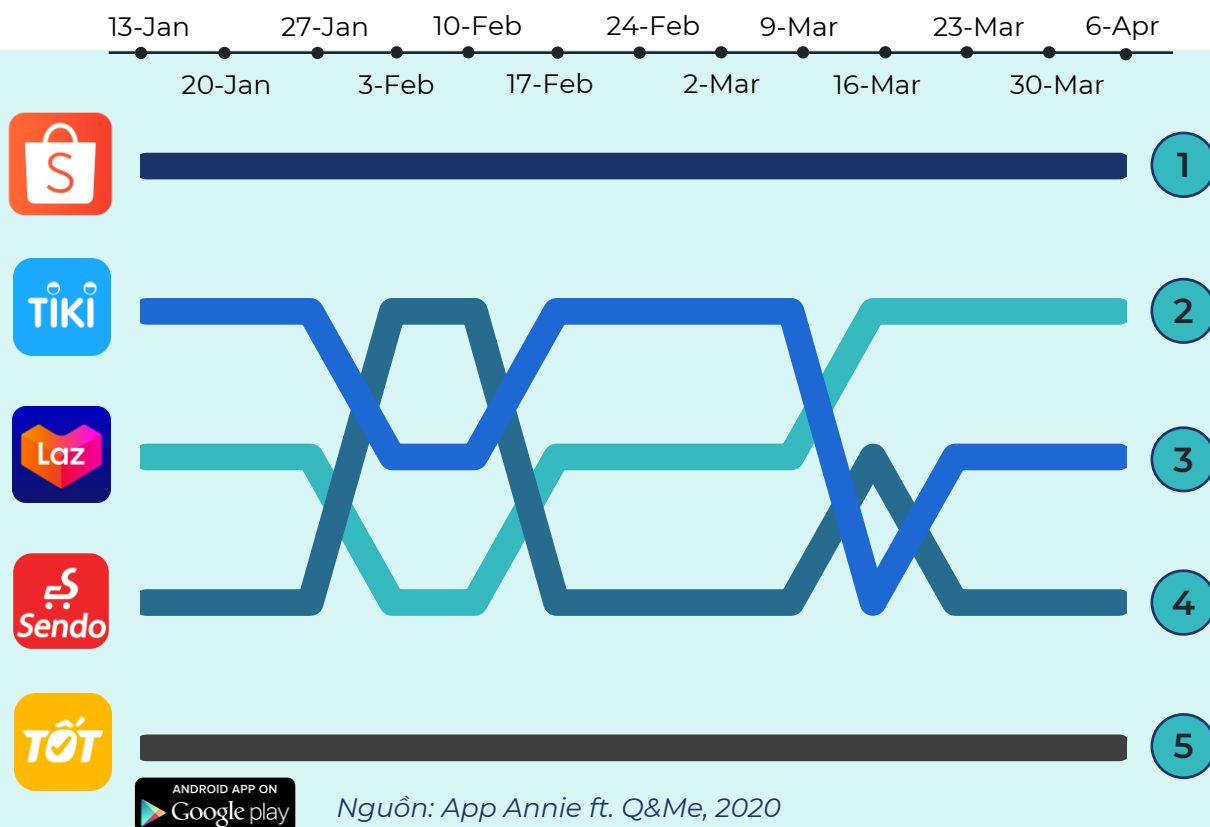
6%

#4 Sendo

Nguồn: Q&Me, 2020 | Unit: % of respondents

ỨNG DỤNG PHỤC VỤ MUA HÀNG ONLINE

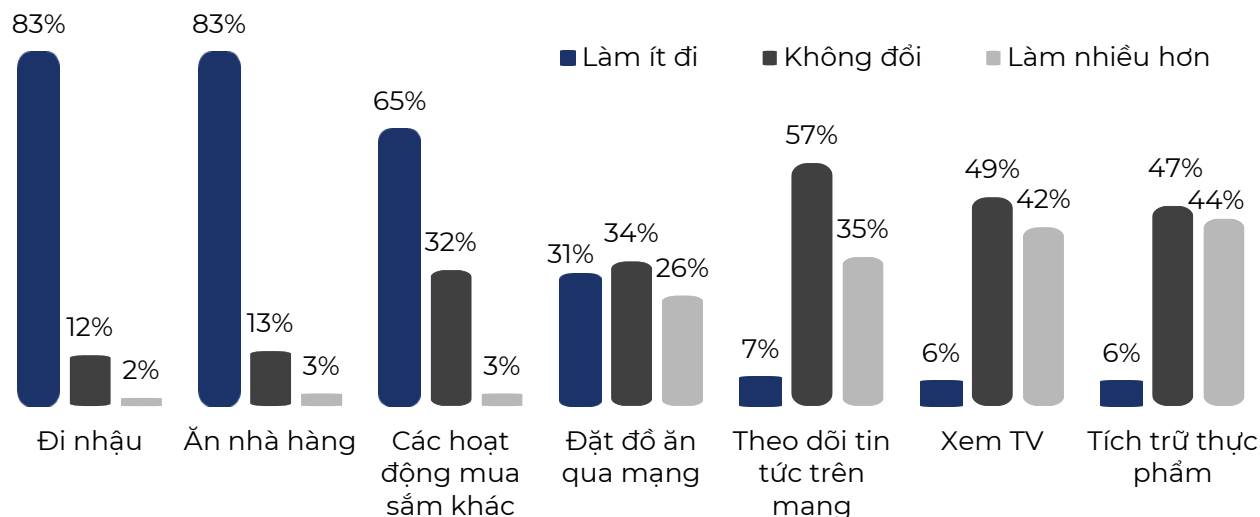
SHOPEE CŨNG XẾP THỨ NHẤT VỀ SỐ
LƯỢT TẢI VỀ TRONG NĂM 2020 TRÊN
CẢ IOS VÀ ANDROID



Nguồn: App Annie ft. Q&Me, 2020

THAY ĐỔI HÀNH VI CỦA NGƯỜI VIỆT NAM DO COVID-19

Nguồn: Infocus ft. Nielsen



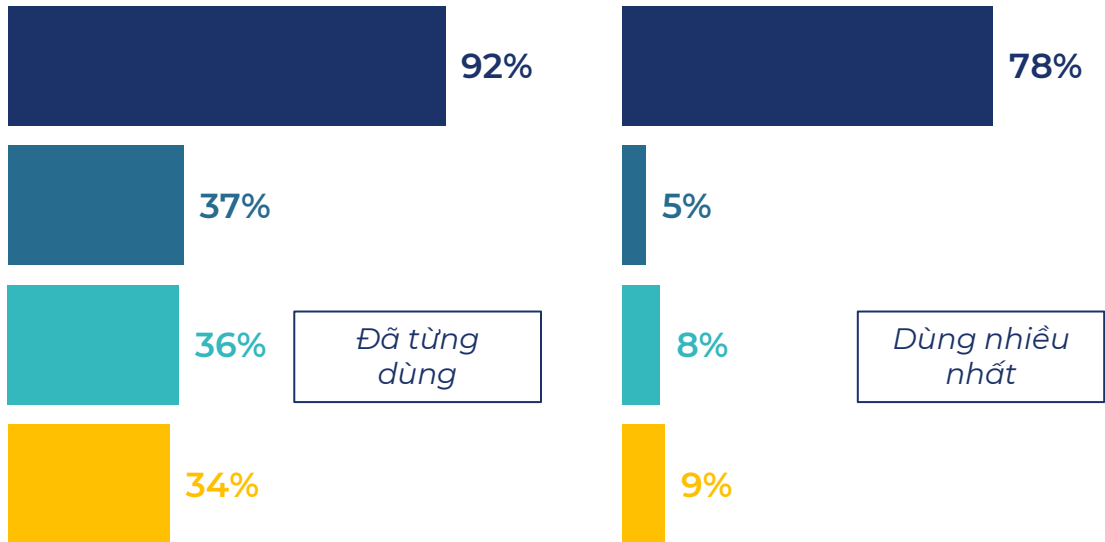
Năm 2020 không chỉ chứng kiến sự thay đổi trong thói quen mua sắm các mặt hàng FMCG, mà còn chứng kiến sự thay đổi trong thói quen ăn uống bên ngoài của người Việt Nam. Hơn 80% người được hỏi nói rằng sẽ ăn uống bên ngoài ít hơn, đổi lại có đến 26% nói rằng họ sẽ đặt hàng đồ ăn trên mạng. Thực tế cho thấy việc ăn uống bên ngoài đã trở lại gần như bình thường sau đại dịch, tuy nhiên không thể phủ nhận Covid-19 là một cú hích giúp cho lĩnh vực giao đồ ăn tại Việt Nam phát triển mạnh mẽ hơn.



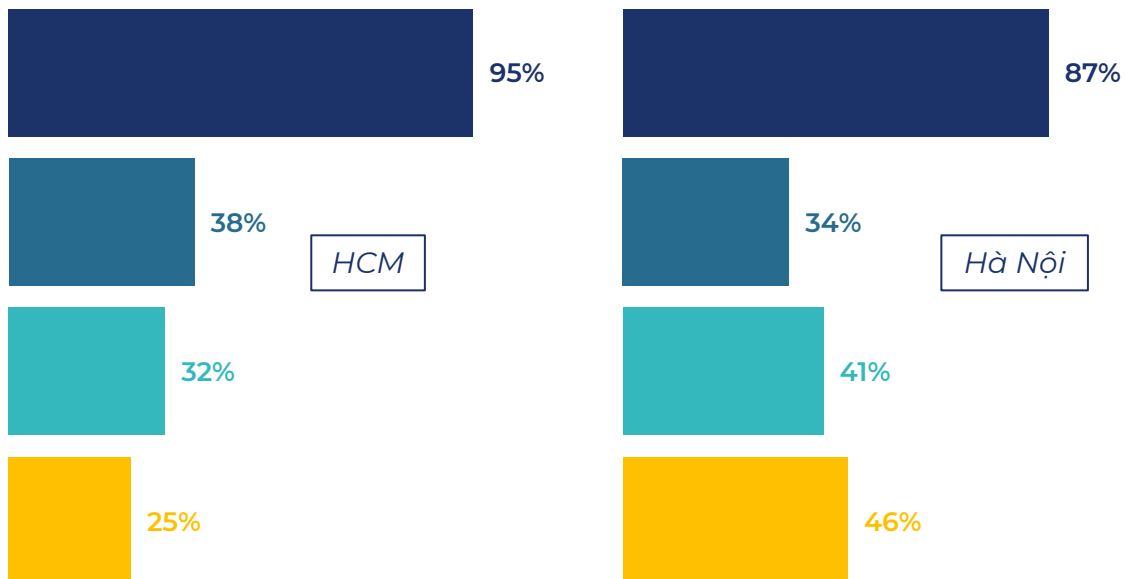
99% NGƯỜI ĐƯỢC HỎI NÓI RẰNG HỌ **ĐẶT ĐỒ ĂN QUA MẠNG**. 1% NÓI RẰNG MUA TRỰC TIẾP VÀ TAKEAWAY

Nguồn: Q&Me

KÊNH ĐÃ SỬ DỤNG VÀ SỬ DỤNG THƯỜNG XUYÊN NHẤT



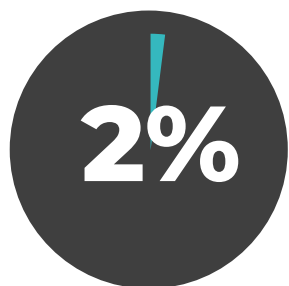
KÊNH THƯỜNG DÙNG TẠI HÀ NỘI VÀ HỒ CHÍ MINH



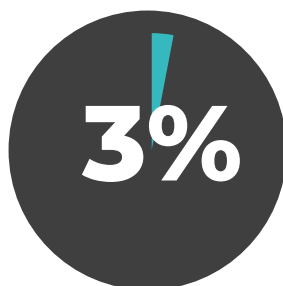
- Ứng dụng giao hàng
- Ứng dụng riêng của cửa hàng
- Điện thoại
- SMS

- Ứng dụng giao hàng
- Ứng dụng riêng của cửa hàng
- Điện thoại
- SMS

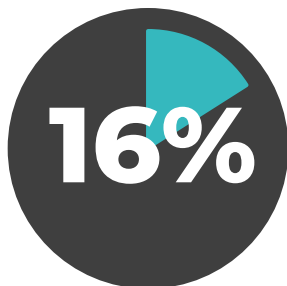
TẦN SUẤT ĐẶT ĐỒ ĂN QUA MẠNG CỦA NGƯỜI VIỆT, 2020



