



**Humane
World for
Animals™**

Formerly called the
Humane Society of the United States
and Humane Society International

Cầm nang thực thi chính sách thu mua tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật- trứng và thịt heo

**Cầm nang dành cho các Doanh nghiệp quy mô
vừa và lớn**



Mục lục

Giới thiệu	5
Chuyển đổi sang chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật	7
1. Xác định và truyền tải “lý do vì sao” công ty cần cải thiện phúc lợi động vật	8
2. Thành lập đội ngũ nội bộ	11
3. Xây dựng chuyên môn	13
4. Đánh giá chuỗi cung ứng hiện tại của công ty	17
5. Trao đổi với nhà sản xuất và nhà cung cấp	18
6. Công bố cam kết trong nội bộ và ra công chúng	20
7. Xây dựng lộ trình triển khai	23
8. Công bố tiến độ—tại sao, như thế nào, và báo cáo những gì	24
Những quan ngại phổ biến	27
Kết luận	29
Phụ lục	31
Tài liệu tham khảo	35



Giới thiệu

Humane World for Animals, trước đây là Humane Society International và Humane Society of the United States, là một tổ chức phi chính phủ (NGO) đồng hành với các công ty và nhà sản xuất trên toàn thế giới, nhằm cải thiện phúc lợi động vật chăn nuôi trong khuôn khổ các sáng kiến thu mua có trách nhiệm. Với sự đồng hành của chúng tôi, đã có nhiều công ty và nhà sản xuất lớn ban hành và thực hiện các cam kết có thời hạn nhằm chuyển đổi sang mô hình chăn nuôi và thu mua nguyên liệu đảm bảo tiêu chuẩn phúc lợi động vật.

Chúng tôi cung cấp nhiều hình thức hỗ trợ kỹ thuật cho nhà sản xuất, tạo điều kiện kết nối với các chuyên gia và tổ chức chứng nhận phúc lợi động vật, đồng thời phối hợp với các tổ chức tài chính để giảm thiểu rủi ro liên quan đến phúc lợi động vật kém và thúc đẩy các mô hình chăn nuôi đảm bảo phúc lợi động vật. Thêm vào đó chúng tôi còn đồng hành thông qua các cuộc họp 1:1, hướng dẫn kỹ thuật, hội thảo, học hỏi/chia sẻ từ các doanh nghiệp tương đồng, và cập nhật thường xuyên về xu hướng toàn cầu trong việc chuyển sang mô hình chăn nuôi gà để không nhốt lồng và heo nái không nuôi trong cũi cá thể (xem Phụ lục 1).

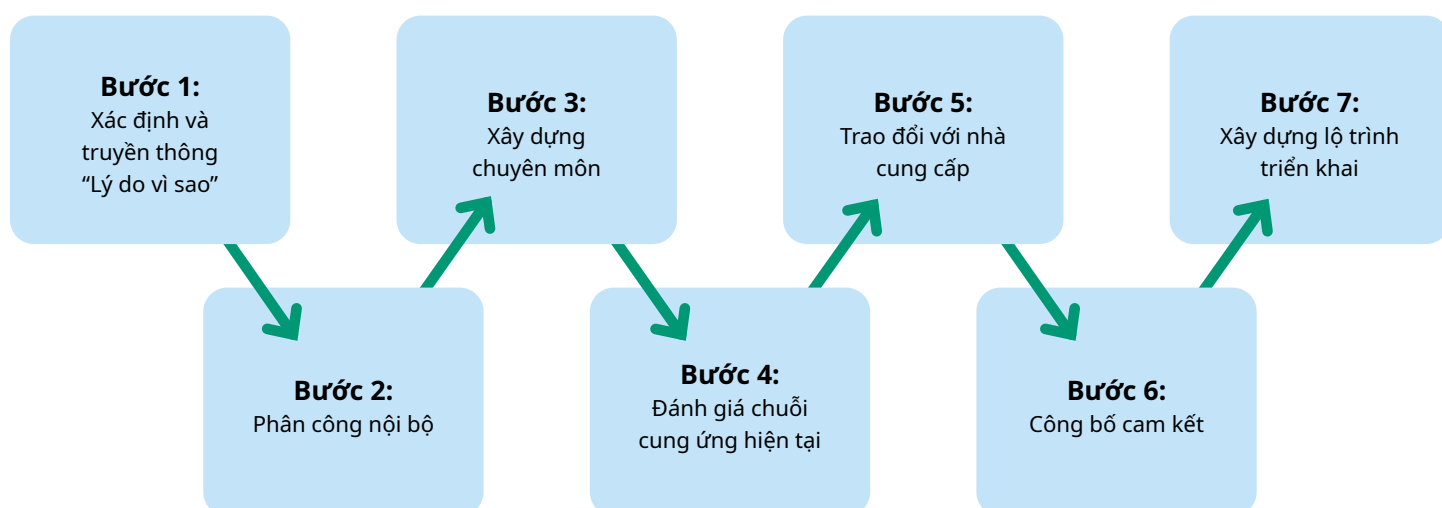


Chuyển đổi sang chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật

Cẩm nang này cung cấp các bước cụ thể nhằm cải thiện phúc lợi động vật trong chuỗi cung ứng của công ty. Thu mua có trách nhiệm đòi hỏi doanh nghiệp cân bằng nhiều ưu tiên khác nhau, nhưng việc chú trọng đến phúc lợi động vật sẽ giúp cải thiện hình ảnh thương hiệu, giảm thiểu rủi ro và quan trọng hơn hết là giảm thiểu đáng kể sự đau đớn của gà đẻ và heo nái. Đội ngũ Chương trình Phúc lợi và Bảo vệ Động vật chăn nuôi, Humane World for Animals (Humane World) cam kết đồng hành với các công ty trong suốt hành trình chuyển đổi – từ bước đầu tiên đến khi hoàn tất.

Nếu công ty đã có cam kết thì có thể bỏ qua các phần đã thực hiện liên quan đến ban hành chính sách và chuyển sang giai đoạn triển khai.

Các bước chuyển đổi sang chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật:



1. Xác định và truyền tải “lý do vì sao” công ty cần cải thiện phúc lợi động vật

Phúc lợi động vật là một yếu tố then chốt trong khung đánh giá về Môi trường, Xã hội và Quản trị (Environmental, Social and Governance- ESG) cũng như Trách nhiệm Xã hội của Doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility- CSR) – hai yếu tố ngày càng trở thành chuẩn mực trong văn hóa kinh doanh hiện nay. Các công ty thuộc mọi lĩnh vực đều đang đón nhận cơ hội trở thành lực lượng kiến tạo điều tốt đẹp, thay đổi thế giới bằng cách chấp nhận đương đầu nhiều thử thách – từ bảo vệ môi trường đến đảm bảo điều kiện làm việc công bằng và nhân đạo. Thông qua quyết định mua hàng liên quan đến các nguyên liệu có nguồn gốc từ động vật, doanh nghiệp có khả năng tác động thay đổi các phương thức sản xuất như cách động vật được nuôi, chăm sóc và giết mổ.

Trong số các hình thức chăn nuôi gây quan ngại, việc nhốt động vật thời gian dài và liên tục trong không gian chật hẹp là vấn đề cần được ưu tiên hàng đầu. Gà đẻ lấy trứng thường bị nhốt trong lồng truyền thống suốt gần hai năm trước khi bị đưa đi giết mổ. Trong phương thức chăn nuôi này, mỗi cá thể có không gian sống nhỏ hơn diện tích một tờ giấy A4. Thêm vào đó, hình thức chăn nuôi này không cho phép vật nuôi thể hiện các hành vi cơ bản như làm tổ, đậu và nghỉ ngơi trên cao, tắm bụi và đào bới tìm thức ăn. Đây là những hành vi bản năng tự nhiên của loài, loài được xem có tính hoạt bát, tò mò và có những nhu cầu hành vi phức tạp. Việc hạn chế hoàn toàn không gian đi lại, chạy hay đuổi cánh, gà nuôi trong lồng thường bị loãng xương do thiếu vận động¹ và lông bị trầy rụng do ma sát liên tục với song sắt của lồng.

Phúc lợi động vật trong chăn nuôi heo cũng không khá hơn. Heo nái (heo cái sinh sản) bị nhốt trong cũi cá thể bằng kim loại hẹp đến mức chúng không thể quay đầu hoặc bước tới lui quá một bước trong suốt thời gian mang thai kéo dài gần bốn

tháng (114 ngày). Khi bị tước đi hành vi tự nhiên như dụi mõm, những con vật thông minh này sẽ quay sang cắn song chuồng. Việc cắn song chuồng lặp đi lặp lại là một dấu hiệu rõ ràng của sự căng thẳng và tuyệt vọng.² Cũng như gà đẻ, heo nái bị nhốt lâu dài cũng gây ảnh hưởng thể chất, gây yếu cơ và loãng xương.³ Heo nái thường bị ép phối giống và “nhốt trong cũi cá thể” cho đến khi bị giết mổ lúc được 4-5 năm tuổi.

Hình thức chăn nuôi tập trung với số lượng động vật nuôi nhốt lớn bắt nguồn từ nhu cầu thịt và trứng giá rẻ không ngừng gia tăng. Doanh nghiệp và nhà sản xuất nhắm đến số lượng và tính hiệu quả, tối ưu chi phí bằng cách giảm diện tích chuồng trại trên từng đơn vị vật nuôi. Tuy nhiên, ngày càng nhiều doanh nghiệp có trách nhiệm đang xem xét lại chiến lược thu mua, chuyển hướng hỗ trợ những nhà sản xuất chuyển đổi sang hệ thống chăn nuôi không nhốt lồng hay cũi cá thể, tạo điều kiện cho động vật được tự do vận động hơn.

Hiện nay, tại mọi khu vực trên thế giới đều có những trường hợp thành công, đặc biệt là các doanh nghiệp, và tập đoàn lớn sử dụng quyền lực thu mua để thay đổi ngành sản xuất trứng và thịt heo. Việc thực hiện và triển khai cam kết chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể là một trong những bước đi quan trọng nhất mà doanh nghiệp có thể thực hiện để cải thiện phúc lợi động vật trong chuỗi cung ứng của mình.

Nếu doanh nghiệp có thu mua sản phẩm có nguồn gốc từ động vật thì điều tối quan trọng là doanh nghiệp đó cần có chính sách phúc lợi động vật rõ ràng, cam kết chuyển đổi công khai, đồng bộ với chương trình chính sách thu mua đã ban hành nội bộ và lộ trình triển khai và giám sát quá trình thực thi chính sách phúc lợi động vật cao hơn.







Trước tiên cần có – Cam kết và chính sách rõ ràng

Một cam kết có ý nghĩa cần đảm bảo ba yếu tố then chốt: Cụ thể, có thời hạn rõ ràng và có thể đo lường được. Khi xây dựng nội dung cam kết, hãy cân nhắc các câu hỏi sau:

Cụ thể:

- Cam kết sẽ bao hàm loại, hình thức và khối lượng trứng/thịt heo nào?
- Những sản phẩm nào sẽ thuộc phạm vi cam kết?
 - Cam kết nên bao gồm tất cả sản phẩm trứng gồm trứng tươi, trứng lỏng và bột trứng. Tuy nhiên, đối với siêu thị có nhãn hàng riêng, có thể ưu tiên chuyển đổi trước nhóm sản phẩm nhãn hàng riêng. Đối với ngành thực phẩm đóng gói với nhiều dòng sản phẩm khác nhau có thể chọn sử dụng trứng gà nuôi không nhốt lồng trong một số dòng sản phẩm cụ thể trước (xem Trường hợp minh họa 1).
- Sẽ áp dụng cho khu vực địa lý hoặc hệ thống cửa hàng nào?

Có thời hạn:

- Khi nào doanh nghiệp sẽ đạt mục tiêu chuyển đổi? Lưu ý: Hầu hết các mục tiêu chuyển đổi sang chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật áp dụng thời hạn triển khai từ 1–4 năm tùy quy mô và khu vực.
- Lộ trình thực hiện gồm các mốc và giai đoạn nào?

Có thể đo lường:

- Doanh nghiệp sẽ theo dõi và công bố tiến độ chuyển đổi sang chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật như thế nào?

Cam kết và chính sách thu mua cần áp dụng cho 100% lượng trứng/thịt heo thu mua, bao phủ toàn bộ hệ thống của công ty. Nếu công ty triển khai dần theo khu vực địa lý hoặc dòng sản phẩm, chính sách công khai cần nêu rõ thời gian hoàn tất toàn bộ quá trình. Ví dụ:

“Công ty X cam kết sử dụng hoàn toàn trứng từ mô hình chăn nuôi không nhốt lồng – bao gồm trứng tươi, trứng chế biến (trứng lỏng và bột trứng) – và các sản phẩm có thành phần chứa trứng muộn nhất NGÀY/THÁNG/NĂM. Chính sách này áp dụng cho tất cả cơ sở thuộc quyền sở hữu, vận hành, và nhượng quyền hiện tại và tương lai. Tiến độ thực hiện sẽ được báo cáo hàng năm.”

