

DU LỊCH HALAL VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN TẠI NGHỆ AN: THỰC TIỄN VÀ GIẢI PHÁP

● PHẠM NGỌC MAI

Khoa Du lịch và Khách sạn,
Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

TÓM TẮT:

Du lịch Halal là phân khúc thị trường tăng trưởng nhanh trên toàn cầu, với 176 triệu lượt khách năm 2024 và dự kiến đạt 245 triệu lượt vào năm 2030, chi tiêu ước tính 230 tỷ USD. Nghiên cứu phân tích tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch Halal tại Nghệ An, đối sánh với kinh nghiệm các quốc gia OIC, non-OIC và các địa phương tiên phong trong nước. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất chiến lược phát triển theo lộ trình 3 giai đoạn, tập trung vào cơ sở hạ tầng, chứng nhận Halal, đào tạo nhân lực, xúc tiến quảng bá và hợp tác quốc tế nhằm định vị Nghệ An trở thành điểm đến thân thiện với du khách Hồi giáo.

Từ khóa: du lịch Halal, Nghệ An, khách du lịch Hồi giáo, chứng nhận Halal, phát triển bền vững.

1. Đặt vấn đề

Du lịch Halal đang trở thành xu hướng phát triển mạnh mẽ, được thúc đẩy bởi sự gia tăng dân số Hồi giáo toàn cầu (1,9 tỷ năm 2020, dự kiến 2,761 tỷ vào năm 2050) và tầng lớp trung lưu Hồi giáo có khả năng chi trả cao. Theo Mastercard - CrescentRating GMTI 2025 (Global Muslim Travel Index - Chỉ số Du lịch Hồi giáo Toàn cầu), lượng khách Hồi giáo quốc tế đạt 176 triệu lượt năm 2024 (tăng 25% so với 2023), dự kiến 245 triệu lượt vào năm 2030 với chi tiêu 230 tỷ USD; một số dự báo lạc quan hơn ước tính đạt 350 tỷ USD vào năm 2030. Tỷ lệ người Hồi giáo dưới 40 tuổi chiếm 70% năm 2024 - thị trường này không còn là "ngách" mà đang dịch chuyển thành "chủ đạo" trong tương lai gần.

Việt Nam đã xác định chiến lược quốc gia thông qua "Đề án Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng

và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030" (phê duyệt 14/02/2023), thành lập Trung tâm Chứng nhận Halal Quốc gia (HALCERT) và ban hành tiêu chuẩn TCVN 14230:2024 "Dịch vụ du lịch thân thiện với người Hồi giáo - Các yêu cầu". Tuy nhiên, triển khai cấp địa phương còn ở giai đoạn sơ khai và thiếu định hướng chi tiết.

Nghệ An - "Việt Nam thu nhỏ" với địa hình đa dạng biển, đồng bằng, trung du và miền núi - đã đón 6,2 triệu lượt khách trong 6 tháng đầu năm 2025 (tăng 113% so với cùng kỳ), tổng thu gần 18.843 tỷ đồng. Tỉnh có đầy đủ điều kiện phát triển du lịch Halal nhưng chưa có chiến lược chuyên biệt cấp tỉnh. Nghiên cứu này đánh giá tiềm năng, thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển du lịch Halal tại Nghệ An, nhằm tạo lợi thế cạnh tranh tiên phong trước khi thị trường bão hòa.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Khái niệm và đặc điểm

Du lịch Halal là loại hình du lịch phục vụ du khách Hồi giáo, tuân thủ luật Sharia, bao gồm thực phẩm Halal, không gian cầu nguyện, phân khu giới tính và yêu cầu về vệ sinh, riêng tư. Cần phân biệt "du lịch Hồi giáo" (mục đích tôn giáo, hành hương Hajj/Umrah) và "du lịch thân thiện với người Hồi giáo" (đáp ứng nhu cầu cơ bản nhưng không nhất thiết tuân thủ đầy đủ tiêu chuẩn Halal).

Các yếu tố cốt lõi gồm 3 cấp độ. "Cần phải có" (need-to-have): thực phẩm Halal được chứng nhận, tiện nghi cầu nguyện (hướng Qibla, thảm cầu nguyện), nhà vệ sinh có vòi xịt phục vụ wudhu (nghi lễ tẩy rửa trước cầu nguyện), môi trường không bài Hồi giáo (Islamophobia). "Nên có" (good-to-have): tách biệt giới tính, môi trường không cồn, đào tạo nhân viên, sẵn có Kinh Qur'an. "Tốt nếu có" (nice-to-have): tour văn hóa Hồi giáo, dịch vụ tháng Ramadan (Sahur, Iftar), đồ vệ sinh chứng nhận Halal. Đáng lưu ý, mức độ tuân thủ tôn giáo khác nhau giữa các du khách - phần lớn chỉ ưu tiên thực phẩm Halal, cho phép Nghệ An tiếp cận theo từng giai đoạn. Hơn nữa, chứng nhận Halal hàm ý tiêu chuẩn cao về vệ sinh, đạo đức và chất lượng, có thể thu hút cả thị trường tiêu dùng đạo đức rộng lớn ngoài cộng đồng Hồi giáo.

