

Số: /KH-UBND

Lạng Sơn, ngày tháng 3 năm 2026

KẾ HOẠCH

Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045

Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045; Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn ra nước ngoài theo định hướng chung của Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045, qua đó nâng cao nhận thức, thiện cảm và sự tin tưởng của cộng đồng quốc tế đối với những thành tựu phát triển của Việt Nam nói chung và của tỉnh Lạng Sơn nói riêng, góp phần khẳng định vị thế, uy tín, bản sắc và năng lực cạnh tranh của tỉnh Lạng Sơn; tạo môi trường thuận lợi cho việc mở rộng hợp tác quốc tế, thu hút đầu tư, thúc đẩy du lịch, phát triển kinh tế - xã hội, củng cố quốc phòng - an ninh và hội nhập quốc tế sâu rộng, bền vững.

- Kết hợp hài hòa giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số, giữa quảng bá trực tiếp và trực tuyến, tận dụng thành tựu của công nghệ số, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và các nền tảng xuyên biên giới để nâng cao hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn ra nước ngoài.

2. Yêu cầu

- Việc triển khai Kế hoạch bảo đảm tính chủ động, có trọng tâm, trọng điểm. Nội dung tuyên truyền đảm bảo tính chính xác, khách quan, phong phú về hình thức.

- Đảm bảo sự lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy; sự quản lý, điều hành của Ủy ban nhân dân tỉnh; phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị và toàn dân; sự phối hợp đồng bộ, thường xuyên, liên tục và chặt chẽ giữa các cơ quan Trung ương và địa phương, đảm bảo công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Lạng Sơn ra nước ngoài phát huy được hiệu quả cao nhất, thông điệp nhất quán, cách thể hiện đa dạng, linh hoạt, phù hợp với tình hình mới.

II. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, thống nhất cao về nhận thức và hành động về vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn ra nước ngoài

- Tăng cường công tác truyền thông, tăng cường tính thống nhất trong nhận thức của các sở, ngành, địa phương và nhân dân về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh Lạng Sơn ra nước ngoài; các sở, ban, ngành của tỉnh xác định hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh là nhiệm vụ quan trọng, song hành với thực hiện các nhiệm vụ chính trị được giao; tăng cường sự phối hợp đồng bộ của các sở, ban, ngành, địa phương với cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong tỉnh và cộng đồng người Lạng Sơn ở nước ngoài nhằm quảng bá, truyền thông rộng rãi hình ảnh Lạng Sơn ra nước ngoài.

- Đổi mới tư duy truyền thông, chuyển từ truyền thông một chiều sang xây dựng hình ảnh, thương hiệu và sức mạnh mềm quốc gia; lấy việc tạo cảm hứng, chia sẻ giá trị và khơi dậy thiện cảm làm trọng tâm; tăng cường truyền thông đa chiều và xác thực, bảo đảm nội dung hấp dẫn, sáng tạo phù hợp với đặc điểm từng khu vực và nhóm công chúng mục tiêu. Đổi mới nội dung, hình thức quảng bá hình ảnh, các giá trị văn hóa, vùng đất, con người Lạng Sơn; tiềm năng phát triển du lịch, các giá trị di sản văn hóa tiêu biểu của tỉnh; xây dựng các ấn phẩm chất lượng cao quảng bá về văn hóa, con người Lạng Sơn phục vụ hiệu quả việc tổ chức và tham gia các chương trình, sự kiện, lễ hội văn hóa, biểu diễn nghệ thuật và các hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch trong tỉnh, trong nước và quốc tế; tăng cường ứng dụng công nghệ số trong triển khai quảng bá.

- Tăng cường giao lưu, quảng bá văn hóa, con người Lạng Sơn đến các tỉnh, vùng miền trong nước, các quốc gia, vùng lãnh thổ có quan hệ kết nghĩa, hợp tác trên các lĩnh vực với tỉnh. Đẩy mạnh giao lưu, hợp tác về văn hóa, nghệ thuật, thể thao, du lịch với Quảng Tây (Trung Quốc), đặc biệt là tạo điều kiện cho người dân khu vực biên giới hai bên giao lưu văn hóa, văn nghệ. Mở rộng và thúc đẩy giao lưu, hợp tác về văn hóa, thể thao và du lịch với các đối tác quan trọng khác, như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Pháp, Úc..., các nước trong khối ASEAN, mạng lưới Công viên địa chất Châu Á - Thái Bình Dương và mạng lưới Công viên địa chất toàn cầu.

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

- Xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông về tỉnh Lạng Sơn có trọng tâm, trọng điểm; linh hoạt điều chỉnh theo từng giai đoạn, từng thị trường và từng nhóm công chúng.

