

投稿類別：商業類

篇名：

神采飛揚 KTV 消費者滿意度探討

作者：

楊宛璇。私立樹德家商。高三 05 班

蔡世琪。私立樹德家商。高三 05 班

許采郁。私立樹德家商。高三 05 班

指導老師：

郭有卿

## 壹●前言

### 一、研究動機

現代人壓力越來越大文明病也隨之而來，對於文明病的根本治療束手無策即是現代醫學的弱點，然而休閒娛樂可彌補這盲點，也能增進情感交流。

現代人的生活越來越講究，每當要歡聚相聊，卻找不到能坐下來暢所欲言亦能兼具酒足飯飽的地方，因為這樣的問題造就 KTV 的商機，KTV 可以飲食也可以玩樂，成為現代人最愛去的場合之一，使得 KTV 如雨後春筍般的聳立在街頭，例如：神采飛揚、好樂迪、享溫馨、大帑殿、銀櫃等。

在與日俱增的KTV市場中，連鎖店佔據大量市場，然而神采飛揚全台只有一間分店，在連鎖店的包夾圍困，仍舊屹立不搖。

### 二、研究目的

- (一)探討神采飛揚的行銷策略
- (二)探討神采飛揚消費者對 KTV 看法
- (三)探討消費者對神采飛揚的滿意度

### 三、研究方法

本研究方法首先採用文獻分析法，瞭解神采飛揚相關背景，進而運用行銷組合4P及SWOT分析強弱機危來做探討神采飛揚的行銷策略。並採用問卷調查法搜集消費者對KTV看法及對神采飛揚的滿意度。

### 四、研究範圍與限制

本研究對象僅包含高雄地區學生族群與上班族群，共發放200份問卷進行問卷調查，此研究結果無法推論至其他的民眾的想法。

## 貳●正文

### 一、文獻探討

- (一)顧客滿意度之定義

顧客滿意度，是指一個人通過對一個產品的可感知效果與他的期望值相比較後，所形成愉悅或失望的感覺狀態，當商品的實際消費效果達到消費者的預期時，就導致了滿意，否則，就會導致顧客不滿意。

顧客滿意是顧客對企業和員工提供的產品和服務的直接性綜合評價，是顧客對企業、產品、服務和員工的認可。顧客則根據他們的價值判斷來評價產品和服務，給予肯定或否定。而顧客滿意度，又包含三個重要的概念，產品滿意、服務滿意和社會滿意三個層次，當顧客三樣都滿意就表示顧客滿意度指數相當高，但顧客若對其中一樣不滿意則對企業會有極大的傷害。( 菲利普·科特勒 1931 年)

## (二)神采飛揚介紹

神采飛揚，創立於 1992 年，至今已有 23 年的經歷，坐落於高雄市博愛二路。備有 500 坪免費汽、機車停車場，是公共安全及治安安全的模範生。面向外觀可看見「神采奇雞」威風凜凜的佇立在門前，向您聲聲呼喊迎面而來的是一對吹著號角的鐵甲武士，訴說著這兒雖處塵囂，卻有著出於泥而不染的情節。

神采飛揚對衛生自有一套完善的防護措施，設立全高雄市唯一的新鮮空氣對流系統改善空氣品質，隔絕病菌傳染。設置奈米光觸媒Tio2殺菌燈消毒。杯具洗淨再以高溫消毒確保衛生。設立中央系統逆滲透機，食用水(含飲料湯品...等)皆使用逆滲透水，已確保不會有汙水食用至人體。精心挑選食材，肉品及加工品皆採用經CAS安全認證廠商產品。炸物油品類每天檢驗，皆合乎國家標準。

神采飛揚唯一不變的就是從始至終的宗旨：「歡唱、美食、藝術、人文，是我們服務所秉持的」，讓神采飛揚成了清新脫俗、舒適雅緻又可淺酌品茗好料理的好處所。顧客至上，一直是企業成功的因素，而神采飛揚也一直秉持著顧客至上的經營理念，並讓顧客有賓至如歸的感覺。神采飛揚或許不是服務最好的企業，但也一定是最用心的企業，一間大的企業難免會有疏漏，但神采飛揚在讓顧客有不愉快的心情投訴之前，會先給顧客意見表，填寫服務不好之處及可以改進的地方，並懂得去改善，讓消費者感到有信心。

