

글로벌 의료쇼핑 시대, 서비스 경쟁력이 돌파구!

글로벌 헬스케어 산업이 크게 성장하고 있으나, 우리의 경쟁력은 주요 경쟁국에 비해 뒤지고 있다. 향후 우리 의료기관이 글로벌 헬스케어 시장에서 성장하기 위해서는 ▲ 의료관광 관련 사업간 유기적 통합 및 패키지화 ▲환자중심 서비스 제공 ▲최신 IT 기술의 접목 등 해외 Best Practice 도입을 통한 서비스 경쟁력의 제고가 필요하다.

1 글로벌 헬스케어(Global Healthcare) 산업의 성장

- 의료서비스 산업이 국경과 시간의 제약을 넘어 글로벌 산업으로 성장하면서 규모가 크게 증가
 - 의료서비스 산업의 패러다임이 ▲국내 의료 → ▲지역간 이동(초기 의료관광) → ▲글로벌 헬스케어(Global Healthcare)¹⁾로 변화²⁾
 - 전 세계 의료서비스 시장의 규모는 6.7조 달러(2012년 기준)로 매년 증가하고 있으며, 2000년 이후 연평균 7.9%의 빠른 성장세를 기록
 - 진료 외 현지 관광 등 부수적인 파급효과를 고려할 경우 관련 시장규모는 이를 크게 상회할 것으로 추정

전 세계 의료비 지출액 규모

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012
전 세계 지출액(십억 달러)	2,694.5	2,991.2	3,822.5	4,434.0	5,464.8	5,925.4	6,687.4
1인당 지출액(달러)	487.5	531.7	660.1	746.6	890.1	944.2	1,025.4

자료 : WHO, World Bank

1) 글로벌 헬스케어는 의료관광(해외환자 유치)과 병원 해외수출을 포괄하는 개념
 2) 한국보건산업진흥원, “외국인환자 유치사업의 동향 및 전망”, 2013. 6

- 국가차원의 전략적 육성정책 등으로 의료서비스 경쟁력을 강화해 온 싱가포르, 말레이시아, 태국 등 아시아의 주요 신흥국들은 글로벌 헬스케어, 특히 의료관광 분야에서 커다란 성과를 보임
 - 이들 국가는 가격경쟁력을 갖춘 선진국 수준의 의료기술과 풍부한 관광자원을 기반으로 의료관광 강국으로 자리매김
 - 특히, 말레이시아의 대표적 병원그룹인 IHH(Integrated Healthcare Holdings)는 매출액 기준 세계 2위의 병원그룹으로 성장했으며, 현재 말레이시아, 싱가포르, 터키, 중국, 인도 등 9개 국가에서 33개의 병원을 운영하고 있고 향후 동유럽과 중동 등으로 사업을 확장할 계획

세계 의료관광 목적국가 순위(2011)

(단위 : 명)

순위	국가	의료관광객수	순위	국가	의료관광객수
1	말레이시아	650,000	7	싱가포르	250,000
2	미 국	500,000	8	터 키	200,000
3	멕 시 코	400,000	9	태 국	175,000
4	형 가 리	350,000	10	인 도	156,000
5	남아프리카공화국	325,000	11	독 일	150,000
6	폴 란 드	300,000	12	대한민국	120,000

주 : 각 국별 발표자료를 바탕으로 서로 상이한 의료관광객 정의 및 집계기준을 조정 후 반영
 자료 : 국제동아시아연구센터, “아시아국제의료관광”, 2013, 3

- 최근 우리 정부도 글로벌 헬스케어 경쟁력 제고의 일환으로 의료서비스 관련 투자활성화 대책을 발표³⁾하고, 의료법인의 부대사업 확대, 영리 자법인 설립 허용을 골자로 한 의료법 시행규칙 개정안⁴⁾을 마련하는 등 관련 제도 개선을 추진
 - 기존에는 의료법인이 운영할 수 있는 부대사업을 환자진료와 직접적으로 관련된 사업으로 제한했으나, 앞으로는 해외 환자유치, 의료관광 등의 사업까지 확대될 예정이며, 자법인을 통한 외부 투자자금 유치도 가능

의료법인 부대사업 확대안(2014. 6)

