

Số: 448 /QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 28 tháng 12 năm 2017

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt Đề án định hướng phát triển đường bay trực tiếp giữa Việt Nam và các quốc gia, địa bàn trọng điểm nhằm thúc đẩy đầu tư phát triển, tăng cường giao lưu, hội nhập quốc tế

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Luật Hàng không dân dụng Việt Nam ngày 29 tháng 6 năm 2006 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hàng không dân dụng Việt Nam ngày 21 tháng 11 năm 2014;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Giao thông vận tải,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề án định hướng phát triển đường bay trực tiếp giữa Việt Nam và các quốc gia, địa bàn trọng điểm nhằm thúc đẩy đầu tư phát triển, tăng cường giao lưu, hội nhập quốc tế (sau đây gọi tắt là Đề án), với nội dung chính như sau:

I. MỤC TIÊU

1. Phát triển mạng đường bay quốc tế giữa Việt Nam và các thị trường trọng điểm của Việt Nam gồm Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Ma-lai-xia, Nga, Đức, Úc, Pháp, Anh và Ấn Độ cũng như các thị trường tiềm năng khác như Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất, Nam Phi... của các hãng hàng không Việt Nam và nước ngoài để thúc đẩy đầu tư phát triển, tăng cường giao lưu, hội nhập quốc tế.

2. Phát triển hoạt động hàng không với hoạt động du lịch để đi đầu trong hội nhập kinh tế quốc tế; phát huy vai trò doanh nghiệp, đẩy mạnh xã hội hóa về du lịch.

3. Đổi mới tư duy, tận dụng mọi cơ hội phát triển, nhưng phải tính toán, đảm bảo phát triển theo hướng bền vững.

4. Gắn phát triển hàng không - du lịch, hội nhập quốc tế với giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường, bảo đảm an ninh quốc phòng và an toàn cho du khách.

5. Toàn ngành du lịch phải có sự đột phá trong phát triển du lịch, đến năm 2020, Việt Nam thu hút được 17 đến 20 triệu lượt khách quốc tế, tổng giá trị du lịch đóng góp từ 10 đến 12% GDP và giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD.

II. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN ĐƯỜNG BAY TRỰC TIẾP GIỮA VIỆT NAM VÀ CÁC THỊ TRƯỜNG TRỌNG ĐIỂM

1. Định hướng quảng bá, khuyến khích các hãng hàng không phát triển đường bay trực tiếp giữa Việt Nam và các thị trường trọng điểm

- Tạo điều kiện tối đa về giá dịch vụ chuyên ngành hàng không khi mở đường bay quốc tế mới, giờ hạ cất cánh, hình thức khai thác thường lệ và không thường lệ, khai thác kết hợp nhiều điểm đến tại Việt Nam cho các hãng hàng không nước ngoài phát triển đường bay trực tiếp từ các thị trường trọng điểm và tăng tần suất trên các đường bay quốc tế hiện có đến các cảng hàng không quốc tế và các cảng hàng không nội địa được phép tiếp nhận các chuyến bay quốc tế của Việt Nam;

- Tạo điều kiện tối đa về giá dịch vụ chuyên ngành hàng không khi mở đường bay quốc tế mới, giờ hạ cất cánh, hình thức khai thác thường lệ và không thường lệ cho các hãng hàng không Việt Nam mở đường bay trực tiếp từ các cảng hàng không quốc tế và các cảng hàng không nội địa được phép tiếp nhận các chuyến bay quốc tế của Việt Nam tới các thị trường trọng điểm và tăng tần suất trên các đường bay hiện có.

