

OECD가입과 보건의료 위상제고

이 종 길
 〈연세의료원 사무처장〉

I. OECD 가입의 의의

우리나라의 경제협력개발기구(OECD) 협약 가입에 대한 찬반 양론이 제기되어 왔으나, 정부는 지난 10월 25일 OECD측과 가입 협정을 체결하였고, 이에 대해 지난 11월 26일 국회에서의 비준절차를 거쳤던 것이다. 우리나라는 이제 공식 가입신청 이후 약 1년 반 남짓한 가입절차를 마감하고 세계경제를 주도하는 모임에 29번째 정회원국으로 데뷔하게 되었다. 이로써 아시아 지역에서는 일본 다음으로 OECD 가입국이 된 우리나라로서는 새로운 경제환경의 도전과 기회를 한꺼번에 맞이하게 된 것이다.

OECD는 1961년에 유럽경제협력기구(OECC)로부터 새로운 조직으로 전환되었으며, 회원국들의 경제성장촉진과 경제운용의 효율성을 높이기 위해 필요한 경제정책의 기본방향과 원칙, 지침을 채택하여 상호 공감대

를 바탕으로 결정사항들을 시행하는 협의기구이다. 다시말해 OECD는 무역, 투자, 정보, 기술 등 모든 분야에 걸쳐 정책대화와 정보 교환을 하는 종합적인 경제협의기구이다. 이제 OECD는 구성 회원국 면에서 종전까지 선진제국 클럽이라는 배타적 성격에서 벗어나 국제경제를 관장하는 중추그룹으로 변모하고 있다.

OECD의 기본이념은 경제적 자유화이며 자유화를 추구하되 즉각적인 자유화보다는 각 회원국의 특수한 경제적·사회적 여건을 감안하여 점진적인 자유화 원칙을 추구한다. 이를 반증하듯 지난 11월28일 외교안보연구원이 주최한 국제학술회의에서 주제발표를 한 ‘다니구치 마코토’ 사무차장은 OECD의 성격을 “자유화(自由化)”라고 했다.

이제 OECD에 가입하게 된 우리나라 경제는 외견상으로 선진국이 누릴 수 있는 국제적 지위와 국제신임도를 받게 되는 반면 이

에 못지않게 대내외적인 의무와 책임이 무겁게 된다. OECD 가입과 더불어 빠르게 글로벌화 되고 있는 새로운 세계경제 환경하에서 개방화·자유화의 추진은 불가피하고, 이제 한 나라가 혼자만의 힘으로 자국 경제를 의도대로 운용할 수 없는 상황에 직면하고 있다. 한편, 선진국들은 우리나라를 OECD에 가입시킴으로써 얻게 되는 득실을 이미 면밀히 계산한 상태이다.

따라서 OECD에 가입하게 된 현상태에서, 우리는 과거의 성장경험을 발휘하여 새롭게 전개되는 대외적인 상황을 경제·사회 전반에 걸친 선진화와 국제화에 활용해야만 할 것이다. 무엇보다 이제는 OECD 회원국으로서 국내 각 분야에 미치는 파급효과를 면밀히 분석하고 대안을 제시하는 것이 필요한 때이다.

II. 보건의료에 미치는 OECD 가입의 파급 효과

여기서는 OECD 가입으로 인해 더욱 가속화 될 의료시장개방이 국내 보건의료에 미칠 긍정적 효과와 부정적 효과를 살펴보고자 한다.

1. 긍정적 효과

가. 국민의 복지욕구 충족

미국의 병원 정의에 포함되어 있는 만성질환자를 위한 병원, 정신장애자를 위한 시설이나 병원, 요양원(Nursing Home), 재활시설 등은 그동안 생활수준이 향상되고 노인인구가 증가함에 따라 수요가 증가했음에도 불구하고 우리나라에서는 아직 미비한 영역이기 때문에 의료시장개방을 통해 이같은 영역이 신설 혹은 보완된다면 국민의 복지욕구를 가

일층 충족시킬 수 있을 것이다. 그러므로 소비자의 입장에서 보면 다양한 양질의 의료서비스에 대한 선택의 기회를 넓힐 수 있다.

