

UBND TỈNH TÂY NINH
SỞ Y TẾ

Số: 9287 /SYT-VP
V/v triển khai thực hiện Chỉ thị số
11/CT-TTg ngày 03/4/2026 của Thủ
tướng Chính phủ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Tây Ninh, ngày 24 tháng 8 năm 2026

Kính gửi:

- Các cơ quan, đơn vị trực thuộc Sở Y tế;
- Các phòng chuyên môn, nghiệp vụ Sở Y tế.

Thực hiện văn bản số 14257 /UBND-KTTC ngày 07/8/2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc triển khai thực hiện Chỉ thị số 11/CT-TTg ngày 03/4/2026 của Thủ tướng Chính phủ.

Sở Y tế đề nghị các cơ quan, đơn vị trực thuộc Sở Y tế, các phòng chuyên môn, nghiệp vụ Sở Y tế triển khai thực hiện nội dung sau:

Tuyên truyền, phối hợp với các gia đình có thân nhân đang sinh sống, học tập và làm việc tại nước ngoài để vận động kiều bào tham gia tiêu dùng và quảng bá sản phẩm quê hương.

Vận động các đoàn viên, hội viên là kiều bào (hoặc có người thân là kiều bào) tham gia tư vấn cho doanh nghiệp địa phương về thị hiếu, tiêu chuẩn kỹ thuật và văn hóa tiêu dùng tại nước sở tại.

Đề nghị các cơ quan, đơn vị trực thuộc Sở Y tế, các phòng chuyên môn, nghiệp vụ Sở Y tế phối hợp triển khai thực hiện./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lãnh đạo Sở Y tế;
- Lưu: VT, VP.

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**



Nguyễn Hoàng Uyên

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: *11* /CT-TTg

Hà Nội, ngày 03 tháng 4 năm 2026

CHỈ THỊ

**Về việc đẩy mạnh công tác huy động người Việt Nam ở nước ngoài
tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân phối
hàng Việt Nam ở nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030**

Trong giai đoạn 2020 - 2024, Đề án “Huy động người Việt Nam ở nước ngoài tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân phối hàng Việt Nam ở nước ngoài” (được phê duyệt tại Quyết định số 1797/QĐ-TTg ngày 12 tháng 12 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ), đã được triển khai mạnh mẽ, toàn diện, đồng bộ, góp phần thực hiện hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài đã được phát huy mạnh mẽ trong việc xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp Việt Nam trong và ngoài nước, kết nối cung cầu, giới thiệu, tiêu thụ hàng Việt Nam và phát triển hệ thống phân phối ở nước ngoài, góp phần thiết thực vào xuất khẩu của doanh nghiệp; đồng thời góp phần quảng bá và lan tỏa hình ảnh, văn hóa, bản sắc dân tộc Việt Nam tới bạn bè quốc tế. Đề án là chủ trương đúng đắn của Đảng, Nhà nước và Chính phủ, phát huy được nguồn lực và vai trò chiến lược của các doanh nhân, hiệp hội doanh nghiệp và toàn thể cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài đóng góp vào sự nghiệp phát triển của đất nước.

Bên cạnh đó, việc thực hiện Đề án cũng cho thấy một số mặt tồn tại: chất lượng một số nguồn hàng từ trong nước còn chưa cao; một số doanh nghiệp trong nước còn chưa đầu tư đầy đủ cho các yếu tố then chốt như tiêu chuẩn an toàn, vệ sinh, truy xuất xuất xứ, đóng gói; hạn chế về nguồn vốn tài chính và chi phí vận hành tại thị trường nước ngoài; khả năng tiếp cận người tiêu dùng sở tại của các kênh phân phối còn hạn chế ở một số nước. Cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp Việt Nam tại các nước còn chưa đầy đủ, đồng bộ. Việc xây dựng thương hiệu hàng Việt Nam, hướng đến các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh cao còn hạn chế. Ngoài ra, việc mở rộng mạng lưới phân phối, ứng dụng thương mại điện tử, chuyển đổi số trong quảng bá, tiêu thụ hàng hóa, nhất là sản phẩm thương hiệu quốc gia, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và sản phẩm số, dịch vụ số của Việt Nam ở nước ngoài tại một số địa bàn còn chậm, chưa đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới.

Những tồn tại nêu trên xuất phát từ cả nguyên nhân khách quan và chủ quan. Về nguyên nhân khách quan: (i) Sự bất ổn về an ninh tại một số khu vực, đại dịch Covid-19 làm gián đoạn các hoạt động kinh tế, thương mại toàn cầu; (ii) Căng thẳng thương mại giữa các nền kinh tế lớn và xu hướng bảo hộ gia tăng tại nhiều

thị trường nhập khẩu; (iii) Sự bùng nổ của các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu và sự thay đổi nhanh trong xu hướng tiêu dùng; (iv) Chi phí ở mức cao về logistics, mặt bằng, kho bãi và vận hành hệ thống phân phối tại nước ngoài.

