

SUSTAINABILITY
& ETHICAL BUYING

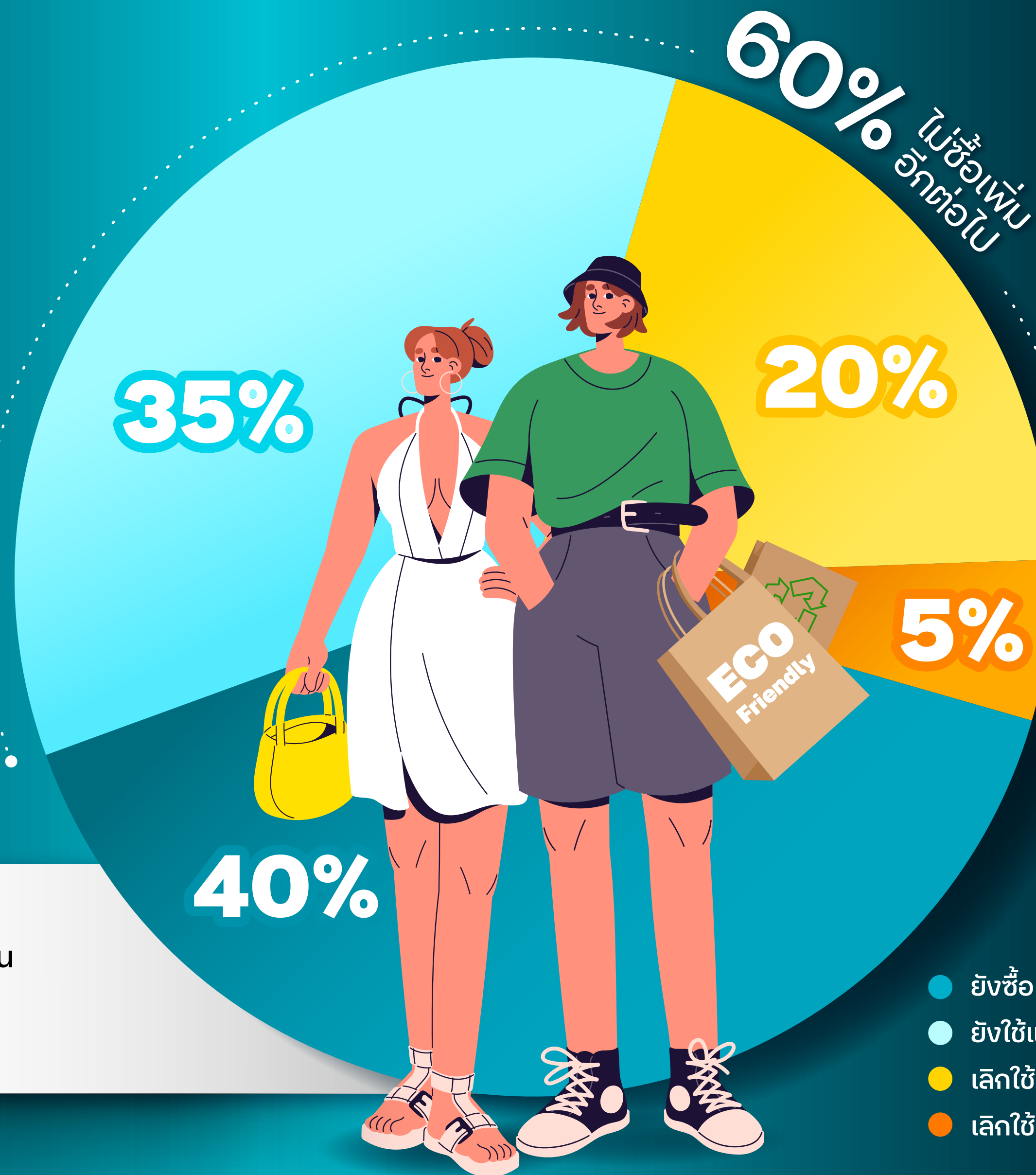
Total N = 412

แบรนด์ดี
ก็มีสิทธิ์

โดนแบน

ถ้าไม่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และจริยธรรม

ผลสำรวจเผย คนไทย **60%** แม้จะเป็นแบรนด์ที่ชอบ แต่หากมีข่าว
แง่ลบไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อม หรือ ด้านจริยธรรม อาทิ การใช้แรงงาน
ที่ไม่เป็นธรรม ก็พร้อม "แบน" ไม่อุดหนุนอีกต่อไป โดยมี **25%** ที่จะยุติ
การใช้ในปัจจุบันทันที และ **5%** ที่พร้อมบอกต่อให้คนอื่นเลิกใช้ด้วย



