

ОЛОН НИЙТИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН ХЭРЭГСЭЛ (ТЕЛЕВИЗ)-ЭЭР 2023 ОНЫ 1,2 САРД ТҮГЭЭСЭН ЭМ, БИОЛОГИЙН ИДЭВХТ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЗАР СУРТАЛЧИЛГААНД ТАНДАЛТ ҮНЭЛГЭЭ ХИЙСЭН БАЙДАЛ

НЭГ. НИЙТЛЭГ ҮНДЭСЛЭЛ:

Монгол улсын Засгийн газрын 2020 оны 12 дугаар сарын 16-ны өдрийн 222 дугаар тогтоолоор Засгийн газрын хэрэгжүүлэгч агентлаг Эм, эмнэлгийн хэрэгслийн хяналт, зохицуулалтын газар байгуулагдаж, эм зүйн салбарын нэгдсэн бодлого, төрийн үйлчилгээг нэг бүтцэд төлөвлөрүүлэн, хэрэгжүүлэх нөхцөл бүрдсэн.

Орчин үед эмийн үйлдвэрлэл эрчимтэй хөгжиж, эмийн нэр төрөл олширч байгаа нь эмийг зөв сонгох, оновчтой хэрэглэхэд улам бүр төвөгтэй байдлыг бий болгож байгаа бөгөөд эмч, эм зүйч нар төдийгүй энгийн хэрэглэгчдэд ч үнэн зөв мэдээлэл чухал ач холбогдолтой болж байна.

Монгол Улсын Их Хурлын 2002 оны 68-р тогтоолоор “Эмийн талаар төрөөс баримтлах бодлого” албан ёсоор батлагдан мөрдөгдөж эхэлсэн.

ЭМЯ-наас 2005 онд эмийн зар сурталчилгааны ёс зүйн хэм хэмжээг боловсруулан аймаг, нийслэлийн холбогдох байгуулагуудад хүргүүлсэн байна.

Эм, эмнэлгийн хэрэгслийн тухай хуулийн 2006 оны нэмэлт өөрчлөлтөд “Эм, эмнэлгийн хэрэгсэл худалдан авахад урамшуулал олгох буюу тэдгээрийн үнийг хямдруулан сурталчилахыг хориглох” заалт оруулсан нь эмийн зар сурталчилгаанд байгаа ёс бус үйл ажиллагааг цаашид таслан зогсоох эрх зүйн орчныг бүрдүүлэхэд ач холбогдолтой болсон.

Эмийн зар сурталчилгааны асуудал нь Эмийн талаар төрөөс баримтлах бодлого, Эм, эмнэлгийн хэрэгслийн тухай хууль, Зар сурталчилгааны тухай хууль, Зөвшөөрлийн тухай хууль, Зөрчлийн тухай хууль, Зөрчил шалган шийдвэрлэх тухай хууль, Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны 89 тогтоол “Телевизээр нэвтрүүлэх зар сурталчилгааны зохицуулалтын журам”, ЭМСС-ийн 2015 оны 284 дүгээр тушаал “Гадаад, дотоодын эм үйлдвэрлэгчийн төлөөлөгчийн газрын ажиллах журам”, ЭЭХХЗГ-ын 2022 оны А/236 дугаар тушаал “Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны зөвшөөрөл олгох үйл ажиллагааг зохицуулах журам”-уудаар зохицуулагдаж байна.

Эм, эмнэлгийн хэрэгслийн тухай хуулийн 17-р зүйлийн 3 хэсэгт эмийн тухай мэдээлэл нь үнэн зөв, бодитой бөгөөд үйлдвэрлэгч, ханган нийлүүлэгчээс хараат бус байх, мэдээллийг эрүүл мэндийн асуудал эрхэлсэн төрийн захиргааны төв

байгууллагын зөвшөөрснөөр мэргэжлийн байгууллага зохион байгуулан хэрэгжүүлж байхаар заасан. Энэ хуулийн 26 дугаар зүйлийн 26.2 дахь хэсэгт "Эмийн мэдээлэл нь эмийг оновчтой, зүй зохистой хэрэглэх, хэрэглэгчдийн эрх ашгийг хамгаалахад чиглсэн байна", 26.3 дахь хэсэгт "Эмийн тухай мэдээлэл нь үнэн, зөв, бодитой бөгөөд үйлдвэрлэгч, ханган нийлүүлэгчээс хараат бус байна", 27 дугаар зүйлийн 27.1 дэх хэсэгт "Жоргүй олгох эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг мэргэжлийн болон олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр сурталчилж болно" 27.2 дахь хэсэгт "Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны агуулгыг хөдөө аж ахуйн асуудал эрхэлсэн төрийн захиргааны төв байгууллага болон эм, эмнэлгийн хэрэгслийн хяналт, зохицуулалтын асуудал эрхэлсэн төрийн захиргааны байгууллага хянан" гэж тус тус заасан байна.

Мөн зар сурталчилгааны тухай хуулийн 13 дугаар зүйлийн 13.1 дэх хэсэгт "Олон нийтийн мэдээлэх хэрэглэсээр зөвхөн жоргүй олгох эмийн тухай болон эмийг зохистой хэрэглэхтэй холбогдсон сурталчилгаа явуулж болно" гэж заасан байдаг.

ЭМЯ-ны Хүний эмийн зөвлөлийн Эм судлалын салбар зөвлөлөөр зөвхөн улсын бүртгэлд бүртгэгдсэн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны агуулгыг хянан баталгаажуулж, зөвшөөрөл олгож байна.

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээж байгаа эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаанд тандалт үнэлгээ хийхэд 2021 онд 90.7%, 2022 онд 69.3% нь зөвшөөрөлгүйгээр түгээсэн байна.

ТУЛГАМДСАН АСУУДАЛ

Хүн амын дунд эмийн зохистой хэрэглээний талаар мэдлэггүй атлаа эмийг дур мэдэн хэрэглэснээр эмийн гаж нөлөө илрэх, эмэнд дасах, хордох тохиолдол элбэгшиж, эрүүл мэнд амь насаараа хохирох, эмчилгээний үр нөлөө буурах, эмийн харшил, нянгийн халдвар хүнд явцтай болох зэрэг үзэгдэл ихсэж байгаа нь эмч мэргэжилтнүүдийн сэтгэлийг зүй ёсоор түгшээж байна.

Эмийг зохисгүй хэрэглэснээр эмнээс улбаатай эрүүл мэндийн эрсдлээс өөрийгөө хамгаалах, эмийг зөв ухаалгаар хэрэглэх аргыг иргэдэд зааж сургах явдал тулгамдсан асуудлын нэг болсон.

ДЭМБ-аас "Олон нийтийг хамарсан эмийн зохистой хэрэглээний сургалт" нь ялангуяа хөгжиж буй орнуудад тулгарч буй шийдвэрлэвэл зохих асуудлын нэг мөн гэж үзэж Зүүн өмнөд азийн хэд хэдэн оронд болон манай улсын 2, 3 шатлалын эмнэлгүүдэд эмийн зохистой хэрэглээг эмнэлэгт хэрхэн төлөвшүүлэх, иргэдэд

эмийг зөв хэрэглэх дадал заншилд сургах аргын талаар сургалт сурталчилгааны ажлыг эхлүүлсэн нь амжилттай хэрэгжиж байна.

Гэвч хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр зарим эмийг үр нөлөөг хэт дөвийлгөх, хэрэглэгчийг төөрөгдүүлэх, илэрч болох гаж нөлөөг орхигдуулж өрөөсгөл сурталчилж байгаа нь эмийн зохистой хэрэглээг алдагдуулж буй олон шалтгааны нэг болж байна. Иймд эмийн зар сурталчилгааны өнөөгийн байдалд тандалт үнэлгээ хийх шаардлагатай байна.