Về nguyên nhân chủ quan: (i) Một bộ phận doanh nghiệp trong nước chưa chú trọng đầu tư bài bản cho việc nghiên cứu thị trường, xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu và đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn của thị trường quốc tế; (ii) Sức cạnh tranh của các sản phẩm còn hạn chế, chủ yếu tập trung vào một số mặt hàng truyền thống (thực phẩm, nông sản, thủy sản...); (iii) Kênh phân phối hàng hóa của người Việt Nam ở nước ngoài nhiều nơi quy mô còn nhỏ, chưa có chiến lược mở rộng, quảng bá chuyên nghiệp, chưa tận dụng hết tiềm năng ứng dụng chuyển đổi số trong phát triển và quảng bá sản phẩm; (iv) Cơ chế phối hợp, chia sẻ thông tin và xây dựng cơ sở dữ liệu giữa các bộ, ngành và địa phương trong việc hỗ trợ kết nối doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài với doanh nghiệp trong nước chưa thực sự chặt chẽ, đồng bộ.

Quá trình thực hiện Đề án diễn ra trong bối cảnh tình hình thế giới diễn biến nhanh, phức tạp, bất ổn, khó lường, khó khăn, thách thức nhiều hơn thuận lợi, như Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng đã chỉ ra. Dự báo cục diện tình hình thế giới và khu vực những năm tới sẽ tiếp tục chiều hướng trên.

Nghị quyết Đại hội XIV của Đảng xác định tiếp tục đổi mới mạnh mẽ tư duy phát triển, tạo đột phá chiến lược, kiến tạo động lực tăng trưởng mới cho giai đoạn 2026 - 2030. Cuộc cách mạng về tinh gọn tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị cùng với những quyết sách chiến lược: Đổi mới, xây dựng và thi hành pháp luật; đột phá về phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia; phát triển kinh tế Nhà nước và kinh tế tư nhân; hội nhập quốc tế; bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia; đột phá về phát triển giáo dục, đào tạo; về chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân; về phát triển văn hóa Việt Nam... đang mở ra cơ hội lịch sử, có tính bước ngoặt cho sự phát triển mạnh mẽ của đất nước. Việt Nam đang bước vào giai đoạn “tăng tốc - bứt phá” nhằm hiện thực hóa mục tiêu đến năm 2030 trở thành nước đang phát triển có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao; hiện thực hoá tầm nhìn đến năm 2045 trở thành nước phát triển, thu nhập cao.

Trong bối cảnh đó, việc tăng cường huy động người Việt ở nước ngoài tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân phối hàng Việt Nam ở nước ngoài tiếp tục có ý nghĩa quan trọng trong giai đoạn phát triển mới của đất nước. Đồng thời, công tác này cũng đứng trước những yêu cầu mới: (i) Cần coi trọng hơn nữa vai trò của người Việt Nam ở nước ngoài, góp phần đẩy mạnh và chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng bền vững, nâng cao chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của hàng Việt Nam trên tiêu chuẩn xanh/số; hướng tới tăng trưởng hai con số trong giai đoạn tới; (ii) Cần phát huy thế mạnh của cộng đồng trong việc thông tin, cập nhật, cảnh báo sớm về các thị trường, hỗ trợ kết nối cho các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh xu hướng bảo hộ, tranh chấp thương mại lan rộng;

(iii) Cần triển khai bài bản, chuyên nghiệp, hiệu quả hơn, tăng cường tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại và xúc tiến đầu tư, quảng bá sản phẩm Việt Nam quy mô lớn có sự tham gia của doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài, có tính lan tỏa cao.

Trọng giai đoạn 2026 - 2030, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu các bộ, ngành, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và các cơ quan, tổ chức có liên quan thực hiện một số nội dung sau:

1. Mục tiêu:

- Huy động người Việt Nam ở nước ngoài phát huy vai trò chiến lược, là lực lượng tại chỗ trong hoạt động giới thiệu, tiêu thụ và phân phối sản phẩm Việt Nam, giữ vững các thị trường truyền thống, đưa hàng hóa Việt Nam vào các hệ thống phân phối, siêu thị, trung tâm thương mại lớn, có uy tín, tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng, nhất là tại các thị trường ta đang có lợi thế, có cộng đồng người Việt đông đảo; ưu tiên hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ; tận dụng hiệu quả các Hiệp định thương mại tự do (FTA).

