

헬스관광(Health Tourism)의 유형과 추진전략에 관한 개념적 연구*

(A Conceptual Study on Categorization of Health Tourism and Implementation Strategy)

강재정**
(Kang, Jae-Jung)

목 차

- I. 서론
- II. 헬스관광의 개념과 유형에 대한 선행연구
- III. 헬스관광의 유형화를 위한 개념적 모형
- IV. 헬스관광의 유형별 추진전략
- V. 결 론

I. 서론

건강과 삶의 질을 중요하게 고려하는 21세기에 건강유지와 질병 치료를 목적으로 다른 나라로 이동하는 헬스관광은 하나의 특화된 관심관광으로 성장하고 있다. 특히 양질의 의료서비스와 함께 휴양·레저·문화 활동을 동시에 향유할 수 있는 헬스관광(health tourism)은 새로운 성장산업으로 급성장하고 있다.

헬스관광의 성장배경에는 자국에서 고가의 치료비용과 장시간의 대기에 따른 불만, 경제적인 국제항공운임과 환율변동의 혜택, 많은 나라에서 의료기술의 발달과 서비스 수준의 향상, 그리고 풍요로운 베이비붐 세대의 등장이라 할 수 있다(Connell, 2006). 그러나 또 다른 이유로는 인구의 노령화(가처분 소득의 증가와 여가와 건강유지에 대한 관심증가), 라이프스타일의 변화(성형수술, spa, 은퇴 커뮤니티, 피트니스 센터 등에 대한 수요증가), 기존여행에 대한 대안(여

* 본 연구는 한국관광·레저학회에서 주관한 제 32차 학술논문발표대회(2008)에서 발표한 논문을 보완 수정한 것임

** 제주대학교 경상대학 경영학과 교수

행을 충분히 다닌 소비자들은 색다른 것을 추구함) 등이 자리잡고 있다(Ross, 2001). 특히 선진국에서 고령화인구에서 소득이 증가하고, 연금제도가 보편화되면서 적극적으로 질병의 치료, 건강의 유지와 증진에 관심이 높아지는 경향도 중요한 이유로 꼽을 수 있다. 과거에는 후진국의 부유한 환자들이 선진국 의료센터를 찾아 여행하였으나, 이제는 선진국의 부유한 환자들이 저렴하면서도 신뢰성 있는 외국의 병원을 찾아 의료관광에 나서고 있는 것이다.

일반적으로 헬스관광이란 의료 및 건강유지를 위한 서비스와 더불어 휴양, 레저, 문화 활동 등의 관광활동이 결합된 새로운 관광형태를 의미한다. 헬스관광은 의료 및 관련서비스 시설에서 체류하면서 치료와 관리를 하기 때문에 일반적인 대중관광보다 체류기간이 길고 체류비용도 높다. 특히 미용이나 성형, 건강검진, 간단한 수술 등으로 찾는 환자의 경우, 치료와 관련된 비용뿐만 아니라 관광과 연계하여 머물기 때문에 체류비용이 높아 21세기 새로운 고부가가치 관광산업으로 각광을 받고 있다(유지윤, 2006).

그러나 헬스투어리즘이나 메디컬 투어리즘에 대한 개념 정의 및 유형에 대한 연구는 아직 초보단계에 있는 듯하다. 최근 들어 학술지에서 간혹 찾아볼 수 있지만 아직도 학자들간 또는 국제적으로 통일된 개념과 범위도 불명확한 상태이다(손대현, 김정은, 2001). 또한 헬스관광의 유형에 대한 연구에서 제공되는 시설물의 형태나 의학적인 전문성, 혹은 고객이 추구하는 편익에 따라 분류하고 있을 뿐 전체적인 관점에서 체계적으로 분류한 연구는 거의 없다. 헬스관광의 유형을 구분하기 위하여 개별적으로 나열하는 방법도 그 나름대로의 장점이 있으나 통합적인 관점에서 헬스관광의 유형을 나누고, 유형별 특성을 개념적으로 고찰하는 것도 중요한 작업이라 판단된다. 따라서 본 연구에서는 헬스 및 의료관광에 대한 개념을 살펴보고, 이를 기반으로 헬스 및 의료관광의 유형을 모형화하고자 하였다. 또한 이러한 유형에 근거하여 기업이나 지방자치단체에서 전략적 관점에서 전환하기 위한 전략적 방안과 필요여건에 대하여 탐색하고자 하였다.

Ⅱ. 헬스관광의 개념과 유형에 대한 선행연구

2.1 헬스관광에 대한 개념

우리나라에서 건강관광이라고 불리는 헬스 관광(health tourism)에 대한 연구는 매우 미약한 수준이며, 외국의 저널에서도 간혹 찾아볼 수 있을 정도이다. 우리나라에서는 헬스 투어리즘(health tourism)을 ‘건강관광’, ‘보양관광’, ‘보신관광’, ‘보건관광’ 등 다양한 용어를 사용하고 있지만, 아직까지 헬스투어리즘에 대한 개념과 범위에 관한 학자간, 지역간 합의도 없는 상태이다

(손대현, 김정은, 2001). 그러나 헬스 투어리즘은 주로 의료적인 치료가 없는 스파, 마사지, 그리고 온천과 같은 형태의 건강관련 시설물을 이용하는 관광을 총칭하는 개념으로 사용되고 있다.

Goodrich & Goodrich(1987)에 의하면 헬스 투어리즘(health tourism)이란 “건강과 관련된 서비스나 시설을 의도적으로 홍보하여 관광객을 유인하는 관광시설이나 목적지”를 의미하는 것으로 공급측면에서 정의하였으며, Hall(1992)은 “특정한 관심관광의 하나로서 관광동기가 건강과 관련된 관광”으로 파악하여 수요측면에서 정의하였다. Medilik(1996)은 건강치료(여러 가지 병의 치료에서부터 건강과 휴양프로그램에 이르기까지)를 위해 다른 장소를 방문하고 여행하는 것으로 정의하였다. 이러한 정의를 바탕으로 손대현과 김정은(2001)은 “건강증진 및 치료를 목적으로 하는 모든 관광프로그램, 서비스, 관광목적지를 포함하는 것”으로 정의하고 있다. 최근 Bennett et al.(2003)은 헬스투어리즘을 포괄적으로 보고 ① 신체적, 정신적 정화를 위해 주요 강(major river)을 순방하는 것, ② 건강상의 이유로 온화한 기후를 찾아가는 것, ③ 특정한 건강치료를 위해 크루즈에 탑승하는 것, ④ 국제적 방문객에게 지역의료서비스를 제공하는 것, ⑤ 해수치료를 제공하는 딸라쇼세라피, ⑥ 환자를 위한 병원뿐만 아니라 환자 가족들을 위한 숙박 및 스트레스 감소프로그램을 제공하는 위생 투어리즘, ⑦ 건강관련 활동이나 의학적인 치료를 위해 헬스리조트를 방문하는 것 등의 활동을 모두 헬스 투어리즘에 속하는 것으로 보고 있다.

