|  |  |
| --- | --- |
| **THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  Số: /QĐ-TTg | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  *Hà Nội, ngày tháng năm 2025* |

**Dự thảo 01**

**QUYẾT ĐỊNH**

**Phê duyệt Chương trình vươn ra thị trường quốc tế  
giai đoạn 2026-2035**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ**

*Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ số 63/2025/QH15 ngày 18 tháng 02 năm 2025 của Quốc hội;*

*Căn cứ Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;*

*Căn cứ Nghị quyết số 198/2025/QH15 ngày 17 tháng 5 năm 2025 của Quốc hội về một số cơ chế, chính sách đặc biệt phát triển kinh tế tư nhân;*

*Căn cứ Nghị quyết số 138/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;*

*Căn cứ Nghị quyết số 139/NQ-CP ngày 17 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 198/2025/QH15 ngày 17 tháng 5 năm 2025 của Quốc hội về một số cơ chế, chính sách đặc biệt phát triển kinh tế tư nhân;*

*Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương,*

**QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Ban hành kèm theo Quyết định này “Chương trình vươn ra thị trường quốc tế giai đoạn 2026-2035”.

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

**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 và Thủ trưởng các cơ quan có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận:***   * Ban Bí thư Trung ương Đảng; * Các Phó Thủ tướng Chính phủ; * Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ; * HĐND, UBND, Sở Công Thương; * VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, Công báo; * Lưu: VT, ĐMDN (2b). | **THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ**  **Phạm Minh Chính** |

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

**Chương trình vươn ra thị trường quốc tế  
giai đoạn 2026-2035**

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-TTg   
ngày  tháng  năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ)*

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Thực hiện Nghị quyết số 138/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân, Thủ tướng Chính phủ ban hành **“Chương trình vươn ra thị trường quốc tế giai đoạn 2026-2035”** (sau đây gọi là **Chương trình GoGlobal**) với các nội dung sau:

# I. Quan điểm và tầm nhìn

1. Đổi mới tư duy hội nhập toàn cầu một cách chủ động hơn để mở rộng không gian tăng trưởng kinh tế, đẩy mạnh sự hiện diện của Việt Nam ở nước ngoài trên tất cả các ngành, lĩnh vực như thương mại, đầu tư, tài chính, văn hóa, xã hội, du lịch, con người.

2. Xác định kinh tế tư nhân là lực lượng quan trọng dẫn dắt hội nhập, chủ động nâng cao sức cạnh tranh để tham gia kiến tạo và cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho thị trường quốc tế, hội nhập sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu; mở rộng xuất khẩu dịch vụ và gia tăng đầu tư ra nước ngoài.

3. Quốc tế hóa khu vực kinh tế tư nhân để hình thành các doanh nghiệp đa quốc gia có thương hiệu và năng lực cạnh tranh khu vực và toàn cầu; chuyển dịch từ thương hiệu quốc gia, doanh nghiệp gia công, lắp ráp xuất khẩu sang quốc gia xuất khẩu dựa trên các sản phẩm Make in Vietnam.

4. Hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân bản lĩnh, trí tuệ, am hiểu công nghệ, có tư duy toàn cầu, có năng lực thích ứng nhanh với biến động toàn cầu, tiếp thu tinh hoa quản trị tiên tiến, hiểu biết sâu sắc văn hóa, pháp luật và nhu cầu đặc thù của thị trường quốc tế là điều kiện tiên quyết để dẫn dắt doanh nghiệp tham gia sâu rộng vào thị trường khu vực và quốc tế.

5. Hoàn thiện môi trường kinh doanh và phát triển các thị trường nguồn lực tương thích với các nền kinh tế có sức cạnh tranh cao, tạo thuận lợi để kinh tế tư nhân tiếp cận đầy đủ, thuận lợi nguồn vốn, tài chính, tín dụng, đất đai, hạ tầng, nguồn nhân lực, khoa học công nghệ, thông tin… với chi phí hợp lý và phát triển hệ sinh thái đồng bộ, toàn diện hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế.

# II. Mục tiêu và lộ trình

## 1. Mục tiêu chung

Khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam gia tăng sự hiện diện ở nước ngoài một cách toàn diện, thực chất cả về quy mô và số lượng, hội nhập sâu rộng vào chuỗi giá trị toàn cầu, nâng cao giá trị thương hiệu quốc gia, doanh nghiệp, hàng hóa và dịch vụ Việt Nam trên thế giới.

## 2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2035

a) Xuất khẩu của khu vực kinh tế tư nhân tăng nhanh và bền vững, đóng góp chủ đạo vào tạo ra giá trị gia tăng xuất khẩu được tạo ra trong nước.

b) Đầu tư ra nước ngoài của khu vực kinh tế tư nhân được mở rộng để tiếp cận và khai thác hiệu quả các nguồn lực và thị trường chiến lược bên ngoài, tạo lập không gian phát triển mới và gia tăng vị thế kinh tế quốc tế của Việt Nam.

c) Hệ thống doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam được quốc tế hóa mạnh mẽ, có thương hiệu khu vực và toàn cầu với hai nguồn lực chiến lược là các doanh nghiệp lớn dẫn đầu (Leading Cooporations) có vai trò dẫn dắt chuỗi giá trị toàn cầu trong các ngành, lĩnh vực chiến lược mà Việt Nam có tiềm năng, lợi thế và các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiên phong (SMEs Fioneer) dẫn đầu trong các lĩnh vực, thị trường diện hẹp, có yếu tố đặc thù, có mô hình kinh doanh sáng tạo, có tiềm năng nhân rộng toàn cầu.

d) Hệ sinh thái hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế phát triển đồng bộ, cạnh tranh, vươn tầm quốc tế.

## 3. Lộ trình triển khai

|  |  |
| --- | --- |
| Giai đoạn **khởi động**  2026 - 2027 | * Hoàn thiện thể chế, xây dựng môi trường quốc tế hóa thuận lợi, tạo động lực cho doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế. * Phổ biến thông tin và thay đổi nhận thức cho doanh nghiệp về vươn ra thị trường quốc tế. * Hình thành và phát triển hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân vươn ra thị trường quốc tế. |
| Giai đoạn **vươn ra chiếm lĩnh** 2028-2030 | * Thiết kế và triển khai thí điểm các công cụ hỗ trợ doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế. * Phát triển các doanh nghiệp dẫn đầu vươn ra thị trường quốc tế. * Phát triển các doanh nghiệp tiên phong vươn ra thị trường quốc tế. |
| Giai đoạn **củng cố và mở rộng** 2031 - 2035 | * Mạng lưới, hệ sinh thái hỗ trợ và tư vấn doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế vận hành hiệu quả. * Các doanh nghiệp Việt Nam vươn ra thị trường quốc tế hiệu quả và hội nhập thành công vào chuỗi giá trị toàn cầu, tham gia sâu hơn vào các phân khúc có giá trị gia tăng cao. * Hệ thống thể chế, môi trường kinh doanh và các công cụ hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế được thiết lập, kiện toàn và vận hành hiệu quả. |

# III. Định hướng và trọng tâm ưu tiên

## Về thị trường, ngành và lĩnh vực chiến lược vươn ra thị trường quốc tế

### a) Phát triển chiến lược thị trường theo mô hình “sâu - rộng - đa phương thức”, vừa mở rộng sang các thị trường, hàng hóa và dịch vụ mới, vừa tăng độ thâm nhập và thị phần tại các thị trường trọng điểm thông qua hiện diện đầu tư, dịch vụ và thương hiệu. Trong đó:

- Với thị trường lân cận (Đông Nam Á, Đông Bắc Á): Tập trung hình thành trung tâm phân phối khu vực, kết nối chuỗi cung ứng, phát triển logistics lạnh và thương mại điện tử xuyên biên giới nhằm rút ngắn thời gian và chi phí giao hàng, củng cố vị thế Việt Nam trong chuỗi cung ứng và mạng lưới phân phối xuyên biên giới.

