

# GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN NGÀNH HALAL VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ PHƯỢNG

## TÓM TẮT:

Việt Nam định hướng phát triển ngành Halal Việt Nam trở thành một ngành thế mạnh, đưa Việt Nam trở thành một điểm đến không thể thiếu trong bản đồ Halal toàn cầu, một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng các sản phẩm, dịch vụ Halal trên thế giới. Đây sẽ là cơ hội cho doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực nông sản. Tuy nhiên, để thâm nhập được vào thị trường này, doanh nghiệp Việt sẽ phải vượt qua không ít thách thức... Bài viết phân tích lợi thế và hạn chế của Việt Nam khi phát triển ngành Halal, từ đó đưa ra giải pháp khắc phục và đẩy mạnh phát triển trong thời gian tới.

**Từ khóa:** ngành công nghiệp, Halal, xuất khẩu, nông sản, thực phẩm.

## 1. Đặt vấn đề

Tại hội thảo “Tiềm năng thúc đẩy các sản phẩm nông sản Halal vào thị trường Trung Đông”, các chuyên gia đánh giá, thị trường Halal toàn cầu có tiềm năng rất lớn xét về quy mô dân số Hồi giáo, với khoảng 1,94 tỷ người vào năm 2022, chiếm gần 1/4 dân số thế giới. Dân số Hồi giáo sẽ tiếp tục tăng trưởng ở mức trung bình 1,5%/năm, cao gấp 2 lần so với dân số phi Hồi giáo (0,7%/năm) và dự kiến sẽ đạt khoảng 2,8 tỷ người vào năm 2050 đang mở ra cơ hội lớn cho các quốc gia tham gia vào chuỗi cung ứng này, trong đó có Việt Nam. Quy mô nền kinh tế Halal toàn cầu đạt 7.000 tỷ USD năm 2022 và dự kiến tăng lên khoảng 10.000 tỷ USD vào năm 2028, nhờ tăng trưởng quy mô dân số Hồi giáo, mức chi tiêu, sự đa dạng về lĩnh vực và triển vọng tăng trưởng trong tương lai, 7 với tốc độ khoảng 6-8% năm. Không chỉ riêng những quốc gia Hồi giáo mà ngay cả những nước như Mỹ, Nga và các nước châu Âu cũng có lượng nhập khẩu thực phẩm Halal lớn do các sản phẩm này có chất lượng cao, tuân thủ tiêu chuẩn khắt khe về an toàn thực phẩm. Các lĩnh vực

kinh tế Halal hiện nay không chỉ giới hạn trong ngành thực phẩm, mà còn mở rộng ra nhiều lĩnh vực khác như du lịch, mỹ phẩm và dược phẩm.

Đây là những thông tin đối với bất kỳ một ngành công nghiệp sản xuất nào trên thế giới. Với vai trò là một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng nông sản và thực phẩm toàn cầu, Việt Nam có tiềm năng lớn để đẩy mạnh xuất khẩu và phát triển ngành Halal.

## 2. Khái niệm Halal

Theo tiếng Ả-rập, Halal có nghĩa là hợp pháp hay hợp quy (được phép), dùng để chỉ quy chuẩn tôn giáo phù hợp với chuẩn mực và giá trị của Hồi giáo theo Kinh Cô-ran và Luật Sa-ri-a. Theo Hồi giáo, Halal và Haram được thể hiện trong tất cả các khía cạnh của cuộc sống hàng ngày, từ việc sản xuất, tiêu thụ và sử dụng các sản phẩm/dịch vụ (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm, mỹ phẩm...) đến quan hệ gia đình, xã hội (giao dịch kinh tế, giải quyết xung đột, công việc...) và rộng hơn là các vấn đề văn hóa, kinh tế, chính trị. Trong đó, thực phẩm là lĩnh vực chịu nhiều ảnh hưởng của quy định Halal nhất.

