

รายงานฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส

เข้าร่วมรับฟังสัมมนางานแสดงสินค้าธรรมชาติฝั่งตะวันตก

(Natural Products Expo West 2023)

ระหว่างวันที่ ๗ - ๑๑ มีนาคม ๒๕๖๕

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้เข้าร่วมรับฟังการสัมมนาและการอภิปรายในงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West 2023 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ ๗ - ๑๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ณ ศูนย์ประชุมอานาไฮม์ เมืองอานาไฮม์ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย โดยมีหัวข้อที่น่าสนใจสรุปได้ ดังนี้

❖ สถานการณ์และแนวโน้มผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในสหรัฐฯ และตลาดโลก

การสัมมนานี้เป็นการบรรยายและอภิปรายเกี่ยวกับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในสหรัฐฯ และตลาดโลก โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากสมาคมการค้าผลิตภัณฑ์อินทรีย์ Organic Trade Association (OTA) เป็นผู้บรรยาย สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

● **ตลาดผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในสหรัฐฯ** ในปี ๒๕๖๔ ภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อินทรีย์มีมูลค่ากว่า ๖.๓ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ขณะที่ปริมาณการบริโภคสินค้าอินทรีย์อาจลดลงหรือได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ภาวะเงินเฟ้อในสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์เริ่มกลับสู่ภาวะก่อนการระบาดของโรคโควิด-๑๙ และในภาพรวมแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้น โดยแนวโน้มยอดขายสินค้าประเภทอาหารอินทรีย์ในสหรัฐฯ ระหว่างปี ๒๕๕๕ - ๒๕๖๔ ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี ๒๕๖๔ มีมูลค่ากว่า ๕๗.๕ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ครองตลาดมากถึงร้อยละ ๙๐.๘ ของยอดขายสินค้าอินทรีย์ทั้งหมดในสหรัฐฯ ทั้งนี้ ยอดขายอาหารอินทรีย์ในปี ๒๕๖๔ ในขณะที่ยอดขายสินค้าประเภทอื่นที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) มีมูลค่า ๕.๘ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ ๙.๒

ตลาดผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ไม่ใช่อาหาร พบว่าในปี ๒๕๖๔ เส้นใยผ้า (Fiber) มียอดขายมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า ๒.๓ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือร้อยละ ๓๙.๕ ของยอดขายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ไม่ใช่อาหารทั้งหมด รองลงมา คือ **ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Supplements)** คิดเป็นมูลค่า ๒.๑ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือร้อยละ ๓๕.๓ และ **ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล (Personal Care)** คิดเป็นมูลค่า ๑.๒ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือร้อยละ ๑๙.๙ สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ครอบคลุมอาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน (Household Products) และดอกไม้

ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในสหรัฐฯ ปี ๒๕๖๔ ได้แก่ ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปขนาดใหญ่ (Mass Market Grocery) ซูเปอร์มาร์เก็ตสินค้าธรรมชาติที่มีเครือข่ายทั่วประเทศ (National Natural Grocery Chain) ร้านค้าที่โรงงานสินค้าหรือร้านค้าจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษสำหรับสมาชิก (Warehouse/Club store) ร้านสินค้าอาหารธรรมชาติและเพื่อสุขภาพระดับภูมิภาค (Regional Natural/Health Food) อินเทอร์เน็ต ร้านค้าปลีกสินค้าทั่วไป (Mass Merchandiser) ตลาดเกษตรกรและสหกรณ์ การส่งออก ร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง ห้างสรรพสินค้า การสั่งซื้อทางไปรษณีย์และช่องทางอื่นๆ โดยมีสัดส่วนปรากฏดังตารางในหน้าถัดไป

ตารางสัดส่วนช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ในสหรัฐฯ ปี ๒๕๖๔

ช่องทาง	สัดส่วน (ร้อยละ)
ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป	๓๕.๖
ซูเปอร์มาร์เก็ตสินค้าธรรมชาติที่มีเครือข่ายทั่วประเทศ	๑๗.๗
ร้านค้าที่โรงงานสินค้าหรือร้านค้าจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษสำหรับสมาชิก	๑๓.๘
ร้านสินค้าอาหารธรรมชาติและเพื่อสุขภาพระดับภูมิภาค	๑๒.๗
อินเทอร์เน็ต	๖.๕
ร้านค้าปลีกสินค้าทั่วไป	๖.๒
ตลาดเกษตรกรและสหกรณ์	๔.๓
การส่งออก	๑.๖
ร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง	๑.๔
การสั่งซื้อทางไปรษณีย์และช่องทางอื่นๆ	๐.๒

