

桃園縣政府 101 年度自行研究報告

桃園縣基層醫療機構 刊登違規醫療廣告情形之探討

桃園縣政府衛生局

中華民國 101 年 11 月

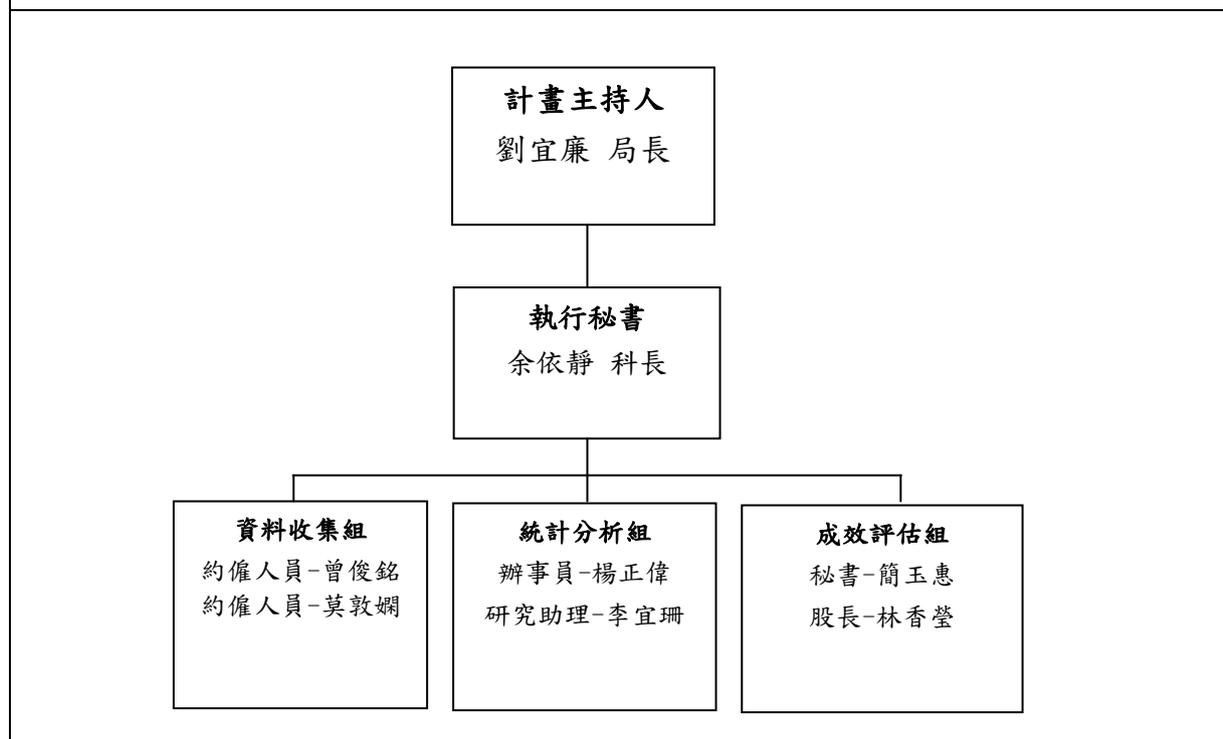
目錄

一、研究報告基本資料.....	1 頁
二、專案總說明.....	2 頁
三、解決手法.....	3 頁
四、實際績效.....	5 頁
五、參考資料.....	9 頁

研究報告基本資料

研究機關	桃園縣政府衛生局-醫事管理科
研究主題	桃園縣基層醫療機構刊登違規醫療廣告情形之探討
研究期程	101.1. -101.10
規畫執行經費	0 千元
研究成員職稱及姓名	局長-劉宜廉 科長-余依靜 秘書-簡玉惠 股長-林香瑩 辦事員-楊正偉 約僱人員-曾俊銘 約僱人員-莫敦嫻 研究助理-李宜珊