“Công ty X cam kết sử dụng hoàn toàn thịt heo từ mô hình chăn nuôi không dùng củi cá thể giai đoạn heo nái mang thai – bao gồm thịt tươi và tất cả các sản phẩm chế biến có chứa thịt heo – muộn nhất NGÀY/THÁNG/NĂM. Chính sách này áp dụng cho tất cả cơ sở thuộc quyền sở hữu, vận hành, và nhượng quyền hiện tại và tương lai. Tiến độ thực hiện sẽ được báo cáo hàng năm.”

Hộp văn bản 1

Mondelēz International

Khi thực hiện cam kết sử dụng 100% trứng từ gà nuôi không nhốt lồng, Mondelēz Kinh Đô tại Việt Nam đã lựa chọn chuyển đổi trước một dòng sản phẩm cao cấp: Solite Nature Fresh. Bao bì sản phẩm được thiết kế nổi bật để truyền tải thông điệp về thành phần trứng gà không nhốt lồng. Trong chiến dịch ra mắt sản phẩm, Mondelēz đã nhấn mạnh bước đi tiên phong, trở thành doanh nghiệp thực phẩm đầu tiên tại Việt Nam được cấp chứng nhận Certified Humane – tiêu chuẩn phúc lợi động vật toàn cầu do tổ chức Humane Farm Animal Care cấp.



Trường hợp minh họa 1

2. Thành lập đội ngũ nội bộ

Hợp nội bộ và mời thêm các bên tư vấn bên ngoài như tổ chức phi chính phủ về phúc lợi động vật (NGO) để cùng xây dựng một kế hoạch đầy tham vọng nhưng khả thi với mục tiêu cải thiện phúc lợi động vật trong chuỗi cung ứng, bao gồm cả mốc thời gian thực hiện. Nhiều công ty hiện có đội ngũ chuyên trách về phát triển bền vững hoặc trách nhiệm xã hội, nhưng hiếm khi có chuyên gia về phúc lợi động vật và có thể chưa hiểu rõ các vấn đề cũng như nguồn hỗ trợ sẵn có để triển khai chính sách chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể. Làm việc sớm với một tổ chức NGO có kinh nghiệm triển khai chính sách phúc lợi động vật sẽ giúp công ty xác định các bước cần thực hiện và hành động cụ thể trong suốt quá trình triển khai. Chương trình Phúc lợi và Bảo vệ Động vật chăn nuôi của Humane World for Animals sẵn sàng đóng vai trò cố vấn trong toàn bộ hành trình.

Việc áp dụng hoặc triển khai thành công chính sách thu mua mới hoặc cập nhật chính sách ESG để nâng cao phúc lợi động vật thường phụ thuộc vào kiến thức chuyên môn nội bộ và sự đồng thuận của toàn doanh nghiệp. Khi lãnh đạo cấp cao thể hiện quan điểm rõ ràng và nhất quán về tầm quan trọng của phúc lợi động vật đối với thành công của doanh nghiệp, khả năng triển khai thành công sẽ cao hơn. Việc chuyển đổi chuỗi cung ứng đòi hỏi năng lực lãnh đạo, kỹ năng và sự phối hợp chuyên môn từ nhiều phòng ban để lồng ghép phúc lợi động vật vào chính sách chung của công ty. Ban lãnh đạo cấp cao cần hỗ trợ để đảm bảo rằng toàn doanh nghiệp thống nhất về việc chuyển đổi sang mô hình cung ứng chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể và các phòng ban có thể đảm bảo rằng chính sách này thống nhất với các quy trình và thực hành hiện có.

Việc thay đổi nguồn cung ứng và hoạt động thu mua tương đối phức tạp và đội ngũ nhân sự có thể phải đối mặt với những thách thức khác. Do vậy, điều quan trọng là phải truyền đạt rõ (các) lý do cần triển khai phúc lợi động vật. Một số lý do có thể như:

- Giảm thiểu và ngăn chặn đau đớn cho động vật.
- Thống nhất với các chính sách CSR hoặc ESG hiện hành.
- Bảo vệ danh tiếng thương hiệu.
- củng cố lòng trung thành của khách hàng.
- Tăng khả năng thích ứng của chuỗi cung ứng trong tương lai.
- Hỗ trợ các hệ thống nông nghiệp bền vững hơn.
- Tăng giá trị thương hiệu.
- Tạo lợi thế cạnh tranh.
- Tạo điểm khác biệt rõ nét so với đối thủ.
- Đáp ứng kỳ vọng của nhà đầu tư.
- Thu hút nhóm người tiêu dùng có ý thức xã hội.
- Thúc đẩy đổi mới ngành chăn nuôi.
- Đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về sản phẩm có nguồn gốc đạo đức và bền vững.

Tùy theo quy mô, cơ cấu và văn hóa doanh nghiệp, các bộ phận sau có thể cần tham gia vào quá trình triển khai:

- **Ban lãnh đạo cấp cao:** Ban giám đốc và hội đồng quản trị có thể thiết lập văn hóa doanh nghiệp coi trọng các vấn đề xã hội và ủng hộ phúc lợi động vật. Các nhà lãnh đạo cấp cao có thể khởi

xướng, ủng hộ và phê duyệt các chính sách phúc lợi động vật được đề xuất cũng như các kế hoạch và chi phí kèm theo.

- **Truyền thông:** Bộ phận quan hệ công chúng có thể đóng vai trò là đầu mối liên hệ với bên ngoài, và bộ phận truyền thông có thể nắm trách nhiệm truyền tải chính sách trong nội bộ doanh nghiệp.
- **Trách nhiệm xã hội:** Bộ phận phát triển bền vững thường dẫn dắt các vấn đề về phúc lợi động vật và có thể nắm vai trò theo dõi và báo cáo về các cam kết rộng rãi của công ty với công chúng cùng bộ phận truyền thông. Nhóm này có thể đóng góp vào quá trình liên kết Trách nhiệm Xã hội của Doanh nghiệp (CSR) và các chính sách phát triển bền vững cùng chuyên môn về phúc lợi động vật và/hoặc các mối quan hệ hữu ích với các bên liên quan bên ngoài.
- **Quản trị:** Bộ phận quan hệ nhà đầu tư sẽ đóng vai trò then chốt trong việc thu thập và đưa ra phản hồi về các rủi ro tài chính từ việc thu mua từ các nhà cung ứng áp dụng không hiệu quả thực hành phúc lợi động vật. Các hoạt động quản trị khác có thể bao gồm vận động hành lang cho các chính sách hỗ trợ việc chuyển đổi của công ty sang chuỗi cung ứng có trách nhiệm hơn.
- **Pháp chế:** Bộ phận tư vấn chung hoặc pháp chế có thể đóng vai trò trong việc rà soát chính sách được đề xuất và các nhóm kiểm toán có thể xác minh tính tuân thủ sau khi chính sách được thông qua nhằm đảm bảo rằng những tuyên bố công khai có căn cứ đầy đủ.
- **Vận hành:** Ban lãnh đạo cấp cao chịu trách nhiệm về chất lượng và an toàn sản phẩm, hoạt động thu mua và hậu cần sẽ cần xác định và giám sát những thay đổi về nguồn cung ứng. Bộ phận thu mua sẽ đóng vai trò mấu chốt trong việc chuyển định hướng thu mua sang các nhà cung cấp theo mô hình chăn nuôi không nhốt lồng.
- **Quản lý thương hiệu:** Bộ phận marketing sẽ chịu trách nhiệm thúc đẩy các chính sách chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể trong quá trình quảng bá các thương hiệu và sản phẩm trong khu vực và trên cả nước và trong hệ thống phân phối của công ty.
- **Quản lý chất lượng:** Bộ phận nghiên cứu và phát triển sẽ chịu trách nhiệm kiểm nghiệm sản phẩm mới và đảm bảo chất lượng thành phẩm, bao gồm nguyên liệu từ các nhà cung ứng theo mô hình không nhốt lồng hoặc thay thế nguyên liệu trứng hoặc thịt heo bằng các thành phần thay thế có nguồn gốc thực vật.

Cần tập trung vào đâu

Nhiều công ty chọn bắt đầu với trứng, nhằm chấm dứt việc nhốt gà đẻ trong lồng. Số khác ưu tiên chấm dứt việc nhốt heo nái suốt nhiều tháng liền trong cũi cá thể. Một số công ty khác lại chọn cải thiện điều kiện cho gà nuôi lấy thịt (gà thịt). Humane World for Animals có thể hỗ trợ tìm kiếm hoặc xây dựng nguồn cung ứng phù hợp, hoặc hỗ trợ kỹ thuật cho nhà sản xuất trong từng mô hình chăn nuôi kể trên.



Thiết lập vai trò lãnh đạo từ cấp cao nhất

Giám đốc điều hành (CEO) có thể thể hiện cam kết của công ty đối với chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể thông qua nhiều cách như:

- Công bố chính thức cam kết của công ty trong nội bộ trước, sau đó ra công chúng.
- Đưa ra tuyên bố công khai thể hiện sự liên kết của cam kết với giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.
- Nhấn mạnh nội dung này trong các tài liệu chính thức như báo cáo quý, báo cáo năm gửi đến các bên liên quan.
- Tăng cường vai trò giám sát của hội đồng quản trị, chẳng hạn phân công ít nhất một thành viên chịu trách nhiệm về phúc lợi động vật và/hoặc thành lập nhóm chuyên trách hoặc tổ phản ứng nhanh để phối hợp với ban điều hành cấp cao.
- Giao trách nhiệm điều hành và triển khai cho cấp quản lý và vận hành, đảm bảo nhân viên được trang bị đầy đủ kiến thức và nguồn lực để thực hiện cam kết.

Như bất kỳ dự án nào, một khi đã có quyết định chuyển đổi, điều quan trọng là cần thành lập đội ngũ triển khai và phân công nhiệm vụ. Việc này bao gồm bổ nhiệm người phụ trách chính hoặc quản lý dự án và xác định rõ nhiệm vụ và thời hạn.

Đội ngũ này nên đối sánh cam kết công khai về chuyển đổi sang chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật của công ty với các chính sách “tổng thể” hiện tại về phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội. Đội ngũ này cũng cần xây dựng một tầm nhìn chung, thể hiện một mục tiêu xã hội quan trọng, đóng góp của cam kết này vào mục tiêu dài hạn của doanh nghiệp. Cam kết nên được đưa vào các tài liệu chính sách công khai, dài hạn khác chẳng hạn như báo cáo CSR hoặc báo cáo của hội đồng quản trị hoặc các tài liệu chính sách khác có tính kế thừa và tiếp nối, bất kể sự thay đổi về nhân sự hay các ưu tiên chiến lược của công ty. Cam kết cũng cần được chuyển hóa thành bộ tiêu chí hoặc hướng dẫn dành cho nhà cung cấp và liên kết với các tiêu chuẩn an toàn, chất lượng hoặc hiệu suất. Các hướng dẫn này cũng có thể liên kết với các tiêu chuẩn chứng nhận bên ngoài.

Doanh nghiệp cũng có thể yêu cầu nhà sản xuất đạt chứng nhận phúc lợi động vật. Nhiều quốc gia hiện chưa có tiêu chuẩn pháp lý hoặc quy định hướng dẫn ghi nhãn rõ ràng về phúc lợi động vật trong hệ thống sản xuất thực phẩm, gây khó khăn cho bộ phận thu mua và người tiêu dùng.

Một chương trình chứng nhận phúc lợi động vật có uy tín là công cụ giúp xác minh rằng nông trại áp dụng mô hình chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể và đảm bảo điều kiện sống tốt hơn cho vật nuôi (xem Phụ lục 2). Một chương trình chứng nhận toàn diện sẽ bao gồm bộ tiêu chí quản lý (quy trình chăm sóc, kiểm tra hàng ngày, đào tạo, v.v.); điều kiện môi trường (ánh sáng, chất lượng không khí, diện tích, v.v.); và chế độ chăm sóc cơ bản (dinh dưỡng, chăm sóc thú y, v.v.) bên cạnh việc áp dụng mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể. Humane World khuyến nghị các doanh nghiệp nên chọn các chương trình chứng nhận phúc lợi động vật yêu cầu đánh giá thanh tra, ít nhất mỗi năm một lần.

