



HỒ SƠ YÊU CẦU CHÀO GIÁ

Tên gói dịch vụ: Dịch vụ nghiên cứu, phân tích, và tư vấn tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng năm 2023

Bên mời chào giá: Tổng công ty Hàng không Việt Nam – CTCP (Vietnam Airlines)

Hà Nội, ngày...tháng...năm 2023

TUQ. TỔNG GIÁM ĐỐC

TỔ TRƯỞNG TỔ THUÊ TƯ VẤN

Nguyễn Quang Trung

MỤC LỤC



THƯ MỜI CHÀO GIÁ	1
1. YÊU CẦU VỀ DỊCH VỤ.....	1
2. YÊU CẦU VỀ TƯ CÁCH NHÀ CUNG CẤP	12
3. YÊU CẦU CỦA CHÀO GIÁ.....	13
4. TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ LỰA CHỌN NHÀ CUNG CẤP.....	13
5. CÁC YÊU CẦU KHÁC	30
ĐƠN CHÀO GIÁ	35
GIẤY ỦY QUYỀN ⁽¹⁾	37
BIỂU GIÁ CHÀO	38
HỢP ĐỒNG ĐÃ VÀ ĐANG THỰC HIỆN CỦA NHÀ CUNG CẤP	39
BẢN KÊ KHAI NĂNG LỰC VÀ KINH NGHIỆM CỦA NHÀ CUNG CẤP.	40
DANH SÁCH NHÂN SỰ BỐ TRÍ CHO GÓI CHÀO GIÁ.....	41
THỎA THUẬN LIÊN DANH (1).....	42

TỪ NGỮ VIẾT TẮT

HSYC	Hồ sơ yêu cầu chào giá
HSDX	Hồ sơ đề xuất
VNĐ	Đồng Việt Nam
VNA	Vietnam Airlines
NCC	Nhà cung cấp (tham dự gói chào giá)
HTTN	Hành trình trải nghiệm
TP	Touch point: Điểm chạm
IDI	In-depth interview: Phỏng vấn 1-1 chuyên sâu
FGD	Focus Group Discussion: Phỏng vấn nhóm tập trung
LCC	Low-cost carrier: Hãng hàng không giá rẻ
MXH	Mạng xã hội

Số: /TCTHK-KHPT

Hà Nội, ngày tháng năm 2023

THƯ MỜI CHÀO GIÁ

Kính gửi:

Tổng công ty Hàng không Việt Nam – CTCP xin gửi tới Quý công ty lời chào trân trọng và kính mời Quý công ty tham gia chào giá gói dịch vụ nghiên cứu, phân tích và tư vấn tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng năm 2023.

Hồ sơ yêu cầu chào giá đính kèm.

Đề nghị Quý công ty nộp Hồ sơ đề xuất đến địa chỉ sau:

Tổng công ty Hàng không Việt Nam – CTCP

Ban Kế hoạch và Phát triển

200 Nguyễn Sơn, Long Biên, Hà Nội

Người nhận: Ông Nguyễn Quang Trung – Trưởng Ban KHPT

Email: trungnq@vietnamairlines.com

tuanva@vietnamairlines.com

tintrantrung@vietnamairlines.com

Điện thoại: 0989.249.237

Đề nghị Quý công ty nộp Hồ sơ đề xuất trực tiếp, qua đường bưu điện, hoặc qua thư điện tử chậm nhất vào **16 giờ 00 (giờ Việt Nam) ngày ... tháng ... năm 2023 (trong giờ hành chính).**

Việc mở chào giá sẽ được tiến hành công khai vào lúc 16 giờ 30 (giờ Việt Nam) ngày ... tháng ... năm 2023 tại địa điểm nêu trên.

Mọi chi tiết xin liên hệ với VNA theo địa chỉ nêu trên.

Trân trọng cảm ơn.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu VT, KHPT.

**TUQ. TỔNG GIÁM ĐỐC
TỔ TRƯỞNG TỔ THUÊ TƯ VẤN**

Nguyễn Quang Trung

1. YÊU CẦU VỀ DỊCH VỤ

1.1. Nội dung, danh mục dịch vụ, số lượng:

1.1.1 Bối cảnh thị trường và các thách thức với VNA

Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 được kiểm soát tại Việt Nam và hầu hết các nước trên thế giới, thị trường hàng không trong nước và quốc tế đã có những bước hồi phục nhanh chóng, trong đó thị trường nội địa đạt sản lượng vượt giai đoạn trước Covid và các thị trường quốc tế cũng đều lần lượt quay trở lại khai thác. Đây là cơ hội để VNA tiếp tục phát triển, mở rộng mạng bay và sức ảnh hưởng của hãng trên các thị trường quan trọng, qua đó khẳng định vị thế của hãng hàng không quốc gia và một trong những hãng hàng không được yêu thích nhất trong khu vực Đông Nam Á.

Bên cạnh những cơ hội nói trên, VNA cũng gặp phải rất nhiều thách thức:

- Sự cạnh tranh khốc liệt với các hãng bay tư nhân ở trong và ngoài nước, đặc biệt là các LCCs.
- Cấu trúc chi phí cao cũng cản trở sự phát triển và khả năng cạnh tranh hiệu quả của VNA.
- Đối tượng khách hàng trẻ (Gen Y, Gen Z) ngày càng chiếm tỷ trọng lớn, với những yêu cầu khác biệt và đa dạng về dịch vụ. Tuy nhiên, VNA chưa có sự hiểu biết đầy đủ về nhu cầu, mong muốn của nhóm khách hàng này.
- VNA chưa có góc nhìn đủ toàn diện về mong muốn của những nhóm khách hàng mục tiêu trước, trong, và sau khi trải nghiệm dịch vụ của hãng, cũng như nắm rõ khả năng chi trả và ưu tiên cụ thể về dịch vụ của từng nhóm khách hàng.

1.1.2 Các chương trình đánh giá trải nghiệm khách hàng hiện có của VNA

Hiện VNA đang thực hiện nhiều chương trình cũng như vận hành các hệ thống để tổng hợp ý kiến, đánh giá trải nghiệm khách hàng, trong đó nổi bật:

- Chương trình điều tra thường xuyên: đo lường thường xuyên trải nghiệm của khách hàng sau chuyến bay tại các điểm chạm dịch vụ (đặt chỗ bán vé, dịch vụ tại sân bay đi/đến, dịch vụ sau chuyến bay);
- Hệ thống thông tin phản hồi – xử lý phản hồi của hành khách sau khi sử dụng dịch vụ;
- Hệ thống thông tin phản hồi nội bộ - phản ánh của nhân viên tuyến trước sau khi phục vụ khách và các trường hợp thu thập từ các nguồn khác cần triển khai khắc phục phòng ngừa.
- Hệ thống quét tin, tổng hợp và báo cáo đánh giá (thuê đối tác bên ngoài thực hiện) về ý kiến của hành khách trên các nền tảng MXH về chất lượng dịch vụ tại các điểm chạm (6 điểm chạm: Pre-sales, Sales, Departure, In-Flight, Arrival, Customer Retention). Hệ thống đưa ra cảnh báo tức thời về các ý kiến tiêu cực của hành khách liên quan đến chất lượng dịch vụ và thương hiệu trên MXH.

1.1.3 Nội dung nghiên cứu

- Tổng quan: Nghiên cứu, phân tích và tư vấn tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng.
 - o Nghiên cứu, xác định và đánh giá nhu cầu, mức độ quan trọng của từng điểm chạm (touch point) và các dịch vụ, trải nghiệm tại từng điểm chạm đó, trên toàn bộ hành trình trước, trong và sau khi trải nghiệm dịch vụ của VNA theo từng phân nhóm khách hàng chính của hãng;
 - o Đánh giá kỳ vọng, khả năng chi trả của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ hiện tại của VNA tại từng touch point, và so sánh dịch vụ hiện tại của VNA với “best practices” trong ngành hàng không;
 - o Cung cấp kết quả nghiên cứu dưới dạng dữ liệu thô chưa qua xử lý, cũng như báo cáo chi tiết và thuyết trình kết quả nghiên cứu;
 - o Xây dựng kế hoạch hành động để bổ sung hoặc giảm bớt/ loại bỏ các dịch vụ tại từng touch point trong chuỗi dịch vụ VNA đang cung cấp với mục đích tăng trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu chi phí.
- Kết quả nghiên cứu sẽ VNA sử dụng trong các hoạt động xây dựng chiến lược, quảng cáo, dịch vụ, xúc tiến thương mại v.v.:
 - o Thấu hiểu được các điểm chạm khách hàng lựa chọn khi sử dụng dịch vụ của VNA, nắm bắt được nhu cầu, mong đợi cũng như những rào cản, các yếu tố ảnh hưởng v.v, giúp VNA có căn cứ để thiết kế sản phẩm, dịch vụ phù hợp, xây dựng các quy trình nội bộ hiệu quả nhằm tăng thêm các trải nghiệm tích cực, giảm thiểu các trải nghiệm tiêu cực cho khách hàng;
 - o Điều chỉnh quá trình thu thập thông tin khách hàng và đo lường trải nghiệm khách hàng hiệu quả và toàn diện hơn;
 - o Ứng dụng trong các hoạt động đào tạo và phát triển cho nhân viên tuyển trước và tuyển sau;
 - o Các hoạt động khác.
- **Nội dung nghiên cứu chi tiết bao gồm nhưng không giới hạn ở những nội dung sau:**

STT	Nội dung nghiên cứu	Nội dung chi tiết
1	<i>Quan điểm và hành vi của khách hàng với ngành hàng cũng như các yếu tố thúc đẩy nhu cầu di chuyển hàng không</i>	
1.1	Hành vi chung của khách hàng đối với ngành hàng không:	- Các hãng bay đáp viên thường sử dụng; - Các hành trình bay thông thường (của đáp viên); - Các thay đổi lớn (của đáp viên) về mặt hành vi đối với ngành hàng không trong thời gian qua; ...

