

**Об утверждении Правил выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники в Республике Казахстан**

*Утративший силу*

Приказ Министра здравоохранения Республики Казахстан от 20 марта 2013 года № 167. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 29 апреля 2013 года № 8444. Утратил силу приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 20 февраля 2015 года № 85

**Сноска. Утратил силу приказом Министра здравоохранения РК от 20.02.2015 № 85.**

В соответствии с пунктом 1 статьи 18 Кодекса Республики Казахстан от 18 сентября 2009 года «О здоровье народа и системе здравоохранения»

**П Р И К А З Ы В А Ю :**

1. Утвердить Правила выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники в Республике Казахстан согласно приложению 1 к настоящему приказу.

2. Признать утратившими силу некоторые приказы в области здравоохранения согласно приложению 2 к настоящему приказу.

3. Комитету контроля медицинской и фармацевтической деятельности Министерства здравоохранения Республики Казахстан (Есимов Д.С.):

1) обеспечить государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) после государственной регистрации настоящего приказа обеспечить его размещение на интернет-ресурсе Министерства здравоохранения Республики К а з а х с т а н .

4. Департаменту юридической службы Министерства здравоохранения Республики Казахстан (Данаева Ж.Ж.) после государственной регистрации настоящего приказа обеспечить официальное опубликование в средствах массовой информации .

5. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на вице-министра здравоохранения Республики Казахстан Байжунусова Э.А.

6. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после его первого официального опубликования.

*Республики Казахстан*

*Министр здравоохранения  
С. Каирбекова*

П р и л о ж е н и е 1  
к приказу Министра здравоохранения  
Республики Казахстан  
от 20 марта 2013 года № 167

**Правила выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств,  
изделий медицинского назначения и медицинской техники в  
Республике Казахстан**

**1. Общие положения**

1. Настоящие Правила выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники в Республике Казахстан (далее - Правила) разработаны в соответствии с пунктом 1 статьи 18 Кодекса Республики Казахстан от 18 сентября 2009 года «О здоровье народа и системе здравоохранения» и определяют порядок выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники в Республике Казахстан с использованием Государственной базы данных «Е-лицензирование» (далее – ГБД ЕЛ).

2. Выдачу разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники осуществляет Государственное учреждение «Департамент Комитета контроля медицинской и фармацевтической деятельности по городу Алматы» (далее – Департамент).

3. Обязательным условием выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники является проведение предварительной экспертизы рекламного материала в государственной экспертной организации в сфере обращения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники (далее - э к с п е р т н а я о р г а н и з а ц и я).

4. Разрешение на рекламу выдается на срок действия регистрационного удостоверения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники по форме согласно приложению 2 к Стандарту государственной услуги «Выдача разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники», утвержденному постановлением Правительства Республики Казахстан от 8 октября 2012 года № 1 2 6 2 ( д а л е е - С т а н д а р т ).

5. Рекламируемые свойства и характеристики лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники независимо от вида рекламы должны соответствовать инструкции по медицинскому применению,

утвержденной уполномоченным органом при государственной регистрации, эксплуатационному документу для медицинской техники.

6. Лекарственные средства, изделия медицинского назначения и медицинская техника, распространяемые в качестве рекламных образцов, должны быть зарегистрированы в Республике Казахстан и сопровождаться инструкцией по медицинскому применению, эксплуатационным документом (для медицинской техники) .

7. Настоящие Правила не распространяются на ниже перечисленное при условии, что в них не содержится ссылок и рекламных утверждений о лекарственном средстве, изделий медицинского назначения и медицинской технике :

1) информацию, имеющую отношение к здоровью или заболеваниям человека ;

2) инструкцию по медицинскому применению, торговые каталоги, прайс-листы, справочные материалы, научно-информационный материал, методические и учебные материалы медицинского характера;

3) информацию о физическом или юридическом лице, производящем или реализующем лекарственное средство, изделие медицинского назначения и медицинскую технику ;

4) нанесение логотипа, торгового и/или международного непатентованного названия на промышленную продукцию, распространяемую среди медицинских и фармацевтических работников (ручки, блокноты, сумки, медицинские халаты и другое) .

