

Реклама по-украински: формальный запрет или подконтрольный процесс?

Рубрику ведет Владислав Онищенко, председатель правления Союза потребителей медицинских услуг, лекарственных средств и изделий медицинского назначения



Владислав Онищенко

Попробуем проанализировать, какие заболевания чаще всего становятся причиной смерти и препараты каких групп являются самыми потребляемыми в нашей стране. По статистике, первое место в структуре смертности занимают сердечно-сосудистые заболевания, а по количеству продаж лидируют лекарственные средства (ЛС), способствующие улучшению пищеварения. На наш взгляд, отсутствие корреляционной зависимости между сравниваемыми показателями

вызвано бесконтрольным назначением и безответственным отпуском препаратов. Рекламу ЛС в том виде, в каком она существует сейчас, следует запретить. Назначение лекарств не должно быть вызвано материальной заинтересованностью врача, а отпускать их нужно по рецепту либо после проведения провизором фармацевтической опеки.

Законы у нас написаны правильно, но их соблюдение оставляет желать лучшего. Так, можно встретить рекламу рецептурных препаратов в средствах массовой информации и даже на стендах в детских лечебных учреждениях и аптеках. А все объясняется тем, что под одной торговой маркой зарегистрированы и рецептурный, и безрецептурный препараты. Повседневной практикой в аптеке стал отпуск ЛС без рецепта. Однако не нужно всю вину сваливать на врачей и фармацевтов. Они — заложники национальной лекарственной политики в стране, вернее, ее отсутствия.

Совсем недавно все депутатские фракции и политические силы требовали запретить рекламу ЛС, мотивируя это тем, что под воздействием рекламы население тратит колоссальные средства на необоснованное и неэффективное самолечение препаратами сомнительного качества. Однако в последний момент в проект закона были внесены незначительные «исключительные изменения». Министерству здравоохранения было поручено определить, какие категории препаратов должны быть запрещены к рекламированию. Итак, во-первых, запрещена реклама рецептурных препаратов, а также тех, которые никогда не рекламировались (средства против туберкулеза, СПИДа, сахарного диабета и т.д.). Во-вторых, формально запрещена реклама ЛС, применяемых исключительно при лечении

детей в возрасте до 12 лет, что не ограничивает ни одну категорию лекарств. В рабочей группе, созданной для обсуждения, не были представлены все заинтересованные стороны, о ее заседаниях не информировали, протоколы обсуждений в открытом доступе отсутствуют.

Вместе с тем реклама ЛС в сочетании с фармацевтической опекой и гарантированным качеством препаратов является важной составляющей процесса самолечения. Она позволяет потребителю делать осознанный выбор при появлении первых симптомов болезни и до оказания профессиональной медицинской помощи. Это особенно актуально в таких областях, как педиатрия и кардиология, а также при обострении некоторых хронических заболеваний.

На наш взгляд, каких-либо существенных изменений вносить в законодательство не следует. Нужно обязать рекламодателей осуществлять свою деятельность в строгом соответствии с законом и четко контролировать этот процесс.

По мнению членов Союза потребителей, в вопросе организации рекламы ЛС необходимо:

I. разработать стандарт, которым установить:

1. что является рекламой ЛС (четко прописать содержание и оформление);
2. качество препаратов, которые можно рекламировать.

II. разработать проект постановления Кабинета Министров Украины, которым установить:

1. кто является рекламодателем, его права и обязанности;
2. кто является распространителем рекламы, его права и обязанности;
3. порядок распространения рекламы.

III. сформировать законодательную базу, регулирующую рынок рекламы ЛС, в которой предусмотреть все виды ответственности, включая уголовную, за нарушение Закона «О рекламе», предлагаемого стандарта и Постановления Кабинета Министров Украины

Предложенные мероприятия не требуют дополнительных капиталовложений и позволят быстро реформировать существующую ненадежную систему рекламирования ЛС.