- ยังซื้อ และใช้แบรนด์นั้นๆตามปกติ
- ยังใช้แบรนด์นั้นแต่ไม่ซื้อเพิ่มอีกต่อไป
- เลิกใช้ทันที และไม่ซื้อเพิ่ม
- เลิกใช้ทันทีและบอกต่อให้คนอื่นเลิกใช้

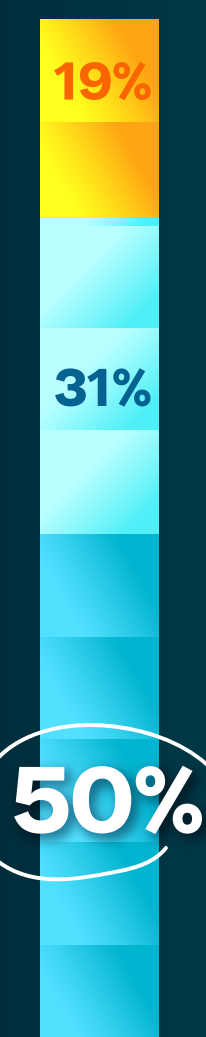
- ยังซื้อ และใช้แบรนด์นั้นๆตามปกติ
- ยังใช้แบรนด์นั้นแต่ไม่ซื้อเพิ่มอีกต่อไป
- เลิกใช้ทันที และไม่ซื้อเพิ่ม
- เลิกใช้ทันทีและบอกต่อให้คนอื่นเลิกใช้

