

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU⁽¹⁾

“Điều khoản tham chiếu” bao gồm những nội dung chủ yếu sau:

I. Giới thiệu

1. Mô tả khái quát về dự toán mua sắm và gói thầu

Tên dự toán mua sắm: Kinh phí triển khai các nhiệm vụ thực hiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng trực tiếp năm 2026 của Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia.

Tên gói thầu: Gói thầu số 01: Thuê chuyên gia tư vấn trong nước thực hiện các chuyên đề, báo cáo nghiên cứu, biên soạn nội dung báo cáo ngành và biên soạn kịch bản video clip.

Chủ đầu tư: Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia.

Hình thức lựa chọn nhà thầu: Lựa chọn tư vấn cá nhân.

Hình thức hợp đồng: Hợp đồng trọn gói.

Nguồn vốn: Kinh phí quản lý nhà nước, kinh phí thực hiện không tự chủ (loại 340 – 341) năm 2025 của Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia.

Quyết định phê duyệt: Quyết định số 99/QĐ-CT ngày 14 tháng 4 năm 2026 của Chủ tịch Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia về việc phê duyệt kế hoạch lựa chọn nhà thầu dự toán mua sắm kinh phí triển khai các nhiệm vụ thực hiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng trực tiếp năm 2026 của Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia;

Các hoạt động chính của gói thầu:

- Thuê chuyên gia tư vấn mức 2 thực hiện khoảng 05 chuyên đề/ báo cáo nghiên cứu phục vụ công tác quản lý hoạt động bán hàng trực tiếp tại Việt Nam (mỗi chuyên đề/ báo cáo nghiên cứu thực hiện trong vòng khoảng 02 tháng);

- Thuê 01 chuyên gia tư vấn mức 2 biên soạn nội dung Báo cáo ngành bán hàng đa cấp trong vòng 02 tháng.

- Thuê 01 chuyên gia tư vấn mức 2 biên soạn kịch bản video clip tuyên truyền phổ biến pháp luật trong vòng 01 tháng.

2. Giá gói thầu (theo phương pháp giá cố định): 715.000.000 đồng (Bằng chữ: Bảy trăm mười lăm triệu đồng chẵn./.) – Chi phí thực hiện gói thầu được xác định hợp lý, cụ thể, cố định và là căn cứ để lựa chọn tư vấn cá nhân trên cơ sở năng lực, kinh nghiệm và chất lượng đề xuất thực hiện công việc.

3. Thời gian thực hiện gói thầu

Thời gian thực hiện gói thầu: tối đa 06 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực, bao gồm thời gian xây dựng dự thảo, tiếp thu ý kiến của Chủ đầu tư/ đơn vị chủ trì chuyên môn và hoàn thiện sản phẩm cuối cùng.

II. Phạm vi công việc

1. Yêu cầu về phạm vi, khối lượng, chất lượng gói thầu

a. Phạm vi và khối lượng công việc

Tư vấn cá nhân/nhóm tư vấn cá nhân thực hiện 07 sản phẩm đầu ra, gồm 05 báo cáo chuyên đề, 01 nội dung Báo cáo ngành bán hàng đa cấp Việt Nam năm 2025 và 01 bộ nội dung/kịch bản video clip tuyên truyền quy định pháp luật về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp mới ban hành. Nội dung các công việc cần thực hiện cụ thể như sau:

(i) Chuyên đề 1: Nghiên cứu pháp luật và kinh nghiệm quốc tế về quản lý hoạt động bán hàng trực tiếp và các mô hình chủ động tiếp cận người tiêu dùng trên môi trường số; kiến nghị hoàn thiện pháp luật Việt Nam.

(ii) Chuyên đề 2: Nghiên cứu cơ sở pháp lý và thực tiễn phân biệt hoạt động tiếp thị liên kết (Affiliate Marketing) với kinh doanh theo phương thức đa cấp; đề xuất tiêu chí nhận diện và cơ chế quản lý phù hợp.

(iii) Chuyên đề 3: Nghiên cứu cơ chế vận hành, dấu hiệu nhận diện và phương thức lôi kéo người tham gia của các mô hình đa cấp trái phép, đa cấp biến tướng; đề xuất mô hình cảnh báo sớm và giải pháp phòng ngừa trong bối cảnh kinh tế số.

(iv) Chuyên đề 4: Nghiên cứu vai trò, phương thức tác động, trách nhiệm pháp lý và cơ chế quản lý đối với người có ảnh hưởng, người dẫn dắt cộng đồng trong hoạt động bán hàng đa cấp, đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật.

(v) Chuyên đề 5: Nghiên cứu cơ sở pháp lý và thực tiễn quản lý hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên, đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật.

