

डिजिटलाइजेशन: अवसर और चुनौतियाँ

श्रीमती अरुणा भालेराव*
डॉ. ए.पी. सिंह**

सार

आज के वर्तमान युग में डिजिटल बाज़ार प्रगति पर है। भारतीय ई-कॉमर्स बाज़ार इंटरनेट, स्मार्टफोन यूजर की सहायता से कम समय में ही शिखर पर पहुँचने की तैयार में है। भारतीय ई-बाज़ार 2017 में US \$38.5 बिलियन से वृद्धि कर 2026 तक US \$200 बिलियन तक होने की उम्मीद है। ई-कॉमर्स राजस्व 2017 US \$39 बिलियन से US \$120 बिलियन 2020 तक होने की उम्मीद है। ऑनलाइन बाज़ार से नवयुवक उपभोक्ताओं की सभी आवश्यकताओं की पूर्ति आसानी से उपलब्ध है। वर्तमान परस्थितियों एवं प्रतिस्पर्धा के दौर में फार्मा कम्पनी भी डिजिटल बाज़ार में अपना पैर जमा रही है। ई-फॉर्मसी अपनी सेवाएँ डिजिटल युग को आसानी से उपलब्ध कराने में पीछे नहीं है। दवाईयाँ, सर्जिकल उपकरण और ए.पी.आई. जैसी सुविधाएँ भी उपलब्ध करा रही है। दवाईयों की ऑनलाइन खरीदी को बढ़ते देख बड़ी संख्या में कम्पनियों ने इस ओर अपना रुख किया है।

शब्दकोष: ई-फॉर्मसी, उपभोक्ता, डिजिटल बाज़ार, ए.पी.आई., ई-कॉमर्स।

प्रस्तावना —

सम्पूर्ण विश्व में वर्तमान में डिजिटल युग है। आज के इस वर्तमान युग में डिजिटल बाज़ार शिखर पर है। ऑनलाइन बाज़ार से समाज की सभी आवश्यकताएँ कम समय में आसानी से उपलब्ध हो रही हैं। ऑनलाइन बाज़ार ई-कॉमर्स का रूप है। ई-कॉमर्स के अन्तर्गत ऑनलाइन सेवाएँ उत्पादों की क्रय-विक्रय की गतिविधि शामिल है। 1960 के दौर में आई.बी.एम. (ऑनलाइन सूचना प्रौद्योगिकी कम्पनी अमेरिका में) का ऑनलाइन लेन-देन का विकास किया गया था, इसकी सहायता से ऑनलाइन वित्तीय लेन-देन की अनुमति दी थी। भारत में इंटरनेट उपभोक्ता की संख्या में तेजी से वृद्धि हुई है। केन मार्केट रिसर्च रिपोर्ट के अनुसार इंटरनेट उपभोक्ता जहाँ सन् 2000 में 0.5 प्रतिशत थे, सन् 2016 में वृद्धि होकर 34.8 प्रतिशत पहुँच गये। डिजिटल बाज़ार में जहाँ उपभोक्ताओं की सभी आवश्यकताएँ आसानी से पूरी हो रही है, वहीं फार्मा क्षेत्र कैसे डिजिटल बाज़ार से अछूती रहती? अनेक कम्पनियाँ ई-फॉर्मसी के क्षेत्र में अपनी सेवाएँ दे रही है। वर्तमान में दवाईयों को ऑनलाइन खरीदना एक चलन-सा हो गया है। भारतीय उपभोक्ता व पेशेंट भी अपनी सेवाएँ ई-फार्मा के माध्यम से ले रहे हैं।

ई-फॉर्मसी

ई-फॉर्मसी का अर्थ ऑनलाइन फॉर्मसी, इंटरनेट फॉर्मसी, वेब फॉर्मसी, साइबर फॉर्मसी सभी दवाईयों की ऑनलाइन खरीदी से है। डिजिटलाइजेशन के युग में भारत में वर्तमान में फार्मा क्षेत्र एक खिलती कली के समान है। दवाईयों की ऑनलाइन खरीदी को बढ़ते देख बड़ी संख्या में कम्पनियों ने अपना प्रदार्पण किया है, जिनमें 1 mg, easy medico, net meds, med plus आदि शामिल हैं। ऑनलाइन फॉर्मसी ने अपना बाज़ार लगभग 100 से 150 करोड़ रु. प्रतिमाह तक कर लिया है।

