

理商的义务。因为代理商也有一些优势,如了解市场行情、掌握本人生产经营情况甚至商业秘密等,因此,立法应明确规定代理商的义务,如向本人报告、对掌握的本人的商业秘密保密、不与本人竞争、不接受第三人贿赂、不转委托等。⑤对代理关系的产生、变更和终止作明确规定。由于代理权由代理人独立行使,代理的法律后果由本人承担,并且本人不能直接介入代理活动,因此代理权的有效性就显得尤为重要。立法对此在规定的时,应尽可能对代理权产生的依据(授权)、产生的形式(授权形式为口头或书面、内容有何要求等)、变更的条件(是否应通知第三人)、终止的要求(预先通知)等作严格要求,以免给本人、代理人第三人造成损失。⑥对佣金代理的税收政策作出规定。

4.4 发挥行业协会、医药代理联盟的引导和监督作用

在目前相关法律尚不完善的情况下,应充分利用行业协会、联盟的影响力,引导药品代理行业的自律行为。例如,中国药品代理商大联盟经常举办主题沙龙,邀请业内知名专家与企业、代理商沟通交流。不仅借此提供一个专家、企业和代理商沟通的平台,更重要的是通过这样的活动提高代理商的素质,让代理商逐步摆脱“药虫”“药贩”的地位,而成为医药销售的专家。帮助一些高素质的代理商逐步形成自己的区域品牌,同时逐步淘汰一些不规范的小型代理商。

药品代理商大联盟通过开展一系列活动,引导行业自律。例如某企业要在一个地区推广某种产品,大联盟就会给该企业推荐这一地区内代理这个品种资源最丰富、最有经验的代理商;同时,对于一些违反规定破坏价格、窜货的代理商,大联盟也会提醒生产企业注意,以此来帮助一些规范而有实力的代理商做大做强,同时淘汰一些害群之马。反过来,给代理商推荐好的生产企业作为合作伙伴也是其份内之责。所有这些有一个重要的前提,就是联盟要严守中立,所做的一切,都是为了整个代理制的健康发展。

总之,我们应该多学习西方商业代理制成功运作的经验,取长补短,为我所用,并结合我国医药行业的实际,在已有的相关法律基础上,建立真正适合我国社会主义市场经济的药品代理制度,才能使我国的药品代理制健康持续地发展。

[DOI] 10.3870/yydb.2010.06.056

[参考文献]

- [1] 吴清旺. 代理法范式比较研究——在两大法系融合的语境下,重构代理制度的新视角[J]. 甘肃社会科学,2004,26(2):155-159.
- [2] 吴艳. 关于完善我国商事代理制度的思考[J]. 惠州学院学报(社会科学版),2006,26(4):45-49.

医生对信息传递途径及药品信息接受程度的调查

陈玉文,陈虹

(沈阳药科大学工商管理学院,110016)

[摘要] 目的 通过问卷调查的形式了解医生对信息传递途径及药品信息的接受度,以改进药品信息传递方式,提高信息传递效率。**方法** 通过对500名临床医生对目前主要面向临床的药品信息传递方式的接受度和满意度进行问卷调查和数据分析。**结果** 在目前主要的药品信息传递方式中,药品说明书是医生认为对药品信息了解程度最详细的一种信息传递方式,其次是医药杂志上的文献和论文综述,满意度得分偏高分别是科室幻灯会,临床用药手册和大中型学术会议,大多数医生将文献记载的论文视为最可靠和最详尽的信息来源,同时治疗的病症、临床用法及不良反应等3方面是医生最希望从企业的产品资料中获得的药品信息。**结论** 适当调整参与方式、会议内容及人员安排可以提高药品信息传递效率。

[关键词] 药品信息;传递方式;问卷调查

[中图分类号] R954

[文献标识码] C

[文章编号] 1004-0781(2010)06-0827-03

从2002年12月1日起,国家食品药品监督管理局规定,处方药可以在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上介绍,但不得在大众传播媒介发布广告或者以其他方式进行以公众为对象的广告宣传。这一规定彻底结束

了处方药进行广告宣传的时代,在短期内给很多以广告为营销法宝的制药企业带来了营销上的瓶颈。

处方药被禁止在大众媒体上做广告后,处方药的信息该如何传递到有处方权的医生手中?不同背景的医生对于药品信息传递方式的满意度如何?医生们最

想要获得什么样的药品信息?在医生的观念里什么样的方式才是传递药品信息最详尽、最可靠、最有效的?除了传统的广告、纸张方式,他们是否愿意尝试新的药品信息传递方式?

