

THỰC PHẨM HALAL TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Phan Anh Tú⁽¹⁾

(1) Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (VNU-HCM)

Ngày nhận 02/01/2023 Ngày gửi phản biện 10/01/2023; Chấp nhận đăng 30/01/2023

Liên hệ email: phananhtu@hcmussh.edu.vn

<https://doi.org/10.37550/tdmu.VJS/2023.01.380>

Tóm tắt

Thực phẩm Halal là một trong những nhu cầu thiết yếu đối với lĩnh vực du lịch của người Hồi giáo trên thế giới. Trong bối cảnh phát triển của loại hình du Halal, vào dựa vào kinh Qur'an, người Hồi giáo áp dụng Halal khi tiêu thụ những thực phẩm “được phép” và không sử dụng sản phẩm và haram (“cấm kỵ”). Bài viết phân tích các sản phẩm Halal được sản xuất, bày bán qua các dịch vụ và siêu thị ở Thành phố Hồ Chí Minh với những tiêu chuẩn đã được Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo chứng nhận.

Bên cạnh đó, bài viết cũng tiến hành đánh giá các đặc điểm văn hóa của cộng đồng người Hồi giáo địa phương được phản ánh qua quy trình sản xuất thực phẩm Halal. Vấn đề này được đánh giá thông qua những phản hồi của du khách khi sử dụng sản phẩm. Kết quả nghiên cứu đã được chúng tôi thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng bao gồm quan sát tham dự và phỏng vấn sâu. Kết quả nghiên cứu đã được xác định thông qua phương pháp nghiên cứu định tính. Từ đó câu hỏi nghiên cứu được đặt ra là Thành phố Hồ Chí Minh đang trên đà phát triển du lịch, bao gồm thị trường du lịch dành cho người Hồi giáo, liệu chẳng nền cơ sở xác lập tiêu chuẩn Halal của nước ta đang đối mặt với những thách thức do quá trình phát triển du lịch quá nhanh. Cuối cùng, nhận định của bài viết là do nền công nghiệp Halal của Thành phố Hồ Chí Minh còn nhiều khiếm khuyết nên vai trò cửa hàng Hồi giáo phục vụ chủ yếu cho khách Mã Lai sẽ là nền tảng để xác định tiêu chuẩn Halal. Vẫn còn tồn tại cách hiểu hết sức mơ hồ về Halal. Vì vậy, Thành phố Hồ Chí Minh cần phải dành thời gian quan tâm xây dựng nền tảng tiêu chuẩn Halal nhằm giúp giới kinh doanh hội nhập với thị trường du lịch. Nếu chỉ tập trung giải quyết tiêu chuẩn sản phẩm dựa theo những nhận định từ bên ngoài thì điều này sẽ không tạo nên một sức mạnh nội sinh về văn hóa Halal ở Việt Nam.

Từ khóa: cộng đồng, du lịch, người Hồi giáo, TP. HCM, thực phẩm Halal

Abstract

HALAL FOOD FOR TOURISM DEVELOPMENT IN HO CHI MINH CITY

Halal food is one of the important needs for Halal tourism around the world. In the context of Halal food tourism, Halal and haram describe each of what is allowed or not

to be consumed by Muslims in the Qur'an. This paper will introduce Halal food products made in HCMC, which are being introduced in convenience services, and/or supermarkets in the city. Those requirements are being verified and certified by The Representative Board of the Muslim Community in HCMC.

In addition, it also examine the cultural aspects of the local Muslim community in food processing of Halal products; from there survey visitors' feedback when using these Halal products. The research result was obtained by the method of Qualitative research, participant observation and in-depth interviews. The research question is established as Ho Chi Minh city is growing its tourism sector, including the Muslim market, can the country's Halal institution cope with this expansion. Finally, it comes to the argument, at this point, the city's Halal industry remains at the infancy, and relies on external stakeholders such as Malaysians to determine Halal institutions. There is still a poor understanding of what Halal is. In the long term, Ho Chi Minh City must consider building its own Halal institutions that understand its local needs rather than relying on external ideas.

1. Dẫn nhập

Người Chăm là cộng đồng tộc người trong số 54 tộc người ở Việt Nam. Là một tộc người có sự đa dạng về tôn giáo, người Chăm cư trú trải dài từ Nam Trung Bộ đến tận vùng đồng bằng sông Cửu Long của Việt Nam. Tại tỉnh Ninh Thuận và Bình Thuận thuộc vùng Nam Trung Bộ, người Chăm theo các tôn giáo truyền thống là Bà La Môn giáo và Hồi giáo Bani nhưng cũng có một số ít theo Islam giáo (Phú Văn Hãn, Nguyễn Thanh Tuấn, 2020). Đây chính là thành tựu của quá trình truyền bá Islam giáo đến từ Sài Gòn đến vùng đất này từ thập niên 1960 (Nguyễn Văn Luận, 1974). Tuy nhiên, cộng đồng người Chăm cư trú tại miền Đông Nam Bộ và Tây Nam Bộ hiện nay chỉ theo một tôn giáo duy nhất là Islam giáo. Thành phố Hồ Chí Minh, tỉnh Tây Ninh và An Giang là nơi có đông người Chăm Muslim cư trú.

