

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU



Công việc: Tư vấn truyền thông cho chiến dịch về an sinh xã hội cho lao động di cư (giai đoạn 2)

Địa điểm: Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh

Thời gian: 04-07/2025

Báo cáo cho: Quản lý dự án WODIMO

Hoạt động tại Việt Nam từ năm 1989, CARE đã tích cực hợp tác với nhiều đối tác để triển khai hơn 300 dự án mang lại những tác động tích cực. Chúng tôi tin rằng, để đạt được sự phát triển bền vững thực sự, cần phải giải quyết các nguyên nhân sâu xa của nghèo đói, bất công xã hội và bất bình đẳng. Chúng tôi cam kết đồng hành cùng các đối tác trong việc hỗ trợ phụ nữ và cộng đồng của họ — bao gồm nông dân sản xuất nhỏ, công nhân, và các chủ doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ — giúp họ nâng cao năng lực, sự tự tin và khả năng tham gia tích cực vào các cơ hội phát triển kinh tế, thích ứng với biến đổi khí hậu, đồng thời tăng cường khả năng phục hồi sau thiên tai. Cùng nhau, chúng tôi hướng tới xây dựng một xã hội phát triển công bằng, bình đẳng và bền vững cho mọi người.

Thông tin về dự án:

Gần 13 triệu lao động phi chính thức làm việc trong nhiều ngành nghề phải đối mặt với cú sốc kinh tế lớn nhất do COVID-19 gây ra. Các biện pháp giãn cách xã hội để ứng phó COVID-19 nhiều khả năng làm giảm nghiêm trọng các lựa chọn thu nhập của những người cận nghèo, như người tái chế rác thải, bán hàng rong và giúp việc gia đình, mà trong số này, gần 95% là phụ nữ. Tác động của COVID-19 đã đẩy phụ nữ, đặc biệt là công nhân may, từ làm việc trong các ngành nghề chính thức sang các hình thức làm việc phi chính thức không đảm bảo (ví dụ: tự kinh doanh nhỏ). Với những người vốn đã làm việc trong khu vực phi chính thức, như người bán hàng rong, thì nhu cầu về dịch vụ của họ giảm do người tiêu dùng thay đổi hành vi do giãn cách xã hội và chuyển từ mua sắm truyền thống, mua sắm trực tiếp trên đường phố sang mua sắm trực tuyến. Dự án Phụ nữ ứng dụng công nghệ số (WODIMO) tập trung vào việc tạo cơ hội gia tăng thu nhập và tăng cường các dịch vụ an sinh cho nữ lao động nhập cư trong khu vực phi chính thức sau COVID-19, thông qua việc sử dụng các nền tảng kinh doanh trực tuyến.

Các kết quả chính của dự án:

Mục tiêu tổng quát: Hỗ trợ việc làm bền vững cho nữ lao động nhập cư trong khu vực phi chính thức và cải thiện tiếp cận dịch vụ an sinh xã hội trong và sau đại dịch COVID-19.

Kết quả 1: Nữ lao động nhập cư khu vực phi chính thức tăng cơ hội tạo thu nhập từ công nghệ số.

Kết quả 2: Nâng cao nhận thức về các chính sách an sinh xã hội đối với lao động khu vực phi chính thức.

Lý do/cơ sở và mục đích:

Trong hơn 40 phỏng vấn sâu WODIMO thực hiện với nữ lao động nhập cư trong lĩnh vực phi chính thức tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh (từ tháng 4 – tháng 9/2023), các khó khăn mà họ thường xuyên gặp phải bao gồm: đăng ký tạm trú tạm vắng, đăng ký học trường công cho con, sử dụng dịch vụ y tế công tại nơi đến, hay việc phải trả tiền điện nước cao hơn người địa phương. Trước đó, một nghiên cứu của Oxfam Việt Nam vào năm 2015 cũng cho thấy, đại đa số phụ nữ di cư và con cái họ gặp khó khăn trong tiếp cận các dịch vụ an sinh xã hội cơ bản. Cụ thể, có tới 71% người lao động di cư không tiếp cận được tới dịch vụ y tế công tại nơi đến và

21,2% trẻ trong độ tuổi từ 6 -14 tuổi theo cha mẹ - người lao động di cư sinh sống tại nơi đến không đi học. Chỉ có 7,7% trẻ em di cư đi nhà trẻ công lập, và 12% trẻ em di cư đi học trường mẫu giáo công lập. Hầu hết cha mẹ đều phải chọn nhà trẻ, mẫu giáo tư nhân hoặc các nhóm giữ trẻ tại gia đình để gửi gắm con em mình.