2. Định hướng đối với phát triển đường bay và sản phẩm du lịch tới từng thị trường trọng điểm của các doanh nghiệp hàng không, du lịch của Việt Nam

a) Thị trường Trung Quốc

- Định hướng phát triển đường bay đến Trung Quốc:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Trung Quốc để tháo gỡ các khó khăn cho các hãng hàng không Việt Nam khi khai thác đến Trung Quốc liên quan đến giờ hạ cất cánh tại các cảng hàng không Trung Quốc, tối ưu hóa đường bay không lưu;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở đường bay mới từ Đà Nẵng, Hải Phòng, Nha Trang, Phú Quốc, Đà Lạt, Huế, Cần Thơ... đến Trùng Khánh, Đại Liên, Hải Khẩu, Vũ Hán, Ninh Ba, Hải Nam, Tây An, Trường Xuân, Phúc Châu, Quế Lâm, Quý Dương, Cáp Nhĩ Tân, Lan Châu, Thẩm Dương, Hạ Môn, Tây Song Bản Nạp, Trịnh Châu...; tăng tải cung ứng (tăng tần suất, sử dụng tàu bay thân rộng) trên các đường bay tới các cảng hàng không cửa ngõ tại Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu, Côn Minh, Thành Đô.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Trung Quốc:

Xác định sản phẩm du lịch cho thị trường Trung Quốc là du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp phục vụ khách đi theo kỳ nghỉ dài ngày và đi bằng đường hàng không; sản phẩm du lịch tham quan khám phá thành phố và ẩm thực, du lịch văn hóa gắn với các di sản văn hóa thế giới ở Việt Nam, du lịch miệt vườn sông nước Cửu Long cho hầu hết nhóm khách.

b) Thị trường Nhật Bản

- Định hướng phát triển đường bay đến Nhật Bản:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Nhật Bản để bổ sung các thỏa thuận về khai thác đến Cảng hàng không Ha-ne-đa, Thủ đô Tô-ky-ô;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay từ Đà Nẵng, Huế, Nha Trang, Đà Lạt... đến Tô-ky-ô, Ô-sa-ka; tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại đến Tô-ky-ô, Ô-sa-ka, Na-gô-ya, Phu-ku-ô-ka.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Nhật Bản:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Nhật Bản là du lịch di sản văn hóa thế giới, ẩm thực, mua sắm đồ lưu niệm và du lịch biển; giới thiệu sản phẩm du lịch học đường, sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng cho người già, sản phẩm du lịch trăng mật cho người mới kết hôn, sản phẩm du lịch phục vụ đối tượng khách có nhu cầu lưu trú dài ngày...

c) Thị trường Hàn Quốc

- Định hướng phát triển đường bay đến Hàn Quốc:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Hàn Quốc để tháo gỡ các khó khăn cho các hãng hàng không Việt Nam khi khai thác đến Hàn Quốc liên quan đến giờ hạ cất cánh tại các cảng hàng không Hàn Quốc;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay từ Đà Nẵng, Huế, Nha Trang, Hải Phòng, Đà Lạt, Phú Quốc, Cần Thơ... đến Xơ-un; mở mới đường bay từ Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng đến Chê-zu; tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại đến Xơ-un và Bu-xan.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Hàn Quốc:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Hàn Quốc là du lịch gắn với các giá trị lịch sử, văn hóa truyền thống và thiên nhiên; công vụ, chơi gôn, sản phẩm vui chơi giải trí đi kèm các lựa chọn mua sắm, chăm sóc sức khỏe.

d) Thị trường Thái Lan

- Định hướng phát triển đường bay đến Thái Lan:

Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay từ Đà Nẵng, Huế, Nha Trang, Hải Phòng, Vinh, Đà Lạt, Phú Quốc, Cần Thơ... đến Băng Cốc; mở mới đường bay từ Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng đến Chiềng Mai, Phù Kẹt; tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại đến Băng Cốc.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Thái Lan:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Thái Lan là du lịch mua sắm, tham quan di sản thế giới, trải nghiệm về văn hóa, đời sống địa phương, du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chơi gôn, sản phẩm du lịch gắn với các điểm du lịch khác trên tuyến hành lang Đông - Tây, sản phẩm du lịch kết hợp hội nghị (MICE).

