

Thông báo Mời thầu

Ngày đăng tải	Ngày 11 tháng 11 năm 2022
Thời hạn gửi câu hỏi liên quan	17:00 (giờ Việt Nam) ngày 21 tháng 11 năm 2022
Thời hạn nộp hồ sơ dự thầu	17:00 (giờ Việt Nam) ngày 02 tháng 12 năm 2022
Tên gói thầu	Xây dựng hai Chiến dịch Truyền thông Thay đổi Hành vi giảm nhu cầu sử dụng trái pháp luật các sản phẩm từ động vật hoang dã vì các mục đích khác nhau của nhóm đối tượng tiêu thụ các sản phẩm từ động vật hoang dã trong nước và khách du lịch quốc tế tại Việt Nam

Văn phòng Dự án Tổ chức TRAFFIC International tại Việt Nam (sau đây được gọi tắt là TRAFFIC) trân trọng kính mời các doanh nghiệp, đơn vị, tổ chức, nhóm các cá nhân nộp Hồ sơ thầu (HST) cho việc “**Xây dựng hai Chiến dịch Truyền thông Thay đổi Hành vi giảm nhu cầu sử dụng trái pháp luật các sản phẩm từ động vật hoang dã vì các mục đích khác nhau của nhóm đối tượng tiêu thụ các sản phẩm từ động vật hoang dã trong nước và khách du lịch quốc tế tại Việt Nam**”. HST và mọi câu hỏi liên quan vui lòng gửi qua email đến địa chỉ tsea.gmp@traffic.org, cc ngan.tran@traffic.org với tiêu đề của email ghi rõ: “[**Tên nhà thầu**]**_ Hồ sơ Đề xuất Xây dựng Chiến dịch Truyền thông Thay đổi Hành vi giảm nhu cầu sử dụng trái pháp luật các sản phẩm từ động vật hoang dã tại Việt Nam**”.

Nhà thầu lưu ý:

- Các chi phí phát sinh trong quá trình nhà thầu chuẩn bị HST và thương thảo hợp đồng sẽ không được chi trả.
- TRAFFIC không có nghĩa vụ phải tiếp nhận bất kỳ hồ sơ dự thầu nào được nộp.
- TRAFFIC có quyền chấp nhận bất kỳ hồ sơ dự thầu nào mà không cần thảo luận thêm.
- TRAFFIC sẽ chỉ đánh giá các hồ sơ dự thầu từ các nhà thầu được cấp phép, đủ năng lực để thực hiện và triển khai gói thầu này.
- Nhà thầu phải có khả năng hoàn thành tất cả hoạt động được đề cập tại Phạm vi công việc bên dưới.

Hồ sơ Thầu

Nhà thầu quan tâm nộp HST bao gồm tối thiểu các nội dung sau:

- I. **Đơn dự thầu** được ký và đóng dấu bởi người đại diện hợp pháp cho nhà thầu;
- II. **Đề xuất kỹ thuật** để hoàn thành hoạt động được đề cập tại Phạm vi công việc;
- III. **Hồ sơ năng lực**: các tài liệu chứng minh tư cách hợp lệ, năng lực, kinh nghiệm của nhà thầu (theo mẫu tại Phụ lục B, dưới định dạng PDF)
- IV. **Sơ yếu lý lịch** của các nhân sự và chuyên gia, tư vấn sẽ tham gia vào gói công việc (gửi cùng Hồ sơ năng lực, dưới định dạng PDF);
- V. **Đề xuất tài chính** (theo mẫu tại Phụ lục C, dưới hai định dạng: một bản dưới định dạng PDF và một bản dưới định dạng MS Excel).

Các yêu cầu khác đối với HST:

- HST phải được soạn thảo bằng tiếng Việt và tiếng Anh và phải được nộp qua email.
- HST nộp sau thời điểm đóng thầu (17:00 (giờ Việt Nam) ngày 02 tháng 12 năm 2022) sẽ không được xem xét.