Total N = 412

รุ่นๆจนๆจเด็ด

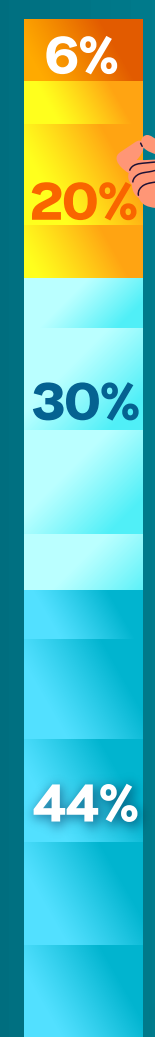
พร้อมแบบ ถ้าแบรนด์ไม่ Ethics

ยังซื้อ และ
ใช้แบรนด์นั้นๆ
ตามปกติ



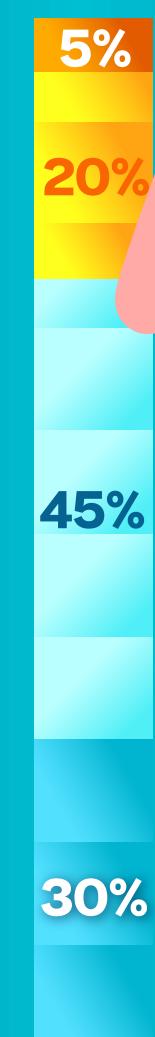
Gen Z

เกิดค.ศ. 1997 - 2012



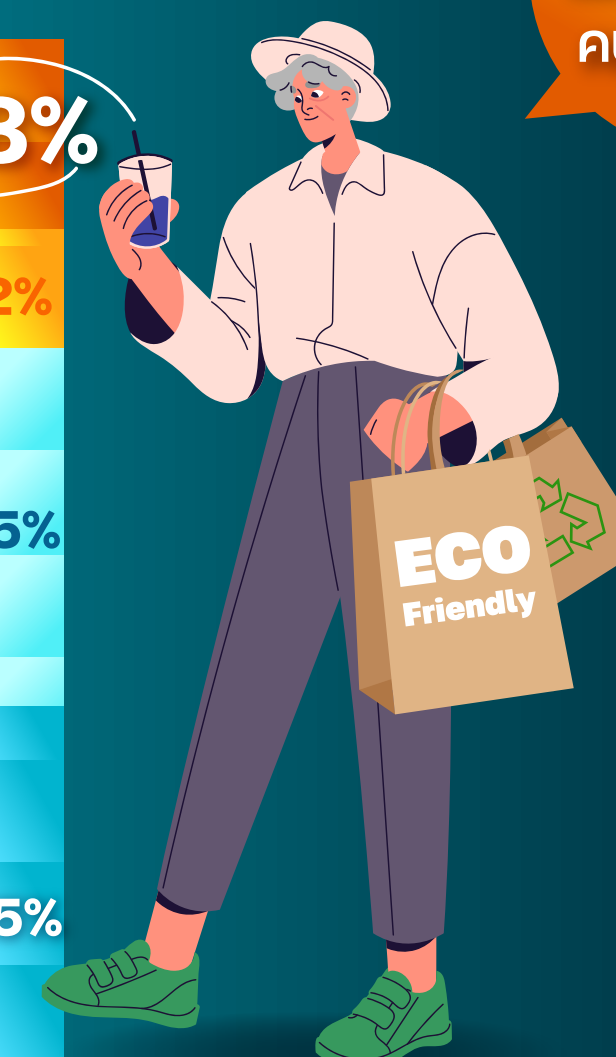
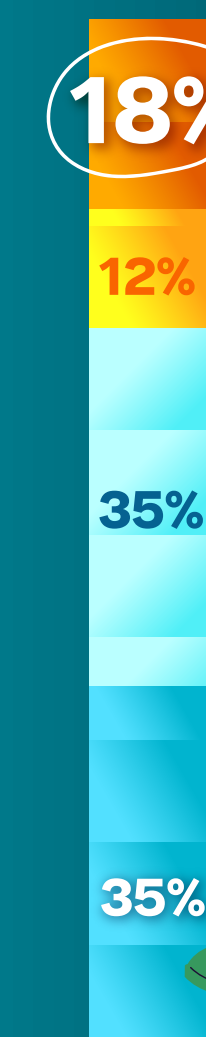
Gen Y

เกิดค.ศ. 1981 - 1996



Gen X

เกิดค.ศ. 1965 - 1980



BABY BOOMER

เกิดค.ศ. 1955 - 1964

เลิกใช้ทันที
และบอกต่อให้
คนอื่นเลิกใช้

แม้ในภาพรวมคนไทย **60%** พร้อมแบบโดยเฉพาะผู้ใหญ่วัยทำงาน และวัยเกษียณ แต่ Gen Z ไทย **50%** ยังคงสนับสนุนแบรนด์ต่อไปแม้มีข่าวแง่ลบ ด้านสิ่งแวดล้อม หรือ จริยธรรม เป็นที่น่าสนใจคือกลุ่ม Baby Boomer นั้นมีอัตราการบอกต่อให้เลิกใช้แบรนด์นั้นๆ ถึง **18%** สูงสุดเมื่อเทียบกับ Generation อื่นๆ

คนที่จะไม่ซื้อในอนาคต 60% (n = 246)

