

Menedżer Zdrowia otwiera dyskusję
na temat relacji lekarz-firma
i transparentności polityki lekowej



WROG PUBLICZNY

Zygmunt Bauman, filozof i socjolog, jeden z najważniejszych twórców koncepcji post-modernizmu, stwierdził, że żyjemy w czasach przypominających rewolucję przemysłową. Wtedy także prawodawstwo i polityka nie nadążały za wzrastającą siłą przemysłu, który mógł pozwolić sobie na manipulację politykami oraz społeczeństwem.

Dzisiejsza potęga finansowa i marketingowa międzynarodowych koncernów farmaceutycznych wielu może przerażać. Zwłaszcza w kraju, w którym lekarze, w tym najwybitniejsi, zarabiają grosze, a od decyzji nędznie wynagradzanych urzędników zależą milionowe wydatki budżetu. Nic więc dziwnego, że w Polsce nikt nie stara się stworzyć transparentnego systemu polityki lekowej. Proponowane zmiany *Prawa farmaceutycznego* ograniczają się do określania barier dla funduszy przeznaczanych na promocję leków. To kolejny dowód na wiarę polityków w moc słowa.

W USA działają po prostu komercyjne organizacje, zwane *pharmacy benefits managers*, zajmujące się w imieniu płatników (firm ubezpieczeniowych) kontrolą i kreacją gospodarki lekowej. Ich zadaniem, na którego realizacji zarabiają, jest także zmniejszanie kosztów. W całym kraju zatrudniają one tysiące osób. W Polsce oficjalne dopuszczenie niepaństwowych firm do tych działań jest nie do pomyślenia, a więc... gospodarką lekową zajmuje się 150 osób (!) jednego z departamentów NFZ. Nie należy się dziwić, że taka grupka jest z góry skazana na przegraną w starciu z przeszło 8 tys. przedstawicieli medycznych producentów leków. Nikt przy tej okazji nie mówi, że jeśli chcemy ograniczyć ewentualne wypadki korupcji, to ciężar informowania o lekach powinien wziąć na siebie resort zdrowia. Resort jednak *oszczędza*. Jeśli tego nie robi, nie należy się dziwić, że lekarze gros wiedzy o nowych preparatach uzyskują od *product managerów*.

Działania marketingowe nie dotyczą jednak wyłącznie lekarzy. Dochodzenie prowadzone przez FBI wykazało, że 20 proc. pracowników amerykańskiej FDA (Agencji ds. Żywności i Leków) było poddawanych naciskom firm farmaceutycznych, trudno więc uwierzyć, że nasi urzędnicy i politycy są krystalicznie czysti. Jak stwierdził jeden z lekarzy, skoro firmy farmaceutyczne przeznaczają rocznie 2 mld zł na marketing, nie jest możliwe, aby w towarzystwie medycznym, w parlamencie czy rządzie znalazł się polityk, który nie *zetenął się* z lobbieniem koncernów.

Swoje *zasługi* w utrzymywaniu niejasnej sytuacji ma także środowisko. W kodeksie etycznym stworzonym przez 42 firmy zrzeszone w Stowarzyszeniu Przedstawicieli Innowacyjnych Firm Farmaceutycznych zapisy o transparentności znajdowały się już dawno. Problemem było tylko to, że nikt (albo przynajmniej niewielu) się nimi nie przejmował. A środowisko, które doskonale zdawało sobie sprawę z nieetycznych praktyk na styku lekarz-firma, wcale albo niesłuchanie rzadko piętnowało swojego płacącego wysokie składki członka. Typową praktyką stało się, że rzecznicy prasowi Stowarzyszenia najczęściej odzywają się dopiero wtedy, gdy prasa wywlecze kolejną aferę.

Jak zatem uleczyć chore relacje? *Panaceum* na korupcję jest wprowadzenie mechanizmów rynkowych i transparentność zasad wpisywania leków na listy refundacyjne oraz polityka tworzona w świetle jupiterów, a nie w zaciszu urzędniczych gabinetów. *Menedżer Zdrowia* proponuje dyskusję na temat założeń transparentności polskiej polityki lekowej i relacji lekarz-firma. Najciekawsze głosy opublikujemy.

Janusz Michalak
j.michalak@termedia.pl
Jacek Szczęsny
j.szczesny@termedia.pl