



Ký bởi: Bộ Khoa học và Công nghệ
Ngày ký: 18-06-2024 14:20:15 +07:00

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: **2046 /BKHCN-TĐC**

Hà Nội, ngày 18 tháng 6 năm 2024

V/v: **góp ý dự thảo Hồ sơ đề nghị xây dựng
Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal**

Kính gửi:

- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI).

Thực hiện chỉ đạo của Phó Thủ tướng Chính phủ Trần Lưu Quang tại Công văn số 10232/VPCP-KGVX ngày 29/12/2023 của Văn phòng Chính phủ về việc 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 đã nghiên cứu xây dựng Hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal.

Để có cơ sở hoàn thiện Hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal, Bộ Khoa học và Công nghệ đề nghị Quý Cơ quan nghiên cứu, góp ý kiến góp ý và gửi về Bộ Khoa học và Công nghệ (qua Ủy ban Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Quốc gia, số 8 Hoàng Quốc Việt, quận Cầu Giấy, Hà Nội. Điện thoại: 024.37911636, Fax: 024.37911595, E-mail: vuhoang@tevn.gov.vn) trước ngày 05/7/2024.

Trân trọng cảm ơn sự phối hợp công tác của Quý Cơ quan.

Nơi nhận:

- Thủ tục;
- Báo cáo (dự thảo);
- Lưu VT, TĐC.



Đỗ Xuân Bình

Số: /TTr-BKHCN

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Dự thảo 2

TỜ TRÌNH
Lập đề nghị xây dựng Nghị định
quy định về quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal

Kính gửi: Chính phủ

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 xin kính trình Chính phủ đề nghị xây dựng Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal như sau:

I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH NGHỊ ĐỊNH

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.

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...

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).

Quy mô nền kinh tế Halal toàn cầu đạt 7000 tỷ USD năm 2022 và dự kiến tăng lên khoảng 10.000 tỷ USD 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.

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.

Năm 2023, kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam với 10 đối tác thương mại lớn 4 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...

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 khách du lịch đến từ các nước Hồi giáo.

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.

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.

Trước xu thế nhu cầu sử dụng, xuất khẩu các sản phẩm, dịch vụ Halal trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng ngày càng gia tăng, Bộ Khoa học và Công nghệ xác định sản phẩm, dịch vụ Halal đang là xu hướng phát triển chung và sẽ phát triển nhanh trong thời gian tới do đảm bảo cung cấp được các sản phẩm tốt hơn cho sức khỏe con người và cho xã hội.

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 thúc đẩy phát triển hệ sinh thái Halal tại Việt Nam, tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao phục vụ nhu cầu trong và ngoài nước trong thời gian tới.

II. MỤC ĐÍCH VÀ QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG NGHỊ ĐỊNH

1. Đảm bảo sự phù hợp với chức năng quản lý nhà nước của các Bộ quản lý ngành, lĩnh vực.
2. Quản lý chặt chẽ hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, kinh doanh và chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal giúp người tiêu dùng an tâm khi sử dụng, đảm bảo sản phẩm an toàn, chất lượng, được chứng nhận và có thể truy xuất được nguồn gốc.
3. Khuyến khích doanh nghiệp đầu tư sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ Halal.
4. Xây dựng thương hiệu, phát triển thị trường và quảng bá sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam.
5. Tăng cường công tác đào tạo, hợp tác quốc tế về sản phẩm, dịch vụ Halal; nâng cao năng lực và thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa, phát triển sản phẩm theo chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu thụ.
6. Tăng cường công tác tuyên truyền phổ biến về sản phẩm, dịch vụ Halal; nâng cao nhận thức cho các doanh nghiệp, người sản xuất và người tiêu dùng về việc tuân thủ nghiêm ngặt quy định Luật Hồi giáo.

III. PHẠM VI ĐIỀU CHỈNH, ĐỐI TƯỢNG ÁP DỤNG

1. Phạm vi điều chỉnh

Nghị định này quy định về quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal và chính sách khuyến khích phát triển sản phẩm, dịch vụ Halal.

2. Đối tượng áp dụng

Nghị định này áp dụng đối với:

- Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ Halal tại Việt Nam;
- Tổ chức đánh giá sự phù hợp liên quan đến sản phẩm, dịch vụ Halal;
- Các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan đến quản lý sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ Halal.

IV. MỤC TIÊU, NỘI DUNG CỦA CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH TRONG ĐỀ NGHỊ XÂY DỰNG VĂN BẢN

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

1.1. Mục tiêu:

- 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/khu vực/quốc gia là thị trường trọng điểm để tạo thuận lợi cho việc xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam.

1.2. Nội dung của chính sách: Quy định về tiêu chuẩn được áp dụng đối với sản phẩm, dịch vụ Halal.

1.3. Giải pháp thực hiện và lý do lựa chọn

a) Giải pháp thực hiện

- 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.

b) Lý do lựa chọn: Quy định này 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.