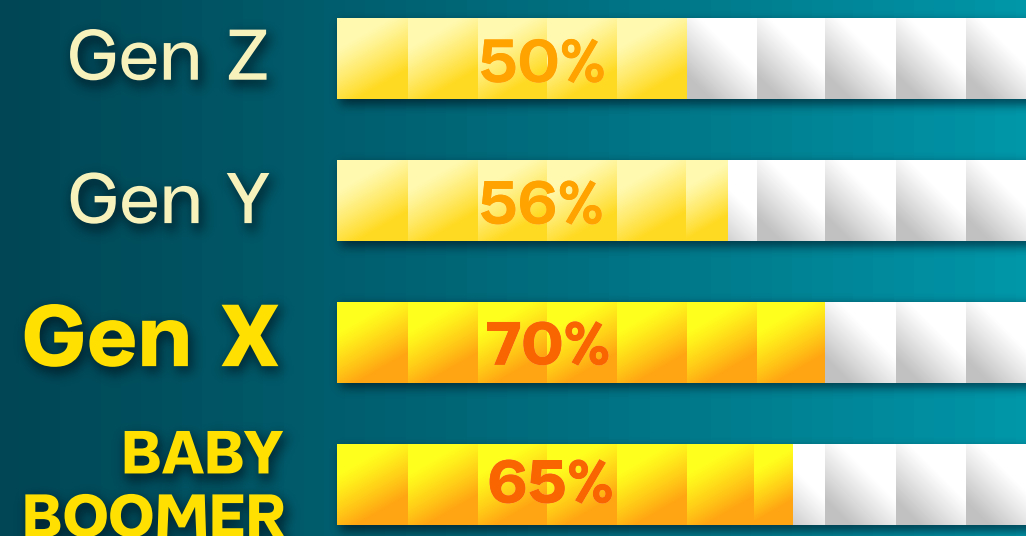
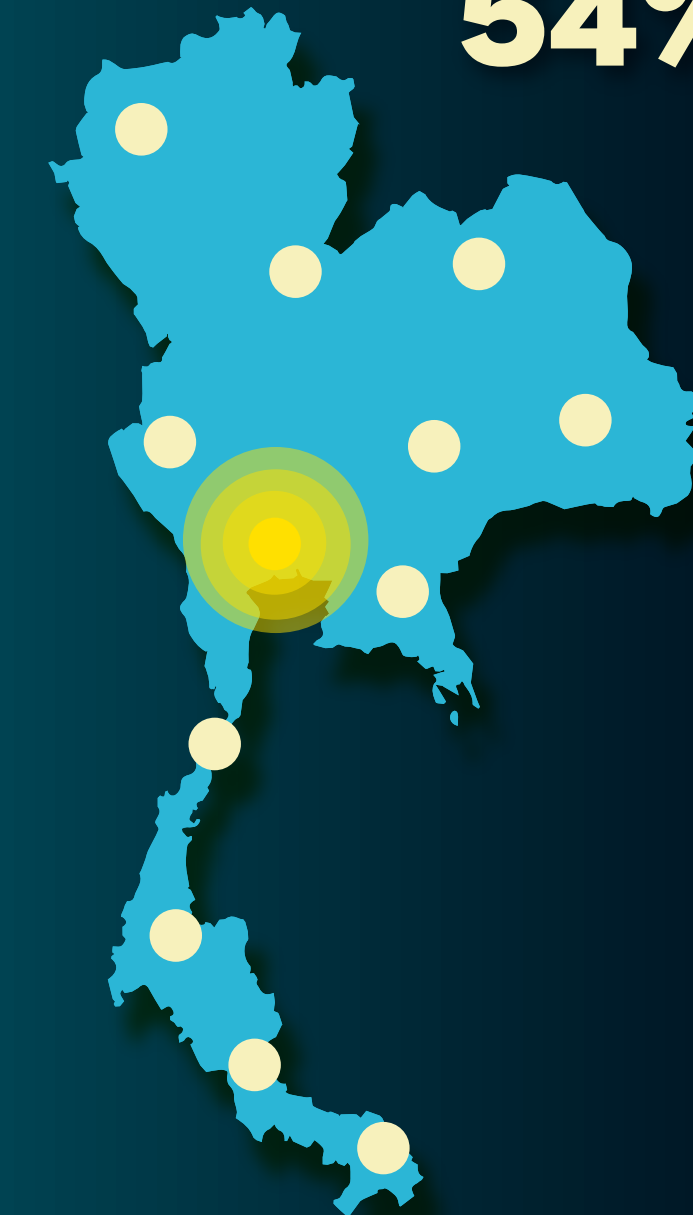
หญิง 59% ชาย 60%



เปิดพมดแพร้อม #แบบ

ถ้าแบรนด์ไม่มี Ethics

กรุงเทพ 67% ต่างจังหวัด 54%



ทั้งชายและหญิง มีแนวโน้มจะเลิกใช้แบรนด์ที่มีข่าวในแง่ลบในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ในขณะที่กลุ่มวัยทำงาน และวัยเกษียณ อย่าง **Gen X และ Baby Boomer** มีแนวโน้มจะเลิกใช้มากกว่า Gen ที่เด็กกว่า

ไม่ว่ารายได้ครัวเรือนระดับใดต่างก็เห็นว่า จะเลิกใช้หากแบรนด์นั้นมีข่าวในแง่ลบ แม้จะเป็นแบรนด์ที่ชอบก็ตาม **โดยเฉพาะผู้มีรายได้ครัวเรือนมากกว่า 100,000 บาท**

คนกรุงเทพฯ มีแนวโน้มเลิกใช้แบรนด์ ที่มีข่าวในแง่ลบ มากกว่าคนต่างจังหวัด