

## 경기도 주거지역의 소규모 안경원 창업에 관한 연구

이영일 · 신동성\* · 김정희 · 김상기

동남보건대학 안경광학과, \*(주)GLASSBOX  
(2008년 1월 2일 받음, 2008년 2월 5일 수정본 받음)

**목적:** 본 연구는 소규모 안경원 창업에 관련된 여러 가지 유용한 정보를 제공하여, 안경원 창업준비에 관련된 시행착오를 줄이고자 한다. **방법:** 경기도 지역에서 31개원의 소규모 안경원 개설자를 조사하였고, 그 중 응답이 불성실한 8개원의 설문지를 제외한 23개원의 설문지를 분석하였다. 소규모 안경원을 오픈한 창업주를 대상으로 질의 및 설문문을 통해 진행하였다. **결과:** 소규모 안경원 창업을 준비하기 전에 안경원 경력은 4~5년이 가장 많았다. 안경원 창업자의 남녀 비율은 남자(73.9%)가 여자(26.1%)보다 많았다. 창업의 준비기간은 3~5개월(47.8%)이 가장 많았다. **결론:** 본 연구는 예비 창업자들에게 소규모 안경원 창업에 관한 유용한 정보를 제공한다.

**주제어:** 안경원, 예비 창업자, 준비기간

### 서 론

과거 우리나라의 경제발전은 소수의 대기업 및 제조업 위주로 이루어져 왔으며 소규모 상공인 및 서비스업 경영에 대해서는 주목할 만한 정책적 배려가 없었다. 이러한 가운데 평생직장의 개념이 무너지고 비즈니스 기회가 다양화됨에 따라 창업에 대한 관심이 커지게 되었다. 그로인해 직장인 및 학생들이 안경광학과의 입학에 열광하고 있으며, 졸업 후 안경원관련 창업계획을 세우고 있다. 일반적으로 창업이란 창업자가 어떤 목적을 가진 사업을 영위하기 위한 구체적인 수단을 형성하는 것이며, 사업은 사업가가 고객이 요구하는 것에 대한 만족을 제공하고 그 보답으로 이윤을 창출해 가는 종합적인 형태라 할 수 있다<sup>1</sup>. 다시 말하면 창업이란, 이윤 창출을 위한 사업의 기초를 세우는 것으로 사업가적인 능력을 가지고 있는 개인 또는 집단이 사업 아이디어를 가지고 사업목표를 세워 적절한 사업기회에 자본, 인력, 설비, 원자재 등 경영자원을 확보하여 재화의 생산 또는 용역 서비스를 제공하는 기업을 설립하는 것을 말한다<sup>1</sup>. 요즘 안경원 창업에 관한 정보들이 많이 있다<sup>2,4</sup>. 따라서, 안경광학과의 많은 학교에서는 안경원 창업에 관한 교육을 실시하고 있다. 하지만, 대학의 교과과정에서 창업관련 내용들은 많지만 정작 창업에 관한 실질응용내용 및 마인드 함양은 크게 부각하고 있지 못하고 있다. 향후 전문안경사가 될 안경광학과 졸업생들

이 재학 중에 창업의 개념과 경영자 정신, 그리고 창업 경영기술을 익힐 수 있는 창업교육이 교육과정 내에서 좀 더 활발하고 체계적으로 실시될 필요가 있다.

따라서 본 논문은 학생들 및 예비 창업자들에게 안경원 창업에 관련된 실질적인 정보를 제공함으로써, 소규모 안경원 창업 준비에 관련된 시행착오를 줄여, 성공적인 안경원 창업의 방향을 제시하고자 연구를 시행하였다.

### 대상 및 방법

본 연구는 경기도 주거지역에서 2007년 7월부터 2007년 11월까지 10평형대의 소규모 안경원을 오픈한 창업주를 대상으로 질의 및 설문문을 통해 진행하였다. 31개의 안경원에 설문지를 의뢰하였고, 그 중 23개 매장에서 설문지를 회수할 수 있었다. 또한, 창업한 안경원 주위의 주거형태는 주로 아파트 지역이었다.

### 결과 및 고찰

안경원 창업자의 남녀 비율은 그림 1에서 보여주고 있다. 전체 23명중 남자는 17명(73.9%), 여자는 6명(26.1%)으로 나타났다. 최근 안경원 운영자 중 남자는 75.4%, 여자는 24.6%라는 결과와 비슷한 수치를 본 연구에서도 보여주고 있다<sup>5</sup>. 또한, 통계치를 기준으로 할 때 여성안경사

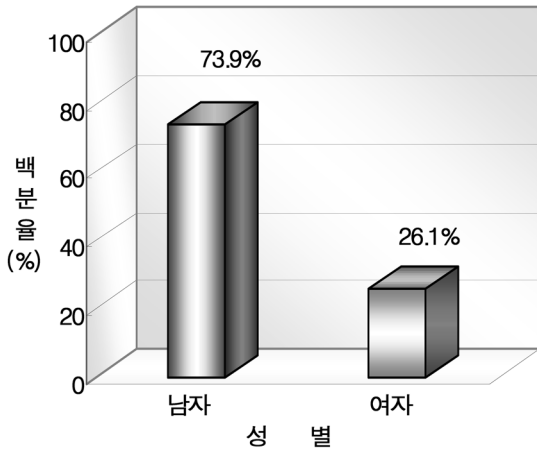


Fig. 1. The distribution of person according to sex.

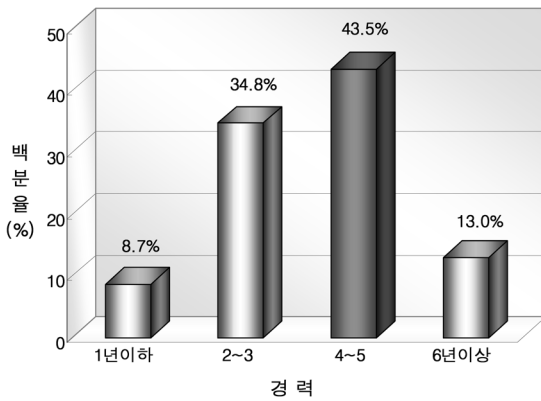


Fig. 2. The distribution of the length of their service.

비율은 31% 수준인 것으로 조사됐는데 이를 기준으로 볼 때 안경사 3명 가운데 1명은 여성인 것으로 나타났다<sup>6</sup>. 통계청에 따르면 여성의 전문직 진출 속도가 해를 거듭할수록 가속화되고 있으며, 1990년 초반에는 12.4%였던 여자안경사의 비율은 2004년에는 31.2%로 많이 증가하였다고 보고하였다<sup>6</sup>. 본 연구 결과에서도 현재 창업한 여자안경사는 남자안경사에 비해 낮은 비율을 보여주고 있으나, 위의 통계청 결과에서 알 수 있듯이 시간이 지날수록 여자안경사의 창업비율은 점차 증가할거라고 여겨진다.

그림 2는 창업자의 근무경력 분포를 보여주고 있다. 창업 안경사의 근무경력은 4~5년차(43.5%)가 가장 많았으며, 2~3년차는 38.8%로 나타났다. 또한, 1년 이하 경력의 창업자는 8.7%로 가장 적었다. 남자 창업자의 경우 대부분은 군복무를 마치고 졸업한 후, 안경원 경력 4~5년차 때가 창업에 대한 열망이 많은 시기라고 응답하였다. 따라서 30대 초반은 경제적인 독립과 가정을 이끌어 가기 위해서 창업을 많이 생각하는 시기라고 응답자들은 답하였다.

그림 3은 안경원 창업을 준비하기 바로 전에 근무한 안

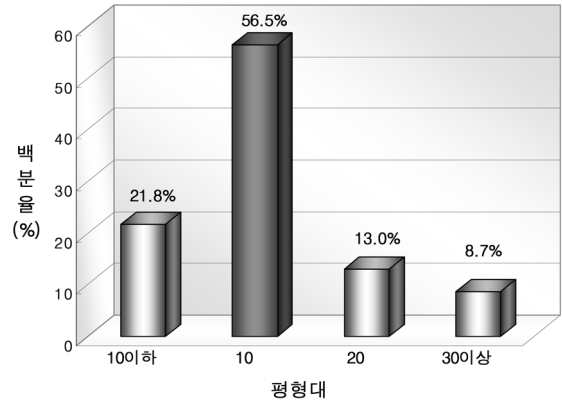


Fig. 3. The distribution of the work place area before they start optician's stores.

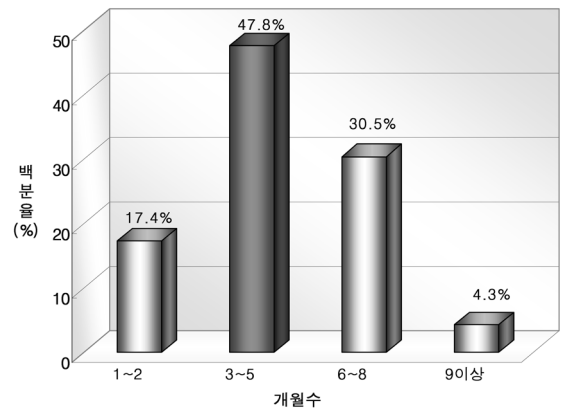


Fig. 4. The distribution of a preparatory period.

경원의 규모 분포를 보여주고 있다. 10평형대의 안경원(56.5%)에서 창업 전에 근무한 안경사가 가장 많았으며, 10평형 이하는 21.8%로 조사되었다. 그리고, 20평형대와 30평형대는 각각 13.0%와 8.7%로 나타났다. 이를 통해 창업자의 대부분은 창업전의 마지막 근무지가 자신들의 창업 모델 안경원이 된다는 것을 알 수 있었다.

그림 4는 점포 임대, 물건 구입, 인테리어 및 개설허가까지의 창업에 관한 준비기간 분포를 보여주고 있다. 창업의 준비기간은 3~5개월(47.8%)이 가장 많았고, 6~8개월은 30.5%로 나타났다. 또한, 9개월 이상은 4.3%로 가장 적었다. 이 결과로 본 조사대상자들의 안경원 창업 준비기간은 3~5개월 사이가 가장 많다는 것을 알 수 있었다. 또한, 대부분 응답자들은 첫 창업 준비를 위해 5개월 정도 전부터는 휴일을 통해 안경원 점포 자리를 알아봤다고 대답하였다.

그림 5는 안경원 점포 임대에 관한 정보를 얻은 매체의 분포를 보여주고 있다. 월차 및 휴일에 직접 돌아다니면서 정보를 얻는 경우가 39.2%로 가장 많았으며, 공인중개소를 통해 정보를 얻는 경우도 30.4%로 나타났다.

그림 6은 매장 점포를 결정한 후 우선순위로 진행한 일

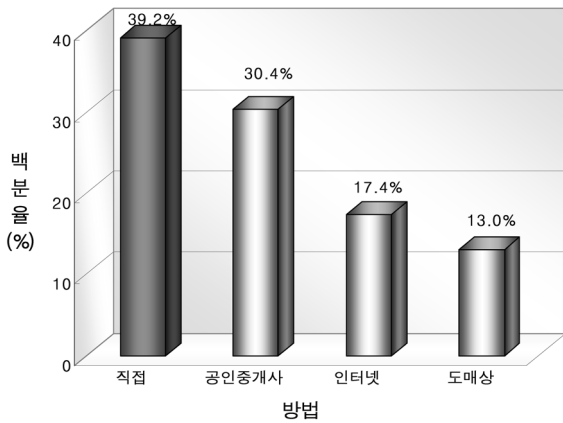


Fig. 5. The distribution of methods to obtain some informations about a store for rent.

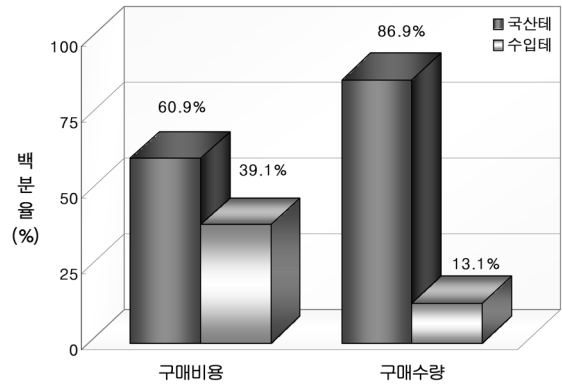


Fig. 8. The distribution of purchasing expenditure and quantity for frame.

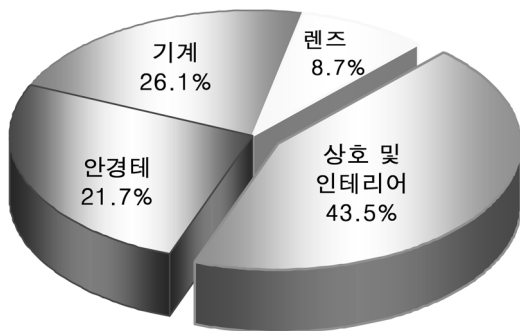


Fig. 6. The distribution of proceeding order after deciding their shop.

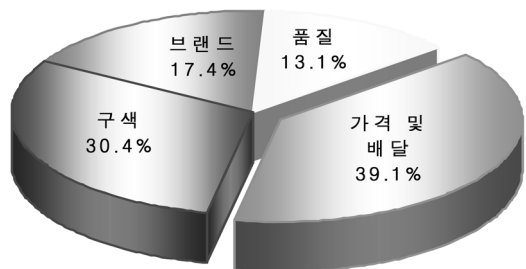


Fig. 9. The distribution of proceeding order about optical lens connection.

에 관한 내용의 분포를 보여주고 있다. 응답자들의 대부분은 상호 및 인테리어(43.5%)를 제일 먼저 결정하는 것으로 나타났다. 이는 재투자 손실이 크기 때문에 특별히 신경을 써 먼저 작업을 시행한다고 답하였다. 또한, 렌즈업체의 결정이 8.7%로 우선순위가 낮게 조사되었다. 이는 렌즈업체의 경우 지역에 이미 정해진 지정업체가 있어서 그 지역 렌즈회사와 거래하는 것이 무난하기 때문이었다.

그림 7은 광학기기의 구매 경로에 관한 분포를 보여주고 있다. 선후배나 종사했던 안경원 경영자와 같은 지인의 추천(47.8%)을 통해 구입하는 경우가 가장 많았다. 광학기기는 다른 것에 비하여 신뢰성과 관계가 큰 영역이기에

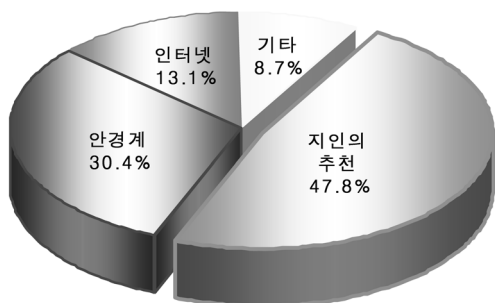


Fig. 7. The distribution of the route for purchasing optical instrument.

많은 지인들의 추천을 통해 구매한 것으로 조사되었다. 이는 다양한 경험을 바탕으로 지인들의 추천이 광학기기 선택에 큰 영향을 주었던 것으로 나타났다.

그림 8은 국산 안경테와 수입 안경테의 구매비용과 구매수량에 관한 분포를 보여주고 있다. 안경테의 구매비용 중 국내산 안경테는 60.9%, 수입안경테는 39.1%로 조사되었다. 또한, 안경테 수량에서는 국산테가 86.9%를 차지하였고, 수입테가 13.1%를 차지하고 있었다.

그림 9는 안경렌즈 거래처 선택기준의 우선순위 분포를 보여주고 있다. 대부분 창업한 안경원의 안경렌즈 거래처는 그 지역에 있는 안경렌즈회사와 거래를 하고 있었다. 그 중에서 안경렌즈 회사를 선택할 때는 가격 및 배달(39.1%)이 가장 중요한 선택항목이었으며, 그 다음 순서로는 구색(30.4%)이었다. 한편, 품질은 13.1%로 낮게 나왔는데, 이는 국산렌즈의 품질이 예전에 비해 많이 향상되어 품질차이가 각 회사마다 거의 없다고 인식하기에 각 회사마다의 렌즈 품질은 크게 고려하지 않았다고 답하였다. 또한, 창업자들은 안경렌즈의 가격은 주로 주문렌즈의 가격을 비교하여 결정한다고 응답하였다.

본 연구는 경기도 소규모 안경원의 창업에 관련된 내용을 다루었기에, 다소 창업에 대해 한정된 내용들이 있다. 따라서, 추후 경기도 주거지역의 대형매장의 창업에 관련된 연구가 진행되어서 예비 안경원 창업자들에게 보다 다

양한 정보가 제공되었으면 한다.

수입태는 13.1%를 차지하고 있었다.

## 결 론

본 연구는 소규모 안경원 창업 시 필요한 정보를 제공하기 위해 경기도 주거지역에서 10평형대의 안경원 창업주를 대상으로 질의 및 설문문을 통해 진행하였다. 안경원 창업자의 남녀 비율은 남자(73.9%)가 여자(26.1%)보다 많았다. 창업의 준비기간은 3~5개월(47.8%)이 가장 많았으며, 매장 점포를 결정한 후 우선순위로 진행한 일은 상호 및 인테리어(43.5%)를 제일 먼저 하였다. 또한, 안경테 구매비용 중에서 국산 안경테는 60.9%, 수입안경테는 39.1%를 안경테 구매비용으로 사용하고 있었다. 또한, 안경테 수량에서는 국산테가 86.9%를 차지하고 있었으며,

## 참고문헌

1. 고학근, 조정훈, “창업지원가이드”, 중소기업청 벤처기업국 창업지원과, 대전, pp. 3-8(2001).
2. 김진구, “안경원 경영관리”, 대학서림, 서울, pp. 27-28(1997).
3. 박수봉, 원찬희, 이수원, 김민혁, “안경원 창업 경영실무”, 대학서림, 서울, pp. 19-24(2003).
4. 김성한, “안경원 경영 솔루션”, 파란북, 서울, pp. 12-15(2005).
5. 김대년, 김기홍, “안경원의 운영관리에 관한 연구”, 한국안광학회지, 9(1):43-51(2004).
6. 최연옥, 정명진, “2006년 통계로 보는 여성의 삶”, 통계청, 대전, pp. 39-40(2006).

## A Study on Starting a Small Optician's Store at the Residential Area in Gyeonggi Province

Young-Il Lee, Dong-Sung Shin\*, Jung Hee Kim and Sang Gee Kim

Department of Optometry and Vision Science, Dongnam Health College

\*Co., GLASSBOX

(Received January 2, 2008; Revised manuscript received February 5, 2008)

**Purpose:** The aim of this research was to furnish some useful information for starting an enterprise of small optician's stores. So, We want owners who will start a new optician's stores to reduce the mistake about the commencement of an optician's stores. **Methods:** It used the questionnaire research for owners of 31 small optical stores located in Gyeonggi Province. Data obtained from the 23 out of 31 questionnaire research were analyzed. **Results:** Before they started a new optician's stores, the experience of optician was mostly 4~5 years. The percent of male (73.9%) was higher than the percent (26.1%) of female owners. The period of preparing was mostly 3~5 months. **Conclusions:** This research offers a reserve founder some information about starting an enterprise of small optician's store.

**Key words:** Optician's store, A reserve founder, Preparatory period