

최종보고서



농림축산식품부  
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

# 외식서비스 진단 등을 통한 외식산업발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구

2014. 12.

연구수행기관 : (사)한국외식산업경영연구원

# 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 『외식서비스 진단 등을 통한 외식발전  
및 외식관계법령 정비 방안 연구』에 대한 최종  
보고서로 제출합니다.

2014. 12

(사)한국외식산업경영연구원

## 연 구 진

|                |       |                    |
|----------------|-------|--------------------|
| 자문위원           | 김 철 원 | 한국방송통신대학교 교수       |
| 책임연구원<br>연 구 원 | 원 혜 영 | (사)한국외식산업경영연구원 실장  |
|                | 윤 은 옥 | (사)한국외식산업경영연구원 차장  |
|                | 김 지 현 | (사)한국외식산업경영연구원 연구원 |
|                | 정 유 선 | (사)한국외식산업경영연구원 연구원 |
| 보조연구원          | 김 상 영 | (사)한국외식산업경영연구원 연구원 |
|                | 유 정 연 | (사)한국외식산업경영연구원 연구원 |
|                | 김 용 민 | (사)한국외식산업경영연구원 연구원 |
|                | 박 두 리 | (사)한국외식산업경영연구원 연구원 |

## 연구 요약

|  |   |
|--|---|
| <b>연구과제명</b>   | 외식서비스 진단 등을 통한 외식산업발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구 |
| <b>키워드</b>   | 외식서비스, 외식서비스 인증제, 외식서비스현장, 외식산업진흥법      |
| <b>연구기관</b>  | (사)한국외식산업경영연구원                          |
| <b>연구기간</b>  | 2014. 05. 21 ~ 2014. 10. 20             |
| <p>본 연구는 외식서비스 수준 진단을 통해 서비스 현장 및 인증제 도입·서비스 향상 방안을 마련하고, 외식산업 진흥·육성을 위한 관계법령을 정비함으로써 국내 외식산업의 선진화, 시스템화, 현대화를 통한 양적·질적 동반 성장 및 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있는 기틀을 마련하고자 함.</p> <p>외식서비스 인증제 도입을 위한 외식서비스 범위를 설정, 식음을 판매하는 음식점에서 고객이 접하게 되는 경험요소 즉, 서비스 상품, 서비스 환경, 서비스 전달과정을 말하며 이러한 외식서비스 품질 제고를 위한 운영 시스템을 포함』하기로 하였으며, 외식서비스 인증제는 외식서비스 품질에 대한 수준을 평가하여 그 결과에 따라 인증을 부여하는 제도라고 할 수 있음. 외식서비스 인증제는 우수사례가 될 수 있는 음식점들을 지정 운영하여 인증업소 뿐 아니라 타 음식점들의 외식서비스 품질 제고를 위한 노력을 유도할 수 있음. 이는 음식점을 이용하는 고객들의 음식점에 대한 신뢰도와 만족도를 높일 수 있고, 고객 신뢰와 만족은 음식점 재방문에 긍정적인 영향을 미쳐 결국, 외식산업의 경쟁력을 강화시키고자 하는 인증제도임.</p> <p>일반소비자, 외식업체 종사자 설문조사를 통해 현재 외식업체의 서비스 수준을 파악하고, 외식서비스 인증제도의 도입에 대한 니즈를 파악하였음. 문헌 및 관련 웹사이트 조사를 통해 관련 인증제도 운영방법과 문제점을 도출하였고, 설문조사, 전문가 델파이조사, 전문가 FGI를 통해 나타난 결과를 종합적으로 분석한 후, 효율적인 외식서비스 인증제도 운영모델(안)을 제안하였음.</p> <p>명칭은 ‘베스트 R(Restaurant)’, 운영주체는 농림축산식품부 지정(또는 후원), 한국농수산유통공사 인증, 인증심의위원회 구성 및 전문기관 위탁심사로 함. 인증대상은 일반음식점으로 하며, 서비스 행태에 따른 이원화 또는 규모(면적기준)에 따른 이원화로 평가, 대상선정방법은 시군구 추천을 통한 임의신청제로 하며, 평가분야는 고객이 입점하기 전부터 퇴점할 때까지 시간 전개에 따른 고객접점서비스 평가 84개 항목으로 제안하였음. 1차 서류심사, 2·3차(고객평가, 전문심사자 평가) 암행 현장심사, 4차 경영주 인터뷰를 통해 객관성과 공공성을 갖추고, 타당성을 높일 수 있는 평가방법을 제안하였고, 인증시스템으로는 1,000점 만점 중 800점 이상(영역별 과락 적용)의 인증기준과 인증기간 2년, 외식서비스 인증업소 분야별 우수성 표시로 색깔표시제를 제안하였음. 인증업소라고 하더라도 외식서비스 분야별로 우수한 정도를 색깔로 표시하여 고객들에게 좀 더 정확한 정보를 제공하고, 기대와 만족 간의 GAP을 최소화 시킬 수 있음. 사후관리로 암행</p> |   |

모니터링, 고객모니터링, 자기평가서 제출, 압행 모니터링을 통해 관리가 어려운 주방위생관련은 지자체와의 협조, 인센티브로는 인증제도를 브랜드화 시킬 수 있는 홍보, 인증표시 사용권 부여, 세제혜택, 환경 정비 및 우수 식재 구입을 위한 저리 융자 등을 제안하였음.

본 연구를 통해 개발된 외식서비스 인증제 운영모델(안)이 실효성을 거두기 위해서는 단계적 시행이 필요함. 외식서비스 인증제 도입에 앞서 심의를 통해 『외식서비스헌장』을 마련하고, 외식관련 민간협회 차원의 외식서비스헌장 선포식을 통해 고객 중심의 외식서비스 분위기를 조성하고, 외식업체에 보급하여 외식서비스문화를 확산시키는 것이 필요함. 심의를 통해 외식서비스 인증제 운영모델(안)을 수정·보완, 시범사업 실시, 지자체 및 협회 관련자 교육, 외식산업진흥법 개정을 통해 운영 방안과 법적 근거 마련 후, 서울·경기지역을 우선적으로 하여 요청하는 시군구 중심으로 확산하는 단계적 시행이 필요함.

외식산업진흥법은 관광진흥법 등 오랜 역사를 갖고 있는 타 산업 진흥법과 마찬가지로 산업 환경 및 지원방향의 변화에 따라 지속적인 개정이 이루어져야 함. 즉, 산업성장 속도 및 방향에 맞춰 법령 및 시행령, 시행규칙을 개정함으로써 산업의 국내외 경쟁력 강화라는 거시적인 목적에 부합할 수 있도록 해야 함. 이에 외식산업진흥법 기존 내용에 대한 개정(안)으로는 제2조 정의, 제5조 외식산업 진흥 기본계획의 수립, 제6조 창업의 지원, 제7조 외식산업 전문인력의 양성 등으로 시행령이나 시행규칙의 추가로 세부적인 추진 및 지원 내용을 명시하는 것. 신설 법률(안)으로는 외식사업의 종류 및 범위 등에 대한 명확한 기준 마련, 식품산업진흥법을 통해 적용받고 있는 각종 컨설팅 지원을 외식산업진흥법에 포함시키는 것, 외식관련 제도에 대한 법률 및 정책 자문을 구할 수 있는 위원회의 신설, 외식인력 양성과 공급이 함께 이루어질 수 있는 지원, 외식서비스 인증제 법제화를 제안하였음.

본 연구를 통해 외식서비스 인증제도가 외식업소의 외식서비스 수준을 향상시킬 수 있다는 효과를 기대할 수 있는 것으로 나타났으나 기존 인증제도에 대한 운영 및 관리에 대한 인지도가 낮고 신뢰하지 않고 있기 때문에 인증제도 자체에 대한 불신이 있기 때문에 이를 개선하고자 하는데 중점을 두어 외식서비스 인증제도를 신중하게 도입하는 것이 필요할 것으로 사료됨. ‘외식서비스 인증제도’를 기존 인증제도와는 달리 신뢰성을 갖춘 인증제도로 정착시키기 위해서는 외식업소 경영주 및 종사자, 외식관련 기관 및 협회는 물론 정부가 함께 노력하는 자세가 필요함. 특히 인증제도의 안정적인 정착을 위해서는 ‘외식서비스’에 대한 인식이 무엇보다 중요하기 때문에 제도 도입에 앞서 ‘외식서비스문화’를 정착시키는 것이 선행되어야 할 것으로 사료됨.

# 목 차

## I. 연구 개요

|                     |   |
|---------------------|---|
| 1. 연구배경 및 필요성 ..... | 1 |
| 2. 연구 목적 .....      | 5 |
| 3. 연구 내용 및 방법 ..... | 6 |
| 4. 연구 추천 체계 .....   | 8 |

## II. 외식 서비스 진단을 통한 외식산업 발전 방안

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 1. '외식서비스'의 용어 정의 및 범위 설정 .....      | 9  |
| 1) 서비스 정의 .....                      | 9  |
| 2) 외식서비스 정의 .....                    | 11 |
| 3) 외식서비스 품질 관련 선행연구 .....            | 14 |
| 2. 국내외 관련 인증제도 .....                 | 20 |
| 1) 국내 외식관련 인증제도 .....                | 20 |
| 2) 국내 타 산업의 서비스관련 인증제도 .....         | 25 |
| 3) 해외 유사 인증제도 .....                  | 36 |
| 4) 기타 인증제도 .....                     | 46 |
| 5) 시사점 .....                         | 54 |
| 3. 외식서비스 수준 현황 및 인증제 도입에 대한 니즈 ..... | 57 |
| 1) 조사대상 및 기간 .....                   | 57 |
| 2) 외식산업 서비스 수준 현황 .....              | 58 |
| 3) 외식서비스 인증제 도입 및 운영에 대한 니즈 .....    | 64 |
| 4) 시사점 .....                         | 74 |
| 4. 외식서비스현장(안) 개발 .....               | 77 |
| 1) 서비스현장 활용 현황 .....                 | 77 |
| 2) 외식서비스현장(안) .....                  | 83 |
| 3) 외식서비스문화 확산 .....                  | 86 |
| 5. 외식서비스 인증제 운영모델(안) 개발 .....        | 87 |
| 1) 외식서비스 인증제 개요 .....                | 87 |
| 2) 정부주도·민간주도 인증제도 운영방법 비교 .....      | 87 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 3) 외식서비스 인증제 운영모델(안) ..... | 99 |
|----------------------------|----|

### III. 외식관계법령 정비방안

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 1. 외식산업진흥법 .....             | 117 |
| 1) 외식산업진흥법 제정의 배경 및 목적 ..... | 117 |
| 2) 타 법과의 비교 분석 .....         | 118 |
| 2. 외식산업진흥법의 개정(안) .....      | 128 |
| 1) 전문가 텔파이 조사 .....          | 128 |
| 2) 외식산업진흥법 개선 방안 .....       | 135 |

### IV. 결론 및 제언

|                  |     |
|------------------|-----|
| 1. 요약 및 결론 ..... | 147 |
| 2. 제언 .....      | 153 |
| 1) 정부의 역할 .....  | 153 |
| 2) 업계의 역할 .....  | 154 |

|                   |            |
|-------------------|------------|
| <b>참고문헌</b> ..... | <b>156</b> |
|-------------------|------------|

### <부록>

|  |     |
|--|-----|
| 1. 외식서비스에 대한 인식조사 설문지(일반 소비자_1차) ..... | 159 |
| 2. 외식서비스에 대한 인식조사 설문지(일반 소비자_2차) ..... | 165 |
| 3. 외식서비스에 대한 인식조사 설문지(외식업체 종사자) .....  | 169 |
| 4. 전문가 텔파이 조사지 .....                   | 177 |
| 5. 외식서비스 인증 평가 기준표(안) .....            | 189 |

# 표 목 차

|   |    |
|---|----|
| 표 2-1. 서비스에 대한 정의 .....   | 10 |
| 표 2-2. 텔파이를 통해 수집된 외식서비스에 대한 정의 .....                             | 12 |
| 표 2-3. 서비스 품질 모델 .....  | 15 |
| 표 2-4. 국외 선행연구의 외식서비스품질 측정항목 .....                                | 16 |
| 표 2-5. 국내 선행연구의 외식서비스품질 측정항목 .....                                | 18 |
| 표 2-6. 고객접점서비스(MOT)의 선행연구내용 .....                                 | 19 |
| 표 2-7. 국내 외식관련 인증제도의 목적 및 인증대상 .....                              | 20 |
| 표 2-8. 국내 외식관련 인증제도의 심사기준 .....                                   | 21 |
| 표 2-9. 국내 외식관련 인증제도의 혜택 및 사후관리 .....                              | 22 |
| 표 2-10. 국내 외식관련 인증제도 평가항목 비교 .....                                | 23 |
| 표 2-11. 국내 외식관련 추천제 평가항목 비교 .....                                 | 25 |
| 표 2-12. 국내 대표적인 서비스 품질 인증 및 수상제도 현황 .....                         | 25 |
| 표 2-13. KS-SQI 구성차원의 정의 .....                                     | 27 |
| 표 2-14. KS-SQI 조사개요 .....   | 28 |
| 표 2-15. 한국서비스품질우수기업인증 심사기준 .....                                  | 30 |
| 표 2-16. 한국서비스대상 기업 심사기준 .....                                     | 32 |
| 표 2-17. ISO9001 품질경영시스템 요구사항 및 평가항목 .....                         | 35 |
| 표 2-18. 품질관광 서비스 인증제(Quality Tourism Services: QTS) 평가리스트 ..      | 37 |
| 표 2-19. American Automobile Association(AAA) Awards Diamonds 평가항목 | 39 |
| 표 2-20. 타이 셀렉트 인증제도 개요 .....                                      | 40 |
| 표 2-21. 타이 셀렉트 기본항목 심사기준 .....                                    | 41 |
| 표 2-22. 타이 셀렉트 규정항목 심사기준 .....                                    | 42 |
| 표 2-23. R&C NSW Awards for excellence 평가기준 .....                  | 43 |
| 표 2-24. 해외 외식업 추천제 비교 .....                                       | 45 |
| 표 2-25. 우수쇼핑점 인증 평가항목 .....                                       | 47 |
| 표 2-26. 우수의료기관 인증 평가항목 .....                                      | 51 |
| 표 2-27. 우수의료기관 인증등급 판정 및 인증기간 .....                               | 53 |
| 표 2-28. 외식업체 선택요인에 대한 중요도 .....                                   | 58 |
| 표 2-29. 외식업체 제공 서비스 중요도와 실행도의 차이 .....                            | 59 |
| 표 2-30. 외식업체 제공 서비스 IPA .....                                     | 60 |
| 표 2-31. 고객접점서비스 중요도 .....   | 60 |
| 표 2-32. 외식업체 서비스 교육내용에 대한 중요도와 실행도의 차이 .....                      | 62 |



|  |     |
|--|-----|
| 표 2-33. 외식업체 서비스 교육내용에 대한 IPA .....                      | 63  |
| 표 2-34. 본사와 점포 구분에 따른 고객지향성의 차이 .....                    | 63  |
| 표 2-35. '외식서비스 인증제도' 도입에 대한 필요, 불필요 이유 .....             | 65  |
| 표 2-36. 외식서비스 인증제 필요여부에 따른 고객지향성과 서비스 제공<br>수준의 차이 ..... | 66  |
| 표 2-37. '외식서비스 인증제' 필요, 불필요 이유 .....                     | 66  |
| 표 2-38. 외식서비스 인증제도 필요 업종 .....                           | 67  |
| 표 2-39. 외식서비스 인증제도 필요 규모(업종별) .....                      | 68  |
| 표 2-40. 서비스 수준평가를 위한 대상 분류 기준 .....                      | 70  |
| 표 2-41. 도입단계별 적합업종 .....                                 | 70  |
| 표 2-42. 도입단계별 적합규모 .....                                 | 71  |
| 표 2-43. 도입단계별 적합 서비스 행태 .....                            | 71  |
| 표 2-44. 인증제 평가를 위한 적정 세부항목 .....                         | 72  |
| 표 2-45. 외식서비스 인증제 대상 선정방법 .....                          | 72  |
| 표 2-46. 인증심사 및 운영을 위한 적합인증기관 .....                       | 73  |
| 표 2-47. 인증 지정방법 .....                                    | 73  |
| 표 2-48. 인증업체 제공 혜택 .....                                 | 74  |
| 표 2-49. 정부주도 인증제 운영방법 비교 .....                           | 88  |
| 표 2-50. 민간주도 인증제 운영방법 비교 .....                           | 94  |
| 표 2-51. 외식서비스 인증제 운영모델(안) .....                          | 99  |
| 표 2-52. 외식서비스 평가 체크리스트(안) .....                          | 109 |
| 표 3-1. 외식산업진흥정책 추진 현황 .....                              | 117 |
| 표 3-2. 외식산업진흥법과 관광진흥법 비교 분석 .....                        | 119 |
| 표 3-3. 외식산업진흥법과 유통산업발전법 비교 분석 .....                      | 124 |
| 표 3-4. 현 외식산업진흥법의 산업 육성 및 진흥 목표에 대한 부합도 .....            | 129 |
| 표 3-5. 현 외식산업진흥법의 개정 필요성 여부 .....                        | 129 |
| 표 3-6. 외식산업진흥법의 개정(안) .....                              | 131 |
| 표 3-7. 외식산업진흥법 개정 방안 .....                               | 137 |
| 표 3-8. 의료법 중 의료기관 인증에 대한 법령/시행령/시행규칙 .....               | 138 |

# 그림 목 차

|   |     |
|---|-----|
| 그림 1-1. 연구추진체계 .....                      | 8   |
| 그림 2-1. 일반 소비자들이 생각하는 좋은 외식서비스 스키마 .....  | 11  |
| 그림 2-2. KS-SQI 모델 개요 .....                | 27  |
| 그림 2-3. 한국서비스품질우수기업인증제 인증절차 .....         | 29  |
| 그림 2-4. 한국서비스품질우수기업인증제 평가 Framework ..... | 31  |
| 그림 2-5. 한국서비스대상 운영절차 .....                | 31  |
| 그림 2-6. 한국서비스대상의 인증서와 마크 .....            | 33  |
| 그림 2-7. ISO 품질경영시스템의 인증절차 .....           | 34  |
| 그림 2-8. 우수쇼핑점 사업수행절차 .....                | 49  |
| 그림 2-9. 우수의료기관 사업수행절차 .....               | 54  |
| 그림 2-10. 외식업체 제공 서비스에 대한 만족도 .....        | 58  |
| 그림 2-11. 외식업체 제공 서비스 IPA .....            | 60  |
| 그림 2-12. 서비스 교육이 서비스 수준과 매출에 미친 영향 .....  | 61  |
| 그림 2-13. 외식업체 서비스 교육내용 IPA .....          | 63  |
| 그림 2-14. '외식서비스 인증제도' 필요여부 .....          | 64  |
| 그림 2-15. '외식서비스 인증제도' 필요도 .....           | 65  |
| 그림 2-16. 민원서비스 우수기관 인증마크 .....            | 83  |
| 그림 2-17. 색깔표시제의 예시 .....                  | 113 |
| 그림 2-18. 외식서비스 분야별 색깔표시제 .....            | 114 |

# I. 연구개요

## 1. 연구배경 및 필요성

### 1) 연구의 배경

- 소득이 증가함에 따라 식품소비 패턴이 고급화 및 다양화되고, 편리성을 추구하면서 외식소비가 증가함에 따라 외식산업이 양적·질적으로 크게 성장함
  - 국내 외식산업은 2011년 기준, 매출액 73조 5000억원, 사업체수 60만개소, 종사자수 168만여명의 시장 규모를 형성하며 2009년 대비 각각 5.3%(2009년 매출액 69조 8000억원), 3.4%(2009년 사업체수 50만개소), 5.0%(2009년 종사자수 160만여명)의 성장률을 보이며 매년 지속적인 성장을 나타내고 있음
    - 국내 외식산업 규모는 2002년 40조 4900억원에서 2012년 77조 2850억원으로 10년 사이 91%의 성장세를 나타냄
    - 점포수 역시 2002년 60만개에서 2012년 62만개로 3.3%, 종사자수는 2002년 159만명에서 2012년 175만명으로 10.1% 증가하는 등 매출 및 점포수, 종사자 수 모두 10년간 꾸준한 성장세를 보임
    - 특히 표준화를 키워드로 선진화된 시스템이라 할 수 있는 외식 프랜차이즈 산업은 2002년 11조 1800억원에서 2005년 24조 700억원, 2008년 40조 1700억원, 2011년 현재 27조 4100억원으로 2002년 대비 2011년 매출이 145.2%의 급성장세를 나타냄
      - 2011년 현재 가맹본부 수 1627개, 가맹점 수 6만 8838개, 종사자 수 38만 1000여명의 규모를 갖추고 있음
      - 이와 함께 과거 해외 현지에서 자생한 한식당 중심이었던 한식 세계화의 흐름이 이제는 국내에서 진출한 한식 및 외식기업들의 비중이 기하급수적으로 증가함에 따라 한식 세계화를 통한 국가 브랜드 제고에도 혁혁한 공을 세우고 있음
        - 외식 기업들의 해외 진출 현황을 보면 2005년 221개 점포가 운영되던 것이 2009년 990여개, 2012년 말 현재 1700여개로 7년 동안 670%가 증가하는 등 한국의 국가 브랜드 및 한식/한국 외식 브랜드에 대한 선호도가 높아가는 가운데 프랜차이즈 브랜드 및 시스템을 통한 해외 진출이 활성화 될 경우 해외로 진출하는 외식업체 수는 훨씬 증가할 것으로 전망됨
        - 이 밖에도 가구당 식료품비 지출액 중 외식비가 차지하는 비중이 지속적으로 증가하고 있어 향후 외식산업 규모는 더욱 확대될 것으로 예측됨

- 그러나 산업의 영향력 제고 및 규모의 성장에도 불구하고 영세업소의 비중이 높게 나타나는 등 산업의 영세성이 지속되고 있음
  - 국내 외식업소는 74.6%가 점포 면적 99㎡(30평) 미만, 89.8%는 4인 이하 종사원으로 구성된 영세업체가 차지하고 있으며, 이들의 휴폐업을 또한 높은 수준임
    - 전국 식품접객업체 중 74.6%가 99㎡(30평) 미만의 영세 규모로 운영되고 있으며, 330㎡(100평) 이상은 2.3%에 불과함
    - (사)한국외식업중앙회 회원을 대상으로 신규 창업 및 명의변경, 휴폐업 현황을 조사한 결과 2011년 기준, 신규 창업은 66,576개소인 반면 휴업은 259,744개소, 폐업은 61,775개소로 신규 창업 업소수 대비 휴폐업(321,519개소) 업소 수 비율이 약 483%에 이르고 있을 정도로 심각한 상황임. 여기에 사실상 명의변경 역시 영업에 문제가 발생한 상황으로 간주할 경우 이 비율은 더욱 높아지는 실정임
    - 연도별로 비교해 보면 2007년 대비 2011년 신규 창업 업소 수는 66,867개소에서 66,576개소로 소폭 감소한 반면 휴업은 198,026개소에서 259,744개소로 31.2% 증가함. 폐업률의 경우 2010년과 비교해도 89.3%가 증가하는 등 휴·폐업률이 심각한 문제로 지적되고 있음
  
- 산업의 영세성으로 인해 나타나는 문제점 중 하나가 서비스 수준 저하로 자체 및 위탁을 통한 서비스 교육을 진행하고 있는 기업형 및 대형 외식업체를 제외한 대부분의 업소들이 생계형 점포의 비중이 높다 보니 체계적인 전문교육을 받고 외식업에 종사하는 경우가 드물어 경영주 및 점포의 경쟁력이 매우 부족하며, 서비스 수준 역시 높지 않은 실정임
  - 한국관광공사가 발행한 2013년 관광불편신고 종합 분석서에 따르면 13가지 관광유형 중 음식점 이용에 따른 불편신고가 전체의 5.6%로 쇼핑, 택시, 여행사, 숙박, 공항 및 항공 다음으로 높게 나타남
  - 특히 음식점 이용 시 세부 불편 내용을 보면 '서비스 불량'이 전체의 31%로, 부당요금 청구(31%)와 함께 1위를 차지했을 정도로 음식점의 서비스 수준이 매우 미약한 것으로 나타남
    - 서비스 불량 관련 내용은 음식점 직원이 불친절하게 응대하고 잘못을 지적해도 무성의하게 대응하여 불쾌감을 느낀 경우, 외국인에게 부적합한 메뉴라거나 1인은 판매하지 않는다는 이유 등으로 음식 판매를 하지 않으려는 경우, 고객의 주문 내용에 대해 한숨을 쉬는 등 무시하는 태도를 보인 경우, 주문한 메뉴가 하나씩 지나치게 천천히 나와서 식사에 불편을 겪은 경우, 중국인 여행객임을 확인하고 음식 판매를 거절하는 등 국적에 따른 차별을 하는 경우 등으로 나타남
  - 이처럼 음식점의 서비스 부재는 고객의 만족도 저하로 인해 재방문을 저해하는 등 결과적

으로 음식점의 경쟁력 및 영업력을 약화시키는 주요인으로 작용하고 있으며, 외국인 관광객들에게는 단지 해당 음식점 뿐 아니라 한국에 대한 국가 브랜드 이미지 저하와 함께 관광산업 등 이들과 연계된 타 산업으로까지 악영향을 끼치는 요인으로 작용함

- 이에 따라 2011년 외식산업진흥을 골자로 한 외식산업진흥법이 제정되었으며, 외식 프랜차이즈 산업 육성을 위한 가맹사업 거래의 공정화를 위한 법률·가맹사업 진흥을 위한 법률, 원산지 표시제도 시행에 따른 위생·식재료 이력 추적강화 등 산업 육성 및 체질강화를 위한 법률 및 제도의 제정·개정을 통해 산업의 발전을 도모하고 있음. 그러나 지속적인 외식산업 관련법과 제도의 제정·개정에도 불구하고 외식업체의 효율성 및 경쟁력 강화, 선진화를 위해서는 아직까지 일부 제도의 개선 및 새로운 법과 제도의 제정이 필요함
  - 준비되지 않은 창업 및 체계적인 교육의 미비로 인한 휴폐업율 증가 및 경쟁력 부재, 육성 보다는 단속 및 규제 중심의 각종 외식 관련 제도들로 인한 외식업 운영의 고충이 더욱 가중되고 있음
  - 즉, 외식업체의 양적 성장 뿐 아니라 질적 측면에서의 경쟁력을 높이기 위해서는 시장진입(창업) 초기부터 운영에 이르기 까지 적용되는 다양한 제도에 대한 실효성 분석과 함께 이를 바탕으로 한 법 제정·개정이 이루어 져야 함
  - 뿐만 아니라 2011년 제정된 외식산업진흥법에 대한 항목별 분석 및 추가 신설 조항을 도출하는 등 시대에 맞지 않는 규제의 철폐와 외식산업 진흥 및 육성이라는 대 전제에 부합할 수 있는 법률 및 하위법령에 대한 전반적인 정비가 이루어 져야 함

## 2) 연구의 필요성

- 2014년 국민 행복을 여는 新식품정책은 바른 먹거리, 건강한 국민, 산업의 도약을 비전으로, 국민 식생활 및 영양 개선, 농식품 품질관리 및 안전관리, 국산 농산물의 수요 확대, 식품산업의 글로벌 경쟁력 제고, 외식산업 선진화 및 한식의 진흥, 정책 추진기반 조성 등이 포함되나 있음.
- 외식산업의 발전을 도모하기 위해서는 업계의 노력과 함께 적극적이고 체계적인 정부의 육성 및 지원 정책이 무엇보다 중요함. 특히 정부 차원에서의 효과적인 발전 방안 수립을 위해서는 외식산업의 현황 및 문제점을 정확히 분석해야 하며, 이를 바탕으로 실질적인 효과를 창출할 수 있도록 각 부문별 세부적이고 구체적인 육성방안을 마련해야 함
- 외식업체의 경쟁력을 나타내는 외식서비스 만족도는 현재 65% 수준으로 이를 개선하기 위해

서는 우선, 외식업체 운영 및 서비스를 직접적으로 제공하고 있는 외식업체 경영주 및 종사자들의 고객 중심의 서비스 제공에 대한 의식개선이 필요함. 외식서비스헌장을 제정하여 민간차원이 자발적 참여를 통한 외식서비스문화를 확산시키고, 외식서비스 인증제 도입을 통해 외식서비스문화를 정착시키는 것이 필요함

- 이러한 정부와 민간차원의 외식서비스문화 확산 및 정착 노력에 대한 효과를 증대시키기 위해서는 산업 환경 및 지원 방향의 변화에 따른 외식산업진흥법 개정이 이루어져야 함. 산업성장 속도 및 방향에 맞춰 법령 및 시행령, 시행규칙을 개정함으로써 외식산업의 양적 성장과 질적 성장이 함께 도모할 수 있으며, 외식산업의 체계화, 시스템화, 선진화, 글로벌화가 될 수 있는 토대를 마련할 수 있음

## 2. 연구 목적

### 1) 연구 목적

- 외식서비스 수준 진단을 통해 서비스 현장 및 인증제 도입·서비스 향상 방안을 마련하고, 외식산업 진흥·육성을 위한 관계법령을 정비함으로써 국내 외식산업의 선진화, 시스템화, 현대화를 통한 양적·질적 동반 성장 및 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있는 기틀을 마련하고자 함
  
- 본 연구의 세부목표
  - 외식산업 진흥정책의 실효성 제고를 위한 업종별·업태별·규모에 따른 대상 제시
  - 경영자 및 종사자의 서비스 관련 교육실적, 서비스 마인드, 소비자 만족도 등 국내 외식업체의 업종별·업태별 서비스 수준 조사
  - 국내외 외식산업 서비스 관련 제도 운영 현황 및 타 산업 중 외식산업에 접목 가능한 서비스 관련 제도 조사
  - 외식산업 서비스 현장 및 인증제 도입 방안 마련
  - 외식산업진흥법, 각종 지정제도 등 외식관계 법령 개정 방안 수립

### 3. 연구 내용 및 방법

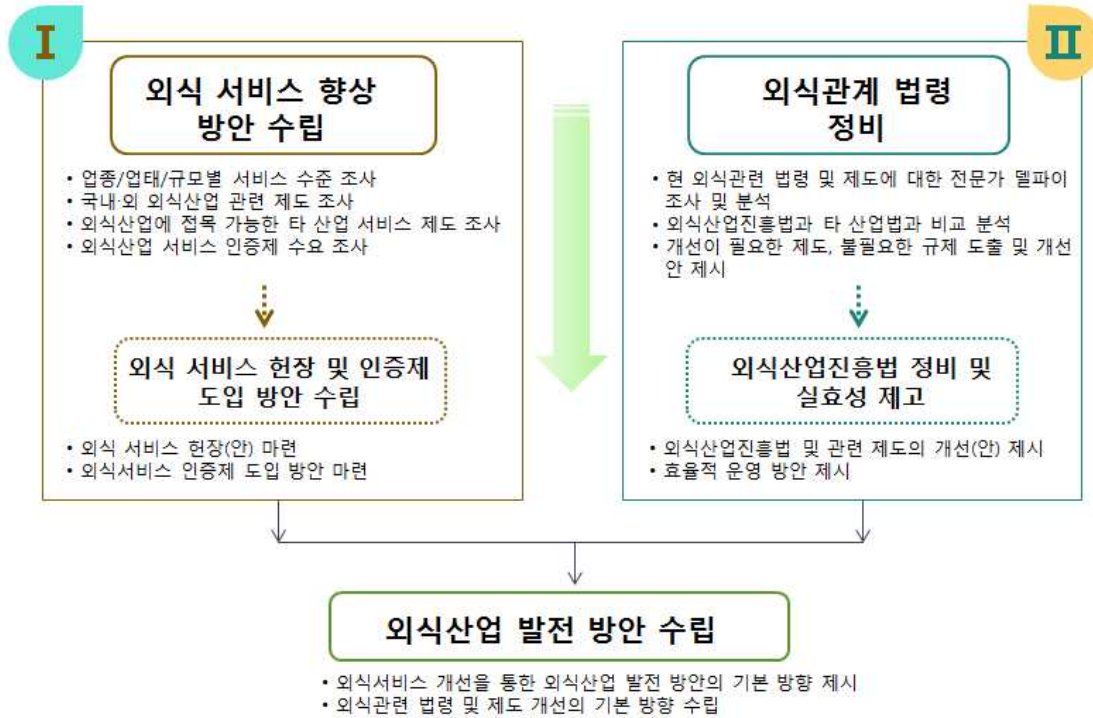
#### 1) 주요 연구 내용 및 방법

- 외식산업 진흥 대상 범위 설정
  - 외식서비스 대상 및 범위 설정
  - 외식서비스 정의 및 인증평가 범위 설정
  - 방법 - 문헌조사, 외식업체 이용 일반 소비자 설문조사(개방형), 외식관련 전문가 델파이 조사 및 개별 인터뷰
  
- 국내외 외식산업 서비스 관련 제도 운영현황 및 타 산업 중 외식산업에 접목 가능한 서비스 관련제도 검토 및 제안 (FGI 등)
  - 국내 외식관련 인증제도 조사
  - 외식산업에 접목 가능한 타 산업의 서비스 관련 제도 조사
  - 해외 외식관련 인증제도 조사
  - 현 외식산업 서비스 관련 제도의 문제점 및 개선 방향 도출
  - 방법 - 각종 문헌 및 관련 기관 웹사이트 조사, 관련 기관 관계자 및 인증업체 관계자 인터뷰
  
- 국내 외식업체의 업종별, 업태별 서비스 수준 조사 (표본조사)
  - 경영주/종사자의 서비스 마인드 및 인식 조사
  - 규모별, 업종별, 업태별 서비스 교육 실시여부 및 방법, 교육내용, 실효성 등 조사
  - 외식업체 이용 소비자들의 선택속성 및 서비스 만족도, 고객접점별 서비스 중요도 등 조사
  - 방법 - 경영주 및 종사자, 외식업체 이용 일반 소비자 설문조사
  
- 외식산업 서비스 현장 및 인증제 도입방안 마련
  - 외식서비스 인증제도 도입에 대한 인식 조사
  - 국내 주요 산업의 서비스 현장 현황 조사
  - 외식서비스현장(안) 마련
  - 외식서비스 인증제 도입 방안 마련
  - 방법 - 자료 및 문헌 조사, 관련 웹사이트 조사, 일반 소비자 및 업체 종사자 설문조사, 외식관련 전문가 델파이 및 개별 인터뷰
  
- 외식산업 진흥·육성을 위한 외식산업 진흥법 개정(안) 및 시행령·시행규칙 제안
  - 현 외식관련 법령 및 제도에 대한 외식업계·학계 니즈 조사
  - 외식산업 진흥법의 항목별 실효성 검토 및 개정(안) 도출



- 식품산업 등 주요 산업의 법률·법령과의 비교 분석을 통한 시사점 도출
- 외식서비스 인증제를 포함하여 법령상 추가되어야 할 신설조항 검토
- 방법 - 문헌 조사, 관련 웹사이트 조사, 외식관련 전문가 델파이 조사, 주요업계 관계자 회의 및 FGI

## 4 연구 추진 체계



〈그림 1-1〉 연구추진체계

## II. 외식 서비스 진단을 통한 외식산업 발전 방안

### 1. '외식서비스' 의 용어 정의 및 범위 설정

#### 1) 서비스 정의

서비스라는 용어는 흔히 우리가 일상생활에서 쉽게 사용하고 있으며 그 쓰임새에 따라 의미가 다르게 사용됨. 서비스에 대하여 학문적으로 명확하게 정의한다는 것은 상당히 어려운 문제 중의 하나이며, 학자들 사이에서도 다양한 견해 차이를 보이고 있음. 서비스라는 용어는 모든 분야에서 다양한 의미와 용도로서 사용되고 있을 뿐만이 아니라, 유형의 제품과 무형의 서비스를 명확히 구분할 수 있는 공통된 정의를 개발한다는 것도 어렵고, 그에 대한 정의 자체가 어려움. 일반적으로 서비스는 눈으로 확인이 가능하고 만질 수 있는 유형재인 재화와 대비되는 개념이라고 일컬어져 왔음.

서비스(service)의 어원은 'servus(노예)'라는 단어에서 생성되었으며 그 의미는 '노예가 주인에게 충성한다'라는 의미에서 출발했음. 이후 점차 상대를 위한 봉사를 의미하게 되었고, 현대에 이르러 복합적 개념의 의미로 사용되고 있음. 현대적 의미의 서비스는 '한편에서 상대방에게 소유권의 이전 없이 제공하는 무형적인 효용이나 활동을 통하여 상대방에게 만족과 기쁨을 주는 유형적, 무형적 행위'라고 정의할 수 있음.

우리나라 사전에는 서비스를 봉사(奉仕)와 접대(接待)의 의미로써 개인적으로 다른 사람을 위하여 여러 가지 시중드는 일, 또는 가게 등에서 값을 싸게 팔거나 경품으로 주는 물건, 또는 물질적 생산 과정 이외에 작용하는 노동의 총칭이라 하여 타인을 위한 인적(人的)서비스와 봉사, 접대행위로 규정하고 있음. 미국 마케팅협회(American Marketing Association : AMA)는 서비스란 '판매를 위하여 제공되는 또는 상품의 판매와의 관계에서 준비되는 제반 활동, 편익, 만족'으로 정의하였고, 베숨(Bessom, 1973)은 '서비스는 판매를 목적으로 제공되는 가치있는 편익이나 만족을 주는 모든 행위', 즉 '소비자가 스스로 수행하지 않기로 선택한 행위'임을 강조함. 주란(Juran, 1974)은 '서비스란 타인을 위하여 행하는 업무'라 정의했고, 블로이스(Blois, 1974)는 '서비스란 물체의 형태에 물리적인 변화를 일으키지 않고 편익과 만족을 가져다 주고 판매에 제공되는 활동'이라 하였음. 코틀러(Kotler, 1991)는 서비스를 '본질적으로 무형이며 소유권의 이동 없이 타인에게 제공되는 행위 또는 만족'이라고 하였고, 이순룡(1997)은 서비스를 '사용하는 사람들의 편익과 만족을 위하여 서비스를 제공하는 자가 자신 또는 다른 서비스적 자원을 이용하는 과정과 노력과 행동의 수행'이라고 하였음. 이외에도 많은 선행 연구자들이 다음 <표 2-1>와 같이 서비스를 정의함.

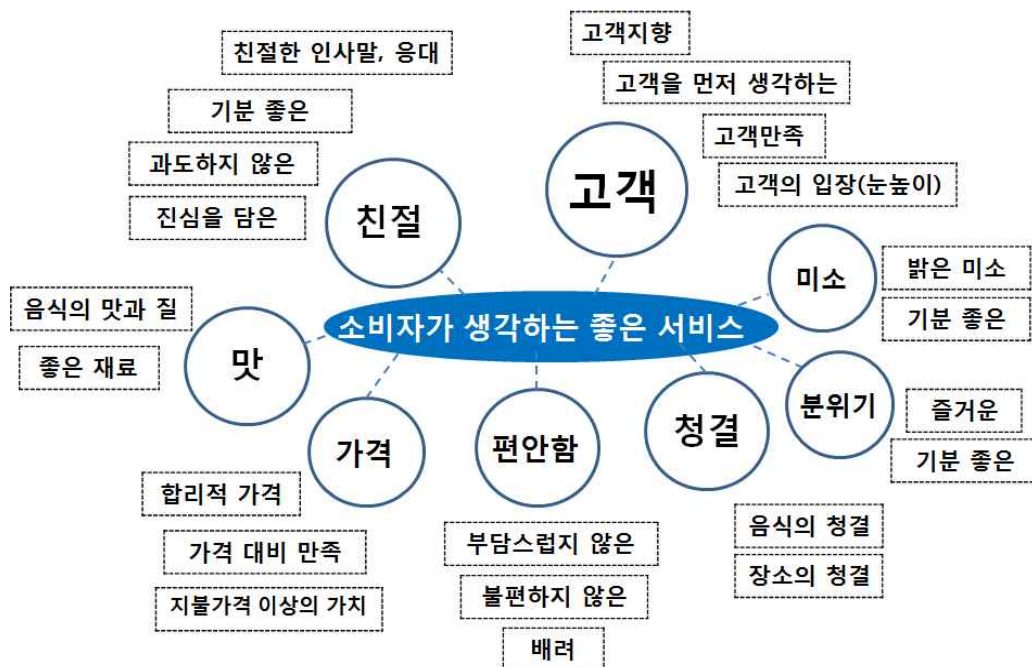
〈표 2-1〉 서비스에 대한 정의

| 학자                                | 정의  | 비고              |
|-----------------------------------|---|-----------------|
| AMA(1960)                         | 판매를 목적으로 제공하거나 혹은 제품판매에 수반하여 제공하는 행위, 편익, 만족  | 대고객 서비스라 함      |
| Bessom(1973)                      | 판매를 목적으로 제공되는 가치 있는 편익이나 만족을 주는 모든 행위, 즉 소비자가 스스로 수행하지 않기로 선택한 행위임  |                 |
| Juran(1974)                       | 타인을 위하여 행하는 업무  |                 |
| Blois, K. J.(1974)                | 제품의 형태에 물리적 변화를 초래하지 않으며 판매를 목적으로 제공되는 편익과 만족을 산출하는 행위  |                 |
| Shostack G. L (1977)              | 서비스는 무형재가 아니며 무형재로 판매되지도 않는다는 반론을 제기하기도 하였는데, 무형성은 하나의 속성일 뿐 서비스 자체의 본질이 아니라는 주장  |                 |
| Berry (1980)                      | 물리적으로 소유가 불가능한 행위나 일의 수행 또는 어떤 노력을 포함하고 있는 무형의 제품   |                 |
| Stanton (1984)                    | 고객의 요구를 충족시키는 무형의 활동으로서 유형적 재화 또는 다른 서비스의 판매와 연결되지 않고도 독립적으로 인식될 수 있는 것   |                 |
| Kotler (1984)                     | 상대자에게 무형적이고 소유권 이전이 없는 행위나 편익의 제공, 유형재와 결부될 수도, 안 될 수도 있음   | 공공적, 대고객 서비스 포함 |
| Quinn, Baruch, & Paquette (1987)  | 생산된 시간에 소비가 이루어지며, 편의성, 즐거움, 적시성, 안락함 혹은 건강 등과 같이 최초 구매자에게 본질적으로 무형적인 관심사의 형태로 부가가치를 제공하는 모든 경제 활동                          |                 |
| Gröroos (1990)                    | 어느 정도 무형성을 가지는 특정 행동 혹은 일련의 행동으로 대개 고객이 가진 문제의 해결을 위해 고객과 종업원 및 물적 자원, 혹은 서비스 제공자의 재화 및 시스템 사이의 상호 작용에 의해 발생                |                 |
| Kotler (1991)                     | 본질적으로 무형의 특성을 지니고 어느 한쪽이 다른 쪽에게 제공 하지만, 어느 쪽의 장소로도 귀결되지 않는 행위나 성과   |                 |
| Fitzsimmons (1995)                | 사용자가 공동 생산자의 역할을 수행하면서 사용자에게 이루어지는 시간-소멸적이고 무형적인 경험   |                 |
| Zeithaml & Bitner (1996)          | 서비스의 특성은 행위와 프로세스 그리고 성과 측면으로 이루어져 있음   |                 |
| 이순룡(1997)                         | 사용하는 사람들의 편익과 만족을 위하여 서비스를 제공하는 자가 자신 또는 다른 서비스적 자원을 이용하는 과정과 노력과 행동의 수행  |                 |
| Zeithaml, Bitner & Gremler (2008) | 일반적으로 생산과 동시에 소비되고, 최초 구매자에게 기본적으로 무형의 형태(예, 편안함, 즐거움, 적시성, 안락함 또는 건강)로 부가된 가치를 제공하며, 물리적 제품이나 건설과 같은 성과로 나타나지 않는 모든 경제적 활동 |                 |

## 2) 외식 서비스 정의

위의 서비스의 정의를 토대로 하여 외식기업의 서비스를 정리해보면, 다음의 3가지로 정리할 수 있음. 첫째, 서비스의 기능적인 측면과 관련하여 ‘외식기업 매출 증대에 기여하기 위한 종사원의 행위나 태도로 고객서비스에 최선을 다하는 태도, 즉 고객을 배려하는 마음’, 둘째, 비즈니스 측면과 관련하여 ‘외식기업의 메뉴 판매, 서비스 제공 등을 통하여 외식고객의 요구와 욕구를 만족함으로써 가치를 낚는 지식과 행위의 총체’, 셋째, 구조적인 측면과 관련하여 ‘외식기업이 기업 활동을 함에 있어서 외식고객의 요구에 맞춰 소유권의 이전 없이 제공하는 상품적 의미, 즉 무형의 행위 또는 편익의 일체’라고 정리할 수 있음. 외식에서의 서비스는 음식이 고객에게 제공되는데 포함되는 모든 과정을 의미하며 고객의 만족에 지대한 영향을 미치므로 점포 운영에 있어서 중요한 요소라고 할 수 있음.

외식업체의 고객인 소비자들이 생각하는 ‘좋은 서비스’의 키워드는 고객, 친절, 맛, 청결, 가격, 편안함, 분위기, 미소로 나타났다. 고객의 입장에서 생각하는 서비스, 고객을 먼저 생각하는 서비스, 고객을 만족시키는 서비스 등 고객 중심의 서비스를 좋은 서비스라고 한 소비자들이 가장 많았으나 고객 만족을 위해서는 친절한 서비스 뿐 아니라 음식의 품질과 분위기, 청결, 가격 등 고객들이 인식할 수 있는 모든 분야가 서비스에 포함된다는 것을 알 수 있음.



〈그림 2-1〉 일반 소비자들이 생각하는 좋은 외식서비스 스키마

외식 관련 학계·업계·소비자계 전문가들이 생각하는 외식 서비스 정의에 대한 키워드를 살펴보면 ‘고객 만족’ ‘고객 편익’ ‘모든 활동 및 과정’으로 나타남. 이 외에도 ‘고객 감동’ ‘경쟁력 강화’ ‘차별화된 행위’ ‘휴식·건강·힐링’ ‘부가가치 창출’ 같이 단순한 고객 만족을 넘어서는 요소들에 대한 용어를 사용한 정의를 찾아볼 수 있음. 전문가들이 생각하는 외식 서비스에 대한 정의를 분석하면 <표 2-2>와 같음

<표 2-2> 델파이를 통해 수집된 외식서비스에 대한 정의

| 구분    | 서비스 정의  | Keywords                  |
|-------|---|---------------------------|
| 전문가2  | 외식업소에서 <u>고객의 만족스러운 외식경험을 얻을 수 있도록 하기 위하여 모든 조직적 차원에서 행해지는 시간적 전개 안에서 이루어지는 경제적 활동임</u>   | 고객 만족, 시간적 전개 과정          |
| 전문가5  | 판매목적으로 가정외의 장소에서 마련된 식품이나 음료 등을 고객에게 제공하는 서비스를 통하여 고객에게 상품, 서비스 및 <u>고객만족을 가져다 줄 수 있는 모든 활동</u>   | 고객만족, 모든 활동               |
| 전문가7  | '외식'이란 가정에서 취사를 통하여 음식을 마련하지 아니하고 음식점 등에서 음식을 구매하여 이루어지는 식사형태를 말함. 따라서 외식서비스란 외식이 이루어지는 업체에서 판매 목적으로 제공되거나 <u>상품의 판매와 관련하여 제공되는 제반 활동, 편익, 만족을 의미함.</u>   | 상품 판매, 모든 활동, 편익, 만족      |
| 전문가8  | 레스토랑에서 판매를 목적으로 고객들에게 제공되는 음식 및 시간 소멸적, 무형적인 인적 서비스, 물리적 환경을 모두 포함하며, <u>고객 만족을 위해 기억에 오래 남을 고객경험을 창출하는 모든 활동 및 과정이 곧 외식서비스이며 외식서비스상품임</u>  | 고객만족, 기억에 남는 고객 경험, 모든 활동 |
| 전문가9  | 소비자에게 안전한 유무형의 외식상품과 서비스를 제공하고, 우수 식재료를 선별, 가공, 공급하여 그 소비를 확대시키며, 더 나아가 외식산업의 경쟁력을 강화시키는 먹거리와 관련된 일련의 <u>모든 외식 관계지향적 과정, 행동, 활동</u> 이라고 할 수 있다.   | 먹거리와 관련된 모든 관계지향적 과정, 활동  |
| 전문가12 | 외식이란 가정 외의 다른 장소에서 음식을 제공하는 일련의 행위를 말하며, 외식서비스란 가정 외의 다른 장소에서 고객에게 음식을 판매하기 위하여 제공되는 제반 활동, 즉 식사할 수 있는 장소 및 시설의 제공, 식재료를 조리하는 행위, 음식을 서브하는 행위 등을 통하여 <u>고객에게 음식 및 서비스를 제공하는 모든 일련의 활동 및 과정을 의미한다.</u> | 고객에게 행해지는 모든 활동 및 과정      |
| 전문가13 | 외식 서비스란 단순 음식을 판매 하는 활동이 아닌 외식 문화를 전달하고 <u>지속시키는 전 과정</u> 이라고 말할 수 있다. 외식문화라 함은 업체가 가지고 있는 특화된 음식의 고유성과 그 <u>음식의 가치를 높이는 장소와 인적서비스의 노력이 동시에 적용 되는 복합적인 활동</u> 이라고 할 수 있을 것이다.                         | 음식의 가치를 높이는 복합적인 활동       |

| 구분    | 서비스 정의  | Keywords                            |
|-------|---|-------------------------------------|
| 전문가15 | 외식서비스는 <u>외식업소에서 고객을 상대로 행하는 모든 활동으로, 매장 입구에서의 환대부터</u> 고객을 기분 좋게 만드는 미소, 배려 등 눈에 보이지 않는 고객에 대한 관심을 비롯해 <u>음식의 제공, 식사를 편안하게 할 수 있는 환경, 기타 제반 편의시설을</u> 갖추는 유형의 서비스를 포함한 모든 것. | 고객에게 행하는 모든 활동                      |
| 전문가16 | 소비자 즉, <u>고객이 경험하는 유·무형의 모든 경험상품.</u> 경영주 및 종사원 등 서비스를 생산하고 제공하는 경영주 및 종사원의 인적 서비스와 브랜드 이미지, 스토리 등의 무형적인 서비스와 더불어, 인테리어 등의 물리적 환경에서 체감할 수 있는 유형적 서비스를 통틀어 외식 서비스라 정의할 수 있다.   | 고객이 경험하는 유·무형의 모든 경험                |
| 전문가17 | 외식업에서의 서비스정의는 <u>상품력, 점포력, 인간력을 통해 고객을 감동 내지는 만족시키는 차별화된 행위</u> 이면서 기본적인 행위라고 생각합니다.  | 고객 만족, 고객 감동                        |
| 전문가24 | 식사로 제공되는 유형물과 이에 수반되는 <u>모든 유·무형의 서비스 행위를 포함하여</u> 고객에게 제공되는 편의와 만족의 크기이다   | 유·무형의 모든 행위, 고객에게 제공되는 편의, 만족       |
| 전문가25 | 고객만족은 상품만 제공해서 가능한 것이 아니라 상품과 서비스를 동시에 제공할 때 고객은 만족감을 느끼게 된다. 따라서 외식서비스도 그런 맥락에서 본다면 '양질의 식음료를 제공하는 것을 넘어서 <u>고객이 보다 건강해지고 행복감과 휴식을 취할 수 있는 제반활동</u> '을 외식서비스라고 할 수 있다        | 고객의 만족, 건강, 행복, 휴식을 위한 제반활동(상품,서비스) |

위의 문헌조사 및 일반 소비자 및 외식관련 전문가들의 의견을 종합해 보았을 때, 외식 서비스란 “가정 이외의 장소에서 판매목적으로 식품이나 음료 등을 고객에게 제공하는 과정 중 고객만족을 위해 이루어지는 모든 활동”이라고 할 수 있음. 외식산업진흥법에서 외식산업은 ‘외식상품의 기획, 개발, 생산, 유통, 소비, 수출, 수입, 가맹사업 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업’으로 정의하고 있고, 식품까지도 포함시켜야 한다는 전문가들의 의견도 있음. 그러나 외식 서비스 인증제 도입을 위한 적정 범위를 감안한 정의를 생각해 보면, 가정 이외의 장소라기보다 식음을 판매하는 음식점이라는 대상에 대한 협의의 개념이 포함되어야 할 것으로 판단되며, 외식서비스를 나타내는 활동에 대한 구체적 정의가 필요함. 이에 본 연구에서 외식 서비스란 “식음을 판매하는 음식점에서 고객이 접하게 되는 경험요소 즉, 서비스 상품, 서비스 환경, 서비스 전달과정을 말하며 이러한 외식서비스 품질 제고를 위한 운영 시스템을 포함한다.”로 정의하고자 함.

### 3) 외식서비스 품질 관련 선행연구

유형의 재화와는 달리 객관적인 품질의 평가가 어려운 서비스는 소위 소비자에 의해 ‘지각된 서비스품질(perceived service quality)’이라는 의미로 정의되었음. 서비스 품질은 서비스부문에서 광범위하게 연구되고 논의되고 있는 대표적인 개념으로 서비스 제공기관이나 그 제공되는 서비스의 상대적인 우수성/열등성에 대한 전반적인 인상으로 정의되고 있음.

학계에서는 1990년대 들어오면서 외식서비스에 대해 관심을 가지기 시작하였으며, 초기에는 주로 소비자 의사결정을 중심으로 외식산업 선택속성에 대한 연구가 진행되다가 이후 서비스품질 개념이 도입되면서 이에 대한 연구가 본격적으로 시작되어 최근까지 다양한 연구가 실시되고 있음.

#### (1) 서비스 품질 모델

서비스 품질과 관련된 연구는 PZB의 SERVQUAL모형을 중심으로 학자들 간에 논란이 이루어지면서 발전해 오고 있음. SERVQUAL모델에 의하면 서비스품질은 기대된 서비스(기대)와 지각된 서비스(성과)의 비교이고, 서비스 품질의 평가는 결과뿐만 아니라 서비스 제공 과정의 평가에서 이루어지며, 특히 서비스 제공자와 고객 간의 상호작용이 품질평가에 있어서 중요시되어야 한다고 함. PZB는 Gronroos의 연구를 기초로 하여 보다 세부적으로 서비스품질의 구성요인을 신뢰성, 반응성, 능력, 접근성, 예절, 의사소통, 신용도, 안정성, 고객의 이해, 유형성 등 10가지 차원을 22개 항목으로 제시했고, 이러한 10가지 구성 요인에 대한 기대된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정하는 것으로 제시하였음. 그 후 1988년에 실증적인 타당성과 척도의 개발을 통하여 5가지로 구성 요인을 축소하였음. Cronin & Taylor(1992)는 SERVQUAL모델의 성과-기대 차이 중 기대수준에 대한 측정 문제를 제기하면서 서비스 품질=성과라는 SERVPERF 모델을 제시하여 SERVQUAL이나 중요도를 고려한 가중 SERVQUAL보다 더 서비스 품질을 설명하는데 적절한 모델임을 주장함. SERVQUAL의 5가지 품질 차원이 지나치게 과정 품질에 초점을 맞추고 있다거나 과정 품질과 결과 품질이 모호하게 섞여 있는 차원들이 존재한다는 점이 지적되면서 Gronroos(1984)의 관점을 재평가 한 Rust & Oliver(1994)는 서비스 상품, 서비스 전달, 서비스 환경으로 서비스 품질 차원을 제안하였고, Brandy & Cronin(2001)은 Rust & Oliver(1994)의 3차원 모델과 Dabholkar, Thorpe, Rents (1996)의 The Multilevel Model을 받아들여 상호작용 품질(interaction quality), 물리적 환경 품질(physical environment quality), 결과품질(outcome quality)로 구성된 3차원 모델을 개발함. 손일락(1996), 조선배(2001), 라선아(2005)의 연구는 서비스 품질 측정에서 3차원 모델을 기초하였고, 특히 외식서비스품질 척도 개발과 관련된 김상호(2009)의 연구와 레스토랑의 서비스 방식, 서비스 수준, 가격을 기준으로 레스토랑을 분류하여 실증 연구한 김광지(2012)의 레스토랑 서비스품질 척도 개발 연구도 3차원 모델을 기초로 하여 이루어졌음. 이유재, 라선아(2011)의 연구에서는



SERVQUAL모형, Gronroos모형, 3차원 품질모형을 비교한 결과, SERVQUAL 5차원 모형은 과 정품질만을 측정하고 있다는 문제점을 지적하였음. SERVQUAL 모형보다는 2차원 모형의 타당성이 높고, 2차원 모형보다는 3차원 품질모형이 서비스품질을 설명하는데 더 적합한 모형임을 증명함.

〈표 2-3〉 서비스 품질 모델

| 연구자                             | 서비스 품질 모델                          |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Gronroos (1984)                 | 2차원 모델(기술적 품질(결과), 기능적 품질(과정))     |
| PZB (1985)                      | SERVQUAL(10개 차원, 서비스품질=성과-기대)      |
| PZB (1988)                      | SERVQUAL(5개 차원, 22개 항목)            |
| Cronin & Taylor (1992)          | SERVPERF(서비스품질=성과)                 |
| Rust & Oliver (1994)            | 3차원 모델(서비스 상품, 서비스 전달, 서비스 환경)     |
| Steavens et. al. (1995)         | DINESERV(초기 서브퀵을 기본으로 29개 항목으로 축소) |
| Dabholkar, Thorpe, Rents (1996) | The Multilevel Model               |
| Brady & Cronin(2001)            | 3차원 모델(상호작용 품질, 물리적 환경 품질, 결과 품질)  |

## (2) 국외 외식서비스품질 구성요소에 대한 선행연구

Shroeder(1984)은 신문이나 잡지에 레스토랑에 대한 비평문을 쓰는 작가들이 자신이 방문한 레스토랑을 평가하는 기준으로 사용하는 것들에는 음식의 질, 서비스의 질, 분위기, 가격, 메뉴의 다양성, 위생, 건물의 외양, 음식의 영향 및 양 등 9가지로 구분하여 제시하였음. Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1985)는 Gronroos의 연구를 기초로 하여 보다 세부적으로 서비스품질의 구성요인을 신뢰성, 반응성, 능력, 접근성, 예절, 의사소통, 신용도, 안정성, 고객의 이해, 유형성 등 10가지 차원을 22개 항목으로 제시했고, 이러한 10가지 구성 요인에 대한 기대된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정하는 것으로 제시하였음. 그 후 1988년에 그들은 실증적인 타당성과 척도의 개발을 통하여 5가지로 구성 요인을 축소하였음. Swinyard와 Struman(1986)은 레스토랑의 서비스 품질을 측정하기 위해 SERVQUAL의 기본적인 문항 외에 가격, 위치, 분위기, 친절, 신속한 서비스와 같은 요소뿐만 아니라 다양한 음식과 가족전체가 어울릴 수 있는 분위기 등에 대한 속성을 고려해야 한다고 주장하였음. Croin와 Tatlor(1992)는 SERVQUAL 모형의 경우 서비스에 있어서 기대수준과 인지하는 서비스 수준을 동시에, 동일한 응답지를 통해 측정함으로써 서비스 경험 후, 서비스 수준을 결정하게 되는 오류가 발생할 수 있다고 하였음. 그리하여 SERVQUAL에서 사용된 5개 차원의 22개 문항에 대해 SERVPERF와 SERVQUAL의 우수성을 비교하는 실증연구를 수행하였음. 연구결과 SERVQUAL은 연구대상이 된 4가지 산업(은행, 해충퇴치, 세탁소, 패스트푸드) 중 2가지 산업(은행, 패스트푸드)에서만 적합하게 나타났으나 SERVPERF는 4가지 산업에서 모두 적합한 것으로 나타나 SERVPERF의

우수성을 입증하였음. Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1994)는 5개의 서비스 기업에 대한 응답자들의 의견조사결과를 토대로 수정된 SERVQUAL을 제시함. 초기 SERVQUAL의 당위적 표현이 너무 높은 기대수준을 야기시킬 수 있어 표현을 수정하였고, 부정적인 표현들을 긍정적인 표현으로 변경하였으며 일부 진술의 표현을 수정함. Lee와 Hing(1995)은 연구에서 레스토랑을 이용하는 고객들이 그 레스토랑의 질을 평가하고 어떻게 최상의 품질로 개선시킬 수 있는지의 기준에 대하여 품질을 비교, 측정하는 데 있어 SERVQUAL의 적용과 유효성을 평가하였으며, 레스토랑의 외식품질 중 서비스관련 요소로서 시설 및 종사원의 태도와 행동과 관련되는 16개 측정항목을 제시하였음. Puzzo(1997)는 외식품질에 대해 서비스 수준, 레스토랑의 분위기, 청결성, 접근용이성, 음식의 질, 메뉴의 다양성, 가격의 가치성을 제시함. 이상의 연구에서 사용된 외식서비스품질 측정항목을 살펴보면 다음과 같음

〈표 2-4〉 국외 선행연구의 외식서비스품질 측정항목

| 연구자   | 측정항목  |
|---|---|
| Shroeder<br>(1984)                          | 음식의질, 서비스의 질, 분위기, 가격, 메뉴의 다양성, 위생, 건물의 외양, 음식의 영향 및 양  |
| Parasuraman &<br>Zeithaml & Berry<br>(1985) | 신뢰성(약속의 이행, 기록의 정확성), 반응성(서비스의 신속한 전달, 신속한 업무처리), 능력(종업원의 풍부한 기술적인 능력), 접근성(편리한 위치, 편리한 영업시간), 예절(종업원의 말씨와 태도), 의사소통(비용, 서비스 제공방법, 문제점 처리방법), 신용도, 안정성(물리적인 안전, 재무적인 안전, 기밀보장), 고객의 이해(개별적인 관심, 단골손님의 인식), 유형성(시설, 장비, 도구 및 서류)   |
| Swinyard &<br>Struman<br>(1986)             | 친절한 서비스, 신속한 서비스, 편리한 입지, 메뉴의 다양성, 음식의 질, 충분한 식사량   |
| Parasuraman &<br>Zeithaml & Berry<br>(1988) | 유형성(물리적 시설, 장비, 직원의 외모), 신뢰성(약속한 서비스에 대한 정확하고 믿을만한 수행 능력), 반응성(신속한 서비스를 제공하고 고객을 도우려는 의도), 확신성(직원의 예의 바른 태도와 지식, 고객에게 믿음을 주는 능력), 공감성(기업이 고객에게 제공하는 배려 및 개별적 관심)  |
| Croin & Taylor<br>(1992)                    | 최근의 기술과 장비, 가시적인 물리적인 설비와 시설, 깨끗하고 정중한 종업원, 서비스를 수행하기 위한 시설, 시기 적절한 서비스, 고객불만에 대처하는 정도, 기업에 대한 신뢰성, 예약과 약속 이행능력, 정확한 기록 유지, 서비스 내용에 대한 설명, 훌륭한 서비스, 고객 서비스에 헌신적인 종업원, 고객요구에 신속한 반응, 고객이 직원에 대한 신뢰성, 종업원의 안전한 업무처리, 예의 바른 종업원, 능숙한 직원과 기업의 지원, 고객에 대한 개인적인 배려, 고객 개인에 대한 관심, 직원의 고객 필요사항 파악, 고객의 관심사항 파악, 이용하기에 편리한 영업시간 |
| Lee &<br>Hing(1995)                         | 현대적 시설, 설비 외관, 종사원의 단정한 서비스와 관련된 제반 자료, 서비스약속시간 준수, 대처능력, 서비스 신속성, 약속시간에 서비스제공, 작은 실수도 없는 완벽함, 서비스제공시간 약속, 종업원의 신속한 서비스, 종업원의 자세, 고객의 요청에 응하는 종업원, 고객에게 확신을 주는 종업원행동, 거래의 안정성, 항상 고객에게 친절한 종업원, 고객의 질문에 대답할 수 있는 종업원의 지식  |

| 연구자              | 측정항목   |
|------------------|--|
| Puzzo(1997)      | 서비스 수준, 레스토랑의 분위기, 청결성, 접근의 용이성, 음식 질, 메뉴의 다양성, 가격의 가치성                                |
| Min & Min (2011) | 음식의 맛, 청결, 서비스 응답시간, 직원의 예의, 운영시간, 안전성, 건강에 좋은 음식, 지하철 출구 또는 주요 도로에서의 접근성, 편의시설, 입소문평가 |
| Oyewole(2013)    | 신선도, 위생, 다양성과 신뢰성, 가격의 가치성, 우수한 직원, 접근성, 빵에 대한 확신, 배려, 다양성 제공, 편안함, 어린이 편의, 오락성        |

### (3) 국내 외식서비스품질 구성요소에 대한 선행연구

국내 외식 서비스 품질에 대한 연구는 서비스 품질 모델 중 수정된 SERVQUAL 모형을 적용하는 경우가 많으나 DINESERV, SERVPERF, 3차원 모델 등 외식분야에 가장 적합한 모델에 대한 연구는 지속적으로 이루어지고 있음.