Ngành công nghiệp Halal (gọi tắt là ngành Halal) là tổng thể các ngành công nghiệp phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng Hồi giáo như thực phẩm và đồ uống Halal, dược phẩm Halal, mỹ phẩm Halal, thời trang và nghệ thuật, kinh tế số Hồi giáo, y tế và chăm sóc sức khỏe, du lịch thân thiện với người Hồi giáo, chuỗi cung ứng, vận tải và hậu cần Halal, tài chính Hồi giáo..., trong đó có 7 lĩnh vực phổ biến nhất là thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm, thời trang, du lịch, truyền thông giải trí và tài chính.

Tiêu chuẩn Halal bao gồm các quy định, thể hiện sự phù hợp dành cho người tiêu dùng Hồi giáo. Chứng nhận Halal là một căn cứ để chứng minh các cơ sở sản xuất và chế biến thực phẩm Halal tuân thủ các quy định của luật Hồi giáo. Có thể nói, tiêu chuẩn Halal là biểu tượng cho một lối sống, một nền văn hóa tôn trọng đạo đức, tâm linh và sự bền vững. Đặc biệt, trong thế giới hiện đại, khi những giá trị truyền thống và nhu cầu tiêu dùng được đề cao, tiêu chuẩn Halal lại càng khẳng định được vị thế, đưa các giá trị Hồi giáo len lõi sâu vào đời sống của những cộng đồng văn hóa khác nhau.

### **3. Thực trạng phát triển ngành Halal Việt Nam**

#### **3.1. Tiềm năng phát triển ngành Halal Việt Nam**

Với sự quan tâm của Chính phủ và sự hợp tác quốc tế ngày càng sâu rộng, Việt Nam có đầy đủ tiềm năng để vươn lên trở thành trung tâm cung cấp các sản phẩm và dịch vụ Halal đáng tin cậy, góp phần thúc đẩy tăng trưởng bền vững cho nền kinh tế trong thời gian tới.

Việt Nam có 3 cơ sở quan trọng để phát triển ngành Halal. *Thứ nhất*, Việt Nam có tình hình chính trị, xã hội ổn định, tiềm lực và quy mô nền kinh tế, dân số ngày càng lớn mạnh, đứng thứ 34 về quy mô kinh tế, thuộc nhóm 20 quốc gia có quy mô thương mại hàng đầu và đang ở giai đoạn dân số vàng với 100 triệu người... *Thứ hai*, Việt Nam có quan hệ đối ngoại và liên kết kinh tế quốc tế ngày càng mở rộng, có quan hệ ngoại giao với 194 quốc gia trên thế giới, quan hệ đối tác chiến lược, đối tác toàn diện với 32 nước, tham gia hơn 70 tổ chức khu vực, quốc tế quan trọng và có quan hệ hợp tác tốt đẹp

với cộng đồng các quốc gia Hồi giáo trên thế giới. *Thứ ba*, Việt Nam có các lợi thế về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên thuận lợi để tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng sản phẩm, dịch vụ Halal nhờ kinh nghiệm và đóng góp về bảo đảm an ninh lương thực toàn cầu, có nhiều sản phẩm nông nghiệp có thể đáp ứng các tiêu chuẩn về Halal, cũng như lợi thế trong phát triển du lịch, trong đó có du lịch Halal với đường bờ biển dài, hệ sinh thái đa dạng... *Thứ tư*, thị trường tiêu thụ sản phẩm Halal phân bố rộng khắp trên thế giới, từ các nước Hồi giáo đến phi Hồi giáo. Mức chi tiêu và sử dụng các sản phẩm Halal có xu hướng ngày càng tăng, mở rộng sang cả thị trường phi Hồi giáo do sản phẩm Halal đáp ứng nhiều tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng và bảo vệ môi trường. Hơn nữa, các quốc gia sản xuất Halal lớn nhất trên thế giới phần lớn không phải là các quốc gia Hồi giáo. Nhiều quốc gia là các thị trường tiêu dùng Hồi giáo hoặc xuất khẩu sản phẩm Halal lớn trên thế giới (như: Hàn Quốc, Ả-rập Xê-út, Indonesia, Malaysia...) bày tỏ quan tâm, mong muốn thúc đẩy hợp tác với Việt Nam trong đầu tư, phát triển ngành Halal tại Việt Nam để phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Có thể khẳng định cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia vào thị trường Halal toàn cầu rất lớn, không chỉ đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu, phát triển du lịch, mà còn mở ra việc xuất khẩu các sản phẩm Việt Nam có thể mạnh về được phẩm, mỹ phẩm... và thu hút đầu tư vốn, tài chính của các tập đoàn quốc tế, khu vực vào Việt Nam, góp phần giúp doanh nghiệp, địa phương Việt Nam nâng cao năng lực, khả năng cạnh tranh, chất lượng nguồn nhân lực và thúc đẩy chuyển giao công nghệ, nhất là công nghệ sản xuất, chế biến, bảo quản, vận chuyển... đạt tiêu chuẩn Halal.

