

حماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية (دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والفرنسي)

Consumer protection against the risks of electronic sales
of pharmaceutical products Acomparative study (
between Algerian and French law)

مقيمح وسيلة*

كلية العلوم القانونية و السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - ، الجزائر

w.assila2009@hotmail.fr

تاريخ الاستلام 2019/08/20 تاريخ القبول: 2019 / 11 / 14 تاريخ النشر: 2019/12/12

الملخص :

ظهر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية في الآونة الأخيرة ، ويعد من أخطر مخلفات ثورة تكنولوجيا المعلومات ، نظرا لما يتضمنه من مخاطر على صحة و سلامة المستهلك الإلكتروني (المريض) ، و ذلك لعدم وجود تقنيات و ضوابط قانونية صارمة في هذا المجال تضمن حماية للمستهلك الإلكتروني ، لذلك كان لا بد من التساؤل عنها ، خاصة أن أغلب الصيدليات الإلكترونية غير موثوق بها، لأنها تمارس نشاطها بطريقة غير قانونية عبر مواقع إلكترونية وهمية ، تبيع أدوية و مستحضرات مجهولة المصدر ، وأغلبها مزيفة تتضمن مواد سامة ممنوعة دوليا أو جرعات دوائية عالية يمكن أن تؤدي إلى الموت المباشر بمجرد استهلاكها.

* المؤلف المرسل .

ويهدف هذا البحث إلى تحديد الضوابط التي وضعها المشرع الجزائري بالمقارنة مع المشرع الفرنسي لوقاية المستهلك من مخاطر بيع المنتجات الصيدلانية عبر المواقع الإلكترونية .

الكلمات المفتاحية: البيع الإلكتروني، المخاطر، الحماية، المنتجات، الصيدلانية.

Abstract:

The electronic sale of pharmaceutical products has recently emerged as one of the most dangerous remnants of the IT revolution, because of the risks it poses to the health and safety of the electronic consumer (patient) , This is because there are no strict rules and regulations in this area that protect the electronic consumer, so it has to be questioned, especially since most electronic pharmacies are unreliable because they operate illegally through fake websites that sells unknown medicines and cosmetics, Most of which are fakes containing internationally banned toxic substances or high doses that can lead to direct death once consumed.

Keywords: electronic sale,risk,protection,pharmaceutical products.

مقدمة :

إن التطور التكنولوجي السريع والمذهل الذي نعيشه اليوم ، والمعروف بثورة المعلومات أدى إلى حصول تحول كبير وانقلاب جذري على المنظومة التجارية ، حيث لوحظ في السنوات الأخيرة أن التعاملات الإلكترونية لم تبق قاصرة على بيع السلع وتقديم

الخدمات، بل تعدتها إلى بيع المنتجات الصيدلانية، وخاصة الأدوية عبر المواقع الالكترونية ، وهي تعتبر من أخطر أنواع التجارة لما لها من آثار على الصحة العامة لارتباطها المباشر بها ، فمن الخطير أن نجد أدوية غير مسموح بيعها في الصيدليات التقليدية لأنها مضرّة بالصحة تروج بكل حرية على بعض المواقع التجارية على شبكة الانترنت.

حيث أن من أهم الأسباب التي جعلتني أختار هذا الموضوع هو وجود صيدليات الكترونية تمارس نشاطها بطريقة غير مشروعة عبر مواقع إلكترونية وهمية ، حتى أن من بينها من ليست صيدليات على الإطلاق ، يشرف عليها أشخاص لا علاقة لهم بمهنة الصيدلة ، و تبيع بعض الأدوية التي لم تعتمد عليها الجهات الصحية المختصة ، أو تبيع أدوية مزيفة يمكن أن تؤدي إلى إحداث مضاعفات خطيرة من الممكن أن تسبب في وفاة مستهلكها ، و هذا ما يجعل العلاقات التعاقدية في نطاقها غير متوازنة ، حيث تكون دائما لصالح المورد (الصيدلية الالكترونية) لعلمه بملاسات عملية البيع الالكتروني وخبيا هذا البيع خاصة فيما يخص الأدوية المزيفة، وهذا ما يجعل المستهلك الالكتروني (المريض) دائما الطرف الضعيف فيها.

إشكالية البحث :

إن الإشكالية التي يثيرها موضوع الدراسة تتمحور حول : ما مدى توفيق كل من المشرع الجزائري و الفرنسي عند وضع الضوابط

القانونية التي تحد من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية ، خاصة و أن هذا النوع من البيوع مستحدث ، حيث أنه ظهر في الآونة الأخيرة ؟

المنهج المتبع :

نعمد في دراسة هذا الموضوع على المنهج الوصفي والتحليلي والمقارن ، لأنهم الأنسب لمعالجته.

فمن خلال المنهج الوصفي يتم تحديد الإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة ، ورصد مختلف التساؤلات القانونية التي قد تثار في نطاقه .أما من خلال المنهج التحليلي نقوم بتحليل النصوص القانونية ، وكذلك الآراء الفقهية المختلفة المتعلقة بموضوع الدراسة بغية الوصول إلى أفضل الحلول لإشكالية الدراسة .إلا أنه بحكم أن موضوع الدراسة يعتبر من مواضيع الساعة ، لأنه ظهر في الآونة الأخيرة ، فربما يكون هذا سبب عدم دراسته بشكل مفصل و دقيق من قبل الفقهاء ، حيث أنه و إن سبق التطرق إليه فإنه يكون من الأقلية وبشكل سطحي ، وفي إطار دراسة حماية المستهلك في نطاق التجارة أو العقد الإلكتروني ، كما فعل الدكتور خالد ممدوح إبراهيم¹ ، لهذا يغلب على أسلوب الدراسة الاعتماد على تحليل النصوص القانونية أكثر من الآراء

الفقهية. أما بموجب المنهج المقارن نقوم بالمقارنة بين القانون الجزائري والفرنسي لبيان أوجه الاتفاق والاختلاف وأوجه القصور بينهما فيما يتعلق بموضوع دراستنا، ولقد اخترت منهج المقارنة الأفقية ، لأنه الأنسب لمعالجة موضوع البحث .

