

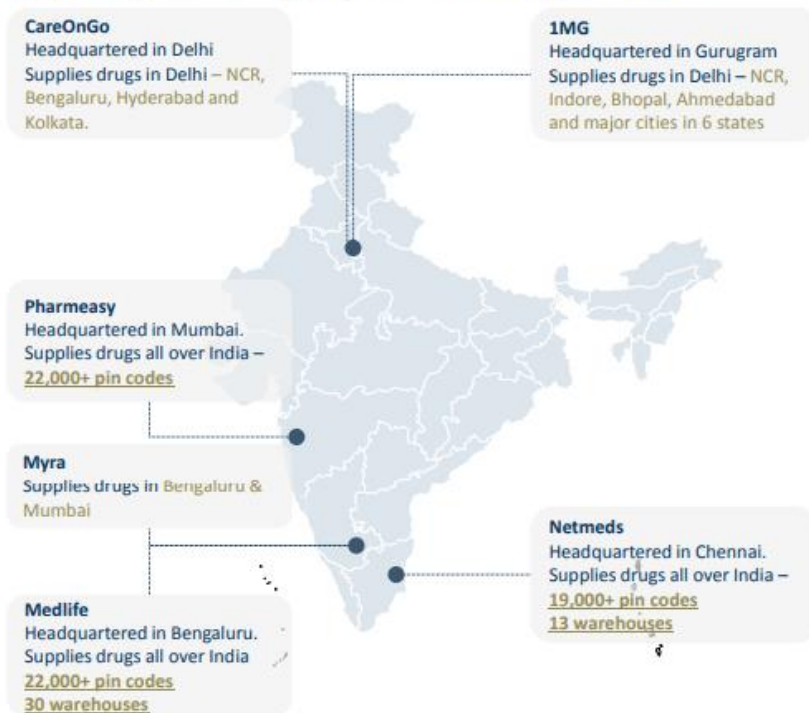


โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย

Amazon Pharmacy เปิดพื้นที่การค้า สำหรับยาและเวชภัณฑ์

เมื่อกลางเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา Amazon India เปิดให้บริการตลาดกลางออนไลน์ขายสินค้าประเภทยา รักษาโรค ทั้งยาที่มีใบสั่งแพทย์และยาที่ไม่ต้องมีใบสั่งแพทย์ รวมถึงผลิตภัณฑ์อายุรเวท ยาสมุนไพร/แผนโบราณของอินเดีย อาหารเสริม อุปกรณ์การแพทย์และความงาม เช่น เครื่องวัดไข้ เครื่องวัดระดับน้ำตาล หน้ากากอนามัย และ เครื่องนวดตัว/นวดหน้า เป็นต้น เพื่อรองรับวิถีชีวิตใหม่ที่ผู้บริโภคต้องการสั่งซื้อสินค้าเหล่านี้ได้โดยไม่ต้องเสี่ยงออกติดตามที่ร้านขายยาทั่วไป โดย Amazon.in กำลังทดลองให้บริการ Amazon Pharmacy ในเมืองบังกอลอร์ทางตอนใต้ของอินเดีย และจะขยายออกไปตามเมืองต่างๆ ต่อไป ซึ่งคู่แข่งรายสำคัญของ Amazon ในตลาดอินเดีย ได้แก่ CareOnGo, 1MG, PharmEasy, Myra, Netmeds และ Medlife

Major e-pharmacy players – Geographic reach



Amazon India เริ่มขยายกิจการมาทำตลาดสำหรับยาและเวชภัณฑ์ตั้งแต่ปี 2560 แล้ว โดยซื้อกิจการของ PillPack บริษัทขายยาแบบส่งถึงบ้านของสหรัฐ แล้วต่อมาได้ขยายตลาดไปในอังกฤษ ออสเตรเลีย แคนาดา และ อินเดียตามลำดับ ในปัจจุบัน การขายยาและเวชภัณฑ์ใน Amazon Pharmacy ในอินเดียส่วนใหญ่เป็นยอดขายของ Cloudtail ซึ่งเป็นบริษัทที่ Amazon India เข้าไปถือหุ้นในสัดส่วน 24% ร่วมกับบริษัท Infosys