Зорилго

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээж байгаа эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны өнөөгийн байдалд тандалт үнэлгээг хийж, шийдвэр гаргагчдыг нотолгоонд суурилсан мэдээллээр хангах

Зорилт

1. Зар сурталчилгааны холбогдох хууль, тогтоомжийн дагуу эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны зөвшөөрөл авсан эсэхэд тандалт үнэлгээ хийх;
2. Олон улсын зар сурталчилгааны зөвшөөрөл олгох үйл ажиллагааг судлан, эрх зүйн орчныг сайжруулах;
3. Нотолгоонд тулгуурласан мэдээллээр шийдвэр гаргагчидыг хангах

Үнэлгээний арга зүй

- Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа зөвшөөрөл авсан эсэх
- Монгол улсын эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний бүртгэлд бүртгэлтэй эсэх
- Тухайн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны агуулгын хүрээнд мэдээллийг түгээж байгаа эсэх

Үнэлгээний хамрах хүрээ:

- Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)
- Эм ханган нийлүүлэх байгууллага
- Дотоодын эмийн үйлдвэрлэгч
- Гадаад, дотоодын эм үйлдвэрлэгчийн төлөөлөгчийн газар

ХОЁР. ҮНЭЛГЭЭНИЙ ҮР ДҮН

2.1 Эм биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа

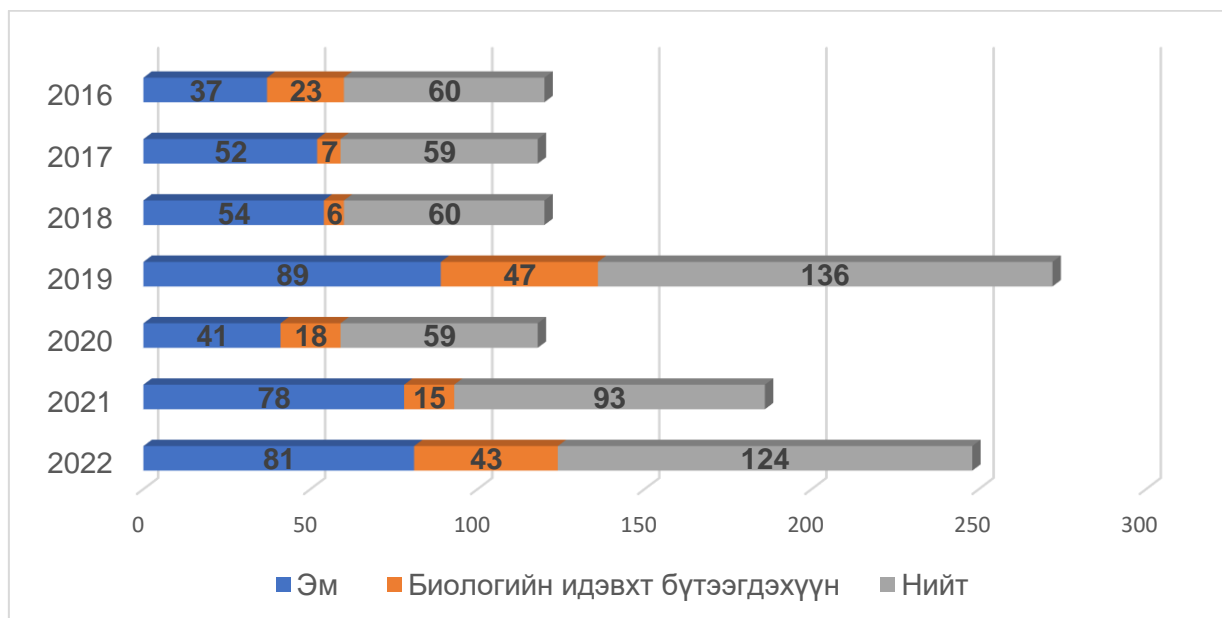
Мэдээлэл цуглуулалт

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээж байгаа жоргүй олгох эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны мэдээллийг “Максима медиа” ХХК-тай байгуулсан гэрээний дагуу авсан.

“Максима медиа” ХХК-ны санд буй 2023 оны 01 дүгээр сарын 1-нээс 02 дугаар сарын 28-ний өдөр хүртэлх жоргүй олгох эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний мэдээлэл, ЭССЗ-ийн 2020, 2021, 2022 оны хурлын шийдвэрээр зөвшөөрөл олгосон эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны мэдээлэл, Монгол Улсын эмийн бүртгэлийн цахим систем www.licemed.gov.mn мэдээллийн баазыг ашиглан хяналт хийж дүн шинжилгээ хийсэн.

Үнэлгээний үр дүн

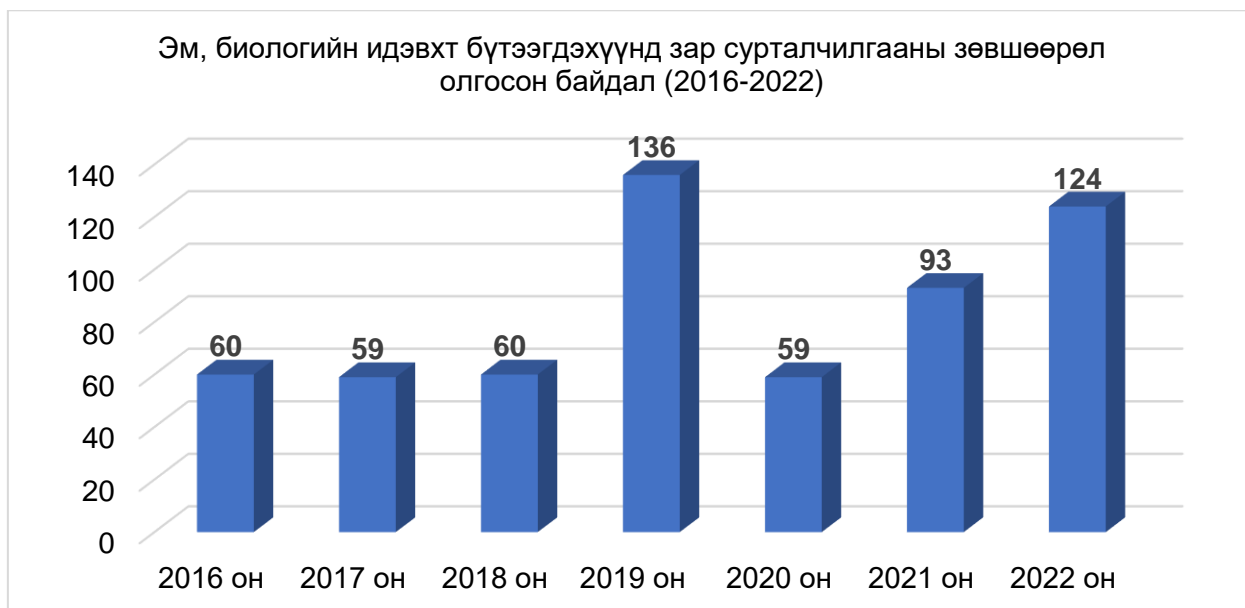
Зар сурталчилгааны зөвшөөрлийг 2022 онд 81 нэрийн эм, 43 нэрийн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн, нийт 124 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнд олгосон байна.



Зураг 1. Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнд олгосон зар сурталчилгааны тоо