خطة البحث :

إن الإجابة على الإشكالية التي يثيرها موضوع الدراسة ستكون من خلال مبحثين، حيث نتطرق في المبحث الأول إلى ماهية حماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية . أما في المبحث الثاني نحدد دور القيود القانونية المتعلقة بالبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية في حماية المستهلك .

المبحث الأول: ماهية حماية المستهلك من مخاطر البيع

الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية

لقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها على الواقع العملي، وذلك باعتبار أن استغلال الوسائط الإلكترونية في عملية التسويق الإلكتروني لم تبق قاصرة على رجال الأعمال والشركات ، وإنما تم استغلالها حتى من قبل الصيادلة ، حيث أصبحوا يبيعون المنتجات الصيدلانية عبر المواقع الإلكترونية بهدف المضاربة ، مما يستدعي

توسيع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك في مجال بيع المنتجات الصيدلانية، لأن لها مساس مباشر بصحة و سلامة المستهلك لها، مما يجعلها في هذا النوع من التعاقد تشكل ضرورة ملحة و ذات أهمية بالغة.

وعلى هذا الأساس ندرس ماهية حماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية من خلال مطلبين :

المطلب الأول: نتطرق فيه إلى مفهوم البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية .

المطلب الثاني: نحدد فيه المقصود بحماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية.

المطلب الأول: مفهوم البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية

قبل تحديد المقصود بحماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، لا بد أولاً من تحديد مفهوم البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، الذي يستلزم حماية المستهلك في نطاقه ، ونحدده من خلال فرعين، حيث نعرف في الفرع الأول البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، أما في الثاني نحدد أطراف هذا النوع من العقود.

الفرع الأول: تعريف البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية

أولاً - التعريف القانوني للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية :

إن المتصفح لنصوص القانون الجزائري يلاحظ أن المشرع لم يقدم تعريفا للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية ولو بعد صدور "قانون التجارة الإلكترونية"²، حيث أنه لم يتضمن تعريفا له لكنه تضمن تعريفا للتجارة الإلكترونية بموجب الفقرة الأولى من المادة 06 منه.

و بخلاف المشرع الجزائري فلقد قام المشرع الفرنسي بتقديم تعريفا للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، و ذلك بموجب نص الفقرة الأولى من المادة 33- L.5125، "قانون الصحة العامة الفرنسي المعدل في 05 جانفي 2018"³، و التي تقضي بأن: "التجارة الإلكترونية للأدوية هي النشاط الاقتصادي الذي يقترح من خلاله الصيدلي أو يؤمن عن بعد و عن طريق إلكتروني بيع بالتجزئة لأدوية ذات استعمال بشري، و يقدم لهذا الغرض معلومات متعلقة بالصحة على الخط".

ما يلاحظ من خلال هذه المادة هو أن المشرع الفرنسي حصر بشكل صريح البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية في الأدوية ذات الاستعمال البشري دون الأدوية ذات الاستعمال الحيواني، وهذا ما تؤكدُه العبارة الآتية: "...بيع بالتجزئة لأدوية ذات استعمال بشري"، كما جعل النطاق الموضوعي للتجارة الإلكترونية للأدوية غير قاصر على عملية البيع، و إنما يشمل أيضا أداء الخدمات،

وهذا ما يستنبط من العبارة الآتية: "...يقدم لهذا الغرض معلومات متعلقة بالصحة على الخط"، و من وجهة نظري هذا ينطبق مع "فكرة التسويق الإلكتروني للأدوية"⁴ و ليس مجرد المتاجرة بها.

ثانيا: التعريف الفقهي للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية أول ما ينبغي الإشارة إليه في هذا الصدد هو أن أغلب فقهاء القانون لم يقدموا تعريفا للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية ، و حتى و إن وجدت من الأقلية فهي تعاريف غير دقيقة ، لأنها غير جامعة لجميع عناصر هذا النوع من البيوع ، و من ذلك التعريف الذي قدمه الفقه الفرنسي Lionel Bochurberg تحت مسمى الصيدلية الإلكترونية ، و التي عرفها بأنها : " عبارة عن موقع متاح عبر شبكة الانترنت، يختص ببيع الأدوية فقط ، وهذا بعد قيام المستهلك بوصف حالته "⁵.

ومن هذا المنطلق فإنه يتطلب لتقديم تعريف دقيق للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية أن يتم تعريف كل من البيع الإلكتروني والمنتجات الصيدلانية كمفاهيم منفصلة عن بعضها.

أ- تعريف البيع الإلكتروني :

لقد عرف أغلب فقهاء القانون البيع الإلكتروني ضمن مفهوم التجارة الإلكترونية للتقارب الموجود بينهما، حيث تم تعريف هذه الأخيرة من قبل الدكتوراه هدى حامد قشقوش بأنها: "العملية التي تتم بين طرفين

-بائع، مشتري-أو أكثر عن طريق استخدام الكمبيوتر عبر شبكة الانترنت"⁶ ، كما عرفها الدكتور عصام عبد الفتاح مطر بأنها: "نظام إلكتروني يتيح التعامل في السلع والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية ، وكذلك تنفيذ العقود المتعلقة بهذه السلع والخدمات"⁷ ، وأيضا نجد أن الدكتور أشرف محمد مصطفى أبو حسين عرفها بأنها: "عبارة عن اتفاق إرادتين أو أكثر على إبرام عقد بيع من خلال شبكة دولية للاتصال عن بعد"⁸ ، و عرفها أيضا الدكتور كوثر سعيد عدنان خالد بأنها: " الأعمال التجارية التي تتم بين التجار و المستهلكين أو بين بعضهم البعض عن طريق التبادل الالكتروني للبيانات وباستخدام وسيلة الكترونية "⁹ .

