

أخلاقيات الشركات الدوائية Pharmaceutical companies ethics

د. ولهاصي سمية بدر البدور¹

جامعة سيدي بلعباس - الجزائر

soumia.oulhaci@univ-sba.dz

تاريخ النشر: 2023/06/11

تاريخ القبول: 2022/12/05

تاريخ الاستلام: 2022/11/27

ملخص:

إن الشركات الدوائية، تعتبر من أبرز منظمات الأعمال - بعد الشركات البترولية - بما تحققه من أرباح طائلة، والتي تضاعفت بشكل خيالي بعد وباء كورونا، كما يرتقب تواصل هذا الإرتفاع في أرباحها مع استمرار خطر انتشار أوبئة جديدة. لكن السعي وراء الربح الوفير في مجال إنساني يتعلق بالصحة البشرية يحتاج إلى احترام أخلاقيات ممارسة هذه الشركات لنشاطاتها، بما يحمي البشر من إمكانية سقوطهم كضحايا للممارسات اللاأخلاقية من طرف هذه المنظمات.

بناء على ما تقدم فإن إشكالية الدراسة تكمن في: ما مدى احترام الشركات الدوائية لأخلاقيات الممارسة المهنية؟

وسنعالج هذه الإشكالية من خلال المحاور الثلاثة التالية:

المحور الأول: أخلاقيات عمل وحدات البحث الدوائي

المحور الثاني: أخلاقيات العاملين في الشركات الدوائية

المحور الثالث: أخلاقيات تسويق المنتجات الدوائية

الكلمات المفتاحية: وحدات البحث - تسويق الأدوية - الأمانة - النزاهة - السرية.

Abstract:

Pharmaceutical companies are among the most prominent business organizations -after oil companies- with their huge profits, which doubled fantastically after the Corona epidemic. It is expected that this increase in their profits will continue with the persistent risk of new epidemics. But the pursuit of abundant profit in the humanitarian field related to human health needs to respect the ethics of these companies' exercise of their activities, in order to protect people from the possibility of falling as victims of unethical practices on the part of these organizations.

Based on the foregoing, the issue of the study lies in: To what extent do pharmaceutical companies respect the ethics of professional practice?

We will address this problem through the following three axes:

The first axis: Work Ethics of Pharmaceutical Research Units

The second axis: Ethics of workers in pharmaceutical companies

The third axis: Ethics of marketing pharmaceutical products

Key words:

search units, drug marketing, honesty, integrity, confidentiality

مقدمة:

إن صناعة الدواء تعتبر من الصناعات الحيوية التي تلعب دورا مهما في حياة أفراد المجتمع، إذ لا يستطيع البشر الاستغناء عن الدواء، بل ويناضلون من أجل الحصول عليه من أجل إنقاذ حياتهم أو تجاوز مخنهم الصحية. لكن بما أن هذه الصناعة صارت تقوم بها شركات ذات رؤوس أموال ضخمة، أضفى المشرع الجزائري على نشاطاتها صفة الأعمال التجارية، حيث تنص المادة 218 من قانون الصحة¹ على ما يلي: "المؤسسة الصيدلانية هي شركة منظمة وفق الأشكال القانونية المنصوص عليها في القانون التجاري، تخضع للاعتماد من المصالح المختصة للوزارة المكلفة بالصناعة الصيدلانية". وبما أنها منظمات أعمال فإنها تسعى بطبيعة الحال إلى تنمية أرباحها؛ الأمر الذي قد يؤثر على العمل الإنساني المنوط بهذه الشركات. مما استدعى السعي وراء أخلقة نشاطها، فنظمت مؤتمرات وعقدت ندوات لمعالجة هذا الموضوع الحساس، كما حاولت التشريعات سن بعض النصوص القانونية الهادفة إلى حماية أفراد المجتمع بصفة عامة والمرضى بصفة خاصة من الوقوع كضحايا للممارسات اللاأخلاقية لبعض هذه المنظمات.

