

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management


College of Management

Nanhua University

Master Thesis

旅行社對於旅遊產品規劃師專業職能之研究

A Study of the Professional Competences for Tour Planner in
Travel Industry



張瑋銘

Wei-Ming Chang

指導教授：張偉雄 博士

Advisor: Wei-Hsiung Chang, Ph.D.

中華民國 110 年 7 月

July 2021

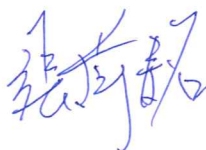
南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

旅行社對於旅遊產品規劃師 專業職能之研究
A Study of the Professional Competences for Tour
Planner in Travel Industry

研究生：張瑋銘



經考試合格特此證明

口試委員：李麗秋

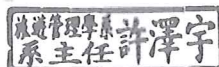
于健

張信雄

指導教授：

張信雄

系主任(所長)：

許澤宇

口試日期：中華民國110年6月25日

謝 誌

感謝張偉雄副教授的鼓勵，引領我踏入南華大學的研究所之路，並不厭其煩的指導論文方向及生涯規劃，因偉雄老師瞭解我不服輸及喜歡挑戰自我的個性，不將就類似題目再重操舊業，在論文題目當中就討論許久時間，因此，討論出創新的研究題目及方向，雖然未是艱難的研究項目，但能保有創新及挑戰性，再者，老師也體諒因我需要兼顧工作，而同意讓我延後畢業逐步建構完成此論文。

就讀研究所而言，是給自己的人生目標，在工作之餘，還要另外花時間讀書是一件非常艱辛的事情，在這就讀研究所的路途中，經歷過許多蜿蜒曲折的道路，感謝所有授課過的教授們，讓我學習上受益良多，另林子堯老師的關心協助，在論文架構及思路才能完整，以及一起完成學業的同學及夥伴，再來，感謝協助我完成論文的邱豐德、王一登、陳勇廷等兄弟們，不管在於論文上的協助、關心及指導，對我完成這本論文真的是極大的幫助，當然還有許多協助我訪談的經理及理事長等，並要感謝口試委員李龍淵老師、于健老師，在於口試當天給予的建議與指導，最後，雖然對於自己所完成的論文還不盡滿意，但感謝曾經想放棄卻沒有放棄的自己，在忙碌的生活中，跌跌撞撞也完成在人生目標的里程碑之一。

張瑋銘 謹誌

中華民國 110 年 7 月

旅行社對於旅遊產品規劃師專業職能之研究

研究生：張瑋銘

指導教授：張偉雄 博士

摘 要

觀光產業中，消費者所得知旅遊資訊除了由網路及手機資訊功能外，最常接觸的即是業務人員或內勤作業人員(簡稱 OP)，凡從行銷、業務訂單、護照及簽證辦理、飯店訂房、航空機位確定到遊程中的導遊、領隊等，所有遊程結束，消費者卻常忽略一位重要的腳色，就是產品規劃師，因此本研究針對「產品規劃師」做為旅遊業隱形卻不可或缺的研究對象。

本研究探討產品規劃師對於目前工作的專業職能與旅行社相關聯性之現況，分析產品規劃師對於自己的專業職能與旅行社現況差異影響之情形，進而分析旅遊產品規劃師對於旅行社所需專業職能之研究。

關鍵字：旅行社、旅遊產品規劃師、專業職能

A Study of the Professional Competences for Tour Planner in Travel Industry

Student: Wei-Ming Chang

Advisor: Wei-Hsiung Chang, Ph.D.

Abstract

In the tourism industry, in addition to the information functions of the internet and mobile phones, the most frequent way for consumers to receive travel information is hearing from business personnel or operate (OP). Ranging from marketing, business orders, passport and visa processing, booking a hotel and an airline seat to a tour guide and leader during the tour, consumers often overlook an important role at the end of the tour, which is the product planner. Therefore, this research focuses on the "Tour Planner" as an invisible but indispensable role in the tourism industry.

This study explores the current status of the tour planner's professional functions and the relevance between them and travel agencies, analyzes the impact of the difference between tour planner's professional competences and the current status of travel agencies, and further analyzes what professional competences are required for tour planner's by travel agencies.

Keywords: Travel Agency, Tour Planner, Professional Competence

目 錄

謝誌	i
摘要	ii
Abstract	iii
目錄	iv
圖目錄	vi
表目錄	vii
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究問題	3
第四節 研究範圍與對象	4
第五節 研究流程圖	4
第六節 名詞解釋	6
第貳章 文獻探討	8
第一節 旅行社的定義	8
第二節 旅行社從業人員相關之意涵	10
第三節 旅遊產品規劃師之定義	14
第四節 專業職能理論其相關之研究	16
第五節 旅遊產品規劃師「專業職能」相關研究	22
第參章 研究設計與實施	29
第一節 研究方法	29
第二節 研究對象	30
第三節 研究流程	31
第四節 訪談大綱	32

第五節	資料整理與分析	33
第六節	資料信度與效度	34
第肆章	研究結果與分析	37
第一節	針對旅遊產品規劃師的相關定義	37
第二節	討論旅遊產品規劃師的專業職能	44
第三節	探討旅遊產品規劃師的未來發展	56
第伍章	結論與建議	61
第一節	研究結論	61
第二節	建議	63
參考文獻		65
附錄、訪談逐字稿及編碼分析		69



圖目錄

圖 1-1 研究流程圖-----	5
圖 2-1 OP 人員組織架構圖-----	12
圖 2-2 Spencer 與 Spencer 的冰山模型-----	21



表 目 錄

表 2-2 專業能力定義相關文獻一覽表-----	17
表 3-1 研究對象基本資料-----	31



第壹章 緒 論

本研究旨在探討專業能力對於產品規劃師相關研究，本章緒論內容將說明本研究的研究背景與動機、研究之主要目的，及敘述研究之過程。

第一節 研究背景與動機

2020年因一場全球性傳染病「嚴重特殊傳染性肺炎，簡稱COVID-19」，造成消費性產業受到嚴重波及，首當其衝就是觀光相關產業影響最為嚴重，當防疫優先，所有交通、餐廳、旅宿僅能停擺，旅行社因此次疫情關係，重整產業及消費模式。

回顧台灣整體觀光產業發展，由傳統旅行社業務發展到旅遊業電子商務數位平台，資訊科技的日新月異，快速帶動觀光產業的流通逐年成長，而經濟的演變，消費族群對於消費模式也逐漸轉變，從以往傳統業務銷售到線上訂購，由制定團體客到半自由行及自由行，制式旅遊行程轉變客製化旅遊，因消費族群的演變，旅遊業生態轉變越來越多元，產品規劃師就此產生。

旅遊產品規劃師對於傳統旅遊業者來說不普級並且相對陌生，因普遍旅行業者會將此職務交由「線控」為主導旅遊行程規劃，規模較小甚至會交由導遊、領隊或OP人員製作規劃，而旅遊產品規劃師已是現在旅遊業者舉足輕重且不可或缺的腳色之一，對於專業性而言，針對產品的主要遊程還需要兼顧品質及行銷策略，可謂旅遊業的重要靈魂。

陳淑敏(2009)指出專業能力與學習表現有關，其具體的定義為，個體在專業實踐過程中，表現出相關的知識、技能與態度，而有效地執行任務所賦予的角色與所要求的工作職能，以符合工作單位及其對象之需求和期待，對於旅行社從業人員所要求的專業能力包含危機處理能力、業務銷售能力、行銷管理能力、市場分析能力、溝通協調能力、創意力、具導遊或領隊證(王斐青2016)，因旅遊產品規劃師專業能力及為廣泛，將其專業能力架構於專業職能的基本核心。

旅遊產品規劃師此定義在於相關文獻中付之闕如，因此，本研究將會針對旅行社從業人員所需的專業職能聚焦於旅遊產品規劃師所需要具備的專業職能，進而探討及分析旅遊產品規劃師專業職能之定義。



第二節 研究目的

本研究目的為探討旅遊產品規劃師對於其「專業職能」的現況及發展，進而瞭解旅遊產品規劃師對於「專業職能」的願景，以做為之參考。具體而言，本研究之主要目的如下：

- 一、探討旅遊產品規劃師對於旅行社之現況。
- 二、瞭解旅遊產品規劃師的專業職能之現況。
- 三、分析旅遊產品規劃師專業職能對於旅行社之影響。

第三節 研究問題

根據上述研究目的，本研究進而提出其研究問題，分析如下：

- 一、旅遊產品規劃師的定義？
- 二、旅遊產品規劃師的專業職能為何？
- 三、旅遊產品規劃師的專業職能對於旅行社影響為何？

第四節 研究範圍與對象

本研究範圍係以國內綜合旅行社、甲種旅行社為研究主體，並針對旅行社內對於專業旅遊產品規劃師為主要受訪對象；瞭解旅遊產品規劃師的專業能力對於旅行社的相關概況之影響。

研究限制方面，本研究僅已廣義定義旅遊產品規劃師為主要受測對象，並以該特定區域從事旅遊相關工作等從業人員研究概況，如需對其研究細部針對從事職業類別區分，因審慎評估。

第五節 研究流程圖

本研究確立研究目的，設置此研究流程圖。



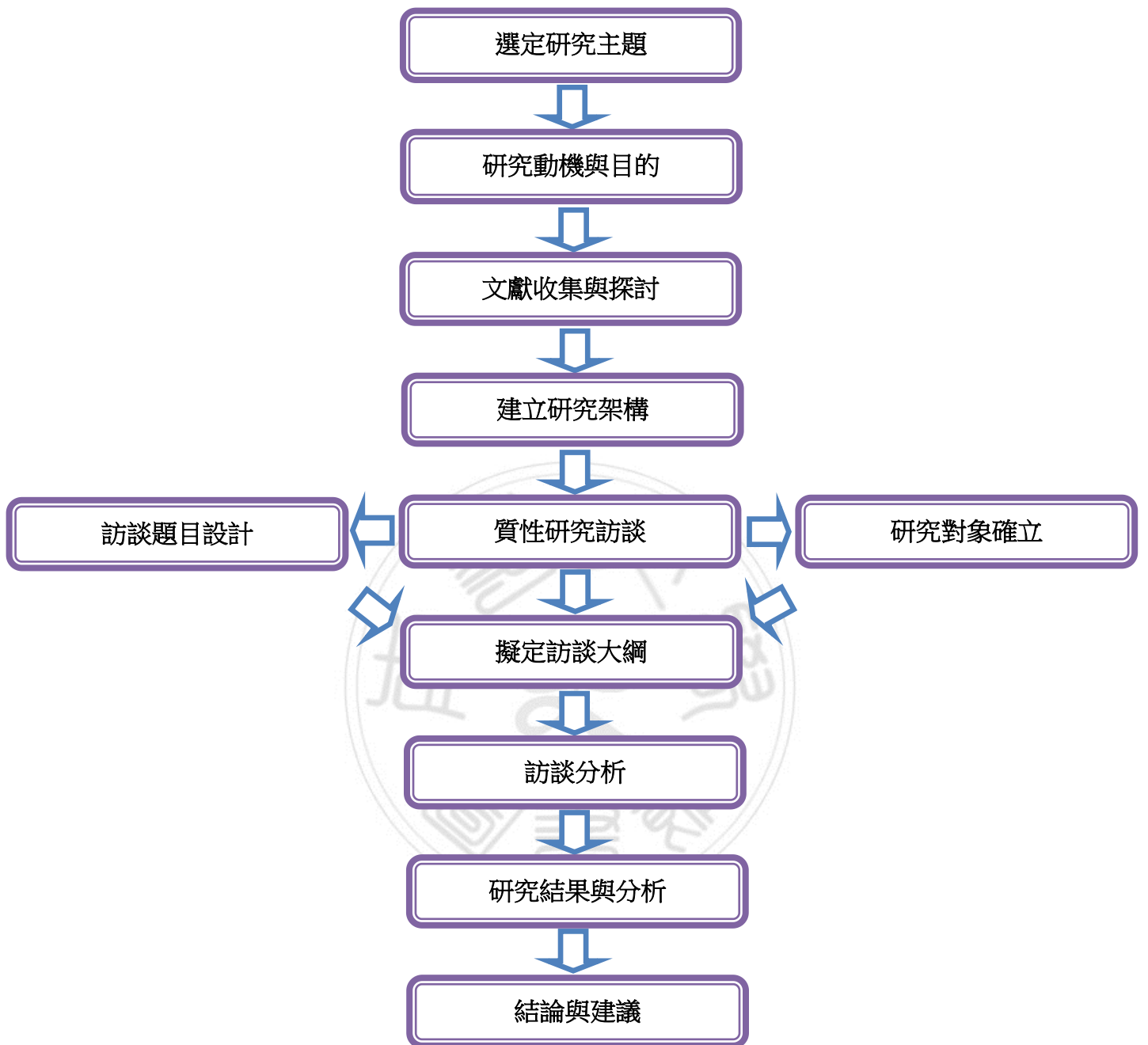


圖 1-1 研究流程圖

第六節 名詞解釋

一、旅遊產品規劃師

王明元、林纘(2016)研究指出，產品主管也通稱線控主管，依產品區分為東北亞、東南亞、長程、海島、大陸等產品線，而產品主管如「旅遊策展人(Curator)」主要掌管旅遊產品企劃，研擬市場行銷策略、產品銷售價格、市場定位，需不斷推陳出新，其產品主管就需從地域性，如歐洲、美洲、大洋洲、亞洲、非洲等地區，再到主題性，如人文藝術、節慶、建築、美食、宗教、會展、區域活動等，都必須吸汲並發會創意。

旅遊規劃師是一種觀光旅遊產業中的職業概念，其主要職責包括為顧客度身訂造行程、策劃旅遊地點、安排機票住宿、安排當地導遊等(維基百科)。

因旅遊產品規劃師以往針對此定義較為稀少，因此，本研究會將旅遊線控人員及OP人員相關職能納入旅遊產品規劃師為參考基準。

二、專業能力

專業(profession)為專門職業的簡稱，係指一種需運用特定專門知識、技能與專業精神，才能完成其任務的專業技能。從事專業工作者未必是專業人員，唯有受過專業訓練，擁有專業能力，才稱得上是專業人員(國立編譯館，2000)。

能力是指個人用來有效因應特定環境及情境的知識和技能，能力有遺傳的生理基礎，且經由後年在環境中訓練與學習獲得，通常心理學中以外顯的行為現做為評量能力的依據(教育大辭書，2000)。

陳淑敏(2009)指出專業能力對於學習表現(performance)有關，其具體的定義為：個體在專業實踐過程中，呈現出相關的知識、技能與態度，有效地執行工作任務所賦予的角色與所要求的職能，以符合服務機構或對象需求和期待。

根據上述指出，專業能力對於自身在專業工作領域者，扮演所具備的知識、技能與態度，在於工作環境當中，表現在該領域於水平之上，完成執行重要的

工作任務及技能，意指專業能力。

三、專業職能

勞動部勞動力發展署(2016)指出，職能基準(Occupational Competency Standard-OCS)是指完成特定職業（或職類）工作任務，所需具備的能力組合。此能力組合應包括該特定職業（或職種）之主要工作任務、行為指標、工作產出、對應之知識、技術等職能內涵的整體性呈現。

專業職能闡述員工從事特定專業工作所需具備的能力。專業職能內涵中，職能的建置必須考量產業發展之前瞻性與未來性，並兼顧產業中不同企業對於該專業人才能力之其工作範圍描述、發展出其工作任務，展現以產業為範疇所需要能力內涵的共通性與必要性。因此，職能基準不以特定工作任務為侷限，而是以數個職能基準單元，以一個職業或職類為範疇。

第貳章 文獻探討

本章以旅遊產品規劃師對於旅行社關係為研究，探討旅行社對於旅遊產品規劃師專業能力之定義及影響。

第一節探討旅行社定義，第二節瞭解旅行社從業人員角色定義，第三節探討旅遊產品規劃師之定義，第四節專業能力相關研究，第五節旅遊產品規劃師相關專業能力之意涵，針對學者研究相關文獻之定義，蒐集資料彙整相關文獻說明於次章節。

第一節 旅行社的定義

一、旅行社的定義

依據我國發展觀光條例第一章第二條第十項定義：旅行業指經中央主管機關核准，為旅客設計安排旅程、食宿、領隊人員、導遊人員、代購代售交通客票、代辦出國簽證手續等，有關服務而收取報酬之營利事業。

旅行業業務範圍包括以下六點：

- (一)接受委託代售海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買客票。
- (二)接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。
- (三)招攬或接待觀光旅客，並安排旅遊、食宿及交通。
- (四)設計旅程、安排導遊人員或領隊人員。
- (五)提供旅遊諮詢服務。
- (六)其他經中央主管機關核定與國內外觀光旅客旅遊有關之項。

非旅行業者不得經營旅行業業務，但代售日常生活所需國內海、陸、空運輸事業之客票不在此限。旅行業應專業經營，以公司組織為限；並應於公司名稱上標明旅行社字樣。應先向中央主管機關申請核准，依法辦妥公司登記，領取旅行業執照，始得營業。

二、旅行社的分類

依照我國交通部觀光局對於旅行社的分類如下：

(一)綜合旅行社：

- 1.接受委託代售國內外海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內外客票、託運行李。
- 2.接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。
- 3.招攬或接待國內外觀光旅客並安排旅遊、食宿及交通。
- 4.以包辦旅遊方式或自行組團，安排旅客國內外觀光旅遊、食宿、交通及提供有關服務。
- 5.委託甲種旅行業代為招攬前款業務。
- 6.委託乙種旅行業代為招攬第 4 款國內團體旅遊業務。
- 7.代理外國旅行業辦理聯絡、推廣、報價等業務。
- 8.設計國內外旅程、安排導遊人員或領隊人員。
- 9.提供國內外旅遊諮詢服務。
- 10.其他經中央主管機關核定與國內外旅遊有關之事項。

(二)甲種旅行社：

- 1.接受委託代售國內外海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內外客票、託運行李。
- 2.接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。
- 3.招攬或接待國內外觀光旅客並安排旅遊、食宿及交通。
- 4.自行組團安排旅客出國觀光旅遊、食宿、交通及提供有關服務。
- 5.代理綜合旅行業招攬前項第五款之業務。
- 6.代理外國旅行業辦理聯絡、推廣、報價等業務。
- 7.設計國內外旅程、安排導遊人員或領隊人員。

8.提供國內外旅遊諮詢服務。

9.其他經中央主管機關核定與國內外旅遊有關之事項。

(三)乙種旅行社：

1.接受委託代售國內海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內客票、託運行李。

2.招攬或接待本國觀光旅客國內旅遊、食宿、交通及提供有關服務。

3.代理綜合旅行業招攬第 2 項第 6 款國內團體旅遊業務。

4.設計國內旅程。

5.提供國內旅遊諮詢服務。

其他由中央主管機關核定與國內旅遊有關之事項。

第二節 旅行社從業人員相關之意涵

旅行社從業人員所包含多個職務，本研究針對內勤及外務兩個類別，分別為內勤 OP 人員及線控人員，外務為導遊及領隊人員等旅遊業從業人員職務探討相關之意涵。

一、旅行社 OP 人員定義

王秀英(2008)指出，旅行社內勤OP人員英文是Operator，稱OP人員；旅行社也有人稱為 Office People 辦公室內勤人員，因旅行社內勤人員範疇很廣，並且OP人員主要工作為團務工作，因此以Operator簡稱旅行社OP內勤人員。

旅行社OP內勤人員工作範疇較為廣泛且多元，因此，郭佩雯（1998）將OP人員的所負責主要工作整理及註解，主要負責旅行團從出國作業至說明會及回國後之後續作業流程，包括辦理旅客護照及簽證手續、確保航空公司機位及訂定機位、與當地的旅行社聯繫溝通，訂妥住宿膳食及交通工具，及派遣領隊等相關事宜；

OP為旅行社最基礎的內勤人員，主要負責的工作，除上述還包括：電腦文書工作、宣傳DM製作、收款、收取旅客意見調查表、辦理保險、協助業務人員、準備出團說明會之相關資料、準備與領隊交接之團務工作等工作。OP細分可區分出以下種類：團體OP、票務OP、訂房OP、線控OP、團控OP、同業OP等等，各項OP概述如下表：

職務	工作項目
團體OP	安排公司行號及自組團體的旅行預訂作業
票務OP	專門訂定機票和確認機位的工作，由於專業性強又加上票務狀況易變動，需要經常進修學習，如：票務系統(Abacus)。
訂房OP	專門負責訂定國內外旅館、villa、民宿等住宿地點，需具備一定程度外語、電腦操作能力和了解各住宿地點之床型與狀況。
線控OP	專門計劃規劃旅遊路線的工作，通常是公司內較有經驗的OP人員或主管負責，該項工作必須和其他OP人員緊密合作。
團控OP	專門控管旅遊路線財務支出和團體業務的掌控，常與線控結合。
同業OP	分為團體同業與直客同業二種。 團體同業OP：指本身旅行社如未有「團體」相關行程，若接取客戶端需求，及委託同業旅行社安排相關旅遊事宜及安排，因此交由團體同業OP安排。 直客同業OP：指本身旅行社如未有「個人」相關行程，若接取客戶端需求，及委託同業旅行社安排相關旅遊事宜及安排，因此交由直客同業OP安排。