من وجهة نظري أن معظم التعاريف المقدمة للتجارة الإلكترونية متقاربة، إلا أنه لو قمت بتحليلها لوجدت أن التعريف الذي قدمه الدكتور كوثر سعيد عدنان خالد هو الأفضل بالمقارنة مع غيره من التعاريف، لأنه قدم تعريفا ملما بأهم عناصرها ، وأنسب من الناحية القانونية .

ب- تعريف المنتجات الصيدلانية :

لقد تعددت التعاريف العلمية المقدمة للمنتجات الصيدلانية، إلا أن أغلبها ينصب في قالب واحد ، إذ عرفها الدكتور محمد محمد القطب مسعد بأنها: " كل مادة أو خلطة تتكون من مواد مصنعة أو غير مصنعة ، تباع أو توصف بغرض استعمالها في العلاج أو الوقاية من الأمراض أو تشخيص

أو تخفيف الآلام، أو الأعراض المرضية الناتجة عن الاضطرابات العضوية وغير العضوية في الإنسان أو الحيوان ، أو توصف بأنها تستخدم للشفاء أو إعادة انتظام وظائف الأعضاء"¹⁰ ، كما عرفها الدكتور نصر أبو الفتوح فريد حسن بأنها: " كل مادة كيميائية من أصل نباتي أو حيواني أو معدني ، طبيعية أو تخليقية ، تستعمل في علاج أمراض الإنسان أو الوقاية منها أو تشخيصها"¹¹ .

إلا أنني أعيب على التعريف الذي قدمه الدكتور نصر أبو الفتوح فريد حسن أنه جعل المنتجات الصيدلانية قاصرة على الإنسان دون الحيوان، كما أرى أنه حتى يكون تعريف المنتجات الصيدلانية دقيقا لا بد عند تعريفها من الأخذ بعين الاعتبار الدقة في تحديد العناصر التي تشكل جوهرها وهدف المرجو منها .

بناء على كل ما سبق ذكره ارتأيت بحكم أنه لم يتم تقديم تعريف دقيق للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية من قبل الفقهاء أن أعرفه بأنه العقد الذي تختفي فيه المستندات الورقية لتحل محلها المستندات والدعائم الإلكترونية، حيث تتم عملية بيع وشراء المنتجات الصيدلانية على اختلاف أنواعها عبر شبكة الانترنت بموجب المواقع الإلكترونية ، و ذلك باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات عن طريق المراسلة الإلكترونية خاصة البريد الإلكتروني، مما يسمح بالألا يكون المتعاقدين مجتمعين في مكان واحد في مرحلتي إبرام و تنفيذ العقد .

الفرع الثاني: أطراف عقد البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية

لعقد البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية طرفين وهما المستهلك والمورد الإلكتروني لهذه المنتجات ، ونتطرق إليهما على النحو الآتي :

أولا- المستهلك الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية:

هناك عدة تساؤلات تطرح في هذا الصدد ، من أهمها :

هل المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية هو نفسه في مجال المعاملات التقليدية؟ و هل كل شخص مشتري للمنتجات الصيدلانية يعد مستهلكا؟ و بمعنى أدق ما المقصود بالمستهلك المراد حمايته ؟

أ- المفهوم القانوني للمستهلك الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية:

بعد استقرائي لنصوص القانون الجزائري لاحظت أن المشرع لم يعرف المستهلك الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، ولكن تضمن قانون التجارة الإلكترونية تعريف للمستهلك الإلكتروني بصفة عامة بموجب الفقرة الثالثة من المادة 06 منه، والتي تنص على أنه: "المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي " .

والجدير بالذكر في هذا الصدد أنه عرفه أيضا في نطاق التعاقد بالطرق التقليدية ، بموجب نص المادة 03 من "قانون حماية المستهلك و قمع

الغش"¹²، والتي تقضي بأن: "المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

وبخلاف المشرع الجزائري لم يقدم المشرع الفرنسي أي تعريف للمستهلك، إذ أنه بعد تصفحي لنصوص القانون الفرنسي لم أجد أي تعريف له فيها، مما يعني أن المشرع ترك مسألة تعريفه لأصحاب الاختصاص (فقهاء القانون)، وهذا بالرغم من أنه يعتبر من أول المشرعين الذين اهتموا بحماية المستهلك، و نظم من أجل ذلك عدة قوانين.

ب- المفهوم الفقهي للمستهلك الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية :

أول ما ينبغي الإشارة إليه هو أنه لم يعرف الفقهاء المستهلك الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، وذلك راجع ممكن لأنه موضوع مستحدث، ولكنهم عرفوا المستهلك الإلكتروني بصفة عامة، ومنهم من يرى أن المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي، ويكون الفرق بينهما في كون أن المستهلك في المجال الإلكتروني يتعاقد عن طريق الوسائط الإلكترونية¹³، حيث نجد أن الدكتور مصطفى أحمد أبو عمرو يعرفه بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بوسيلة تقليدية أو إلكترونية بشأن المنتجات التي تلزمه هو وذويه، و التي لا ترتبط بمهنته أو حرفته"¹⁴، كما نجد أن الدكتور عبد الفتاح بيومي حجازي قد عرفه بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعة أو

يطلب خدمات عن طريق وسيلة إلكترونية قد تكون شبكة الانترنت أو غيرها¹⁵.

وما يلاحظ على هذان التعريفان أنهما متقاربان ويكملان بعضهما، حتى وإن كان التعريف الأول قد جمع بين المستهلك التقليدي والإلكتروني، ومن هذا المنطلق فإنه من وجهة نظري أن المستهلك الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بشراء منتجات صيدلانية أيا كان نوعها من صيدليات إلكترونية عبر موقعها الإلكتروني، بهدف استهلاكها لأغراض صحية.

