

**อย. จับมือ บิ๊กซี เชื่อมผลิตภัณฑ์สุขภาพไทยสู่ตลาดจริง
ยกระดับผู้ประกอบการรายย่อย เชื่อมตลาดไทย ต่อยอดต่างประเทศ**

อย. จับมือ บิ๊กซี ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพไทย เชื่อม “มาตรฐาน” สู่ “โอกาสทางการตลาด” เปิดช่องทางจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ พร้อมนำข้อมูลและความต้องการจากตลาดกลับมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลดข้อจำกัดในการเข้าสู่ค้าปลีก และสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการเติบโตได้อย่างยั่งยืน

วันนี้ (4 กันยายน 2569) ณ บิ๊กซีสำนักงานใหญ่ BJC BIG C HOUSE สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และบริษัทบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจ เรื่อง การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพ ณ BJC BIG C HOUSE สำนักงานใหญ่บิ๊กซี กรุงเทพมหานคร เพื่อร่วมกันยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพไทย และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เภสัชกรหญิงสุภัทรา บุญเสริม เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาเปิดเผยว่า สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ต้องการให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพไทยที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐานสามารถต่อยอดไปสู่โอกาสทางเศรษฐกิจได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่ศักยภาพ แต่ยังมีความจำกัดในการเข้าถึงตลาด ความร่วมมือกับบิ๊กซีจึงเป็นการเชื่อมความร่วมมือด้านมาตรฐานเข้ากับความสำเร็จด้านตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทั้งโอกาสและข้อมูลที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจ บทบาทของ อย. ไม่ได้เข้าไปทำธุรกิจแทนผู้ประกอบการ แต่ช่วยสร้างความพร้อมและเชื่อมต่อกับภาคตลาด ขณะที่ข้อมูลจากตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนยังต้องพัฒนาในเรื่องใด เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคและแข่งขันได้มากขึ้น

ในระยะแรก อย. จะรวบรวมผลิตภัณฑ์จากกลุ่มที่มีศักยภาพ อาทิ ผู้ประกอบการจากงาน อย. Expo 2026โครงการในพระราชดำริ วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (IP & GI) และ OTOP เพื่อนำเสนอให้ บิ๊กซี พิจารณาตามคุณสมบัติที่กำหนด และร่วมกันพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการต่อไป

ด้าน **นางฐาปณี เตชะเจริญวิกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่า บิ๊กซี ยินดีนำความเชี่ยวชาญด้านค้าปลีกและความเข้าใจผู้บริโภคมาร่วมสนับสนุนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพไทย เพราะการเข้าสู่ตลาดไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ การสื่อสาร ความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ ไปจนถึงการพิจารณาช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม นอกจากนี้ บิ๊กซี จะร่วมพิจารณาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีความพร้อมในการต่อยอดไปยังตลาดต่างประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่สามารถแข่งขันได้ ขยายจากฐานตลาดในประเทศไปสู่ตลาดที่กว้างขึ้น ซึ่งเป็นอีกกลไกหนึ่งที่จะช่วยลดข้อจำกัดเบื้องต้นในการเข้าสู่ช่องทางค้าปลีกของผู้ประกอบการรายย่อย

เลขาธิการฯ อย. กล่าวในตอนท้ายว่า สิ่งที่เราอยากเห็นจากความร่วมมือครั้งนี้ ไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่าย แต่คือผู้ประกอบการที่ได้เรียนรู้จากตลาด พัฒนาตัวเอง และเติบโตได้ในระยะยาว อย. จะเดินทางทำหน้าที่เชื่อมความร่วมมือด้านมาตรฐานกับโอกาสทางตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพไทยไปถึงผู้บริโภคมากขึ้น ผู้ประกอบการมีโอกาสเติบโต และช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

วันที่เผยแพร่ข่าว 4 กันยายน 2569 / แลงข่าว 61 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