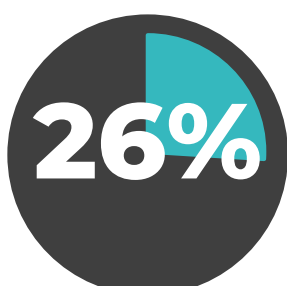
ít hơn 1 lần / tháng



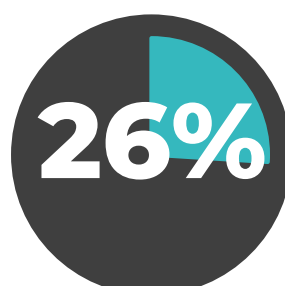
1 lần / tháng



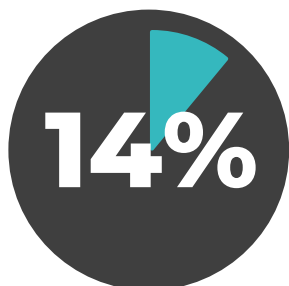
2 - 3 lần /
tháng



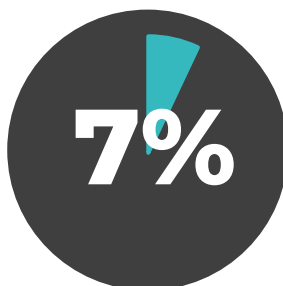
1 - 2 lần / tuần



3 - 4 lần /
tuần

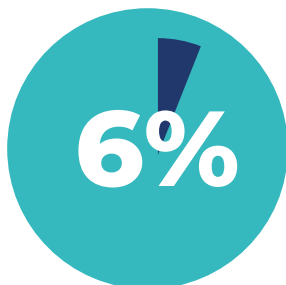


5 - 6 lần /
tuần



Hàng
ngày

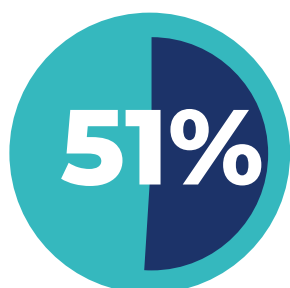
Nhiều hơn 1 lần / ngày



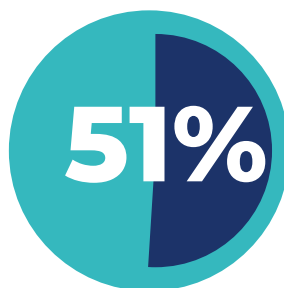
Nguồn: Q&Me

THỜI ĐIỂM ĐẶT ĐỒ ĂN QUA MẠNG

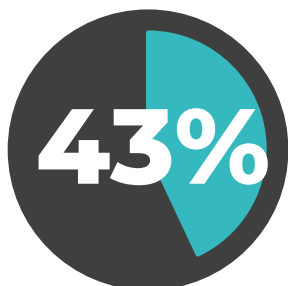
Nguồn: Q&Me



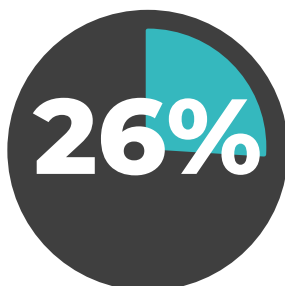
Bữa trưa



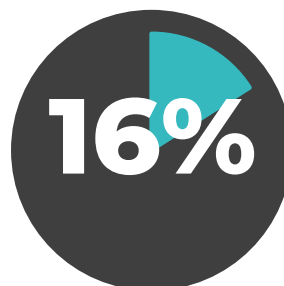
Cuối giờ
chiều



Bữa tối



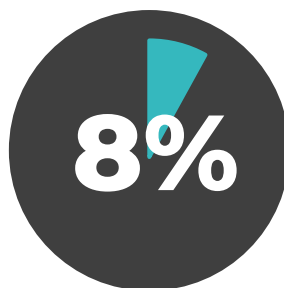
Bất cứ khi nào đói



Bữa sáng



Ăn đêm

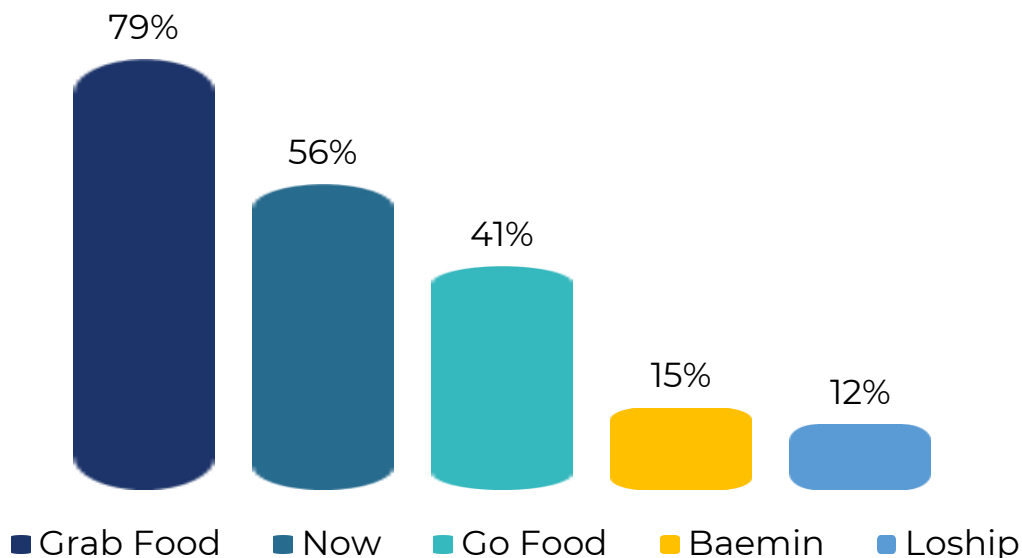


Khi nào có khuyến
mại

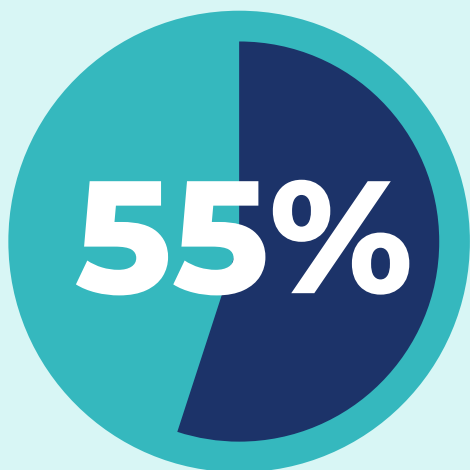
“Perhaps more than any other, the food industry is very sensitive to consumer demand.” (Michael Pollan)

ỨNG DỤNG ĐẶT ĐỒ ĂN QUA MẠNG

BEAMIN MẶC DÙ MỚI XUẤT HIỆN Ở VIỆT NAM, NHƯNG CŨNG ĐÚNG THỨ TƯ TRONG BẢNG XẾP HẠNG CÁC ỨNG DỤNG ĐẶT ĐỒ ĂN QUEN THUỘC VỚI NGƯỜI VIỆT

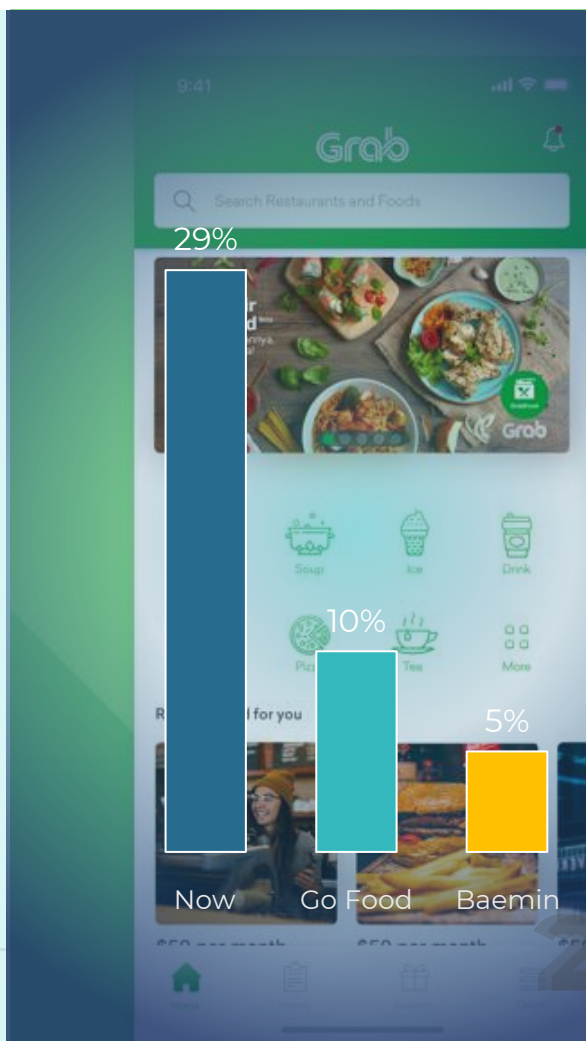


GRAB FOOD VẪN LÀ ỨNG DỤNG ĐƯỢC SỬ DỤNG NHIỀU NHẤT ĐỂ ĐẶT ĐỒ ĂN QUA MẠNG

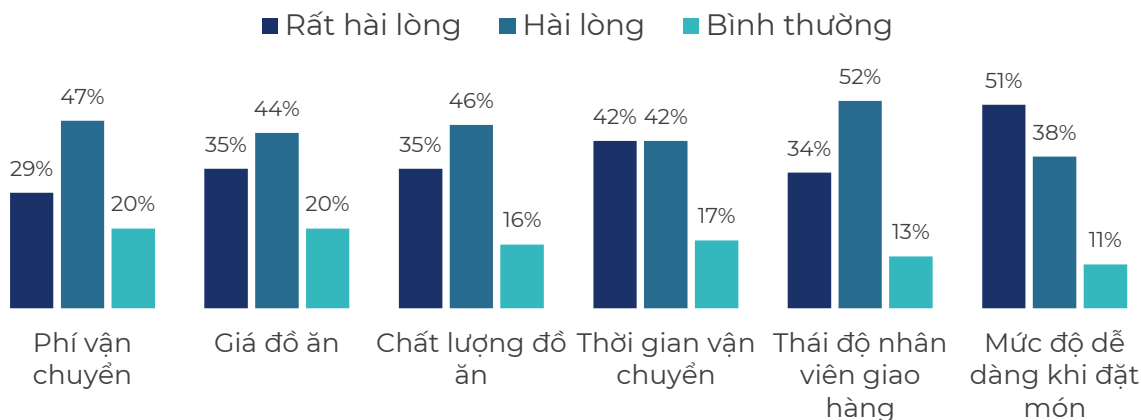


#1 Grab Food

● ● ● ● ● Người tiêu dùng

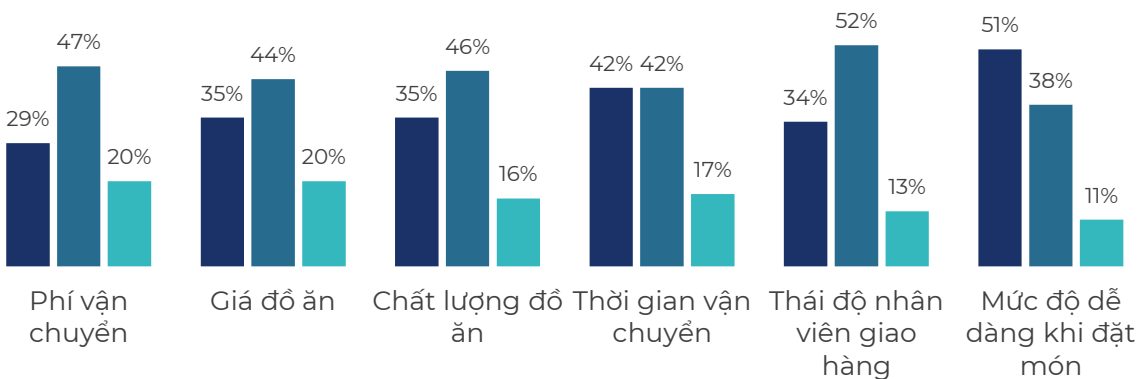


ĐA SỐ KHÁCH HÀNG **ĐỀU HÀI LÒNG** VỚI TRẢI NGHIỆM ĐẶT ĐỒ ĂN QUA ỨNG DỤNG

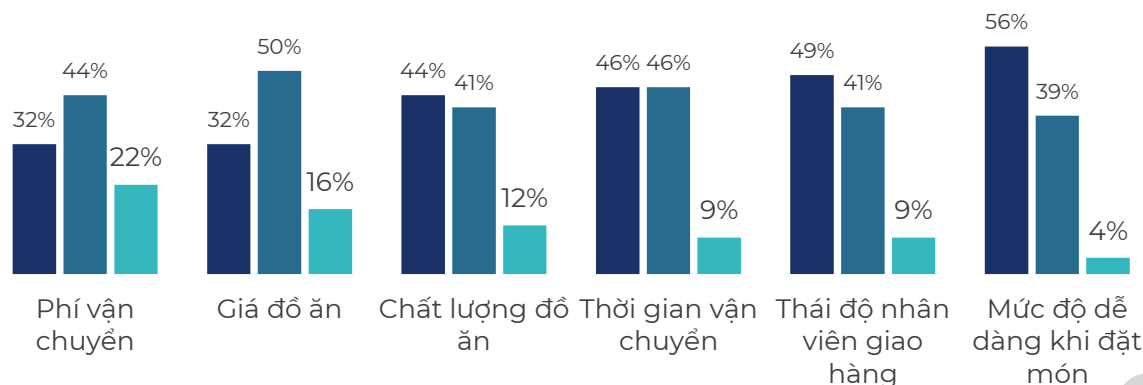


TUY NHIÊN, KHÁCH HÀNG CÓ XU HƯỚNG ĐÁNH GIÁ CAO HƠN VỀ CHẤT LƯỢNG ĐỒ ĂN KHI **ĐẶT QUA APP RIÊNG CỦA NHÀ HÀNG**

ĐẶT MÓN QUA MXH

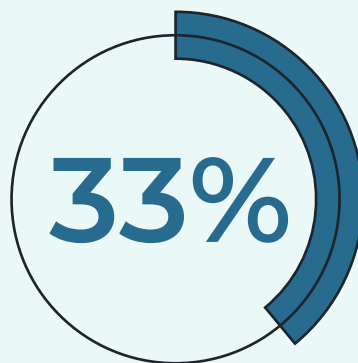


ĐẶT MÓN QUA ỨNG DỤNG RIÊNG CỦA NHÀ HÀNG



Nguồn: Q&Me / Unit: % of Respondents / Vietnam, 2020

DOANH THU LĨNH VỰC CÔNG NGHỆ TÀI CHÍNH TRONG 2020



Tăng trưởng số lượt tải về các ứng dụng liên quan đến tài chính (bao gồm cả các ứng dụng Fintech và Mobile banking)

Nguồn: Google, 2020

Sự phát triển về số lượng người được tiếp cận internet, cùng sự bùng nổ của thị trường TMĐT đã tạo ra nhiều cơ hội mới cho lĩnh vực tài chính số. Thị trường này được ước tính đạt doanh thu 7,8 tỷ USD trong năm 2020 và sẽ tiếp tục đà tăng trưởng trong tương lai.

