



รายงานความคืบหน้า นโยบายไข่ไก่ไร้กรง

ประจำปี 2023

 ทวีปเอเชีย



คำนำ

ในแต่ละปี ไข่ไก่หลายล้านใบมาจากแม่ไก่ที่ถูกขังในกรงคับ ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติที่โหดร้ายและถูกสั่งห้ามใช้ในหลายๆ ประเทศทั่วโลก เช่น สหภาพยุโรป, แคนาดา, นิวซีแลนด์ และอีก 9 รัฐในสหรัฐอเมริกา

กรงคับจำกัดการแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติของแม่ไก่ ทำให้พวกเขาต้องใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ที่มีขนาดเล็กกว่ากระดาษ A4 ปกติแล้วแม่ไก่มีความอยากรู้อยากเห็น แต่ระบบการเลี้ยงแบบนี้ทำให้พวกเขาไม่สามารถเดินได้อย่างอิสระหรือกางปีกได้อย่างเต็มที่ มีปัญหาสุขภาพและเกิดความเครียด ถือเป็นเรื่องน่าใจหายที่ระบบเช่นนี้ยังคงถูกใช้ทั่วโลก

แม้อุตสาหกรรมไข่ไก่ในทวีปเอเชียมีความเป็นจริงอันโหดร้าย ซิเนอร์เจีย แอนนิมอลยังมีความหวังว่าอนาคตจะดีขึ้น ในไม่กี่ปีที่ผ่านมาเป็นที่น่ายินดีที่บริษัทอาหารหลายร้อยแห่งทั้งขนาดเล็กในประเทศและบริษัทข้ามชาติ ต่างประกาศเจตนารมณ์เลิกใช้ไข่ไก่จากแหล่งผลิตกรงคับและเปลี่ยนมาใช้ไข่ไก่จากแหล่งไร้กรงตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานภายใต้กำหนดเวลาชัดเจน คำประกาศเจตนารมณ์เหล่านี้นี้อาจช่วยบรรเทาความเจ็บปวดของแม่ไก่หลายล้านชีวิต เราขอชื่นชมบริษัทเหล่านี้ที่ได้เดินหน้าไปสู่อุตสาหกรรมไข่ไก่ที่มีความเห็นอกเห็นใจกันมากกว่าเดิม

เราเข้าใจดีว่าการประกาศเจตนารมณ์เป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น บริษัทจะต้องลงมือทำและตรวจสอบความคืบหน้าเพื่อให้มั่นใจว่าคำประกาศเจตนารมณ์จะสำเร็จตามเวลาที่กำหนด เราจึงได้เผยแพร่รายงานความคืบหน้าไข่ไก่ไร้กรงซึ่งแสดงความโปร่งใสและแสดงความยินดีต่อบริษัทที่มีความคืบหน้าการใช้ไข่ไก่จากแหล่งไร้กรงตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานในทวีปเอเชีย

ผลการสำรวจพบว่าการรายงานความคืบหน้าในปี 2023 เป็นที่น่าพอใจมากขึ้น เรามีบริษัทเข้าร่วมเพิ่มขึ้นถึง 17 บริษัทที่รายงานความคืบหน้าในปีนี้ เราคาดการณ์ว่าการรายงานความคืบหน้าอยู่ในแผนประจำปีของบริษัท และบริษัทจะให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสเกี่ยวกับความคืบหน้าไข่ไก่ไร้กรงในห่วงโซ่อุปทานในทวีปเอเชีย

การเผยแพร่ความคืบหน้าจากบริษัทหลายร้อยแห่งจะช่วยสร้างความตระหนักรู้และจุดประกายให้บริษัทอื่นๆ ยุติการใช้ไข่ไก่จากแหล่งผลิตที่โหดร้ายตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ทำให้กรงขังแม่ไก่หมดไปจากทวีปเอเชียในที่สุด



วิษณุภัทร์ ภิรมย์ศานต์
ผู้อำนวยการ - ประเทศไทย

สารบัญ

- 1 การขับเคลื่อนสู่การยุติกรงขังในเอเชีย
- 5 นโยบายไข่ไก่ไร้กรงคืออะไร
- 7 แบบสำรวจเก็บข้อมูลจากบริษัท
- 9 ผลจากแบบสำรวจ
- 10 ภาพรวมการมีส่วนร่วม
- 11 บริษัทที่ประกาศนโยบายไข่ไก่ปลอดกรงก่อนปี 2022
- 12 การมีส่วนร่วมของแต่ละประเทศ
- 13 การจัดอันดับ
- 15 การจัดอันดับของแต่ละประเทศ
- 21 ข้อมูลสำคัญ: รายงานเชิงตัวเลข
- 25 อุปสรรค
- 26 รายชื่อผู้ผลิตไข่ไก่ไร้กรงในประเทศไทย
- 29 ขึ้นต่อไป



เผยแพร่ในเดือนพฤศจิกายน 2023 โดยซินเอร์เจีย แอนิมอล

เนื้อหาในรายงานฉบับนี้เสร็จสิ้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2023 ข้อมูลที่ได้รับรายงานจากบริษัทหลังวันที่นี้จะนำเสนอในรายงานฉบับถัดไป ขอขอบคุณมิตรของเรา องค์กร Animal Friends Jogja และ Mercy For Animals สำหรับความร่วมมือในการจัดทำรายงานฉบับนี้

ผู้มีส่วนร่วม

ประสานงานหลัก:

พิชามญชฺ์ รมะสุข, วิชญะภัทร์ ภิรมย์ศานต์

ประสานงานด้านบรรณาธิการ:

Aline Baroni

นำแบบสำรวจ:

พิชามญชฺ์ รมะสุข

เนื้อหา:

Fadilah Rahma Nur Ristiyanti, Iara Fandino และ ฉญาณภัทร พูนกระสี

ออกแบบ:

Sekarigen Atira Dhaiman

ออกแบบเว็บไซต์:

Julieta Galo
www.cagefreetracker.org

การขับเคลื่อน สู่การยุติกรงขังในเอเชีย

ทวีปเอเชียมีบทบาทสำคัญในตลาดไข่ทั่วโลก เป็นภูมิภาคที่ผลิตไข่จำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 64% ของผลผลิตไข่ไก่ทั่วโลก นำครีที่แม่ไก่เกือบทั้งหมดในเอเชียถูกเลี้ยงไว้ในกรง สติตเหล่านี้ทำให้เห็นได้ว่า หากมีแนวทางปฏิบัติที่ดีกว่าในอุตสาหกรรมไข่ไก่และอาหาร เราจะสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงต่อแม่ไก่หลายล้านชีวิต

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การผลิตไข่ไก่แบบไร้กรงในเอเชียได้รับแรงผลักดันมากมาย โดยบริษัทและผู้ผลิตจำนวนมากได้ปรับใช้นโยบายไข่ไก่ปลอดกรงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในด้าน สวัสดิภาพที่ดีขึ้นสำหรับแม่ไก่ไข่

ขณะนี้หลายบริษัทกำลังใช้ไข่ไก่ปลอดกรงในผลิตภัณฑ์ และบางบริษัทก็ทำดำเนินการหลังจากมีการเผยแพร่ นโยบายไข่ไก่ปลอดกรง



คำประกาศนโยบายเหล่านี้มาจากอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้ง อุตสาหกรรมการบริการ การค้าปลีก ร้านอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค:



POTATO HEAD

แบรนด์การบริการและไลฟ์สไตล์ที่โดดเด่นในอินโดนีเซีย Potato Head เป็นเจ้าของโรงแรม ร้านอาหาร และบาร์ ในหลายแห่งทั่วประเทศ



CHATRIUM HOTELS AND RESIDENCES

บริษัทจัดการอสังหาริมทรัพย์สัญชาติไทยที่ให้บริการที่พักหรูหราในประเทศไทย เมียนมาร์ และญี่ปุ่น



ISMAYA GROUP

บริษัทไลฟ์สไตล์และการบริการของอินโดนีเซียแห่งนี้ เป็นเจ้าของและบริหารจัดการร้านค้า 100 ภายในใต้ 20 แบนด์ รวมถึงร้านอาหาร บาร์ ร้านกาแฟ และสถานบันเทิงอื่นๆ



HOKKAIDO BABY

บริษัทช้อปปิ้งชื่อดังที่ก่อตั้งขึ้นและดำเนินกิจการในประเทศอินโดนีเซีย และมีสาขามากมายทั่วประเทศ ร้านเบเกอรี่แห่งนี้เน้นขายเค้ก ขนมปัง และคุกกี้คุณภาพเยี่ยมสไตล์ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น



Lemon Farm

LEMON FARM

บริษัทร้านค้าเฉพาะทางที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งมุ่งเน้นการจัดหาอาหารออร์แกนิกที่ยั่งยืนและดีต่อสุขภาพให้กับครอบครัวในเมือง แบนด์นี้เป็นที่รู้จักกันดีในด้านคุณภาพและมีอาหารสดให้เลือกมากมาย รวมถึงผักและผลไม้

ชัยชนะจาก OPEN WING ALLIANCE

นอกจากนี้ ในปี 2022 เราได้อีก 5 เจตนาสมัครไม้ไผ่ไคร่งในเอเชียและ 45 เจตนาสมัครไม้ไผ่ไคร่งที่รวมประเทศในเอเชียผ่าน Open Wing Alliance จากหลายบริษัท เช่น Associated British Foods, Panda Express และ Toridoll

45 เจตนาสมัครไม้ไผ่ไคร่งที่รวมประเทศในเอเชีย

05 เจตนาสมัครไม้ไผ่ไคร่งในทวีปเอเชียโดยเฉพาะ

บริษัทเหล่านี้เป็นแบบอย่างให้กับบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรม และส่งสารไปยังผู้ผลิตว่าพวกเขาต้องเปลี่ยนวิธีการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่บริษัทเหล่านี้เป็นผู้นำทางสู่ออนาคตที่ใช้เพียงแต่ไม้ไคร่ง เราคาดว่าผลของการเปลี่ยนแปลงจะยิ่งทวีคูณเมื่อบริษัทอื่นๆ ปฏิบัติตาม

ด้วยเหตุนี้เอง ในรายงานความคืบหน้าการใช้ไม้ไผ่ไคร่งฉบับที่สอง เราจึงนำเสนอมุมมองของผู้ผลิตและการมีส่วนร่วมของพวกเขาในการขับเคลื่อนสู่การผลิตไม้ไผ่ไคร่งปลอดดอง สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ในรายชื่อผู้ผลิตไม้ไผ่ไคร่งในประเทศไทย

การร่วมมือระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคในเอเชีย จะนำไปสู่ระบบอาหารที่มีมนุษยธรรมและยั่งยืนยิ่งกว่าเดิมได้ โดยการทำให้แน่ใจว่าสวัสดิภาพสัตว์และความปลอดภัยของอาหารได้รับความใส่ใจในอุตสาหกรรมอาหาร ขณะเดียวกันก็ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เริ่มกังวลเกี่ยวกับประเด็นนี้มากขึ้นเรื่อยๆ

ระบบปลอดกรง คืออะไร

ระบบไร้กรงกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในฐานะระบบทางเลือกแทนการใช้กรงตับที่ไร้มนุษยธรรม ซึ่งเป็นระบบที่ใช้อย่างแพร่หลายในการผลิตไข่เชิงพาณิชย์

ในกลุ่มประเทศโลกใต้ (Global South)* แม่ไก่หลายร้อยล้านชีวิตในการผลิตไข่เชิงพาณิชย์อยู่ในกรงตับตลอดชีวิต ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแนวทางปฏิบัติที่โหดร้ายที่สุดในการปศุสัตว์