- Với các thị trường giá trị cao, tiêu chuẩn khắt khe (EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Úc…): Ưu tiên nâng chuẩn chất lượng và trách nhiệm môi trường, xã hội (ESG), số hóa truy xuất nguồn gốc, triển khai dịch vụ sau bán hàng, tăng cường đầu tư văn phòng nghiên cứu và phát triển ở nước ngoài (R&D), marketing xuất khẩu, đầu tư xây dựng và vận hành kho ngoại quan, trung tâm phân phối tại thị trường xuất khẩu và xây dựng mạng lưới đối tác bán lẻ để rút ngắn thời gian giao hàng, nắm bắt thị hiếu và củng cố thương hiệu.

- Với các thị trường tiềm năng (Trung Đông, Nam Á, châu Phi, Mỹ Latinh): Thực hiện chiến lược thâm nhập thị trường thông qua xuất khẩu và đầu tư vào các lĩnh vực mà Việt Nam có thế mạnh như nông nghiệp, công nghiệp khai khoáng, công nghiệp chế biến, chế tạo (dệt may, da giày), hậu cần logistics gắn với chủ động xây dựng kênh phân phối hàng Việt.

### b) Khuyến khích vươn ra thị trường quốc tế các ngành, lĩnh vực và sản phẩm chiến lược dựa trên lợi thế cạnh tranh, xu hướng tiêu dùng và khả năng tạo giá trị gia tăng cao và phù hợp với nhu cầu thị trường trong từng thời kỳ. Trong đó:

- Ưu tiên nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp tuần hoàn; xây dựng thương hiệu nông sản gắn với truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn quốc tế, chỉ dẫn địa lý và phát triển bền vững gắn với đảm bảo đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ ở thị trường nước ngoài; chủ động phát triển vùng nguyên liệu trong nước và đầu tư sang các thị trường giàu tài nguyên.

- Ưu tiên ngành công nghiệp chế biến, chế tạo công nghệ cao, công nghiệp công nghệ số và công nghệ thông tin, cơ khí chính xác, công nghiệp môi trường. Nâng cấp, phát triển đồng bộ chuỗi cung ứng công nghiệp trong nước để nâng cao năng lực sản xuất công nghiệp, từng bước chuyển từ gia công, lắp ráp sang sở hữu để phát triển thương hiệu Việt và tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

- Phát triển mạnh các ngành dịch vụ, đặc biệt là các dịch vụ số và các dịch vụ kết nối như logistics, thương mại điện tử, tài chính, du lịch và các dịch vụ phát triển kinh doanh; các ngành công nghiệp văn hóa có giá trị cao như phim ảnh, âm nhạc, ẩm thực, thời trang… gắn với xây dựng chiến dịch thương hiệu quốc gia hàng đầu về chất lượng, sáng tạo và bản sắc Việt, tạo cầu nối vững chắc cho hàng hóa, dịch vụ và đầu tư Việt Nam thâm nhập bền vững vào thị trường quốc tế.

c) Đảm bảo tiếp cận chủ động, linh hoạt, kịp thời điều chỉnh phù hợp những thay đổi nhu cầu về hàng hoá dịch vụ, phương thức tiêu dùng, kinh doanh trên thế giới do sự phát triển nhanh khoa học công nghệ và sự thay đổi trong quan hệ thương mại - đầu tư giữa các nền kinh tế. Có cơ chế khuyến khích doanh nghiệp tích cực chủ động, tìm kiếm cơ hội đặc biệt trong những ngành hàng, thị trường mới phát triển từ đổi mới sáng tạo, công nghệ mới, hoặc các lĩnh vực thuộc thế mạnh truyền thống của Việt Nam đáp ứng nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng toàn cầu như nông sản, lương thực thực phẩm có chất lượng, giá trị thương hiệu cao.

## 2. Về doanh nghiệp và doanh nhân vươn ra thị trường quốc tế

a) Phát triển một thế hệ doanh nghiệp, doanh nhân có năng lực hoạt động ở môi trường quốc tế là nhân tố quyết định hiệu quả vươn ra thế giới với các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ có sức cạnh tranh cao trên thị trường toàn cầu xây dựng; xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp Việt trên thị trường quốc tế gắn với bản sắc, giá trị của người Việt Nam, thương hiệu quốc gia Việt Nam.

### b) Tập trung phát triển hệ thống doanh nghiệp có cấu trúc quản trị hiện đại, minh bạch, tuân thủ chuẩn mực quốc tế về tài chính, quản trị rủi ro, ESG. Trong đó:

- Đối với các tập đoàn và doanh nghiệp lớn đã có thương hiệu trong nước: phát huy vai trò là doanh nghiệp dẫn đầu (Leading Corporations) thực hiện quốc tế hóa và dẫn dắt chuỗi cung ứng toàn cầu: Chủ động mở rộng hiện diện đầu tư, xây dựng trung tâm nghiên cứu và phát triển, marketing và phân phối tại các thị trường trọng điểm; tận dụng các công cụ mua bán và sáp nhập (M&A) để nhanh chóng chiếm lĩnh vị trí, tiếp cận công nghệ, dữ liệu và chuyên gia hàng đầu trong những ngành then chốt và dẫn dắt chuỗi giá trị toàn cầu.

- Đối với các doanh nghiệp quy mô vừa có năng lực công nghệ, quản trị tốt và khả năng chuyên sâu: Ưu tiên phát triển theo hướng doanh nghiệp tiên phong (Pioneer Champions) chiếm lĩnh các thị trường chuyên biệt trên phạm vi khu vực và toàn cầu; Tập trung làm chủ một phân khúc sản phẩm hoặc dịch vụ đặc thù, đạt trình độ quốc tế về chất lượng, đổi mới và thương hiệu, từ đó vươn lên vị trí quan trọng trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

- Đối với các doanh nghiệp nhỏ đột phá là doanh nghiệp start up, đổi mới sáng tạo: Định hướng ngay từ đầu mô hình kinh doanh có khả năng nhân rộng toàn cầu, tận dụng nền tảng số và hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, tăng cường kết nối quốc tế và tiếp cận nguồn vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm để mở rộng quy mô và chiếm lĩnh thị trường mới; liên kết với doanh nghiệp lớn để tham gia mạng lưới giá trị toàn cầu, qua đó dần hình thành năng lực cạnh tranh quốc tế.

### c) Hình thành lực lượng doanh nhân toàn cầu được đào tạo bài bản về chiến lược, quản trị, pháp luật và văn hóa quốc tế; có khả năng lãnh đạo, đổi mới sáng tạo và thích ứng nhanh với biến động toàn cầu: Tập trung hỗ trợ, đào tạo chuyên sâu cho cho lãnh đạo doanh nghiệp về kinh doanh quốc tế; cố vấn và huấn luyện cá nhân hóa cho lãnh đạo doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế; trao đổi doanh nhân quốc tế, thực tập quốc tế cho doanh nhân trong nước…

## 3. Về thể chế, chính sách và môi trường kinh doanh hỗ trợ doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế

### a) Tạo lập môi trường kinh doanh quốc tế đồng bộ, thông suốt thông qua xây dựng và nâng cấp hệ thống hợp tác quốc tế theo hướng đa tầng, kết hợp hài hòa giữa song phương, đa phương, tiểu vùng và các cơ chế liên minh chuyên ngành.

- Triển khai hiệu quả các FTA, các quan hệ đối tác chiến lược, đối tác hợp tác toàn diện giữa Việt Nam và các đối tác; đàm phán, nâng cấp các hiệp định thương mại và đầu tư với đối tác chiến lược; các thị trường mới, tiềm năng.

- Chủ động tham gia sâu và định hình sáng kiến trong WTO, OECD, WEF, ASEAN, RCEP, APEC... nhằm bảo vệ lợi ích quốc gia trong tiến trình tái cấu trúc thương mại toàn cầu, phát huy vai trò của Việt Nam trong xây dựng, định hình các thể chế kinh tế đa phương và đối với các vấn đề mới nổi như tái cấu trúc chuỗi cung ứng, dịch chuyển thương mại và đầu tư quốc tế, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh.

