

제약기업, 판매집중 연구개발 “뒷전”

보건진흥원, 매출액 절반 이상 판매관리비 ... 한올제약 55.5%로 최고

국내 제약기업들은 연구개발보다 판매관리에 더 열중하고 있는 것으로 조사됐다.

특히, 2006년 기준 전체 매출액에서 절반 이상을 판매관리비로 사용하고 있는 곳도 3사에 이르는 것으로 나타났다.

12월11일 한국보건산업진흥원이 펴낸 <2006년 의약품 산업 분석 보고서>에 따르면, 국내 주요 제약기업의 판매관비율(판매관리비/매출액×100)은 2004년 38.3%, 2005년 44.2%, 2006년 45.3% 등으로 매년 증가하고 있다.

판매관리비는 주로 영업사원의 인건비나 판매촉진비 등에 사용된 비용이다.

2006년 판매관비율이 높은 상위 제약기업으로 한올제약이 55.5%로 가장 높았고, 다음으로 안국약품 54.2%, 한미약품 52.5% 등이었다.

아울러 동아제약 48.4%, 태평양제약 48.3%, 삼진제약 47.9%, 근화제약 46.4%, 종근당 44.3%, 보령제약 43.7%, 환인제약 43.1%, 신풍제약 35.2%, 삼일제약 35.1%, 한독약품 35.1% 등의 순이었다.

그리고 유한양행 34.9%, 중외제약 34.3%, 광동제약 33.8%, 경동제약 30.3%, LG생명과학 27.8%, 제일약품 27.7%, 일성신약 25.8% 등으로 판매관비율이 낮았다.

반면, 국내 제약기업들은 연구개발 투자에는 인색한 것으로 나타났다.

국내 거래소 상장기업 37사 및 코스닥 등록기업 19사의 전체 매출액 규모는 2001년 약 4조1000억원에서 지속적으로 증가해 2005년에는 약 6조4000억원에 달했다.

하지만, 매출대비 연구개발비 지출규모를 나타내는 연구개발 집중도는 2001년 3.04%에서 2005년 5.28%로 증가하는데 그쳤다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2007/12/11>