กรงตับคับแคบ ทำให้แม่ไก่แต่ละชีวิตมีพื้นที่อยู่อาศัยที่เล็กกว่ากระดาษ A4 แม่ไก่เดินไปมาอย่างอิสระ ยืดตัวจนสุด หรือกระพือปีกแทบไม่ได้ แม่ไก่เป็นสัตว์สังคม การกักขังนี้เช่นนี้ทำให้พวกเขามีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมต่อกันในทางบวกไม่ได้ ซึ่งจำกัดการแสดงพฤติกรรมพื้นฐาน นำไปสู่ชีวิตที่มีแต่ความทุกข์

ระบบไร้กรงอาจช่วยบรรเทาความเจ็บปวดของแม่ไก่ได้อย่างมาก ในระบบปลอดกรง แม่ไก่จะอาศัยอยู่ในโรงเรือน (อาจไปพื้นที่กลางแจ้งได้ หรือไม่ได้) และมีอุปกรณ์เสริมเช่น ฟาง สำหรับจิกและคอนสำหรับปีนป่าย

*ประเทศที่ถือว่ามึระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมค่อนข้างต่ำ



ความเป็นจริง ของชีวิต ใน กรงตับ



พื้นที่ไม่เพียงพอ

กรงตับหนึ่งใบอาจขังแม่ไก่ไว้ได้ถึง 12 ชีวิตหมายความว่าโดยมากแล้วแม่ไก่แต่ละชีวิตมีพื้นที่น้อยกว่ากระดาษขนาด A4 ในการใช้ชีวิต



ความหวัดหงิด

พวกเขาแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติไม่ได้เต็มที่ เช่น กางปีก เดินได้อย่างอิสระ หรือทำรัง ก่อให้เกิดความหวัดหงิดอยู่เสมอ



ความเจ็บปวด

แม่ไก่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นในการเป็นโรคกระดูก เช่น โรคกระดูกพรุน ทำให้กระดูกเปราะหรือร้าวง่ายขึ้น พวกเขาต้องยืนบนซี่กรงโลหะที่ทำให้เท้าเจ็บ



สภาพที่ไม่ถูกสุขลักษณะ

บางครั้งแม่ไก่ที่ตายแล้วจะถูกปล่อยให้เน่าคากรงเป็นเวลาหลายวัน ทำให้แม่ไก่ที่เหลืออยู่ต้องใช้ชีวิตกับซากที่เน่าอยู่ ก้น และยังคงต้องใช้ชีวิตเหนือกองอุจจาระที่ทับถมอยู่ใต้กรง



สารอันตราย

หน่วยงานความปลอดภัยด้านอาหารแห่งสหภาพยุโรป (The European Food Safety Authority- EFSA) ได้สรุปว่าระบบกรงมีโอกาที่จะพบเชื้อซาลโมเนลลา สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับระบบไร้กรง

นโยบาย ไข่ไก่ไร้กรง คืออะไร

มีบริษัทจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ให้คำมั่นที่จะเลิกใช้ระบบกรงอันโหดร้ายที่ใช้กันมาอย่างยาวนานในอุตสาหกรรมไข่ไก่ การปรับเปลี่ยนจากระบบกรงแบบนี้เกิดขึ้นโดยบริษัทต่างๆ ตั้งแต่ธุรกิจท้องถิ่นไปจนถึงบริษัทข้ามชาติที่ให้คำมั่นต่อสาธารณชนว่าจะเปลี่ยนมาจัดหาเพียงไข่ไก่ไร้กรงเท่านั้นทั้งห่วงโซ่อุปทานภายในระยะเวลาที่กำหนด





การให้คำมั่นว่าจะเลิกใช้กรงในห่วงโซ่อุปทาน ถือเป็นก้าวสำคัญในการบรรเทาความเจ็บปวดของแม่ไก่หลายล้านชีวิตที่ต้องถูกกักขังในระบบที่โหดร้ายมากที่สุดในการปศุสัตว์ การเปลี่ยนไปสู่ระบบไร้กรงยังอาจช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกอย่างต่อเนื่องเหมือนระลอกคลื่น

อย่างไรก็ตาม การมีนโยบายอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ คำมั่นสัญญาเหล่านี้จะมีความหมายและสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกได้ ก็ต่อเมื่อมีกระบวนการติดตามความคืบหน้า เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัททำตามคำมั่นสัญญาที่ได้ให้ไว้ ความโปร่งใสและการรายงานความคืบหน้าจากบริษัทต่างๆ ในการยุติการใช้กรงตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานจึงสำคัญอย่างยิ่งทำบริษัทต้องแสดงความรับผิดชอบต่อการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจริง



1

บริษัทใช้ไข่ไก่ในผลิตภัณฑ์หรือร้านค้าปลีกขายไข่



2

A. บริษัทเผยแพร่คำมั่นว่าจะใช้หรือขายไข่จากฟาร์มปลอดกรงเท่านั้น

B. เมื่อบริษัทไม่เผยแพร่นโยบายไข่ไก่ปลอดกรง องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เช่น ซีนอร์เจีย แอนนิมอล ทำงานผ่านการเจรจาและผลักดันเพื่อขอความร่วมมือจากบริษัท



3

บริษัทเริ่มดำเนินการเปลี่ยนแปลงและค่อยๆ เปลี่ยนไปใช้ไข่ปลอดกรงเท่านั้น ภายในระยะเวลาที่ประกาศไว้



4

โครงการ Cage-Free Tracker ติดตามการปรับใช้ไข่ไก่ไร้กรงและทำให้บริษัทต่างๆ รักษาคำมั่นที่ให้ไว้

แบบสำรวจ เก็บข้อมูล จากบริษัท



รายงาน Cage-free Tracker สำหรับทวีปเอเชียฉบับที่สองนี้ ซิเนอร์เจีย แอนนิมอลได้ทำการสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคืบหน้าของบริษัท 65 บริษัทครอบคลุมประเทศอินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และไทยเกี่ยวกับการเปลี่ยนไปจัดหาไข่ไก่ปลอดกรงในระดับประเทศ สำหรับบริษัทที่มีนโยบายระดับสากล เราขอให้นักบริษัทรายงานตัวเลขเฉพาะในทวีปเอเชีย

วิธีการที่ใช้ในการติดตาม ความคืบหน้าของบริษัท:



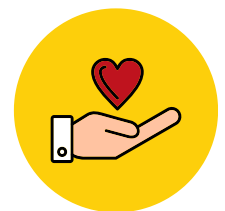
แบบสอบถาม
แบบสอบถามที่เรา
ออกแบบโดยเฉพาะ



**เว็บไซต์หรือรายงาน
ของบริษัท**
การตรวจสอบข้อมูลที่เผยแพร่
บนเว็บไซต์ของบริษัท



แพลตฟอร์ม
WELFAREPROGRESS
รายงานจากเว็บไซต์
[WelfareProgress](https://www.welfareprogress.com)



องค์กร
ไม่แสวงผลกำไร
ทำงานร่วมกับองค์กร
ไม่แสวงผลกำไรในประเทศอื่นๆ

เราเลือกบริษัทอย่างไร

- บริษัทเผยแพร่แผนนโยบายใช้ไม้ไผ่ไ้ร้ตรงก่อนปี 2022 และ
- บริษัทมีที่ตั้งอยู่อย่างน้อยหนึ่งในห้าประเทศที่มีการประเมิน (ประเทศอินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และไทย)

จาก 65 บริษัทที่เราติดต่อไป 36 บริษัท (55.38%) ติดต่อกลับ และ 21 บริษัท (32.3%) รายงานความคืบหน้าในเอเชียโดยเฉพาะ

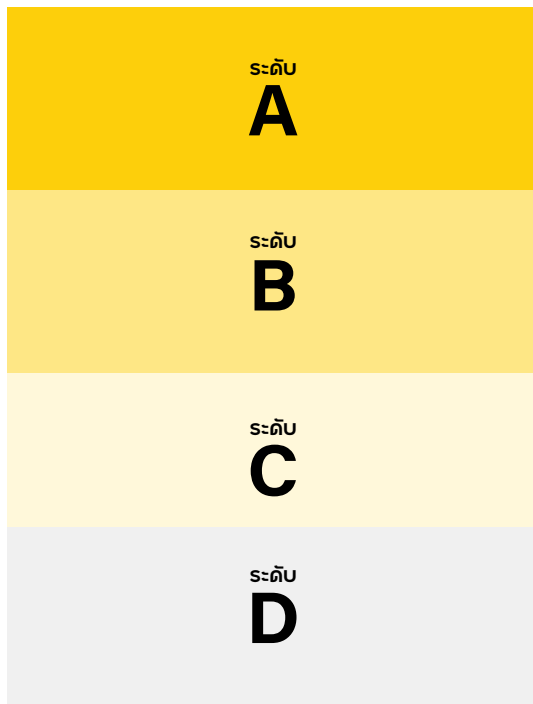
65 บริษัทได้รับการติดต่อ

36 บริษัทติดต่อกลับ

52 บริษัทแบ่งปันข้อมูลความคืบหน้าผ่านอีเมลหรือช่องทางอื่นๆ

21 บริษัทรายงานความคืบหน้าในเอเชีย

ผลการสำรวจถูกนำมาใช้จัดอันดับบริษัทตามระดับตั้งแต่ A ถึง D:



A

บริษัทที่เปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่จากระบบปลอดกรงเท่านั้น 100% ในเอเชียหรือระดับประเทศในทวีปเอเชีย

B

บริษัทให้คำมั่นพร้อมระยะเวลาชัดเจน และได้เผยแพร่ความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินการในเอเชีย หรือระดับประเทศในเอเชีย ความคืบหน้าอาจอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

C

บริษัทที่มีนโยบายใช้ไม้ไผ่ไ้ร้ตรงแล้วและเผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้าบางส่วน แต่ขาดข้อมูลระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศในเอเชีย

D

บริษัทที่มีนโยบายใช้ไม้ไผ่ไ้ร้ตรง แต่ไม่เผยแพร่ข้อมูลไม่ว่าจะเป็นระดับสากล ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ



























































































