

# 초점집단면접을 통해 확인한 의료소비자의 전문병원에 대한 인식

김지은<sup>1</sup>, 함명일<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>순천향대학교 일반대학원 의료과학과, <sup>2</sup>순천향대학교 의료과학대학 보건행정경영학과

## Healthcare Consumers' Perceptions of Specialty Hospitals through a Focus Group Interview

Ji Eun Kim<sup>1</sup>, Myung-Il Hahm<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Department of Medical Science, Soonchunhyang University Graduate School; <sup>2</sup>Department of Health Administration and Management, Soonchunhyang University College of Medical Sciences, Asan, Korea

### Correspondence to:

Myung-Il Hahm

Department of Health Administration and Management, Soonchunhyang University College of Medical Sciences, 22 Soonchunhyang-ro, Sinchang-myeon, Asan 31538, Korea  
Tel: +82-41-530-3035  
Fax: +82-41-530-3085  
E-mail: hmi@sch.ac.kr

Received: May 2, 2023

Revised: May 17, 2023

Accepted after revision: May 18, 2023

Published online: May 26, 2023

© 2023 by Health Insurance Review & Assessment Service  
© This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

**Background:** Since 2011, 112 specialty hospitals that have been approved by the government have been operating in Korea. However, healthcare consumers generally did not differentiate between government-designated specialty hospitals and self-proclaimed ones. This study was to estimate the healthcare consumers' awareness of specialty hospitals using focus group interviews (FGIs).

**Methods:** This study examined healthcare consumers' knowledge, understanding, and attitudes toward specialty hospitals using a qualitative research method in October 2021. The study used FGIs with seven participants who had visited hospitals in the last 12 months for diseases or symptoms associated with specialty hospitals. All interview processes were recorded and transcribed as participants responded. The transcription was analyzed using qualitative content analysis.

**Results:** Despite the lack of a clear distinction between government-designated and self-proclaimed specialty hospitals, the interviews showed that participants trusted and had a positive attitude toward specialty hospitals. Participants suggested that in order to increase public awareness and understanding, the government should focus its public relations efforts on promoting government-designated specialty hospitals.

**Conclusion:** Despite the fact that the policy for designating specialty hospitals was implemented over a decade ago, there remains a lack of distinction between government-designated and self-proclaimed specialty hospitals among healthcare consumers. Nevertheless, healthcare consumers had a positive attitude toward specialty hospitals. Thus, it is suggested that the government focuses its public relations efforts on improving awareness of government-designated specialty hospitals among healthcare consumers. Such efforts could reduce the number of patients in Korea's tertiary hospitals.

**Keywords:** Specialty hospital; Awareness; Focus groups

## 서론

전문병원은 특정 진료과목이나 특정 질환에 대해 난이도 높은 의료행위를 하는 병원급 의료기관을 보건복지부 장관이 지정하는 제도이다[1]. ‘특정’이 의미하듯이 전문병원 지정의 대상은 규모가 큰 종합병원, 대학병원, 혹은 상급종합병원이 아닌 중소병원을 대상으로 한다[2]. 따라서, 의료 전달 체계상 전문병원의 위치는 상급종합병원 하부의 2차 의료기관에 해당한다.

우리나라 의료전달체계의 주요 문제 중 하나는 국민의 수도권 대형병원 선호 현상이다[3]. 대형병원 선호는 의료이용의 비효율을 초래하고 중소병원의 위기를 동반한다. 대형병원 환자 집중을 완화하고 효율적 의료이용을 위해 운영되었던 대진료권, 중진료권 제도는 1995년 대진료권, 1998년 중진료권이 폐지되었다. 더 이상 우리나라 국민은 전문의를 찾거나 종별 간 의료이용에 진입장벽 없이 자유롭게 이용할 수 있게 되었다[3]. 의료소비자의 의료이용을 제한하지 않고 시장 기전에 따른 의료서비스의 공급과 전달을 할 수 있는 상황은 의료소비자의 의료이용에 있어서의 도덕적 해이의 문제와 의료공급자의 필요 이상의 과도한 의료서비스 제공의 문제를 초래하였고, 대형병원 쏠림을 강화하는 결과를 낳았다[4].

대형병원의 쏠림을 완화하고 적절한 의료공급자에게 전문화된 중소병원을 통한 양질의 의료서비스를 제공함으로써 대형병원 쏠림 문제를 해결하기 위한 대안이 전문병원 지정제도이다[5]. 2005년 시작된 시범사업 이후 2011년 본 사업 시작 이래 3년 주기의 전문병원 지정제도는 현재 4기 전문병원이 지정되어 운영되고 있다[6].

전문병원은 해당 전문 질환에 대한 진료에 있어서 상급종합병원과 비교할 때, 환자 경험, 병상당 의

사 및 간호사 인력 수준, 낮은 재원일수 등 의료의 질 측면에서 대등한 수준을 갖고 있다[7-9]. 상급종합병원의 기관당 진료량을 기준으로 상대 비교한 전문 질환에 대한 권역 내 시장점유율은 전문병원이 상급종합병원과 유사한 수준이다. 화상, 알코올, 안과, 유방외과, 관절, 산부인과 전문 분야의 시장점유율은 상급종합병원보다 높다[6].

지금까지의 전문병원 성과를 평가한 결과는 공급 측면에서 구조, 과정, 결과에 대한 평가이다[5,7]. 전문 질환에 대한 공급 측면에서 높은 의료의 질을 가진 서비스를 제공할 수 있는 역량을 갖췄고 실제 그에 따른 효율적인 진료를 제공하고 있음을 확인한 것이다[7,8]. 보장된 높은 의료의 질을 갖춘 전문병원에 대해 일반 대중은 어떤 인식과 태도를 가졌는지에 관한 확인이 필요하다. 전문병원이 의료전달체계에서 2차 전문 의료기관의 역할을 강화하기 위해서는 그에 걸맞은 의료소비자의 전문병원에 대한 인식이 필요하다. Fishbein과 Ajzen의 계획행동이론에 근거하여 설명하면 전문병원에 대한 신뢰와 긍정적 인식은 긍정적 태도를 유발하고 그에 따른 재방문 의도와 이용 행동의 변화로 전환될 수 있다[10].

‘전문병원’이라는 명칭을 일반 대중이 어떻게 받아들이고 있는지에 관한 확인이 필요하다. ‘전문병원’ 명칭의 사용은 의료법 제42조에 의해 보건복지부 장관이 지정한 전문병원에만 허용된다. 전문병원 지정 시 의료소비자에게 해당 질환이나 진료과목에 대한 전문성을 소구할 수 있는 배타적이고 독점적인 방법이다. 그러나 실제 의료현장에서는 ‘전문병원’, ‘특정 질환 전문’ 등의 용어를 혼용하여 전문병원으로 지정받지 않은 여러 의료기관이 전문성을 강조하고 있고, 일반 대중은 보건복지부 장관이 지정한 전문병원과, 지정되지 않았지만 특정 질환 전문을 표방하는 병원들을 구분하기 어려운 실정이다[11].

이 연구는 전문 질환으로 입원이나 외래 이용을 경험한 의료소비자를 대상으로 전문병원에 대한 인식을 의료소비자 관점에서 확인하고자 하였다. 이를 위해 초점집단면접(focus group interview, FGI)을 통해 자료를 수집하였으며 현상학적 연구 방법론을 이용한 질적 연구로 수행했다. 이를 통해 의료소비자의 전문병원 지정제도 인지도, 전문병원 또는 의료기관 이용 경험, 전문병원과 제도 홍보 방안, 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안이라는 네 가지 범주로 구분하여 의견을 확인함으로써, 의료소비자의 전문병원에 대한 인식을 높일 방안을 마련하는데 기초자료를 제공하고자 하였다.

