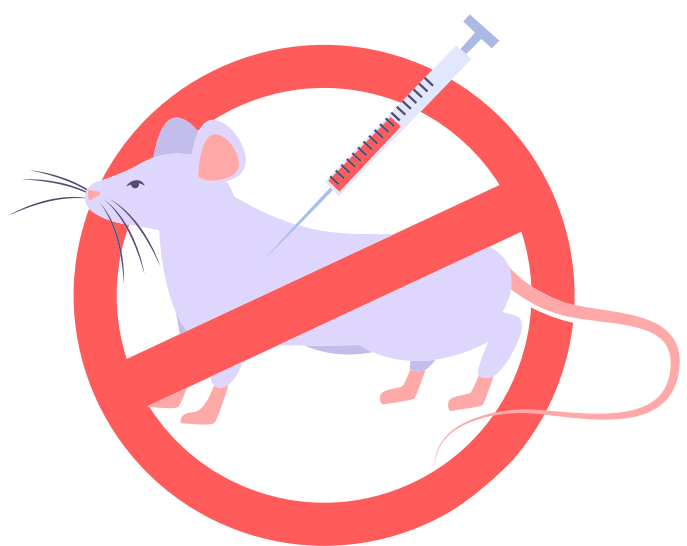
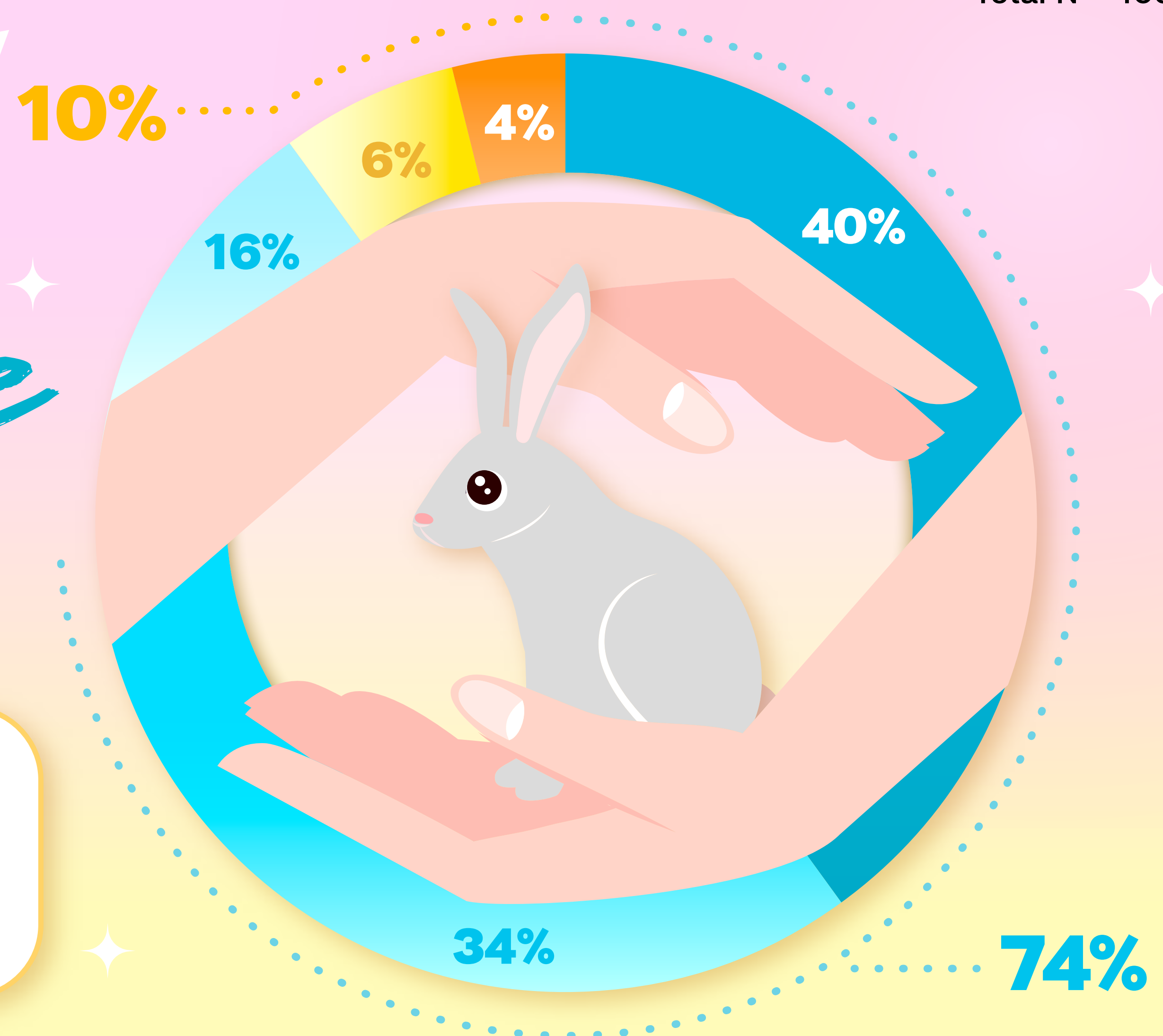


- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่มีความปลอดภัยกับผู้ใช้
- ค่อนข้างไม่เห็นด้วย ทำให้เกิดความกังวลในการใช้
- เฉยๆ
- เห็นด้วย สนับสนุนไม่ให้เกิดทดลองกับสัตว์
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง สนับสนุนและซื้อมาใช้

ผลิตภัณฑ์  
**Cruelty-Free**  
**คว่ำหวงใจคนไทย**

พร้อมแนวโน้มซื้อมาใช้สูง!



เกือบ 3 ใน 4 ของคนไทย เห็นด้วยกับการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือเครื่องสำอางที่ไม่ทดลองกับสัตว์ (Cruelty-Free) และพร้อมสนับสนุนโดยการ**ซื้อมาใช้** สูงถึง **40%** มีเพียง **10%** เท่านั้นที่**ไม่เห็นด้วย** เพราะยังกังวลเรื่องความปลอดภัยของผู้ใช้

Total N = 406

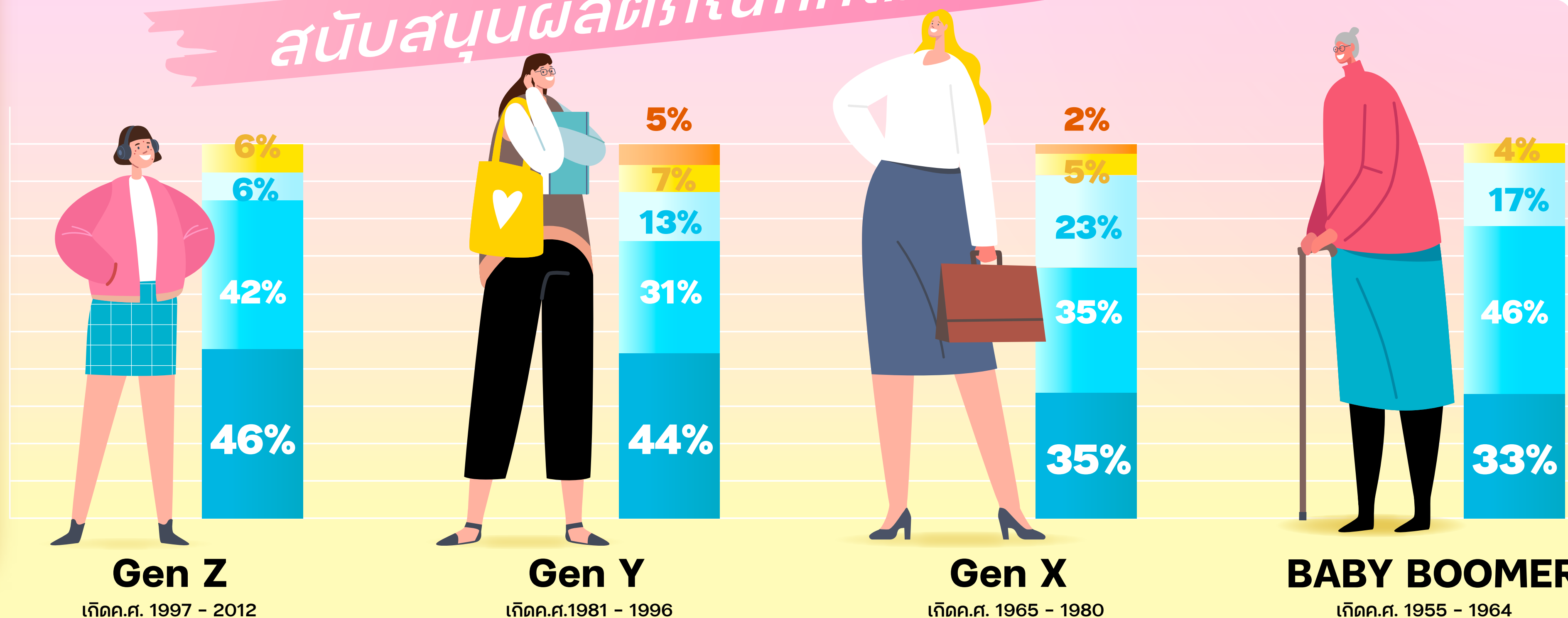
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่มีความปลอดภัยกับผู้ใช้งาน
- ค่อนข้างไม่เห็นด้วย ทำให้เกิดความกังวลในการใช้
- เฉยๆ
- เห็นด้วย สนับสนุนไม่ให้เกิดทดลองกับสัตว์
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง สนับสนุนและซื้อมาใช้

# Gen Z และ Y นำเทรนด์

สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทดลองกับสัตว์



**Gen Z และ Gen Y**  
เป็นกลุ่มที่สนับสนุน  
พร้อมเพยเพื่อผลิตภัณฑ์  
หรือ เครื่องสำอาง  
ที่ไม่ทดลองกับสัตว์มากที่สุด  
ในขณะที่ Gen X  
และ Baby Boomers  
ให้การสนับสนุนเช่นเดียวกัน  
แต่มีแนวโน้มที่จะซื้อ  
ใช้ค่อนข้างน้อยกว่า



เปิดโปงคนสวยหล่อใจดี

พร้อมซัพพอร์ต

# Cruelty-Free Product!



คนที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง สนับสนุนและซื้อมาใช้ 40% (n = 164)



