

أخلاقيات المنافسة في تسويق الأدوية العلاجية
”الدعاية الدوائية، واحتكار الأدوية أنموذجا”
دراسة فقهية معاصرة

إعداد الدكتورة
رابعه عيد عبد الفتاح حسن
مدرس الفقه
كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات
القاهرة – جامعة الأزهر

"أخلاقيات المنافسة في تسويق وبيع الأدوية العلاجية" الدعاية الدوائية، واحتكار الأدوية نموذجاً "دراسة فقهية"

رابعه عيد عبد الفتاح حسن.

قسم: الفقه: كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة - جامعة الأزهر،
القاهرة.

البريد الإلكتروني: akhlaaqi.eslaamyh@gmail.com

ملخص البحث:

حث الشرع الإسلامي على حسن الخلق، وأمر بالتحلي بها في التعامل بين الناس والمعاملات من بيع وشراء، ورتب على ذلك أحكاماً من الحل والحرمة، ومن المعاملات التي يشترط فيها الأخلاق المنافسة مع الآخرين في التسويق الدوائي، ويهدف هذا البحث إلى بيان: أن المنافسة منها ما هو مشروع قائم على الضوابط الأخلاقية، ومنها ما هو غير المشروع قائم على الكذب والغش والتدليس، ويهدف هذا البحث أيضاً إلى بيان: صور المنافسة الغير مشروعة في التسويق الدوائي عن طريق:

أولاً: الدعاية الدوائية.

ثانياً: الاحتكار في الأدوية، والتكليف الفقهي لكل صورة من صور المنافسة الغير مشروعة في التسويق الدوائي، وقد اعتمدت في البحث على المناهج: التحليلي، والتوصيفي، والمقارن.

ومن أهم نتائج البحث: أن مهنتي الطب والصيدلة مبنيتان على الأمانة والصدق وهي من صميم الأخلاق التي حثنا عليها الشارع الحكيم.

أن المريض ليس أداة للتربح من خلال الوصفات الطبية التي يكتبها الطبيب من أجل التسويق للدواء، فيجب مراعاة ضوابط الدعاية والتسويق لأي منتج كان سواء دوائي أو غيره من خلال الإعلانات مبناه المصدقية.

الكلمات المفتاحية للبحث: أخلاقيات - المنافسة-التسويق الدوائي- الدعاية - الاحتكار.

**Ethics of Competition in the Marketing and Sale of
Therapeutic Medicines: Pharmaceutical Propaganda and the
Monopoly of Medicines as a Model
A Jurisprudential Study**

Rabaa Eid Abdel Fattah Hassan.

**Department of Jurisprudence, Faculty of Islamic and Arabic
Studies for Female Students, Al-Azhar University, Cairo,
Egypt**

Email: akhlaaqi.eslaamyh@gmail.com

Abstract:

Islamic law (Sharia) calls for good manners and orders people to practice them in their dealings such as buying and selling, so rulings of permissibility and prohibition of such dealings, along with transactions that require ethics, were established, especially while competing with others in pharmaceutical marketing. This research aims to show that some of such dealings are permissible and ethically based, and some are not permissible since they are based on lying, cheating and fraud. This research also aims to show types of forbidden competition in pharmaceutical marketing through a) pharmaceutical advertising, and b) monopoly of medicine. The jurisprudential adaptation of each type has been given. The research relies on the analytical, descriptive, and comparative approaches. The most important results of the research include the following: the professions of medicine and pharmacy are based on honesty, which is one of the core morals that the Wise Lawgiver has encouraged us to uphold. The patient should not be used as a tool for profit through the

prescriptions written by the doctor for the purpose of marketing medication. Advertising and marketing guidelines for any product, whether medicinal or otherwise, must be adhered to, ensuring that advertisements are based on credibility.

Keywords: ethics - pharmaceutical - marketing - competition - advertising - monopoly

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة، والسلام، على أشرف الخلق سيدنا محمد ﷺ،
وبعد:

فإن تحقيق الأرباح أصبح مطلب أساسي في الحياة من خلال التنافس مع الآخرين، فليس كل سعى لتحقيق الأرباح الهدف منه الشهرة، كما أن تحقيق الربح مقصد شرعي دعا إليه الإسلام في ظل ضوابط أخلاقيات المنافسة التي اتفق عليها الفقهاء استناداً إلى أصولها الشرعية من الكتاب والسنة والإجماع، فالمنافسات الغير اخلاقية التي تتم بطرق وأساليب نهى عنها الشرع والتي تتمثل في الأساليب المحرمة في الدعاية، وفي الاحتكار للأدوية، ولا شك أن الغش والتدليس والكذب في الإعلانات يخالف تماماً أخلاقيات المهنة الطبية.

أسباب اختياري للموضوع:

١- الاحتكار جريمة دينية واقتصادية واجتماعية، وثمره من ثمرات الانحراف عن منهج الله، وقد تنوعت صورته، وتعددت أساليبه في الوقت الحالي خاصة في بيع الأدوية.

٢- الكذب في الدعاية وكثرة الإعلانات الكاذبة مما له تأثير سيئ وضار كبير في المجتمع، يفقد الثقة في أي إعلان ودعاية عن أي دواء علاجي.

لذلك عمدت الكتابة في بحث أعرض فيه أهم إشكاليات المنافسة في تسويق الأدوية العلاجية، فكان هذا الأمر يحتاج لبيان الحكم الشرعي لهذه الأمور

لهذا أعددت بحث بعنوان: "أخلاقيات المنافسة في تسويق وبيع الأدوية العلاجية" الدعاية الدوائية، واحتكار الأدوية نموذجاً" دراسة فقهية.

هذا، وقد جاءت خطة البحث مقسمة إلى: ثلاثة مباحث وخاتمة، وبيانها كما

يأتي:

المبحث الأول: مفهوم الأخلاق والمنافسة وأخلاقيات التسويق الدوائي، ويشتمل على ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: مفهوم الأخلاق.

المطلب الثاني: التسويق الدوائي.

المطلب الثالث: مفهوم المنافسة.

المبحث الثاني: أنواع المنافسة في التسويق الدوائي، ويشتمل على مطلبين:

المطلب الأول: منافسة مشروعة.

المطلب الثاني: منافسة غير مشروعة.

المبحث الثالث: صورة المنافسة الغير مشروعة في التسويق الدوائي من

خلال: "الدعاية الدوائية، والاحتكار" والتكييف الفقهي، ويشتمل على مطلبين:

المطلب الأول: التكييف الفقهي للتسويق الدوائي عن طريق الدعاية الكاذبة.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق الدوائي عن طريق الإحتكار.

ثم ذكرت الخاتمة: وقد اشتملت على أهم النتائج، والفهارس.

المبحث الأول

مفهوم الأخلاق والمنافسة وأخلاقيات التسويق الدوائي

المطلب الأول: مفهوم الأخلاق:

الأخلاق في اللغة:

الأخلاق جمع خلق، والخلق: السجية" وقال: "الخلقُ -بضم اللام وسكونها: هو الدينُ، والطبعُ، والسجيةُ، وفي التنزيل: {وَأَنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ} [القلم: ٤] ^(١).

وإصطلاحاً:

قال الجرجاني: "الخلقُ" عبارة عن هيئة للنفس راسخة، تصدر عنها الأفعال بسهولة ويُسر من غير حاجة إلى فكر وروية، فإن كان الصادر عنها الأفعال الحسنة، كانت الهيئة خلقاً حسناً، وإن كان الصادر عنها الأفعال القبيحة، سُميت الهيئة التي تصدر عنها هي مصدر ذلك خلقاً سيئاً ^(٢).

مصادر الأخلاق:

المسلمون يستقون مصادر الأخلاق من القرآن الكريم، والسنة النبوية الصحيحة، ويتعاملون بها في كل معاملاتهم.

وفي حياة الصحابة، والتابعين معين ثراً، وميراث زاخر من الأخلاق المستمدة من الشريعة الإسلامية الغراء، مما يغني عن الأعراف أو التقاليد، أو أي خلق دخيل ^(٣).

(١) لسان العرب: لمحمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفي الإفريقي (المتوفى: ٧١١هـ). ١٠ / ٨٦ - ٨٧، دار صادر - بيروت الطبعة: الثالثة - ١٤١٤ هـ.

(٢) "التعريفات: علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني (المتوفى: ٨١٦هـ): ١٣٦ دار الكتب العلمية بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م.

(٣) موسوعة الأخلاق: خالد بن جمعة بن عثمان الخراز: ص ٢٧، مكتبة أهل الأثر للنشر والتوزيع، الكويت، الطبعة: الأولى، ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م.

أولاً: القرآن الكريم:

يعتبر القرآن الكريم المصدر الأول للأخلاق، والآيات في ذلك كثيرة:

قال تعالى: {إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ} [الإسراء: ٩].