笔者以 X 制药企业(某跨国药企)为例,通过市场抽样调查^[1,2],分析现状,总结出医生最希望获取的药品信息,在医生的心目中何种方式获得的药品信息最可靠、最详尽、最有效等,以及是否愿意尝试新的药品信息传递方式,研究在医药市场走向规范化的道路上,制药企业的药品信息应该如何更有效更正规的传递到目标群体,对我国制药企业有效开展学术推广起借鉴作用,给出我国未来药品信息传递的发展方向。

1 方法

1.1 研究对象 X 跨国制药企业面向医生传递药品信息方式。为了确保研究的科学性和有效性,选择 X 企业 M 品种的药品信息面向医生的传递方式为研究对象,抽样调查的对象为某一疾病领域的医生。

1.2 调查范围 X 企业信息传递覆盖的 TOP400 家医院。调查对象:随机抽取了 500 位临床医生。调查方法:由调研人员向医生介绍调研目的和操作方式,将设计好的调查问卷发给医生,医生完成后回收进行统计分析。

2 结果

2.1 基本情况分析 调查中共发出调查表 500 份,回收 395 份,占 79.0%,有效调查表 381 份,占回收数的 96.5%。利用描述统计方法说明回收样本的调查对象的特征变量,性别:男 50.4%,女 49.6%,比例接近 1 比 1;年龄:<30 岁 15.7%,~40 岁 46.1%,~50 岁 22.5%,>50 岁 15.7%,平均年龄 42.78 岁;学历:博士 14.6%,硕士 21.8%,本科 48.5%,大专 11.2%,中专 3.9%;职称:住院医师 10.8%,主治医师 26.2%,副主任医师 43.1%,主任医师 19.9%,医院等级:三级医院 81.3%,二级医院 7.7%,一级医院 7.4%。

2.2 医生首次获得 X 企业 M 药品的信息途径 M 药品于 2005 年在我国上市,在接受调查的 381 名医生中,31.6%的医生表示是通过医药信息沟通员首次了解到 M 药品,30.4%的医生表示通过医药杂志上的论文或综述首次了解到该药品,说明这两种途径仍旧是目前面向医生的最主流的药品信息传递方式。其他途径有药品说明书、各类医药学术研讨会、临床试验、同

事的非正式介绍、药品广告等。

2.3 医生通过各种途径了解到 M 药品信息的详细程度 了解程度分为“非常详细”“详细”“比较详细”“略知一二”“模糊不清”,分别记为 5,4,3,2,1 分。得分最高的药品说明书(3.9 分)是被调查医生认为对药品信息了解程度最详细的一种信息传递方式;其次是医药杂志上的文献和论文综述,得分 3.8 分;通过医药信息沟通员所获取的药品信息得分 3.7 分;所有传递方式的平均得分约 3.4 分,介于“详细”和“比较详细”之间。

2.4 医生对目前的药品信息获取方式的满意程度 满意度评分从“非常满意”“满意”“一般”“不满意”“很不满意”依次记为 2,1,0,-1,-2 分。

调查结果表明,被调查的 9 种药品信息传递方式:科室幻灯会、大中型学术会议、临床用药手册、医药信息专员的信息传递、医药杂志、院级会、临床试验、新药上市会、专家电话会议等,平均满意度为 0.75 分。满意度得分最高是科室幻灯会(0.96 分),其次是临床用药手册(0.95 分),大中型学术会议(0.91 分)。由此可见 X 企业针对临床推广制作的临床用药手册为医生提供的临床用药信息有效利用率较高,科室幻灯会传递药品信息比较准确,举办的大中型学术会议在药品信息方面能满足医生的需求。但是在新药上市会和专家电话会议方面的满意度得分率比较低,说明需要针对这两种方式进行传递方式的改进。

2.5 医生心目中的药品信息传递方式的调查 43.5%的医生认为最可靠的药品信息来源是文献记载及有影响力的医药杂志上发表的论文。27.8%的医生认为药品说明书是最可靠的药品信息来源,另外有 18.9%的医生最信赖临床第一手资料,说明药品信息来源对医生处方的最有实证性的影响主要来自与文献记载、药品说明书和临床第一手资料。

53.5%的医生认为阅读文献或医药学杂志是能获得最详尽的药品信息的方式,论文对试验的整个过程有比较详细的解说,包括剂量、疗效和不良反应等。因此这也是医生心目中最有效的药品信息传递方式。但不排除一些用药比较大胆的医生愿意尝试新药,积累自己的用药经验。

2.6 医生最希望从企业的产品资料中获得的药品信息 见图 1。可见,医生最希望从企业的产品资料中获得的药品信息主要集中在治疗的病症、临床用法及不良反应这 3 方面,从了解一个药物到试着去尝试处方使用这个药物,再到了解药物的特性,寻找合适的患者,建立自己的用药经验,这就是一个药品从上市到初

[收稿日期] 2009-09-22 [修回日期] 2009-11-13

[作者简介] 陈玉文(1969-),男,内蒙古赤峰人,教授,博士生导师,博士,研究方向:药事管理。电话:024-23986552, E-mail:cywwyc@163.com。

