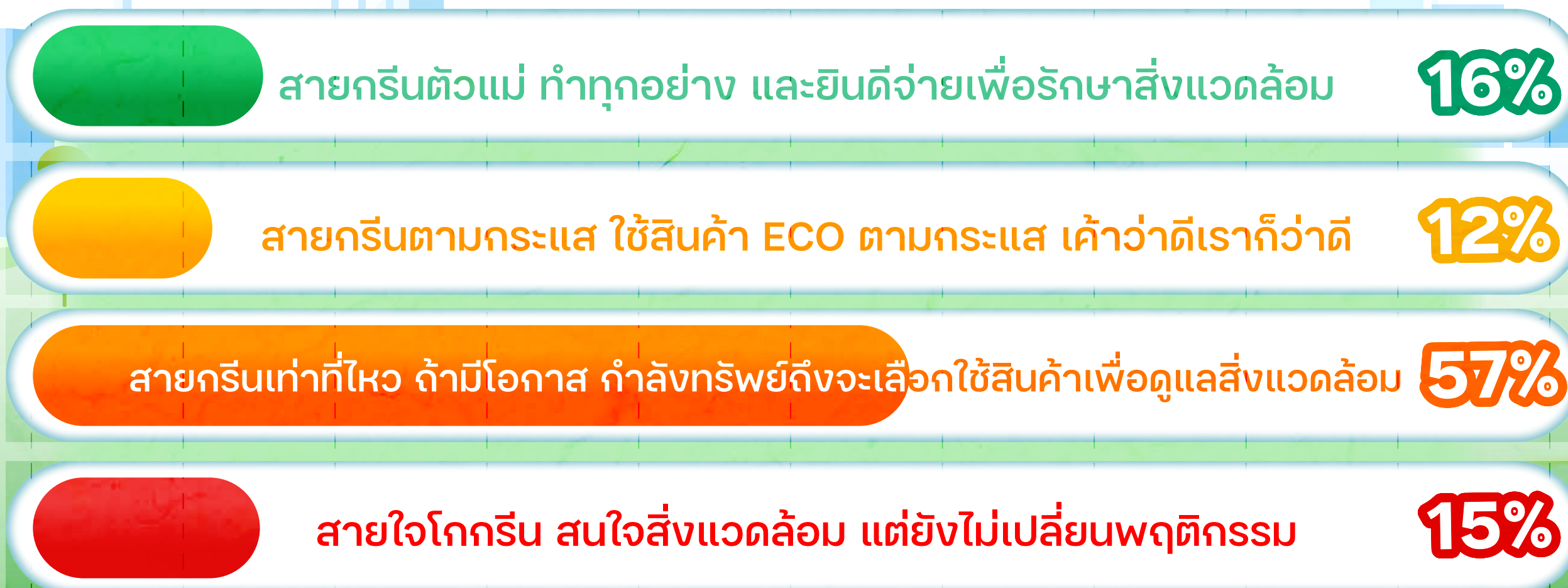


คุณเป็นสายกรีน รักโลก สไตล์ใด

คนไทยเพียง **16%**
เป็นสายกรีนตัวแม่
พร้อมจ่าย และทำเพื่อ
สิ่งแวดล้อมอย่างตั้งใจ

แต่ก็มีถึง **69%**
ที่ขอเป็นสายกรีน
บางโอกาสขึ้นอยู่กับ
กำลังทรัพย์และกระแส
เทรนด์ขณะนั้น