表2-1 OP人員分類表 郭佩雯 (1998)；本研究彙整

因旅行社規模不同，對於OP內勤人員需求及定義會有些許差異，但對於

工作性質及範疇會因公司組織架構有所分級，如下圖：

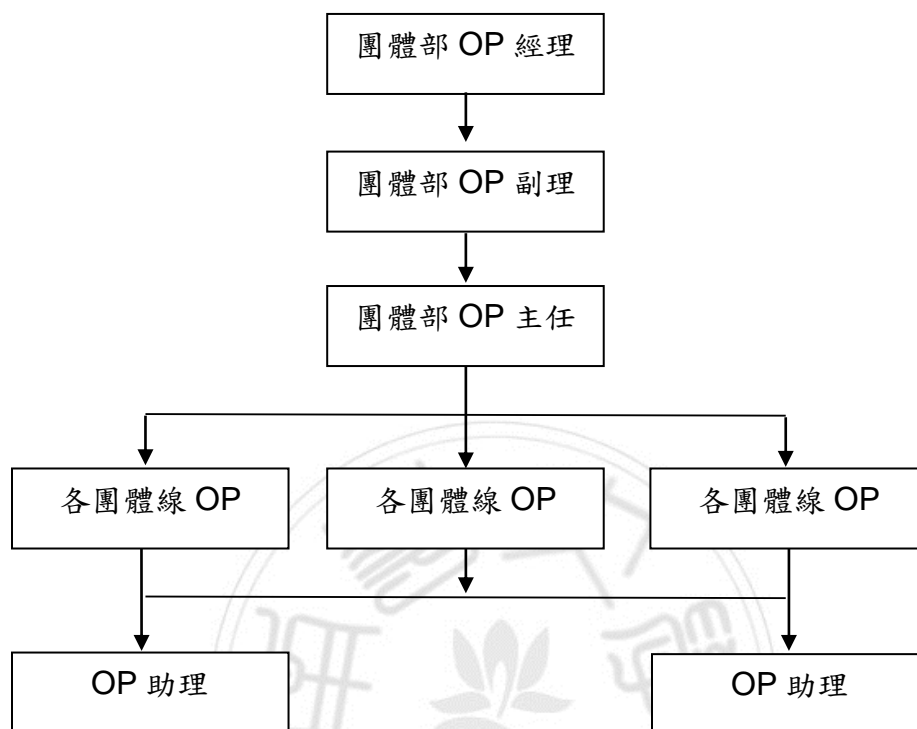


圖2-1 OP 人員組織架構圖（曹勝雄、鈕先鉞、容繼業和林連聰，2001）

二、線控人員之定義

勞動部對於觀光業指標從業人員定義為團控工作內容包括取得機位或飯店、控制團體旅遊的人數，如遇上人數不足或過多，則需採取併團、清訂全/機位等方式使團體得以成行；線控則負責產品設計、包裝及企劃，需要豐富的業務及帶團經驗、了解並掌握消費者需求、具備產品規劃獨特性及吸引力。

負責規劃設計旅遊產品的路線，也會出踩線團，即親自走訪新開發行程以更了解旅客可能的體驗，同時確定旅遊路線的好壞，所謂的旅行社出團的靈魂之一。線控通常是由具備足夠經驗，能力優良的導遊領隊人員升遷而來，他們最大的任務就是確保出團的品質，以及旅遊團流程的順暢程度，線控並需要與其他旅行社競爭便宜的機票座位，相當重要的一個內勤職務，是許多旅行社從

業人員的目標職位(股感知識庫，2016)。

三、導遊人員之定義

根據(European Federation Of Tourist Guides Associations, 1998)定義，導遊人員是使用和旅客相同的語言，提供團體或是個人性質的觀光客對旅遊地區、城市的景點、文化、遺跡和環境等進行解說。另外根據(邱豐德，2003)說明「導遊」一詞，就是引導觀光客至本國、(或本地)遊覽、觀光，並滿足旅客對文化、風俗、藝術、及其他知性方面的需求，由觀光旅遊大眾化之後，這個行業就因應而生，進而變成一種專業，以從式接待及引導觀光客旅遊，並接受報酬或酬佣的行業。

「導」，顧名思義是嚮導、引導、領導、開導、教導、啟發的意思，其次有「通也」的意思，即導而通，還有開通、引流的涵義；「遊」的本亦可為遊玩、遊覽旅行，其次包含遊歷、遊學、增廣見聞閱歷，還有交遊、交往、交際之意(林燈燦，2006)。

「導遊」的含意，即組織、指導旅遊，以滿足旅遊者遊覽、交往、增長見聞、豐富閱歷的願望，此即一般意義上所說的導遊。從科學的意義上來說，所謂導遊，就是以旅遊者為工作對象，以指導、參觀遊覽、溝通協調為主要工作；以安排旅遊的食、住、行、遊、購物、娛樂等為主要任務；以增進相互瞭解和友誼、為公司及國家經濟為目的的服務人員，也是進行民間外交和地區間相互聯繫的第一線工作人員(劉美君，2008)

依照發展觀光條例〈第二條〉，導遊人員定義為：指執行引導來本國觀光旅客團體旅遊業務而收取報酬之服務人員。

依據導遊人員管理規則〈第六條〉規定：導遊人員執業證分外語導遊人員執業證及華語導遊執業證。(1)領取外語導遊人員執業證者，應依其執業證登載語言別，執行接待或引導使用相同語言之國外觀光旅客旅遊業務，並得執行接待或引導大陸、香港、澳門地區觀光旅客旅遊業務。(2)領取華語導遊人員執業

證者，得執行接待或引導大陸、香港、澳門地區觀光旅客旅遊業務，不得執行接待或引到國外觀光旅客旅遊業務。

四、領隊人員之定義

容繼業(2000)指出，領隊是旅行業組團出國之隨團人員，負責處理團體安排之事宜，以保障團員權益。黃榮鵬(2005)提及，領隊的稱呼包括 tour conductor、tour director、tour leader、tour escort、以及 tour manager 等。領隊是旅程的管理者，代表旅行社立場，使遊程順利，保障旅遊品質，並使遊程圓滿的人。

陳嘉隆(2002)認為領隊是自團體出發至結束為止，全程陪同團體成員，執行及串連公司所安排的行程細節之人員。

「領隊」係指經由考選部考試及其委託機關訓練合格，並領有交通部觀光局所發行之合格職業證者。期工作之執行係受旅行社雇用或機關團體之臨時招請，帶領團體旅客出國觀光旅遊，並全程隨團服務，保障旅遊品質，維護顧客全亦且賺取報酬之人員(蔡銘修，2010)。

依照發展觀光條例〈第二條〉，領隊人員定義為：指執行引導出國觀光旅客團體旅遊業務而收取報酬服務人員。

依據領隊人員管理規則〈第十五條〉：領隊人員執業證分外語領隊人員執業證及華語領隊執業證。(1)領取外語領隊人員執業證者，得執行引導國人出國及赴香港、澳門、大陸旅行團體旅遊業務。(2)領取華語領隊人員執業證者，得執行引導國人赴香港、澳門、大陸旅行團體旅遊業務，不得執行引道國人出國旅行團體旅遊業務。

第三節 旅遊產品規劃師之定義

因近年半自由行及自由行的興盛，延續到企業的獎勵旅遊及客製化旅遊等多元發展，進而催化出旅遊產品規劃師的誕生，因對於此職務的相關文獻付之闕

如，依相關職務如企劃人員等從業人員加以定義。

在旅遊與規劃與設計一書中，指出旅遊產業中，規劃者扮演著將供應商之產品組裝與推廣銷售的角色，而旅遊規劃與設計則為旅遊產業研發企劃部門之主要工作。旅遊產品規劃人員，必須考量成本效益，亦即如何在有限的成本限制下，研擬與設計遊客喜歡之遊程。因此，成本分析亦為旅遊規劃與設計者必備之知識、技能與遊程產品執行之藍圖，更是業者獲利之專業技巧。如何研發與組裝具創新、暢銷與獲利性之旅遊產品，對於產品規劃師為旅行社經營根基(余曉玲、張惠文、楊明青，2016)。

中華民國遊程規劃設計協會於設立目的表示旅遊產品規劃師有助於從事旅行業OP人員、業務代表、導遊領隊、領團人員之工作，以及觀光旅館業、民宿業、休閒農場業之遊客服務工作，具備有客製化遊程規劃與旅遊估價的能力。

第四節 專業職能理論其相關之研究

一、專業的定義

專業(profession) 為專門職業的簡稱，係指一種需運用特定專門知識、技能與專業精神，才能完成其任務的專業技能。從事專業工作者未必是專業人員，唯有受過專業訓練，擁有專業能力，才稱得上是專業人員。而非專業團體經繼續不斷的努力，才逐漸由職業團體轉變為專業團體，此轉變的過程與結果，稱為「專業化」。其中，特別為人為強調的，為專業自主權的取得過程(國立編譯館，2000)。

Hoy與Miskel (1996) 認為專業的特徵包括：1.具有系統的學理基礎；2.具有長期的訓練與培養；3.具有高度的知識與內涵；4.擁有客觀與公正的規範；5.具有同儕取向的參照團體；6.擁有高度專業自主；7.根據專業知識和標準訂定專業倫理。楊國賜(2007)認為「專業」一詞，或稱為「專門職業」，係指具備高度的專門知能，而異於其他職業的特殊性格，諸如醫師、律師、工程師、建築師等，皆屬其範疇；「專業」的觀念，在歐洲中古時期大學興起以後，即已存在。當時歐洲大學教師的資格，以得有學位為專業證明，像早期神學、醫學、法律等科，演變到最後，稱其為「專業」。

二、能力的定義

江文雄(2006)認為專業是指專門研究或專精於某種學問、事業，應具備高

度專門知能、專業道德及服務精神；專業能力是勝任該特定職業的能力。

陳淑敏(2009)指出專業能力與學習表現(performance)有關，其具體的定義為：個體在專業實踐過程中，呈現出相關的知識、技能與態度，有效地執行工作任務所賦予的角色與所要求的能力，以符合服務機構或對象之需求和期待。

三、專業能力的定義

綜觀專業及職能的論述，國內外學者對於專業能力的定義趨近雷同，而專業能力不僅扮演職務執行者該有的行為，並且如同 Burgoyne (1993) 提及職能是指有能力勝任並且具有意願執行該工作，在整體工作運能當中，Cofsky (1993) 強調專業能力的內部特性，意即擁有知識和技能並不能保證具有高度的工作績效，對於上述學者的論述中，專業能力並不等於工作效能為正向發展思考，屏除對於專業能力的既有印象。

綜觀上述理論，國內外學者對於專業能力定義、意義趨近雷同，本研究者整理如表 2-2：

表 2-2 專業能力定義相關文獻一覽表

作者/學會/學者	年代	定義
Chisholm & Ely	1976	專業能力包括知識、技能及態度等三個因素，且三者之間會互相作用並發生於具體的情境之中。

表 2-2 專業能力定義相關文獻一覽表(續)

作者/學會/學者	年代	定義
Hall & Jones	1976	係經由學習者清楚的概念化學習，所表現出來的綜合的技術、行為或知識。
Butler	1976	其認為「專業能力」係任何人在其個人或專業生涯中，成功地每一項工作所需的知識、技術及價值觀。
賈馥茗	1979	係指從事者具有卓越的知識和能力，其對知識和能力的運用。
McLagan	1983	指足夠完成主要工作的一連串知識、技術與才能。
Finch & Asselin	1984	一種重要的任務或技能，經常表現在工作任務、人際關係及環境等三個領域當中。
Darling-Hamman d,L	1990	專業技術、特殊技能及高度使命感和責任態。
蔡碧蓮	1993	專業知識與專業能力、專業精神與專業態度、專業組織與專業規範等。
Spencer	1993	指一個人所具有潛在的基本特質，這些特質不僅與工作及所擔任的職務有關，更可影響其行為與績效之表現。
吳碧華	2001	專業能力係指從事某專門職務，欲勝任其賦予之任務工作所應具備的能力，此能力的內涵包括：認知、技能、態度三方面。

表 2-2 專業能力定義相關文獻一覽表(續)

作者/學會/學者	年代	定義
林玉梅	2002	是指從事專門職業或行業時，所需具備的知識、技巧和態度，且能有效執行其角色任務，勝任工作職責。
沈漢君	2002	係指從事某專門職務，能勝任職務所應具備的能力，包括：認知、技能、態度。
Perdue, Ninemei er & Wood	2002	能力係指人在特定方式具一致性行為的某種動機、特性、技術、才能。而職能係指從事抹專門行業之職務，能勝任職務工作內涵所具備之能力。

資料來源：林美玲（2006）；徐瑞良（2006）；本研究彙整。

三、職能的定義

Spencer & Spencer(1993)文中提到，「職能」一詞最早是由美國哈佛大學商學院心理學教授 McClelland(1973)提出，並指出智力並不是決定工作績效好與壞的主要因素，其他如態度、認知及個人特質等，都會影響工作績效，後續研究進一步指出「工作才能模式」(Job Competence Assessment Method，簡稱 JCAM)的研究流程來評鑑職能，試圖找出產生卓越績效行為的背後因素，進而有效的預測工作標線及成果。Spencer & Spencer(1993)指出這些基本特質不僅與所擔任的職務有相關，更能預期或理解實際反應以及影響行為與績效的表現。職能是一種以能力為基礎的執行模式，主要在確認那些是導致卓越績效所需的能力與行為，以協助組織或人提升其績效與效率。職能的定義具有知識、技術與態度，近一步延伸結合工作領域，不斷學習以及開發已具備或未具備的更高層次的知識與技巧的觀念，並且持續學習新知提升自我。

Boyatzis(1982)指出「職能」所具備的基本特質是影響並導致在工作上產生更好及更有效率的績效與成果的基本關鍵因素。

McLagan (1980)認為職能是有效率工作所需要的知識、技能、才能，並且還包含態度等。而 Spencer 與 Spencer (1993)的冰山理論廣為職能理論所應用，其提出的「冰山模型」將職能分為五大類別，分別說明如下：

(一)動機：指個人對於某種事務的渴望，進而付諸行動的念頭。

(二)個人特質：指身體特性及擁有對於情境或訊息有持續反應。

(三)態度：指個人的態度、價值及自我印象。

(四)知識：指個人在特定領域所具備的專業知識。

(五)技巧：指個人具備的生理或心理上在執行任務的能力。

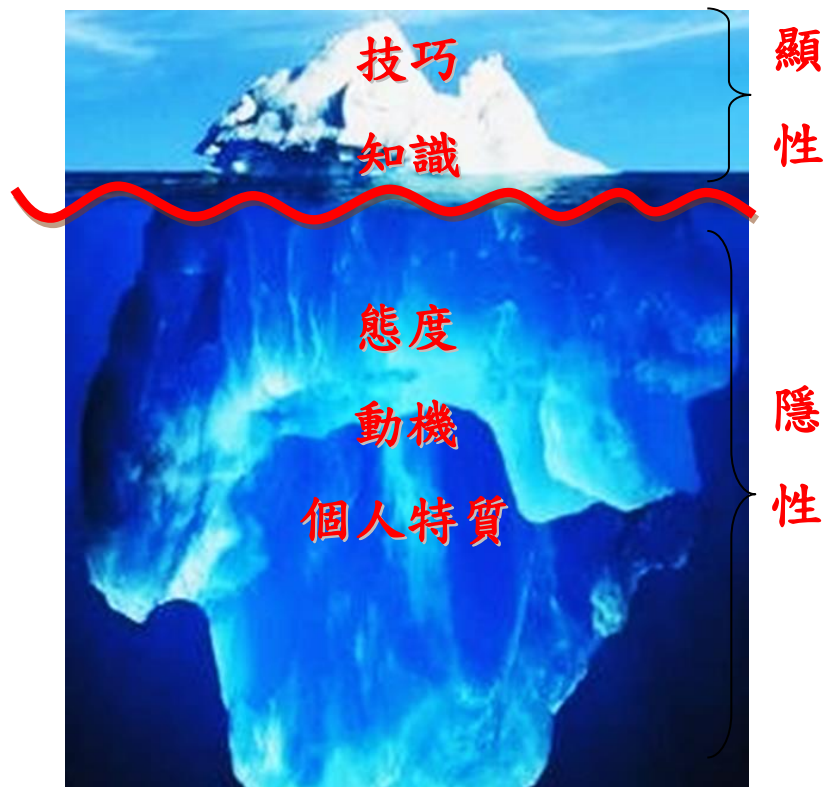


圖 2-2 Spencer 與 Spencer 的冰山模型

黃斯翎（2017）研究整理指出，其中將這五個要素分為兩大類型：第一是為外顯性職能，係指位於冰山的上方，凸顯於外的部分，其中約僅佔整座冰山的百分之二十，該職能是可以直接受到觀察與評鑑的職能項目，如知識與技巧等，且這類職能是比較容易透過教育訓練的學習來獲得提升，此亦是較符合訓練成本效

益的部分。第二為內隱性職能，係是指隱藏於水面下那看不見的巨大冰山，屬於個人生理與心理層面的意念、特質、自我概念的職能，其中約佔整座冰山的百分之八十。另自我概念雖是經由長期成長經驗的累積所形成的性格，但仍可經由訓練或工作歷練慢慢調整。但其餘如動機、特質等部分則是難以被評估或藉由教育訓練來加以提升或改變的部分。所以在學者評估認知當中，內隱性職能需要透過有效的甄選任用來鑑別出具有高績效特質潛力人才，避免造成日後表現不佳或不適任的情況發生（Spencer & Spencer, 1993；李右婷、吳偉文，2006；高文彬，2012；張甲賢，2005；黃斯翎，2017）

勞動部勞動力發展署於 2014 年發布「職能發展及應用推動要點」。在其中界定職能定義為完成某項工作任務或為提高個人與組織現在及未來績效所應具備之知識、技術、態度或其他特質之能力組合。在職能的分類上，闡述專業職能是員工從事特定專業工作所需具備之能力，職能的建置必須考量產業發展之前瞻性與未來性，並兼顧產業中不同企業對於該專業人才能力之要求的共通性反應從事該職業能力之必要性，而是以數個職能基準單元，以一個職業或職類為範疇，其工作範圍描述、發展出其工作任務，展現以產業為範疇所需要能力內涵的共通性與必要性。

第五節 旅遊產品規劃師「專業職能」相關研究

旅遊產品規劃師的專業職能中，文獻研究資料付之闕如，因此本研究將相關聯的資料整合，廣泛收集 OP 人員、導遊人員、領隊人員工作職務角色的相關職能文獻加以定義旅遊產品規劃師的職能面向，其在相關的文獻中，提及「專業職能」的職務，皆會著重專業知識、技能及態度的構面作為論述探討。

一、OP 人員專業職能

辛采宸、沈進成、陳紫玲(2010)對於 OP 人員專業能力運用 DACUM 能力目錄為依據分析指出，專業能力中區分為認知、技能、態度，重要性的部分。分析歸納後的職責任務及專業能力，需要高度的細心和耐心方能處理，才能為團體客戶或是散客提供最完善的行前作業。而且人員協助客戶規劃行程、辦理證件、提供相關旅遊資訊為重要的職責，將這些任務完成後，不但可以提升本身的能力，研究針對專業能力如下指標。

台北市旅行商業同業公會(2011)指出，職能基準是產業人才的能力規格；為完成特定職業的工作，應具備的職能（知識、技術、態度）及應展現的行為。旅遊產品操作專員（OP）職能模型，其包含：工作任務、工作活動、工作產出、行為指標及執行某項工作任務所需的「知識」（knowledge）；完成某項任務的熟練程度、實際工作能力及邏輯思考、觀察、解決問題等的「技能」（skill）；員工的工作態度、人格個性等「態度」（attitude）。

其指標針對 OP 人員專業職能的內涵區分為 8 項；1.團隊合作：對組織內部與供應商他人發展及維持良好關係協力完成產品產製與包裝。2.主動積極：自動自發，且為達目標願意主動承擔額外責任。3.自我提升：展現持續學習的企圖心，利用且積極參與各種機會，學習任務所需的新知識與技能，並能有效應用在特定任務。4.謹慎細心：對於任務的執行過程，能謹慎考量及處理所有細節，精確地檢視每個程序，並持續對其保持高度關注。5.追求卓越：設定具挑戰性的工作目標並全力以赴，願意主動投注心力達成或超越既定目標，不斷尋求突破。6.開放溝通：能夠敞開心胸與人溝通，調整行為或工作方法以適應新資訊、且易於接受新觀念的傾向。7.問題解決：面對問題立即採取行動加以解決，有效釐清模糊不清的態勢，完成任務。8.時間管理：系統性規畫工作行程表，掌握工作效率，面對時間壓力能從容完成任務。

二、導遊人員專業職能

邱豐德(2003)對於導遊人員發展當中，專業能力認為三個重要指標要素，分別為「專業知識」、「帶團技能」、「專業態度」。

導遊人員「專業知識」中，需大致涵蓋「基本知識」、「跨文化生活知識」、「旅遊業務知識」、旅客之「急救知識」與「心理知識」等五項。導遊必須擁有的基本配備相當廣泛，包括地理、歷史、文化、教育、政治、經濟、民俗風情、宗教、

等相關議題。具備跨文化生活知識的能力，才能了解跨文化生活方式的不同而產生不適應，為觀光客解決問題。導遊人員對於相關產業必須有所認識，當問題發生時，方能立即解決，以保護遊客的權益。因而必備「急救知識」和「心理知識」，以便做出有效處理。

