BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

Số: /BC-BKHCN

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Dự thảo 2

BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH
Xây dựng Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal

I. XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ BẤT CẬP TỔNG QUAN

1. Bối cảnh xây dựng Nghị định

1.1. Quốc tế

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 vào 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).

Quy mô nền kinh tế Halal toàn cầu đạt 7.000 tỷ USD năm 2022 và dự kiến tăng lên mức khoảng 10.000 tỷ USD trước 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 với tốc độ khoảng 6-8%/năm.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm Halal phân bổ 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.

Theo Chỉ số Du lịch Hồi giáo toàn cầu, thị trường du lịch Halal của người Hồi giáo khá tiềm năng và sôi động, với nhu cầu ngày càng tăng của 2,1 tỷ người Hồi giáo (chiếm 23% dân số toàn cầu). Lượng khách du lịch Hồi giáo quốc tế ước tính tăng từ 108 triệu vào năm 2013 lên 160 triệu khách vào năm 2019 (trước dịch Covid-19). Dự báo đến năm 2030, chi tiêu cho du lịch từ thị trường này sẽ lên đến 341,1 tỷ USD/năm. Với tiềm năng này, nhiều năm nay, các quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Singapore và Anh đang nỗ lực để thu hút du khách Hồi giáo, coi đây là thị trường để phục hồi và phát triển du lịch.

1.2. Trong nước:

a) Tình hình trong nước

Năm 2023, kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam với 10 đối tác

thương mại lớn[1] là thành viên Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC)[2] đạt 45,7 tỷ USD[3], 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 phàn 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 nhịp 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 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 Indonesia, 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

---

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

[2] 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 Công, Cameroon, Ghana,... đều là các nước bạn bè truyền thống hoặc có quan hệ hợp tác tốt đẹp với Việt Nam.

[3] Theo thống kê sơ bộ của Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương

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, 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 vào năm 2050. Riêng trong khu vực Đông Nam Á hiện nay có gần 300 triệu tín đồ Hồi giáo, là một thị trường gần 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.

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.

b) Thuận lợi

- Việt Nam là nước sở hữu nguồn nguyên vật liệu nông sản thô dồi dào như gạo, chè, cà-phê, hạt tiêu, hạt điều, thủy hải sản, gia vị, đậu hạt, rau củ quả. Việt Nam cũng là cường quốc xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, đa dạng hóa thị trường và bắt đầu quan tâm thị trường Halal toàn cầu; nhiều mặt hàng nông, lâm, thủy, hải sản của Việt Nam được đánh giá phù hợp với thị trường Halal.

- Mặt khác, chúng ta đang có quan hệ ngoại giao, thương mại tốt đẹp với các nước Hồi giáo nhập khẩu thực phẩm Halal lớn nhất như Saudi Arabia, Malaysia...; đồng thời, có lợi thế về vị trí địa lý gần những thị trường Halal lớn với khoảng 62% dân số Hồi giáo tập trung tại châu Á, trong đó phải kể đến Indonesia, quốc gia Hồi giáo đông dân nhất thế giới, một thị trường rất tiềm năng và không còn xa lạ với doanh nghiệp Việt.

- Số lượng doanh nghiệp Việt đạt được chứng nhận Halal ngày càng tăng với khoảng gần 1.000 doanh nghiệp. Hiện nay có 10 tỉnh, thành nhiều doanh nghiệp đạt chứng nhận Halal gồm: Cần Thơ, Hà Nội, Bạc Liêu, Đồng Tháp, Phú Thọ, Bến Tre, Vĩnh Phúc, Khánh Hòa, Ninh Thuận và Kiên Giang. Năm lĩnh vực có doanh nghiệp đạt chứng nhận Halal nhiều nhất gồm: Thủy, hải sản, chè, trà, đồ ngọt, sản phẩm từ đường, phở, bún, bánh tráng, rau củ quả (tươi/sấy)... Các doanh nghiệp điển hình đi đầu của Việt Nam đã có chứng nhận sản phẩm Halal như TH True Milk, Trung Nguyên Café...

c) Khó khăn, bất cập

- 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.

- Chưa có một văn bản pháp quy cụ thể để quản lý về ngành kinh tế Halal để làm cơ sở, căn cứ cho các hoạt động về xây dựng tiêu chuẩn, đánh giá sự phù hợp, thúc đẩy xúc tiến thương mại và xuất khẩu các sản phẩm, dịch vụ Halal, cũng như các sản phẩm dịch vụ trong nước về Halal.