## (三)神采飛揚與競爭對手行銷 4P 比較

神采飛揚相較其他店家，在價格方面，神采飛揚不只便宜許多，而且也擁有低消的優惠，推出週日~週四 晚上 11:00~02:00 買二個小時送九個小時的行銷方案，讓消費者擁有”便宜又大碗”的好心情消費。

促銷方面，推出歡樂慶生屋，只要是當月壽星，到神采飛揚唱歌，包廂不只享九折優惠，還送上手工製蛋糕、及古早味豬腳麵線，還貼心地為顧客布置專屬包廂，相較於其他的 KTV 神采飛揚服務顧客的細心及貼心，遠遠勝過了其他店家。

食物方面，神采飛揚也有設置低消的服務，還有組合套餐..等等，讓消費者有物比價更高的感覺。交通方面，神采飛揚特地設計免費停車場，減少違規的停車帶給民眾的困擾。

表 1.神采飛揚與競爭對手行銷 4P 比較表

	神采飛揚	享溫馨（巨蛋店）	大裕殿（巨蛋店）	好樂迪
美食比拚	 <p>神采飛揚「避風塘炒軟殼蟹」。</p>	 <p>享溫馨推出精緻餐點</p>	 <p>大裕殿採自助式吃到飽</p>	 <p>好樂迪「脆皮肥腸」外脆內韌。</p>
價格	神采飛揚推出慶生歡樂屋—讓顧客享受包廂九折優惠、送上手工製蛋糕、並為顧客布置包廂	享溫馨推出會員卡及折價卷，出示會員卡及可打九折、出示折價卷總金額再折 300 元	大裕殿則推出學生霸王卡—只要出示卡片歡唱費則打 8 折(假日九折)	好樂迪推出威力卡—只要出示卡片，餐飲費則享九折優惠
分店據點	神采飛揚在台灣唯有一間店面	享溫馨在高屏地區有多間分店（ex：巨蛋、五福、建國）	大裕殿在高雄擁有多家分店（ex：巨蛋、大順、明華）	好樂迪在全台擁有多家分店（ex：台北-內湖店、台中-逢甲店、高雄-建工店）
推廣	神采飛揚利用官網的活動快訊及新聞公告提供資訊	享溫馨利用官網的散佈資訊，並在各分店張貼布條提供最新資訊	大裕殿利用官網提供最新活動及新聞中心，讓消費者更了解大裕殿	好樂迪則利用官網的訊息公告及成立 facebook 粉絲團提供資訊

(本小組整理)

#### (四)神采飛揚 SWOT 分析

1. **Strength 優勢**：神采飛揚招募人才，不論是基層的服務人員或者是廚師，甚至到店長，都是由高層的主管副理，親自面試、親自挑選，因此神采飛揚招募的人員都是非常的優秀。神采飛揚也出產美食，特聘名廚，利用新鮮的高級料理，烹調成桌上的佳餚，雖然選用高級新鮮食材，但食物高貴卻不貴。
2. **Weakness 劣勢**：傳統觀念思想之人，他們刻版印象認為 KTV 為不良場所，滋事份子聚集之地，販毒集團交易之地，與特種行業密不可分。
3. **Opportunity 機會**：神采飛揚不論是歌曲或者是美食都已跟上潮流的時代，所以若要讓神采飛揚更進步，並要從服務下手，建議可以在顧客進包廂之前先將包廂內要的東西準備好，過程還可以提供包廂服務，關心客人的一切需求，達到最好的服務品質，並在結束後分發顧客意見表，讓顧客享受賓至如歸的感受。
4. **Threat 威脅**：神采飛揚發展順利且頗有名氣，當然也會有許多業者跟著他一起進步，所以競爭者越來越多，在小小一個巨蛋就有三間像神采飛揚這樣的 KTV，讓神采飛揚面臨競爭激烈的狀態。