đ) Thị trường Ma-lai-xia

- Định hướng phát triển đường bay đến Ma-lai-xia:

Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay từ Đà Nẵng, Huế, Nha Trang, Hải Phòng, Đà Lạt, Phú Quốc... đến Kua-la Lăm-pơ; mở mới đường bay từ thành phố Hồ Chí Minh đến Pê-năng; tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại đến Kua-la Lăm-pơ.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Ma-lai-xia:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Ma-lai-xia là du lịch mua sắm, ẩm thực, tham quan thành phố ngắn ngày, sản phẩm du lịch truyền thống nhưng độc đáo cho nhóm khách thanh niên và trung niên, sản phẩm du lịch gôn và sản phẩm du lịch khám phá đồng bằng sông nước Cửu Long.

e) Thị trường Úc

- Định hướng phát triển đường bay đến Úc:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Úc để bổ sung các thỏa thuận về khai thác đến các thành phố Xít-ni, Men-bon, Brít-ben và Pót;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay từ Hà Nội đến Men-bon, thành phố Hồ Chí Minh đến Brít-ben, Pót; tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại thành phố Hồ Chí Minh đến Xít-ni, Men-bon và Hà Nội đến Xít-ni.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Úc:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Úc là du lịch mua sắm, ẩm thực, tham quan thành phố ngắn ngày, sản phẩm du lịch truyền thống nhưng độc đáo cho nhóm khách thanh niên và trung niên, sản phẩm du lịch gôn và sản phẩm du lịch khám phá đồng bằng sông nước Cửu Long.

g) Thị trường Nga

- Định hướng phát triển đường bay đến Nga:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Nga để bổ sung các thỏa thuận liên quan đến mở rộng Bảng đường bay khai thác được phép đến các thành phố tại Nga và nước thứ ba;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay đến Ê-ka-te-rin-buốc, Vla-đi-vốt-tốc; mở mới đường bay giữa Đà Nẵng và Nga; khai thác lại đường bay Nha Trang đến Mat-xcơ-va; tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại từ Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh đến Mát-xcơ-va.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Nga:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Nga là du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp, sản phẩm thể thao du lịch biển, khám phá thành phố kết hợp giải trí, mua sắm.

h) Thị trường Anh

- Định hướng phát triển đường bay đến Anh:

Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam tăng tải cung ứng trên các đường bay hiện tại từ Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh đến Luân Đôn để tăng cường kết nối các phương tiện vận tải mặt đất tới các điểm khác tại Anh và châu Âu.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Anh:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Anh là du lịch khám phá tham quan di sản, sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển đảo, sản phẩm du lịch văn hóa, sản phẩm du lịch trải nghiệm đồng bằng sông nước Cửu Long.

i) Thị trường Pháp

- Định hướng phát triển đường bay đến Pháp:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Pháp để bổ sung các thỏa thuận về khai thác giữa hai nước;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam tăng tần suất trên 2 đường bay Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh đến Pa-ri để tăng cường kết nối các phương tiện vận tải mặt đất tới các điểm khác tại Pháp và châu Âu.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Pháp:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Pháp là du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp, sản phẩm du lịch trở về chiến trường xưa, sản phẩm du lịch có trách nhiệm với môi trường, sản phẩm du lịch thăm thân, du lịch giải trí và làm đẹp, sản phẩm du lịch tham quan di sản và khám phá thành phố, sản phẩm du lịch khám phá.

k) Thị trường Đức

- Định hướng phát triển đường bay đến Đức:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Đức để bổ sung các thỏa thuận về khai thác giữa hai nước;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay đến Béc-lin và tăng tần suất trên 2 đường bay Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh đến Phrăng-phuốc để tăng cường kết nối các phương tiện vận tải mặt đất tới các điểm khác tại Đức và châu Âu.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Đức:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Đức là du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp, sản phẩm du lịch trở về chiến trường xưa, sản phẩm du lịch có trách nhiệm với môi trường, sản phẩm du lịch thăm thân, du lịch giải trí và làm đẹp, sản phẩm du lịch tham quan di sản và khám phá thành phố, sản phẩm du lịch khám phá.

l) Thị trường Hoa Kỳ

- Định hướng phát triển đường bay đến Hoa Kỳ:

Vietnam Airlines mở mới đường bay thẳng đến Hoa Kỳ với lựa chọn ban đầu là một điểm tại bờ Tây nước Hoa Kỳ (Xan Fran-xít-cô hoặc Lốt An-ge-lét) vào năm 2018.

