

УДК 615.1:615.47

***АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ АСПЕКТОВ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
РЕКЛАМЫ МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ***

Санникова А.К.

студент,

Башкирский государственный медицинский университет,

Уфа, Россия

Мажитова Р.А.

студент,

Башкирский государственный медицинский университет,

Уфа, Россия

Мухаметзянова Г.М.

студент,

Башкирский государственный медицинский университет,

Уфа, Россия

Хабибуллина Р.М.

студент,

Башкирский государственный медицинский университет,

Уфа, Россия

Аннотация

В статье представлены результаты анализа некоторых аспектов правового регулирования рекламы медицинских изделий. Проанализированы ограничения для рекламирования медицинских изделий, для применения которых требуется

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

специальная подготовка. Показана юридическая ответственность за нарушения в области рекламирования медицинских изделий.

Ключевые слова: рекламирование, медицинские изделия, правовое регулирование, аптечные организации.

***THE ANALYSIS OF SOME ASPECTS OF LEGAL REGULATION OF
ADVERTISEMENT OF MEDICAL DEVICES***

Sannikova A.K.

student,

Bashkir State Medical University,

Ufa, Russia

Mazhitova R.A

student,

Bashkir State Medical University,

Ufa, Russia

Mukhametzyanova G.M.

student,

Bashkir State Medical University,

Ufa, Russia

Khabibullina R.M.

student,

Bashkir State Medical University,

Ufa, Russia

Annotation

In this article the results of the analysis of some aspects of the legal regulation of advertising of medical devices have been presented. The restrictions for advertising of medical devices, for the using of which requires special training, have been analyzed. The legal liability for violations in the field of advertising of medical devices has been presented.

Keywords: advertising, medical devices, legal regulation, pharmacies

Реклама и стимулирование сбыта товаров аптечного ассортимента являются одними из основных методов, способствующих увеличению их продаж [2,6,7]. При этом целевой аудиторией рекламы товаров аптечного ассортимента, в том числе и медицинских изделий, являются непосредственно посетители аптечных организаций [1].

Однако в настоящее время некоторые вопросы в области регулирования обращения медицинских изделий не имеют подробной правовой регламентации. Одним из таких вопросов является возможность рекламирования населению медицинских изделий, для применения которых требуется специальная подготовка.

Целью данного исследования является анализ некоторых аспектов правового регулирования рекламы медицинских изделий, для применения которых требуется наличие специальной подготовки.

Для достижения цели исследования нами был проведен анализ основного нормативного правового акта, регулирующего вопросы рекламы медицинских изделий – Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно требованиям части 8 статьи 24 данного Федерального закона, рекламирование медицинских изделий, для применения которых требуется наличие у лица специальной подготовки, может осуществляться только при

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

проведении медицинских или фармацевтических выставок или других подобных мероприятий, а также в специализированных печатных изданиях [4].

Основными вопросами, требующим дальнейшего правового регламентирования, являются критерии отнесения конкретных медицинских изделий к изделиям, для применения которых требуется наличие специальной подготовки.

Проведенное нами детальное изучение сведений, вносимых в государственный реестр медицинских изделий, изложенных в части 11 статьи 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» [5], выявило отсутствие в данных сведениях конкретной информации о необходимости наличия у лица специальной подготовки для применения медицинских изделий. Единственное требуемое сведение о медицинских изделиях, которое косвенно может свидетельствовать о необходимости специальной подготовки для его использования, – это информация о назначении медицинского изделия, установленное производителем.

Следовательно, в настоящее время вывод о том, требуется ли наличие специальной подготовки для применения конкретного медицинского изделия, можно сделать исходя из области его применения, установленного производителем изделия. Также, на наш взгляд, подобная информация может наноситься на упаковку медицинского изделия и содержаться в инструкции по применению и/или эксплуатации медицинского изделия, если такая инструкция предусмотрена его производителем.

В случае, если наличие специальной подготовки для применения медицинских изделий является очевидным (например, для многих медицинских инструментов, например, хирургических), такое медицинское изделие должно рекламироваться только с учетом правовых норм, изложенных части 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». При этом

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

рекламирование данного медицинского изделия непосредственно населению является нарушением законодательства о рекламе и может образовать состав правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях [3].

Таким образом, реклама медицинских изделий, для применения которых требуется наличие специальной подготовки, может быть направлена только на медицинских и фармацевтических работников.

Библиографический список:

1. Ибрагимова, Г.Я. Особенности восприятия рекламы. Социологическое исследование / Г.Я. Ибрагимова, А.Х. Гайсаров // Новая аптека. – 2015. – № 1-3. – С. 13-18.
2. Ибрагимова, Г.Я. Реклама и выкладка лекарственных препаратов. Правовое регулирование / Г.Я. Ибрагимова, А.Х. Гайсаров // Новая аптека. – 2015. - № 1-4. – С. 45-49.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: Федер. закон Рос. Федерации от 30.12.2001 № 195-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
4. О рекламе [Электронный ресурс]: Федер. закон Рос. Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
5. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федер. закон Рос. Федерации от 21.11.2011 № 323-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
6. Фармацевтический маркетинг / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова. М.: Ремедиум, 2011. 601 с.
7. Фармацевтический маркетинг: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Н.И. Суслов, М.Е. Добрусина, А.А. Чурин, Е.А. Лосев. М.: Издательство Юрайт, 2019. 319 с.

Оригинальность 91%