เปิดโผพฤติกรรมช้อปปิ้งเพื่อโลก คนไทยหัวใจสีเขียว

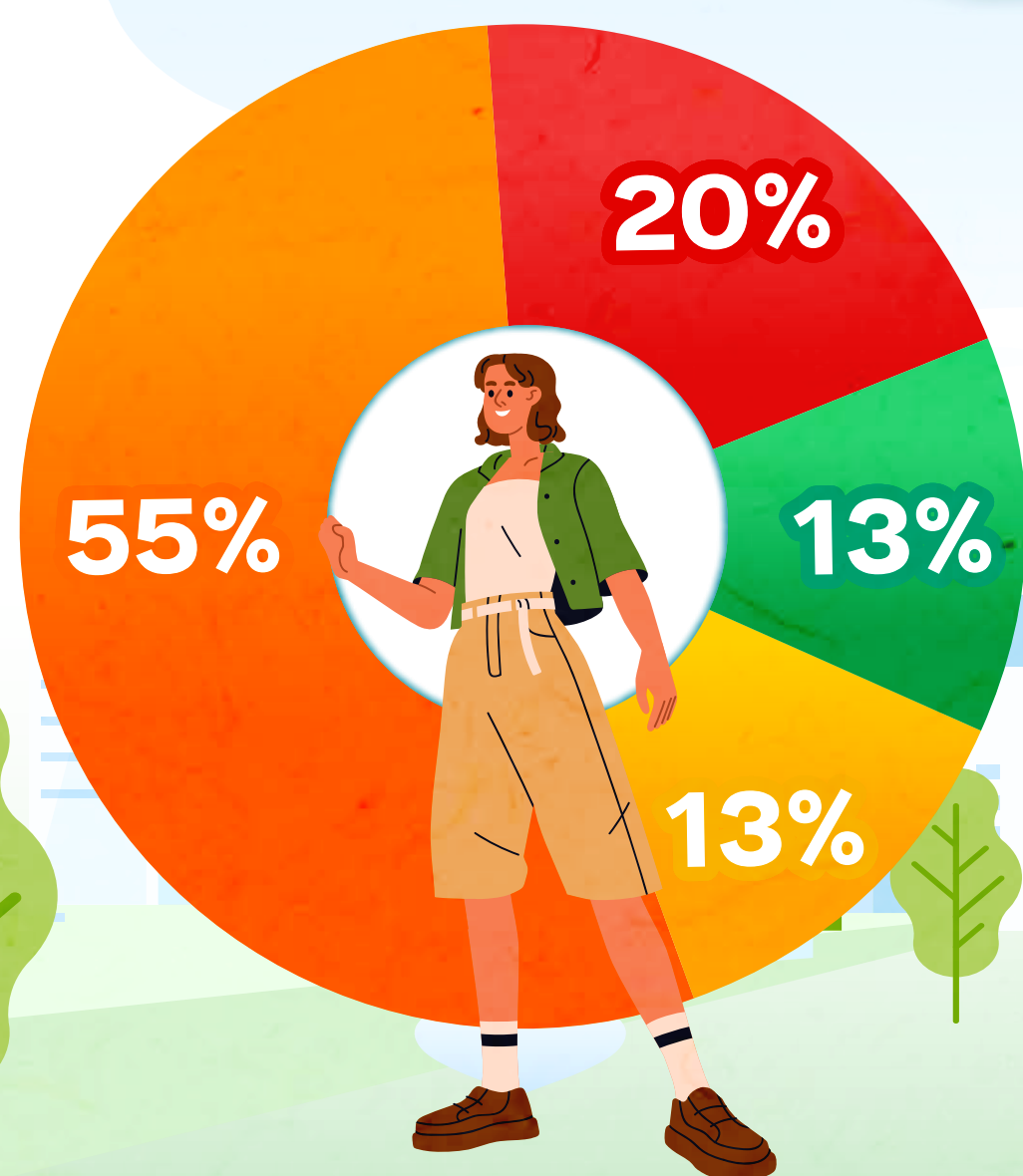


69%

- สายกรีนตัวแม่
- สายกรีนตามกระแส
- สายกรีนเท่าที่ไหว