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Hoa Kỳ:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Hoa Kỳ là du lịch về thăm chiến trường xưa, du lịch thăm thân, du lịch nghỉ dưỡng và nghỉ dưỡng biển đảo, sản phẩm du lịch văn hóa lịch sử, sản phẩm du lịch miệt vườn.

m) Thị trường Ấn Độ

- Định hướng phát triển đường bay đến Ấn Độ:

+ Bộ Giao thông vận tải tổ chức trao đổi ý kiến với Nhà chức trách hàng không Ấn Độ để tháo gỡ các khó khăn cho các hãng hàng không Việt Nam khi lập kế hoạch khai thác đến Ấn Độ liên quan đến công tác cấp phép khai thác;

+ Đến năm 2020, các hãng hàng không Việt Nam mở mới đường bay quốc tế thường lệ từ Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh đến Đê-li, Mum-bai và thực hiện các chuyến bay thuê chuyến đến Goa, Gaya, Varanasi...

- Định hướng quảng bá du lịch tại thị trường Ấn Độ:

Xác định sản phẩm du lịch Việt Nam cho khách du lịch Ấn Độ là du lịch tham quan các diễm di tích lịch sử, chiến trường xưa, mua sắm, sản phẩm du lịch truyền thống nhưng độc đáo cho nhóm khách gia đình, sản phẩm du lịch khám phá Vịnh Hạ Long, phố cổ Hội An, thánh địa Mỹ Sơn, hang Sơn Đoòng, Phong Nha - Kẻ Bàng.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Giao thông vận tải

a) Chủ trì, phối hợp Bộ Quốc phòng xây dựng các đường hàng không mới tới các cảng hàng không nhằm kết nối thuận tiện với các đường hàng không quốc tế, tạo thuận lợi cho hoạt động khai thác hàng không quốc tế đi, đến Việt Nam của các hãng hàng không Việt Nam và nước ngoài theo đề nghị của các hãng hàng không;

b) Thông báo và lấy ý kiến của Bộ Quốc phòng, Bộ Tài chính, Bộ Công an, Bộ Y tế trước khi trình Thủ tướng Chính phủ quyết định công bố mở cảng hàng không nội địa thành cảng hàng không quốc tế;

c) Xây dựng và công bố chính sách tạo điều kiện về giá dịch vụ chuyên ngành hàng không theo thẩm quyền cho hoạt động của các hãng hàng không Việt Nam và hãng hàng không nước ngoài khi mở đường bay quốc tế mới;

d) Thường kỳ công bố chính thức toàn bộ mạng đường bay quốc tế, nội địa của thị trường hàng không Việt Nam;

đ) Tăng cường làm việc với các Nhà chức trách hàng không nước ngoài để thống nhất các thỏa thuận hàng không theo đề nghị mở mới đường bay của các hãng hàng không Việt Nam và nước ngoài;

e) Tiếp tục nghiên cứu phát triển đường bay đến các thị trường khác như Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất, Nam Phi...;

g) Định kỳ hàng năm, làm việc với các hãng hàng không nước ngoài và Việt Nam để nắm bắt các kế hoạch, yêu cầu mở đường bay mới;

h) Phối hợp các địa phương liên quan tổ chức các Hội nghị quảng bá, xúc tiến khai thác các đường bay quốc tế đến các cảng hàng không quốc tế mới.