최근 헬스 투어리즘과 메디컬 투어리즘간의 개념적 차이를 고려할 필요성이 있음을 지적하고 있다. 특히 Connell(2006)은 특정한 치료가 개입(specific medical interventions)되는 경우에는 의료관광(medical tourism)이라는 명칭을 사용할 것을 제안하고 있다. 그러나 아직도 많은 학자들이 건강(health)과 관련된 모든 형태의 여행을 총칭하는 개념으로 헬스 투어리즘을 계속 사용하고 있기 때문에, 본 연구에서는 헬스관광을 “건강이나 치료를 목적으로 다른 장소의 병원이나 헬스 관련시설을 방문하여 서비스를 받고, 동시에 관광활동을 추구하는 형태의 관광”이라고 포괄적으로 정의하고자 한다. 즉 헬스관광이란 건강과 의료서비스가 포함되는 모든 형태의 관광을 의미하는 것으로, 의료적인 치료가 포함된 메디컬투어 뿐만 아니라 건강유지를 위한 한방치료, 스파, 마사지, 명상, 다이어트 투어도 포함되는 개념으로 파악된다.

2.2 헬스관광의 유형에 관한 연구

헬스관광의 유형에 대한 대부분의 연구에서는 시설물의 유형(예, 미네랄 워터 목욕탕, 수치료, 체육관, 일광욕 등), 의학적 전문성(외상후 치료, 노이로제 신경증, 심장혈관 등), 그리고 고객의 추구편의에 따라 분류하고 있다. Williams et al.(1996)은 치료형태에 초점을 맞추어

초고급(luxury), 자유로움(pampering), 생활의 질 향상, 체중관리, 영양 및 다이어트, 스트레스 관리, 동양의학(Holistic)치료, 정신적 깨달음, 건강(fitness), 미용, 신세대(new age), 미네랄 온천 등으로 구분하였다.

Spivack(1998)은 헬스관광의 대표적인 상품으로 스파를 중심으로 헬스관광의 시설형태를 분류하고 있다. 그는 스파의 형태를 크게 헬스 스파 리조트(health spa resorts)와 전통적 의학 치료센터(traditional medical treatment centers)로 분류하고 있다. 헬스 스파리조트는 다시 세부적으로 어메니티(amenity spas), 목적지 스파(destination spas), 일일스파(day spas)로 구분되며 목적지 스파는 다시 전통식(classic), 고급식(luxury), 신식(new age), 메디컬지향식(medically oriented)으로 구분하고 있다. 그리고 메디컬지향식에는 동양식(holistic), 체중관리(weight), 수치료(hydrotherapy)로 나눌 수 있으며, 전통적 의학 치료는 연구기관, 병원과 클리닉, 성형수술 및 기타 등으로 분류하고 있다. 한편 국내를 대상으로 한 연구에서 손대현과 김정은(2001)은 고객의 수요측면에서 헬스관광을 추구하는 편익에 따라 품질과 자아 추구형, 건강과 즐거움 추구형, 자연과 건강추구형, 다목적 추억추구형, 정신안정 추구형, 품질과 추억추구형 등 6개의 집단으로 구분하여 군집별로 인구통계적 특성과 관광특성에 차이가 있음을 밝혀냈다.

그러나 헬스 관광을 구분하는데 가장 유용한 기준은 메디컬지향(medical orientation)인지 관광지향(tourism orientation)인지에 따라 구분하는 것이다(Bennett et al.,2003). 이러한 분류유형에 따라 Howat et al.(1986)은 헬스리조트를 건강치료에 초점을 두는 메디컬지향적 리조트와 건강예방에 초점을 두는 휴식지향, 자유로움(pampering) 지향, 라이프스타일 지향적인 헬스리조트로 구분하였다. 그리고 Mueller and Kuafmann(2001)은 Wellness Tourism의 개념을 정의한 다음 호텔산업에 한정하여 공급측면에서의 호텔유형은 ①소프트웨어 호텔, ②하드웨어 호텔, ③가짜 웰리스 호텔, ④ 통적인 의학 치료기관으로 구분하였다. 또한 수요측면에서 ①건강지향 고객(demanding health guests), ②독립적인 시설 사용자(independent infrastructure users), ③케어중심 치료고객(care-intensive cure guests), ④단순 레크레이션 고객(undemanding recreation guests)으로 구분하였다. 건강지향고객은 여행객의 40% 정도를 차지하고 있는데, 주로 치료(care)와 정보뿐만 아니라 전문적 능력과 포괄적인 웰리스 편의시설(amenities)에 상당한 중요도를 부여하고 있다. 독립적인 시설 사용자는 25%정도를 차지하고 있는데, 이들은 치료와 정보, 혹은 전문적인 노하우에 관심을 보이기보다는 주로 수영장, 스팀욕탕, 사우나 등의 편의시설에 중요도를 두고 있다. 그러나 건강영양, 휴식과 문화 등을 위한 웰리스 편의시설에는 높은 관심을 두지 않는다. 치료집중 건강고객들은 치료와 세라피, 요양 및 건강증진을 위하여 주로 체류하는데, 메디컬 능력뿐만 아니라 개별적 케어 및 어드바이스에 높은 중요도를 두고 있

다. 단순 레크레이션 고객은 웰리스 구성요소에 가장 낮은 중요도를 두고 있는데, 주로 레크레이션이나 휴식을 목적으로 체류하는 형태의 고객을 말한다.

Bennett et al.(2003)은 호주의 헬스리조트에서 제공되는 홍보책자를 조사하여 헬스 리조트의 형태를 메디컬 치료와 포괄적 관광초점으로 나누고, 처치방법이 주류(mainstream)인가 혹은 대안방식(alternative)인가에 따라 네 가지 형태의 헬스리조트를 구분하였다. 관광초점과 주류시장에 초점을 두는 경우를 선도형(leading)이라 칭하였으며, 메디컬치료지향이면서 주류시장에 초점을 두는 경우를 전통형(conventional), 관광초점이면서 대안적 치료에 초점을 두는 경우는 이머징형(emerging), 그리고 모든 분야에서 낮은 경우를 틈새형(niche)으로 구분하여 각각의 특징을 설명하고 있다. 한편, Sbojand & Mumel(2002)는 Slovenia 온천 관광계획 후에 채택된 자료(1994)에서 헬스관광상품의 수요측면과 공급측면의 특성을 <표 1>과 같이 제시하였다.