Cộng đồng Hồi giáo sinh sống ở Thành phố Hồ Chí Minh đa phần là người Chăm Muslim có nguồn gốc từ tỉnh An Giang di dân đến đây vào những năm giữa đầu thế kỷ 20 (Nguyễn Văn Luận, 1974). Người Chăm Muslim rất thạo buôn bán và nhạy bén với thị trường hàng tiêu dùng. Quá trình giao thương đã giúp họ xây dựng được mối quan hệ kết nối giữa vùng Sài Gòn - Chợ Lớn với tỉnh Châu Đốc (tỉnh An Giang ngày nay), nơi cư trú chủ yếu của người Chăm Muslim. Nhờ tính năng động trong các hoạt động thương mại, người Chăm Muslim thành công trong phát triển mạng lưới thương mại đường sông tự phát từ các đô thị lớn đến các vùng làng quê xa xôi ở Nam Bộ và cả Campuchia.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để hoàn thành bài viết này, chúng tôi đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính (Quantity Research Method), trong đó ghi chép thực địa (field notes), quan sát tham dự

(participant and observation), phỏng vấn sâu (in – depth interviewing), phỏng vấn hồi cố lịch sử (oral history), cùng các hình ảnh, ghi âm, bút ký... đã được tiến hành nhằm tìm kiếm dữ liệu cho bài viết. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng sử dụng các lý thuyết phù hợp với lĩnh vực nghiên cứu tôn giáo và tộc người như lý thuyết về văn hóa tộc người (Ethnic culture), vùng văn hóa (Cultural area) và chuyển đổi tôn giáo (Religious conversion) nhằm phân tích tất cả những diễn biến của người Muslim tại Thành phố Hồ Chí Minh như nguồn gốc tộc người, vấn đề di dân, thực phẩm Halal và quá trình hòa nhập vào xã hội đô thị đa tộc người của họ.

Định cư và phát triển cộng đồng Muslim ở Sài Gòn

Qua khảo sát tại huyện An Phú, Tân Châu, Phú Tân và Châu Phú tỉnh An Giang là bốn địa phương có đông người Chăm Muslim cư trú. Những ngôi làng của họ thường được nằm dọc hai bên bờ sông với trung tâm là một ngôi thánh đường. Cư trú trên vùng sông nước là điều kiện thuận lợi để người Chăm phát triển nghề buôn bán, trong đó Sài Gòn-Chợ Lớn là một đầu mối quan trọng cho công việc buôn bán của người Chăm. Thương mại và thị trường lao động ở Sài Gòn-Chợ Lớn đã thu hút những người Chăm Muslim di dân đến đây tìm kiếm sinh kế. Từ đó đã hình thành nên những khu vực cư trú của người Chăm Muslim tại quận 1, quận 6, quận 8 và quận Phú Nhuận. Hiện nay có tổng số 15 khu vực cư trú của người Chăm ở Thành phố Hồ Chí Minh, mỗi khu vực là một xóm nhà quần tụ xung quanh một thánh đường Hồi giáo (masjid, surau) (Phú Văn Hãn, Ysa U Mơ, 2005).

Về nguồn gốc tộc người, cộng đồng Hồi giáo ở Thành phố Hồ Chí Minh phần nhiều là người Chăm. Khi người Chăm di dân đến vùng Sài Gòn-Chợ Lớn thì đã có một số ít những người Muslim Mã Lai và Ấn Độ di dân đến đây trong giai đoạn khai thác thuộc địa của người Pháp. Cộng đồng Hồi giáo ở Sài Gòn-Chợ Lớn đã bắt đầu một quá trình hội tụ giữa những người Hồi giáo Việt Nam và người Hồi giáo nước ngoài. Mỗi quan hệ này đôi khi còn được thắt chặt hơn thông qua những cuộc hôn nhân liên tộc người mà kết quả là ở Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay vẫn còn nhiều người Hồi giáo là hậu duệ của những hôn nhân với người nước ngoài. Tuy nhiên, tín đồ Hồi giáo ở Thành phố Hồ Chí Minh đang ngày càng trở nên đa dạng về mặt tộc người. Nhiều người Việt (tộc người chủ đạo ở Việt Nam), người Hoa (ethnic Chinese) đã cải đạo sang Islam giáo tạo nên hiện tượng mới về chuyển đổi tôn giáo ở Việt Nam. Theo khảo sát của chúng tôi, việc chuyển đổi tôn giáo của những người Việt, người Hoa thường xuất phát từ quan hệ hôn nhân với người Muslim. Một số khác theo đạo Islam do đi du học hay hợp tác lao động ở các quốc gia Hồi giáo. Một số ít những người trí thức đã tự nghiên cứu và tìm thấy đức tin của Hồi giáo phù hợp với cuộc sống nên đã tự nguyện trở thành tín đồ Muslim. Sự gia tăng của tín đồ Muslim xuất phát từ chuyển đổi tôn giáo đã hình thành nên một cộng đồng Muslim đa tộc người tại Thành phố Hồ Chí Minh và tại Việt Nam nói chung. Điều này cho thấy đức tin Hồi giáo cũng đang dần chiếm một vị trí quan trọng trong đời sống tinh thần của người Việt Nam hiện nay, nhất là tại các vùng đô thị.