## 방 법

### 1. 조사방법 및 대상

이 연구는 의료소비자가 전문병원을 어떻게 인식(perception)하는지를 확인하여 전문병원에 대한 인식을 높일 방안을 모색하고자 하였다. 이를 위해 FGI를 통해 의료소비자들의 전문병원에 관한 경험을 있는 그대로 파악하여 그 내용을 분석하는 현상학적(phenomenology) 연구 방법을 이용하였다.

일반적으로 FGI 방법은 심층면접법(in-depth interview)을 응용하여 6명-12명 정도의 소규모의 동질적인 집단을 한 장소에 모아놓고 편안하고 자연스러운 분위기에서 연구 주제와 목적에 대해 같이 토론하거나, 사회자의 안내에 따라 정해진 주제에 관한 토론을 진행한다[12-14]. 면접 시간은 참가자의 의견을 모두 청취하기 위해 90분-120분 정도로 설정하며, 집단의 규모가 크면 두 개 이상의 집단으로 구분하여 진행할 수 있다.

전문병원에 대한 인식 및 활성화 방안 등에 대한 다양하고 심도 있는 의견을 듣기 위해, FGI 대상자는 전

문병원 관련 질환으로 최근 1년 이내에 의료서비스를 이용한 경험이 있는 의료소비자들로 하였다. 최근 의료 이용 경험이 있는 대상자들이 실제 잠재적 의료소비자의 관점에서 전문병원에 대한 인식 및 전문병원 활성화를 위한 개선방안을 제시하기에 적합하다고 판단하였기 때문이다. 구체적으로 최근 1년 이내에 전문병원 관련 질환으로 입원 및 외래 경험이 있는 대상으로 편의 추출하였으며, 최소 입원 및 외래 각 1명씩 실제 전문병원을 이용한 경험이 있는 대상자를 선정하고자 하였다. 최종 선정된 조사 대상은 30대 이상 남녀 7인의 1그룹으로 표 1과 같다. 연구 참여자에게는 소정의 사례비를 지급하였다.

표 1. 초점집단면접 참여자 프로파일

| 구분 | 이름  | 나이 | 성별 | 진료 분야 | 입원/외래 | 입원 기간 | 비고   |
|----|-----|----|----|-------|-------|-------|------|
| 1  | 손OO | 51 | 남  | 관절    | 입원    | 1개월   | 전문병원 |
| 2  | 최OO | 41 | 여  | 척추    | 입원    | 2주    |      |
| 3  | 이OO | 59 | 여  | 안과    | 외래    |       | 전문병원 |
| 4  | 안OO | 59 | 여  | 산부인과  | 외래    |       | 전문병원 |
| 5  | 장OO | 55 | 여  | 대장항문  | 입원    | 2일    |      |
| 6  | 우OO | 61 | 여  | 이비인후과 | 외래    |       |      |
| 7  | 김OO | 52 | 여  | 유방    | 외래    |       |      |

### 2. 질문지 구성(인터뷰 지침 개발)

FGI의 지침(semi-structured guidelines)은 문헌 고찰 및 설문 조사업체의 질적 연구전문가와 연구진의 토론을 통해 개발하였다[8,9,11]. 지침은 크게 네 가지 내용으로 (1) 전문병원 지정제도 인지도, (2) 전문병원 또는 의료기관 이용 경험, (3) 전문병원과 제도 홍보 방안, (4) 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안에 대한 의견 수렴으로 구분하였다. 세부 인터뷰 질문은 표 2와 같이 Krueger와 Casey의 연구 방법에서 제시한 도입, 전환, 주요 핵심, 마무리 질문으로 구성된 질문 방법을 중심으로 구성하였다[15].

**표 2. 초점집단면접을 위한 질문 단계 및 내용**

| 인터뷰 단계                        | 적용            | 유목 분류                 | 세부 질문 내용  |
|-------------------------------|---------------|-----------------------|---|
| 도입<br>(opening question)      | 주제에 관한 가벼운 질문 | 의료기관 이용 경험            | - 방문한 의료기관 및 시기<br>- 의료기관 방문 이유(질한)   |
| 소개<br>(introductory question) | 주제에 대한 간단한 소개 | 전문병원 지정제도 인지도         | - 전문병원에 대한 인식<br>- 전문병원 지정제도에 대한 인지 여부 및 제도의 필요성(당위성)<br>- 전문병원과 비전문병원 간의 차이에 대한 본인의 생각   |
| 전환<br>(transition question)   | 주제 관련 생각 및 경험 | 전문병원 및 의료기관 이용 경험     | - 전문병원 이용 경험<br>- 과거 의료기관 선택 시 전문병원 고려 여부 및 이유<br>- 향후 지인 및 의사 추천 시 전문병원 선택 의향 및 이유   |
| 주요 핵심<br>(key question)       | 참여 후 생각이나 경험  | 전문병원 및 제도 홍보 방안       | - 의료기관 선택 시 정보탐색 경험 및 이용 매체<br>- 전문병원 홍보를 위해 필요한 적절한 홍보 내용 및 매체<br>- 전문병원 명칭에 대한 인지, 홍보 목적 경험, 명칭 변경 필요 여부 및 이유<br>- 보건복지부 지정 전문병원이 일반인들에게 인지도가 낮은 이유 |
| 마무리<br>(ending question)      | 도출 의견 정리      | 전문병원 지정제도 활성화 위한 개선방안 | - 비수도권 한정 지정기준 완화에 대한 동의 여부 및 이유<br>- 현행 전문병원관리료 및 개선안에 대한 동의 여부 및 이유<br>- 전문병원 지정제도 확대의 필요성<br>- 전문병원의 신뢰도 회복을 위한 방안에 대한 동의 여부 및 이유                  |

**3. 자료 수집 방법 및 절차**

FGI의 일반적인 절차는 연구 내용을 개념화하고 FGI 질문을 개발하는 단계, 적절한 참여자를 선정하고 모집하는 단계, 실제 FGI 진행 단계, FGI 내용 분석 단계, 보고서 작성 단계로 이루어진다[15]. 자료 수집은 2021년 10월 26일 7인으로 구성된 1개의 표적 집단 인터뷰를 통하여 이루어졌다. 심층 인터뷰는 착석 기준으로 round-robin 방식으로 진행하였으며, 표 3과 같이 약 120분 진행을 기준으로 설계 및 진행되었다.

**표 3. 초점집단면접 진행 설계**

| 단계                      | 내용                                       | 소요 시간 |
|-------------------------|--|-------|
| 준비단계<br>(Warming up)    | 진행자 소개<br>목적 및 진행 방법 설명<br>참석자 상호 인사     | 10분   |
| 주요단계<br>(Main stage)    | 전문병원 지정제도 인지도                            | 15분   |
|                         | 전문병원 이용 경험                               | 20분   |
|                         | 전문병원 및 제도 홍보 방안<br>전문병원 지정제도 활성화 위한 개선방안 | 30분   |
| 종료단계<br>(Closing stage) | 기타 사항 점검 및 추가 질문 확인<br>참석에 대한 감사 인사      | 15분   |

앞서 개발한 FGI 문항은 면담을 진행하기에 앞서 참여 대상자에게 이메일을 통해 사전에 전달하여, 질문의 방향을 이해하여 좀 더 적극적인 답변이 가능하

게 하였다. 연구 참여자의 윤리적 측면을 보호하기 위해 인터뷰를 시작하기 전 참여 대상자에게 연구 제목과 함께 연구의 배경과 인터뷰의 구체적인 목적에 대해 설명하였다. 이후 연구의 진행 방법에 대해 설명한 후 참석자의 질의에 따른 응답 시간을 가졌다. 또한, 해당 인터뷰의 녹음 진행 및 세부 내용은 익명으로 보 관되며 향후 연구목적 이외에는 사용되지 않음과 연구 참여자는 언제든지 본인의 발언 내용 및 참여를 철회할 수 있음을 알려준 후 자발적인 서면 동의를 받았다.