나. 선진국형 보건의료로의 체질전환

선진외국 의료기관들의 진출에 따라 우리나라 의료계가 그들의 축적된 보건의료 경험과 정보를 활용함으로써 선진국형 보건의료 운영기조로 체질전환을 도모할 수 있다. 아울러 보건의료계의 선진화를 저해해온 내부적 타성을 극복하는데 유용한 외부적 자극으로 활용할 수도 있다.

다. 첨단 의료기술 도입 및 개발

선진외국의 가장 경쟁력있는 부분이 국내로 진입할 것이므로 국내 보건의료계에 첨단 의료기술의 도입과 개발이 확산되어, 하이테크(high technology)로 난치병 치료에 도전하는 기회가 주어진다.

라. 국내 의료산업의 해외진출

적극적인 방편으로, 아시아지역을 위시한 개발도상국을 대상으로 우리나라의 의료산업을 주요 수출산업의 하나로 육성해 갈 수 있다.

2. 부정적 효과

가. 경상무역외거래 자유화규약과 자본이동 자유화규약을 준수해야 하기 때문에 국제경쟁력이 취약한 국내 보건의료 부문에서는 상당한 대가를 지불해야만 할 것이라는 점과, 보건의료 정책결정의 독자성에 제약을 받게 되리라는 점 등이 지적되고 있다.

나. 의료정책적인 측면에서 볼 때 외국의 막대한 상업의료자본과 우수한 시설이 유입될 가능성이 크며, 이것은 전국민의료보험 이래 급증하는 의료수요를 양적인 측면에서나 질적인 측면에서 더욱 증가시킬 것이며, 국민

의료비 앙등에도 커다란 영향을 미칠 것이다. 또한 인력과 시설이 우수한 종합병원을 선호하는 의료이용 패턴으로 미루어볼 때 우수한 외국의 자본과 기술이 참여하는 의료시설의 도입은 고급의료를 선호하는 경향을 더욱 심화시킬 소지가 크다.

다. 선진외국의 거대한 자본이나 우수한 시설의 참여는 특히 기능과 역할분담이 명확하지 않아 경쟁력이 약한 중소병원의 경영악화를 초래하여 도산의 가능성을 높일 것이다.

라. 선진외국 의료기관의 설립이 주로 잠재적 의료수요가 많은 대도시 지역을 대상으로 이루어질 것이기에 우리나라 의료자원의 지역간 불균형 문제는 더욱 심화될 것으로 전망되며, 아울러 진료패턴의 왜곡현상이 나타날 것이 우려된다. 즉 1차진료나 급여대상의 진료보다는 일부 구매력 있는 계층의 고급의료 서비스 수요에 치중하는 왜곡된 진료패턴이 만연될 수도 있다.

결론적으로 장기적인 의료자원 수급 계획이 정립되지 않은 우리의 실정을 감안할 때, 보건의료에 관련된 선진외국의 인적, 물적 의료자원의 유입은 의료자원 수급 계획에 혼란을 가져올 것으로 예상된다. 따라서 OECD 가입에 따른 개방폭의 확대에 따라 커질 피해를 구제할 필요성은 날이 갈수록 증대하고 있는 것이다.

III. OECD 가입과 보건의료의 대응전략

OECD 가입으로 인한 의료시장 환경의 변화에 적응해야 하는 국내 보건의료계는 특히 병원경영 분야에서의 새로운 패러다임을 요구하고 있다. 우리나라 의료계는 바야흐로 춘추전국 시대에서와 같은 전면적인 경쟁체제

에 돌입하고 있다고 하겠다. 이같은 환경하에서 우리는 어떻게 대처해야 할 것인지 하는 방안이 모색되어야 할 것이다.

가장 효과적인 대응 전략은 평범한 진리 속에 있다. 남들이 쉽게 모방할 수 없는 우리만의 독특한 경쟁 우위 요소를 확보하는 것이다. 경쟁 우위의 기본방향은 우리 보건의료제도 기업경영 방식의 마케팅 기법을 활성화하고 아울러 이에 대한 경영 마인드를 지니는 것이라 하겠다.

1. 데이터베이스 마케팅 활성화

데이터베이스(DB) 마케팅이란 용어가 다소 생소하게 들릴지도 모르지만 DB마케팅은 우리 나라에서도 소비자들의 곁에 가까이 다가와 있으며, 몇몇 분야에서는 DB마케팅이 이미 활발히 전개되고 있다.

