

|           |  |
|-----------|--|
| 職能單元代碼    | TTM4R0311v2  |
| 職能單元名稱    | 開發社區及地域觀光產品  |
| 領域類別      | 休閒與觀光旅遊/旅遊管理   |
| 職能單元級別    | 4  |
| 工作任務與行為指標 | <p>一、研究市場</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據組織目標專注於<u>產品</u>【註1】研究。</li> <li>2. 評估觀光業、觀光市場趨勢及經銷與行銷網絡的<u>資訊來源</u>【註2】。</li> <li>3. 諮詢內部與外部的利益關係人。</li> <li>4. 分析目前市場趨勢、需求，以及<u>產品與服務</u>【註3】間的落差。</li> <li>5. 辨識產品發展機會與目標市場，包括發展新的與創新的做法的機會。</li> <li>6. 評估可支援提案的觀光產品的經銷與行銷網絡。</li> </ol> <p>二、分析產品建立相關議題</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 辨識與分析不同消費者市場的產品偏好與品質期望。</li> <li>2. 辨識與評量會影響到產品建立的外部議題。</li> <li>3. 評估旅遊目的地對目標市場而言是否容易前往，服務是否讓目標市場容易取得。</li> <li>4. 評估<u>組織提供提案中的產品的能力</u>【註4】，並辨識所需的額外資源。</li> <li>5. 考量與產品生命週期相關的議題。</li> </ol> <p>三、判斷銷售價格是否可獲利</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認<u>支出項目</u>【註5】以判斷成本。</li> <li>2. 辨識涉及產品的經銷網絡與佣金，及適用的加價結構。</li> <li>3. 結合經銷商佣金或加價，並判斷獲利所需的利潤率</li> <li>4. 做出合理的成本調整，以確認產品價格有競爭力。</li> <li>5. 估計預期收入並評估獲利能力。</li> <li>6. 清楚並準確地記錄定價結構。</li> </ol> <p>四、研訂開發計畫</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 制定並實施結合行銷、溝通與實施策略及行動的產品開發計畫。</li> <li>2. 向相關的內部及外部利益關係人傳達計畫。</li> </ol> |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>3. 在全面實施之前，在適當的時機於市場內測試新產品與服務。</p> <p>五、計畫持續評估</p> <p>1. 以回饋意見及其他商業要素為基礎，管控產品開發方案。</p> <p>2. 根據合約義務，及時辨識並執行所需的行動改變。</p> <p>3. 向相關的同僚、顧客及經銷商傳達改善方案。</p>  |
| <b>職能內涵</b><br><b>(K=knowledge 知識)</b> | <p>一、產品開發計畫的特色與內容</p> <p>二、觀光業的產業結構、互相關係、網絡與資訊來源</p> <p>三、在相關情境中支援觀光產品的經銷與行銷網絡</p> <p>四、符合特定市場要求的市場趨勢、產品與服務型態及品質期望</p> <p>五、所提議的旅遊目的地，以及將提供服務的市場目前的觀光產品基礎</p> <p>六、競爭對手目前以及研發中的產品與服務</p> <p>七、即將推出產品的旅遊目的地特色</p> <p>八、會影響觀光業營運的<u>相關法律層面</u>【註6】，以及觀光業者所需採取的行動</p> <p>九、對顧客的保險要求與管理義務的相關法律責任</p> <p>十、<u>環境保護</u>【註7】</p> <p>十一、當地社區保護(土地持有權、管理與使用要求)</p> <p>十二、為了判斷適當的售價，需考慮觀光組織內的財務營運成本，想要的獲利率以及高收益的達成</p> <p>十三、在相關產業情境內，產業佣金與加價的程序及適合的比例</p> |
| <b>職能內涵</b><br><b>(S=skills 技能)</b>    | <p>一、管理與內部及外部利害關係人磋商流程的溝通能力</p> <p>二、可評估複雜的行銷與商業資訊並發展出策略性回應的關鍵思考技能</p> <p>三、辨別或積極尋找新的與創新產品機會的主動性和企業技能</p> <p>四、<u>文書技能</u>【註8】</p> <p>五、<u>計算技能</u>【註9】</p> <p>六、協調產品開發各種執行層面的規劃與組織技能</p> <p>七、針對產品開發挑戰做出策略性回應的問題解決技能</p>  |
|  | <p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <p>1. 為觀光業營運而研究、評量與發展觀光產品，包括分析目前產業、市場與組織資訊；訂定可獲利的銷售價格及建立</p>   |