ตารางสัดส่วนช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ไม่ใช่อาหารในสหรัฐฯ ปี ๒๕๖๔

ช่องทาง	สัดส่วน (ร้อยละ)
ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป	๑๖.๙
ซูเปอร์มาร์เก็ตสินค้าธรรมชาติที่มีเครือข่ายทั่วประเทศ	๑๕.๓
ร้านค้าปลีกสินค้าทั่วไป	๑๓.๒
ร้านสินค้าอาหารธรรมชาติและเพื่อสุขภาพระดับภูมิภาค	๑๓.๑
อินเทอร์เน็ต	๑๒.๔
ห้างสรรพสินค้า	๙.๕
ร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง	๗.๙
ร้านค้าที่โรงงานสินค้าหรือร้านค้าจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษสำหรับสมาชิก	๗.๒
ตลาดเกษตรกรและสหกรณ์	๑.๖
การส่งออก	๑.๕
การสั่งซื้อทางไปรษณีย์และช่องทางอื่นๆ	๑.๓

● ภาพรวมแนวโน้มผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของโลก มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี ๒๕๖๔ ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของโลกมีมูลค่า ๑.๓๔ แสนล้านเหรียญสหรัฐ โดยสหรัฐฯ เป็นประเทศที่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์รายใหญ่ที่สุดในโลก หรือมีสัดส่วนตลาดร้อยละ ๔๑ รองลงมา ได้แก่ สหภาพยุโรป ร้อยละ ๓๗ และจีน ร้อยละ ๘.๕ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ตลาดที่มีการบริโภคอาหารอินทรีย์ต่อคนมากที่สุดในโลก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ และเดนมาร์ก

พื้นที่การเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกในปี ๒๕๖๓ มีมากกว่า ๑.๘๕ ไร่ล้านเอเคอร์ (รวมถึงพื้นที่อยู่ระหว่างปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์) คิดเป็นร้อยละ ๑.๖ ของพื้นที่ทำการเกษตรใน ๑๙๐ ประเทศทั่วโลก ทั้งนี้พบว่า พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในปี ๒๕๖๓ เพิ่มขึ้นทุกทวีปในอัตราร้อยละ ๔.๑ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๒ โดยกลุ่มประเทศในโอเชียเนียมีพื้นที่การเกษตรอินทรีย์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อาร์เจนตินา และอูรุกวัย ตามลำดับ

๑๐ อันดับประเทศที่นำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์จากสหรัฐฯ ได้แก่ แคนาดา เม็กซิโก ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เวียดนาม จีน โดมินิกัน และซาอุดีอาระเบีย โดยมีผลิตภัณฑ์อินทรีย์ส่งออกสำคัญของสหรัฐฯ คือ แอปเปิล ผักกาด ผักโขม องุ่น สตรอว์เบอร์รี ซอสมะเขือเทศ แครร์รอต น้ำมันสายชู แพร่ และเบอร์รี่

๑๐ อันดับประเทศที่สหรัฐฯ นำเข้าผลิตภัณฑ์อินทรีย์มากที่สุด ได้แก่ เม็กซิโก เปรู อาร์เจนตินา แคนาดา โคลอมเบีย บราซิล ชิลี เอกวาดอร์ ฮอนดูรัส และตุรกี โดยมีสินค้าผลิตภัณฑ์อินทรีย์นำเข้าสำคัญคือกาแฟอาราบิก้า บลูเบอร์รี่ ถั่วเหลือง (อาหารสัตว์) กล้วย อะโวคาโด น้ำมันมะกอกบริสุทธิ์ (Extra Virgin Olive Oil) น้ำตาล ราสเบอร์รี่ สตรอว์เบอร์รี่ และพริกหยวก

การจัดทำการยอมรับความเท่าเทียมกันด้านเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการค้าผลิตภัณฑ์อินทรีย์กับสหรัฐฯ เนื่องจากสามารถลดข้อกีดกันในการนำเข้าส่งออกและค่าใช้จ่ายด้านการขอการรับรองมาตรฐานจากหลายองค์กร ทั้งนี้ ปัจจุบัน สหรัฐฯ มีการยอมรับความเท่าเทียมกันด้านเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์กับ ๗ ประเทศ ได้แก่ แคนาดา สหภาพยุโรป สวิตเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เกาหลี สหราชอาณาจักร และไต้หวัน