وقال سبحانه: {إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (٩٠)} [النحل: ٩٠].

وقال تعالى: {قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّي الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ (٣٣)} [الأعراف: ٣٣].

ثانياً: السنة النبوية:

السنة النبوية الصحيحة المصدر الثاني للأخلاق بنص القرآن الكريم: "وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ" [سورة الحشر: ٧].

قال تعالى: {لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا (٢١)} [سورة الأحزاب: ٢١].

وقال سبحانه: {فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ} [سورة النساء: ٥٩].

عن أبي هريرة-رضي الله تعالى عنه-قال: قال رسول الله ﷺ: "إنما بعثتُ لأتمم صالح الأخلاق"^(١).

(١) أخرجه أحمد في مسنده: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني (المتوفى: ٢٤١هـ/١٤/٥١٢)، حديث رقم (٨٩٥٢). مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م.

وجه الاستدلال من هذه النصوص:

أنه ﷺ كان يأمر بمكارم الأخلاق، وذلك لأن حسن الخلق والسخاء من مكارم الأخلاق، قَالَ ﷺ: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق"^(١).

المطلب الثاني: التسويق الدوائي:

إن تسويق الأدوية يلعب دورا حاسما في التأثير على توجيه النشاطات من الشركات المنتجة إلى المريض، وينبغي التأكيد هنا على أن المريض يقف على قمة الهرم التسويقي؛ لأن خصائص المريض هي التي تحدد المنتجات التي ينبغي أن تباع.

إن أي شركة دائما تحرص على خدمة السوق ينبغي أن تجاهد من أجل توجيه نشاطاتها التسويقية بالشكل الذي يضمن لها بيع منتجاتها بالكمية المناسبة، والمكان المناسب، والسعر المناسب والزمان المناسب^(٢).

إذا ماذا يقصد بالتسويق الدوائي؟

"هو العملية التي تنطوي على تخطيط وتنفيذ المفاهيم أو التصورات الخاصة بالأفكار، والسلع والخدمات وتسعيرها، وترويجها وتوزيعها لخلق عمليات تبادل سوقية قادرة على تحقيق أهداف الأفراد والمؤسسات".

والتسويق أيضا: "هو مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي توجه من خلالها موارد مؤسسة ما (صناعية أو تجارية أو خدمية) لفرص متاحة في سوق ما ويكون لها اهتمام اجتماعي واقتصادي"^(٣).

(١) عمدة القاري شرح صحيح البخاري: لمحمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغيتابی الحنفي بدر الدين العيني (المتوفى: ٨٥٥هـ) ٢٢ / ١١٨، دار إحياء التراث العربي - بيروت.

(٢) التسوق الصيدلاني: د- بشير العلاق ص ٥٩ دار اليازوري للنشر والتوزيع ٢٠٠٧.

(٣) استخدامات التقنية الحيوية الحديثة في إنتاج العقاقير الدوائية وتصنيعها: د/ محمد شوقي السيد: ص ٢٥١.

والتسويق: "هو مجموعة من القواعد والضوابط المقررة له، وضابطة له وذلك بالتشاور مع شركات الأدوية وكل الجهات ذات العلاقة، الغرض تنظيم عملية التسويق الدوائي بطريقة مهنية وبعيدة عن الممارسات الغير شريفة"^(١).

ومن الضوابط الحاكمة للتسويق الدوائي:

أنه يحظر الإعلان بأي وسيلة من وسائل الإعلان أو الإعلام سواء في الصحف أو الإذاعات المرئية أو المسموعة أو غيرها عن المستحضرات الصيدلانية وما في حكمها إلا بعد أخذ موافقة لجنة الرقابة على نظام العلاج المستجد^(٢).

المطلب الثالث: مفهوم المنافسة:

المنافسة من سنن الفترة الكونية للبشر، وغايتها هو التفوق في مجالات الحياة كالأعمال، والأنشطة، فما هو مفهوم المنافسة؟

المنافسة في اللغة: من التنافس وأصل التنافس: التشاجر على الشيء، والتنازع فيه بأن يحب كل واحد أن يتفرد به دون صاحبه^(٣).

المنافسة في القانون الاصطلاحي:

"نوع من الحرية في ممارسة النشاط الإنساني بصفة عامة، والنشاط التجاري بصفة خاصة، والتي يعترف بها المشرع، ويضع لها ضوابطها"^(٤).

(١) أخلاقيات التسويق الدوائي وحقوق المستهلك: رضوان نضال مشعان ص٣، جامعة الموصل.
(٢) وزارة الصحة والإسكان: قرار وزير الصحة رقم ٩١ لسنة ١٩٩٩، الجريدة الرسمية ع ٩٧، ١٩٩٩م.

(٣) القاموس المحيط: الفيروز آبادي محمد بن يعقوب: ١/٧٤٥ مؤسسة الرسالة - بيروت .
(٤) المنافسة غير المشروعة دراسة قانونية وشرعية: محمد سعيد دغفوس المنصوري ص٣١٠، مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، العدد السادس ٢٠٢١م
نقلا من: الحق في المنافسة المشروعة في حالات النشاط الاقتصادي (الصناعة - التجارة - الخدمات): د/ أحمد محمد محرز: ص١١، دون طباعة ونشر سنة: ١٩٩٤م

المنافسة المشروعة في كتب الاقتصاد:

"المزاحمة بين عدد من الأشخاص أو بين عدة قوى، تتابع نفس الهدف وتعني أيضا العلاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء" (١).

(١) الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي: محرز أحمد محمد: ص ٧

المبحث الثاني

أنواع المنافسة

أباح الإسلام العمل التجاري وشجع عليه، وأباح المنافسة التجارية المشروعة، فالتنافس المشروع بين المتعاملين في الأسواق المالية والسلعية جائز في الإسلام؛ لأن الأصل في الإسلام عدم التدخل بفرض سعر معين للسلع المتداولة في الأسواق، حيث إن التعامل في شريعة الإسلام مبناه على الحرية، وصحة ما يتراضى عليه المتعاقدين، وفي هذا منع للضرر الذي يعوق حركة التعامل في الأسواق^(١).

فقد ورد عن النبي ﷺ قيل له: سعر لنا، فقال: "إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق، وإنني لأرجو الله أن ألقى ربي، وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال"^(٢).

وأيضا تسويق وبيع الأدوية أحيانا يعتمد على بعض من الأساليب الأخلاقية المشروعة والأساليب غير أخلاقية وغير مشروعة في المنافسة، ولذا قسمت هذا المبحث على مطلبين:

المطلب الأول: المنافسة المشروعة:

المنافسة المشروعة أجازها الإسلام وأسس لها ضوابط أخلاقية تقوم عليها، فإذا قامت المنافسة عليها كانت منافسة مشروعة، وإذا فقدت منها ضابطا كانت منافسة غير مشروعة وهذه الضوابط كما يلي:

(١) استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية: حسني عبد السميع: ص ١١ مصر العربية للنشر والتوزيع: ط ١، ٢٠١١ م .

(٢) أخرجه الترمذي في سننه: ٦٠٥/٣، حديث رقم ١٣١٤، كتاب البيوع باب: ما جاء في التسعير وقال الترمذي هذا حديث حسن صحيح .

الضوابط الأخلاقية للمنافسة المشروعة:

المنافسة لكي تكون مشروعة في مجال تسويق الأدوية كما اقرها الشرع يجب أن يتخللها العديد من الضوابط الأخلاقية والتي أذكر منها:

أولها: الصدق:

والصدق يكون في وصف الدواء بموضوعية، وشفافية وبعيد عن المبالغة فمثلاً: ألا يتلاعب في تاريخ الإنتاج والصلاحية المعلن على الدواء من أجل بيعها، ويتجنب كافة المدح والثناء في وصف الدواء كالأفضل والأقوى تأثيراً، ويتجنب الحيل والحلف في وصف الدواء وكل هذا منهي عنه

قال الله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ﴾ [آل عمران: ٧٧].

وجاء عن الرسول ﷺ فيماروي عنه أنه ﷺ قال: "الحلف منفقة للسلعة، ممحقة للبركة"^(١).

وأيضاً فيما رواه عنه أبو قتادة الأنصاري أنه سمع رسول الله ﷺ يقول: "إياكم وكثرة الحلف في البيع فإنه ينفق ثم يمحق"^(٢)

وجه الدلالة من الحديث:

أن الحلف يؤدي في ظن الحالف إلى رواج السلعة، لكنه سبب لذهاب بركة المكسوب^(٣).

(١) أخرجه البخاري في صحيحه: كتاب البيوع باب: يحق الله الربا ويربي الصدقات، والله لا يحب كل كفار أثيم، رقم ٢٠٨٧.

