

## Một số giải pháp phát triển hệ sinh thái ngành Halal của Việt Nam

*ThS. Tưởng Thị Thanh Vinh,*

*Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương*

*Hoàng Bảo Đạt - Sinh viên Đại học Kinh tế quốc dân*

### I. Một số vấn đề lý luận về ngành Halal

#### 1.1. Một số khái niệm và khái quát về thị trường Halal toàn cầu

##### - Khái niệm về Halal và phân loại sản phẩm Halal

Khái niệm "Halal" đã được nhiều học giả và tổ chức nghiên cứu sâu rộng, có thể diễn giải từ các từ gốc như halla, yahillu, hillan, wahan, chỉ sự cho phép và hợp pháp trong đạo Hồi giáo (Al-Qaradaawi, 2013). Định nghĩa tiếng Ả Rập của Halal có nghĩa là những nguyên tắc "được phép", "được thực hiện" hoặc "hợp pháp"; ngược lại, Haram được định nghĩa là "không được phép" hoặc bị "cấm kỵ", "không được thực hiện" trong đời sống cả đạo và đời, được xây dựng dựa trên những điều quy định trong Kinh Qur'an, Sunna, Luật lệ/ khế ước Idjma và Án lệ Qiyas (đây là bốn thành tố nằm trong Luật Shari'ah/ Luật Hồi giáo của các nước Islam giáo)<sup>1</sup>.

Theo Barharuhdi và đồng nghiệp (2012), *Halal là thuật ngữ phổ biến được áp dụng cho mọi khía cạnh của cuộc sống, chỉ sự cho phép làm những điều không vi phạm luật Hồi giáo*. Khái niệm Halal không chỉ được sử dụng trong thực phẩm, đồ uống và những sản phẩm tiêu dùng hàng ngày như mỹ phẩm và dược phẩm, mà còn mở rộng bao hàm tất cả các khía cạnh khác trong cuộc sống của người Islam như chính trị, văn hóa, kinh tế và xã hội. Thuật ngữ Halal có thể áp dụng vào các mặt vô hình như mối quan hệ con người, cách ứng xử xã hội, chuẩn mực đạo đức, giao dịch tài chính, thương mại. Ngoài ra, Halal cũng bao gồm việc chuẩn bị, chế biến và lưu trữ hàng tiêu dùng, những thứ phù hợp với quy tắc và quy định được chỉ ra trong Luật Shari'ah.

Theo quan điểm truyền thống, *sản phẩm* được hiểu là một tổng thể gồm các đặc tính vật chất và yếu tố có thể quan sát, tập hợp trong một hình thức độc nhất mang giá trị sử dụng. Thông thường, khi nghĩ đến sản phẩm, người ta sẽ tưởng tượng đến những thứ vật chất cụ thể, những thứ có thể chạm vào, cầm nắm được. Tuy nhiên, trong bối cảnh kinh doanh, khái niệm sản phẩm được định nghĩa rộng hơn nhiều so với định nghĩa trên. Sản phẩm là tất cả các yếu tố có thể đáp ứng nhu cầu hoặc ước muốn của người tiêu dùng, được đưa ra thị trường để thu hút sự chú ý mua sắm và sử dụng của con người.

*Sản phẩm Halal* bao gồm các sản phẩm thiết yếu hàng ngày, các loại thực phẩm cũng như các dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của cộng đồng người Islam.

<sup>1</sup> Đỗ Thị Mai Hạnh, (2008). *Bản chất và nguồn gốc của Luật Hồi giáo*. TC Khoa học Pháp lý, số 3 (34), năm 2006.

Luật và giáo lý Islam (Hồi giáo) quy định rằng tín đồ Hồi giáo chỉ có thể ăn các loại thực phẩm là Halal. Định nghĩa **thực phẩm Halal** là thức ăn và đồ uống “được phép” theo Luật hồi giáo và đáp ứng các tiêu chuẩn về thực phẩm Halal theo quy định của người Hồi giáo.

