

PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC CHO NGÀNH HALAL: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ GỢI Ý CHO VIỆT NAM

NGUYỄN TRỌNG TUẤN ANH^(*)

PHẠM THỊ KIM HUẾ^(**)

Tóm tắt: Ngành Halal toàn cầu đang phát triển mạnh, mở ra cơ hội hợp tác kinh tế cho nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Để tận dụng cơ hội tham gia thị trường Halal, việc đáp ứng nhu cầu về nhân lực đang là thách thức lớn đối với các quốc gia không Islam giáo, đặc biệt là những nước như Việt Nam đang trong giai đoạn xây dựng và phát triển ngành Halal. Nghiên cứu cho thấy, để khai thác hiệu quả tiềm năng thị trường Halal, Việt Nam cần đầu tư xây dựng hệ sinh thái toàn diện, bao gồm đào tạo chuyên sâu về tiêu chuẩn Halal, phát triển chuỗi cung ứng và quản lý chất lượng, v.v.. Phát triển nguồn nhân lực Halal không chỉ giúp khai mở thị trường mới, tạo việc làm, thúc đẩy xuất khẩu và du lịch mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng uy tín với người tiêu dùng Islam giáo và tăng cường quan hệ quốc tế. Bài viết tập trung nghiên cứu làm rõ khái niệm Halal, tầm quan trọng của nhân lực Halal, v.v. trong đó đi sâu phân tích nghiên cứu một số kinh nghiệm của Thái Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc, từ đó đưa ra một số gợi ý cho Việt Nam.

Từ khóa: *Halal, nhân lực, Thái Lan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Việt Nam.*

Abstracts: The global Halal industry is thriving, opening up opportunities for economic cooperation for many countries, including Vietnam. To take advantage of the opportunity to participate in the Halal market, meeting the demand for human resources is a big challenge for non-Muslim countries, especially countries like Vietnam, which is in the process of building and developing the Halal industry. Research shows that, to effectively tap into the potential of the Halal market, Vietnam needs to invest in building a comprehensive ecosystem, including specialized training on Halal standards, developing supply chains, and quality management, etc.. Developing Halal human resources will not only help open up new markets, create jobs, boost exports and tourism but also enhance competitiveness, build credibility with Islamic consumers, and strengthen international relations. The article focuses on clarifying the concept of Halal, the importance of Halal human resources, etc., with an in-depth analysis of the experiences of Thailand, Japan, and South Korea, and then provides some suggestions for Vietnam.

Keywords: *Halal, human resources, Thailand, Japan, Korea, Vietnam.*

Ngày gửi bài: 03/01/2025; Ngày gửi phản biện: 06/01/2025; Ngày duyệt đăng bài: 20/2/2025.

1. Mở đầu

Ngành Halal toàn cầu đang trở thành một trong những ngành tăng trưởng nhanh và mang lại giá trị kinh tế đáng kể. Với quy mô đạt 7.000 tỉ USD năm 2022 và dự kiến đạt 10.000 tỉ USD vào năm 2028 (Adroit Market Research, 2023); ngành Halal không chỉ giới hạn trong thực phẩm mà còn mở rộng sang các lĩnh vực khác bao gồm dược phẩm, mỹ phẩm, du lịch, giải trí, hậu cần và tài chính, v.v.. Trong bối cảnh đó, Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn để tham gia sâu rộng hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu, từng bước trở thành trung tâm sản xuất và cung cấp sản phẩm, dịch vụ Halal khu vực và quốc tế.

^(*),^(**) Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và châu Phi, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Sự phát triển mạnh mẽ của ngành Halal toàn cầu trong những thập kỉ qua đã đặt ra thách thức lớn về nhân lực cho tất cả các quốc gia tham gia vào thị trường quốc tế, kể cả những nước có ngành Halal phát triển. Đối với các quốc gia mà Islam giáo không phải là tôn giáo chính và cộng đồng Islam giáo chiếm tỉ lệ nhỏ, bài toán nhân lực Halal càng trở nên nan giải. Việt Nam cũng không ngoại lệ. Dù sở hữu nhiều lợi thế về nguồn nguyên liệu nông sản, các doanh nghiệp Việt Nam gặp nhiều khó khăn khi thâm nhập thị trường Halal, trong đó, tình trạng thiếu hụt nhân lực có chất lượng là một trở ngại đáng kể (Hồng Hương, 2024). Công tác đào tạo và nâng cao năng lực cho nhân sự về tiêu chuẩn Halal, quy trình sản xuất và chứng nhận Halal chưa nhận được sự quan tâm đúng mức từ các bộ, ngành, địa phương và cả doanh nghiệp. So với các quốc gia trong khu vực như Thái Lan, Malaysia và Indonesia, Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn đầu trong việc xây dựng nhân lực phục vụ ngành Halal (Tăng Minh Thanh Thảo và các cộng sự, 2024).

Hiện nay, đa phần doanh nghiệp Việt chưa nhận thức đầy đủ về tiềm năng của thị trường Halal toàn cầu, nơi người Islam giáo sẵn sàng chi trả cao cho sản phẩm đạt chứng nhận Halal. Do đó, dẫn đến việc doanh nghiệp Việt chưa thể khai thác hiệu quả cơ hội này vì thiếu hiểu biết về văn hóa tiêu dùng, tâm lí e ngại đầu tư và khó khăn trong quy trình chứng nhận Halal.

Để khai thác hiệu quả tiềm năng từ thị trường Halal, các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu, đầu tư có hệ thống và tham gia các chương trình đào tạo nhằm nâng cao nhận thức, phát triển nguồn nhân lực phù hợp. Bài viết này nhằm làm rõ khái niệm Halal, nhấn mạnh vai trò của nhân lực trong ngành, phân tích kinh nghiệm từ Thái Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc, đồng thời đánh giá thực trạng nhân lực Halal tại Việt Nam. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp giúp Việt Nam tận dụng cơ hội, nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia hiệu quả vào chuỗi cung ứng Halal toàn cầu.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết áp dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp, lựa chọn nguồn tài liệu dựa trên các tiêu chí: độ tin cậy (ưu tiên từ tổ chức uy tín), tính liên quan (tập trung vào thị trường, nhân lực, chính sách Halal), tính ứng dụng (phù hợp với thực tiễn Việt Nam) và tính cập nhật (phản ánh xu hướng mới). Nguồn tài liệu bao gồm nghiên cứu từ các tổ chức chiến lược quốc tế như: DinarStandard, Adroit Market Research, American Halal Foundation (AHF) và các tổ chức chứng nhận, đào tạo Halal uy tín như: NPO Japan Halal Association (Nhật Bản), Korea Halal Authority (Hàn Quốc), Halal Science Center - Chulalongkorn University, CICOT (Thái Lan), JAKIM (Malaysia). Trong nước, bài viết tham khảo các nghiên cứu đã công bố trên tạp chí khoa học, kỉ yếu hội thảo và báo chí có uy tín để thu thập thông tin về thị trường, chính sách và thực trạng nhân lực Halal. Trên cơ sở đó, nghiên cứu tiến hành tổng hợp và phân tích các kinh nghiệm đào tạo nhân lực Halal từ các quốc gia có điểm tương đồng với Việt Nam, đều là các quốc gia không Islam giáo, đánh giá các yếu tố thuận lợi và hạn chế trong phát triển nhân lực Halal tại Việt Nam, từ đó đề xuất giải pháp phù hợp với bối cảnh trong nước.