CÁC PHÂN KHÚC SẢN PHẨM TRONG THỊ TRƯỜNG FINTECH

Thanh toán

- Thanh toán trên di động
- Các nền tảng hỗ trợ thanh toán

Cá nhân

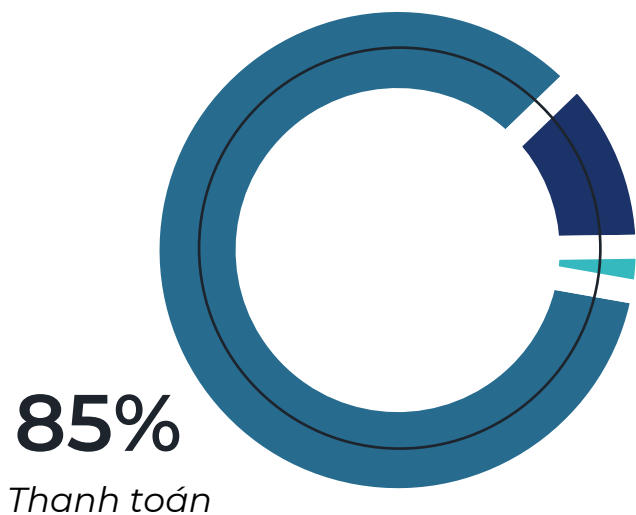
- Tiết kiệm theo nhóm
- Crown-investing
- Tư vấn tài chính cá nhân

Doanh nghiệp

- P2P Lending cho DN
- Xếp hạng tín dụng cá nhân
- Insurtech

THỊ PHẦN THEO PHÂN KHÚC SẢN PHẨM FINTECH 2019

Nguồn: Solidiance, 2020



12% Tài chính cá nhân

3% Tài chính doanh nghiệp

Thanh toán

12,8% CAGR 2019 - 2025

Tài chính cá nhân

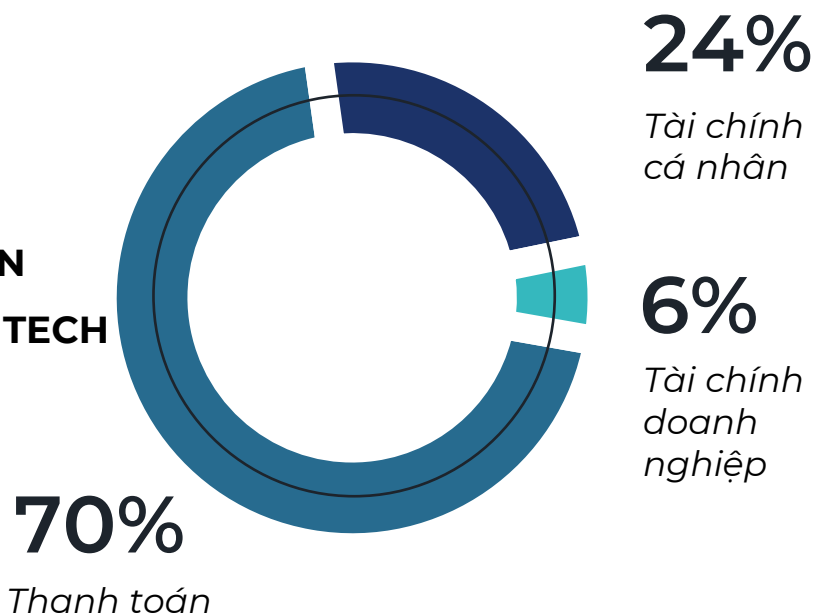
31,2% CAGR 2019 - 2025

Tài chính doanh nghiệp

35,9% CAGR 2019 - 2015

THỊ PHẦN THEO PHÂN KHÚC SẢN PHẨM FINTECH 2025 (DỰ BÁO)

Nguồn: Solidiance, 2020



24%

Tài chính cá nhân

6%

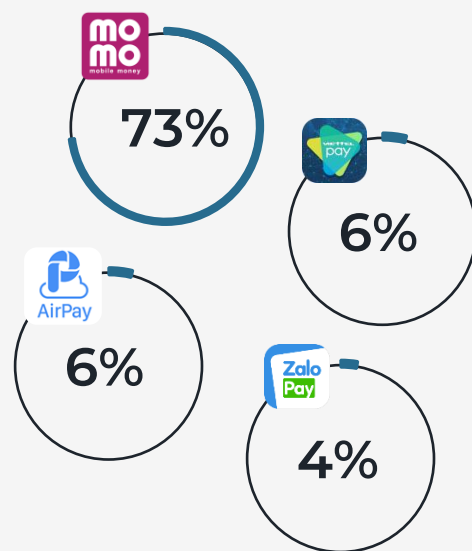
Tài chính doanh nghiệp

70%

Thanh toán

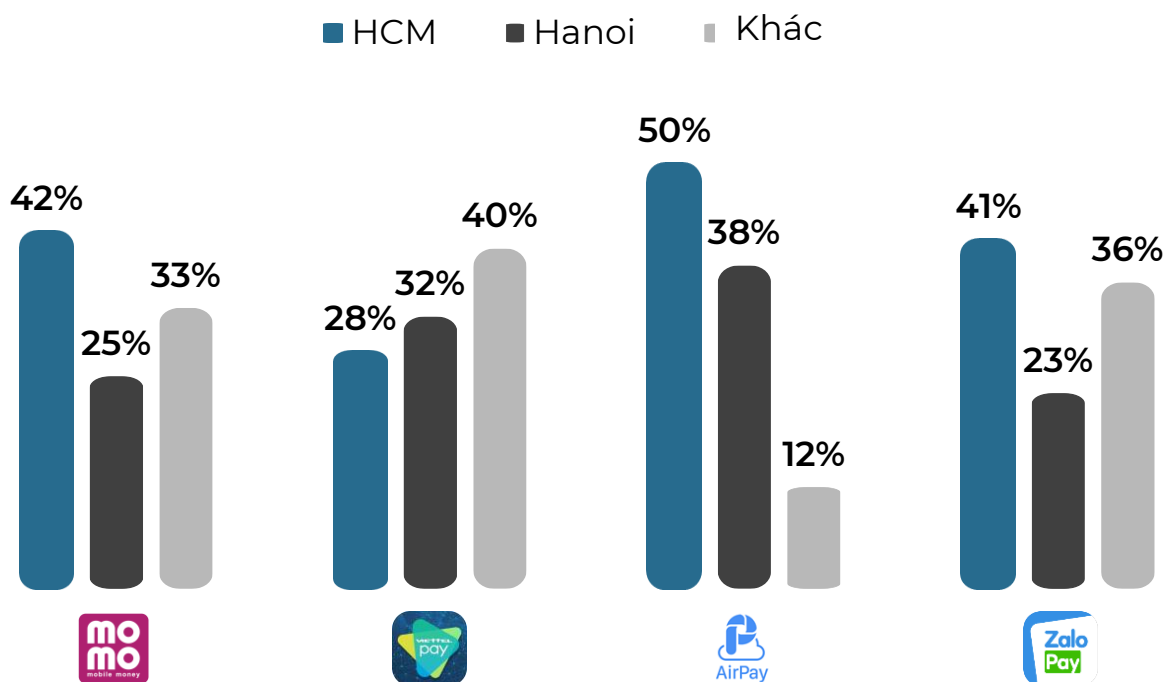
TOP ỨNG DỤNG FINTECH TẠI VIỆT NAM

MOMO ĐANG DẪN ĐẦU
VỀ MỨC ĐỘ NHẬN BIẾT
THƯƠNG HIỆU VÀ CÓ
KHOẢNG CÁCH KHÁ XA
VỚI CÁC ỨNG DỤNG
KHÁC



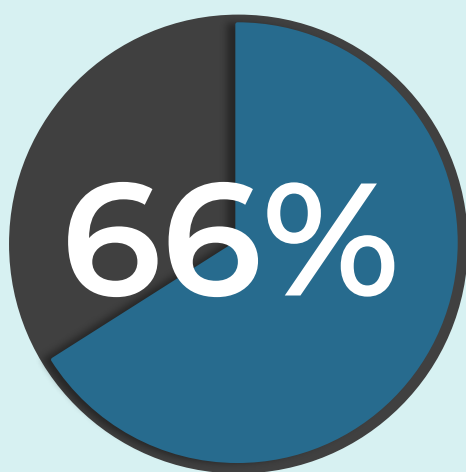
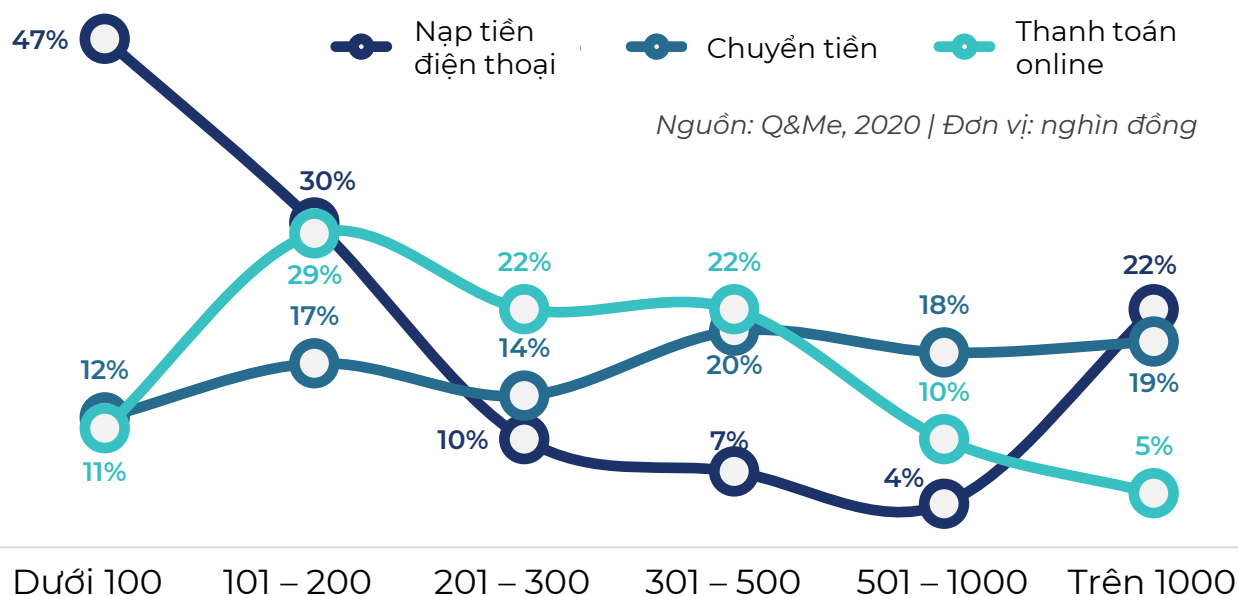
MỨC ĐỘ PHỔ BIẾN CỦA TOP 4 ỨNG DỤNG THANH TOÁN TRÊN DI ĐỘNG TẠI HÀ NỘI VÀ HỒ CHÍ MINH

Nguồn: Q&Me, 2020



GIÁ TRỊ GIAO DỊCH TRÊN CÁC ỨNG DỤNG THANH TOÁN

Hoạt động chuyển tiền vẫn có giá trị giao dịch trung bình cao nhất, ở mức 477.500 VND. Các giao dịch liên quan đến thanh toán online (trừ nạp tiền điện thoại) có giá trị giao dịch trung bình thấp nhất, ở mức 322.500 VND.



Người dùng ví điện tử nói rằng họ thích những khuyến mại liên quan đến **hoàn tiền**

● ● ● ● ● Người tiêu dùng

mo mo ví điện tử MOMO
SIÊU ỨNG DỤNG THANH TOÁN
SỐ 1 VIỆT NAM

THANH TOÁN MOMO
**HOÀN TIỀN
TIẾT KIỆM
30%** (*)

26

TẢI MIỄN PHÍ TẠI Google Play App Store TỪ KHÓA "momo"