بناء على ما تقدم فإن إشكالية الدراسة تكمن في: ما هي خصوصيات أخلاقيات الشركات الدوائية بالنظر إلى الجانب

الإنساني من نشاطها؟

هذه الإشكالية تتفرع عنها جملة من التساؤلات، يمكن إجمالها فيما يلي:

- هل الأخلاقيات الخاصة بالشركات الدوائية تمتد آثارها إلى المرضى فقط، أم تتعداهم إلى أشخاص آخرين؟

- هل الأخلاقيات الخاصة بالشركات الدوائية تقتصر على مرحلة إنتاج الدواء أم تتعدى إلى مراحل أخرى؟

أهمية الدراسة: بما أن الشركات الدوائية صارت من أبرز منظمات الأعمال - بعد الشركات البترولية - بما تحققة من أرباح طائلة، والتي تضاعفت بشكل خيالي بعد وباء كورونا، كما يرتقب تواصل هذا الارتفاع في أرباحها مع استمرار خطر انتشار أوبئة جديدة؛ هذا السعي الحثيث وراء الربح الوفير في مجال إنساني يتعلق بالصحة البشرية يحتاج إلى احترام أخلاقيات لممارسة هذه الشركات لنشاطاتها، بما يحمي البشر من إمكانية سقوطهم كضحايا للممارسات اللاأخلاقية من طرف هذه المنظمات.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تبيان الأخلاقيات الأساسية التي ينبغي على الشركات الدوائية الالتزام بها، والمتعلقة بالطبيعة الخاصة لمجال نشاطها، الوثيق الصلة بالمهنة الطبية الهادفة إلى علاج المريض أو التخفيف من آلامه -رغم أن النشاط الطبي لا يمكن اعتباره في أي حال من الأحوال نشاطا تجاريا- هذه الأخلاقيات يتعلق بعضها بوحداث البحث وتطوير الأدوية، وبعض آخر بالعاملين في هذا الصنف من منظمات الأعمال، وبعض ثالث بنشاط تسويق الأدوية المنتجة.

منهجية الدراسة: للإحاطة بجوانب الموضوع تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، كونهما ضروريان في مثل هذا النوع من البحوث من أجل الوصول إلى نتائج علمية، وتقديم مقترحات لأجل تفعيل الدور الأخلاقي في تسيير هذا النوع من الشركات.

وستتم دراسة هذا الموضوع من خلال المحاور الثلاثة التالية:

المحور الأول: أخلاقيات عمل وحدات البحث الدوائي

المحور الثاني: أخلاقيات العاملين في الشركات الدوائية

المحور الثالث: أخلاقيات تسويق المنتجات الدوائية

المحور الأول: أخلاقيات عمل وحدات البحث الدوائي

إن الاختراعات الدوائية في عصرنا الحالي تتم عادة في إطار وحدات بحث تابعة للشركات الدوائية، نظرا لما تحتاجه من مواد أولية وأجهزة باهظة الثمن، ناهيك عن تكاتف جهود باحثين يعملون في إطار وحدات البحث هذه، يتمثلون في خبراء صيادلة وكيميائيون وغيرهم من الأخصائيين، يتولى مهمة إدارة ومراقبة كل دراسة عيادية طبيب باحث ذو خبرة مناسبة.²

وإذا كانت الشركات الدوائية بحاجة إلى تشكيل وحدات بحث لغرض الاختراع من أجل الحصول على براءات دوائية تمكنها من تصنيع أدوية جديدة، وكذا إمكانية استغلالها لهذه البراءات، عن طريق الترخيص لشركات دوائية أخرى بتصنيعها مقابل مبالغ مالية معتبرة؛ فإن وحدات البحث هذه ملزمة باحترام أخلاقيات الممارسة المهنية، وعلى رأس هذه الأخلاقيات مايلي:

أولا- التحقق من الموافقة الحرة والمتبصرة للخاضعين للتجارب الدوائية:

إن وحدة البحث الدوائي، في إطار تحققها من أن الدواء آمن، تلتزم بالحصول على موافقة الخاضعين للتجريب موافقة حرة ومتبصرة، واشترطت المشرع أن تكون هذه الموافقة كتابية³. وإذا كان المشرع لم يفرض لغة معينة لإعلام الخاضع للتجربة، فإنه من الناحية الأخلاقية ينبغي إعلامه باللغة التي يفهمها، أو اللجوء إلى الإعلام باللغتين العربية والفرنسية لتفادي ادعاء المحرب عليه عدم تنويره بالمعلومات الأساسية والمؤثرة في قرار الموافقة أو الرفض، مما قد يشوه سمعة الشركة، زيادة عن إمكانية المتابعة القضائية.

إن الإعلام الذي تقدمه وحدة البحث يتعلق بمنافع البحث ومنهجه ومدته والمنافع المتوخاة منه والصعوبات والأخطار المتوقعة والبدايل الطبية المحتملة، كما تتحقق وحدة البحث من إعلامه بحقه في رفض المشاركة في التجربة العلمية، وكذا بحقه في الانسحاب منها في أي وقت دون تحمله لأية مسؤولية، ودون ضياع حقه في التكفل بعلاج آثار التجربة على صحته.