導遊人員「帶團技能」中認為，需滿足「目標族群旅客」以致身體至心靈的渴望。運用「語言的」、「導覽解說」、「溝通協調」及「危機處理」等帶團技能是導遊人員所需具備的。不僅止於「外語」的溝通，尚要運用外語做「導覽解說」，提升服務層次，「溝通協調與危機處理」能力發生問題時導遊人員需要發揮溝通協調的能力，盡力安排最適合且流暢的。導遊人員需具有處變不驚「突發狀況的處理能力」，安輔遊客的焦躁不安的情緒，使受傷害的程度降到最低。

導遊放開心胸熱情付出的專業態度是成功的關鍵因素。包括事前的準備工作、對各個團體特質充分了解等，提供符合遊客需求的服務，對於日趨多元的觀光產業，導遊人員更應要時時學習，在專業能力上力求突破與發展。

導遊人員可說是一個旅行團當中的靈魂人物，遊客在旅程當中，導遊必須肩負起溝通、協調、照護和服務等的角色，以提升旅遊品質及獲取遊客的認同，並同時影響遊客對於旅行社組織整體意象的感覺，這都須仰賴導遊人員的專業職能與服務品質的表現(辛采宸，2010)。

廖紘億(2008)研究中，探討導遊人員的專業職能需具備三個構面：1.專業知

識：廣博的知識、簡易的急救常識、旅遊業務的知識、旅客心理的知識、跨文化的生活知識；2.專業技能：語言能力、導覽解說能力、溝通協調能力、危機處理能力、行程規劃能力、人際互動能力、良好的體力及敏銳能力；3.專業態度：抗壓能力、服裝儀態、事前的準備、服務的熱誠、知曉義務、幽默感、誠實的態度、盡責的態度、謙遜的態度、樂觀開朗的態度、自我情緒的管理、學習成長。

三、領隊人員專業職能

辛采宸、沈進成、陳紫玲(2010)對於領隊人員專業能力運用 DACUM 能力目錄為依據分析指出，專業能力中區分為認知、技能、態度，重要性的部分。分析歸納後針對職責及專業能力中，領隊人員需要對於護照及簽證的充分瞭解及出入境的基本規範，因領隊也是國人外交禮儀的門面，對外的國際禮儀需重要的注重，其出國事項最主要即是溝通及緊急應變能力為主要能力，相關主要專業能力指標如下：

領隊人員「認知」當中被列為很重要的，項目共有 6 項，分別為 1. 出入境法規的知識 2. 了解當地習俗 3. 旅遊景點之相關知識 4. 旅遊證件之作業與使用的了解 5. 航空機票相關知識的了解 6. 國際禮儀。

領隊人員「技能」方面列為很重要的，項目共有 10 項，分別為 1. 危機

處理能力 2.自我保健能力 3.溝通協調能力 4.獨立分析判斷能力 5.緊急應變能力 6.協調衝突之能力 7.公關能力 8.察言觀色能力 9.領導統御的能力 10.對環境之適應力。

領隊人員「態度」方面列為很重要的，僅有 2 項指標，分別為 1.工作倫理 2.刻苦耐勞。

吳炳南(2006)研究指出，領隊的專業職能需要具備四大構面：1. 專業知識：需具備豐富的旅遊知識、語言能力、國際法規的知識。2.實務職能：旅遊進行中需掌握遊程進度、團體氣氛的營造、遊程導覽解說的技巧。3.應變能力：溝通的協調能力、緊急事件處理能力。4.人格特質：自我管理情緒顧客導向的心理狀態、服務熱誠及信任性。

蔡銘修(2010)日本線領隊所需專業職能分為三個構面：1.認知：法規與規範、旅遊與領團知識、風俗民情、安全與應用知識。2.技能：溝通與自我管理、人際應對處理與證照、自我調適與邏輯分析能力、領導控制與語言應用能力、判斷與臨機反應能。3.態度：自我認同與熱忱、積極負責與開朗關懷、真誠樂觀及重視倫理、尊重與反思。

依上述研究所述，本研究會針對領隊人員的專業能力指標作為參考依據，因領隊人員在於態度雖僅有兩項非常重要指標，但在其他項目中，在於專家當中也列為必要性指標，因此本研究在於研究中會針對此項目加以分

析。

如文獻統整探討，本研究依 Spencer 與 Spencer 冰山理論中，區分為顯性及隱性，「顯性」指標構面為專業知識及技能，在相關理論中稱為「硬實力」；「隱性」的指標構面著重於態度、人格特質、追求個人目標等，因此，在相關理論歸類為「軟實力」。



第參章 研究設計與實施

在於研究設立題目當中，已知本研究在於文獻資料中付之闕如，因此運用深度訪談、觀察的質性研究方式，歸納整理針對旅遊界舉足輕重的腳色。針對本研究所針對的腳色定位給予正確的職務名稱，更能確立職務所賦予的腳色任務，因此研究者決定一探究竟，完成這份前無古人的研究任務。此章節先以研究方法，其研究對象及設計說明如研究概述。

第一節 研究方法

本研究透過質性研究的訪談法並透過文獻分析等，進而歸納本研究的結果與結論，由於研究者及訪談者皆是收集資料的主要工具，進行深度訪談的互動，在研究的歷程中避免研究者的主觀態度及價值觀的判斷，影響研究的過程及結果是在於訪談法中重要的課題；對於受訪者而言，提供寶貴的意見之外，也能進一步深入瞭解多方面不同的想發及感受，無法以量化作為依據對於個人深度感觀的展現，進而運用質性研究體悟及貼切瞭解內容。

訪談法是質化研究中資料蒐集的方法之一，又可稱為談話法、面談法或交談法。訪談法的優點為幫助研究者蒐集深度的資訊、可透過受訪者言詞以外的觀察補充訪談所得的資訊、解釋問題並降低受訪者的誤解。

Bernard(1988)將訪談過程中依照研究者對於情境的控制程度，由低而高可將訪談分為非正式訪談(informal interviewing)、非結構式訪法(unstructured

interviewing)、半結構式訪談(semi-structured interviewing)、結構式訪談(structured interviewing)等四種類型，可因研究的目的、性質或物件的不同，而使用不同的訪談方式。

引用 Mishler(1986)認為訪談是一種交談的行動，是訪談者與受訪者共同建構意義的過程，受訪者並不是將已經存在腦中的記憶如實的呈現，而是用一種他認為受訪員可以理解敘述故事的方式，去重構他的經驗與歷史。訪談者與受訪者的先前理解，在訴說與問答的過程當中得到溝通與反省，以共同創建一個彼此都能夠理解的資料。所以訪談是一個互動的過程，並不是在訪談就已存在的客觀事實挖掘出來，而是不斷的互動過程中創造新的意涵(胡幼慧，1996)。

本研究即採取半結構性訪談法，可透過與受訪者的會談訪問，瞭解人員對於生活經驗的感受以及現實社會的體認，從而獲得冰冷數據所無法呈現的具有溫度、貼切的結論。研究者與訪談者在會談的過程中，除了透過設計問題的內涵，收集人員的意識與想法，更可以從對談的肢體、表情知道受訪者在表述問題當下，言語之外所想要加強表現的想法。

第二節 研究對象

本研究選擇少數的旅遊資深從業人員為受訪者進行深入訪談，將訪談的紀錄資料加以分析研究，期望能呈現旅遊產品規劃師在專業職能的經驗。依研究目的採用推薦及本身即為旅遊產品規劃師的在職者，選擇出符合研究目的標

準，尋求能提供豐富資訊(Information-riches)的受訪者。

本研究所選定的受訪對象是在於旅遊業 10 年以上的從業人員，具有代表性的人員來進行訪談，受訪對象符合條件：1.目前業界從業人員。2.具有 10 年以上從事旅遊經驗。3.具有規劃旅遊產品之能力。

本研究共有 6 位受訪者，人員編碼以 A 為代號並依照訪談日期先後排列，受訪者相關資料詳如表 3-1。

表 3-1 研究對象基本資料

訪談編號	性 別	年 齡	資 歷	學 歷	訪談日期
A1	男	約 33	12	碩士	110/05/14
A2	男	約 31	11	大學	110/05/20
A3	女	約 45	22	大學	110/05/27
A4	男	約 40	18	大學	110/05/27
A5	男	約 46	25	碩士	110/05/28
A6	男	約 55	35	碩士	110/05/31

第三節 研究流程

本研究進行的流程包括：根據文獻資料擬訂研究主題方向和訪談問題、募集訪談對象、彙整訪談紀錄以及透過訪談內容找出重要的研究結果。

其中訪談對象是以目前從事旅遊相關從業人員，挑選適當受訪者時間，並表明訪談內容及錄音檔皆不具明，且不對外公開，為維護研究參與者的隱私權，於論文結束後，訪談錄音檔皆予銷毀，此研究問題並無標準答案僅需依真實經驗及感受回答。

第四節 訪談大綱

本研究依據 Spencer & Spencer(1993)職能列表中，主要分為五大構面，顯性：專業知識、技能，隱性：態度、動機、人格特質，加上對於旅遊產品規劃師目前現況及期待，引導受訪者陳述對於旅遊產品規劃師的想法與感知。

訪談大綱如下：

1. 公司中，「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？
2. 如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能？其專業職能之內涵為何？
3. 「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位有何不同？
4. 「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？
5. 公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？
6. 「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？
7. 此職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？
8. 該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

9. 此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？
10. 對於職務會有哪些期待或期許？
11. 近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？
12. 現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

第五節 資料整理與分析

一、資料的整理：

研究者於每次與受訪者訪談結束後，即刻做資料的整理，進行的方式及順序如下：

1. 先將訪談時的錄音帶，依照受訪者個別的代碼、訪談的次序與日期時間等分別編碼儲存，再將錄音帶中的內容，詳實紀錄成逐字稿。
2. 不斷重複地聆聽錄音帶、閱讀訪談逐字稿，以期能經由反覆審閱資料的過程，找到受訪者所欲表達的意圖與感受，甚至探究出受訪者內在的潛藏意義，將其註明在訪談逐字稿或段落，以方便資料之整理與歸納。
3. 在將本次訪談逐字稿整理定稿後，並將其分門別類地整理歸納，使資料的整理更加條理分明，以易於做分析研究。

二、資料的分析方法

本研究擬採用質性研究之主題分析法（thematic analysis）為分析策略，藉由系統分析來找尋與研究問題相關的主題，捕捉背後的深層意義（高淑清，2000），研究根據高淑清提出的分析策略與步驟為參考架構如下：

1. 蒐集文獻資料。
2. 閱讀文本資料：反覆閱讀逐字稿，以開放不預設立場的態度來閱讀訪談後的文字資料，並註記欄裡寫上當時研究者自己對於這段文字的省思與想法。作為詳細的分類。
3. 將其訪談資料的內容分類個別主題：對文字內容資料進編碼整理歸納。而每一個編碼包括三個部分，如A1-A1-1。第一個英文字及數字代表受訪者代號，第二個英文字代表指標的架構，而第二個數字代表指標，譬如B1指的就是專能職能的知識，而B2指的是專業職能的技能，以此類推。

第六節 資料信度及效度

在傳統量化研究的概念下，質性研究資料的可信度，經常受到質疑，故如何評鑑質性研究的信度與效度，成為質性研究最具爭議的部份。在控制質性研究的信度與效度上，可從四方面著手（胡幼慧、姚美華，1996）。

一、確實性（credibility）

指內在效度，指質性研究資料真實的程度，及研究者真正觀察到所希望觀察的，有三個技巧可以增加資料的真實性：

- 1.為求本研究的深度與廣度，希望能夠收到更廣泛的資料，包括參與研究者的教育程度、年齡、對於此項工作的看法等等議題，求得不同異質性的研究參與者的經驗和感受，來豐富研究內容的真實性與適用性。
- 2.與指導教授討論，針對文本分析、概念及主題的形成切切磋討論。
- 3.增加資料確實性的機率的方法-研究情境的控制，筆者在進行訪談時，訪談的地點都是由研究參與者自行決定，最主要的原因是希望在自然的情境下，研究參與者可以無拘無束的，放鬆心情來談工作上的經歷，本研究訪談一半受訪者至辦公的會議室進行，而另一半因適逢疫情關係而運用遠端視訊受訪。

二、可轉換性（transferability）

指經由受訪者所陳述的感受與經驗，能有效得做資料性的描述與轉換成文字陳述，增加資料可轉換性的技巧為深厚的描述。受訪者在原始資料所陳述的情感與經驗，研究者謹慎地將資料的脈絡、意圖、意義、行動轉換為文字資料。簡而言之，乃指資料的可比較性與詮釋性。

三、可靠性（dependability）

指個人經驗的重要性與唯一性。因此，如何取得可靠性的資料，乃研究過程中運用資料收集的重點，研究者必須將整個研究過程與決策加以說明，以供判斷資料的可靠性。筆者是採用同一評量者與不同一評量者針對資料分析結果加以考驗，分述如下：

1.研究者內在的一致性：筆者在分析完逐字稿之後，多次隨機抽取部份的逐字稿內容在加以分析，並加以對照其前幾次的分析編碼有何不同，比較其前後的一致性。

2. 不同評量者的內在一致性：筆者在分析完資料後，再請高師大教育系博士班學長葉川榮學長，針對分類和主題加以分析，並將其分析和筆者所作的分析進行一致性的比對，再次確認所分析的主題編碼和訪談得來的內容可以相符應。

四、確認性 (confirmability)

主要指資料的客觀性，以「資料來源與詮釋及利基於受訪者的環境脈絡」原則，研究者的角色盡可能客觀、中立、不可介入性，不以主觀看法和預設立場來解釋受訪者的世界，而是直接，真實呈現出來。

本研究對於研究保持客觀及開放性的態度，盡量不要以固有的概念及思維中進行訪談，研究者屏除對於受訪者的既定的想法及立場，避免偏見來進行研究，而偏離研究本身的核心。

第肆章 研究結果與分析

本研究調查對象為目前旅行社從業人員中，並且年資 10 年以上具有職務領導階層為主要訪談對象，受訪者多數大學以上畢業。

本章節總共分三節，第一節、針對旅遊產品規劃師的相關定義，第二節、討論旅遊產品規劃師的專業職能，第三節、探討旅遊產品規劃師未來發展。

第一節 針對旅遊產品規劃師的相關定義

旅遊產品規劃師因在市場定義及名稱的不同而對職務的定義有所不同，針對以下的問項，加以針對旅遊產品規劃師的專業職能定位及定義。

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

依旅遊產品規劃師的工作性質定義，以旅遊業來說需廣泛來說就是一位產品推手，需有效執行文案，又需要評估公司營收等工作項目；旅遊與規劃與設計書中即有指出規劃者扮演著將供應商之產品組裝與推廣銷售的角色(余曉玲、張惠文、楊明青，2016)。

受訪者 A1 表示，*旅遊產品規劃師其實就是遊程規劃師，在遊程規劃師來說旅行社以維也不是沒有這個職務，在這個定義來說比較新的職務，我倒是有不同的想法跟見解，旅遊產品規劃師的部分就容許我在問答當中就會以 TP 的方式作為代碼及文字的說明，規劃台灣的食、住、行、遊、購、娛，*

各個組成的商品組成一個 Package，變成一個團體旅遊，讓客能可以報名參加的一個的角色，如果今天是一個規劃國外的部分，他就是拿一個當地 local 的行程，然後回來做組裝跟組合。(A1-B1-1)

受訪者 A2 表示，旅遊產品規劃師比較偏向於有業務底子，在做銷售的過程當中，去得到消費認為的旅遊方式，比較得知消費者深層深度旅遊，這樣比較瞭解消費者的需求。(A2-B1-1)

受訪者 A3 表示，旅遊產品規劃師也要有銷售的概念跟能力，才有辦法符合市場趨勢跟潮流，如果你排出來的行程是千篇一律的，得不到銷售端的青睞，就沒有旅遊產品規劃師存在的意義。(A3-B1-1)

受訪者 A4 表示，職務比較像是線控的工作，線控的工作不外乎就是拿機位、拿飯店、拿旅遊資源，旅遊規劃師除了要做規劃行程，要考量到成本及旅遊資源的適用性，還有一些客戶導向譬如說客制化行程。(A4-B1-1)

受訪者 A5 表示，旅遊產品規劃師主要就是做公司的產品，沒有產品就沒有辦法販售，他可以做固定性質的產品也可以做客制化的商品。(A5-B1-1)

受訪者 A6 表示，比較小型的旅行的規模會是這樣，就像公司都由我或主管來安排處理，公司規模通常都 5~10 個不等，主管就是要去塑形產品並瞭解市場的趨勢，或者別人在做什麼產品，這個部分就叫一條龍，所有工作都要做，講這個主題是蠻專業的主題，就是說公司把產品研發的人，特別抓

出來做遊程規劃師，變成一間大公司的重要研發單位，所以大公司有做這一部分的分類，在大公司而言，必須要投入這部份的人力。(A6-B1-1)

綜觀所有受訪者的論述，旅遊產品規劃師多數來致公司內部旅行業從業人員，在於中小企業而言皆會以內部業務或 OP 人員兼任此職務，而大型旅行社而言，會針對此職務給予特定的名稱，而有些綜合旅行社會以線控作為旅遊產品規劃師的職務。

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能？其專業職能之內涵為何？

專業職能中，對於產品規劃師而言，需要著重的職能涵蓋較多相關職務，訪談者有提到其產品規劃師較多需從基層職務(如：OP、業務等)歷練，進而瞭解及熟悉職務內涵。

受訪者 A1 表示，在專業職能的內涵還是指你負責所許的區域跟主題性類別，需要有熟悉度跟瞭解度，我覺得這是產品 TP 對於專能職能非常有掌握，甚至完全知道他要面對這群 TA 要的是什麼，大概是針對這樣的專業職能。(A1-A1-2)

受訪者 A2 表示，講到職能，只要喜歡旅遊、樂愛旅遊，平常都有在自己自由行規劃也好，都有在做功課，大部分都可以成為旅遊規劃師，銷售的過程中，會學到溝通能力也好，一些幫消費者做功課，一些車程距離、飯店

等規劃，然後要傾聽消費者要的東西，在此職務的重要職能。(A2-A1-2)

受訪者 A3 表示，專業職能第一行程路線基本的概念，地理方位基本的概念，以及成本，產品規劃師第一個就是要產品要賣多少錢才有吸引力，你要推銷線下符合潮流，怎麼去規劃這些產品，應該要有洞悉的能力及觀察力要足夠，市場上產品推得快推得動。在文書處理能力可以不需要那麼專精，只要基本的 Office 就可以了，然後溝通能力跟撰寫文章不能太弱，要有一定的層度在，因為要寫文案。(A3-A1-2)

受訪者 A4 表示，專業職能必須要熟悉每一個產品線的價格，因為他需要計算成本，再來他需要取得供應商的管道；規劃能力之外還需要有談判技巧，因為對到供應商、客戶或是航空公司人員，他需要去拿機位，這都是要心理的戰術才能符合到客人的需求。(A4-A1-2)

受訪者 A5 表示，專業職能的部分，需要旅遊景點路線的開發，還要有成本的分析，還有瞭解業務端或旅客端的需求，貼近消費者的市場需求。(A5-A1-2)

受訪者 A6 表示，專業職能的部分譬如說，這個部分必須要與 Agent Tour 去如參與新飯店、遊程等結合周邊景點 Agent Tour，所以遊程規劃師就是要去看新的飯店、新的餐廳、新的景點，我把它定位成一個專業，而不是一個 OP 或者隨便一個領隊就可以，他變成從交通、住宿、門票、餐廳包括景點，

這些都要很瞭解，還有一個很重要的就是要有成本概念，未來大公司成立職位設定，像南部地區有一個旅行社做學生團最大的，也託我說能不能幫我們 OP 上課，我說能不能請一個專業的規劃師，不要用 OP 人員，真的是很重要的。(A6-A1-2)

綜觀上面受訪者表述，針對旅遊產品規劃師的專業職能來說，最主要還是以旅遊景點路線的開發為重要，再來就是市場的觀察力及洞悉能力，其他成本分析及基本職能就較為其次。

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同？

如訪談者所表示，其工作職務需要瞭解基層作業，在工作性質中，也有較多雷同之處，則責任及職務定位不同，但工作內容環環相扣，並需要相輔相成的與時俱進。

受訪者 A1 表示，旅遊產品規劃師就是所謂的 TP，第一個所接觸的人，就如同剛說食、住、行、遊、購、娛，各個組合的元件，組合成一包，做完確認沒有問題，就會落到線控，產品上架開始控這個線上銷售，有沒有機會出團，有機會出團在連結到供應商跟相關的確認，下一個部分就是 OP，OP 就是所謂的訂位，他要去控管這個線控或這個 TP 所產生出來的產品之後，確定成案要出發。(A1-A1-3)

受訪者 A2 表示，產品規劃師就像我剛提到的，本身有做到銷售的能力，轉變為產品規劃師，那跟 OP、線控人員定義有點不一樣，OP 就有點像做一些書面資料處理，如航空訂位、業務處理需求，及當業務及線控的橋樑，那線控的職責，就是幫公司管控產品線，但不一定有銷售能力，或許只是幫公司做行程控管及行程規劃。

而旅遊產品規劃師對於特殊性商品會比較著墨，因為現在的路線可能都踩遍了，所以很多走深度旅遊，比如說因為疫情的關係，爬山路線或爬山的市場，以前會比較少涉略，現在在爬山跟露營會漸漸變多，深度旅遊要跟當地的導覽員合作，讓旅客能夠深度瞭解當地的生活體驗。(A2-A1-3)

