

한국관광 품질인증제
신청서

CONTENTS

- 한국관광 품질인증 신청서
- 업소현황표
- 개인정보활용·홍보마케팅 동의서
- 자율점검표
- [부록] 이행표준 및 실행지침



한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

한국관광 품질인증 신청서

구분	기본정보					
신청업소	대표자명	상호(법인명)	사업자등록번호	연락처(대표번호)	생년월일 (대표자)	
	인증 신청 업종		신청인 (담당자)	성명/직급	연락처(핸드폰)	전자메일
	주소(광역시)	주소(기초)	세부주소			
		〒				

본 업소는 신청서 및 제출한 제반서류의 내용이 사실과 다름이 없음을 확인하며,
아래와 같이 한국관광품질인증제 인증을 신청합니다.

년 월 일

신청인(대표자) :

[서명 또는 인]

한국관광공사 사장 귀하

※구비서류

구분	세부 종류		
공통	① 인증신청서 ② 업소현황표 ③ 자율점검표 ④ 사업자등록증 사본 ⑤ 개인정보활용·홍보마케팅동의서		
개별	업 종	구분	세부서류
	숙박업 (일반·생활)	필수	• 영업신고증 • 소방시설등 작동기능점검 실시결과 보고서 사본 • 건축물대장 사본
		선택	• 서비스교육 이수증 • 영업배상 책임 보험증서 사본
	한옥체험업	필수	• 관광편의시설업(한옥체험업) 지정증 • 주민등록등본(생년월일만 표기) • 건축물대장 사본 • 문화재 등록증 (해리티지 신청에 한함)
		선택	• 서비스교육 이수증 • 영업배상 책임 보험증서 사본
	외국인관광 도시민박업	필수	• 관광사업(외국인관광도시민박업) 등록증 * 2016년 3월 이전 신청자는 관광편의시설업지정증 제출 가능 • 주민등록등본(생년월일만 표기) • 건축물대장 사본
		선택	• 서비스교육 이수증 • 영업배상 책임 보험증서 사본
	관광면세업 (사후면세)	필수	• 관광편의시설업(관광면세업) 지정증 • 외국인관광객 면세 판매장 지정증

업 소 현 황 표

구분	업소 현황 정보			
현황	업소명			
	개업일	년	월	일 * 신청업소 영업일 기준
	홈페이지			
	판매 품목			
	입점 브랜드			
	상주인력			명
	규 모(면적/층)	면적	m ²	층수 층
	영업시간			
	동시 수용가능 인원			명
	즉시 환급 여부	(O 또는 X)		
외국어 안 내 서비스	영어 ()	일어 ()	중국어 ()	기타 ()

사진첨부			
외부 전경		내부 전경	
주차장		판매 상품	
기타 부대 시설		기타 부대 시설	

개인정보활용·홍보마케팅 동의서

● 개인정보활용동의서

신청자의 개인정보 처리에 관한 동의

본인은 아래의 내용을 확인하고, 한국관광공사(이하 ‘공사’라 함)가 “개인정보보호법” 등 규정에 따라 다음과 같이 본인의 개인정보를 처리하는 것에 동의합니다.

수집항목	- 기본인적사항 (성명, 생년월일, 현주소, 영업장소재지, 영업장 최초 등록일, 전화번호, 휴대폰, 전자우편) - [숙박업(일반·생활)] 인허가증(영업신고증), 사업자등록증 사본, 건축물대장 사본 - [한옥체험업] 인허가증(관광편의시설업지정증), 사업자등록증 사본, 건축물대장 사본, 주민등록등본(생년월일만 표기) - [외국인관광도시민박업] 인허가증(관광사업등록증 또는 관광편의시설업지정증), 사업자등록증 사본, 건축물대장 사본, 주민등록등본(생년월일만 표기) - [관광면세업] 인허가증(관광편의시설업지정증, 외국인관광객 면세판매장 지정증), 사업자등록증 사본
수집·이용 목적	- 인증 여부 판단, 인증 업무 관련 행정 처리 및 본인 연락 - 기타 인증에 합리적으로 필요한 업무 등
보유기간	- 공사는 개인정보 수집 및 이용 목적이 달성된 후에는 해당 정보를 지체 없이 파기합니다. 다만, 귀 업소가 품질인증이 확정되는 경우에는 인증 유지와 홍보마케팅 등 행정 목적을 위하여 수집한 정보를 보유할 수 있습니다.
제 3자 제공 *인증 업소	- 귀하가 신청한 업소가 한국관광 품질인증 심사결과 인증이 확정되면 ‘인증업소 상호, 주소, 전화번호’는 홍보마케팅의 목적으로 제 3자에게 제공될 수 있으며 홍보 마케팅 이외의 목적으로는 사용되지 않습니다.

※ 귀하는 위와 같은 개인정보의 수집 및 이용을 거부할 수 있습니다. 다만, 개인정보의 수집 및 이용에 동의하지 않는 경우 인증 신청 대상에서 제외될 수 있습니다.

☐ (신청필수조건) 본인은 공사에서 수집하는 정보가 홍보마케팅의 목적으로 제3자에게 제공될 수 있음에 동의합니다. (동의 / 미동의)

☐ (신청필수조건) 본인은 공사의 개인정보의 수집·이용에 관한 설명을 모두 이해하였고, 이에 동의합니다. (동의 / 미동의)

* (동의 / 미동의) 중 해당사항에 ○표하여 주시기 바랍니다.

20 년 월 일

동의자 서명: (인)

한국관광공사 사장 귀하

인증업소의 홍보 · 마케팅 참가 동의

귀하가 신청한 업소가 한국관광 품질인증 심사결과 인증이 확정되면 한국관광공사가 실시하는 한국관광 품질인증제 홍보의 참여대상이 됩니다.

☐ (신청필수조건) 본인은 한국관광공사가 실시하는 인증브랜드 홍보에 참가합니다.
- 인증업소의 상호, 주소, 전화번호 등 기본정보 홍보 (동의 / 미동의)

☐ (선택사항) 본인은 한국관광공사가 실시하는 소비자 대상 인증업소 홍보를 위한 이벤트 및 다양한 마케팅 사업 등에 적극 참가합니다.
- 인증업소 기본정보, 사진·영상, 이용 후기 등 홍보 (동의 / 미동의)

* 홍보마케팅은 기본적으로 한국관광공사의 예산으로 진행될 예정이며, 인증 업소의 비용 집행이 필요할 경우 공사에서는 별도 동의를 받을 예정입니다.

* 단, 참가 동의 신청에도 불구하고 특별한 사유없이 사업자의 요구로 2회 이상 홍보마케팅 사업에 불참할 경우, 홍보마케팅 사업 우선순위 대상에서 제외될 수 있습니다.

* (동의 / 미동의) 중 해당사항에 ○표하여 주시기 바랍니다.

20 년 월 일

동의자 서명: (인)

한국관광공사 사장 귀하

자 율 점 검 표

■ 업소명 :

■ 평가자 :

■ 평가일 :

평가항목	평점	평가항목	평점	평가항목	평점	[총점]
I. 인적자원		IV. 정보제공서비스		VII. 배송서비스		
II. 건물 및 시설		V. 상품관리 및 판매서비스		VIII. 필수항목		
III. 소방안전		VI. 고객관리		IX. 부가점수		

I. 인적자원 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
1) 종사원은 고객을 신속, 친절하고 공손하게 맞이하는가? • 유선 문의 시 종사원이 친절하게 전화 응대 • 고객 입장 시 신속하게 안내 서비스를 제공 • 관찰 결과 종사원이 친절 • 종사원이 웃는 얼굴로 고객을 응대		20		○ 매우 우수 (4개만족) (20) ○ 우수 (3개만족) (16) ○ 보통 (2개만족) (12) ○ 미흡 (1개만족) (8) ○ 매우 미흡 (모두 불만족) (0)
2) 종사원의 복장과 용모가 단정한가? • 종사원들의 두발이 단정 • 종사원 위생관리 (손톱 등) 상태가 양호 • 유니폼을 착용 • 종사원이 단정한 복장을 착용 • 종사원이 명찰을 착용		20		○ 매우 우수 (5개만족) (20) ○ 우수 (4개만족) (16) ○ 보통 (3개만족) (12) ○ 미흡 (2개만족) (8) ○ 매우 미흡 (1개만족) (4)
3) 종사원이 상품의 설명을 능숙하게 하는가? • 종사원이 상품에 대한 자체교육 또는 외부교육 이수 • 종사원이 상품에 대해 잘 인식 • 종사원이 상품 사용 방법을 잘 설명 • 종사원이 상품의 품질보증에 대하여 안내 • 종사원이 대체 상품에 대해서도 안내가 가능		20		○ 매우 우수 (5개만족) (20) ○ 우수 (4개만족) (16) ○ 보통 (3개만족) (12) ○ 미흡 (2개만족) (8) ○ 매우 미흡 (1개만족) (4)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
4) 종사원의 외국어 소통능력은 적절한가? • 영어 의사소통이 가능한 종사원 확보 • 중국어 의사소통이 가능한 종사원 확보 • 일어 의사소통이 가능한 종사원 확보 • 외국인 종업원의 경우 한국어 소통이 가능 • 종사원의 말투와 어법이 적절 • 1330을 활용하여 상품 판매가 가능		20		○ 매우 우수 (6개만족) (20) ○ 우수 (5개만족) (16) ○ 보통 (4개만족) (12) ○ 미흡 (3개만족) (8) ○ 매우 미흡 (2개이하 만족) (4)
5) 과장되거나 허위 정보로 구매를 유도하거나, 매장 외부에서 호객 행위를 하고 있지 않는가? • 판매점 내·외부에서 호객행위를 하지 않음 • 상품 구매를 강요하지 않음 • 허위 정보로 구매를 유도하지 않음 • 적절한 수준으로 매장 내·외부에서 판촉 활동을 함 • 할인가격 등에 과장된 내용이 없음 * 호객행위 : 영업을 목적으로 떠들썩하게 손님을 부르는 등 불쾌감 유발, 진로 방해, 신체적 접촉, 구매 강요 등의 행위		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
6) 고객의 요구 및 불만사항에 대해 신속하고 정확하게 대응하고 처리하는가? • 고객불만처리 지침을 수립 • 사업주는 고객불만처리 지침에 대한 교육을 실시 • 종사원이 고객불만처리 지침에 대해 설명이 가능 • 고객불만사항을 취합하고 원인을 분석 • 고객불만사항 처리 결과에 대하여 확인		20		○ 매우 우수 (5개만족) (20) ○ 우수 (4개만족) (16) ○ 보통 (3개만족) (12) ○ 미흡 (2개만족) (8) ○ 매우 미흡 (1개만족) (4)

● 품질 이행지침

□ 인적자원 확보

사업자는 관광쇼핑 고객의 만족 증진과 이 표준 요구사항을 효과적으로 실행하여 지속적인 서비스 품질을 개선하기 위해, 예의, 친절, 공손한 태도 등의 자질과 상품지식 및 외국어 구사와 같은 서비스 제공 능력을 갖춘 전문 인적자원을 충분히 갖추어야 한다.

□ 인적자원 관리

관광쇼핑 서비스 제공 사업자는 양질의 서비스를 제공하기 위해 다음의 사항을 이행하여야 한다.

- 모든 종사자는 항상 청결한 복장과 친절함을 유지하여야 하며, 정기적인 위생 또는 건강검진을 통해 쾌적하고 건강한 상태를 유지하여야 한다.
- 모든 종사자를 대상으로 계층별, 기능별 교육훈련 필요성을 파악하여 계획을 수립하고 제공하여야 한다.
- 교육훈련과 관련한 모든 기록을 작성 및 보관하여야 한다.

관광쇼핑 서비스 제공에 있어 가장 중요한 요소인 서비스 제공 전문인력에 대한 요구사항이다. 외국인 관광객의 관광쇼핑 서비스 고객만족 달성을 위해서는 인적자원은 매우 중요한 요소로 관광쇼핑 서비스 품질을 좌우하는 가장 핵심요소가 될 수 있다.

사업자는 외국인 관광객이 만족하는 관광쇼핑 서비스 품질을 달성하기 위해서 충분한 인적자원을 확보해야 한다. 고용된 인력은 이 표준의 요구사항을 적합하게 실행하고, 해당업무를 수행하기에 적절한 자격과 능력이 있어야 한다.

특히, 외국인 관광객을 대상으로 관광쇼핑 서비스 제공을 위해서는 외국어가 가능한 인력을 확보하는 것이 필수적이다.

적격성은 관광쇼핑 서비스 운영체제 품질에 영향을 미치는 업무를 수행하는 인원이 갖추어야 할 필요능력을 의미하며, 적격성에 대한 기준은 직무명세서/직무기술서 또는 다른 문서에 포함하여 관리되어야 할 것이다. 적격성 기준을 충족하지 못하는 인원을 배치하는 경우 이에 대한 교육훈련 또는 다른 조치를 강구하여야 할 것이다.

