

의료관광 전략 수립 및 비즈니스 서비스 모델 설계에 관한 연구

A Study on Design Medical Tourism Strategy and Business Service Model

장세경(Sae Kyung Chang)*, 백종선(Jong Sun Baek)**

초 록

세계의의료관광 서비스의 시장 규모는 날로 커지고 있으며, 국내 의료관광 시장 또한 높은 성장세를 보이고 있다. 그러나 다양한 정보와 서비스가 정형화되어 있지 않고 정상적인 가격경쟁의 불가 등 의료 서비스 제공으로 인한 문제점이 대두되고 있는 실정이다. 이렇게 정형화 되지 않은 의료 서비스 제공으로 인한 문제점이 대두되고 있으며, 이를 개선하기 위해 본 논문에서는 의료 생태계 조사를 통하여 ICT 기반 한국형 의료관광 서비스 모델을 설계하였다. 우선적으로 국내외 의료 생태계 현황 분석을 진행하여 국내 시장에서의 의료관광 문제점을 파악하고 개선을 위한 주요한 방향성을 제시하여 전략을 수립하였다. 이를 반영하여 국내 실정에 맞으며 고객이 접근 가능하고 편리한 ICT 기반 의료관광 서비스 모델, 클라우드, O2O 서비스 기반 역경매 시스템, 빅데이터 기반 라이프사이클 관리 그리고 모바일 중심 헬퍼 서비스를 설계하였다. 본 논문에서 제안한 의료관광 서비스 모델은 고객에게 편리함을 제공하며 향후 한국 의료관광 문제점들을 해결하고 활성화에 기여하며 산업적으로도 과급력 있는 효과를 기대한다.

ABSTRACT

The market for medical tourism services in the world is steadily increasing and the medical tourism market in the South Korea is also showing high growth. However, they have also problem such as informal various information and services, irregularity price competition etc. In order to solve this problem, We have designed a medical tourism service model based on ICT specific on domestic medical ecosystem. First, analysis trends of domestic and overseas medical ecosystem and identify current problem of medical tourism. In order to solve existed problem we also have designed a medical tourism strategy. Based on the strategy, we have designed business service model based on ICT platform for as fit as Korea medical tourism status. The proposed medical tourism business service model can provide usability to customer and also can solve current medical tourism problem. We expect industrial effect and contribution to the activation.

키워드 : 의료관광, 웰니스, 비즈니스 서비스, 의료융합 서비스, 메디컬 컨버전스 서비스
Medical Tourism, Wellness, Business Service, Medical Utilization Service, Medical Convergence Service

This research was supported by the MSIP(Ministry of Science, ICT&Future Planning), Korea, under the ICT R&D program (NIPA-2016-0623), Development of Cloud Service Platform for Korea's Medical Tourism] supervised by the NIPA(National IT Industry Promotion Agency).

* First Author, Medical Tourism Projects, Institute of Medical Security, Chung-Ang University (mdskc@cau.ac.kr)

** Corresponding Author, Medical Tourism Projects, Institute of Medical Security, Chung-Ang University (jongsun2@cau.ac.kr)

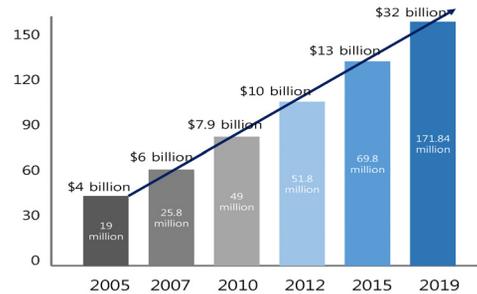
Received: 2017-06-06, Review completed: 2017-06-19, Accepted: 2017-06-20

1. 서 론

사회가 발달하고 생활수준이 향상되면서 일상적인 생활 영역이 자신의 집과 거주하고 있는 도시 밖으로 확장됨에 따라 다양한 볼거리와 즐길거리를 동반한 여행과 관광활동으로 변화하고 있다. 북미, 유럽 등의 국가에서도 취미나 사고 등 일상적인 여가생활의 질을 높이기 위해 마련했던 여가정책이나 프로그램 등이 여행이나 관광활동을 폭넓게 지원하는 정책으로 전환되고 있는 추세이다. 근래에 급속하게 발전하는 ICT는 관광서비스 및 유관산업에 큰 파급효과를 미칠 것으로 예측되고 있다[13]. 의료관광이라는 용어는 여러 분야에서 조금씩 사용되어 왔으나, 2007년에 창설된 미국의 ‘의료관광협회’(Medical Tourism Association: MTA)에서 본격적으로 사용하면서 널리 알려지게 되었다. 현재 국내 학계 및 언론에서는 보편적으로 의료관광이라고 부르고 있지만, 일부에서는 ‘글로벌 헬스케어’(global healthcare) 또는 ‘국제의료서비스’(international medical service)라고 부르기도 한다. 또한 국제간 이동 당사자인 의료관광객에 대해서도 의료여행객, 외국인 환자 또는 해외환자라고 일컫기도 한다. 따라서 의료관광은 연구자와 관련 기관마다 조금씩 다르게 정의하고 있으며, 적용 범위에 따라 건강관광, 건강관리관광, 웰니스 관광(wellness tourism)의 용어와도 혼재되어 사용되고 있다[9].

