

Số: /BC-BKHCN

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Dự thảo 2

**BÁO CÁO TỔNG KẾT THI HÀNH PHÁP LUẬT
Về quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal**

Thực hiện quy định của Luật ban hành văn quy phạm pháp luật năm 2015, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2020 và ý kiến chỉ đạo của Phó Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 10232/VPCP-KGVX ngày 29/12/2023 của Văn phòng Chính phủ, trong đó giao Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì, phối hợp với Bộ Tư pháp, các bộ, cơ quan liên quan thực hiện đề nghị xây dựng Nghị định theo đúng quy trình, thủ tục, thẩm quyền và quy định; Bộ Khoa học và Công nghệ báo cáo tổng kết thi hành pháp luật về quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal như sau:

I. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG HALAL

1. Thị trường Halal thế giới

Theo tiếng Ả Rập, "Halal" có nghĩa là "được phép" và "Haram" là những điều cấm kỵ. Người Hồi giáo chỉ sử dụng những sản phẩm được Thượng đế (Allah) cho phép và thể hiện sự cho phép là sản phẩm đó được chứng thực Halal theo Kinh Qur'an và Luật Shari'ah của Hồi giáo. Các sản phẩm Halal bao gồm hầu như tất cả sản phẩm thiết yếu của cuộc sống như thực phẩm, đồ uống, thực phẩm hữu cơ, thực phẩm chức năng, dược phẩm, mỹ phẩm, dệt may, thủ công mỹ nghệ đến lĩnh vực dịch vụ như: ngân hàng, du lịch, an ninh, giáo dục và đào tạo, dịch vụ ăn uống, khách sạn, logistics. Theo Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), chỉ riêng du lịch của người Hồi giáo đã chiếm 10% nền kinh tế du lịch thế giới với mức chi tiêu cho du lịch ước tính đạt 200 tỷ USD. Do đó phát triển ngành sản xuất và dịch vụ về Halal sẽ thúc đẩy sự phát triển các lĩnh vực, dịch vụ phụ trợ đi kèm.

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 đôi so với dân số phi Hồi giáo (0,7%/năm) và dự kiến sẽ đạt khoảng 2,8 tỷ người và năm 2050. Theo dự báo, đến năm 2050 thế giới sẽ có 51 quốc gia có người Hồi giáo chiếm đa số, tăng 02 nước so với năm 2010 (Macedonia, Bosnia và Herzegovina)¹.

Quy mô nền kinh tế Halal toàn cầu đạt 7000 tỷ USD năm 2022 và dự kiến

¹ Theo Báo cáo năm 2022 về tương lai dân số Hồi giáo toàn cầu của Pew Research Center.

tăng lên khoảng 10.000 tỷ USD năm 2028² 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 với tốc độ khoản 6-8%/năm³.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm Halal phân bố khắp thế giới, từ các nước Hồi giáo đến phi Hồi giáo, từ các nền kinh tế phát triển đến đang phát triển, do các sản phẩm Halal đáp ứng nhiều tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo đảm sức khỏe, chất lượng, xanh, sạch, có đạo đức trong chế biến và góp phần bảo vệ môi trường...

Với số lượng người theo đạo Hồi đông nhất thế giới, Indonesia xếp hạng 4 trong cộng đồng kinh tế các nước Hồi giáo. Cơ hội xuất khẩu sang thị trường này còn rộng mở với quy mô tiêu dùng sản phẩm Halal hiện đạt 180 tỷ USD và dự kiến tăng lên 281 tỷ USD vào 2025.

Thị trường Malay-xi-a cũng thiếu nguồn cung các sản phẩm Halal. Theo Tập đoàn Phát triển Halal của Malay-xi-a (HDC), vẫn còn khoảng 80% trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ Halal để đáp ứng nhu cầu.

Singapore có nhu cầu cao về hàng hóa Halal dù người đạo Hồi chỉ chiếm 14% dân số do quốc gia này đón hàng triệu khách du lịch mỗi năm từ Trung Đông và Trung Á – Là những quốc gia tiêu thụ nhiều sản phẩm Halal.