كما أنه من الناحية العملية ليس بالضروري أن يكون كل مشتري للمنتجات الصيدلانية مستهلكا لها، وإنما يمكن أن يتم استهلاكها من طرف شخص آخر (المريض)، ويكون هذا الأخير هو المعني بالحماية¹⁶.
ثانيا- المورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية:

قبل تعريف المورد يجب الإشارة إلى أنه تطلق عليه عدة تسميات من أهمها: (المزود، المهني، المحترف، المتدخل)¹⁷.

أ- المفهوم القانوني للمورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية:

لم يقدم المشرع الجزائري تعريفا للمورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية، إلا أن قانون التجارة الإلكترونية تضمن تعريفا للمورد

بصفة عامة ، وذلك بموجب نص الفقرة الرابعة من المادة 06 ، والتي تقضي بأن: "المورد الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية " .

بالرغم من أن هذا التعريف جاء شاملا لكل العناصر التي يمكن الاعتماد عليها في إطلاق صفة المورد الإلكتروني على الشخص ، إلا أنه جاء بصفة عامة ، لأنه لم يحدد بدقة الأشخاص الذين يتصفون بصفة المورد، حيث أنه بالرجوع إلى نص المادة 02 من "المرسوم التنفيذي رقم 266 /90 الصادر في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات" ¹⁸ نجد أن المشرع حدد بشكل أدق من هو المورد (المحترف)، حيث أنها تنص على أنه: "المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع ، و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك".

وعلى غرار المشرع الجزائري عرف المشرع الفرنسي المورد بصفة عامة بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يعمل في إطار نشاطه المهني" ¹⁹ . إلا أنه و بخلاف المشرع الجزائري الذي لم يقدم أي تعريف للمورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية فلقد حصر المشرع الفرنسي المورد في نطاق هذا النوع من البيوع في الصيادلة الذين يمتلكون صيدليات تقليدية في الواقع يمارسنا فيها نشاطهم ، و هذا ما يؤكد نص الفقرة الثانية من المادة

L 5125-33 من قانون الصحة العامة المعدل في 05 جانفي 2018 ، و الذي جاء فيه بأن: " يمارس نشاط التجارة الإلكترونية للأدوية من خلال الموقع الإلكتروني التابع لصيدلية تقليدية موجودة " .

ب- المفهوم الفقهي للمورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية:

أول ما ينبغي الإشارة إليه أن الفقه لم يقدم تعريفا للمورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية ، لهذا فإنه ما قيل على المستهلك ينطبق على المورد في هذا النوع من البيوع ، حيث اكتفى الفقهاء بتعريف المورد بصفة عامة ، و بأن المفهوم التقليدي له هو نفسه في مجال التجارة الإلكترونية ، إلا أن الفرق بينهما يكمن في الوسيلة التي يمارس من خلالها أعماله ، ويتعاقد بموجبها مع المستهلك بحكم أنه يعتمد على الوسائط الإلكترونية في ذلك²⁰ .

فلقد عرف الدكتور محمد قاسم المورد بأنه: الشخص الذي يعلم دقائق السلعة أو الخدمة التي يتعاقد بشأنها مع المستهلك الذي يجهل خصائص تلك السلعة أو الخدمة و مكوناتها ، و هو صاحب مركز القوة غالبا من الناحية الاقتصادية أو من ناحية ما يتوفر لديه من معلومات، وهو المدين بالالتزام بإعلام المستهلك لتتوفر رضائه بما سيتعاقد عليه²¹ ، و عرفه أيضا الدكتور كوثر سعيد عدنان خالد بأنه: " كل من يحترف مزاوله

الأعمال التجارية باسمه ولحسابه ويتعامل مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية" ²² .

و بحكم أن الفقه لم يقدم تعريفا للمورد الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية كما سبق بيانه ، فإنه بناء على كل ما سبق ذكره أرى بأنه كل صيدلي متحصل على دبلوم في الصيدلة ، يعلم بتفاصيل المنتجات الصيدلانية و مكوناتها، و يمارس نشاطه إما في صورة تقديم خدمات أو بيع بالتجزئة لهذه الأخيرة ، ويتعامل مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية، والتي تنحصر في هذا المجال في الغالب في المواقع الإلكترونية ، ولهذا يمكن تسميته بالصيدلي الإلكتروني .

المطلب الثاني: المقصود بحماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني

للمنتجات الصيدلانية

لم يقدم الفقهاء أي تعريف لحماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية . إلا أن الدكتور محمد عفيفي حموده عرف حماية المستهلك بوجه عامة بأنها: "حفظ حقوقه و ضمان حصوله عليها من قبل الموردين سواء كانوا تجارا أو صناعا أو مقدمي خدمات ، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة" ²³ .

انطلاقا من هذا التعريف ، ونظرا لغياب التعريف الفقهي لحماية المستهلك من مخاطر البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية ارتأيت

أن أعرّفها بأنها حفظ حق المستهلك في سلامته الصحية ، وضمان حصوله عليه في إطار تسويق المنتجات الصيدلانية من طرف صيادلة يمتلكون متاجر أو مواقع إلكترونية مخصصة لبيعها .

المبحث الثاني: دور القيود القانونية المتعلقة بالبيع الإلكتروني

للمنتجات الصيدلانية في حماية المستهلك

كما سبق الذكر من الناحية العملية توجد العديد من المواقع تقوم بعملية بيع المنتجات الصيدلانية بطريقة غير قانونية ، و ذلك من خلال إنشاء مواقع إلكترونية وهمية لعدم الترخيص لها بمزاولة هذا النشاط عبر الانترنت ، و غالبا ما تبيع أدوية لم تعتمدها الجهات الطبية المعنية بذلك ، وغيرها من التجاوزات التي يكون المستهلك ضحية لها ²⁴، ولهذا لا بد من وضع قيود قانونية و وقائية لحمايته في نطاق هذا النوع من البيوع قبل أن يتحول إلى ضحية ، وعلى هذا الأساس يجب التطرق بالدراسة إلى دور القيود القانونية للبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية في حماية المستهلك من خلال مطلبين :

المطلب الأول: نتطرق فيه إلى النظام القانوني الخاص بممارسة نشاط التجارة الإلكترونية للمنتجات الصيدلانية.

