

藥廠商提供利益與開處方的關聯(5)： Pharmaceutical Detailing：非藥廠商的 觀點

美國St. Louis大學及Glennon主教兒童醫院 朱真一

前言

在本刊討論一系列的醫學「利益衝突(conflict of interest)」問題¹，最主要想介紹美國對這問題的關心。利益衝突問題中，最重要的一項是各類醫療有關廠商為推銷產品，提供利益給醫療人員。前幾期已討論不少²⁻⁶，討論藥廠商提供利益給可開處方的醫療人員，會使健保付藥品價格提高，主要因為接受利益者較不開學名藥(generic drug)，多開原廠牌藥(branded drug)處方，有些研究甚至認為醫療品質都可能降低。

前一期開始討論，推銷術中最重要的：由藥廠商代理人主導的推銷，拜訪醫師或醫療機構的pharmaceutical detailing。這系列首先介紹這種藥廠商的拜訪推銷術，以及藥廠商對此推銷術的看法⁶。同時也介紹最近20幾年開始的e-detailing，因為新科技的推銷術較方便便宜，而且又可能較有效率，早已通行，尤其如下面及幾下幾期的討論，親自拜訪推銷會漸多管制，e-detailing會更增強。

這一章將繼續討論藥廠商的拜訪推銷術，不過本期從非藥廠商的另外兩類群組的觀點來討論，包括病人及家屬在內的社會全民觀點以及醫療界人士的觀點，這兩組群都可說是這藥廠商推銷的對象。社會全民是消費者(customer)，藥廠商推銷的產品，要醫師開處方，醫師更會是廠商最重要的關鍵推銷對象。

藥廠商的拜訪推銷術對開處方的影響

藥廠商的推銷術，是否會降低或提高醫療

的整體品質？這應該是最重要且最應該討論的重點，但是藥廠商的拜訪推銷術，究竟如何影響醫療的整體品質問題很難討論，因為很難有客觀的數據。對醫師開藥處方的影響，則較容易找到研究數據，以下的討論，有些就提到，代理人的拜訪推銷，會降低藥處方的品質，由此再推論醫療的整體品質還是一樣地會受影響。

社會全民或醫界的看法又是如何？能找到已發表的研究數據或評論，一般很難區分醫療界或非醫療界的社會全民的看法，所以本文以「非藥廠商界」的觀點，不分全民或醫學界否。本章的最後一節，討論一篇碩士論文，該文可以說是從社會人民角度來討論，作者很嚴厲地評判，藥廠商以利益為主的作風應改革。

此系列第一篇的導言³，提到有兩篇綜合報導^{7,8}，作者們收集各類論文、分析各種藥廠商如何以提供利益來推銷產品，那篇文章已有較詳細討論，作者如何選擇這些研究論文，這裡不再重複贅述。那兩篇綜合分析同時有不少探討這篇主題的「拜訪推銷術」的問題，所以下面就先討論此兩綜合分析的報導。

較早2001年發表的綜合分析

較早些於2010年出版的一篇是“Information from pharmaceutical companies and the quality, quantity, and cost of physicians' prescribing: a systematic review”⁷。上次談過此研究收集自1968開始到2008年2月的論文。這篇討論應該較多傳統性的拜訪推銷的資料，

因為e-detailing只剛開始，早期還沒盛行。下面依據此綜合分析的內容來簡述。

此綜合分析有一節討論到pharmaceutical sales representative visits，這就是本文講的「藥廠商代理人的拜訪推銷」。這綜合分析的研究，說找到28個有關這題材的研究。論文探討藥廠代理人提供產品資訊，就是宣傳資料給醫療人員，其實就是推銷產品。其中17個研究論文發現，代理人的拜訪推銷，會增加藥廠商原廠牌的處方。

沒有任何研究發現，代理人的拜訪會使該藥廠商的原廠牌藥處方降低。其中6個研究發現有混合的不同結果，就是代理人拜訪推銷後，那廠商的廠牌藥處方有些增加，但有些沒增加。另外還有5個研究，沒發現代理人的拜訪推銷，跟醫療人員開那廠商的藥品處方有連帶關係。

這篇綜合分析的結論如下：代理人訪問的時間是很重要的因素，拜訪時間越長，越能增加醫療人員開那廠商所推銷的藥品。不過也發現，代理人太經常拜訪，以後的效率就會漸漸減低。他們還發現，經常開很多處方的醫師，拜訪推銷的效果較大。尚未使用那代理人所推銷藥的醫師，較會有增加代理人推銷的藥處方。本來就已經開那廠商的推銷藥的醫師，就沒增開處方那麼多。這些本都是可以預料的結果，這分析報告，提供了研究數據，證實大家的推測。

另外有些研究發現代理人的拜訪，除了增

加那廠商的產品的處方外，會使競爭的對手廠商的市場佔有率減少。還發現代理人推銷該廠商的新產品，有最好的效果。代理人推銷的新產品，不見得是醫學上較好的產品。新產品要靠推銷尤其要這種拜訪推銷術，推銷術比有醫學科學的證據更會增加銷售量。這些數據可說很符合上章提到的，代理人拜訪推銷新藥產品的效率高，投資的利潤可高達十倍之多。