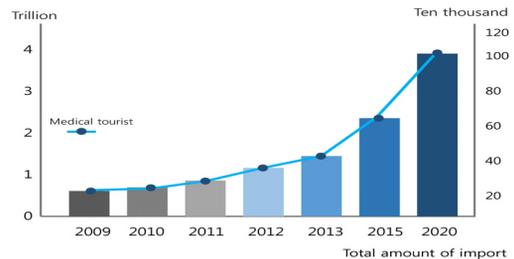
의료관광에서 의료분야와 관광분야 가운데 상대적으로 큰 비중을 차지하는 것은 의료분야이며, 의료관광객의 목적적 측면에서는 치료 및 요양 목적으로 입국하는 것이 숙박 및 관광 목적으로 입국 하는 것보다 높은 비중을 차지하고 있다[5]. <Figure 1>과 같이 세계 의료관광

시장 규모는 2012년 100억 달러 수준에서 2019년 약 320억 달러 규모로 성장 할 것으로 전망되며, 2013년을 기준으로 2019년까지 연평균 17.9%의 성장률을 보일 것으로 예측되고 있다.



<Figure 1> World Medical Tourism Scale by Year

우리나라 의료관광 시장도 높은 성장세를 지속해 왔는데 <Figure 2>를 보면 2009년부터 2014년까지 의료관광객 수는 연평균 34.7%의 높은 성장률을 보이고 있으며(보건복지부), 2020년에는 국내 의료관광 시장이 3조 원 규모로 성장할 것으로 전망되고 있다[6].



<Figure 2> Medical Tourist Statistics and Medical Tourism Revenue Outlook

그러나 현지 및 국내의 포털/카페/미용 산업체 등의 불법 브로커 등을 통한 정형화 되지 않은 의료서비스 정보 제공과 더불어 전문성이 부족한

의료정보 전달과 고객 활동이 이루어지고 있다. 이로 인해 방문 전 의료서비스에 대한 정보 제공이 원활하지 않고 해당 병원 담당자와도 충분한 소통 채널이 마련되지 않고 있다. 과도한 의료비로 인한 만족도 저하와 더불어 과도한 상품 구매와 관광 상품 연계로 불필요한 비용 지출이 발생되고 있으며, 불법 브로커 중계로 인한 정상적인 예약 및 정산 내역을 인지하지 못하는 문제가 발생되고 있다. 의료관광 방문객들은 불법 브로커의 조정 내에서 관광 일정이 소화되고, 통·번역사의 일괄적 처리로 인해 담당 진료사(병원 담당자)와의 소통 또한 어려움이 있는 상황이다. 방문 이후에는 악성 후기와 같은 부정적 콘텐츠가 유포되며 국내 의료서비스에 대한 평가 및 신뢰도가 저하될 위험이 있다. 영자신문 코리아타임즈는 한국의 병원들은 해외 방문객들에게 2~3배 높은 진료비를 청구하고 있으며, 의료관광 수수료가 최대 10배까지 차이가 난다는 기사를 보도한 바 있다. 또한 이 내용은 현재 Wikipedia의 전 세계 의료관광을 소개하는 South Korea 섹션에 소개되고 있다. 더불어 국내 의료관광의 큰 문제점은 해외 환자 중 불법 브로커를 통해 방문한 비율이 77%에 이르고, 브로커 수수료의 편차가 30%에서 무려 250%에 이르거나, 중국 현지 브로커 간 담합으로 특정 병원의 환자 유치를 가로막는 등 의료관광산업 시장 정화의 문제가 시급하며, 2차 의료서비스 및 관광 상품 연계 서비스 이용률 또한 낮아져 관련 산업 확대에 어려움이 있는 실정이다. 이렇게 정형화 되지 않은 의료 서비스 제공으로 인한 문제점들로 인하여 한국의료관광 발전에 방해가 되고 세계적으로 한국에 대한 이미지가 훼손되어지고 있다. 이러한 문제점들을 개선하기 위해 국내 실정에 맞는 ICT 기반 의료관광 서비스 모델을 설계하고자 한다.

2. 선행연구

2.1 의료관광 개념 및 분류

질병치료를 목적으로 하는 “의료관광”은 다양한 의료행위를 통한 삶의 질을 향상시키는 “웰니스 관광(Wellness Tourism)”으로 범위가 확대되고 있다. 의료관광은 목적을 의료에만 두는 여행과 의료 및 관광을 동시에 고려한 여행 등으로 정의된다. 의료에 초점을 둔 의료관광은 경제적이거나 다른 이유로 자국에서 특정 의료과정의 접근이 어려울 때 이를 해소하기 위해 출국하는 행위를 의미한다[10]. 또한 최근에는 의료 관광을 비롯한 심신의 안정 증진을 위한 행위와 의료를 해외에서 결합시키는 형태로 이해하면서 범위가 확대되고 있다[11]. 웰니스 관광은 건강에 관련되는 모든 요소들을 포함시킨 능동적이고 총체적인 의미로 이해되고 있다[3]. 현대에서의 건강한 삶이란 개인의 삶의 질에 있어서 가장 핵심적인 부분인 동시에 삶의 전체를 의미한다[15]. 웰니스는 사람들이 살아 가는데 있어서 삶의 질을 높이는 다각적인 접근방법으로 몸과 마음을 최적의 상태로 만드는 주관적인 노력을 의미하며, 사회적, 정서적, 정신적, 육체적, 지적상태를 최상으로 유지하기 위한 행동변화를 통하여 개인의 능력을 극대화시키는데 주안점을 두고 있다[2].

의료관광은 치료의 형태에 따라 중증 치료형, 선택 치료형, 복합형과 같이 크게 세 가지 유형으로 분류 될 수 있다. 중증 치료형의 경우 난치병 환자 치료 및 프리미엄급의 의료서비스를 제공하며, 선택 치료형의 경우 성형 및 미용 등 관광 및 휴양과 연계된 상업적인 의료관광을 제공하고, 복합형의 경우 연구 개발과 선택

및 중증치료 등 다양한 기능을 통합 육성하는 것을 포함하고 있다.