إن التزام وحدة البحث بأداء هذه الأمانة بكل نزاهة وصدق يقوي الثقة في التعامل معها، سواء من طرف المتعاملين الاقتصاديين أو من طرف الأشخاص الراغبين في الدخول في تجارب علمية طمعا في المقابل المالي الذي تقدمه لهم الشركة. وإن كان هذا المقابل قد يدفع بعضهم إلى قبول التوقيع دون قراءة الوثيقة المتضمنة مادة الإعلام⁴.

ثانيا- أن يسبق التجريب على الانسان تجارب معملية كافية:

قبل إجراء أي تجريب على الانسان لابد أن يسبقه تجريب معلمي كافي على الحيوانات ذات ردود الفعل المقاربة للإنسان، هذا الواجب ليس أخلاقيا فقط بل قانوني أيضا، وهذا حتى لا يتم تعريض المتطوعين للتجارب لخطر لا يتناسب مع الفائدة المنتظرة. حيث أنه حتى بعد انتهاء التجربة فإنه لا يتم تسويق الدواء إلا بعد مضي مدة كافية لمعرفة آثار الدواء، والتحقق من أنه آمن. حتى لا يصير البشر المستهلكون للأدوية فئران تجارب وضحايا لجشع بعض شركات الأدوية. لكن ينبغي التنبيه في هذا الصدد إلى أن حالات الطوارئ الصحية قد تدفع أحيانا، وبترخيص من الدولة، إلى إنتاج دواء وطرحه للاستهلاك قبل مرور المدة المناسبة، كانتشار وباء لا يوجد له دواء ضمن المعطيات العلمية المكتسبة.

ثالثا- إتخاذ الاحتياطات اللازمة لسلامة الخاضع للتجربة:

تبعاً لمبدأ حق الانسان في السلامة الجسدية، يجب إبقاء الخاضع للتجربة تحت المراقبة المستمرة والمنتظمة، ويتكفل أعضاء وحدة البحث بمواجهة أي طارئ صحي قد يظهر على الخاضع للتجريب، بل وأكثر من ذلك يقع على الطبيب الباحث سواء في وحدة البحث التابعة للشركة أو في المركز الاستشفائي الجامعي، واجب إعلام الوزير المكلف بالصناعة الصيدلانية ورئيس البحث ولجنة الأخلاقيات الطبية للدراسات العيادية عن أي خطر متوقع الحدوث من جراء تجربة دوائية⁵. أما إذا كان يعمل في إطار وحدة بحث تابعة لشركة منافسة فعليه أن يكون واثقا من صحة المعلومات التي يدلي بها إلى الجهات المختصة، حتى لا يوقع نفسه في متاعب أمام لجنة أخلاقيات الطب ويوقع الشركة التي يعمل في إطارها في متاعب أمام القضاء بصدد دعوى المنافسة غير المشروعة.

رابعا- التقييم المستمر لأمن الدواء التجريبي:

إن الأمانة التي تتحملها وحدة البحث ثقيلة، تفرض عليها التقييم المستمر لآثار الدواء وأمانه بكل صدق وأمانة، كما تلتزم بالتبليغ الفوري عن كل أثر خطير، أو أي أثر جديد يمس بأمن الدواء؛ هذا التبليغ يجب أن يصل إلى الوزير المكلف بالصناعة الصيدلانية، وإلى لجنة الأخلاقيات الطبية للتجارب العيادية المعنية، وإلى كل الأطباء الباحثين الذين يهمهم أمر الدواء⁶.

عند تحقق وحدة البحث من أمن وفاعلية الدواء، تقوم بإعداد وصفة الدواء، بكل صدق وأمانة، فيتم تدوين تركيبته الكيميائية، ودواعي استعماله، وآثاره الجانبية، وليس لها أن تخفي ردود الفعل السلبية للدواء ولو كانت نادرة الحدوث. ذلك أن الإخلال بهذا الواجب يمس بحق المستهلك في الإعلام⁷.