(vi) Biên soạn nội dung Báo cáo ngành bán hàng đa cấp Việt Nam năm 2025.

(vii) Biên soạn kịch bản video clip tuyên truyền về các nội dung mới về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp tại Nghị định số 137/2026/NĐ-CP.

Chủ đầu tư/đơn vị chủ trì chuyên môn cung cấp dữ liệu quản lý, kinh nghiệm thực tiễn và yêu cầu quản lý trong phạm vi có thể cung cấp; chuyên gia tư vấn thực hiện phân tích độc lập, chuẩn hóa luận cứ, mô hình hóa tiêu chí nhận diện rủi ro và đề xuất giải pháp. Điều khoản tham chiếu này không yêu cầu chuyên gia tự mình thu thập dữ liệu mật, dữ liệu không công khai hoặc tổ chức điều tra xã hội học quy mô lớn nếu không được bố trí điều kiện, thời gian và chi phí phù hợp trong hợp đồng. Kết quả nghiên cứu của tư vấn cá nhân/ nhóm tư vấn cá nhân được xây dựng thành 07 sản phẩm (báo cáo chuyên đề/báo cáo/kịch bản) tương ứng, trong đó các sản phẩm được xây dựng phải đáp ứng tối thiểu các yêu cầu sau:

Về nội dung: (i) Các báo cáo chuyên đề và báo cáo ngành phải nêu đầy đủ, chính xác, cập nhật quy định pháp luật hiện hành; phân tích đúng trọng tâm vấn đề nghiên cứu; có luận cứ, nguồn trích dẫn rõ ràng; phân biệt dữ liệu do cơ quan quản lý cung cấp, dữ liệu công khai và nhận định/kiến nghị của chuyên gia; (ii) Kiến nghị phải có tính khả thi, phù hợp chức năng quản lý nhà nước của Ủy ban Cảnh tranh Quốc gia và bối cảnh triển khai tại địa phương; không dừng ở nhận định chung mà cần nêu rõ vấn đề, nguyên nhân, phương án xử lý và điều kiện thực hiện; (iii) Đối với các nội dung có tính nhận diện rủi ro, chuyên gia cần ưu tiên tiêu chí có thể kiểm chứng, có thể sử dụng trong hậu kiểm, tiếp nhận phản ánh, truyền thông cảnh báo hoặc xây dựng công cụ quản lý dữ liệu.

Trong đó, từng chuyên đề/ nội dung báo cáo ngành/ kịch bản video clip phải đảm bảo nghiên cứu tối thiểu toàn bộ các nội dung sau:

STT	Chuyên đề/ Báo cáo/ Kịch bản	Nội dung yêu cầu
1	Chuyên đề 1: Nghiên cứu pháp luật và kinh nghiệm quốc tế về quản lý hoạt động bán hàng trực tiếp và các mô hình chủ động tiếp cận người tiêu dùng	<ul style="list-style-type: none">• Làm rõ khái niệm, bản chất, phạm vi của hoạt động bán hàng trực tiếp theo pháp luật Việt Nam, trong đó phân tích mối quan hệ giữa bán hàng tận cửa, bán hàng đa cấp và bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên; phân biệt với bán hàng từ xa, thương mại điện tử, quảng cáo trực tuyến và các mô hình giới thiệu, chào bán thông qua mạng xã hội.• Nhận diện các mô hình chủ động tiếp cận người tiêu dùng trên môi trường số, bao gồm tối thiểu: livestream bán hàng, nhóm cộng đồng trên mạng xã hội/ứng dụng nhắn tin, chào bán qua người có ảnh hưởng, mô hình giới thiệu - nhận thưởng, mô