STT	Nội dung nghiên cứu	Nội dung chi tiết
1.2	Những lý do và động lực thúc đẩy sự di chuyển khách hàng:	- Tìm hiểu những lý do và động lực thúc đẩy nhu cầu đi lại: • Phim ảnh; • Website du lịch; • ... - Đánh giá sự tương tác giữa đáp viên và các TP ở giai đoạn này nếu có
2	<i>Phân tích nhận thức của khách hàng về thương hiệu của VNA.</i>	
2.1	Xây dựng bức tranh mô tả cái nhìn của khách hàng:	- Đối với giá trị/ dịch vụ/ sản phẩm của VNA hiện tại và trong quá khứ - Tương quan giữa VNA và các đối thủ cạnh tranh - Làm rõ và tìm hiểu các yếu tố trong hành trình trải nghiệm chuyến bay (của VNA) có ảnh hưởng đến việc ra quyết định của khách hàng.
2.2	Khai thác các thông tin liên quan đến hành trình trải nghiệm khách hàng theo mặt cắt:	- Khách hàng kỳ vọng gì tại điểm chạm này; - Trải nghiệm như thế nào tại điểm chạm này sẽ là lý tưởng; - Trải nghiệm thực tế tại điểm chạm; các chi tiết/ sự việc gây ấn tượng tốt/ xấu tại các điểm chạm.
3	<i>Vẽ được HTTN mà khách hàng tiềm năng của VNA kỳ vọng</i>	
3.1	Giai đoạn phát sinh nhu cầu:	Nghiên cứu và chỉ ra các nguồn thông tin khác nhau có thể tạo động lực cho nhu cầu di chuyển hàng không: - Các chương trình du lịch; - Các trang web về du lịch (ví dụ: Trip advisor); - Các chương trình giảm giá;

STT	Nội dung nghiên cứu	Nội dung chi tiết
		- Đề xuất từ bạn bè, người quen; - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.2	Giai đoạn lên kế hoạch và chuẩn bị:	Tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến việc lên kế hoạch về: - Lựa chọn điểm đến; - Thời gian của hành trình (ảnh hưởng của chuyến đi lên lịch đi học/ đi làm thường nhật); - Quyết định tìm kiếm thông tin qua các nền tảng trên mạng (website, MXH) hay tại phòng vé, đại lý ...; - Lựa chọn chuyến bay, khách sạn ...; - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.3	Giai đoạn đặt chỗ, mua vé: Nghiên cứu, phân tích và chỉ ra được các yếu tố quan trọng quyết định đến việc lựa chọn hãng hàng không, cụ thể:	
3.3.1	Yếu tố thương hiệu:	- Giá trị của thương hiệu; - Kinh nghiệm hoạt động trong ngành hàng không; - Yếu tố an toàn gắn liền với thương hiệu; - Loại tàu bay, tuổi đời tàu bay; - Các chương trình quảng cáo; - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.3.2	Yếu tố giá trị:	- Giá vé; - Chương trình khuyến mãi, giảm giá; - Các gói ưu đãi; - Chính sách hoàn, hủy, đổi ...; - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.3.3	Yếu tố thuận tiện:	- Khả năng nối chuyến;

STT	Nội dung nghiên cứu	Nội dung chi tiết
		- Lịch bay đa dạng trải đều các khung giờ; - OTP (on-time performance – chỉ số bay đúng giờ); - Yếu tố ngôn ngữ (trên các thiết bị hướng dẫn an toàn trên tàu bay); - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.3.4	Các yếu tố khác:	- Trải nghiệm đặt chỗ và thanh toán; - Đề xuất từ gia đình, bạn bè, các đơn vị đại lý; - Các mục đánh giá online trên các website của hãng hàng không hoặc bên thứ ba; - Các chương trình/ ưu đãi đối với khách hàng thường xuyên/ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ. - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.4	Giai đoạn trải nghiệm chuyến bay: Bao gồm các TP/ yếu tố mà khách hàng có thể quan tâm ở 3 giai đoạn: - Trước chuyến bay (tập trung hơn vào hành trình từ nhà/ nơi lưu trú đến sân bay và ở sân bay); - Trên chuyến bay; - Sau chuyến bay (tập trung vào giai đoạn ở sân bay cho tới khi về đến nhà/ nơi lưu trú).	
3.4.1	Trước chuyến bay: Phân tích, chỉ ra những TP khách hàng kỳ vọng, cụ thể:	- Sự tiện lợi trong quá trình check-in hay xử lý các yêu cầu đột xuất của khách hàng; - Dịch vụ phụ trợ như đón khách tại nhà; - Số lượng quầy check-in, thời gian xếp hàng và làm thủ tục; - Chất lượng dịch vụ từ nhân viên mặt đất; - Xử lý các vấn đề như chậm

STT	Nội dung nghiên cứu	Nội dung chi tiết
		hoặc hủy chuyến; - Phòng chờ, khu vực cho trẻ em ...; - Quá trình lên máy bay; - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có). - Các chương trình/ ưu đãi đối với khách hàng thường xuyên
3.4.2	Trên chuyến bay: Phân tích và chỉ ra những TP khách hàng kỳ vọng, cụ thể:	NCC cần đánh giá được sự khác biệt về kỳ vọng của từng phân nhóm khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ trên chuyến bay, với các mục đích di chuyển khác nhau (công vụ, du lịch ...), ở các khung giờ khác nhau và trên các tuyến đường bay với thời gian bay khác nhau: - Thái độ của tiếp viên; - Mức độ sạch sẽ của máy bay; - Không gian và mùi trên máy bay; - Chất lượng ghế ngồi, khu vực để chân; - Hướng dẫn an toàn bay (chất lượng, sự sáng tạo); - Hệ thống giải trí và phương tiện giải trí khác trên máy bay; - Sự đa dạng về lựa chọn cũng như chất lượng đồ ăn, đồ uống, dụng cụ ăn uống, các bộ dụng cụ cá nhân (bay đường dài); - Các dịch vụ cho trẻ em như đồ chơi, đồ ăn dành riêng cho trẻ; - Sự tương thích về ngôn ngữ trên thiết bị của tàu bay (nhà vệ sinh, thiết bị an toàn...); - Các chương trình/ ưu đãi đối với khách hàng thường xuyên - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.4.3	Sau chuyến bay:	- Được hạ cánh ở sân bay chính của thành phố; - Quá trình xuống máy bay; - Sự thuận tiện trong quá trình lấy hành lý;

STT	Nội dung nghiên cứu	Nội dung chi tiết
		- Hạ cánh đúng giờ; - Tìm điểm nối chuyển dễ dàng; - Tìm phương tiện di chuyển về nhà/ nơi cư trú dễ dàng; - Các chương trình/ ưu đãi đối với khách hàng thường xuyên; - Các đề xuất khác từ NCC (nếu có).
3.5	Giai đoạn chia sẻ trải nghiệm sau chuyến bay:	- Khách hàng chia sẻ trải nghiệm du lịch/ di chuyển cùng hãng hàng không trên những nền tảng nào? - Các thông tin hành khách chia sẻ liên quan đến hàng hàng không là gì? • Những chi tiết khiến khách hàng hài lòng hoặc chưa hài lòng; • Trải nghiệm thực tế so với kỳ vọng về các khía cạnh trong quá trình trải nghiệm dịch vụ • Quá trình xử lý feedback của VNA (nếu có).
4.	Dựa vào HTTN đã xây dựng, lượng hóa và đánh giá mức độ quan trọng của từng TP dựa trên kỳ vọng của các nhóm khách hàng tiềm năng của VNA	

1.1.4 Phạm vi nghiên cứu, quy mô số mẫu

a. Đối tượng khách nghiên cứu

STT	Nhóm đối tượng	Chi tiết
1	<i>Đối tượng khách di chuyển nội địa (Phục vụ cho nghiên cứu định tính – FGD, và nghiên cứu định lượng)</i>	
1.1	Độ tuổi:	18 – 65, được phân chia nhỏ hơn theo ít nhất 4 nhóm tuổi theo đề xuất từ NCC.
1.2	Nơi sinh sống/ quốc tịch:	Người Việt Nam sinh sống tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà

STT	Nhóm đối tượng	Chi tiết
		Năng, Hải Phòng, Vinh, Cần Thơ
1.3	Mức thu nhập cá nhân:	Từ mức B trở lên.
1.4	Thói quen di chuyển:	- Di chuyển nội địa bằng đường hàng không trong khoảng thời gian 6 tháng trở lại đây. - Đã có kinh nghiệm tự đặt vé hoặc tự liên hệ với đại lý để đặt vé.
2	<i>Đối tượng khách Việt Nam đi nước ngoài (phục vụ nghiên cứu định tính – IDI, và nghiên cứu định lượng)</i>	
2.1	Độ tuổi:	18 – 65 và được chia thành ít nhất hai nhóm chính.
2.2	Nơi sinh sống/ quốc tịch:	- Quốc tịch: Việt Nam; - Nơi sinh sống: Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh.
2.3	Thói quen di chuyển:	- Di chuyển quốc tế bằng đường hàng không trong khoảng thời gian 2 năm trở lại đây (ưu tiên đối tượng di chuyển trên các đường bay quốc tế được nghiên cứu ở phần d, Mục 1.1.4). - Đã có kinh nghiệm tự đặt vé hoặc tự liên hệ với đại lý để đặt vé.
3	<i>Đối tượng khách nước ngoài vào Việt Nam (phục vụ nghiên cứu định tính – IDI, và nghiên cứu định lượng)</i>	
3.1	Độ tuổi:	18 – 65 và được chia thành ít nhất hai nhóm chính.
3.2	Quốc tịch:	Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc, Thái Lan, Pháp, Ấn Độ.
3.3	Mức thu nhập cá nhân:	Tối thiểu mức B trở lên tùy theo thị trường.

STT	Nhóm đối tượng	Chi tiết
3.4	Thói quen di chuyển:	- Di chuyển tới Việt Nam bằng đường hàng không trong khoảng thời gian 1 năm trở lại đây (ưu tiên đối tượng di chuyển trên các đường bay quốc tế được nghiên cứu ở phần d, Mục 1.1.4). - Đã có kinh nghiệm tự đặt vé hoặc tự liên hệ với đại lý để đặt vé
4	<i>Đối tượng đại lý du lịch (phục vụ nghiên cứu định tính – IDI)</i>	
4.1	Kinh nghiệm:	- Ít nhất 5 năm kinh nghiệm; - Đã thực hiện thủ tục đặt vé cho khách nội địa trong 6 tháng trở lại đây và khách quốc tế trong 2 năm trở lại đây (trên các đường bay quốc tế chọn nghiên cứu theo phần d, Mục 1.1.4); - Có kinh nghiệm đặt vé cho cả đối tượng khách thương gia và phổ thông.
4.2	Nơi đặt trụ sở:	Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh

- Đối với nhóm đối tượng 1, 2, và 3, NCC dịch vụ cần đảm bảo sự đa dạng về yếu tố mục đích di chuyển (du lịch, công vụ ...), khung giờ di chuyển, tần suất bay, ... trong quá trình lựa chọn đáp viên.

b. Phương pháp thực hiện nghiên cứu đề xuất

VNA đề xuất thực hiện nghiên cứu, phân tích và tư vấn tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng qua 4 giai đoạn sau:

- Hội thảo lên ý tưởng: NCC dịch vụ cùng các phòng ban chuyên môn của VNA thống nhất về các khía cạnh của đề án nghiên cứu.
- Nghiên cứu định tính: Sử dụng các phương pháp phổ biến như IDI (phỏng vấn 1-1 chuyên sâu), FGD (phỏng vấn nhóm tập trung) hay những phương pháp khác theo đề xuất từ phía NCC.
- Nghiên cứu định lượng: Sử dụng các phương pháp thu thập thông tin diện rộng với mục đích lượng hóa và xác thực tính chuẩn xác của các kết quả có được từ nghiên cứu định tính.

- Hội thảo kết luận: NCC dịch vụ trình bày kết quả nghiên cứu và những đề xuất, định hướng khác. NCC làm việc cùng các phòng ban chuyên môn để xây dựng kế hoạch hành động cụ thể từ những kết quả nghiên cứu nói trên.

c. Quy mô số mẫu

Đối tác có thể chào thêm các phương pháp nghiên cứu khác trên cơ sở đảm bảo số mẫu nghiên cứu định tính và định lượng tối thiểu theo yêu cầu của VNA. Nhà cung cấp có thể đưa ra các đề xuất giúp tiết kiệm chi phí nhưng vẫn đảm bảo chất lượng nghiên cứu.

