

대구 동성로에 위치한 안경원의 판매 특성

박정식*, 이정영**, 장우영***

The Sale Characteristics of the Optician 's Shop
located in Daegu Dongseongro

Jeong-Sik Park*, Jeung-Young Lee **, Woo-Yeong Jang ***

요 약

소비자들의 특성 등 안경원 경영에 필요한 다양한 정보들을 구체적인 데이터 분석에 의존하기 보다는 다년간의 운영 경험에 따른 경영자의 경험에 의존하는 경향이 크다고 할 수 있다. 안경원의 제품 판매에 있어서 다양한 정보들을 수집하고 분석하는 것은 안경원의 지속적인 발전에 매우 중요한 요소라고 판단된다. 본 연구는 대구시내 중심가에 위치한 1개 안경원에 대하여 지난 2013. 1월부터 2013. 10월까지 10 개월 간 조사 대상 안경원에서 발생한 판매 정보를 이용하여 안경 및 렌즈 등의 판매 현황, 월별, 요일별, 가격대별 판매 정보를 수집하고 경향 등을 분석하고 비교해 보았다. 본 연구 데이터는 안경원의 제품 판매 수량 또는 금액을 직접적으로 표현하는 것이 곤란하여 조사 기간 중 판매된 제품 수 또는 매출액에 대한 비율로 환산하여 표기하였다.

국산보다는 수입 안경테 및 선글라스의 판매 비중이 압도적으로 높았으며, 렌즈의 경우에는 국산 렌즈보다는 수입 렌즈의 판매 비중이 다소 높았다. 가장 많이 판매된 가격대는 30 만원 이상 50 만원 미만이었다. 그리고 평일 보다는 주말 또는 공휴일에 판매가 급증하였으며, 여름을 정점으로 서서히 증가하다가 여름 이후에는 감소함을 확인 할 수 있다.

Abstract

This research used the sales information of the optician's shop located in Dadgu Dongseongro from January 2013 to October 2013. We used the sales information including the sale of glass frame, lens, sunglass, sale price, weekly sale and monthly sale generated in an optician's shop. It is difficult to direct expression for product sales quantity or amount.

The sales ratio of the glass frame and sunglasses was very higher than a domestic about the imports. But the sales ratio of the lens was a little bit higher than a domestic about the imports. The glasses price in which it is sold the most was 500,000 won between in 300,000 won. The sale was concentrated than a weekday on weekend. While a summer became close, a sale increased and after decreased gradually.

▶ Keyword : 안경원(optician's shop), 안경테(glass frame), 선글라스(sunglass), 수입품(the imports), 국산품(the domestics)

* 제 1저자 : 대구보건대학교 교수 ** 교신저자 : 대구보건대학교 교수 ***교신저자 : 대구보건대학교 교수
투고일 : 2013.6.20. 심사일 : 2013.7.20. 게재확정일 : 2013.8.30.

I. 서론

우리나라 국민의 안경사용률은 한국갤럽조사연구소에 따르면 1987년 24.1%에서 2005년 44.2%, 2008년 47.0%로 증가하여 왔으며, 최근에는 50%를 넘어선 것으로 알려지고 있다.^[1]

이와 같은 안경 착용 인구의 증가에 따라 우리나라 안경관련 시장 규모는 약 2조원 정도이며, 전국 안경원 수는 약 8,000여개로 알려져 있다.^[2] 또한 안경착용 인구는 날로 증가하며, 이에 따라 안경원 매출도 증가하고 있다. 그러나 순수 이익률은 날로 치열해지는 안경원간 경쟁으로 인해 감소하고 있어 안경원 경영에 어려움을 겪고 있다.^[3] 또한 우리나라 안경테 소재의 대부분은 안경원, 대형할인매장, 백화점 등에서 판매되며, 국내의 제품에 관계없이 다양한 제품이 판매되고 있다.^[4]

모든 서비스 산업은 그 업종에 따라 입지조건, 유동인구, 주변 상권 등 다양한 조건을 파악하게 된다. 반대로 상기의 각종 주변 여건을 파악한 후 그에 알맞은 업종이 위치하게 된다.

