

دعوتنامه‌های تجاری برای مهمانان حوزه سلامت

معاشرت علم و تجارت باید با احتیاط باشد

دکتر محمداسماعیل اکبری، استاد دانشگاه علوم پزشکی شهیدبهشتی

تجارت از مولفه‌های مهمی است که در بیشتر فلسفه‌ها ممدوح بوده است. ما هم به قولی تاجر را «دوست‌خدا» می‌شناسیم. گویا امور اجتماعی بدون تجارت راه نمی‌افتد و کار پیش نمی‌رود. معمولاً پایه‌های توسعه بر دوش علم و عالم استوار است. کمتر جامعه پیشرفته با شاخص‌های امروزی را می‌شناسیم که بدون علم رشد کرده باشند. علم یک فرایند است که دست در گردن فناوری و تولید دارد. از زمانی که تجارت همنشین علم شد تا تولید را رونق بخشد و چرخ دنیا را بچرخاند، علم به‌صورت جهشی رشد کرد و هر روز دریچه جدیدی به روی بشر گشوده شد بنابراین ما خود را مدیون تجارت برای توسعه علم می‌دانیم. حوزه سلامت هم از این معنا مستثنی نیست و بسیاری از دستاوردهای ما مدیون دیدگاه‌های سالم تولیدی حوزه تجارت است. به قولی تجارت سلامتی شده است، ولی گرفتاری و معضل زمانی است که سلامت تجاری شود. هدف تجارت توسعه مادی و کسب ثروت است. تا زمانی که این هدف با سلامت مردم و اثربخشی و بهره‌دهی هزینه‌های حوزه سلامت همخوان باشد، هدفی مقبول است، اما اگر قرار باشد که سلامت و آن هم سلامت علمی جامعه از هدف حوزه تجارت خارج شود، دیگر تجارت مقبول نخواهد بود و مدیران حوزه سلامت باید به‌طور جدی این رفتار را اصلاح کنند و از مردم و سلامت و جیب آنها مراقبت کنند. روش‌های معمولی حوزه تجاری در حوزه سلامت، معرفی محصولات خود مثل داروها و تجهیزات پزشکی است. برخی داروها و تبلیغ راجع به آنها نمی‌تواند بالذات کار بدی باشد، اما لزوماً باید شاخص‌ها و مولفه‌هایی را رعایت کند. این شاخص‌ها در تمام

جهان و کشورهای پیشرفته مشخص، روشن و ابراز شده است. تقریباً در هیچ کشور صنعتی ای «بازار مکاره‌ای» برای سلامت وجود ندارد و از بین کشورهای غربی، آمریکا بی‌در و پیکرترین کشور در حوزه سلامت بود که با تصویب قانون جدید سلامت تحت‌عنوان «obama car» آن هم در حال کنترل است. در ایران دستورالعمل‌هایی از سوی حوزه دارو برای تبیین راهبردی این موضوع صادر شده است، اما تا چه اندازه رعایت شده مشخص نیست. خوشبختانه راهنمای ملی سلامت که اخیراً به چاپ رسیده، نحوه معرفی، ارائه اطلاعات ترویجی و بازاریابی فراورده‌های دارویی و بیولوژیک را نشان می‌دهد. یکی از روش‌های تبلیغ دارو تقبل هزینه‌های مسافرت دست‌اندرکاران سلامت در همایش‌های علمی یا تقبل هزینه‌های برگزاری این مراسم است. به سفر بردن گروه‌های پزشکی که معمولاً ویژه متخصصان، آن هم گروه‌های خاصی از متخصصان است در این راهنمای ملی قابل‌قبول شمرده شده است و برای آن شرایطی تعیین کرده‌اند. رفتن به سمینار چه در قالب سمینار داخلی یا خارجی اگر مرتبط باشد مفید است به شرطی که این سمینار و این رفتن به سفر برای کسب علم بیشتر برای خدمت مناسب‌تر به مردم باشد. هر گاه مردم از محور تبلیغات دارو حذف شوند، این اقدام تنها تجاری و غیرعلمی خواهد بود و باید مورد کنترل مسوولان سلامت جامعه قرار گیرد. شرایطی که به‌وسیله وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای تقبل هزینه سفرهای خارجی پزشکان و شاغلان در حرفه پزشکی فقط با هدف ارتقای سطح علمی اشخاص مشخص شده است به این شرح است. موسسات علمی یا دانشگاهی علوم پزشکی مرتبط با دولت باید سمینار ذیربط را ارزشیابی کنند و آن را قابل‌قبول بدانند. گروه‌های هدف برای هر سمینار مشخص و انتظارات از این هزینه‌های ملی معلوم شود و ارزشیابی مناسب صورت گیرد. مداخله‌های دانشگاهی علوم پزشکی یا موسسات علمی مرتبط برای شناخت سمینارهای خارج کشور و صدور مجوز برای قبول هزینه‌های مربوط به این سمینارها از سوی شرکت‌های دارویی قدم اصلی و اولیه‌ای است که