- Phấn đấu đến năm 2030, huy động người Việt Nam ở nước ngoài tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân phối hàng Việt Nam tại tất cả các quốc gia và vùng lãnh thổ có sự hiện diện của cộng đồng người Việt Nam, huy động tất cả các hội doanh nhân người Việt Nam tại các nước tham gia, hình thành mạng lưới phân phối hàng hóa Việt Nam do người Việt Nam đóng vai trò chủ đạo.

- Tăng mạnh tỷ trọng hàng Việt Nam trong hệ thống phân phối của người Việt Nam ở nước ngoài, đẩy mạnh thương mại điện tử, xây dựng cơ sở dữ liệu doanh nghiệp gắn liền với ứng dụng khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, đồng thời đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền và quảng bá hàng Việt Nam bằng các hình thức đa dạng, hiện đại.

- Gắn kết công tác huy động người Việt Nam ở nước ngoài tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân phối hàng Việt Nam với việc nâng cao sức cạnh tranh, chống hàng giả, gian lận thương mại, tiêu chuẩn xanh, truy xuất nguồn gốc, bảo vệ thương hiệu quốc gia.

- Đẩy mạnh đa dạng hóa các hoạt động, nhất là các hội chợ, triển lãm quy mô lớn, có uy tín; khuyến khích tổ chức chuỗi các hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư, quảng bá có sự tham gia của doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài; khuyến khích người Việt Nam ở nước ngoài nắm bắt, thông tin cho các doanh nghiệp trong nước về tình hình thị trường, thị hiếu người tiêu dùng, các chính sách nhập khẩu, các quy định, biện pháp bảo hộ thương mại; đồng thời hỗ trợ bảo vệ lợi ích cho doanh nghiệp Việt Nam trong các vụ tranh chấp thương mại.

2. Nhiệm vụ:

a) Bộ Ngoại giao là đầu mối theo dõi, điều phối, đôn đốc, tổng hợp tình hình thực hiện và tổ chức sơ kết, tổng kết thực hiện Chỉ thị; chủ trì, phối hợp các bộ, ngành, cơ quan liên quan thực hiện các nhiệm vụ cụ thể:

- Tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện chính sách pháp luật liên quan đến người Việt Nam ở nước ngoài trong phạm vi lĩnh vực quản lý, đảm bảo quyền lợi chính đáng nhằm thu hút, tạo điều kiện thuận lợi để người Việt Nam ở nước ngoài tham gia hoạt động xuất khẩu, phân phối hàng Việt Nam.

- Đẩy mạnh công tác ngoại giao kinh tế, chú trọng các biện pháp vận động chính trị - ngoại giao để tạo môi trường hoạt động thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài. Hỗ trợ, tư vấn các doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài kết nối các nguồn lực quốc tế nhất là vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản trị, tham gia thẩm định đối tác trong quá trình tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phân phối hàng Việt Nam ở nước ngoài.

- Thường xuyên tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, quy định pháp luật của Nhà nước liên quan tới người Việt Nam ở nước ngoài gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Phối hợp với các bộ, ngành, địa phương xây dựng và vận hành cơ sở dữ liệu về người Việt Nam ở nước ngoài (bao gồm doanh nghiệp, chuyên gia công nghệ người Việt Nam ở nước ngoài).

- Chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài: (i) Củng cố, thành lập các hội doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài tại địa bàn; (ii) Triển khai các biện pháp cụ thể nhằm kết nối và hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tham gia vào chuỗi giá trị phân phối hàng hóa Việt Nam, bao gồm các hoạt động lưu kho, phân phối, logistic, kiểm định sản phẩm... ở sở tại và mở rộng ra khu vực, liên khu vực.

- Kiến nghị hình thức, biện pháp khen thưởng với các tổ chức, cá nhân có thành tích tiêu biểu, xuất sắc trong đóng góp thực hiện Chỉ thị.

b) Bộ Công Thương:

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại và kết nối doanh nghiệp trong và ngoài nước; vận động, hỗ trợ doanh nghiệp người Việt Nam ở nước ngoài và trong nước tham gia chuỗi phân phối toàn cầu, phát triển trung tâm logistic, kho hàng, điểm kiểm định, góp phần nâng cao năng lực xuất khẩu và hiện diện của hàng Việt Nam tại thị trường quốc tế; lồng ghép hiệu quả với triển khai thực hiện Đề án “Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030” và Chương trình vươn ra thị trường quốc tế (Go Global).

