

# 發展冒險觀光與冒險教育產業— 業者與國家公園管理處夥伴關係之建立

王伯宇\*

## 摘 要

隨著冒險觀光與冒險教育產業在台灣的逐漸發展，冒險遊憩活動於國家公園內日漸增加，但這增加也為國家公園內的環境與生態帶來壓力，並使得國家公園管理單位的責任與業務更趨複雜化與疲於應付。近年來許多國外的國家公園管理單位開始尋求建立與業者之間的夥伴關係來分擔國家公園管理的任務，但欲達到確實之長久之夥伴關係的建立仍有其他需要考量之處。本文以文獻回顧的方式探討了公私部門夥伴關係模型與價值觀一致性模型，來對台灣高山型國家公園與冒險觀光與教育業者之間的合作來做出建議。務實之作法與需注意的地方也在本文中提出。冀能透過本文來讓台灣之國家公園在公私部門的合作上能有永續之發展。

## 關鍵字

冒險、夥伴關係、價值觀、國家公園

---

\* 師科大休閒運動健康系助理教授

# 發展冒險觀光與冒險教育產業—— 業者與國家公園管理處夥伴關係之建立

王伯宇

## 一、冒險觀光與冒險教育產業於高山中的發展

### (一) 全球發展現況

近三十年來，冒險觀光有著明顯的成長，而 2000 年後，冒險觀光已經成為全世界不可忽視的一個市場，並且對冒險觀光的需求與供給仍然在持續的成長中。例如，加拿大在 2001 年時有 45% 的民眾參加過冒險觀光 (Canadian Tourism Commission, 2002; 引用自 Sung, 2004)。澳洲在 2008 年時有超過一千七百萬的觀光客曾參加冒險觀光，並帶來了超過二億三千萬澳幣的收入 (Tourism New South Wales, 2009)。Heyniger (2006) 分析了 2000~2005 年間全世界可獲得的各項冒險觀光統計資料，像是冒險觀光客、活動項目與冒險觀光業者，然後指出冒險觀光已經是一個全球性蓬勃發展的事業，參加冒險觀光的人數持續在上升，並且專精於此類觀光的業者也越來越多。如就營業額來看，Buckley (2010) 指出全球冒險相關觀光事業之營業額已經達到一兆美元。

### (二) 台灣發展現況

在台灣也不例外，在這十多年來，有許多原本被認為是危險或是只有高手才能從事的冒險活動，像是登山、攀岩、溯溪、潛水、衝浪、滑翔翼等等，現在已經逐漸地被推廣開來，讓沒有經驗及技術的觀光客，透過付費的機制，也能很快地享受冒險活動所帶來的樂趣。此外，交通部觀光局(2013)對國人 2012 年的旅遊狀況調查中顯示，觀光、休憩、度假是我國國人從事旅遊的最主要目的 (82%)。在此調查中，除「純觀光旅遊」之外，「健身運動度假」是去從事觀光遊憩的最主要原因，且有持續增加的趨勢。從 2010 年的 4.7%，2011 年的 5.4%，到 2012 年的 6.2%，持續穩定地增加中。在此原因中，「自然賞景活動」的比例為最高，佔了 57%，較 2010 年的 45% 高出許多。而在「自然賞景活動」中，「森林步道健行、登山、露營」佔了第二高的比例(29.4%)，並與 2010 年的 25.5% 比較起來亦增加不少。此外，陳弈燊(2010)對台灣運動市場趨勢與健康市場探討的資料也指出，登山為我國國民最主要的戶外休閒運動 (11.9%)。由以上的數據可知，「登山」此一活動在我國的戶外遊憩中有著舉足輕重的地位。

當然，台灣的自然環境也是造就登山遊憩活動蓬勃發展的重要因素。台灣是個年輕的島嶼，由於板塊運動造就了這個島嶼，成為一個充滿了山的島嶼，山地就佔了台灣面積的三分之二以上，海拔 3000 公尺以上的山頭就有 258 座(交通部觀光局，2014)。此外，若依高度來分，台灣的山可被分為海拔 3000 公尺以上的「高山」、海拔 1500 公尺至 3000 公尺的「中級山」，與海拔 1500 公尺以下的「郊山」(交通部，1997)。而高山之中，又以「百岳」最為有名。與日本登山界相似地說法，台灣的百岳是指 3000 公尺以上具有代表性的一百座山頭(林玫君，2008)。從東北亞的第一高峰玉山，耳熟能知的雪霸國家公園的雪山與大霸尖山，到山難聞名的「黑色奇萊」，帝王之像的南湖大山等等，都在百岳的範圍內；甚至後來更衍生出五嶽三尖、十峻與三大橫斷。

許多登山者在此優良的山野環境下進行下列活動：

**1. 登臨百岳：**以能完成百岳為重要的里程碑，這一百個山頭也確實吸引了許多戶外遊憩愛好者或冒險觀光客前往一親芳澤。

**2. 登山課程：**越來越多學校或機關投入以「山」為教室的冒險教育。除了特色小學與大專院校中的休閒運動相關系所有攀登高山的活動與開設選修登山課程外，也開始有民間的組織籌辦登山學校或辦理山野冒險教育，讓更多的人能透過山來學習到不同的東西，像是台灣登山生態學校。

