



## 태국의 의료서비스 허브 추진 동향과 시사점

정재완 세계지역연구센터 전문연구원 (jwcheong@kiep.go.kr, Tel; 3460-1051)

홍수연 세계지역연구센터 연구원 (syhong@kiep.go.kr, Tel; 3460-1134)

### 주요 내용

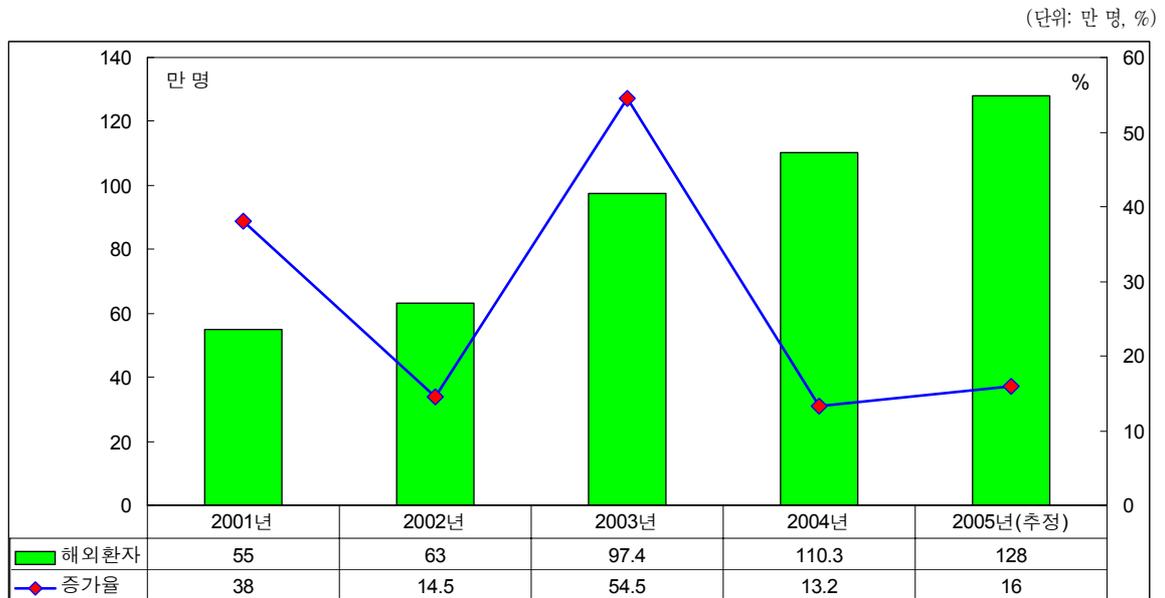
- 싱가포르와 말레이시아 등 아시아국가들의 '의료서비스 허브' 유치에 치열한 가운데 태국이 2005년 128만 명의 해외 의료환자를 유치하고 330억 바트(약 8.9억 달러)의 부가가치를 창출한 것으로 알려져 주목을 받고 있음.
  - 2004년 현재 싱가포르는 27만 명, 인도는 15만 명을 유치한 것으로 알려짐.
- 태국의 의료서비스 산업은 1980년대 관광산업과 접목하면서 태동하였고 동아시아 외환위기 직후 유희설비를 활용하는 방안으로 고소득국 고령자층을 주대상으로 한 간호·간병 서비스를 축으로 발전함.
  - 특히 태국은 수출진흥국, 관광청, 투자위원회 등의 정부기관과 민간병원협회의 치밀한 준비와 긴밀한 협조를 통해 의료서비스, 건강 관련 서비스(스파와 마사지 등), 허브(herb) 상품 등의 부분에서 2010년까지 '아시아 의료서비스의 중심지'가 되고자 노력함.
- 태국의 의료서비스 산업은 최대 자원인 관광산업과 결합하였다는 점과 고령자층에 특화하였다는 점에 특징이 있고, 또 아시아 경쟁국에 비해 서비스 및 친절과 가격 측면에서 비교우위를 가지고 있는 것으로 보임.
- 태국의 사례는 새로운 성장동력으로서 지식기반서비스 산업의 육성이 절대적으로 필요한 한국에게 △ 차별화 전략, △ 공공과 민간의 협력과 조화, △ 의료서비스 산업 육성을 위한 품질과 가격 경쟁력 유지 등에서 많은 시사점을 주고 있음.

