

以Q方法探討訪客對橘色港口認知類型之研究

陳秀育¹ 劉仲矩²

¹國立臺灣海洋大學航運管理學系副教授

²國立臺北大學企業管理學系教授(通訊作者)

摘要

優質的港埠經營對國家經濟與形象有顯著的影響。黃色小鴨以療癒幸福印象進駐臺灣港口對港口經營策略帶來嶄新的衝擊。港埠自此與幸福感意象產生連結。港埠存在對國家經濟成長之重要性不言而喻。但在港埠發展過程中決策者往往較著重港埠「貿易經濟」功能，卻少關注其他非貿易面向。近年來，為提升港埠國際競爭力，發展觀光遊憩逐漸成為積極進行的發展方向。幸福感的代表色是橘色，是港埠經營新方向。因此本研究目的探討橘色港口認知類型。由於初探性質，採取Q方法。以有效樣本28位訪客為對象，進行Q分類。研究結果發現訪客對港埠幸福意向的認知有五種類型，包括「賞景放鬆型」、「闔家同遊型」、「自在觀光型」、「療癒潮流型」與「懷舊感動型」五類。上述類型可協助政府單位、港埠公司及港埠相關企業管理階層重新建構幸福港口意象，提升港口企業形象與競爭力之另類思考。

關鍵詞：港埠、橘色、幸福感、Q方法

緒論

對於海島型經濟的臺灣而言，港埠是經濟發展的引擎。而世界貿易的成長，新技術和更多樣的企業投入港埠營運導致港埠產業益發的複雜(Pallis et al. 2010)。長久以來，港埠發展與營運一向以追求吞吐量成長之經濟面為主要績效指標。另外也強調永續經營，如生態永續、經濟永續與社會永續(劉阿榮、謝登旺，2009)。以往海運與港埠相關的研究多數以經濟永續為主，近十年來環境永續之綠色港埠陸續有政府機構、港務單位以及學術界持續投入，然唯獨提升幸福

收件日期：2016.10.26 / 接受日期：2017.03.03

通訊作者：gereliu@mail.ntpu.edu.tw (初稿曾發表於 2013 兩岸海運論壇)

投稿信箱：jbalms@ms82.hinet.net / 出版社：http://www.shtabook.com.tw

理念，以改善和提高人類的生活質量為目的之研究相對稀少，本研究之目的即在彌補此研究缺口。2013年5月間荷蘭藝術創作家霍夫曼的黃色小鴨停留在香港維多利亞港，吸引大批人潮前來觀賞，此舉為香港帶來龐大的觀光收益，也為民眾帶來無限的歡樂，無形中也提升了香港國際觀光港口的地位。港埠的功能除經濟面外，還應利用港埠相關資源，舉辦或贊助相關活動或展覽，讓民眾對我國港埠產業發展的認知。

如前所述，社會永續是以改善和提高人類的生活質量為目的，此一理念與近年來在臺灣與世界各國，無論是政府或民間單位都在提倡之幸福感(well-being)概念不謀而合。例如中央單位的國民幸福指數及臺北市政府、人力銀行、外商公司所調查公布的幸福企業等。幸福經濟的時代已經來臨，企業應該採取何種策略來提升幸福感，值得深入研究(劉仲矩、高淑芬，2013)。社會永續則強調橘色科技帶來的幸福感議題。橘色科技起源於數百年來科技進步與發展引起物質化、貧富懸殊、地球暖化等負面問題的反撲，重視人文精神提升、科技與人文平衡，期許科技帶來人類健康幸福、人道關懷、世界和平與安居樂業(王駿發，2011)等議題。藉其色彩顯現生命活力，關心追求幸福健康生活(劉世男，2011)的一種新思維模式。從歷史考證來看，中國文化中橘色代表強大能源與刺激因素；日本文化中橘色則是顯示快樂與愛；而在佛教僧侶文化裡則象徵謙遜的意涵(蔡承志，2012)。本研究結合上述提及幸福觀念與港埠的功能演進經營，建構「橘色港口」(Orange Port)的觀念，由於橘色港口屬較新的觀念，相關文獻探討較少，因此本研究將此主題定位為初探性之研究。學術研究中之初探性議題，在針對態度或心理層面研究方法中一般建議採用質性研究方法，為純粹質性又太過於主觀，因此本研究採用質量都考慮到的Q方法(Q method)。Q方法強調人的意識可以衡量，借用因素分析的相關概念，來加以發展分類；傳統上因素分析是以少數測驗來衡量一大群人，然後找出影響受測者行為或態度的共同因素，Q方法則是以一堆問項來測驗一小群人，根據結果，將此一群人對某一問題的態度分為幾種不同的類型(羅文輝，1986)。Schlinger(1969)認為在對群體進行態度、動機或需要等心理屬性之分類時，Q方法是一個適當的工具(Liu, 2015)。綜上所述，本研究目的在於挖掘橘色港口認知類型，以期協助管理單位對港口的橘色幸福功能面向更加瞭解，建構港口朝橘色幸福意象之經營新方向。本研究的目的有二：1.探討訪客對幸福意象的橘色港口認知類型。2.針對各種橘色港口認知類型進行探討並提出可能之管理建議。