FGI의 시작은 사전에 작성된 지침에 따라 주제별로 광범위한 개방형 질문으로 시작하여 참여자들의 자유로운 의견 공유가 될 수 있도록 경청하면서 그 진행 과정에 따라 점차 세부적인 질문으로 자연스럽게 범위를 좁혀 들어가도록 하였다[16]. 이 연구에서 FGI의 원활한 진행을 위해 설문조사 전문기관의 질적 연구 경험이 풍부한 전문가가 사회를 맡아 진행하였으며, 연구 배경 및 용어 설명 등 전문적인 내용이 필요한 경우 연구진이 추가적인 설명을 하였다. 주어진 주제에 대한 의견 교류가 충분히 이루어지고 난 후 인터뷰 중간에 사회자가 내용을 요약하고 확인하였다. 해당 면담 과정은 모두 녹음되었으며, 설문 조사

업체와 연구진 측의 보조연구원 각 1인이 함께 참석하여 연구 참여자들의 특성과 주요 발언 및 비언어적 행동, 표정 등을 함께 메모하여 자료 분석에 함께 사용하였다.

#### 4. 자료 분석

자료의 분석을 위하여 FGI 전 과정은 참여자의 동의 하에 음성 녹음하였고 이를 전사하였다. 면담의 분위기와 내용을 최대한 살리기 위하여 해당 면담에 함께 참여한 설문조사 전문기관의 보조연구원이 여러 차례 녹음 파일을 들으며 인터뷰 내용을 직접 전사하였으며, 모든 면담 자료는 참여자의 말 그대로를 필사하였다. 이후 정확한 분석을 위해 다수의 질적 연구 경험을 가진 2인의 연구원이 독립적으로 녹음한 음성파일과 전사 내용을 검토하여 전사의 정확성을 높이고자 하였다.

녹취한 내용의 분석은 질적 내용 분석 방법에 따라 분석하였다[17,18]. 질적 내용 분석은 분석 과정에서 고정된 틀과 절차가 없는 유동성을 지니고 있는데, 이 연구에서는 사전에 작성한 FGI 지침의 주요 연구 질

문을 기본 축으로 하여 자료를 분석하였다[19,20]. 우선, 다수의 질적 연구 경험이 있는 연구원의 녹취록에 대한 반복 검토를 통해 전체적인 내용의 이해와 그 안의 본질을 확인하고자 하였다. 다음으로 각 주제에 대한 인터뷰 참여자들의 생각을 담은 핵심 키워드를 찾아내기 위해 공통되거나 중요하다고 생각되는 단어를 선정하였다. 이후, 핵심 키워드와 관련 주제의 문헌을 토대로 주요 개념이나 주제를 분류하였다. 이를 토대로 연구진은 주제별 참여자들의 전문병원에 대한 주요 인식을 도출하였다.

## 결 과

이 연구에서는 의료소비자를 대상으로 한 FGI 분석 결과에서 도출된 14개의 주제에 대해 표 4와 같이 (1) 전문병원 지정제도 인지도, (2) 전문병원 또는 의료기관 이용 경험, (3) 전문병원과 제도 홍보 방안, (4) 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안의 네 가지 범주로 그룹화되었다.

표 4. 의료소비자의 전문병원에 대한 인식의 영역별 구성요소

| 범주                     | 주제                                    | 전환된 의미 단위   |
|------------------------|---------------------------------------|---|
| (1) 전문병원 지정제도 인지도      | 1. 전문병원에 대한 인식                        | - 전문병원 명칭 자체가 신뢰감 및 믿음을 갖게 함<br>- 진료과 내의 다양한 세부 전문의 배치, 특정 수술에 대한 병원의 자신감이 환자를 안심하게 함<br>- 개인별 차이가 있으므로 직접 경험해봐야 신뢰할 수 있음 |
|                        | 2. 전문병원 지정제도에 대한 인지 여부 및 제도의 필요성(당위성) | - 대부분 전문병원 지정제도에 대해 인지하지 못함<br>- 전문병원에 대한 인지 및 과거 환자 경험이 긍정적이었던 경우 전문병원 지정제도가 꼭 필요하다고 함                                   |
|                        | 3. 전문병원과 비전문병원 간의 차이                  | - 전문병원과 비전문병원 간의 차이를 구분하지 못함  |
| (2) 전문병원 또는 의료기관 이용 경험 | 1. 전문병원 이용 경험                         | - 본인 혹은 지인이 전문병원을 이용한 경험들에 대해 모두 긍정적으로 응답함<br>- 비전문병원을 전문병원으로 오인한 경우, 부정적인 경험을 응답하기도 하였음                                  |
|                        | 2. 과거 의료기관 선택 시 전문병원 고려 여부 및 이유       | - 방만한 상급종합병원에서의 전원 추천, 거주지와 가까운 의료기관 선택, 지인이 근무하는 의료기관 선택으로 인하여 전문병원을 고려하게 됨  |
|                        | 3. 향후 지인 및 의사의 추천 시 전문병원 선택 여부 및 이유   | - 중증도가 높지 않다면 전문병원을 권유할 것이라 함<br>- 과거 해당 중별 의료이용경험이 긍정적이었는지, 부정적이었는지에 따라 향후 방문 의향이 달랐음                                    |

(다음 페이지에 계속)

표 4. 계속

| 범주                         | 주제                                      | 전환된 의미 단위   |
|----------------------------|---|---|
| (3) 전문병원과 제도 홍보 방안         | 1. 의료기관 선택 시 정보탐색 경험 및 이용 매체            | - 사용하는 매체는 다양하나, 기존 의료소비자의 후기에 의해 의료기관 선택이 영향을 받음   |
|                            | 2. 전문병원 홍보를 위해 필요한 적절한 홍보 내용 (주제) 및 매체  | - 가장 많이 사용하게 되는 인터넷(포털사이트) 활용<br>주로 많이 검색하는 단어인 'OO 질환 잘하는 병원'이라고 검색 시 상단 노출 및 비전문병원과의 차별점 관련 정보 제공 |
|                            | 3. 전문병원 명칭에 대한 인지 및 홍보 목적 경험            | - 전문병원이라는 용어를 통한 홍보는 많이 목격함<br>- 전문병원 지정제도 자체를 홍보하는 것은 본 적 없음                                       |
|                            | 4. 전문병원 명칭에 대한 인식                       | - 전문병원이라는 명칭은 일반적인 용어이기에 구분할 수 있도록 보건복지부 지정이라는 수식어를 반드시 붙이거나 전문병원이라는 용어의 정의 범위를 구체적으로 구분해야 함        |
|                            | 5. 전문병원 명칭을 임의로 사용하는 비전문병원에 대한 제재       | - 전문병원이라는 단어 자체가 주는 신뢰감이 있기에 임의로 해당 명칭을 사용하는 비전문병원의 경우 확실한 제재가 이루어져야 함                              |
|                            | 6. 전문병원의 인지도가 낮은 이유                     | - 전문병원 지정제도 자체 홍보가 부족하기 때문  |
| (4) 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안 | 1. 비수도권 한정 지정기준 완화에 대한 동의 여부 및 향후 이용 의향 | - 의료의 질이 보장된다면 기준 완화에 대해 찬성함  |
|                            | 2. 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안               | - 전문병원의 전문성을 보장하기 위한 의료진, 시설 및 장비 등이 갖추어져야 함<br>- 전문성을 장기적으로 육성해줄 수 있는 체계적 지원 필요                    |