## 1. 논의의 배경

- 싱가포르, 말레이시아, 인도 등 아시아국가들의 ‘의료서비스 허브(Healthcare Hub)’ 유치에 둘러싼 경쟁이 치열한 가운데, 태국이 2005년 한 해 동안 128만 명의 해외 의료환자를 유치한 것으로 알려져 주목을 받고 있음.

- 카시콘연구소(Kasikorn Research Center: KRC)의 최근 자료<sup>1)</sup>에 의하면, 태국은 2004년 110만 명의 해외 의료환자를 유치하여 264억 바트(약 6.6억 달러)의 부가가치를 창출하였으며, 2005년에도 128만 명을 유치하여 330억 바트(약 8.9억 달러)의 부가가치를 창출한 것으로 알려짐.

그림 1. 태국 민간병원의 해외 의료환자 유치 실적(2001~05년)



자료: Kasikorn Research Center of Thailand

- 본고에서는 태국의 의료서비스 산업이 발달하게 된 배경과 태국 정부의 의료서비스 산업 육성 전략을 살펴보고 한국에 대한 시사점을 도출하고자 함.

## 2. 태국의 의료산업 발달 과정과 의료허브 추진 전략

1) KRC는 지난 2006년 2월 3일 *Private Hospital in 2006: Foreign Patients and Revenue of More Than 36 billion baht*이라는 분석보고서를 발표하였음.

## 가. 의료산업 발달 과정

- 태국의 민간병원은 1960년대 후반 이후 서서히 성장을 거듭하여 의료업이라는 비즈니스로 자리잡음.
  - 당시 정부는 중류계층의 의료복지를 민간에 위탁하는 방안을 추진하기 위해 주식회사를 통한 자본축적, 투자위원회를 통한 법인세 면제, 의료장비 수입 면세 등을 통해 간접적으로 지원하였고, 또한 「사회복지계획(Social Welfare Scheme)」을 도입하여 민간병원에서도 이를 이용할 수 있도록 가입자를 유도함.
- 1990년대 들어 정체가 심각한 부동산산업 등으로부터 의료산업으로의 신규 참가자가 증가한 결과 의료산업내의 경쟁력이 높아지고 최첨단 의료설비와 호텔서비스가 부가되는 등 여러 서비스가 제공되고 동시에 인프라 정비도 촉진됨에 따라 병원사업이 본격적인 비즈니스로 성장함.
  - 그 중에서도 민간병원은 1980년대 발달한 관광산업을 이용해 외국인 환자 유치라는 새로운 고객층 확보 전략을 선보이기 시작하였고, 경쟁이 치열해짐에 따라 이러한 방법도 성과를 거둠.
- 1997년 발생한 동아시아 외환위기로 인해 유희설비가 50%에 이를 정도로 의료수요가 위축되자 이를 타개하고 병원산업을 활성화하기 위한 노력이 이루어짐.
  - 태국 민간병원협회(Private Hospital Association of Thailand)는 수출진흥국(Department of Export Promotion)에 대해 고소득국의 고령자를 대상으로 한 간호·간병 서비스를 실시, 수출산업으로 육성하자는 안을 제출함.
    - 이 제안은 외화획득이 필요한 당시에 새로운 수출산업을 모색해온 정부의 관심을 끌기에 충분했고, 태국 정부는 수출진흥국을 중심으로 수차례 조사를 실시한 후 1998년 서비스비즈니스청(Service Business Bureau: SBB)을 설립하고 의료서비스산업을 본격 육성함.
    - 특히 SBB는 1999년 일본의 도쿄와 오사카, 대만의 타이베이에서 고령자 간호·간병 서비스와 관련한 세미나를 개최하였는데, 이 세미나는 태국에 의료산업과 관광산업의 결합을 성사시키는 계기가 됨.
  - 또한 태국 관광청도 자연환경뿐만 아니라 문화 등을 이용하여 장기체류 관광객을 유치하기

시작함.