3. Kết quả và thảo luận

a) Halal là gì và tầm quan trọng của nhân lực trong ngành công nghiệp Halal

Khái niệm Halal

Halal trong tiếng Ả Rập có nghĩa là “được phép” hoặc “hợp pháp” theo luật Islam giáo (Shariah), áp dụng trong mọi khía cạnh của đời sống, đặc biệt là tiêu dùng thực phẩm và lối sống. Sản phẩm đạt tiêu chuẩn Halal phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về thành phần, quy trình sản xuất và chứng nhận theo luật Islam giáo, không chứa bất kì nguyên liệu hoặc phương pháp chế biến nào bị cấm theo Kinh Quran và luật Shariah (Batu và Joe M., 2014; Hán Thị Thanh Lan, 2023; Hayat và các cộng sự, 2015; Omar và các cộng sự, 2012).

Ngành Halal hay còn được gọi Kinh tế Halal liên quan đến quá trình sản xuất hàng hóa và dịch vụ theo quy định của Islam giáo. Theo Chỉ số Kinh tế Islam giáo Toàn cầu (GIEI) 2022, ngành Halal bao gồm các lĩnh vực như thực phẩm và đồ uống, tài chính, du lịch, thời trang, mỹ phẩm và dược phẩm, truyền thông và giải trí, hậu cần, y tế và giáo dục, v.v.. Để khai thác tiềm năng và tận dụng cơ hội trong ngành Halal, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa tất cả các lĩnh vực. Điều này nhằm hướng tới việc đạt được tiêu chuẩn Halal toàn diện (Rafi-uddin và cộng sự, 2022).

Vai trò của ngành Halal

Ngành Halal có quy mô toàn cầu và đang tăng trưởng mạnh mẽ. Với 1,9 tỉ người Islam giáo tại 112 quốc gia, chiếm khoảng 25,8% dân số thế giới năm 2022¹, dự kiến sẽ tăng lên 2,2 tỉ người vào năm 2030², vì thế, nhu cầu tiêu dùng Halal không ngừng mở rộng. Năm 2022, quy mô kinh tế Halal toàn cầu đạt 7.000 tỉ USD và dự kiến tăng lên 10.000 tỉ USD vào năm 2028 với tốc độ tăng trưởng 6 - 8%/năm (Adroit Market Research, 2023). Không chỉ phục vụ người Islam giáo, tiêu chuẩn Halal còn thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng toàn cầu nhờ các yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm và nguồn gốc minh bạch.

Vai trò nhân lực

Nhân lực là yếu tố cốt lõi trong ngành Halal, đảm bảo chất lượng sản phẩm, tính toàn vẹn và tuân thủ các nguyên tắc Islam giáo trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Nhân sự có chuyên môn đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm soát chất lượng, quản lý chuỗi cung ứng và cấp chứng nhận Halal theo tiêu chuẩn quốc tế, giúp doanh nghiệp xây dựng lòng tin với người tiêu dùng và mở rộng thị trường. Để phát triển ngành Halal, đào tạo nhân lực sản xuất, quản lý, đội ngũ chuyên gia và nghiên cứu là điều kiện tiên quyết, đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên nhằm duy trì và nâng cao tiêu chuẩn Halal toàn cầu.

Thực tế cho thấy, một trong những nguyên nhân chính khiến nhiều doanh nghiệp bị từ chối chứng nhận Halal là thiếu nhân sự am hiểu quy trình và tiêu chuẩn Halal (Gul và các cộng sự, 2020). Một số quốc gia Islam giáo như: Malaysia, Indonesia và Brunei đã đặt ra các yêu cầu nghiêm ngặt đối với doanh nghiệp muốn tham gia thị trường Halal, như bắt buộc có nhân viên Islam giáo giám sát quy trình sản xuất, xây dựng hệ thống kiểm soát Halal nội bộ và tổ chức đào tạo định kỳ về Halal. Nhân lực chất lượng không chỉ là điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng Halal mà còn quyết định tính bền vững của ngành này. Đội ngũ nhân sự Halal cần có năng lực chuyên môn, tính liêm chính, tinh thần trách nhiệm cao và cam kết tuân thủ các quy chuẩn đạo đức và tôn giáo (Salam Dz và Nurhayati, 2019). Chỉ khi đầu tư bài bản vào đào tạo và phát triển nhân lực, Việt Nam mới có thể khai thác hiệu quả tiềm năng của thị trường Halal trị giá hàng nghìn tỉ USD và khẳng định vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Việc đào tạo về ngành Halal đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo rằng nhân viên trong ngành Halal có đủ kiến thức và kỹ năng để đảm bảo rằng các sản phẩm và dịch vụ Halal là toàn vẹn. Chương trình đào tạo hỗ trợ các nhà quản lý tuân thủ các nguyên tắc Islam giáo trong toàn bộ chuỗi cung ứng, từ khâu nguyên liệu đến quá trình sản xuất, hậu cần, tiếp thị và phân phối. Đào tạo bài bản giúp giải quyết các vấn đề như: chứng nhận Halal hợp pháp, trang bị cho nhân viên khả năng xác minh tính xác thực của Halal và hỗ trợ doanh nghiệp

¹ <https://www.statista.com/statistics/374704/share-of-global-population-by-religion/>

² Pew Research Center, Language Connects Foundation, World Population Review, <https://www.theglobalist.com/muslims-islam-religion-arabic-population/#:~:text=The%20world's%20Muslim%20population%20is,up%20from%201.9%20billion%20today.&text=If%20current%20trends%20continue%2C%20Muslims,world%20population%20of%206.9%20billion.>

tuân thủ các quy định. Ngoài ra, người tiêu dùng được hưởng lợi từ giáo dục và đào tạo Halal vì nó giúp họ hiểu được lợi ích của việc sử dụng hàng hóa và dịch vụ sạch, an toàn và phù hợp với luật Sharia. Khi ngành Halal phát triển, việc đầu tư phát triển nhân lực có trình độ thông qua đào tạo và bồi dưỡng liên tục là rất quan trọng để duy trì niềm tin của người tiêu dùng, thúc đẩy tăng trưởng thị trường và đảm bảo tuân thủ các quy định Islam giáo (Hashim và Shariff, 2016).