* शोधार्थी, सैफिया कला, वाणिज्य एवं विधि महाविद्यालय, भोपाल, मध्यप्रदेश।

** सहायक प्राध्यापक, सैफिया कला, वाणिज्य एवं विधि महाविद्यालय, भोपाल, मध्यप्रदेश।

शोध-पत्र के विषयगत उद्देश्य

- ई-फॉर्मसी का अध्ययन।
- ऑनलाईन फॉर्मसी का उपभोक्ता व कम्पनियों को लाभ।

शोध प्रविधि

शोध-पत्र के विषयगत अध्ययन में पूर्व में प्रकाशित साहित्य, जर्नल, लेख, शोध-पत्र, इंटरनेट को आधार लिया गया है। यह पूर्णतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है।

शोध विषय का पूर्वावलोकन

पूर्व में इस क्षेत्र विषय पर किये गये कार्य का अध्ययन:

अश्विन कुमार चतुर्वेदी, उमेश कुमार सिंह, अमरीश कुमार द्वारा ऑनलाईन फार्मसी एन ई स्ट्रेटजी फॉर मेडीकेशन – इस विषय पर शोध-पत्र के अन्तर्गत ऑनलाईन फॉर्मसी का अध्ययन किया गया और इसकी स्ट्रेटजी पर विचार किया गया।

राम प्रसाद, कानूनगो ई-कॉमर्स फार्मा इण्डस्ट्री में थ्रेसहोल्ड ऑफ इनोवेशन – इस शोध-पत्र में फार्मा क्षेत्र को ई-कॉमर्स के अन्तर्गत अध्ययन किया गया। इसके अन्तर्गत फार्मा क्षेत्र को प्रतिस्पर्धा का लाभ और उचित वृद्धि बनाये रखने के लिए संव्यवहार के माध्यम का अध्ययन किया गया।

प्रियंका वी.पी. एंड अशोक बी.के. (2016), ई-फॉर्मसी रेगुलेशन इण्डिया ब्रिंगिंग न्यू डायमेंशन टू फार्मा सेक्टर – इस शोध-पत्र के अन्तर्गत ई-फार्मसी रेगुलेशन इण्डिया का अध्ययन किया गया और ई फार्मा के क्षेत्र में क्रय-विक्रय गाइडलाईन की कमी का अध्ययन किया गया।

ई-फॉर्मसी मॉडल

ई-फॉर्मसी तीन मॉडल पर आधारित है:

- ऑर्गनाइज्ड ई-फॉर्मसी
- नॉन ऑर्गनाइज्ड ई-फॉर्मसी
- गैरकानूनी ई-फॉर्मसी

ऑर्गनाइज्ड ई-फॉर्मसी दो तरह से काम करती है। ई-फॉर्मसी कम्पनी विभिन्न दवाई के खुदरा विक्रेताओं का क्षेत्रानुसार चुनाव करती है। उन्हें ऑनलाईन ऑर्डर मिलने पर वह संबंधित विक्रेता को भेज देते हैं। खुदरा विक्रेता अपने क्षेत्र के उपभोक्ता को घर पहुँच सेवा देता है।

नॉन ऑर्गनाइज्ड ई-फॉर्मसी: इस मॉडल के अन्तर्गत प्रिस्क्रिप्शन मेडीसिन ऑर्डर की जाती है और इसका रिकॉर्ड अपने पास नहीं रखती। खुदरा विक्रेता स्वयं ई-फॉर्मसी से जुड़कर उपभोक्ता को सेवा प्रदान करता है।

गैरकानूनी ई-फॉर्मसी: इस मॉडल के अन्तर्गत दवाईयों को बाहर से बाहर से मंगवाया जाता है। अन्तर्राष्ट्रीय मानदण्डों को ध्यान में रखे बगैर एक देश से दूसरे देश में दवाईयों भेजी जाती है।

ई-फॉर्मसी में सभी प्रकार की दवाईयों उपलब्ध हैं। दवाईयों को समूह में रखकर आयुर्वेदिक, यूनानी, होम्योपैथी, हर्बल, बायोटेक्नोलॉजी, जेनेरिक ड्रग्स आदि शामिल हैं।