- Chủ động tham gia các liên minh quốc tế về tín dụng xuất khẩu, đầu tư nhằm tăng cường hợp tác, tiếp nhận kinh nghiệm quốc tế, mở rộng năng lực bảo lãnh, bảo hiểm và hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đầu tư, xuất khẩu ra nước ngoài nhanh, an toàn và hiệu quả hơn; thúc đẩy công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn, dữ liệu, thương mại số, nghề nghiệp, hình thành hành lang pháp lý, kỹ thuật cho hàng hóa, dịch vụ và nhân lực Việt Nam vươn ra thị trường quốc tế.

- Phát huy vai trò của hệ thống các cơ quan đại diện ở nước ngoài (đại sứ quán, lãnh sự quán, thương vụ, trung tâm xúc tiến, các cơ quan đại diện về đầu tư, nông nghiệp, khoa học và công nghệ…) như “một trung tâm một cửa” của Việt Nam ở nước ngoài, vừa là cơ quan ngoại giao, vừa là trung tâm dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp thông tin thị trường, tư vấn pháp lý và xử lý tranh chấp thương mại, hỗ trợ bảo hộ sở hữu trí tuệ, kết nối đối tác, xúc tiến đầu tư, xúc tiến xuất khẩu...

### b) Cải thiện môi trường kinh doanh trong nước đạt chuẩn quốc tế thông qua xây dựng và đồng bộ hóa các công cụ hỗ trợ, tạo thuận lợi cho kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế.

- Xây dựng khung pháp lý đồng bộ cho doanh nghiệp đầu tư và kinh doanh quốc tế; thiết lập cơ chế “một cửa số” cho thủ tục đầu tư, xuất nhập khẩu và các hoạt động xuyên biên giới; phát triển cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) cho mô hình kinh doanh toàn cầu mới như thương mại điện tử xuyên biên giới, thanh toán số qua biên giới, logistics xuyên biên giới; xử lý tranh chấp trên môi trường số; hoàn thiện môi trường pháp lý về giải quyết tranh chấp, trọng tài phù hợp với chuẩn mực và thông lệ quốc tế.

- Phát triển các công cụ tín dụng ưu đãi, bảo hiểm tín dụng xuất khẩu, bảo lãnh đầu tư ra nước ngoài; xây dựng cơ chế khuyến khích hình thành các quỹ đầu tư với nhiều thành phần tham gia; áp dụng chính sách ưu đãi thuế cho R&D và đổi mới sáng tạo, tạo nền tảng tài chính bền vững cho doanh nghiệp hội nhập.

- Xây dựng các trung tâm logistics hiện đại, kho ngoại quan, logistics lạnh; triển khai hải quan số; chuẩn hóa hệ thống truy xuất nguồn gốc và thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới, bảo đảm dòng chảy hàng hóa và dịch vụ thông suốt.

### c) Xây dựng hệ sinh thái trong và ngoài nước đồng bộ để hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế, bao gồm hỗ trợ tiếp cận nguồn lực tài chính, bảo hiểm rủi ro, thông tin thị trường, tận dụng hiệu quả FTA và các hiệp định quốc tế, cùng với ngoại giao kinh tế, văn hóa và phát huy vai trong của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và doanh nhân mở rộng hiện diện bền vững ở thị trường quốc tế.

# IV. Các nhiệm vụ và giải pháp cụ thể

## 1. Xây dựng nền tảng nhận thức và năng lực vươn ra thị trường quốc tế

### - Phổ biến và thay đổi nhận thức cho doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế.

### - Đào tạo và tư vấn hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu vươn ra thị trường quốc tế.

### - Đào tạo và nâng cao năng lực, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ làm công tác hội nhập, đặc biệt là cán bộ công tác trong các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài đáp ứng yêu cầu vươn ra thị trường quốc tế.

## 2. Thí điểm và mở đường cho kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế

### - Thí điểm hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư ra nước ngoài.

### - Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và xuất khẩu trong một số ngành, lĩnh vực có tiềm năng.

### - Hỗ trợ các doanh nghiệp số và chuyển đổi số hoạt động vươn ra thị trường quốc tế của doanh nghiệp.

## 3. Phát triển lực lượng tiên phong vươn ra thị trường quốc tế

### - Hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp dẫn đầu của Việt Nam tại thị trường nước ngoài;

### - Hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiên phong của Việt Nam tại thị trường nước ngoài.

### - Hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và các doanh nghiệp sẵn sàng vươn ra thị trường quốc tế.

- Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa đáp ứng các yêu cầu về ESG trong thương mại quốc tế (các quy định, tiêu chuẩn về môi trường, phát thải các bon thấp, kinh tế tuần hoàn…).

## 4. Hình thành và phát triển đồng bộ hệ sinh thái hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế

- Xây dựng mạng các tổ chức, các chuyên gia cao cấp, đối tác chiến lược quốc tế và trong nước hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế và hệ sinh thái các tổ chức cung cấp dịch vụ vươn ra thị trường quốc tế về tài chính, tín dụng, khoa học - công nghệ, chuyển đổi số, xúc tiến xuất khẩu và đầu tư ra nước ngoài, logistics xuất khẩu, pháp lý và xử lý tranh chấp trong kinh doanh quốc tế, tiêu chuẩn và chứng nhận chất lượng quốc tế….

- Đào tạo và xây dựng đội ngũ chuyên gia tư vấn vươn ra thị trường quốc tế cho doanh nghiệp.

- Tạo lập cơ chế phối hợp công tư trong xây dựng và thực thi các chính sách hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế; tổ chức Diễn đàn vươn ra thị trường quốc tế (Vietnam GoGlobal Forum) và các diễn đàn kết nối doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế.

## 5. Xây dựng môi trường quốc tế hóa thuận lợi, tạo động lực, cung cấp định hướng, tầm nhìn dài hạn và niềm tin cho kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế cùng với hệ thống dịch vụ công hiện đại, minh bạch

- Xây dựng và triển khai đồng bộ các chiến lược, kế hoạch về tham gia các tổ chức, liên minh quốc tế, ký kết các khung khổ hợp tác quốc tế về thương mại, đầu tư, tài chính, ngân hàng…

- Xây dựng và triển khai các chiến lược, kế hoạch, đề án, chương trình về phát triển xuất khẩu, đầu tư ra nước ngoài, tài chính, văn hóa, du lịch, xúc tiến xuất khẩu và đầu tư ra nước ngoài; phát triển thương hiệu của Việt Nam ở nước ngoài, nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ logistics xuất khẩu; phát triển nguồn nhân lực quốc tế; phát triển doanh nghiệp và doanh nhân toàn cầu.

- Xây dựng và triển khai các đề án về tái cơ cấu, nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài; tăng cường viện trợ ODA ra nước ngoài…; Xây dựng, kiện toàn hệ thống tư vấn và hỗ trợ xử lý tranh chấp cho doanh nghiệp tại nước ngoài và giao dịch với nước ngoài.

- Xây dựng và vận hành đồng bộ hệ thống cung cấp dịch vụ công 1 cửa cho doanh nghiệp, đảm bảo chuyên nghiệp, hiệu quả và minh bạch (về đầu tư ra nước ngoài, xử lý thông quan, tiếp cận các hỗ trợ, ưu đãi về tài chính, tín dụng, hỗ trợ doanh nghiệp ở nước ngoài...).