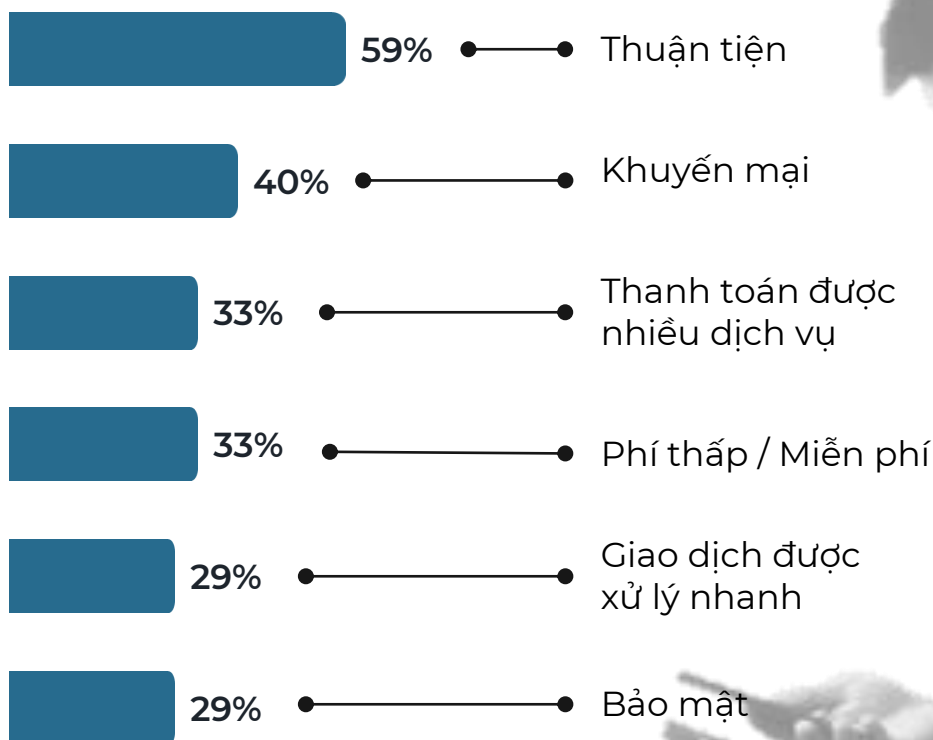
LÝ DO SỬ DỤNG CÁC ỨNG DỤNG FINTECH



>27%

Người được hỏi nói rằng họ thanh toán trên di động **ít nhất 1 lần / tuần**

ĐỘNG LỰC SỬ DỤNG CÁC ỨNG DỤNG THANH TOÁN TRÊN DI ĐỘNG



Nguồn: Q&Me, 2020

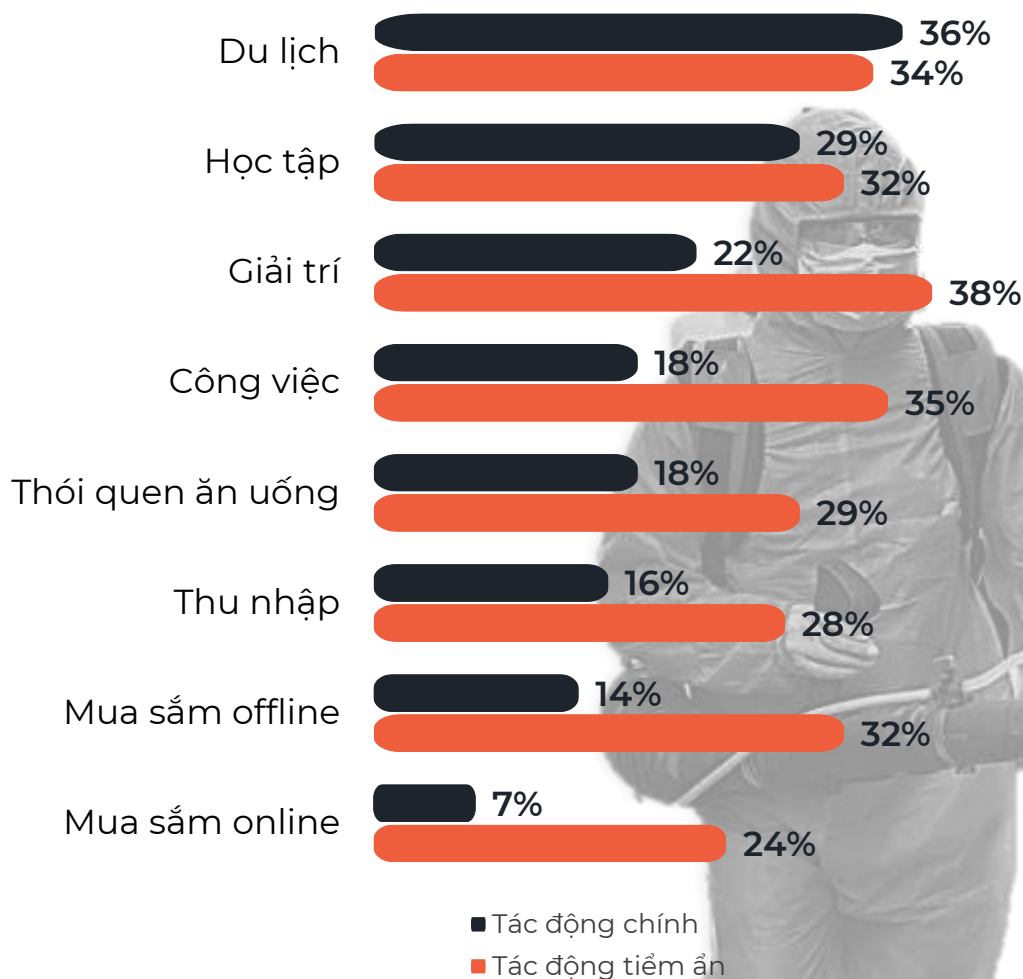


#entertainment

TÁC ĐỘNG CỦA COVID-19 ĐẾN THÓI QUEN GIẢI TRÍ

Mặc dù Covid-19 ảnh hưởng nặng nề đến tất cả các khía cạnh của cuộc sống, các hoạt động liên quan đến giải trí được cho là bị ảnh hưởng lớn nhất. Cụ thể, 36% người được hỏi nói rằng hoạt động du lịch của họ bị ảnh hưởng từ đáng kể cho đến rất lớn. 36% đáp viên nói rằng hoạt động giải trí thường ngày của họ bị ảnh hưởng đáng kể.

Việc bị hạn chế các hoạt động giải trí ngoài trời vô hình chung đã giúp thúc đẩy các hoạt động giải trí trực tuyến và các hoạt động giải trí trong nhà.

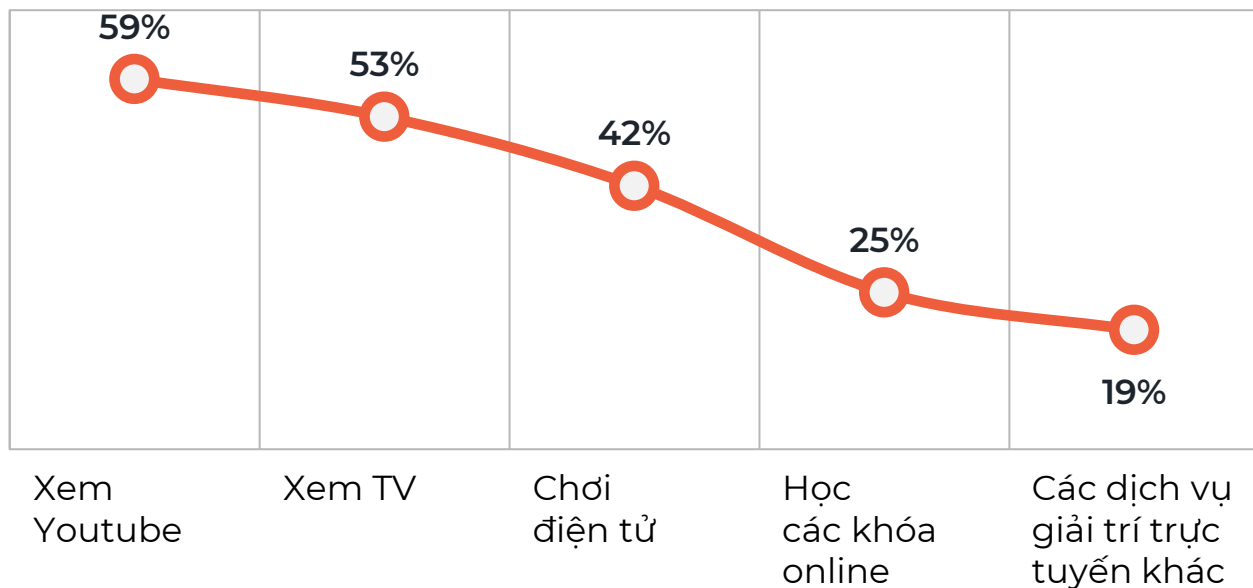


Nguồn: Infocus ft. Nielsen

CÁC HOẠT ĐỘNG GIẢI TRÍ TRONG NHÀ PHỔ BIẾN

Xem Youtube là hoạt động giải trí phổ biến nhất trong thời gian giãn cách xã hội

Nguồn: SurveySensum Consumer Study, 2020



HÀNH VI TÌM KIẾM CỦA NGƯỜI VIỆT NĂM 2020



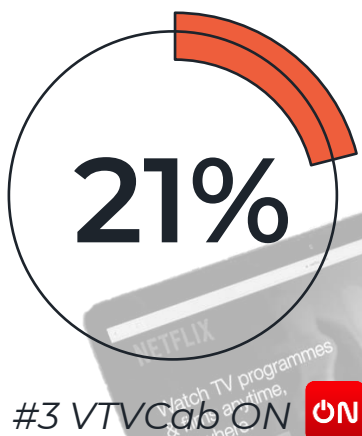
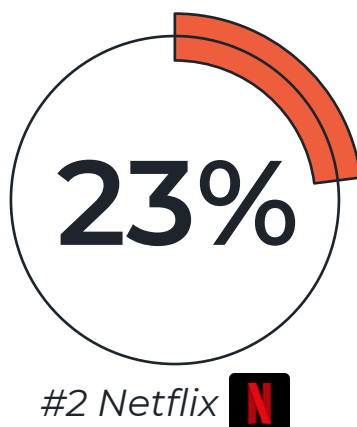
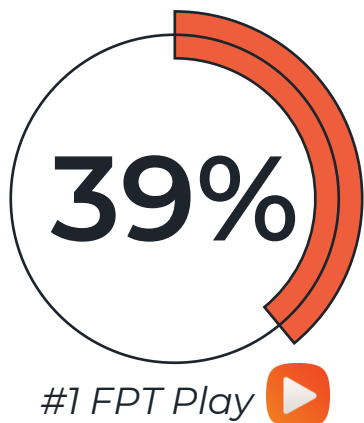
Là tỷ lệ tăng trưởng **số lượt tìm kiếm phim / video** trên Youtube và Netflix trong quý 1/2020

Nguồn: Google, 2020

CÁC DỊCH VỤ VIDEO STREAMING PHỔ BIẾN

FPT Play dẫn đầu ở thị trường
Việt Nam, theo sau là Netflix và
VTVcab ON

Nguồn: Q&Me ft Kadence, 2020



#4 KPlus: 19% 

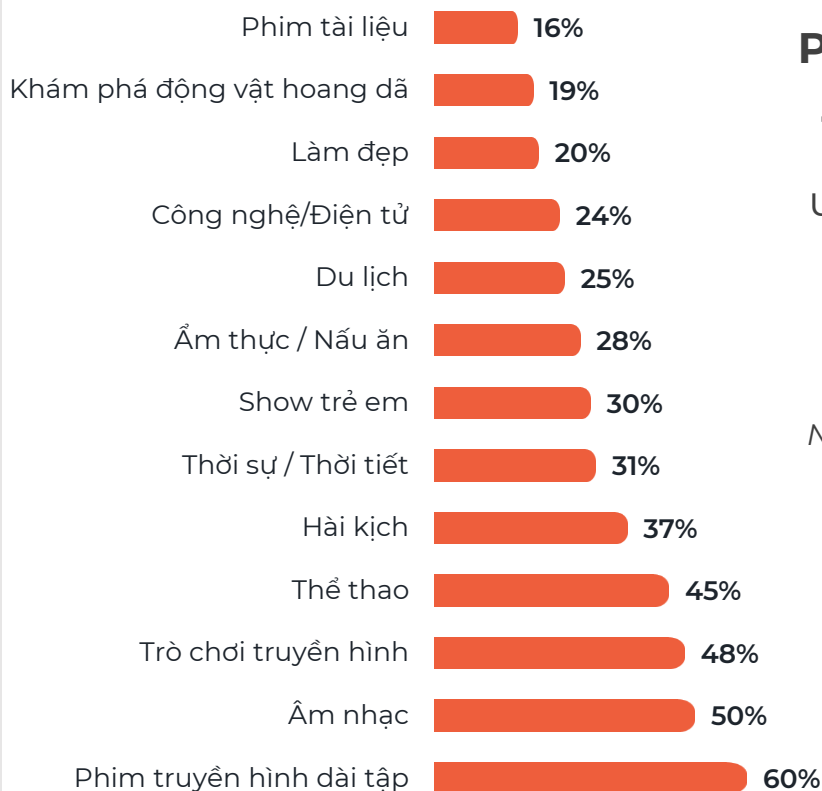
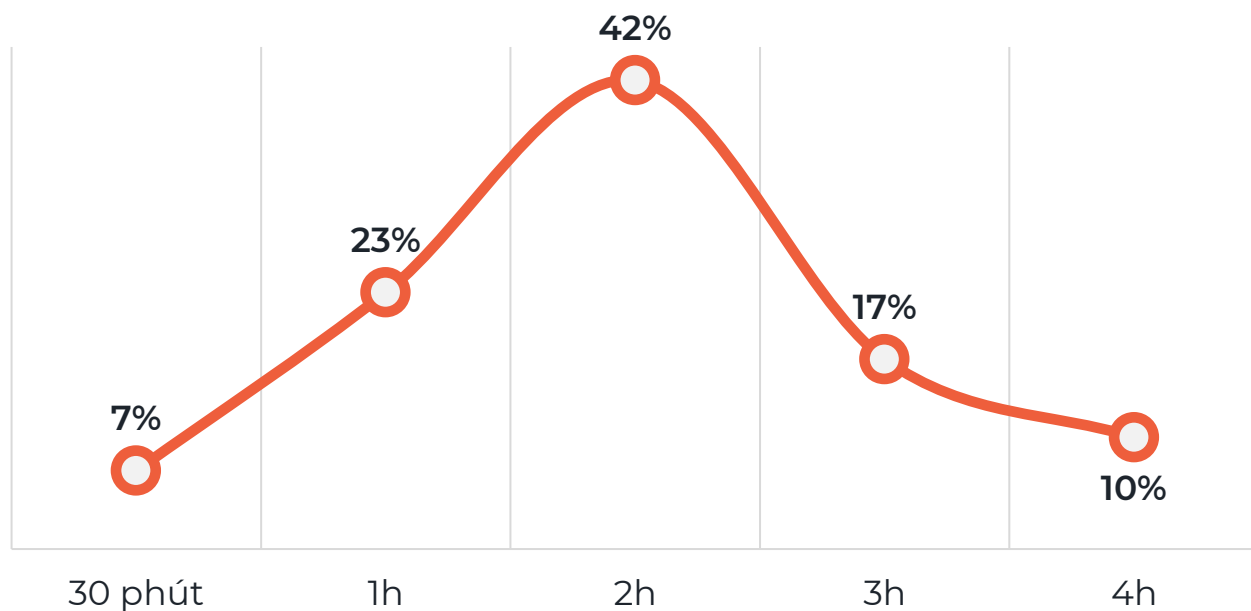
#5 Zingtv: 18% 