المحور الثاني: أخلاقيات العاملين في الشركات الدوائية

إن العمل في إطار شركة دوائية يفرض على العامل الالتزام بأخلاقيات، على رأسها:

أولاً- الحفاظ على سرية المعلومات:

إن النتائج العلمية المحصل عليها من البحوث التي تجربها وحدات البحث التابعة للشركات الدوائية تكلف أموالاً طائلة، بدءاً بالأجهزة والمواد المستخدمة في التجريب، ووصولاً إلى التعويضات التي تدفع للمستعدين للخضوع للتجربة، فيتم الإعلان عن بعضها في إطار تسجيل براءات الاختراع، بينما يبقى البعض الآخر طي الكتمان؛ هذه المعلومات السرية هي ما يصطلح على تسميته بسر الصنعة *secret de fabrication*، ويقصد بها تلك المعلومات المتعلقة بالطرق الفنية التي تستخدم في تصنيع منتج معين والتي لا يمكن الحصول عليها على براءة اختراع، بحيث "أن هذه الأساليب الصناعية ذات الصفة التطبيقية تتعلق بوسائل صناعية يمكن أن تكون معروفة في الوسط الصناعي، إلا أنها تستخدم بطريقة تعطي حائزها قدرة تنافسية في الفن الصناعي، من حيث خفض تكاليف المنتج أو تحسين نوعيته"⁸، الأمر الذي يجعل قيمتها الاقتصادية معتبرة؛ ويترتب على ذلك التزام العاملين في الشركة الدوائية بكتمان هذه المعلومات السرية، كما يلزم العمال الذين لهم صلة بالملفات المتضمنة هذه المعلومات بحفظها من أن تصل إليها الأيدي ولو من داخل الشركة.

يلزم العاملون في الشركة الدوائية أيضاً بحفظ المعلومات الخاصة بالمتطوعين للتجارب العلمية، كالأعراض السابقة أو الحالية التي عانوا أو يعانون منها، وظروفهم العائلية، وما إذا كانت هناك أمراض وراثية في عائلتهم؛ بحيث أن تسريب أي معلومات متعلقة بهم قد يجعل العامل عرضة للمتابعة الجزائية على أساس جريمة إفشاء السر المهني⁹، ناهيك عن المتابعة الإدارية، بسبب ارتكابه لخطأ جسيم يستتبع عادة التسريح من منصب العمل.

بناء على ما تقدم يلزم العاملون في الشركات الدوائية بحفظ المعلومات السرية التي وصلت إلى علمهم بمناسبة مزاولتهم لنشاطهم في إطارها، سواء كانوا عمالاً إداريين، أو أعضاء في وحدة بحث، وسواء كان هذا الكتمان بهدف الحيلولة دون المنافسة غير المشروعة¹⁰ من الشركات الدوائية الأخرى، أو لحماية معلومات الحياة الخاصة للمتعاملين مع الشركة الدوائية.

ثانياً- الالتزام بالأمانة والنزاهة:

إن من مقتضيات الأمانة أن يقوم العامل المكلف بمسك سجل المتطوعين للدراسات العيادية، بالإجابة عن استعلام شركة دوائية أخرى أو مخبر صيدلاني عما إذا كان أحد المستعدين للمشاركة في تجربة علمية لديها مقيد في سجلاتهم بصدد تجربة سابقة أو حالية؛ ولا يعد ذلك منه إفشاء للسر المهني، ذلك أن المشرع يجمع خضوع الشخص لتجربتين في نفس الوقت¹¹، لأن ذلك قد يؤثر على مصداقية نتائج التجربة، كما أنه قد يشكل خطراً على صحة هذا المتطوع، الذي قد ينساق وراء الرغبة في الحصول على المقابل المالي، فيخفي عن الشركة أو وحدة البحث خضوعه لتجربة أخرى في نفس الوقت أو في وقت قريب.

ثالثاً- التبليغ عن أي تجاوز ماس بصحة البشر من طرف عمال الشركة:

إن الضمير المهني يقتضي قيام العامل بالتبليغ عن أي ماس بصحة البشر من طرف أحد عمال الشركة أو بعضهم، طالما كان هذا الماس يشكل جريمة. ومجرد عدم مشاركته في الجريمة غير كاف لتبرئة ذمته. ومثال ذلك لو تم استدراج أحد المرضى عقلياً من أجل إخضاعه لتجربة عيادية. ذلك أن الشخص الخاضع للتجربة العيادية، يجب الحصول على موافقته الكتابية الشخصية أو موافقة ممثله

القانوني¹²؛ كما لا يمكن إجراء دراسة عيادية إلا بعد الحصول على موافقة الوزير المكلف بالصحة¹³، الذي يتحقق مما إذا كانت التجربة قابلة للتطبيق على البشر.