STT	Chuyên đề/ Báo cáo/ Kịch bản	Nội dung yêu cầu
	trên môi trường số; kiến nghị hoàn thiện pháp luật Việt Nam	<p>hình cộng tác viên/đại lý trực tuyến, mô hình đào tạo/khóa học gắn với bán sản phẩm, mô hình bán hàng theo nhóm kín hoặc hội viên.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nghiên cứu, so sánh kinh nghiệm quốc tế của tối thiểu 05 quốc gia/vùng lãnh thổ hoặc tổ chức/khuôn khổ pháp lý có liên quan về quản lý bán hàng trực tiếp, bán hàng không tạo địa điểm giao dịch thường xuyên, tiếp cận không mời trước, bán hàng qua nền tảng số, bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường số và trách nhiệm của nền tảng trung gian. • Đánh giá khả năng tham khảo đối với Việt Nam trên các nhóm vấn đề: định nghĩa và phạm vi điều chỉnh; nghĩa vụ cung cấp thông tin; quyền hủy bỏ giao dịch; kiểm soát tuyên bố thu nhập/lợi ích; trách nhiệm của thương nhân, nền tảng, người giới thiệu và người có ảnh hưởng; cơ chế tiếp nhận phản ánh và hậu kiểm. • Đề xuất định hướng hoàn thiện pháp luật Việt Nam, trong đó nêu rõ nhóm quy định cần sửa đổi, bổ sung; nhóm công cụ quản lý không nhất thiết phải luật hóa ngay; nhóm giải pháp hướng dẫn, truyền thông, dữ liệu và phối hợp liên cơ quan.
2	Chuyên đề 2: Nghiên cứu cơ sở pháp lý và thực tiễn phân biệt hoạt động tiếp thị liên kết (Affiliate Marketing) với kinh doanh theo phương thức đa cấp; đề xuất tiêu chí nhận diện và cơ chế quản lý phù hợp	<ul style="list-style-type: none"> • Mô tả bản chất kinh tế và pháp lý của tiếp thị liên kết, các chủ thể thường gặp (nhà cung cấp hàng hóa/dịch vụ, nền tảng/affiliate network, publisher/KOL/KOC/cộng tác viên, người tiêu dùng), dòng thông tin, dòng tiền và cơ chế ghi nhận hoa hồng. • Phân tích cơ sở pháp lý hiện hành có liên quan đến tiếp thị liên kết, bao gồm pháp luật về thương mại điện tử, quảng cáo, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cạnh tranh, thuế, an toàn thông tin và quản lý bán hàng đa cấp; xác định khoảng trống hoặc điểm giao thoa với pháp luật về kinh doanh theo phương thức đa cấp. • So sánh tiếp thị liên kết với kinh doanh theo phương thức đa cấp theo tối thiểu các tiêu chí: cơ sở phát sinh hoa hồng; vai trò tuyên dụng/xây dựng mạng lưới; số tầng/cấp hưởng lợi; nghĩa vụ mua hàng hoặc duy trì điều kiện tham gia; yêu cầu đào tạo/giới thiệu; quyền kiểm soát của doanh nghiệp; mối quan hệ với người tiêu dùng cuối cùng; tính minh bạch của quảng cáo và công bố lợi ích vật chất. • Xây dựng bộ tiêu chí nhận diện theo hướng thực tiễn, có thể sử dụng cho cán bộ quản lý khi rà soát mô hình kinh doanh, nội dung quảng bá hoặc phản ánh của người dân; ưu tiên tiêu chí rõ

STT	Chuyên đề/ Báo cáo/ Kịch bản	Nội dung yêu cầu
		<p>ràng, có thể kiểm chứng bằng tài liệu, hợp đồng, chính sách hoa hồng, dữ liệu giao dịch và nội dung truyền thông.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Đề xuất cơ chế quản lý phù hợp, bảo đảm không đồng nhất mọi hoạt động affiliate marketing với kinh doanh đa cấp, đồng thời nhận diện được trường hợp lợi dụng affiliate marketing để vận hành mô hình đa cấp trái phép hoặc mô hình tuyển dụng, trả thưởng theo mạng lưới.
3	<p>Chuyên đề 3: Nghiên cứu cơ chế vận hành, dấu hiệu nhận diện và phương thức lôi kéo người tham gia của các mô hình đa cấp trái phép, đa cấp biến tướng; đề xuất mô hình cảnh báo sớm và giải pháp phòng ngừa trong bối cảnh kinh tế số</p>	<p><i>Cơ quan quản lý cung cấp dữ liệu, kinh nghiệm thực tiễn và yêu cầu quản lý; chuyên gia tư vấn thực hiện phân tích độc lập, chuẩn hóa mô hình rủi ro, xây dựng bộ tiêu chí nhận diện, mô hình cảnh báo sớm và đề xuất giải pháp phòng ngừa trên môi trường số.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hệ thống hóa các dạng mô hình đa cấp trái phép, đa cấp biến tướng đã xuất hiện hoặc có nguy cơ xuất hiện trong bối cảnh kinh tế số, ví dụ: mô hình bán hàng đa cấp không có giấy chứng nhận; mô hình đầu tư/đóng tiền nhận lãi có yếu tố tuyển dụng; mô hình thương mại điện tử, nhiệm vụ trực tuyến, tiền số/tài sản số, gói thành viên, khóa học, du lịch, chăm sóc sức khỏe, mỹ phẩm hoặc hàng tiêu dùng kết hợp cơ chế giới thiệu nhiều tầng. • Phân tích cơ chế vận hành điển hình: cách thức tiếp cận người tham gia; yêu cầu đóng phí/mua gói/mua hàng; cơ chế trả thưởng; cách thức che giấu bản chất tuyển dụng; vai trò của thủ lĩnh, nhóm cộng đồng, ứng dụng, website, ví điện tử, mạng xã hội và nội dung truyền thông. • Xây dựng bộ dấu hiệu nhận diện rủi ro theo các nhóm: dấu hiệu về chủ thể; dấu hiệu về sản phẩm/dịch vụ; dấu hiệu về điều kiện tham gia; dấu hiệu về chính sách trả thưởng; dấu hiệu về tuyên bố thu nhập/lợi ích; dấu hiệu về truyền thông và phương thức lôi kéo; dấu hiệu về khiếu nại, phản ánh; dấu hiệu về dòng tiền và tính minh bạch. • Đề xuất mô hình cảnh báo sớm có khả năng áp dụng thực tế, gồm quy trình tiếp nhận thông tin, sàng lọc, chấm điểm rủi ro, phân loại mức độ ưu tiên, chuyển xử lý hoặc phối hợp với địa phương/cơ quan có thẩm quyền; kèm đề xuất trường dữ liệu tối thiểu cần thu thập khi tiếp nhận phản ánh. • Đề xuất giải pháp phòng ngừa, bao gồm truyền thông cảnh báo, hướng dẫn người dân tự nhận diện, cơ chế phối hợp với địa phương, nền tảng số, cơ quan công an, cơ quan quản lý