3. Xây dựng chuyên môn

Dưới đây là một số thuật ngữ quan trọng cần nắm vững khi xây dựng và thực hiện cam kết chuyển đổi chuỗi cung ứng tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật.

Thuật ngữ chính

Gà đẻ

Hệ thống chuồng lồng truyền thống

Phần lớn gà đẻ trứng hiện nay bị nuôi trong các lồng sắt nhỏ, trơ trọi. Mỗi lồng chứa từ 5-10 con. Một trang trại thường có hàng nghìn lồng, được xếp thành nhiều hàng và từ 3-5 tầng. Theo thực hành chung, mỗi con bị nuôi nhốt có không gian sống khoảng 432,3 cm² (67 in²),⁴ chưa bằng diện tích một tờ giấy A4. Cam kết không nhốt lồng yêu cầu loại bỏ hoàn toàn các hệ thống nuôi lồng.

Hệ thống kết hợp

Hệ thống chuồng nuôi gà mái kết hợp, hay còn gọi là chuồng kết hợp, là dạng chuồng có thể chuyển đổi giữa chuồng lồng và không lồng. Dù bề ngoài giống với hệ thống chuồng nhiều tầng, nhưng các chuồng này có cửa đóng/mở, cho phép nhốt gà cố định bên trong từng tầng, tạm thời hoặc vĩnh viễn. Khi vận hành với cửa đóng, các hệ thống chuồng này có tác động tiêu cực tới phúc lợi của gà, không khác biệt nhiều so với lồng truyền thống. Cam kết không nhốt lồng loại trừ hoàn toàn các hệ thống chuồng kết hợp này.



Gà đẻ nuôi trong chuồng lồng.

Chuồng cải tiến

Chuồng cải tiến có diện tích nhỉnh hơn, có ổ đẻ, sào đậu và nhiều không gian sống hơn so với chuồng lồng truyền thống. Tuy nhiên, do diện tích tăng thêm không đáng kể, thiếu sào đậu trên cao và lên tầng và thiếu chất độn chuồng, hệ thống này không đáp ứng được tiêu chuẩn phúc lợi cần thiết. Chuồng cải tiến không được coi là mô hình không nhốt lồng.

Hệ thống không nhốt lồng

Có 3 loại hệ thống chuồng nuôi chính: chuồng nền hoặc chuồng sàn, chuồng nhiều tầng và hệ thống bán chắn thả. Tất cả các hệ thống chuồng này đều cung cấp nhiều không gian sống hơn, có sào đậu, ổ đẻ, và chất độn chuồng. Ngoài ra, một số hệ thống còn có khu “vườn mùa đông” hoặc đạt tiêu chuẩn hữu cơ.



Gà đẻ nuôi trong chuồng lồng.

Hệ thống chuồng nền, chuồng một tầng hoặc chuồng chất độn chuồng dày

Gà được nuôi trong chuồng với lớp chất độn dày hoặc sàn lót lưới toàn phần/một phần. Tùy quy mô chuồng và số lượng gà đẻ, có thể thu gom trứng thủ công (nhặt bằng tay) hoặc tự động (trứng lăn từ ổ ra băng chuyền có độ dốc). Hệ thống cho ăn và uống có thể thủ công hoặc tự động.

Hệ thống chuồng nhiều tầng

Gà được nuôi trong chuồng nhiều tầng (tối đa 4 tầng) để tăng diện tích sử dụng. Gà có thể di chuyển tự do theo chiều ngang và dọc trong chuồng. Các băng chuyền tự động phía sau ổ đẻ thu gom trứng và đưa ra tới cuối chuồng để phân loại và xử lý. Băng chuyền tự động bên dưới mỗi tầng để thu gom và đưa phân ra bên ngoài.

Hệ thống nuôi bán chăn thả

Gà được nuôi trong chuồng sàn/1 tầng hoặc hệ thống nhiều tầng, nơi chúng ăn, đẻ trứng và ngủ vào ban đêm. Ngoài ra, vào ban ngày gà có thể ra môi trường bên ngoài, lý tưởng nhất là khu vực thảm cỏ hoặc thực vật tự nhiên có mái che và bóng mát.

Kiểu chuồng có vườn mùa đông

Là khu vực bán mở có mái che, nối liền với chuồng chính. Những hệ thống này đặc biệt hữu ích tại các vùng khí hậu lạnh.

Hệ thống chăn nuôi đạt chuẩn hữu cơ

Các hệ thống nuôi hữu cơ phải tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về nguồn thức ăn và chăm sóc thú y, được các tổ chức chứng nhận hữu cơ công nhận. Yêu cầu thay đổi theo từng quốc gia hoặc đơn vị cấp phép. Một số tiêu chuẩn chứng nhận hữu cơ bao gồm phúc lợi động vật nhưng không phải tiêu chuẩn nào cũng vậy.



Gà đẻ trong chuồng nền, chuồng một tầng hoặc chuồng có chất độn chuồng dày.



Gà đẻ trong chuồng nhiều tầng.



Gà đẻ được nuôi thả tự do bên ngoài.



Heo mẹ hay còn gọi là heo nái, trong chuồng cũi mang thai.

Heo

Chuồng heo nái mang thai

Chuồng heo nái mang thai là kiểu chuồng cũi cá thể bằng kim loại hẹp, dùng để nhốt heo cái nuôi để sinh sản (heo nái). Trong hệ thống chăn nuôi kiểu này, heo nái bị nhốt trong lồng trong suốt giai đoạn mang thai, khoảng 114 ngày, ít nhất 2 lần một năm. Những chuồng này thường chỉ rộng khoảng 0,6 m, dài khoảng 2,1 m, chỉ nhỉnh hơn kích thước của vật nuôi. Hệ thống chăn nuôi heo nái mang thai phổ biến này được áp dụng trên toàn cầu và bị lên án gay gắt. Các cam kết chuyển đổi chuỗi cung ứng thịt heo tuân thủ tiêu chuẩn phúc lợi động vật thường tập trung vào giải quyết vấn đề cũi cá thể heo nái mang thai. Nhiều quốc gia đã áp dụng mô hình nuôi heo nái mang thai theo nhóm ngay từ giai đoạn trước khi phối làm tổ (chỉ nhốt heo nái nhiều nhất 7 ngày trong cũi cá thể suốt giai đoạn mang thai và phối giống), bao gồm Vương quốc Anh, Thụy Điển, Hà Lan và New Zealand. Tại Đức, luật ban hành yêu cầu loại bỏ dần hệ thống nuôi heo nái mang thai trong cũi cá thể và đạt mục tiêu hoàn tất vào năm 2029, và Đan Mạch cũng ra đạo luật tương tự với khung thời gian vào năm 2035. Tại Hoa Kỳ, 11 bang đã ban hành lệnh cấm hoặc hạn chế sử dụng cũi cá thể.

Trước xu hướng toàn cầu chuyển sang mô hình chăn nuôi không sử dụng chuồng cũi cá thể cho heo nái mang thai, ngành chăn nuôi heo tại Úc đã chủ động thực hiện thay đổi. Kể từ năm 2017, các cơ sở chăn nuôi tại Úc đã tự nguyện loại bỏ việc sử dụng chuồng cũi cá thể cho heo nái, áp dụng giai đoạn mang thai sau 5 ngày kể từ thời điểm phối giống.

Chuồng heo nái đẻ

Chuồng heo nái đẻ khác với chuồng mang thai. Vài ngày trước khi đẻ, heo nái sẽ được di chuyển từ chuồng mang thai sang chuồng

để, chúng sẽ ở khu chuồng này đến khi cai sữa heo con. Trong chăn nuôi quy mô công nghiệp, mục tiêu chính của ngành là gia tăng số lượng heo con trên một lứa đẻ (điều đó cũng đồng nghĩa trọng lượng heo con nhỏ đi) và tối đa hóa số lượng vật nuôi trên một đơn vị không gian chuồng trại. Tuy nhiên, hiện nay đã có những hệ thống chuồng thay thế giúp đảm bảo an toàn cho cả heo nái và heo con mà không cần sử dụng cũi nái đẻ. Các mô hình này bao gồm ô nái đẻ, heo nái có thể di chuyển, làm ổ đẻ và tương tác tốt hơn với heo con. Việc cung cấp đủ không gian để heo mẹ và con di chuyển là điều then chốt. Các hệ thống này, giống như nhiều mô hình khác, mang lại điều kiện sống tốt hơn cho động vật, nhưng yêu cầu đội ngũ quản lý trang trại phải có tay nghề cao hơn. Hiện nay, phần lớn các cam kết “không sử dụng cũi cá thể” chưa áp dụng cho chuồng heo nái đẻ. Tuy nhiên, hệ thống chuồng nuôi heo nái đẻ được thiết kế và sản xuất tại Anh hiện đã được áp dụng tại các trang trại ở Canada, Hoa Kỳ và Vương quốc Anh. Cũi heo nái đẻ cá thể hiện đã bị cấm hoặc bị hạn chế nghiêm ngặt tại các nước như Áo, Đức, Na Uy, Thụy Điển, và Thụy Sĩ.



Heo mẹ và heo con trong cũi nái đẻ.

Hệ thống nái mang thai theo nhóm

Nuôi theo nhóm có nghĩa là động vật không bị nhốt riêng lẻ trong chuồng cá thể. Điều này đã trở thành tiêu chuẩn đối với giai đoạn heo cai sữa và vỗ béo đồng thời là mô hình thay thế cũ nhất truyền thống đối với heo nái mang thai. Trong mô hình chăn nuôi theo nhóm, số lượng heo trong mỗi chuồng nhóm thay đổi tùy theo cách quản lý, dao động từ 3 đến hơn 300 con trong một ô chuồng. Nuôi theo nhóm đối với heo nái mang thai có thể đạt hiệu quả năng suất ngang bằng, thậm chí cao hơn chuồng heo nái mang thai cũ cá thể.

Các hình thức nuôi heo nái mang thai theo nhóm

Dù nuôi theo nhóm là mô hình thay thế cho chuồng heo nái mang thai, nhưng tồn tại nhiều phương thức quản lý khác nhau, mỗi phương thức mang lại mức độ phúc lợi động vật khác nhau. Heo nái được nhốt trong chuồng để phối giống và sau đó chuyển sang nuôi theo nhóm. Nhưng một số cơ sở vẫn nuôi heo nái trong cũi cá thể từ 28, 35 hoặc thậm chí 42 ngày sau khi phối giống hoặc xác nhận mang thai mới chuyển sang nuôi theo nhóm. Do vậy, thực hành tốt nhất cho cả heo nái lẫn nhà sản xuất là áp dụng mô hình quản lý “nhập nhóm ngay sau phối” hay “trước khi phôi làm tổ” – nghĩa là chuyển sang nuôi nhóm ngay sau khi phối giống. Việc tiếp tục nhốt heo nái trong 28 ngày sau phối giống không đáp ứng kỳ vọng về phúc lợi động vật, do đó cần đảm bảo nhà cung cấp không áp dụng hình thức chăn nuôi theo nhóm kiểu này. Các thuật ngữ khác đồng nghĩa với mô hình “nhập nhóm ngay sau phối” bao gồm “trước khi phôi làm tổ” và “nhóm sớm”. Thuật ngữ “không nuôi nái trong cũi cá thể” đôi khi được sử dụng để chỉ những hệ thống chỉ nhốt heo nái trong thời gian phối giống, tối đa 7 ngày. Thuật ngữ này sẽ sử dụng xuyên suốt trong tài liệu này.

Ngành chăn nuôi là một lĩnh vực cần chuyên môn cao và kỹ thuật phức tạp, đặc biệt khi xét đến sự đa dạng về các loại hệ thống chuồng trại và phương thức thực hành kỹ thuật quản lý chăn nuôi. Humane World biên soạn và phát hành tài liệu cũng như đội ngũ

chuyên gia nhiều kinh nghiệm luôn đồng hành, hỗ trợ nâng cao năng lực và củng cố kiến thức cho người chăn nuôi và các bên liên quan (xem Phụ lục 1 và 3). Đồng thời chúng tôi tổ chức các buổi hội thảo trực tuyến hoặc đào tạo chuyên sâu dành riêng cho doanh nghiệp. Điều này đặc biệt hữu ích để có được sự đồng thuận trong nội bộ mỗi doanh nghiệp và cũng là cơ hội để có sự ủng hộ giữa các bộ phận liên quan. Các chuyến tham quan trang trại và nhà cung cấp cũng là cơ hội học hỏi quan trọng, và Humane World đã hỗ trợ nhiều tổ chức các chuyến tham quan trang trại và nhà cung cấp, đây là cơ hội học hỏi quan trọng dành cho các doanh nghiệp.