Các quốc gia phát triển ngành Halal đều chú trọng đào tạo nhân lực từ sớm, nhằm trang bị kiến thức cho chuyên gia, doanh nghiệp và cá nhân muốn tham gia lĩnh vực này. Chương trình đào tạo Halal thường bao gồm khái niệm Halal-Haram, tầm quan trọng của Halal với người tiêu dùng, thị trường Halal, chứng nhận và quản lý Halal, v.v.. Tại Malaysia, hệ thống đảm bảo Halal (HAS) yêu cầu đào tạo bắt buộc bao gồm đào tạo nhận thức và đào tạo chuyên môn do Bộ Phát triển Islam giáo Malaysia (JAKIM) quản lý. Các trường đại học và tổ chức như: Viện Nghiên cứu sản phẩm Halal tại Trường Đại học Putra cung cấp các khóa học chuyên sâu kết hợp giữa luật Shariah và khoa học ứng dụng (Nur Hafizah và các cộng sự, 2021).

b) Kinh nghiệm đào tạo nhân lực Halal tại một số quốc gia trong khu vực

Thái Lan: Đào tạo nhân lực Halal bài bản và chuyên nghiệp

Dù không phải là quốc gia Islam giáo, Thái Lan đã phát triển mạnh ngành Halal và đặt mục tiêu trở thành trung tâm Halal của ASEAN vào năm 2027. Chính phủ nước này đã thành lập Ủy ban Công nghiệp Halal Quốc gia và Trung tâm Công nghiệp Halal Thái Lan để xây dựng hệ sinh thái Halal toàn diện. Một trong những yếu tố then chốt giúp Thái Lan đạt được vị thế này là sự đầu tư bài bản vào đào tạo nhân lực Halal. Hệ thống đào tạo Halal của Thái Lan kết hợp khoa học với các nguyên tắc Islam giáo nhằm đảm bảo chất lượng nhân lực cho ngành. Các tổ chức như: Hội đồng Islam giáo Trung ương Thái Lan (CICOT), Viện Tiêu chuẩn Halal Thái Lan (HSIT) và Trung tâm Khoa học Halal Thái Lan đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập, giám sát tiêu chuẩn Halal, đào tạo nhân lực và cấp chứng nhận Halal, góp phần quản lý hiệu quả các hoạt động Halal trong nước (Mohd Nawawi và các cộng sự, 2019). Các doanh nghiệp muốn đạt chứng nhận Halal tại Thái Lan bắt buộc phải tham gia các khóa đào tạo do HSIT tổ chức. Các chương trình này cung cấp kiến thức về quy trình sản xuất Halal, tiêu chuẩn chất lượng và các yêu cầu pháp lý. Doanh nghiệp cũng phải chứng minh rằng nhân sự của mình đã được đào tạo trước khi được cấp phép Halal. Sau khi hoàn tất đào tạo, Hội đồng Hồi giáo Trung ương Thái Lan (CICOT) thành lập Ủy ban kiểm định Halal gồm các chuyên gia về thực phẩm, sản xuất và tôn giáo để đánh giá doanh nghiệp.

Trung tâm Khoa học Halal của Đại học Chulalongkorn được công nhận quốc tế vì sử dụng các nguyên tắc Islam giáo để nâng cao tiêu chuẩn Halal và bảo vệ người tiêu dùng. Trung tâm tập trung đào tạo cả học giả tôn giáo và các nhà khoa học để hiểu rõ cả hai lĩnh vực. Các học giả tôn giáo được dạy về khoa học Halal và thực hành trong phòng thí nghiệm, trong khi các nhà khoa học được dạy về các nguyên tắc Islam giáo để phân biệt Halal và Haram. Ngoài ra, trung tâm còn phát triển các chương trình đào tạo phối hợp với Viện Tiêu chuẩn Halal Thái Lan để phục vụ nhiều đối tượng khác nhau, chẳng hạn như doanh nhân, người tiêu dùng, chuyên viên giám định Halal, nhà khoa học và cơ quan chính phủ. Trung tâm đào tạo các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực Halal, chẳng hạn như: dịch vụ, hàng hóa, hậu cần, tài chính, du lịch và y tế Halal, v.v.. Các chương trình đào tạo tập trung vào phương pháp khoa học để phát hiện tạp chất, đánh giá quy trình và tuyển dụng nhân viên, đảm bảo cách tiếp cận toàn diện cho chứng nhận Halal và phát triển ngành (Supawan Pipitsombut, 2022). Cùng với đó, Viện Halal của Đại học Prince Songkla được thành lập vào năm 2009, có chức năng nghiên cứu, đào tạo và phát triển các sản phẩm và dịch vụ Halal. Viện đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển nhân lực cho ngành Halal Thái Lan, nhằm

sản xuất và cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đạt chuẩn Halal. Chương trình Quản trị kinh doanh Halal của Viện Halal thuộc Đại học Prince Songkla nhận được sự hỗ trợ từ Bộ Giáo dục Đại học, Khoa học, Nghiên cứu và Đổi mới Thái Lan trong khuôn khổ dự án Đào tạo thể hệ sinh viên mới trong hai năm liên tiếp. Chương trình này nhằm mục tiêu xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cho các ngành động lực tăng trưởng mới, phù hợp với chính sách Thailand 4.0 và công cuộc cải cách giáo dục đại học của Thái Lan.

Trên phạm vi quốc tế, Thái Lan tham gia xây dựng tiêu chuẩn Halal toàn cầu thông qua Tổ chức tiêu chuẩn và đo lường đối với các quốc gia Islam giáo (SMIIC) và tổ chức sự kiện Hội đồng Halal Thái Lan (Thailand Halal Assembly), khẳng định vai trò trung tâm của quốc gia này trong ngành Halal.

b) Phát triển đào tạo ngành Halal tại Nhật Bản

Nhật Bản đã chú trọng phát triển ngành Halal sau đại dịch COVID-19, đặc biệt trong lĩnh vực thực phẩm và du lịch Halal. Với nhu cầu ngày càng tăng từ khách du lịch và người lao động theo Islam giáo, quốc gia này đã đẩy mạnh đào tạo nguồn nhân lực để đáp ứng tiêu chuẩn Halal quốc tế. Tuy nhiên, theo Hiệp hội Kinh doanh Halal Nhật Bản (2023), hiện có hơn 30 tổ chức chứng nhận Halal tư nhân và hơn 90 chuyên gia tư vấn Halal đang hoạt động, nhưng phần lớn chưa được đào tạo bài bản.

Nhật Bản đã xây dựng hệ thống đào tạo và chương trình giảng dạy về du lịch Halal, đồng thời thúc đẩy trao đổi kiến thức thông qua các khóa đào tạo, triển lãm quốc tế, hội thảo và hội nghị. Hiệp hội Halal Nhật Bản (NPO Japan Halal Association) là một trong những tổ chức chứng nhận Halal được công nhận bởi các cơ quan quốc tế như: JAKIM (Malaysia), MUIS (Singapore), BPJPH (Indonesia) và GAC (các nước vùng Vịnh). Hiệp hội Halal Nhật Bản phối hợp với Bộ Phát triển Islam giáo Malaysia (JAKIM), tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu kéo dài hai ngày dành cho giám đốc khách sạn Halal, cung cấp kiến thức nền tảng về Islam giáo, nguyên tắc Halal và quy trình chứng nhận, hướng đến các tổ chức muốn triển khai dịch vụ Halal (Yasuda, 2017). Cụ thể, các khóa đào tạo về dịch vụ khách hàng thân thiện với người Islam giáo dành cho ngành du lịch, nhà hàng và khách sạn được triển khai, giúp nâng cao chất lượng phục vụ khách Islam giáo, với nội dung giảng dạy bởi các chuyên gia giàu kinh nghiệm thực tế. Nhiều học viên tham gia khóa học này được trang bị kiến thức chuyên sâu, đảm bảo cung cấp dịch vụ đạt chuẩn Halal với mức độ hài lòng cao hơn, tránh gây ra những hiểu lầm hoặc cảm giác khó chịu cho khách hàng. Chương trình cũng mở rộng cho sinh viên và những người làm việc trong các lĩnh vực khác có nhu cầu tìm hiểu về Halal.