文獻探討

本節回顧港口之相關研究，提出相關橘色觀念缺口，結合幸福感的理論與應用之文獻，作為本文研究方向與理論架構之參考。

港口營運回顧

港埠議題之研究屬於交通運輸之海運範圍，根據Pallis等人(2010)研究指出，1990 中期以前，港埠的研究寥寥可數，但之後港埠經濟、管理與政策問題逐漸受到重視，文章數量增長更是快速，其主因在於世界貿易增加，科技進步與自由化及民營化趨勢使得港口產業的經營與管理愈發複雜，業界與學界紛紛投入此一領域。對國家海運政策與港埠經營都提供相當具建設性的建議(交通部運研所，2014)。近期港埠相關研究議題，本研究彙整大致可分為四類，分別說明如下：港埠經營與管理、港口治理與法規、綠色生態港埠以及觀光遊憩港等議題。首先在港埠經營與管理方面，如航商港口選擇行為與競爭策略(戴輝煌、黃承傳，2007；Dekker & Verhaeghe, 2008；De Martino & Morvillo, 2008)。績效評估(趙時樑、張貞德，2011；González & Trujillo, 2009)、行銷策略規劃(呂錦山、方菀萍，2001；Cahoon, 2007；Lee et al. 2013)，港埠物流整合(Lee & Lin, 2013)、與港埠創新(交通部運輸研究所，2014)等課題。其次是港口治理與法規方面，如港埠治理(Pallis et al, 2010)。接著是綠色生態港埠方面，如發展綠色港口成功策略與關鍵因素(Lam & Notteboom, 2012; Lirn et al. 2014；許鉅秉等人，2014)。最後是觀光遊憩港方面，張志清、張婉君(2010)探討基隆港市之策略規劃，建議港務管理單位則應著重旅客面的行銷。莊宗南、張嘉良(2009)建立一國際商業港埠地區觀光發展評估模式。港埠的發展隨著年代的不同，功能分為幾個世代，第一為運輸樞紐中心，第二代為裝卸和服務中心以及貿易和物流中心的第三代港口及第四代港口「港城一體」概念(UNCTAD, 1999)，也就是說，「港即是城」或「城即是港」二者合為一體。綜合言之，從港口發展的不同階段來看，第一、二代港口最主要的特徵是貨流的匯集地和貨運作業的集散地。而第三代港口的特徵在於綜合運輸、物流、供應鏈管理提供整體解決方案並進行港埠中運輸系統、物流與供應鏈間的競爭。第四代港口之港市合一基本上已觸及本研究所主張的幸福港口概念，論述如下節。

橘色幸福感結合港口概念

橘色科技所帶來的幸福感，已漸為人所討論。劉仲矩、高淑芬(2013)將橘色意義歸納為代表活力、奉獻與讚賞，橘色在色彩學代表爽朗快樂及豐富人際關係，是黃色和紅色混合體，屬激奮色彩，是最溫暖的顏色。並將此番橘色幸福感

精神應用於港口的經營。Pallis(2010)等人指出自 1990 中期以後，港口研究文獻大都聚焦在貨櫃場站經營規劃、港埠物流與供應鏈、港口治理、港口設施規劃與發展、港口政策與法規、以及港口競爭優勢與競爭力等經濟面議題，近年也有綠色港埠議題被論及(Lirn et al. 2014)。然而營造前述所提結合橘色觀念所產生幸福港口的觀念，帶動訪客親近港口，使城市發展與港口相輔相成，本小效益大。基於上述幸福感的研究與實務上本研究試圖將橘色概念與所有港埠參與者對港口認知相結合成為橘色港口，並定義橘色港口認知為讓人可以因參觀或身處港口場域時，感受到港口的相關軟硬設施設備或景色氛圍所產生的幸福感。基於以上的說明，可知港口相關研究，大致上有經營與管理、治理與法規、綠色生態與觀光遊憩四個面向，相對地，關於港埠該扮演的社會永續功能中帶給民眾幸福感之橘色港口研究卻鮮少被論及，此為本研究獨特貢獻之處。故本研究希能從訪客角度出發，了解橘色港口的認知類型。

研究方法

Schlinger(1969)認為在對群體進行態度、動機或需要等心理屬性之分類時，Q方法是一個適當的工具。

抽樣設計

本研究對象為目前有至港口進行觀光遊憩與休閒活動經驗者，稱為訪客，需有經驗才可實際描述其在港口的主觀感受。Q方法的樣本數(P樣本)必須小於陳述句(Q樣本)總數，也就是36個人以下，才不致影響統計的可靠性與穩定性。因此本研究的P樣本採取小樣本的立意抽樣30位訪客，並加以編號。由於認知橘色港口主題在取樣上比較難以用結構性的設計，因此採用立意抽樣的方式，其原則如下：1.欣賞或瞭解黃色小鴨，知悉新聞與議題的經驗；2.本身有到過港口進行觀光遊憩與休閒活動經驗者。列出受訪者基本資料，詳如表5，在30位研究對象的人口統計方面，就性別而言，男性8位，佔26.7%，女性有22位，佔73.3%。

陳述句之設計

由於研究橘色港口認知型態的文獻缺乏，故陳述句收集來源有二：一是橘色、幸福感與港口轉型相關文獻；二是兩位訪客請其說明在港埠觀光或居住附近時所感受到的各種幸福的經驗。原始陳述句初步編制完成後，請兩位航運管理課程相關的教授，進行文句語意理解度測試，將語意不清陳述句修改成接近橘色港