현 행	추가로 확대된 부대사업
의료인 양성·보수교육, 의료·의학 조사·연구, 노인의료복지시설, 장례식장, 주차장, 의료정보시스템 개발·운영, 음식점업, 편의점, 슈퍼마켓, 자동판매기, 산후조리업, 이용업 및 미용업, 의료기기 임대·판매업, 안경 조제·판매업, 은행업, 서점 등 시도지사 공고사업	숙박업, 여행업, 국제회의업, 외국인환자유치업, 목욕장업, 종합체육시설업, 장애인보장구 등 제조·개조·수리업, 건물임대

자료 : 보건복지부

3) 기획재정부, “4차 투자활성화 대책”, 2013. 12
 4) 보건복지부, “의료법 시행규칙 개정안”, 2014. 6

□ 그러나 우리 의료기관의 경쟁력은 주요 경쟁국에 비해 크게 뒤지고 있어, 정부 차원에서 추진되는 규제완화 등 제도개선과 함께 해외 의료기관의 Best Practice 도입 등을 통한 서비스 경쟁력 제고 노력이 절실

○ 최근 우리 병원의 순이익률이 감소추세⁵⁾에 있어 국내 환자 대상만으로는 성장에 한계

	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11
* 전체병원 의료수익 순이익률(%)	2.0	2.5	1.3	0.8	3.8	3.0	2.5

○ 우리나라의 의료관광산업 종합경쟁력은 OECD 34개 국가 중 19위⁶⁾에 불과하고, 스위스 국제경영개발원(IMD)이 조사·발표하는 국가경쟁력의 의료인프라 부문에서 아시아 주요 경쟁국인 싱가포르(5위), 대만(6위), 일본(13위), 말레이시아(15위) 보다 낮은 20위에 위치⁷⁾

2 해외 의료기관의 서비스 혁신사례

범룽랏 병원(태국)



- ▶ 자회사를 통한 글로벌 헬스케어 업무의 수직통합
- ▶ 환자 중심의 의료서비스 강화로 차별화

※ 범룽랏은 자체 추산 한 해 52만 명의 외국인 환자가 방문하고, 해외 환자 관련 매출액이 전체 매출액의 61%를 차지하는 세계적인 의료관광 병원임⁸⁾

□ 태국 범룽랏은 병원이 의료서비스만 제공하고, 그 외 부대업무는 아웃소싱을 활용한다는 기존의 통념을 깨고, 자회사 등을 통해 글로벌 헬스케어 관련 업무를 수직적으로 통합하여 시너지 효과와 함께 효율성을 극대화

○ 해외환자 유치

- Vitallife(100% 자회사)는 병원을 내방한 고객에게 요가, 스파, 피부관리 등의 웰니스 서비스를 제공

5) 한국보건산업진흥원, “2011 병원경영분석”, 2013. 8

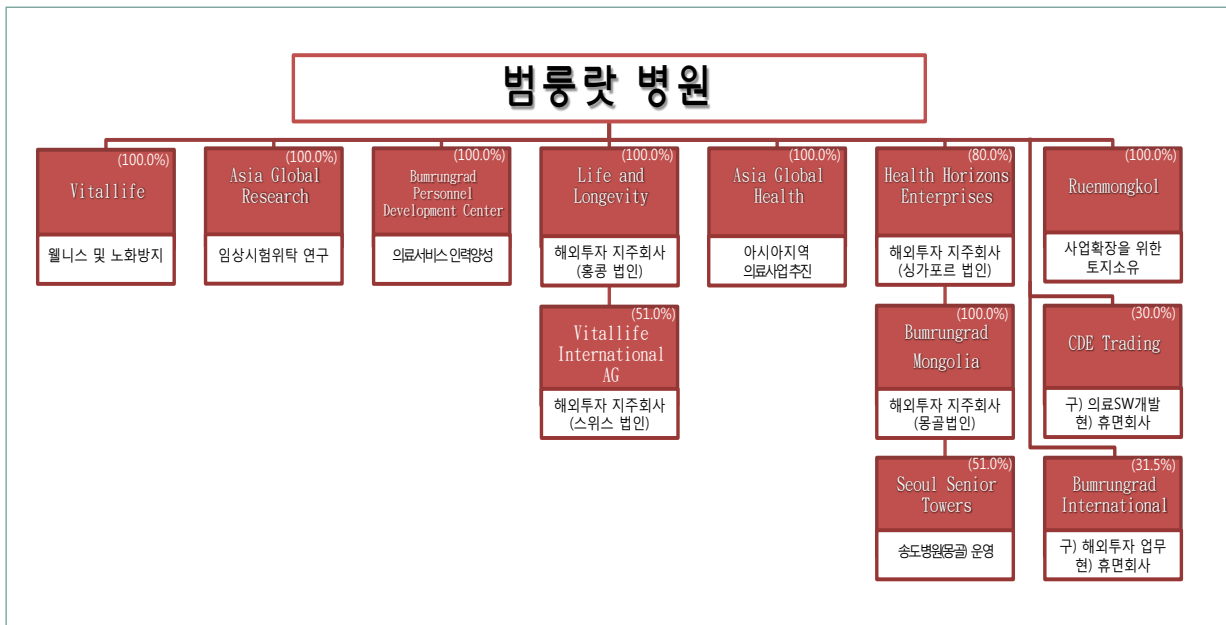
6) 산업연구원, “의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제”, 2013. 4