## 6. Thiết kế và thí điểm các công cụ hỗ trợ, ưu đãi để tạo thuận lợi và chia sẻ rủi ro cho kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế

### - Rà soát điều chỉnh các chính sách liên quan để khuyến khích doanh nghiệp tư nhân đầu tư ra nước ngoài; quản lý tài chính đối với các hoạt động đầu tư ra nước ngoài của doanh nghiệp Việt Nam; khuyến khích các ngân hàng Việt Nam hoạt động tại nước ngoài; bổ sung, nâng cấp các ưu đãi về đầu tư, tài chính, tín dụng, đất đai, xúc tiến xuất khẩu và đầu tư ra nước ngoài, logistics xuất khẩu, khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo, phát triển nguồn nhân lực, văn hóa, phát triển doanh nghiệp, doanh nhân...

### - Tháo gỡ các vướng mắc, thúc đẩy môi trường thuận lợi nhất cho doanh nghiệp tư nhân đầu tư ra nước ngoài; tư vấn và hỗ trợ xử lý tranh chấp cho doanh nghiệp tại nước ngoài và giao dịch với nước ngoài; Đơn giản hóa các yêu cầu, trình tự thủ tục cấp phép đầu tư ra nước ngoài, phê duyệt tín dụng đầu tư ra nước ngoài, tín dụng xuất nhập khẩu, xuất khẩu lao động…); thí điểm cơ chế một cửa về thủ tục đầu tư ra nước ngoài;

### - Thí điểm thành lập các tổ chức tài chính như Quỹ bảo lãnh đầu tư ra nước ngoài (GoGlobal Fund), Cơ quan cung cấp tín dụng xuất khẩu và đầu tư ra nước ngoài (Export Credit ).

## 7. Nâng cấp và đồng bộ hóa hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân vươn ra thị trường quốc tế

- Xây dựng hệ thống thông tin và và cơ sở dữ liệu về Chương trình GoGlobal, bao gồm Cổng thông tin quốc gia về Chương trình GoGlobal (GoGlobal Portal) trên cơ sở tích hợp với hệ thống cơ sở dữ liệu hiện có.

- Cung cấp các hệ thống thông tin cập nhật, các báo cáo định kỳ và chuyên sâu về các hoạt động trong khuôn khổ Chương trình GoGlobal.

## 8. Các nhiệm vụ ưu tiên chiến lược và có hạn trình

*Nội dung chi tiết tại Phụ lục I và II.*

# V. PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ VÀ Tổ chức thực hiện

**1. Các bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, thành phố**

a) Xây dựng kế hoạch thực hiện Chương trình GoGlobal trên cơ sở rà soát, thống nhất và đồng bộ với các chương trình, kế hoạch liên quan đến hỗ trợ phát triển kinh tế tư nhân do cơ quan được giao làm đầu mối để đảm bảo thống nhất, hiệu quả trong sử dụng nguồn lực phát triển.

b) Ưu tiên bố trí đầy đủ nguồn lực tài chính và nhân lực để thực hiện; thường xuyên kiểm tra, đôn đốc, giám sát, bảo đảm thực hiện đúng tiến độ, chất lượng các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp trong Chương trình GoGlobal. Định kỳ hằng năm báo cáo tình hình thực hiện Chương trình GoGlobal gửi Bộ Công Thương tổng hợp, báo cáo Chính phủ.

c) Triển khai thực hiện, đảm bảo chất lượng, tiến độ đối với các nhiệm vụ cụ thể được phân công tại Phụ lục I và Phụ lục II.

d) Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu thấy cần sửa đổi, bổ sung những nội dung cụ thể thuộc Chương trình GoGlobal, các bộ, ngành, địa phương chủ động đề xuất gửi Bộ Công Thương để tổng hợp và báo cáo Chính phủ xem xét, quyết định.

**2. Bộ Công Thương**

a) Thực hiện chức năng là Cơ quan đầu mối của Chính phủ thực hiện Chương trình GoGlobal; chịu trách nhiệm chủ trì phối hợp với các Bộ, ngành, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các cơ quan liên quan ở cấp trung ương và địa phương tổ chức triển khai Chương trình GoGlobal.

b) Thiết lập Văn phòng Chương trình GoGlobal trực thuộc Bộ Công Thương để thực hiện chức năng tham mưu, giúp việc Bộ Công Thương triển khai thực hiện Chương trình GoGlobal. Hướng dẫn, theo dõi, giám sát và đánh giá kết quả triển khai thực hiện Chương trình GoGlobal.

c) Xây dựng bộ chỉ số đo lường và giám sát thực hiện Chương trình GoGlobal để cụ thể hóa các mục tiêu thực hiện Chương trình GoGlobal trên cơ sở tham khảo thông lệ quốc tế và điều kiện thực tế của Việt Nam (chẳng hạn như quy mô và tỷ trọng xuất khẩu và đầu tư ra nước ngoài của kinh tế tư nhân; giá trị gia tăng trong nước được tạo ra từ xuất khẩu khu vực kinh tế tư nhân; mức độ tham gia và xuất khẩu theo chuỗi giá trị toàn cầu của kinh tế tư nhân; số lượng và quy mô doanh nghiệp dẫn đầu, doanh nghiệp vừa và nhỏ tiên phong; giá trị thương hiệu quốc gia, doanh nghiệp…).

**3. Bộ Tài chính**

Căn cứ khả năng cân đối ngân sách trung ương và nhiệm vụ được cấp có thẩm quyền phê duyệt, trên cơ sở đề xuất của các Bộ, cơ quan trung ương được giao thực hiện các nhiệm vụ của Chương trình GoGlobal, tổng hợp trình cấp có thẩm quyền cân đối, bố trí kinh phí thường xuyên thực hiện Chương trình GoGlobal theo quy định pháp luật về ngân sách nhà nước./.