- HST có thể sẽ không được xem xét nếu không nộp đủ các tài liệu nêu trên trong HST.
- TRAFFIC có quyền yêu cầu các nhà thầu cung cấp thêm thông tin.

Sau khi nộp HST, nhà thầu sẽ nhận được email xác nhận.

Phụ lục:

- Phụ lục A: Phạm vi công việc
- Phụ lục B: Hồ sơ năng lực
- Phụ lục C: Đề xuất tài chính
- Phụ lục D: Bảng tiêu chí đánh giá Hồ sơ thầu

Phụ lục (A) PHẠM VI CÔNG VIỆC

1. THÔNG TIN CHUNG

Việt Nam được xem là quốc gia cung ứng, trung chuyển và là thị trường tiêu thụ trong chuỗi buôn bán trái pháp luật động thực vật hoang dã toàn cầu. Dự án Bảo vệ Động vật Hoang dã Nguy cấp (– sau đây viết tắt là Dự án) do Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) tài trợ thể hiện những nỗ lực tiên phong của USAID và Việt Nam trong công tác đấu tranh chống lại buôn bán trái pháp luật động thực vật hoang dã (ĐVHD)¹. Dự án do Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên tại Mỹ (WWF Mỹ) triển khai, phối hợp cùng Ban Quản lý các Dự án Lâm nghiệp thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. TRAFFIC là nhà thầu phụ chịu trách nhiệm triển khai Hợp phần Giảm nhu cầu tiêu thụ ĐVHD trái pháp luật của Dự án.

Để đạt được các mục tiêu giảm cầu Dự án đã đề ra, trong năm 2022, TRAFFIC đã thực hiện một số khảo sát người tiêu dùng nhằm cập nhật thông tin thị trường và xác định kiến thức, thái độ và hành vi của các nhóm đối tượng mục tiêu đối với việc buôn bán và tiêu thụ các sản phẩm từ các loài ĐVHD nguy cấp mục tiêu (thông tin chi tiết xem thêm tại Phần 3). Kết quả của các cuộc khảo sát này cùng với những kết quả khảo sát trước đây TRAFFIC đã từng thực hiện sẽ cung cấp thông tin cho các nhà thầu hỗ trợ cho việc xây dựng và thực hiện Chiến dịch Truyền thông thay đổi hành vi (TTTĐHV).

2. MỤC TIÊU

Thông báo mời thầu đến các doanh nghiệp, đơn vị, tổ chức, nhóm các cá nhân có năng lực và kinh nghiệm gửi HST **Xây dựng hai (02) Chiến dịch Truyền thông Thay đổi Hành vi sáng tạo, đổi mới và hiệu quả nhằm giảm nhu cầu sử dụng trái pháp luật các sản phẩm từ ĐVHD vì các mục đích khác nhau của nhóm đối tượng tiêu thụ các sản phẩm từ ĐVHD trong nước và khách du lịch quốc tế tại Việt Nam.**

Các chiến dịch TTTĐHV được xây dựng trong gói thầu này sẽ là một phần quan trọng của Hợp phần Giảm nhu cầu tiêu thụ ĐVHD trái pháp luật của Dự án do TRAFFIC thực hiện. Mục tiêu của Hợp phần này hướng đến:

- Tới tháng 6/2026, có ít nhất 30% người tham gia vào các hoạt động vận động xã hội của Dự án được khảo sát phản hồi rằng họ sẽ thay đổi hành vi hiện tại (ví dụ: giảm hoặc ngưng sử dụng trái pháp luật các sản phẩm từ ĐVHD) và ít nhất 25% số người tham gia và các hoạt động này phản hồi rằng họ tích cực hơn trong các hoạt động bảo vệ ĐVHD (ví dụ: khuyến khích gia đình và bạn bè không tiêu thụ trái pháp luật các sản phẩm từ ĐVHD).
- Tới tháng 6/2026, giảm ít nhất 30% số cá nhân có ý định tiêu thụ trái pháp luật các sản phẩm ĐVHD.