7) St. Gallen Bodensee Area, “Health Infrastructure”, 2013

8) 의료관광평가협회의(MTQUA)가 발표하는 세계 최고의 의료관광 병원 6위에 선정(2013년 기준)

- 약 22개의 해외사무소는 각 국별 주요 고객에 대한 맞춤형 마케팅을 실시하고 있으며, 의료관광을 마치고 귀국한 환자들의 사후관리까지 수행
- 병원의 해외진출
 - Asia Global Health(100% 자회사)는 아시아 지역으로의 의료사업 확장을 총괄
 - 홍콩(Life and Longevity), 싱가포르(Health Horizons Enterprises), 몽골(Bumrungrad Mongolia), 스위스(Vitallife International AG)와 같은 해외 투자 거점지역에 지주회사를 설립, 현지 진출한 병원의 운영 및 관리를 총괄
- 인력양성 및 컨설팅 업무 등
 - Bumrungrad Personnel Department Center(100% 자회사)는 글로벌 헬스케어 관련 전문 인력의 양성(의료인력, 행정인력) 및 재교육을 담당
 - Asia Global Research(100% 자회사)는 자체 및 외부 의뢰를 받아 의료기기와 약품의 임상시험 및 병원운영 컨설팅 업무 수행

범룽랏 병원그룹 구조

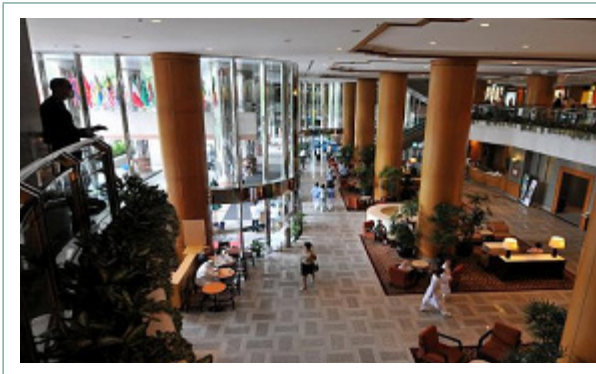


주 : ()는 범룽랏 병원의 지분
 자료 : Bumrungrad Annual Report 2013

□ 또한 범룽랏 병원은 환자중심의 서비스 제공으로 경쟁력을 강화

- 아시아 병원 최초로 2002년 JCI인증⁹⁾을 획득해 의료품질의 대외 신뢰도를 제고
- 전체 의료진 약 1,200명의 절반 이상이 미국, 영국, 호주 등 외국으로의 연수경험이나 해외 의사 자격증을 보유하고 있고, 영어의 원내 공용어 정책과 15개 언어별 통역을 위한 150명의 전문인력의 상주로 언어장벽에 따른 환자의 불편을 최소화
- 고급 호텔에 버금가는 입원병동을 보유하고 있으며¹⁰⁾, 환자의 요구에 따라 레스토랑 수준의 서양식, 중국식, 일본식, 이슬람식 등 다양한 식단을 제공
- 출입국 사무소 직원이 병원을 방문해 비자업무 처리를 돕는 한편, 공항 내 전용공간을 마련하고 왕복버스를 운영하는 등 각종 고객 편의서비스를 제공