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه حديث رقم (١٣٢) (١٦٠٧) كتاب المساقاة، باب: النهي عن الحلف في البيع .

(٣) مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح: لعلى بن سلطان بن محمد ٥ / ١٩٠٩، دار الفكر بيروت.

ثانيها: عدم الضرر والاضرار بالمنافسين في بيع الأدوية:

من المقرر في المنهج الإسلامي أن لا يضر المسلم المستثمر بغيره من المستثمرين حتى لو كانوا منافسين له، ومن البيوع المنهى عنها للإضرار بالمنافسين صور منها: أ- تلقي الركبان أو الجنب: وهو أن يقدم ركب تجارة فيلتقياه رجل قبل دخولهم السوق، وقبل معرفتهم السعر، فيشتري منهم بأرخص من سعر السوق، فإذا تبين لهم ذلك كان لهم الخيار دفعا للضرر، وذلك لنهي النبي ﷺ في الحديث الذي رواه عنه أبو هريرة أن النبي ﷺ نهى عن تلقي الجلب حيث، قال: «لا تلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشترى منه، فإذا أتى سيده السوق، فهو بالخيار»^(١)،^(٢).

ثالثا: عدم احتكار الأدوية:

الاحتكار: هو أن يشتري الطعام في وقت الغلاء ولا يدعه للضعفاء ويحبسه ليبيعه بأكثر عند اشتداد حاجاتهم^(٣)، ويدخل فيه احتكار الأدوية حبسها عن الأسواق حتى تنقص في الأسواق وتعرض بسعر أعلى بهدف تحقيق ربح وهذه صورة من المنافسة الغير مشروعة، فالاحتكار محرم نهى عنه رسول الله ﷺ فقال: (لا يحتكر إلا خاطئ مرتين)^(٤).

(١) أخرجه مسلم في صحيحه: ١١٥٧ / ٣، حديث رقم (١٥١٩) باب تحريم تلقي الركبان دار

إحياء التراث العربي - بيروت

(٢) شرح التلقين: أبو عبد الله محمد بن علي بن عمر التميمي المازري المالكي (المتوفى:

٥٣٦هـ-٢: ٤٦٠/ دار الغرب الإسلامي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨ م بتصرف.

(٣) روضة الطالبين وعمدة المفتين: ليحي بن شرف النووي: ٣ / ٤١٣ المكتب الإسلامي

بيروت، ط ٣ ١٩٩١ م .

(٤) أخرجه مسلم في صحيحه: ١٢٢٨/٣ حديث رقم (١٦٠٥) كتاب المساقاة: باب تحريم

الاحتكار في الأقوات .

المطلب الثاني: المنافسة غير المشروعة:

المنافسة الغير مشروعة تقوم على مجموعة صور من الأساليب والطرق غير الأخلاقية في التسويق الدوائي.

وبقصد بالمنافسة الغير مشروعة: في التعريف الفقهي:

"اتجاه التاجر حتى ينتصر على منافسيه إلى وسائل غير شريفة تتنافى مع الأمانة، والنزاهة، والعادات الجارية في التجارة والصناعة بغية اكتساب العملاء، وتحقيق أكبر ربح ممكن"^(١).

وهناك تعريف آخر: "كل عمل في مجال التجارة أو الصناعة أو المال أو الخدمات أو غيرها من المجالات يقوم به شخص، وما شأنه إلحاق ضرر بشخص منافس أو تحقيق مكاسب على حسابه باتباع وسائل يمنعها القانون"^(٢).

وفي القضاء المصري المنافسة غير المشروعة: "هي ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات، أو استخدام وسائل منافية للشرف، والأمانة في المعاملات إذا قصد بهذه الأعمال إحداث لبس بين تجاريتين أو إيجاد اضطراب بأحدهما متى كان من شأن ذلك صرف عملاء المنشأة عنها"^(٣).

من خلال التعريفات السابقة: يتضح أن المنافسة الغير مشروعة: تقوم على وسائل غير شريفة، والقصد منها إحداث الضرر بين المنافسين.

ويتضح هذا أكثر من خلال عرض بعض لصور المنافسات الغير أخلاقية في مجال التسويق لبيع الأدوية.

(١) نظرية الأعمال التجارية - التاجر - المتجر - الشركات التجارية، د محمد بهجت عبد الله قايد: ص ٢٠٩ الطبعة الأولى دار النهضة - القاهرة.

(٢) أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي: د طعمة صغفك الشمري: ص ١٧ بحث منشور في مجلة الحقوق - الكويت العدد الأول سنة ١٩٩٠م.

(٣) مجموعة أحكام النقض، السنة القضائية: ٦٧، رقم ١٠٠، ص ١٤٥.

وتأخذ المنافسة الغير شرعية صور وأشكالا عدة أذكر منها صورتين مبينة الحكم الشرعي لهما.

الصورة الأولى: المنافسة الغير شرعية في التسويق عن طريق الدعاية الدوائية، من خلال العينات العلاجية المجانية المقدمة للأطباء لترويجها من خلال الوصفات الطبية

أو دعاية مضمونها نوع من الخلط واللبس: يتم فيها تقليد الإعلانات التجارية لمحل تجاري معين أو علامة تجارية في الأدوية.

أو دعاية الغرض منها تشويه سمعة المنافس: فيلجأ بعض التجار إلى التقليل من شأن منافسيه بأساليب غير أخلاقية، وبث عدم الثقة في شخصهم^(١).

أو إشاعة الاضطراب في السوق: تؤدي بدورها اضطراب عام في السوق، وعدم استقراره، ويقصد منها التقليل من قدرة المشروعات على المنافسة، والتأثير على معادلة العرض والطلب في السوق قد يقوم تاجر بتخفيض أسعار بضائعه بدرجة كبيرة تتجاوز الحدود المألوفة في التجارة وهذا غير مقبول تماما^(٢).

الصورة الثانية: المنافسة الغير شرعية في التسويق عن طريق احتكار الأدوية حتى تقل في السوق ثم تعرض بسعر أعلى.

وتوضيح هاتان الصورتان والحكم الشرعي لهما في المطلبين التاليين من المبحث الثالث.

(١) المنافسة غير المشروعة دراسة قانونية وشرعية: محمد سعيد دغفوس المنصوري:

ص ٣٢٥ مجلة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية العدد السادس ٢٠٢١م.

(٢) المرجع السابق: ص ٣٢٦.

المبحث الثالث

صورة المنافسة الغير مشروعة في التسويق الدوائي من خلال:

"الدعاية الدوائية، والاحتكار" والتكيف الفقهي

المطلب الأول: المنافسة الغير مشروعة في التسويق الدوائي عن طريق الدعاية، والتكيف الفقهي:

أشرت قبل قليل أن للمنافسة الغير مشروعة صور كثيرة، وذكرت منها صورة المنافسة في التسويق عن طريق الدعاية الدوائية، والتي تتخذ أشكالاً عدة: كالدعاية عن منتج دوائي مغشوش في علامته التجارية أو الدعاية لتشويه بعض المنافسين الآخرين، وإذاعة الاضطراب في السوق، وغيرها من أشكال المنافسة في الدعاية لتسويق العلاج، والاحتكار.

فكل شركة أدوية ترى أنها تحتاج إلى استراتيجية للتسويق جيدة لتتمكن من بيع منتجاتها بطريقة فعالة، وبغض النظر عن كافة وسائل الاتصال في تسويق منتجاتها، فتستخدم الاتصال عن طريق مندوبي الدعاية، والاتصال بالإعلانات المرئية والمسموعة من خلال الجرائد والمجلات والتلفزيون والسوشيال ميديا.

لكن ماهي طرق الدعاية الدوائية؟

يتنوع التسويق الدوائي من خلال الدعاية الدوائية، والتي تتم من خلال العينات الدوائية المجانية والإعلانات للأدوية فتأخذ الدعاية شكلين:

الشكل الأول: التسويق، والدعاية عن طريق العينات الدوائية المجانية للأطباء لعمل الوصفات الطبية بها.

الشكل الثاني: التسويق والدعاية من خلال الإعلانات.

أولاً: الشكل الأول: العينات المجانية للأطباء للوصفات الطبية والتكليف الفقهي:

العينات المجانية المراد من تسويقها الترويج للأدوية الخاصة بالشركة من خلال كتابتها في الوصفات العلاجية للمرضي، ويتم هذا من خلال الصور الآتية:

الصورة الأولى:

يتم الاتفاق مع الطبيب بكتابة دواء معين بقصد تسويقه في وصفات العلاج التي يكتبها الطبيب الخاصة بالمرضى وذلك بمقابل مادي، أو عن طريق تقديم الهدايا، وهذا الدواء ربما يكون له نفس فاعلية الدواء الأصل، وأقل في الآثار الجانبية، أو مساوياً في السعر، أو يكون أقل من الدواء الأصل في السعر وجودته أقل منه لكنه يؤدي نفس وظيفة الدواء وليس له أثر على المريض.