ข้อสังเกตที่น่าสนใจ

- มีบริษัทที่ตอบกลับเกี่ยวกับการเป็นส่วนหนึ่งของโครงการในปี 2023 เพิ่มขึ้น 6.25% เมื่อเทียบกับรายงานปี 2022 นอกจากนี้ จำนวนบริษัทที่รายงานข้อมูลความคืบหน้าเกี่ยวกับเอเชียเพิ่มขึ้นเป็น 162.5 % เมื่อเทียบกับรายงานปีก่อนหน้า โดยเพิ่มขึ้นจาก 8 บริษัทที่เข้าร่วมในปี 2022 เป็น 21 บริษัทในปี 2023
- บริษัทที่ปรากฏในรายงานซึ่งได้รับการประเมินความคืบหน้าในการเปลี่ยนไปใช้ไข่ไก่ปลอดกรงมาจากอุตสาหกรรมหลากหลายได้แก่ โรงแรม 21 บริษัท ร้านอาหารและเบเกอรี่ 8 บริษัท ธุรกิจการให้บริการด้านอาหาร 5 บริษัท 2 บริษัท จากธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ผลิตอาหาร 11 บริษัท ร้านอาหาร 14 บริษัท และร้านค้าปลีก 4 บริษัท
- ในบรรดาบริษัทที่รายงานความคืบหน้าในเอเชีย สองบริษัทจากอินโดนีเซีย ได้แก่ Mediterranean Restaurant by Chef Kamil และ Pizza Express เปลี่ยนไปใช้ไข่ไก่ปลอดกรงทั้งหมดแล้วทำได้สำเร็จตามคำมั่นสัญญาในปีนี้ ทำให้ทั้ง 2 บริษัทนี้อยู่ในอันดับ A ร่วมกับบริษัทอื่นๆ อีก 55 แห่ง เช่น M&S, Hain Celestial Group และ Danone
- บริษัท 12 แห่งจาก 45 แห่ง (หรือ 26.7%) ที่เราสำรวจในปี 2022 ได้ระดับที่สูงขึ้นกว่าปีที่แล้ว
- Minor Food, Minor Hotels, Pizza Express, Compass Group, AutoGrill HMSHost, Hilton, Hyatt, ISS World, Radisson Hotel group, RBI, Unilever, และ The Peninsula Hotels เลื่อนขึ้นสู่ระดับ B บริษัท 7 แห่งจาก 45 แห่ง (15.6%) เลื่อนขึ้นสู่ระดับ C ได้แก่ Grupo Bimbo, Kempinski, Mandarin Oriental, McCormick, Puratos, Starbucks, และ Travel + Leisure Co. (ชื่อเดิม Wyndham Destinations) ส่งผลให้ตอนนี้มีบริษัทจำนวนน้อยลงในหมวดระดับต่ำลงไป ตอนนี้ในระดับ C ลดลงจาก 54% เมื่อเทียบกับปี 2022 มาเป็น 47.7% ในปี 2023 และระดับ D ลดลงจาก 30% เป็น 20% ของบริษัททั้งหมดที่รายงานความคืบหน้าในช่วงเวลาเดียวกัน ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มเชิงบวกที่บริษัทจำนวนมากขึ้นกำลังดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
- ประเทศญี่ปุ่นและไทยมีจำนวนบริษัทที่ได้รับการประเมินโดยรวมสูงสุด โดยมี 46 และ 47 บริษัทตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันประเทศอินโดนีเซียมีจำนวนบริษัทที่รายงานความคืบหน้าในระดับภูมิภาคมากที่สุด โดยมีบริษัท 17 แห่งที่รายงานความคืบหน้าในระดับภูมิภาคเอเชีย หรือระดับประเทศ ในขณะที่ ประเทศมาเลเซียมีจำนวนนโยบายไข่ไก่ไร้กรงน้อยที่สุด โดยมีเพียง 35 บริษัทที่ได้รับการประเมินและ 11 บริษัทที่รายงานความคืบหน้าในเอเชียหรือในระดับประเทศ




ภาพรวมการมีส่วนร่วม



มีการติดต่อบริษัทระดับชาติและข้ามชาติทั้งหมด 65 บริษัท โดย 36 บริษัท (55.38%) ตอบกลับ และ 29 บริษัท (44.62%) ไม่ตอบกลับ บริษัท 52 บริษัท จาก 65 บริษัท (80%) รายงานความคืบหน้าผ่านช่องทางแบบสำรวจของเรา เว็บไซต์ WelfareProgress หรือผ่านช่องทางของ บริษัทเองโดย 21 จาก 65 บริษัท (32.3%) รายงานความคืบหน้าในเอเชียโดยเฉพาะ


รายชื่อบริษัทเราติดต่อ:

1. Accor 
2. Aman  
3. Au Bon Pain 
4. Autogrill HMSHost 
5. Best Western 
6. Central Food Retail 
7. Club Med  
8. Compass Group  
9. Costa Coffee  
10. Elior Group 
11. Focus Brands 
12. Food Passion 
13. Four Seasons 
14. General Mills 
15. Groupe Holder 
16. Groupe Le Duff 
17. Grupo Bimbo 
18. Hilton 
19. Hotel Matsumoto  
20. Hyatt 
21. IHG 
22. Ikea 
23. IMU Hotel Kyoto  
24. Inspire Brands 
25. ISS World  
26. Kempinski 
27. Kraft Heinz 
28. Krispy Kreme 
29. Langham Hospitality Group  
30. Le Pain Quotidien 
31. Lotus's 
32. Mandarin Oriental  
33. Marriott 
34. McCain Foods 
35. McCormick  
36. Mediterranea Restaurant by Kamil 
37. Meliá Hotels  
38. Metro AG 
39. MGM Resorts International  
40. Millennium & Copthorne Hotels  
41. Minor Foods  
42. Minor Hotels   
43. Mondelez 
44. Nestlé 
45. Norwegian Cruise Line  
46. Orkla 
47. Pepsico  
48. Pierre Herme 
49. Pizza Express 
50. Puratos 
51. Radisson Hotel group  
52. RBI 
53. Rewe 
54. SaladStop!  
55. Shake Shack 
56. Sodexo 
57. Spur Corporation 
58. SSP 
59. Starbucks 
60. Subway 
61. The Peninsula Hotels  
62. Travel + Leisure Co. (formerly Wyndham Destinations)  
63. Unilever 
64. Wyndham Hotels  
65. Yum! Brands 

คำบรรยายภาพ:

-  ประเทศอินเดีย
-  ประเทศอินโดนีเซีย
-  ประเทศญี่ปุ่น

-  ประเทศมาเลเซีย
-  ประเทศไทย

-  บริษัทอยู่ในทั้ง 5 ประเทศที่สำรวจ

บริษัทที่ประกาศนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงก่อนปี 2022

มีบริษัทอีก 55 บริษัทที่ได้ประกาศนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงก่อนปี 2022 และได้ดำเนินการเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงตลอดห่วงโซ่อุปทาน 100% ทั้งในเอเชียหรือในระดับประเทศแล้ว เนื่องจากความคืบหน้าของบริษัทเหล่านี้ **ได้ประกาศและมีบันทึกเป็นข้อมูลสาธารณะแล้ว** เราจึงไม่นำมาคำนวณเปอร์เซ็นต์การมีส่วนร่วม เนื่องจากเราไม่ได้ติดต่อบริษัทเหล่านี้ รายชื่อนี้ไม่รวมผู้ผลิตไม้ไผ่และฟาร์ม

1. Asukayama Terrace
2. Barilla Group
3. Bridor
4. Cabinet Office Cafeteria (Japan)
5. Carma
6. Chocolate Monggo
7. Costa Vista Okinawa Hotel & Spa
8. Daichi wo Mamoru-kai
9. Danone
10. Eat Natural
11. Egg Restaurant Tokyo
12. Fusui Project (風水プロジェクト)
13. Hachikatte
14. Hain Celestial Group
15. Healthy Mate (ヘルシーメイト)
16. Hiyokono Cafe House
17. Horizon Farms
18. Hormel Foods
19. Hotel Chocolat
20. Hotel Continental Fuchu
21. Innovation Design Co., Ltd.
22. Kebun Roti
23. Kijima (杵島)
24. Kodawariya (こだわりのや)
25. Lemon Farm
26. Little Garden
27. Loc Maria Biscuits
28. Lush
29. Marks and Spencer
30. Mizunoya
31. My Little Warung
32. Nanakusa no Sato
33. Pantry & Lucky (パントリー&ラッキー)
34. Papacaldo
35. Papadopoulos S.A.
36. Potato Head
37. Pullman Tokyo Tamachi (Accor Group)
38. Ranko-An
39. Ricco gelato Co., Ltd.
40. Rustica
41. San-no-Hachi (サンノハチ)
42. Sekizuka Farm
43. Shizen ran Noen (自然卵農園)
44. Soréal Ilou
45. Sunshine Market
46. Tabino yado Saikawa
47. Takahashi Shoten
48. The Hershey Company
49. Toritama-Kobo (とりたま工房)
50. ViaVia Artisan Bakery & Deli
51. Warung Bumi Langit
52. Yabbiekayu Restaurant and Eco Bungalows
53. Yayasan Bringin
54. Yoneya
55. Yudanaka Onsen Pudding

การมีส่วนร่วมของแต่ละประเทศ

ประเทศไทย

มีการประเมิน 47 บริษัท โดย 36 บริษัท (76.6%) รายงานความคืบหน้าการเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ไร้ทรงในระดับหนึ่ง และ 15 บริษัท รายงานในเอเชียหรือระดับประเทศ

ญี่ปุ่น

มีการประเมิน 46 บริษัท โดย 37 บริษัท (80.4%) รายงานความคืบหน้าการเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ไร้ทรงในบางประเทศ และ 14 บริษัท รายงานในเอเชียหรือระดับประเทศ

อินเดีย

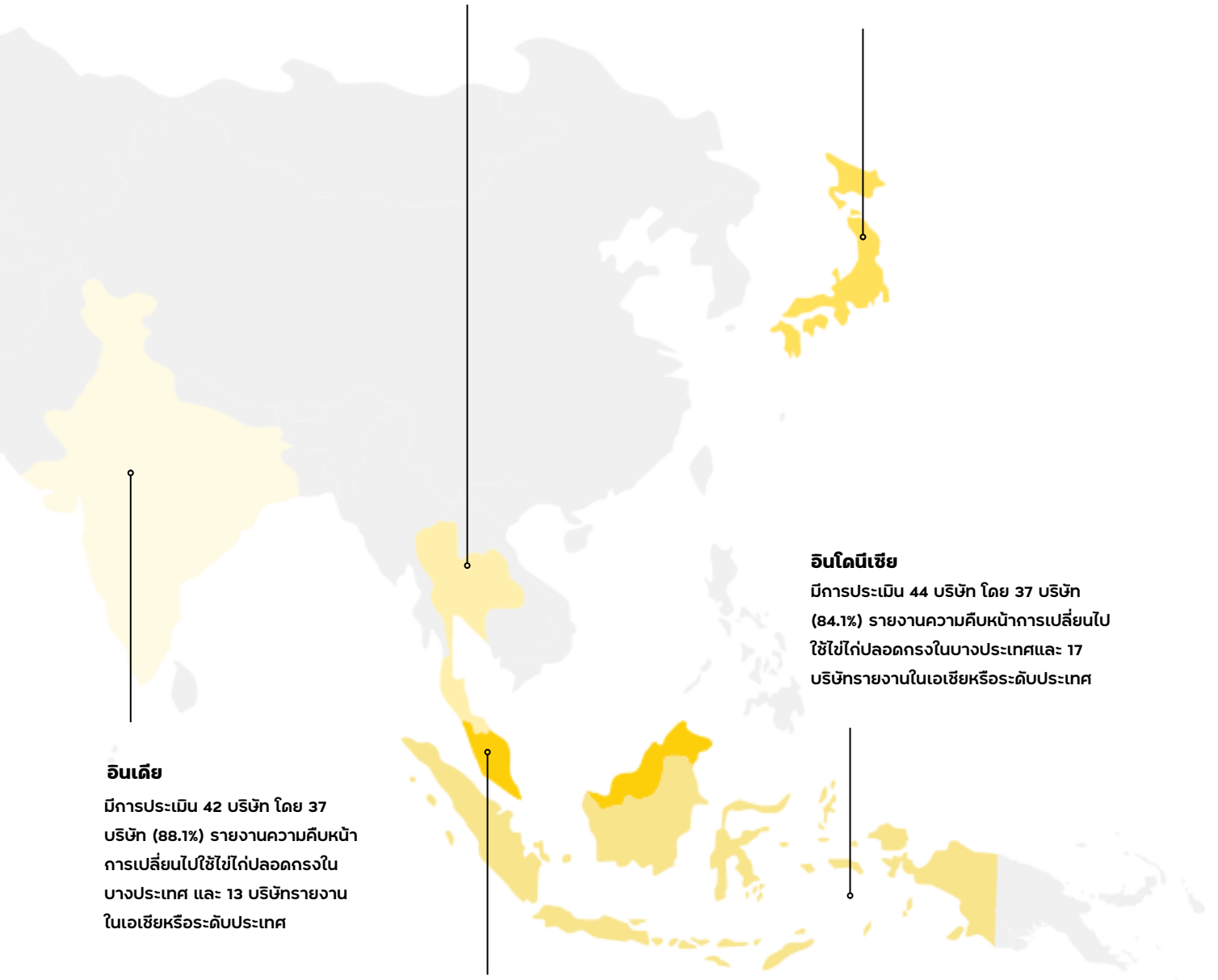
มีการประเมิน 42 บริษัท โดย 37 บริษัท (88.1%) รายงานความคืบหน้าการเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ไร้ทรงในบางประเทศ และ 13 บริษัท รายงานในเอเชียหรือระดับประเทศ