의료관광객은 크게 관광객의 국적에 따라 선진국 환자와 아시아 개도국 중증 환자로 분류되며, 또한 의료관광객이 추구하는 의료 행위에 따라 성형 및 미용환자의 코스메틱 추구형과 휴양 및 레저 추구형으로 구분할 수도 있다. 선진국 환자의 경우 선진국에서 자국의 높은 의료비와 긴 대기 시간 등으로 인해 의료관광을 떠나는 유형이며, 아시아 개도국 중증환자의 경우는 의료 환경이 열악한 아시아 개도국을 중심으로 높은 수준의 의료 서비스를 찾아 의료관광을 떠나는 유형으로 볼 수 있다. 그리고 성형 및 미용 환자의 코스메틱 추구형은 아름다움을 추구하기 위해 의료관광을 떠나는 유형, 휴양 및 레저 추구형의 경우 휴양을 겸한 건강검진의 목적으로 의료관광을 떠나는 유형으로 볼 수 있다. 의료관광 상품군은 각종 수술, 건강검진, 대체의학, 라이프 스타일의 전환 등으로 분류한다. 수술에는 외과, 내과, 산부인과 등의 중요한 수술과 치과 및 이비인후과와 같은 가벼운 수술 외에 성형수술이 포함된다. 이밖에 건강검진과 대체의학이 있으며, 대체의학에는 한방의학 등 동양 의술도 포함한다. 또한, 최근 추세를 반영하여 의료관광에 대한 정의의 확장 시 스파 및 요가 등 웰니스가 의료관광에서 하나의 상품군으로 분류된다[11]. 기존 연구들을 토대로 웰니스 관광의 정의를 좀더 정교화 해 보면, 첫 번째로 관광객의 특성과 동기에 따른 구분이 가능하다. 의료관광은 ‘치료 중심’의 의료관광으로 질환 치료를 목적으로 입국하는 외국인 환자를 대상으로 이루어지는 분야이다. 반면에 웰니스 관광은 ‘관광 중심’의 의료 관광으로 관광 패키지 상품에 미용

등 의료부분이 추가되는 분야로서, 관광인프라를 바탕으로 다양한 형태의 메디컬 서비스와 연계된 투어 중심으로 진행된다[4]. 두 번째로 관광객의 특성과 목적지 특성에 따라 의료관광과 구분될 수 있다. 관광객의 특성에서 보면, 의료 관광의 경우 대상자는 환자이며, 웰니스 관광의 대상자는 건강한 사람이다. 의료 관광의 경우, 수술 및 치료를 받기를 원하지만, 웰니스 관광의 경우는 웰니스와 관련한 건강 관리, 미용, 사후 관리 등이 해당된다.

2.2 국외 의료관광 동향

글로벌 의료관광 사업자들은 이미 모바일 중심으로, Sales 지향적인 서비스로 진화하고 있다. 실시간 채팅상담 기능이나 빅데이터, 필터 검색 등 다양한 마케팅 기능을 제공하고 있다.

2011년 개설된 MedicalTourism.com은 미국의 의료관광 협회인 Medical Tourism Association (MAT)에서 관리하는 의료관광 포털로, 환자뿐만 아니라 병원, 클리닉 등을 비롯한 의료관광 업계 사업체 및 종사자들에게 무료로 독립적인 정보를 제공해주는 웹 사이트이다. MedicalTourism.com은 이 사이트를 통해서 의료관광과 관련된 모든 수요자와 공급자들이 각자가 원하는 정보를 얻을 수 있는 ‘Central Portal’이 되는 것을 목표로 한다.

Indiahealthcaretourism.com은 인도 정부의 상업 및 산업부에서 서비스업을 진흥시키기 위한 목적으로 구성된 ‘Services Export Promotion Council(SEPC)’에서 운영하는 의료관광 플랫폼이다. 인도는 의료기술, Tax Free, 언어적 편리성을 기반으로 의료관광 선도국인 동시에 IT 플랫폼 개발도 발달된 국가이다. 인도 정부에서

제작한 사이트인 Indiahealthcaretourism.com 역시 단일국가 대표 의료관광 플랫폼 중 완성도가 높은 편에 속한다. 특히 인도 정부에서 인증한 웹 사이트임을 전반에 내세우며 신뢰도 향상을 중요시 하고 있다. 그리고 Modify Search, Filter Search 기능을 통해 고객 니즈에 접근한 정보 제공을 함으로써 이용자 편의를 확보하고자 하는 점이 돋보인다. 그리고 생생하고 자세한 실제 환자 사례 포스팅을 통해 의료기술 측면의 우위와 환자 만족도를 실증적으로 보여주고 있다.

이밖에도 비의료 서비스 영역에서도 새로운 시사점을 얻을 수 있었다. 기존의 숙박 공유 서비스였던 에어비앤비가 최근 로컬 전문가와 함께하는 체험적 여행인 ‘트립’ 서비스를 런칭하였는데, 아프리카공화국에서 ‘닐슨 만델라 발자취 찾기 1일 투어’가 36만 원, 스페인에서 2일간 플라멩코 배우기’가 26만 원에 제공되고 있었다. 우리는 여기서 한국 여행 중 여행 일정으로서의 ‘Medical Experience’를 상품화할 수 있다는 방향성을 발견할 수 있었다.