## 1. 전문병원 지정제도 인지도

### 1) 전문병원에 대한 인식: 본인, 지인(친구, 가족, 주변 사람 등)의 인식

참여자 대부분은 전문병원 지정제도에 대한 인지 여부와는 상관없이 전문병원이라는 명칭 자체가 전문성이 있다는 신뢰감 및 믿음을 갖게 한다고 응답하였다. 특히, 같은 진료과라도 세부 질환별로 다양한 의사들이 각각 전문화되어 있다는 느낌(분야별 전문화)이나 대학병원에서도 난색을 보인 수술에 대해 문제 없다, 자신 있다고 말하는 부분에 있어 안심되었다는 응답이 있었다. 다만, 일부 참여자는 전문이라는 단어가 있더라도 일단 경험해봐야 알 수 있으며, 개인의 경험에 따라서 해당 의료기관(의료진)이 잘 맞고, 맞지 않는 경우가 있으므로 무조건 전문병원이라고 해서 신뢰할 수만은 없다는 의견도 있었다.

참가자 3: “일단 신뢰가 간다. 믿음이 간다. ... (중략) ... 같은 질병에서 다른 병원에 갔을 때는 똑같은 질병이라고 해도 한 사람의 의사만 있지만, 전문병원 같은 경우는 똑

같은 병이라도 너무나 다양하게. 전문병원은 같은 눈이라 해도 너무나 다른 분야 다른 선생님이 계셔서 그 안에서 어떤 일이 벌어졌을 때 그 안에서 처리할 수 있다고 그런 생각이었어요.”

참가자 1: “대학병원 응급실에서는 굉장히 난색을 보였거든요, 진짜. 이거 뭐 후유증부터 해서 이거 굉장히 어려운 수술이고 계속 힘든 얘기만 듣다가 전문병원 가서 얘기하시는데 어떤 많은 수술 경험이 있으니까 좀 더 안정되고 신뢰가 가는 부분이 있는 것 같아요.”

### 2) 전문병원 지정제도(보건복지부 지정)에 대한 인지 여부 및 제도의 필요성(당위성)

조사 대상자 7명 모두 전문병원에 대해 알고 있다고 응답했으나, 이 중 일부는 보건복지부 지정 전문병원과 일부 전문병원이라고 표방하는 일반 의료기관의 차이에 대해 구분하지 못하였다.

참가자 7: “왜냐면 전문이라는 부분들을 믿고 일단 가잖아요.”

참가자 5: “그걸 눈여겨 안 봤네. 어딘가를 가서 본 기억은 인상은 있거든요. 그런데 그냥 그런가 보다 하고 넘어가지.

그걸로 병원을 달리 보거나 이러지는 않았던 거죠... (중략) ... 그냥 있나 보다 하고 넘어가지. 어, 여기 보건복지부 지정이네. 더 잘하겠네! 이렇게까지 생각이 연달아서 가지는 않더라고요.”

참가자 4: “저는 꼭 필요하다고 생각해요. ... (중략) ... 그래서 제가 그때 느끼기를 애가 전문가 선생님이 아니고 전문병원이 아니었다면 수술 시기를 놓쳤겠구나. ... (중략) ... 그래서 제가 그때 정말 전문병원이 얼마나 중요한지 그걸 알겠다고 그러면서. 그게 대학병원에 가서도 그 기계나 이런 걸 볼 줄 아는 눈이 없으면 전문의가 없으면 똑같은 안과 선생님이 봤는데도 이분은 모르시는 거예요. 원장님은 아는데. 그랬을 때 이거 전문병원이 굉장히 중요하다는 걸 저는 그때 너무나 절실하게 느껴서 저는 전문병원을 굉장히 신뢰해요... (중략) ... 그래서 그걸 볼 수 있는 분을 만났다는 게 행운이었기 때문에 저는 전문병원이 너무 필요하다고 생각하는 사람 중의 한 명이에요.”

응답자 대부분이 보건복지부 지정이라는 수식 자체가 주는 믿음이 있다는 응답을 하였으나, 반대로 딱히 눈여겨보지 않기 때문에 상관없다는 의견도 있었다. 전문병원에 대한 인지 및 긍정적인 경험을 한 경우에 그렇지 않은 대상자에 비해 전문병원 제도가 꼭 필요하다고 생각하였으며, 그 이후 의료기관 방문 시에도 보건복지부 지정 전문병원이라고 쓰여 있는지 아닌지 등을 유심히 살펴보려는 경향이 있었다.

참가자 7: “왜냐면 전문이라는 부분들을 믿고 일단 가잖아요.”

참가자 5: “그걸 눈여겨 안 봤네. 어딘가를 가서 본 기억은 인상은 있거든요. 그런데 그냥 그런가 보다 하고 넘어가지. 그걸로 병원을 달리 보거나 이러지는 않았던 거죠... (중략) ... 그냥 있나 보다 하고 넘어가지. 어, 여기 보건복지부 지정이네. 더 잘하겠네! 이렇게까지 생각이 연달아서 가지는 않더라고요.”

참가자 4: “저는 꼭 필요하다고 생각해요. ... (중략) ... 그래서 제가 그때 느끼기를 애가 전문가 선생님이 아니고 전문병원이 아니었다면 수술 시기를 놓쳤겠구나. ... (중략) ... 그래서 제가 그때 정말 전문병원이 얼마나 중요한지 그걸 알겠다고 그러면서. 그게 대학병원에 가서도 그 기계나 이런 걸 볼 줄 아는 눈이 없으면 전문의가 없으면 똑같은 안과 선생님이 봤는데도 이분은 모르시는 거예요. 원장님은 아는데. 그랬을 때 이거 전문병원이 굉장히 중요하다는 걸 저는 그때 너무나 절실하게 느껴서 저는 전문병원을 굉장히 신뢰해요... (중략) ... 그래서 그걸 볼 수 있는 분을 만났다는 게 행운이었기 때문에 저는 전문병원이 너무 필요하다고 생각하는 사람 중의 한 명이에요.”

### 3) 전문병원과 비전문병원 간의 차이(difference)에 대한 생각

보건복지부 지정 전문병원과 전문병원임을 표방하는 비전문병원 간의 차이에 대해서는 조사대상자 7명 모두 잘 모르고 있었다. 특히, 보건복지부 인증 의료기관의 인증마크와 보건복지부 지정 전문병원 마크를 구분하지 못한 채로 비전문병원을 전문병원으로 오해하기도 하였다. 이로 인해 해당 의료기관에서 부정적인 경험을 한 경우에는 전문병원 선정기준 자체에 대한 의구심이 생긴 예도 있었다. 이에 전문병원 명칭에 대한 검증자료를 보고자 해도 일반 환자로서는 필요한 자료를 어디에서 찾아야 하는지 잘 모르고 실제로 찾기 힘들어서 확인하지 못했다는 의견도 있었다.

참가자 2: “이게 지극히 개인적인 경험이기 때문에 그렇지만 제가 나름 이제 경험하고 나니까 어떤 기준일까 궁금해졌어요. 사실, 어떤 기준으로 보건복지부 지정이 되는 것이고. 이것이 규모적인 것인가?”