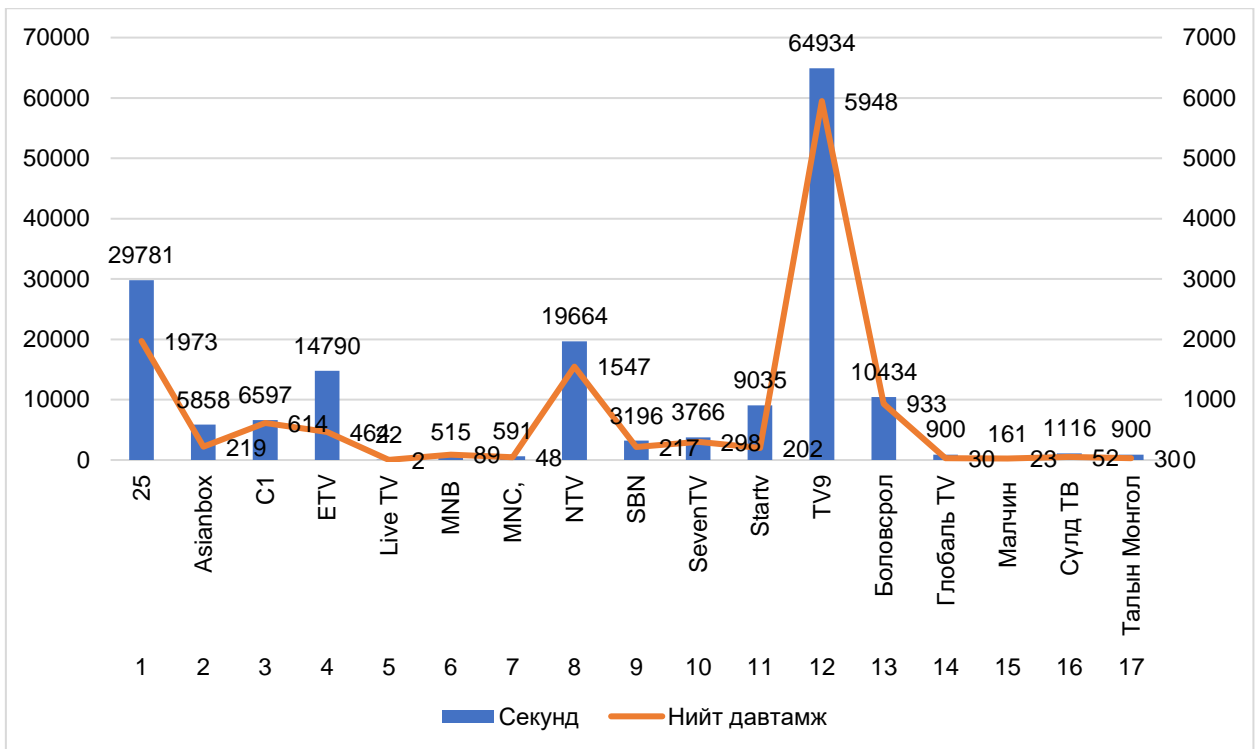
Зар сурталчилгааны зөвшөөрлийг 2022 онд нийт 124 эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны агуулгад олгосон бол 2020 онд 59 зар сурталчилгааны зөвшөөрөл олгосон байна. ШӨХТГ-тай хамтран зар

сурталчилгааны хяналт шалгалт хийгдсэн тул 2022 онд 124 болж зөвшөөрлийн тоо өссөн байх хандлагатай байна.



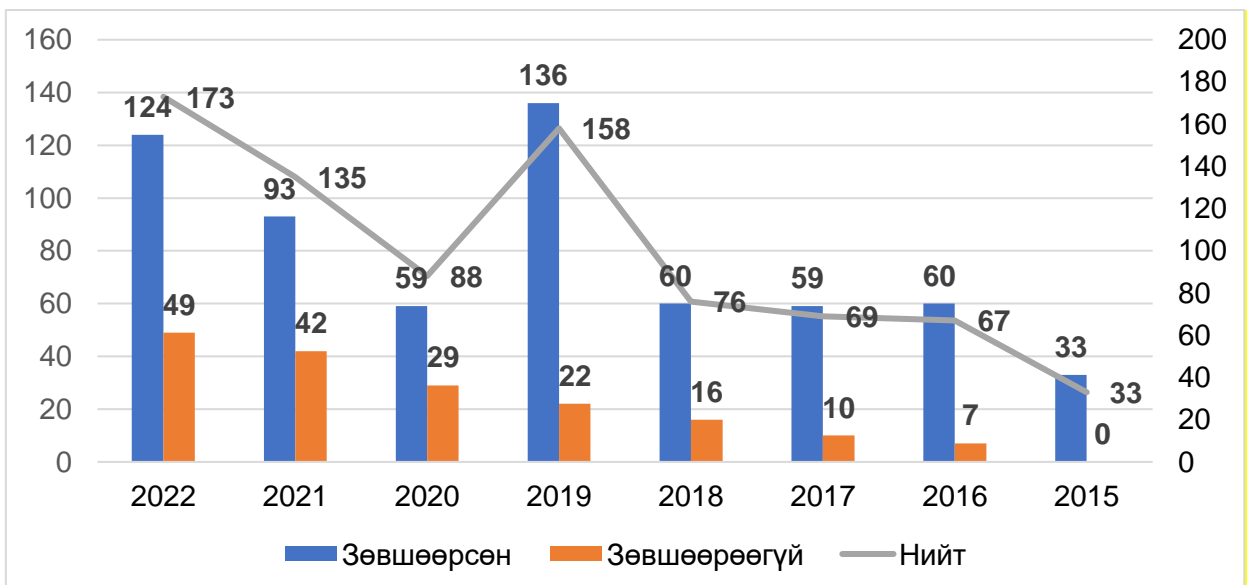
Зураг 2. Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнд зар сурталчилгааны зөвшөөрөл олгосон байдал

Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааг 17 өргөн нэвтрүүлэг болон арилжааны телевизээр түгээсэн байна. Үүнээс ТВ9 телевиз хамгийн их буюу 64934 секундын 5948 удаагийн давтамжтай, 25ТВ телевиз 29781 буюу 1973 удаагийн давтамжтай тус тус байна. Хамгийн бага Live ТВ 22 секунд буюу 2 удаагийн давтамжтай эм, биологийн идэвх бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа түгээсэн байна.



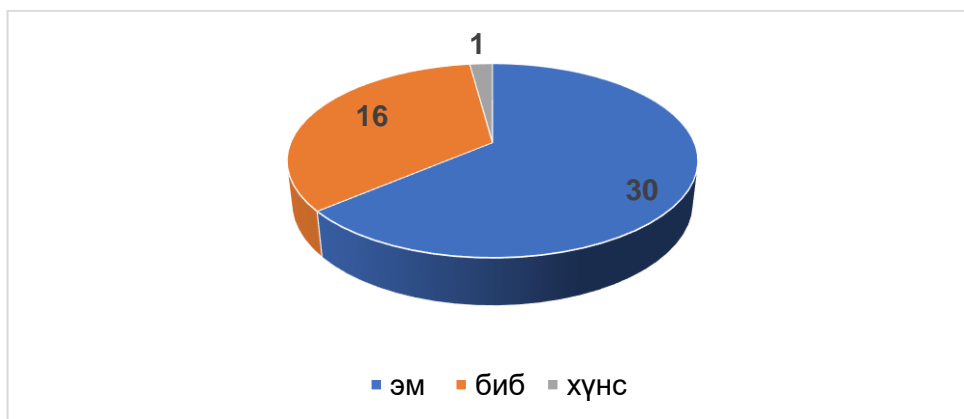
Зураг 3. Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний түгээлт, ТВ тус бүрээр

ЭМЯ-ны Хүний эмийн зөвлөлийн Эм судлалын салбар зөвлөлийн хурлаар 2015 оноос 2022 онд жоргүй олгох 624 эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны агуулгад зөвшөөрөл олгож, 175 зар сурталчилгааны агуулга холбогдох хуулийн заалтад нийцэхгүй байгаа тул зөвшөөрөл олгох боломжгүй гэсэн шийдвэр гарсан байна.



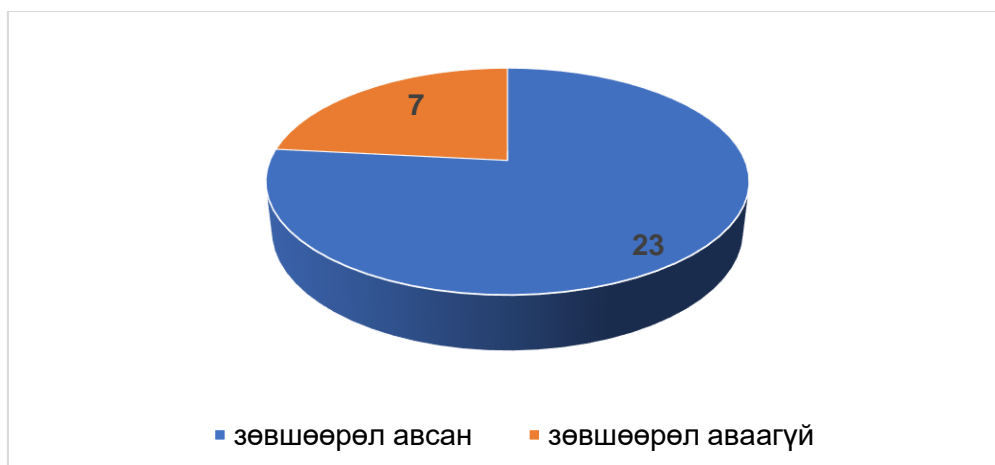
Зураг 4. Эм судлалын салбар зөвлөлийн хурлын шийдвэр, он тус бүрээр

2023 оны 01 дүгээр сарын 1-нээс 02 дугаар сарын 28-ний хүртэлх хугацаанд 17 өргөн нэвтрүүлэг болон арилжааны телевизээр 22 ханган нийлүүлэх байгууллагын 46 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааг түгээсэн байна. Үүнээс эмийн зар сурталчилгаа 30, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа 16 мөн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн гэх 1 нэрийн хүнсний ангилалаар хилээр орж ирдэг бүтээгдэхүүн байна.



