Warszawa, 01 października 2020 r.

**24% Polek rezygnuje z zakupu w aptece z powodu wstydu.   
Ważne jest podnoszenie kompetencji miękkich farmaceutów**

**Rola farmaceuty coraz częściej sprowadzana jest do roli sprzedawcy, a sama apteka traktowana jest jak sklep. Tymczasem, apteka jest miejscem szczególnym, które stawia zarówno przed farmaceutą, jak i pacjentem wyzwania, co pokazują wyniki badań. Aż 41% Polek doświadcza dyskomfortu w aptece podczas zakupu produktów związanych z dolegliwościami intymnymi czy antykoncepcją[[1]](#footnote-1). Jak widać, rola farmaceuty jest wyjątkowa, a dobra komunikacja z pacjentem jest kluczowa w procesie leczenia. Jak zmieniać rzeczywistość w trosce o dobro kobiet?**

**Apteka odwiedzana częściej niż przychodnia lekarska**

Apteka, jako placówka sąsiedzka i niewymagająca odwiedzin zgodnych z harmonogramem wizyt, jest zdecydowanie bardziej dostępna dla pacjentów niż przychodnia lekarska. Relacja z farmaceutą nie jest opatrzona tymi samymi zwyczajami i formalnościami, co relacja z lekarzem. Nie oznacza to, że nie jest obarczona stresem pacjenta. Niejednokrotnie pacjent wychodzi od lekarza z niepokojącą diagnozą, niepewnością i stresem. Nie zawsze pamięta zalecenia lekarskie, a sama wizyta często nie przebiega w takich okolicznościach, które byłyby komfortowe dla pacjentki, szczególnie jeśli chodzi o wizytę ginekologiczną. Oprócz troski o własne zdrowie dochodzą obawy o działanie leków, ich cenę i dostępność. I tu zaczyna się rola farmaceuty.

**Zdolności komunikacyjne podstawą zdrowej relacji**

Wizyta w aptece stawia wyzwania nie tylko przed pacjentem, ale i farmaceutą. To on doradza jak stosować leki, powtarza niejednokrotnie wskazania, o których pacjent zapomniał będąc pod wpływem emocji. To w tym miejscu powstaje bliska relacja, w której farmaceuta musi wykazać się umiejętnościami komunikacyjnymi, empatią i zrozumieniem. Ważne są okoliczności w jakich odbywa się komunikacja. Warto by farmaceuta zadbał o odpowiednie warunki do rozmowy, by zapewnić odpowiednią intymność. Niestety mimo najszczerszych chęci, w większości przypadków nie jest to możliwe, ze względu na brak miejsca w aptekach. Nie istnieją przecież dedykowane strefy na rozmowy. Dopóki to się nie zmieni warto robić wszystko co możliwe by zapewnić choćby namiastkę intymności.

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Gedeon Richter Polska, w ramach kampanii Recepta na sukces, **najczęstszą przyczyną dyskomfortu podczas wizyty w aptece były brak prywatności i bliska odległość innych klientów, na co wskazało 56% respondentek oraz zachowanie farmaceuty (35%)**. Zachowanie farmaceuty, które powodowało dyskomfort pacjentek to zazwyczaj **głośna rozmowa na temat produktu (46%), mowa ciała oraz niestosowne uwagi** farmaceuty dotyczące zakupu.

**Szerokie spektrum emocji – wyzwanie dla farmaceuty**

Czy adepci farmacji powinni trenować empatię i umiejętność dostosowywania stylu komunikacji do pacjentów? „Zdecydowanie tak” – mówi Bianca-Beata Kotoro – psycholog społeczny, psychoseksuolog, psychoonkolog i terapeuta. Nie chodzi tu jedynie o umiejętność skutecznego przekazania informacji na temat przepisanych przez lekarza leków. Spektrum emocji, z jakimi pacjenci przychodzą do apteki, może być bardzo szerokie — od wstydu, strachu, po smutek, stres i zakłopotanie. Pacjent w rozmowie z farmaceutą powinien mieć poczucie, że nie jest oceniany, a osoba po drugiej stronie okienka jest po to, aby jej pomóc. Przychodzi po rozwiązanie i ukojenie, a nie po krytykę.”