Người Muslim ở Thành phố Hồ Chí Minh và nguồn thực phẩm Halal

Kết quả điều tra dân số và nhà ở tại Thành phố Hồ Chí Minh vào năm 2020 cho thấy có 10.499 người Chăm Muslim, chiếm số lượng 2,24% dân số toàn thành phố (Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2020). Sự hiện diện của Chăm Muslim gắn liền với lịch sử hình thành của các ngôi thánh đường Hồi giáo. Tuy nhiên, những ngôi thánh đường cổ nhất ở Thành phố Hồ Chí Minh lại do thương nhân Mã Lai và Ấn Độ xây dựng. Điều này liên quan đến sức mạnh kinh tế và sự thành công trong kinh doanh của họ ở Sài Gòn-Chợ Lớn. Hiện nay toàn thành phố có 14 thánh đường và một surao phục vụ cho đức tin của người Muslim. Trong số đó, thánh đường Masjid Al Ra him (tọa lạc tại số 45, đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, quận 1) được người Hồi giáo Malaysia xây dựng vào năm 1885. Tuy nhiên, hiện nay kiến trúc cổ đã được thay thế bằng kiến trúc hiện đại. Một thánh đường khác cũng có niên đại cổ xưa là thánh đường Masjid Jamain Al Muslimin (hay còn gọi là thánh đường Đông Du), tọa lạc tại số 66, đường Đông Du, quận 1 do người Hồi giáo Ấn Độ xây dựng vào năm 1935. Hiện nay, nơi đây được xem là thánh đường quốc tế, do các nhà ngoại giao hay người Hồi giáo nước ngoài thường đến đây cầu nguyện. Những người Việt, người Hoa theo đạo Islam cũng đến đây cầu nguyện vào trưa ngày thứ Sáu hàng tuần.

Sự hiện diện của cộng đồng Muslim tại Thành phố Hồ Chí Minh đã dẫn đến việc ra đời của loại hình ẩm thực Halal như một nhu cầu bức thiết để tín đồ tồn tại và đảm bảo giới luật Islam về ăn uống. Trong các khu phố của người Chăm Muslim luôn có các quán ăn Halal được mở ra để kinh doanh. Một vị trí thuận lợi mà người Muslim thường chọn để mở quán ăn là khu vực gần thánh đường. Ở đó, người Muslim dễ bán món ăn cho khách hàng Muslim và khách tham quan. Bán thức ăn là công việc mà người Muslim thích làm, vì họ vừa kiếm được nguồn thu nhập lại vừa giúp đỡ cho cộng đồng Muslim thụ hưởng những bữa ăn Halal. Một vài quán ăn của người Muslim đã trở nên nổi tiếng khắp thành phố, như quán Musa ở đường Nguyễn Tri Phương, quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh rất nổi tiếng với món cari dê, mở cửa từ 10 giờ sáng cho đến 10 đêm. Quán luôn đông khách và phần lớn thực khách là những người không theo đạo Islam. Các quán ăn khác của người Muslim ở Thành phố Hồ Chí Minh cũng đều bán món ăn cho người Islam và người ngoại đạo. Tất nhiên thức ăn của họ là do người Muslim làm ra, đảm bảo tiêu chí Halal từ nguồn gốc giết mổ động vật cho đến khâu chế biến thực phẩm.

Tuy nhiên, ở ngoại ô Thành phố Hồ Chí Minh lại hình thành nên những khu vực của người Muslim mới di dân đến. Những gia đình Muslim này sống tập trung ở huyện Bình Chánh và quận 9 Thành phố Hồ Chí Minh. Tổng cộng có hai xóm Chăm Muslim với số lượng mỗi xóm được 30 hộ. Khu vực cư trú mới nên không có cửa hàng bán đầy đủ thực phẩm Halal và vật dụng gia dụng. Để mua thực phẩm Halal, họ thường phải đến các cửa hàng của người Muslim ở quận Phú Nhuận hoặc Quận 8. Cụ thể như người Muslim ở huyện Bình Chánh sẽ đến các cửa hàng Halal trên đường Dương Bá Trạc, quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh để mua thịt và trang phục. Hiện có hơn 1.500 người Chăm Muslim cư trú tại khu vực đường Dương Bá Trạc. Vì vậy, có thể xem nơi đây là một trung

tâm phân phối cho những người Muslim trong vùng và cho cả những người Muslim ở huyện Bình Chánh (Thành phố Hồ Chí Minh), huyện Bến Lức (tỉnh Long An). Mỗi khi người Muslim ở các địa phương trên tổ chức tiệc cưới, tang lễ hay các sự kiện tôn giáo, họ thường đến đường Dương Bá Trạc để mua hàng hóa. Khoảng cách từ huyện Bình Chánh và huyện Bến Lức đến đây là 20km, người Muslim có thể đi bằng đường bộ hoặc đường sông.

Nhận diện về nguồn thực phẩm Halal ở Thành phố Hồ Chí Minh, có thể chia thành ba cấp độ được xác nhận bởi cộng đồng hoặc pháp luật thông qua các loại giấy chứng nhận của các tổ chức Hồi giáo. Phổ biến nhất trong các khu phố của người Muslim là các loại thức ăn hay thực phẩm được cộng đồng tự công nhận là Halal. Cụ thể như thức ăn, thịt và thực phẩm được bán trong các quán ăn hay cửa hàng của người Muslim. Trường hợp một người Muslim mở quán ăn trong khu phố của cộng đồng Muslim. Những người đồng đạo sẽ ủng hộ anh ta bằng cách đến ăn thức ăn do anh ta bán. Việc buôn bán của anh ta không cần giấy chứng nhận Halal cho các loại thức ăn, bởi vì nguồn gốc tôn giáo của anh ta đã chứng minh được những gì anh ta làm ra là Halal. Như vậy, đây là một dạng Halal được cộng đồng Muslim tự công nhận. Tất nhiên, việc buôn bán này là kinh doanh nhỏ lẻ, phạm vi giới hạn trong một khu phố và thực phẩm là các món ăn hàng ngày của người Muslim.

