

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

全世界的賞鯨業自美國 1988 年於岸邊觀賞灰鯨而拉開序幕，截至 2003 年為止全球已超過一千萬人次於 87 個國家搭乘過賞鯨船，總消費金額已超過十億美金(Hoyt, 2004)。1997 年 7 月，台灣第一艘賞鯨船海鯨號於花蓮縣石梯漁港啟航，正式開啟台灣的賞鯨業，十年內總共已累積 160 萬遊客人數(陳璋玲，2007)。國際動物福利基金會(International Fund for Animal Welfare, IFAW)更將台灣列為近年來賞鯨業發展最快速的國家之一(Hoyt, 2000)。

但賞鯨活動的蓬勃發展卻也帶來對鯨豚保育的隱憂。截至目前為止的研究，船隻不當的靠近鯨豚、發出太多噪音或是追趕鯨豚，這些活動一再重複與持續的阻礙鯨豚日常生活的過程的進行，已顯然對其保育形成威脅之行動(Berrow and Holmes, 1999; Jon, 2000)。為了減緩發展賞鯨業而對鯨豚所產生的負面影響，有些國家甚至訂立法律來規範賞鯨業者的行為，而像西班牙屬地的卡納利群島，其更是推行了證照制度，以確保對於賞鯨業者的行為進行有力的規範(Berrow, 2003)。

為了對國際賞鯨規範之了解，本研究對目前全球賞鯨經濟規模最大的前三名地區來進行賞鯨規範的討論與比較。在 1999 年所記錄到的遊客超過百萬人次的國家共有美國、加拿大與西班牙屬地的卡納利群島(Hoyt, 2001)，以下即針對此三地對賞鯨業之規範來加以討論。這三地其賞鯨規範大抵著重在限制賞鯨船與鯨豚的接近方式、方向、與鯨豚相距的最小距離、賞鯨船隻的操控方式、與鯨豚互動上的注意事項等。規範所涵蓋的部份其目的皆是藉由規範賞鯨活動在執行時的操作情況，以減低對於鯨豚所造

成的負面衝擊。而對於船隻硬體部分的船隻設施，軟體部分的解說內容、環境教育、永續發展的部份在其規範、指導方針裡面則甚少著墨。

反觀國內對於賞鯨業的管理情形，目前賞鯨業務由農委會漁業署負責，漁業署曾就賞鯨業務召開兩次公聽會，然限於無法源根據，只能列成「賞鯨事業注意事項」，並函文各縣市政府漁政單位來加強宣導之方式處理(陳璋玲，2007)。有鑒於台灣賞鯨業之快速發展，漁業署於2003年開始推行賞鯨標章之評鑑制度，其係委託中華鯨豚協會來進行標章之評鑑與頒布之工作。評鑑項目主要分為船隻安全設施與服務品質、環境教育、鯨豚衝擊三大面向。然因賞鯨標章評鑑是屬漁政單位的政策輔導，非屬以法令規範賞鯨標章來推行，礙於無相關法令之強制規定，純粹為對賞鯨業者之鼓勵性質，申請與否皆由賞鯨業者自行決定(陳璋玲，2007)。

美國、加拿大、卡納利群島的賞鯨規範大部分侷限在鯨豚衝擊的部分，台灣的賞鯨標章之考核標準則多了船隻安全設施與服務品質、環境教育等面向，把生態旅遊的意涵之部份也含括進來，其乃希望透過賞鯨標章的認證，可以提供給消費者一個安全、對環境負責任且兼具減少鯨豚衝擊的賞鯨環境，相較於其他國家的賞鯨地區，賞鯨標章之考核內容更為豐富而多元。而在賞鯨規範強制性之比較上，美國在1978年通過了 Marine Mammal Protection Act (MMPA)、卡納利群島在1995年亦通過了法律命令，這些地區的賞鯨規範皆有相關法令之支持，強制要求業者遵循。反觀台灣對於所推行之賞鯨標章並無相關法令來強制賞鯨業者之行為，純屬政府輔導鼓勵性質，在強制性上較為缺乏。

其實環保標章之源起肇因於環保意識的提昇，當環境議題開始被各國重視，許多國家開始制定環保標章來認證各項產品與服務 (Buckley, 2002)。首先推出標章為1977年德國環境部所推出的

藍天使環保標章計劃(于寧，賴明伸，2000)。環境發展基金會執行長于寧在環保標章簡訊中提出國內環保標章與環境標誌的釋疑(于寧，賴明伸，2005)：「目前全世界約有 40 個環境標誌(ecolabelling)組織，我們希望『環境標誌(ecolabelling)』作為統稱，而我國的環境標誌稱為『環保標章(green mark)』」。國內環保標章(green mark)的起源乃是為了倡導「綠色消費」的觀念，強調消費者改變消費模式與習慣，以提高資源的使用效率，減少對環境的負荷，並促使廠商在產品的生產過程中進良符合環保要求(謝佩君，2000)。

不同於法規或命令，環保標章是一自願性的制度，藉由清楚的標章讓消費者選擇環保產品，也可讓廠商提高環境保護的意願(陳陵援、張憶琳，1994)。Buckley 同時也指出標章在觀光業為一種市場的行銷手法，藉由標章制度的執行，使潛在消費者從標章中取得一些資訊，若能配合法規及章程，實施上將會更有效率，而若環保標章制度施行過一段時日，對於潛在顧客與一般大眾會認為標章具有某些意義，而顧客也會願意多付額外費用去選擇標章認定之產品，這樣的發展亦會引導政府為其背書，而當標章系統滿足消費者的需求，業者也會收到相對應之報酬，兩者之間成為相互依賴的關係(Buckley, 1997)。

綜合上述，可了解生態標章在觀光領域裡，實為一種市場行銷手法，亦有提升旅遊品質之功能，生態標章若是廣為消費者所熟知或是營運夠久，取得潛在消費者的認同，將為業者帶來直接之經濟收益，亦為整體觀光產業帶來經濟效益。但國內標章是須由業者主動提出申請，身為賞鯨業的主體社群，賞鯨觀光業者及其雇用人員對於賞鯨標章的知覺程度因此顯得格外重要，而知覺是指個體對人或事物所持的信念、評價或意見(黃安邦，1992)，觀光業者對賞鯨標章的知覺會影響其申請態度。

中華鯨豚協會在漁業署的指導下辦理賞鯨標章之評鑑，經過

一連串的審查後，經本研究實地勘查後，東部地區僅有 21 艘賞鯨船中(見附錄 A)，今年僅有兩艘賞鯨船有意願再申請，賞鯨標章之申請比例不高。因此國內賞鯨業者為何對於申請賞鯨標章之意願如此低落，其態度為何。而對於賞鯨標章制度之看法或知覺又是為何？此為本研究之研究動機。

第二節 研究問題

賞鯨，被認為是非消耗性(non-consumptive)的利用鯨類動物，但仍會對鯨類族群的行為與健康有所影響(Parsons, 2003)。為確保鯨豚生態之衝擊，管理賞鯨船與遊客之行為是關鍵管理焦點，最直接的途徑即制定適宜的賞鯨規範(IFAW, 1995)。在施行方面，為達有效經營管理，有些國家則會採行許可或是證照制度來進行賞鯨船的總量管制，以減少過多船隻對鯨豚造成的影響。有些國家使用許可制度的管理方式下，會有利益釋放的誘因，以吸引賞鯨業者的申請率 (Berrow, 2003)。愛爾蘭的賞鯨管理經營上面，有准許制度的機制，不同其他國家的地方是，對於賞鯨業者有明顯的強力誘因，會大大增加賞鯨業者對於政府所推動的許可制度有極大的認同，進而增加管理當局對賞鯨業者的有效控制與管理。

環保標章的主要角色包括基金補助單位(funding body)、計畫執行單位(awarding body)、驗證單位(verify body)、申請人(applicant)以及旅遊市場(tourism market)等五個部份。基金補助單位與計畫執行單位通常是由政府及非營利組織擔任；而申請人通常是指業者(Font, 2002)。

在標章之營運上，不僅國內申請意願偏低，國外也有類似情況發生。在業者對於環保標章知覺方面，澳洲聯邦政府及生態觀光協會共同推出澳洲自然生態觀光認證計畫「NEPA」(Australian

Nature Ecotourism Accreditation Program, NEPA)時遭受失敗，其原因在於業者對於非營利組織生態觀光協會了解程度不足，因此對於此計劃是否能幫助業者達到銷售目標及市場佔有率而抱持的存疑的態度，顯示政府及非營利組織在推行此計劃時，並未使業者有充分信心，加上有些業者濫用這些代表生態觀光市場的工具，使得已獲得認證且建立良好聲譽的公司不願申請標章，以免破壞自身名譽(Buckley, 2002)。Salzhauer (1991)亦提出當標章是由私人部門所推行，將使得標章公信力不足，無法真正提供企業獲得應有的利潤。而黃文珊(2003)以賞鯨業為例，調查生態旅遊協會會員對於標章運作所關切的事項，研究結果發現，不論是政府、非營利組織、觀光產業或是學者，其對於標章制定時的透明度與驗證是否公平都頗為關切。

Muller (2002)提出環保標章計劃需提供經濟誘因、利用問答及輿論的形勢來傳達環境政策，並創造出一個公部門、私部門以及權益關係人的網絡來促進彼此的關係。他也提出媒體扮演著重要的角色，透過他們的宣導，可讓消費者更了解標章以及知道哪些是有標章的廠商，增加廠商信心及市場佔有率。另外，環境保育組織亦扮演重要角色，它幫助一般民眾信任政府的專業，亦強力支援政府相關政策。

由以上所述，可知道業者對於標章所關切的事項，不只是對於標章是否能夠帶來應有的利潤，即所謂的經濟誘因是否充足；同時對於執行標章的單位是否具有公信力、驗證程序是否公平等事項都是業者所關切的要點，業者在決定是否選擇標章之前，皆會謹慎權衡標章需要與否，即業者對於標章的知覺為何，因此而成為一個重要且值得探討的議題。

台灣賞鯨活動自 1997 年以來發展快速，船隻急遽增加的結果導致業者削價競爭激烈，影響賞鯨品質，對於鯨豚生態的衝擊亦

有影響(周蓮香, 1998)。有鑒於此, 2002 年在漁業署的贊助與支持下, 中華鯨豚協會開始推動「賞鯨策略聯盟」, 分別在中央, 以及宜蘭、花蓮、台東縣等地方舉辦多場次產官學界的互動研討, 更在 2003 年在漁業署的指導下, 推動娛樂漁業漁船賞鯨標章認證制度, 鼓勵優良業者申請。賞鯨標章之施行方式為由業者自行提出申請, 並繳交評鑑費用, 由協會邀請專家組成評鑑委員進行賞鯨的實地評鑑工作, 評鑑地點包括船公司、登船處及賞鯨船隻。評鑑項目主要分為船隻安全設施與服務品質、環境教育、鯨豚衝擊三面向。通過評鑑之船隻, 則由中華鯨豚協會核予二年期限之賞鯨標章。漁業署表示, 賞鯨標章授權使用期間為二年, 二年內業者可將賞鯨標章標示於通過認證的船隻上或印製於各種宣傳資料上, 而為了確保通過認證的賞鯨業者能繼續維持其品質, 將不定期進行查訪, 如發現有違反認證標準者, 將輔導業者改善, 如屢勸不改善或違規情形嚴重者, 將終止授權。

針對賞鯨標章的實際推行情況, 在遊客的部份, 由中華鯨豚協會每年所進行之賞鯨問卷調查中, 問及遊客是否知悉賞鯨標章之相關訊息, 2005 年的樣本中, 僅有兩成多的遊客知悉賞鯨標章, 其中宜蘭和台東遊客知道的比例不足兩成, 幾乎只有花蓮比例的一半(周蓮香, 何幸蓉, 李明華, 2005), 而 2006 年的結果與 2005 年相似(周蓮香, 何幸蓉, 2006)。知道賞鯨標章比率較高之地區皆為花蓮縣的遊客, 推測因其縣內曾有四艘賞鯨船擁有賞鯨標章, 在解說時可介紹賞鯨標章, 於推廣賞鯨標章上能發揮功能。賞鯨標章推行至今即將邁入第四年, 推廣此標章之普及率卻仍然停留在兩成多, 明顯過低, 顯示政府或是相關單位在推廣之業務上依然有待加強。

