

## दवाओं का नैतिक वपिणन

### मेन्स के लिये:

उत्पादों का नैतिक वपिणन, मानव क्रियाओं में नैतिकता

### चर्चा में क्यों?

हाल ही में [केंद्रीय प्रत्यक्ष कर बोर्ड \(The Central Board for Direct Taxes-CBDT\)](#) ने डोलो-650 टैबलेट के नरिमाताओं पर दवा लखिने हेतु डॉक्टरों को **फ्रीबीज (मुफ्त उपहार) देने के लिये 1,000 करोड़ रुपए खर्च करने का आरोप** लगाया है।

- इससे [यूनफॉर्म कोड फॉर फार्मास्यूटिकल मार्केटिंग प्रैक्टिसिज़ \(UCPMP\)](#) को कानूनी रूप से बाध्यकारी आचार संहिता बनाने पर जोर दिये जाने की संभावना है।

### दवा वपिणन में फ्रीबीज:

- परिचय:**
  - दवा नरिमाण कंपनियों को 'उपहार देने' का प्रयास करते हुए देखा गया है: अपने उत्पाद वपिणन के लिये डॉक्टरों को मुफ्त रात्रभिोज और दवा के नमूनों से लेकर प्रचारक माल तक मुफ्त उपहार प्रदान करना।
    - अपने उत्पादों को बढ़ावा देने के लिये फार्मा कंपनियाँ डॉक्टरों द्वारा आयोजित सम्मेलनों में कथति तौर पर **उपहार के लिये पाँच सतिारा होटलों, स्थानीय दर्शनीय स्थलों आदि में आवास की व्यवस्था करती हैं।**
  - यह गंभीर रैकेट है जो दवा (फार्मा) कंपनियों को वपिणन की आड़ में अपनी-अपनी दवाओं को आगे बढ़ाने के लिये डॉक्टरों को 'उपहार' प्रदान करतें है।
- फार्मा कंपनी का पक्ष:**
  - दवा कंपनियों डॉक्टरों को **ब्रांडेड समृति चिहिन** जैसे- पेन स्टैंड, कैलेंडर, डायरी या सैनटिाइज़र प्रदान करेगी।
    - इसके पीछे यह सुनश्चिति करने का वचिार है कि उनके ब्रांड्स को सबसे पहले याद कथिा जाए।
    - भारतीय बाज़ार कीमत नथितरति है। इसलथि यहाँ ब्रांड महत्त्व कम है।
  - हालाँकथिे प्रथाएँ यह सुनश्चिति नहीं करती हैं कि डॉक्टर उनकी दवाएँ लखिेंगे। **यह सरिफ एक वपिणन/मार्केटिंग रणनीति है।**
  - उपहार में दी जा रही लगभग **95% वस्तुओं की कीमत 500 रुपए से कम है।**
    - यह रश्चित को बढ़ावा नहीं देता है बल्कथि एक समान मूल्य के सैकड़ों अन्य ब्रांड के बीच डॉक्टर को याद दलाने के लिये कथिा जाता है।
- ऑल इंडथिा डरग एक्शन नेटवर्क का पक्ष:**
  - नैतिक वपिणन और प्रचार-प्रसार के लिये तैयार कथिा जा रहे नए औषधि, चकितिसा उपकरण और सौंदर्य प्रसाधनों को अधनियिम के दायरे में लाया जाना चाहथिे।
  - यह देखा गया है कि अक्सर डॉक्टरों को नैदानिक परीक्षणों में प्रमुख जाँचकर्त्ता बना दथिा जाता है, या उन समतियिों का हसिसा बना दथिा जाता है जनिके लथिे वे मोटी फीस कमाते हैं।

### यूनफॉर्म कोड फॉर फार्मास्यूटिकल मार्केटिंग प्रैक्टिसिज़ (UCPMP)

- परिचय:**
  - यह दवाओं और चकितिसा उपकरणों के संवर्द्धन तथा वपिणन के लिये दवाउद्योग हेतु दसिंबर 2014 में केंद्र सरकार द्वारा प्रकाशति दथिा-नरिदेशों का एक समूह है।
  - हालाँकथिे दथिा-नरिदेश स्वैच्छक सहतिा हैं और कंपनियिों पर कानूनी रूप से बाध्यकारी नहीं हैं।
- महत्त्व:**
  - यह सहतिा फार्मास्यूटिकल कंपनियिों को उनके वपिणन व्यवहारों में आचरण को नथितरति करती है, जसिमें चकितिसा प्रतनिधि, पाद्य और श्रव्य-दृश्य प्रचार सामग्री, नमूने, उपहार आदि जैसे वभिनिन पहलुओं को वधिवित शामिल कथिा गया है।

- कोड स्वास्थ्य पेशेवरों के साथ संबंध स्थापित करता है, जिसमें चिकित्सकों या उनके परिवारों को यात्रा सुविधाओं, आतिथ्य और नकद या मौद्रिक अनुदान से संबंधित वस्तुतः प्रावधान किये गए हैं।

#### ■ मुख्य प्रावधान:

- यूसीपीएमपी के क्लॉज 7.2 के अनुसार, "कंपनियों या उनके संघ/प्रतिनिधियों को किसी भी बहाने से स्वास्थ्य देखभाल चिकित्सकों और उनके परिवार के सदस्यों को होटल आवास जैसी कोई आतिथ्य प्रदान नहीं करेंगे"।
- सक्षम प्राधिकारी द्वारा वपिणन अनुमोदन प्राप्त करने से पहले किसी दवा को बढ़ावा नहीं दिया जाना चाहिये।
  - दवा का प्रचार वपिणन अनुमोदन की शर्तों के अनुरूप होना चाहिये।
- किसी दवा कंपनी द्वारा दवाओं को निर्धारित करने या आपूर्तिकरने के लिये योग्य व्यक्तियों को कोई उपहार, आर्थिक लाभ या अन्य लाभ प्रदान नहीं किया जा सकता है।
- स्वास्थ्य पेशेवरों और परिवार के सदस्यों के व्यक्तिगत लाभ के लिये भी उपहार प्रदान नहीं किये जाने चाहिये।

## आगे की राह

- यदि डॉक्टरों को अनैतिक रूप से दवा ब्रांडों को बढ़ावा देने का दोषी पाया जाता है, तो कंपनियों को उसी प्रकार दंडात्मक कार्रवाई का सामना करना होगा जैसा कि रेशिवत और इसी तरह की अन्य अनैतिक प्रथाओं के लिये भारतीय दंड संहिता में वर्णित है।
- सरकार को यह अनिवार्य करना चाहिये कि कंपनियों द्वारा डॉक्टरों और पेशेवर निकायों को प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से अन्य पार्टियों के माध्यम से किये गए भुगतानों का समय-समय पर खुलासा जनता के समक्ष सुलभ हो। प्रकटीकरण में राश, व्यय का उद्देश्य और भुगतान पाने वाली पार्टी की जानकारी शामिल होनी चाहिये।
- यूसीपीएमपी को कंपनियों के लिये कानूनी रूप से बाध्यकारी होना चाहिये। वर्तमान संहिताओं के पास कंपनियों को दंडित करने की न तो शक्ति है और न ही प्रोत्साहन।
  - स्वैच्छिक कोड को लागू करने की ज़िम्मेदारी फार्मा संघों की है।

## स्रोत: बज़िनेस स्टैंडर्ड

PDF Refernece URL: <https://www.drishtias.com/hindi/printpdf/ethical-marketing-of-drugs>