DB마케팅 컨설턴트인 휴지스(Hughes)는 DB마케팅을 ‘잠재고객과 기존고객에 대한 적합한 정보가 수록되어 있는 컴퓨터화된 관계형 데이터베이스 시스템을 고객에게 보다 질 높은 서비스를 제공하고 이들과 장기적인 관계를 구축할 수단으로 운영하는 것’으로 정의하고 있다. 다시말해 DB마케팅은 고객에 대한 여러가지 정보를 컴퓨터를 이용하여 데이터베이스화 하고 구축된 고객 데이터베이스를 바탕으로 고객 개개인과 장기적인 릴레이션 구축을 위한 마케팅전략을 수립하고 집행하는 제활동이라고 하겠다.

이러한 기업 경영방식의 마케팅 기법을 의료서비스 분야에 접목시키는 것은 기존의 홍보활동에 의존하던 보건의료의 마케팅 활동을 혁신적으로 변화시키는 것이다.

왜냐하면 불특정 다수를 대상으로 하는 홍보활동의 중요성이 줄어들고 있기 때문이다.

OECD 가입으로 인해 더욱 가속화 될 의료시장 개방을 앞두고, 기존의 의료서비스 마케팅 활동으로는 서비스 이용자 한 사람의 마음도 바꾸기 힘들 것으로 전망되기에 그러하다.

이제는 개별 이용자 하나하나의 특성에 세심히 배려된 의료서비스 제공전략을 써야 한다. DB마케팅은 서비스 이용자와의 일대일 접촉을 통한 개별적 욕구파악과 이러한 욕구의 만족을 특징으로 한다. 따라서 홍보 예산의 상당 부분을 DB마케팅으로 전환해야 할 것이다.

DB마케팅은 단기간에 실현되는 것이 아니며 쉽게 모방할 수도 없다. 또한 서비스 이용자가 쉽게 이탈하지 못하도록 전환 장벽을 높게 세우는데 중요한 역할을 하게 된다. 그러므로 DB마케팅은 향후 국내 보건의료계가 차별적인 경쟁우위를 확보하는데 필수적인 사항이다.

2. 새로운 경영마인드

요즈음 의료서비스 이용자들은 소위 기업 경영 방식의 ‘고객만족경영’을 희망하고 있다는 점을 인식해야 한다. 다시말해, 향후 보건의료 시스템은 의료서비스 이용자와의 긴밀한 관계구축을 위해 고객만족의 4가지 기준인 ‘신뢰성·신속성·정확성·관심도’에 근간을 두어야 한다. 이를 위해 국내 보건의료계

는 DB마케팅을 실행하는데 필요한 기반환경 조성에 더욱 박차를 가해야 한다. 다행히도 대부분의 의료기관들이 서비스 이용자에 관한 정보를 관리해 왔다. 이러한 서비스 이용자 정보가 DB마케팅의 핵심이 된다. 하지만 이용자 정보의 중요성을 깊이 인지하지 못했기 때문에 정보의 양이 많다 하더라도 질적인 면에서 많은 문제를 안고 있는 실정이다.

그외에 DB마케팅의 실현을 위해서는 의료계 전산화, 통합 DB의 구축, 그리고 전략적 정보의 활용 등 많은 과제가 있다. 그러나 최고경영층을 비롯한 보건의료 종사자들이 의료서비스 이용자의 정보가 경쟁우위의 핵심요소라는 확고한 경영마인드만 있으면 충분히 실현 가능한 전략이다. 이제 국내 보건의료계의 인식 전환이 요구되는 때이다. 일본의 저명한 경영컨설턴트인 ‘오마에 겐이치’가 일본 기업의 성공비결을 ‘전략가의 마음’이라고 주장한 점을 유의하여, 우리 보건의료계도 개방화·자유화의 시대를 맞아 전략적 안목을 기르는 것이 시급한 과제라고 할 수 있다.

결론적으로 우리나라의 OECD 가입으로 인해 새로운 의료환경에 처할 보건의료계는 새 시대에 부합하는 새로운 경영마인드로 국내 의료서비스의 경쟁력을 강화하고 선진 보건의료 문화를 창출해 나가야 하겠다.*