STT	Nhóm đáp viên cho từng nghiên cứu	Số mẫu VNA đề xuất tối thiểu
1	Số phỏng vấn cần cho nghiên cứu định tính (FGD và IDI).	102 phỏng vấn
1.1	Phỏng vấn FGD đối tượng khách thị trường trong nước.	42 FGD
1.2	Phỏng vấn IDI đối tượng khách thị trường quốc tế.	48 IDI
1.3	Phỏng vấn IDI đối tượng đại lý du lịch.	12 IDI
2	Số mẫu cần thiết cho nghiên cứu định lượng:	3,740 mẫu
2.1	Số mẫu cần thiết cho nghiên cứu định lượng thị trường trong nước	2,000 mẫu
2.2	Số mẫu cần thiết cho nghiên cứu định lượng thị trường nước ngoài	1,740 mẫu

d. Các thị trường cần nghiên cứu

STT	Nhóm thị trường	Chi tiết thị trường/ đường bay
1.	Thị trường trong nước:	- Hà Nội (HAN); - TP. Hồ Chí Minh (SGN); - Hải Phòng (HPH); - Vinh (VII); - Đà Nẵng (DAD); - Cần Thơ (VCA).
2.	Thị trường nước ngoài:	- VNJP (Việt Nam – Nhật Bản); - VNKR (Việt Nam – Hàn Quốc);

		- VNTH (Việt Nam – Thái Lan); - VNAU (Việt Nam – Úc); - VNIN (Việt Nam - Ấn Độ); - VNFR (Việt Nam – Pháp).
--	--	---

1.1.5 Kết quả phân tích và sản phẩm bàn giao

- Báo cáo kết quả nghiên cứu và các diễn giải cần thiết để VNA có thể ứng dụng kết quả nghiên cứu trong các hoạt động xây dựng chiến lược, quảng cáo, dịch vụ, xúc tiến thương mại, có thể bao gồm nhưng không giới hạn:
 - Hành trình trải nghiệm khách hàng hiện nay của VNA, trong đó nhấn mạnh những điểm chưa phù hợp hoặc những điểm có tiềm năng phát triển thêm (đề xuất chia sẻ ở hội thảo lên ý tưởng) và so sánh dịch vụ hiện tại của VNA với “best practices” trong ngành hàng không;
 - Hành trình trải nghiệm khách hàng **tối ưu** cho từng phân nhóm khách hàng, bao gồm đánh giá tương quan mức độ quan trọng của các phân nhóm này tới từng điểm chạm trên hành trình (đề xuất chia sẻ ở hội thảo kết luận).
 - Đánh giá mức độ sẵn sàng chi trả của khách hàng đối với các sản phẩm, dịch vụ mà khách hàng mong muốn tại từng touch point;
 - Kết quả nghiên cứu được phân tích theo từng phân nhóm khách hàng với sự thống nhất của VNA, bao gồm nhưng không giới hạn cách phân nhóm sau đây:
 - Tại các đường bay nội địa Việt Nam:
 - Phân nhóm theo độ tuổi hoặc theo thế hệ (ví dụ như Gen Z, Gen Y, Baby Boomer, ...)
 - Khách hàng hội viên FFP của VNA
 - Phân nhóm khách hàng theo mục đích đi lại cơ bản: công vụ, thăm thân, du lịch;
 - Phân nhóm khách hàng theo các tuyến đường bay với thời gian bay ≤ 1 tiếng hoặc > 1 tiếng;
 - Khách sử dụng dịch vụ thương gia và dịch vụ phổ thông.
 - Tại các đường bay quốc tế:
 - Khách từ Việt Nam ra nước ngoài (outbound), khách từ nước ngoài vào Việt Nam (inbound);
 - Khách sử dụng dịch vụ thương gia và dịch vụ phổ thông;
 - Khách hàng với các mục đích đi lại cơ bản: công vụ, thăm thân, du lịch;
 - Khách hàng theo độ tuổi;
 - Khách hàng hội viên FFP của VNA
- Xây dựng kế hoạch hành động để bổ sung hoặc giảm bớt/ loại bỏ các dịch vụ tại từng touch point trong chuỗi dịch vụ VNA đang cung cấp với mục đích tăng trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu chi phí.

- Cung cấp kết quả nghiên cứu dưới dạng dữ liệu thô chưa qua xử lý,
- Chuyển giao các mô hình nghiên cứu, phân tích, bảng hỏi ... để VNA có thể tiếp tục sử dụng với các nguồn lực và công cụ sẵn có;

1.1.6 Số lượng: 01 gói dịch vụ.

1.1.7 Trách nhiệm của mỗi bên

a. Trách nhiệm của NCC

- Làm việc với các bên liên quan của VNA để tư vấn về các giải pháp, xây dựng và thống nhất kế hoạch nghiên cứu chi tiết;
- Thực hiện các công việc nghiên cứu, phân tích và tư vấn liên quan đến hành trình trải nghiệm khách hàng của VNA theo các yêu cầu tại mục 1.1.3, đảm bảo:
 - o Đủ dữ liệu cho mục tiêu nghiên cứu, phân tích;
 - o Đảm bảo quản trị chất lượng cho dự án;
 - o Thực hiện đầy đủ các nghiên cứu theo kế hoạch;
 - o Đảm bảo tính đại diện của mẫu và kết quả nghiên cứu
- ❖ *Lưu ý: NCC đưa toàn bộ chi phí về các nguồn dữ liệu mua ngoài phục vụ làm đầu vào hoặc nghiên cứu cho dự án vào giá chào.*
- Làm báo cáo và chuyển giao kết quả nghiên cứu cùng dữ liệu chi tiết:
 - o Kết quả phân tích dữ liệu chi tiết kèm theo file dữ liệu sơ cấp (định dạng SPSS (ưu tiên)/ excel v.v và bảng mã code đối với dữ liệu, các ghi âm và bản transcript của các cuộc phỏng vấn);
 - o Dự thảo báo cáo sau từng giai đoạn nghiên cứu;
 - o Báo cáo:
 - Mô tả chi tiết về phương pháp luận (công cụ thu thập dữ liệu, kế hoạch phân bổ mẫu, tỷ lệ thu hồi, phương pháp và công cụ phân tích, các kết quả kiểm định sử dụng trong nghiên cứu v.v);
 - Báo cáo tóm tắt (có thể sử dụng trong nội bộ) và báo cáo chi tiết
 - o Thuyết trình và chuyển giao kết quả nghiên cứu
- b. Trách nhiệm của VNA:** Hỗ trợ cung cấp các thông tin, dữ liệu có sẵn (nếu cần), đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật, để thực hiện dự án. Để tránh hiểu lầm, VNA chỉ cung cấp các thông tin trong phạm vi tuân thủ quy định pháp luật cũng như tuân thủ các thỏa thuận đã ký với NCC.

1.2. **Yêu cầu, tiêu chuẩn dịch vụ:** đáp ứng nội dung và phạm vi nghiên cứu tại Mục 1.1.3 và tại Mục 4.3 HSYC.

1.3. **Thời gian thực hiện hợp đồng:** 6 tháng kể từ khi lựa chọn được NCC.

2. YÊU CẦU VỀ TƯ CÁCH NHÀ CUNG CẤP

2.1. Có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh/Giấy đăng ký hoạt động phù hợp, hợp pháp được cấp theo qui định của pháp luật.

- 2.2. Có năng lực, kinh nghiệm về nghiên cứu thị trường, đặc biệt về khía cạnh trải nghiệm khách hàng và đã từng thực hiện các dự án liên quan đến trải nghiệm khách hàng trong ngành hàng không, du lịch hoặc liên quan;
- 2.3. Hạch toán tài chính độc lập; có báo cáo tài chính của 05 năm gần đây;
- 2.4. Không đang trong quá trình giải thể; không bị kết luận đang lâm vào tình trạng phá sản hoặc nợ không có khả năng chi trả theo quy định của pháp luật;
- 2.5. Có lợi nhuận sau thuế trong 5 năm trở lại đây (trừ 2 năm Covid) là số dương;
- 2.6. Không có tranh chấp, khiếu kiện, xung đột quyền lợi hoặc đang có vi phạm hợp đồng với Tổng công ty Hàng không Việt Nam – CTCP chưa giải quyết xong tính đến thời điểm hết hạn nộp HSDX;
- 2.7. Nhà cung cấp được tham gia chào giá với tư cách độc lập hoặc liên danh. Trong trường hợp liên danh, cần cung cấp thỏa thuận liên danh theo mẫu số 7. Các nhà cung cấp trong liên danh cần cung cấp đầy đủ các tài liệu chứng minh năng lực theo quy định tại HSYC này.

3. YÊU CẦU CỦA CHÀO GIÁ

- 3.1. Giá chào là giá do Nhà cung cấp nêu trong Đơn chào giá sau khi trừ giá trị giảm giá ghi trong Thư giảm giá (nếu có).
Giá chào phải bao gồm toàn bộ chi phí cần thiết và các khoản thuế, phí phát sinh ở Việt Nam và nước ngoài (nếu có) liên quan đến việc thực hiện gói dịch vụ trên cơ sở yêu cầu của HSYC. Giá chào cố định trong suốt thời gian thực hiện Hợp đồng.
- 3.2. Trường hợp NCC có Thư giảm giá thì có thể nộp cùng với HSDX hoặc nộp riêng, song phải đảm bảo Bên mời chào giá nhận được trước thời điểm hết hạn nộp HSDX. Trường hợp Thư giảm giá nộp cùng với HSDX thì NCC phải thông báo cho Bên mời chào giá trước thời điểm hết hạn nộp HSDX hoặc phải có bảng kê thành phần HSDX trong đó có Thư giảm giá.
- 3.3. Biểu giá chào phải được ghi đầy đủ theo Mẫu số 3 Mục 5.9, có chữ ký của người đại diện hợp pháp của NCC.
- 3.4. Biểu giá chào phải bao gồm: giá dịch vụ chưa có thuế, các loại thuế, phí. Tổng giá đã bao gồm các loại thuế/phí và không thay đổi trong suốt quá trình thực hiện hợp đồng. Nhà cung cấp nước ngoài phải ghi rõ thuế tại Việt Nam.
- 3.5. Đồng tiền chào giá: VNĐ.
- 3.6. Phương thức & tiến độ thanh toán: thanh toán sau khi nghiệm thu từng phần bằng chuyển khoản trong vòng 30 ngày sau khi dịch vụ đã hoàn thành và nhận được đầy đủ hóa đơn, các chứng từ thanh toán hợp pháp, đúng quy định của Nhà nước và yêu cầu của cơ quan thuế, cụ thể như sau:
 - Nghiệm thu kết quả nghiên cứu định tính: thanh toán 20% giá trị hợp đồng;
 - Nghiệm thu kết quả nghiên cứu định lượng: thanh toán 30% giá trị hợp đồng;
 - Tổ chức hội thảo kết luận, nghiệm thu toàn bộ kết quả dự án: thanh toán 50% giá trị hợp đồng;

4. TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ LỰA CHỌN NHÀ CUNG CẤP

4.1. Tiêu chuẩn đánh giá tính đầy đủ và hợp lệ của HSDX

STT	Nội dung yêu cầu	Mức độ đáp ứng		Ghi chú
		Đạt	Không Đạt	
1	Hiệu lực của gói mua sắm	Đạt nếu gói mua sắm có hiệu lực tính từ ngày HĐ có hiệu lực đến ngày các bên hoàn thành xong nghĩa vụ theo quy định của HĐ	Không đạt nếu gói mua sắm không có hiệu lực tính từ ngày HĐ có hiệu lực đến ngày các bên hoàn thành xong nghĩa vụ theo quy định của HĐ	
2	Tư cách hợp lệ của NCC theo quy định tại Mục 2 (sau khi đã làm rõ hoặc bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Bên mời chào giá);	Nếu NCC thỏa mãn được các quy định tại Mục 2 (sau khi đã làm rõ hoặc bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Bên mời chào giá)	Nếu NCC không thỏa mãn được các quy định tại Mục 2 (sau khi đã làm rõ hoặc bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Bên mời chào giá)	
3	Thời gian và địa điểm nhận HSDX	16 giờ 00, ngày tháng năm 2023 (giờ Việt Nam).	Sau 16 giờ 00, ngày tháng năm 2023 (giờ Việt Nam).	
4	Hiệu lực của HSDX	180 ngày từ thời điểm hết hạn nộp HSDX	< 180 ngày từ thời điểm hết hạn nộp HSDX	
5	Tính hợp lệ (chữ ký, thời gian, con dấu) trong HSDX và các tài liệu, biểu mẫu đi kèm như Đơn chào giá, Giấy ủy quyền (nếu có), Biểu giá chào ...	Nếu HSDX và các tài liệu, biểu mẫu đi kèm có đầy đủ chữ ký, thời gian, con dấu hợp lệ	Nếu HSDX và các tài liệu, biểu mẫu đi kèm không có đầy đủ chữ ký, thời gian, con dấu hợp lệ	