❖ สถานการณ์ตลาดบราซิล

การสัมมนาเป็นการบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลสถานการณ์ตลาดบราซิล โดยมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงาน (U.S. Commercial Service) ภายใต้กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้บรรยาย สรุปสาระสำคัญ ดังนี้

บราซิลและสหรัฐฯ มีประวัติความสัมพันธ์ทางการทูตมายาวนานกว่า ๒๐๐ ปี โดยบราซิลเป็นประเทศที่สหรัฐฯ นำเข้าสินค้ารายใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ ๒ ในปี ๒๕๖๕ โดยมีมูลค่าการค้าระหว่างสหรัฐฯ และบราซิลรวมเป็นเงิน ๘.๘๗ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ บราซิลยัง merupakan ประเทศที่มีการลงทุนในสหรัฐฯ มากที่สุดเป็นอันดับที่ ๑๙

บราซิลนับเป็นประเทศในอเมริกาใต้ที่มีความมั่นคงทางการเมืองและเศรษฐกิจ อีกทั้งยังมีตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ มูลค่า ๑๖.๑ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ โดยเฉพาะเมื่อปี ๒๕๖๔ นครเซาเปาโลและเมืองในแถบตะวันออกเฉียงใต้ตลาดมูลค่ากว่า ๖.๐ แสนล้านเหรียญสหรัฐ ดังนั้น เมืองเหล่านี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเริ่มธุรกิจในตลาดบราซิล

พฤติกรรมผู้บริโภคในบราซิล พบว่าร้อยละ ๔๒ ของประชาชนในบราซิลให้ความสำคัญกับสุขภาพและภาพลักษณ์ (จากรายงานของ McKinsey บริษัทที่ปรึกษาด้านธุรกิจและบริการระดับโลก) และร้อยละ ๕๐ ของผู้บริโภคในบราซิลมักสืบหาข้อมูลบนช่องทางออนไลน์ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เช่น พ็อดแคสต์ และการตลาดบนโซเชียลมีเดียเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพในการทำตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าในกลุ่มผู้บริโภคชาวบราซิล

ปัจจุบัน บราซิลประสบปัญหา Custo Brasil หรือปัญหาต้นทุนการทำธุรกิจในบราซิลที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย โดยมีปัจจัยหลัก ได้แก่ ภาษี ต้นทุนของเงินลงทุนสูง กฎหมายแรงงาน โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ ราคาพลังงานสูงเทียบเท่าราคาพลังงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตาม อัตรแลกเปลี่ยนเงินตราของบราซิลในช่วง ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมา ค่อนข้างมีเสถียรภาพหลังจากที่มีความผันผวนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙

❖ แนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์กัญชง ปัจจัยที่ทำให้ Gen-Z เลือกบริโภคกัญชง และข้อกำหนดในสหรัฐฯ

การสัมมนาเป็นการบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลแนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์กัญชง ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภครุ่น Gen-Z (ผู้บริโภคที่เกิดในปี ๒๕๔๐ - ๒๕๕๕) เลือกบริโภคกัญชง (Hemp) และข้อกำหนดโดยรวมในสหรัฐฯ โดยมีผู้บรรยายเป็นผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท Fresh Hemp Foods บริษัท Manitoba Harvest และบริษัท SPINS โดยสรุปรายละเอียดการบรรยาย ดังนี้

กัญชงเป็นพืชที่สามารถนำทุกส่วนมาใช้ประโยชน์ได้ ตั้งแต่ลำต้น (Stalk) ที่สามารถนำมาใช้เป็นใยสำหรับสิ่งทอและภาคอุตสาหกรรม รากที่มีประโยชน์ต่อสภาพดิน เมล็ดที่อุดมไปด้วยสารอาหาร อาทิ โพรตีน โอเมก้า ๓ และโอเมก้า ๖ กรดอะมิโนจำเป็น ๙ ชนิด และกรดแกมมาไลโนเลนิก (Gamma Linolenic Acid: GLA) และสามารถนำไปเป็นส่วนผสมอาหารได้หลากหลาย เช่น อาหารว่าง สลัด ขนมอบ (Bakery) น้ำผลไม้ปั่น ไปจนถึงใบและดอกที่สามารถนำไปทำสารสกัดและสารแคนนาบินอยด์ (Cannabinoids: CBD) ได้ โดยสารสกัดจากกัญชงแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑. Full Spectrum สารสกัดที่มีสารประกอบทั้งหมดที่พบตามธรรมชาติในกัญชง โดยมีปริมาณสาร Tetrahydrocannabinol (THC) น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ ๓ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของสหรัฐฯ
๒. Broad Spectrum สารสกัดที่ผ่านกระบวนการแยกเอาสาร THC ออก แต่ยังคงสารอื่นๆ ในกัญชงไว้
๓. Isolate สารสกัดที่ผ่านการสกัดแยกสารในกัญชงออกหมด คงเหลือไว้แต่สาร CBD