كما أن إخضاع المتطوع لتجربة علمية ثانية دون إعلامه والحصول على موافقة جديدة منه يعتبر عملاً غير مشروع يقتضي الأمر من العامل الذي له علم بهذا الخرق القانوني التبليغ عنه، لإخلاء ساحته من المسؤولية، ولأجل الحفاظ على بيئة عمل نظيفة من السلوكيات المنافية للأخلاق.

المحور الثالث: أخلاقيات تسويق المنتجات الدوائية

بعد إنتاج الدواء تأتي مرحلة تسويقه، وهي المرحلة المبتغاة من طرف الشركة، والتي تهدف من ورائها إلى تغطية تكاليف اختراع الدواء وتصنيعه، أو إنتاجه بناء على ترخيص تعاقدى مع الشركة مالكة براءة الاختراع، أو ترخيص إجباري تحصلت عليه من السلطة المختصة، زيادة على هامش الربح الذي بسببه أنشئت الشركة. لكن الهدف الاقتصادي من وراء عملية التسويق يجب أن يتقيد بأخلاقيات تحمي المتعاملين مع الشركة، يمكن إجمالها في ما يلي:

أولاً - أخلاقيات صاحب قرار التسويق:

إن الأطباء هم أصحاب قرار التسويق¹⁴، حيث أنهم يقومون بوصف الأدوية للمريض، وكثيراً ما يؤكدون على بلد منشأ الدواء الموصوف، أو على عدم أخذ بديل عن الماركة الموصوفة من طرفه. وهم في إطار ممارستهم لمهنتهم النبيلة لا غنى لهم عن التواصل مع شركات الأدوية، من أجل معرفة جديد منتجاتها، من حيث طريقة ومجال استخدامها، وخصائصها، وذلك من أجل اختيار الأنسب للحالة الصحية لكل مريض على حدة.

لكن شركات الأدوية، باعتبارها منظمات أعمال، فإنها بسعيها نحو تحقيق أكبر قدر من الربح تحاول التأثير على الأطباء في اتخاذهم لقراراتهم، بالترويج لمنتجاتها، وقد تعمد إلى تقديم هدايا لبعضهم. الأمر الذي يستدعي تحلي الطبيب بالموضوعية عند وصف الدواء، وتفادي تعريض صحة المريض للخطر بوصف دواء غير ضروري أو ذو آثار جانبية لا تتناسب مع الفوائد المنتظرة للمريض، أو وصف دواء باهظ الثمن للمريض رغم توافر دواء أرخص منه ويؤدي نفس المفعول. حيث تنص مدونة أخلاقيات الطب¹⁵ في المادة 10 على أنه: "لا يجوز للطبيب أو جراح الأسنان أن يتخلوا عن استقلالهما المهني تحت أي شكل من الأشكال"، كما تنص المادة 17 من المدونة: "يجب أن يمتنع الطبيب أو جراح الأسنان عن تعريض المريض لخطر لا مبرر له خلال فحوصه الطبية أو علاجه"، وتنص المادة 18 على ما يلي: "لا يجوز النظر في استعمال علاج جديد للمريض، إلا بعد إجراء دراسات بيولوجية ملائمة، تحت رقابة صارمة أو عند التحقق من أن هذا العلاج يعود بفائدة مباشرة على المريض"، وتنص المادة 19 على أنه: "يتعين على الطبيب أو جراح الأسنان حتى خارج ممارسته مهنته أن يتجنب كل عمل من شأنه أن يفقد المهنة اعتبارها". وتنص المادة 20 من مدونة أخلاقيات الطب: "يجب ألا

تمارس مهنة الطب وجراحة الأسنان ممارسة تجارية، وعليه يمنع كل طبيب أو جراح أسنان من القيام بجميع أساليب الإشهار المباشرة أو غير المباشرة".

وعليه؛ يجب على الطبيب عدم قبول هدايا باهظة الثمن من الشركات الدوائية، فيما عدا الأقلام أو المفكرات، أما المبالغ المالية التحفيزية لأجل تفضيل وصف أدوية شركة دواء معينة فهذا غير مقبول قانوناً ولا أخلاقاً. وقد وضعت الجمعية الأمريكية للأطباء مجموعة من المعايير لكي يكون قبول الطبيب هدايا شركة دوائية غير منافي لأخلاقيات المهنة الطبية، والتي على أساسها يمكن اعتبار قبوله لدواء أو كواشف بكمية ضئيلة متناسب مع الاستعمال الشخصي أو للاستعمال المجاني للمرضى عملاً مباحاً¹⁶.