台灣賞鯨標章制度的推廣情況並不順利, 不僅遊客對於賞鯨標章的認識不夠, 業者申請情況也並不熱烈。截至 2005 年獲頒賞

鯨標章的賞鯨船家有：花蓮港的多羅滿壹號、紅龍賞鯨與花東壹號、花蓮石梯港的海鯨壹號。由於賞鯨標章其有效期限為兩年，至 2007 年四艘賞鯨船都已過期，今年僅有兩艘賞鯨船有意願再度申請賞鯨標章。反觀在國外許可制度的施行情況，Corblli (2006) 指出加拿大紐芬蘭施行許可制度的施行率約 40%；而在賞鯨事業發達的紐西蘭境內也發行了多達 75 張的許可證。但就國內賞鯨標章的申請意願來看，自一開始的七艘船隻，到現在東部共有 21 艘船隻中，僅有兩艘船隻有意願繼續申請賞鯨標章之評鑑，比率僅為 10%，明顯偏低。因此本文亦急欲探討國內賞鯨業者其對申請賞鯨標章所抱持的態度為何。

第三節 研究目的

本研究主要欲探討台灣賞鯨業者，其對於台灣賞鯨標章之知覺與態度之探討。在綜合本章第二節之研究問題，歸納出本研究之研究目的分別為：

- 一、探討賞鯨業者對賞鯨標章之知覺。
- 二、瞭解沒有意願申請與已申請賞鯨標章之賞鯨業者其對於台灣賞鯨標章制度之態度。

第四節 研究範圍與對象

一、研究範圍

本研究範圍擬以東部三縣，宜蘭(烏石港)、花蓮(花蓮港、石梯港)、台東(成功港)的四個主要賞鯨據點為主要研究範圍。

二、研究對象

本研究之研究對象主要以經營賞鯨船隻的擁有者，或對賞鯨船隻之經營發展具有影響力的賞鯨業者。研究對象包括船長、經營者以及解說員。賞鯨業之船長大部份兼具有經營之股份，經營者是能夠掌控船隻經營方向之人，而解說員在賞鯨業裡更是扮演環境教育的主要角色，因此選擇這些作為研究對象都因其可以代表業者之經營態度。



第五節 研究流程

本研究之研究流程，如圖 1-1 所示。



圖 1-1 研究流程圖

第二章 文獻回顧

第一節 賞鯨業之發展與概述

一、賞鯨的定義

鯨類是一種生活在水中的哺乳動物，具有和陸上哺乳動物相同的生理特徵，譬如用肺呼吸、胎生等。通常依體型的大小來區分為鯨(whale)、海豚(dolphin)與鼠海豚(porpoise)。而賞鯨的定義泛指在野外觀賞鯨類動物，包含觀賞的形式(例如船隻、懸崖、或是直升機)，或是與鯨類動物游泳(Mark and Jared, 1997)。同時也用來表示大範圍活動是有關於人類與不同種類的鯨類、海豚、鼠海豚，統稱為鯨豚類哺乳動物的互動(David, 2004)。而台灣東部目前的賞鯨活動主要的進行模式，皆為搭乘船隻帶領遊客出海尋找鯨豚。

二、賞鯨衝擊文獻回顧

以往對鯨豚的相關研究，大都針對鯨豚生態現象的瞭解，近年來才開始出現賞鯨活動對鯨豚衝擊的探討(IFAW, 1995)。IFAW (1995)指出，船舶對鯨豚的干擾程度決定於船舶的特性(船種、大小、噪音特性等)、行為(速度、方向、噪音變化等)、與干擾的強度(船隻數目、距離、停留時間等)。鯨豚所受的生態衝擊可依時間與反應的模式，而區分短期與長期性的衝擊。前者為賞鯨船對鯨豚造成短期行為改變的影響；後者為鯨豚族群的繁殖、生理、分佈等因長時間的干擾而造成改變的情形，需有足夠的族群生態或個體識別等基本資料，並經長期監測才可得知(游文志，2000)。

短期的影響焦點是調查賞鯨行為是否干擾其日常生活習

慣，如果答案是肯定的，則需進一步追蹤某些生態習性的改變是否會造成鯨豚繁殖率下降及族群量減少。而且在不同鯨豚種類、不同地區、不同年代所研究的鯨豚反應亦有所差異，當賞鯨船數目增多時，鯨豚的反應也會有所不同，而這類行為反應在長期上對鯨豚生態影響為何，皆是應盡快著手的研究主題(周蓮香，1998)。

隨著賞鯨船的接近，鯨豚的活動狀態也會有所改變，Wursig (1998)對墨西哥灣的各類鯨豚研究發現，下潛是鯨豚面對干擾最常表現的活動狀態。Cope (1999，引述自宋秉明，周蓮香，游文志，2000)對瓶鼻海豚的研究指出，賞鯨船速度的增加會使群體分散，且使個體間的距離增加。

賞鯨活動對鯨豚的干擾，賞鯨規範的有效實施是解決的方法之一。以巴西的長吻飛旋原海豚為例，實施賞鯨規範後，族群數量有逐漸增加的趨勢。反之，過於鬆散或是未確實執行的規範，將導致較高的干擾(Williams, et al., 1999，引述自宋秉明，周蓮香，游文志，2000)。

三、國際賞鯨業發展

商業性賞鯨豚活動起源於 1955 年的加州沿岸，一開始人們是站在屋頂上，觀賞海岸邊迴遊的灰鯨，之後開始有賞鯨船的營運。賞鯨活動一開始推行並不順利，緩慢成長二十年，1981 年起賞鯨活動帶來可觀的財富，賞鯨活動在世界各地開始發展(Carlson, 1998)。賞鯨活動已成為一項重要的世界性觀光遊憩資源，影響的層面包含社會、環境與經濟發展。以紐西蘭的 Kaikoura 為例，賞鯨業帶動商業活動，並改善當地的失業情形(Carlson, 1998)。Hoyt (2001)指出，在 1998 年全球共有 87 個國家(包含 66 個獨立國家及 21 個海外領域)發展賞

鯨，至今，全球已超過一千萬人次搭乘賞鯨船，消費金額超過十億美金。而賞鯨對象遍及世界上 79 至 81 種鯨豚，其中以大型鯨類所佔比例最高，吸引 85%賞鯨人士的注意，小型鯨豚類如瓶鼻海豚、虎鯨及一些特殊少見的種類在野外觀賞的活動也呈現穩定成長(Hoyt, 1996)。

四、台灣賞鯨業發展

1990 年發生澎湖沙港事件後，因此開啟台灣鯨豚保育之契機。該年八月所有鯨豚動物被列為保育類動物，開始台灣後期較有系統的鯨豚科研與保育工作(周蓮香，1998)。鯨豚保育意識自此興起，學者開始積極從事鯨豚資源調查、鯨豚擱淺的處理、推廣鯨豚保育教育工作等(李明華，2005)。1995 年國內台大周蓮香舉辦國際研討會，會後在花蓮外海初探鯨豚蹤跡，發現豐富的鯨豚資源，1996 年與花蓮地區漁民及作家在花蓮沿海出海調查，並鼓勵石梯港林國正先生改行從事賞鯨活動。

近年來，國民生活水準提高，加上周休二日制度之實施，國人對於休閒娛樂的需求增加，以往陸上休閒娛樂設施與活動漸呈飽和狀態，為滿足國民需求，政府積極推動開發海上休閒遊憩活動，而經過學者調查，台灣海上鯨豚資源豐富，賞鯨活動正是政府積極推廣的海上休閒娛樂活動之一(沈珍珍，2003)。依據中華鯨豚協會指出，台灣擁有的鯨豚種類經調查至少有 29 種，佔了全世界 79 種鯨豚種類的三分之一，鯨豚資源可謂相當豐富。周蓮香指出東海岸是台灣賞鯨發展最具潛力的區域，在鯨豚資源、氣候與海岸景觀等具備優良的條件(周蓮香，1998)。台灣第一艘專營賞鯨船海鯨號，於 1997 年 7 月在花蓮縣石梯漁港啟航，正式揭開台灣賞鯨業的

序幕，隨著東海岸的賞上鯨豚調查結果的公佈與媒體不斷宣導，台灣賞鯨業在東海岸熱烈展開。

至 1999 年 8 月政府將賞鯨活動正式納入娛樂漁業之經營範疇後，台灣賞鯨活動進入迅速擴張期，該年的賞鯨娛樂漁業漁船快速成長至 12 艘，2000 年除了新業者的加入外，原有業者也紛紛增建新船以因應市場需求，2002 年達到最大量為三十三艘船，至 2006 年仍有 25 艘船進行營運，十年內共創造出 160 萬遊客人數，如表 2-1 所述(陳璋玲，2007)。李彥穎(2002)在「賞鯨活動對東部地區經濟影響之研究」裡，指出賞鯨生態旅遊產業為東部地區帶來 1 億 8 千 6 百 31 萬的總收入、211 個額外的工作機會、1 億 6 百萬的所得增加，以及 4 百萬的間接稅賦。國際動物福利基金會將台灣列為近年來賞鯨發展最快速的國家(Hoyt, 2000)。

表 2-1 台灣賞鯨活動發展過程

年	賞鯨船數	遊客人次
1997	3 艘	1 萬人次
1998	4 艘	5 萬人次
1999	12 艘	10 萬人次
2000	25 艘	15 萬人次
2001	33 艘	16 萬人次
2002	26 艘	22 萬 5 千人次
2003	27 艘	23 萬 8 千人次
2004	25 艘	24 萬 2 千人次
2005	26 艘	21 萬 3 千人次
2006	25 艘	23 萬 2 千人次

資料來源：陳璋玲(2007)，淺談台灣賞鯨的社會行銷，漁業推廣，249(12)，12-21。

目前賞鯨娛樂漁業漁船主要分佈在台灣東海岸：宜蘭縣、花蓮縣及台東縣，合計約 25 艘船。(周蓮香，1998)。東海岸尤以宜蘭縣龜山島海域的賞鯨娛樂漁業漁船密度居全國之冠，著名的龜山島景觀吸引了鄰近各港口賞鯨娛樂漁業漁船的青睞，根據統計，宜蘭地區 2001 年的賞鯨人數約 7 萬人次，2002 年約為 12 萬人次，賞鯨人口成長迅速。花蓮地區賞鯨人口從 1997 年的 2,000 人次，逐年激增，2001 年為 7 萬人次，2002 年則為 8 萬人次(沈珍珍，2003)。台東縣具有豐富的鯨豚資源，加上三仙臺、都蘭灣、小野柳等天然美麗的景點分佈於海岸線上，發展賞鯨活動之潛力十足，惟因其發展較晚，且因地理位置偏遠、交通較不便利，故來此區賞鯨之遊客較少，經營之業者亦不多。據統計，台東地區 2001 年的賞鯨人數約為 1 萬 4 千人次，2002 年約為 1 萬 5 千人次(沈珍珍，2003)。

目前賞鯨產業所面臨的主要問題，何幸蓉等(2005)提出在生態保育面為花東在 2001 到 2004 年間，有三種鯨豚發現率呈現下降的趨勢，且有半數花東的賞鯨業者認為整體的搜尋時間與距離增加，在宜蘭海域的各種鯨豚發現機率更低。在產業發展面的部份，賞鯨業者家數、投入營運船隻總數與遊客人次在 1999 到 2001 年高度增加後明顯趨緩，宜蘭相較花東易達性高，在遊客人數上依舊佔據優勢。然在船隻過多與市場趨近飽和的情況下，業者間競爭激烈、硬體設施使用率降低，且不少業者為提高市場佔有率而削價競爭，使得高遊憩品質的業者在經營上更為困難。在 2005 年多數業者認為較去年同期經營情況更為慘澹，競爭愈激烈加上壓縮利潤空間導致營業額與淨利降低，對於營收滿意度，業者多認為勉強收支平衡或是不甚滿意。賞鯨業因為台灣冬天吹東北季風的

關係，導致淡旺季明顯；在 5 月到 10 月的旺季期間，業者多以搶班方式密集出航，以致縮短賞鯨體驗時間與船上擁擠度增加等降低遊程舒適度及滿意度。在與社區互動關係上，部分業者處於勉強收支平衡的情況下，業者多半無意願或無餘力提撥金費回饋社區或是回饋的情況有限。在政府管理成效上，賞鯨旅遊含括在娛樂漁業下，主管機關為漁業相關單位，而農委會仍有部分管轄權，眾多法條中對於鯨豚保護的內容細目仍然是含糊不清、權責不明。就目前鼓勵賞鯨標章的推行，業者多認為賞鯨標章的推動成效有限且缺乏誘因，必須獲得實質經濟支持後才可不斷改進其遊憩品質，否則只是徒增優良業者的成本負擔，且可能造成劣幣驅逐良幣的反淘汰結果(何幸蓉，2005)。