Công cụ hỗ trợ đội ngũ

- **Cấm nang tránh “tẩy trắng nhân đạo” (Humane Washing)** – Tài liệu này sẽ hỗ trợ đội ngũ marketing và những người xây dựng chính sách phúc lợi động vật tránh vô tình sử dụng các thuật ngữ gây hiểu nhầm.
- **Thương mại hóa hệ thống nuôi heo nái theo nhóm từ đầu thai kỳ** – Tài liệu này có thể giúp thuyết phục ban lãnh đạo và bộ phận thu mua rằng việc theo đuổi mô hình chăn nuôi nhập nhóm ngay sau phối không chỉ thiết yếu cho phúc lợi động vật mà còn có thể mang lại lợi ích tài chính cho doanh nghiệp.
- **Khảo sát kinh tế đối với nhà sản xuất: Hướng dẫn cho các công ty đang tìm nguồn trứng từ mô hình không nhốt lồng** – Kết quả khảo sát các nhà sản xuất trứng theo mô hình không nhốt lồng tại châu Á và Mỹ Latinh sẽ giúp bộ phận thu mua và chuỗi cung ứng hiểu được bài toán kinh tế của trứng gà nuôi không nhốt lồng và nguyên nhân khiến chi phí cao hơn.

Hộp văn bản 4



Heo mẹ, còn gọi là heo nái, nuôi theo nhóm.



4. Đánh giá chuỗi cung ứng hiện tại của công ty

Để thực hiện cam kết phúc lợi động vật, doanh nghiệp cần bắt đầu bằng cách đánh giá chuỗi cung ứng hiện tại để hiểu rõ những thay đổi cần thiết. Một số công ty có thể đã thu mua trứng gà nuôi không nhốt lồng hoặc thịt heo không sử dụng củi cá thể ở một số khu vực, như một phần trong quá trình mua hàng. Để có đánh giá toàn diện, bộ phận thu mua và chuỗi cung ứng nên thu thập các dữ liệu sau:

- **Khối lượng:** Xác định tổng lượng trứng và thịt heo mua vào tại từng quốc gia, khu vực hoặc tỉnh thành.
- **Hình thức sản phẩm:** Xác định trứng được sử dụng dưới dạng nào (trứng tươi, trứng lỏng, bột trứng) và các loại sản phẩm thịt heo được sử dụng (thịt lát xông khói, thịt nguyên tảng, xúc xích). Ghi chú các khác biệt vùng miền nếu có.
- **Nguồn thu mua hiện tại:** Kiểm tra xem hiện tại công ty có đang sử dụng trứng gà hoặc thịt heo theo mô hình không nhốt lồng/củi cá thể ở đâu không.
- **Nguồn cung cấp:** Xác định xem trứng và thịt heo đang được thu mua từ nguồn nào. Doanh nghiệp có mua trực tiếp từ trang trại sản xuất, hay thông qua nhà cung cấp hoặc nhà phân phối.
- **Thành phần sản phẩm:** Liệt kê các sản phẩm có thành phần trứng hoặc thịt heo tại từng địa điểm.
- **Sản lượng:** Xác định lượng sản phẩm cần mua tại mỗi quốc gia, khu vực hoặc địa điểm.
- **Dòng sản phẩm:** Xác định những dòng sản phẩm tiêu thụ lượng trứng hoặc thịt heo lớn nhất.

Công ty sản xuất thức ăn thú cưng Special Dog

Khi bắt đầu trao đổi với nhà cung cấp, công ty sẽ bất ngờ với những gì mình khám phá được! Ví dụ, khi Special Dog, một trong những công ty sản xuất thức ăn thú cưng lớn nhất tại Brazil, liên hệ với các nhà cung cấp để tìm hiểu khả năng chuyển sang sử dụng trứng gà nuôi không nhốt lồng, họ phát hiện 40% lượng trứng họ đang thu mua là trứng gà nuôi không nhốt lồng. Điều này giúp quá trình thực hiện cam kết trở nên dễ dàng hơn nhiều, và công ty đã hoàn tất chuyển đổi toàn bộ nguồn trứng sang trứng gà nuôi không nhốt lồng chỉ trong vòng 10 tháng. João Paulo Figueira, Giám đốc Phát triển Bền vững, Special Dog, chia sẻ động lực đứng sau quyết định nâng cao tiêu chuẩn thu mua của công ty: “Tôn trọng phúc lợi động vật là cốt lõi trong công việc của chúng tôi, bởi lẽ chúng tôi đang đảm bảo chất lượng sống và tuổi thọ cho hơn 3 triệu chó và mèo mà chúng tôi cung cấp thức ăn mỗi ngày. Chúng tôi hiểu rằng sự quan tâm này cũng cần được mở rộng đến chuỗi cung ứng của mình, và với sự cam kết cao độ, chúng tôi đã hoàn tất quá trình chuyển đổi sang trứng gà nuôi không nhốt lồng trong vòng chưa đầy một năm.”

5. Trao đổi với nhà sản xuất và nhà cung cấp

Sau khi thành lập đội ngũ nội bộ, đưa ra cam kết và thông qua chính sách, đồng thời đã đánh giá quy trình mua hàng hiện tại, doanh nghiệp cần bắt đầu hợp tác với các nhà cung cấp (bao gồm nhà phân phối, đại lý trung gian và cơ sở chế biến) để xây dựng kế hoạch chuyển đổi thực tế và hiệu quả. Nhà sản xuất cần được thông tin về cam kết của công ty từ chính công ty, và nên được tham gia sớm và thường xuyên trong toàn bộ quá trình.

Nhiều doanh nghiệp muốn tiếp tục làm việc với các nhà cung cấp hiện tại hoặc nhà sản xuất chính vì đã có mối quan hệ hợp tác bền chặt, để duy trì niềm tin và sự nhất quán. Tuy rằng doanh nghiệp vẫn có thể thay nhà sản xuất hoặc chuyển đổi sang nhà cung cấp mới, nhưng việc thuyết phục nhà cung cấp hiện tại chuyển đổi từ hệ thống nuôi nhốt sang chăn nuôi không nhốt lồng/cũi sẽ tác động trực tiếp hơn đến phúc lợi động vật. Bước đầu tiên là đánh giá năng lực của nhà cung cấp xem có đáp ứng được các yêu cầu về phúc lợi động vật của doanh nghiệp không.

Trong kịch bản đơn giản nhất, nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp hiện tại đã có sẵn sản phẩm chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể và có thể đáp ứng nhu cầu mua hàng nhanh chóng. Tuy nhiên, nhà sản xuất có thể cần mở rộng sản xuất và/hoặc đầu tư thêm vào hệ thống chuồng trại không nhốt lồng/cũi cá thể mới. Điều này cần thời gian và một kế hoạch phối hợp chặt chẽ. Các đại lý trung gian, như nhà phân phối hoặc đơn vị chế biến, có thể phát triển mối quan hệ với các nhà sản xuất chính để thu mua thêm trứng gà hoặc thịt heo không nhốt lồng/cũi cá thể hoặc hợp tác với nhà sản xuất hiện tại để tăng sản lượng.

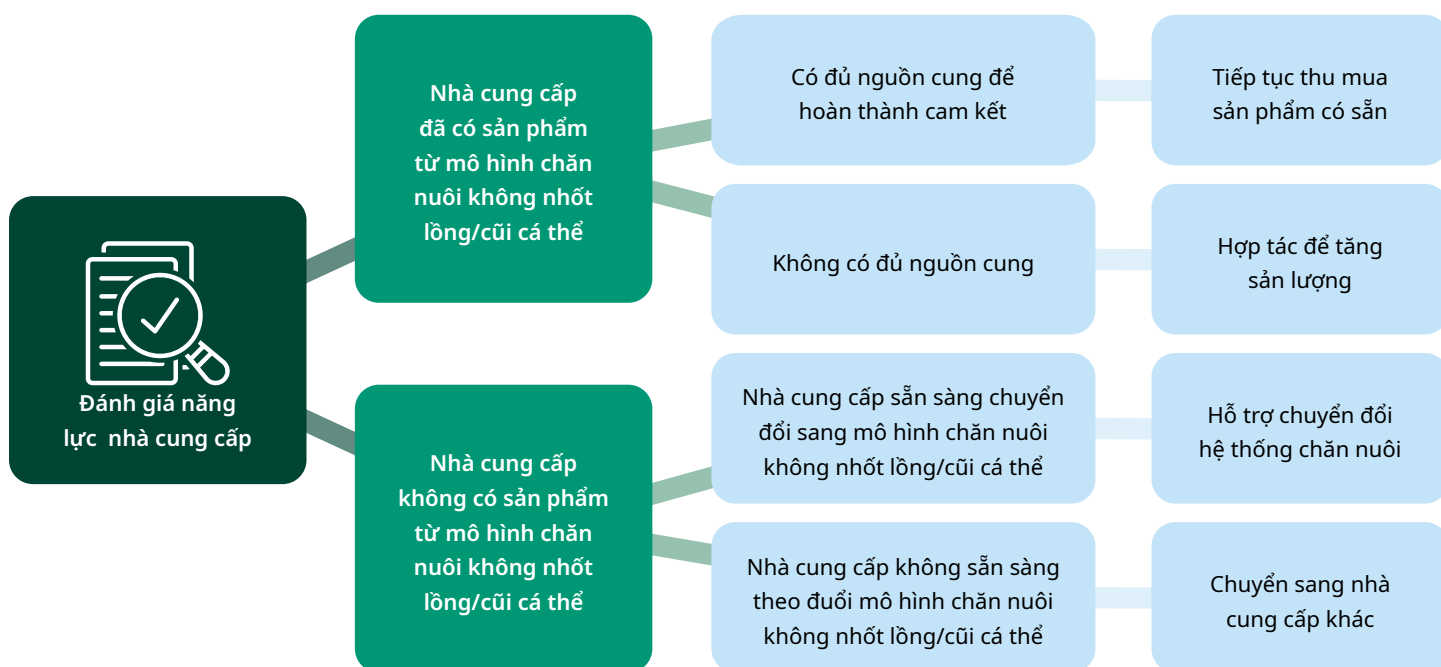
Nếu nhà sản xuất hiện tại chưa có hoặc chưa được tiếp cận hệ thống chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể, doanh nghiệp nên chủ động hỗ trợ nhà sản xuất chuyển đổi sang mô hình chăn nuôi này.

Nhà sản xuất có thể cần xây chuồng mới hoặc cải tạo chuồng cũ. Tùy thuộc vào sản lượng cần thiết và quy mô trang trại (và số lượng động vật), có thể cần lộ trình nhiều năm để hoàn thành chuyển đổi. Khi đã thống nhất về lộ trình chuyển đổi, theo đó nhà sản xuất có thể chuyển đổi hoặc xây mới từng khu chuồng một, công ty có thể từng bước đạt mục tiêu 100% chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể.

Trong kịch bản khác, cần xây dựng một lộ trình triển khai nếu nhà sản xuất và nhà cung ứng hiện tại không thể đáp ứng bước đầu nhu cầu tăng nguồn cung sản phẩm đạt tiêu chuẩn phúc lợi cao hơn (xem Bước 7).

Trong một số trường hợp, việc chuyển sang nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất đã tuân thủ chính sách phúc lợi động vật của công ty có thể là lựa chọn tốt hơn so với cố gắng hợp tác với nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp hiện tại cần chuyển đổi. Doanh nghiệp có thể tìm kiếm các nhà cung cấp có quan điểm tương đồng về phúc lợi động vật và tập trung vào cải thiện điều kiện chăn nuôi. Humane World có thể hỗ trợ tìm các đối tác như vậy. Trong một số trường hợp, việc bắt đầu thu mua sản phẩm chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể từ một nhà cung ứng mới, dù với số lượng nhỏ, cũng có thể thúc đẩy các nhà sản xuất hiện tại bắt đầu chuyển đổi hệ thống.

Việc từ bỏ hệ thống chăn nuôi nhốt lồng/cũi cá thể ban đầu thường gặp phải sự do dự từ nhà sản xuất. Điều này là hoàn toàn bình thường. Nhốt gà đẻ trong lồng hay heo nái mang thai trong cũi cá thể dễ quản lý hơn và việc thay đổi hệ thống sản xuất cần có thời gian nghiên cứu. Chi phí sản xuất sẽ tăng và cần đầu tư vốn. Nhiều cơ sở vật chất hiện tại chưa khấu hao hết. Nếu không có cam kết thu mua dài hạn, nhà sản xuất sẽ ngần ngại đầu tư vào hệ thống chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể.