Theo quy định của Luật Hồi giáo, các sản phẩm Halal phải đáp ứng các **tiêu chuẩn chứng nhận Halal** không chỉ liên quan đến nguyên liệu của sản phẩm mà còn bao gồm toàn bộ quá trình sản xuất, chế biến, chất tẩy rửa dây chuyền sản xuất, đóng gói, ghi nhãn, bảo quản, vận chuyển và phân phối sản phẩm. Để được chứng nhận sản phẩm Halal thì nguyên liệu, phụ gia, hóa chất sản xuất sản phẩm đó phải được chứng minh là Halal thông qua các chứng từ, hồ sơ tin cậy có ghi rõ thành phần của nguyên liệu; các nguyên liệu từ động vật, bắt buộc phải có chứng nhận Halal của nguyên liệu đó. Bên cạnh đó, toàn bộ dây chuyền sản xuất sản phẩm Halal phải tách biệt hoàn toàn với các sản phẩm không Halal, nếu công ty có dây chuyền sản xuất sản phẩm chứa Haram trong khuôn viên nhà máy thì phải tách biệt hoàn toàn với dây chuyền sản phẩm Halal từ kho nguyên liệu, khu vực sản xuất, dụng cụ chứa đựng, kho tạm trữ, kho thành phẩm đến nhân công. Đồng thời phải có người Hồi giáo (ít nhất 01 người/01 ca sản xuất) tham gia quản lý sản xuất các sản phẩm Halal, các nhân viên sản xuất các sản phẩm Halal phải được đào tạo về Halal...

#### **- Khái quát về thị trường Halal toàn cầu**

Có thể thấy, hiện nay thị trường Halal toàn cầu có quy mô rất lớn và có xu hướng ngày càng gia tăng nhanh. Hiện nay, trên thế giới có khoảng 2,02 tỷ người Hồi giáo, riêng khu vực Đông Nam Á có gần 300 triệu người Hồi giáo. Sự gia tăng nhanh chóng về số lượng người Hồi giáo chắc chắn sẽ có tác động tích cực đến sự phát triển của nền kinh tế Hồi giáo. Tỷ lệ người đạo Hồi chiếm khoảng hơn 25% dân số thế giới và dự báo sẽ tăng lên 30% vào năm 2050. Quy mô nền kinh tế Halal toàn cầu đạt 5.963,1 tỷ USD vào năm 2033 từ mức 2.671,9 tỷ USD vào năm 2024, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 9,33% từ năm 2025 đến năm 2033. Trong đó, riêng chỉ tiêu cho thực phẩm Halal toàn cầu dự kiến sẽ tăng trưởng đáng kể, đạt khoảng 1,67 nghìn tỷ USD vào năm 2025 và được dự báo sẽ lên tới 1,9 nghìn tỷ USD vào năm 2030 và gần 5 nghìn tỷ USD vào năm 2050. Thị trường này chủ yếu được thúc đẩy bởi dân số Hồi giáo, nhận thức cộng đồng ngày càng tăng, tốc độ đa văn hóa và toàn cầu hóa đang diễn ra, tiêu chuẩn hóa nghiêm ngặt, sự phát triển của tiếp thị kỹ thuật số và thương mại điện tử, cùng với những lo ngại ngày càng gia tăng về sức khỏe và an toàn. Các lĩnh vực đóng vai trò then chốt trong ngành Halal bao gồm: ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống Halal, công nghiệp mỹ phẩm, thuốc men, dịch vụ tài chính Hồi giáo, thời trang Hồi giáo, du lịch Halal và truyền thông Hồi giáo.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm Halal được 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 an toàn thực phẩm, chất lượng và bảo vệ môi trường. Hơn

nữa, các quốc gia sản xuất sản phẩm Halal lớn nhất trên thế giới phần lớn không phải là các quốc gia Hồi giáo. Nhu cầu các sản phẩm Halal tăng mạnh không chỉ do sự gia tăng về số lượng người Hồi giáo mà còn do xu hướng tiêu dùng mới trên toàn thế giới.