團隊運作架構或方式圖示



壹、專案總說明

「廣告是藉由大眾傳播媒體所傳播的說服性資料」，目的是希望透過改變消費者的態度、提升購買意願，進而產生購買行為。(Ajazen&Fisfbill, 1981)。然「醫療產業」屬於非營利組織之一，除了其中包含了社會福利、慈善與公益性質存在，所以在屬性上有許多與其它產業不同之特性，其特性大致可歸納為：(一)無形性、(二)不可分割性、(三)不可儲存性、(四)不可預測性及(五)異質性。(廖又生, 2003)，所以為促進醫療事業之健全發展，維護病人權益，保障國人獲得正確就醫訊息，避免醫療商品化，醫療相關法規針對「醫療廣告」之刊登訂有諸多限制，其目的均為了保障民眾獲得正確就醫資訊，防止因為「資訊不對等」的情況下，誘發非必要的醫療需求，進而可能造成民眾生命身體的危害。

爰此，醫療廣告管制的目的可歸納如下：一、促進知識普及的目的下，防止錯誤或不實的醫療資訊傳播。二、在提高醫療可近性的目的下，塑造醫療服務業一個公平競爭的環境。三、在維持全民健保財務健全的目的下，防止創造或誘發不必要的醫療需求(薛瑞元, 2002)。然而隨著全民健康保險的實施以及醫療生態的改變，醫療型態逐漸由治療走向預防，從康復走向美觀，在這樣非以治療疾病為目的的醫療環境下，醫療機構透過刊登違法廣告誘發醫療需求的情形逐漸增加。

為因應社會變遷與及提供正確醫療資訊，提供民眾就醫指引，行政院衛生署業於99月1月1日衛署醫字第0980264150號函放寬可以登載或播放之項目。另因為傳播媒體的蓬勃發展以及醫療生態的改變，透過醫療廣告誘發醫療業務的方式有改變，違法刊登的內容也有所不同。另依據本府衛生局醫療裁罰資料分析顯示，100年度違反醫療相關法規者共計有211件，罰鍰金額共計553萬6,000元，其中違反醫療廣告共計54件，金額285萬元，共佔所有裁罰件數的四分之一，費用佔全部51.48%，可知違規醫療廣告的查處係屬醫政管理重要的業務之一。

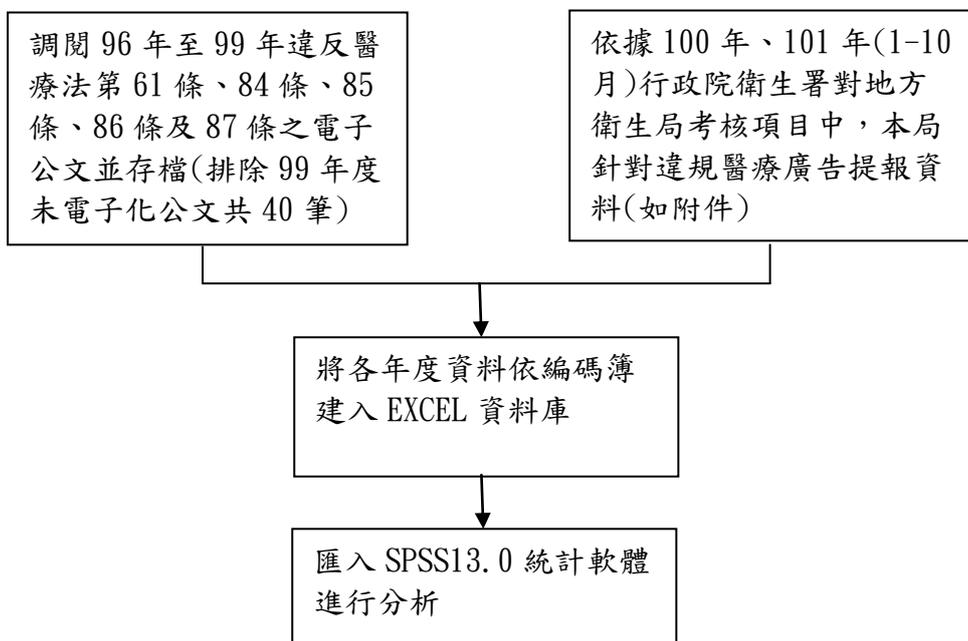
綜上，本府衛生局期透過自行研究描繪出本縣歷年醫療廣告之違規情形並分析歷年趨勢，進而作為建立管理措施及標準作業流程之依據，增進行政效能，以保障民眾能獲得正確的就醫資訊。