الصورة الثانية:

قيام الشركات الدوائية بالاتفاق مع الأطباء في العيادات والمستشفيات والمراكز والمؤسسات الطبية على ترويج وتسويق أدوية معينة مغايرة تماماً للعلاج الذي يستحقه المريض وتسبب له مضاعفات لكونها قليلة الجودة أو قريبة الانتهاء من صلاحيتها أو غير مرخصة، وتأثر على المريض^(١).

التكليف الفقهي للدعاية الدوائية عن طريق عينات الدواء المجانية المقدمة للأطباء:

أولاً: محل الاتفاق في المسألة:

إن العينات الدوائية المجانية إن كانت تعطى للأطباء على سبيل الهدية، وفي مصلحة المريض، وليس فيها ضرر فهي من قبيل الهدية، والرسول قال: "تهادوا تحابوا"^(٢).

(١) أحكام الأدوية في الشريعة الإسلامية؛ ص ١٦٥ بتصرف، الموسوعة الطبية ص ٦٣٤ بتصرف.
(٢) أخرج البخاري في الأدب المفرد: ص ٢٠٨، حديث رقم (٥٩٤) وأخرجه البيهقي في سننه: ٢٨٠/٦، حديث رقم (١١٩٤٦) باب التحريض على الهبة والهدية صلة بين الناس. ط ٣: ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م =

ثانيا: محل الاختلاف في المسألة:

هو ربط الحصول على الهدية من خلال الاتفاق على ترويج ادوية لشركات الأدوية من خلال الوصفات الطبية، فهدايا وعطايا الأطباء بهدف الترويج للأدوية التي لا أثر لها على المريض اختلف الفقهاء في حكمها على قولين:

القول الأول: عدم قبول جواز الهدايا المقدمة للطبيب من شركة منتجة للدواء، وذهب لهذا القول: لمحمد بن عبد الله الشباني^(١)، حسام الدين عفانة^(٢)، ودار الإفتاء المصرية^(٣).

وإذا قبلها فهي ليست هدايا، وإنما هي رشوة.

القول الثاني: لسعد الختلان، ومحمد عثمان شبير باسم العامر، عبد الصمد بلحاجي، ومصطفى الزرقاء^(٤)، جواز أخذ العينات الدوائية المجانية المقدمة

وقال بن حجر في التلخيص ١٦/٣: حديث " تهادوا تحابوا" رواه البخاري في الأدب المفرد والبيهقي، وأورده ابن طاهر في مسند الشهاب من طريق محمد بن بكير عن ضمام بن إسماعيل عن موسى بن وردان عن أبي هريرة، وإسناده حسن.

(١) الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي: محمد عبد الله الشيباني، مجلة البيان، العدد " ١٠٥ " ص ٥٢ الصادرة في جمادى الأول ١٤١٧ هـ، أكتوبر ١٩٩٦ م.

(٢) يسألونك: د/ حسام الدين عفانة: ١ / ١٣٩، ط١، الخليل، مكتبة دنديس، ١٤٢٨ هـ، ٢٠٠٧ م.

(٣) عنوان الفتوى " حكم الاتفاق بين المعامل والأطباء على عمولات مادية: فضيلة الأستاذ الدكتور/ على جمعة، رقم الفتوى ٣٢٩١، بتاريخ: ١٢ ديسمبر ٢٠١٠ م.

<https://www.dar-alifta.org/ar/fatawa/12818>

(٤) فقه المعاملات المالية المعاصرة: محمد الختلان: ص ٢٣٠، أحكام المسابقات: محمد شبير: ص ٢٤، أحكام الجوائز: د/باسم العامر ص ١٢٦، أحكام المسابقات: عبد الصمد بلحاجي ص ٢٤٥، فتاوي الشيخ مصطفى الزرقا: مصطفى الزرقاء فتوى بعنوان (حكم الجوائز التي يعطيها التجار للمشتريين) ص ٥١٣، ط١ دارالقلم ١٤٢٠ - ١٩٩٩ م.

كهدايا من شركات الأدوية للطبيب طالما لا يؤثر على صحة المريض وسلامته،
وطالما أن هذا العلاج لا يقل فاعلية من دواء آخر لشركة أخرى^(١).

الأدلة:

أدلة القول الأول: استدل بأدلة من السنة النبوية المطهرة، والمعقول.

الدليل الأول: من السنة النبوية:

استدلوا على عدم الجواز أن أخذ الهدايا المقدمة من شركات الأدوية، وأنها مجرد رشوة مقدمة لتسهيل ترويج الادوية، وهذا غير جائز لحديث رسول الله ﷺ فيما روي عنه " لعن رسول الله ﷺ الراشي والمرتشى "^(٢).

وجه الاستدلال:

دل الحديث على أنه يحرم طلب الرشوة وقبولها وبذلها؛ لأنه يتوصل بها إلى الباطل^(٣).

الدليل الثاني: من المعقول:

من وجهين:

الوجه الأول: أن الهدايا الترويجية، هي هدية على شرط، فليست من عقود التبرعات، وإنما هي من عقود المعاوضات فتخضع لأحكامها والشروط المقترنة بها تجعل العقد الفاسد والتي منها، أن يكون لأحد المتعاقدين منفعة فالهداية تدخل ضمن العقود الفاسدة لا يجوز ممارستها^(٤).

(١) المرجع للسابق .

(٢) أخرجه الترمذي في سننه: ٣ / ١٥، رقم: ١٣٣٤، أبواب الأحكام باب ما جاء في الراشي والمرتشى في الحكم، وقال الترمذي: حسن صحيح.

(٣) سبل السلام للصنعاني: لمحمد بن إسماعيل الكحلاني الصنعاني المتوفى: ١١٨٢هـ، ٤٣/٣، مكتبة مصطفى البابي الحلبي، الطبعة الرابعة: ١٣٧٩هـ - ١٩٦٠م.

(٤) الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي: محمد الشباني، مجلة البيان (٥٢/١٠٥)

بتصرف

نوقش هذا الدليل:

إن تكليف الهدايا الترويجية على ليس من عقود التبرعات وأنها عقود معاوضات لا يجزم بصحته، وذلك لأن صور الهدايا تختلف وتتعدد من شركة لشركة فلا يمكن التكليف بأنها عقد معاوضة^(١).

الوجه الثاني:

أن الهدايا - وسيلة من وسائل الترويج للسلع بقصد زيادة المبيعات وتدفع للأطباء لكتابة وصفاتهم الطبية من خلال الرغبة في الحصول على هذه الهدايا وليس إفادة مرضاهم.

نوقش هذا الدليل:

إن إقدام الأطباء على ترويج الأدوية للشركات من خلال الوصفات الطبية التي يكتبونها لمرضاهم من أجل الحصول على الهدايا هذا تصور غير صحيح لأنه يعود إلى نيات الناس وحاجاتهم، وقد يكون هدف الطبيب الاستفادة من الأدوية لكفاءتها دون الالتفات إلى الهدية، فتقدم له الهدايا فلا حرج في قبولها^(٢).

واستدل القول الثاني: من السنة، والمعقول.

الدليل الأول: من السنة النبوية:

قول رسول الله ﷺ: "تهادوا تحابوا"^(٣).

وجه الدلالة من الحديث:

أنكم إذا تهاديتم كان ذلك سببا للمودة فيما بينكم، فإن الهدية توجب المحبة، إذا أهدى إليك شخص شيئا فإنك تحبه، هذه فطرة الناس التي فطرهم الله عليها،

(١) أحكام الجوائز العامر: ١٢٣، بتصرف.

(٢) المرجع السابق ص ١٢٤ بتصرف.

(٣) سبق تخريجه ص ١٧.

ومن ثم كان للمؤلفة قلوبهم نصيب من الزكاة لأنهم إذا أعطوا منها أحبوا المعطي وأفوه وازدادت قوة إيمانهم، أو انكف شرهم إن أعطوا لكف الشر، فيستفاد من هذا الحديث، استحباب الهدية؛ لأن النبي ﷺ أمر بها^(١).

فليس هناك ما يمنع أن تؤدي هذه الهدية أو تلك المحبة إلى علاقات تجارية أو مادية مضبوطة بضوابط الشرع الحنيف.