อินโดนีเซีย

มีการประเมิน 44 บริษัท โดย 37 บริษัท (84.1%) รายงานความคืบหน้าการเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ไร้ทรงในบางประเทศและ 17 บริษัท รายงานในเอเชียหรือระดับประเทศ

มาเลเซีย

มีการประเมิน 35 บริษัท โดย 29 บริษัท (82.86%) รายงานความคืบหน้าการเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ไร้ทรงในบางประเทศ และ 11 บริษัท รายงานในเอเชียหรือระดับประเทศ



การจัดอันดับ

ความคืบหน้าจากการทำแบบสอบถามจะถูกนำมาจัดอันดับ โดยแบ่งออกเป็นระดับตั้งแต่ A ถึง D ขอชี้แจงว่าซีเนอร์เจีย แอนนิมอล ไม่ได้ตรวจสอบรายงานความคืบหน้าของบริษัท ข้อมูลและตัวเลขทั้งหมดนี้สรุปจากข้อมูลที่เราได้รับจากบริษัทแต่ละแห่ง

ระดับ A

56 บริษัทเปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่จากระบบปลอดกรงอย่างเต็มรูปแบบในเอเชีย หรือในระดับประเทศในทวีปเอเชีย บริษัทส่วนใหญ่ไม่ได้รับการติดต่อในการสำรวจในปีนี้ เนื่องจากการดำเนินการเปลี่ยนแปลงเรียบร้อยแล้วในปีที่ผ่านมา แต่เราเห็นว่าบริษัทเหล่านี้ก็สำคัญที่จะกล่าวถึง มีข้อยกเว้นคือ Mediterranean Restaurant by Chef Kamil และ Pizza Express Indonesia ซึ่งได้เปลี่ยนมาใช้เพียงไม้ไผ่ไร้กรงเสร็จสิ้นแล้วในปี

- | | | |
|-------------------------------------|---|---|
| 1. Asukayama Terrace | 21. Innovation Design Co., Ltd. | 39. Ranko-An |
| 2. Barilla Group | 22. Kebun Roti | 40. RICCO gelato Co., Ltd. |
| 3. Bridor | 23. Kijima (杵島) | 41. Rustica |
| 4. Cabinet Office Cafeteria (Japan) | 24. Kodawariya (こだわりのや) | 42. San-no-Hachi (サンノハチ) |
| 5. Carma | 25. Lemon Farm | 43. Sekizuka Farm |
| 6. Chocolate Monggo | 26. Little Garden | 44. Shizen ran Noen (自然卵農園) |
| 7. Costa Vista Okinawa Hotel & Spa | 27. Loc Maria Biscuits | 45. Soréal Ilou |
| 8. Daichi wo Mamoru-kai | 28. Lush | 46. Sunshine Market |
| 9. Danone | 29. Marks and Spencer | 47. Tabino yado Saikawa |
| 10. Eat Natural | 30. Mediterranean Restaurant by Kamil | 48. Takahashi Shoten |
| 11. Egg Restaurant Tokyo | 31. Mizunoya | 49. The Hershey Company |
| 12. Fusui Project (風水プロジェクト) | 32. My Little Warung | 50. Toritama-Kobo (とりたま工房) |
| 13. Hachikatte | 33. Nanakusa no Sato | 51. ViaVia Artisan Bakery & Deli |
| 14. Hain Celestial Group | 34. Pantry & Lucky (パントリー & ラッキー) | 52. Warung Bumi Langit |
| 15. Healthy Mate (ヘルシーメイト) | 35. Papacaldo | 53. Yabbiekayu Restaurant and Eco Bungalows |
| 16. Hiyokono Cafe House | 36. Papadopoulos S.A. | 54. Yayasan Bringin |
| 17. Horizon Farms | 37. Potato Head | 55. Yoneya |
| 18. Hormel Foods | 38. Pullman Tokyo Tamachi (Accor Group) | 56. Yudanaka Onsen Pudding |

ระดับ B

20 บริษัทให้คำมั่นพร้อมระบุระยะเวลาชัดเจน และได้เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายปลอดกรงในเอเชียหรือในระดับประเทศในเอเชีย โดยความคืบหน้าอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

- | | | |
|------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| 1. Accor | 8. ISS World | 15. Pizza Express |
| 2. AutoGrill - HMSHost | 9. Kraft Heinz | 16. Radisson Hotel group |
| 3. Central Food Retail | 10. Langham Hospitality Group | 17. RBI |
| 4. Compass Group | 11. Lotus's | 18. SaladStop! |
| 5. Four Seasons | 12. Marriott | 19. The Peninsula Hotels |
| 6. Hilton | 13. Minor Foods | 20. Unilever |
| 7. Hyatt | 14. Minor Hotels | |

ระดับ C




31 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวร และเผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้าในบางส่วน แต่ยังคงขาดข้อมูลความคืบหน้าในระดับภูมิภาคเอเชีย หรือระดับประเทศในเอเชีย

- | | | |
|--|---|---|
| 1. Club Med  | 12. Krispy Kreme  | 24. Shake Shack  |
| 2. Costa Coffee  | 13. Mandarin Oriental  | 25. Sodexo  |
| 3. Elior Group  | 14. McCain Foods  | 26. Spur Corporation  |
| 4. General Mills  | 15. McCormick  | 27. SSP  |
| 5. Groupe Holder  | 16. Metro AG  | 28. Starbucks*  |
| 6. Groupe Le Duff  | 17. MGM Resorts International  | 29. Travel + Leisure Co. (formerly Wyndham Destinations)  |
| 7. Grupo Bimbo  | 18. Mondelez  | 30. Wyndham Hotels  |
| 8. IHG  | 19. Nestlé  | 31. Yum! Brands  |
| 9. Ikea  | 20. Norwegian Cruise Line  | |
| 10. Inspire Brands  | 21. Orkla  | |
| 11. Kempinski  | 22. Pepsico  | |
| 12. Krispy Kreme  | 23. Puratos  | |

*นโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวรของ Starbucks มีผลบังคับใช้เฉพาะสาขาที่บริหารโดยบริษัทเท่านั้น ซึ่งในเอเชียนั้นหมายถึงเฉพาะสาขาในญี่ปุ่นและจีน

ระดับ D

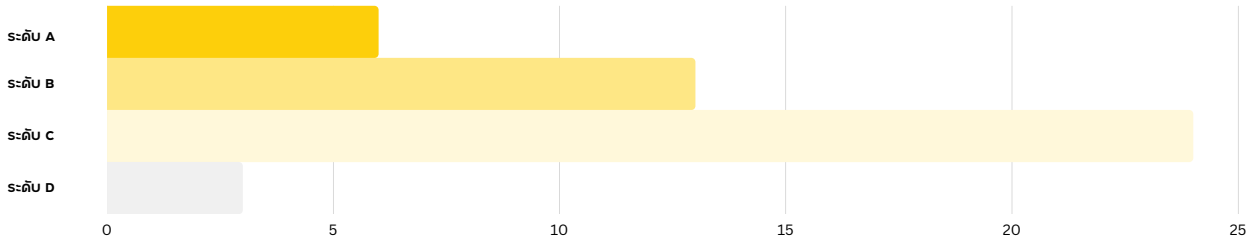
13 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวร แต่ยังไม่มีการรายงานความคืบหน้า ทั้งระดับสากล ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

- | | | |
|---|--|--|
| 1. Aman  | 6. Hotel Matsumoto  | 10. Millennium & Copthorne Hotels  |
| 2. Au Bon Pain  | 7. IMU Hotel Kyoto  | 11. Pierre Herme  |
| 3. Best Western  | 8. Le Pain Quotidien  | 12. Rewe  |
| 4. Focus Brands  | 9. Melía Hotels  | 13. Subway*  |
| 5. Food Passion  | | |

*บริษัท Subway ณ เวลาที่จัดทำรายงานนี้ ยังไม่มีรายงานความคืบหน้าและยังไม่มียุทธศาสตร์ในเอเชีย อินเดีย และญี่ปุ่น

การจัดอันดับจากแต่ละประเทศ

อินเดีย



ระดับ A

6 บริษัทได้เปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงอย่างเต็มรูปแบบในอินเดีย หรือทวีปเอเชีย

- | | | |
|-----------|-------------------------|------------------------|
| 1. Carma | 3. Hain Celestial Group | 5. Soréal Ilou |
| 2. Danone | 4. Marks and Spencer | 6. The Hershey Company |

ระดับ B

13 บริษัทให้คำมั่นโดยมีระยะเวลาที่ชัดเจน และได้เผยแพร่ความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายปลอดกรงในอินเดียหรือในเอเชีย ความคืบหน้าอาจอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

- | | | |
|------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Accor | 6. ISS World | 11. Radisson Hotel group |
| 2. Compass Group | 7. Kraft Heinz | 12. RBI |
| 3. Four Seasons | 8. Marriott | 13. Unilever |
| 4. Hilton | 9. Minor Hotels | |
| 5. Hyatt | 10. Radisson Hotel group | |

ระดับ C

24 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรง และเผยแพร่ความคืบหน้าในบางส่วน แต่ขาดข้อมูลความคืบหน้าในอินเดียหรือเอเชีย

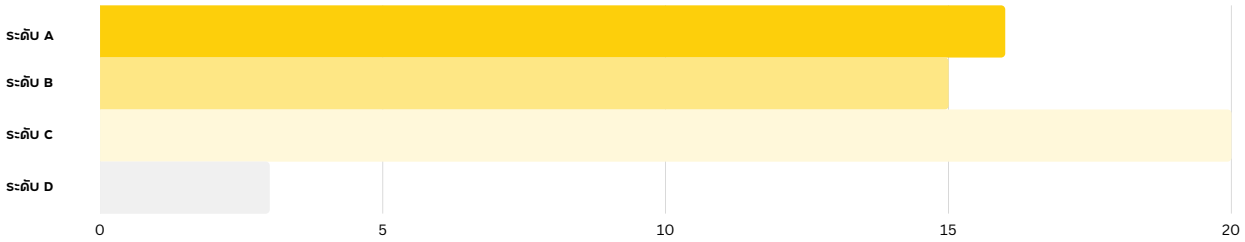
- | | | |
|-------------------|---------------------------|----------------------|
| 1. Costa Coffee | 9. Krispy Kreme | 17. Pepsico |
| 2. Elio Group | 10. McCain Foods | 18. Pizza Express |
| 3. General Mills | 11. McCormick | 19. Puratos |
| 4. Groupe Holder | 12. Metro AG | 20. Sodexo |
| 5. Grupo Bimbo | 13. Mondelez | 21. Spur Corporation |
| 6. IHG | 14. Nestlé | 22. SSP |
| 7. Ikea | 15. Norwegian Cruise Line | 23. Wyndham Hotels |
| 8. Inspire Brands | 16. Orkla | 24. Yum! Brands |

ระดับ D

3 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงแต่ไม่เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้า

- | | | |
|---------|-----------------|-----------------|
| 1. Aman | 2. Best Western | 3. Focus Brands |
|---------|-----------------|-----------------|

อินโดนีเซีย



ระดับ A

16 บริษัทได้เปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงอย่างเต็มรูปแบบในอินโดนีเซีย หรือทวีปเอเชีย