## 二、問卷分析

利用問卷調查法，共發放 200 份問卷進行問卷調查，有效問卷為 171 份，調查結果如下：

### (一)消費者基本資料分析

表2. 消費者基本資料分析表

問卷內容	問卷項目	百分比	問卷項目	百分比
1.性別	男	49%	女	51%
	學生	49%	上班族	31%
2.職業	家庭主婦(夫)	10%	其他	10%
	14歲以下	1%	15~25歲	67%
3.年齡	26~35歲	19%	36~45歲	7%
	46歲以上	6%		

### (二)消費者行為分析

表3. 消費者行為分析表

問卷內容	問卷項目	百分比	問卷項目	百分比
1.平均一年消費次數	0 次	5%	3~5 次	28%
	1~2 次	30%	5 次以上	37%
2.選擇 KTV 的原因	聚會	21%	抒發心情	38%
	熱愛唱歌	26%	其他	15%
3.最常去哪間 KTV	神采飛揚	3%	好樂迪	21%
	享溫馨	25%	大帑殿	6%
	銀櫃	5%	大八卦	10%
	錢櫃	3%	其他	24%
	大帑殿	3%		
4.你最喜歡哪種行銷方式	消費送消費卷	14%	會員折扣	15%
	買三小時送三小時	44%	生日優惠	27%
5.您去 KTV 的考量因素？	環境美觀	13%	服務態度	12%
	美食	11%	待客效率	4%
	價位	13%	空氣品質	8%
	歌單新穎	13%	促銷方式	3%
	交通便利	12%	其他	3%
	音質	8%		
6.請問您會想去神采飛揚 KTV 嗎？	是	45%	否	55%
7.請問您是否去過神采飛揚 KTV ？	是	42%	否	58%
8.您如何得知神采飛揚 KTV ？	網際網路	11%	路過	19%
	報章雜誌	1%	其他	1%
	親朋好友	68%		

(三)對常去KTV的價位滿意度總體分析

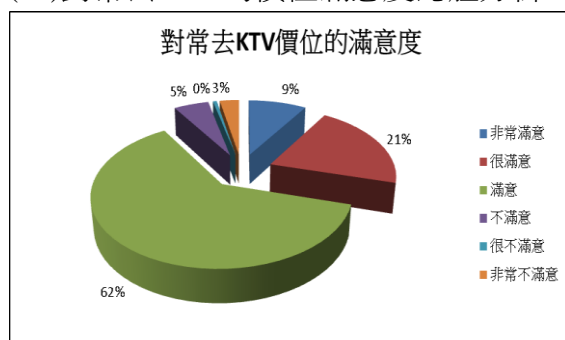


圖1. 對常去KTV價位的滿意度分析圖

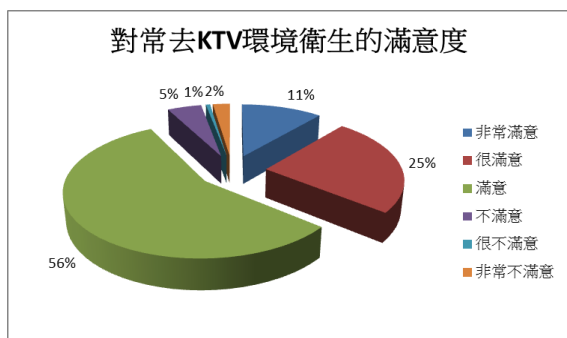
說明: 由圖可知, 對常去KTV價位的滿意度非常滿意的占9% (15人), 很滿意的占21% (35人), 滿意的占62% (105人), 不滿意的占5% (9人), 很不滿意的占0% (1人), 非常不滿意的占3% (5人)。由上述可知, 填寫此問卷者對常去的KTV滿意者居多。

(四)各家KTV價位的滿意度分析

1. 對神采飛揚價位認為, 非常滿意占9%, 很滿意占18%, 滿意的占27%, 不滿

- 意的占46%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%
2. 享溫馨KTV價位滿意度，非常滿意的占6%，很滿意占12%，滿意的占19%，不滿意的占25%，很不滿意的占38%，非常不滿意的占0%。
  3. 好樂迪KTV價位滿意度，非常滿意的占6%，很滿意占12%，滿意的占19%，不滿意的占25%，很不滿意的占38%，非常不滿意的占0%。
  4. 大帑殿KTV價位滿意度，非常滿意的占17%，很滿意占33%，滿意的占50%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
  5. 錢櫃KTV價位滿意度，非常滿意的占67%，很滿意占33%，滿意的占0%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
  6. 銀櫃KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占40%，滿意的占60%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
  7. 御花園KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占50%，滿意的占50%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
  8. 大八卦KTV價位滿意度，非常滿意的占17%，很滿意占83%，滿意的占0%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%，其中大八卦滿意程度占83%，其次為錢櫃非常滿意程度占67%。