- Khai thác những câu chuyện, hình mẫu, nhân vật, sự kiện, sáng kiến, sản phẩm tiêu biểu trên các lĩnh vực nhằm lan tỏa, xây dựng, phát triển và định vị thương hiệu “Lạng Sơn” các danh thắng, di tích tiêu biểu như: chùa Tam Thanh, Nhị Thanh, núi Mẫu Sơn, chùa Tân Thanh, Công viên Địa chất toàn cầu UNESCO Lạng Sơn, các điểm du lịch đã đạt các giải thưởng quốc tế và các di sản văn hoá phi vật thể của tỉnh đã được UNESCO công nhận.

- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, hình ảnh tỉnh Lạng Sơn, phối hợp xây dựng bộ nhận diện hình ảnh quốc gia Việt Nam. Chủ động tổ chức hoặc tham gia các sự kiện quốc tế với quy mô phù hợp nhằm nâng cao mức độ nhận diện và uy tín của tỉnh Lạng Sơn gắn với hình ảnh quốc gia.

- Chủ động phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí đối ngoại của Việt Nam, các đơn vị truyền thông quốc tế và các nền tảng mạng xã hội để cung cấp thông tin tích cực, khách quan góp phần nâng cao vị thế của tỉnh ra quốc tế. Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh Lạng Sơn (ít nhất 20%/năm) trên các phương tiện truyền thông quốc tế (báo chí, mạng xã hội, nền tảng số...) và giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến tỉnh Lạng Sơn.

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện

- Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong sản xuất và phân phối nội dung truyền thông, xây dựng hệ sinh thái nội dung số đa ngôn ngữ trên các nền tảng số xuyên biên giới.

- Tổ chức các chiến dịch quảng bá kết hợp hình thức trực tiếp và trực tuyến; số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thông để lan tỏa trên nền tảng số. Đẩy mạnh hiện diện hình ảnh Lạng Sơn trên các nền tảng số; hợp tác với các đối tác truyền thông nước ngoài, kiều bào chuyên gia và người có ảnh hưởng (KOLs) quốc tế nhằm lan tỏa hình ảnh Lạng Sơn đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước.

4. Nâng cao hiệu quả phối hợp liên ngành, liên cấp và huy động nguồn lực xã hội

- Khuyến khích các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng chiến lược truyền thông riêng, phù hợp với chức năng nhiệm vụ, tiềm năng, thế mạnh của đơn vị, địa phương.

- Phát huy sức mạnh của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, khách du lịch để truyền bá hình ảnh quốc gia nói chung và hình ảnh Lạng Sơn nói riêng.

- Huy động nguồn lực xã hội hóa, đặc biệt là doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân, người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín trong tỉnh, trong nước cùng tham gia quảng bá hình ảnh quốc gia và của tỉnh Lạng Sơn.

- Đồng bộ hóa 100% công tác truyền thông giữa trung ương và của tỉnh, giữa các sở, ban, ngành, địa phương, tổ chức chính trị - xã hội và doanh nghiệp đảm bảo sự liên kết chặt chẽ, nhất quán về thông điệp, hình ảnh, nội dung quảng bá quốc gia và tỉnh.

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông

- Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ truyền thông có kỹ năng truyền thông quốc tế, truyền thông số, đa ngôn ngữ có khả năng thích nghi và hội nhập với toàn cầu.

- Huy động các nguồn lực truyền thông có khả năng sản xuất nội dung chất lượng cao, hiện đại, phù hợp với xu hướng quốc tế tham gia quảng bá hình ảnh của tỉnh và của Việt Nam ra nước ngoài.

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện các nhiệm vụ Kế hoạch được bố trí từ nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành, đảm bảo theo đúng quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

2. Huy động từ các nguồn tài trợ, đóng góp, xã hội hóa của các tổ chức, doanh nghiệp và các nguồn vốn hợp pháp khác theo quy định pháp luật.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Là cơ quan đầu mối tham mưu cho UBND tỉnh tổ chức thực hiện Kế hoạch; hướng dẫn, theo dõi và phối hợp với các sở, ban, ngành, UBND các xã, phường và cơ quan, đơn vị liên quan triển khai thực hiện hiệu quả Kế hoạch này. Xây dựng báo cáo sơ kết 05 năm, tổng kết 10 năm đánh giá thực hiện Chiến lược theo yêu cầu của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- Định hướng các cơ quan báo chí, truyền thông của tỉnh, văn phòng đại diện, phóng viên thường trú trên địa bàn tỉnh tuyên truyền nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp, tổ chức và cán bộ quản lý về vai trò và lợi ích của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh tỉnh Lạng Sơn.

- Chủ trì hợp tác với các cơ quan báo chí, truyền thông với các hình thức đa dạng, phong phú giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc, các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ chủ lực của tỉnh.

