의약분업으로 외국기업 · 유통 "재미"

LG경제연구원, 고가약품 처방 늘어 다국적 제약기업 매출 73% 증가

의약분업으로 인해 다국적 제약기업과 국내 의약품 도매상이 큰 수혜를 입은 반면, 국내 제약기업은 연구개발은 뒷전인 채 마케팅비용만 늘어난 것으로 분석됐다.

LG경제연구소에 따르면, 의약분업 이전인 1999년 하반기와 분업 후인 2000년 하반기를 비교한 결과, 국내에 진출한 다국적 제약기업의 매출액은 72.8% 급증했다.

반면, 국내 상장 제약기업의 매출액은 32.5%, 비상장 중소 제약기업은 4.5% 늘어나는데 그쳤다.

이에 따라 전문의약품 시장점유율 상위 1-4위를 모두 외국계 제약기업이 차지하게 됐다.

의약품 유통에서 도매상 비중이 분업이후 크게 높아졌다. 의약품 도매업 허가기업수는 1993년 577개에서 2002년 1129개로 거의 2배가 됐다. 의사들의 다양한 처방에 대비해 약국들이 비치 의약품 종류를 늘리면서 도매상의 역할이 커졌기 때문이다.

특히, 국내 제약기업은 의약분업후 광고비, 인력 등 마케팅비용은 분업이전보다 60% 가량 늘어난 반면, 연구개발비는 2001년 오히려 전년대비 3.3% 감소한 것으로 분석됐다.

LG경제연구원은 의약분업 이후 제약시장이 가격 경쟁체제에서 브랜드 경쟁체제로 전환돼 국내 제약기업이 살아남으려면 활발한 제휴 및 인수합병, 지속적인 연구개발 투자 등을 통해 브랜드 이미지를 높이는 작업이 필요하다고 지적했다.

<Chemical Daily News 2002/08/13>