이와 같이 구매고객들의 연령, 구매 제품 및 구매 특성 등에 대한 적절한 관리가 매우 중요한 요소로 떠오르고 있다.

안경업계는 10여 년 전이나 지금이나 소비자 서비스에는 변화가 없고 오로지 가격경쟁 및 활인 위주의 서비스로는 소비자 만족에 한계를 보일 수밖에 없다.^[5] 따라서 안경원 경영의 성공은 고객만족인 만큼 높아져가는 고객의 욕구충족을 위한 시스템 개발, 고객서비스 개선 등 다양한 노력이 필요하다.^[6]

안경원도 마찬가지로 안경원의 위치, 규모, 유동인구의 연령층 등에 따라 주된 소비자들의 구매 연령, 판매 제품의 종류 및 가격대 등이 다양하고 그 나름의 특징이 있을 것으로 판단된다. 그러나 이러한 소비자들의 특성 등 안경원 경영에 필요한 다양한 정보들을 구체적인 데이터 분석에 의존하기 보다는 다년간의 운영 경험에 따른 경영자의 경험에 의존하는 경향이 크다고 할 수 있다. 물론 이러한 경험적 요소들도 중요하다고 할 수 있으나, 직접적인 요인들을 분석하는 과정에서 경험에 의존할 경우 간과하고 지나칠 수 있는 요인들을 파악할 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 이러한 안경원의 제품 판매에 있어서 다양한 정보들을 수집하고 분석하는 것은 안경원의 지속적인 발전에 매우 중요한 요소라고 판단된다.

II. 방법

본 연구는 대구시내 중심가에 위치한 1개 안경원에 대하여 지난 2013. 1월부터 2013. 10월까지 10 개월 간 안경원에서 발생한 판매 정보를 이용하여 안경 및 렌즈 등의 판매 현황, 월별, 요일별, 가격대별 판매 정보를 수집하고 경향 등을 분석하고 비교해 보았다. 본 연구 데이터는 안경원의 제품 판매 수량 또는 금액을 직접적으로 표현하는 것이 곤란하여 조사 기간 중 판매된 제품 수 또는 매출액에 대한 비율로 환산하여 표기하였다.

III. 결과

그림 1은 본 연구에서 조사기간 중 판매된 시력교정용 안경테의 국산 및 수입 안경테의 비율을 조사한 결과이다. 그림에서 알 수 있듯이 남녀에 관계없이 국산 안경테보다는 수입 안경테의 판매 비중이 압도적으로 높음을 알 수 있다. 근소한 차이지만 여성보다는 남성이 수입안경테를 더 선호하는 것으로 나타났다. 아마도 이러한 경향은 본 연구에서 조사대상인 안경원의 위치가 대구시내 중심가(중앙로)에 위치하여 수입 안경테에 소비층이 집중된 것으로 판단된다.

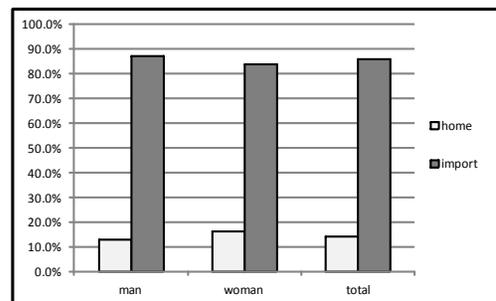


Fig. 1. The sales rate of frame for correction of eye sight.

그림 2는 본 연구에서 조사기간 중 판매된 시력교정용 안경렌즈의 국산 및 수입 비율을 조사한 결과이다. 그림에서 알 수 있듯이 남녀에 관계없이 국산 렌즈보다는 수입 렌즈의 판매 비중이 다소 높음을 알 수 있다. 특히 근소한 차이지만 여성의 경우 수입 렌즈에 대한 선호도가 다소 높음을 알 수 있다. 따라서 안경테의 경우에는 남성이, 렌즈의 경우에는 여성이 수입품을 더 선호하는 것으로 판단된다.

다. 또한 수입 안경렌즈의 가격이 국산에 비해 상당히 비쌌는데도 불구하고 대구 시내 중심가를 찾는 소비층은 수입렌즈에 대한 선호도가 높음을 확인할 수 있다.

