

의료와 인터넷 비즈니스

서울대학교병원

서 정 욱

인터넷 시대에 달라지는 의료 환경의 변화는 컴퓨터 도입 그 자체로 인한 것과 네트워크 형성에 의한 것으로 나누어 생각해야 한다. 기존의 전산 환경에서도 업무 효율화가 이루어지지만 네트워크 기능이 추가되면서 컴퓨터의 실용성이 무한대로 증폭되고 있다. 따라서 인터넷이라는 말은 컴퓨터와 네트워크의 조합이라고 해석하는 것이 우리들의 이해를 돕고 새로운 환경에의 접근 전략을 개발하는데 도움을 준다.

컴퓨터는 매직이 아니라 테크놀로지이다. 테크놀로지는 예측 가능한 것이며 노력한 만큼 새로운 기회를 제공하는 것이다. 그러나 테크놀로지가 기술 그 자체로 끝나게 되면 인간과의 괴리가 일어나고 인간이 기술의 노예가 되며 인간과 인간의 대립과 반목을 초래하는 위험한 불장난이 된다는 것을 잊어서는 안된다. 인간과 괴리된 기술보다는 신비스러운 매직이 우리에게 친근감을 준다는 단순한 진리를 이해해야 하며 인간의 특수성에 대한 배려가 필요하다. 따라서 새로운 기술에 따른 부가적인 기회 요소를 개발하고 현재의 기능성을 극대화 하면서 인간적인 평화를 증진하는 것이 인터넷 시대에 대응하는 균형있는 전략이다.

인터넷은 프로그래밍의 예술이다. 현재의 상황에 대한 분석과 추구하고자 하는 미래의 상황을 프로세스 분석과 기회요인 개발을 통하여 알고리즘을 개발하고 연결하는 작업이다. 심장 수술을 위하여 현재의 혈류역학을 조사하고, 현실적인 수술 후 역학을 추정한 후, 단계적인 심폐바이패스를 만들어 수술과 회복의 과정을 거치는 것과 흡사하다. 단계적인 전략의 목적은 환자 스스로 적응하면서 새로운 혈류 역학을 만들어내는 과정이라고 할 수 있다. 인터넷을 이용한 프로그래밍은 현재의 자원을 최대로 활용하면서 우리들의 숨은 역량을 발굴하고 새로운 프로세스를 만들어 가되 우리가 적용할 수 있는 전략을 통하는 것이며 현실감있는 발전 전략을 효율적인 방식으로 만들어 내는 창조의 과정이라고 표현

할 수 있다. 따라서 이를 위한 전문 컨설팅 기법의 도입과 실무 부서의 적극적인 참여와 노력이 필수적이다.

인터넷 시대라고 해서 환자와 의사의 만남이 생략되지는 않는다. 그러나 환자가 의사를 찾게 되는 과정과, 의사를 만나는 환자의 기대치가 달라진다. 다양한 e-business의 방법론들이 존재하지만, 접근 방법은 의료계와 사회의 필요성에 따라 결정될 것이다. 의료 e-business는 공익적인 성격이 강하며 국민 건강을 증진시키려는 의료계의 책무로 접근하는 것이 바람직하다. 그리고 이러한 의식을 바탕으로 의료인의 대응과 병원 경영의 기본 원칙이 수정되어야 한다.

연자는 인터넷의 기술적인 측면과 미래의 발전 가능성에 대한 환상을 제시하기 보다는 현실 환경에 도입하기 위한 단계적인 전략과 우리들의 자세에 대하여 검토하고자 하며 짧은 기간이지만 실무 참여를 통하여 느낀 내용을 나누고자 한다.

자칫, e-business를 일반적인 사업이라고 생각하고 접근한다면 투자와 경쟁 그리고 투자이익 환수의 원칙을 앞세울 것이다. 그러나 인터넷을 통한 e-business는 참여자의 생각과 생활 방식의 전환되지 않으면 성공할 수 없기 때문에, e-business를 바라보는 새로운 시각과 대응이 필요하다. 인터넷 방식의 핵심은 고객 위주의 서비스 개선, 생산성 중심의 실속 경영이다. 능력과 경제논리에 의한 지배가 아니라, 원만한 상호관계와 포괄적인 협력망 구축(네트워크)을 통한 참여가 인터넷 방식이라고 할 수 있다. 그렇기 때문에 새로운 진료 환경과 국민의 생활 방식 변화에 적응하기 위해서는 새로운 생활 방식에 대한 개방적인 접근과 불확실한 환경에 대한 참여가 필요하다.

의료계와 일반 제조업체의 상거래와 다른 점이 많다. 우선 병원간 경쟁은 제조/판매업체의 성격과는 다르다. 기업들로서야 다른 기업에 비교 우위를 가져야만 하는 절박성이 있는 반면, 병원들은 경쟁과 함께 서로 협조하

는 동반자이기도 하다. 제조 업체는 다른 기업이 쓰는 물건을 쓰지 않으려는 배타적인 경향이 있는 반면 병원은 오히려 다른 병원이 쓰는 제품을 더 선호하여 공동 구매의 위력이 현실화할 가능성이 크다.