교육훈련은 현 인원의 능력과 적격성과의 차이점을 고려하여 계획을 수립하는 것이 효과적이다

II. 건물 및 시설 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
7) 대중교통을 이용하여 쉽게 접근할 수 있는가?		20		○ 대중교통 정류장에서 5분 미만 (20) ○ 대중교통 정류장에서 5~10분 (15) ○ 대중교통 정류장에서 10분 초과 (10)
8) 승용차 또는 관광버스 등이 이용 가능한 충분한 자체 주차공간을 확보하고 있거나 공용주차장을 활용하도록 지원 및 유도하고 있는가?		20		○ 모두 제공 (20) ○ 일부 제공 (10) ○ 미제공 (0)
9) 매장 간판이나 안내문은 매장 외부에서 쉽게 식별이 가능한가? • 매장 인근에 접근 경로 안내 표시가 있음 • 매장 간판의 식별이 용이함 • 매장 간판이 규모와 형태에 어울림 • 매장 간판이 노후 훼손되지 않음		20		○ 매우 우수 (4개만족) (20) ○ 우수 (3개만족) (16) ○ 보통 (2개만족) (12) ○ 미흡 (1개만족) (8) ○ 매우 미흡 (모두 불만족) (0)
10) 매장 외부는 통행에 지장을 주지 않도록 잘 관리되고 있는가? * 통행에 지장을 주는 불필요한 게시물, 안내표지판 설치 여부 및 통행상 불편 초래 정도 * 불법주정차 등 도로교통법상 통행 불편 초래 여부 및 정도		10		○ 매우 우수 (10) ○ 우수 (8) ○ 보통 (6) ○ 미흡 (4) ○ 매우 미흡 (2)
11) 개장 및 폐장시간이 정확히 표시되어 있는가?		10		○ 개장 및 폐장시간이 정확히 표시되어 있음 (10) ○ 매장의 일부 공간에서만 개장 및 폐장시간을 확인할 수 있음 (8) ○ 개장 및 폐장시간을 확인할 수 없음 (2)
12) 외국인관광객 편의시설은 적절하게 설치되어 있는가? (편의시설) • 식수대 • 휴게시설 또는 의자 • 수유시설 • 화장실 (다국어 제공 시설) • 다국어 안내 데스크 • 다국어 안내 표지판		10		① 편의시설 제공 ○ 매우 우수 (4종류 이상 설치) (10) ○ 우수 (3종류 설치) (8) ○ 보통 (2종류 설치) (6) ○ 미흡 (1종류 설치) (4) ○ 미설치 (0)
		10		② 다국어 제공 시설 ○ 모두 제공 (10) ○ 일부 제공 (5) ○ 미제공 (0)
13) 매장 내부가 청결하게 유지·관리되고 있는가? * 천장, 벽, 바닥, 통로 등		10		○ 매우 우수 (10) ○ 우수 (8) ○ 보통 (6) ○ 미흡 (4) ○ 매우 미흡 (2)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
14) 매장 내부 조명은 너무 밝거나 어둡지 않은가? • 매장 및 통행로 조명 적절 • 상품 검색에 적절한 조명 • 빛 떨림 현상이 없음 • 매장 내 조명 밝기 편차없이 균일		10		○ 매우 우수 (4개만족) (10) ○ 우수 (3개만족) (8) ○ 보통 (2개만족) (6) ○ 미흡 (1개만족) (4) ○ 매우 미흡 (모두 불만족) (0)
15) 환기를 위한 통풍이 잘되며, 적절한 온도, 습도를 유지하고 있는가?		10		○ 매우 우수 (10) ○ 우수 (8) ○ 보통 (6) ○ 미흡 (4) ○ 매우 미흡 (2)

● 품질 이행지침

□ 시설 및 안전장비 확보

관광쇼핑 고객의 만족 증진과 이 표준의 요구사항을 효과적으로 실행하고 지속적인 관광쇼핑 서비스 품질개선을 위하여, 다음과 같은 자원의 필요성을 파악, 확보하고 적절하게 관리하여야 한다.

- 서비스 고객 편의시설 및 장비
- 서비스 고객의 안전, 보호 및 위생관련 시설 및 장비
- 필요한 소화기를 충분히 구비하고, 비상대피 안내를 명확하게 표시하여야 한다.
- 풍수해 등에 의한 건물 및 시설의 침수와 옥내·외 부착물의 낙하, 이탈 사고를 예방하고 차단하기 위한 장비 및 도구를 갖추어야 한다.
- 고객이 상시 관광쇼핑 서비스를 이용할 수 있는 쾌적하고 적합한 환경을 제공하기에 충분한 수준으로 시설 및 안전장비를 적절하게 관리하여야 한다.
- 확보한 시설 및 장비를 안정적이고 항상 청결하게 관리·운영하기 위해 관련 법규에 따라 점검항목, 점검주기 등 점검방법을 정하여야 한다.
- 점검방법에 따라 시설 및 안전 장비별 필요한 점검을 실시하고, 문제 발생 시에는 신속히 조치하여야 한다.
- 시설 및 안전장비의 점검과 관리기록을 유지하여야 한다.
- 주차 및 상품 입고 시설
 - 판매장의 주차장 및 상품 입고장은 폐쇄형 구조물이 없이 이용하기에 안전하고 편리한 적정 규모의 주차 시설을 갖추고 주차 라인이 명확하게 표시되어야 한다.
 - 주차시설 및 요금 등 안내정보는 고객이 쉽게 확인할 수 있어야 한다.
 - 고객 안전관리를 위하여 필요한 장소에 보안시설(폐쇄회로 등)을 설치하여 운영하여야 한다.

건물 및 시설은 외국인 관광객의 관광쇼핑 서비스 고객만족 달성을 위해 인적자원과 동등한 수준의 매우 중요한 요소로 관광쇼핑 서비스 품질을 좌우하는 가장 핵심요소 중 하나이다. 사업자는 관련 법에 따른 건물 및 시설 관리기준을 파악하고, 적절한 주기로 관리기준에 대한 자체 준수평가 등을 시행할 필요가 있다. 주차장은 주차에 불편함이 없어야 하며, 모든 주차구획은 주차장법 시행규칙제3조에 의거 명확하게 표시되어 이용

고객의 편의를 보장해야 한다. 주차장 내 이용고객 안전 및 주차 차량의 보호를 위해 보안시설은 항상 최상의 상태로 유지되어야 하며, 주차장 바닥 면으로부터 170cm 높이의 사물을 식별 가능하도록 해야 한다. 폐쇄회로TV와 녹화장치 모니터의 수는 일치하고, 촬영된 자료는 최소 30일의 보관일수를 준수해야 한다.

〈평행주차 형식 설치 기준〉

구분	너비	길이
경형	1.7미터 이상	4.5미터 이상
일반형	2.0미터 이상	6.0미터 이상
보도와 차도의 구분이 없는 주거지역의 도로	2.0미터 이상	5.0미터 이상
이륜자동차전용	1.0미터 이상	2.3미터 이상

〈평행주차 형식 외의 설치 기준〉

구분	너비	길이
경형	2.0미터 이상	3.6미터 이상
일반형	2.3미터 이상	5.0미터 이상
확장형	2.5미터 이상	5.1미터 이상
장애인전용	3.3미터 이상	5.0미터 이상
이륜자동차전용	1.0미터 이상	2.3미터 이상

[주차장법 시행규칙 제3조]

Ⅲ. 소방·안전 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
16) 화재, 정전, 안전사고, 응급환자 발생 등 비상상황 에 대비한 비상시 행동 요령, 비상대피 안내도 및 대피로, 비상구 및 비상장비 등을 확보하고 관리하 고 있는가? • 비상시 행동 요령 • 비상대피 안내도 • 비상대피로 • 비상구 • 비상장비		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)

● 품질 이행지침

□ 소방·안전 관리

판매장에 적용되는 소방·안전 법규를 파악하고, 법규 준수를 위한 모든 조치를 취해야 한다.

- 고객의 건강과 쾌적한 환경을 유지하기 위하여 내부 자체적으로 점검을 실시하고, 이를 기록으로 유지하
여야 한다.
- 방습, 방충 및 환기 등 보건위생 조치도 포함하여야 한다.

고객의 안전에 대한 요구사항으로서 관광쇼핑 서비스 품질 이행요소 중 사업자가 가장 중요하게 고려해야 할
요소라고 할 수 있다. 이를 위해 판매장의 법규 준수는 필수적이다. 사업자는 판매장에 적용되는 소방과 안전
(필요시 위생 및 환경 포함) 관련 법적 요구사항 및 기준을 명확하게 파악하고, 모든 종사원에게 전달하고 이
행하여야 한다.

규제 당국의 인허가 서류, 점검 결과 관련 기록을 적절하게 관리해야 하며, 지도단속 결과 발견된 지적사항은
충분한 수준으로 시정조치를 취해야 한다. 이용 고객의 안전을 위해 확보한 시설 및 장비의 상태는 항상 최적
의 상태로 유지하여야 한다.

시설 및 장비의 고장은 서비스 품질 및 이용고객 서비스 만족에 악영향을 미칠 수 있으므로, 시설 및 장비의
체계적인 관리는 매우 중요하다. 사업자는 자체점검 활동을 통해 소화전, 소화기, 비상손전등 등 소방시설의
성능을 확인하고, 대피도 등이 고객들이 잘 볼 수 있는 곳에 식별하기 용이하게 게시되어 있는지 확인하여 안
전관리 수준을 주기적으로 확인할 필요가 있다. 이를 위해 사업자는 확보한 모든 시설 및 장비에 대해 관리기
준과 관리방법을 정의하고, 이에 적합하게 관리되고 있는지 주기적으로 점검하여야 한다. 시설 및 장비별 점
검항목 및 점검주기(일일, 주간, 월간, 분기, 반기, 연 1회)는 판매장의 상황에 따라 정하는 것이 좋으나, 안전
및 서비스 품질에 중요한 영향을 미치는 시설 등은 점검주기를 짧게 하는 것이 바람직하다. 시설별로 점검표
를 작성하고 시설에 부착하여 점검자가 점검항목을 누락하지 않도록 하는 것이 좋다.

□ 비상상황 대비

다음의 사항을 포함하여 안전 및 환경에 영향을 줄 수 있는 잠재적 비상상황을 파악하고, 이에 대한 대책을 마련하여야 한다.

- 화재, 정전 등 정상적인 운영에 지장을 주는 사고발생
- 시설의 손상 및 고장 등
- 응급환자 발생
- 교통사고 등

실제 비상상황 및 안전사고에 대비 및 대응하는 방안을 확보하여야 한다(예, 비상연락망, 비상대피도, 비상구 등)

비상상황은 정상적인 운영이 아닌 상황 즉, 화재, 응급환자발생, 시설고장 등으로 인해 발생할 수 있는 상황을 말한다. 비상대비는 예상치 못한 사고 및 비상상황 발생 가능성을 최소화하고, 발생 시에도 이로 인한 영향을 극소화 시키려는 것이 주목적이다. 사업자는 고객의 안전을 위해 관광쇼핑 내의 모든 판매 및 구매 활동, 시설에 대해 주요 위험요인을 파악하고 이를 제거하거나 위험을 최소화할 수 있는 조치를 취할 필요가 있다. 위험사항이 식별되어야 하는 장소, 건물 혹은 설비 등에는 별도의 위험표시를 하여 이용고객이 인식할 수 있도록 하여야 한다. 출입 및 접근제한을 위한 조치와 서비스 이용 전에 충분한 설명 및 안전수칙을 작성하여 배포하여야 한다.

사업자는 발생 가능한 비상상황 유형별 시나리오를 작성하여, 주기적으로 훈련을 실시하는 것이 효과적이다. 비상상황 대응에 대한 책임과 권한도 가능한 문서화하여 종사자들이 인식할 수 있도록 해야 하며, 고객들의 비상상황 대응 행동요령도 대피도와 함께 고객들이 잘 볼 수 있는 곳에 게시 할 필요가 있다. 최소한 다음의 상황에 대한 대책은 반드시 수립하여야 한다.

- 화재 및 정전시의 비상상황
- 응급환자 발생시 비상상황
- 시설 고장으로 인한 비상상황

이러한 비상상황으로 야기되는 피해를 보상하기 위해 적절한 보험 가입 등의 대비책이 필요할 수도 있다. 안전사고 등으로 인한 응급환자가 발생하였을 경우를 대비하여 최소한의 비상약품 등을 구비하여야 하고 가까운 병원 혹은 보건소와 비상연락망 체계를 갖추어 신속하게 대처를 해야 할 것이다.

IV. 정보제공 서비스 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
17) 홈페이지, 포털사이트, 블로그, 카페 등을 통해 매장의 정보를 제공하고 있는가? • 홈페이지 등을 통해 매장에 관한 정보를 제공 • 홈페이지 등을 통해 매장에 관한 정보를 영어로 제공 • 홈페이지 등을 통해 매장에 관한 정보를 중국어로 제공 • 홈페이지 등을 통해 매장에 관한 정보를 일어로 제공 • 포털사이트, 블로그, 카페 등을 통해 매장에 관한 정보를 제공 ※ 외국어 정보 제공 여부 확인		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
18) 상품 가격(정찰제) 및 환불 정보, 할인 품목 등의 정보가 제공되고 있는가? • 상품별 가격을 정찰제로 운영 • 상품별 정보가 외국어와 병기하여 표시 • 교환 및 환불 규정 제공 • 교환 및 환불 규정이 외국어로 표시 • 할인 행사 및 품목 등에 대한 정보를 제공 ※ 외국어 정보 제공 여부 확인		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)

● 품질 이행지침

□ 정보제공

사업자는 관광쇼핑 고객에게 판매장의 위치, 규모, 영업시간, 주요 상품, 가격, 예약 및 환불방법, 할인 행사 등과 같은 정보를 정확하게 제공하여야 한다.

정보제공 방법은 광고, 브로셔, 인터넷, 소개책자 등 판매장의 경영여건에 따라 적절한 방법을 정하여야 한다.

종사자는 관광쇼핑 상품에 대한 충분하고 정확한 정보를 사전에 인지하여야 한다.