- Đẩy mạnh giới thiệu và quảng bá Chương trình Thương hiệu quốc gia (Vietnam Value) và các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia thông qua hệ thống thương vụ, các hoạt động xúc tiến thương mại. Ưu tiên hỗ trợ, kết nối các

doanh nghiệp người Việt Nam ở nước ngoài tiêu thụ các sản phẩm mang Thương hiệu quốc gia tại thị trường nước ngoài, nhằm nâng cao hình ảnh quốc gia và uy tín sản phẩm Việt Nam.

- Khuyến khích, tạo điều kiện để gia tăng số lượng doanh nghiệp người Việt Nam ở nước ngoài về nước đầu tư, trực tiếp tham gia sản xuất hàng hóa tại Việt Nam, nâng cao chất lượng chuỗi cung ứng, xuất khẩu và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm, hàng hóa Việt Nam tại khu vực và trên thế giới; phối hợp hỗ trợ, tư vấn các doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài kết nối các nguồn lực quốc tế nhất là vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản trị.

- Thúc đẩy triển khai hiệu quả các Hiệp định thương mại tự do (FTA) đã ký kết; đẩy mạnh công tác thông tin, phổ biến, tuyên truyền và xây dựng cơ sở dữ liệu về FTA cho doanh nghiệp trong và ngoài nước, qua đó giúp doanh nghiệp, doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài nắm bắt cam kết về FTA, tận dụng ưu đãi, tăng cường giao thương, mở rộng thị trường với các đối tác FTA.

- Chỉ đạo các cơ quan thương vụ thực hiện vai trò hỗ trợ, kết nối, thúc đẩy mở rộng các kênh phân phối hàng Việt Nam tại thị trường nước ngoài; khuyến khích doanh nghiệp, doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài tham gia giới thiệu, phân phối hàng Việt Nam; đồng thời thúc đẩy việc ứng dụng thương mại điện tử trong quảng bá và phân phối hàng Việt Nam tại thị trường sở tại.

- Cập nhật thường xuyên thông tin về doanh nghiệp xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam cho các hiệp hội, doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài; phối hợp chặt chẽ với Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và các hiệp hội ngành hàng trong việc cung cấp, rà soát dữ liệu, cập nhật thông tin cho doanh nghiệp, doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài.

c) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan thực hiện công tác tuyên truyền trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài về vai trò, lợi ích và hiệu quả của việc tham gia thực hiện Chỉ thị, trách nhiệm nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ; lồng ghép các hoạt động giữ gìn văn hóa truyền thống và quảng bá du lịch, thương hiệu - sản phẩm quốc gia.

d) Bộ Khoa học và Công nghệ:

- Chủ trì, phối hợp triển khai hoạt động kết nối: chủ trì tổ chức các hoạt động nhằm khuyến khích, tạo điều kiện để người Việt Nam ở nước ngoài kết nối với các quỹ đầu tư, vườn ươm, trung tâm đổi mới sáng tạo trong nước; đẩy mạnh thu hút nguồn lực tài chính, chất xám, kinh nghiệm quốc tế phục vụ nghiên cứu, sản xuất và thương mại hóa sản phẩm, dịch vụ công nghệ số, khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo tại Việt Nam.

- Khuyến khích quảng bá, phân phối sản phẩm công nghệ số của Việt Nam: hỗ trợ người Việt Nam ở nước ngoài tham gia quảng bá, phân phối

các sản phẩm công nghệ số “Make in Viet Nam”, đặc biệt là các sản phẩm công nghệ số chiến lược như trí tuệ nhân tạo, blockchain, UAV, bán dẫn... ra thị trường khu vực và thế giới; hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài và doanh nghiệp trong nước mở rộng hoạt động ra nước ngoài trong quá trình đăng ký, bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm số (bản quyền phần mềm, bằng sáng chế công nghệ); phát huy vai trò cầu nối của người Việt Nam ở nước ngoài trong việc mở rộng thị trường quốc tế cho sản phẩm công nghệ số, công nghệ số chiến lược của Việt Nam.

- Phối hợp với người Việt Nam ở nước ngoài hỗ trợ doanh nghiệp công nghệ số trong nước đưa sản phẩm lên các chợ ứng dụng số và nền tảng điện toán đám mây quốc tế; tư vấn, hỗ trợ tháo gỡ các rào cản kỹ thuật, pháp lý tại thị trường sở tại, giúp doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực tiếp cận và cạnh tranh toàn cầu.