Các quốc gia Hồi giáo tiêu biểu tại khu vực Tây Á - Châu Phi cũng có nhu cầu ngày càng cao đối với sản phẩm Halal như: Ả rập Xê - út (Saudi Arabia), Các Tiểu Vương quốc Ả-rập Thống nhất (UAE), Ai Cập, Ma-Rốc,... Một số quốc gia trong khu vực cũng bày tỏ mong muốn hợp tác trong lĩnh vực Halal với Việt Nam trong thời gian tới như Iran, Thổ Nhĩ Kỳ.

2. Thị trường Halal tại Việt Nam

2.1. Thực trạng thị trường Halal

Hiện nay, ở Việt Nam tính đến tháng 6/2023, trên cả nước có khoảng 90.000 tín đồ Hồi giáo trong đó Hồi giáo (Islam) có trên 36.000 tín đồ, sinh sống tập trung ở 14 tỉnh, thành phố, trong đó đông nhất tại tỉnh An Giang, TP.Hồ Chí Minh, tỉnh Tây Ninh và tỉnh Ninh Thuận. Đã có 04 tổ chức Hồi giáo (Islam) được Nhà nước công nhận. Tuy nhiên, hiện nay Việt Nam chỉ có khoảng 20 mặt hàng xuất khẩu ở thị trường Halal.

Theo số liệu báo cáo của các cơ quan quản lý an toàn thực phẩm của ngành y tế tại 63 tỉnh/thành phố: hiện có 10/63 cơ quan quản lý an toàn thực phẩm các tỉnh/thành phố có thực hiện tiếp nhận bản tự công bố sản phẩm hoặc cấp Giấy tiếp nhận bản đăng ký công bố sản phẩm cho 1189 sản phẩm thực phẩm có chứng nhận Halal (Bắc Ninh: 147 sản phẩm; Hải Dương: 01 sản phẩm; Hà Nam:

² Theo World Halal Summit Council (4/2022).

³ Hiện thống kê, dữ liệu chính thức liên quan đến kinh tế Halal còn tương đối hạn chế, các dữ liệu, thống kê của SERSIC (là cơ quan trực thuộc OIC) và SGIE (được thực hiện dưới sự bảo trợ của chính phủ UAE) được đánh giá là mang tính chính thức, đáng tin cậy nhất. Mặc dù còn có khác biệt trong số liệu, các nghiên cứu, báo cáo đều có nhận định chung là nền kinh tế Hồi giáo sẽ tiếp tục phát triển mạnh trong thời gian tới với tốc độ khoản 6-8%/năm.

20 sản phẩm; Quảng Ninh: 154 sản phẩm; Nghệ An: 83 sản phẩm, Quảng Ngãi: 57 sản phẩm, Bình Định: 12 sản phẩm, Khánh Hòa: 02 sản phẩm, Hồ Chí Minh: 27 sản phẩm, Bình Dương: 289 sản phẩm). Việc tiếp nhận bản tự công bố sản phẩm thực phẩm và cấp Giấy tiếp nhận đăng ký bản công bố sản phẩm thực phẩm được các địa phương thực hiện theo quy định tại Nghị định số 15/2018/NĐ-CP của Chính phủ.

Năm 2023, kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam với 10 đối tác thương mại lớn⁴ là thành viên Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC)⁵ đạt 45,7 tỷ USD⁶, trong đó một số thị trường Hồi giáo ở khu vực Trung Đông – Châu Phi (TĐCP) ghi nhận tốc độ tăng trưởng cao như Bờ Biển Ngà (29%), Nigeria (23,6%), Thổ Nhĩ Kỳ (12%), UAE (5.9%)...; Việt Nam và một số quốc gia Hồi giáo đặt mục tiêu tăng kim ngạch thương mại song phương thời gian tới (Việt Nam – Malaysia phấn đấu tăng kim ngạch thương mại lên 18 tỷ USD, Việt Nam – Indonesia lên 18 tỷ USD vào năm 2028, Việt Nam – UAE lên 10 tỷ USD, Việt Nam – Thổ Nhĩ Kỳ lên 5 tỷ USD và Việt Nam – Iran lên 2 tỷ USD...); Việt Nam đang đàm phán để sớm ký kết Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện (CEPA) với UAE trong năm 2024 và nghiên cứu khả năng đàm phán FTA với một số nước Hồi giáo/đông tín đồ Hồi giáo như Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ...