< 표 1> 헬스관광상품의 수요측면과 공급측면의 특성

구 분	수요측면	공급측면
의학치료	건강증진 회복	효과적인 의료장비 전문의사 안락한 숙박시설 자연건강 요소 요양하면서 식사 휴식, 평화로운 환경
예방적 건강관리	열치료 직업병 예방 회복	전문적인 서비스 전문의사와 전문직원 안락한 숙박시설 건강과 식이요법 음식 자유로운 시간활동 야간 오락
여가	오염되지 않은 환경에서 휴식 스포츠 활동 자연경관 관광 도보여행	온천수영장 안락한 숙박시설 건강식과 특별요리 자유로운 시간활동 야간 오락
적극적인 휴양활동	오염되지 않은 환경에서 휴식 다양한 스포츠 및 기타활동 오락, 수영 등	안락한 숙박시설 건강식과 특별요리 다양한 스포츠 활동 여행 야간 오락

자료 : 조구현(2003) 재인용

위에서 살펴본 바와 같이 기존의 헬스관광에 대한 구분은 주로 공급자 측면에서 시설유형이나 제공되는 서비스를 기준으로 분류하거나 수요자 측면에서 추구하고자하는 편익위주의 분류가 대부분이다. Slovenia 온천에 대한 설문조사에서 수요측면과 공급측면을 고려하여 헬스관광 상품을 개발하려는 시도를 하였으나 왜 이러한지에 대한 논리적인 연관성과 설명력이 부족하다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 헬스관광에 대한 수요측면과 공급측면에서 중요하게 고려되는 요인을 도출하여 헬스관광의 유형을 분류하기 위한 개념적 모형을 제시하고자 하였다.

Ⅲ. 헬스관광의 유형화를 위한 개념적 모형

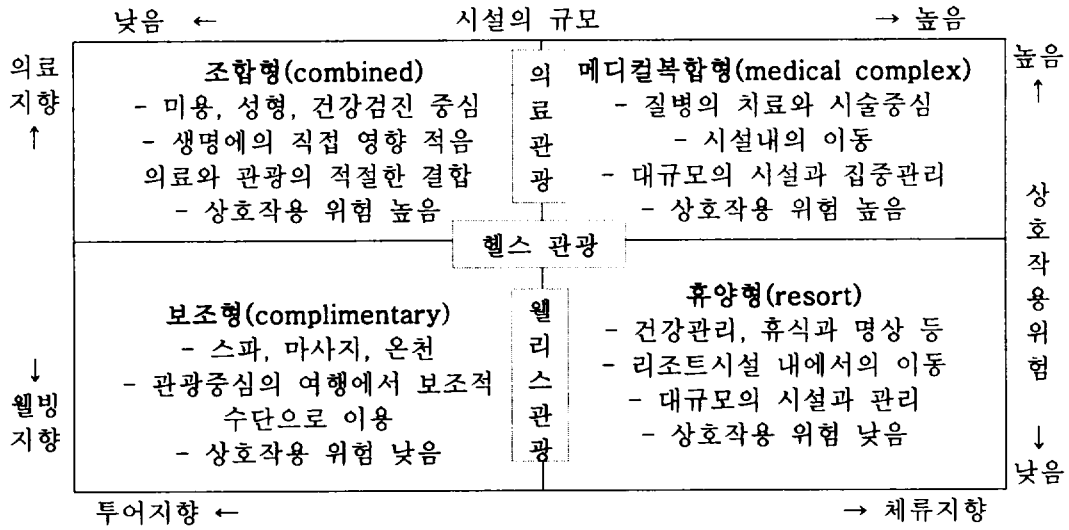
3.1 헬스관광의 유형

본 연구에서는 사전적으로 헬스관광의 형태를 수요측면과 공급측면에서의 대표적인 특징이 무엇인가를 파악하고자 하였다. 우선 헬스관광의 수요측면에서는 여행의 목적이 어디에 있는가를 기준으로 Bennett et al.(2003)의 연구에서 사용된 차원인 의료지향(medical treatment-orientation)과 웰빙지향(wellbeing orientation)으로 구분하였다. 또한 목적지에서 관광투어를 중심으로 운영되는지 혹은 헬스관광관련 시설에 체류하는지에 따라 투어관광지향(tour-orientation)과 체류지향(stay-orientation)의 양극단으로 구분하였다.

서비스 시설의 공급측면에서는 서비스 시설의 규모, 그리고 서비스 운영과정에서 고객과의 상호작용 및 의사소통의 필요성, 그에 따른 위험차원을 포함하였다. 여기에서 사용된 개념은 Schmenner(1986)가 제시한 상호작용 및 고객화의 정도와 노동집약도의 개념을 차용하였다¹⁾. 다만 상호작용 및 고객화의 정도는 상호작용에 따른 위험의 수준으로 변경하였으며, 노동집약도는 자본의 집약도를 나타내는 시설의 규모수준으로 변경하였다. 이와 같이 네 가지 차원으로 구분한 다음 헬스관광의 유형을 [그림 1]과 같은 개념적 모형을 작성하였다.

이 모형에서 살펴볼 수 있듯이 치료위주의 조합형과 메디컬 치료형은 의학적인 치료가 개입되고 있으므로 의료관광(medical tourism)으로 파악할 수 있으며, 건강유지와 웰빙지향의 보조형과 휴양형은 웰리스 관광(wellness tourism)이라 부를 수 있을 것이다. 각각의 형태에 대하여 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) Schmenner(1986)은 상호작용 및 고객화와 노동집약도에 따라 서비스 유형을 서비스 공장, 서비스 상점, 대중서비스, 전문 서비스로 구분하였다.



[그림 1] 헬스관광의 유형화를 위한 개념적 모형

3.1.1 보조형

보조형(complimentary type)이란 관광중심의 여행에서 심신상의 피로를 풀기 위하여 스파, 마사지, 온천 등을 활용하는 형태의 헬스관광을 의미한다. 일반적으로 보조형에서는 여행을 위한 호텔이나 숙박시설에서 머물면서, 체류하는 호텔에서 이러한 서비스를 받거나 그 이외의 다른 시설에서 제공 받는다. 이러한 형태는 전통적인 여행상품의 하나로 1회성 서비스의 성격을 가지며, 서비스 제공과정에서 일어나는 고객과 서비스 제공자간의 의사전달이나 상호작용의 위험은 그다지 높지 않다. 이러한 형태의 서비스 시설은 소규모의 시설로도 운영할 수 있으며, 고객이 증가할수록 규모가 확장되거나 숙박이 필요한 경우보다는 그 규모가 작은 것이 보통이다. 보조형에서의 서비스는 관광프로그램에서 포함하거나 옵션으로 제공되며, 기존의 여행상품과 비교하여 체류기간이 늘어나는 것은 아니다. 그러나 공급자 측면에서는 스파, 마사지, 혹은 관련서비스를 제공하고 사용료를 획득할 수 있기 관광수입측면에서는 많은 이득이 있다. 이러한 형태의 시설은 새로운 관광객을 끌어들이는 요인으로 작용하기 보다는 유입된 관광객의 욕구와 필요를 충족시켜 줌으로써 여행과정에서의 만족도를 향상시켜 줄 수 있다.