口認知主題的，經確定後，同意的陳述句提象有36句，符合粗略表面效度(face validity)的要求，最後確認Q分類的36題橘色港口認知陳述句，詳如表1。

表1 Q分類的36題陳述句與參考文獻來源

橘色港口認知類型Q問卷之題號與題項	參考資料
1 我覺得港口有黃色小鴨進駐讓人覺得很幸福	劉阿榮、謝登旺(2009), 邱淑萍等人(2010)
2 我覺得港口有美麗的海景讓人覺得很幸福	劉阿榮、謝登旺(2009), 林佩瑩、廖學誠(2008)
3 我覺得港口有美麗的夜景讓人覺得很幸福	劉阿榮、謝登旺(2009), 林佩瑩、廖學誠(2008)
4 我覺得港口周圍有小吃或夜市讓人覺得很幸福	劉阿榮、謝登旺(2009)
5 我覺得港口周圍有咖啡廳讓人覺得很幸福	陳嘉鳳、周才忠(2012)
6 我覺得港口有陽傘與雅座讓人覺得很幸福	劉阿榮、謝登旺(2009), 趙元鴻(2005)
7 我覺得港口附近有藝術品讓人覺得很幸福	顧潔光、顧潔修(2009)
8 我覺得港口附近有廟宇可以朝拜讓人覺得很幸福	莊宗南、張嘉良(2009)
9 我覺得在港口看大船鳴笛進出港讓人覺得很幸福	交通部運輸研究所(2014), 張通榮等人(2010)
10 我覺得港口有橋式機裝卸貨物讓人覺得很幸福	交通部運輸研究所(2014), 張通榮等人(2010)
11 我覺得港口開放讓民眾親近大海讓人覺得很幸福	交通部運輸研究所(2014), 張通榮等人(2010)
12 我覺得港口有貨櫃車進出讓人覺得很幸福	交通部運輸研究所(2014), 張通榮等人(2010)
13 我覺得港口有軍艦進駐讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010)
14 我覺得港口有戀人相偎依讓人覺得很幸福	劉淑女、朱維政(2009)
15 我覺得港口附近有海洋文化館讓人覺得很幸福	林佩瑩、廖學誠(2008); 莊宗南、張嘉良(2009); 顧潔光、顧潔修(2009)
16 我覺得港口附近有美食餐廳讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010); Abdullah et al(2012)
17 我覺得在港口搭船瀏覽沿岸景色讓人覺得很幸福	林佩瑩、廖學誠(2008); Abdullah et al(2012); 胡博硯(2011); 呂勇德等人(2010)
18 我覺得港口有歷史解說人員介紹讓人覺得很幸福	莊宗南、張嘉良(2009); 顧潔光、顧潔修(2009); 林佩瑩、廖學誠(2008); Abdullah et al(2012)
19 我覺得港口有散步的步道讓人覺得很幸福	陳嘉鳳、周才忠(2012); Abdullah et al(2012); 曾聖文、蔡佳紋(2013)
20 我覺得港口有提供免費WIFI讓人覺得很幸福	顧潔光、顧潔修(2009)
21 我覺得港口有美麗的地標廣告讓人覺得很幸福	邱淑萍等人(2010); Abdullah et al(2012) ¹
22 我覺得港口有便捷的交通讓人覺得很幸福	張通榮等人(2010); 胡博硯(2011)
23 我覺得港口有飲酒的吧台讓人覺得很幸福	陳嘉鳳、周才忠(2012); Abdullah et al(2012)
24 我覺得港口有適合全家出遊場地讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010); 陳惠美、王美晶(2009)
25 我覺得港口有星光大道讓人覺得很幸福	趙元鴻(2005)
26 我覺得港口緊鄰公園讓人覺得很幸福	林佩瑩、廖學誠(2008)
27 我覺得港口有購物中心讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010)
28 我覺得港口有美麗的建築物讓人覺得很幸福	趙元鴻(2005)
29 我覺得港口舉辦海洋祭讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010)

表1 Q分類的36題陳述句與參考文獻來源

30	我覺得港口舉辦親子繪畫比賽讓人覺得很幸福	曾聖文、蔡佳紋(2013)
31	我覺得港口舉辦音樂祭讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010)
32	我覺得港口舉辦美食展讓人覺得很幸福	張志清、張婉君(2010)
33	我覺得港口有商船或漁船介紹讓人覺得很幸福	莊宗南、張嘉良(2009)
34	我覺得港口有介紹船員奮鬥故事讓人覺得很幸福	莊宗南、張嘉良(2009)
35	我覺得港口展示過往輝煌成就讓人覺得很幸福	莊宗南、張嘉良(2009)；林佩瑩、廖學誠(2008)；洪啟文、吳連賞(2011)
36	我覺得港口舉辦園遊會讓人覺得很幸福	趙元鴻(2005)

信度與效度

為驗證上述Q陳述句的信效度，發展出Likert 5點尺度量表，其中1代表非常不同意，5代表非常同意，進行項目分析，發現題項信度大致介於0.84-0.85左右，在初探的狀況下，為可接受標準，將結果分別顯示於如下表2。

表2 本研究 Q 陳述句項目分析的結果(共 36 題)

題項 編號	極端組比較 CR 值	同質性檢定		
		題目與總分相關	校正題目 與總分相關	題項刪除後的 α 係數
a1	1.46	-.26	-.19	.85
a2	1.22	-.44*	-.40	.84
a3	.91	-.38*	-.33	.84
a4	2.48*	-.45*	-.39	.84
a5	2.21*	-.45*	-.40	.84
a6	3.02**	-.46*	-.42	.84
a7	2.00	-.41*	-.36	.84
a8	1.27	-.10	-.02	.85
a9	2.33*	-.43*	-.37	.84
a10	.19	-.02	-.11	.86
a11	1.92	-.37*	-.31	.84
a12	.84	-.03	-.10	.85
a13	2.13*	-.29	-.21	.85
a14	2.00	-.42*	-.36	.84
a15	1.41	-.46*	-.41	.84
a16	1.41	-.37*	-.32	.84
a17	1.51	-.56**	-.52	.84
a18	3.24**	-.66***	-.63	.83
a19	2.36*	-.55**	-.50	.84
a20	.57	-.06	-.01	.85
a21	1.02	-.20	-.13	.85
a22	2.05	-.62***	-.58	.84

表 2 本研究 Q 陳述句項目分析的結果(共 36 題)

a23	1.845	-.25	-.16	.85
a24	1.76	-.55**	-.49	.84
a25	1.46	-.31	-.24	.84
a26	1.76	-.57**	-.52	.84
a27	1.48	-.40*	-.34	.84
a28	1.52	-.54**	-.50	.84
a29	3.51**	-.61***	-.55	.83
a30	2.89*	-.52**	-.46	.84
a31	2.86*	-.57**	-.52	.84
a32	2.79*	-.49**	-.42	.84
a33	1.13	-.41*	-.35	.84
a34	1.31	-.35	-.29	.84
a35	3.00**	-.55**	-.49	.84
a36	3.30**	-.54**	-.48	.84