THÓI QUEN SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ VIDEO STREAMING



Streambit

42% NGƯỜI VIỆT NAM DÙNG 2H MỖI NGÀY ĐỂ XEM PHIM/VIDEO TỪ CÁC DỊCH VỤ STREAMING

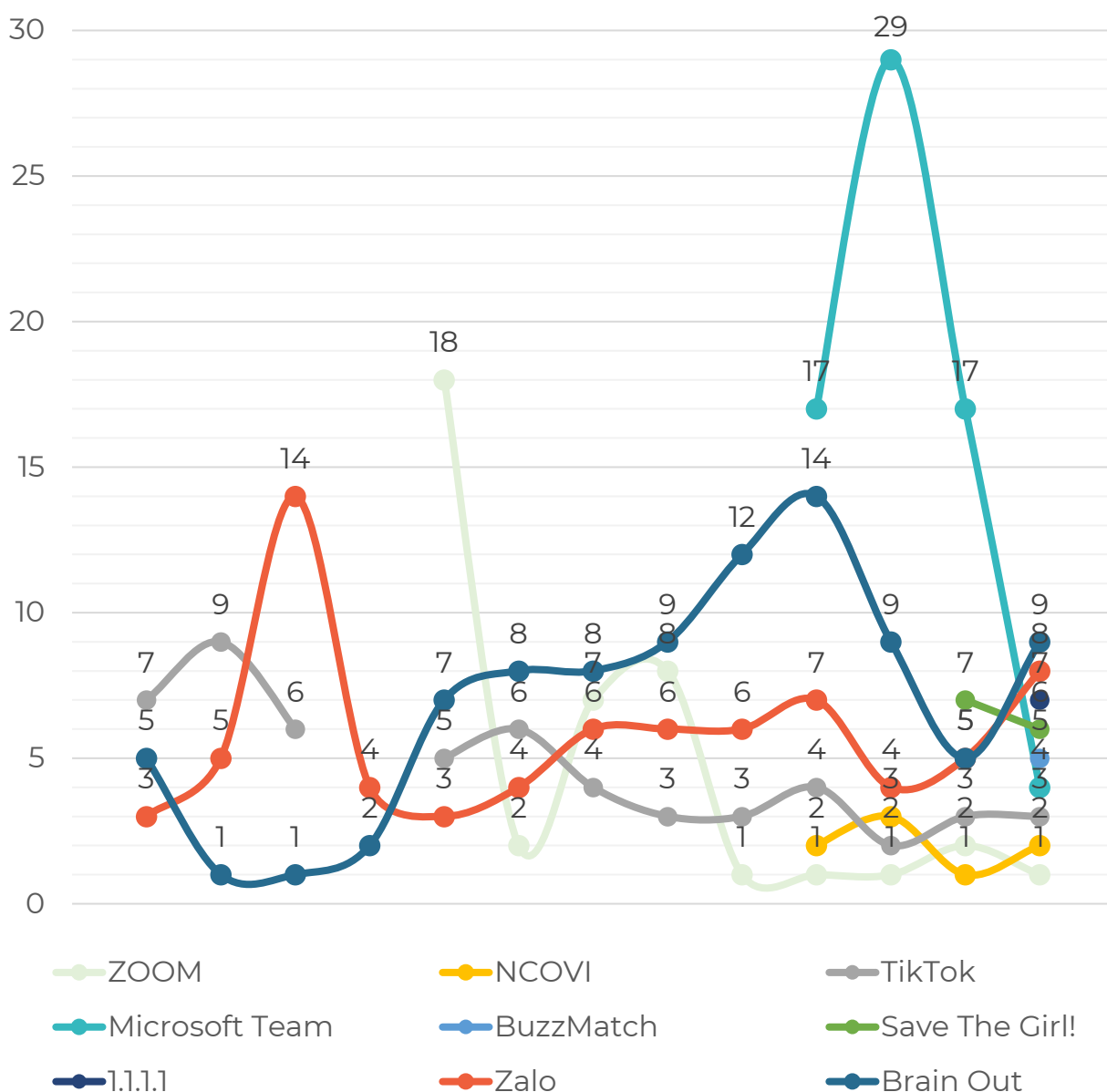


Phim truyền hình dài tập là nội dung được ưa thích nhất với 60% đáp viên lựa chọn phương án này

Nguồn: Q&Me ft Kadence, 2020

Với người dùng Iphone, bên cạnh việc xem phim / video từ các dịch vụ Video Streaming, **“Save The Girl!”** và **“Brain Out”** cũng là 2 game được tải về nhiều nhất* trong thời gian giãn cách xã hội

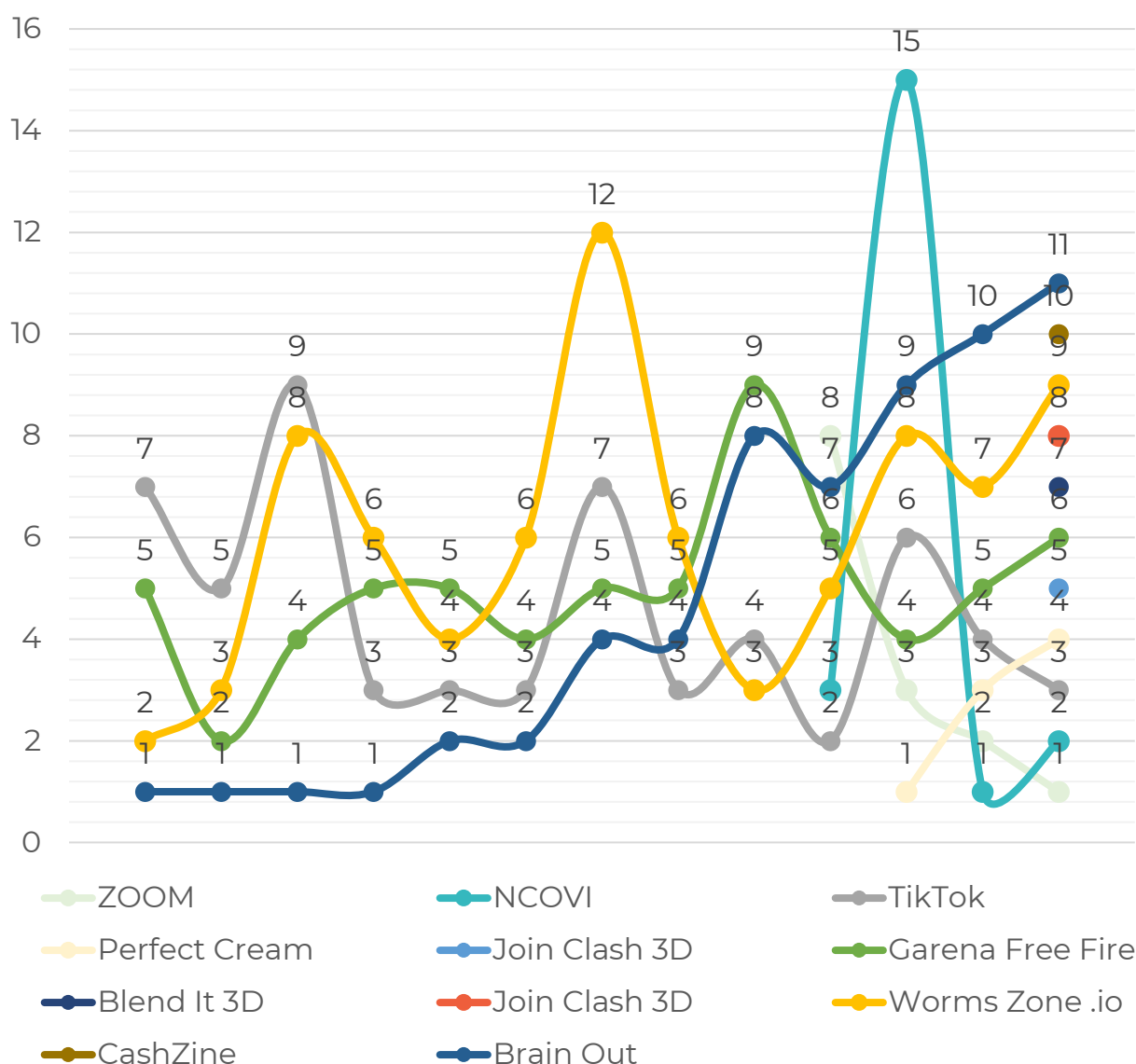
*Dựa trên số lượt tải về miễn phí trong giai đoạn 13/01/20 – 06/04/20



Nguồn: App Annie, Q&Me

Người dùng Android dường như có gu giải trí đa dạng hơn. Danh mục game tải về nhiều nhất* trong thời gian này ngoài “Brain Out” còn có những cái tên khác như **“Perfect Cream”, “Blend It 3D”, “CashZine”, “Join Clash”** hay **“Garena Free Fire”**.

*Dựa trên số lượt tải về miễn phí trong giai đoạn 13/01/20 – 06/04/20



Nguồn: App Annie, Q&Me



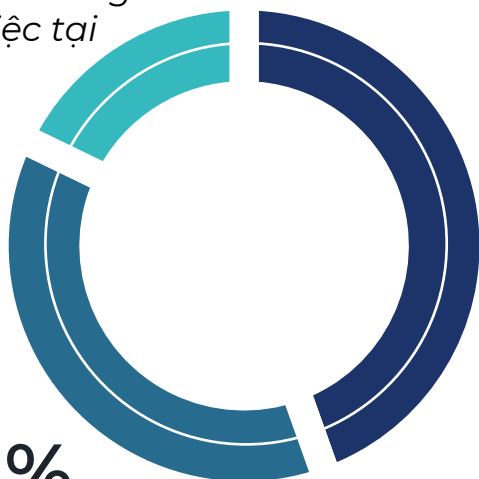
Streambit



#workfromhome

18%

Thỉnh thoảng
làm việc tại
nhà



38%

Thường xuyên làm
việc tại nhà

82% đáp viên được hỏi nói rằng
họ **thường xuyên làm việc ở
nhà** trong năm 2020

45%

Liên tục làm
việc tại nhà

Nguồn: Q&Me, 2020

“WORK FROM HOME” CŨNG LÀ CHỦ ĐỀ NÓNG TRÊN FACEBOOK TRONG THỜI GIAN GIẢN CÁCH XÃ HỘI TẠI VIỆT NAM

Giai đoạn: 01/03/2020 – 31/03/2020



686K

cuộc thảo luận



239K

người tham gia thảo luận

CÁC CHỦ ĐỀ NỔI BẬT

Ca bệnh thứ 17 – thời điểm bắt đầu các cuộc thảo luận về “WFH”

7/3

Phát hiện các ca bệnh mới – bắt đầu cảnh báo về khả năng cao phải làm việc tại nhà

28/3

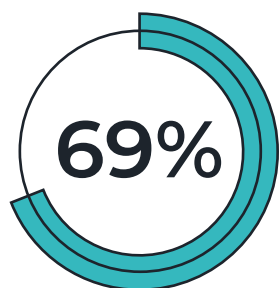
Bắt đầu giãn cách xã hội – Các cuộc thảo luận về làm việc tại nhà đạt đỉnh

31/3

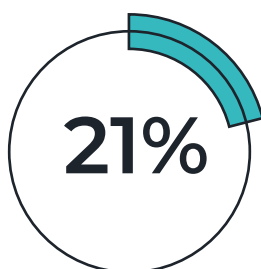
Nguồn: Buzzmetrics.com, 2020



PHẢN ỨNG CHUNG CỦA NGƯỜI VIỆT NAM KHI LÀM VIỆC TẠI NHÀ LÀ **HỨNG THÚ** VÀ **CẢM THẤY SẴN SÀNG**



*Hứng thú
& Sẵn sàng*

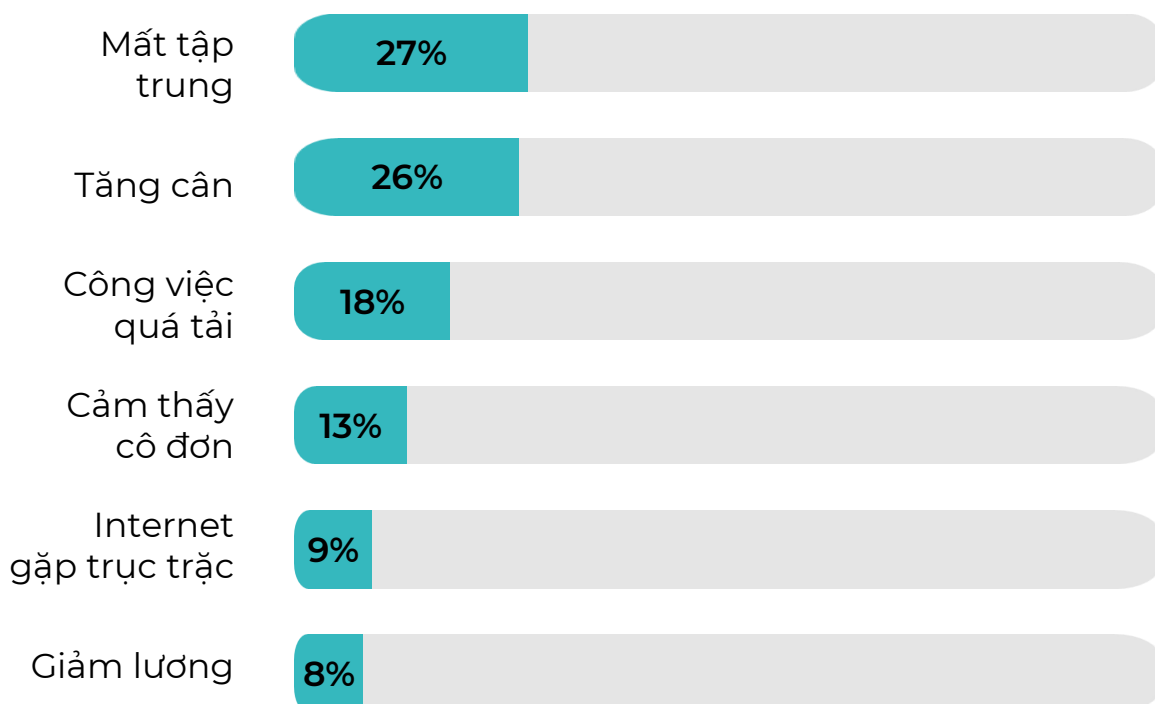


*Bình tĩnh
& Quan tâm*



*Lo lắng
& Than thở*

TUY NHIÊN CŨNG CÓ NHỮNG LO LẮNG NHẤT ĐỊNH VỀ **MỨC ĐỘ TẬP TRUNG** CŨNG NHƯ **CÁC VẤN ĐỀ KHÁC** **PHÁT SINH**

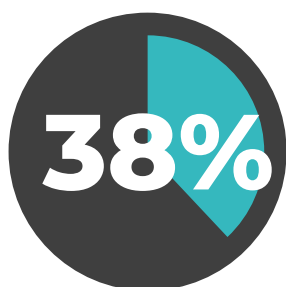


Nguồn: Buzzmetrics.com, 2020

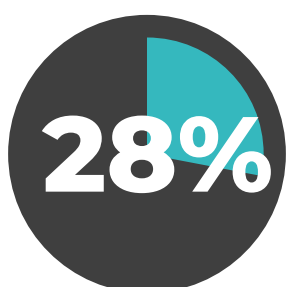
ĐỒ ĂN CŨNG NHƯ KHÔNG GIAN LÀM VIỆC
LÀ 2 YẾU TỐ QUAN TRỌNG NHẤT KHIẾN CHO
NGƯỜI DÙNG FACEBOOK CẢM THẤY ĐỠ
LO LẮNG KHI LÀM VIỆC Ở NHÀ