Ở quy mô kinh doanh lớn, các dịch vụ và công ty của người Muslim hoặc người không theo đạo Muslim cần bán sản phẩm cho người Muslim trong và ngoài nước thì sản phẩm ấy phải được Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo cấp giấy chứng nhận Halal. Cách xin giấy chứng nhận là doanh nghiệp làm công văn đính kèm danh sách các mặt hàng gửi đến Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo ở Thành phố Hồ Chí Minh hoặc tỉnh An Giang. Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo sẽ tiếp nhận, lập hội đồng đánh giá và cử người đến kiểm tra trước khi ra quyết định cấp giấy chứng nhận Halal cho các sản phẩm mà doanh nghiệp đăng ký. Hiện nay các công ty và doanh nghiệp ở Việt Nam phần lớn sử dụng phổ biến mô hình công nhận Halal này. Vì họ thường có nhiều điều kiện thuận lợi khi họ trao đổi với Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo và kết quả là hầu hết các sản phẩm đề xuất của họ đều được Ban đại diện công nhận Halal sau khi kiểm tra quy trình sản xuất và nguồn lực lao động người Muslim. Cụ thể như các doanh nghiệp ở Thành phố Hồ Chí Minh và An Giang thường sử dụng giấy chứng nhận Halal loại này. Một trường hợp là Doanh nghiệp ANAS chuyên sản xuất món Lạp xưởng bò (tung-lò-mò). Doanh nghiệp này đã xin giấy chứng nhận Halal của Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tỉnh An Giang, do đó họ có thể bán sản phẩm cho người Muslim trên toàn quốc. Gần đây, Tổng công ty thương mại Sài Gòn (SATRA) đã cho khai trương cửa hàng thực phẩm mang tên Satrafoods Halal được xem là điểm bán hàng Halal quy mô lớn đầu tiên tại Thành phố Hồ Chí Minh. Cửa hàng có tổng cộng 300 mặt hàng Halal được bày bán cho người Muslim bao gồm cả thức ăn. Tổng công ty thương mại Sài Gòn (SATRA) đã được Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tại Thành phố Hồ Chí Minh cấp giấy chứng nhận để kinh doanh thực phẩm cho cộng đồng người Muslim.

Tuy nhiên, các loại giấy xác nhận Halal mà Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo ở Thành phố Hồ Chí Minh hay An Giang cấp dành cho các công ty và doanh nghiệp chỉ có giá trị trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam. Nó không được công nhận tại các quốc gia Hồi giáo khác. Trường hợp này đã được chúng tôi ghi nhận tại Doanh nghiệp ANAS (tỉnh An Giang), nơi chuyên sản xuất món Lạp xưởng bò (tung-lò-mò). Mặc dù chủ doanh nghiệp là một người Muslim và toàn bộ quy trình sản xuất Lạp xưởng của ông ta đều do những người Muslim đảm trách. Bên cạnh đó sản phẩm tung-lò-mò cũng đã được Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tỉnh An Giang cấp giấy chứng nhận Halal nhưng cho đến nay doanh nghiệp vẫn chưa thể xuất khẩu sang thị trường Malaysia được. Mặc dù chủ doanh nghiệp mong mỏi sản phẩm của ông có thể bán sang Malaysia. Ông cho rằng trong số các dân tộc theo đạo Islam trên thế giới, chỉ có người Malaysia là có mối quan hệ gần gũi về văn hóa và ẩm thực với người Chăm Muslim ở Việt Nam. Hơn nữa, xét về mặt tình cảm của những người đồng đạo, chủ doanh nghiệp cho rằng người Malaysia luôn hỗ trợ người Chăm Muslim. Do đó việc mua sản phẩm của người Chăm Muslim sẽ là cách giúp đỡ hiệu quả nhất cho các doanh nghiệp Muslim như ông phát triển kinh tế cộng đồng Muslim Việt Nam.