**Phụ lục I  
DANH MỤC NHIỆM VỤ ƯU TIÊN TRIỂN KHAI**

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-TTg ngày tháng năm 2025  
của Thủ tướng Chính phủ)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tt** | **Nhiệm vụ** | **Nội dung thực hiện** |
| **I** | **Trụ cột 1: Xây dựng nền tảng nhận thức và năng lực vươn ra thị trường quốc tế** | |
| ***1*** | ***Chương trình 01: Phổ biến và thay đổi nhận thức về vươn ra thị trường quốc tế*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam về yêu cầu, lợi ích và rủi ro khi quốc tế hóa hoạt động kinh doanh; tối thiểu 70% doanh nghiệp tham gia đánh giá có thay đổi tích cực về tư duy toàn cầu; 10.000 doanh nghiệp được tiếp cận thông tin về Chương trình GoGlobal; 100% đội ngũ cán bộ làm công tác hội nhập tại các Bộ ngành, địa phương được tiếp cận thông tin về Chương trình GoGlobal.  (2) Trang bị kiến thức nền tảng về pháp luật, thị trường, quản trị toàn cầu, chuyển đổi số và phát triển bền vững về Chương trình GoGlobal; kỹ năng và phương pháp xây dựng chiến lược, kế hoạch vươn ra thị trường quốc tế; Tạo nền tảng tri thức và cộng đồng thực hành Chương trình GoGlobal, làm cơ sở cho các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal.  (3) Nâng cao nhận thức, trang bị kiến thức, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ làm công tác hội nhập quốc tế; đặc biệt là đội ngũ cán bộ làm việc tại các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài (đại sứ quán, các tham tán về thương mại, đầu tư, tư pháp, văn hoá, khoc học công nghệ…, các trung tâm, văn phòng xúc tiến thương mại ở nước ngoài về Chương trình GoGlobal.  (4) Hình thành cộng đồng doanh nghiệp tiên phong, có tư duy toàn cầu, sẵn sàng tham gia Chương trình GoGlobal của Chính phủ; mạng lưới đội ngũ cán bộ làm việc ở các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài được kết nối, nhận thức đầy đủ về Chương trình GoGlobal và có năng lực hỗ trợ hiệu quả cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài. |
| b | Đối tượng | (1) Doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp có tiềm năng tăng trưởng, có mô hình kinh doanh toàn cầu.  (2) Doanh nghiệp tư nhân lớn đang chuẩn bị chiến lược đầu tư hoặc mở rộng thị trường quốc tế.  (3) Các hiệp hội ngành hàng, tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp.  (4) Đội ngũ cán bộ làm công tác hội nhập quốc tế tại các Bộ, ngành và địa phương. |
| c | Các hoạt động chính | (1) Đào tạo: Các khóa huấn luyện ngắn hạn và chuyên sâu về đầu tư quốc tế, quản trị toàn cầu, luật thương mại quốc tế, đàm phán, tiêu chuẩn, xuất xứ, ESG, công nghệ, văn hóa doanh nghiệp, quản trị dữ liệu theo các chuẩn mực quốc tế…  (2) Chương trình truyền thông - nâng cao nhận thức: Tổ chức hội thảo, tọa đàm, chuyên mục trên báo chí và truyền hình, truyền thông, mạng xã hội… nâng cao hình ảnh về Chương trình GoGlobal trong cộng đồng doanh nghiệp.  (3) Xây dựng mạng lưới chuyên gia, cố vấn và cộng đồng thực hành; Kết nối chuyên gia quốc tế, huy động chuyên gia từ các tổ chức quốc tế và doanh nghiệp kiều bào tại các thị trường trọng điểm.  (4) Tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn và chuyên sâu cho cán bộ làm công tác hội nhập và cán bộ làm việc ở các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài về kỹ năng, kinh nghiệm làm công tác hội nhập; hỗ trợ, kết nối kinh tế tư nhân Việt Nam kinh doanh ở nước ngoài (các kỹ năng về đàm phán, hỗ trợ kết nối doanh nghiệp, tổ chức các sự kiện kết nối quốc tế…).  (5) Hợp tác với các tổ chức phát triển quốc tế xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo ở nước ngoài, kết hợp với khảo sát thực tế và kết nối mạng lưới các cơ quan, tổ chức ở nước ngoài để hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế; xây dựng cẩm nang hướng dẫn công tác kết nối (doanh nghiệp, hàng hóa, chuyên gia, thương hiệu, nhà đầu tư).  (6) Hình thành cơ chế thường xuyên đúc kết, cập nhật kiến thức, kinh nghiệm thực tế về vươn ra thị trường toàn cầu, làm nền tảng cho các hoạt động nâng cao nhận thức và năng lực. |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyền được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| ***2*** | ***Chương trình 02: Đào tạo và tư vấn doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực, đáp ứng yêu cầu vươn ra thị trường quốc tế*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Trang bị kiến thức và kỹ năng quản trị quốc tế cho doanh nghiệp Việt Nam. 10.000 nhà quản lý và chuyên gia được đào tạo bài bản về Chương trình GoGlobal.  (2) Tạo mạng lưới chuyên gia tư vấn trong và ngoài nước hỗ trợ doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế. Hình thành mạng lưới tư vấn và cố vấn Chương trình GoGlobal Việt Nam, làm nền tảng cho giai đoạn nhân rộng sau 2030.  (3) Đào tạo ít nhất 10.000 nhà quản lý, chuyên gia và nhân sự doanh nghiệp có năng lực triển khai hoạt động đầu tư và kinh doanh toàn cầu; 100 doanh nghiệp được tư vấn và có kế hoạch vươn ra thị trường quốc tế; 50 thành công điển hình được tổng kết và phổ biến. |
| b | Đối tượng | (1) Doanh nghiệp tư nhân vừa và nhỏ (SMEs) có tiềm năng phát triển quốc tế.  (2) Doanh nghiệp tư nhân lớn đang triển khai hoặc chuẩn bị chiến lược vươn ra thị trường quốc tế.  (3) Các hiệp hội ngành hàng, tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp. |
| c | Các hoạt động chính | (1) Đào tạo chuyên sâu: Quản trị chiến lược toàn cầu, pháp luật quốc tế, đàm phán và hợp đồng quốc tế; Công nghệ và kỹ thuật, quản lý chuỗi cung ứng toàn cầu, logistics và thương mại điện tử xuyên biên giới; tiêu chuẩn, xuất xứ, ESG, phát triển bền vững, xử lý tranh chấp, chuyển đổi số và quản trị dữ liệu trong kinh doanh quốc tế.  (2) Tư vấn chuyên sâu: Mỗi năm lựa chọn ít nhất 50 doanh nghiệp để tư vấn xây dựng Kế hoạch vươn ra thị trường quốc tế (xuất khẩu, đầu tư) riêng biệt theo ngành hàng và thị trường (đầu tư ra nước ngoài; phân phối, bán hàng ra thị trường quốc tế; tiếp thị và xây dựng thương hiệu quốc tế; xây dựng và phát triển dịch vụ sau bán hàng trên thị trường quốc tế; xây dựng và phát triển dịch vụ hậu cần logistics xuất khẩu và quản lý chuỗi cung ứng xuất khẩu; xử lý các tranh chấp trong thương mại quốc tế; nghiên cứu và phát triển sản phẩm, thiết kế mẫu mã, sản phẩm phục vụ thị trường quốc tế, mua bán và sáp nhập…). Hỗ trợ phân tích thị trường mục tiêu, chiến lược tiếp cận, rủi ro và cơ chế bảo hộ, xác định mục tiêu, lộ trình và nguồn lực, song hành thực hiện cùng doanh nghiệp, điều chỉnh, đánh giá kết quả và chia sẻ kinh nghiệm.  (3) Chương trình cố vấn (mentoring): Kết nối doanh nghiệp với chuyên gia quốc tế, kiều bào, và các doanh nghiệp dẫn đầu để chia sẻ kinh nghiệm.  (4) Xây dựng và vận hành Mạng lưới tri thức Chương trình GoGlobal: Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu, các trường hợp điển hình về thành công, thất bại của doanh nghiệp Việt Nam và quốc , kết nối với Cổng thông tin Chương trình GoGlobal (GoGlobal Portal). |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| **II** | **Trụ cột 2: Thí điểm và mở đường cho kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | |
| ***1*** | ***Chương trình 01: Hỗ trợ thí điểm doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Hỗ trợ một nhóm doanh nghiệp tiêu biểu, có năng lực thị trường, tài chính và chiến lược quốc tế hóa. Ít nhất 15-20 doanh nghiệpViệt Nam được thí điểm hỗ trợ đầu tư ra nước ngoài.  (2) Thí điểm cơ chế hỗ trợ toàn diện (thông tin, tài chính, pháp lý, xúc tiến xuất khẩu, đầu tư ra nước ngoài) nhằm đánh giá hiệu quả và đề xuất nhân rộng.  (3)Tăng cường hiện diện thương mại, công nghiệp, dịch vụ của Việt Nam tại các thị trường trọng điểm (ASEAN, Đông Á, Hoa Kỳ, EU), góp phần nâng cao hình ảnh và thương hiệu quốc gia “Việt Nam Toàn cầu”. |