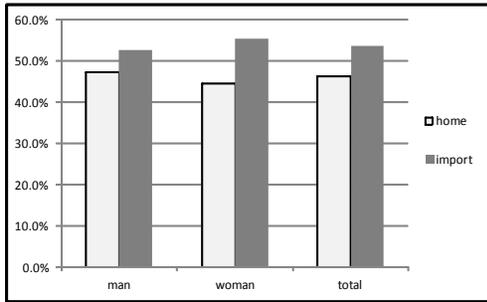


Fig. 2. The sales rate of lens for correction of eye sight.

그림 3은 조사기간 중 판매된 선글라스의 국산 및 수입 품에 대한 판매비율을 조사한 결과이다. 그림에서 알 수 있듯이 남녀 모두 수입 선글라스의 판매 비중이 압도적임을 확인할 수 있다. 특히 그림 1의 시력교정용 안경테의 수입 품 판매 비율보다도 선글라스의 수입품 판매 비율이 높음을 알 수 있다. 즉 대구 시내 중심가 안경원의 경우 선글라스 판매에 있어서 수입 선글라스가 거의 대부분을 차지하고 국산 선글라스는 거의 판매가 일어나지 않음을 알 수 있다.

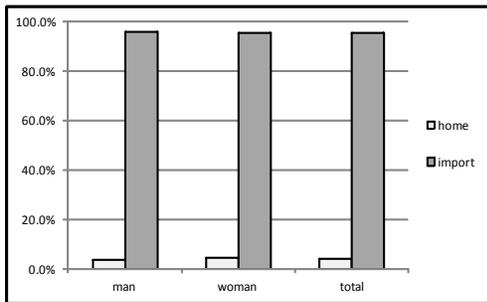


Fig. 3. The sales rate of sunglasses.

그림 4는 조사기간 중 판매된 안경의 판매 가격대별 판매비율을 나타낸 것이다. 남녀에 관계없이 가장 많이 판매된 가격대는 30 만원 이상 50 만원 미만이었다. 특히 10만원 미만의 경우는 그 판매 비율이 약 5%에 그친 반면 70 만원 이상 고가의 제품이 약 13% 정도로 많이 판매됨을 확인할 수 있다. 그러나 본 연구에서는 이러한 판매가격대가 시력교정용 안경과 선글라스로 구분되지 않아 각 품목별

판매 경향에 대한 분석이 곤란함이 아쉬운 영역이다. 따라서 이러한 품목별 판매가격대에 대한 분석이 이루어질 수 있도록 판매 관리 기법을 개선할 필요가 있다고 판단된다.

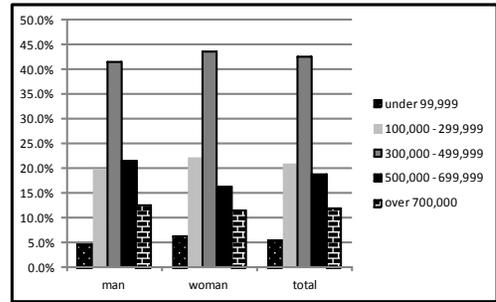


Fig. 4 The sales rate according to the price range.

그림 5는 요일별 안경판매 금액에 대한 조사결과로平日 보다는 주말 또는 공휴일에 판매가 급증함을 알 수 있다. 특히 근소한 차이지만 주말에는 여자고객의 판매금액 많고, 주중에는 남자고객에 대한 판매금액이 다소 많음을 확인할 수 있다. 이와 같이 안경 판매금액이 평일에 비해 주말에 약 2배 정도 집중됨에 따라 평일에 종사자들의 휴무가 실시될 수밖에 없는 것이 우리 안경업계의 현실이다. 즉 주말에 안경사들이 휴무를 할 수 없다는 것이다. 한편 주중 판매량이 적음에 따라 주중 판매에 있어서 시간대별 판매 경향 등을 파악할 수 있다면 안경사들의 주중 근무에 있어서 시간대를 조정하는 등의 근무조건 개선의 여지가 있을 것으로 판단된다. 따라서 이러한 부분에 대한 지속적인 모니터링이 필요할 것으로 생각된다.

그림 6은 1월부터 10월 까지 월별 안경 판매 금액에 대한 변화의 추이를 나타낸 것이다. 전체적으로 안경 판매는 여름을 정점으로 서서히 증가하다가 여름 이후에는 감소함을 확인할 수 있다. 아마도 이와 같은 현상은 여름이 다가오면서 선글라스의 판매량이 증가하면서 나타나는 현상으로 생각된다. 반대로 시력교정용 안경의 판매는 특별한 변화 없이 년 중 지속적으로 판매가 될 것으로 판단된다. 한편 여름에 안경 판매량 증가량이 남성에 비해 여성이 더 높음을 알 수 있다. 즉 더운 여름에 여성들의 안경구매가 더욱 활발하게 일어남을 확인할 수 있으며, 이에 따른 안경원의 제품 확보 등에 있어서도 충분히 고려해 볼 가치가 있을 것으로 판단된다.

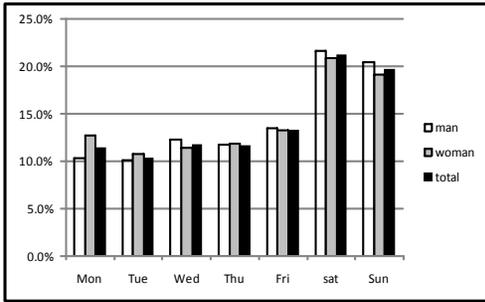


Fig. 5 The sales rate according to the day of the week.

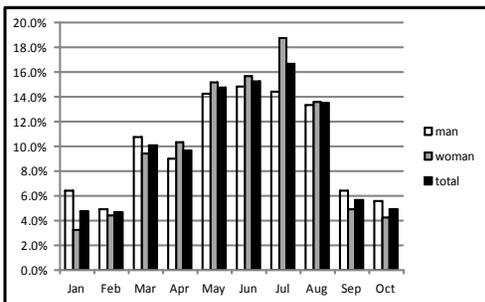


Fig. 6 The sales rate according to the month.

IV. 결론

대구시내 중심가에 위치한 1개 안경원에 대하여 지난 2013. 1월부터 2013. 10월까지 10 개월 간 안경원에서 발생한 판매 정보를 이용하여 안경 및 렌즈 등의 판매 현황, 월별, 요일별, 가격대별 판매 정보 등을 수집하여 분석한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

국산보다는 수입 안경테 및 선글라스의 판매 비중이 압도적으로 높았으며, 렌즈의 경우에는 국산 렌즈보다는 수입 렌즈의 판매 비중이 다소 높았다.

가장 많이 판매된 가격대는 30 만원 이상 50 만원 미만이었다.

평일 보다는 주말 또는 공휴일에 판매가 급증함을 알 수 있다.

여름을 정점으로 서서히 증가하다가 여름 이후에는 감소함을 확인 할 수 있다.

참고문헌

- [1] 이지민, 조현래, 장우영, “고글 및 선글라스의 판매에 대한 판매인의 안경지식에 관한 연구”, 한국안광학회지, 14권 4호, p 1-10, 2009.
- [2] 유민정, 심상형, “안경원 근무자(안경사) 특성이 경영 성과에 미치는 영향 연구”, 한국안광학회지, 17권 4호, p 335-343, 2012.
- [3] 김민혁, 박수봉, “안경원의 고객만족과 재구매 의도에 관한 연구”, 대한시과학회지, 3권 1호, p13-24, 2001.
- [4] 김민혁, 박수봉, 김진숙, 이채호, 이상덕, “안경원의 시장세분화에 관한 연구”, 대한시과학회지, 6권 1호, p113-121, 2004.
- [5] 정세훈, “고객 서비스를 위한 소매점 마케팅에 관한 연구”, 창업정보학회지, 8권 4호, p21-31, 2005.
- [6] 김진구, 박정우, “안경원 고객 관계 관리에 관한 연구”, 한국안광학회지, 7권 1호, p 79-83, 2002.