- | | | |
|-------------------------|--------------------------------------|--|
| 1. Bridor | 7. Little Garden | 13. ViaVia Artisan Bakery & Deli |
| 2. Carma | 8. Marks and Spencer | 14. Warung Bumi Langit |
| 3. Chocolate Monggo | 9. Mediterranean Restaurant by Kamil | 15. Yabbiyekayu Restaurant and Eco Bungalows |
| 4. Danone | 10. My Little Warung | 16. Yayasan Bringin |
| 5. Hain Celestial Group | 11. Pizza Express | |
| 6. Kebun Roti | 12. Potato Head | |

ระดับ B

15 บริษัทให้คำมั่นโดยมีระยะเวลาที่ชัดเจน และได้เผยแพร่ความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายปลอดกรงในอินโดนีเซียหรือในเอเชีย ความคืบหน้าอาจอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

- | | | |
|----------------------|------------------------------|--------------------------|
| 1. Accor | 6. Hyatt | 11. Minor Foods |
| 2. Autogrill HMSHost | 7. ISS World | 12. Radisson Hotel group |
| 3. Compass Group | 8. Kraft Heinz | 13. RBI |
| 4. Four Seasons | 9. Langham Hospitality Group | 14. SaladStop! |
| 5. Hilton | 10. Marriott | 15. Unilever |

ระดับ C

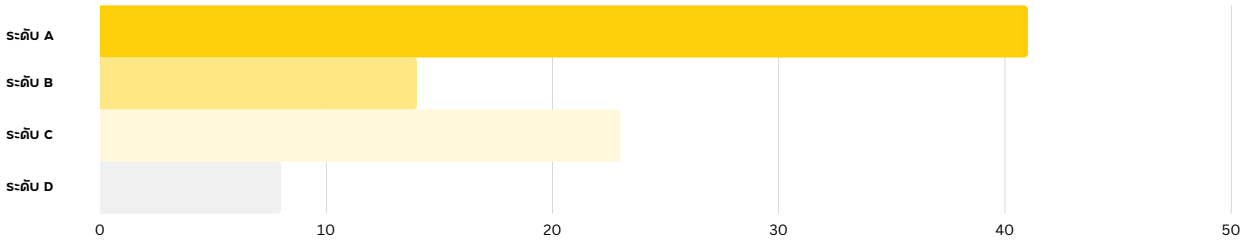
20 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรง และเผยแพร่ความคืบหน้าในบางส่วน แต่ขาดข้อมูลความคืบหน้าในอินโดนีเซียหรือเอเชีย

- | | | |
|-------------------|-----------------------|--|
| 1. Club Med | 8. Kempinski | 15. Nestlé |
| 2. Costa Coffee | 9. Krispy Kreme | 16. Puratos |
| 3. General Mills | 10. Mandarin Oriental | 17. Sodexo |
| 4. Groupe Holder | 11. McCain Foods | 18. Travel + Leisure Co. (formerly Wyndham Destinations) |
| 5. IHG | 12. McCormick | 19. Wyndham Hotels |
| 6. Ikea | 13. Minor Hotels | 20. Yum! Brands |
| 7. Inspire Brands | 14. Mondelez | |

ระดับ D

3 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงแต่ไม่เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้า

- | | | |
|---------|-----------------|----------------------------------|
| 1. Aman | 2. Melía Hotels | 3. Millennium & Copthorne Hotels |
|---------|-----------------|----------------------------------|

 ญี่ปุ่น


ระดับ A

41 บริษัทได้เปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวรอย่างเต็มรูปแบบในญี่ปุ่น หรือทวีปเอเชีย

- | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|---|
| 1. Asukayama Terrace | 15. Hi yokono Cafe House | 29. Pullman Tokyo Tamachi (Accor Group) |
| 2. Barilla Group | 16. Horizon Farms | 30. Ranko-An |
| 3. Bridor | 17. Hormel Foods | 31. Ricco gelato Co., Ltd. |
| 4. Cabinet Office Cafeteria (Japan) | 18. Hotel Continental Fuchu | 32. Rustica |
| 5. Carma | 19. Innovation Design Co., Ltd. | 33. San-no-Hachi (サンノハチ) |
| 6. Costa Vista Okinawa Hotel & Spa | 20. Kijima (枹島) | 34. Sekizuka Farm |
| 7. Daichi wo Mamoru-kai | 21. Kodawariya (こだわりのや) | 35. Shizen ran Noen (自然卵農園) |
| 8. Danone | 22. Loc Maria Biscuits | 36. Tabino yado Saikawa |
| 9. Eat Natural | 23. Lush | 37. Takahashi Shoten |
| 10. Egg Restaurant Tokyo | 24. Mizunoya | 38. The Hershey Company |
| 11. Fusui Project (風水プロジェクト) | 25. Nanakusa no Sato | 39. Toritama-Kobo (とりたま工房) |
| 12. Hachikatte | 26. Pantry & Lucky (パントリー & ラッキー) | 40. Yoneya |
| 13. Hain Celestial Group | 27. Papacaldo | 41. Yudanaka Onsen Pudding |
| 14. Healthy Mate (ヘルシーメイト) | 28. Papadopoulos S.A. | |

ระดับ B

14 บริษัทให้คำมั่นโดยมีระยะเวลาที่ชัดเจน และได้เผยแพร่ความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายปลอดถาวรในญี่ปุ่นหรือในเอเชีย ความคืบหน้าอาจอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

- | | | |
|------------------|------------------------------|--------------------------|
| 1. Accor | 6. ISS World | 11. RBI |
| 2. Compass Group | 7. Kraft Heinz | 12. SaladStop! |
| 3. Four Seasons | 8. Langham Hospitality Group | 13. The Peninsula Hotels |
| 4. Hilton | 9. Marriott | 14. Unilever |
| 5. Hyatt | 10. Radisson Hotel group | |

ระดับ C

23 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่โดยตรง และเผยแพร่ความคืบหน้าในบางส่วน แต่ขาดข้อมูลความคืบหน้าในญี่ปุ่นหรือเอเชีย

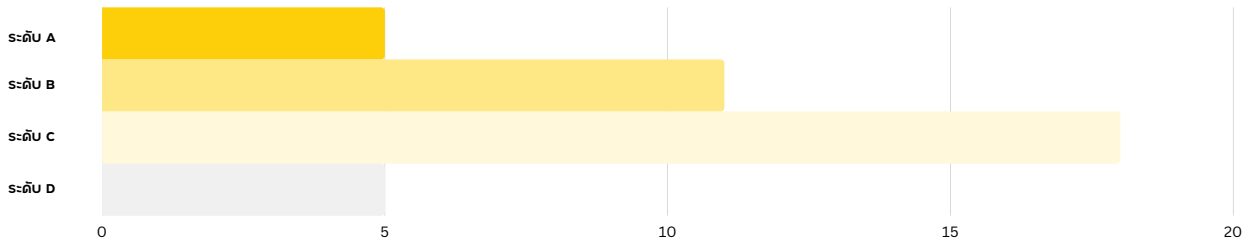
- | | | |
|-------------------|-------------------------------|---|
| 1. Club Med | 10. Mandarin Oriental | 19. Shake Shack |
| 2. Costa Coffee | 11. McCain Foods | 20. Sodexo |
| 3. General Mills | 12. McCormick | 21. Starbucks |
| 4. Groupe Holder | 13. MGM Resorts International | 22. Travel + Leisure Co. (formerly Wyndham Destinations) |
| 5. Groupe Le Duff | 14. Mondelez | 23. Yum! Brands |
| 6. IHG | 15. Nestlé | |
| 7. Ikea | 16. Norwegian Cruise Line | |
| 8. Inspire Brands | 17. Pepsico | |
| 9. Krispy Kreme | 18. Puratos | |

ระดับ D

8 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่โดยตรงแต่ไม่เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้า

- | | | |
|-----------------|----------------------|----------------------------------|
| 1. Aman | 4. Hotel Matsumoto | 7. Millennium & Copthorne Hotels |
| 2. Best Western | 5. IMU Hotel Kyoto | 8. Pierre Herme |
| 3. Focus Brands | 6. Le Pain Quotidien | |

มาเลเซีย



ระดับ A

5 บริษัทได้เปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงอย่างเต็มรูปแบบในมาเลเซีย หรือทวีปเอเชีย

- | | | |
|-----------|----------------------|------------------------|
| 1. Bridor | 3. Danone | 5. The Hershey Company |
| 2. Carma | 4. Marks and Spencer | |

ระดับ B

11 บริษัทให้คำมั่นโดยมีระยะเวลาที่ชัดเจน และได้เผยแพร่ความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายปลอดกรงในมาเลเซียหรือในเอเชีย ความคืบหน้าอาจอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

- | | | |
|-----------------|-----------------|-------------------------|
| 1. Accor | 5. Kraft Heinz | 9. Radisson Hotel group |
| 2. Four Seasons | 6. Marriott | 10. RBI |
| 3. Hilton | 7. Minor Foods | 11. Unilever |
| 4. Hyatt | 8. Minor Hotels | |

ระดับ C

18 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรง และเผยแพร่ความคืบหน้าในบางส่วน แต่ขาดข้อมูลความคืบหน้าในมาเลเซียหรือเอเชีย

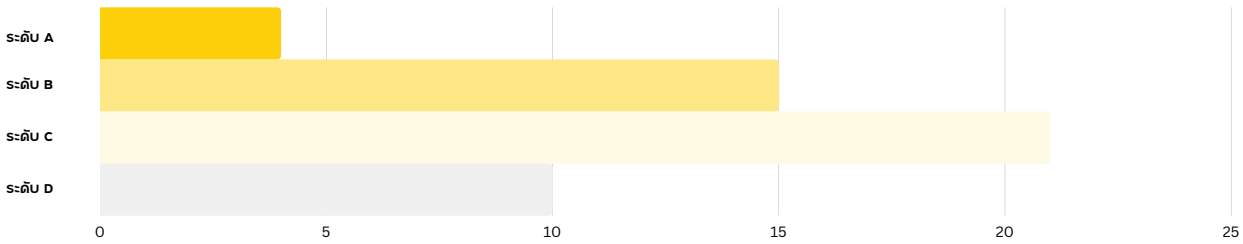
- | | | |
|------------------|-----------------------|--------------------|
| 1. Club Med | 7. Inspire Brands | 13. Nestlé |
| 2. Costa Coffee | 8. Krispy Kreme | 14. Pepsico |
| 3. General Mills | 8. Lotus's | 15. Puratos |
| 4. Groupe Holder | 10. Mandarin Oriental | 16. Sodexo |
| 5. IHG | 11. McCain Foods | 17. Wyndham Hotels |
| 6. Ikea | 12. Mondelez | 18. Yum! Brands |

ระดับ D

5 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดกรงแต่ไม่เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้า

- | | |
|-----------------|----------------------------------|
| 1. Best Western | 4. Millennium & Copthorne hotels |
| 2. Focus Brands | 5. Subway |
| 3. Melía Hotels | |

ประเทศไทย



ระดับ A

4 บริษัทได้เปลี่ยนไปใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวรอย่างเต็มรูปแบบในประเทศไทย หรือทวีปเอเชีย

- | | |
|---------------|----------------------|
| 1. Danone | 3. Marks and Spencer |
| 2. Lemon Farm | 4. Sunshine Market |

ระดับ B

15 บริษัทให้คำมั่นโดยมีระยะเวลาที่ชัดเจน และได้เผยแพร่ความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายปลอดถาวรในประเทศไทยหรือในเอเชีย ความคืบหน้าอาจอยู่ในช่วง 0% ถึง 99%