به نظر می‌آید تاکنون به‌طور قطعی برداشته نشده است. هزینه‌های تبلیغاتی شرکت‌های دارویی از ابتدا مشخص و به تصویب حوزه دارویی وزارت بهداشت می‌رسد. بدیهی است این هزینه‌ها قبلاً بررسی و به‌عنوان هزینه‌های تولید و فروش دارو در نرخ‌گذاری پذیرفته شده است، یعنی در حقیقت این هزینه به‌وسیله جیب مردم و بیت‌المال پرداخت می‌شود نه شرکت دارویی، بنابراین وظیفه دولت است که نظارت عالمانه‌ای بر نحوه هزینه آنها داشته باشد. هزینه‌ها باید مشخص و به نام افراد در قالب عرف سفر مثل بلیت پرواز، هزینه اقامت و غذا باشد. سایر هزینه‌ها به نام خدمت و موردقبول نیستند. به نظر می‌آید در حال حاضر چنین نظارتی اعمال نمی‌شود. بهترین دلیل اطلاع‌رسانی نکردن درست به جامعه پزشکی و حتی شرکت‌های دارویی است، گروه پزشکی ممکن است آگاه نباشد که این هزینه سفر را مردم به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم تامین کرده‌اند تا آنها بهتر و بیشتر به سلامت مردم خدمت کنند. ممکن است تصور کنند که شرکت‌های دارویی این هزینه‌ها را از کیسه خودشان تامین و پرداخت کرده‌اند بنابراین این تصور باطل پیش می‌آید که پزشک باید خود را مدیون و وابسته شرکت دارویی بداند، نه مردم. طبیعتاً این دیدگاه نمی‌تواند ارزش معنایی درستی برای حوزه سلامت به ارمغان بیاورد و ممکن است خدای‌نکرده باعث انحراف‌هایی در مسیر درمان مردم شود که علاوه بر تامین هزینه زیان‌درمانی را هم بدهند و این مغبون شدن دوباره است. بعضی سفره‌هایی که امروز با میزبانی شرکت‌های دارویی برای جامعه پزشکی طراحی می‌شود از این مولفه‌ها دور است و باعث زیان‌بارتر شدن مردم می‌شود به‌طوری که متأسفانه نزدیک ۵درصد از مراجعان به حوزه سلامت به دلیل درمان‌های پیشنهادی، زیر خط فقر می‌روند که از این میان ۴۲درصد تنها به دلیل داروست. منظور همان داروهایی است که شرکت‌های فروشنده با همین هزینه‌های از جیب مردم، گروه پزشکان را به سفر می‌برند و هیئات اگر عالمانه بر این سفرها نظارت نشود. خدای‌نکرده اگر سفری، سودی برای جامعه پزشکی مردم نداشته باشد، اما با انحراف‌های فرهنگی برای

پزشک هم مضر باشد باز هم زیان دیگری است که هم چوب را خورده‌ایم هم پیاز را. توصیف این سفرها را به فرصتی دیگر و مقالی دیگر وامی‌گذاریم و مصرانه از مسوولان سلامت مردم در دولت مکرم تدبیر و امید انتظار داریم تا با مدیریت دلسوزانه و عالمانه خود از سلامت همه‌جانبه مردم مراقبت کنند.