Nguồn: Buzzmetrics.com, 2020

Đồ ăn



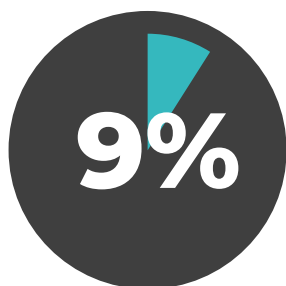
Không gian
làm việc



Con cái



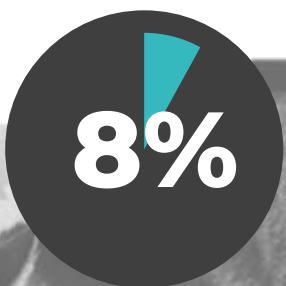
Thể thao



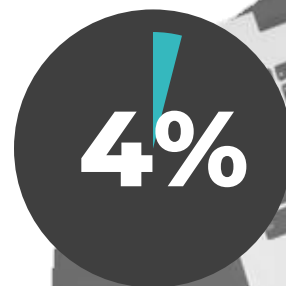
Hoa



Thú cưng



Phim





Nguồn: Q&Me, 2020 | Unit: % of respondents

ĐÁNH GIÁ CHUNG CỦA NHỮNG NGƯỜI ĐƯỢC HỎI LÀ THÍCH LÀM VIỆC Ở NHÀ

■ Thích ■ Bình thường ■ Không thích



Thoải mái hơn



Tiết kiệm thời gian đi lại



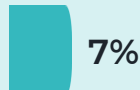
An toàn



Thời gian làm việc linh hoạt



Có nhiều thời gian cho gia đình hơn



Khó tập trung



Không có đủ thiết bị dụng cụ



Khó giao tiếp



Khó giải quyết vấn đề



LÝ DO THÍCH / KHÔNG THÍCH
LÀM VIỆC Ở NHÀ

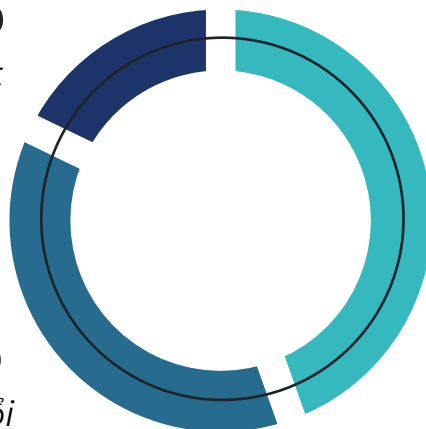
ĐÁNH GIÁ VỀ
**HIỆU QUẢ
CÔNG VIỆC** KHI
LÀM Ở NHÀ

42%

Hiệu suất
thấp hơn

30%

Không đổi



30%

Hiệu suất
cao hơn

LÝ DO CẢM THẤY HIỆU SUẤT CAO HƠN

Làm việc thoải mái hơn **40%**

Tiết kiệm thời gian đi lại **14%**

Vẫn đúng deadline **34%**

Thời gian linh hoạt **10%**

LÝ DO CẢM THẤY HIỆU SUẤT KHÔNG ĐỔI

Vẫn đúng deadline **45%**

Vẫn làm đủ 8 tiếng **6%**

Vẫn làm việc có trách
nhiệm **13%**

Vẫn nhận đủ KPI **4%**

LÝ DO CẢM THẤY HIỆU SUẤT KÉM HƠN

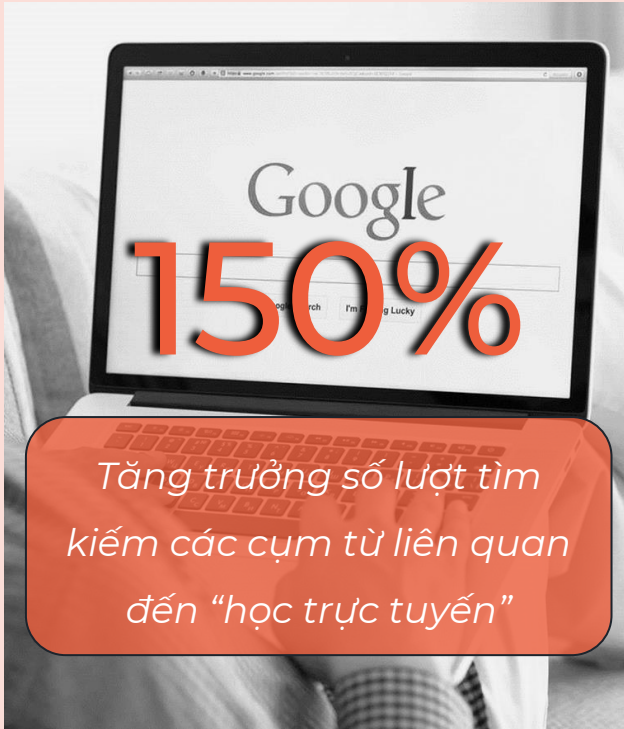
Khó tập trung **45%**

Không đủ công cụ
dụng cụ **20%**

Khó giao tiếp **22%**

Khó giải quyết vấn đề **8%**

KHÔNG CHỈ LÀM VIỆC TẠI NHÀ, 2020 CÒN LÀ MỘT NĂM CHỨNG KIẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA **ĐÀO TẠO TRỰC TUYẾN**



Nội dung tìm kiếm

🔍 “học trực tuyến lớp 1 đến lớp 12”

🔍 “tài liệu học trực tuyến”

🔍 “học toán trực tuyến”

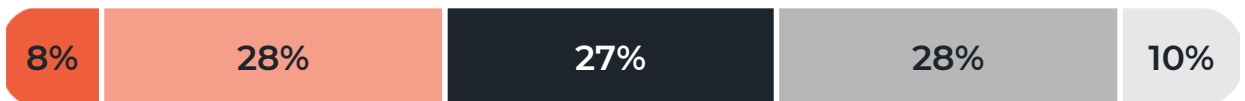
🔍 “học ngoại ngữ trực tuyến”

Nguồn: Google, 2020

GÓC NHÌN CỦA GIÁO VIÊN ĐỐI VỚI VIỆC ĐÀO TẠO TỪ XA

■ Hoàn toàn đồng ý ■ Đồng ý ■ Trung lập ■ Không đồng ý ■ Hoàn toàn không đồng ý

Đào tạo từ xa có hiệu quả tương đương lớp học thông thường

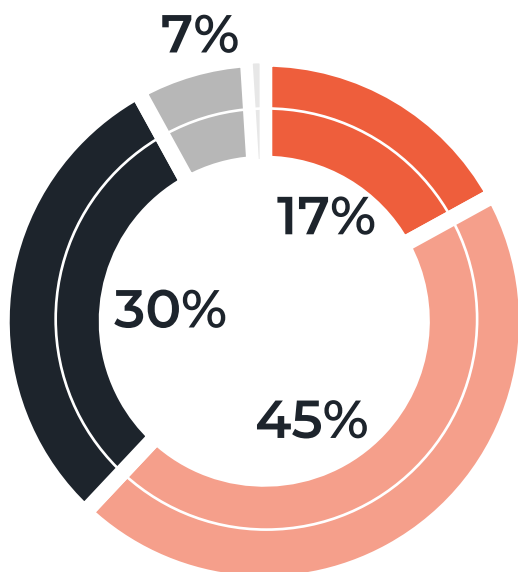


Học sinh tương tác một cách chủ động với tiết học



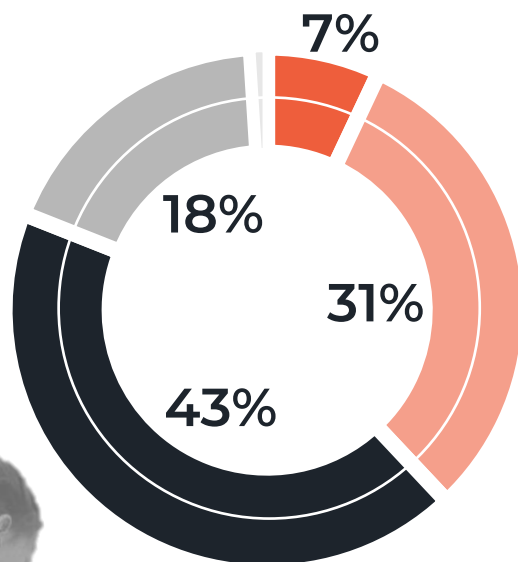
Nguồn: Harvard Dataverse, 2020

ĐA SỐ GIÁO VIÊN CHO BIẾT HỌ **KHÔNG GẶP KHÓ KHĂN GÌ** TRONG QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO TRỰC TUYẾN, TUY NHIÊN **KHỐI LƯỢNG CÔNG VIỆC NHIỀU HƠN** SO VỚI ĐÀO TẠO THEO PHƯƠNG PHÁP TRUYỀN THỐNG



Không gặp vấn đề gì khi đào tạo trực tuyến

Khối lượng công việc nhiều hơn so với trước Covid-19



● Hoàn toàn đồng ý

● Đồng ý

● Trung lập

● Không đồng ý

● Hoàn toàn không đồng ý

Nguồn: Havard Dataverse, 2020



Streambit

DOANH NGHIỆP

- Tác động của Covid-19 và hỗ trợ của Chính phủ
- Xu hướng Chuyển đổi số



Tác động của Covid-19 và hỗ trợ của Chính phủ

SỐ LƯỢNG DOANH NGHIỆP ĐĂNG KÝ MỚI

Nguồn: Cổng thông tin đăng ký doanh nghiệp Quốc gia

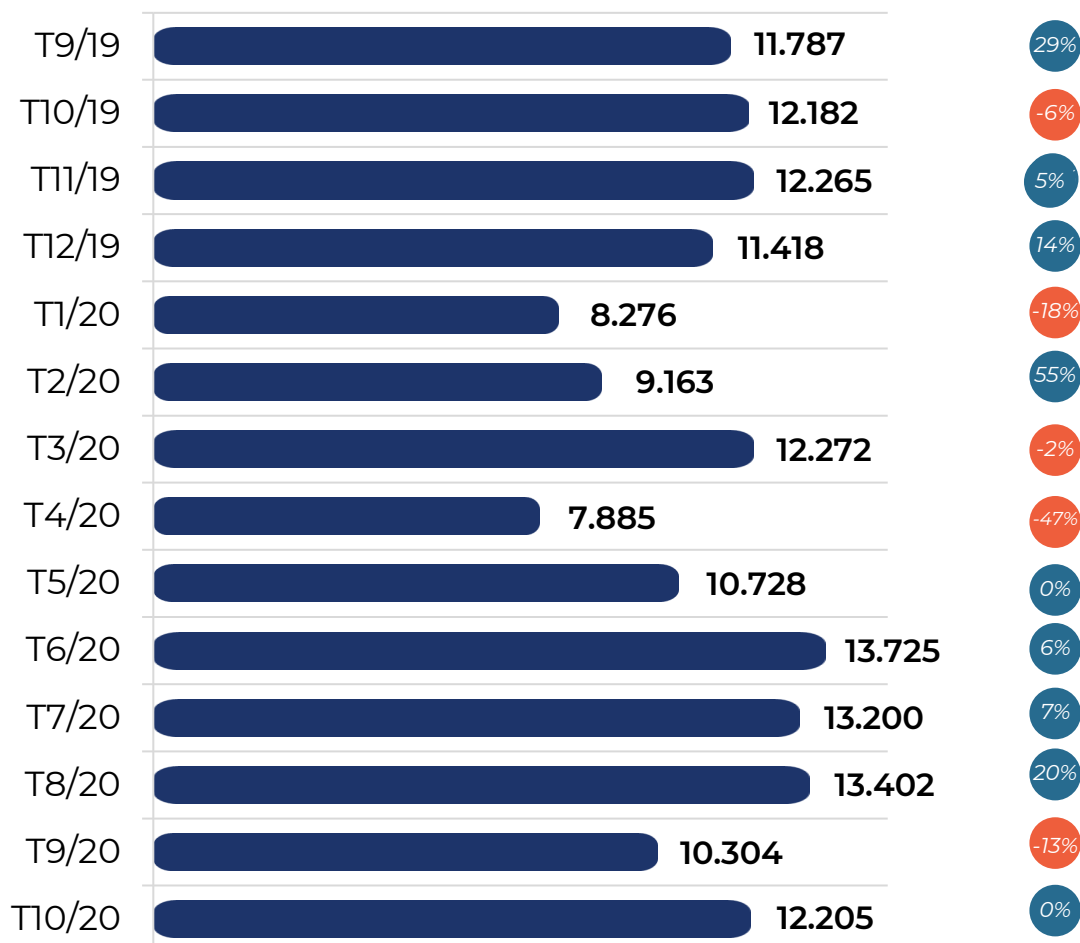
YTM (T1 – T10)

2019 114.456

2020 111.160 -3%

Trong 10 tháng đầu năm 2020, số lượng doanh nghiệp đăng ký mới giảm 3% so với năm 2019