Зураг 5. ТВ-ээр түгээсэн зар сурталчилгааны тоо, 2023 оны 1-2 сар

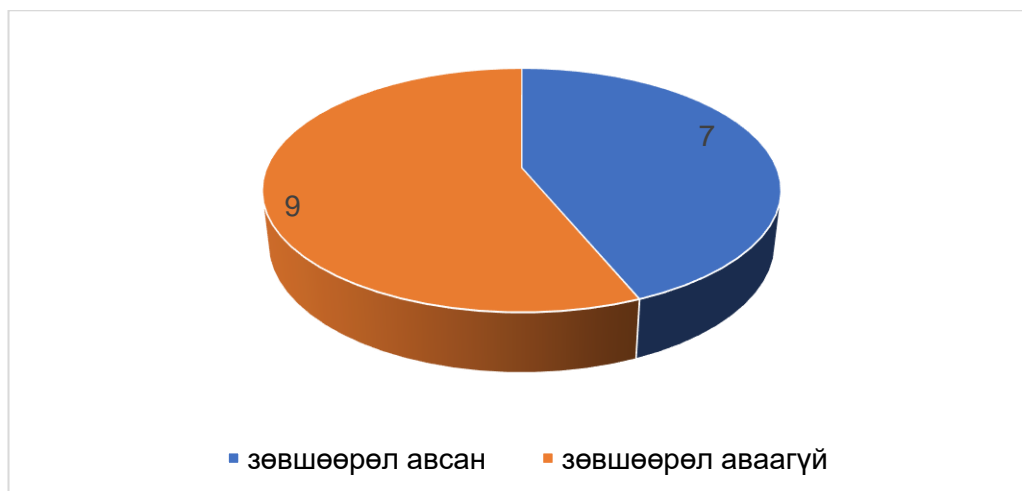
Жоргүй олгох 30 нэрийн эмийн зар сурталчилгаа түгээнээс 23 нэр буюу 76.6% нь эм судлалын салбар зөвлөлийн хурлын зөвшөөрөл авч, 7 нэр буюу 23.3% нь зөвшөөрөлгүй олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр зар сурталчилгаа түгээсэн байна.



Зураг 6. ТВ-ээр түгээсэн жоргүй эмийн зар сурталчилгаа, 2023 оны 1-2 сар

Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний 16 зар сурталчилгаа түгээнээс 7 нэрийн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 43.7% нь ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөл авч, 9

нэрийн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 56.2% нь зөвшөөрөлгүй олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр зар сурталчилгаа түгээсэн байна.

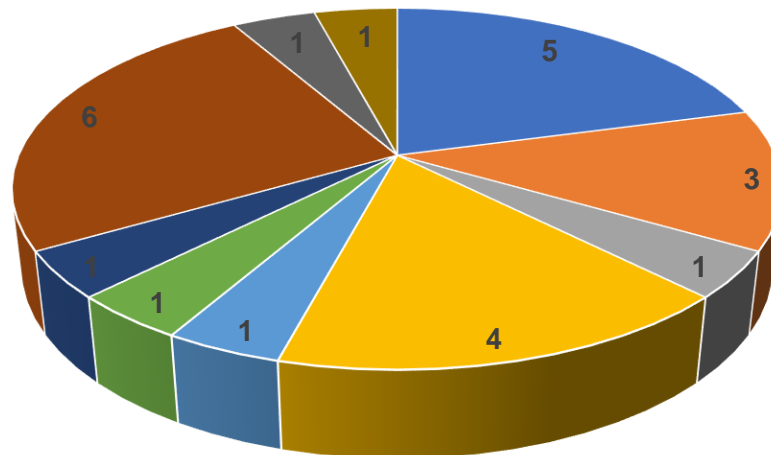


Зураг 7. ТВ-ээр түгээсэн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа, 2023 оны 1-2 сар

Хуулийн заалт зөрчсөн (хүүхдэд хандсан эмийн сурталчилгаа явуулах;) 6 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн байгаагаас 5 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн нь ЭССЗ-ийн хурлын шийдвэрээр зөвшөөрөл аваагүй түгээсэн байна.

Нийт түгээсэн зар сурталчилгааны 24 нэр буюу 52% нь агуулгын хувьд хуулийн заалт зөрчсөн байна. Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний улсын бүртгэлээс хасагдсан, нууц, өндөр тунтай, сөрөг нөлөөгүй, чанартай, шидэт бэлдмэл гэх мэт хүч нэмсэн үг хэллэг хэрэглэж хуулийн холбогдох заалтыг зөрчсөн агуулга бүхий зар сурталчилгаа түгээсэн байна. Мөн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны зөвшөөрөл авсан хэрнээ үг хэллэг нэмж зар сурталчилгааг түгээсэн тохиодол гарч байна. Эмчилгээний баталгаа гаргасан тохиолдол 5 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн байна.

Хуулийн заалт зөрчсөн үг хэллэг хэрэглэсэн, зөвшөөрөл олгогдсон агуулга дээр үг хэллэг нэмсэн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа



Зураг 8. ТВ-ээр түгээсэн зар сурталчилгааны агуулга

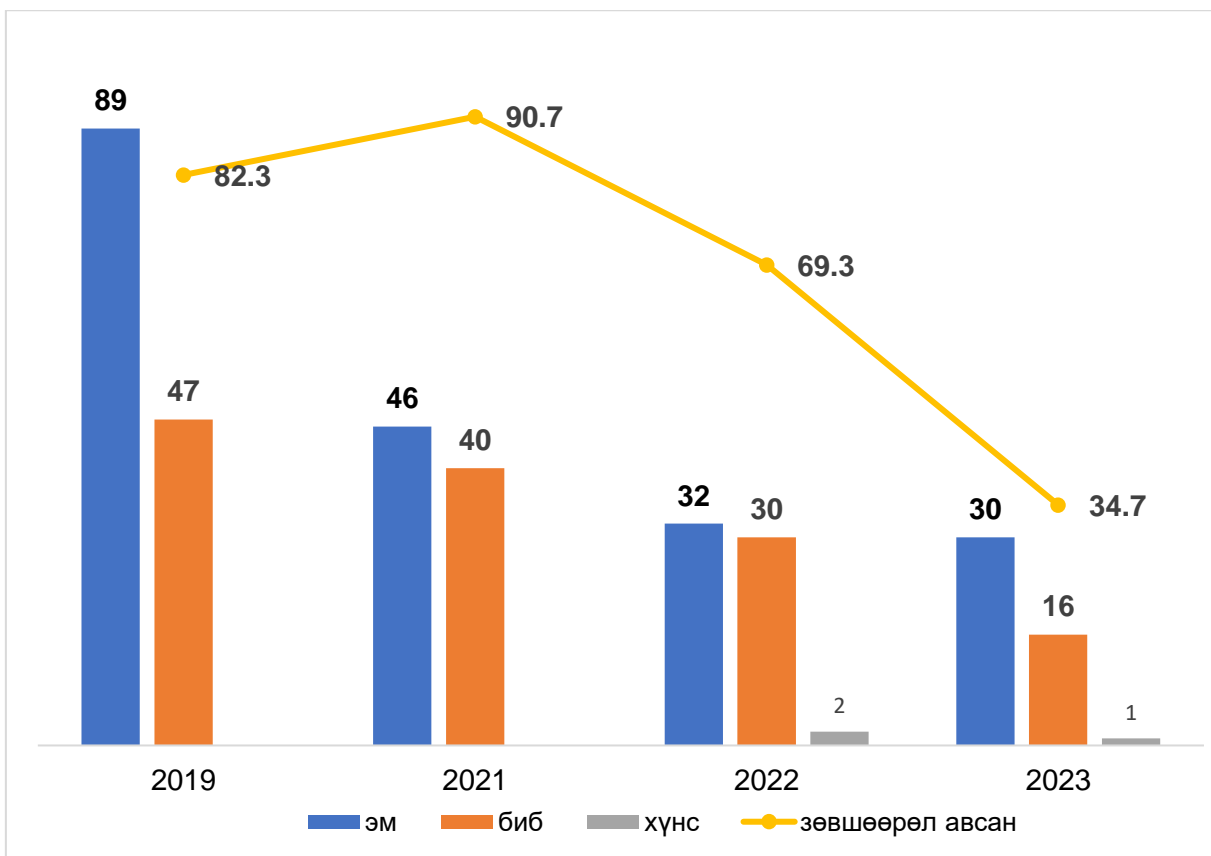
Эм судлалын салбар зөвлөлийн хурлаар хэлэлцэж зөвшөөрөл авч түгээсэн 30 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн 65.2%, 16 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 34.7% нь Эм судлалын салбар зөвлөлийн хурлаар хэлэлцэж зөвшөөрөл аваагүй Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн байна.