受訪者 A3 表示，職務性質的區分，在公司內俗稱線控，在線控部門會有三個職位，除了線控之外，還有團控，再來才是 OP，會有區分這三個，第一、線控就是旅遊產品規劃師，在我們公司的旅遊產品規劃師就是線控，就是設計產品、行程路線跟售價，以及把產品跟業務端、行銷端做一個連結，這個是放在旅遊產品規劃師，第二、團控就是當團進來的時候，你要去控所有的機位數、房數跟人數，這個是團控在做設定，第三、OP 做什麼，OP 訂單進來的時候要去入名單，做小細節，旅行社細節文書方面非常多。(A3-A1-3)

受訪者 A4 表示，他的定位其實有點像是產品經理加上行銷企劃及數據

分析師，所以一般傳統的公司，線控就是弄機位、弄飯店，業務就是接單，OP 就是整理旅客資料，都分得很清楚，旅遊規劃師的部分還需要具備分析能力，可能需要學會收尋引擎的熱點，或者用關鍵字連結找出貼近客戶的需求，基本上需要涵蓋多元媒體的應用。(A4-A1-3)

受訪者 A5 表示，通常台灣的旅行社，3000 多家裡面有三分之二都是中小型的甲種旅行社，甲種旅行社通常員工人數都在 15 個人或 10 人以下，有時候就沒有區分得非常清楚，有時候做產品企劃也要兼做業務，有一部分兼做業務還要兼做領隊導遊，就是一條龍從頭做到尾，很多中小型旅行社都是這樣。(A5-A1-3)

受訪者 A6 表示，第一個 OP 人員就是所有的打雜工作都要做，OP 第一件事情是拿機位、飯店，業務要去收證件，證件他需要去查核，還有中間所謂的跟對方簽約的文件，都需要 OP 去做，完成後需要做一個 list，確認機票、飯店、餐廳、導遊領隊、車輛都 OK 以後，等人員都收件完成，OP 在做這些工作；而遊程規劃師需要最先進的思維，要想一個遊程要變成一個產品，產品做出來後要給主管開會確認，然後需要配合哪間航空公司，產品成敗都由規劃師負責，關係到產品的營收成敗，跟業務員銷售的困難點，這一點有它的差異性。(A6-A1-3)

綜觀受訪者表述，在綜合旅行社當中，就會賦予產品旅遊規劃師的職位，

而且也會有獨立的部門，而在甲種旅行社或中小型旅行社當中，旅遊產品規劃師會兼任旅行社從業人員的部分角色，甚至職務沒有區分皆為一條龍的服務，而主要工作關聯性較高的會細部區分主要分為，OP 人員：負責行政業務(如：訂位、收件、開立合約書等)，線控人員：控制產品線的人數及銷售狀況，並且注意航空公司的機位狀況等，旅遊產品規劃師(遊程規劃師)：設計及開發產品。

第二節 討論旅遊產品規劃師的專業職能

此章節，會針對專業職能的構面加以論述，而區分為五大面象，顯性為專業知識、技能，隱性為態度、動機、人格特質，作為訪談對象的基礎核心。

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

產品規劃師的專業知識，不外乎需要具備旅遊產品的相關行程內容，在於遊程中的人文歷史及風情文化皆要有所瞭解；邱豐德(2003)指出，專業能力中需具備跨文化生活知識的能力，才能了解跨文化生活方式的不同而產生不適應，為觀光客解決問題。

受訪者 A1 表示，*專業知識的部分，他一定要對他所負責的區域有所瞭解，比方說我是負責雲嘉南的，就要對雲嘉南當地的人文風情、生態環境、地理、歷史，他都要有相關的知識，專業的知識是一定要具備的，所以旅遊產品規劃師必須要上知天文下知地理，大概這樣的模組，他個人的專業知識*

還有哪一些呢，他必須要知道現在公司的使用車的類型，比如果大巴、中巴、小巴哪一種才能過，那或者是說，這些遊程成本組合的時候，他必須要去精算每一個成本表的架構。(A1-B1-4)

受訪者 A2 表示，專業知識對於旅遊商品要夠瞭解，要常常更新，媒體的旅遊資訊要常涉略，最重要的專業知識。(A2-B1-4)

受訪者 A3 表示，專業知識第一個就是以設計這個國家，還有台灣的人的個性，能否接受這個國家的認同感，要怎麼寫出台灣人對國家的認同感，就是他所要具備的專業知識。(A3-B1-4)

受訪者 A4 表示，旅遊產品的元素他要懂得去收集及研發，包裝後行銷，整個流程跑完還需要做市場分析。(A4-B1-4)

受訪者 A5 表示，對於規劃的旅遊景點，當地的地理環境、歷史背景或旅遊體驗的內容，導遊帶團如何導覽，需要多少成本，成本的分析非常需要，然後還要當地的接待業者，這個體驗區或遊覽區需要接待的廠商，稱為旅遊服務元件。(A5-B1-4)

受訪者 A6 表示，其實我們說的，以前的話跟現在不一樣，以前的話就是要親身去走過、跑過，現在的好處是現在的網路資訊透明，加上業者要讓一個遊程規劃師去網路上不願其煩，不斷的去查詢收尋資料，要去核對瞭解他們的情況，遊程規劃師對設計的產品及市場導向要相當熟悉，現在已經不

像以前那麼困難了，可以 google 行程及路線時間表，都可以算得出來，專業的遊程規劃師來說就沒有那麼難。(A6-B1-4)

以上針對旅遊產品規劃師的專業知識，一致性表示需要對於旅遊產品的瞭解、收集及開發，主要注重人文風情、生態環境、地理、歷史的相關的知識，因為設計遊程需要瞭解當地文化特色，並且會有認同感。

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

蔡銘修(2010) 指出溝通與自我管理、人際應對處理與證照、自我調適與邏輯分析能力、領導控制與語言應用能力、判斷與臨機反應能，其受訪者對於技能著重於語言能力，因時代轉變多元的銷售模式，電腦應用能力及社群的行銷平台為產品規劃師不可或缺的技能。

受訪者 A1 表示，在技能上，對我來說的認解，在國外第一個部分語言很重要，語言在旅遊產業鏈很重要的一環，主要原因是我們跟各個國家跟當地人的溝通，我們來看國內好了，國內我覺得有兩個語言很重要，第一個就是國語，第二個就是台語；另外一個部分就是使用電腦，因為多數的旅遊商品都數位化，除了商品數位化，其實很多銷售平台都電商化，所以我覺得在電腦技能上面，使用上在職位上是蠻重要的；如果是做國外，技能可能是機場的城市代碼或機場代碼很重要，有沒有開票過，知不知道航空的流程，多

久拿到機票會被取消，取消會被多拿多少取消費，甚至對於市場上觀光局發佈的旅行業的相關法規；以及發生客戶或緊急事故，這個 TP 也必須要有一定的解決問題能力。(A1-B2-5)

受訪者 A2 表示，我覺得基本上每一個人都可以當旅遊規劃師，最重要的技能就是要先學會做銷售，我覺得銷售會佔整間公司很重要的比例角色；對於旅遊產品規劃師中，也相對具備基本的訂位能力，基本上都要會，如何查詢航班，如何查詢時刻表，不一定在規劃師上面就執著規劃行程上面。(A2-B2-5)

受訪者 A3 表示，第一個一定要有方向的概念，需要具備溝通能力之外，行程的方位一定要有，排序能力必須要有，成本的控管，數字的概念他必須要有。如何去區分產品而降低成本，給當地的旅行社，細節的部分都可以做好，主要還是需要具備交際手腕，至於語言還不那麼重要，因為會接洽的通常都懂中文。(A3-B2-5)

受訪者 A4 表示，我覺得需要彈性的應變能力，應變能力非常重要，因為旅行社常見的就是變數；另外帶團技巧說故事的能力，看是不起眼的景點，透過說故事的方式，呈現再遊客面前。(A4-B2-5)

受訪者 A5 表示，在短的時間內包裝出產品，並解具備創新跟創意在裡面，要會行銷就要會有創意的概念。(A5-B2-5)

受訪者 A6 表示，對於公司行銷景點還有風俗民情要有所瞭解，這個就是市場的機制，所以對市場要有敏感度，還要資源盤點，還有要瞭解航空公司的班機，而國內的有分學生團、鄰里長的團、公司行號的團，可是都會有季節性的遊程，所以要針對季節性的慶典，或者是特色景點要有所瞭解，在規劃行程要有時間觀念，要有慶典觀念，在規劃的時候要在半年前就要開始規劃，而不是即時性的，一間大公司絕對不會是這樣子，還有一點就是要對國家的政策敏感度要很強。(A6-B2-5)

以上對於技能的部分，受訪者相對來說較為分歧，主要電腦操作為基本技能，其他為多國語言溝通能力、成本估算能力及緊急應變能力，歸納為這幾項相對重要性指標。

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

廖紘億(2008)研究表示工作態度有幾項指標，抗壓能力、服裝儀態、事前的準備、服務的熱誠、知曉義務、幽默感、誠實的態度、盡責的態度、謙遜的態度、樂觀開朗的態度、自我情緒的管理、學習成長；其受訪者有提及幾項指標如下：

受訪者 A1 表示，在旅行業一定要散撥歡樂散撥愛，旅行業熱情很重要；主張是你最能知道當要要怎麼玩，怎樣玩最好玩，你的旅客玩得不亦樂乎，

我覺得這是對於工作態度的重要性。(A1-B3-6)

受訪者 A2 表示，上班一定要開心，不外乎第一線的人員產品需要帶給消費者何種心情，你的工作態度就蠻重要的，然後很輕鬆地看待這份工作。
(A2-B3-6)

受訪者 A3 表示，對於工作的認同感跟熱誠必須要有的，與同事之前你態度和緩一點、平順一點，同事之間才能夠融洽，他是一個團隊，你必須要有團隊精神，如果沒有團隊精神一個人是做不來的。(A3-B3-6)

受訪者 A4 表示，我覺得要樂觀正面一點，因為我們這個行業的話，常常會有挫折，所以壓力來講，保持正向一點，會比較輕鬆。(A4-B3-6)

受訪者 A5 表示，能夠接受新的事物，因為要開發新的景點跟路線，能夠接受新的體驗，可以積極事務性的挑戰。(A5-B3-6)

受訪者 A6 表示，隨時發現新產品的積極性，因為產品都有週期性，可能半年、一年，所以遊程規劃師就要有一種發現新大陸的感覺。(A6-B3-6)

受訪者在對於工作態度的方面，都認為對於工作要保持熱情的態度，因為旅遊業為帶給歡樂的工作者，所以正向的態度為最好的工作態度，而因旅遊產品規劃師為中要職務，所以積極進取也是為必需的指標。

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

人格特質主要著重在心裡層面，吳炳南(2006)研究指出，自我管理情緒顧客導向的心理狀態、服務熱誠及信任性。

受訪者 A1 表示，人格特質的部分我覺得第一個要活潑開朗，很重要，因為他要散撥歡樂散撥愛帶開心給客人，那第二個部分他需要細心，具備很細節的成本控款，第三個部分需要有抗壓性，原因是在旅行社工作隨時 24 小時你都會有任何狀況會發生。(A1-B4-7)

受訪者 A2 表示，人格特質的部分，我覺得你懂得樂於分享，你在這份工作上面，會比較容易勝任。(A2-B4-7)

受訪者 A3 表示，屬於比較開朗，必須要能夠健談，在溝通跟表達能力要相對比較好，當你夠通能力佳，親切度足夠在團隊中都不難相處。(A3-B4-7)

受訪者 A4 表示，反應要快，態度要積極。(A4-B4-7)

受訪者 A5 表示，要能夠善於溝通，能夠善於表現，然後文書的撰寫能力，文案撰寫能力要比較好。(A5-B4-7)

受訪者 A6 表示，第一個很喜歡玩，活潑開朗，然後對旅遊方面有熱忱，看的角度比較廣，當一個遊程規劃師就是不恥下問，她能夠放心當地解說員的行程，所以她的人格特質就是很開朗，她的思維很快，能夠當地的產品做組合，人格特質就是不斷的去設計，不斷的安排，不斷的去修正，還有現在的人格特質，要不斷的吸收新的資源及創意。(A6-B4-7)

多數受訪者表示，活潑開朗對於旅遊產品規劃師的人格特質故為重要，因需要有開朗的心情，才能夠傳達遊程的喜悅，而因市場的趨勢轉變很快，所以在於思維及反應都要相對靈敏。

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

蔡銘修(2010)在於態度指標中提及，自我認同與熱忱、積極負責與開朗關懷、真誠樂觀及重視倫理、尊重與反思；對於受訪者表示，因市場轉變快速，因應市場的求新求變及需求極為重要，其熱忱的態度及負責迎合市場即是重要指標。

受訪者 A1 表示，*樂觀開朗還是很重要，那在旅遊市場上我覺得最重要的是改變，你要每天接受工作上的不同改變，你才不會讓你的守舊，造成你的難關跟關卡，變什麼都不能做，疫情之後所做的改變，如果沒有疫情，應該不太會出現在現在的旅遊市場上，面對工作上的挑戰，自己面對改變是最重要的，因為你要把改變轉變唯一的不變，才能創造出新的遊程、新的體驗、新的商品，對客人才會有回朔跟回購。(A1-B5-8)*

受訪者 A2 表示，*必須要求新求變又要貼合市場，在旅遊產品規劃師上面，我覺得你的創意也蠻重要的，除了本身去踩線之外，還要去市場上的區隔，怎麼做市場上的開發，去面對不同的心情跟心態。(A2-B5-8)*

受訪者 A3 表示，旅遊業必須要有學無止盡的心態，因為即便這個國家在怎麼熟悉，不清楚的東西還是非常的多，多瞭解那個國家的語言，他會比別人更強大，你比別人多懂語言，在克服任何問題就會比別人快一點，所以在心態上，我覺得要掛著學無止境的心態。(A3-B5-8)

受訪者 A4 表示，我是覺得心態上面，就是每一次客人丟給你的難題都要當做一次試驗，看是不合理的要求，可能我們也是試圖去找客戶的需求並且去解決，更能贏得客戶的期待。(A4-B5-8)

受訪者 A5 表示，能夠克服目前的困難，很多時候面對顧客的需求或業務的要求，然後要做的產品需要很多的變化，依照旅客的需求常常去做調整，並且隨機應變，面對挑戰。(A5-B5-8)

受訪者 A6 表示，隨時要保持一個好奇心，這個倒是真的，觀察別人的修正自己的東西，這個有時候很繁雜但他就是會開心。(A6-B5-8)

以上對於工作上的挑戰，受訪者表示，因為市場轉變很快，面對市場的區隔及開發產品，心態上都要具備學無止盡的精神，才能夠克服顧客的需求，而緊急應變能力也是非常需要。

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？

其工作項目中需要充分達到整合能力，及需要兩項重要指標，即為問題解決的能力，面對問題立即採取行動加以解決，有效釐清模糊不清的態勢，完成任務；另時間管理也極為重要，有系統性規畫工作行程表，掌握工作效率，面對時間壓力能從容完成任務。(台北市旅行商業同業公會，2011)。

受訪者 A1 表示，工作整合能力這關係到個人特質蠻重要的，自己要提升跟不同部門的人溝通，瞭解他才能夠有所幫助，另一部分公司給予的活動，平常細微的會議，彼此可以在上面溝通，這就是一種整合能力，這也攸關到人格特質，你也要願意跟別人溝通，才不會在自己的框框做事。(A1-B5-9)

受訪者 A2 表示，公司都有把工作職務做一些區隔，比方說業務單位就是負責找客人銷售，OP 單位就是把客人的訂單做行政處理，如訂房、訂票、特殊餐食，這都是 OP 的內部工作，線控的職責就是把好的商品端出來給業務銷售，知道要找誰處理，讓事情及效率能更極大化，無法瞭解 OP 及線控的職能，那可能在問題上會難解決。(A2-B5-9)

受訪者 A3 表示，在公司的部分就會分類出來，但這真的需要蠻有智慧有 EQ 的職位，他其實是個頭，是個主管，他底下有 OP 及團控，權責分配的部分工作，當你的 OP 或團控發生細節的誤差，能不能有包容心，是否能夠扛得住責任，這就是他所要有具備的條件。(A3-B5-9)

受訪者 A4 表示，我覺得整合能力要擴展的話，應該是語文能力或像英文或是日文等，如果沒有語言能力，公司可能不會外派職務承擔責任，所以語言是蠻必備的條件。(A4-B5-9)

受訪者 A5 表示，一個遊程規劃的產品製作的主管，要分配底下的員工什麼職位，負責那些程序，職務跟資源的分配，分權分工在有效的執行及串連。(A5-B5-9)

受訪者 A6 表示，其實這個職務，如果未來他能力很強，他會是一個高階的主管，因為遊程規劃師你會接觸 OP 人員，要知道機位的取位困難點在哪裡，餐廳的問題點在哪裡，成本結構的問題在哪裡，會是依公司的重要角色，會做產品的人就是公司的主力。(A6-B5-9)

綜觀上述，在公司的組織中，都有分配相對應的職務分配，因為旅遊產品規劃師屬於開發的上游，必須要有溝通及整合能力，才會有效率的執行所有的工作職掌去執行。

Q10：對於職務會有哪些期待或期許？

台北市旅行商業同業公會(2011)針對 8 項指標中提及，追求卓越需要設定具挑戰性的工作目標並全力以赴，願意主動投注心力達成或超越既定目標，不斷尋求突破；在 Spencer 與 Spencer (1993) 冰山理論中即為工作動機，在於受

訪者對於闡述如下：

受訪者 A1 表示，比較深層一點，對於每個人的期待跟期許不一樣，最終他還是只是一個工作，所以不外乎工作未來的發展性，以及薪酬比例有沒有成正比，我覺得這比較直觀的看法；回到旅遊產品規劃師的期待或期許，想跨區跨主題來提升自己，或許這是另一層面的期待或期許，讓自己多層面的熟悉旅行社產品的業態。(A1-B5-10)

受訪者 A2 表示，產品規劃師的部分，未來其實有很大的方向可以做改變，有些旅遊行程其實百年不變，那就是規劃師存在的價值，如何在百年不變的行程再去轉為求新求變這是比較重要的。(A2-B5-10)

受訪者 A3 表示，期待肯定會有的，我會想去攝取其他的線路，而不是綁在單一的線路上，又回到學無止盡的狀況，當你學習得越多，就更能夠駕親就熟。(A3-B5-10)

受訪者 A4 表示，我是覺得旅遊產品規劃師，還要擴展異業合作的整合，就是可以開發不同產品及多樣性，如剛剛所說接觸不同產品可以與異業結盟，這或許也是對於職務上的成長。(A4-B5-10)

受訪者 A5 表示，因為旅遊業是一個瞬息萬變的行業，你要面對的旅客也要面對非常多的客源，你要不斷的累積自己的專業知識，不斷的精進自己的知識，然後瞭解市場的趨勢、客戶的需求，在旅遊供應商，各地方的旅遊

景點、旅遊供應商都會出現變化，有些倒閉的，有些新的景點，有些漲價了，景點裡面的體驗內容，甚至旅館的價格做了改變，有很多的變動，那不可能用固定的模式工作，要常常調整，心態要開放，要容納很多的知識，容納隨時很多局勢的變化，像人家講學無止盡一樣。(A5-B5-10)

受訪者 A6 表示，像我們公司比較小，我都不斷的願意教新的人，所以我們公司的人幾乎都有這種能力，所以他們都會問我說經理有沒有比較新的東西，我說新的東西叫專案，公司就會跟公部門做結合，公部門願意用行銷的力量，用你的行程去做促銷，所以就會創造新的行程。但因為很多小公司都會叫 OP 做，少了很多專業的部分，像大公司都有設立職務，但還是要看公司的規劃，有一部分的工作還是要做，這也是職務上的產值。(A6-B5-10)

綜觀受訪者所表述，旅遊產品規劃師在旅遊業是屬於一個重要的角色，而對於他的期待其實相對高，主要產品本身如果有多元化的發展，不僅對職務本身還是對於公司而言，都是利大於弊，所以針對旅遊產品規劃師的設立及發展，是相對肯定。

第三節 探討旅遊產品規劃師的未來發展

此章節主要探討旅遊產品規劃師對於產業的影響及發展，經由公司的組織規劃，提升旅遊產品規劃師的職能。

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

對於這個產業當中，因市場變化快速，其職務能為不可或缺的角色，早期旅行社經營皆以固定行程及路線，反覆執行及銷售，但依時代的轉換，快時代的變遷，及需要在產品的求新求變，進而加速產業及營利的快速發展。

受訪者 A1 表示，*旅遊產品企劃是在旅行社當中一個重要的角色，很少會在旅行業有產品企劃的部分，很少在課綱上或課程上的範疇，現在因為開始有遊程規劃師的內容出來之後，開始有旅行社作為接軌。(A1-C1-11)*

受訪者 A2 表示，*現在很多旅行社會自行拍片或跟 youtube 合作，這個部分在求新求變，接下來對於銷售端面對面的銷售會有影響，慢慢的往網路上發展，如果旅遊產品規劃師要在多媒體上多著墨，可能在產品本身比較有機會殺出一條血路。(A2-C1-11)*

受訪者 A3 表示，*我覺得有設立規劃師來說，他的產品量肯定比別人多，他可以以量制價，中小型企業紛紛設立旅遊規劃師，其實不外乎就是想衝量，量上來相對的營業額跟毛利也會有所提升。(A3-C1-11)*

受訪者 A4 表示，*這個職位其實是非常有潛力的，但目前主要都是由大旅行社設立居多，主要是因為需要收集較多的數據分析，瞭解產業的趨勢，主要大旅行社比較多資源可以運用。(A4-C1-11)*