Bên cạnh đó, chương trình đào tạo về quản lý ngành Halal cũng được đẩy mạnh thực hiện, giúp học viên nắm vững quy trình kiểm định và cấp chứng nhận Halal, cách vận hành và duy trì chứng nhận theo các tiêu chuẩn quốc tế, đồng thời cập nhật thông tin hợp tác với các tổ chức chứng nhận nước ngoài. Chương trình này đặc biệt hữu ích cho chính quyền địa phương, cơ sở giáo dục và doanh nghiệp đang triển khai hoặc muốn củng cố hoạt động Halal. Từ năm 2011, các khóa học như vậy được tổ chức liên tục, đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng quản lý chứng nhận Halal, với đội ngũ giảng viên là các kiểm toán viên giàu kinh nghiệm và lãnh đạo của Hiệp hội Halal Nhật Bản.

Ngoài ra, Nhật Bản cũng triển khai các chương trình đào tạo đặc thù. Đơn cử, các viện nghiên cứu, trường đại học và sinh viên Nhật Bản được khuyến khích tham gia xây dựng nền tảng quản lý kiến thức Halal và triển khai các chương trình đào tạo chuyên sâu. Tiêu biểu là chương trình thực tập Halal của Hiệp hội chuyên gia Muslim Nhật Bản (Muslim Professional Japan Association - MPJA), tạo cơ hội thực hành thực tế về quy trình chứng nhận, kiểm định và quản lý chuỗi cung ứng Halal, đồng thời giúp học viên hiểu sâu hơn về Halal trong bối cảnh công nghiệp văn hóa Nhật Bản được đẩy mạnh. Một ví dụ khác, đó là sinh viên Đại học Keio

và Viện Nghiên cứu Keio SFC phối hợp với Công ty Đường sắt Odakyu và Hiệp hội Du lịch Hakone thực hiện dự án du lịch Halal tại Hakone. Với sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương và các tổ chức du lịch, nhóm nghiên cứu đã tổ chức hội thảo và chuyến khảo sát thực tế tại Indonesia. Chính quyền tỉnh Kanagawa cũng hợp tác với các viện nghiên cứu để phát hành tài liệu hướng dẫn bằng tiếng Anh dành cho các nhà hàng thân thiện với người Islam giáo trong khu vực (Yasuda, 2017).

Không những vậy, Nhật Bản còn cung cấp chương trình đào tạo quốc tế về Halal cho học viên nước ngoài thông qua sự hợp tác giữa Đại học Osaka và Vương quốc Brunei. Chương trình Chứng chỉ Quốc tế Đại học Osaka về Khoa học và Công nghệ Halal (OUICP-HaSTI) là một chương trình giáo dục thường niên, cung cấp kiến thức chuyên sâu về khoa học và công nghệ Halal, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành thông qua học kỳ thực tập quốc tế. Học viên được đào tạo về khoa học Halal, công nghệ Halalan Toyiyiban, đổi mới sản phẩm và dịch vụ, cùng các môn học tự chọn liên quan đến Halal tại Đông Nam Á. Với sự kết hợp giữa học thuật và thực tiễn, HaSTI giúp học viên nâng cao kỹ năng chuyên môn, mở rộng mạng lưới kết nối và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động Halal toàn cầu. Đây là một mô hình đào tạo tiềm năng mà Việt Nam có thể tham khảo để hợp tác phát triển nhân lực cho ngành Halal.

Đào tạo về ngành Halal tại Hàn Quốc

Tại Hàn Quốc, đào tạo về ngành Halal chủ yếu được cung cấp bởi Cơ quan Halal Hàn Quốc (Korea Halal Authority - KHA), với các chương trình đào tạo bao gồm nhiều khía cạnh liên quan đến tuân thủ Halal như: tiêu chuẩn, kiểm định, quy trình chứng nhận, giết mổ Halal, hậu cần và phát triển sản phẩm. Chương trình tích hợp các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm như: GHP, GMP, SSOP, HACCP và nguyên tắc luật Sharia, giúp đảm bảo sản phẩm, dịch vụ đáp ứng quy định ăn uống của người Islam giáo. Học viên có thể tham gia các khóa đào tạo để trở thành đội ngũ quản lý Halal hoặc chuyên gia trong dịch vụ ẩm thực Halal trong ngành thực phẩm.

Bên cạnh đó, Hiệp hội Halal Hàn Quốc (KOHAS) cũng cung cấp các chương trình đào tạo Halal như: Khóa đào tạo A (Khóa học thực tiễn về ngành công nghiệp Halal): Dành cho các cá nhân trong lĩnh vực sản xuất và dịch vụ. Nội dung tập trung vào kiến thức thực tế về thị trường Halal, khái niệm, quy trình và yêu cầu cấp chứng nhận. Khóa học chuyên sâu được thiết kế cho các ngành: sản xuất (thực phẩm/mỹ phẩm), nhà hàng (ẩm thực/khách sạn) và giết mổ (gia cầm). Khóa đào tạo B (Khóa đào tạo chuyên gia Halal): Hướng đến người làm việc trong lĩnh vực Halal và những người tìm kiếm việc làm, nhằm đào tạo chuyên gia. Chương trình bao gồm các khóa chuyên sâu về nhà máy Halal, nhà hàng Halal và chương trình đào tạo thạc sĩ chứng nhận Halal. Sau khi hoàn thành, học viên tham gia bài kiểm tra để được cấp chứng chỉ. Khóa đào tạo C (Khóa đào tạo chuyên gia Halal quốc tế - MIHA): Là chương trình của Học viện Halal Quốc tế Malaysia (MIHA) do JAKIM quản lý. Khóa học được tổ chức trực tuyến bằng tiếng Anh, kèm tùy chọn học bổ sung bằng tiếng Hàn sau khi hoàn thành, hợp tác với các cơ sở giáo dục đối tác chính thức của MIHA tại Malaysia.

c) Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Các mô hình phát triển nguồn nhân lực Halal từ Thái Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc phù hợp với Việt Nam nhờ sự tương đồng về bối cảnh khu vực, văn hóa và định hướng hội nhập quốc tế. Cả bốn quốc gia đều không phải quốc gia Islam giáo nhưng đều nỗ lực tham gia thị trường Halal toàn cầu. Vị trí địa lý gần các thị trường Halal lớn, cùng văn hóa kinh doanh và nhu cầu hội nhập tương đồng giúp việc chuyển giao kinh nghiệm, công nghệ trở nên thuận lợi. Trong khi Thái Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc đã đạt thành công nhất định, Việt Nam đang ở

giai đoạn đầu xây dựng và phát triển ngành Halal. Do đó, học hỏi và vận dụng linh hoạt các kinh nghiệm của Thái Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc có thể hỗ trợ Việt Nam xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực toàn diện, nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập hiệu quả vào thị trường Halal toàn cầu.