كما لا ينبغي الموافقة على التكفل المالي من شركة دواء بمصاريف عقد مؤتمر طبي أو إقامة الأطباء أثناء فترة انعقاد المؤتمر. وذلك للحفاظ على استقلالية الأطباء في اتخاذ قراراتهم، والتركيز على المصلحة الخالصة للمرضى¹⁷.

هذه الأخلاقيات التي تجسد استقلالية الطبيب عن الشركات الدوائية في اتخاذ قراراته ينبغي أن يشبع بها طلبة الطب أثناء دراستهم الأكاديمية¹⁸.

ثانياً- أخلاقيات مندوب التسويق:

يقوم مندوب التسويق -ويسمى أيضاً المندوب الطبي- بالترويج للمستحضر الصيدلاني، من أجل تسهيل عملية بيع أكبر كمية ممكنة من الدواء، مما يجعل دوره مهماً في نظام عمل الشركات الدوائية، فيقوم بالاتصال بالأطباء في عياداتهم، ويقدم لهم معلومات عن الدواء؛ هذه المعلومات يجب أن تكون دقيقة ومتوازنة¹⁹، بحيث تتضمن دواعي استعمال الدواء، وفي حال وجود دواء يعالج المرض نفسه فيبين خصائص هذا المنتج الدوائي التي تجعله متميزاً عن الدواء المتوفر في السوق. وهو ملزم في إطار أدائه لمهمته بالتحلي بالأمانة والموضوعية، بتجنب الإشهار الكاذب للدواء، كأن يروج له على أنه دواء خالي من أية مخاطر.

كما يلتزم المندوب الطبي عند تقديمه هدايا للطبيب ألا تكون نقدية، وإنما ذات علاقة مباشرة بالعمل الطبي، كالأقلام، أو عينات من الدواء تكفي للاستهلاك فقط وليس للتسويق. بل ويرى البعض أن العينات لا تقدم إلا في أول ترويج للمنتج الدوائي، وأن تحمل تلك العينات عبارة "مجانية"²⁰.

ثالثاً- أخلاقيات تحديد سعر الدواء:

إن عملية تسويق الدواء تحتاج إلى تحديد سعره؛ هذا التحديد يكون بناء على دراسة تقوم بها الشركة، بحيث تأخذ فيه بعين الاعتبار كل تكاليف الإنتاج، وإذا كانت هي صاحبة الاختراع الدوائي فتدرج تكاليف الدراسة العيادية المتعلقة بالدواء. ثم تضيف بعد ذلك

هامش الربح، الذي ينبغي أن يكون معقولاً، بحيث يراعى فيه القدرة الشرائية للمواطن، حتى لا يجرم المرضى من حقهم في العلاج، ذلك أن الدواء هو من ضروريات الحياة، يجب ضمان إمكانية الحصول عليه. لكن قد تعتمد الشركة الدوائية على التقليل من كمية الدواء أو احتكار استغلال براءة الاختراع من أجل بقاء سعر الدواء مرتفعاً. وهذا يتناقض مع أخلاقيات الصناعة الدوائية. الأمر الذي قد يدفع الوزير المكلف بالملكية الصناعية -بناء على طلب من الوزير المكلف بالصحة- إلى منح ترخيص إجباري لشركة دواء معينة لإنتاج الدواء من أجل تخفيض سعره في السوق²¹. لكن الإشكال الذي قد يطرح هو عندما لا تكون لدى الشركات الدوائية المنافسة في السوق الوطنية إمكانيات تكنولوجية ملائمة لإنتاج هذا الدواء. فحينئذ يكون تدخل وزارة الصحة ضرورياً في تحديد سعر الدواء من أجل تمكين المواطنين من الحصول عليه ومواجهة جشع الشركة الدوائية.

خاتمة:

من خلال تبيان الجوانب الأخلاقية التي ينبغي أن تتحلى بها الشركات الدوائية في ممارستها لهذه التجارة الحيوية، نخلص إلى أن الأخلاقيات الخاصة بالشركات الدوائية لا يقتصر أثرها على المرضى الذين يشترون الأدوية من أجل العلاج من حيث عدم تسويق الدواء إلا بعد التحقق من فاعليته وأمنه، ومن حيث إعلامه في وصفة الدواء بتركيبته وطريقة استعماله وآثاره الجانبية المحتملة، وحتى النادرة الحدوث، بل يمتد إلى الخاضعين للتجارب العيادية، من حيث ضمان سلامتهم الجسدية، والحفاظ على سرية حياتهم الخاصة.