2019 онд 01 дүгээр сараас 01-нээс 10 дугаар сарын 31-нийг хүртэлх хугацаанд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн жоргүй олгох эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаанд тандалт үнэлгээг хийхэд 50 ханган нийлүүлэх байгууллагын 136 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн хамрагдсан байна. Үүнээс 89 эмийн, 47 биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа түгээсэн бөгөөд 24 буюу 17.6% нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн зөвшөөрөл авсан бол 112 буюу 82.3% эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн зөвшөөрөлгүй түгээж байсан.

2021 оны 1 дүгээр улиралд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр 25 ханган нийлүүлэх байгууллагын 88 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааг түгээсэн байна. Үүнээс 46 нэрийн эм, 40 нэрийн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа түгээсэн байна. 8 нэр буюу 9.3% нь ЭССЗ-ийн хурлаар хэлэлцүүлж зөвшөөрөл авсан бол 78 нэр буюу 90.7% нь зөвшөөрөлгүй зар сурталчилгаа явуулсан байна.

2022 оны 02 дугаар сарын 1-нээс 03 дугаар сарын 31-ний хүртэлх хугацаанд 29 өргөн нэвтрүүлэгийн болон арилжааны телевизүүдээр 29 эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн ханган нийлүүлэх байгууллагын 62 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааг түгээсэн байна. Үүнээс эмийн зар сурталчилгаа 32, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа 30 түгээсэн байна. 2 нэрийн хүнсний ангилалаар хилээр орж ирдэг бүтээгдэхүүн байна. Жоргүй олгох 32 нэрийн эмийн зар сурталчилгаа түгээснээс 13 нэр буюу 40.6% нь ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөл авч олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн. 19 нэр буюу 59.3% эмийн зар сурталчилгааг зөвшөөрөлгүй олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн байна. Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний 30 зар сурталчилгаа түгээснээс 6 нэр буюу 20% нь ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөл авч олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн. 24 нэрийн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 80% нь Монгол улсад бүртгэлтэй биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн байгаа бөгөөд зөвшөөрөлгүй олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн байна.

Хүнсний бүтээгдэхүүний ангилалаар Монгол улсын хилээр орж ирдэг Global trend Mongolia-ийн Нано бальзам бүтээгдэхүүний нь” бүх төрлийн өвчнийг эмчилнэ, эмчилгээний үйлдэл үзүүлнэ” гэж амлалт өгч ард иргэдийг төөрөгдүүлсэн зар сурталчилгаа явуулж байна. Иймд энэ бүтээгдэхүүнийг хуулийн дагуу хянаж шалгаж биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн эсвэл хүнс төст бүтээгдэхүүн болохыг тодорхойлох шаардлагатай байна.



Зураг 9. Түгээсэн зар сурталчилгааны тоо, зөвшөөрөлгүй зар сурталчилгааны эзлэх хувь

2023 оны 01 дүгээр сарын 1-нээс 02 дугаар сарын 28-ний хүртэлх хугацаанд 17 өргөн нэвтрүүлэгийн болон арилжааны телевизээр 22 эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн ханган нийлүүлэх байгууллагын 46 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааг түгээсэн байна. Үүнээс эмийн зар сурталчилгаа 30, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа 16 түгээсэн байна. 1 нэрийн хүнсний ангилалаар хилээр орж ирдэг бүтээгдэхүүн байна. Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн нийт 46 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааны 30 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа 30.6% нь зөвшөөрөл авсан байна. 43 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний 69.3% зөвшөөрөл аваагүй түгээсэн байна.

Жоргүй олгох 30 нэрийн эмийн зар сурталчилгаа түгээснээс 23 нэрийн буюу 76.6% нь ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөл авч олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр түгээсэн. 7 нэрийн буюу 23.3% эмийн зар сурталчилгаа нь ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөлгүй олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн байна.

Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний 16 зар сурталчилгаа түгээснээс 7 нэрийн биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 43.7% нь ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөл авч олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн. 9 нэрийн биологийн

идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 56.2% нь Монгол улсад бүртгэлтэй биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн байгаа бөгөөд, ЭССЗ-ийн хурлын зөвшөөрөлгүй олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн байна.

2022 онд 69.3% зар сурталчилгааны зөвшөөрөл аваагүй түгээж байсан бол 2023 онд 34.7% зөвшөөрөл аваагүй түгээсэн нь өмнөх жилээс 34.6%-иар буурсан байна.

2016-2022 оны хооронд нийтдээ 591 нэрийн эмийн зар сурталчилгааны зөвшөөрөл олгогдсон байна. Жилд дундажаар 64-89 нэрийн жоргүй олгодог эмэнд эмийн зар сурталчилааны зөвшөөрөл олгогдсон байна.

Хяналт үнэлгээгээр 2022 онд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн нийт зар сурталчилгааны 7% буюу 5.081.261 секунд (1411 цаг)-ын зар сурталчилгаа Эрүүл мэндийн категориг эзэлж байна. Үүнээс эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа 2514056 секунд буюу 698 цагыг түгээсэн бол 2022 онд Улаанбаатар хотын олон нийтийн телевизүүдээр түгээсэн зар сурталчилгааны Эрүүл мэндийн категорит 2,994,958 буюу 831 цагын зар сурталчилгаа түгээсэн байна. Үүнээс эмнэлэг, эмнэлэгийн үйлчилгээ 816,799 буюу 226 цаг, эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн 2110270 буюу 586 цаг, эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн, эмнэлгийн хэрэгсэл тоног төхөөрөмж 1,878,109 буюу 521 цагын зар сурталчилгаа түгээсэн байна. Эмнэлгийн байгууллагын талаархи зар сурталчилгаа нь зөвхөн байршил, үйлчилгээний чиглэл, эмчийн нэр хаягаар хязгаарлагдана гэж заасан байдаг.

2020 онд 7% байсан бол 2022 онд 4.8% болно буурсан тоон үзүүлэлт байна.

