



સમગ્ર ભારતનું ફાર્મા એક તરફ અને સેલેબ્રિટી ફેવરિટ “સેમા” એક તરફ! સીધી જાહેરાત ગેરકાયદેસર અને જેનેરિકનું તોફાન

શું

૨૧ માર્ચ પછી ભારતમાં શરૂ થવાનો છે “સ્લિમિંગ દવાઓનો યુગ?” થોડા દિવસ પહેલાં એક મેડિકલ બેઠકમાં રસપ્રદ વાત સાંભળવા મળી. એક સિનિયર ડોક્ટરે મજાકમાં કહ્યું: “સમગ્ર ભારતનું ફાર્મા એક તરફ અને સેમા એક તરફ!” હોલમાં બેઠેલા ઘણા ડોક્ટરોએ ઝીણું સ્મિત આપ્યું અને થોડી સેકન્ડમાં સમજાયું કે આ મજાક પાછળ સત્ય છુપાયેલું છે. કારણ કે એક દવા આજે વિશ્વભરમાં મેડિકલ ચર્ચાનું કેન્દ્ર બની ગઈ છે, Semaglutide. ડાયાબિટીસ માટે બનાવવામાં આવેલી આ દવા આજે વજન ઘટાડવાની સારવારમાં સૌથી વધુ ચર્ચાયેલી દવાઓમાંની એક બની ગઈ છે. (બ્રેન્ડ નામ જે લાયસન્સ હેઠળ છે એ વીગોવી, રાયબેલ્સસ, ઓઝેમ્પિક.) અને હવે ભારત માટે એક મોટો ફેરફાર થવાનો છે.

૨૧ માર્ચ - ફાર્મા ઉદ્યોગ માટે મહત્વનો દિવસ:

ભારતીય ફાર્મા ઉદ્યોગમાં ૨૧ માર્ચ આસપાસનો સમય ખૂબ મહત્વનો માનવામાં આવી રહ્યો છે. કારણ કે આ સમયગાળા પછી ભારતમાં સેમાગ્લુટાઇડ સંબંધિત પેટન્ટ મર્યાદાઓ સમાપ્ત થવાની છે અને ત્યારબાદ અનેક ભારતીય ફાર્મા કંપનીઓ આ જ મોલેક્યુલના જનરિક વર્ઝન બજારમાં લાવવા તૈયાર છે. ઘણી કંપનીઓ પાસે આ બનાવીને તૈયાર છે. પેટન્ટ પૂરી થાય કે બીજા જ દિવસે મેડિકલ સ્ટોર પર ઉપલબ્ધ થઈ જશે. અહેવાલો અનુસાર 50-60થી વધુ ભારતીય ફાર્મા કંપનીઓ આ જ મોલેક્યુલ અલગ-અલગ બ્રેન્ડ નામો સાથે બજારમાં લાવવા માટે તૈયાર છે. તબીબને કેટલા નામ યાદ રહેશે અને કઈ કંપની પર વિશ્વાસ કરશે એ મેડિકલ પ્રશ્ન તો આખો અલગ વિષય રહ્યો. અર્થાત્ એક જ મોલેક્યુલ અને ચાર પાંચ ડોઝ બ્રેન્ડ. આથી જ ઘણા નિષ્ણાતો તેને મજાકમાં “સેમા સ્ટોર્મ” કહી રહ્યા છે. ફાર્મા બજારમાં કદાચ પહેલી વાર એવું બનશે કે એક જ મોલેક્યુલના એટલા બધા સમાન બ્રેન્ડ એકસાથે જોવા મળશે.

અત્યાર સુધી શું સ્થિતિ હતી?

હાલ સુધી આ દવા મુખ્યત્વે આંતરરાષ્ટ્રીય બ્રેન્ડ્સ હેઠળ જાણીતી હતી: Ozempic અને Wegovy. આ દવાઓ ખાસ કરીને બે કારણોસર વિશ્વભરમાં ચર્ચામાં આવી:

1. ડાયાબિટીસ કંટ્રોલમાં અસરકારક

2. વજન ઘટાડામાં નોંધપાત્ર મદદ

અને ત્યારથી તેની લોકપ્રિયતા ઝડપથી વધી ગઈ. આ બંને દવા એક જ છે. અમેરિકામાં US FDA દ્વારા એક ડાયાબિટીસ માટે અને એક ઓબેસિટી માટે માન્યતા પ્રાપ્ત છે.

ઘણા દેશોમાં તેને “weight-loss revolution” તરીકે પણ વર્ણવવામાં આવે છે.

આ દવા શરીરમાં શું કરે છે?