受訪者 A5 表示，*一定會有影響，如有做出新的產品或新的路線，在業*

務或 OP 都要共同的學習，今天做了一個產品出來，業務要能夠銷售或解釋產品的特色，行程的優點，所以有時候新產品都要有一些部門主管同仁要一起學習進步，所以規劃產品要讓同仁知道如何銷售，如何跟客人解說，甚至領隊導遊在帶團時該如何操作，大家都要一同的進步。(A5-C1-11)

受訪者 A6 表示，其實旅行社現在大部分缺的就是這種人，很多都是老闆兼員工，只要遊程規劃師進來，他比較能夠瞭解行程怎麼走，國外的新遊程怎麼走，雖然可能不是他設計的，但收集的資料會比老闆來的其全，大公司在設立產品規劃師來說，未來是一個蠻有競爭力的職務，因為旅行社在做產品設計，他就是公司的命脈，只要產品很強，業務跟網路在行銷就會很強，這就是市場的導向，這就是公司在培養的人才或在學校，或者本身很積極地去瞭解及收集現在旅行社的產品，發現那些產品是主流，再去改變設計產品。(A6-C1-11)

綜觀受訪者表示，對於產業發展上都持正面態度，因旅遊產品規劃師的設立，對於公司發展產品的多樣性及客製化產品，都可以滿足顧客需求，而設立此職務，更能貼近市場需求，進而加速改變產品趨勢，提供公司的營利。

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

在產業當中，旅遊產品規劃師就是公司主要核心人物，除設計商品文案，還需要考慮旅行社其他職務能否接受商品的銷售及公司運作，整體還需要考量到公司的成本營利。

受訪者 A1 表示，職務的特性的部分，就是旅遊要有主張，旅遊產品要有深度，包含人文深度、產業深度，甚至是體驗的內容及豐富性、特色性，這個職務的特性跟價值，可發揮的內容。(A1-C1-12)

受訪者 A2 表示，我覺得他的工作性質跟線控有點像，但他要跳脫目前線控所無法看到的市場，因為很多線控不一定是業務出身，可能一開始由只有接任此職位，所以怎麼學會規劃行程、成本估算、報價、風險管理等，在這個產品規劃師有可能是資深業務轉變為產品規劃師。(A2-C1-12)

受訪者 A3 表示，他如果要發揮職務的最大化，他能夠要寫出完整的文案，還要具備推廣的能力，更要具備跟航空公司的接洽能力，同業之間關係的拉攏，這是環環相扣的事情。(A3-C1-12)

受訪者 A4 表示，職務要完美發揮，必須要善用資源，必須要精益求精，隨時求新求變，此職務的價值才能勝任，自己也才有進步的空間，繼續放大自我價值。(A4-C1-12)

受訪者 A5 表示，旅行社會有業績壓力，譬如說你開發這幾條旅遊產品，放在業務端去銷售，到最後可以算得出你的產品業績是如何，可以設定一個

門檻跟目標，所以做的產品不見得要很多，最重要是銷不銷售的出去，如果設計一堆新的產品，但叫好不叫座，也沒有辦法，所以要經得起市場的考驗。

(A5-C1-12)

受訪者 A6 表示，因為這個職務會是公司的主要核心，但現階段我覺得還有一段很長的路要走，因為不是所有剛出社會或現職的人員可以馬上就接手設計產品，就像學生所設計出的產品，其實跟現實狀況都還有一大段的落差，所以在職務上都還要再深度學習。(A6-C1-12)

在受訪者論述中，表示旅遊產品規劃師其實就是公司的主要核心人物，需要有產品才有辦法銷售，而職務上，對於產品本身的要求以外，公司也會設立績效機制，針對產品開發銷售都需要經過市場的考核。

第五章 結論與建議

依照前述訪談受訪者過程所獲得回饋，本章節將歸納相關資訊區分第一節研究結論及第二節研究建議。

所謂旅遊產品規劃師的專業職能，其中包含專業知識、技能、態度、動機跟個人特質等五大要素，研究者在這六位資深的受訪者當中，樂見與文獻相互呼應及驗證結果，這小節中會以五大構面襯托研究結果。

第一節 研究結論

一、旅遊產品規劃師的定義

旅遊產品規劃師定義為內部旅行業從業人員，而在旅行業當中，主要設計旅遊產品之外，還需要顧慮公司部門的溝通協調及重要的營利營收；而此職務在於中小企業而言皆會以內部業務或 OP 人員兼任此職務，在業界簡稱一條龍的服務，而大型旅行社而言，會針對此職務給予特定的名稱，而有些綜合旅行社會以線控作為旅遊產品規劃師的職務。

二、旅遊產品規劃師的專業職能

1.知識：對於旅遊產品規劃師的專業知識中，必須擁有的基本配備相當廣泛，包含注重人文風情、生態環境、地理、歷史的相關的知識，主要因為規劃師必須

清楚瞭解遊程當地的風俗民情及地理位置，才能有效設計出一份旅遊產品。

2.技能：主要電腦操作為基本技能，其他為多國語言溝通能力、成本估算能力及緊急應變能力，歸納為這幾項相對重要性指標。

3.態度：對於工作要保持熱情的態度，因為旅遊業為帶給歡樂的工作者，所以正向的態度為最好的工作態度，而因旅遊產品規劃師為中要職務，所以積極進取也是為必需的指標。

4.動機：旅遊產品規劃師在旅遊業是屬於一個重要的角色，而對於他的期待其實相對高，主要產品本身如果有多元化的發展，不僅對職務本身還是對於公司而言，都是利大於弊，所以針對旅遊產品規劃師的設立及發展，是相對肯定。

5.個人特質：活潑開朗對於旅遊產品規劃師的人格特質故為重要，因需要有開朗的心情，才能夠傳達遊程的喜悅，而因市場的趨勢轉變很快，所以在於思維及反應都要相對靈敏。

三、旅遊產品規劃師的未來

對於產業發展上都持正面態度，因旅遊產品規劃師的設立，對於公司發展產品的多樣性及客製化產品，都可以滿足顧客需求，而設立此職務，更能貼近市場需求，進而加速改變產品趨勢，提供公司的營利。

第二節 建議

根據本研究結果，關於旅遊產品規劃師之專業職能，本研究進而提出以下建議：

一、旅遊產品規劃師對於產、官、學之探討建議

1.對於產業而言，可採用多途徑的方式，可讓旅遊產品規劃師容易得到相關的研習訊息，可由觀光局或遊程規劃協會等發行的期刊雜誌，提供最近的訊息與情報；設立相關網站蒐集研習活動的情報，或連結相關專業團體，獲取何時有研習活動的相關訊息，如進修的課程、時間、地點、方式及相關規定，旅行社從業人員隨自己的喜好與時間安排參與研習活動。

2.對於國家制定方向可建議，雖目前旅遊產品規劃師的界定，在協會中有成立培訓及考照機制，但目前未歸納為專業科目，也未列入觀光局的考照項目，為本研究對於旅遊產品規劃師發展重要之因素，可以依照「導遊、領隊」國家考照辦法執行相關政策。

3.針對學術方面，依產學合作等機制，培養基本的專業知識及技能，進而從基層的實務操作學習，並達到與產業方面的無縫接軌，對於專業職能奠定基石。

二、針對旅遊產品規劃師探討

1.旅遊產品規劃師在於研究當中提及，多數的產品規劃師皆由基層人員磨練而晉升，針對旅遊從業人員探究專業職能的差異性，進而衍生產品規劃師的專業職

能構面，達到專業職能指標建構的區別，如 OP 人員及線控人員對於專業職能有基本的知識、技能、態度、動機及人格特質，但對於產品規劃師而言，需提升自我的跨域能力，如本研究提及的硬實力探究，在知識及技能方面，需提升各國人文風情的瞭解、多國語言的溝通能力，另在於軟實力的態度、動機及人格特質，需著重在於跨部門的溝通及熱衷於探究多元行銷及遊客對於產品的喜好及忠誠度，如上述差異方面，可以探究出對於旅行社而言，內部人員學習不同跨領域的能力，才能提升旅遊產品規劃師的專業職能。

2.本研究研究旅遊產品規劃師的專業職能，因在於文獻探討中付之闕如，因此後續建議運用量化建置旅遊產品規劃師專業職能構面，探討其專業職能構面中，針對各項指標的重要性，進而提升公司對於旅遊產品規劃師的考核指標。

參考文獻

一、中文參考書目

王秀英(2008)。以二因子理論探討台北市旅行社 OP 人員工作滿意度、工作投入程度及離職意願之研究。未出版碩士論文，世新大學，臺北。

朱玲玉(1998)。我國領隊人員生涯規劃之研究。未出版碩士論文，文化大學，臺北。

余曉玲、張惠文、楊明青(2016)。旅遊規劃與設計，新文京出版社。

林燈燦(2006)。觀光導遊與領隊-理論與實務。台北：五南。

林纘(2016)旅行業從業人員的人格特質、工作壓力與工作滿意度之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所。

邱豐德(2004)。導遊人員專業發展之研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。

胡幼慧、姚美華(1996)。一些質性方法上的參考：信度與效度?如何抽樣?如何收

集資料、登入與分析?收入於質性研究：理論、方法及本土女性研究實力，台北：
巨流。

容繼業(2000)。旅行業理論與實務。台北：揚智文化出版。

高淑清(2000)。重建家庭平等對話與學習動力：家庭溝通課程建構之研究，國立嘉
義大學家庭教育研究所

曹勝雄、鈕先鉞、容繼業、林連聰(2001)。旅運經營學。台北：國立空中大學。

郭佩雯(1998)。旅行業作業人員人格特質與離職傾向關係之研究，中國文化大學
觀光事業研究所碩士論文。

陳淑敏(2009)。各系所學生專業能力指標範例研究簡介。

陳嘉隆 (2002)。旅運業務。台北著者發行。

蔡明修(2010)。日本線領隊專業能力分析之研究，高雄餐旅學院碩士論文。

二、英文參考書目

Benveniste (1987). *Professionalizing the Organization: Reducing Bureaucracy to Enhance Effectiveness*. San Francisco, CA: Jossey-Bas.

Bernard, H. Russell(1988).*Unstructured and Semi-Structured Interviewing: Research Methods in Cultural Anthropology*.Newbury Park, CA:Sage.

Butler, J.(1996).Professional development: Practice as text, reflection as process, and self as locus.*Australian Journal of Education*,40(3),265-283.

Chisholm, M. E.,Ely, D. P.(1976).*Media Personnel in Education: A Competency Approach*.Englewood Cliffs, N.J.:Prentice-Hall.

Darling-Hammond, L.,J. Miliman,L. Darling-Hammond(Eds.)(1990).*The new handbook of teacher evaluation*.Newbury Park, CA:Sage.

Finch, C. R.,Asselin, S. B.(1984).Aconceptual framework for vocational special needs teacher competence.*Annual Meeting of the American Educational Research Association (68th)*,New Orleans, LA:

Hall, G. E.,Jones, H. L.(1976).*Competency-based education: a process for the improvement of education*.Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall.

McLagan, P. A.(1983).*Model for Excellence: The Conclusions and*

Recommendations of The ASTD Training and Development Study.DC:American Society for Training and Development.

Spencer, L. M. & Spencer, S. M. (1993). *Competency at work*, New York: John Wiley & Sons.

三、網路資源

維基百科，自由的百科全書(2019)，旅遊規劃師

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%97%85%E9%81%8A%E8%A6%8F%E5%8A%83%E5%B8%AB>

勞動部勞動力發展署，職能基準介紹(2016)

<https://www.wda.gov.tw/cp.aspx?n=587B06AA3B7E815B>

StockFeel 股感知識庫，旅行團也有設計師？六種旅行社的內勤與外務(2016)

<https://www.gvm.com.tw/article/34092>

附錄、訪談逐字稿整理及編碼分析

受訪者編碼：A1

受訪對象（性別、職位、年資）：男性、資深副理、12年

訪談日期：110/05/14

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

A1：旅遊產品規劃師其實就是遊程規劃師，在遊程規劃師來說旅行社以維也不是沒有這個職務，在這個定義來說比較新的職務，我倒是有不同的想法跟見解，因為我認為旅行社組成裡面本來就會有幾個角色，第一個部分是產品部門，第二個部分是業務部門，當然還有相關財會部門、出納部門、法務部門等等，那如果以旅行社的核心來說就是以產品部門跟業務部門為主，在產品部門固定會有幾個角色，第一個是所謂的旅遊產品規劃師就是所謂的 TP，第二個部分就是線控，第三個部分就是 OP，大概是這樣的組成，那在旅遊產品規劃師的部分就容許我在問答當中就會以 TP 的方式作為代碼及文字的說明，那這個工作職務的地位就是規劃行程，以台灣來講的話，規劃台灣的食、住、行、遊、購、娛，各個組成的商品組成一個 Package，變成一個團體旅遊，讓客能可以報名參加的一個的角色，如果今天是一個規劃國外的部分，他就是拿一個當地 local 的行程，然後回來做組裝跟組合，相對來說會比較簡單一點，因為這個套組當地的 local 都已經幫你組好了，那我們在台灣當地 TP 的角色，針對國外的行程都是拿回來

組裝跟組合，想對反觀回來看台灣，如同剛剛講的必需要把食、住、行、遊、購、娛都組合在一起，所以相對他的困難度會比較高也比較困難一點，因此，我給這個工作性質的定義的說明。

編碼分析：

旅遊產品規劃師其實就是遊程規劃師，在遊程規劃師來說旅行社以維也不是沒有這個職務，在這個定義來說比較新的職務，我倒是有不同的想法跟見解，旅遊產品規劃師的部分就容許我在問答當中就會以TP的方式作為代碼及文字的說明，規劃台灣的食、住、行、遊、購、娛，各個組成的商品組成一個 Package，變成一個團體旅遊，讓客能可以報名參加的一個的角色，如果今天是一個規劃國外的部分，他就是拿一個當地 local 的行程，然後回來做組裝跟組合。(A1-A1-1)

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能?其專業職能之內涵為何？

A2：在專業職能的部分他一定要熟悉當地，其實 TP 都會熟悉專精到各個線，就以台灣地區來講的話，他會細分到七個區，分北北基一個區，桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高屏、宜花東、離島，那其實個線裡面我們又分為三個類型的組合，在這幾個類型裡面，第一個部分就是開上去給民眾報名的線上團體，所謂的直客的遊程規劃，第二的部分是主題遊程的規劃，主題遊程就歸類為比如說運動、滑雪這樣一個模組，第三個部分是客製團，就是針對企業戶或是客人的獎勵旅

遊來去做這樣的規劃，像國外的部分，相對來講區域就更廣一點，就會以洲際，比方說美加線、歐洲線、澳洲線、紐澳線、歐亞非，以這樣的做區分，在專業職能的內涵還是指你負責所許的區域跟主題性類別，需要有熟悉度跟瞭解度，我覺得這是產品 TP 對於專能職能非常有掌握，甚至完全知道他要面對這群 TA 要的是什麼，大概是針對這樣的專業職能。

這邊說明一下，就如同剛剛區域的介紹，在公司這邊就全部每個都是各司專職於地區及主題性，比方說第一個依區域別的區分，第二個是 TA 別的區分，第三個是主題性的區分，在我們公司是這樣子。

編碼分析：

在專業職能的內涵還是指你負責所許的區域跟主題性類別，需要有熟悉度跟瞭解度，我覺得這是產品 TP 對於專能職能非常有掌握，甚至完全知道他要面對這群 TA 要的是什麼，大概是針對這樣的專業職能。(A1-A1-2)

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同？

A3：工作性質是不同，因為公司本來就應該把不同的階段內容，按照生產線一樣，把他做切割，來讓工作人員彼此更有效率，就以旅遊產品的生產線來看，其實旅遊產品規劃師就是所謂的 TP，第一個所接觸的人，就如同剛說食、住、

行、遊、購、娛，各個組合的元件，組合成一包，做完確認沒有問題，就會落到線控，產品上架開始控這個線上銷售，有沒有機會出團，有機會出團在連結到供應商跟相關的確認，下一個部分就是 OP，OP 要做什麼，就是所謂的定位，他要去控管這個線控或這個 TP 所產生出來的產品之後，確定成案要出發了，這個 OP 要做什麼呢，他要去訂食、住、行、遊、購、娛，訂餐、訂車、訂機票、訂船、訂住宿，各種東西就會是 OP 操作，接下來我們的領隊要出團也是由 OP 來做資料的協助，後續的出團款也是由 OP 來開立，因此，整條工作職能的屬性是完全不一樣的，產品規劃師是以產品規劃為主，給出去的產品之後，再去看要做什麼行銷內容，落到線控這邊來，線控就會所謂的線上上架、線上銷售、行銷曝光，到 OP 就會確認要出發了，就會開始 booking 以上所說的，就回歸今天比較主軸旅遊產品規劃師分為幾個比較重要的元件，就是六大項目食、住、行、遊、購、娛，所有的旅遊團體都不外乎這幾個項目裡面。因為沒有提到業務的部分就沒有再敘述說明。

編碼分析：

旅遊產品規劃師就是所謂的 TP，第一個所接觸的人，就如同剛說食、住、行、遊、購、娛，各個組合的元件，組合成一包，做完確認沒有問題，就會落到線控，產品上架開始控這個線上銷售，有沒有機會出團，有機會出團在連結到供應商跟相關的確認，下一個部分就是 OP，OP 就是所謂的訂位，他要去控

管這個線控或這個 TP 所產生出來的產品之後，確定成案要出發。(A1-A1-3)

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

A4：在專業知識的部分，他一定要對他所負責的區域有所瞭解，比方說我是負責雲嘉南的，就要對雲嘉南當地的人文風情、生態環境、地理、歷史，他都要有相關的知識，專業的知識是一定要具備的，如果有一個客人他想要安排到雲嘉南採芒果，那請教一下玉井芒果 TP 就必須要知道，第一個什麼時候可以採芒果，芒果在哪裡可以採，再來是芒果的採法是什麼，哪裡才有好吃的芒果，芒果後續有沒有在地的供應商，有可以做芒果冰、芒果風味餐，甚至摘芒果的體驗，芒果價格多少，在整個環節來看這只是個案例，以芒果來說需要具備那麼多的專業知識，所以我覺得這個角色有點像導遊領隊一樣，導遊加上會解說，所以旅遊產品規劃師必須要上知天文下知地理，大概這樣的模組，對於剛剛講的是遊程規劃的項目，他個人的專業知識還有哪一些呢，他必須要知道現在公司的使用車的類型，比如果大巴、中巴、小巴哪一種才能過，那或者是說，這些遊程成本組合的時候，他必須要去精算每一個成本表的架構，能達到公司所謂的利論制，幫公司賺多少，大該這些 TP 專業知識的說明，當然他對旅遊產業跟旅行社的工作職能都要有相當瞭解，才能洞悉現在市場上旅客喜歡去哪裡，他才能提供好的商品提供給客人，增加業績。

編碼分析：

專業知識的部分，他一定要對他所負責的區域有所瞭解，比方說我是負責雲嘉南的，就要對雲嘉南當地的人文風情、生態環境、地理、歷史，他都要有相關的知識，專業的知識是一定要具備的，所以旅遊產品規劃師必須要上知天文下知地理，大概這樣的模組，他個人的專業知識還有哪一些呢，他必須要知道現在公司的使用車的類型，比如果大巴、中巴、小巴哪一種才能過，那或者是說，這些遊程成本組合的時候，他必須要去精算每一個成本表的架構。

(A1-B1-4)

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

A5：其實剛講的專業知識就勝過於技能，其實在技能上，對我來說的認解，在國外第一個部分語言很重要，語言在旅遊產業鏈很重要的一環，主要原因是我們跟各個國家跟當地人的溝通，我們來看國內好了，國內我覺得有兩個語言很重要，第一個就是國語，第二個就是台語，因為很多在地的供應商，習慣用台語來溝通，這樣也才能拉近彼此關係，另外一個部分就是使用電腦，因為多數的旅遊商品都數位化，除了商品數位化，其實很多銷售平台都電商化，所以我覺得在電腦技能上面，使用上在職位上是蠻重要的，另外一個部分，如果是做國外，技能可能是機場的城市代碼或機場代碼很重要，有沒有開票過，知不知

道航空的流程，多久拿到機票會被取消，取消會被多拿多少取消費，甚至對於市場上觀光局發佈的旅行業的相關法規，相關需要洞悉，另外一個部分就是個性要外向，還是要接觸各大的供應商，如果關係越好，能夠取得的成本或是庫存相對來的容易，那今天發生客戶或緊急事故，這個 TP 也必須要有一定的解決問題能力。

編碼分析：

在技能上，對我來說的認解，在國外第一個部分語言很重要，語言在旅遊產業鏈很重要的一環，主要原因是我們跟各個國家跟當地人的溝通，我們來看國內好了，國內我覺得有兩個語言很重要，第一個就是國語，第二個就是台語；另外一個部分就是使用電腦，因為多數的旅遊商品都數位化，除了商品數位化，其實很多銷售平台都電商化，所以我覺得在電腦技能上面，使用上在職位上是蠻重要的；如果是做國外，技能可能是機場的城市代碼或機場代碼很重要，有沒有開票過，知不知道航空的流程，多久拿到機票會被取消，取消會被多拿多少取消費，甚至對於市場上觀光局發佈的旅行業的相關法規；以及發生客戶或緊急事故，這個 TP 也必須要有一定的解決問題能力。(A1-B2-5)