Việt Nam là một nước xuất khẩu nông sản, thủy sản lớn trên thế giới và là mắt xích quan trọng trong nhiều liên kết hàng đầu khu vực như Hiệp định CPTPP, Hiệp định EVFTA, Hiệp định RCEP và các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, đáp ứng yêu cầu khắt khe của các thị trường EU, Mỹ, Nhật Bản... nên có nhiều tiềm năng xuất khẩu sang thị trường thực phẩm Halal toàn cầu, là nền tảng để tiếp cận thị trường Halal. Theo báo cáo của Bộ Ngoại giao thì đến nay có hơn 58,7% các tỉnh, thành phố đã bước đầu xuất khẩu thực phẩm sang thị trường Halal toàn cầu, trong khi gần 41,3% các địa phương của Việt Nam chưa có sản phẩm có chứng nhận Halal; có khoảng gần 1.000 doanh nghiệp có chứng nhận Halal, tập trung nhiều ở miền Nam. Tuy nhiên, con số này còn khiêm tốn so với tiềm năng thực tế; doanh nghiệp Việt Nam gặp phải cạnh tranh gay gắt từ doanh nghiệp các nước có cơ cấu xuất khẩu tương đồng và đã quen với thị trường Halal như Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan...; tiêu chuẩn và chứng nhận Halal rất đa dạng, chưa có tiêu chuẩn chung toàn cầu (hiện nay mới chỉ có Hướng dẫn chung của Codex về ghi nhãn Halal, Hướng dẫn chung của ASEAN về chế biến thực phẩm Halal), với nhiều đòi hỏi khắt khe nên chi phí doanh nghiệp bỏ ra tương đối lớn so với xuất khẩu sản phẩm thông thường.

Ngành du lịch đang từng bước vào giai đoạn phục hồi và phát triển mới, tiến tới mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo tinh thần chỉ đạo tại Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị. Hoạt động thu hút khách quốc tế ghi nhận sự sôi động trở lại trên cả nước, trong đó có khách du lịch Hồi

⁴ Indonesia, Malaysia, Kuwait, UAE, Saudi Arabia, Thổ Nhĩ Kỳ, Bangladesh, Bờ Biển Ngà, Pakistan, Nigeria...

⁵ OIC có tổng cộng 57 nước thành viên. Ngoài ra, một số nước không phải là thành viên OIC nhưng có cộng đồng người Hồi giáo đông đảo gồm Ấn Độ, Ethiopia, Tanzania, Nga, CHDC Congo, Cameroon, Ghana,... đều là các nước bạn bè truyền thống hoặc có quan hệ hợp tác tốt đẹp với Việt Nam.

⁶ Theo thống kê sơ bộ của Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương.

giáo. Khách Hồi giáo đến Việt Nam chủ yếu từ các nguồn thị trường chính là Đông Nam Á, Nam Á và có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây. Theo thống kê năm 2023, Việt Nam đón hơn 470 nghìn lượt khách từ Malaysia (1 trong 10 thị trường khách đến lớn nhất), hơn 105 nghìn lượt khách từ In-do-ne-xi-a, hơn 145 nghìn lượt khách từ Ấn Độ. Du lịch Việt Nam có những thuận lợi về tài nguyên du lịch phong phú, khí hậu phù hợp và sản phẩm du lịch hấp dẫn, đặc biệt là du lịch biển, nghỉ dưỡng cao cấp, phù hợp với nhu cầu của khách du lịch đến từ các nước Hồi giáo.