3.1.2 휴양형

휴양형(resort type)이란 리조트나 웰리스 시설에 체류하면서 자신의 건강을 유지하기 위한

프로그램에 참가하는 형태를 말한다. 휴양형은 여행 출발에서부터 휴양시설에 묵을 작정으로 출발하며, 보통 동일한 장소에서 숙박하고 그 장소에서 제공되는 건강증진 프로그램이나 종교, 명상 등의 다양한 체험활동을 하게 된다. 물론 휴양형에서도 스파나 마사지와 같은 서비스가 제공되지만 보다 프로그램화되고 특화된 형태로 제공된다. 일반적으로 해당 서비스 시설에서 숙박하고 관련 서비스 시설을 활용해야 하므로 일반적으로 시설의 규모는 대규모화되고 쾌적한 환경을 자랑하는 경우가 많다. 그리고 서비스 제공과정에서 고객과의 의사소통과 상호작용의 필요성은 높지만 서비스의 표준화를 통하여 상호작용의 정도를 관리할 수 있으므로 서비스 실패에 따른 부작용은 그다지 높지 않으며, 이에 따른 의사소통 위험 또한 높지 않다. 이러한 형태의 관광을 체류지향형 웰리스 관광(wellness tourism)이라고 할 수 있는데, 일반적으로 보조형보다는 체류기간이 길며, 체류에 따른 비용도 높기 때문에 관광수입의 증대에 크게 기여할 수 있다.

3.1.3 메디컬 복합형

메디컬 복합형(medical complex type)이란 건강상의 질병을 치료할 목적으로 해외로 이동하여 병원에 입원하여 의료서비스를 받는 형태로 메디컬 복합형 의료관광이라 말할 수 있다. 최근 의료관광의 바람을 타고 싱가포르, 태국, 그리고 인도 등지에서 적극적으로 메디컬 복합형 의료관광에 관심을 보이고 있다. 메디컬 복합형인 경우에는 환자를 진료하기 위한 시설뿐만 아니라 환자를 보호하는 가족이나 동반자가 체류할 수 있는 시설을 직접적으로 제공하거나 제휴업체로 알선해 줌으로써 이러한 관광객들을 유치한다. 메디컬 복합형에서의 시설투자는 조합형보다는 일반적으로 대규모로 이루어진다. 따라서 규모의 경제를 위하여 해외환자 유치를 위한 마케팅 및 홍보활동에도 적극적이다. 메디컬 복합형인 경우에는 질병의 치료가 주요목적이기 때문에 의료서비스 품질과 현대화된 장비의 구비, 그리고 저렴한 가격을 경쟁우위의 무기로 사용하는 경향이 많다. 특히 메디컬 복합형에서는 환자와의 의사소통과 상호작용이 매우 서비스 성패에 중요하기 때문에 실패에 따른 상호작용 위험은 그 만큼 높아지고, 이에 따른 의사소통의 정확성이 요구된다.

3.1.4 조합형

조합형(combined type)이란 치료와 관광을 적절하게 조합할 수 있는 형태로서, 주로 종합건강검진, 성형, 미만치료, 지방흡입수술, 치과치료 등과 같이 단과적인 치료를 받고, 회복기나 여유시간에 그 장소의 관광프로그램에 참여하는 경우를 말한다. 공급업체 측면에서 보면 특화

된 의료서비스에 전문화하여 의료관광서비스를 제공하고자 하는 것이므로 전문특화형이라고 할 수 있다. 일반적으로 조합형을 선호하는 사람들은 여행할 수 있을 정도로 생명에는 직접적인 영향이 없는 질병이나 수술을 위해 이동하는 사람들이 대부분이다. 그러나 의학적인 진단과 치료가 포함되는 경우가 많으므로 고객과의 의사소통이나 상호작용에 따른 위험의 정도는 관광 보조형이나 리조트 휴양형 보다는 훨씬 높다고 할 수 있다. 그리고 시설의 규모면에서는 특화된 분야에 집중하는 경향이 높으므로 메디컬 복합형 보다는 시설의 규모가 작은 것이 일반적이다. 그러나 이용하려는 고객이 증가함에 따라 규모의 경제를 실현하기 위하여 점차적으로 시설의 규모가 커지게 된다.

3.2 헬스관광의 유형에 따른 중요도

헬스관광에서 고객들이 추구하는 이점과 동기는 제각기 다르기 때문에 헬스관광의 시설물의 유형과 운영방식도 달라진다. 여기서는 앞에서 제시한 헬스관광의 유형에 따라 고객들이 중요하게 여기는 변수들이 무엇인가를 탐색하고자 한다.

첫째, 메디컬 복합형인 경우에는 질병의 치료가 주요 목적이기 때문에 환자들이나 가족들이 중요하게 고려하는 요인으로는 의료서비스 품질과 현대화된 장비, 그리고 치료 및 체류비용 등이 중요한 요인이 될 것이다. 특히 자국의 언어가 통용되지 않은 다른 지역으로 이동하는 경우에는 환자와 의사 및 간호사 등과의 의사소통이 매우 중요하며, 장거리 여행이 어려운 경우에는 여행거리도 주요한 고려요인이 될 것으로 여겨진다. 그러나 메디컬 복합형인 경우에는 여행 목적이 질병의 치료에 두기 때문에 상대적으로 그 지역의 관광 매력물에 대한 중요도는 높지 않지만 의료서비스의 품질과 치료 및 체류비용에 대한 관심은 매우 높을 것이다. 최근 아시아의 태국이나 인도 등지로 의료관광을 떠나는 이유는 선진국에 비하여 의료서비스에 대한 품질상의 차이가 거의 없으며 저렴한 치료비용이 중요한 요인으로 작용하고 있다.

