

職能單元代碼	TRM4R2681v2
職能單元名稱	分析休閒遊憩產業的市場滲透率
領域類別	休閒與觀光旅遊 / 休閒遊憩管理
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、市場分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 針對目前休閒遊憩產業找出<u>市場定位</u>【註1】。 2. 分析並確認休閒遊憩產業於特定市場定位之<u>滲透模式</u>【註2】。 3. 解讀市場之統計資料分析。 <p>二、評估滲透率及模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 找出目前休閒遊憩產業的特色與市場定位。 2. 確認及評估<u>內外部因素</u>【註3】對滲透程度的影響。 3. 針對特定市場定位，評估擴大市場滲透的範圍。 <p>三、回報滲透率及模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 向相關人員提供調查結果。 2. 對組織提報擴展機會。 3. 記錄結果及機會。
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、根據行銷理論發掘全新市場和新興市場及目前未開發之潛在市場，以提升滲透率。</p> <p>二、找出休閒遊憩產業滲透率及模式以進行市場定位。</p> <p>三、休閒遊憩產業內、外部影響因素對滲透率的影響。</p> <p>四、蒐集服務產業相關法規及有利於市場研究數據。</p> <p>五、市場研究及分析技術及<u>資訊來源</u>【註4】</p> <p>六、市場定位研究相關知識</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、評估與分析組織之市場定位。</p> <p>二、組織策略分析技能，包括服務產業之關鍵市場定位、市場滲透率及模式...等。</p> <p>三、瞭解滲透率及模式以及可能影響。</p> <p>四、將觀察結果及其解讀予同事及管理階層。</p> <p>五、使用完整分析之資訊及適當資源，找出提升滲透率的機會，並向同事及管理階層提出建議。</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 遵循組織指導方針及系統，並應用行銷理論打造組織共識。

	<ol style="list-style-type: none"> 2. 運用各種資源以研究及分析服務產業關鍵區隔定位滲透模式，並找出未來發展的趨勢。 3. 觀察不同市場定位分析滲透程度及模式的各種影響因素的相對重要性，並向主管回報說明結果。 4. 運用研究知識找出潛在機會，以提升滲透率，並向主管單位提出適當建議。 <p>二、評量情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評量必須確保受評者能夠反映個人目前或預期工作環境條件以及具備豐富性的市場研究活動，以證明績效職能及一致性。 2. 評量也務必取得，包含服務產業參與模式及區隔定位相關資訊來源、提供各種服務的環境或設施、運用市場研究資訊...等的相關組織政策及程序、組織行銷計畫及目標...等。 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀察與主管討論及提出分析之過程。 2. 口頭及 / 或書面提問，以評量服務產業關鍵區隔定位相關知識。 3. 說明市場定位分析及建議。
說明與補充事項	<p>【註1】市場定位：例如態度及價值觀、文化、地理、生活方式、就業狀況、社經因素...等。</p> <p>【註2】滲透模式：例如性別、年齡、收入、生命週期階段、職業及教育程度、文化...等。</p> <p>【註3】內、外部因素：內部因素：例如個人影響因素、生活方式影響因素、社交影響因素...等；外部因素：例如休閒特色、政府、業界及非營利機構提供極具競爭力的服務、經濟發展、環境趨勢、人口結構、政治環境及地理景觀之變化、科技變革、工作守則...等。</p> <p>【註4】資訊來源：例如主計處、政府相關部門公告統計、商業研究、網際網路、產業高峰組織、平面媒體、調查、電視...等。</p>

2020年修訂職能內容。