#### **3.2. Thách thức phát triển ngành Halal Việt Nam**

Hiện nay, Việt Nam mới có khoảng 20 mặt hàng xuất khẩu vào thị trường Halal, trong khi Việt Nam sở hữu nhiều mặt hàng nông sản xuất khẩu hàng đầu thế giới như gạo, chè, cà-phê và hải sản, được cộng đồng Hồi giáo ưa chuộng.

Trên toàn cầu, chưa có bộ tiêu chuẩn Halal thống nhất và quy trình cấp chứng nhận tại các

quốc gia có sự khác biệt, gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong việc đầu tư sản xuất theo chuẩn Halal. Do đó, để xuất khẩu đến các quốc gia thành viên của Hội đồng hợp tác các nước vùng Vịnh (GCC), các doanh nghiệp Việt Nam cần phải tuân thủ các tiêu chuẩn Halal được quy định theo tiêu chuẩn GSO (Tổ chức Tiêu chuẩn hóa GCC), bao gồm: thực phẩm và nông sản phải được sản xuất từ nguyên liệu không chứa thành phần bị xem là Haram (bị cấm theo luật Hồi giáo); quy trình sản xuất và đóng gói phải đảm bảo tính toàn vẹn Halal; đảm bảo các vấn đề về vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn sức khỏe người dùng và quy định của pháp luật Việt Nam; các sản phẩm phải được đóng gói và ghi nhãn rõ ràng theo quy định của hệ thống đảm bảo Halal (HAS). Trong khi đó, hiện tại chỉ có 2 cơ sở trong nước được phép cấp chứng nhận Halal cho các doanh nghiệp Việt Nam, trong đó lớn nhất là Công ty HCA Việt Nam. Do thiếu nơi cấp chứng nhận tiêu chuẩn Halal, một số doanh nghiệp đã buộc phải tìm đến các công ty nước ngoài để đủ điều kiện xuất khẩu hàng hóa.

Hơn nữa, chi phí đánh giá sự phù hợp và đầu tư vào dây chuyền sản xuất chuyên biệt cho Halal cao, tạo áp lực không nhỏ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa, còn có tư duy và trình độ quản lý vận hành yếu; thiếu sự đầu tư cho trang thiết bị sản xuất cũng như công cụ kiểm soát chất lượng; cơ sở hạ tầng chưa được quy hoạch tốt để tối ưu hóa sản xuất và đạt tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm.

#### **4. Một số giải pháp đẩy mạnh phát triển ngành Halal Việt Nam**

*Một là*, Chính phủ cần tập trung vào một số nhóm biện pháp chính gồm hỗ trợ kết nối địa phương, doanh nghiệp với các đối tác, thị trường Halal toàn cầu trong các lĩnh vực ưu tiên như nông nghiệp, du lịch, dệt may, dược và mỹ phẩm; đẩy mạnh thu hút đầu tư, hỗ trợ kỹ thuật, hỗ trợ về đào tạo, phát triển nguồn nhân lực; tiếp tục xây dựng, hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, chính sách quản lý nhà nước về Halal, tối ưu hóa quy trình chứng nhận, thúc đẩy thừa nhận, công nhận lẫn nhau về chứng nhận Halal; đẩy mạnh giao lưu văn hóa, giao lưu

nhân dân nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa Việt Nam với các quốc gia, cộng đồng Hồi giáo trên toàn thế giới.