- Các Doanh nghiệp Việt nam rất muốn tiếp cận vào thị trường Halal rộng lớn và đầy tiềm năng này, Tuy nhiên để xuất khẩu hàng vào các thị trường Halal thì Sản phẩm Hàng hóa cần phải được chứng nhận theo Tiêu chuẩn Halal của các Quốc gia Hồi giáo.

- Các chi phí liên quan đến đánh giá sự phù hợp quá cao và chưa được kiểm soát (ví dụ liên quan đến chứng nhận Halal); thị trường Halal xuất khẩu chưa được định hướng và sự quan tâm đúng mức của nhà nước, doanh nghiệp

2. Mục tiêu xây dựng chính sách

2.1. Mục tiêu chung

- Thúc đẩy ngành kinh tế Halal của Việt Nam phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới, đáp ứng yêu cầu, quyền của người tiêu dùng trong nước và trên thế giới; đảm bảo thị trường minh bạch, lành mạnh; tăng thu nhập cho nông dân, doanh nghiệp, góp phần nâng cao giá trị gia tăng các ngành nghề, lĩnh vực;

- Xây dựng các hành lang pháp lý từ cấp Nghị định và các văn bản dưới Nghị định (vì ngành kinh tế Halal liên quan đến nhiều Bộ, ngành, địa phương) để quản lý và thúc đẩy các hoạt động liên quan đến phát triển ngành kinh tế Halal.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Xây dựng năng lực nội tại và từng bước phát triển ngành Halal một cách bài bản, chuyên nghiệp, hỗ trợ để nhiều doanh nghiệp, địa phương có sản phẩm, dịch vụ đạt chứng nhận Halal tham gia sâu, hiệu quả vào các chuỗi sản xuất, cung ứng sản phẩm Halal toàn cầu.

- Khai mở thị trường mới, nhiều tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam, góp phần đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu và tạo động lực mới cho sự phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam.

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế, tận dụng tối đa các nguồn lực bên ngoài về vốn, tài chính, công nghệ, tri thức, hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, chia sẻ thông tin, trao đổi kinh nghiệm, tăng cường giao thoa văn hóa, giao lưu nhân giữa Việt Nam và các nước Hồi giáo để phát triển ngành Halal bền vững, toàn diện, thúc đẩy sản phẩm Việt Nam tham gia sâu, hiệu quả vào thị trường Halal toàn cầu và hướng tới hình thành hệ sinh thái Halal tại Việt Nam.

- Tập trung đầu tư, mở rộng, phát triển sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm Halal từ thô, sơ chế sang có hàm lượng chế biến và giá trị gia tăng cao, thúc đẩy một số ngành mũi nhọn và một số địa phương có thế mạnh đi đầu phát triển ngành Halal về thực phẩm, đồ uống, nông, lâm, thủy, hải sản, dịch vụ du lịch,...

- Xây dựng, hoàn thiện cơ chế quản lý phù hợp, hướng tới hoàn thiện hành lang pháp lý trong chứng nhận, quản lý, phát triển tiêu chuẩn Halal, các sản phẩm, dịch vụ Halal và cơ quan cấp quốc gia, cấp vùng về chứng nhận, quản lý Halal; có chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp Việt Nam và nhà đầu tư nước ngoài trong sản xuất, xuất khẩu sản phẩm, dịch vụ Halal.

II. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH

1. Chính sách 1: Quy định về tiêu chuẩn được áp dụng đối với sản phẩm, dịch vụ Halal

1.1. Xác định vấn đề bất cập

- 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 sẽ rất khó khăn cho các Doanh nghiệp Việt tiếp cận các thị trường này.

1.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

- Tìm hiểu, nghiên cứu các tiêu chuẩn Halal của các Tổ chức Quốc tế hàng đầu và các thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam.

- Xây dựng các quy định về quản lý đối với các tiêu chuẩn được áp dụng đối với sản phẩm, dịch vụ Halal.

- Hài hoà với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực, tiêu chuẩn quốc gia của một số quốc gia là thị trường trọng điểm để tạo thuận lợi cho việc xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam.

1.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

- 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, Saudi Arabia,, Malaysia , Indonesia , Philippines, các quốc gia Vùng Vịnh...