المطلب الثاني: نخصه لدراسة التزامات الصيدلي الإلكتروني السابقة عن البيع .

المطلب الأول: النظام القانوني الخاص بممارسة نشاط التجارة الإلكترونية للمنتجات الصيدلانية

يجب الإشارة أولاً إلى أن قانون التجارة الإلكترونية الجزائري يتضمن أحكام صارمة في نطاق هذا النوع من البيوع ، حيث أن نص البند الثالث من المادة 03 منه يمنع صراحة التعامل المتعلق بالمنتجات الصيدلانية عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إذ أنه يقضي بأنه: " تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع و التنظيم المعمول بهما.

غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق ب...- المنتجات الصيدلانية " .

وعليه أرى بأن هذا النص ألغى فكرة الصيدلي الإلكتروني في الجزائر ، وحصر نشاطه في الصيدلية التقليدية، وبالتالي أغلق أبواب المضاربة في وجهه. إلا أنه في حالة إذ سمح به المشرع الجزائري لاحقاً يجب عليه أن يضع مجموعة من النصوص القانونية تتضمن الآليات التي توفر حماية للمستهلك من هذا النوع من البيوع .

وبخلاف ذلك فلقد أجاز المشرع الفرنسي البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية في نطاق مجموعة من الضوابط القانونية ، التي تشكل حماية للمستهلك، حيث أنه لم يترك للصيادلة الحرية المطلقة

في التسويق الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية عبر مواقع الويب، وذلك لارتباطها بشكل مباشر بصحة المستهلك وسلامته ، حيث أنه حدد الفئة التي لها الحق في إنشاء موقع إلكتروني لممارسة هذا النشاط ، كما حدد الشروط التي يجب توافرها حتى يمكنه أن يتحصل على ترخيص بأحقية التسويق الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية من قبل الجهة المعنية عبر شبكة الانترنت ، وبالإضافة إلى ذلك فلقد حدد الأدوية التي يمكن بيعها عبر الانترنت (وهذا ما سنوضحه لاحقاً) ²⁵، ونتطرق إلى هذه الضوابط من خلال فرعين على النحو الآتي:

الفرع الأول: صاحب الحق في إنشاء موقع إلكتروني لبيع

المنتجات الصيدلانية

بحكم منع المشرع الجزائري لمثل هذا النوع من البيوع (كما سبق الذكر) ²⁶، فإنه بالرجوع إلى المشرع الفرنسي نجده قد منح الحق في إنشاء مواقع للتجارة الإلكترونية ، واستغلالها في بيع المنتجات الصيدلانية في الصيادلة الحاصلين على دبلوم في الصيدلة ، أي أنه جعل البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية قاصراً على الصيادلة الذين يمتلكون صيدلية تقليدية ويمارسون نشاطهم بالفعل من خلالها ، حيث اشترط وقت إنشائها أن تكون هذه الأخيرة موجودة بالفعل، إذ اعتبر بيع المنتجات الصيدلانية عبر

الانترنت نشاطا موازيا لعمل الصيدلي في الصيدلية التقليدية ، وهذا ما يؤكد نص الفقرة الثانية من المادة 33-5125 L من قانون الصحة العامة لسنة 2018 (السابق الذكر) ²⁷ ، كما أنه ربط استمرار وجود الصيدلية الإلكترونية باستمرار وجود الصيدلية التقليدية ، حيث أنه اشترط في حالة إذا تم إيقاف نشاط الصيدلية التقليدية أن يتم مباشرة غلق الموقع الإلكتروني المرتبط بها، هذا ما يقربه نص المادة 38-5125 L من قانون الصحة العامة لسنة 2018، إذ جاء فيها بأنه: "إذا تم إيقاف نشاط الصيدلية التقليدية يؤدي ذلك مباشرة إلى إغلاق موقعها على الانترنت" .

الفرع الثاني: الأدوية التي يمكن بيعها عبر المواقع الإلكترونية

يمكن القول أنه بالمفهوم المخالف لنص المادة 34-5125 L أن المشرع الفرنسي استبعد الأدوية التي يشترط لبيعها بالطرق التقليدية أن تكون مدونة في وصفة طبية من طائفة البيع الإلكتروني، حيث أنه حصر هذه الأخيرة في الأدوية التي لا يشترط استهلاكها بناء على وصفة طبية ، أي حصرها في الأدوية ذات الوصول الحر من قبل المستهلك، التي تنحصر من الناحية العلمية في الأدوية المخففة أو المهدئة للآلام ²⁸ .

ومن وجهة نظري أنه إذا كان المشرع الفرنسي قد حصر الأدوية التي تباع عبر المواقع الإلكترونية في الأدوية ذات الوصول الحر مستعبدا بذلك الأدوية التي لا تباع إلا بوصفة طبية مع أن هذه الأخيرة إذا لم تكن

متوفرة في الصيدلة التقليدية، ويكون المستهلك بحاجة ماسة لها خاصة إذا كان المرض خطير ولم يستطع الحصول عليها، فإنه يجد في التسويق الإلكتروني لها حلا لمشكلته. إلا أنه بالرغم من ذلك فلقد أحسن المشرع الفرنسي فعلا، لأنه إن دل ذلك على شيء فإنه يدل على أنه على قدر كبير من الذكاء، حيث أنه من جهة واكبت التطور التكنولوجي الحاصل في مجال التجارة الإلكترونية، ومن جهة أخرى وضع قواعد حماية للمستهلك، إذا أنه كان على صواب عند حصره لهذا النوع من البيوع في الأدوية ذات الوصول الحر، التي في الغالب تكون متوفرة بكميات كبيرة في الصيدلة التقليدية، لأن العديد من المواقع الإلكترونية التي تباع الأدوية بدون وصفة طبية غير موثق بها، وأغلبها مواقع وهمية تمارس نشاطها بدون رخصة قانونية، وتبيع أدوية مزيفة تشكل خطر كبير على صحة المستهلك لها، فبحسب تقديرات منظمة الصحة العالمية أكثر من نصف إجمالي الأدوية التي يتم بيعها عبر المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت هي مزورة²⁹.