3. CÁC LOÀI ĐỘNG VẬT HOANG DÃ CHÍNH VÀ NHÓM ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU

Hai Chiến dịch TTTĐHV được đề xuất nhằm bảo tồn các loài ĐVHD nguy cấp mục tiêu của Dự án bao gồm **tê giác châu Phi và châu Á, voi châu Phi và châu Á, tê tê châu Á, các loài mèo lớn, rùa nước ngọt và rùa cạn.**

Hai Chiến dịch TTTĐHV được đề xuất sẽ tập trung vào

- **Nhóm đối tượng người tiêu thụ các sản phẩm từ ĐVHD trong nước**, bao gồm những cá nhân có ý định hoặc hiện đang sở hữu, sử dụng hoặc mua các sản phẩm

¹ [USAID.gov Saving Threatened Wildlife](https://www.usaid.gov/saving-threatened-wildlife)

từ ĐVHD; những cá nhân sử dụng ĐVHD cho mục đích khám bệnh, chữa bệnh theo phương pháp y học cổ truyền (YHCT), và

- **Nhóm đối tượng khách du lịch quốc tế.**

Hai Chiến dịch TTTĐHV cần được xây dựng dựa trên kết quả từ các cuộc khảo sát người tiêu dùng do TRAFFIC thực hiện (chi tiết được nêu bên dưới) và kết quả từ các tài liệu liên quan trước đó (tham khảo danh sách một số tài liệu tham khảo liên quan được nêu ở phần cuối của Phạm vi công việc này).

Trong khuôn khổ Dự án, từ tháng 9/2022, TRAFFIC đang triển khai, thực hiện một cuộc khảo sát người tiêu dùng nhằm xác định kiến thức, thái độ và hành vi đối với việc buôn bán và tiêu thụ các sản phẩm từ rùa nước ngọt và rùa cạn. Các kết quả khảo sát ban đầu cho thấy:

- Mục đích sử dụng phổ biến nhất là nuôi rùa nước ngọt và rùa cạn như thú cưng và người tiêu dùng có xu hướng tìm kiếm những loài rùa quý hiếm nhất;
- Người tiêu dùng cũng mua bán, tiêu thụ rùa nước ngọt và rùa cạn và các sản phẩm của chúng nhằm các mục đích khác như sau:
 - Mua bán, tiêu thụ vì mục đích tâm linh bao gồm “thả phóng sinh” (theo quan niệm của Phật giáo, phóng sinh là một hành động và nghi lễ truyền thống của những phật tử giúp tạo nhiều phước đức), và làm bùa may mắn;
 - Mua bán, tiêu thụ vì mục đích cảm tính: Việc sở hữu khiến chủ nhân cảm nhận được sự yên bình và có cảm giác thuộc về một nhóm/tầng lớp nào đó trong xã hội. Việc ăn thịt các loài này là một cách thể hiện đẳng cấp. Những người được hỏi tin rằng việc ăn thịt các loài này còn giúp tăng cường sinh lực nam giới.

Ngoài khảo sát nêu trên, TRAFFIC cũng đang thực hiện thêm hai cuộc khảo sát người tiêu dùng khác nhằm xác định kiến thức, thái độ và hành vi đối với việc buôn bán và tiêu thụ các sản phẩm từ ĐVHD từ các loài sau: tê giác, tê tê và voi của nhóm đối tượng **người tiêu thụ trong nước và khách du lịch quốc tế**. Các khảo sát giúp xác định:

- Mức độ hiểu biết hiện tại của người tiêu thụ các sản phẩm từ ĐVHD trong nước so với các kết quả trước đây (danh sách một số tài liệu tham khảo liên quan được nêu ở phần cuối của Phạm vi công việc này).
- Nhu cầu tiêu thụ của các nhóm đối tượng người tiêu thụ trong nước và khách du lịch Trung Quốc tới Việt Nam² đối với các sản phẩm từ các loài mục tiêu của dự án. Hiện nay, do ảnh hưởng từ đại dịch COVID-19, du lịch Trung Quốc – Việt Nam còn nhiều hạn chế, vì vậy cuộc khảo sát sẽ được thực hiện trực tuyến với mục tiêu tìm hiểu nhu cầu và mục đích sử dụng các sản phẩm từ tê giác, tê tê, voi, hổ, rùa cạn và rùa nước ngọt của nhóm đối tượng khách du lịch Trung Quốc khi đến Việt Nam trước và sau COVID-19. Kết quả từ khảo sát này là cơ sở để xây dựng các biện pháp can thiệp hiệu quả giúp giảm nhu cầu và ngăn chặn việc mua các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật của nhóm đối tượng này khi các hạn chế đi lại được gỡ bỏ.

Các báo cáo khảo sát sẽ được hoàn thành trong tháng 12 năm 2022 và sẽ được chia sẻ với đơn vị trúng thầu khi có yêu cầu.

4. THÔNG TIN VỀ ĐỀ XUẤT KỸ THUẬT

Nhà thầu cần xây dựng và gửi các tài liệu sau trong Đề xuất kỹ thuật:

- I. **Dự thảo chiến lược của hai Chiến dịch TTTĐHV được đề xuất** nhằm giảm nhu cầu tiêu thụ của các nhóm đối tượng mục tiêu đối với các sản phẩm từ các loài mục tiêu của dự án, kèm theo diễn giải cụ thể về các nội dung sau, bao gồm nhưng không giới hạn

² Hơn một năm sau khi Trung Quốc hiện lệnh cấm hoàn toàn đối với việc buôn bán ngà voi vì mục đích thương mại có hiệu lực vào năm 2017, một cuộc khảo sát do Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên (WWF) và Globescan thực hiện đã chỉ ra rằng du khách Trung Quốc vẫn đang mua ngà voi tại các cửa hàng lưu niệm ở các nước láng giềng trong đó có Việt Nam. Kết quả từ khảo sát này cho thấy khoảng 1/10 du khách Trung Quốc được khảo sát (11%) đã có kế hoạch mua ngà voi ngay từ trước chuyến đi. Tại Việt Nam, khách du lịch Trung Quốc được xác định là một trong những nhóm đối tượng tiêu thụ chính ngà voi và các sản phẩm từ ĐVHD khác bao gồm tê giác, tê tê và hổ (USAID, 2018). Vì lý do đó, cuộc khảo sát với khách du lịch quốc tế do TRAFFIC thực hiện tập trung nhiều hơn vào khách du lịch Trung Quốc.

ở, cách tiếp cận, phương pháp luận, lý thuyết về sự thay đổi, mục tiêu và phương pháp đo lường hiệu quả của Chiến dịch đề xuất;

- II. **Minh họa bộ thông điệp và hình ảnh chính của chiến dịch, video của chiến dịch, và các tài liệu truyền thông khác được đề xuất.** Nhà thầu cần đề xuất kế hoạch thực hiện thử nghiệm bộ hình ảnh và thông điệp của chiến dịch với các nhóm đối tượng mục tiêu (mỗi bộ tài liệu TTTĐHV được khuyến nghị thử nghiệm với ít nhất 30 người) và điều chỉnh cho phù hợp với nhóm đối tượng này trước khi đưa vào truyền thông chính thức. Trong trường hợp sản phẩm truyền thông có sự tham gia của người nổi tiếng, người có tầm ảnh hưởng thì cần gửi kèm lý lịch giới thiệu ngắn gọn của những người này;
- III. **Dự thảo kế hoạch truyền thông đa phương tiện** với thông tin chi tiết về các kênh truyền tải, cách truyền tải, thời gian triển khai và kết quả dự kiến. Các hoạt động đề xuất cần được triển khai ở các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng – các địa điểm chính tiêu thụ các loại mục tiêu cùng các địa điểm mà các loại này thường bị buôn bán trái pháp luật (bao gồm sân bay, bến cảng và cửa khẩu) như tại các tỉnh/thành phố Tây Ninh, Quảng Ninh, Hải Phòng, Nghệ An, Hà Tĩnh và Đắk Lắk.