Để vượt qua rào cản, nhà sản xuất cần được đảm bảo về một thị trường dài hạn, ổn định. Doanh nghiệp có thể hỗ trợ nhà sản xuất bằng cách ký hợp đồng dài hạn, hỗ trợ vốn đầu tư hoặc phối hợp với các tổ chức tài chính để thiết lập điều khoản vay ưu đãi để thúc đẩy nhà sản xuất chuyển đổi sang mô hình phúc lợi động vật cao hơn. Doanh nghiệp cũng cần trả mức giá công bằng, phản ánh đúng chi phí đầu tư, chi phí sản xuất và chi phí chứng nhận.

Việc xây mới hoặc cải tạo chuồng trại, học hỏi kỹ năng quản lý mới là điều không hề đơn giản. Tuy nhiên, Humane World đã hỗ trợ nhiều công ty và nhà sản xuất tại nhiều quốc gia chuyển đổi thành công. Thành công đến khi doanh nghiệp tận dụng sức mạnh mua hàng và quan hệ hợp tác sẵn có của mình để chủ động phối hợp cùng nhà cung cấp xây dựng nguồn cung cần thiết. Humane World sẵn sàng cung cấp tài liệu kỹ thuật và hướng dẫn chuyển đổi cho các nhà sản xuất quan tâm (xem Phụ lục 1).

Những điểm cần trao đổi với nhà cung cấp và nhà sản xuất trực tiếp:

- Những quan ngại về phúc lợi động vật và lý do rộng hơn cho việc thay đổi chính sách.
- Cơ hội kinh doanh.
- Thời gian thực hiện và nhu cầu mua hàng của công ty.
- Sự quan tâm và sẵn sàng hỗ trợ nhà sản xuất tiến hành chuyển đổi mô hình, bao gồm các điều khoản hợp đồng và chính sách khích lệ giúp đảm bảo ổn định cho nhà sản xuất và lợi nhuận hợp lý khi đầu tư cải tạo hoặc xây chuồng trại mới.

Để tạo niềm tin cho nhà sản xuất, người mua hàng cần truyền đạt rõ ràng mục tiêu chuyển đổi sang mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể. Các phương tiện truyền thông đối ngoại như báo cáo phát triển bền vững hoặc chính sách công khai trên website rất quan trọng trong việc chứng minh nhu cầu đang gia tăng đối với nhà cung cấp và nhà sản xuất. Báo chí và truyền thông đại chúng càng có sức ảnh hưởng lớn hơn.

Càng nhiều công ty công bố rõ ràng ý định thu mua sản phẩm chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể, nhà sản xuất sẽ càng tự tin hơn khi đầu tư vào chuồng trại mới. Khi cạnh tranh thị trường tăng, mức giá đầu tư ban đầu sẽ giảm nhanh hơn. Tương tự như an toàn thực phẩm, phúc lợi động vật là một yếu tố cạnh tranh lành mạnh và khi nhiều công ty cùng hướng đến tiêu chuẩn cao hơn, toàn ngành sẽ thay đổi tích cực.

Một trong những chiến lược hiệu quả để hợp tác với nhà cung cấp và nhà sản xuất là công bố chính thức chính sách trong các cuộc họp/hội nghị. Cam kết loại bỏ mô hình chăn nuôi nhốt lồng/cũi cá thể khỏi chuỗi cung ứng có thể được nêu như một phần trong sáng kiến trách nhiệm xã hội rộng hơn. Trong bối cảnh đó, công ty có thể khẳng định lập trường rõ ràng trong việc thực hiện chính sách chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể, đồng thời thể hiện sự thấu hiểu và hỗ trợ dành cho nhà sản xuất đang chuyển đổi. Ví dụ chương trình họp/hội nghị tham khảo Phụ lục 4.

Hợp tác với nhà sản xuất/ cung cấp để bắt đầu chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể?

Nếu mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà cung cấp chỉ đơn thuần dựa trên giá cả mà không mang tính hợp tác đa chiều, thì sẽ rất khó để thuyết phục nhà sản xuất hợp tác hiệu quả và đánh giá đúng mô hình thu mua hiện tại cũng như các cơ hội cải tiến. Nhà cung cấp và nhà sản xuất chính cần có sự đảm bảo rằng doanh nghiệp hiểu rõ và sẵn sàng điều chỉnh hoạt động thu mua để phản ánh chi phí phát sinh từ quá trình chuyển đổi.

Một số bước chuẩn bị để đối thoại hiệu quả với nhà cung cấp và nhà sản xuất:

- Trước cuộc họp, cần tìm hiểu trước về sự khác biệt giữa các hệ thống chuồng trại, bao gồm hệ thống bán chăn thả, hệ thống chuồng kết hợp, chuồng một tầng, chuồng nhiều tầng, nuôi nái theo nhóm, hệ thống nhập nhóm ngay sau phối v.v. Xem Mục 3: Xây dựng chuyên môn để biết thông tin chi tiết từng hệ thống nuôi.
- Thể hiện rõ mong muốn hợp tác, và hỏi họ cần gì để có thể chuyển đổi thành công. Nhấn mạnh lợi ích kinh doanh chung và những nhu cầu đang thay đổi của doanh nghiệp, phản ánh sự chuyển dịch kỳ vọng của người tiêu dùng.
- Thảo luận về xu hướng phát triển mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể tại quốc gia, cũng như các cơ hội kinh doanh trong tương lai khi ngày càng nhiều doanh nghiệp yêu cầu sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn phúc lợi động vật cao hơn và chính phủ cấm hoặc hạn chế mô hình chăn nuôi nhốt lồng/cũi cá thể.
- Đề xuất hợp đồng dài hạn hoặc thỏa thuận mua hàng ổn định với sản lượng dự kiến để giúp nhà sản xuất yên tâm đầu tư.
- Tạo các kênh đối thoại “cạnh tranh lành mạnh” với những doanh nghiệp khác cũng đang hướng đến sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn phúc lợi cao hơn. Việc gộp nhu cầu thu mua giữa các công ty sẽ tạo thị trường lớn hơn, giúp nhà sản xuất tự tin đầu tư vào chuồng trại mới hoặc cải tạo lại.
- Tạo cơ chế khuyến khích cho nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất chính có thể đáp ứng các tiêu chí của cam kết phúc lợi động vật.

Humane World cung cấp dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật miễn phí, kết nối nhà cung cấp với các bên mua khác. Chúng tôi cũng có thể huy động chuyên gia khắp toàn cầu để giúp nhà sản xuất chuyển đổi hệ thống chăn nuôi nhốt lồng/cũi cá thể.



6. Công bố cam kết trong nội bộ và ra công chúng

Bắt đầu truyền thông về cam kết, cả trong nội bộ lẫn với công chúng. Trong quá trình truyền thông nội bộ và ra bên ngoài, hãy cân nhắc gửi kèm thông điệp “Lý do vì sao” (xem Bước 1).

Truyền thông nội bộ

Điều quan trọng là cần truyền tải cam kết phúc lợi động vật đến toàn thể nhân viên, từ nhân viên trực tổng đài đến CEO. Đảm bảo các bộ phận liên quan, từ trụ sở chính đến nhân viên tại cửa hàng, được đào tạo đầy đủ về sự thay đổi này vì họ chính là những đại sứ thương hiệu hiệu quả cho công ty. Đây là một quyết định quan trọng. Giống như các ưu tiên cấp tiến khác, phúc lợi động vật nên trở thành một phần trong DNA của công ty.

Đối với các tập đoàn đa quốc gia, để đảm bảo tính lan tỏa, cam kết nên được dịch ra ngôn ngữ địa phương và công bố trên tất cả thị trường mà tập đoàn hoạt động. Nếu không làm như vậy, chính sách có thể không được hiểu đồng đều và áp dụng thống nhất tại khắp mọi nơi ngoài trụ sở. Một số doanh nghiệp tổ chức trao giải

cho các nhóm quốc gia hoặc khu vực đạt tiến độ triển khai chính sách chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể nhanh nhất. Điều này có thể tạo động lực tích cực và thúc đẩy triển khai cam kết đồng đều tới khắp các bộ phận và thị trường hoạt động của tập đoàn.

Thiết lập tiêu chí rõ ràng để định nghĩa thế nào là “không nhốt lồng/cũi cá thể”, kèm theo các yêu cầu cụ thể cho bộ phận thu mua và tìm nguồn cung ứng. Tài liệu hướng dẫn cần chi tiết và đề cập đến các tiêu chuẩn và chứng nhận áp dụng nếu có. Humane World có thể cung cấp danh sách nhà cung cấp trứng gà nuôi không nhốt lồng theo từng quốc gia và hỗ trợ kết nối phù hợp với nhu cầu sản lượng.

Truyền thông ra bên ngoài

Doanh nghiệp có thể tăng mức độ tương tác với người tiêu dùng bằng cách quảng bá sản phẩm có phúc lợi động vật cao hơn. Nhiều khảo sát toàn cầu cho thấy người tiêu dùng muốn động vật nuôi lấy thịt được đối xử tốt hơn (Xem Hộp thông tin 6).

Việc cung cấp và quảng bá sản phẩm nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể, nhất là khi đến từ thương hiệu đáng tin cậy, sẽ nâng cao nhận thức về phúc lợi động vật cũng như tăng doanh số. Đổi lại, lượng khách hàng gia tăng sẽ giúp tạo ra hiệu ứng lan tỏa thúc đẩy thêm nhiều trang trại chuyển đổi.

Tuy mọi người nhìn chung đều quan tâm tới phúc lợi động vật, người mua sắm tại siêu thị thường phải cân nhắc giữa nhiều yếu tố như sự tiện lợi, giá cả và hương vị. Cần nhắc nhở họ về giá trị nhân đạo ngay tại điểm bán hàng, thông qua bao bì, bảng hiệu tại kệ, biểu ngữ quảng bá và các công cụ khác.

Không phải khách hàng nào cũng hiểu đầy đủ chính sách chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể gắn với sứ mệnh và giá trị tổng thể của công ty như thế nào. Việc truyền thông rộng rãi sẽ giúp củng cố sự ủng hộ của khách hàng, đồng thời thúc đẩy thay đổi văn hóa tiêu dùng tích cực hơn.

Các doanh nghiệp nhượng quyền và cấp

Một số thương hiệu nhượng quyền lớn trên thế giới, như Subway, Yum! Brands và Marriott International, đều đã ban hành chính sách chăn nuôi gà để không nhốt lồng. Cách hiệu quả nhất để truyền đạt chính sách này đến các đối tác nhượng quyền và cấp phép là thông qua việc cập nhật bộ tiêu chuẩn thương hiệu. Tiêu chuẩn phúc lợi động vật có thể được đặt ngang hàng với các yêu cầu về màu sắc đồng phục, bài trí nhà hàng và chính sách giá bán.



Người tiêu dùng trên toàn thế giới quan tâm đến phúc lợi động vật

Một nghiên cứu năm 2022⁵ đã khảo sát người tiêu dùng toàn cầu về vấn đề chăn nuôi nhốt lồng và phúc lợi của động vật nuôi lấy thịt. Dưới đây là các phản hồi cho một số nhận định nhất định.

“Tôi quan tâm đến việc gà đẻ trứng không bị đau đớn”

	% người tiêu dùng
Úc	93,2
Bangladesh	45,5
Brazil	96,3
Chile	96,7
Trung Quốc	72,3
Ấn Độ	71,9
Malaysia	73,3
Nigeria	77,9
Pakistan	93,6
Philippines	77,1
Sudan	73,4
Thái Lan	77,7
Vương quốc Anh	88,2
Hoa Kỳ	73,8

“Tôi muốn mua trứng gà nuôi không nhốt lồng hơn”

	% người tiêu dùng
Úc	93,6
Bangladesh	46,2
Brazil	92,1
Chile	94,1
Trung Quốc	65,5
Ấn Độ	64,0
Malaysia	69,31
Nigeria	31,6
Pakistan	89,9
Philippines	71,9
Sudan	58,4
Thái Lan	68,6
Vương quốc Anh	90,2
Hoa Kỳ	77,3

Khái niệm marketing “Quy tắc con số 7” cho rằng một khách hàng tiềm năng cần tiếp xúc với một thông điệp tiếp thị ít nhất 7 lần trước khi thực hiện hành động, chẳng hạn như mua hàng. Sự lặp lại tạo nên sự quen thuộc và niềm tin, đó là lý do vì sao việc quảng bá cam kết của doanh nghiệp đối với tiêu chuẩn phúc lợi động vật cao hơn là điều rất quan trọng. Cần cân nhắc các hình thức truyền thông sau:

- Thiết kế bao bì và nhãn mác, hợp tác thương hiệu với các nông trại, hiển thị logo chứng nhận hoặc sử dụng hình ảnh thực tế tại trang trại về điều kiện chuồng trại của vật nuôi.
- Marketing tại điểm bán hàng như quầy trưng bày, kệ hàng riêng, kể chuyện về nông dân tiêu biểu, trình chiếu video, biểu diễn trực tiếp và đào tạo nhân viên để tư vấn, trả lời câu hỏi của khách hàng.
- Bảng hiệu tại quầy buffet, trên thực đơn hoặc cửa sổ trưng bày; tờ rơi, biểu ngữ, standee, tờ gấp giới thiệu khác tại nhà hàng, khách sạn và chuỗi dịch vụ ăn uống.
- Quảng cáo, truyền thông và tiếp thị thường xuyên; sự kiện ra mắt sản phẩm mới.
- Cổng phản hồi chuyên biệt để thu thập phản hồi của khách hàng hoặc khảo sát định kỳ, giúp duy trì sự tương tác và tạo nền tảng cho các cuộc trao đổi liên tục.
- Các kênh chính thức của doanh nghiệp như website công ty, phát biểu và hiện diện công khai của CEO, lãnh đạo cấp cao hoặc ban

quản trị; báo cáo thường niên/ESG/phát triển bền vững; thông cáo báo chí, bản tin nội bộ, truyền thông qua TV, báo in và các sự kiện doanh nghiệp/giải thưởng/hoạt động đặc biệt.