- 당시 관광청이 주대상으로 정한 관광객은 50세 이상의 고소득자로, 이들을 대상으로 의료 체제가 완비되어 있다는 신뢰감을 줄 수 있도록 중점적으로 홍보함.
- 이러한 전략은 의료기관과의 협조가 불가결한바, 민간병원협회는 「Long Stay Project」를 시작하였고 정부도 이러한 움직임에 화답하여 2001년 'Thai Longstay Management Co. Ltd.'를 설립함.
  - 관광청이 최대 주주가 되고 개인, 의료 및 관광 관련 회사, 금융기관, 심지어 일본의 회사 까지도 주주로 참여함.
  - 2002년 'Thai Longstay Management Co. Ltd.'의 주대상은 고소득 고령자에서 유학생, 스포츠 훈련캠프 등으로 확대되었고, 이와 함께 관련 정부기관도 4개로 증가하고 의료사업을 촉진하는 업무도 다시 수출진흥국이 담당함.

## 나. 의료서비스 산업 육성 및 허브 추진 전략

- 일련의 조사와 연구를 통해 의료산업의 국제경쟁우위를 확신한 태국 정부는 자국을 '아시아 의료허브'로 육성하고자 2004년 6월 '의료 수도(the Health Capital)' 전략을 발표함.
  - 보건부는 2003년 6월 정부의 목표 달성을 위한 구체적인 계획을 수립하였으며, 이와 때를 같이하여 긴급수송용 전세항공기를 통한 지원사업 도입, MRI 등 고가장비를 지방 국립병원에서도 도입할 수 있도록 국립대학의 R&D 활성화 등을 지원함.
  - 그리고 2003년 초 상무부는 「Thailand as an Excellent International Center for Healthcare」 계획을 수립하였고 보건부도 이 정책목표 달성을 위한 전략 개발을 위해 '의료서비스와 의료 관련 상품을 위한 전략지원위원회(Committee on Strategic Support for Health Services and Health-Related Products)'를 조직·운영함.
  - 특히 다음의 세 가지 영역에서 공공과 민간이 함께 태국을 2010년까지 '아시아 의료서비스 중심지(the Center for Healthcare Services in Asia)'로 발전시키고자 함.
- 의료서비스: '아시아 의료관광 허브(Health Tourism Hub of Asia)'를 목표로 해외 의료관광객을 2003년 97만 명에서 2010년 200만 명으로 증가시키고 총수입을 같은 기간내 190억

바트(4.6억 달러)에서 800억 바트(22.8억 달러)<sup>2)</sup>로 확대함.

- 건강 관련 서비스(스파, 전통마사지, 장기체류): ‘아시아 웰빙 수도(Wellness Capital of Asia)’ 를 건설하기 위해 스파(spa)산업을 해마다 20~25%씩 성장시킴.
- 허브(약용식물 herb)상품: ‘건강을 위한 태국의 허브(Thai Herbs for Health)’ 를 모토로 허브(herb)상품의 국내생산 및 해외수출을 장려하여 태국산 제품의 세계시장 규모를 확대함.