المطلب الثاني: التزامات الصيدلي الإلكتروني السابقة عن البيع

يمكن حصر التزامات الصيدلي الإلكتروني السابقة عن بيع المنتجات الصيدلانية في التزامه بالإعلان والدعاية عبر الانترنت، لاستقطابه أكبر قدر ممكن من فئة الجمهور المستهلك، والتزامه أيضا بالإعلام الإلكتروني، حتى يمكن التعاقد معه (المستهلك) من التعاقد وهو على بينة من أمره، وتنتقل إلى ذلك من خلال فرعين على النحو الآتي:

الفرع الأول: الإعلان و الدعاية عبر الانترنت

لم يسلم الدواء من الإعلان عنه بكافة وسائل الإعلان الإلكتروني خاصة شبكة الانترنت، لأنه من غير المعقول أن يكون هناك تسويق إلكتروني دون أن تسبقه عملية ترويج لها لاستقطاب أكبر قدر ممكن من فئة الجمهور الإلكتروني المستهلك لها ، لكن هذا يحمل مخاطر جمة بسبب إغراء الإعلان وحب التداوي الذاتي³⁰، ولهذا كان لابد من وضع ضوابط للإعلان عن هذا النوع من المنتجات، حيث أنه نظرا لاتصال هذا النوع من الإعلانات بالصحة العامة التي تستلزم قدرا كبيرا من الحيلة والحذر، فلقد منع المشرع الجزائري قبل استحداث قانون التجارة الإلكترونية استعمال وسائل وأدوات معينة لنقل الرسالة الإعلانية الخاصة بالمنتجات الصيدلانية ، وذلك بموجب نص المادة 17 من "المرسوم التنفيذي رقم 92/286 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري"³¹، كما أنه وضع قيود على الإعلان الموجه

إلى الجمهور المستهلك بصراحة نص المادة 13 من نفس المرسوم، حيث حظر الإعلان الموجه إليه إذا كان خاص ببعض المنتجات التي لا يمكن الحصول عليها إلا بوصفة طبية ، وأيضا المنتجات التي تحتوي على مخدرات أو مواد من عقاقير تؤثر في الحالة النفسية ولو بمقادير معفاة ، أو إذا كانت مخصصة لمعالجة العلل الآتية: (السرطان، السل، الأمراض التي تتقل عن طريق الجنس والسيدا، الأمراض المعدية الأخرى الخطيرة ، الأرق ، داء السكري ، العجز الجنسي و العقم و العمى ...إلخ)³².

بالإضافة إلى ذلك أوجب في الرسالة الإعلامية بموجب المادة 15 من المرسوم 286 /92 المذكور سابقا أن تتضمن البيانات والإرشادات الطبية، وما يجب اتخاذه من احتياطات لدى الاستعمال³³ ، وأيضاً اشترط ألا تترك انطبعا لدى المستهلك بعدم ضرورة الاستشارة الطبية أو العملية الجراحية ، كما يجب ألا توحى بالاعتقاد أن نتائج العلاج مضمونة ، أو تؤكد أنها تحسن الصحة نتيجة تناول الدواء أو تضرها في حالة عدم تناولها ، وهذا يؤكد نص المادة 16 من نفس المرسوم المذكور أعلاه³⁴.

كما ينبغي الإشارة إلى أنه تم التصدي مبدئياً لمخاطر الإعلان الإلكتروني عن المنتجات الصيدلانية بموجب قانون التجارة الإلكترونية، إذ منع المشرع الإعلان عنها بموجب نص المادة 33 من نفس القانون ، التي تقضي بأنه: " يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما " .

ومن هذا المنطلق أرى أنه ولنفس الأسباب يجب أن يسري هذا الحظر أيضاً على العقاقير المستخدمة في التداوي بالأعشاب، كما أنه يستحسن أن يشمل الحظر الإعلان للمستهلكين عن طريق أية وسيلة إعلانية، سواء كانت إلكترونية أو تقليدية (غير إلكترونية) .

أما بالنسبة إلى القانون الفرنسي ، فإنه بعد تصفحي له لم أجد أي نص ينظم بموجبه المشرع الأحكام الخاصة بالإعلان والدعاية

للمنتجات الصيدلانية عبر الانترنت. إلا أن من وجهة نظري أنه بحكم إيجازته للبيع الإلكتروني للمنتج الصيدلانية وحصرها في الأدوية التي لا يستلزم لبيعها وصفة طبية ، فإن الإعلان عنها بهدف الترويج لها يكون أمراً جائزاً من الناحية العملية.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

راكباً في تعزيز الثقة التعاقدية في نطاق التعامل التجاري عبر قنوات الاتصال الإلكترونية، وبالأخص أن محل التعامل غير ملموس، حيث يقرر المستهلك التعاقد على أساس مجموعة من الصور، ولا يمكنه تفحص محل العقد ، مما يؤدي إلى انعدام التكافؤ ما بين المستهلك والمورد الإلكتروني ، لأن هذا الأخير يكون أكثر دراية ومعرفة بجوانب العقد ، وهذا ما يجعل التزام المورد بالإعلام شرطاً ضرورياً لحرية الاختيار الصائب³⁵ ، ولهذا لا بد من التساؤل عن المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني؟

إن أول ما ينبغي علينا الإشارة إليه في هذا الصدد هو أنه بالرغم من التنظيم القانوني للالتزام بالإعلام في مختلف التشريعات (خاصة القانون الجزائري والفرنسي) إلا أنها لم تضع تعريفاً له، ولذلك لا بد من البحث عن مفهومه لدى فقهاء القانون، حيث نجد أن الدكتور كوثر سعيد عدنان خالد عرف الإعلام في نطاق المعاملات الإلكترونية بأنه: "الالتزام يقع على عاتق التاجر

الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه وبياناته التجارية ، وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد، والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستنيرة³⁶.

