**PHỤ LỤC**

# MỤC TIÊU, NỘI DUNG NGHIÊN CỨU, SẢN PHẨM DỰ KIẾN VÀ THỜI GIAN THỰC HIỆN XÂY DỰNG BÁO CÁO NGHIÊN CỨU VỀ CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CẠNH TRANH TRONG LĨNH VỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

| **TT** | **Chuyên đề** | **Mục tiêu, nội dung thực hiện** | **Sản phẩm** **dự kiến** | **Thời gian****thực hiện dự kiến** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Nghiên cứu tổng quan về thương mại điện tử và phân tích, đánh giá khung khổ pháp lý điều chỉnh hoạt động kinh doanh và cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam | ***(i) Mục tiêu***: Cung cấp cơ sở pháp lý và khái quát về lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam, giúp tìm hiểu sơ bộ và có góc nhìn tổng quan về lĩnh vực này. ***(ii) Nhiệm vụ***: Nghiên cứu, rà soát, tổng hợp và đánh giá các quy định của pháp luật hiện hành điều chỉnh hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam. ***(iii) Đề cương dự kiến:*** Các chuyên gia tư vấn thực hiện báo cáo chuyên đề với các nội dung đã nêu tại mục “Nhiệm vụ” với đề cương dự kiến như sau:*I. Tổng quan về thương mại điện tử: khái niệm; đặc điểm; mô hình phổ biến trên thế giới và tại Việt Nam**II. Khung khổ pháp lý điều chỉnh hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam**III. Khung khổ pháp lý điều chỉnh mối quan hệ cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam* | Báo cáo  | Tối đa 02 tháng trong giai đoạn tháng 8-9 -10/2022 |
| 2 | Nghiên cứu đặc thù, quy mô và cấu trúc một số thị trường trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam | ***(i) Mục tiêu*:** Cung cấp các thông tin về tính đặc thù, quy mô, cấu trúc của thị trường thương mại điện tử B2C tại Việt Nam hiện nay. ***(ii) Nhiệm vụ*:** Nghiên cứu dựa trên những thông tin về tính đặc thù, quy mô, cấu trúc của thị trường thương mại điện tử B2C để có nhằm đưa ra những nhận định về thị trường này.***(iii)*** ***Đề cương dự kiến***: Chuyên gia tư vấn thực hiện báo cáo chuyên đề với các nội dung đã nêu tại mục “Nhiệm vụ” với đề cương dự kiến như sau:*I. Phân tích đặc thù thị trường thương mại điện tử B2C tại Việt Nam giai đoạn hiện nay;**II. Đánh giá quy mô thị trường thương mại điện tử B2C tại Việt Nam; Đánh giá cấu trúc thị trường thương mại điện tử B2C tại Việt Nam;* *III. Nhận định về những phân khúc thị trường trong lĩnh vực thương mại điện tử có mức độ tích thị trường cao.* | Báo cáo | Tối đa 02 tháng trong giai đoạn tháng 8-9 -10/2022 |
| 3 | Đánh giá thực trạng, xu hướng cạnh tranh và các rào cản gia nhập, mở rộng thị trường trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam | ***(i) Mục tiêu*:** Cung cấp thông tin về thực trạng, xu hướng cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam.***(ii) Nhiệm vụ*:** Nghiên cứu, phân tích, đánh giá các thông tin về thực trạng thị trường để đưa ra các đánh giá về rào cản gia nhập, mở rộng thị trường trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam. ***(iii)*** ***Đề cương dự kiến***: Chuyên gia tư vấn thực hiện báo cáo chuyên đề với các nội dung đã nêu tại mục “Nhiệm vụ” với đề cương dự kiến như sau:*I. Đánh giá thực trạng cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam;.**II. Phân tích xu hướng cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam**III. Đánh giá các rào cản gia nhập, mở rộng thị trường trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam.* | Báo cáo | Tối đa 02 tháng trong giai đoạn tháng 8-9 -10/2022 |
| 4 | Đánh giá một số vấn đề quan ngại về cạnh tranh và đề xuất các giải pháp tăng cường, thúc đẩy cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam | ***(i) Mục tiêu*:** Đánh giá về các vấn đề liên quan đến cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam.***(ii) Nhiệm vụ*:** Nghiên cứu, phân tích, đánh giá các thông tin về xác định thị trường liên quan; xác định sức mạnh thị trường; quan ngại về các hành vi phản cạnh tranh để đưa ra các giải pháp tăng cường cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam. ***(iii)*** ***Đề cương dự kiến***: Chuyên gia tư vấn thực hiện báo cáo chuyên đề với các nội dung đã nêu tại mục “Nhiệm vụ” với đề cương dự kiến như sau:*I. Đánh giá các vấn đề liên quan đến cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam: xác định thị trường liên quan; xác định sức mạnh thị trường; quan ngại về các hành vi phản cạnh tranh.**II. Đề xuất các giải pháp tăng cường, thúc đẩy cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử B2C tại Việt Nam.* | Báo cáo | Tối đa 02 tháng trong giai đoạn tháng 8-9 -10/2022 |