8. Рекламораспространитель размещает рекламу только после предоставления рекламодателем разрешения на рекламу выданного Департаментом.

9. Реклама лекарственных препаратов, отпускаемых по рецепту, а также лекарственных препаратов, содержащих наркотические средства, психотропные вещества, прекурсоры и находящиеся под контролем в соответствии с законодательством Республики Казахстан предназначена для медицинских и фармацевтических работников (далее по тексту – специалистов) и может осуществляться только в специализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

Реклама лекарственных препаратов, отпускаемых без рецепта, изделий медицинского назначения и медицинской техники может осуществляться в средствах массовой информации и в организациях здравоохранения и предназначена для населения .

10. В настоящих Правилах используются следующие термины и определения:

1) реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники - информация, распространяемая и размещаемая в любой

форме, с помощью любых средств, содержащая отдельные сведения или совокупность сведений о лекарственных средствах, изделиях медицинского назначения и медицинской технике, способствующая их продвижению и реализации, предназначенная для медицинских, фармацевтических работников и населения ;

2) научно-информационный материал – сведения или совокупность сведений о лекарственном средстве, изделии медицинского назначения и медицинской технике, содержащие научные и аналитические данные, распространяемые в форме научных статей, методических указаний, учебных пособий;

3) рекламный слоган - фраза, выражающая основную мысль рекламного обращения, читаемая одним взглядом как рекламный призыв;

4) разрешение на рекламу - документ, выдаваемый Департаментом, подтверждающий право распространения и размещения рекламы;

5) заявитель – физическое или юридическое лицо ( организация-производитель, дистрибьютор, представительство) или их доверенное лицо, уполномоченное подавать заявление, документы и материалы на получение разрешения на рекламу;

6) рекламный материал – документы и материалы, используемые при проведении предварительной экспертизы рекламы лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, полученные от заявителя и из государственных информационных систем;

7) заключение по результатам проведения предварительной экспертизы рекламного материала - документ, выдаваемый экспертной организацией, содержащий результаты предварительной экспертизы рекламных материалов лекарственного средства, изделия медицинского назначения и медицинской техники и рекомендации о производстве, распространении, размещении и использовании рекламы в Республике Казахстан (далее – заключение экспертной организации) ;

8) рекламный модуль – макет рекламы, выполненный и распространяемый на бумажном носителе (листовка, лифлет, другое);

9) рекламная статья – информационная статья содержащая рекламу лекарственного средства, изделия медицинского назначения и медицинской техники, предназначенная для населения;

10) раскадровка – последовательность рисунков, служащих вспомогательным средством при создании видео роликов;

11) предварительная экспертиза рекламы лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники - проведение оценки соответствия поданных документов и рекламных материалов требованиям законодательства Республики Казахстан в области рекламы;

12) рекламодатель – физическое или юридическое лицо, осуществляющее распространение и размещение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств телерадиовещания и иными способами.

11. Реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники и используемый в ней рекламный слоган:

1) представляется на государственном и русском языках легко читаемым, четким и разборчивым шрифтом;

2) исполняется в таком виде, чтобы было ясно, что рекламируемое средство является лекарственным средством, изделием медицинского назначения, медицинской техникой;

3) способствует рациональному применению лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники;

4) не преувеличивает фармакологические свойства и терапевтические показания рекламируемого лекарственного средства, область применения для изделий медицинского назначения и медицинской техники;

5) содержит информацию о государственной регистрации в Республике Казахстан (дату выдачи, номер регистрационного удостоверения);

6) содержит информацию о разрешении на рекламу (дату выдачи, номер, срок окончания действия разрешения на рекламу).

## **2. Порядок выдачи разрешений на рекламу лекарственного средства, изделия медицинского назначения и медицинской техники**

12. До подачи заявления на выдачу разрешения на рекламу заявитель представляет в экспертную организацию рекламные материалы (модуль, аудио-видео, статья) для предварительной экспертизы лекарственного средства, изделия медицинского назначения и медицинской техники (далее – предварительная экспертиза).