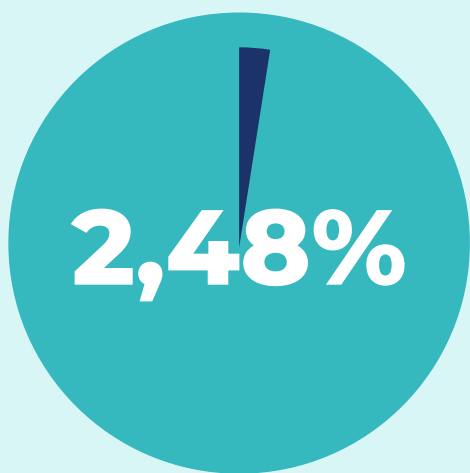
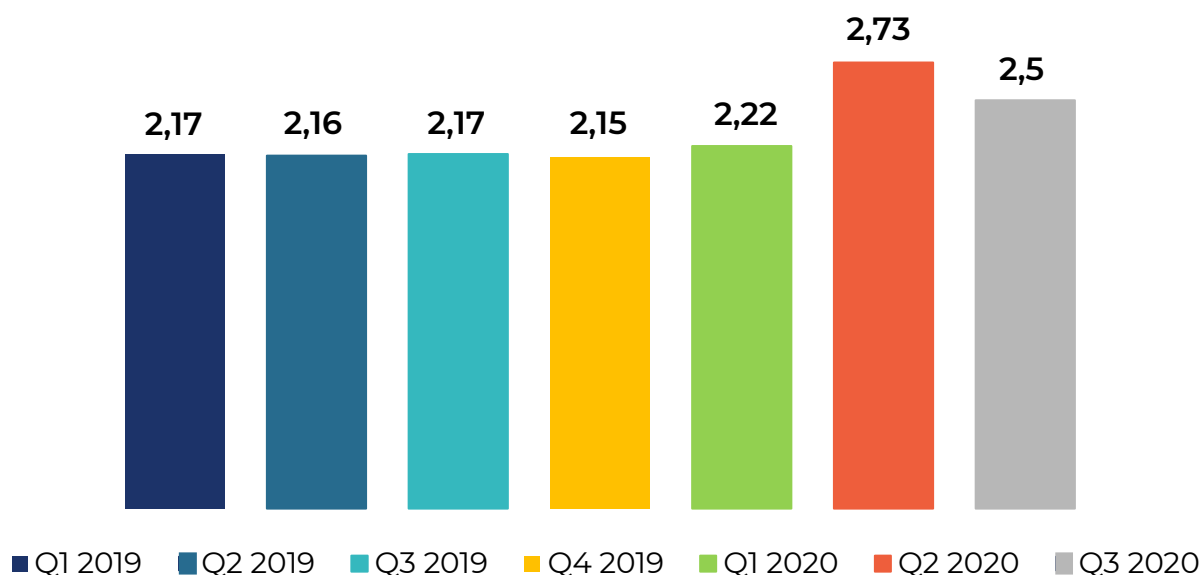
Xu hướng hàng tháng



ẢNH HƯỞNG ĐẾN LỰC LƯỢNG LAO ĐỘNG

TỶ LỆ THẤT NGHIỆP

Nguồn: GSO



Đến Quý 3/2020, tỷ lệ thất nghiệp **tăng 2,48%** so với cùng kỳ năm trước



TỶ LỆ DOANH NGHIỆP NHẬN ĐƯỢC HỖ TRỢ CỦA CHÍNH PHỦ

Nguồn: Business Pulse Surveys, 2020



Lý do không nhận được hỗ trợ

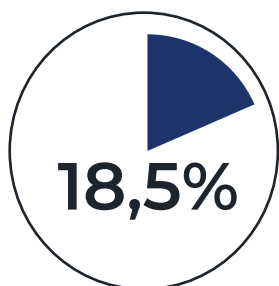
Không đủ điều kiện 37%

Không biết 27%

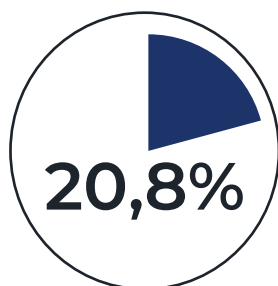
Quy trình đăng ký phức tạp 20%

Đã đăng ký nhưng không nhận được 3%

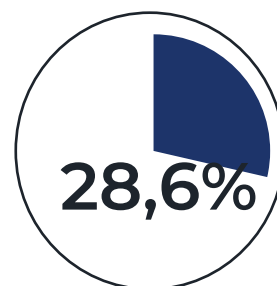
Lý do khác 1%



Doanh nghiệp quy mô nhỏ



Doanh nghiệp quy mô vừa



Doanh nghiệp quy mô lớn

CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ ĐƯỢC KỶ VỌNG NHẤT

Nguồn: The Worldbank, 2020

Miễn, giảm thuế



73%

Hoãn thuế



47%

Cho vay lãi suất ưu đãi



40%

Hoãn tiền thuế đất



35%

Hỗ trợ chuyển tiền



23%

Hoãn nợ



17%

Hỗ trợ trả lương

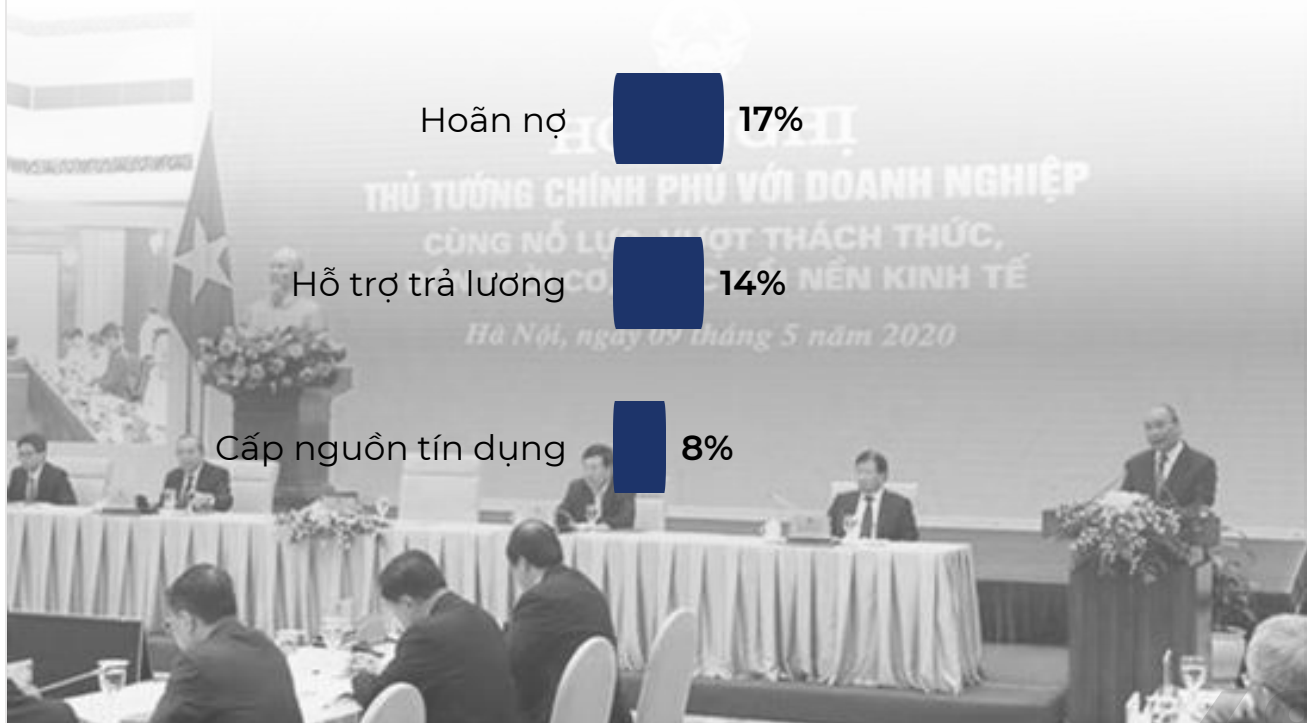


14%

Cấp nguồn tín dụng

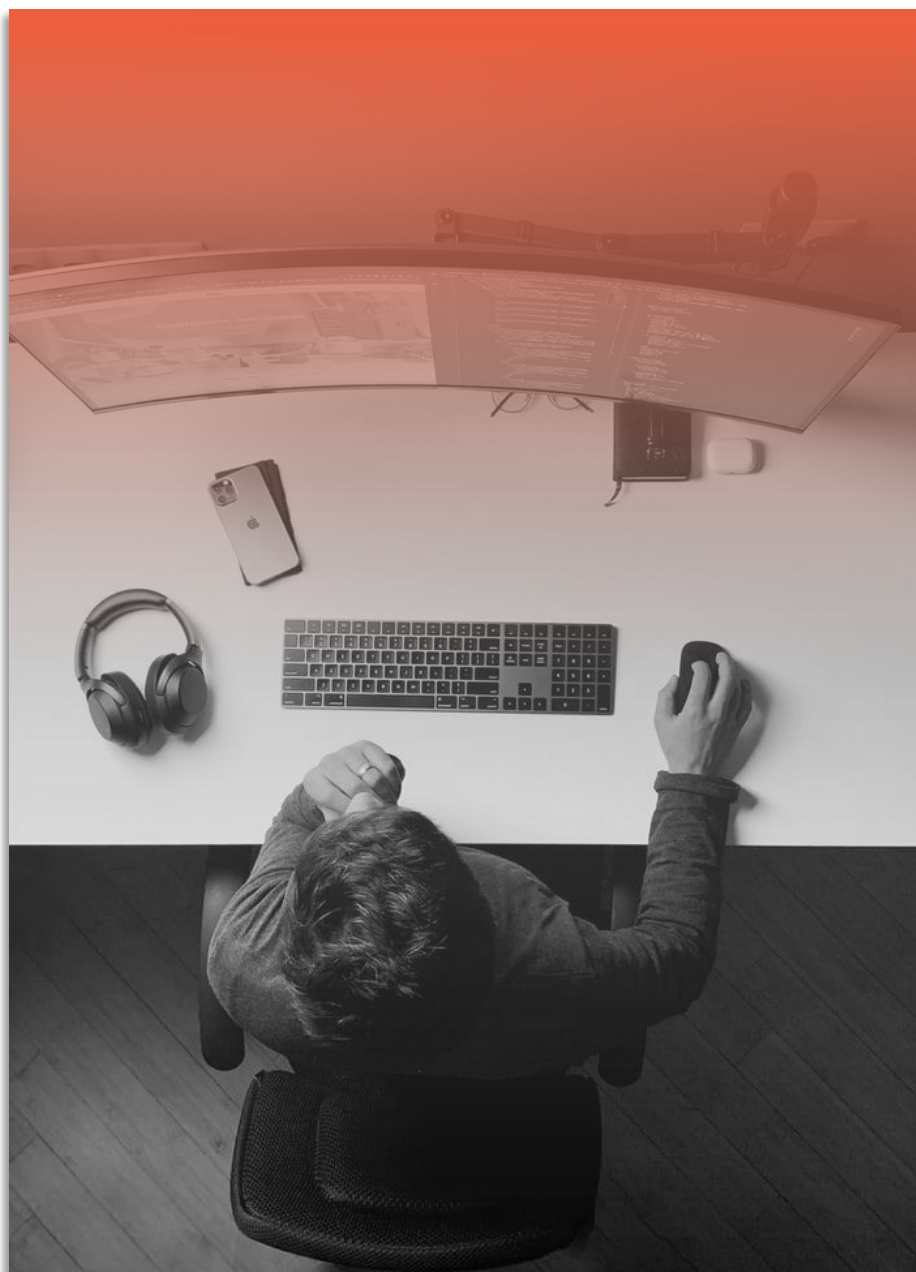


8%





Streambit



Xu hướng Chuyển đổi số

CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI DOANH NGHIỆP VIỆT NAM ĐƯỢC TĂNG TỐC NHỜ GIẢI CÁCH XÃ HỘI

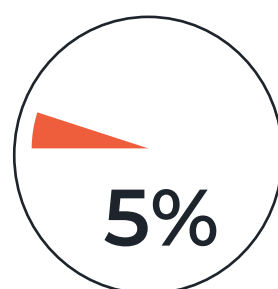
Doanh nghiệp đang tăng cường sử dụng các nền tảng kỹ thuật số và đầu tư vào các giải pháp công nghệ mới



Doanh nghiệp đã sử dụng các nền tảng kỹ thuật số



Doanh nghiệp tăng cường bán hàng trực tuyến



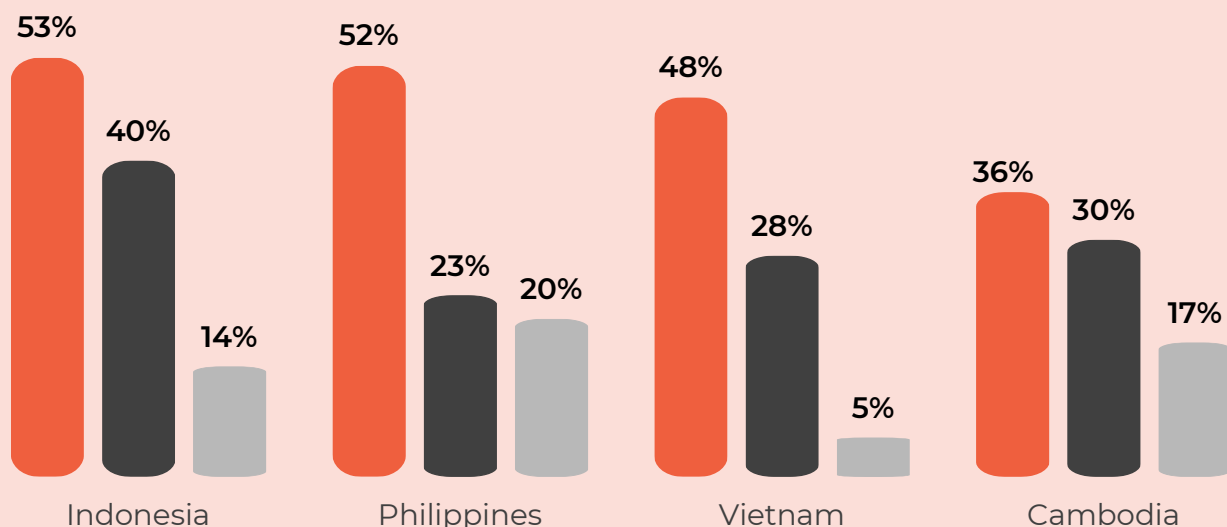
Doanh nghiệp đầu tư giải pháp công nghệ mới