표 1. 태국 보건부의 5개년 수입 전망

(단위: 백만 바트)

구 분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	총 계
의료서비스	19,635	23,100	27,433	32,898	39,833	142,899
건강관리 서비스 (스파 & 마사지)	4,996	6,753	9,185	12,492	16,989	50,416
허브(herb) 상품	1,550	2,000	3,000	4,000	7,000	17,550

주: 2006년 2월 13일의 환율은 1달러당 39.55바트  
자료: 태국 보건부

■ 2010년까지 아시아 의료상품·서비스 허브로 자리잡기 위한 태국정부의 구체적인 전략

- 원스톱 서비스 정신에 입각한 각 부문 협력 및 정보교류 확대를 통해 보다 신속하고 효율적인 서비스 제공
- 「Thailand Brand in Healthcare」 이미지 구축을 위해 정부와 민간이 공동으로 홍보(PR) 및 마케팅 노력 수행
- 의료전문직뿐만 아니라 지원직 등 인적자원에 대한 규모와 질 개선
- 태국을 국제기술컨퍼런스 센터로 육성하고 태국 의료진의 능력과 실적을 국제사회에 소개
- 이를 통해 태국의 의료수준에 대한 국제사회의 신뢰를 구축할 수 있고 MICE 산업<sup>3)</sup> 육성도 촉진할 수 있음.
- 태국 병원발전인증원(Hospital Development and Accreditation Institution)의 수준을 향상시켜 국제병원인증원(International Hospital Accreditation Institution)으로부터의 인정 획득

2) 각각 해당연도 평균환율(2003년 41.55와 2010년 35.1)로 환산함.(GlobalInsight)

3) Meeting, Incentive, Convention, Exhibition 산업을 의미함.

- 정부와 민간이 공동으로 의료서비스 기술 및 품질 향상
- 의료서비스의 영역 확대와 종류의 다양화

### 3. 태국의 성과와 주변 경쟁국과의 비교

#### 가. 해외 의료관광객 유치 실적

- 태국을 찾는 해외 의료관광객 수는 해마다 증가하여 2004년에는 110만 명, 2005년에는 128만 명을 기록한 것으로 추정됨.
- 2004년 말의 지진해일(Tsunami)로 인한 관광산업 침체에도 불구하고 2005년에는 해외 의료관광객이 전년대비 16% 늘어났으며, 수익기준으로는 35%(달러 기준) 증가함(그림 1 참고).
- 태국을 찾는 의료환자를 국별로 보면, 일본인이 가장 많으며 그 다음으로 미국인, 영국인, 독일인 등의 순으로 많이 방문하고 있음.

표 2. 태국이 유치한 해외 의료환자의 국별 분포

(단위: 명, %)

	2001년	2002년	2003년	증가율 (2002/2003)
일 본	118,170	131,684	162,909	28.8
미 국	49,253	58,402	85,292	43.9
영 국	36,778	41,599	74,856	79.9
독 일	19,057	18,923	37,055	95.6
중 동	n. a.	20,004	34,704	73.5
기 타	326,903	359,388	578,716	61.3
<b>합 계</b>	<b>550,161</b>	<b>630,000</b>	<b>973,532</b>	<b>54.5</b>

자료: Export Promotion Department of Thailand.

- 태국 관광청(TAT)에 따르면, 2002년 1만 4,800명이던 한국인 환자는 2003년 1만 9,500명, 2004년에는 3만 1,300명 선으로 증가한 것으로 추정됨.

- 스파산업의 총시장규모도 2003년에는 36억 바트(8,660만 달러)에 달했고 2004년에는 거의 두 배 증가한 73억 바트(1.8억 달러)에 달한 것으로 추정됨.
- 2003년의 경우 260만 명의 외국인 이용객을 통해 30억 바트(7,220만 달러)의 관광수익을 창출함.