## ***1.2. Khái quát về hệ sinh thái ngành Halal***

Hệ sinh thái Halal là một mạng lưới các thành phần (hệ sinh thái sản xuất, dịch vụ, hạ tầng cơ sở và hỗ trợ của Nhà nước) tham gia vào chu kỳ tăng trưởng và cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ Halal góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội chung.

Mỗi thành phần trong hệ sinh thái đều có những hoạt động độc đáo riêng, có mối liên hệ với nhau, tạo nên mối quan hệ phát triển không ngừng hướng tới sự bền vững.

Các lĩnh vực đóng vai trò then chốt trong hệ sinh thái Halal bao gồm: ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống Halal, công nghiệp mỹ phẩm, dược phẩm và thuốc men, dịch vụ hậu cần, dịch vụ tài chính, ngân hàng, thời trang Hồi giáo, du lịch Halal và truyền thông Hồi giáo.

Ở Việt Nam, ngành sản xuất sản phẩm Halal còn khá mới mẻ, các sản phẩm Halal dù vẫn là những sản phẩm nông sản, thủy sản nhưng phải đáp ứng các tiêu chuẩn Halal và được cấp chứng nhận Halal bởi một tổ chức được quốc tế công nhận, do đó có thể coi đây là một loại sản phẩm mới. Đến nay, Việt Nam mới chỉ bước đầu tiếp cận thị trường Halal, tuy nhiên được đánh giá là quốc gia có tiềm năng và triển vọng phát triển ngành Halal, nhất là đối với các sản phẩm nông sản, thủy sản là những ngành mà chúng ta có thế mạnh. So với các nước trong khu vực, Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển ngành công nghiệp Halal như vị trí địa lý thuận lợi, gần những thị trường tiêu dùng sản phẩm Halal trong khu vực ASEAN như In-đô-nê-si-a, Ma-lai-xi-a, có thế mạnh về sản xuất nông nghiệp, du lịch, dịch vụ, đặc biệt là xuất khẩu nông sản, thủy sản - những sản phẩm có nhu cầu lớn tại các thị trường Hồi giáo trên thế giới.

Việt Nam là nước sở hữu nguồn nguyên 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 và cũng là cường quốc xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, thị trường xuất khẩu được mở rộng về quy mô và số lượng theo hướng đa dạng hóa và đa phương hóa, nhiều mặt hàng nông, lâm, thủy sản được đánh giá phù hợp với thị trường Halal. Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội và lợi thế về mặt tiềm năng phát triển, các doanh nghiệp Việt Nam hiện đang gặp phải một số khó khăn nhất định đối với sản xuất và xuất khẩu sản phẩm Halal. Ngoài những khó khăn do phải đầu tư dây chuyền sản xuất, trang thiết bị để sản xuất sản phẩm Halal, doanh nghiệp còn gặp khó khăn trong việc tìm hiểu thông tin về sản phẩm, về văn hóa thị trường tiêu thụ sản phẩm Halal, về xúc tiến thương mại dành riêng cho các sản phẩm Halal và đặc biệt là việc đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn Halal, tuân thủ quy trình chứng nhận Halal để đạt được chứng nhận Halal vốn đang rất đa dạng và mang tính đặc thù riêng của từng thị trường, từ đó có thể thâm nhập sâu vào thị trường thế giới. Chính vì vậy, mức độ tham gia thị

trường Halal toàn cầu chưa tương xứng với tiềm năng của Việt Nam, cũng như chưa đáp ứng nhu cầu tiêu thụ và xu hướng tiêu dùng mới đối với sản phẩm Halal trong khu vực và thế giới.

Hiện nay, 41% địa phương của Việt Nam chưa có sản phẩm xuất khẩu có chứng nhận Halal. Việt Nam mới chỉ xuất khẩu chỉ khoảng 20 sản phẩm halal, chủ yếu là nông, thủy sản nhưng ở dạng thô, sơ chế và chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu. Năng lực xuất khẩu và thương hiệu thực phẩm ở top 20 thế giới nhưng Việt Nam chưa có tên trong danh sách 20 - 30 nước cung cấp thực phẩm Halal tiêu biểu của toàn cầu.

