

Informowanie o działalności leczniczej a jej reklama

Z ustawy o działalności leczniczej
Art. 14. [Obowiązek informacyjny wykonującego działalność leczniczą]

1. Podmiot wykonujący działalność leczniczą podaje do wiadomości publicznej informacje o zakresie i rodzajach udzielanych świadczeń zdrowotnych. **Treść i forma tych informacji nie mogą mieć cech reklamy.**
2. Podmiot wykonujący działalność leczniczą, na wniosek pacjenta, udziela:
   a. szczegółowych informacji na temat udzielanych świadczeń zdrowotnych, w szczególności informacji dotyczących stosowanych metod diagnostycznych lub terapeutycznych oraz jakości i bezpieczeństwa tych metod;
   b. niezbędnych informacji na temat zawartych umów ubezpieczenia, o których mowa w art. 25 ust. 1;
   c. informacji objętych wpisem do rejestru podmiotów wykonujących działalność leczniczą, dotyczącym tego podmiotu.

Wytłuszczone w powyższym przepisie drugie zdanie ust.1 stanowi, że w konflikt z zakazem reklamy można popaść nie tylko z uwagi na **treść** ¡ ale również na **formę** informacji .

Reklamą jest podawanie do wiadomości publicznej przez podmiot wykonujący działalność leczniczą informacji o zakresie i rodzajach udzielanych świadczeń zdrowotnych, połączonych z zachęcaniem do skorzystania z tych świadczeń, mające na celu np. zwiększenie liczby pacjentów i zrealizowanych usług medycznych, a w rezultacie zwiększenie przychodów finansowych. Tym samym niedopuszczalne jest używanie szczególnie przymiotników takich jak: „najlepszy” (sprzęt, specjalista), „najtańszy”, „najnowocześniejszy”, „najkrótsze” (terminy) i zbliżonych zakresowo przysłówków (np. „najtaniej”, „najszybciej”). Za niedopuszczalne w treści informacji skierowanej do publicznej wiadomości należy bezspornie uznać odniesienia do ceny świadczeń zdrowotnych (w tym jej korzystnej wysokości, rabatów, rat itp.), a także jakości posiadanych przez podmiot leczniczy zasobów osobowych. Informacja o świadczeniach zdrowotnych ma mieć charakter neutralny, tj. zawierać tylko suche fakty, obejmujące rodzaje wykonywanych świadczeń. Niedopuszczalne są w świetle prawa ogłoszenia szpitali czy przychodni w prasie, radiu, telewizji typu: najtaniej, rabaty, najlepszy sprzęt, najlepsi specjaliści itp. [Sygit Bogusław, Wąsik Damian, Leksykon prawa medycznego]
>>**uchwała** Naczelnej Rady Lekarskiej z dnia 16 grudnia 2011 r.w sprawie szczegółowych zasad

podawania do publicznej wiadomości informacji o udzielaniu przez lekarzy i lekarzy dentystów świadczeń zdrowotnych

Co może być przedmiotem informacji?

- tytuł zawodowy;
- imię i nazwisko;
- miejsce, dni i godziny przyjęć;
- rodzaj wykonywanej praktyki zawodowej;
- stopień naukowy;
- tytuł naukowy;
- specjalizacje;
- umiejętności z zakresu węższych dziedzin medycyny lub udzielania określonych świadczeń zdrowotnych;
- szczególne uprawnienia;
- numer telefonu;
- –określenie cen i sposobu płatności – jeżeli informacje zamieszczane są na stronie internetowej bądź podawane przez specjalne telefony informacyjne.

Forma informacji:

- tablice ogłoszeniowe;
- ogłoszenia prasowe zamieszczone w rubrykach dotyczących usług medycznych;
- informacje zawarte w książkach telefonicznych bądź informatorach;
- informacje zamieszczone na stronach internetowych;

Informacje dotyczące usług medycznych nie mogą zawierać: (wg uchwały NRL)

- żadnej formy zachęty ani nakłaniania do korzystania ze świadczeń zdrowotnych;
- informacji o metodach, ich skuteczności i czasie leczenia oraz obietnic i potocznych określeń;
- określenia cen i sposobu płatności (oprócz informacji zawartych na stronach internetowych bądź specjalnych telefonach informacyjnych);
- informacji o jakości sprzętu medycznego.

W tym miejscu z kolei warto zwrócić uwagę, że NRL w par 5 konstruując katalog niedozwolonych form informacji poprzez użycie sformułowania „w szczególności” uczyniła ten katalog otwartym. Nie oznacza więc to, że każda forma, której nie ma w tym „zabronionym” katalogu jest dopuszczalna. Decydować będzie każdorazowo ocena, czy forma i treść informacji nie nosi znamion reklamy.

Konsekwencje naruszenia zakazu reklamy:

- ustawa z dnia 20 maja 1971 r. – Kodeks wykroczeń w art. 147a § 2 przewiduje, iż kto podaje do wiadomości publicznej informacje o zakresie i rodzajach udzielanych świadczeń zdrowotnych mające

formę i treść reklamy, podlega karze aresztu, ograniczenia wolności albo grzywny.

- Lekarze i lekarze dentyści odpowiadają za naruszenie zasad opisanych w Uchwale NRL (a także w Kodeksie Etyki Lekarskiej, który również zakazuje reklamowania się lekarzy) przed Rzecznikiem Odpowiedzialności Zawodowej oraz Sądem Lekarskim
- zakazana forma reklama prowadzona z naruszeniem prawa, dobrych obyczajów lub uchybiająca godności człowieka może zostac uznana za czyn nieuczciwej konkurencji i skutkować pociągnięciem do odpowiedzialności z tytułu ustawy o nieuczciwej konkurencji (kara aresztu lub grzywny)
- Organy rejestrowe podmiotów wykonujących działalność leczniczą (okręgowe rady lekarskie i Wojewodowie) mogą wszcząć z tego tytułu postępowanie kontrolne w podmiocie