كما تبين أن التزامها باحترام أخلاقيات ممارسة نشاطها لا يقتصر على مرحلة إنتاج الدواء، بل يتعداها إلى مرحلة إجراء الدراسات العيادية بهدف اختراع دواء جديد أو تطوير وتحسين دواء قديم، كما يتعداها إلى مرحلة تسويق الدواء، والتي تختص بأخلاقيات تتماشى مع طبيعة نشاطها التجاري.

إن الواجبات الأخلاقية على هذه المنظمات تفوق الواجبات القانونية الملقاة على عاتقها، مما ينبغي معه اتخاذ تدابير عملية من أجل تجسيد هذه الأخلاق على أرض الواقع، وجعلها جزءاً لا يتجزأ من سياسة الشركات الدوائية؛ والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

- تفعيل الدور الرقابي على الشركات الدوائية.
- تنظيم دورات تدريبية للعاملين في الشركات الدوائية - لاسيما المندوبين الطبيين - لترسيخ مبادئ الأمانة والنزاهة.
- الحرص على ترسيخ ذهنية النزاهة والاستقلال المهني في الدراسات الأكاديمية للطب والصيدلة لتخريج أطباء وصيدلة مشبعين بأخلاقيات الممارسات المهنية، سواء كانت هذه الممارسة في الإطار الحر أو في إطار عقد عمل يجمعهم مع شركة أدوية.
- التزام الشركة الدوائية بتوفير كمية من الدواء مكتوب عليها عبارة "عينة مجانية" لتسليمها للمندوبين الطبيين من أجل الترويج للمنتج.
- تدخل الدولة من أجل تحديد عتبة أعلى سعر للأدوية حسب مجال الاستعمال العلاجي، وتكاليف إنتاجه، من أجل تحقيق التوازن بين مصلحة الشركات الدوائية في تحقيق الربح وحق المرضى في الحصول على الدواء.

قائمة المراجع

- قانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل وتمتم بموجب قانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 جوان 2018 (الجريدة الرسمية، العدد 35، سنة 2018).
- قانون رقم 18-11 المؤرخ في 2 جويلية 2018 المتعلق بالصحة (الجريدة الرسمية، العدد 46، سنة 2018)، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 20-02 المؤرخ في 30 أوت 2020 (الجريدة الرسمية، العدد 50، سنة 2020) :
- الأمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.
- الأمر 03-07 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق ببراءات الاختراع (الجريدة الرسمية، العدد 44، سنة 2003).
- مرسوم تنفيذي رقم 92-276 مؤرخ في 6 جويلية 1992 يتضمن مدونة أخلاقيات الطب (الجريدة الرسمية، العدد 52، سنة 1992).
- د. إبراهيم مجدي حسين، أخلاقيات التعامل بين شركات الدواء والأطباء، مقال منشور في جريدة الدستور، بتاريخ 2019/01/31.
- <https://www.dostor.org/2498587>
- د. حسن محمد صندقجي، أخلاقيات مهنة الطب وشركات الأدوية، مقال منشور في جريدة الشرق الأوسط، العدد 12498، بتاريخ 2013/02/15.
- <https://archive.aawsat.com/leader.asp?section=3&issueno=12498&article=717355#.YqunAnbMLIU>
- د. ذكرى عبد الرزاق محمد، حماية المعلومات السرية من حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2007.
- رضوان نضال مشعان، محاضرة بعنوان "أخلاقيات التسويق الدوائي وحقوق المستهلك"، جامعة الموصل، منشورة في الموقع الإلكتروني:
- https://www.researchgate.net/publication/329655864_akhlaqyat_altswyq_aldayy_whyqwq_almsthlk
- مجمدي محمد مدني، القيم الأخلاقية في تسويق الأدوية، مقال منشور في الموقع الإلكتروني: اسلام أون لاين
- <https://islamonline.net/%D8%A7%D9%84%>
- د.نجيبة بادي بوقميحة، حماية حقوق الملكية الفكرية من المنافسة غير المشروعة، دار الخلدونية، الجزائر، 2018.