2.2 Зар сурталчилгааны талаарх олон улсын эрх зүйн байдал

2.2.1 АНУ-ын Эм, хүнсний агентлагийн зар сурталчилгааны зохицуулалт

АНУ-ын эм, хүнсний агентлаг нь зөвхөн жороор олгодог эмийн сурталчилгааг зохицуулдаг. Мөн сонсголын аппарат, лазер хагалгаанд ашигладаг эмнэлгийн хэрэгсэл, контакт линз зэрэг зарим төрлийн эмнэлгийн хэрэгслийн сурталчилгаанд хяналт тавьдаг байна. Эм, хүнсний агентлаг нь жоргүй эмийн зар сурталчилгаанд хяналт тавьдаггүй харин Холбооны Худалдааны Комисс (FTC) нь жоргүй (OTC) эмийн зар сурталчилгааг зохицуулах үүрэгтэй

АНУ-ын холбооны хууль нь зар сурталчилгааг ашиглахаас өмнө зөвшөөрөл авахыг эмийн компаниудаас шаардахыг зөвшөөрдөггүй. Онцгой тохиолдлоос бусад тохиолдолд зар сурталчилгааг хэрэглэхээс өмнө зөвшөөрөл авахыг шаардах

боломжгүй байдаг байна. Олон нийтэд анх зар сурталчилгааг цацахдаа зэрэгцэн Эм, хүнсний агентлаг хянадаг. Харин эмийн компаниуд ТВ сурталчилгаа гаргахаасаа өмнө сайн дураараа зөвлөгөө авдаг байна. Гэсэн хэдий ч зар сурталчилгааг хууль зөрчсөн гэж үзвэл даруй зогсоохыг хүссэн албан бичгийг эмийн компанид явуулдаг.

Зар сурталчилгаа нь эрүүл мэндийн үйлчилгээ үзүүлэгч эсвэл хэрэглэгчдэд чиглэсэн эсэхээс үл хамааран энэ дүрэм ижил байна. Энэ нь зар сурталчилгааг харуулахыг зогсоох эсвэл зар сурталчилгаанд залруулга хийхээс өмнө олон нийт хууль зөрчсөн зар сурталчилгааг харж болно гэсэн үг юм. Иймд зар сурталчилгааг явуулахдаа мэдээллийн тэнцвэртэй байдлыг хангахыг шаарддаг.

Эм, хүнсний агентлагийн Эмийн үнэлгээ, судалгааны төвийн (CDER) жороор олгох эмийг дэмжих алба (OPDP) нь шууд хэрэглэгчдэд хүргэх (DTC) зар сурталчилгааны талаар судалгаа хийдэг. Үүнд шууд хэрэглэгчдэд хүргэх (DTC) зар сурталчилгаатай холбоотой өвчтөн, эмч нарын хандлага, зан үйлийн утсаар хийсэн судалгаа орно. Энэхүү судалгаа нь жороор олгох эмийг дэмжих албаны шууд хэрэглэгчдэд хүргэх зар сурталчилгааны талаар шийдвэр гаргахад тусалдаг байна.

Дараах тохиолдолд зар сурталчилгаа нь хууль зөрчиж байна гэж үздэг. Үүнд: зар сурталчилгаа нь:

- Эм, хүнсний агентлагаас зөвшөөрөөгүй байхад тухайн эм нь өвчнийг эмчлэх боломжтой гэж сурталчлах;
- Хангалттай нотлох баримтаар нотлогдоогүй баталгаа гаргах;
- Судалгаанаас авсан өгөгдлийг буруу танилцуулах;
- Эмийн ашиг тусыг хэтрүүлэх;
- Эмийн үр нөлөө үзүүлэхгүй эсвэл өвчтөнд аюулгүй болох нь тогтоогдоогүй байхад тодорхой шинж тэмдэг бүхий өвчтөнд эмийг хэрэглэхийг зөвлөх;
- Эрсдлийн мэдээллийг орхих эсвэл багасгах;
- Эмийн эрсдэл, ашиг тустай холбоотой мэдээллийн "шударга тэнцвэрт байдлын" харуулахгүй байх ("бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа" болон "сурталчилгааны шошго"-д шаардлагатай);
- "Товч хураангуй"-г орхих ("бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа"-д шаардлагатай);
- Эмийн жорын мэдээллийг хавсаргаагүй ("сурталчилгааны шошго"-д шаардлагатай);

- Үзэгчдэд эмийн "жорын мэдээлэл"-ийг олоход туслах эх сурвалжийг оруулахгүй байх (телевиз, радио эсвэл утсаар бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаанд зориулсан);
- Гаж нөлөөг хаана мэдээлж болох талаар шаардлагатай мэдээллийг оруулахгүй байх;
- "Сануулах сурталчилгаа" мэт харагдах боловч эмийн талаар баталгаа гаргах;
- "Сануулах зар" мэт боловч маш ноцтой эрсдэлтэй эмийн тухай (хайрцагласан анхааруулгатай)- ийм эмэнд сануулах зар сурталчилгаа явуулахыг хориглоно.

Эм, хүнсний агентлаг нь жороор олгодог эмийн зар сурталчилгаанд хамаарах хуулийг хэрэгжүүлэх янз бүрийн арга замуудыг ашигладаг байна. Хамгийн энгийн бөгөөд түгээмэл арга бол эмийн компанид албан бичиг илгээдэг. Уг албан бичигт сурталчилгаа хэрхэн хууль зөрчсөн талаар тайлбарласан, эмийн компаниас зар сурталчилгааг устгаж, хууль бус зан үйлийг зогсоохыг хүссэн байдаг. Зарим тохиолдолд эмийн компаниас зөрчилтэй зар сурталчилгааны буруу агуулгыг засахыг хүсдэг. Засвар нь залруулах зар нийтлэх байж болдог.

Буруу агуулга нь нийгмийн эрүүл мэндэд ноцтой аюул учруулж байгаа үед дараах арга хэмжээ авах магадлал өндөр байдаг. Үүнд:

- Жороор олгох эмийг дэмжих албанаас гаргасан албадлагын албан бичиг, анхааруулах захидлыг вэб хуудсанд нийтэлдэг.
- Заримдаа тохиолдолд нэмэлт албадлагын арга хэмжээ авдаг. Үүнд эмийн компаниудыг шүүхэд өгөх, тэр ч байтугай эмий хураан авах зэрэг багтаж болно. Шүүхийн арга хэмжээ нь шүүхийн шийдвэр гаргах (тодорхой үйл ажиллагааг хориглох) болон эмийн компанийн эсрэг эрүүгийн хариуцлага хүлээлгэх зэрэг байж болдог.

АНУ-ын Эм, хүнсний агентлаг болон Холбооны худалдааны комисс (FTC) нь хүнсний нэмэлтүүдийн сурталчилгааг зохицуулах чиглэлээр хамтран ажилладаг. Эм, хүнсний агентлаг нь бүтээгдэхүүний шошготой холбоотой асуудлыг хариуцдаг бол Холбооны худалдааны комисс нь шошго хэвлэх болон өргөн нэвтрүүлгийн зар сурталчилгаа, мэдээллийн сурталчилгаа, каталог болон үүнтэй төстэй шууд маркетингийн материал зэрэг зар сурталчилгааны асуудалд үндсэн хариуцлага хүлээдэг. Эдгээр хоёр агентлаг нь хүнсний нэмэлтийн сурталчилгааны зохицуулалтыг тогтвортой байлгахын тулд хамтран ажилладаг.

Эрүүл мэндийг дэмждэг талаарх хүнсний нэмэлтийн үүргийг тодорхойлсон нотлох баримт байгаа бол үйлдвэрлэгч нэхэмжлэлийг Эм, хүнсний агентлагт гаргаж, шошгонд тусгахыг зөвшөөрдөг. Бусад тохиолдолд хүнсний нэмэлт нь шошгондоо "Энэ мэдэгдлийг АНУ-ын Эм, хүнсний агентлагаас үнэлээгүй болно. Энэхүү бүтээгдэхүүн нь аливаа өвчнийг оношлох, эмчлэх, эмчлэх, урьдчилан сэргийлэх зорилготой биш юм." гэсэн мэдэгдлийг агуулсан байх ёстой.

Хүнсний нэмэлт нь талаархи гурван төрлийн зөвшөөрлийн нэхэмжлэл байдаг.

Үүнд:

1. эрүүл мэндийн нэхэмжлэл,
2. бүтэц/үйл ажиллагааны нэхэмжлэл,
3. шим тэжээлийн агууламжийн нэхэмжлэл.