사업자는 판매장에 대한 최신 정보를 고객에게 제공하여야 한다. 정보제공의 방법은 온라인 또는 오프라인으로 할 수 있지만, 가능한 홈페이지 또는 포털사이트와 같은 온라인 서비스를 활용하는 것이 좋다. 판매장 이용 정보는 고객이 서비스를 이용하기 전에 충분하게 이를 인지할 수 있도록 해야 한다. 온라인으로 정보 제공을 하는 경우에는 아래의 기본정보를 제공하여야 한다.

- 개인 또는 법인사업자 등록정보
- 판매장 사업자 정보
- 통신판매신고 정보
- 회사소개
- 고객센터정보안내
- 개인정보보호 책임자안내
- 서비스 문의안내(전화 또는 대표 이메일 등)
- 개인정보취급방침(개인정보 수집 및 이용, 개인정보 제3자 제공, 개인정보취급 위탁 등)
- 회원가입 및 철회방침

외국인 관광객을 위해 최소한 영어로 된 정보가 필요하며, 자체적으로 직접적인 외국어 정보제공 서비스가 어려운 경우, 한국관광공사의 외국어 관광안내전화(1330)를 안내하여야 한다. 판매장 관련 정보 안내자료는 고객이 쉽게 이용할 수 있는 장소에 거치대 등을 활용하여 비치하는 것이 효과적이다.

V. 상품관리 및 판매서비스 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
19) 출입구, 계산대, 진열대 간 간격, 편의시설 등 고객의 동선을 고려하여 편리하도록 매장 배치가 되어 있는가? • 매장의 출입구가 고객 이용에 편리 • 진열대 간격(통로 폭)이 이동 시 편리 • 매장 동선이 고객에게 편리 • 계산대 이용이 편리 • 화장실 및 편의시설 안내표지 식별이 용이		20		○ 매우 우수 (5개만족) (20) ○ 우수 (4개만족) (16) ○ 보통 (3개만족) (12) ○ 미흡 (2개만족) (8) ○ 매우 미흡 (1개만족) (4)
20) 판매되고 있는 상품의 정보를 정확하게 파악할 수 있는가? • 상품별 안내 표지 및 환불정보가 쉽게 찾아볼 수 있도록 부착 • 상품의 표지에 가격, 제조사, 제조일자가 포함 • 상품의 표지에 원재료 및 주의사항 등의 정보가 포함 • 상품 표지 내용을 외국어로 제공 • 상품의 표지에 정품/진품 여부 정보가 포함 ※ 상품 정품/진품 여부, 가격(정찰제) 및 환불 정보, 할인 품목 등의 정보 제공 여부		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
21) 판매 상품의 품질관리를 위해 적절한 방법을 사용하고 있는가? • 제품을 적합한 장소에 보관 • 제품 유통기한을 준수 • 정기적으로 제품의 품질을 점검 • 불량품에 대한 처리 절차가 적절 • 반품 제품에 대한 처리 절차가 적절 ※ 식음료 : 신선유지/유통기한 관리 공산품 : 파손 및 안전관리(필요시 유통기한)		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
22) 판매되고 있는 상품의 품질보증서 제공 등을 통해 기능과 내구성 등에 대한 공식적인 확인이 가능한가? • 상품에 대한 품질보증서를 제공 • 상품 판매 시 품질보증기준을 설명 • 품질보증서에 제품명, 모델번호, 제조번호가 포함 • 품질보증서에 판매일자, 보증기간을 기재 • 품질보증서에 본사, 제조공장 연락처가 기재		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
23) 현금, 카드 등 상품 결제수단의 다양성과 편의성을 제공하고 있으며, 영수증을 발행·제공하고 있는가? • 원화 결제가 가능 • 외화 결제가 가능 • 해외 신용카드 결제가 가능 • 해외 직불카드 결제가 가능 • 영수증 등 결제증빙 자료를 발급		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
24) 자체 전산 프로그램 또는 카드결제 시스템 등 판매 관리를 위한 전산 시스템을 갖추고 있는가? • 결제 정보 관리 프로그램을 보유 • 카드결제 시스템(POS, Point of sale system 등)을 보유 • 바코드 시스템을 운영 • 당일 판매량 및 재고량 등 상품관리 시스템을 운영 • 전산으로 고객정보를 관리		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
25) 외국인 관광객의 쇼핑 선호 품목의 종류 및 매출 점유율 등을 파악하고 관리하고 있는가? • 관광객의 쇼핑 선호 품목을 파악 • 상품의 진열 위치에 대한 정보가 외국어로 제공 • 외국인 관광객 선호상품 진열이 적절함 • 품목별 매출점유율 등을 관리 • 외국인 관광객 매출을 관리		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
26) 사후 면세제도 운영 안내 및 서비스 제공이 적절하게 이루어지고 있는가? • 여권을 통한 물건 구매자의 신분 확인 절차 실시 • 매장 내·외부에 사후면세점 표시 부착 • 외국인 관광객에게 환급 및 송금 절차 안내 • 물품판매확인서 또는 물품판매수기확인서 (전표)의 발행		20		○ 매우 우수 (4개만족) (20) ○ 우수 (3개만족) (16) ○ 보통 (2개만족) (12) ○ 미흡 (1개만족) (8) ○ 매우 미흡 (모두 불만족) (0)

● 품질 이행지침

□ 상품관리

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 상품관리 및 공급망 관리를 실행하여야 한다.

- 신규 관광쇼핑 상품의 개발 또는 발굴 방법 결정
- 신규 관광쇼핑 상품 제조자 또는 유통자 선정 및 관리 방법 결정
- 신규 관광쇼핑 상품 가격 결정
- 신규 관광쇼핑 상품의 홍보 및 판촉 행사 방법의 결정
- 신규 관광쇼핑 상품의 특성에 대한 판매요원 교육 훈련 계획 및 방법 결정
- 상품품목 중 주요 관광쇼핑 상품품목의 식별 및 유지
- 관광쇼핑 상품품목의 납품업체 현황 및 납품 이력
- 관광쇼핑 상품품목의 재고 현황 및 보관 위치

관광쇼핑 서비스의 가장 핵심적인 요소 중 하나는 신규 관광쇼핑 상품의 개발이라고 할 수 있다. 다음은 그러한 상황을 구분하여 설명하는 것이며, 신규 관광쇼핑 상품 개발을 위해서는 판매실적 관리와 고객 정보 관리 등 기초 정보 관리가 매우 중요하다고 할 수 있다.

- 고객 라이프스타일의 급격한 변화로 인해 구매패턴이 급속하게 변화
- 고객들이 과거보다 다양한 서비스와 높은 질의 서비스를 요구
- 고객들이 고객감동, 고객만족 매장과 서비스 제공 받기를 원함
- 고객들이 신상품을 계속 요구함으로 제품수명이 단축
- 다점포화에 의한 고객 분산으로 고정 고객확보 경쟁이 치열

사업자는 효과적인 상품등록, 진열, 판매를 위하여 상품별 분류 및 옵션 관리, 재고관리가 필요하다. 상품관리는 상품등록 전 단계, 상품등록 단계, 상품등록 후 단계로 구분하여 관리할 수 있다. 판매분류 관리는 제조사, 공급사, 브랜드 그리고 트렌드 등으로 구분하여 관리할 수 있다. 재고관리도 필수적으로 필요하며, 상품별 품질 방지를 위해 안전재고 관리 설정 및 관리가 필요할 수 있다. 기획전 또는 이벤트용 상품에 대한 분류관리를 추가할 경우 효과적이다.

□ 판매서비스

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 판매 서비스를 실행하여야 한다.

- 판매점 내 상품 배치 또는 품목별 배열 및 운영 시간 기준 결정
- 매장 운영 시간 및 판매점별 운영 시간 기준 결정
- 매장 환경(온도, 습도, 환기 및 조도, 배경 음악 등) 유지 기준 결정
- 부대시설 및 장비(엘리베이터, 에스컬레이터, 자동 출입문, 화장실 청소 상태, 식수공급시설 및 조리시설 등의 위생상태, 소화기 등) 등의 관리 기준 결정
- 매장 책임자 또는 종사원 대상 의사소통 방법 결정
- 종사원 복장 및 위생 관리 상태

종사원은 다음과 같이 고객에게 즐거움과 감동을 주는 친절한 커뮤니케이션을 할 수 있어야 한다.

- 구매받지 않고 자유롭게 쇼핑할 수 있게 한다.
- 친절한 종사원으로부터 적절한 어드바이스를 받을 수 있게 한다.
- 구매심리의 주목, 흥미의 단계에서는 자유롭게 구매받지 않고 상품을 볼 수 있도록 하고 구매욕구, 비교 검토의 단계에서는 타이밍을 맞추어 접근하여 적절한 어드바이스를 함으로써 고객이 기분 좋고 자연스럽게 구매할 수 있도록 한다.

VI. 고객관리 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
27) 교환 및 환불, 고객불만 처리서비스가 신속하고 원활하게 이루어지고 있는가? • 상품 판매 시 고객에게 교환 및 환불 절차를 설명 • 구매한 상품의 교환 및 환불 절차를 명문화 • 구매한 상품 교환이 신속하고 편리함 • 구매한 상품 환불이 신속하고 편리함 • 교환 및 환불 처리 결과를 기록		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)
28) 고객에게 제품인도 시 파손의 우려가 없도록 상품 포장을 제공하는가? • 고객 요청 시, 선물용 포장 서비스 제공 • 배송 시 파손 우려가 없도록 포장 서비스를 제공 • 해외반출 고객에게 적절한 포장 서비스를 제공 • 상품별 포장 서비스 기준을 수립 • 포장 서비스가 신속하고 편리함		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)

● 품질 이행지침

□ 고객관리

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 고객 서비스를 실행하여야 한다.

- 매장별 또는 상품품목별 판매 및 주문과 재고확인 방법 결정
- 배송 등 부가적인 서비스 적용 여부 및 운영 방법 결정
- 매장별 또는 상품품목별 주문 기록의 관리 및 추적성 확보 방법 결정
- 관광쇼핑 고객을 대상으로 한 5.7.1의 정보 제공 방법 결정
- 고객 만족도 확인과 관련 데이터 취합 및 분석 방법 결정
- 고객 불만 접수와 관련 데이터 취합 및 분석 방법 결정
- 관광쇼핑 고객의 재방문 및 구매 유도를 위한 고객 관리 방법 결정

고객정보를 수집하여 관리할 필요가 있다. 고객정보 수집은 고정 고객확보뿐만 아니라 신상품 개발전략, 상품구매전략, 영업전략, 판촉전략, 고객만족 매장창출 전략, 고객서비스 개발 등의 전략을 수립하는데 가장 기본적이고 기초적인 자료가 고객정보이기 때문에 고객정보 자료수집의 의의는 이러한 모든 전략 수립에의 기초 정보로 활용된다는 의미를 가지고 있다고 할 수 있다.

사업자는 다음과 같은 최근 트렌드를 고려하여 고객관리 방안을 수립할 수 있을 것이다.

- 옴니채널(Omni-Channel) : 옴니채널은 모든 방식을 의미하는 ‘Omni’와 유통경로를 의미하는 ‘Channel’의 합성어로, 소비자가 온라인과 오프라인, 모바일 등 다양한 경로를 넘나들며 상품을 검색, 구매할 수 있도록 유기적으로 연결된 소매채널을 지칭
- 쇼루밍(Show-rooming) : 소비자들이 오프라인 매장에서 제품을 살펴보고 실제 구매는 보다 저렴한 온라인채널에서 하는 현상
- 웹루밍(Web-rooming) : 쇼루밍의 반대개념으로, 소비자들이 온라인에서 제품에 대한 구매정보를 찾아보고 실제 구매는 오프라인 매장에서 하는 현상. 오프라인 매장이 보다 저렴하거나, 방문구매객을 대상으로 제공되는 프로모션, 서비스 경험 측면의 소비자 수요가 반영된 결과
- 옴니 쇼퍼(Omni-shopper) : 하나의 구매과정에서 온라인과 오프라인 채널을 넘나들며, 쇼루밍 또는 웹루밍을 병행하는 소비자
- 크로스오버 쇼퍼(Crossover-shopper) : 온라인과 오프라인 쇼핑을 병행하는 소비자

□ 관광쇼핑 서비스 점검 및 개선

사업자는 이 표준의 요구사항에 따라 관광쇼핑 서비스 제공 적합하고 효과적으로 이행되고 있음을 보장하기 위해 다음과 같은 방법으로 서비스 개선활동을 실행하여야 한다.

- 관광쇼핑 서비스에 대한 고객 서비스 만족도를 주기적으로 조사하여야 한다.
- 서비스만족도 조사항목에는 종사원의 친절성, 청결성, 편리성 등 서비스 전반에 대한 항목을 포함시켜야 한다.
- 서비스 고객이 불만을 제기한 경우, 이에 대한 타당성을 확인하고 이에 대한 신속한 조치를 취해야 한다.
- 관광쇼핑 서비스 이행표준의 요구사항이 충족되고 효과적으로 실행되고 유지됨을 보장하기 위하여, 연 1회 이상 자체점검을 실시하여야 한다.
- 자체점검은 공급망관리, 고객 서비스 관리, 상품관리 및 매장관리 프로세스 전체를 대상으로 프로세스별 및 점검 대상별로 필요한 주기와 방법을 사전에 결정하여 적용하여야 하고, 적절한 점검자를 선정하여 실행하여야 한다.
- 자체점검의 방법으로 미스터리 쇼퍼(mystery shopper) 등과 같은 내·외부 모니터요원의 활용이 권장된다.