期的推广再到市场成熟所经历的一个过程,在这个过程中对医生而言,最想了解的就是适应证、用法用量和药品所带来的不良反应及解决方法。

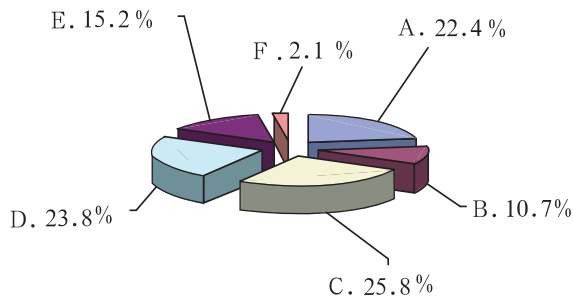


图1 医生希望从企业资料里获得的信息构成

■A治疗的病症 ■B药品作用机制 □C临床用法
□D不良反应及发生概率 ■E国外研究该病治疗方法的最新动向 ■F其他

2.7 信息获取习惯及未来网络开发的预调研 信息获取习惯及未来发展方向的调查结果显示,是否经常浏览医药学专业网站、是否经常登录国外专业医药学网站查询药品信息、是否经常翻阅企业送来的资料、是否愿意查收企业发来的关于药品信息的邮件、是否愿意参加医学沙龙、俱乐部是否愿意参加网上论坛或沙龙的频率得分分别为 2.3, 1.5, 2.1, 0.7, 1.0, 0.9 分。

医生对于企业送来的资料的利用度有多少? 对接触频率进行调查,“经常”“偶尔”“很少”“从不”得分依次递减,分别为 3, 2, 1, 0 分。结果表明,是否经常翻阅企业送来的产品资料,该项平均得分为 2.1 分,详见表 1,在被调查的医生中大部分都处于偶尔翻阅企业送来的资料的状态,其中偶尔翻阅的医生占了 38.8%,经常翻阅的医生占了 34.4%。有 46.3% 的医生表示偶尔浏览医药学专业网站,38.9% 的医生表示经常浏览; 45.2% 的医生偶尔登陆国外医药学专业网站去查询药品信息,32.6% 的医生会经常上网去查询药品信息。

表 1 信息获取习惯的调查 %

信息获取习惯	从不	很少	偶尔	经常
是否经常浏览医药学专业网站	0.8	14.0	46.3	38.9
是否经常登录国外专业医药学网站查询药品信息	13.5	32.6	45.0	8.7
是否经常翻阅企业送来的资料	2.3	24.5	38.8	34.4

互联网是信息医药产业发展的基础,也是药品信息传递的一个重要媒介。在调查中,38.9% 的医生经常浏览医药学专业网站,32.6% 的医生经常登陆国外专业医药学网站查询药品信息,45.2% 的医生表示愿意接收企业发来有关药品信息的邮件,22.1% 的医生表示非常愿意参加企业和医学会举办的医学沙龙,16.0% 的医生表示非常愿意参加网上沙龙和专业论坛,直接获取药品信息。当前的状态下,大部分医生对

医学沙龙持无所谓的态度,对网上沙龙的形式并没有很高的积极性。见表 2。

表 2 信息获取方式的意愿调查 %

信息获取方式	不愿意	无所谓	愿意	非常愿意
是否愿意查收企业发来的关于药品信息的邮件	1.1	39.9	45.2	13.8
是否愿意参加医学沙龙、俱乐部	2.0	19.5	56.4	22.1
是否愿意参加网上论坛或沙龙	1.0	23.6	59.4	16.0

3 讨论

医药企业通过各种途径进行信息传递,从而影响医生的处方习惯,和医生之间建立起长期稳定的合作关系。就如何提高处方药面向医生的药品信息传递的有效性,笔者通过市场调研给出以下建议。

①合理安排院级会的参会人员可以降低成本,提高信息传递效率:参会人员级别需要细分,考虑到资历,尽量使参会的人员在同一水平,才不会浪费时间和资源去讨论一些老生常谈但新人迷惑的问题,资历浅的可以另外安排一场会议等。②会议内容的革新可以增加医生参加会议的积极性,例如结合区域疾病发病的特点,扩大信息面,可能使医生发掘更多的目标患者群,不再仅仅局限于临床用法用量,从而提高信息传递效率。③在接收信息容易出现审美疲劳的今天,信息传递形式的多元化有利于提高医生的参与度,比如短信、网络、文娱结合的竞赛等,符合不同习惯医生的兴趣,从而提高信息传递效率。④国外研究表明,人员拜访频率在一定范围内有利于处方增长,因此在一定范围内,根据不同医生的信息接收习惯和性格特点,通过各种信息传递途径加强信息传递的密集度也会有利于提高药品信息传递效率,有利于销售的增长。

随着经济一体化和市场国际化的进程,我国的制药企业将更快地吸取外资企业发展的优势,引导国内医药市场更正规、更透明。结合中国国情,既要考虑到信息传递的专业性,也要考虑到人际风格的不同给会议效果带来的差异。从改变个体观念开始,扩大到提高整个医药行业人士的水平,引导学术和销售共同进步,为企业的长期发展奠定基础。

[DOI] 10.3870/yydb.2010.06.057

[参考文献]

[1] 郭胜民,范晓雯. 300 名医师对新药信息获取及利用情况的调查与分析[J]. 中国新药杂志,1999,8(9):632-633.
[2] 傅鹰,韩冬丽. 对 535 名医师获得药物信息来源的调查[J]. 中国药事,1996,10(2):125-127.