13. Предварительная экспертиза проводится по заявлению на проведение предварительной экспертизы по форме согласно приложению 1 к настоящим Правилам, а также договора, заключенного между заявителем и экспертной организацией и оплаты стоимости в соответствии с прейскурантом.

14. К заявлению предоставляются на государственном и русском языках:

1) рекламная информация на бумажном и электронном носителях на государственном и русском языках (модуль, статья, раскадровка видео рекламы, рекламный текст аудио рекламы);

2) реклама на видео-, аудиозаписи на государственном и русском языках при распространении на видео- радио каналах;

3) эксплуатационный документ (в случае предоставления рекламы на медицинскую технику).

Сведения о документах, удостоверяющих государственную регистрацию лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, оценку безопасности и эффективности лекарственных средств, изделий медицинского назначения, инструкцию по медицинскому применению экспертная организация получает из соответствующих государственных информационных систем посредством Портала в форме электронных документов.

15. Реклама для населения излагается на доступном языке, распознается без специальных знаний или применения специальных средств и показывает, что рекламируемое средство является лекарственным средством, изделием медицинского назначения или медицинской техникой.

16. Реклама лекарственных препаратов содержит информацию, необходимую для их правильного и рационального применения:

- 1) торговое наименование;
- 2) международное непатентованное название или состав;
- 3) основные показания к применению;
- 4) способ применения и дозы;
- 5) основные побочные действия;
- 6) основные противопоказания;
- 7) особые указания в отношении детей, беременных женщин, а также в период кормления грудью;
- 8) условия отпуска;
- 9) ясную и наглядную рекомендацию перед назначением и применением внимательно прочитать инструкцию по медицинскому применению;
- 10) название, адрес производителя и/или торгового представителя в Республике Казахстан.

В рекламе лекарственных препаратов, отпускаемых по рецепту, дополнительно указываются основные лекарственные взаимодействия.

Реклама, предназначенная для теле- и радиоканалов содержит информацию, указанную в подпунктах 1), 3), 7), 9) настоящего пункта.

17. Реклама изделий медицинского назначения и медицинской техники содержит:

- 1) торговое наименование;
- 2) основные показания к применению;
- 3) способ применения;
- 4) основные побочные действия при наличии;
- 5) основные противопоказания при наличии;

б) ясную и наглядную рекомендацию перед назначением и применением внимательно прочитать инструкцию по медицинскому применению (эксплуатационный документ для медицинской техники);

7) название, адрес производителя и/или торгового представителя в Республике Казахстан.

Реклама, предназначенная для теле- и радиоканалов содержит информацию, указанную в подпунктах 1), 2), 6) настоящего пункта.

18. В рекламе лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники для населения не допускается использовать информацию в которой :

1) присутствует описание симптомов заболевания или приводятся истории болезни, которые могут привести к ошибочной диагностике и самодиагностике;

2) создается впечатление отсутствия необходимости медицинских консультаций или хирургических операций;

3) используются изображения изменений в человеческом организме или частей тела до и после применения;

4) внушается, что здоровье человека может быть ухудшено неприменением (не использованием) рекламируемой продукции;

5) присутствуют ссылки на отзывы о выздоровлении.

19. Экспертная организация после принятия и регистрации заявления проводит предварительную экспертизу в течение 20 рабочих дней.

20. При выявлении несоответствия рекламных материалов настоящим Правилам экспертная организация направляет заявителю замечания в письменном виде.

Заявитель в срок, не превышающий 10 календарных дней представляет в экспертную организацию рекламные материалы с учетом замечаний, при этом время устранения замечаний не входит в сроки проведения предварительной экспертизы.

21. Результат проведения предварительной экспертизы оформляется актом экспертной оценки рекламных материалов по форме согласно приложению 2 к настоящим Правилам, на основании которого формируется заключение экспертной организации по форме согласно приложениям 4, 5 к Стандарту.

22. По результатам проведения предварительной экспертизы Экспертная организация предоставляет:

1) в Департамент на электронных и бумажном носителях: заключение экспертной организации;

рекламу на государственном и русском языках (модуль, статья, текст рекламной информации (раскадровку) видеоматериалов, текст аудиозаписи при размещении рекламы на телевизионных каналах и радио), достоверную

штампом экспертной организации «Экспертиза (№ \_\_ дата) рекламы проведена, Ф.И.О. и подпись ответственного лица»;

2) заявителю на бумажном носителе: копию заключения экспертной организации, удостоверенного подписью руководителя экспертной организации (без приложения рекламы).

