

Study of Anxiety Factors Experienced by Optometrists during Customer Consultation

Sung-II Hong and Ho-Weon Kwak*

Dept. of Optometry and Vision Science, Kyungwoon University, Gumi 39160, Korea
(Received July 26, 2018: Revised August 15, 2018: Accepted August 29, 2018)

Purpose: To survey optometrists operating in Daegu and Gyeongbuk Province on their customer consultation anxiety factors to explore their effects on customer consultation performance and use the findings as base data for relieving anxiety. **Methods:** A total of 92 optometrists operating in Daegu and Gyeongbuk Province were surveyed for this study. The questions categorized the factors of customer consultation anxiety into cognitive, knowledge and psychological and were analyzed using SPSS 20.0 (SPSS Inc, USA). **Results:** In the category of gender, female optometrists had higher cognitive and psychological anxiety factors; and as for age, optometrists in their 20's had the highest cognitive (41.34) and psychological (36.74) anxiety factors. As for work experience, those with less than 3 years had higher cognitive (42.09) and psychological (41.48) anxiety factors. There was no difference in the commercial forms of optometry, but optometrists working in ordinary glasses retailers experienced slightly higher anxiety factors. As for frequency of customer consultations, 11 to 15 had the highest anxiety factors; and as for time, consultations over 40 minutes displayed the highest cognitive (39.39) and psychological (38.03) anxiety factors. Overall, cognitive anxiety was the highest, with substantial differences among the fields, and knowledge anxiety was the lowest, with no differences among the fields. **Conclusions:** To relieve cognitive, knowledge and psychological factors of anxiety experienced by optometrists during customer consultation, it is important to conceive response measures proper to each factor such as keeping a customer consultation log, consultation training, product information training, and optometrist self-esteem building. It is also important establish training programs for customer consultation.

Key words: Optometrist, Customer consultation, Consultation anxiety factors

서 론

일반 상담은 내담자의 문제 해결 및 심리적이고 감정적인 변화를 시도하는데 초점이 있다. 그러나 고객 상담은 제품을 매개로 하여 제품의 속성을 효과적으로 설명하고 제시하며 부가적인 정보 제공 및 고객의 문제를 해결하는 것이다. 상담 유형으로는 방문상담, 전화상담, 인터넷 상담, 우편이나 FAX를 사용하는 기타 상담으로 분류되며 안경원에서의 고객 상담은 주로 안경원을 직접 방문한 고객을 상담하는 형식이다.^[1] 고객과의 대면(對面)을 통해 구매 의사를 타진하고 적절한 설명을 통해 제품을 구입하도록 하여 매출 증진에 크게 기여할 수 있는 서비스 방식의 판매 기술이라 할 수 있다. 안경사의 고객 상담은 안경테, 안경렌즈, 콘택트렌즈와 더불어 검안을 매개로하여 안경 상품에 대한 각종 정보를 가장 효율적으로 설명하고 제시하며, 고객의 마음을 사로잡아 구매 욕구를 해결하는데 목

적이 있다.

친절하고 따뜻한 어투와 함께 적극적인 자세로 고객에게 다가가기, 경제적 욕구와 필요를 최적으로 충족하려고 하는 고객관점에서 고객을 이해하기, 제품을 직접 보여주며 시연(demonstration)을 통해 안경이 실생활과 개성 연출에 유용함을 고객 스스로 깨닫도록 유도해야 하는 제품 보여주기, 마지막 구매결정 단계에서 돌아서는 구매거절, 또는 안경사의 체계적인 설득에 구매를 결정하는 판매종결에 이르기 까지 판매와 상담의 전 과정에는 안경사 개인의 심리적, 인지적, 안경 관련 지식적인 요인들이 작용한다.^[2] 이러한 판매 과정에서 발생하는 안경사의 다양한 심리 작용에서 특히 불안 요인들은 상품 판매, 고객과의 관계 형성, 안경사의 신뢰도, 안경원의 이미지에도 영향을 미친다. 안경원 내에서의 조직몰입과 직무 만족, 안경사의 근무 감성, 작업 수행에 이르기까지 영향을 미칠 수 있는 고객 상담에서 발생할 수 있는 안경사의 불안 요인들은

*Corresponding author: Ho-Weon Kwak, TEL: +82-54-479-1334, E-mail: hkwak@ikw.ac.kr

단순히 안경에 대한 ‘지식만 잘 알고 있다’는 지식적 단일 요인으로만 해결되는 것이 아니다. 상담에서 발생 할 수 있는 여러 가지 상황에서의 대처 기술이나 문제해결 능력 같은 인지적 요인, 자신감과 긴장감, 마음 상태 같은 심리적 요인들의 복합적인 상호 작용에 의해서 해결된다.

안경사가 국민의 안보건 향상에 보다 많은 기여를 하기 위해서는 전문지식과 기술의 습득도 중요하지만, 안경사들이 직무를 수행하면서 겪게 되는 여러 가지 어려움이나 불만족스러운 요인들을 파악하여 문제점을 해결하는 것도 중요한 과제 중의 하나이다.^[3] 안경사가 추구하는 궁극적인 목적은 정확한 시기능 검사와 처방을 통해 고객의 신뢰를 얻고 구매 욕구를 충족시켜 안경을 판매하는 것이다. 안경사들의 판매 행동의 통제는 안경원이라는 공간에서 상품과 고객 상담에 대한 내적 마음과 그 힘에 따른 심리적인 상태에 의해 결정된다. 그리고 그 결과로 고객과의 상담을 주체적이고 능동적으로 이끌며 고객의 구매력에 영향을 미치게 되는 것이다. 그러나 많은 안경사들이 판매 상황, 즉 고객과의 상담에서 안경사 자신의 지식을 충분히 발휘하지 못하고 고객에게 믿음을 주지 못하는 경우를 흔히 보게 된다.

고객 상담에서 고객에게 휘둘리지 않고 주체적으로 고객 상담을 하지 못하는 여러 가지 요인 중 심리적인 불안 요인이 가장 크다. 안경사의 불안은 안경원의 근무 여건이나 인간관계 등의 다른 상황에서도 발생되기도 하지만 대부분의 불안은 고객과의 상담에서 주로 발생한다. 개인의 내적 요인과 관련하여 외부의 자극을 어떻게 받아들이느냐에 따라 고객 상담의 불안 수준이 달라진다. 안경원에 방문하는 고객들은 개개인마다 그 목적이 다르며 안경사는 고객 서비스와 상담의 빈도가 높을 뿐만 아니라, 서비스나 상담의 형태도 다양한 직종이다.^[4] 그러므로 안경사 개인에 따라 차이가 있을 수는 있으나 안경사의 고객 상담에서 불안은 안경원의 이미지나 판매 향상에 영향을 주기 때문에 불안의 근본적인 요인을 분석하고 관심을 가져야 한다. 또한 불안감은 심리적으로 판매 활동 과정에 직접적인 영향을 주기 때문에 안경사의 고객 상담에서 가장 중요한 요인이라 할 수 있다.

2009년 안경사 직무의 중요도와 교육의 필요도에 관한 연구^[5]나 직무 적절성과 일의 요소 수행에 관한 연구,^[6] 그리고 안경사 직무에 관한 안경사의 작업 수행의 중요도, 작업 수행의 난이도^[7] 등의 직무와 관련 연구는 있었으나 고객 상담에서 안경사의 불안 요인에 대한 구체적인 연구는 아직은 미흡한 실정이다. 흔히 손님 응대라 부르는 고객 상담은 안경사의 대표적인 직무 스트레스 요인 중의 하나로 안경사들이 고객 상담에서 가지는 다양한 불안 요인은 누구나 경험할 수 있는 보편적인 현상이다. 안경사의

경력, 성별, 상담 경험 등의 인적 특성에 따라 고객 상담 불안이 다르게 나타나며, 고객 상담 불안에서 가지는 스트레스는 근무 의욕과 사기, 업무의 질과 능률까지 저하시키는 요인이 되기도 한다. 이에 안경사들을 대상으로 고객을 상담할 때 발생할 수 있는 안경사 개인의 불안이 어떠한 요인들에 의해 작용하는지 규명함으로써, 안경사들의 대표적인 직무 수행의 하나인 고객 상담에서 불안의 강도를 줄일 수 있는 방법을 찾아보고자 하였다.

따라서 본 연구에서는 상태-특성 불안(STAI) 검사지,^[8] 경쟁상태 불안 검사지(CSAI-2),^[9] 정서조절 질문지(ERQ)와 대인관계문제 검사지(KIIP-SC)^[10] 등을 바탕으로 수정, 재구성하여 안경사들을 대상으로 고객 상담 시 인지적, 지식적, 심리적 불안 요인을 조사하여, 안경사의 불안을 효과적으로 조절함으로써 최상의 상태로 고객 상담을 하도록 하는 기초 자료를 제공하는데 연구의 목적이 있다.

대상 및 방법

1. 연구 대상

본 연구에서는 대구-경북 지역에 근무하는 안경사 105명(25~56세)을 대상으로 2017년 5월부터 8월까지 설문조사를 실시하였다. 설문지는 연구에 동의한 대상자에서 직접 배포 후 설명하였으며, 회수된 설문지 중에서 응답이 부실하거나 오류가 있는 설문지를 제외하고 92명(87.62%)의 설문지를 분석에 사용하였다.

2. 연구 방법

안경사 불안 요인을 상태-특성 불안(STAI) 검사지, 경쟁상태 불안 검사지(CSAI-2), 정서조절 질문지(ERQ)와 대인관계문제 검사지(KIIP-SC) 등을 안경사 직업군에 적합하게, 성별, 연령대, 경력, 안경원 형태, 상담횟수와 상담시간 등으로 조사하였다. 항목은 인지적, 지식적, 심리적 상태 불안 요인의 세 가지 영역에서, 모든 내용은 4점 척도로(점수가 높을수록 불안 요인이 높음) 답하도록 하였다.

통계 분석은 SPSS 20.0(SPSS Inc, USA)을 이용하여 분석하였으며, 대상자의 일반적 특성과 인지적, 지식적, 심리적 불안 요인의 유의성은 one-way ANOVA로 검증하였다. 유의수준 $\alpha=0.05$ 로 하여 유의확률 $p<0.05$ 일 때 통계적으로 유의한 차이가 있다고 판단하였다.

3. 연구 도구

본 연구에 사용된 설문지는 안경사들의 고객 상담 시 발생할 수 있는 불안을 측정하기 위하여 3가지 요인을 선정한 후 설문지를 구성하였다. 설문지의 모든 문항들은 연구의 목적에 유용한 고객 상담 관련 분야의 선행 연구와 이

론, 불안 척도 내용을 근거로 구성하여 사용하였다. 연구 대상자의 일반적 인적사항 6문항과 함께, 안경사의 불안 요인을 3가지 영역으로 구분하였고 각 영역 당 13문항씩 총 39개의 문항으로 구성하였다. 본 설문지의 신뢰도 (Cronbach α)는 0.91이다.

결과 및 고찰

1. 연구 대상의 일반적 특성

연구 대상, 즉 안경사의 일반적 특성을 살펴보면 안경사 92명 중 남성은 52명(56.52%), 여성은 40명(43.48%)로 남성이 많았으며, 연령대는 20, 30대가 43.48%, 34.78%로 전체 약 78%를 차지하였다. 경력 또한 3년 미만과 4~6년 차 안경사가 약 68%였다. 안경원의 상업적 형태는 프랜차이즈 안경원이 69.57%, 단독일반안경원이 26.09%로 대부분은 프랜차이즈 안경원에 근무하는 안경사가 많았다. 하루에 상담하는 고객 상담횟수는 58.70%로 6~10회가 가장 많았으며, 고객 상담에 소요되는 시간은 52.17%로

Table 1. General characteristics of the optometrist (n=92)

Characteristics	Classifications	Number of subjects	Ratio of distribution (%)
Gender	Male	52	56.52
	Female	40	43.48
Age	20s	40	43.48
	30s	32	34.78
	40s	15	16.30
	over 50s	5	5.43
	under 3	30	32.61
Career (years)	4~6	33	35.87
	7~9	15	16.30
	over 10	14	15.22
	Franchise	64	69.57
Type of business	General	24	26.09
	Optical store in ophthalmic clinic	4	4.35
Numbers of business talk	under 5	18	19.57
	6~10	54	58.70
	11~15	17	18.48
	over 16	3	3.26
Times of business talk (minutes)	under 20	12	13.04
	21~30	24	26.09
	31~40	48	52.17
	over 40	8	8.70

31~40분이 가장 많이 나타났다(Table 1).

2. 고객 상담에 있어 불안 요인별 내용

1) 성별에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이

성별에 따른 변인으로는 세부적으로 인지적 상태불안에서 여자 안경사(35.27±10.14)가 남자 안경사 보다 상대적으로 높은 불안 요인이 있는 것으로 나타났으며 심리적 상태 불안 또한 여자(32.77±9.51)가 남자보다 높게 나타났다. 지식적 상태 불안의 경우, 남성(23.15±5.46)이 여성보다 더 크게 나타났지만 남, 여 안경사 모두 지식적 상태 불안 보다는 인지적 상태 불안을 더 많이 가지고 있는 것으로 나타났다(Table 2).

2) 연령에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이

연령에 따른 불안 요인 변인으로는 연령대가 높을수록 인지적, 심리적 상태 불안이 낮게 나타났고, 연령이 낮을수록 불안 요인이 높게 나타났다(Table 4). 20대에서 인지적 상태 불안(41.34±5.64)이 심리적 상태 불안(36.74±5.87) 보다 높게 나타났지만 지식적 상태 불안(23.12±8.13)은 다른 연령대와 통계적으로 유의한 차이는 보이지 않았다. 인지적 상태 불안 요인은 20대(41.34±5.64)에서 가장 높게 나타났으며 40대(21.37±4.23)에서 가장 낮았다. 심리적 상태 불안에서도 20대(36.74±5.87)에서 가장 높게 나타났으며 50대(20.36±4.18)에서 가장 낮았다. 연령대에 따른 불안 요인에서도 지식적 상태 불안 보다는 인지적 상태 불안이 높음을 알 수가 있다(Table 3)(Fig. 1).

3) 경력에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이

경력에 따른 불안 요인의 차이를 살펴보면 3년 미만의 안경사가 인지적 상태 불안(42.09±5.56), 심리적 상태 불안(41.48±5.98)이 높게 나타나 다른 경력의 안경사간의 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판단하였다. 10년 이상 경력의 안경사에게는 인지적 상태 불안(20.15±5.19)과

Table 2. Differences of anxiety components according to gender of optometrists (n=92)

Classifications	Gender	Number of subjects	Mean	SD
Cognitive anxiety	Male	52	32.18	±7.23
	Female	40	35.27	±10.14
Knowledgeable anxiety	Male	52	23.15	±5.46
	Female	40	21.88	±7.25
Psychological anxiety	Male	52	31.04	±7.78
	Female	40	32.77	±9.51

SD: standard deviation

Table 3. Differences of anxiety components according to Age of optometrists (n=92)

Classifications	Age	Number of subjects	Mean	SD	F/p-value	Scheffe
Cognitive anxiety	a 20s	40	41.34	±5.64	19.264/0.000	a>b>c,d
	b 30s	32	31.18	±6.89		
	c 40s	15	21.37	±4.23		
	d over 50s	5	22.42	±5.67		
Knowledgeable anxiety	a 20s	40	23.12	±8.13	2.245/0.087	-
	b 30s	32	22.37	±10.26		
	c 40s	15	21.63	±11.49		
	d over 50s	5	22.81	±8.32		
Psychological anxiety	a 20s	40	36.74	±5.87	15.786/0.000	a,b>c,d
	b 30s	32	32.28	±7.22		
	c 40s	15	21.37	±6.79		
	d over 50s	5	20.36	±4.18		

SD: standard deviation

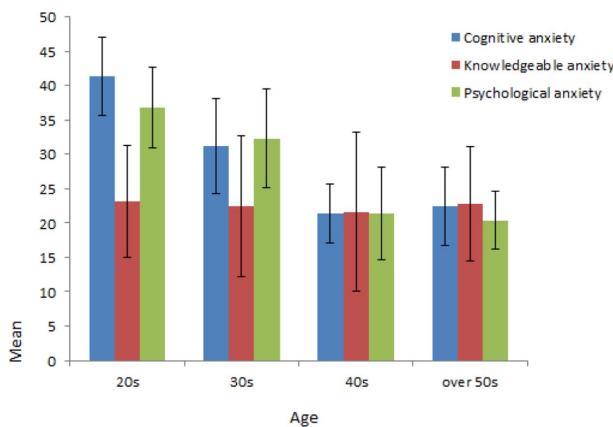


Fig. 1. Age of optometrists (years).

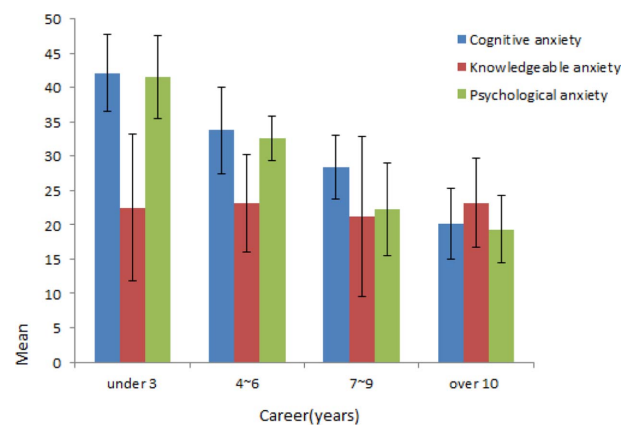


Fig. 2. Career of optometrists (years).

Table 4. Differences of anxiety components according to Career (years) of optometrists (n=92)

Classifications	Career (years)	Number of subjects	Mean	SD	F/p-value	Scheffe
Cognitive anxiety	a under 3	30	42.09	±5.56	18.741/0.000	a>b,c>d
	b 4~6	33	33.74	±6.27		
	c 7~9	15	28.39	±4.57		
	d over 10	14	20.15	±5.19		
Knowledgeable anxiety	a under 3	30	22.46	±10.67	2.163/0.098	-
	b 4~6	33	23.09	±7.12		
	c 7~9	15	21.27	±11.63		
	d over 10	14	23.16	±6.46		
Psychological anxiety	a under 3	30	41.48	±5.98	19.262/0.000	a>b>c,d
	b 4~6	33	32.63	±3.25		
	c 7~9	15	22.21	±6.78		
	d over 10	14	19.33	±4.95		

SD: standard deviation

심리적 상태 불안(19.33±4.95) 항목에서 낮게 나타났다. 전체적으로는 지식적 상태 불안이 인지적, 심리적 상태 불안 보다 낮게 나타났다(Table 4)(Fig. 2).

4) 안경원 상업적 형태에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이

안경원 상업적 형태에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이에서는 인지적 상태 불안에서는 일반 안경원이(35.02±8.81) 가장 높게 불안 요인이 나타났다. 안과내 안경원에 근무하는 안경사의 심리적 상태 불안(29.98±7.74)에서는 일반 안경원(32.89±6.23)보다 가장 낮게 나타났다. 하지만 모든 형태의 지식적 상태 불안이 인지적 상태 불안, 심리적 상태 불안보다 낮게 나타난 것으로 보아 전문안경사로서 비전문인 고객을 대한다는 자긍심은 있는 것으로 보인다

(Table 5).

5) 상담 횟수에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이

고객의 1일 상담 횟수에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이에서는 11~15회에서 인지적 상태 불안(35.38±8.83)과 심리적 상태 불안(32.24±6.13)이 가장 높게 나타났다. 상담 횟수에 따른 고객 상담 불안 요인은 상담 횟수에 따른 고객 상담에 모든 부분에서 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타나 상담횟수가 불안 요인으로는 작용하지 않는 것으로 생각된다(Table 6)(Fig. 3).

6) 상담 시간에 따른 고객 상담 불안 요인의 차이

고객의 상담 시간에 따른 상태 불안으로는 40분 이상에서 인지적 상태 불안(39.39±6.32), 심리적 상태 불안

Table 5. Differences of anxiety components according to Type of business of optical shop (n=92)

Classifications	Type of business	Number of subjects	Mean	SD
Cognitive anxiety	Franchise	64	32.95	±10.23
	General	24	35.02	±8.81
	Optical store in ophthalmic clinic	4	33.75	±6.72
Knowledgeable anxiety	Franchise	64	22.34	±7.32
	General	24	23.44	±6.23
	Optical store in ophthalmic clinic	4	21.76	±4.58
Psychological anxiety	Franchise	64	31.50	±8.91
	General	24	32.89	±6.23
	Optical store in ophthalmic clinic	4	29.98	±7.74

SD: standard deviation

Table 6. Differences of anxiety components according to Numbers of business talk of optometrists (n=92)

Classifications	Numbers of business talk	Number of subjects	Mean	SD	F/p-value	Scheffe
Cognitive anxiety	a under 5	18	33.70	±11.56	2.182/0.096	-
	b 6~10	54	32.83	±10.25		
	c 11~15	17	35.38	±8.83		
	d over 16	3	34.33	±6.25		
Knowledgeable anxiety	a under 5	18	23.32	±10.82	2.174/0.097	-
	b 6~10	54	22.28	±6.53		
	c 11~15	17	23.03	±9.47		
	d over 16	3	21.62	±7.23		
Psychological anxiety	a under 5	18	30.14	±8.54	2.243/0.089	-
	b 6~10	54	32.22	±9.77		
	c 11~15	17	32.24	±6.13		
	d over 16	3	31.63	±7.44		

SD: standard deviation

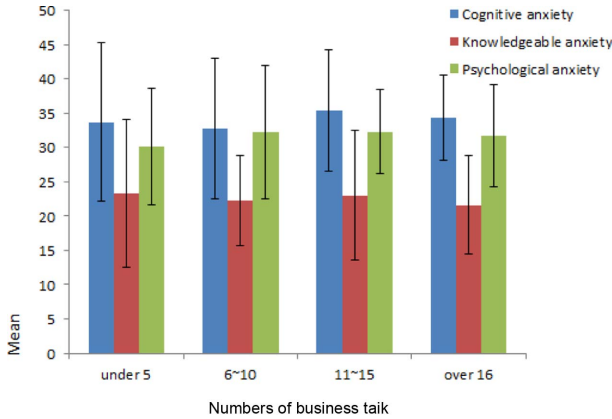


Fig. 3. Numbers of business talk of optometrists.

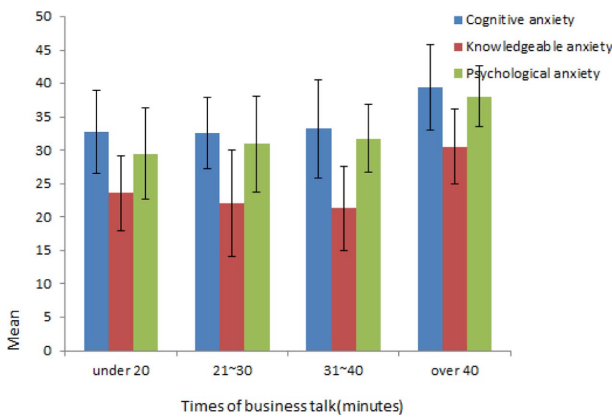


Fig. 4. Times of business talk (minutes) of optometrists.

(38.03±4.53)이 지식적 상태 불안(30.53±5.61) 보다 모두 다른 상담 시간에 비하여 상대적으로 불안 요인이 높게 나타났으며 통계적으로 유의한 차이를 보였다(Table 7)(Fig. 4).

Table 7. Differences of anxiety components according to Times of business talk (minutes) of optometrists (n=92)

Classifications	Times of business talk (minutes)	Number of subjects	Mean	SD	F/p-value	Scheffe
Cognitive anxiety	a under20	12	32.80	±6.25	3.863/0.012	d>a,b,c
	b 21~30	24	32.57	±5.41		
	c 31~40	48	33.20	±7.28		
	d over 40	8	39.39	±6.32		
Knowledgeable anxiety	a under20	12	23.59	±5.64	3.914/0.011	d>a,b,c
	b 21~30	24	22.05	±7.93		
	c 31~40	48	21.30	±6.28		
	d over 40	8	30.53	±5.61		
Psychological anxiety	a under20	12	29.48	±6.78	4.267/0.007	d>a,b,c
	b 21~30	24	30.92	±7.21		
	c 31~40	48	31.77	±5.06		
	d over 40	8	38.03	±4.53		

SD: standard deviation

3. 고찰

위의 같은 연구 결과를 바탕으로 고객 상담에서의 안경사 불안 요인을 고찰하였다.

첫째, 가장 높게 나타난 인지적 상태 불안은 다른 불안 요인보다 직접적으로 상담 연관성이 높는데, 상담 과정과 태도, 상담 결과와 관련되어 있어 많은 안경사들이 불안 요인을 가지는 것으로 보인다. 불안의 상태가 높지는 않았지만 프랜차이즈 안경원 보다 일반 안경원에 근무하는 안경사의 인지적 상태 불안이 높게 나타난 것은 프랜차이즈 안경원에서는 프로그램을 통한 나름의 고객 상담에 대한 교육의 기회가 있지만, 일반 안경원에서는 소홀한 것이 현실이다. 그러므로 보수교육 등의 기회를 통해 고객 상담에 대한 교육이 필요할 것으로 생각 된다. 따라서 인지적 상태의 안경사 불안 요인을 낮추려면 고객 심리, 상담 기법, 상담 서비스에 대한 고객 만족 등을 위한 체계적 고객 상담 수행 능력이 필요하다.

둘째, 지식적 상태 불안 요인은 변인별 차이는 나지 않았다. 하지만 안경이 패션과 개성 연출의 이미지 소품임을 감안할 때 제품의 가치와 직결된 브랜드와 유행에 민감한 디자인은 고객 상담에서 중요한 내용이다. 실제 대부분의 안경사들은 안경원에서의 어려움을 검안과 조제 가공에 소요되는 시간 보다는 안경테의 선택에서 고객과 함께 시간을 보내는 경우가 많다. 시간이 많이 걸린다는 것은 안경테 디자인이나 브랜드에 대한 명확한 설명과 디자인의 적합성 등에서 고객 설득이 힘들다는 것이다. 그러므로 브랜드와 디자인의 내용에서 안경사 스스로 디자인이나 브랜드에 대한 끊임없는 관심과 공부를 통해 고객 상담 불안 요인을 줄여 나가야 한다.

셋째, 심리적 상태 불안 요인은 인지적 상태 불안 요인 보다는 낮았지만 상담 시간에서는 심리적 상태 불안이 높게 나타났는데, 상담 시간이 길어질수록 안경사 스스로 '상담을 잘 하고 있는가'에 대한 자신감 결여로 보여진다. 따라서 어떤 상담에서도 고객 지향적으로 또는 안경사가 주도적이고 적극적으로 이끌어가고 있다는 상담 진행에서 자신감을 가지는 마음가짐이 필요하다. 또한 안경사들이 자신의 감성 상태를 이해하고, 감성 조절과 감성 활용, 자기 스스로 동기 부여를 만들어 고객 지향적인 마인드를 창출하는 안경사 감성 지능을 높여 안정적이고 상담에 만족할 수 있는 심리 상태 유지가 필요하다.^[11] 신뢰를 주는 문진과 검안, 고객에게 적합한 안경테를 선택하여 고객을 설득, 만족하게 하며 판매할 수 있다는 등의 자신감으로 상담시간을 줄여나가야 한다.

넷째, 연구 결과에서도 드러나듯이 20대, 3년 미만의 안경사에서는 인지적, 심리적 상태 불안 요인이 높게 나타났다. 이런 결과를 단순히 안경사 경력이 짧고, 나이가 적다는 이유만으로 볼 것이 아니라, 안경사 직무에 관한 안경광학과 재학생의 교육에서 해답을 찾을 필요도 있을 것으로 본다.

결 론

안경사 92명을 대상으로 고객 상담에 있어서 안경사의 불안 요인에 관한 내용으로 설문조사하고 통계 분석하여 얻은 안경사 불안 요인은 다음과 같다.

1. 연령대에 따른 불안 요인에서는 20대가 인지적(41.34), 심리적 상태 불안(36.74)이 높게 나타났으며 경력에 따른 불안요인에서는 3년 미만차가 인지적(42.09), 심리적 상태 불안(41.48)이 높게 나타났다.

2. 안경원의 상업적 형태에서는 전체적으로는 일반 안경원에서 근무하는 안경사의 불안 요인이 인지적(35.02), 지식적(23.44), 심리적 상태 불안(3.89) 모든 영역에서 약간 높았다.

3. 고객 상담 횟수에 따른 불안 요인에서는 11~15회에서 전체적으로 높게 나타났으며 고객 상담 시간에 따른 불안 요인에서는 40분 이상에서 인지적(39.39), 심리적 상태 불안(38.03) 요인이 높게 나타났다. 하지만 고객 상담 시간의 전체 요인에서는 인지적 불안 요인(137.96)이 심리적 상태 불안(130.20)보다 높게 나타났다.

4. 전체적인 불안 요인에서는 인지적 상태 불안이 가장 높았고 영역별 차이 또한 크게 나타났다. 경력에 따른 요인에서도 인지적 상태 불안(124.37)이 심리적 상태 불안(115.65)보다도 가장 차이가 많았다. 다음으로 안경원 상업적 형태와 고객 상담 시간에서 인지적 상태 불안과 심

리적 상태 불안의 차이가 많았다. 지식적 상태 불안이 상대적으로 낮게 나타났다.

현재 안경광학과 재학생들의 교육에서는 안경 조제 가공, 조절기능검사나 측정, 처방과 같은 부분에 교육의 중요도를 가지고 있다.^[17] 직접적인 검안이나 안경조제와 가공과 관련된 과목보다 안경사로서 개업이나 취업을 했을 때 부딪히는 실무에 도움을 주는 과목들이 부족하다는 것이다.^[12] 특히 안경 판매와 안경사 이미지에 직결되는 고객 상담이나 안경사의 감성지능 직무와 같은 내용의 교육은 미흡한 것이 현실이다. 따라서 고객 상담 수행에 자신감을 가질 수 있도록 고객심리상담, 안경판매기법이나 안경상품지식, 안경사직무분석 등의 교과목 개설도 필요하다.

감사의 글

본 연구는 2018년 경운대학교 교내학술연구비의 지원으로 수행되었습니다.

REFERENCES

- [1] Yim RG. Study concerning consultation service for the consumer satisfactory. MA Thesis. Sookmyung Women's University, Seoul. 2001;14-18.
- [2] Park SB, Won CH, Lee SW, Kim MH. Optical store foundation management practice, 1st Ed. Seoul: Daihak Publishing Company, 2003;155-156.
- [3] Hwang HY, Kim HM, Kim IS, Son JS. A study on the job stress of opticians. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2013; 18(1):1-10.
- [4] Choi Y, Lee S, Noh H. Effect of optometrists' non-verbal communications on service quality. Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology. 2017;7(7):623-631.
- [5] Lee OJ, Park SC, Lee SW, Jeon YK, Kang SS, Lee WJ. The importance of work capability and the educational needs for optometric duty. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2009;14(4):27-31.
- [6] Lee IH, Ryu KH, Jung SA. A study on appropriation of clinical practice and carried out task elements compare with job analysis. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2012; 17(4):345-352.
- [7] Park HK, Lee OJ, Jung SH. The importance and difficulty of work capability, and the educational needs for optometric duty in student and optometrist. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2014;19(4):457-469.
- [8] Koh HE. The effect of acceptance-based interventions on novice counselors' anxiety of counseling performance. MA Thesis. Seoul National University, Seoul. 2017;28-72.
- [9] Oh A. The study on the anxiety performance ago of dance major student in university. MA Thesis. Woosuk Univer-

- sity, Wanju. 2010;23-46.
- [10] Yoo J. The relationship of emotion regulation strategies and interpersonal problems: the moderation effects of collectivism and individualism. MA Thesis. Korea University, Seoul. 2016;20-51.
- [11] Kim IG. A study on the effect of optician's emotional intelligence on job satisfaction and organizational commitment. PhD Thesis. Dong-shin University, Naju. 2015;1-4.
- [12] Shin J. Improvement of ophthalmic optics curriculum for competency development. PhD Thesis. Inje University, Gimhae. 2010;31-35.

고객 상담에 있어 안경사의 불안요인에 관한 연구

홍성일, 곽호원*

경운대학교 안경광학과, 구미 39160

투고일(2018년 7월 26일), 수정일(2018년 8월 15일), 게재확정일(2018년 8월 29일)

목적: 대구·경북 지역 안경사를 대상으로 고객 상담에 있어 안경사가 가지는 불안 요인들을 설문조사를 통하여 해당 요인들이 고객 상담에 미치는 영향을 알아보고 불안 해소에 대한 기초자료로 활용하고자 하였다. **방법:** 대구·경북지역에 근무하는 안경사 92명을 대상으로 하였다. 안경사의 근무 상태 특성에 따른 안경사의 고객 상담 상태 불안을 인지적, 지식적, 심리적 상태 불안 요인으로 구분하여 설문 조사를 실시하였고 이를 SPSS 20.0(SPSS Inc, USA)으로 통계분석을 하였다. **결과:** 성별 불안 요인에서는 여성 안경사가 인지적, 심리적 상태 불안 요인이 높게 나타났고, 연령대에 따른 불안 요인에서는 20대가 인지적(41.34), 심리적(36.74) 상태 불안이 높게 나타났다. 경력에 따른 불안요인에서도 3년 미만차가 인지적(42.09), 심리적(41.48) 상태 불안이 높게 나타났다. 안경원의 상업적 형태에서는 영역별 불안 요인의 차이는 나지 않았으나 전체적으로는 일반 안경원에서 근무하는 안경사의 불안 요인이 약간 높았다. 고객 상담 횟수에 따른 불안 요인에서는 11~15회에서 전체적으로 높게 나타났으며 고객 상담 시간에 따른 불안 요인에서는 40분 이상에서 인지적(39.39), 심리적(38.03) 상태 불안 요인이 높게 나타났다. 전체적인 불안 요인에서는 인지적 상태 불안이 가장 높았고 영역별 차이가 크게 나타났다. 가장 낮은 요인으로는 지식적 상태 불안으로 영역별 차이도 크게 나지 않았다. **결론:** 고객 상담에서 느끼는 인지적, 지식적, 심리적 요인별 안경사의 불안 해소를 위해서는 고객 상담일지 작성, 상담 기법 교육, 상품 지식 습득, 안경사 개인의 자존감 회복 등과 같은 요인별 특성에 적합한 대처 능력이 필요하고 고객 상담 수행 능력을 기를 수 있는 교육과정 개설도 필요해 보인다.

주제어: 안경사, 고객 상담, 상담 불안 요인, 인지적 상태 불안, 지식적 상태 불안, 심리적 상태 불안

Appendix

안녕하세요? 우선 본 설문에 응해 주심에 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 안경사들이 고객 상담에 있어 가지는 불안 요인을 조사함으로써 안경사들의 심리적 특성을 이해하고 최적의 상태로 고객 상담을 하는 기초 자료 확보를 위해 제작된 것입니다. 본 설문지의 응답 내용은 무기명 처리되고, 학문적 연구 이외의 목적으로는 절대 사용하지 않을 것임을 약속드립니다. 옳고 그른 답이 없으므로 평소 고객 상담에 있어 경험하고 느꼈던 요인들을 답해 주시면 감사하겠습니다. 다시 한 번 설문에 응해 주심에 감사드리며, 안경사님과 귀안경원의 무궁한 발전을 기원합니다.

2017년 5월
설문의뢰자 : 홍성일, 곽호원

※ 본 설문에서 고객 상담이란 고객 응대, 검안과 안경테 선택까지를 말하며, 조제가공 시간은 제외합니다.

- 1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
- 2. 귀하의 연령은? ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상
- 3. 귀하의 안경사 경력은 얼마입니까? ① 3년 미만 ② 4~6년 ③ 7~9년 ④ 10년 이상
- 4. 현재 근무하는 안경원의 상업적 형태는 무엇입니까?
① 프랜차이즈 안경원 ② 일반(단독) 안경원 ③ 안과내 안경원
- 5. 하루에 상담하는 고객 상담 횟수는 어느 정도입니까?
① 5회 미만 ② 6~10회 ③ 11~15회 ④ 16회 이상
- 6. 고객 상담에 소요되는 시간은 평균 어느 정도입니까?
① 20분 미만 ② 21~30분 ③ 31~40분 ④ 40분 이상

- 다음은 고객 상담에서 가지는 안경사의 불안 요인에 관한 질문입니다. 귀하가 해당 되는 곳 한 곳에 √ 해 주시기 바랍니다.

불안 요인 관련 설문 조사

설문 내용	전혀 그렇지 않다	조금 그렇다	보통으로 그렇다	대단히 그렇다
인지적 상태 불안				
1. 상담 자체가 신경 쓰인다.	1	2	3	4
2. 상담에 자신감이 없다.	1	2	3	4
3. 상담을 잘 할 수 있을까 불안하다.	1	2	3	4
4. 상담에 실수할까 불안하다.	1	2	3	4
5. 내 말을 못 알아들을까 불안하다.	1	2	3	4
6. 동료들이 내 상담을 들을까 불안하다.	1	2	3	4
7. 상담에 집중 못할까 불안하다.	1	2	3	4
8. 상담 결과가 좋지 않을까 불안하다.	1	2	3	4
9. 상담과정에 돌발 상황이 불안하다.	1	2	3	4

10. 고객의 호응과 반응에 민감하다.	1	2	3	4
11. 상담에서 고객에게 휘둘릴까 불안하다.	1	2	3	4
12. 고객이 내 상담에 실망할까 불안하다.	1	2	3	4
13. 판매이후 클레임이 생길까 불안하다.	1	2	3	4

지식적 상태 불안

1. 검안 지식에 불안하다.	1	2	3	4
2. 안과학 지식에 불안하다.	1	2	3	4
3. 안경테 지식에 불안하다.	1	2	3	4
4. 안경 브랜드 지식에 불안하다.	1	2	3	4
5. 안경테 디자인 지식에 불안하다.	1	2	3	4
6. 검안기 조작이 불안하다.	1	2	3	4
7. 도수 안경테 선택에 불안하다.	1	2	3	4
8. 선글라스 선택에 불안하다.	1	2	3	4
9. 렌즈 지식에 불안하다.	1	2	3	4
10. 내가 모르는 것을 물어볼까 불안하다.	1	2	3	4
11. 안경에 대한 유행에 불안하다.	1	2	3	4
12. 고객 상담에 대한 테크닉이 불안하다.	1	2	3	4
13. 문진에 불안하다.	1	2	3	4

심리적 상태 불안

1. 마음이 차분하다.	1	2	3	4
2. 쉽게 피로해진다.	1	2	3	4
3. 무슨 일이건 힘들게 생각한다.	1	2	3	4
4. 자신감이 부족하다.	1	2	3	4
5. 마음이 조마조마하다.	1	2	3	4
6. 극도로 긴장한다.	1	2	3	4
7. 하찮은 일에 너무 걱정을 한다.	1	2	3	4
8. 위기나 어려움을 피하려고 애쓴다.	1	2	3	4
9. 마음이 든든하다.	1	2	3	4
10. 사소한 생각이 나를 괴롭힌다.	1	2	3	4
11. 기분이 늘 좋다.	1	2	3	4
12. 새로운 사람 만나기를 좋아한다.	1	2	3	4
13. 주도적이고 적극적이다.	1	2	3	4

※ 1.9.11.12.13 문항은 역점수 문항입니다.