- Chấp nhận tiêu chuẩn quốc gia, quốc tế, khu vực của các quốc gia Hồi giáo

1.4. Đánh giá tác động

Giúp các doanh nghiệp, các tổ chức đánh giá sự phù hợp có đầy đủ cơ sở về các tiêu chuẩn sản phẩm, dịch vụ Halal phù hợp với từng thị trường xuất khẩu, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp có hoạt động tiếp cận, triển khai xây dựng và áp dụng các tiêu chuẩn của Việt Nam và các nước hồi giáo một cách thuận lợi và hiệu quả nhất.

1.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn: Chính phủ giao Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì và là đầu mối xây dựng các tiêu chuẩn Việt Nam cho các sản phẩm, dịch vụ Halal.

2. Chính sách 2: Quy định về yêu cầu đối với sản phẩm, dịch vụ Halal

2.1. Xác định vấn đề bất cập

Hiện nay các sản phẩm, dịch vụ Halal được các doanh nghiệp sản xuất, cung cấp và xuất khẩu chủ yếu dựa trên tự tìm kiếm thị trường, tự tiếp cận các tiêu chuẩn của các nước nhập khẩu (chủ yếu là các nước hồi giáo), tự đăng ký chứng nhận bởi các tổ chức nước ngoài và một số ít các tổ chức đánh giá sự phù hợp trong nước. Các doanh nghiệp chủ yếu làm tự phát và chưa có sự định hướng, hỗ trợ và quản lý của các cơ quan, đơn vị.

2.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

Xây dựng các quy định về quản lý về chất lượng sản phẩm, dịch vụ Halal đáp ứng các tiêu chuẩn trong và ngoài nước; Đảm bảo các doanh nghiệp được các tổ chức đánh giá sự phù hợp trong nước thử nghiệm, chứng nhận.... cho các sản phẩm, dịch vụ Halal phù hợp với các tiêu chuẩn của Việt Nam và các nước nhập khẩu theo các tiêu chuẩn nhập khẩu.

2.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

- Quy định yêu cầu chung đối với sản phẩm Halal

- Quy định công bố tiêu chuẩn áp dụng và ghi nhãn sản phẩm Halal

- Quy định dấu chứng nhận Halal Việt Nam trên sản phẩm

2.4. Đánh giá tác động

- Việc quy định quản lý về chất lượng sản phẩm, dịch vụ Halal thể hiện tính đặc thù, đặc biệt là sản phẩm, dịch vụ đó; Từ đó bảo vệ quyền của người tiêu dùng, người sản xuất chân chính.

- Giúp nâng cao giá trị của sản phẩm dịch vụ Halal, giảm chi phí và tăng thu nhập cho người sản xuất, kinh doanh, bảo vệ người tiêu dùng.

2.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Chính phủ giao Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành quy định và hướng dẫn thực hiện nội dung này.

3. Chính sách 3: Quy định về hoạt động đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm, dịch vụ Halal và chấp nhận/thừa nhận kết quả chứng nhận của các tổ chức chứng nhận nước ngoài

3.1. Xác định vấn đề bất cập

Căn cứ thực trạng hoạt động chứng nhận Halal hiện nay có nhiều hạn chế, như: Mô hình tổ chức và đội ngũ nhân sự của nhiều tổ chức chứng nhận Halal ở Việt Nam hiện nay chưa phù hợp quy định của pháp luật và các tiêu chuẩn quốc gia, quốc tế, chưa đáp ứng yêu cầu ngày càng cao tại các nước nhập khẩu; một số đơn vị chứng nhận Halal có mức phí dịch vụ cao, khiến giá thành sản phẩm Halal giảm tính cạnh tranh và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu sản phẩm Halal e dè đầu tư phát triển thị trường,... Uy tín của các tổ chức chứng nhận Halal Việt Nam hiện nay đối với thị trường trong khu vực và trên thế giới chưa cao, những thỏa thuận, hợp tác và sự thừa nhận chưa bền vững.

Các tổ chức thử nghiệm còn ít đơn vị xây dựng và đáp ứng năng thực thử nghiệm theo yêu cầu của tiêu chuẩn Halal, do đó gặp nhiều khó khăn thì doanh nghiệp cần thử nghiệm sản phẩm, hàng hóa theo các yêu cầu của tiêu chuẩn Halal và từ phía các đơn vị nhập khẩu.