Istotnym jest, aby farmaceuci zdawali sobie sprawę z tego, że mają do czynienia z realnymi ludźmi i ich problemami, a nie z anonimowymi jednostkami, czy przypadkami chorób.

„Na zajęciach z kompetencji miękkich studenci farmacji powinni uczyć się nie tylko o tym, że należy formułować jasne i zwięzłe komunikaty, że należy uważać na mowę ciała, zapisać najważniejsze informacje pacjentowi na kartce lub uzbroić się w cierpliwość podczas obsługiwania starszych pacjentów — wyjaśnia Daria Wielogórska – Rutka – Prezes Lubuskiej Okręgowej Izby Aptekarskiej. Farmaceuta powinien zadbać o zapewnienie przestrzeni do rozmowy. Kiedy jest taka potrzeba, powinien poprosić o odsunięcie się oczekujących w kolejce, a jeśli nie jest to możliwe mówić ciszej, ale tak, by pacjent mógł go usłyszeć. To niezwykle ważne.”

**Współpraca z farmaceutą istotnym elementem terapii**

W edukacji młodych farmaceutów istotne jest, aby nabrali oni poczucia, że są ważnym ogniwem w łańcuchu opieki medycznej. Oczywiście, przepisywanie leków to zadanie lekarzy, a za stosowanie się do ich zaleceń odpowiedzialni są sami pacjenci, jednak farmaceuci powinni im to ułatwić. Rolą szkolnictwa jest przygotować przyszłych adeptów farmacji ich do tej wyjątkowej pracy. W trakcie procedowania jest ustawa o zawodzie farmaceuty, która z założenia ma poszerzyć zakres działań farmaceuty, co może realnie ułatwić proces terapeutyczny i podnieść rangę zawodu farmaceuty. Rolą decydentów jest usprawniać działanie i pozwolić rozwijać się szerokim umiejętnościom zdobywanym w procesie kształcenia.

**Dodatkowych informacji udzielają:**

|  |  |
| --- | --- |
| Aleksandra Marciniak Specjalista ds. Public Relations, Gedeon Richter Polska, Koordynator kampanii „Recepta na sukces” | Mateusz Konwerski, LoveBrands Relations  Biuro organizacyjne kampanii „Recepta na sukces” |
| tel.: + 48 695 300 696,  email: amarciniak@grodzisk.rgnet.org | tel.: + 48 883 555 368,  email: biuro@receptanasukces.pl |

„Recepta na sukces” to program edukacyjny skierowany do studentów medycyny i farmacji zainicjowany przez firmę Gedeon Richter Polska, lidera w obszarze ochrony zdrowia kobiet. W ramach VI edycji programu zainicjowana została kampania społeczno-edukacyjna pod hasłem „Porozmawiajmy otwarcie o…” (#porozmawiajmyotwarcie), która koncentruje się na zdrowiu kobiet. Celem kampanii jest zwrócenie uwagi studentów medycyny i farmacji, przyszłych lekarzy ginekologów i farmaceutów, na kluczową rolę jaką w procesie terapeutycznym pełni komunikacja z pacjentką, a także zwiększenie świadomości kobiet w zakresie tego, jakich informacji na temat ich życia intymnego potrzebuje lekarz czy farmaceuta, by móc we właściwy sposób zatroszczyć się o ich zdrowie.

1. Raport „Oczekiwania kobiet wobec komunikacji z lekarzem ginekologiem i farmaceutą” na zlecenie LB Relations Sp. z o. o. dla Gedeon Richter Polska, n=1048, CAWI, zrealizowany przez SW Research [↑](#footnote-ref-1)