- Tăng cường đầu tư phát triển văn hóa phù hợp, bảo đảm sự cân đối, hài hòa, tính hiệu quả của đầu tư, phù hợp với điều kiện lịch sử và thực tiễn của tỉnh. Tiếp tục xây dựng văn hóa Lạng Sơn mang đậm bản sắc dân tộc, đồng bộ với phát triển kinh tế, chính trị, xã hội. Tiếp thu có chọn lọc những sản phẩm, tinh hoa văn hóa thế giới, chủ động ứng phó trước những tiêu cực ảnh hưởng đến truyền thống văn hóa tốt đẹp của quê hương, đất nước. Khuyến khích các tài năng, các văn nghệ sĩ là người Lạng Sơn ở trong nước, nước ngoài tham gia vào các hoạt động văn hóa của quê hương. Nghiên cứu, đề xuất tổ chức, đăng cai một số hoạt động, sự kiện văn hóa, thể thao và du lịch với quy mô vùng, quốc gia nhằm tiếp tục quảng bá hình ảnh vùng đất, con người Lạng Sơn đến với các tỉnh, thành phố trong và ngoài nước.

- Xây dựng các chương trình nghệ thuật đặc sắc, đậm bản sắc Lạng Sơn phục vụ biểu diễn tại các sự kiện lớn và hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế.

2. Sở Ngoại vụ

- Chủ trì, tham mưu triển khai các hoạt động truyền thông về đối ngoại, hội nhập quốc tế của tỉnh; lồng ghép giới thiệu, quảng bá tới các đối tác nước ngoài, bạn bè quốc tế về hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh, giá trị văn hóa đặc sắc, thành tựu phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh, các cơ chế, chính sách ưu đãi, thu hút đầu

tư nhằm tăng cường hiểu biết, thúc đẩy hợp tác, giao lưu hữu nghị, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tinh nhân các sự kiện hoạt động đối ngoại của tỉnh.

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Công an tỉnh và các đơn vị liên quan trong việc tham mưu quản lý hoạt động của phóng viên nước ngoài đến hoạt động báo chí trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật và tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Lạng Sơn.

- Cung cấp thông tin tuyên truyền đối ngoại của tỉnh cho Bộ Ngoại giao và các cơ quan ngoại giao liên quan; phối hợp với cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài triển khai các hoạt động truyền thông, thông tin đối ngoại, quảng bá địa phương ở nước ngoài.

3. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các sở, ngành, địa phương truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Lạng Sơn có nền sản xuất nông nghiệp xanh, hiện đại và bền vững; các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao gắn với bảo vệ môi trường sinh thái.

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, địa phương trong quảng bá thương hiệu nông sản Lạng Sơn ra thị trường quốc tế; tổ chức các sự kiện, hội chợ, tuần lễ nông sản, chương trình du lịch nông nghiệp và hoạt động xúc tiến thương mại gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Lạng Sơn; thúc đẩy truyền thông với định hướng mỗi làng một điểm đến, mỗi sản phẩm một câu chuyện.

- Xây dựng tài liệu, ấn phẩm, video, bộ nhận diện thương hiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực, tiêu biểu của tỉnh để tham gia giới thiệu, quảng bá, kết nối tiêu thụ tại các triển lãm, hội chợ, các sàn thương mại điện tử.

- Cung cấp thông tin cho báo chí, các nhà đầu tư trong và ngoài nước về tình hình phát triển kinh tế - xã hội, các dự án ưu tiên xúc tiến, thu hút đầu tư ngành Nông nghiệp và Môi trường.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các sở, ngành, địa phương truyền thông quảng bá về đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ cao để nâng tầm giá trị hình ảnh của tỉnh, là địa phương chủ động, sáng tạo trong ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ vào phát triển kinh tế cửa khẩu và nông nghiệp bền vững.

5. Sở Giáo dục và Đào tạo

Tuyên truyền đến cán bộ, học sinh, sinh viên về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh tỉnh Lạng Sơn ra nước ngoài; hướng dẫn cán bộ, học sinh, sinh viên tuyên truyền, quảng bá tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc của tỉnh trên các nền tảng số.

6. Sở Tài chính

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành và đơn vị có liên quan tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo phân cấp quản lý ngân sách nhà nước, phù hợp với khả năng cân đối ngân sách địa phương và theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn thi hành.

- Hướng dẫn, kiểm tra việc quản lý, sử dụng và thanh, quyết toán kinh phí thực hiện Kế hoạch theo đúng quy định của pháp luật hiện hành.

