



### ภาพรวม

ในปี ๒๕๖๔ สถานการณ์เศรษฐกิจของเปรูฟื้นตัวและมีความแข็งแกร่งเทียบเท่ากับก่อนช่วงการระบาดรุนแรงของโควิด-๑๙ ภาคการเกษตรคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ แต่สร้างงานให้กับประชากรถึงร้อยละ ๒๘

ความตกลงเพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา และเปรู ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อปี ๒๕๕๒ ส่งผลให้มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรของทั้งสองฝ่ายจำนวน ๑.๔๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๕๒ เพิ่มขึ้นเป็น ๓.๕ พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๖๔ หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓๙ และสหรัฐฯ กลายเป็นแหล่งนำเข้าสินค้าเกษตรที่สำคัญอันดับ ๒ ของเปรู โดยมีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ ๑๖

### ภาคอุตสาหกรรมการค้าปลีก

ในปี ๒๕๖๕ ภาคค้าปลีกสินค้าของเปรูคาดว่าจะเติบโตร้อยละ ๕.๓ มีมูลค่าถึง ๖.๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากช่องทางตลาดสมัยใหม่ที่ให้ผลประกอบการดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาประเภทของร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่ๆ รวมถึง การใช้โปรแกรมส่งเสริมการขายที่ช่วยลดราคาจำนวนมากเพื่อกระตุ้นยอดขาย

ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีเครือข่าย (chain supermarket) รายหลักในเปรู ได้แก่ Cencosud (Wong and Metro), Saga Falabella (Tottus) และ Supermercados Peruanos (Vivanda and Plaza Vea) ในขณะที่ภาพรวมตลาด ประกอบด้วย ซูเปอร์มาร์เก็ตแบบดั้งเดิมและห้างร้าน จำนวน ๒๘๒ ร้าน โดยตั้งอยู่ในกรุงลิมา จำนวน ๑๗๘ ร้าน ธุรกิจร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่อีก ๗๙๐ ร้าน ภาคการค้าปลีกของเปรู ประกอบด้วย ซูเปอร์มาร์เก็ตแบบดั้งเดิม และช่องทางการจำหน่ายแบบเดิม (ทั้งตลาดสดและร้านค้าทั่วไป) ซึ่งจำหน่ายสินค้าอาหารและมีผลประกอบการที่ดีทั้งสิ้น โดยมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในอันดับต้นเช่น อาหารทานเล่น ผลิตภัณฑ์นม น้ำมันเพื่อการบริโภคต่างๆ ลูกกวาด ขนมปัง และคุกกี้

ที่มา: GAIN Report, FAS Lima

จำนวนประชากร: ๓๒ ล้านคน

GDP: ๒๒๕ พันล้านเหรียญสหรัฐ

GDP ต่อหัว: ๖,๕๐๐ เหรียญสหรัฐ

มูลค่ารวมของอุตสาหกรรมอาหาร: 9.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ

### ภาคอุตสาหกรรมอาหาร จำแนกตามช่องทาง

- ส่งออกอาหาร: ๗.๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ
- นำเข้าอาหาร: ๔.๗ พันล้านเหรียญสหรัฐ
- ค้าปลีก: ๒๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ
- บริการอาหาร: ๘.๕ พันล้านเหรียญสหรัฐ
- ตลาดสด: ๑๘ พันล้านเหรียญสหรัฐ

### ธุรกิจค้าปลีก 3 อันดับของประเทศ

- Supermercados Peruanos S.A.
- Cencosud Retail Peru
- Hipermercados Tottus S.A.

### ศักยภาพและประเด็นท้าทาย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>อุปสงค์ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภคอยู่ในระดับสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ยังมีจำนวนน้อยไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ</li> </ul>
โอกาส	ประเด็นท้าทาย
<ul style="list-style-type: none"> <li>ชนชั้นกลางเพิ่มขึ้น</li> <li>ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ให้ภาพลักษณ์ถึงความสะอาดมากกว่าสะดวกสบาย และประหยัดเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศอื่น</li> <li>ซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งเป็นช่องทางตลาดสำหรับสินค้านำเข้ามีส่วนเพียงร้อยละ ๓๐ ของตลาดค้าปลีกในกรุงลิมา และร้อยละ ๒๐ ในจังหวัดต่างๆ</li> </ul>

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส

กรกฎาคม 2565



## ภาพรวม

GDP ของเม็กซิโกในปี ๒๕๖๔ ขยายตัวต่ำกว่าที่ คาดไว้อยู่ที่ร้อยละ ๔.๘ เนื่องจากปัจจัยภายนอก

เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองโลก การชะงักงันของห่วงโซ่อุปทานโลก และภาวะเงินเฟ้อ สหรัฐอเมริกาเป็นคู่ค้าอันดับต้นที่ซื้อสินค้าเกษตรถึงร้อยละ ๘๒ ของที่ส่งออกทั้งหมด ในขณะที่เม็กซิโกนำเข้าจากสหรัฐฯ ร้อยละ ๖๙ ของการนำเข้าทั้งหมด ของโลก ทั้งนี้ เม็กซิโกนับเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ ๑๖ ภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่า ๓๕.๑ พันล้านเหรียญสหรัฐ ของ GDP ในปี ๒๕๖๓