第二節 國內外之賞鯨規範

一、國際賞鯨規範

賞鯨經營管理的方法有些是透過法規，或是產生自願性的指導方針 (Carlson, 1998)。在施行方面，為達有效經營管理，有些國家則會採行許可或是證照制度來進行賞鯨船的總量管制，以減少過多船隻對鯨豚造成的影響。有些國家使用許可制度的管理方式下，會有利益釋放的誘因，以吸引賞鯨業者的申請率，例如在愛爾蘭 SAC 法規下，像賞鯨這樣商業遊憩活動的運作是需要依法向官方彙報的，經營者必須達到特定要求，以獲得書面上的同意。證明合格之後可以擁有被推廣的機會，政府單位也鼓勵遊客去參加這些擁有合格證明的經營者所規劃之賞鯨遊程，同時這些船隻則是受監督的且保證是採用較佳之經營方式(Berrow, 2003)。愛爾蘭的賞鯨管

理經營上面，有許可制度的機制，不同其他國家的地方是，對於賞鯨業者有明顯的強力誘因，會大大增加賞鯨業者對於政府所推動的許可制度有極大的認同，進而增加管理當局對賞鯨業者的有效控制與管理。

Corblli (2006)指出加拿大東海岸的島嶼紐芬蘭，於 2001 年提出新的規範守則，只有 40%的賞鯨業者進行簽署。Corblli 研究發現大部份的船長雖然都認同規範守則，也認為在日常執行上面並沒有困難，但有時得根據現場的情況，例如壞天氣的情況下會使遵守規範守則是變得窒礙難行。遵守規範守則第一季後，Corblli 對業者進行訪談，結果發現只有一位業者認為規範守則對賞鯨業是負面影響，其他都是認為具有正面幫助或是無不良影響。但 Corblli 並沒有對正面或是負面的影響其中緣由作進一步的討論。接著 Corblli 探討在 2002 與 2004 年間旅遊船隻經營者的遵守情況，雖然經營者宣稱遵守守則是非常簡單的，但遵守率僅分別為 31%與 23%。大部份的違規為一旦他們進入紐芬蘭，關於與鯨豚最少須保持 100 尺以上之距離的規範會被忽略(Corblli, 2006)。即使紐芬蘭的賞鯨經營者皆表態遵守賞鯨規範守則或並認為規範是可行的，但事實上申請簽署規範守則的船隻數卻呈現下降的情況。就已簽署的賞鯨船隻經營者而言，在經過學者實地調查之後，發現在海上確實遵守賞鯨規範守則的比率偏低，這結果顯示在遵守某些規範上是有難度的。

在實施規範後的相關討論，Hierta 在北美地區所做的研究即指出，商業賞鯨船隻的經營者們會自願地遵守指導方針，以及遵守相關之法律與規範。然而遊憩用的船隻與直昇機，通常無法達到其要求。學者意識到那些遊憩的船隻其實是因為無知，而不是蓄意公然藐視法律之規範(Mark and Jared,

1997)。但 Hierta 卻提出有個遊憩船隻直接忽視商業形式經營者之警告的例子。而一個 NMFS 代表指出商業賞鯨船隻經營者通常會遵守指導方針以及規範，所接收到大部分抱怨是來自私有船經營者介入鯨魚群之行為(Mark and Jared, 1997)。文獻指出在規範施行的情況下，在專營商業賞鯨船隻與遊憩船隻(非專營)或私有船之間似乎存在有衝突、不滿的現象產生，但卻缺乏進一步探討箇中原因的相關研究。

在 1999 年所記錄到的遊客超過百萬人次的國家有美國、加拿大與卡納利群島(西班牙)，而超過 50 萬人次的國家有澳洲與南非(David, 2004)。表 2-2 為賞鯨規模人次多的前三名地區作規範之比較。

表 2-2：台灣與美國、加拿大、卡納利群島規範之比較

(一)鯨豚衝擊				
1. 距離與速度				
	美國	加拿大	卡納利群島	台灣
當少於幾公尺時，須減低速度前進		300 公尺	300 公尺	500 公尺
要離開時，慢慢的離開直到 300 公尺外才開始加速		●		●
不能接近超過多少公尺？	91 公尺 (100 碼)	100 公尺		
在 100 公尺距離外時，保持馬達是閒置的或是減速		●		
如果鯨豚主動接近，停止直到牠至少有 50 公尺遠		●	● 60 公尺	
鯨豚在船隻的 60 公尺內，不要打開馬達或是增加速度			●	
船隻勿包夾鯨豚	●	●	●	
2. 鯨豚衝擊：停留時間				
在 50 公尺內，不能停留超過多久		15 分鐘		20 分鐘
如果鯨豚有躲避的行為，船隻要拉開距離		●	●	

(待續)

表 2-2 (續)

3. 鯨豚衝擊：方向				
船隻轉向時，速度緩慢		●		●
由鯨豚側面或是後方接近		●		●
不會加速追趕	●			●
不從頭部前進	●	●	●	●
前進時與海豚是平行的	●	●	●	●
別突然改變船隻方向與速度	●	●	●	●
不要阻擋鯨豚的路徑	●		●	
(二)鯨豚衝擊：嚴重衝擊				
不分開母鯨與幼鯨	●		●	●
當鯨豚社交時不干擾		●		
不主動切入鯨群或拆散鯨豚	●	●	●	●
當有其他船隻同時觀賞，最多容納多少艘船	最多三艘 且不超過 半小時		最多三 艘少於 200 公 尺內	兩艘
如果有兩到三艘船要到同一區域，須溝通協商	●		●	●
發出定期噪音，以免鯨豚發生碰撞	●			
除非經過允許，不要游泳、潛水			●	
禁止餵食、丟垃圾			●	
避免增加噪音			●	
(三)、其他				
當意外使海豚受傷或是發現死亡的海豚要告知管理當局你的位置	●		●	●

資料來源：中華鯨豚協會(2003)，賞鯨標章評鑑準則，未出版手稿。

David (2004). An analysis of whalewatching codes of conduct. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 334-352.

這三個國家的規範內容，僅僅將賞鯨船隻與鯨豚的互動方式陳述在規範裡頭，船隻設備等內容是在申請許可時，做為資格審查時的書面資料。就這部份，國內的賞鯨標章與國外的規範內容的方式並不甚相同，台灣將硬體設施包含船隻設備、軟體設施包含解說品質等都包含在賞鯨標章的評鑑內容裡面，做一併的評分，總分加總後決定是否能夠通過評鑑而發予標章與否，相較而言，賞鯨標章的規範內容就較為多

元。

在西班牙屬地的卡納利群島賞鯨指引守則(code of conduct)裡面，著重的重點分為三大部分：基本職責、接近的方法、與海豚接近時候得注意的鯨豚行為。基本職責是指不要攔阻動物的行進路徑、沒有允許的情況下不能蓄意與豚共游或是潛水、不要丟棄垃圾或是食物給鯨豚等。以及如何接近海豚，與接近鯨豚時，必需特別注意的鯨豚行為，以降低對鯨豚的影響。

在加拿大一般的規定是不能打獵、追趕、跟隨、潛水、分散鯨豚，當鯨豚在休息、覓食、移動時不能打擾牠們。在加拿大，在一般性的指導方針下，各個海峽、海灣、國家公園皆有其更進一步仔細的指導方針。有些地區會依照賞鯨船隻數目、賞鯨交通工具不同而有不同的規範限制；有些是依照賞鯨活動的過程，接近鯨豚、正在賞鯨時、離開的時候、研究的時候做區分的規範限制；有些區域甚至還會對不同的物種、接近瀕臨的物種做不同的規範限制。

美國對觀賞海生哺乳動物有設立指導方針，境內更進一步可分為東北地區、東南地區、西北地區的指導方針，根據接近的距離、觀賞的交通工具的不同而細分不同的規範限制。

國際動物福利基金會所執行的世界上規範與指導方針治理賞鯨的調查(Carlson, 1998)，發現主要國家有一般的指導方針，通常在種類與季節間有差異，也可能因為區域的不同而有所不同規範。各國規範的目的皆希望對鯨豚的傷害降到最低，因此而限制了許多與鯨豚的互動方式。但是在加拿大與美國的部份，在賞鯨規範的內容裡面都有因地制宜的概念，依據不同的區域、鯨豚物種的不同，甚至船隻數目的多少而有不同的規範，而台灣的賞鯨規範則是一套規範卻適用於東

部的三個縣市的作法。

二、台灣賞鯨業相關管理辦法之沿革

因應漁業產業結構調整，政府於1991年2月1日修正「漁業法」，增訂娛樂漁業專章，並於1993年5月26日訂定「娛樂漁業管理」辦法。該等辦法使得漁船專營或兼營娛樂漁業取得法源根據，政府乃開始積極輔導漁民，將傳統生產型漁業轉型為娛樂漁業(陳璋玲，2007)。早期的娛樂漁業漁船，主要是以載客從事休閒海釣或參觀漁撈作業活動為主，近年來休閒遊憩風氣日盛，加上實施週休二日，以往以載客從事休閒海釣或參觀漁撈作業活動漸不敷需求。為滿足國人瞭解與體驗海洋生物生態的需求，行政院農業委員會於1999年8月18日修正「娛樂漁業管理辦法」，將娛樂漁業的範圍修正為包括觀賞漁撈作業或海洋生物及生態之休閒活動。自此，賞鯨活動被納為娛樂漁業的經營範疇(陳璋玲，2007)。

至2001年7月31日，該會更於「娛樂漁業管理辦法」中新增直轄市或縣(市)政府得訂定賞鯨活動注意事項或輔導業者訂定業者自律公約，並規定業者應將其置於船上明顯易辨或乘客容易取得之處，希望有效管理此一新興的產業。目前宜蘭縣於1997年8月頒行「宜蘭縣政府經營賞鯨活動注意事項」，而花蓮縣及台東縣政府業已分別訂有「花蓮縣娛樂漁船班會自律公約」及「台東縣經營賞鯨船自律公約」，以要求業者於載客出海賞鯨時能自發性地遵守規定(沈珍珍，2003)。

賞鯨業務今由農委會漁業署負責，漁業署就賞鯨業務曾召開兩次公聽會，然限於無法源依據，僅列為「賞鯨事業注意事項」，並函文各縣市政府漁政單位方式處理，難有效指

導甚至強制業者遵行(周蓮香，1998)。

目前我國允許從事海上遊憩活動之船舶計有二種，一為按行政院農業委員會依漁業法制定之「娛樂漁業管理辦法」所建造之娛樂漁業漁船；一為按交通部依「遊艇管理辦法」建造之遊艇，但是因為台灣地區之遊艇尚未普及，導致目前載客從事賞鯨活動之船舶以娛樂漁業漁船為主(沈珍珍，2003)。

2002年為台灣生態旅遊年，政府為積極推廣賞鯨生態旅遊活動，因此行政院農委會漁業署委託中華鯨豚協會共同推動台灣賞鯨策略聯盟，希望能使賞鯨產業與鯨豚保育可以並進且永續發展。積極培訓鯨豚推廣人員，舉辦賞鯨活動推廣工作，除印製宣傳品外，並推動成立賞鯨策略聯盟，於賞鯨策略聯盟會議中成立賞鯨標章推動委員會，積極推動賞鯨標章認證制度，以達到提升台灣賞鯨業者經營品質與推廣賞鯨生態旅遊的正確觀念(李明華，2005)。

賞鯨標章推動委員會於2003年四月開會，選出審查委員共十一位。於2003年7月開始接受申請，第一階段為書面審查階段，共計七家業者提出申請，除海鯨號、海神號兩家因為沒有完成完整申請手續而不予審查，有五家通過第一階段的書面審查會議。經由政府、民間團體以及學者組成五人的審查評鑑結果，花蓮港多羅滿壹號與花東貳號於2004年5月通過標章審查，並於2004年6月舉辦賞鯨標章授證典禮。而其他三家業者共四艘賞鯨船(龜山朝日號、龜山朝日二號、蘭鯨號、碧海號)未通過審查者則，允許於一年內申請複查。蘭鯨號沒有申請複查，而龜山朝日號與龜山朝日貳號申請複查未予通過。2004年度共有花蓮港紅龍賞鯨與石梯港的海鯨壹號兩家提出申請，並於2005年6月舉辦授證典禮。到2005

年度共有花蓮港多羅滿壹號、花東貳號、紅龍賞鯨、石梯港海鯨壹號四艘獲得賞鯨標章。

賞鯨標章的執行方法為欲申請賞鯨標章的業者將申請書、自評表與證明文件寄至中華鯨豚協會，由中華鯨豚協會工作人員檢查文件是否遺漏，通過書面審核與繳費者就進入實地評鑑階段。為確立公平與公信力的問題，在評鑑委員的選取上以中央、地方政府官員各一人，學者、民間團體三人，共五人的審查團，而各審查地以非當地的地方政府官員為主。審查團於抵達賞鯨業者營業所後，先展開簡短會談，以瞭解其經營時間、擁有船隻、公司工作員工人數等，並跟隨遊客聆聽解說員的行前解說，在登船時特別注意該公司的安全宣導、環保措施，遊程中的評鑑項目為賞鯨船行駛方式為主，包括接近鯨豚的方式、是否追逐或衝撞鯨豚等。在結束賞鯨行程後，在與公司負責人作詳細對談。最後進入評分審查階段，召開賞鯨標章審查會議，由委員審查各申請者之資料與評分，通過合格的船隻頒予標章。之後並且持續嚴格監督得到賞鯨標章的船隻，增加暗評作為追蹤以確保品質。