고급 호텔을 연상시키는 로비



자료 : 범룽랏 병원 홈페이지

방콕 수완나폼 공항 내 전용부스



자료 : 범룽랏 병원 홈페이지

아폴로 병원(인도)



- ▶ 진료 + 웰니스 + 관광상품 패키지化 전략으로 해외환자 유치
- ▶ 원격진료 사업 강화로 해외 의료시장 진출 확대

□ 인도는 정부차원의 적극적인 지원정책과 우수한 관광자원을 바탕으로 웰니스 관광¹¹⁾ 분야에서 빠르게 성장중

9) 의료기관 전문평가 기관인 국제병원평가위원회 JCI(Joint Commission international)가 의료기관의 안정성과 의료의 질을 평가하기 위해 만든 인증제도로 약 1,200개 항목에 대해 기초평가 → 모의평가 → 본 평가의 까다로운 절차로 이뤄져, 국제적으로 높은 신뢰성과 권위를 인정받고 있음

10) 美 의료전문잡지(Healthcare Business & Technology)가 소개한 세계에서 가장 아름다운 병원 7위에 선정

11) Smith와 Puczko(2009)는 의료관광(healthcare tourism)을 질병 치료가 중심인 메디컬 관광(medical tourism)과 치료 외에 레저, 휴양 등 최적인 건강상태를 유지하기 위한 적극적 여가활동이 중심인 웰니스 관광(wellness tourism)으로 구분. 웰니스 관광은 ▲휴양시설 ▲개인서비스(스파, 에스테틱 등) 등 관광·문화상품이 핵심 경쟁력

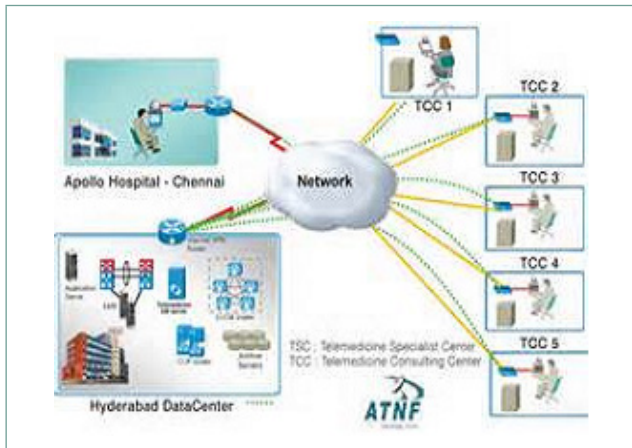
- 장기간 입원치료가 필요한 경우 동반자에게도 의료관광 비자(환자는 M비자, 동반자는 MX비자)를 발급하고, 해외 환자를 유치할 경우 수출에 준하는 재정적 지원을 시행
 - 스탠포드연구소(SRI)는 인도의 웰니스 관광 규모가 2017년까지 연평균 20%로 전 세계에서 가장 빠른 성장률을 기록할 것으로 전망¹²⁾
- 인도의 주요 의료관광 병원인 아폴로(Apollo Hospital)는 ▲전통의료를 접목한 관광 패키지 개발 ▲원격진료를 활용한 차별화된 서비스로 성장중
- 전통의료 접목
 - 아폴로 병원은 기존의 진료서비스에 대체의학의 하나로 세계적 명성을 지닌 아유르베다¹³⁾, 요가, 스파 등 웰니스 서비스와 타지마할과 같은 명소로의 관광상품을 연계한 아유르베다 여행 패키지(진료+웰니스+관광)를 운영
 - 아폴로 병원은 아유르베다의 효능을 과학적으로 입증하기 위한 연구를 수년전에 시작했으며¹⁴⁾, 첸나이 지점의 경우 원내에 아유르베다 센터를 개설해 서양의료와 전통의료의 협진을 시행
 - 인도상공회의소에 따르면 인도는 아유르베다로 매년 1억 1,000만 달러 이상의 수익을 발생
 - 원격진료 활용
 - 아폴로 병원은 1997년 ATNF(Apollo Telemedicine Networking Foundation)를 설립해 본격적인 원격진료 사업에 진출했으며, 국내 125개 지역센터와 10개의 해외센터를 통해 원격진료 서비스를 제공
 - 광역별 거점병원(TSC : Telemedicine Specialty Center)을 지정, 그곳에 근무하는 의사들이 산하 지역센터(TCC : Telemedicine Consulting Center)를 방문한 환자들에게 전문 진료서비스와 약물처방 서비스를 제공
 - 해외센터는 의료관광 환자의 병세를 의료진이 사전에 확인할 수 있도록 돕고, 귀국 후에는 원격진료를 통해 지속적인 사후관리를 지원