Số lượng doanh nghiệp Việt Nam đủ tiêu chuẩn sản xuất và xuất khẩu sản phẩm Halal ngày một gia tăng, mỗi năm, có khoảng 50 doanh nghiệp Việt Nam được cấp chứng nhận Halal, cho thấy sự quan tâm và đầu tư ngày càng nhiều hơn cả từ Chính phủ và các doanh nghiệp vào ngành Halal trong thời gian qua. Hiện nay, Việt Nam có khoảng 1.000 doanh nghiệp được chứng nhận Halal với các doanh nghiệp dẫn đầu như TH True Milk, Trung Nguyên café... là tiền đề dẫn dắt, ra tăng số lượng doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào chuỗi cung ứng sản phẩm Halal thời gian tới.

Doanh nghiệp Việt Nam tiêu biểu trong lĩnh vực sản xuất sản phẩm Halal là: Công ty TNHH Thực phẩm Orion Vina, Công ty cổ phần sữa Việt Nam Vinamilk, Công ty TNHH Nestle Việt Nam, Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Nutifood, Tổng công ty Thương mại Hà Nội (Hapro), Tập đoàn Nước giải khát Tân Hiệp Phát (THP), Công ty dầu thực vật Tường An, Tổng công ty thủy sản Minh Phú, Tổng công ty thủy sản An Phú...; trong đó, nhiều doanh nghiệp đã đạt được chứng nhận Halal từ các tổ chức quốc tế uy tín như MUI (Majelis Ulama Indonesia), JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia) và các cơ quan chứng nhận Halal khác, từ đó giúp mở rộng sản xuất và tăng cường uy tín của sản phẩm Việt Nam. Từ năm 2016, nhiều sản phẩm đồ uống nổi tiếng trên thị trường như Trà thanh nhiệt Dr Thanh, Trà xanh không độ và Nước tăng lực Number One của Tập đoàn Nước giải khát Tân Hiệp Phát đã đạt chứng nhận Halal dành cho các quốc gia hồi giáo.

## **2. Thực trạng phát triển hệ sinh thái ngành halal ở Việt Nam**

(1) *Về hạ tầng mềm:* Việt Nam hiện đang hoàn thiện, xây dựng Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal. Hành lang pháp lý được hoàn thiện đảm bảo cho việc quản lý và thúc đẩy các hoạt động liên quan đến phát triển ngành kinh tế Halal thời gian tới. Đặc biệt, ngày 14/2/2023, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành 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”. Đây là đề án đầu tiên có ý nghĩa quan trọng, đưa ra định hướng lớn mang tầm quốc gia về huy động các nguồn lực 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 chuỗi sản xuất, cung ứng sản phẩm Halal toàn cầu. Đồng thời, ngày 24/4/2024, Trung tâm Chứng nhận Halal quốc gia Việt Nam - HALCERT (Tổng cục Tiêu chuẩn đo lường chất lượng - Bộ Khoa học và Công nghệ) được thành lập, góp phần thống nhất quản lý nhà nước về chứng nhận Halal, tạo điều

kiện thuận lợi và giúp doanh nghiệp Việt Nam tiết kiệm chi phí để thâm nhập hiệu quả vào thị trường Halal toàn cầu. Ngoài ra, Việt Nam đã bước đầu xây dựng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) về Halal với 5 tiêu chuẩn, 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. Đây là công cụ 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.

Nhóm chính sách về hợp tác quốc tế cho phát triển hệ sinh thái ngành Halal ở Việt Nam. Các hiệp định với các nước trong khối OIC: VN, Malaysia, Indonesia, Brunei trong khối ASEAN; Malaysia, VN cùng tham gia CPTPP; Hiệp định thương mại ASEAN - Ấn Độ; Quyết định số 2015/QĐ-TTg ngày 24/10/2016 phê duyệt Đề án “Phát triển quan hệ giữa Việt Nam và các nước Trung Đông - châu Phi giai đoạn 2016-2025”; 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”.