「賞鯨標章」是漁業署在推動賞鯨旅遊上的一項努力，擁有賞鯨標章的經營業者，代表的是在對社區的回饋、對鯨豚的干擾、解說員的配備與訓練等項目，皆經過公開程序的認可，遊客選擇擁有賞鯨標章的業者，將較有品質上的保障，同時也可刺激賞鯨業者在經營管理上更上一層。但漁政單位推動賞鯨標章認證制度，係屬政策輔導性質，非屬法令規範，並無法規約束力，因此業者是否有意願申請其所屬賞鯨船通過認證，由業者自行決定(陳璋玲，2007)。而中華鯨豚協會在漁業署的指導下辦理賞鯨評鑑，經過一連串的審查後，目前2007年獲頒賞鯨標章的賞鯨船家計有：花蓮港的多羅滿一

號、花蓮石梯港的海鯨一號兩艘(中華鯨豚協會)。

第三節 從業人員之環保標章知覺

因為環保意識的提昇引起各國開始重視環境議題，許多國家開始制定環保標章來認證各項產品與服務，企圖達到減少環境破壞以及推行綠色消費運動，以至於環保標章因此而興起(Buckley, 2002)。Buckley (2002)定義環保標章為針對特定的產品或產業，參與者支持環境績效、認證、計畫等，且由獨立的第三團體來評估，在觀光業為一個市場的行銷手法，藉由標章的傳遞，使潛在消費者從標章中取得一些資訊。

環保標章的優點有很多，透過環保標章的規定，可以提昇國內生態旅遊業者的經營品質、幫助國家形象與提升遊客環保意識(洪維勵、賴佩君，2006)。Buckley 認為觀光業中的環保標章，若能配合法規及章程，實施上會更有效率，若環保標章營運足夠的時間，對於潛在顧客與一般大眾會認為標章具有某些意義，而顧客也會付額外費用去選擇標章產品，這樣的行為亦會引導政府為其背書，當標章計劃滿足消費者的需求，業者也會收到報酬，成為相互依賴的關係(Buckley, 1997)。因此對於產業組織或其他私人公司來說，建立環保標章的理由為搶先或延遲政府的介入，以及透過環保標章的計畫及營運，得到市場的優勢(Buckly, 2002)。也有文獻指出當消費者對環保標章意義不了解而不去購買標章產品時，是由於政府與非營利組織沒有給予消費者相當的教育以及知識，而非消費者環保意識不足(Jacoby and Wayne, 1987; Morris, Hastak, and Mazis, 1995)。

知覺(perception)是「知之歷程」，個體對刺激的感受反應的表現，會經過生理與心理二種歷程。生理歷程得到的經驗為感

覺(sensation)，心理歷程得到的經驗為知覺(周淑惠，2005)。知覺是指個體對人或事物所持的信念、評價或意見(黃安邦，1992)，也是一種從環境刺激到最後產生反應的歷程(Luthans, 1998)。

在業者對於環保標章知覺方面，澳洲聯邦政府及生態觀光協會共同推出澳洲自然生態觀光認證計畫「NEPA」時遭受失敗，原因就在於業者對於非營利組織生態觀光協會了解程度不足，因此對於此計劃是否能幫助業者達到銷售目標及市場佔有率而抱持的存疑的態度(Buckley, 2002)。而德國藍天使標章之所以推行成功，是由於政府的綠色採購、媒體與產業團體的相互配合(Buckley, 2002)，而 Blend (1996，引述自洪維勵，賴佩君，2006)也提出當政府擬定優先購買標章產品計劃時，將會使市場上的許多產品也跟隨同樣的標準製造。而洪維勵、賴佩君在旅館業對環保旅館與環保標章知覺之研究—以澎湖為例中，發現旅館業者對於環保標章的了解甚少，許多業者對於標章之意義、標準及內容不清楚，即使業者同意標章帶給他們例如「提升業者形象」及「幫助消費者辨別環保產品」等，但消費者的選擇仍是業者最關心的因素，受訪業者認為目前消費者環抱概念仍然不足以使他們選擇環保標章之產品。

由此可得知，業者對於標章的知覺程度，取決為標章是否被廣為推行、政府是否也扮演了一個重要的推動角色。而在業者是否採行標章的意願時，除了同意標章所帶來的正面效益，但仍然以關切消費者的選擇為主。

Jahnke (2000)提出環保標章無法推行的阻礙中「申請標章費用太昂貴」與「申請標章要花許多行政成本與人力資源來符合標章標準」。洪維勵、賴佩君在旅館業對環保旅館與環保標章知覺之研究—以澎湖為例中，提出業者對於環保旅館定義並不清楚，在知覺不足的情況下仍繼續且願意執行的項目是屬於容易且可節省

成本的工作，可見業者對於成本的項目十分關切。而業者在實務的建議上面認為評鑑的項目不符合實際情況，在不同的資源設施底下而共同評鑑是不甚妥善。認為應開個公聽會讓業者能有參予的機會，並且按照實際情況擬定評鑑項目。再者為提高業者對於環保的正確態度，有關單位應增加業者的相關教育。而評鑑的單位應由公正且具有公信力的團體來規劃擬定，並且讓業者能知道所有評估的過程、標準、項目意義、獎酬原則等，評鑑結果也較不會引起爭議。

在標章的推行阻礙上，首要的問題為施行標章時，必需花費的成本是業者最為關切的項目。在業者對於標章的接受與否，會包含考慮評鑑的內容是否符合適用於在不同的資源底下的情況，在實際執行上是否有困難。

第三章 研究設計

第一節 研究方法

本研究主要想深入探討賞鯨標章的申請者其所抱持的看法與態度為何。但因國內賞鯨業者數量不多，並不足以做量化的方式研究，而且本研究目的為了解業者對於標章的看法與態度，因此採取質性研究之深度訪談研究方式來進行研究，透過面對面的談話過程，由觀察受訪者行動、表情或言談舉止中，感受其對賞鯨標章之態度，並由漸進式的問答中，獲得大量之資訊，再由後續之資料整理分析中篩選出更有意義的訊息，以深入了解業者內心層面的看法。以下即針對深度訪談法的進行更詳細之說明。

一、深度訪談法

黃俊英(2002)提出，人們的知識、意見和意圖等，不容易甚至不可能用觀察法或實驗法來蒐集資料者，通常採用訪談法(interviews)進行。訪談有兩種主要的運作方式：一為作為蒐集資料之主要策略；二是配合參與觀察、文件分析或是其他研究技巧，作為蒐集資料的輔助方式(黃瑞琴，1991)。而深度訪談法則是從一小群樣本中，去萃取出豐富的項目與資訊(Veal, 1997)。其也是一種非典型之訪談方式，其乃採用比較不具結構性的訪談方法(張紹勳，2000)。本研究之目的，乃希望深入瞭解賞鯨業者對於賞鯨標章的看法與態度，因此運用面對面的訪談法較為適切。如韓培爾(2003)所提，訪問時有較多的機會可以評價所得的資料或答案的效度與信度；即訪員可從受訪人的行動、表情、或言語上，觀察或覺察受訪人的動機與態度，以分辨受訪者所提供資料的真偽。

第二節 問項設計

深度訪談法屬於非結構式的訪問(石之瑜, 2003), 其通常應用於需要深度資料, 或者對此領域一無所知或尚不熟悉的情況下(Kumar, 2000)。本研究於 2007 年 10 月在宜蘭烏石港對該地賞鯨業者進行其對賞鯨標章態度的初步訪談, 訪談對象為三位, 根據訪談結果, 並依據本研究之研究目的來擬定訪談問項大綱。本研究二大研究重點: 一為業者對於賞鯨標章的知覺為何。二為瞭解沒有意願申請賞鯨標章之賞鯨業者態度為何。

本研究問項一至二即為詢問業者對於鯨豚衝擊、賞鯨標章的知覺程度進行了解, 依據洪維勵、賴佩君(2007)對旅館業者其對環保旅館與環保標章知覺一文, 設計題項分別為:

問項一: 請問您是否知道賞鯨標章? 是否清楚賞鯨標章所代表的意涵?

問項二: 請問您認為賞鯨船對於鯨豚本身是否會有所影響? 有哪些方面的影響(類別、程度)?

問項三至問項七則是依據 Lalime (2005)及、洪維勵、賴佩君(2007)與黃文姍(2007)之研究為主要架構。Lalime 的研究乃是對賞鯨經營業者對於澳洲賞鯨管理情況的觀點及其遵守情況進行探討; 而洪維勵、賴佩君(2007)則是對旅館業者其對環保旅館與環保標章知覺進行了解; 至於黃文姍(2007)之研究主要則為對國內賞鯨標章制度之建構進行探討。本研究之訪談大綱即是依據此三項研究之訪談問項, 並根據本研究之特殊研究目的進行修改而成。問項三至問項七乃用來探討業者對申請賞鯨標章所帶來之效益, 與申請標章可能碰到的阻礙之知覺, 與其申請意願。為了考量深度訪談進行的順暢性, 與避免訪談員於過程中受到影響而偏離主題, 本研究發展出訪談綱要並於訪談活動時作為訪談之重要參考

依據。在進行訪問時，可不要求按照順序提問，而是依照受訪者之回答內容而接續往下詢問。題項如下：

問項三：請問您認為賞鯨標章是否能夠帶來效益？哪方面的效益？

問項四：請問您認為在施行標章可能會遇到的困難或阻礙為何？

問項五：針對目前賞鯨標章其申請情況不夠熱烈，請問您認為應如何改善以增加賞鯨標章的申請率？

問項六：您認為賞鯨標章的評鑑與發行由甚麼單位來進行評鑑與執行會較為適當？

問項七：現在由中華鯨豚協會所推行的賞鯨標章，您是否有意願申請？原因為何？

最後，為了解業者對於賞鯨現況以及台灣賞鯨產業之未來發展走向，而發展出問項八：

問項八：請問您對台灣賞鯨業未來的發展走向，想法為何？

第三節 樣本選取

一、研究範圍

本研究的訪談範圍為臺灣賞鯨重鎮，東部的宜蘭、花蓮、台東三縣，其可停泊賞鯨船隻的港口共包含有：宜蘭縣烏石港、花蓮縣花蓮港、石梯港、台東縣的成功港，以此四個賞鯨港為研究範圍。其它如宜蘭縣的南方澳港，因為僅有一艘船，且並沒有經常性經營；而台東富岡港在研究期間，已無船隻經營賞鯨事業，因此並不包含於本研究範圍內。

二、抽樣對象

以宜蘭、花蓮、台東賞鯨業的經營者為抽樣對象，這包括於每年三到十月賞鯨季節專營的賞鯨船，共有船長、船隻的擁有者或主要股東，以及解說員為抽樣對象。

三、取樣方法

本研究採取立意抽樣(purposive sampling)，該抽樣方式屬於非隨機抽樣方法當中的一種，是根據抽樣設計者的主觀判斷，研判樣本單位其符合研究目的之程度，再來選擇樣本。此方法主要乃用於當研究樣本過小、或樣本不易尋找時，所採取的一種研究方式。本研究以條件符合上述抽樣對象所設定之標準者，作為樣本單位。

四、訪談地點

黃俊英(2002)提及深入訪談可以在一指定地點進行，惟通常以在受訪者的工作場所或是受訪者同意之場所進行較佳。因此，為考慮訪談對象的便利性，本研究將於受訪者方便、熟悉或指定之地點來進行訪談活動。

第四節 資料分析

質化研究主要是由三個部份所組成，首先為資料，可藉由各種來源來取得，最常見者即為訪問與觀察，接著則是各種不同的分析或解釋程序，例如編碼(coding)，第三部份則是口頭所做的報告或寫成的文章(歐用生，1989)。質性研究是一種歸納的方法，使用歸納的方式重新將資料加以分類，以便在不同資料類別間進行比較，從而協助發展出各項理論的概念，或是將資料依照較為概括式的主題或是課題加以呈現出來。

本研究採用歸納法，以分析深度訪談後所得之結果，其資料

分析步驟詳述如下：

一、資料收集

在徵得受訪者之同意後，以錄音為主，並輔以現場筆記方式來作為資料蒐集的方法。

二、繕打逐字稿

訪談後為了研究、分析時檢視之方便，訪談內容必須先轉為文字記錄，本研究採取以逐字稿的方式來呈現。為求對訪談內容的忠實呈現，對於穿插在談話中的笑聲、靜默、停頓等，盡量以文字表現或是運用括號加註解釋文字，以保持訪談內容的完整性。