**3. 企業教育訓練：**也有企業管理顧問公司利用登山活動來幫企業做人力發展的教育訓練，也就是所謂的戶外訓練(Bank, 1985；王伯宇、郭天祥，2004)。因此，台灣的登山環境，也吸引了越來越多的教育訓練者前往。當然，登山原本就是冒險教育內的一個重要活動(Luckmann, 1996)。

## 二、冒險觀光與冒險教育業者於高山型國家公園的角色

在台灣如此豐富的登山環境中，最吸引人的大概就是高山型的國家公園了。國家公園原本就是一個吸引冒險觀光客與冒險教育者的地方。國家公園通常擁有特殊的自然景觀，像是壯麗的山峰、美麗的峽谷、清澈的溪流以及不同的動植物景觀，這些都造成了適合冒險活動的環境 (Darst & Armstrong, 1980; Ewert, 1989; Williams & Soutar, 2005)。此外，國家公園大多有許多的公共設施來方便遊客們的造訪，像是登山步道、公廁、解說牌以及急救系統 (Buckley, 2004; Pigram & Jenkins, 2006)。這些因素的結合都幫助、甚至是加速了冒險觀光與教育活動在國家公園內的發展 (Buckley, 2004; Williams & Soutar, 2005)。

冒險觀光與教育業者於高山型國家公園的角色如下：

### (一) 是使用者也是消耗者

冒險觀光與教育活動的增長確實為國家公園的管理與生態環境造成與日俱增的壓力。以觀光活動來講，國家公園的許多資源都是被觀光來使用，而能讓觀光遊客獲得愉悅的經驗 (Eagles & McCool, 2002; Newsome, Moore & Dowling, 2002)。所以當觀光活動在國家公園裡面增加的時候，國家公園內的資源所受到的壓力也同時增加。這就像是 Hall and Frost (2009) 指出的自然保育與觀光遊憩通常是國家公園管理中的兩個難題。雖說高山型國家公園中的冒險教育參與者和觀光客在動機與目的上有所不同，但對國家公園的資源而言，這兩者都是國家公園資源的消耗者。但也是不可否認的，相較於一般大眾觀光客，以自然資源為基礎的遊憩活動，像是冒險觀光與冒險教育活動，卻是有可能將更多保育觀念拓展出去 (Herremans, Reid & Wilson, 2005; McCutcheon, Eagles, Havitz & Glover, 2009)，因為這一類的活動是仰賴大自然的資源並和大自然環境有著更深與更多的接觸。如果透過這一類的活動能教育更多的參與者有關於自然保育的觀念與行為，國家公園內的保育與遊憩活動就能更趨於平衡。但也擔心，一刃的兩面，如果這一類的參與者對保育沒有正確的觀念與行為的話，國家公園內的資源就會遭受莫大的損傷，相信這是很多台灣很多登山者可以做見證的事。所以如何讓冒險觀光與教育從事者在從事冒險活動的同時，也能有正確的自然保育觀念與行為，就成為國家公園管理的一個重要議題。

### (二) 是供給者也是需求者

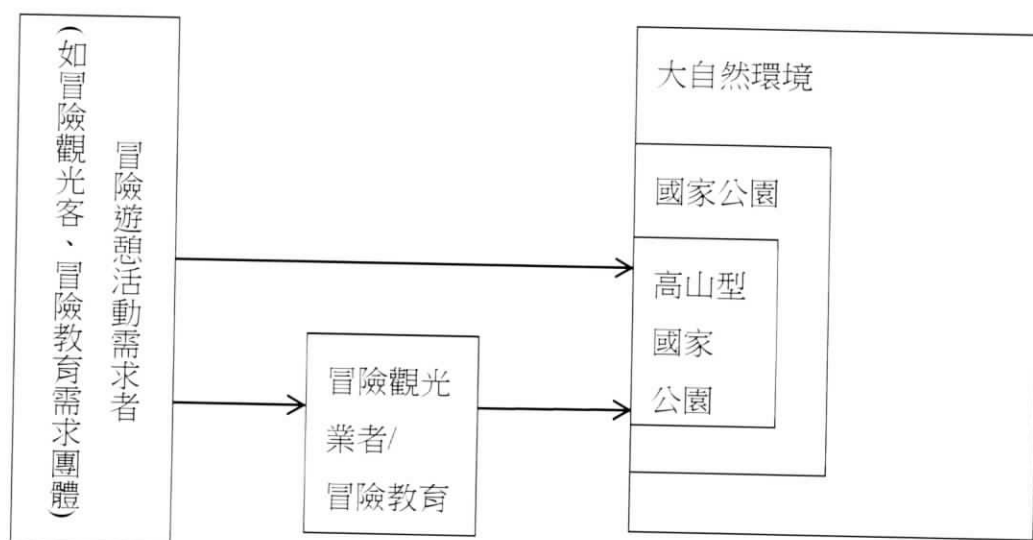
在這個議題裡面，冒險觀光與冒險教育業者就扮演了一個重要的角色。冒險觀光與冒險教育業者(供給面)和冒險活動需求者(需求面)是一種直接連結的關係，提供了技術、器材、指導與交通等服務來滿足冒險活動需求者 (Buckley, 2006; 2007)。而業者們所提供的活動有從具高風險性與高體力要求的剛性冒險活動 (hard adventure)，如攀登高山、跳傘、潛水等，與風險低、體能要求也較少的柔性冒險活動 (soft adventure)，如健行、賞鯨與露營。無論是剛性或是柔性的冒險活動，冒險觀光業者與冒險教育者都相當依賴特定的自然資源與環境，而這些特定的資源與環境也很多都是位於國家公園內並受保護的 (Herremans et al., 2005; Williams & Soutar, 2005; Wilson, Nielsen & Butjens, 2009)。所以在國家公園內有越來越多的冒險觀光與教育活動來被供給，是個不意外的現象 (Buckley, 2010; Sung, 2004; Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret, 2003)。