Эрүүл мэндийн нэхэмжлэл нь хоол хүнс, хүнсний бүрэлдэхүүн хэсэг, хүнсний нэмэлт тэжээлийн бүрэлдэхүүн хэсгүүдийн хоорондын хамаарлыг тодорхойлж, өвчин, эрүүл мэндтэй холбоотой нөхцөл байдлын эрсдлийг бууруулдаг. Жнь: "хангалттай фолийн хүчил агуулсан эрүүл хооллолт нь тархи, нугасны гажигтай хүүхэдтэй болох эрсдлийг бууруулдаг"

Бүтэц/функцын нэхэмжлэл нь хүний биеийн хэвийн бүтэц, үйл ажиллагаанд нөлөөлөх шим тэжээл эсвэл хоолны орцын үүргийг тодорхойлдог. Бүтэц/үйл ажиллагааны нэхэмжлэлийн жишээ нь "шээсний замын эрүүл мэндийг дэмжих", "зүрх судасны үйл ажиллагааг хадгалахад тусалдаг", "тайвшралыг дэмжих" зэрэг багтана.

Шим тэжээлийн агууламжийн нэхэмжлэл нь "үнэгүй", "өндөр", "бага" гэх мэт нэр томъёог ашиглан бүтээгдэхүүн дэх шим тэжээл эсвэл хоол тэжээлийн бодисын түвшинг тодорхойлдог. Шим тэжээлийн агууламжтай холбоотой нэхэмжлэлийн дийлэнх нь өдөр тутмын орц, найрлагын хэрэгцээг тогтоосон байна. (жишээлбэл, витамин С, кальци гм)

2.2.2 Их Британийн эмийн зар сурталчилгааны зохицуулалт

Эм, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнийг зохицуулах агентлаг (MHRA) эсвэл Хойд Ирландад Европын Комиссоос зөвшөөрөлгүй аливаа эмийг сурталчлах боломжгүй байдаг. Эмийг Их Британи даяар сурталчлахын тулд сурталчилж буй бүтээгдэхүүн нь Их Британи болон Умард Ирландад лицензтэй байхыг шаарддаг. Зар

сурталчилгаа хийхдээ хуулийн шаардлагыг дагаж мөрдөх ёстой. Их Британид эм сурталчлах талаар дэлгэрэнгүй зааварчилгааг Blue book-д оруулсан байдаг.

Дараах зар сурталчилгааг хориглоно. Үүнд:

1. бүтээгдэхүүний шинж чанарын хураангуй (SPC)-д ороогүй эмийн хэрэглээг сурталчлах;
2. Өөрийгөө буруу оношлоход хүргэж болзошгүй төөрөгдүүлсэн мэдэгдэл гаргах, зураг ашиглах;
3. Эмийг ямар ч гаж нөлөөгүй эсвэл үр нөлөө нь баталгаатай гэдгийг санал болгох;
4. Эмч, эм зүйчтэй уулзах шаардлагагүй гэсэн үг хэллэг ашиглах;
5. Эрдэмтэд, эрүүл мэндийн мэргэжилтнүүд эсвэл алдартай хүмүүсийн өгсөн зөвлөмжийг иш татах;
6. Эм нь бусад нэрлэсэн бүтээгдэхүүнээс ялгаатай, ижил эсвэл илүү сайн болохыг санал болгох;
7. Эмийн аюулгүй байдлын баталгаа, үр нөлөө нь хэвийн гэж мэдэгдэх;
8. Эм ууснаар хэвийн эрүүл мэнд сайжрах эсвэл эм уухгүй байх нь сөрөг нөлөө үзүүлэх боломжтойг мэдэгдэх;
9. 16-аас доош насны хүүхдэд (16-аас доош насны) сурталчилгаагаа чиглүүлэх;
10. Бүтээгдэхүүнийг сурталчлах хүрээнд эмийн дээжийг үнэ төлбөргүй өгөхийг хориглодог.

Зөвхөн жороор олгодог эмийг эрүүл мэндийн мэргэжилтнүүд болон жор бичих өгөх эсвэл бүтээгдэхүүнийг нийлүүлдэг эрх бүхий хүмүүст сурталчилж болно. Сурталчилгаа нь дараах мэдээллийг агуулсан байна. Үүнд:

- Бүтээгдэхүүний нэр
- Нэрний хамгийн тод харагдах хэсгийн хажууд эмийн идэвхт найрлагын нэрс;
- Эмийн бүтээгдэхүүний хураангуйд тусгасан гаж нөлөө, хэрэглэх тун, арга, урьдчилан сэргийлэх арга хэмжээ, холбогдох эсрэг заалтуудын талаарх мэдээллийн хураангуй;
- Эмийг хэрэглэж болох нөхцөл(хэрэглэх заалт);
- Бүтээгдэхүүний хууль ёсны ангилал;
- Лицензийн дугаар болон ханган нийлүүлэгчийн дэлгэрэнгүй мэдээлэл, хэрэв зөвхөн Их Британид байгаа бүтээгдэхүүнийг сурталчилж байгаа бол тухайн бүтээгдэхүүн нь Их Британийн лицензтэй гэсэн мэдэгдэл;
- Эмийн үнэ;

2.2.3 Эстонийн эмийн зар сурталчилгааны зохицуулалт

Эмийн бүтээгдэхүүний сурталчилгааг Зар сурталчилгааны тухай хууль, Эмийн бүтээгдэхүүний тухай хууль гэсэн хоёр эрх зүйн актаар зохицуулдаг.

Зар сурталчилгааны тухай хуульд зар сурталчилгааны тодорхойлолт, ерөнхий шаардлага, зар сурталчилгаанд тавигдах хориг, хязгаарлалт зэргийг тусгасан байдаг. Хуульд зааснаар “зар сурталчилгаа” гэдэг нь үйлчилгээ үзүүлэх, бараа бүтээгдэхүүний борлуулалтыг нэмэгдүүлэх, аливаа үйл явдлыг сурталчлах, зохион байгуулахад чиглүүлэх зорилгоор төлбөртэй эсвэл төлбөргүй нийтээр хүлээн зөвшөөрөгдсөн хэлбэрээр нийтэд мэдээлсэн мэдээллийг хэлнэ.

Эмийн бүтээгдэхүүний сурталчилгаанд тавигдах тусгай шаардлагыг Эмийн бүтээгдэхүүний тухай хуулийн (§ 82-86) хэсэгт заасан байх бөгөөд эмийн сурталчилгааг 2 ангилдаг. Үүнд:

- Эмийн бүтээгдэхүүнийг олон нийтэд сурталчлах;
- Эмийн жор бичих эрх бүхий эмч, эм зүйч нарт эмийн сурталчилгаан хийх;

Зар сурталчилгаа, эмийн сурталчилгаанд тавигдах ерөнхий шаардлагыг хуулийн (§ 83) хэсэгт, тусгай шаардлагыг (§ 84 ба § 85) хэсэгт тусгасан байна.

Эмийн жор, борлуулалтын идэвхжүүлэлтийг эмийн сурталчилгаатай адил гэж үздэг бөгөөд эм бичиж өгөх эрх бүхий хүмүүст ивээн тэтгэх, бэлэг өгөх, үйлчилгээ үзүүлэх, эм зүйчид олгохдоо хуулийн (§ 86). заалтыг дүрмийг баримталдаг.

Эмийн бэлдмэлийг сурталчлах шаардлагыг зөрчсөн, жороор олгох, борлуулалтыг нэмэгдүүлэх зорилгоор идэвхжүүлэлт хийхэд хориглосон тохиолдолд хариуцлагыг мөн Эмийн бүтээгдэхүүний тухай хуульд заасан байна.

Маркетингийн зөвшөөрөл эзэмшигч нь эмийн бүтээгдэхүүний тухай хуулийн § 83(6)-д заасны дагуу зар сурталчилгааны тайланг, § 86(2)-ын дагуу өнгөрсөн жилийн борлуулалтын идэвхжүүлэлтийн тайланг гарган жил бүрийн 2 дугаар сарын 1-ний дотор Улсын Эмийн агентлагт ирүүлэх ёстой байна.

Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа нь Зар сурталчилгааны тухай хуулийн (§3(4)17)-д зааснаас бусад тохиолдолд өвчнийг эмчлэх, бууруулах, урьдчилан сэргийлэх үйлчилгээтэй бүтээгдэхүүн гэж сурталчилж болохгүй.