Đơn vị trúng thầu sẽ phải xây dựng tất cả các tài liệu/sản phẩm nêu trên và các tài liệu truyền thông liên quan khác bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh để phục vụ cho mục đích phê duyệt của TRAFFIC và nhà tài trợ. Tất cả sản phẩm truyền thông phải tuân thủ theo Hướng dẫn về Thương hiệu và ấn phẩm truyền thông của Dự án (thông tin chi tiết sẽ được cung cấp sau).

5. NGÂN SÁCH

Ngân sách dự kiến cho gói thầu này là 70.000 Đô la Mỹ (tương đương 1,738,450,000 VNĐ), bao gồm tất cả các khoản thuế, phí. Số tiền này bao gồm các chi phí liên quan như sau:

- Việc xây dựng Chiến lược TTTĐHV và sản xuất các sản phẩm truyền thông kèm theo, bao gồm nhưng không giới hạn trong các nội dung sau: bộ thông điệp và hình ảnh TTTĐHV chính của chiến dịch, video ngắn, và các sản phẩm truyền thông khác. Các chi phí liên quan đến sự tham gia của người nổi tiếng, người có tầm ảnh hưởng trong các sản phẩm truyền thông nếu có.
- Việc xây dựng và thực hiện thử nghiệm đối với bộ hình ảnh và thông điệp TTTĐHV chính trên các nhóm đối tượng mục tiêu.

6. THỜI GIAN DỰ KIẾN

	Hoạt động	Thời gian
1	Hạn cuối nộp hồ sơ dự thầu	02/12/2022
2	Các nhà thầu được chọn trình bày về HST	Trước ngày 9/12/2022
3	Hoàn thành đánh giá các HST	Trước ngày 16/12/2022
4	Thông báo trao thầu	Trước ngày 19/12/2022
5	Ký hợp đồng với đơn vị trúng thầu	Ngày 20/12/2022
6	Ngày bắt đầu dự kiến	Ngày 20/12/2022
7	Dự thảo tài liệu truyền thông lần thứ nhất	Trước ngày 10/1/2023
8	Dự thảo tài liệu truyền thông lần thứ hai	Trước ngày 24/1/2023
9	Hoàn thành thực hiện thử nghiệm sản phẩm truyền thông	Trước ngày 13/2/ 2023
10	Dự thảo tài liệu truyền thông lần thứ ba	Trước ngày 27/2/2023
11	Quy trình phê duyệt cuối cùng	Trước ngày 27/3/2023
12	Hoàn thiện & Tổng kết	Trước ngày 31/3/2023

7. CÁC YÊU CẦU KHÁC

Hợp đồng với nhà thầu, bao gồm các quyền và nghĩa vụ của nhà thầu, điều khoản thanh toán, nghiệm thu sản phẩm bàn giao, thực hiện hợp đồng, tính bảo mật, kiểm tra và kiểm toán sẽ ký với TRAFFIC.