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

2.1. Mục tiêu:

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.

2.2. Nội dung của chính sách: Quy định yêu cầu đối với sản phẩm, dịch vụ Halal.

2.3. Giải pháp thực hiện và lý do lựa chọn

a) Giải pháp thực hiện

- 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.

b) Lý do lựa chọn

- 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.

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. Mục tiêu: 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.

3.2. Nội dung của chính sách: Quy định trách nhiệm, nghĩa vụ của các tổ chức đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm, dịch vụ Halal. 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.

3.3. Giải pháp thực hiện và lý do lựa chọn

a) Giải pháp thực hiện

- 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.

b) Lý do lựa chọn: 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

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

4.1. Mục tiêu: 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.

4.2. Nội dung của chính sách: 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.

4.3. Giải pháp thực hiện và lý do lựa chọn

a) Giải pháp thực hiện: 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.

b) Lý do lựa chọn: Giúp 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; tuân thủ các quy định của pháp luật.

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

5.1. Mục tiêu: Giúp doanh nghiệp, đặc biệt là nông dân, hợp tác xã, hộ cá thể yên tâm đầu tư sản xuất sản phẩm Halal, dịch vụ Halal một cách bền vững, phát triển toàn diện ngành kinh tế Halal của Việt Nam..

5.2. Nội dung của chính sách:

- 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.

5.3. Giải pháp thực hiện và lý do lựa chọn

a) Giải pháp thực hiện: 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.

b) Lý do lựa chọn: 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.

V. DỰ KIẾN NGUỒN LỰC, ĐIỀU KIỆN BẢO ĐẢM CHO VIỆC THI HÀNH VĂN BẢN SAU KHI ĐƯỢC THÔNG QUA

1. Dự kiến nguồn lực

Việc triển khai các quy định tại nghị định liên quan đến phạm vi đối tượng chịu sự điều chỉnh liên quan trực tiếp đến sản phẩm, dịch vụ Halal. Nguồn lực về tài chính cần để triển khai các nội dung hoạt động có liên quan được bố trí trong ngân sách nhà nước và các nguồn hợp pháp khác.

2. Điều kiện bảo đảm việc thi hành văn bản sau khi được thông qua

- Phổ biến các chính sách trong đề nghị xây dựng Nghị định ngay sau khi Chính phủ phê duyệt hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị định tới các đối tượng chịu sự tác động trực tiếp và cơ quan, tổ chức có liên quan để chuẩn bị sẵn sàng cho việc triển khai áp dụng Nghị định;

- Các Bộ, ngành, địa phương phối hợp chặt chẽ với Bộ Khoa học và Công nghệ trong quá trình triển khai các quy định của Nghị định;

- Bám sát việc triển khai thực tế các quy định của Nghị định; tổ chức tiếp nhận phản hồi từ các đối tượng chịu sự tác động trực tiếp và cơ quan, tổ chức có liên quan; giải đáp kịp thời các khó khăn, vướng mắc trong việc triển khai thực hiện các quy định của Nghị định;

- Thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thi hành Nghị định.

VI. THỜI GIAN DỰ KIẾN TRÌNH THÔNG QUA VĂN BẢN

Trường hợp được Chính phủ thông qua đề nghị xây dựng Nghị định này, Bộ Khoa học và Công nghệ sẽ phối hợp với Bộ Ngoại giao, Bộ Nội vụ và các Bộ, ngành có liên quan, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương tổ chức xây dựng Nghị định theo đúng quy định của Luật Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật, trình Chính phủ trong Quý IV năm 2025.

Trên đây là Tờ trình đề nghị xây dựng Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal, Bộ Khoa học và Công nghiệp kính trình Chính phủ xem xét, quyết định./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Văn phòng Chính phủ;
- Lưu: VT, TĐC.

BỘ TRƯỞNG

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

DỰ THẢO ĐỀ CƯƠNG
(Dự thảo 2)

NGHỊ ĐỊNH
Quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Luật Đầu tư ngày 17 tháng 6 năm 2020;

Căn cứ Luật Xử lý vi phạm hành chính ngày 20 tháng 6 năm 2012 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Xử lý vi phạm hành chính ngày 13 tháng 11 năm 2020;

Căn cứ Luật An toàn thực phẩm ngày 17 tháng 6 năm 2010;

Căn cứ Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa ngày 21 tháng 11 năm 2007;

Căn cứ Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật ngày 29 tháng 6 năm 2006;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ;

Chính phủ ban hành Nghị định quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal.

Chương I
NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Nghị định này quy định về quản lý sản phẩm, dịch vụ Halal và chính sách khuyến khích phát triển sản phẩm, dịch vụ Halal.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Nghị định này áp dụng đối với:

- Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ Halal tại Việt Nam;
- Tổ chức đánh giá sự phù hợp liên quan đến sản phẩm, dịch vụ Halal;
- Các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan đến quản lý sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ Halal.