6	Cam kết đáp ứng nội dung nghiên cứu, quy mô số mẫu, tiêu chí lựa chọn mẫu/ đáp viên và thị trường lựa chọn để nghiên cứu			
6.1	Đáp ứng nội dung nghiên cứu như yêu cầu tại Mục 1.1	Cam kết	Không cam kết	
6.2	Các thị trường được lựa chọn nghiên cứu (nội địa và quốc tế) tại Mục 1.1	Cam kết	Không cam kết	
6.3	Đáp ứng số mẫu cho nghiên cứu định tính và định lượng như yêu cầu tại Mục 1.1	Cam kết	Không cam kết	Mẫu số 3
6.4	Đáp ứng được các tiêu chí lựa chọn mẫu/ đáp viên như yêu cầu tại Mục 1.1	Cam kết	Không cam kết	
	Đánh giá tổng	Đạt tất cả các tiêu chí trên	Không đạt một trong các tiêu chí trên	

HSDX của NCC được đánh giá là đầy đủ và hợp lệ khi đánh giá tổng “Đạt tất cả các tiêu chí trên”.

HSDX của Nhà cung cấp có một trong các yêu cầu chi tiết nói trên bị đánh giá không đạt sẽ không được đưa vào đánh giá tiếp.

4.2. Tiêu chuẩn đánh giá sơ bộ về năng lực kinh nghiệm và khả năng đáp ứng phạm vi, số mẫu nghiên cứu

STT	Nội dung yêu cầu	Mức độ đáp ứng		Tài liệu cần nộp
		Đạt	Không đạt	
1	Kinh nghiệm của nhà cung cấp			
1.1	Số năm hoạt động trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường	≥ 5 năm	< 5 năm	Giới thiệu về công ty
1.2	Đã thực hiện hợp đồng nghiên cứu thị trường từ năm 2017 trở lại đây có giá trị ≥ 4.000.000.000	Có	Không có	Mẫu số 4

STT	Nội dung yêu cầu	Mức độ đáp ứng		Tài liệu cần nộp
		Đạt	Không đạt	
	VNĐ/hợp đồng			
1.3	Đã thực hiện tối thiểu 01 hợp đồng nghiên cứu, phân tích trải nghiệm khách hàng trong lĩnh vực hàng không hoặc du lịch từ năm 2017 trở lại đây.	Có	Không có	Mẫu số 4 và giới thiệu về công ty
2	Kinh nghiệm và năng lực của đội ngũ tư vấn thực hiện đề án			
2.1	Nhân sự thực hiện dự án	Tối thiểu 8 người, trình độ từ Đại học trở lên - Trưởng dự án: kinh nghiệm NCTT và nghiên cứu trải nghiệm khách hàng từ 3 năm trở lên; - Nhân sự khác: kinh nghiệm từ 2 năm trở lên.	Dưới 8 người, trình độ dưới Đại học - Trưởng dự án: kinh nghiệm NCTT và nghiên cứu trải nghiệm khách hàng dưới 3 năm; - Nhân sự khác: kinh nghiệm dưới 2 năm.	Mẫu số 6
2.2	Nhân sự thực hiện dự án có chuyên ngành đào tạo từ Đại học trở lên về Kinh tế học, Kinh doanh quốc tế / Kinh tế quốc tế, Marketing/ nghiên cứu thị trường, Xác suất thống kê, Khoa học dữ liệu, Tâm lý học (đặc biệt về Tâm lý người tiêu dùng)	Có	Không có	Mẫu số 6
2.3	Trưởng dự án có kinh nghiệm nghiên cứu thị trường và trải nghiệm	Có	Không có	Mẫu số 6

STT	Nội dung yêu cầu	Mức độ đáp ứng		Tài liệu cần nộp
		Đạt	Không đạt	
	khách hàng cho ngành hàng không hoặc du lịch			
2.4	Tối thiểu 03 nhân sự tham gia nghiên cứu đề án có kinh nghiệm nghiên cứu thị trường và trải nghiệm khách hàng trong ngành hàng không hoặc du lịch	Có	Không có	Mẫu số 6
	<i>Đánh giá tổng</i>	<i>Đạt tất cả các tiêu chí trên</i>	<i>Không đạt một trong những tiêu chí trên</i>	

Nhà cung cấp được đánh giá là đáp ứng yêu cầu về năng lực, kinh nghiệm và khả năng đáp ứng nội dung nghiên cứu, quy mô số mẫu, tiêu chí lựa chọn mẫu/ đáp viên và thị trường khi đánh giá tổng “Đạt tất cả các tiêu chí trên”.

HSDX của Nhà cung cấp có một trong các yêu cầu chi tiết nói trên bị đánh giá không đạt sẽ không được đưa vào đánh giá tiếp.

4.3. Tiêu chuẩn đánh giá chi tiết về kỹ thuật:

Việc xem xét, đánh giá được thực hiện theo phương pháp chấm điểm dựa trên các tiêu chuẩn đánh giá dưới đây:

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
I	Kỹ thuật	70	
1	Kinh nghiệm và năng lực của Nhà cung cấp	10	Tổng điểm tối thiểu cần đạt cho mục 1: 5
1.1	Số lượng dự án nghiên cứu thị trường thực hiện trong 5 năm gần đây có giá trị $\geq 4.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng - Không thực hiện dự án nào; - Thực hiện từ 1 đến dưới 3 dự án; - Thực hiện từ 3 dự án trở lên	2	0 1 2
1.2	Đã thực hiện tối thiểu 01 hợp đồng nghiên cứu phân tích thị trường hàng không trong 5 năm trở lại đây có giá trị: - $< 2.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng	3	0

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	- $\geq 2.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng		1
	- $\geq 4.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng		3
1.3	Đã có dự án phân tích, nghiên cứu và tư vấn về hành trình trải nghiệm khách hàng cho các hãng hàng không (hoặc ngành vận tải, du lịch) trong 5 năm gần đây có giá trị: - $< 2.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng - $\geq 2.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng - $\geq 4.000.000.000$ VNĐ/hợp đồng	5	0 3 5
2	Giải pháp và phương pháp luận	40	Tổng điểm tối thiểu cần đạt cho mục 2: 20
2.1	Phương pháp luận rõ ràng, có sức thuyết phục, phù hợp với VNA. - Trình bày được phương thức nghiên cứu (các bước xây dựng nghiên cứu, lựa chọn và thu thập mẫu; phỏng vấn đáp viên, ...) chặt chẽ cho từng bước thực hiện, phù hợp với mục đích và yêu cầu của VNA. ○ <i>Nhóm 5:</i> Không trình bày được phương thức nghiên cứu; ○ <i>Nhóm 4:</i> Trình bày được phương thức nghiên cứu nhưng thiếu chặt chẽ, không bao quát được từng bước thực hiện, và không phù hợp với mục đích và yêu cầu của VNA; ○ <i>Nhóm 3:</i> Trình bày được phương thức nghiên cứu chặt chẽ cho từng bước thực hiện, nhưng không phù hợp với mục đích và yêu cầu của VNA ○ <i>Nhóm 2:</i> Trình bày được Phương thức nghiên cứu chặt chẽ và phù hợp hơn	10	0-3 0 0.75 1.5 2.25

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	so với nhóm 3 nhưng không phù hợp bằng nhóm 1;		
	○ <i>Nhóm 1</i> : Trình bày được Phương thức nghiên cứu nghiên cứu chặt chẽ cho từng bước thực hiện, phù hợp với mục đích nghiên cứu và yêu cầu của VNA.		3
	- Giới thiệu đầy đủ các công cụ phân tích, đánh giá đúng với quy mô, mục tiêu của đề án.		0-2
	○ <i>Nhóm 5</i> : Không giới thiệu được bất cứ công cụ phân tích, đánh giá nào đúng với quy mô, mục tiêu của đề án;		0
	○ <i>Nhóm 4</i> : Giới thiệu được một số công cụ phân tích, đánh giá nhưng còn sơ sài so với quy mô, mục tiêu của đề án;		0.5
	○ <i>Nhóm 3</i> : Giới thiệu được phần lớn công cụ phân tích, đánh giá nhưng chưa đầy đủ so với quy mô, mục tiêu nghiên cứu của đề án;		1
	○ <i>Nhóm 2</i> : Giới thiệu được đầy đủ các công cụ phân tích, đánh giá. Nhìn chung các công cụ này phù hợp với quy mô và mục tiêu nghiên cứu của đề án nhưng một số hạng mục còn chưa thuyết phục;		1.5
	○ <i>Nhóm 1</i> : Giới thiệu đầy đủ và thuyết phục các công cụ phân tích và đánh giá đúng với quy mô, mục tiêu của đề án.		2
	- Sơ bộ nội dung bảng câu hỏi.		0-2
	○ <i>Nhóm 5</i> : Không cung cấp được bất cứ nội dung sơ bộ nào cho bảng câu hỏi;		0

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	○ <i>Nhóm 4:</i> Cung cấp được một số nội dung sơ bộ cho bảng câu hỏi nhưng được VNA đánh giá là hoàn toàn không phù hợp cũng như không bao quát được quy mô và mục tiêu nghiên cứu của đề án; ○ <i>Nhóm 3:</i> Cung cấp được nội dung sơ bộ cho Bảng câu hỏi, tuy nhiên vẫn tồn tại nhiều hạng mục được VNA đánh giá là chưa phù hợp, cũng như chưa bao quát được quy mô và mục tiêu nghiên cứu của đề án; ○ <i>Nhóm 2:</i> Cung cấp được nội dung sơ bộ cho Bảng câu hỏi, tuy nhiên vẫn tồn tại số ít hạng mục được VNA đánh giá là chưa phù hợp, cũng như chưa bao quát được quy mô và mục tiêu nghiên cứu của đề án; ○ <i>Nhóm 1:</i> Cung cấp được nội dung sơ bộ cho Bảng câu hỏi và được VNA đánh giá là phù hợp, cũng như bao quát được quy mô và mục tiêu nghiên cứu của đề án.		0.5
			1
			1.5
			2
	- Cung cấp được thông tin dự kiến kết quả đầu ra, sản phẩm bàn giao (qua từng bước định tính, định lượng, và qua 2 hội thảo).		0-3
	○ <i>Nhóm 5:</i> Không cung cấp được bất cứ thông tin dự kiến nào về kết quả đầu ra, sản phẩm bàn giao; ○ <i>Nhóm 4:</i> Cung cấp được một số thông tin dự kiến về kết quả đầu ra, sản phẩm bàn giao nhưng quá tổng quát, không có thông tin chi tiết qua từng bước nghiên cứu;		0
			0.75