二、編碼歸納

逐字稿完成後，本研究參考 Carruthers and Busser (2000) 及 Stein, Clark, and Rickards (2003) 的方式，邀請兩位觀光事業研究所的研究生，各自獨立的進行反覆閱讀資料，將與研究問題相關的字詞(words)、短語(phrases)、句子(sentences)、研究對象的思考方式(way of thinking)和事件等，進行編碼(coding)，然後再以類屬分析來發展編碼類別(coding categories)，尋找出資料中反覆出現的現象，以及可以解釋這些現象的重要概念，以求得訪談資料的客觀資訊(Bogdan and Biklen, 2001; 陳向明，2002)。

第四章 結果與分析

第一節 受訪者基本資料

研究工作乃在 2008 年 1 月至 5 月之間進行，訪談的對象包含宜蘭、花蓮、台東計十一家賞鯨業者，共十三位訪談對象，其中 8 名為宜蘭業者，4 名為花蓮業者，一名為台東業者。大部分的訪談對象是船長或者是賞鯨船之經營者，其均為對賞鯨船之經營方向有決定權之人。而賞鯨事業均在海上作業，傳統上船隻之經營與操作幾乎全是男性，因此取樣的對象是以男性為主。訪談地點除了四位是在賞鯨業務進行的公司內，其他全都是在業者家中進行，訪談時間自 30 分鐘到 150 分鐘不等，所有訪談皆為全程錄音並逐字騰稿。為顧及受訪者之隱私，文中所有名字皆為假名，如表 4-1 所示。

受訪者的年齡主要集中在 45~55 歲之間，其次為 55~65 歲之間。就教育程度而言，五名為國中畢業、五名有大學或大專的學歷、高中畢業兩名，國小畢業一名。所有訪談對象的平均賞鯨年資為 7.2 年，因目前國內賞鯨產業只有十年歷史，以上受訪談者均屬國內資深之賞鯨業者。

表 4-1 受訪者資料表

代號	日期	訪談對象 (假名)	訪談時間 (分鐘)	職稱	賞鯨 年資	海上 年資
P1	01/01	阿土	30	A 船隻 船長、經營者	10	40
P2	01/01	王桑	40	B 船隻 船長、經營者	8	30

(待續)

表 4-1(續)

代號	日期	訪談對象 (假名)	訪談時間 (分鐘)	職稱	賞鯨 年資	海上 年資
P3	01/01	阿肇	45	C 船隻 船長、經營者	9	30
P4	02/03	阿杰	100	D 船隻 解說員、經營者	9	10
P5	02/11	阿亮	65	D 船隻 船長、經營者	10	30
P6	02/12	阿樸	60	E 船隻 船長、經營者	6	35
P7	02/16	阿勇	150	F 船隻 船長、經營者	10	30
P8	03/29	阿遠	110	G 船隻 經營者	9	9
P9	03/31	英俊	65	H 船隻 解說員	6	6
P10	05/15	阿木	50	H 船隻 解說員	2	2
P11	05/15	王董	45	I 船隻 經營者	6	25
P12	05/16	阿梅	80	J 船隻 經營者	3	3
P13	05/16	阿在	75	K 船隻 經營者	6	8

第二節 訪談結果與分析

根據訪談的結果，業者對於賞鯨標章的知覺如何來影響其申請態度的情形，概略可以分為幾個部份來做討論：申請門檻過高、標章效益不明顯、缺乏溝通造成學術理想化、實際執行上的困難，鯨豚衝擊與討海者的心態，每個部份詳細內容闡述如下：

一、申請門檻過高

賞鯨大環境的改變像國際油價大幅上漲、業者削價競爭導致利潤被壓縮，均使業者之獲利大為降低。在獲利不如從前之情形下，對各項費用與支出均會錙錙必較。因此當申請標章需由業者自行負擔申請費用時，申請費用之多寡就會影響業者之申請意願。

「事實上第一個是費用太高了，一開始人就會被嚇到，可以配合的就是業績比較好的，比較敢的才會去配合。」
(P3)

依照現行的體制，每一次隔個兩年要繼續申請就要收取四萬五千元的費用，對於業者是種負擔。每位業者因此都會更仔細的權衡申請賞鯨標章的必要性、以及其是否能夠帶來足夠的附加價值。

「我覺得第一次就收四萬五太貴了，然後標準也是滿嚴格，如果說第一次不要收這麼多錢，盡量輔導他們走向要求的那個品質，應該船家意願會比較高，一次繳好幾萬，景氣這麼差，他們哪有辦法？」(P5)

但是也有業者提出，若是能夠帶來經濟上的效益，業者便願意花這筆費用。

「如果你有帶來效益的話，其實三四萬塊對這些賞鯨船來說根本沒算甚麼，但是誰要去當第一艘？！需讓人家看得到說生意明顯的變好。因為我跟你說，因為我們這邊的船不是做環保的，我們是要做生意的。」(P4)

就業者的角度而言，在商言商，賺錢與否對於他們而言是其考慮要素的第一要件，至於環保永續等問題，在與經濟效益有衝突時，往往就會被犧牲掉。

二、標章效益不明顯

在標章的推行方面，標章帶來的效益彰顯與否一直是業者最為直接且重要的關切項目，也是業者決定是否申請標章的關鍵考量項目。在沒有申請賞鯨標章的業者部份，其對於標章所帶來的效益，僅僅認為賞鯨標章對於賞鯨船隻，是一種正面形象的高度肯定。對於著重旅遊品質的遊客，標章可以達到某種程度的鑑別功能。

「賞鯨標章是提高我們賞鯨船的素質啦…我覺得賞鯨船需要賞鯨標章，既然別人有，我們一定要有，如果別人沒有呢，我們還是要有！喔~因為跟別人不一樣嘛，表示我們這邊素質高嘛，品質好嘛…這服務業的品質一定要提升，不斷的提升…賞鯨標章對於賞鯨船是一種非常正面的肯定。」(P6)

有申請賞鯨標章的業者阿遠表示，除了認為賞鯨標章具有正面形象的肯定之外，其申請標章的原因，在於申請賞鯨標章一系列的評鑑工作，是由各單位具有專業領域的專家來擔任評鑑的工作，可以提供對於長久從事賞鯨業的業者一些創新的建議，亦可以從較不一樣的角度來切入以注意到不同的問題，其申請賞鯨標章的價值就在於此。在整個評鑑過程裡，就具有如同“公司診斷”的功能。P8 同時對於評鑑委員的廣泛多元組合表達肯定，並相信學者們在對於鑑識賞鯨活動的深度上也會有所幫助，更是可以對台灣賞鯨的未來發展走向可以提供一些建議。

「負責評鑑的單位，是比較廣泛的，而且是專業領域的人來做、來擔任這個評鑑工作，那這樣的話，如果經過他們的評鑑，一個是我們業者看不到，可能由我們自己的角度去認為都不錯，或許在這些專業領域裡面，他們很可能覺得你某一部分是還不足的，就可以提供給我們可以改進的地方…」(P8)

但業者最關切的莫過於申請賞鯨標章是否能真能帶來經濟效益，結果是不論有申請亦或無申請的業者均一致認為效益極不明顯，表示遊客並沒有這樣的需求，而且也鮮少人知道賞鯨標章。沒有申請賞鯨標章船隻的股東 P4 表示：

「很現實的，有標章的船隻生意有較好嗎？譬如說，我們先去申請，大家都在觀望，如果說申請到標章之後，我的生意比你們這些船隻特別好。你有標章，我也會想盡辦法去符合你這些要求，如果說你花三四萬元，然後一些雜七雜八的規定，大家還笑你說：『甚麼標章，生意也沒有比別人較好』」(P4)

即使是有申請標章的業者也同意沒有經濟效益的事實，業者 P7 表示：

「看不到消費群有這樣的訴求啊，如果說他把它（賞鯨標章）做得很好的話，客人一定都會詢問，你是不是有得到賞鯨標章，很少客人會詢問到是否有賞鯨標章，幾乎都是來到現場才看到，呵呵『笑得有點輕蔑、不以為然的感覺』」(P7)

在賞鯨標章的效益部份，除了代表船隻的正面肯定與形象之外，無其它明顯的效益，同時不論是有申請或是沒有申請的業者對於帶來的經濟效益都抱持著不樂觀的看法。

三、公信力不足

當賞鯨業者取得營業執照時，代表他們在法律上已經獲得允許經營賞鯨事業，因此對於漁業署委託中華鯨豚協會推行賞鯨標章，是否能夠成功塑造賞鯨標章的公信力，存在著一個問號。

「其實喔！你說這個漁業署，他們發的證照就是表示我們合格了，為甚麼還要有個認證標章，是以甚麼為準？我

還很懷疑咧，讓這些中華鯨豚協會來給我們認證(語氣漸漸高昂，不滿)，他們只是民間的協會，他們有甚麼公權力？」(P11)

讓人質疑的地方起因於中華鯨豚協會畢竟是個非政府組織。

「沒有一個所謂的公信力嘛，我跟你講，中華鯨豚協會就是個協會，她們是政府的嘛？不是吧！，他就是民間的一個團體，如果你說政府機關的，人家會覺得這個是有品質……我們也有蘭陽衝浪協會啊，那也是一個協會啊，協會人都在哪我也不知道，只是中華鯨豚協會，它比較學術上的，曝光率比較高而已。」(P4)

但是也有業者提出中華鯨豚協會在賞鯨業裡，扮演推行賞鯨標章的角色是當仁不讓。

「為甚麼由協會來做，第一點就是較適合，因為它是長期以來對鯨豚的認識是很多，你再叫一個不相干的單位，要從頭來。十幾年了，剩下來別的團體如果有在碰、在做事，就慢慢知道，可是沒有阿，台灣很少有團體在做這個。」(P13)

對於賞鯨標章的評鑑人員，雖有業者表達肯定，但也有業者持懷疑的態度，對評鑑人員之專業亦有所質疑。對於尋找評鑑委員的過程以及如何審定具有評鑑資格的評鑑委員這個區塊，業者並無法進一步了解。而評鑑過程有分為明察與暗訪兩個部份，特別是在暗訪的時候，業者不清楚由誰來評鑑，甚至不確定是否真有人來作評鑑的動作。

「我不知道他要找誰，我不知道他找的人是不是有那個專業在，這個是有問題的，除非他找的每個部門真的有這個專業在，不是說隨便去找『沒人知的』老師啊，他就剛好唸到這個(專業)，那個都不實際！」(P7)

賞鯨標章是由漁業署委託中華鯨豚協會來推行，業者會

認為既然是由政府機關所推廣的活動，理應是即使政府不能強制，也應該鼓勵公家機關等在進行賞鯨遊程的時候，要支持具有賞鯨標章的船隻。如果政府機關都不支持其所推行的活動，這又如何說服業者要去支持賞鯨標章的活動。

「賞鯨標章認證出來，外面的人又沒有要給你認證，你如果說今天學校或政府機關的人，來賞鯨就是要坐這種認證標章的船，我相信大家搶著要去認證。客人跟公家機關都一樣，來了也是有船就坐，又沒有說一定要坐有賞鯨標章的船。所以有標章沒有標章對我們來說一點都沒差啊」(P5)

賞鯨標章與傑出漁民的差別在於，一個是由政府單位主動授予，一個是由業者主動申請，其所代表的價值差異就立即顯現。

「賞鯨標章跟傑出漁民比起來唷，它是輸慘慘，因為這是政府給你認定的，因為代表你在某個區塊的表現傑出，你這個區塊值得政府單位給你表揚嘛，這樣的效果會比現在賞鯨標章當中的評鑑還有價值。」(P7)

公信力取決於大眾、業者是否能夠認同。賞鯨標章推行至今，不僅少有遊客知悉這個標章，更少有遊客關切賞鯨業者是否擁有賞鯨標章，就業者的角度並沒有感受到賞鯨標章應具有的公信力，同時因遊客對於賞鯨標章的詢問度低，而更加強化了業者對標章公信力的不信任。

四、學術理想化

在訂立賞鯨規範時，業者會反應學界過於以自己的想法去擬定法則，造成學界訂立的規範會過於理想，而實際上業界卻難以施行的情況出現。

「如果你今天規範制訂的很好，業者會不遵從嗎？沒

有理由不遵從，對吧！政府今天替你在做事情，為什麼不配合，不要配合他是傻瓜吧！問題是我們怎麼去配合，訂了我們作不到的怎麼配合？沒有意義嘛！」(P3)