Kinh nghiệm của Thái Lan với các trung tâm nghiên cứu và đào tạo Halal bài bản nhấn mạnh tầm quan trọng của sự hợp tác giữa cơ quan nhà nước và nguồn lực từ các trường đại học. Cụ thể, Trung tâm Khoa học Halal của Đại học Chulalongkorn và Viện Halal thuộc Đại học Prince of Songkla đóng vai trò nòng cốt trong nghiên cứu, đào tạo và phát triển nhân lực Halal, kết hợp hài hòa giữa học thuật, khoa học và thực tiễn. Việt Nam có thể học hỏi kinh nghiệm này bằng cách thành lập các trung tâm nghiên cứu, đào tạo Halal liên kết giữa cơ quan quản lý, viện nghiên cứu, khối tư nhân và tận dụng mạng lưới hợp tác với các tổ chức Hồi giáo trong nước và quốc tế.

Từ kinh nghiệm của Nhật Bản, Việt Nam có thể tham khảo việc thiết lập các chương trình đào tạo Halal thông qua sự phối hợp giữa các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp và cộng đồng Islam giáo; mở rộng đào tạo sang các lĩnh vực như: thực phẩm, du lịch, hậu cần, tài chính và y tế Halal, v.v. để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường Halal quốc tế; tận dụng công nghệ đào tạo trực tuyến nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận, tương tự như mô hình của Hiệp hội Halal Nhật Bản (Japan Halal Association); đẩy mạnh hợp tác với các tổ chức chứng nhận Halal uy tín như JAKIM (Malaysia), MUIB (Brunei), v.v. để triển khai các khóa đào tạo và bồi dưỡng kiến thức, quy trình, công nghệ Halal; đồng thời kết hợp đào tạo lý thuyết với thực tiễn thông qua các chương trình thực tập và hội thảo dành cho doanh nghiệp.

Học hỏi kinh nghiệm của Hàn Quốc, một mặt Việt Nam có thể xây dựng các chương trình đào tạo toàn diện từ kiến thức tiêu chuẩn Halal đến kỹ năng thực hành, góp phần nâng cao chất lượng đội ngũ quản lý và chuyên gia trong lĩnh vực này do Trung tâm Chứng nhận Halal Quốc gia (National Halal Certification Authority - HALCERT) - đơn vị quản lý và chứng Halal của Nhà nước đảm trách tương tự như KHA. Mặt khác, các viện nghiên cứu chuyên ngành, các cơ sở đào tạo có thể mạnh có thể tổ chức các khóa đào tạo Halal chuyên sâu như các khóa đào tạo A, B, C của Hàn Quốc.

Việt Nam có thể học hỏi và áp dụng một số kinh nghiệm đào tạo nhân lực Halal từ Thái Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc. Tuy nhiên, Việt Nam phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức, đặc biệt khi Việt Nam đang ở giai đoạn đầu phát triển ngành Halal. *Thứ nhất*, nhận thức và hiểu biết về Halal trong cộng đồng doanh nghiệp, cơ quan quản lý và người dân còn hạn chế, dẫn đến sự nhầm lẫn giữa khía cạnh tôn giáo và các tiêu chuẩn kỹ thuật, gây khó khăn cho việc tiếp cận và đào tạo. *Thứ hai*, cơ sở hạ tầng và nguồn lực chuyên môn của Việt Nam trong lĩnh vực này chưa phát triển, với số lượng và chất lượng đội ngũ chuyên gia, giảng viên, kiểm định viên Halal còn hạn chế (nhận xét, đánh giá của chuyên gia Ramlan bin Osman - Giám đốc HALCERT). *Thứ ba*, Việt Nam vẫn gặp trở ngại do khác biệt về văn hóa, khác biệt quy chuẩn Halal quốc tế và thực tiễn áp dụng; việc đồng bộ hóa với các tổ chức chứng nhận uy tín như JAKIM, MUIS, MUIB, SMIIC, GAC, v.v. đòi hỏi thời gian và nguồn lực đáng kể. *Thứ tư*, hợp tác quốc tế trong lĩnh vực Halal của Việt Nam còn mới mẻ, thiếu sự gắn kết chặt chẽ, đòi hỏi sự đẩy mạnh trong ngoại giao kinh tế và khoa học để tận dụng hỗ trợ quốc tế hiệu quả hơn. *Thứ năm*, thu hút đầu tư và nguồn lực tài chính cho phát triển nhân lực Halal vẫn chưa được ưu tiên, trong khi cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp và cơ sở giáo dục còn hạn chế. *Cuối cùng*, việc kết nối với cộng đồng Hồi giáo trong nước và quốc tế gặp khó khăn do cộng đồng Islam giáo tại Việt Nam chiếm tỉ lệ rất nhỏ, có thể gây trở ngại cho việc xây dựng mạng lưới hỗ trợ và thực hành Halal hiệu quả.

4. Thực trạng và giải pháp phát triển nguồn nhân lực cho ngành Halal Việt Nam

a) Thực trạng nhân lực ngành Halal Việt Nam

Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển ngành Halal nhờ vị trí gần các thị trường Halal châu Á, thế mạnh về nông nghiệp, thực phẩm, du lịch và hội nhập sâu rộng qua các hiệp định thương mại như: EVFTA, CPTPP và RCEP, v.v.. Tuy nhiên, sản phẩm xuất khẩu sang các thị trường Halal chủ yếu là nông sản, thủy sản ở dạng thô hoặc sơ chế, chiếm tỉ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Các doanh nghiệp Việt Nam tập trung vào thị trường Indonesia và Malaysia nhưng chưa nằm trong nhóm 20 - 30 quốc gia cung cấp thực phẩm Halal tiêu biểu toàn cầu. Thách thức chính là thiếu vốn, công nghệ, quy mô sản xuất nhỏ và chưa đáp ứng đầy đủ tiêu chuẩn Halal trong sản xuất, đóng gói, vận chuyển và bảo quản (Lê Huy Khôi, 2024).