2.2. Xu hướng thị trường toàn cầu

Các xu hướng chính bao gồm: tăng trưởng tăng lớp trung lưu Hồi giáo thúc đẩy nhu cầu cao cấp; đa dạng hóa nhu cầu - du khách quan tâm tour văn hóa, di sản, sinh thái, phiêu lưu, chăm sóc sức khỏe; du lịch một mình và cá nhân hóa gia tăng ở giới trẻ; đổi mới kỹ thuật số trong tìm kiếm và đặt dịch vụ; ưu tiên du lịch "có mục đích" và bền vững. Tại Hội nghị Thượng đỉnh Toàn cầu về Halal trong Du lịch 2025, CrescentRating giới thiệu mô hình RIDA (Responsibility - trách nhiệm, Immersion - trải nghiệm, Digitalization - số hóa, Assurance - đảm bảo) làm bản thiết kế cho tương lai du lịch Halal.

2.3. Kinh nghiệm quốc tế

Các quốc gia OIC (Organisation of Islamic Cooperation - Tổ chức Hợp tác Hồi giáo): Malaysia dẫn đầu với hệ thống chứng nhận JAKIM (Cơ quan Phát triển Hồi giáo Malaysia) toàn diện, chiến lược "Malaysia, Truly Asia" và hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp Halal. Indonesia đứng đầu GMTI 2019, cấp chứng nhận Halal miễn phí cho doanh nghiệp nhỏ

qua BPJPH với mục tiêu 1 triệu chứng nhận vào năm 2025. Thổ Nhĩ Kỳ phát triển khách sạn 4-5 sao "thân thiện Hồi giáo" với phòng cầu nguyện, hồ bơi riêng nam - nữ và burkini (đồ bơi cho phụ nữ Hồi giáo).

Các quốc gia non-OIC (ngoài Tổ chức Hợp tác Hồi giáo): Singapore dẫn đầu nhóm này nhờ tính toàn diện và nhạy cảm văn hóa, đang hợp tác với Việt Nam xây dựng chuỗi cung ứng Halal. Thái Lan xây dựng vùng cung cấp thực phẩm Halal với ưu đãi cho nhà đầu tư. Nhật Bản hợp tác với JAKIM Malaysia đào tạo giám đốc khách sạn và tận dụng sinh viên Hồi giáo quốc tế. Các yếu tố thành công chung: đầu tư chiến lược cho hạ tầng Halal, hợp tác công - tư, chương trình chứng nhận (có thể miễn phí cho doanh nghiệp nhỏ), truyền thông đến thị trường mục tiêu và đào tạo nhân lực bài bản.

3. Thực trạng tại Nghệ An

3.1. Tiềm năng du lịch

Nghệ An sở hữu hệ thống điểm đến đa dạng: du lịch biển (Cửa Lò, Cửa Hội, Bãi Lữ, Đảo Hòn Ngư); du lịch sinh thái (Vườn Quốc gia Pù Mát, Đồi chè Thanh Chương, cánh đồng hoa hướng dương Nghĩa Đàn); du lịch văn hóa - lịch sử (Làng Sen quê Bác); du lịch giải trí hiện đại (VinWonders Cửa Hội - quần thể lớn nhất Bắc Trung Bộ với cáp treo vượt biển đầu tiên tại Việt Nam). Hệ thống lưu trú gồm chuỗi Mường Thanh 4-5 sao và khách sạn Lam Giang. Cảng hàng không quốc tế Vinh thuận lợi đón đoàn khách quốc tế.

Đặc biệt, diện tích nông nghiệp và chăn nuôi của tỉnh đủ lớn để phát triển thành vùng cung cấp thực phẩm Halal cho khu vực và toàn cầu - mô hình tham khảo từ Thái Lan. Tỉnh có thể tận dụng các khoản đầu tư hạ tầng hiện có thay vì xây mới hoàn toàn, đây là cách tiếp cận hiệu quả và tiết kiệm chi phí.