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	○ <i>Nhóm 3:</i> Cung cấp được thông tin dự kiến về kết quả đầu ra, sản phẩm bàn giao, nhưng không đủ chi tiết cho tất cả các bước nghiên cứu được VNA yêu cầu; ○ <i>Nhóm 2:</i> Cung cấp được thông tin dự kiến về kết quả đầu ra, sản phẩm bàn giao đầy đủ cho từng bước thực hiện nghiên cứu, nhưng không được VNA đánh giá là có tính thực tiễn; ○ <i>Nhóm 1:</i> Cung cấp được thông tin dự kiến về kết quả đầu ra, sản phẩm bàn giao đầy đủ cho từng bước thực hiện nghiên cứu, và được VNA đánh giá là có tính thực tiễn.		1.5 2.25 3
2.2	- Nêu rõ lý do cho phương án đề xuất: phương thức, công cụ sử dụng trong nghiên cứu định tính và định lượng. ○ <i>Nhóm 5:</i> Không nêu được bất cứ lý do nào cho việc đề xuất các phương thức, công cụ sử dụng trong nghiên cứu định tính và định lượng; ○ <i>Nhóm 4:</i> Không nêu được đầy đủ lý do cho các đề xuất về phương thức, công cụ sử dụng trong nghiên cứu định tính và định lượng; ○ <i>Nhóm 3:</i> Nêu được đầy đủ lý do đề xuất phương thức, công cụ sử dụng trong nghiên cứu định tính và định lượng nhưng tính phù hợp được đánh giá thấp hơn nhóm 2;	10	0-3 0 0.75 1.5

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	○ <i>Nhóm 2</i>: Nêu được đầy đủ lý do đề xuất phương thức, công cụ sử dụng trong nghiên cứu định tính và định lượng nhưng một số công cụ được VNA đánh giá là không phù hợp; ○ <i>Nhóm 1</i>: Nêu được đầy đủ và thuyết phục lý do đề xuất Phương thức, công cụ sử dụng trong nghiên cứu định tính và định lượng.		2.25
	- Đưa ra các đề xuất về cách lấy mẫu, số mẫu cho từng giai đoạn hợp lý, khả thi và mang tính đại diện cao cũng như phù hợp với tiêu chí VNA đề ra ở tiểu mục 1.1.4a.		3
	○ <i>Nhóm 5</i>: Không đưa ra được bất cứ đề xuất lấy mẫu nào;		0-4
	○ <i>Nhóm 4</i>: Đưa ra được một số đề xuất nhưng thiếu tính khả thi, hợp lý, hoặc không phù hợp với tiêu chí VNA đề ra;		0
	○ <i>Nhóm 3</i>: Các đề xuất về cách lấy mẫu được đánh giá là tốt hơn nhóm 4, tuy nhiên không tốt hơn nhóm 2 (về tính hợp lý, khả thi, tính đại diện cao và mức độ phù hợp với tiêu chí chọn mẫu VNA đã đề ra);		1
	○ <i>Nhóm 2</i>: Các đề xuất về cách lấy mẫu được đánh giá là tốt hơn nhóm 3, tuy nhiên không tốt hơn nhóm 1 (về tính hợp lý, khả thi, tính đại diện cao và mức độ phù hợp với tiêu chí chọn mẫu VNA đã đề ra);		2
	○ <i>Nhóm 1</i>: Đưa ra các đề xuất hợp lý, có tính khả thi		3
			4

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	cao, có tính đại diện cao, và phù hợp nhất với tiêu chí lựa chọn mẫu do VNA đề ra. - Trình bày mục đích lựa chọn, lợi thế và phân tích sự phù hợp của các phương thức nghiên cứu độc quyền của NCC (nếu có) đối với mục tiêu nghiên cứu của VNA. ○ <i>Nhóm 5:</i> Đưa ra phương pháp độc quyền nhưng hoàn toàn không trình bày được mục đích lựa chọn, lợi thế cũng như phân tích được sự phù hợp của phương thức độc quyền này đối với mục tiêu nghiên cứu của VNA; ○ <i>Nhóm 4:</i> Đưa ra phương pháp độc quyền và trình bày được mục đích lựa chọn, lợi thế của phương pháp. Tuy nhiên, NCC không thuyết phục được VNA về tính phù hợp của phương pháp đối với mục đích nghiên cứu của hãng; ○ <i>Nhóm 3:</i> Đưa ra phương pháp độc quyền và trình bày được mục đích lựa chọn, lợi thế của phương pháp. NCC đưa ra luận điểm chứng minh thuyết phục hơn nhóm 4 nhưng không thuyết phục hơn nhóm 2 về tính phù hợp của phương pháp đối với mục đích nghiên cứu của VNA; ○ <i>Nhóm 2:</i> Đưa ra phương pháp độc quyền và trình bày được mục đích lựa chọn, lợi thế của phương pháp. NCC đưa ra luận điểm chứng minh thuyết phục hơn nhóm 3 nhưng		0-3 0 0.75 1.5 2.25

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	không thuyết phục hơn nhóm 1 về tính phù hợp của phương pháp đối với mục đích nghiên cứu của VNA; ○ <i>Nhóm 1</i>: Đưa ra phương pháp độc quyền và trình bày được mục đích lựa chọn, lợi thế của phương pháp, cũng như chứng minh được một cách thuyết phục nhất tính phù hợp của phương pháp đối với mục đích nghiên cứu của VNA.		3
2.3	- Đề xuất sơ lược kế hoạch hành động và gợi ý phương pháp tận dụng kết quả nghiên cứu vào các hoạt động sản xuất kinh doanh của VNA một cách hiệu quả và chính xác trong ngắn hạn; ○ <i>Nhóm 5</i>: Không đưa ra được bất cứ đề xuất kế hoạch hành động nào để áp dụng kết quả nghiên cứu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của VNA một cách hiệu quả trong ngắn hạn; ○ <i>Nhóm 4</i>: Chỉ đưa ra được kế hoạch hành động trong dài hạn, mà không áp dụng được kết quả nghiên cứu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của VNA trong ngắn hạn; ○ <i>Nhóm 3</i>: Đưa ra được kế hoạch hành động để áp dụng được kết quả nghiên cứu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của VNA trong ngắn hạn, tuy nhiên kế hoạch được VNA đánh giá là thiếu tính khả thi;	10	0-6 0 1.5 3

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	○ <i>Nhóm 2:</i> Đưa ra được kế hoạch hành động để áp dụng được kết quả nghiên cứu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của VNA trong ngắn hạn, tuy nhiên kế hoạch được VNA đánh giá là khả thi hơn so với nhóm 3 nhưng không khả thi bằng nhóm 1; ○ <i>Nhóm 1:</i> Đưa ra được kế hoạch hành động để áp dụng kết quả nghiên cứu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của VNA trong ngắn hạn. Kế hoạch này được VNA đánh giá là có tính khả thi cao nhất.		4.5
	- Đề xuất phương pháp và khả năng cập nhật kết quả nghiên cứu trong dài hạn, với mục đích tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng và tiết kiệm chi phí, cũng như chứng minh được tính khả thi của đề xuất, phương pháp nói trên.		6
	○ <i>Nhóm 5:</i> Hoàn toàn không đề xuất hay giải thích được phương pháp và khả năng cập nhật kết quả nghiên cứu trong dài hạn;		0-4
	○ <i>Nhóm 4:</i> Các phương pháp và khả năng cập nhật kết quả nghiên cứu trong dài hạn được nêu một cách chung chung. NCC không cung cấp được các chứng minh về tính khả thi của các đề xuất này		0
	○ <i>Nhóm 3:</i> NCC nêu được các phương pháp và khả năng cập nhật nghiên cứu trong dài hạn, với mục		1
			2

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	đích tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng và tiết kiệm chi phí. NCC cũng cung cấp được các chứng minh về tính khả thi của đề xuất này nhưng được VNA đánh giá là chưa thuyết phục; ○ <i>Nhóm 2:</i> NCC nêu được các phương pháp và khả năng cập nhật nghiên cứu trong dài hạn, với mục đích tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng và tiết kiệm chi phí. NCC cũng cung cấp được các chứng minh về tính khả thi của đề xuất này nhưng được VNA đánh giá là thuyết phục hơn nhóm 3 nhưng chưa thuyết phục bằng nhóm 1; ○ <i>Nhóm 1:</i> NCC nêu được các phương pháp và khả năng cập nhật nghiên cứu trong dài hạn, với mục đích tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng và tiết kiệm chi phí. NCC cũng chứng minh được một cách thuyết phục nhất về tính khả thi của các đề xuất này.		3 4
2.4	Tóm tắt được các nội dung nghiên cứu, trong đó thể hiện được các cam kết về nội dung nghiên cứu, số mẫu, thị trường như ở mục 4.1 (Tiêu chuẩn đánh giá tính đầy đủ, hợp lệ của HSDX), cũng như đưa ra được kết quả nghiên cứu, các sản phẩm đầu ra cuối cùng đáp ứng được mục tiêu, yêu cầu của VNA tại mục 1.1.5, và mô tả giải pháp thực hiện báo cáo các kết quả này (<i>Mẫu báo cáo, định dạng báo cáo, thời hạn báo cáo, cách thức tổng hợp, các công nghệ được sử</i>	10	0-10

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	dụng để đảm bảo chất lượng báo cáo v.v.) ○ <i>Nhóm 5:</i> Không tóm tắt được nội dung nghiên cứu và không đưa ra được các kết quả nghiên cứu, sản phẩm đầu ra, mô tả giải pháp thực hiện báo cáo đáp ứng được mục tiêu, yêu cầu của VNA tại mục 1.1.5; ○ <i>Nhóm 4:</i> Tóm tắt được nội dung nghiên cứu nhưng không đưa ra được các kết quả nghiên cứu, sản phẩm đầu ra, mô tả giải pháp thực hiện báo cáo đáp ứng được mục tiêu, yêu cầu của VNA tại mục 1.1.5; ○ <i>Nhóm 3:</i> Tóm tắt được nội dung nghiên cứu, cũng như đưa ra được kết quả nghiên cứu, các sản phẩm đầu ra đáp ứng được mục tiêu, yêu cầu của VNA tại mục 1.1.5, nhưng không mô tả được giải pháp thực hiện báo cáo các kết quả này; ○ <i>Nhóm 2:</i> Tóm tắt được nội dung nghiên cứu, cũng như đưa ra được kết quả nghiên cứu, các sản phẩm đầu ra đáp ứng được mục tiêu, yêu cầu của VNA tại mục 1.1.5. NCC đã đưa vào một số mô tả chung về các giải pháp thực hiện báo cáo các kết quả, nhưng chưa đủ chi tiết và chuyên biệt cho từng kết quả nghiên cứu, sản phẩm đầu ra; ○ <i>Nhóm 1:</i> Tóm tắt được nội dung nghiên cứu, cũng		0 2.5 5 7.5 10

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
	như đưa ra được kết quả nghiên cứu, các sản phẩm đầu ra đáp ứng được mục tiêu, yêu cầu của VNA tại mục 1.1.5, và mô tả chi tiết các giải pháp thực hiện báo cáo cho từng nhóm kết quả, sản phẩm đầu ra.		
3	Năng lực, kinh nghiệm của nhóm tư vấn	20	Tổng điểm tối thiểu cần đạt cho mục 3: 10
3.1	Kinh nghiệm của nhân sự (<i>đánh giá dựa trên kinh nghiệm về dự án tương tự, kinh nghiệm đối với việc nghiên cứu, phân tích và tư vấn trải nghiệm khách hàng cho ngành hàng không/vận tải/du lịch v.v.</i>)	20	0-20
3.1.1	Kinh nghiệm của Trưởng dự án	10	
3.1.1.1	Kinh nghiệm của Trưởng dự án về nghiên cứu thị trường: - Dưới 3 năm - Từ 3-5 năm - Trên 5 năm	5	1 3 5
3.1.1.2	Số dự án liên quan đến trải nghiệm khách hàng cho các đối tác trong ngành hàng không, vận tải, du lịch mà trưởng dự án đã dẫn đầu/ tham gia trong 5 năm trở lại đây: - Chưa tham gia dự án nào - Từ 1 dự án đến dưới 3 dự án - Từ 3 dự án trở lên	5	0 3 5
3.1.2	Kinh nghiệm của nhân sự tham gia dự án	10	
3.1.2.1	Kinh nghiệm nghiên cứu thị trường của nhân sự tham gia dự án: - Dưới 2 năm - 2 năm kinh nghiệm - Từ 3 năm trở lên	5	1 3 5