มีการขยายตัวใน ๓ ภาคส่วน ได้แก่ ภาคการเกษตร ซึ่งขยายตัวร้อยละ ๒.๙ ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวร้อยละ ๖.๕ (เนื่องจากธุรกิจที่ไม่จำเป็น “non-essential” กลับมาดำเนินการอีกครั้ง รวมถึงการผ่อนปรนมาตรการที่จำกัดการดำเนินงานของธุรกิจและบริการ) ภาคบริการขยายตัวร้อยละ ๔ (รวมถึง อุตสาหกรรมการบริการที่ฟื้นตัวเนื่องจากการมีวัคซีนในช่วงกลางปี ๒๕๖๔ อย่างไรก็ตาม ในครึ่งหลังของปี ๒๕๖๔ การระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ สายพันธุ์เดลตาและโอมิครอนก่อให้เกิดความล่าช้าในห่วงโซ่อุปทานซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคค้าปลีกและบริการ

## ภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก

ประกอบด้วย ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีเครือข่าย (chain supermarket) จำนวน ๓๑ ราย ซึ่งมีหน้าร้านบริการ ๓,๒๘๔ แห่ง นอกจากนี้ ยังมีห้างสรรพสินค้า (เสื้อผ้าและเฟอร์นิเจอร์) ๒,๕๐๗ แห่ง และห้างร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะ (เวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์) ๔๐,๕๙๙ แห่ง ทั้งนี้กว่าร้อยละ ๕๖ ของตลาดค้าปลีกเป็นการค้ารูปแบบดั้งเดิม (ร้านค้าเล็กๆ ร้านที่จำหน่ายในพื้นที่สาธารณะ และตลาดกลางแจ้ง) ซึ่งจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น การค้าปลีกผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตขยายตัวอย่างสม่ำเสมอประมาณร้อยละ ๗.๗ ต่อปี

ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านลดราคา และร้านที่มีสมาชิกเป็นกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์มากที่สุดในช่วงของดรรชนี การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มขยายตัวเนื่องจากการปรุงและรับประทานอาหารในที่พักอาศัยระหว่างการทำงานและเรียนทางไกลที่บ้าน นอกจากนี้ ยังพบว่าสินค้าเพื่อสุขภาพมียอดจำหน่ายมากขึ้นเนื่องจากชาวเม็กซิกันเริ่มพยายามป้องกันโรคและปรับปรุงนิสัยการบริโภค

ที่มา: GAIN Report, FAS Mexico

จำนวนประชากร: ๑๒๗.๘ (ปี ๒๕๖๔) ล้านคน

GDP (๒๕๖๔): ๑.๗ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ

GDP Real Growth: ๕.๐๒%

Food industry GDP (๒๕๖๓): ๓๙.๔ พันล้านเหรียญสหรัฐ

ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่นำเข้าทั้งหมด (๒๕๓๔): ๖๒,๐๑๗.๖๐ ล้านเหรียญ

## สินค้าเกษตรนำเข้ามากที่สุด (๒๕๖๔):

- |                               |                                |
|-------------------------------|--------------------------------|
| ๑. Corn                       | ๖. Turnip seeds                |
| ๒. Soy seeds                  | ๗. Seeds                       |
| ๓. Other agricultural product | ๘. Cotton                      |
| ๔. Milk and dairy product     | ๙. Other fresh or dried fruits |
| ๕. Fish and seafood           |                                |

## ๑๐ อันดับ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร (๒๕๖๔):

- |                               |                                |
|-------------------------------|--------------------------------|
| ๑. Bakery and tortilla making | ๖. Sugar, chocolate, sweet     |
| ๒. Meat production            | ๗. Pet Food                    |
| ๓. Beverages*                 | ๘. Preserved and prepared food |
| ๔. Dairy production           | ๙. Fish and seafood**          |
| ๕. Crushing seeds & oil prod. | ๑๐. Other                      |

\*เครื่องดื่มที่มีและไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงน้ำดื่มบรรจุขวด

\*\*ตัดแต่งและบรรจุภัณฑ์

## ๑๐ อันดับ บริษัทอาหารและเครื่องดื่ม (รายได้สุทธิ) ๒๕๖๔:

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| ๑. Bimbo            | ๖. Grupo Modelo AB-InBev |
| ๒. Coca-Cola FEMSA  | ๗. PepsiCo Alimentos     |
| ๓. Arca Continental | ๘. Grupo Lala            |
| ๔. Sigma Alimentos  | ๙. Heineken México       |
| ๕. Gruma            | ๑๐. Nestlé México        |

## ๑๐ อันดับ ร้านค้าปลีก (๒๕๖๔):

- |              |                          |
|--------------|--------------------------|
| ๑. Walmart*  | ๖. Mercado Libre         |
| ๒. Oxxo      | ๗. Farmacias Guadalajara |
| ๓. Soriana*  | ๘. Costco                |
| ๔. Coppel    | ๙. The Home Depot        |
| ๕. Liverpool | ๑๐. Chedraui*            |

\*ซูเปอร์มาร์เก็ต

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส

กรกฎาคม 2565