Việt Nam đang thiếu hụt nhân lực Halal chất lượng, đặc biệt là nhân sự có kiến thức về quy trình sản xuất, kinh doanh Halal (Lê Huy Khôi, 2024). Các doanh nghiệp gặp khó khăn trong tuyển dụng nhân sự am hiểu văn hóa Islam và ngôn ngữ Ả Rập. Đơn cử, đối với nhà hàng Halal, yêu cầu nhân viên là người Islam giáo hoặc có kiến thức về ẩm thực và văn hóa Islam càng làm tăng áp lực tuyển dụng. Hiện nay, số lượng cơ sở đào tạo tiếng Ả Rập còn hạn chế, chủ yếu tại bộ môn Ngôn ngữ và Văn hóa Ả Rập trực thuộc trường Đại học Ngoại ngữ - Đại học Quốc gia Hà Nội là đơn vị chuyên môn đào tạo cử nhân ngành Tiếng Ả Rập hay bộ môn Đông phương học tại Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Mặc dù đã có khoảng 200 người tốt nghiệp đại học chuyên ngành Ngôn ngữ và Văn hóa Ả Rập, nhưng 80% trong số đó chủ yếu làm việc liên quan đến biên - phiên dịch, hành chính, ngoại giao, hàng không và du lịch (Quỳnh Trung, 2018). Chương trình đào tạo tập trung vào kỹ năng ngôn ngữ, kiến thức văn hóa - lịch sử, chưa chú trọng đến các kỹ năng chuyên sâu phục vụ sản xuất, kinh doanh và quản lý trong ngành Halal. Do đó, số lượng nhân sự có thể trực tiếp tham gia và đáp ứng yêu cầu khắt khe của chuỗi cung ứng Halal hiện nay vẫn còn rất hạn chế.

Trong khi đó, số lượng người Islam giáo tại Việt Nam chiếm tỉ lệ rất nhỏ, với khoảng 72.000 tín đồ, chủ yếu là người Chăm Islam (Trần Phan, 2021). Theo khảo sát của Viện Nghiên cứu Tôn giáo (2019 - 2020), trên 1.500 tín đồ tại 7 tỉnh, người Chăm Islam tại An Giang tập trung đông, chiếm 39,3%. Kết quả khảo sát năm 2020 cho thấy, 21,5% tín đồ Chăm Islam thay đổi công việc trong 5 năm qua, với tỉ lệ cao trong các ngành kinh doanh (22,1%), lao động tự do (16,2%), công nhân/thợ thủ công (21,8%) và nông dân (16,6%). Ngược lại, tỉ lệ người Chăm Islam làm công chức, viên chức nhà nước rất thấp, chỉ đạt 2,4 - 4,2%. Những số liệu trên cho thấy người Chăm Islam ở Việt Nam vẫn chưa tham gia sâu vào các lĩnh vực sản xuất công nghiệp hiện đại, chủ yếu tập trung vào buôn bán nhỏ lẻ và lao động phổ thông (xem Bảng 1).

Bảng 1: Tỉ lệ thay đổi nghề nghiệp của người Chăm Islam

Nghề nghiệp	Dân số (người)	Tỉ lệ (%)
Nông dân/ ngư dân	51	16,5
Thợ thủ công	67	21,8
Kinh doanh, buôn bán	68	22,1
Viên chức/ công chức nhà nước	13	4,2
Lao động tự do (xe ôm, thợ xây)	50	16,2
Dạy đạo	3	1
Nội trợ	15	4,9

Nguồn: Nguyễn Thị Quế Hương, Phạm Quang Tùng và Trần Anh Châu, 2023.

Việt Nam đang thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cho ngành Halal, đặc biệt là lao động có kiến thức và kỹ năng trong sản xuất, kinh doanh, dịch vụ. Các tổ chức chứng nhận Halal trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu khắt khe của thị trường Halal toàn cầu. Nguyên nhân chính là trình độ học vấn của cộng đồng người Islam giáo còn thấp, nhất là người Chăm Islam: 53,3% chỉ đạt tiểu học, 27,3% trung học cơ sở và chỉ 5,5% có trình độ từ trung cấp trở lên. Trong khi việc học văn hóa hạn chế, người Chăm Islam ưu tiên học tiếng Ả Rập để tìm cơ hội lao động hoặc du học tại Malaysia (Nguyễn Thị Quế Hương và các cộng sự, 2023). Hạn chế về học vấn khiến họ khó tham gia sâu vào chuỗi sản xuất, quản lý Halal và ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Halal.

Đơn cử, trong lĩnh vực du lịch, tình trạng thiếu hụt nhân lực phục vụ du khách Islam giáo đang trở nên cấp bách. Đội ngũ nhân viên chưa được đào tạo bài bản về văn hóa, tín ngưỡng và thói quen sinh hoạt của du khách Islam giáo, khiến chất lượng dịch vụ chưa đáp ứng yêu cầu. Tại thành phố Hồ Chí Minh, vấn đề này càng rõ rệt khi toàn ngành du lịch thiếu khoảng 40.000 lao động có trình độ, trong khi các cơ sở đào tạo chỉ đáp ứng được khoảng 15.000 lao động mỗi năm (Đoàn Tuấn, 2023). Thực trạng trên cho thấy nguồn nhân lực du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung đang rất thiếu, đặc biệt là nhân lực có kỹ năng phục vụ du khách Islam giáo. Việc truyền thông chưa hiệu quả khiến nhiều cơ sở lưu trú chưa nhận thức đầy đủ về tiêu chuẩn Halal, dẫn đến dịch vụ cho du khách Islam giáo chưa được chú trọng và thiếu chương trình đào tạo nhân viên chuyên biệt.

Nhằm thúc đẩy ngành Halal, Chính phủ Việt Nam ban hành Đề án “Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030” theo Quyết định số 10/QĐ-TTg ngày 14/2/2023, nhấn mạnh nhiệm vụ phát triển nhân lực Halal. Kể từ đó, các bộ, ngành, địa phương đã hợp tác đào tạo, nâng cao năng lực cho tổ chức cấp chứng nhận Halal với sự chính thức thành lập của HALCERT vào 24/4/2024. Bên cạnh đó, Viện Nghiên cứu Trung Đông và châu Phi tiền thân của Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và châu Phi, Viện Nghiên cứu Tôn giáo của Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, Vụ Trung Đông - châu Phi, Bộ Ngoại giao là những đơn vị tích cực phổ biến kiến thức về Halal, cung cấp thông tin về thị trường Islam giáo cũng như hỗ trợ xúc tiến thương mại. Tuy nhiên, công tác phát triển nhân lực Halal chưa toàn diện, chủ yếu tập trung vào tổ chức cấp chứng nhận, thiếu đào tạo chuyên sâu cho lực lượng sản xuất, chuyên gia và các bên liên quan. Việc thiếu nhân lực am hiểu tiêu chuẩn Halal gây khó khăn cho doanh nghiệp trong xin cấp phép, duy trì chứng nhận và phát triển thị trường. Tham gia hiệu quả vào thị trường Halal toàn cầu sẽ giúp Việt Nam khai thác tiềm năng kinh tế, đóng góp vào phát triển bền vững và xây dựng hệ sinh thái Halal quốc gia.

b) Một số khuyến nghị về phát triển nguồn nhân lực Halal tại Việt Nam

Thứ nhất, Nhà nước cần xây dựng chính sách hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường Halal, tập trung vào chứng nhận, đào tạo và hoàn thiện hệ thống pháp lý. Cần giao đơn vị đầu mối nghiên cứu, xây dựng “Chiến lược phát triển ngành Halal Việt Nam”, đồng thời phối hợp với Bộ Công Thương triển khai các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia hàng năm. Bên cạnh đó, cần tổ chức khảo sát nhu cầu doanh nghiệp về kiến thức, kỹ năng Halal và khuyến khích các trường đại học, cơ sở giáo dục đào tạo, viện nghiên cứu xây dựng giáo trình đào tạo bài bản, chuyên sâu về Halal, nhằm trang bị kiến thức cơ bản và chuyên sâu liên quan đến quy trình sản xuất, kiểm định, chứng nhận Halal cũng như văn hóa Islam, kết hợp lý thuyết với thực hành, giúp nâng cao nhận thức và đáp ứng yêu cầu của thị trường Halal toàn cầu. Việc cập nhật thường xuyên các tiêu chuẩn, quy định và xu hướng thị trường Halal là cần thiết để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.