Các ký kết ngoại giao, hiệp định thương mại với các nước xuất khẩu chủ lực Halal sang OIC: Việt Nam, Singapore cùng tham gia CPTPP; Việt Nam và các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất đã chính thức ký kết Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam - UAE (Hiệp định CEPA) ngày 28/10/2024.

Chính phủ đã đưa nội dung về hợp tác Halal vào trong các cơ chế hợp tác song phương (Ủy ban Liên chính phủ). Thúc đẩy tổ chức kỳ họp các cơ chế này giữa Việt Nam với các đối tác Hồi giáo như UAE, Ả-rập Xê-út, Iran, Qatar... Lồng ghép nội dung hợp tác Halal trong trao đổi, tiếp xúc cấp cao và các cấp với hầu hết các đối tác Hồi giáo.

Các hiệp định với các nước trong khối OIC: VN, Malaysia, Indonesia, Brunei trong khối ASEAN; Malaysia, VN cùng tham gia CPTPP; Hiệp định thương mại ASEAN - Ấn Độ; Quyết định số 2015/QĐ-TTg ngày 24/10/2016 phê duyệt Đề án “Phát triển quan hệ giữa Việt Nam và các nước Trung Đông - châu Phi giai đoạn 2016-2025”.

Các ký kết ngoại giao, hiệp định thương mại với các nước xuất khẩu chủ lực Halal sang OIC: Việt Nam, Singapore cùng tham gia CPTPP; Việt Nam và các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất đã chính thức ký kết Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam - UAE (Hiệp định CEPA) ngày 28/10/2024.

Chính phủ đã đưa nội dung về hợp tác Halal vào trong các cơ chế hợp tác song phương (Ủy ban Liên chính phủ). Thúc đẩy tổ chức kỳ họp các cơ chế này giữa Việt Nam với các đối tác Hồi giáo như UAE, Ả-rập Xê-út, Iran, Qatar... Lồng ghép nội dung hợp tác Halal trong trao đổi, tiếp xúc cấp cao và các cấp với hầu hết các đối tác Hồi giáo,...

(2) *Hạ tầng cứng*: Định hướng quy hoạch phát triển các Khu công nghiệp Halal ở các tỉnh có thế mạnh về nguyên liệu, tích hợp mọi dịch vụ liên quan đến sản xuất, đóng gói, lưu kho, marketing, thẩm định, cấp chứng chỉ, chuẩn hóa và lưu thông, thương mại hóa sản phẩm Halal. Bên cạnh đó, thiết lập chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị và hệ sinh thái Halal, thu hút cả FDI và đầu tư Halal trong nước, hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động sản xuất và xuất khẩu Halal trong các lĩnh vực ưu tiên (thực phẩm, nông sản, mỹ phẩm, du lịch, may mặc, giày dép...); thúc đẩy chuyển đổi số và thương mại điện tử để xuất khẩu sang thị trường Halal. Định hướng xây dựng và phát triển Hệ sinh thái Halal hoàn chỉnh, bao gồm: Con người Halal (Cán bộ quản lý, doanh nghiệp, nhà sản xuất hiểu biết sâu sắc, chuyên gia đánh giá... về Halal); sản xuất (nguồn nguyên liệu, công nghệ kỹ thuật, chuyên gia...); cơ sở pháp lý, hạ tầng (hành lang pháp lý quản lý sản phẩm dịch vụ, và chính sách khuyến khích phát triển sản phẩm, dịch vụ halal; tổ chức chứng nhận/ hỗ trợ chứng nhận/ quản lý chất lượng halal áp dụng công nghệ cao...); gia tăng số lượng doanh nghiệp, nhà sản xuất sản phẩm Halal tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