우리나라에서 e-business 특히 의료계인터넷 비즈니스에 회의적인 시각이 있는 것도 사실이다. 실제로 종래 의료계의 거래 관행이 전자거래의 도입에 어려움을 주고 있다. 그러나 더 큰 걸림돌은 신뢰와 협력하는 분위기가 부족하다는 점이다. 의료계의 선진화와 국민 의료비 절감을 위해서는 전자상거래를 통한 유통 구조 선진화가 피할 수 없는 시대적 흐름이다. 이를 위해서 전 의료계의 적극적인 참여가 필요한데, 그 참여를 이끌어 내기 위해서는 의료계가 서로 협력하고 공동 이익을 모색하는 win-win 전략에 대한 공감이다. 병원마다 별도의 e-business를 기획하고 추진하는 것이 초기에는 어쩔 수 없는 현실일지라도, 의료계의 공익적인 성격과, 병원들의 협력이 중요하다는 특성에서, 조속한 시일 내에 통합과 참여가 필수적이라는 것을 알 수 있다. 지난 해 우리나라의 의료인은 의약 분업 사태를 통하여 새로운 가치관을 경험하였다. 의료인의 단결과 주인의식 그리고 국민 건강에 대한 책임감을 배웠다. 의료 분야의 e-business가 단지 의료인만의 이익을 위해서가 아니라 국민 건강을 지키는 의료인의 책무임을 인식하고 공동의 목적을 향해서 함께 토론하고 준비하는 것이 필요하다.

대한병원협회가 중심이 되어 주요 병원이 함께 참여하는 의료 B2B 시범사업 컨소시엄이 형성된 것은 매우 의미있는 변화이다. 의료인이 중심이 되는 의료분야 인터넷 비즈니스의 표준을 설정하는 것은 네트워크의 효과를 극대화하기 위한 필수 전략이 될 것이다. 병원마다 다른 물품 분류 체계를 서로 엮을 수 있는 프로그램을 개발하고 표준화하며, 전자상거래에 필요한 공동 카탈로그를 제작하는 일 등은 의료계가 앞장서서 추진해야 할 당면 과제이다. 마침 산업자원부가 의료분야 B2B 시범사업에 대한 지원을 약속하였고, 컨소시엄은 의료 현실에 맞는 공익적인 결과를 내고 종전의 물품 분류와 새로운

분류 방법이 함께 활용될 수 있는 코드 전환체계가 완성되도록 운영해야 할 것이다. 주요병원의 참여와 대한병원협회의 주도로 구성된 네트워크 분위기는 닥터연세, 메디링스, 메디포유, 이지병원정보, 케어베스트, 케어캠프 등 기존의 의료 전자상거래 사업자를 한 울타리에 묶는데 성공하였으며, 어느 사업자가 운영을 하든, 병원에게 돌아가는 혜택을 극대화하는 방식으로 운영되는 기반을 마련한 것이라고 생각한다.

의료 분야 e-business를 추진하면서 의료인의 의식 전환이 매우 중요함을 느끼게 되었다. 인터넷 시대에 어울리는 생활 방식과 자세가 성공적인 인터넷 운영에 필수적이다. 연자는 인터넷 시대에 어울리는 의료인의 마음가짐으로 e-PCR 정책 개념을 설정하였다.

e-Procurement : 병원의 사무용품, 일반 비품 등을 전자상거래를 통하여 조달한다. 개인용 물품의 구매도 다양한 전자상거래 사이트를 통하여 구매하여 전자상거래의 경험을 쌓도록 한다. 인터넷 बैं킹을 직접 경험함으로써 인증과 보안에 대한 현실감을 체득하는 것이 필요하다.

e-Communication : 병원 내외의 커뮤니케이션을 인터넷 방식으로 활성화 한다. 병원 업무 전산화와 홈페이지를 통한 홍보 및 환자관리, 인터넷 커뮤니티 경험 등은 인터넷 사회에 들어가는 첫걸음이 될 것이다. 아울러 인터넷이 인간과 인간의 새로운 만남임을 인식하고 열린 마음의 인간적인 대화 공동체 확산에도 노력해야 할 것이다.

e-Research : 인터넷 세상은 항상 변화하고 발전하는 것이 특징이다. 새로운 환경과 새로운 의식 구조에 적응하고 새로운 테크놀로지와 그 기술을 의료분야에 활용하는 전략을 연구 개발한다.

실험실의 신기술인 PCR(polymerase chain reaction)의 본래 의미처럼 자원이 보유한 고유 정보를 증폭하여 병원 및 의료 산업에 새로운 가치를 제공하는 것이 e-PCR이며 인터넷 세상을 살아가는 의료인에게 필요한 대응 전략이다.