STT	Chuyên đề/ Báo cáo/ Kịch bản	Nội dung yêu cầu
		thương mại điện tử và các đơn vị liên quan; kiến nghị hoàn thiện pháp luật hoặc văn bản hướng dẫn nếu cần.
4	Chuyên đề 4: Nghiên cứu vai trò, phương thức tác động, trách nhiệm pháp lý và cơ chế quản lý đối với người có ảnh hưởng, người dẫn dắt cộng đồng trong hoạt động bán hàng đa cấp, đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật	<ul style="list-style-type: none"> • Làm rõ khái niệm và phạm vi nghiên cứu đối với người có ảnh hưởng, KOL/KOC, người dẫn dắt cộng đồng, thủ lĩnh nhóm, người đào tạo, người giới thiệu hoặc chủ thể có khả năng tác động đến quyết định mua hàng/tham gia mạng lưới trong hoạt động bán hàng đa cấp. • Phân tích vai trò và phương thức tác động của các chủ thể này trong thực tiễn: tạo niềm tin xã hội, xác lập hình ảnh thành công, truyền tải tuyên bố thu nhập/lợi ích, tổ chức cộng đồng, huấn luyện nội bộ, thúc đẩy mua hàng/tham gia, duy trì kỷ luật nhóm và xử lý phản ánh từ người tham gia. • Đánh giá rủi ro pháp lý và rủi ro quản lý từ việc sử dụng người có ảnh hưởng/người dẫn dắt cộng đồng trong bán hàng đa cấp, nhất là rủi ro quảng cáo sai lệch, che giấu lợi ích vật chất, lôi kéo dựa trên thu nhập kỳ vọng, đào tạo không đúng nội dung được phê duyệt, tạo áp lực mua hàng hoặc tuyên dụng. • Phân tích trách nhiệm pháp lý có thể phát sinh theo pháp luật về bán hàng đa cấp, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quảng cáo, cạnh tranh, thương mại điện tử, dân sự, xử phạt vi phạm hành chính và các quy định pháp luật khác có liên quan; phân định trách nhiệm của doanh nghiệp và trách nhiệm cá nhân/người tham gia. • Đề xuất cơ chế quản lý phù hợp: yêu cầu minh bạch quan hệ lợi ích; quản lý nội dung đào tạo/truyền thông; nghĩa vụ lưu giữ bằng chứng; trách nhiệm kiểm soát của doanh nghiệp; cơ chế cảnh báo, xử lý và công khai thông tin; kiến nghị sửa đổi, bổ sung quy định pháp luật nếu cần.
5	Chuyên đề 5: Nghiên cứu cơ sở pháp lý và thực tiễn quản lý hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên, đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật	<p><i>Cơ quan quản lý cung cấp dữ liệu, kinh nghiệm thực tiễn và yêu cầu quản lý; chuyên gia tư vấn thực hiện phân tích độc lập để đánh giá thực tiễn, nhận diện khoảng trống quản lý và đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Làm rõ khái niệm, phạm vi và bản chất của hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên; phân biệt với bán hàng tận cửa, bán hàng đa cấp, bán hàng tại hội chợ/triển lãm, hội nghị/hội thảo giới thiệu sản phẩm, bán hàng lưu động, bán hàng qua mạng xã hội và bán hàng trên sàn thương mại điện tử. • Phân tích cơ sở pháp lý hiện hành điều chỉnh hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên, bao gồm quy