- | | | |
|------------------------|------------------|--------------------------|
| 1. Accor | 6. Kraft Heinz | 11. SaladStop! |
| 2. Central Food Retail | 7. Lotus's | 12. Radisson Hotel group |
| 3. Four Seasons | 8. Marriott | 13. RBI |
| 4. Hilton | 9. Minor Foods | 14. The Peninsula Hotels |
| 5. Hyatt | 10. Minor Hotels | 15. Unilever |

ระดับ C

21 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวร และเผยแพร่ความคืบหน้าในบางส่วน แต่ขาดข้อมูลความคืบหน้าในประเทศไทยหรือเอเชีย

- | | | |
|-------------------|----------------------|--|
| 1. Club Med | 9. Mandarin Oriental | 17. Sodexo |
| 2. General Mills | 10. McCain Foods | 18. SSP |
| 3. Groupe Holder | 11. McCormick | 19. Travel + Leisure Co. (formerly Wyndham Destinations) |
| 4. IHG | 12. Mondelez | 20. Wyndham Hotels |
| 5. Ikea | 13. Nestlé | 21. Yum! Brands |
| 6. Inspire Brands | 14. Pepsico | |
| 7. Kempinski | 15. Puratos | |
| 8. Krispy Kreme | 16. Shake Shack | |

ระดับ D

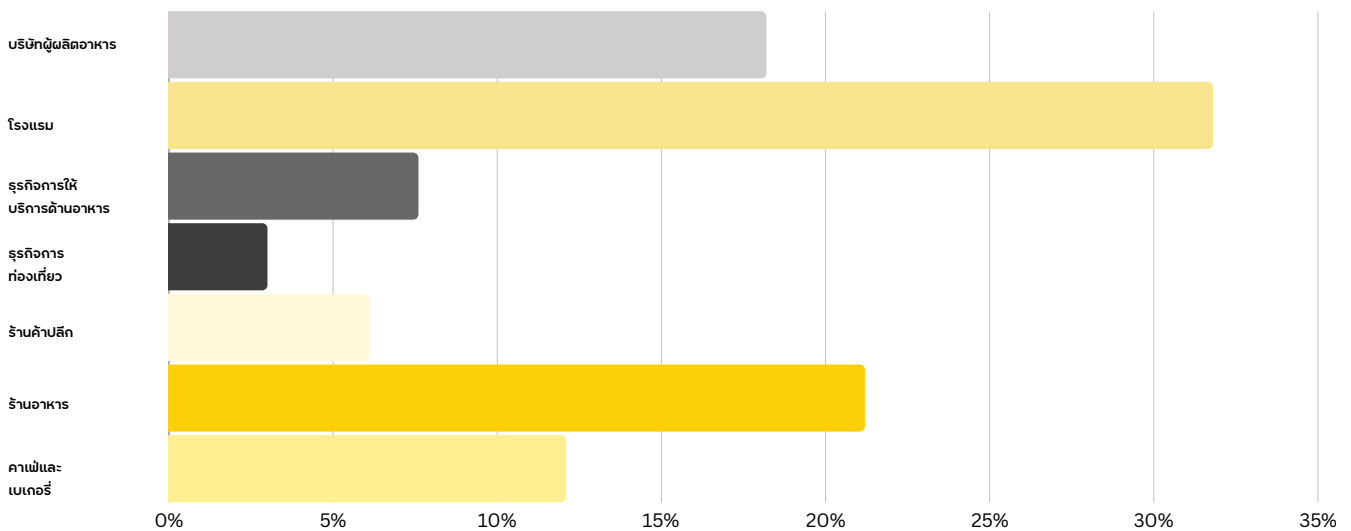
10 บริษัทมีนโยบายใช้ไม้ไผ่ปลอดถาวรแต่ไม่เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้า

- | | | |
|-----------------|----------------------------------|------------|
| 1. Aman | 5. Food Passion | |
| 2. Au Bon Pain | 6. Melía Hotels | 9. Rewe |
| 3. Best Western | 7. Millennium & Copthorne Hotels | 10. Subway |
| 4. Focus Brands | 8. Pierre Herme | |



ข้อมูลอื่นๆ

ภาคธุรกิจที่มีจำนวนบริษัทถูกประเมินผลมากที่สุดคือโรงแรม ซึ่งนับเป็น 31.8% ของนโยบายไข่ไก่ปลอดกรงทั้งหมด ร้านอาหารเป็นอันดับสอง หรือ 21.2% บริษัทผู้ผลิตอาหารมีจำนวนมากเป็นอันดับสาม หรือ 18.2% คาเฟ่และเบเกอรี่อยู่ในลำดับที่สี่ หรือ 12.1% ตามด้วย ธุรกิจการให้บริการด้านอาหาร 7.6% ร้านค้าปลีก 6.1% และธุรกิจการท่องเที่ยว 3%



ความคืบหน้า: รายงานตัวเลข

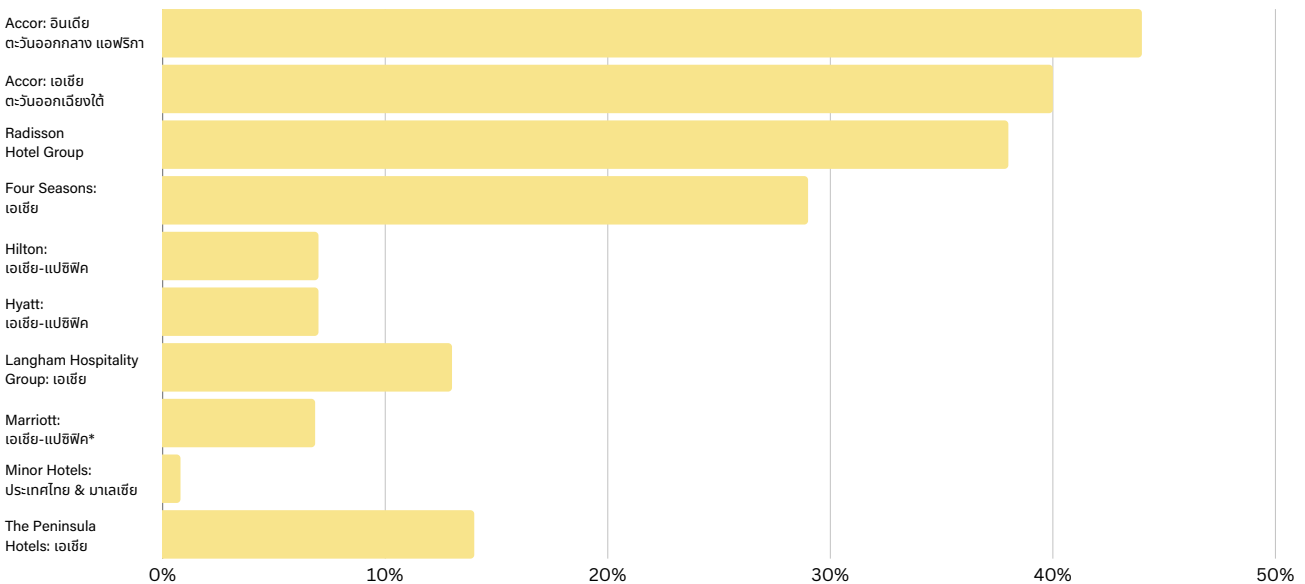
เนื่องจากมีบริษัทหลายภาคธุรกิจที่เข้าร่วมในรายงานครั้งนี้ แต่ละบริษัทอาจใช้ประเภทไม้แตกต่างกันออกไป (ไม้ทุกประเภท, ไม้ทังฟอง, ผลิตภัณฑ์ไม้เหลว, ไม้แซ่แข็ง, ฝาไม้) ในช่วงใช้อุปทาน การจัดประเภทความคืบหน้าจึงแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของไม้ที่บริษัทใช้

นอกจากนี้ แต่ละบริษัทอาจใช้ระบบวัดปริมาณที่แตกต่างกันออกไปเพื่อรายงานความยั่งยืน บางบริษัทอาจรายงานค่าใช้จ่ายที่ใช้ซื้อไม้ไผ่ และบางบริษัทอาจเปิดเผยจำนวนไม้ไผ่ที่ใช้ทั้งหมด

ความคืบหน้าของไม้ไผ่โรงงในทวีปเอเชีย: ไม้ไผ่ทุกประเภท (ไม้ทังฟองและไม้ไผ่แปรรูป)

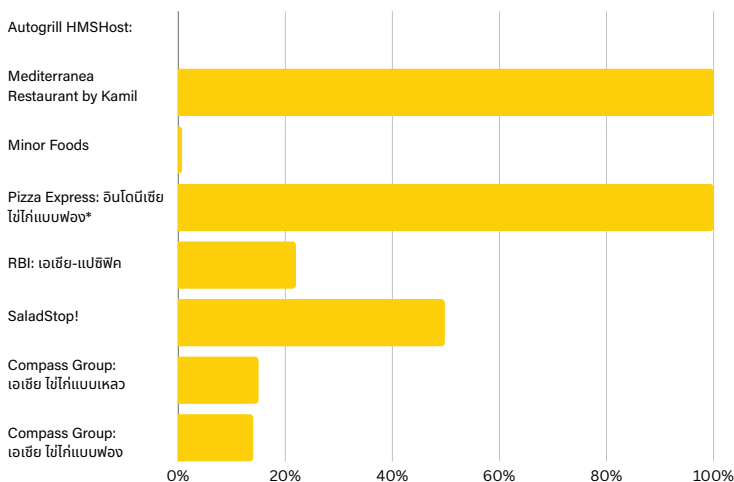
บริษัทด้านล่างนี้คือรายชื่อบริษัทที่มีความคืบหน้าในการใช้ไม้ไผ่โรงงทุกประเภท (ไม้แบบฟองและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของไม้ไผ่) ในทวีปเอเชีย

โรงแรม



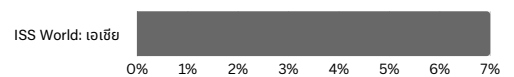
* รวมโรงแรมในเครือที่บริหารโดยบริษัทอื่นในประเทศไทย

ร้านอาหาร

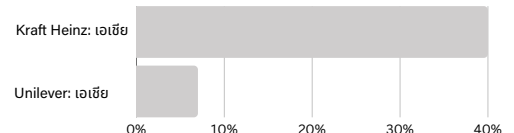


* Pizza Express มีจำหน่ายในประเทศไทย แต่บริษัทไม่ได้รายงานความคืบหน้าในประเทศไทย โดยให้เหตุผลว่าประเทศไทยไม่มีใบรับรองการเลี้ยงไม้ไผ่โรงงที่ได้รับการรับรองตามกฎหมายในประเทศ

ธุรกิจการให้บริการด้านอาหาร



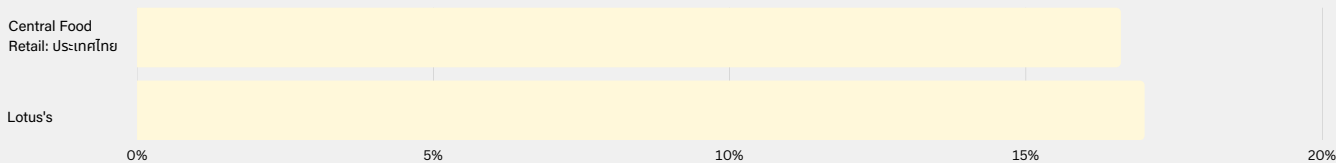
บริษัทผู้ผลิตอาหาร



ความคืบหน้าของไม้ไผ่ไ้โรงงในทวีปเอเชีย: ไม้ไ้แบบฟอง

บริษัทด้านล่างนี้คือรายชื่อบริษัทที่มีความคืบหน้าในการใช้ไม้ไ้โรงงแบบฟองเท่านั้นในทวีปเอเชีย