2. Bộ Ngoại giao, Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương đưa vào chương trình hợp tác cấp cao của lãnh đạo Đảng, Nhà nước, Chính phủ, cuộc họp Ủy ban hỗn hợp, Ủy ban liên Chính phủ, các diễn đàn hợp tác song phương cấp Bộ với các quốc gia đối tác nội dung các nước tạo điều kiện cho hoạt động khai thác của các hãng hàng không Việt Nam và Việt Nam khuyến khích các hãng hàng không quốc gia đối tác tăng cường khai thác các đường bay quốc tế đi/đến Việt Nam.

3. Bộ Ngoại giao chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan đẩy mạnh đàm phán với các quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới để mở rộng phạm vi miễn thị thực nhập cảnh cho công dân hai bên trên nguyên tắc có đi có lại.

4. Các Bộ: Ngoại giao, Công Thương, Kế hoạch và Đầu tư chỉ đạo các cơ quan đại diện tại các thị trường trọng điểm tăng cường các hoạt động xúc tiến, quảng bá thúc đẩy đầu tư, giao lưu hội nhập quốc tế đến Việt Nam cũng như công bố các chính sách khuyến khích các hãng hàng không quốc gia đối tác tăng cường khai thác các đường bay quốc tế đi/đến Việt Nam.

5. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

a) Phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công Thương và các bộ, ngành, địa phương, cơ quan, tổ chức, đặc biệt là các cơ quan đại diện của Việt Nam tại nước ngoài để đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam tại nước ngoài; rà soát, đánh giá hiệu quả và có giải pháp phù hợp đối với việc tham dự các hội chợ du lịch, lễ hội du lịch trong nước, nhất là các hội chợ du lịch quốc tế; tập trung nguồn lực cho tổ chức hội chợ du lịch quốc tế trọng điểm;

b) Nghiên cứu, định hướng thị trường, xây dựng sản phẩm du lịch khai thác các đường bay trực tiếp tới các thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam;

c) Phối hợp với Bộ Giao thông vận tải tổ chức các hoạt động xúc tiến quảng bá điểm đến, giới thiệu sản phẩm du lịch khai thác đường bay trực tiếp từ thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam tại các chương trình hội nghị, hội thảo, hội chợ, chương trình phát động thị trường và các hoạt động truyền thông khác;

d) Phối hợp với Bộ Giao thông vận tải, các hãng hàng không trong đó có các hãng hàng không Việt Nam xây dựng, tổ chức các chương trình khảo sát điểm đến du lịch Việt Nam nhằm khai thác hiệu quả các đường bay trực tiếp từ các thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam.

6. Bộ Tài chính, Bộ Công an, Bộ Y tế xây dựng kế hoạch, bố trí điều động trang thiết bị, nguồn nhân lực để triển khai việc tiếp nhận, đón các chuyến bay quốc tế thường lệ, không thường lệ đến cảng hàng không quốc tế mới hoặc cảng hàng không nội địa được phép tiếp nhận chuyến bay quốc tế (nơi chưa bố trí đủ lực lượng hải quan, công an cửa khẩu, kiểm dịch) khi có thông báo của Bộ Giao thông vận tải.

7. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội xây dựng kế hoạch hoán đổi ngày đi làm trong các đợt nghỉ lễ, Tết hàng năm, báo cáo Thủ tướng Chính phủ quyết định trước 06 tháng so với thời điểm đợt nghỉ lễ, Tết.

8. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương nơi có cảng hàng không, sân bay xây dựng, công bố chính sách hỗ trợ các hãng hàng không khai thác đường bay mới đến địa phương mà không sử dụng nguồn ngân sách nhà nước như giảm giá cho thuê địa điểm, quảng bá chuyến bay mới trên các báo, truyền hình địa phương, hỗ trợ hoạt động quảng bá ngoài trời...

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

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 Tổng Bí thư;
- Văn phòng Quốc hội;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- VPCP: BTCN, các PCN, TGĐ Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, CN (2b).PC 120



Nguyễn Xuân Phúc