태국은 저렴한 인건비를 바탕으로 의료 서비스에 가격 경쟁력을 확보하고 있다. 태국의 의료관광 서비스는 건강검진, 치과, 라식, 성형, 스파, 전통마사지, 허브 테라피 등 건강관리 서비스, 관광자원 등이 결합된 융합형 의료관광 상품개발을 통해 의료관광의 대표적인 국가로 성장하였다[1]. 태국은 53개 이상의 JCI 등록 병원 및 기관을 보유하고 있고 정부 지원 투자와 함께 프로모션 또한 대대적으로 진행하고 있다. 싱가포르의 동서양의 전통적 치료법을 접목시킨 다양한 건강관리 프로그램으로 높은 의료 서비스 브랜드 파워를 유지하고 있으며, 22개 이상의 JCI 등록 병원 및 기관을 보유하고 있다. 의료관

광사업의 기획·지원 전담조직인 ‘싱가포르 메디슨(Singapore Medicine)’을 통해 윈스톱 의료 서비스 제공을 위한 기반 구축과 함께 글로벌 네트워크 활성화에 주력하여 해외환자 유치에 비교적 성공적이었다는 평가를 받고 있다. 인도는 저렴한 인건비에 따른 의료 서비스가 강점이며, 27개 이상의 JCI 등록 병원 및 기관을 보유하고 있으며, 아유르베다, 하이테크 힐링, 스파, 요가, 명상, 웰니스 센터, 자연요법 등 전통적 대체의학을 통한 웰니스 육성에 주력하고 있다. 말레이시아는 싱가포르, 태국, 인도에 비해 저렴한 비용의 고급 숙박, 관광 상품과 결합된 의료 서비스 제공하고 있으며 13개 이상의 JCI 등록 병원 보유하고 있다. 세계 의료관광 시장 규모는 2019년 320억 달러 규모로 예상되며, 그 중 방문빈도가 높은 지역은 아시아가 세계 시장 규모의 38%를 차지한다. 2015년 아시아 지역에서의 전체 규모는 700만 명으로 150억 매출을 예상하고, 아시아지역 국가들의 의료 방문객의 추이를 볼 때, 1위는 태국, 2위 인도, 3위 싱가포르, 4위 말레이시아, 5위 필리핀, 6위 한국(세계 11위)순으로 확인된다.

한국형 의료관광 서비스를 확산함에 있어, 경쟁국가 중에서 태국은 성공적 융복합 상품의 정착으로 동반성장이 이루어지고 있는 상황이고, 싱가포르는 서양과 전통적 치료법을 접목시킨 다양한 건강관리 프로그램 및 스파와 웰니스센터의 운영이 강세이다[7]. 인도는 전통적 대체의학을 통한 웰니스 육성정책을 펴나가고 있는 상황이며 한국 의료관광 서비스의 타겟 시장은 현재 다양한 민족이 방문하는 시점에서 특정국가 및 특정 현지화된 상품 콘텐츠로 의존도를 키우지 않고 다민족을 타겟팅하는 실정이다.

2.3 국내 의료관광 동향

국내 의료정보 서비스들은 모바일 기반으로 변화하고 있어, 성형, 피부 관련 상담 서비스를 제공하는 의료 마케팅 플랫폼이 증가하는 추세이다.

전 세계에 거주하고 있는 한인들이 보다 간편하게 신청하고 받을 수 있도록 돕기 위한 Medi2korea라는 온라인 플랫폼은 의료기관들과 다양한 의료서비스, 그리고 검진비용을 비교하고 선택할 수 있도록 제공 해준다. 또한 항공, 교통, 숙박 등 다양한 관광서비스들을 연계하여 제공 해주고 있다. 환자가 선택한 건강검진센터들을 모아서 가격을 비교해준다는 점에서는 편리하다. 그러나 역경매를 통한 경쟁력 있는 가격 제안을 통해 현존 서비스들과 차별점이 필요할 것 같다.

국내 최초의 성형 견적 비교 앱 서비스인 강남 언니는 현재 200여 개 병원이 입점하여 견적과의견 상담이 이뤄지고 있다. 자본의 논리가 아닌 인지도를 높일 수 있으므로, 병원 입장에서는 비교적 공정한 시스템이라 할 수 있다. 이 서비스의 견적 시스템과 후기를 나누는 커뮤니티 부분은 향후 서비스 개발에 반영하고자 한다.

전문의의 검수를 통한 헬스케어, 시술, 병원에 관한 정보를 태그별, 단계별로 한눈에 볼 수 있는 똑딱(똑똑한 닥터)앱은 신뢰도 있는 의료 정보 콘텐츠를 모바일에 최적화된 화면으로 사용할 수 있다. 이 서비스의 ‘지역기반으로 병원찾기’와 같이 위치기반 서비스를 제공하는 것은 사용자에게 편리함을 제공한다. 또한 실시간 예약 시스템을, 이벤트 서비스 등 기능이 구축되어 있다.

한국의 선진 의료기술을 80~90%로 압, 장기

이식은 세계 최고 수준을 확보하였다. PET-MRI, 양성자 치료기, 다빈치 로봇 수술 등 세계 최고 수준의 최첨단 의료장비를 보유하고 있으며, 높은 기술력과 상대적으로 저렴한 진료비로 선진국 해외 환자 유치에 유리한 강점을 보유하고 있다. 특히 한류의 영향으로 한국의 의료관광산업 이미지가 향상되었고, 성형 및 미용에 강점을 보유하고 있다 [12]. <Figure 3>과 같이 국제 의료관광 시장 내 국가별 점유율을 살펴보면 한국이 차지하는 비중은 크지 않지만 선진국 수준의 의료수준과 인프라, 그리고 보다 우위에 있는 가격 경쟁력을 갖추으로써 한국이 세계적인 의료관광국이 되기 위해 갖고 있는 잠재력을 가지고 있다.



Source: KOL opinions, Investing Publications, Company Annual Reports, TMR Analysis

<Figure 3> Market Share of International Medical Tourism Market

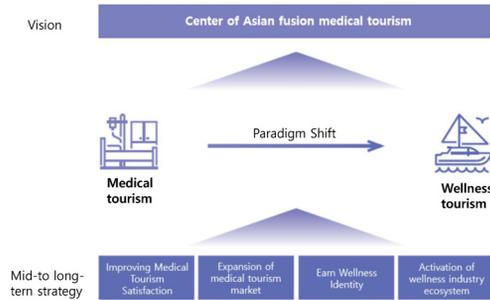
국내외 의료관광 시장 및 경쟁국가 현황을 보면 의료관광산업이 차세대 성장 동력산업의 블루오션으로 부상하면서 시장 선점을 위한 국가 간 경쟁이 치열한 상황이며, 신흥국을 선호하는 새로운 의료관광 패턴 변화로 인해 특히 아시아에서 의료 관광 유치 경쟁이 치열하게 전개되고 있는 가운데, 태국, 싱가포르, 인도 등이 선두 그룹을 형성하고 있다[16]. 한국의 의료관광 서비스는 아시아 지역 국가와 경쟁상태이며, 한국의 JCI 인증 병원은 총 약 27곳 정도이다.