참가자 3: “그런데 그거 사실 모르고.”

참가자 7: “처음 들었어요.”

## 2. 전문병원 또는 의료기관 이용 경험

### 1) 전문병원 이용 경험: 본인, 지인(친구, 가족, 주변 사람 등)

본인 혹은 지인이 전문병원을 이용한 경험에 대해서는 모두 긍정적으로 응답을 하였다. 일부 부정적인 경험을 말한 응답자도 있었으나, 해당 의료기관은 보건복지부 지정 전문병원이 아닌 비전문병원을 전문병원으로 오인한 경우였다. 전문병원 이용 경험을 긍정적으로 응답한 세부적인 이유는 다음과 같다. 첫째, 전문병원의 경우 대학병원에 비해 상대적으로 거주지에서 가까워서 주기적인 방문을 통해 의료진과의 신뢰감(rapport)이 형성되었다. 둘째, 수술이 필요한 상황을 마주했을 때 대학병원에 비해 시스템이 빠르므로 수술 시기의 중요성을 고려하면 전문병원보다 나은 선택이 없었다. 셋째, 하나의 질환(지정 분야)에 대해서도 자세하게 분야별로 다루고 있으며, 규모로도 거주지 근처의 다른 병·의원과는 비교할 수 없는 수준이다. 예를 들어, 검사를 받을 때 사용하는 기계 장비들이 좋고 좀 더 다양한 검사 종류가 있었고, 환자 개개인별로 섬세한 진료와 친절한 서비스를 제공하였다. 넷째, 수도권과 비수도권의 프랜차이즈 전문병원의 경우 상호 진료기록 공유 및 일상적인 내원은 거주지와 가까운 곳에서 해결할 수 있다. 다섯째, 거주지 근처의 일반 병·의원을 방문하였으나 해결이 되지 않던 증상을 지인의 추천으로 가게 된 전문병원에서 제대로 된 진단을 받고 올바른 처치를 받을 수 있게 되었다.

참가자 4: “저는 일단은 시간이 대학병원을 가면 몇 달을 기다려야 되잖아요. 그런데 전문병원은 제가 그래도 몇 달을 계속 다니면서 이렇게 1-2달 된 게 아니라

계속 다니면서 그 선생님을 신뢰할 수 있는 상황이 있을 때 수술을 한 거고. ... (중략) ... 일단 대학병원을 가면 아침부터 사실 저희가 바로 못 가잖아요. 또 여러 가지 절차를 거쳐야 하고, 수술도 몇 달을 기다려야 해서 그렇게 할 만큼 제 몸에 여유도 없고. 그리고 그냥 전문병원이니깐 괜찮다는 마음이 들었고요. 그리고 굉장히 친절했고, 병원 수술도 잘 됐고 해서 저는 그냥 만족했어요.”

참가자 3: “검사가 종류가 더 많았던 것 같아요. 더 많았고. 더 자세히 해주시는 것 같고... (중략) ... 그러니까 그런 부분들이 약간 미미하게 차이가 크게 나는 거예요. 그러니까 저는 대학병원이나 다른 병원이거나 생각하지 않고 그냥 이 병원만 주기적으로 가서 검사하고 있어요.”

### 2) 과거 의료기관 선택 시 전문병원 고려 여부 및 이유

필요한 수술의 복잡성으로 인하여 대학병원 의료진 측에서 먼저 전문병원에 대해서 안내하고 선택권을 주어서 전문병원에 대해 알게 되었으며, 실제 수술 및 재활 과정에 있어 만족스러운 편이라는 응답이 있었다. 또한, 거주지에서의 거리가 가장 가까운 곳으로 고려하게 되어 전문병원을 선택했다는 의견도 두 명이 있었다. 특히, 질환이 복잡하거나 희귀병이 아닌 흔한 질환이면 꼭 상급종합병원과 같은 대형병원이 아니라 전문병원에서 해도 상관없을 거라고 생각하는 경우가 많았다. 의료기관 선택 시 일반 의료소비자가 주로 고려하는 다른 의료소비자들의 후기를 검색했을 때, 긍정적인 경험에 대한 댓글 및 비슷한 수술을 해당 의료기관에서 받은 것을 확인하게 되면 좀 더 해당 의료기관을 선택하게 된다고 하였다. 이외에 해당 의료기관에 지인이 근무하거나, 기존에 다니던 의료기관(대학병원)에서 전문병원으로의 전원을 추천받게 되어 전문병원을 선택했다는 의견도 있었다.

### 3) 향후 지인 또는 의사의 추천 시 전문병원 선택 여부 및 이유

질병에 따라 중증도가 높으면(복합 상병) 대학병원, 높지 않다면 전문병원을 권유할 것이라고 조사대상자 중 4명이 응답하였다. 대부분 개인이 겪은 전문병원 및 대학병원(종합병원)에 대한 경험에 따라 향후 의료기관 선택에 영향을 미치는 경향을 보였다. 예를 들어 대학병원과 전문병원의 치료 방법이 달랐으며, 전문병원에서의 치료 방법이 더 잘 맞았기 때문에 앞으로도 전문병원을 선택할 거 같다고 응답한 경우가 있었다. 또한, 종합병원에서 진료상의 실수를 경험해 본 적이 있어 전문병원에 대해 진료상의 전문성을 무조건 보장하기는 힘들다고 생각하기 때문에 장비나 의료진을 고려했을 때 처음부터 큰 병원(대학병원)으로 가는 게 나을 것이라 응답한 예도 있었다.

참가자 5: “전문적으로 하시는 분이 더 낫겠다고 생각해서. … (중략) … 대학병원에서도 수술을 잘하시는 선생님이 계시는데 그 수술법이 절제하는 방법으로. 평생 호르몬제를 먹어야 하는 그런 치료법을 하시는데 개인병원에서는 전기로 계속 지져서 이걸 줄이는 방법으로 하시더라고요. … (중략) … 그리고 거기는 입원 기간도 길었거든요. 그런데 여기는 1박 2일밖에 안 걸렸거든요.”

참가자 6: “체크하면서도 자기네들이 실수한 걸 인정하지 않으신 거예요. 처음에. … (중략) … 종합병원이라고 저는 다 좋다고 생각하지는 않아요.”

### 3. 전문병원과 제도 홍보 방안에 대한 의견

#### 1) 의료기관 선택 시 정보탐색 경험 및 이용 매체

일반적으로 의료기관을 선택할 때 기본적인 정보탐색을 진행하며, 이를 위해 이용하는 매체는 사람에 따라 다양하나 지인 소개 및 카페 이용 등 기존 의료소비자의 후기를 참고하는 경우가 많았다. 세부적인

이용 매체 및 활용 이유는 다음과 같다. 첫째, 네이버, 구글, 맘카페 등을 활용한 방법으로 사람들의 이용 경험에 대한 후기 및 댓글을 통해 의료기관 선택 및 의료진(주치의) 선택에 도움을 주로 얻는다. 둘째, 지인 소개 등의 방법으로 일부러 자신의 질병에 대해 소문을 내서 주변 사람들에게 경험을 듣고 정보를 얻는 방법이다. 이 경우 지인들이 속이지 않을 것이기 때문에 가장 확실하고 정확한 정보를 얻을 방법이라 생각한다고 하였다. 반면에 개인마다 경험차가 발생할 수 있어서 이로 인한 오차 발생도 고려해서 살펴본다고 하였다. 특히 지인 소개에 대한 할인 제공으로 인한 경우에는 오히려 믿음(신뢰도)이 감소한다고 응답하였다. 셋째, 의료기관 홈페이지를 활용하는 방법으로 방문하고자 하는 의료기관과 의료진에 대해 살펴보기 위해 한 번쯤은 확인하게 된다고 하였다. 해당 의료기관이 다른 의료기관에 비해 왜 차별성이 있는가에 대한 설명이 있으면 좀 더 눈여겨보게 되고 선택하게 되는 중요 역할을 한다고 하였다. 넷째, 건강보험심사평가원 홈페이지를 활용한 방법으로 이는 단 한 명의 응답자만이 활용한 방법이었다. 일반적인 진료를 위한 정보를 얻기 위함은 아니었으며, 자녀의 치료에 있어 특정 지정병원에서 치료를 받아야만 건강보험 적용이 가능하다고 해서 해당 정보를 얻기 위해 방문한 적이 있다고 하였다.