นอกจากนี้ การปลูกต้นกัญชง ๑ เอเคอร์ สามารถชดเชยการปล่อยคาร์บอนต่อปีของประชากร ๑ คนได้

● **ความแตกต่างระหว่างกัญชงเมล็ดและกัญชงใช้สำหรับสกัด CBD** กัญชงเมล็ด (Hemp for Seed) และกัญชงใช้สำหรับสกัดสาร CBD (Hemp for CBD) มีความแตกต่างกันทั้งในด้านพันธุ์ การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และข้อกำหนดโดยสรุปได้ ดังนี้

๑. การปรับปรุงพันธุ์ กัญชงเมล็ดได้รับการปรับปรุงพันธุ์เพื่อลดหรือระงับ (Suppress) สาร CBD และสาร THC ในขณะที่กัญชงใช้สำหรับสกัดสาร CBD ได้รับการปรับปรุงพันธุ์เพื่อผลิตสาร CBD และลด THC ให้มีปริมาณน้อยที่สุด

๒. การเพาะปลูก กัญชงเมล็ดมักอยู่ในรูปแบบคล้ายการเพาะปลูกเมล็ดพืชในฟาร์มและมีการนำเครื่องจักรระดับสูงมาใช้ในการผลิตเมล็ดกัญชง ในส่วนของกัญชงใช้สำหรับสกัดสาร CBD นั้นมักเพาะปลูกในรูปแบบสวนเรียงเป็นแถว (Orchard Style Row) โดยเน้นเพาะปลูกเพื่อได้ใบและดอก

๓. การเก็บเกี่ยว กัญชงเมล็ดเน้นเก็บเกี่ยวเมล็ด แต่กัญชงใช้สำหรับสกัดสาร CBD เน้นเก็บเกี่ยวใบและดอก

๔. ข้อกำหนด กระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐฯ (U.S. Department of Agriculture: USDA) อนุญาตให้ทุกมลรัฐในสหรัฐฯ สามารถเพาะปลูกกัญชงใช้สำหรับสกัดสาร CBD ได้ แต่องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. Food and Drug Administration: U.S.FDA) อนุญาตให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสาร CBD ได้เพียงบางประเภทเท่านั้น ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐสหรัฐฯ อนุญาตให้ธุรกิจค้าปลีกทั่วไป เช่น Whole Foods และ Walmart จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากเมล็ดกัญชงใน ๕๐ มลรัฐ ทั่วประเทศ

● **แนวโน้มตลาดเมล็ดกัญชง** แม้ว่าตอนนี้ยอดขายเมล็ดกัญชงจะยังไม่สูงเทียบเท่าเมล็ดธัญพืชชนิดอื่นๆ ที่อุดมไปด้วยสารอาหารและมีระดับปริมาณวิตามินและแร่ธาตุสูง (Super Seed) เช่น เมล็ดทานตะวัน (Sunflower Seed) เมล็ดแฟลกซ์ (Flax Seed) และเมล็ดเชีย (Chia Seed) แต่คาดว่าเมล็ดกัญชงยังมีโอกาสในการขยายตลาดในอนาคตได้ เนื่องจากเมล็ดกัญชงสามารถนำไปเป็นส่วนผสมในสินค้าได้หลากหลายชนิด อาทิ ผลิตภัณฑ์ประเภทโปรตีน/กากใยสูง ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จากพืช (Plant-Based) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถนำไปประยุกต์กับรูปแบบ

การรับประทานอาหาร (Diet) ต่างๆ ได้ เช่น มังสวิรัต (Vegan) การงดรับประทานอาหารแปรรูปทุกชนิดในชีวิตประจำวัน ตลอดทั้ง ๓๐ วัน (Whole30) การเน้นรับประทานโปรตีน ผักผลไม้ ไขมันดีจากเมล็ดพืชและเนื้อสัตว์ที่เลี้ยงด้วยฟางและหญ้า (Paleo) และการรับประทานกลุ่มอาหารที่มีองค์ประกอบเป็นคาร์โบไฮเดรต น้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวและโมเลกุลคู่รวมหลากหลายชนิด (FODMAP)