الدليل الثاني: المعقول:

من وجهين

الوجه الأول: أن الشريعة الإسلامية لا تحرم العقود ابتداءً، وإنما الأصل فيها قائمة على الحل والإباحة، ما لم يقدّم دليل يمنعها كعقود التبرعات في الشق المتعلق ببذل الهدية بعد ترويج الأدوية، فإذا كان ثمة غرر حاصل عن جهالة الهدية فإن هذا معفو عنه، فعند المالكية: جواز هبة المجهول والمعدوم المتوقع الوجود^(٢) قال ابن رشد: "ولا خلاف في المذهب في جواز هبة المجهول والمعدوم المتوقع الوجود، وبالجمله كل ما لا يصح بيعه في الشرع من جهة الغرر"^(٣).

ولأن عقد التبرع مبناها التسامح، لأن هدفها البر والصلة، وإقامة العلاقات، والهدايا الترويجية عقد مشروع مضبوط بقواعد الشريعة

الوجه الثاني: إن قبول الهدايا العينية والنقدية للأطباء في عياداتهم جائز ولو كان فيها مصلحة، فهي مصالح ومنافع للطرفين، ولا يلزم الطبيب ولو أدبيا بكتابة الوصفة بهذا المنتج ولا يلزم مهنيًا أن يكتب الأفضل عند التعدد، ولكن

(١) فتح ذي الجلال والإكرام بشرح بلوغ المرام: ٣١٩/٤، المكتب الإسلامية

(٢) الحوافز التجارية التسويقية: المصلح: ص ٣١.

(٣) بداية المجتهد ونهاية المقتصد: لابن رشد ١١٤/٤.

يبقى مسؤولاً دينياً أمام الله تعالى باختيار الأفضل للمريض مما يحقق مصلحة للطرفين، ودور الطبيب هنا بالنسبة للمريض بمثابة أحد أمرين:

الأول: بمثابة السمسار الذي يقبل من الشركات الهدايا مقابل التسويق لأدوية الشركة.

الثاني: أن الطبيب بمثابة الوكيل عن المريض يعمل لما في صالحه خاصة أنه أرشد إلى العلاج الأفضل^(١).

الراجع في هذه المسألة:

بعد عرض الأقوال يتبين لنا: أن القول الراجع

القول القائل بحرمة قبول الهدايا، وأنها بمثابة الرشوة المحرمة، وذلك لعدة اعتبارات

أولاً: أن أي اتفاق آخر بينهما يحصل الطبيب على مكافآت وهدايا مقابل قيامه بكتابة روشتات وصفات طبية لمرضاه لاستخدام الأدوية المنتجة من الشركة، ليس له علاقة بالهدايا والمقصود منها من التحاب والتودد، وإنما يخرج إلى معنى الرشوة.

ثانياً: جاء في المادة (٨) من لائحة آداب المهنة الصادرة من وزارة الصحة المصري، رقم ٢٣٨ لسنة ٢٠٠٣م: (ولا يجوز للطبيب أن يأتي عملاً من الأعمال الآتية: طلب، أو قبول مكافأة، أو أجر من أي نوع كان نظير التعهد أو القيام بوصف أدوية، أو أجهزة معينة للمرضى، أو إرسالهم إلى مستشفى، أو مصح علاجي، أو دور للتمريض، أو صيدلية، أو أي مكان محدد لإجراء الفحوص والتحاليل الطبية، أو لبيع المستلزمات أو العينات الطبية).

(١) المسؤولية الجنائية للطبيب عن الإعلانات الطبية الخادعة وقبول العطايا "دراسة مقارنة":

محمد نصر ص ٧٩.

ثالثاً: أن أخذ الطبيب لمقابل من أجل الترويج للأدوية محرم، لأنه في هذه الحالة مرتشي ومدلس ومخادع، وقد نهى الرسول ﷺ عن الرشوة، والخداع والتدليس فقد ورد عنه ﷺ في الحديث الذي رواه عبد الله بن عمرو قال: "لعن رسول الله ﷺ الراشي والمرتشي"^(١).

ومما يدعم حرمة ما يكتسبه الطبيب بعض القواعد الفقهية تنهى عن الضرر والحرام، منها:

قاعدة: "وسائل الحرام حرام": كل ما أوصل وأدى إلى الحرام كان حراماً؛ لأنّ للوسائل أحكام المقاصد^(٢) الوسائل الغير شرعية إذا استخدمت ما ينتج عنها من أرباح يكون أيضاً حراماً، فالمال المتحصل عليه من هذه الوسائل المحرمة وهو الترويج للأدوية التي تسبب ضرراً للمريض من الربا، والغش والرشوة والتدليس وهذا كله حرام، ويشترك مندوب شركة الأدوية في الإثم.

قاعدة: "الضرر يزال": التي أصلها قول النبي ﷺ "لا ضرر ولا ضرار"^(٣) فالشرع أمر برفع الضرر، ودفعه قبل وقوعه، وذلك لأجل ما يحقق مصلحة العباد ويدفع عنهم المفساد، وذلك لحفظ دينهم وعرضهم وعقلهم ومالهم، وهنا الضرر الذي يقع على المريض من أجل الاستفادة المادية للطبيب من ترويج هذا الدواء الضار، فالضرر يزال، فيحرم على الطبيب فعل هذا.

(١) سبق تخريجه.

(٢) موسوعة القواعد الفقهية: لمحمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحارث الغزي مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.

(٣) الأشباه والنظائر: لعبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (المتوفى: ٩١١هـ) ٨٣/١، دار الكتب العلمية الطبعة: الأولى، ١٤١١ هـ - ١٩٩٠ م.

قاعدة: "درء المفاسد مقدم على جلب المصالح:

"إذا دار الأمر بين درء مفسدة وجلب مصلحة، كان درء المفسدة أولى من جلب المصلحة^(١)، فإذا تعارضت مصلحة ومفسدة قدم دفع المفسدة على المصلحة، فإذا أراد شخص القيام بعمل من أجل تحقيق ربح أو منفعة، ولكن من ناحية أخرى هذا العلم سيلحق ضرراً بغيره، فيجب الإقلاع والامتناع عن إجراء ذلك العمل درءاً للمفاسد المقدم دفعها على المصالح.

وأرى:

١- أن مثل هذه المعاملات تتعارض مع أخلاق المهنة، فتعامل الطبيب مع شركات الأدوية من أجل تسويق وترويج منتجاتهم يتنافى مع أخلاقيات المهنة:

فقد جاءت لائحة آداب مهنة الطب ما نصه:

" لا يجوز للطبيب أن يأتي عملاً من الأعمال الآتية: ومنها السماح باستعمال اسمه في ترويج الأدوية أو العقاقير أم مختلف أنواع العلاج أو لأي أغراض تجارية على أي صورة من الصور، أو طلب أو قبول مكافأة أو أجر من أي نوع كان نظير التعهد أو القيام بوصف أدوية أو أجهزة معينة للمرضى، أو إرسالهم إلى مستشفى أو نصح علاجي أو دور للتمريض أو صيدلية أو أي مكان محدد لإجراء الفحوص والتحليل الطبية أو لبيع المستلزمات أو المعدات"^(٢).

(١) التعبير شرح التحرير: لعلاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان المرداوي الدمشقي الصالحي الحنبلي (المتوفى: ٨٨٥هـ): ٨ / ٣٨٥١، مكتبة الرشد - السعودية / الرياض، الطبعة الأولى: ١٤٢١هـ، ٢٠٠٠م.

(٢) لائحة آداب المهنة: الصادرة بقرار معالي وزير الصحة والسكان، رقم ٢٣٨، لسنة ٢٠٠٣م، بتاريخ ٥ سبتمبر ٢٠٠٣م، بعد العرض والموافقة من الجمعية العمومية المنعقدة في ٢١ / ٣ / ٢٠٠٣م ومؤتمر النقابات الفرعية لأطباء مصر في الفترة من ٤ - ٦ / ٧ / ٢٠٠٣م. ومؤتمر النقابات الفرعية لأطباء مصر في الفترة من ٤ - ٦ / ٧ / ٢٠٠٣م.

٢- أنه يجب على الصيدلي في هذه الحالة عند ذهاب المريض إليه لصرف علاجه من خلال وصفة الطبيب له لعلاج أن يخبره؛ لأن له نظرته في الدواء، فقد يرى خطأ في الوصفة الطبية، أو يرى تعارضاً بين الأدوية المدونة فيها، أو تعارضاً بين التشخيص والدواء المدون في الوصفة فيخبره؛ لأن من أخلاقيات المهنة الأمانة والصدق وعدم الغش والتدليس.