وعليه فإنه من أهم المعلومات التي تشكل محل لهذا الالتزام الواقع على عاتق المورد الإلكتروني³⁷ التزام هذا الأخير ب: إعلام المستهلك بهوية التاجر الإلكتروني و إعلامه بالصفات الجوهرية للسلعة أو الخدمات التي يقدمها عبر الوسائط الإلكترونية ، و أيضا إعلامه بالثمن وشروط التعاقد³⁸.

الخاتمة:

النتائج المتوصل إليها و التوصيات :

أولا: النتائج المتوصل إليها

في ختام دراستنا ينبغي القول أن قانون التجارة الإلكترونية الجزائري قد حظر هذا النوع من التعاملات ، وهذا في حد ذاته يتضمن حماية كبرى للمستهلك الجزائري ، إلا أن الخطر الأكبر عليه يأتي من تعامله مع بعض المواقع التجارية الوهمية التابعة لدول تكون تشريعاتها في هذا النوع من البيوع غير مشددة تسمح بإنشاء مواقع لبيع المنتجات الصيدلانية من طرف

أي شخص حتى ولو لم يكن متحصل على دبلوم في الصيدلة ، مما يؤدي إلى ازدياد نسبة بيع الأدوية المزيفة و الخطر على صحة المستهلك.

ثانيا: التوصيات

أول ما ينبغي علينا الإشارة إليه في هذا الصدد أننا في الأصل لسنا ضد الترخيص ببيع الأدوية عبر المواقع لإلكترونية ، و لكن يجب قبل ذلك أن يتم توفير تقنيات و ضوابط قانونية خاصة بهذا البيع ، و لا بد من أن تكون صارمة بالنسبة للصيدلية الإلكترونية ، مما يؤدي إلى توفير حماية للمستهلك و الصحة العامة ، وهذا لا يتحقق إلا عن طريق إرساء فكرة التعاون الدولي فكما سبق الذكر في النتائج المتواصل إليها إذا كانت دولة المستهلك تمنع هذا النوع من البيوع ، فإن هذا لا يعني أنه غير مهدد بمخاطرها ، لأنه يمكن أن يقتنيها من مواقع تابع لدولة أخرى تميز هذا النوع من البيوع.

الهوامش:

- 1- خالد ممدوح إبراهيم : إبرام العقد الإلكتروني ، (د.ط) ، الدار الجامعية ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2007 ، ص 466- 469 .
- 2 - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية عدد 28 ، الصادرة في 16 ماي 2018 ، الجزائر .
- 3 - قانون الصحة الفرنسي المعدل في 05 جانفي 2018 ، الصادر في 12 جانفي 2018 .
- 4 - للتفصيل أكثر فيما يخص التسويق الإلكتروني ارجع إلى كل من :

- زكريا عزام و عبد الباسط حسونة و آخرون : مبادئ التسويق الحديث بين النظرية و التطبيق ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن - ، سنة 2008 ، ص 425 - 426 .
- علي موسى و عبد الله فرغلي : تكنولوجيا المعلومات و دورها في التسويق التقليدي والإلكتروني ، (د.ط) ، دار ايتراك للطباعة و النشر ، القاهرة - مصر - ، سنة 2007 ، ص 128 .
- 5 - Lionel Bochurberg : Internet et commerce électronique , Delmas , 1st édition , 1999 , P 212 .
- 6 - هدى حامد قشقوش: الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت،(د.ط) ، دار النهضة العربية ، القاهرة - مصر - ، سنة 2000 ، ص 05.
- 7 - عصام عبد الفتاح مطر: التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية ، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2009 ، ص 19.
- 8 - أشرف محمد مصطفى أبو حسين : التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة،(د.ط) ، منشأة المعارف ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2009 ، ص 37.
- 9 - كوثر سعيد عدنان خالد: حماية المستهلك الإلكتروني، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2012 ، ص 57 .
- 10 - محمد محمد القطب مسعد: المسؤولية المدنية الناشئة عن أضرار الدواء (مشكلاتها و خصوصية أحكامها) ، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2014 ، ص 22.
- 11 - نصر أبو الفتوح فريد حسن : حماية حقوق الملكية الفكرية في الصناعات الدوائية (دراسة مقارنة)،(د.ط) ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2007 ، ص 76.
- 12 - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009 ، الجزائر .
- 13 - أشار إلى ذلك كل من:
- محمد سعيد أحمد إسماعيل : أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية،(أطروحة دكتوراه) ، جامعة عين شمس - بمصر - ،(2004/2005)، ص 268-269.
- هدى حامد قشقوش : المرجع السابق ، ص 65.
- 14 - مصطفى أحمد أبو عمرو: موجز أحكام قانون حماية المستهلك ، (د.ط) ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، سنة 2011 ، ص 94 - 95 .
- 15 - عبد الفتاح بيومي حجازي : حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت،(د.ط) ، دار الفكر الجامعي ، - الإسكندرية - مصر - ، سنة 2006، ص 08.
- 16 - كوثر سعيد عدنان خالد : المرجع السابق ، ص 93-94 .
- 17 - أشار إلى ذلك فتن حسين حوى : الوجيز في قانون حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت - لبنان - ، سنة 2012 ، ص 35 - 39 .
- 18 - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضممان المنتوجات و الخدمات ، الجريدة الرسمية عدد 40، الصادرة في 1990، الجزائر .