#### 2) 전문병원 홍보를 위해 필요한 적절한 홍보 내용 (주제) 및 매체

전문병원 홍보를 위해서는 일반적으로 가장 많이 사용하게 되는 인터넷(포털사이트)을 활용하는 것이 가장 적절하며, 세부적으로는 ‘OO 질환 잘하는 병원’이라고 치면 포털사이트의 검색 결과 화면 리스트에서 상위 노출이나 보건복지부 지정 전문병원에 해당하는 의료기관만 따로 구분되어 나오면 좋겠다는 의

견이 있었다. 또한, 의료기관별 홈페이지에 접속하게 되면 해당 의료기관이 왜 차별성이 있는지, 어째서 해당 질환(진료 분야)의 전문병원으로 지정되었는가에 대해 지정기준 등이 좀 더 상세하게 설명이 한눈에 들어오게끔 정리되어 있었으면 한다는 의견이 있었다.

### 3) 전문병원 명칭에 대한 인지 및 홍보 목적 경험

과거에는 신문, 현재에는 버스나 전철 광고, 포털 사이트에서도 전문병원에 대한 광고를 본 경험이 있다고 응답하였으나, 이는 보건복지부 지정 전문병원과 전문병원임을 표방하는 비전문병원을 구분하지 않은 결과였다. 전문병원 지정제도 자체에 대한 홍보는 조사대상자 7명 모두 전혀 목격한 경험이 없다고 응답하였다.

### 4) 전문병원 명칭에 대한 인식

전문병원이라는 명칭의 경우 전문병원임을 표방하는 비전문병원과 구분이 되지 않으며, 너무 흔히 사용되는 용어라고 조사대상자 7명 모두 응답하였다. 그러므로 전문병원 명칭 표기 시 보건복지부 지정이 항상 수식어로 함께 들어가야 한다는 의견이 제시되었다. 또한, 전문이라는 글자로는 어떤 걸 의미하는지 알 수 없고 용어가 너무 일반화되어 있어서 정의 범위를 좀 더 구체적으로 구분해야 한다고 하였다. 그러면서도 전문병원에 대한 명칭은 사전 교육이 없는 환자도 쉽게 그 의미를 구분할 수 있는 명칭이어야 한다는 의견이 있었다.

### 5) 전문병원 명칭을 임의로 사용하는 비전문병원에 대한 제재

전문병원이라는 명칭을 믿고 의료기관을 방문하게 되는 환자들이 많으므로 임의로 전문병원이라는 명칭을 사용하는 비전문병원인 의료기관에 대해서

는 확실한 제재를 해야 한다고 응답하였다. 하지만 제재하기에 앞서 보건복지부에서 지정한 전문병원에 대해 우선 홍보가 되어야 한다는 의견이 있었다. 이를 위해 단순히 전문적인 걸 내세우기보다는 보건복지부에서 지정했다는 것에 초점을 맞춰 홍보하는 것이 더욱 효과적일 것이라는 의견이 있었다.

참가자 7: “제재는 해주셔야죠. 왜냐면 그 타이틀을 보고 가기 때문에. 그렇기 때문에 혼돈이 생기죠.”

참가자 6: “그런데 일단 홍보를 해야 하겠죠. ... (중략) ... 건강보험심사평가원 TV에서 광고하듯이 이걸 계속. 저희는 TV 이런데 많이 보니까. 그걸 광고하면 더 효과적이지 않을까.”

### 6) 보건복지부 지정 전문병원이 일반인들에게 인지도가 낮은 이유

전문병원 지정제도에 대한 홍보가 부족하여서 전문병원에 대한 명확한 인지와 구분이 되지 않아 인지도가 낮은 것이라고 응답하였다.

참가자 7: “오늘 와서도 보건복지부 지정이 따로 있다는 것도 사실 처음 들었는데.”

참가자 3: “그런데 전문병원이라고 하는 명칭은 대부분에 좀 저기한 데들이 다 전문병원이라고 하잖아요. 그래서 앞에 타이틀에 보건복지부가. 네, 그렇게 좀 광고를 해주셨으면 좋겠어요.”

### 4. 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안에 대한 의견

#### 1) 비수도권 한정 지정기준 완화에 대한 동의 여부 및 향후 이용 의향

전문병원이 다양한 수술 경험이 있다는 것이 확인되고, 서울과 같은 시설과 시스템이 같게 적용된다는 것이 보장된다면 부가적인 기준은 완화되어도 상관없

다는 의견이 있었다. 특히, 인구 비례에 맞추어 완화해야 하며 질이 떨어지는 것만 아니라면 지방에서도 완화된 기준이어도 전문병원을 지정하는 것은 환영할 만한 일이라고 하였다.

참가자 7: “환자는 넘쳐나요. 갈 병원이 없는 거예요. ... (중략) ... 그래서 그런 부분들이 만약에 세워진다면 저는 엄청난 박수를 칠 것 같아요.”

참가자 5: “타당하죠. 서울하고, 도시하고 똑같이 기준을 두면 지방은 그런 대규모로 갖추기도 힘들고. 또 대규모를 갖췄다고 해서 그만큼 인원 환자들이 오는 것도 아니기 때문에 인구 비례에 맞춰서 그런 규칙을 조절을 해야죠. 그러니까 인원수나 그런 규모만 축소되는 거지. 질이 떨어지는 건 아니니까.”

## 2) 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안

전문병원이 확대되는 건 찬성하지만 그를 위한 기준 제시나 교육 등의 기반 절차는 필요하다고 응답하였다. 이는 기본적인 시설이 낙후되어 있는 경우 심리적인 불안감을 느끼기 때문이다. 그러므로 전문병원은 전문적인 의료진뿐만 아니라 그에 부합하는 시설과 장비가 갖추어져 있어야 한다. 예를 들어, 실제로 검사에 필요한 장비가 없어서 다른 의료기관에 재방문해야 하는 경우가 발생하는데, 이 때문에 전문병원이 아닌 일단 큰 병원(대학병원)으로 방문하려는 경향이 생기기도 하였다. 전문병원의 기본적인 의료진의 친절이나 전문성은 어느 정도 보장되어 있다고 생각하나 전문성을 장기적으로 육성해줄 수 있는 체계적인 지원이 필요하다는 의견이 있었다. 또한, 전문병원의 신뢰도를 회복하기 위해서는 비급여 서비스 이용의 강요와 같은 과도한 영업행위를 자제하는 게 선행되어야 한다고 하였다.

참가자 5: “전문병원의 단점은 그건 것 같아요. 재정 부분에서 신뢰를 좀 못한다. 대학병원에서 저한테 그렇게 돈을 비용을 더 청구하기 위해서 원가를 할 거라는 생각은 안 들거든요, 전혀. 그런데 전문병원은 약간 그런 불안은 있어요.”