2.4 의료관광 전략 수립

본 논문에서 제안하는 비즈니스 서비스 모델 전략을 수립하는데, 앞서 언급된 국내외 의료관광 비즈니스 사례들을 분석하였을 때 현재 의료관광 비즈니스 산업의 규모가 상승하는 추세에 있다. 또한 한국은 선진 의료기술과 높은 의료 수준을 확보하고 있으며 이는 의료관광 서비스에서도 유리한 강점으로 작용한다. 이를 기반으로 의료관광의 강점을 최대화하면서도 한국이 새로운 웰니스 관광 목적지가 되기 위해서는 다음 <Figure 4>에서 나타난 것과 같이 4가지 방향을 고려한 전략을 수립하고 사업 주체간의 협의를 바탕으로 다양한 관점에서의 사업을 추진해야 한다. 첫 번째 방향은 의료 관광객의 만족도를 높이는 것이다. 방한 수요의 증가에 따라 외국인 관광객의 니즈를 세심히 살핀 고객 맞춤형 접근방식이 필요하다. 두 번째로 고려할 수 있는 방향은 의료관광 시장의 확대이다. 기존의 개별적, 중복적으로 진행하던 의료관광 추진체계 간의 역할을 정립하여 거점 시장/잠재 시장 별로 최적화된 마케팅 전략을 수립하고, 이를 바탕으로 의료관광 타깃 시장을 확대하는 한편 상품의 다양성을 확보해야 한다. 세 번째로는 웰니스 관광에 대한 아이덴티티 정립이 필요하다.

이는 웰니스 관광, 의료관광에 대한 명확한 정의와 특화된 브랜드 육성으로 한국만의 웰니스 관광에 대한 브랜드 가치를 확보하는 것을 의미한다. 마지막으로 웰니스 산업생태계 활성화를 위한 지원전략을 고려해야 한다. 웰니스 서비스 수용의 장애요인으로 언급되었던 웰니스 서비스와 관련된 품질 관리체계가 구축되고 수용태세가 강화될 때 한국의 웰니스

관광 브랜드 가치가 높아지고 웰니스 산업생태계 역시 활성화될 수 있다.

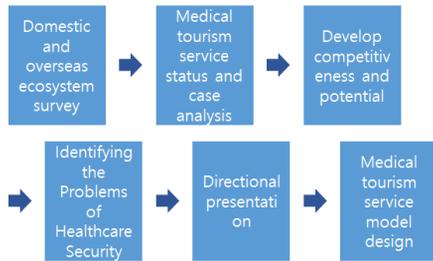


<Figure 4> Center of Asian Fusion Medical Tourism

3. 의료관광 비즈니스 서비스 모델 설계

3.1 연구방법론

본 논문에서는 의료 생태계 조사를 통하여 ICT 기반 한국형 의료관광 서비스 모델을 설계 하고자 한다. 이를 수행하기 위한 연구방법론을 <Figure 5>와 같이 설계하였다. 먼저, 국내외 의료관광 동향을 살펴봄으로써 의료생태계 현황 조사를 수행한다. 이러한 의료관광 서비스 현황과 사례들을 통하여 최근 의료관광 동향을 파악하고, 이를 분석한다. 선행연구를 분석한 결과를 토대로, 국내 의료관광 산업이 가지고 있는 경쟁력과 잠재력을 도출한다. 이를 기반으로 앞으로 국내 의료관광 산업이 발전해 나아가야 할 방향에 대해 전략을 수립하고 국내 의료관광 산업의 특화점을 반영하여 향후 수행 가능한 의료관광 서비스 모델을 설계한다.



<Figure 5> Research Method

현재 높은 의료수준으로 국내의 의료관광 시장은 블루오션으로 부상 하고 있다. 그러나 정형화 되지 않은 서비스 제공으로 인한 문제점들이 대두되고 있어, 이를 개선하기 위해 본 논문에서는 ICT 기반 의료관광 서비스 모델을 설계한다.

3.2 국내 의료관광 서비스의 특징과 비즈니스 서비스 도출

기존의 의료관광 생태계는 고객 입장에서 볼 때, ‘여행’과 ‘의료’와 관련한 정보수집과 예약 관리가 이원화되어 있어 불편했다. 특히 이러한 채널들이 제공하는 상업적인 정보는 의료서비스 선택에 있어 혼선을 주었다. 복잡한 유통구조