Theo hợp đồng, đơn vị trúng thầu sẽ phải ký các Cam kết sau. Nếu không hoàn thành ký kết các Cam kết này, HST của đơn vị trúng thầu sẽ bị hủy bỏ:

1. Cam kết về các vấn đề trách nhiệm (Certification Regarding Responsibility Matters - APR 2010). (FAR Reference 52.209-5),
2. Nghiêm cấm Hỗ trợ đối tượng buôn bán ma túy (Prohibition on Assistance to Drug Traffickers). (22 CFR Part 140),
3. Cam kết không Tài trợ Khủng bố (Certification Regarding Terrorist Financing). (Implementation of Executive Order 13224),
4. Quy trình chống hối lộ (Anti-Kickback Procedures – OCT 2010). (FAR Reference 52.203-7), và,
5. Cam kết không liên quan đến các khoản Thanh toán gây ảnh hưởng đến Giao dịch Liên bang (Certification and Disclosure Regarding Payments to Influence Certain Federal Transactions - SEP 2007) (FAR Reference 52.203-11).

TRAFFIC sẽ cung cấp nội dung chi tiết của các tài liệu này theo yêu cầu.

8. TIÊU CHÍ TUYỂN CHỌN VÀ CHẤM ĐIỂM

Các HST sẽ được đánh giá theo Bảng Tiêu chí Đánh giá HST (Phụ lục D). TRAFFIC sẽ chỉ liên hệ với các đơn vị được chọn vào vòng sau. Các đơn vị được chọn sẽ được mời thuyết trình (sử dụng PowerPoint) về HST của mình (cả Đề xuất kỹ thuật và tài chính) và hỏi đáp để làm rõ.

Kết quả cuối cùng sẽ dựa trên tổng điểm chấm HST (điểm chính) và bài thuyết trình (điểm phỏng vấn). HST được chấm theo nguyên tắc 'kết quả thu được dựa trên chi phí thực hiện tốt nhất', điểm tổng sẽ là cơ sở xác định đơn vị trúng thầu.

TRAFFIC có quyền không chọn bất kỳ nhà thầu nào nếu chi phí đề xuất vượt quá ngân sách dự kiến hoặc nếu nhà thầu hoặc nhân sự chủ chốt của nhà thầu không đủ điều kiện được nhận tài trợ từ Chính phủ Liên bang Hoa Kỳ.

Danh sách một số tài liệu tham khảo về tình hình tiêu thụ các sản phẩm từ sừng tê giác, ngà voi và tê tê tại Việt Nam

1. USAID (Globescan), 2018, Nghiên cứu về nhu cầu tiêu dùng đối với các bộ phận cơ thể và các sản phẩm từ tê giác, voi và tê tê tại Việt Nam: [tại đây](#)
2. USAID (Globescan), 2021, Nghiên cứu về nhu cầu tiêu dùng đối với các bộ phận cơ thể và các sản phẩm từ tê giác, voi và tê tê tại Việt Nam (chưa công bố, sẽ cung cấp cho đơn vị trúng thầu nếu có yêu cầu).
3. Sam Campbell, Gayle Burgess, Stephen Watson, James Compton, 2021, Situation Analysis: Social and Behaviour Change Messaging on Wildlife Trade and Zoonotic Disease Risks: [tại đây](#)
4. Laura A. Thomas-Walters, 2018, Mapping Motivations: Combating consumption of illegal wildlife in Viet Nam: [tại đây](#)
5. USAID Wildlife Asia 2020 Case Digest: [tại đây](#)

6. WWF (Globescan), May 2021, COVID-19 one year later public perceptions about pandemics and their links to nature: [tại đây](#)
7. WWF (Globescan), March 2020, Opinion Survey on COVID-19 and Wildlife Trade in 5 Asian Market: [tại đây](#)
8. Robin Naidoo, Daniel Bergin and Jan Vertefeuille, 2021, Socio-demographic correlates of wildlife consumption during early stages of the COVID-19 pandemic: [tại đây](#)
9. WWF (Globescan), 2021, Demand Under the Ban China Ivory Consumption Research 2021: [tại đây](#)
10. Alegria Olmedo, 2021, Pangolin consumption is more prevalent than past studies have shown: [tại đây](#)
11. <https://www.kantar.com/campaigns/covid-19-barometer/>
12. TRAFFIC, 2017, Chi Initiative: World Rhino Day Briefing Paper: [tại đây](#)
13. IUCN / TRAFFIC, 2022, African and Asian Rhinoceroses – Status, Conservation and Trade: [tại đây](#)
14. UNODC, 2020, World Wildlife Crime Report: [tại đây](#)
15. Trang web tham khảo của TRAFFIC: [tại đây](#)
16. Trang web tham khảo của Dự án Giảm cầu các sản phẩm từ ĐVHD do USAID tài trợ: [tại đây](#)
17. USAID, 2022, Phân tích tổng hợp các Chiến dịch truyền thông thay đổi hành vi và xã hội của Chương trình Động vật hoang dã Châu Á của USAID: [tại đây](#)