| b | Đối tượng | (1) Doanh nghiệp tư nhân Việt Nam có quy mô vừa và lớn, hoạt động trong các lĩnh vực: chế biến, chế tạo, nông sản, thực phẩm, dịch vụ logistics, công nghệ thông tin, bán lẻ, năng lượng tái tạo, dịch vụ chuyên nghiệp.  (2) Ưu tiên doanh nghiệp có kinh nghiệm với các chuỗi cung ứng quốc tế, kế hoạch đầu tư bài bản, cam kết về quản trị minh bạch, và định hướng phát triển bền vững. |
| c | Các hoạt động chính | (1) Nghiên cứu và cung cấp thông tin thị trường quốc tế: môi trường đầu tư kinh doanh, pháp lý, thuế quan, rủi ro đầu tư ; chiến lược, định hướng phát triển, thu hút đầu tư ; nhu cầu và thói quen tiêu dùng của khách hàng.  (2) Hỗ trợ, tư vấn lựa chọn hình thức đầu tư phù hợp: hợp đồng hợp tác kinh doanh (BOT, PPP, BCC, BTO…), thành lập công ty, văn phòng đại diện, liên doanh với công ty địa phương hoặc công ty quốc tế; thành lập chi nhánh, nhượng quyền, hợp đồng cấp phép; mua bán và sáp nhập; góp vốn, mua cổ phần.  (3) Hỗ trợ pháp lý và tư vấn: tư vấn đàm phán, hợp đồng, sở hữu trí tuệ, tuân thủ pháp luật sở tại; giải quyết tranh chấp…  (4) Hỗ trợ tài chính, bảo hiểm đầu tư: thí điểm quỹ bảo lãnh tín dụng hoặc đồng tài trợ cùng ngân hàng thương mại.  (5) Xúc tiến và đầu tư: tổ chức đoàn công tác, xúc tiến trực tiếp tại các thị trường trọng điểm, làm việc trực tiếp với các nhóm đối tác liên quan; các đoàn công tác cấp cao của Chính phủ…  (6) Đào tạo và nâng cao năng lực: tập huấn nâng cao về công nghệ kỹ thuật, marketing, quản trị quốc tế, tiêu chuẩn ESG, chuyển đổi số toàn cầu. |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Tài chính: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| d | Ngân sách | Ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức quốc tế, đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác |
| ***2*** | ***Chương trình 02: Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và xuất khẩu trong một số ngành, lĩnh vực có tiềm năng và giá trị gia tăng cao*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Lựa chọn 5–7 ngành hàng ưu tiên để phát triển chuỗi giá trị xuất khẩu cao cấp: Nông sản, thực phẩm chế biến: cà phê đặc sản, gạo hữu cơ, hồ tiêu, trái cây nhiệt đới (sầu riêng, xoài, thanh long), thủy sản chế biến sâu; Dệt may - Da giày: thời trang bền vững, thiết kế cao cấp, sản phẩm có chứng chỉ xanh; Công nghiệp chế biến chế tạo: linh kiện điện tử, linh kiện cơ khí chính xác, hệ thống tự động hóa; Năng lượng và vật liệu mới: pin, năng lượng sạch, công nghệ tái chế; công nghiệp số và phần mềm;  (2) Hỗ trợ 100 doanh nghiệp tham gia sâu vào chuỗi giá trị từ nghiên cứu thiết kế, sản xuất đến phân phối quốc tế. Gia tăng tỷ lệ sản phẩm Việt Nam xuất khẩu sang phân khúc cao cấp tại các thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc.  (3) Hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân Việt Nam tham gia xuất khẩu chuyển dịch từ “xuất khẩu nguyên liệu sang xuất khẩu thương hiệu”, góp phần xây dựng, quảng bá thương hiệu sản phẩm, doanh nghiệp và quốc gia.  (4) Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa kết nối với các doanh nghiệp dẫn đầu chuỗi (bao gồm cả doanh nghiệp FDI). |
| b | Đối tượng | (1) Doanh nghiệp tư nhân vừa và nhỏ trong các ngành ưu tiên có tiềm năng nâng cấp chuỗi giá trị.  (2) Các doanh nghiệp dẫn đầu trong ngành có khả năng dẫn dắt chuỗi. |
| c | Các hoạt động chính | (1) Phát triển thượng nguồn: Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cấp vùng nguyên liệu đạt chuẩn quốc tế (GlobalGAP, ASC, FSC); Hỗ trợ đổi mới công nghệ sản xuất xanh, tiết kiệm năng lượng; Kết nối doanh nghiệp với viện nghiên cứu, trường đại học để phát triển sản phẩm mới.  (2) Phát triển hạ nguồn: Hỗ trợ thiết kế, phát triển thương hiệu quốc tế, bao bì cao cấp; Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các chuỗi phân phối cao cấp (siêu thị, sàn giao dịch quốc tế); Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Vietnam Pavilion tại các hội chợ chuyên ngành cấp cao.  (3) Hỗ trợ tiêu chuẩn, chứng nhận: Hỗ trợ chi phí chứng nhận quốc tế; Tư vấn pháp lý thương mại quốc tế, phòng vệ thương mại; Cơ chế tín dụng ưu đãi và quỹ bảo lãnh xuất khẩu giá trị gia tăng.  (4) Hỗ trợ định vị tại phân khúc cao cấp: Hỗ trợ tiếp cận khách hàng đúng phân khúc, quảng bá và định vị thương hiệu; đầu tư thiết lập kênh phân phối ở nước ngoài, xây dựng trung tâm R&D, và tiếp cận công nghệ nguồn ở nước ngoài.  (5) Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trở thành nhà cung ứng cho các doanh nghiệp dẫn đầu (bao gồm cả doanh nghiệp FDI): Xây dựng và phát triển mạng lưới các nhà cung cấp trong nước, danh mục thiết bị, linh phụ kiện đầu vào, sản phẩm xuất khẩu có thể sản xuất trong nước phù hợp với yêu cầu của các doanh nghiệp dẫn đầu chuỗi; Thiết lập các kênh liên lạc, trao đổi thông tin để tăng cường phát triển mạng lưới đối tác, chia sẻ các thông tin về nhu cầu mua hàng; hỗ trợ nâng cao năng lực cho các nhà cung cấp trong nước. |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| d | Ngân sách | Ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức quốc tế, đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác |
| **III** | **Trụ cột 3: Phát triển lực lượng doanh nghiệp tiên phong vươn ra thị trường quốc tế** | |
| ***1*** | ***Chương trình 01: Phát triển các doanh nghiệp dẫn đầu của Việt Nam tại thị trường nước ngoài*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Phát triển khoảng 20 doanh nghiệp dẫn đầu có hoạt động vững mạnh tại thị trường nước ngoài trong các ngành mũi nhọn, chiến lược có sức lan tỏa đến chuỗi cung ứng.  (2) Gia tăng giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam thông qua các tập đoàn đầu tư quốc tế. |
| b | Đối tượng | (1) Các tập đoàn, doanh nghiệp lớn của Việt Nam có chiến lược mở rộng toàn cầu. Ít nhất 10 khu công nghiệp, trung tâm phân phối của doanh nghiệp Việt Nam hình thành ở nước ngoài.  (2) Một số doanh nghiệp tư nhân quy mô vừa nhưng có tiềm năng trở thành các doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực ngách. Khoảng 20 doanh nghiệp Việt Nam trở thành doanh nghiệp dẫn đầu có hoạt động vững mạnh tại thị trường quốc tế.  (3) Các ngành, lĩnh vực ưu tiên: Công nghiệp chế tạo: cơ khí, ô tô, linh kiện; Công nghệ thông tin, dịch vụ số; Nông sản, thực phẩm chế biến; Bán lẻ và thương mại điện tử; Logistics và hạ tầng; Năng lượng tái tạo, vật liệu mới. |
| c | Các hoạt động chính | (1) Xây dựng mô hình “Doanh nghiệp tiên phong vươn ra thị trường quốc tế”, phát hiện và lựa chọn doanh nghiệp tiềm năng: xây dựng tiêu chí doanh nghiệp dẫn đầu Việt Nam, tổ chức bình chọn hàng năm.  (2) Chiến lược quốc tế hóa cho các doanh nghiệp dẫn: Xây dựng lộ trình vươn ra thị trường quốc tế (GoGlobal Roadmap) cho từng doanh nghiệp tham gia chương trình; Hỗ trợ nghiên cứu thị trường, thẩm định dự án đầu tư; Hỗ trợ kết nối và phát triển tại thị trưởng mục tiêu.  (3) Hỗ trợ tài chính và đầu tư: Cơ chế ưu đãi thuế, tín dụng ưu tiên cho dự án đầu tư ra nước ngoài; Cơ chế bảo hiểm rủi ro đầu tư tại thị trường mục tiêu.  (4) Hỗ trợ đổi mới công nghệ: kết nối với viện nghiên cứu quốc tế, chuyển giao công nghệ, hỗ trợ mua công nghệ, bí quyết, hỗ trợ mua lại các công ty nước ngoài...  (5) Ngoại giao kinh tế: Chính phủ đàm phán để hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đầu tư, vận hành các khu công nghiệp, trung tâm phân phối, trung tâm thương mại, cụm công nghiệp – thương mại – dịch vụ… tại các thị trường tiềm năng (ASEAN, châu Phi, Mỹ Latinh…); Kết nối doanh nghiệp dẫn đầu của Việt Nam với doanh nghiệp dẫn đầu của nước sở tại để tạo liên minh chiến lược.  (6) Phát triển chuỗi cung ứng toàn cầu: Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tham gia chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp dẫn đầu.  (7) Xây dựng thương hiệu quốc tế: Chiến dịch truyền thông thương hiệu quốc gia “Vietnam Global Champions”; Hỗ trợ đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ, thương hiệu quốc tế.  (8) Đào tạo và phát triển nhân lực quốc tế: Đào tạo quản trị cấp cao về chiến lược toàn cầu cho lãnh đạo của các doanh nghiệp dẫn đầu, Xây dựng mạng lưới nhân lực Việt Nam ở nước ngoài. |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| d | Ngân sách | Ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức quốc tế, đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác |
| ***2*** | ***Chương trình 02: Phát triển các doanh nghiệp tiên phong của Việt Nam tại thị trường nước ngoài*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Xác định và hỗ trợ phát triển 50 doanh nghiệp tiềm năng có thể trở thành các doanh nghiệp tiên phong Việt Nam.  (2) Hỗ trợ 30 doanh nghiệp đạt vị thế tiên phong tại một hoặc nhiều thị trường ngách quốc tế đến năm 2030.  (3) Đưa Việt Nam trở thành điểm đến của những sản phẩm, dịch vụ “ngách toàn cầu”, tăng cường sức mạnh mềm và giá trị thương hiệu quốc gia; Đóng góp trực tiếp vào xuất khẩu, đầu tư ra nước ngoài và gia tăng thương hiệu quốc gia. |
| b | Đối tượng | (1) Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có lợi thế công nghệ, sáng tạo, hoặc sản phẩm chuyên biệt.  (2) Doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.  (3) Ngành, lĩnh vực ưu tiên:Công nghệ thông tin và phần mềm chuyên biệt (an ninh mạng, AI cho y tế, Fintech…); Công nghiệp hỗ trợ (cơ khí chính xác, linh kiện điện tử, robot công nghiệp, hệ thống tự động hóa...); Nông sản và thực phẩm đặc sản (cà phê đặc sản, hồ tiêu và cây gia vị, sầu riêng, yến sào, cá tra chế biến sâu, chanh leo…);Năng lượng sạch và môi trường (công nghệ tái chế, pin năng lượng, giải pháp tiết kiệm năng lượng...). |
| c | Các hoạt động chính | (1) Chương trình phát hiện và lựa chọn doanh nghiệp tiềm năng: xây dựng tiêu chí doanh nghiệp tiên phong Việt Nam, tổ chức bình chọn hàng năm.  (2) Đào tạo và huấn luyện chuyên sâu: chương trình “CEO toàn cầu” cho lãnh đạo doanh nghiệp; đào tạo quản trị chiến lược, sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn quốc tế.  (3) Hỗ trợ đổi mới công nghệ và R&D: hỗ trợ kinh phí đăng ký sáng chế quốc tế, kết nối doanh nghiệp với viện nghiên cứu, trường đại học; hỗ trợ mua công nghệ, bí quyết; hỗ trợ mua bán và sáp nhập với công ty quốc tế.  (4) Xúc tiến xuất khẩu và đầu tư ngách: hỗ trợ tham gia hội chợ chuyên ngành quốc tế, kết nối B2B với đối tác toàn cầu.  (5) Hỗ trợ pháp lý và tài chính: tư vấn pháp luật quốc tế, cơ chế bảo lãnh tín dụng nhỏ, quỹ đầu tư mạo hiểm đồng hành.  (6) Xây dựng thương hiệu quốc tế: chiến dịch quảng bá “Vietnam SME Pioneers” trên các kênh truyền thông quốc tế. |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| d | Ngân sách | Ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức quốc tế, đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác |
| **IV** | Trụ cột 4: Xây dựng hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu; phát triển mạng lưới hệ sinh thái hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế | |
| ***1*** | ***Chương trình 01: Xây dựng Cổng thông tin quốc gia về Chương trình GoGlobal (GoGlobal Portal)*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Hình thành Cổng thông tin quốc gia về Chương trình GoGlobal, cung cấp đồng bộ hệ thống cơ sở dữ liệu về Chương trình GoGlobal (thông tin về thị trường, khách hàng, hệ sinh thái các cơ quan, tổ chức hỗ trợ GoGlobal; hướng dẫn pháp lý, thông tin thị trường chuyên sâu theo ngành, sản phẩm…) trên cơ sở tích hợp hệ thống thông tin và cơ sở dữ liệu sẵn có.  (2) Điều phối, kết nối các hỗ trợ của Chính phủ với nhu cầu của doanh nghiệp triển khai Chương trình GoGlobal.  (3) Kết nối doanh nghiệp với các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ triển khai Chương trình GoGlobal. |
| b | Các hoạt động chính | (1) Xây dựng cổng thông tin; xây dựng cơ chế vận hành và duy trì hoạt động thường xuyên.  (2) Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về thương mại và đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam, có liên kết chặt chẽ với các cơ sở dữ liệu của các tổ chức quốc tế và các bộ, ngành Việt Nam.  (3) Cập nhật thường xuyên về cơ chế, chính sách của nhà nước, các hoạt động của doanh nghiệp về Chương trinh GoGlobal; tổng hợp, phân loại và số hóa hệ thống thông tin trong và ngoài nước;  (4) Xây dựng các báo cáo thị trường, ngành hàng, các thông tin chuyên sâu về thị hiếu, văn hóa, pháp luật, sở thích, xu hướng của người tiêu dùng quốc tế; cơ sở dữ liệu đồng bộ về xuất nhập khẩu, mặt hàng, thị trường, đầu tư ra nước ngoài; doanh nghiệp, lao động…; điều tra, khảo sát thu thập thông tin, số liệu..; yêu cầu chia sẻ dữ liệu, chia sẻ kinh nghiệm, kết quả đánh giá hiệu quả Chương trình GoGlobal…  (5) Xây dựng mạng lưới: Xây dựng, cập nhật mạng lưới, hệ sinh thái các cơ quan, tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện Chương trình GoGlobal.  (6) Kết nối thành viên trong hệ sinh thái: Hướng dẫn, hỗ trợ cung cấp thông tin cho doanh nghiệp tham gia Chương trình GloGlobal; Kết nối, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal, mạng lưới chuyên gia tư vấn, cố vấn (mentor). |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| d | Ngân sách | Ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức quốc tế, đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác |
| ***2*** | ***Chương trình 02: Xây dựng mạng lưới và nâng cao năng lực cho hệ sinh thái hỗ trợ kinh tế tư nhân tham gia Chương trình GoGlobal*** | |
| a | Mục tiêu | (1) Phát triển đồng bộ hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal và hệ sinh thái theo các ngành, lĩnh vực, thị trường và mạng lưới các tư vấn cá nhân.  (2) Nâng cao năng lực cho các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp GoGlobal và mạng lưới tư vấn cá nhân. Hình thành nhóm nòng cốt các đơn vị đầu mối thúc đẩy các hệ sinh thái.  (3) Thiết lập được kênh kết nối, chia sẻ thông tin giữa khu vực công và khu vực tư trong hệ sinh thái tham gia Chương trình GoGlobal, kết nối trực tiếp với Cổng thông tin quốc gia về Chương trình GoGlobal.  (4) Xây dựng, đồng bộ hoá cơ sở dữ liệu về mạng lưới chuyên gia Chương trình GoGlobal, kết nối với Cổng thông tin quốc gia Chương trình GoGlobal. |
| b | Các hoạt động chính | (1) Xây dựng và duy trì mạng lưới: Thống kê, phân loại và xây dựng báo cáo đánh giá, cập nhật hằng năm về hệ sinh thái các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal và theo các ngành, lĩnh vực; số hóa hệ thống thông tin tổ chức, cá nhân tư vấn.  (2) Đối thoại và tham vấn: Xây dựng và tổ chức diễn đàn Việt Nam vươn ra thị trường quốc tế - Vietnam GoGlobal Forum”. Tiếp tục triển khai các Diễn đàn thương mại, Diễn đàn đầu tư, Diễn đàn doanh nghiệp, Hội đồng kinh doanh giữa Việt Nam với các các thị trường trọng điểm, đối tác chiến lược trong và ngoài nước nhằm mở rộng quan hệ thương mại, đầu tư quốc tế;  (3) Đào tạo, nâng cao năng lực: Xây dựng và triển khai các chương trình tập huấn, đào tạo nâng cao năng lực cho các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal theo chuẩn mực quốc tế.  (4) Đánh giá, cấp chứng nhận: Hỗ trợ về đánh giá, cấp chứng nhận đạt chuẩn mực quốc tế cho các tổ chức, cá nhân tư vấn doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal.  (5) Hội nhập và mở rộng: Kết nối mạng lưới trong nước và quốc tế theo các ngành, lĩnh vực, thị trường.  (6) Đổi mới và cải tiến: Thực hiện các khảo sát, đánh giá và xây dựng báo cáo thường niên về niềm tin doanh nghiệp về Chương trình GoGlobal; Tiếp nhận, thu thập phản hồi của doanh nghiệp để kịp thời điều chỉnh, cải thiện các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình GoGlobal. |
| c | Cơ quan thực hiện | (1) Bộ Công Thương: Đóng vai trò đầu mối và thực hiện các nội dung theo chức năng, thẩm quyển được phân công.  (2) Các Bộ, ngành, đơn vị liên quan: Chịu trách nhiệm đối với các nội dung thuộc chức năng, thẩm quyền được phân công. |
| d | Ngân sách | Ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức quốc tế, đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác |

**Phụ lục II  
DANH MỤC CÁC NHIỆM VỤ ƯU TIÊN  
TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH GOGLOBAL**

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-TTg ngày tháng năm 2025  
của Thủ tướng Chính phủ)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tt** | **Nhiệm vụ** | **Cơ quan Chủ trì** | **Cấp trình** | **Thời gian trình** |
| **I** | **Tạo lập môi trường kinh doanh quốc tế hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | | | |
| 1 | Rà soát, đề xuất xây dựng định hướng chiến lược quốc gia về gia nhập các tổ chức, các khung khổ hợp tác quốc tế về kinh tế (đầu tư, tài chính, tiền tệ, ngân hàng…) | Bộ Ngoại giao | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 2 | Nghiên cứu, đề xuất xây dựng Đề án về tái cơ cấu, nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài | Bộ Nội vụ | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 3 | Chiến lược quốc gia về tham gia các Hiệp định thương mại tự do giai đoạn 2026-2035 | Bộ Công Thương | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 4 | Báo cáo rà soát, đề xuất kiện toàn hệ thống tư pháp, giải quyết tranh chấp, trọng tài phù hợp thông lệ quốc tế, tư vấn và hỗ trợ xử lý tranh chấp cho doanh nghiệp tại nước ngoài và giao dịch với nước ngoài. | Bộ Tư pháp | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| **II** | **Hỗ trợ kinh tế tư nhân phát triển xuất khẩu** | | | |
| 1 | Chiến lược xúc tiến xuất khẩu quốc gia giai đoạn 2026-2035 | Bộ Công Thương | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 2 | Chiến lược phát triển thương hiệu quốc gia giai đoạn 2026-2035, tầm nhìn đến 2045 | Bộ Công Thương | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 3 | Đề án tái cơ cấu hệ thống cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài | Bộ Công Thương | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 4 | Đề án về nâng cao năng lực cạnh tranh của hạ tầng logistics xuất khẩu của Việt Nam, khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng hệ thống phân phối, kho ngoại quan ở các thị trường xuất nhập khẩu trọng điểm của Việt Nam | Bộ Công Thương | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| **III** | **Tạo thuận lợi cho kinh tế tư nhân đầu tư ra nước ngoài** | | | |
| 1 | Chiến lược quốc gia về đầu tư ra nước ngoài giai đoạn 2026-2035 (bao gồm cả nội dung về xúc tiến đầu tư ra nước ngoài) | Bộ Tài chính | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 2 | Chiến lược quốc gia về tham gia các hiệp định bảo hộ đầu tư | Bộ Tài chính | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 3 | Đề án về tăng cường viện trợ phát triển (ODA) của Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2035 | Bộ Tài chính | Chính phủ | 2026-2027 |
| 4 | Nghiên cứu, đề xuất thí điểm Quỹ đầu tư ra nước ngoài (GoGlobal Fund) hoặc Cơ quan cung cấp tín dụng xuất khẩu và đầu tư ra nước ngoài (Export Credit Agency) | Bộ Tài chính; Ngân hàng Nhà nước | Chính phủ/Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 5 | Nghiên cứu, đề xuất thí điểm thiết lập cơ chế một cửa thủ tục đầu tư ra nước ngoài | Bộ Tài chính | Chính phủ/Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 6 | Báo cáo rà soát, đề xuất điều chỉnh các chính sách hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp tư nhân đầu tư ra nước ngoài; tháo gỡ các vướng mắc, thúc đẩy môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp tư nhân đầu tư ra nước ngoài | Bộ Tài chính | Chính phủ | 2026 |
| **IV** | **Tăng cường hỗ trợ tài chính, tín dụng cho kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | | | |
| 1 | Đề án về tăng cường hỗ trợ tài chính, tín dụng đối với các doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế trong các ngành, lĩnh vực Việt Nam có tiềm năng, lợi thế | Ngân hàng Nhà nước; Bộ Tài chính | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 2 | Báo cáo rà soát, đề xuất điều chỉnh các cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp về vốn, tín dụng, bảo hiểm, bảo lãnh đối với các hoạt động xuất nhập khẩu, đầu tư ra nước ngoài | Ngân hàng Nhà nước | Chính phủ | 2026 |
| **V** | **Phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | | | |
| 1 | Đề án về ươm tạo và phát triển doanh nghiệp đổi mới sáng tạo có sản phẩm, mô hình kinh doanh toàn cầu | Bộ Khoa học và Công nghệ | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 2 | Báo cáo rà soát, đề xuất điều chỉnh các cơ chế hỗ trợ, ưu đãi về nghiên cứu khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo đối với doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế | Bộ Khoa học và Công nghệ | Chính phủ/Thủ tướng Chính phủ | 2026 |
| **VI** | **Phát triển nguồn nhân lực hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | | | |
| 1 | Đề án về phát triển nguồn nhân lực hội nhập quốc tế | Bộ Giáo dục và Đào tạo | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 2 | Đề án về phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong việc hỗ trợ Việt Nam vươn ra thị trường quốc tế | Bộ Ngoại giao | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| 3 | Đề án về thu hút nhân tài quốc tế làm việc tại Việt Nam để hỗ trợ doanh nhân Việt Nam tiếp cận thị trường và tri thức toàn cầu | Bộ Nội vụ | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| **VII** | **Phát triển ngoại giao, văn hoá hỗ trợ kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | | | |
| 1 | Chiến lược quốc gia về quảng bá văn hóa, du lịch, ẩm thực, các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2035 (gắn với các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp để góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu quốc gia, giá trị của người Việt Nam, sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam) | Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |
| **VIII** | **Phát triển lực lượng kinh tế tư nhân vươn ra thị trường quốc tế** | | | |
| 1 | Chiến lược quốc gia về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2026-2035 | Bộ Tài chính | Thủ tướng Chính phủ | 2026-2027 |