23. Отрицательное заключение экспертной организацией выдается в случаях:

- 1) непредоставления полного комплекта документов, указанных в пунктах 13, 14 к настоящим Правилам;
- 2) не соответствие рекламы законодательству Республики Казахстан в области рекламы;
- 3) не устранение замечаний, выставленных заявителю при проведении экспертизы в сроки, установленные настоящими Правилами;
- 4) предоставление заявителем недостоверных сведений.

24. В случае отрицательного заключения или отзыва заявителем заявления после начала проведения предварительной экспертизы, стоимость проведения предварительной экспертизы не возвращается.

25. Акт экспертной оценки рекламных материалов, копия заключения, реклама на электронных и бумажных носителях, а также документы, представленные на экспертизу, хранятся в экспертной организации до окончания срока действия разрешения на рекламу.

26. Департамент в течение восьми рабочих дней выдает заявителю разрешение на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

27. Основания для отказа в выдаче разрешения на рекламу лекарственного средства, изделия медицинского назначения и медицинской техники указаны в пункте 16 Стандарта.

П р и л о ж е н и е 1

к Правилам выдачи разрешения на рекламу лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники в Республике Казахстан

Форма

Заявитель: \_\_\_\_\_

юридический адрес \_\_\_\_\_

телефон \_\_\_\_\_

факс \_\_\_\_\_

адрес электронной почты заявителя \_\_\_\_\_

Представитель заявителя \_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность, доверенность прилагается)



т е л е ф о н \_\_\_\_\_  
ф а к с \_\_\_\_\_  
адрес электронной почты заявителя \_\_\_\_\_

### Заявление

Настоящим просим \_\_\_\_\_  
(полное наименование экспертной организации)

Провести экспертизу рекламы лекарственного средства, изделия медицинского назначения и медицинской техники (необходимое подчеркнуть)

торговое наименование \_\_\_\_\_

международное непатентованное название (при наличии) \_\_\_\_\_

лекарственная форма, дозировка, фасовка (при наличии) \_\_\_\_\_

условия отпуска \_\_\_\_\_

при этом сообщаем, что указанное лекарственное средство, изделие медицинского назначения и медицинская техника (необходимое подчеркнуть) зарегистрировано в Республике Казахстан. Регистрационное удостоверение № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ года.

Лекарственное средство, изделие медицинского назначения прошло оценку безопасности и качества в Республике Казахстан (заключение о безопасности и качестве № \_\_\_\_, дата \_\_\_\_, выдан \_\_\_\_\_)

наименование организации

или \_\_\_\_\_ подтверждение \_\_\_\_\_ соответствия  
(сертификат соответствия № \_\_\_\_, дата \_\_\_\_\_, выдан \_\_\_\_\_)

наименование организации

К \_\_\_\_\_ заявлению \_\_\_\_\_ прилагаем:  
текст рекламной информации на бумажном и электронном носителях в формате PDF на государственном и русском языках;  
рекламная информация на видео-, аудиозаписи на государственном и русском языках при размещении рекламы на телевизионных каналах и радио.

№	Субъект, осуществляющий оплату за проведение экспертизы	
1.	Наименование	
2.	Юридический адрес	
3.	Фактический адрес	
4.	Ф.И.О., должность	
5.	Телефон	
6.	Факс	
7.	e-mail	

8.	БИН	
9.	ИИН	
10.	Банк	
11.	Р/с	
12.	В/с	
13.	Код	
14.	БИК	

Ф.И.О. заявителя

Подпись

печать

Заявление принял \_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность) (дата)

П р и л о ж е н и е 2

к Правилам выдачи разрешения  
на рекламу лекарственных средств, изделий  
медицинского назначения и медицинской  
техники в Республике Казахстан

Форма

### **Акт экспертной оценки рекламных материалов лекарственных средств, изделий медицинского назначения, медицинской техники**

от « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ г. № \_\_\_\_\_

№	Требования, предъявляемые к рекламе	Исполнение требований в представленной информации
1. Общие сведения		
1.	Торговое наименование	
2.	Международное непатентованное наименование (МНН) или состав (при наличии)	
3.	Форма выпуска, дозировка активного вещества (веществ) (при наличии)	
4.	Организация – производитель	
5.	Название юридического лица – заявителя рекламы	
6.	Лекарственное средство, изделие медицинского назначения, медицинская техника зарегистрированы в Республике Казахстан	Регистрационное удостоверение № _____ — дата выдачи _____ г.
7.	Лекарственное средство, изделие медицинского назначения имеет заключение о безопасности и качестве, (сертификат соответствия)	№, дата выдачи, наименование выдавшей организации

8.	Лекарственное средство подлежит/ не подлежит контролю в Республике Казахстан	
9.	Рекламируемый лекарственный препарат отпускается из аптечных организаций (по рецепту, без рецепта врача)	
10.	Реклама представлена на государственном и русском языках	
11.	Содержание рекламы на государственном языке аутентично содержанию рекламы на русском языке	
2. Экспертиза рекламного материала на соответствие требованиям, установленным законодательством Республики Казахстан		
12.	Реклама распознается без специальных знаний или применения специальных средств и показывает, что рекламируемое средство является лекарственным средством, изделием медицинского назначения, медицинской техникой	
13.	Реклама способствует рациональному применению рекламируемой продукции содержит информацию:	
	основные показания	
	основные противопоказания	
	способ применения и дозы	
	основные побочные действия	
	лекарственные взаимодействия (для ЛС рецептурного отпуска)	
	условия отпуска	
14.	Реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники содержит информацию об особых указаниях, противопоказаниях и побочных действиях при применении для детей, беременных и кормящих женщин	
15.	Ненадлежащая реклама:	
15.1	Реклама является недобросовестной	
	содержит сравнение рекламируемой продукции с продукцией других физических или юридических лиц	
	содержит высказывания, образы, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию физических или юридических лиц	
	вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемой продукции посредством копирования фирменного наименования, товарного знака, фирменной упаковки, внешнего оформления товара, формул, изображения и другого коммерческого обозначения либо посредством злоупотребления их доверием	
	содержит указания или утверждения, использование которых может ввести в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара	
	вызывает предположения, что эффективность лечения или использования рекламируемыми ЛС, ИМН, МТ является гарантированной, прием или использование рекламируемой продукции не сопровождается развитием побочных эффектов	
	представляет лекарственное средство, изделие медицинского назначения и медицинскую технику как уникальное, наиболее эффективное и безопасное	

	присутствуют сравнительные характеристики изменений человеческого тела, органов до и после применения ЛС, ИМН, МТ	
	дискредитирует, унижает или высмеивает лица, не применяющие рекламируемые средства	
15.2	Реклама является недостоверной присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении:	
	природы, состава, способа и даты изготовления, назначения, потребительских свойств, условий использования, качества продукции, сертификационных знаков и знаков соответствия государственным стандартам, количества, происхождения, сроков годности, стоимости (цены)	
	официального признания, получения медалей, призов, дипломов и иных наград	
	исключительных прав на рекламируемое средство	
	утверждений, дискредитирующих деятельность других лиц	
	статуса или уровня компетентности производителя, лиц, реализующих и рекламирующих средство	
	имеются утверждения что безопасность и эффективность лекарственного препарата обусловлена его природным происхождением	
15.3	Реклама является незетичной:	
	содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений	
15.4	Реклама является заведомо ложной:	
	умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы	
	сопровождается неправильными или вводящими в заблуждение терминами	
15.5	Реклама является скрытой:	
	оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, инстинкты в видео-, аудиопродукции, а также иной продукции, путем использования специальных видеовставок, двойной звукозаписи и иными способами	
16.	Наличие в рекламе информации, запрещенной в соответствии с законодательством Республики Казахстан	
	об исключительном или преимущественном применении для детей (кроме лекарственных средств, предназначенных для детей)	
	информации которая может привести к ошибочной самодиагностике (описание симптомов заболеваний)	
	об отсутствии необходимости медицинских консультаций или хирургических операций	
	используется образ медицинского фармацевтического работника, известных лиц	
	упоминание в рекламе для населения следующих заболеваний: заболеваний, передающихся половым путем, онкологических, психических, опасных инфекционных заболеваний, ВИЧ/СПИД, туберкулеза, хронической бессонницы, сахарного диабета	