## 나. 태국 의료 허브 전략의 특징과 아시아 경쟁국과의 비교

- 태국의 의료서비스 산업은 최대 서비스 산업인 관광부문과 결합하여 ‘의료관광(Medical Tour)’이라는 새로운 산업으로 탄생함.
- 현재 태국의 의료서비스 산업은 고령자를 주대상으로 한 단계로부터 관광산업의 부속산업으로서, 더 나아가 아시아의 의료 허브로 발전함.
- 즉 경쟁국인 싱가포르 등과 차별화를 추구하여 고령자를 위한 간호·간병 서비스에 특화하고 있는 점이 태국 의료 허브 전략의 가장 큰 특징임.
- 저렴한 의료서비스를 이왕이면 장기간 체류하면서 받기를 원하는 세계의 고소득 고령자가 태국의 주요 타겟이 되고 있으며, 이에 따라 고령자층의 관광객이 증가하는 추세임.
- 경쟁국인 싱가포르가 27만 명의 해외 의료환자를 유치하고 인도가 15만 명을 유치하는 데 그친 반면 태국이 같은 시기에 100만 명 이상의 해외 환자를 유치한 배경으로는 의사에 대한 신뢰감 확보와 병원 품질관리의 향상에 따른 경쟁력 확보를 우선적으로 들 수 있음.
- 의사에 대한 신뢰감은 태국인 의사들이 고도의 의료기술을 획득하고 축적해온 결과로, 이는 의사의 기술형성제도, 외국에서 학습할 기회 및 해외체류 의사들과의 인적 네트워크, 또 외국의 유명한 의료기관과의 기술제휴 등을 통해 태국 의사들이 최첨단 기술을 익혀 왔기 때문임.
- 그리고 병원의 품질관리에 공헌한 것은 보건부가 설립한 병원품질관리촉진위원회임.
- 이 위원회는 ‘병원인증기준(Hospital Accreditation: HA)’을 마련해 태국 의료기관의 품질 관리 향상을 촉진하였고, 그 결과 2003년 태국의 HA는 국제적으로도 미국의 품질관리기준과 같은 등급을 받게 됨.

- 태국 의료서비스 산업이 가지는 가장 큰 비교우위는 서비스 및 가격인 것으로 분석됨.
  - 현재 아시아에서는 싱가포르가 ‘아시아 의료 허브(Medical Hub of Asia)’ 를, 말레이시아가 ‘아시아 의료관광 허브(Asia's Health Tourism Hub)’ 를, 홍콩이 ‘아시아 의료 허브(Asia's Medical Hub)’ 를 추구하고 있으며, 인도도 의료산업을 집중 육성하고 있을 정도로 경쟁이 치열함.
  - 반면 가장 큰 경쟁국인 싱가포르는 서비스 및 가격을 제외한 모든 부분에서 비교우위를 가지고 있는 것으로 분석됨.

표 3. 아시아국가들의 외국인 환자를 위한 의료서비스 경쟁력 비교

경쟁우위 부문	태 국	싱가포르	인 도	말레이시아	홍 콩
서비스	☀☀☀☀☀			☀	
첨단기술	☀	☀☀☀☀	☀☀	☀	☀☀
의료진의 자질	☀	☀☀☀☀	☀☀		☀☀
세계적 공인병원	☀	☀			
선행자 이점		☀☀☀☀			☀
시너지/전략적 파트너		☀☀	☀		☀
접근성/시장채널		☀☀☀☀	☀	☀☀	
가격	☀☀☀☀☀		☀☀☀☀☀	☀☀☀☀	

자료: Private Hospital Association of Thailand

#### 4. 전망 및 한국에 대한 시사점

- 향후 아시아의 인구 급증, 경제성장과 비례한 높은 수준의 의료서비스 수요 확대, 동아시아의 빠른 고령화 사회 진입 등으로 의료서비스 산업은 큰 성장이 기대되고 있으며, 태국의 의료서비스 허브 전략은 주변국과의 경쟁에도 불구하고 기대 이상의 실적을 거두고 있는 것으로 평가됨.
  - 일본을 포함한 아시아지역 소비자들의 의료 및 의료 관련 소비지출액 규모는 1999년의 3,900억 달러에서 2013년 6,100억 달러로 크게 늘어날 것으로 전망됨(표 4 참고).