12) SRI, "The Global Wellness Tourism Economy 2013", 2013. 11

13) 아유르베다(Ayurveda)는 B.C 1,500년 경 시작된 인도의 대표적인 전통의학으로, 인간을 구성하는 3가지 기운(바타, 피타, 카파)이 체질별로 적절한 균형을 이루는 것에 중점을 둔 치료법임

14) Sakal Times, "Apollo Hospitals to conduct research in Ayurveda", 2010. 3

아폴로 원격진료 프로세스(예시)



자료 : 아폴로 병원

인도 내 거점병원과 지역센터 분포도



자료 : Raja Bollineni, "ATNF", 2011

베스 이스라엘 장로병원(미국)
아스클레피오스 병원(독일)

▶ 최신 IT 기술 · 기기 접목 → 서비스 경쟁력 강화

- 세계 유명 병원들은 정보통신기술(ICT)의 접목을 통해 의료서비스의 비용을 절감하고, 의료서비스의 품질을 높임으로써 의료기관의 본질적인 서비스 경쟁력을 제고
- 미국 보스톤의 베스 이스라엘 장로병원(Beth Israel Deaconess Medical Center)은 입는 기기(wearable device)인 구글글래스(google glass)¹⁵⁾를 의료진에게 정식으로 보급해 진료업무에 활용
 - 수술 시 각종 검사기록 및 엑스레이 사진 등의 정보를 즉각 불러올 수 있으며 손을 떼지 않고 음성이나 고갯짓으로 조작이 가능해 시간을 절약하고 감염의 위험성을 낮추는데 크게 기여
 - 집도위의 시각에서 수술 장면을 실시간으로 전송할 수 있어, 다른 의료진과의 의견교환이 용이하고 수술기법 전수 및 교육에 용이
- 독일 아스클레피오스(Asklepios) 병원의 칼 올드하퍼 교수가 스마트패드를 간암수술에 활용

15) 구글글래스는 안경처럼 착용할 수 있는 모바일 기기로, 사용자가 원하는 정보를 렌즈에 투사할 수 있으며 증강 현실 체험, 사진 및 동영상 촬영 등이 가능

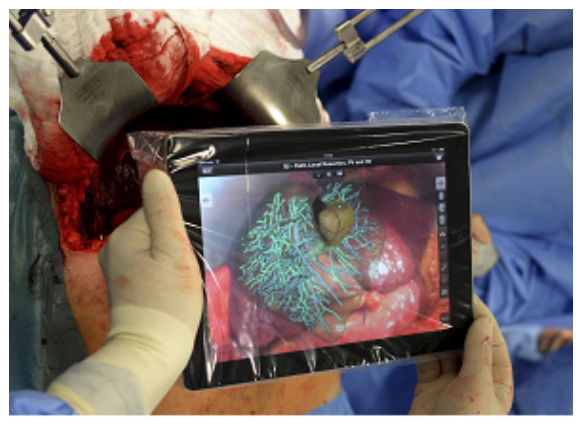
- 신경과 혈관이 복잡하게 얽혀있고 환자마다 모양이 제각각인 간의 모습을 스마트패드 내 3D 증강현실로 구현해 타 기관의 손상없이 수술이 빠르게 진행되는데 도움

