

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

© Самосадова В.А., Коростелёва А.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Тимофеева Н. Н.

Кафедра гуманитарных дисциплин и биоэтики

Санкт-Петербургский государственный педиатрический медицинский университет

Контактная информация: Коростелёва А. А. — студентка 3 курса стоматологического факультета,

E-mail: alina.korosteleva@bk.ru

Ключевые слова: административные правонарушения, административная ответственность, законодательство о рекламе, медицинские услуги.

Актуальность исследования: как показывает правоприменительная практика, в сфере рекламы медицинских услуг продолжает выявляться значительное количество нарушений законодательства, несмотря на закрепленные законом требования к рекламированию данных услуг и ответственность за их нарушение.

Цель исследования: рассмотреть понятия «медицинская услуга», «информация», «реклама»; определить, чем информация о виде деятельности отличается от рекламы услуг, что признается недостоверной и недобросовестной рекламой; проанализировать требования действующего законодательства к рекламированию медицинских услуг, связанные с практикой применения законодательства РФ о рекламе в данной сфере.

Материалы и методы: анализ положений ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ, иных нормативных актов и материалов судебной практики, в том числе постановлений вышестоящих судов.

Результаты: нормы Закона о рекламе направлены на защиту потребителей медицинских услуг от недостоверной информации и от недобросовестной рекламы, которая вводит потребителя в заблуждение и может причинить вред. Так, например, реклама не может содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья, содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламы и т.д. Запрещена реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности. В соответствии с ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ установлена административная ответственность за нарушение требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения [1, 2, 3].

Выводы: при решении вопроса о признании информации рекламой медицинских услуг суды руководствуются Номенклатурой медицинских услуг. В зависимости от наличия или отсутствия рекламируемого вида деятельности в перечне «Номенклатуры» суд решает вопрос об отнесении информации к категории рекламы медицинских услуг. За нарушение требований законодательства о рекламе медицинских услуг предусмотрена административная ответственность для граждан, должностных и юридических лиц по ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ. Субъектами административной ответственности могут быть рекламодаделец, рекламопроизводитель и рекламораспространитель. С жалобой на рекламу любой гражданин может обратиться в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы РФ. Реклама ЛС должна обеспечить потребителя необходимой ему информацией, соответствовать действительности и не вводить его в заблуждение. Наличие государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе медицинских услуг является важной гарантией реализации прав граждан в сфере здравоохранения.

Литература

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ; http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300–1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»; http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
3. Постановление Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»; http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_137349/