- Hợp tác về thông điệp, chiến dịch tiếp thị, các sự kiện truyền thông với nhà sản xuất chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể.
- Truyền thông mạng xã hội, bắt đầu từ công bố chính sách và tuyên truyền giá trị doanh nghiệp và cam kết quan tâm đến phúc lợi động vật.

Hoạt động truyền thông về phúc lợi động vật phải được duy trì liên tục. Tự hào về những giá trị mà công ty đang thực hiện, và biết cách phân biệt bản thân với đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp sẽ được nhìn nhận là người dẫn đầu ngành.

Các cuộc khảo sát người tiêu dùng và nghiên cứu thị trường sẽ giúp xác định mức độ nhận thức hiện tại và lựa chọn thông điệp cũng như cách tiếp cận hiệu quả nhất. Mặc dù phúc lợi động vật là mối quan tâm mang tính toàn cầu, nhưng cách thức thể hiện và tiếp nhận thông tin có thể khác nhau giữa các thị trường – do ảnh hưởng từ độ tuổi, điều kiện kinh tế xã hội, trình độ học vấn, văn hóa, phong cách sống (đô thị hay nông thôn), v.v. Do đó, cần truyền đạt thông tin khoa học về mô hình chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể bằng ngôn ngữ đơn giản, dễ hiểu, phù hợp với mọi nhóm người tiêu dùng mục tiêu.



7. Xây dựng lộ trình triển khai

Việc triển khai chính sách có thể được bắt đầu trước, sau hoặc đồng thời với việc công bố ra công chúng. Mỗi doanh nghiệp sẽ có trải nghiệm và thách thức khác nhau, nhưng các bước chính cần thực hiện thường tương đồng.

- 1. Xây dựng lộ trình để hoàn thành mục tiêu đúng thời hạn cam kết.**
- 2. Quyết định có yêu cầu chứng nhận phúc lợi động vật trong chính sách thu mua hay không.**
- 3. Báo cáo tiến độ hàng năm cho đến khi cam kết được thực hiện hoàn toàn.**

Lộ trình hoặc các bước hành động giúp doanh nghiệp lên kế hoạch chuyển đổi chuỗi cung ứng và theo sát mục tiêu đề ra. Tùy thuộc vào quy mô chuỗi cung ứng và phong cách của công ty, lộ trình có thể được thiết kế đơn giản hoặc chi tiết. Tuy nhiên, luôn cần bao gồm các bước quan trọng sau.

Đặt thời hạn hoàn thành: Phối hợp trực tiếp với đội ngũ nội bộ, nhà cung cấp và nhà sản xuất để thống nhất một thời hạn vừa tham vọng vừa hợp lý, đảm bảo chuỗi cung ứng đạt 100% mô hình chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể đúng kế hoạch.

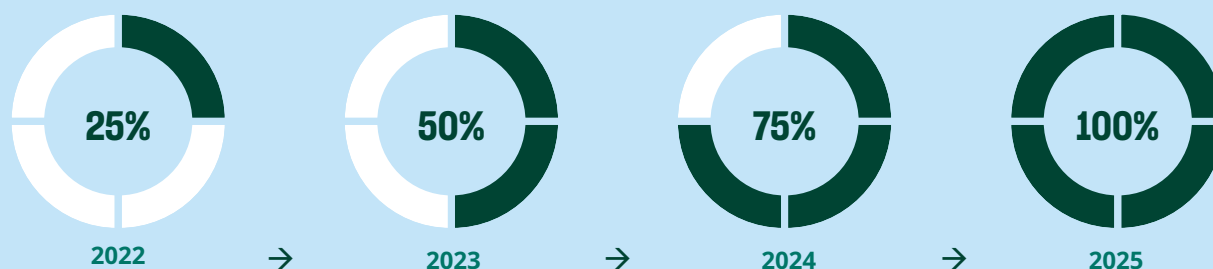
- **Đặt các mốc trung gian:** Việc chuyển đổi đòi hỏi thời gian, vì vậy lộ trình cần nêu rõ các mốc quan trọng, ví dụ: thời điểm xây lắp xong chuồng trại hoặc thiết bị mới hoặc thời điểm gà bắt đầu đẻ trứng theo hệ thống mới.
- **Triển khai theo khu vực:** Xác định những khu vực nào sẽ chuyển đổi đầu tiên. Một chiến lược là bắt đầu ở nơi có sản lượng thu mua lớn nhất, vì quá trình chuyển đổi ở đây có thể mất nhiều thời gian. Chiến lược khác là triển khai trước ở nơi dễ thực hiện nhất, để thể hiện tiến độ nhanh và tạo đà lan tỏa.
- **Lập kế hoạch triển khai theo từng địa điểm:** Phối hợp với nhân sự tại địa phương để hoàn thiện kế hoạch chi tiết cho từng điểm bởi người tại hiện trường thường có thông tin sát thực nhất về các cơ hội tiềm năng, hoặc thách thức mang đặc thù vùng miền. Đây cũng là cơ hội để phát hiện và phát huy các nhân sự nổi bật – những người có thể trở thành người dẫn dắt dự án.

Dưới đây là các ví dụ về lộ trình kế hoạch chuyển đổi:

Sản phẩm	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Trứng lồng/chế biến	5%	15%	65%	80%	100%
Trứng tươi	25%	50%	80%	100%	100%
Thịt nguyên tảng (thịt heo)	15%	30%	45%	70%	100%
Thịt chế biến (thịt xông khói cắt lát, xúc xích, v.v.)	5%	20%	60%	80%	100%

Lộ Trình Triển Khai

Công ty ABC đã cam kết chuyển sang sử dụng 100% trứng gà nuôi không nhốt lồng trong chuỗi cung ứng toàn cầu/quốc gia muộn nhất vào năm 2025, nhằm thể hiện cam kết đối với phúc lợi dành cho gà đẻ. Để đạt mục tiêu này, chúng tôi đã xây dựng lộ trình triển khai như sau.



Tiến độ sẽ được cập nhật định kỳ thông qua báo cáo phát triển bền vững hằng năm và trang web công ty.

8. Công bố tiến độ—tại sao, như thế nào, và báo cáo những gì

Tại sao cần công bố tiến độ?

Sau khi đã có lộ trình cụ thể, sự đồng thuận từ đội ngũ nội bộ và xác định được nhà sản xuất, nhà cung cấp, doanh nghiệp nên bắt đầu triển khai và cập nhật công khai tiến độ thực hiện. Đây là bước thường bị bỏ quên, nhưng lại rất quan trọng và mang lại nhiều lợi ích, gồm có:

- Tạo động lực cho đội ngũ hoàn thành đúng thời hạn và ưu tiên việc chuyển đổi sang mô hình chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể, vì áp lực từ công chúng yêu cầu phải chứng minh kết quả rõ ràng.

- Phát triển thị trường nhà sản xuất áp dụng mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể, bằng cách thể hiện rõ nhu cầu thu mua.
- Ràng buộc trách nhiệm theo thời gian giữa các bên liên quan, bao gồm cả nhà cung cấp. Quá trình chuyển đổi có thể mất nhiều thời gian nên cần tránh tình trạng trì hoãn do cam kết đặt mốc xa trong tương lai (3 năm hoặc hơn).
- Tăng cường sự tin tưởng từ nhà đầu tư bằng cách thể hiện doanh nghiệp đang hướng tới tương lai, bắt kịp xu thế cộng đồng, các tiêu chuẩn toàn cầu và chính sách pháp luật đang thay đổi – tức là đang chuẩn bị vững vàng cho tương lai.
- Khẳng định với khách hàng rằng cam kết không chỉ là tuyên bố suông, mà là nỗ lực đang được thực hiện thực tế mỗi ngày.

Lập kế hoạch thời gian chuyển đổi cho nhà sản xuất

Nhà sản xuất thường cần ít nhất 6 tháng để chuyển đổi từ hệ thống chuồng trại nuôi nhốt gà đẻ trong lồng truyền thống sang hệ thống chuồng một tầng và cần khoản đầu tư lớn hơn và thậm chí mất nhiều thời gian hơn nếu chuyển đổi sang chuồng nhiều tầng. Đối với chăn nuôi heo, để loại bỏ chuồng cũi cá thể heo nái mang thai, nhà sản xuất cần chọn hệ thống cho ăn mới và đào tạo nhân viên về kỹ thuật chăm sóc vật nuôi phù hợp. Doanh nghiệp càng thông báo sớm cam kết và nghiêm túc với quá trình thực thi, nhà sản xuất càng có thời gian lên kế hoạch chuyển đổi, tiếp cận ngân hàng để vay vốn và lập lộ trình triển khai cụ thể.

Nên báo cáo những gì?

Tùy vào quy mô và quy trình thu mua của doanh nghiệp, công ty có thể đã có dữ liệu cụ thể và minh bạch sẵn sàng, và khâu báo cáo này sẽ được đưa vào quá trình triển khai sơ bộ kế hoạch. Nếu công ty đưa ra quy trình muộn hơn, hãy tiến hành nghiên cứu và thu thập thông tin càng chính xác càng tốt. Nếu cần, hãy đưa vào báo cáo các bước đang thực hiện để phát triển một hệ thống theo dõi mới và chính xác hơn.

Một số những nội dung nên đưa vào báo cáo công khai:

- Tỷ lệ phần trăm triển khai hiện tại.
- Lộ trình triển khai thể hiện từng bước tiến đến mục tiêu 100%. Có thể sử dụng phiên bản đơn giản hóa của kế hoạch chi tiết nội bộ toàn diện mà công ty đã xây dựng nội bộ.
- Câu chuyện về tiến trình chuyển đổi và lý do vì sao phúc lợi động vật được coi là ưu tiên. Một số công ty còn công bố thông tin về số lượng gà để giải phóng khỏi lồng nhốt

truyền thống để người đọc hiểu rõ hơn về tác động thực tế của tiến độ triển khai.

Đối với các công ty trong nước:

Nếu công ty chỉ hoạt động trên phạm vi quốc gia, cần báo cáo tiến độ ở cấp toàn quốc. Nếu gặp khó khăn ở một khu vực hoặc tỉnh thành cụ thể, có thể tận dụng cơ hội này để kêu gọi nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất chuyển sang mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể trong khu vực đó để hoàn thành mục tiêu.

Đối với các công ty đa quốc gia:

Báo cáo công khai cần bao gồm những nội dung sau:

• Tiến độ toàn cầu

Tổng lượng trứng hoặc thịt heo đã thu mua trong năm vừa qua đến từ hệ thống chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể. Công ty nên báo cáo theo sản lượng thực tế thay vì giá trị chi tiêu bởi sản phẩm theo mô hình chăn nuôi không nhốt lồng thường có giá cao hơn và điều đó có thể gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng. Báo cáo theo chi tiêu có thể bị coi là gây hiểu lầm với những người am hiểu trong ngành như nhà đầu tư, các tổ chức xếp hạng ESG và các NGO bảo vệ động vật. Con số này rất hữu ích trong việc giúp hiểu được bức tranh toàn cảnh nhưng lại không nói lên đầy đủ câu chuyện. Nếu doanh nghiệp đạt 100% tại châu Âu nhưng 0% tại châu Phi, về mặt kỹ thuật, tỷ lệ toàn cầu là 50%. Nếu không nói rõ bối cảnh, các bên liên quan sẽ khó mà hiểu được kế hoạch triển khai này đã thành công ở đâu và khu vực nào cần đầu tư thêm công sức.