貳、解決手法

一、研究目的：透過歷史資料分析常見醫療廣告違規情形及年度趨勢，作為建立管理措施及標準作業流程之依據。

二、研究設計：

本研究以 96 年至 100 年間違反醫療廣告相關法規者並經本府衛生局裁罰者為研究對象，透過次級資料分析(本局行政罰鍰明細資料)，透過案件編碼(如附件一)，用以分析違規者的個人特質，包含年齡、性別、機構特性包含機構類別，機構的所在地，以及違規情形，包含刊登的媒介、是否為累犯以及各年度違規態樣是否不同。研究設計整理如下：



圖一：資料來源及處理流程

表一：研究方法整理

類別	處理流程	備註
研究對象	96 至 100 年間違反醫療廣告相關法規者為為研究對象	排除 99 年度資料
資料來源	行政罰鍰裁罰資料及歷史公文檔案	
統計軟體	SPSS13.0	
統計方法	描述性統計(次數、百分比) 分析性統計(卡方檢定、Fishers exact test)	

參、實際績效

一、研究結果：

- (一) 本研究分析96年、97年、98年、100年及101年1-10月的違反醫療廣告相關法規之裁罰件數共計197筆，分別為96年58筆、97年34筆、98年32筆、100年40筆及101年1-10月33筆。
- (二) 行為人為男性共佔76.6%、女生則佔23.4%，年齡則以30歲至50歲為最多，佔60.9%，另外可發現有8.1%的行為人，年齡為70歲以上，違規機構中醫療機構佔62.9%、非醫療機構佔37.1%，若進一步分析機構的型態，可以發現以西醫診所為最多(46.7%)、非醫療機構則以民俗調理業者佔15.7%為最高，違規機構所在地前3名分別為桃園市(39.1%)、中壢市(25.9%)及蘆竹鄉(9.6%)。
- (三) 另外就違規情形的探討，可以發現在廣告刊登管道部份，發現以「網路」為最大宗，共佔41.1%，「平面媒體」佔30.5%次之，後為「機構市招」佔26.9%，另外就行為人是否為累犯部份可以發現共計有15.7%的行為人是屬於累犯，另就違規態樣部份可以發現以透過折扣、優惠等不法方式廣告為最多，共佔34.5%，其次則為非醫療機構影射療效為大宗佔26.9。(如附表一)

附表一：違規醫療廣告案件描述性分析表：

	個數	百分比(%)
小計	197	100
性別		
男	151	76.6
女	46	23.4
年齡		
30歲以下	13	6.6
30-50歲	120	60.9
50-70歲	48	24.4
70歲以上	16	8.1
機構類別		
醫療機構	124	62.9
非醫療機構	73	37.1
機構型態		
西醫診所	92	46.7
中醫診所	9	4.6
牙醫診所	15	7.6
醫院	8	4.1
民俗調理業	31	15.7

美容業	28	14.2
其他事業單位	14	7.7
機構所在地		
桃園市	77	39.1
中壢市	51	25.9
八德市	11	5.6
平鎮市	7	3.6
蘆竹鄉	19	9.6
龜山鄉	11	5.6
楊梅市	6	3.0
龍潭鄉	6	3.0
其他鄉鎮	9	4.6
刊登媒介		
網路	81	41.1
平面媒體(雜誌、報紙)	60	30.5
機構市招	53	26.9
電視	3	1.5
是否為累犯		
否	166	84.3
是	31	15.7
違反法條		
61 條	58	29.4
84 條	73	37.1
85 條	15	7.6
86 條	49	24.9
87 條	2	1.0
裁罰年度		
96	58	29.4
97	34	17.3
98	32	16.2
100	40	20.3
101	33	16.8
違規態樣		
贈品、折扣、優惠	68	34.5
與登記項目不符合	20	10.2
涉嫌誇大	37	18.8
影射療效	53	26.9
涉及疾病、症狀	18	9.1
使用醫療機構名稱	2	1.0