3.2. Hạn chế trong dịch vụ Halal

Các dịch vụ thân thiện với du khách Hồi giáo tại Nghệ An còn một số hạn chế: chưa có thông tin về nhà hàng được chứng nhận Halal; các khách sạn lớn chưa có hướng Qibla trong phòng, thảm cầu nguyện hay phòng cầu nguyện chuyên biệt; thiếu tiện ích tách biệt giới tính (hồ bơi, spa) và môi trường không cồn; chưa có doanh nghiệp được chứng nhận Halal trong tỉnh; sân bay quốc tế Vinh, cảng biển và các cơ sở phục vụ du lịch chưa đáp ứng tiêu chuẩn cơ bản. Mặc dù là thách thức lớn, đây cũng là cơ hội "khởi đầu mới" - triển khai thực hành tốt nhất ngay từ đầu mà không cần đại tu các hệ thống hiện hữu.

3.3. So sánh với các địa phương khác

So với một số địa phương trong nước, Hà Nội đã đi trước với "Halal Friendly Zones" (khu vực thân thiện với người Hồi giáo), mục tiêu 10-20 khách sạn Halal và 30% nhà hàng nội đô có món Halal vào năm 2030; năm 2024 đón 650.000 lượt khách Hồi giáo (15% tổng khách quốc tế, 50% từ Ấn Độ); các khách sạn cao cấp như Intercontinental Landmark 72, JW Marriott, Melia Hanoi đã phục vụ suất ăn Halal theo yêu cầu. TP.Hồ Chí Minh và Phú Quốc đã có nhà hàng và đại lý du lịch khai thác tuyến Halal.

4. Một số giải pháp đề xuất

Đề khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch Halal và vượt qua các thách thức hiện có, Nghệ An cần triển khai một chiến lược đồng bộ với các nhóm giải pháp được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên.

Thứ nhất, cần hoàn thiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ theo lộ trình 3 giai đoạn. Giai đoạn 1 tập trung tuân thủ Halal cơ bản với 3 yếu tố cốt lõi (thực phẩm Halal, tiện nghi cầu nguyện, nhà vệ sinh thân thiện với nước); cần tiến hành kiểm toán toàn diện khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng và điểm tham quan theo tiêu chuẩn Halal, ưu tiên nâng cấp hạng mục "cần phải có". Giai đoạn 2 mở rộng sang "nên có" gồm tách biệt giới tính, môi trường không cồn và đào tạo nhân viên. Giai đoạn 3 giới thiệu các yếu tố "tốt nếu có" như tour chuyên biệt, dịch vụ tháng Ramadan. Song song, cần phát triển chuỗi cung ứng thực phẩm Halal địa phương: khuyến khích nông dân và nhà sản xuất đạt chứng nhận, đảm bảo nguyên liệu và quy trình chế biến tuân thủ nghiêm ngặt; cải tiến đặc sản Nghệ An thành sản phẩm Halal - vừa quảng bá đặc trưng địa phương, vừa phục vụ phân khúc khách đặc thù.

Thứ hai, là phát triển nguồn nhân lực - yếu tố then chốt quyết định chất lượng dịch vụ. Cần tổ chức đào tạo cho tất cả các cấp - từ quản lý đến đầu bếp, hướng dẫn viên, lễ tân - về văn hóa Hồi giáo, nguyên tắc Halal và quy tắc phục vụ. Mô hình Nhật Bản trong đào tạo chuyên gia Halal (kể cả người không theo đạo Hồi) và tận dụng sinh viên Hồi giáo quốc tế đang học tập tại Việt Nam là kinh nghiệm đáng tham khảo. Đào tạo cần vượt ra ngoài tuân thủ kỹ thuật để nuôi dưỡng sự đồng cảm và hiểu biết văn hóa thực sự - thái độ chào đón và tôn trọng quan trọng không kém tiện nghi vật chất.

Thứ ba, là hoàn thiện chính sách và hợp lý hóa quy trình chứng nhận. Tỉnh cần phối hợp chặt chẽ với HALCERT và các tổ chức chứng nhận Halal khác (HCAV, VHCC, VMTA) để đơn giản hóa quy trình chứng nhận cho doanh nghiệp địa phương; cần nhắc chương trình hỗ trợ chi phí hoặc chứng nhận miễn phí cho doanh nghiệp nhỏ theo mô hình Indonesia. Đồng thời, cần phối hợp cấp quốc gia xây dựng danh sách chính thức các món ăn Việt Nam có thể chế biến theo tiêu chuẩn Halal; thành lập Ban chỉ đạo liên ngành cấp tỉnh; ban hành ưu đãi riêng về thuế, quyền sử dụng đất cho nhà đầu tư có mục tiêu phát triển du lịch Halal.