STT	Chuyên đề/ Báo cáo/ Kịch bản	Nội dung yêu cầu
		<p>định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thương mại, quảng cáo, thương mại điện tử, bán hàng đa cấp và quy định khác có liên quan đến cung cấp thông tin, hợp đồng, quyền hủy bỏ giao dịch, đổi trả hàng hóa và xử lý phản ánh.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Đánh giá thực tiễn quản lý, trong đó chú trọng các mô hình có khả năng phát sinh rủi ro: hội nghị/tri ân khách hàng, tư vấn sức khỏe kết hợp bán hàng, giới thiệu sản phẩm tại địa điểm thuê tạm thời, bán hàng theo tour/đoàn, nhóm kín trực tuyến chuyển sang giao dịch trực tiếp, bán hàng qua cộng tác viên hoặc người dẫn dắt cộng đồng. • Nhận diện khó khăn của cơ quan quản lý trung ương và địa phương trong việc phát hiện, giám sát, xử lý vi phạm; đề xuất các trường thông tin tối thiểu cần ghi nhận khi tiếp nhận phản ánh, kiểm tra hoặc hậu kiểm đối với hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên. • Đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật và giải pháp quản lý, bao gồm tiêu chí phân loại rủi ro, cơ chế thông tin/niêm yết, nghĩa vụ của thương nhân, trách nhiệm của địa điểm tổ chức/nền tảng hỗ trợ, cơ chế phối hợp địa phương và nội dung truyền thông cảnh báo người tiêu dùng.
6	Biên soạn nội dung Báo cáo ngành bán hàng đa cấp Việt Nam năm 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Biên soạn báo cáo theo hướng báo cáo ngành thường niên, có số liệu, biểu đồ, nhận định chính sách và khuyến nghị quản lý; sử dụng dữ liệu do cơ quan quản lý cung cấp kết hợp với nguồn công khai hợp pháp, có kiểm chứng và trích dẫn rõ ràng. • Nội dung tối thiểu gồm: tổng quan pháp luật và chính sách quản lý năm 2025; số lượng doanh nghiệp được cấp giấy chứng nhận/đang hoạt động; biến động cấp mới, sửa đổi, chấm dứt, thu hồi hoặc xử lý liên quan đến giấy chứng nhận; số lượng người tham gia; doanh thu bán hàng đa cấp; hoa hồng, tiền thưởng và lợi ích kinh tế chi trả cho người tham gia; cơ cấu sản phẩm; tình hình đào tạo, hội nghị, hội thảo, thông báo hoạt động tại địa phương; tình hình tuân thủ, thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm; phản ánh, khiếu nại của người dân; kết quả tuyên truyền, phổ biến pháp luật; khó khăn, tồn tại và kiến nghị. • Phân tích xu hướng năm 2025 so với giai đoạn trước, trong đó có thể sử dụng giai đoạn 2021 - 2025 khi dữ liệu cho phép để đánh giá xu hướng về quy mô thị trường, mức độ tham gia, doanh thu, chi trả, cơ cấu sản phẩm, tuân thủ pháp luật và tác động của công tác quản lý nhà nước.