구글글래스와 QR코드로 환자기록 확인



자료 : 베스 이스라엘 장로병원

스마트패드를 활용한 수술



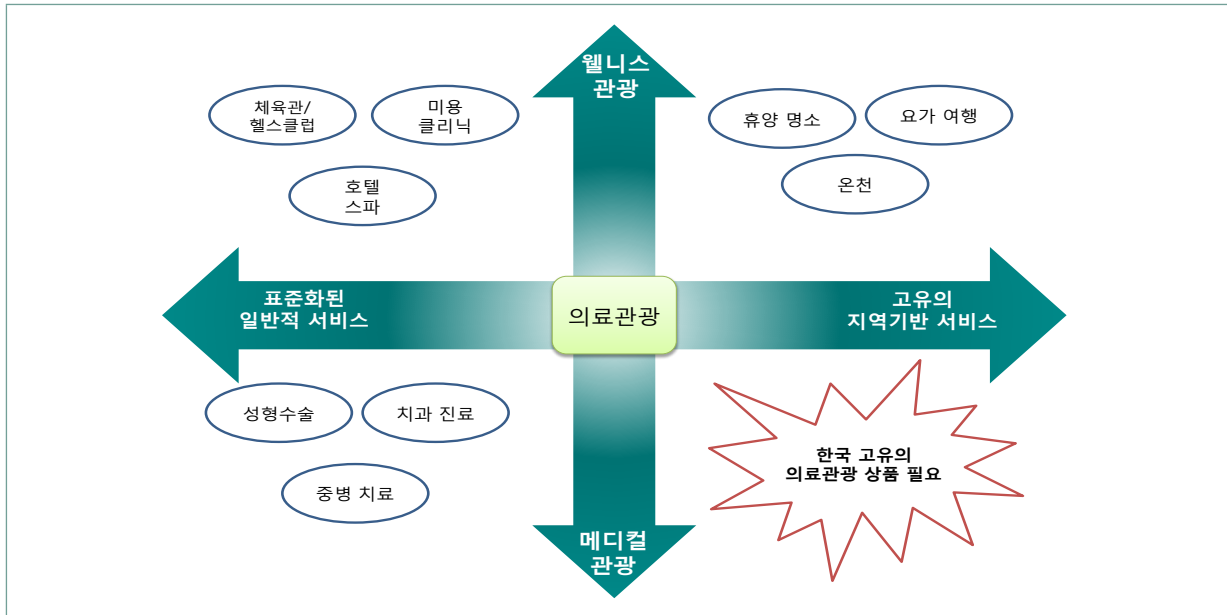
자료 : 아스클레피오스 병원

3

결론 및 시사점

- 글로벌 헬스케어 시장이 확대됨에 따라 의료기관 간 경쟁이 점차 치열해질 것으로 전망됨. 향후 우리 의료기관의 글로벌 헬스케어 시장진입 확대를 위해서는 서비스 다양화, 고품질화를 통한 서비스 경쟁력 제고가 절실
- [패키지化] 해외환자 유치부터 치료, 웰니스, 관광, 사후관리까지 의료관광과 관련된 전업무를 수직적으로 통합해서 유기적으로 연계가 이뤄지도록 하고, 의료, 웰니스, 관광을 결합한 고유의 의료관광 패키지 상품을 개발함으로써 의료기관의 자체 경쟁력과 브랜드의 강화 필요
- 우수한 양·한방 의료기술에 약선음식, 템플스테이 등을 연계하여 우리만의 고유한 의료관광 패키지 상품을 생각해 볼 수 있음
 - 개별 의료관광 상품을 메디컬·웰니스·일반성·고유성의 4가지 기준으로 분류했을 때, 고유한 의료관광 상품이 부족한 것으로 나타남
 - 우리나라의 의료관광객은 중국(20.4%), 일본(12.4%), 몽골(5.3%) 등 동아시아 국가의 비중이 크고(2012년 기준), 한국관광공사가 국적별 관광객의 선호를 조사한 결과에 따르면 일본을 비롯한 동아시아 국가들이 한방진료에 우호적임(2008년 기준)

의료관광의 스펙트럼 구분



자료 : Wellness Tourism and Medical Tourism(2011) 자료를 각색

□ [환자중심 서비스] 의료서비스 공급의 주요 패턴이 공급자인 병원중심 → 수요자인 환자 중심으로 전환

- 세계 최고 수준의 병원인 美 클리블랜드 병원과 메이요 병원이 각각 환자경험센터 (Office of Patient Experience)와 혁신센터(Center for Innovation)를 설립¹⁶⁾해 환자 중심의 의료서비스 제공을 연구하는 등 의료서비스 패턴이 수요자 중심으로 전환
- 우리 의료기관도 전담조직을 구성해 환자 중심의 서비스를 연구하는 한편, 외국인 환자에 대한 편의서비스를 통합적으로 제공할 필요가 있음