김상호(2010)는 외식서비스품질 모형의 주요 핵심차원은 물리적 환경품질, 상호작용품질 및 음식 품질의 세 가지로 설정하였으며, 물리적 환경품질은 서비스가 제공되는 배경으로서 물리적 공간의 내외부와 관련되는 요소이며 그 하위 차원으로서 매력성, 청결성 그리고 정보성을 설정함. 상호작용 품질은 서비스 제공 과정에서 종업원과 고객 간의 상호작용과 관련되는 품질로서 하위차원으로는 종업원의 전문성, 공감성 그리고 반응성을 제안함. 음식품질은 외식서비스에서 고객에게 제공되는 본원적 요소인 음식과 관련된 것으로서 음식의 맛이나 질, 메뉴의 다양성 그리고 건강지향성을 고려함. 고영욱(2011)은 외식품질 항목 가운데 외식이용 동기에 관련 요소로 생활의 편리성, 다양한 식생활, 친목, 이벤트를 언급하였고, 메뉴선택속성에 관련 항목으로 음식품질 메뉴구성, 심리적 동기를 이용함. 이근수(2012)는 서비스 품질을 3가지 차원으로 서비스상품(음식의 맛과 품질, 양, 모양, 냄새, 가격), 서비스전달(친절함, 전문성, 청결함, 단정함, 적극성), 서비스 환경(인테리어, 기물 및 비품, 온도 및 습도, 좌석, 접근성)을 기본으로 하였음. 입지별 서비스 품질과 고객만족, 재구매 의도에 관한 김성옥(2012)의 연구에서는 공감성/부가서비스, 신뢰성, 유형성, 확산성, 반응성과 같이 5가지요인으로 분석함. 김경민, 최병창(2012)은 패밀리레스토랑 이용고객의 서비스품질 및 고객만족이 행동의도에 미치는 영향을 분석하는 연구에서 서비스품질 평가요인의 차원을 응대성, 전문성, 친절성, 청결성으로 구성하여 분석함. 김희봉(2013)은 서비스품질의 5개 요인인 유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 공감성에 패밀리 레스토랑의 특성을 고려하여 음식의 질과 위치 및 분위기 그리고 가격 등을 추가하여 연구함. 손일락, 이상희(2014)는 해산물 전문 레스토랑에서의 물리적 환경이 고객이 인지하는 서비스 품질, 만족도, 재방문의도에 미치는 영향을 확인하고자 하는 연구에서 서비스 품질을 음식 맛의 우수, 음식의 다양한 종류, 계절별 음식준비, 종사원의 복장, 종사원의 친절성 등 5개의 문항으로 측정하여 제시함. 박양희(2014)는 패밀리 레스토랑의 서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 대한

연구에서 서비스 품질을 유형성, 신뢰성, 반응성, 혁신성, 공감성 총 5개차원으로 구성하여 제시함. 이상에서 언급한 국내 연구자별 외식서비스품질 측정항목선행을 제시하면 다음의 <표 2-5>와 같음.

<표 2-5> 국내 선행연구의 외식서비스품질 측정항목

| 연구자             | 측정항목  |
|-----------------|---|
| 김상호 (2010)      | 물리환경품질(매력성, 청결성, 정보성), 상호작용품질(전문성, 공감성, 반응성), 음식품질(음식 질, 메뉴다양성, 건강지향성)  |
| 고영옥 (2011)      | 외식이용 동기(생활의 편리성, 다양한 식생활, 친목, 이벤트), 메뉴선택속성(음식품질 메뉴 구성, 심리적 동기)  |
| 이근수 (2012)      | 서비스상품(음식의 맛과 품질, 양, 모양, 냄새, 가격), 서비스전달(친절함, 전문성, 청결함, 단정함, 적극성), 서비스환경(인테리어, 기물 및 비품, 온도 및 습도, 좌석, 접근성)   |
| 김성욱 (2012)      | 공감성/부가서비스(접근 편리성, 자상하고 세심한 관심, 고객의 특이한 요구에도 대처, 전화를 통한 예약 및 상담 편리성, 이용이 편리한 시간대에 영업, 편리한 주차시설, 자세한 메뉴설명, 깨끗한 화장실, 훌륭한 요리의 맛), 신뢰성(고객정보의 철저한 관리, 약속한 시간에 서비스 제공, 약속의 철저한 이행, 재료와 조리방법의 철저한 관리, 대고객 서비스), 유형성(건물외관 및 인테리어, 종업원들의 용모, 청결한 음식점 내부, 고기 굽는 시설의 연기/냄새 처리), 혁신성(한우 사용 보증, 믿을 수 있는 식재료, 정중하고 예의바른 서비스, 확신을 주는 행동), 반응성(음식제공 시간과 내용의 사전 공지, 고객 요구에 대한 즉각적인 응대, 고객을 신속히 도우려는 의지, 신속한 서비스)  |
| 김경민, 최병창 (2012) | 응대성(실수시 대처능력, 종사원 인사자세, 바쁜시점에도 고객정성응대, 고객의 욕구에 대한 이해, 신속한 서비스 제공, 고객을 위한 개별적 관심, 올바른 서비스에 대한 숙지), 전문성(고객 대기시 서비스 제공, 질문에 대한 전문지식, 필요한 정보제공, 고객의 불만 요구사항 신속대처, 식음료 계산 처리), 친절성(고객접점 친절성 및 예의바른 태도, 종사원의 대기자세, 종사원 고객 대할시 표정, 종사원의 말투), 청결성(종사원의 복장상태, 종사원의 청결상태, 종사원의 기타상태)  |
| 김광지(2012)       | 고객과의 접점에서의 결과품질, 상호작용품질, 물리적 환경품질 서비스와 관련된 전반적인 평가와 태도  |
| 김희봉 (2013)      | . 서비스 품질 : 유형성(점포 건물의 간판 및 외관, 점포의 인테리어와 내부시설, 점포의 외형과 외관, 직원들의 옷차림새와 용모), 신뢰성(고객에게 약속한 내용은 제 때에 정확히 수행, 고객문제를 잘 이해하고 성실하게 해결, 고객에게 약속한 것은 꼭 지키려는 의지, 고객에게 약속한 서비스는 정확하게 지킴, 고객자료를 정확하게 기록 및 관리), 반응성(고객에게 대기시간을 정확하게 알려줌, 고객에게 서비스를 신속하게 제공, 항상 고객을 빨리 도우려는 의지, 직원들은 혼잡해도 고객 요구사항에 즉각 응답), 보증성(고객에게 항상 정중하게 예의, 직원들은 고객에게 응대할 충분한 업무지식, 고객에게 확신을 주는 점포, 믿고 식사를 할 수 있는 점포), 공감성(고객에게 세심하고 자상한 관심, 고객이 이용하기 편리한 시간대에 영업, 직원들의 진심어린 최대 관심사는 고객, 직원들은 고객 개개인에게 깊은 관심, 직원들은 고객이 묻는 질문을 잘 이해)<br>. 부가적 품질 : 음식의 질(제공하는 음식의 맛, 제공되는 음식의 양, 좋은 재료로 신선한 음식을 제공, 음식종류가 다양, 제공되는 음식의 위생상태, 제공되는 음식의 모양, 위치 및 분위기(점포는 교통과 접근이 편리한 위치, 점포시설은 청결, 점포의 분위기, 점포는 혼잡, 점포의 주차시설, 점포는 찾기 쉽게 눈에 잘 띌), 가격(음식 가격이 저렴, 서비스에 비하여 가격 저렴, 음식.서비스.점포 분위기 등에 비하여 전반적으로 식사 값이 저렴) |
| 손일락, 이상희 (2014) | 음식 맛의 우수, 음식종류 다양, 계절별 음식 준비, 종사원 용모 및 복장 단정, 종사원의 친절   |

| 연구자                | 측정항목   |
|--------------------|--|
| 이청옥, 고미애<br>(2014) | 메뉴의 다양성, 메뉴의 질, 직원의 서비스 수준, 서비스 제공시간, 매장의 시설과 분위기, 접근성, 위생 및 안전성, 가치   |
| 박양희<br>(2014)      | 유형성(시설 및 장비, 건물의 시각적인 매력, 직원의 유니폼과 용모, 서비스관련 자료 준비), 신뢰성(정확한 약속이행, 정시의 정확한 식음료 제공, 서비스의 정확성, 기록 및 계산의 정확성), 반응성(종업원의 서비스자세, 종업원의 정성, 종업원의 대처능력, 종업원의 자발성), 혁신성(종업원의 친절과 예의, 종업원의 전문지식, 종업원의 신뢰성, 가격의 적정성), 공감성(고객의 이익배려, 단골고객 인식, 고객욕구의 이해, 고객에게 개별적 관심) |

#### (4) 고객 접점 서비스(MOT : Moment of Truth)

서비스 접점이란 서비스 수행과정 중 필연적으로 발생하는 고객과 서비스 기업 또는 서비스 제공자와 접촉하는 모든 순간으로서 고객이 서비스 기업에 대해 잊지 못할 인상을 갖게 되는 매우 중요한 순간임. 외식산업 특성 상, 실제 서비스 접점에서 고객과 서비스 제공자와의 접촉 빈도가 상대적으로 높고, 서비스는 물론 감정적·정서적 교환이 일어나기 때문에 서비스 품질에 대한 인식 즉, 고객만족에 큰 영향을 미침. 그러므로 외식업체에서 통제할 수 있는 서비스 접점 관리가 매우 중요함. 이에 국내에서도 관광(호텔)·외식분야에서 고객접점 또는 서비스 인카운터에 대한 연구가 지속적으로 진행되고 있는 실정임. 서비스 접점에 대한 초기 연구들은 인적요소에 중심으로 이루어졌으나 현재는 서비스 자체, 물리적 환경, 서비스 상호작용, 시스템적 서비스 등 포괄적인 연구가 이루어지고 있음.

〈표 2-6〉 고객접점서비스(MOT)의 선행연구내용

| 연구자                 | 연구내용   |
|---------------------|--|
| 구자안, 권현재, 함봉균(2006) | 호텔 서비스 인카운터에서 물적 서비스, 인적 서비스 모두 고객만족에 유의적 영향을 미침   |
| 조미나(2006)           | 레스토랑 유형에 상관없이 서비스 인카운터 품질 요소 중 음식 품질관리가 가장 중요하게 나타남                                      |
| 전우혁, 박대환, 원철식(2010) | 서비스 접점에서의 서비스 실패는 고객으로 하여금 서비스 회복에 대한 기대감을 갖게 하고, 공정한 서비스 회복은 고객만족과 브랜드 이미지에 긍정적인 영향을 미침 |
| 권기준(2012)           | 서비스 인카운터 요소를 인적·물리적·상호작용 측면 고려, 상호작용은 고객들이 지각하는 서비스 가치에 정의 유의한 영향을 미침                    |
| 안성식, 서명선, 한용준(2012) | 서비스 인카운터에서의 인지적 반응 요소인 서비스 품질이 고객 감정에 긍정적인 영향을 미침  |
| 정은유(2012)           | 고객이 서비스를 경험하는 과정에서 서비스 제공자와의 상호작용에 중점을 둠   |
| 김지희, 한진수(2014)      | 서비스 접점 차원을 서비스 자체, 서비스의 물리적 환경, 서비스의 상호작용 구성   |
| 최영환(2014)           | 고객접점 서비스 역량 중 개인적 차원의 업무적응역량보다는 업무수행·대인관계·실무 학습 역량이 고객만족에 더 유의적인 영향을 미침                  |

## 2. 국내외 관련 인증제도

### 1) 국내 외식관련 인증제도

국내 외식서비스 인증 사례로 ‘모범업소’, ‘관광식당’, ‘자랑스러운 한국음식점’, ‘음식점 위생등급제’를 살펴봄. ‘모범업소’ 제도를 비롯해 한국관광협회중앙회의 ‘관광식당’, 서울시의 ‘자랑스러운 한국음식점’, ‘음식점 위생등급제’ 등 정부부처가 인증기관이 되어 직접 심사업무를 하거나 위탁하는 형태로 운영되고 있음. 각 지자체 및 기관에서 선정하는 각종 음식점 인증제도는 취지에 맞게 위생 등 각종 시설, 종사원의 위생 및 친절도, 서비스, 음식의 맛 등의 기준에 따라 음식점을 평가하고 있으며, 경우에 따라 운영자금 융자 및 물품·기구지원, 홍보 등 각종 혜택을 제공하고 있음. 인증대상에 있어서는 한국전통음식전문점과 특정국가음식점을 대상으로 하는 ‘관광식당’을 제외하고는 특별한 제한이 존재하지 않음. ‘모범업소’는 영업신고 혹은 개업 후 6개월 이상이 되어야 인증대상이 되는데 이 외에는 각각의 인증제도의 성격에 부합하는 수준에서 인증대상기준을 설정하고 있음. ‘자랑스러운 한국음식점’은 한국음식을 전문으로 하는 영업신고를 한 일반음식점을 대상으로 하고 있으며, ‘음식점 위생등급제’는 현재 AAA 등급을 받은 업소, 주류를 전문으로 취급하는 업소, 공고일 기준으로 1년 이내 영업정지 이상의 행정처분을 받은 업소를 제외하여 선정함.

심사기준에 있어 각각 다양한 기준이 적용되고 있음. ‘모범업소’는 건물의 구조부터 식재료, 종사원의 서비스에 이르기까지 포괄적인 심사기준을 마련해 놓고 있으며 ‘관광식당’은 조리사의 자격요건을 가장 중요시하며 종업원의 서비스교육 수준 평가 등을 심사항목으로 분류해 놓고 있음. ‘자랑스러운 한국음식점’은 음식·시설·친환경·서비스 기준에 의해 선정하고 있으며, ‘음식점 위생등급제’는 시설부터 화장실, 주방 위생, 종사자의 위생에 이르기까지 포괄적인 위생기준을 마련하여 심사하고 있음.

〈표 2-7〉 국내 외식관련 인증제도의 목적 및 인증대상

| 제도    | 모범업소                   | 관광식당                                    | 경기도품맛집  | 자랑스러운 한국음식점                                     | 음식점 위생등급제   |
|-------|------------------------|---|---|---|---|
| 목적    | 음식점의 위생 및 수준향상 및 서비스개선 | 양질의 음식과 서비스를 제공, 관광 진흥에 이바지할 수 있는 업소 지정 | 경기도를 대표하는 우수한 음식관광자원 확보 및 국내외 관광객에게 우수한 음식문화 전파와 이미지 제고 | 친환경적인 음식재료와 우리 고유 음식의 맛과 멋을 보존, 계승하고 있는 음식점을 육성 | 음식점 위생수준 평가결과를 공개하여 시민 선택권 보장 및 업소 간 자율경쟁 유도로 위생관리 수준제고 |
| 관련 법령 | 식품위생법 47조              | 관광진흥법                                   | -   | -   | -   |
| 인정    | 시군구                    | 문화체육관광부                                 | 경기도   | 서울시   | 서울시   |

| 제도   | 모범업소  | 관광식당  | 경기 으뜸맛집   | 자랑스러운 한국음식점  | 음식점 위생등급제   |
|------|---|---|---|--|---|
| 인증대상 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규업소인 경우 영업신고 후 6개월이 경과한 업소</li> <li>• 영업자가 지위승계 업소인 경우 지위승계 후 6개월이 경과한 업소</li> <li>• 지정취소업소인 경우 지정취소일로부터 6개월이 경과한 업소</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국전통음식 전문점과 특정 국가음식점을 대상으로 선정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반음식점 영업신고 후 1년 이상 경과된 업소</li> <li>• 지역 향토 특색 음식을 취급하면서 경기도를 대표할 수 있는 맛, 위생, 서비스가 우수한 일반음식점</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국음식을 전문으로 하고 영업신고를 한 서울특별시내에 소재하는 일반음식점</li> <li>• 영업정지 처분기간 중이거나 휴업중인 업소는 제외</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울시 소재 일반음식점 중 신규 희망업소, 위생등급제 등급외 결과를 받은 업소 중 희망업소</li> <li>• 제외대상(현재등급(AAA)을 받은 업소, 호프집 등 주류를 전문으로 취급하는 업소, 배달음식 전문점 중 조리장이 없는 음식점, 공고일 기준으로 1년 이내 영업정지 이상의 행정처분을 받은 업소)</li> </ul> |

〈표 2-8〉 국내 외식관련 인증제도의 심사기준

| 제도   | 모범업소   | 관광식당  | 경기 으뜸맛집   | 자랑스러운 한국음식점  | 음식점 위생등급제   |
|------|--|---|---|--|---|
| 심사기준 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 건물의 구조 및 환경, 주방, 원재료의 보관 및 운반시설, 종사원의 서비스, 제공반찬과 가격표시, 기타에 대한 심사</li> <li>• 기타로는 간판, 주방종사자의 위생복·위생모 착용, 음식물쓰레기 처리 시설설비와 조리시설과의 분리를 평가함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 조리사의 자격요건을 가장 중요시하며 외국어 메뉴판 구비, 화장실 청결도, 종업원의 서비스교육 수준 평가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 메뉴와 맛, 영업환경, 위생관리 기준, 좋은식단 이행기준 4개 영역으로 평가하고, 조리사 자격증 소지, 착한 가격업소 지정에 대해 가산점을 부여함</li> <li>• 총4개 영역 30개 내용으로 평가함</li> <li>• 취소기준 해당 여부도 평가함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식기준, 시설기준, 친환경기준, 서비스 기준에 의해 선정</li> <li>• 외부 전문가들로 구성된 12명의 식품위생정책 자문위원회에 의해 엄격한 서류심사와 현장조사를 거쳐 선정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 객석/객실, 화장실, 조리장(시설운영, 식품 및 식재료 관리), 종사자 위생관리 총 4개 분야의 44개 평가항목을 평가</li> <li>• 평가결과에 따라 90점 이상의 음식점에는 AAA, 80~89점은 AA, 70~79점은 A로 등급</li> </ul> |

인증을 받은 음식점들의 혜택(인센티브)은 대부분 시설 및 홍보 지원이며, 이 외의 각종 융자 혜택을 부여하는 제도가 있음. '관광식당'의 경우 외국인 조리사에 대하여 취업비자발급 부여가 있으며, '모범업소'의 경우 지정 후 2년간 출입·검사를 면제받을 수 있음.

인증기간 경과 후, 정기적으로 재심사를 거쳐 재인증을 하고 있으나, 수시 모니터링을 통한 사후 관리는 제대로 이루어지지 못한 실정임.

〈표 2-9〉 국내 외식관련 인증제도의 혜택 및 사후관리

| 제도   | 모범업소   | 관광식당  | 경기도품맛집  | 자랑스러운 한국음식점   | 음식점 위생등급제  |
|------|--|---|---|---|--|
| 혜택   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업시설개선자금 우선 용자</li> <li>• 안내 홍보책자 발간 및 배부</li> <li>• 출입, 검사 면제</li> <li>• 모범업소 지정증 및 표지판 제작교부</li> <li>• 각종 행사시 모범업소 이용권장</li> <li>• 기타(시군구 - 상하수도료 및 지하철 수질검사비 지원, 공동찬통, 소형 복합찬기 구입비 지원, 음식물쓰레기 처리기기 설비자금 용자, 쓰레기봉투 구입비 지원, 음식문화의 개선 및 좋은 식단 실천을 위한 사업 우선지원</li> <li>• 중앙부처, 시도, 시군구 유관업소 포상시 우선적으로 고려</li> <li>• 한국외식업중앙회 - 책자발간 배포, 정기간행물에 모범업소 지정업소 게재</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설 개·보수 비용 및 건설자금에 대한 관광진흥개발기금의 외국인 조리사에 대하여 취업비자발급, 각종 홍보에 대한 보조</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보_주요 포털 사이트 홈페이지 광고, 모바일 앱, 경기관광포털, 중국 인바운드에 정보제공</li> <li>• 지정증 및 표지판 제작 지원</li> <li>• 이외 매년 다른 지원(손소독기, 해충유인살충기, 자동손소독기, 식중독지수전광판, 식품포장기, 위생세팅지, 염도계, 당도계, 푸드백, 반공기, 외부 가격표시판 등)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지정증 및 지정표지판 교부, 우리농산물상품권 지급, 식품진흥기금 처리용자, 홍보책자 발간(관광안내소, 여행사, 국제공항안내소, 주한외국대사관), 인터넷 포털사이트를 통한 홍보</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식점 입구에 표지판을 제공</li> <li>• 서울시 식품안전정보 사이트((http://fsi.seoul.go.kr)에 지도검색서비스를 제공하고 업소가 자율적으로 메뉴 등을 홍보할 수 있는 기회도 제공</li> <li>• 등급표시판 고부(필히 게첨 권유하나 의무사항은 아님)</li> </ul> |
| 사후관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 매년 10월에 정기적으로 지정에 대한 적합여부를 재심사함</li> <li>• 재심사시 부적합하다고 판단할 때나 영업정지 이상의 행정처분을 받은 업소의 경우 지정을 취소함</li> <li>• 영업자가 변경되었거나 영업소의 소재지가 변경 시, 주 취급음식 변경 시 재심사</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2년에 한 번씩 정기적인 실사를 통해 자격유지 여부를 심사함</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 취소기준 설정</li> <li>• 지정업소 변경 사항 즉시보고</li> <li>• 시군 모니터링 강화(수시)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 매년 기존 지정업소에 대해 식품위생정책 자문위원회 위원을 활용하여 사후점검을 실시하며 사후 점검 결과 미달 시 지정을 취소하고 지정증 지정표지판을 회수하여 지원시책을 중지함</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가등급을 받은 업소는 2년마다 재평가를 받아야 하며 평가후 70점 미만 점수를 받은 업소는 표지판을 철거해야 함</li> </ul>  |



‘모범업소’는 음식문화개선, 위생, 서비스, 맛, 기여도, 부가점수 총 6개의 대분류로 평가항목이 구성되어 있으며, 위원장과 담당공무원으로 구성된 심사단의 현지조사를 통해 평가가 이루어지고 있음. 종사원의 서비스 항목은 청결한 위생복 착용과 개인위생준수, 친절하고 공손한 접객태도, 명찰 패용의 내용을 평가하고 있음.

‘자랑스러운 한국음식점’은 음식, 시설, 친환경, 서비스 기준으로 총 4개의 항목으로 분류하여 평가를 하고 있었으며 서비스 기준 항목은 외국어 표기메뉴, 손님에 대한 친절도의 내용을 평가하고 있음.

〈표 2-10〉 국내 외식관련 인증제도 평가항목 비교

| 모범업소  | 경기 으뜸맛집   | 자랑스러운 한국음식점   | 음식점 위생등급제   |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 건물의 구조 및 환경</li> <li>- 건물·취수원·물탱크 오염방지 및 청결유지</li> <li>- 환기 및 배수시설의 적절한 설치</li> <li>• 주방</li> <li>- 주방전용시설 및 기구의 사용</li> <li>- 주방 바닥의 내수 처리</li> <li>- 칼·도마 등의 용도별 분리사용</li> <li>• 원재료의 보관 및 운반 시설</li> <li>- 냉장·냉동시설의 구조와 기능의 적정성</li> <li>- 식재료의 적절한 온도관리</li> <li>- 선입선출 원칙 준수</li> <li>• 종사원의 서비스</li> <li>- 청결한 위생복 착용과 개인위생 준수</li> <li>- 친절하고 공손한 접객태도</li> <li>- 명찰패용(한글·영문)</li> <li>• 제공반찬과 가격표시</li> <li>- 음식차림모형이나 메뉴판 외부게시</li> <li>- 음식메뉴판 비치(한글·외국어)</li> <li>• 기타</li> <li>- 간판</li> <li>- 주방종사자의 위생복·위생모·위생장갑 착용</li> <li>- 음식물쓰레기 보관·처리 시설 및 설비와 조리 시설과의 분리</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 메뉴와 맛</li> <li>- 경기음식 고유의 특성</li> <li>- 음식의 맛</li> <li>- 음식의 멋</li> <li>- 건강음식</li> <li>- 조리방법</li> <li>- 친환경 웰빙 식재료</li> <li>- 대중성 및 상품가능성</li> <li>- 나트륨 줄이기 실천</li> <li>• 영업환경</li> <li>- 주차시설 등, 음식점 인테리어, 청결 등, 외국어 혼용 명찰 패용 및 메뉴판 완비, 친절 서비스</li> <li>• 위생관리기준</li> <li>- 조리장 배수구 덮개 설치 및 바닥 파손여부, 방충방서시설 및 환기 적정 설치, 칼 도마 구분 사용, 위생교육, 건강 진단 실시, 식재료 및 식자재 보관 창고 설치, 위생복장 착용여부, 화장실 남녀 구획 및 청결, 원산지 표시 등</li> <li>• 좋은식단 이행기준</li> <li>- 음식물쓰레기 감량 노력, 남은 음식 포장, 개별 찬기 제공, 1회용품 안쓰기 등</li> <li>• 가산점</li> <li>- 조리사 자격증 소지사, 착한가격업소 지정</li> <li>• 취소기준 해당여부</li> <li>- 식품위생법 위반 1년 이내 행정처분, 1년 이내 민원접수현황, 기타 법령 위반사항</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식기준</li> <li>- 신선하고 우수한 재료 및 위생적인 식재료의 사용</li> <li>- 한국음식의 체계적 전승 및 맛, 풍미, 상차림, 고유하고 독특한 방식에 의한 조리 (음식 및 양념)</li> <li>• 시설 기준</li> <li>- 객실, 객석 등 음식점 내·외부와 조리장내 급배수 및 청결, 주방종사자의 개인위생상태</li> <li>- 한국적인 식기류 사용 여부</li> <li>• 친환경기준</li> <li>- 공동찬통·소형찬기 사용</li> <li>- 주문식단을 실시</li> <li>- 1회용품 사용 지양</li> <li>- 남은 식재료의 위생적 재활용 여부 점검</li> <li>• 서비스 기준</li> <li>- 외국어 표기메뉴</li> <li>- 손님에 대한 친절도</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 객석/객실</li> <li>- 시설 청결(천장·벽·바닥, 식탁, 의자 또는 방석 청결상태)</li> <li>- 환기(환기시설 설치 및 관리, 금연구역 운영)</li> <li>• 화장실</li> <li>- 남녀구분,세면기 및 주변, 변기 작동, 쓰레기통 등의 청결상태, 화장지 비치, 손 세척용품, 손 건조방법</li> <li>• 조리장시설 및 운영평가</li> <li>- 시설/설비</li> <li>- 기기</li> <li>- 조리장 내 폐기물</li> <li>- 살균, 소독</li> <li>- 용수</li> <li>- 행주</li> <li>• 조리장 식품 및 식재료 관리 평가</li> <li>- 원재료</li> <li>- 전처리 및 반조리식품</li> <li>- 조리식품 및 완제품</li> <li>• 종사자 위생관리 평가</li> <li>- 복장 및 청결(위생복 및 위생모 등 착용 및 청결상태)</li> <li>- 개인위생(손톱, 두발 등 청결 상태)</li> <li>- 자체 위생교육(위생교육 실시 여부)</li> <li>- 건강검진(종업원의 건강검진)</li> </ul> |

‘음식점 위생등급제’는 객석·객실, 화장실, 조리장시설 및 운영, 조리장 식품 및 식재료 관리, 종사자 위생관리 평가의 총 5개 분야로 분류하여 평가하고 있으며, 위생등급제 목적에 맞게 시설부터 화장실, 주방, 종사자에 이르기까지 포괄적인 위생을 중점적으로 평가하고 있음.

‘음식점 위생등급제’를 제외한 두 가지 제도를 비교해 보면, 항목명과 평가항목에 일부 차이를 보일 뿐 공통적으로 식재료, 시설, 서비스, 메뉴에 대해 평가를 실시하고 있는 것으로 나타남.

국내 외식업 추천제란 국내 외식소비자들에게 지역별·테마별 식당의 맛과 가격, 분위기, 서비스, 청결 및 위생 등의 정보를 제공하고 소비자 설문과 자체 평가결과 우수한 식당을 추천해주는 방식을 말함.

‘블루리본 서베이’는 보다 객관적인 데이터를 토대로 대다수에게 공감을 줄 수 있는 결과를 제공하기 위하여 국내 최초로 다수의 의견을 수렴하는 방식을 채택하여 평가를 하고 있음. 블루리본 서베이의 평가 결과는 점수가 아닌 리본의 개수로 표시되고 있음. 블루리본 서베이의 1차 평가는 자체 웹사이트(www.blueR.co.kr)를 통해서 회원(일반인 평가자)들이 평가에 참여하고 있으며 회원들이 투표한 점수를 합산한 평균점에 의해 이루어짐. 30점 만점에 20점을 넘는 곳만 블루리본 서베이 책자 및 사이트에 추천되며 여기서 점수 분포에 따라 리본 1개(상위 40~10%)와 2개(상위 10%)가 주어짐. 2차 평가에서는 리본 2개를 받은 레스토랑을 대상으로 블루리본 기사단이 리본 3개를 받을 레스토랑을 선정함. 선정된 레스토랑은 리본 3개를 받게 되며 그 해 최고의 레스토랑이 됨. 블루리본 기사단의 신원은 공개되지 않으며 레스토랑 방문 시 익명으로 활동하고 있음. 3차 평가는 리본 3개를 받은 레스토랑 중에서 품격있는 분위기와 격식있는 서비스를 받으면서 식사할 수 있는 곳을 뽑아 F(Fine Dining Restaurant) 마크를 하나 더 추가하게 됨.

‘서울맛집 TOP100’은 일정한 평가항목을 기준을 제시하여 평가한다기보다 선정된 전문가와 블로거가 업장을 방문하여 느끼는 감정을 글로 표현하고, 읽는 독자로 하여금 판단할 수 있도록 하였음.

‘레드테이블’은 블로그, 웹사이트, 트위터 등에서 수집한 레스토랑 관련 리뷰를 기반으로 하여 지역별, 메뉴별 레스토랑 랭킹을 제시함. 인기도, 최신성, 빈도성, 영향성을 이용하여 인기도를 측정하고, 음식품질, 서비스품질, 분위기품질에 대한 만족도를 측정하여 레스토랑별 레드테이블지수(Red Table Index)를 제시함.

〈표 2-11〉 국내 외식관련 추천제 평가항목 비교

| 블루리본서베이  | 서울맛집TOP100   | 레드테이블  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1차 평가</li> <li>- 맛</li> <li>- 분위기</li> <li>- 서비스</li> <li>- 가격대비 만족도</li> <li>- 음식의 창의성</li> <li>- 음식의 전통성</li> <li>- 1인당 가격대</li> <li>- 50자평</li> <li>• 2차 평가</li> <li>- 1차 평가 분석(샘플 수 등을 고려하여 타당도 신뢰도 평가)</li> <li>- 전문가 평가(맛, 분위기, 서비스)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 항목 기준 없음</li> <li>• 선정된 전문가와 블로거가 업장을 방문하여 느끼는 감정을 글로 표현하고 읽는 독자로 하여금 판단할 수 있도록 함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 레드테이블지수(RTI)</li> <li>- 인기도+만족도</li> <li>• 인기도</li> <li>- 최신성</li> <li>- 빈도성</li> <li>- 여향력</li> <li>• 만족도</li> <li>- 음식품질</li> <li>- 서비스품질</li> <li>- 분위기품질</li> </ul> |

## 2) 국내 타 산업의 서비스관련 인증제도

국제적으로도 모든 서비스 산업에 대한 평가는 피할 수 없는 추세일 뿐 아니라, 우리나라에서도 민간 산업체를 대상으로 하는 정부의 평가 및 인증 사업이 이미 산업통상자원부, 문화체육관광부, 지자체(시·군·구), 여성가족부, 교육부 등에서 분야별로 도입되어 주도적으로 실시되고 있음. 정부 차원에서 주관하거나 지원하고 있는 서비스품질인증제도로는 한국표준협회의 ‘한국표준서비스품질인증지수’, ‘서비스KS인증’, 산업통상자원부 기술표준원의 ‘한국서비스품질 우수기업 인증제’와 한국능률협회 컨설팅의 ‘서비스품질등급인증제’ 등이 시행되고 있음. 민간기관에서 주관하는 서비스품질 수상제도로는 한국경제신문사의 ‘서비스경영대상’, 한국능률컨설팅의 ‘고객만족경영대상’, 한국서비스경영진흥원의 ‘한국서비스경영대상’, 한국일보의 ‘대한민국서비스만족대상’, 한국표준협회의 ‘한국서비스대상’ 등이 시행되고 있음.

국내의 여러 서비스 관련 제도 중에서 본 연구에서는 대상 업종에 외식분야를 포함하고 있는 ‘한국표준서비스품질인증지수’와 ‘한국서비스품질우수기업인증제’, ‘한국서비스대상’, ‘ISO 품질경영시스템 인증제’를 살펴봄.

〈표 2-12〉 국내 대표적인 서비스 품질 인증 및 수상제도 현황

| 제도명      | 주관기관      | 도입시기 | 특징  |
|----------|-----------|------|---|
| 고객만족경영대상 | 한국능률협회컨설팅 | 1993 | 경영품질활동의 합리적인 추진을 통해 국가 경쟁력 강화와 탁월한 경영성과를 창출한 기업, 기관의 모범적인 사례를 발굴, 전 산업에 확산시키고자 실시.  |
| 한국서비스대상  | 한국표준협회    | 2000 | 서비스 산업의 경쟁력 강화를 위하여 고객중심의 서비스 품질수준이 탁월한 기업 및 기관, 단체, 개인을 발굴 포상함은 물론 기업의 서비스 품질 경영혁신 사례를 국내외에 전파하여 국민의 삶의 질 향상과 국민 행복 추구 목적으로 운영 |

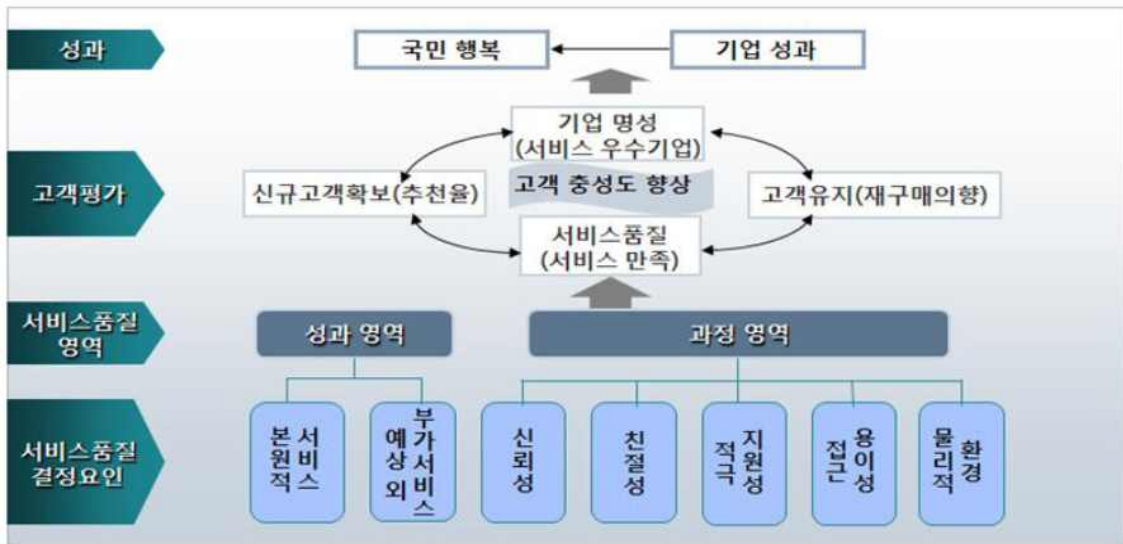
| 제도명                   | 주관기관             | 도입시기 | 특징   |
|-----------------------|------------------|------|--|
| 한국표준서비스<br>품질인증지수     | 한국표준협회           | 2000 | 기업의 서비스 품질 수준을 정확하게 평가하고 개선 과제를 도출하여 지속적인 품질관리를 할 수 있는 서비스 품질 관리 시스템   |
| 한국서비스품질<br>우수기업인증제    | 산업통상자원부<br>기술표준원 | 2001 | 서비스를 전략적 수준으로 접근하여 하나의 품질로 관리하는 서비스 품질 경영, 서비스 리더십, 경영전략 및 고객만족경영, 사회 활동 등 7개 항목으로 서비스 기업 성과를 거둔 기업을 선정하여 인증 |
| 서비스KS인증제              | 한국표준협회           | 2008 | 서비스 사업장을 대상으로 전문가 집단이 사업장 심사와 서비스 심사를 통해 서비스품질 수준이 KS수준임을 인증하는 제도  |
| ISO<br>품질경영시스템<br>인증제 | 국제표준화기구          | 1947 | 제품 및 서비스의 국제적 교환을 촉진하기 위한 국제규격의 제정 및 보급 기술발전을 위한 정보, 지식의 국제간 교류촉진  |

### (1) 한국표준서비스품질인증지수

한국표준서비스품질지수(이하 KS-SQI)는 한국표준협회(KSA)와 서울대학교 경영연구소가 우리나라 서비스산업과 소비자의 특성을 반영하여 공동 개발한 측정모델로, 해당 기업의 제품을 구매하여 본 소비자를 대상으로 서비스품질에 대한 만족정도를 조사하여 발표하는 서비스산업 전반의 품질수준을 나타내는 종합지표이며, 구매 가능한 모든 서비스산업의 품질수준을 매년 정기적으로 조사·발표하는 국가 및 전 산업의 통일된 지표임. KS-SQI는 2000년 첫 조사를 시작으로 현재까지 계속 진행되고 있음. KS-SQI는 국내 서비스품질지수 비교 뿐 아니라 산업 간 비교가 가능한 측정으로 국내·외적으로 신뢰성을 인정받고 있음. 따라서 기업에서는 이러한 KS-SQI를 통하여 경쟁사 대비 자사의 서비스품질수준과 서비스산업 전체에서의 품질수준을 확인해볼 수 있음.

KS-SQI의 측정모델은 기업 서비스활동 과정에서 발생한 Gap이 서비스품질수준을 결정할 수 있다는 서비스품질의 선행변수를 포괄하여 개발되었으며, 고객에게 전달되는 서비스성과와 관련된 성과차원의 요인 2개, 서비스제공과정에서 고객이 경험하는 것과 관련된 과정차원의 요인 5개로 분류함.

이러한 KS-SQI 모델의 성과차원은 본원적 서비스, 예상 외 부가서비스 차원의 2개 차원이며 과정차원은 신뢰성, 친절성, 적극 지원성, 접근 용이성, 물리적 환경 등의 5개 차원으로 구성되어 있음. 업종별 KS-SQI는 7가지 구성요인의 측정값을 가중 평균하여 도출하며, 국내 서비스산업의 KS-SQI는 조사 대상 50개 업종의 서비스품질지수를 평균하여 도출함. 특히 7가지 차원의 상대적인 중요도(가중치)는 계층분석법(Antalytic Hierarchy Process, AHP)을 이용하여 도출함.



〈그림 2-2〉 KS-SQI 모델 개요

〈표 2-13〉 KS-SQI 구성차원의 정의

| 구분 | 구성요인   | 내용  |
|----|--|---|
| 성과 | 본원적 서비스<br>(PrimaryNeeds Fulfillment)                        | 고객이 서비스를 통하여 얻고자 하는 기본적인 욕구의 충족                                     |
|    | 예상 외 부가서비스<br>(Unexpected Benefits)                          | 고객에게 타사 대비 차별적 혜택과 부가적 서비스 제공                                       |
| 과정 | 신뢰성<br>(Reliability)   | 고객이 서비스 제공자에게 느끼는 신뢰감 : 서비스제공자의 진실성, 정직성, 서비스를 수행하는데 필요한 기술과 지식의 소유 |
|    | 친절성<br>(Individual Empathy)                                  | 예의 바르고 친절한 고객 응대 태도<br>- 고객에게 인사가 밝으며 예의 바르고 공손한 자세로 응대             |
|    | 적극 지원성<br>(Positive Assistance)                              | 고객의 요구에 신속하게 서비스를 제공하고자 하는 의지                                       |
|    | 접근 용이성<br>(Accessibility)                                    | 서비스 제공 시간 및 장소의 편리성   |
|    | 물리적 환경<br>(Physical Evidence)<br>매체 유형성<br>(Media Tangibles) | 서비스 평가를 위한 외형적 단서   |

KS-SQI 조사는 전국에 거주하며, 1개월~1년 이내 해당 기업의 서비스를 실제로 이용한 경험이 있는 고객을 대상으로 매년 3월에서 5월 사이에 유의 할당 표본추출 방법을 이용, 기업별 300표본으로 일대일 개별면접조사와 인터넷 패널조사방식을 적용하여 실시함. 조사실사 기관은 매년 2월 공개 입찰방식을 통해 선정함.

〈표 2-14〉 KS-SQI 조사개요

| 구분          | 내용  |   |
|-------------|---|---|
| 조사 대상 업종    | 한국표준산업분류에 기초한 서비스 관련 71개 업종(행정서비스 7개 부문 포함)   |   |
|             | 도소매서비스(13개)   | 백화점, TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰, 인터넷오픈마켓, 편의점, 대형할인점, 인터넷서점, 대형서점, 주유소, 전자제품전문점, 헬스&뷰티스토어, 대형슈퍼마켓, 소셜커머스 |
|             | 금융서비스(7개)   | 은행, 증권, 생명보험, 자동차보험, 장기보험, 신용카드, 저축은행   |
|             | 숙박/음식서비스(8개)  | 호텔, 리조트, 제주리조트, 패밀리레스토랑, 패스트푸드, 제과점, 커피전문점, 씨푸드레스토랑   |
|             | 통신서비스(6개)   | 국제전화, 이동통신, 인터넷포털사이트, 초고속인터넷, 구인구직사이트, IPTV   |
|             | 운수서비스(8개)   | 택배, 지하철, 고속버스, 렌터카, 제주렌터카, 여행사, 항공사, 저비용항공사   |
|             | 보건/건설서비스(2개)  | 종합병원, 아파트   |
|             | 교육서비스(7개)   | 종합대학교, 지방국립대학교, 전문대학(서울), 사이버대학교, 외국어학원, 전문대학(경기/인천)  |
|             | After Service(6개)   | 컴퓨터A/S, 자동차A/S, 정수기A/S, 가전제품A/S, 휴대전화A/S, 가정용보일러A/S   |
|             | 문화/전문서비스(8개)  | 테마파크, 영화관, 공연장, 프로야구구단, 시설관리, 스키장, 무인경비서비스, 워터파크  |
| 공공행정서비스(7개) | 광역시청, 도청, 경찰행정, 세무행정, 검찰행정, 법무행정, 교육행정  |   |
| 조사 대상자 선정   | 해당 기업의 서비스 및 제품 이용 경험이 있는 5대 도시(서울, 부산, 대구, 대전, 광주)에 거주하는 20~59세 성인 남녀<br>(일부서비스는 서비스 이용자 특성에 따라 수도권, 도, 광역시 지역과 10대를 조사에 포함) |   |
| 표본 크기       | 기업별 300표본을 원칙으로 하되, 산업 특성에 따라 조정  |   |
| 조사 시기       | 매년 3월~5월(결과 발표 : 매년 6월)   |   |

KS-SQI는 한국표준산업분류에 기초하여 10개의 서비스 산업으로 분류하여 해당 업종을 선정함. 해당 업종 내에서 매출액, 시장점유율, 사회적 인지도, 기업 이미지 등을 고려한 조사대상기업의 매출액 점유율 합이 70% 이상이 되는 상위 기업을 선정함. 그 중 음식서비스 분야에서는 5개 업종(패밀리레스토랑, 패스트푸드, 제과점, 커피전문점, 씨푸드 레스토랑)에 대해 선정하여 발표하고 있음. 2006년 이후 씨푸드 레스토랑이 포함되었는데 이는 트렌드 및 활용도(관심도)를 근거로 자문위원의 의견을 통해 업종이 보완된 것으로 나타남.

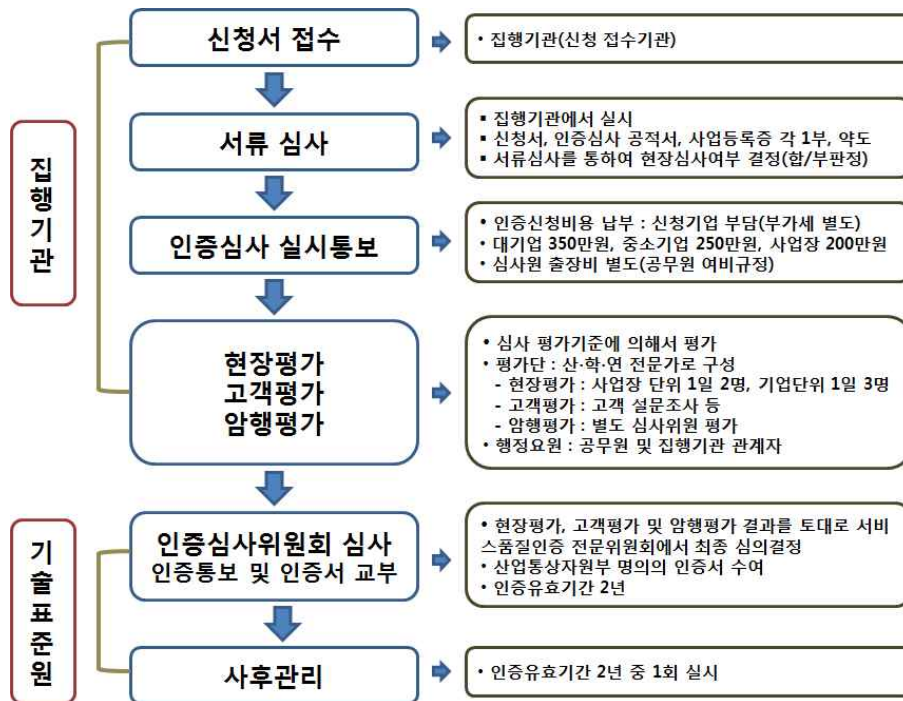
## (2) 한국서비스품질우수기업인증제

서비스업 기업(사업장) 또는 기관을 대상으로 각 분야별 전문가로 구성된 평가단이 공정하고 객관적으로 평가한 후 대상 기업 또는 기관의 전반적인 서비스 품질 수준을 진단하고 개선방향을 제시

함. 그 성과가 탁월한 기업 또는 기관에 대하여 정부가 인증서를 교부하고 우수업체를 널리 공표함으로써 기업 경쟁력 제고 및 소비자의 삶의 질 향상을 목적으로 함. 근거법령 「품질경영 및 공산품 안전관리법 제3조 및 제6조」 과 「서비스 품질 우수기업 인증요령(산업통상자원부 고시 제2003-131호)」에 근거하여 운영되고 있음.

제도의 주관기관은 산업통상자원부 기술표준원이며, (사)한국서비스진흥협회, (사)한국경영기술지도사회, 한국생산성본부인증원의 3개 기관을 통해 제도가 운영되고 있음. 대상업종은 유통서비스업, 건설업, 도매 및 소매업, 운수업, 숙박 및 음식점업, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업, 금융 및 보험업, 부동산 및 임대업, 전문과학 및 기술서비스업, 사업시설관리 및 사업지원서비스업, 교육서비스업, 보건업 및 사회복지서비스업, 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업, 수리 및 개인서비스업, 공공행정·국방 및 사회보장행정, 협회 및 단체 등 16개 분야 59개 세부업종으로 분류하여 심사 평가하고 있음.

인증신청은 사업장 단위로 신청하는 것이 원칙이며 사업장 구분이 없는 경우에는 기업 단위 신청이 가능함.



〈그림 2-3〉 한국서비스품질우수기업인증제 인증절차

인증심사 평가기준의 평가지표는 리더십, 서비스품질 경영전략, 고객정보(시스템)의 운영 및 활용, 고객접점 서비스운영 관리, 인적 자원 및 조직관리, 효율적인 자원의 활용, 서비스 경영성과의 7개 심사항목에 24개 세부 항목으로 구성되어 있음.

(표 2-15) 한국서비스품질우수기업인증 심사기준

| 심사항목              | 소항목                     | 배점 |              |
|-------------------|-------------------------|----|--------------|
| 리더십               | 1-1 서비스경영철학             | 50 | 150<br>(15%) |
|                   | 1-2 서비스리더십과 기업문화        | 50 |              |
|                   | 1-3 기업윤리와 사회적 책임        | 50 |              |
| 서비스품질경영전략         | 2-1 서비스품질 목표 및 수립체계     | 50 | 150<br>(15%) |
|                   | 2-2 서비스품질 실천계획 수립 및 전개  | 50 |              |
|                   | 2-3 서비스품질 평가체제와 활용      | 50 |              |
| 고객정보 시스템의 운영 및 활용 | 3-1 고객과 시장에 대한 구분체계     | 30 | 100<br>(10%) |
|                   | 3-2 고객정보 및 VOC수집체계      | 20 |              |
|                   | 3-3 고객정보 및 VOC대응체계      | 30 |              |
|                   | 3-4 고객요구사항의 해결 및 활용체계   | 20 |              |
| 고객접점 서비스운영관리      | 4-1 접점업무 프로세스의 고객지향성    | 50 | 200<br>(20%) |
|                   | 4-2 서비스표준의 설정 및 이행정도    | 50 |              |
|                   | 4-3 고객불만 처리 및 서비스회복     | 50 |              |
|                   | 4-4 서비스프로세스 개선 및 운영성과   | 50 |              |
| 인적자원 및 조직관리       | 5-1 종업원의 동기부여 및 참여      | 30 | 100<br>(10%) |
|                   | 5-2 종업원의 교육훈련 및 인재육성    | 30 |              |
|                   | 5-3 종업원의 복리후생 및 만족      | 20 |              |
|                   | 5-4 협력업체 관리 및 지원체계      | 20 |              |
| 효과적인 자원의 활용       | 6-1 재정적 목표와 관리          | 30 | 100<br>(10%) |
|                   | 6-2 시설환경의 유지관리 및 개선     | 40 |              |
|                   | 6-3 정보와 지식관리            | 30 |              |
| 서비스경영성과           | 7-1 시장성과(CSI, SQI, MS)  | 80 | 200<br>(20%) |
|                   | 7-2 재무성과(수익성, 성장성, 안전성) | 80 |              |
|                   | 7-3 기타성과(대외활동성과)        | 40 |              |

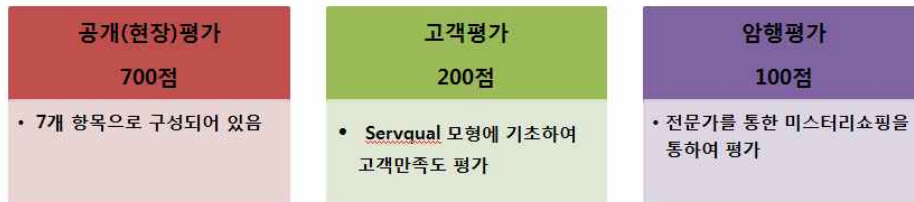
\* 공통 적용 기준으로 평가하되 각 업종별 특성을 고려하여 심사함

평가방법은 현장평가, 고객평가, 암행평가로 실시하는데 현장평가는 7개 심사항목 24개 세부항목에 대하여 700점(재평가의 경우 4개 심사항목 19개 세부항목 700점), 고객평가는 해당 사업장을 이용해 본 경험이 있는 고객에게 설문조사로 평가하여 200점, 암행평가는 암행평가원이 해당 사업장을 방문하여 서비스를 체험·관찰 등으로 평가하여 100점으로 평가하게 되어 있음. 총 1000점 중 800점 이상이 되어야 인증을 받을 수 있음.

서비스품질 우수기업으로 인증되면 사업장과 홍보물 등에 인증마크를 게시할 수 있으며 인증 유효기간은 2년이고 인증기간이 종료되면 재평가를 통해 연장할 수 있음. 특전 및 지원을 보면 중소기업



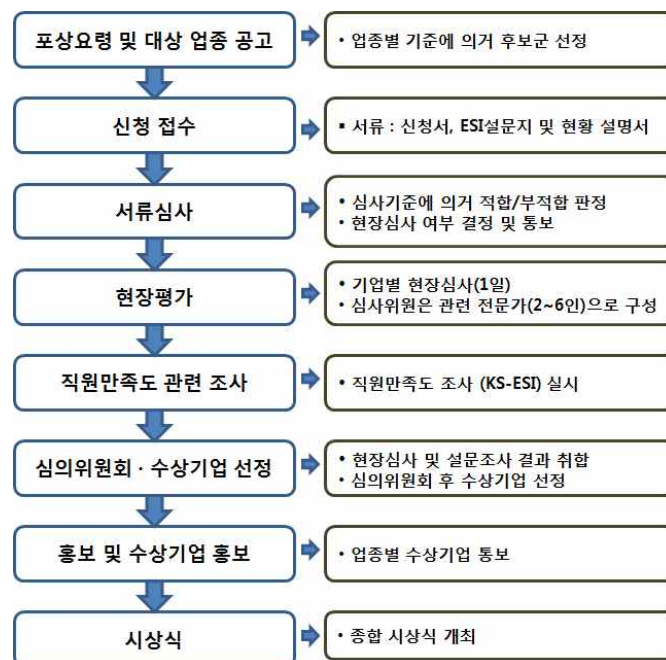
업구조개선자금 중 지식기반서비스육성 자금 지원, 신용보증기금·서울보증보험의 보증심사 시 우대, 국가품질상(대통령상) 신청 시 가점, 기술표준원 및 집행기관의 홈페이지, 월간지 등에 홍보, 인증기업에 대한 홍보책자를 제작, 이를 관련 기관(단체) 및 업계에 배포하여 홍보·판로지원 등이 있음.



〈그림 2-4〉 한국서비스품질우수기업인증제 평가 Framework

### (3) 한국서비스대상

한국표준협회에서는 국내 서비스 산업의 품질수준을 세계적 수준으로 발전시키는 계기를 마련하고, 서비스 산업의 경쟁력 강화를 위하여 고객 중심의 서비스 품질경영 시스템을 구축하고, 경영 전반에 서비스 품질 혁신 활동을 전개하여 그 성과와 수준이 탁월한 기업 및 기관, 단체, 개인을 평가하여 포상하는 제도로 제정하여 운영하고 있음. 선정된 기업의 성공적인 서비스품질경영 혁신 사례를 국내외에 전파함으로써 국가 및 기업경쟁력 제고 및 국민의 삶의 질 향상과 행복을 추구하는데 목적을 두고 있음. 대상 산업은 유통서비스업, 레저서비스업, 숙박서비스, 외식서비스, 운송서비스, 통신서비스, 금융서비스 등 12개 부문으로 서비스업종을 분류하여 심사 평가하고 있음.



〈그림 2-5〉 한국서비스대상 운영절차

심사항목으로는 리더십, 전략, 고객만족, 정보와 지식, 인적자원, 프로세스, 경영성과 등 7개 범주로 나누어져 있으며 경영자 및 실무진 인터뷰, 서류심사 및 현장방문조사로 실시됨.

〈표 2-16〉 한국서비스대상 기업 심사기준

| 심사항목      | 소항목   | 배점                                 |     | 평가방법          |
|-----------|---|------------------------------------|-----|---------------|
| 리더십       | 1. 경영자의 리더십<br>2. 사회적 책임과 공헌  | 70<br>50                           | 120 | 경영자 및 실무진 인터뷰 |
| 전략        | 1. 전략의 개발<br>2. 전략의 전개  | 50<br>50                           | 100 | 서류검토 및 실사     |
| 고객과 시장 중시 | 1. 고객과 시장지식<br>2. 고객만족 및 서비스품질 향상 활동<br>3. 고객관계 관리                                      | 30<br>40<br>30                     | 100 | 서류검토 및 실사     |
| 정보와 지식    | 1. 성과정보의 획득과 활용<br>2. 성과정보 관리시스템<br>3. 지식경영   | 30<br>30<br>20                     | 80  | 서류검토 및 실사     |
| 인적자원      | 1. 업무시스템<br>2. 학습과 동기부여<br>3. 지식경영  | 40<br>30<br>20                     | 90  | 서류검토 및 실사     |
| 프로세스      | 1. 가치창조 프로세스의 파악과 관리<br>2. 지원프로세스의 파악과 관리   | 40<br>40                           | 80  | 서류검토 및 실사     |
| 경영성과      | 1. 리더십 성과<br>2. 재무 및 시장성과<br>3. 고객만족성과<br>4. 정보와 지식성과<br>5. 인적자원 성과<br>6. 사회공헌 및 기업윤리성과 | 60<br>120<br>100<br>40<br>50<br>60 | 430 | 서류검토 및 실사     |
| 총점        | 1000점   |                                    |     |               |

한국서비스대상 수상기업에게 수여하는 인증서와 ‘한국서비스대상’ 마크이며, 수상기업은 이러한 인증서와 마크를 사용하여 고객에게 수상사실을 알리는 홍보 전략으로 적극 활용하고 있음. 서비스 관련 세미나, 심포지엄, 학회 등에서 우수 사례로 발표되고, 해외 서비스품질 우수기업 벤치마킹 연수 참가 기회(1인/1사)를 제공하고 있음.

또한 한국표준협회도 월간지 ‘품질경영’에 특집기사 게재, 홍보책자, 홍보포스터를 제작배포, 일간지, 경제지, 잡지 등에 종합 연합광고를 하는 방식으로 수상제도와 수상기업을 홍보하고 있음.

신청제로 심사가 이루어지는데, 심사비, 직원만족도 조사비를 포함한 신청비, 참가비, 광고협찬비 등 비용부담이 크기 때문에 규모화된 기업 외에는 신청조차 어려움이 있음.



〈그림 2-6〉 한국서비스대상의 인증서와 마크

#### (4) ISO 품질경영시스템

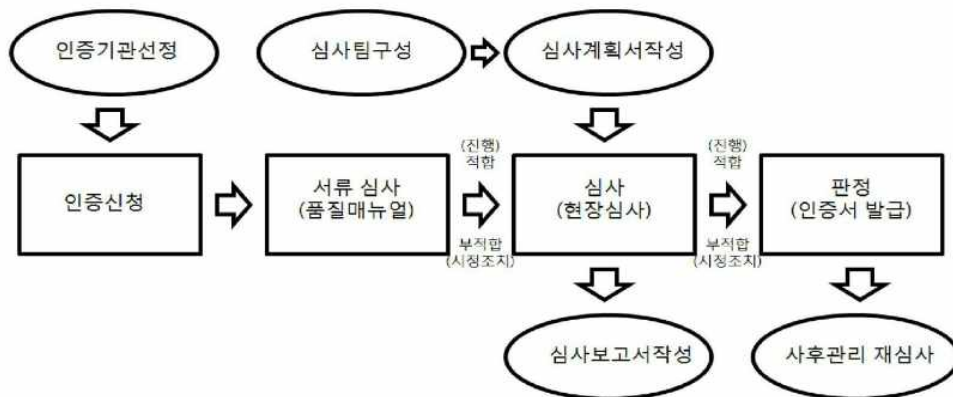
ISO9001란 국제표준화기구에서 제품 및 서비스의 국제적 교환을 촉진하기 위한 국제규격의 제정 및 보급과 기술발전을 위한 정보, 지식의 국제간 교류 촉진을 위해 제정한 16,000여 개의 국제규격 중 기업의 품질경영시스템에 관한 규격임. 고객에게 보다 나은 품질의 제품을 공급하기 위해서 해당 제품의 품질 자체는 물론 제품의 설계 및 개발, 제조 및 설치, 검사 및 시험, 애프터서비스 등 품질 시스템을 일정 규격에 의해서 인증하는 품질경영시스템으로 기업의 경영자로부터 생산라인의 사원에 이르기까지 준수해야할 표준화된 문서관리, 공정관리, 생산관리, 판매 및 고객불만 처리, 품질불량의 시정조치 등 기업의 전 생산 활동 과정에 대한 절차 및 기준을 정한 규격을 말함.

대체로 기업들이 품질경영시스템인증을 받고자 하는 이유는 국제거래에서 외국의 구매자가 요구하거나, 품질보증의 객관적인 수단이 될 수 있기 때문이며, 기업내적으로는 업무관리의 기초로서 품질보증을 위한 최적의 생산자원의 구비수준과 관리요건의 척도를 나타내 줄 수 있을 뿐 아니라, 제품에 대한 가장 기본적인 소비자의 요구사항을 규정하고 또 인증심사의 사후관리의 엄격성 등을 통하여 기업활동을 형식적인 것에서 실질적인 것으로 변화시켜 주는 등 여러 가지 이점이 있기 때문이다.

품질경영시스템 인증심사 기준은 원칙적으로 인증기관이 작성하는데, 인증기관에서는 품질경영시스템 시리즈에 명시되어 있는 표준을 토대로 각종 업종, 품목에 공통적으로 적용되는 일반심사기준과 특정분야에만 적용되는 업종별 품목심사기준을 설정함. 그리고 심사팀이 신청기업별로 적용하는 심사 체크리스트를 작성하여 평가에 착수함.

기업으로부터 인증신청을 접수한 인증기관은 서류심사를 함. 이 때 심사대상이 되는 서류는 주로 품질매뉴얼임. 인증기관이 서류심사를 하는 가운데 정정사항이 있으면 기업에 시정조치를 요구할 수 있고, 이러한 경우 기업은 정해진 기간 내에 서류를 정정 또는 보완하여 제출해야 하지만, 제출기한은 상호협약에 의하여 결정할 수 있음. 완벽한 서류를 접수한 인증기관은 다음 단계로 본격적인 심사를 실시할 심사팀을 구성함. 심사팀을 구성할 때 심사원은 보통 2명 이상으로 하고 대상품목이나

업종에 관한 전문기술적인 측면을 이해하고 있는 전문가나 심사원에게 조언할 수 있는 전문 기술자를 포함시킬 수 있음. 심사팀이 구성되면 곧이어 심사계획서 작성에 들어가며, 심사계획서를 작성할 때 심사팀은 심사내용, 심사대상 및 시간배분 등에 대하여 신청기업이 책임자와 협의함. 필요할 경우 심사팀은 사전에 방문조사를 하여 심사대상구분이나 기능 등에 대한 구체적인 정보를 확보한 다음 심사계획서를 작성함.



〈그림 2-7〉 ISO 품질경영시스템의 인증절차

심사팀은 심사계획서에 의거하여 현장심사를 실시하며, 먼저 심사팀이 인증대상 조직부분의 품질 방침에 관하여 관리자에게 질의하는 것으로 실시되는데, 이 때 효과적인 면담을 위해 기업측과 질문 사항을 사전에 협의하는 경우가 많음. 현장심사를 마친 후 심사팀은 심사보고서를 작성하는데, 이 때 보고서의 기재사항과 부적합 항목의 기술에 의문이 발생하지 않도록 의견조정과 확인작업을 함.

인증기관은 심사팀이 작성한 심사보고서를 판정위원회에 회부하여 판정을 받으며, 판정결과 합격이면 인증서가 발급됨. 불합격이나 판전보류를 받은 기업에서는 일정기간 내에 시정조치를 취하지 않으면 등재불가가 되기 때문에 심사팀과 협의하여 부적합항목과 시정기한을 확인하고 개선의지를 표명하는 개선계획서를 제출함. 합격 판정을 받고 인증서를 발급받은 업체라도 매 6개월마다 사후관리와 매 3년마다 재심사를 받음.

전 세계 약 150여 개국에서 ISO 인증을 국가규격으로 채택하고 있으며 기업이 품질보증을 위해 갖추어야 할 요구사항으로 해외수출 시 품질보증 수단으로서 ISO인증이 효력이 있음. ISO인증을 획득하면 중앙정부로부터 계약참가 자격부여, 평가 시 가점부여, 지방자치단체로부터 인증에 소요되는 비용 지원, 기타기관(기술보증기금, 한국수출입은행, 한국산업기술시험원, 국민은행)으로부터 계약참가 평가 시 가점부여, 교육지원 등의 혜택이 주어짐.

ISO품질경영시스템은 전 생산 활동 과정에 대한 절차 및 기준 등 기업의 품질경영을 위한 기준을 제시한 후, 심사함으로써 기업의 품질 수준을 평균 상향시킬 수 있는 제도로 평가할 수 있음.

〈표 2-17〉 ISO9001 품질경영시스템 요구사항 및 평가항목

|                |                      |
|----------------|----------------------|
| 1. 적용범위        | 1-1. 일반사항            |
|                | 1-2. 적용              |
| 2. 인용규격        |                      |
| 3. 용어 및 정의     |                      |
| 4. 품질경영시스템     | 4-1. 일반요구사항          |
|                | 4-2. 문서화 요구사항        |
| 5. 품질경영시스템     | 5-1. 경영의지            |
|                | 5-2. 고객중심            |
|                | 5-3. 품질방침            |
|                | 5-4. 기획              |
|                | 5-5. 책임, 권한 및 의사소통   |
|                | 5-6. 경영검토            |
| 6. 자원관리        | 6-1. 자원의 확보          |
|                | 6-2. 인적자원            |
|                | 6-3. 기반구조            |
|                | 6-4. 업무환경            |
| 7. 제품실현        | 7-1. 제품실현의 기획        |
|                | 7-2. 고객관련 프로세스       |
|                | 7-3. 설계 및 개발         |
|                | 7-4. 구매              |
|                | 7-5. 생산 및 서비스 제공     |
|                | 7-6. 모니터링 및 측정장비의 관리 |
| 8. 측정, 분석 및 개선 | 8-1. 일반사항            |
|                | 8-2. 모니터링 및 측정       |
|                | 8-3. 부적합 제품의 관리      |
|                | 8-4. 데이터의 분석         |
|                | 8-5. 개선              |

### 3) 해외 유사 인증제도

해외 사례는 홍콩, 미국, 태국, 호주의 인증제도 현황 및 평가항목 등을 살펴봄. 민간주도 외식업 추천제로는 미슐랭 가이드와 자갓 서베이, 밀레가이드의 운영방식 및 평가기준을 분석함.

#### (1) 홍콩 - 품질관광 서비스 인증제(QTS)

2012년 기준 홍콩의 국내 총 생산은 2604억 달러에 이르며 1인당 GDP는 3만 6217달러에 달함. 국민 1인당 구매력 및 소득을 알 수 있는 1인당 GNI는 2011년 기준 3만 5238달러로 평균적으로 5%대의 성장률을 보이고 있음.

홍콩은 외식산업의 천국이라고 불릴 만큼 외식산업이 발달해 있으며, 홍콩 현지인들에게 외식이 일상생활의 한 부분일 정도로 매우 일반적인 형태임. 홍콩은 음식남녀, 오픈라이스, 미슐랭가이드와 같은 외식과 관련된 매체가 크게 발달하였으며 이에 대한 신뢰도 또한 높은 편이기 때문에 매체에 소개되는 레스토랑의 평점이나 평가를 확인하고 방문하는 경향이 있음. 똑같은 메뉴의 음식을 반복해서 먹는 것을 좋아하지 않기 때문에 매번 다양한 카테고리의 식당을 선택하는 경향이 있으며 메뉴 또한 다양하게 주문하여 나눠먹음. 홍콩 사람들은 남과 다른 브랜드를 선호하나 광고나 유행에 영향을 받지 않으며 계획적인 소비를 하고 가격이 비싸도 원하는 제품을 구매하는 경향이 높음. 그러나 가격할인이나 프로모션에 대해 민감하며 식당이 마음에 들면 주변사람에게 추천하고 계속 찾아가는 외식행태를 보임.