ร้านค้าปลีก

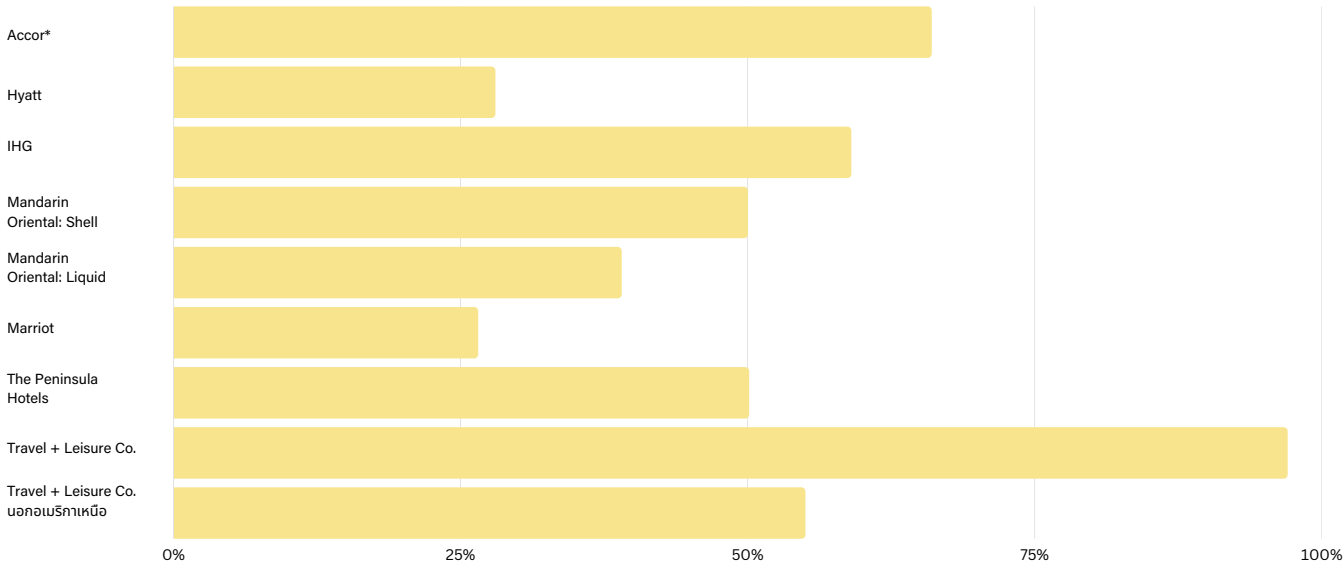


ความคืบหน้าของไม้ไผ่ไ้โรงงระดับสากล

บริษัทด้านล่างนี้คือรายชื่อบริษัทที่มีความคืบหน้าในการใช้ไม้ไ้โรงงในระดับสากล

ถึงแม้ว่าจะไม่ได้จำเพาะแค่ในทวีปเอเชีย แต่บริษัทเหล่านี้ก็มีการดำเนินงานอยู่ในประเทศที่ระบุไว้อย่างน้อยหนึ่งจากทั้งหมดห้าประเทศ

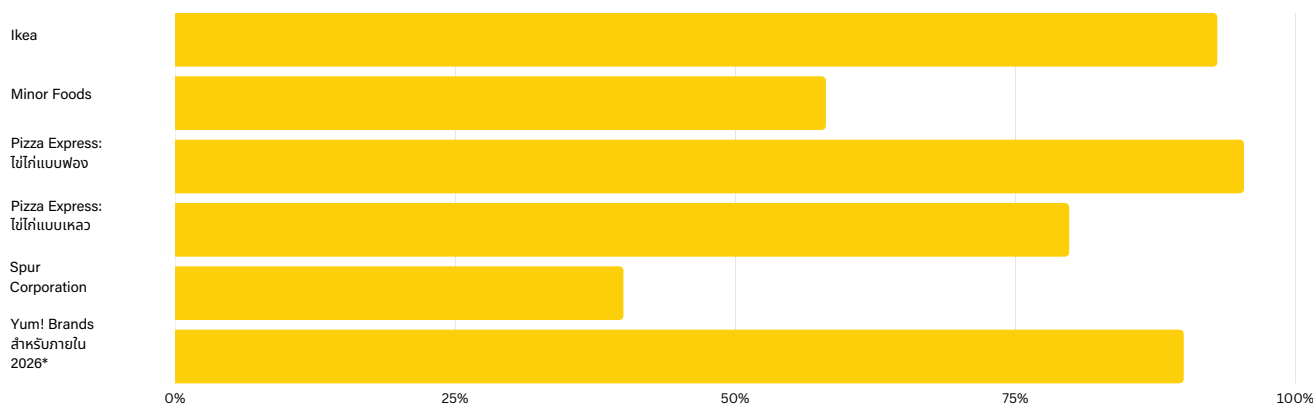
โรงแรม



* บริษัท Accor รายงานตามจำนวนโรงแรมที่บังคับใช้นโยบายไม้ไ้โรงง ไม่ใช่ปริมาณไม้ไ้ที่เปลี่ยนมาเป็นไม้ไ้โรงง ซึ่งรวมทั้งไม้ไ้แบบฟองและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของไม้ไ้

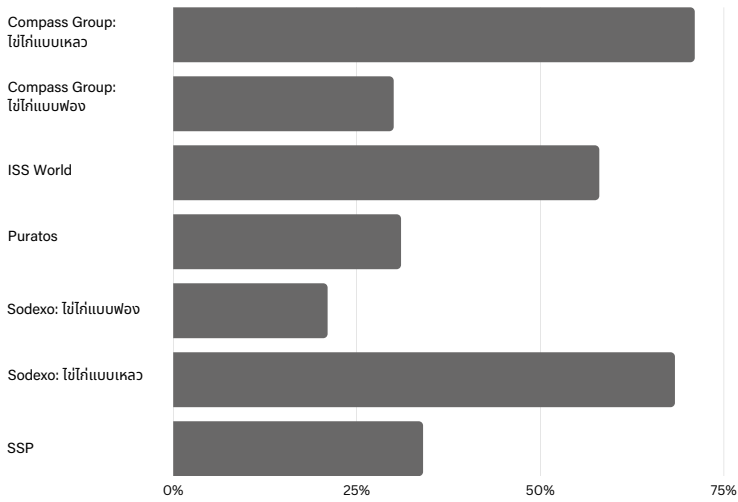
** ตัวเลขนี้หมายถึงปริมาณไม้ไ้ทั่วโลกสำหรับโรงแรมที่บริหารงานเองและแบบแฟรนไชส์รวมกัน

ร้านอาหาร

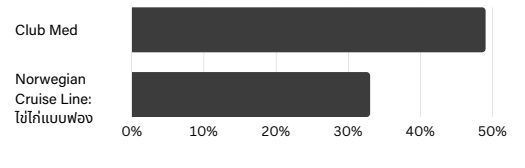


* Yum! Brands แบ่งระยะเวลาเปลี่ยนเป็นสองช่วง หนึ่งคือปี 2026 สำหรับร้านอาหาร 25,000 แห่ง (ซึ่งรวมประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรปตะวันตก และอื่นๆ) และอีกช่วงหนึ่งคือปี 2030 ที่บริษัทประกาศว่าจะเปลี่ยนมาใช้ไม้ไ้โรงงทุกสาขาทั่วโลก

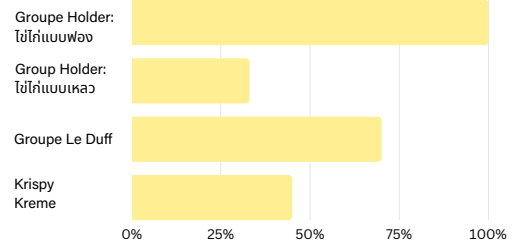
ธุรกิจการให้บริการด้านอาหาร



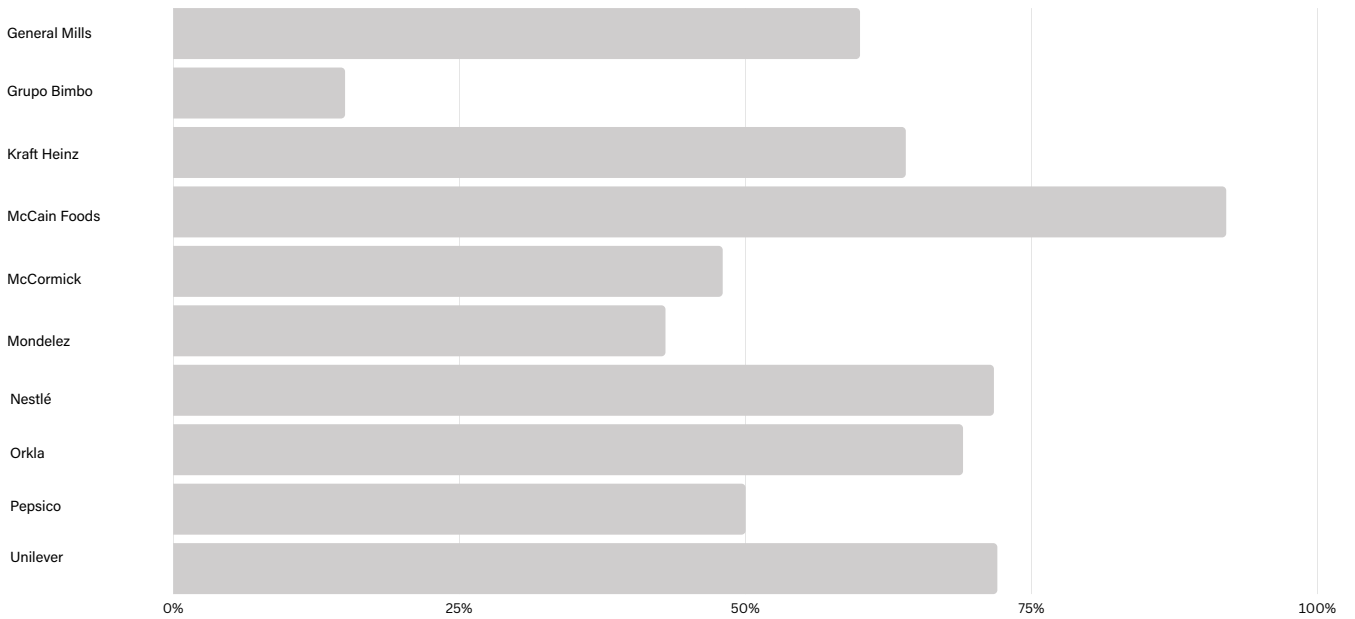
ธุรกิจการท่องเที่ยว



กาแฟและเบเกอรี่



บริษัทผู้ผลิตอาหาร





อุปสรรค

ระหว่างการเก็บข้อมูลสำหรับรายงานนี้ เราเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงไปใช้ไข่ไก่ปลอดทรงของบริษัท และพยายามทำความเข้าใจอุปสรรคต่อการเปลี่ยนไปใช้ไข่ไก่ไร้ทรง สาเหตุที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด ได้แก่



การกระจายสินค้า:

ไข่หวัดนก ส่งผลกระทบต่อแหล่งผลิตและปริมาณไข่ไก่ทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ไข่ไก่จากแหล่งผลิตปลอดทรงมีจำนวนไม่พอในบางประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีน นอกจากนี้โรคระบาดโควิด-19 ก็ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน การผลิตและการเข้าถึงไข่ไก่ปลอดทรง