**Nhìn chung**, điều kiện hình thành hệ sinh thái ngành Halal ở Việt Nam hiện nay: (i) **Vấn đề liên kết, giao thương của Việt Nam với OIC**: Việt Nam đã tham gia ký kết các hiệp định tự do thương mại với nhiều nước OIC lớn như: Malaysia, Indonesia, Ấn Độ,... đồng thời Việt Nam cũng có quan hệ ngoại giao tốt với nước xuất khẩu lớn các sản phẩm Halal như: Singapore, thuận lợi cho hợp tác để phát triển. (ii) **Cơ chế, chính sách nói chung và chính sách thu hút và hỗ trợ đầu tư cho doanh nghiệp khởi nghiệp về Halal**: Nhu cầu phát triển công nghiệp thực phẩm Halal là rất lớn, nhưng chúng ta lại chưa có hệ sinh thái đầy đủ, đồng thời việc đầu tư cần thiết để hỗ trợ các công ty công nghệ khởi nghiệp trong lĩnh vực Halal ở Việt Nam còn rất hạn chế. (iii) **Hạ tầng và công nghệ cho sản xuất sản phẩm Halal**: Thực tế hiện nay, dây chuyền sản xuất, trang thiết bị riêng biệt, nguồn nguyên liệu an toàn cho đến các khâu đóng gói, vận chuyển, bảo quản... theo tiêu chuẩn Halal gặp thách thức do thiếu vốn, công nghệ. Để đáp ứng của tiêu chuẩn Halal cần đầu tư lớn, riêng biệt trong khi quy mô sản xuất, kinh doanh chưa lớn để tạo ra lợi thế để cạnh tranh. (iv) **Nguồn nhân lực ngành Halal**: Hiện nay chúng ta vẫn còn rất thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao, có kiến thức về Halal trong quá trình sản xuất kinh doanh. (v) **Hệ thống tổ chức chứng nhận, cấp giấy chứng nhận Halal**: Các tổ chức chứng nhận Halal của Việt Nam hiện chưa tiếp cận yêu cầu ngày càng cao của ngành công nghiệp Halal thế giới. Đội ngũ kiểm định viên theo dõi hoạt động sản xuất các mặt hàng Halal còn có những hạn chế. (vi) **Hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu về Halal**: Hệ thống thông tin chi tiết về ngành Halal hiện nay còn rất thiếu, chưa phổ biến rộng. Doanh nghiệp còn gặp khó khăn trong việc tìm hiểu thông tin về sản phẩm, về văn hóa thị trường tiêu thụ sản phẩm Halal, cũng như đáp ứng các yêu cầu để có thể thâm nhập thị trường Halal thế giới và đặc biệt là việc đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn Halal, tuân thủ quy trình để đạt được chứng nhận Halal vốn đang rất đa dạng và mang tính đặc thù riêng của từng thị trường. (vii) **Chính sách khoa học, công nghệ trong sản xuất, cung ứng sản phẩm Halal**: Hạn chế trong việc áp dụng khoa

học công nghệ như truy nguồn gốc xuất xứ, minh bạch quá trình sản xuất, vận chuyển,... Là những đặc điểm quan trọng để cấp giấy chứng nhận Halal, tạo niềm tin cho người tiêu dùng. (viii) ***Thiết lập chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị trong hệ sinh thái Halal:*** Thu hút cả FDI và đầu tư Halal trong nước, hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động sản xuất và xuất khẩu Halal trong các lĩnh vực ưu tiên (thực phẩm, nông sản, mỹ phẩm, du lịch, may mặc, giày dép...); thúc đẩy chuyển đổi số và thương mại điện tử để xuất khẩu sang thị trường Halal của Việt Nam hiện nay còn hạn chế. Điểm yếu trong quản lý chuỗi cung ứng của doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu sản phẩm Halal liên quan đến đầu tư công nghệ, dây chuyền sản xuất, trang thiết bị riêng biệt, nguồn nguyên liệu an toàn cho đến các khâu đóng gói, vận chuyển, bảo quản, dịch vụ logistics, tiêu thụ... theo tiêu chuẩn Halal.

### **3. Giải pháp phát triển hệ sinh thái ngành Halal ở Việt Nam**

#### ***3.1. Nhóm giải pháp từ phía nhà nước***

Hoàn thiện chính sách, đặc biệt là chính sách hỗ trợ, khuyến khích, thu hút đầu tư phát triển hệ sinh thái ngành Halal.