Ngoài ra, chưa có chưa có văn bản nào quy định trách nhiệm, nghĩa vụ của các tổ chức đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm, dịch vụ Halal, đồng thời là các hoạt động kiểm tra, thanh tra, xử lý khi có dấu hiệu vi phạm.

Quy định về các hoạt động chấp nhận/thừa nhận kết quả đánh giá sự phù hợp, đánh giá chứng nhận của các tổ chức nước ngoài và các tổ chức của Việt Nam đối với các nước nhập khẩu sản phẩm, dịch vụ Halal.

3.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

Tạo hành lang pháp lý để quản lý hoạt động đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm, dịch vụ Halal tại Việt Nam. Các tổ chức thử nghiệm, chứng nhận phải có đủ năng lực

3.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

- Quy định điều kiện của tổ chức thử nghiệm, chứng nhận sản phẩm Halal;

- Quy định trình tự thủ tục cấp, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động thử nghiệm, chứng nhận sản phẩm Halal.

- Quy định thừa nhận kết quả đánh giá sự phù hợp của các tổ chức đánh giá sự phù hợp nước ngoài

3.4. Đánh giá tác động

- Để sớm có tổ chức chứng nhận đi vào hoạt động, dự thảo Nghị định quy

định các tổ chức thử nghiệm, chứng nhận có thể đăng ký hoạt động thử nghiệm, chứng nhận sản phẩm dịch vụ Halal;

- Nâng cao năng lực và hiệu quả của các tổ chức đánh giá sự phù hợp trong nước và của các tổ chức chứng nhận quốc tế, khu vực, nước ngoài được ủy quyền.

3.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Chính phủ giao Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn thực hiện.

4. Chính sách 4: Quy định về thanh tra, kiểm tra việc tuân thủ yêu cầu của sản phẩm, dịch vụ Halal

4.1. Xác định vấn đề bất cập

Trong thời gian vừa qua quản lý nhà nước chưa thể hiện nay trò về định hướng phát triển ngành Halal, đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp có sản phẩm, dịch vụ Halal tiếp cận các thị trường trọng tâm. Hoạt động tư vấn, chứng nhận Halal còn chưa được kiểm soát đầy đủ và chặt chẽ.

Do đó cần thiết phải có quy định cụ thể về kiểm tra, thanh tra việc tuân thủ các yêu cầu (các đặc thù về an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn môi trường...) của sản phẩm và dịch vụ Halal, cũng như các vấn đề về quản lý hoạt động đánh giá sự phù hợp, từ đó đó nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa dịch vụ Halal tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Kiểm tra là một biện pháp quan trọng để quản lý chất lượng sản phẩm Halal, đặc biệt cần ưu tiên kiểm tra trên thị trường và xuất khẩu vì đây là điểm cuối cùng của quá trình sản xuất, trước khi đến tay người tiêu dùng. Tuy nhiên kiểm tra chất lượng trên thị trường chưa được quan tâm đúng mức, nhiều khi còn bị hiểu nhầm với thanh tra, nên hiệu quả chưa cao.

- Việc lấy mẫu và kiểm tra mẫu sản phẩm Halal là khác so với sản phẩm an toàn, các nội dung này chưa có văn bản nào quy định nên khó thực hiện, dễ gây hiểu lầm.

4.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

Tạo cơ chế và áp lực quản lý nhà nước thường xuyên đối với người sản xuất, kinh doanh, tổ chức đánh giá sự phù hợp; nâng cao hiệu quả kiểm tra chất lượng sản phẩm Halal trên thị trường, trong sản xuất, nhập khẩu và xuất khẩu; phân biệt giữa kiểm tra chất lượng và thanh tra việc chấp hành các quy định pháp luật; quy định rõ về phương pháp thử, sử dụng kết quả thử nghiệm mẫu sản phẩm Halal.

4.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

Quy định rõ về kiểm tra chất lượng sản phẩm dịch vụ Halal: ưu tiên kiểm tra chất lượng trên thị trường và xuất khẩu (không báo trước), khi có vi phạm mới kiểm tra cơ sở sản xuất hoặc nhập khẩu.