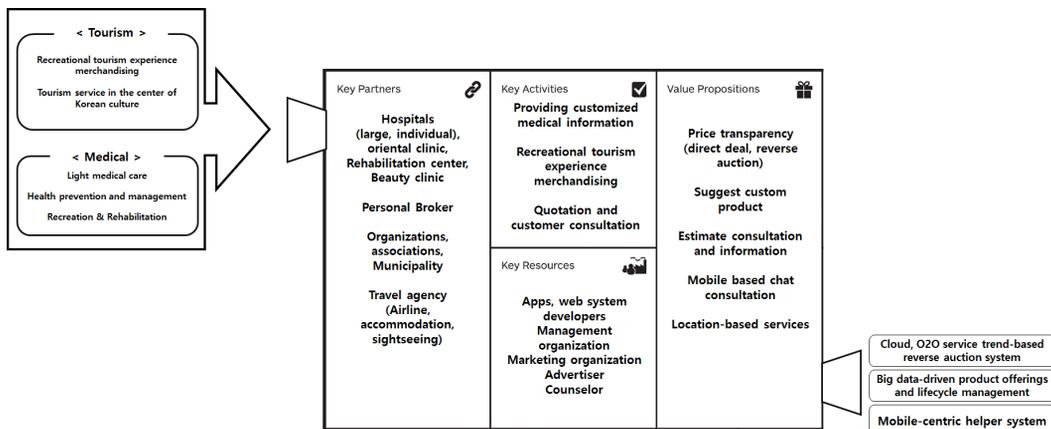
와 유치업체 난립을 통해 의료관광 서비스의 가격 거품 또한 큰 문제였다. 또한, 현재의 국내 의료관광 서비스의 국제 경쟁력으로 보면, 의료수준과 질은 높지만, 관광인프라, 제반 서비스, 가격 경쟁력 측면에서 경쟁력 제고가 필요하다.

앞서 선행연구 분석을 통해 국내 의료관광 산업에서 의료분야의 특화점과 관광분야의 특화점들 <Figure 6>과 같이 도출하였다. <Figure 6>에서 나타난 것과 같이 성형, 치과 안과 등을 중심으로 한 경증의료 및 한방 관련 전통의학 분야, 건강예방 및 건강관리를 목적으로 하는 건강관리 서비스분야, 휴양 및 재활치료를 목적으로 하는 ‘한국 문화’ 중심의 휴양관광과 관련한 ‘체험’을 상품화 할 수 있어야 한다.



<Figure 6> Direction of Medical Tourism

이를 기반으로 <Figure 7>과 같이 의료관광



<Figure 7> Deriving Framework of Medical Tourism Business Services

서비스 모델을 설계하였고, 설계 방법은 기존 경영학 분야에서 비즈니스 모델 개발 분야에 빈번하게 사용되는 ‘비즈니스 모델 캔버스[14]’를 참조하여 비즈니스 서비스 모델을 구축하였다. ‘비즈니스 모델 캔버스’는 기존 수익 창출 및 사업화 방향에 관하여 9개의 블록을 이용하여 도식화 하는 방법이며, 본 연구에서는 그 중 일부블록(Key Partner, Key Activities, Key Resources, Value Propositions) 발췌하여 참조하였다. 발췌한 5가지 영역을 국내 의료관광 특화점에 빚대어 살펴보면 Key partner의 경우 병원, 한의원, 재활센터나 기관, 지자체 그리고 항공, 숙박, 체험관광을 제공하는 여행사로 정의할 수 있다. Key Activities의 경우에는 맞춤형 의료정보 제공, 휴양관광체험 상품화 그리고 견적상담, 고객 상담이 있으며, Key Resources의 경우 앱/웹 시스템 개발자, 경영조직, 마케팅 조직, 광고주 상담사로 구분할 수 있다. 마지막으로, 국내 실정에 특화된 의료관광 비즈니스 서비스 모델 설계를 위해 실제 수행되어야 하는 내용은 직거래, 역경매를 통하여 가격의 투명성을 제공하고 맞춤형 상품제안, 견적상담과 그에 대한 정보제공, 모바일을 기반으로 한 채팅상담 그리고 위치기반 서비스를 활용한 서비스 등을 제공하는 것으로 정의할 수 있다. 이렇게 비즈니스 모델을 도출하기 위한 캔버스를 통하여 3가지 비즈니스 서비스 모델 즉, 클라우드, O2O(Online to Offline) 서비스 트렌드 기반 역경매 시스템, 빅데이터 기반 상품제안 및 라이프사이클 관리 그리고 모바일 중심 헬퍼 시스템을 도출하였다.

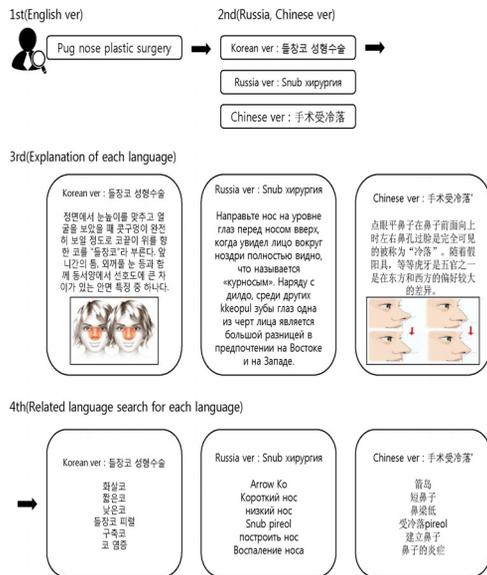
첫째로 클라우드 환경과 O2O 서비스 트렌드를 반영한 역경매 시스템이다. <Figure 8>과 같이 O2O 개념의 서비스로서 가격적인 메리트를 확보하기 위해 직거래와 역경매를 활용하여

유통단계의 거품을 제거한 투명한 가격을 확보하는 것을 경쟁력으로 보았다. 다차원 분석 자료 제공을 통한 맞춤형 역경매 시스템은 오픈 시에는 가장 필수적인 견적 의뢰 기능 구현을 위해 가격비교 등 UI를 활용한 형식으로 구현하고, 고도화 단계에서는 의료 서비스 판단 기준을 다차원으로 제공함으로써 고객 판단 효율 최적화를 고객에게 직접 체험할 수 있도록 한다.