• Tiến độ theo khu vực

Phần lớn các tập đoàn đa quốc gia đã phân chia hoạt động theo khu vực và có hệ thống theo dõi dữ liệu tương ứng. Các khu vực phổ biến gồm châu Phi, châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu (bao gồm Vương quốc Anh), Mỹ Latinh, Trung Đông, Bắc Mỹ (thường không tính Mexico) và châu Đại Dương. Báo cáo theo khu vực giúp các bên liên quan hiểu rõ hơn nơi nào đang làm tốt, nơi nào cần hỗ trợ thêm.

• Tiến độ theo quốc gia

Công bố dữ liệu theo từng quốc gia. Báo cáo ở cấp quốc gia là công cụ quan trọng để hỗ trợ các đối tác tiềm năng và bên cộng tác với công ty. Việc minh bạch dữ liệu này có thể thúc đẩy hợp tác với các nhà sản xuất, nhà phân phối, chuyên gia tư vấn phúc lợi động vật, v.v. Khi tất cả các bên có thể thấy được công ty đang làm tốt điều gì và gặp những khó khăn nào, công ty sẽ có cơ hội nhận được nguồn lực hỗ trợ từ bên ngoài.

Đối với công ty mẹ hoặc tập đoàn:

Tương tự như các doanh nghiệp đa quốc gia, các công ty mẹ hoặc tập đoàn cũng được kỳ vọng sẽ báo cáo tiến độ theo từng thương hiệu ở mọi cấp độ liên quan (như trên), tùy vào quy mô hoạt động và số lượng quốc gia nơi tập đoàn đang hiện diện.

Báo cáo như thế nào?

Nội dung báo cáo trong báo cáo thường niên thường tương đồng với các mốc báo cáo của doanh nghiệp và có thể căn cứ theo kỳ kế toán tài chính hoặc năm dương lịch. Báo cáo này thông thường sẽ được tích hợp cùng báo cáo ESG mà công ty đang thực hiện định kỳ. Phần lớn công ty báo cáo hàng năm, tuy nhiên một số công ty chọn hình thức báo cáo 2 lần/năm, và có thể kết hợp truyền thông qua mạng xã hội để chúc mừng cột mốc đạt được bên cạnh báo cáo chính thức.

Humane World có thể hỗ trợ xem trước bản thảo báo cáo để đảm bảo sử dụng dữ liệu phù hợp và đồng bộ với tiêu chuẩn báo cáo theo chương trình, tổ chức quốc tế hoạt động trong lĩnh vực phúc lợi động vật. Việc phối hợp với đội ngũ truyền thông nội bộ để nhấn mạnh tiến độ đạt được trong thông cáo báo chí nhân dịp công bố báo cáo ESG cũng mang lại lợi ích đáng kể.

Các công ty có thể chọn báo cáo theo nhiều hình thức, bao gồm:

- Đăng tải tài liệu hoặc cập nhật tiến độ thực hiện theo tỷ lệ phần trăm trên website trong mục chính sách phúc lợi động vật của doanh nghiệp.
- Tích hợp tỷ lệ triển khai vào báo cáo phát triển bền vững hoặc ESG – nơi theo dõi các ưu tiên chính của công ty.
- Ra thông cáo báo chí để nhấn mạnh thành tựu trong tiến trình thực hiện mục tiêu của công ty. Thông cáo báo chí sẽ có giá trị truyền thông cao hơn nếu được công bố cùng việc đạt được một cột mốc lớn, ra mắt dòng sản phẩm mới hoặc hoàn tất triển khai tại một quốc gia hay khu vực cụ thể.

Hộp văn bản 7

Nếu công ty chưa đạt tiến độ đáng kể thì sao?

Hãy thành thật trong báo cáo và trình bày kế hoạch cụ thể để đưa quá trình triển khai trở lại đúng hướng. Công ty có thể chia sẻ những ví dụ thực tế để công chúng hiểu rõ hơn về những khó khăn đang gặp phải, đồng thời đưa ra lộ trình khả thi cho bước tiếp theo. Ví dụ, công ty có thể nhấn mạnh việc đã bắt đầu hợp tác với một nhà sản xuất theo mô hình không nhốt lồng mới, hoặc đang liên kết nhu cầu mua hàng với các công ty khác để tạo nhu cầu đủ lớn, hay đầu tư hỗ trợ trực tiếp cho quá trình chuyển đổi tại trang trại. Nếu công ty không công bố bất kỳ tiến độ nào, công chúng rất dễ nghi ngờ rằng phúc lợi động vật không phải là ưu tiên của doanh nghiệp.

Hộp văn bản 9





Những quan ngại phổ biến

Chi phí

Để thực hiện cam kết về phúc lợi động vật, doanh nghiệp cần dự trù tăng ngân sách cho bộ phận thu mua, nhất là trong giai đoạn chuyển đổi dần sang trứng gà và thịt heo nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể. Chi phí có thể tăng nhẹ, nhất là ở giai đoạn triển khai ban đầu, do vốn đầu tư chuyển đổi trang trại ban đầu và bởi việc cung cấp thêm không gian sống cho động vật đồng nghĩa với số lượng vật nuôi trên đơn vị diện tích chuồng trại có thể giảm. Để bù đắp cho sự tăng chi phí này, các doanh nghiệp đã áp dụng nhiều chiến lược khác nhau.

Khảo sát liên tục cho thấy phần lớn người tiêu dùng quan tâm đến phúc lợi động vật và sẵn sàng chi trả thêm cho trứng gà nuôi không nhốt lồng (xem Hộp thông tin 6). Do vậy, một số công ty đã chuyển phần chi phí tăng nhẹ sang người tiêu dùng và kết hợp với chiến lược marketing nhằm đến nhóm khách hàng có ý thức xã hội cao. Mức tăng thường không đáng kể, vì khách hàng chỉ mua một lượng nhỏ trong mỗi lần mua sắm, trong một sản phẩm hoặc trong một lần ăn uống tại nhà hàng. Nhưng phần tăng giá bán lẻ cần thiết lập ở mức tối thiểu, đặc biệt là với các nhà bán lẻ.

Một số doanh nghiệp chọn giữ giá trứng gà nuôi không nhốt lồng ngang với trứng gà nuôi lồng truyền thống, đồng thời giáo dục người tiêu dùng về sự khác biệt để tăng mức độ nhận diện thương hiệu. Một số nhà bán lẻ xem phúc lợi động vật là giá trị xã hội chung và giữ nguyên giá bán sản phẩm đảm bảo phúc lợi động vật, đồng thời tăng giá bán lẻ các mặt hàng cao cấp khác để bù đắp. Một số công ty có cách tiếp cận sáng tạo để bù đắp phần phát sinh chi phí tạm thời này đồng thời đóng góp vào các mục tiêu phát triển bền vững bằng cách điều chỉnh công thức sản phẩm để sử dụng ít trứng và/hoặc thịt heo hơn hoặc thay thế một phần bằng nguyên liệu có nguồn gốc thực vật.

Đáp ứng nhu cầu cung ứng

Các tập đoàn lớn, đặc biệt là các công ty đa quốc gia thu mua hàng triệu quả trứng tươi hoặc trứng chế biến mỗi năm, cần ưu tiên việc tìm nguồn cung ổn định để đáp ứng cam kết chăn nuôi không nhốt lồng. Tin tốt là các công ty lớn có sức ảnh hưởng đáng kể đối với nhà sản xuất, những đơn vị luôn có lợi ích kinh doanh khi tiếp tục duy trì cung cấp cho công ty. Người mua với sản lượng lớn có thể thuyết phục, hợp tác và hỗ trợ nhà sản xuất trong việc loại bỏ lồng nhốt/cũi cá thể và chuyển sang mô hình chăn nuôi có phúc lợi cao hơn. Tuy quá trình này đòi hỏi nhiều thời gian và cần đối thoại liên tục, nhưng bù lại sẽ tạo ra mối quan hệ kinh doanh bền vững hơn và hai bên có thể thống nhất một lộ trình chuyển đổi phù hợp, dù là với sản phẩm trứng gà hay thịt heo nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể (xem Hộp thông tin 4).

Ngược lại, các công ty nhỏ hơn có thể cảm thấy khó đủ sức ảnh hưởng để thuyết phục nhà sản xuất thay đổi hoặc khó yêu cầu nhà cung cấp cung ứng sản phẩm chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể. Trong trường hợp đó, phương án hiệu quả hơn có thể là chuyển sang một nhà cung cấp khác. Humane World có thể hỗ trợ tìm kiếm nhà sản xuất chính phù hợp hơn với nhu cầu sản lượng hoặc có tiềm năng mở rộng để đáp ứng nhu cầu (xem Phụ lục 1). Humane World cũng có thể tạo điều kiện hợp tác giữa nhiều công ty để gộp chung nhu cầu thu mua, cho phép họ sử dụng một nhà sản xuất chính để cung cấp cho tất cả doanh nghiệp cùng tham gia. Sáng kiến này cũng có thể áp dụng với thịt heo không dùng cũi cá thể.



Kết luận

Phúc lợi động vật chưa bao giờ là một mối quan tâm lớn đối với doanh nghiệp như hiện nay. Khi nhận thức của người tiêu dùng tăng lên, nhu cầu tiêu dùng cũng tăng theo. Hiện nay, hơn 2.000 công ty thực phẩm lớn trên thế giới – bao gồm McDonald's, Marriott International, Conagra, Compass Group và Aramark đã cam kết loại bỏ trứng và/hoặc thịt heo từ mô hình chăn nuôi nhốt lồng/cũi cá thể khỏi chuỗi cung ứng. Từ năm 2023, Cẩm nang do Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) biên soạn chính thức kêu gọi doanh nghiệp tôn trọng các tiêu chuẩn phúc lợi động vật.⁶

Chính sách công hiện đang dần theo kịp mong muốn của công chúng trong việc cải thiện phúc lợi cho động vật trang trại.

Liên minh châu Âu, Vương quốc Anh, Úc, Bhutan, Na Uy, Thụy Sĩ và 11 bang tại Hoa Kỳ đã cấm hoặc đang trong quá trình loại bỏ lồng nhốt. Trên toàn cầu, cũng đang có nhiều nỗ lực nhằm chấm dứt việc sử dụng chuồng cải tiến trên gà đẻ – vốn được xem là giải pháp nửa vời và thiếu tầm nhìn. Ngày càng có nhiều tổ chức tài chính lớn trên thế giới điều chỉnh chính sách cho vay, với mục tiêu chấm dứt các hình thức gây đau đớn nhất trong ngành nông nghiệp chăn nuôi. Doanh nghiệp nên chuẩn bị tâm thế rằng chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể sẽ trở thành tiêu chuẩn chung. Việc chuyển đổi sang hệ thống không nhốt lồng/cũi cá thể đòi hỏi thời gian và sự quan tâm đúng mức, nhưng mang lại ý nghĩa to lớn cho hàng tỷ vật nuôi và bây giờ chính là thời điểm thích hợp để hành động.

Giới thiệu về Humane World for Animals, trước đây gọi là Humane Society International

Trong hơn 70 năm qua, Humane World for Animals, trước đây là Humane Society of the United States và Humane Society International, đã hoạt động trên toàn cầu với sứ mệnh giải quyết tận gốc nguyên nhân gây ra sự ngược đãi và đau đớn cho động vật, từ đó tạo nên sự thay đổi lâu dài và bền vững. Với mục tiêu tạo tác động lớn nhất có thể trên phạm vi toàn cầu, chúng tôi nỗ lực hiện thực hóa tầm nhìn theo đúng chính tên gọi: một thế giới nhân đạo hơn.

Hiện nay, với sự ủng hộ từ hàng triệu người trên khắp thế giới và hoạt động tại hơn 50 quốc gia, chúng tôi tập trung vào những hình thức ngược đãi có tính lan rộng và nghiêm trọng nhất, thông qua việc giải quyết những vấn đề lớn nhất và xây dựng giải pháp lâu dài để tạo ra sự thay đổi bền vững. Chúng tôi nhắm tới giải quyết tận gốc nguyên nhân gây ra sự ngược đãi động vật bằng cách chuyển đổi hành vi và thúc đẩy thay đổi chính sách, tạo ra sự thay đổi ở quy mô lớn. Chúng tôi hợp tác xuyên biên giới, kết hợp nhiều chuyên môn và lĩnh vực để giải quyết những vấn đề phức tạp nhất và luôn hành động với sự thấu cảm và tinh thần cởi mở. Là tiếng nói tiên phong trong lĩnh vực bảo vệ động vật, chúng tôi nỗ lực chấm dứt những thực hành tàn nhẫn nhất, cứu trợ động vật trong tình huống khẩn cấp, và xây dựng một phong trào bảo vệ động vật vững mạnh trên toàn cầu.