Хүнсний болон төрөл бүрийн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн/хүнсний нэмэлтийг сурталчлахдаа хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах үүднээс аливаа өвчнөөс урьдчилан сэргийлэх, хянах, бууруулах, эмчлэхтэй холбоогүй байх ёстой байна. Тиймээс, жишээлбэл, дараах агуулгатай зарыг хүлээн зөвшөөрөхгүй "Сорви, батга, сарнайн үрэвслийг арилгадаг ийлдэс". Энд ийлдэс нь Эмийн тухай хуулийн дагуу эмийн

бүтээгдэхүүн биш, харин гоо сайхны бүтээгдэхүүн юм. "Promed хүнсний нэмэлт тэжээл нь хорт хавдар, чихрийн шижин, цусны даралт ихсэхээс урьдчилан сэргийлэхэд тусалдаг" энэ нь Эмийн тухай хуулийн дагуу эмийн бүтээгдэхүүн биш, харин хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн тул агуулгыг хүлээн зөвшөөрдөггүй байна.

2.2.4 Малайзын эмийн зар сурталчилгааны зохицуулалт

Малайзын Эмийн сурталчилгааны зөвлөл (MAB) нь 1976 онд байгуулагдаж, Эмийн сурталчилгааны зөвлөлийн журмыг мөрдөн ажилладг. Зөвлөл нь хүлээн авсан эмнэлгийн бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн байгууллага, үйлчилгээний сурталчилгаанд өргөдөл гаргах, зөвшөөрөл олгох асуудлыг хэлэлцэх зорилгоор байгуулагдсан бөгөөд өөрийн эрх хэмжээнд дараахь үйл ажиллагааг гүйцэтгэдэг. Үүнд:

- Зар сурталчилгаанд зөвшөөрөл олгох;
- Бодлого, удирдамжаа шаардлагатай бол хянан үзэж, засварлах;
- Өгөгдсөн зөвшөөрлийг цуцлах / эргүүлэн татах;

Эмийн зар сурталчилгааг хууль тогтоомж, тухайлбал 1956 оны Эмийн тухай хуулийн дагуу шалгана. Эмчилгээний зорилгоор эм, хэрэгсэл, эм болгон ашиглах аливаа зүйлд хамаарах бүх зар сурталчилгааг Эмийн зар сурталчилгааны зөвлөлөөс зөвшөөрөл олгодог.

Эмийн зар сурталчилгаанд тавигдах хууль тогтоомжийн шаардлага нь эмийн бүтээгдэхүүнийг интернетээр сурталчилахад адил хамаарна. Жишээлбэл, интернетээр эмийн үйлчилгээ үзүүлэгчид эм, эмнэлгийн хэрэгслийг борлуулахын тулд шаардлагатай лиценз, зөвшөөрөл, тухайлбал бөөний худалдааны лицензийг шаарддаг хэвээр байна. Бүх зар сурталчилгааг Эмийн сурталчилгааны зөвлөл зөвшөөрсөн байх ёстой бөгөөд хүлээн авсан зөвшөөрлийн дугаарыг түгээх сурталчилгаанд харуулах ёстой. Зар сурталчилгаанд тавих хориг нь цахим маркетинг, интернетээр дамжуулан зар сурталчилгаа явуулахад мөн адил хамааралтай байдаг. Интернетэд байршуулсан зар сурталчилгааны материалууд нь аливаа хууль, дүрэм журмыг зөрчихгүй байх үүрэгтэй байна.

Эмнэлгийн хэрэгслийг сурталчлахаас өмнө 2012 оны Эмнэлгийн хэрэгслийн тухай хуулийн шаардлагын дагуу бүртгүүлсэн байх ёстой. Ямар ч сурталчилгаанд эмнэлгийн хэрэгслийн талаар төөрөгдүүлсэн, залилан мэхэлсэн мэдэгдэл гаргахыг зөвшөөрдөггүй. Одоогоор Малайзад эмнэлгийн хэрэгслийн сурталчилгааг зохицуулсан хууль тогтоомж байхгүй байгаа ч хуулийн төслийг бэлтгэсэн байна.

ГУРАВ: ДҮГНЭЛТ

1. Эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгааг 17 өргөн нэвтрүүлэг болон арилжааны телевизээр түгээсэн байна. Үүнээс ТВ9 телевиз хамгийн их буюу 64934 секундын 5948 удаагийн давтамжтай, 25ТВ телевиз 29781 буюу 1973 удаагийн давтамжтай тус тус түгээсэн байна. Хамгийн бага Live ТВ 22 секунд буюу 2 удаагийн давтамжтай эм, биологийн идэвх бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа түгээсэн байна.
2. 2023 оны 1 ба 2 сард олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (телевиз)-ээр түгээсэн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний 30 нэр буюу 65.2% нь зөвшөөрөл авсан бол 16 нэр буюу 34.7% зөвшөөрөлгүй байна. Энэ нь өмнөх оны мөн үетэй харьцуулбал нийт зар сурталчилгаа хийсэн бүтээгдэхүүний тоо 16-аар багасаж, зөвшөөрөлгүй зар сурталчилгаа 34.6%-иар буурсан байна.
3. Эм судлалын салбар зөвлөлийн хурлаар хэлэлцүүлж, зөвшөөрөл авсан боловч “Эм, эмнэлгийн хэрэгсэлийн тухай” хуулийн 27 дугаар зүйлийн 27.4.2 хэсэг “хүүхдэд хандсан эмийн сурталчилгаа явуулах” гэсэн заалтыг зөрчсөн 28 нэрийн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн буюу 29.1%-ийг эзэлж байна. Видео бичлэгт хүүхэд тоглуулсан эсвэл тухайн эмийн үйлдвэрлэгч, төлөөлөгчийн газраас ирсэн видео бичлэгт хүүхэд оролцуулсан, мөн тухайн эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн нь хүүхдэд хэрэглэх заалттай тохиолдууд дийлэнх нь байна.
4. Зар сурталчилгааны агуулгын хяналт үнэлгээг хийхэд жоргүй олгох эмийн хэрэглэх заавар www.licemed.mohs.gov.mn мэдээний санд орсон тул харьцуулах боломжтой байна. Харин биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний хэрэглэх заавар мэдээний санд ороогүй байгаа нь зар сурталчилгааны агуулгыг харьцуулан үнэлэх, хяналт тавихад хүндрэл учруулж байна.
5. Олон улсад эмийн зар сурталгаанд зөвшөөрөл олгож, хяналт тавихад эмийн зохицуулалтын байгууллага нь холбогдох байгууллага, зөвлөлтэй хамтран ажилладаг. Эмийн зар сурталчилгаанд тавигдах хууль тогтоомжийн шаардлага нь телевиз төдийгүй интернет, сошиалаар сурталчилахад адил хамаардаг байна. Биологийн/хүнсний болон төрөл бүрийн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн/хүнсний нэмэлтийг сурталчлахад хэрэглэгчийн эрхийг

хамгаалах үүднээс аливаа өвчнөөс урьдчилан сэргийлэх, хянах, бууруулах, эмчлэхтэй холбоогүй байх ёстой гэсэн шаардлагыг тавьдаг байна.

6. Эм, эмнэлгийн хэрэгслийн тухай хуулийн шинэчилсэн найруулга төслийн 27 дугаар зүйлд “Эм, эмнэлгийн хэрэгсэл, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаа”, “Эм, эмнэлгийн хэрэгсэл таниулах, идэвхжүүлэх үйл ажиллагаа, сургалт, мэдээлэл” гэсэн 2 дэд хэсэгт 14 заалтыг нарийвчлан тусгаж өгсөн.
7. Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны 89 дүгээр тогтоолоор батлагдсан “Телевизээр нэвтрүүлэх зар сурталчилгааны зохицуулалтын журам”-д эм, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний зар сурталчилгаатай холбоотой 12 саналыг тусгуулан батлуулсан.
8. “Улсын бүртгэлд эм, эмийн түүхий эд, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн бүртгэх, түргэвчилсэн журмаар бүртгэх, хугацаа, бүртгэлийн төлбөр тогтоох, зарцуулах журам”-ын төсөлд зар сурталчилгааны зөвшөөрлийн талаарх санал өгсөн.