□ [첨단기술 접목] 앞으로 글로벌 헬스케어의 수요층이 확대(고소득자 → 중·고소득자) 되는 과정에 의료서비스 비용 절감이 의료기관 경쟁력의 중요변수로 작용할 가능성이 있으므로, 최신 IT기기 및 기술의 접목과 원격진료 등을 활용해 의료서비스의 비용을 낮추고 품질을 높이는 노력이 필요

문의 한국무역협회 미래무역연구실 연구원 김정덕 (6000-7625, jungdeok@kita.net)

16) 클리블랜드 병원의 환자경험센터와 메이요병원의 혁신센터는 기존의 병원들이 의사가 환자에게 전달하는 진료 서비스 자체의 질을 높이는데만 초점을 맞춘데서 벗어나, 병원을 방문하며 나서기까지 환자의 모든 경험을 의료 서비스의 개념으로 확대해 이를 개선하는데 노력을 기울이고 있음. 이를 통해 의료서비스 대상의 개념이 환자에서 보호자, 동반자까지 확대됐으며 의료진의 행동, 병원 내 공간배치 등 다양한 분야에서 개선이 시도됨

2014년 Trade Brief 발간 목록

No.	일자	Trade Brief 제호	작성자
1	01.02	위안화 가치 절상, 득보다 실이 많다 -대중 수출구조를 내수지향형으로 빠르게 전환해야-	이봉걸/홍정화
2	01.22	업계의 2014년 수출, 원가상승 우려 속에 선진국 경기 회복에 큰 기대	제현정
3	01.22	韓日 일자리 新풍속 : 채용 늘리는 일본, 채용 주저하는 한국	박기임
4	01.23	해외 직판시대, 중국에 '수출' 하지 말고 '판매' 하자	박필재
5	01.27	엔저에 따른 주력품목의 일본시장 점유율 감소, 중국·ASEAN은 해당품목 점유율 늘려	장상식
6	02.04	한국의 창업여건 국제비교 및 시사점	장현숙
7	02.03	중국경제 중성장 시대 진입, 서비스 시장에서 기회를 찾아라	이봉걸
8	02.06	일본 서비스 기업의 해외시장 진출 성공 사례 3選	박필재
9	02.17	혁신형 창업, 美 창업사관학교 싱글래리티 대학에서 답을 찾다.	장현숙/김춘식
10	02.19	2013년 수출 평가 및 과제	오세환/문병기
11	02.21	서비스 수지 흑자는 지속될 것인가?	이동주
12	02.27	정리하고 요건 논의, 지식서비스·중소·벤처기업 배려해서 신중히 추진해야	박기임
13	03.03	우리나라 생산성 현황 및 시사점	문병기
14	03.10	희망봉을 찾아 기업가정신을 발휘할 때다 - 아프리카 국가들과의 공동 번영 서둘러야 -	송송이/홍정화
15	03.11	Korea 이미지를 근거로 한 해외마케팅 전략 I. Korean Made, 중국시장에 편편(Fun & Fun)하게 다가가라!	조상현
16	03.06	일본, 고용·임금 늘린 기업 법인세 부담 경감으로 경제부활에 박차	이은미
17	03.06	[긴급진단]우크라이나 사태, 우리 수출입 이상 없나? -우리 수출에의 영향은 제한적-	홍정화/유승진
18	03.25	최근 일본 수출기업 동향과 우리에의 시사점	오세환
19	03.20	미 테이퍼링에 따른 우리 수출기업의 영향 조사	심혜정/강내영
20	03.21	기업이 필요로 하는 이공계인력, 독일은 어떻게 양성하는가? - 독일 아헨공과대학교 사례 분석 -	이은미
21	03.24	마이스터고·특성화고 독일 현장실습으로 해외 취업 새 장을 연다	박지은
22	03.26	최근 수출둔화, 일시적인가 추세적인가?	문병기
23	04.07	엔저로 인한 한·일간 소비·관광 트렌드 변화	문병기
24	03.31	일본의 소비세 인상에 따른 일본경제 전망 및 우리 수출에의 영향	장상식/명진호/ 류솔아
25	04.01	중국경제 7.5% 성장목표 달성은 어렵지만 7.2%는 지켜낼 것	이봉걸
26	04.08	한·호주 FTA 체결에 따른 기대효과	정혜선/제현정
27	04.17	미국의 하이테크제품(ATP) 수입동향 및 우리에의 시사점	강내영/심혜정