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

A6：在旅行業一定要散撥歡樂散撥愛，旅行業熱情很重要，再來是對於旅遊這

件事情有自己的主張，自己的態度，主張是你最能知道當要要怎麼玩，怎樣玩最好玩，你的旅客玩得不亦樂乎，我覺得這是對於工作態度的重要性。

編碼分析：

在旅行業一定要散撥歡樂散撥愛，旅行業熱情很重要；主張是你最能知道當要要怎麼玩，怎樣玩最好玩，你的旅客玩得不亦樂乎，我覺得這是對於工作態度的重要性。(A1-B2-6)

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

A7：人格特質的部分我覺得第一個要活潑開朗，很重要，因為他要散撥歡樂散撥愛帶開心給客人，那第二個部分他需要細心，具備很細節的成本控款，第三個部分需要有抗壓性，原因是在旅行社工作隨時 24 小時你都會有任何狀況會發生，例如說，疫情突發情況是在去年 1/26 除夕的時候，那時候大家都還在年夜飯，一個疫情退單近來，近乎是所有旅行社的同事，過年後都沒有好好過年，所以這抗壓性很重要，像我自己也是六日電話、會議都會隨時準備，那面對客人就是要有情緒管理，因為面對客人的負能量，也很快會爆發，另外一個部分，大家都說旅行社不是人幹的，所以需要相當刻苦耐勞，有時候薪酬沒有達到預期，那為什麼還留在這個產業，就是一種成就感跟工作熱情，我覺得應該蠻被支撐的，不然對很多社會新鮮人會有很多崇景跟夢想，想說可以玩，可以世處

去旅遊，其實不是，很多辦公室行政工作、會議，會有很多事情會消磨很多幻想，打會現實，很快就會讓社會新鮮人離開這個產業。

編碼分析：

人格特質的部分我覺得第一個要活潑開朗，很重要，因為他要散撥歡樂散撥愛帶開心給客人，那第二個部分他需要細心，具備很細節的成本控款，第三個部分需要有抗壓性，原因是在旅行社工作隨時 24 小時你都會有任何狀況會發生。(A1-B4-7)

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

A8：就如同剛剛說的樂觀開朗還是很重要，那在旅遊市場上我覺得最重要的是改變，你要每天接受工作上的不同改變，你才不會讓你的守舊，造成你的難關跟關卡，變什麼都不能做，就如同現在遇到疫情，我覺得改變很重要，因為現在操作旅遊跟疫情以前完全不一樣，如果還卡在疫情以前旅遊市場的崇景，會很難操作，現在疫情之後推出很多不同的玩法，比如說以前沒有的遊輪環島，飛機環島從松山、台中、高雄、金門離島等國內線 8 天 7 夜現在也都有了，另外一個部分是環島式美學列車，這都是在疫情之後所做的改變，如果沒有疫情，應該不太會出現在現在的旅遊市場上，面對工作上的挑戰，自己面對改變是最重要的，因為你要把改變轉變唯一的不變，才能創造出新的遊程、新的體驗、

新的商品，對客人才會有回朔跟回購。

編碼分析：

樂觀開朗還是很重要，那在旅遊市場上我覺得最重要的是改變，你要每天接受工作上的不同改變，你才不會讓你的守舊，造成你的難關跟關卡，變什麼都不能做，疫情之後所做的改變，如果沒有疫情，應該不太會出現在現在的旅遊市場上，面對工作上的挑戰，自己面對改變是最重要的，因為你要把改變轉變唯一的不變，才能創造出新的遊程、新的體驗、新的商品，對客人才會有回朔跟回購。(A1-B5-8)

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？

A9：在工作整合能力這關係到個人特質蠻重要的，自己要提升跟不同部門的人溝通，瞭解他才能夠有所幫助，另一部分公司給予的活動，平常細微的會議，彼此可以在上面溝通，這就是一種整合能力，這也攸關到人格特質，你也要願意跟別人溝通，才不會在自己的框框做事，也是因為跨過了部門之間的協調，才能夠做到整合，後續達到權責分工及分配，還是要在位階上有一定的能力，就一般基層來說要做到整合及分工分配相對比較有難度一點，除非公司賦予他專案，為了達到公司的目標，才會有分配跟分工的能力，相對透過專案類型來

達到公司的整合，就公司來看，最常使用到整合能力的就是政府標案，比方說某區域的活動季或活動節，他必須要達到多少 KPI、商品，這些商品又分為團體行程、自由行行程、高鐵行程、火車行程、單車行程，這樣的類別影響層面相當龐大，這時候想提升自己的工作整合能力，除了剛剛講的自我進修，配合公司教育訓練，更應該擔當專案的角色，給自己整合能力的提升。

編碼分析：

工作整合能力這關係到個人特質蠻重要的，自己要提升跟不同部門的人溝通，瞭解他才能夠有所幫助，另一部分公司給予的活動，平常細微的會議，彼此可以在上面溝通，這就是一種整合能力，這也攸關到人格特質，你也要願意跟別人溝通，才不會在自己的框框做事。(A1-B5-9)

Q10：對於職務會有哪些期待或期許？

A10：比較深層一點，對於每個人的期待跟期許不一樣，最終他還是只是一個工作，所以不外乎工作未來的發展性，以及薪酬比例有沒有成正比，我覺得這比較直觀的看法，要回到旅遊產品規劃師的期待或期許，其實就我現在做台灣，我更想做多主題性的遊程，比如說深度登山、露營、泳渡行程怎麼做，或者是日本深度旅遊怎麼做，想跨區跨主題來提升自己，或許這是另一層面的期待或期許，讓自己多層面的熟悉旅行社產品的業態。

工作分層來看，旅遊產品規劃師是上游，線控是屬於中游，OP 是屬於下游，業務及導遊領隊是直接服務客人，所以常常跟觀光相關科系的社會新鮮人說，在剛開始進旅行社面試可以入取，不外乎都是基層人員，要經歷過 OP、線控等職務才能勝任這個角色，所以才能夠達到 TP，但 TP 的門檻很高，他所要具備的技能跟當地的熟悉度，是需要專業的主張，晉升的部分其實不是主要，因為任何職務都有主管，OP 有 OP 主管，線控有線控主管，TP 有 TP 主管，晉升不是在於此職務內容，是如何在此職務如何做的精，做的深，並且剛所提有整合能力就能夠晉升，如果提到職能轉換，如 OP 到線控到 TP，就有點像你是財務之後想學行銷，這是循序漸進不同的工作職能，晉升不是依靠工作職能作為晉升。

編碼分析：

比較深層一點，對於每個人的期待跟期許不一樣，最終他還是只是一個工作，所以不外乎工作未來的發展性，以及薪酬比例有沒有成正比，我覺得這比較直觀的看法；回到旅遊產品規劃師的期待或期許，想跨區跨主題來提升自己，或許這是另一層面的期待或期許，讓自己多層面的熟悉旅行社產品的業態。

(A1-B5-10)

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

A11：旅遊產品企劃是在旅行社當中一個重要的角色，透過旅遊產品規劃師的認

證考試、學生的輔導，讓可以再進入產業的時候可以熟悉業界內容，那時候讀書的時候還沒有認證考試，學校比較重是樂園服務、訂票系統，更偏一點會注重飯店服務等，很少會在旅行業有產品企劃的部分，很少在課綱上或課程上的範疇，現在因為開始有遊程規劃師的內容出來之後，開始有旅行社作為接軌。

編碼分析：

旅遊產品企劃是在旅行社當中一個重要的角色，很少會在旅行業有產品企劃的部分，很少在課綱上或課程上的範疇，現在因為開始有遊程規劃師的內容出來之後，開始有旅行社作為接軌。(A1-C1-11)

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

A12：職務的特性的部分，就是旅遊要有主張，旅遊產品要有深度，包含人文深度、產業深度，甚至是體驗的內容及豐富性、特色性，最後的值回票價，讓客人選擇你，是這個職務的特性跟價值，可發揮的內容。

編碼分析：

職務的特性的部分，就是旅遊要有主張，旅遊產品要有深度，包含人文深度、產業深度，甚至是體驗的內容及豐富性、特色性，這個職務的特性跟價值，可發揮的內容。(A1-C1-12)

受訪者編碼：A2

受訪對象（性別、職位、年資）：男性、副理、11 年

訪談日期：110/05/20

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

A1：我認為的旅遊產品規劃師比較偏向於有業務底子，在做銷售的過程當中，去得到消費認為的旅遊方式，可能在於線控跟 OP 端的想法會是不一樣的，所以在第一線的銷售人員，比較得知消費者深層深度旅遊，這樣比較瞭解消費者的需求。

編碼分析：

旅遊產品規劃師比較偏向於有業務底子，在做銷售的過程當中，去得到消費認為的旅遊方式，比較得知消費者深層深度旅遊，這樣比較瞭解消費者的需求。(A2-A1-1)

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能？其專業職能之內涵為何？

A2：其實講到職能，只要喜歡旅遊、樂愛旅遊，平常都有在自己自由行規劃也好，都有在做功課，大部分都可以成為旅遊規劃師，我覺得最重要的職能，最重要學會怎麼銷售，在銷售的過程中，會學到溝通能力也好，一些幫消費者做

功課，一些車程距離、飯店等規劃，然後要傾聽消費者要的東西，在此職務的重要職能，比較能貼近市場需求。

編碼分析：

講到職能，只要喜歡旅遊、樂愛旅遊，平常都有在自己自由行規劃也好，都有在做功課，大部分都可以成為旅遊規劃師，銷售的過程中，會學到溝通能力也好，一些幫消費者做功課，一些車程距離、飯店等規劃，然後要傾聽消費者要的東西，在此職務的重要職能。(A2-A1-2)

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同？

A3：產品規劃師就像我剛提到的，本身有做到銷售的能力，轉變為產品規劃師，那跟 OP、線控人員定義有點不一樣，OP 就有點像做一些書面資料處理，如航空訂位、業務處理需求，及當業務及線控的橋樑，那線控的職責，就是幫公司管控產品線，但不一定有銷售能力，或許只是幫公司做行程控管及行程規劃，讓業務去銷售，當然這個部分要跟公司的核心價值比較雷同，因為每間公司的商品導向不太一樣，有些專門日本線，有些專門歐洲線，所以線控的角度上，也算是產品規劃師的一種，可是要做出比較符合市場需求的產品，有專門拉出來做旅遊產品規劃師，他可能會跟線控的性質不一樣。

而旅遊產品規劃師對於特殊性商品會比較著墨，因為現在的路線可能都踩

遍了，所以很多走深度旅遊，比如說因為疫情的關係，爬山路線或爬山的市場，以前會比較少涉略，現在在爬山跟露營會漸漸變多，深度旅遊要跟當地的導覽員合作，讓旅客能夠深度瞭解當地的生活體驗。

編碼分析：

產品規劃師就像我剛提到的，本身有做到銷售的能力，轉變為產品規劃師，那跟 OP、線控人員定義有點不一樣，OP 就有點像做一些書面資料處理，如航空訂位、業務處理需求，及當業務及線控的橋樑，那線控的職責，就是幫公司管控產品線，但不一定有銷售能力，或許只是幫公司做行程控管及行程規劃。

而旅遊產品規劃師對於特殊性商品會比較著墨，因為現在的路線可能都踩遍了，所以很多走深度旅遊，比如說因為疫情的關係，爬山路線或爬山的市場，以前會比較少涉略，現在在爬山跟露營會漸漸變多，深度旅遊要跟當地的導覽員合作，讓旅客能夠深度瞭解當地的生活體驗。(A2-A1-3)

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

A4：第一個專業知識，對於旅遊商品要夠瞭解，平常公司會安排踩線的旅遊，要常常更新，媒體的旅遊資訊要常涉略，最重要的專業知識，跟客戶的需求傾聽，即便你瞭解再多的旅遊市場，不知道賣給誰也沒用。

必須要規劃出每個消費者及企業行號所要的一個商品，每間公司給客戶的商品

每一年都是不一樣的，希望在旅遊途中也可以學到一些知識，除了旅遊之外也希望得到不一樣的啟發。

編碼分析：

專業知識對於旅遊商品要夠瞭解，要常常更新，媒體的旅遊資訊要常涉略，最重要的專業知識。(A2-B1-4)

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

A5：我覺得基本上每一個人都可以當旅遊規劃師，最重要的技能就是要先學會做銷售，我覺得銷售會佔整間公司很重要的比例角色，需要有業務的底子，這個職務技能可以在工作中學習，如果你很會跟客人溝通、商談、聊天或是笑容滿面會是在職場上很加分的舉動。

對於旅遊產品規劃師中，也相對具備基本的訂位能力，基本上都要會，如何查詢航班，如何查詢時刻表，不一定在規劃師上面就執著規劃行程上面，必須要瞭解公司每個部門所做的工作是什麼，才能發揮工作上的效率，當規劃出上品也要後端幫你上架、行銷、銷售，這些都是行銷部門需要幫你協助的部分。

當然如果你喜歡旅遊，不代表是所有地方都去過，世界那麼大不可能去那麼多地方，所以這部分在職場的教育就蠻重要的，定期都會舉辦導遊領隊的上課，我覺得說導遊領隊都有實務上的經驗，所以他的每個角度都不太一樣，所以他

所要帶給你層面又是不一樣，所以當旅遊規劃師就是需要全方面都瞭解導遊領隊的立場，跟所設計出的商品是否有媒合，不可能你設計出的商品對於導遊領隊來說是有問題的，所以必須要瞭解導遊領隊需要的產品內容。

編碼分析：

我覺得基本上每一個人都可以當旅遊規劃師，最重要的技能就是要先學會做銷售，我覺得銷售會佔整間公司很重要的比例角色；對於旅遊產品規劃師中，也相對具備基本的訂位能力，基本上都要會，如何查詢航班，如何查詢時刻表，不一定在規劃師上面就執著規劃行程上面。(A2-B2-5)

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

A6：我覺得上班一定要開心，不外乎第一線的人員產品需要帶給消費者何種心情，你的工作態度就蠻重要的，然後很輕鬆地看待這份工作，畢竟我們賣的是一個開心的商品，所以工作的態度就是每天心態上要很放鬆，要深入其中在旅遊的氛圍裏面。

編碼分析：

上班一定要開心，不外乎第一線的人員產品需要帶給消費者何種心情，你的工作態度就蠻重要的，然後很輕鬆地看待這份工作。(A2-B3-6)

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

A7：其實每個人都蠻適合的，因為每個人都有旅遊上的經驗，指是說能不能有能力分享給消費者，就像平常吃到好吃的會分享，去到不錯的景點會跟好朋友說還不錯，風景很漂亮，所以人格特質的部分，我覺得你懂得樂於分享，你在這份工作上面，會比較容易勝任。

編碼分析：

人格特質的部分，我覺得你懂得樂於分享，你在這份工作上面，會比較容易勝任。(A2-B4-7)

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

A8：必須要求新求變又要貼合市場，在旅遊產品規劃師上面，我覺得你的創意也蠻重要的，除了本身去踩線之外，還要去市場上的區隔，怎麼做市場上的開發，去面對不同的心情跟心態，比如說我不喜歡爬山，我比較熱愛露營，但在產品師身上就要具備我喜歡爬山也喜歡露營，我也必須樂愛自由行、跟團或當地的旅遊，浮淺也好，腳踏車旅遊也好，其實規劃師身上你必須要都喜歡，你才能在產品上多元豐富。

編碼分析：

必須要求新求變又要貼合市場，在旅遊產品規劃師上面，我覺得你的創意

也蠻重要的，除了本身去踩線之外，還要去市場上的區隔，怎麼做市場上的開發，去面對不同的心情跟心態。(A2-B5-8)

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？

A9：其實現在很多公司都有把工作職務做一些區隔，比方說業務單位就是負責找客人銷售，OP 單位就是把客人的訂單做行政處理，如訂房、訂票、特殊餐食，這都是 OP 的內部工作，線控的職責就是把好的商品端出來給業務銷售，那在每一個權責分配上，每一個從業人員都必須要瞭解每個部門所負責的工作，這樣才能知道我把問題丟出來，知道要找誰處理，讓事情及效率能更極大化，無法瞭解 OP 及線控的職能，那可能在問題上會難解決。

編碼分析：

公司都有把工作職務做一些區隔，比方說業務單位就是負責找客人銷售，OP 單位就是把客人的訂單做行政處理，如訂房、訂票、特殊餐食，這都是 OP 的內部工作，線控的職責就是把好的商品端出來給業務銷售，知道要找誰處理，讓事情及效率能更極大化，無法瞭解 OP 及線控的職能，那可能在問題上會難解決。(A2-B5-9)

Q10：對於職務會有哪些期待或期許？

A10：其實產品規劃師的部分，未來其實有很大的方向可以做改變，還是要看公司產品規劃師的方向是哪個導向，因許多公司已經有郵輪上的旅遊或疫情的關係有需多健行爬山的行程，開始做不一樣的開發，所以產品規劃師的鼻子要很靈，市場導向往個方向，提供給公司，讓公司由消費者導向需求，不要侷限指做出什麼樣的範圍，畢竟不管國內外的旅遊，講國內好了，有些旅遊行程其實百年不變，那就是規劃師存在的價值，如何在百年不變的行程再去轉為求新求變這是比較重要的。

編碼分析：

產品規劃師的部分，未來其實有很大的方向可以做改變，有些旅遊行程其實百年不變，那就是規劃師存在的價值，如何在百年不變的行程再去轉為求新求變這是比較重要的。(A2-B5-10)

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

A11：我覺得從以前的紙本銷售到網路銷售，甚至到現在的漸漸的多媒體銷售，現在很多旅行社會自行拍片或跟 youtube 合作，這個部分在求新求變，接下來對於銷售端面對面的銷售會有影響，慢慢的往網路上發展，所以網頁上的業面呈現導向，會比較來的重要，現在網路發達，門市銷售人員漸漸的也會被取代，

如果旅遊產品規劃師要在多媒體上多著墨，可能在產品本身比較有機會殺出一條血路。

編碼分析：

現在很多旅行社會自行拍片或跟 youtube 合作，這個部分在求新求變，接下來對於銷售端面對面的銷售會有影響，慢慢的往網路上發展，如果旅遊產品規劃師要在多媒體上多著墨，可能在產品本身比較有機會殺出一條血路。

(A2-C1-11)

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

A12：我覺得他的工作性質跟線控有點像，但他要跳脫目前線控所無法看到的市場，因為很多線控不一定是業務出身，可能一開始由只有接任此職位，所以怎麼學會規劃行程、成本估算、報價、風險管理等，在這個產品規劃師有可能是資深業務轉變為產品規劃師，跟線控的角度又有些區別，如果在公司有需要發展旅遊產品規劃師，可以從業務的角度去發展，讓他有升遷的管道或在職務上有求新求變的話，在業務人員或公司都能夠創造出更多的產品，因在每個員工其實都想多一點挑戰，如果有此機會其實公司可以考慮這方面的職能發展。其實員工有很多的想法，只要樂於提供出來，公司也會願意接受員工的建議，

然後提供好的產品給業務端銷售。

編碼分析：

我覺得他的工作性質跟線控有點像，但他要跳脫目前線控所無法看到的市場，因為很多線控不一定是業務出身，可能一開始由只有接任此職位，所以怎麼學會規劃行程、成本估算、報價、風險管理等，在這個產品規劃師有可能是資深業務轉變為產品規劃師。(A2-C1-12)

受訪者編碼：A3

受訪對象（性別、職位、年資）：女性、副理、22年

訪談日期：110/05/27

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

A1：旅遊產品規劃師跟業務性的差異性，其實說性質，他們兩者之間都必須存在，旅遊產品規劃師也要有銷售的概念跟能力，才有辦法符合市場趨勢跟潮流，如果你排出來的行程是千篇一律的，得不到銷售端的青睞，就沒有旅遊產品規劃師存在的意義。

編碼分析：

旅遊產品規劃師也要有銷售的概念跟能力，才有辦法符合市場趨勢跟潮流，如果你排出來的行程是千篇一律的，得不到銷售端的青睞，就沒有旅遊產

品規劃師存在的意義。(A3-A1-1)

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能?其專業職能之內涵為何?

A2：專業職能第一行程路線基本的概念，地理方位基本的概念，以及成本，產品規劃師第一個就是要產品要賣多少錢才有吸引力，你要推銷線下符合潮流，比如說年請人所喜歡的，舉例來說 IG 網紅，我們為什麼要推 IG 網紅的產品，因為主打年輕客群，還有親子，老少咸宜的，怎麼去規劃這些產品，應該要有洞悉的能力及觀察力要足夠，市場上產品推得快推得動。

文書處理能力上可能不需要那麼的強，因為現階段公司都有網頁設計的系統，以及有專業設計的視覺，在各大旅行社都有資訊人員在設計網頁，在文書處理能力可以不需要那麼專精，只要基本的 Office 就可以了，然後溝通能力跟撰寫文章不能太弱，要有一定的層度在，因為要寫文案，文案提出去要給網頁設計師，就可以設計出美美的網頁，客人看到了就是專業的包裝過的文案，那這個部分由行銷企劃單位負責，會有跟旅遊產品規劃師有區隔，但在早期在沒有產品規劃師這個職務之前，是一個人負責工作，因目前網頁架設太過於頻繁，會有很多這個區塊，會獨立出來，規劃師就專精在規劃行程上面，想怎麼樣的產品能夠推動，能夠賺錢，業務端能夠銷售，客人可以青睞你的產品，各大旅行社就會把產品規劃師專業放在規劃行程上面，而不是上架或製圖等等方面，過

去曾經有去學繪圖架設網頁的，基本上都自己去開旅行社了，他的能力已經足夠自行開立，但目前大公司都是分工，只有分工才能夠量化。

編碼分析：

專業職能第一行程路線基本的概念，地理方位基本的概念，以及成本，產品規劃師第一個就是要產品要賣多少錢才有吸引力，你要推銷線下符合潮流，怎麼去規劃這些產品，應該要有洞悉的能力及觀察力要足夠，市場上產品推得快推得動。在文書處理能力可以不需要那麼專精，只要基本的 Office 就可以了，然後溝通能力跟撰寫文章不能太弱，要有一定的層度在，因為要寫文案。
(A3-A1-2)

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同？

A3：職務性質的區分，在公司內俗稱線控，在線控部門會有三個職位，除了線控之外，還有團控，再來才是 OP，會有區分這三個，第一、線控就是旅遊產品規劃師，在我們公司的旅遊產品規劃師就是線控，就是設計產品、行程路線跟售價，以及把產品跟業務端、行銷端做一個連結，這個是放在旅遊產品規劃師，第二、團控就是當團進來的時候，你要去控所有的機位數、房數跟人數，這個是團控在做設定，第三、OP 做什麼，OP 訂單進來的時候要去入名單，做小細節，旅行社細節文書方面非常多，比如說光開票、入名單、做行前的說明會資

料，成本管控之後，必須要有成本的單據，要跟會計部門做核銷，公司希望旅遊產品規劃師專心的做規劃，而不要被行政事務而分神。

編碼分析：

職務性質的區分，在公司內俗稱線控，在線控部門會有三個職位，除了線控之外，還有團控，再來才是 OP，會有區分這三個，第一、線控就是旅遊產品規劃師，在我們公司的旅遊產品規劃師就是線控，就是設計產品、行程路線跟售價，以及把產品跟業務端、行銷端做一個連結，這個是放在旅遊產品規劃師，第二、團控就是當團進來的時候，你要去控所有的機位數、房數跟人數，這個是團控在做設定，第三、OP 做什麼，OP 訂單進來的時候要去入名單，做小細節，旅行社細節文書方面非常多。(A3-A1-3)

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

A4：專業知識第一個就是以設計這個國家，以香港來說，必須要以香港的風俗民情要有相關瞭解，才有辦法寫出相關的內容，還有台灣的人的個性，能否接受這個國家的認同感，要怎麼寫出台灣人對國家的認同感，就是他所要具備的專業知識。

編碼分析：

專業知識第一個就是以設計這個國家，還有台灣的人的個性，能否接受這

個國家的認同感，要怎麼寫出台灣人對國家的認同感，就是他所要具備的專業知識。(A3-B1-4)

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

A5：第一個一定要有方向的概念，需要具備溝通能力之外，行程的方位一定要有，排序能力必須要有，成本的控管，數字的概念他必須要有。

國外的部分都會交由國外的旅行業者來做管控，相對來說他很多時間只要發號施令，他不用親自去瞭解，譬如說車程要時間多久，這個景點到這個景點時間需要多久，要停留多久，他不用精心去排序這些時間，相對國內的規劃師，就必須要自己做，因為沒有人幫你做，如果是控國外的這個細節就可以跳過，就像早期我們在控大陸線，就以西藏線來講，只要跟當地的旅行業說我要往北走或往南走，往南一條產品，往北一條產品，我要從哪個地方進，如何去區分產品而降低成本，給當地的旅行社，細節的部分都可以做好，主要還是需要具備交際手腕，至於語言還不那麼重要，因為會接洽的通常都懂中文。

編碼分析：

第一個一定要有方向的概念，需要具備溝通能力之外，行程的方位一定要有，排序能力必須要有，成本的控管，數字的概念他必須要有。如何去區分產品而降低成本，給當地的旅行社，細節的部分都可以做好，主要還是需要具備交際

手腕，至於語言還不那麼重要，因為會接洽的通常都懂中文。(A3-B2-5)

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

A6：工作態度不只是旅遊產品規劃師，不管在哪個職務，對於工作的認同感跟熱誠必須要有的，與同事之前你態度和緩一點、平順一點，同事之間才能夠融洽，因為旅行社整個產業來說，他是一個團隊，你必須要有團隊精神，如果沒有團隊精神一個人是做不來的。

編碼分析：

對於工作的認同感跟熱誠必須要有的，與同事之前你態度和緩一點、平順一點，同事之間才能夠融洽，他是一個團隊，你必須要有團隊精神，如果沒有團隊精神一個人是做不來的。(A3-B3-6)

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

A7：當然屬於比較開朗，必須要能夠健談，在溝通跟表達能力要相對比較好，當你夠通能力佳，親切度足夠在團隊中都不難相處。

編碼分析：

屬於比較開朗，必須要能夠健談，在溝通跟表達能力要相對比較好，當你夠通能力佳，親切度足夠在團隊中都不難相處。(A3-B4-7)

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

A8：旅遊業必須要有學無止盡的心態，因為即便這個國家在怎麼熟悉，不清楚的東西還是非常的多，當然第一個語言的問題，他多瞭解那個國家的語言，他會比別人更強大，但因為現在有太多的代理商可以解決這個語言的問題，語言的問題可以克服沒有錯，你比別人多懂語言，在克服任何問題就會比別人快一點，所以在心態上，我覺得要掛著學無止境的心態。

編碼分析：

旅遊業必須要有學無止盡的心態，因為即便這個國家在怎麼熟悉，不清楚的東西還是非常的多，多瞭解那個國家的語言，他會比別人更強大，你比別人多懂語言，在克服任何問題就會比別人快一點，所以在心態上，我覺得要掛著學無止境的心態。(A3-B5-8)

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？

A9：分權分工的部分，在公司的部分就會分類出來，但這真的需要蠻有智慧有EQ的職位，他其實是個頭，是個主管，他底下有OP及團控，權責分配的部分工作，當你的OP或團控發生細節的誤差，能不能有包容心，是否能夠扛得住責

任，這就是他所要有具備的條件。

編碼分析：

在公司的部分就會分類出來，但這真的需要蠻有智慧有 EQ 的職位，他其實是個頭，是個主管，他底下有 OP 及團控，權責分配的部分工作，當你的 OP 或團控發生細節的誤差，能不能有包容心，是否能夠扛得住責任，這就是他所要有具備的條件。(A3-B5-9)

Q10：對於職務會有哪些期待或期許？

A10：期待肯定會有的，我會想去攝取其他的線路，而不是綁在單一的線路上，又回到學無止盡的狀況，當你學習得越多，就更能夠駕親就熟。

公司肯定會給目標及期許，會放旅遊規劃師身上比重比較重，對旅遊業來講是靈魂人物，產品能不能賺錢除了業務就是規劃師，他提出多少產品，能不能賺錢都是由規劃師扛，賺錢的時候我們公司會給予獎勵，當然還是有懲罰但獎勵會減少，還是有設定 KPI。

編碼分析：

期待肯定會有的，我會想去攝取其他的線路，而不是綁在單一的線路上，又回到學無止盡的狀況，當你學習得越多，就更能夠駕親就熟。(A3-B5-10)

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

A11：我覺得有設立規劃師來說，他的產品量肯定比別人多，他可以以量制價，他的量出來的時候，就可以跟航空公司談機位，有機會就會有錢賺，沒機位就沒有辦法談，所以他的影響是非常的巨大的。

目前中小型企業紛紛設立旅遊規劃師，其實不外乎就是想衝量，量上來相對的營業額跟毛利也會有所提升。

編碼分析：

我覺得有設立規劃師來說，他的產品量肯定比別人多，他可以以量制價，中小型企業紛紛設立旅遊規劃師，其實不外乎就是想衝量，量上來相對的營業額跟毛利也會有所提升。(A3-C1-11)

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

A12：他如果要發揮職務的最大化，他能夠要寫出完整的文案，還要具備推廣的能力，更要具備跟航空公司的接洽能力，同業之間關係的拉攏，以及跟同事之間關係的親近，就算設計在好的產品，航空公司及同業或者同事不相挺，產品就無法達標，這是環環相扣的事情，就會做得非常辛苦。

編碼分析：

他如果要發揮職務的最大化，他能夠要寫出完整的文案，還要具備推廣的能力，更要具備跟航空公司的接洽能力，同業之間關係的拉攏，這是環環相扣的事情(A3-C1-12)

受訪者編碼：A4

受訪對象（性別、職位、年資）：男性、領隊兼業務、18年

訪談日期：110/05/27

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

A1：以 10 幾年的工作經驗來說，比較少遇到名義上的旅遊產品規劃師，但是在同業中也瞭解這方面的性質，職務比較像是線控的工作，線控的工作不外乎就是拿機位、拿飯店、拿旅遊資源，旅遊規劃師除了要做規劃行程，要考量到成本及旅遊資源的適用性，還有一些客戶導向譬如說客制化行程。

編碼分析：

職務比較像是線控的工作，線控的工作不外乎就是拿機位、拿飯店、拿旅遊資源，旅遊規劃師除了要做規劃行程，要考量到成本及旅遊資源的適用性，還有一些客戶導向譬如說客制化行程。(A4-A1-1)

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能？其專業職能之內涵為何？

A2： 他的專業職能必須要熟悉每一個產品線的價格，因為他需要計算成本，再來他需要取得供應商的管道，譬如說泰國的 local，多間如何去取捨，哪一間對於產品線來說是最有優勢的，規劃能力之外還需要有談判技巧，因為對到供應商、客戶或是航空公司人員，他需要去拿機位，這都是要心理的戰術才能符合到客人的需求，雖然看起來光鮮亮麗的抬頭，但並非是一件簡單的工作。

他的專業職能需要比較廣泛，可以說是包山包海，從小到 OP 到線控都必須要有一定的知識。

編碼分析：

專業職能必須要熟悉每一個產品線的價格，因為他需要計算成本，再來他需要取得供應商的管道；規劃能力之外還需要有談判技巧，因為對到供應商、客戶或是航空公司人員，他需要去拿機位，這都是要心理的戰術才能符合到客人的需求。(A4-A1-2)

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同?

A3： 他的定位其實有點像是產品經理加上行銷企劃及數據分析師，所以一般傳統的公司，線控就是弄機位、弄飯店，業務就是接單，OP 就是整理旅客資料，都分得很清楚，旅遊規劃師的部分還需要具備分析能力，可能需要學會收尋引擎的熱點，或者用關鍵字連結找出貼近客戶的需求，基本上需要涵蓋多元媒體

的應用，除了剛所提的熱點以外，還要利用社群媒體，利用社群媒體與客戶做連結，這樣才能在這數據化的時代，建立客戶黏稠度，所以用到社群軟體他的後台也必須要學會管理，把資料轉化為資訊，建立有用的遊程規劃。

編碼分析：

他的定位其實有點像是產品經理加上行銷企劃及數據分析師，所以一般傳統的公司，線控就是弄機位、弄飯店，業務就是接單，OP 就是整理旅客資料，都分得很清楚，旅遊規劃師的部分還需要具備分析能力，可能需要學會收尋引擎的熱點，或者用關鍵字連結找出貼近客戶的需求，基本上需要涵蓋多元媒體的應用。(A4-A1-3)

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

A4：專業的知識，旅遊產品的元素他要懂得去收集及研發，包裝後行銷，整個流程跑完還需要做市場分析，還有剛剛提到的需要跟供應商談判，價格調查最後簽約，還有需要一些危機處理，譬如說航空公司倒了，怎麼找到替代的方案，再來就是內部要學會溝通，像其他產品部門或業務部門做協調，都是不可或缺的能力。

編碼分析：

旅遊產品的元素他要懂得去收集及研發，包裝後行銷，整個流程跑完還需

要做市場分析。(A4-B1-4)

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

A5：技能的話，首先我覺得需要彈性的應變能力，應變能力非常重要，因為旅行社常見的就是變數，再來是覺得在這新的世代，要有創新開放的頭腦，然後要保持一個好期的新，學習新的知識，再來的話，因為目前比較沒有大團的遊客團，可能很是屬於 mini tour 的方式，所以帶團技巧說故事的能力，看是看不起的景點，透過說故事的方式，呈現再遊客面前。

編碼分析：

我覺得需要彈性的應變能力，應變能力非常重要，因為旅行社常見的就是變數；另外帶團技巧說故事的能力，看是看不起的景點，透過說故事的方式，呈現再遊客面前。(A4-B2-5)

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

A6：態度的話，我覺得要樂觀正面一點，因為我們這個行業的話，常常會有挫折，所以壓力來講，保持正向一點，會比較輕鬆，再來就要跟團隊合作，後面有很多後勤資源，都是很重要的一環，譬如說，你可能要送客戶贈品，那贈品的品質再出發前就要確認好，所以還是要保持積極樂觀進取的態度。

編碼分析：

我覺得要樂觀正面一點，因為我們這個行業的話，常常會有挫折，所以壓力來講，保持正向一點，會比較輕鬆。(A4-B3-6)

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

A7：人格特質的部分，反應要快，態度要積極

編碼分析：

反應要快，態度要積極。(A4-B4-7)

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

A8：我是覺得心態上面，就是每一次客人丟給你的難題都要當做一次試驗，當作是一個修練磨練，有時候覺得是個奧客或台灣鯛，但看是不合理的要求，可能我們也是試圖去找客戶的需求並且去解決，更能贏得客戶的期待。

編碼分析：

我是覺得心態上面，就是每一次客人丟給你的難題都要當做一次試驗，看是不合理的要求，可能我們也是試圖去找客戶的需求並且去解決，更能贏得客戶的期待。(A4-B5-8)

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，

達到職務分工及權責分配?

A9：首先我覺得整合能力要擴展的話，應該是語文能力或像英文或是日文等，像有一年被公司派去瑞士參加供應商大會，所有供應商都是用英文溝通，如果沒有語言能力，公司可能不會外派職務承擔責任，所以語言是蠻必備的條件。

OP 跟線控人員需要負責機位跟飯店，當然還要有交通車的接送跟餐食的部分，雖然比較其次，還是很重要。

編碼分析：

我覺得整合能力要擴展的話，應該是語文能力或像英文或是日文等，如果沒有語言能力，公司可能不會外派職務承擔責任，所以語言是蠻必備的條件。

(A4-B5-9)

Q10：對於職務會有哪些期待或期許?

A10：我是覺得旅遊產品規劃師，還要擴展異業合作的整合，舉個例子，我們公司推登山健行瑞士團，可以看得到的商機就是找國內三頂鳥做異業結盟，好處是可以減少一部份的成本，例如 DM 的部分可能跟三頂鳥結合文案可能可以下降 50%，如有說明會的時候，可以邀請三頂鳥做說明山上的裝備，如有專業的介绍，客人也比較信任，如客戶有購買裝備也可以回饋給旅客，這異業合作可以創造三贏，旅行社、廠商及旅客都可以有收穫。

在對於旅遊產品規劃師而言，就是可以開發不同產品及多樣性，如剛剛所說接觸不同產品可以與異業同盟，這或許也是對於職務上的成長。

編碼分析：

我是覺得旅遊產品規劃師，還要擴展異業合作的整合，就是可以開發不同產品及多樣性，如剛剛所說接觸不同產品可以與異業結盟，這或許也是對於職務上的成長。(A4-B5-10)

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

A11：這個職位其實是非常有潛力的，但目前主要都是由大旅行社設立居多，主要是因為需要收集較多的數據分析，瞭解產業的趨勢，主要大旅行社比較多資源可以運用，如果小旅行社需要此職務，其實只要具備良好的學習態度及資料收集能力，其實也可以勝任這份職務。

編碼分析：

這個職位其實是非常有潛力的，但目前主要都是由大旅行社設立居多，主要是因為需要收集較多的數據分析，瞭解產業的趨勢，主要大旅行社比較多資源可以運用。(A4-C1-11)

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應

有的職務特性？

A12：職務要完美發揮，必須要善用資源，必須要精益求精，都不能因為去年的行程非常成功就沿用去年，每一年的機會都要與客戶溝通，隨時求新求變，此職務的價值才能勝任，自己也才有進步的空間，繼續放大自我價值。

編碼分析：

職務要完美發揮，必須要善用資源，必須要精益求精，隨時求新求變，此職務的價值才能勝任，自己也才有進步的空間，繼續放大自我價值。(A4-C1-12)

受訪者編碼：A5

受訪對象（性別、職位、年資）：男性、遊程規劃理事長、25年

訪談日期：110/05/28

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

A1：旅遊產品規劃師主要就是做公司的產品，沒有產品就沒有辦法販售，就很像一個餐廳會聘廚師來料理，廚師會開出菜單，然後做出不同的產品，這樣才有東西可以賣，旅遊產品規劃師就是這個角色，他可以做固定性質的產品也可以做客制化的商品。

編碼分析：

旅遊產品規劃師主要就是做公司的產品，沒有產品就沒有辦法販售，他可

以做固定性質的產品也可以做客制化的商品。(A5-A1-1)

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能?其專業職能之內涵為何?

A2：專業職能的部分，需要旅遊景點路線的開發，還要有成本的分析，還有瞭解業務端或旅客端的需求，貼近消費者的市場需求。

編碼分析：

專業職能的部分，需要旅遊景點路線的開發，還要有成本的分析，還有瞭解業務端或旅客端的需求，貼近消費者的市場需求。(A5-A1-2)

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同?

A3：通常台灣的旅行社，3000 多家裡面有三分之二都是中小型的甲種旅行社，甲種旅行社通常員工人數都在 15 個人或 10 人以下，有時候就沒有區分得非常清楚，有時候做產品企劃也要兼做業務，有一部分兼做業務還要兼做領隊導遊，就是一條龍從頭做到尾，很多中小型旅行社都是這樣，那有 2、3 百家比較大型的旅行社，就會有職務上的區分，就會分東北亞的是一組人，東南亞是一組人，大陸港澳是一組人，歐美路線又是一組人，甚至韓國也會一組人，在組別中，也會搭配該線的線控人員及 OP 人員。

編碼分析：

通常台灣的旅行社，3000 多家裡面有三分之二都是中小型的甲種旅行社，甲種旅行社通常員工人數都在 15 個人或 10 人以下，有時候就沒有區分得非常清楚，有時候做產品企劃也要兼做業務，有一部分兼做業務還要兼做領隊導遊，就是一條龍從頭做到尾，很多中小型旅行社都是這樣。(A5-A1-3)

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

A4：對於規劃的旅遊景點，當地的地理環境、歷史背景或旅遊體驗的內容，導遊帶團如何導覽，需要多少成本，成本的分析非常需要，然後還要當地的接待業者，這個體驗區或遊覽區需要接待的廠商，稱為旅遊服務元件，這些元件供應商跟他們的接洽溝通。

編碼分析：

對於規劃的旅遊景點，當地的地理環境、歷史背景或旅遊體驗的內容，導遊帶團如何導覽，需要多少成本，成本的分析非常需要，然後還要當地的接待業者，這個體驗區或遊覽區需要接待的廠商，稱為旅遊服務元件。(A5-B1-4)

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

A5：應該是說你要能夠在短的時間內包裝出產品，並解具備創新跟創意在裡面，要會行銷就要會有創意的概念。

編碼分析：

在短的時間內包裝出產品，並解具備創新跟創意在裡面，要會行銷就要會有創意的概念。(A5-B2-5)

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

A6：能夠接受新的事物，因為要開發新的景點跟路線，能夠接受新的體驗，可以積極事務性的挑戰。

編碼分析：

能夠接受新的事物，因為要開發新的景點跟路線，能夠接受新的體驗，可以積極事務性的挑戰。(A5-B3-6)

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

A7：要能夠善於溝通，能夠善於表現，然後文書的撰寫能力，文案撰寫能力要比較好。

編碼分析：

要能夠善於溝通，能夠善於表現，然後文書的撰寫能力，文案撰寫能力要比較好。(A5-B4-7)

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

A8：應該就是能夠克服目前的困難，很多時候面對顧客的需求或業務的要求，然後要做的產品需要很多的變化，依照旅客的需求常常去做調整，並且隨機應變，面對挑戰。

編碼分析：

能夠克服目前的困難，很多時候面對顧客的需求或業務的要求，然後要做的產品需要很多的變化，依照旅客的需求常常去做調整，並且隨機應變，面對挑戰。(A5-B5-8)

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？

A9：一個遊程規劃的產品製作的主管，有點像餐廳的主廚，就要分配底下的員工什麼職位，負責那些程序，職務跟資源的分配，分權分工在有效的執行及串連。

編碼分析：

一個遊程規劃的產品製作的主管，要分配底下的員工什麼職位，負責那些程序，職務跟資源的分配，分權分工在有效的執行及串連。(A5-B5-9)

Q10：對於職務會有哪些期待或期許？

A10：因為旅遊業是一個瞬息萬變的行業，你要面對的旅客也要面對非常多的客源，你要不斷的累積自己的專業知識，不可能一下子就停下來了，不斷的精進自己的知識，然後瞭解市場的趨勢、客戶的需求，然後在旅遊供應商，各地方的旅遊景點、旅遊供應商都會出現變化，有些倒閉的，有些新的景點，有些漲價了，景點裡面的體驗內容，甚至旅館的價格做了改變，有很多的變動，那不可能用固定的模式工作，要常常調整，心態要開放，要容納很多的知識，容納隨時很多局勢的變化，像人家講學無止盡一樣。

編碼分析：

因為旅遊業是一個瞬息萬變的行業，你要面對的旅客也要面對非常多的客源，你要不斷的累積自己的專業知識，不斷的精進自己的知識，然後瞭解市場的趨勢、客戶的需求，在旅遊供應商，各地方的旅遊景點、旅遊供應商都會出現變化，有些倒閉的，有些新的景點，有些漲價了，景點裡面的體驗內容，甚至旅館的價格做了改變，有很多的變動，那不可能用固定的模式工作，要常常調整，心態要開放，要容納很多的知識，容納隨時很多局勢的變化，像人家講學無止盡一樣。(A5-B5-10)

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

A11：一定會有影響，如有做出新的產品或新的路線，在業務或 OP 都要共同的

學習，今天做了一個產品出來，業務要能夠銷售或解釋產品的特色，行程的優點，所以有時候新產品都要有一些部門主管同仁要一起學習進步，所以規劃產品要讓同仁知道如何銷售，如何跟客人解說，甚至領隊導遊在帶團時該如何操作，大家都要一同的進步。

如果就產品規劃師的職務中，本身有豐富的帶團經驗或者是比較常帶團，對於他開發產品來說會有幫助，能夠在外面勘查會比較好，因為職務的關係，很多時候做產品是很花時間的，那不能夠長時間在外面帶團，所以這兩個職務會有一點衝突，所以大部分大型的旅行社會把導遊領隊跟旅遊規劃師劃得很清楚，因為領隊是沒有領公司的底薪，要帶團才会有收入，這比較不會造成薪水的負擔，如果是旅遊產品規劃師，公司是要付薪水的，所以這兩個比較不一樣，如果中小型旅行社，員工可能 10 個人以內，甚至兩夫妻兼一個會計就開旅行社，這很有可能就會產品企劃兼銷售，以兼領隊導遊帶團，有一部分的大型旅行社為了讓產品部進步，偶爾也會讓他們去帶團或者是踩線，那回來還是必須跟 OP 人員、線控做討論，畢竟關係到成本控管及路線的車程距離控管。

編碼分析：

一定會有影響，如有做出新的產品或新的路線，在業務或 OP 都要共同的學習，今天做了一個產品出來，業務要能夠銷售或解釋產品的特色，行程的優點，所以有時候新產品都要有一些部門主管同仁要一起學習進步，所以規劃產品要

讓同仁知道如何銷售，如何跟客人解說，甚至領隊導遊在帶團時該如何操作，大家都要一同的進步。(A5-C1-11)

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

A12：所以有些大的旅行社會有業績壓力，譬如說你開發這幾條旅遊產品，放在業務端去銷售，到最後可以算得出你的產品業績是如何，可以設定一個門檻跟目標，所以做的產品不見得要很多，最重要是銷不銷售的出去，如果設計一堆新的產品，但叫好不叫座，也沒有辦法，所以要經得起市場的考驗，所以產品要做的精準，就像開麵包店，一個麵包師傅一天出爐很多麵包，但有些就是賣不出去，就要趕快調整方向，應該是說每一個旅遊產品規劃師要發揮他實質的效益，每一個人的人均產值要發揮出來，有一個狀況是發生在業務部門比較薄弱造成產品銷售達不到目標，有些是產品本身就有問題，不是消費者喜歡的，旅行社還是會考慮一點，產品的毛利率如何，很多產品的毛利率很高，旅行社當然比較喜歡，單有些毛利率低的，旅行社竟量不做毛利率低的產品，所以還是要有所考量，要有毛利率高的產品主要要有獨特性的商品，市場上競爭者也比較低，如果都賣既有的就利潤比較低。

編碼分析：

旅行社會有業績壓力，譬如說你開發這幾條旅遊產品，放在業務端去銷售，到最後可以算得出你的產品業績是如何，可以設定一個門檻跟目標，所以做的產品不見得要很多，最重要是銷不銷售的出去，如果設計一堆新的產品，但叫好不叫座，也沒有辦法，所以要經得起市場的考驗。(A5-C1-12)

受訪者編碼：A6

受訪對象（性別、職位、年資）：男性、經理、35 年

訪談日期：110/05/31

Q1：「旅遊產品規劃師」此職位的工作性質定義為何？

A1：我先把這個職位的啟程先述說一下，就像 OP 人員可能在排定行程就會覺得讓導遊領隊會有一點不順暢，後來有一些公司就把公司裡面的專任領隊或導遊，出去國內或國外把行程都走一遍，對於行程的敏感度或客戶的反應度，對於遊程的地方好不好，會比較瞭解狀況，後來公司就會安排導遊領隊來規劃這部分的產品，這是比較小型的旅行的規模會是這樣，就像公司都由我或主管來安排處理，公司規模通常都 5~10 個不等，主管就是要去塑形產品並瞭解市場的趨勢，或者別人在做什麼產品，這個部分就叫一條龍，所有工作都要做，講這個主題是蠻專業的主題，就是說公司把產品研發的人，特別抓出來做遊程規劃師，變成一間大公司的重要研發單位，所以大公司有做這一部分的分類，在大

公司而言，必須要投入這部份的人力。

編碼分析：

比較小型的旅行的規模會是這樣，就像公司都由我或主管來安排處理，公司規模通常都 5~10 個不等，主管就是要去塑形產品並瞭解市場的趨勢，或者別人在做什麼產品，這個部分就叫一條龍，所有工作都要做，講這個主題是蠻專業的主題，就是說公司把產品研發的人，特別抓出來做遊程規劃師，變成一間大公司的重要研發單位，所以大公司有做這一部分的分類，在大公司而言，必須要投入這部份的人力。(A6-A1-1)

Q2：如何界定「旅遊產品規劃師」的專業職能？其專業職能之內涵為何？

A2：專業職能的部分譬如說，這個部分必須要與 Agent Tour 去如參與新飯店、遊程等結合周邊景點 Agent Tour，所以遊程規劃師就是要去看新的飯店、新的餐廳、新的景點，譬如說，有一個情人到雪霸農場，也有旅遊業者等等，一起搭車到雪霸農場，每一個旅行社到景點業者都會接待，大家都會問說你的飯店多少錢啊，有沒有退傭阿，也有一些媒體在上面，有些旅行社會出一張嘴，說有多少人可以參加，結束後，業者問我，陳經理你好像沒有興趣，我說你都有介紹你的房價多少，作業一定標準給同業都一樣，人數多少就會有固定價格，可是當旅遊業者不在，就會問業者，就是經營，因為在同業當中就是諜對諜，需

要找出特殊的東西，在同業都回飯店休息，就會找業者喝茶，問業者我要看台灣檫樹、鳳仙花，業者就眼睛為之一亮，就會相安排麗山的雷達站，在雪霸國家公園上，所有人都進不去，如果我的團能夠進得去，在產品就會比較特殊，鳳仙花是台灣特有種，在恐龍時代就有了，這老闆眼睛為之一亮說陳經理明天早上 6 點我帶你去看，這就是說，當你是遊程規劃師，台灣檫樹這個產品關係到成敗，所以我把它定位成一個專業，而不是一個 OP 或者隨便一個領隊就可以，他變成從交通、住宿、門票、餐廳包括景點，這些都要很瞭解，還有一個很重要的就是要有成本概念，未來大公司成立職位設定，像南部地區有一個旅行社做學生團最大的，也託我說能不能幫我們 OP 上課，我說能不能請一個專業的規劃師，不要用 OP 人員，真的是很重要的。

編碼分析：

專業職能的部分譬如說，這個部分必須要與 Agent Tour 去如參與新飯店、遊程等結合周邊景點 Agent Tour，所以遊程規劃師就是要去看新的飯店、新的餐廳、新的景點，我把它定位成一個專業，而不是一個 OP 或者隨便一個領隊就可以，他變成從交通、住宿、門票、餐廳包括景點，這些都要很瞭解，還有一個很重要的就是要有成本概念，未來大公司成立職位設定，像南部地區有一個旅行社做學生團最大的，也託我說能不能幫我們 OP 上課，我說能不能請一個專業的規劃師，不要用 OP 人員，真的是很重要的。(A6-A1-2)

Q3：「旅遊產品規劃師」於公司其他職務定位(如：旅遊從業人員)有何不同？

A3：第一個 OP 人員就是所有的打雜工作都要做，譬如說，這段時間是疫情，就馬上就會想到說可以安排團去打輝瑞或莫德納疫苗，一個人 48 萬，如果政府允許我們做，我們包了一個 40 個人的團，OP 第一件事情是拿機位、飯店，業務要去收證件，證件他需要去查核，還有中間所謂的跟對方簽約的文件，都需要 OP 去做，完成後需要做一個 list，確認機票、飯店、餐廳、導遊領隊、車輛都 OK 以後，等人員都收件完成，OP 在做這些工作，而遊程規劃師需要最先進的思維，要想一個遊程要變成一個產品，產品做出來後要給主管開會確認，然後需要配合哪間航空公司，馬上由 OP 人員去傳合約書、訂房單、機票的電腦紀錄、保險，這就是 OP 人員的工作，OP 當然還有分日本線、歐洲線，小公司就沒有區分，現在講的就是一個很專業的職務，遊程規劃師就是產品設計者，要去考慮這個產品要去配合哪間航空公司，時間確認後，需要與配合的飯店確認，提供給 OP 基本資料，譬如說，飯店要 40 個位子，要大巴，團體機位要多少人跟保險，用好以後，OP 就是會做這些工作，而遊程規劃師本身就是主管，要有一些成本概念，因為要設計產品，公司要看有沒有賺錢，而不是多會設計，譬如說，疫情去美國要 21 天，因為要打兩劑，48 萬要多少錢，這個部分都要精算好，要呈報給長官看，這一團下來可以賺 120 萬，這關係到 OP 人員要下訂金，

要給航空公司跟飯店都要下訂金，所有雜事都是 OP 做，產品成敗都由規劃師負責，關係到產品的營收成敗，跟業務員銷售的困難點，這一點有它的差異性。

編碼分析：

第一個 OP 人員就是所有的打雜工作都要做，OP 第一件事情是拿機位、飯店，業務要去收證件，證件他需要去查核，還有中間所謂的跟對方簽約的文件，都需要 OP 去做，完成後需要做一個 list，確認機票、飯店、餐廳、導遊領隊、車輛都 OK 以後，等人員都收件完成，OP 在做這些工作；而遊程規劃師需要最先進的思維，要想一個遊程要變成一個產品，產品做出來後要給主管開會確認，然後需要配合哪間航空公司，產品成敗都由規劃師負責，關係到產品的營收成敗，跟業務員銷售的困難點，這一點有它的差異性。(A6-A1-3)

Q4：「旅遊產品規劃師」此職位需要具備哪些專業知識？

A4：其實我們說的，以前的話跟現在不一樣，以前的話就是要親身去走過、跑過，現在的好處是現在的網路資訊透明，加上業者要讓一個遊程規劃師去網路上不願其煩，不斷的去查詢收尋資料，要去核對瞭解他們的情況，到最後面，有些公司，都會投資遊程規劃師去走過採線過，然後才知道餐點、當地接待及飯店的情況，這才是最完善的，要當遊程規劃師基本上初期不太困難，譬如說，一個新加坡人到台灣來，陳經理我們想要到台北六天七夜，班機幾點，這時候

遊程規劃師有要發揮專業，要規劃說一的半天要會議，一個半天要建議你們要做遊程的取捨，可以建議去九份可以待久一點，因為新加坡人他們喜歡逛夜市的行程，所以遊程規劃師對設計的產品及市場導向要相當熟悉，現在已經不像以前那麼困難了，可以 google 行程及路線時間表，都可以算得出來，專業的遊程規劃師來說就沒有那麼難。

編碼分析：

其實我們說的，以前的話跟現在不一樣，以前的話就是要親身去走過、跑過，現在的好處是現在的網路資訊透明，加上業者要讓一個遊程規劃師去網路上不願其煩，不斷的去查詢收尋資料，要去核對瞭解他們的情況，遊程規劃師對設計的產品及市場導向要相當熟悉，現在已經不像以前那麼困難了，可以 google 行程及路線時間表，都可以算得出來，專業的遊程規劃師來說就沒有那麼難。(A6-B1-4)

Q5：公司對於「旅遊產品規劃師」需要具備哪些技能才能勝任此職務？

A5：我們分兩個部分國內跟國外，現在來說遊程規劃師是國內居多，國外都是找當地的 local 報給我一個行程，然後我們會組一團跟航空公司配合，類似一團 Agent Tour，要走的行程讓我們踩過一輪，看行不行，之後就要面對面談對談，談論價格，所以國外的部份的遊程規劃師，會由當地的 local 給的遊程作為評估，

當然遊程規劃師也需要去國外踩線過，在做修正，但大部分由當地給的行程為主，因為關係到吃的餐廳，畢竟沒有長期在國外不曉得國外的餐廳適不適合，會以國外的 local 行程為主，過內的話，自己要對台灣的特色景點要收集，簡單來說就是資源盤點，例如日本進到台灣會喜歡什麼，中國大陸進台灣會喜歡什麼，東南亞進到台灣會喜歡什麼，這個就是對於公司行銷景點還有風俗民情要有所瞭解，這個就是市場的機制，所以對市場要有敏感度，還要資源盤點，還有要瞭解航空公司的班機，而國內的有分學生團、鄰里長的團、公司行號的團，可是都會有季節性的遊程，所以要針對季節性的慶典，或者是特色景點要有所瞭解，例如說阿里山就是三月份的花季，然後杉林溪就是四月的牡丹花，到合歡山就是杜鵑花，對於遊程規劃師對於景點敏感度要很強，對日期也要有很強的敏感度，因為三月份是所有的廟會慶典，這部分遊覽車相對會不好停，在過來三月是春天的旅遊旺季，秋天也是旅遊的旺季，所以在規劃行程要有時間觀念，要有慶典觀念，在規劃的時候要在半年前就要開始規劃，而不是即時性的，一間大公司絕對不會是這樣子，還有一點就是要對國家的政策敏感度要很強，譬如說，農曆年節要很清楚，像現在已經要規劃 2022 年，要針對火車年，一個火車一個故事，所以不是所有的遊程規劃都是學別人的，依公司產品的本身和市場的敏感度要有，對於市場區隔要有，當然不是所有都能面面俱到，所以要很瞭解所有的資料收集，對於遊程規劃師來講面相會比較廣。

編碼分析：

對於公司行銷景點還有風俗民情要有所瞭解，這個就是市場的機制，所以對市場要有敏感度，還要資源盤點，還有要瞭解航空公司的班機，而國內的有分學生團、鄰里長的團、公司行號的團，可是都會有季節性的遊程，所以要針對季節性的慶典，或者是特色景點要有所瞭解，在規劃行程要有時間觀念，要有慶典觀念，在規劃的時候要在半年前就要開始規劃，而不是即時性的，一間大公司絕對不會是這樣子，還有一點就是要對國家的政策敏感度要很強。
(A6-B2-5)

Q6：「旅遊產品規劃師」的職場角色中，所需具備的工作態度為何？

A6：其實第一要隨時發現新產品的積極性，因為產品都有週期性，可能半年、一年，所以遊程規劃師就要有一種發現新大陸的感覺，到一段時間以後，譬如說，你騎摩托車到墾丁去玩就會發現很多螃蟹，你就會想到做公益旅遊，讓螃蟹安全過馬路，取一個名字要蟹蟹你的愛，蟹蟹是螃蟹的蟹，你來肯定完又可以做公益，這個就是你要有敏感度。

編碼分析：

隨時發現新產品的積極性，因為產品都有週期性，可能半年、一年，所以遊程規劃師就要有一種發現新大陸的感覺。(A6-B3-6)

Q7：該職務，需具備之哪種人格特質才可以勝任此角色？

A7：其實第一個很喜歡玩，活潑開朗，然後對旅遊方面有熱忱，看的角度比較廣，譬如說，有一間旅行社坐火車的，他派一個妹妹過來，她是一個產品就是遊程規劃師，她火車到台南，由台南的 local tour，她一下來就說陳大哥這裡有什麼東西，所以當一個遊程規劃師就是不恥下問，她能夠放心當地解說員的行程，所以她的人格特質就是很開朗，她的思維很快，能夠當地的產品做組合，人格特質就是不斷的去設計，不斷的安排，不斷的去修正，還有現在的人格特質，要不斷的吸收新的資源及創意。

編碼分析：

第一個很喜歡玩，活潑開朗，然後對旅遊方面有熱忱，看的角度比較廣，當一個遊程規劃師就是不恥下問，她能夠放心當地解說員的行程，所以她的人格特質就是很開朗，她的思維很快，能夠當地的產品做組合，人格特質就是不斷的去設計，不斷的安排，不斷的去修正，還有現在的人格特質，要不斷的吸收新的資源及創意。(A6-B4-7)

Q8：該職務需具備何種心態，面對工作上的挑戰？

A8：像電視上的媒體效應，人家韓國太陽的後裔，就可以像媒體上有面膜，之

後去秀姑巒溪泛舟我就送你面膜，因為太陽的後裔上面有販賣面膜，這個就是當遊程規劃師要如何包裝，而隨時要保持一個好奇心，這個倒是真的，觀察別人的修正自己的東西，這個有時候很繁雜但他就是會開心。

編碼分析：

隨時要保持一個好奇心，這個倒是真的，觀察別人的修正自己的東西，這個有時候很繁雜但他就是會開心。(A6-B5-8)

Q9：此職務概括所有旅行從業人員的工作職務，如何提升自我工作的整合能力，達到職務分工及權責分配？

A9：其實這個職務，如果未來他能力很強，他會是一個高階的主管，因為遊程規劃師你會接觸 OP 人員，要知道機位的取位困難點在哪裡，餐廳的問題點在哪裡，成本結構的問題在哪裡，會是依公司的重要角色，會做產品的人就是公司的主力，看遠一點會做產品的人，後來都會做主管或者有企圖心的都會變老闆。

編碼分析：

其實這個職務，如果未來他能力很強，他會是一個高階的主管，因為遊程規劃師你會接觸 OP 人員，要知道機位的取位困難點在哪裡，餐廳的問題點在哪裡，成本結構的問題在哪裡，會是依公司的重要角色，會做產品的人就是公司的主力。(A6-B5-9)

Q10：對於職務會有哪些期待或期許？

A10：像我們公司比較小，我都不斷的願意教新的人，所以我們公司的人幾乎都有這種能力，所以他們都會問我說經理有沒有比較新的東西，我說新的東西叫專案，譬如說今天是 2019 年的腳踏車，我就會從沒有創造到有，所以我期許說設計師本身要有個功能，公部門也想做觀光，像腳踏車如何在當地創造出一個活動，那活動用行程來辦，那公司就會跟公部門做結合，公部門願意用行銷的力量，用你的行程去做促銷，所以就會創造新的行程。但因為很多小公司都會叫 OP 做，少了很多專業的部分，像大公司都有設立職務，但還是要看公司的規劃，有一部分的行政工作還是要做，這也是職務上的產值。

編碼分析：

像我們公司比較小，我都不斷的願意教新的人，所以我們公司的人幾乎都有這種能力，所以他們都會問我說經理有沒有比較新的東西，我說新的東西叫專案，公司就會跟公部門做結合，公部門願意用行銷的力量，用你的行程去做促銷，所以就會創造新的行程。但因為很多小公司都會叫 OP 做，少了很多專業的部分，像大公司都有設立職務，但還是要看公司的規劃，有一部分的行政工作還是要做，這也是職務上的產值。(A6-B5-10)

Q11：近幾年，旅行業設立「旅遊產品規劃師」職務，對於產業有何影響？

A11：其實旅行社現在大部分缺的就是這種人，很多都是老闆兼員工，只要遊程規劃師進來，他比較能夠瞭解行程怎麼走，國外的新遊程怎麼走，雖然可能不是他設計的，但收集的資料會比老闆來的其全，在面試的時候，這樣入取率就會比較高，小公司就是你會設計行程，那 OP 的工作你也會做，入取率比較高，現在社會不是極大就是極小，大公司在設立產品規劃師來說，未來是一個蠻有競爭力的職務，因為旅行社在做產品設計，他就是公司的命脈，只要產品很強，業務跟網路在行銷就會很強，這就是市場的導向，這就是公司在培養的人才或在學校，或者本身很積極地去瞭解及收集現在旅行社的產品，發現那些產品是主流，再去改變設計產品。

編碼分析：

其實旅行社現在大部分缺的就是這種人，很多都是老闆兼員工，只要遊程規劃師進來，他比較能夠瞭解行程怎麼走，國外的新遊程怎麼走，雖然可能不是他設計的，但收集的資料會比老闆來的其全，大公司在設立產品規劃師來說，未來是一個蠻有競爭力的職務，因為旅行社在做產品設計，他就是公司的命脈，只要產品很強，業務跟網路在行銷就會很強，這就是市場的導向，這就是公司在培養的人才或在學校，或者本身很積極地去瞭解及收集現在旅行社的產品，發現那些產品是主流，再去改變設計產品。(A6-C1-11)

Q12：現今在旅遊業從業人員中，「旅遊產品規劃師」係屬新角色，如何發揮應有的職務特性？

A12：因為這個職務會是公司的主要核心，但現階段我覺得還有一段很長的路要走，因為不是所有剛出社會或現職的人員可以馬上就接手設計產品，就像學生所設計出的產品，其實跟現實狀況都還有一大段的落差，所以在職務上都還要再深度學習，當然很多還是會以 OP 人員為教育訓練，但還是要看個人的個性跟積極度。

編碼分析：

因為這個職務會是公司的主要核心，但現階段我覺得還有一段很長的路要走，因為不是所有剛出社會或現職的人員可以馬上就接手設計產品，就像學生所設計出的產品，其實跟現實狀況都還有一大段的落差，所以在職務上都還要再深度學習。(A6-C1-12)