- 2050년까지 아시아지역 인구는 56억 명에 이를 것으로 전망되고 있는 가운데, 특히 중국, 인도네시아, 인도 등의 국가에서는 새로운 의료시설 설립은 물론 기존의 노후시설 및 의료 기술을 개선시켜야 하는 부담이 있어 의료분야는 성장잠재력이 풍부한 것으로 보임.
- 태국정부는 2006년에도 약 140만 명의 해외 의료환자를 유치, 364억 바트(약 9.5억 달러)의 부가가치를 창출할 것으로 예측하고 있음.

표 4. 아시아의 의료서비스 및 관련 제품에 대한 개인소비총액

(단위: 백만 달러)

	1999년	2013년
중 국	25,422	64,593
인 도	11,423	26,343
인도네시아	1,992	3,058
말레이시아	739	1,678
필 리 핀	1,259	2,173
태 국	4,591	7,868
베 트 남	1,516	2,696
한 국	16,484	30,586
홍 콩	4,786	8,505
대 만	19,274	36,759
싱가포르	2,073	3,930
소 계	89,559	188,189
일 본	301,085	421,974
<b>총계(일본 포함)</b>	<b>390,644</b>	<b>610,163</b>

자료: Euromonitor International Marketing Forecasts 2001.

- 태국의 성공은 새로운 성장동력으로서 지식기반서비스 산업의 육성이 절대적으로 필요한 한국에도 많은 시사점을 주고 있음.
  - 첫째, 차별화 전략으로 틈새시장을 지향할 필요가 있음.
  - 둘째, 종래의 정부기관은 기능별로 분화된 관료조직으로서 각 부처간 구분이 명확한 점이 많으나, 현재나 미래의 새로운 산업을 발전시키기 위해서는 각 부처의 소관을 초월, 여러 측면에서 종합적으로 관찰하고 협력할 수 있는 조직설계가 필요함. 또한 그 의사결정에는 여러 정부기관이 참가하는 것도 중요함.
- 태국의 의료산업이 발전하는 데는 정부조직과 민간조직의 유연한 협력 및 정보교환의 장을 제공하는 Thai Longstay Management Co. Ltd.가 중요한 역할을 담당하였음.

- 또한 상무부 수출진흥국, 관광청, 투자위원회 등이 관료조직을 초월해서 협력했고, 민간병원 협회를 포함한 민간과 전략 시나리오를 공유하여 새로운 산업을 성공적으로 창출하였음.
- 셋째, 외부의 영향이나 환경을 잘 이용하기 위해서는 사업주체(정부와 민간)에 의한 Serendipity, 즉 우연과 기회를 좋은 결과로 결부시키는 능력이 필요함.
- 태국 의료산업의 발전에는 여러 차례의 우연과 위기가 존재하였고 이러한 기회를 좋은 결과로 연결시키는 것은 강한 의지를 가진 사업주체의 경험과 능력이었음.
- 마지막으로 경쟁이 치열하지만 의료서비스 산업을 수출산업으로 육성할 필요성이 크며, 이를 위해서는 품질과 가격 경쟁력(Affordability) 유지 등이 전제되어야 함.
- 이를 통해 국내 의료서비스의 개선, 관련 산업의 경쟁력 강화, 급증하는 해외 의료 수요의 국내 흡수, 해외 의료환자의 유치 확대, 고용 창출 등의 효과를 거둘 수 있음.
- 태국의 경우 품질을 높인 요인은 의사의 신뢰성 향상, 병원의 철저한 품질 관리, 문화적 요인에 의한 좋은 치료분위기 및 환자에 대한 서비스마인드 조성 등이며, 가격경쟁력은 낮은 물가와 코스트다운 정책 등을 통해 유지할 수 있었음.