참가자 6: “그냥 치료만 하고 오는데 아프시면 영양제 하나. 그게 시작이에요. 치료하지도 않았는데 이게 아주 자동으로. 사실 그거 필요 없는 건데.”

일반 대중은 이용 후기와 같은 공유된 개인의 경험을 통해 의료기관을 평가하고 향후 의료기관 선택에 참고하기 때문에 이에 대해 의료소비자 간 공식적으로 의견을 나눌 수 있는 공간(매체)이 필요하다고 응답하였다. 특히, 해당 평가의 주관성을 보장하기 위하여 공식적인 의료기관의 신뢰도 척도(공신력 있는 병원 평가 시스템)를 만들어서 공개해야 한다는 의견도 있었다. 이 외에 의료기관 수술, 처치실 등의 CCTV 설치 의무화가 필요하다는 의견도 있었다.

참가자 2: “이 병원에 대해서는 어떤 이런 것들은 그대로 기대할 수 있다 라는 어떤 그런 게 좀 있으면 좋을 것 같아요. 또 공식적으로 소통할 수 있는 그런 채널이 있으면 좋을 것 같아요. 그런데 의견을 다 들어주는 게 능사는 아니라고 생각이 되는데.”

## 고 찰

이 연구는 전문 질환으로 입원이나 외래를 경험한 의료소비자를 대상으로 전문병원에 대한 인식을 의료소비자 관점에서 확인하였다. 세부적으로 네 가지 영역으로 (1) 전문병원 지정제도 인지도, (2) 전문병원 또는 의료기관 이용 경험, (3) 전문병원과 제도 홍보 방안, (4) 전문병원 지정제도 활성화를 위한 개선방안에 대한 의견을 수렴함으로써 의료소

비자의 전문병원에 대한 인식을 높일 방안을 제시하고자 하였다.

사회과학 분야에서 질적 자료를 수집하는 주요 방법은 집단을 대상으로 진행하는 참여관찰 방법과 개인을 대상으로 진행하는 개방형 인터뷰 방법이 있다[12]. FGI는 이 두 가지 질적 자료 수집 방법의 중간 위치인 방법으로 참여관찰 방법에 비해 직접적으로 개입하여 통제함으로써, 개입자의 능력을 기반으로 제한된 시간 내에 주제에 관한 많은 양의 상호작용을 관찰할 수 있다[12]. 또한 개인 대상 개방형 인터뷰 방법에 비해 집단 상호작용을 통해 공유되는 인터뷰 집단 참여자들 간의 생각과 경험들이 그들의 인식, 태도를 더 심층적으로 잘 이해할 수 있는 통찰력을 가지게 한다[13,15,21]. FGI 방법은 조사 목적과 관련된 유용한 정보를 얻거나 설문조사를 통해 기대하지 못한 결과를 발견하는 데 목적이 있으며, 연구 대상자의 감정이나 태도를 심층적으로 조사할 때도 적합한 방법이다[15]. 이에 이번 연구는 의료소비자의 전문병원에 대한 인식, 전문병원에 대한 선택 의향, 전문병원 명칭과 효과적인 홍보를 위한 방안 등에 대하여 의료소비자를 대상으로 FGI를 시행하였다.

연구 결과, FGI 조사대상자 7명 모두 전문병원 지정제도에 대해서는 알지 못하였으며, 전문병원임을 표방하는 비전문병원의 경우에도 보건복지부 지정 전문병원과 같게 생각하고 있었다. 이는 보건계열학과에 재학 중인 대학생을 대상으로 진행된 설문조사에서 응답자 중 63.6%만이 ‘전문병원’이라는 명칭이 보건복지부가 지정하여 특정 진료과목이나 질환에 대해 난이도 높은 의료행위를 하는 병원급 이상의 의료기관을 의미한다는 것을 알고 있다고 응답한 것과 비슷한 결과이다[11]. 관련 분야 전공자가 아닌 일반 대중의 경우 더욱 전문병원 지정제도

에 대한 인식이 낮아 의료소비자들이 실제 전문병원과 전문병원임을 표방하는 의료기관의 차이를 구분하기 어려워하는 것을 확인할 수 있었다. 그에 반해, 전문병원이라는 용어가 주는 신뢰로 인해 환자가 의료기관 선택 시 전문병원 명칭을 선호하는 경향이 있으므로 명칭에 대한 확실한 구분이 필요한 것으로 보인다. 그러므로 ‘전문병원’이라는 일반적인 용어보다는 ‘보건복지부가 지정’한 의료기관이라는 부분에 초점을 맞춘 홍보가 바람직할 것이다. 특히, ‘보건복지부 인증 의료기관’과 ‘보건복지부 지정 전문병원’의 용어 및 마크를 구분하지 못한다는 의견이 있었으므로 사전에 충분히 전문병원 지정제도에 대한 대국민 홍보가 선행되어야 할 것이다. 이를 위해 전문병원 지정기준 및 전문병원만의 차별성을 일반 국민이 이해하기 쉬운 용어로 한눈에 보기 쉽도록 정리하여 정보를 제공하는 것이 도움이 될 것이다.

전문병원 이용 경험과 관련하여, 조사대상자들은 상급종합병원의 의료진으로부터 추천을 받거나 다른 의료소비자들의 후기 검색을 통해 전문병원을 선택하였다. 향후 의료기관 선택 시 질병에 따라 중증도가 높지 않다면 대학병원(상급종합병원)이 아닌 전문병원을 이용할 것이라 응답하였는데, 중별 의료기관 선택 시 주관적 건강 상태가 좋을수록, 3대 중증 질환이 없는 경우, 장애가 없는 경우 상위 의료기관의 선호도가 낮아진 연구 결과와 같다[22]. 의료소비자 관점에서의 전문병원의 강점은 지정 분야 질환이나 전문과에 대한 전문화 및 세분화이다. 분야별 세부 전문의가 분화된 점, 검사 및 수술을 위한 다양한 시설과 장비가 갖춰져 있는 점, 상급종합병원에 비해 상대적으로 짧은 대기시간 및 가까운 물리적 접근성은 전문병원의 강점이다. 과거 전문병원 이용 경험이 긍정적일 때 더욱 향후 이용 의향이 높으므로 전문병원의 강점을 활용하여

의료기관 방문 시 환자 만족을 충족시키는 것이 중요할 것으로 보인다[23].

대부분 의료기관 또는 의료진 선택에 필요한 정보탐색은 포털사이트 검색 및 지인의 경험(이용 후기) 등을 통해 이루어졌다. 더욱 효과적인 전문병원 홍보를 위해서는 관련 질환에 대한 포털사이트 검색 결과에서 전문병원에 대한 상위 노출 및 별도 구분이 필요하다. 또한 의료소비자 간 의견을 나눌 수 있는 공간(매체)을 마련하고 상호 간 환자 경험을 공유하게 된다면 긍정적인 구전 의도가 전달되어 해당 의료기관을 선택하는 데 도움이 될 것이다[23]. 전문병원 지정제도의 활성화를 위해서는 전문병원 지정제도 자체에 대한 대국민 홍보가 선행되어야 한다. 이후 세부적으로 국민에게 있어 보건복지부 지정 전문병원이 어떤 의미인지, 비전문병원과의 차이는 어떤 것이 있는지, 전문병원이 갖는 전문성을 보장하기 위해 갖추고 있는 의료진과 시설 및 장비는 어떠한지에 대해 충분한 사전 정보 제공이 이루어져야 한다[24,25]. 또한 과거 전문병원에 대한 이용 경험이 긍정적이었던 경우 향후 이용 의향이 있었기 때문에 기존 전문병원의 질적 수준을 높여야 한다[23].

이 연구는 전문병원 지정제도의 인식 수준을 확인하고 인식을 높이는 방안을 제시하기 위해 의료소비자를 대상으로 FGI를 실시하였다. 연구 참여자들은 실제 이용한 의료기관 및 질환이 현재 지정 중인 전문병원 전 지정 분야 전체를 아우르지는 못하여 전문병원 이용 환자를 대표하지는 못했다. 또한, 의료소비자의 인식을 확인하기 위해서 전문병원 지정 분야와 관련된 질환이지만 전문병원이 아닌 다른 의료기관을 이용한 대상자들을 다수 포함했으며, 소규모의 대상자를 편의 추출하였기 때문에 연구 결과를 일반화하기에는 한계가 있다. 향후 다양한 의료소비자 집단을 대상으로 반복적인 연구 또는 대규모

양적연구가 후속 연구로 진행될 필요가 있다. 이 연구는 기존 전문병원 관련 연구들에서 활용한 의료이용 자료와 같은 계량적인 자료원이 아닌 FGI라는 질적인 연구 방법을 활용하였다[26]. FGI와 같은 탐색적 연구 방법을 이용함으로써 이 연구는 양적연구를 통해 확인하기 어려운 전문병원에 대한 인식과 활성화를 위한 의료소비자 관점에서의 심층적 의견을 얻을 수 있었다. 전문병원의 안정적 운영과 확대 발전을 위해서는 의료소비자의 인식이 무엇보다 중요하다. 이번 연구를 통해서 전문병원에 대한 의료소비자의 인식 수준을 파악할 수 있었고, 이를 통해 전문병원 지정제도의 활성화를 위하여 전문병원에 대한 대중의 인식을 높일 방안을 마련하는 데 기초 자료를 제공하였다는 것에 그 의의가 있다.

## 이해상충

이 연구에 영향을 미칠 수 있는 기관이나 이해당사자로부터 재정적, 인적 지원을 포함한 일체의 지원을 받은 바 없으며, 연구윤리와 관련된 제반 이해상충이 없음을 선언한다.

## 감사의 글

이 논문은 2021년 보건복지부의 지원을 받아 수행되었다(전문병원 수요 및 공급 간 격차 해소 추진 전략 연구, 2021, 11-1352000-003204-01).

## ORCID

Ji Eun Kim: <https://orcid.org/0000-0002-8336-7064>  
Myung-II Hahm: <https://orcid.org/0000-0002-4790-3739>

## 참고문헌

1. Medical Law Act, Law No. 17787 (Dec 29, 2020).
2. Lee SH. A study on the introduction of the specialized hospital system. Cheongju: Korea Health Industry Development Institute; 2003. Report No., 2003-5.
3. Park EC. Strategies for improving healthcare delivery system in Korea. *HIRA Res.* 2021;1(1): 9-15. DOI: <https://doi.org/10.52937/hira.21.1.1.9>
4. Choi BH. Implications from foreign medical delivery systems. *HIRA Policy Brief.* 2016;10(2):13-23.
5. Jeong GH. A role of the specialty hospital and suggestions - from medical provider's viewpoint. *HIRA Policy Brief.* 2020;14(5):25-32.
6. Hahm M, Kim JE, Kang Y, Lee H, Kim SJ. Market share of specialty hospitals in the region and out of the region. *Korean J Hosp Manag.* 2023;28(1):14-23.
7. Hahm M. Suggestions for sustainable growth of specialty hospitals in Korea. *HIRA Policy Brief.* 2020;14(5):15-24.
8. Min IS, Kim SJ, Hahm M, Lee YN, Kim BM, Kim DJ, et al. A study on the designation of specialized hospitals and improvement of the evaluation system. Wonju: Health Insurance Review & Assessment Service; 2017. Report No., G000EF6-2017-128.
9. Kim B, Hahm M, Min IS, Kim SJ. Factors influencing on selection of specialty hospital among inpatients with loyalty. *Korean J Hosp Manag.* 2018;23(4):1-14.
10. Godin G, Kok G. The theory of planned behavior: a review of its applications to health-related behaviors. *Am J Health Promot.* 1996;11(2):87-98. DOI: <https://doi.org/10.4278/0890-1171-11.2.87>
11. Hahm M, Lee KA, Han DW, Kim JE. A study on strategies to bridge the gap between demand and supply of specialized hospitals. Sejong: Ministry of Health and Welfare; 2021. Report No., 11-1352000-003204-01.
12. Morgan DL. Focus groups as qualitative research, 2nd ed. Thousand Oaks (CA): SAGE Publications; 1997.
13. Stewart DW, Shamdasani PN. Focus groups: theory and practice. Thousand Oaks (CA): SAGE Publications; 1990.
14. Oh IK, Kim YS. Application of focus group interview to tourism research. *J Tour Sci.* 2006;30(1):433-9.
15. Krueger RA. Focus groups: a practical guide for applied research, 5th ed. Thousand Oaks (CA): SAGE Publications; 2015.
16. Spradley JP. The ethnographic interview. New York (NY): Holt, Rinehart & Winston; 1979.
17. Downe-Wamboldt B. Content analysis: method, applications, and issues. *Health Care Women Int.* 1992;13(3):313-21. DOI: <https://doi.org/10.1080/07399339209516006>
18. Brink PJ, Wood MJ. Advanced design in nursing research. Newbury Park (CA): SAGE Publications; 1989.
19. Cavanagh S. Content analysis: concepts, methods and applications. *Nurse Res.* 1997;4(3):5-16. DOI: <https://doi.org/10.7748/nr.4.3.5.s2>
20. Yi M, Oh JH, Hwang HM, Kwon EJ, Lee JH, Park EY. Hospital workers' experience with hospital evaluation program: a focus group study. *J Korean Acad Nurs.* 2011;41(4):568-79. DOI: <https://doi.org/10.4040/jkan.2011.41.4.568>
21. Kim SJ, Kim HJ, Lee GJ, Lee SO. Focus groups as qualitative research. Seoul: Hyunmoonsa; 2000.
22. WYou CH, Kwon YD. Factors influencing medical institution selection for outpatient services. *J Korean*

- Med Assoc. 2012;55(9):898-910. DOI: <https://doi.org/10.5124/jkma.2012.55.9.898>
23. Akbolat M, Sezer C, Ünal Ö, Amarat M. The mediating role of patient satisfaction in the effect of patient visit experiences on word-of-mouth intention. *Health Mark Q.* 2021;38(1):12-22. DOI: <https://doi.org/10.1080/07359683.2021.1947080>
24. Ha AH, Lee YH. Comparison between the general public and hospital staff on the perception of specialized hospital competencies. *JKAIS.* 2019;20(8):313-20. DOI: <https://doi.org/10.5762/JKAIS.2019.20.8.313>
25. Min IS, Hahm M, Kim SJ, Lee GS, Jo HH, Kim JE, et al. A study on the improvement of medical quality assessment indicators by specialized hospitals. Wonju: Health Insurance Review & Assessment Service; 2019. Report No., G000EF6-2019-160.
26. Jeong HR, Pyo JH, Choi EY, Kim JY, Park YK, Ock MS, et al. Stakeholders' perception of the introduction of specialized hospitals for urologic diseases: qualitative study. *Qual Improv Health Care.* 2021;27(2):2-17. DOI: <https://doi.org/10.14371/QIH.2021.27.2.2>