

## Co z tą opieką farmaceutyczną?

### Autorzy:

**Adwokat Katarzyna Krupa**, „R. Olszewski, J. Tokarski i Wspólnicy – Kancelaria Prawnicza” spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie

**Dyrektor ds. Rozwoju Biznesu, mgr farm. Piotr Merks (MRPharmS)**, Aegate Limited spółka z ograniczoną odpowiedzialnością oddział w Polsce z siedzibą w Warszawie

### Wstęp

Sprawowanie przez farmaceutów opieki farmaceutycznej jest w Polsce niezwykle trudne, ponieważ brak jest jednolitych przepisów, które definiowałyby czym jest opieka farmaceutyczna oraz jakie czynności podejmowane przez farmaceutów mieszczą się w jej zakresie. Konsekwencją problemów z interpretacją pojęcia - opieka farmaceutyczna jest częste pojmowanie jej jako obejścia przepisów o zakazie reklamy aptek, co w naszej ocenie nie powinno mieć miejsca.

### Definicja opieki farmaceutycznej

W prawie polskim opieka farmaceutyczna jest uznawana za jedną z usług farmaceutycznych, polegającą na dokumentowanym procesie, w którym farmaceuta, współpracując z pacjentem i lekarzem, a w razie potrzeby z przedstawicielami innych zawodów medycznych, czuwa nad prawidłowym przebiegiem farmakoterapii w celu uzyskania określonych jej efektów poprawiających, jakość życia pacjenta (tak art. 2a ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 19 kwietnia 1991 r. o izbach aptekarskich (Dz.U. z 2016 r. poz. 1496)). Tak więc zasadniczymi zadaniami farmaceuty w myśl ww. definicji o opiece farmaceutycznej są:

- rozpoznawanie rzeczywistych lub możliwych do wystąpienia problemów lekowych,
- rozwiązywanie istniejących u pacjenta problemów lekowych,
- dbanie o to, aby potencjalne problemy lekowe nie przekształciły się w problemy rzeczywiste u danego pacjenta.

Według Naczelnej Izby Aptekarskiej pod pojęciem opieki farmaceutycznej rozumiemy natomiast wszechstronny proces poznawczy, który wymaga nawiązania dobrych relacji z pacjentem i lekarzem prowadzącym, oraz późniejszego ich podtrzymywania. Niezbędnymi elementami opieki farmaceutycznej są:

- zbieranie i przechowywanie danych pacjenta i odpowiednie ich wykorzystanie dzięki posiadanej przez farmaceutów wiedzy merytorycznej,
- podejmowanie określonych decyzji klinicznych,
- prowadzenie rzetelnej dokumentacji każdego pacjenta,
- ciągłe samodoskonalenie zawodowe farmaceutów,
- systematyczność farmaceuty i konsekwencja w działaniu,
- samodyscyplina farmaceuty oraz dobra organizacja pracy.

Co ciekawe zapisy Naczelnej Izby Aptekarskiej nie ujmują, że opieka farmaceutyczna powinna być realizowana w nadrzędnej formie usług farmaceutycznych, co wynika wprost z ustawy o izbach aptekarskich.

Podkreślenia wymaga również, że obowiązująca ustawa z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne ((Dz.U. z 2008 r. nr 45, poz. 271) w art. 86 uznaje apteki za miejsca świadczenia usług farmaceutycznych i - podobnie jak ustawa o izbach aptekarskich - definiuje pojęcie owych usług, nie uwzględniając jednak wśród nich opieki farmaceutycznej.

W związku z powyższym, w naszej ocenie, konieczne jest wprowadzenie do ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne odpowiednich zapisów kwalifikujących opiekę farmaceutyczną jako usługę farmaceutyczną, oraz wskazanie czynności podejmowanych przez farmaceutów w ramach wykonywania opieki farmaceutycznej w rozporządzeniu Ministra Zdrowia wydanym na podstawie art. 86 ust. 9 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne, tak aby zapisy obu ustaw odnoszące się do opieki farmaceutycznej świadczonej w aptece miały spójną treść.

### **Zakaz reklamy aptek**

Trudności z interpretacją pojęcia – opieka farmaceutyczna powodują, że sprawowanie przez farmaceutów tej opieki jest często pojmowane jako obejście przepisów o zakazie reklamy aptek, co w naszej ocenie w ogóle nie powinno mieć miejsca.