Khách du lịch Hồi giáo được xác định là thị trường du lịch tiềm năng, nằm trong nhóm thị trường mục tiêu cần được đẩy mạnh trong giai đoạn tới của ngành du lịch Việt Nam. Theo ước tính, 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 đôi so với dân số phi Hồi giáo (0,7%/năm) và dự kiến sẽ đạt khoảng 2,8 tỷ người vào năm 2050. Riêng trong khu vực Đông Nam Á hiện nay có gần 300 triệu tín đồ Hồi giáo, là một thị trường quan trọng, có nhiều tiềm năng nhất để phát triển du lịch Halal. Bên cạnh đó, thị trường khách Hồi giáo tại khu vực Nam Á, Trung Đông và một số nước khác như Mỹ, Úc,... với các thuận lợi về đường bay cũng là những thị trường vô cùng tiềm năng với du lịch Việt Nam.

Người Hồi giáo rất thích đi du lịch và thuộc nhóm có chi tiêu cho du lịch ở mức cao trên thế giới. Theo báo cáo chỉ số Hồi giáo toàn cầu, những năm gần đây số người theo đạo Hồi đi du lịch trên thế giới tăng khá nhanh. Nếu năm 2013 khoảng 108 triệu lượt khách Hồi giáo đi du lịch thì đến năm 2019 đã đạt 160 triệu lượt. Sau 2 năm đại dịch, từ năm 2021 tốc độ phục hồi thị trường khách Hồi giáo dần ổn định. Năm 2023, có khoảng 140 triệu lượt khách Hồi giáo đi du lịch khắp nơi trên thế giới. Đến năm 2028, ước khoảng 230 triệu lượt khách du lịch Hồi giáo sẽ đi du lịch ra nước ngoài, chi tiêu sẽ lên tới 225 tỉ USD. Một số thị trường khách Hồi giáo ở phân khúc cao cấp như các nước Trung Đông thường có nhu cầu đi du lịch vào khoảng tháng 7-8 trong năm, địa điểm yêu thích là các bãi biển đẹp, khí hậu ôn hòa.

Ngành du lịch Việt Nam trong những năm gần đây cũng đã có những chính sách hướng đến các thị trường khách với các tôn giáo khác nhau, khuyến khích tất cả các loại hình phát triển theo xu hướng bền vững, an toàn, hiệu quả. Năm 2020, tiêu chuẩn quốc gia: "TCVN 13186 : 2020 Du lịch MICE - Yêu cầu về địa điểm tổ chức MICE đối với khách sạn" (MICE Tourism – Mice Venue requirements for hotel) đã được Tổng cục Du lịch (nay là Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) soạn thảo, Bộ Khoa học và Công nghệ công bố với các tiêu chí yêu cầu về cơ sở vật chất kỹ thuật, trong đó có yêu cầu “phòng thực hiện nghi lễ tôn giáo”, nơi có thể phục vụ khách theo đạo Hồi. Việt Nam cũng đã ban hành 04 tiêu chuẩn quốc gia TCVN liên quan đến du lịch Halal, chủ yếu trên lĩnh vực thực phẩm, nông nghiệp, đây là những căn cứ để cung cấp một số dịch vụ phục vụ ngành du lịch (đặc biệt là dịch vụ ăn uống). Bên cạnh đó, triển khai Đề án “Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam” và “Phát triển quan hệ giữa Việt Nam và các nước Trung Đông – châu Phi giai đoạn 2016-

2025” của Bộ Ngoại giao, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đang nghiên cứu, tổ chức triển khai các hoạt động xúc tiến vào thị trường Hồi giáo. Chính quyền các địa phương cũng đang từng bước tiếp cận với thị trường khách du lịch Halal thông qua các hội nghị, hội thảo tìm kiếm giải pháp, các hoạt động quảng bá, xúc tiến.

Tại một số điểm đến du lịch chính của Việt Nam như Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh và một số địa phương tập trung cộng đồng Hồi giáo cũng đã có một số doanh nghiệp quan tâm và đầu tư cơ sở vật chất, dịch vụ phục vụ du khách theo đạo Hồi. Một số khách sạn đã bố trí các phòng cầu nguyện, thực đơn Halal cho du khách.