الشكل الثاني: التسويق عن طريق الدعاية الدوائية من خلال الإعلانات:

التسويق عن طريق الدعاية والإعلانات، وذلك كأن يتم الإعلان عن منتج دوائي خاص بالغير وينسبه لنفسه، الكذب والخداع الإعلاني، ويقوم على خداع المستهلك بتقديم بيانات غير حقيقية عن المنتج أو يمتنع المعلن في الإعلان عن ذكر بيان متعلق بالمنتج، ويكون لها أثر في اتخاذ قرار الشراء حيث أن ذكر نصف الحقيقة وترك النصف الآخر يعد كذباً يأثم عليه فهو غش وتدليس أو يتلاعب في تاريخ الإنتاج والصلاحية المعلنة على الدواء من أجل بيعها أو يكثر المدح والثناء في وصف الدواء كالأفضل والأقوى تأثيراً ويستخدم الحيل والحلف في وصف الدواء، أو يتعرض بالتشويه للمنتجين الآخرين ويذم أدويتهم^(١).

التكليف الفقهي للتسويق عن طريق الدعاية الدوائية المشتملة على الكذب والتدليس من خلال الإعلانات

حرم الشارع الحكيم كل معاملة بيع أو شراء تقوم على الكذب والتدليس بهدف الترويج والحصول على أرباح، فما تقوم به شركات الأدوية من خلال الدعاية عن الدواء بالكذب والتدليس والغش منهي عنه بنصوص شرعية صريحة في النهي عن هذه المعاملات من الكتاب الكريم، والسنة النبوية المطهرة، والمعقول، والتي أذكر منها:

(١) المسؤولية الجنائية للطبيب عن الإعلانات الطبية الخادعة، وقبول العطايا "دراسة مقارنة":

محمد نصر: ص ٥٥، ص ٥٧، بتصرف.

أولاً: من الكتاب:

قول الله - عز وجل -:

﴿إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ﴾
سورة: [آل عمران: ٧٧].

ثانياً: من السنة النبوية المطهرة:

أ- ما روى عن أبي قتادة الأنصاري أنه سمع رسول الله ﷺ يقول: "ياكم وكثرة الحلف في البيع فإنه ينفق ثم يمحى" (١).

ب- ما روي عن أبي هريرة - رضى الله عنه - قال: سمعت رسول الله ﷺ يقول: "الحلف منفقة للسلعة، ممحقة للربح" (٢).

وجه الدلالة من الحديثين:

"أن الحلف يؤدي في ظن الحالف إلى رواج السلعة، لكنها سبب لذهاب بركة المكسوب" (٣).

ج- وقول النبي ﷺ: فيما رواه عنه أبو هريرة: أن رسول الله ﷺ قال: "من حمل علينا السلاح فليس منا، ومن غشنا فليس منا" (٤).

(١) أخرجه مسلم في صحيحه حديث رقم (١٣٢) (١٦٠٧) كتاب المساقاة، باب: النهي عن الحلف في البيع .

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه: ٦٠/٣ حديث رقم (٢٠٨٧) كتاب البيوع باب: يمحى الله الربا ويربي الصدقات والله لا يحب كل كفار أثيم، ومسلم في صحيحه: ٣/ ١٢٢٨ حديث رقم (١٦٠٦)، كتاب المساقاة، باب النهي عن الحلف في البيع .

(٣) مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح: لعلى بن سلطان بن محمد ٥/ ١٩٠٩، دار الفكر بيروت.

(٤) أخرجه مسلم في صحيحه: ٩٩/١، حديث رقم (١٠١) باب قول النبي ﷺ "من غشنا فليس منا" دار إحياء التراث العربي - بيروت.

وجه الدلالة من الحديث:

إن الغش وهو كتم حال المبيع عن المبتاع وعن البائع إذا جهله وقد علمه المبتاع وذلك ممنوع عادة ممنوع شرعاً، ومن ذلك أن يدخل الرجل السوق بفص يظنه زجاجاً فإذا رآه المشتري تحقق أنه فص ياقوت فهذا غش إن انعقد البيع عليه لم يجز وكان البائع بالخيار، ونظائره كثيرة (١).

وكذلك أيضاً، فإن ما تقوم به شركات الأدوية من تسويق، وبيع للأدوية بالدعاية والإعلانات بالطرق الغير شرعية المشتملة على الكذب والتدليس تدخل في الغش المنهي عنه، ويأثم فاعله.

د- نهى رسولنا ﷺ عن الكذب، ولا بد من توافر الضوابط الأخلاقية في الإعلان وفي وصف الدواء أن يكون بموضوعية وشفافية، وبعيدا عن المبالغة فيجب ألا يتلاعب في تاريخ الإنتاج والصلاحية المعلن على الدواء من أجل بيعها، ويتجنب كافة المدح والثناء في وصف الدواء كالأفضل والأقوى تأثيراً ويتجنب الحيل والحلف في وصف الدواء لأن، الرسول ﷺ نهى عن هذا فيما روي عنه أنه ﷺ قال: " الحلف منفقة للسلعة، محقة للبركة " (٢).

ثالثاً: من المعقول:

إن من أخلاقيات مهنة الطب والصيدلة الأمانة والإخلاص ومراعاة مصلحة المريض والعمل لها وعدم الاضرار والكذب والتدليس على المريض، وهذا ما أكدت عليه لوائح أداب المهنة أن أساليب الكذب والتضليل في الإعلان التجاري

(١) القبس في شرح موطأ مالك بن أنس: للقاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي المعافري الاشبيلي المالكي (المتوفى: ٥٤٣هـ) ١/٧٨٩، ٧٩٠، تحقيق: د/ محمد عبد الله ولد كريم، دار الغرب الإسلامي، الطبعة: الأولى، ١٩٩٢ م.

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه: كتاب البيوع باب: يمحق الله الربا ويربي الصدقات، والله لا يحب كل كفار أثيم، رقم ٢٠٨٧.

في الوقت الحالي وبخاصة التي يتم اللجوء فيها للأطباء أو للمشاهير أو للفنانين للإقناع بالدواء، وهو ما حظرت لائحة آداب المهنة رقم ٢٣٨ لسنة ٢٠٠٣ بتاريخ ٥ سبتمبر ٢٠٠٣ حيث نصت المادة (١٣): "لا يجوز للطبيب أن يستغل وظيفته بقصد تحقيق منفعة شخصية أو الحصول على كسب مادي من اللائحة التنفيذية لهذا القانون، والتي نصت على أنه يعد إعلانا خادعا الإعلان الذي يتناول منتجا ويتضمن عرضا أو بيانا أو ادعاء كاذبا أو أي أمر آخر ينصب بصفة خاصة على عنصر من العناصر التي حددتها هذه المادة متى كان من شأنه أن يؤدي بطريقة مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل وأيّا كانت وسيلة هذا الإعلان^(١).

المطلب الثاني: المنافسة الغير مشروعة في التسويق الدوائي عن طريق "الاحتكار" والتكليف الفقهي

إن من أهم القواعد والأسس التي رسخها الإسلام في معاملات بين الناس، مراعاة مصالح وحال الناس، وجعل من أهم خصائص الشريعة الإسلامية رفع الظلم والتظالم بين الناس، فإذا كان الإسلام أرشد ووجه إلى طريق الكسب الحلال من خلال التجارة والبيع والشراء في قوله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾ البقرة ٢٧٥، إلّا أنه تعالى قد ضبط وقيد هذه المعاملات بما يجب أن تكون عليه من مراعاة حقوق الناس وإقامة العدل بينهم، وحرّم أكل أموال الناس بالباطل، قال سبحانه ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ﴾ النساء (٢٩) .

(١) المسؤولية الجنائية والمدنية والتأديبية للطبيب والصيدلي: للسيد عبد الوهاب: ٦٧ المركز القومي للإصدارات القانونية ط١: ٢٠٠٩م.

الاحتكار لغة:

الحكر: ادخار الطعام للتربص، وصاحبه محتكر. قال ابن سيده: "الاحتكار جمع الطعام ونحوه مما يؤكل واحتباسه انتظار وقت الغلاء به" ^(١)، الحكر هو: "الظلم وإساءة المعاشرة، .. وبالتحريك ما احتكر أي احتبس انتظاراً لغلائه" ^(٢).

أما في الاصطلاح: فقد اتفق الفقهاء على أن الاحتكار في الاصطلاح لا يخرج عن معناه في اللغة، فجميع تعريفاتهم متقاربة في المعاني والألفاظ.

يجمعها تعريف الإمام الباقي -رحمه الله- بقوله: "هو الادخار للمبيع وطلب الربح بتقلب الأسواق" ^(٣) أي: أن الاحتكار هو حبس مال أو منفعة أو عمل، والامتناع عن بيعه وبذله حتى يغلو سعره غلاءً فاحشاً غير معتاد، بسبب قلته، أو انعدام وجوده في مظهره، مع شدة حاجة الناس أو الدولة أو الحيوان إليه.

والاحتكار من الأمور المذمومة التي نهى عنها الشرع الكريم، وقد وردت أدلة كثيرة في النهي عن الاحتكار، والتي منها: ما روي عن الرسول ﷺ قال: «لا يحتكر إلا خاطئ مرتين» ^(٤).