Khi có các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực và cấp chứng nhận Halal tại Việt Nam sẽ mang lại nhiều tác động tích cực đối với doanh nghiệp trong việc tiếp cận thị trường Halal toàn cầu. Trước hết, chính sách hỗ trợ đào tạo giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực chuyên môn, hiểu rõ văn hóa, các yêu cầu và quy chuẩn Halal quốc tế, từ đó rút ngắn thời gian tiếp cận và gia nhập thị trường.

Việc được hỗ trợ trong quy trình cấp chứng nhận Halal mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, nhà hàng và khách sạn tại Việt Nam. Chứng nhận Halal uy tín giúp tạo niềm tin cho người tiêu dùng quốc tế, mở rộng thị trường và tăng khả năng hợp tác với các đối tác trong cộng đồng Hồi giáo, đặc biệt tại Trung Đông, Đông Nam Á và Nam Á. Trong du lịch và dịch vụ, nhà hàng, khách sạn đạt chuẩn Halal trở thành lựa chọn ưu tiên cho du khách Hồi giáo, góp phần thu hút khách quốc tế và thúc đẩy ngành du lịch phát triển.

Việc hỗ trợ trong quy trình đào tạo cấp chứng nhận Halal giúp doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ, giảm chi phí, thời gian và rào cản thủ tục, khuyến khích tham gia chuỗi cung ứng Halal, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh. Việc hàng hóa có mặt ở thị trường Halal giúp doanh nghiệp giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống, nâng cao khả năng chống chịu trước biến động kinh tế toàn cầu và đóng góp vào sự phát triển kinh tế quốc gia. Sự hiện diện của nhiều doanh nghiệp đạt chuẩn Halal sẽ giúp Việt Nam nâng cao uy tín, thu hút du lịch và đầu tư nước ngoài.

Thứ hai, đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong phát triển ngành Halal, Việt Nam cần phối hợp với các tổ chức chứng nhận uy tín như: SMIIC, WHC, OIC và mời chuyên gia từ các quốc gia có ngành Halal phát triển như: Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Nhật Bản, Hàn Quốc đến Việt Nam để đào tạo, tư vấn và chia sẻ kinh nghiệm. Điều này giúp cập nhật quy chuẩn mới nhất, trao đổi kinh nghiệm, chuyển giao công nghệ, đồng thời nâng cao kiến thức về tiêu chuẩn Halal, quản lý chất lượng, tiếp thị và xuất khẩu. Bên cạnh đó, cần xây dựng chính sách thu hút đầu tư nước ngoài, khuyến khích các doanh nghiệp từ những quốc gia có nhu cầu lớn về sản phẩm Halal đầu tư vào Việt Nam, qua đó thúc đẩy đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm, doanh nghiệp trong nước.

Thứ ba, cần phát huy vai trò của cộng đồng người Islam giáo trong nước, đặc biệt là người Chăm Islam, trong công tác phát triển nhân lực Halal. Cộng đồng Islam giáo Việt Nam như cộng đồng Islam giáo ở An Giang duy trì mối quan hệ đa dạng với thế giới Hồi giáo, đặc biệt là với các quốc gia trong khu vực như Indonesia và Malaysia nhờ sự tương đồng về ngôn ngữ, văn hóa và tôn giáo (Lê Nguyên Châu, 2018). Đây là tiềm năng quan trọng để phát triển nguồn nhân lực cho ngành Halal Việt Nam. Việc khai thác và khuyến khích cộng đồng Islam giáo trong nước tham gia các chương trình đào tạo chuyên sâu về Halal sẽ giúp tăng cường nhân lực Halal. Đồng thời, việc có người Islam giáo tham gia trong kinh doanh, sản xuất, cung cấp dịch vụ Halal giúp đảm bảo sản phẩm tuân thủ quy định tôn giáo, nâng cao hiểu biết về đạo Islam, tạo niềm tin cho khách hàng quốc tế. Phát triển nhân lực Halal không chỉ thúc đẩy ngành Halal Việt Nam mà còn tạo việc làm, cải thiện đời sống kinh tế - xã hội cho cộng đồng Islam giáo trong nước.

Thứ tư, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức về Halal và hỗ trợ doanh nghiệp. Việc tổ chức các hội thảo, hội nghị chuyên đề và chương trình truyền thông sẽ giúp cộng đồng và doanh nghiệp hiểu rõ hơn về lợi ích, tiềm năng của ngành Halal. Đồng thời, cần tích hợp kiến thức về Halal vào chương trình đào tạo tại các trường đại học, cao đẳng, đặc biệt trong các ngành thực phẩm, du lịch và thương mại, hậu cần. Bên cạnh đó, nên xây dựng các chuyên ngành đào tạo về Halal với sự tham gia của các chuyên gia, học giả và đại diện doanh nghiệp, tạo cơ hội cho học viên trải nghiệm thực tế quy trình sản xuất Halal, qua đó nâng cao kiến thức và hiểu biết nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cho thị trường.

Cuối cùng, để tham gia hiệu quả vào thị trường Halal tiềm năng, doanh nghiệp cần chủ động nâng cao năng lực kiến thức, hiểu biết về thị trường và văn hóa Islam. Cùng với đó cần đầu tư công nghệ hiện đại trong sản xuất và nghiên cứu kỹ thị trường về quy mô, xu hướng, nhu cầu tiêu dùng và quy định tại các quốc gia Islam giáo. Tham gia các khóa đào tạo, hội thảo từ tổ chức uy tín giúp doanh nghiệp hiểu rõ văn hóa, tôn giáo và phong tục Islam giáo, hỗ trợ giao tiếp, đàm phán hiệu quả với khách hàng và đối tác. Doanh nghiệp nên khuyến khích nhân viên học tập để nâng cao chuyên môn về Halal. Cần lựa chọn chứng nhận Halal tại Trung tâm Chứng nhận Halal quốc gia (HALCERT) để có thể được tư vấn và tập huấn bài bản, là bước quan trọng đảm bảo sản phẩm đạt chuẩn, tạo lòng tin nơi khách hàng tiến tới được quốc tế công nhận. Duy trì cam kết chất lượng, xử lý vấn đề kịp thời giúp nâng cao uy tín và giá trị sản phẩm. Những giải pháp này không chỉ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực mà còn đáp ứng yêu cầu thị trường Halal toàn cầu.