2.2. Về hệ thống tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) về Halal

Qua nghiên cứu, do đặc thù tôn giáo, địa chính trị, nên hiện nay các tiêu chuẩn áp dụng cho sản phẩm, dịch vụ Halal không có sự thống nhất trong phạm vi quốc tế hay khu vực. Mỗi quốc gia lại có yêu cầu riêng về tiêu chuẩn Halal đối với hàng nhập khẩu và sản xuất trong nước. Vì vậy, Bộ Khoa học và Công nghệ ưu tiên nghiên cứu, xây dựng bộ tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) về Halal trên cơ sở tham khảo các tiêu chuẩn Halal của tổ chức quốc tế hàng đầu và các thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam như các tiêu chuẩn Codex, A-rập Xê-út, Malaysia, Indonesia, Philippines, các quốc gia Vùng Vịnh... Các tiêu chuẩn quốc gia về Halal hiện nay gồm có 05 TCVN, cụ thể:

- TCVN 12944 : 2020 *Thực phẩm Halal - Yêu cầu chung*;
- TCVN 13708 : 2023 *Thực hành nông nghiệp tốt đối với cơ sở sản xuất Halal*;
- TCVN 13709 : 2023 *Thức ăn chăn nuôi Halal*;
- TCVN 13710 : 2023 *Thực phẩm halal - Yêu cầu đối với giết mổ động vật*;
- TCVN 13888 : 2023 *Đánh giá sự phù hợp - Yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận sản phẩm, quá trình và dịch vụ Halal*.

Các TCVN này là công cụ kỹ thuật quan trọng, ban đầu giúp các doanh nghiệp Việt Nam hiểu, áp dụng đúng vào sản xuất kinh doanh của mình để đạt chứng nhận sản phẩm Halal được thuận lợi.

2.3. Về hoạt động chứng nhận Halal tại Việt Nam

Tại Việt Nam, các sản phẩm Halal được quản lý bởi Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa; Luật Dược; Luật An toàn thực phẩm và các văn bản hướng dẫn có liên quan. Tại Phụ lục 4 Luật sửa đổi, bổ sung Điều 6 và Phụ lục 4 về Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện của Luật Đầu tư quy định kinh doanh dịch vụ đánh giá sự phù hợp là ngành, nghề kinh doanh có điều kiện. Để hướng dẫn thực hiện, ngày 01/7/2016, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 107/2016/NĐ-CP quy định về điều kiện kinh doanh hoạt động dịch vụ đánh giá sự phù hợp và ngày 09/11/2018, Chính phủ ban hành Nghị định số 154/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung, bãi bỏ một số quy định về điều kiện đầu tư, kinh doanh trong lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Khoa học và Công nghệ. Theo đó, tổ chức chứng nhận sản phẩm phù hợp tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật tương ứng phải đáp

ứng điều kiện quy định tại Nghị định số 107/2016/NĐ-CP và Nghị định số 154/2018/NĐ-CP.

Đồng thời, việc chứng nhận Halal ở Việt Nam chủ yếu là phục vụ hoạt động xuất khẩu. Tại các quốc gia Hồi giáo đều có tổ chức chứng nhận Halal độc lập, trong đó các tiêu chuẩn chứng nhận là khác nhau giữa các nước/nhóm nước. Khác với các chương trình chứng nhận khác là *đánh giá một lần, cấp một chứng nhận và được chấp nhận ở mọi nơi*, với chứng nhận Halal, để được chấp nhận kết quả chứng nhận Halal tại các nước nhập khẩu khác nhau, tổ chức chứng nhận phải được công nhận/ thừa nhận bởi nhiều tổ chức khác nhau (như GAC (Hội đồng hợp tác các nước Vùng Vịnh-GCC); JAKIM (Malaysia); CICOT (Thailand); MUIS (Singapore); KFDA (Korea)...) tùy thuộc vào thị trường mà các khách hàng của tổ chức chứng nhận muốn xuất khẩu và mỗi tổ chức công nhận sẽ có quy định, yêu cầu cụ thể khác nhau đối với tổ chức chứng nhận dựa trên yêu cầu cơ bản theo tiêu chuẩn quốc tế ISO/IEC 17065 Đánh giá sự phù hợp – Yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận sản phẩm, quá trình và dịch vụ (Việt Nam cũng đã chấp nhận hoàn toàn tiêu chuẩn này thành tiêu chuẩn quốc gia TCVN ISO/IEC 17065). Bên cạnh đó, để chứng nhận hệ thống quản lý thì tổ chức chứng nhận còn phải đáp ứng các yêu cầu theo tiêu chuẩn quốc tế ISO/IEC 17021 Đánh giá sự phù hợp – Yêu cầu đối với tổ chức đánh giá và chứng nhận hệ thống quản lý (Việt Nam cũng đã chấp nhận hoàn toàn tiêu chuẩn này thành TCVN ISO/IEC 17021).