Reklama jest bowiem formą publicznej wypowiedzi, z reguły subiektywnej oraz ocennej, służącej zachęceniu i nakłonieniu innych podmiotów do nabycia określonego dobra, czy oczekiwanego przez reklamujący się podmiot zachowania. Wypowiedź ta ma charakter przede wszystkim komercyjny, czyli jest ukierunkowana na zwiększenie podaży i popytu reklamowanych dóbr. Przekazywanie w jej ramach informacji służy skłonieniu konsumentów do dokonania wyboru zgodnego z oczekiwaniami reklamodawcy.

Natomiast reklama działalności apteki jest działaniem polegającym na zachęceniu potencjalnych klientów do dokonywania zakupu usług farmaceutycznych w konkretnej aptece lub punkcie aptecznym. Każde więc działanie, skierowane do publicznej wiadomości, niezależnie od sposobu i metody jego przeprowadzenia oraz środków użytych do jego realizacji, jeśli jego celem jest zwiększenie sprzedaży produktów leczniczych i wyrobów medycznych oferowanych w danej aptece może być uznane za reklamę jej działalności (tak m.in. wyrok NSA z dnia 20.05.2015 r., II GSK 746/14 oraz wyrok NSA z dnia 11.03.2015 r., II GSK 753/14). Reklama ta może przyjmować różne formy zachęcania: poprzez ulotki, foldery, czy gazetki temu służące, nie tylko wręczane przez farmaceutów klientom apteki, ale także zachęcające poprzez Internet do korzystania z usług programów lojalnościowych, które biorącym w nim udział dają określone bonusy (tak m.in. wyrok WSA w Warszawie z dnia 12.03.2014 r., VI SA/Wa 1776/13).

Z powyższego wynika więc, że każda forma działalności apteki, która będzie zawierała jakiegokolwiek formy zachęty, będzie spełniała przesłanki reklamy. Zakaz reklamy aptek ma zaś służyć ograniczeniu możliwości nakłaniania konsumentów do zwiększania popytu - poprzez chociażby szerokie akcje promocyjne - na leki i kreowania w społeczeństwie potrzeb związanych z zakupem leków, a w konsekwencji przeciwdziałaniu zjawiska nadużywania leków. Jak bowiem słusznie zauważył Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 20 stycznia 2015 r., sygn. II GSK 1667/13: „ustawodawca, ograniczając dopuszczalność reklamy leków i zakazując reklamy aptek, ma na uwadze ochronę zdrowia ludzkiego (...). W ramach prawidłowo funkcjonującego systemu ochrony zdrowia powinny bowiem funkcjonować mechanizmy, które pozwalają na zakup leków wtedy, kiedy są one rzeczywiście niezbędne, a nie wtedy, gdy pojawia się taka pokusa wywołana reklamą. Z tych powodów reklamy leków i aptek nie można uznać za działalność jednoznacznie nakierowaną na dobro pacjentów”.

Konfrontacja ww. rozumienia reklamy działalności apteki z obowiązującą w polskim systemie prawnym definicją opieki farmaceutycznej prowadzi do wniosku, że o ile działania farmaceutów mieszczą się w zakresie sprawowania opieki farmaceutycznej, to nie są reklamą działalności apteki, przez co mogą być na jej terenie prowadzone (tak również Główny Inspektor Farmaceutyczny – Zofia Ulz w wywiadzie z dnia 20 lutego 2012 r. eapteki.info, <http://www.eapteki.info/gif-o-ustawie-refundacyjnej-wywiad-z-zofia-ulz>).

## **Podsumowanie**

Powołany przez Ministerstwo Zdrowia Zespół Roboczy ds. Opieki Farmaceutycznej zakończył swoją pracę już jakiś czas temu. Z wyjaśnień Rzecznika Prasowego Ministra Zdrowia – Mileny Kruszewskiej wynika, że ww. zespół zakończył swoją działalność, ponieważ wypracował projekt opieki farmaceutycznej świadczonej przez farmaceutów w ramach uprawnień zawodowych, który podlegałaby finansowaniu ze środków publicznych, do czego był powołany. Obecnie przedstawiciele resortu zdrowia analizują rozwiązania wypracowane i zaproponowane przez ten zespół. Planuje się, aby zostały one wprowadzone do nowelizacji prawa farmaceutycznego, nad którym obecnie trwają prace w resorcie. Pozostaje nam tylko mieć nadzieję, że prace te zakończą się jak najszybciej, przez co zostaną rozwiane wszelkie wątpliwości interpretacyjne dotyczące opieki farmaceutycznej, a sama usługa farmaceutyczna zostanie realnie sprawowana przez farmaceutów w aptekach.