

職能單元代碼	TRM4R2684v2
職能單元名稱	增進休閒遊憩市場滲透之策略
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、分析市場趨勢及消費模式</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分析休閒遊憩【註1】相關產業服務的消費市場發展趨勢與消費者行為模式。</li> <li>2. 分析休閒遊憩之消費者與消費模式，以及帶動之相關產業與產品之銷售情形。</li> <li>3. 找出主要產品及消費市場，並研擬擴大滲透之策略。</li> <li>4. 諮詢適當人員，提供擴展市場銷售機會的建議。</li> </ol> <p>二、研擬實施策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 尋找潛在市場並分析產品市場定位，</li> <li>2. 研擬產品調整、優化、降低生產成本以實現市場滲透。</li> <li>3. 重新思考市場定位問題及區隔，並向潛在市場及相關人員進行宣導。</li> <li>4. 檢視與評估實施策略對市場滲透率的影響。</li> </ol> <p>三、分析管理市場滲透趨勢</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 制定及管控系統及流程，以掌握持續變化的滲透率趨勢。</li> <li>2. 產品與銷售依市場趨勢、成長情形加以修正。</li> <li>3. 記錄策略成效。</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、休閒遊憩產業市場發展現況。</p> <p>二、市場滲透率及模式之相關知識。</p> <p>三、組織政策及程序，包含取得及收集市場資訊、隱私權、報告規定、資訊及通信協定、安全及保密規定、管理及當責管道...等。</p> <p>四、休閒遊憩產業的行銷策略、方法及<u>市場定位</u>【註2】。</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、市場分析與策略規劃技能。</p> <p>二、該產業在因應各領域的<u>滲透率</u>【註3】、市場定位。</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"> <li>1. 根據組織政策及程序，運用組織對關鍵市場定位及趨勢的知識，執行、監控及審查擴大參與體育、健身及遊憩服務相關活動...等。</li> </ol>

	<p>2. 針對各市場定位對參與程度及模式的各種影響，進行相對重要性分析，並透過觀察及解釋因應擴大滲透率的建議。</p> <p>二、評量情境與特定資源：</p> <p>1. 評量時須確保，製定、實施及審視反映當地要求...等之教育措施，且能充分展顯績效職能及一致性。</p> <p>2. 評量也須確保掌握，包含體育、健身及遊憩業...等之滲透率及模式及市場定位的相關組織數據、提供運動、健身及遊憩服務的環境或設施、與市場研究資訊之運用相關...等的組織政策及程序、組織行銷計畫及目標...等。</p> <p>三、評量方法：</p> <p>1. 口頭及 / 或書面提問，以評量是否瞭解體育、健身及遊憩產業之關鍵市場定位。</p> <p>2. 審視結果修正之各種證據。</p> <p>3. 主管詳述工作績效報告。</p>
說明與補充事項	<p>【註1】休閒遊憩：例如文化活動、娛樂遊憩、非正式及非特定之遊憩服務、戶外休閒遊憩、體育休閒遊憩、社交休閒遊憩、體育競賽、健身活動、旅遊及旅行...等。</p> <p>【註2】市場定位：例如態度及價值觀、文化、區域、教育、生活方式、就業狀況、社會經濟因素...等。</p> <p>【註3】各領域的滲透率：例如參與者屬性，包括年齡、職業及教育、文化、家庭、價值觀、信仰及道德觀、日常作息...等。</p>

更新紀錄
2020年修訂職能內容。