4.4. Đánh giá tác động

- Chỉ kiểm tra chất lượng sản phẩm tại cơ sở sản xuất khi có vi phạm phát hiện từ kiểm tra thị trường hoặc khi có phản hồi từ các nước nhập khẩu nhằm kiểm soát chặt chẽ các bước trong quá trình vòng đời sản phẩm, dịch vụ Halal.

- Người sản xuất, kinh doanh, tổ chức đánh giá sự phù hợp, người tiêu dùng, cơ quan quản lý thống nhất cách thức thử nghiệm mẫu, chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal.

4.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Chính phủ giao Bộ Khoa học và Công nghệ phối hợp các Bộ ngành liên quan ban hành hướng dẫn kiểm tra sản phẩm, dịch vụ Halal.

5. Chính sách 5: Quy định về hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu sản phẩm Halal

5.1. Xác định vấn đề bất cập

Hiện các doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm Halal chưa nhận được sự hỗ trợ về công nghệ, tài chính, tiêu chuẩn và chứng nhận Halal, do đó còn tự phát, chịu nhiều chi phí và rủi ro.

Các tổ chức đánh giá sự phù hợp trong nước chưa có đầy đủ năng lực đáp ứng các yêu cầu của từng nước nhập khẩu sản phẩm Halal; Chưa có chính sách hỗ trợ, đầu tư về hạ tầng thử nghiệm, nhân lực có trình độ, năng lực đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn Việt Nam và tiêu chuẩn Halal các nước hồi giáo.

5.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

Giúp doanh nghiệp, đặc biệt là nông dân, HTX, hộ cá thể yên tâm đầu tư sản xuất sản phẩm Halal một cách bền vững, phát triển toàn diện ngành kinh tế Halal của Việt Nam.

5.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

- Quy định ưu tiên áp dụng các chính sách kèm theo nguồn ngân sách đã có cho sản xuất sản phẩm Halal bằng kinh phí sự nghiệp khoa học, khuyến nông; chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp; chính sách xúc tiến thương mại.

- Quy định chính sách riêng, đặc thù cho đối tượng hợp tác xã, tổ hợp tác, hiệp hội, trang trại, hộ gia đình, trong đó hỗ trợ phân tích theo tiêu chuẩn Halal và hỗ trợ một phần chi phí sản xuất giai đoạn chuyển đổi, chứng nhận, áp dụng tiến bộ công nghệ.

5.4. Đánh giá tác động

- Tạo thêm động lực cho người sản xuất sản phẩm, cung cấp dịch vụ Halal, thúc đẩy sự phát triển của ngành kinh tế Halal của Việt Nam;

- Tuy nhiên, tạo sức ép lên ngân sách nhà nước, trong lúc ngân sách còn khó khăn. Không bố trí nguồn ngân sách riêng mà chủ yếu lồng ghép các chính sách, nguồn lực hiện có, nhưng ưu tiên bố trí hỗ trợ sản xuất sản phẩm Halal. Vì vậy, không phải mọi đối tượng đều có cơ hội hưởng chính sách, nếu nguồn trung

ương và địa phương không đủ theo nhu cầu.

5.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Chính phủ giao Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Tài chính và các Bộ, ngành liên quan hướng dẫn, tổ chức thực hiện cụ thể.

III. LẤY Ý KIẾN

- Lấy ý kiến của các Bộ, ngành, địa phương và các hội, hiệp hội, tổ chức, cá nhân có liên quan;

- Lấy ý kiến rộng rãi thông qua đăng tải dự thảo trên Cổng thông tin điện tử Chính phủ, Bộ Khoa học và Công nghệ;

- Lấy ý kiến thông qua Hội nghị, Hội thảo.

IV. GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ

Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Nông nghiệp Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương, Bộ Y tế, Bộ Ngoại giao, Bộ Tài Chính, Bộ Nội Vụ (Ban Tôn giáo Chính Phủ), Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Bộ Giao thông vận tải, Ngân hàng nhà nước, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố Trung ương chịu trách nhiệm tổ chức thi hành chính sách, giám sát đánh giá việc thực hiện các chính sách tại Nghị định về quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal. Trong quá trình thực thi các chính sách quy định tại Nghị định này, nếu có phát sinh vướng mắc, Bộ Khoa học và Công nghệ có trách nhiệm tổng hợp, báo cáo và đề xuất Chính phủ hướng xử lý.

Trên đây là Báo cáo đánh giá tác động của chính sách đối với nội dung đề xuất xây dựng Nghị định quản lý 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