Phụ lục (B): HỒ SƠ NĂNG LỰC

I. NGUỒN LỰC CỦA NHÀ THẦU

Cung cấp các số liệu dưới đây về nhân sự trong năm hiện tại và hai năm gần nhất.

Số lượng nhân viên	2020		2021		2022		Trung bình 3 năm	
	Tổng số nhân viên	Nhân viên có kỹ năng phù hợp	Tổng số nhân viên	Nhân viên có kỹ năng phù hợp	Tổng số nhân viên	Nhân viên có kỹ năng phù hợp	Tổng số nhân viên	Nhân viên có kỹ năng phù hợp ³
Nhân viên toàn thời gian								
Nhân viên khác								
Tổng								

Để đáp ứng phần lớn các hoạt động trong gói thầu này, nhà thầu có dựa vào nhà thầu phụ không? CÓ / KHÔNG (xóa nếu phù hợp)

Nếu CÓ, vui lòng nêu rõ TÊN, ĐỊA CHỈ, TRANG WEB, NƠI ĐĂNG KÝ KINH DOANH của nhà thầu phụ đề xuất

2. NHÂN SỰ CHỦ CHỐT

Cung cấp thông tin của các nhân sự chủ chốt sẽ tham gia triển khai các nội dung nêu trong Phạm vi công việc, vai trò và kinh nghiệm của mỗi người (100 từ/nhân sự).

HỌ VÀ TÊN	TÓM TẮT KINH NGHIỆM VÀ VAI TRÒ	Toàn thời gian/ Bán thời gian

³ Số lượng nhân viên có kinh nghiệm liên quan tới Phạm vi Công việc

Vui lòng thêm dòng nếu cần.

Vui lòng gửi Sơ yếu lý lịch của các nhân sự nêu trên.

3. KINH NGHIỆM

Vui lòng cung cấp ba ví dụ về công việc. dự án liên quan trong vòng 3 năm gần đây (tối đa 3 trang):

CÔNG TY/TỔ CHỨC ĐÃ KÝ HỢP ĐỒNG					
THÔNG TIN LIÊN HỆ CỦA CÔNG TY/TỔ CHỨC					
Tổng giá trị hợp đồng (Đô la Mỹ):	\$	Số nhân viên tham gia:		Ngày (bắt đầu/kết thúc):	
Mô tả vai trò và sản phẩm bàn giao		Các cách tiếp cận đã giúp triển khai thành công		Các khó khăn đã được xử lý	

CÔNG TY/TỔ CHỨC ĐÃ KÝ HỢP ĐỒNG	
---------------------------------------	--

THÔNG TIN LIÊN HỆ CỦA CÔNG TY/ TỔ CHỨC					
Tổng giá trị hợp đồng (USD):	\$	Số nhân viên tham gia:		Ngày (bắt đầu/kết thúc):	
Mô tả vai trò và sản phẩm bàn giao		Các cách tiếp cận đã giúp triển khai thành công		Các khó khăn đã được xử lý	