Dự án hướng tới tăng cường an sinh xã hội của nữ lao động nhập cư trong khu vực phi chính thức bằng cách hỗ trợ cải thiện khả năng tiếp cận dịch vụ công và các chính sách an sinh xã hội của họ. Nhân ngày Quốc tế Di cư 18/12/2024, dự án đã tiến hành một chiến dịch truyền thông xã hội để nâng cao nhận thức về các đóng góp của người lao động di cư đối với nơi đến cũng như các rào cản khiến việc tiếp cận với các dịch vụ công/ dịch vụ an sinh xã hội còn gặp khó khăn. Để tiếp nối thành công của chiến dịch an sinh lần 1 năm 2024, dự án WODIMO mong muốn tổ chức một chiến dịch truyền thông về an sinh xã hội lần 2, hướng đến việc lan tỏa các chính sách, thông tin cập nhật về an sinh xã hội cho đối tượng đích là người lao động nhập cư và công chúng, đặc biệt những người có thể ít tiếp cận với mạng xã hội do hạn chế về công nghệ hoặc thông tin.

Mục tiêu của chiến dịch:

- Lan tỏa các đóng góp của người lao động nhập cư với cộng đồng nơi họ đến;
- Truyền thông để nâng cao khả năng tiếp cận 1/ thông tin và 2/ các dịch vụ an sinh xã hội, đặc biệt các dịch vụ số hóa của chính phủ, đến với nhóm đối tượng nhập cư yếu thế một cách dễ dàng và hiệu quả nhất

Phạm vi công việc và kết quả chính:

A. Phạm vi công việc/trách nhiệm:

- Tìm hiểu nội dung chiến dịch truyền thông an sinh xã hội giai đoạn 1 của WODIMO;
- Tìm hiểu các khung về quyền và bình đẳng giới của CARE;
- Cập nhật các chính sách mới của chính phủ liên quan đến các vấn đề an sinh xã hội, đặc biệt với nhóm lao động nhập cư;

Xây dựng ý tưởng và thông điệp truyền thông

- Xác định đối tượng mục tiêu và thông điệp chung của cả chiến dịch truyền thông giai đoạn 2;
- Xây dựng nội dung/ chủ đề cho chiến dịch truyền thông giai đoạn 2, trong đó đảm bảo các nội dung văn bản về các chủ đề liên quan đến chính sách về an sinh xã hội cho lao động nhập cư được cập nhật và chính xác;
- Xây dựng ý tưởng truyền thông để truyền tải các nội dung được xác định, cho nhóm đối tượng đích mà chiến dịch hướng đến;
- Đề xuất các kênh truyền thông phù hợp để đạt được mong đợi của chiến dịch;
- Thống nhất với team CARE và đối tác truyền thông của Dự án về các nội dung trước khi triển khai

Sản xuất nội dung các ấn phẩm truyền thông

- Sản xuất các sản phẩm truyền thông phù hợp với đối tượng đích của chiến dịch, trong đó trọng tâm vào các motions graphic, videos, thiết kế bắt mắt để sử dụng trong các platforms, sự kiện của dự án;
- Lên kế hoạch phát hành nội dung truyền thông và thực hiện truyền thông theo kế hoạch;
- Thống nhất với team CARE và đối tác truyền thông của Dự án trước khi chính thức truyền thông.