Mục	Tiêu chí	Điểm tối đa	Chi tiết
3.1.2.2	Kinh nghiệm của nhân sự tham gia dự án về nghiên cứu, phân tích trải nghiệm khách hàng cho ngành hàng không hoặc du lịch: - Dưới 1 năm - Từ 1 năm đến dưới 3 năm - Từ 3 năm trở lên	5	0 3 5
II	Tài chính Điểm tài chính đối với từng HSĐX được xác định như sau: $\text{Điểm tài chính (của HSĐX đang xét)} = \frac{G \text{ thấp nhất}}{G \text{ đang xét}} \times 30$ <i>Trong đó:</i> <i>G thấp nhất:</i> giá chào thấp nhất sau sửa lỗi, hiệu chỉnh sai lệch và trừ đi giá trị giảm giá (nếu có) theo quy định. <i>G đang xét:</i> giá chào sau sửa lỗi, hiệu chỉnh sai lệch và trừ đi giá trị giảm giá (nếu có) của HSĐX đang xét. <i>Hàng số 30:</i> được lựa chọn để quy đổi tỷ lệ $\frac{G \text{ thấp nhất}}{G \text{ đang xét}}$ của HSĐX đang xét về thang điểm 0 – 30, trong đó 30 là điểm tối đa cho phần đánh giá tài chính. Đơn vị tiền sử dụng: VNĐ.	30	
	Tổng điểm phần I + II	100	

Đơn vị tiền sử dụng: VNĐ.

Đối với mục I.2 (đánh giá về giải pháp và phương pháp luận), VNA sẽ thực hiện so sánh tương quan HSĐX của tất cả các NCC trên từng tiểu mục, nhằm phân các HSĐX vào 1 trong 5 nhóm dựa trên mức độ hoàn thành các yêu cầu trong tiểu mục đang được đánh giá, qua đó xác định số điểm chi tiết của mỗi HSĐX:

- Nhóm 1 (hoàn thiện tốt nhất các yêu cầu trong tiểu mục đang được đánh giá): 100% số điểm tối đa dành cho tiểu mục đó;
- Nhóm 2 (hoàn thiện các yêu cầu trong tiểu mục đang được đánh giá nhưng không tốt hơn nhóm 1): 75% số điểm tối đa dành cho tiểu mục đó;

- Nhóm 3 (hoàn thiện các yêu cầu trong tiểu mục đang được đánh giá nhưng không tốt hơn nhóm 2): 50% số điểm tối đa dành cho tiểu mục đó;
- Nhóm 4 (hoàn thiện các yêu cầu trong tiểu mục đang được đánh giá nhưng không tốt hơn nhóm 3): 25% số điểm tối đa dành cho tiểu mục đó;
- Nhóm 5 (không đáp ứng yêu cầu): 0 điểm hoặc mức điểm tối thiểu dành cho tiểu mục đó.

Mục I.1 (năng lực, kinh nghiệm của nhà cung cấp) và I.3 (năng lực, kinh nghiệm của nhóm tư vấn) được đánh giá theo thang điểm chi tiết cho từng hạng mục.

Điểm số cuối cùng của NCC cho từng tiểu mục trong mục I.1, I.2, I.3 sẽ được tính bằng trung bình cộng của các điểm số mà các nhân sự phụ trách chấm điểm được VNA chỉ định đã chấm cho tiểu mục đó.

VNA sẽ thực hiện xếp hạng các Nhà cung cấp dựa trên tổng số điểm đánh giá kỹ thuật và tài chính (tổng điểm phần I và phần II) để tiến hành đàm phán và lựa chọn Nhà cung cấp theo quy định tại Mục 5.4 và 5.5.

5. CÁC YÊU CẦU KHÁC

5.1. Các qui định về chuẩn bị HSDX và nộp HSDX:

5.1.1. Ngôn ngữ sử dụng:

HSDX cũng như tất cả các văn bản, tài liệu trao đổi giữa VNA và Nhà cung cấp liên quan đến việc chào giá phải được viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh.

HSYC này được lập bằng tiếng Việt và tiếng Anh. Trong trường hợp có sự mâu thuẫn, khác biệt giữa bản HSYC tiếng Việt và HSYC tiếng Anh, bản HSYC tiếng Việt sẽ được ưu tiên áp dụng.

5.1.2. Danh sách tài liệu cần cung cấp

- a) Tài liệu chứng minh tư cách hợp lệ của NCC: Bản sao chứng thực Giấy chứng nhận đăng ký thành lập và kinh doanh/ Giấy phép đầu tư phù hợp, hợp pháp do cơ quan có thẩm quyền của nước mà NCC đang hoạt động cấp (còn hiệu lực).
- b) Đơn chào giá theo Mẫu số 1 tại Mục 5.9 HSYC, có chữ ký của người đại diện hợp pháp của Nhà cung cấp (người đại diện theo pháp luật của Nhà cung cấp hoặc người được ủy quyền kèm theo Giấy ủy quyền hợp lệ theo mẫu số 2 Mục 5.9 HSYC);
- c) Giấy ủy quyền (nếu có) theo Mẫu số 2 Mục 5.9 HSYC;
- d) Biểu giá chào theo Mẫu số 3 Mục 5.9 HSYC;
- e) Tài liệu chứng minh năng lực, kinh nghiệm của Nhà cung cấp:
 - ❖ Giới thiệu về NCC;
 - ❖ Báo cáo thực hiện hợp đồng đã và đang thực hiện của NCC theo Mẫu số 4 Mục 5.9 HSYC;
 - ❖ kê khai năng lực tài chính theo Mẫu số 5 Mục 5.9 HSYC;
 - ❖ Các tài liệu khác chứng minh năng lực, kinh nghiệm của NCC theo nội dung Tiêu chuẩn đánh giá về năng lực kinh nghiệm quy định tại mục 4.2 HSYC;
 - ❖ Thông tin/ thư giới thiệu về các dự án tương tự (bao gồm các dự án trong lĩnh vực du lịch, hàng không).

- f) Danh sách các nhân sự tư vấn dự kiến cho dự án theo Mẫu số 6 Mục 5.9 HSYC (có kèm Lý lịch trích ngang của từng nhân sự);
- g) Bản Kế hoạch thực hiện đề án "Nghiên cứu, phân tích và tư vấn tối ưu hành trình trải nghiệm khách hàng năm 2023" đề xuất cho VNA bao gồm nhưng không giới hạn bởi các nội dung sau:
- Hiểu biết của NCC về yêu cầu của VNA, phương pháp luận, các tiếp cận để tổ chức thực hiện các nghiên cứu và dự kiến kết quả đầu ra;
 - Kế hoạch xây dựng và quản lý từng giai đoạn nghiên cứu, đáp ứng các yêu cầu báo cáo, cung cấp thông tin;
 - Đề xuất, ví dụ và bổ sung các yếu tố lựa chọn mẫu, đáp viên, tình huống hay câu hỏi nghiên cứu;
 - Đề xuất, ví dụ về mẫu báo cáo tổng hợp;
 - Thời gian thực hiện và thời gian báo cáo.

5.1.3. Thời gian có hiệu lực của HSĐX

Thời gian có hiệu lực của HSĐX là 180 ngày kể từ thời điểm hết hạn nộp HSĐX qui định tại mục 5.1.4 điểm b.

5.1.4. Chuẩn bị và nộp HSĐX

a) HSĐX do NCC chuẩn bị phải được đánh máy, in bằng mực không tẩy được, đánh số trang theo thứ tự liên tục. Đơn chào giá, Biểu giá chào, Thư giảm giá, (nếu có) và các văn bản bổ sung, làm rõ HSĐX (nếu có) phải được đại diện hợp pháp của NCC ký và đóng dấu (nếu có). Những chữ viết chen giữa, tẩy xóa hoặc viết đè lên bản đánh máy chỉ có giá trị khi có chữ ký (của người ký đơn chào giá) ở bên cạnh và được đóng dấu (nếu có).

b) NCC nộp HSĐX đến VNA có thể gửi bản mềm hoặc bản cứng nhưng phải có dấu hoặc chữ ký hợp lệ bằng cách gửi trực tiếp, gửi qua đường bưu điện, qua thư điện tử (yêu cầu dung lượng tài liệu nhỏ hơn 20 Mb, trường hợp tài liệu dung lượng lớn hơn cần tách và gửi thành nhiều email và đảm bảo dung lượng mỗi email nhỏ hơn 20 Mb) nhưng phải đảm bảo VNA nhận được hồ sơ trước thời điểm hết hạn nộp HSĐX **là 16 giờ 00, ngày tháng năm 2023 (giờ Việt Nam).**

Trong trường hợp NCC gửi nhiều bộ hồ sơ và có sự khác biệt giữa các hồ sơ, VNA sẽ đánh giá dựa trên bộ hồ sơ nhận được cuối cùng trước khi hết hạn nộp HSĐX.

HSĐX của NCC gửi đến sau thời điểm hết hạn nộp HSĐX là không hợp lệ và bị loại.

Địa điểm nộp HSĐX:

Tổng công ty Hàng không Việt Nam – CTCP

Ban Kế hoạch và Phát triển

200 Nguyễn Sơn, Long Biên, Hà Nội

Người nhận: Nguyễn Quang Trung – Trưởng Ban KHPT

Email trungnq@vietnamairlines.com
tuanva@vietnamairlines.com

Điện thoại: 0989 349 237

5.2 *Làm rõ HSDX*

- 5.2.1. Trong quá trình đánh giá HSDX, Bên mời chào giá có thể yêu cầu NCC làm rõ tất cả nội dung của HSDX, bao gồm nhưng không giới hạn việc làm rõ đơn giá khác thường và bổ sung tài liệu trong trường hợp HSDX thiếu tài liệu (Giấy đăng ký kinh doanh, Chứng chỉ chuyên môn phù hợp và các tài liệu khác) theo yêu cầu của HSYC với điều kiện không làm thay đổi nội dung cơ bản của HSDX đã nộp, không thay đổi giá chào.
- 5.2.2. Việc làm rõ HSDX được thực hiện giữa Bên mời chào giá và NCC có HSDX cần phải làm rõ dưới hình thức trao đổi trực tiếp (Bên mời chào giá mời NCC đến gặp trực tiếp để trao đổi, những nội dung hỏi và trả lời được lập thành văn bản) hoặc gián tiếp (Bên mời chào giá gửi văn bản yêu cầu làm rõ và NCC phải trả lời bằng văn bản). Trong văn bản yêu cầu làm rõ sẽ quy định thời hạn làm rõ của NNCC. Nội dung làm rõ HSDX thể hiện bằng văn bản được Bên mời chào giá bảo quản như một phần của HSDX.

Trường hợp quá thời hạn làm rõ mà Bên mời chào giá không nhận được văn bản làm rõ hoặc Nhà cung cấp có văn bản làm rõ nhưng không đáp ứng được yêu cầu làm rõ của Bên mời chào giá thì Bên mời chào giá xem xét, xử lý theo các quy định của pháp luật hiện hành.