هل الأدوية يدخلها الاحتكار؟

وهل كل الأنواع الأخرى يدخلها الاحتكار؟

(١) لسان العرب: لابن منظور: ٢٠٨/٤، دار صادر-بيروت، ط٣، ١٤١٤هـ.

(٢) القاموس المحيط: للفيروز آبادي: ٣٧٨/١، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع بيروت لبنان ط ٨ ١٤٢٦هـ، ٢٠٠٥م .

(٣) المنقلى شرح موطأ مالك: لأبي سليمان بن خلف بن سعد الباقي (٤٧٤هـ)، السعادة بجوار محافظة مصر، ط ١ ١٣٣٢هـ.

(٤) أخرجه مسلم في صحيحه: ١٢٢٨/٣ حديث رقم (١٦٠٥) كتاب المساقاة: باب تحريم الاحتكار في الأقوات.

اختلف الفقهاء فيها على ثلاثة أقوال:

القول الأول: الاحتكار يكون في أقوات الآدمي، والحيوان فقط، وبه قال الحنفية (١).

القول الثاني: الاحتكار يكون في قوت الآدمي فقط، وما عداه لا احتكار فيه، وهو رأي الحنابلة (٢).

القول الثالث: أن كل ما يضر الناس بحبسه هو احتكار، وهو قول أبو يوسف، ومحمد من الحنفية، والمالكية، والظاهرية (٣).

القول الرابع:

والراجح من هذه الأقوال: القول الثالث: أن كل ما يضر الناس بحبسه هو احتكار؛ لأنه يدخل فيه الدواء فيما يحرم احتكاره.

أسباب الترجيح:

١- لقول الله تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾ [سورة المائدة: ٢].

وقوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [سورة النساء: ٢٩].

(١) الاختيار: عبد الله بن محمود بن مودود الموصلي أبو الفضل الحنفي (٦٨٣هـ) ١٦٠/٤، مطبعة الحلبي - القاهرة: ١٣٥٦هـ، ١٩٣٧م، والجوهرية النيرة على مختصر القدوري: لأبي بكر بن علي بن محمد الحدادي العبادي اليمني (٨٠٠هـ) ٢٨٦/٢ المطبعة الخيرية، ط١، ١٣٢٢هـ.

(٢) المغني: عبدالله بن أحمد بن محمد بن قدامة (٦٢٠هـ) ١٦٧/٤، مكتبة القاهرة: ١٣٨٨هـ، ١٩٦٨م

(٣) الجوهرية النيرة على مختصر القدوري: ٢٨٦/٢ .

وحديث النبي ﷺ فيمارواه عنه أنه قال: "لا يحتكر إلا خاطئ" (١).

٢- الاحتكار يتعارض مع قواعد ومبادئ الشريعة الإسلامية كقاعدة: درء المفسد، وجلب المصالح وتحمل الضرر الخاص لدفع الضرر العام، بالإضافة إلى الأضرار على المجتمع الناجمة عن الآثار السلبية للاحتكار (٢).

٣- أن ما ذكره الفقهاء بناء على القول الأول والثاني، هم بنو أحكامهم على ما كان معتبرا في زمانهم.

الدواء من الأمور الرئيسية في الوقت الحالي ومن أكثر متطلبات الحياة كالطعام ومطلب أساسي؛ لذا حبسه عن الناس لوقت الغلاء احتكار فيه مضرة عليهم، والشريعة الإسلامية نهت عن الضرر، والإضرار بالناس.

٤- أن الأمراض في الوقت الحالي أكثرها عن الماضي فصارت الحاجة إلى الدواء من متطلبات الحياة فكان احتكار الأدوية حرام يدخل مما يتطلبه الناس في الحياة.

(١) أخرجه مسلم في صحيحه: ١٢٢٨/٣، حديث رقم (١٦٠٥)، باب تحريم الاحتكار في الأقوات.

(٢) الضوابط الأخلاقية: ص ٦١٢.

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، أحمده حمداً كثيراً على أن وفقني لإنجاز هذا البحث، وأسأله - سبحانه - أن يتقبل مني، وأن يجعله خالصاً لوجهه الكريم.

هذه أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها من خلال البحث:

أولاً: أهم النتائج:

أن من القضايا المستحدثة والمستجدة قضايا المنافسة في التسويق والترويج وبيع الأدوية العلاجية، والتي تقوم على طرق الدعاية والاعلانات، وما يتبع ذلك من تضليل وغش في شأن المنتج الدوائي وتضليل الناس من أجل الحصول على أرباح وشهرة أكثر من باقي المنافسين لهم في تسويق الأدوية، ورغم ذلك وجد تقصير في شأن دفع مثل هذه الطرق خاصة إذا كانت ذات تأثير ضار على المريض وهذا القصور يتضح فيما يلي:

١- عدم الالتزام بأداب المهنة، والتي تنص على أخلاقيات أصحاب المهن الطبية.

٢- أنه وإن كانت قوانين تعاقب من يعتمد الإضرار والغش والتدليس وفرض عقوبات عليهم، إلا أن التسويق والترويج بشأن هذه الأدوية ما زال مستمرا فلا بد من التشديد بشكل مستمر وأكبر.

٣- أن حياة المريض وأدميته ليست سلعة للتربح بهما، وأن الإضرار به وتعرض حياته للخطر جنائية يعاقب عليها القانون، فيجب التشديد والرقابة في هذا الأمر .

ثانياً: التوصيات:

يوصي البحث بأهم التوصيات فيما يلي :

- ١- الوعي الدوائي وذلك من خلال فهم وتوعية الناس بأهمية الدواء وكيفية اكتساب مهارات لاستخدامه وتجنب آثاره الجانبية ما أمكن من خلال الندوات التوعوية.
- ٢- توعية الأطباء والصيدلة بأن صحة المريض أمانة بين أيديهم، لذا لا يلجأ الطبيب لكتابة دواء بديل إلا عند عدم وجود الأصل مع اعتبار تساوى الفاعلية الدوائية.
- ٣- صدور تشريعات خاصة بالأعلام الدوائي بصفة عامة وخاصة تردع كل من يتلاعب بالدواء إلى عقله ورشدة وتطبيب النفس أمام الله.
- ٤- لا يقتصر دور الباحثون على مطالعة ما ينشر فقط، وإنما يجب عليهم أن يقرؤوا ويطالعوا على كل ما هو جديد في شأن الأدوية، وعمل أبحاث فيما يستجد من أحكام متصلة بها.
- ٥- الترويج الكاذب لبعض الأدوية، وكذلك احتكارها محرم شرعا لأنه ينطوي على ضرر محقق للمريض

فهرس المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم.

ثانياً: كتب اللغة.

■ التعريفات: علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني (المتوفى: ٨١٦هـ): ١٣٦ دار الكتب العلمية بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م.

■ القاموس المحيط: للفيروز آبادي ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع بيروت لبنان ط ٨ ١٤٢٦هـ، ٢٠٠٥م .

■ لسان العرب: لمحمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي (المتوفى: ٧١١هـ). ١٠ / ٨٦ - ٨٧، دار صادر - بيروت الطبعة: الثالثة - ١٤١٤ هـ.

ثالثاً: كتب الحديث وشروحه.

كتب الاحاديث.

■ صحيح الأدب المفرد للإمام البخاري أبو عبد الله (المتوفى: ٢٥٦هـ) دار الصديق للنشر والتوزيع الطبعة: الرابعة، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م،

■ صحيح البخاري: محمد بن إسماعيل، أبو عبد الله البخاري، دار طوق النجاة (مصورة عن السلطانية بإضافة ترقيم/ محمد فؤاد عبد الباقي) الطبعة: الأولى، ١٤٢٢هـ.

■ صحيح مسلم: مسلم بن الحجاج، أبو الحسن القشيري النيسابوري (المتوفى: ٢٦١هـ)، دار إحياء التراث العربي - بيروت.

■ سنن الترمذي: شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر الطبعة: الثانية، ١٣٩٥ هـ - ١٩٧٥م.

- مسند الأمام أحمد: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني (المتوفى: ٢٤١هـ). مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠١ م.

كتب شروح الأحاديث:

- سبل السلام للصنعاني: لمحمد بن إسماعيل الكحلاني الصنعاني المتوفى: ١١٨٢هـ، مكتبة مصطفى البابي الحلبي، الطبعة الرابعة: ١٣٧٩هـ - ١٩٩٦م.

- المنتقى شرح موطأ مالك: لأبي سليمان بن خلف بن سعد الباجي (٤٧٤هـ)، السعادة بجوار محافظة مصر، ط ١ ١٣٣٢هـ.