둘째, 리조트 휴양형은 특정한 휴양단지나 시설물에 체류하면서 그 기관에서 제공하는 프로그램이나 체험을 통하여 신체적으로 혹은 심리적으로 심신을 순화시키는 여행을 의미한다. 따라서 휴양형인 경우에는 그 지역의 기후와 날씨, 그리고 온천과 같은 자연적인 조건뿐만 아니라 휴양시설의 쾌적성과 안락성이 중요한 요인이 될 것이다. 더욱이 그 지역의 관광매력물과 자연적인 조건이 구비된 상황에서 운영프로그램의 매력성과 적절성과 같은 서비스 품질이 중요한 선택요인이 될 것으로 판단된다. 일반적으로 휴양형은 숙박과 프로그램을 동시에 운영해야 하기 때문에 초기에 막대한 투자가 필요하며, 규모의 경제를 달성해야 하기 때문에 적극적인 광고 및 홍보와 더불어 운영의 효율화를 기해야 한다.

셋째 조합형의 형태는 특화된 분야를 중심으로 의학적으로나 정신적으로 치료를 받고, 여유의 시간을 활용하여 관광프로그램을 겸용하는 형태를 의미한다. 따라서 조합형인 경우에는 특화된 분야의 의료와 제공서비스의 수준이 중요한 역할을 하며, 또한 방문하고자 하는 지역의 기후 및 관광매력물이 중요한 고려요인이 될 수 있다.

마지막으로 관광 보조형은 그 지역에 대한 관광투어가 주된 목적이고 보조적으로 스파, 마사지 등의 서비스를 받는 형태이므로, 관광 보조형은 여행 중에 심신의 피로를 풀거나 해소하기 위하여 주로 활용된다. 따라서 관광의사결정시 그 지역에서 제공되는 스파와 마사지와 같은 서비스에 일차적인 관심을 보이기도하는 그 지역의 기후 및 관광매력물에 더욱 많은 관심을 보일 것으로 예상된다.

위에서 살펴본 바와 같이 헬스관광의 유형에 따라 관광객이 추구하는 목적과 선택요인에 차이가 있을 수 있다. 이러한 차이는 결국 헬스관광시설물을 유지하고 관리하는 서비스 제공업체에 많은 시사점을 제공해 줄 뿐만 아니라 헬스관광산업을 육성하고자 하는 국가에게도 어떤 전략으로 추진하는 것이 바람직한지를 제시할 수 있다.

IV. 헬스관광의 유형별 추진전략

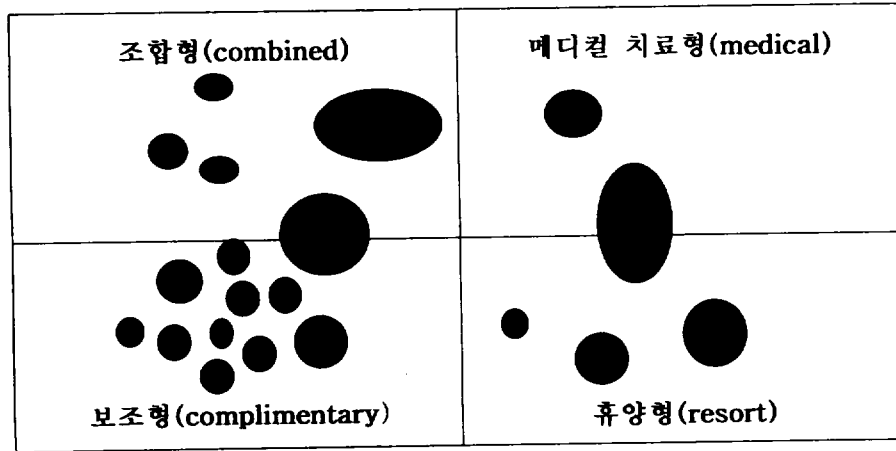
4.1 헬스관광의 유형과 포트폴리오 분석

앞에서 헬스관광의 유형에 대하여 살펴보았다. 본 절에서는 헬스관광의 유형에 따라 대규모 의료기관이나 지방자치단체, 혹은 국가차원에서 헬스관광의 비중 파악하기 위한 방안으로 포트폴리오(portfolio)분석 방안을 제시하고자 한다.

포트폴리오분석 방법은 대체적인 사업기회를 대상으로 최적의 투자조합을 구성하려는 방법으로 BCG매트릭스가 대표적이라 할 수 있다. BCG매트릭스는 산업과 시장의 성장률과 시장점유율을 기준으로 2×2매트릭스를 작성하여 사업부를 관리하기 위한 방안이다. 이러한 포트폴리오의 개념을 도입하여 헬스관광의 유형에 따른 사업별 비중을 [그림 2]와 같이 나타낼 수 있다. 이러한 포트폴리오는 여러 유형의 의료서비스와 다양한 헬스관련 서비스를 제공하는 대규모 기관차원에서 작성할 수 있는데, 더 나아가 지방자치단체나 국가차원에서 작성할 수도 있다.

포트폴리오에서 각 원의 크기는 수요측면에서 서비스를 받는 인원의 규모로 측정할 수도 있고, 혹은 공급측면에서 시설투자규모나 서비스제공능력, 그리고 서비스 요원의 인력규모로 측정할 수 있다. 이러한 포트폴리오를 작성하면 현재 국가, 지방자치단체 혹은 기업 차원에

서 어떤 분야의 서비스에 얼마나 집중하고 있는가를 일목요연하게 파악할 수 있다.



[그림 2] 헬스관광의 유형과 포르트폴리오

이 그림을 보면 소규모의 보조형에 많이 집중되어 있으며, 이 중에서 A업체가 가장 큰 규모로 운영하고 있는데, 이 업체는 조합형으로 진출하려는 노력을 하고 있음을 알 수 있다. 조합형에서는 B업체가 비교적 특화된 높은 시장점유율을 갖고 운영하고 있는데 규모를 확대하여 메디컬 전문센터로 진출하려는 움직임을 알 수 있다. 휴양형인 경우에도 C업체는 첨단의료서비스를 제공함으로써 메디컬 복합형으로 진입하려는 움직임을 알 수 있다. 현재 메디컬 복합형에는 많은 업체가 없으나 조합형에서 진출하려는 업체, 그리고 휴양형인 업체가 메디컬 복합형으로 진입하려는 움직임이 포착되어 향후 메디컬 복합형이 활성화되면서 경쟁이 치열해질 수 있다는 것을 알 수 있다. 따라서 이러한 그림을 바탕으로 어떤 방향으로 헬스관광이나 의료관광을 활성화시킬 것인지를 파악할 수 있으며, 또한 활성화시키기 위해서는 공급측면에서 어떠한 요인에 관심을 갖고 운영해야 하는지를 알 수 있다.