B. Dự kiến thời gian:

Kết quả	Thời gian (Số ngày dự kiến)	Hạn chót
Nghiên cứu dự án; Họp với CARE và đối tác truyền	2	15/04/2025

Kết quả	Thời gian (Số ngày dự kiến)	Hạn chót
thông của dự án để thảo luận kế hoạch		
01 bản Ý tưởng sáng tạo bao gồm: Đối tượng đích, Thông điệp, Chủ đề; Các kênh truyền thông và Ý tưởng truyền thông (bao gồm đi thực địa, trao đổi với đối tượng đích – nếu cần)	10	25/04/2025
01 bản Kế hoạch truyền thông chi tiết, bao gồm các nội dung chính sách sẽ được truyền thông (được nghiên cứu và đánh giá bởi chuyên gia trong lĩnh vực liên quan)	12	10/05/2025
Sản xuất các ấn phẩm/ tài liệu truyền thông theo kế hoạch (bao gồm: motions graphic, videos, thiết kế ấn phẩm sử dụng trong các sự kiện/ platforms khác nhau của dự án)	20	30/05/2025
Truyền thông các ấn phẩm này trên các kênh truyền thông	15	20/05 - 30/06/2025
Báo cáo chiến dịch truyền thông (dạng PPT, không quá 15 trang)	1	07/2025
Tổng	60 ngày	

Tiêu chí lựa chọn:

Tư vấn là (nhóm) cá nhân hoặc tổ chức/công ty:

- Có am hiểu sâu sắc về các nội dung liên quan đến an sinh xã hội đối với lao động nhập cư, các vấn đề về bình đẳng giới và các khuôn mẫu giới ảnh hưởng tới sự phát triển của phụ nữ;
- Có kinh nghiệm thiết kế, xây dựng chiến lược và ý tưởng cho các dự án truyền thông thay đổi hành vi và khuôn mẫu xã hội;
- Kinh nghiệm triển khai các chiến dịch truyền thông về bình đẳng giới;
- Có kinh nghiệm làm việc với nhóm lao động di cư, đặc biệt là lao động di cư phi chính thức;
- Có hiểu biết về Sáng tạo, có góc nhìn độc đáo, thúc đẩy tư duy, hiểu biết, hành động tích cực;
- Đảm bảo tiến trình thực hiện và chất lượng sản phẩm

Lưu ý: Đơn vị đưa ra mức đề xuất với giá thấp nhất chưa chắc chắn được lựa chọn. CARE sẽ chỉ liên hệ với các đơn vị được cho vào danh sách ngắn (short-listed).

Quy trình áp dụng:

Ứng viên quan tâm cần nộp các tài liệu sau, trong đó nêu rõ tiêu đề của Điều khoản Tham chiếu tới hòm thư: procurement@care.org.vn trước 9h sáng ngày 9/4/2025.

Hồ sơ ứng tuyển gồm:

- Sơ yếu lý lịch, hồ sơ năng lực của cá nhân hoặc nhóm/tổ chức/công ty.

- Các sản phẩm tương tự đã từng thực hiện dưới dạng đường dẫn (link).
- Đề xuất phương pháp và kế hoạch triển khai công việc.
- Báo giá chi tiết cho việc thực hiện theo kế hoạch hoạt động.

CARE cam kết là nhà tuyển dụng công bằng cho tất cả mọi người. Phụ nữ, người dân tộc thiểu số và người khuyết tật được khuyến khích ứng tuyển.

Cảm ơn bạn đã quan tâm đến công việc với Tổ chức CARE. Chính sách tổ chức chúng tôi là không khoan nhượng đối với hành vi quấy rối tình dục trong và ngoài tổ chức và chúng tôi luôn chú trọng việc bảo vệ trẻ em trong mọi hoạt động của mình. Chính sách bảo vệ khỏi bóc lột, xâm hại và quấy rối tình dục cũng như chính sách bảo vệ trẻ em nói chung là nền tảng cho mọi mối quan hệ hợp tác công việc của chúng tôi, bao gồm trong công tác tuyển dụng. Quy trình tuyển dụng được thiết kế nhằm đảm bảo chúng tôi chỉ tuyển những người phù hợp trong làm việc với các nhân viên khác và cộng đồng. Ngoài các kiểm tra trước khi tuyển dụng, chúng tôi sẽ sử dụng quy trình tuyển và tham khảo thông tin nhằm đảm bảo tư vấn/nhà cung cấp mới tiềm năng hiểu và tuân thủ với các chuẩn mực mong đợi. Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng liên lạc với Trưởng nhóm Nhân sự.