Xây dựng chính sách khuyến khích xã hội hóa các hoạt động cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho ngành Halal.

Hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển các sản phẩm ngành Halal, đặc biệt là thu hút doanh nghiệp nước ngoài tham gia đầu tư trực tiếp, hoặc liên kết với doanh nghiệp Halal trong nước.

Tăng cường xây dựng các chương trình XTTM Halal quốc gia hàng năm nhằm phát triển các sản phẩm và doanh nghiệp ngành Halal.

Khuyến khích phát triển hệ sinh thái Halal trong các Khu công nghiệp ở các tỉnh có thế mạnh về nguyên liệu; tích hợp dịch vụ liên quan từ sản xuất, đóng gói, lưu kho, thẩm định, cấp chứng chỉ, chuẩn hóa đến lưu thông, thương mại hóa sản phẩm Halal.

Tăng cường và phát huy vai trò của các tổ chức của Việt Nam ở nước ngoài cập nhật thông tin thị trường các nước có nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm Halal. Đồng thời xây dựng hồ sơ thị trường và mặt hàng Halal nhằm cung cấp kịp thời cho doanh nghiệp.

Xây dựng chính sách tăng cường đầu tư cho nghiên cứu, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về ngành Halal.

Tăng cường thu hút đầu tư, đổi mới công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm và doanh nghiệp Halal của Việt Nam. Bên cạnh đó, tăng cường xúc tiến đầu tư, thu hút các doanh nghiệp của các quốc gia có nhu cầu lớn về các sản phẩm Halal đầu tư vào Việt Nam.

Hoàn thiện chính sách tăng cường hỗ trợ cho doanh nghiệp, địa phương xây dựng và phát triển thương hiệu cho sản phẩm Halal.

Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng quốc gia, hệ thống giám sát các sản phẩm Halal. Song song với đó, cần tăng cường hỗ trợ cho doanh nghiệp trong tham gia các hoạt động xúc tiến thị trường, quảng bá sản phẩm, tạo thuận lợi có được giấy chứng nhận Halal.

### 3.2. Nhóm giải pháp từ phía doanh nghiệp

- Nâng cao năng lực đáp ứng các tiêu chuẩn và chứng nhận sản phẩm Halal. Đồng thời tăng cường đầu tư cho đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.
- Tăng cường tham gia và tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại phát triển thị trường tiêu thụ, xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm Halal và doanh nghiệp.
- Tập trung đầu tư, ứng dụng công nghệ vào sản xuất sản phẩm Halal. Song song với đó là thúc đẩy chuyển đổi số trong quản lý và sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.
- Nâng cao khả năng đáp ứng yêu cầu về 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.
- Đảm bảo đáp ứng các yêu cầu về thanh tra, kiểm tra việc tuân thủ yêu cầu của sản phẩm, dịch vụ Halal,...

#### Tài liệu tham khảo

- [1] An Bình (2023), *Thị trường thực phẩm Halal Việt Nam giàu tiềm năng xuất khẩu*, Vietnam-Briefing;
- [2] Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam (2023), *Xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam bài bản, chuyên nghiệp, toàn diện*;
- [3] Chu Văn (2023), “*Tiềm năng và năng lực của Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm Halal*”, Báo Thế giới và Việt Nam.
- [4] Hồng Điệp (2024), *Triển vọng và giải pháp thúc đẩy nông sản tiêu chuẩn Halal ở khu vực miền Trung - Tây Nguyên*, Thông tân Xã Việt Nam;
- [5] Hàm, N. T. N., & Hung, L. T. (2022), “*Sản phẩm Halal - Tiếp cận từ khía cạnh tiêu chuẩn hóa*”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam;
- [6] Lê Anh (2024), “*Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam mở rộng xuất khẩu Halal*”, Tạp chí Tài chính;
- [7] Nguyễn Thị Quỳnh Hoa (2024), “*Phát triển sản xuất, phân phối nội địa và xuất khẩu các sản phẩm Halal*”. Nhiệm vụ Khoa học cấp bộ, Bộ Công Thương.