7. Trung Tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các sở, ngành, địa phương truyền thông quảng bá hình ảnh Lạng Sơn là điểm đến tin cậy cho thương mại, đầu tư, du lịch và hợp tác quốc tế. Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch; tổ chức, tham gia hội chợ, triển lãm, diễn đàn kinh tế quốc tế gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh Lạng Sơn. Tích cực quảng bá các giá trị tiêu biểu, nổi bật về văn hoá, địa chất, cảnh quan thiên nhiên, đa dạng sinh học của Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Lạng Sơn ra thế giới.

- Tổ chức thông tin, quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn thông qua các sự kiện quốc tế theo yêu cầu của UBND tỉnh và do các cơ quan Trung ương, cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài tổ chức; tham gia các chương trình kết nối giao thương giữa nhà cung cấp với các doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức xúc tiến thương mại tổ chức tại Việt Nam.

- Chủ trì quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của tỉnh gắn với thương hiệu địa phương.

8. Báo và Phát thanh, Truyền hình Lạng Sơn

- Truyền thông tăng cường nhận thức và trách nhiệm của các sở, ngành, địa phương, doanh nghiệp và người dân trong việc xây dựng và truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn, của Việt Nam ra nước ngoài.

- Thường xuyên, chủ động phối hợp với sở, ngành, địa phương liên quan để kịp thời tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, quảng bá hình ảnh đất nước con người Lạng Sơn nói riêng, của Việt Nam nói chung (chú trọng phát triển các sản phẩm truyền thông số, đẩy mạnh công tác tuyên truyền trên môi trường mạng Fanpage Facebook, Youtube, Tiktok...).

- Tăng cường sản xuất các nội dung truyền thông bằng tiếng dân tộc thiểu số để vừa phục vụ công tác thông tin đối nội, vừa có thể trở thành sản phẩm thông tin đối ngoại độc đáo, giới thiệu sự đa dạng, bản sắc văn hóa và tiến bộ nhân quyền của tỉnh Lạng Sơn nói riêng và Việt Nam nói chung.

- Cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin, dữ liệu để đảm bảo nội dung thông tin về tỉnh Lạng Sơn cung cấp cho nền tảng; khai thác nền tảng phục vụ công tác tuyên truyền, truyền thông chính sách trên các ấn phẩm báo chí, kênh phát thanh truyền hình; phối hợp, cho phép khai thác dữ liệu phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài, phục vụ công tác thông tin đối ngoại.

9. Các sở, ban, ngành; UBND các xã, phường

- Tổ chức các chương trình, sự kiện lồng ghép thông tin đối ngoại với các hoạt động giao lưu, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, văn hóa; giới thiệu, quảng bá thành tựu phát triển kinh tế- văn hóa của tỉnh đến các tỉnh và các khu vực, quốc gia trên thế giới.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ quan báo chí, truyền thông tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương, của tỉnh về giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc, các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ chủ lực của ngành, địa phương.

- Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông mới; khai thác phương tiện internet, các nền tảng mạng xã hội (Youtube, Facebook, Tiktok, Zalo...); duy trì tốt hoạt động trang thông tin điện tử, bản tin, bảng tin điện tử công cộng (màn hình LED); xuất bản và phát hành các xuất bản phẩm, ấn phẩm truyền thông nhằm quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn ra nước ngoài.

- Thường xuyên khai thác nền tảng tại các bộ, ngành, địa phương phục vụ công tác truyền thông đối ngoại, qua đó quảng bá hình ảnh của ngành, địa phương, đơn vị; phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cung cấp nội dung số, dữ liệu số phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh thuộc các lĩnh vực quản lý của ngành, phối hợp cung cấp thông tin, hình ảnh phục vụ xây dựng bộ nhận diện và hoạt động truyền thông chung.

- Khuyến khích các doanh nghiệp trong lĩnh vực, địa bàn quản lý tham gia quảng bá hình ảnh tỉnh Lạng Sơn thông qua sản phẩm và thương hiệu uy tín; phối hợp với các cơ quan có thẩm quyền xem xét, lồng ghép hình ảnh tỉnh Lạng Sơn vào các sản phẩm, dịch vụ có liên quan.

UBND tỉnh yêu cầu Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị nghiêm túc triển khai thực hiện Kế hoạch này; trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc, các cơ quan, đơn vị kịp thời báo cáo UBND tỉnh (qua Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) để xem xét, giải quyết./.

Nơi nhận:

- Bộ VHTTDL;
- Thường trực Tỉnh ủy;
- Thường trực HĐND tỉnh;
- Thường trực Đảng ủy UBND tỉnh;
- Chủ tịch, các Phó chủ tịch UBND tỉnh;
- Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy;
- Các sở, ban, ngành;
- UBND các xã, phường;
- Báo và PTTH LS;
- C, PVP UBND tỉnh, các phòng CM, TTTT;
- Lưu: VT, KGVX_(VTB).

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Đinh Hữu Học