Điều 3. Giải thích từ ngữ

Trong Nghị định này, các cụm từ dưới đây được hiểu như sau:

- Sản phẩm Halal
- Dịch vụ Halal
- Tổ chức chứng nhận Halal

- Tổ chức thử nghiệm Halal

Chương II

YÊU CẦU CHUNG ĐỐI VỚI SẢN PHẨM, DỊCH VỤ HALAL

Điều 4. Tiêu chuẩn sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Tiêu chuẩn quốc gia (viết là TCVN) về sản phẩm, dịch vụ Halal
2. Tiêu chuẩn cơ sở về sản phẩm, dịch vụ Halal (không trái với quy định pháp luật Việt Nam; có mức giới hạn chỉ tiêu chất lượng cao hơn hoặc bằng TCVN tương ứng, trong trường hợp đã có TCVN tương ứng).
3. Tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực về sản phẩm, dịch vụ Halal

Điều 5. Yêu cầu đối với sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Tuân thủ yêu cầu quy định trong tiêu chuẩn công bố áp dụng và quy định của Hồi giáo về sản phẩm, dịch vụ Halal.
2. Lượng của hàng đóng gói sẵn đối với sản phẩm Halal phải tuân thủ quy định của pháp luật về đo lường.

Điều 6. Công bố tiêu chuẩn và ghi nhãn sản phẩm Halal

Các tổ chức, cá nhân sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu, lưu thông sản phẩm Halal tại Việt Nam phải thực hiện:

1. Công bố tên, số hiệu tiêu chuẩn Halal được áp dụng trên bao bì, nhãn hoặc tài liệu kèm theo sản phẩm Halal.
2. Ghi nhãn theo quy định của pháp luật về nhãn hàng hóa.
3. Khuyến khích áp dụng mã số, mã vạch, truy xuất nguồn gốc trên nhãn sản phẩm Halal theo quy định pháp luật.

Chương III

DẤU CHỨNG NHẬN SẢN PHẨM, DỊCH VỤ HALAL

Điều 7. Dấu chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam

1. Tổ chức, cá nhân được tổ chức chứng nhận Halal đánh giá phù hợp với TCVN phải sử dụng dấu chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam trên sản phẩm.
2. Khuyến khích sử dụng dấu chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam đối với các sản phẩm Halal sản xuất, cung cấp tại Việt Nam, dịch vụ Halal tại Việt Nam được chứng nhận phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, khu vực, nước ngoài.
3. Mẫu dấu chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam được quy định trong Biểu mẫu kèm theo....

Điều 8. Dấu chứng nhận sản phẩm Halal xuất khẩu, nhập khẩu

1. Các sản phẩm Halal được tổ chức chứng nhận Halal có thẩm quyền của quốc gia xuất khẩu, nhập khẩu chứng nhận phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế thì sử dụng dấu chứng nhận sản phẩm Halal của nước nhập khẩu, xuất khẩu.
2. Khuyến khích sử dụng dấu chứng nhận sản phẩm Halal Việt Nam đối với các sản phẩm Halal nhập khẩu được chứng nhận phù hợp với tiêu chuẩn nước ngoài.

Chương IV

HOẠT ĐỘNG ĐÁNH GIÁ SỰ PHÙ HỢP SẢN PHẨM, DỊCH VỤ HALAL

Điều 9. Điều kiện đối với tổ chức thử nghiệm sản phẩm Halal

1. Quy định về tư cách pháp nhân
2. Quy định về hệ thống quản lý
3. Quy định về thử nghiệm viên
4. Quy định về máy móc, thiết bị

Điều 10. Điều kiện đối với tổ chức chứng nhận Halal Việt Nam

1. Quy định về tư cách pháp nhân
2. Quy định về hệ thống quản lý
3. Quy định về chuyên gia đánh giá

Điều 11. Trình tự, thủ tục đăng ký tổ chức thử nghiệm sản phẩm Halal

Trình tự, thủ tục đăng ký tổ chức thử nghiệm các chỉ tiêu sản phẩm Halal thực hiện theo quy định tại Nghị định số 107/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 và Nghị định số 154/2018/NĐ-CP ngày 09/11/2018 của Chính phủ.

Điều 12. Trình tự, thủ tục đăng ký tổ chức chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Hồ sơ xin đăng ký
2. Trình tự, thủ tục đăng ký

Điều 13. Thu hồi Giấy chứng nhận

1. Trường hợp thu hồi Giấy chứng nhận
2. Trình tự, thủ tục thu hồi Giấy chứng nhận

Điều 14. Thừa nhận kết quả đánh giá sự phù hợp của các tổ chức đánh giá sự phù hợp nước ngoài

1. Việc thừa nhận kết quả đánh giá sự phù hợp giữa tổ chức đánh giá sự phù hợp tại Việt Nam với tổ chức, cá nhân nước ngoài, vùng lãnh thổ do các bên tự thoả thuận.

