

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, выделение в программе города Москвы «Социальная поддержка жителей города Москвы на 2012-2018 годы» специальной подпрограммы «Социальная интеграция инвалидов и формирование безбарьерной среды для инвалидов и других маломобильных групп населения» является обоснованным действием. В Российской Федерации всё больше возрастает роль социально-экономической поддержки незащищенных групп населения, и в частности такой группы, как люди с ограниченными возможностями. Это обусловлено современной позицией государства, как защитника слабой части населения и формирование гуманного обществ. А так же обусловлено возрастающей численностью этой целевой группы.

Во-вторых, четко прослеживается, что приоритетными направлениями являются обеспечение доступа инвалидов к общественным зданиям и обеспечение их техническими средствами реабилитации, реабилитационными услугами, доступа к трудоустройству.

В-третьих, можно заключить, что за последние годы в городе Москве сформировалась система поддержки инвалидов, увеличилась доля городских общественных зданий, доступных для инвалидов и других маломобильных групп населения. А так же сформирован комплекс учреждений социального обслуживания, обеспечивающий различные формы социального обслуживания инвалидов – это центры социального обслуживания, социальные жилые дома, пансионаты, психоневрологические и детские дома–интернаты. Таким образом, из проведенного анализа можно сделать вывод об эффективности мероприятий по защите инвалидов, включенных в программы развития города Москвы.

### **Литература**

1. Государственная программа города Москвы «Социальная поддержка жителей города Москвы на 2012-2018 годы».
2. Департамент социальной защиты населения города Москвы [Электронный ресурс] URL: <http://dszn.ru>.
3. Комплексная целевая программа «Социальная интеграция инвалидов города Москвы».
4. Портал «Энциклопедия мужества – не инвалид.ру» [Электронный ресурс] URL: <http://neinvalid.ru>.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <http://www.gks.ru>.

## **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В КАЗАХСТАНЕ**

Н.Ю. Иминова,  
научный руководитель А.А. Маукенова  
*Казахстан, г. Алматы,*

*Казахский национальный медицинский университет им.С.Д.Асфендиярова*

В Законе «О рекламе» Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III ЗРК говорится, что настоящий Закон регулирует отношения, возникающие в процессе производства, распространения, размещения и использования рекламы на территории Республики Казахстан и включает в себя общие положения и статьи,

сферу применения, основные понятия, требования и виды рекламы. Целями настоящего Закона являются обеспечение необходимых условий для производства, распространения, размещения и использования рекламы, защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы.

Согласно законодательства Казахстана, предъявляются следующие требования к рекламе.

1. Реклама независимо от формы или используемого средства распространения, размещения должна быть достоверной, распознаваемой без специальных знаний или применения специальных средств непосредственно в момент ее представления.

2. Реклама на территории Республики Казахстан, за исключением периодических печатных изданий, распространяется на государственном и русском языках, а также по усмотрению рекламодателя и на других. Перевод содержания рекламы с одного языка на другой не должен искажать ее основной смысл. При этом реклама на государственном языке на телевидении и радио должна распространяться равномерно в течение всего ежедневного ее выхода в эфир. Реклама в периодических печатных изданиях распространяется на языке, закрепленном в свидетельстве о постановке на учет средства массовой информации.

3. Зарегистрированные в установленном порядке товарные знаки и логотипы могут приводиться на языке оригинала и (или) на другом языке.

4. Не допускается реклама товаров (работ, услуг), запрещенных к производству и реализации в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

Если деятельность, осуществляемая рекламодателем, подлежит лицензированию, то при рекламе соответствующего товара (работ, услуг), а также при рекламе самого рекламодателя необходимо указывать номер лицензии и наименование органа, выдавшего лицензию, кроме рекламы на радио.

Реклама лекарственных средств имеет свои особенности, так как напрямую связана с такими понятиями, как общественное здравоохранение и личная безопасность человека. В связи с этим были введены Правила выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники которые были разработаны в соответствии с Кодексом Республики Казахстан от 18 сентября 2013 года «О здоровье народа и системе здравоохранения». В нем определены порядок выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники. Подтверждение соответствия товаров (работ, услуг) и рекламы в области здравоохранения.

Реклама медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, биологически активных добавок к пище осуществляется при наличии разрешения, выдаваемого в порядке, установленном уполномоченным органом.

Касаемо услуг рекламы лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, биологически активных добавок к пище, то реклама должна быть достоверной, распознаваемой без специальных знаний или применения специальных средств, исключать сравнения с другими услугами, лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и медицинской техникой, биологически активными добавками к пище, не вводить потребителей в заблуждение посредством злоупотребления их доверием, в том числе в отношении характеристик, состава, потребительских свойств, стоимости (цены), предполагаемых результатов применения, результатов исследований и испытаний.