고객 만족도는 판매장의 관광쇼핑 서비스 품질 수준을 평가하는 가장 정확한 자료라고 할 수 있다. 사업자는 고객을 대상으로 서비스에 대한 만족도 조사를 실시하고, 조사결과를 분석하여 지속적으로 관광쇼핑 서비스 품질을 개선하여야 할 것이다. 특히, 이용고객 불만의 타당성을 면밀히 검토하여 타당한 것으로 판단한 경우 이에 대한 조치가 반드시 실행되어야 한다. 서비스만족도 조사항목은 기본적으로 이 표준의 요구사항을 포함하여야 할 것이다. 고객만족도 조사방법은 설문 방식을 활용하는 것이 가장 일반적이며, 조사 대상은 가능한 다양하게 설정하는 것이 타당할 것이다. 고객 만족도 조사 주기는 최소한 연 1회 이상으로 설정하는 것이 타당하다.

미스터리 쇼핑은 훈련된 익명의 고객(mystery shopper)들이 해당 판매장 현장에서 종사원 등을 접촉하여 평가하는 방법이다. 이 조사의 목적은 다음과 같으며, 관광쇼핑 서비스 전과정을 대상으로 하는 것이 효과적이다.

- 고객 서비스 현황 및 상품에 대한 지식, 판매 접점, 서비스 환경에 대한 평가, 진단
- 현재의 서비스 제공 실태를 파악함으로써 개선, 보완점 발견 및 표준화된 서비스 기준 마련
- 효율적인 관리 전략 수립



[그림] 미스터리 쇼핑의 평가 범위

미스터리 쇼퍼는 지속적으로 고객을 확보하고 유지하기 위해 일반 고객의 입장에서 판매장을 방문하여, 종사원의 서비스 수준, 서비스 환경 등에 대한 암행 평가하는 사람으로 내부 또는 외부 인원으로 다음과 같은 적격성이 요구된다.

- 방문 판매장에 대한 관심과 객관성을 보유
- 방문 판매장에 대한 상세한 지식 보유
- 고객의 입장에서 노출되지 않으며 정확하고 구체적으로 평가할 수 있는 능력을 보유

□ 개선조치

사업자는 이행표준의 요구사항이 적절하게 시행되는지를 최소한 연 1회 '관광쇼핑 서비스 제공 운영실태'를 평가해야 한다. 평가항목은 다음의 사항을 포함하여야 한다.

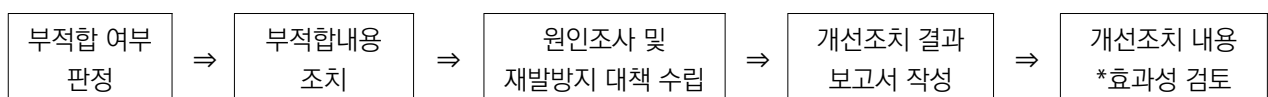
- 서비스 자체점검 결과
- 고객 불만 사항
- 해당되는 경우, 외부평가 또는 지도·단속 결과

이 표준 및 품질관리 체제 운영과정에서 개선사항이 발생한 경우, 다음과 같은 방법으로 개선조치를 실시하여야 한다.

- 문제점의 주요 원인 분석 실시
- 문제점 시정조치 및 개선 대책 수립 및 시행
- 문제점의 재발을 예방 대책 수립 및 시행

사업자는 이용고객만족도 조사 및 자체 점검 또는 외부 평가결과 등 서비스 운영을 통해서 발견된 개선사항에 대해 개선 조치를 실시해야 한다. 개선은 발생한 문제를 해결하는 것뿐 아니라 문제점의 근본 원인을 파악하여 이를 해결하는 것이 중요하다. 또한 문제점이 재발되지 않도록 재발방지 조치를 취해야 한다.

개선은 다음과 같은 방법으로 실시할 수 있다.



* 일정기간 이후 개선조치 내용의 적절한 실시 여부 및 효과 재검토

Ⅶ. 배송서비스 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
29) 상품 배송 서비스를 활용하여 고객편의를 제공하고 있는가? • 해외 배송 서비스가 가능 • 국내 배송 서비스가 가능 • 배송 현황을 모니터링 • 배송 결과를 기록 • 배송 상품의 반송 내역을 기록		10		○ 매우 우수 (5개만족) (10) ○ 우수 (4개만족) (8) ○ 보통 (3개만족) (6) ○ 미흡 (2개만족) (4) ○ 매우 미흡 (1개만족) (2)

● 품질 이행지침

□ 배송서비스

사업자는 필요시 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 배송서비스를 실행하여 한다.

- 배송업체 선정 및 관리 기준 수립
- 배송 대상 주문 데이터 접수 및 확인 기준 수립
- 배송 제품 검사 및 배송 일자 확인 기준 수립
- 거래명세서 등 관련 기록 관리 기준 수립
- 배송 주문 고객과의 의사소통 절차 결정
- 파손 또는 변심 등에 의한 반환, 환불 및 교환 기준 수립

사업자는 상품 배송 서비스를 활용하여 고객편의를 제공하여야 한다. 배송은 판매자의 물류센터에서 영업점까지의 단순 배달에서 벗어나 최종 소비자에게 제품을 직접 인도, 설치, 사용법 교육 등을 수행하는 종합 물류 서비스의 일부이다. 배송 시스템의 유형 다음과 같이 분류가 가능하므로 사업자는 판매장의 규모와 경영 여건을 고려하여 배송 유형을 결정하여야 할 것이다.

- 생산자 집약형 배송
- 프랜차이즈에 의한 배송
- 택배 전문회사를 이용한 배송
- 기타 택배 시스템(우체국 등)

배송 시스템의 관리 포인트는 아래와 같다.

- 오더등록
- 출고처리
- 택배 진행 관리
- 사후관리

사업자는 배송을 효율적으로 수행하기 위해 배차계획, 적정차량의 사용, 배송지역, 루트의 설정, 운전기사의 관리, 공동배송의 이용, 배송 코스트의 관리, 하역의 합리화, 배송거점의 정비 등 배송에 관련된 사람, 물품, 차량, 코스트, 운용, 거점 기타 계획, 실시, 개선을 수행하는 일련의 과정을 고려하여야 한다. 배송품질은 안전성, 신속성, 정확성으로 평가할 수 있다

Ⅷ. 필수 항목

평가항목	조건	평가지침
30) 가품 또는 위조품을 판매하는가? ※ 가품 또는 위조품 판매 시 인증불가	필수	○ 위반 (인증불가)
31) 경찰제로 판매하는가? ※ 경찰제 미운영 시 인증불가	필수	○ 위반 (인증불가)

Ⅸ. 부가점수 (평점 :)

평가항목	필수 항목	배점	평가 점수	평가지침
32) 우수문화상품 또는 관광기념품을 판매하는가? (가점, 10점) ※ 우수문화상품 : 문화산업진흥기본법 제15조에 의거 지정된 상품 ※ 관광기념품 : 한국관광공사의 관광기념품공모전 수 상작				○ 판매 시 가점 10점
33) 부가세 즉시환급을 시행하고 있는가? (가점, 10점)				○ 즉시환급 시행 시 가점 10점
34) 장애인 편의시설 (가점, 6점) ※ 장애인 통행이 가능한 출입구 접근로, 장애인용 경보· 피난설비, 장애인 주차구역, 장애인 승강기, 장애인 화 장실, 시각·청각장애인 유도·안내설비				장애인 편의시설 보유 시 가점 ○ 6종류 (6) ○ 5종류 (5) ○ 4종류 (4) ○ 3종류 (3) ○ 2종류 (2) ○ 1종류 (1)

이행표준 및 실행지침

목 차

목 차	
1. 적용범위	1
2. 인용표준	1
3. 용어 및 정의	1
4. 관광쇼핑 서비스 품질모형	2
5. 관광쇼핑 서비스 품질 이행 요구사항	4
5.1 일반사항	4
5.2 관광쇼핑 서비스 사업체제	5
5.3 인적자원	6
5.3.1 인적자원 확보	6
5.3.2 인적자원 관리	6
5.4 건물 및 시설	7
5.4.1 시설 및 안전장비 확보	7
5.5 소방·안전	9
5.5.1 소방·안전 관리	9
5.5.2 비상상황 대비	9
5.6 관광쇼핑 서비스 품질시스템	10
5.6.1 사업자의 이행의지	10
5.6.2 관광쇼핑 서비스 매뉴얼	10
5.6.3 문서 및 기록관리	11
5.7. 관광쇼핑 서비스 제공 이행 요구사항	12
5.7.1 정보제공	12
5.7.2 상품관리	13
5.7.3 판매서비스	13
5.7.4 고객관리	15
5.7.5 배송서비스	16
5.8 관광쇼핑 서비스 모니터링 및 개선	17
5.8.1 관광쇼핑 서비스 점검 및 모니터링	17
5.8.2 개선조치	18
[부록] 인증신청자의 준비사항	20

머 리 말

생활수준의 향상, 레저 활동의 증가, 국내 및 국제적인 다양한 문화에 대한 관심의 증가, 교통수단의 개선과 같은 관광을 위한 기반 여건의 발달 등으로 인해 관광수요가 크게 증가하고 있으나 관광서비스에 대한 고객 불만이 획기적으로 개선되지 않고 있다.

이러한 현상은 서비스업의 독특한 특성에 따른다. 특히 관광서비스는 서비스의 구매 후 또는 소비 중에만 그 품질을 느낄 수 있는 경험품질(experience quality)이라는 특성으로 인해, 품질수준을 사전에 결정하고 체계적인 관리를 통한 고객만족으로까지 연계하기 어려운 것이 현실이다.

그럼에도 불구하고 점점 높아지는 고객의 요구를 만족시키기 위해서는 관광서비스가 필수적으로 파악하고 준수하여야 하는 기본 요소를 제시함으로써 사업자는 물론 종사원들이 관광서비스 품질향상을 추진할 수 있도록 하는 것이 필요하다.

이에 따라 관광서비스의 품질향상을 위해 검토된 많은 기준과 연구결과를 바탕으로 최소한의 기본 요구사항과 보다 나은 관광서비스 품질수준을 결정하기 위한 기본 요소 및 기준을 제시할 필요가 있다.

이 표준은 관광서비스에 대한 모든 요소와 기준을 제시하지는 않는다. 또한 관련 법규 및 규정을 추가하거나 대체하는 제안을 하는 것은 아니다. 단, 이 표준의 적용을 위해서는 기본적으로 관련된 법규 및 규정의 준수가 필수적이다.

1. 적용범위

이 표준은 관광쇼핑 서비스 운영 및 인증에 필요한 서비스 이행 요구사항 규정을 목적으로 한다. 이 표준은 사업자가 관리 가능하고 서비스 품질 수준에 영향을 줄 수 있다고 예상되는 운영요소들에 적용된다. 이 표준의 모든 요구사항과 사업자의 자체 운영방안 등의 적합성을 인증기관으로부터 평가를 받아 관광쇼핑 분야의 인증을 획득할 수 있다.

이 표준은 관광쇼핑 관련 모든 판매장에 적용될 수 있으나, 판매장의 규모, 운영방식, 경영여건 등에 따라 적용범위가 달라질 수 있다. 따라서 사업자는 사전에 여러 요건을 고려하여 적용범위를 파악해야 한다.

실행지침은 이행표준의 내용을 설명하는 참조사항으로 사업자가 이 표준의 요구사항을 쉽게 이해할 수 있도록 도움을 제공하기 위한 것이다.

2. 인용표준

이 표준은 아래의 국제표준 및 국내서비스 표준문서를 참조하여 개발되었다.

- KS Q ISO 9000:2007 품질경영시스템 - 기본사항 및 용어
- KS Q ISO 9001:2009 품질경영시스템 - 요구사항

3. 용어 및 정의

이 표준에서 사용되는 용어는 다음과 같이 정의한다.

3.1 관광쇼핑(Shopping Tourism)

관광객이 관광지에서 행하는 관광활동 중 하나로 의류, 화장품등의 일반적인 재화에서부터 그 지역을 기억할 수 있는 기념품 및 토산품, 특산물에 이르기까지 다양한 상품을 구매하는 활동을 말한다.

3.2 관광면세업(사후면세, Tax Refund Shop)

관광진흥법 시행령 제2조제1항제6호 카목 관광면세업으로 지정받은 자 중 2) 「외국인관광객 등에 대한 부가가치세 및 개별소비세 특례규정」 제5조에 따라 면세판매장으로 지정받은 자

3.3 사업자

물품을 판매하는 판매장을 통하여 고객에게 관광쇼핑 서비스를 제공하는 경영책임을 가진 자를 말한다.