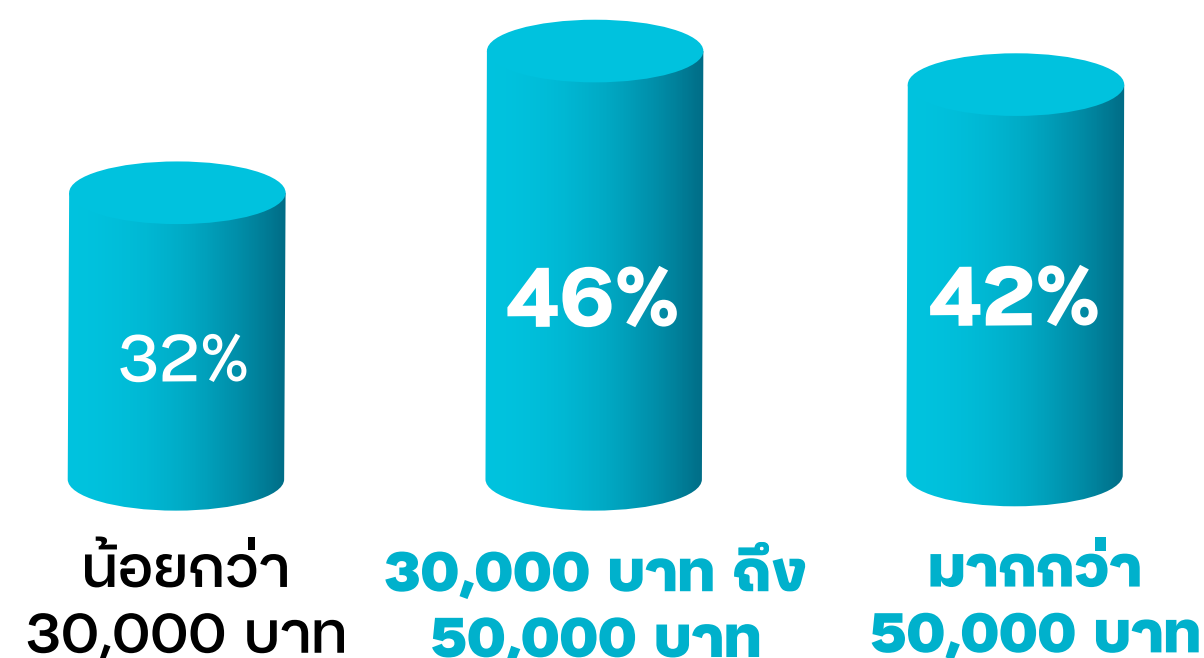
ผู้หญิง  
**41%**

ผู้ชาย  
**38%**



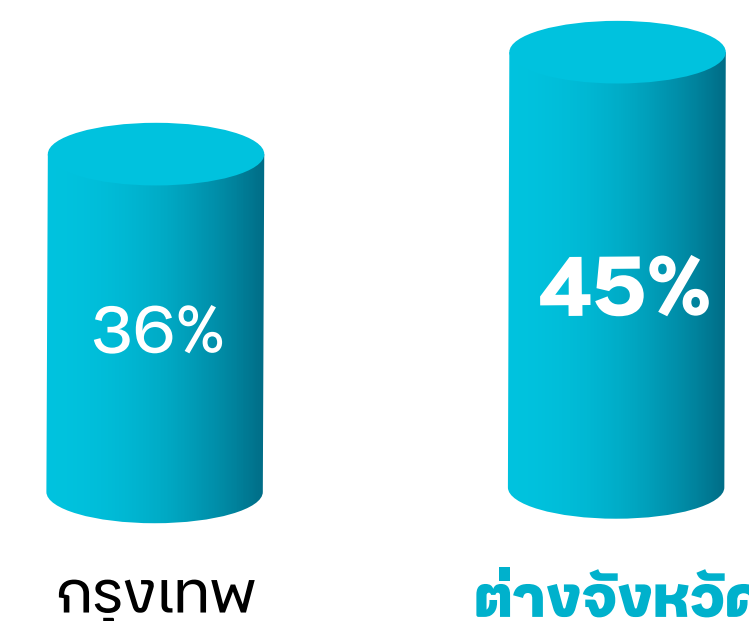
ผู้หญิงสนับสนุน และผลักดันผลิตภัณฑ์ หรือ เครื่องสำอางที่ไม่ทดลองกับสัตว์มากกว่าผู้ชาย

## รายได้ครัวเรือน



กลุ่มผู้มีรายได้ครัวเรือนสูง มีแนวโน้มสนับสนุนและผลักดัน ผลิตภัณฑ์ หรือ เครื่องสำอางที่ไม่ทดลองกับสัตว์มากกว่า

## ที่อยู่อาศัย



คนต่างจังหวัดสนับสนุน และผลักดันผลิตภัณฑ์ หรือ เครื่องสำอางที่ไม่ทดลองกับสัตว์ มากกว่าคนกรุงเทพฯ