홍콩에서는 홍콩 방문 관광객들의 만족 수준 향상을 도모하기 위해 홍콩 관광 진흥청에서 품질관광 서비스 인증제(Quality Tourism Services: QTS)를 운영하고 있음. 홍콩의 품질관광 서비스 인증제는 홍콩 방문 관광객들의 만족 수준 향상을 도모하고자 실시됨. 홍콩 관광진흥청이 주관하고 홍콩 경제부가 지원하는 품질관광 서비스 인증제는 1999년 11월에 추진된 이후, 2000년 4월부터 본격적으로 시행함.

평가를 위한 체크리스트의 평가 요소는 환경상태, 제품의 품질, 과정(친절도), 인적자원(종업원), 시스템(운영상태)의 5가지로 구분됨. 평가서는 레스토랑이 경쟁 우위를 차지할 수 있는 점과 장기적 안목으로 볼 때 향상이 필요한 부분을 확인하고 단기적으로 수정이 필요한 부분들을 수정하며 고객들의 평가에 의존하여 평가가 시행됨. 평가리스트는 총 1000점으로 600점 이상이 되면 품질관광 서비스 인증제(QTS)를 신청할 수 있는 자격이 주어짐. 이때 체크리스트의 각 항목은 환경(150점), 제품(250점), 과정(100점), 인적자원(300점), 시스템(200점)으로 항목별 가중치가 부여됨. Good plus 항목의 경우, 점수로 환산되지는 않지만 지속적 발전의 부가가치 요소로 간주함. 다른 항목에 비해 인적 자원에 대한 배점이 높게 평가되어 있는데 세부 항목을 살펴보면 고객을 대하는 태도나 서비스 등을 평가하도록 되어있어 고객에 대한 서비스가 가장 중요하게 평가되고 있음을 알 수 있음. 제품에 대해서도 상당히 높은 배점을 부여하고 있는데, 제품은 메뉴 프리젠테이션, 품질, 위생 등을 평가하도록 되어있어 서비스에 이어 음식과 위생에 대해서도 중요하게 평가하고 있음을 알 수 있음.

심사 위원회의 구성은 실사를 담당하는 기술 평가단과 정부, 기업, 관광업계 및 관련업체의 일원들로 구성되어 있으며 QTS 제도의 전반적인 장려책과 운영상태를 점검하는 QTS 자문위원회로 이루어짐. 또한 암행고객(mystery shopper)이 있어 인증 음식점이 일정한 수준의 서비스가 유지되고 있는지 계속해서 감시함. 심사는 음식점에서 인증을 지원하면 기술 평가단이 실사를 하여 심사하고 심사 결과 합격이 되면 QTS 인증 마크를 부여함. 선정된 이후에는 암행고객을 통해 지속적인 사후 감시함.

〈표 2-18〉 품질관광 서비스 인증제(Quality Tourism Services: QTS) 평가리스트

| 항목                       |                            | 세부항목   |
|--------------------------|----------------------------|--|
| 1. 환경<br>(성과기준)<br>(150) | 1.1 접근성,<br>명확한<br>정체성(50) | 1 음식점 접근성<br>2 음식점 이름, 싸인, 로고(잘 보이는가? 제대로 전시되어 있는가?)<br>3 조명, 싸인, 장식(청결유지)   |
|                          | 1.2 청결 및<br>유지관리(50)       | 1 주방, 다이닝 룸, 복도<br>2 화장실(청결, 쾌적, 편리성, 안정성)<br>3 잘 갖춰진 화장실 비품<br>4 시설, 장비 등 유지<br>5 쓰레기의 깨끗한 처리, 고객이 보이는 곳에서의 세척 없음<br>6 환기, 온도   |
|                          | 1.3 고객시설(50)               | 1 편리한 계산처리<br>2 명확한 화장실 위치 표지<br>3 고객과 직원을 위한 충분한 화장실 확보<br>4 할인 혜택에 대한 명확한 정보 게시<br>• Good plus : 다국적어 사용의 메뉴판(사진, 메뉴 설명 포함)이 음식점 입구에 부착되어 있음<br>-장애자용 시설<br>-주일 및 공휴일 오픈, 긴 오프닝 타임 |
| 2. 상품<br>(250)           | 2.1 차림새(50)                | 음식의 차림새  |
|                          | 2.2<br>품질만족(100)           | 1 선택 가능한 다양한 메뉴 제공<br>2 동일한 가격 범위대의 다양한 메뉴 제공<br>3 서빙된 음식의 맛<br>4 신선한 재료의 사용<br>• Good plus : 식음료는 알맞은 온도와 충분한 양으로 서빙된다.   |
|                          | 2.3<br>식품위생(100)           | 1 조리기구 유지, 보관 - 위생 지침에 따라 실시<br>2 모든 식음료는 위생지침에 따라 알맞게 처리됨   |
| 3. 과정<br>(100)           | 3.1 명확한<br>메뉴(50)          | 1 메뉴에 모든 식음료 가격이 정확히 적혀 있고, 무료 제공음식, 선물에 대한 정확한 내용이 포함되어 있음<br>2 영어(필요한 언어)로 된 정확한 메뉴판 비치<br>3 제공되는 식음료의 정확한 사진이 포함된 메뉴 비치 또는 게시   |
|                          | 3.2 테이블 웨어<br>및 기물(50)     | 1 깨끗한 테이블 웨어<br>2 깨끗한 서빙 기물  |

| 항목              |                                       | 세부항목  |
|-----------------|---------------------------------------|---|
| 4. 직원<br>(300)  | 4.1 친절하고<br>능동적인<br>직원(70)            | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 위생 지식이 있는 직원</li> <li>2 직원의 예절 바른 행동</li> <li>3 고객을 환영하는 친절함 직원</li> <li>4 능동적 직원</li> <li>5 고객의 요구와 문제를 신속히 처리해 주는 직원</li> <li>6 일관되게 좋은 태도를 지닌 직원</li> <li>7 정직한 직원</li> <li>8 고객의 요구를 잘 처리하는 인내심 있는 직원</li> <li>9 팀웍이 있는 직원</li> <li>10 연장 직원의 리더십</li> </ul> |
|                 | 4.2 용모(50)                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 직원의 깨끗한 복장(유니폼 착용)</li> <li>2 용모단정한 직원</li> <li>3 서비스 직원의 위생</li> <li>4 고객들의 눈에 잘 띄는 직원</li> </ul>   |
|                 | 4.3 고객과의<br>관계(100)                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 효과적인 대화 기술을 가지고 고객의 요구를 경청</li> <li>2 명확하게 주문 받기</li> <li>3 영어나 다른 언어 구사 기능</li> <li>4 레스토랑 소개나 메뉴 설명을 할 수 있는 직원</li> </ul>  |
|                 | 4.4 능숙한<br>서빙기술 및<br>식음료 지식(80)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 능숙한 식음료 서빙</li> <li>2 식음료에 대한 지식과 메뉴 추천</li> <li>3 고객 질문에 대한 능숙한 대응</li> <li>4 주문전 가격안내</li> </ul>   |
| 5. 시스템<br>(200) | 5.1 품질보증(50)                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 음식 저장에 대한 지침서 존재, 관련 직원의 생산 과정 매뉴얼의 사용</li> <li>2 품질 표준 유지를 위한 훈련 및 감독</li> <li>3 정기적 구충/구서 (해충관리)</li> <li>4 위생관리를 위한 적절한 장비 사용</li> </ul>  |
|                 | 5.2 효과적인<br>의사소통과<br>친근한 서빙<br>절차(60) | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 효율적이고 정확한 계산 서비스</li> <li>2 service charge가 명확하게 나온 항목별 계산서 사용</li> <li>3 고객 의견을 취합할 수 있는 시스템 마련</li> <li>4 고객과 운영 사이의 정보 흐름을 활용할 수 있는 효과적 시스템 존재</li> <li>• Good plus : 편리한 예약 서비스(전화, 팩스 등), 음식 서빙 시간에 대한 서비스 맹세</li> </ul>                                    |
|                 | 5.3 고객안전 및<br>응급상황<br>과정(30)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 안전과 응급상황의 올바른 진단</li> <li>2 충분한 비상구, 종업원의 화재 시 탈출구에 대한 숙지</li> <li>• Good plus : 직원들에게 응급조치 훈련</li> </ul>  |
|                 | 5.4 불평처리와<br>효과적인<br>서비스(60)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 불평처리에 대한 채널 및 대처 과정 구비</li> <li>2 불평처리를 위한 직원에게의 적당한 권한 부여</li> <li>• Good plus : 명확한 고객 응대 지침서를 직원에게 제공</li> </ul>  |



## (2) 미국 - American Automobile Association(AAA) Awards Diamonds

미국은 완전 자유 경제를 바탕으로 선진국으로서의 입지를 굳건히 지켜왔으며 세계경제를 이끄는 주역으로서 선진 외식시스템을 갖추고 있는 나라임. 미국은 2012년 GDP가 15조 6096억 달러로 전년 대비 2.4% 성장을 보임. 미국에서의 외식산업은 하나의 거대한 산업으로 국가 경제 발전에 중요한 하나의 축을 담당하고 있으며 국가 인지도 브랜드 제고에 따른 파급 효과가 매우 큼.

미국의 American Automobile Association(AAA)와 비영리 단체인 코넬대학은 미국 및 캐나다를 여행하는 관광객들에게 음식점 정보를 제공하고자 1988년 American Automobile Association(AAA) Awards Diamonds를 추진하기로 한 이후, 1989년부터 관광객을 위한 음식점 평가를 시작함.

평가를 위한 체크리스트 항목에는 음식, 서비스, 식당환경 및 인테리어 등이 포함되며 평가는 객관적 평가사항과 주관적 평가사항으로 평가하도록 되어 있음. 각 평가사항별로 포함된 내용은 다음 <표>와 같음. 각 점수단계에 대한 평가척도가 제시되어 있으며, one diamond에서 five diamond의 다섯 단계로 각 항목을 평가하고 있음

<표 2-19> American Automobile Association(AAA) Awards Diamonds 평가항목

| 객관적 평가항목      |  | 주관적 평가항목      |  |
|---------------|--|---------------|--|
| 1. Food       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• presentation(음식연출)</li> <li>• 재료</li> <li>• 음식 준비</li> </ul>  | 1. Food       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 빵 또는 밥</li> <li>• 조미료</li> <li>• 서비스</li> <li>• 맛</li> <li>• 온도</li> <li>• 다양성</li> <li>• 음료</li> <li>• 가치</li> </ul>                       |
| 2. Service    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 예약, 전화 응대</li> <li>• 도착 시 인사</li> <li>• 좌석</li> <li>• 음식 및 음료 서비스</li> <li>• 지불/배움</li> </ul>   | 2. Service    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 조화로움</li> <li>• 시간</li> <li>• 관심도</li> <li>• 지식</li> <li>• 요구에 대한 대응</li> <li>• 고객에 대한 태도</li> <li>• 주차</li> <li>• 신용카드</li> </ul>          |
| 3. Decoration | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 현관</li> <li>• 대기구역 혹은 라운지</li> <li>• 디자인 요소</li> <li>• 인쇄물(메뉴)</li> <li>• 테이블/린넨류</li> <li>• 식기류</li> <li>• 커트러리</li> <li>• 글래스류</li> <li>• 의자</li> <li>• 테이블 세팅</li> </ul> | 3. Decoration | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식의 외관</li> <li>• 유연한 이동경로</li> <li>• 테이블 공간</li> <li>• 내부 온도와 환기</li> <li>• 조명</li> <li>• 소음, 음악</li> <li>• 수용능력</li> <li>• 화장실</li> </ul> |

### (3) 태국 - 타이 셀렉트 Thai Select

2012년 기준 태국의 국내 총 생산은 3650억 달러에 이르며 1인당 GDP는 5382달러에 달함.

태국의 외식시장은 국민 소득증가와 건강에 대한 관심, 직장여성 증가, 생활 수준 및 삶의 질 향상 등의 요소를 통해 식품 소비 및 외식시장 규모가 점점 커지며 다양해지고 있음. 가정에서의 식사 준비 시간이 줄어들고 소득은 증가함에 따라 외식 서비스 산업은 더욱 성장하고 있으며, 간편한 즉석요리를 선호하여 백화점이나 쇼핑센터 혹은 푸드코트에서 음식을 주로 소비함

외식시장의 규모가 큰 태국은 정부가 자국 음식 세계화와 식자재 수출 증대를 목적으로 추진한 태국음식 세계화 프로젝트'Kitchen of the World'가 있음. 태국음식을 세계 3위권에 진입시키는 것을 목표로 추진된 이 프로젝트는 세계 시장에서 태국음식점 인증화, 공동 브랜드를 통한 자국 식품 수출·식재료 수출확대를 통해 농업 동반성장 등 성과를 거두겠다는 내용이었음

'Kitchen of the World' 프로젝트의 구체적인 내용은 음식과 연계된 식자재 수출을 위한 수출산업을 육성하기 위해 '타이 셀렉트(Thai Select)' 프로그램을 시행하여 해외 태국음식점들에게 태국정부의 인증서를 수여한다는 것으로 지난 2006년 1월 31일 일본 동경에서 태국 상무부 부수상에 의해 공식적으로 발표됨. 기본적인 정통태국음식의 맛을 유지하되 그 나라의 식생활 특성에 맞도록 태국음식을 현지화 한다는 것임

(표 2-20) 타이 셀렉트 인증제도 개요

| 구분   | 타이셀렉트  |
|------|--|
| 제도   | Thai Select Certification  |
| 시점   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2004년부터 시작</li> <li>2006년 탁신 친나와 총리 발표</li> </ul>   |
| 목적   | <ul style="list-style-type: none"> <li>해외의 태국음식을 경험하는 소비자들의 신뢰도를 높이기 위하여 태국 레스토랑을 선별, 인증을 통해 추천</li> <li>태국 식자재와 조리기구 등의 소비를 전 세계적으로 증가</li> </ul>                             |
| 배경   | <ul style="list-style-type: none"> <li>태국은 농산물 수출국으로, 수출경쟁이 심화되는 환경에서 성장가능한 분야로 발전시키고 농산물과 식품의 수출을 지원</li> </ul>   |
| 심사항목 | <ul style="list-style-type: none"> <li>기본항목 : 40점 만점(위생, 태국산 식자재의 사용, 요리사의 전문 교육 이수 여부, 메뉴구성, 업장의 영업 기간)</li> <li>규정항목 : 60점 만점(환경, 서비스, 음식의 품질, 프리젠테이션, 공공행사 참여여부)</li> </ul> |
| 주무부처 | <ul style="list-style-type: none"> <li>태국상무부수출 진흥국, 진흥국 산하 오피스 오브 서비스트레이드부가 '타이 셀렉트 프로젝트'를 전담 : 태국외식업체 및 요리사의 해외진출과 프로모션 진행</li> </ul>   |
| 심사위원 | <ul style="list-style-type: none"> <li>대사, 상무공사관실 상무공사, 태국음식협회, 음식협회 대표, BOI, 태국관광청사무소소장, 타이항공 지점장, 현지 타이 트레이드 센터의 부상무관 혹은 비서관 가운데 최소 2인이 참석하여 심사</li> </ul>                   |
| 관련기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>국립식품연구소, 태국 해외 대사관 내 상무관실 및 트레이드 센터</li> </ul>  |
| 진흥시책 | <ul style="list-style-type: none"> <li>타이 셀렉트 인증 레스토랑의 경우 수출입은행에서 0.25%의 이자할인 혜택, 조리사양성교육 등</li> </ul>   |

자세한 내용은 해외에 있는 태국 레스토랑에서 태국음식을 경험하는 소비자들의 신뢰도를 높이기 위하여 자격이 있는 태국 레스토랑을 선별, 인증을 통해 추천하고자 하는데 그 주목적이 있음. 또한 태국 레스토랑을 운영하는 업주들로 하여금 수준을 더욱 향상시켜 태국 레스토랑 및 음식이 국제적인 수준에 이를 수 있도록 장려하는 동시에 태국 레스토랑의 식자재와 조리 기구, 인테리어 소품 및 테이블 웨어 등을 태국에서 수입하도록 권장하여 태국산 농산물 및 식자재의 소비를 전 세계적인 차원에서 증가시키고자 하며, 나아가 유형별 태국 레스토랑의 해외 체인점 개설과 전문 태국 요리사 과정을 통한 우수한 인재를 육성하는 등 태국 요리 세계화 및 태국 레스토랑을 태국 문화보급의 전진기지로 만들고자 하는데 있음

태국정부가 인정하는 맛과 서비스, 그리고 위생을 갖춘 음식점으로 해외 타이 레스토랑을 전통타이 레스토랑과 퓨전타이 레스토랑(모던타이 레스토랑) 그리고 스페셜 타이 레스토랑(한 가지 메뉴만을 전문적으로 취급하는 레스토랑, 타이식 디저트 전문점, 타이 수끼 전문점)으로 분류함. 뿐만 아니라 각각에 대해 음식과 요리사의 수준과 음식점 관리를 세부적으로 점검함

타이 셀렉트 레스토랑은 최상의 음식과 맛과 서비스를 보증하기 위해 다음과 같은 조건들이 충족되어야 함. 첫째, 레스토랑의 주방과 화장실 등과 같은 장소를 반드시 공개해야 함. 둘째, 레스토랑은 경험이 풍부한 일류 태국 요리사 또는 최소 1년 이상의 경력자 및 태국음식을 배운 보조 주방장을 고용해야 함(Thai Cuisine Culinary School 수료증 등). 셋째, 레스토랑은 일정량의 태국 식자재를 반드시 사용해야 함

〈표 2-21〉 타이 셀렉트 기본항목 심사기준

| 심사기준                    | 세부사항  |
|-------------------------|---|
| 1. 위생기준                 | 이 항목은 반드시 통과해야 하며 또한 각 나라에서 등급을 매겨 놓은 것을 적용시켜 점수에 더해야 한다. |
| 2. 적당한 비율의 태국산 원자재 사용여부 | 해당지역의 각 타이 트레이드센터는 원자재 보급에 있어서 어려움이 있는지 여부를 알아두어야 한다.     |
| 3. 요리사의 전문 교육 이수 여부     | 해당 업장에서 조리를 담당하는 요리사가 태국 정부에서 시행하는 전문 교육 과정을 이수했는가에 대한 사항 |
| 4. 메뉴구성                 | 해당 레스토랑이 제공하는 메뉴 아이템 가운데 태국 음식이 최소한 메뉴의 60% 이상을 차지해야 함    |
| 5. 영업기간                 | 해당 업장은 영업 시작일이 최소한 6개월 이상 되어야 신청을 할 수 있다.                 |

타이 셀렉트 위원회는 다음과 같은 심사 기준에 따라 레스토랑을 선별하는데 첫째, 기본항목 총 40점 중 32점 이상 획득해야함. 최소한 영업개시 후 6개월 이상 된 레스토랑만이 신청이 가능하며, 식품위생, 태국 식자재 사용 비율, 태국요리사 고용, 그리고 메뉴의 60%이상이 태국요리로 구성(태국 요리 전문 레스토랑이 아닌 경우)되어야 함. 둘째, 규정항목 총 60점 중 48점 이상 획득해야 함. 즉,

요리의 맛과 향, 인테리어, 서비스, 푸드 스타일링, 대외활동(자선 및 홍보)임. 이에 따라 최소 2명 이상의 타이 셀렉트 위원들이 신청한 레스토랑을 사전 예고없이 방문하여, 에피타이저 한 가지 이상, 메인요리 2가지 이상(요리 종류가 겹치지 않도록), 디저트 1가지 이상을 주문하여 심사하여 기본항목과 규정항목의 점수를 합쳐 80점 이상을 획득해야 타이 셀렉트 레스토랑으로서 인증서를 받음

〈표 2-22〉 타이 셀렉트 규정항목 심사기준

| 구성                      | 전통타이                                      |   | 모던타이                                      |   |
|-------------------------|---|---|---|---|
|                         | Quick Serving                             | Table Serving                             | Quick Serving                             | Table Serving                             |
| 1. 장식(10점)              | - 공간분배<br>- 태국문화                          | - 공간분배<br>- 태국문화                          | - 공간분배                                    | - 공간분배<br>- 태국문화                          |
| 2. 서비스(15점)             | - 서비스<br>- 태국식접객                          | - 풀 서비스<br>- 태국식접객                        | - 서비스<br>- 태국식접객                          | - 풀 서비스<br>- 태국식접객                        |
| 3. 음식의 품질<br>(20점)      | - 식자재<br>- 식감<br>- 맛                      | - 식자재<br>- 식감<br>- 맛                      | -식자재<br>-식감<br>-맛                         | -식자재<br>-식감<br>-맛                         |
| 4. 푸드<br>스타일링(10점)      | - 테이크아웃<br>- 음식 데코레이션                     | - 음식의 종류에 적<br>합한 음식인가?<br>- 음식 데코레이션     | - 테이크아웃<br>- 음식 데코레이션                     | - 음식의 종류에 적<br>합한 음식인가?<br>- 음식 데코레이션     |
| 5. 공공행사<br>참여여부<br>(5점) | - 지역사회 행사 참<br>여여부<br>- 해당시장에서의<br>행사참여 외 | - 지역사회 행사 참<br>여여부<br>- 해당시장에서의<br>행사참여 외 | - 지역사회 행사 참<br>여여부<br>- 해당시장에서의<br>행사참여 외 | - 지역사회 행사 참<br>여여부<br>- 해당시장에서의<br>행사참여 외 |

#### (4) 호주 - R&C NSW Awards for excellence

2013년 기준 호주의 GDP는 1조 4879억 달러로 세계 12위, 대한민국의 GDP는 1조 1975억 달러로 세계 15위로 호주와 대한민국은 GDP가 비슷함. 호주 내 우수 음식점을 선정하기 위하여 호주 R&C NSW(호주 Restaurant and Catering New South Wales & Act)는 1993년부터 매년 R&C NSW Awards를 시행하고 있음.

평가 기준으로는 주문 전 상태, 식사 전 서비스 상태, 음식, 음료, 전체적 서비스 및 시설이 있으며 이를 평가하기 위한 체크리스트 MIRE model이 마련되어 있음. MIRE model(Maiorana Instrument for Restaurant Evaluation)은 서비스, 시설, 음식의 평가 요소로 구성되며 이러한 평가서 사용의 목적은 호주 내 우수 레스토랑에 대한 인정을 하고 올해의 우수 레스토랑을 선정하기 위함임. 각 항목별 0~5점으로 평가를 하게 됨. 특이한 사항이 평가항목이 Pre-eating단계에서 대부분 이루어진다는 점임. 음식을 먹기 전 테이블 세팅과 메뉴 상태, 메뉴에 대한 전반적인 상태, 음료로 구체적으로 나누어 평가하고 있음.

평가단은 평가 위원장 및 R&C NSW 회원 중 다음 사항을 만족하는 회원을 평가위원으로 선출하게 됨. 평가전에는 평가위원을 훈련시키며, 평가서는 일관성 유지를 위해 매년 평가서를 평가함. 여기서 특이한 사항이 심사원의 구성에 있어 음식과 와인에 흥미가 있는 일반인, 식음료 업계에 종사하지 않은 사람, 평가 항목에 따라 평가가 가능한 사람, 공신력이 있고 정직한 사람으로 구성하도록 하고 있는데, 이는 객관적이고 소비자의 입장에 맞는 평가가 이루어질 수 있도록 하기 위한 조치로 보임.

〈표 2-23〉 R&C NSW Awards for excellence 평가기준

| 항목            | 세부항목                                   |  |
|---------------|--|--|
| 1. Pre-table  | 전화응대 서비스(2항목)                          | 전화 가능시간, 정보 및 도움 정도  |
|               | 도착 시 응대 서비스(5항목)                       | 테이블 세팅의 적절성, 메뉴 및 와인 리스트, 도착시 친절한 인사, 테이블 안내, 음료서비스                              |
| 2. Pre-eating | 테이블 세팅(7항목)<br>음식점 분위기(4항목)<br>메뉴(5항목) | 그릇·식기·린넨류의 적절성, 글래스류 및 다른 테이블 소품의 적절성, 모든 테이블 용품의 품질과 연출, 테이블 연출의 일관성, 좌석품질, 금연석 |
| 3. Food       | 전체적인 사항(7항목)                           | 음식의 전반적 품질, 음식의 맛, 메뉴상의 설명과 실제 메뉴와의 일치성, 음식의 서빙온도, 주문음식과 서빙 음식의 일치성, 식사 후 테이블 처리 |
|               | 음식점 시스템에 맞는 메뉴(5항목)                    | 메뉴의 다양성, 서빙되는 음식, 후식 범위와 품질  |
| 4. Drinks     | 음료 전반에 관한 사항(13항목)                     | 제공되는 음료 범위와 품질, 음료에 대한 관심(음료 리필), 차의 제공  |
| 5. Overall    | 앞에서 다루지 않은 음식점 전반에 관한 기타사항(7항목)        | 음식서비스의 전체적 품질, 음료 서비스의 전체적 품질, 음식 및 음료 이외의 서비스의 전체적 품질                           |

### (5) 해외 외식관련 인증제도 평가항목 비교

홍콩, 미국, 태국, 호주의 인증제도 평가항목을 살펴보면 평가항목은 유사하게 나타남. 공통적으로 음식과 서비스, 식재료, 위생, 메뉴구성, 환경(시설)에 대해 평가하고 있음.

홍콩은 환경, 제품, 과정, 인적자원, 시스템의 5가지 항목에 대해 총 1000점 만점으로 구성되며 환경 150점, 제품 250점, 과정 100점, 인적자원 300점, 시스템 200점으로 항목별 점수를 부여함. 다른 항목에 비해 인적 자원에 대한 배점이 높게 평가되어 있으며, 세부 항목을 살펴보면 고객을 대하는 태도나 서비스 등을 평가하도록 되어있어 고객에 대한 서비스가 가장 중요하게 평가되고 있음을 시사함. 제품에 대해서도 상당히 높은 배점을 부여함. 제품은 메뉴 프리젠테이션, 품질, 위생 등을 평가하도록 되어있어 서비스에 이어 음식과 위생에 대해서도 중요하게 평가하고 있는 것을 알 수 있음.

특이한 사항은 관광객을 대상으로 하는 레스토랑 및 소매점도 평가대상에 포함하고 있어 다른 나라의 레스토랑 평가제도와는 달리 시스템을 평가항목으로 분류해 놓고 있음.

태국의 경우, 기본항목과 규정항목으로 분류하여 평가를 하고 있으며, 위생기준과 태국산 식재료 사용여부, 요리사의 전문교육 이수여부, 메뉴 구성, 영업기간은 기본항목으로 책정하여 이를 만족할 경우 점수를 부여하고 규정항목 심사를 함. 규정항목은 “전통타이”와 “모던타이”로 구분하여 심사가 이루어지며, 그 안에서 다시 “Quick Serving”과 “Table Serving”으로 구분함. 장식과 서비스 음식의 품질, 푸드스타일링, 공공행사 참여여부에 대해 평가를 함. 장식은 공간분배와 태국문화에 대해 평가를 하며, 서비스는 태국식 접객태도를 평가함. 음식의 품질은 식자재와 식감, 맛을 평가하고 있으며 푸드스타일링은 음식 데코레이션 등을 공공행사 참여여부는 지역사회 행사에 참여하고 있는지를 평가하고 있음.

호주의 R&C NSW Awards는 실제로 다른 나라에서 이루어지고 있는 평가항목이 Pre-eating단계에서 대부분 이루어지고 있음. 평가항목이 여러 가지로 나누어져 있지만 크게 보면 음식과 서비스를 확인하는 것을 알 수 있음. 특히 음식은 먹기 전 테이블 세팅과 메뉴 상태, 메뉴에 대한 전반적인 상태, 음료로 구체적으로 나누어 평가하고 있음. 평가항목에 대해 배점의 차이 없이 모두 0~5점 사이로 평가를 하도록 구성되어 있음.

#### (6) 기타 민간주도 해외 외식관련 추천제 분석

해외 외식업 추천제로 미술랭 가이드와 자갯 서베이, 밀레가이드의 현황 및 평가기준을 살펴봄. 해외 외식업 추천제 겸 레스토랑 가이드북인 미술랭 가이드와 자갯 서베이, 밀레가이드의 경우 구체적인 평가항목을 공개하고 있지 않음.

미술랭 가이드는 재료의 질, 개성, 요리법과 양념의 완성도, 일관성, 가격과 음식 질의 균형에 대해 전문가들의 평가를 바탕으로 하고 있으며 이를 통해 산출한 결과를 5단계로 나누어 편안함과 맛 항목으로 공개하고 있음. 가격에 대한 정보는 4단계로 나누어 공개하고 있음. 미술랭 가이드의 평가항목은 전문가들의 주관적이고 경험과 연륜에서 우리나라의 평가를 바탕으로 하고 있어 그 평가대상에서부터 차이가 있으며 심사항목에 있어서도 음식의 독창성, 개성 등을 중요하게 평가하고 있음.

자갯 서베이의 대상이 되는 레스토랑은 지역 담당자에 의해 선정되며, 음식, 데코레이션, 서비스 항목에 대해 방문한 경험이 있는 고객들이 온라인으로 참여하여 만족도를 평가하게 됨. 평가에 있어 독특하고 개성있는 메뉴, 독창적인 인테리어나 서비스 컨셉, 이에 알맞은 적절한 가격을 제시하는 업체에 높은 점수를 부여하도록 하고 있음. 0~30점으로 평가하고 있으며 5단계로 구분함. 0~9점인 ‘poor to fair’에서부터 26~30점인 ‘extraordinary to perfection’으로 구분함. 가격은 4단계(I, M, E, VE)로 나누어 정보를 공개함.

밀레가이드는 2006년부터 아시아의 레스토랑을 소개하는 가이드북으로, 아시아 레스토랑을 소개해주는 권위있는 자료의 부재를 채워주기 위해 제작되기 시작하였음. 아시아 전역의 유명한 신문 또는

잡지의 평론가들과 함께 'Shrotlisting jury'(레스토랑을 간략하게 소개하는 리스트)를 만들어 인터넷 사이트를 통해 대중이 점수로 평가, 2,000명 이상의 음식과 와인 전문가들의 평가, 밀레 가이드 팀과 아시아 전역의 편집장들의 점검을 통해 매년 상위 50개의 레스토랑을 선정함

미술랭 가이드가 최고급 레스토랑을 대상으로, 6개월 이상의 훈련을 받은 심사자들의 평가로 이루어지고, 자갓 서베이는 방문한 경험이 있는 고객들에 의해 평가되어 일반인들에게 맛있고, 분위기와 서비스가 좋은 레스토랑을 제공한다는 차이가 있음. 밀레가이드는 일반인과 전문가의 평가 및 점검이 함께 이루어진다는 특징이 있음.

〈표 2-24〉 해외 외식업 추천제 비교

| 구분    | 미술랭가이드   | 자갓 서베이  | 밀레가이드   |
|-------|--|---|---|
| 시작    | <ul style="list-style-type: none"> <li>1900년, 프랑스</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1979년, 미국 뉴욕</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2008, 싱가포르(후원:밀레)</li> </ul>                                       |
| 창간자   | <ul style="list-style-type: none"> <li>에드워드와 안드레 미술랭 형제(미술랭사의 창립자)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>변호사Tim&amp;Nina Zagat 부부</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aun Koh(싱가포르 Ate Media 대표, 음식 블로그인 chubbyhubby.net 운영자)</li> </ul> |
| 발간형태  | <ul style="list-style-type: none"> <li>1년간에 걸쳐 전체 레스토랑을 평가한 가이드북으로 매년 3월초 발행되며 연간 60만부 이상 팔림</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>세계 각국 레스토랑 평가 가이드북</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>레스토랑 가이드북</li> </ul>   |
| 발간 경위 | <ul style="list-style-type: none"> <li>프랑스를 여행하는 운전자들에게 유익한 정보(여행, 식당 정보 등)를 제공하기 위한 소책자로 도로 안내서에 무료 배치</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>자카드 부부가 지인들과 좋아하는 레스토랑 바 등을 소개하는 정보를 모아 매년 한 번씩 그 자료들을 프린트하여 공유함에서 출발</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2006년부터 매년 상위 50개의 레스토랑을 선정하다가 밀레가이드 제작하면서 범위 확대</li> </ul>        |
| 평가주체  | <ul style="list-style-type: none"> <li>미식가들로 구성된 세계 각국의 평가단 86명</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>음식에 관심을 가진 일반 사람들(자카데아)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>대중, 음식 및 와인 전문가 평가, 밀레가이드 팀과 아시아 전역 편집장 점검</li> </ul>              |
| 평가항목  | <ul style="list-style-type: none"> <li>재료의 질</li> <li>개성</li> <li>요리법과 양념의 완성도</li> <li>일관성</li> <li>가격과 음식 질의 균형</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>요리</li> <li>환경 (독창적인 인테리어와 컨셉)</li> <li>서비스</li> </ul>                           |   |
| 평가국가  | <ul style="list-style-type: none"> <li>유럽 11개국, 미국, 일본 등</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>미국 전체 및 21개국의 주요 도시 (동아시아는 상해, 동경, 오사카, 고베, 교토)</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>아시아</li> </ul>   |

| 구분   | 미술랭가이드   | 자गत 서베이  | 밀레가이드   |
|------|--|--|---|
| 평가방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 익명, 무협찬, 매년 업데이트, 현장 확인, 어느 곳이든 똑같은 원칙을 적용하며, 평가를 위해 한 식당을 세 번 방문</li> <li>① 평일 한가한 시간에 제대로 된 음식 맛 평가</li> <li>② 가장 바쁠 때 서비스와 고객 만족도 평가</li> <li>③ 취재임을 밝히고 주인과 요리사 인터뷰 진행</li> <li>• 포크 1개 : 편안한 분위기의 식당</li> <li>• 포크 5개 : 최고급 인테리어와 시설을 갖춘 최고급 식당</li> <li>• 별 1개 : 후보 식당 중 특히 맛있는 집</li> <li>• 별 2개 : 먼 곳까지 방문할 가치가 있는 훌륭한 집</li> <li>• 별 3개 : 맛을 보기 위해 여행할 가치가 있는 탁월한 집</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• zagat의 평가원은 요리, 데코, 서비스, 가격 항목을 30점 만점으로 평가한 앙케트를 집계하여 통계처리</li> <li>• 점수와 함께 최고 저녁식사 평균 단가 소개</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 아시아 전역의 유명한 신문 또는 잡지의 평론가들과 함께 "Shortlisting jury(레스토랑을 간략히 소개하는 리스트)"를 만들어 평가할 수 있도록 함</li> <li>• 인터넷 사이트를 통해 대중이 점수를 주고 평가함</li> <li>• 2,000명 이상의 음식과 와인 전문가들이 평가함</li> <li>• 밀레 가이드 팀과 아시아 전역에 있는 편집장들이 결과를 확인하기 위해 익명또는 개인적으로 점검함</li> </ul> |
| 영향력  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자들에 의한 사실적이고 구체적인 피드백과 객관적인 지표를 통해 호텔과 레스토랑을 평가하고 있어 세계 최고 권위의 여행 가이드북 및 여행 필수 아이템으로 평가</li> </ul>      |   |

#### 4) 기타 인증제도

##### (1) 우수쇼핑점인증

###### ○ 목적

- 외래 관광객의 쇼핑서비스 만족도 및 쇼핑관광신뢰도 제고를 통한 관광산업 경쟁력 강화
- 우수쇼핑점 인증을 통한 쇼핑서비스 품질 제고 노력 유도



〈표 2-25〉 우수쇼핑점 인증 평가항목

| 평가항목                  |                      |     | 평가지표   |
|-----------------------|----------------------|-----|--|
| 대분류                   | 중분류                  | 문항수 |  |
| 상품의 특성<br>(250)       | 상품품질의 신뢰성(170)       | 7   | 상품의 다양성 및 특성화 평가   |
|                       | 관광상품구성의 적합성(80)      | 4   | 매장 구비 상품 양, 상품의 다양화  |
| 매장서비스<br>(190)        | 매장간판 및 안내문(60)       | 5   | 식별용이성, 층별 안내표지판의 식별용이성, 불법간판 및 사인물 설치 여부, 신용카드 사용안내 표시, 개폐장 시간 표시 및 준수<br>*층별 안내표지판의 식별 용이성은 대형 쇼핑몰/브랜드 샵만 평가        |
|                       | 매장위치(30)             | 2   | 주차공간 확보, 주차요금 지원 여부  |
|                       | 매장 내부환경(100)         | 8   | 상품진열 상태, 전시상품 청결도, 매장 내부 청결도, 화장실 청결도, 내부 조명/환기/통풍 적절성   |
| 가격서비스<br>(210)        | 정찰제 및 가격표시(110/130)  | 4   | 정찰제 판매여부, 타언어 상품가격 설명, 환율기준 표시 및 외화 정찰가격 표시, 할인품목 표시   |
|                       | 가격의 적정성(100/80)      | 2   | 원화/외화 구매 시 가격차이, 타 상점 대비 가격 적정성  |
| 종사원서비스<br>(200)       | 종사원 외국어능력(50)        | 2   | 외래관광객과의 원활한 의사소통, 외국어 설명가능 여부  |
|                       | 종사원 복장(20)           | 1   | 단정한 복장 및 단정한 용모  |
|                       | 종사원 상품지식 정도(50)      | 4   | 정확한 상품 지식, 전문적 조언 능력, 상품 과장 허위 정보 제공   |
|                       | 친절도(80)              | 6   | 친절, 적극성, 고객 요구 및 불만사항 대응, 상품 구매 강요   |
| 부가서비스<br>(100)        | 고객관리 및 구매 후 서비스(100) | 12  | 카탈로그 등 활용 정보 제공, 고객관리 프로그램 운영, 홈페이지 운영, 포장 서비스, 결제수단의 다양성 및 편의성, 영수증 표기내용, 이벤트 개최, 상품 배달/교환 배송 서비스, 품질보증/교환/환불/불만 처리 |
| 사후면세제도 시행적 정성<br>(50) | 환급안내 적정성(25)         | 1   | 환급 안내 수준평가   |
|                       | 안내문 비치수준(25)         | 1   | Tax Refund 홍보표식 비치 수준평가  |

○ 우수쇼핑점 인증제 개요

- 대상 및 품목
  - 전국 외국인 관광객 방문지역 내 쇼핑점
  - 식료품, 인삼, 화장품, 의류 및 패션액세서리, 공예품 및 기념품 등
- 인증자격
  - 신청일 기준 최소 1년 이상 영업을 지속하고 있는 업소
  - 영업과 적합한 사업허가증을 발급받은 업소
  - 신청일 기준 국세·지방세를 완납한 업소
  - 주 6일 이상 정상영업을 하며, 개점과 폐점시간을 명시하고 있는 업소
  - 정식 건축허가를 받은 건물에서 영업을 하는 업소
  - 신청 일 기준 사전/사후 면세제도(Tax Refund) 시행업소
- 인증합격 점수 및 평가방법 :
  - 평가지표 기준 각 항목별(대분류) 60% 이상의 점수를 획득하고, 전체 650점 이상  
(단, 사후면세제도 시행적정성의 경우 과락 미적용)
  - 평가방법 : A, B, C, D, E, 해당 없음 척도로 체크  
 중분류별 총 획득 점수와 총 점수 계산한 후, 중분류 항목점수 합산  
 총점은 대분류 평가항목 점수 합산

예)

$$* \text{총 획득 점수} = A(\text{항목 수}) \times 1.00 + B(\text{항목 수}) \times 0.75 + C(\text{항목 수}) \times 0.5 + D(\text{항목 수}) \times 0.25 + E(\text{항목 수}) \times 0.00$$

$$* \text{총 점수} = \frac{(\text{총 획득 점수})}{(\text{중분류 내 전체 항목 수} - \text{'해당없음' 표시개수})} \times \text{중분류 평가항목 전체 점수}$$

$$* \text{대분류 총 점수} = \text{중분류 평가항목 점수 합산}$$

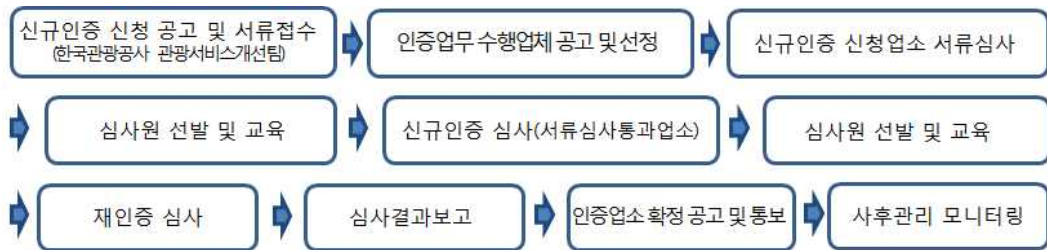
$$* \text{총점} = \text{대분류 평가항목 점수 합산}$$

- 인증기간
  - 최종 심사를 통과한 우수쇼핑점에 대하여 2년간 인증업소로 관리
  - 인증업소 홍보인쇄물제작 및 국내외 배포
  - 전국관광안내전화 1330을 통한 인증업소 안내 등
- 인증기관
  - '우수쇼핑점 인증제'는 문화체육관광부에서 후원하고 한국관광공사가 인증
  - 인증사업 서류 심사 및 현장실사 업무는 전문기관에 위탁하여 수행
  - 사후관리를 위한 모니터링 업무는 전문기관에 위탁하여 수행

※ 위탁기관 : 인증에 관한 전문성을 보유한 심사기관으로서, 계약에 의해 인증사업의 일부 또는 전부를 대행하는 기관

- 인증업소에 대한 공사 지원 사항
  - 우수쇼핑점 인증브랜드 로고 등 상표 사용권 부여
  - 한국관광공사 온/오프라인매체를 활용한 인증업소 소개 및 홍보 (한국어, 영어, 일어, 중국어)
  - 인증업소 홍보인쇄물제작 및 국내외 배포
  - 전국관광안내전화 1330을 통한 인증업소 안내 등
  - 종사원 서비스 교육 자료 제공
  - 서비스 품질 평가 자료 제공

○ 사업수행절차



〈그림 2-8〉 우수쇼핑점 인증 사업수행절차

○ 사업 범위 및 내용

- 신규인증
  - ‘우수쇼핑점 인증제’ 신규 신청 공고
  - ※ 년 1회 약 2개월 간 접수(온라인 및 우편 접수 가능)
  - 서류심사
  - ※ 신청서 및 설문서, 제반 서류 심사
    - \* 제반 서류 : 사업자등록증, 건축물대장 등 정식건축허가 증명서류, 국세 및 지방세 완납 증명서, 매장 내부·외부 사진, 외국인 관광객 면세판매장 지정증
  - 현장심사 : 서류심사 합격업소 대상 현장심사 실시
  - 심사 결과보고 : 심사업소에 대한 개별 평가보고서 및 심사결과 종합보고서 작성
  - 인증업소 공고 및 통보
- 재인증
  - 사전통보 : 인증업소 유효기간 만료사실을 만료일 60일 이전 통지

- 현장심사 : 인증업소 만료된 업소 모두 해당
- 심사 결과보고 : 심사업소에 대한 개별 평가보고서 및 종합보고서 작성
- 재인증 업소 공고 및 통보
- 사후관리 모니터링
  - 대상업소 : 기존 인증 우수쇼핑점
  - 실시방법
    - \* 현장심사 : 종합점수 800점 이하 업소 중 대형 쇼핑몰을 제외한 개별로드샵 업소
    - \* 서류모니터링 : 현장심사 외 업소, 자가진단 양식 활용  
(대형쇼핑몰 및 브랜드샵, 개별로드샵 2종으로 구분)
- 특별사후심사
  - 인증업소에 대한 고객의 불만 또는 민원발생 시 사실 확인을 위하여 실시하는 심사
  - \* 사회적 물의를 야기하여 언론, 방송 등에 보도된 경우
  - \* 인증업소에 대한 민원이 2회 이상 발생한 경우
  - \* 민간소비자단체, 유관기관 등의 요구가 있는 경우
  - \* 사후관리 모니터링에서 재심사가 필요하다고 판정받은 경우
  - \* 그 밖에 운영심의위원회에서 필요하다고 인정하는 경우

## (2) 우수의료기관 인증

### ○ 목적

- 의료기관이 의료서비스 제공과정에서 환자안전의 수준과 의료의 질 향상을 위해 자발적·지속적으로 노력하도록 하여 국민에게 양질의 의료서비스를 제공하기 위한 제도

### ○ 우수의료기관 인증제 개요

- 대상 : 병원급 이상 의료기관
- 참여방식 : 자율신청 원칙 (단, 요양병원, 정신병원, 노인전문병원은 의무신청)
- 비용부담
  - 300병상 이상의 병원의 경우 수익자 부담 원칙
  - 의무신청 대상 병원 및 300병상 미만인 의료기관 중 예산의 범위 내에서 소요되는 비용의 전부 또는 일부 보조
- 평가기관
  - 의료기관평가인증원(비영리재단법인으로 전담 기관)

• 평가항목 및 인증기준

- 종합병원 기준 : 전체 4개의 영역, 15개 Chapter, 44개 Category, 19개 Standard, 477개의 조사항목으로 구성 (정신병원, 요양병원, 치과병원, 한방병원 등 병원 특성에 따른 인증 기준 별도 마련되어 있음\_ 예. 요양병원 기준 전체 3개 영역, 11개 장, 27개 범주, 49개 기준, 205개 조사항목, 25개 조사항목 시범적용으로 구성)
- [정규] [시범] [필수] 항목으로 구분하여 적용
  - [정규] : 인증등급 결정을 위한 조사항목
  - [시범] : 의료기관의 수용성을 고려하여 단계적으로 정규문항에 포함될 예정인 문항
  - [필수] : 인증을 위해 필수적으로 충족해야 하는 항목

〈표 2-26〉 우수의료기관 인증 평가항목

| Chapter                     |            | Category   | Standard   |
|-----------------------------|------------|------------|------------|
| 기본(목표)가치체계<br>(Standard 17) | 환자안전       | 환자안전목표     | 6          |
|                             | 지속적인 질 향상  | 질 향상과 리더십  | 2          |
|                             |            | 질 향상 프로그램  | 3          |
|                             |            | 환자안전 프로그램  | 3          |
|                             |            | 지표관리 프로그램  | 3          |
| 환자진료체계<br>(51)              | 진료의 연속성    | 환자등록절차     | 2          |
|                             |            | 원내이동       | 3          |
|                             |            | 퇴원 및 전원    | 2          |
|                             | 환자평가       | 환자평가       | 5          |
|                             |            | 검사체계       | 6          |
|                             | 환자진료       | 환자진료체계     | 11         |
|                             | 마취 및 수술관리  | 수술관리       | 4          |
|                             |            | 마취, 진정관리   | 4          |
|                             | 약물관리       | 약물관리체계     | 1          |
|                             |            | 구매선정 및 보관  | 2          |
|                             |            | 처방         | 2          |
|                             |            | 조제         | 1          |
|                             |            | 투약 및 모니터링  | 2          |
|                             |            | 환자와 가족의 권리 | 환자와 가족의 권리 |
|                             | 환자와 가족의 권리 | 사생활 보호     | 1          |
|                             |            | 불만고충처리     | 1          |
|                             |            | 동의서        | 2          |

| Chapter        |                   | Category         | Standard |
|----------------|-------------------|------------------|----------|
| 행정관리체계<br>(38) | 리더십 및 조직경영관리      | 병원경영자의 리더십       | 3        |
|                |                   | 임상진료진의 리더십       | 3        |
|                |                   | 경영관리             | 3        |
|                |                   | 의료윤리경영           | 2        |
|                | 인력관리              | 인적자원기획           | 4        |
|                |                   | 직원교육             | 2        |
|                |                   | 의료인력 적정성         | 1        |
|                | 감염예방 및 관리         | 감염관리체계           | 3        |
|                |                   | 특수부서 감염관리        | 5        |
|                | 시설 및 의료기기<br>안전관리 | 법률규정준수           | 2        |
|                |                   | 설비시스템 및 보안관리     | 1        |
|                |                   | 의료기기관리           | 1        |
|                |                   | 소방 및 화재 안전관리     | 1        |
|                |                   | 시설안전관리           | 1        |
|                |                   | 위험물질관리           | 1        |
|                |                   | 재난관리계획           | 1        |
|                | 의료정보관리            | 의료정보 관리체계        | 2        |
|                |                   | 의무기록 완결도 관리      | 1        |
|                |                   | 의료정보수집 및 정보공유 활용 | 1        |
| 성과관리체계<br>(3)  | 임상질지표             | 지표관리 프로그램        | 1        |
|                | 만족도관리             | 환자 만족도           | 1        |
|                |                   | 직원 만족도           | 1        |

- 인증등급 판정 기준

1단계) 각 기준(Standard)의 충족여부 결정

※ 각 기준에 포함된 조사항목(ME)의 결과에 따라 기준별 조사항목의 충족률을 산정함

· 각 기준별 조사항목(ME)의 충족률(%)

$$= \frac{1*a + 0.5*b + 0*c}{a+b+c} \times 100$$

기준에 포함된 조사항목(ME)의 결과 : '유/상'이 a개, '중'이 b개, '하'가 c개라고 가정

· 유 1개, 무 0개 / 상 1개, 중 0.5개, 하 0개

※ 기준별 충족여부 결정

- 해당 조사항목(ME)의 충족률이 50%이상일 때 충족한 것으로 간주함
- 시범항목을 충족하지 못한 경우, 미충족에 따른 불이익은 없음

2단계) 영역(Domain)별 기준의 충족률 산정

※ 각 영역별 기준의 충족률(%)

$$= \frac{\text{해당체계내 '충족' 한 기준의개수}}{\text{해당 체계내 기준의개수}} \times 100$$

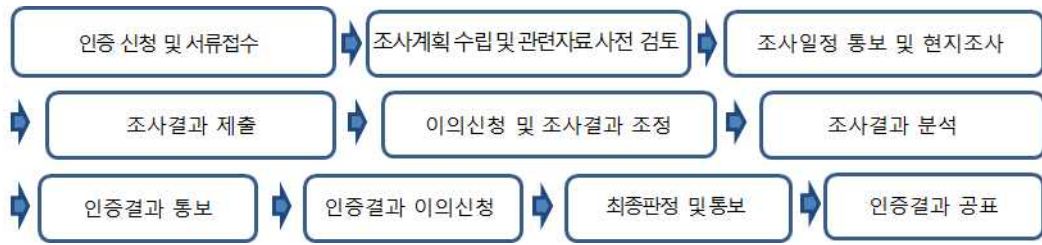
3단계) 인증등급 판정 및 인증기간

(표 2-27) 우수의료기관 인증등급 판정 및 인증기간

| 인증등급  | 판정기준   | 인증기간 |
|-------|--|------|
| 인증    | - 각 영역(Domain)의 기준(Standard) 충족률이 80% 이상이고,<br>- [환자안전] 및 [직원안전] 범주에 포함된 조사항목, 입원실 적정 면적 준수 관련 조사항목이 '무' 또는 '하'가 없어야 함 | 4년   |
| 조건부인증 | - 각 영역(Domain)의 기준(Standard) 충족률이 60% 이상임  | 1년   |

- 인증기관
  - 보건복지부에서 후원하고, 보건복지부 소속 인증위원회에서 정책 심의, (의료기관평가인증원)이라는 비영리법인 전담기관에서 사전설명회, 사전 컨설팅 서비스 제공 및 인증업무 수행
- 인증의료기관에 대한 지원사항
  - 인증서 교부 및 인증마크 사용
  - 인증결과를 활용한 정부재정 지원
  - 지정신청 요건에 포함 또는 평가가점 부여
- 사후관리
  - 주기적인 자체평가 실시
  - 인증점담기관 모니터링

○ 사업수행절차



〈그림 2-9〉 우수의료기관 인증 사업수행절차

5) 시사점

이상 국내외 외식관련 인증제도 및 타 산업 서비스 관련인증 제도를 살펴본 결과, 인증제의 문제점과 향후 방향을 몇 가지로 요약할 수 있음.

- 국내에서 시행중인 외식관련 인증제도들은 음식점들을 대상으로 각각 다양한 기준을 마련하여 운영되고 있음. 대부분이 맛, 서비스, 위생, 시설 등 전반적인 음식점 품질을 평가할 수 있는 항목들로 구성되어 있으며, 인증제도의 목적에 따라 중점을 두는 평가항목이 달라짐. 위에서 살펴본 모범음식점, 관광식당, 경기 으뜸맛집, 자랑스러운 한국음식점, 음식점 위생등급제 외에도 지자체 또는 기관별로 목적과 제도명을 달리한 우수외식사업자, 우수 프랜차이즈 수준평가, 전라남도 친환경 음식점, 경상북도 으뜸음식점, 중국관광객 전문식당, 외래관광객 전문식당 등 외식관련 인증 제도들이 상당수 있었음. 그러나 대부분 인지도가 낮거나 신뢰도가 낮은 상태임. 낮은 인지도와 신뢰도에는 몇 가지 이유가 있는 것으로 판단됨. 첫째, 모범음식점은 인증제도 중 가장 오래된 역사를 가지고 있고, 전국적으로 시행되고 있는 제도이기 때문에 인지도는 비교적 높은 편이나 무분별한 인증으로 인해 모범음식점을 이용한 고객들의 불만이 가중되면서 전반적인 외식관련 인증제도에 대한 소비자들의 신뢰도 저하에 영향을 미친 것으로 판단됨. 그 예로 지자체에서 각종 혜택을 받고 있는 수도권 내 모범음식점 중 47%의 업소가 2009년부터 2012년 7월까지 유통기한 경과제품 조리, 청소년 주류 판매, 영업 준수사항 위반 등 총 2천 152건의 식품위생법 위반이 있었음. 둘째, 여러 인증제도가 시행되고 있어 소비자들에게 정확한 정보가 전달되지 않으며, 아무 업체나 다 받을 수 있는 인증이라는 이미지를 심어 주게 됨. 따라서 고객들에게 외식업체 선택에 큰 영향을 주지 못할 뿐만 아니라 공신력 또한 주지 못해 외식업체에서도 인증제도에 대한 필요성을 절감하지 못함. 셋째, 외식산업의 질적·양적 성장을 목적으로 하고 있지만 결과적으로는 질적 성장을 이루지 못함. 꾸준히 인증업체가 증가하고 있고, 새로운 제도들이 생겨나고 있지만 관리감독 및 사후관리의 미흡으로 질적 수준이 유지·향상되지 못하는 결과를 초래함. 업체 경영주가 바뀌어도 평가 절차없이 인증마크를 부착하고 있거나 인증 받은 업체가 질적 수준을 기준에 미치지 못해도 인증마크는 그대로



유지하는 등 관리감독 및 사후관리가 제대로 이루어지지 않아 고객 뿐 아니라 외식업체 종사자들도 신뢰를 갖기 어려운 현실임. 넷째, 인증업체에 대한 혜택이 미비하여 외식업체들의 적극적 참여가 이루어지지 않고 있었음.

- 타 산업에서의 서비스 인증제 및 수상제도를 살펴본 결과, 국내 외식관련 인증제도보다 제도의 목적, 대상, 절차, 평가 기준 등에 대해 관련 웹사이트를 통해 좀 더 쉽게 알 수 있었고, 외식업 분야에서도 누구나 알 수 있는 기업들이 인증을 받음으로써 인증제에 대한 신뢰도를 높일 수 있다는 장점이 있었음. 또한 업체를 이용한 경험이 있는 고객들의 평가 부분이 포함되어 있어 고객들의 신뢰 및 홍보 효과가 있는 것으로 판단됨. ISO 품질경영시스템은 기업의 전 생산활동 과정에 대한 절차와 기준(품질 매뉴얼)을 두어 인증 전에 미리 제시한 기준에 맞는 품질 수준으로 향상시키는데 장점이 있으며, 인증업체에 대한 6개월마다 사후관리를 통해 품질 유지에도 도움이 됨. 본 연구에서의 외식 서비스 인증제가 전반적인 외식산업의 서비스 수준 향상을 목적으로 한다면 ISO 품질경영시스템의 품질 매뉴얼과 같이 평가 이전에 외식산업 서비스 품질 매뉴얼 마련 및 제공이 선행되어야 할 것으로 사료됨. 각 인증제도별 장점 외에 몇 가지 문제점을 살펴보면 첫째, 한국표준 서비스품질 인증지수는 주관기관에서 업체를 선정하여 조사하는데, 매출액, 시장점유율, 사회적 인지도 등을 고려하기 때문에 대기업 외에는 대상 업체로 선정되기조차 어려움. 한국 서비스품질 우수기업 인증제와 수상제도는 신청제로 운영되어 있어 인증을 받고자 하는 외식업체들이 서비스품질 수준을 향상시키고자 하는 의지가 있다는 장점은 있지만 심사비 등 비용부담이 크기 때문에 이 제도 또한 규모화 된 외식업체를 제외하고는 신청조차 이루어지지 않고 있는 실정임. 특히 수상제도는 홍보효과는 있지만 신청비, 참가비, 광고협찬비 등 비용부담이 매우 크기 때문에 ‘돈으로 사는 상’이라는 이미지가 팽배함. 둘째, 서비스 산업 전 분야를 다루고 있기 때문에 평가항목을 공통항목과 업종별 차별화된 항목으로 분리하더라도 타당성 있는 평가에 대한 한계가 있는 것으로 판단됨. 외식 서비스 인증제는 기존 서비스 인증제도와는 달리 몇몇의 대기업만을 대상으로 하는 것이 아니라 개별 업체들의 서비스 수준 향상을 목적으로 하는 것이 필요하며, 기업 전체의 인증이 아닌 점포 하나하나의 평가 및 인증이 필요할 것으로 사료됨

- 해외 유사 인증제도들을 살펴보면, 국내의 인증제도에 비해서 평가기준과 평가요소가 세분화 되어 시행되고 있음을 알 수 있었음. 대체로 해외 레스토랑 인증제도들의 평가항목은 음식의 맛, 서비스, 시설 및 환경 등으로 대체적으로 유사하게 나타났으나 제도 목적에 따라 평가항목별 세부항목의 수나 배점이 다른 것을 파악할 수 있었음. 본 연구가 서비스를 기준으로 하는 인증제라는 점, 국내 소비자 및 국내 관광객들을 타깃 고객으로 삼는다는 점에서 홍콩의 품질 관광 서비스 인증제(Quality Tourism Services: QTS)의 평가항목 구성 및 평가 방법, 사후관리 등을 집중적으로 분석하여 벤치마킹을 할 필요가 있을 것으로 판단됨. 크게 환경, 상품, 과

정, 직원, 시스템 5가지로 분류되어 있는데, 세부항목을 살펴보면 메뉴, 직원의 서비스(태도, 용모, 전문적 지식, 고객과의 관계), 시설, 환경 청결, 식품위생, 등 외식업체 전반에 대한 부분을 평가항목으로 구성하고 있음. 평가항목 외에도 Good plus 항목을 두어 평가 이상의 서비스 기준을 제시하고 있음. 특히, QTS는 서비스 품질을 향상·유지할 수 있는 시스템 부분에 대해 구체적으로 평가하는 점을 주목할 필요가 있음. 또한 이용한 경험이 있는 고객들의 평가를 우선적으로 실시한 후, 기준점 이상인 경우에만 심사 위원회를 구성하여 인증 심사를 진행한다는 점에서 고객이 중심이 되는 객관적인 인증제라고 할 수 있으며, 지속적인 미스터리 샤프(암행고객)와 자문위원회 운영으로 일정한 수준의 서비스가 유지될 수 있도록 감독·지원하고 있음

- 위의 시사점을 종합하여 외식 서비스 인증제도의 향후 방향에 대해 제시하고자 함. 첫째, 외식업체 전반에 대한 평가와 서비스 품질을 유지할 수 있는 시스템 마련을 위한 기준 제시 및 평가가 동반되어야 함. 단, 민간에서 운영하는 인증제도와는 차별화되고, 타당성을 부여할 수 있는 객관적인 평가항목으로 구성되어야 하며, 구체적인 기준과 세부적인 항목 평가로 오차를 최소화할 필요가 있음. 둘째, 고객과 전문가의 평가가 동시에 이루어져, 객관성을 유지하면서도 고객 중심의 인증제도가 될 수 있도록 하는 것이 필요함. 셋째, 매년 인증하는 업체 수를 제한하여 희소성의 가치를 높여 고객들로 하여금 신뢰를 갖도록 하고, 인증업체로 하여금 자긍심을 갖도록 하는 일거양득의 효과를 누릴 수 있음. 넷째, 외식업체가 인증제에 대한 효과 및 필요성을 절감하여 참여할 수 있도록 하는 인증업체에 대한 다양하고 획기적인 혜택 제공과 유도 마케팅 전략이 필요함. 다섯째, 인증업체에 대한 사후관리 강화임. 지속적인 암행평가를 통해 서비스 품질을 유지시킬 수 있도록 하는 것도 필요하지만 더 좋은 서비스를 제공할 수 있도록 인증업체만의 서비스 매뉴얼 제공 및 기타 자문 등이 함께 이루어져야 할 것으로 사료됨.

### 3. 외식서비스 수준 현황 및 인증제 도입에 대한 니즈

#### 1) 조사대상 및 기간

- ‘외식서비스에 대한 소비자 인식조사(1차)’는 2014년 6월 16일-6월27일까지 총12일간 온라인과 오프라인 설문을 동시에 실시함. 외식업체를 이용해 본 경험이 있는 소비자를 대상으로 편의 표본추출법을 통해 조사대상자 선정함. 총 532부의 설문을 수거, 응답에 불성실한 설문지 13부를 제외하고 최종 519부(97.6%)를 분석 사용함. 설문지는 외식업체 이용실태 및 서비스 만족도(18문항), 외식관련 인증(12문항), 외식 서비스 인증제도(20문항), 일반사항(6문항)으로 구성됨
- ‘외식서비스에 대한 소비자 인식조사(2차)’는 2014년 8월 11일-8월 17일까지 총7일간 온라인과 오프라인 설문을 동시에 실시함. 총 247부의 설문을 수거, 응답에 불성실한 설문지 6부를 제외하고 최종 241부(97.6%)를 분석에 사용함. 설문지는 고객접점별 서비스 중요도, 좋은 서비스와 ‘외식서비스 인증제’에 바라는 점, ‘외식 서비스 인증’을 받은 업체에 바라는 점을 개방·폐쇄형 질문으로 구성.
- ‘외식서비스에 대한 외식업체 종사자 인식조사’는 2014년 6월23일-7월16일까지 총24일간 온라인과 오프라인 설문을 동시에 실시함. 현재 외식업에서 종사하고 있는 경영주와 종사자를 대상으로 편의표본추출법을 통해 설문조사 대상자를 선정, 총 315부의 설문을 수거하였으며, 응답에 불성실한 설문지 10부를 제외하고, 최종 305부(96.8%)의 설문을 분석에 사용함. 설문지는 외식업체 서비스 교육 현황(30문항), 서비스 마인드 및 수준(19문항), 외식서비스 인증제도(19문항), 업체 일반사항(9문항)으로 구성됨.
- ‘외식서비스 인증제 도입에 대한 전문가 델파이조사’는 2014년 8월 11일-8월21일까지 총11일간 실시함. 외식분야 학계 및 전문가 12명, 업계 전문가 10명, 소비자계 전문가 13명, 총 35명의 전문가에게 델파이 조사지를 이메일로 발송하여 총 26명으로부터 회신 받음(회신율 74.3%). 델파이 조사지는 외식 서비스에 대한 정의와 범위, 인증제도 필요도와 이유, 인증제 도입 시 서비스 수준 평가 대상 외식업체 기준·선정 방법·적합 인증기관·운영방법, 사후관리 방법, 인증업체에 대한 혜택 등 개방형 질문으로 구성됨.

## 2) 외식산업 서비스 수준 현황

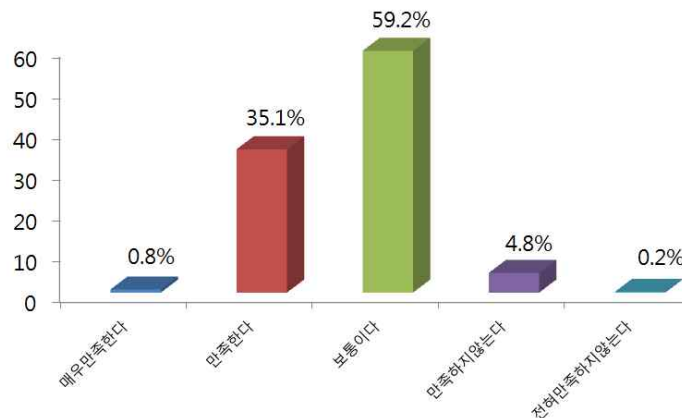
### (1) 일반 소비자 조사 결과

외식업체를 선택할 때 ‘음식의 맛(4.42)’을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, ‘청결 및 위생’ ‘서비스’ ‘인테리어 등 분위기’ ‘위치 등 접근성’ ‘업체 인지도’ 순으로 외식업체 선택에 영향을 미치는 것으로 나타남. 여성들은 남성들에 비해 ‘인테리어 등 분위기’ ‘청결 및 위생’ ‘업체 인지도’를 더 중요하게 생각하는 것으로 나타남. 이 외에도 외식업체를 선택할 때 가격, 주변인(블로그)의 추천, 규모, 주차 공간, 놀이방 유무, 음식의 양, 식재료의 원산지 등을 고려한다는 다양한 의견이 있었음.

〈표 2-28〉 외식업체 선택요인에 대한 중요도

| 선택항목       | Mean±S.D      |               |               | t-value   |
|------------|---------------|---------------|---------------|-----------|
|            | 전체<br>(n=519) | 남자<br>(n=226) | 여자<br>(n=293) |           |
| 음식의 맛      | 4.62±0.55     | 4.57±0.61     | 4.66±0.50     | -1.765    |
| 서비스        | 4.28±0.66     | 4.22±0.71     | 4.32±0.63     | -1.755    |
| 인테리어 등 분위기 | 3.69±0.76     | 3.53±0.84     | 3.81±0.67     | -4.069*** |
| 위치 등 접근성   | 3.64±0.75     | 3.58±0.76     | 3.69±0.74     | -1.609    |
| 청결 및 위생    | 4.53±0.63     | 4.44±0.69     | 4.59±0.58     | -2.601*   |
| 업체 인지도     | 3.11±0.96     | 2.98±1.02     | 3.21±0.91     | -2.714*   |

외식업체에서 제공하는 ‘서비스’에 대한 만족도는 〈그림2-8〉과 같이 나타남. 전체 응답자 중 35.9%만이 외식업체 서비스에 만족하는 것으로 나타남. 이는 국내 외식업체의 70% 이상이 30평 미만의 영세한 규모의 점포로, 기업형 및 대형 외식업체를 제외하고 대부분의 업체들이 생계형으로 운영되고 있고 체계적인 전문 교육을 받고 외식업에 종사하는 경우가 드물어 서비스 수준이 높지 않기 때문인 것으로 보임.



〈그림 2-10〉 외식업체 제공 서비스에 대한 만족도

외식업체에서 제공하고 있는 서비스를 9가지 항목으로 제시하여 5점 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다 ~ 5점 : 매우 그렇다)도 측정하여 분석한 결과, 서비스 항목에 대한 중요도 평균은 3.95인 반면 실제 외식업소에서 실행되는 정도는 평균 2.98로 중요도에 비해 실행도는 매우 낮게 나타남. 서비스 항목 중 '밝고 친근감 있는 인사와 표정' 4.22, '효율적인 불만처리' 4.17, '깔끔한 용모 및 복장' 4.16, '친화력 있는 대화법' 3.98 순으로 중요도가 높게 나타남.

〈표 2-29〉 외식업체 제공 서비스 중요도와 실행도의 차이

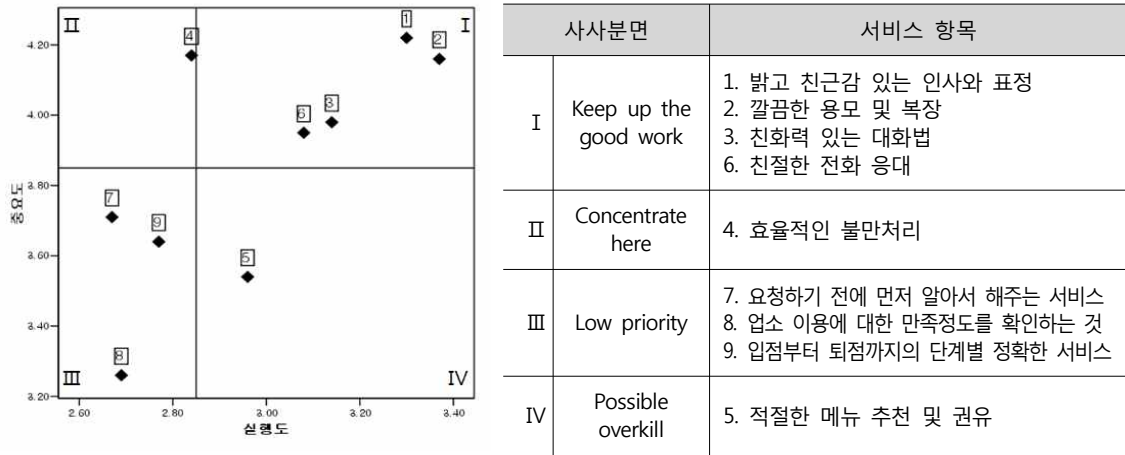
N=519, Mean±S.D.

|   | 서비스 내용                 | 중요도<br>(Importance) | 실행도<br>(Performance) | t-value   |
|---|------------------------|---------------------|----------------------|-----------|
| 1 | 밝고 친근감 있는 인사와 표정       | 4.22±0.65           | 3.30±0.70            | 23.347*** |
| 2 | 깔끔한 용모 및 복장            | 4.16±0.69           | 3.37±0.68            | 19.707*** |
| 3 | 친화력 있는 대화법(사용 언어 등)    | 3.98±0.75           | 3.14±0.71            | 20.483*** |
| 4 | 효율적인 불만처리              | 4.17±0.72           | 2.84±0.83            | 28.400*** |
| 5 | 적절한 메뉴 추천 및 권유         | 3.54±0.82           | 2.96±0.82            | 12.313*** |
| 6 | 친절한 전화 응대              | 3.95±0.76           | 3.08±0.73            | 20.594*** |
| 7 | 요청하기 전에 먼저 알아서 해주는 서비스 | 3.71±0.87           | 2.67±0.81            | 20.932*** |
| 8 | 업소 이용에 대한 만족정도를 확인하는 것 | 3.26±0.90           | 2.69±0.89            | 11.552*** |
| 9 | 입점부터 퇴점까지의 단계별 정확한 서비스 | 3.64±0.83           | 2.77±0.81            | 19.565*** |
|   | 평균                     | 3.85±0.78           | 2.98±0.77            | 11.303*** |

\*\*\* p<.001 Likert 5점 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다 - 5점 : 매우 그렇다)

응답자의 중요도와 실행도 평균값을 기준으로 사사분면이 나뉘어져 항목별 개선의 우선순위를 정하는데 유용한 분석방법인 IPA(Importance Performance Analysis) 결과, 다른 서비스 항목에 비해 중요하기 여기고 있으나 실행도가 낮아 가장 우선적으로 시정이 필요한 서비스는 '효율적인 불만처리'로 나타남. 중요도와 실행도가 모두 낮게 나타나 장기적으로 개선이 요구되는 서비스 항목은 '요청하기 전에 먼저 알아서 해주는 서비스' '업소 이용에 대한 만족정도를 확인하는 것' '입점부터 퇴점까지의 단계별 정확한 서비스'로 나타남.

〈표 2-30〉 외식업체 제공 서비스 IPA



〈그림 2-30〉 외식업체 제공 서비스 IPA

외식업 특성상, 실제 서비스 접점에서 고객과 서비스 제공자와의 접촉 빈도가 상대적으로 높고, 서비스는 물론 감정적·정서적 교환이 일어나기 때문에 서비스 품질에 대한 인식 즉, 고객만족에 큰 영향을 미침. 그러므로 외식업체에서 통제할 수 있는 서비스 접점 관리가 매우 중요함. 고객들이 외식업체를 방문했을 때 입점에서부터 퇴점할 때까지 외식업체에서 제공하는 고객 접점(MOT) 서비스 중요도 분석 결과, 1차 소비자 조사 결과와 같이 불만처리에 대한 중요도가 가장 높게 나타남. 서비스 세부항목별로 살펴보면, ‘테이블 기물 셋팅 및 기물의 청결성’ ‘고객의 요구사항에 대한 신속한 처리’ ‘고객의 불만에 대한 효율적인 처리’ ‘주문한 메뉴에 대한 정확한 제공’ ‘테이블의 깨끗한 정리정돈’ ‘주문 요청 시 즉각적 응대’ 에 대한 중요도가 높게 나타남

〈표 2-31〉 고객접점서비스 중요도

N=241, M±S.D

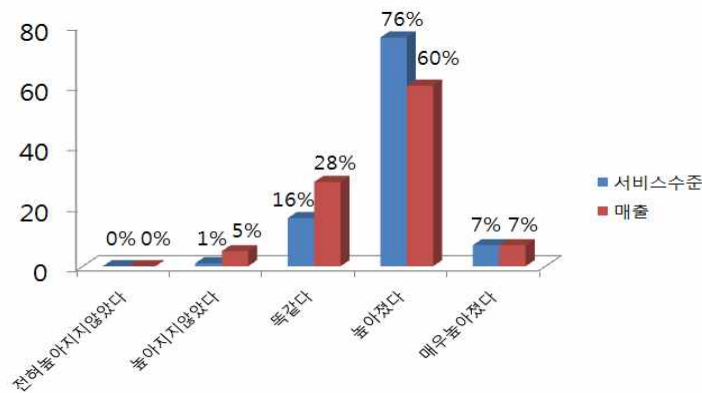
| 단계            | 서비스 세부사항                       | 중요도       | 단계별       |
|---------------|--------------------------------|-----------|-----------|
| 예약            | 예약 문의 시, 직원의 성심성의껏 친절한 응답      | 7.78±2.07 | 7.74 1.69 |
|               | 예약이 안 될 경우, 차선책 마련을 위한 노력      | 7.71±2.17 |           |
| 외부 및 주차장      | 전포 주차장의 주차 편리성                 | 8.51±1.58 | 8.05±1.43 |
|               | 주차 직원들의 친절한 인사말과 태도            | 7.60±2.02 |           |
|               | 업소의 고객 출입구 청결상태                | 8.03±1.71 |           |
| 안내            | 고객과 눈을 맞추고 반갑게 맞이하는 태도         | 8.49±1.54 | 8.08±1.31 |
|               | 고객에게 맞는(고객의 성별, 연령 등을 고려한) 인사말 | 7.11±2.03 |           |
|               | 고객의 인원수를 확인하고, 인원수에 맞게 좌석 안내   | 8.27±1.61 |           |
|               | 웨이팅이 있을 시, 웨이팅 시간에 대한 정확한 전달   | 8.44±1.61 |           |
| 메뉴판전달 및 테이블셋팅 | 메뉴판의 신속한 제공                    | 7.82±1.66 | 8.57±1.22 |
|               | 테이블의 깨끗한 정리정돈                  | 8.86±1.38 |           |
|               | 테이블 기물 셋팅 및 기물의 청결성            | 9.03±1.32 |           |

| 단계               | 서비스 세부사항                             | 중요도       | 단계별       |
|------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|
| 주문               | 주문 요청시 즉각적인 응대                       | 8.73±1.22 | 7.75±1.19 |
|                  | 권유판매(특정메뉴나 행사메뉴에 대한 추천)              | 6.20±2.01 |           |
|                  | 직원의 메뉴에 대한 정확한 지식 보유 및 전달            | 8.02±1.73 |           |
|                  | 주문 후, 주문한 메뉴에 대한 메뉴명과 수량 등 확인        | 7.91±1.62 |           |
|                  | 주문 후, 메뉴 제공시간과 기타 필요사항 등에 대한 확인 및 전달 | 7.86±1.53 |           |
| 메뉴 제공 및<br>중간서비스 | 주문한 메뉴에 대한 정확한 제공                    | 8.93±1.43 | 8.03±1.20 |
|                  | 주문한 메뉴의 적절한 제공 속도                    | 8.24±1.48 |           |
|                  | 제공된 메뉴의 깔끔한 식기 및 담음새                 | 8.56±1.47 |           |
|                  | 메뉴 제공 후, 맛있게 드시라는 인사                 | 7.31±1.87 |           |
|                  | 식사 중, 중간서비스(필요한 것 및 만족도 체크 등) 제공     | 7.11±1.99 |           |
| 불만처리             | 고객의 요구사항에 대한 신속한 처리                  | 9.02±1.31 | 8.99±1.31 |
|                  | 고객의 불만에 대한 효율적인 처리                   | 8.97±1.45 |           |
| 식대결제             | 계산하는 직원의 친절함                         | 8.32±1.56 | 7.86±1.36 |
|                  | 결제 전, 식사한 메뉴에 대한 메뉴명, 수량, 금액에 대한 확인  | 8.15±1.60 |           |
|                  | 결제 전, 할인카드와 행사사항 등에 대한 정보 전달         | 8.05±1.76 |           |
|                  | 음식과 업소 이용에 대한 만족도 확인                 | 6.92±2.04 |           |
| 배웅               | 배웅하는 직원의 친절한 인사                      | 7.97±1.83 | 7.97±1.83 |

Likert 11점 척도 기준(0점: 전혀 중요하지 않다 - 10점: 매우 중요하다)

## (2) 외식업계 경영주 및 종사자 조사 결과

서비스 교육이 서비스 수준과 매출에 미치는 영향을 살펴본 결과, 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남. 서비스 교육 후 서비스 수준이 높아졌다는 응답이 83%로 서비스 교육이 서비스 수준을 향상시키는데 직접적인 영향을 미치는 것으로 보임. 매출에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으나 서비스 수준에 비해서는 영향을 적게 받음. 외식업체의 매출은 서비스 수준 뿐 아니라 메뉴, 청결 및 위생, 인테리어 및 분위기 등 다양한 외식업체 선택 요인들의 영향을 받기 때문인 것으로 사료됨.



<그림 2-12> 서비스 교육이 서비스 수준과 매출에 미친 영향

외식업체 서비스 교육내용을 얼마나 중요하게 생각하는지(중요도), 서비스를 제공할 때 얼마나 잘 실천하고 있는지(실행도)에 대한 차이를 분석한 결과, 중요도(4.31±.51)에 비해 실행도(3.85±.64)는 낮게 나타남. 소비자 뿐 아니라 외식업체 종사자들도 외식업체에서 제공하고 있는 서비스의 부족함을 인지하고 있는 것으로 볼 수 있음.

〈표 2-32〉 외식업체 서비스 교육내용에 대한 중요도와 실행도의 차이

N=305, Mean±S.D.

| 서비스 내용          | 중요도(Importance) | 실행도(Performance) | t-value   |
|-----------------|-----------------|------------------|-----------|
| 서비스 마인드         | 4.16±.64        | 3.91±.72         | 13.046*** |
| 표정과인사           | 4.48±.64        | 3.87±.80         | 11.799*** |
| 용모 및 복장관리       | 4.32±.67        | 3.89±.80         | 9.295***  |
| 주문받는 방법         | 4.30±.70        | 3.92±.79         | 8.606***  |
| 고객과의 대화방법       | 4.36±.68        | 3.84±.79         | 10.925*** |
| 고객의 요구/불만사항 처리법 | 4.46±.68        | 3.90±.82         | 11.083*** |
| 권유 판매기법         | 3.97±.83        | 3.66±.83         | 6.449***  |
| 전화받는 방법         | 4.08±.77        | 3.77±.75         | 7.088***  |
| 문제고객 대응방법       | 4.39±.74        | 3.89±.79         | 10.340*** |
| 계               | 4.31±.51        | 3.85±.64         | 13.659*** |

\*\*\*p<.001 Likert 5점 척도 기준(1점:전혀 그렇지 않다 - 5점:매우 그렇다)

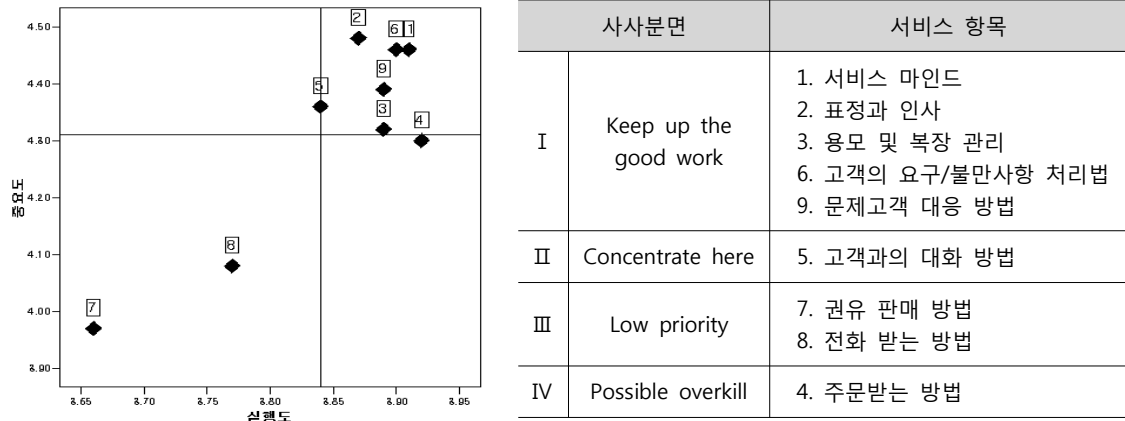
응답자의 중요도와 실행도 평균값을 기준으로 사사분면이 나뉘어져 항목별 개선의 우선순위를 정하는데 유용한 분석방법인 IPA(Importance Performance Analysis) 결과, 다른 서비스 항목에 비해 중요하기 여리고 있으나 실행도가 낮아 가장 우선적으로 교육이 필요한 항목은 ‘고객과의 대화 방법’으로 나타남. 다른 서비스 교육 항목에 비해 중요도와 실행도를 모두 낮게 평가한 항목으로서 장기적으로 개선이 요구되는 교육은 ‘권유 판매 방법’ ‘전화 받는 방법’으로 소비자 조사와는 상이한 결과가 나타남. 서비스는 고객만족을 목표로 제공되어야 하기 때문에 타깃 고객들의 서비스 니즈를 정확히 파악한 후, 우선적으로 필요한 서비스 교육을 선정하고 지속적이고 체계적인 교육이 필요할 것으로 사료됨.

고객지향성의 차이를 분석한 결과, 단독 개인점포, 프랜차이즈형(직영), 프랜차이즈형(가맹)과 같은 운영형태와 업종(한식과 그 외 업종)에 따른 고객지향성은 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았음. 본사와 점포 구분에 따른 고객지향성 차이 분석결과, 점포에서 근무하고 있는 종사자들이 본사에 속해 있는 외식업체 경영주와 본사 직원들에 비해 고객지향성이 더 낮은 것으로 나타남. 점포 종사자들은 본사 임원 및 직원들과는 달리 직접적으로 고객과의 접점에서 서비스를 제공하고 있기 때문에 점포 종사자들의 고객지향성이 더욱 향상될 필요가 있으며, 그러기 위해서는 서비스 스킬 뿐 아



나라 마인드 교육도 매우 중요할 것으로 사료됨. 점포 종사자들은 본사 임원 및 직원들과는 달리 직접적으로 고객과의 접점에서 서비스를 제공하고 있기 때문에 고객 응대 방법에 대한 스킬 향상을 위한 지속적 교육이 더 필요할 것으로 사료됨.

〈표 2-33〉 외식업체 서비스 교육내용에 대한 IPA



〈그림 2-13〉 외식업체 서비스교육 내용 IPA

| 사사분면 |                       | 서비스 항목  |
|------|-----------------------|---|
| I    | Keep up the good work | 1. 서비스 마인드<br>2. 표정과 인사<br>3. 용모 및 복장 관리<br>6. 고객의 요구/불만사항 처리법<br>9. 문제고객 대응 방법 |
| II   | Concentrate here      | 5. 고객과의 대화 방법   |
| III  | Low priority          | 7. 권유 판매 방법<br>8. 전화 받는 방법  |
| IV   | Possible overkill     | 4. 주문받는 방법  |

〈표 2-34〉 본사와 점포 구분에 따른 고객지향성의 차이

N=305, Mean±S.D.

| 구분    | 본사(n=155) | 점포(n=150) | t-value |
|-------|-----------|-----------|---------|
| 고객지향성 | 4.04±.61  | 3.81±.65  | 3.249** |
| 고객응대  | 4.01±.53  | 3.81±.58  | 3.088** |
| 서비스태도 | 4.06±.60  | 3.92±.67  | 1.962   |
| 서비스만족 | 3.65±.73  | 3.70±.66  | -0.645  |

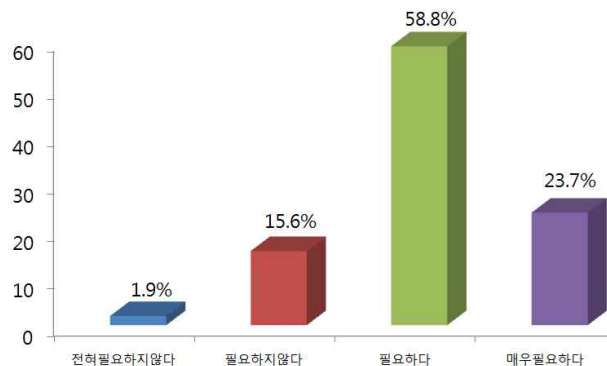
\*\* p<.01

### 3) 외식서비스 인증제 도입 및 운영에 대한 니즈

#### (1) 일반 소비자 조사 결과

국내 외식관련 인증제도에 대한 인지여부를 분석한 결과, 전국적으로 실시되고 있는 ‘모범음식점 (90.9%)’ 외에는 인지도가 매우 낮게 나타남. 자랑스러운 한국음식점과 ABC위생등급제는 서울시에서만 실시되고 있는 제도임을 감안하더라도 인지도가 낮음. 또한 제도에 대한 신뢰도에 비해 만족도 수준이 낮게 나타남으로써 홍보 뿐 아니라 운영 및 관리에도 보완이 필요할 것으로 보임.

외식업체를 대상으로 하는 ‘외식 서비스 인증제도’에 대해 전체 응답자 중 82.5%(필요하다 58.8%, 매우 필요하다 23.7%)가 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남



〈그림 2-14〉 ‘외식서비스 인증제도’ 필요여부

‘외식서비스 인증제도’가 필요하다고 응답한 428명(82.5%)과 필요하지 않다고 응답한 91명(17.5%)을 대상으로 그 이유에 대해 조사·분석한 결과, ‘인증제도가 도입되면 외식업체들이 더 좋은 서비스를 제공할 것 같다’라는 응답이 40.8%로 가장 높게 나타났고, ‘인증 업체에 대한 신뢰를 줄 수 있다’ 32.4% 순으로 나타남. 외식서비스 인증제도가 도입되면 서비스 수준이 향상될 것이라는 소비자의 기대가 반영된 결과로 사료됨. 불필요한 이유로는 ‘서비스 인증제도 자체를 신뢰할 수 없어서’라는 응답이 49.6%로 가장 높게 나타남. 이는 외식서비스 인증제도에 대한 신뢰문제라기보다 기존에 시행되고 있는 여러 제도·정책의 운영 및 관리에 대한 낮은 신뢰가 영향을 미친 것으로 사료됨.

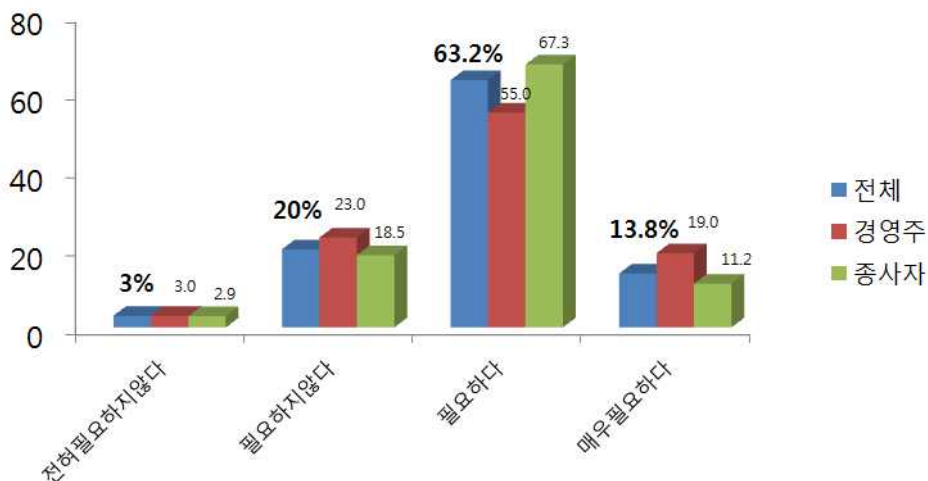
〈표 2-35〉 '외식서비스 인증제도' 도입에 대한 필요, 불필요 이유

| 구분            | 이유                                   | N   | 복수응답  |
|---------------|--------------------------------------|-----|-------|
|               |                                      |     | %     |
| 필요<br>(N=428) | 인증제도가 도입되면 외식업체들이 더 좋은 서비스를 제공할 것 같다 | 289 | 40.8  |
|               | 해당 업소에 대한 신뢰를 줄 수 있다                 | 230 | 32.4  |
|               | 업소 선택에 영향을 줄 수 있다                    | 129 | 18.2  |
|               | 인증을 받으면 업소 운영에 도움이 될 것 같다            | 51  | 7.2   |
|               | 기타                                   | 10  | 1.4   |
|               | 소계                                   | 709 | 100.0 |
| 불필요<br>(N=91) | 서비스 인증제도 자체를 신뢰할 수 없다                | 57  | 49.6  |
|               | 서비스 인증이 업소선택에 큰 영향을 받지 않을 것 같다       | 33  | 28.7  |
|               | 서비스 인증제도에 관심이 없다                     | 10  | 8.7   |
|               | 서비스 인증제도가 없어도 충분히 만족할 만한 서비스를 받고 있다  | 8   | 7.0   |
|               | 기타                                   | 7   | 6.1   |
|               | 소계                                   | 115 | 100.0 |

## (2) 외식업체 경영주 및 종사자 조사 결과

외식업체를 대상으로 하는 '외식서비스 인증제도'에 대한 필요여부를 분석한 결과, 전체 응답자 중 77.1%(필요하다 63.3%, 매우 필요하다 13.8%)가 '외식서비스 인증제도'에 대해 긍정적으로 인식하는 것으로 나타남. 외식서비스 인증제 필요성에 대해 긍정적으로 생각하는 비율이 경영주 74.0%, 종사자 78.5%로 비슷한 비율로 나타남.

외식서비스 인증제가 필요하다고 생각하는 그룹의 경영주와 종사자들이 그렇지 않은 그룹의 경영주와 종사자들보다 고객지향성, 고객응대, 서비스 태도 수준이 더 높은 것으로 나타남.



〈그림 2-15〉 '외식서비스 인증제도' 필요도

〈표 2-36〉 외식서비스 인증제 필요여부에 따른 고객지향성과 서비스 제공 수준의 차이

N=305, Mean±S.D.

| 구분                  | 불필요 (n=70) | 필요 (n=235) | t-value   |
|---------------------|------------|------------|-----------|
| 고객지향성 <sup>1)</sup> | 3.65±.72   | 4.01±.60   | -3.873*** |
| 고객응대 <sup>1)</sup>  | 3.73±.67   | 3.97±.51   | -2.738**  |
| 서비스태도               | 3.79±.66   | 4.05±.62   | -2.999**  |
| 서비스만족               | 3.58±.74   | 3.71±.69   | -1.343    |

\*\*\*p<.001 <sup>1)</sup> Welch's의 평균 동질성 검정 결과 제시

‘외식서비스 인증제도’가 필요하다고 응답한 235명(77.0%)을 대상으로 인증제도 필요 이유에 대해 조사·분석한 결과, 고객들에게 더 좋은 서비스를 제공하기 위해(29.2%), 고객들에게 신뢰를 줄 수 있으므로(25.9%), 인증을 받으면 종사자들의 서비스 마인드와 태도가 더 좋아질 것 같아서(17.3%), 고객들의 업소 선택에 도움을 주기 때문에(14.8%), 인증을 받으면 업소 운영에 도움이 될 것 같아서(12.2%) 순으로 나타남.

‘외식서비스 인증제도’가 필요하지 않다고 응답한 70명(23.0%)를 대상으로 인증제도가 필요하지 않는 이유에 대해 조사·분석한 결과, 소비자와 같이 각종 인증제도의 평가 및 관리 등에 대해 신뢰할 수 없다(25.3%)는 의견이 가장 많았음. 이는 기존 제도의 운영 및 관리에 대한 낮은 신뢰와 기존 제도들의 낮은 실효성 문제에 기인한 것으로 보임.

〈표 2-37〉 ‘외식서비스 인증제도’ 필요, 불필요 이유

복수응답

| 구분            | 이유  | N   | %     |
|---------------|---|-----|-------|
| 필요<br>(N=235) | 고객들에게 더 좋은 서비스를 제공하기 위해                     | 179 | 29.2  |
|               | 고객들에게 신뢰를 줄 수 있으므로                          | 159 | 25.9  |
|               | 인증을 받으면 종사자들의 서비스 마인드와 태도가 더 좋아질 것 같아서      | 106 | 17.3  |
|               | 고객들의 업소 선택에 도움을 주기 때문에                      | 91  | 14.8  |
|               | 인증을 받으면 업소 운영에 도움이 될 것 같아서                  | 75  | 12.2  |
|               | 기타  | 4   | 0.7   |
|               | 소계  | 614 | 100.0 |
| 불필요<br>(N=70) | 각종 인증제도의 평가 및 관리 등에 대해 신뢰할 수 없어서            | 40  | 25.3  |
|               | 서비스 인증을 받는다고 해도 업소 운영에 큰 도움이 되지 않을 것이라 생각해서 | 37  | 23.4  |
|               | 고객들이 서비스 인증제도에 관심이 없으므로                     | 33  | 20.9  |
|               | 인증을 받게 되면 더 좋은 서비스를 제공해야 한다는 부담감 때문에        | 23  | 14.6  |
|               | 인증을 받게 되면 업무가 더 많아질 것 같아서                   | 20  | 12.7  |
|               | 기타  | 5   | 3.2   |
|               | 소계  | 158 | 100.0 |

### (3) 일반 소비자 및 외식업체 종사자 비교 결과

‘외식서비스 인증제도’가 가장 필요한 업종으로 소비자와 외식업체 종사자 모두 한식당을 1위로 선택함. 다음으로 소비자는 중식당, 일식당, 패밀리레스토랑, 서양식당 순으로 선택한 반면, 외식업체 종사자들은 패밀리레스토랑, 일식당, 서양식당, 중식당 순으로 선택하여 한식당을 제외한 순위에 있어서는 소비자와 외식업체 종사자 간에 차이가 있음. 한식당은 국내 음식점업 중에서 65.4%를 차지하고 있고, 고객들의 방문율(88.6%) 또한 가장 높기 때문에 소비자와 외식업체 종사자가 모두 외식서비스 인증제도가 가장 필요한 업종으로 한식당을 선택했으리라 판단됨

〈표 2-38〉 외식서비스 인증제도 필요 업종

복수응답

| 순위 | 소비자(n=488) |              | 외식업체 종사자(n=282) |            |
|----|------------|--------------|-----------------|------------|
|    | 업종         | N(%)         | 업종              | N(%)       |
| 1  | 한식당        | 407(27.8)    | 한식당             | 216(25.5)  |
| 2  | 중식당        | 236(16.1)    | 패밀리레스토랑         | 136(16.1)  |
| 3  | 일식당        | 220(15.0)    | 일식당             | 128(15.1)  |
| 4  | 패밀리레스토랑    | 219(15.0)    | 서양식당            | 118(13.9)  |
| 5  | 서양식당       | 167(11.4)    | 중식당             | 107(12.6)  |
| 6  | 패스트푸드      | 95(6.5)      | 패스트푸드           | 55(6.5)    |
| 7  | 분식점        | 79(5.4)      | 분식점             | 48(5.7)    |
| 8  | 커피전문점      | 36(2.5)      | 커피전문점           | 37(4.4)    |
| 9  | 기타         | 5(0.3)       | 기타              | 1(0.1)     |
|    | 계          | 1,464(100.0) | 계               | 846(100.0) |

‘외식서비스 인증제도’가 필요하다고 생각하는 외식업체 규모에 대해서는 소비자와 업체 종사자 간에 차이가 나타남. 일반 한식당(대중 한식당)과 일반 중식당에 대해서 소비자는 30평 이상-60평 미만, 외식업체 종사자들은 60평 이상-100평 미만의 업체에서 외식서비스 인증제가 가장 필요하다고 응답함. 고급 한식당(한정식)과 고급 중식당에 대해서도 소비자는 100평 미만의 업체, 외식업체 종사자들은 100평 이상의 업체에서 외식서비스 인증제가 가장 필요하다고 응답함. 일식당과 양식당에 대해서는 소비자와 업체 종사자들 모두 50평 이상-100평 미만의 업체에서 가장 필요하다고 응답하였으나 다음으로 소비자는 50평 미만의 업체, 외식업체 종사자는 100평 이상의 업체에서 더 필요하다는 상이한 결과가 나타남. 또한 소비자의 경우, ‘평수에 상관없이 모두’라고 응답한 비율도 높게 나타나 외식서비스 인증제가 규모에 상관없이 모든 업체에 필요한 제도라고 생각하는 것으로 나타남.

〈표 2-39〉 외식서비스 인증제도 필요 규모(업종별)

N(%)

| 업종 |           | 규모          | 소비자              | 외식업체 종사자         |
|----|-----------|-------------|------------------|------------------|
| 한식 | 일반<br>한식당 | 30평 미만      | 80(11.6)         | 29(8.0)          |
|    |           | 30평-60평미만   | <b>248(36.1)</b> | 87(24.0)         |
|    |           | 60평-100평미만  | 173(25.2)        | 113(31.1)        |
|    |           | 100평이상      | 107(15.6)        | 112(30.9)        |
|    |           | 평수에 상관없이 모두 | 79(11.5)         | 22(6.1)          |
|    | 소계        |             | 687(100.0)       | 363(100.0)       |
|    | 고급<br>한식당 | 100평 미만     | <b>219(42.8)</b> | 117(37.6)        |
|    |           | 100평 이상     | 144(28.1)        | <b>169(54.3)</b> |
|    |           | 평수에 상관없이 모두 | 149(29.1)        | 25(8.0)          |
|    |           | 소계          | 512(100.0)       | 311(100.0)       |
| 중식 | 일반<br>중식당 | 30평 미만      | 97(14.8)         | 32(9.0)          |
|    |           | 30평-60평미만   | <b>228(34.9)</b> | 96(27.0)         |
|    |           | 60평-100평미만  | 155(23.7)        | <b>115(32.4)</b> |
|    |           | 100평이상      | 91(13.9)         | 95(26.8)         |
|    |           | 평수에 상관없이 모두 | 83(12.7)         | 17(4.8)          |
|    | 소계        |             | 654(100.0)       | 355(100.0)       |
|    | 고급<br>중식  | 100평 미만     | <b>223(43.7)</b> | 120(39.3)        |
|    |           | 100평 이상     | 142(27.8)        | <b>158(51.8)</b> |
|    |           | 평수에 상관없이 모두 | 145(28.4)        | 27(8.9)          |
|    |           | 소계          | 510(100.0)       | 305(100.0)       |
| 일식 | 일식당       | 50평 미만      | 172(30.1)        | 67(19.5)         |
|    |           | 50평-100평 미만 | <b>219(38.4)</b> | <b>156(45.3)</b> |
|    |           | 100평 이상     | 69(12.1)         | 98(28.5)         |
|    |           | 평수에 상관없이 모두 | 111(19.4)        | 23(6.7)          |
|    | 소계        |             | 571(100.0)       | 344(100.0)       |
| 양식 | 양식당       | 50평 미만      | 126(22.2)        | 58(16.6)         |
|    |           | 50평-100평 미만 | <b>243(42.8)</b> | <b>139(39.7)</b> |
|    |           | 100평 이상     | 91(16.0)         | 131(37.4)        |
|    |           | 평수에 상관없이 모두 | 108(19.0)        | 22(6.3)          |
|    | 소계        |             | 568(100.0)       | 350(100.0)       |

#### (4) 전문가 델파이 조사 결과

학계·업계·소비자계의 전문가들은 ‘외식서비스 인증제가 필요하다(19명)’는 의견이 많았으나 학계에서는 ‘필요하지 않다(7)’라는 의견이 많았음. 필요하다는 의견을 낸 전문가들도 인증에 대한 객관성·공공성 확보, 제도 시행의 지속성, 기업이 아닌 점포를 기준으로 한 인증, 철저한 사후관리 등에 대한 인증제도 필요조건을 제안하였음.

각 계 전문가들이 제시한 ‘외식서비스 인증제’ 필요 이유를 살펴보면 다음과 같음.

- 기존 인증제도가 민간에서 운영하는 것들이 많기 때문에 공신력 있는 기관의 인증제가 필요
- 외식업체에서 서비스 품질이 고객만족에 매우 중요한 요소임에도 불구하고, 서비스를 평가한다는 것이 매우 어렵기 때문임
- 표준화 시킬 수 있는 가이드라인을 형성한다는 것이 의미있는 작업임
- 외식서비스의 표준화 및 가이드라인을 업체에 제시하는 것이 필요
- 인증제를 통한 외식 서비스 현황 분석 및 개선 방향에 대한 객관화된 데이터베이스 구축
- 고객에게 양질의 서비스 제공, 인증업체 종사원들의 자긍심 고취, 직무만족도 향상을 통해 전반적인 외식업체 서비스 수준 향상 기대
- 서비스 질 향상을 통해 외식에 대한 소비자 불만 피해사례 감소
- 고객의 비교선택에 대한 권리 부여
- 국내 외식산업 발전은 물론, 국가 간 외식업체 경쟁력 비교 및 향상에도 도움이 됨
- 안전한 먹거리 선순환 체계 구현 기대

학계·업계·소비자계 전문가들이 제시한 ‘외식서비스 인증제’ 불필요 이유는 다음과 같이 나타남

- 현재도 너무 많은 인증제도가 남발, 공신력이 낮아 몇몇 큰 기업체를 제외하고는 업체에서도 관심이 없고, 고객들도 신뢰하지 않으며 관심 없음
- 현재의 인증제도도 고객들과 업체에서 가치를 인정받지 못하고 있는 상태에서 새로운 인증제 도입은 의미가 없음.
- 새로운 인증제 도입보다는 기존의 인증제도를 메뉴와 서비스 모두 아우를 수 있게 개선 필요
- 새로운 인증제를 도입하고자 한다면 기존의 인증제를 없애고, 고객과 업체로부터 가치를 인정받을 수 있는 제대로 된 인증제 실시
- 정권이 교체 될 때마다 중요 정책 방향이 바뀌면서 지속적으로 관리되는 인증제가 없음

- 강력한 시행 분위기가 조성되지 않는다면 외식업소에 부담을 더 주는 것이 됨
- 체계 잡히지 않은 업체에 대한 인증은 고객들의 컴플레인 초래. 구전 및 온라인을 통한 인증제에 대한 불신 확대 우려

서비스 인증제이기 때문에 ‘서비스 형태와 수준에 따른 분류’기준이 가장 적합하다는 의견이 가장 많았으나, 한 가지 기준만으로 분류하는 것에 무리가 있을 수 있다는 의견이 있음. 서비스 형태와 수준을 기준으로 하되, 가격대비 가치(기대수준), 규모 등을 고려한 세분화된 기준 필요함.

〈표 2-40〉 서비스 수준평가를 위한 대상 분류 기준

| 분류 기준             | N  |
|-------------------|----|
| 업종에 따른 분류         | 3  |
| 점포 규모에 따른 분류      | 4  |
| 서비스 형태와 수준에 따른 분류 | 13 |
| 가격대에 따른 분류        | 3  |

‘서비스 인증제’를 도입할 경우, 단계별 도입 업종에 대한 분석 결과, 가장 우선 도입 업종으로 한식당과 패밀리레스토랑을 선택함. 한식당은 소비자들도 가장 선호하며, 방문비율이 높은 업종임. 또한 우리나라를 대표하는 음식을 판매하는 곳이기 때문에 외국인 관광객들도 한국에 방문하면 꼭 찾게 되는 업종이기도 함. 패밀리레스토랑은 타 업종에 비해 가장 시스템화 되어 있고, 서비스 인프라가 잘 갖추어져 있기 때문에 시행 초기, 인증제의 안정적인 정착에 도움이 될 것으로 평가함. 전반적으로 고객 이용률이 높은 업종부터 도입하는 것이 홍보 및 확산에 좋을 것으로 평가함

〈표 2-41〉 도입단계별 적합업종

| 단계  | 순위 | 업종            | N  |
|-----|----|---------------|----|
| 1단계 | 1  | 한식당           | 13 |
|     | 2  | 패밀리레스토랑       | 12 |
|     | 3  | 패스트푸드         | 9  |
|     | 4  | 서양식당          | 4  |
|     | 5  | 중식당.일식당.커피전문점 | 5  |
|     | 6  | 분식점           | 2  |

‘서비스 인증제’를 도입할 경우, 단계별 도입 점포 규모에 대한 분석 결과, 100평 이상의 큰 규모부터 적용하는 것을 가장 긍정적으로 평가함. 100평 이상 규모의 업체는 규모가 작은 업체에 비해



경제적 규모도 크고, 서비스 인력도 충분하기 때문에 인증제 도입과 서비스 매뉴얼화에 용이할 것으로 평가함. 큰 규모부터 적용하여 제도 정착을 도모하고, 이를 바탕으로 점차 작은 점포로 적용해 가는 것을 추천함. 단, 작은 규모이면서도 고급 서비스를 제공하는 곳도 있기 때문에 규모에 따른 도입은 의미가 없다는 의견도 있었음

〈표 2-42〉 도입단계별 적합규모

| 단계  | 순위 | 점포규모             | N  |
|-----|----|------------------|----|
| 1단계 | 1  | 100평 이상          | 15 |
|     | 2  | 60평 이상 ~ 100평 미만 | 5  |
|     | 3  | 30평 미만           | 2  |
|     | 4  | 30평 이상 ~ 60평 미만  | 1  |

미국식 서비스 형태 분류를 제시한 경우, 모든 전문가들이 Full service restaurants을 가장 우선 도입 서비스 형태로 선택하였음. 이는 Full service restaurants이 상대적으로 가장 높은 수준의 서비스가 요구되는 곳이고, 서비스 인증제의 가이드라인과 매뉴얼을 잡는데 가장 유용할 것으로 판단함. 우선, 미국식이 아닌 한국에 맞는 서비스 형태를 정의하는 것이 필요하다는 의견이 있었음.

〈표 2-43〉 도입단계별 적합 서비스 형태

| 단계  | 순위 | 서비스 형태                        | N  |
|-----|----|-------------------------------|----|
| 1단계 | 1  | Full service restaurants      | 23 |
|     | 2  | Limited service Eating Places | 2  |
|     | 3  | Drinking place                | 1  |
|     | 4  | Special food services         | 0  |

서비스 인증제를 평가하기 위한 적절한 세부항목을 서비스 분류별로 나누어 살펴보면, 인적서비스 평가항목으로 직원의 용모를 포함하여 고객 접점에서의 응대 태도 및 스킬, 물리적 환경 서비스는 인테리어와 익스테리어 요소 뿐 아니라 청결 및 위생, 스마트폰이 실용화 된 현 시기에 필요한 무선인터넷 제공 등에 대한 의견도 있었음. 메뉴서비스에서는 맛은 물론, 메뉴 정보 제공에 대한 평가 항목에 두어 업체에서 자율적으로 원산지 및 영양표시를 하도록 유도함으로써 좋은 식자재 사용 및 건강한 메뉴 제공까지도 기대할 수 있다는 의견이 있었음. 기타 서비스 평가항목으로는 경영마인드, 고객관리, 예약제도, 불평처리과정 등 질 좋은 서비스를 지속적으로 유지·제공이 가능한지에 대한 시스템 측면의 항목을 제안함

〈표 2-44〉 인증제 평가를 위한 적정 세부항목

| 서비스 분류     | 세부항목   |
|------------|--|
| 인적서비스      | 외모/용모, 고객지향성, 고객응대태도(신속성, 친절도, 대처능력 등), 전문 지식, 기술(스킬) 등  |
| 물리적 환경 서비스 | 접근성, 주차, 간판, 직원복장, 메뉴판, 음향, 조명, 온도/습도, 냄새/환기, 공간구성(인테리어), 청결/위생, 화장실, 편의시설(어린이, 장애인, 수유 등), 무선인터넷 제공 등 |
| 메뉴(음식)     | 맛, 메뉴 정보(생산지(원산지), 영양, 가격, 용량 등) 식품기한 및 보관방법, 식기, 조리과정 공개, 최소 레시피 공개, 양의 적정성, 가격의 적정성 등                |
| 기타         | 경영마인드(서비스경영철학), 고객관리, 예약제도, 불평처리과정, 멤버십 및 적립제도, 정보제공(홈페이지, 할인정보 등)                                     |

기존의 외식관련 인증 제도와의 차별화를 위한 방법으로 평가 및 사후관리에 대한 방안을 제시함.

- 인증기간 1년 단위 - 재심사(1년 단위)
- 연간 인증 업체 수 제한
- 평가 척도 세분화, 서비스 요소별 중요도에 따른 가중 평가
- 3회 이상 평가를 통한 인증
- 서비스 매뉴얼 제공 및 평가기준 공지
- 미스터리 샤피어를 통한 사후관리

‘외식서비스 인증제’ 대상 선정 방법에 대해서는 장기적으로 보았을 때 신청제가 더 적합할 것이라는 의견이 많았으나 신청제로만 운영될 경우, 인증제에 대한 홍보 및 인식이 충분하지 못한 초기에 운영 상 어려움이 있을 수 있고, 시스템화된 기업체 위주로만 운영될 수 있다는 점에서 초기에는 추천제와 병행하는 것이 좋다는 의견이 있었음. 신청제일지라도 기업 기준이 아닌 점포 기준의 신청 및 인증이 필요하다는 의견이 있었음.

〈표 2-45〉 외식서비스 인증제 대상 선정방법

| 선정방법        | N  |
|-------------|----|
| 신청제         | 16 |
| 추천제         | 4  |
| 신청제+추천제(병행) | 6  |

인정기관인 농림축산식품부에서 통합 운영하는 것이 적합하다는 의견도 있었으나 전문인증기관과 민간기관에서 인증심사 및 운영하는 것이 적합하다는 의견이 가장 많았음. 전문인증기관의 운영

은 공신력을 높일 수 있고, 외식관련 민간기관에서의 운영은 외식업에 대한 전문성과 특수성을 반영할 수 있다는 의견이 전반적임.

〈표 2-46〉 인증심사 및 운영을 위한 적합인증기관

| 인증심사 및 운영 기관   | N  |
|----------------|----|
| 농림축산식품부        | 6  |
| aT한국농수산물유통공사   | 4  |
| 각 지방자치단체(시,군)  | 1  |
| 전문인증기관(위탁심사기관) | 11 |
| 민간기관(외식관련협회 등) | 11 |

점수로 평가를 하되 일정점수를 기준으로 등급을 나누는 것이 적합하다는 의견이 가장 많았음. 평가 결과를 업체에 알려주어 더 높은 등급의 서비스 인증을 받을 수 있도록 유도할 수 있는 차등 등급제로 지정하는 것을 제안하였음. 또한 인증제는 고객들이 보고 선택할 수 있어야 효과가 있는 것이기 때문에 고객들이 알기 쉽게 표시하는 것이 가장 중요함.

〈표 2-47〉 인증 지정방법

| 인증 지정방법     | N  |
|-------------|----|
| 점수제         | 8  |
| 등급제         | 15 |
| 점수제+등급제(병행) | 3  |

고객과 외식업체로부터 신뢰받는 인증제도가 되기 위해서는 철저한 사후관리가 가장 중요하다는 의견이 많았으며, 사후관리 제안 내용은 다음과 같음.

- 외식업체(점포) 서비스 매뉴얼 제공
- 인증된 외식업체 경영자 교육
- 분기별 모니터링(미스터리 샵퍼), 매년 정기 인증심사
- 자율적 서비스 품질 평가 보고(자사 역량평가서 제출)
- 우수 경영주, 관리자 등에 서비스 마스터십 제도(자격증 부여)
- 재심사를 통한 재인증 또는 인증 취소 조치
- 인증기간일지라도 부정적인 민원 3회 이상 제기 시 인증 취소

인증업체에 대한 혜택을 강화하여 업체들이 자발적으로 참여할 수 있도록 하며, 상위 등급일수록 추가 혜택을 제공하여 서비스 수준을 향상시킬 수 있도록 하는 것이 필요함. 전문가 그룹에서 제안한 인증업체에 대한 혜택을 교육·홍보·자금지원·기타 분야별로 살펴보면 다음과 같음.

〈표 2-48〉 인증업체 제공 혜택

| 분야   | 외식서비스 인증업체에 대한 혜택  |
|------|--|
| 교육   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 서비스 마인드 교육</li> <li>▪ 인증업체 평가 중 상대적으로 부족한 부분에 대한 서비스 교육 지원 / 현장 코칭</li> <li>▪ 외국어 교육</li> <li>▪ 정부교육사업 수강 시 할인</li> <li>▪ 심사원 및 미스터리 샤퍼 자질 향상을 위한 교육</li> <li>▪ 종사자 학위 받을 수 있는 고등교육 이수 기회 제공</li> <li>▪ 산학협력, 인턴십 지원</li> </ul> |
| 홍보   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 인증 업체만의 차별성 있는 홍보물 제작(간판/에이프런/식기 등)</li> <li>▪ 온라인, 오프라인 인증제 및 인증업체 홍보</li> <li>▪ ATL 매체를 통한 홍보 (예, 채널A 착한식당, 신문 또는 잡지 지면 인증업체광고)</li> <li>▪ 책자 발간, 스마트폰 어플이나 웹페이지 제작</li> </ul>  |
| 자금지원 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 카드 수수료 인하</li> <li>▪ 세제 혜택 (법인세 인하 등)</li> <li>▪ 저금리, 장기 시설 개선비용 대출</li> <li>▪ 신용보증기금의 보증심사 감면 또는 면제</li> </ul>   |
| 기타   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 외식업소에 서비스 매뉴얼 제공(업소만의 고객응대 태도 및 상황별 서비스 등)</li> <li>▪ 메뉴, 서비스, 경영, 마케팅 및 디자인(인테리어, 유니폼 등) 등에 대한 컨설팅 지원</li> <li>▪ 선정 업체들의 네트워크 구축</li> <li>▪ 최우수업체 해외연수(우수업소 벤치마킹) 기회 제공</li> <li>▪ 외국인 근로자 취업 알선</li> </ul>                    |

#### 4) 시사점

- 본 조사에 참여한 일반소비자들 중 35%만이 외식업체 서비스에 대해 만족하고 있는 것으로 나타나 외식업체 경쟁력을 나타내는 2013년 외식서비스 만족도가 65% 수준(2014, 농림축산식품부)이라는 결과보다 낮은 수준을 나타냄. 외식업체의 서비스력 저하는 고객 불만족을 야기시키며, 재방문을 저해하는 등 결과적으로 음식점의 경쟁력 및 영업력을 약화시키는 주요인으로 작용하고 있음. 외식산업 진흥 및 선진화를 위해서는 외식업체 경쟁력 향상을 위한 서비스 수준의 질적 향상이 필요한 실정임
- 점포 종사자들은 고객과의 접점에서 서비스를 직접 제공하고 있는 위치이기 때문에 본사직원들보다 고객지향성 및 서비스 제공 수준을 더 높일 필요가 있음. 그러나 점포 종사자들의 고객지향성, 고객응대 수준이 경영주를 포함한 본사직원들보다 더 낮게 나타났으며, 전문교육기관을 통한 교육 기회도 경영주와 임직원에 집중되어 있음. 시간, 비용, 인력운용 등의 문제로 점포 종사자들의 전문기관을 통한 교육의 어려움이 있는 현실을 감안했을 때, 점포 현장에서

직원들을 대상으로 하는 할 수 있는 체계적인 교육의 프로그램 개발 및 홍보, 전문 강사 파견, 표준 외식 서비스 매뉴얼 제공 등의 지원이 필요할 것으로 사료됨.

- 일반 소비자, 외식업체 경영주 및 종사자 대상 설문조사 결과, '외식서비스 인증제' 도입에 대해 긍정적으로 인식하는 비율이 높게 나타남. 외식서비스 인증을 받은 업체에서 좀 더 고객을 생각하고, 우대받는 기분을 들 것 같다는 고객지향성에 대한 인식이 매우 높게 나타나 전반적으로 외식서비스 인증제 도입을 통해 외식업체 서비스 수준이 향상될 것이라는 기대감이 큰 것을 알 수 있었음. 소비자들과 외식업체 종사자들이 기대하는 서비스 수준 향상을 위해서는 인증제와 같이 평가를 통한 자율 경쟁 분위기 조성이 중요하지만, 그에 앞서 인증을 받을 수 있는 수준의 업체별 서비스 기준 마련을 통해 전반적인 외식업체 서비스 수준 향상을 도모하는 것이 더욱 필요할 것으로 사료됨.
- 반면 '외식서비스 인증제'에 대해 신뢰할 수 없기 때문에 외식서비스 인증제를 도입하는 것이 필요하지 않다는 의견도 있었음. 이는 외식서비스 인증제에 대한 신뢰 문제라기보다 기존 제도의 운영 및 관리에 대한 낮은 신뢰와 실효성의 문제에서 기인한 것으로 판단됨. 따라서 기존 인증제도의 운영 및 관리에서 나타나는 효과와 문제점에 대한 충분한 고찰을 통해 신뢰성과 타당성을 갖춘 평가 시스템 마련, 지속적인 신뢰도 유지를 위한 사후관리 방안 마련 등이 필요할 것으로 사료됨.
- 외식분야 학계·업계·소비자계 전문가들도 '외식서비스 인증제' 도입에 대한 긍정적인 의견이 많았으나 전제 필요조건으로 인증에 대한 객관성·공공성 확보, 제도 시행의 지속성, 기업이 아닌 점포를 기준으로 한 인증, 철저한 사후관리 등을 제안하였음. 인증제 도입을 반대한 전문가들이 제시한 이유도 현재 많은 인증제도 남발, 낮은 신뢰도, 지속적인 제도 유지의 어려움, 미흡한 사후관리, 대기업 위주의 인증제도 등으로, 인증제 도입을 찬성하는 전문가들이 제안한 전제 필요조건과 반대 이유가 일치하는 점이 많았음.
- 외식산업 특성 상 업체별 업종, 업태, 규모, 객단가, 서비스 행태 등 다양성을 갖고 있고, 외식 트렌드의 빠른 변화로 콜라보레이션 형태의 메뉴나 독특한 분위기·서비스 행태를 갖춘 개성 있는 운영형태 도입 및 확산으로 외식업체를 한 가지 기준으로 분류하는데에는 신뢰성과 타당성에 대한 문제가 제기될 수 있음. 그러나 외식서비스 인증을 위해서는 평가라는 과정이 반드시 필요하며, 모든 외식업체에 같은 평가 기준을 적용하기 어렵기 때문에 평가에 대한 오류를 최소화 할 수 있는 분류 기준을 마련하는 것이 필요할 것으로 사료됨.
- 외식업체의 고객인 소비자들은 외식업체 종사자나 외식 관련 전문가들에 비해 더 작은 규모의 업체에서 또는 규모에 상관없이 모든 외식업체에서 외식서비스 인증제가 필요하다고 여기고 있음. 그러나 전문가들의 전반적인 의견은 인증제도의 안정적인 정착·홍보·확산을 위해

서는 서비스 인력이 충분하고, 시스템이 어느 정도 갖추어져 있는 큰 규모의 업체, 서비스에 대한 고객들의 기대수준이 높은 업체부터 단계적으로 도입하는 것을 제안하였음. 외식서비스는 고객 만족을 목적으로 하기 때문에 모든 외식업체에서 표준 서비스 매뉴얼을 준수하고, 업체만의 특성화된 서비스를 제공하는 것이 지향점일 것이나 인증제도의 안정적인 도입과 정착이 필요한 이 시점에서는 단계적 시행을 우선적으로 고려하는 것이 필요하다고 판단됨.

- 인증제에 대한 이해, 필요성에 대한 인식없이 인증제를 적용할 경우, 업체들의 참여가 저조할 것으로 예상됨. 인증제도에 대한 조기 정착을 위해서는 업체들의 자발적인 참여가 가장 중요한데, 외식업체들의 관심을 이끌고 참여를 유도하기 위해서는 진정으로 외식업계에서 원하는 혜택, 장기적으로 외식서비스 인증제의 가치를 높일 수 있는 혜택 제공이 필요함.

## 4. 외식서비스현장(안) 개발

외식서비스가 우수한 외식업소를 발굴하여 우수사례로 지정하고, 외식업 전반의 외식서비스 품질 제고를 위한 노력을 유도하기 위해서는 업종이나 규모, 서비스행태에 관계없이 어느 외식업소에서나 동참할 수 있는 서비스 기준이 마련되어야 함. 이에 고객의 신뢰와 서비스 만족도 향상에 기여하고 고객중심의 서비스 문화 기틀을 마련한 것으로 평가되고 있는 행정서비스현장제도 고찰을 통해 외식 서비스현장(안)을 개발하고자 함.

### 1) 서비스현장 활용 현황

고객의 신뢰와 서비스 만족도 향상에 기여하고, 고객위주의 서비스 문화 기틀을 마련하고 각종 정부기관 및 산업기관 등에서 고객서비스현장과 서비스 이행표준을 설정하여 실천을 다짐하고 있음. 영국의 시민헌장제(Citizen's Charter)를 벤치마킹하여 1998년 우리나라에 도입된 행정서비스현장제도(1998년 6월 30일 대통령 훈령 제 70호 「행정서비스현장제정지침」)는 거의 모든 중앙행정기관 및 지방자치단체에서 제정하여 운영하고 있음. 행정서비스현장제도는 고객지향적 행정을 위한 정책수단으로서 행정서비스 제공체계의 개선을 통한 행정서비스의 품질 향상을 목적으로 함.

#### (1) 행정서비스현장 제정의 기본원칙

- 고객중심 원칙(Customer Driven)
  - 서비스는 고객의 입장과 편의를 최우선으로 고려하는 고객 중심적이어야 함
- 서비스 구체성 원칙(Specified Service)
  - 고객에게 제공되는 서비스의 내용은 고객이 쉽게 알 수 있도록 구체적이고 명확하여야 함
- 최고 수준의 서비스 제공 원칙(Top level Service)
  - 행정기관이 제시할 수 있는 가장 높은 수준의 서비스를 제공하여야 함
- 비용·편익 형량 원칙(Cost & Benefit)
  - 서비스 제공에 소요되는 비용과 고객의 편익이 합리적으로 고려된 서비스 기준을 설정하여야 함
- 체계적 정보제공 원칙(Systematic Information)
  - 서비스와 관련된 정보와 자료를 쉽고 신속하게 얻을 수 있도록 하여야 함
- 시정 및 보상조치 명확화 원칙(Correct Error)
  - 잘못된 서비스에 대한 시정과 보상조치를 명확히 하여야 함
- 고객참여 원칙(Service User Participation)
  - 서비스 기준 설정에 고객의 참여를 보장하고, 제공된 서비스에 대해 고객의 여론을 수렴하여

이를 서비스 개선에 반영하여야 함

## (2) 행정서비스현장의 예

### 〈농림축산식품부〉

- 우리 농림축산식품부 직원은 민원인이 만족할 수 있는 최상의 행정서비스를 제공하며 친근하고 신뢰받는 농림공직자가 되기 위해 다음의 목표를 설정하고, 이의 달성을 위해 최선을 다하겠습니다.
- 우리 농림축산식품부 직원은 이러한 목표를 달성하기 위하여 농림 민원 행정서비스 이행표준을 마련하여 성실히 실천할 것을 다짐합니다.
- 우리 농림축산식품부 직원은 농업의 체질강화와 경영안정 및 고품질 안전농식품 공급을 통해 지속가 능한 농업·도시와 상생하는 농촌 건설에 앞장서겠습니다.
- 우리 농림축산식품부 직원은 국민 각계의 의견을 폭넓게 수렴하여 정책수립과 집행 과정에 반영하며, 잘못된 제도와 관행은 과감히 개선해 나가겠습니다.
- 우리 농림축산식품부 직원은 국민여러분이 고객이라는 사실을 깊이 인식하고 신속·정확하게 공정한 자세로 민원을 처리하겠습니다.
- 우리 농림축산식품부 직원은 언제나 민원인의 입장에서 생각하며 신청에서 처리까지 민원인에게 불편함이 없도록 최대한의 편의와 서비스를 제공하겠습니다.

### 〈민원 행정 서비스 이행표준〉

#### 고객을 맞이하는 자세

01. 우리부를 방문하시는 민원인을 위하여
  - 청사입구 안내동에 도우미를 배치하여 우리 부를 방문하는 분들이 찾아 가고자 하는 사무실 위치와 호실 등을 정확하게 안내하겠습니다.
  - 청사 5동 1층 117호실에 “종합상담실”을 설치하여, 해당부서를 찾아다니시는 민원인의 불편을 덜어 드리고, 민원상담이나 농업관련자료 등을 one-stop 서비스로 제공하겠습니다.
  - 상담실 직원은 먼저 “어서 오십시오, 저는 상담실 직원○○○입니다. 무엇을 도와드릴까요?”라고 인사를 드린 후, 찾아온 용무를 확인하여 담당직원을 안내해 드리겠습니다. 그리고 담당직원이 상담실로 와서 상담을 해 드리도록 조치를 취하겠습니다.
  - 각 층에는 층별 사무실 안내도를 게시하며, 각 사무실 입구에는 사진이 부착된 좌석배치도, 직원 좌석에는 명패를 부착하여 민원인이 담당자를 쉽게 찾을 수 있도록 하겠습니다.



- 사무실을 찾아온 민원인에게는 친절하게 앉을 자리를 권하고 “어서 오십시오, 저는 ○○업무 담당하는 ○○○입니다.” 라고 먼저 인사를 드린 후 찾아온 용무를 확인하겠습니다.
- 민원인의 방문사유에 대해서는 민원인의 입장에서 경청하여 공정하게 처리될 수 있도록 노력하며, 상담이 끝나면 사무실 입구까지 배웅해 드리겠습니다.

## 02. 전화로 민원을 처리하고자 하는 민원인을 위하여

- 전화는 벨이 3번 울리기 전에 신속히 받겠으며, 항상 친절하게 응대하겠습니다.
- 전화를 받는 직원은 먼저 “안녕하십니까(감사합니다), ○○과 ○○○입니다. 무엇을 도와드릴까요”라는 밝은 인사로 민원인께서 편안한 마음으로 통화할 수 있도록 하겠습니다.
- 민원인과 통화 중에는 민원을 명확히 이해하기 위하여 중요부분에 대해서는 1회 이상 반복하여 확인하겠습니다.
- 전화를 받은 직원이 담당자가 아닐 때에는 민원인에게 담당자를 안내하고 같은 말씀을 반복하지 않도록 담당자에게 민원요지를 전한 후, 즉시 연결해 드리겠습니다.
- 담당자가 통화 중이거나 부재중인 경우에는 민원인의 성명, 전화번호, 민원요지를 메모하여 연락이 가능한 즉시 담당자에게 전달, 신속한 회신이 이뤄지도록 하겠습니다. 통화가 끝났을 때에는 끝인사와 함께 민원인이 먼저 수화기를 내려 놓은 후에 전화를 끊겠습니다.
- 우리부 홈페이지 (<http://www.mafra.go.kr>) 『조직 및 직원안내도』 코너의 <조직도>란에 업무별 담당자 전화번호를 안내하여 찾으시는 담당자와의 전화상담에 편의를 제공하겠습니다.

## 03. 문서로 접수된 민원에 대하여

- 문서로 접수된 민원에 대하여는 처리기한이 3일 미만인 단순민원은 담당과에서 접수 후 근무시간기준 10시간 이내에 답변해 드리겠습니다.
- 처리기한이 14일을 초과하는 민원 및 타부서(기관) 협조 등으로 시간이 지연될 경우 반드시 중간처리 상황을 10일 이내에 전화 또는 우편으로 알려 드리겠습니다.
- 민원회신은 관례 답습적인 회신문안을 지양하고 쉬운 용어를 사용하여, 간결한 표현으로 부모님에게 편지를 쓰는 마음으로 자세하게 회신하겠습니다.
- 민원내용을 법령·제도 등으로 수용하지 못할 경우에는 민원인이 충분히 이해할 수 있도록 그 배경·취지·사유 등을 자세하게 회신해 드리겠습니다.
- 자주 제기되는 민원은 우리부 홈페이지 민원광장 > 민원조회 및 신청 중 「자주묻는질문(FAQ)」에 게재하여, 유사사례에 대해서는 신속히 관련정보를 얻으실 수 있도록 하겠습니다.
- 민원인 의견수렴 및 보상조치
- 청사 안내동 농림축산식품부 안내대에 설문지를 비치하여 방문하신 민원인께서 제기하시는 농림행정에 대한 개선안, 불만사항 등을 상시적으로 수렴하겠습니다.

- 민원처리 후, 방문증을 반납할 때에 작성·제출하시기 바랍니다.
- 농림행정과 관련한 건의·진정·부조리 신고 등 각종 의견제출은 다음을 통해서도 제기하실 수 있습니다.

#### 건의·불만·부조리 신고

건의·불만사항 : 농림축산식품부 운영지원과

- \* 주 소 : (339-012) 세종특별자치시 다솜2로 94(어진동) 정부세종청사
- \* 전 화 : 국번없이 110
- \* 팩 스 : 044) 868- 0846

우리부 홈페이지(<http://www.mafra.go.kr>)에도 다음과 같이 의견을 제출하거나 정보를 제공받을 수 있는 다양한 창구가 마련되어 있습니다.

국민소통 국민소통 방(코너)이름 기능 담당과 및 전화번호

민원사무안내 민원사무에 대한 이용안내, 절차, 방법 등 소개 운영지원과 (044-201-1273)

민원조회 및 신청 질의민원 등의 신청 및 민원사례(faq), 내 민원 조회 운영지원과 (044-201-1273)

국민제안 각종 정책과 제도에 대한 제안의견 접수 운영지원과 (044-201-1274)

신고센터 농림축산식품부, 소속기관 및 단체직원의 직무관련 부정비리 신고 감사담당관실 (044-201-1214)

자유의견방 농업관련 정보나 의견을 자유롭게 게시 홍보담당관실 (044-201-1124)

기타 기타 방(코너)이름 기능 담당과 및 전화번호

정보공개 우리 부가 보유하고 있는 공개정보에 대한 공개요청 운영지원과 (044-201-1273)

장관에게 바란다 농림축산식품부 장관에게 직접 의견 제출 장관비서실 (044-201-1000)

각 코너를 통해 주신 의견 및 질의에 대해서는 신속히 검토하여 개선이 필요한 사항은 반영하고, 답변해 드리겠습니다.

#### 보상 조치

우리 부 직원의 잘못으로 민원인이 같은 민원으로 두 번 이상 방문하였을 경우에는 잘못된 직원의 정중한 사과와 함께 민원을 신속히 처리하여 드린 다음, 우리 농산물상품권(5,000원상당)으로 사례하겠습니다.

민원인이 인터넷을 통한 민원서비스를 받던 중 우리 부 홈페이지상의 잘못된 정보로 인한 피해, 처리담당자의 오류로 인한 피해, 기계적 오류로 인한 피해 등이 발생하여 「온라인 민원피해 보상창구」로 신고하면 3일 이내에 그 조치상황을 통보해 드리고, 같은 사유로 2회 이상 신고해 주시면 우리 농산물상품권(5,000원 상당)으로 보상해 드리겠습니다.

※ 온라인 민원피해 보상창구 : 농림축산식품부 운영지원과(044-201-1273)

민원해결을 위해 방문 또는 전화를 하셨을 때 우리 부 직원이 불친절한 경우, 이를 지적하여 주시면 해당직원에게 대하여 서비스 친절교육을 시키고, 3회 이상 지적된 직원은 인사상 불이익을 취하겠습니다.

※ 비방·감정 해소 등을 위한 방문 및 전화에 대해서는 적용되지 않습니다.

우리 농림축산식품부 직원의 각오와 당부사항

우리 농림축산식품부 직원 일동은 『농림 민원행정 서비스표준』을 철저히 준수하여 국민의 사랑과 신뢰 속에서 국민을 위한 농림공직자가 되도록 노력하고, 『농림 민원 행정서비스 이행 기준』을 기본으로 더욱 더 서비스의 질을 높이는데 앞장서겠습니다.

민원인 여러분께서도 저희 농림축산식품부 직원들이 국가와 농업인, 유통종사자, 소비자를 위해 헌신하는 공직자가 될 수 있도록 많은 격려와 관심을 부탁드립니다.

## 〈진료서비스현장〉

저희 병원에서는 고객 여러분을 정성껏 진료하기 위해 다음과 같이 실천하겠습니다.

- 01 모든 환자들을 친절하고 공평하게 대하겠습니다.
- 02 노약자는 안내원이 도와드리겠습니다.
- 03 환자 대기시간을 최대한 단축하겠습니다.
- 04 적당한 진료로 진료비 부담을 줄여드리겠습니다.
- 05 쾌적한 병원환경 조성 및 의료수준 향상을 위해 노력하겠습니다.
- 06 잘못된 업무처리는 즉시 확인하여 바로 잡겠습니다

**잘못된 업무처리는 즉시 바로 잡겠습니다.**

- 직원의 착오나 잘못에 대하여는 즉시 시정조치 하겠으며, 같은 잘못이 재발하지 않도록 지속적으로 교육하겠습니다.
- 진료비용의 계산착오나 잘못된 서비스로 환자에게 금전적인 손해가 발생하였을 때는 조속한 환불 및 응분의 보상을 하겠습니다.
- 불합리한 병원 법규나 제도로 인한 고객 불편이 최소화 되도록 노력하겠습니다.
- 여러분의 불편 신고나 각종 건의·문의사항에 대하여는 7일 안에 그 결과를 알려 드리겠으며, 신고된 의견은 병원정책에 적극 반영하여 불편사항이 없도록 하겠습니다.
- 직원 친절교육을 지속적으로 실시하여 “고객을 주인으로 모시는”, “고객이 만족하는” 선진병원으로 되겠습니다.

**국민여러분의 협조를 바랍니다.**

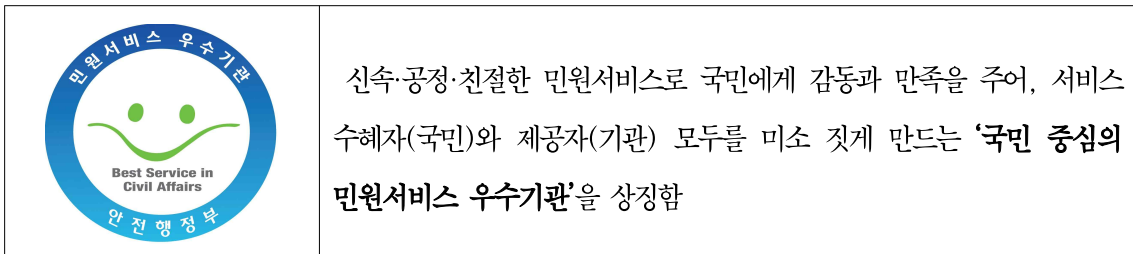
- 저희 병원을 이용하면서 겪은 모든 불편·불만사항을 그때 그때 「환자불편 신고함」에 제출해 주시면 병원 정책에 적극 반영하겠습니다.
- 저희 병원은 보다 향상된 「고객만족 서비스」를 위해 항상 고객의 의견에 귀를 기울이겠습니다
- 의견제출, 신고 또는 연락하실 곳 원 장 실 : 02) 3400~1106  
총무과장실 : 02) 3400~1108  
총무팀장실 : 02) 3400~1102  
원무팀장실 : 02) 3400~1103  
시설팀장실 : 02) 3400~1104

**진료서비스 현장에대한 점검·확인**

- 우리는 진료서비스현장에서 약속한 사항이 지켜지고 있는지 지속적으로 점검·확인한 결과와 병원의 진료 및 행정전반에 대한 매분기 “고객만족도 조사” 결과를 병원 현관 및 경찰백서에 공개하겠습니다.

### (3) 행정서비스현장의 성과

행정서비스현장 도입으로 첫째, 행정서비스의 내용 및 이행기준이 명확해졌고 둘째, 공급자 위주에서 고객 중심의 행정으로 전환되었으며 셋째, 행정서비스의 양적·질적 향상 넷째, 고객만족도 제고 등의 성과를 이룬 것으로 평가됨. 도입 초기부터 2000년대 중반까지는 가시적인 측면에서는 변화가 있었지만 고객의 권리 보호 등 실질적인 서비스 품질 차원의 변화는 미흡하다는 지적을 받았음. 민원행정서비스 현장 운영규정 제정 이후 7차례의 개정을 통해 운영 관리 및 보상체계 개편, 전반적인 인식 전환의 노력이 이루어져 오고 있음. 그 예로 행정서비스현장에 대한 직원들의 적극적인 참여와 실천을 유도하기 위하여 표창제도를 시행하고 있으며, 2013년에는 민원서비스 우수기관(20개) 인증을 통하여 선의의 경쟁분위기를 확산시키고 있음. 민원서비스 우수기관에는 ‘민원공무원의 날’ 행사에서 인증서 및 인증패를 수여하고, 2년간 인증마크를 활용할 수 있는 권한을 부여함.



〈그림 2-16〉 민원서비스 우수기관 인증마크

## 2) 외식서비스현장(안)

고객 중심의 서비스 실천을 위하여 안전하고 안심할 수 있는 먹거리, 위생 및 청결, 친절한 서비스, 교육, 고객들의 불편과 불만 개선을 위한 내용을 포함하였음. 수준 높은 외식서비스 제공을 위해서는 서비스를 수행하는 접점에 있는 직원이 업소에 대한 만족과 본인 업무에 대한 자부심이 없이는 외식서비스현장이 실천되어질 수 있는 부분이 아니므로 외식업소 경영주는 내부 고객(직원)이 만족할 수 있는 업무 분위기 및 처우가 마련되어질 수 있는 노력이 우선시 되어져야 할 것임

### 〈외식서비스현장(안)〉

○○○ 임직원은 고객 여러분이 만족할 수 있는 최상의 외식서비스를 제공하기 위해 다음의 목표를 설정하고 실천하겠습니다.

1. 우리는 고객님의 건강을 위해 바른 먹을거리를 제공할 것입니다.
2. 우리는 고객의 식품 위생 안전을 위해 제공된 음식을 재사용하지 않겠습니다.
3. 우리는 단정하고 청결한 용모로 고객을 맞이하겠습니다.
4. 우리는 개인 위생관리에 대한 지침을 철저히 지키도록 하겠습니다.

5. 우리는 고객의 안전하고 편안한 식사환경 조성을 위해 청결유지에 노력하겠습니다.
6. 우리는 밝은 미소와 상냥한 말투로 고객을 친절하게 대하겠습니다.
7. 우리는 어떠한 고객도 차별하지 않고 정중하게 모시겠습니다.
8. 우리는 고객의 불편함이 없도록 신속·정확한 서비스를 제공하겠습니다.
9. 우리는 정기적인 서비스 교육을 통해 전문성을 갖추도록 노력하겠습니다.
10. 우리는 고객에게 잘못된 서비스 제공하거나 불편함을 드렸을 경우, 즉시 개선하도록 노력하겠습니다.
11. 우리는 고객에게 행복한 서비스를 제공하기 위해 행복한 직원이 될 수 있도록 노력하겠습니다.

### 〈서비스 이행표준〉

#### 고객을 맞이하는 자세

##### 가. 우리 업소에 전화를 걸어오시는 경우

- 전화벨이 3번 울리기 전에 신속히 받겠으며, 항상 친절하게 응대하겠습니다.
- 전화를 받은 직원은 “감사합니다. ○○○(업소명) ○○○(성명)입니다.”라고 밝게 인사하겠습니다.
- 고객의 요청사항을 정확하게 이해하기 위해 중요부분에 대해서는 1회 이상 반복하여 확인하겠습니다.
- 다른 직원에게 전화를 연결할 경우에는 해당 직원에게 통화요지를 전달하여 고객이 같은 내용을 재차 설명하는 일이 없도록 하겠습니다.
- 통화를 마칠 때에는 “전화해 주셔서 감사합니다.”라고 말하고 고객이 전화를 끊으신 후에 수화기를 내려놓겠습니다.

##### 나. 우리 업소를 방문하신 경우

###### ○ 안내

- 모든 직원은 명찰을 패용하여 고객이 담당 직원을 쉽게 찾을 수 있도록 하겠습니다.
- 방문하시는 모든 고객에게 항상 “어서 오세요. ○분이신가요? 자리를 안내해 드리겠습니다.”라고 인사하고 자리를 안내해 드리겠습니다.
- 고객과 눈을 맞추고 미소 짓는 얼굴로 대화하겠습니다.
- 대기하실 경우, 기다리는 시간을 알려드리겠습니다.

###### ○ 객실 및 시설

- 객실 내·외부 시설과 기물을 청결하게 관리하겠습니다.
- 객실 내 적정 온도를 유지하고 환기시켜 쾌적한 공간을 만들겠습니다.

###### ○ 테이블

- 테이블을 깨끗이 정리정돈한 후 고객을 맞이하겠습니다.
- 테이블 기본 기물을 깨끗이 관리하겠습니다.

- 주문
  - 정확한 정보(메뉴명, 가격, 원산지 등)가 담긴 메뉴판을 제공할 예정입니다.
  - 외국인 고객을 위해 영어(또는 중국어, 일본어)로 표기된 메뉴판을 제공할 예정입니다.
  - 주문 요청 시 신속하게 응대하겠습니다.
  - 고객이 주문하신 음식의 정확한 제공을 위해 주문하신 음식명을 1회 반복하여 확인하겠습니다.
  - 고객이 주문하신 음식의 제공시간을 알려드리겠습니다.
- 음식 제공
  - 안전·안심하고 드실 수 있도록 좋은 식재료를 사용할 예정입니다.
  - 주문하신 음식은 신선한 재료로 적절한 양과 온도, 간을 맞추어 제공해 드리겠습니다.
  - 고객이 주문하신 음식을 정확하게 제공해 드리겠습니다.
  - 미리 알려드린 제공시간 내에 제공할 수 있도록 하겠습니다.
  - 음식을 깨끗한 식기에 정갈하게 담아 제공할 예정입니다.
  - 메뉴 제공 후, “맛있게 드세요”라는 인사를 하겠습니다.
  - 고객 테이블에 제공됐던 음식은 재사용하지 않겠습니다.
- 중간 서비스
  - 고객에게 양해를 구하고 중간 서비스를 제공할 예정입니다.
  - 고객이 불렀을 때 바로 응답하고, 필요로 하는 요구에 신속하게 응대하겠습니다.
  - 고객이 불렀을 때 바로 갈 수 없는 경우, “고객님, 잠시만 기다려 주십시오.”라고 신속하게 대답하겠습니다.
- 결제
  - 결제 전, 식사에 대한 만족도를 먼저 확인하겠습니다.
  - 정확한 식대 결제를 위해 식사하신 음식과 수량, 금액에 대해 확인 후 계산을 도와드리겠습니다.
  - 할인 및 행사 정보를 알려드린 후 계산을 도와드리겠습니다.
- 배웅
  - 퇴점하실 때에는 “감사합니다. 좋은 하루 되십시오.” 또는 “감사합니다. 또 오십시오.”라고 정중하게 인사하겠습니다.

#### 고객참여 및 의견제시

고객의 의견을 수렴할 수 있는 고객 참여방(가명)을 상시 운영하고 있습니다.

○○○(업소명)의 외식서비스에 대한 개선 사항, 불만족 사항이 있는 경우, 고객 참여방(문서), 전화, 홈페이지 등으로 의견을 제시해 주시기 바랍니다.

담당자 : ○○○

연락처 :

홈페이지 :

접수된 의견 및 질의에 대해서는 신속히 검토하여 개선이 필요한 사항은 반영하고, 홈페이지 및 매장 내에 공개하도록 하겠습니다.

### 내부고객(직원)참여 및 의견제시

직원들의 의견을 수렴할 수 있는 내부고객 참여방(가칭)을 상시 운영하고 있습니다. 직원을 위한 서비스에 대한 개선사항이나 ○○○(업소명)의 외식서비스에 대한 개선 사항 등 직원들의 의견을 반영하여 함께 상생할 수 있는 서비스를 제공할 수 있도록 노력하겠습니다.

### 3) 외식서비스문화 확산

외식서비스현장 외식업 전반의 외식서비스 품질 제고를 위한 고객 중심의 외식서비스 기준이 마련되었다는데 의미를 찾을 수 있으며, 외식서비스현장의 보급 및 확산을 통해 외식서비스문화를 정착시키는 것이 무엇보다 중요하며, 이를 위해서는 단계적 시행이 필요함.

- 첫째, 업종이나 업태, 서비스 행태에 관계없이 적용한 가능한 범위를 포함하고 있는 외식서비스 현장(안)에 대한 심의를 통해 수정이 필요한 항목에 대한 보완이 이루어져야 함
- 둘째, 한국외식업중앙회나 (사)한국외식산업협회, 한국프랜차이즈산업협회 등 민간협회 주도의 공식행사 시 자발적으로 '외식서비스현장 선포식'을 통해 각각의 회원사 및 업체에 알리고 동참할 수 있는 분위기를 조성함
- 셋째, 각 외식업체에 외식서비스현장을 보급하고 준수할 것을 권고함
- 넷째, 우수사례가 될 수 있는 음식점들을 지정 운영하여 인증업소 뿐 아니라 타 음식점들이 우수 업소들에서의 벤치마킹을 통해 외식서비스 품질 제고를 위한 노력을 유도할 수 있는 외식서비스 인증제를 도입하여 운영함



## 5. 외식서비스 인증제 운영모델(안) 개발

### 1) 외식서비스 인증제 개요

#### (1) 정의

식음을 판매하는 음식점에서 고객이 접하게 되는 경험요소(메뉴, 물리적 환경, 직원의 서비스)와 외식서비스품질 제고를 위한 서비스 시스템에 대한 수준을 평가하여 그 결과에 따라 외식서비스 우수업소 지정여부를 결정하고 관리하는 제도

#### (2) 목적

음식점의 서비스 품질 수준에 대한 기준을 제시하고 선택과 집중을 통해 우수사례가 되는 음식점을 기준으로 외식서비스 품질 제고를 위한 노력을 유도하여 외식업의 서비스 수준을 향상시키고자 함. 이를 통해 소비자들에게 음식점 선택정보를 제공하고, 음식점에 대한 고객만족도를 높일 수 있음

#### (3) 필요성

- 외식산업은 국가 성장 동력산업으로 자리매김할 만큼 산업의 영향력 제고 및 규모의 성장에도 불구하고 영세업소의 비중이 높게 나타나는 산업의 영세성이 지속되고 있음
- 산업의 영세성으로 인해 나타나는 문제점 중 하나가 바로 서비스 수준의 문제로, 음식점의 서비스 미흡은 고객의 만족도 저하로 나타나 재방문을 저해하고 결과적으로 음식점의 경쟁력 및 영업력을 약화시키는 주요인으로 작용하고 있음
- 따라서 외식 서비스 기준을 마련하여 그 기준에 적합한 외식업소를 인정함으로써 외식 서비스 품질 제고를 위한 노력을 유도하여야 함

### 2) 정부주도 ·민간주도 인증제도 운영방법 비교

#### (1) 외식관련 및 타 산업의 인증제 비교분석

외식서비스 인증제의 운영모델(안)을 개발하기 위해 정부주도 인증제와 민간주도 인증제로 구분하여 비교분석함.

##### ① 정부주도 인증제

정부주도 인증제는 시군구의 모범업소, 서울시의 위생등급제(AAA), 경기도의 경기 으뜸맛집, 문화체육관광부의 우수쇼핑점, 보건복지부의 우수의료기관 인증제도의 운영방법을 비교분석하였음.

〈표 2-49〉 정부주도 인증제 운영방법 비교

| 구분      | 모범업소   | 위생등급제  | 경기도뜨맛집  | 우수쇼핑점  | 우수의료기관  |
|---------|--|--|---|--|---|
| 목적      | <ul style="list-style-type: none"> <li>식품접객업소 및 집단급식소 시설의 위생적 개선과 서비스 수준 향상을 도모하고 낭비적인 음식문화를 개선하는 등의 녹색음식문화 조성에 기여함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>업소간의 자율경쟁을 유도하여 위생수준을 향상시키고자 함</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>경기도를대표하는우수한음식관광자원확보하여국내외관광객에게우수한경기도음식문화전파와경기도이미지제고</li> <li>의료관광, K-pop 공연, 한류열풍 등으로 인한 외국인 관광객 증가로 경기도 음식관광 발전 및 지역경제 활성화 도모</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>외래관광객의 쇼핑서비스만족도 및 쇼핑관광신뢰도제고를 통한 관광산업경쟁력강화</li> <li>우수쇼핑점 인증을 통한 쇼핑서비스 품질제고 노력 유도</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>의료기관이 의료서비스제공과정에서환자안전의수준과의료의질향상을 위해 자발적·지속적으로 노력하도록하여국민에게양질의의료서비스를제공하기 위함</li> </ul> |
| 지정기관    | <ul style="list-style-type: none"> <li>시군구</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>서울특별시</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>경기도(각 시도별 다른 명칭으로 맛집 지정)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>문화체육관광부</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>보건복지부</li> </ul>   |
| 인증 운영기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>음식문화개선운동추진위원회(한국외식업중앙회 지회 또는 지부)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>신청접수 - 관할 자치구 보건소 보건위생과</li> <li>심사-민간위탁기관</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>경기도(보건복지국)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>신청접수 - 한국관광공사</li> <li>심사 - 민간위탁기관</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>전담기관 - 의료기관평가인증원</li> </ul>  |

| 구분         | 모범업소  | 위생등급제  | 경기 으뜸맛집   | 우수쇼핑점  | 우수의료기관   |
|------------|---|--|---|--|--|
| 인증심사<br>절차 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 신청 (상시)-지정적합 여부현지조사 (분기별)-지정 여부심의-의결 (지정기준외평판도고려)-시장·군수·구청장에게통보-위원장 및 영업자에게서면통보-모범업소지정증 및 표지판 교부</li> <li>• 지역별 특성을 고려하여 그 지정기준과 절차를 달리할 수 있음. 단, 시행 2주 전까지 식품의약품안전처장에게 보고해야 함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규인증신청 공고-서류접수-인증업무 수행업체 공고 및 선정-서면, 현장실사 평가-결과분석 및 보고-평가결과 공고 및 통보-평가결과 표시판 제작 및 배부</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시군1차선별-추천-신규인증신청 및 서류접수 - 1차 서류및자격심사(담당공무원)-2차현장심사(심사위원+담당공무원)-재심사현장심사(심사위원+담당공무원)-심사표작성-시군에 선정결과통보</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규인증신청 공고-서류접수-인증업무 수행업체 공고 및 선정-서류심사-심사위원 선발 및 교육-신규인증심사-재인증심사-심사 결과보고-인증업소확정 공고 및 통보-사후모니터링(서류, 현장)-특별사후심사</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증신청 및 서류접수-조사 계획 수립 및 관련자료 사전 검토-조사일정 통보 및 현지조사-조사결과 제출-이의신청 및 조사결과 조정-조사결과 분석-인증결과 통보-인증결과 이의신청-최종판정 및 통보-인증결과공표</li> </ul> |

| 구분           | 모범업소   | 위생등급제  | 경기 으뜸맛집   | 우수쇼핑점  | 우수의료기관  |
|--------------|--|--|---|--|---|
| 총점 및 인증점수 기준 | <ul style="list-style-type: none"> <li>총112점(100점+가산12점) 중 85점 이상 적합</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>총점 220 점을 100점으로 환산</li> <li>90점 이상 AAA 80-89점 AA 70-79점 A</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>총 105점(100점+가산5점) 중 80점 이상 적합</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>총1,000점 중 영역별 60% 이상의 점수를 획득하고, 전체 650점 이상</li> <li>단, 사후면세제도 시행적정성의 경우 과락 미적용</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>점수제가 아닌 총족률 적용 (항목별 총족개수로 총족률 계산)</li> </ul>   |
| 점수 체크 및 환산방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>세부항목별 배점(3-15점)</li> <li>우수, 보통, 미흡, 3단계로 체크</li> <li>가점 세부항목은 해당, 미해당 2단계로 체크</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>기본적으로 우수(5점), 보통(3점), 미흡(1점) 3단계로 체크</li> <li>문항특성에 따라 2단계로 체크하거나 없음(0점), 비해당 추가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>세부평가항목별 배점이 다름(1점~10점)</li> <li>각 세부평가항목별 A(100%,우수), B(70%, 보통), C(50%이하, 미흡, 부적절)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>A-E, 해당없음척도로 체크</li> <li>척도별 가중치 A(1.00), B(0.75), C(0.50), D(0.25), E(0.00)</li> <li>자세한 계산방법은 자료참고</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>유·무와상·중·하로 체크하여 유(1개)무(0개), 상(1개)중(0.5개)하(0개)를 개수로 인정하여 해당체계내 '총족'한 기준의 개수/해당체계내 기준의 개수 X100</li> </ul>          |
| 인증 지정방법      | <ul style="list-style-type: none"> <li>점수제-인증</li> <li>85점 이상 모범업소 지정</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>등급제-인증</li> <li>A~AAA</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>점수제-인증</li> <li>80점 이상 경기 으뜸맛집 지정</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>점수제-인증</li> <li>650점 이상, 영역별 60% 이상의 점수획득시 지정</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>필수항목을 총족하고, 영역별 80%이상 총족했을 인증</li> <li>60%이상 총족했을 때 조건부인증</li> </ul>   |
| 인증기간         | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증후 1년 지나고 10월에 재심사</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>현재 2년</li> <li>법 개정 시 1년으로 전환 예정</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>3년</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2년</li> <li>유효기간 만료 사실을 만료일 60일 이전 통지 후, 현장심사</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>4년(매년 자체 평가 및 보고서 주요 지표 입력, 필요시 현지 조사 시행)</li> <li>조건부인증-1년간 인증유효. 시장·보완할 수 있는 기회 부여, 재평가 통해 인증 여부 결정</li> </ul> |
| 인증 표시방법      | <ul style="list-style-type: none"> <li>모범음식점, 모범급식소 인증 표시판</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>AAA, AA, A 3단계로 구분된 인증 표시판</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>경기 으뜸맛집 인증 표시판</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>국가인증 우수 쇼핑점(1st) 로고</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수의료기관 인증 표시판</li> </ul>   |

| 구분          | 모범업소   | 위생등급제   | 경기의뜨뜻맛집  | 우수쇼핑점  | 우수의료기관   |
|-------------|--|---|--|--|--|
| 인증업체에 대한 혜택 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업시설개선 자금우선용자</li> <li>• 안내홍보책자 발간 및 배부</li> <li>• 출입 검사 면제</li> <li>• 모범업소 지정증 및 표지판 제작교부</li> <li>• 각종 행사시 모범업소 이용권장</li> <li>• 기타(시군구 - 상하수도료 및 지하수 수질 검사비 지원)</li> <li>• 공동찬통, 소형 복합찬기 구입비 지원</li> <li>• 음식물쓰레기 처리기기 설비 자금 용자</li> <li>• 쓰레기봉투 구입비 지원</li> <li>• 음식문화의 개선 및 좋은식단실천을 위한 사업 우선지원</li> <li>• 중앙부처, 시도, 시군구 - 유관업소 포상시 우선적으로 고려</li> <li>• 한국외식업중앙회-책자발간 배포, 정기간행물에 모범업소 지정업소 게재</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 등급표시판 교부(필히 계층권유하지만 의사향은 아님)</li> <li>• 서울시 식품안전정보 사이트(FSI) - 지도검색 서비스 운영, 업주가 자율적으로 홍보할 수 있는 사이버 공간 제공</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보 - 주요 포털사이트홈페이지검색광고, 모바일앱,경기관광공사와연계하여경기관광포털에홍보, 중국인바운드 여행사에경기뜨뜻맛집정보 제공</li> <li>• 지정증 및 표지판 제작 지원</li> <li>• 기타 매년 다른 혜택 지원 (손소독기, 해충유인살충기, 자동손소독기, 식중독지수 전광판, 식품포장기, 위생세팅지, 염도계, 당도계, 푸드백, 반공기, 외부가격 표시판 등)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 상표사용권 부여</li> <li>• 한국관광공사 온/오프라인매체를 활용한 인증업소 소개 및 홍보</li> <li>• 인증업소 홍보 인쇄물 제작 및 국내외 배포</li> <li>• 전국관광안내전화 1330을 통한 인증업소 안내</li> <li>• 종사원 서비스 교육 자료 제공</li> <li>• 서비스 품질 평가 자료 제공</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증서 교부 및 인증마크사용_광고를 통한 브랜드효과</li> <li>• 인증결과 활용한 정부재정 지원 및 지정 신청 요건에 포함</li> <li>• 평가가점 부여 (전문병원 지정, 응급의료기관 지정, 공공병원 재정 지원, 말기암 환자 완화 의료기관 재정지원, 신생아 집중치료실 지원, 인체자원 단위 은행지원, 장애인구강 진료센터 지원, 권역별 심뇌혈관질환센터 지정)</li> </ul> |

| 구분       | 모범업소   | 위생등급제   | 경기 으뜸맛집  | 우수쇼핑점  | 우수의료기관  |
|----------|--|---|--|--|---|
| 사후관리     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 매년10월 지정적합여부 재심사(단,재심사일기준 모범업소지정을 받은지1년이 경과하지 아니한 업소는 제외)</li> <li>• 규정 위반 또는 기준 미달인 경우 수시 적합여부 재심사</li> <li>• 그 외 재심사 (영업자가 변경되었을 때 , 영업소의 소재지가 변경되었을 때, 주 취급음식이 변경되었을 때)</li> <li>• 정기 재심사 시 위원회의 심의 생략, 담당공무원의 현지 조사로만 적합여부 심사</li> <li>• 취소된 날부터 2년 이내에 신청할 수 없음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 재평가후 70점 미만 업소 위생등급제 표시판 철거</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 취소기준설정(비고참고)</li> <li>• 지정업소 변경사항 즉시 보고 및 시군 모니터링 강화(수시)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 현장실사-종합점수800점이하업소 중대형쇼핑몰을 제외한개별로드샵업소</li> <li>• 서류모니터링 - 대형쇼핑몰 및 브랜드샵, 현장심사 외 개별로드샵 대상, 진단 양식 활용</li> <li>• 특별사후심사 -인증업소에 대한 고객의 불만 또는 민원발생 시 사실 확인을 위하여 실시하는 심사</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주기적인 자체평가실시</li> <li>• 인증전담기관 모니터링</li> <li>• 인증서나 인증마크 무단 제작 사용 또는 인증 사칭할 경우, 의료법 상 1년 이하의 징역 또는 500만원 이하의 벌금 부과</li> <li>• 인증 취소(거짓이나 부정확한 방법으로 인증을 획득한 경우, 의료기관 개설허가가 취소 또는 폐쇄명령을 받은 경우, 의료기관 종별 변경 등 인증의 제나 근거가 되는 중대한 사실이 변경된 경우)</li> <li>• 취소된 날부터 1년 이내에 인증신청을 할 수 없음</li> </ul> |
| 인증제 홍보방안 |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울시 식품안전정보 사이트(FSI) 내 인증제도 안내</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국외식산업방송 홍보영상제작, 언론보도</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국관광공사 홈페이지에 인증제도 안내</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증전담기관홈페이지운영</li> <li>• 인증결과 상시 게재</li> </ul>  |

| 구분 | 모범업소   | 위생등급제   | 경기 으뜸맛집   | 우수쇼핑점   | 우수의료기관  |
|----|--|---|---|---|---|
| 비고 | <ul style="list-style-type: none"> <li>조리사 또는 영양사를 고용하여 위생적으로 운영하는 업소를 우선적으로 지정추천</li> <li>일반음식점 수의 5%이내로 함(단, 시·군·구의장이부득이하다고판단되는경우위원회 의결을거쳐달리 정할수있음)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>식품위생법개정 예정 - 대상제한 및 인증기간 1년으로 단축</li> <li>음식점 위생등급제 평가표 및 평가매뉴얼 공개하고 있음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>취소기준-식품 위생법등기타관련법규위반영업 정지이상행정처분, 재심사후지정기준미달, 정당한 사유없이 1개월 이상 휴업 또는 폐업,민원불편 사항연2회이상 발생</li> <li>(문제점)-맛집의 대표자, 대표음식 변경 시 취소업소 다수 발생, 대표자, 대표음식 등변경사항, 행정처분, 휴폐업 보고 미흡</li> <li>(개선사항)- 대표자만 변경되고 대표음식, 업소명, 소재지 등 변경사항이 없는 경우 지정 유지, 대표음식, 소재지 변경 시 영업자 신청에 의한 재심사 실시하여 기준이상인 경우 재지정 / 변경사항 즉시보고 및 시군 모니터링 강화</li> <li>2018년까지 200개 업체 지정 후, 집중관리 및 지원</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>대형쇼핑몰과브랜드샵,개별로드샵으로구분하여 평가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>사전설명회개최</li> <li>사전 컨설팅 서비스 제공(의료기관이 인증기준을 충족하고 발전시킬 수 있도록 함. '환자안전과 의료의 질 향상'이라는 목표를 달성할 수 있도록 해당업무 지원 및 필요한 교육 제공, 서비스 및 경영분야 개선)</li> <li>인증비용(조사비용, 간접비용)수익자 부담원칙</li> </ul> |

## ② 민간주도 인증제(추천제)

정부주도 인증제 운영방법에서 미흡한 부분을 보완하기 위해 민간주도 인증제(추천제)로 해외의 미슐랭가이드, 자갓서베이, 국내의 블루리본서베이, 서울맛집 TOP100, 레드테이블의 운영방법을 비교분석하였음.

〈표 2-50〉 민간주도 인증제 운영방법 비교

| 구분     | 국외  |   | 국내  |  |  |
|--------|---|---|---|--|--|
|        | 미슐랭가이드  | 자갓서베이   | 블루리본서베이   | 서울맛집TOP100   | 레드테이블  |
| 목적     | <ul style="list-style-type: none"> <li>처음에는 자동차 여행에 대한 유용한 정보를 제공하기 위해 작은 소책자형태로 제공되었고 프랑스 고속도로 휴게소에 두고 무료로 제공하였으며, 지금도 프랑스 전역에 고속도로에서 쉽게 발견할 수 있음</li> </ul> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>장소 가격, 음식 종류, 분위기 등을 모두 고려하여 독자가 원하는 목적에 최대한 가까운 레스토랑을 선정할 수 있도록 정확한 정보를 제공하는 것</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>맛집을 리뷰하면서 겪은 '정직한 리뷰'에 대한 딜레마와 정재된 알짜 맛집 정보망의 필요성을 느낀 장대규 대표는 맛집 선정과 평가 시스템 구축의 고민을 16만명의 블로거들과 워드블로그의 서비스를 연계해 문제적을 풀기로 함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>소셜데이터기반레스토랑랭킹서비스</li> <li>(블로그, 웹사이트, 트위터등에서수집한레스토랑관련리뷰를기반으로지역별,메뉴별레스토랑랭킹을서비스함)</li> </ul>  |
| 지정기관   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Michelin</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zagat</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>블루리본서베이</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>워드블로그</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>레드 테이블</li> </ul>   |
| 인증운영기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Michelin</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zagat</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>블루리본서베이</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>워드블로그</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>레드 테이블</li> </ul>   |
| 인증심사절차 | <ul style="list-style-type: none"> <li>모든restaurant에 조사원의입장을밝히지않고손님의입장에서평가하고등급을설정</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객 경험에 기반한 만족도 평가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>다수의의견을수렴</li> <li>웹사이트의블루리본소비자평가</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>.워드블로그에"서울맛집TOP100프로젝트"리뷰어공개모집</li> <li>.리뷰어신청접수</li> <li>.리뷰어발표</li> <li>.리뷰등록)</li> <li>.베스트발표</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>국내 주요 레스토랑 평가 사이트의 현황을 파악하고 각 사이트들의 데이터 신뢰도와 평가방식의 타당성을 통해 기존의 만족도 중심의 접근방법 대신 소셜 영향력 평가에서 사용되는 활동성, 영향력 등의 요소를 넣은 알고리즘으로 심사</li> </ul> |



| 구분      | 국외  |   | 국내   |  |   |
|---------|---|---|--|--|---|
|         | 미술랭가이드  | 자갓서베이   | 블루리본서베이  | 서울맛집TOP100   | 레드테이블   |
| 대상 및 자격 | <ul style="list-style-type: none"> <li>어느식당을방문할 것인가를선택하는 것은회사의독자적 인판단에달려있고 가이드를읽는독자들을위한방법으로 선택되어짐</li> <li>방문결정은조사관 들과편집장예의해 서논의가되며가장 중요하다고여겨지 는것들은전세계적 차원에서논의되어 짐</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자갓서베이의 대 상이 되는 레스토랑들은 지역 담당 자에 의해 선정된 다. 담당자가 인 상깊었던 곳에 대 한 리스트를 작성 하면 그 리스트는 Zagat.com 의 설문조사의 기본 이 되며 방문한 고객들에 의하여 만족도를 평가하 게 된다.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>블루리본서베이에 수록되지 않은 레스토랑의 경우 독 자가 추천하고 싶 으면 인터넷 홈페이지 "독자게시판"의 &lt;독자추천 레스토랑&gt;에 소개하면 다음 년도 에 발행되는 블루 리본 서베이에 수록 여부를 결정하 게 됨</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>서울내 음식점</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>인터넷상 데이터 로 평가되어 있는 레스토랑</li> </ul>                         |
| 선정방법    | <ul style="list-style-type: none"> <li>임의</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>임의 (온라인 참가자)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>임의 및 신청 (다수의 의견을 수렴하는 서베이 방식)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>추천</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>레스토랑리뷰 출처:인터넷상에 흩어져있는리뷰들을 전용로봇을통해수 집(크롤링)하고있 음</li> </ul>  |
| 심사위원선정  | <ul style="list-style-type: none"> <li>맛에대한감각이특 출난사람중에서선 별되어6개월가량 의훈련과정을거친 뒤현장에투입</li> <li>미식가들로구성된 세계각국의평가단 86명</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>구글에인수된이후 별도의로그인없이 사용가능한이메일 주소 만 있 으 면 ZagatSurvey에참 여하여방문한레스토랑을평가할수있 음</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>[블루리본기사단] - 다양한 연령,직 업,사회적배경을 가진사람들로구성 되어미식을생활의 일부,또는전체로 생각하고있는사람</li> <li>일반인기사단은전 국에걸쳐2,000여 명이 활동 중이며, 평가자수에제한을 두지않고,1년마다 평가자들을바꿈</li> <li>전문기사단은음식 평론분야에서활동 하는분,음식관련 분야에서활동하는 분,미식을취미로 하는일반인분들로 구성되어있음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>리뷰어선정 -워드 블로그회원을음식 전문기자,평론가 유지상교수,전문 셰프,유명음식잡 지편지인그룹이선 정, 블로거100명 모집</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>온라인상블로그또 는맛집소개사이트 에등록되어있는회원들이"피플"로선 정되어데이터가수 집됨</li> </ul> |

| 구분   | 국외   |  | 국내   |  |   |
|------|--|--|--|--|---|
|      | 미술평가이드   | 자갓서베이  | 블루리본서베이  | 서울맛집TOP100   | 레드테이블   |
| 평가방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>1차-평일한가한시간에제대로된음식맛평가</li> <li>2차-가장바쁠때서비스와고객만족도평가</li> <li>3차-취재임을밝히고주인과요리사인터뷰진행</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 Survey</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 차 평 가 -www.blueR.co.kr 사이트회원및프리미엄회원 투표</li> <li>30점만점에20점넘는곳만블루리본서베이책자및사이트에추천되 상위 40%~10%은 리본1개, 상위10%는 리본 2개부여</li> <li>2차평가-리본2개를 받은 레스토랑 중 블루리본기사단이리본3개를받을레스토랑을선정함</li> <li>3차평가-리본2개와3개를받은레스토랑중에서품격있는분위기와격식있는서비스를받으면서식사할수있는곳을 뽑아 F(FineDiningRestaurant)마크를하나다더추가함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.리뷰어로선정된블로거가자존심을걸고서울내추천할만한맛집50곳을선정함</li> <li>2.100명의리뷰어가선정한5,000개의맛집을취합하여,이가운데가장많이선정된업체순서대로순위를매김</li> <li>3.선정된맛집을선정한블로거와전문가가방문하여가게를리뷰하고그내용을책자로발행</li> </ul> <p>-앞으로도Top100시리즈를1년에1번진행할예정임</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>온라인상으로추천한사람(피플)의과거활동지수에따라가중치를다르게주고있음.</li> <li>평소활동이많은피플이추천한레스토랑은점수를높게주고,활동이적었던피플의추천은점수를낮게주고있음</li> </ul>                          |
| 평가항목 | <ul style="list-style-type: none"> <li>star:정확한 평가 기준과 방은 공개 되지 않지만, 식재료, 조리방법의 섬세함,독창성 등. 서비스.</li> <li>fork-and-spoon: 편안함을나타내고 있으며하나에서다섯개까지 나누어짐,문양이빨간색으로표시되면분위기,인테리어,고객접대스킬,또는고객서비스가우수하다는증거</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Food(음식)</li> <li>Décor(분위기)</li> <li>Service(서비스)</li> <li>Cost(가격)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>[1차평가]</li> <li>- 맛</li> <li>- 분위기</li> <li>- 서비스</li> <li>- 가격대비만족도</li> <li>- 음식의창의성</li> <li>- 음식의전통성</li> <li>- 1인당가격대</li> <li>- 50자평</li> <li>[2차평가]</li> <li>- 샘플수등을 고려하여 점수의 타당도와 신뢰도를 평가</li> <li>- 전문가들이 평가</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>평가항목의 기준을 정하지 않음</li> <li>전문가와 선정한 블로거가 입장을 방문하여 느낀 감정을 글로 표현하고 읽는 독자로 하여금 판단할 수 있도록 함</li> </ul> <p>[소개내용]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 추천이유</li> <li>- 음식리뷰</li> <li>- 분위기</li> <li>- 전문가리뷰</li> <li>- 블로거소개</li> </ul> | <p>[RTII, 레드 테이블 지수]</p> <p>인기도와 만족도를 기반으로 산정함</p> <p>[인기도]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최신성,빈도성,영향력</li> </ul> <p>[만족도]</p> <p>만족도음식품질, 서비스품질, 분위기품질</p> |

| 구분           | 국외  |   | 국내   |  |   |
|--------------|---|---|--|--|---|
|              | 미술랭가이드  | 자갓서베이   | 블루리본서베이  | 서울맛집TOP100   | 레드테이블   |
| 총점 및 인증점수 기준 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sta의 5가지평가 기준</li> <li>- 재료의품질</li> <li>- 재료를 준비하고 맛을 내는 능력</li> <li>- 메뉴를 통한 셰프의 인격</li> <li>- 가격대비 가치</li> <li>- 조리규범의 유지도</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>30점 만점으로 운영</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>30점 만점에 20점 이상</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>점수제가 아님</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>. 개별피플만족도 점수(10점만점)</li> <li>• RTI, 레드테이블지수(10점만점)</li> </ul>                |
| 점수 체크 및 환산방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 공개하지 않음</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 항목별0-3점체크, 평균x10</li> <li>• Food:0~3점</li> <li>• Décor:0~3점</li> <li>• Service:0~3점</li> <li>• Cost(객단가)</li> <li>• Review(400자)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 맛, 창의성, 전통성 0-3점</li> <li>• 가격대 5단계 분류</li> <li>• 50자평</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 점수제가 아닌 전문가와 블로거의 리뷰</li> </ul> | -   |
| 인증지정 방법      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1Star:여행의경로에그레스토랑이포함되어있는경우들르면좋은레스토랑</li> <li>• 2Stars:우회를해서라도들러야할레스토랑</li> <li>• 3Stars: 맛을 보기 위해 여행을 할 가치가 있으며 특별한 요리를 가진 레스토랑</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 26~30:extraordinarytoperfection</li> <li>• 21~25:verygoodtoexcellent</li> <li>• 16~20:goodtoverygood</li> <li>• 11~15:fairto good</li> <li>• 0~10:poortofair</li> <li>• BestoftheBest:고객 만족 지수 중 Food(음식)부분에서가장높은점수를 받은레스토랑을선별함</li> </ul> | [블루리본의개수]<br>리본0개:가까운곳에 있으면한번방문할만한곳<br>리본1개:다시방문하고싶은곳<br>리본2개:주위사람에게추천하고싶은곳<br>리본3개:자신의분야에서가장뛰어난숨씨를보이는곳    |  |   |
| 인증기간         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특별한기간은정해져있지않음</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이터 수집은 수시로 하고 있지만 홈페이지상 랭킹을 표시하는 것은 1년에 4번 진행하고 있음(분기별로 업데이트함)</li> </ul> |

| 구분          | 국외  |   | 국내  |   |   |
|-------------|---|---|---|---|---|
|             | 미술랭가이드  | 자갓서베이   | 블루리본서베이   | 서울맛집TOP100  | 레드테이블   |
| 인증표시 방법     | <ul style="list-style-type: none"> <li>STAR</li> <li>fork-and-spoon</li> <li>코인</li> </ul>                                    | 맛, 분위기, 서비스<br>각각의 점수표시,<br>가격은 약어표시<br>- I(inexpensive):<br>\$25이하<br>/M(moderate):<br>\$26~40<br>/E(expensive):<br>\$41~65<br>/VE<br>(veryexpensive):<br>\$66이상<br>우리나라에서는 원<br>으로 표시 | <ul style="list-style-type: none"> <li>블루리본 1-3개</li> <li>하늘색NEW아이<br/>콘 : 주목할만한<br/>새 레스토랑</li> <li>F(FineDiningRest<br/>aurant) :리본2~3<br/>개 중 서비스와<br/>분위기가 좋은레<br/>스토랑</li> </ul> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>레드테이블 인증<br/>마크</li> </ul>   |
| 인증업체에 대한 혜택 |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증마크 부착</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>블리리본 표시</li> <li>책차 및 홈페이지<br/>업소 홍보</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>"서울맛집 TOP<br/>100" 도서 및 인<br/>터넷 블로그를 통<br/>해 업체의 노출도<br/>증가</li> </ul>  |   |
| 사후관리        | <ul style="list-style-type: none"> <li>한번 가이드에<br/>게재된 레스토랑<br/>에 대한 정보, 분<br/>류, 평가등급에<br/>대한 내용들은 매<br/>년 업데이트 됨</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를통해상<br/>황에적합한레스토<br/>랑을분류하고소개<br/>해주고있음</li> </ul>  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>업체를 방문하고<br/>리뷰를 작성한 한<br/>절차가 비공식적<br/>으로 이뤄졌기 때<br/>문에 현재 등록되<br/>어 있는 업소들에<br/>게 별도의 통보는<br/>없었음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>폐업한 업소의<br/>데이터가 들어오<br/>거나 고객으로부<br/>터 요청이 있을시<br/>에는 업장 확인<br/>후 자료를 수정</li> <li>분기별 자료 업데<br/>이트</li> </ul> |
| 홍보방안        | <ul style="list-style-type: none"> <li>특별히 홍보하지<br/>않아도 인지도,<br/>신뢰도 있음</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>리뷰를 작성하는<br/>회원들에게 그에<br/>따른 프로모션을<br/>제공하고 있음<br/>(\$5 할인권 및 특<br/>별한 상품 제공)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>책자발간, 홈페<br/>이지에서 업소 소<br/>개_용도에 따라<br/>찾기 편한 방법으<br/>로 가능(가나다순,<br/>지역별, 업종별..<br/>등)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>워드블로그에서<br/>"서울 맛집 TOP<br/>100" 도서 리뷰<br/>작성을 통해 홍보</li> </ul>   |   |

### 3) 운영모델

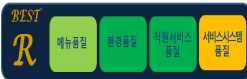


#### (1) 외식서비스 인증제 운영모델(안)

〈표 2-51〉 외식서비스 인증제 운영모델(안)

| 운영 절차 | 항목    | 적합모델기준  | 유사사례   | 선정기준  |
|-------|-------|---|--|---|
| 명칭    | 명칭    | <ul style="list-style-type: none"> <li>베스트 R(레스토랑)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>서비스품질 우수음식점</li> <li>외식서비스 베스트R</li> <li>베스트R</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>단순하면서도 외식서비스 우수업소의 의미 전달. 누구나 알기 쉽게 인식할 수 있는 것이 중요</li> </ul>  |
| 운영 주체 | 지정 기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>농림축산식품부</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수쇼핑점_문화체육관광부 후원</li> <li>우수의료기관_보건복지부 지정</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>농림축산식품부 지정(후원) 인증제가 되어야 기존 정부주도 인증제보다 더 공신력을 갖추어 외식업소 경영주와 고객들에게 어필할 수 있음</li> </ul>   |
|       | 인증 기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>aT농수산식품유통공사</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수쇼핑점_한국관광공사</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>공신력을 갖춘 인증제 지정을 위해서는 지정기관 뿐 아니라 인증기관도 정부기관에 준하는 공신력을 갖춘 기관에서의 운영이 필요함</li> <li>농수산유통공사는 직접사업과 위탁사업을 모두 수행 가능하고, 위탁사업자 선정에 대한 기준도 마련되어 있음</li> </ul>  |
|       | 심의 기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증위원회</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수쇼핑점_운영위원회</li> <li>우수의료기관_의료기관인증위원회</li> <li>모범업소_음식문화개선운동 추진위원회</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>인정(지정)기관인 농림축산식품부와 인증전담기관의 목표와 기본방향을 조정하고 자문할 수 있는 조직이 필요함. 운영에 대한 기본방향 및 세부사항을 심의·의결할 수 있음</li> </ul>   |
|       | 심사 기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>기관 : 위탁전문기관</li> <li>심사위원 자격조건 - 식품 및 외식, 호텔 관련 경력 10년 이상자</li> <li>심사위원 구성조건 - 학계, 단체(외식관련, 소비자), 전문기관 등 다양한 조직의 전문가 구성</li> <li>남, 여 적정 구성(5:5)</li> <li>심사위원 명단 공개불가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수쇼핑점_한국능률협회인증원</li> <li>위생등급제_보건산업진흥원</li> <li>미술평가이드_호텔 및 외식산업 관련 10년 이상 경력자 / 남,녀 구성비 / 신분을 밝히지 않음 / 6개월간 훈련 후 투입</li> <li>모범업소_음식점영업자, 영양사, 조리사, 학계 전문가, 소비자, 관련공무원 등 다양한 조직의 전문가 구성</li> <li>경기뜨뽕맛집_학계3명, 단체2명, 전문기관4명, 공무원1명</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>객관적이고 전문적인 평가 및 심사가 이루어질 수 있는 기관 선정이 필요함. 경쟁입찰을 통한 위탁기관으로서의 심사업무 수행가능성, 전문성, 적정성을 판단하게 됨</li> <li>심사에 대한 전문성과 공정성을 위해 심사위원에 대한 자격조건과 구성조건 필요. 자격 및 구성 조건은 공개하되 심사위원 명단은 비밀로 운영될 수 있도록 하는 것이 필요함</li> </ul> |

| 운영<br>절차 | 항목       | 적합모델기준   | 유사사례   | 선정기준   |
|----------|----------|--|--|--|
| 인증<br>대상 | 인증<br>대상 | <ul style="list-style-type: none"> <li>일반음식점<br/>(단, self-service restaurants 제외)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>모범음식점_일반음식점</li> <li>위생등급제_일반음식점</li> <li>경기외똥맛집_일반음식점</li> <li>규모에 대한 제한은 없음</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국표준산업분류 상 외식업이라고 할 수 있는 음식점 및 주점업 중에서 전체의 53.6%를 차지하고 있는 일반음식점을 대상으로 시행하는 것이 외식업분야 인증제로서 대표성을 가질 수 있고, 외식업 전반에 대한 영향력도 가장 큼</li> <li>외식서비스 인증제는 메뉴, 물리적 환경, 직원의 서비스, 서비스 시스템 등 고객접점에서 이루어지는 서비스를 기준으로 평가하는데, Self-service restaurant은 직원의 서비스 부문에서 평가가 한정되기 때문에 우선 제외하는 것이 타당하다고 판단됨. 전면 확대 시행 시 적용 검토 필요</li> </ul> |
|          | 인증<br>대상 | <ul style="list-style-type: none"> <li>자격기준 <ul style="list-style-type: none"> <li>신청일 기준 최소 3년 이상 영업을 지속하고 있는 업소</li> <li>지위승계인 경우, 지위승계 후 1년 이상 영업을 지속하고 있는 업소(업종 및 대표메뉴 변경이 아닌 경우)</li> <li>영업과 적합한 사업신고 및 허가증을 발급받은 업소</li> <li>신청일 기준 1년 이내에 식품위생법 및 외식관련법 위반 사실이 없는 경우</li> <li>신청일 기준 국세, 지방세를 완납한 업소</li> <li>정식 건축허가를 받은 건물에서 영업을 하는 업소</li> <li>지자체 업소 위생점검에 합격 또는 자율점검에 참여하고 있는 업소</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>경기외똥맛집</b><br/>(자격) <ul style="list-style-type: none"> <li>일반음식점 영업신고 후 1년 이상 경과된 업소</li> <li>경기도를 대표할 수 있는 맛, 위생, 서비스가 우수한 일반음식점</li> </ul> </li> <li>(자격제한) <ul style="list-style-type: none"> <li>영업정지 기간 중이거나 휴업 중인 업소</li> <li>최근 1년 이내 영업정지 이상 행정처분 받은 업소</li> <li>식중독 환자발생 및 식품안전사고 발생업소, 자격제한으로 취소된 업소 및 영업자</li> </ul> </li> <li><b>우수쇼핑점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>신청일 기준 최소 1년 이상 영업을 지속하고 있는 업소</li> <li>영업과 적합한 사업허가증을 발급받은 업소</li> <li>신청일 기준 국세·지방세를 완납한 업소</li> <li>주6일 이상 정상영업을 하며, 개점과 폐점시간을 명시하고 있는 업소</li> <li>정식 건축허가를 받은 건물에서 영업을 하는 업소</li> <li>면세제도 시행업소</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증대상 자격기준을 엄격히 하는 것이 인증제에 대한 신뢰와 가치를 높일 수 있음</li> <li>외식시장에서 인증할 수 있는 기준 필요</li> <li>법적으로 위반 사항이 없는 적절한 업소를 대상으로 해야 기본적인 공정성을 반영하였다는 신뢰를 얻을 수 있음</li> </ul>   |

| 운영절차      | 항목  | 적합모델기준   | 유사사례  | 선정기준  |
|-----------|---|--|---|---|
| 인증대상      | (평가를 위한 대상 구분)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>서비스행태에 따른 이원화 (fullservice, limitedservice)</li> <li>규모에 따른 이원화(300㎡ 미만 / 300㎡ 이상)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>타이셀렉트 - Quick serving, Table serving,</li> <li>우수소핑점               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대형_대기업계열의 백화점, 면세점, 체인마트 등</li> <li>- 소형_단일품목취급 브랜드샵, 개별로드샵 등</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>외식서비스 인증제가 고객접점 서비스중심의 평가이기 때문에 서비스행태에 따른 분류 제안</li> <li>규모에 따라 서비스품질에 영향을 미칠 수 있는 인력구성 및 재정적 여력 등 차이가 크게 나타남</li> </ul>   |
|           | 대상 선정   | <ul style="list-style-type: none"> <li>시군구 추천을 통한 신청제</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>경기옴므맛집               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1차선별 : 시,군의 현장확인 후 추천</li> <li>- 추천업소 중 신청</li> </ul> </li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>시군구의 추천을 통해 지역 평판을 고려한 적절한 외식업소를 선별하고, 조직적인 홍보 및 참여를 독려할 수 있는 방법을 적용하여 인증제를 안정적으로 정착시키는 것이 필요함</li> </ul>  |
| 평가분야 및 방법 | 참여 여부   | <ul style="list-style-type: none"> <li>임의 신청제</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>모든 정부주도 인증제_임의신청</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>외식서비스 수준을 향상시키고자 하는 경영자의 마인드 및 의지가 가장 중요함</li> </ul>   |
|           | 평가 분야   | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객접점서비스(입점전~퇴점), 기타 환경, 시스템(암행평가_체크리스트)</li> <li>경영주 마인드(인터뷰)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수소핑점_상품의 특성, 매장서비스, 가격서비스, 종사원서비스, 부가서비스, 사후면세제도 시행적정성</li> <li>우수의료기관_기본(목표)가치체계, 환자진료체계, 행정관리체계, 성과관리체계</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>외식업체에서 통제할 수 있는 서비스 접점 관리가 될 수 있도록 고객접점(MOT)별 체크리스트(메뉴, 인적서비스, 물리적환경 서비스 모두 포함)</li> <li>외식업소의 성패는 경영주에게 달려있다고 할 정도로 외식업소의 서비스품질의 유지 및 관리에 있어 가장 중요한 것이 경영주의 마인드임</li> </ul> |
|           | 평가 항목   | <ul style="list-style-type: none"> <li>세부평가항목별 1~2가지 평가요소 포함(83개 항목)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>세부평가항목 한 가지에 1-2가지의 평가요소 포함_위생등급제(44개 항목), 우수소핑점(59개 항목)</li> <li>세부평가항목 한 가지에 한 가지의 평가요소 포함_우수의료기관 - 109개</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객접점별로 한 가지 평가항목 당 다양한 요소를 평가하는 것보다 한 항목에 한가지 요소를 평가하는 것이 더 정확하고 객관적인 평가가 이루어질 수 있음</li> </ul>   |
| 평가 방법     | <ul style="list-style-type: none"> <li>암행 현장심사 원칙</li> <li>서류심사(신청서, 자격요건에 대한 자기평가, 제반서류 등)</li> <li>1차 고객평가 / 2차 전문심사자 평가 / 3차 경영주 인터뷰               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1차 평가에서 기준점 이상인 업소만 2차 진행,</li> <li>2차 평가에서 기준점 이상인 업소만 3차 진행</li> </ul> </li> <li>시군구 추천을 통한 신청업소인 경우, 1차 고객평가 제외, 재인증인 경우 서류심사 제외</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>서류심사는 모든 인증제의 기본</li> <li>QTS(홍콩)_1차 고객평가, 2차 전문심사자 평가</li> <li>미술랭가이드_1차 한가한 시간에 방문하여 맛 평가, 2차 영업이 바쁜 시간에 방문하여 서비스 평가, 3차 주인과 요리사 인터뷰</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자격요건에 대한 서류심사를 통해 기본적인 공정성을 확보할 수 있고, 자기평가를 통해 업소의 자가진단 필요</li> <li>객관성과 공정성을 갖춘 현장 평가방법 필요</li> <li>인증제도 운영의 효율성을 위해 평가절차 간소화 조항을 둬</li> </ul>  |   |

| 운영 절차  | 항목    | 적합모델기준   | 유사사례  | 선정기준   |
|--------|-------|--|---|--|
| 인증 시스템 | 인증 기준 | <ul style="list-style-type: none"> <li>1,000점 만점 / 800점 이상(영역별 60%미만 과락적용)</li> <li>영역별 가중치 적용</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수소핑점 -1000점 만점/650점 이상 (영역별 60%미만 과락적용)</li> <li>QTS(홍콩품질관광서비스) - 1000점만점/ 600점 이상</li> <li>우수의료기관 - 영역별 80%이상 충족</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>100점보다는 1000점 만점이 더욱 세밀하고 깊이 있는 평가가 이루어지는 것으로 인식될 수 있음. 또한 모든 영역별 수준이 일정기준(60%)이상이어야 외식업체 경영주와 고객들이 모두 인정할 수 있을 것임</li> </ul>   |
|        | 인증 기간 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2년</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1년 - 미술랭, 자갓서베이, 서울맛집 Top 100,</li> <li>1년 이상 - 모범업소</li> <li>2년 - 위생등급제, 우수소핑점</li> <li>4년 - 우수의료기관</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>외식산업은 원재료 상승, 과다경쟁과 경기침체 등 경제적 환경 뿐 아니라 소비자 트렌드의 빠른 변화 등과 같은 다양한 요인들로 휴폐업률이 높은 산업군이기 때문에 인증기간이 짧은 것이 사후관리측면에서 장점이 있음</li> <li>그러나 인증기간 1년은 인증제 운영면에서 어려움이 있을 수 있음</li> </ul>  |
|        | 지정 방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증_1000점 만점 중 800점 이상 업소</li> <li>* 인증점수기준은 시물레이션을 통해 수정</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>우수소핑점 650점 이상/1000점 만점</li> <li>우수의료기관 영역별 80%이상 충족</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증제에 대한 객관성과 신뢰성을 인정받지 못한 상태에서의 등급제는 하위등급 업소의 민원이 있을 수 있음. 인증점수 기준으로 등급제가 아닌 한 단계로 지정하는 것을 원칙으로 함</li> <li>인증점수 기준은 업종별 시물레이션을 통해서 수정이 필요함</li> </ul>   |
|        | 표시 방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>색깔표시제</li> <li>색깔점수기준 - 영역별 총점수 기준 90% 이상(초록), 80% 이상(연두), 70% 이상(노랑), 60%이상(주황)</li> <li>외식서비스분야별 색깔표시제</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>자갓서베이_영역별 점수표시 (Food, Decor, Service, Cost(약어))</li> <li>에너지 효율등급</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>어린이보호식품 신호등 표시제</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객접점 Service Cycle 색깔표시는 평가 체크리스트의 내용과 동일하게 표현하기 때문에 외식업소 입장에서 서비스 접점 통제 및 관리가 용이하다는 장점이 있으나 접점 영역이 세분화되어 있어 고객들이 쉽게 인식하기 어렵고, 외식서비스 모든 분야를 포함하지 못함.</li> <li>외식서비스 분야별 우수성의 정도를 표시함으로써 고객의 입장에서 좀 더 정확한 정보를 갖고 비교선택할 수 있음</li> </ul> |



| 운영 절차 | 항목    | 적합모델기준   | 유사사례  | 선정기준  |
|-------|-------|--|---|---|
| 사후 관리 | 사후 관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>연 1회 암행 모니터링(인증기관, 심사기관)</li> <li>상시 모니터링(고객 모니터링 제도)</li> <li>기타_위생관련은 지자체(시군구)와 협조</li> <li>연1회 자기평가서 제출</li> <li>취소기준 설정               <ul style="list-style-type: none"> <li>식품위생법 및 외식관련법 위반으로 영업정지 이상 행정 처분</li> <li>재심사 후 인증기준 미달</li> <li>정당한 사유없이 1개월 이상 휴업 또는 폐업</li> <li>민원불편사항 연3회 이상 발생</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자가평가(서류)제출</li> <li>모니터링</li> <li>규정위반, 취소기준 설정_표시판 철거               <ul style="list-style-type: none"> <li>관련법규 위반 영업정지 이상 행정처분</li> <li>민원불편사항 연2회 이상 발생</li> <li>재심사 후 지정기준 미달</li> <li>지정업소에 발생하는 변경사항 즉시보고</li> <li>시군 모니터링</li> </ul> </li> <li>인증서나 인증마크 무단 제작 사용 또는 사칭에 대한 규제(징역 또는 벌금)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객과 인증 및 심사기관의 동시 모니터링, 업소의 자가평가를 통한 자기업소 진단 필요</li> <li>암행 모니터링을 통해 평가하기 어려운 주방위생관련은 지자체(시군구) 보건위생과와 협조하여 관리될 수 있도록 함</li> <li>취소기준을 명확히 하여 위반 시 인증취소조치를 취하여 인증제의 신뢰성을 높여야 함</li> </ul>                           |
| 인센티브  | 인센티브  | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증표시(마크) 사용권 부여, 인증표시판 제공</li> <li>홍보(인증제 브랜드 홍보 / 인증업소 홍보) - 다이렉트 홈페이지, 모바일 앱, QR코드 등</li> <li>환경 정비에 대한 저리용자</li> <li>우수 식재 구입을 위한 저리용자</li> <li>세제혜택 - 부가세 관련, 카드수수료 감소 등</li> <li>서비스 매뉴얼 자료 제공</li> <li>서비스 강화 지원 (현장코칭)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>경기 으뜸맛집_지정증 및 표시판 제작 지원/홍보(주요 포털 사이트 홈페이지 검색광고, 모바일 앱, 경기관광포털, 중국 인바운드 여행사에 정보제공)/기타(손소독기, 해충유인살충기, 식중독수전광판, 식품포장기, 위생세팅지, 염도계·당도계, 푸드백, 반공기, 외부가격표시판 등)</li> <li>우수쇼핑점_상표사용권 부여/한국관광공사 온·오프라인매체를 활용한 인증업소 소개/인증업소 홍보인쇄물 제작 및 배포/종사원 서비스 교육자료 제공/서비스품질 평가자료 제공</li> <li>우수의료기관_인증서 및 인증마크 사용/인증결과를 정부재정지원 및 지정병원 선정시 가점부여/사전 컨설팅 서비스 제공</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>인센티브로 가장 중요한 것은 외식서비스 인증제를 브랜드화시켜 자체의 신뢰성을 높여 외식업소의 참여를 유도하는 것임</li> <li>외식업소는 이윤창출을 목표로 하고 있기 때문에 영업이익 및 순이익을 높일 수 있는 지원에 매리트를 느낌</li> <li>단기적 효과보다는 장기적인 효과를 기대할 수 있고, 외식서비스 인증제 목적에도 맞는 인센티브 지원이 필요함</li> </ul> |
| 시행 방법 | 시행 방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>단계적 시행               <ul style="list-style-type: none"> <li>우선지역 시행 후, 확산</li> </ul> </li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>정부주도 인증제 모두 단계적 시행_ 위생등급제, 경기 으뜸맛집, 우수쇼핑점, 우수의료기관</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>안정적인 도입과 타당성을 갖춘 평가지표의 마련, 안정적인 제도 정착을 위한 시행방법이 적합하다고 사료됨</li> </ul>   |

## (1) 명칭

### ◆ ‘베스트 R(Restaurant)’ 제안함

- 단순하면서도 외식서비스 우수업소의 의미 및 이미지 전달
- 외식서비스가 우수한 음식점임을 누구나 알기 쉽게 인식할 수 있도록 하는 것이 가장 중요함
- 외식서비스 또는 서비스 품질과 같은 단어가 명칭에 사용될 경우, 최종적으로는 외식서비스란 모든 고객접점서비스 요소가 포함되는 것임을 알리는 데에는 도움이 될 수 있지만 대부분의 소비자들은 외식서비스를 인적서비스로만 한정지어 생각할 수 있어 ‘외식서비스 인증제’에 대한 오해를 불러일으킬 수 있음

## (2) 운영주체

### ① 지정기관

#### ◆ 농림축산식품부 지정(후원 형태)을 제안함

- 농림축산식품부 지정(정부주도) 인증제가 되어야 기존 정부주도 인증제보다 더 공신력을 갖추어 외식업소 경영주와 고객들에게 어필할 수 있음
- 단 인증제 시행 초기 규제에 대한 제도로 인식할 수 있기 때문에 적극적인 홍보가 필요함

### ② 인증기관

#### ◆ aT한국농수산물유통공사를 제안함

- 공신력을 갖춘 인증제 지정을 위해서는 지정기관 뿐 아니라 인증기관도 정부기관에 준하는 공신력을 갖춘 기관에서의 운영이 필요함
- 농수산물유통공사는 직접사업과 위탁사업이 모두 수행 가능하고, 위탁사업자 선정에 대한 기준도 마련되어 있음

### ③ 심의기관

#### ◆ 외식서비스 인증위원회 조직을 제안함

- 인정(지정)기관인 농림축산식품부와 인증전담기관의 목표와 기본방향을 조정하고 자문할 수 있는 조직이 필요함
- 인증전담기관 운영에 대한 기본방향 및 세부사항을 심의·의결할 수 있음

### ④ 심사기관

#### ◆ 심사기관으로는 위탁전문기관을 제안함

- 객관적이고 전문적인 평가 및 심사가 이루어질 수 있는 기관 선정이 필요함. 경쟁 입찰을 통

한 위탁기관으로서의 심사업무 수행가능성, 전문성, 적정성을 판단할 수 있음

- ◆ 심사에 대한 전문성과 공정성을 위해 심사위원에 대한 자격조건과 구성조건을 두어야 함. 자격 및 구성 조건은 공개하되 심사위원 명단은 비밀로 운영될 수 있도록 하는 것이 필요함
  - 심사위원 자격조건 : 식품 및 외식, 호텔 관련 경력 10년 이상자
  - 심사위원 구성조건 : 학계, 단체(외식관련, 소비자), 전문기관 등 다양한 조직의 전문가 구성  
남, 여 적정 구성(5:5)
  - 심사위원 명단 공개불가
- 기존 인증의 경우, 심사자가 관련업계 전문가이기 때문에 심사자가 누구인지 미리 파악되고, 인증을 받으려는 업소와 관련성을 갖고 있는 경우 공정하지 못한 심사가 이루어진다는 평가를 받고 있음
- 담당공무원과 동행하여 심사하는 경우, 약속된 날짜와 시간에 방문하기 때문에 평가를 위한 준비를 미리 하게 되어 공정한 평가가 이루어지기 어려움
- 미슐랭가이드와 같이 심사위원의 자격조건은 공개하되 심사위원 명단은 비밀로 운영될 수 있도록 하는 것이 필요함
- 공정한 심사를 위해 다양한 조직의 전문가 및 성별의 비율을 고려한 구성이 필요함

### (3) 인증대상

#### ① 대상

- ◆ 일반음식점을 제안함(단, self-service restaurants 제외)
  - 외식업 특성상 분류기준(업종·업태, 규모, 객단가, 서비스형태 등)이 매우 다양하기 때문에 모든 외식업소에 인증제도를 적용하기에는 초기 시행착오가 클 수 있음
  - 한국표준산업분류 상 외식업이라고 할 수 있는 음식점 및 주점업 중에서 전체의 53.6%를 차지하고 있는 일반음식점을 대상으로 시행하는 것이 외식업분야 인증제로서 대표성을 가질 수 있고, 외식업 전반에 대한 영향력도 가장 큼
  - 외식서비스 인증제는 메뉴, 물리적 환경, 직원의 서비스, 서비스 시스템 등 고객접점에서 이루어지는 서비스를 기준으로 평가하는데, Self-service restaurant은 직원의 서비스 부문에서 평가가 한정되기 때문에 우선 제외하는 것이 적절하다고 판단됨. 전면 확대 시행 시 적용하는 것을 검토하는 것이 필요함

#### ② 자격

- ◆ 고객들이나 외식시장에서 모두 인정할 수 있는 자격기준을 두어 인증제에 대한 신뢰성 확보
  - 신청일 기준 최소 3년 이상 영업을 지속하고 있는 업소

- 지위승계인 경우, 지위승계 후 1년 이상 영업을 지속하고 있는 업소(업종 및 대표메뉴 변경이 아닌 경우)
  - 영업과 적합한 사업신고 및 허가증을 발급받은 업소
  - 신청일 기준 1년 이내에 식품위생법 및 외식관련법 위반 사실이 없는 경우
  - 신청일 기준 국세, 지방세를 완납한 업소
  - 정식 건축허가를 받은 건물에서 영업을 하는 업소
  - 지자체 업소 위생점검에 합격 또는 자율점검에 참여하고 있는 업소
- 인증대상 자격기준을 엄격히 하는 것이 인증제에 대한 신뢰와 가치를 높일 수 있는 방법 중의 하나라고 사료됨
  - 음식점업의 휴·폐업률이 높기 때문에 기존인증제들의 사후관리에 어려움이 있고, 문제점으로 지적받고 있음. 음식점업의 1년이상 생존률은 약 70%, 2년이상 생존률 약 50%, 3년이상 생존률은 약 40% 정도, 5년이상 생존률은 약 20% 정도임
  - 영업기간을 자격기준으로 설정할 경우, 해당하는 업소에 수가 제한된다는 단점이 있지만, 외식업 시장에서도 인정할 수 있는 업소기준이 될 수 있고, 인증제 운영 및 사후관리에 있어서도 효율적임. 기존 인증제도에서도 휴폐업에 대한 보고가 미흡하다는 문제점이 제기되고 있음
  - 법적으로 위반 사항이 없는 적법한 업소를 대상으로 해야 기본적인 공정성을 반영하였다는 신뢰를 얻을 수 있음
  - 외식서비스 인증제는 암행평가를 함으로써 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 하기 때문에 주방위생 부분은 평가에 반영하기 어려움. 따라서 지자체(시군구)에서 실시하고 있는 위생점검 합격여부를 자격기준으로 포함하는 것이 필요함

### ③ 평가를 위한 대상구분

- 서비스행태에 따른 이원화(full-service, limited-service), 규모에 따른 이원화(300㎡ 미만 / 300㎡ 이상) 제안함
- 외식업은 업종 및 업태, 규모, 객단가, 서비스 행태 등에 따라 다양하게 구분될 수 있어 한 가지 평가기준으로 평가한다면 형평성에 대한 민원이 발생할 수 있음. 하지만 너무 다양한 분류는 평가 및 인증제도 운영에 어려움을 초래할 수 있으므로 평가를 위한 대상의 분류 기준이 필요함
- 업종 및 업태에 따른 분류 - 업종 및 업태에 따라 서비스 행태 및 물리적 환경의 차이가 나타남. 통계청의 기본 분류도 업종에 따라 구분되어 있기 때문에 인증제도의 운영 및 데이터 관리면에서 가장 용이할 수 있음. 퓨전 또는 콜라보레이션 된 메뉴가 증가하면서 매

우 다양한 업태가 있기 때문에 업태에 따른 분류에는 무리가 있음

- 규모에 따른 분류 - 서비스품질에 영향을 미칠 수 있는 인력구성 및 재정적 여력 등 차이가 크게 나타남. 통계청 분류 상, 업소면적 기준 100㎡(약 30평) 미만이 68.1%로 높은 비중을 차지하고 있으나 외식업에서 일반적으로 30평형(100㎡) 미만을 영세업소로 분류하고 있고 생계형 업소들이 많아 외식서비스 인증을 적용하기에 어려움이 있음. 설문조사 결과에서도 일반소비자는 30평 이상, 업체 종사자는 50-60평 이상, 전문가는 100평 이상의 외식업소를 대상으로 인증제를 도입하는 것을 적절하다고 하였음. 그러나, 30평 미만의 업소 중에서도 인증을 받을 만한 풀서비스 레스토랑이 있기 때문에 30평 미만을 제외하는 것은 형평성 논란의 여지가 있을 수 있음
- 서비스 행태에 따른 분류 - 외식서비스 인증제는 고객접점 서비스를 중심으로 평가되기 때문에 서비스 행태에 따라 Full service restaurants와 Limited service restaurants로 나눌 수 있음(본 연구에서 외식서비스 인증제 대상에서 Self service restaurants는 제외함)
- 객단가에 따른 분류 - 고객들은 가격대비 기대감을 갖고, 기대 대비 만족을 느낀다는 측면에서 객단가를 기준으로 평가하는 것이 타당하다는 의견도 있음. 그러나 객단가 분류의 금액 기준을 정하는 데 있어 형평성 논란의 여지가 있을 수 있고, 세분화시키기에는 경우의 수가 많아질 수 있음. 또한 가격대비 기대라는 것은 주관적인 부분이 크기 때문에 객관성을 유지해야 하는 평가의 기준으로서는 한계가 있을 수 있음

#### (4) 대상선정

##### ① 방법여부

##### ◆ 시군구 추천을 통한 신청제를 제안함

- 기존 인증제와는 달리 객관성과 공정성을 갖춘 제도라는 것과 외식서비스 인증제에 대한 필요성을 동시에 인식해야 자발적인 신청이 이루어 질 수 있음
- 외식업 시장에서 인정할 만한 업소의 선정, 신뢰받을 수 있는 공정한 평가, 사후관리, 홍보 마케팅 등 운영에 있어서 외식업소와 소비자들에게 인정받기 위해서는 많은 노력과 시간이 필요함. 따라서 시군구의 추천을 통해 지역 평판을 고려한 적절한 외식업소를 선별하고, 조직적인 홍보 및 참여를 독려할 수 있는 방법을 적용하여 인증제를 안정적으로 정착시키는데 장점이 있음
- 단, 시군구의 추천이 있을 경우 현실적으로 인증을 주지 않을 수도 없는 기관 간의 모호한 관계 때문에 오히려 객관성과 공정성을 해칠 우려가 있음. 외식서비스 인증제도 도입 초기에만 한시 적용하는 것을 검토할 것을 제안함

## ② 참여여부

### ◆ 임의 신청제를 제안함

- 외식서비스 수준을 향상시키고 유지하고자 하는 경영자의 마인드 및 의지가 가장 중요하기 때문에 임의 신청제가 가장 적합할 것으로 판단됨
- 단, 임의 신청인 경우 인증제 시행 초기 신청률이 저조할 수 있다는 단점이 있을 수 있기 때문에 방법적으로 시군구 추천을 통한 신청제로 문제점을 보완할 수 있음

## (5) 평가분야 및 방법

### ① 평가분야

#### ◆ 고객접점서비스(입점전, 입점~퇴점), 기타 환경, 시스템 / 경영주 마인드(인터뷰) 평가를 제안함

- 외식업소에서 통제할 수 있는 서비스 접점 관리가 될 수 있도록 고객접점(MOT)별 체크리스트 마련
- 고객접점서비스 체크리스트는 입점 전부터 퇴점할 때까지의 순서에 따라 메뉴, 물리적 환경 서비스직원 서비스가 모두 포함될 수 있도록 하였으며, 외식 서비스를 효과적으로 유지·관리할 수 있는 시스템에 대한 부문도 포함함
- 외식업소의 성패는 경영주에게 달려있다고 할 정도로 외식업소의 서비스품질의 유지 및 관리에 있어 가장 중요한 것은 경영주의 마인드라고 할 수 있으므로, 최종 인증 전에 경영주 인터뷰를 통한 마인드에 대한 평가가 필요하다고 판단됨.

### ② 평가항목

- 세부평가항목별 1~2가지 평가요소 포함(83개 항목)
- 고객접점별로 한 가지 평가항목 당 다양한 요소를 평가하는 것보다 한 항목에 한가지 요소를 평가하는 것이 더 정확하고 객관적인 평가가 이루어질 수 있으며, 평가를 받은 외식업소에도 정확한 평가 자료를 제공할 수 있음
- 세부항목을 평가하게 되는 객관적인 평가기준에 대한 매뉴얼이 필요함(평가 매뉴얼 별첨)
- 항목 수가 많아질수록 고객 평가단과 심사자의 초기 교육 및 훈련 시간과 비용 부담이 더 클 수 있으나, 훈련된 평가단과 심사자의 경우 보다 객관적인 평가가 가능할 것으로 사료됨
- 농림축산식품부에서 지정(또는 후원)하는 인증제이기 때문에 국내 농수산 식품산업과의 연계 및 활성화에도 기여할 수 있는 평가항목을 두는 것이 적절하다는 평가도 있으나 '외식서비스 인증제'는 업종에 구분을 두지 않고 적용하고자 하는 인증제도이기 때문에 수입산 식재료를 사용할 수 밖에 없고, 전통주를 취급하기에는 적합하지 않은 업종이 있을 수 있

음. 따라서 국내산 우수식재료 사용과, 전통주 취급과 같은 항목을 기본 평가항목에 포함시키는 것은 형평성에 맞지 않을 수 있음.

- 타 인증제도와 차별성, 농림축산식품부의 정체성을 포함시키고자 한다면 '국산 식재료 사용'과 '전통주 취급 여부' 등은 기본 평가 외에 별도의 가산점 항목으로 두는 것을 제안함

〈표 2-52〉 외식서비스 평가 체크리스트(안)

| 대분류                     | 중분류                  | 소분류(세부 평가항목)  |
|-------------------------|----------------------|---|
| 1. 고객접점 서비스<br>(68개 항목) | 1-1.<br>예약 및 문의      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 전화벨이 3번 울리기 전에 받았는가?</li> <li>2. 전화받은 직원은 밝은 목소리로 "감사합니다. ○○○(업소명) ○○○(성명)입니다"라고 인사하였는가?</li> <li>3. 문의 또는 예약 요청사항에 대해 1회 이상 반복하였는가?</li> <li>4. 통화를 마칠 때 "전화해 주셔서 감사합니다"라는 인사를 하였는가?</li> <li>5. 전화를 받은 직원은 친절하게 응답하였는가?</li> </ol>  |
|                         | 1-2.<br>접근성 및 주차     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 버스, 지하철 등의 대중교통을 이용하여 매장으로 쉽게 접근할 수 있는가?</li> <li>2. 충분한 주차공간을 확보하고 있는가?</li> <li>3. 주차 직원들은 "어서오세요"라는 인사를 하였는가?</li> <li>4. 주차 직원들의 태도는 친절하였는가?</li> </ol>   |
|                         | 1-3.<br>외부환경         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 업소의 간판이나 안내문은 매장 외부에서 쉽게 식별이 가능하도록 설치되어 있는가?</li> <li>2. 업소 외부에 홍보를 위한 불법간판이나 사인물을 설치하였는가?</li> <li>3. 업소 외부 건물 및 시설물의 상태와 청결도는 양호한가?</li> <li>4. 업소 외부 주변 환경의 청결상태는 양호한가?</li> </ol>   |
|                         | 1-4.<br>안내           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 고객에게 "어서 오세요. ○분(인원수)이신가요? 자리를 안내해 드리겠습니다."라고 인사하였는가?</li> <li>2. 인원수에 적절한 좌석으로 자리를 안내하였는가?</li> <li>3. 안내 직원은 고객과 눈을 맞추고 미소 짓는 얼굴로 대화하였는가?</li> <li>4. 모든 직원은 단정한 유니폼을 착용하고 있는가?</li> <li>5. 모든 직원은 명찰을 패용하고 있는가?</li> </ol>         |
|                         | 1-5.<br>객실<br>(식사장소) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 객실 내 천장, 벽, 바닥의 청결상태는 양호한가?</li> <li>2. 실내는 적정온도 유지 및 환기상태는 양호한가?</li> <li>3. 업소에 맞는 BGM을 사용하고 있는가?</li> <li>4. 객실 내 고객의 시선이 위치하는 곳에 세척 및 쓰레기통이 없는가?</li> <li>5. 국민건강증진법(금연법)을 실천하고 있는가?</li> <li>6. 장애인을 위한 시설을 갖추어져 있는가?</li> </ol> |
|                         | 1-6.<br>테이블          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 테이블은 깨끗이 정리되어 있고, 청결상태는 양호한가?</li> <li>2. 의자 또는 방석의 청결상태는 양호한가?</li> <li>3. 테이블의 기본 기물은 잘 세팅되어 있고 청결상태는 양호한가?</li> </ol>  |

| 대분류                     | 중분류            | 소분류(세부 평가항목)   |
|-------------------------|----------------|--|
| 1. 고객접점 서비스<br>(68개 항목) | 1-7.<br>주문     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 메뉴판을 신속하게 제공하였는가?</li> <li>2. 선택 가능한 메뉴가 다양한가?</li> <li>3. 메뉴판에 메뉴에 대한 정확한 정보가 담겨 있는가?</li> <li>4. 식재료에 대한 원산지 표기가 되어 있는가?</li> <li>5. 외국인 고객을 위해 메뉴에 대한 정보가 한국어 외 언어(영어, 중국어, 일어 등)로 표기되어 있는가?</li> <li>6. 고객의 주문 요청 시 신속하게 응대하였는가?</li> <li>7. 주문을 받는 직원이 메뉴에 대한 정확한 지식을 보유하고 설명하였는가?</li> <li>8. 고객이 주문한 음식명과 수량을 1회 반복하여 확인하였는가?</li> <li>9. 고객에게 주문한 음식의 제공시간을 알렸는가?</li> <li>10. 고객에게 기타 필요사항에 대해 확인하였는가?</li> <li>11. 주문을 받는 직원의 태도는 친절한가?</li> </ol>   |
|                         | 1-8.<br>음식제공   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 음식 제공 전, 제공음식에 대해 확인하였는가?</li> <li>2. 주문 시 알려준 제공시간을 지켰는가?</li> <li>3. 고객이 주문한 음식을 정확하게 제공하였는가?</li> <li>4. 고객이 주문한 음식을 능숙하게(숙련도) 제공하였는가?</li> <li>5. 음식 제공 시 사용된 운반기구(서빙기물)의 청결상태는 양호한가?</li> <li>6. 직원은 음식 제공 후, "맛있게 드세요"라는 인사를 하였는가?</li> <li>7. 직원의 태도는 친절한가?</li> <li>8. 음식이 담긴 식기는 도자기류를 사용하고 있는가?</li> <li>9. 음식이 담긴 식기의 청결상태는 양호한가?</li> <li>10. 음식의 담음새는 정갈한가?</li> <li>11. 음식은 적절한 온도로 제공되었는가?</li> <li>12. 음식의 양은 적정한가?</li> <li>13. 음식의 간은 적정한가?</li> <li>14. 음식은 맛이 있는가?</li> <li>15. 음식에 사용된 재료는 신선한가?</li> </ol> |
|                         | 1-9.<br>중간 서비스 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 고객이 요구하기 전, 중간 서비스를 제공하였는가?</li> <li>2. 중간 서비스 전, 고객에게 양해를 구했는가?</li> <li>3. 고객이 불렀을 때 바로 응답하고, 식사 중인 고객이 필요로 하는 요구에 대해 신속하게 응대하였는가?</li> <li>4. 고객이 불렀을 때 바로 갈 수 없는 경우, "고객님, 잠시만 기다려 주십시오"라고 신속하게 대답하였는가?</li> </ol>   |
|                         | 1-10.<br>불만처리  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 고객의 요구와 문제에 대해 경청하였는가?</li> <li>2. 고객의 요구와 문제를 신속하게 처리하였는가?</li> <li>3. 고객의 불만에 대해 효율적으로 처리하였는가?</li> </ol>  |
|                         | 1-11.<br>결제    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 결제 전, 식사 및 업소 이용에 대한 만족도를 확인하였는가?</li> <li>2. 결제 전, 식사한 음식명과 수량, 금액에 대해 확인하였는가?</li> <li>3. 결제 전, 할인 및 행사 정보를 제공하였는가?</li> <li>4. 결제 과정은 정확하고 신속하게 이루어졌는가?</li> <li>5. 전자 계산 시스템 등 정확한 계산 시스템을 갖추고 있는가?</li> <li>6. 영수증에 업체명, 주소, 전화번호, 일자, 결제수단, 음식명, 할인적용 여부 등이 적절히 표시되어 있는가?</li> </ol>   |



| 대분류                     | 중분류       | 소분류(세부 평가항목)  |
|-------------------------|-----------|---|
| 1. 고객접점 서비스<br>(68개 항목) | 1-12. 배웅  | 1. 배웅하는 직원은 “감사합니다. 또 오십시오” 또는 “감사합니다. 좋은 하루 되십시오” 등 인사말과 인사를 하였는가?<br>2. 고객을 출구까지 배웅하였는가?  |
| 2. 기타 환경<br>(6개 항목)     | 2-1. 화장실  | 1. 화장실은 위치에 대한 안내표시가 정확하게 되어있고, 위치는 편리한가?<br>2. 업소 크기 대비 충분한 화장실 공간 확보 및 남녀 구분이 되어 있는가?<br>3. 화장실 내 세면기 및 주변 청결상태는 양호한가?<br>4. 화장실 내 변기 작동 및 청결상태는 양호한가?<br>5. 화장실 내 비품은 비치되어 있는가?  |
|                         | 2-2. 기타   | 1. 다이닝 룸, 복도 등의 청결상태는 양호한가?   |
| 3. 시스템<br>(9개 항목)       | 3-1. 품질보증 | 1. 업소 규모 및 고객 수 대비 적절한 직원 수를 확보하고 있는가?<br>2. 외식서비스 현장을 매장 내에 게시하고 있는가?<br>3. 외식서비스 현장과 서비스 이행표준을 직원에게 제공 및 교육하고 있는가?<br>4. 상근 직원 중 서비스 관리 책임자가 지정되어 있고, 정기적으로 서비스 교육을 실시하고 있는가?<br>5. 정기적으로 위생 교육을 실시하고 있는가?<br>6. 개인 및 업소 위생관리를 위한 적절한 시스템을 갖추고 있는가?<br>7. 고객 테이블에 제공된 음식의 재사용을 방지하는 시스템을 갖추고 있는가?<br>8. 고객 의견을 취합할 수 있는 소통창구가 마련되어 있는가?<br>9. 고객 의견 또는 불만에 대한 개선사항 등을 공개하고 있는가? |

### ③ 평가방법

#### ◆ 암행 현장심사 원칙

#### ◆ 서류심사(신청서, 자격요건에 대한 자기평가, 제반서류 등)

#### ◆ 1차 고객평가 / 2차 전문심사자 평가 / 3차 경영주 인터뷰)

- 1차 평가에서 기준점 이상인 업소 만 2차 평가 진행

- 2차 평가에서 기준점 이상인 업소만 3차 인터뷰 진행

- 인증제도 운영의 효율성을 위하여 시군구의 추천을 통해 1차 검증된 외식업소의 경우, 시군구도 고객 입장에서 추천으로 간주하여 1차 고객평가를 제외할 수 있으며, 외식서비스 인증업소의 재심사의 경우, 자기평가서를 제출하기 때문에 1차 서류심사를 생략할 수 있음

- 자격요건에 대한 서류심사를 통해 기본적인 공정성을 확보할 수 있고, 자기평가를 통해 업소의 자가진단을 할 수 있는 기회가 됨
- 미스터리 사퍼 형태의 암행 현장심사가 이루어져야만 객관적이고 신뢰할 수 있는 평가라는 인식을 심어줄 수 있음
- 1,2,3차 평가를 통해 객관적이고 공정한 평가가 될 수 있음
- 단, 타 인증제에 비해 비용과 시간 소요가 더 요구될 수 있으나 엄격한 평가를 통해 인증제의 신뢰를 확보할 수 있음

## (6) 인증시스템

### ① 인증기준

- ◆ 1,000점 만점 / 800점 이상 (영역별 60% 미만 과락적용), 영역별 가중치 적용을 제안함
  - 100점보다는 1000점 만점이 더욱 세밀하고 깊이 있는 평가가 이루어지는 것으로 인식될 수 있음
  - 인증점수 기준은 시뮬레이션을 통해 적용하는 것이 필요함
  - 인증제라 함은 모든 고객접점 요소에서 일정수준 이상을 유지한 상태에서 매우 우수한 부분과 부족한 부분을 제시해야 이용하는 고객들도 수용할 수 있을 것임. 예를 들어 메뉴 서비스는 매우 좋은데, 직원의 서비스에 있어 매우 미흡하다면 고객들은 외식서비스가 우수한 업소라는 인증에 대해 신뢰하지 않을 것임. 따라서 영역별 60% 미만인 경우 과락적용의 원칙이 필요하다고 사료됨
  - 일반소비자 대상 고객접점서비스 영역별 중요도에 따라 영역별 가중치 적용

### ② 인증기간

- ◆ 2년을 제안함
  - 외식산업은 원재료 상승, 과다경쟁과 경기침체 등 경제적 환경 뿐 아니라 소비자 트렌드의 빠른 변화 등과 같은 다양한 요인들로 휴 폐업률이 높은 산업군으로 인증기간이 짧을수록 사후관리 측면에서 장점이 있음. 기존 인증제들의 문제에 있어서도 사후관리가 가장 크게 나타났음
  - 그러나 인증제도를 운영하는 기관의 업무 효율성과 인증을 받는 업소의 입장을 고려하였을 때 1년 기간은 너무 짧을 수 있기 때문에 인증기간 중 모니터링을 강화하는 것을 전제로 인증기간 2년을 제안함
  - 인증기간이 짧을수록 재심사 비용 및 시간 부담이 클 수 있으나 제대로 된 관리가 이루어질 수 있고, 신뢰성 높은 인증제로 인정받을 수 있음

### ③ 지정방법

- ◆ 인증\_1000점 만점 중 800점 이상 업소(\* 인증점수기준은 시뮬레이션을 통해 수정이 필요함)
  - 인증점수 기준으로 등급제가 아닌 한 단계로 지정하는 것을 원칙으로 함. 전문가들은 차등 등급제가 인증을 받을 수 있도록 유도할 수 있는 방법으로 제안하였으나, 인증제에 대한 객관성과 신뢰성을 인정받지 못한 상태에서는 민원발생의 요인이 됨
  - 기존 위생등급제에서 나타나는 등급제의 문제점(등급 표시에 대한 외식업소의 부담, 하위 등급 업소의 표시판 미계첨, A/AA/AAA에 대한 고객들의 오해 등)도 외식서비스의 문제점으로 나타날 수 있음

④ 표시방법

- ◆ 고객들이 알기 쉽게 표시하는 방법으로 ‘색깔표시제’를 제안하고자 함. 점수 제시보다 단순하면서도 더 쉽게 인식할 수 있음
  - 영역별 총점수 기준 달성률에 따라 색깔로 구분하여 표시함
- ◆ 색깔별 점수기준
  - 영역별 총점수 기준 90% 이상(초록), 80% 이상(연두), 70% 이상(노랑), 60%이상(주황) (60%가 영역별 과락적용 기준이므로 60% 이상만을 표시함)
- 에너지소비효율등급이나 어린이기호식품 신호등 표시제 등의 표시기준을 살펴보면 초록색이 가장 긍정적인 인식을 심어주고 있음



〈그림 2-17〉 색깔표시제의 예시

〈외식서비스 분야별 색깔표시제〉

- 고객의 입장에서 좀 더 정확한 정보를 갖고 외식업소를 선택하기 때문에 기대와 만족 간의 갭을 최소화 할 수 있음
- 고객접점 Service Cycle은 점점 영역이 세분화 되어 있어 고객들의 입장에서 인식하는데 어려움이 있을 수 있고, 시간전개 상의 고객접점이라 인적서비스 위주의 평가라는 이미지를 줄 수 있음. 이를 보완하기 위해 외식서비스 분야별 색깔표시제를 제안함
- 외식서비스 분야는 외식서비스 정의에 포함되는 범위를 모두 포함하며, 고객들이 쉽게 알 수 있는 ‘메뉴 품질, 환경 품질, 직원서비스 품질, 서비스 시스템 품질’ 4개의 분야로 나누어 제시함.
- 외식서비스 평가 체크리스트가 고객접점서비스 시간 전개 순으로 이루어져 있으므로 외식서비스 분야에 해당하는 세부항목의 점수를 합산한 분야별 총점수를 기준으로 함



〈그림 2-18〉 외식서비스 분야별 색깔표시제

### (7) 사후관리

- ◆ 연 1회 암행 모니터링(인증기관, 심사기관)
- ◆ 상시 모니터링(고객 모니터링 제도)
- ◆ 기타\_위생관련은 지자체(시군구)와 협조
- ◆ 연1회 자기평가서 제출(재심사 전)
- ◆ 인증 취소기준 설정
  - 식품위생법 및 외식관련법 위반으로 영업정지 이상 행정 처분
  - 재심사 후 인증기준 미달
  - 자진 신고없이 1개월 이상 휴업 또는 폐업
  - 민원불편사항 연3회 이상 발생
- 심사와 같이 미스터리 샤퍼 형태의 암행 모니터링을 통해 서비스품질 유지·관리에 대한 상시 평가가 필요함. 암행 모니터링에 대한 사실만으로도 인증 외식업소에서의 자정적 노력이 이루어질 수 있음
- 외식서비스 인증 전담기관 또는 인증제 다이렉트 홈페이지를 통해 이용하는 고객들이 상시로 모니터링하여 글을 올릴 수 있는 공간을 마련하여 고객 중심의 외식서비스가 이루어질 수 있도록 하여 외식서비스 수준을 유지·향상시킬 뿐만 아니라 악성댓글이나 블랙컨슈머에 대한 관리도 함께 이루어질 수 있음. 다이렉트 홈페이지 공간을 사후관리뿐 아니라 인증 외식업소에 대한 홍보의 공간으로도 활용할 수 있음
- 암행 모니터링을 통해 평가하기 어려운 주방위생관련은 지자체(시군구) 보건위생과와 협조하여 관리될 수 있도록 함
- 취소기준을 명확히 하여 위반 시 인증취소조치를 취하여 인증제의 신뢰성을 높여야 함. 취소기준 중 ‘자진 신고없이 1개월 휴업 또는 폐업’에 대한 조항을 두어 휴·폐업으로 인한 인증업소 관리의 효율성을 높이고, 고객 민원 발생을 최소화할 수 있음. 운영규정에 1개월 이상 휴업 시 인증기관에 자진 신고토록 하며, 자진 신고가 이루어지지 않을 경우 인증취소 등의 불이익이 발생할 수 있음을 명시해야 함

## (8) 인센티브

- ◆ 인증표시(마크) 사용권 부여, 인증표시판 제공
- ◆ 홍보(다이렉트 홈페이지, 모바일 앱, QR코드 등)
- ◆ 세제혜택 - 부가세 관련, 카드수수료 감소 등
- ◆ 환경 정비에 대한 저리 융자
- ◆ 우수 식재 구입을 위한 저리 융자
  - 인센티브로 가장 중요한 것은 외식서비스 인증제를 브랜드화시키는 것, 자체의 신뢰성을 높이는 것임. 인증제의 신뢰성은 곧 외식업 시장 내에서의 신뢰 뿐 아니라 고객들의 신뢰를 얻을 수 있고, 홍보효과도 매우 큼. 고객신뢰는 다시 인증외식업소에 대한 이용으로 이어지고, 외식업소 매출향상에 도움이 됨.
  - 고객이 인증업소에 대한 정확한 정보를 쉽게 인식할 수 있고, 외식서비스 우수업소임을 알릴 수 있는 표시판 제공
  - 홍보 - 대중매체를 통한 인증제 브랜드 홍보와 다이렉트 홈페이지·SNS 등 활용한 인증업소 홍보
  - 세제혜택 - 부가세 관련, 카드수수료 감소 등
    - 외식업을 운영하는 경영주들이 가장 요구하는 부분임
  - 외식업을 운영하는 경영주들의 입장에서 매달 정기적으로 지출되는 비용 외에 목돈으로 지출되어야 하는 부분에 대한 부담이 큼
    - 외식서비스 인증제의 자격기준이 3년 이상의 업소이기 때문에 업소 내외부 환경에 대한 정비가 요구되는 시점이기 때문에 환경 정비에 대한 저리 융자 지원이 필요함
    - 품질이 우수한 메뉴 제공하기 위해서는 예측 경영을 통해 필요한 우수 식재료를 확보해 두는 것이 중요하기 때문에 우수 식재료 확보를 위한 저리 융자 지원이 필요함
  - 기존 외식관련 인증제에서 제공되고 있는 검사비, 찬기 구입비, 쓰레기봉투 구입비 지원 등은 단기적 효과는 있지만 인증제에 대해 관심을 갖고, 참여를 유도할 수 있는 장기적인 효과는 기대하기 어려움
  - 외식서비스 인증제 목적에 맞게 외식서비스 수준을 향상시키고자 한다면 외식서비스 매뉴얼 자료 제공, 외식서비스 강화 지원(현장 코칭 등) 등이 필요함

## (9) 시행방법

- ◆ 단계적 시행을 제안함. 전면시행에 비해 외식서비스 인증제도의 안정적인 도입에 효율적일 것으로 사료됨
  - 우선 외식서비스현장 선포식 및 각 업소에 배포하여 준수할 것을 권고하여 외식서비스 문화의 정착 및 확산이 필요함

- 서울·경기도 지역 우선 시행 후, 요청하는 시군구 중심으로 확산
- 시범사업을 통해 서비스 행태, 업종, 규모 등에 대한 적합한 평가지표 수정·보완이 가능하여 평가에 대한 타당성을 확보할 수 있음
  - 외식서비스 인증제에 대한 목적과 필요성에 대한 조직적인 홍보 및 참여유도 가능함
  - 외식업소들의 민원을 최소화하면서 인증제 확산 가능함
  - 초기 인증업소의 경영주 및 종사자에게 자긍심 고취시킬 수 있음
- 단, 시범사업 인증업소의 공정성 및 신뢰성에 대한 문제가 제기될 경우, 전면 확산이 어려울 수 있음
- 시범사업, 교육, 우선 지역 실시 등 시뮬레이션을 통한 규모·업종별 평가지표 보완 및 운영시스템 보완 등 전면시행까지 시간적 소요 많음

### III. 외식관계법령 정비방안

#### 1. 외식산업진흥법

##### 1) 외식산업진흥법 제정의 배경 및 목적

외식산업은 그동안 식품산업에 편입되어 육성 및 규제를 받아왔으나 산업의 빠른 성장에 따른 시장 규모 확대에 따라 외식산업만을 위한 별도의 법 제정의 필요성 및 당위성이 대두되면서 2011년 외식산업진흥법이 제정됨.

〈표 3-1〉 외식산업진흥정책 추진 현황

| 외식산업 인프라 확충 정책 |                                     |   |
|----------------|-------------------------------------|---|
| R&D 확충         | 외식분야 5대 연구과제 도출 후 외식관련 세부과제 지속 보완   | 농림축산식품부가 다양한 외식·식품기업의 응모를 받아 사업 추진                  |
| 통계정보 기반 확충     | 외식산업성과지수(KRPI) 분기별 작성               | 2011년 4/4분기부터 분기별 작성 후 한국농수산식품유통공사에서 발표             |
| 전문인력 양성        | 산업현장을 위한 교육과정 개발                    | 외식전문인력양성기관 선정 및 예산 지원                               |
|                | 권역별 교육기관 네트워크 구축                    |   |
| 외식산업 경쟁력 확보 정책 |                                     |   |
| 외식업계 경영 내실화    | 창업시 외식경영 관련 교육 유도                   |   |
|                | 맞춤형 컨설팅 지원                          | aT센터 K-FOOD 지원센터의 식품산업육성사업 중 외식경영·마케팅 컨설팅 사업 등      |
|                | 창업 및 운영자금 융자 지원                     |   |
| 우수외식업지구 사업자 지원 | 교육·마케팅·경영환경 개선·홍보사업 공동 지원           | aT센터의 고객지원사업 중 우수외식사업자 육성자금 지원 통한 사업추진              |
|                | 우수외식사업자 표식 및 모범사례 확산                | 우수외식업지구 지정을 위한 관련 자격증에 관한 고시 후 다양한 지구 선정            |
| 식재료 직거래 확대     | 사이버거래소 활용                           |   |
|                | 직거래 모범 모델 개발 및 가이드라인 작성·보급          |   |
| 외식산업 고부가가치 창출  |                                     |   |
| 관련 산업 융·복합 추진  | 음식관광 상품 개발 및 문화관광사업과의 연계 강화         |   |
| 외식업체 해외진출 확대   | 현지 시장정보, 컨설팅, 전문인력 양성 등 맞춤형 지원제도 확대 | aT센터의 해외 프랜차이즈 박람회 참가 및 해외 바이어 초청 추진                |
| 한식세계화          | 한식세계화 추진으로 외식산업 지원                  | 한식 현지화를 위한 메뉴 개발 및 기능성 연구 확대, 한식 콘텐츠 경쟁력 및 민간 역량 강화 |

자료: 농림축산식품부

외식산업진흥기반 조성을 위해 대외적으로 국내 외식기업의 해외 진출 등을 지원하고 대내적으로는 농어업 간 연계를 강화해 경쟁력을 강화함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국민경제의 건전한 발전에 기여한다는 목적으로 제정된 외식산업진흥법은 농림축산식품부 주관하에 법 제정을 기반으로 외식산업진흥기본계획을 수립, 3개 분야 9개 과제를 선정, 추진 중임. 즉, 외식산업 창업 지원과 전문인력 양성, 연구개발, 국제교류 및 해외시장 진출 지원, 표준화 및 통계작성, 정보관리 등 외식산업 진흥 기본계획으로 구체화하고 있음.

그동안 진행된 외식산업진흥정책 추진 현황을 보면 연구개발과 전문인력 양성 등 인프라 확충 정책과 외식업체 경영내실화, 우수외식업지구 사업자 지원 등 경쟁력 확보 정책으로 나뉠 수 있음.

정부는 외식산업진흥법을 통해 2016년까지 외식산업매출 126조원 달성과 170만 명의 고용증대, 해외진출 외식업체 2,800개 확보 등을 달성하겠다는 정책 목표를 두고 있음.

## 2) 타 법과의 비교 분석

2011년 9월 이후 시행 3년을 맞은 외식산업진흥법이 '외식산업의 진흥 및 육성'이라는 기본 목적을 수행하기 위한 현 법의 적정성 여부를 파악하기 위해서는 타 법과의 비교 분석을 통해 외식산업진흥법의 개정(안)을 도출하는 것이 필요함. 이에 따라 관광진흥법과 유통산업발전법과의 비교 분석을 통해 현재 외식산업진흥법 상에 미비한 부분을 도출했으며, 그동안 주로 외식산업 규제에 대한 근거법으로 활용됐던 식품산업진흥법과의 비교 분석을 통해 식품산업과 외식산업의 법령상의 형평성을 고려하여 살펴보고 개정안을 제시하고자 함.

### ① 외식산업진흥법과 관광진흥법의 비교 분석

산업의 진흥이라는 공통된 목적을 갖고 있는 관광진흥법과 외식산업진흥법의 내용을 비교를 통해 현 외식산업진흥법의 개정방향을 제시하고자 함. 관광진흥법은 1976년 제정 이후 산업의 환경 및 성장 변화에 따른 보다 실효성 있는 진흥과 육성을 위해 58회에 이르는 개정작업을 거쳐 전체 산업 및 사업의 종류별 지원과 육성을 위한 구체적인 시행령 및 시행규칙이 마련되어 있음.

관광진흥법과 비교해 현 외식산업진흥법이 부족한 부분을 살펴보면 다음과 같음. 먼저 산업과 관련된 용어에 대한 정의가 광범위하고 사업의 종류가 명확하지 않아 정책적인 집중에 한계가 있으며, 산업 진흥을 위한 기본계획 수립에 따른 구체적인 시행령 및 시행규칙이 부재함. 또한 전문인력 양성 부분에 있어서도 전문인력의 종류 및 이에 대한 자격조건, 구체적인 지원 사항 등에 대해 구체적이고 명확하게 명시한 관광진흥법과 달리 외식산업진흥법은 단순히 전문인력 양성을 지원하겠다는 광범위한 내용만 명시하고 있는 실정임.

이 외에도 창업지원, 연구개발 사업 추진, 국제교류 및 해외 시장 진출지원, 외식상품 표준화, 외식문화 선진화 추진, 우수 식재료 사용 촉진 등 산업 진흥을 위한 각각의 법령에 대한 세부적인 시행령 및 시행규칙이 미비한 상황임.



〈표 3-2〉 외식산업진흥법과 관광진흥법 비교 분석

| 구분        | 외식산업진흥법<br>[법률 제10454호, 2011.3.9]   | 관광진흥법<br>[법률 12689호, 2014.5.28 일부개정]  | 비고   |
|-----------|---|---|--|
| 제정        | <ul style="list-style-type: none"> <li>° 2011. 3. 9</li> <li>- 현재 우수외식업 지구, 우수 외식사업자 지정 취소에 대한 일부 법률 개정 계류 중</li> <li>° 현재 법 제정 이후 2회의 일부/타법 개정 진행</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>° 1976. 관광사업법으로 제정 후 1987년 관광진흥법으로 전부 개정</li> <li>° 현재 법 제정 후 58회의 일부/전부/타법 개정 진행</li> </ul>   |  |
| 제1장<br>총칙 | <p>제2호) 정의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외식, 외식상품, 외식산업, 외식사업, 외식사업자의 5개 용어</li> </ul>   | <p>1) 용어 정의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광사업, 관광사업자, 기획여행, 회원, 공유자, 관광지, 관광단지, 민간개발자, 조성계획, 지원시설, 관광특구, 문화관광해설사의 12개 용어 정의</li> </ul>  | <p>1) 각각의 용어에 대한 정의가 광범위해 정책적인 집중에 한계가 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 용어 정의의 모호성</li> <li>ex) 관광진흥법의 경우 관광사업자에 대한 법적인 조건(관광사업을 경영하기 위해 등록·허가 또는 지정을 받거나 신고를 한 자)을 명시한 반면 외식산업진흥법은 단순히 '외식사업을 영위하는 자'로 표기</li> </ul> |
|           | <p>○ 외식산업의 종류</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외식상품의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·수입·가맹사업 및 이에 관련한 서비스를 행하는 사업과 그 밖에 대통령령으로 정하는 산업</li> </ul>                | <p>2) 관광사업의 종류</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광편의시설업의 7가지 사업에 대한 분류 및 각각 사업에 대한 세부 범위 법률적 기준을 명시했으며, 시행령에 각 사업에 포함되는 세부 사업의 종류에 대해 다시 한번 범위 등을 명시함</li> </ul> | <p>2) 사업의 종류(범위)가 명확하지 않음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광진흥법의 경우 관광사업의 종류를 세부적으로 구분(법률에 대분류의 사업 명시, 시행령에 중분류의 사업 명시)해 각각의 사업에 대한 범위 및 정의를 명확히 제시한 반면 외식산업진흥법은 사업이 아닌 산업의 종류만을 광범위하게 규정하고 있음</li> </ul>               |
| 등록        | <p>○)등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외식사업을 영위하기 위한 등록 등 각종 법률적 부분 부재</li> </ul>   | <p>3) 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대분류 및 중분류의 사업을 영위하기 위한 법률적 조건 등 세부 명시</li> </ul>  | <p>3) 사업 영위를 위한 법률적 근거 미 명기</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광산업진흥법은 각각의 사업을 위한 등록(허가 및 신고)절차, 사업 조건, 승인, 취소 조건 등 세부적인 법률적 기준을 명시한 반면 외식산업진흥법은 해당 항목이 없음</li> </ul>   |

| 구분                              | 외식산업진흥법<br>[법률 제10454호, 2011.3.9]  | 관광진흥법<br>[법률 12689호, 2014.5.28 일부개정]  | 비고  |
|---------------------------------|--|---|---|
| 제2장<br>외식 산업<br>진흥<br>기반의<br>조성 | 제5조) 외식산업 진흥 기본계획의 수립<br>- 11개 항목의 기존 계획 수립 명시   |   | 4) 기본 계획에 따른 구체적인 시행령 및 시행규칙 부재<br>- 일부 계획은 별도 항목을 통해 기본 내용을 명시했으나 보다 구체적인 내용이 미비함  |
|                                 | 제6조) 창업의 지원<br>- 창업 지원의 기본 내용 명시   |   | 5) 창업의 지원<br>- 보다 구체적인 시행규칙이 없음   |
|                                 | 제7조) 외식산업 전문인력의 양성<br>- 법률, 시행령, 시행규칙을 통해 사업 내용을 및 이를 위한 전문인력양성기관의 지정 및 관리 등에 대한 내용 명시 | 6) 관광종사원<br>- 법률, 시행령, 시행규칙을 통해 관광사업 영위를 위한 관광종사원의 종류(국내여행안내사, 호텔서비스사) 및 자격 기준, 자격증 취득을 위한 각종 절차 및 조건, 교육, 자격취소 등에 대한 내용을 구체적으로 명시<br>- 관광종사원이 갖춰야 하는 외국어시험에 대해 종사원의 종류별 필요 외국어 및 방법등 명시<br>- 문화관광해설사의 경우 선발 및 활용 방법 등에 대한 구체적인 내용 명시 | 6) 전문인력 양성<br>- 양성하고자 하는 외식산업 전문인력에 대한 종류 등이 명시되어 있지 않은 채 양성을 위한 광범위의 지원 내용만이 명시되어 있어 산업의 발전을 위해 양성되어야 하는 인력의 종류를 알 수 없음(정책적 지원의 모호성)<br>※ 외식산업 관련 전문인력에 대한 자격증 제도 개선 및 이를 바탕으로 인력양성을 위한 구체적인 법적 근거 마련 필요<br>※ 서비스인증제 도입 시 평가 기준에 해당 자격증을 소지한 종사자가 있을 경우 가점 적용 가능<br>- 전문인력 양성기관에 대한 보다 구체적인 역할 및 관리방안, 지정기관 취소 등에 대한 내용이 미비함 |

| 구분                              | 외식산업진흥법<br>[법률 제10454호, 2011.3.9]                                       | 관광진흥법<br>[법률 12689호, 2014.5.28 일부개정] | 비고   |
|---------------------------------|---|--------------------------------------|--|
| 제2장<br>외식 산업<br>진흥<br>기반의<br>구성 | 제8조) 연구·개발 사업의 추진 등<br>- 연구개발을 위한 내용 명시                                 |                                      | 7) 연구·개발의 구체적인 사업 범위 및 지원 내용 미비<br>- 연구·개발을 위해 지원 및 사업의 범위가 너무 광범위하게 명시되어 있어 이에 대한 정책적 지원이 모호함(시행령 및 시행규칙을 통한 구체적인 내용 명시 필요) |
|                                 | 제9조) 국제교류 및 해외시장 진출 지원<br>- 외식산업의 수출 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화를 위한 사업 명기     |                                      | 8) 진출 지원을 위한 보다 구체적인 내용 및 지원범위, 지원 방법 등에 대한 내용 미비  |
|                                 | 제10조) 외식상품 표준화의 추진<br>- 식재료나 경영기법 등 외식상품의 표준화 추진 및 사업자에게 이에 대한 권고 가능 명기 |                                      | 9) 표준화를 위한 구체적인 범위 및 방법 미비<br>- 외식사업은 일반 제조업과 달리 표준화가 어려운 분야가 있기 때문에 표준화를 위한 범위의 명확성 및 표준화 방법, 지원, 권고 등에 대한 보다 구체적인 내용 필요    |

| 구분                            | 외식산업진흥법<br>[법률 제10454호, 2011.3.9]                                 | 관광진흥법<br>[법률 12689호, 2014.5.28 일부개정]  | 비고  |
|-------------------------------|---|---|---|
| 제3장<br>외식<br>산업의<br>경쟁력<br>강화 | 제12조) 사업자 단체<br>- 사업자 단체 운영을 위한 사업 및 감독 등 명기                      | 10) 사업자 단체<br>- 한국관광협회중앙회에 대한 설립요건 및 정관, 주요 사업 등에 대해 명기   | 10) 관광진흥법은 산업을 총괄하는 관광협회중앙회를 중심으로 지역별·업종별 관광협회에 대한 기준 및 운영방안을 명시한 반면 외식산업진흥법은 특정 관련 협회나 중앙회가 아닌 일반 사업자 단체의 운영을 중심으로 함 |
|                               | 제15조) 외식문화 선진화 촉진<br>- 촉진을 위한 외식업체의 환경 및 서비스 등의 개선활동 추진 권장, 지원 명기 | 11) 관광홍보 및 관광자원개발<br>- 지역축제, 지속가능한 관광활성화, 문화관광해설사의 양성 및 활용계획/양성교육과정 및 인증/선발 및 활용, 관광체험교육 프로그램 개발 등 자원개발을 위한 구체적인 사업내용 및 이에 대한 방법 등 명기 | 11) 선진화 촉진을 위한 구체적인 사업에 대한 명기가 필요   |
|                               | 제16조) 우수 식재료 사용 촉진<br>- 우수식재료 촉진을 위한 지원 대상 및 범위 명기                |   | 12) 우수 식재료에 대한 구체적인 기준, 인증식재 및 품목 등 명기 부재   |

※ 우수외식업 지구 및 외식사업자에 대한 부분은 농식품부에서 기 조사된 연구용역이 있어 제외함

## ② 외식산업진흥법과 유통산업발전법과의 비교 분석

1997년 제정 후 59회의 개정 작업을 거친 유통산업발전법 역시 외식산업진흥법과 비교해 산업 진흥을 위한 구체적이며 세부적인 법령 및 시행령, 시행규칙이 명시되어 있음.

앞서 관광진흥법과의 비교시 논의됐던 부분이 유통산업발전법과의 비교에서도 나타나는데 우선 관련 용어 및 산업의 종류가 명확하게 명시되지 않으며, 진흥을 위한 기본 계획에 따른 구체적인 시행령 및 시행규칙이 부재함. 또한 통계 등의 실태조사에 있어서도 기본 내용은 두 법이 비슷하지만 유통산업발전법은 시행령을 통해 실태조사 시기를 정기조사와 수시조사로 구분해 명시하는 등 보다 구체화하고 있음.

전문인력 양성 부분에 있어서도 유통산업발전법에서는 대표적인 전문인력이 유통관리사 양성을 위한 관련 사업, 시험 및 합격기준, 점수가산 기준, 관리사 양성을 위한 유통연수기관의 지정 및 절차 등 세부적인 내용을 명시한 반면 외식산업진흥법에서는 이에 대한 광범위한 지원 내용만 명시되어 있으며, 전문인력 양성기관에 대해서도 구체적인 역할 및 관리방안, 지정기관 취소 등에 대한 내용이 미비함.

〈표 3-3〉 외식산업진흥법과 유통산업발전법 비교 분석

| 구분        | 외식산업진흥법<br>[법률 제10454호, 2011.3.9]   | 유통산업발전법<br>[법률 제12248호, 2014.1.14. 타법개정]  | 비고   |
|-----------|---|---|--|
| 제정        | ° 2011. 3. 9<br>- 현재 우수외식업 지구, 우수 외식사업자 지정 취<br>소에 대한 일부 법률 개정 계류 중<br>° 현재 법 제정 이후 2회의 일부/타법 개정 진행 | ° 1997. 7. 1<br>- 법 제정 이후 59회의 타법/일부/전부 개정 진행   |  |
| 제1장<br>총칙 | 제2호) 정의<br>- 외식, 외식상품, 외식산업, 외식사업, 외식사업자의<br>5개 용어 정의   | 1) 용어 정의<br>- 유통산업, 매장, 대규모점포, 준대규모점포, 임시시<br>장, 체인사업, 상점가, 전문상가단지, 무점포판매,<br>유통표준코드, 유통표준전자문서, 판매시점 정보관<br>리시스템, 물류설비, 도매배송서비스, 집배송시설,<br>공동집배송센터의 16개 용어 정의 | 1) 각각의 용어에 대한 정의가 광범위해 정책적인 집<br>중에 한계가 있음<br>- 용어 정의의 모호성<br>ex) 관광진흥법과 마찬가지로 유통산업발전법 역시<br>유통산업과 관련된 사업형태 및 본 산업과 관련된<br>관련 용어들에 대해 세부적이고 구체적으로 정의하<br>고 있음.<br>- 반면 외식산업진흥법은 산업의 형태 및 관련 산업<br>을 설명하는 용어들이 다양함에도 불구하고 5개의<br>용어 정의에 그치고 있음. |
|           | ○ 외식산업의 종류<br>- 외식상품의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·수입·가맹<br>사업 및 이에 관련한 서비스를 행하는 사업과 그<br>밖에 대통령령으로 정하는 산업     | 2) 체인사업의 종류<br>- 유통산업 중 큰 부분을 차지하고 있는 체인사업에<br>있어 직영점형 체인사업, 프랜차이즈형 체인사업,<br>임의가맹점형 체인사업, 조합형 체인사업의 4가지<br>형태에 따라 각각에 대한 정의를 내리고 있음.                          | 2) 사업의 종류(범위)가 명확하지 않음<br>- 유통산업발전법의 경우 주요 사업 형태인 체인사업<br>에 대해 종류별 분류 및 이에 대한 설명을 명기하<br>고 있는 반면 외식산업진흥법은 단순히 산업에 거<br>시적인 종류만을 광범위하게 정의하고 있음  |

| 구분                                 | 외식산업진흥법<br>[법률 제10454호, 2011.3.9]   | 유통산업발전법<br>[법률 제12248호, 2014.1.14. 타법개정]   | 비고  |
|------------------------------------|---|--|---|
| 제2장<br>외식<br>산업<br>진흥<br>기반의<br>조성 | 제5조) 외식산업 진흥 기본계획의 수립<br>- 11개 항목의 기존 계획 수립 명시  | 3) 유통산업시책이 기본방향 및 유통산업발전계획 등<br>- 유통산업 발전을 위한 시책을 8가지로 수립하고(제3조), 이어 제2장에서는 이를 위해 산업통상자원부장관이 5년마다 산업발전을 위해 중앙행정기관 장과의 협의를 거쳐 기본계획을 세우도록 명시하고 있음. 이와 함께 기본계획 수립을 위한 제출서류, 지방자치단체의 사업 시행에 대해 법과 시행령으로 구분해 세부적으로 명시하고 있음. | 4) 기본 계획에 따른 구체적인 시행령 및 시행규칙 부재<br>- 일부 계획은 별도 항목을 통해 기본 내용을 명시했으나 보다 구체적인 내용이 미비함  |
|                                    | 제11조) 외식산업 통계의 작성 및 관리<br>- 산업의 실태조사를 위한 통계작성에 대해 주요 조사 내용 및 통계관리 및 작성 기관의 역할에 대해 개괄적으로 명시함 | 4) 유통산업의 실태 조사<br>- 산업 실태조사의 목적 및 조사범위 등에 대해 명시했으며, 조사 방법(3년 단위의 정기조사, 필요시 진행하는 수시조사)도 함께 명시함  | 5) 통계 등 실태조사<br>- 기본적인 내용은 외식산업진흥법과 유통산업발전법이 유사하지만 유통산업발전법은 시행령을 통해 실태조사 시기를 각각 정기조사(3년단위)와 수시조사(필요시)로 구분해 명시함  |
|                                    | 제7조) 외식산업 전문인력의 양성<br>- 법률, 시행령, 시행규칙을 통해 사업 내용을 및 이를 위한 전문인력양성기관의 지정 및 관리 등에 대한 내용 명시      | 5) 유통전문인력 양성<br>- 유통산업 발전기반의 조성(제5장)의 세부 항목 중 '유통전문인력 양성'에 대해 법률, 시행령, 시행규칙을 명시함.<br>- 대표적인 전문인력인 유통관리사 양성을 위한 관련 사업, 관리사 시험 및 합격기준과 점수가산 기준, 그리고 관리사 양성을 위한 유통연수기관의 지정 및 절차 등 유통관리사에 대한 세부적인 내용을 명시함                  | 6) 전문인력 양성<br>- 양성하고자 하는 외식산업 전문인력에 대한 종류 등이 명시되어 있지 않은 채 양성을 위한 광범위의 지원 내용만이 명시되어 있어 산업의 발전을 위해 양성되어야 하는 인력의 종류를 알 수 없음(정책적 지원의 모호성)<br>※ 외식산업 관련 전문인력에 대한 자격증 제도 개선 및 이를 바탕으로 인력양성을 위한 구체적인 법적 근거 마련 필요<br>※ 서비스인증제 도입 시 평가 기준에 해당 자격증을 소지한 종사자가 있을 경우 가점 적용 가능<br>- 전문인력 양성기관에 대한 보다 구체적인 역할 및 관리방안, 지정기관 취소 등에 대한 내용이 미비함 |

### ③ 외식산업진흥법과 식품산업진흥법과의 비교 분석

외식산업진흥법이 제정되기 전까지 외식산업의 지원 등에 대해서는 식품산업진흥법을 근거로 하다 보니 현재 식품산업진흥법 내에 외식산업에 대한 내용이 포함되어 있음. 1장 제4조 ‘식품산업진흥 기본계획의 수립’에 있어서도 2항 3호에 ‘외식산업 육성에 관한 사항’이 명시되어 있음. 이는 외식산업진흥법 제정 이전에 외식산업을 관장하던 관련법이 식품산업진흥법이기 때문이기도 하지만 식품산업과 외식산업은 산업 구조 및 진흥전략 등에 있어 연계성이 매우 높기 때문으로 판단됨.

반면 산업의 진흥 측면에서 식품산업진흥법에는 있지만 외식산업진흥법 내에는 없거나 또는 외식산업과 관련된 내용임에도 불구하고 식품산업진흥법에만 명시되어 있는 항목들이 있음. 대표적인 지원책이 컨설팅에 대한 내용으로 식품산업진흥법 제3장 제15조 ‘식품산업 컨설팅 지원’에는 ‘식품사업자에 대해 경영·기술·재무·회계 등에 대해 컨설팅 지원을 실시할 수 있다(개정 2010.1.25, 2013.3.23)’고 되어 있으며 이를 위해 ‘식품사업자 또는 컨설팅실시기관 등에 대해 사업에 필요한 경비를 지원할 수 있다’고 명시되어 있음.

또한 제17조 ‘전통식품과 식생활 문화의 세계화’, 시행령 제24조 ‘전통식품의 세계화 지원’에서는 ‘전통식품 또는 식문화의 세계화를 위하여 해외에 음식점·식품판매점·체험관 등을 설치하는 사업’, ‘해외에 있는 음식점의 평가·인증 및 컨설팅 지원 사업’과 관련해 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있도록 명시되어 있으며, 이를 한국농수산식품유통공사에 위탁할 수 있도록 되어 있음.

이처럼 식품산업진흥법에는 식품산업 뿐 아니라 외식산업까지 포함해 산업의 대내외 경쟁력 강화를 위한 다양한 컨설팅 지원 사업을 법제화하고 있는 반면 외식산업진흥법에서는 산업의 경쟁력 강화를 위한 컨설팅 지원 사업에 대한 내용이 전무한 상황임. 일례로 외식산업진흥법 제6조 ‘창업의 지원’, 시행령 제3조 ‘창업의 지원 내용’에 있어서도 ‘외식산업의 창업을 촉진하고 외식사업자의 경영개선 등을 위해 외식산업의 창업 촉진 및 외식사업자의 경영개선 등에 필요한 자금, 인력, 기술, 교육 훈련, 판로 및 입지 등에 관한 정보 제공, 외식산업의 창업 촉진 및 외식사업자의 경영개선 등을 위한 아이디어와 우수 사례의 발굴·포상, 외식산업 창업박람회와 우수 외식업소 전시회의 개최, 그 밖에 농림수산식품부장관이 필요하다고 인정하는 사항’에 대한 지원을 할 수 있다고 명시할 뿐 컨설팅 등 구체적인 지원내용이 모호한 상황임.

이에 현재 외식산업은 식품산업진흥법의 식품산업 컨설팅 지원(심층 컨설팅 등) 및 전통식품의 세계화 지원사업(해외 한식당 전문 및 방문 컨설팅 등)의 일환으로 지원되는 각종 컨설팅 사업의 지원을 받고 있음.

그러나 외식산업진흥법이 ‘외식산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 외식산업 진흥의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함’을 목적으로 한다면 식품산업진흥법만이 아닌 외식산업진흥법 내에도 컨설팅 등에 대한 내용을 명시해 지원에 대한 법적 근거를 마련하는 것이 필요할 것임.

한편 식품산업진흥법 제33조의2(청문 등)에는 식품명인 지정 취소, 한식세계화사업추진기관 지정의 취소, 우수식품인증기관 지정의 취소, 우수식품인증의 취소 등 주요 기관 및 인증 등에 대한 취소



를 할 경우에는 해당 관계자에게 의견 제출의 기회와 함께 반드시 청문을 하도록 명시하고 있음.

반면 외식산업진흥법 상에는 우수외식업지구 및 우수외식업자 지정 취소시 청문절차에 대한 의무 조항이 명시되어 있지 않음. 따라서 우수외식업지구 및 우수외식사업자 등 각종 지정 등에 대한 취소 시에는 지정받은 자의 의견 제출 기회와 함께 청문을 의무화함으로써 자의적인 처분을 방지하는 것이 필요함(2013.12.4일 윤명희 의원 등 10인이 발의한 외식산업진흥법 일부 개정법률안에도 우수외식업지구 및 우수외식사업자 지정 취소시 청문의 의무화에 대한 내용이 있음).

## 2. 외식산업진흥법의 개정안

### 1) 전문가 델파이 조사

현 외식산업진흥법이 “외식산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 외식산업 진흥의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써(이하 생략)”라는 법 제정 목적에 부합하는지, 현 시점에서 개정의 필요성 및 개선 방안 등에 학계 및 연구기관, 그리고 업계 전문가를 대상으로 델파이 조사를 실시함.

이에 따르면 현 외식산업 진흥법은 본래의 목적에 부합하고 있지만 시행령 및 시행규칙 등을 통한 세부적인 명시가 부족한 것으로 나타남. 그러나 현 시점에서 이에 대한 문제점을 해결하기 위해 관련법을 개정하기 보다는 법에 대해 시행령 및 시행규칙을 제정함으로써 법의 내용을 보다 구체화하고, 또한 아직까지 법에 대한 인지도 및 이해도가 낮은 외식사업자를 대상으로 이에 대한 홍보에 주력하는 것이 필요한 것으로 나타남. 특히 산업을 설명하는 각종 용어에 대한 정의를 구체화함으로써 정책적으로 집중할 수 있게 해야 하며, 산업성장에 있어 중요한 부분을 차지하는 전문인력 양성을 위한 법령 및 시행령, 시행규칙의 제정, 그리고 규제에 있어서도 단순히 규제가 아닌 산업의 경쟁력 강화 및 산업의 현실을 감안한 보다 실효성 높고 수용 가능한 규제제도의 시행이 필요한 것으로 나타남.

이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같음.

- 현 외식산업진흥법 제정 목적의 부합도 및 개정 필요성 여부
- 현 외식산업진흥법이 외식산업의 육성 및 진흥이라는 목표에 부합하는 정도에 대해서는 부합하지 않는다는 의견보다 부합한다는 의견이 많았으며, 이에 따라 현 시점에서 법을 개정은 불필요한 것으로 나타남.
- 즉, 외식산업진흥법이 기본 틀은 갖추고 있지만 법령과 이에 따른 시행령 및 시행규칙이 부족하고 외식사업자들이 법에 대한 인지도와 이해도가 낮기 때문에 이에 대한 보완 정도에서 본 법의 실효성을 높일 수 있도록 해야 한다고 생각하는 것으로 나타남.

현 외식산업진흥법에 대한 개정이 필요하다는 생각하는 이유는 다음과 같음.

- 외식산업진흥법이 산업이 육성 및 진흥이라는 법 제정이 목적을 수행하기 위해서는 각각의 법령 및 시행령에 대한 시행규칙이 구체적이고 명확하고 명시되어야 하는 데 현재는 이러한 부분이 부족함.
- 현재 그리고 미래의 외식산업은 외식산업 자체만이 아니라 농축산업 등 관련 식재산업과의 연계가 무엇보다 중요하기 때문에 외식산업진흥법 상에 외식산업과 농축산업의 협업을 통한 시너지 창출을 포함하는 전략 및 지원내용 등을 포함하는 것이 필요함.
- 최근 이슈화 되고 있는 다양한 외식사업의 형태를 현재의 법 범위에서 다루고 있기 때문에 이를

반영한 법 개정이 필요함.

- 외식산업의 성장에 따라 업종 및 사업 형태 등 범위가 점점 확대되고 있는데 반해 외식산업진흥법에서는 산업의 종류 및 범위가 포괄적이다 보니 정책적으로 육성하는 데 한계가 있을 것으로 보임. 따라서 외식산업의 범위 및 종류에 대한 구분과 함께 이에 대한 지원, 육성할 수 있는 포괄적인 기본 법안으로 개정 필요
  - 식재료 생산 및 관리, 첨단 IT산업과 융합된 물류·유통 시스템, 조리·가공기술, 전문 인력 양성 및 파견, 조리·저장·가공·기구 및 장치의 개발, 문화 및 관광산업과의 연계 등
- 외식산업은 점포 운영을 위한 각종 위생의 중요성이 날로 커지고 있는데 반해 외식산업진흥법 상에는 외식산업의 위생과 관련된 항목이 미흡함. 물론 보건복지부의 식품위생법 상에 외식업소의 위생기준 및 규제 등에 대한 내용이 포함되어 있지만 외식산업진흥법 상에도 위생에 대한 부분 및 단순 규제가 검사가 아닌 위생수준을 높일 수 있는 내용의 법 신설이 필요함.
- 아직까지 외식사업자들이 외식산업진흥법에 대한 인지도가 낮기 때문에 외식산업진흥법 상에 외식산업 및 외식사업자 대한 홍보 지원 정책을 명확히 명시함으로써 자연스럽게 본 법에 대한 인지도 및 이해도, 필요성 등에 대해 알 수 있도록 법 개정 필요.

〈표 3-4〉 현 외식산업진흥법의 산업 육성 및 진흥 목표에 대한 부합도

| 결과          | N |
|-------------|---|
| 무응답         | 2 |
| 3점          | 2 |
| 4점(보통이다)    | 2 |
| 5점          | 2 |
| 6점          | 4 |
| 7점(매우 부합한다) | 3 |

〈표 3-5〉 현 외식산업진흥법의 개정 필요성 여부

| 결과         | N |
|------------|---|
| 무응답        | 1 |
| 전혀 필요하지 않다 | 2 |
| 필요하지 않다    | 6 |
| 필요하다       | 6 |

한편 현 외식산업진흥법에 대한 개정이 필요하지 않다고 생각하는 이유는 다음과 같음.

- 외식산업진흥법은 2011년 제정, 시행된 지 3년도 채 되지 않은 상태임. 따라서 현 시점에서 법에 대한 개정 보다는 차후 시행정도를 살펴본 후 개정하는 것이 필요함.
- 외식산업진흥법을 보면 아직까지 제정된 법령/시행령/시행규칙이 제대로 실행되지 않는 부분들이 있음. 따라서 법 개정에 앞서 현 법에 명기되어 있는 내용이 실행되지 않거나 또는 실행이 미비한 부분을 검토해 이에 대한 시행을 먼저 진행하는 것이 중요함.
- 현 외식산업진흥법은 외식산업의 육성 및 진흥을 위한 기본틀은 이미 구성되어 있는 반면 실행을 위한 방법적인 부분과 이에 대한 확산(홍보 등) 전략이 미비하기 때문에 이에 대한 부분을 충분히 검토하고 시행하는 것이 개정보다 중요하다고 생각함.
  - 예 : 외식업소의 효율적인 경영을 위한 BP(Best Practice), 분야별 성공 사례 발굴을 통한 지원 및 전략 명시, 외식사업자를 대상으로 한 외식산업진흥법 설명회, 기타 법 및 산업에 대한 홍보 등

## ② 현 외식산업진흥법에 대한 개선(안)

향후 외식산업진흥법이 외식산업의 진흥 및 육성이라는 목적에 부합하기 위해서는 어떤 부분에 대한 개정이 필요한지에 대한 전문가 의견을 조사한 결과 다음과 같이 법령 및 시행령에 대한 개선(안)이 도출됨.

〈표 3-6〉 외식산업진흥법의 개정(안)

| 법령 부문   | 시행령 부문   |
|---|--|
| 제2조(정의) - 용어의 정의에 있어 '외식산업'과 '외식사업'의 정의가 지나치게 광범위하게 정의되어 있어 정책적으로 집중하기가 어렵다고 생각됨. 이에 대한 보다 세부적이고 구체적인 구분 및 정의가 필요함.   |  |
| 제5조(외식산업 진흥 기본계획의 수립) - 산업 진흥에 대한 기본 계획은 있으나 실제 이를 위임, 위탁 받아서 관리하는 자치단체의 실행계획이 없음. 따라서 이에 대한 내용과 함께 지자체 등 위임/위탁 기관으로 하여금 이에 대한 실행계획을 수립하도록 하는 명문 규정이 필요함.   |  |
| 제6조(창업의 지원) - 산업 및 외식산업자의 경쟁력을 위해서는 신규 창업자가 보다 시행착오를 최소화하고 효율적인 창업 및 운영을 할 수 있는 지원 방안이 필요한 반면 현 법에는 이에 대한 시행규칙이 없음. 따라서 성공적인 창업을 위한 세부 시행규칙 및 계획이 수립되어야 함.  | 제3조(창업 지원의 내용) - 외식창업 지원시 목적 및 형태 등 창업의 종류를 세분화하고 이에 따라 지원 내용도 차별화함으로써 보다 효과적인 지원이 이루어질 수 있도록 하는 것이 필요함(예: 동기중심의 창업(생계형, 부업형, 투자형, 동업형, 전환형, 탈출형, 기회형) / 배경중심의 창업(아이디어형, 기술형, 경력형, 취미형)) |
| 제8조(연구, 개발 사업의 추진 등) - 산업의 경쟁력 강화 및 지속성장을 이한 부분이 바로 연구·개발 사업인데 이 역시 연구/개발을 위한 세부 시행규칙이 없음. 따라서 이에 대한 세부 시행규칙이 필요함.  |  |
| 제9조(국제교류 및 해외시장 진출 지원) - 최근 외식업체들의 해외 진출이 지속적으로 증가하고 있지만 이를 위한 정부의 지원책이 부족하거나 또는 법적으로 지원 여부가 모호한 경우가 있음. 따라서 해외진출 및 교류를 위한 세부 시행규칙을 마련해야 함. 주요 지원 정책으로는 해외시장 진출 시 국가별 차별화된 전문적 정보 및 법적 신고/인허가 사항 등 정보 제공이 이루어져야 함(현지 인력고용, 한식 및 외식전문 인력 해외 파견, 법적 신고/인허가 사항/ 현재 대체 식재료 개발, 한국 식재료 활용을 위한 가공식품개발 및 유통 등) |  |

| 법령 부문  | 시행령 부문  |
|--|---|
| <p>제10조(외식상품 표준화의 추진) - 외식산업의 표준화가 중요하기는 하지만 외식의 유행에 민감하고, 다양하고 창의적인 아이디어가 투입되는 상품이므로 제조업 처럼 일률적인 표준화를 실행하기에는 한계가 있음. 따라서 현 외식산업진흥법 상의 표준화 법령은 자칫 차별화된 외식상품의 개발을 저해하는 요인이 될 수 있음. 따라서 외식산업만의 창의적이며 효율적인 운영을 위해서는 표준화가 가능한 부분과 유연성이 필요한 부분을 구분한 법조항이 필요함</p>  |   |
| <p>제14조(우수 외식업 지구의 지정) - 우수 외식업 지구 선정 조건 및 평가에 있어 고객들이 공감할 수 있는 감성적인 맛, 대중선호도, 위생과 같은 내용이 강화 및 추가되는 것이 필요함. 또한 선정된 지구에 대한 관리 및 지원에 대해서도 운영의 효율성 및 고객대상 홍보측면에서의 강화가 필요함. 이와 함께 국내에 우수 외식업 지구를 어느 정도(수)가 지정할지에 대한 부분도 검토해 봐야 할 것임(지구의 수가 지나치게 많을 경우 이에 대한 희소성 및 신뢰도가 낮아지고 관리측면에서도 어려움이 나타날 수 있을 것으로 생각됨(모범음식점 등 현재 운영되고 있는 각종 지정제도의 문제점이 외식업 지구에서도 나타날 수 있음)</p> |   |
| <p>제16조(우수 식재료 사용 촉진) - 현 법에서 뜻하는 우수 식재료에 대한 보다 구체적인 정의 및 기준이 필요함. 또한 법에서 의미하는 우수식재료를 사용할 경우 메뉴북 등에 식재료의 원산지(지역명 등)를 표시하게 함으로써 외식사업자와 고객 모두 우수식재료 사용에 대한 잇점을 느끼 수 있도록 하는 것이 필요함.</p>   |   |
|  | <p>제19조(권한의 위임 및 업무의 위탁) - 권한의 위임 및 위탁에 있어 특별자치시장이 추가되어야 함(세종특별자치시)</p> |

### ③ 외식산업 진흥 및 육성을 위한 규제 개선(안)

모든 산업에 있어 진흥과 규제가 적정 수준으로 이루어져야 하며, 진흥만 강화하거나 또는 규제만 강화할 경우 해당 산업의 질적 성장에는 한계가 나타나게 됨. 외식산업 역시 그동안은 규제 중심에서 2011년 외식산업진흥법의 제정과 함께 산업의 진흥 및 육성을 위한 법적 기준이 마련됐다는 것은 산업의 성장측면에서 매우 고무적이라 할 수 있음.

반면 업계에서는 아직까지 ‘적정 규제’, ‘산업의 경쟁력을 강화하는 측면에서의 규제’에는 한계가 있다는 의견이 지배적임. 이에 따라 현 외식산업진흥법에 포함되어 있거나 또는 포함되어 있지 않더라도 외식산업의 진흥 및 육성을 위해 우선적으로 개선되어야 할 분야에 대한 의견을 조사한 결과 아래와 같이 나타남.

- 외식산업진흥법 제10조(외식상품 표준화의 추진) - 본 법령에서의 표준화의 의미는 다양한 분야에 적용될 수 있지만 일부는 소비자 입장에서의 규정도 함께 도입되어야 함. 대표적인 예로 외식업소에서 제공하는 1인분의 양을 원가 및 가격 등 업소 운영적 측면에서의 1인분 기준도 필요하지만 소비자 입장에서 가격대비, 그리고 음식을 남기지 않고 먹을 수 있는 적정 양에 대한 1인분에 대한 표준화 기준을 규정하는 것도 필요함.
- 위생지도 감독의 자율규제 법제화 - 외식업소 운영에 있어 위생관리에 대한 부분은 무엇보다 중요하지만 이를 단속 및 적발 중심으로 운영하기 보다는 외식업소 스스로가 점검하고 관리함으로써 미연에 사고를 방지할 수 있는 시스템을 만들고 이를 법제화하는 것이 필요함. 즉, 위생 자기평가 기준을 제공함으로써 외식업소가 스스로 위생기준에 부합할 수 있도록 해야 함.
- 외국인 근로자 채용의 행정절차 간소화 - 외식업 운영의 지속적인 문제 중 하나가 바로 인력난으로 특히 기업형 외식업체가 아닌 일반 업소의 경우에는 인력난으로 인한 경영의 어려움이 더욱 가중되고 있는 실정임. 이에 따라 외국인 근로자에 의존할 수 밖에 없는 상황이지만 외국인 근로자를 채용하는 절차의 복잡함으로 인한 어려움 역시 해결되지 않는 상황임. 이에 따라 단기 체류지만 고급인력으로 분류할 수 있는 외국인 유학생과 지속 체류자라 할 수 있는 결혼이민자 등에 대한 채용절차를 간소화하는 것이 필요함.
- 중소기업 적합업종 정책 개선 - 중소기업 적합업종 지정에 대한 부분은 대기업과 골목상권이라 칭하는 일반업소 간의 상반된 의견이 계속되고 있지만 소비자 측면에서 보면 선택권을 제한하는 정책이 될 수 있으며, 또한 산업을 질적 성장을 리딩하는 기업형 외식업체들의 성장 제한, 대기업들의 산업에 대한 투자 차단, 반면 외국계 브랜드들의 시장규모 확대라는 문제점들이 나타날 수 있는 미시적인 차원에서의 정책이 될 수 있음. 물론 골목상권의 생계에 위협이 나타날 정도의 정책 완화 역시 문제가 나타날 수 있으므로 기업형 외식업체와 골목상권이 동반성장할 수 있는 적정 수준에서의 정책이 시행되어야 할 것임.

#### ④ 외식산업진흥법에 포함될 신규 정책(안)

외식산업의 진흥 및 육성을 위해 외식산업진흥법에 새롭게 포함되어야 할 법령에 대한 의견을 조사한 결과 크게 인력지원 분야, 홍보 지원 분야, 정책위원회의 개설, 외식산업 정보 제공 분야, 음식관광 활성화 분야, 위생관리 분야, 그리고 새롭게 나타나는 사업형태 등에 대한 관리 분야 등에 대한 의견이 도출됨.

- 인력지원 분야 - 외식업소의 인력난 해소를 위한 구체적이며 실효성 있는 정책이 필요함. 즉, 인력은행 운영을 통해 구인구직을 연결하거나 비중이 지속적으로 커지고 있는 외국인 근로자를 위한 언어 및 서비스 교육, 국내 외국인 고용절차 완화 등이 법제화되어 이루어질 필요가 있음.
- 홍보 지원 분야 - 외식산업에 대한 위상 제고 및 활성화를 위한 홍보분야에 대한 지원 정책 수립이 필요함.
- 정책위원회 개설 - 외식산업의 진흥 및 육성을 위한 대표자급 정책위원회와 실무자급 정책실무위원회 개설을 위한 법적 근거 마련.
- 정보 제공 분야 - 급변하는 외식산업의 외부 환경 및 실태 파악 등을 위한 다양한 정보 제공에 대한 구체적인 정책 필요(현 법령 상 정보제공 분야에 대한 구체화 등)
- 음식관광 활성화 - 6차 산업 측면에서 농수축산업과 외식산업, 그리고 이를 관광 산업화 할 수 있도록 각 단계별 산업과의 연계를 위한 정책 수립.
- 위생관리 분야 - 외식업소의 위생 안전 및 경쟁력 강화를 위한 시스템 마련.
- 신규 사업형태에 대한 관리 분야 - 푸드트럭 등 산업의 성장에 따라 새롭게 나타나거나 또는 사업화되고 있는 형태의 관리를 위한 실지적인 법령 제정 필요.



## 2) 외식산업진흥법 개선 방안

2011년 개정 이후 2회의 일부/타법 개정이 진행된 외식산업진흥법은 관광진흥법 등 오랜 역사를 갖고 있는 타 산업 진흥법과 마찬가지로 산업 환경 및 지원방향의 변화에 따라 지속적인 개정이 이루어져야 할 것임. 즉, 산업성장 속도 및 방향에 맞춰 법령 및 시행령, 시행규칙을 개정함으로써 산업의 국내외 경쟁력 강화라는 거시적인 목적에 부합할 수 있도록 해야 할 것임.

이에 타 산업진흥법과의 비교, 그리고 전문가 델파이 조사를 통해 나타난 의견을 종합해 현 외식산업진흥법의 개정 방안을 제시하고자 함.

### (1) 외식산업진흥법 개선 방안

외식산업 서비스의 질적 향상을 통한 고객 만족도 제고 및 업소 경쟁력 강화, 궁극적으로 외식산업의 발전을 목표로 하는 '외식 서비스 인증제도'에 대한 도입을 위해서는 산업의 진흥·육성을 위한 모범인 외식산업진흥법 내에 이를 포함하는 것이 필요함. 즉, 관계법령 내에 본 제도의 목적 및 선정 대상 및 절차, 관리방안 등에 대한 구체적인 내용을 명시함으로써 해당 제도의 대외적인 효력을 강화하고 법의 범위 내에서 운영 및 지원할 수 있는 토대를 마련하는 것이 중요함.

이처럼 소비자의 만족도 제고를 위한 해당 산업의 경쟁력 강화를 목적으로 운영되고 있는 인증제도를 법으로 명시하고 있는 대표적인 사례로 '의료기관 인증제도'를 들 수 있음. 본 인증제도는 의료기관의 의무 사항은 아니지만(요양기관 및 정신병원은 서비스의 특성상 의무사항으로 명시) 의료법 내에 본 인증제도에 대한 운영 원칙 및 지원 사항 등을 명시함으로써 공신력 확보와 함께 의료기관들의 참여 및 인증기관에 대한 소비자들의 신뢰도를 높이고 있음. 또한 관계법의 범위 내에서 인증 및 관리 등이 이루어지기 때문에 공정성 및 운영상의 효율성을 도모하고 있음.

#### ○ 의료기관 인증제도

보건복지부는 의료와 질과 환자 안전의 수준을 높이기 위해 2011년부터 병원급 의료기관에 대한 '의료기관 인증'제도를 도입함(이를 위한 의료법 개정. 2010. 7. 23)

본 제도는 의료기관이 환자 안전과 의료서비스의 질 향상을 위해 자발적이고 지속적인 노력을 함으로써 국민에게 양질의 의료 서비스를 제공하도록 하는 것으로 지금까지의 공급자 중심 의료문화에서 소비자(환자 및 보호자) 중심의 의료문화로 전환시킨 혁신적인 제도로 평가되고 있음. 즉, 환자의 입장에서 의료기관들이 의료 서비스의 제공 과정에 대한 규정을 만들어 일관되게 수행할 것을 요구하는 제도로 소비자를 위한 의료서비스 제공의 계기를 마련했다는 점에서 의의가 큼. 또한 인증 과정 자체가 환자 안전과 의료의 질 관리에 대한 종사자들의 교육기회가 되고 이를 통해 종사자들이 전문화된 지식을 습득함으로써 의료기관의 의료수준이 한 단계 업그레이드되는 원동력이 되고 있음.

의료기관 인증제의 대상은 모든 의료기관을 대상으로 하고 있으며, 다만 요양병원과 정신병원은

의료 서비스의 특성 및 환자의 권익 보호 등을 고려하여 2013년부터 의무적으로 인증 신청을 하도록 의료법에 명시되어 있음.

한편 인증을 받을 의료기관들이 인증 준비를 하면서 인증제에서 요구되지 않는 시설에 대한 과투자 및 불필요한 기준을 종사자들에게 요구하는 등의 문제로 인해 인증제가 어렵다는 인식을 불식시키기 위해 ‘인증준비 컨설팅’을 진행하고 있음. 즉, 의료기관은 모의조사 컨설팅을 통해 인증 획득의 가능성을 미리 점검해 볼 수 있으므로 컨설팅 결과에 따라 인증 신청과 조사 시점을 조정할 수 있음.

의료기관인증위원회를 설립, 자격조건을 간추린 별도의 조사위원을 통해 선정하는 의료기관 인증제는 선정 시 인증서와 인증마크를 부여하며, 4년 간 유효, 인증기간 만료 시 재신청을 할 수 있음.

보건복지부는 이러한 의료기관 인증제를 의료법에 명시함으로써 법의 범위 내에서 본 인증제도가 운영될 수 있도록 함.

〈표 3-7〉 외식산업진흥법 개정 방안

| 기존 내용 개정(안)   | 신설 법률(안)   |
|---|--|
| <p>제2조(정의)</p> <p>- '외식, 외식상품, 외식산업, 외식사업, 외식사업자'의 5가지 용어에 대한 보다 구체적인 용어 정의와 함께 기존 내용의 개정 및 신설 법률에 맞춰 필요 용어에 대한 추가 필요.</p>  | <p>○ 외식사업의 종류 및 범위 명기</p> <p>- 현행 법에는 외식사업에 대해 '외식산업과 관련된 경제활동'이라고만 정의했을 뿐 구체적으로 외식사업의 종류와 범위 등에 대해서는 명시하지 않고 있다 보니 진흥 및 지원의 대상이 모호하고 정책적인 집중에 한계가 있을 것으로 판단됨. 이에 따라 외식사업의 종류와 범위 등에 대한 명확한 기준을 마련하는 것이 필요함.</p>   |
| <p>제5조(외식산업 진흥 기본계획의 수립)</p> <p>- 각각의 산업 진흥 기본 계획에 대한 세부 시행령 및 시행규칙이 필요함</p>  | <p>○ 창업 및 기존 사업자에 대한 컨설팅 지원</p> <p>- 현재 식품산업진흥법을 통해 적용받고 있는 각종 컨설팅 지원에 대해 외식산업진흥법에도 명시함으로써 외식사업자가 보다 많은 지원을 받을 수 있게 하는 것이 필요함</p>  |
| <p>제6조(창업의 지원)</p> <p>- 현 창업지원 내용에 있어 다양한 정보 제공, 우수 사례 발굴 및 포상, 창업박람회와 우수 외식업소 전시회 개최 등은 성공적인 창업을 위한 실질적인 지원정책으로는 한계가 있을 것으로 판단됨. 따라서 창업을 위한 컨설팅 지원, 창업 프로세스 및 시스템 구축·제공 등 보다 실질적인 지원 정책을 보완하는 것이 필요함</p> | <p>○ 정책위원회 신설</p> <p>- 각종 법률 및 정책 등에 대한 자문 등을 진행할 수 있는 위원회를 신설함으로써 제도의 실효성을 도모함</p>  |
| <p>제7조(외식산업 전문인력의 양성)</p> <p>- 산업 경쟁력 강화를 위한 중요 분야인 전문인력 양성을 위해 전문인력의 종류 및 자격조건, 지원 정책, 활용방안, 그리고 동기부여 및 전문성 강화를 위한 자격증 제도 등이 구체적으로 명시되어야 함.</p>  | <p>○ 인력 지원</p> <p>- 외식업체에서 근무할 수 있는 인력에 대한 원활한 공급을 위해 (가칭)인력은행 제도 운영. 인력은행의 경우 단순히 교육만을 진행하는 것이 아니라 구직자와 외식업체에 대한 DB 등을 구축, 리쿠르팅이 이루어질 수 있도록 해야 하기 때문에 전문업체를 통한 위탁 운영 형태가 적합할 것으로 판단됨. 필요 인력은 내국인 및 외국인을 모두 포함하며, 외국인의 경우에는 언어 및 기본 업무 교육을 병행할 수 있음.</p> |
| <p>기타</p> <p>- 외식상품 표준화 추진, 국제 교류 및 해외시장 진출 지원, 연구 개발 사업의 추진, 외식문화 선진화, 우수 식재료 사용 추진 등 각 사업별로 세부적인 추진 방향 및 지원 내용 등이 명시되어야 함</p>   | <p>○ 외식산업 서비스 인증제</p> <p>- 외식산업의 서비스 경쟁력 제고 및 효율화를 위한 서비스 인증제 도입과 함께 이를 법제화하는 것이 필요함</p> <p>- 법제화를 통해 서비스 인증제도의 내용 및 인증 절차, 조건, 혜택 등에 세부적인 내용이 명시되어야 함</p>   |

〈표 3-8〉 의료법 중 의료기관 인증에 대한 법령/시행령/시행규칙

| 의료법<br>[법률 제10609호, 2011.4.28., 일부개정]   | 의료법 시행령<br>[대통령령 제25050호, 2013.12.30., 타법개정]   | 의료법 시행규칙<br>[보건복지부령 제262호, 2014.9.19., 일부개정]  |
|---|--|---|
| 제6장 감독  |  |   |
| 제58조(의료기관 인증) ① 보건복지부장관은 의료의 질과 환자 안전의 수준을 높이기 위하여 병원급 의료기관에 대한 인증(이하 "의료기관 인증"이라 한다)을 할 수 있다.<br>② 보건복지부장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 의료기관 인증에 관한 업무를 관계 전문기관(이하 "인증전담기관"이라 한다)에 위탁할 수 있다. 이 경우 인증전담기관에 대하여 필요한 예산을 지원할 수 있다.<br>③ 보건복지부장관은 다른 법률에 따라 의료기관을 대상으로 실시하는 평가를 통합하여 인증전담기관으로 하여금 시행하도록 할 수 있다.<br>[전문개정 2010.7.23] | 제29조(의료기관 인증업무의 위탁) ① 법 제58조제2항에 따라 보건복지부장관은 의료기관 인증을 목적으로 보건복지부장관의 허가를 받아 설립된 비영리법인(이하 이 조에서 "인증전담기관"이라 한다)에 다음 각 호의 업무를 위탁한다.<br>1. 법 제58조의3제2항에 따른 인증기준의 충족 여부 평가<br>2. 법 제58조의3제3항에 따른 평가결과와 인증등급의 통보<br>3. 법 제58조의3제6항에 따른 조건부인증을 받은 의료기관에 대한 재인증<br>4. 법 제58조의4제1항 및 제2항에 따른 인증신청의 접수<br>5. 법 제58조의5에 따른 이의신청의 접수 및 처리 결과의 통보<br>6. 법 제58조의6제1항에 따른 인증서 교부<br>7. 법 제58조의7제1항에 따른 인증을 받은 의료기관의 인증기준, 인증 유효기간 및 법 제58조의3제2항에 따라 평가한 결과 등의 인터넷 홈페이지 등에의 공표<br>② 인증전담기관의 장은 위탁받은 업무의 처리 내용을 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 보건복지부장관에게 보고하여야 한다.<br>[전문개정 2011.1.24] | 제62조(수탁사업 실적 보고) ① 법 제58조제2항 및 영 제29조제1항에 따라 업무를 위탁받은 인증전담기관(이하 "인증전담기관"이라 한다)의 장은 영 제29조제2항에 따라 인증신청 접수·평가결과 등 인증업무의 처리 내용을 별지 제23호의2서식에 따라, 이의신청 처리결과에 관한 내용을 별지 제23호의3서식에 따라 매 분기마다 보건복지부장관에게 보고하여야 한다.<br>② 영 제29조제2항에 따라 인증전담기관의 장은 법 제58조의3제2항 및 제4항에 따른 의료기관별 인증기준의 충족 여부에 대한 평가결과와 인증등급을 지체없이 보건복지부장관에게 보고하여야 한다.<br>[전문개정 2011.2.10] |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | <p>제58조(잔여재산 처분의 허가) 의료법인의 대표자 또는 청산인이 「민법」 제80조제2항에 따라 잔여재산의 처분에 대한 허가를 받으려면 다음 각 호의 사항을 적은 잔여재산 처분허가신청서를 시·도지사에게 제출하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 처분 사유</li> <li>2. 처분하려는 재산의 종류·수량 및 금액</li> <li>3. 재산의 처분 방법 및 처분계획서</li> </ol> |
| <p>제58조의2(의료기관인증위원회) ① 보건복지부장관은 의료기관 인증에 관한 주요 정책을 심의하기 위하여 보건복지부장관 소속으로 의료기관인증위원회(이하 이 조에서 "위원회"라 한다)를 둔다.</p> <p>② 위원회는 위원장 1명을 포함한 15인 이내의 위원으로 구성한다.</p> <p>③ 위원회의 위원장은 보건복지부차관으로 하고, 위원회의 위원은 다음 각 호의 사람 중에서 보건복지부장관이 임명 또는 위촉한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 제28조에 따른 의료인 단체 및 제52조에 따른 의료기관단체에서 추천하는 자</li> <li>2. 노동계, 시민단체(「비영리민간단체지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체를 말한다), 소비자단체(「소비자기본법」 제29조에 따른 소비자단체를 말한다)에서 추천하는 자</li> <li>3. 보건의료에 관한 학식과 경험이 풍부한 자</li> <li>4. 보건복지부 소속 3급 이상 공무원 또는 고위공무원단에 속하는 공무원</li> </ol> <p>④ 위원회는 다음 각 호의 사항을 심의한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 인증기준 및 인증의 공표를 포함한 의료기관 인증과</li> </ol> | <p>제30조(의료기관인증위원회의 구성) 법 제58조의2제1항에 따른 의료기관인증위원회(이하 "인증위원회"라 한다)의 위원은 다음 각 호의 구분에 따라 보건복지부장관이 임명하거나 위촉한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 법 제28조에 따른 의료인 단체 및 법 제52조에 따른 의료기관단체에서 추천하는 사람 5명</li> <li>2. 노동계, 시민단체(「비영리민간단체지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체를 말한다), 소비자단체(「소비자기본법」 제29조에 따른 소비자단체를 말한다)에서 추천하는 사람 5명</li> <li>3. 보건의료에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람 3명</li> <li>4. 보건복지부 소속 3급 이상 공무원 또는 고위공무원단에 속하는 공무원 1명</li> </ol> <p>[전문개정 2011.1.24]</p> |  |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>관련된 주요 정책에 관한 사항</p> <p>2. 제58조제3항에 따른 의료기관 대상 평가제도 통합에 관한 사항</p> <p>3. 제58조의7제2항에 따른 의료기관 인증 활용에 관한 사항</p> <p>4. 그 밖에 위원장이 심의에 부치는 사항</p> <p>⑤ 위원회의 구성 및 운영, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>[본조신설 2010.7.23]</p>  |  |  |
| <p>제58조의3(의료기관 인증기준 및 방법 등) ① 의료기관 인증기준은 다음 각 호의 사항을 포함하여야 한다.</p> <p>1. 환자의 권리와 안전</p> <p>2. 의료기관의 의료서비스 질 향상 활동</p> <p>3. 의료서비스의 제공과정 및 성과</p> <p>4. 의료기관의 조직·인력관리 및 운영</p> <p>5. 환자 만족도</p> <p>② 보건복지부장관은 인증을 신청한 의료기관에 대하여 제1항에 따른 인증기준의 충족 여부를 평가하여야 한다.</p> <p>③ 보건복지부장관은 제2항에 따라 평가한 결과와 인증 등급을 지체 없이 해당 의료기관의 장에게 통보하여야 한다.</p> <p>④ 인증등급은 인증, 조건부인증 및 불인증으로 구분한다.</p> <p>⑤ 인증의 유효기간은 4년으로 한다. 다만, 조건부인증의 경우에는 유효기간을 1년으로 한다.</p> <p>⑥ 조건부인증을 받은 의료기관의 장은 유효기간 내에 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 재인증을 받아야 한다</p> | <p>「전문의의 수련 및 자격 인정 등에 관한 규정」 제7조(수련병원 및 수련기관의 지정기준) ① 수련병원으로 지정받으려는 의료기관은 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다.</p> <p>1. 종합병원 또는 병원일 것</p> <p>2. 수련시키려는 전문과목에 관한 진료과가 설치되어 있고, 1년 이상의 진료실적이 있을 것</p> <p>3. 각 과에 전속 전문의가 있을 것</p> <p>4. 인턴과정과 레지던트과정으로 구분하여 병원의 규모, 과목별 시설, 인력, 장비 및 진료실적이 보건복지부령으로 정하는 기준에 적합할 것</p> <p>5. 「의료법」 제58조의3제4항에 따른 인증 또는 조건부 인증을 받았을 것</p> <p>② 수련기관으로 지정받으려는 의과대학 또는 그 밖의 보건관계 기관은 보건복지부령으로 정하는 과목별 시설, 인력 및 장비의 기준을 갖추어야 한다.</p> <p>③ 제1항 및 제2항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 수련병원 및 수련기관의 지정기</p> | <p>「전문의의 수련 및 자격 인정 등에 관한 규정 시행규칙」 제7조(수련병원 및 수련기관의 지정기준) ① 영 제7조제1항에 따라 인턴의 수련병원으로 지정받을 수 있는 의료기관은 내과, 외과, 소아청소년과, 산부인과, 마취통증의학과, 영상의학과와 진단검사의학과 또는 병리과가 설치되어 있고 각 과에 전속 전문의가 있어야 하며 별표 1의 기준에 적합하여야 한다.</p> <p>② 영 제7조제1항에 따라 레지던트의 수련병원으로 지정받을 수 있는 의료기관은 수련시키려는 전문과목에 관한 진료과가 설치되어 있고, 그 과에 전속 전문의가 있어야 하며, 별표 2의 기준에 적합하여야 한다.</p> <p>③ 영 제7조제2항제1호에 따라 국공립병원을 수련병원으로 지정하려는 경우에는 전속 전문의 또는 일부 진료과가 없는 경우에도 수련병원 또는 수련기관으로 지정된 다른 병원 또는 기관에 일정 기간 위탁하여 수련시킬 것을 조건으로 하여 수련병원으로 지정할 수 있다.</p> <p>④ 영 제7조제2항제2호에 따라 정신건강의학과, 안과, 결핵과, 재활의학과, 예방의학과 및 직업환경의학과의 수</p> |

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>다.</p> <p>⑦ 제1항에 따른 인증기준의 세부 내용은 보건복지부장관이 정한다.</p> <p>[본조신설 2010.7.23]</p> | <p>준을 보건복지부령으로 다르게 정할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 국공립병원을 수련병원으로 지정하는 경우</li> <li>2. 보건복지부령으로 정하는 단일 전문과목의 수련을 위한 수련병원 및 수련기관을 지정하는 경우</li> <li>3. 그 밖에 의료인력의 수급 조절 등 보건의료정책상 필요한 경우</li> </ol> <p>[전문개정 2014.4.1]</p> <p>[시행일:2014.7.1] 제7조</p> | <p>련을 위한 레지던트의 수련병원 또는 수련기관으로 지정 받을 수 있는 의료기관 및 그 밖의 보건관계 기관은 종합 병원, 병원, 의과대학 또는 국공립 보건관계 기관으로서 해당 전문과목에 관한 전속 전문의가 있고 별표 3의 기준에 적합하여야 한다. &lt;개정 2011.12.7&gt;</p> <p>⑤ 영 제7조제2항제3호에 따라 가정의학과 레지던트의 수련병원으로 지정받으려는 경우에는 다음 각 호의 기준에 적합하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 제1항 및 별표 1의 인턴 수련병원 지정기준</li> <li>2. 인턴의 수련병원이 갖추어야 할 진료과 및 가정의학과 외에 전속 전문의가 있는 2개 이상의 진료과 설치</li> <li>3. 별표 2 제2호 가정의학과란의 전속 전문의 수, 연간 환자진료 실적, 시설 및 기구의 기준</li> </ol> <p>제62조(수탁사업 실적 보고) ① 법 제58조제2항 및 영 제29조제1항에 따라 업무를 위탁받은 인증전담기관(이하 "인증전담기관"이라 한다)의 장은 영 제29조제2항에 따라 인증신청 접수·평가결과 등 인증업무의 처리 내용을 별지 제23호의2서식에 따라, 이의신청 처리결과에 관한 내용을 별지 제23호의3서식에 따라 매 분기마다 보건복지부장관에게 보고하여야 한다.</p> <p>② 영 제29조제2항에 따라 인증전담기관의 장은 법 제58조의3제2항 및 제4항에 따른 의료기관별 인증기준의 충족 여부에 대한 평가결과와 인증등급을 지체없이 보건복지부장관에게 보고하여야 한다.</p> <p>[전문개정 2011.2.10]</p> <p>제63조(의료기관의 재인증) ① 법 제58조의3제6항에 따라 재인증을 받으려는 의료기관의 장은 별지 제23호의4서식</p> |
|---|---|--|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>의 인증신청서와 별지 제23호의5서식의 의료기관 운영현황을 인증전담기관의 장에게 제출하여야 한다.</p> <p>② 의료기관의 재인증 절차는 다음 각 호와 같으며, 재인증 절차의 세부적인 사항은 보건복지부장관의 승인을 받아 인증전담기관의 장이 정한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 인증신청</li> <li>2. 조사계획 수립</li> <li>3. 서면 및 현지조사 실시</li> <li>4. 평가결과 분석 및 인증등급 결정</li> <li>5. 이의신청 심의 및 처리결과 통보</li> <li>6. 평가결과 및 인증등급 확정 및 공표</li> </ol> <p>[전문개정 2011.2.10]</p> <p>제64조의4(이의신청의 방법 및 처리 결과 통보) ① 의료기관의 장은 법 제58조의3제3항에 따라 통보받은 평가결과 및 인증등급에 대하여 이의가 있는 경우에는 그 통보받은 날부터 30일 내에 이의신청의 내용 및 사유가 포함된 별지 제23호의8서식의 이의신청서에 주장하는 사실을 증명할 수 있는 서류를 첨부하여 인증전담기관의 장에게 제출하여야 한다.</p> <p>② 인증전담기관의 장은 제1항에 따른 이의신청을 받은 경우 그 이의신청 내용을 조사한 후 처리 결과를 이의신청을 받은 날부터 30일 내에 해당 의료기관의 장에게 통보하여야 한다.</p> <p>[본조신설 2011.2.10]</p> <p>제64조의6(인증마크의 도안 및 표시방법) ① 제58조의6제3항에 따른 인증을 나타내는 표시(이하 "인증마크"라 한다)의 도안 및 표시방법은 별표 9와 같다.</p> |
|--|--|--|



|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | <p>② 인증마크의 사용기간은 법 제58조의3제5항에 따른 의료기관 인증의 유효기간으로 한다.</p> <p>[본조신설 2011.2.10]</p>   |
| <p>제58조의4(의료기관 인증의 신청) ① 의료기관 인증을 받고자 하는 의료기관의 장은 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 보건복지부장관에게 신청할 수 있다.</p> <p>② 제1항에도 불구하고 제3조제2항제3호에 따른 요양병원(「장애인복지법」 제58조제1항제2호에 따른 의료재활시설로서 제3조의2에 따른 요건을 갖춘 의료기관은 제외한다)의 장은 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 보건복지부장관에게 인증을 신청하여야 한다.</p> <p>③ 인증전담기관은 보건복지부장관의 승인을 받아 의료기관 인증을 신청한 의료기관의 장으로부터 인증에 소요되는 비용을 징수할 수 있다.</p> <p>[본조신설 2010.7.23]</p> |  | <p>제64조(의료기관 인증의 신청 등) ① 법 제58조의4제1항에 따라 인증을 받으려는 의료기관의 장은 별지 제23호의4서식의 인증신청서와 별지 제23호의5서식의 의료기관 운영현황을 인증전담기관의 장에게 제출하여야 한다.</p> <p>② 제1항에 따른 인증 절차는 제63조제2항을 준용한다.</p> <p>③ 보건복지부장관은 법 제58조의4제2항에 따른 요양병원의 장에게 인증신청기간 1개월 전에 인증신청 대상 및 기간 등 조사계획을 수립·통보하여야 한다.</p> <p>④ 제3항에 따라 조사계획을 통보받은 요양병원의 장은 신청기간 내에 인증전담기관의 장에게 별지 제23호의4서식의 인증신청서와 별지 제23호의5서식의 의료기관 운영현황을 인증전담기관의 장에게 제출하여야 한다.</p> <p>⑤ 인증전담기관의 장은 별지 제23호의6서식의 인증신청 접수대장과 별지 제23호의7서식의 인증서 교부대장을 작성하여 최종 기재일로부터 5년간 보관하여야 한다. 이 경우 해당 기록은 전자문서로 작성·보관할 수 있다.</p> <p>[전문개정 2011.2.10]</p> <p>제64조의3(인증비용의 승인) 법 제58조의4제3항에 따라 인증전담기관의 장은 의료기관의 종류 및 규모별로 인증에 소요되는 비용을 다음 각 호에 따라 산정하여 보건복지부장관의 승인을 받아야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조사수당, 여비 등 현지조사에 드는 직접비용</li> <li>2. 인건비, 기관운영비 등 인증전담기관 운영에 드는 간접비용</li> </ol> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>3. 그 밖에 의료기관 인증기준을 충족하도록 지원하는 전문가의 진단 및 기술 지원 등에 드는 컨설팅 비용<br/>[본조신설 2011.2.10]</p>   |
| <p>제58조의5(이의신청) ① 의료기관 인증을 신청한 의료기관의 장은 평가결과 또는 인증등급에 관하여 보건복지부장관에게 이의신청을 할 수 있다.</p> <p>② 제1항에 따른 이의신청은 평가결과 또는 인증등급을 통보받은 날부터 30일 이내에 하여야 한다. 다만, 책임질 수 없는 사유로 그 기간을 지킬 수 없었던 경우에는 그 사유가 없어진 날부터 기산한다.</p> <p>③ 제1항에 따른 이의신청의 방법 및 처리 결과의 통보 등에 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다.<br/>[본조신설 2010.7.23]</p> |  |  |
| <p>제58조의6(인증서와 인증마크) ① 보건복지부장관은 인증을 받은 의료기관에 인증서를 교부하고 인증을 나타내는 표시(이하 "인증마크"라 한다)를 제작하여 인증을 받은 의료기관이 사용하도록 할 수 있다.</p> <p>② 누구든지 제58조제1항에 따른 인증을 받지 아니하고 인증서나 인증마크를 제작·사용하거나 그 밖의 방법으로 인증을 사칭하여서는 아니 된다.</p> <p>③ 인증마크의 도안 및 표시방법 등에 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다.<br/>[본조신설 2010.7.23]</p>              |  | <p>제64조의5(인증서 교부 및 재교부) ① 인증전담기관의 장은 법 제58조의6제1항에 따라 의료기관 인증을 받은 의료기관에 별지 제23호의9서식의 의료기관 인증서를 교부하여야 한다.</p> <p>② 제1항에 따라 의료기관 인증서를 교부받은 자가 다음 각 호의 어느 하나의 사유로 의료기관 인증서의 재교부를 받으려는 경우에는 별지 제23호의10서식의 의료기관 인증서 재발급 신청서에 의료기관 인증서(의료기관 인증서를 잃어버린 경우는 제외한다)와 증명서류(제2호의 경우만 해당한다)를 첨부하여 인증전담기관의 장에게 제출하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 인증서를 잃어버리거나 헐어 사용하지 못하게 된 경우</li> <li>2. 대표자 변경</li> </ol> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>③ 제2항에 따른 의료기관 인증서 재교부 신청을 받은 인증전담기관의 장이 의료기관 인증서를 재교부한 때에는 별지 제23호의7서식의 인증서 교부대장에 그 내용을 적어야 한다.</p> <p>[본조신설 2011.2.10]</p>  |
| <p>제58조의7(인증의 공표 및 활용) ① 보건복지부장관은 인증을 받은 의료기관에 관하여 인증기준, 인증 유효기간 및 제58조의3제2항에 따라 평가한 결과 등 보건복지부령으로 정하는 사항을 인터넷 홈페이지 등에 공표하여야 한다.</p> <p>② 보건복지부장관은 제58조의3제3항에 따른 평가 결과와 인증등급을 활용하여 의료기관에 대하여 다음 각 호에 해당하는 행정적·재정적 지원 등 필요한 조치를 할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 제3조의4에 따른 상급종합병원 지정</li> <li>2. 제3조의5에 따른 전문병원 지정</li> <li>3. 그 밖에 다른 법률에서 정하거나 보건복지부장관이 필요하다고 인정한 사항</li> </ol> <p>③ 제1항에 따른 공표 등에 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다.</p> <p>[본조신설 2010.7.23]</p> |  | <p>제64조의7(의료기관 인증의 공표) 인증전담기관의 장은 법 제58조의7제1항에 따라 다음 각 호의 사항을 인터넷 홈페이지 등에 공표하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 해당 의료기관의 명칭, 종별, 진료과목 등 일반현황</li> <li>2. 인증등급 및 인증의 유효기간</li> <li>3. 인증기준에 따른 평가결과</li> <li>4. 그 밖에 의료의 질과 환자 안전의 수준을 높이기 위하여 보건복지부장관이 정하는 사항</li> </ol> <p>[본조신설 2011.2.10]</p> |
| <p>제58조의8(자료의 제공요청) ① 보건복지부장관은 인증과 관련하여 필요한 경우에는 관계 행정기관, 의료기관, 그 밖의 공공단체 등에 대하여 자료의 제공 및 협조를 요청할 수 있다.</p> <p>② 제1항에 따른 자료의 제공과 협조를 요청받은 자는 정당한 사유가 없는 한 요청에 따라야 한다.</p>  |  |  |

|   |  |   |
|---|--|---|
| [본조신설 2010.7.23]  |  |   |
| <p>제58조의9(의료기관 인증의 취소) ① 보건복지부장관은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 의료기관 인증 또는 조건부인증을 취소할 수 있다. 다만, 제1호 및 제2호에 해당하는 경우에는 인증 또는 조건부인증을 취소하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 인증 또는 조건부인증을 받은 경우</li> <li>2. 제64조제1항에 따라 의료기관 개설 허가가 취소되거나 폐쇄명령을 받은 경우</li> <li>3. 의료기관의 종별 변경 등 인증 또는 조건부인증의 전제나 근거가 되는 중대한 사실이 변경된 경우</li> </ol> <p>② 제1항제1호에 따라 인증이 취소된 의료기관은 인증 또는 조건부인증이 취소된 날부터 1년 이내에 인증 신청을 할 수 없다.</p> <p>[본조신설 2010.7.23]</p> |  | <p>제64조의8(의료기관 인증서의 반납) 법 제58조의9에 따라 의료기관 인증 또는 조건부인증이 취소된 의료기관의 장은 지체없이 인증서를 인증전담기관의 장에게 반납하여야 한다.</p> <p>[본조신설 2011.2.10]</p> |

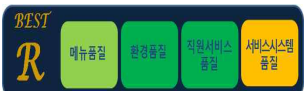
## IV. 결론 및 제언

### 1. 요약 및 결론

- ‘외식서비스 인증제’란 식음을 판매하는 음식점에서 고객이 접하게 되는 경험요소 즉, 서비스 상품, 서비스 환경, 서비스 전달과정과 이러한 외식서비스 품질 제고를 위한 운영 시스템에 대한 수준을 평가하여 그 결과에 따라 인증을 부여하는 제도라고 할 수 있음. 외식서비스 인증제는 우수사례가 될 수 있는 음식점들을 지정 운영하여 인증업소 뿐 아니라 타 음식점들이 우수 업소들에서의 벤치마킹을 통해 외식서비스 품질 제고를 위한 노력을 유도할 수 있어 음식점의 경쟁력과 영업력을 향상시킬 수 있음. 이는 음식점을 이용하는 고객들의 음식점에 대한 신뢰도와 만족도를 높일 수 있고, 고객신뢰와 만족은 음식점 재방문에 긍정적인 영향을 미쳐 결국 외식산업의 경쟁력을 강화시키고자 하는 인증제도임.
- 그러나 각 정부 부처별, 지자체별로 너무나 다양한 외식관련 인증제도의 산발적인 운영으로 외식소비자들은 지정을 받은 업체들이 어떤 부분에서의 인증을 받은 것인지, 또 어떤 장점을 가지고 운영하는 것인지도 모르는 상태에서 이용하고, 정부에서 인증을 받은 업소를 이용하면서 업소에 대한 기대치를 가지고 방문을 했으나 인증과 달리 운영되어지는 실태로 인해 인증제도에 대한 신뢰도가 매우 낮게 나타났음. 본 연구를 수행하면서 ‘외식서비스인증제’의 신규 인증제도 운영에 대한 외식관련 전문가 FGI에서도 신규 인증제도를 도입하는 것에 대한 회의적인 의견들이 있었으나 그럼에도 불구하고 일반소비자, 외식업체 경영주 및 종사자, 외식관련 전문가들 중에 ‘외식서비스 인증제’ 도입에 대해 긍정적으로 인식하고 필요성을 느끼는 비율이 더 높은 것은 현재 외식서비스의 수준이 낮기 때문에 서비스력을 향상시켜 외식산업의 질적인 성장에 대한 기대감이 크기 때문이었음.
- 기존의 외식관련 인증제도 분석을 통해 평가방법, 평가지표, 사후관리, 인센티브에 대한 비교분석을 통한 문제점, 서비스 관련 인증제도나 수상제도 분석을 통해서도 기업형 중심의 인증제도와 음식점 현장에서 이루어지고 있는 고객접점서비스의 만족도와 차이가 있는 점, 개인 업소에서 부담하기 어려운 심사비용 등의 문제점을 도출함으로써 ‘외식서비스 인증제’에 있어서 신뢰도와 타당도를 확보할 수 있는 기본방향 설정에 적용하였음. 정부주도 인증제에서 부족한 부분을 보완하여 최적의 운영모델(안)을 마련하기 위하여 신뢰 수준이 비교적 높은 외식관련 국내·외 민간주도 인증제 운영방법과 외식 분야가 아닌 문화체육관광부 및 보건복지부에서 인정하고 있는 인증제의 운영방법 분석을 통하여 ‘외식서비스 인증제’ 운영모델(안)을 개발하였음.

| 운영 절차 | 항목   | 적합모델기준  | 선정기준   |
|-------|------|---|--|
| 명칭    | 명칭   | <ul style="list-style-type: none"> <li>베스트 R(레스토랑)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>단순하면서도 외식서비스 우수업소의 의미 전달. 누구나 알기 쉽게 인식할 수 있는 것이 중요</li> </ul>   |
| 운영 주체 | 지정기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>농림축산식품부</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>농림축산식품부 지정(후원) 인증제가 되어야 기존 정부주도 인증제보다 더 공신력을 갖추어 외식업소 경영주와 고객들에게 어필할 수 있음</li> </ul>  |
|       | 인증기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>aT농수산식품유통공사</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>공신력을 갖춘 인증제 지정을 위해서는 지정기관 뿐 아니라 인증기관도 정부기관에 준하는 공신력을 갖춘 기관에서의 운영이 필요함</li> <li>농수산유통공사는 직접사업과 위탁사업을 모두 수행 가능하고, 위탁사업자 선정에 대한 기준도 마련되어 있음</li> </ul>   |
|       | 심의기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증위원회</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>인정(지정)기관인 농림축산식품부와 인증전담기관의 목표와 기본방향을 조정하고 자문할 수 있는 조직이 필요함. 운영에 대한 기본방향 및 세부사항을 심의·의결할 수 있음</li> </ul>  |
|       | 심사기관 | <ul style="list-style-type: none"> <li>기관 : 위탁전문기관</li> <li>심사위원 자격조건 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 및 외식, 호텔 관련 경력 10년 이상자</li> </ul> </li> <li>심사위원 구성조건 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 학계, 단체(외식관련, 소비자), 전문기관 등 다양한 조직의 전문가 구성</li> <li>- 남, 여 적정 구성(5:5)</li> </ul> </li> <li>심사위원 명단 공개불가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>객관적이고 전문적인 평가 및 심사가 이루어질 수 있는 기관 선정이 필요함. 경쟁입찰을 통한 위탁기관으로서의 심사업무 수행가능성, 전문성, 적정성을 판단하게 됨</li> <li>심사에 대한 전문성과 공정성을 위해 심사위원에 대한 자격조건과 구성조건 필요. 자격 및 구성 조건은 공개하되 심사위원 명단은 비밀로 운영될 수 있도록 하는 것이 필요함</li> </ul>  |
| 인증 대상 | 인증대상 | <ul style="list-style-type: none"> <li>일반음식점 (단, self-service restaurants 제외)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국표준산업분류 상 외식업이라고 할 수 있는 음식점 및 주점업 중에서 전체의 53.6%를 차지하고 있는 일반음식점을 대상으로 시행하는 것이 외식업분야 인증제로서 대표성을 가질 수 있고, 외식업 전반에 대한 영향력도 가장 큼</li> <li>외식서비스 인증제는 메뉴, 물리적 환경, 직원의 서비스, 서비스 시스템 등 고객접점에서 이루어지는 서비스를 기준으로 평가하는데, Self-service restaurant은 직원의 서비스 부문에서 평가가 한정되기 때문에 우선 제외하는 것이 타당하다고 판단됨. 전면 확대 시행 시 적용 검토 필요</li> </ul> |

| 운영 절차      | 항목               | 적합모델기준   | 선정기준  |
|------------|------------------|--|---|
| 인증 대상      | 자격               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 자격기준               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신청일 기준 최소 3년 이상 영업을 지속하고 있는 업소</li> <li>- 지위승계인 경우, 지위승계 후 1년 이상 영업을 지속하고 있는 업소(업종 및 대표메뉴 변경이 아닌 경우)</li> <li>- 영업과 적합한 사업신고 및 허가증을 발급받은 업소</li> <li>- 신청일 기준 1년 이내에 식품위생법 및 외식관련법 위반 사실이 없는 경우</li> <li>- 신청일 기준 국세, 지방세를 완납한 업소</li> <li>- 정식 건축허가를 받은 건물에서 영업을 하는 업소</li> <li>- 지자체 업소 위생점검에 합격 또는 자율점검에 참여하고 있는 업소</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증대상 자격기준을 엄격히 하는 것이 인증제에 대한 신뢰와 가치를 높일 수 있음</li> <li>• 외식시장에서 인증할 수 있는 기준 필요</li> <li>• 법적으로 위반 사항이 없는 적법한 업소를 대상으로 해야 기본적인 공정성을 반영하였다는 신뢰를 얻을 수 있음</li> </ul>                |
|            | (평가를 위한)<br>대상구분 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서비스행태에 따른 이원화 (fullservice, limitedservice)</li> <li>• 규모에 따른 이원화(300㎡ 미만 / 300㎡ 이상)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식서비스 인증제가 고객접점 서비스중심의 평가이기 때문에 서비스행태에 따른 분류 제안</li> <li>• 규모에 따라 서비스품질에 영향을 미칠 수 있는 인력구성 및 재정적 여력 등 차이가 크게 나타남</li> </ul>   |
| 대상 선정      | 방법여부             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시군구 추천을 통한 신청제</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시군구의 추천을 통해 지역 평판을 고려한 적절한 외식업소를 선별하고, 조직적인 홍보 및 참여를 독려할 수 있는 방법을 적용하여 인증제를 안정적으로 정착시키는 것이 필요함</li> </ul>  |
|            | 참여여부             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 임의 신청제</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식서비스 수준을 향상시키고자 하는 경영자의 마인드 및 의지가 가장 중요함</li> </ul>   |
| 평가 분야 및 방법 | 평가분야             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객접점서비스(입점전~퇴점), 기타 환경, 시스템(암행평가_체크리스트)</li> <li>• 경영주 마인드(인터뷰)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식업체에서 통제할 수 있는 서비스 접점 관리가 될 수 있도록 고객접점(MOT)별 체크리스트(메뉴, 인적서비스, 물리적환경 서비스 모두 포함)</li> <li>• 외식업소의 성패는 경영주에게 달려있다고 할 정도로 외식업소의 서비스품질의 유지 및 관리에 있어 가장 중요한 것이 경영주의 마인드임</li> </ul> |
|            | 평가항목             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 세부평가항목별 1~2가지 평가요소 포함(83개 항목)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객접점별로 한 가지 평가항목 당 다양한 요소를 평가하는 것보다 한 항목에 한가지 요소를 평가하는 것이 더 정확하고 객관적인 평가가 이루어질 수 있음</li> </ul>   |

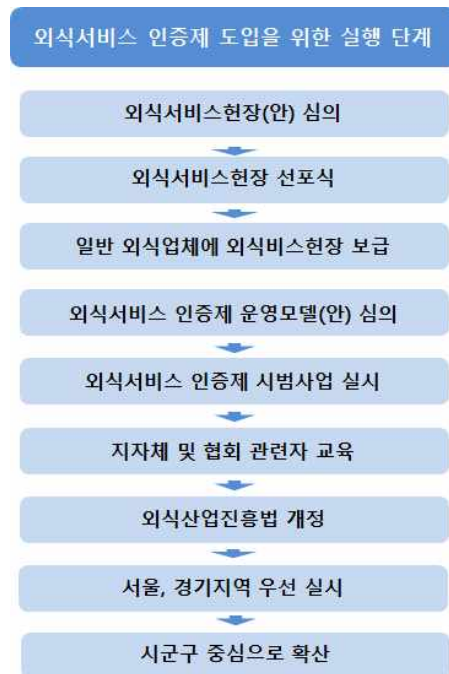
| 운영<br>절차      | 항목   | 적합모델기준   | 선정기준  |
|---------------|------|--|---|
|               | 평가방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 암행 현장심사 원칙</li> <li>• 서류심사(신청서, 자격요건에 대한 자기평가, 제반서류 등)</li> <li>• 1차 고객평가 / 2차 전문심사자 평가 / 3차 경영주 인터뷰</li> <li>- 1차 평가에서 기준점 이상인 업소만 2차 진행, 2차 평가에서 기준점 이상인 업소만 3차 진행</li> <li>• 시군구 추천을 통한 신청업소인 경우, 1차 고객평가 제외, 재인증인 경우 서류심사 제외</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 자격요건에 대한 서류심사를 통해 기본적인 공정성을 확보할 수 있고, 자기평가를 통해 업소의 자가진단 필요</li> <li>• 객관성과 공정성을 갖춘 현장 평가방법 필요</li> <li>• 인증제도 운영의 효율성을 위해 평가절차 간소화 조항을 둠</li> </ul>  |
| 인증<br>시스<br>템 | 인증기준 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,000점 만점 / 800점 이상(영역별 60%미만 과락적용)</li> <li>• 영역별 가중치 적용</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100점보다는 1000점 만점이 더욱 세밀하고 깊이 있는 평가가 이루어지는 것으로 인식될 수 있음. 또한 모든 영역별 수준이 일정기준(60%)이상이어야 외식업체 경영주와 고객들이 모두 인정할 수 있을 것임</li> </ul>  |
|               | 인증기간 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2년</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식산업은 원재료 상승, 과다경쟁과 경기침체 등 경제적 환경 뿐 아니라 소비자 트렌드의 빠른 변화 등과 같은 다양한 요인들로 휴폐업률이 높은 산업군이기 때문에 인증기간이 짧은 것이 사후관리측면에서 장점이 있음</li> <li>• 그러나 인증기간 1년은 인증제 운영면에서 어려움이 있을 수 있음</li> </ul>   |
|               | 지정방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증_1000점 만점 중 800점 이상 업소</li> <li>* 인증점수기준은 시물레이션을 통해 수정</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증제에 대한 객관성과 신뢰성을 인정받지 못한 상태에서의 등급제는 하위등급 업소의 민원이 있을 수 있음. 인증점수 기준으로 등급제가 아닌 한 단계로 지정하는 것을 원칙으로 함</li> <li>• 인증점수 기준은 업종별 시물레이션을 통해서 수정이 필요함</li> </ul>  |
|               | 표시방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 색깔표시제</li> <li>• 색깔점수기준</li> <li>- 영역별 총점수 기준 90% 이상(초록), 80% 이상(연두), 70% 이상(노랑), 60%이상(주황)</li> <li>• 외식서비스분야별 색깔표시제</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객접점 Service Cycle</li> <li>색깔표시는 평가 체크리스트의 내용과 동일하게 표현하기 때문에 외식업소 입장에서 서비스 접점 통제 및 관리가 용이하다는 장점이 있으나 접점 영역이 세분화되어 있어 고객들이 쉽게 인식하기 어렵고, 외식서비스 모든 분야를 포함하지 못함.</li> <li>• 외식서비스 분야별 우수성의 정도를 표시함으로써 고객의 입장에서 좀 더 정확한 정보를 갖고 비교선택할 수 있음</li> </ul> |



| 운영 절차 | 항목   | 적합모델기준   | 선정기준  |
|-------|------|--|---|
| 사후 관리 | 사후관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>연 1회 암행 모니터링(인증기관, 심사기관)</li> <li>상시 모니터링(고객 모니터링 제도)</li> <li>기타_위생관련은 지자체(시군구)와 협조</li> <li>연1회 자기평가서 제출</li> <li>취소기준 설정               <ul style="list-style-type: none"> <li>식품위생법 및 외식관련법 위반으로 영업정지 이상 행정 처분</li> <li>재심사 후 인증기준 미달</li> <li>정당한 사유없이 1개월 이상 휴업 또는 폐업</li> <li>민원불편사항 연3회 이상 발생</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객과 인증 및 심사기관의 동시 모니터링, 업소의 자가평가를 통한 자기업소 진단 필요</li> <li>암행 모니터링을 통해 평가하기 어려운 주방위생관련은 지자체(시군구) 보건위생과와 협조하여 관리될 수 있도록 함</li> <li>취소기준을 명확히 하여 위반 시 인증취소조치를 취하여 인증제의 신뢰성을 높여야 함</li> </ul>                           |
| 인센티브  | 인센티브 | <ul style="list-style-type: none"> <li>인증표시(마크) 사용권 부여, 인증표시판 제공</li> <li>홍보(인증제 브랜드 홍보 / 인증업소 홍보) - 다이렉트 홈페이지, 모바일 앱, QR코드 등</li> <li>환경 정비에 대한 저리용자</li> <li>우수 식재 구입을 위한 저리용자</li> <li>세제혜택 - 부가세 관련, 카드수수료 감소 등</li> <li>서비스 매뉴얼 자료 제공</li> <li>서비스 강화 지원 (현장코칭)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>인센티브로 가장 중요한 것은 외식서비스 인증제를 브랜드화시켜 자체의 신뢰성을 높여 외식업소의 참여를 유도하는 것임</li> <li>외식업소는 이윤창출을 목표로 하고 있기 때문에 영업이익 및 순이익을 높일 수 있는 지원에 매리트를 느낌</li> <li>단기적 효과보다는 장기적인 효과를 기대할 수 있고, 외식서비스 인증제 목적에도 맞는 인센티브 지원이 필요함</li> </ul> |
| 시행 방법 | 시행방법 | <ul style="list-style-type: none"> <li>단계적 시행               <ul style="list-style-type: none"> <li>우선지역 시행 후, 확산</li> </ul> </li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>안정적인 도입과 타당성을 갖춘 평가지표의 마련, 안정적인 제도 정착을 위한 시행방법이 적합하다고 사료됨</li> </ul>   |

○ 본 연구를 통해 개발된 ‘외식서비스 인증제 운영모델(안)’이 실효성을 거두기 위해서는 단계적 시행이 필요함. 업종이나 업태, 서비스 행태에 관계없이 적용 가능한 기본적인 요소를 포함하고 있는 ‘외식서비스현장’을 보급하고 실천하도록 하여 고객중심의 서비스 제공에 대한 외식서비스 문화를 정착시키는 것이 선행되어야 함. 평가를 위한 대상구분에 따른 시뮬레이션을 통해 평가 지표 및 운영시스템을 보완하고, 시범사업을 통해 외식서비스 인증제에 대한 목적과 필요성에 대한 이해도를 높인다면 외식업소의 참여를 유도하고, 이용하는 소비자들의 민원을 최소화할 수 있을 것이라고 사료됨. 서울·경기지역에 우선적으로 적용하고, 요청하는 시군구를 중심으로 확

산하는 것을 제안하였음



○ 모든 산업에 있어 진흥과 규제가 적정 수준으로 이루어져야 하며, 진흥만 강화하거나 또는 규제만 강화할 경우 해당 산업의 질적 성장에는 한계가 나타나게 됨. 그러나 업계에서는 아직까지 ‘적정 규제’, ‘산업의 경쟁력을 강화하는 측면에서의 규제’에는 한계가 있다는 의견이 지배적임. 이에 식품산업진흥법이나 유통산업발전법, 관광진흥법 등 타 법과 비교 및 전문가 조사를 통하여 형평성이 맞지 않거나 개선이 필요한 조항을 기존 내용에 개정(안)과 신설 법률(안)으로 나누어 제안하였음. 또한 ‘외식서비스 인증제’를 외식산업진흥법 내 포함시킴으로써 효력을 강화하고 법의 범위 내에서 운영 및 지원할 수 있는 토대를 마련하는 것이 필요함.

- 외식산업진흥법 기존 내용에 대한 개정(안)으로는 제2조 정의, 제5조 외식산업 진흥 기본계획의 수립, 제6조 창업의 지원, 제7조 외식산업 전문인력의 양성 등으로 시행령이나 시행규칙의 추가로 세부적인 추진 및 지원 내용을 명시하는 것을 제안하였음
- 외식산업진흥법 내 신설 법률(안)으로는 외식사업의 종류 및 범위 등에 대한 명확한 기준 마련, 식품산업진흥법을 통해 적용받고 있는 각종 컨설팅 지원을 외식산업진흥법에 포함시키는 것, 외식관련 제도에 대한 법률 및 정책 자문을 구할 수 있는 위원회의 신설, 외식인력 양성과 공급이 함께 이루어질 수 있는 지원, 외식서비스 인증제 법제화를 제안하였음.

○ 외식산업진흥법은 관광진흥법 등 오랜 역사를 갖고 있는 타 산업 진흥법과 마찬가지로 산업 환

경 및 지원방향의 변화에 따라 지속적인 개정이 이루어져야 함. 즉, 산업성장 속도 및 방향에 맞춰 법령 및 시행령, 시행규칙을 개정함으로써 산업의 국내외 경쟁력 강화라는 거시적인 목적에 부합할 수 있도록 해야 함.

## 2. 제언

‘외식서비스문화 확산 및 외식서비스 인증제도 도입’이 안정적으로 이루어지기 위해서는 외식업소 및 외식관련 기관 및 협회는 물론 정부의 역할이 매우 중요하므로 다음과 같은 사항을 몇 가지 제언하고자 함.

### 1) 정부의 역할

첫째, ‘외식서비스 인증제’를 통합 관리할 수 있는 시스템 필요

현재 많은 외식관련 인증제도가 운영되고 있으나 인증제도가 왜 필요하고, 음식점의 무엇을 평가하고 인증하는 것인지에 대한 정확한 정보가 전달되지 않음으로써 인증제도에 대한 관심과 인식이 부족함. 또한 인증 또는 인정기관이 아닌 일부의 블로그나 SNS, 방송매체를 통해 인증업소에 대한 불만족 사항이나 위법사실이 알려짐으로써 인증제도에 대한 신뢰도가 더욱 낮음. 인증제도의 목적과 필요성, 평가분야 및 평가방법, 사후관리 등에 대한 정보제공, 인증업소에 대한 홍보, 인증업소에 대한 불만족사항 조치 등에 대한 통합적 관리가 이루어져 함

둘째, ‘외식서비스 인증제’의 목표는 ‘인증업소 수’가 아닌 외식업소 이용 고객들의 만족도 제고

인증제도의 성과를 나타낼 때 인증업소의 수를 목표로 하는 경우가 있으나 정량적인 성과에 초점을 맞추다보면 기존의 인증제의 오류를 답습하는 결과를 초래할 수 있음. 제대로 된 평가를 통해 인증을 받을만한 업소가 인증을 받음으로서 ‘외식서비스 인증제’에 대한 신뢰성을 높이고 브랜드화 하는 것이 필요하고, 인증후보업소들에 대한 컨설팅 지원을 통해 인증을 받을만한 수준의 외식서비스 품질을 갖추도록 함으로써 외식서비스 인증업소 확산과 고객만족 제고가 함께 이루어질 수 있도록 해야 함

셋째, 지속적인 업그레이드를 통한 인증제도 운영

기존의 인증제도들을 살펴보면 해를 거듭할수록 명성을 쌓기보다는 인증제도 운영상의 어려움 또는 인증을 받은 업소들의 문제 등의 이유로 인증제도가 유명무실해지는 경우가 많음. 외식업은 시대적 흐름에 따라 트렌드가 급변하는 산업분야 중 하나이고, 사회적·정치적 주요 이슈에 따라 영향을 많이 받기 때문에 인증제도 또한 수정·보완을 통한 지속적인 업그레이드가 필요함.

넷째, 철저한 사후관리를 통한 소비자 신뢰 확보

기존 인증제도의 가장 큰 문제점이 '사후관리'로, 인증업소 수는 증가하고 있지만 인증을 받은 업소 기준 이행여부 확인, 인증제에 대한 신뢰를 줄 수 있는 음식점의 품질 유지 및 제공, 이용 고객들의 불만족에 대한 적절한 처리, 인증 취소의 요건에 해당하는 음식점의 인증마크 회수 및 취소조치 등이 적절히 이루어지지 않고 있었음. '외식서비스 인증제'가 신뢰와 명성을 갖는 인증제도 자리매김 하기 위해서는 철저한 사후관리를 통한 소비자 신뢰 확보가 무엇보다 중요함.

다섯째, '외식서비스 인증' 업소에 적합한 인센티브 지원

외식업소는 업종, 업태, 객단가 등 다양한 형태로 운영되고 있으며, 업소마다 그 메뉴에 맞는 식재료를 사용함. 그 업소만의 일정한 맛을 내기 위해 식재료의 종류에 따라 일정한 업체와 거래를 하거나, CK(Central Kitchen)에서 전처리 또는 반조리 제품을 공급받거나, 가공제품도 특정 브랜드만을 사용하고 있음. 또한 밥공기조차도 특정 식기를 사용하는 업소가 있기 때문에 업소마다 일률적인 식자재 지원은 인센티브로 인식하지 않음.

외식업소를 이용하는 고객의 인구 통계적 특성, 라이프스타일 등에 따라 고객의 니즈는 다르게 나타나고, 입지 특성에 따라 업소마다 홍보 전략을 다르게 구사하고 있음. 따라서 외식서비스 인증업소에 대한 일률적인 홍보지원보다는 인증업소의 타깃고객층과 입지특성을 고려한 홍보지원이 필요함

## 2) 업계의 역할

첫째, '외식서비스 인증제' 인증업소로서의 책임감 및 의무감

정부의 역할만으로는 '외식서비스 인증제'가 성공적으로 정착하기 어려움. 이에 외식업계 전반의 관심과 참여가 중요한데 이를 위해서는 인증을 받은 업소의 역할이 매우 중요함. '외식서비스 인증제'가 해외의 '미슐랭가이드'나 '자갓서베이'와 같이 신뢰와 명성을 갖고자 한다면 무엇보다 외식서비스 인증을 받은 업소의 책임감 있는 자세가 요구됨.

둘째, 자체 관리체계 구축

인증을 받은 업소에서는 고객접점서비스 평가에 따라 서비스 수준을 더욱 향상시킬 수 있도록 점점 포인트 관리가 필요함. 업소만의 고객접점서비스 매뉴얼을 제작하고 매뉴얼을 기초로 하여 직원 교육을 실시, 고객을 가장 접점에서 응대하는 직원들의 서비스 마인드를 향상시키고 숙련된 서비스력을 갖출 수 있도록 하여 어느 직원에게 서비스를 받더라도 고객들이 동일한 서비스를 받을 수 있도록 하는 노력이 필요할 것임. 그러기 위해서는 직원들의 적극적 참여가 이루어져야 하며, 직원 참여 유도할 수 있는 업소만의 내부고객 마케팅이 필요함.

셋째, 소비자와 지속적으로 소통 할 수 있는 시스템 구축

고객의 소리에 귀를 기울이지 않으면 고객으로부터 외면 받을 수 밖에 없음. 음식점을 이용하는 고객 중에 불만이 있어도 불만을 제기하지 않는 고객보다 오히려 불만을 제기하는 고객의 재방문률

과 충성도가 높고, 불만을 제기한 고객에게 적절하게 대처한 경우 불만을 제기하기 이전보다 더 충성고객이 될 확률이 높다는 연구결과도 있음. 업소에 대한 고객만족 제고를 위한 고객들의 긍정적·부정적 의견을 수렴하고, 이를 어떻게 반영하였는지, 반영하기 어려운 의견들이 있다면 업소의 원칙은 무엇인지, 대안책은 무엇인지 등에 대한 내용을 고객들에게 알리는 것 또한 영업을 활성화를 위한 마케팅 요소가 될 수 있음. 따라서 고객과 소통할 수 있는 시스템을 갖추는 것이 필요함.

본 연구를 통해 외식서비스 인증제도가 외식업소의 외식서비스 수준을 향상시킬 수 있다는 효과를 기대할 수 있는 것으로 나타났으나 기존 인증제도에 대한 운영 및 관리에 대한 인지도가 낮고 신뢰하지 않고 있기 때문에 인증제도 자체에 대한 불신이 있기 때문에 이를 개선하고자 하는데 중점을 두어 외식서비스 인증제도를 신중하게 도입하는 것이 필요할 것으로 사료됨. '외식서비스 인증제도'를 기존 인증제도와는 달리 신뢰성을 갖춘 인증제도로 정착시키기 위해서는 외식업소 경영주 및 종사자, 외식관련 기관 및 협회는 물론 정부가 함께 노력하는 자세가 필요함. 특히 인증제도의 안정적인 정착을 위해서는 '외식서비스'에 대한 인식이 무엇보다 중요하기 때문에 제도 도입에 앞서 '외식서비스문화'를 정착시키는 것이 선행되어야 할 것으로 사료됨.

## 참 고 문 헌

- 박진우. (2014). **외식점포 점장매뉴얼:외식점포 점장, 슈퍼바이저, 경영자를 위한 외식점포 성공의 비결**. 서울:형설출판사
- 한국외식정보(주). (2013). **한국외식연감 2013**. 서울:한국외식정보(주)
- 고영욱. (2011). **외식이용 및 메뉴선택속성이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향: 서울지역 일반 상설 뷔페레스토랑을 중심으로**. 미간행 석사학위논문, 청원대학교 석사학위논문, 충남.
- 권동국(2011). IPA 방법을 이용한 외식사업체 서비스품질 향상 방안에 관한 연구. **관광연구**, 26(1), 1-31
- 김경민, 최병창(2012). 패밀리레스토랑 서비스품질이 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향. **관광연구**, 27(4), 17-36.
- 김광지(2012). 레스토랑 서비스품질 척도 개발. **관광연구**, 27(5), 1-22.
- 김상호(2009). 외식 서비스 품질(FOODSERVQUAL) 측정을 위한 다문항 척도 - 위계적 서비스 품질 모형에의 적용. **한국조리학회지**, 15(4), 227-244.
- 김상호(2010). 외식서비스품질이 관계의 질과 브랜드 충성도에 미치는 영향. **호텔경영학연구**, 19(1), 193-218.
- 김성욱(2012). 한식전문외식업체의 입지별 서비스 품질 전략에 관한 연구, **동원대학교 논문집**(16), 275-290.
- 김희봉(2013). **패밀리레스토랑의 입지별 서비스 품질 전략에 관한 연구**. 미간행 석사학위논문, 경기대학교 석사학위논문, 경기.
- 손일락(1996). 패밀리레스토랑의 서비스 품질 평가요인에 관한 연구. **호텔외식경영학연구**, 5(1), 65-93.
- 안성식(2012). 외식서비스 인카운터의 고객 반응이 고객가치와 구매 후 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. **관광연구**, 27(5), 343-370.
- 이상희(2014). 뷔페레스토랑의 물리적환경이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향. **한국콘텐츠학회 논문지**, 14(6), 407-416.
- 이유재(2011). 서비스 품질 측정모형의 우수성 비교. **서비스마케팅저널**, 4(2), 91-126.
- 이유재, 이준엽(2001). 서비스 품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰 : KS-SQI 모형의 개발과 적용. **마케팅 연구**, 16(1), 1-26.
- 이청욱(2014). 문화자본에 따른 서비스 품질의 지각적 차이가 외식소비자의 고객만족에 미치는 영향. **외식경영학회**, 17(1), 237-265.

- 이흥연(2013). 의료서비스 품질관리를 위한 프로세스 접점별 허용구간 및 기대-성과지각에 대한 연구. **고객만족경영연구**, 15(4), 141-169.
- 정은유, 권점옥(2013). 항공사 고객접점 인적서비스 품질, 브랜드 태도, 관계지향성 구조관계에 관한 내·외국인 고객의 비교분석. **호텔경영학연구**, 22(5), 1-21.
- 정의선(2012). 식음료부문 종사자의 창의성과 조직유효성 및 서비스품질 간의 확인적 요인분석. **한국관광학회**, 36(3), 79-101.
- 조미나(2006) 레스토랑 유형별 서비스 인카운터 품질의 중요도 및 수행도 분석. **한국식품영양과학회지**, 35(8), 1076-1087.
- 조미나(2006) 레스토랑 유형에 따른 레스토랑 서비스 인카운터 품질 평가 수준, 감정적 반응, 고객 만족 및 서비스 충성도. **한국식생활문화학회지**, 21(5), 524-535.
- 조유겸, 여정성(2006) 서비스 품질인증제의 실효성에 관한연구. **소비자학연구**, 17(1), 1-20.
- 조철호(2008). **KS표시인증과 ISO품질경영시스템인증이 기업경영성과에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 한국교통대학교 석사학위논문, 서울.
- Cronin Jr, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *The journal of marketing*, 55-68.
- Lee, Y., & Hing, N. (1995). Measuring quality in restaurant operations: an application of the SERVQUAL instrument. *International Journal of Hospitality Management*, 14(3), 293-310.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of retailing*, 70(3), 201-230.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 41-50.

## 〈부 록〉

1. 외식서비스에 대한 인식조사 설문지(일반 소비자\_1차)
2. 외식서비스에 대한 인식조사 설문지(일반 소비자\_2차)
3. 외식서비스에 대한 인식조사 설문지(외식업체 종사자)
4. 전문가 델파이 조사지
5. 외식서비스 인증 평가 기준표(안)



## **부록 1**

### **외식서비스에 대한 인식조사 설문지(일반 소비자\_1차)**

## - 외식 서비스에 대한 소비자 인식 조사(1차) -

NO. □ □ □

안녕하십니까?

정부(농림축산식품부)는 국내 외식서비스 수준 등 외식산업의 문제점을 진단하여 외식 서비스 향상을 위한 개선방안을 마련하고자 합니다.

본 설문지는 현 외식업체의 서비스 교육 현황 및 마인드, 제공 서비스에 대한 만족도 등 서비스 수준 등에 대한 다각도의 조사를 통해 국내 외식업체의 서비스 수준 향상 방안을 수립, 이를 통한 고객 만족도 증대 및 외식업체의 서비스 경쟁력 강화, 그리고 관련 제도 및 정책을 수립하기 위해 작성되었습니다.

본 조사 결과는 조사목적 이외에는 결코 사용되지 않을 것이며, 응답해주신 개인정보의 비밀은 철저히 보호되므로 성실하게 질문에 응답해주시면 대단히 감사하겠습니다.

2014년 6월

(사)한국외식산업경영연구원

- ☞ '외식서비스 진단을 통한 외식산업 발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구' 과제 연구진
- ☞ 문의: 윤은옥 차장 ☎ (02)407-0943 / Fax (02)449-0901 / e-mail : [yeo@foodbank.co.kr](mailto:yeo@foodbank.co.kr)

### ※ 외식서비스 인증제도란?

'서비스 인증제도'란 서비스 업체의 고객 지향적인 경영철학, 서비스 시스템 구축 상황, 종업원의 서비스 수준, 청결도, 대고객 친절도 등 서비스에 포함되는 기본 조건에 대한 평가(서류 및 일반 소비자 평가 등)를 거쳐 서비스 품질을 확인해주는 제도이다. (예 : 한국표준협회의 '서비스품질인증제도')

아직까지 국내에는 외식산업에만 국한된 '외식 서비스 인증제도'는 시행되고 있지 않지만 '외식서비스 인증제도'가 도입될 경우 외식업체의 서비스 컨셉, 서비스 시스템, 종업원의 서비스 마인드 및 제공 수준, 친절도 등 다각도의 평가를 통해 '서비스 인증 업소'로 지정될 수 있다.

## 1. 외식업소 이용 실태 및 서비스 만족도

1. 귀하는 외식업소를 이용할 때 다음 각 항목을 얼마나 중요하게 생각하고 계십니까?

| 구분         | 전혀 중요하지 않다 | 중요하지 않다 | 보통이다 | 중요하다 | 매우 중요하다 |
|------------|------------|---------|------|------|---------|
| 음식의 맛      | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |
| 서비스        | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |
| 인테리어 등 분위기 | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |
| 위치 등 접근성   | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |
| 청결 및 위생    | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |
| 업소의 인지도    | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |
| 기타 ( )     | ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |

※ 다음은 외식업체에서 제공받은 서비스에 대한 의견입니다. 이용 업소에 따라 차이가 있겠지만 특정 업소가 아닌 일반적으로 외식업체에서 받는 서비스에 대해 응답해 주시기 바랍니다(2~3번 질문).

2. 귀하는 외식업체에서 제공하는 '서비스'에 대해 얼마나 만족하고 계십니까?

- ① 매우 만족한다                      ② 만족한다                      ③ 보통이다  
 ④ 만족하지 않는다                      ⑤ 전혀 만족하지 않는다

3. 외식업체에서 제공하는 다음의 서비스 항목에 대해 얼마나 중요하게 생각하는지(중요도), 그리고 해당 서비스가 실제 외식업소에서는 얼마나 실행되고 있는지(실행도)에 대해 표기해 주세요.

| 중요도       |        |      |     |        | 서비스 내용                 | 실행도       |        |      |     |        |
|-----------|--------|------|-----|--------|------------------------|-----------|--------|------|-----|--------|
| 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |                        | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 밝고 친근감 있는 인사와 표정       | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 깔끔한 용모 및 복장            | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 친화력 있는 대화법 (사용 언어 등)   | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 효율적인 불만 처리             | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 적절한 메뉴 추천 및 권유         | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 친절한 전화 응대              | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 요청하기 전에 먼저 알아서 해주는 서비스 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 업소 이용에 대한 만족정도를 확인하는 것 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 입점부터 퇴점까지의 단계별 정확한 서비스 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      | 기타( )                  | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |

## II. 외식관련 인증제도

1. 다음은 국내 외식관련 인증제도입니다. 각각에 대해 알고 계십니까?

|                      |   |                            |
|----------------------|---|----------------------------|
| 모범음식점                |    | ① 알고 있다<br>② 모른다(들어본 적 없다) |
| 관광식당                 |    | ① 알고 있다<br>② 모른다(들어본 적 없다) |
| 자랑스러운 한국음식점          |   | ① 알고 있다<br>② 모른다(들어본 적 없다) |
| 음식점 위생등급제(ABC 위생등급제) |  | ① 알고 있다<br>② 모른다(들어본 적 없다) |

2. 아래 인증 마크가 부착된 외식업소를 방문하게 될 경우 해당 업소에 대한 신뢰도(믿음)와 실제 이용해 본 후의 만족도는 어느 정도였습니까?

| 신뢰도           |            |       |        |           | 인증제도        | 만족도         |          |       |      |         |
|---------------|------------|-------|--------|-----------|-------------|-------------|----------|-------|------|---------|
| 전혀 신뢰가 가지 않는다 | 신뢰가 가지 않는다 | 보통 이다 | 신뢰가 간다 | 매우 신뢰가 간다 |             | 전혀 만족하지 않는다 | 만족하지 않는다 | 보통 이다 | 만족한다 | 매우 만족한다 |
| ①             | ②          | ③     | ④      | ⑤         | 모범음식점       | ①           | ②        | ③     | ④    | ⑤       |
| ①             | ②          | ③     | ④      | ⑤         | 관광식당        | ①           | ②        | ③     | ④    | ⑤       |
| ①             | ②          | ③     | ④      | ⑤         | 자랑스러운 한국음식점 | ①           | ②        | ③     | ④    | ⑤       |
| ①             | ②          | ③     | ④      | ⑤         | 음식점 위생등급제   | ①           | ②        | ③     | ④    | ⑤       |

### Ⅲ. 외식 서비스 인증제도

1. 외식업체를 대상으로 하는 '외식 서비스 인증제도'가 필요하다고 생각하십니까?

- 가. ① 전혀 필요하지 않다 } ☞ 1-2번으로 이동  
 ② 필요하지 않다 }  
 ③ 필요하다 }  
 ④ 매우 필요하다 } ☞ 1-3번으로 이동

1-2. 위에서 필요하지 않다(①번과 ②번)고 응답한 이유를 모두 선택해 주세요.

- ① 서비스 인증제도에 관심이 없어서  
 ② 서비스 인증이 업소 선택에 큰 영향을 받지 않을 것 같아서  
 ③ 서비스 인증제도가 없어도 충분히 만족할 만한 서비스를 받고 있어서  
 ④ 서비스 인증제도 자체를 신뢰할 수 없어서  
 ⑤ 기타 -----

1-3. 위에서 필요하다(③번과 ④번)고 생각하시는 이유를 모두 선택해 주세요.

- ① 인증제도가 도입되면 외식업체들이 더 좋은 서비스를 제공할 것 같아서  
 ② 업소 선택에 영향을 줄 수 있을 것으로 생각되서  
 ③ 해당 업소에 대한 신뢰를 줄 수 있으므로  
 ④ 인증을 받으면 업소 운영에 도움이 될 것 같아서  
 ⑤ 기타 : -----

2. '서비스 인증'을 받은 외식업체를 이용할 때 다음의 각 항목에 대해 어떻게 느낄 것이라고 생각하십니까?

|                                       | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---------------------------------------|-----------|--------|------|-----|--------|
| 외식업체가 고객지향적(고객을 생각한다)이라고 느낄 것이다.      | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 내가 우대받고 있다는 기분이 들 것이다.                | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 인증받지 않은 업체에 비해 좋은 서비스를 제공한다고 생각할 것이다. | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 해당 업체에 대한 신뢰가 생길 것이다.                 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 인증받지 않은 업체에 비해 서비스에 대한 기대수준이 높아질 것이다. | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 주변사람에게 해당 외식업체에 대해 좋게 이야기 하고 싶어질 것이다. | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 주변사람에게 해당 외식업체를 추천할 것이다               | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 해당 외식업체에 대한 충성도가 높아질 것이다.             | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 해당 외식업체를 재방문하고 싶어질 것이다.               | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |

3. 다음 아래 업종 중 ‘서비스 인증제도’가 필요하다고 생각하시는 업종을 순서대로 선택해 주세요(가장 필요하다고 생각하는 업종부터 순서대로).

- ①한식당                      ②중식당                      ③일식당                      ④서양식당                      ⑤패스트푸드  
 ⑥패밀리레스토랑              ⑦커피전문점                      ⑧분식점                      ⑨기타(                      )  
 순서대로 번호 기입 : \_\_\_\_\_

4. 아래 업종별로 ‘서비스 인증제도’가 필요하다고 생각하는 규모를 모두 선택해 주세요.

| 업종  |                | 규모                                       |  |          |
|-----|----------------|--|--|----------|
| 한식당 | 일반 한식당(대중 한식당) | ①30평 이하<br>④100평 이상                      | ②30~60평<br>⑤기타 (                      )  | ③60~100평 |
|     | 고급 한식당(한정식당 등) | ①100평 이하<br>③기타 (                      ) | ②100평 이상                                 |          |
| 중식당 | 일반 중식당         | ①30평 이하<br>④100평 이상                      | ②30~60평<br>⑤기타 (                      )  | ③60~100평 |
|     | 고급 중식당         | ①100평 이하<br>③기타 (                      ) | ②100평 이상                                 |          |
| 일식당 | 일식당            | ①50평 이하<br>③100평 이상                      | ②50~100평<br>④기타 (                      ) |          |
| 양식당 | 양식당            | ①50평 이하<br>③100평 이상                      | ②50~100평<br>④기타 (                      ) |          |

5. 귀하는 1회 이용시 지불하는 금액이 어느 정도 수준일 때 제대로 된 서비스를 받아야 한다(외식업소가 제대로 된 서비스를 제공해야 한다)고 생각하십니까?

- ① 5천원 미만    ② 5천원 이상~1만원 미만    ③ 1만원 이상~1만5천원 미만  
 ④ 1만 5천원 이상~2만원 미만    ⑤ 2만원 이상~3만원 미만  
 ⑥ 3만원 이상~5만원 미만    ⑦ 5만원 이상

#### IV. 일반 사항

|                     |   |
|---------------------|---|
| 성별                  | ① 남    ② 여  |
| 연령                  | ① 10~19세    ② 20~29세    ③ 30~39세    ④ 40~49세    ⑤ 50~59세    ⑥ 60세 이상                            |
| 혼인 상태               | ① 미혼    ② 기혼  |
| 교육 정도               | ① 중고등학교 재학    ② 고등학교 졸업    ③ 대학교 재학<br>④ 대학교 졸업    ⑤ 대학원 재학    ⑥ 대학원 졸업                         |
| 직업                  | ① 직장인(회사원, 공무원, 전문직)    ② 중고등학생    ③ 대학/대학원생<br>④ 자영업    ⑤ 전업주부    ⑥ 기타(                      ) |
| 외식 횟수<br>(직장인 점심제외) | ① 거의 매일    ② 일주일 3~6회    ③ 일주일 2~3회    ④ 일주일 1회<br>⑤ 한달 1~3회    ⑥ 거의 이용안함                       |

☞ 응답해 주셔서 감사합니다. 소중한 정책자료로 활용하겠습니다. ☞

## **부록 2**

### **외식서비스에 대한 인식조사 설문지(일반 소비자\_2차)**

## 외식서비스 및 인증제에 대한 소비자 인식 조사

안녕하세요?

농림축산식품부에서는 국내 외식서비스 수준 향상을 위한 개선방안을 마련하고자 합니다. 이에 본 설문지는 외식업체에서 제공하고 있는 서비스에 대한 중요성과 외식 서비스 인증을 받은 업체에 대한 소비자의 의견을 수렴하고자 작성되었습니다.

본 조사 결과는 조사목적 이외에 결코 사용되지 않으며, 응답해 주신 개인 정보의 비밀은 철저히 보호되므로 설문에 성실하게 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2014년 8월  
(사)한국외식산업경영연구원

☞ '외식서비스 진단을 통한 외식산업 발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구' 과제 연구진  
☞ 문의 : 김 지 현 연구원 ☎ (02)407-0942 / Fax(02)449-0901 /  
E-mail : mbtiy01@foodbank.co.kr

**1. 외식업체를 이용할 때, 입점 전부터 퇴점할 때까지의 각 서비스에 대한 질문입니다.**

**1) 고객의 입장에서 각각의 서비스에 대해 얼마나 중요하게 생각하는지를 0점(전혀 중요하지 않다)~10점(매우 중요하다)을 기준으로 점수로 작성해 주시기 바랍니다.**

|                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |              |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------------|
| 0점(전혀 중요하지 않다) |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    | 10점(매우 중요하다) |
| 0              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |              |

| 단계         | 서비스 세부사항                       | 중요도 |
|------------|--------------------------------|-----|
| ① 예약       | 예약 문의 시, 직원의 성심성의껏 친절한 응답      |     |
|            | 예약이 안 될 경우, 차선택 마련을 위한 노력      |     |
| ② 외부 및 주차장 | 점포 주차장의 주차 편리성                 |     |
|            | 주차 직원들의 친절한 인사말과 태도            |     |
|            | 업소의 고객 출입구 청결상태                |     |
| ③ 안내       | 고객과 눈을 맞추고 반갑게 맞이하는 태도         |     |
|            | 고객에게 맞는(고객의 성별, 연령 등을 고려한) 인사말 |     |
|            | 고객의 인원수를 확인하고, 인원수에 맞게 좌석 안내   |     |
|            | 웨이팅이 있을 시, 웨이팅 시간에 대한 정확한 전달   |     |



| 단계               | 서비스 세부사항                             | 중요도 |
|------------------|--------------------------------------|-----|
| ④ 메뉴판 전달 및 테이블셋팅 | 메뉴판의 신속한 제공                          |     |
|                  | 테이블의 깨끗한 정리정돈                        |     |
|                  | 테이블 기물 셋팅 및 기물의 청결성                  |     |
| ⑤ 주문             | 주문 요청 시 즉각적인 응대                      |     |
|                  | 권유판매(특정메뉴나 행사메뉴에 대한 추천)              |     |
|                  | 직원의 메뉴에 대한 정확한 지식 보유 및 전달            |     |
|                  | 주문 후, 주문한 메뉴에 대한 메뉴명과 수량 등 확인        |     |
|                  | 주문 후, 메뉴 제공시간과 기타 필요사항 등에 대한 확인 및 전달 |     |
| ⑥ 메뉴 제공 및 중간서비스  | 주문한 메뉴에 대한 정확한 제공                    |     |
|                  | 주문한 메뉴의 적절한 제공 속도                    |     |
|                  | 제공된 메뉴의 깔끔한 식기 및 담음새                 |     |
|                  | 메뉴 제공 후, 맛있게 드시라는 인사                 |     |
|                  | 식사 중, 중간서비스(필요한 것 및 만족도 체크 등) 제공     |     |
| ⑦ 불만처리           | 고객의 요구사항에 대한 신속한 처리                  |     |
|                  | 고객의 불만에 대한 효율적인 처리                   |     |
| ⑧ 식대결제           | 계산하는 직원의 친절함                         |     |
|                  | 결제 전, 식사한 메뉴에 대한 메뉴명, 수량, 금액에 대한 확인  |     |
|                  | 결제 전, 할인카드와 행사사항 등에 대한 정보 전달         |     |
|                  | 음식과 업소 이용에 대한 만족도 확인                 |     |
| ⑨ 배웅             | 배웅하는 직원의 친절한 인사                      |     |

2) 단계별 서비스(①~⑨) 중 **귀하가 가장 중요하다고 생각하는 순서대로 적어주세요. 서비스 단계 번호를 기입해 주시기 바랍니다.**

- ① 예약                      ② 외부 및 주차장                      ③ 안내                      ④ 메뉴판 전달 및 테이블셋팅  
 ⑤ 주문                      ⑥ 메뉴 제공 및 중간서비스                      ⑦ 불만처리                      ⑧ 식대 결제                      ⑨ 배웅

중요도가 높은 서비스                      —                      보통                      —                      중요도가 낮은 서비스

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

2. '좋은 서비스'란 무엇이라고 생각하십니까?

---



---



---



---



---

3. '외식 서비스 인증제'에 바라는 점을 서술해 주시기 바랍니다.

---



---



---



---



---

4. '외식 서비스 인증'을 받은 외식업체에 바라는 점을 자유롭게 서술해 주시기 바랍니다.

---



---



---



---



---

5. 일반사항

| 성별   | 남                      | 여                       | 연령                   | 세        |
|------|------------------------|-------------------------|----------------------|----------|
| 교육정도 | ① 중고등학교 재학<br>④ 대학교 졸업 | ② 고등학교 졸업<br>⑤ 대학원 재학   | ③ 대학교 재학<br>⑥ 대학원 졸업 |          |
| 외식횟수 | ① 거의 매일<br>⑤ 한달 1~3회   | ② 일주일 4~6회<br>⑥ 거의 이용안함 | ③ 일주일 2~3회           | ④ 일주일 1회 |

## **부록 3**

### **외식서비스에 대한 인식조사 설문지(외식업체 종사자)**

## - 외식 서비스에 대한 인식 조사(외식업체) -

NO.□□□

안녕하십니까?

정부(농림축산식품부)는 국내 외식서비스 수준 등 외식산업의 문제점을 진단하여 외식서비스 향상을 위한 개선방안을 마련하고자 합니다.

본 설문지는 현 외식업체의 서비스 교육 현황 및 마인드, 제공 서비스에 대한 만족도 등 서비스 수준 등에 대한 다각도의 조사를 통해 국내 외식업체의 서비스 수준 향상 방안을 수립, 이를 통한 고객 만족도 증대 및 외식업체의 서비스 경쟁력 강화, 그리고 관련 제도 및 정책을 수립하기 위해 작성되었습니다.

본 조사 결과는 조사목적 이외에는 결코 사용되지 않을 것이며, 응답해주신 개인정보의 비밀은 철저히 보호되므로 성실하게 설문에 응답해주시면 대단히 감사하겠습니다.

2014년 6월  
(사)한국외식산업경영연구원

- ☞ '외식서비스 진단을 통한 외식산업 발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구' 과제 연구진
- ☞ 문의: 윤은옥 차장 ☎ (02)407-0943 /Fax (02)449-0901 / e-mail : [yeo@foodbank.co.kr](mailto:yeo@foodbank.co.kr)

### ※ 외식서비스 인증제도란?

'서비스 인증제도'란 서비스 업체의 고객 지향적인 경영철학, 서비스 시스템 구축 상황, 종업원의 서비스 수준, 청결도, 대고객 친절도 등 서비스에 포함되는 기본 조건에 대한 평가(서류 및 일반 소비자 평가 등)를 거쳐 서비스 품질을 확인해주는 제도이다. (예 : 한국표준협회의 '서비스품질인증제도')

아직까지 국내에는 외식산업에만 국한된 '외식 서비스 인증제도'는 시행되고 있지 않지만 '외식서비스 인증제도'가 도입될 경우 외식업체의 서비스 컨셉, 서비스 시스템, 종업원의 서비스 마인드 및 제공 수준, 친절도 등 다각도의 평가를 통해 '서비스 인증 업소'로 지정될 수 있다.



## 1. 서비스 교육 현황

※ 아래 질문은 “경영주만 응답”해 주시기 바랍니다(1번 ~ 4번)

1. 귀하가 직원을 채용할 때 가장 중요하게 생각하는 조건은 무엇입니까? 중요하게 생각하는 순서대로 기입해 주세요.

- ① 학력                      ② 외식업계 경력                      ③ 관련업무 경력(전문성)                      ④ 인성  
 ⑤ 외모                      ⑥ 기타 -----

순서대로 번호 기입 :  
 -----

2. 외식관련 전공자를 채용했을 경우 비전공자 보다 업무 능력이 좋다고 느끼십니까?

|          |       |      |    |       |
|----------|-------|------|----|-------|
| 전혀 좋지 않다 | 좋지 않다 | 비슷하다 | 좋다 | 매우 좋다 |
| ①        | ②     | ③    | ④  | ⑤     |

3. 서비스 교육 실시 후 서비스 수준과 이에 따른 매출이 어느 정도 높아졌다고 생각하십니까?

| 구분     | 전혀 높아지지 않았다 | 높아지지 않았다 | 똑같다 | 높아졌다 | 매우 높아졌다 |
|--------|-------------|----------|-----|------|---------|
| 서비스 수준 | ①           | ②        | ③   | ④    | ⑤       |
| 매출     | ①           | ②        | ③   | ④    | ⑤       |

4. 아래 내용에 대한 귀 업체의 현황을 기입해 주십시오.

| 구분   |  |
|--|--|
| 귀 업체의 연간 교육비는 어느 정도입니까?                                    | 전체 매출 대비 (                      )%   |
| 귀 업체는 자체 교육 담당자가 있습니까?                                     | ① 있다                      ② 없다   |
| 귀 업체는 연간 교육 계획을 수립하십니까?                                    | ① 미리 계획을 수립한다<br>② 수립하지 않는다(필요할 때 마다 진행한다)   |
| 귀 업체의 연간 교육 계획은 어떻게 구성되어 있습니까?<br>(귀 업체가 진행하는 교육에 대해서만 표기) | ① 서비스 교육 (                      )회<br>② 조리 교육 (                      )회<br>③ 기타 (                      /                      회) |

※ 아래 질문은 경영주를 제외한 “종사자만 응답”해 주시기 바랍니다(5번 ~ 7번)

5. 귀하는 외식업체 종사자를 위한 서비스 교육을 받아보셨습니까?

- ① 받아 본적 있다 } ☞ 6번으로 이동  
 .....  
 ② 받아 본적 없다 } ☞ 8번으로 이동

6. 귀하가 받은 서비스 교육은 어떤 형태였습니까?

- ① 외부 전문업체(전문강사)에서 진행하는 교육  
 ② 업체/업소에서 자체적으로 하는 교육  
 ③ 기타-----

7. 귀하가 최근 1년간 받은 서비스 교육은 몇 회입니까?

- ① 월 1회 이상 ② 3개월에 1회 ③ 6개월에 1회 ④ 1년에 1회 ⑤ 기타---

※ 아래 질문은 “경영주와 종사자 모두 응답”해 주시기 바랍니다(8번 ~ 9번)

8. 귀하는 아래의 서비스 교육 내용이 얼마나 중요하다고 생각하는지(중요도), 그리고 해당 내용을 교육 받은 후 서비스를 제공할 때 얼마나 도움이 된다(실행도)고 생각하십니까?

| 중요도       |        |       |     |        | 교육 내용           | 실행도       |        |       |     |        |
|-----------|--------|-------|-----|--------|-----------------|-----------|--------|-------|-----|--------|
| 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |                 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 서비스 마인드         | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 표정과 인사          | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 용모 및 복장 관리      | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 주문받는 방법         | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 고객과의 대화 방법      | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 고객의 요구/불만사항 처리법 | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 권유 판매 기법        | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 전화 받는 방법        | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 문제고객 대응 방법      | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |
| ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      | 기타( )           | ①         | ②      | ③     | ④   | ⑤      |

9. 외식업체/업소에서 서비스 교육은 어느 정도 필요하다고 생각하십니까?

| 전혀 필요하지 않다 | 필요하지 않다 | 보통이다 | 필요하다 | 매우 필요하다 |
|------------|---------|------|------|---------|
| ①          | ②       | ③    | ④    | ⑤       |

## II. 서비스 마인드 및 수준

1. 귀하의 고객 지향성에 대한 질문입니다. 각 항목에 대해 귀하께 해당되는 사항에 √표 해주세요.

|                                     | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-------------------------------------|-----------|--------|------|-----|--------|
| 나는 고객에게 서비스하는 것이 즐겁다                | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 고객의 문제는 나에게도 중요하다                   | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객이 필요로 하는 서비스를 미리 예상할 수 있다      | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객에게 항상 최고의 서비스를 제공할 자신이 있다      | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 내가 제공한 서비스에 고객이 만족해 하면 보람을 느낀다      | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 내가 제공한 서비스에 고객이 불만족해 하면 업무에 회의를 느낀다 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |

2. 귀하의 서비스 제공 수준에 관한 질문입니다. 각 항목에 대해 해당되는 사항에 √표 해주세요.

|                                       | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---------------------------------------|-----------|--------|------|-----|--------|
| 나는 고객을 정중한 태도로 대한다                    | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객과 상냥하고 다정하게 대화한다                 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 고객을 대할 때 얼굴과 표정은 항상 미소를 잃지 않는다        | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객의 요구에 맞추어 주의 깊게 서비스를 제공한다        | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객에게 신속한 서비스를 제공한다                 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객을 소홀히 대하지 않고 항상 최고의 서비스를 제공한다    | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객의 요구를 사전에 예측하여 요구하기 전에 먼저 제공한다   | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객에게 제공한 서비스에 대한 고객 반응을 살펴본다       | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객 접대시 상황에 따라 적절한 언어를 사용한다         | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 나는 고객의 불평이나 문제가 발생했을 때 정중하고 원활하게 처리한다 | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 내가 제공하는 서비스에 대해 고객이 매우 만족하고 있다        | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 직원 입장에서 볼 때 우리 업소의 서비스는 만족할 만한 수준이다   | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |
| 서비스 제공자 입장에서 볼 때 나의 서비스는 만족할 만한 수준이다  | ①         | ②      | ③    | ④   | ⑤      |

### III. 서비스 인증제도

1. 외식업체를 대상으로 하는 ‘외식 서비스 인증제도’가 필요하다고 생각하십니까?

- |              |   |             |
|--------------|---|-------------|
| ① 전혀 필요하지 않다 | } | ☞ 1-2번으로 이동 |
| ② 필요하지 않다    |   |             |
| ③ 필요하다       | } | ☞ 1-3번으로 이동 |
| ④ 매우 필요하다    |   |             |

1-2. 위에서 필요하지 않다(①번과 ②번)고 응답한 이유를 모두 선택해주세요.

- ① 고객들이 서비스 인증제도에 관심이 없으므로
- ② 서비스 인증을 받는다고 해도 업소 운영에 큰 도움은 되지 않을 것이라 생각되서
- ③ 각종 인증제도의 평가 및 관리 등에 대해 신뢰할 수 없어서
- ④ 인증을 받게 되면 더 좋은 서비스를 제공해야 한다는 부담감 때문에
- ⑤ 인증을 받게 되면 업무가 더 많아질 것 같아서
- ⑥ 기타 -----

1-3. 위에서 필요하다(③번과 ④번)고 생각하시는 이유를 모두 선택해주세요.

- ① 고객들에게 더 좋은 서비스를 제공하기 위해
- ② 고객들의 업소 선택에 도움을 주기 때문에
- ③ 고객들에게 신뢰를 줄 수 있으므로
- ④ 인증을 받으면 업소 운영에 도움이 될 것 같아서
- ⑤ 인증을 받으면 종사자들의 서비스 마인드와 태도가 더 좋아질 것 같아서
- ⑥ 기타 -----

2. 고객들이 ‘서비스 인증’을 받은 외식업체를 이용할 때 다음의 각 항목에 대해 어떻게 느낄 것이라고 생각하십니까?

|                                    | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통<br>이다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 외식업체가 고객지향적이라고(고객을 생각한다) 느낀다       | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 내가 우대받고 있다는 기분이 든다                 | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 인증받지 않은 업체에 비해 좋은 서비스를 제공한다고 생각한다  | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 해당 업체에 대한 신뢰가 생긴다                  | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 인증받지 않은 업체에 비해 서비스에 대한 기대수준이 높아진다  | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 주변사람에게 해당 외식업체에 대해 좋게 이야기 하고 싶어진다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 주변사람에게 해당 외식업체를 추천할 것이다            | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 해당 외식업체에 대한 충성도가 높아진다              | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 해당 외식업체를 재방문 하고 싶어진다               | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |





#### IV. 일반 사항

\* 귀하의 업체에 관해 해당되는 곳에 √해 주십시오.

|                |  |  |  |  |
|----------------|--|--|--|--|
| 운영형태           | ① 단독 개인점포    ② 프랜차이즈형(직영)    ③ 프랜차이즈형(가맹)  |  |  |  |
|                | ① 국내브랜드    ② 해외브랜드   |  |  |  |
| 업종             | ① 한식당                      ② 중식당                      ③ 일식당                      ④ 양식당 |  |  |  |
|                | ⑤ 패밀리레스토랑        ⑥ 패스트푸드                ⑦ 피자전문점  |  |  |  |
|                | ⑧ 분식                        ⑨ 아이스크림                ⑩ 커피전문점                             |  |  |  |
|                | ⑩ 기타 -----   |  |  |  |
| 주요 메뉴          | * 직접 기입 -----  |  |  |  |
| 평균객단가          | * 직접 기입 -----원   |  |  |  |
| 점포수<br>(직영+가맹) | ----- 개  |  |  |  |
| 점포 규모          | 평균 평수 ----- 평  |  |  |  |
| 직원수            | 정직원(            명), 파트타이머(            명), 외국인근로자(            명)                        |  |  |  |
| 응답자<br>현<br>황  | 본사   | ① 경영주    ② 임원    ③ 기타 (직급 :            )   |  |  |
|                | 점포   | ④ 점장    ⑤ 매니저    ⑥ 사원    ⑦기타(            ) |  |  |

☞ 응답해 주셔서 감사합니다. 소중한 정책 자료로 활용하겠습니다. ☞

## **부록 4**

### **전문가 델파이 조사지**

# 외식 서비스 진단 등을 통한 외식산업 발전 및 외식관계 법령 정비방안 연구 전문가 조사(Delphi)

안녕하십니까?

정부에서는 2014년 국민 행복을 여는 新식품정책 중 하나로 외식산업의 선진화, 한식의 진흥, 정책 추진 기반 조성 등을 추진하고 있습니다. 농림축산식품부에서는 외식산업의 진흥·육성을 목적으로 ‘외식서비스 진단 등을 통한 외식산업 발전 및 외식관계 법령 정비방안 연구’를 진행하고 있고, 연구의 일환으로 첫째, ‘외식 서비스 인증제도 도입의 필요성 및 도입 시 운영방향’, 둘째, 외식산업 진흥·육성을 위한 ‘외식산업 진흥법의 개정 방향, 개정 항목 및 내용’을 도출하고자 합니다.

외식산업 서비스 품질 개선 및 외식관계 법령 정비방안 수립을 위해 전문가들의 고견을 듣고자 하오니 바쁘시더라도 적극적인 참여 부탁드립니다. 감사합니다.

2014년 7월  
(사)한국외식산업경영연구원

- ☞ ‘외식서비스 진단을 통한 외식산업 발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구’ 과제 연구진
- ☞ 문의: 윤은옥 차장 ☎ (02)407-0943 / Fax (02)449-0901 / e-mail : [yeo@foodbank.co.kr](mailto:yeo@foodbank.co.kr)  
김지현 연구원 ☎ (02)407-0942 / e-mail : [mbtiy01@foodbank.co.kr](mailto:mbtiy01@foodbank.co.kr)

## ※ 외식서비스 인증제도란?

‘서비스 인증제도’란 서비스 업체의 고객 지향적인 경영철학, 서비스 시스템 구축 상황, 종업원의 서비스 수준, 청결도, 대고객 친절도 등 서비스에 포함되는 기본 조건에 대한 평가(서류 및 일반 소비자 평가 등)를 거쳐 서비스 품질을 확인해주는 제도이다. (예 : 한국표준협회의 ‘서비스품질인증제도’)

아직까지 국내에는 외식산업에만 국한된 ‘외식 서비스 인증제도’는 시행되고 있지 않지만 ‘외식서비스 인증제도’가 도입될 경우 외식업체의 서비스 컨셉, 서비스 시스템, 종업원의 서비스 마인드 및 제공 수준, 친절도 등 다각도의 평가를 통해 ‘서비스 인증 업소’로 지정될 수 있다.



## 1. 서비스 인증제도

1. 외식업체를 대상으로 하는 ‘외식 서비스 인증제도’가 필요하다고 생각하십니까?

- |              |   |             |
|--------------|---|-------------|
| ① 전혀 필요하지 않다 | } | ☞ 1-1번으로 이동 |
| ② 필요하지 않다    |   |             |
| ③ 필요하다       | } | ☞ 1-2번으로 이동 |
| ④ 매우 필요하다    |   |             |

1-1. 위에서 필요하지 않다(①번과 ②번)고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

1-2. 위에서 필요하다(③번과 ④번)고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

2. ‘외식서비스’에 대해 어떻게 정의 할 수 있는지 3~4줄로 설명해 주십시오.

<주요 용어 정의 예시>

서비스 : 판매 목적으로 제공되거나 상품의 판매와 관련하여 제공되는 제반 활동, 편익, 만족

3. ‘외식 서비스 인증제’를 도입할 경우, 서비스 수준 평가 대상 외식업체에 대한 의견을 부탁드립니다.

3-1. 서비스 수준 평가를 위한 대상 분류 시 가장 적합한 기준과 이유?

① **업종에 따른 분류**

(예 - 한식, 중식, 일식, 서양식, 기타음식점 등)

② **점포 규모에 따른 분류**

(예 - 30평 미만, 30평 이상-60평 미만, 60평 이상-100평 미만, 100평 이상 등)

③ **서비스 행태와 수준에 따른 분류**

(예 - Full service restaurants, Limited service Eating Places, pecial food services, Drinking place)

④ **가격대(객단가)에 따른 분류**

(예 - 5천원 미만, 5천원 이상-1만원 미만, 1만원 이상-2만원 미만, 2만원 이상-3만원 미만 등)

※ 3-1의 분류 기준 선택과 상관없이, 아래의 질문에 모두 응답해 주시기 바랍니다.

3-2. 업종을 기준으로 외식 서비스 인증제를 도입할 경우, 도입 단계별로 적합한 업종과 이유?

- ① 한식당                      ② 중식당                      ③ 일식당                      ④ 서양식당                      ⑤ 패밀리레스토랑  
 ⑥ 패스트푸드                      ⑦ 커피전문점                      ⑧ 분식점                      ⑨ 기타

예.                      1단계 - ①② / 2단계 -③④⑤ / 3단계 - ⑥⑦⑧ 등

|              |  |
|--------------|--|
| 단계별<br>적합 업종 |  |
| 이유 및<br>기타의견 |  |







4-2. ‘외식 서비스 인증제’를 평가하기 위한 적정한 세부항목을 제시해 주시기 바랍니다.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 인적 서비스                  |  |
| 물리적 환경 서비스<br>(내,외부 환경) |  |
| 메뉴(음식)                  |  |
| 기타                      |  |

5. ‘외식 서비스 인증제’를 도입할 경우, 본 제도의 성공적인 운영 및 관리를 위한 의견을 부탁드립니다.

5-1. 기존 외식관련 인증제도(아래의 예시 참조)와 어떠한 차별화가 필요할까요? 이와 관련하여 어떠한 실질적인 대책 및 방법이 필요한지 의견을 자유롭게 서술해 주시기 바랍니다.

**인증제도 예.** 모점음식점, 관광식당, 자랑스러운 한국음식점, ABC 위생등급제, 한국서비스품질 우수기업 등

5-2. ‘외식 서비스 인증제’ 대상 선정 방법으로 신청제와 추천제 중 적합한 방법과 이유에 대해 서술해 주시기 바랍니다.

5-3. ‘외식 서비스 인증제’ 인증심사 및 운영을 위한 인증기관으로 가장 적합한 기관은 어디라고 생각하십니까? (인정기관은 농림축산식품부)

- |           |                  |                 |
|-----------|------------------|-----------------|
| ① 농림축산식품부 | ② aT한국농수산물유통공사   | ③ 각 지방자치단체(시,군) |
| ④ 전문인증기관  | ⑤ 민간기관(외식관련협회 등) | ⑥ 기타            |

5-4. ‘외식서비스 인증제’ 운영 방법에 있어 점수제 또는 등급제로 지정하는 방법(아래의 예시 참조)에 대한 의견을 자유롭게 서술해 주시기 바랍니다.

점수제 예. 일정 점수를 기준으로 합격, 불합격을 나눔

등급제 예. A,B,C 또는 EXCELLENT, VERY GOOD, GOOD 등과 같은 차등 등급제

5-5. 외식 서비스 인증업체의 서비스 품질 유지 및 서비스 수준 향상을 위한 사후 관리 방법에 대해 자유롭게 서술해 주시기 바랍니다.

|  |
|--|
|  |
|--|

5-6. 외식업체의 적극적인 참여 및 효율적인 운영을 위해 외식 서비스 인증업체에 제공할 수 있는 혜택을 다양한 범위에서 자유롭게 서술하여 주시기 바랍니다.

|      |  |
|------|--|
| 교육   |  |
| 홍보   |  |
| 자금지원 |  |
| 기타   |  |

6. 외식서비스 인증제도와 관련하여 롤모델이 될 수 있는 국내외 인증제도 또는 우수사례를 추천해 주시기 바랍니다.

## II. 외식산업 진흥법의 정비

1. 현 외식산업진흥법이 산업의 육성 및 진흥이라는 목표에 얼마나 부합된다고 생각하십니까?

|             |   |   |      |   |   |         |
|-------------|---|---|------|---|---|---------|
| 전혀 부합하지 않는다 |   |   | 보통이다 |   |   | 매우 부합한다 |
| ①           | ② | ③ | ④    | ⑤ | ⑥ | ⑦       |

2. 현 외식산업진흥법에 대한 개정이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요하지 않다
  - ② 필요하지 않다

---

  - ③ 필요하다
  - ④ 매우 필요하다
- } ⇨ 2-1번으로 이동

} ⇨ 2-2번으로 이동

2-1. 위에서 필요하지 않다(①번과 ②번)고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

2-2. 위에서 필요하다(③번과 ④번)고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

3. 다음에 제시된 외식산업진흥법에 대해 귀하께서 생각하시기에 현재의 외식산업진흥법 내 개선이 필요하다고 생각하시는 조항과 함께 개선안을 서술해 주시기 바랍니다.

4. 외식산업의 진흥·육성을 위해 규제 개선이 필요한 분야에 대해 서술해 주시기 바랍니다.

5. 외식산업 선진화 및 진흥육성을 위해 필요한 정책에 대해 서술해 주시기 바랍니다.

6. 현 외식산업진흥법의 법령, 시행령, 시행규칙 외에 새롭게 추가되어야 한다고 생각하시는 내용에 대해 서술해 주시기 바랍니다.

**2. III. 일반 현황**

|    |  |     |       |
|----|--|-----|-------|
| 이름 |  | 연락처 | 휴대폰 : |
|    |  |     | 사무실 : |
| 소속 |  | 이메일 |       |

☞ 응답해 주셔서 감사합니다. 소중한 정책 자료로 활용하겠습니다. ☞

## **부록 5**

### **외식서비스 인증 평가 기준표(안)**

## 외식서비스 평가 기준표

- 각 문항별 평가기준을 이해한 후 A, B, C, D, E, 해당 없음 중 해당 체크(□) 란에 1개만 표기할 수 있음
- 평가척도 중 ■로 표기된 척도는 점수화할 수 없는 평가척도이므로 평가하지 않음

|            |   |                |
|------------|---|----------------|
| <b>1</b>   | <b>고객접점서비스</b>  |                |
| <b>1-1</b> | <b>예약 및 문의</b>  |                |
| 문항<br>번호   | 평가항목  | 평가척도           |
| 1          | 전화벨이 3번 울리기 전에 받았는가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |
|            | 평가기준 - 영업시간 내 예약 및 문의 전화에 대한 신속한 응대<br>A : 3번 울리기 전에 받음 C : 4번 이상 울린 후 받음 E : 7번 이상 울려도 받지 않음 |                |
| 2          | 전화 받은 직원은 밝은 목소리로 “감사합니다. ○○○(업소명) ○○○(성명)입니다”라고 인사하였는가?                                      | A□ B■ C□ D■ E□ |
|            | A : 인사, 업소명, 성명을 모두 알림 C : 일부 알림 E : 인사하지 않음  |                |
| 3          | 문의 또는 예약 요청사항에 대해 1회 이상 반복하였는가?   | A□ B■ C■ D■ E□ |
|            | A : 반복함 E : 반복하지 않음   |                |
| 4          | 통화를 마칠 때 “전화해 주셔서 감사합니다”라는 인사를 하였는가?  | A□ B■ C■ D■ E□ |
|            | A : 인사말을 함 E : 인사말을 하지 않음   |                |
| 5          | 전화를 받은 직원은 친절하게 응답하였는가?   | A□ B□ C□ D□ E□ |
|            | 평가기준 - 문의내용에 대한 답변내용의 적절성, 말투, 억양 등<br>A 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡                 |                |



|                     |   |  |
|---------------------|---|--|
| <b>1 고객접점서비스</b>    |   |  |
| <b>1-2 접근성 및 주차</b> |   |  |
| 문항<br>번호            | 평가항목  | 평가척도   |
| 1                   | 버스, 지하철 등의 대중교통을 이용하여 매장으로 쉽게 접근할 수 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>  |
|                     | 평가기준 - 대중교통을 정류장에서의 거리<br>A : 도보 5분 미만 B : 도보 5분-10분 미만 C : 도보 10분-15분 미만 E : 도보 15분 이상 |  |
| 2                   | 충분한 주차공간을 확보하고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/><br>해당없음 <input type="checkbox"/>            |
|                     | A : 충분함 C : 보통 E : 부족함  |  |
| 3                   | 주차 직원들은 “어서오세요”라는 인사를 하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/><br>해당없음 <input type="checkbox"/> |
|                     | A : 인사말을 함 E : 인사말을 하지 않음   |  |
| 4                   | 주차 직원들의 태도는 친절하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/><br>해당없음 <input type="checkbox"/>                                  |
|                     | 평가기준 - 주차 직원의 행동, 말투, 표정 등<br>A 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡                    |  |

|                  |   |   |
|------------------|---|---|
| <b>1 고객접점서비스</b> |   |   |
| <b>1-3 외부환경</b>  |   |   |
| 문항<br>번호         | 평가항목  | 평가척도  |
| 1                | 업소의 간판이나 안내문은 매장 외부에서 쉽게 식별이 가능하도록 설치되어 있는가?                                    | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|                  | A : 우수 C : 보통 E : 미흡  |   |
| 2                | 업소 외부에 홍보를 위한 불법간판이나 사인물을 설치하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|                  | A : 설치되어있지 않음 E : 설치되어 있음   |   |
| 3                | 업소 외부 건물 및 시설물의 상태와 청결도는 양호한가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |
|                  | 평가기준 - 외벽, 유리창, 간판, 조명의 청결도 및 파손상태 여부<br>A 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡 |   |
| 4                | 업소 외부 주변 환경의 청결상태는 양호한가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |
|                  | A 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡  |   |

| 1 고객접점서비스 |  |                         |
|-----------|--|-------------------------|
| 1-4 안내    |  |                         |
| 문항<br>번호  | 평가항목   | 평가척도                    |
| 1         | 고객에게 “어서 오세요. ○분(인원수)이신가요? 자리를 안내해 드리겠습니다.”<br>라고 인사하였는가?                        | A□ B■ C■ D■ E□          |
|           | 평가기준 - 환대에 대한 인사말, 인원수 확인 등<br>A : 인사말과 인원수 확인 모두 함 C : 한 가지만 수행 E : 모두 수행하지 않음  |                         |
| 2         | 인원수에 적절한 좌석으로 자리 안내 및 자리 만족에 대해 확인하였는가?  | A□ B■ C□ D■ E□<br>해당없음□ |
|           | A : 우수 C : 보통 E : 미흡   |                         |
| 3         | 안내 직원은 고객과 눈을 맞추고 미소 짓는 얼굴로 대화하였는가?  | A□ B□ C□ D□ E□          |
|           | A 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |                         |
| 4         | 모든 직원은 단정한 유니폼을 착용하고 있는가?  | A□ B□ C□ D□ E□          |
|           | 평가기준 - 유니폼 또는 앞치마 착용여부, 단정하게 착용, 청결도 등<br>A 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡 |                         |
| 5         | 모든 직원은 명찰을 패용하고 있는가?   | A□ B■ C□ D■ E□          |
|           | 평가기준 - 경영주, 점장, 매니저, 종업원의 명찰 패용<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                          |                         |

| 1        |   | 고객접점서비스        |  |
|----------|---|----------------|--|
| 1-5      |   | 객실(식사장소)       |  |
| 문항<br>번호 | 평가항목  | 평가척도           |  |
| 1        | 객실 내 천장, 벽, 바닥의 청결상태는 양호한가?   | A□ B□ C□ D□ E□ |  |
|          | 평가기준 - 천장, 벽, 바닥, 조명기구 등에 먼지, 이물, 곰팡이, 누수흔적 등의 유무<br>A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡       |                |  |
| 2        | 실내는 적정온도 유지 및 환기상태는 양호한가?   | A□ B□ C□ D□ E□ |  |
|          | 평가기준 - 적절한 온도와 습도 유지, 환기시설 정상 작동 및 환기시설 청결 등<br>A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡            |                |  |
| 3        | 업소에 맞는 BGM(Background Music)을 사용하고 있는가?   | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡  |                |  |
| 4        | 객실 내 고객의 시선이 위치하는 곳에 세척 및 쓰레기통이 없는가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡  |                |  |
| 5        | 국민건강증진법(금연법)을 실천하고 있는가?   | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | 평가기준 - 금연 안내 및 안내문 게시, 금연구역 운영<br>A : 모두 실천 C : 안내는 하고 있으나 실천하지 않음 E : 미안내·미실천                      |                |  |
| 6        | 장애인을 위한 시설을 갖추어져 있는가?   | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | 평가기준 - 장애인을 위한 휠체어 통행 접근로, 화장실(바닥, 손잡이, 응급벨 등), 식사대, 전용주차구역 등<br>A : 3가지 이상 설치 C : 1가지 이상 설치 E : 미흡 |                |  |

| 1        |  | 고객접점서비스        |  |
|----------|--|----------------|--|
| 1-6      |  | 테이블            |  |
| 문항<br>번호 | 평가항목   | 평가척도           |  |
| 1        | 테이블은 깨끗이 정리되어 있고, 청결상태는 양호한가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | 평가기준 - 오물이나 이물질, 먼지가 묻어 있지 않고, 끈적이지 않음. 손님을 맞이하기 전 정리정돈이 되어 있음<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡         |                |  |
| 2        | 의자 또는 방석의 청결상태는 양호한가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | 평가기준 - 오물이나 이물질이 묻어 있지 않고, 얼룩이 없는 상태<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                                   |                |  |
| 3        | 테이블의 기본 기물은 잘 세팅되어 있고 청결상태는 양호한가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |  |
|          | 평가기준 - 테이블 기본 기물(테이블 매트, 컵, 수저, 수저통, 티슈통 등)을 갖추고 있고, 이물질이나 먼지가 묻어있지 않음<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡 |                |  |

| 1        |  | 고객접점서비스   |  |
|----------|--|---|--|
| 1-7      |  | 주문  |  |
| 문항<br>번호 | 평가항목   | 평가척도  |  |
| 1        | 메뉴판을 신속하게 제공하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡   |   |  |
| 2        | 선택 가능한 메뉴가 다양한가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | 평가기준 - 다양한 가격대의 메뉴, 동일한 가격대의 메뉴 비교 선택 가능<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                           |   |  |
| 3        | 메뉴판에 메뉴에 대한 정확한 정보가 담겨 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | 평가기준 - 메뉴판에 메뉴명, 가격, 메뉴에 대한 간단한 설명 등 포함<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                            |   |  |
| 4        | 식재료에 대한 원산지 표기가 되어 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | 평가기준 - 법적으로 지정된 식재료에 대한 원산지 표기<br>A : 지정 식재료 원산지 모두 표기 C : 제한된 표기 E : 미흡                   |   |  |
| 5        | 외국인 고객을 위해 메뉴에 대한 정보가 한국어 외 언어(영어, 중국어, 일어 등)로 표기되어 있는가?                                   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | 평가기준 - 한식재단 지원 메뉴 외국어표기법 준수 여부<br>A : 한식재단 외국어표기법 준수 C : 일반 외국어표기법 준수 E : 미표기              |   |  |
| 6        | 고객의 주문 요청 시 신속하게 응대하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 7        | 주문을 받는 직원이 메뉴에 대한 정확한 지식을 보유하고 설명하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | 평가기준 - 메뉴에 대한 정확한 정보 보유 및 전달, 고객에게 적합한 메뉴 권유 등<br>A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡 |   |  |
| 8        | 고객이 주문한 음식명과 수량을 1회 반복하여 확인하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | A : 음식명 수량 모두 반복 C : 한가지만 반복 E : 반복하지 않음   |   |  |
| 9        | 고객에게 주문한 음식의 제공시간을 알렸는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |  |
|          | A : 제공시간 알림 E : 제공시간 알리지 않음  |   |  |
| 10       | 고객에게 기타 필요사항에 대해 확인하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |  |
|          | A : 확인함 E : 확인하지 않음  |   |  |
| 11       | 주문을 받는 직원의 태도는 친절한가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | 평가기준 - 주문을 받는 직원의 행동, 말투, 표정 등<br>A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡                 |   |  |
|          |  | * 메뉴판에 메뉴사진이 포함되어 있는가?  |  |

| 1        |  | 고객접점서비스   |  |
|----------|--|---|--|
| 1-8      |  | 음식제공  |  |
| 문항<br>번호 | 평가항목   | 평가척도  |  |
| 1        | 음식 제공 전, 제공음식에 대해 확인하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |  |
|          | A : 확인함 E : 확인하지 않음  |   |  |
| 2        | 주문 시 알려준 제공시간을 지켰는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡   |   |  |
| 3        | 고객이 주문한 음식을 정확하게 제공하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡   |   |  |
| 4        | 고객이 주문한 음식을 능숙하게(숙련도) 제공하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 5        | 음식 제공 시 사용된 운반기구(서빙기물)의 청결상태는 양호한가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | 평가기준 - 음식 운반기구로 사용되는 쟁반, 운반수레, 덤웨어 등의 먼지나 음식물 찌꺼기 등에 대한 청결상태<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡 |   |  |
| 6        | 직원은 음식 제공 후, "맛있게 드세요"라는 인사를 하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |  |
|          | A : 인사말을 함 E : 인사말을 하지 않음  |   |  |
| 7        | 직원의 태도는 친절한가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | 평가기준 - 음식제공 직원의 행동, 말투, 표정 등<br>A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡             |   |  |
| 8        | 음식이 담긴 식기는 도자기류를 사용하고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | 평가기준 - 유해성이 없는 식기류의 사용 여부<br>A : 모든 식기 사용 C : 일부 식기 사용 E : 멜라민 식기 사용                 |   |  |
| 9        | 음식이 담긴 식기의 청결상태는 양호한가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |  |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡   |   |  |
| 10       | 음식의 담음새는 정갈한가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 11       | 음식은 적절한 온도로 제공되었는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 12       | 음식의 양은 적절한가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 13       | 음식의 간은 적절한가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 14       | 음식은 맛이 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |
| 15       | 음식에 사용된 재료는 신선한가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |  |
|          | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡   |   |  |

| 1 고객접점서비스 |  |  |
|-----------|--|--|
| 1-9 중간서비스 |  |  |
| 문항<br>번호  | 평가항목   | 평가척도   |
| 1         | 고객이 요구하기 전, 중간 서비스를 제공하였는가?                                | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | A : 우수 C : 보통 E : 미흡                                       |  |
| 2         | 중간 서비스 전, 고객에게 양해를 구했는가?                                   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | A : 우수 C : 보통 E : 미흡                                       |  |
| 3         | 고객이 불렀을 때 바로 응답하고, 식사 중인 고객이 필요로 하는 요구에 대해 신속하게 응대하였는가?    | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                       |
|           | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡                   |  |
| 4         | 고객이 불렀을 때 바로 갈 수 없는 경우, “고객님, 잠시만 기다려 주십시오”라고 신속하게 대답하였는가? | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | A : 우수 C : 보통 E : 미흡                                       |  |

| 1 고객접점서비스 |   |  |
|-----------|---|--|
| 1-10 불만처리 |   |  |
| 문항<br>번호  | 평가항목  | 평가척도   |
| 1         | 고객의 요구와 문제에 대해 경청하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡  |  |
| 2         | 고객의 요구와 문제를 신속하게 처리하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡  |  |
| 3         | 고객의 불만에 대해 효율적으로 처리하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | 평가기준 - 직원의 불만처리 권한, 적절한 처리, 대안 제시 등<br>A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡 |  |

| 1 고객접점서비스 |  |   |
|-----------|--|---|
| 1-11 결제   |  |   |
| 문항<br>번호  | 평가항목   | 평가척도  |
| 1         | 결제 전, 식사 및 업소 이용에 대한 만족도를 확인하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | A : 확인 E : 확인하지 않음   |   |
| 2         | 결제 전, 식사한 음식명과 수량, 금액에 대해 확인하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|           | A : 우수(3가지 모두 확인) C : 보통(일부 확인) E : 미흡                                   |   |
| 3         | 결제 전, 할인 및 행사 정보를 제공하였는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/><br>해당없음 <input type="checkbox"/> |
|           | A : 제공함 E : 제공하지 않음  |   |
| 4         | 결제 과정은 정확하고 신속하게 이루어졌는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |
|           | A : 매우 우수 B : 우수 C : 보통 D : 미흡 E : 매우 미흡                                 |   |
| 5         | 전자 계산 시스템 등 정확한 계산 시스템을 갖추고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|           | 평가기준 - 전자 계산 시스템(POP 및 자체 전산 프로그램), 카드결제시스템 활용 여부<br>A : 활용함 E : 활용하지 않음 |   |
| 6         | 영수증에 업체명, 주소, 전화번호, 일자, 결제수단, 음식명, 할인적용 여부 등이 적절히 표시되어 있는가?              | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|           | 평가기준 - 영수증 제공 및 정보표시 여부<br>A : 영수증 제공 및 표시 우수 C : 영수증 제공만 E : 미제공        |   |

| 1 고객접점서비스 |  |  |
|-----------|--|--|
| 1-12 배웅   |  |  |
| 문항<br>번호  | 평가항목   | 평가척도   |
| 1         | 배웅하는 직원은 “감사합니다. 또 오십시오” 또는 “감사합니다. 좋은 하루 되십시오” 등 인사말과 인사를 하였는가? | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>   |
|           | A : 우수 C : 보통 E : 미흡   |  |
| 2         | 고객을 출구까지 배웅하였는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/><br>해당없음 <input type="checkbox"/> |
|           | A : 출구까지 배웅 E : 하지 않음  |  |

|          |  |                |
|----------|--|----------------|
| 2        | 기타환경   |                |
| 2-1      | 화장실  |                |
| 문항<br>번호 | 평가항목   | 평가척도           |
| 1        | 화장실은 위치에 대한 안내표시가 정확하게 되어있고, 위치는 편리한가?   | A□ B■ C□ D■ E□ |
|          | 평가기준 - 화장실의 실내 위치 여부와 식별가능한 위치 표시판 부착 여부<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                     |                |
| 2        | 업소 크기 대비 충분한 화장실 공간 확보 및 남녀 구분이 되어 있는가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |
|          | 평가기준 - 업소 규모 대비 화장실 공간 확보 및 남녀 구분 여부<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                         |                |
| 3        | 화장실 내 세면기 및 주변(바닥, 쓰레기통 등) 청결상태는 양호한가?   | A□ B■ C□ D■ E□ |
|          | 평가기준 - 화장실 내 세면기 및 바닥, 쓰레기통 등에서의 먼지, 오물, 얼룩, 곰팡이 등 위생 및 청결상태<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡 |                |
| 4        | 화장실 내 변기 작동 및 청결상태는 양호한가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |
|          | 평가기준 - 변기 작동 여부 및 변기 내외부 얼굴, 곰팡이 등 위생 및 청결상태<br>A : 우수 C : 보통 E : 미흡                 |                |
| 5        | 화장실 내 비품(화장지, 손타월 또는 건조기, 손세척용품 등)은 비치되어 있는가?  | A□ B■ C□ D■ E□ |
|          | 평가기준 - 화장지, 손타월 또는 건조기, 손세척용품 등 비치 여부<br>A : 3가지 이상 비치 C : 1가지 이상 비치 E : 미흡          |                |

|          |                          |                |
|----------|--------------------------|----------------|
| 2        | 기타환경                     |                |
| 2-2      | 기타                       |                |
| 문항<br>번호 | 평가항목                     | 평가척도           |
| 1        | 다이닝 룸, 복도 등의 청결상태는 양호한가? | A□ B■ C□ D■ E□ |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡     |                |



| 3 시스템    |   |   |
|----------|---|---|
| 3-1 품질보증 |   |   |
| 문항<br>번호 | 평가항목  | 평가척도  |
| 1        | 업소 규모 및 고객 수 대비 적절한 직원 수를 확보하고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|          | A : 우수 C : 보통 E : 미흡  |   |
| 2        | 외식서비스 현장을 매장 내에 게시하고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|          | A : 게시함 E : 게시하지 않음   |   |
| 3        | 외식서비스 현장과 서비스 이행표준을 직원에게 제공 및 교육하고 있는가??  | A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>                                  |
|          | A : 자료 제공 및 주1회 이상 교육 B : 자료 제공 및 월1회 이상 교육 C : 자료제공 및 분기1회 이상 교육 D : 자료제공만 E : 미흡            |   |
| 4        | 상근 직원 중 서비스 관리 책임자가 지정되어 있고, 정기적으로 서비스 교육을 실시하고 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|          | A : 두 가지 모두 해당 C : 한 가지만 해당 E : 미흡  |   |
| 5        | 정기적으로 위생 교육을 실시하고 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|          | A : 월1회 이상 교육 C : 분기1회 이상 교육 E : 미흡   |   |
| 6        | 개인 및 업소 위생관리를 위한 적절한 시스템을 갖추고 있는가?  | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|          | 평가기준 - 개인건강검진, 방충·방서 및 소독관리<br>A : 두 가지 모두 해당 C : 한 가지만 해당 E : 미흡                             |   |
| 7        | 고객 테이블에 제공된 음식의 재사용을 방지하는 시스템을 갖추고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|          | A : 시스템 있음 E : 시스템 없음   |   |
| 8        | 고객 의견을 취합할 수 있는 소통창구가 마련되어 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> |
|          | 평가기준 - 매장 내 또는 홈페이지 등 고객의 의견을 수렴할 수 있는 공간 마련<br>A : 있음 E : 없음                                 |   |
| 9        | 고객 의견 또는 불만에 대한 개선사항 등을 공개하고 있는가?   | A <input type="checkbox"/> B <input checked="" type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>            |
|          | 평가기준 - 의견을 제기한 고객에게 조치사항을 알림, 매장 내·홈페이지에 개선사항 게시 여부<br>A : 2가지 이상의 방법 수행 C : 1가지 방법 수행 E : 미흡 |   |