<Figure 8> Customized Services for Reverse Auction

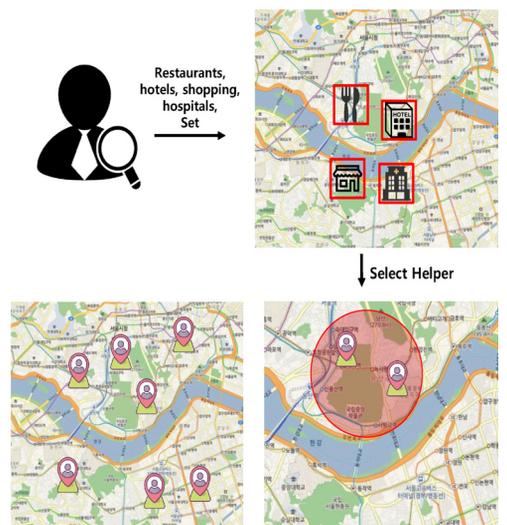
다음으로 빅데이터를 활용한 선제적 상품 제안 및 의료 라이프사이클 관리이다. 아마존이나 알리 익스프레스 등의 선진적 구매 경험이 플랫폼에 적용하여 사용자로 하여금 기존의 검색, 상품 제안, 상담의 경험들을 보다 맞춤형으로 변화시킬 수 있다. 오픈 시에 외부 Social Data를 기반으로 빅데이터 활용한 검색 엔진 구현을 목표로 하고, <Figure 9>에서 처럼 고도화 단계에서는 고객 대상 맞춤형 상품 추천 및 회원사 대상 마케팅 리포트 제공을 목표로 서비스를 구체화하고자 한다. 이를 통해 고객이 단순 검색을 하더라도 기존 빅데이터 정보에 기반한 유관성 높은 정보 도출이 가능하며, 상품이나 패키지 제안 페이지에서도 고객의 선호가 반영된 디스플레이가 가능하다. 아울러 고객 상담 시에도 기존 상담 기록을 기반으로 한 맞춤형 상담이 가능해진다.



<Figure 9> Big Data Utilization Marketing, Customer Trend Analysis

마지막으로 모바일 중심 생태계에 대응하는 헬퍼 서비스이다. 스마트폰 중심의 모바일 헬스케어 서비스뿐만 아니라 병원을 중심으로 인터넷 네트워크 기반의 서비스 등 다양한 형태의 서비스의 개발이 이루어지고 있다[8]. ‘헬퍼’는 상품 검색에서 관광 일정, 의료 서비스, 사후 관리까지를 포함한 고객의 의료관광 프로세스가 모바일을 통하여 실시간 대응이 가능한 컨시어지 시스템이다. 오픈 시에는 가장 필수적인 상담채널 기능 구현을 위해 채팅 UI를 활용한 채팅 상담 형식으로 구현할 계획으로, 전문 의료 상담원 배치를 통해 최대 3시간 내 응답 및 건적 제공을 의무화 한다. 그리고, 빅데이터를 활용한 기본 FAQ를 제공하고, 추가적인 의문사항에 대해 질문할 수 있도록 하여 운영 효율성을 높일 수 있다. 고도화 단계에서는 <Figure 10>에서와 같이 온라인은 물론,

위치기반 서비스로 연계된 오프라인 헬퍼 파견 서비스까지 확대할 계획이다. 이 단계에서는 위치기반 서비스가 헬퍼 서비스에 적용될 계획이다. 고객이 원하는 서비스, 언어, 가이드 전문분야, 장소, 시간, 비용 등을 입력하고, 헬퍼를 복수 추천 받는다. 고객은 이들에 대한 기존 고객들의 리뷰, 별점, 가격을 평가하여 한 명을 예약할 수 있게 된다. ‘에어비엔비’의 ‘트립’ 서비스처럼 세계적인 자유여행 대중화 트렌드에 대응하기 위해서는 ‘헬퍼’ 또는 ‘가이드’의 역할이 더욱 중요하다. 특히, 성형, 피부과 클리닉 등의 경증진료를 목표로 하고 있는 사용자의 활동이 새로운 마케팅 프로모션 채널이 될 수 있다. 오늘날의 소매 기업들은 엄청난 속도로 발전하는 디지털 세계를 탐험하기 위해 설새없이 탐구하고 있으며 기술에 능통한 소비자들은 쇼핑 장소와 방법에 구애받지 않는 원활한 경험과 개인화된 서비스를 강력하게 요구하고 있다. 이러한 요구에 부합하는 선진적인 서비스가 필요한 시점이다.



<Figure 10> Helper Service

4. 결 론

본 연구에서는 의료 생태계 조사를 통하여 의료관광 서비스 현황과 사례들을 파악하고 최근 의료관광 동향을 분석하였다. 이를 토대로, 국내 의료관광 산업이 가지고 있는 경쟁력과 잠재력을 도출하였고, 이를 기반으로 앞으로 국내 의료관광 산업이 발전해 나아가야 할 방향에 대해 전략을 수립하고 국내 의료관광 산업의 특화점을 반영하여 향후 수행 가능한 의료관광 서비스 모델을 설계하였다.

현재 한류의 영향으로 인하여 한국은 의료관광산업 이미지가 향상되어 강점을 가지고 있으며 의료관광 시장에서 선진국 수준의 의료수준과 인프라, 가격 경쟁력을 갖추으로써 세계적으로 의료관광국이 되기 위해 충분한 잠재력을 가지고 있다. 그러나 다양한 정보와 서비스가 정형화 되어있지 않고, 정상적인 가격경쟁의 불가 등 의료 관광 서비스에서 발생하는 문제점들로 인해 발전이 저해 되고 있으며, 이러한 국내 의료관광 서비스의 문제점을 분석하고 개선점을 제시하였다. 개선방안을 도출하기 위해 국내 의료관광 비즈니스 서비스 발전 방향에 대한 전략을 수립하고, 이를 상세 서비스에 반영하여 우리 삶의 전반적으로 응용되고 있고 미래 사회에 변화를 줄 수 있는 ICT 기술을 기반으로 경쟁력 있는 서비스 모델을 구축하였다.