સેમાગ્લુટાઇડ શરીરમાં GLP-1 નામના હોર્મોન જેવી અસર કરે છે. વિસ્તારમાં આપણે પાછળના દિવસોમાં વિવિધ લેખો અંતર્ગત સમજી ચૂક્યા છીએ એટલે પુનરાવર્તન ના કરીએ આજે. ટૂંકમાં, ઘણા અભ્યાસોમાં 10 થી 15 ટકા સુધી વજન ઘટાડો જોવા મળ્યો છે. આથી જ આ દવા વિશ્વભરમાં ઝડપથી લોકપ્રિય બની.

ભારત માટે વાત થોડી અલગ છે!

ભારતીય દર્દીઓની સ્થિતિ - મેડસ્વીતા પેટર્ન પશ્ચિમ દેશોથી અલગ હોય છે. ભારતીયોમાં ઘણી વાર:

» BMI ઓછું હોવા છતાં પેટની ચરબી વધારે હોય છે.

» “Normal weight obesity” સામાન્ય છે

» મેટાબોલિક જોખમ વહેલા શરૂ થાય છે.

ભારતીયોમાં BMI 23 પછી જ જોખમ શરૂ થઈ શકે છે એટલે ભારત માટે આ મેડિકલ મેનેજમેન્ટ અલગ રીતે વિચારવું જરૂરી છે. મેડસ્વીતા માત્ર દેખાવનો પ્રશ્ન નથી. ઘણા લોકો માટે મેડસ્વીતા માત્ર દેખાવની બાબત છે. ઘણા લોકો એવું કહે છે કે આપણે ખાધા પીધા ઘરના

છીએ. સામાન્ય વજન હોવું એ ગર્વ લેવા કરતા શરમ અને ક્યારેક માઈકાંગલા હોવા સાથે સમાજ દ્વારા જોડી દેવામાં આવ્યું છે, પણ હકીકતમાં તે ઘણી ગંભીર બિમારીઓ સાથે જોડાયેલ છે:

» ટાઈપ-2 ડાયાબિટીસ

» ફેટી લિવર

» બ્લડ પ્રેશર

» હાર્ટ ડિસિઝ

» સ્લીપ એપ્નિયા

» ઘૂંટણના દુખાવા

તેથી આજે ઘણા ડોક્ટરો એક મહત્વનો સંદેશ આપવાનો પ્રયત્ન કરે છે: Obesity is a chronic disease. મેડસ્વીતા માત્ર દેખાવ નહીં, પરંતુ લાંબાગાળાની બિમારી છે. ડાયટ અને વ્યાયામ, જરૂરી પણ ઘણીવાર પૂરતા નથી મોટાભાગના ડોક્ટરો પ્રથમ પગલું તરીકે હંમેશા ડાયટ અને વ્યાયામની સલાહ આપે છે, પણ વાસ્તવિકતા એ છે કે ઘણા દર્દીઓમાં ડાયટ અને વ્યાયામ પછી ૫ કિલો કરતા ઓછું વજન ઘટે છે અને થોડા મહિનાઓમાં ફરી વધે છે. ભારતીય આહારમાં ઘણી વાર કાર્બોહાઈડ્રેટ વધારે, પ્રોટીન ઓછું, શારીરિક પ્રવૃત્તિ ઓછી અને આથી લાંબા ગાળે વજન ઘટાડવું મુશ્કેલ બની શકે છે. અહીંથી દવાઓની ભૂમિકા શરૂ થાય છે.

એક કાનૂની મર્યાદા પણ છે!

આ એક ખૂબ મહત્વની બાબત છે. ભારતમાં પ્રિસ્ક્રિપ્શન દવાઓ માટે સીધી જાહેરાત કરવી મંજૂર નથી. કાયદા કાનૂન મુજબ ઘણી બિમારીઓ માટે દવાઓની જાહેરાત પર પ્રતિબંધ છે. એટલે કોઈ ફાર્મા કંપની સીધું કહી

હેલ્થ ટાઈમ

★ ડૉ. મંથન શેઠ



અહેવાલો અનુસાર 50-60થી વધુ ભારતીય ફાર્મા કંપનીઓ આ જ મોલેક્યુલ અલગ-અલગ બ્રેન્ડ નામો સાથે બજારમાં લાવવા માટે તૈયાર છે

ઘટેફાફ :

Insults and Failures are real culprits of success. They act as mediator of your Eminence.