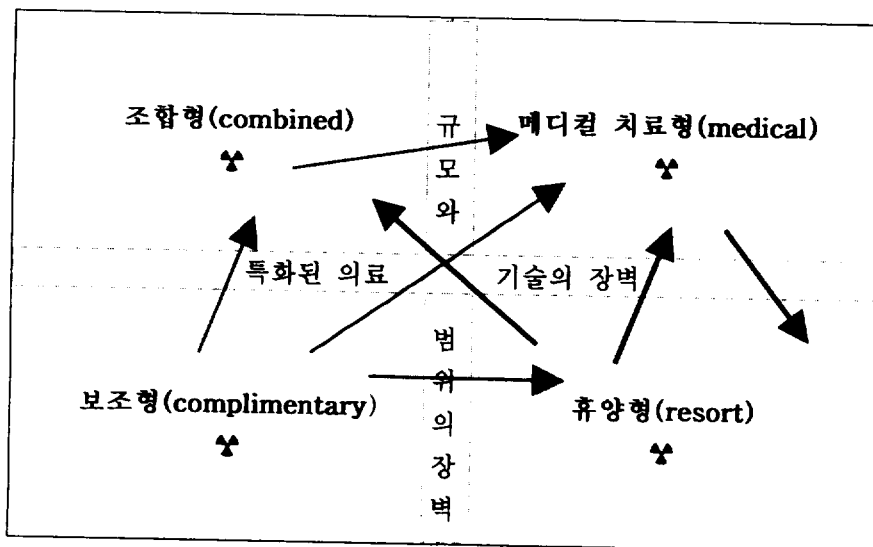
4.2 헬스관광의 유형별 추진전략

헬스관광의 유형을 포르트폴리오로 작성하였으면, 현재 상황에서 어떠한 유형의 헬스관광으로 진행해 나갈 것인지에 따라 다음과 같은 전략적 선택을 할 수 있다. 물론 여러 가지 방향의 전략적 선택을 할 수 있지만 본 연구에서는 몇 가지 상황에 한정하고자 한다. 물론 모든 방향으로 전략적 실행이 가능하지만 실무적으로는 그럴 필요가 거의 발생하지 않을 것으로 판단되므로 상향적 진행방향상의 어려움과 문제점을 검토하는 것으로 한정하고자 한다. 왜냐하면 현

재 메디컬 복합형에 진출한 업체들은 다른 서비스를 보조적으로만 제공하면 되기 때문에 상향적 진행과정 보다는 진행과정상의 어려움이 크지 않기 때문이다.

[그림 3]은 포르트폴리오를 바탕으로 헬스관광사업의 전략적 방향을 나타내는 그림이다. 이 그림에서 가운데 장벽은 각각의 유형에서 다른 유형의 서비스를 제공하기 위해서는 넘어야 하는 장벽을 표시한 것이다. 보조형과 리조트 형태의 웰리스 위주의 헬스관광 형태에서 조합형과 메디컬 복합형의 의료서비스를 서비스 제공하기 위해서는 차별화된 의료기술의 장벽을 넘어서야 하며, 조합형에서 메디컬 복합, 그리고 보조형에서 리조트형으로 진입하기 위해서는 규모와 범위의 장벽을 넘어서야 한다는 것을 보여주고 있다.

여기서 특화된 의료기술의 장벽은 비교대상이 되는 국가간의 의료서비스의 품질과 상대적 비용으로 나타낼 수 있는데, 저렴하면서도 고품질의 의료서비스를 제공할 수 있는가를 나타내는 개념이다. 규모와 범위의 장벽은 대규모의 시설투자에 따른 규모의 경제를 얻을 수 있는가와 이러한 시설에서 다양한 의료서비스를 제공할 수 있는가를 나타내는 개념이다. 따라서 이러한 장벽을 통과할 수 있는 역량이 갖추어졌는가에 따라 어떤 유형의 의료관광에 매진할 것인가와 추진전략이 달라지게 된다. 그러나 의료관광인 경우에는 고려해야 할 요인으로 그 지역이 갖고 있는 관광매력물과 어떻게 통합할 것인가에 따라 통합할 수 있는 여건이 마련되는 경우에 적합한 전략이 도출될 수 있다.



[그림 3] 헬스관광사업의 전략적 추진방향

이 그림에서 보면 기존의 있는 시설과 장비를 이용하여 헬스관광을 추진하는 경우를 시장확

대전략이라 할 수 있으며 ▲으로 표기하였다. 시장확대전략은 기존의 시설과 장비를 이용하여 특화된 서비스를 제공함으로써 기존의 고객뿐만 아니라 신규고객으로 의료관광객을 유인하려는 전략이다. 이러한 전략을 추진하는 조직이나 단체는 전세계적인 의료관광의 흐름에 따라 의료관광으로 진입하고자 하는 전략이다. 이러한 전략의 전략의 핵심은 의료서비스 비용, 선진 의료기술의 확보, 환자와의 의사소통, 교통의 근접성과 편리성, 서비스 시설의 최적화, 비자 등 방문절차의 간소화 등 의료관광에 필요한 조건을 마련해 나가느냐에 달려 있다.

본 연구에서는 새로운 사업으로서 의료관광사업에 진출하거나 기존의 사업에서 다른 유형의 서비스로 전환하는 업체들을 대상으로 가능한 전략적 대안을 탐색하였다. 전략적 대안으로는 기존의 보조형 위주의 서비스에서 특화된 의료서비스를 조합형으로 진출하는 틈새시장전략, 보조형에서 직접적으로 메디컬복합형으로 진출하는 급진적 전환전략, 보조형에서 휴양형으로 진출하는 확장전략으로 구분하였다. 그리고 조합형에서 메디컬 복합형으로 진출하려는 다변화전략, 휴양형에서 조합형으로 진출(일명 우회전략이라 할 수 있음)하거나 메디컬 복합형으로 진출하는 경우를 전환전략이라 칭하였다.

4.2.1 틈새시장전략

틈새시장전략(niche market strategy)이란 조합형을 추구하는 기존업체가 강점분야인 틈새 시장에 집중하거나 보조형에서 출발하여 의료관광객의 수요를 인식하고 이들에 적합한 의료서비스를 추가하여 독특한 틈새시장에 집중하고자 하는 전략을 의미한다. 이러한 전략은 사회적으로 의료서비스 기술수준이 높음에도 불구하고 대규모 투자에 따른 수요의 불확실성이 높은 경우에 시장수요를 탐색하거나 시범적으로 활용할 수 있는 전략이다.