STT	Chuyên đề/ Báo cáo/ Kịch bản	Nội dung yêu cầu
		<ul style="list-style-type: none"> • Đề xuất cách trình bày dữ liệu theo bảng, biểu đồ, hộp thông tin, thông điệp chính để báo cáo có thể sử dụng cho công tác quản lý, truyền thông, báo cáo cấp có thẩm quyền và tham khảo chính sách. • Độ dài dự kiến tối thiểu 40 trang A4, không tính phụ lục dữ liệu; trường hợp dữ liệu quản lý chưa đầy đủ, chuyên gia cần nêu rõ giới hạn dữ liệu, giả định phân tích và đề xuất cách bổ sung dữ liệu trong các kỳ báo cáo sau.
7	Biên soạn kịch bản video clip tuyên truyền về các nội dung mới về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp tại Nghị định số 137/2026/NĐ-CP	<ul style="list-style-type: none"> • Biên soạn nội dung chuyên môn và kịch bản truyền thông cho 01 video clip tuyên truyền về Nghị định số 137/2026/NĐ-CP; phạm vi công việc của chuyên gia là xây dựng nội dung, thông điệp, lời bình, bố cục hình ảnh, chú thích/caption và định hướng minh họa, không bao gồm quay, dựng, thiết kế đồ họa, lồng tiếng hoặc sản xuất video nếu hợp đồng không quy định riêng. • Nội dung cần dễ hiểu, chính xác, phù hợp với người dân, người tiêu dùng, người tham gia bán hàng đa cấp, doanh nghiệp và cơ quan quản lý địa phương; tránh thuật ngữ quá chuyên sâu nhưng không làm sai lệch quy định pháp luật. • Kịch bản cần bao quát tối thiểu: mục đích ban hành/chính sách mới của Nghị định; điều kiện kinh doanh theo phương thức đa cấp; quyền và nghĩa vụ cơ bản của doanh nghiệp và người tham gia; các hành vi bị cấm hoặc hành vi có rủi ro cao; dấu hiệu cần cảnh giác với mô hình đa cấp trái phép/biến tướng; kênh tra cứu thông tin doanh nghiệp hợp pháp và kênh phản ánh vi phạm; thông điệp khuyến nghị người dân không tham gia, nộp tiền hoặc mua hàng khi chưa xác minh thông tin. • Sản phẩm đầu ra gồm: thông điệp chính; đề cương video; kịch bản chi tiết theo phân cảnh; lời bình/voice-over; gợi ý chữ chạy/caption; gợi ý hình ảnh/infographic; đề xuất phiên bản rút gọn nếu cần sử dụng trên mạng xã hội. • Thời lượng tham khảo của video chính từ 03 đến 05 phút; trường hợp đơn vị sản xuất yêu cầu định dạng khác, chuyên gia phối hợp hiệu chỉnh nội dung trong phạm vi hợp lý và phù hợp với thời gian thực hiện hợp đồng.

- Về kết cấu: (i) Mỗi báo cáo chuyên đề cần có tối thiểu các cấu phần: tiêu đề và tóm tắt nghiên cứu; bối cảnh và vấn đề nghiên cứu; phạm vi và phương pháp nghiên cứu; cơ sở pháp lý và thực tiễn; phân tích, đánh giá; kết luận và kiến nghị; danh mục tài liệu tham khảo; phụ lục nêu có; (ii) Báo cáo ngành cần có tối thiểu: phương pháp và nguồn dữ liệu; tổng quan chính sách/pháp luật; phân tích số liệu thị

trường và quản lý nhà nước; đánh giá tuân thủ và rủi ro; kết quả quản lý; khó khăn, tồn tại; kiến nghị; phụ lục số liệu hoặc bảng biểu nếu có; (iii) Kịch bản video cần có tối thiểu: mục tiêu truyền thông; nhóm công chúng mục tiêu; thông điệp chính; đề cương nội dung; kịch bản phân cảnh; lời bình; gợi ý hình ảnh/chữ chạy/caption; lưu ý pháp lý khi sản xuất.

- Về quy cách: (i) Báo cáo chuyên đề trình bày bằng tiếng Việt, phong chữ Times New Roman, cỡ chữ không quá 14, khổ giấy A4, dẫn dòng hợp lý, có đánh số trang, mục lục, danh mục bảng/biểu/hình nếu có; độ dài tối thiểu 30 trang A4 cho mỗi chuyên đề, không tính phụ lục; (ii) Báo cáo ngành trình bày bằng tiếng Việt, có bảng biểu/biểu đồ phù hợp, độ dài tối thiểu 40 trang A4, không tính phụ lục dữ liệu. (iii) Kịch bản video trình bày ở dạng văn bản có cấu trúc, thuận tiện chuyển giao cho đơn vị sản xuất truyền thông; độ dài do chuyên gia đề xuất phù hợp với thời lượng video, nhưng phải đủ chi tiết để thể hiện được lời bình, phân cảnh, thông điệp và gợi ý hình ảnh; (iv) Tất cả sản phẩm cuối cùng nộp ở định dạng Microsoft Word hoặc định dạng văn bản chỉnh sửa được; bản PDF dùng để lưu/đổi chiếu; bảng số liệu, biểu đồ hoặc phụ lục dữ liệu nộp ở định dạng chỉnh sửa được khi có yêu cầu.

b. Đánh giá chất lượng công việc

Bên mời thầu đánh giá chất lượng công việc theo hình thức Đạt/Không đạt đối với từng sản phẩm và đối với toàn bộ gói thầu. Sản phẩm được đánh giá là Đạt khi đáp ứng đầy đủ yêu cầu về nội dung, kết cấu, quy cách, tiến độ và đã tiếp thu, giải trình hợp lý ý kiến của Chủ đầu tư/đơn vị chủ trì chuyên môn. Sản phẩm bị đánh giá là Không đạt khi không đáp ứng một trong các yêu cầu cơ bản nêu tại Điều khoản tham chiếu này, không hoàn thành đúng thời hạn theo hợp đồng hoặc không chỉnh sửa theo yêu cầu hợp lý của Chủ đầu tư/đơn vị chủ trì chuyên môn.