2017年發表的綜合分析報告

第二篇的題目是：“Association Between Physicians' Interaction With Pharmaceutical Companies and Their Clinical Practices: A Systematic Review and Meta-Analysis”⁸。作者們用他們設定的標準，選出9篇主要探討廠商代理人去拜訪推銷跟開處方的關聯。

綜合分析發現8個研究的9篇報告，因為有一研究發表兩次不同角度的論文。這篇綜合分析有一大節pharmaceutical representative visits，就是討論這篇主題的拜訪推銷。這篇綜合分析有表列出，所分析的每篇所討論的論文，醫療人員跟藥廠商代理人的如何接觸(exposure)、結果(outcome)及統計結果(statistical results)。簡述於下，有些研究結果合併寫出。這篇論文討論中，提到一篇較特別，討論醫師們的心態，在下一節討論。這篇的分析的結論重點⁸，跟上節的分析⁷，不少一樣或類似的結論。

這篇探討藥廠商的拜訪推銷，發現8個研究中的5個研究，發現接受代理人的拜訪推

銷，會增加醫師多開那廠商的廠牌藥的處方，更發現還會降低開藥處方的品質，以及增加處方的價格。另外的3個研究發現，雖然醫師增開藥處方及增加藥價，但是不能說跟藥廠商代理人拜訪推銷有直接關聯。

上一節較早期的探討⁷，一樣發現代理人的拜訪推銷，會增加開那廠商的廠牌藥品的處方，以及增加藥價，但這篇較多討論，強調代理人拜訪推銷術，如何會降低處方藥的品質。關於品質的降低以前談過，較不容易有一共識大家認定的標準。讀此分析論文，品質的好壞，大部分依靠作者所選擇的專家或協會的「指引(guidance)」來當標準，作者依據什麼指引來當作黃金標準(gold standard)? 這種假設本身就有一大問題，不管是由個人或一組人設定的指引，這些人本身也接受過廠商的利益。以前討論過，就是醫學教科書的作者們，很多接受廠商的種種利益，像研究經費、顧問費、旅行的旅館餐費等。

很有趣的有一研究以相似的藥，如給高膽固醇人使用的statin藥--Lipitor，Crestor及Vytorin，以代理人拜訪推銷這三種不同的廠商品牌的藥，再查醫師開處方的結果。不知為何，只發現對三種中的兩品牌Lipitor及Crestor有增加效果，但是Vytorin的處方沒有明顯增加。還有另一發現，因拜訪推銷Lipitor及Crestor有效果，會使競爭的Vytorin處方減少，不難想像，Vytorin就不會有此現象，不過那論文沒探討為何會如此。

有一研究探討代理人來拜訪推銷的次數，

跟開處方的品質有關聯。品質的標準，是推銷後醫師所開的藥處方，以「根據指引的程度(adherence to guidance)」來決定品質的好壞。這「指引」是多位專家組成的委員會，根據很多的處方指標(indicator)整理出來，由委員們共同設定。

有幾個研究發現，探訪的次數跟開處方的品質成反比，就是代理人拜訪推銷越多，醫師所開的處方品質越差。跟上段的早期綜合分析的結論類似，大部分的研究有這些類似的結果，只有少數研究不能確定。無論如何，這些研究有相當類似的結果，不管是廠商的代理人拜訪的次數或其他任何因素，假如醫師依靠代理人來提供藥品的資訊，依靠廠商的提供資訊越多的醫師，他們所開處方的品質越差。

作者們的分析的最終結論，說這些研究提供了中等度的證據(moderate quality evidence)，藥廠商的各種推銷尤其這種代理人的拜訪推銷，會影響醫師增加開藥廠商推銷的廠牌藥，所開處方的品質會降低。

醫師心態跟藥廠商推銷的關聯

看上述的綜合分析時，看到有篇討論，這類推銷術的效果跟醫師的心態有關，雖然是德國的研究，裡面討論也提到美國的情況。這篇文章“Contact between Doctors and the Pharmaceutical Industry, Their Perceptions, and the Effects on Prescribing Habits”⁹，作者從德國南部一健保公司名單上2,269位醫師中，找出有email的1,386醫師，發送問卷給他們，結果只有160位回覆，就是只有11.4%回答率，

醫師主要是開業醫師。

出乎意料之外，這份2011年度的研究，在德國仍有84%醫師們，每星期最少一次接見藥廠商代理人拜訪，其中有14.6%是天天接見，48.7%是每星期2-3次，22.2%是一星期一次，只有5.1%是從不接見代理人。醫師們大部分接受代理人給的藥樣品、辦公室用品(office stationary)及繼續醫學教育(CME)課程，只有3%不接受任何禮物及繼續醫學教育。

