

청소부 아주머니를 본받아라...

장면 1 “브랜드 가치에 대한 생각이 없었던 것이죠.”

최근 기자가 만난 한 안과 원장의 얘기가.

이 원장은 지난 93년 강남 지역에 개원해 큰 성공을 거두었다. 그러나 그는 성공하면 성공할수록 의원 이름을 잘못 지었다는 것을 깨달았다. 다른 지역 안과 의원들이 그의 안과 이름을 그대로 가져다 썼기 때문이었다. 특정 지역 이름을 따서 의원 이름을 지었기에 브랜드에 대한 권리를 거의 보호받지 못했다. 게다가 같은 이름의 다른 안과에서 라식수술을 받은 환자가 수술이 잘못됐다며 항의를 해오는 일도 있었다. 결국 10년이 흐른 지난해 그는 의원 장소를 옮기고 안과 이름도 바꿨다.

장면 2 모 피부과 프랜차이즈 대표원장, 의료 전문 변호사와 자리를 함께 했다.

이때 주된 화제는 영리법인 허용 여부였다. 결국 영리법인 허용은 시대의 대세라는데 의견을 같이 했다.

“그렇다면 어떤 전략을 갖고 나가야 하나요?”(피부과 대표원장)

“계속 브랜드 가치를 높여 나가야죠”(변호사)



글·김인수 |
매일경제신문
과학기술부 기자

이 원장은 오래 전부터 브랜드 파워에 대한 인식을 갖고 있었다. 그렇기에 영리법인에 대한 대응전략이 새롭게 들리지 않았을 것이다.

최근 의료계의 최대 관심사는 영리법인 문제다. 정부가 영리법인을 허용할 것인지, 만약 허용한다면 어떻게 해야 살아남을 수 있는지는 것이다. 최근 기자가 만난 사람들 가운데 이 문제를 얘기하지 않는 사람은 거의 없었다.

최근 정부 분위기를 볼 때 가까운 장래에 영리법인 허용은 불가피할 것 같다. 따라서 앞으로 최대 관심사는 ‘살아남기 위해’ 어떻게 대응할 것인가 하는 것이다. 이 대목에서 또 다른 장면이 떠오른다.

의사 스스로 변하지 않으면 살아 남는 것조차 힘들 수 있다. 병원을 계속 경영하겠다는 욕심이 있는 의사라면 경영마인드’부터 새롭게 배워야 한다.

장면 3 한 중소병원을 찾아 원장을 만났다.

그는 경영난을 극복하기 위해 건물 내부를 리모델링했다고 했다. 그러나 기자가 보기에 조금 깨끗해진 수준이었다. 조금 심하게 말하면 여인숙이 조금 깨끗한 여인숙이 된 수준이었다. 건물 리모델링으로 얼마나 추가로 환자를 유치할 수 있었을지 의심스러웠다.

리모델링 투자를 결정했다면 이같은 투자로 환자 고객이 얼마나 늘어날 수 있을지 조사를 했어야 했다. 그같은 조사 없이 어설픈 투자를 한다면, 환자 유치 효과는 없이 손실만 늘어날 수 있기 때문이다. ‘경영’은 매우 전문적인 영역이다. 또 위대한 경제학자 케인즈가 말했듯이 ‘동물적인 본능’이 필요하기도 하다. 속된 말로 아무나 할 수 없다는 얘기다.

한국의 병원경영은 대부분 의사가 한다. 의사는 어떻게 ‘경영’하는냐를 배운 사람이 아니라 어떻게 ‘치료’하는냐를 배운 사람이다. 이들이 경영을 하려면 새롭게 ‘경영’을 배워야 한다. 뼈속 깊숙이까지 새겨져 있는 ‘의사’로서의 마인드를 일부 씻어내고 ‘경영자’로서의 마인드를 새롭게 심어야 한다. 그럴 생각이 없다면 봉급쟁이 의사로서 만족하고 살면 된다.

장면4 의료계 인사 몇분과 동행해 싱기홀 ‘래플즈병원’을 방문할 기회를 얻었다.

동행했던 분들에게 물었다.

“한국과 비교해서 어떠세요?”(기자)



“우리 대학병원 수준이 훨씬 더 높아요.”(의사 A)

“마케팅을 정말 잘하는 것 같군요.”(의사 B)

‘경영 마인드’가 있고 없음은 매우 작은데서부터 시작된다.

래플즈 병원을 방문했을 때 한국과 의료수준을 비교했다면 ‘의사 마인드’가 강한 사람이다.

그러나 ‘마케팅’이 눈에 먼저 들어왔다면 어느 정도 ‘경영자로서의 마인드’가 있는 사람이다.

어떤 마인드를 가지고 있느냐에 따라 눈에 보이는 ‘우선 순위’가 달라지게 돼 있다.

#장면 5 “의사들은 세상을 의사와 의사가 아닌 사람으로 나누죠.”

과거에 병원컨설팅 업무를 담당했던 경영학 박사 출신의 모 컨설턴트의 얘기가.

“의사들은 의사가 아닌 사람들의 얘기를 들으려 하지 않아요.”

병원컨설팅 업무때 가장 어려웠던 점을 물었을 때 돌아왔던 얘기가.

의사들을 둘러싼 세상이 변하고 있다. 앞으로 영리법인이 허용되고 의사 아닌 사람들이 병원을 경영할 것이다.

의사 스스로 변하지 않으면 살아남는 것조차 힘들 수 있다.

주식회사형 병원이 허용되면 대형병원들은 외부 투자 자금을 유치해 더욱 대형화할 것이다. 중소형 병원들은 전문병원으로 탈바꿈하지 못한다면 생존이 위협받을 것이다. 병원을 계속 경영하겠다는 욕심이 있는 의사라면 ‘경영 마인드’부터 새롭게 배워야 한다.

매일경제신문은 97년 외환위기 이전부터 ‘지식경영 전도사’로서의 역할을 수행했다.

매일경제가 초기에 내세운 ‘지식인’은 청소부 아주머니였다. 이 청소부는 객실을 청소하고 침대 시트를 갈아 끼우는 법을 고쳐 새로운 노하우를 창출했다. 또 자신이 익힌 방법을 동료들에게 가르쳐 주었다. 자신의 일을 개선, 개발해 새로운 부가가치를 창출하고 이를 직장내 동료에게 전파하고 공유했기 때문에 지식인의 반열에 오른 것이다.

지식경영은 먼데서 시작하는 게 아니다. 병원경영을 꿈꾸는 의사들이 할 일은 바로 이 청소부 아주머니를 본받는 것이다.  2004