



وزارة الصحة Ministry of Health

رقم المرفق	١٠	رقم المادة	٤/٧	رقم الإصدار	٤
عنوان المرفق	شروط اجراء التخفيضات وتقديم العروض الترويجية + ضوابط المحتوى الاعلاني				

تمهيد:

تم اعداد هذه الضوابط وفقاً لما نصت عليه المادة السابعة من نظام المؤسسات الصحية الخاصة الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٤٠) بتاريخ ١٤٢٣/١١/٣ هـ (على كل مؤسسة صحية خاصة تحديد أسعار الخدمات التي تقدمها، ومن ثم تعتمدها الوزارة بعد مراجعتها والتأكد من مناسبتها وفقاً للمعايير التي تضعها، ولا يجوز تعديل هذه الاسعار إلا بعد موافقة الوزارة، وتلتزم المؤسسة بما يلي: ١- أسعار الخدمات الصحية المعتمدة. ٢- وضع الأسعار في مكان بارز وبخط واضح ٣- تقديم تقرير تقريبي للمراجع عن تكلفة العلاج قبل بدئه والخدمات التي ستقدم له. ٤- تقديم بيان تفصيلي نهائي للمراجع عن نوع العلاج والخدمات التي قدمت له وتكلفة كل منها.) والمادة الحادية والثلاثون من نفس النظام والذي نص على ما يلي (يحظر على المؤسسة الصحية الخاصة أن تقوم بالدعاية عن نفسها إلا في الحدود التي لا تتعارض مع أخلاق المهنة وفقاً للمعايير التي تحددها اللائحة التنفيذية) والمادة العاشرة فقرة (أ) من نظام مزاولة المهن الصحية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٥٩) بتاريخ ١٤٢٦/١١/٤ هـ "يحظر على الممارس الصحي- في غير الحالات التي تحددها اللائحة التنفيذية- الإعلان عن نفسه أو الدعاية لشخصه مباشرة أو بالوساطة".

التعريفات

يقصد بالألفاظ والمصطلحات الآتية المعاني المبينة أمام كل منها:

التخفيضات: أي خصم أو حسم من تسعيرة الخدمات الصحية المعتمدة من قبل الوزارة يمنحه مقدم الخدمة الصحية للمريض أو المستفيد.

العروض الترويجية: أي نوع من العروض الجذابة التي تُقدمها المؤسسات الصحية الخاصة لفترة محدودة مثل الحصول على خدمتين صحيتين مقابل سعر خدمة صحية واحدة أو تقديم مجموعة خدمات صحية بتسعيرة مخفضة أو غيرها من العروض المتنوعة.

الإعلان: أي محتوى مرئي، أو مسموع، أو مقروء، أو مكتوب لغرض التسويق أو الترويج لخدمة أو سلعه أو اسم أو فكرة بمقابل أو بدون مقابل.

الدليل: دليل ضوابط المحتوى الاعلاني في القطاع الصحي.

الوسائل الإعلامية: كافة الوسائل التي يتم من خلالها نشر أو بث أي محتوى لإيصال رسالة إلى الجمهور، ويشمل ذلك: القنوات الإعلامية التقليدية كالصحف والمجلات واللوحات الاعلانية والبريد المباشر ومحطات الإذاعة ومحطات التلفزيون وغيرها، وجميع وسائل الاتصال عبر الإنترنت كوسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والبريد الإلكتروني ومحركات البحث.

الأهداف



يهدف هذا الدليل إلى تنظيم وضبط المحتوى الاعلاني، وذلك من خلال آليات واشتراطات تهدف إلى حماية حقوق المستفيدين من الخدمات الصحية، وضمان المسؤولية المجتمعية، وتحقيق المنافسة العادلة وفقاً لأحكام الأنظمة واللوائح والتعليمات السارية في المملكة.

أولاً: التخفيضات وتقديم العروض الترويجية:

متطلبات الحصول على موافقة لإجراء التخفيضات والعروض الترويجية:

يتم منح الموافقات على إجراء التخفيضات والعروض الترويجية من إدارات التراخيص الصحية في الشؤون الصحية في المناطق والمحافظات وفق الاشتراطات التالية:

- ١- التقدم بطلب اجراء تخفيض أو عروض ترويجية لإدارة التراخيص الصحية مع تحديد الخدمات الصحية المراد تخفيضها أو عمل العروض الترويجية لها متضمناً التسعيرة المعتمدة لنفس الخدمات الصحية ونسبة التخفيض.
- ٢- أن يكون ترخيص المؤسسة الصحية الخاصة ساري المفعول.
- ٣- أن يتواءم محتوى التخفيض أو العروض الترويجية مع نشاط المؤسسة الصحية الخاصة.
- ٤- الا تزيد مدة التخفيض أو العروض الترويجية عن ٦٠ يوماً في المرة الواحدة ويمكن طلب ثلاث موافقات خلال السنة الواحدة.
- ٥- التعهد بعدم الاخلال بجودة الخدمة الصحية عند عمل التخفيضات أو العروض الترويجية.
- ٦- التعهد بأن يتم وضع موافقة الوزارة على التخفيضات أو العروض الترويجية في مكان بارز.
- ٧- التعهد بأن تلتزم المؤسسة الصحية بتقديم مجموعة خدمات العروض الترويجية كاملة للمستفيد وفي حال عدم القدرة على استكمالها لأي سبب كان يتم استكمالها في مؤسسة صحية أخرى على حسابها بعد الاتفاق بين الطرفين أو يتم استرجاع الباقي من المبلغ للمريض.

ثانياً: اعلانات المؤسسات الصحية الخاصة



ضوابط المحتوى الإعلاني:

- يجب أن يتضمن المحتوى الإعلاني كافة البيانات والمعلومات المذكورة أدناه بنصوص وعبارات واضحة لا تحتمل التأويل أو التفسير غير المقبول، وهي كالتالي:
١. بياناً يوضح أنه مادة إعلانية.
 ٢. اسم الجهة المعلن عنها، وبيانات الاتصال بما في ذلك عناوين البريد الإلكتروني أو الموقع الإلكتروني وأرقام الهواتف، وأوقات العمل.
 ٣. أن تكون لغة الإعلان باللغة العربية ويجوز تضمين لغات أخرى.
 ٤. بيان إجمالي رسوم الخدمات بشكل واضح وعدم إضافة أي رسوم أخرى لم تُذكر في الإعلان.
 ٥. التحذير من خطورة عدم المتابعة بعد الإجراء الطبي.
 ٦. التحذير من المخاطر المحتملة للإجراء الطبي.
 ٧. تحديد كافة المضاعفات المحتملة وذكرها بشكل واضح ودقيق وفق الأعراف الطبية والاسس العلمية.
 ٨. في حال كان الغرض من الإعلان الترويج لعروض أو خصومات فيجب تحديد مقدار ومدة سريانها والحصول على موافقة الوزارة وفق المتطلبات في أولاً.

محظورات المحتوى الإعلاني:

- لا يجوز بأي حال من الأحوال استغلال المرضى أو حاجاتهم بأي صوره من صور الاستغلال، كما يجب ألا يتضمن المحتوى الإعلاني أي مما يلي:
- ١) الاعلان عن مؤسسة صحية أو صيدليه أو مركز بيع مستحضرات عشبية أو ممارس صحي غير مرخص.
 - ٢) صوراً أو عبارات أو إيماءات أو إيحاءات مخالفة للأنظمة والتعليمات، أو مخلة بالأداب والأخلاق العامة.
 - ٣) معلومات أو ادعاءات مغلوطة أو مظلمة أو خادعه أو عروضاً وهميه.
 - ٤) معلومات أو بيانات أو صور تتعلق بمرضى.
 - ٥) تجارب المرضى أو المستفيدين من الخدمات الصحية.
 - ٦) استغلال الأطفال للترويج للسلع أو الخدمات أو توجيه الإعلان لهم.
 - ٧) التشجيع على الاستخدام المفرط للخدمات الصحية بطريقة عشوائية أو غير ضرورية أو غير ملائمه بشكل مباشر أو غير مباشر.
 - ٨) الإساءة أو التقليل أو الطعن أو التجريح في حق مؤسسة صحية أو ممارس صحي.
 - ٩) احتواء الإعلان على عبارات أو ادعاءات تفضيلية كالوحيد، أو الخبير، أو الأكثر، وغيرها.
 - ١٠) احتواء الإعلان على عبارات أو ادعاءات مبالغ فيها، على سبيل المثال:
أ. علاجات أثبتت فعاليتها سريريًا (ما لم تكن مدعومة بالأدلة).



وزارة الصحة
Ministry of Health

- ب. خضعت لتجارب سريرية (ما لم تكن مدعومة بالأدلة).
- ج. علاج متكامل.
- د. يعالج ما فشلت العلاجات الأخرى في معالجته.
- هـ. مضمون.
- و. يزيد/يحسن الذاكرة/الأداء.
- ز. علاج فوري.
- ح. لا يمكن مضاهاته بالأدوية أو بالمنتجات أو بالعلاجات الأخرى.
- ط. شباب دائم.