#### (五)對常去KTV環境衛生滿意度總體分析



說明: 由上圖可知，對常去KTV衛生的滿意度非常滿意的占11%〈19人〉，很滿意的占25%〈42人〉，滿意的占56%〈96人〉，不滿意的占5%〈8人〉，很不滿意的占1%〈1人〉，非常不滿意的占2%〈4人〉。由上述可知，填寫此問卷者對常去的KTV滿意者居多。

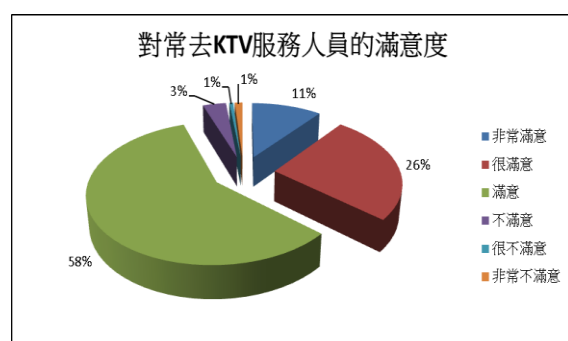
圖2 對常去KTV衛環境分析圖

#### (六)各家KTV環境衛生的滿意度分析

1. 對神采飛揚環境衛生滿意度，非常滿意占5%，很滿意占28%，滿意的占67%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
2. 享溫馨KTV價位滿意度，非常滿意的占12%，很滿意占22%，滿意的占59%，不滿意的占7%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
3. 好樂迪KTV價位滿意度，非常滿意的占12%，很滿意占34%，滿意的占44%，不滿意的占3%，很不滿意的占2%，非常不滿意的占5%。
4. 大帑殿KTV價位滿意度，非常滿意的占37%，很滿意占25%，滿意的占38%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。

5. 錢櫃KTV價位滿意度，非常滿意的占11%，很滿意占22%，滿意的占0%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占67%。
6. 銀櫃KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占20%，滿意的占80%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
7. 御花園KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占0%，滿意的占100%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
8. 大八卦KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占0%，滿意的占100%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%，其中大八卦及御花園滿意程度占100%，其次為銀櫃滿意程度占80%。

### (七)對常去KTV服務人員的滿意度總體分析



說明:由上圖可知，對常去KTV服務人員態度的滿意度非常滿意的占11%〈18人〉，很滿意的占26%〈44人〉，滿意的占58%〈99人〉，不滿意的占6%〈3人〉，很不滿意的占1%〈1人〉，非常不滿意的占2%〈1人〉。由上述可知，填寫此問卷者對常去的KTV滿意者居多。