5.3 *Đánh giá HSDX*

Việc đánh giá HSDX được thực hiện theo trình tự như sau:

5.3.1. *Kiểm tra tính hợp lệ của HSDX, bao gồm:*

- a) Thời gian và địa điểm nộp HSDX đáp ứng các yêu cầu tại Mục 5.1.4;
- b) Tư cách hợp lệ của NCC theo quy định tại Mục 2 (sau khi đã làm rõ hoặc bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Bên mời chào giá);
- c) HSDX đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại Mục 5.1.2;
- d) Hiệu lực của HSDX theo quy định tại Mục 5.1.3;
- e) Tính hợp lệ (chữ ký, thời gian, con dấu) trong các tài liệu như Đơn chào giá, Giấy ủy quyền (nếu có), Biểu giá chào;
- f) Tính hợp lệ, sự phù hợp (đáp ứng) của dịch vụ theo yêu cầu tại Mục 1;

HSDX của NCC sẽ bị loại bỏ và không được xem xét tiếp nếu NCC không đáp ứng một trong các nội dung nói trên.

HSDX của NCC đáp ứng tất cả các điều kiện tiên quyết sẽ được VNA tiếp tục bước đánh giá năng lực, kinh nghiệm nêu tại Mục 5.3.2.

5.3.2. *Đánh giá năng lực, kinh nghiệm của Nhà cung cấp:*

Bên mời chào giá đánh giá năng lực, kinh nghiệm các NCC theo Tiêu chuẩn đánh giá về tính hợp lệ, năng lực, kinh nghiệm quy định tại Mục 4.1 và 4.2 và sử dụng phương pháp đánh giá theo tiêu chí “Đạt”, “Không đạt” (hoặc cách trình bày tiêu chí tương ứng cho từng hạng mục). HSDX được đánh giá là đáp ứng yêu cầu về năng lực, kinh nghiệm khi đánh giá tổng “Đạt tất cả các tiêu chí trên” và sẽ được tiếp tục đánh giá kỹ thuật và tài chính như quy định tại Mục 5.3.3.

5.3.3. Đánh giá chi tiết kỹ thuật và tài chính của HSDX:

Bên mời chào giá đánh giá theo các yêu cầu về kỹ thuật và tài chính quy định tại Mục 4.3 HSYC đối với HSDX đáp ứng yêu cầu về tính hợp lệ và năng lực, kinh nghiệm và khả năng đáp ứng nội dung, quy mô số mẫu, tiêu chí lựa chọn mẫu/ đáp viên và thị trường.

Trong đó yếu tố kỹ thuật được đánh giá từng nội dung trên thang điểm tương ứng. Điểm số cuối cùng của NCC cho từng tiểu mục trong phần I.1, I.2, I.3 (thuộc Mục 4.3 HSYC) sẽ được tính bằng trung bình cộng của các điểm số mà các nhân sự phụ trách chấm điểm được VNA chỉ định đã chấm cho tiểu mục đó. Yếu tố tài chính được đánh giá theo thứ tự từ thấp đến cao (NCC có giá đánh giá thấp nhất được điểm cao nhất);

a) Các HSDX có tổng điểm đánh giá về kỹ thuật đạt:

- Từ 50 điểm trở lên;
- Không có tiêu chí nào trong 3 tiêu chí: I.1 (đánh giá năng lực, kinh nghiệm của nhà cung cấp), I.2 (đánh giá về giải pháp và phương pháp luận) và I.3 (đánh giá năng lực, kinh nghiệm của nhóm tư vấn) thấp hơn 50% tổng điểm tối đa của tiêu chí đó.

b) Trong trường hợp các HSDX có tổng điểm đánh giá ngang nhau, Bên mời chào giá sẽ lựa chọn NCC có điểm đánh giá kỹ thuật cao hơn.

5.4 Đàm phán với các nhà cung cấp để giảm giá

a) VNA sẽ thực hiện xếp hạng các Nhà cung cấp dựa trên tổng số điểm đánh giá kỹ thuật và tài chính (tổng điểm phần I và phần II) để tiến hành đàm phán về giá;

b) Trường hợp có 03 nhà cung cấp trở lên đáp ứng HSYC: VNA sẽ tiến hành đàm phán với 3 nhà cung cấp xếp hạng cao nhất;

c) Trường hợp có ít hơn 03 nhà cung cấp đáp ứng HSYC: VNA sẽ tiến hành đàm phán với tất cả nhà cung cấp đáp ứng yêu cầu.

5.5 Điều kiện Nhà cung cấp được lựa chọn

Nhà cung cấp được đề nghị chọn khi đáp ứng đủ các điều kiện sau đây:

a) Có HSDX hợp lệ, đáp ứng yêu cầu về năng lực kinh nghiệm cũng như khả năng đáp ứng về nội dung nghiên cứu, quy mô số mẫu, thị trường cần nghiên cứu và các tiêu chí tuyển chọn mẫu/ đáp viên;

b) Có tổng điểm đánh giá về kỹ thuật đạt:

- Từ 50 điểm trở lên;
- Không có tiêu chí nào trong 3 tiêu chí: 1 (đánh giá năng lực, kinh nghiệm của nhà cung cấp), 2 (đánh giá về giải pháp và phương pháp luận) và 3 (đánh giá năng lực, kinh nghiệm của tổ tư vấn) thấp hơn 50% tổng điểm của tiêu chí đó.

- c) Có tổng điểm đánh giá về kỹ thuật và tài chính cao nhất (trong đó điểm tài chính được cập nhật theo giá chào cuối cùng sau khi đàm phán).
- d) Có giá đánh giá thấp nhất. Giá đánh giá xem xét trên cơ sở HSYC, HSDX và kết quả đàm phán trong quá trình lựa chọn NCC.
- e) Có giá chào sau đàm phán không vượt giá kế hoạch mua sắm được phê duyệt.

5.6 Thông báo kết quả chào giá

Sau khi có quyết định phê duyệt kết quả lựa chọn Nhà cung cấp, Bên mời chào giá gửi văn bản thông báo kết quả lựa chọn Nhà cung cấp đến tất cả các NCC tham gia nộp HSDX.

Đối với NCC được lựa chọn, thông báo sẽ ghi rõ thời gian, địa điểm tiến hành thương thảo, hoàn thiện hợp đồng kèm theo Dự thảo hợp đồng.

5.7 Thương thảo, hoàn thiện và ký kết hợp đồng

Việc thương thảo, hoàn thiện hợp đồng để ký kết hợp đồng trên cơ sở kết quả lựa chọn Nhà cung cấp được duyệt, HSYC, HSDX của Nhà cung cấp được lựa chọn và Dự thảo hợp đồng.

5.8 Bảo mật thông tin

Nhà cung cấp phải cam kết nếu trúng thầu và thực hiện hợp đồng sẽ không tiết lộ thông tin về dự án và các kết quả nghiên cứu cho bất cứ một bên thứ 3 nào khác nếu không có sự đồng ý bằng văn bản của VNA.

5.9 Biểu mẫu

Mẫu số 1: Đơn chào giá

Mẫu số 2: Giấy ủy quyền

Mẫu số 3: Biểu giá chào

Mẫu số 4: Báo cáo thực hiện hợp đồng tương tự

Mẫu số 5: kê khai năng lực tài chính của NCC

Mẫu số 6: Danh sách nhân sự bố trí thực hiện đề án

Mẫu số 7: Thỏa thuận liên danh

ĐƠN CHÀO GIÁ

_____, ngày ____ tháng ____ năm ____

Kính gửi: _____ [*Ghi tên Bên mời chào giá*](sau đây gọi là *Bên mời chào giá*)

Sau khi nghiên cứu Hồ sơ yêu cầu và văn bản sửa đổi Hồ sơ yêu cầu số ____ [*Ghi số, ngày của văn bản sửa đổi, nếu có*] mà chúng tôi đã nhận được, chúng tôi, ____ [*Ghi tên nhà cung cấp*], cam kết thực hiện gói dịch vụ ____ [*Ghi tên gói hàng hóa, dịch vụ*] theo đúng yêu cầu của Hồ sơ yêu cầu với tổng số tiền là ____ [*Ghi giá trị bằng số, bằng chữ*] cùng với biểu giá kèm theo.

Thời gian thực hiện hợp đồng là ____ [*ghi thời gian thực hiện tất cả các công việc theo yêu cầu của gói dịch vụ và phù hợp với yêu cầu tại Mục 1.1 của HSYC chào giá*].

Chúng tôi cam kết:

1. Hạch toán tài chính độc lập; có báo cáo tài chính của các năm gần đây;
2. Không đang trong quá trình giải thể; không bị kết luận đang lâm vào tình trạng phá sản hoặc nợ không có khả năng chi trả theo quy định của pháp luật;
3. Không có tranh chấp, khiếu kiện, xung đột quyền lợi hoặc đang có vi phạm hợp đồng với Tổng công ty Hàng không Việt Nam – CTCP chưa giải quyết xong tính đến thời điểm hết hạn nộp HSDX

Nếu Hồ sơ đề xuất của chúng tôi được chấp nhận, chúng tôi cam kết cung cấp dịch vụ theo đúng các điều khoản được thỏa thuận trong hợp đồng.

Hồ sơ đề xuất này có hiệu lực trong thời gian ____ ngày [*Ghi số ngày phù hợp với Mục 5.1.3 của HSYC chào giá*], kể từ ____ giờ, ngày ____ tháng ____ năm ____ [*Ghi thời điểm hết hạn nộp Hồ sơ đề xuất*].

Đại diện hợp pháp của nhà cung cấp⁽¹⁾[*Ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu*]**Ghi chú:**

- (1) Trường hợp đại diện theo pháp luật của nhà cung cấp ủy quyền cho cấp dưới ký đơn chào giá thì phải gửi kèm theo Giấy ủy quyền theo Mẫu số 2 Phần này. Trường hợp tại Điều lệ công ty, Quyết định thành lập chi nhánh hoặc tại các tài liệu khác liên quan có phân công trách nhiệm cho cấp dưới ký Đơn chào giá thì phải gửi kèm theo bản chụp các văn bản, tài liệu này (không cần lập Giấy ủy quyền theo Mẫu số 2 Phần này). Trước khi ký kết hợp đồng,

nhà cung cấp trúng chào giá phải trình chủ đầu tư bản chụp được chứng thực của các văn bản, tài liệu này.

(2) Trường hợp phát hiện thông tin kê khai ban đầu không chính xác thì NCC bị coi là vi phạm và HSDX bị loại

GIẤY ỦY QUYỀN⁽¹⁾

Hôm nay, ngày ____ tháng ____ năm ____, tại ____

Tôi là ____ [Ghi tên, số CMND hoặc số hộ chiếu, chức danh của người đại diện theo pháp luật của nhà cung cấp], là người đại diện theo pháp luật của ____ [Ghi tên nhà cung cấp] có địa chỉ tại ____ [Ghi địa chỉ của nhà cung cấp] bằng văn bản này ủy quyền cho ____ [Ghi tên, số CMND hoặc số hộ chiếu, chức danh của người được ủy quyền] thực hiện các công việc sau đây trong quá trình tham gia chào giá gói dịch vụ ____ [Ghi tên gói hàng hóa/dịch vụ] do ____ [Ghi tên Bên mời chào giá] tổ chức:

[- Ký đơn Chào giá;

- Ký các văn bản, tài liệu để giao dịch với Bên mời chào giá trong quá trình tham gia chào giá, kể cả văn bản giải trình, làm rõ HSDX;

- Tham gia quá trình thương thảo, hoàn thiện hợp đồng;

- Ký kết hợp đồng với Bên mời chào giá/Chủ đầu tư nếu được lựa chọn.] ⁽²⁾

Người được ủy quyền nêu trên chỉ thực hiện các công việc trong phạm vi ủy quyền với tư cách là đại diện hợp pháp của ____ [Ghi tên nhà cung cấp]. ____ [Ghi tên nhà cung cấp] chịu trách nhiệm hoàn toàn về những công việc do ____ [Ghi tên người được ủy quyền] thực hiện trong phạm vi ủy quyền.