본 논문에서 제안한 의료관광 비즈니스 서비스 모델은 다음 3가지와 같다. 첫째, 클라우드 환경과 O2O 서비스 개념을 반영하여 투명한 가격을 확보할 수 있는 역경매 시스템이다. 둘째, Social Data를 기반으로 검색 엔진 구현을 하고 고도화 단계에서 빅데이터를 활용하

여 고객 대상 맞춤형 상품 추천 및 회원사 대상 마케팅 리포트 제공을 목표로 한 빅데이터를 활용한 선제적 상품 제안 및 의료 라이프 사이클 관리이다. 마지막으로, 위치기반 서비스로 연계된 오프라인 과전 서비스 확대까지 목표로 한 모바일 중심 생태계에 대응 하는 헬퍼 서비스이다.

본 논문은 제안한 비즈니스 서비스 모델 도출 방법과 설계한 의료관광 비즈니스 서비스 모델에 대하여 검증이 결여된 한계점을 가지고 있다. 따라서, 향후 연구로는 본 논문에서 사용한 비즈니스 서비스 모델 도출 방법에 대한 과학적 검토가 필요로 하며, 본 논문에서 제시한 국내 의료관광 비즈니스 서비스 모델에 대하여 실제 구현 가능 여부 혹은 국내 실정에 적합성 여부 등을 전문가 회의를 통하여 검토를 수행하여야 한다. 이러한 검증 단계를 거치게 되면 본 연구의 결과물이 향후 클라우드, 모바일, 빅데이터 등을 중심으로 한 ICT 기반의 의료관광 서비스 제공을 통하여 다양한 의료관광 정보 정형화, 정상적인 가격경쟁 가능 등 국내 의료관광 산업에서 긍정적인 효과를 가져올 것으로 기대된다.

References

- [1] Huh, M. K., Cho, H. S., Choi, Y. K., Park, H. J., and Jung, K. T., "An analysis and Policy Issues on International Competitiveness of Medical Tourism Industry," Issue Paper 341, 2013.
- [2] Ha, K. H., "A Strategy of the Oriental

- Medical Tourism to Meet the Wellness Trend,” *Tourism Research*, Vol. 32, pp. 35-54, 2011.
- [3] Jang, B. J., Lim, S. K., and Kim, K. Y., “The effect of tourists’ wellness on Life satisfaction, Leisure satisfaction, quality of Life -Focused on social and emotional wellness of tourists of Pohang city-,” *Tourism Management Research*, Vol. 52, pp. 271-292, 2012.
- [4] Jeong, G. T., Long-term planning for activation of medical tourism, 2013.
- [5] Jeong, Y. Y., “A Study on the Legal Issues and Some Proposals of Medical Tourism,” *Kyung Hee Law Lab*, pp. 9-56, 2012.
- [6] Kim, D. K., Cho, C. H., “Comparative Study on Tourism Damage by Disaster Type,” *Tourism and Leisure Research*, Vol. 28, No. 12, pp. 185-201, 2016.
- [7] Kim, J. S., “Korea Medical Tourism Forum 7th,” *Korea Medical Tourism Association*, 2016.
- [8] Lee, N. Y., “Effects of Healthcare Service User’s Compliance Intention on Continuous usage,” *The Journal of Society for e-Business Studies*, Vol. 21, No. 4, pp. 95-117, 2016.
- [9] Lim, H. T., “Understanding Medical Tourism Marketing,” *Koonja Publishing Co.*, 2014.
- [10] Lim, J. H., “Institutional improvement plan for fostering medical tourism industry as growth engine,” *VIP Report*, Vol. 521, pp. 1-32, 2013.
- [11] Kim, J. H., Han, S. W., Joo, W., Jang, H. S., and Paik, H. K., “A Study o Ways to Improve for Medical Tourism Industry as a Growth Engine,” *VIP Report*, Vol. 521, pp. 1-32, 2013.
- [12] Park, K. M., “The Report on the Stay Medical Tourism Cluster Model Development, Korea National Tourism Organization,” 2014.
- [13] Mun, J. W., “Current Status and Implications of ICT for Tourism Service Development: Focusing on domestic and overseas case analysis,” *Focus*, Vol. 25, No. 20, pp. 1-35, 2013.
- [14] Phyoo, W. J. and Ha, H. H., “A Consulting Case Study on the Small Start-up through using the Business Model Canvas,” *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 15, No. 10, pp. 561-569, 2015.
- [15] Sohn, E. M., Ran, S. J., and Jeong, C., “The Preferences and Selection of Wellness Tourism Facilities: Focused on the Potential Tourists to Health Resort,” *Tourism Research*, Vol. 26, No. 3, pp. 51-77, 2014.
- [16] Yoo, J. Y. and Gang, J. J., “A Study on the Preferences of Medical Tourism in Korea, China, and Japan for Promoting the Combination of Medical and Tourism,” *Tourism Sciences Society of Korea*, 2008.

저 자 소 개



장세경

2001년

2005년

2005년

2006년

2009년

2015년~현재

관심분야

(E-mail: mdskc@cau.ac.kr)

중앙대학교 용산병원 기획실장 겸 홍보실장

중앙대학교병원 내과과장 소화기내과센터 소장

중앙대학교 의과대학 주임교수

중앙대병원 18대 병원장

중앙대학교 의학전문대학원 의학전문대학원장

중앙대학교 의료보안연구소 연구소장

Medical information, Business service model, Medical Security, Medical Tourism, Medical Industrial Convergence



백종선

2001년

2003년

2007년

2008년

2009년

2016년~현재

관심분야

(E-mail: jongsun2@cau.ac.kr)

(주)입시뱅크

국회사무처(강인섭의원실)

한국정보보호진흥원 위촉연구원

한국커머스넷 팀장

한국IT비즈니스진흥협회 부장

중앙대학교 의료보안연구소 대외협력본부장

Medical Tourism, Cloud Computing, Business Service Strategy, ICT-Platform