Do đó, hoạt động chứng nhận Halal cần được coi là hoạt động đánh giá sự phù hợp đặc thù vì vừa phải đáp ứng điều kiện về năng lực theo quy định pháp luật, vừa phải đáp ứng các yêu cầu theo quy định Hồi giáo.

Để đáp ứng yêu cầu về năng lực của tổ chức chứng nhận Halal, ngày 11/9/2023, Bộ Khoa học và Công nghệ đã ban hành Quyết định số 2018/QĐ-BKHCN công bố TCVN 13888 : 2023 Đánh giá sự phù hợp - Yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận sản phẩm, quá trình và dịch vụ Halal.

3. Thuận lợi

- Việt Nam có quan hệ ngoại giao, thương mại tốt đẹp với các nước Hồi giáo trên thế giới. Việt Nam có lợi thế về vị trí địa lý gần những thị trường Halal lớn khoảng 62% dân số Hồi giáo tập trung tại Châu Á.

- Tiêu chuẩn Halal ngày càng bao quát tới nhiều dòng sản phẩm, không chỉ đối với các sản phẩm thực phẩm mà còn với các sản phẩm vệ sinh, chăm sóc sức khỏe, mỹ phẩm, dược phẩm, du lịch, môi trường... Do đó, doanh nghiệp Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội xuất khẩu đa dạng các sản phẩm Halal tới nhiều thị trường hơn.

- Việt Nam được biết đến là quốc gia sở hữu nguồn nguyên liệu thô dồi dào như cà phê, gạo, các sản phẩm từ biển, thủy hải sản, gia vị, đậu hạt, rau củ quả... Việt Nam cũng là quốc gia có nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ đạo và có nhiều tiềm năng để tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng thực phẩm Halal toàn cầu.

- Doanh nghiệp Việt Nam ngày càng có sự quan tâm và đầu tư nhiều hơn vào quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm để đạt được chứng nhận Halal. Trong những năm gần đây, số lượng doanh nghiệp Việt Nam đủ tiêu chuẩn xuất

khẩu sản phẩm Halal ngày một gia tăng.

- Việt Nam đã và đang trở thành một mắt xích quan trọng trong nhiều liên kết kinh tế hàng đầu khu vực, với 16 Hiệp định thương mại tự do (FTA), trong đó có một số FTA thế hệ mới như: Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và mới đây nhất là Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP). Đây là cơ sở quan trọng giúp doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận các thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm của Việt Nam, trong đó có các sản phẩm Halal.

4. Khó khăn, bất cập

Quyết định số 10/QĐ-TTg ngày 14/02/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Đề án tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030” đưa ra các định hướng mang tầm quốc gia về huy động các nguồn lực trong nước, quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam bài bản, chuyên nghiệp, toàn diện, giúp doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu, hiệu quả vào các chuỗi sản xuất, cung ứng sản phẩm Halal toàn cầu. Đề án tạo hướng đi mới trong triển khai công tác hội nhập kinh tế quốc tế, khai mở thị trường, khai mở thị trường Halal giàu tiềm năng có quy mô lên tới 10.000 tỷ USD trên phạm vi toàn thế giới vào năm 2028 và tạo thêm động lực mới cho phát triển kinh tế bền vững nước ta, trong bối cảnh các thị trường truyền thống gặp không ít khó khăn do lạm phát, suy thoái kinh tế, hàng rào kỹ thuật tăng lên... Trong thời gian gần đây, thị trường xuất khẩu sản phẩm Halal ở Việt Nam có những bước khởi sắc, thu hút sự quan tâm của doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc phát triển sản phẩm Halal tại Việt Nam còn một số khó khăn như sau:

- Trên thế giới chưa có bộ tiêu chuẩn Halal thống nhất áp dụng đối với tất cả các nước. Có nhiều cơ quan, tổ chức chứng nhận Halal, quy trình thủ tục cấp chứng nhận của các tổ chức cũng không thống nhất.

- Thủ tục cấp chứng nhận Halal phức tạp, chi phí xin cấp chứng nhận Halal cho một sản phẩm khá cao, thời gian lâu. Hiệu lực của chứng nhận Halal chỉ có thời hạn 1 năm và được giám sát định kỳ 6 tháng/lần để đảm bảo tuân thủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm và không sử dụng dầu Halal cho các sản phẩm khác.

- Nghị định số 107/2016/NĐ-CP và Nghị định số 154/2016/NĐ-CP quy định điều kiện đối với hoạt động chứng nhận, trong đó có hoạt động chứng nhận Halal. Tuy nhiên, đối với tổ chức chứng nhận Halal, các quốc gia Hồi giáo đều quy định chuyên gia đánh giá là người Hồi giáo theo các yêu cầu của các quốc gia Hồi giáo và có yêu cầu riêng đối với hệ thống quản lý. Do đó, việc các tổ chức chứng nhận Halal Việt Nam đáp ứng yêu cầu Nghị định số 107/2016/NĐ-CP gặp khó khăn để các quốc gia Hồi giáo công nhận, thừa nhận.

- Việt Nam vẫn chưa thực sự chiếm được thị phần đáng kể trong lĩnh vực Halal và mới tham gia thị trường Halal ở giai đoạn sơ khởi, khái niệm và thị trường Halal còn khá mới tại Việt Nam. Mỗi năm, mới chỉ có khoảng 50 doanh nghiệp Việt Nam được cấp chứng chỉ Halal. Hiện tại, Việt Nam cũng mới chỉ có khoảng

20 mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Halal. Có tới 40% các địa phương Việt Nam chưa có sản phẩm xuất khẩu có chứng nhận Halal.

- Chi phí đầu tư trang thiết bị, dây chuyền sản xuất, nguồn nguyên liệu an toàn trong các khâu từ đóng gói, vận chuyển, bảo quản... theo tiêu chuẩn Halal cao hơn so với sản xuất, xuất khẩu sản phẩm thường, trong khi đa số doanh nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ và vừa nên gặp hạn chế về chi phí đầu tư.

- Hiện nay chưa có nguồn thông kê chính thức về kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm Halal giữa Việt Nam và các nước trên thế giới, dẫn đến việc phân tích, nghiên cứu số liệu của ngành còn khó khăn.

- Cơ sở vật chất phục vụ khách du lịch Hồi giáo ở nước ta còn nhiều hạn chế. Khách du lịch Hồi giáo có thói quen sinh hoạt tôn giáo chặt chẽ mang yếu tố văn hóa, phong tục, đòi hỏi sự phục vụ và không gian riêng biệt giữa nam và nữ, đặc biệt liên quan đến lưu trú (khu vực cầu nguyện do người Hồi giáo cầu nguyện 5 lần một ngày). Trong khi cơ sở vật chất của các cơ sở lưu trú, các khu, điểm du lịch, các điểm vui chơi giải trí của Việt Nam không nhiều nơi có các khu vực riêng phục vụ nhu cầu tín ngưỡng, tâm linh của người Hồi giáo. Tại TP. Hồ Chí Minh có 14 thánh đường Hồi giáo, nhưng chỉ có 03 thánh đường nằm ở khu vực trung tâm thuận lợi cho khách du lịch cầu nguyện. Khu vực miền Bắc chỉ có 01 thánh đường duy nhất tại Hà Nội. Các khách sạn có khu vực cầu nguyện riêng cho tín đồ Hồi giáo rất ít.