단순한 보조적인 웰리스 서비스를 제공하는 수준에서 조합형의 특화된 의료서비스를 제공하기 위해서는 특화된 의료기술의 장벽을 넘어서야 한다. 따라서 의료서비스 기술을 획득하기 어렵거나 비용이 많이 소요되는 경우에는 사용하기 어려운 전략이다. 그러나 특화된 서비스가 인접한 타국과의 비교우위가 있는 경우에는 틈새시장 전략을 통하여 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.

틈새시장 전략에서 특화된 의료기술이란 성형, 미용, 안과, 치과 등 특정 분야에서 양질의 서비스를 저렴하게 제공할 수 있는가를 의미한다. 틈새시장 전략은 특화된 의료기술과 더불어 관광목적지로서의 매력성이 높을 경우에는 더욱 매력적인 의료관광지로 성장할 수 있는 발판을 마련할 수 있다. 일반적으로 틈새시장전략은 의료관광을 추진하는 대부분의 국가나 기관에서 선호하는 전략이다. 예를 들어 초기의 태국에서는 성전환수술로 성공을 거둔 다음에 성공

이미지와 명성을 바탕으로 메디컬 복합형으로 전환하고 있다. 최근에 말레이시아에서는 의료와 골프관광을 연계한 여행상품을 판매하고 있는데, 이는 이웃나라인 태국과 싱가포르라는 의료 선진국의 사이에서 자신만의 특화된 상품을 개발하지 않고서는 경쟁력을 확보할 수 없다는 인식에서 비롯되었다. 이처럼 틈새시장전략은 주변 국가들의 여건과 상황을 고려하여 자신만의 독특한 서비스 시장을 찾아서 경쟁우위를 창출하려는 전략이라고 할 수 있다.

4.2.2 급진적 전환전략

급진적 전환전략(radical shift strategy)은 의료서비스 기술이 미미하거나 단순 보조 서비스를 제공하는 기관이나 지역에서 첨단의료서비스를 추구할 목적으로 메디컬 복합형으로 전환하는 전략을 의미한다. 급진적 전환전략은 의료서비스 수준이 낮음에도 불구하고 주위나라의 수요가 많거나 선진 의료국가와의 전략적 제휴가 가능한 경우에 실행할 수 있는 방법이다. 이 방법은 국가나 지방자치단체 차원에서 적극적인 의지와 투자자금이 허용되는 경우에 메디컬 허브를 추구할 목적으로 의료, 연구 및 웰리스를 동시에 추구하는 전략이다. 따라서 성공하기만 하면 메디컬 허브로 도약할 수 있는 가장 이상적인 전략이라 할 수 있지만 그만큼 위험부담이 높은 전략이다. 왜냐하면 이러한 전략이 성공하기 위해서는 의료기술의 장벽뿐만 아니라 규모와 범위의 장벽을 넘어서야 하기 때문이다. 따라서 신뢰성있는 의료기술의 확보와 더불어 규모와 범위의 경계를 실현하기 위하여 주위에 잠재수요가 충분하여야 한다는 조건이 달려있다. 그러므로 선진국형 첨단의료기술을 확보되어 있는 경우나 외부로부터의 막대한 투자유치나 도움을 받을 수 있는 경우를 제외하고는 쉽게 진입하기 어려운 전략이라 할 수 있다.

예를 들어 두바이는 의료 허브를 조성할 목적으로 Academic Medical Center, Medical Center, Wellness Center의 3개의 영역으로 나누어 총 18억불의 투자를 계획하고 있다. Academic Medical Center에는 교육목적의 병원, 하버드 의대 두바이 센터, 간호학교, 특수 연구실, 연구센터가 들어서며, Medical Center에는 생명과학, 의료정보, 연구개발을 중심으로 하는 의사 및 연구가들이 활동하고, 다른 과학센터들과 협력활동이 이루어진다. Wellness Center에는 영양, 건강진단센터, 헬스클럽, 의료클럽 등으로 구성되어 있다(백광, 2005).

4.2.3 확장형 전략

확장형 전략(expanding strategy)이란 보조형에서 현대식 시설과 서비스를 완비하여 웰리스

지향의 리조트 형태로 전환하기 위한 전략이다. 이러한 전략은 자연적인 조건과 기후, 그리고 관광 자원이 풍부하지만 의료기술이 낙후되어 있거나 메디컬 복합형으로 진행하기 어려운 경우에 주로 활용하는 전략이다. 또한 전통적 기술에 대한 시장수요가 많거나 선호하는 경우에 적합하다. 규모 확장형 전략도 대규모의 투자를 병행되므로 성공하기 위해서는 규모와 범위의 장벽을 넘어서야 한다. 이는 대규모의 시설투자에 따른 규모의 경제와 함께 다양한 서비스를 제공할 수 있어야 하다는 것이다. 이를 위해서는 헬스보건서비스에 대한 차별화를 통하여 잠재 수요를 확장할 수 있는 여건이 준비되어 있어야 한다. 예를 들어 우리들병원이 제주 서귀포시 상호동에 병원(100병상), 아트센터(300석), 골프장(18홀), 콘도미니엄 등을 가진 토털 케어공간으로 '우리들 웰리스 리조트'를 계획한 것은 바로 확장형 전략이라고 할 수 있다. 이 리조트가 성공하기 위해서는 잠재수요를 실제수요로 전환할 수 있는 마케팅 및 유인정책이 수반되어야 한다.

4.2.4 다변화 전략

다변화전략(diversification strategy)이란 조합형에서 메디컬 복합형으로 전환하거나 메디컬 복합형에서 웰리스 리조트형태의 의료서비스를 추가하는 형태를 말한다. 이는 막대한 자금 부담이 소요되는 급진적 전환전략보다는 조합형으로 진입하여 틈새시장에서의 의료서비스의 이미지를 향상시킨 다음에 이를 기반으로 복합적 의료서비스를 제공하려는 경우에 활용할 수 있다. 또한 메디컬 복합형에서 의료서비스와 더불어 보완적인 웰리스 지향의 서비스를 제공하고자 대규모의 투자로 웰리스 센터를 운영하는 경우이다. 예를 들어, 태국의 피야벳 병원의 트리아(TRIA)센터에서는 새로운 개념의 웰리스 스파를 비롯한 운동 및 심신치료서비스를 제공하고 있다.