- 19 - كوثر سعيد عدنان خالد : المرجع السابق ، ص 82 .
- 20 - المرجع نفسه ، نفس الموضوع .
- 21- محمد قاسم: الوسيط في عقد البيع في ظل التوجهات القضائية و التشريعية الحديثة و تشريعات حماية المستهلك ، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، -الإسكندرية - مصر ، سنة 2011 ، ص 86-87 .
- 22 - كوثر سعيد عدنان خالد : المرجع السابق ، ص 82 .
- 23 - محمد عفيفي حموده : "مفهوم حماية المستهلك "، سنة 1981 ، بحث مقدم للجنة العلوم الإدارية بالمجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة - مصر - ، ص 03.
- 24 - ارجع إلى الصفحة 3-4 من هذا المقال .
- 25 - ارجع إلى الصفحة 27 - 29 من هذا المقال .
- 26 - ارجع إلى الصفحة 25 من هذا المقال .
- 27 - ارجع إلى الصفحة 20 من هذا المقال .
- 28- ارجع إلى نص المادة L.5125-34 من قانون الصحة الفرنسي المعدل في سنة 2018 .
- 29 - نهيل كورية: ما هي مخاطر شراء الأدوية عبر الانترنت ، (ما-هي-مخاطر-شراء-الأدوية - عبر-الانترنت ؟)<https://alkompis.se/health/>، تاريخ الإطلاع (14 / 02 / 2017)، تاريخ الإطلاع (21 جوان 2018) على الساعة (22:00) .
- 30- كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق ، ص 124 .
- 31- المرسوم التنفيذي رقم 92-286، المؤرخ في 06 جويلية 1992، المتعلق بالأعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ، الجريدة الرسمية عدد 53، الصادرة سنة 1992 ، الجزائر .
- 32 - ارجع إلى نص المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 92-286 ، المتعلق بالأعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري .
- 33 - ارجع إلى نص المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 92-286 ، المذكور أعلاه .
- 34 - ارجع إلى نص المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 92-286 ، المذكور أعلاه .
- 35 - عبد الله ذيب محمود : حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن - ، سنة 2012 ، ص 88 - 89 .
- 36 - كوثر سعيد عدنان خالد : المرجع السابق ، ص 280 .
- 37- المرجع نفسه ، ص 274 - 275 .
- 38 - للتفصيل حول مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد ارجع إلى نفس المرجع ، ص 314 - 365 .

قائمة المصادر و المراجع المعتمد عليها:

أولا- الكتب :

أ - الكتب باللغة العربية :

- أشرف محمد مصطفى أبو حسين : التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ،(د.ط) ، منشأة المعارف، الإسكندرية -مصر-، سنة 2009 .
- خالد ممدوح إبراهيم : إبرام العقد الإلكتروني ،(د.ط) ، النار الجامعية ، الإسكندرية -مصر-، سنة 2007 .
- زكريا عزام و عبد الباسط حسونة و آخرون : مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان -الأردن -، سنة 2008.
- عبد الفتاح بيومي حجازي: حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، (د.ط) ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية -مصر- ، سنة 2006.
- عبد الله ذيب محمود : حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن - ، سنة 2012 .
- عصام عبد الفتاح مطر : التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية ، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية - مصر - ، سنة 2009 .
- علي موسى و عبد الله فرغلي : تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني ، (د.ط) ، دار ايتراك للطباعة و النشر ، القاهرة - مصر - ، سنة 2007 .
- فانتن حسين حوى : الوجيز في قانون حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت - لبنان - ، سنة 2012 .
- كوثر سعيد عدنان خالد: حماية المستهلك الإلكتروني، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية-مصر - ، سنة 2012 .
- مصطفى أحمد أبو عمرو: موجز أحكام قانون حماية المستهلك ، (د.ط) ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، سنة 2011 .
- محمد محمد القطب مسعد: المسؤولية المدنية الناشئة عن أضرار الدواء (مشكلاتها وخصوصية أحكامها) ، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية-مصر- ، سنة 2014
- محمد قاسم: الوسيط في عقد البيع في ظل التوجهات القضائية و التشريعية الحديثة و تشريعات حماية المستهلك ، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية -مصر، سنة 2011 .
- نصر أبو الفتوح فريد حسن : حماية حقوق الملكية الفكرية في الصناعات الدوائية (دراسة مقارنة)، (د.ط) ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية-مصر- ، سنة 2007 .
- هدى حامد قشقوش : الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت،(د.ط) ، دار النهضة العربية ، القاهرة - مصر - ، سنة (2000).

ب- الكتب باللغة الفرنسية :

- Lionel Bochurberg : Internet et commerce électronique , Delmas , 1st édition , 1999.

ثانيا -الدراسات و الأبحاث:

- محمد عفيفي حموده:"مفهوم حماية المستهلك " ، سنة 1981 ، بحث مقدم للجنة العلوم الإدارية بالمجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة - مصر- .

ثالثا - الرسائل الجامعية :

- محمد سعيد أحمد إسماعيل : أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية،(أطروحة دكتوراه)،(2004/2005)،جامعة عين شمس - بمصر- .

رابعا - التشريع:

أ- القوانين العادي:

1-القوانين الجزائرية:

- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009 ، الجزائر .

- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية عدد 28 ، الصادرة في 16 ماي 2018 ، الجزائر .

2-القوانين الأجنبية:

- قانون الصحة الفرنسي المعدل في 05 جانفي 2018 ، الصادر في 12 جانفي 2018.

ب - القوانين الفرعية :

* المراسيم:

- المرسوم التنفيذي رقم 92-286، المؤرخ في 06 جويلية 1992، المتعلق بالأعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ، الجريدة الرسمية عدد 53، الصادرة سنة 1992 ، الجزائر.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، الجريدة الرسمية عدد 40، الصادرة في 1990 ، الجزائر .

خامسا -المواقع الالكترونية :

(ما-هي-مخاطر-شراء -<https://alkompis.se/health/>

الأدوية -عبر -الانترنت؟)