За последние двадцать лет резко выросло количество лекарственных средств. Данное обстоятельство не прошло мимо внимания законодателя, который распространил действие закона о рекламе на рынок медицинских услуг. . Одновременно законодатель, осознавая особый характер медицинских услуг, посвятил их регулированию ряд специальных норм.
В частности, реклама лекарств, медицинских услуг и техники не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламы.
Известно, что при лечении применяется индивидуальный подход к каждому пациенту. Поэтому лекарство, которое подходит одному пациенту, может быть прямо противопоказано другому. Даже, если факт излечения или улучшения состояния здоровья имел место в конкретном случае, упоминание этого обстоятельства в рекламе незаконно.
Также реклама лекарств, медицинских услуг и техники не должна создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования.
Например, Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» устанавливает широкий перечень исследований, необходимых для регистрации лекарственного средства. Причем проведение этих исследований является обязательным для всех разрабатываемых лекарств. Следовательно, все лекарственные средства, прошедшие государственную регистрацию, являются абсолютно равными, все они проходили необходимые для регистрации исследования, и их наличие не может указывать на то, что некоторые из них лучше, чем другие.
Поэтому упоминание в рекламе на исследования и создание представления, что рекламируемое лекарственное средство имеет какие-либо преимущества, недопустимо.
Лекарственные средства обладают определенным статусом и не могут быть поставлены в один ряд с таким товаром какбиологически активная добавка (БАД). Однако многие производители лекарственных средств стараются увеличить продажи своего препарата путем отрицания его принадлежности к лекарствам. При такой рекламе у граждан может сложиться впечатление, что данный товар не является лекарством и поэтому его можно приобретать и принимать в неограниченных количествах в надежде, что он поможет при определенной патологии. Поэтому в Федеральном законе «О рекламе» введен запрет на представление лекарственного средства как БАДа или иного товара, который не является лекарственным средством.

Самым частым нарушением при рекламировании лекарств, медицинских услуг и техники является отсутствие предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Это также делается в целях увеличения количества потребителей услуг и лекарств, которые будут охотнее обращаться за их приобретением при условии отсутствия противопоказаний.
При отнесении той или иной услуги к медицинской, антимонопольные органы в основном руководствуются Приложением к Положению о лицензировании медицинской деятельности, а также Отраслевым классификатором "Простые медицинские услуги". В этих документах приведен обширный перечень работ (услуг), выполняемых при

осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи.
За нарушение указанных требований законодательства о рекламе предусмотрен административный штраф по части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях РФ. Размеры штрафа для граждан составляют от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; для должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; для юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.
Учитывая все возрастающее количество многопрофильных и специализированных медицинских организаций в России, необходимо их правильное ориентирование в предлагаемом законодателем правовом поле. Четкое понимание требований действующего законодательства о рекламе, затрагивающего медицинскую деятельность, позволит избежать рисков при рекламировании своих услуг. Источник: http://www.med7.ru