HIỆN TRẠNG CHUYỂN ĐỔI SỐ Ở CÁC QUỐC GIA CHÂU Á

■ Sử dụng nền tảng kỹ thuật số

■ Tăng cường bán hàng trực tuyến

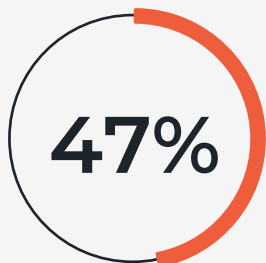
■ Đầu tư giải pháp công nghệ mới



Nguồn: Business Pulse Surveys, 2020

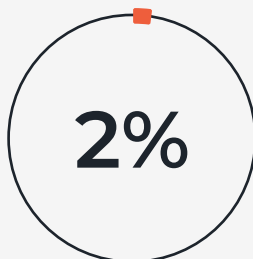
XU HƯỚNG CHUYỂN ĐỔI SỐ Ở VIỆT NAM

Nguồn: The World Bank, 2020

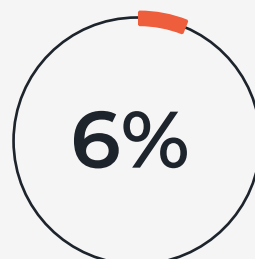


Tăng cường sử dụng nền tảng kỹ thuật số

Doanh nghiệp nhỏ



Đầu tư vào giải pháp kỹ thuật số



Nâng cấp / phát triển danh mục sản phẩm

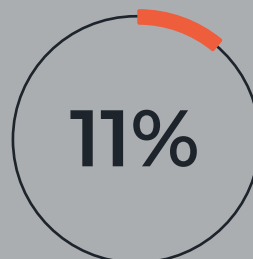


Tăng cường sử dụng nền tảng kỹ thuật số

Doanh nghiệp vừa



Đầu tư vào giải pháp kỹ thuật số

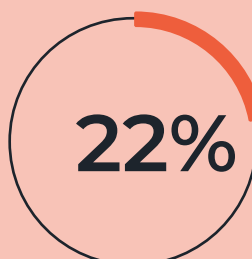


Nâng cấp/phát triển danh mục sản phẩm

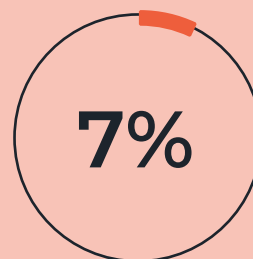


Tăng cường sử dụng nền tảng kỹ thuật số

Doanh nghiệp lớn

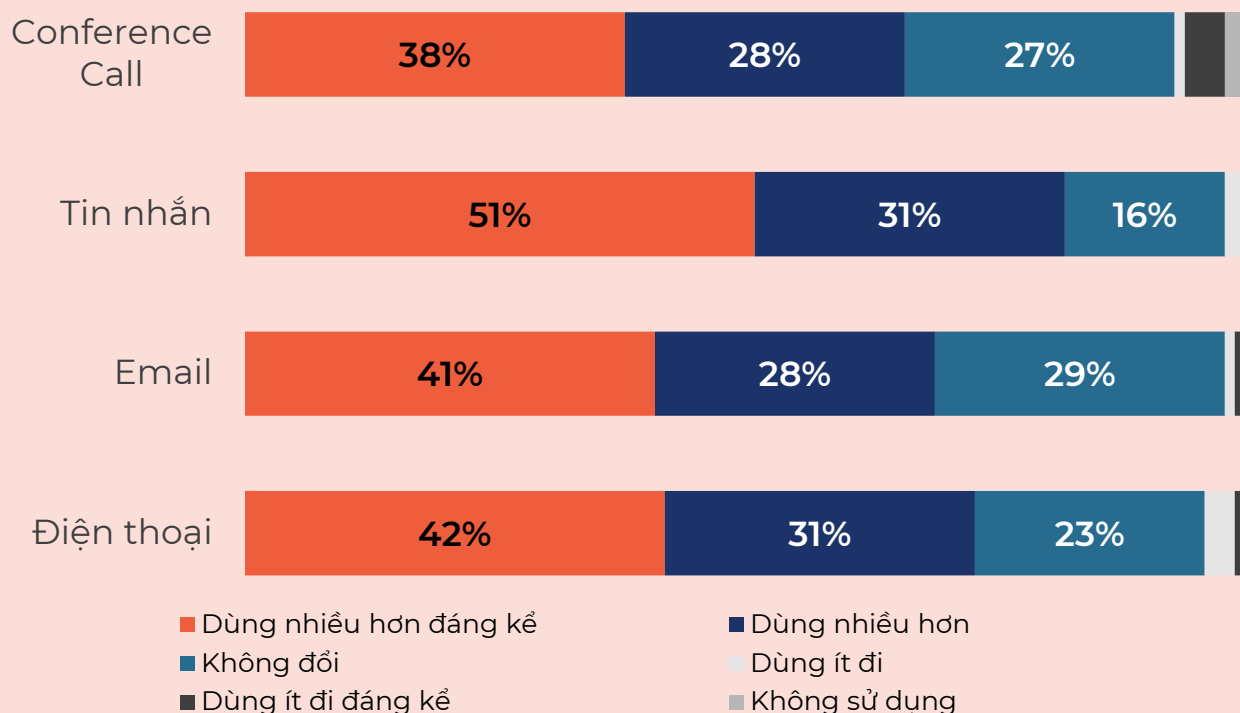


Đầu tư vào giải pháp kỹ thuật số

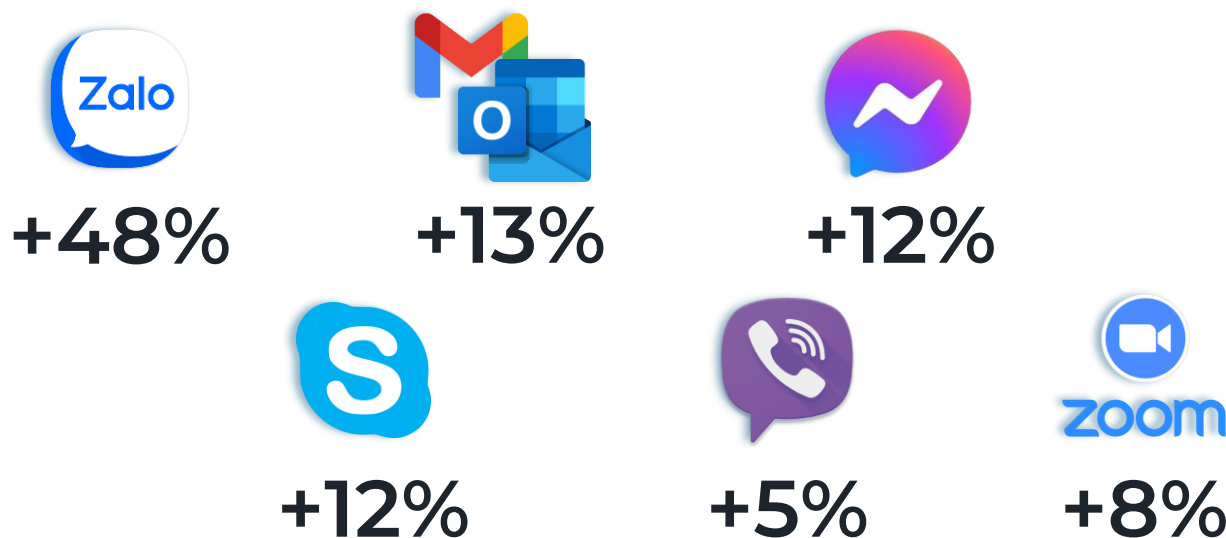


Nâng cấp / phát triển danh mục sản phẩm

HÀNH VI SỬ DỤNG CÁC CÔNG CỤ GIAO TIẾP THỜI KỲ TRƯỚC & SAU COVID-19



TOP CÁC CÔNG CỤ **SỬ DỤNG NHIỀU HƠN** TRONG THỜI KỲ COVID-19. TRONG ĐÓ **ZALO** LÀ CÔNG CỤ ĐƯỢC SỬ DỤNG NHIỀU NHẤT CHO CẢ **VIDEO/CONFERENCE CALL VÀ NHẮN TIN**



Nguồn: Q&Me, 2020



Streambit



DỰ BÁO NĂM 2021



KINH TẾ VĨ MÔ

TIẾP TỤC ĐÀ TĂNG TRƯỞNG



**Tăng trưởng GDP
(%)**

6,8%



**Chỉ số giá tiêu dùng
(bình quân, %)**

3,6%



**Cân đối tài khoản
vãng lai (%GDP)**

1,0%



**Cân đối ngân sách
(% GDP)**

-4,8%



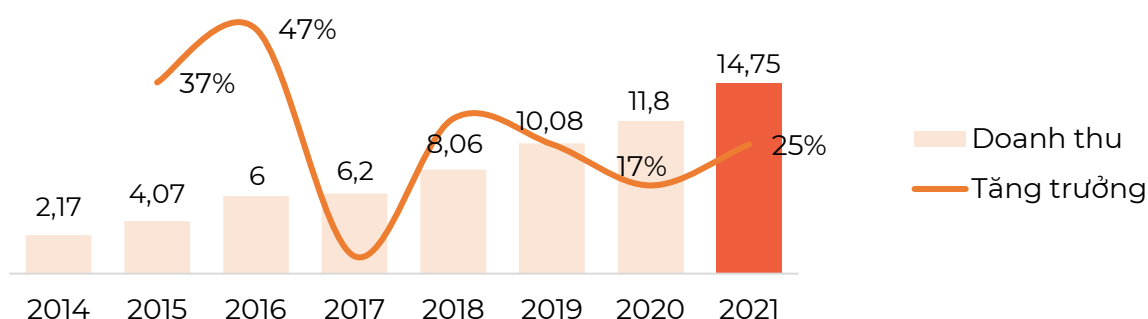
Nợ công (% GDP)

55,4%

Nguồn: TCTK, IMF, Bộ Tài chính, NHNN và Ngân hàng Thế giới – trích dẫn trong báo cáo “Điểm lại – Từ Covid-19 đến biến đổi khí hậu” của Ngân hàng Thế giới

Với hành vi tiêu dùng trực tuyến ngày càng đa dạng, quy mô thị trường bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam có mức tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) đạt 23% trong giai đoạn 2014 – 2020.

Quy mô thị trường bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam Giai đoạn 2014 – 2020 (dự báo)



Nguồn: Bộ Công thương và VECOM

25%

Doanh thu TMĐT

\$15 tỷ

TIỀM NĂNG TĂNG TRƯỞNG 2021

Tổng doanh thu đến từ thị trường bán lẻ trực tuyến đã chạm mốc 11,8 tỷ USD trong năm 2020, chiếm xấp xỉ 6% tổng doanh thu bán lẻ Việt Nam. Với kế hoạch 5 năm giai đoạn 2021 – 2025 vừa được chính phủ phê duyệt, doanh thu thị trường TMĐT trong nước dự kiến có thể đạt mức tăng trưởng 25% trong năm 2021, đưa tổng doanh thu thị trường lên xấp xỉ 15 tỷ USD.

| ...KÉO THEO SỰ PHÁT TRIỂN CỦA TÀI CHÍNH SỐ...

ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG CHÍNH



Mục tiêu và sự hỗ trợ của chính phủ

- Mục tiêu 70% dân số sử dụng dịch vụ ngân hàng
- Gỡ bỏ giới hạn tỷ lệ vốn ngoại của các DN Fintech



Sự tăng trưởng của thị trường thương mại điện tử

- Số lượng khách hàng trên kênh TMĐT đạt 42 triệu người vào năm 2021



Tăng trưởng người dùng internet và điện thoại thông minh

- 66% dân số Việt Nam được tiếp cận internet
- 84% dân số Việt Nam sử dụng smartphone

DỰ BÁO TĂNG TRƯỞNG



Tổng giá trị giao dịch qua
thanh toán di động trong
năm 2021

\$15B

Số lượng người dùng thanh
toán di động tới năm 2025

70,9M

ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG CHÍNH



Dân số trẻ

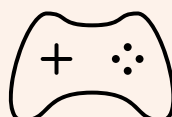
- Tới 2025, quy mô dân số thuộc thế hệ Gen Z (sinh ra trong giai đoạn 1998 – 2010) sẽ đạt 15 triệu người



Bùng nổ kết nối internet và smartphone

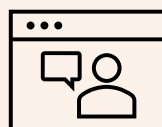
- Thời lượng truy cập internet trung bình khoảng 6h30' mỗi ngày
- Thời lượng sử dụng MXH trung bình khoảng 2h22' mỗi ngày
- Thời lượng nghe nhạc trực tuyến khoảng 1h1' mỗi ngày
- Thời gian chơi điện tử khoảng 1h mỗi ngày

DỰ BÁO TĂNG TRƯỞNG



Video Games

257 triệu USD



Video on demand

192 triệu USD



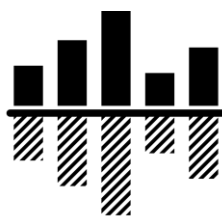
Ebook / Tin tức

39 triệu USD



Âm nhạc

19 triệu USD



Streambit

MỘT SẢN PHẨM CỦA STREAMBIT.IO

info@streambit.io

Copyright © Streambit Limited 2020. All rights, including copyright, in the content of Streambit webpages and publications (including, but not limited to, Streambit reports and blog posts) are owned and controlled by Streambit Limited. In accessing such content, you agree that you may only use the content for your own personal non-commercial use and that you will not use the content for any other purpose whatsoever without an appropriate license from, or the prior written permission of, Streambit Limited. Streambit Limited uses its reasonable endeavours to ensure the accuracy of all data collected from various sources at the time of publication. However, in accessing the content of Streambit webpages and publications, you agree that you are responsible for your use of such data and Streambit Limited shall have no liability to you for any loss, damage, cost or expense whether direct, indirect consequential or otherwise, incurred by, or arising by reason of, your use of the data and whether caused by reason of any error, omission or misrepresentation in the data or otherwise