*P<0.05; **P<0.01; ***P<0.001

Q方法實施程序

陳述句排序

將36題陳述句分別寫在卡片及問卷上，以方便受訪者排列陳述句。進行步驟如下：首先，要求受訪者將題項依其對陳述句的意見分成同意、沒意見、不同意三堆；其次依表3要求，將陳述句從最同意、同意、不同意的等級開始排列題項直到分配完畢，直到所有題項皆被安排至近似常態分配等級表如表3，採用9級尺度計分，並以書面問卷記錄受訪者排列的結果。

表3 Q分類等級卡片數

	最不同意								最同意
分數	1	2	3	4	5	6	7	8	9
題項數	1	3	4	6	8	6	4	3	1

資料來源：修改Cross(2005)，頁209。

輸入資料進行因素分析

Q分析的統計是以受試者為變項，對受試者分類。利用主成份分析(Principle Components Analysis)抽取因素，根據Kaiser(1958)所建議選取變異數大於1的因素，參酌Cattell(1966)的陡階檢定法選擇顯著因素數目，利用最大變異轉軸法(Varimax Rotation)，使各因素的意義變得比較清晰明確。受訪者的類型區分，原則以對各因素的負荷量最高者為主，但是按Stephenson(1974)的經驗，因素負荷

量必須大於零相關的2.58倍才具有顯著性，即因素負荷量必須大於 $2.58/\sqrt{n}$ ，其中n為陳述句的個數(Stephenson, 1974; Liu, 2015)。因此，本研究以因素負荷量最高，且大於 $2.58/\sqrt{36}=0.43$ 左右為區分標準，共有2位不符合，刪除編號分別為7、19，有28位可以歸入五群分類(詳見表4)。

各群訪客計算各陳述句的因素分數

利用Schlinger(1969)所介紹的方法，首先根據受測者在所屬類別的因素負荷計算出權重，以此權重將受測者對各陳述句的評分加權，再將同一類別之受測者的加權後分數加總，即可計算出此類型在各題目上之因素分數(factor score)，再將各類型的因素分數按大小順序排列就形成因素序列(factor array)，在因素序列中得分最高與最低的題項，即代表該類受訪者最同意與最不同意的題項。根據這些陳述句敘述，進行命名與解釋(詳見表5與表6)。

研究結果

本研究根據前述Q方法分析步驟，將上述五種類型加以歸納整理，主要從因子得點與因子排序表(詳見表4、表5與表6)歸納出下列的類型，將各類型結果呈現並加以說明。

表 4 Q 方法的分群結果與人口統計

人員 編號	群別					性別	年齡	教育 程度	職業別	工作性質
	第一	第二	第三	第四	第五					
4	-.64	-.39	-.06	-.06	-.41	男	34-44	研究所	上班族	其他
5	-.73	-.01	-.34	-.25	-.02	男	45-55	大學	上班族	行銷業務
9	-.61	-.33	-.13	-.41	-.30	女	55 以上	大學	上班族	生產製造
10	-.70	-.03	-.18	-.21	-.43	女	34-44	大學	上班族	行銷業務
13	-.84	-.22	-.19	-.29	-.01	男	55 以上	大學	軍公教	其他
14	-.64	-.22	-.21	-.22	-.29	女	23-33	大學	上班族	行銷業務
15	-.68	-.12	-.22	-.28	-.01	男	45-55	大學	上班族	行銷業務
16	-.63	-.39	-.39	-.19	-.11	女	22 以下	大學	其他	其他
28	-.78	-.14	-.39	-.10	-.17	女	22 以下	大學	上班族	人事行政
29	-.58	-.14	-.31	-.03	-.32	女	23-33	大學	工讀生	人事行政
12	-.13	-.58	-.27	-.36	-.30	男	55 以上	專科	上班族	其他
18	-.31	-.66	-.29	-.08	-.38	女	22 以下	大學	其他	其他
20	-.19	-.75	-.34	-.25	-.08	女	22 以下	大學	工讀生	人事行政

表 4 Q 方法的分群結果與人口統計

22	-.39	-.64	-.38	-.25	-.19	女	22 以下	大學	工讀生	人事行政
27	-.19	-.79	-.12	-.25	-.08	女	23-33	大學	其他	其他
1	-.13	-.41	-.53	-.37	-.37	女	22 以下	大學	其他	其他
2	-.16	-.21	-.74	-.16	-.05	女	22 以下	大學	其他	其他
3	-.13	-.05	-.65	-.38	-.38	女	55 以上	研究所	軍公教	其他
6	-.19	-.31	-.56	-.11	-.17	男	55 以上	大學	其他	其他
8	-.30	-.24	-.64	-.10	-.27	女	55 以上	專科	軍公教	人事行政
11	-.29	-.23	-.71	-.28	-.11	男	34-44	研究所	上班族	行銷業務
17	-.46	-.24	-.08	-.69	-.02	女	22 以下	大學	其他	其他
21	-.43	-.06	-.19	-.70	-.27	女	23-33	大學	其他	人事行政
26	-.32	-.44	-.37	-.61	-.11	女	22 以下	大學	其他	其他
30	-.20	-.45	-.23	-.73	-.22	女	22 以下	大學	工讀生	其他
23	-.09	-.44	-.20	-.08	-.70	男	22 以下	大學	工讀生	生產製造
24	-.40	-.03	-.10	-.26	-.73	女	23-33	大學	工讀生	人事行政
25	-.48	-.01	-.13	-.10	-.67	女	23-33	大學	其他	其他