2. Việc thừa nhận kết quả đánh giá sự phù hợp phục vụ quản lý nhà nước được thực hiện theo điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên hoặc thoả thuận quốc tế mà cơ quan nhà nước có thẩm quyền của Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ký kết.

Chương V

KIỂM TRA, THANH TRA VÀ XỬ PHẠT VI PHẠM HÀNH CHÍNH

Điều 15. Kiểm tra

1. Kiểm tra quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm, dịch vụ Halal
2. Kiểm tra tổ chức thử nghiệm, tổ chức chứng nhận

Điều 16. Trình tự, thủ tục kiểm tra sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Xuất trình quyết định kiểm tra;

2. Tiến hành kiểm tra;
3. Lập biên bản kiểm tra;
4. Thông báo cho cơ sở được kiểm tra và báo cáo cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về kết quả kiểm tra.

Điều 17. Kiểm tra tổ chức thử nghiệm sản phẩm Halal, tổ chức chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Xuất trình quyết định kiểm tra;
2. Tiến hành kiểm tra;
3. Lập biên bản kiểm tra;
4. Thông báo cho cơ sở được kiểm tra và báo cáo cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về kết quả kiểm tra.

Điều 18. Thanh tra chuyên ngành và xử phạt vi phạm hành chính trong sản xuất, nhập khẩu sản phẩm Halal

1. Thanh tra chuyên ngành tiêu chuẩn đo lường chất lượng đối với quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm, dịch vụ Halal; tổ chức thử nghiệm, tổ chức chứng nhận. Hoạt động thanh tra thực hiện theo quy định của pháp luật thanh tra.
2. Việc xử phạt các vi phạm hành chính được thực hiện theo quy định pháp luật hiện hành về xử lý vi phạm hành chính.

Chương VI

CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ, THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU SẢN PHẨM HALAL

Điều 19. Chính sách về hợp tác quốc tế

1. Chính sách thúc đẩy ký kết thỏa thuận với các quốc gia Hồi giáo
2. Chính sách hỗ trợ cho tổ chức chứng nhận quốc gia của Việt Nam được các cơ quan có thẩm quyền của các nước thừa nhận kết quả chứng nhận.

Điều 20. Chính sách về xúc tiến thương mại

1. Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia
2. Chương trình Thương hiệu quốc gia

Điều 21. Chính sách về hỗ trợ nguồn lực

1. Chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp
2. Chính sách hỗ trợ cho tổ chức chứng nhận, tổ chức thử nghiệm
3. Chính sách hỗ trợ cho hộ nông dân
4. Chính sách đào tạo nguồn nhân lực cho doanh nghiệp, hộ nông dân, tổ chức chứng nhận, thử nghiệm.

Chương VII

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 23. Trách nhiệm quản lý nhà nước về sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Bộ Khoa học và Công nghệ
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3. Bộ Công Thương
4. Bộ Y tế
5. Bộ Tài chính
6. Bộ Ngoại giao
7. Bộ Nội Vụ (Ban Tôn giáo Chính phủ)
8. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
9. Bộ Giao thông vận tải
10. Ngân hàng Nhà nước

Điều 24. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

1. Hỗ trợ, tuyên truyền chính sách xúc tiến thương mại
2. Có cơ chế khuyến khích, thu hút đầu tư

Điều 25. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân có hoạt động liên quan đến sản phẩm, dịch vụ Halal

1. Các tổ chức thử nghiệm, chứng nhận sản phẩm, dịch vụ Halal
2. Các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp, hộ nông dân

Điều 26. Quy định chuyển tiếp

Tổ chức đánh giá sự phù hợp đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động đánh giá sự phù hợp đối với sản phẩm Halal được tiếp tục hoạt động đến hết thời hạn hiệu lực ghi trên giấy chứng nhận.

Điều 27. Hiệu lực thi hành

1. Nghị định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày tháng năm 20....
2. Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn thực hiện Nghị định này.
3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Nghị định này./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP;
- HDND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng: Chính sách xã hội. Phát triển Việt Nam;
- Ủy ban TW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTCP, TGĐ Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: Văn thư. KGVX (...b).

TM. CHÍNH PHỦ
THỦ TƯỚNG

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 khoảng 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 nhip 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

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 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.

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, chỉ 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 lớn¹ là thành viên Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC)² đạt 45,7 tỷ USD³, trong đó một số thị trường Hồi giáo ở khu vực Trung Đông – Châu Phi (TDCP) 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 tin 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 Congo, 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.

- Hải 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 lực 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

- Đề 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