الهوامش

- ¹ قانون رقم 18-11 المؤرخ في 2 جويلية 2018 المتعلق بالصحة (الجريدة الرسمية، العدد 46، سنة 2018)، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 20-02 المؤرخ في 30 أوت 2020 (الجريدة الرسمية، العدد 50، سنة 2020). <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>.
- ² المادة 380 من قانون الصحة.
- ³ المادة 386 من قانون الصحة.
- ⁴ نصت المادة 392 من قانون الصحة: "في حالة دراسة عيادية دون منفعة فردية مباشرة، يمكن المرقي أن يدفع للأشخاص المستعدين للخضوع لها تعويضا عن الصعوبات التي يتحملونها، حسب شروط وكيفيات يحددها الوزير المكلف بالصناعة الصيدلانية"
- ⁵ المادة 396 من قانون الصحة.
- ⁶ تنص المادة 395 من قانون الصحة: "يعد المرقي مسؤولا عن التقييم المستمر لأمن الدواء التجريبي. وهو ملزم بالتبليغ الفوري بكل أثر خطير غير مرغوب فيه أو أي حدث جديد للأمن يطرأ، خلال أو بعد نهاية الدراسة، للوزير المكلف بالصناعة الصيدلانية ولجنة الأخلاقيات الطبية للتجارب العيادية المعنية ولكل الأطباء الباحثين المعنيين، خلال سبعة (7) أيام كحد أقصى. وهو ملزم، كذلك، بوضع تدابير وإجراءات عملية مقيسة مكتوبة تمكن من احترام مقاييس الجودة اللازمة لكل مرحلة من جمع المعطيات، وعن توثيق حالات الأحداث والآثار غير المرغوب فيها والتصديق عليها وتقييمها وحفظها في الأرشيف والتصريح بها، وكذا عن ضمان احترام حماية المعطيات. ويجب أن يعرض تقريرا سنويا عن الأمن على الوزير المكلف بالصحة ولجنة الأخلاقيات الطبية فيما يخص الدراسات العيادية".

- ⁷ المادتين 17 و 18 من قانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم بموجب قانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 جوان 2018 (الجريدة الرسمية، العدد 35، سنة 2018).
- ⁸ د. ذكرى عبد الرزاق محمد، حماية المعلومات السرية من حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2007، ص 24
- ⁹ المادة 301 من قانون العقوبات.
- ¹⁰ د. نجية بادي بوقميحة، حماية حقوق الملكية الفكرية من المنافسة غير المشروعة، دار الخلدونية، الجزائر، 2018.
- ¹¹ المادة 387/ الأخيرة من قانون الصحة على ما يلي: "لا يمكن لأي شخص إخضاع نفسه لعدة أبحاث بيوطبية في نفس الوقت".
- ¹² المادة 386 من قانون الصحة
- ¹³ المادة 381 من قانون الصحة
- ¹⁴ مجدي محمد مدني، التقييم الأخلاقية في تسويق الأدوية، مقال منشور في الموقع الإلكتروني: اسلام أون لاين
- <https://islamonline.net/%D8%A7%D9%84%>
- ¹⁵ مرسوم تنفيذي رقم 92-276 مؤرخ في 6 جويلية 1992 يتضمن مدونة أخلاقيات الطب (الجريدة الرسمية، العدد 52، سنة 1992).
- ¹⁶ د. إبراهيم مجدي حسين، أخلاقيات التعامل بين شركات الدواء والأطباء، مقال منشور في جريدة الدستور، بتاريخ 2019/01/31
- <https://www.dostor.org/2498587>
- ¹⁷ د. إبراهيم مجدي حسين، أخلاقيات التعامل بين شركات الدواء والأطباء، مقال منشور في جريدة الدستور، بتاريخ 2019/01/31
- <https://www.dostor.org/2498587>
- ¹⁸ د. حسن محمد صندقجي، أخلاقيات مهنة الطب وشركات الأدوية، مقال منشور في جريدة الشرق الأوسط، العدد 12498، بتاريخ 2013/02/15
- <https://archive.aawsat.com/leader.asp?section=3&issueno=12498&article=717355#.YqunAnbMLIU>
- ¹⁹ رضوان نضال مشعان، محاضرة بعنوان "أخلاقيات التسويق الدوائي وحقوق المستهلك"، جامعة الموصل، منشورة في الموقع الإلكتروني:
- https://www.researchgate.net/publication/329655864_akhlaqyat_altswyq_aldwayy_whqwq_almsthk
- ²⁰ رضوان نضال مشعان، المرجع السابق.
- ²¹ المادة 49 من الأمر 03-07 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق ببراءات الاختراع.