อย่างไรก็ตาม Amazon Pharmacy กำลังถูกโจมตีจากเครือข่ายของร้านขายยาทั่วไปที่มองว่าการสั่งและขายยาออนไลน์ยังขาดการตรวจสอบและควบคุมดูแลโดยเภสัชกรอย่างเพียงพอ ซึ่งหน่วยงานของรัฐเอง (Central Drugs Standard Control Organisation) ก็ยังไม่ได้กำหนดกฎกติกา (E-pharmacy Regulation) ที่ชัดเจนขึ้นมากำกับดูแลธุรกิจนี้ อาทิ การกำหนดมาตรฐานของใบสั่งยาโดยแพทย์แบบออนไลน์ และเกณฑ์ในการพิจารณาให้ใบอนุญาตของผู้ค้าในตลาดกลาง (Certified Sellers)

ในขณะที่ All India Organization of Chemists and Druggists (AIOCD) ซึ่งมีร้านขายยาที่เป็นสมาชิกภายใต้องค์กรนี้อยู่ไม่น้อยกว่า 850,000 รายทั่วอินเดีย ได้ร่วมกันยื่นหนังสือต่อทางการอินเดีย อ้างว่าการขายยาแบบส่งถึงบ้าน (Home Delivery)

สำหรับยาที่ต้องมีใบสั่งจากแพทย์นั้น เป็นธุรกิจที่ขัดต่อ พรบ. Drug and Cosmetics Act ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา อาทิ การรักษาข้อมูล/ความลับทางการแพทย์ของผู้ป่วย การนำยาไปใช้ในทางที่ผิด และการควบคุมดูแลการใช้ยาภายใต้การกำกับดูแลของแพทย์ ที่ไม่สามารถทำได้เต็มที่หากรัฐปล่อยให้มีการซื้อขายออนไลน์ตามใบสั่งแพทย์ อย่างไรก็ตาม อนาคตอันใกล้ คาดว่ารัฐบาลอินเดียจะมีการปรับปรุง พรบ. Drug and Cosmetics Act ให้รองรับธุรกิจนี้และจัดระเบียบการค้าให้รัดกุมมากขึ้น

ที่มา tech.economictimes.indiatimes.com และ indianexpress.com สิงหาคม 2563

ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น

ข้อมูลจากรายงานของ Frost and Sullivan พบว่าธุรกิจร้านขายยาออนไลน์ (E-pharmacy) ในอินเดียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูง โดยขนาดตลาดประมาณ 512 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2561 และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 3,657 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2565¹ ซึ่งในปัจจุบันร้านขายยาแบบดั้งเดิม (Brick and Mortar Chemist Shop) ยังครองตลาดอยู่ในสัดส่วนประมาณ 80% แต่สถานการณ์โควิด-19 กำลังสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนจากการเดินทางไปเคาเตอร์เป็นการสั่งซื้อออนไลน์

การเปิดพื้นที่ค้าปลีกสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ใน Amazon Pharmacy เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสินค้ามีช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้นและแนะนำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าประเภทนี้ได้ง่ายขึ้น สินค้าไทยประเภทเวชสำอาง อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์สปา/ธรรมชาติบำบัด รวมทั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก/พกพาเพื่อสุขภาพและความงาม อาจใช้ช่องทางนี้ในการขยายโอกาสที่จะได้นำเสนอสินค้าให้คนไทยได้รู้จัก โดยการ 리스팅สินค้าในแพลตฟอร์มของ Amazon สามารถทำได้หลายรูปแบบ อาทิ การนำสินค้าขึ้นไปขายเองโดยตรงและขนส่งจากไทยไปยังผู้ซื้อในอินเดีย (MFN) การขายแบบที่ใช้ระบบจัดเก็บและจัดส่งของ Amazon India (Free Trade & Warehousing Zone) และการขายผ่านการนำเข้าของ Indian Sellers (B2B) เพื่อใช้ประโยชน์จากระบบสนับสนุนของ Amazon (FBA) ซึ่งเป็นช่องทางที่ดีในการทดลองตลาดและปรับปรุงสินค้าและราคาให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย

¹ <https://ww2.frost.com/wp-content/uploads/2019/01/Frost-Sullivan-Outlook-on-e-pharmacy-market-in-India.pdf>