	содержит ссылки на рекомендации ученых, работников здравоохранения, государственных служащих, известных лиц	
17.	Реклама содержит подстрочную информацию о регистрации рекламируемого средства в Республике Казахстан	
18.	Реклама содержит подстрочную информацию о необходимости изучить инструкцию по медицинскому применению или эксплуатационные документы для медицинской техники (временная продолжительность рекомендации в рекламе распространяемой на теле- и радиоканалах составляет не менее чем три секунды, не менее 7% от площади кадра)	
19.	Реклама содержит подстрочную информацию о разрешении на рекламу	

На экспертизу представлены:

1. Заявление заявителя.

2. Рекламная информация на бумажном и электронном носителях (модуль, статья, раскадровка видеоматериалов, текст аудиозаписи) на государственном и русском языках.

3. Рекламная информация на видео-, аудиозаписи на государственном и русском языках при распространении на видео- радиоканалах.

4. Эксплуатационный документ (в случае предоставления рекламы на медицинскую технику).

В ходе экспертизы проверены:

регистрация лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники на предмет наличия в Государственном реестре Республики Казахстан: регистрационное удостоверение №\_\_\_, дата \_ \_ \_ \_ ;

инструкция по медицинскому применению; наличие заключения о безопасности и качестве №\_\_\_, дата\_\_\_\_\_, выдано \_ \_ \_ \_ ;

или наличие сертификата соответствия №\_\_\_, дата\_\_\_\_\_, выдан\_\_\_\_\_.

Заключение: Представленные рекламные материалы не противоречат/противоречат законодательству Республики Казахстан в области рекламы.

На основании проведенной экспертизы считаем возможным/не возможным производство, распространение, размещение, использование рекламы

При проведении экспертизы использованы следующие нормативные правовые акты Республики Казахстан:

№	Наименование

1	
2	
3	

К акту экспертной оценки прилагаются:

1. Заключение по результатам проведения экспертизы рекламного материала.
2. Рекламная информация на бумажном носителе на государственном и русском языках (модуль, статья, раскадровка видео рекламы, рекламный текст аудио рекламы) с приложением на электронных носителях.
3. Рекламная информация на видео-, аудиозаписи на государственном и русском языках при распространении на видео- радио каналах.

П р и л о ж е н и е 2

к приказу Министра

здравоохранения

Республики Казахстан

от 20 марта 2013 года № 167

### **Перечень утративших силу некоторых приказов в области здравоохранения Республики Казахстан**

1) приказ Министра здравоохранения Республики Казахстан от 18 ноября 2009 года № 737 «О некоторых вопросах выдачи разрешения на рекламу» (зарегистрированный в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 5931, опубликованный в Собрании актов центральных исполнительных и иных центральных государственных органов Республики Казахстан, 2010 год, № 5; Бюллетень нормативных правовых актов Республики Казахстан, сентябрь 2010 года, № 9, март 2011 года № 3 ст. 398);

2) приказ Министра здравоохранения Республики Казахстан от 17 октября 2011 года № 714 «О внесении изменения в приказ Министра здравоохранения Республики Казахстан от 18 ноября 2009 года № 737 "О некоторых вопросах выдачи разрешения на рекламу» (зарегистрированный в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 7279, опубликованный в «Юридической газете» от 27 декабря 2011 года 190 (2180);

3) пункт 4 Перечня нормативных правовых актов Министерства здравоохранения Республики Казахстан, в которые вносятся изменения, утвержденного приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 28 сентября 2012 года № 664 «О внесении изменений в некоторые нормативные

правовые акты Министерства здравоохранения Республики Казахстан (зарегистрированный в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 8081).

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»  
Министерства юстиции Республики Казахстан