雖有參照國外的規範，但卻忽略了業者之想法，以及各個地區經營情況不同所可能遭遇之問題，直接擬訂規範的內容，導致業者有種被迫接受的感覺。

「你今天要用一個管理辦法出來，你先聽聽看，人家在經營的人的想法，不是說你去看外國，外國的海域是跟我們不一樣耶，船隻造型也不同耶！……我就說他們完全不會去在意我們經營人想表達甚麼，只是一昧用他們想要的東西來審核我們……好像是要我們大家都穿名牌布鞋，可我就窮啊！我就沒錢好買啊！你卻叫我穿這個，那種感覺妳知道嗎？」(P7)

船隻的造價並不便宜，每個業者的資本與能力亦很有限，在沒有去重視或是聽見業者的聲音，或是沒有實際了解業者的經營情況前，制式化的規定雖是為求公平、美意，卻可能造成業者的經營上的負荷與額外增加的成本，同時也難以令人信服。如就滅火器的擺放位置而言，學界單純以遊客看得見易取得的考量來規定滅火器擺放的位置，而業界也有其它的考量例如安全等考量的因素，兩者之間缺乏溝通的結果即產生不一致的地方。

「還有說那個滅火器要我們掛在船上，我說掛在船上當然是要掛啦，但是我們是掛在比較隱密的地方，為了美觀啊，第二個是不要去潑到海水，不然它潑潑就會壞掉啊，那樣也不行啦，要置於明顯處啦，那每年再來換新的啦，現在掛掛生鏽就沒用了！」(P7)

業者也認為學術界的過度理想化，無法與業界之實際執

行情況成功接軌，其間確實有距離存在，當訂立法令的人卻無法了解實際經營上的困難，又無法與業者進行討論協商，最後便會造成推行上的重大阻礙。

「譬如說在船上說要用紙杯，船身在晃動要扶著欄杆走路，根本沒有手可以拿紙杯來喝水……如果你好的、合理的規定，我們不可能不會接受，我們的考量是客人安全第一，不是說你規定什麼我們就做什麼……譬如說一次不要超過三艘船，客人他根本沒辦法承受海上排隊等待，船一停下來客人大部分都快暈了…」(P3)

在訂立規範時，為達到實際的成效以及確實可行的規定，不僅需實地去了解操作上可能遇到的難題，也必須與各方人士進行溝通協調，尤其是去傾聽要遵守此規範的業者的聲音與想法，過於理想化的目標不僅令業者難以執行，且可能使其有打退堂鼓的打算，也因此降低業者的遵守意願。

五、執行上的困難

台灣的賞鯨業主要集中在東部地區，宜蘭、花蓮、台東三個縣，因為交通不便、易達性不高，從以前就一直有「後山」之名。而在東部的三縣市，更由於交通的便捷程度不同，導致各個區域的經營型態不甚相同，在宜蘭的業者因為業務密集頻繁、遊客多而導致船班時間極為緊湊，在賞鯨標章的規範內容上有很多實際執行上的困難。

「我有考慮要申請，可是呢辦不到，因為我們這邊呢，礙於...場地的關係，它最主要一個是要有行前說明，喔！兩部遊覽車才達到一個人數(可以出船的人數)嘛，好！有一部還沒有來啊，怎麼辦呢？好，我們這車做了行前說明，做完了另外一部車子還沒來，來的時候，慘了，一定要馬上出船，

怎麼做下一趟遊客的行前說明，而且下一班還在催呢，沒有辦法做…因為船班太緊湊了，客人太多，他們都擠在同一個時段來。」(P6)

業者迫於經營型態以及時間上的限制，例如賞鯨規範需要行前解說的部份，不僅是缺乏場地，而且因為船班密集而時間上無法配合，常常是從事賞鯨活動就像是打一場仗似的。而且當所有船隻都沒有遵循賞鯨標章的規範，擁有賞鯨標章的業者卻反而需遵守標章規範，以致於降低競爭力，可能導致經營上的困境，反而造成劣幣驅逐良幣之結果。

「不論旅行社帶來的也好，遊覽車帶來的也好，他們有領隊在船上的話，他們會互相比較，為甚麼他們那艘船可以開那麼靠近給客人看，客人看得都很高興，我們就是要遠遠的在那邊，這樣久而久之，人家就會想去搭別艘船，這也是一個競爭…大家都是要海豚在船底下的那種感覺，你跟他講說甚麼鯨豚規範，他們不理這一套的，那個遊覽車小姐，客人現歡喜現好(當下開心就好)，他們管你甚麼賞鯨規範…除非你每艘船都加入賞鯨標章，如果大家沒有賞鯨規範的在那邊看，而你不行，你整尾都做沒生意(整個就沒有生意)！」(P4)

賞鯨活動的遊客組成可約略分為兩種，一種是散客，其會自行選擇賞鯨業者；另外一種是團客，即所謂旅行社或是遊覽車帶來的客人，通常都會有領隊隨行。旅行社或遊覽車業者為了增加顧客滿意度，會相互比較各個船隻與鯨豚間的距離，希望離鯨豚越近以提高遊客遊憩體驗。宜蘭與花蓮的經營情況不大相同，宜蘭近台北市，遊客量較多，且較多團客，而花蓮是以散客為主要的顧客群居多，船班次數也沒有宜蘭這麼緊湊。地理的差異決定了業者的經營型態，進而影響業者遵循賞鯨規範的難度。而業者在業務密集頻繁的情況

下，同時亦面對其他業者的競爭，便逼著業者回歸到了環境保育資源永續與填飽肚子的選擇題。

「甚麼叫做永續？先看到海豚先回來載客人，我覺得就是這樣，因為我來這很多年了，攏嘛是這樣，都在擔心看不到了，哪有可能還放牠走嗎？所以我跟你講，我們這種大環境生態造成的，沒有辦法，不是我們一艘船要做就有辦法做得起來。」(P4)

六、討海者的心態

台灣的賞鯨活動是必須在海上進行的，它需要擁有熟悉船隻性能的人來操控船隻，更需要擁有豐富海上經驗的人以確保遊客出海的安全，因此台灣賞鯨事業的經營者與船長大部份亦都是由漁民轉型而來，其即所謂的「討海人」，一部分的人現在雖然經營賞鯨業但亦同時有在從事漁業的工作。

「我爸在過世前跟我說，我沒甚麼好留給你的，只有一艘船跟家門口的一大片田(海)，你要自己卡打拼(努力打拼)」(P5)

以前科技較不發達，不僅是船隻本身，通訊設備以及救援設備等較不完善，加上海上情況瞬息萬變，造成海上工作的漁民生命安全較沒有保障。於是長久在多變的海上作業，在經過了許多大風大浪之後，漁民已養成了樂天知命、比較海派的個性，而海派即所謂做事乾脆俐落，遇到事情或是下決定時，較不拖泥帶水的表現。

「討海人阿很賤命你知某(知道嗎)，討海人是天公子，這命是我們自己選的妳知某，我們說不愛惜我的性命那是不可能…我一句話，我當漁民我當的很光榮啦！怎麼講，你知道嗎，我一生我沒偷沒搶嘛，我就是用我的本事在跟海洋爭

飯吃嘛，這是我覺得光榮榮譽的地方。」(P7)

在海上工作大半輩子所養成的謀生能力，讓漁民對於此領域，不論是對船隻或是海上經驗的專業能力不容人質疑。因此當面臨到外來的干涉威脅，捍衛他們自己領域的專業，變成是理所當然的事情。

「他們憑什麼來認證我，他們船有辦法開出去嗎？！有辦法開出去尋找海豚，還告訴我那個船要怎麼開，如何靠近海豚，要離幾公里才可以靠近，他們對這個就是外行！」(P11)

同時多少會有點質疑，以及不以為然的情緒發生。

「我們討海是專業嘛，船隻我們也是專業嘛，那安全呢你不會比我更專業吧！那他們用他們的理想來管理我們，那奇怪咧，海洋是我的家耶，遊客是我的飯碗耶，我怎麼可能讓他出狀況呢，你說你還來替我擔心這個……我沒偷沒搶，靠本事跟天借飯吃，來完成教育下一代的理想，不知道在經營旅遊事業這個區塊，會讓這些對這些事情都不懂的人來限制住我們，那我真的覺得她們實在都不尊重專業！」(P7)

對於本身海上謀生能力的信心，以及身為討海人的驕傲，對於學術界「侵犯」其從小到大生活的領域覺得不舒服，因此而產生了知覺上的衝突。

整體來說，學術過度理想化造成標章的規範在實際執行上產生困難，公信力的不彰顯使得業者對標章的信任不夠，再加上標章的經濟效益不明顯無法給業者提供足夠的誘因，同時賞鯨業者的討海者心態對於賞鯨事業與捕魚事業的角色混淆，進一步導致的矛盾情結，因此業者對賞鯨標章的申請意願多為觀望或是不樂觀的態度。

七、鯨豚衝擊

賞鯨活動是否會對鯨豚造成負面影響，一直是研究賞鯨學術領域裡面熱烈討論的議題。當鯨豚族群的行為有明顯的改變時，特別是在賞鯨活動盛行的現場，賞鯨船隻的業者通常是第一個被聯想到的「加害者」。針對賞鯨船是否對鯨豚造成衝擊，在花蓮具有賞鯨標章的業者普遍認為船長是否了解鯨豚的習性與兩者間之互動方式是決定鯨豚衝擊是否發生的主要原因。具有賞鯨標章的業者，在對於鯨豚的習性了解上有一定的自信，因此賞鯨船在海上從事賞鯨活動時，遇見鯨豚有一套從容和平共處的模式，他們認為這樣良性的互動結果通常對於鯨豚造成的衝擊不大。

「其實不會啦，就是看船長對這些海豚生態習性了解有多少，他在不讓你接觸的時候呢，你要在那邊衝他，那當然是有影響啊；他高興的時候跟你玩，你當然跟他好好的玩啊，所以這種東西其實是船長的教育問題而已，船長的個性，跟對於鯨魚海豚的生態習性認知有多少。」(P7)

而宜蘭地區相較於花蓮因為賞鯨船隻數目較多、船班密集緊湊，常造成許多船隻同時觀賞同一群鯨豚的現象，他們就像能與鯨豚感同身受般，不約而同的提出，過多的賞鯨船一起觀賞鯨豚時可能會對鯨豚造成衝擊，至於衝擊的程度則並不清楚。而針對前述關於對鯨豚的「加害者」之名，就像是被冠了莫須有的罪名般，他們也有很多話想說。他們認為鯨豚在宜蘭地區的出沒情況，亦有其他因素的影響，包括是整個海洋大環境的改變、科技的進步造成捕魚技術日新月異，導致魚類資源缺乏、是否有漁民偷捕鯨豚、潮流、以及是否有足夠的食物吸引鯨豚進來等都是可能之影響因素。

「賞鯨船對鯨豚的生態有影響，不敢說沒有啦，但是

呢，並不是很嚴重，鯨豚也是以食為天的動物啊，這裡有東西吃，有食物可以覓食的話，牠就會長居住在這邊，就會常在這邊出現，如果這邊都沒有東西吃啦，肚子填不飽的話，牠會在這邊嗎？不會，絕對不會了啦。」(P6)

在宜蘭為期近十年的賞鯨時期，也有觀察細微的業者注意到從一開始賞鯨事業起步時的鯨豚發現情況，相較於近一兩年，不論是在鯨豚群數、發現的地理位置以及移動的速度上有明顯的不同。

「我們以前剛在做賞鯨船的時候，還是兼營海釣船的時候，為甚麼龜山島旁邊隨便看就有了，就很近，因為那時候沒有幾艘船…大約六七年前，那時候我們都不用請阿聰去顧(尋找)，我們自己去找就找得到了，而且都是在龜山島旁邊而已…現在牠出去的速度會很快，譬如說我們以前在看的時候，在十二點看，牠差不多在緯度000102這邊，現在變成不是，像前年我感覺就是在十二點，牠們已經到緯度000405那邊，牠一樣會進來，但是出去的速度變得很快…」(P4)

總而言之，業者對於標章最為關切的部份，即是否能夠帶來效益，特別是經濟效益的部份，而業者對於標章能否帶來效益的部份充滿了質疑，源自於標章的公信力不夠、行銷推廣做得不多。在大環境不景氣、獲利被壓縮的情況下，標章的申請費用對於業者又是另外一項高額的支出。而標章規範內容在擬定的時候並沒有與業者進行太多溝通的動作，造成過度理想化的規範，業者難以認同並且遵循。又因為場域的不同，造成經營情況不大相同，在規範實際執行上是有難度的。而大部分賞鯨業者是由漁民轉型而來，對於學術團體忽然進入其生活的領域，產生角色混淆的情形，造成業者較難轉換態度而輕易接受賞鯨標章。因此，就現階段而言，即