Thương hiệu của món tung-lò-mò trên thị trường Việt Nam hiện nay đang chiếm ưu thế trong thị hiếu của người tiêu dùng. Chính quyền địa phương tỉnh An Giang luôn hỗ trợ Doanh nghiệp ANAS đăng ký thương hiệu và tổ chức quảng bá sản phẩm tại các sự kiện du lịch ở Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội và An Giang. Nó được quảng bá để trở thành sản phẩm đặc trưng của người Chăm Muslim làm cho du khách không thể bỏ qua khi đến tham quan làng Chăm ở xã Châu Giang. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã cấp nhiều giấy chứng nhận về chất lượng sản phẩm và bằng khen dành cho Doanh nghiệp ANAS. Gần đây là việc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn công nhận tung-lò-mò là sản phẩm OCOP điển hình của tỉnh An Giang và đồng thời hỗ trợ cho một dự án nâng cấp bao bì sản phẩm. Mặc dù tại Việt Nam, tung-lò-mò đã trở nên nổi tiếng nhưng trong cuộc phỏng vấn của chúng tôi vào tháng 09 năm 2021, chủ doanh nghiệp cho rằng chiến lược mà ông muốn thực hiện trong tương lai là phải đưa sản phẩm sang thị trường Malaysia. Ông cho rằng, *“hiện nay có nhiều du khách Malaysia mua sản phẩm của tôi khi đi du lịch đến Thành phố Hồ Chí Minh và An Giang. Thông qua người thân, tôi cũng đã gửi tung-lò-mò cho một số doanh nghiệp Malaysia làm kinh doanh thực phẩm bên ấy ăn thử để đánh giá sản phẩm. Họ đều khen ngợi hương vị của món này ngon và hợp với khẩu vị với người Malaysia nhưng muốn xuất sang Malaysia thì tôi cần có giấy xác nhận Halal quốc tế”*⁽¹⁾. Như vậy, chính doanh nghiệp cũng xác nhận rằng giấy chứng nhận Halal do Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo ở địa phương cấp chỉ có giá trị nội địa và cũng để xem là hợp pháp khi bán sản phẩm cho khách hàng Muslim. Còn việc xuất ra nước ngoài thì cần phải có giấy xác nhận Halal một tổ chức hay văn phòng đại diện được thế giới Hồi giáo công nhận.

Trên thực tế, giấy xác nhận Halal tại Việt Nam và nguồn gốc tôn giáo của chủ doanh nghiệp không phải là tiêu chuẩn để một mặt hàng được công nhận là Halal ở một quốc

gia Hồi giáo như Malaysia. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng đang gặp phải vấn đề khó khăn tương tự như ANAS khi họ muốn xuất khẩu hàng hóa sang các quốc gia Hồi giáo. Sở hữu giấy chứng nhận Halal quốc tế cho sản phẩm sản xuất tại Việt Nam là giấc mơ của nhiều doanh nghiệp đồng nghĩa với nó là một thách thức lớn khó vượt qua. Song các quốc gia Hồi giáo vẫn luôn là một thị trường hấp dẫn cho doanh nghiệp ở Việt Nam. Chính vì vậy, Bộ ngoại giao Việt Nam và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn khuyến khích các doanh nghiệp chủ động tiếp cận và xuất khẩu hàng hóa vào thị trường của các quốc gia Hồi giáo. Từ năm 2019 đến nay, Việt Nam đã tổ chức nhiều cuộc hội thảo quốc tế như Hội thảo Thị trường Halal khu vực Đông Nam Á-Nam Á-Nam Thái Bình Dương (Halal Market in Southeast Asia-South Asia-South Pacific: Potential and Opportunities) được tổ chức ngày 20 tháng 11 năm 2021; Hội thảo “Tiềm năng thị trường thực phẩm Halal toàn cầu và cơ hội đối với Việt Nam” (The Global Market of Halal Food and Opportunities for Vietnam) được tổ chức ngày 30 tháng 11 năm 2020, Hội nghị Tăng cường hợp tác quốc tế để phát triển ngành Halal Việt Nam (Conference on Promoting International Cooperation to Develop Vietnam’s Halal Industry) tổ chức ngày 28 tháng 06 năm 2022. Các cuộc hội thảo đã xác nhận vai trò phát triển kinh tế vô cùng quan trọng khi xuất khẩu hàng hóa sang các quốc gia Hồi giáo. Song vấn đề là quy định sản xuất cần phải đạt được tiêu chuẩn Halal mà các quốc gia này quy định. Điều này đã thúc đẩy một số doanh nghiệp xây dựng chiến lược nâng cấp sản phẩm và nếu sản phẩm của họ được xuất vào thị trường của các quốc gia Hồi giáo thì sẽ được đánh giá như một thành công mới trong lĩnh vực kinh tế của Việt Nam.

Thực phẩm Halal và thị trường du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh

Thị trường du lịch dành cho du khách Hồi giáo đã trở nên sôi động vào những năm cuối thập niên 2020. Theo thống kê của Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh đến tháng Giêng năm 2020, Việt Nam đã đón được 50.000 lượt du khách Hồi giáo, tăng gấp 5,5 lần cùng kỳ trong năm. Sự gia tăng lượng du khách Hồi giáo, đặc biệt là du khách đến từ Malaysia đã hình thành nên những khu phố chuyên kinh doanh hàng hóa dành cho người Hồi giáo ở Thành phố Hồ Chí Minh. Nổi bật là khu chợ đêm ở đường Nguyễn An Ninh, quận 1, nơi hoạt động buôn bán diễn ra gần như suốt đêm. Sự tập trung đông đảo du khách Malaysia và các loại hình dịch vụ dành cho người Muslim đã khiến cho con phố này được mệnh danh là Phố Mã Lai (Malaysian Street). Tuy nhiên, du khách nước ngoài lại biết đến nó với cái tên khác là Phố Halal ở Sài Gòn (Saigon Halal Street). Tại đây, người Hồi giáo có thể dễ dàng tìm thấy các loại ẩm thực Việt Nam được người Muslim chế biến theo tiêu chuẩn Halal. Trong đó, có món phở Halal nổi tiếng dành cho du khách Hồi giáo. Tất nhiên, Phố Mã Lai là khu vực dành cho người nước ngoài nên giá cả ở đây sẽ cao hơn các khu chợ bình dân, nơi mà người Muslim Việt Nam thường đến mua bán.

