



## บทความออนไลน์

# Better Living 2030: อนาคตที่ยั่งยืน เริ่มต้นได้ที่ “บ้าน” เพื่อคนรุ่นต่อไป

กว่าศตวรรษมาแล้วที่ชื่อ Electrolux ยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้คนนับล้าน จากวันแรกก่อตั้งในปี 1919 โดย Axel Wenner-Gren นักธุรกิจผู้เปี่ยมแพสชันชาวสวีเดนก่อตั้งแบรนด์นี้ขึ้น

จวบจนปัจจุบันที่มียอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กว่า 60 ล้านชิ้นต่อปี ใน 120 ประเทศทั่วโลก ด้วยวิถีการพัฒนานวัตกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพสูง ซึ่งไม่เพียงเน้นความสะดวกสบาย แต่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ใช้งานเพื่อ “ออกแบบความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น” และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมรอบตัวเราทุกคน

ตั้งแต่ปี 2019 เป็นต้นมา Electrolux จึงเริ่มต้นแคมเปญ Better Living เพื่อส่งมอบการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืนให้ผู้คนทั่วโลกกันดี อยู่ดี อย่างเป็นรูปธรรม โดยตั้งเป้าความสำเร็จไว้ที่ปี 2030 ด้วยวิสัยทัศน์ที่มองอนาคตในมุมที่กว้างกว่าการขายผลิตภัณฑ์หรือการบริการลูกค้า ทาง Electrolux ได้รวบรวมความคิดเห็นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 15-20 ปี จาก 13 ประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ทั้งหมดเกือบ 14,000 คน ด้วยความเชื่อว่า Generation Z เหล่านี้ เกิดมาท่ามกลางความผันผวน (Volatility) ใช้ชีวิตอยู่กับความไม่แน่นอน (Uncertainty) ต้องเผชิญกับปัญหาที่ซับซ้อน (Complexity) และต้องคาดเดาความเป็นไปได้อย่างคลุมเครือ (Ambiguity) โดยเฉพาะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งปรากฏให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมในรูปแบบของภัยธรรมชาติ และภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรุนแรง

แต่นอกเหนือไปจากความเข้าใจปัญหา คนรุ่นใหม่ทั่วโลกต่างก็ต้องการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ด้วยเช่นกัน จากผลการตอบแบบสอบถามของคนรุ่นใหม่ เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของพวกเขา เกี่ยวกับการทำงาน



# สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

บ้าน พฤติกรรมที่สร้างคามยั่งยืนในชีวิตประจำวัน และมุมมองเกี่ยวกับการกินอาหาร การใช้และการดูแลเสื้อผ้า และอากาศภายในบ้าน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนไอเดียว่าเราจะเปลี่ยนแปลงอะไรในวันนี้ เพื่ออนาคตที่ยั่งยืนในอีก 10 ปีข้างหน้า



จากผลการสำรวจพบว่า คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยกว่า 1,127 คน เห็นตรงกันว่า ความยั่งยืนเป็นประเด็นสำคัญของโลก พวกเขา มองโลกในแง่ดีและมีความกระตือรือร้นมากกว่าคนรุ่นใหม่ในประเทศอื่นอย่างชัดเจน กว่า 63% เชื่อว่าปัญหาวิกฤตสภาพภูมิอากาศสามารถแก้ไขได้จริง ขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกเชื่อว่าแก้ไขได้จริงเพียง 43% วัยรุ่นในประเทศไทยเต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตัวเองเพื่อโลกที่ดีขึ้นมากถึง 62% (ค่าเฉลี่ยทั่วโลก 57%) และมองโลกในอนาคตด้วยแง่ดีมากขึ้นที่ 70% (ค่าเฉลี่ยทั่วโลก 50%)

โดยสิ่งที่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยกำลังมองหาและอยากเห็นการเปลี่ยนแปลงในอนาคตมี 3 หัวข้อหลัก ดังต่อไปนี้

## 1. อนาคตของการบริโภคและประกอบอาหาร

กิจกรรมที่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยให้ความสำคัญภายในพื้นที่บ้านในอนาคต คือ การผลิตอาหารขึ้นเอง 31% ปรุงอาหารจากพืชให้มีรสชาติอร่อย 28% และแปรรูปเศษอาหารให้เป็นปุ๋ยได้ทั้งหมด 27%

## 2. อนาคตของการใช้และดูแลเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการดูแลและซ่อมแซมเสื้อผ้าเพื่อให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้นมากถึง



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

67% โดยกว่า 59% เลือกที่จะลงทุนในเสื้อผ้าคุณภาพสูงเพื่อลดปัญหาการผลิตที่สิ้นเกินจากอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่น (Fast Fashion) ในปัจจุบันและคาดหวังว่าจะหมดไปภายในปี 2030

### 3. อนาคตของความเป็นอยู่อากาศที่ดีในบ้าน

คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมองว่าระบบอัจฉริยะในบ้านเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ต้องการระบบที่ให้คำแนะนำด้านสุขภาพมากพอๆ กับการให้คำแนะนำด้านการกินอาหาร อยู่ที่ 29% และสนใจแนวทางและคำแนะนำเพื่อชีวิตที่ยั่งยืนที่ 28%



ในมุมมองของเยาวชนไทยที่ตอบแบบสอบถาม พวกเขาเชื่อว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะนำพาเราไปสู่สังคมที่ยั่งยืนมากขึ้น ก็คือ การศึกษาเกี่ยวกับประเด็นความยั่งยืน คิดเป็น 69% และนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ที่ 67%

Electrolux เชื่อในพลังของคนรุ่นใหม่ว่าพวกเขาจะสามารถออกแบบโลกใบเดิมในรูปแบบใหม่ได้ จึงคัดเลือกตัวแทนของคนรุ่นใหม่ 8-10 คน มาร่วมทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญระดับโลก เป็น Youth Board of Change Makers เพื่อนำเสนอไอเดีย มุมมองความคิดใหม่ๆ และออกแบบนวัตกรรมในอนาคต ซึ่ง 1 ในนั้นจะมีเยาวชนจากประเทศไทยได้เข้าร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้จริงในอนาคต



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

เพราะการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นสำหรับโลกใบนี้ ไม่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยฮีโร่เพียงคนเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายอย่างแท้จริง Electrolux พร้อมจะเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลบ้านหลังใหญ่ที่เป็นพื้นที่ความสุขที่สำคัญอีกหลังหนึ่งสำหรับเราทุกคนในปัจจุบัน และลูกหลานของเราในอนาคตต่อไป

ที่มา [https://thematter.co/brandedcontent/electrolux\\_better-living-2030/156755](https://thematter.co/brandedcontent/electrolux_better-living-2030/156755)

[#เราจะฝ่าวิกฤตไปด้วยกัน](#)

[#SocialDistancing](#)

[#สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม](#)

หรือ <http://arit.npru.ac.th/>

<http://www.npru.ac.th/>