의료서비스 다변화전략에서 중요한 것은 첨단의료기술뿐만 아니라 주변에 많은 의료관광객의 수요가 존재하여야 한다는 점이다. 하지만 현실적으로 막대한 투자를 할 여력이 없거나 시장수요를 점검하면서 점진적인 방식으로 의료관광을 추진하고자 하는 기관에서는 보조형에서 틈새시장을 겨냥한 조합형으로 진행하다가 일정규모의 수요가 창출되는 경우에 본격적인 메디컬 복합형으로 진행하는 경우가 많다. 왜냐하면 조합형에서 메디컬 복합형으로 진입하는 것이 비교적 용이하기 때문이다. 특히 조합형에서 명성을 쌓거나 의료관광목적지로 많이 알려지게 되면, 자연스럽게 메디컬 복합형으로 진입하는데 훨씬 용이하기 때문이다. 그러나 조합형에서 메디컬 복합형으로 진입하기 위해서는 규모의 장벽과 함께 범위의 장벽을 넘어서야 한다. 막대한 시설 및 첨단의료 장비의 투자 비용을 회수하기 위해서라도 규모와 범위의 경제를 달

성해야 한다.

4.2.5 우회 전략

우회 전략(turnaround strategy)이란 대규모의 휴양형 리조트 시설에서 메디컬 복합형을 추가하거나 메디컬 복합형으로 탈바꿈하는 전략이다. 이러한 전략은 기존의 휴양형 리조트 시설에 간단한 메디컬 의료서비스를 추가하는 것으로도 가능하므로 비교적 용이한 전략이다. 예를 들어 기존의 호텔이나 리조트에서 간단한 건강검진이나 의료서비스를 제공하는 경우에는 우수한 의료인력의 확보와 의료장비의 도입만으로도 가능하다. 그러나 메디컬 복합형으로 완전히 탈바꿈하는 전략은 첨단의료서비스 기술이 확보되고 수요가 확산되는 경우에만 가능한 전략이다. 하지만 이 경우에도 메디컬 복합형으로 진행하기 위해서는 특화된 의료서비스의 장벽을 넘어야 하기 때문에 비교적 위험한 전략이 될 수 있다. 따라서 휴양형에서 보조적인 서비스로 의료서비스를 제공하다가 의료기술수준이 확보되는 경우에 신규사업으로 진출하는 경우가 바람직하다고 할 수 있다. 이러한 경우 바로 메디컬 복합형으로 가기 보다는 조합형으로 진출한 다음 메디컬 복합형으로 진입하는 것도 고려할 필요가 있다.

V. 결 론

본 연구에서는 헬스관광의 유형을 수요와 공급차원에서 중요하게 고려하는 요인을 기준으로 네 가지 유형으로 분류한 다음, 각각의 유형별 특징과 중요하게 관리해야 하는 사항, 그리고 고객과의 상호작용의 위험 등을 파악할 수 있는 개념적인 틀을 제시하였다. 그러나 헬스관광의 유형은 여기에서 제시된 차원 이외에도 여러 가지 기준에 따라 다시 세분화할 수 있다. 예를 들면 제공하는 서비스가 한방(oriental/holistic)위주인지 양방(medical)위주인지, 또는 전통적인(traditional) 치료인지 혹은 대체적인(alternative) 치료인지에 따라 구분할 수 있다. 그리고 대상에 따라 정신적(mental)인 치료요법인지 혹은 신체적(physical)인 치료요법인지에 따라 구분할 수 있다. 또한 동일한 서비스일지라도 서비스 수준의 등급에 따라 고급형과 일반형으로 세분화할 수 있을 것이다.

그러나 본 연구에서 제시된 개념적인 틀은 헬스관광과 의료관광에 대한 연구를 수행하는데 기초적인 프레임워크/framework)로서 활용할 있다. 예를 들어 본 연구에서 제시하는 헬스관광의 유형은 헬스관광자의 서비스 요구의 차이점을 발견하고, 이에 적합한 서비스 시설의 관리요

소와 관리과정상의 위험요인을 사전에 대비하여 준비할 수 있도록 할 뿐만 아니라 기업차원이 나 자치단체차원에서 헬스관광의 포오트폴리오를 작성하는 경우에도 활용할 수 있을 것으로 판단된다.

특히 헬스관광에 대한 포오트폴리오는 현재의 시장상황에 대한 윤곽을 제시할 뿐만 아니라 향후 전략적 방향을 제공해 준다. 이를 바탕으로 어떤 전략을 활용하는 것이 바람직하며, 이를 위해서는 어떠한 여건과 위험이 있는가를 사전에 검토할 수 있도록 해 준다. 본 연구에서 제시한 틈새 전략, 급진적 전환전략, 확장형전략, 다변화전략, 우회전략 등은 전략의 명칭과는 관계 없이 실무적 관점에서 유용한 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

본 연구에서는 보조형의 헬스관광을 기준으로 타 분야로 진출하는 경우에 넘어야만 하는 장벽으로 의료서비스 기술의 장벽과 규모 및 범위의 장벽을 기준으로 살펴보았는데, 이는 전략추진과정에서 이러한 장벽과 여건을 제대로 파악하지 않으면 실패할 가능성이 높아진다는 시사점을 제공한다. 그러므로 헬스관광이나 의료관광을 추진하고자 하는 기업과 지방자치 단체, 나아가 국가차원에서도 본 연구에서 제시된 모델을 근거로 하여 다양한 전략적 방향을 가늠하는데 유용하게 활용될 수 있을 것이다. 그러나 본 연구에서 제시된 모형은 개념적인 모형으로 그 한계가 있을 수밖에 없으며, 더욱 정교한 모델이 되기 위해서는 추후 실증분석을 통하여 본 모델의 타당성을 검증하는 노력이 뒷받침되어야 할 것이다.

참고문헌

- 백광, 외국의 의료관광 추진현황과 시사점, 한국관광공사, 2005.
- 손대현, 김정은(2001), "Health Tourism 이용자의 추구편의 분석", 관광레저연구, 12(2). pp. 69-80.
- 조구현(2003), "헬스관광(Health Tourism)의 마케팅에 관한 탐색적 연구", 호텔관광연구, 5(2), pp. 217-234.
- Bennett. M., King, B., and Milner, L.(2004), "The health resort sector in Australia: A positioning study", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 10, No.2, pp. 122-137.
- Connell, J.(2006), "Medical tourism: Sea, sun, sand and ... surgery", *Tourism Management*, Vol. 27, pp.1093-1100.
- Goodrich, J. N. and Goodrich, G. E.(1987). "Health-care Tourism: An exploratory study", *Tourism Management*, Vol.8, No.3, pp. 217-222.
- Hall, C. M.(1992), "Adventure, Sport and health tourism", in Weiler, B. and Hall, C. M.(eds), "Special Interest Tourism", Bellhaven Press, London, pp.141-158.
- Mueller, H., and Kaufmann, E. L.(2001), "Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segmentation and implications for the hotel industry", *Journal of Vacation Marketing*, Vol.7. No.1, pp.5-17.
- Schmenner, R. W.(1986), "How can services business survive and prosper?", *Sloan Management Review*, Spring. pp.21-32.