(四) 比較歷年(96年-101年)違規醫療廣告的裁罰型態，特別可以發現牙醫診所的違規案件百分比有顯著的差異，而且有快速增加的趨勢，另外在違反的法條部分可以發現101年度違反第86條的百分比與其他年度有較高的趨勢，且各年度與行為人性別、機構型態、刊登媒介、違反法條等變項都有顯著的相關。(詳見附表二)

附表二：各年度違規醫療廣告分析表：

		96年 n=58	97年 n=34	98年 n=32	100年 n=40	101年 n=33	P-value
性別	男	70.7%	85.3%	59.4%	85.0%	84.8%	0.03
	女	29.3%	14.7%	40.6%	15.0%	15.2%	
年齡	30歲以下	5.2%	8.8%	15.6%	.0%	6.1%	0.001
	30-50歲	60.3%	61.8%	59.4%	67.5%	54.5%	
	50-70歲	27.6%	23.5%	15.6%	22.5%	30.3%	
	70歲以上	6.9%	5.9%	9.4%	10.0%	9.1%	
機構類別	醫療機構	51.7%	73.5%	65.6%	65.0%	66.7%	0.27
	非醫療機構	48.3%	26.5%	34.4%	35.0%	33.3%	
機構型態	西醫診所	41.4%	44.1%	56.3%	57.5%	36.4%	0.001
	中醫診所	5.2%	11.8%	6.3%	.0%	.0%	
	牙醫診所	.0%	5.9%	3.1%	7.5%	27.3%	
	醫院	5.2%	11.8%	.0%	.0%	3.0%	
	民俗調理業	17.2%	11.8%	6.3%	20.0%	21.2%	
	美容業	24.1%	5.9%	18.8%	7.5%	9.1%	
	其他事業單位	6.9%	8.8%	9.4%	7.5%	3.0%	
機構所在地	桃園市	48.3%	26.5%	28.1%	45.0%	39.4%	0.058
	中壢市	20.7%	44.1%	34.4%	15.0%	21.2%	
	八德市	3.4%	.0%	6.3%	7.5%	12.1%	
	平鎮市	5.2%	5.9%	.0%	2.5%	3.0%	
	蘆竹鄉	6.9%	2.9%	15.6%	15.0%	9.1%	
	龜山鄉	.0%	14.7%	12.5%	.0%	6.1%	
	楊梅市	5.2%	2.9%	.0%	2.5%	3.0%	
	龍潭鄉	3.4%	2.9%	3.1%	2.5%	3.0%	
	其他鄉鎮	6.9%	.0%	.0%	10.0%	3.0%	
刊登媒介							

網路	29.3%	32.4%	59.4%	42.5%	51.5%	0.018
平面媒體	43.1%	47.1%	25.0%	17.5%	12.1%	
機構市招	25.9%	20.6%	15.6%	37.5%	33.3%	
電視	1.7%	.0%	.0%	2.5%	3.0%	
是否為累犯						
否	93.1%	82.4%	81.3%	77.5%	81.8%	0.26
是	6.9%	17.6%	18.8%	22.5%	18.2%	
違反法條						
61 條	27.6%	26.5%	28.1%	40.0%	24.2%	0.008
84 條	48.3%	26.5%	34.4%	35.0%	33.3%	
85 條	12.1%	17.6%	3.1%	2.5%	.0%	
86 條	8.6%	29.4%	34.4%	22.5%	42.4%	
87 條	3.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	
違規態樣						
贈品、折扣、優惠	29.3%	32.4%	40.6%	42.5%	30.3%	0.056
與登記項目不符合	13.8%	20.6%	9.4%	2.5%	3.0%	
涉嫌誇大	8.6%	20.6%	15.6%	20.0%	33.3%	
影射療效	37.9%	23.5%	31.3%	20.0%	15.2%	
涉及疾病、症狀	10.3%	2.9%	3.1%	12.5%	15.2%	
非使用醫療機構名稱	.0%	.0%	.0%	2.5%	3.0%	