- Chủ trì xúc tiến thương mại số: tổ chức các chương trình quảng bá công nghệ số quốc tế, giới thiệu gian hàng quốc gia của Việt Nam (do người Việt Nam ở nước ngoài hỗ trợ) tại các hội chợ, triển lãm công nghệ lớn nhằm lan tỏa thương hiệu công nghệ số Việt Nam, thúc đẩy hợp tác, chuyển giao và thương mại hóa sản phẩm công nghệ số “Make in Viet Nam”.

- Thu hút, khuyến khích thế hệ trẻ người Việt Nam ở nước ngoài tham gia khởi nghiệp sáng tạo: phối hợp tổ chức, mời gọi thế hệ trí thức, chuyên gia, nhà đầu tư và doanh nhân trẻ người Việt Nam ở nước ngoài tham gia các sự kiện, diễn đàn, cuộc thi về khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, công nghiệp công nghệ số do Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì; kết nối trực tiếp với các dự án, sản phẩm đổi mới sáng tạo cụ thể của Việt Nam, tạo môi trường hợp tác, thử nghiệm và thương mại hóa sản phẩm.

đ) Bộ Tài chính: chủ trì, phối hợp các bộ, ngành liên quan giải quyết các vướng mắc, khó khăn cho các dự án đầu tư ra nước ngoài của doanh nghiệp Việt Nam, đề xuất các giải pháp về cơ chế, chính sách liên quan đến hoạt động đầu tư ra nước ngoài của doanh nghiệp Việt Nam.

e) Bộ Nông nghiệp và Môi trường: chủ trì, phối hợp với các địa phương hỗ trợ tạo thuận lợi cho doanh nghiệp người Việt Nam ở nước ngoài tham gia vào hoạt động sản xuất và phát triển nông nghiệp; thực hiện chương trình kết nối doanh nhân người Việt Nam ở nước ngoài về nước tìm hiểu các mặt hàng nông sản thế mạnh, cơ sở sản xuất, chế biến nông sản xuất khẩu chủ lực.

g) Bộ Giáo dục và Đào tạo:

- Hướng dẫn khuyến khích các tổ chức hội sinh viên Việt Nam ở nước ngoài quảng bá sản phẩm "Make in Vietnam" tại các sự kiện giao lưu, học thuật tại nước sở tại.

- Hướng dẫn khuyến khích các chuyên gia, giảng viên và đối tác quốc tế của ngành Giáo dục giới thiệu, quảng bá sản phẩm đặc trưng của Việt Nam; ưu tiên sử dụng sản phẩm hàng hóa Việt Nam.

h) Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam:

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Ngoại giao, Bộ Công Thương và các cơ quan liên quan trong việc tập hợp, cập nhật và kết nối thông tin, rà soát dữ liệu về các doanh nghiệp và sản phẩm trong nước có tiềm năng xuất khẩu; nhu cầu về nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất trong nước; nhu cầu thu hút đầu tư nước ngoài vào các lĩnh vực trọng điểm.

- Phối hợp với các hội, hiệp hội, trong đó có Hiệp hội Doanh nhân Việt Nam ở nước ngoài (BAOOV) tổ chức các hoạt động quảng bá về doanh nghiệp, doanh nhân, hàng hóa Việt Nam; đồng thời thúc đẩy các hoạt động xúc tiến thương mại và kết nối doanh nghiệp trong nước, hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nghiệp chuyên sâu theo lĩnh vực với các doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài nhằm kết nối trực tiếp các nhu cầu hợp tác cụ thể.

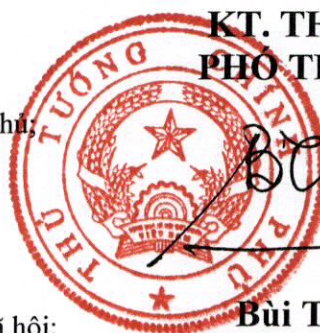
3. Về tổ chức thực hiện:

Các bộ, ngành, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và cơ quan liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ, có kế hoạch, lồng ghép các nhiệm vụ, giải pháp thực hiện Chỉ thị phù hợp với ngành, lĩnh vực phụ trách; hàng năm báo cáo kết quả thực hiện, gửi Bộ Ngoại giao để tổng hợp. Bộ Ngoại giao chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương và cơ quan liên quan tổ chức sơ kết 03 năm triển khai Chỉ thị vào năm 2028 và tổ chức tổng kết thực hiện Chỉ thị vào năm 2030. Bảo đảm bố trí ngân sách đáp ứng được việc triển khai các nhiệm vụ mới hiệu quả, thực chất./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Quốc hội;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các tổ chức chính trị - xã hội;
- Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Công TTĐT, các Vụ: KTTH, KGVX, NC;
- Lưu: VT, QHQT (2b).HM

29



**KT. THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**

B. Thanh Sơn

Bùi Thanh Sơn