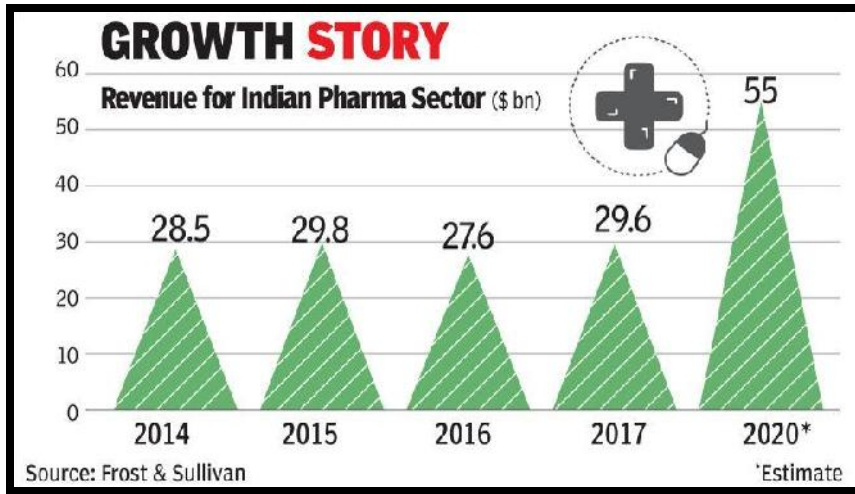
रेग्युलेशन और कानून

आयात ड्रग लायसेंस के लिए सेंट्रल गवर्नमेंट रेगुलेटरी कन्ट्रोल ड्रग, नई दिल्ली की जवाबदारी होती है। निर्माण और विक्रय-वितरण के लिए स्टेट गवर्नमेंट ड्रग कन्ट्रोल की जिम्मेदारी है। फॉर्मसी के लिए भारतीय कानून, ड्रग एंड कॉस्मेटिक एक्ट 1940, ड्रग एंड कॉस्मेटिक रूल 1945, फॉर्मसी एक्ट 1948, इण्डियन मेडीकल

एक्ट 1956 और कोड ऑफ एथिक रेगुलेशन 2002 बनाये गये हैं। यह सभी कानून कम्प्यूटर के क्षेत्र को छोड़कर हैं। इंटरनेट और ई-कॉमर्स से संबंधित कोई अलग से कानून की व्यवस्था नहीं है। इन्फार्मेशन टेक्नोलॉजी अधिनियम 2000 बनाया गया, जिसके अन्तर्गत इंटरनेट से जुड़े विषय को ध्यान में रखा है।

ई-फार्मा में वृद्धि

वर्तमान में ई-फार्मा के क्षेत्र में वृद्धि के मुख्य कारण इंटरनेट यूज़र और दीर्घकालीन बीमारियों हैं। इंटरनेट यूज़र भारत में इनकी संख्या में तेजी से वृद्धि हुई है। इस वृद्धि को केन मार्केट रिसर्च रिपोर्ट में 2016 तक 34.8 प्रतिशत दर्ज की गई। स्मार्टफोन उपभोक्ता की संख्या में भी वृद्धि हुई है। भारत के शहर और गाँव भी इंटरनेट सुविधाओं से अछूते नहीं हैं। वहीं दूसरी ओर समाज के लोगों की जीवनशैली में बदलाव के कारण नई-नई बीमारियों ने घर कर लिया है। दीर्घकालिक बीमारियों (हृदय रोग, कैंसर, मस्तिष्क से संबंधित बीमारी आदि) में वृद्धि हुई है।



ई-फार्मसी बाज़ार 2014 में US \$28.5 बिलियन थी, जो 2020 तक US \$55 बिलियन होना अपेक्षित है। वर्तमान में ई-फार्मा व्यापार 3500 करोड़ है, जो कि आने वाले 10 वर्षों में पूरे ई-फार्मा व्यापार का 15-20 प्रतिशत होना अपेक्षित है। इस वृद्धि में ई-हेल्थ, हेल्थ इंश्योरेंस और आयुष्मान भारत जैसी योजनाएँ सहायक रहेंगी।

राष्ट्र और उपभोक्ताओं को लाभ

ई-फॉर्मसी राष्ट्र के उत्थान में सहायक है। ई-कॉमर्स में वृद्धि में सहायक है। यह इंटरनेट बेस्ड संव्यवहार है, जिससे कर की हानि में कमी होगी।

ई-फॉर्मसी से उपभोक्ताओं को होने वाले लाभ:

- उपभोक्ता के समय में बचत।
- 24 घण्टे, 365 दिन सेवा उपलब्ध।
- पारदर्शिता।
- आसानी से दवाईयों की उपलब्धता।
- तुलनात्मक मूल्यांकन में सहायक।
- पेशेंट को घर बैठे लाभ।
- सस्ती दवाईयों को ढूँढने में आसानी।

कम्पनियों को लाभ

ई-फॉर्मसी से कम्पनियों को होने वाले लाभ:

- ए.पी.आई.
- फॉर्मूलेशन
- सर्जिकल उपकरण
- आर. एण्ड डी.
- सप्लाइ चैन एंड रिटेलर

ए.पी.आई. (एक्टिव फार्मास्युटिकल इनग्रेडियेंट्स): यह दवाई निर्माण कम्पनियों में कच्चे माल की तरह उपयोग में आता है। डिजिटलाइजेशन से कम्पनियों को गुणवत्तापूर्ण और सस्ता ए.पी.आई. आसानी से उपलब्ध है। पूर्व में ए.पी.आई. के लिए भारतीय कम्पनियाँ कुछ चयनित देशों (जैसे – अमेरिका, जापान, चाइना) पर आधारित थीं। प्रतिस्पर्धा के इस बाजार में ई-फॉर्मसी से 2-3 दिनों में ही ऑर्डर कम कीमत पर प्राप्त किया जा सकता है।

फॉर्मूलेशन: डिजिटलाइजेशन से देश-विदेश में नये फॉर्मूलेशन, इसकी तकनीकी आसानी से समझ जा सकती है, जिसका उपयोग कम्पनियाँ अपने रिसर्च एंड डेवलपमेंट में करती है। कुछ बीमारियाँ जैसे डायबिटीज़ में इंसुलिन की चिप नवीन दवाइयों का उपयोग इन तकनीकों की सहायता से आसान किया जा रहा है।

सर्जिकल उपकरण/मशीनरी: इससे उपभोक्ता को आसानी से उपकरण एवं मशीनरी के उपयोग और फायदे की जानकारी मिल जाती है। कम्पनियों के विभिन्न प्रकार के उपकरण एवं मशीनरी का पता लगाकर Cost Effectiveness बढ़ाने के लिए उपयोग में लाया जा सकता है। अंतिम उपभोक्ता को विभिन्न प्रकार के उपकरण से Real Time Data उपलब्ध होता है।

सप्लाइ चैन एंड रिटेलर: माँग और पूर्ति को बराबर बनाये रखने के लिए डिजिटलाइजेशन से रियल टाइम डेटा प्राप्त हो जाता है, जिससे निर्माणी कम्पनी को आवश्यक औषधियों को निर्माण करने में और मांगपूर्ति का संतुलन बनाये रखने में मदद मिलती है। अनावश्यक खर्च को कम किया जा सकता है। वेयर हाउस डिस्ट्री ब्यूटर आदि को आवश्यकतानुसार दवाइयाँ भेजने और लाने का संचालन किया जा सकता है।

चुनौतियाँ

ई-फॉर्मसी के सामने सबसे बड़ी और मुख्य चुनौतियाँ हैं:

- दवाई की उपलब्धता।
- कीमत नियंत्रण।
- दवाइयों की गुणवत्ता।
- तय समय में उपभोक्ता को सेवा प्रदान करना।
- उपभोक्ता संतुष्टि।

दवाइयों के ऑनलाईन बाजार में और एफ.एम.सी.जी. (फास्ट मूविंग कंज्युमर गुड्स) में जमीन आसमान का फर्क है। दोनों ही एक दूसरे से भिन्न हैं। उपभोक्ता दवाइयों के संबंध में किसी प्रकार का समझौता करने के लिए तैयार नहीं होता है।

सुझाव

जनवरी, 2019 में मद्रास हाईकोर्ट द्वारा इस पर रोक लगाई गई। अतः इस पर सरकार द्वारा विचार कर ई-फॉर्मसी को गति प्रदान करने का प्रयास किया जा सकता है। ई-फॉर्मसी के व्यापार को नियंत्रण में रखने के लिए लायसेंस जरूरी किया जाए। इसके नियंत्रण के लिए एक रेग्युलेटरी संस्था बनाकर सरकार द्वारा ई-फॉर्मसी के क्षेत्र में वृद्धि की जा सकती है, जिस तरह IRDA बीमा क्षेत्र में और TRAI टेलीकॉम क्षेत्र में है।

References

1. CAN Research 2015, India Online Health Care Products, Market Outlook 2020, Infusion of Online Market Places & Health Care Awareness to Shape Future Growth Market Research Report.
2. Nanchkoran 2013, an Introduction to Electronic Commerce.
3. Pharma Practice Regulation 2015, Pharmacy Council of India, Govt. of India.
4. <https://www.pharmaceuticaljournal.com/ite-commerce-pharmacy-20002264> article.
5. <https://www.omrcsonline.org/epharmacies-regulation-in-india-bringing-new-dimonds>
6. <https://www.drgdigital.com/research-epharmaceutical-consumer-overview>
7. <https://www.economicstimesindiatimes.com/industry/healthcare/biotech/ pharmaceuticals/until-government/releases-rules-e-pharmacies-to-self-regulate- iipa/articleshow>