Lượng khách Hồi giáo ngày một gia tăng sẽ kéo theo việc tăng tốc sản xuất hàng hóa của các doanh nghiệp. Vốn năng động với thị trường du lịch, các doanh nghiệp Việt Nam đã nhanh chóng nắm bắt cơ hội sản xuất nhanh chóng các mặt hàng dành cho du

khách Hồi giáo. Do đó, các loại sản phẩm đóng dấu Halal cũng được đưa ra thị trường ngày càng nhiều hơn. Có doanh nghiệp vì mục đích lợi nhuận đã đóng dấu Halal lên các sản phẩm của họ với mong muốn bán ra thị trường càng nhiều càng tốt. Lại có trường hợp sản phẩm được làm từ thành phần thịt heo nhưng doanh nghiệp đã không ngần ngại đóng dấu Halal lên đó. Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tại Thành phố Hồ Chí Minh đã ra thông báo nhắc nhở tín đồ Muslim về các loại sản phẩm giả danh Halal này. Do được cảnh báo sớm nên người Muslim ở Việt Nam đã không mua các loại sản phẩm giả danh Halal nhưng du khách Muslim thì có thể sẽ không biết. Đôi khi, họ mua nhầm vì nhìn thấy dấu Halal trên sản phẩm. Trong lĩnh vực ẩm thực cũng có những vấn đề mà du khách Hồi giáo cần thận trọng khi thưởng thức các món ăn. Cụ thể như khi một du khách Hồi giáo đi vào một nhà hàng để hỏi về một bữa ăn Halal thì anh ta sẽ luôn nhận được câu trả lời từ người phục vụ là “có”. Đi tìm nguyên nhân vì sao các loại thức phẩm không được sản xuất theo tiêu chuẩn Halal nhưng lại bán công khai cho khách hàng Muslim. Chúng tôi chỉ có thể lý giải bằng hai nguyên nhân như sau: thứ nhất là vì lợi nhuận kinh tế nên nhà sản xuất không giới hạn thành phần khách hàng, và họ sẽ không quan tâm đến vấn đề đạo đức kinh doanh. Doanh nghiệp xem lợi nhuận là thành quả cao nhất, càng bán được nhiều hàng hóa thì lợi nhuận của công ty sẽ càng cao. Lý giải thứ hai là doanh nghiệp cũng tôn trọng khách hàng nhưng họ không phải là người Muslim nên bị hạn chế về kiến thức tôn giáo. Khi du khách Hồi giáo ghé vào nhà hàng thì doanh nghiệp chỉ nghĩ rằng người Hồi giáo không ăn thịt heo mà sản phẩm hay món ăn của họ chế biến ra là hoàn toàn không có nguyên liệu thịt heo. Như vậy là an toàn cho người Muslim. Cách hiểu đơn giản này làm cho họ cảm thấy hài lòng khi bán một món ăn cho du khách Muslim.

Để hiểu được nhận định của người kinh doanh thực phẩm ở Thành phố Hồ Chí Minh về thức ăn mà họ muốn bán cho người Muslim, chúng tôi đã thực hiện phỏng vấn đối với năm thông tin viên là những chủ nhà hàng và quán ăn ở quận 1. Họ là những người không theo tôn giáo Islam. Khi được hỏi họ hiểu như thế nào về một món ăn Halal dành cho người Hồi giáo thì cả năm người đều trả lời giống nhau, Halal là món ăn của người Hồi giáo không có thịt heo⁽²⁾. Các nhà hàng hay quán ăn của họ đều làm được món Halal do họ loại bỏ tất cả những gì có liên quan đến thịt heo khi chế biến món ăn. Ví dụ như họ sẽ nấu các món ăn làm từ thịt bò, gà và cá, còn gia vị thì sử dụng các loại dùng để nấu món chay. Họ cũng xác nhận rằng trong kinh doanh họ rất tôn trọng người Hồi giáo, giả sử như có người Hồi giáo yêu cầu họ cung cấp thức ăn thì họ sẽ nấu nướng bằng những dụng cụ riêng. Điều này theo nhận định của họ là nhằm làm cho món ăn được tinh khiết để người Muslim không phạm lỗi với tôn giáo của họ. Trên thực tế, cách hiểu của các chủ nhà hàng và quán ăn mà chúng tôi phỏng vấn cũng là cách chung của những người Việt Nam về tôn giáo Islam. Điều này có nghĩa là người Việt Nam biết đến Hồi giáo chứ chưa hiểu hết về Hồi giáo. Đối với phần lớn người Việt Nam, Hồi giáo được biết đến một cách đơn giản như người Muslim thờ Allah, họ cầu nguyện năm lần mỗi ngày và không ăn thịt heo.