調查結果很有意義，有43%的醫師認為他們從藥廠商代理人得到足夠且正確的藥產品資訊，有42%認為自己開處方，多少有被代理人的推銷影響。跟上面討論一樣，接受越多代理人拜訪推銷的醫師，開較多的藥方。此研究的發現：自己認為從代理人接到的資訊足夠且正確的醫師，會開較多原廠商牌藥，較少學名藥。拒絕參加廠商支持的繼續醫學教育的醫師，開較多學名藥，較少廠商品牌藥的處方。

作者們的討論中提到，只有11.4%的回答率，可解釋為可能很多人感到心虛而不願回答，作者說上述的數據低估了藥廠商對醫療的不好影響。還說這種只有3%醫師們不接受禮物，5.7%不接見廠商代理人的現象，不只是德國才這樣低，美國有一項研究於2007年調查時，94%的醫師接受廠商的利益或禮物¹⁰。

藥廠商拜訪推銷有沒有危險？

這系列討論最重要的主題，藥廠商的這種拜訪推銷術，對醫療的影響如何，應是大家最關心問題。藥廠商的貢獻大家都知道，若沒有他們的製造藥品，包括生物製劑、疫苗等，還

有藥廠商的研究、創新、製造，醫療會完全走樣。大家大概知道，上期也提過，美國的藥廠商，是美國各種產業中，最賺錢的產業，當然社會上對藥產業界的批評很多。

上網稍加查看，就可找到不少非醫療界看法的文獻。很有意義地找到一主修哲學(philosophy)文科碩士(Master of Arts)的論文，從論文的題目“*The Dangers of Detailing: How Pharmaceutical Marketing Threatens Health Care.*”¹¹，這從論文題目強調“dangers”看來，想作者會以較嚴厲的批評藥廠商為出發點。上網去找，不但這論文沒有以書出版，也沒找到在醫藥界、學術界或其他期刊上發表，不過這論文可在網站很容易找到，在參考文獻11中列出，且可下載。從下段的報導，可知道作者對拜訪推銷有很多負面的觀點。

作者主要討論這種拜訪推銷術以哲學、倫理、經濟等的觀點，來辯論這種拜訪推銷術是有欺騙性及操縱性，還辯說會強烈導致醫師開不好的處方，會對病人醫療的品質降低，使醫師忽略受病人信託的責任(fiduciary duties)。作者還討論這種推銷術對經濟的影響，使藥品變更貴及減低醫療品質。作者還提到另一問題，他說藥廠商常說廠商的自我節制及有規範，所以廠商常說他們的利益有節制且合理。作者說廠商的這樣的自我管制合理的論調沒有意義，不可能會有效果。作者認為政府有責任管制，有管制才可減少廠商太高的利益及降低藥品的價格，還認為更會鼓勵及促使藥廠商創新，不會壓抑藥廠商。

結語

此章及上面諸章，討論藥廠商的代理人拜訪推銷(pharmaceutical detailing)，這種推銷術對醫療有不少不好的影響。介紹這種推銷術，促進大家多瞭解藥廠商的推銷術，希望各界尤其醫療界，想辦法改革/改進。下一章來討論美國醫療界對這種拜訪推銷，提出的一些改進辦法。

參考文獻

1. 朱真一部落格中: <http://albertjenyihchu.blogspot.com/2017/09/blog-post.html>以及最近發表文章<http://albertjenyihchu.blogspot.com/2014/07/others.html> (2020.5.1)
2. 朱真一：藥廠商的推銷活動。台北市醫師公會會刊 2020；64(1)：84-8。
3. 朱真一：藥廠商提供利益與開處方的關聯(1)：導言。台北市醫師公會會刊 2020；64(2)：82-6。
4. 朱真一：藥廠商提供利益與開處方的關聯(2)：餐費及其他利益的影響。台北市醫師公會會刊 2020；64(3)：86-90。
5. 朱真一：藥廠商提供利益與開處方的關聯(3)：各種利益的影響。台北市醫師公會會刊 2020；64(4)：86-91。
6. 朱真一：藥廠商提供利益與開處方的關聯(4)：Pharmaceutical Detailing-導言及藥廠商觀點。台北市醫師公會會刊 2020；64(5)：86-90。
7. Spurling GK, Mansfield PR, Montgomery BD, et al: Information from pharmaceutical companies and the quality, quantity, and cost of physicians' prescribing: a systematic review. PLoS Med 2010; 7(10): e1000352.
8. Brax H, Fadlallah R, Al-Khaled L, et al: Association between physicians' interaction with pharmaceutical companies and their clinical practices: A systematic review and meta-analysis. PLoS One 2017; 12 (4): e0175493.
9. Lieb K, Scheurich A: Contact between doctors and the pharmaceutical industry, their perceptions, and the effects on prescribing habits. PLoS One 2014; 9(10): e110130.
10. Campbell EG, Gruen RL, Mountford J, et al: A national survey of physician-industry relationships. N Engl J Med 2007; 356(17): 1742-50.
11. Hubbard J: The Dangers of Detailing: How Pharmaceutical Marketing Threatens Health Care. Master's Thesis, University of Tennessee, 2007. In the Internet: https://trace.tennessee.edu/utk_gradthes/144/ (2020.5.1) 