- สายใจโทกรีน

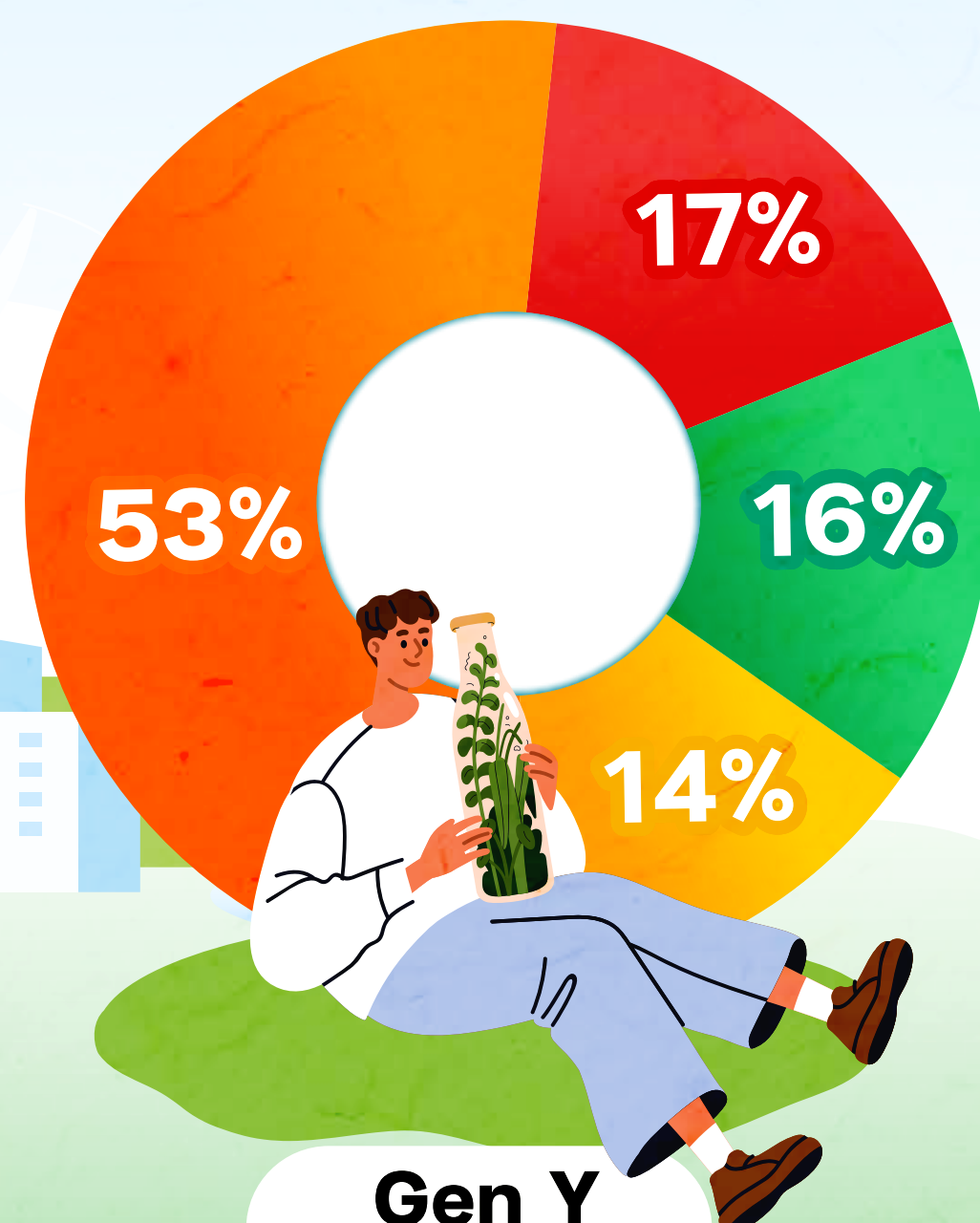
เปิดไฟพฤติกรรม
ซื้อเพื่อโลก จาก
Baby Boomers
ถึง Gen Z!

Gen ไทเขม Green สุด !!