圖 3 對常去 KTV 服務人員分析圖

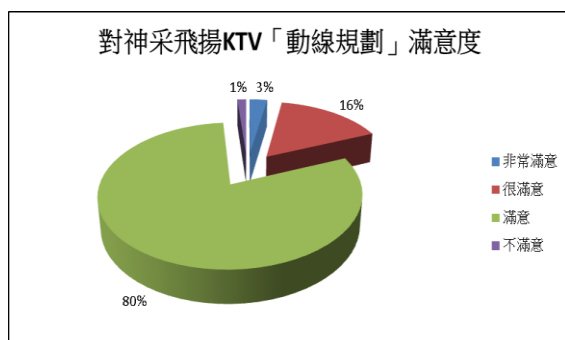
### (八)各家KTV服務人員分析

1. 對神采飛揚KTV服務人員態度滿意度，非常滿意占11%，很滿意占33%，滿意的占50%，不滿意的占6%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
2. 享溫馨KTV價位滿意度，非常滿意的占10%，很滿意占26%，滿意的占59%，不滿意的占5%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
3. 好樂迪KTV價位滿意度，非常滿意的占12%，很滿意占22%，滿意的占61%，不滿意的占0%，很不滿意的占3%，非常不滿意的占2%。
4. 大裕殿KTV價位滿意度，非常滿意的占12%，很滿意占50%，滿意的占38%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
5. 錢櫃KTV價位滿意度，非常滿意的占11%，很滿意占22%，滿意的占0%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占67%。
6. 銀櫃KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占20%，滿意的占80%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
7. 御花園KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占50%，滿意的占50%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%。
8. 大八卦KTV價位滿意度，非常滿意的占0%，很滿意占17%，滿意的占83%，不滿意的占0%，很不滿意的占0%，非常不滿意的占0%，其中大八卦滿意程



度占83%，其次為銀櫃滿意程度占80%。

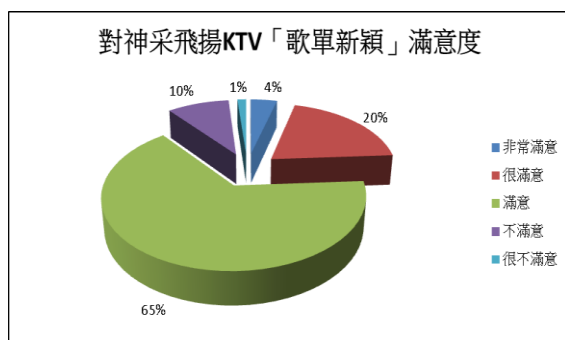
### (九)對神采飛揚KTV動線規劃滿意度



說明：由上圖可知，對神采飛揚動線規劃滿意度非常滿意的占3%〈2人〉，很滿意的占16%〈12人〉，滿意的占80%〈60人〉，不滿意的占1%〈1人〉，很不滿意的占0%〈0人〉。由上述可知，填寫此問卷者對神采飛揚滿意者居多。

圖4對神采飛揚動線規劃滿意度分析圖

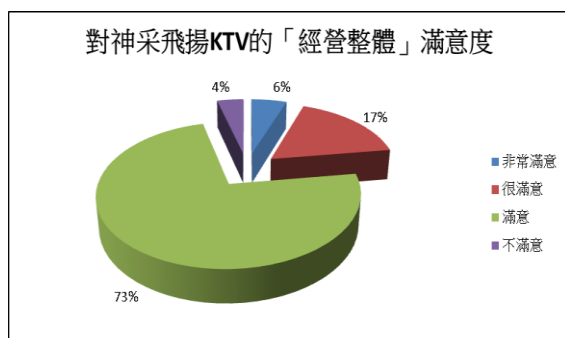
### (十)對神采飛揚KTV歌單新穎的滿意度



說明：由上圖可知，對神采飛揚歌單新穎滿意度非常滿意的占4%〈3人〉，很滿意的占20%〈15人〉，滿意的占65%〈49人〉，不滿意的占10%〈7人〉，很不滿意的占1%〈1人〉，非常不滿意的占0%〈0人〉。由上述可知，填寫此問卷者對神采飛揚滿意者居多。

圖 5 對神采飛揚歌單新穎滿意度分析圖

### (十一)對神采飛揚KTV總體經營滿意度



說明：由上圖可知，對神采飛揚整體經營滿意度非常滿意的占6%〈4人〉，很滿意的占17%〈13人〉，滿意的占73%〈55人〉，不滿意的占4%〈3人〉，很不滿意的占0%〈0人〉，非常不滿意的占0%〈0人〉。由上述可知，填寫此問卷者對神采飛揚滿意者居多。

圖 6 對神采飛揚整體經營滿意度分析圖

## 參●結論

### 一、結論

採用文獻分析法瞭解神采飛揚之相關背景，進而探討神采飛揚行銷策略如下：

- (一)台灣著名的 KYV 有神采飛揚、享溫馨、好樂迪、大帑殿、御花園、錢櫃、銀櫃等，這幾間店雖各有特色，但這些 KTV 卻缺少了神采飛揚所擁有且獨特的優點，神采飛揚秉持著薄利多銷、加量不加價的精神，不但顧慮到消費者的荷包，為回饋社會大眾對神采飛揚的支持，因而始終如一堅持價格貼近民心。
- (二)神采飛揚深受消費者喜愛的原因除了優惠多種化外，音質、餐點也絕對不因價錢而縮水。也提供給消費者乾淨、整潔的環境，這間 KTV 不僅深深的抓住顧客的心，更抓住了他們的胃，成為高雄獨一無二的美食 KTV。
- (三)神采飛揚行銷方式，主要以採透過客戶介紹，以客戶推薦客戶的方式口碑行銷，也因為地理位置優越，位於黃金地段進而吸引顧客進門。
- (四)神采飛揚價格優惠變化多端，讓顧客不只有小確幸，也讓顧客擁更多的多重選擇，即是神采飛揚令人一去著迷原因。

利用問卷調查法，以分別以學生組群與上班組群，共發放 200 份問卷進行問卷調查，有效問卷為 170 份，調查結果如下：

- (一) 消費者基本資料分析：研究對象以女性居多佔 51%，其次為男性 49%；15 歲至 25 歲以下的消費者佔了 67%，其次為 26 歲至 35 歲的消費者占了 19%；消費者主群以學生族 49%居多，其次為上班族 31%。
- (二) 消費者行為分析：平均一年消費五次以上為 37%，其次為 1~2 次佔 30%；每次消費因素抒發心情為最大主因 38%，其次為熱愛唱歌佔 26%；最常去的 KTV 場所以享溫馨居多 25%，其次其他(屏除神采飛揚、享溫馨、好樂迪、大帑殿、御花園、大八卦、錢櫃、銀櫃) 24%；最喜歡的行銷方式買三小時送三小時占大多數 44%，其次生日優惠 27%。
- (三) 對常去 KTV 價位的滿意度：總體以滿意程度佔 62%，其次很滿意程度佔 21%。其中各別分析消費者在 KTV 價位的滿意度第一名的是大八卦，第二名是錢櫃，第三名是銀櫃。
- (四) 對常去 KTV 環境衛生的滿意度：總體以滿意 56%，其次很滿意程度佔 25%。其中各別分析第一名的是御花園和大八卦，第二名是銀櫃，第三名是神采飛揚。
- (五) 對常去 KTV 服務人員態度的滿意度：總體以滿意程度佔 58%，其次很滿意程度佔 26%。其中各別分析第一名的是御花園，第二名是大八卦，第三名是銀櫃。
- (六) 針對神采飛揚的動線規劃滿意度、歌單新穎滿意度、整體經營滿意度皆有八成以上感到滿意。

## 二、建議

根據上述研究分析及結論，發現下列的問題，並提出改善建議：

### (一)在規劃動向方面：

- 1.在各角落畫製地圖，以方便找尋包廂。每一樓層，都有服務人員專門負責，可觀察四周狀況，也可防止遲來的消費者找不到包廂。
- 2.如資金足夠，可增加神采飛揚的地理標示，把招牌改成容易辨識的標誌。

### (二)在通路方面：

- 1.在現有的停車場，增加機車停車格，在高雄民眾大多騎乘機車，可增加機動性，若是有足夠的停車位置，則可增加人潮，也為消費者增加方便性。
- 2.現今的人們，網路使用越來越頻繁，可增加網路訂位的服務。

### (三)在行銷方面：

- 1.神采飛揚靠近捷運巨蛋站，可在捷運車廂內或者是出口處，張貼廣告海報，藉以增加知名度。
- 2.現今的人群們使用網路已成了每天必備的事務，本店可藉由網路行銷，吸引更多人潮。

### (四)在店面過少方面：

- 1.可找信任的人入股，擴大經營，如此一來不僅在高雄，也可在別的地區打響知名度，門市聚點分散各個地區。

## 肆●引註資料

1. 張阿妙、龍騰專題製作研究室(2009)。專題製作。龍騰文化事業股份有限公司出版。
2. 神采飛揚KTV官方網站。2014年10月取自<http://shinektv.com.tw/>
3. 518人力銀行。神采飛揚KTV公司簡介。2014年10月取自[www.518.com.tw/shinektv-company-141448.html](http://www.518.com.tw/shinektv-company-141448.html)
4. 菲利普·科特勒(1931)。顧客滿意度。2014年11月取自MBA智庫百科。