*Hai là*, thúc đẩy hợp tác chia sẻ thông tin, kinh nghiệm; thúc đẩy đàm phán, ký kết các thỏa thuận, hiệp định, bản ghi nhớ hợp tác, các thỏa thuận công nhận và thừa nhận lẫn nhau về chứng nhận Halal; thúc đẩy các đối tác khu vực, quốc tế đến đầu tư và kinh doanh tại Việt Nam; thúc đẩy quảng bá, xúc tiến sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu Halal Việt Nam và mở cửa các thị trường.

*Ba là*, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất về Halal và xây dựng lòng tin với người tiêu dùng Hồi giáo toàn cầu. Việt Nam cần đảm bảo quy trình chứng nhận Halal cần minh bạch, liêm mạch, được công nhận trên toàn cầu, đồng thời các doanh nghiệp cần đầu tư hiện đại hóa, chuẩn hóa quy trình.

*Bốn là*, xây dựng Kế hoạch hành động triển khai Đề án trong năm 2023 trình Bộ trưởng Ngoại giao ban hành, trong đó tập trung thúc đẩy triển khai Đề án theo các nhóm giải pháp lớn như: lồng ghép nội dung phát triển ngành Halal Việt Nam trong hợp tác song phương với các đối tác; thúc đẩy ký kết các thỏa thuận nhằm tạo khuôn khổ pháp lý để tăng cường hợp tác quốc tế về Halal; đẩy mạnh nghiên cứu, cung cấp thông tin liên quan tới Halal, nhất là về chính sách thương mại, văn hóa Hồi giáo, chứng nhận Halal...; đẩy mạnh xúc tiến thương mại, đầu tư về sản phẩm, dịch vụ Halal; hỗ trợ, kết nối các địa phương, doanh nghiệp Việt Nam với các thị trường Halal toàn cầu.

*Năm là*, xây dựng và hoàn thiện hành lang pháp lý về Halal là yếu tố quan trọng để quản lý và thúc đẩy các hoạt động sản xuất, dịch vụ liên quan đến phát triển kinh tế Halal. Thêm vào đó, cần đầu tư xây dựng các cơ sở đạt tiêu chuẩn Halal và phát triển nguồn nhân lực hiểu biết về Halal để hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong các quy trình sản xuất và chứng nhận; hỗ trợ doanh nghiệp thúc đẩy hình thành hệ sinh thái Halal của Việt Nam tương thích với các yêu cầu khác nhau của thị trường Halal; xác định những ưu về sản phẩm, thị trường... để có sự đầu tư, ưu tiên nguồn lực phát triển ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương (2024), Hội thảo “Tiềm năng thúc đẩy các sản phẩm nông sản Halal vào thị trường Trung Đông”.
2. Việt An (2024), Thách thức với doanh nghiệp Việt Nam khai phá thị trường Halal, số 31-2024, Tạp chí Kinh tế Việt Nam.
3. Thủ tướng Chính phủ (2023). Quyết định số 10/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030”.
4. Bộ Ngoại giao và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2022), Tài liệu Hội nghị Tăng cường hợp tác quốc tế để phát triển ngành Halal (ngành sản xuất các sản phẩm phục vụ thị trường các nước Hồi giáo) Việt Nam.

**Ngày nhận bài: 13/9/2024**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/9/2024**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 14/10/2024**

*Thông tin tác giả:*

**TS. NGUYỄN THỊ PHƯƠNG**

**Khoa Thương mại, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp**

## **SOLUTIONS FOR PROMOTING THE DEVELOPMENT OF VIETNAM’S HALAL INDUSTRY**

● Ph.D **NGUYEN THI PHUONG**

Faculty of Commerce,

University of Economics - Technology for Industries

### **ABSTRACT:**

Vietnam aspires to establish a robust Halal industry, positioning itself as a key destination on the global Halal map and an integral link in the international supply chain of Halal products and services. This ambition presents significant opportunities for Vietnamese exporters, particularly in the agricultural sector. However, penetrating the Halal market requires overcoming numerous challenges. This study examines Vietnam’s strengths and limitations in developing the Halal industry, offering strategic solutions to address these challenges and foster sustainable growth in the sector.

**Keywords:** industry, Halal, export, agricultural products, food.