



지금 산업보건분야의 경쟁상대는 누구인가?

고려대학교 안산병원 산업의학센터 / 박 중 태

뜬금없는 얘기같지만 몇 개월 전 모일간지에 우리나라의 대표적인 소주 브랜드인 참이슬의 경쟁상대가 여타의 소주업체가 아닌 파브나 엑스캔버스 같은 TV라는 기사가 실린 적이 있었다. TV 화질이 좋아지면 퇴근 후 한 잔 하는 것보다 집에 가서 드라마나 영화를 감상하는 횟수가 늘어난다는 이유에서였다. 나이키가 경쟁상대로 닌텐도를 꼽는 것도 같은 맥락에서 이해가 될 수 있다.

그렇다면 우리가 몸담고 있는 산업보건분야에서의 경쟁상대는 누가인가 하는 의문이 생긴다. 주지하다시피 산업보건사업은 인가를 받은 유자격자에 의해 이루어지는 폐쇄적인 구조의 사업이다. 그러다보니 근접 지역 내에 있는 다른 산업보건기관들이 경쟁상대로 생각될 뿐 그 외 뚜렷이 경쟁상대로 여겨지는 분야는 떠올려지지 않는다.

업종과 영역이 무너져 가는 무한경쟁시대에서 우리 분야는 무엇과 경쟁을 해야 하고 이를 통해 어떤 가치를 창출할 수 있을까.

일반적으로 경쟁원리를 도입할 때에는 비용절감이나 고객만족도의 제고, 새로운 가치의 창출같은 긍정적인 효과를 기대하게 된다. 이를 주체별로 살펴보면 기업의 입장에서 경쟁은 '생존에 관한 문제' 이고 소비자의 입장에서는 '선택의 문제' 가 된다. 그래서 이미 경쟁에 익숙해진 기업들은 고객만족, 더 나아가 고객감동을 기업활동의 최우선의 목표로 하고 있고, 고객이 느끼는 세세한 감정에까지도 귀를 열고 있다.

산업의학전문의가 미리 정해진 "약속 항목"에 따라 수행하는 건강진단과 등록된 의사, 간호사, 산업위생관리기사 등이 정해진 업무 매뉴얼에 따라 보건관

리대행, 그리고 작업환경측정을 수십 년에 걸쳐 이어 왔다. 그래서 적지 않은 직업성 질환자를 발견하여 사후관리를 해 왔고, 작업환경이 과거에 비해 획기적으로 개선되고 산재예방에 기여하였다는 것이 이 분야에 종사하는 사람들의 자부심이자 전문분야로서 존재 이유일 것이다. 그렇다면 우리들의 서비스를 받은 고객, 즉 근로자들이 우리의 서비스에 대해 만족하고 감동을 받았을까. 근로자 건강진단에 대해 법적의무사항이라서, 혹은 회사가 비용을 대주니까 받기는 하지만 정작 자신의 건강이 염려되면 따로 건강진단을 받는다는 경우가 다반사이다. 보건관리대행이나 작업환경측정도 실제적인 사업효과에 도달하지 못하고 말뿐인 서비스에 그치거나 통과의례로 이루어지는 경우가 적지 않다. 느낌이긴 하지만 산업보건서비스에 대해 고객인 근로자들이 주는 점수는 그다지 높을 것 같지 않다.

산업보건사업이 여타 분야에 비해 경쟁력을 가지려면 근로자가 만족할 서비스를 제공하는 것이 분명함에도 불구하고 이에 쏟아 붓는 우리의 노력이 눈에 띄지 않는 건 필자만의 생각일까.

법정 전문인력을 확보하고 각종 정도관리를 통과했다고 해서 근로자들이 산업보건서비스를 곧 양질의 서비스라 받아들이지는 않을 것이다. 오로지 모든 서비스의 과정에서 결과까지 고객의 눈높이에서 설명해 주고, 개인별 건강증진 방안까지 제시해 줄 때 비로소 고객만족과 감동으로 이어질 수 있을 것이다. 즉, 산업보건사업의 과정과 결과에 대한 의사소통이 필요하다는 것이다. 물론 집단적으로 혹은 회사단위로 이루어지는 일을 근로자 전체에게 설명하고, 개별적으로 정보를 제공한다는 게 쉽지는 않겠지만 이 마지막 2%의 노력이 우리의 미래를 결정한다고 한다면 지금부터라도 실현가능한 방안을 강구해야 할 일이다.

산업보건기관의 경쟁력의 핵심은 '서비스의 질'이 되어야 하고 여기에는 항상 '고객'이 중심에 놓여 있어야 한다. 그럼에도 불구하고 현실에서는 질적인 것이 아닌 다른 요소가 발전적 경쟁을 왜곡시키고 있음을 목격하게 된다. 과도한 가격경쟁, 회사 담당자를 향한 영업행위, 서비스 끼워 주기 등 우리 스스로를 어렵게 만드는 일은 자제하여야 할 것이다.

최근 병원들은 대형화, 전문화를 내세워 최신장비와 우수한 의료진을 갖추고 환자유치에 열을 올리고 있다. “병 치료만 잘 하면 되지 병원이 백화점도 아니고 서비스까지도 신경을 써야 하나”라고 말하는 병원을 환자나 보호자들이 어떻게 생각할까. 분명 시대에 뒤떨어진 생각이라 비판을 면치 못 할 것이고 다른 병원을 찾으려 할 것이다.

우리가 하고 있는 산업보건서비스도 근로자가 만족하지 못 하고 그 가치를 인정하지 않는다면 사업 자체가 폐지되거나 다른 분야에 맡겨지지 않는다고 누가 장담할 수 있겠는가. 근로자가 몸에 이상을 느낄 때 산업보건기관을 우선적으로 찾게 하려면 우리의 경쟁상대를 우리 내부로 국한하지 않아야 한다. 경영주로 하여금 산업보건사업 예산을 더 늘리게 하려면 산업보건사업의 가치를 다른 사업보다 더 높이는 방법이 가장 쉬울 것이다.

그러기 위해서는 산업보건사업이 근로자로부터 호응을 받아야 하고, 그들이 기대하는 이상의 서비스를 제공함으로써 감동을 불러 일으켜야 할 것이다. 따라서 산업보건기관의 핵심가치를 산업보건서비스의 ‘질 향상’ 과 ‘근로자 만족’ 에 두고 실천적 노력을 이어 나가야 할 것이다.

산업보건서비스가 너무 감동적이라 더 많은 산업보건서비스를 이용하려 하고, 참이슬, 나이키가 우리를 경쟁상대로 생각하는 날은 영원히 오지 않는 걸까 잠시 생각해 본다. ☺