- Ở Việt Nam, đặc biệt là các địa bàn du lịch trọng điểm, số lượng các đơn vị có khả năng cung cấp được hoàn chỉnh các sản phẩm, dịch vụ du lịch và dịch vụ hỗ trợ đạt tiêu chuẩn Halal còn rất ít. Đội ngũ nhân lực chuyên phục vụ cho đối tượng khách này cũng không nhiều, kỹ năng còn thiếu, vì vậy, chất lượng phục vụ chưa đảm bảo.

- Sản phẩm Halal có tính đặc thù liên quan yêu cầu của Kinh Qur'an và Luật Shari'ah của Hồi giáo và có liên quan đến vấn đề về tôn giáo. Hiện nay, pháp luật Việt Nam chưa có các quy định cụ thể về việc cấp, cấp lại, thu hồi chứng nhận Halal và các cơ chế xử lý vi phạm và trách nhiệm của các Bộ quản lý ngành, lĩnh vực, địa phương trong lĩnh vực này.

- Chưa có nguồn kinh phí xúc tiến thương mại dành riêng cho ngành công nghiệp và các sản phẩm Halal, chưa có các chương trình xúc tiến thương mại chuyên ngành riêng cho sản phẩm Halal.

II. ĐỀ XUẤT XÂY DỰNG NGHỊ ĐỊNH

Từ tình hình thực tiễn nêu trên, việc nghiên cứu, ban hành Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal là chủ trương đúng đắn và rất cần thiết của Chính phủ nhằm hạn chế bất cập, tồn tại nêu trên đồng thời giúp thúc đẩy phát triển sản phẩm, dịch vụ Halal, tạo ra các sản phẩm, dịch vụ có giá trị gia tăng cao phục vụ nhu cầu trong và ngoài nước trong thời gian tới, cụ thể:

1. Tạo hành lang pháp lý cho sản xuất, nhập khẩu sản phẩm Halal và cung cấp dịch vụ Halal bao gồm: tiêu chuẩn Halal Việt Nam phải hài hòa với thế giới,

đáp ứng yêu cầu của thị trường nhập khẩu, bắt buộc áp dụng nhằm tạo mặt bằng thống nhất cho sản phẩm, dịch vụ Halal tại thị trường trong nước; sản phẩm, dịch vụ Halal phải được chứng nhận, trong đó nhà nước thừa nhận/chấp nhận kết quả chứng nhận của các tổ chức chứng nhận nước ngoài; các quy định đặc thù về ghi nhãn, lô gô sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam.

2. Đưa ra các định hướng cần ưu tiên đầu tư và một số chính sách hỗ trợ cụ thể đủ mạnh cho phát triển sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam.

III. TRÁCH NHIỆM CÁC CƠ QUAN LIÊN QUAN

1. Quản lý chung: xây dựng chiến lược, đề án, chính sách hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm Halal; tổ chức kiểm tra chất lượng, thanh tra, truy xuất nguồn gốc, xử lý vi phạm; đào tạo, tuyên truyền, phổ biến; hợp tác quốc tế trong lĩnh vực sản phẩm, dịch vụ Halal.

2. Về tiêu chuẩn: xây dựng, công bố tiêu chuẩn, chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal.

3. Về tài chính: xây dựng, hướng dẫn chính sách hỗ trợ phát triển xuất khẩu sản phẩm Halal.

Trên đây là Báo cáo tổng kết thi hành pháp luật về sản phẩm, dịch vụ Halal của Bộ Khoa học và Công nghệ./.

Nơi nhận:

- Thủ tướng Chính phủ (để b/c);
- Các Phó Thủ tướng Chính phủ (để b/c);
- Văn phòng Chính phủ;
- Bộ Tư pháp;
- Lưu: VT, TĐC.

BỘ TRƯỞNG