Кодекс запрещает:

1. Рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, биологически активных добавок к пище, средств профилактики, не зарегистрированных в РК.

2. Распространение в целях рекламы образцов лекарственных средств, отпускаемых по рецепту врача.

3. Использование детей, их изображения и голоса в рекламе лекарственных средств, изделия медицинского назначения, кроме лекарственных средств и изделий медицинского назначения для детей;

4. Распространение и размещение рекламы лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, биологически активных добавок к пище в общественном транспорте, в организациях, не имеющих отношения к их назначению, использованию и отпуску.

5. Размещение наружной (визуальной) рекламы лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, представленной в виде плакатов, стендов, световых табло, билбордов, транспарантов, афиш и иных объектов стационарного размещения рекламы.

6. Использование медицинских работников, уполномоченных назначать лекарственные средства и изделия медицинского назначения, в качестве рекламо-распространителей, за исключением случаев распространения информации о лекарственных средствах и об изделиях медицинского назначения с научной или образовательной целью, а также с целью информирования пациентов.

7. Рекламу услуг, лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, биологически активных добавок к пище при отсутствии лицензии на осуществление соответствующего вида деятельности и разрешения на рекламу, выдаваемых в порядке, определяемом уполномоченным органом.

8. Рекламу услуг, оказываемых лицами, не имеющими лицензию на занятие медицинской деятельностью.

9. Рекламу услуг, лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, биологически активных добавок к пище проводится на основании разрешения уполномоченного органа после предварительной экспертизы рекламного материала экспертным органом, определенным уполномоченным органом.

10. Распространение и размещение рекламы услуг, лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники допускаются в специализированных медицинских изданиях, иных средствах массовой информации и организациях здравоохранения.

Реклама лекарственных средств, отпускаемых по рецептам, в том числе содержащих наркотические средства, психотропные вещества и прекурсоры, может осуществляться только в специализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников. Контроль за производством, распространением и размещением рекламы возложен на уполномоченный орган и государственные органы в пределах их компетенций.

В соответствии с Кодексом Республики Казахстан от 18 сентября 2013 года «О здоровье народа и системе здравоохранения» приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 18 ноября 2013 года были утверждены Правила выдачи разрешения на рекламу медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также биологически активных добавок к пище.

Эти правила регулируют выдачу разрешения на рекламу медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также биологически активных добавок к пище, определяют порядок выдачи раз-

решения на рекламу медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также биологически активных добавок к пище.

Таким образом, реклама медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также биологически активных добавок к пище проводится на основании разрешения, выдаваемого соответственно государственным органом по контролю медицинской и фармацевтической деятельности и государственным органом, осуществляющим деятельность в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения после предварительной экспертизы рекламного материала экспертным органом, определенным уполномоченным органом в области здравоохранения.

### **Литература**

1. Кодекс Республики Казахстан от 18 сентября 2010 года «О здоровье народа и системе здравоохранения».
2. Закон о рекламе Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III ЗРК.
3. Предпринимательство и право: Сб. нормативно-правовых актов. Астана: ЗАО «Республиканский информационно-выставочный центр по малому предпринимательству», 2002.
4. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2008.

## **ИЗУЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА РАБОТЫ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ**

А.В. Калуцкая, Д.Ю. Мамутхан,  
научный руководитель Л.Г. Сатаева  
*Казахстан, г. Алматы,*

*Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова*

Актуальность темы в том, что всем остается непонятным то, что США, являющаяся самой дорогой системой здравоохранения, в пятый раз подряд названа худшей по сравнению с другими развитыми странами. Хотя расходы ежегодно на душу населения составляют более 8,5 тысяч долларов на душу населения (что составляет около 16% ВВП). Согласно данным Института медицины Национальной академии наук США, Соединенные Штаты – единственная в мире развитая индустриальная страна, не имеющая универсальной системы здравоохранения. Изучение международного опыта позволит нашей Республике Казахстан принимать рациональные решения исходя из их ошибок других стран.

Система здравоохранения в Соединённых Штатах Америки занимает ведущее место в мире по масштабам сосредоточенных в ней ресурсов. Число занятых в отрасли людей – свыше 10 млн человек. По расходам на медицину США занимают первое место в мире – как в абсолютных цифрах (2,26 триллиона долларов, или 7439 долларов на одного человека), так и в процентах к ВВП(16 %). Причём, согласно прогнозам, к 2015 г. расходы вырастут до 4 триллионов долларов, или 12 000 долларов на каждого жителя. В США около 84% граждан имеют медицинскую страховку, 64% из них страховка предоставлена работодателем, 9% – приобрели ее самостоятельно, 27% граждан страховка предоставляется в рамках государственных программ. Около 47% всех расходов на здравоохранение США составляют затраты на стационарное