

Омские антимонопольщики основательно прошлись с проверкой аукционов и рекламы, так или иначе связанных с заказом медицинского оборудования или услуг. В итоге были отменены три тендера, где предпринимателям незаконно отказали по откровенно формальным поводам, и демонтированы два рекламных баннера, не соответствующих правилам. **Юридические адреса разные** В августе первыми попали под раздачу Управления Федеральной антимонопольной службы (УФАС) по Омской области чиновники из Азовского района – они отказали победителю торгов на «поставку оборудования для организации медицинского обслуживания» школьников в заключении контракта на общую сумму более 800 тысяч рублей.

Победитель — ООО «СибЛаб» — обратился в УФАС с жалобой «на действия муниципальных казенных общеобразовательных учреждений Азовского немецкого национального муниципального района Омской области, связанные с отказом от заключения муниципальных контрактов с ООО «СибЛаб». Оборудование надо было поставить с начальной (максимальной) ценой муниципального контракта — 843300 рублей.

Азовские чиновники уже после торгов обнаружили в документации победителей несовпадение юридических адресов компании, их было указано два, на этом основании «СибЛаб» было отказано в подписании контракта.

Согласно решению УФАС по делу № 03-10.1/163-2012, чиновники не имели права этого делать, и жалоба была признана обоснованной.

«Стабильности» нет Согласно Решению УФАС № 03-10.1/182-2012 о признании жалобы обоснованной руководство ООО «Медицинская компания «Фармэкс» тоже правильно пожаловалось на действия БУЗОО «Областная клиническая больница» — слишком тщательно описали в больнице заказ на конкретное лекарство, надо думать, под конкретного поставщика. Цена вопроса 400 тысяч рублей. В

Приложении № 1 заказчик аукциона указал наименование, характеристики, единицу измерения и количество единственного препарата с международным непатентованным наименованием (МНН) «Пиперацилин+тазобактам».

В жалобе «Фармэкса» указано, что такая характеристика готового раствора препарата с МНН «Пиперацилин+тазобактам» как «сохранение стабильности в течение 24 ч после приготовления содержится только в инструкции по медицинскому применению препарата с торговым наименованием «Тазоцин» производства «Вайет Ледерле С.п.А». (Италия), в инструкциях же на иные препараты, имеющие такое же МНН, данная характеристика не указана.

В итоге предписано аннулировать этот аукцион.

Безопасность иглы УФАС, рассмотрев жалобу ЗАО «Биокад» на действия БУЗОО «Клинический онкологический диспансер» при проведении открытого аукциона в электронной форме на поставку стимуляторов лейкопоза по начальной (максимальной) цене контракта 1,429 млн рублей, тоже ее удовлетворила, и на том же основании, что и «Фармэксу».

Из решения по делу № 03-10.1/197-2012: «заказчик не обосновал необходимость применения в данном учреждении здравоохранения препарата с МНН «Филграстим» с установленной в Приложении № 1 характеристикой — шприцы одноразовые с иглой с устройством безопасности иглы».

Очково-массажные дела

В августе антимонопольщики не только разбирали медицинские вопросы в кабинетах, но и прогулялись по городу. В ходе проверки рекламных конструкций специалисты УФАС

обнаружили около дома 18 по проспекту Мира билборд (3х6 метров), который принадлежит МПг. Омска «Центр недвижимости дизайна и рекламы», с рекламой медицинских услуг. В рекламе значилось: «Оптикцентр». Компьютерная диагностика зрения. Подбор мягких контактных линз (в том числе цветных и оттеночных). Подбор очков любой сложности.

На внешней стене торгового комплекса «На Бархатовой» антимонопольщики узрели такую рекламу: «Массажный салон «Источник». Классический массаж.

Соединительнотканый массаж. Лимфодренажный массаж. Хиромассаж.

Антицеллюлитные программы. Обертывание. Медовый массаж. Баночный массаж».

В обоих случаях баннеры не соответствовали российскому законодательству.

Дело в том, что в соответствии с «Номенклатурой работ и услуг в здравоохранении», утвержденной Министерством здравоохранения и социального развития РФ 12 июля 2004 г., подбор очковой коррекции, подбор контактной коррекции – отдельные виды диагностики и лечения и относится к простым медицинским услугам. А массаж является видом лечения с помощью простых физических воздействий на пациента, и тоже относится к простым медицинским услугам.

Тем не менее, как сказано в материалах дел, «реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники, должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, при этом предупреждению должно быть отведено не менее 5% рекламной площади (рекламного пространства»).

В срок до 18 сентября реклама должна быть демонтирована или переделана, как того требует законодательство.

Источник:

<http://kvnews.ru>