2. Các điều kiện và địa điểm thực hiện hợp đồng

a. Điều kiện thực hiện hợp đồng

Tư vấn cá nhân/nhóm tư vấn cá nhân chịu trách nhiệm bố trí nhân sự, thời gian và phương pháp làm việc để hoàn thành sản phẩm đúng tiến độ; bảo đảm khả năng trao đổi trực tiếp hoặc trực tuyến với Chủ đầu tư/đơn vị chủ trì chuyên môn khi cần thiết. Để thực hiện hợp đồng, toàn bộ các tư vấn cá nhân/ nhóm tư vấn cá nhân phải đáp ứng toàn bộ các yêu cầu về nhân sự được quy định tại Mục III phía dưới. Tư vấn cá nhân/nhóm tư vấn cá nhân phải cam kết bảo mật thông tin, tài liệu, dữ liệu quản lý được cung cấp và chỉ sử dụng cho mục đích thực hiện hợp đồng.

b. Địa điểm thực hiện hợp đồng

Địa điểm thực hiện chính: Hà Nội; chuyên gia có thể thực hiện nghiên cứu, biên soạn từ xa nhưng phải tham gia các buổi làm việc, trao đổi, nghiệm thu hoặc giải trình theo yêu cầu hợp lý của Chủ đầu tư/đơn vị chủ trì chuyên môn.

III. Nhân sự

Toàn bộ các tư vấn cá nhân phải đáp ứng được toàn bộ các yêu cầu sau:

1. Tính hợp lệ

Các tư vấn cá nhân phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện tiên quyết như sau:

- Có cam kết có khả năng làm việc độc lập và làm việc theo nhóm nhằm phục vụ công tác nghiên cứu theo yêu cầu của Bên mời thầu;
- Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ theo quy định pháp luật của nước mà cá nhân đó là công dân;
- Có chứng chỉ chuyên môn phù hợp trong trường hợp pháp luật có quy định;
- Không đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự;
- Không đang trong thời gian bị cấm tham dự thầu theo quyết định của người có thẩm quyền, Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, cơ quan khác ở Trung ương, Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định tại khoản 3 Điều 87 của Luật Đấu thầu 2023;
- Có cam kết có đầy đủ năng lực để triển khai và hoàn thành hợp đồng trong thời gian yêu cầu;
- Nộp đầy đủ hồ sơ và lý lịch khoa học (kèm các tài liệu chứng minh theo quy định);
- Có cam kết bố trí đủ thời gian để hoàn thành hợp đồng thực hiện chuyên đề nghiên cứu;
- Có cam kết giữ bí mật về thông tin, công việc triển khai thuộc nhiệm vụ và đồng ý chuyển giao bản quyền các nội dung nghiên cứu cho Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia sở hữu.

2. Tiêu chuẩn đánh giá về năng lực, trình độ của tư vấn cá nhân

2.1. Nguyên tắc đánh giá

Các tư vấn cá nhân tham gia thực hiện gói thầu phải được sắp xếp cụ thể và phù hợp theo từng chuyên đề nghiên cứu, từ đó có hồ sơ và lý lịch khoa học phù hợp theo yêu cầu cụ thể của chuyên đề nghiên cứu đó.

Năng lực của chuyên gia tư vấn được đánh giá theo trình độ chuyên môn, quá trình công tác và kinh nghiệm đã triển khai.

Hồ sơ dự thầu của tư vấn cá nhân/ nhóm tư vấn cá nhân có tổng điểm kỹ thuật và điểm kỹ thuật thành phần của từng chuyên gia không thấp hơn mức điểm yêu cầu tối thiểu tương ứng được đánh giá là đáp ứng yêu cầu về kỹ thuật của gói thầu. Hồ sơ dự thầu có điểm kỹ thuật của gói thầu cao nhất được xếp hạng số 1.