Tuy nhiên, đối với những doanh nghiệp đã cố tình đóng dấu Halal trên thực phẩm giả tạo của họ nhằm đánh lừa khách hàng Hồi giáo, thật sự là một hành động tìm kiếm lợi nhuận một cách vô đạo đức. Vì họ biết rất rõ việc làm của họ và biết rõ người mua sẽ phải chịu đựng những cảm xúc khó tả. Đồng thời bằng cách nào đó, họ lại vượt qua được quá trình kiểm duyệt của cơ quan chức năng. Chỉ đến khi Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo phát hiện ra và kiến nghị lên chính quyền thì họ mới dừng lại. Tuy nhiên, quá trình mà Ban đại diện phát hiện, thông báo cho cộng đồng Muslim rồi kiến nghị lên chính quyền là một giai đoạn rất dài. Trong suốt thời gian đó, không loại trừ khả năng đã có những người Muslim ngoại quốc mua nhầm những sản phẩm Halal giả danh này. Một Hakim phụ trách thánh đường ở Thành phố Hồ Chí Minh cho biết: *“nhiều công ty ở Việt Nam cố ý đóng dấu Halal lên các sản phẩm của họ. Thật sự họ không thông qua bất kỳ quy trình sản xuất nào theo tiêu chuẩn của tôn giáo Islam. Đôi khi thịt heo được sử dụng như một thành phần nguyên liệu trong sản phẩm nhưng họ vẫn bán ra thị trường. Người Muslim Việt Nam luôn được cảnh báo về những loại thực phẩm này nhưng người Muslim ngoại quốc thì không biết nên vẫn mua, bởi vì họ được chào mời bằng những lời ngọt ngào và các hướng dẫn viên lại khuyến khích họ mua để tìm kiếm tiền hoa hồng. Tôi thật sự rất lo về điều này”*⁽³⁾. Rồi ông bổ sung thêm: *“Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tại Thành phố Hồ Chí Minh đã gửi kiến nghị đến chính quyền yêu cầu họ ngừng đóng dấu Halal. Mất một thời gian dài mới có thể yêu cầu họ dừng lại”*⁽⁴⁾.

Tuy nhiên, sự phức tạp của thị trường thực phẩm Halal tại Thành phố Hồ Chí Minh lại là một cơ hội lớn cho các nhà hàng Muslim quảng bá thương hiệu của họ. Vì chủ nhà hàng và đầu bếp là người Muslim nên họ thông thạo quy trình chế biến thức ăn Halal. Tận dụng lợi thế này, họ ra sức quảng cáo và khẳng định thương hiệu của họ mới đích thực là nơi cần đến của du khách Hồi giáo. Ví dụ như một nhà hàng Muslim ở Thành phố Hồ Chí Minh đã quảng bá thương hiệu của họ như sau: *“chúng ta nên hiểu rằng nhiều doanh nghiệp tuyên bố cơ sở của họ là Halal nhưng thật sự không phải như vậy. Chỉ có nỗ lực của chúng tôi thông qua một nguồn gốc xác thực, người Muslim mới có thể biết đến một cơ sở kinh doanh Halal thật sự ở Thành phố Hồ Chí Minh”*⁽⁵⁾. Nhà hàng này khẳng định rằng chỉ khi đến với dịch vụ của họ, du khách Hồi giáo mới thật sự thưởng thức được các món ăn Halal chính hiệu. Còn một nhà hàng Muslim khác thì tuyên bố, *“chúng tôi phục vụ 100% thực phẩm Halal”*⁽⁶⁾. Một trang web tại Việt Nam đã công bố danh sách cùng địa chỉ của các nhà hàng Halal tại Thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố lớn ở Việt Nam⁽⁷⁾. Họ cố gắng xây dựng thương hiệu của trang web như một địa chỉ đáng tin cậy cho du khách Hồi giáo tìm hiểu về Việt Nam trước khi quyết định đến đây tham quan. Về thực phẩm Halal, họ kêu gọi các nhà hàng Muslim đăng ký tham gia quảng cáo trên trang web của họ như một phương tiện nhanh nhất để du khách Hồi giáo có thể tiếp cận. Mở đầu trên trang web, họ xác định: *“Danh sách gốc vào năm 2010 đã công bố hơn 50 nhà hàng Halal ở Sài Gòn. Song hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh chỉ có 18 nhà hàng là Halal được chốt danh sách tại trang GoHALALVietnam”*⁽⁸⁾. Danh sách 18 nhà hàng mà trang web công bố như một cách định tiêu chuẩn Halal của họ và đồng thời cũng là một cách thu hút các nhà hàng khác tham gia danh sách.

3. Kết luận

Cộng đồng người Muslim ở Thành phố Hồ Chí Minh tuy có nguồn gốc từ người Chăm di dân đến nhưng trong quá trình phát triển, tôn giáo Islam đã bổ sung thêm nhiều tín đồ người Việt (Kinh), người Hoa cùng những người xuất thân từ các gia đình liên tộc người. Tất cả đã làm nên một cộng đồng Muslim đa tộc người cùng hòa nhập một cách linh hoạt vào xã hội đô thị ở Thành phố Hồ Chí Minh.