|         |   |
|---------|---|
|         | <p>產品開發計畫。</p> <p>2. 展示對觀光產業的知識，包括結構與互相關係、觀光產業網絡、資訊來源及經銷與行銷網絡。</p> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <p>1. 可開發觀光產品的真實或模擬的商業營運方式。</p> <p>2. 當前的資訊與通訊科技。</p> <p>3. 當前觀光產業關於觀光市場趨勢的資料與資訊來源。</p> <p>三、評量方法：</p> <p>1. 評估受評者為了符合不同的需求所發展的產品、服務或經驗。</p> <p>2. 評估特定產品的完整成本計算與定價結構。</p> <p>3. 利用案例研究，評量受評者對有不同產品偏好與要求的市場的評量能力。</p> <p>4. 利用案例研究，評量受評者對於有不同經銷與行銷網絡的觀光產品與市場的評估能力。</p> <p>5. 以書面或口頭提問評量受評者的知識，範圍包括觀光產業的結構、觀光產業的互相關係、經銷網絡、加價與佣金結構與法規要求等。</p> <p>6. 綜合審查受評者提供的績效證據及第三方提供的工作表現報告。</p> |
| 說明與補充事項 | <p>【註1】產品可能有單一或多個要素，可能包括：住宿、各種類型的活動、天然與人造景點、外燴、郵輪、活動(商業與公司行號、娛樂與休閒、展覽、博覽會、交易會、嘉年華會、募款活動、政府與市民、行銷、大小會議、社交活動、運動賽事)、旅遊(製作手冊、日間、延長時間、團體、獎勵性質、個人、選擇性、系列)、交通(空運、鐵路、巴士或客運、船運)及轉換交通工具。</p> <p>【註2】資訊來源可能包括：政府組織(出資單位、土地管理單位)、網路、當地人、報告與研究(地區或全國行銷計畫、統計資料)、研究機構(公立、私立)、觀光業者(住宿單位、旅遊目的地行銷公司、旅遊業者、入境旅遊業者、躉售旅行業)、觀光組織與協會及訓練機構。</p> <p>【註3】產品與服務落差可能包括：現有產品範圍內的落差、未能</p>   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>達到市場的要求、目前沒有任何競爭對手或潛在競爭對手提供服務的市場。</p> <p>【註4】組織提供提案中產品的能力可能涉及下列考量：旅遊目的地因素、產品多樣化的潛力對業務的影響、獲利能力議題、資源限制、永續性、經濟性、環境因素(目前證照、法規、評鑑、許可要求、最低影響議題)、社會與文化、風險評估與控管要求。</p> <p>【註5】支出項目可能包括：資本成本及來自產品的比例、固定成本、人力資源成本、保險、授權與許可費用、行銷成本、來自營運該產品的營運成本、元件產品與服務的供應及變動成本。</p> <p>【註6】相關法律層面可能包括：消費者保護法、公平交易法、條款與細則、退款要求及取消費用。</p> <p>【註7】環境保護可能包括：執照、許可、評鑑及最低影響慣例。</p> <p>【註8】文書技能可能包括：解讀與觀光業趨勢、市場統計數字、市場偏好與要求資訊有關的複雜觀光業研究文件。</p> <p>【註9】計算技能可能包括：完成複雜的預算成本計算、計算各種不同的佣金與加價結構、評量多種產品選項的獲利能力。</p> |
|--|--|

| 更新紀錄         |
|--------------|
| 2020年修訂職能內容。 |