Thứ tư, là tăng cường xúc tiến và quảng bá chuyên biệt. Cần xây dựng chiến dịch tiếp thị nhắm vào Trung Đông, Đông Nam Á, Ấn Độ qua các kênh truyền thông phù hợp văn hóa Hồi giáo và tận dụng nền tảng số; tham gia các hội chợ quốc tế chuyên về Halal như Muslim Travel Show (MTS) và các diễn đàn du lịch Hồi giáo toàn cầu. Cùng với đó, cần xây dựng hình ảnh "Nghệ An thân thiện với người Hồi giáo" nhấn mạnh an toàn, tôn trọng văn hóa, đa dạng cảnh quan; hợp tác với các công ty lữ hành Halal toàn cầu xây dựng gói tour cụ thể. Đặc biệt, thay vì sao chép các thành phố khác, tỉnh nên phát triển sự kết hợp độc đáo "biển - núi - văn hóa" cùng sản phẩm du lịch "chữa lành" yêu cầu cơ sở vật chất cơ bản, vốn đầu tư thấp và có thể khai thác quanh năm.

Thứ năm, là đẩy mạnh hợp tác và liên kết ở nhiều cấp độ. Ở phạm vi địa phương, cần thúc đẩy hợp tác công - tư giữa chính quyền tỉnh và doanh nghiệp tư nhân trong đầu tư phát triển dịch vụ Halal.

5. Kết luận

Thị trường du lịch Halal toàn cầu đang bùng nổ, mang lại cơ hội "tỷ đô" cho các điểm đến. Với tài nguyên đa dạng về cảnh quan thiên nhiên, di sản văn hóa và cơ sở hạ tầng đang được đầu tư, Nghệ An có vị thế thuận lợi để khai thác phân khúc đầy hứa hẹn này. Mặc dù còn ở giai đoạn sơ khai và đối mặt với nhiều thách thức về nhận thức, chính sách và nguồn nhân lực, kinh nghiệm thành công từ các quốc gia OIC, non-OIC và các địa phương tiên phong trong nước cung cấp "bản thiết kế" rõ ràng. Để hiện thực hóa tiềm năng, Nghệ An cần chiến lược chủ động, toàn diện và theo từng giai đoạn, với cam kết mạnh mẽ của chính quyền tỉnh trong ban hành chính sách hỗ trợ, hợp lý hóa chứng nhận và đầu tư hạ tầng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Khoa học và Công nghệ. (2024). Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 14230:2024 - Dịch vụ du lịch thân thiện với người Hồi giáo - Các yêu cầu.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Nghệ An. (2025). Báo cáo Phòng Quản lý Du lịch 6 tháng đầu năm 2025.

Thủ tướng Chính phủ (2023), Quyết định số 10/QĐ-TTg ngày 14/02/2023 phê duyệt Đề án “Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030”.

CrescentRating. (2024). What is Halal Tourism? A Comprehensive Guide. <https://www.crescentrating.com/magazine/all/4150/what-is-halal-tourism-a-comprehensive-guide.html>

Future Market Insights. (2025). Halal Tourism Market Report. <https://www.futuremarketinsights.com/>

Mastercard - CrescentRating. (2025). Global Muslim Travel Index (GMTI) 2025. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2025.html>

Mastercard Newsroom. (2025). Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index reveals trends shaping the future of Halal travel. <https://www.mastercard.com/news/ap/en/newsroom/press-releases/en/2025/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-reveals-trends-shaping-the-future-of-halal-travel/>

Pew Research Center. (2015). The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050. <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>

Ngày nhận bài: 9/03/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/03/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/4/2026

HALAL TOURISM AND ITS DEVELOPMENT POTENTIAL IN NGHE AN: CURRENT STATUS AND SOLUTIONS

● **PHAM NGOC MAI**

Faculty of Tourism and Hospitality,
University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Halal tourism is a rapidly growing market segment globally, with 176 million tourist arrivals in 2024 and projected to reach 245 million by 2030, with estimated spending of USD 230 billion. This study analyzes the potential and current state of Halal tourism development in Nghe An, by comparing it with the experiences of OIC and non-OIC countries as well as pioneering localities in Vietnam. . On this basis, the study proposes a three-phase development strategy focusing on infrastructure, Halal certification, workforce training, tourism promotion , and international cooperation, to position Nghe An as a Muslim-friendly travel destination.

Keywords: Halal tourism, Nghe An, Muslim tourists, Halal certification, sustainable development.