Sinh tồn trong một xã hội đô thị đa tộc người, đa văn hóa và tôn giáo, người Muslim phải nỗ lực gìn giữ các giá trị tinh thần của tôn giáo Islam và đồng thời phải tìm cách thích ứng với một xã hội mà trong đó họ chỉ là thiểu số. Có thể nói người Muslim đã vượt qua mọi nghịch cảnh để trở thành một cộng đồng có phẩm chất đạo đức được cả người dân ở Thành phố Hồ Chí Minh và chính báo chí Việt Nam ca ngợi. Có thể nói để duy trì sự tồn tại ở Thành phố Hồ Chí Minh thì thực phẩm Halal là một phần quan trọng trong cuộc sống của người Muslim. Do bối cảnh kinh tế và xã hội ở Việt Nam, việc sử dụng nguồn thực phẩm Halal sẽ bị giới hạn từ quy trình sản xuất cho đến sản phẩm. Từ đó, người Muslim ở Thành phố Hồ Chí Minh đã tự sản xuất hoặc chế biến các món ăn Halal dành cho riêng họ, đồng thời họ cũng bán ra thị trường như một mô hình kinh doanh chuyên nghiệp. Chính vì vậy, thực phẩm Halal do người Muslim làm ra sẽ được tự công nhận bởi cộng đồng, ở mức độ cao cấp hơn thì thực phẩm sẽ được cấp giấy chứng nhận bởi Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Trước sự hấp dẫn của thị trường du lịch Việt Nam, du khách Hồi giáo đến tham quan ngày một gia tăng. Tại Thành phố Hồ Chí Minh đã trở thành trung tâm kết nối với du khách Hồi giáo. Từ đó, Thành phố đã tự hình thành nên những khu phố Hồi giáo hay còn gọi là Phố Mã Lai. Các phương thức kinh doanh thực ẩm dành cho du khách Hồi giáo cũng trở nên đa dạng, phức tạp và nhạy cảm. Những loại thức phẩm chưa đúng tiêu chuẩn Halal hoặc giả danh Halal đã được mang ra thị trường. Chúng xuất phát từ sự hiểu biết đơn giản về Hồi giáo của doanh nghiệp hoặc có chủ ý vì mục đích lợi nhuận. Trong hoàn cảnh như vậy, Ban đại diện cộng đồng Hồi giáo tại TP. HCM đã thể hiện trách nhiệm tôn giáo của họ và theo dõi sát sao các loại sản phẩm Halal trên thị trường. Việc cảnh báo kịp thời của họ đã giúp cộng đồng Muslim ở TP. HCM nhận dạng được những loại thực phẩm giả danh và cảnh báo đến cộng đồng Hồi giáo quốc tế. Bên cạnh đó, chính sự phức tạp của thị trường thực phẩm Halal tại Thành phố Hồ Chí Minh đã trở thành một cơ hội lớn cho các nhà hàng và dịch vụ ẩm thực của người Muslim quảng bá thương hiệu của họ cho thị trường du lịch Việt Nam.

Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) trong khuôn khổ Đề tài mã số “C2021-18b-08”.

Chú thích:

- (1) Thông tin theo Biên bản phỏng vấn ông Mohamad S., chủ doanh nghiệp ANAS, cư ngụ tại ấp Phũm Soài, xã Châu Phong, thị xã Tân Châu, tỉnh An Giang, thực hiện lúc 10 sáng, ngày 20 tháng 07 năm 2021.
- (2) Thông tin theo Biên bản phỏng vấn một nhóm các doanh nghiệp tại quận 01, Thành phố Hồ Chí Minh, thực hiện từ ngày 15 đến 20 tháng 09 năm 2021.
- (3) Thông tin theo Biên bản phỏng vấn ông Mohamad V., Hakim phụ trách thánh đường Tân Bửu, cư ngụ tại đường Cô Giang, phường 2, quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh, thực hiện lúc 9 sáng, ngày 15 tháng 07 năm 2022.
- (4) Thông tin theo Biên bản phỏng vấn ông Mohamad V., Hakim phụ trách thánh đường Tân Bửu, cư ngụ tại đường Cô Giang, phường 2, quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh, thực hiện lúc 9 sáng, ngày 15 tháng 07 năm 2022.
- (5) (6) (7) (8) Website <https://goHalalvietnam.com/Halal>

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Cabaton, Antonie (1907). *Les Chams Musulmans de l Indochine Francaise*. Revue du Monde Musulman 2.
- [2] General Statistics Office (2020b). *Population Census and Houses Investigation the Year of 2009: Overall Result*.
- [3] General Statistics Office (2020a). *Population Census and Houses Investigation the Year of 2009 - Migration and Urbanism: The Reality, Trend and Differences*.
- [4] Hanna, A.C (1931). *The Chams of French Indo-China*. The Moslem World.
- [5] Hickey, Gerald Cannon (1982). *Sons of the Mountains: Ethnohistory of the Vietnamese Central Highlands to 1954*. New Haven: Yale University Press.
- [6] Nguyễn Văn Luận (1974). *Người Chăm Hồi giáo ở miền Tây Nam phần*. Tủ sách biên khảo, Bộ Văn hóa giáo dục và Thanh niên.
- [7] Phú Văn Hãn (cb) (2005). *Đời sống Văn hóa và Xã hội người Chăm Thành phố Hồ Chí Minh*. NXB Văn hóa Dân tộc.
- [8] Phú Văn Hãn, Nguyễn Thanh Tuấn (2019). Người Chăm ở Nam Bộ trong phát triển Văn hóa hiện nay. *Journal of Ethnic Minorities Research*, 8(4), 97-105.
- [9] Phú Văn Hãn, Nguyễn Thanh Tuấn (2020). Cham Muslims People in Ho Chi Minh City Today. *Journal of Ethnic Minorities Research*, 9(1), 105-112.
- [10] Rambo, Lewis R. (1999). Theories of Conversion: Understanding and Interpreting Religious Change. *Social Compass*, 46(3), 259-271.