

II. 지역정보하이라이트

CIS 지역

■ 우크라이나 의약품시장 급성장

□ 6 억불 수입시장, 금년 수입 24% 성장 추세

- 우크라이나 의약품 및 의료용품 시장규모는 연간 10 억불이상이며, 이 중에서 의약품 수입규모는 6 억불에 달하는 것으로 추산되고 있음. 시장분석 전문업체인 RMBC 사의 조사결과에 따르면, 2004 년 상반기중 우크라이나 약국의 총판매고는 5 억 2 천 3 백만불로서 전년 동기 대비 13%의 성장율을 기록했음. 약국을 통한 판매가 의약품 및 의료용품시장의 72%를 차지하며, 병원의 구매가 16%, 기타 12%는 국가기관의 구매분임.
- 의약품 및 의료용품 시장의 성장은 국내생산 증가뿐만 아니라 외국 의약품 수요증가에 따른 수입증가에 기인함. 우크라이나 통계위원회 공식통계에 의하면 2004 년 1-9 월중 우크라이나의 의약품 수입액은 약 4 억 2 천 2 백만불로서 전년동기에 비해 24.1%나 증가 했음. 국내 생산도 활발한 편인데, 현재 등록된 의약품 및 의료용품 제조업체는 400 여 개에 달하며, 국내생산이 총 시장의 약 24.5%를 차지하고 있음.

< 우크라이나 의약품 수입규모 >

(단위 : 백만불, %)

구 분	2002 년	2003 년	2004 년 1 월~9 월	증가율
수입규모	381.4	529.8	422.0	24.1

(자료원 : 우크라이나 통계위원회)

□ 외국 의약품 제조업체간 경쟁 치열

- 세계적 유력기업들이 이미 우크라이나 의약품시장에 진출하여 각축을 벌이고 있으며, 매출액 10대 업체는 Aventis Pharma, Menarini Group, KRKA, Gedeon Richter, Sanofi-Synthelabo, GlaxoSmithKline, Heel, Lek, Fhizer Inc, Boehringer Ingelheim 등임.
- 국별 의약품 수입통계에 따르면 2003년에 독일로부터 전체 수입시장의 19.1%인 101.5 백만 달러를 수입하여 가장 높은 시장점유율을 기록함. 이어서 프랑스가 59.8백만 달러, 인도가 58.7백만 달러로서 각각 약 11%정도를 차지하였음.
- 한국은 2003년도에 항생제 원료 3,690천불을 수출하여 동 부문에서는 제2위의 수입시장 점유율을 기록했으며, 2004년 1-10월간에는 4,865천불을 수출하여 항생제 원료의 최대 수출국이 되었음.

＜ 국별 수입동향 ＞

항생제 원료(HS 2941)

(단위 : 천불, %)

2002년		2003년		2004년 1월~10월	
스페인	3,558	인도	3,690	한국	4865
이태리	3,411	한국	3,673	중국	3553
한국	2,446	중국	3,620	스페인	2319
기타	7,836	기타	8,970	기타	5931
계	17,251	계	19,953	계	16668

(자료원 : 우크라이나 통계위원회)

일반 의약품 (HS 3004) -치료약품, 비타민, 신경약품, 항암제등

(단위 : 천불, %)

2002년		2003년		2004년 1월~10월	
독일	69,232	독일	101,825	독일	96,387
인도	47,235	인도	61,250	인도	75,331
프랑스	34,459	프랑스	49,989	프랑스	43,859
기타	218,956	기타	294,789	기타	265,899
계	369,882	계	507,853	계	481,476

(자료원 : 우크라이나 통계위원회)

□ 장기적 안목에서 진출전략 수립해야

- 우크라이나 의약품시장 진출시 등록절차가 까다롭고 장기간 소요되는 장애요인이 있으나 상당한 시장수요와 잠재력이 풍부한 시장이므로 장기적 안목에서 진출 추진해야 함.
- 우리나라는 항생제 원료부문에서 최대의 수출국으로 부상하고 있는바 치료약품, 비타민 등 다른 일반 의약품분야에서도 진출할 수 있도록 현지 시장조사를 실시하고 진출전략을 수립할 필요가 있음.
- 우크라이나 시장에서는 외국 의약품을 자기 비용으로 등록하고 마케팅을 대행해 주는 업체는 찾기 어려우며, 제조업체가 직접 대표사무실을 우크라이나내에 설치하고 전문인력을 고용하여 마케팅을 담당시키고 있음.
- 따라서 우크라이나 의약품시장 진출에는 사무소 설치비, 의약품 등록비, 의약품 광고비, 전문인력 급여 및 활동비 등의 초기 진입비용이 막대하게 투입 되어야 하는바 서방의 유력기업들은 이러한 비용을 감수하고 장기적 관점에서 마케팅을 추진하여 우크라이나시장 진출에 성공한 것으로 알려지고 있음.
- 우리기업들도 우크라이나 시장동향을 조사, 장기적으로 유망하다는 판단이 설 경우 초기 진입비용을 감수하고 진출을 추진해야 할 것으로 판단됨.

(문의처 : 키예프무역관 신남식 kotraiev@gt.com.ua)