- عمدة القاري شرح صحيح البخاري: لمحمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغيتابي الحنفي بدر الدين العيني (المتوفى: ٨٥٥هـ) دار إحياء التراث العربي - بيروت

- مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح: لعلي بن سلطان بن محمد، دار الفكر بيروت الطبعة لأولى، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م.

رابعاً: كتب أصول الفقه والقواعد الفقهية:

- الأشباه والنظائر: لعبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (المتوفى: ٩١١هـ)، دار الكتب العلمية الطبعة: الأولى، ١٤١١هـ - ١٩٩٠م

- التحرير شرح التحرير: لعلاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان المرداوي الدمشقي الصالحي الحنبلي (المتوفى: ٨٨٥هـ)، مكتبة الرشد - السعودية / الرياض، الطبعة الأولى: ١٤٢١هـ، ٢٠٠٠م

- موسوعة القواعد الفقهية: لمحمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحارث الغزي مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.

خامسا: كتب الفقه:

كتب الفقه الحنفي:

- الاختيار: عبد الله بن محمود بن مودود الموصلي أبو الفضل الحنفي (٦٨٣هـ) مطبعة الحلبي القاهرة: ١٣٥٦هـ، ١٩٣٧م.
- الجوهرة النيرة على مختصر القدوري: لأبي بكر بن علي بن محمد الحدادي العبادي اليمني (٨٠٠هـ) المطبعة الخيرية، ط١، ١٣٢٢هـ.

كتب الفقه المالكي:

- بداية المجتهد ونهاية المقتصد: محمد بن أحمد بن رشد القرطبي الشهير بابن رشد الحفيد، ، دار الحديث - القاهرة ١٤٢٥، ٢٠٠٤م.
- القبس في شرح موطأ مالك بن أنس: للقاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي المعافري الاشبيلي المالكي (المتوفى: ٥٤٣هـ) تحقيق: د/ محمد عبد الله ولد كريم، دار الغرب الإسلامي، الطبعة: الأولى، ١٩٩٢ م.

كتب الفقه الشافعي:

- روضة الطالبين وعمدة المفتين: ليحي بن شرف النووي المكنى بابن شرف النووي المكتب الإسلامي بيروت ط٣ ١٩٩١م.

كتب الفقه الحنبلي:

- المغني: عبدالله بن أحمد بن محمد بن قدامة (٦٢٠هـ)، مكتبة القاهرة: ١٣٨٨هـ، ١٩٦٨م.

سادسا: المراجع الحديثة:

- أحكام الأدوية في الشريعة الإسلامية: حسن بن أحمد الفكي مكتبة دار المنهاج للنشر والتوزيع الرياض ط١ ١٤٢٥، الموسوعة الطبية ص ٦٣٤ بتصرف.
- أحكام المسابقات: عبد الصمد محمد بلحاجي دار النفائس ط١ ١٤٢٤-٢٠٠٤م.

- أحكام المسابقات المعاصرة: محمد شبير: بحث مقدم لمنظمة المؤتمر الإسلامي، الدورة الرابعة عشرة في الدوحة قطر بتاريخ: ٢٠٠٣/١/١١ - ٢٠٠٣/١/١٦ م
- أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي: د طعمة صغفك الشمري: بحث منشور في مجلة الحقوق - الكويت العدد الأول سنة ١٩٩٠ م.
- أخلاقيات التسويق الدوائي وحقوق المستهلك: رضوان نضال مشعان، جامعة الموصل
- استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية: حسني عبد السميع، مصر العربية للنشر والتوزيع ٢٠١١ م، ط ١.
- استخدامات التقنية الحيوية الحديثة في إنتاج العقاقير الدوائية وتصنيعها: د/ محمد شوقي السيد: نشر الكتب.
- التسوق الصيدلاني: د- بشير العلق دار اليازوري للنشر والتوزيع ٢٠٠٧.
- الجوائز أحكامها الفقهية، وصورها المعاصرة، باسم أحمد عامر، دار النافئس الأردن - ط ١ ١٤٢٦ هـ، ٢٠٠٦ م .
- الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي: محمد عبد الله الشيباني، مجلة البيان، العدد " ١٠٥ " الصادرة في جمادى الأول ١٤١٧ هـ، أكتوبر ١٩٩٦ م.
- الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي: محمد عبدالله الشباني، مجلة البيان العدد (١٠٥) الصادرة بتاريخ: ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م
- الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي: محرز أحمد محمد: - ١٩٩٤ .
- الحق في المنافسة المشروعة في جالات النشاط الاقتصادي (الصناعة - التجارة - الخدمات): د/ أحمد محمد محرز، دون طباعة ونشر سنة: ١٩٩٤ م

- الحوافز التجارية التسويقية: المصلح: وأحكامها في الفقه الإسلامي د. خالد عبدالله المصلح، دار ابن الجوزي للنشر والتوزيع، ط ١ ١٤٢٥هـ.
- حوافز التسويق التجاري الهدايا التسويقية نموذجا دراسة فقهية مقارنة: سعاد محمد عبد الجواد: المجلد الثالث: العدد الخامس والثلاثين، كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات الاسكندرية .
- فتاوي الشيخ مصطفى الزرقا: مصطفى الزرقاء فتوى بعنوان (حكم الجوائز التي يعطيها التجار للمشتريين) ، ط ١ دار القلم ١٤٢٠ - ١٩٩٩م
- فقه المعاملات المالية المعاصرة: سعد بن تركي الخثلان، دار الصميعي للنشر والتوزيع، ط ١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.
- لائحة آداب المهنة: الصادرة بقرار معالي وزير الصحة والسكان، رقم ٢٣٨، لسنة ٢٠٠٣، بتاريخ ٥ سبتمبر ٢٠٠٣م، بعد العرض والموافقة من الجمعية العمومية المنعقدة في ٢١ / ٣ / ٢٠٠٣م ومؤتمر النقابات الفرعية لأطباء مصر في الفترة من ٤ - ٦ / ٧ / ٢٠٠٣م، ومؤتمر النقابات الفرعية لأطباء مصر في الفترة من ٤ - ٦ / ٧ / ٢٠٠٣م.
- مجموعة أحكام النقض، السنة القضائية: ٦٧، رقم ١٠٠.
- المسؤولية الجنائية للطبيب عن الإعلانات الطبية الخادعة، وقبول العطايا "دراسة مقارنة": محمد نصر: المجلة الجنائية القومية، المجلد الواحد والستون، العدد الثاني يوليو ٢٠١٨م . بتصرف.
- المقاصد الاخلاقية والاجتماعية لضوابط الاستثمار في الاقتصاد الاسلامي دراسة نظرية: عصام عمر مندور كلية التجارة جامعة كفر الشيخ تاريخ النشر ١٢ / ٧ / ٢٠٢٢م.
- المنافسة غير المشروعة دراسة قانونية وشرعية: محمد سعيد دغفوس المنصوري: مجلة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية العدد السادس ٢٠٢١م.

- المنافسة غير المشروعة دراسة قانونية وشرعية: محمد سعيد دفعوس المنصوري، مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، العدد السادس ٢٠٢١ م .
- موسوعة الأخلاق: خالد بن جمعة بن عثمان الخراز، مكتبة أهل الأثر للنشر والتوزيع، الكويت، الطبعة: الأولى، ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م.
- نظرية الأعمال التجارية - التاجر - المتجر - الشركات التجارية، د محمد بهجت عبد الله قايد :الطبعة الأولى دار النهضة - القاهرة.
- يسألونك: د/ حسام الدين عفانة: ١ / ١٣٩، ط١،، مكتبة دنديس، الضفة الغربية فلسطين، ١٤٢٨ هـ، ٢٠٠٧ م.

فهرس الموضوعات

م	الموضوعات
١	المخلص
٢	المقدمة
٣	المبحث الأول: مفهوم الأخلاق والمنافسة وأخلاقيات التسويق الدوائي
٤	المطلب الأول: مفهوم الأخلاق ومصادره
٥	المطلب الثاني: مفهوم التسويق الدوائي
٦	المطلب الثالث: مفهوم المنافسة
٧	المبحث الثاني: أنواع المنافسة
٨	المطلب الأول: النوع الأول: المنافسة المشروعة
٩	المطلب الثاني: النوع الثاني المنافسة غير المشروعة
١٠	المبحث الثالث: صور المنافسة غير المشروعة في التسويق الدوائي
١١	المطلب الأول: الصورة الأولى: المنافسة غير المشروعة في التسويق الدوائي عن طريق الدعاية الدوائية، والتكييف الفقهي للمسألة
١٢	المطلب الثاني: الصورة الثانية للمنافسة غير المشروعة في التسويق الدوائي عن طريق احتكار الأدوية والتكييف الفقهي للمسألة
١٣	خاتمة البحث
١٤	فهرس المصادر والمراجع
١٥	فهرس الموضوعات