5. Kết luận

Phát triển ngành Halal góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao khả năng hội nhập quốc tế của Việt Nam, trong đó đào tạo nhân lực giữ vai trò nền tảng. Để khắc phục thiếu hụt nhân lực, cần đầu tư công nghệ, nâng cao hiểu biết văn hóa Islam, chọn tổ chức chứng nhận uy tín và khuyến khích đào tạo chuyên sâu. Cơ quan Nhà nước nên hỗ trợ doanh nghiệp trong thủ tục chứng nhận, cung cấp thông tin thị trường, quảng bá địa phương và kết nối đối tác uy tín. Việt Nam cũng nên hợp tác với các nước giàu kinh nghiệm đào tạo Halal để nâng cao chất lượng nguồn lực. Những nỗ lực này giúp phát triển bền vững ngành Halal, tạo việc làm và nâng cao đời sống kinh tế - xã hội, đặc biệt cho cộng đồng Islam trong nước.

Tài liệu tham khảo

1. Adroit Market Research. 2023. *Halal Market by Product (Finance, Food and Beverages, Tourism, Media and Recreation, Fashion, Pharmaceuticals, Cosmetics) and by Region (North America, Europe, Asia Pacific, Latin America, Middle East & Africa)*. Global Forecast, 2019 to 2029.
2. Batu, A. & Joe, M. R. 2014. "Halal food certification challenges and their Implications for muslim societies worldwide". *Journal of Turkish Studies*, 9(11), 111 - 130, (<https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.7451>).
3. Lê Nguyên Châu. 2018. "Cộng Đồng Hồi Giáo (Islam) ở An Giang". *Nghiên cứu Tôn giáo*, 7(175), (<https://vjol.info.vn/index.php/rsr/article/view/50622>).
4. Gul, M., Akbar, J., Professor, A., Ikramullah, M., Hayat Khan, M. 2020. "A Research Overview of Challenges in The Global Halal Market Ilkogretim Online". *Elementary Education Online*. 19(4), 7893 - 7903, (<https://doi.org/10.17051/ilkonline.2020.04.765186>).
5. Hashim, H. I. C., Shariff, S. M. M. 2016. "Halal Supply Chain Management Training: Issues and Challenges". *Procedia Economics and Finance*, 37, 33 - 38, ([https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30089-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30089-2)).
6. Hayat, M. A., Siddiquei, A. N., Haider, Z. 2015. "Factors affecting Halal purchase intention - evidence from Pakistan's Halal food sector". *Management Research Review*, 38(6), 640 - 660, (<https://doi.org/10.1108/MRR-01-2014-0022>).
7. Hồng Hương. 2024. "Doanh nghiệp Việt tìm chìa khóa mở "cánh cửa" 10 nghìn tỷ USD ở thị trường Halal". *VnBusiness*, (<https://vnbusiness.vn/thi-truong/doanh-nghiep-viet-tim-chia-khoa-mo-canh-cua-10-nghin-ty-usd-o-thi-truong-halal-1103173.html>).

8. Lê Huy Khôi. 2024. “Phát triển hệ sinh thái cho các doanh nghiệp Halal của Việt Nam”. *Tạp chí Nghiên cứu Công nghiệp và Thương mại*, (<https://vioit.vn/phat-trien-he-sinh-thai-cho-cac-doanh-nghiep-halal-cua-viet-nam.html>).
9. Hán Thị Thanh Lan. 2023. “Hoạt động kinh tế của người Chăm Islam ở thị xã Tân Châu, tỉnh An Giang - truyền thống và hiện tại”. *Tạp chí Khoa học xã hội Thành phố Hồ Chí Minh*, 11 (304), 83 - 90, (<https://vjol.info.vn/index.php/khxx/article/view/89303>).
10. Mohd Nawawi, M. S. A., Abu-Hussin, M. F., Faid, M. S., Pauzi, N., Man, S., Mohd Sabri, N. 2019. “The emergence of halal food industry in non-Muslim countries: a case study of Thailand”. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 917 - 931, (<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2018-0082>).
11. Nguyễn Thị Quế Hương, Phạm Quang Tùng & Trần Anh Châu. 2023. “Đời sống kinh tế của cộng đồng Chăm theo Đạo Hồi (Islam) ở Việt Nam hiện nay”. *Tạp chí Nghiên cứu Tôn giáo*, 11, 3 - 13. ([https://doi.org/10.56794/KHXHVN.11\(191\)](https://doi.org/10.56794/KHXHVN.11(191))).
12. Nur Hafizah, H., Muhamad, A. N. H. H. A., Muhammad, S. M. A. W., Norazlina, M. & Shofiyah, M. 2021. “Halal training: Issues and challenges from trainers’ perspectives in halal products research institute (hpri)”. *Journal Pengajian Islam*, 14.
13. Omar, S., Agil, S., Zahrain, M., Nor, B. M. 2012. “Positioning the Halal Food Industry: The Case of Malaysia NIDA”. *NIDA Case Research Journal*, 4(2).
14. Trần Phan. 2021. “Khái quát Hồi giáo ở Việt Nam”. *Ban Tôn giáo Chính phủ*, (<https://btgcp.gov.vn/gioi-thieu-cac-to-chuc-ton-giao-da-duoc-cong-nhan/khai-quat-hoi-giao-o-viet-nam-postZpaodrdq31.html>).
15. Rafi-uddin, S., Sayd, F., Reem El, S. 2022. *State of the Global Islamic Economy Report Unlocking opportunity*.
16. Salam Dz, A., Nurhayati, E. 2019. “The development of human capital for the halal industry: Islamic management perspective”. *NIZHAM: Jurnal Studi Keislaman*, 7(2).
17. Supawan Pipitsombut. 2022. *The Halal Science Center, Chulalongkorn University: A World Leader in Halal Science and Standards*. Chulalongkorn University, (<https://www.chula.ac.th/en/highlight/84218/>).
18. Tăng Minh Thanh Thảo, Đặng Ngọc Nhật Anh & Phạm Đào Hồng Ngọc. 2024. “Phát triển nguồn nhân lực ngành công nghiệp Halal: kinh nghiệm các nước và hàm ý chính sách cho Việt Nam”. *Tạp chí Công Thương*, 20, (<https://tapchicongthuong.vn/phat-trien-nguon-nhan-luc-nganh-cong-nghiep-halal--kinh-nghiem-cac-nuoc-va-ham-y-chinh-sach-cho-viet-nam-128587.htm>).
19. Đoàn Tuấn. 2023. “Ngành du lịch thiếu hụt nguồn nhân lực”. *Thời Nay*, (<https://nhandan.vn/nganh-du-lich-thieu-hut-nguon-nhan-luc-post747738.html>).
20. Quỳnh Trung. 2018. “Người Ả Rập ở Việt Nam - kì cuối: Học tiếng Ả Rập để lập nghiệp”. *Tuổi Trẻ online*, (<https://tuoitre.vn/nguoi-a-rap-o-viet-nam-ky-cuoi-hoc-tieng-a-rap-de-lap-nghiep-20181130095437755.htm>).
21. Yasuda, S. 2017. “Managing Halal Knowledge in Japan: Developing Knowledge Platforms for Halal Tourism in Japan”. *Asian Journal of Tourism Research*, 2(2), (<https://doi.org/10.12982/AJTR.2017.0010>).