使有少數的業者仍然傾向申請賞鯨標章，但大部分的業者仍然對賞鯨標章抱著觀望與不樂觀的態度。

第五章 結論與建議

第一節 結論

研究結果顯示申請標章的門檻過高、公信力的不彰顯、執行上會產生困難、缺乏溝通而導致的學術理想化、標章的效益不夠明顯等，為業者對於標章的普遍知覺，但目前賞鯨業者對於賞鯨標章的申請意願仍可分為兩派，一為目前願意申請賞鯨標章的業者，其認為賞鯨標章的價值在於環境保育為當前的趨勢，同時看重於評鑑的過程可以有公司診斷的功能，他們亦期待可以接受更多政府或學界之協助與輔導，以創造未來賞鯨業的蓬勃發展。而且，在愈偏遠的地區，業者認為賞鯨標章可以具有品質保證的功效，相對於離都市較近的區域，他們可以獲得更多加分作用。這可以解釋為何賞鯨標章目前都只有花東等較為偏遠地區的業者在申請。

至於不願意申請賞鯨標章的業者，則認為大環境不景氣的情況下，申請門檻太高。另外，由於場域的不同，造成遵行賞鯨標章的規範是有地域性之難度差異而有所不同，這很明顯的可解釋為，宜蘭地區的賞鯨業者較多且多集中在同一個賞鯨據點，又離都市較近而業務量也較為頻繁而密集；相對於花東的業者在賞鯨據點則較為分散因此也就沒有這樣的問題產生；加上業者的商業取向，認為標章無法帶來明顯的經濟效益因此而顯得興趣缺缺；並且因宜蘭地區擁有替代性的觀光資源，業者對於永續保育的觀念也因此不甚強烈；最後，賞鯨業者在心理層面部分，擁有的討

海者心態，更是讓當局在推行賞鯨標章的過程中，增加了更多的難度與挑戰性。

申請標章的門檻過高，源自於現今賞鯨事業所能夠創造的利潤不同以往，面臨石油上漲、削價競爭造成利潤淡薄，很多業者都是慘澹經營，剛好收支平衡。而標章所能夠帶來的效益並不明顯，因此在功能性不強的情況下，在業者權衡輕重之後，普遍不願意付出這筆額外的申請費用。同時也希望既然是政府在推行的制度，或許可以增加一些其他的配套方案，或是補助一些費用，以減低業者的負擔。

而就標章的公信力備受質疑的部份，業者對於公信力的不信任起源於評鑑與頒發的單位是由非政府組織所執行，不僅僅是對該單位平常運作的內容情況不甚清楚，同時也對該單位的組成人員不夠了解，在此情況下而產生的不信任感。再者，評鑑人員是否有足夠的專業可以在這領域擔任賞鯨評鑑工作，也是備受質疑的。至於政府推的賞鯨標章，其並沒有強烈鼓勵、也無法強制要求相關單位支持具有賞鯨標章的船隻，業者便會認為賞鯨標章的有無是沒有差別的。更由於民眾知道標章的人數不夠普遍，在標章的推廣、行銷上亦可見其薄弱、不足之處。

在標章規範的內容上面，業者也大都提出不符合實際情況，難以遵循的情況，這起源於賞鯨事業是一個海上活動，會與一般陸上活動在本質上有根本上之差異，很多陸地上執行的事情，當場域換成海上就不見得適用，例如使用杯水就是一項最顯明之例子。

而在訂定賞鯨標章的過程中，學術界雖有參照國外的賞鯨規範，卻忽視業者的聲音，而造成沒有顧慮到業者可能的考量因素或是其在遵循上可能遭遇的窘境。學術界因鮮少聆聽業者意見的結果，造成單方面所設立的規範過度理想，徒使業者經營成本之

增加卻無明顯效益產生之情況，與現實脫節而難以讓賞鯨業者來遵循。

賞鯨業者主要是認為賞鯨標章除了給予船之正面形象的肯定，並無法帶來實質的經濟效益，而且標章並無相關法令來支持，無法強制業者遵循或申請，儘管有意願申請賞鯨標章，但因為賞鯨活動競爭過於激烈，也有可能演變成劣幣驅逐良幣的結果，因此在經濟效益不明顯，而賞鯨業者必須顧及生計的情況下，業者對標章的申請意願並不高。

業者以討海人自居，源自於其生長背景與環境對於自身角色的定位，自古以來，討海人就是在海上作業以賺取謀生費用的一群人，海上的艱辛與刻苦淬練了討海人的一身傲骨與自信。而賞鯨事業被歸屬於旅遊事業體的範疇，其共包含了海上作業、旅遊活動與生態環境保育等部份，各個環節緊密相扣，無法獨立存在。由數十年的討海人身分轉為賞鯨業者，如此快速的角色轉換，混淆了業者本身的角色定位，造成有本身專業領域被「侵犯」的想法，因此在學術界、政府單位與業者缺乏溝通的情況下，成為業者潛在的角色知覺衝突。而大部分的漁民在社會上居於弱勢，對於學術、政府單位法令的大軍逼近，卻又有苦難言。一方面希冀政府法令能照顧這群漁民，一方面卻又擔心不得其門而入的關心反而成為另一種沈重之負荷。

針對有研究指出賞鯨船會對鯨豚造成負面衝擊的「指控」，具有賞鯨標章的業者較為知曉如何與鯨豚互動以減少衝擊，而沒有賞鯨標章的業者在反駁之餘，也有眾多業者表示與鯨豚有密切關係的不只是賞鯨船，賞鯨季節不過是3月到10月，而經年與鯨豚更密切的莫過於捕魚的漁船，是否真因賞鯨活動而造成鯨豚遠離，抑或是大環境漁獲資源的缺乏，造成鯨豚遠離的結果需要更進一步的資料來加以證實。

第二節 建議事項與未來研究

一、進行立法

建議國內相關單位可以進行立法，得要求賞鯨業者必須通過賞鯨標章可以得到法源依據，強制要求業者申請賞鯨標章。而政府在相關配套措施部份，可以一開始由政府負擔大部分規費或是全由政府吸收，同時間並進行輔導業者的工作事項。

二、角色定位之釐清

有關當局在推行賞鯨標章的時候，可再考慮調整其本身在賞鯨標章之推動或整體賞鯨產業之角色定位，從原先的審核角色轉變為輔導業者的角色來切入。有鑑於業者具有討海者的心態，對於外來的團體忽然進入其生活的場域，進入的時間點與方式而造成一些不必要的誤解，造成推行標章的過程中一直存在著潛在且影響業者心理層面甚鉅之迷思，這是當前亟須克服的問題。而許多業者在面臨賞鯨市場下滑的趨勢，油價不斷的攀升、以及過幾年後政府法令的改變，都將可能對台灣賞鯨業造成莫大的衝擊。很多業者都是抱著做一年，算一年的想法，當下能撈多少盡量撈，對於未來的走向都是茫茫然，不知如何來定位自己現在與未來之發展方向。當局可以藉由輔導業者的角色，一起提升台灣賞鯨業的品質，亦可減緩之前對於推行標章時所造成的誤會，解除彼此心中的隔閡，一起對台灣鯨豚之保育付出更大的心力。賞鯨標章相關執行單位在輔導工作的部份，可以提供更多軟體上的支援予具有賞鯨標章的業者，例如增加有關商業行銷技能之輔導、提供適當的職業訓練，如與鯨豚靠近的方式、解說

訓練、提供賞鯨標章規範的資料等。在硬體的部份，由於船隻設備更動之金額所費不貲，為達到賞鯨標章之要求所需額外花費的金額，業者在衡量過後通常是望之卻步，因此為符合賞鯨標章需求設施的更動，提供一定比例的補助金跟優惠貸款方案，以增加業者申請標章之意願。

三、增加行銷推廣的工作

當業者認為賞鯨標章具有帶來經濟效益的潛在功能，較能提高業者申請標章的意願。相關執行單位可以就此部分多家著力，增加標章的行銷工作，例如公務員藉由國民旅遊卡進行賞鯨活動的消費，而有優惠措施，以鼓勵政府機關人員搭乘賞鯨標章的船隻。並且由賞鯨產業相關機關編列專案預算在各大媒體進行推廣，促銷活動。而政府機關網站則提供具有賞鯨標章船隻網站連結，以提高賞鯨標章船隻的曝光率。

四、賞鯨標章制度的修正

在賞鯨標章在制度的部分可再作調整，為加強鼓勵業者支持賞鯨標章，由政府編列專案預算，負擔九成以上申請費用，輔導業者申請標章，三至五年之後，視成效再酌予修正補助方案。而在委員組成的部分，則需進行專業分類，依其專業類別設定委員的數目，例如解說委員三位、業者代表三位、鯨豚生態五位，以達到委員組成能反映各專業之比重，各界之意見可以完整收納。而賞鯨標章的有效期限建議延長至五年，但需搭配每年進行監督委員之複查，必要時，可增加複查次數，複查費用建議由政府相關輔導單位編列預算支應。

五、賞鯨活動相關管理辦法的擬定應廣納各界之聲音

應增強與各相關利益團體之溝通管道，不僅是政府單

位、學術單位，或是業者，都必須多方聆聽各方意見，在實際執行上才不會有曲高和寡的窘境，特別是在賞鯨標章乃屬非強制性的規範情況下，為達到永續發展的目標，採納不同的意見與考量更是必須而具有關鍵重要性的。同時也可考慮將賞鯨業者列入評鑑委員的成員之一，以建立更周全、更令人信服的評鑑系統。

六、加強大眾之生態保育教育工作

針對業者對賞鯨標章的取捨理由，仍著重在其效益與否上面，同時亦顯示業者對於環境永續的重視仍然有待加強。相關單位應做更多的標章推廣活動，增加標章的可見度與曝光率。而且不僅是教育業者，更重要的是經由教育大眾，塑造標章的價值。當社會大眾將標章列入選擇賞鯨船的考量之後，將可同時達到規範業者的目的。再者，政府單位應輔導業者正視環境永續的重要性。特別是在宜蘭地區，其賞鯨的遊程裡又有龜山島這塊豐富的觀光資源，對於賞鯨活動消失後仍然有替代觀光資源，其永續發展的概念並不是非常的強烈，因此較容易輕忽對於鯨豚保育的重視。

七、未來研究

可特別對賞鯨活動對鯨豚的衝擊進行更深入而詳細之研究。這在國外的賞鯨學術領域是非常重要的部份，且國內業者也提出鯨豚遠離的情況可能受到很多因素所影響，關於這個部份需要作進一步的釐清與研究。

參考文獻

一、中文部份

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2001), 質性教育研究(黃光雄等譯), 嘉義: 濤石文化, (原文於1998年出版)。

Hoyt, E. (2004). 全球賞鯨發展之利弊與其價值, 第十屆鯨豚生態與保育研討會—許賞鯨一個永續未來(pp. 9-11), 台北: 中華鯨豚協會。

Kumar, R. (2000), 研究方法步驟化學習指南(胡龍騰, 黃瑋瑩, 潘中道譯), 台北: 學富文化, (原文於1999年出版)。

于寧, 賴明伸(2000), 綠色消費運動之緣起、現況及未來, 環境工程月刊, 11(3), 6-15。

于寧, 賴明伸(2005), 綠色消費的國際發展趨勢, 科學發展, 387(4), 20-25。

中華鯨豚協會(2007), 賞鯨標章介紹[線上資料], 來源: <http://whalewatching.org.tw/>。

中華鯨豚協會(2003), 賞鯨標章評鑑準則, 未出版手稿。

石之瑜(2003), 社會科學方法新論, 台北市: 五南圖書出版公司。

李彥穎(2002), 賞鯨活動對東部地區經濟影響之研究, 中興大學

農業經濟學研究所未出版之碩士論文。

李明華(2005)，台灣賞鯨業營運績效及其改善之研究，台灣海洋大學應用經濟研究所未出版之碩士論文。

沈珍珍(2003)，台灣賞鯨豚活動之遊憩效益評估，台灣海洋大學應用經濟研究所未出版之碩士論文。

宋秉明，周蓮香，游文志(2000)，從生態衝擊的觀點探討台灣地區賞鯨規範之制定，戶外遊憩研究季刊，13(4)，51-68。

何幸蓉，龐元勳，錢玉蘭(2005)，台灣賞鯨管理指標與對策—可接受改變限度建構法，第十一屆鯨豚生態與保育研討會—許賞鯨一個永續未來(pp. 144-155)。台南：中華鯨豚協會，國立台灣大學生態與演化生物研究所。

周蓮香(1998)，台灣海域賞鯨(豚)生態旅遊潛力調查與研究，台北市：交通部觀光局。

周蓮香，何幸蓉，李明華，中華鯨豚協會(2005)，擁抱海洋—鯨豚之愛，2005年台灣賞鯨活動問卷調查成果報告，台北：中華鯨豚協會。

周蓮香，何幸蓉，中華鯨豚協會(2006)，擁抱海洋—鯨豚之愛，2006年台灣賞鯨活動問卷調查成果報告，台北：中華鯨豚協會。

洪維勵，賴佩君(2006)，旅館業對環保旅館與環保標章知覺之研究—以澎湖為例。《觀光研究學報》，12(4)，325-344。

黃安邦(1992)，社會心理學，台北：五南圖書。

黃瑞琴(1991)，質的教育研究方法，台北：心理出版社。

黃俊英(2002)，企業研究方法(第二版)，台北：台灣東華。

黃文嫻(2003)，生態標章制度建構之探討—以賞鯨事業為例，國立東華大學環境政策研究所未出版之碩士論文。

陳璋玲(2007)，淺談台灣賞鯨的社會行銷，漁業推廣，249 (12)，12-21。

陳向明(2002)，教師如何作質的研究，台北：洪葉文化事業。

陳陵援，陳憶琳(1994)，環保標章與綠色消費，32(4)，101-114。

張紹勳(2000)，研究方法，台北：滄海書局。

游文志(2000)，花蓮縣石梯海域賞鯨船對鯨豚行為之影響，國立東華大學自然資源管理研究所未出版之碩士論文。

歐用生(1989)，質的研究，台北：師大書苑。

謝佩君(2000)，環保標章的綠色消費傳播使命，台灣經濟研究月

刊，23(4)，33-37。

韓培爾(2003)，社會科學研究方法，台北市：風雲論壇。

二、英文部分

Berrow, S. D., & Holmes, B. (1999). Tour boats and dolphins: Quantifying the activities of whalewatching boats in the Shannon Estuary, Ireland. *Journal of Cetacean Research and Management*, 1(2), 199-204.