Chương trình Phúc lợi và Bảo vệ Động vật chăn nuôi của Humane World for Animals hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình xây dựng chính sách phúc lợi động vật và thực hiện các tiêu chuẩn phúc lợi động vật trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Vui lòng liên hệ chúng tôi qua địa chỉ:

Farmanimals@humaneworld.org



Phụ lục

Phụ lục 1: Các công cụ hỗ trợ từ Humane World for Animals

Hỗ trợ Doanh nghiệp xây dựng cam kết/chính sách

Chúng tôi đồng hành không tính phí cho các doanh nghiệp trong quá trình xây dựng, triển khai và truyền thông các chính sách và cam kết về phúc lợi động vật, thông qua các hình thức sau:

- Tư vấn 1:1 và nhóm nhỏ.
- Các buổi đào tạo nội bộ được thiết kế riêng cho từng doanh nghiệp.
- Hội thảo trực tuyến.
- Kế hoạch chuyển đổi phù hợp với nhu cầu cụ thể của doanh nghiệp.
- Tổ chức sự kiện bàn tròn hoặc phiên chia sẻ giữa các doanh nghiệp (trực tuyến hoặc trực tiếp).
- Kết nối với các chương trình chứng nhận phúc lợi động vật và hướng dẫn thực hiện.
- Cung cấp thông tin và đầu mối liên hệ về các hình thức tài chính xanh.
- Tổ chức hội thảo chuyên sâu theo yêu cầu.
- Tham quan thực tế các trang trại chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể.
- Cập nhật định kỳ về phong trào chăn nuôi không nhốt lồng trên toàn cầu.
- Hỗ trợ soạn thảo thông cáo báo chí và bài đăng truyền thông xã hội để kỷ niệm các cột mốc quan trọng như chính thức công bố cam kết hoặc hoàn thành 100% mục tiêu triển khai.

Hỗ trợ làm việc với nhà sản xuất

Humane World for Animals có thể hỗ trợ doanh nghiệp và nhà sản xuất bằng các hình thức sau:

- Tư vấn kỹ thuật và hỗ trợ chuyên môn.
- Danh sách nhà sản xuất theo mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể theo từng quốc gia.
- Tài liệu hướng dẫn quản lý và bảng thông tin nhanh.
- Tư vấn trực tiếp với nhà sản xuất.
- Kết nối với các chương trình chứng nhận phúc lợi động vật và hướng dẫn thực hiện.
- Tổ chức hội thảo kỹ thuật và đào tạo cho nhà sản xuất.
- Tham quan thực tế các trang trại chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể.
- Chia sẻ kinh nghiệm giữa các nhà sản xuất.

Hỗ trợ marketing và kết nối khách hàng

Chúng tôi hỗ trợ doanh nghiệp tăng cường hiệu quả trong việc kết nối với khách hàng thông qua:

- Tư vấn 1:1 cho nhân sự công ty, nhà sản xuất và đối tác liên quan.
- Ví dụ thực tế và hình ảnh minh họa trong hoạt động marketing.
- Tài liệu giáo dục các chiến dịch nâng cao nhận thức người tiêu dùng.

Nếu doanh nghiệp cần hỗ trợ ngoài những hạng mục nêu trên, hãy liên hệ với chúng tôi. Mục tiêu của tổ chức là cải thiện phúc lợi cho động vật trong chăn nuôi và Humane World for Animals sẽ hỗ trợ theo mọi cách cần thiết. Vui lòng liên hệ chúng tôi qua địa chỉ: Farmanimals@humaneworld.org

Phụ lục 2: Các chương trình chứng nhận phúc lợi động vật

Không phải mọi nhà sản xuất theo mô hình không nhốt lồng/cũi cá thể đều có chứng nhận, nhưng nhiều doanh nghiệp vẫn ưu tiên lựa chọn các nhà sản xuất đã được chứng nhận bởi một chương trình có tiêu chuẩn phúc lợi toàn diện, nhằm đảm bảo mức độ phúc lợi cao nhất có thể. Một chương trình chứng nhận phúc lợi động vật đáng tin cậy sẽ không chỉ xác nhận rằng trứng hoặc thịt heo đến từ cơ sở chăn nuôi không nhốt lồng, mà còn tuân thủ nhiều điều kiện khác, mang lại tiêu chuẩn cao hơn về chất lượng sống của gà mái và heo nái. Các chương trình chứng nhận liên quan đến an toàn thực phẩm hoặc chất lượng sản phẩm thường không bao gồm yếu tố phúc lợi động vật.

Hiện có hai chương trình chứng nhận phúc lợi động vật toàn cầu với các tiêu chuẩn rõ ràng và ý nghĩa thực tiễn. Ngoài ra, còn có một số chương trình đáng chú ý khác hoạt động tại châu Âu, Brazil, Hoa Kỳ và Úc.

Có thể kể đến:

- **Global Animal Partnership (Animal Welfare Certified)**

[Website link](#)

Hoạt động toàn cầu

- **Humane Farm Animal Care (Certified Humane)**

[Website link](#)

Hoạt động toàn cầu

- **RSPCA Assured**

[Website link](#)

Hoạt động tại châu Âu

- **Beter Leven**

[Website link](#)

Hoạt động tại châu Âu

- **A Greener World (Animal Welfare Approved)**

[Website link](#)

Hoạt động tại Hoa Kỳ

- **Produtor do Bem**

[Website link](#)

Hoạt động tại Brazil

Phụ lục 3: Danh sách tài liệu do Humane World for Animals biên soạn và phát hành

- **Cẩm nang nuôi gà để công nghiệp theo phương pháp không nhốt lồng** – Cung cấp thông tin quản lý chi tiết và thiết kế chuồng trại không nhốt lồng phù hợp khí hậu nhiệt đới
- **10 bước để chuyển đổi thành công sang mô hình chăn nuôi không nhốt lồng** – Công cụ hỗ trợ doanh nghiệp làm việc với nhà cung cấp trong quá trình chuyển đổi
- **Thương mại hóa hệ thống nuôi heo nái theo nhóm từ đầu thai kỳ** – Tổng hợp đầy đủ dữ liệu khoa học và kinh nghiệm ngành về mô hình nuôi heo nái không dùng cũi cá thể
- **Khảo sát kinh tế đối với nhà sản xuất: Hướng dẫn dành cho doanh nghiệp đang tìm nguồn trứng gà nuôi không nhốt lồng** – Khảo sát các nhà sản xuất theo mô hình mô hình trứng gà nuôi không nhốt lồng tại châu Á và Mỹ Latinh
- **Hệ thống chuồng kết hợp cho gà mái đẻ trứng** – Tóm tắt ngắn gọn về các vấn đề liên quan đến hệ thống chuồng kết hợp
- **Các vấn đề phúc lợi với chuồng cải tiến cho gà mái đẻ** – Sách trắng toàn diện đánh giá khoa học về chuồng cải tiến cùng bản tóm tắt đi kèm
- **Tăng cường kích thích môi trường cho heo nuôi công nghiệp** – Hướng dẫn dành cho nhà sản xuất nhằm cải thiện điều kiện chuồng nuôi heo nái theo nhóm và cơ sở chăn nuôi heo khác
- **Norsk Kylling: Nghiên cứu điển hình về tương lai ngành chăn nuôi gà thịt** – Câu chuyện về nhà sản xuất thịt gà đạt tất cả yêu cầu theo cam kết Better Chicken Commitment
- **Cẩm nang tránh “tẩy trắng nhân đạo”** – Tài liệu hỗ trợ các tổ chức tài chính đánh giá tính minh bạch trong các chính sách phúc lợi động vật của doanh nghiệp
- **Danh sách nhà sản xuất trứng theo mô hình không nhốt lồng theo từng quốc gia**

Tất cả các tài liệu đều có thể cung cấp từ Humane World for Animals khi có yêu cầu.

Phụ lục 4: Ví dụ chương trình diễn đàn/sự kiện hợp với nhà cung cấp/nhà sản xuất

Để đảm bảo cuộc trao đổi về các yêu cầu của doanh nghiệp mang tính định hướng rõ ràng, đồng thời thiết lập nền tảng cho sự hợp tác lâu dài, doanh nghiệp có thể mời các nhà cung cấp hiện tại và tiềm năng, cùng với các nhà sản xuất chính tham gia một sự kiện để cung cấp thông tin. Sự kiện này là cơ hội để công bố cam kết của công ty và chia sẻ nhu cầu và kỳ vọng trong việc tìm nguồn cung phù hợp. Đây cũng là diễn đàn/sự kiện để các bên liên quan lắng nghe trực tiếp từ doanh nghiệp về lý do cam kết này gắn liền với mục tiêu phát triển bền vững hoặc tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm.

Chương Trình Làm Việc

Thời Gian	Hoạt Động
9h00–9h15	Lời chào mừng
9h15–9h30	Giới thiệu tổng quan về CÔNG TY và các giá trị cốt lõi
9h30–10h00	Giới thiệu chính sách thu mua của CÔNG TY
10h00–10h20	Bài thuyết trình từ Humane World for Animals về tầm quan trọng của phúc lợi động vật trong nông nghiệp và vì sao cần chuyển sang mô hình chăn nuôi không nhốt lồng/cũi cá thể
10h20–10h40	Bài chia sẻ từ hiệp hội nhà sản xuất theo mô hình không nhốt lồng hoặc chương trình chứng nhận địa phương
10h40–11h00	Nghỉ giải lao
11h00–11h30	Hỏi đáp về chính sách thu mua
11h30–12h00	Tham quan thực địa (ví dụ: nhà máy, cửa hàng, khu vực bếp ăn, trang trại sản xuất, v.v. do CÔNG TY tổ chức)
12h00–13h00	Ăn trưa & giao lưu kết nối
13h00–13h15	Tổng kết & kết thúc





Tài liệu tham khảo

1. Shipov A, Sharir A, Zelzer E, Milgram J, Monsonogo-Ornan E, and Shahar R. 2010. The influence of severe prolonged exercise restriction on the mechanical and structural properties of bone in an avian model. The Veterinary Journal 183:153-160.
2. Broom DM, Mendl MT, and Zanella AJ. 1995. A comparison of the welfare of sows in different housing conditions. Animal Science 61:369-385.
3. Marchant JN and Broom DM. 1996. Effects of dry sow housing conditions on muscle weight and bone strength. Animal Science 62:105-113.
4. United Egg Producers. 2024. 2025 Cage Housing UEP Animal Welfare Guidelines for U.S. Egg Laying Flocks <https://uepcertified.com/wp-content/uploads/2024/02/2025-UEP-Cage-Guidelines-Final.pdf>. Đã thẩm định ngày 28 tháng 5 năm 2024.
5. Sinclair M., Lee NYP, Hötzel MJ. 2022. Consumer attitudes toward egg production systems and hen welfare across the world. Frontiers in Animal Science 3:995430.
6. OECD. 2023. OECD Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/81f92357-en>. Đã thẩm định ngày 17 tháng 1 năm 2025.

Sứ mệnh của chúng tôi

Cùng nhau, chúng tôi giải quyết tận gốc
nguyên nhân gây ra sự ngược đãi và đau đớn
cho động vật, từ đó tạo nên sự thay đổi lâu dài và bền vững.



**Humane
World for
Animals™**

humaneworld.org

©2025 HUMANE WORLD FOR ANIMALS, ALL RIGHTS RESERVED.

Cover: Pancake Pictures/Getty Images; Page 2: Budimir Jevtic/Alamy Stock Photo; Page 4: View Stock/Getty Images; Page 6: SimonSkafar/Getty Images; Page 8: Andrew Skowron/We Animals;
Page 9: DPA Picture/Alamy Stock Photo; Page 10: Jo-Anne McArthur/We Animals Media; Page 12: Vivian Arguelles/Humane World for Animals; Cavan Images/Getty Images;
Page 13: Andrew Skowron/We Animals; Sara Shields/Humane World for Animals; Page 14: Dinh Tien Nhat/V.Food Viet Nam; David Paul Morris/For Humane World for Animals; Jenny Brown/Humane World for Animals;
Page 15: Jo-Anne McArthur; Stefano Belacchi/Essere Animali/We Animals Media; Page 16: agrarfoto.com/Alamy Stock Photo; Page 17: Michelle Riley/Humane World for Animals;
Page 20: Photographer and Illustrator/Getty Images; Page 21: Jo-Anne McArthur/We Animals Media; Page 22: Hang Le/Humane World for Animals; Page 25: Bloomberg Creative/Getty Images;
Page 26: Alexandra Jursova/Getty Images; Page 28: lightpoet viktorcap@gmail.com/Adobe Stock; Page 30: Cavan Images/Getty Images;
Page 33: David Paul Morris/For Humane World for Animals; Page 34: Irina Kashparenko/Getty Images