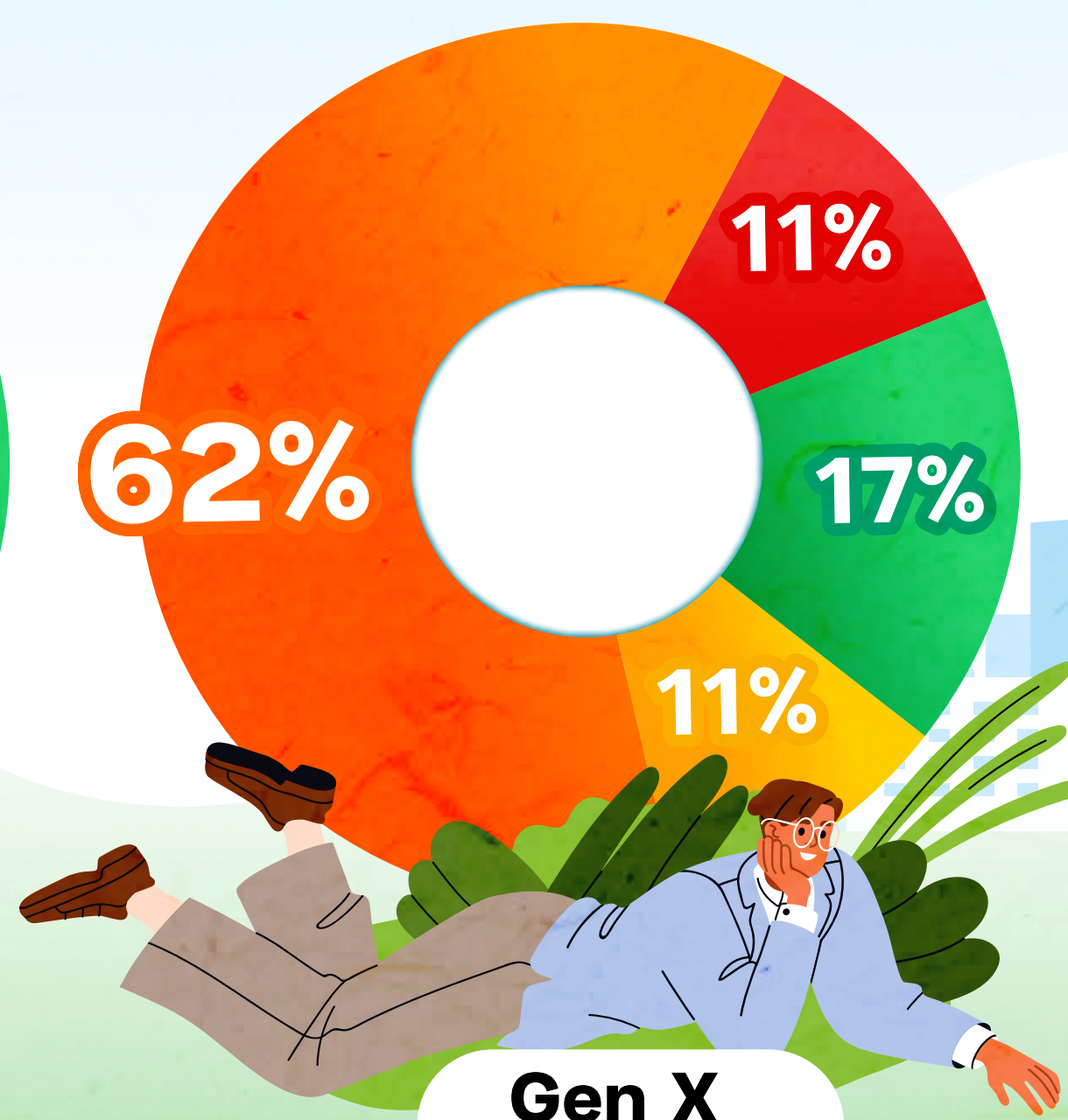
Gen Z

เกิดค.ศ. 1997 - 2012



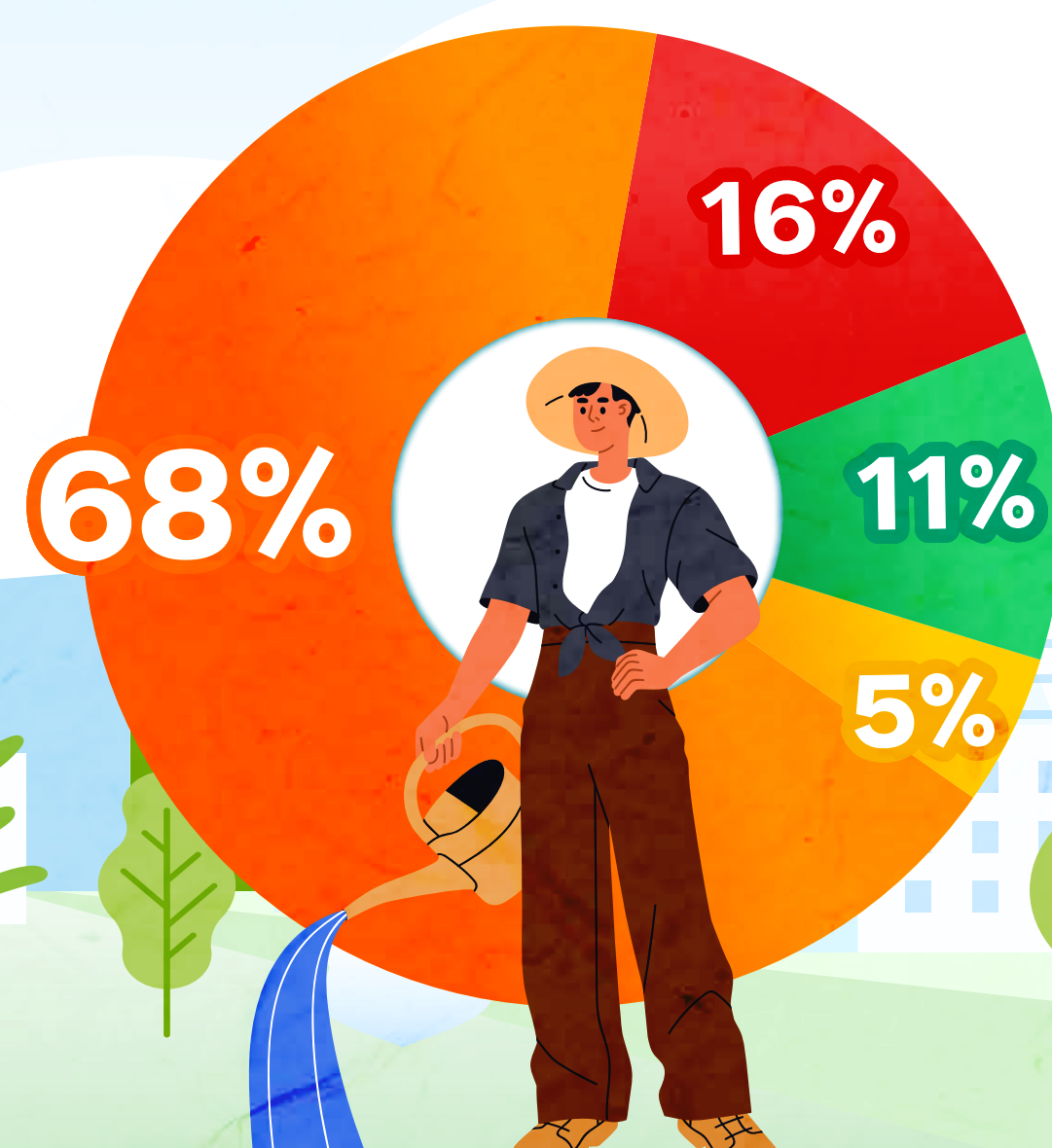
Gen Y

เกิดค.ศ. 1981 - 1996



Gen X

เกิดค.ศ. 1965 - 1980



BABY BOOMER

เกิดค.ศ. 1955 - 1964

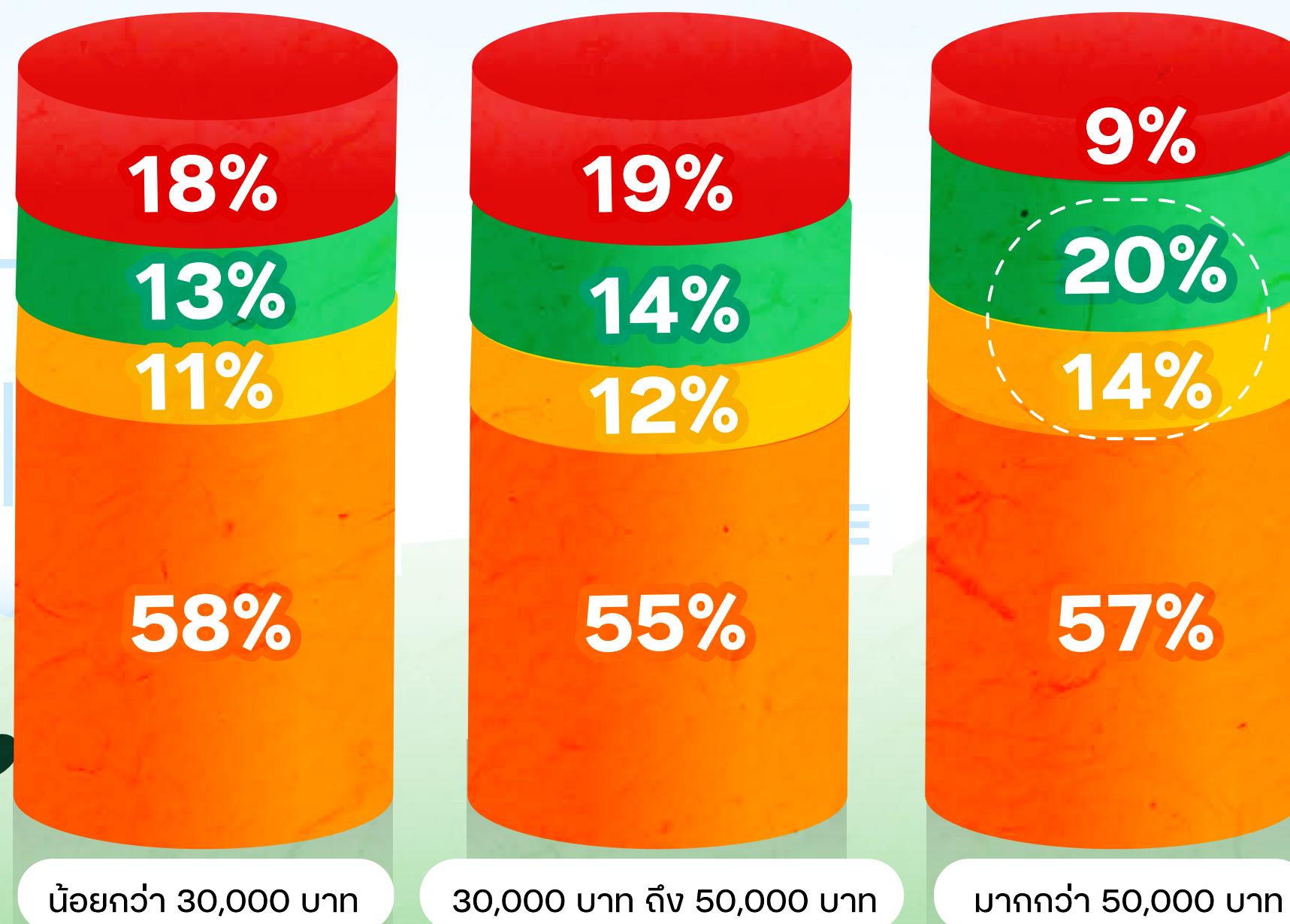
หากแบ่งพฤติกรรมตาม Generation พบว่า ทุกกลุ่มล้วนสนใจง่ายเพื่อสินค้าที่สนับสนุนการรักโลกหากมีโอกาส และกำลังทรัพย์ โดยกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ค่อนข้างเป็นกลุ่มใหญ่ที่พร้อมสนับสนุนมากที่สุดเมื่อเทียบกับ Gen ที่อายุน้อยกว่า

- สายกรีนตัวแม่
- สายกรีนตามกระแส
- สายกรีนเท่าที่ไหว
- สายใจโทกรีน

จะเป็น “สายกรีน”⁹⁹ ต้องมั่งทั้งใจรักชโลก และกระเป๋าหนัก

เงินทองของมามา แต่...

รายได้ครัวเรือน



ครัวเรือนที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท พร้อมจ่ายแพงขึ้นเพื่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสายกรีนตัวแม่ หรือ กลุ่มกรีนตามกระแส
สิ่งนี้สะท้อนว่าความพร้อมทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญมากอย่างหนึ่งในการสร้างพฤติกรรมบริโภคชโลก