CÔNG TY/TỔ CHỨC ĐÃ KÝ HỢP ĐỒNG					
THÔNG TIN LIÊN HỆ CỦA CÔNG TY/ TỔ CHỨC					
Tổng giá trị hợp đồng (USD):	\$	Số nhân viên tham gia:		Ngày (bắt đầu/kết thúc):	
Mô tả vai trò và sản phẩm bàn giao		Các cách tiếp cận đã giúp triển khai thành công		Các khó khăn đã được xử lý	

Phụ lục (C): ĐỀ XUẤT TÀI CHÍNH

(bằng đồng Việt Nam (VND)
Đính kèm bảng tính Excel

NGÂN SÁCH				
NHÂN SỰ TRỰC TIẾP				
			Số ngày	
Vị trí	Họ và tên	Mức lương	(Cơ bản)	Tổng
				-
				-
				-
				-
				-
Tổng số nhân sự trực tiếp				-
CHI PHÍ CÔNG TÁC, ĐI LẠI và SINH HOẠT PHÍ				
			Đơn vị	
Mô tả	Mức phí	(Cơ bản)	Tổng	
				-
				-
				-
				-
				-
Tổng chi phí công tác, đi lại & sinh hoạt phí				-
CÁC CHI PHÍ TRỰC TIẾP KHÁC				
			Đơn vị	
Mô tả	Mức phí	(Cơ bản)	Tổng	
				-
				-
				-
				-
				-
Tổng chi phí trực tiếp khác				-
Phí				-
Tổng phí				-
Tổng chi phí				VND -

Phụ lục (D)
BẢNG TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ HỒ SƠ THẦU

Phần 1		Hồ sơ thầu						
STT	Mô tả	Hướng dẫn	Đánh dấu các mục đã nộp đủ					
1	Tính đầy đủ của Hồ sơ thầu	Nhà thầu có nộp đủ các tài liệu được yêu cầu trong HST không?	Đơn dự thầu đã ký và đóng dấu	Đề xuất Kỹ thuật	Tóm tắt kinh nghiệm liên quan của nhà thầu	Năng lực của nhà thầu	Sơ yếu lý lịch của các nhân sự và chuyên gia	Đề xuất Tài chính
2	Tính hợp lệ của Hồ sơ thầu	Ngôn ngữ, Hình thức, Thời gian nộp HST	Có	Không	Nhận xét			
Nhận xét chung (nếu có)								
Đánh giá (Đạt ⁴ /Không đạt ⁵)								

Phần 2		Kinh nghiệm & Năng lực của nhà thầu (TỔNG ĐIỂM: 10 điểm)
STT	Mô tả	Thang điểm
1	Kinh nghiệm liên quan của nhà thầu	5
2	Năng lực của các nhân sự và chuyên gia sẽ thực hiện gói thầu	5
Phần 3		Đề xuất Kỹ thuật (TỔNG ĐIỂM: 80 điểm)
STT	Mô tả	Thang điểm
1	Sự hiểu biết về mục đích gói thầu	10
2	Sự rõ ràng của Đề xuất kỹ thuật	10
2	Cách tiếp cận và phương pháp luận của Đề xuất kỹ thuật	10
4	Khả năng thay đổi hành vi nhóm đối tượng mục tiêu của các sản phẩm TTTĐHV được đề xuất	10
5	Tính khả thi của đề xuất kỹ thuật	10
6	Tính sáng tạo của Đề xuất kỹ thuật	10
7	Giám sát & Đánh giá & Giải pháp quản lý rủi ro cho các hoạt động đề xuất	10
8	Tính mới, cải tiến của đề xuất kỹ thuật	10
Phần 4		Tiêu chí đánh giá chi phí (TỔNG ĐIỂM: 10 điểm)
STT	Mô tả	Thang điểm
1	Mức độ phù hợp, rõ ràng và logic của ngân sách	5
2	Hiệu quả của ngân sách	5
TỔNG ĐIỂM		100/100

⁴ Nếu Đạt, tiếp tục chấm điểm từ Phần 2.

⁵ Nếu Không đạt, dừng chấm điểm.