No.	일자	Trade Brief 제호	작성자
28	04.21	Korea 이미지를 근거로 한 해외마케팅 전략 Ⅱ. Korean Made, 선진시장에서는 전통과 개방성을 결합하라!	조상현
29	04.25	최근 우크라이나 사태와 우리 수출에의 영향 전망 - 對러 추가제재 및 향후 전개될 불확실성에 대비해야 -	홍정화/유승진
30	05.07	엔저의 우리 수출기업 영향 조사	문병기/오세환
31	04.25	인도의 CSR(기업의 사회적 책임) 의무화 시행과 우리 기업의 대응	장현숙/송송이
32	05.09	특성화고 취업률 상승 속 입시전형 개선방안	박지은
33	05.15	일본, 기업과 대학 손잡고 기술 강국 재도약 본격화 - 일본 「산학 협동 혁신 인재 육성 컨소시엄 사업」 사례 -	이은미
34	05.16	우리 수출을 둘러싼 세계경제 리스크 평가 및 시사점	오세환
35	05.09	서비스산업에 대한 실질적 차별완화 대책 필요	김정덕
36	05.16	소프트웨어 수출 확대를 위한 현지화 지원, 어떻게 할 것인가?	이동주/이채학
37	05.28	Korea 이미지를 근거로 한 해외마케팅 전략 Ⅲ. Korean Made, 신흥시장에서 트렌드를 선도하는 이미지를 갖춰라!	조상현
38	05.19	인도 신정부 “모디노믹스”, 우리에게 기회 -인도 총선 평가와 경제정책 전망-	송송이
39	05.27	TPP, 협상 타결 위해 ‘원칙’에서 물러나 보다 유연한 자세 보일지 주목	명진호
40	06.02	국제비교를 통한 우리나라 서비스산업의 R&D 현황과 과제	박필재/김아린
41	06.11	브라질 소비시장, 밀레니얼을 잡아라	유승진
42	06.18	2013년 전 세계 무역구제조치 조사 건수, 11년 만에 최대	정혜선/제현정
43	06.20	확대될 인도시장, 한·중·일 경합에 대비해야	송송이
44	07.18	한·중 FTA 협상 후반전 돌입, 신중하고 치밀한 전략 세워야....	제현정
45	07.18	신개발은행(NDB), 신흥국 성장의 원동력이 될 것인가 - 제6차 BRICS 정상회의 평가와 시사점-	유승진
46	07.21	中 경제 하반기 경기회복 기대감 높으나 큰 폭의 반등은 어려워	이봉걸
47	07.24	매머드급 환경규제경보! 주요 쟁점 및 대응방안	장현숙
48	07.28	일본 저출산 재앙이 인력 부족으로 현실화, 기업의 대응책은?	박기임
49	08.04	창조경제의 아이콘 Patientslikeme, 한국에서 런칭했다면?	박필재/백수원
50	08.27	2014년 상반기, 세계 주요국의 무역동향	강내영
51	08.29	글로벌 의료쇼핑 시대, 서비스 경쟁력이 돌파구!	김정덕

현장

고객

미래

“
무역의 길을 여는
신뢰의 동반자,
국제무역연구원
”

01. 현장중심
무역현장의 생생한 목소리를 담은
현장 보고서 및 정책 대안 제시

02. 미래지향
지속가능한 무역 성장의
토대 마련을 위한 상품, 서비스,
FTA 등의 중장기 연구

03. 고객중심
회원사, 정부, 유관기관의
니즈를 반영한 국내 최고 수준의
고객 중심 연구 활동

국제 무역 연구의
Think Tank