จำนวนผู้ผลิตไข่ไก่ไร้ทรงค่อนข้างจำกัด
สำหรับผู้ผลิตที่มีใบรับรอง



ข้อมูล

การเก็บและรวบรวมข้อมูลการใช้ไข่ไก่จากบริษัทที่มีสาขาในหลายภูมิภาคอาจทำให้มีอุปสรรคต่อการคำนวณการใช้ไข่ไก่โดยเฉลี่ยทั่วโลก



ราคาไข่ไก่ไร้ทรงที่สูงกว่า

เมื่อเทียบกับไข่ไก่จากทรงตบ และผู้บริโภคนิยมสินค้าที่จะจ่ายแพงขึ้น



ราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น;

ผู้ผลิตจึงเลที่จะลงทุนในฟาร์มเพราะตลาดมีความไม่แน่นอนสูง

รายชื่อผู้ผลิต ไข่ไก่ไร้กรงในประเทศไทย

ในเดือนมกราคม 2023 ซีเนียร์เจีย แอนนิมอลติดต่อกับผู้ผลิตไข่ในประเทศไทย 15 รายผ่านช่องทางต่างๆ เช่น อีเมล LinkedIn และโซเชียลมีเดียอื่นๆ และส่งแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับวิธีการผลิตและแผนการเปลี่ยนแปลงระบบ

จากประสบการณ์ครั้งแรกที่รวบรวมข้อมูลของผู้ผลิต เป้าหมายของเราคือการระบุผู้ผลิตไข่ไก่ไร้กรงในประเทศไทยและจัดหมวดหมู่ตามแนวทางปฏิบัติและมาตรฐานการผลิต เพื่อให้ข้อมูลนี้เป็นประโยชน์สำหรับบริษัทต่างๆ ที่กำลังเปลี่ยนมาใช้ห่วงโซ่อุปทานแบบไร้กรงและต้องการผู้ผลิตรายใหม่ จากผู้ผลิต 15 รายที่เราติดต่อกับ มี 4 รายที่ตอบแบบสอบถามและรายงานความคืบหน้าด้านการผลิตไข่ไก่ไร้กรง

การแบ่งปันความคืบหน้าผ่านโครงการ Cage-Free Tracker เป็นการแสดงถึงความมุ่งมั่นต่อความโปร่งใสและความร่วมมือของบริษัท เราขอสนับสนุนผู้ผลิตรายอื่นๆ ทำเช่นเดียวกันและแบ่งปันข้อมูลการผลิตในฉบับถัดไป

15 ผู้ผลิตที่ได้รับการติดต่อ

27% ผู้ผลิตที่ได้รับการติดต่อตอบกลับ

13% ผู้ผลิตที่ได้รับการติดต่อรายงานว่ามีการผลิตไข่ไก่ไร้กรง 100% (มีหรือไม่มีใบรับรอง)

ทำไมต้อง ประเทศไทย?

บริษัทในประเทศไทยกล่าวว่าคุณสมบัติหลักคือการขาดไข่ไก่จากระบบปลอดโรงจ เราเริ่มระบบจัดอันดับผู้ผลิตไข่ไก่ไร้โรงจ โดยมีความมุ่งหวังจะช่วยบริษัทเหล่านี้ในการประเมินทางเลือกและดำเนินการเปรียบเทียบผู้ผลิต เราคาดว่าข้อมูลนี้จะช่วยกระตุ้นการใช้ไข่ไก่ไร้โรงจโดยให้ข้อมูลเชิงลึกและอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจเกี่ยวกับผู้จัดจำหน่าย



การจัดหมวดหมู่

ข้อมูลต่อไปนี้คือการจัดหมวดหมู่ของผู้ผลิตไข่ไก่ไร้โรงจที่ได้รับการติดต่อและแสดงสถานะการเปลี่ยนเป็นระบบไร้โรงจ เราหวังว่าการจัดหมวดหมู่นี้จะให้ข้อมูลเชิงลึกและคำแนะนำที่มีประโยชน์สำหรับผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการตัดสินใจ

การผลิตแบบไร้โรงจ 100% พร้อมมีใบรับรอง



ฮิลไทรบ์ ออร์แกนิกส์

การผลิตแบบไร้โรงจ 100% ไม่มีใบรับรอง



คลองไผ่ฟาร์ม

การผลิตแบบไร้โรงจ 30%-50%

ปัจจุบันไม่มีผู้ผลิตรายใดในประเทศไทยที่
รายงานตรงกับหมวดหมู่นี้

การผลิตแบบไร้โรงจน้อยกว่า 30%



เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด
(มหาชน)



สงวนฟาร์ม
Songwan Farm

มีการผลิตแบบไร้โรงจบ้างแต่ไม่ได้รายงาน



อครากรุ๊ป



เบทาโกร



ฟาร์มกรุงไทย



เกษมชัยฟู้ด



สิรินทร์ฟาร์ม



เนวิลล์ ออร์แกนิก
ฟาร์ม



คิง ออร์แกนิก



เอ็น แอนด์ พี
ฟู้ดส์



แหลมทองสหการ



แก่นคุณ
ออร์แกนิกฟาร์ม



อุดมชัยฟาร์ม

เป้าหมายที่กว้างขึ้นของโครงการนี้คือการสร้างศูนย์รวมข้อมูลสำหรับผู้ผลิตไข่ไร้โรงจในประเทศไทย แพลตฟอร์มนี้มุ่งเน้นที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทรัพยากรที่ครอบคลุม อำนวยความสะดวก การแลกเปลี่ยนความรู้ การแบ่งปันแนวทางที่ดีที่สุด และการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ผลิต จากการสร้างแพลตฟอร์มศูนย์รวมข้อมูลนี้ เรามุ่งหวังที่จะส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการนำระบบไร้โรงจไปใช้ทั่วทั้งอุตสาหกรรม เพื่อในที่สุดแล้วจะส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ที่ดีขึ้นและความยั่งยืนภายในภาคการผลิตไข่ไก่ในประเทศไทย

การสนับสนุนเพิ่มเติม

ผู้ผลิตที่ตอบแบบสำรวจทั้งหมด 100% ต้องการการสนับสนุนเพิ่มเติมในการเปลี่ยนเป็นระบบไร้โรงจ รวมถึงการฝึกอบรม การสนับสนุนทางการเงิน การสนับสนุนด้านการตลาด และการสนับสนุนด้านลอจิสติกส์สำหรับการขนส่งไปยังพื้นที่ชนบท

อุปสรรค

ผู้ผลิตที่ได้รับแบบสำรวจส่วนใหญ่เน้นถึงต้นทุนการผลิตว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการนำระบบไร้โรงจมาใช้ โดยกล่าวถึงการลงทุนตอนเริ่มที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนมาใช้ระบบไร้โรงจ ควบคู่ไปกับการต้องการของตลาด ทำให้เกิดข้อกังวลอย่างมาก

แผนการในอนาคต

จำนวนการผลิตของผู้ผลิตไข่ไก่ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากความต้องการไข่ไก่ไร้โรงจ เราอยากจะสนับสนุนให้บริษัทต่างๆ มีบทบาทอย่างแข็งขันด้วยการประกาศต่อสาธารณชนว่าจะเปลี่ยนมาใช้ไข่ไก่ไร้โรงจ ยิ่งไปกว่านั้น เราขอความร่วมมือให้บริษัทรายงานความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความทุ่มเทอย่างแน่วแน่ในการลดปริมาณไข่จากฟาร์มระบบกรง การรายงานอย่างต่อเนื่องจะทำให้บริษัทมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ผลิตเพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่แนวทางปฏิบัติในการผลิตไข่ที่โหดร้ายน้อยลง หากมีความต้องการไข่ไร้โรงจเพียงพอ ผู้ผลิตจะกระตือรือร้นที่จะเพิ่มระดับการผลิต หมายความว่า การเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับความโหดร้ายและความเสี่ยงด้านสุขภาพของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบกรงถือเป็นส่วนสำคัญของงานในอนาคตที่ต้องทำ



ขั้นตอน ต่อไป

จากการสำรวจพบว่าปีนี้โดยรวมแล้วมีผลการตอบรับจากบริษัทดีกว่าเดิม โดยมีอัตราการมีส่วนร่วมสูงขึ้น และมีการรายงานความคืบหน้ามากกว่าเดิมจากหลายบริษัท เราสังเกตว่าบริษัทแสดงความโปร่งใสมากขึ้น และการรายงานความคืบหน้าอาจเริ่มเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนงานประจำปีของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทในเอเชีย หลายบริษัทเริ่มเพิ่มการรายงานไข่ไก่ไร้ทรงเป็นส่วนหนึ่งในรายงานประจำปีของบริษัท



ในอนาคต เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมีบริษัทอีกหลายแห่งที่เผยแพร่ข้อมูลความคืบหน้าการปรับใช้นโยบาย เมื่อการใช้ไข่ไก่ไร้กรงมีมากขึ้นและกลายเป็นมาตรฐานขั้นต่ำของอุตสาหกรรม

แม้จะยังมีอะไรอีกมากที่ต้องทำเพื่อให้แน่ใจว่าแม่ไก่จะถูกเลี้ยงในสภาพแวดล้อมที่มีมนุษยธรรมกว่าเดิม ความคืบหน้าของบริษัทต่างๆ ในทวีปเอเชียถือเป็นการพัฒนาในทางที่ดี เมื่อบริษัทหลายแห่งมากขึ้นประกาศนโยบายว่าจะเลิกสั่งซื้อไข่ไก่จากฟาร์มกรงตับ ทั้งอุตสาหกรรมก็จะถูกกระตุ้นให้เปลี่ยนระบบ นำไปสู่สวัสดิภาพสัตว์ที่ดีขึ้น และระบบอาหารที่ยั่งยืนกว่าเดิม

ซีเนอร์เจีย แอนนิมอลขอเชิญให้บริษัทเข้ามาพูดคุย และเผยแพร่ความก้าวหน้าในระดับภูมิภาค รวมถึงแจ้งให้เราทราบถึงสิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือ เราหวังว่าโครงการ Cage-Free Tracker จะเป็นแรงบันดาลใจให้บริษัทเดินหน้าต่อไปเพื่ออุตสาหกรรมการผลิตไข่ไก่ที่มีจริยธรรมและดีต่อสุขภาพมากกว่าเดิม เรายินดีสร้างพื้นที่ให้บริษัทแสดงความรับผิดชอบ นำเสนอความสำเร็จของบริษัท และส่งเสริมความโปร่งใสในการทำธุรกิจ

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเราที่ www.cagefreetracker.com



ปี 2023 ผลการรายงานดีกว่าปีที่แล้ว ✓
เป็นครั้งแรกที่ทำแบบสำรวจเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตไข่ไก่ ✓



มีบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่ตอบแบบสำรวจจำนวนเพิ่มขึ้น



จุดประกายให้บริษัทประกาศเจตนารมณ์และเริ่มดำเนินการ



มีบริษัทรายงานความคืบหน้าจำนวนเพิ่มขึ้น



ระบุอุปสรรคในการดำเนินงานที่ต้องการความช่วยเหลือ



สร้างระบบอาหารที่เห็นอกเห็นใจแม่ไก่และดีต่อสุขภาพมนุษยมากกว่าเดิม



เกี่ยวกับเรา

ซินเอร์เจีย แอนนิมอลคือองค์กรพิทักษ์สัตว์ระดับสากลที่ทำงานในประเทศโลกใต้ (Global South) เพื่อบรรเทาความเจ็บปวดของสัตว์ในอุตสาหกรรมอาหารและผลักดันการเลือกอาหารที่มีความเห็นอกเห็นใจกว่าเดิม

เราได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งในองค์กรพิทักษ์สัตว์ที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดในโลก โดย Animal Charity Evaluators (ACE)



www.sinergiaanimalinternational.org