註：共30人進入Q分析，取負荷值大於0.45者，故刪除編號7、19，最後28人。

訪客對象原本30位，經上述因素分析步驟處理後，捨棄兩位，因此實際採用者共28位，分為五群。以上述經過篩選後的各群人數，計算權重值來據以算出分群陳述句的因素分數，所計算的結果如下表5與表6呈現。

表 5 各群人員負荷量與權重值計算

群	受訪者編號	因素負荷量	權重
第一群 (賞景放鬆型)	4	.64	1.07
	5	.73	1.56
	9	.61	.96
	10	.70	1.40
	13	.84	2.75
	14	.64	1.08
	15	.68	1.27
	16	.63	1.06
	28	.78	2.01
第二群 (闖家同遊型)	29	.58	.87
	12	.58	.88
	18	.66	1.17
	20	.75	1.70
	22	.64	1.07
第三群	27	.79	2.12
	1	.53	.73

表 5 各群人員負荷量與權重值計算

(自在觀光型)	2	.74	1.65
	3	.65	1.13
	6	.56	.82
	8	.64	1.08
	11	.71	1.42
第四群 (療癒潮流型)	17	.69	1.30
	21	.70	1.37
	26	.61	0.97
	30	.73	1.58
第五群 (懷舊觀光型)	23	.70	1.39
	24	.73	1.54
	25	.67	1.22

註：公式：權重= $\text{loading}/1-\text{loading}^2$ (Schlinger^[10])。

表 6 Q 方法的分群陳述句的因素分數

題項	第一群	題項	第二群	題項	第三群	題項	第四群	題項	第五群
a2	47.64	a24	26.71	a17	20.83	a1	17.57	a28	13.99
a3	46.49	a2	16.49	a2	18.33	a3	16.63	a25	13.84
a5	32.99	a3	15.49	a3	17.31	a2	15.66	a3	6.90
a6	23.96	a4	12.25	a28	14.58	a16	12.22	a6	6.26
a7	23.24	a17	11.48	a5	11.65	a28	10.98	a16	5.83
a14	21.63	a30	11.35	a22	11.06	a4	9.83	a24	5.72
a19	20.14	a31	11.12	a16	10.06	a5	8.86	a2	5.69
a24	15.20	a19	8.70	a29	9.60	a24	5.16	a23	5.48
a16	14.85	a14	8.14	a31	9.50	a19	4.20	a29	5.40
a17	10.92	a7	6.63	a19	8.74	a17	3.37	a7	5.36
a9	9.98	a29	4.57	a24	8.72	a14	3.21	a14	4.47
a28	9.98	a28	4.49	a32	5.62	a36	2.06	a31	4.00
a22	9.92	a32	3.70	a27	2.76	a22	1.86	a17	3.97
a1	7.72	a6	3.25	a9	1.67	a32	1.45	a19	3.97
a15	7.63	a26	3.02	a6	1.40	a31	1.17	a34	2.46
a23	4.95	a22	2.24	a4	1.31	a20	0.94	a35	1.25
a18	4.17	a36	1.70	a36	0.57	a30	0.20	a26	0.32
a26	1.12	a21	1.27	a7	-.02	a6	-.07	a30	0.32
a11	1.09	a1	1.09	a18	-2.25	a18	-.27	a15	0.29
a4	-1.91	a20	.61	a20	-2.28	a7	-.96	a11	0.17
a35	3.49	a15	.16	a11	-3.20	a25	-1.23	a5	-.17
a8	-4.41	a16	.07	a26	-3.67	a34	-1.50	a9	-2.61

表 6 Q 方法的分群陳述句的因素分數

a34	-5.45	a5	-1.22	a30	-6.11	a15	-1.58	a1	-2.78
a30	-6.27	a18	-4.61	a14	-7.17	a23	-2.40	a18	-2.93
a33	-11.96	a34	-5.93	a8	-7.57	a27	-2.74	a20	-3.65
a29	-14.07	a8	-6.87	a34	-8.16	a35	-2.75	a36	-3.94
a36	-14.33	a25	-6.90	a23	-8.20	a9	-3.79	a22	-4.15
a31	-15.77	a11	-6.94	a21	-8.61	a26	-4.38	a33	-4.32
a20	-18.42	a9	-8.47	a35	-9.37	a21	-6.05	a21	-4.61
a27	-19.23	a33	-9.37	a25	-9.74	a29	-6.52	a27	-5.36
a32	-22.43	a35	-10.15	a1	-10.08	a8	-6.87	a32	-5.51
a25	-24.43	a27	-14.15	a15	-10.46	a33	-7.77	a4	-6.90
a21	-32.17	a10	-18.08	a33	-11.18	a11	-14.29	a13	-9.69
a13	-35.56	a12	-19.59	a10	-11.78	a12	-15.66	a8	-11.55
a10	-38.90	a23	-20.72	a13	-15.79	a13	-18.21	a10	-12.45
a12	-44.83	a13	-21.58	a12	-18.05	a10	-18.33	a12	-15.06

上述所示，本研究類型的命名乃是基於最同意的前五句陳述句加以綜合判斷，並融入訪客意見增強外部效度。發現橘色港口認知類型可區分為賞景放鬆型、闔家同遊型、自在觀光型、療癒潮流型、懷舊感動型此五種類型。綜合上述表5與表6，將各構面結果與最同意五項並輔以訪客的意見說明如下：

賞景放鬆型

歸納表五與表六，本類型人數最多，共有 10 人，其中男性有 4 位，女性有 6 位；年紀在 22 歲以下有 2 位，23~33 歲有 2 位，34~44 歲有 2 位，45~55 歲有 2 位，55 歲以上有 2 位。最同意的前五句為：2.「我覺得港口有美麗的海景讓人覺得很幸福。」；3.「我覺得港口有美麗的夜景讓人覺得很幸福。」；5.「我覺得港口周圍有咖啡廳讓人覺得很幸福。」；6.「我覺得港口有陽傘與雅座讓人覺得很幸福。」；7.「我覺得港口附近有藝術品讓人覺得很幸福。」。此種類型的人可能強調港口休閒遊憩設施的開發與建設，包括日間與夜間的相關景色，例如夜間港口美麗的夜景對比船體等，強調自然景觀與人文景觀的兼容並蓄。

闔家同遊型

從表 5 來看，本類型人數共有 5 人，其中男性有 1 位，女性有 4 位；22 歲以下有 3 位，23~33 歲有 1 位，55 歲以上有 1 位。最同意的前五句為 24.「我覺得港口有適合全家出遊場地讓人覺得很幸福。」；2.「我覺得港口有美麗的海景

讓人覺得很幸福。」；3.「我覺得港口有美麗的夜景讓人覺得很幸福。」；4.「我覺得港口周圍有小吃或夜市讓人覺得很幸福。」；17.「我覺得在港口搭船瀏覽沿岸景色讓人覺得很幸福。」。誠如訪客編號 18 認為「全家出遊的場地很溫馨」；訪客編號 20 認為「能跟家人在一起是最幸福的事」；而訪客編號 22 提到「海景本來就是港口最重要也最基本的因素」；訪客編號 27 也認為「大人小孩一起玩會讓人覺得很放鬆」。基本上此類型者與前述類型較大的差異在於其親人或家庭共遊，享受天倫之樂，因此在港口的建構與發展，應在基礎設施上多設計一些滿足親子共遊共享的設施與活動。

自在觀光型

根據表 5 與表 6，本類型共有 6 人，其中男性有 2 位，女性有 4 位；年紀在 22 歲以下有 2 位，34~44 歲有 1 位，55 歲以上有 3 位。最同意的前五句為 17.「我覺得在港口搭船瀏覽沿岸景色讓人覺得很幸福。」；2.「我覺得港口有美麗的海景讓人覺得很幸福。」；3.「我覺得港口有美麗的夜景讓人覺得很幸福。」；28.「我覺得港口有美麗的建築物讓人覺得很幸福。」；5.「我覺得港口周圍有咖啡廳讓人覺得很幸福。」。至於本類型最不同意的前五句分別為：15.「我覺得港口附近有海洋文化館讓人覺得很幸福。」；33.「我覺得港口有商船或漁船介紹讓人覺得很幸福。」；10.「我覺得港口有橋式機裝卸貨物讓人覺得很幸福。」；13.「我覺得港口有軍艦進駐讓人覺得很幸福。」；12.「我覺得港口有貨櫃車進出讓人覺得很幸福。」。誠如訪客編號 1 所提及的「海邊沿岸風景很漂亮」；訪客編號 2 也認為「港口可以看的就屬海景最直接」。此種類型的人，基本上，強調港口可以當成觀光遊憩的場所，除了希望有美景以外，也希望沿岸的景色可以透過搭船遊港來加以介紹，接觸一般民眾比較沒有接觸到的地方，滿足民眾對海與海岸的好奇心與想像。

療癒潮流型

在表 5 與表 6 中，本類型人數較少，共有 4 人，均為女性；年紀在 22 歲以下有 3 位，23~33 歲有 1 位。最同意的前五句為：1.「我覺得港口有黃色小鴨讓人覺得很幸福。」；3.「我覺得港口有美麗的夜景讓人覺得很幸福。」；2.「我覺得港口有美麗的海景讓人覺得很幸福。」；16.「我覺得港口附近有美食餐廳讓人覺得很幸福。」；28.「我覺得港口有美麗的建築物讓人覺得很幸福。」。歸納本類型訪客的看法，訪客編號 21 認為「看完景色又能吃美食填飽肚子，滿足各種需求」；訪客編號 26 也提到「美麗的夜景讓人心情放鬆」；訪客編號 30 則是認為

「對於黃色小鴨有特別偏好」。此類型的人可能喜歡跟隨現今潮流，例如黃色小鴨風潮，造成香港的旋風，也希望黃色小鴨或類似的商品或活動可以在本地港口舉辦。

懷舊感動型

在表 5 與表 6 中，本類型人數最少，共有 3 人，其中男性有 1 位，女性有 2 位；年紀在 22 歲以下有 1 位，23~33 歲有 2 位。最同意的前五句為：28.「我覺得港口有美麗的建築物讓人覺得很幸福。」；25.「我覺得港口有星光大道讓人覺得很幸福。」；3.「我覺得港口有美麗的夜景讓人覺得很幸福。」；6.「我覺得港口有陽傘與雅座讓人覺得很幸福。」；16.「我覺得港口附近有美食餐廳讓人覺得很幸福。」。誠如訪客編號 23 認為「能夠享受身心靈，達到真善美」；訪客編號 24 認為「美麗建築物使人賞心悅目」；訪客編號 25 認為「在港口散步，腳痠了還能有座位坐下是一大享受，下雨天也有陽傘(或大晴天)可遮風避雨」。此類型的人強調港口的歷史與制度的運作，希望港口或許如同鐵路般成為一個懷舊與想念的地方，因此對於港口管理單位，應該積極開發與開放擁有歷史故事未整理的環境，經營成一個可以懷舊思念的地方。

結論與建議

結論

本研究結合港口新世代，強調港市合一的觀念，以訪客參觀港口及其周遭環境所認知的幸福感觀念加以發展，研究發現橘色港口可分為五類：賞景放鬆型、闔家同遊型、自在觀光型、療癒潮流型及懷舊感動型。綜合上述結果，歸結說明研究意涵如下：首先，第一種類型「賞景放鬆型」，欣賞港口所塑造的整體美景，賞心悅目的感覺讓人心曠神怡；其次，訪客在從事觀光旅遊時，如能滿足全家大小的需求，讓家人都能在港口遊憩時充分得到滿足感，同時也可以帶動港口附近各種觀光與產業的進步與壯大，是屬於「闔家同遊型」；接著，有些訪客強調在沿岸的觀光，比較接近海邊，欣賞海水與船，甚至是相關的沿岸步道，有種智者樂水的類似境界，是屬於本研究的「自在觀光型」；另外一種，是順應世界上最新的潮流如黃色小鴨的進駐，讓整個港口的遊憩更加的有趣，吸引更多的人潮，讓人充滿幸福的感覺，稱之為「療癒潮流型」；最後一類是「懷舊感動型」，認為港口是一種歷史，也是一種人文的關懷，藉由對過往歷史事物的懷念，強化對港

口的印象。

對港埠管理者的建議

從實務運用與學術研究之觀點，本研究提出各項建議如下：首先，港埠存在對國家經濟與民生之重要性不言而喻，但在港埠發展過程中決策者往往只在意港埠「貿易經濟」功能，卻忽略「觀光休憩」及「追求幸福感」等功能發展可為港埠帶來可觀的附加價值，也因此本研究定位為對橘色港口的認知。結合新時代港口的觀念，強調港市合一的經營理念。其次，過往國外有所謂愛之船影集，強調郵輪觀光所帶動地區的經濟效應，有稱為碼頭經濟或港埠經濟，因此連結各項港埠建設強化訪客幸福感的連結，建議積極發展每個港埠的特色進而連結國外光觀資源；接著，臺灣環島除四大國際商港之外，尚有許多漁港與遊憩港，建議政府管理單位可參考本研究提出的類型，確認出之不同的訪客對港埠多樣期望與需求，擬定不同的幸福港口定位與行銷策略，考慮港埠本身資源的情況，選擇目標市場做為發展觀光遊憩港之利基，例如基隆港與高雄港都有深遠的人文歷史，適宜發展「懷舊感動型」之幸福橘色港口等。最後，本研究期望透過塑造橘色港口幸福意象，訪客們包括外部顧客(旅客與一般民眾)感受幸福感之外，同時也能夠讓港口居民(港口相關產業之從業人員或在地民眾)重新認識港口所帶來的意義與啟發，提供相關單位擬定港口政策之參考。

研究限制與未來研究建議

本研究雖力求嚴謹，囿於研究主題的初探，在內涵上無法直接有大量文獻可採用，故採取Q方法，難免會有些研究限制，本研究對限制加以說明並提出修正與建議，讓橘色港口認知類型的相關主題能夠拓展更多的空間：首先，在樣本代表性上的問題，以訪客為樣本探討，做為一般性的推論可能會有所限制，可朝向不同對象如政府單位、第三公正人等觀點出發，因此列為未來研究的改進方向，建議可以朝向以多元的樣本收集，結合德菲法(Delphi)互相檢視，也就是所謂的「三角交叉檢視法」(Jack & Raturi, 2006)以增加其正確性，將可以得到更加概化且周延的探討結果；此外，可將開放式調查結果中所萃取的構面，加以發展成量表問卷，進行嚴謹的實證研究，結合如訪客滿意度；訪客忠誠度等觀念，提供更廣大的面向。

參考文獻

- 王駿發(2011)。橘色科技的緣起與發展。*科學發展*，第466期，6-9頁。
- 交通部運輸研究所(2014)。臺灣綠色港埠建置之研究。
- 呂勇德、黃嘉彥、蔡伯健(2010)。郵輪遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究—以麗星郵輪天秤號為例。*創新與經營管理學刊*，第1卷第1期，15-31。
- 呂錦山、方菀萍(2001)。高雄港貨櫃市場行銷策略之研究。*運輸計劃季刊*，第30卷第2期，439-480。
- 林佩瑩、廖學誠(2008)。應用模糊德爾菲法分析高雄愛河綠廊功能之研究。*國立臺灣大學生物資源暨農學院實驗林研究報告*，第22卷第2期，89-106。
- 邱淑萍、朱維政、莊立文(2010)。美容SPA館氛圍之設計策略。*美學科技學刊*，第7卷第4期，13-34。
- 洪啟文、吳連賞(2011)。港口貿易機能與區域發展關係之研究：以日治時期高雄市為例。*都市與計劃*，第38卷第4期，375-402。
- 胡博硯(2011)。以BOT之方式設立遊艇基地之合法性研究。*軍法專刊*，第57卷第1期，159-175。
- 張志清、張婉君(2010)。基隆市港發展觀光旅遊行銷策略之研究。*全球管理與經濟*，第7卷第2期，39-55。
- 張通榮、張志清、林光、林財生(2010)。基隆港市共同發展策略。*航運季刊*，第19卷第3期，67-85。
- 莊宗南、張嘉良(2009)。應用模糊理論於港埠地區觀光發展方向之研究。*環境與生態學報*，第2卷第2期，61-89。
- 許鉅秉、胡同來、林素如、紀舒哲、侯佳芸(2014)。綠色港口成功因素探析。*運輸學刊*，第26卷第1期，63-87。
- 陳惠美、王美晶(2009)。壓力下的休閒調適策略及其立即調適效果：不同家庭生命週期族群之比較。*戶外遊憩研究*，第22卷第3期，31-56。
- 陳嘉鳳、周才忠(2012)。臺灣民眾主觀快樂幸福感之樣貌與未來之發展方向。*應用倫理評論*，第52期，83-113。
- 曾聖文、蔡佳紋(2013)。休閒運動態度對國小高年級學童休閒效益之影響：以參與動機為中介變項。*運動與遊憩研究*，第8卷第1期，23-47。
- 趙元鴻(2005)。我國遊輪觀光港之發展策略研究。成功大學都市計劃學系未出版碩士論文，台南市。
- 趙時樑、張貞德(2011)。應用資料包絡分析法評估兩岸三地國際貨櫃港經營績效之研究。*運輸計劃季刊*，第40卷第3期，233-260。
- 劉世男(2011)。從綠色科技到橘色科技。*科學發展*，第466期，10-17。

- 劉仲矩、高淑芬(2013)。運用橘色概念探討員工幸福感方案重要性之研究。《*企業管理學報*》，第97期，61-86。
- 劉阿榮、謝登旺(2009)。臺灣永續發展之環境與社會經濟的辯證。《*國家與社會*》，第六期，1-50。
- 劉淑女、朱維政(2009)。芳香療法在消費者認知與需求探討。《*美容科技學刊*》，第6卷第2期，43-61。
- 蔡承志(譯)(2012)。你的大腦是什麼顏色？看清你的本色、看懂別人的臉色，人際溝通更出色 *What Color Is Your Brain?* (原作者：Glazov, S. N.)。美商麥格羅·希爾，臺北。
- 戴輝煌、黃承傳(2007)。兩岸三地樞紐港口選擇因素之探討。《*運輸計劃季刊*》，第36卷第1期，31-62。
- 羅文輝(1986)。Q方法的理論與應用。《*民意學術季刊*》，春季號，41-53。
- 顧潔光、顧潔修(2009)。博物館人向前行：臺博館人的壓力來源與因應策略。《*科技博物*》，第13卷第4期，17-36。
- Abdullah, J., Ahmad, Z., Shah, R. N. H. R. A., & Anor, N. (2012). Port City Development and Quality of Life in Pasir Gudang Port, Johor, Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 35, 556-563.
- Cahoon, S. (2007). Marketing communications for seaports: a matter of survival and growth. *Maritime Policy and Management*, 151-168.
- Cattell, R. B. (1966). The Scree Test for the Number of Factors. *Multivariate Behavioral Research*, 1, 245-276.
- Cross, R. M. (2005). Exploring Attitude: The Case for Q methodology. *Health Education Research*, 20, 206-213.
- De Martino, M., & Morvillo, A. (2008). Activities, resources and inter-organizational relationships: key factors in port competitiveness. *Maritime Policy and Management*, 35(6), 571-589.
- Dekker, S., & Verhaeghe, R. J. (2008). Development of a strategy for port expansion: an optimal control approach. *Maritime Economics and Logistics*, 10(3), 258-274.
- González, M. M., & Trujillo, L. (2009). Efficiency measurement in the port industry: a survey of the empirical evidence. *Journal of Transport Economics and Policy*, 43(2), 157-192.
- Jack, E. P., & Raturi, A. S. (2006). Lessons Learned from Methodological Triangulet-

- ion in Management Research. *Management Research News*, 29, 345-357.
- Kaiser, H. F. (1958). The Varimax Criterion for Analytic Rotation in Factor Analysis. *Psychometrics*, 23, 187-200.
- Lam, J. S. L., & Notteboom, T. (2012). *The green port toolbox: A comparison of port management tools used by leading ports in Asia and Europe*. Proceeding of International Association of Maritime Economists (IAME) Conference, 5-8.
- Lee, P. T. W., & Lin, C. W. (2013). The cognition map of financial ratios of shipping companies using DEMATEL and MMDE. *Maritime Policy & Management*, 40(2), 133-145.
- Lee, S. Y., Tongzon, J. L., & Chang, Y. T. (2013). Assessing port service quality by process component : the case of Korean Chinese ports. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 5(2), 137-154.
- Lirn T. C., Lin H. W., & Shang K. C. (2014). Green shipping management capability and firm performance in the container shipping industry. *Maritime Policy and Management*, 41(2), 159-175.
- Liu, C. C. (2015). Types of Employee Perceptions of Information Security Using Q Methodology: An Empirical Study. *International Journal of Business and Information*, 10(4), 557-575.
- Pallis, A. A., Vitsounis, T. K., & De Langen, P. W. (2010). Port Economics, Policy and Management: Review of an Emerging Research Field. *Transport Reviews: A Transnational Transdisciplinary Journal*, 30(1), 115-161.
- Schlinger, M. J. (1969). Cues on Q-Technique. *Journal of Advertising Research*, 9, 53-60.
- Stephenson, W. (1974). *The Play Theory of Mass Communication*. University of Chicago Press, Chicago.
- UNCTAD. (1999). Technical note: fourth generation port. *UNCTAD, Ports Newsletter 19*, 11, 9-12.

Using Q Method to Explore the Cognitive Types of Orange Port Concepts from Visitors' perspectives

Shiou-Yu Chen¹ Chung-Chu Liu²

¹Department of Shipping and Transportation Management, National Taiwan Ocean University

²Department of Business Administration, National Taipei University (Corresponding author)

Abstract

Port operating has played a profound impact on national economy and image. Known by its powerful functions of healing and well-beings, Hofman's giant rubber duck docked at Taiwanese ports had brought brand new influences on port corporation's business strategies. The port had been connected with the new image of happiness since. However, since always the Government tend to pay more attention on the "trade" functions instead other non-trade aspects when made strategic plan and allocated resources regarding port development. Recently, in order to enhance the international competitiveness of ports, policymakers has actively involved the development of tourism and leisure functions in ports. The color of orange represents happiness, and to shape the "happiness" image will become a new strategic direction for port development. Therefore, this study aims to explore the orange port cognitive type. Due to the preliminary nature, this study used the Q method. Q classification was conducted with 28 valid samples. The study found that visitors are categorized into five types, including "sightseeing and relaxation", "family travel", "pursuit of freedom", "pursuit of healing" and "reminiscence". Identifying the cognition types can help the government units, port companies and connected business to re-build the image of old port, enhance the port image and competitiveness by make good use of innovative orange happiness concept and differentiate themselves from the competitors.

Keywords : Port, Orange, well-being, Q method

Received:2016.10.26 / Accepted:2017.03.03

Corresponding author: gereliu@mail.ntpu.edu.tw

Submit: jbalm@ms82.hinet.net / Publication: <http://www.shtabook.com.tw>