Berrow, S. D. *Developing sustainable whalewatching in the Shannon estuary*. In Garrod, B., & Wilson. J. (Eds.), *In marine ecotourism: issues and experiences*. 198-203. Channel view publications.

Buckley, R. C. (1997). Improving the quality of EIA. In A. Porter, & J. Fittipaldi. (Eds.), *In envirommental methods review*. 41-49. Tampa: AEPI.

Buckley, R. C. (2002). Tourism ecolabels. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 183-208.

Carruthers, C. P., & Busser, J. A. (2000). A qualitative outcome study of boys and girls clubs program leaders, club members and parents. *Journal of Park and Recreation Administration*, 18(1), 50-67.

Carlson, C. (1998, April). *An update of whalewatching guidelines and regulations around the world*. Paper presented at the International whale watching scientific committee, Oman.

Corblli, C. (2006). *An evaluation of the impact of commercial whale watching on Humpback whales, Megaptera novaengliae, in Newfoundland and Labrador, and of the effectiveness of a voluntary code of conduct as a management strategy*. Unpublished doctoral dissertation, Memorial University of Newfoundland.

David A. F. (2004). An analysis of whalewatching codes of conduct. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 334-352.

Hoyt, E. (1996, May 9). *Whale Watching and the Community: The way forward five case studies*. Paper presented at The international whale watching forum. Zamami, Okinawa, Japan.

Hoyt, E. (2000). *Whale Watching 2000: Worldwide tourism numbers, expenditures, and expending socioeconomic benefits*. Crowborough, UK: International fund for animal welfare.

Hoyt, E. (2001). *Whale watching 2001: worldwide tourism numbers, expenditures, and expending socioeconomic benefits*. Massachusetts: International fund for animal welfare.

Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: Progress, process and prospects. *Tourism Management*, 23(3), 197-205.

IFAW. (1995, March 30-April 4). *Scientific aspects of managing whale watching*. Paper presented at the workshop on the scientific aspect of managing whale watching, Montecastello di Vibio, Italy.

Jacoby, J., & Wayne, D. H. (1987). *The comprehension and miscomprehension of print communications*. New York: The advertising education foundation.

Jahnke, J. (2000). *Increasing the benefit of voluntary eco-labeling schemes*. Cadillac: MACD.

Jon, L. (2000). *The conservation basis for the regulation of whale watching in Canada by the Department of Fisheries and Oceans: a precautionary approach*. Unpublished master's thesis, Memorial University of Newfoundland.

Parsons, E.C.M. and Woods-Ballard, A. (2003). Acceptance of Voluntary Whalewatching Codes of Conduct in West Scotland: The effectiveness of governmental versus industry-led guidelines. *Current Issues in Tourism*, 6(2), 172-182.

Mark, J. & Jared, E. (1997). *Report of the workshop on legal*

aspects of whale watching. Massachusetts: USA.

Muller, E. (2002). *Environmental labeling, innovation and the toolbox of environmental policy lessons learned from the german blue angel program*. Berlin: Author.

Morris, L. A., Hastak, M. M., & Mazis, M. B. (1995). Consumer comprehension of environmental advertising and labeling claims. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(2), 328-350.

Salzhauer, A. L. (1991). The product judgments that both green seal and green cross are making are tainted by extremely high levels of scientific uncertainty. *Environment*, 33(9), 33-37.

Stein, T. V., Clark, J. K., & Rickards, J. L. (2003). Assessing nature's role in ecotourism development in Florida: Perspectives of tourism professionals and government decision-makers. *Journal of Ecotourism*, 2(3), 155-172.

Lalime, J. M. (2005). *Operator compliance and attitudinal compliance to aspects of Australian whale watch management conditions*. Unpublished master's thesis, University of Missouri.

Luthans, F. (1998). *Organizational behavior* (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Wursig, B., Lynn, S. K., Jefferson, T. A., and Mullin, K. D. (1998). Behavior of cetaceans in the north Gulf of Mexico relative to survey ships and aircraft. *Aquatic Mammals*, 24(1), 41-50.

Veal, A. J. (1997). *Research methods for leisure and tourism*. London: ILAM House.



附錄 A 2008 年台灣賞鯨船隻數

宜蘭縣	烏石港	編號	大發 168
		1	北極星
		2	宏棋號
		3	華旗號
		4	凱鯨號
		5	超級星號
		6	新福豐 168
		7	新福豐 36
		8	噶瑪蘭號
		9	龜山朝日號
		10	龜山朝日貳號
花蓮縣	花蓮港	11	蘭鯨號
		12	太平洋號
		13	多羅滿號
		14	多羅滿貳號
		15	花東壹號
		16	花東貳號
		17	紅龍賞鯨
花蓮縣	石梯港	18	東部賞鯨壹號
		19	海鯨號
		20	海鯨貳號
台東縣	成功港	21	晉領號

附錄 B 賞鯨標章評鑑準則

賞鯨標章評鑑準則（委員用）

評鑑船隻：_____

日期： 年 月 日

一、服務品質（10%）

準 則 項 目	業者 填寫	評審 驗證	分 數
（一）船隻設施			5
1. 我有製作文宣或海報宣導遊客在船上的安全注意事項，並張貼於船隻明顯處。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
2. 我的賞鯨船具備滅火設備與足量救生衣，並落實遊客的船上安全教育，包括清楚解釋救火器與救生衣使用方式，船上要注意哪些安全事項，是否禁煙，並禁丟煙蒂垃圾至海中等等。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
3. 我的賞鯨船設計舒適，且視線良好，遭遇鯨豚時大部分遊客皆可於適當角度觀賞鯨豚。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
（二）服務品質			5
1. 船上工作人員態度親切和善，令人賓至如歸。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
2. 我所經營的賞鯨公司會提供完整且清楚的航線資訊給顧客參考	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
3. 我有建置遊客意見調查制度，並會處置申訴案件。（勾「是」者請提供證明文件）	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5

二、環境教育（35%）

準 則 項 目	業者 填寫	評審 驗證	分 數
（一）展示設計			10
1. 本公司設有「解說（或遊客）服務中心」，布置相關鯨豚生態與海洋資源保育之解說教育教材。（勾「是」者請提供證明文件）	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
2. 本公司提供鯨豚及海洋生態相關文宣予遊客參考。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3

3. 本公司設有網頁提供鯨豚及海洋相關資訊。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
(二) 環保行動			5
1. 我在賞鯨船與接待中心均重視資源減量，例如執行垃圾分類與資源回收，不使用杯水，紙杯等便利丟棄之用具，以桶裝水取代以減少製造垃圾等。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
2. 解說員在船上會嚴禁遊客餵食鯨豚及丟棄煙蒂或其他垃圾至海上，在船上服務的員工亦能以身作則。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
(三) 自然保育行動			5
1. 我會在各式文宣（如摺頁、手冊、網站等）宣導維護海洋資源之知識。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
2. 所有工作人員皆能瞭解保育鯨豚與當地自然資源之價值。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
3. 解說員會向遊客宣導海洋資源的珍貴與保育。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
(四) 行前解說			5
1. 本公司的服務中心提供正確導覽資料及賞鯨行前說明。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
2. 本公司的行前解說內容包含鯨豚及海洋相關資訊，豐富精彩。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
3. 本公司有能力提供合宜的行前解說服務，以符合不同團體之需求，例如非中文語系訪客、孩童、殘障人士、智障人士、學術團體、其他特殊團體。（勾「是」者請提供證明文件）	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5
(五) 海上解說			10
1. 本公司的服務中心提供賞鯨海上解說。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
2. 本公司的海上解說內容包含鯨豚及海洋相關資訊，豐富精彩。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
3. 本公司有能力提供合宜的海上解說服務，以符合不同團體之需求，例如非中文語系訪客、孩童、殘障人士、智障人士、學術團體、其他特殊團體。（勾「是」者請提供證明文件）	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3

三、鯨豚衝擊(30%)

準 則 項 目	業者填寫	評審驗證	分數
---------	------	------	----

(一) 距離與速度			20
1. 遇到鯨豚，進入 500 公尺時，船隻開始明顯減速。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
2. 當進入 300 公尺時， --如果鯨豚正在行進時，賞鯨船以略高於鯨豚的速度，緩慢接近。 --鯨豚滯留或趨近船身時，船速保持在無浪速度。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
3. 當進入 50 公尺內時， --鯨豚行進時，賞鯨船維持與鯨豚相同或略低的行進速度 --鯨豚靜止或接近船時，船隻以空檔運轉引擎 --保持等速並不得突然改變速度或方向。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
4. 賞鯨船觀察同一群鯨豚最多 20 分鐘。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
5. 賞鯨船要離開時，會等待鯨豚離開 50 公尺以上才開動船隻，並緩慢加速。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
(二) 方向			10
1. 船隻轉向時，動作漸近緩慢，不會突然改變方向。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
2. 賞鯨船會保持在鯨豚側後方接近。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
3. 鯨豚遠離時，賞鯨船不突然加速追趕。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
(三) 嚴重衝擊			
1. 賞鯨船不會從中將母鯨與幼鯨分開。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 -5 <input type="checkbox"/> 否 0
2. 賞鯨船未主動切入鯨群或拆散鯨豚。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 -5 <input type="checkbox"/> 否 0
3. 當同一批鯨豚已有三艘賞鯨船同時觀賞時，我會等待其中一艘離開後再進入觀賞區，不會一起包圍鯨豚。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 -5 <input type="checkbox"/> 否 0

四、永續行動 (25%)

準 則 項 目	業者 填寫	評審 驗證	分數
---------	----------	----------	----

(一) 研究			8
1. 賞鯨船出船時會幫忙記錄鯨豚之種類與數量，供鯨豚生態保育研究用。(請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
2. 本公司會協助搭載海洋資源研究人員出海進行海上研究。(請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
(二) 保育行動			5
1. 本公司利用旅遊通訊、網頁、印刷媒體等宣導生態旅遊相關之保育議題或保育示範經驗。(勾「是」者請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
2. 本公司會協助當地學校進行海洋生態教育之教學活動。(勾「是」者請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
(三) 回饋			5
1. 本公司會提撥一定比例的營運所得當作鯨豚保育基金。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
2. 本公司會協助宣揚保育團體或其舉辦的活動。(勾「是」者請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
(四) 地方產業			7
1. 本公司會提供當地居民就業機會。(勾「是」者請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
2. 本公司協助訓練當地居民為解說員，能解說地方特色及鯨豚生態。(勾「是」者請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 1.5 <input type="checkbox"/> 2
3. 本公司提供機會讓遊客購買當地特產品，協助地方產業發展。	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1
4. 本公司增進遊客對賞鯨港口的漁村文化認識。(請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1
5. 本公司積極參與地方同業公會辦理的會議、教育訓練及各種產業永續有關的活動，並有高度合作意願。(請提供證明文件)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 0.5 <input type="checkbox"/> 1

五、其他特色 (加分題)

<p>整體意見：</p>