ข้อมูลจาก SPINS ซึ่งเป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีข้อมูลด้านสุขภาพ ณ วันที่ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖ พบว่ายอดขายผลิตภัณฑ์เมล็ดกัญชง (Hemp Seed Product) ใน ๑ ปีที่ผ่านมา มีมูลค่าทั้งหมด ๒๑๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดย ๖ อันดับแรกของผลิตภัณฑ์เมล็ดกัญชงที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายมากที่สุด เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในช่วงเวลาเดียวกัน ปรากฏดังตารางด้านล่างนี้

ตารางประเภทผลิตภัณฑ์เมล็ดกัญชงที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายมากที่สุด

ประเภทสินค้า	% การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในช่วงเวลาเดียวกัน	ยอดขาย (ล้านเหรียญสหรัฐ)
ครีมและครีมเทียม (Cream and Creamer)	๑๒๙.๖	๓.๕
ธัญพืชอาหารเช้า (Hot Cereal)	๔๘.๓	๖.๕
น้ำผลไม้	๔๑.๓	๔๒.๔
ลูกอมขนมหวาน (Candy)	๓๓.๒	๔.๑
ขนมปังและขนมอบ (Bread and Baked Goods)	๒๑.๒	๑๑.๔
อาหารแช่แข็ง (Frozen Entrees)	๙.๙	๕.๓

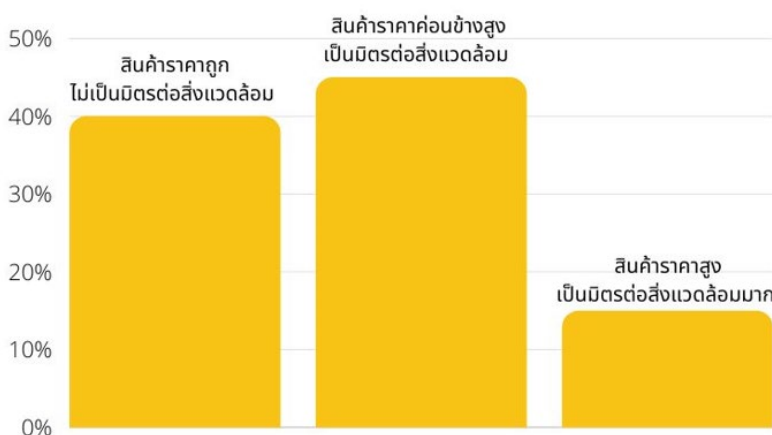
● **เหตุผลที่ผู้บริโภคในวัย Gen-Z ถึงโอบรับและเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์กัญชง** ผู้บริโภค Gen Z เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนยอดขายที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์กัญชง เนื่องจากสามารถตอบโจทย์คุณค่าและสิ่ง que ผู้บริโภค Gen Z ให้ความสำคัญ ได้แก่

๑. **ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม** ผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้บริโภคในรุ่นก่อนๆ ซึ่งรวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มาจากอาหารด้วย การเพาะปลูกกัญชงไม่จำเป็นต้องใช้สารกำจัดศัตรูพืช อีกทั้ง กัญชงยังเป็นพืชที่ช่วยในการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนการเพาะปลูกแปลงพืช สามารถกักเก็บคาร์บอน (Carbon Sequestration) และช่วยส่งเสริมระบบเกษตรกรรมฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) ได้

๒. **สุขภาพกายและจิตใจ** ซึ่งรวมถึงการรับมือกับความเครียด โดยกัญชงมีสารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ ได้แก่ โปรตีน กากใย แร่ธาตุสังกะสี (Zinc) แมกนีเซียม (Magnesium) ไขมันดี CBD และเทอร์ปีน (Terpenes) ที่ส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจได้