2.2. Tiêu chí chấm điểm chi tiết

Tiêu chí đánh giá cho từng chuyên gia tư vấn tham gia thực hiện gói thầu theo từng chuyên đề cụ thể như sau:

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm chi tiết	Điểm tối thiểu	Lưu ý
I	Năng lực kinh nghiệm		70	
	+ Có bằng đại học đúng chuyên ngành tư vấn và có 10 năm kinh nghiệm trong chuyên ngành tư vấn hoặc + Có bằng thạc sĩ trở lên đúng chuyên ngành tư vấn và có 5 năm kinh nghiệm trong chuyên ngành tư vấn hoặc + Từng đảm nhiệm chức danh chủ trì triển khai một hoặc một số hạng mục thuộc gói thầu tư vấn	70		Bằng cấp đúng chuyên ngành tư vấn ở đây được hiểu là bằng cấp về luật hoặc kinh tế; Số năm kinh nghiệm được xét là số năm kinh nghiệm công tác, làm việc trong các lĩnh vực về kinh tế, thương mại; pháp luật, nghiên cứu hoặc thi hành pháp luật; công việc có liên quan tới hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp hoặc các công việc có liên quan khác
	Không đạt trình độ đại học	0		
	Bằng đại học + <10 năm kinh nghiệm	0		

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm chi tiết	Điểm tối thiểu	Lưu ý
	Bằng thạc sỹ + <5 năm kinh nghiệm	0		
	Bằng đại học + >10 năm kinh nghiệm	5 * (Số năm kinh nghiệm - 10)		Mỗi năm kinh nghiệm tăng thêm sẽ được cộng thêm 5 điểm
	Bằng thạc sỹ + >5 năm kinh nghiệm	5 * (Số năm kinh nghiệm - 5)		Mỗi năm kinh nghiệm tăng thêm sẽ được cộng thêm 5 điểm
II	Đánh giá về giải pháp/ đề xuất thực hiện công việc		30	
	Đề xuất được đề cương chi tiết thực hiện báo cáo, đảm bảo mục tiêu của báo cáo nghiên cứu	20		
	Đề xuất được đề cương chi tiết thực hiện báo cáo nhưng không thực sự phù hợp và sát với mục tiêu của báo cáo nghiên cứu	5		
	Không đề xuất được đề cương chi tiết thực hiện báo cáo	0		
	Đề xuất thời gian và tiến độ thực hiện báo cáo hợp lý, phù hợp	10		
	đề xuất thời gian và tiến độ thực hiện báo cáo không phù hợp	0		
	Tổng cộng (I+II)		100	

Nhóm tư vấn cá nhân có trung bình tổng điểm đánh giá năng lực, trình độ, kinh nghiệm và đề xuất kỹ thuật của từng thành viên trong nhóm được xếp hạng cao nhất và không thấp hơn điểm tối thiểu theo yêu cầu, đáp ứng yêu cầu nêu tại mục III, khoản 1, 2 của Điều khoản tham chiếu này được Bên mời thầu mời thương thảo hợp

đồng. Trường hợp thương thảo thành công thì tư vấn cá nhân ký hợp đồng với Chủ đầu tư để thực hiện gói thầu tư vấn theo hợp đồng ký kết.

IV. Báo cáo và thời gian thực hiện

Các tư vấn cá nhân/ nhóm tư vấn cá nhân thực hiện hợp đồng và nộp báo cáo theo tiến độ như sau:

STT	Tên sản phẩm	Tiến độ nộp sản phẩm
1	Chuyên đề 1: Nghiên cứu pháp luật và kinh nghiệm quốc tế về quản lý hoạt động bán hàng trực tiếp và các mô hình chủ động tiếp cận người tiêu dùng trên môi trường số; kiến nghị hoàn thiện pháp luật Việt Nam	Trong vòng 06 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực
2	Chuyên đề 2: Nghiên cứu cơ sở pháp lý và thực tiễn phân biệt hoạt động tiếp thị liên kết (Affiliate Marketing) với kinh doanh theo phương thức đa cấp; đề xuất tiêu chí nhận diện và cơ chế quản lý phù hợp	Trong vòng 06 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực
3	Chuyên đề 3: Nghiên cứu cơ chế vận hành, dấu hiệu nhận diện và phương thức lôi kéo người tham gia của các mô hình đa cấp trái phép, đa cấp biến tướng; đề xuất mô hình cảnh báo sớm và giải pháp phòng ngừa trong bối cảnh kinh tế số	Trong vòng 06 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực
4	Chuyên đề 4: Nghiên cứu vai trò, phương thức tác động, trách nhiệm pháp lý và cơ chế quản lý đối với người có ảnh hưởng, người dẫn dắt cộng đồng trong hoạt động bán hàng đa cấp, đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật	Trong vòng 06 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực
5	Chuyên đề 5: Nghiên cứu cơ sở pháp lý và thực tiễn quản lý hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên, đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật	Trong vòng 06 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực
6	Biên soạn nội dung Báo cáo ngành bán hàng đa cấp Việt Nam năm 2025	Trong vòng 02 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực
7	Biên soạn kịch bản video clip tuyên truyền về các nội dung mới về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp tại Nghị định số 137/2026/NĐ-CP	Trong vòng 02 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực