

『우수외식업지구 육성사업』

# 외식산업인력양성교육

## - 경영 및 친절서비스 -



2013. 3

농림축산식품부. 전주시. 한옥마을협의회

# 목 차

## I. 경영자 마인드

1. 외식업 조직 경영관리
2. 외식업 경영분석 및 마케팅
3. 주방경영 - 메뉴개발
4. 직원교육의 필요성 - 주방 및 홀관리 직원

## II. 서비스교육

1. 기본소양교육 - 옷차림, 인사법 등
2. 고객응대 - 홀서빙
3. 고객대응사례

## III. 고객만족관리 및 고객불평처리

## IV. 외국인 응대법

## V. 실용외국어



A decorative border composed of various blue and purple flowers and leaves, arranged in a circular pattern around the central text.

# 1. 경영자 마인드

## ➤ 경영자 마인드 (business mind)

경영마인드는 효과성과 효율성을 추구한다는 점에서 형평성과 일관성을 추구하는 행정마인드와는 다름

기업의 목표를 달성하기 위하여 효과성과 효율성을 가진 여러 가지 아이디어나 지혜를 적용하는 것

경영마인드가 없는 기업이란 계획, 지휘, 조직화, 통제의 일관성 없는 기업으로 고객의 중요성을 인식하지 못하고 경쟁우위확보나 가치극대화에 노력을 기울이지 않은 외형중심의 기업을 의미

경영마인드가 없는 기업이란 계획, 지휘, 조직화, 통제의 일관성 없는 기업으로 고객의 중요성을 인식하지 못하고 경쟁우위확보나 가치극대화에 노력을 기울이지 않은 외형중심의 기업을 의미

우리의 일상생활에서 반드시 필요한 만큼 언제, 어디서나, 고려해야 하는 문제로 반드시 생활화해야 하는 것



## ➤ 경영자 마인드 핵심요소



A decorative border composed of various blue and purple floral and snowflake-like patterns surrounds the central text area.

# **1. 외식업 조직 경영 관리**



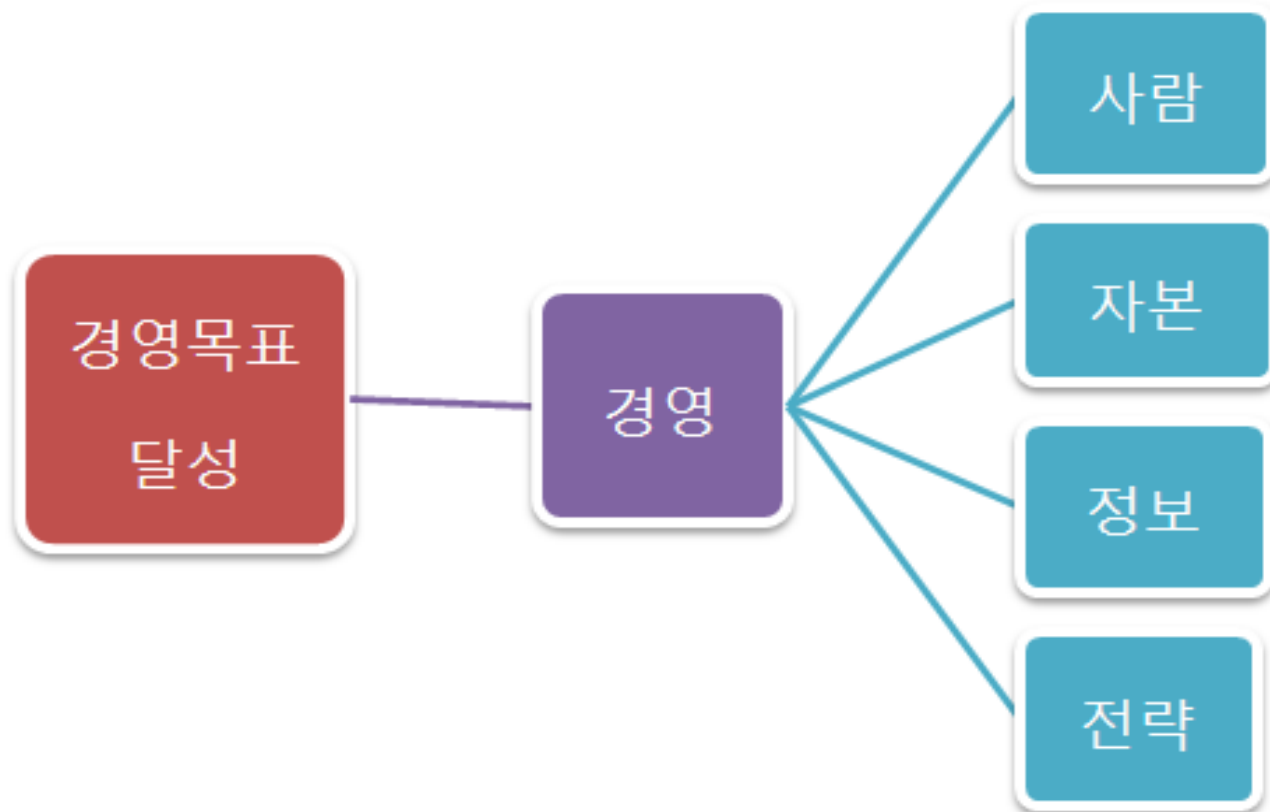
## ➤ 경영이란?

- management = man-age-ment  
사람이 나이가 들어 지혜로워지면서 내리는 의사결정 내지는 활동
- Business = 어원 busy  
사람이 사회적 존재로서 생존하고 발전하기 위해 몹시 바쁘게 뛰는 것.

## ➤ 경영의 목적

- 경영자는 세계 제일이나 고객만족 극대화 등의 목적을 설정하고 이윤 추구는 기업이 명시적으로 목적으로 설정하지 않더라도 기업존립의 기초가 된다.
- 기업의 목적에는 최고경영자의 경영철학이 담겨 있으며, 기업의 정책이나 방침등은 목적에서 출발하게 되고 모든 의사결정은 목적에 근거하여 이루어진다.

## ❖ 경영의 구성요소





## 1. 사람이 필요하다.

- 사람이란 인적자원(human resources)을 의미한다.
- 적절한 인적자원을 채용하여 이를 적재적소에 배치하고, 해당 인적자원이 지닌 생산성을 활용하여 경영 목표를 효과적, 효율적으로 달성하게 된다.

## 2. 자본이 필요하다.

- 우리가 일상적으로 말하는 돈이다.
- 기업활동에 필요한 자산을 구입하는 것, 종업원 채용등에 필요.
- 자본을 기초로 이윤이 창출되도록 경영활동을 하여야만 지속적으로 기업이 존재할 수 있다.
- 기업의 경영활동에 있어서 자본은 생존을 결정하는 중요한 자원이라 할 수 있다.

### 3. 정보가 필요하다.

- 기업의 경쟁력은 정보력에 의해서 좌우된다고 할만큼 정보의 중요성이 강조되고 있다.
- 정보는 기업에 있어서 인적자원이나 자본의 중요성 못지않게 중요한 자산이며, 경쟁력을 갖춘 기업은 정보전쟁에서 앞서 나가는 경우가 많다.
- 외부환경에 대한 정보를 신속·정확하게 파악하고 이를 전략적으로 사용할 수 있어야 치열한 경쟁환경에서 유리한 위치를 차지 할 수 있다.

### 4. 전략이 필요하다.

- 기업이 목표를 달성하기 위하여 미래에 수행하여야 할 방향을 정하는 것.
- 경영활동은 경영목표를 달성하기 위하여 기업에서 이용 가능한 모든 자원을 어떻게 활용하는 것이 살아남을 수 있는 방법인가에 대한 전략을 세워 이를 실행에 옮기는 연속적인 작업.

# ❖ 경영 자원

## ① 물리적 자원 (physical resource)

- 원재료, 토지, 설비, 생태적 자원등

## ② 인적 자원 (human resource)

- 노동시장의 인력, 교육받은 노동자, 노동자가 습득하고 있는 스킬

## ③ 재무 자원 (financial resource)

- 자본, 자금, 선물, 옵션등의 파생증권등

## ④ 기술적 자원 (technancial resource)

- 과학적 기술, 생산·공정관리 기술, 연구개발 기술

## ⑤ 지식·정보 자원 (knowledge resource)

- 정보·데이터와 같은 자료원, 학습·축적된 지식이나 정보등

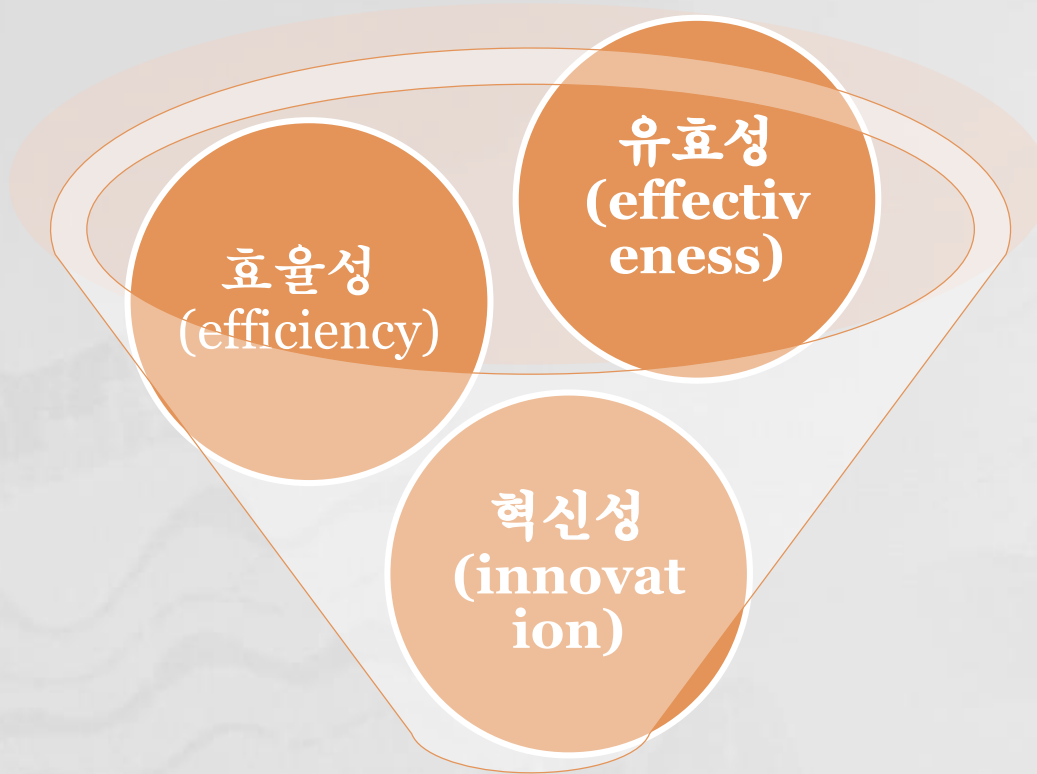
## ⑥ 무형 자원 (invisible resource)

- 특허권, 영업권, 상표이미지, 유통관리, 관리방법등

## ⑦ 사회적 자원 (social resource)

- 신뢰할 수 있는 동료·기업·금융기관과의 네트워크, 정부와의 관계방식등





**경영의 성공기준**

# ❖ 경영전략

경영전략은 기업이 경쟁하에 경쟁우위를 확보하기 위해 모든 자원을 전략적으로 배분하는 경영활동.

## ▪ SWOT분석

### • 내부환경의 분석 :

기업내부에 축적되어 있는 강점(Strength), 보완해야할 약점(Weakness)

### • 외부환경의 분석:

기업외부에서 이용할 수 있는 기회(Opportunity),  
극복해야 할 위협요소(Threat)

## ■ SWOT 분석기법

| 외부<br>내부         | 기회 (Opportunity)                        | 위협 (Threat)                             |
|------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| 강점<br>(Strength) | 외부환경이 제공한 기회가 기업내부의 강점이 있는 분야<br>- 확대전략 | 위기에 대처하기 위해 내부의 강점을 활용함<br>- 안정적 성장전략   |
| 약점<br>(Weakness) | 외부의 기회를 활용하기 위해 내부의 약점을 보완함<br>- 인재확보전략 | 내부의 약점 때문에 외부의 위협요인을 극복하기 어려움<br>- 철수전략 |

A decorative border composed of various shades of blue and purple snowflakes and floral patterns, framing the central text.

## 2.외식업 경영 분석 및 마케팅



## ◆ 경영 분석

- 경영 분석은 기업의 건강상태를 진단하는 것이라고 할 수 있다.
- 기업이 내부적으로 무엇을 보유하고 있는지 파악하는 것은 전략적으로 반드시 필요한 일이다.

# 기업이 계속 기업으로서 생존하고 발전하기 위해서 = 이익(P)를 증가시켜야 함

## ◎ 이익(P)를 증가시키는 방안 ◎

① R값을 증가시킴 :  $R = \text{영업수익}(\text{판매수량} \times \text{판매단가}) + \text{영업 외 수익}$

▶ 영업수익이 대부분의 비중을 차지하므로 판매수량을 증가시키든지 판매가격을 증가시킨다.

② C값을 감소시킴 : 원재료, 노동력, 에너지 및 기타 경영활동 비용을 절감한다.

# ❖ 기업의 생존 부등식의 조건

조건(1) : 판매수량을 증가시키기 위한 방안(고객의 입장)

**제품 및 서비스의 가치(V) > 제품 및 서비스의 가격(P),  $V - P > 0$  ①**

- ✦ 고객의 혜택 (consumer's benefit)이 존재해야 함.
- ✦ 고객은 지불하는 가격(P)보다 제품이나 서비스가 제공하는 가치(V)가 클 경우에만 구매한다.
- ✦ 제품 및 서비스의 가치는 화폐단위로 환산할 수는 없으나 고객의 머릿속에서 계산하는 지각가치(perceived value) 또는 효용(utility)을 의미한다.  
즉 고객은 지각가치를 가격과 비교하여 구매를 결정하게 된다.

조건(2): 제품의 가격이 비용보다 커야 한다(기업의 입장)

**$P > C$ ,  $P - C > 0$  ②**

- ✦ 생산자혜택 (Producer's benefit)이 존재해야 함.
- ✦ 제품의 가격이 비용보다 커야 함

조건(3) : 결국 기업이 생존, 발전하기 위해서는  
조건(1), (2)를 결합한 조건 (3)이 만족되어야  
한다.

$$V > P > C \text{ ③}$$

- 고객 혜택과 생산자 혜택이 동시에 존재해야 한다.
- ✚ ①  $V - P > 0$ 을 달성하기 위하여  $V$ 를 높이고  $P$ 를 낮추고,
- ✚ ②  $P - C > 0$ 을 달성하기 위하여  $P$ 를 높이고  $C$ 를 낮추어야 한다.
- ✚ ①에서는  $P$ 를 낮추고, ②에서는  $P$ 를 높여야 하는 선택이
- 남아있으나, 장기적으로는  $V$ 를 높이고  $C$ 를 낮추어야 함.

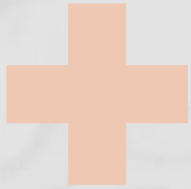
현대 기업환경에서는 고객 지향적 경영이 필요함을 의미한다. 그것은 고객이 일차적으로 시장에 제공되고 있는 제품과 서비스 가운데  $V - P$ 가 가장 큰 대안을 선택하기 때문이다.



## ❖ 생존부등식의 결론

- **V(제품 및 서비스의 가치)**를 높이기 위해서는 경쟁기업 비해 많은 가치를 제공해 주는 제품을 생산해야 하며, 이를 위해서는 기업이 끊임없이 신기술 및 신제품 개발노력을 통해 가치창출을 해야 한다. 이를 기업의 **창조성**이라 한다.
- **C(비용)**를 낮추기 위해서는 비용을 절감할 수 있는 원가절감노력이 필요하다. 즉 **생산성**을 증가시켜야 한다.
- 따라서 기업의 **창조성**과 **생산성**은 기업의 생존과 발전에 있어서 실과 바늘과 같은 역할을 한다.

조건1.  
판매수량을  
증가시키기 위  
한 방안  
(고객의 입장)



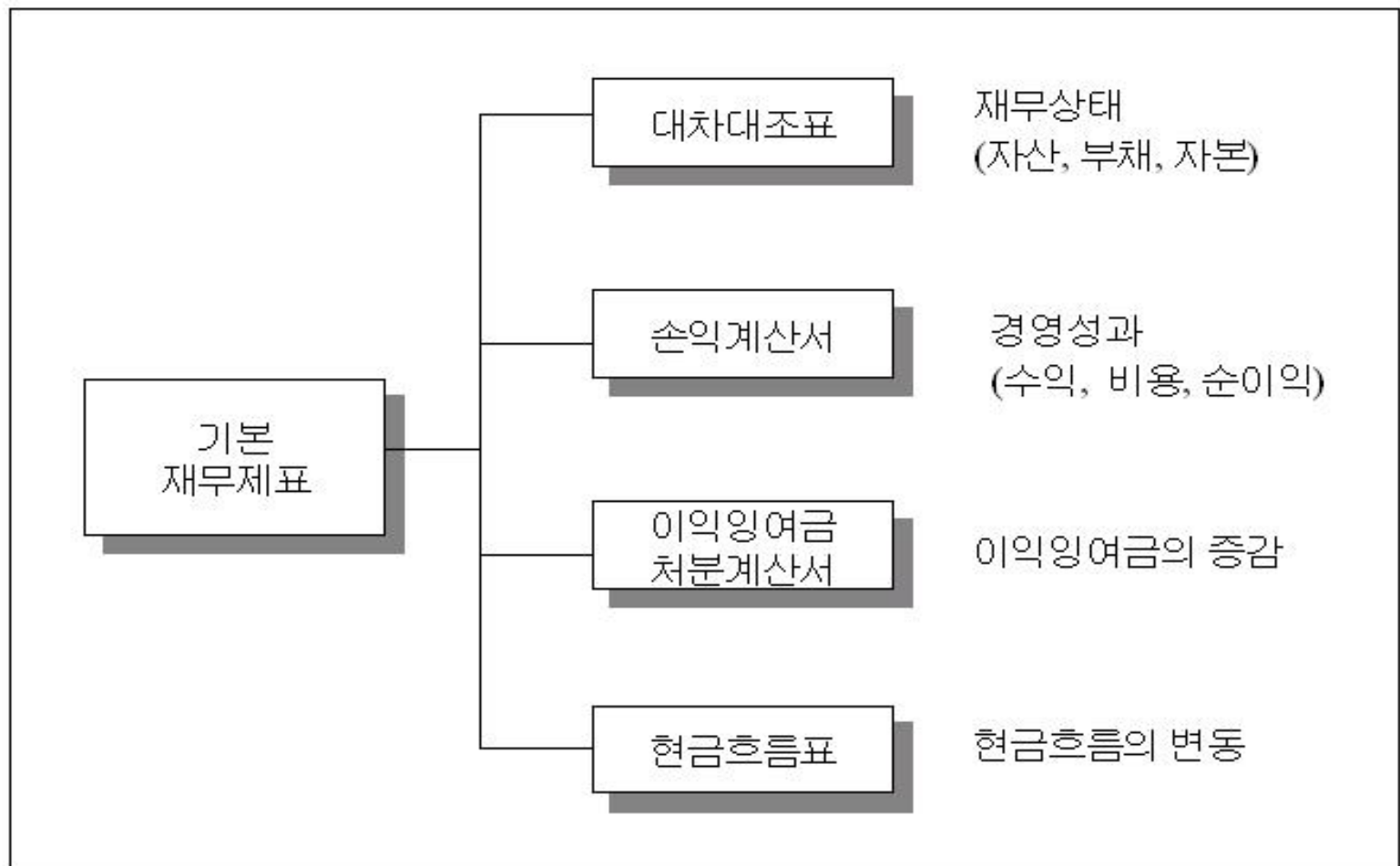
조건2.  
제품의 가격이  
비용보다 커야  
함  
(기업의 입장)

고객  
지향적  
경향

## ❖ 장부공개 경영(open book management)

- 투명경영의 일환인 장부공개 경영은 재무 정보를 통해 회사에서 지금 이윤을 남기고 있는지 그렇지 않은지를 직원들에게 알려 주어야 한다.
- 정보를 공유하면 대부분의 직원들은 성과를 향상시키기 위해 더욱더 열심히 업무에 매진할 것이다.
- 핵심은 기업의 성과를 분석하고 미래를 예측하는 데 꼭 필요한 추정치들만 파악하고, 그 외의 것들 때문에 혼란에 빠지는 일은 없어야 한다는 것이다.

## ❖ 경영분석자료



# ❖ 대차대조표

## ○ 정의

- 기업이 특정 시점에 가지고 있는 자산, 부채(=빚), 자본을 요약하여 보여주는 표, 즉 특정시점의 재무상태를 알려주는 보고서

자금의 조달과 운영상태를 보여주는 표

자산 = 자본(자기자본+타인자본)

| 차변(자산)                | 대변(부채 및 자본)             |
|-----------------------|-------------------------|
| 자금이 어떻게 조달되었는지<br>보여줌 | 자금이 어떻게 쓰이고 있는지를<br>보여줌 |



- 대차대조표 머리 부분에 기재되는 필수 사항
  - 대차대조표라는 보고서의 명칭, 회사명, 보고통화, 금액단위, 작성일자 등을 기록
- 대차대조표의 구조와 형식
  - 대차대조표 등식 : 자산 = 부채 + 자본
- 대차대조표의 특징
  - 경영활동을 통하여 자산, 부채, 자본에 변화가 발생하더라도 위의 대차대조표 등식은 계속 성립함
- 대차대조표의 형식
  - 계정식
  - 보고식

# 〈표 5-1〉 대차대조표(계정식)

## 대 차 대 조 표

당기 20×2년 12월 31일 현재

전기 20×1년 12월 31일 현재

A주식회사

(단위: 천원)

| 과 목        | 금 액      |          | 과 목      | 금 액      |          |
|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|            | 20×2년    | 20×1년    |          | 20×2년    | 20×1년    |
| 자 산        |          |          | 부 채      |          |          |
| 현금 및 현금성자산 | ₩10,000  | ₩ 9,000  | 매 입 채 무  | ₩30,000  | ₩20,000  |
| 단기매매증권     | •        | •        | 단기차입금    | •        | •        |
| 매 출 채 권    | •        | •        | 미 지 급 금  | •        | •        |
| 단기대여금      | •        | •        | 선 수 금    | •        | •        |
| 미 수 금      | 생략       | 생략       | 사 채      | 생략       | 생략       |
| 상 품        | •        | •        | 자 본      | •        | •        |
| 건 물        | •        | •        | 자 본 금    | •        | •        |
| 비 품        | •        | •        | 이익잉여금    | •        | •        |
| 자산 총계      | ₩600,000 | ₩400,000 | 부채와 자본총계 | ₩600,000 | ₩400,000 |

## ✓ 기본용어

# 자 산

### ○ 자산의 의의

- 자산은 과거 거래나 사건의 결과로서 현재 기업 실체에 의해 지배되고 미래에 경제적 효익을 창출할 것으로 기대되는 자원
- 간략히 말하면 ‘경제적 가치가 있는 자원’, ‘가치가 있는 물건 또는 권리’

### ○ 자산의 주요 항목

(자산은 차변에, 현금화시킬 수 있는 능력이 빠른 것부터 기입-유동성 배열법)

- 현금, 금융상품
- 매출채권(외상매출금, 받을어음),
- 대여금, 미수금, 선급금
- 유형자산 - 상품, 제품, 토지, 건물, 기계장치, 비품 등
- 무형자산 - 영업권, 산업재산권, 창업비, 개발비등

## ✓ 기본용어

## 부 채

### ○ 부채란?

- 과거의 거래나 사건의 결과로 현재 기업실체가 부담하고 있고 미래에 자원의 유출 또는 사용이 예상되는 의무
- 간략히 말하면 ‘현금으로 갚아주거나, 상품을 인도하거나, 용역을 제공해 주어야 할 의무, 즉 빚.’

### ○ 부채의 주요 항목

- 외상매입금(→ 외상매출금)
- 지급어음(→ 받을어음)
- 차입금(→ 대여금)
- 선수금(→ 선급금)
- 미지급금(→ 미수금)

## ○ 자본이란?

- 간략히 말하면 ‘자기가 출자한 금액과 영업활동을 통해 벌은 이익잉여금을 합한 순수한 자기 돈’

## ○ 자본등식 : 자산 - 부채 = 자본 (순자산으로서 자산에 대한 잔여 청구)

## ○ 자본등식에 내재된 논리

- 자본은 자산평가액에서 부채평가액을 차감한 잔액으로 계산됨
- 자본은 결코 독자적으로 측정되지 못함
- 이런 의미에서 자본을 잔여지분(residual equity)라 부름

## ○ 자본의 주요 항목

- 자본 = 자본금 + (순이익 - 배당금지출액)



# ❖ 손익계산서

## ○ 정 의

- 기업의 일정 기간의 경영성과를 알려주는 보고서
- 경영성과 : 수익, 비용, 순이익
- 기업이 일정 기간 동안 얼마나 이익을 남겼나, 얼마나 손해를 보았나 정확하게 계산하는데 목적이 있다.

## ○ 손익계산서 머리 부분에 기재되는 필수 사항

- 손익계산서라는 보고서의 명칭, 회사명, 보고통화, 금액단위, 작성 기간

## ○ 손익계산서의 구조와 형식

- $\text{수익} - \text{비용} = \text{순이익(순손실)}$  : 보고식
- $\text{비용} + \text{순이익} = \text{수익}$  : 계정식
- \* 우리나라 <기업회계기준>에서는 보고식만을 인정
- \*\* 대학에서의 교육 목적으로 계정식 손익계산서를 널리 이용하고 있음

## • 구분식 손익계산서의 의의

구분식 손익계산서란 → 이익을 다단계로 구분하여 표시한 손익계산서  
순손익은 매출총손익, 영업손익, 경상손익, 법인세 비용차감전 순손익, 당기순손익으로 구분된다.

## 〈표 5-2〉 손익계산서 (보고식)

### 손익계산서

당기 20×2년 1월 1일부터 20×2년 12월 31일까지

전기 20×1년 1월 1일부터 20×1년 12월 31일까지

A주식회사

(단위 : 백만원)

| 과 목                       | 금 액   |       |       |       |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|
|                           | 20×2년 |       | 20×1년 |       |
| 1. 매출액                    |       | ₩500  |       | ₩400  |
| 2. 매출원가                   |       | (200) |       | (180) |
| 3. 매출총이익 (1-2)            |       | ₩300  |       | ₩220  |
| 4. 판매비와 관리비               |       |       |       |       |
| 급    여                    | ₩80   |       | ₩50   |       |
| 임    차    료               | 10    |       | 10    |       |
| 감가상각비                     | 40    |       | 40    |       |
| 광고선전비                     | 20    | (150) | 15    | (115) |
| 5. 영업이익 (3-4)             |       | ₩150  |       | ₩105  |
| 6. 영업외수익                  |       |       |       |       |
| 이    자    수    익          | ₩30   |       | ₩10   |       |
| 임    대    료               | 10    |       | 10    |       |
| 유형자산처분이익                  | 30    | 70    | 0     | 20    |
| 7. 영업외비용                  |       |       |       |       |
| 이    자    비    용          | ₩10   |       | ₩50   |       |
| 유형자산처분손실                  | 10    | (20)  | 0     | (5)   |
| 8. 법인세비용차감전순이익<br>(5+6-7) |       | ₩200  |       | ₩120  |
| 9. 법인세비용                  |       | (40)  |       | (20)  |
| 10. 당기순이익 (8-9)           |       | ₩160  |       | ₩100  |

\* 중단사업이 있을 경우에는 손익계산서 양식이 더 복잡해진다. <부록>을 참조할 것.

## ○ 수익이란?

- 수익이란 기업실체의 주요 경영활동으로서 재화의 판매 또는 용역의 제공 등의 댓가로 발생하는 자산의 유입 또는 부채의 감소
- 기업이 일정기간 동안 경영활동을 통해 벌어들인 자산(현금 또는 현금을 받을 권리)
- 자본을 증가시키는 것

## ○ 비용이란?

- 기업실체의 주요 경영활동으로서 재화의 판매 또는 용역의 제공 등에 따라 발생하는 자산의 유출 또는 부채의 증가.
- 기업이 수익을 얻기 위해 일정기간 동안 소비한 자산(상품 또는 현금의 지급액 및 현금을 지불할 의무)
- 자본을 감소시키는 것

# ❖ 이익잉여금처분계산서

## ○ 정의

: 이익잉여금의 증감

- 기업의 이익이 발생하면 이익잉여금처분계산서를 결손이 발생하면 결손금처리계산서를 작성하여야 한다. 이익잉여금처분계산서는 이익잉여금의 처분상황을 명확히 보고하기 위하여 이월이익잉여금의 총변동사항을 표시한 것이고, 결손금처리계산서는 결손금의 처리사항을 명확히 보고하기 위하여 이월결손금의 총변동사항을 표시한 것이다.
- 상법으로 정해진 규정에 의하여 이사가 작성하여 정기총회에 제출하여 승인을 얻어야 한다.
- 이익잉여금처분계산서는 처분전이익잉여금, 임의적립금등의 이입액, 이익잉여금처분액, 차기이월이익잉여금으로 구성되어 있으며, 결손금처리계산서는 처리전결손금, 결손금처리액, 차기이월결손금으로 구성된다.

# ❖ 현금흐름표(statement of cash flows)

## ○ 정의

- 기업의 영업활동과 재무활동 그리고 투자활동에 의하여 발생하는 현금흐름의  
특징이나 변동원인에 대한 정보를 체계적으로 제공해주는 재무제표
- 기업의 이해관계자에 대한 최종적인 결재수단은 현금, 기업은 영업활동을 하기 위해 현금을 가지고 있어야 함
- ❖ 대차대조표 한계점(현금흐름에 관한 정보제공에 있어서)
  - 자금을 어떻게 조달하여 어떻게 사용하였는지, 재무활동과 투자활동에 관한 전반적인 정보를 제시하여 주지 못함



## ❖ 업장 매출 추정액 산출 방법

| 매출액 추정 지표 기준              |
|---------------------------|
| 좌석수                       |
| 1일 고객수(회전율: 일반 %, 예약 %기준) |
| 점심 및 저녁 비율                |
| 객단가(1인 평균지출액)             |
| 1일 매출액                    |
| 1달 매출액                    |
| 연간매출액(365일 기준)            |



# 예상손익계산서

| 구분               |                 | 추정기준  |     | 추정손익분기점기준 |     | 산출지표 및 기준              |
|------------------|-----------------|-------|-----|-----------|-----|------------------------|
|                  |                 | 금액(원) | %   | 금액(원)     | %   |                        |
| 매출액              |                 |       | 100 |           | 100 |                        |
| 매출원가(식자재비)       |                 |       |     |           |     | 매출액 대비 40%             |
| 매출총이익            |                 |       |     |           |     |                        |
| 판매·<br>일반<br>관리비 | 계               |       |     |           |     |                        |
|                  | 직원급료 및<br>복리후생비 |       |     |           |     |                        |
|                  | 수도광열비           |       |     |           |     | 매출액 대비 6%              |
|                  | 감가상각비           |       |     |           |     | 10년 정액법,<br>잔존가액 0원 기준 |
|                  | 소모품비            |       |     |           |     | 매출액 대비 4%              |
|                  | 기타              |       |     |           |     | 매출액 대비 7%              |
| 영업이익             |                 |       | -   |           | -   |                        |

# ❖ 마케팅

## 마케팅이란

- 많은 제품과 서비스 가운데에서 특정제품 및 서비스를 구매하도록 구매자를 확신시키기 위해서 판매자측이 행하는 모든 의사결정과 행동의 총체라고 정의 함.

## 마케팅개념

- 시장에서의 교환을 통하여 인간의 필요와 욕구충족 그리고 기업의 생존과 성장이라는 목적을 달성하는 과정.
- 필요는 어떤 기본적인 만족이 결핍된 상태를 의미하며 욕구는 만족시켜 주는 수단에 대한 구체적인 바램.
- 기업의 경쟁하에서 마케팅은 기업의 생존과 성장목표를 달성하기 위하여 소비자를 만족시키는 제품,가격,유통,촉진활동을 계획하고 실행하는 관리과정.
- 마케팅은 고객이 무엇을 원하고 있는가를 알아내고,그들의 욕구에 맞게 상품을 제공해 주고 상품을 팔기 위한 가장 적절한 장소를 선택
- 상품의 유용성을 잠재고객에 알려주고 마케팅 전체과정을 평가하는 것뿐만 아니라 판매를 창조하는 것을 포함.

## ➤ 마케팅 믹스(marketing mix)

- . 기업이 표적시장에서 마케팅 목표를 달성하는데 사용할 수 있는 마케팅도구의 집합.
- . 제품,가격,유통,촉진으로 구성

## ➤ 마케팅 믹스(marketing mix)전략

- . 4P요소: 마케팅믹스의 제품(Product), 가격(Price), 유통(Place), 촉진(Promotion) 요소로 구성.
- . 마케팅 목표를 달성하기 위하여 4P를 어떻게 적절히 배합할 것인가에 관한 전략.

차별화 전략은 비차별화 전략에 비해 총매출액을 늘릴 수 있으며, 다양한 소비자의 욕구에 맞추어 여러 가지 상품을 다양한 가격으로 제공하고 복수의 유통경로를 사용하며 다양한 촉진을 실시하므로 차별적 마케팅은 보다 많은 소비자들을 고객으로 확보하게 된다.

기업은 여러 세분시장을 표적시장으로 삼아 이들 각각에 독특한 상품을 제공하고 영업을 하기도 하는데, 이러한 접근방법을 차별화 전략이라고 한다.

차별화의 정의는 차별화우위는 소비자에게 독특한 가치를 제공하여 줌으로써 차별화에 소요된 비용 이상으로 높은 가격프리미엄을 얻는 것이라고 할 수 있다.

# 차별화 전략

포지션은 특정상품에 대해 소비자들이 갖는 인지로서, 그 상품과 연관된 인상, 경험, 정보등을 통하여 소비자의 마음 속에 형성된다.따라서 각 기업체는 자사상품이 소비자들의 마음속에 바람직한 위치를 잡을 수 있도록 자사상품을 부각시키는 노력을 하는데 이를 일컫는다.

## 포지셔닝 (positioning)

목표한 포지션에 자사 제품을 위치시키는 속성/효익에 의한 포지셔닝,사용 상황에 의한 포지셔닝,제품 사용자에게 의한 포지셔닝,경쟁에 의한 포지셔닝,니치 시장에 대한 포지셔닝,제품군에 의한 포지셔닝이 있다.

제품포지셔닝은 경쟁기업들과 효과적으로 경쟁하기 위해서 마케팅믹스를 통해 제품 개념을 소비자들에게 심어 주는 과정을 의미한다.

포지셔닝은 기본적으로 해당 제품이나 서비스의 물리적인 특성에 의존한 차별화의 대표적인 방법이다.

성공적인 차별화 전략을 위해서는 소비자 수용의 특성을 이해해야 하며, 소비자가 구체적으로 무엇을 원하는지 파악할 필요가 있다.



A decorative border composed of various blue and purple snowflake or floral patterns, arranged in a circular frame around the central text.

### **3. 주방경영 - 메뉴개발**

## ❖ 메뉴(menu)개발

### ✓ 메뉴의 정의

- 메뉴(menu)는 용어를 사용할 때는 두 가지 의미를 가지는 경우가 많다.그 하나는 외식업에서 취급하는 제품인 음식을 의미하는 경우이고,다른 하나는 외식업체에서 판매하는 제품의 리스트인 메뉴북을 의미함.
- 라틴어 ‘minutus(미누투스-아주작은,간단한,상세하게 기록한)에서 유래하였으며 최초 기능은 외식업체나 가정에서’ 오늘 제공하게 될 요리를 간단명료하게 적어 놓은 것에서 유래됨.
- 메뉴의 유래는 요리의 내용과 종류를 적어 요리를 즐기는 데서 유래했다는 설과 프랑스에서 이탈리아 요리의 원재료와 조리법을 기록한 메모에서 유래했다는 설 등이 있다.

## ✓ 메뉴란 ?

- 고객이 알기 쉽고 보기 쉽도록 식음료의 품목과 가격을 작성·기록하여 고객이 식음료를 주문하는데 필요한 정보를 제공.
- 고객과 식당간의 식음료 제공을 약속하는 표로써 메뉴는 내부적인 통제도구일 뿐만 아니라 판매광고·판매촉진을 포함하는 Marketing too이라 할 수 있다.
- 메뉴가 매출과 직결되는 중심개념으로 메뉴계획·메뉴분석·가격결정 등이 메뉴관리의 주요영역.
- 메뉴는 ‘무엇을 어떻게 만들것인가’를 결정짓는 중심요소.

## ✓ 메뉴의 중요성

- 고객이 외식업체를 방문하는 근본적인 이유
- 메뉴는 외식업체의 주 상품으로서 외식업체를 대표하는 얼굴과 같다.
- 외식업체를 구성하는 콘셉트의 핵심은 메뉴로부터 시작된다.
- 메뉴의 선택은 목표고객과 수익성의 선택과 다름없다.

## ✓ 메뉴의 구성요소

- 메뉴는 필요한 시설구조와 공간·입지를 결정한다.
- 메뉴는 필요한 인력과 숙련도를 결정한다.
- 메뉴는 필요한 설비기기를 결정한다.
- 메뉴는 구매해야할 식자재의 항목을 결정한다.
- 메뉴는 서비스영역의 공간과 실내장식을 결정한다.
- 메뉴는 원가관리절차를 결정한다.
- 메뉴는 생산요건을 결정한다.
- 메뉴는 서비스요건을 결정한다.

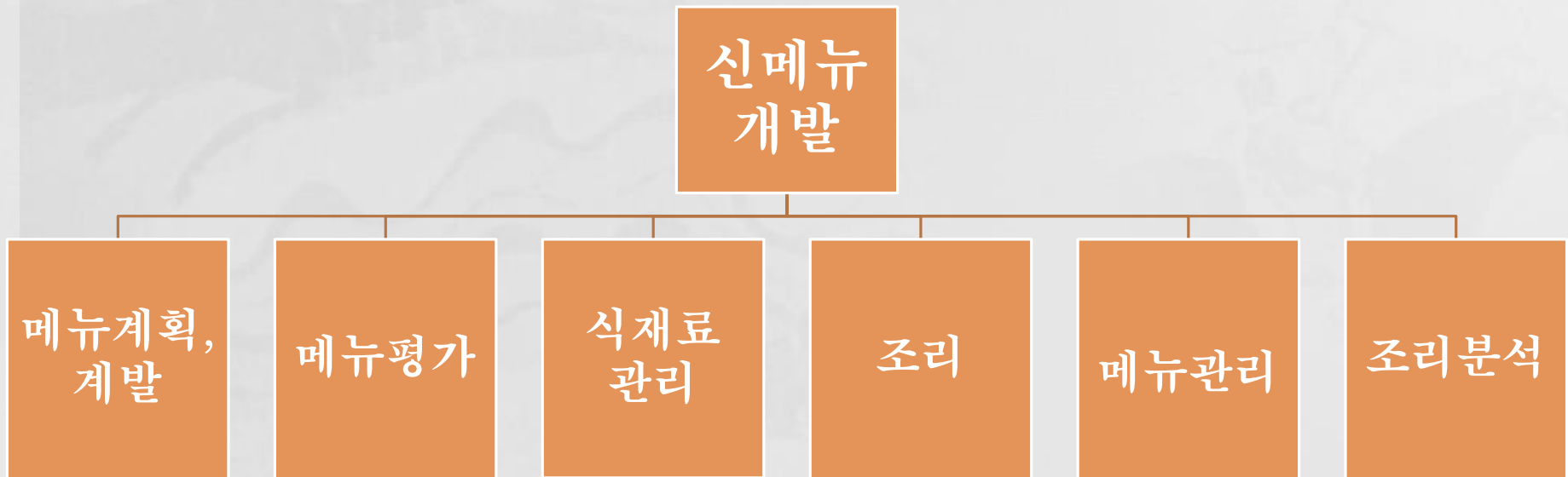
## ○ 메뉴의 조건

- 고객이 메뉴를 볼 때 상품구입의 동기유발을 일으킬 수 있는 강력한 판매촉진도구가 되어야 한다.
- 메뉴에는 가격·요리방법·요리모양·요리형태·요리상품에 곁들여 나오는 서비스가 나열되어 있어야 하며, 분위기와 계절감각이 포함되어야 한다. 고객에게 강한 인상을 주도록 특징적이고 시각적인 요소도 가미해야 하는 식당의 종합예술이라 표현될 수 있다.

## ○ 메뉴의 경영

- 메뉴경영이란 메뉴계획을 시작으로 최종적인 단계의 메뉴분석까지를 총괄하는 개념으로 메뉴경영의 궁극적 목적은 고객만족을 통한 이익의 극대화이다.
- 메뉴개발을 위한 메뉴 계획시 소비자의 욕구와 필요, 영양과 위생, 방문목적, 메뉴의 질, 조직의 목표, 원가와 시설, 식재료 공급여건, 종사원 능력, 생산 및 서비스시스템, 메뉴의 수명 주기등을 고려해야 한다.
- 메뉴를 구성하기 위해서는 주력메뉴, 중심메뉴, 임시메뉴, 보조메뉴, 유인메뉴등을 고려함과 동시에 메뉴의 폭과 다양성을 통해 최소의 비용으로 소비자가 느끼는 가치를 극대화할 수 있는 방법을 강구해야 한다.

# <메뉴관리(경영)의 순환과정>



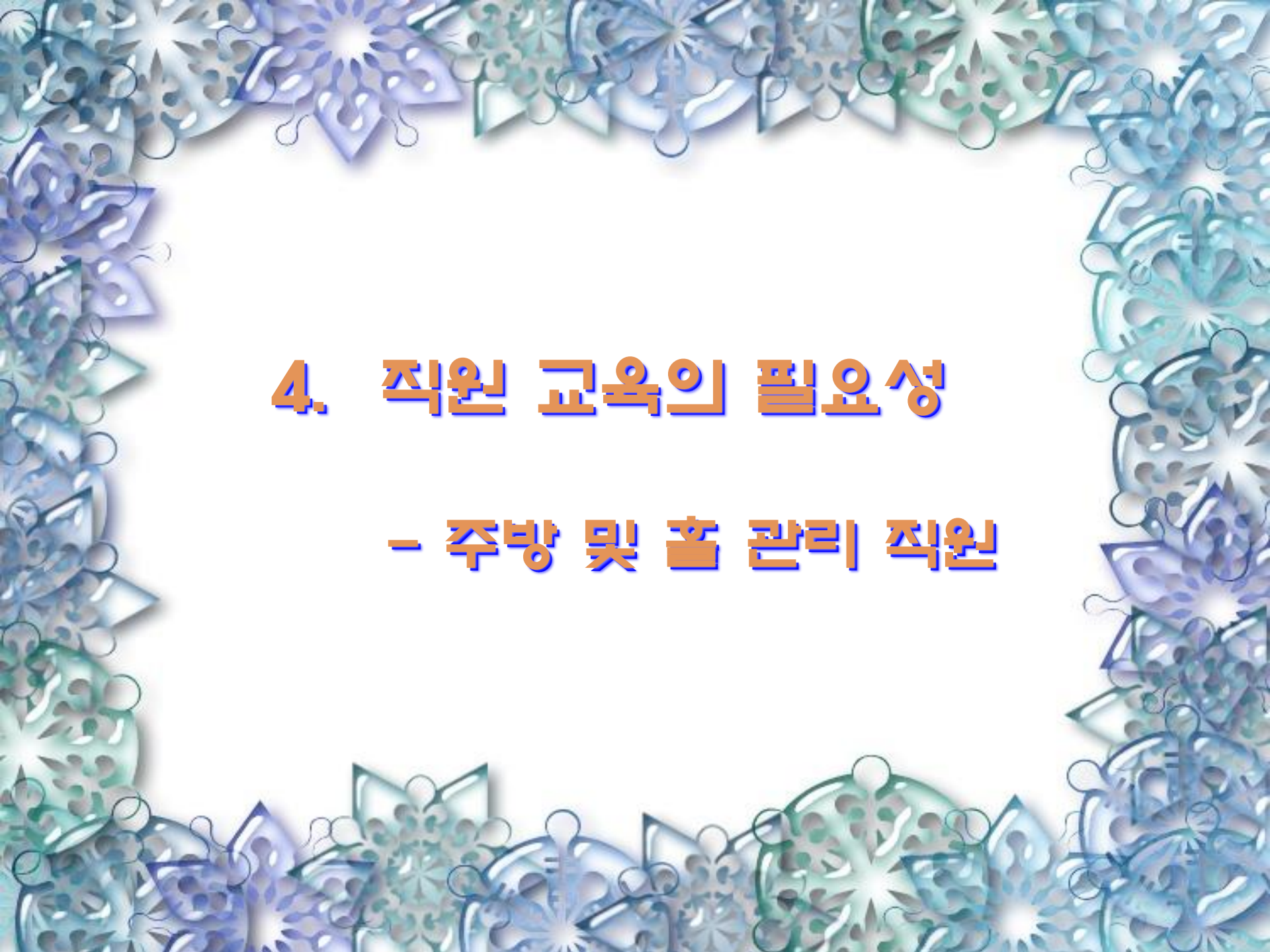


## ✓ 메뉴개발 전략

- 음식점 경영자는 메뉴계획을 근거로 새로운 메뉴를 개발하거나 기존의 메뉴를 개선하는 작업을 지속적으로 유지해야 한다.
- 메뉴를 개발하기 위해서는 제일 먼저 외식기업의 내·외부적인 환경분석을 통하여 메뉴개발의 필요성을 인식하여야 한다.
- 새로운 메뉴는 필요에 따라 계획적으로 메뉴개발이 이루어져야 한다.
- 신메뉴개발은 마케팅의 일환이라고 볼 수 있다. 외식업체 마케팅의 출발은 ‘메뉴의 개발’이며, 고객의 필요와 욕구를 파악하고 이를 수요로 연결시키는 작업은 메뉴가 매개 역할을 한다는 점을 잊어서는 안된다.
- 외부고객 뿐만 아니라 내부고객을 만족시키는 작업이기도 하다.
- 항상 동일한 메뉴만 취급하게 되면 조리사나 서버들도 매너리즘에 빠지게 되고 동기유발 요인이 없어서 복지부동하게 된다.
- 메뉴를 개발하는데 있어서 대중성과 차별성이라는 선택의 문제가 가장 크다. 수익성을 고려한다면 대중성이 반드시 필요할 것 같고, 경쟁력을 고려한다면 차별성이 더 중요하다는 생각이 들기도 하다.

## ✓ 메뉴의 상품화

- 메뉴평가를 통해 성공의 가능성이 검증된 메뉴에 대해서 실제로 상품으로 판매가 이루어진다.
- 신메뉴는 지금까지의 여러 단계를 거치는 동안 여러 방법을 통하여 성공 가능성을 확인하여 보았지만 실제 판매단계에 발생할 수 있는 또 다른 변수 등을 고려하여 대비하는 것이 필요하다.
- 상품화 단계에서 다시금 검토해야 할 요인으로는 기존의 설비, 회사의 이미지, 장기적인 기업의 목표, 기대 판매수량, 추가적으로 발생할 비용 등이 있다.
- 상품화를 통하여 메뉴의 판매가 이루어진 결과 수치를 가지고 수행하게 되는 메뉴분석은 상권변화, 경쟁상황, 고객욕구변화, 식재료 가격변동, 기업목표 변경, 사회문화적 환경 변화 등의 내·외부적 환경 변화등으로 인하여 중요성이 더욱 커지고 있다.



## **4. 직원 교육의 필요성**

**- 주방 및 홀 관리 직원**

## ➤ 종사자 위생교육

- 교육은 종사원이 적절한 방법으로 업무에 종사할 수 있도록 가르치는 것이다.
- 위생교육은 규모와 업종에 상관없이 종사원 교육 프로그램의 한 부분으로 반드시 포함되어야 하는 주제이며 [식품위생법]에도 외식업 종사자의 위생교육이 의무사항으로 되어 있다.

## ➤ 위생교육의 목적

- 종사원에게 위생과 관련된 지식과 기술, 태도를 익히게 함.
- 외식업소에서 실행하고 있는 위생규칙과 과정을 올바르게 따르도록 함.
- 음식의 안전을 기대할 수 있음.

\* 위생교육은 외식업소의 손익과도 관련이 있다.

위생교육을 위해서는 매니저나 종사원 모두 업무시간 이외의 부가적인 시간을 필요로 하며, 교육자료, 교육전문가 초빙등 비용이 들어가는 것은 사실이다. 그러나 이와 같은 비용투자는 미래를 볼 때 긍정적인 결과로 돌아오게 된다.

## ➤ 교육의 장점

- 식중독 발생으로 인한 제반 비용을 피함
- 외식업체 명성에 치명적인 위생사고 발생이나 당국의 위생 점검시 행정제재를 피할 수 있음.
- 올바른 위생교육의 실시로 종사원의 사기를 증진시킴
- 종사원의 작업에 대한 만족도 증가 및 임금인상이나 승진의 기회 증가
- 식품안전에 대한 자신감과 긍지를 가짐.
- 종사원의 이직률을 낮출 수 있고,매니저의 지도·감독업무가 감소됨
- 고객에게 안전한 음식제공 및 외식업 내·외부 고객의 만족도 증가



## ➤ 위생교육의 필요성

매니저는 어떤 부분에 교육이 필요한지 결정하는 중요한 역할을 한다.  
따라서 위생에 대한 지도·감독·시에 교육·훈련이 필요한 부분을 파악  
하고 계획을 세울 수 있어야 한다.

### <위생교육프로그램 절차>





## ➤ 위생교육 주제

- 식중독 발생 방지를 위한 위생의 중요성
- 업무 시작 전후의 올바른 개인 위생
- 올바른 식품 취급
- 기기의 세척 및 소독 절차
- 외식업소에서 사용하는 화학물질(세척제, 소독제)의 안전한 취급

## ➤ 위생교육 방법

- 교육방법은 개인교육과 집단 교육 두가지로 실시.
- 교육방법의 선택은 교육주제, 교육대상자의 수, 예산 범위등.

### (1)개인교육

- 개인교육은 한두사람만을 대상으로 하는 교육방법으로 신규종사원, 재교육이 필요한 종사원등 소수의 사람을 위한 교육에 효과적으로 사용될 수 있으며 외식업계에서 보편적으로 사용되는 방법이다.
- 개인교육법의 장점은 교육장소와 시간에 구애를 받지 않고 종사원의 이해도를 즉시 확인하여 빠른 피드백이 가능하다는 것이다.
- 또한 종사원의 직접 참여로 흥미유발이 쉽다.
- 단점으로는 시간과 경비소요가 많으며, 교육자의 시간 투자를 요하므로 다른 관리기능이 소홀해질 수 있다.
- 개인교육시 주의할 점은 교육자와 종사원 간의 밀착요구로써 자칫 종사원은 교육자의 잘못된 위생습관까지 그대로 답습할 가능성이 있다는 것이다.
- 개인 교육법을 이용하여 위생교육을 실시할 때에는 반드시 사전에 기본적인 위생교육을 실시하여 위생상 올바른 행동과 올바르지 못한 행동을 구분할 수 있는 능력과 지식을 갖추도록 해야 한다.

## (2) 집단교육법

- 집단교육법은 교육내용이 다수인에게 동일하게 적용되기 때문에 다수의 교육대상이 동일한 위생적 교육 요구가 있을 경우 통일성과 간편성을 갖는다.
- 강의, 토론, 역할등 여러 가지 교육방법과 교육자료를 효과적으로 이용할 수 있다.
- 단점은 개인지도가 어렵고 전반적으로 보편적인 위생내용을 다루기 때문에 교육받는 종사원들을 지루하게하고 흥미를 잃게 하기 쉽다.

# 교육매체의 선택

적절한 교육매체의 사용은 교육시간을 절약하고 종사원의 흥미를 높이면서 교육내용에 대한 이해를 도울 수 있으나 교육대상자의 적극적 참여, 반복적인 연습, 현장 경험등이 뒷받침 되었을 때 교육성과를 높여 줄 수 있다.



## ➤ 개인위생관리

### ○ 개인청결사항

#### - 손씻기

개인위생 사항 중 가장 중요한 것이 손씻기 이다.

외식업소에서는 다음과 같은 행동을 했다면 반드시 손을 씻도록 해야 한다.

- \* 화장실 사용
  - \* 손수건이나 휴지 사용
  - \* 육류나 가금류등 생식품을 만졌을 경우
  - \* 귀,입,코,머리,상처 부위 등을 만졌거나 긁었을 경우
  - \* 불결한 기구나 표면을 만졌을 경우
  - \* 청소나 기구 세척
  - \* 음식 또는 음료 섭취
- 
- ※ 손의 물기를 제거하기 위해서는 되도록 1회용 종이 타월을 사용하고 손의 물기를 닦기 위한 앞치마나 손수건의 사용은 금지해야 한다.
  - ※ 손 건조를 위해서는 손건조기가 가장 바람직하지만 대부분의 경우 손건조기에 손을 말리는 것이 너무 느리다고 생각하여 손을 어느 정도 말리고 옷이나 앞치마에 닦는 경우가 많다.

## ➤ 음식섭취 및 음식 맛보기

- 주방에서 음식을 먹거나 음료를 마시는 행위는 금지되어야 한다.
- 부득이하게 음식의 맛을 볼 때는 국자로 작은 접시에 음식을 떠서 별도로 준비한 맛보기용 숟가락을 이용해 음식을 맛보고 바로 지워버리는 것이 좋다.
- 많은 경우 음식을 만들 때 사용하는 국자나 숟가락을 이용하여 맛을 보고 그것을 다시 조리에 사용하는 것을 볼 수 있다. 이와 같은 행동은 반드시 자제되어야 한다.



## ○ 외식업소의 위생안전 모니터링

- 종사원이 위생적인 손을 위한 규칙을 따르고 있는가?
- 종사원이 적절한 개인 위생 규칙을 실천하고 있는가?
- 깨끗한 유니폼을 착용하고 있는가?
- 몸에서 냄새가 나지 않는가?
- 머리를 단정히 묶고 머리망을 착용하고 있는가?
- 머리나 얼굴을 긁거나 만지지 않는가?
- 음식을 취급하는 주방이나 서빙 지역에서 흡연, 껌 씹기, 음식을 먹고 있는지 없는가?
- 손톱은 깨끗하고 짧게 깎고 매니큐어를 바르지 않았는가?
- 싱크대나 바닥에 침을 뱉는가?
- 손으로 입을 막고 기침이나 재채기를 하지 않는가?
- 땀을 옷으로 닦지 않는가?
- 손수건이나 행주를 앞치마 주머니에 넣고 있지 않는가?

## ◆ 위생교육(식품위생법 제41조)

- ① 대통령령으로 정하는 영업자 및 유종종사자를 둘 수 있는 식품접객업 영업자의 종업원은 매년 식품위생에 관한 교육(이하 “식품위생교육”이라 한다)을 받아야 한다.
- ② 제36조 제1항 각 호에 따른 영업을 하려는 자는 미리 식품 위생교육을 받아야 한다. 다만, 부득이한 사유로 미리 식품위생교육을 받을 수 없는 경우에는 영업을 시작한 뒤에 보건복지가족부장관이 정하는 바에 따라 식품위생교육을 받을 수 있다.
- ③ 제1항 및 제2항에 따라 교육을 받아야 하는 자가 영업에 직접 종사하지 아니하거나 두 곳 이상의 장송에서 영업을 하는 경우에는 종업원 중에 식품위생에 관한 책임자를 지정하여 영업자 대신 교육을 받게 할 수 있다. 다만, 집단급식소에 종사하는 조리사 및 영양사가 식품위생에 관한 책임자로 지정되어 제56조 제1항 단서에 따라 교육을 받은 경우에는 제1항 및 제2항에 다른 해당연도 식품위생교육을 받은 것으로 본다.
- ④ 제2항에도 불구하고 조리사 또는 영양사의 면허를 받은 자가 제36조 제1항 제3호에 따른 식품접객업을 하려는 경우에는 식품위생교육을 받지 아니하여도 된다.
- ⑤ 영업자는 특별한 사유가 없는 한 식품위생교육을 받지 아니한 자를 영업에 종사하게 하여서는 아니된다.
- ⑥ 제1항 및 제2항에 다른 교육의 내용, 교육비 및 교육실시기관등에 관하여 필요한 사항을 보건복지가족부령으로 정한다.

## ➤ 직원 업무지침

- 1   고객의 주문 또는 지시사항을 끝까지 듣고 주문 사항을 복창하며 행동에 임하는가?
- 2   영업장 환기는 정상이며 실내온도는 적정온도에 맞춰져 있는가?
- 3   책임자는 영업장 천장, 벽면, 창문, 바닥청소는 잘되어 있는지 점검하고 영업에 임하는가?
- 4   테이블 및 기물의 세팅은 제대로 되어 있으며 깨끗한가?
- 5   종업원의 두발 및 손톱길이 등 위생상태는 청결한가?  
여종업원의 화장과 액세서리 착용은 손님에게 거부감을 주지 않는가?
- 6   종업원의 명찰착용, 구두등 유니폼 상태는 완벽한가?
- 7   사용하는 메뉴는 정상이며 깨끗한가?
- 8   제공되는 메뉴의 품목들은 모두 준비되어 있는가?(조리쪽과의 협의)
- 9   영업장의 장식품 및 소품들이 정 위치에 있는가?
- 10  예약고객에 대한 확인 및 준비는 철저히 되어 있는가?
- 11  메뉴 숙지, 서비스 방법 및 인사지침은 지침대로 실시하고 있는가?
- 12  사용양념, 소스류는 알맞게 채워져 있으며, 상태는 양호 한가?
- 13  영업개시 전에 화장실은 점검하고 시간대별로 점검은 하고 있는가?
- 14  테이블 모서리 및 사이에는 때가 끼지 않았는가?  
테이블의 위치는 정 위치에 있는가?

- 15 홀 내부 바닥상태는 깨끗한가?
- 16 영업 중에 항상 책임자, 부책임자 순으로 고객을 주시하며 물 준비, 주문 받는 것 기타 손님의 요구에 직원이 응할 수 있는 만반의 준비가 되어 있으며 고객에게 항상 편리함과 편안함을 느끼게 해 주는가?
- 17 비품, 기기 고장등 이상 시는 즉시 작업 요구 등 발생 조치하는가?
- 18 전화 또는 메시지는 필히 메모하고 고객 및 직원에게 전달하는가?
- 19 주문시 좌석번호를 정하여 상세하게 주문을 받고 서브시에는 음식명을 이야기 하며 여자손님,주빈 등 순서를 지키며 서브하는가?
- 20 근무 스케줄에 휴식 시간 등 사전에 보고하는가?
- 21 예약보다 손님이 많이 와서 추가 음식 발생 소지 시 미리 예약 고객에게 추가 음식에 관한 협의를 하는가?
- 22 VIP고객을 파악하고 취향에 맞게 서비스를 하며 직위를 기억하고 아는 척하며 고객 대장을 비치하여 단골고객의 선호도, 좋아하는 음식, 음료 등을 메모하고 생일, 기념일 등도 기억하였다가 추가 서비스 등을 하고 있는가?
- 23 고객에게 업장의 행사 시 연락할 수 있게끔 명함 또는 연락처를 요구하는가?
- 24 다른 업무를 보는중 고객이 부를 때는 “잠시만 기다려 주십시오” 라고 답하고 일을 마친 후에 즉시 보고하고 현장에서 해결하고 내용은 필히 처리 결과를 기록하는가?
- 25 고객의 불평, 불만은 경중에 따라서 수 차례 웃는 얼굴로 본인이 해결하고 즉시 상사에게 보고 현장에서 해결하고 내용은 필히 처리 결과를 기록하여 보고한다.
- 26 제공되는 음주류는 필요한 만큼 준비되어 있고, 온도가 적정하게 보관되는가?

- 27 메뉴를 숙지하고 매출증대 위해 고가 메뉴 권장에 주력하는가?
- 28 음 주류 서브시 병의 먼지는 깨끗이 제거하였는가?
- 29 코스요리 시 중간요리 서브시 그전 요리를 다 드셨는지 손님께 여쭙본 후 기물을 치우는가?
- 30 기물 세척 상태는 완벽하게 완료 되었는가?
- 31 음 주류 수불 대장은 기재하였고 냉장고는 시건되었는가?
- 32 영업 종료 후 전등 및 전열기의 코드빼기 및 스위치 끄기, 출입구 시건 장치는 철저히 되었는가?
- 33 익일 예약 상태를 확인하고 대처할 준비는 되었는가?
- 34 고객이 영업장을 떠날 때 와주셔서 감사하고 또 오시기를 당부하며 특별한 행사가 있는 때에 다시 오시도록 최선을 다하는가?
- 35 비품 및 소모품의 물품을 적정량 확보하고 있는가?
- 36 금일의 영업 중 그냥 가시는 손님의 이유, 매출을 올릴 수 있는데 중단된 경우(정인원이 안 된 경우, 불친절로 인한 경우, 싸운 경우, 메뉴가 안 맞는 경우, 아는척하지 안 한 경우, 혐오감 및 위압감이 있는 손님이 있는 경우, 소음으로 인한 경우 등)는 어떤 경우 있던 간에 대책은 세웠었는가?
- 37 소스, 소금, 간장, 후추 등의 양념은 손님이 드실 수 있는 충분한 양을 제공하고 용기의 크기도 맞은가?
- 38 냅킨, 이쑤시게 등 소모품은 손님의 요구시에 1인당 1개 이내로 제공하는가?
- 39 영업장에 추가 손님이 왔을 시에 물잔과 메뉴를 우선적으로 제공하였는가?
- 40 업장 운영을 위해서 시설 및 구매와 고객 불편사항을 충분히 해결하고 있는가?
- 41 분리수거는 철저히 하고 있는가?



A decorative border composed of various shades of blue and purple snowflakes and floral patterns, framing the central text.

## II. 서비스 교육



## ■ 서비스 마인드



- 서비스(service) => servu(노예) 에서 유래
- 즉 서비스는 ‘노예가 주인에게 충성한다’ 는 의미로 시작하였고 현재는 “판매를 목적으로 제공되거나 상품판매와 연계하여 제공되는 활동,편익,만족” 으로 정의되거나 “고객과 기업과의 상호작용을 통해 고객의 문제를 해결해 주는 일련의 활동” 을 의미한다.
- 외식업에서의 서비스는 고객에 대한 메뉴의 판매와 그에 따른 모든 물적·인적 서비스를 제공하는 환대행위라고 할 수 있다. 즉 상품판매를 위한 수단이나 용역활동으로 상품과 함께 동반되어 제공되는 인정된 가치를 의미한다. 외식업에서는 고객의 입장에서 고객이 즐겁고 쾌적한 식사를 할 수 있도록 제공되는 것으로 일련의 노력과 정성 등을 말할 수 있을 것이다.
- 다시 말해,서비스란 판매를 목적으로 제공되거나 상품판매와 연계하여 제공되는 활동,편익,만족으로 정의 할 수 있다.외식업의 서비스는 외식산업이 성숙해짐에 따라 고객들의 요구가 메뉴의 맛과 양에서부터 서비스로 그 중요성이 이동되었으며, 시장의 경쟁이 치열해지고 원가의 상승과 생산성 향상의 한계에 이르면서 서비스가 중요한 전략으로 등장하였다.

## ■ 서비스의 중요성

- 서비스는 고객으로 하여금 구매나 판매 및 재방문을 촉진하거나 유발시킬 수 있는 외식업의 상품이다.
- 서비스제공자가 서비스의 중요성을 인식하고接客 서비스에 있어 마음으로 부터 호의성이 우러나오고 있는지,업소 전체가 하나의 팀으로서 활발하게 움직이고 있는지에 따라 고객이 받는느낌은 달라지게 된다.
- 무형의 형태로서 이루어지는 서비스는 실체를 알 수 없기 때문에 직원의 행동이 서비스에 대한 평가요인으로 작용한다.
- 서비스를 핵심상품으로 가지고 있는 외식업에서는 고객의 욕구를 파악하고 충족시킬 수 있는 방안을 모색하는 적극적인 사고방식이 필요하다.
- 고객의 욕구와 기대에 최대한 부응한 상품의 구매로 만족감을 느낀 고객은 상품과 서비스의 재구매가 이루어지며,기업과의 신뢰감이 연속적으로 이어지는 상태가 되어 기업에 긍정적인 영향을 주는 고객으로 남게 되는 것이다.

## ■ 서비스는 왜 중요한가?

고객은 더 많은 것을 요구한다.

고객은 더 많은 선택 사항을 갖는다.

서비스는 충실함과 매출을 의미한다.

서비스는 이윤을 창출한다.

서비스에 의해 기업의 생존여부 결정

## ■ 서비스의 특징

### 무형성

서비스의 가장 기본적인 특징 . 즉 객관적인 형태로 누구에게 보이는 형태로 제시할 수 없으며 구매 , 즉 직접경험을 통해서 느낄 수 밖에 없음. 따라서 그 가치를 평가하기가 매우 어려우며 고객과의 의사소통에 문제가 발생하게 됨.

<해결점>: 서비스의 내용보다는 서비스를 받게 됨으로써 얻을 수 있는 구체적인 편익을 부각시키는 것이 좋음

### 소멸성

서비스는 판매되지 않으면 소멸됨. 즉 유형적인 제품과는 달리 저장이나 재고관리가 불가능 . 이로 인하여 과잉생산에 의한 손실과 과소생산에 의한 판매기회의 상실이라는 문제 발생 된다 .

<해결점>: 해결하기 위해서는 수요와 공급의 조화를 이루는 전략이 필요 .

### 비분리성

외식업에서 제공하는 서비스는 생산과 동시에 소비됨. 즉 우리가 음식점에 방문하여 서비스를 제공받는 것과 동시에 소비발생. 이러한 특징을 살펴보면 서비스의 생산에 소비자도 참여한다는 것을 의미하며 고객들이 형성하는 분위기가 서비스의 내용이 될 수 있다는 것을 알 수 있음 . 서비스 제공중에 다른 고객과 상호 작용을 할 수 있기 때문에 다른 고객의 서비스 경험이 또 다른 고객의 서비스 경험에 영향을 미칠 수 있음 .

### 이질성

외식업의 서비스는 생산과 제공의 과정에서 누가, 언제 제공하느냐와 같이 가변적인 요소가 많기 때문에 고객이 느끼는 서비스 상품은 많은 차이를 나타냄. 유발요인 : 서비스 직원의 경험이나 기분, 외모등과 고객의 기대수준, 서비스 받는 고객의 상황등. 고객이 느끼는 서비스의 내용이 달라지는 특징. <관리법> 일관된 서비스를 제공할 수 있는 우수한 인재를 채용, 체계적인 매뉴얼에 의하여 교육·훈련을 시키는 것



# 서비스 첼저지악





# 무관심

나와는  
상관 없다는 식의 태도



철거지악  
서비스

# 무시

마치 먼지를 털어내 듯  
고객의 요구나 문제를  
못 본척하고  
고객을 피하는 일



# 생색

고객을 위해  
당연히 해드려야 할 일을  
내가...

인심써서 해드리고  
있다는 식의 태도





공감

고객에게

적대감...

통명스러움..

차가운 표정...

고객보단 내일이

먼저라는 태도..



서비스악  
철거지악

# 로봇사회

직원의  
기계적인 응대로  
따뜻함이나 인간미를  
전혀 느낄 수 없는 태도



# 규정외예

고객만족 보다는  
조직내부규정을 앞세워  
예외를 인정할 수 없거나  
상식이 통하지 않는 경우





# 포퓰리즘의 폐해

“죄송합니다만 000로  
다시 거세요.  
이쪽은 담당이 아닙니다”  
라는 식으로 고객을  
뱅뱅이 돌리는 행동



# 狗猛酒産

구맹주산

개가 사나우면 술이 싼다.



주막의 술이 맛있을지라도 사나운 개 때문에

찾는 이가 없어 술이 싼다는 뜻

훈련 받지 않는 직원을 고객 최접점에 배치

하는 것은

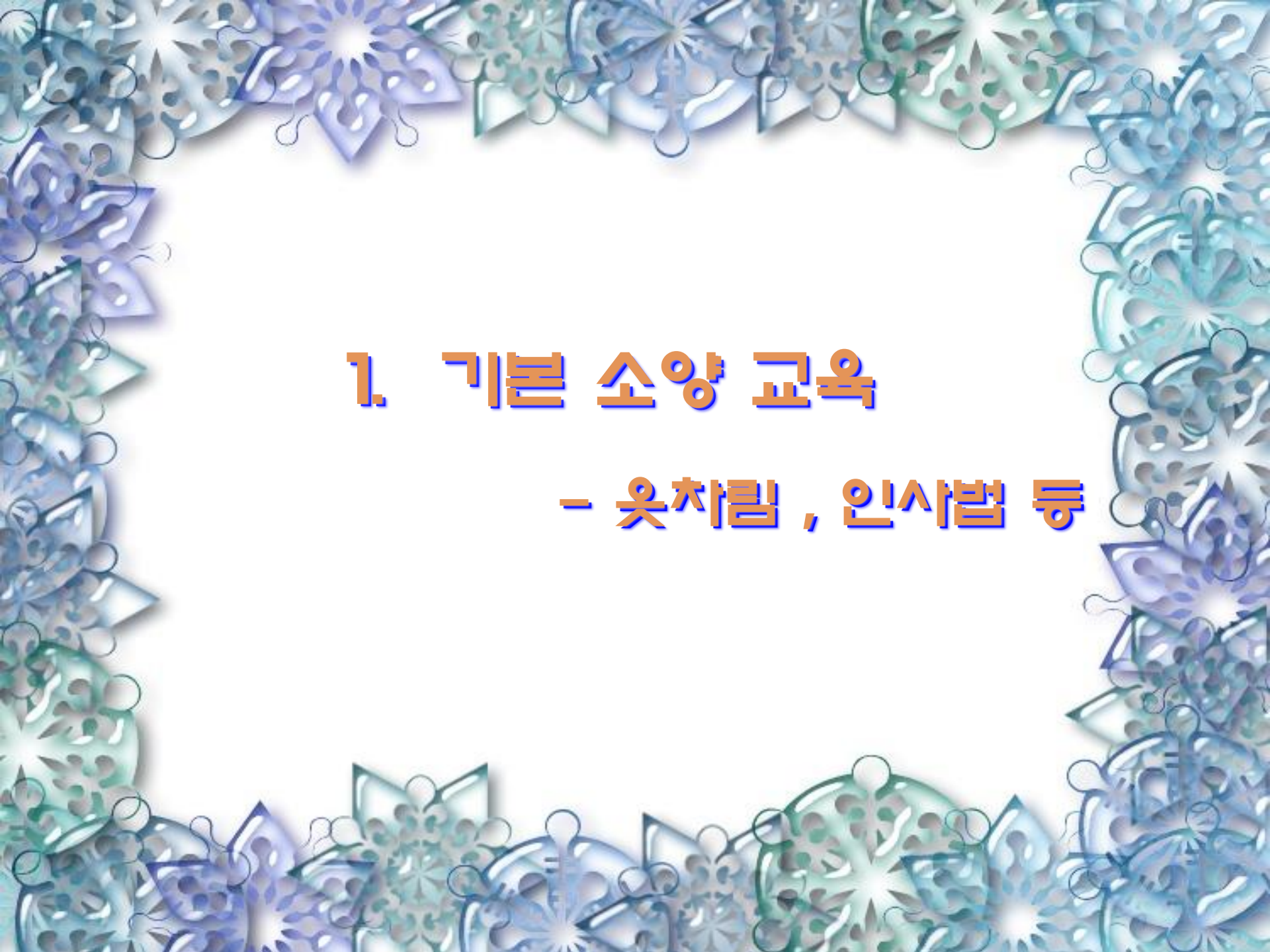
테러리스트를 앞장세워 고객을 협박 하는 것

## 꽃이 좋아야 나비가 보인다

평소 훌륭한 대화 테크닉과 매너 있는 멋진 복장을 갖추고 있으면  
주위에 서비스를 받고자 하는 고객들이 하나 둘 씩 모이게 된다.

매너도 부족해 보이고 복장도 불량해 보이면 누가 당신에게 다가오겠는가  
딸이 고와야 사위도 고를 수 있다는 속담처럼

서비스 제공자가 훌륭해 보여야 고객도 몰려온다는 뜻이다.

A decorative border composed of various shades of blue and purple snowflakes and floral patterns, framing the central text area.

# 1. 기본 소양 교육

- 옷차림, 인사법 등



# 몸가짐 및 복장

## ① 몸과 머리의 청결



- 머리는 항상 청결한 상태를 유지해야 한다.
- 머리색은 본래의 머리 색깔을 유지해야 하며 전체 또는 부분 염색은 허용되지 않는다.
- 염색은 자연스러운 갈색 또는 진한색에 한하며 혐오감을 주는 원색의 염색 및 탈색은 안 된다.

- 남자의 경우 머리스타일을 단정하게 보여야 하며 앞머리는 되도록 눈썹을 덮지 않는 것이 좋다.
- 여자는 긴머리일 경우 머리띠나 고무줄, 머리끈, 작은리본등 단정하게 머리를 묶고 얼굴이 가려지지 않도록 한다.  
(커다란 머리장식이나 핀은 삼가한다.)
- 머리망을 착용하여 단정하게 한다.
- 주방에서 근무하는 직원들은 위생상 모자나 머리 수건을 반드시 착용하여야 한다.
- 근무중 반지를 끼거나 매니큐어를 칠하는 것은 안된다.



## ○ 손톱

- 손톱은 항상 짧게 깎고 깨끗해야 한다.
- 긴 손톱이나 매니큐어를 바른 손톱은 음식 속에 손톱조각이 들어갈 확률이 있기 때문에 음식 취급자에게는 적합하지 않은 손톱이다.
- 서빙종사자의 경우 매니큐어 색깔은 투명색과 살색 이외에는 안된다. 또한 손톱보호제를 사용하여 손톱의 손상을 방지한다.
- 손의 청결에 대해서는 단순히 외식업소 규칙이 설정되어 있는 것만으로는 부족하다. 따라서 수시로 손의 위생상태가 왜 중요한지 종사원들에게 항상 설명하고 관리할 수 있도록 해야 한다.
- 매니큐어가 벗겨져서 보기 흉한 상태가 되지 않도록 한다.
- 근무 중 손으로 코를 후비거나 머리·입·코 등 안면부위를 만져서는 안된다.
- 손톱은 반드시 짧게 깎고 불순물이 손톱 사이에 끼지 않도록 가꾸어야 한다.

## ○ 상처

- 노출된 상처부위는 식중독을 유발할 수 있는 위험을 가지고 있다.
- 상처 부위는 반드시 살균된 밴드로 잘 감싸고 방수가 되는 플라스틱 장갑을 착용하여 음식이나 다른 조리종사자에게 노출되지 않도록 한다.
- 조리종사원의 경우 가능하면 상처부위가 나을 때까지 음식 취급과는 무관한 일을 하는 것이 안전하다.
- 상처 난 손으로 서비스에 임해서는 안 된다.

## ○ 얼굴

- 항상 밝은 표정이 미소를 유지한다.
- 화장은 자연스럽고 립스틱은 너무 진하지 않은 것으로 한다.
- 식사 후 반드시 양치질을 해야 한다.
- 남성의 경우 매일 면도를 하여 깔끔한 상태를 유지한다.

## ○ 복장



- 항상 청결을 유지하고 다림질을 하여 착용한다.
- 주머니에 불필요한 물건을 넣어 훔치지 않게 한다.
- 단추이탈 및 바느질이 터진 것은 즉시 수선하여 착용한다.
- 속옷이 비치거나 밖으로 나오지 않도록 한다.
- 유니폼에 명찰을 바르게 부착하였는지 확인하고 명찰이 옷깃에 가리지 않도록 한다.
- (조리종사원) 자주 옷을 만지는 일이 없도록 해야 하며 물기가 있는 손을 옷에 닦지 않는다.
- (조리종사원) 뜨거운 것을 나를 때 앞치마를 이용하는 행위는 안 된다.
- (조리종사원) 평상복을 입고 조리에 임해서는 안된다.
- 발가락이 보이지 않는 신발을 신는다.

## ② 인사법

- 인사는 대고객 서비스의 출발점이다.
- 고객이 오면 친절하고 정성을 다하여 모시겠다는 의미를 지니고 있고, 나갈 때는 감사의 표시이다.
- 인사는 진심으로 고객에 대한 환대의 마음이 전달되어야 하며, 예절바르고 정중하게, 밝고 상냥하게 해야한다.



## ○ 인사의 상식

- 인사는 먼저 할수록 좋다.
- 인사라는 말에 적극적이라는 뜻이 포함되어 있다.
- 감사하는 마음을 상대방에게 나타낼 수 있다.
- 차별을 둔 인사는 많은 고객을 잃는다.
- 인사의 기본은 “안녕하세요” 이다.
- 웃는 얼굴을 잊지 말아야 한다.
- 인사말은 생략해서는 안된다.
- 지나치게 정중하면 헛 인사가 된다.
- 시간,장소에 따른 인사를 해야한다.
- 인사의 연습은 인사를 잘하게 되는 지름길이다.
- 대답은 어떤 경우에도 ‘네!’한번이다.
- 기계적이 아닌,마음이 담겨져 있는 인사를 해야 한다.
- 인사의 가치는 상대를 안심시켰는가에 있다.



## ○ 인사의 요령

- 곧은 자세를 취한다.
- 상대의 눈을 본다.
- 정중하게 머리를 숙인다.  
등을 펴고 허리에서 직선으로 숙여야 한다.
- 손은 양 옆에 붙인 채 자연스레 몸을 따라 내린다.
- 수그린 마지막 시점에서 잠깐 멈추고 시선은 상대방의 발 끝에 둔다.
- 숙일 때보다 조금 느린 속도로 몸을 일으킨다.
- 다시 상대의 눈을 본다.

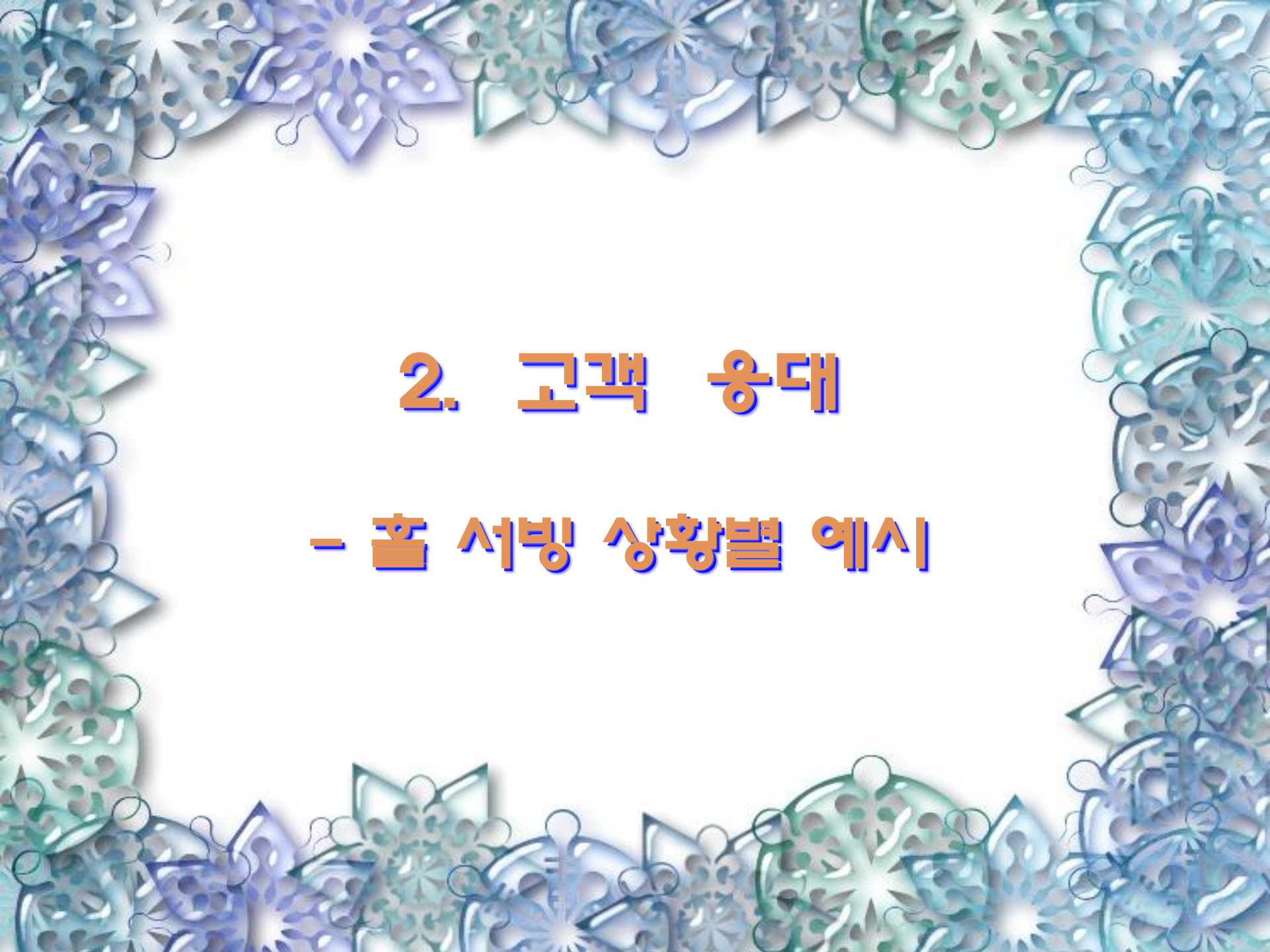
| 구분     | 가벼운 인사(목례)                                                                                  | 보통인사(보통례)                                                                                      | 정중한 인사(최경례 vip)                                                                                |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 인사의 각도 |  15°<br>목례 |  30°<br>보통례 |  45°<br>정중례 |
| 대상고객   | 좁은 장소에서 만났을 때<br>상사나 동료간                                                                    | 일반고객                                                                                           | VIP고객                                                                                          |
| 인상의 속도 | 구부린 다음 바로 펴                                                                                 | 구부린 다음 1초동안 멈추었다<br>가 펴                                                                        | 구부린 다음 1초 동안 멈추었<br>다가 펴                                                                       |
| 용도     | 고객이 들어 올 때 환영인사                                                                             |                                                                                                |                                                                                                |
| 시선     | 발끝 2미터 정도 앞                                                                                 |                                                                                                |                                                                                                |
| 양손의 위치 | 남녀 모두 차렷 자세에서 가운데 손가락이 재봉선에 가볍게 대고 떨어지지 않도록 한다.                                             |                                                                                                |                                                                                                |
| 발      | 뒤꿈치를 붙이고 30~40° 정도로 벌린다.                                                                    |                                                                                                |                                                                                                |
| 표정     | 가볍게 미소를 띤다.                                                                                 |                                                                                                |                                                                                                |
| 다리     | 곧게 편다.                                                                                      |                                                                                                |                                                                                                |
| 엉덩이    | 뒤로 빼지 않도록 한다.                                                                               |                                                                                                |                                                                                                |
| 허리와 머리 | 허리에서 머리까지 일직선을 유지한다. (머리만 숙이거나 허리만 굽히지 않게 한다)                                               |                                                                                                |                                                                                                |
| 주의     | 눈을 치켜 뜨지 말아야 한다.                                                                            |                                                                                                |                                                                                                |

## ○ 보행법

- 서비스 직원은 매장 내에서 걸어 다닐 때에도 항상 시선은 고객을 주시하며 가슴을 펴고 등을 곧게 하여 걸어야 한다.
- 매장 내에서 고객과 서로 지나칠 때에는 손님의 행동 반경을 피해서 가볍게 목례로 인사하며 지나쳐야 한다.

## ○ 자세

- 서비스 직원은 대기 자세에서도 가슴을 펴고 바른 자세를 취하며 의자나 벽에 기대어서 있거나 양손을 뒤로 하는 행동은 하지 않는다.
- 두 다리는 붙여서 앞이  $45^{\circ}$  가량 벌려야 하며, 휴식 시에는 한쪽 다리에 중심을 두고 다른 한쪽의 다리는 앞으로 자연스럽게 내민 자세를 취한다.



## 2. 고객 응대

### - 홀 서빙 상황별 예시

- 接客 서비스기법은 고객 영접부터 식사를 마치고 떠날 때까지의 모든 절차를 효율적으로 처리하는 것이 곧 고객을 정중하게 서비스하는 것이다.
- 서비스를 잘하면 음식의 질이 좀 떨어진다해도 즐겁게 식사를 할 수 있지만,서비스가 좋지 않으면 아무리 훌륭한 음식이라도 그 빛을 발휘하지 못하고 업장 전체의 분위기를 흐리게 된다.



## ○ 상황별 예시

### 고객 대기

- 정해진 장소에서 바른 자세로 대기한다.
- 항상 자세가 흐트러지지 않도록 하고 대기 자세는 고객에게 있어 첫인상이 될 수도 있기 때문에 매우 주의한다.
- 입가엔 미소를 짓고 시선은 고객이 오는 입구 방향을 주시한다.
- 팔짱을 끼거나 하품, 담배를 피우는 행위는 해서는 안 된다.

## ○ 상황별 예시

### 고객 환영

- 고객을 환영할 때에는 고객이 ‘환영받았다’고 느낄 수 있도록 인사해야 한다.
- 고객이 들어오는 즉시 ‘안녕하세요,어서오세요’라고 외식업의 브랜드를 알리면서 환영인사를 하여야 한다.
- 예약여부를 확인 할 때에는 “예약하셨습니까?”라고 말한다.
- 예약고객이 아니라면 “몇 분이십니까?”라며 동행고객 수를 확인한다.
- 고객과 눈을 응시하면서 활기차게 인사를 한다.

## ○ 상황별 예시

### 자리 안내

- 빈자리가 없는 경우 “죄송하지만 잠시만 기다려 주시겠습니까?” 라고 공손하게 대기좌석으로 안내한다.
- 대기고객에게 대해서는 지속적인 관심과 빠르게 좌석을 마련하고 있다는 것을 보여주어야 한다.
- 고객의 자리를 안내할 때에는 “제가 안내해드리겠습니다” 라고 말하며 고객의 순서가 틀리지 않도록 주의하여야 한다.
- 기다리신 고객을 안내할 때에는 “기다려주셔서 감사합니다” 라고 기다린 것에 대한 감사를 표시한다.

- 고객이 특별히 선호하는 자리가 있는지 물어보고 안내한다.
- 고객을 자리에 안내할 때에는 “이쪽으로 안내해드리겠습니다” 라고 하며 손을 가지런히 모아 이동하려는 방향을 향하며 고객보다 2~3걸음 앞서 걸어간다.
- 정확한 인원수를 홀 담당직원에게 전달한다.
- 매뉴북과 물을 제공하며 제공될 서비스에 대한 제시는 고객의 서비스에 대한 신속성과 이후 진행될 사항에 대한 공지로 고객으로 하여금 편안한 마음을 가질 수 있도록 한다.

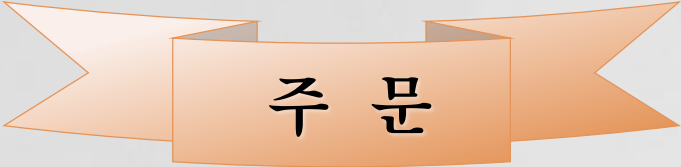
## ○ 상황별 예시

### 물과 메뉴북 제공

- 메뉴북과 물을 테이블에 내려놓을 때 소리가 나지 않도록 주의한다.
- 메뉴북은 외관이 위생적으로 관리되어야 한다.
- 대기시에는 고객에게 빠른 메뉴 선택을 강요하는 느낌을 주어서는 안되며, 반대로 무관심을 보여서도 안된다.
- 홀 직원은 메뉴에 대한 상식을 가지고 고객의 질문에 정확히 답해야 한다.
- 컵은 세팅 시 이물질이 묻어 있거나 이가 나간 컵이 세팅되지 않도록 주의한다.



## ○ 상황별 예시



### 주문

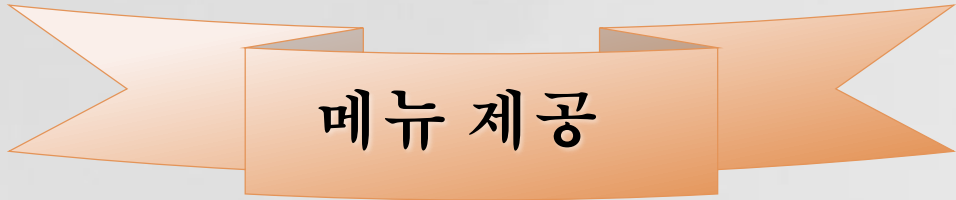
- 주문을 받고 전표작성 시 고객에게 재촉하는 인상을 주지 않도록 한다.
- 고객이 메뉴를 골랐다고 판단되면 다가서서 “주문 도와드리겠습니다” 라고 말하고 주문을 받는다.
- 주문을 받은 후에는 “주문하신 멘 확인해 드리겠습니다” 라고 말하고 고객과 눈을 맞추고 반드시 고객에게 주문 내용을 정확히 복창한다.
- 추천메뉴 권유 시는 무조건 비싸거나 간편한 음식을 권유하여서는 안 되며 고객의 입장을 고려한 올바른 메뉴를 추천하여야 한다.
- 잘못된 주문이라고 판단될 시 고객에게 메뉴에 대한 자세한 정보를 제공하여 불필요한 불만을 없애도록 한다.
- 주방 전달 시 고객의 특별한 요청은 가능한 부분을 확인하여 정확히 전달한다.

## ○ 상황별 예시

### 메뉴 예비 세팅

- 홀 직원은 음식을 주문받고 나서 5분안에 기본적인 찬류를 세팅한다.
- “잠시만 실례하겠습니다.반찬 준비해 드리겠습니다” 라고 말하며 음식을 세팅한다.
- 음식이 나오면 우선 그릇 주변이 깨끗한지,이물질이 없는지 등을 체크한다.
- 그릇을 테이블에 올릴때에는 큰소리가 나지 않도록 하며, 정해진 위치에 정확히 두어야 한다.
- 다른 테이블의 고객과 순서가 바뀌지 않도록 주의해야 한다.
- 고객이 주문한 음식이 제대로 나왔는지 확인하고 제공하여야 한다.
- 음식을 제공할 때에는 음식물에 손이 닿지 않도록 한다.
- 음식을 제공한 후에는 “더 필요한 것은 없으십니까?”,“감사합니다.맛있게 드세요” 라고 말하며 고객의 테이블에서 물러난다.

## ○ 상황별 예시



### 메뉴 제공

- 메뉴에 따라 차이가 있겠지만 15분안에 메인 메뉴를 제공하여야 한다.
- 시간이 오래 걸리는 메뉴라면 주문을 받을 때에 조리시간을 알려 고객의 불안감을 없애야 한다.
- 주방의 문제로 메뉴가 예정된 시간보다 늦을 경우에는 고객에게 상황을 알리고 메뉴제공 시간에 대한 공지를 한다.
- 음식이 나오면 그릇주변이 깨끗한지 이물질은 없는지 등을 체크한다.
- 고객이 주문한 음식이 제대로 나왔는지 확인하고 “잠시 실례하겠습니다. 주문하신 메뉴 나왔습니다” 라고 말하며 제공한다.

-코스로 제공되는 메뉴의 경우 메뉴의 이름과 순서에 대해서 정확히 설명해야 한다.

-음식을 제공할 때마다 “감사합니다.맛있게 드세요” 라고 말하며 고객에게 인사를 한다.

-고객에게 더 필요한 것은 없으신지 물어보고 필요한 것이 있으면 확인하여 제공한다.

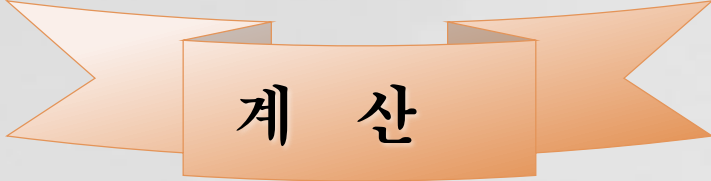
- 테이블에서 물러날때에는 간단한 눈인사를 한다.

## ○ 상황별 예시

### 중간 서비스

- 고객이 시사를 하는 중간에 지속적으로 테이블을 방문하여 고객 의 만족도 및 필요사항에 대하여 확인한 후 제공한다.
- 고객이 직원을 호출하여 필요함을 호소하기 전에 다가서는 것이 고객 의 만족도를 올릴 수 있다.
- 홀 직원은 항상 고객의 행동을 주의하여 고객에게 필요한 것, 부족한 것이 없는지 확인하여 서비스를 제공하여야 한다.
- 다 드신 그릇은 고객에게 “빈 그릇은 치워드릴까요?”라고 동의 를 구하여 치우거나 리필 가능한 것이라면 고객에게 필요 여부 를 물어 리필해 주어야 한다.
- 접객 시에는 항상 “잠시 실례하겠습니다” , “감사합니다. 맛있게 드세요” 등의 접객용어를 사용한다.

## ○ 상황별 예시



### 계산

- 고객의 업장 출입 시 항상 일어서서 “어서오십시오” 또는 “안녕히 가십시오” 라고 인사를 하여야 하며, 업무 진행 중 다른 고객과 시선이 마주쳤을 때 가볍게 미소를 띠며 목례한다.
- 고객이 계산을 하기 위해 Bill을 건네주면 “감사합니다” 라고 인사한다.
- Bill을 받아 회계기에 등록한후 “ 000 되겠습니다.”라고 금액을 말한후 “어떻게 지불하시겠습니까?”라고 지불 방법을 묻는다.
- 고객으로부터 현금을 받았을때 고객이 금액을 확인할 수 있도록 “000 받았습니다.”라고 말한다.
- 영수증과 거스름돈은 필히 cash tray에 놓아서 두손으로 정중히 드리며 “거스름돈 000 되겠습니다.”라고 확인하여 드린다.



- 고객으로부터 크레딧 카드를 받았을 때 “잠시 기다려 주십시오” 이야기한 후 card slipmprint하여 금액을 기록한 후 카드 조회기를 통하여 카드의 이상 유무를 확인하고 승인번호를 받은 후 “서명을 하여 주십시오” 라고 말한다.
- 크레딧 카드의 이상(분실, 도난, 한도초과) 발견 시 손님에게 정중하게 이야기 한 후 다른 카드 또는 다른 지불방법으로 유도한다.
- 고객이 후불 처리하고자 할 경우, 고객의 신분을 정확히 파악할 수 있는 경우에 한하여 업장 지배인의 허락을 받고 Bill상에 회사명, 전화번호, 지불책임자 및 서명을 받은 후 지배인의 서명을 받는다.
- 고객과의 업무가 종료되면 “감사합니다. 안녕히 가십시오” 라고 정중히 인사한다.

## ○ 상황별 예시

### 배웅 및 테이블 마무리

- 고객의 배웅은 고객 접객의 마지막 단계로 계산과 연결되어 중요한 역할을 한다.
- 모든 직원은 나가는 고객에게 감사의 표현으로 “감사합니다.안녕히 가십시오” 라고 말하며 재방문을 유도하는 말로 “다음에 또 뵙겠습니다” 라고 말해야 한다.
- 허리는 30° 가량 숙여 인사한다.
- 불만족고객이라면 더욱 정중하게 인사한다.

## ○ 상황별 예시

### 테이블 마무리 및 세팅

- 고객의 동작에 주의하여 식사가 완전히 끝난 것으로 확인된 후 식기를 치워야 한다.
- 고객이 나간 후에는 다음 고객을 위해 최대한 빠르게 테이블을 정리한다.
- 고객이 드신 후 남은 음식은 한 곳에 모아 음식을 재사용하지 않는다는 것을 보여준다.
- 식기를 치울 때에는 가능하면 카트를 사용하여 동선을 줄인다.
- 테이블은 위생제를 사용하여 위생적으로 닦는다.
- 테이블에 세팅되어 있는 냅킨,수저등의 양을 확인하여 부족하지 않도록 채워둔다.
- 테이블,의자,방석등에 이물질이 묻었는지 확인 후 깨끗하면 정리하여 제자리에 두어야 한다.
- 정리가 끝나지 않은 좌석에는 고객을 절대 앉혀서는 안된다.
- 분실물이 발생하였을 경우에는 고객의 위치를 확인하고 나가신 경우에는 계산대에 습득일자,시간등을 기록하여 임시로 보관하고 마감 후 정해진 곳에 보관한다.

## ○ 상황별 예시

### 전화응대

- 전화는 가능한 벨이 세 번 울리기 전에 받아야 하며 “감사합니다.000입니다” 라고 말한다.
- 3회 이상 울려 늦게 전화를 받았다면 사과를 하여야 한다. “늦게 받아 죄송합니다. 000입니다.”라고 말한다.
- 목소리는 또박또박 명료하게 말하며, 전화를 받을 때에도 자세를 바르게 한다.
- 전화기 주변에는 메모를 위한 메모지와 예약고객을 위한 예약노트를 필기구와 함께 준비한다.
- 예약전화라면 성함(단체명), 날짜, 인원 수, 메뉴, 원하는 자리등을 필히 확인하여야 한다. 실제 예약할 필요가 없는 시간대라 하더라도 예약전화는 친절히 응대하여 예약을 받도록 한다.
- 외식업소 위치를 명확히 알릴 수 있도록 멘트를 준비하고, 자가용 이용 고객에게는 주차장의 위치를 명확히 알려야 한다.
- 전화를 끊을 때에는 “전화해 주셔서 감사합니다.좋은 하루되십시오”라고 상냥하고 밝은 음성으로 인사한다.

A decorative border composed of various blue and purple snowflake-like patterns, some with intricate cutouts, framing the central text area.

### 3. 고객 대응 사례



## ➤ 고객 분쟁에 대한 법적처리 사례

### ✓ 사례 1.

음식점에서 옆 테이블 어린이가 시끄럽게 여기저기 돌아다니다가 포크로 팔을 찌르고 말았다. 손해배상을 청구할 수 있는가?

국내에서는 소송까지 가지 않고 참는 경우가 많으나, 외국의 경우 매장과 가해자 모두에게 피해보상을 요구할 수 있다.  
그러므로 음식점의 테이블 간 안전거리 확보는 물론 다른 고객에게 피해를 끼쳐 분쟁의 소지가 발생한 경우에는 안전한 매장운영을 위해 관리자가 정주히 자제를 요구하거나 심할 경우 퇴장 또는 이용중단을 요구하는 것이 좋다.



## ✓ 사례 2.

고객이 뜨거운 커피를 테이크 아웃하여 커피를 옆길러 손을 데었는데 매장 책임이 있는가?

음식물을 들고 나간 고객이 매장 밖에서는 어떤 일이 벌어질지 통제가 안되기 때문에 포장용기에 주의사항 및 경고문구를 삽입하거나 판매시 말로써 미리 공지해줘야 책임을 면할 수 있다.

### ✓ 사례 3.

**스파게티를 먹던 고객이 음식에서 이물질이 나왔다면 정신적 피해 보상을 요구한다면?**

현장 조리시 이물질이 들어간 경우 다른 음식으로 바꿔주거나 환불해주는것이 일반적이나, 이물질의 종류에 따라 정신적 위자료를 지불해야 하는 대상이 될 수도 있다.

미국의 경우 지러이, 구더기등 음식에서 발견할 수 없는 이물질로 인한 경우가 아니라면 정신적 위자료를 주지 않으며, 위자료 금액은 아무리 커도 100만원을 넘지 않는 선에서 판결이 난다.

고객이 고의로 이물질을 넣었다고 의심되는 경우 고객이 넣었다는 증거를 반드시 확보해야 한다. 증거없이 고객의 잘못으로 몰고 갈 경우 명예훼손에 따른 손해배상 대상이 될 수 있다.

## ■ 사례 연구 1. - 생각해 보세요

한식군은 한 호텔 양식 레스토랑에서 샐러드바의 팀장을 맡고 있다.

그가 가장 중요한 임무는 각종 샐러드를 만들어 손님들에게 많은 시간대에 샐러드바에 샐러드가 모자라지 않도록 채워놓는 것이다. 어느날 지배인은 그가 업무 준비를 하고 있는 중에 기침을 하고 콧물을 자주 흘쩍거리는 것을 보게 되었다.

물론 한식군도 지배인에게 감기기운이 있다고 일하기 전에 말하였다.

이러한 상황에서 지배인은 한식군을 어떻게 대처해야 할까?

## ■ 사례 연구 2. - 생각해 보세요

한 뷔페 식당에서 후식으로 제공하는 소프트 아이스크림을 먹은 손님들이 병원성 대장균에 감염되어 병원에 입원하였다.

식중독의 원인을 조사한 결과 업체의 화장실에서 병원성 대장균이 발견되었다.

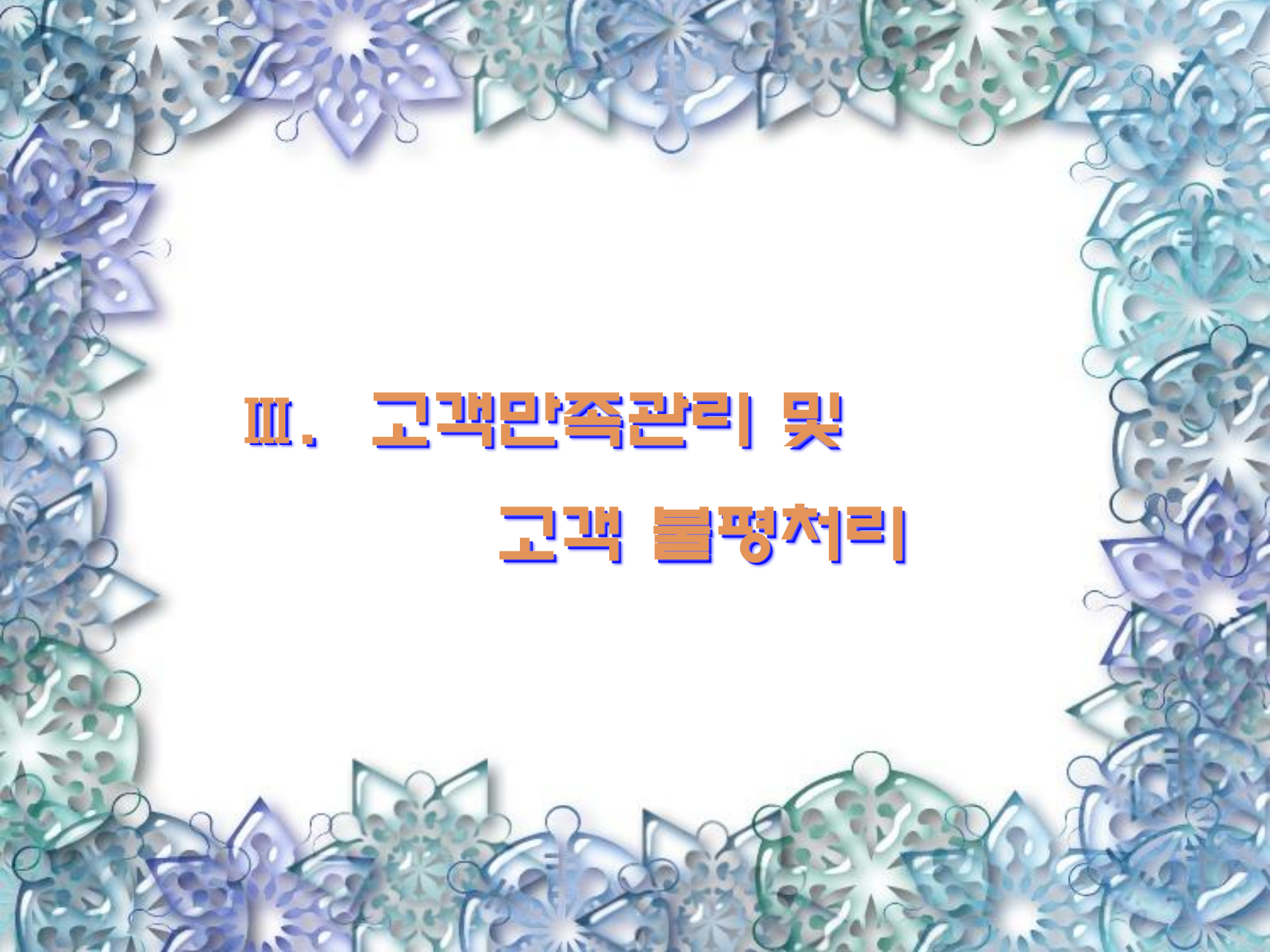
발병 원인을 알아보기 위하여 소프트 아이스크림을 제조하는 과정을 조사해 본 결과 아이스크림의 혼합물과 사용하는 물은 위생적으로 안전하였으며 이상이 없었다.

아이스크림 기계의 작동도 문제가 없었으며, 담당직원은 매일 기기를 세척하며 살균하고 있었다.

하지만 문제는 기기의 세척에 사용한 브러시였다.

새로 입사한 신입직원은 화장실 및 식당을 청소하는데 사용한 브러시를 이용하여 아이스크림 기계를 세척하였고 이를 통하여 기계가 병원성 대장균에 오염된 것이다.

이 업체에서 발생한 식중독 사고를 사전에 방지하려면 어떤 예방책이 필요했는지?

A decorative border composed of various shades of blue and green snowflakes and floral patterns, framing the central text area.

### Ⅲ. 고객만족관리 및 고객 불평처리



# 고객만족

- 고객만족이란?

일반적으로 고객이 구매전에 기대했던 서비스의 수준과 실제 구매한 서비스에서 지각된 수준과의 비교.

- 기대가 충족되었다고 고객이 지각하면 기대는 일치되었다고 말하고 이러한 경우를 고객만족이라 한다.

- 지각과 기대가 동일하지 않는 경우는 두가지로 생각할 수 있다.

- 고객이 실제 서비스에서 지각한 수준이 기대한 것에 비해 낮은 경우와 반대로 고객의 기대를 초과하여 실제 서비스를 지각하는 경우이다. 이러한 경우 전자는 부정적 불일치라 하고 후자를 긍정적 불일치라 한다.

- 부정적 불일치의 경우 고객의 불만족을 유발하며, 긍정적 불일치의 경우 고객의 감동을 느끼게 될 것이다.



# 고객만족경영

- 고객의 가치 창조, 고객지향적 현대적 마케팅 사고를 지칭하는 말.
- 대기업, 중소기업을 불문하고 또한 서비스업과 제조업의 구분없이 많은 기업들이 고객의 중요성을 깨닫고 고객만족부서를 신설하고 있다.
- 고객만족 캠페인을 벌인다든지, 고객의 소리를 듣는 여러 제도를 마련하고 고객지향적 마케팅.
- 고객만족경영이 실질적으로 이루어지기 위해서는 먼저 고객지향적 사고가 무엇을 의미.
- 왜 고객지향적으로 사고의 전환을 해야하는지 그리고 고객지향적으로 했을 때 어떻게 달라지는지에 대한 조직구성원들의 정확한 이해가 있어야 할 것.
- 고객지향적 사고가 무엇을 의미하는가를 알아보기 위해 학술적인 정의를 찾아보면, 고객지향적 사고란 고객의 욕구를 찾아서 이것을 만족시킴으로써 조직의 목표를 달성하려는 이념이라고 정의.

- 고객이 무엇을 원하는지를 찾아서 이것을 충족시켜줌으로써 그 결과 우리가 원하는 목표를 달성하려는 사고방식을 의미.
- 고객지향적 경영이념은 목표고객의 욕구와 필요를 찾아서 이것을 충족시켜 줄 수 있는 제품과 서비스를 제공함으로써 고객의 만족을 최대화하고 이러한 고객만족의 결과로 기업의 목표인 이익극대화를 달성하려는 경영이념.
- 고객의 관점에서 사고하여 고객을 만족시키는 것이 왜 중요한가?  
그것은 기업의 매출이 신규고객과 기존고객의 반복구매에서 일어나기 때문이다.
- 신규고객 창출보다 기존 고객의 유지가 기업의 생존에 보다 중요하다. 이러한 중요성을 갖는 고객유지의 핵심은 고객을 만족시키는 것이다. 만족한 고객은 반복구매를 하며 다른 사람에게 제품에 대해 좋게 평하며, 경쟁업체의 브랜드와 광고에 관심을 크게 쏟지 않으며, 그 회사의 다른 제품에 대해서도 호의적인 반응을 보낸다.
- 고객감동경영에서는 고객만족을 뛰어넘어 고객을 열광 또는 감탄하게 만드는 것을 목표로 삼고 있다. 이것은 고객의 단순한 기대를 충족시키는 것 이상으로, 고객만족보다 더 높은 단계이다.

# 고객 불평 처리

- 식당은 최고의 시설과 서비스로 접객 서비스를 완벽하게 하려고 해도 고객의 불평은 종종 발생하기 마련이다.
- 그 이유는 고객들은 각자 다른 주관적인 사고를 소유하고 있기 때문에 고객의 욕구가 모두 동일할 수 없다.
- 기업이 서비스 실패를 일어나지 않게 관리하는 것은 중요하지만, 발생한 고객 불평을 적절하게 회복할 수 있는 시스템 구축 역시 중요하다고 할 수 있다.
- 고객의 지적이나 불평이 발생했을 경우 항상 긍정적인 자세로 고객의 입장에서 정확한 원인을 파악하고 불평에 대한 해결방안을 강구하여 다시는 동일한 상황의 불평이 반복되지 않고 고객에게 호감을 줄 수 있는 만족한 조치가 이루어지도록 신속하게 처리해야 한다.
- 그러므로 회사의 이미지를 향상시키고 신뢰감을 더 높이며, 고객으로 하여금 재방문하여 고정고객으로 유치할 수 있게 될 것이다.

# 고객 불평 발생 유형

식당종사원의  
접객태도에 따른  
불평·불만 유형

서비스상에서  
불평·불만 유형

물리적 환경에 따른  
불평·불만 유형

특수상황의  
불평·불만 유형

# 고객의 불평처리 발생원인(Complaint)

## ○ 회사측에 책임이 있을때

### ✓직원접객

- 직원의 무성의한接客태도(언행/복장불량)
- 고객요구에 대한 거절(교환/환불거절, 수선(AS)거절등)
- 상품지식 미비로 인한 부정확한거절
- 고객과의 약속불이행
- 계산착오등 업무처리 미숙

## ✓ 상품불만

- 상품의 하자(품질/기능/식품불량등)
- 상품가격(가격차이/가격표시불량)
- 수선, AS에 대한 불만(수선불량, 수선품분실등)
- 상품구색미비(디자인/색상없음, 브랜드없음)
- 상품포장 불량으로 인한파손

## ✓ 시설불만

- 매장환경에 대한 불만
- 냉/난방시설, 조명, 탈의실, 안내표시, 통행로등
- 고객편의시설에 대한 불만: E/V,E/C,주차장, 화장실,휴게실

## ✓ 제도불만

- 카드관련: 발급절차복잡, 청구서지연, 한도불만, 승인지체
- 기타: 영업시간, 휴무일, 허위광고표시등



## ○ 고객측에 책임이 있을 때

### ✓ 상품지식 및 인식의 부족

- 세탁과실 및 상품취급 부주의로 인한 상품하자발생

### ✓ 고객변심

- 사정 및 감정의 변화 예) 교환/환불요구

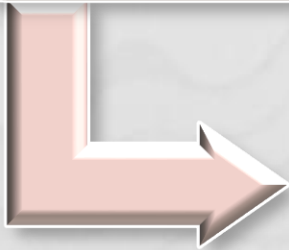
### ✓ 고의·악의

- 할인의구실
- 거래를 중단 또는 바꾸려는 심리
- 고압적인 고집('고객은 왕이다'의 심리)
- 성급한 결론, 독단적인 해석, 기억착오, 과실불인정

# 불평·불만 처리 순서

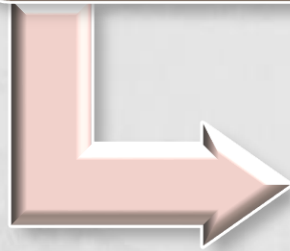
경청

- 불평, 불만 파악



처리

- 해결 담당 선정
- 신속한 대응



만족

- 고정고 객화

## 불평처리요령

- 불평·불만의 처리에서 요구되는 것은 신속·정성껏 처리하는 자세와 고객의 지적에 항상 긍정적인 자세로 고객의 입장에서 해결 방안을 강구.
- 고객에게 호감을 줄 수 있는 만족한 조치가 이루어지도록 처리.
- 성실한 태도로 고객의 말을 겸손하게 경청하며, 고객의 의견에 동조하면서 긍정적이고 속히 응대한다.
- 고객의 불평불만을 들을때는 끝까지 참을성 있게 듣고 변명이나 논쟁을 해서는 안된다.
- 고객의 불평불만을 들을때는 끝까지 참을성 있게 듣고 변명이나 논쟁을 해서는 안된다.

- 불평사항에 대해서는 진심으로 사과하고, 지적사항을 메모하는 자세를 보여준다.
- 경청하는 동안 원인을 파악·분석한다.
- 불평내용 중 일부가 오해 또는 고객의 착각에서 오는 부당한 것이라고 생각되더라도 중간에 변경하거나 고객의 잘못을 지적해서는 안된다.
- 절대로 고객의 불평을 회피하려고 해서는 안되며, 과소평가나 성급하게 해결하려는 인상을 주어서도 안된다.
- 고객의 요구사항을 신속하게 판단하여 가급적이면 고객의 뜻에 따른다.
- 본인이 해결하기 힘든 사항일 경우 신속히 지배인 또는 상급자에게 사실을 보고하여 조치하도록 한다.

- 다른 고객이 옆자리에 있다는 것을 인식하고,고객의 언성이 격해지지 않도록 최대한 노력하여 해결한다.
- 사적인 감정표현은 피하고 회사를 대표하는 공적 입장에서 회사의 이미지를 향상시키고 고정고객화해야 한다.
- 고객의 불평은 적극적으로 수용하고 가능한 빨리 시정내용을 고객에게 알려드려 불쾌감정을 해소시켜 드린다.
- 동일한 실수 및 불평이 재발하지 않도록 개선될 문제점을 기록. 유지하여 종사원의接客서비스 향상의 뒷받침이 될 수 있도록 한다

## 고객의 불평 처리 요령 - 상황별응대

### 1. 공통기본: 먼저 공손한 사과와 인사를 한다 (진실된자세로)

- ▷ 네,고객님, 죄송합니다.(뭔가 잘못된 것 같습니다)  
곧 조치 해 드리겠습니다.
- ▷ 네,고객님, 죄송합니다. 제가 결정할 수 없는 사항이라  
책임자에게 말씀 드리겠습니다. 잠시만 기다려주십시오.

◎ 팀장 또는 선임자는 불평및 처리내용을 간부에게 보고하여  
정보공유를 해야한다.



## 2. 음식이 잘못된 경우(이물질, 바뀐것등)

- 고객으로부터 최초 접수한 직원이 즉각적으로 응대해 드린다.
- 각라인 팀장또는 선임자에게 보고와 동시에 긴급사항으로 전달한다.
- 옆테이블고객께서 모를 정도로 조용하고 신속히 처리한다.

## 3. 음식물등을 엇질러 옷을 상하게 했을 경우

- 공손한 자세로 사과 말씀드린다.
- 물수건,푹푹등으로 노력하는 모습을 보인다.
- 그래도 해결을 못한 경우 최후에 세탁 의뢰한다.  
(간부에게보고한다.)

## 4. 신발이 바뀌거나 분실 했을 경우

- 화장실, 놀이방등으로 찾아본다.
- 남는 신발이 있을 경우 보관하여 뒤늦게 나타나는 경우를 대비한다.
- 해결을 못했을 경우 간부에게 보고한다.
- 간부는 팀장 또는 선임자에게 보고 받은 내용을 정보공유하여 계산시 다시 한번 사과의 인사로 고객의 기분을 전환시켜 전화위복으로 삼아 단골고객으로 만드는 작업을 해야 한다.

# 불만 처리의 3변주의

## 1. 사람을 바꾼다

-협력사원 → 상사(담당직원, SM, ASM, FM)

## 2. 시간을 바꾼다

-즉답을 피하고 냉각기간을 둔다

(주의사항: 고객에게 꼭 중간 보고를 한다.)

## 3. 장소(분위기)를 바꾼다

-서서 이야기하는 것에서 고객을 앉게 해서 진정시킨다.

-매장에서 사무실이나 상담실로 안내한다.

-상사의 직접차대접은 큰 성의 표현이다.

-잠시 고객이 혼자 흥분을 가라앉힐수 있는 시간적 여유가 된다.

(주의사항: 가능한 고객 몸에 손대지않는다.)

## 처리 방법

- 미국의 전설적인 호텔왕 '스타틀러'는 서비스의 개념을 한마디로 'Guest is Always Right' 라고 정의 하였다.
- 곧 잘못을 지적해 주는 사람이나 고객에 대해서는 이의나 변명이 있을 수 없다는 것을 말한다.
- 오히려 고객의 지적이나 불만사항을 주의깊게 경청함으로써 시정하는 자세가 서비스 발전의 원동력이 됨을 뜻하는 것이다.

## 불평·불만의 일지 작성

- 고객의 불평·불만을 해결한 후에 기록으로 남겨서 유사한 상황이 재발되는 것을 방지하기 위한 케이스 스터디로 활용하거나 유사한 상황이 발생했을 때 해결하는 자료로 이용할 수 있다.
- 불평 불만의 일지 작성 요령
  - 육하원칙에 입각하여 고객, 발생시간, 발생장소(식당명, 테이블), 발생원인 및 내용, 불평·불만의 내용, 해결방법을 누구나 알아보기 쉽게 작성함.
- 작성된 일지를 잘 활용함으로써 고객의 기호파악과 식당경영의 발전을 위한 귀중한 자료로 역할을 할 수 있다.

A decorative border composed of various blue and purple flowers and leaves, arranged in a circular pattern around the central text.

## **IV. 외국인 용대법**



- 외국인 고객에 대한 서비스에 있어서도 그 근본정신에는 내국인 응대와 크게 다르지 않다.
- 외국인이라고 해서 우리들과 하등 다를바 없는 이상, 진심으로 친절히 봉사한다면 반드시 그들의 호감을 살 것이다.
- 단지 외국인은 언어·생활양식·풍속·습관등이 다른 것뿐이므로 외국인 고객에 대한 서비스를 완전하게 하기 위해서는 이에 대한 어느 정도의 지식과 기술의 습득이 필요하다.
- 외국인(서양인)들은 합리주의자들이다.
- 일반적으로 좋은 의미에서 개인주의자들이다.

- 외국인고객에 대하여는 그들 개인생활에 관한 질문을 삼가야 한다.
- 여성존중의 개념이 지배적이다. 즉 서양인의 사회습관은 여성 우선 주의이다.
- 대체로 권리·의무에 대한 관념이 대단히 분명하다.
- 일반적으로<sup>13</sup>이란 숫자를 꺼린다. 이는 동양인이 꺼리는 4의 숫자에 해당한다.
- 테이블 넘버를 정할때에는 특히 이점을 유의하여야 한다.

# 종교별 음식과 금기식품

## 이슬람교

- 음식을 먹을때는 오른손을 사용하며,왼손을 사용하는 것은 예의 바르지 못한 행위이다.
- 식사시에는 첫째,둘째,셋째 손가락을 사용하고,식사전후에 손을 씻는다.
- 금기식품으로는 돼지고기를 먹지 않는다.

## 크리스트교

- 종파에 따라 다르지만 초기에는 한끼 저녁만 먹되, 채소와 생선 및 달걀만 허용되었다.
- 9세기에 완화되었다가 13세기에는 간단한 식사를 함.
- 성직자는 칠순절부터 단식을 시작하였으나 현대에서는 단식이 완화됨.
- 사순절을 단식시간으로 지키고보다 구제로 변화
- 금기식품은 종파에 따라 술이 금지됨.

## 힌두교

- 묵시적으로 힌두식 생활방식과 종교에 내포되어 있는 것은 카스트제도이다.
- 카스트제도는 출생성분에 따라 바꿀 수 없는 사회적 계급으로 사람들을 구분.
- 힌두교에서 브라만은 전체의 모든 생물은 신의 정신을 가지고 있기 때문에 작은 생물이더라도 죽이는 것은 브라만에게 해를 입히는 것과 같다고 생각하기 때문에 생명을 죽이는 것을 싫어하며 소를 신성시함.
- 채식주의자이고 성실한 사람은 달걀을 먹는 것조차 거부함.
- 손을 사용하여 식사하는 문화권은 힌두교를 기축으로 이슬람과 함께 퍼져 있으며, 오른손은 신성시 여기므로 음식을 먹는데 사용하고 왼손은 불경한 것들을 위주로 사용함.
- 금기식품 모든 고기류 특히 소고기와 술이다.

## 불 교

- 모든 생명의 존엄성에 대한 신앙과 그에 따른 채식주의를 옹호하며, 채식에 종교적 신성을 부여하며, 소의 도살을 자연 금지.
- 인도에서는 직·간접적으로 소를 신성시하며, 채식을 하는 것을 미덕으로 표현되기도 함.
- 불결한 음식의 개념들이 강화되는데, 칼로 자른 고기, 개고기, 육식동물의 고기, 메뚜기, 낙타, 털이 지나치게 많은 동물의 고기가 포함.
- 밤새 방치해 상한밥, 시장에서 만들어진 기성음식, 곤충이나 쥐, 개, 고양이, 인간등에 의해 더럽혀진 음식물을 식용으로 부적합하다고 간주한다.
- 금기식품은 인도쪽에서는 소고기이다.

A decorative border composed of various blue and purple flowers and leaves, arranged in a circular pattern around the central text.

## \* 참고문헌



- 마케팅(3판), 채서일, 비앤엠북스, 1998
- 알기쉽게 배우는 21세기 경영학(3판), 지호준, 성지사, 2005
- 관광마케팅, 김성혁·황수영공저, 백산출판사, 2011
- 관광기업경영분석, 김기태 ·김만술 ·김진훈공저, 한울출판사,  
2006
- 관광경영분석, 김시중 ·한승우공저, 대왕사, 2004
- 호텔식음료 경영실무론, 안대희 ·권정희 ·강미정공저, 대왕사,  
2011
- 외식위생관리와 HACCP, 황완수 ·윤지영 ·최은희 ·이경은 ·  
배현주공저, 백산출판사, 2009
- 외식창업론, 김영갑 ·김문호 ·송종숙 ·김선희 ·박상복공저,  
(주)교문사, 2011
- 세계 식문화, 유한나 ·계수경 ·김효연 ·김진숙공저, 백산출판사,  
2009
- 외국이용객을 위한 음식메뉴 및 접객회화, 한국관광공사발간 ,  
2009
- 인터넷 사이트, [www.duam.net](http://www.duam.net) , [www. Nate.com](http://www.Nate.com)  
[www. Naver.com](http://www.Naver.com)



## V . 실용외국어

- 영어.일본어.중국어 -



# 자리 안내

## 어서오십시오, 몇 분이십니까?

Hello. How many in your party? || Hello, how many?

いらっしゃいませ、何名様ですか?

欢迎光临。请问几位?

歡迎光臨。請問幾位?



## 예약하십니까?

Do you have a reservation?

ご予約はされていますか?

座位预订好了吗?

請問有訂位嗎?

## 아뇨, 예약을 하지 않았습니다.

No. I don't have a reservation.

いいえ、予約していません。

没有。没预订。

沒有。沒預約過。

## 성함이 어떻게 되십니까?

May I ask the name the reservation was made under? || Name in the reservation, please?

失礼ですが、お名前をお願いします。

您贵姓?

請問訂位大名是?

### 지금 빈 자리가 있습니까?

Do you have a table available?

今席がありますか?

现在有空座位吗?

現在有空座位嗎?

### 이 자리에 앉어도 됩니까?

May I (we) sit here?

この席に座ってもいいですか?

坐这儿，行吗?

坐這兒，行嗎?

### 죄송합니다만, 지금 자리가 없습니다.

I am sorry. We don't have a table available right now.

申し訳ございません。現在満席となっております。

抱歉。现在都满了。

抱歉。現在都坐滿了。

### 우리는 함께 앉고 싶습니다.

We would like to sit together.

私たちは一緒に席に座りたいのですが。

我们想坐在一起。

我們要一起坐。

### 오래 기다리셨습니다. 안내해 드리겠습니다.

Thanks for waiting so long. Let me take you to the table.

長らくお待たせしました。ご案内いたします。

让您久等了，我带您去。

讓您久等了，我馬上為您帶位。



오래 기다리셨습니다. 안내해 드리겠습니다.

Thanks for waiting so long. Let me take you to the table.

長らくお待たせしました。ご案内いたします。

让您久等了，我帶您去。

讓您久等了，我馬上為您帶位。

몇 시경이면 자리가 됩니까?

When will a table be available?

何時頃なら席がありますか？

大概几点钟会有空座位？

大概幾點鐘會有空座位？

가장 좋은 자리로 주시겠습니까?

Could you give me the best table in the restaurant?

一番良い席をお願いしたいのですが？

能不能给我安排最好的座位？

能不能給我安排最好的座位？

모두 함께 앉을 수 있는 테이블을 부탁드립니다.

We would like to sit together.

全員一緒に座れるテーブルをお願いします。

我要大家都能一起坐的座位。

我要大家都能一起坐的座位。

얼마나 기다려야 하나요?

How long do we have to wait?

どのくらい待てば良いですか？

要等多久？

要等多久？





주문시에는 벨을 눌러/불러 주세요.

Please press the bell when you are ready to order.

ご注文の際にはベルを押して/お呼びください。

点菜时请按铃/叫一声。

點菜時請按鈴/叫一聲。

언제 문 닫습니까?

What time do you close?

閉店時間は何時ですか？

请问，什么时候关门？

請問，什麼時候關門？

안(이)쪽입니다.

This way, please.

奥(こちら)のほうです。

里(这)边请。

裡(這)邊請。

여기서 기다려주세요, 곧 안내해드리겠습니다.

Please wait here. I will show you the way.

ここでお待ち下さい。すぐにご案内いたします。

请在这儿等一下，我马上会带你去。

請在這裡稍待一會兒，馬上為您帶位。

조용한 자리로 부탁드립니다.

We would like a quiet table, please.

静かな席をお願いします。

麻烦您给我一个安静的座位。

麻煩您給我一個安靜的座位。

구석 자리로 부탁드립니다.

We would like a table in a corner, please.

隅の席をお願いします。

我想坐在角落的座位。

麻煩給我角落的座位。





# 식사 및 요리주문

## 메뉴판 좀 갖다 주세요.

Can I have a menu, please?

メニューをお願いします。

请给我菜单。

請給我菜單。

## 사진이 있는/외국어 메뉴판이 있습니까?

Do you have a menu with photos (pictures)? || Do you have an English menu?

写真がついた/外国語のメニューはありますか?

有附带插图的/外语的菜单吗?

有附圖片的/外語的菜單嗎?

## 주문하시겠어요?

Would you like to order now?

ご注文をお伺いします

您要点菜吗?

您要點菜嗎?

## 아직 정하지 못했습니다, 잠시만 기다려주세요.

Not yet. In a minute, please.

まだ決めていません、もう少し待ってください。

还没决定，请稍等。

還沒決定，請稍等。

### (이것)과 (저것)을 주문하겠습니다.

I'll have (this) and (that).  
(これ)と (あれ)をお願いします。  
我要点(这个)和(那个)。  
我要點(這個)和(那個)。

### 주문을 한번 확인해 주시겠습니까?

Can you confirm my order?  
注文をもう一度確認してください。  
请帮我重新确认一下点的菜，好吗？  
請幫我重新確認點菜內容。

### 손님께서 주문하신 내용을 재확인해드리겠습니다.

May I confirm your order? || Let me repeat your order.  
You are having.... || May I double-check your order?  
ご注文の内容をご確認いたします。  
重新确认您点的菜。  
重新確認您點的菜。

### 주문을 바꿔도 되겠습니까?

May I change my order?  
注文を変えてもいいですか？  
可以换别的菜吗？  
可以換別的菜嗎？

### 추가로 주문할게요.

I want to order more food.  
追加で注文します。  
我还要点菜。  
我還要點菜。



### 주문한 건 다 나온 건가요?

Did I get all I've ordered?

注文したものはこれで全部ですか？

菜都上齐了吗？

菜都上齊了嗎？



### 이건 주문하지 않았는데요.

I didn't order this.

これは注文していませんが。

我没点过这个。

我沒點這個。

### 제일 빨리 나오는 것이 무엇입니까?

What is the fastest food you have?

一番早くできるのは何ですか？

什么菜能最快做出来？

哪一道能最快上菜？

### 다른 건 필요 없습니다.

I don't need anything else.

他のものは必要ありません。

不要别的。

這些就夠了。

### 저 사람들이 먹는 것이 무엇입니까?

What is the name of the dish they are eating?

あの人達が食べている料理は何ですか？

他们吃的是什么菜？

他們吃的是哪一道料理？

### 이 식당의 추천메뉴는 무엇입니까?

What would you recommend?  
このお店のおすすめメニューは何ですか？  
你们这儿有什么推荐菜？  
你們這兒有什麼推薦料理？

### 오늘의 특선 요리는 무엇입니까?

What is the special menu of the day?  
今日の特選料理は何ですか？  
今日の特选菜是什么？  
今日の特選料理是什麼？

### 가장 인기있는 메뉴는 무엇입니까?

What is the most popular dish in this restaurant?  
一番の人気メニューは何ですか？  
最受欢迎的菜是什么？  
人氣最受歡迎的料理是什麼？

### 특별 할인이나 세트 메뉴가 있나요?

Do you have a special discount or combos?  
特別割引やセットメニューはありますか？  
有特别优惠或套餐吗？  
有特別優惠或套餐嗎？

### 채식주의자를 위한 음식이 있습니까?

Do you have any vegetarian dishes?  
ベジタリアンのための料理はありますか？  
这里有没有素食？  
這裡有沒有素食？



### 이건 어떤 요리입니까?

What is the name of this dish?

これはどのような料理ですか？

这是什么菜？

這是什麼菜？

### 이건 무슨 재료로 만드는 건가요?

What is this made of?

これはどのような材料で作った料理ですか？

这是用什么做的？

這是用什麼做的？

### 이 코스요리는 음료가 포함되어 있습니까?

Does this course meal include a soft drink

このコース料理は飲み物もついてきますか？

这个套餐包括饮料吗？

這套餐包括飲料嗎？

### 요리를 빨리 내주십시오.

Hurry Please.

料理を早く出してください。

上菜太慢了，能不能快点？

上菜太慢了，能不能快點？

### 이건 어떻게 먹는 건가요?

How do you eat this?

これはどうやって食べるのですか？

请问这个要怎么吃？

請問這要怎麼吃？

### 다른건 필요 없으세요?

Anything else?

ほかに何かご必要なものはありますか？

还要别的吗？

還要別的嗎？



### 음료/디저트는 무엇으로 하시겠습니까?

What would you like for drinks and dessert?

飲み物/デザートは何になさいますか?

您要喝/吃什么饮料/甜点?

您要喝/吃什麼飲料/甜點?

### 이것도 추가요금을 받나요?

Is there an additional charge for this?

これも追加料金がいますか?

这个也另外收钱吗?

這個也另外收錢嗎?

### 물 한 잔 더 주십시오.

More water, please.

水をもう1杯ください。

请再来一杯水。

請再來一杯水。

### 디저트를 드시겠습니까?

Would you like some dessert?

デザートはいかがですか?

您要吃甜点吗?

您要吃甜點嗎?

### 디저트 메뉴 좀 주시겠어요?

Could you show me the dessert menu?

デザートのメニューをみせてください。

能不能给我看一下甜点菜单?

能不能給我看一下甜點菜單?

### 디저트를 주십시오.

Dessert, please.

デザートをください。

请给我甜点。

請給我甜點。





# 계산하기

## 계산서를 부탁드립니다.

The bill, please.

お会計をお願いします。

请把账单拿来。

請把帳單送來。

## 자리에서 지불합니까?

Do I pay at the table?

支払いはここですか？

可以在这里支付吗？

可以在這裡付款嗎？

## 카운터에서 계산해드리겠습니다.

I'll help you at the counter.

カウンターでお支払ください。

请到收款处结账。

請到櫃檯結帳。

## 제가 지불하겠습니다.

I'll pay.

私が支払います。

我来付。

我來付。



## (서비스료/세금/팁) 이 포함되어 있습니까?

Is a service fee / tax / tip included?

(サービス料/税金/チップ) が含まれていますか？

(服务费/税/小费) 包括在内吗？

(服務費/稅/小費) 包括在內嗎？

## 전부 얼마입니까?

How much is it in total?

全部でいくらですか？

一共多少钱？

一共多少錢？

### 남은 음식 포장해 주세요.

Can I take-away the leftover? || Could you wrap this up for us?

残った料理を持ち帰りできますか。

请把剩下的菜打包。

幫我打包一下剩下的菜。

### 어떻게 지불 하시겠습니까?

How would you like to pay?

お支払いはどのようになさいますか?

您想怎么付款?

您要用什麼方式付款?

### 어디에 사인해야 하나요?

Where Should I sign?

サインはどこにするのですか?

在哪里签名?

在哪裡簽名?

### (현금/신용카드/수표)로 지불하겠습니다.

By cash / credit card / check.

(現金/クレジットカード/小切手)で支払います。

我要用(現金/信用卡/支票)付款。

我要用(現金/信用卡/支票)付款。





음식이 아주 맛있었습니다.

The food was really delicious.

料理がとてもおいしかったです。

菜非常好吃。

菜非常好吃。

영수증 주세요.

The receipt, please.

領収証をもらえますか。

请给我发票。

請給我發票。

가게 명함이나 팸플릿 있습니까?

Do you have a business card or pamphlet?

お店の名刺やパンフレットがありますか？

有没有你们餐厅的名片或小册子？

有沒有你們餐廳的名片或小冊子？

이것 잔돈으로 좀 바꿔주세요.

Could you change this, please? || Can I have this in change, please?

これを小銭にかえてください。

请把这个换成零钱。

請把這個換成零錢。



# 불만사항 및 기타

## 죄송합니다, 곧 나올 겁니다.

I am sorry. It will be ready in any minute now.

すみません、すぐにお持ちします。

对不起，马上就给您上菜。

對不起，馬上就給您上菜。

## 컵/접시가 지저분합니다, 바꿔 주십시오.

This cup / plate is dirty. Please change it for a clean one.

コップ/お皿が汚いので、代えてください。

杯子/碟子太脏了，请换一下吧。

杯子/碟子太髒了，請換一下吧。

## 음식이 신선하지 않은 것 같아요.

This food isn't fresh.

料理が新鮮ではないようです。

菜好像不太新鲜。

菜好像不太新鮮。

## 음식이 잘 안 익었어요.

This isn't cooked properly.

料理に火が通っていません。

菜没有炒熟。

菜沒有炒熟。

## 물(차)을 좀 더 주세요.

More water (tea), please

水(お茶)をもう少しください。

请给我倒点水(茶)。

請幫我加點水(茶)。



### 제가 주문한 음식이 아직 나오지 않았습니다.

I'm still waiting on my order.  
私が注文した料理がまだ出てきていません。  
我点的菜还没上来。  
我點的菜還沒上來。

### 주문한지 시간이 너무 지났으니, 취소해 주세요.

It's taking too long. Cancel my order, please.  
注文してから大分時間がたったので、取り消してください。  
等上菜的时间太久了，请给我取消吧。  
等上菜的時間太久了，請給我取消吧。

### 접시 좀 치워 주시겠습니까?

Can you take these plates?  
お皿を片付けてもらえますか？  
请您收拾一下碟子。  
請您收拾一下碟子。

### 테이블 좀 닦아주시겠습니까?

Could you clear the table, please?  
テーブルを拭いてもらえますか？  
给我擦一下饭桌，好吗？  
請幫我擦一下桌子，好嗎？

미안하지만 다른 것을 주문했는데요.

I am sorry, (but) I didn't order this. || This is not what I ordered.

すみません、違うものを注文したのですが。

对不起，我点的是别的菜。

不好意思，我點的是別的。

이것은 주문하지 않았는데요.

I didn't order this. || This isn't what I ordered.

これは注文していませんが。

我没点过这个。

我沒點過這個。

이것을 새로 바꿔주십시오.

Change this for a new one, please.

これを新しいものに代えてください。

请您把这个换成新的。

請您把這個換成新的。



음식이 식었으니 다시 한번 데워 주세요.

Could you warm this up again, please?

料理が冷めたのでもう一度温めてください。

菜都凉了，请热一下。

菜都涼了，請加熱一下。