๓. ความคุ้มค่าของสินค้าที่ไม่ใช่เพียงเพราะสินค้าจำหน่ายในราคาถูก จากการสำรวจของ International Food Information Council องค์กรไม่แสวงหากำไรด้านการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลด้านความยั่งยืน ความปลอดภัยในอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการชี้ว่า ประมาณร้อยละ ๑๕ ของผู้บริโภค Gen Z ที่ทำการสำรวจทั้งหมด เลือกที่จะซื้อสินค้าในราคาสูงเพื่อได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และประมาณร้อยละ ๔๕ เลือกที่จะซื้อสินค้าในราคาที่สูงเพื่อได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ประมาณร้อยละ ๔๐ เลือกที่จะซื้อสินค้าในราคาที่ถูกและไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่าไร

กราฟพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค Gen Z (ราคา - ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม)



- แนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์ CBD Brightfield Group บริษัทข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคและตลาดผลิตภัณฑ์ CBD คาดว่ายอดขายผลิตภัณฑ์ CBD จะมีมูลค่าประมาณ ๕ พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๖๕ และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาความเครียดสูงต้องการมองหาวิธีการคลายเครียดที่เป็นธรรมชาติ ภาคอุตสาหกรรมความงามหันมาใช้ CBD เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) ธุรกิจค้าปลีกมีความสบายใจที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ CBD มากขึ้น เป็นต้น อนึ่ง ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ CBD มีทั้งผู้บริโภคชายและหญิงในจำนวนเท่าๆ กัน

ประเภทของผลิตภัณฑ์ CBD จะมีหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ CBD ในรูปแบบสารสกัดเหลว โดยผลิตภัณฑ์ ๕ อันดับแรกคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวมากที่สุดในปี ๒๕๖๖ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๕ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม เยลลี่กัมมี่ (Gummy) ผลิตภัณฑ์ดูแลความงามและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ CBD จะมีหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากช่องทางออนไลน์ โดยช่องทางจำหน่าย ๕ อันดับแรกคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวมากที่สุดในปี ๒๕๖๖ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๕ ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปขนาดใหญ่และร้านค้าจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษสำหรับสมาชิก (Mass Merchandiser and Club) ร้านสะดวกซื้อ และร้านในสถานีเติมน้ำมัน ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายยา และการแพทย์ทางเลือก

● ข้อกำหนดเกี่ยวกับกัญชงและ CBD ในสหรัฐฯ แบ่งออกเป็น ๒ ระดับ ได้แก่ ระดับรัฐบาลกลาง และระดับมลรัฐ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

ระดับรัฐบาลกลาง กฎหมาย Farm Bill 2018 ระบุข้อกำหนดรอบการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์กัญชง โดยกำหนดนิยามกัญชงไว้ว่าจะต้องมีสาร THC น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ ๐.๓ โดยกฎหมายดังกล่าวได้นำกัญชงออกจากรัฐบัญญัติควบคุมยาเสพติด (The Controlled Substances Act : CSA)

ระดับมลรัฐ หลายมลรัฐในสหรัฐฯ ได้จัดทำหรืออยู่ระหว่างการจัดทำข้อกำหนดด้าน CBD ของตน แม้ว่ารายละเอียดของข้อกำหนดของแต่ละมลรัฐอาจแตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่โดยรวมมักมุ่งเน้นในเรื่อง

- แหล่งที่มา จะต้องสอดคล้องกับนิยามที่ระบุในกฎหมาย Farm Bill
- การติดตาม บางมลรัฐอาจมีข้อกำหนดด้านการติดตามผลิตภัณฑ์กัญชงเป็นพิเศษ
- การทดสอบ บางมลรัฐอาจมีข้อกำหนดด้านการทดสอบผลิตภัณฑ์ CBD เป็นพิเศษ
- การขึ้นทะเบียน จะต้องระบุถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ สถานที่ผลิต สถานที่ค้าปลีก และขั้นตอนการเพาะปลูก

อนึ่ง ปัจจุบันประมาณร้อยละ ๕๐ ของมลรัฐในสหรัฐฯ ยอมรับและอนุญาตให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ CBD แล้ว โดยเฉพาะในมลรัฐขนาดใหญ่ เช่น อลาสกา แอริโซนา แคลิฟอร์เนีย วอชิงตัน ดี.ซี. อิลลินอยส์ มิชิแกน เนวาดา นิวเจอร์ซีย์ นิวยอร์ก ออริกอน เวอร์จิเนีย และวอชิงตัน อย่างไรก็ตาม อาจมีข้อกำหนดและรายละเอียดเงื่อนไขแตกต่างกันในแต่ละมลรัฐ

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส
มีนาคม ๒๕๖๖

บรรยากาศการสัมมนากลุ่มย่อย