3.4 자체점검

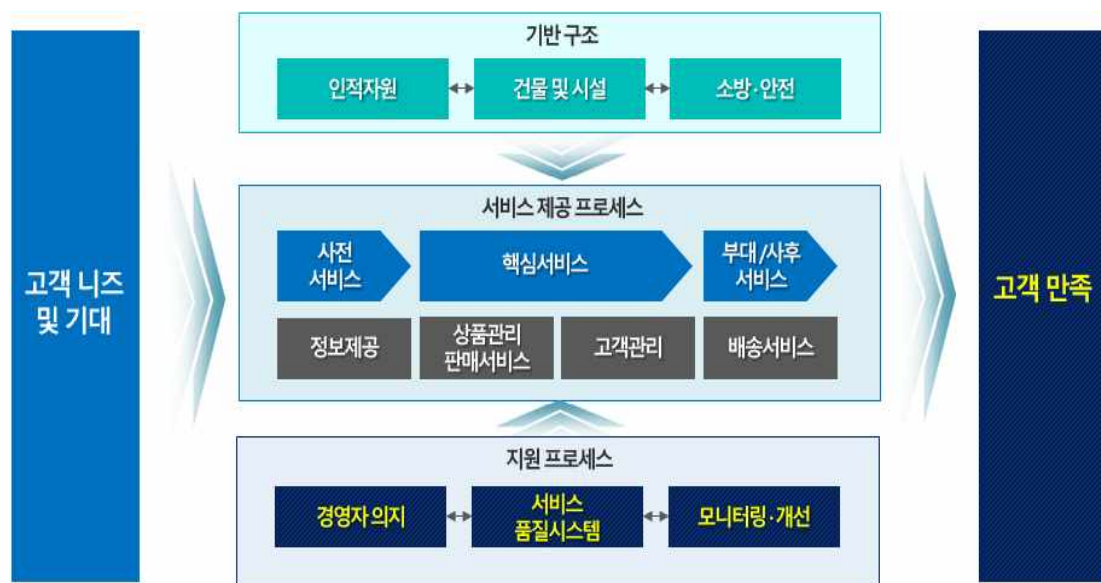
관광쇼핑 서비스 이행표준에 충족되는 정도를 결정하기 위해서 증거를 수집하고 객관적으로 평가하기 위해 수행하는 독립적인 점검을 말한다.

4. 관광쇼핑 서비스 품질모형

관광쇼핑 이행표준은 관광쇼핑 서비스 품질모형에 기반하고 있다. 관광쇼핑 서비스 품질모형은 ISO 9001 품질경영시스템 요구사항의 P-D-C-A 모델을 적용하여 관광쇼핑 서비스 기획(Plan) - 관광쇼핑 서비스 실행(Do) - 관광쇼핑 서비스 점검(Check) - 관광쇼핑 서비스 개선(Act)의 접근방법을 적용하였다.

관광쇼핑 이행표준은 총 5개항으로 구성되어 있다.

관광쇼핑 서비스 이행요구사항의 핵심은 5항이라고 할 수 있다. 5항의 요구사항은 관광서비스 평가모형에 따라 5.1항(일반 사항)과 서비스 핵심프로세스인 5.7항(관광쇼핑 서비스 제공 이행 요구사항)을 중심으로 하여 기반구조에 해당하는 5.3항(인적자원), 5.4항(건물 및 시설) 그리고 5.5항(소방 및 안전)이 있으며, 지원프로세스에 해당하는 5.2항(서비스 사업체계), 5.6항(서비스 품질시스템) 그리고 5.8항(서비스 모니터링 및 개선)으로 구성되어 있다.



〈그림 1〉 관광쇼핑분야 관광품질 평가모형

4.1 지원프로세스

4.1.1 경영자 의지

경영자의 의지는 독립적인 평가 항목으로 적용되는 것은 아니다. 이는 판매 전략 관리로 대표될 수 있으며, 관광쇼핑 매출 증대를 위해 관광객 욕구(needs)와 상품 수요 등의 시장조사를 실시하고 마케팅 전략을 수립하며, 주기적인 성과 평가 후 개선과정 등을 포괄하는 일련의 프로세스이다.

4.1.2 서비스 품질시스템

전체적인 관광쇼핑 서비스 제공을 위한 운영품질 이행체제 수립을 의미하며, 이러한 운영품질 이행체제는 자체 경영시스템 내에서 유기적으로 운영이 가능하도록 수립되어야 효과적이다. 운영품질 이행체제는 인증대상 판매장의 내부 절차서 등의 내용으로 평가가 가능하며, 품질경영시스템(ISO 9001) 내에 관광쇼핑 서비스 제공을 포함하여 운영이 가능하다. 운영품질 이행체제에는 입주 매장관리, 신상품개발 및 공급망 관리가 필수적으로 포함되어야 한다.

4.1.2.1 매장관리

매장관리는 상품의 배치·진열과 관련된 매장 lay-out을 설계하고 상품의 카테고리를 결정하는 것으로 가장 중요한 프로세스이다.

다수 브랜드가 입점한 대형 판매장의 경우에는 관리주체와 입점업체 쌍방 간의 의사소통 체계와 그 효과성이 반드시 보장되어야 한다.

4.1.2.2 상품개발

상품개발은 판매전략을 고려하여 신규상품을 개발하는 프로세스를 의미한다. 서비스 품질 유형 평가시, 연간 판매개시 실적 등으로 정량화하여 측정할 수 있다.

4.1.2.3 공급망관리

상품관리에 따라 계획된 상품을 제조, 구매/수입 또는 유통 가능한 업체들을 선정하고 업체별 품질관리수준 등을 평가하여 관리·지원하는 프로세스를 말한다.

4.1.3 모니터링·개선

모니터링은 고객의 만족도 평가를 통해 문제점을 도출하고, 이를 개선하는 프로세스이다. 경영진은 모니터링을 통해 운영품질 이행체제를 지속적으로 개선하고, 관광품질 평가모형에 따라 효과성을 평가할 수 있다. 모니터링 방법에는 주기적 점검, 내부 심사, 미스터리 쇼퍼 등이 있다.

4.2 서비스 제공 프로세스

4.2.1 사전서비스

사전서비스는 정보제공 서비스로서 외국인 관광객의 특성을 반영하여 매장 및 상품에 대한 정보를 온라인 또는 오프라인 등의 매체를 이용하여 제공하는 프로세스를 말한다.

4.2.2 핵심서비스

4.2.2.1 상품관리

종사원이 매장관리 계획에 따라 상품배치 및 진열, 청결관리 등을 실행하는 프로세스를 말한다.

4.2.2.2 판매서비스

종사원 등이 관광객을 대상으로 상품에 대한 정보 설명 및 판매, 결제에 대한 서비스를 제공하는 가장

중요한 프로세스이다.

4.2.2.3 고객관리

할인 행사 등의 이벤트, 고객 등록관리, 안내 정보 제공 등 구매 이후 재구매 유도를 위한 일련의 프로세스를 포함한다. 관광객의 관광 경험과 만족도 측면에서 중요하게 평가되어야 하는 항목이다. 이 항목은 현장평가 외에 암행평가로도 평가가 되어야 한다.

4.2.3 부대/사후서비스

재방문 유도를 위해 관광객이 구매 이후에 제공받는 서비스를 의미하며, 불만처리, 환불 및 교환, 배송 서비스 등을 포함한다.

4.3 기반구조

4.3.1 인적자원

종사원의 자질 및 역량을 관리하는 프로세스로, 판매장 규모에 상관없이 적용되는 항목이다. 종사원의 용모단정, 청결 및 위생, 외국어 소통능력, 상품에 대한 지식 등이 포함된다.

4.3.2 건물 및 시설

매장 접근성 및 위치, 매장 청결도 및 환경, 주차시설, 안내표지 및 편의 시설 등 설치 및 관리프로세스로 판매장 규모에 상관없이 중요하게 적용되어야 하는 항목이다.

4.3.3 소방·안전

화재, 사고 등을 대비한 관련 법규 준수와 일상적인 관리 프로세스로서 판매장 규모에 상관없이 중요하게 적용되어야 하는 항목이다.

5. 관광쇼핑 서비스 품질 이행 요구사항

5.1 일반사항

사업자는 관광쇼핑 서비스 품질 이행체제 수립 시 다음의 사항을 고려하여 한다.

- (1) 관광쇼핑 서비스 이행표준의 적용은 전체적인 서비스 품질 성과를 개선하고, 이를 지속적으로 발전시키기 위한 건전한 기반을 제공하는 데 도움이 될 수 있는 전략적 의사결정이다.
- (2) 이 표준의 요구사항은 관광쇼핑 서비스 이용 외국인 관광객의 만족 증진뿐 아니라, 판매장의 경영 성과를 함께 개선하기 위해, 품질경영의 기본 개념인 계획(Plan)-실행(Do)-검토(Check)-개선(Act)의 접근방법을 적용하여, 지속적인 서비스 품질성과 개선을 목표로 한다.
- (3) 사업자는 계획(Plan)-실행(Do)-검토(Check)-개선(Act)의 접근방법을 통해 관광쇼핑 서비스 제공 프로세스 상에 충분한 자원이 제공되어져 효과적으로 관리되고, 개선사항이 파악되고 조치될 수 있도록 보장하여야 한다.
- (4) 사업자는 다음의 사항을 준수하여야 한다.

- 적용 가능한 경우, 이 표준 5.2항에서 5.8항까지 모든 이행 요구사항을 실행
- 판매장에 적용되는 모든 법규를 준수

사업자는 이 표준의 모든 요구사항을 충족하기 위한 품질 이행체제를 수립하여 운영하고, 이를 위한 적용 범위 등을 명확하게 파악하여야 한다.

5.1.1 관광쇼핑 서비스 제공 계획

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위한 재무, 자산, 인원 및 IT 관리 사업계획을 수립하고 성과를 측정하여야 한다.

5.1.2 판매 계획

사업자는 효과적인 관광쇼핑 서비스 제공을 위한 판매관리 계획을 수립하여야 하며, 판매 계획은 관광쇼핑 시장 분석과 마케팅 및 상품홍보 전략을 포함하여야 한다.

실행 지침

5.1항은 외국인 관광객이 신뢰하고 만족할 수 있는 관광쇼핑 서비스를 제공하기 위해, 이 표준의 목적과 세부 요구사항의 구성 원칙을 설명하기 위함이다.

관광쇼핑 서비스 품질관리는 조직의 성과를 지속적으로 개선하기 위한 것으로 이 이행표준을 기반으로 한 관광쇼핑 품질관리의 실행은 다음과 같은 목표 달성을 포함하는 것이 권장된다.

- 고객 요구사항과 법적 요구사항에 적합한 상품 및 서비스를 일관되게 제공함
- 외국인 관광객 등 고객만족을 증진하기 위한 개선 사항 발굴 및 지속적 실행
- 경영리스크 파악과 관리방안 수립 및 실행

관광쇼핑 서비스 사업자는 5.1항의 (4)에 따라, 5.2항에서 5.8항의 모든 요구사항을 가능한 준수하여야 한다.

5.2 관광쇼핑 서비스 사업체제

관광쇼핑 서비스 사업자는 외국인 관광객의 관광쇼핑 서비스 고객만족을 지속적으로 향상시키기 위해, 판매장 규모와 운영 방식 및 경영여건 등에 적합한 다음과 같은 조직 구조와 운영 체계를 갖추어야 한다.

- (1) 사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위한 적절한 운영조직과 인적자원을 갖추어야 한다.
- (2) 사업자는 이 표준의 요구사항을 효과적으로 실행하기 위해 모든 종사자에 대한 업무를 명확히 분장하여 문서화하여 이를 모든 종사자에게 인식시켜야 한다.
- (3) 사업자는 해당 서비스제공에 필요한 건물, 시설 등의 물적 자원을 갖추어야 한다.
- (4) 이 표준의 요구사항을 효과적으로 실행하기 위해, 확보한 모든 인원들에 대한 업무를 명확히 분장하여 문서화하고, 이를 모든 종사원에게 인식시켜야 한다.

실행 지침

5.2항은 관광쇼핑 서비스를 제공하기 위해 기본적으로 갖추어야 할 자원에 대한 요구이다.

자원에는 다음과 같은 것들이 있을 수 있다.

- 인적 자원
- 물적 자원
- 재정적 자원

관광쇼핑 서비스를 제공할 수 있는 적절한 인원을 확보하고, 운영체제를 수립하여야 한다. 책임과 권한은 관광쇼핑 서비스 운영체제의 중요한 요소이므로 사업자는 품질에 영향을 미치는 업무를 수행하는 모든 인원의 책임과 권한 및 상호관계를 정리하고 문서화하는 것이 효과적이다. 문서화하는 방법의 예는 조직 및 업무분장규정 또는 직제규정 등에 개괄적으로 기술되어 있을 지라도, 품질매뉴얼 상 품질과 관련된 책임 및 권한을 명시하고, 세부적인 내용은 각 품질경영 시스템 문서에 기술하거나, 개인의 책임 및 권한은 개인별 “직무 기술서(Job Description)” 또는 “부서 업무분장표”를 활용할 수 있다.

소규모 판매장의 경우에는 소수의 직원이 여러 가지 업무를 수행해야 하는 경우가 있으며, 각 직원이 자신의 책임 및 권한의 내용을 잘 알 수 있도록 해야한다.

5.3 인적자원

5.3.1 인적자원 확보

사업자는 관광쇼핑 고객의 만족 증진과 이 표준 요구사항을 효과적으로 실행하여 지속적인 서비스 품질을 개선하기 위해, 예의, 친절, 공손한 태도 등의 자질과 상품지식 및 외국어 구사와 같은 서비스 제공 능력을 갖춘 전문 인적자원을 충분히 갖추어야 한다.

5.3.2 인적자원 관리

관광쇼핑 서비스 제공 사업자는 양질의 서비스를 제공하기 위해 다음의 사항을 이행하여야 한다.

- (1) 모든 종사자는 항상 청결한 복장과 친절함을 유지하여야 하며, 정기적인 위생 또는 건강검진을 통해 쾌적하고 건강한 상태를 유지하여야 한다.
- (2) 모든 종사자를 대상으로 계층별, 기능별 교육훈련 필요성을 파악하여 계획을 수립하고 제공하여야 한다.
- (3) 필요시, 교육훈련 실시 후 결과에 대해 평가를 실시하여야 한다.
- (4) 교육훈련과 관련한 모든 기록을 작성 및 보관하여야 한다.

실행 지침

5.3항은 관광쇼핑 서비스 제공에 있어 가장 중요한 요소인 서비스 제공 전문인력에 대한 요구사항이다. 외국인 관광객의 관광쇼핑 서비스 고객만족 달성을 위해서는 인적자원은 매우 중요한 요소로 관광쇼핑 서비스 품질을 좌우하는 가장 핵심요소가 될 수 있다.

사업자는 외국인 관광객이 만족하는 관광쇼핑 서비스 품질을 달성하기 위해서 충분한 인적자원을 확보해야 한다. 고용된 인력은 이 표준의 요구사항을 적합하게 실행하고, 해당업무를 수행하기에 적절한 자격과 능력이 있어야 한다.

특히, 외국인 관광객을 대상으로 관광쇼핑 서비스 제공을 위해서는 외국어가 가능한 인력을 확보하는 것이 필수적이다.

소규모 판매장의 경우에는 신규직원, 임시직 또는 시간제 직원의 활용이 많을 수 있기 때문에 인적자원에 대한 적격성의 확보기준을 단순 명료하게 수립하여 운영하는 것이 효과적이다.

적격성은 관광쇼핑 서비스 운영체제 품질에 영향을 미치는 업무를 수행하는 인원이 갖추어야 할 필요능력을 의미하며, 적격성에 대한 기준은 직무명세서/직무기술서 또는 다른 문서에 포함하여 관리되어야 할 것이다. 적격성 기준을 충족하지 못하는 인원을 배치하는 경우 이에 대한 교육훈련 또는 다른 조치를 강구하여야 할 것이다.

교육훈련은 현 인원의 능력과 적격성과의 차이점을 고려하여 계획을 수립하는 것이 효과적이다.

5.4 건물 및 시설**5.4.1 시설 및 안전장비 확보**

관광쇼핑 고객의 만족 증진과 이 표준의 요구사항을 효과적으로 실행하고 지속적인 관광쇼핑 서비스 품질개선을 위하여, 다음과 같은 자원의 필요성을 파악, 확보하고 적절하게 관리하여야 한다.

- (1) 서비스 고객 편의시설 및 장비
- (2) 서비스 고객의 안전, 보호 및 위생관련 시설 및 장비
- (3) 필요한 소화기를 충분히 구비하고, 비상대피 안내를 명확하게 표시하여야 한다.
- (4) 풍수해 등에 의한 건물 및 시설의 침수와 옥내·외 부착물의 낙하, 이탈 사고를 예방하고 차단하기 위한 장비 및 도구를 갖추어야 한다.
- (5) 고객이 상시 관광쇼핑 서비스를 이용할 수 있는 쾌적하고 적합한 환경을 제공하기에 충분한 수준으로 시설 및 안전장비를 적절하게 관리하여야 한다.
- (6) 확보한 시설 및 장비를 안정적이고 항상 청결하게 관리·운영하기 위해 관련 법규에 따라 점검항목, 점검주기 등 점검방법을 정하여야 한다.
- (7) 점검방법에 따라 시설 및 안전 장비별 필요한 점검을 실시하고, 문제 발생 시에는 신속히 조치하여야 한다.
- (8) 시설 및 안전장비의 점검과 관리기록을 유지하여야 한다.

(9) 주차 및 상품 입고 시설

- (a) 판매장의 주차장 및 상품 입고장은 폐쇄형 구조물이 없이 이용하기에 안전하고 편리한 적정 규모의 주차 시설을 갖추고, 주차 라인이 명확하게 표시되어야 한다.
- (b) 주차시설 및 요금 등 안내정보는 고객이 쉽게 확인할 수 있어야 한다.
- (c) 고객 안전관리를 위하여 필요한 장소에 보안시설(폐쇄회로 등)을 설치하여 운영하여야 한다.

실행 지침

5.4항은 건물 및 필요 시설의 파악, 확보 및 관리에 대한 요구사항이다. 건물 및 시설은 외국인 관광객의 관광쇼핑 서비스 고객만족 달성을 위해 인적자원과 동등한 수준의 매우 중요한 요소로 관광쇼핑 서비스 품질을 좌우하는 가장 핵심요소 중 하나이다.

사업자는 관련 법에 따른 건물 및 시설 관리기준을 파악하고, 적절한 주기로 관리기준에 대한 자체 준수평가 등을 시행할 필요가 있다.

주차장은 주차에 불편함이 없어야 하며, 특히 안전을 위한 위험요인이 없어야 한다. 또한, 모든 주차구획이 명확하게 표시되어 이용고객의 편의를 보장해야 한다.

주차장 내 이용고객 안전 및 주차 차량의 보호를 위해 보안시설은 항상 최상의 상태로 유지되어야 하며, 주차장 바닥 면으로부터 170cm 높이의 사물을 식별 가능하도록 해야 한다. 폐쇄회로TV와 녹화장치 모니터의 수는 일치하고, 촬영된 자료는 최소 30일의 보관일수를 준수해야 한다.

〈표〉 평행주차 형식 설치 기준(주차장법 시행규칙 제3조)

구분	너비	길이
경형	1.7미터 이상	4.5미터 이상
일반형	2.0미터 이상	6.0미터 이상
보도와 차도의 구분이 없는 주거지역의 도로	2.0미터 이상	5.0미터 이상
이륜자동차전용	1.0미터 이상	2.3미터 이상

〈표〉 평행주차 형식 외의 설치 기준(주차장법 시행규칙 제3조)

구분	너비	길이
경형	2.0미터 이상	3.6미터 이상
일반형	2.3미터 이상	5.0미터 이상
확장형	2.5미터 이상	5.1미터 이상
장애인전용	3.3미터 이상	5.0미터 이상
이륜자동차전용	1.0미터 이상	2.3미터 이상

5.5. 소방·안전

5.5.1 소방·안전 관리

판매장에 적용되는 소방·안전 법규를 파악하고, 법규준수를 위한 모든 조치를 취해야 한다.

- (1) 고객의 건강과 쾌적한 환경을 유지하기 위하여 자체적으로 점검을 실시하고, 이를 기록으로 유지하여야 한다.
- (2) 방습, 방충 및 환기 등 보건위생 조치도 포함하여야 한다.

실행 지침

5.5항은 고객의 안전에 대한 요구사항으로서 관광쇼핑 서비스 품질 이행요소 중 사업자가 가장 중요하게 고려해야 할 요소라고 할 수 있다. 관광쇼핑 서비스 이행 및 고객의 안전을 위해 판매장의 법규 준수는 필수적이다.

사업자는 판매장에 적용되는 법적 요구사항 및 기준을 명확하게 파악하고, 이를 모든 종사원이 충분하게 이해할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 또한, 판매장에 적용되는 소방과 안전(필요시 위생 및 환경 포함) 관련 법규준수를 위한 모든 조치를 최우선적으로 실행하여야 한다.

규제 당국의 인허가 서류, 점검 결과 관련 기록을 적절하게 관리해야 하며, 지도단속 결과 발견된 지적사항은 충분한 수준으로 시정조치를 취해야 한다.

이용 고객의 안전을 위해 확보한 시설 및 장비의 상태는 항상 최적의 상태로 유지하여야 한다. 시설 및 장비의 고장은 서비스 품질 및 이용고객 서비스 만족에 악영향을 미칠 수 있으므로, 시설 및 장비의 체계적인 관리는 매우 중요하다. 사업자는 자체점검 활동을 통해 소화전, 소화기, 비상손전등 등 소방시설의 성능을 확인하고, 대피도 등이 고객들이 잘 볼 수 있는 곳에 식별하기 용이하게 게시되어 있는지 확인하여 안전관리 수준을 주기적으로 확인할 필요가 있다.

이를 위해 사업자는 확보한 모든 시설 및 장비에 대해 관리기준과 관리방법을 정의하고, 이에 적합하게 관리되고 있는지 주기적으로 점검하여야 한다. 시설 및 장비별 점검항목 및 점검주기(일일, 주간, 월간, 분기, 반기, 연 1회)는 판매장의 상황에 따라 정하는 것이 좋으나, 안전 및 서비스 품질에 중요한 영향을 미치는 시설 등은 점검주기를 짧게 하는 것이 바람직하다. 시설별로 점검표를 작성하고 시설에 부착하여 점검자가 점검항목을 누락하지 않도록 하는 것이 좋다.

5.5.2 비상상황 대비

- (1) 다음의 사항을 포함하여 안전 및 환경에 영향을 줄 수 있는 잠재적 비상상황을 파악하고, 이에 대한 대책을 마련하여야 한다.
 - (a) 화재, 정전 등 정상적인 운영에 지장을 주는 사고발생
 - (b) 시설의 손상 및 고장 등
 - (c) 응급환자 발생
 - (d) 교통사고 등
- (2) 실제 비상상황 및 안전사고에 대비 및 대응하는 방안을 확보하여야 한다(예, 비상연락망, 비상대피도, 비상구 등)

실행 지침

5.5항은 고객의 안전에 대한 요구사항으로서 관광쇼핑 서비스 품질 이행요소 중 사업자가 가장 중요하게 고려해야 할 요소라고 할 수 있다.

비상상황은 정상적인 운영이 아닌 상황 즉, 천재지변 혹은 예상치 못한 시설의 고장으로 인해 발생할 수 있는 상황을 말한다. 비상대비는 예상치 못한 사고 및 비상상황 발생 가능성을 최소화하고, 발생 시에도 이로 인한 영향을 극소화 시키려는 것이 주목적이다.

사업자는 고객의 안전을 위해 관광쇼핑 내의 모든 판매 및 구매 활동, 시설에 대해 주요한 위험요인을 파악하고 이를 제거하거나 위험을 최소화할 수 있는 조치를 반드시 취할 필요가 있다.

위험사항이 식별되어야 하는 장소, 건물 혹은 설비 등에는 별도의 위험표시를 하여 이용고객이 인식할 수 있도록 하여야 한다.

출입 및 접근제한을 위한 조치와 서비스 이용 전에 충분한 설명 및 안전수칙을 작성하여 배포하여야 한다.

사업자는 발생 가능한 비상상황 유형별 시나리오를 작성하여, 주기적으로 훈련을 실시하는 것이 효과적이다. 비상상황 대응에 대한 책임과 권한도 가능한 문서화하여 종사자들이 인식할 수 있도록 해야 하며, 고객들의 비상상황 대응 행동요령도 대피도와 함께 고객들이 잘 볼 수 있는 곳에 게시 할 필요가 있다.

최소한 다음의 상황에 대한 대책은 반드시 수립하여야 한다.

- 화재 및 정전시의 비상상황
- 응급환자 발생시 비상상황
- 시설 고장으로 인한 비상상황

이러한 비상상황으로 야기되는 피해를 보상하기 위해 적절한 보험 가입 등의 대비책이 필요할 수도 있다.

안전사고 등으로 인한 응급환자가 발생하였을 경우를 대비하여 최소한의 비상약품 등을 구비하여야 하고 가까운 병원 혹은 보건소와 비상연락망 체계를 갖추어 신속하게 대처를 해야 할 것이다

5.6 관광쇼핑 서비스 품질시스템

5.6.1 사업자의 이행의지

- (1) 사업자는 고객의 서비스 만족 증진을 위해 '서비스 이행방침'을 수립하고, 모든 종사자 및 관계자들에게 전달해야 한다. 서비스 이행방침은 판매장 운영목적에 부합해야 하고, 법규와 이행표준을 준수해야 한다.
- (2) 사업자는 판매장 운영과 관련한 법규 및 이 표준의 요구사항에 대한 충분한 지식을 갖추어야 한다.

5.6.2 관광쇼핑 서비스 매뉴얼

이 표준의 요구사항에 따라 서비스를 제공하기 위한 업무매뉴얼과 절차서 등을 작성하여, 모든 종사자들에게 전달하고 상시 이용할 수 있도록 하여야 한다.

5.6.3 문서 및 기록관리

- (1) 이 표준 요구사항의 효과적인 운영을 위해 필요한 문서를 최신으로 유지하고 이를 모든 종사자에게 전달하여야 한다.
- (2) 위생, 소방 및 안전 등과 관련한 법규 또는 이 표준에서 요구하는 모든 기록은 필요한 기간 동안 유지하고 적절히 관리(식별, 보관, 보호 등)하여야 한다.

실행 지침

5.6.1 이행의지

관광쇼핑 서비스 품질 운영체제의 성공적인 운영은 사업자의 의지에 좌우되므로 사업자는 이에 대한 의지를 명확히 구현하여야 한다. 그러나, 품질방침과 같은 문서에 서명을 한 것으로 사업자의 실행의지가 있다고 객관적으로 판단하기에는 부족할 수 있다.

사업자가 수행해야할 대표적인 업무는 다음과 같다.

- 관광쇼핑 서비스 품질 운영체제 운영방침을 수립한다.
- 품질 운영체제 목표가 수립됨을 보장한다.
- 조직구조와 자원을 준비한다.
- 현재의 성과를 유지하거나 지속적인 개선을 달성한다.

최고경영자는 전략적 목표가 달성되었다는 것을 검증하기 위해 조직의 성과를 측정하기 위한 방법을 정해야 하며 이 방법에는 다음과 같은 것이 있을 수 있다.

- 재무적인 성과지표
- 프로세스 성과에 대한 측정
- 고객 및 기타 이해관계자의 만족도에 대한 평가

5.6.2 서비스 매뉴얼

관광쇼핑 서비스 매뉴얼에는 관광쇼핑 서비스 품질 운영 프로세스의 상호관계를 포함할 것이 권장되며, 관련되는 문서화된 절차를 기술하거나 인용하여야 한다.

품질경영시스템 문서화 정도는 다음을 고려하여 수립하는 것이 타당하다.

- 판매장의 규모 및 형태
- 품질 운영 프로세스의 복잡성과 상호작용
- 인적자원의 능력

관광쇼핑 서비스 매뉴얼은 다음의 용도로 사용될 수 있다.

- 품질 운영체제를 대외적으로 소개
- 품질 운영체제가 이 표준에 적합하다는 것을 실증
- 운영방침, 업무 절차, 처리 기준에 대하여 조직 내 의사소통
- 품질 운영체제가 효과적으로 실행됨을 입증

매뉴얼 작업의 5대 원칙은 다음과 같이 설명할 수 있다.

- ① 철저한 현장운영 중심 작성
- ② 표준 업무형태와 기술적 점검 기능의 복합구성
- ③ 수치와 목표를 가급적 구체적으로 기술
- ④ 독립성과 연계성 고려
- ⑤ 경우의 발생 사항에 대한 사례 필수

5.6.3 문서 및 기록 관리

품질 운영체제 수립 및 운영 시 가능하면 문서의 수를 줄이도록 노력하는 것이 좋다. 특히 소규모 판매장은 문서의 형식으로 정형화될 가능성이 적기 때문에 문서화는 최대한 단순화하는 것이 바람직하다.

법적인 요구사항, 회계 요구사항 또는 고객의 요구사항이 아니라면, 조직의 입장에서 기록의 보유 기간을 규정하여 관리할 수 있다.

5.7 관광쇼핑 서비스 제공 이행 요구사항

5.7.1 정보제공

- (1) 사업자는 관광쇼핑 고객에게 판매장의 위치, 규모, 영업시간, 주요 상품, 가격, 예약 및 환불방법, 할인 행사 등과 같은 정보를 정확하게 제공하여야 한다.
- (2) 정보 제공방법은 광고, 브로셔, 인터넷, 소개책자 등 판매장의 경영여건에 따라 적절한 방법을 정하여야 한다.
- (3) 종사자는 관광쇼핑 상품에 대한 충분하고 정확한 정보를 사전에 인지하여야 한다.

실행 지침

사업자는 판매장 정보를 항상 최신으로 제공하여야 한다. 정보제공의 방법은 온라인 또는 오프라인으로 할 수 있지만, 가능한 홈페이지 또는 포털사이트와 같은 온라인 서비스를 활용하는 것이 좋다. 판매장 이용 정보는 문서로 작성하고 이용고객이 이용하기 전에 충분하게 이를 인지할 수 있도록 해야 한다.

제공하여야 할 정보는 최소한 이행표준 5.7.1 (1)의 항목을 모두 포함해야 한다. 이와 함께 온라인으로 정보 제공을 하는 경우에는 아래의 기본정보를 제공하여야 한다.

- 개인 또는 법인사업자 등록정보
- 판매장 사업자 정보
- 통신판매신고 정보
- 회사소개
- 고객센터정보안내
- 개인정보보호 책임자안내
- 서비스 문의안내(전화 또는 대표 이메일 등)
- 개인정보취급방침(개인정보 수집 및 이용, 개인정보 제3자 제공, 개인정보취급 위탁 등)

- 회원가입 청약철회방침

외국인 관광객을 위해 최소한 영어로 된 정보가 필요하며, 자체적으로 직접적인 외국어 정보제공 서비스가 어려운 경우, 최소한 한국관광공사의 외국어 관광안내전화(1330)서비스를 이용할 수 있어야 한다.

판매장 관련 정보 안내자료는 고객이 쉽게 이용할 수 있는 장소에 거치대 등을 활용하여 비치하는 것이 효과적이다.

5.7.2 상품관리

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 상품관리 및 공급망 관리를 실행하여야 한다.

- (1) 신규 관광쇼핑 상품의 개발 또는 발굴 방법 결정
- (2) 신규 관광쇼핑 상품 제조자 또는 유통자 선정 및 관리 방법 결정
- (3) 신규 관광쇼핑 상품 가격 결정
- (4) 신규 관광쇼핑 상품의 홍보 및 판촉 행사 방법의 결정
- (5) 신규 관광쇼핑 상품의 특성에 대한 판매요원 교육 훈련 계획 및 방법 결정
- (6) 상품품목 중 주요 관광쇼핑 상품품목의 식별 및 유지
- (7) 관광쇼핑 상품품목의 납품업체 현황 및 납품 이력
- (8) 관광쇼핑 상품품목의 재고 현황 및 보관 위치

실행 지침

관광쇼핑 서비스의 가장 핵심적인 요소 중 하나는 신규 관광쇼핑 상품의 개발이라고 할 수 있다. 다음은 그러한 상황을 구분하여 설명하는 것이며, 신규 관광쇼핑 상품 개발을 위해서는 판매실적 관리와 고객 정보 관리 등 기초 정보 관리가 매우 중요하다고 할 수 있다.

- 고객 라이프스타일의 급격한 변화로 인해 구매패턴이 급속하게 변화
- 고객들이 과거보다 다양한 서비스와 높은 질의 서비스를 요구
- 고객들이 고객감동, 고객만족 매장과 서비스 제공 받기를 원함
- 고객들이 신상품을 계속 요구함으로 제품 수명이 단축
- 다점포화에 의한 고객 분산으로 고정 고객확보 경쟁이 치열

사업자는 효과적인 상품등록, 진열, 판매를 위하여 상품별 분류 및 옵션 관리, 재고관리가 필요하다.

상품관리는 상품등록 전 단계, 상품등록 단계, 상품등록 후 단계로 구분하여 관리할 수 있다.

판매상품 분류관리는 제조사, 공급사, 브랜드 그리고 트렌드 등으로 구분하여 관리할 수 있다.

재고관리도 필수적으로 필요하며, 상품별 품질 방지를 위해 안전재고관리 설정 및 관리가 필요할 수 있다.

기획전 또는 이벤트용 상품에 대한 분류 관리를 추가할 경우 효과적이다.

5.7.3 판매서비스

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 판매서비스를 실행하여야 한다.

- (1) 매장 내 상품 배치 또는 품목별 배열 및 운영 시간 기준 결정
- (2) 매장 운영 시간 및 매장별 운영 시간 기준 결정
- (3) 매장 환경(온도, 습도, 환기 및 조도, 배경 음악 등) 유지 기준 결정
- (4) 부대시설 및 장비(엘리베이터, 에스컬레이터, 자동 출입문, 화장실 청소 상태, 식수공급시설 및 조리시설 등의 위생상태, 소화기 등) 등의 관리 기준 결정
- (5) 매장 책임자 또는 종사원 대상 의사소통 방법 결정
- (6) 종사원 복장 및 위생 관리 상태

실행 지침

상품관리와 함께 판매 서비스는 고객 접점에서 제공되는 직접적인 서비스로 매장의 종사원은 고객으로부터 입수한 각종 정보를 활용하면서 다음과 같이 고객에게 즐거움과 감동을 주는 친절한 커뮤니케이션을 할 수 있어야 한다.

- 구매받지 않고 자유롭게 쇼핑할 수 있게 한다.
- 친절한 종사원으로부터 적절한 어드바이스를 받을 수 있게 한다.
- 구매심리의 주목, 흥미의 단계에서는 자유롭게 구매받지 않고 상품을 볼 수 있도록 하고 욕망, 비교 검토의 단계에서는 타이밍을 맞추어 접근하여 적절한 어드바이스를 함으로써 고객이 기분 좋고 자연스럽게 구매할 수 있도록 한다.

고객이 기분 좋게 쇼핑할 수 있도록 하기 위해서는 구매심리 8단계에 대응해서接客 판매를 추진하는 것이 효과적일 경우가 있다.

〈표〉 구매심리 8단계별接客 판매기법

구매심리 8단계	고객의 심리 사항 사례
1단계 주목(Attention) 단계	☞ 저기 걸려 있는 넥타이가 멋있네. • 고객이 매장 앞이나 매장 내에서 진열된 상품을 응시 한다. 여기에서부터 쇼핑이 시작된다.
2단계 흥미(Interest) 단계	☞ 이 넥타이는 색상과 질감이 정말 괜찮은데 • 상품을 응시하던 사람들 중에는 그대로 지나치는 사람도 있지만 몇 사람은 재미있다는지, 디자인이 좋다는지, 가격이 비싸는지 등 상품에 대한 관심을 가지고 상품을 보다 자세하게 살펴본다.
3단계 연상(Association) 단계	☞ 이 넥타이를 지금 입고 있는 양복과 맞추면 이번 미팅에 적격이겠군. • 상품에 흥미를 가지고 바라보던 중에 그 상품을 사용했을 때의 자신의 모습이나 가족 등의 모습을 연상하게 된다. 이 단계에서 고객의 연상이 강할수록 구매 가능성이 높아진다.
4단계 욕망(Desire) 단계	☞ 나한테는 이런 색상이 없는데 갖고 싶다. • 고객의 연상이 지속될수록 구매하고 싶은 욕망이 커지게 마련이다. 욕망이 커질수록 최고의 상품을 선택하고 싶어 한다. 이때부터 비교 검토의 단계로 접어들게 된다.
5단계 비교 검토 (Comparison) 단계	☞ 그러나 잠깐 이것 말고 또 다른 건 없을까? 또 다른 곳은 어떨까? 아니 다른 브랜드는? • 단순하게 상품만을 건주어 보는 과정이 아니라 지금 사용하는 상품과, 또는 친구가 가지고 있는 상품과, 또는 다른 매장에서 본 물건과 비교 검토하게 된다. 이 단계에서 종사원의 리드가 충분할 경우에는 흔들리지 않고 구매를 결정하게 된다. 즉, 비교 검토의 단계에서 종사원의 역할은 매우 중요하다.
6단계 확신(Confidence) 단계	☞ 그래 결정 했어. 가격도 적절하고 색상도 좋고? 나에겐 잘 어울려 이것으로 결정 했어. • 니즈에 만족할 만하다고 확신하기 시작하면 선택한 상품을 결정하고 구매행동으로 옮기게 된다. 이 단계에서의 확신은 종사원에 대한 확신, 제조기업에 대한 확신 그리고 상품

	자체에 대한 확신이 모두 포함된다.
7단계 행동(Action) 단계	☞ 이것으로 주세요. • 구체적인 구매의사 표시를 하는 것을 말한다.
8단계 만족(Satisfaction) 단계	☞ 사길 참 잘했다. (만족감) • 고객이 상품대금을 지불함으로써 판매가 종결되는 것은 아니다. 상품의 포장과 거스름돈의 지불 등을 통해 만족감은 최고에 이른다. 또한 상품을 사용하고 효용가치에 만족을 할 때서야 비로소 만족의 기쁨을 누린다.

5.7.4 고객관리

사업자는 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 고객 서비스를 실행하여야 한다.

- (1) 매장별 또는 상품 품목별 판매 및 주문과 재고확인 방법 결정
- (2) 배송 등 부가적인 서비스 적용 여부 및 운영 방법 결정
- (3) 매장별 또는 상품품목별 주문 기록의 관리 및 추적성 확보 방법 결정
- (4) 관광쇼핑 고객을 대상으로 한 5.7.1의 정보 제공 방법 결정
- (5) 고객 만족도 확인과 관련 데이터 취합 및 분석 방법 결정
- (6) 고객 불만 접수와 관련 데이터 취합 및 분석 방법 결정
- (7) 관광쇼핑 고객의 재방문 및 구매 유도를 위한 고객 관리 방법 결정

실행 지침

사업자는 5.7.4의 요구사항 외에 고객정보를 수집하여 관리할 필요가 있다. 고객정보 수집은 고정고객 확보 전략 뿐만 아니라 신상품 개발전략, 상품구매전략, 영업전략, 판촉전략, 고객만족 매장창출 전략, 고객서비스 개발 등의 전략을 수립하는데 가장 기본적이고 기초적인 자료가 고객정보이기 때문에 고객정보 자료수집의 의의는 이러한 모든 전략 수립에의 기초 정보로 활용된다는 의미를 가지고 있다고 할 수 있다.

고객정보 수집방법 다음과 같은 방법을 활용할 수 있다.

- 대면 커뮤니케이션 고객정보 수집방법
- 인터넷을 통한 고객정보 수집방법
- 우편에 의한 고객정보 수집 방법
- 전화에 의한 고객정보 수집방법

사업자는 다음과 같은 최근 트렌드를 고려하여 고객관리 방안을 수립할 수 있을 것이다.

- 옴니채널(Omni-Channel): 옴니채널은 모든 방식을 의미하는 ‘Omni’와 유통경로를 의미하는 ‘Channel’의 합성어로, 소비자가 온라인과 오프라인, 모바일 등 다양한 경로를 넘나들며 상품을 검색, 구매할 수 있도록 유기적으로 연결된 소매채널을 지칭
- 쇼루밍(Show-rooming): 소비자들이 오프라인 매장에서 제품을 살펴보고 실제 구매는 보다 저렴한 온라인채널에서 하는 현상
- 웹루밍(Web-rooming): 쇼루밍의 반대개념으로, 소비자들이 온라인에서 제품에 대한 구매정보를 찾아

보고 실제 구매는 오프라인 매장에서 하는 현상. 오프라인 매장이 보다 저렴하거나, 방문 구매객을 대상으로 제공되는 프로모션, 서비스 경험 측면의 소비자 수요가 반영된 결과

- 옴니 쇼퍼(Omni-shopper): 하나의 구매과정에서 온라인과 오프라인 채널을 넘나들며, 쇼루밍 또는 웹루밍을 병행하는 소비자
- 크로스오버 쇼퍼(Crossover-shopper): 온라인과 오프라인 쇼핑을 병행하는 소비자
- Last Mile: 배송 과정에서 소비자가 구매상품을 수령하는 마지막 단계를 지칭하는 표현. 유통업에서의 Last Mile은 택배기사가 소비자에게 상품을 전달하는 또는 옴니채널 전략 아래 소비자가 스스로 지정한 오프라인 장소에서 상품을 수령하는 구매과정의 마지막 단계에서 소비자가 느끼는 경험의 중요성을 강조하기 위한 표현

5.7.5 배송서비스

사업자는 필요시 관광쇼핑 서비스 제공을 위해 다음의 사항을 포함하는 배송서비스를 실행하여 한다.

- (1) 배송업체 선정 및 관리 기준 수립
- (2) 배송 대상 주문 데이터 접수 및 확인 기준 수립
- (3) 배송 제품 검사 및 배송 일자 확인 기준 수립
- (4) 거래명세서 등 관련 기록 관리 기준 수립
- (5) 배송 주문 고객과의 의사소통 절차 결정
- (6) 파손 또는 변심 등에 의한 반환, 환불 및 교환 기준 수립

실행 지침

사업자는 상품 배송 서비스를 활용하여 고객편의를 제공하여야 한다.

배송은 판매자의 물류센터에서 영업점까지의 단순 배달에서 벗어나 최종 소비자에게 제품을 직접 인도, 설치, 사용법 교육 등을 수행하는 종합 물류 서비스의 일부이다.

배송 시스템의 유형 다음과 같이 분류가 가능하므로 사업자는 판매장의 규모와 경영여건을 고려하여 배송 유형을 결정하여야 할 것이다.

- 생산자 집약형 배송
- 프랜차이즈에 의한 배송
- 택배 전문회사를 이용한 배송
- 기타 택배 시스템(우체국 등)

배송 시스템의 관리 포인트는 아래와 같다.

- 오더등록
- 출고처리
- 택배 진행 관리
- 사후관리

사업자는 배송을 효율적으로 수행하기 위해 배차계획, 적정차량의 사용, 배송지역, 루트의 설정, 운전기사의

관리, 공동배송의 이용, 배송 코스트의 관리, 하역의 합리화, 배송거점의 정비 등 배송에 관련된 사람, 물품, 차량, 코스트, 운용, 거점 기타 계획, 실시, 개선을 수행하는 일련의 과정을 고려하여야 한다.

배송품질은 안전성, 신속성, 정확성으로 평가할 수 있다.

5.8 관광쇼핑 서비스 모니터링 및 개선

5.8.1 관광쇼핑 서비스 점검 및 모니터링

사업자는 이 표준의 요구사항에 따라 관광쇼핑 서비스 제공 적합하고 효과적으로 이행되고 있음을 보장하기 위해 다음과 같은 방법으로 서비스 개선활동을 실행하여야 한다.

- (1) 관광쇼핑 서비스에 대한 고객 서비스 만족도를 주기적으로 조사하여야 한다.
- (2) 서비스만족도 조사항목에는 종사원의 친절성, 청결성, 편리성 등 서비스 전반에 대한 항목을 포함 시켜야 한다.
- (3) 서비스 고객이 불만을 제기한 경우, 이에 대한 타당성을 확인하고 이에 대한 신속한 조치를 취해야 한다.
- (4) 관광쇼핑 서비스 이행표준의 요구사항이 충족되고 효과적으로 실행되고 유지됨을 보장하기 위하여, 연 1회 이상 자체점검을 실시하여야 한다.
- (5) 자체점검은 공급망관리, 고객 서비스 관리, 상품관리 및 매장관리 프로세스 전체를 대상으로 프로세스별 및 점검 대상별로 필요한 주기와 방법을 사전에 결정하여 적용하여야 하고, 적격한 점검자를 선정하여 실행하여야 한다.
- (6) 자체점검의 방법으로 미스터리 쇼퍼(mystery shopper) 등과 같은 내·외부 모니터 요원의 활용이 권장된다.

실행 지침

이 표준의 가장 큰 목적은 고객 만족을 실현하고 판매장의 매출 증대에 기여하는 것이다. 따라서 고객 만족도는 판매장의 관광쇼핑 서비스 품질 수준을 평가하는 가장 정확한 자료라고 할 수 있다. 사업자는 고객을 대상으로 서비스에 대한 만족도 조사를 실시하고, 조사결과를 분석하여 지속적으로 관광쇼핑 서비스 품질을 개선하여야 할 것이다.

특히, 이용고객 불만의 타당성을 면밀히 검토하여 타당한 것으로 판단한 경우 이에 대한 조치가 반드시 실행되어져야 한다.

서비스만족도 조사항목은 기본적으로 이 표준의 요구사항을 포함하여야 할 것이다. 고객만족도 조사방법은 설문 방식을 활용하는 것이 가장 일반적이며, 조사 대상은 가능한 다양하게 설정하는 것이 타당할 것이다. 고객 만족도 조사 주기는 최소한 연 1회 이상으로 설정하는 것이 타당하다.

고객만족도 조사 외에 사업자는 이 표준의 요구사항 및 관광쇼핑 서비스 매뉴얼에 따라 서비스가 적합하게 제공되고 있는지 자체 점검을 실시할 수 있다. 자체점검을 위해 사업자는 점검표를 작성하고 점검표에 따라

실행여부 및 적합성 평가를 실시한다. 자체점검은 실행 주기는 최소한 연1회 이상으로 설정하는 것이 타당하나, 건물 및 시설에 대한 자체점검은 관련 법규 또는 자체적인 기준에 따라 충분한 주기로 실행되어야 한다.

자체점검은 각각의 관광쇼핑 서비스 제공 프로세스가 의도된 목적을 달성하는지 평가가 되어야 하며, 계획된 결과가 미달성 되었을 경우 적절한 조치를 취하여야 한다.

소규모 판매장의 일반적 활동 자체가 표준인 경우가 많으나, 이 경우에도 자체 점검은 효과가 있을 것이다.

자체점검을 수행하는 자는 자신의 업무 이외의 업무에 대해 점검을 실시하는 것이 타당하다. 또 다른 접근방법은 다른 판매장과 교차하여 자체 점검을 실시하고 그 결과를 제공하는 방법을 생각해 볼 수 있다. 특히 복수의 판매장을 보유한 경우에 이 방법이 효과적인 것이다.

미스터리 쇼핑은 훈련을 받은 익명의 고객(mystery shopper)들이 해당 판매장 현장에서 종사원 등을 접촉하여 평가하는 방법이다. 이 조사의 목적은 다음과 같으며, 관광쇼핑 서비스 전과정을 대상으로 하는 것이 효과적이다.

- 고객 서비스 현황 및 상품에 대한 지식, 판매 접점, 서비스 환경에 대한 평가, 진단
- 현재의 서비스 제공 실태를 파악함으로써 개선, 보완점 발견 및 표준화된 서비스 기준 마련
- 향후 효율적인 관리 전략 수립



〈그림〉 미스터리 쇼핑의 평가 범위

미스터리 쇼퍼는 지속적으로 고객을 확보하고 유지하기 위해 일반 고객의 입장에서 판매장을 방문하여, 종사원의 서비스 수준, 서비스 환경 등에 대한 암행 평가하는 사람으로 내부 또는 외부 인원으로 다음과 같은 적격성이 요구된다.

- 방문 판매장에 대한 관심과 객관성을 보유
- 방문 판매장에 대한 상세한 지식 보유
- 고객의 입장에서 노출되지 않으며 정확하고 구체적으로 평가할 수 있는 능력을 보유

5.8.2 개선조치

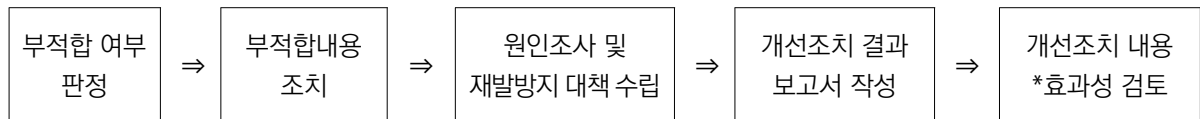
- (1) 사업자는 이행표준의 요구사항이 적절하게 시행되는지를 최소한 연 1회 '관광쇼핑 서비스 제공 운영실태'를 평가해야 한다. 평가항목은 다음의 사항을 포함하여야 한다.
 - (a) 서비스 자체점검 결과
 - (b) 고객 불만 사항
 - (c) 해당되는 경우, 외부평가 또는 지도·단속 결과
- (2) 이 표준 및 품질관리 체제 운영과정에서 개선사항이 발생한 경우, 다음과 같은 방법으로 개선조치를 실시하여야 한다.

- (a) 문제점의 주요 원인 분석 실시
- (b) 문제점 시정조치 및 개선 대책 수립 및 시행
- (c) 문제점의 재발을 예방 대책 수립 및 시행

실행 지침

사업자는 이용고객 만족도 조사 및 자체 점검 또는 외부 평가결과 등 서비스 운영을 통해서 발견된 개선사항에 대해 개선 조치를 실시해야 한다. 개선은 발생한 문제를 해결하는 것뿐 아니라 문제점의 근본 원인을 파악하여 이를 해결하는 것이 중요하다. 또한 문제점이 재발되지 않도록 재발방지 조치를 취해야 한다.

개선은 다음과 같은 방법으로 실시할 수 있다.



* 일정기간 이후 개선조치 내용의 적절한 실시 여부 및 효과 재검토

[부록] 인증신청자의 준비사항

① 인증신청

[신청서류 제출]

■ 인증신청자는 아래의 경우에 인증을 신청할 수 있다.

- ① 신규 인증을 받고자 희망하는 경우
- ② 인증을 받은 날부터 3년이 지난 경우 (갱신심사)
- ③ 불합격 통지를 받은 날부터 1년 경과하여 재신청하는 경우

■ 인증신청자격과 신청서류는 다음과 같으며, 해당연도의 인증 공고문을 참고한다.

업종	신청자격	신청서류
관광면세업 (사후면세)	관광진흥법 시행령 제2조제1항제6호 카목 관광면세업으로 지정받은 자 중 2) 「외국인관광객 등에 대한 부가가치세 및 개별소비세 특례규정」 제5조에 따라 면세판매장(사후면세점)으로 지정받은 자	① 인증신청서 ② 업소현황표 ③ 자율점검표 ④ 사업자등록증 사본 ⑤ 개인정보활용·홍보마케팅동의서 ⑥ 관광편의시설업 지정증 ⑦ 외국인관광객 면세 판매장 지정증

② 평가접수

■ 접수방법 : 온라인 접수 (단, 시스템 등록 불가의 경우에 한해 우편·이메일 접수)

* 우편·이메일 접수 시에도 사업자 본인 인증을 통한 인증신청 홈페이지 회원가입은 필요

■ 인증신청서 접수순서에 따라 평가 일정이 진행되며, 제출서류가 제대로 구비되지 않은 때에는 접수되지 않는다.

③ 평가일정 및 준비

■ 현장평가 일정 협의 및 확정

- 1차 심사(현장평가) : 인증기관에서 현장평가 일정 통보(접수 후 90일 이내)
- 2차 심사(암행평가) : 사전통보 없이 1차 심사 완료 후 60일 이내에 실시

■ 현장평가용 준비서류

- 종사원 교육일지
- 시설현황 사본
- 서비스 매뉴얼
- 기타 평가단에서 요청하는 자료

④ 인증평가

■ 서류심사

- 인증신청자가 제출한 서류를 기반으로 주요 정보를 검토한다.
- 관할 시/군/구청 등에 행정처분 여부 등 서비스 제공에 문제가 되는 사항이 없는지 확인한다.

■ 1차심사

- 현장평가는 사전에 일정을 협의하여 진행된다.
 - 인증신청 홈페이지를 통한 심사 가능 일정 접수 후 확정
- 사업자는 현장평가에 필요한 장소를 제공하고, 평가요원이 요구하는 자료를 신속하게 제공하고 시설을 안내한다.

■ 2차심사

- 암행평가는 사전통보 없이 진행된다.
- 암행평가는 쇼핑업에 대하여 적용하며, 평가요원이 고객으로 가장하여 암행평가를 실시한다.

⑤ 인증결과 통보 및 후속절차

- 인증심사 결과 불합격 시에는 시설 및 서비스 수준을 보완하여 (통지를 받은 날부터 최소 1년 경과 후) 인증을 재신청할 수 있다. 재신청 절차는 처음 신청과정과 동일하다.

■ 이의제기 절차

- 불합격 통지를 받은 신청인은 통지를 받은 날부터 60일 이내에 인증기관에 불합격에 대한 이의를 신청할 수 있다.
- 이의 신청을 받은 인증기관은 90일 이내에 자문위원회의 심의를 거쳐 이의신청이 정당한 이유가 있다고 판단하는 경우에는 재평가를 해야 한다.
- 이의신청이 정당하지 않다고 판단하는 경우에는 인증 불합격으로 최종 확정하고 신청자에게 통지한다.
- 인증신청자의 이의제기로 재평가를 실시하는 경우 인증신청자가 평가요원수당 등 소요비용을 부담한다.

⑥ 인증표지 부착

- 인증이 확정되면 인증기관으로부터 인증표지를 제공받아 인증패를 부착하거나 홍보할 수 있다.

⑦ 인증관리

- 해당 인증에 적합하도록 서비스 수준을 지속적으로 유지한다. (인증 유효기간 3년)