二、討論：

(一) 違規機構以西醫診所為大宗，牙醫診所比重急速增加：

平均每年約裁罰40件的醫療廣告違規案，裁罰金額約為200萬元，其中又西醫診所佔將近一半(46.7%)，若以西醫診所名冊進一步分析可以發現，其中可以發現係以醫學美容服務之診所為大宗，其次為眼科診所、第三為婦產科診所，而且大多是以折扣優惠方式等廣告方式不當招攬病人，這部份可能可以歸因於其服務項目大多為自費，且多為不以治療為主要目的，比較容易透過廣告行銷方式誘發需求。另外進一步可以發現，牙醫診所在近兩年的違規案件的比重急速上升，近五年的牙醫違規醫療案件共有15件，其中有13件發生在100年及101年，而且若進一步分析發現，大多為違反醫療法第86條之規範(86.6%)，違規態樣都是屬於以誇大不實的方式招攬病患，且該牙醫診所大多集中在人口較密集的都市內(桃園市佔46%；中壢市佔46%)

(二) 高再犯率的機構應加強宣導並從重裁罰：

本研究發現累犯的機構大多為醫療機構(僅有一家為非醫療機構)，累犯共佔15.7%，可以發現非醫療機構經過本局裁罰後都能夠主動配合改善，然醫療機構雖已熟悉法令，仍一再透過違規醫療廣告招攬病人，且多集中為少數診所，其中更可以發現有診所最多共計遭裁罰6次。

(三) 違規醫療廣告內容逐漸趨於複雜：

由本研究違規醫療廣告之型態可發現，從96年涉嫌透過誇大的廣告不當招攬之比重僅佔8.6%，但至101年比重就變成為三分之一。除了因中央法令放寬醫療廣告可容許刊登的項目外，加上目前連鎖性的診所逐漸增多，醫療儀器及新興技術也逐漸增加，在造成審查醫療廣告是否涉及誇大不實的困難度大大增加，也相對需要耗費更多的時間及成本來審查，且連鎖性的診所多有合作醫療器材廠商及法務人員專門同一負責。固針對醫療廣告案件之判定應該發展一套可遵循的流程，避免在資訊不足下進行判斷，而造成裁量標準不一的情況。

三、結論

(一) 對本縣查核違規醫療廣告的助益：

1. 針對涉及違反醫療法第86條及誇大不實的違規態樣之醫療廣告制訂認定標準：

本研究發現誇大不實之違規態樣有逐漸增多的趨勢，為有效提升行政效能及統一裁量標準，除了依循衛生署相關函釋外，建議可系統性的訂定樹狀圖或是工作手冊，以期增加管理效率。

2. 針對累犯機構進行列管並加強稽查：

本研究發現有15.7%的機構為重複刊登違規醫療廣告遭本局裁罰，且多為西醫診所，針對這些機構應加強管理密度，以杜絕機構因為有利可圖而一再違法。

(二) 對未來研究者的建議：

1. 建立資料庫並定期更新：

本次研究以行政裁罰資料之違規案件作為研究對象，若建立相關資

料庫，掌握受理案件相關資料，更可以分析本縣醫療廣告的現況，並作為回應相關答詢的依據。

2. 可針對單一類型的機構深入分析：

除醫美診所蓬勃發展外，由本研究可以發現牙醫診所的案件數有逐漸增加的趨勢，建議未來的研究可以針對單一類型的機構分析常見違法情事，並分析誇大的醫療廣告是否與醫療爭議或糾紛有相關性。

肆、附件

一、參考文獻：

廖又生(2003)論我國醫管教育之發展。我國醫管教育之探討，未發表之碩士論文，陽明大學醫務管理研究所學分班

陳廷獻(2006)我國醫療法醫療廣告管制規範之研究，未發表之碩士論文，國立中正大學法律學研究所

蔡米琪(2010)從商品行銷到醫療期待：醫學美容糾紛的社會學期待未發表之碩士論文，成功大學公共衛生研究所

薛瑞元(2002)新時代的挑戰-「醫療行銷」與「醫療廣告」的管制，全國律師，6(11)，5-23

徐美苓(2004)新聞乎?廣告乎 醫療風險資訊的媒體再現與反思，新聞學研究，83(1)，83-125

Martin Fishbein, Icek Ajzen (1981). Journal of Experimental Social Psychology Volume 17, Issue 3, May 1981, Pages 340 - 350

二、編碼簿