2015-03-09

**陳如月**

**反對MR的活動**

擔心MR對醫師的處方行為給予太大的影響，因此藥品公司和醫師互動的活動越來越被要求要透明化。

eyeforpharma網站刊登Carly Helfand的報告，說是澳洲的醫師團體開始「反對MR的活動」。Quantia Inc.在3000位美國醫師進行調查的結果，五分之二的醫師不會見MR，這當中的80%是因為其所屬的組織的政策。美國去年制定了「Physician Payment Sunshine Act」，藥品公司有義務公開地公布所有對醫師的金錢支付。

此外，在澳洲的醫師團體和學會宣布了一項更為激進的措施。醫師們將此活動命名為「No Advertising Please（NAP）」，開始了全面否定MR活動的反MR活動的運動。贊同這個運動的醫師們在診所或醫院的入口處張貼「NAP」的標誌，拒絕MR進入房間或是活動。參加的醫師Justin Coleman說：「藥品公司的MR們是在行銷藥物，而我們醫師選擇最好的藥物是基於最佳的實證醫學。MR的活動對我們來說是不必要的。」

另一方面，澳洲的醫師公會則捍衛「藥品公司在財政上和其他方面都對醫師的世界有很大的貢獻。」該國醫師公會會長Brian Morton說：「我們醫師的世界都是圍繞著教育和資訊。藥品公司是研究資金的重要來源，我們從其研究開發方面和促銷活動方面得到利益。」醫師當中也有反對「反MR活動的運動」的醫師，他們質疑「知識水準高的醫師是怎樣程度的人在決定處方時會受MR的影響？」這項運動侮辱醫師，是天真的人們的行動。

不過，NAP運動陸續有醫師贊同，給藥品公司的行銷人員造成壓力。行銷人員為了提供產品信息，變成必須考慮另外的方法。

根據ZS Associates最近的報告顯示，約有半數的醫師用一些方式限制MR的活動。和MR會面的醫師減少，非人員的促銷增多，用IT提供資訊變得越來越活躍。在ZS Associates的調查結果，不直接會見MR的醫師多半接受以虛擬detailing為首，用電子郵件和郵寄廣告、演講議程等數位管道的接觸。然而，在另一個研究中，比起用數位做detailing，有些醫師還是比較喜歡和MR做傳統的交流。

還有，根據Cegedim Strategic Data (CSD)公司在包括美國、日本、巴西、俄羅斯、中國、加拿大等13個國家進行的調查，多數的醫師在決定處方時，會尋求和MR的交流以及數位行銷的組合促銷。

包括台灣在內各國的藥品公司必須盡一切努力，參考澳洲的事例，展開對醫師的醫療有用的行動，避免發生反MR的運動。

– End –