-મંથન શેઠ

શક્તિ નથી: “આ ઈન્જેક્શન લો અને વજન ઘટાડો.” આ નિયમ દર્દીઓને સ્વેચ્છિક દવા લેવાથી બચાવવા માટે બનાવવામાં આવ્યો છે. તેથી આવી દવાઓનો ઉપયોગ સામાન્ય રીતે, ડોક્ટરની સલાહ, મેડિકલ માર્ગદર્શન, ક્લિનિકલ જરૂરિયાતના આધારે થાય છે. જે કંપની સીધું જાહેરાત કરવામાં પડે છે એ સંપૂર્ણ અસૈદ્ધાંતિક છે. બાકી આડકતરી જાહેરાત કરવી કે ઓબીસિટી એક રોગ છે એમાં તો અમુક ખાસ કંપની બિલકુલ પાછળ નથી અને કરોડો અબજો તો આમાં જ ખર્ચાઈ રહ્યા છે.

મેડસ્વીતા સામે લડાઈ - રાષ્ટ્રીય ચર્ચાનો વિષય:

આજે મેડસ્વીતા માત્ર વ્યક્તિગત સમસ્યા નથી રહી. તે જાહેર આરોગ્યનો મહત્વનો વિષય બની ગયો છે. ભારતના વડાપ્રધાન પણ અનેક પ્રસંગે આ અંગે જાગૃતિ લાવવાની વાત કરી ચૂક્યા છે. તેમણે પોતાના કાર્યક્રમોમાં વારંવાર લોકોને કહ્યું છે કે ખોરાકમાં સંતુલન રાખો, રોજ શારીરિક પ્રવૃત્તિ કરો, સ્વસ્થ જીવનશૈલી અપનાવો કારણ કે વધતું વજન અને લાઈફસ્ટાઈલ રોગો આવનારા સમયમાં ભારત માટે મોટી આરોગ્ય સમસ્યા બની શકે છે.

હવે શું બદલાઈ શકે?

૨૧ માર્ચ પછી જ્યારે અનેક જનરિક બ્રેન્ડ્સ બજારમાં આવશે, ત્યારે દવાની કિંમત ઘટશે, વધુ દર્દીઓ સુધી સારવાર પહોંચશે, ડોક્ટરો વધુ આત્મવિશ્વાસથી તેનો ઉપયોગ કરી શકશે અને કદાચ ભારતમાં ઓબેસિટી મેનેજમેન્ટનો નવો યુગ શરૂ થશે. એટલે હવે આવશે ૫૦ બ્રેન્ડ્સ - પછી શું થશે?

આ પ્રશ્ન હવે ફાર્મા ઉદ્યોગ અને ડોક્ટરો બંનેમાં ચર્ચાનો વિષય બની રહ્યો છે. જો ખરેખર ૫૦થી વધુ બ્રેન્ડ્સ બજારમાં આવશે, તો કેટલાક રસપ્રદ ફેરફારો જોવા મળી શકે છે.

1. જનરિક સ્પર્ધા વધે એટલે સામાન્ય રીતે દવાની કિંમત ઘટે છે. આથી વધુ દર્દીઓ સુધી સારવાર પહોંચવાની શક્યતા વધે.

2. બ્રેન્ડ કન્ફ્યુઝન: એક જ મોલેક્યુલના 50 થી વધુ બ્રેન્ડ હશે. દર્દીઓ ઘણીવાર પૂછશે: “કઈ બ્રેન્ડ સારી?” હકીકતમાં મોલેક્યુલ એક જ હશે.

3. ડોક્ટરોને હવે ઘણા વિકલ્પ મળશે. પણ સાથે સાથે ગુણવત્તા, ડિલિવરી ડિવાઈસ અને દર્દી અનુસરણ જેવા મુદ્દા પણ મહત્વના રહેશે.

4. ફાર્મા કંપનીઓ વચ્ચે સ્પર્ધા, ફાર્મા ઉદ્યોગમાં કદાચ પહેલી વાર ઓબેસિટી દવાઓ માટે આટલી મોટી સ્પર્ધા જોવા મળશે.

કદાચ થોડા વર્ષ પછી લોકો ખરેખર મજાકમાં કહેશે: “સમગ્ર ભારતનું ફાર્મા એક તરફ અને સેમા એક તરફ!” પણ એક વાત યાદ રાખવી જોઈએ. કોઈ પણ દવા એકલી લડાઈ જીતી શક્તી નથી. મોટાપા સામે જીતવા માટે હજુ પણ જરૂરી છે, સંતુલિત આહાર, નિયમિત વ્યાયામ, સારી ઊંઘ, તણાવ નિયંત્રણ વગેરે. દવા રસ્તો બતાવી શકે છે, પણ સ્લિમ અને ટ્રિમ બનવાનો નિર્ણય હજુ પણ આપણા હાથમાં જ છે.