Giấy ủy quyền có hiệu lực kể từ ngày ____ đến ngày ____ ⁽³⁾. Giấy ủy quyền này được lập thành ____ bản có giá trị pháp lý như nhau, người ủy quyền giữ ____ bản, người được ủy quyền giữ ____ bản.

Người được ủy quyền

[Ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu (nếu có)]

Người ủy quyền

[Ghi tên người đại diện theo pháp luật của nhà cung cấp, chức danh, ký tên và đóng dấu]

Ghi chú:

(1) Trường hợp ủy quyền thì bản gốc giấy ủy quyền phải được gửi cho Bên mời chào giá cùng với đơn chào giá theo quy định tại điểm b Mục 5.1.2. Việc ủy quyền của người đại diện theo pháp luật của nhà cung cấp cho cấp phó, cấp dưới, giám đốc chi nhánh, người đứng đầu văn phòng đại diện của nhà cung cấp để thay mặt cho người đại diện theo pháp luật của nhà cung cấp dịch thực hiện một hoặc các nội dung công việc nêu trên đây. Việc sử dụng con dấu trong trường hợp được ủy quyền có thể là dấu của nhà cung cấp hoặc dấu của đơn vị mà cá nhân liên quan được ủy quyền. Người được ủy quyền không được tiếp tục ủy quyền cho người khác.

(2) Phạm vi ủy quyền do người ủy quyền quyết định, bao gồm một hoặc nhiều công việc nêu trên.

(3) Ghi ngày có hiệu lực và ngày hết hiệu lực của giấy ủy quyền phù hợp với quá trình tham gia Chào giá.

BIỂU GIÁ CHÀO

STT	Nội dung	Đơn giá (VNĐ)	Số lượng mẫu	Tổng (VNĐ)
1	Nghiên cứu định tính			
1.1	Phỏng vấn IDI			
1.2	Phỏng vấn FGD			
2	Nghiên cứu định lượng			
3	Chi phí tổ chức hội thảo (02 hội thảo)			
	- Hội thảo trước khi triển khai			
	- Hội thảo báo cáo kết quả và đề ra giải pháp			
4	Chi phí khác			
5	Thuế			
6	Tổng giá chào chưa bao gồm thuế			
7	Tổng giá chào bao gồm thuế			

1.1.2. Ghi chú: Biểu giá chào phải bao gồm: giá dịch vụ chưa có thuế, các loại thuế và tổng giá đã bao gồm các loại thuế/phí. Nhà cung cấp nước ngoài phải ghi rõ thuế tại Việt Nam

1. Giá trị giảm giá (nếu có).
2. Cam kết của Nhà cung cấp về đáp ứng đầy đủ các yêu cầu cung cấp hàng hóa theo đúng Tiêu chuẩn đánh giá về kỹ thuật quy định tại Mục 4.2 HSYC hoặc Nhà cung cấp chào cụ thể các tiêu chí yêu cầu theo quy định tại Mục 4.2.

Đại diện hợp pháp của nhà cung cấp
 [Ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu]

HỢP ĐỒNG ĐÃ VÀ ĐANG THỰC HIỆN CỦA NHÀ CUNG CẤP

____, ngày ____ tháng ____ năm ____

Tên nhà cung cấp: _____ [Ghi tên đầy đủ của nhà cung cấp]

Stt	Tên hợp đồng	Nội dung quy mô cung cấp	Tên chủ đầu tư	Giá trị hợp đồng (hoặc giá trị được giao thực hiện)	Giá trị phần công việc chưa hoàn thành (nếu có)	Ngày hợp đồng có hiệu lực	Ngày kết thúc hợp đồng
1							
2							
...							

Đại diện hợp pháp của nhà cung cấp

[Ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu]

Ghi chú:

- Trong trường hợp liên danh, yêu cầu từng thành viên trong liên danh kê khai theo Mẫu này.
- NCC cần cung cấp bản sao các hợp đồng được liệt kê trong bảng trên.

BẢN KÊ KHAI NĂNG LỰC VÀ KINH NGHIỆM CỦA NHÀ CUNG CẤP.

_____, ngày ____ tháng ____ năm ____

1. Tên nhà cung cấp: _____ [*Ghi tên đầy đủ của NCC*]Địa chỉ: _____ [*Ghi địa chỉ trụ sở của NCC*]

2. Tóm tắt các số liệu về tài chính trong 05 năm tài chính gần đây

Đơn vị tính: VNĐ

TT	Nội dung	Năm ...	Năm ...	Năm ...	Năm ...	Năm ...
1	Tổng doanh thu về sản xuất, kinh doanh					
2	Lợi nhuận sau thuế					

3. Tài liệu gửi đính kèm nhằm đối chứng với các số liệu mà NCC kê khai:

NCC nộp Báo cáo tài chính 05 năm gần đây và bản chụp của một trong các tài liệu sau:

- a. Biên bản kiểm tra quyết toán thuế trong 05 năm tài chính gần đây;
- b. Tờ khai tự quyết toán thuế (thuế GTGT và thuế thu nhập doanh nghiệp) có xác nhận của cơ quan thuế về thời điểm đã nộp tờ khai trong 05 năm tài chính gần đây;
- c. Văn bản xác nhận của cơ quan quản lý thuế (xác nhận nộp cả năm) về việc thực hiện nghĩa vụ nộp thuế trong 05 năm tài chính gần đây

Đại diện hợp pháp của nhà cung cấp[*Ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu*]

DANH SÁCH NHÂN SỰ BỐ TRÍ CHO GÓI CHÀO GIÁ

____, ngày ____ tháng ____ năm ____

Tên nhà cung cấp: _____ [Ghi tên đầy đủ của nhà cung cấp]

STT	Họ tên	Tên đơn vị công tác	Trình độ học vấn/ Chuyên ngành đào tạo/Lĩnh vực chuyên môn	Chức danh bố trí trong gói chào giá	Nhiệm vụ, thời gian bố trí triển khai/ tham gia dự án	Kinh nghiệm

Đại diện hợp pháp của nhà cung cấp

[Ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu]

Ghi chú: Nhà cung cấp gửi kèm theo bản chụp bằng tốt nghiệp, chứng chỉ hành nghề chuyên môn của các cán bộ nêu trên; v ấn bản chứng minh kinh nghiệm của các nhân sự nêu trên.

THỎA THUẬN LIÊN DANH (1)

_____, ngày ____ tháng ____ năm ____

Gói chào giá: _____ [Ghi tên gói chào giá]

Thuộc dự án: _____ [Ghi tên dự án]

Căn cứ hồ sơ chào giá _____ [Ghi tên gói chào giá] ngày ____ tháng ____ năm ____ [ngày được ghi trên HSYC];

Chúng tôi, đại diện cho các bên ký thỏa thuận liên quan, gồm có:

Tên các thành viên liên danh _____ [Ghi tên từng thành viên liên danh]

Đại diện là ông/bà: _____

Chức vụ: _____

Điện thoại: _____

Fax: _____

E-mail: _____

Tài khoản: _____

Mã số thuế: _____

Giấy ủy quyền số ____ ngày ____ tháng ____ năm ____ (trường hợp được ủy quyền).

Các bên (sau đây gọi là thành viên) thống nhất ký kết thỏa thuận liên danh với các nội dung sau:

Điều 1. Nguyên tắc chung

1. Các thành viên tự nguyện hình thành liên danh để tham dự chào giá _____ [ghi tên gói chào giá] thuộc dự án _____ [ghi tên dự án].
2. Các thành viên thống nhất tên gọi của liên danh cho mọi giao dịch liên quan đến gói chào giá này là: _____ [ghi tên của liên danh theo thỏa thuận].
3. Các thành viên cam kết không thành viên nào được tự ý tham gia độc lập hoặc liên danh với thành viên khác để tham gia gói chào giá này. Trường hợp được lựa chọn, không thành viên nào có quyền từ chối thực hiện các trách nhiệm và nghĩa vụ đã quy định

trong hợp đồng. Trường hợp thành viên của liên danh từ chối hoàn thành trách nhiệm riêng của mình như đã thỏa thuận thì thành viên đó sẽ bị xử lý như sau:

- Bồi thường thiệt hại cho các bên trong liên danh;
- Bồi thường thiệt hại cho chủ đầu tư theo quy định nêu trong hợp đồng;
- Hình thức xử lý khác _____ [*Ghi rõ hình thức xử lý khác*].

Điều 2. Phân công trách nhiệm

Các thành viên thống nhất phân công trách nhiệm để thực hiện gói chào giá _____ [*ghi tên gói chào giá*] thuộc dự án _____ [*ghi tên dự án*] đối với từng thành viên như sau:

1. Thành viên đứng đầu liên danh:

Các bên nhất trí ủy quyền cho _____ [*ghi tên một bên*] làm thành viên đứng đầu liên danh, đại diện cho liên danh trong các phần việc sau:

- *Ký đơn chào giá thuộc HSDX;*
- *Ký các văn bản, tài liệu để giao dịch với Bên mời chào giá trong quá trình tham gia chào giá, kể cả văn bản đề nghị làm rõ HSDX và văn bản giải trình, làm rõ HSDX hoặc văn bản đề nghị rút HSDX, sửa đổi, thay thế HSDX;*
- *Thực hiện bảo đảm chào giá cho cả liên danh;*
- *Tham gia quá trình thương thảo, hoàn thiện hợp đồng;*
- *Ký đơn kiến nghị trong trường hợp có kiến nghị;*
- *Các công việc khác trừ việc ký kết hợp đồng _____ [*ghi rõ nội dung các công việc khác (nếu có)*].*

2. Các thành viên trong liên danh thỏa thuận phân công trách nhiệm thực hiện công việc theo bảng dưới đây:

STT	Tên	Nội dung công việc đảm nhận	Tỷ lệ % so với tổng giá chào giá
1	Tên thành viên đứng đầu liên danh	- -	-% -%
2	Tên thành viên thứ 2	- -	-% -%
...			
Tổng cộng		Toàn bộ công việc trong gói chào giá	100%

Điều 3. Hiệu lực của thỏa thuận liên danh

1. Thỏa thuận liên danh có hiệu lực kể từ ngày ký.
2. Thỏa thuận liên danh chấm dứt hiệu lực trong các trường hợp sau:
 - Các bên hoàn thành trách nhiệm, nghĩa vụ của mình và tiến hành thanh lý hợp đồng;
 - Các bên cùng thỏa thuận chấm dứt;
 - Nhà cung cấp liên danh không được lựa chọn
 - Hủy gói chào giá _____ [*ghi tên gói chào giá*] thuộc dự án _____ [*ghi tên dự án*] theo thông báo của Bên mời chào giá.

Thỏa thuận liên danh được lập thành _____ bản, mỗi bên giữ _____ bản, các bản thỏa thuận có giá trị pháp lý như nhau.

ĐẠI DIỆN HỢP PHÁP CỦA THÀNH VIÊN ĐÚNG ĐẦU LIÊN DANH

[ghi tên, chức danh, ký tên và đóng dấu]

ĐẠI DIỆN HỢP PHÁP CỦA THÀNH VIÊN LIÊN DANH

[ghi tên từng thành viên, chức danh, ký tên và đóng dấu]