### (三) 是帶領者也是橋梁

國家公園本身就是個很好的招牌，很多遊客是因為某個地區是國家公園而「慕名而來」，

而如果要深入國家公園某些地區的話，很多也是要靠冒險觀光或冒險教育業者才有辦法抵達。從以上的論述中，很清楚的可以看到，冒險觀光與教育業者通常是國家公園與觀光客或冒險教育受訓者之間的一個橋樑，尤其是對沒有冒險活動技術的人而言。

下表一顯示了冒險活動需求者、冒險觀光與冒險教育業者、國家公園三者之間的關係。



表一 冒險遊憩需求者、業者與國家公園關係圖

### 三、冒險觀光與冒險教育業者和國家公園管理的合作

在近幾年來，全世界的國家公園管理單位開始有和冒險觀光與冒險教育業者增進合作的趨勢。

#### (一) 促成趨勢發展的三個主要原因

1. 考量平衡關係與衝突：就如同以上所述的，冒險活動於國家公園內的需求有著明顯增加的趨勢，而當國家公園管理單位面對這樣的增長，就單位的能力而言，尋求遊憩與保育之間的均衡，加上管理冒險活動與其所帶來對環境的衝擊，對這些單位來講已經是額外太大的負擔 (Hall & Frost, 2009; Wearing & Lyons, 2008; Wilson et al., 2009)。因此，由於冒險觀光與冒險教育業者扮演了一個一般民眾與國家公園景觀或活動之間的橋梁角色，所以有越來越多的國家公園管理單位考慮與這些業者建立夥伴關係，來協助管理國家公園內的保育與遊憩 (Moore & Weiler, 2009; Wilson et al., 2009)。



2. **考量預算與收入：**對國家公園管理的政府預算，幾乎是全世界性的都在遞減(Eagles, 2009)。這代表著國家公園管理單位必須去尋求其他的經濟資源與協助，來維持國家公園的運作。所以，不意外地，從觀光方面來增加國家公園收入就變成了一個主要的策略。也正因如此，尋求與國家公園內的觀光與教育業者的合作，就變成了國家公園管理單位一個重要的任務(Eagles, 2009; Wilson et al., 2009)。

3. **考量對參與者的影響：**冒險觀光與教育業者和參與者之間是有著非常個人的接觸，所以代表著相對於國家公園管理者，業者較容易去影響或改變參與者對於大自然環境的觀念、習慣與行為(Weiler & Davis, 1993; Randall & Rollins, 2009)。同時，這些業者也更方便去對參與者傳遞一些如何對國家公園環境與生態衝擊最小的知識，並使參與者了解為何保育國家公園的環境與生態系統是有其必要的(Armstrong & Weiler, 2002; Williams & Soutar, 2005)。由以上三點看來，增加國家公園管理單位與冒險觀光與冒險教育業者的合作是有其利益所在。

## (二) 合作關係可能存在問題

增加國家公園管理單位與業者的夥伴關係，依然是有需要擔心的地方與反對的聲音。

1. Brown (2009) 指出，業者是以商業與利益為中心取向，他們的商業價值觀可能會高於他們對於保護國家公園內資源的興趣。

2. 許多國家公園內的社區人士與保育人士擔心，與業者更多的合作可能會讓國家公園中的商業價值凌駕於保育價值之上 (Darcy & Wearing, 2005; Eagles & McCool, 2002)。

3. Eagles (2009) 還另外提醒國家公園管理單位，增加和業者的合作必須要有謹慎的思考與規劃，否則國家公園管理將會被業者主導而變成更注重在利潤的增加，反而忘了國家公園成立的最主要目的是在自然資源保育，並非觀光遊憩與冒險教育。

由此可知，增加國家公園管理單位與冒險觀光、冒險教育業者之間的合作，仍有其需要考慮的地方在。

## (三) 未來具體可行性思考

由以上所述可知，要讓國家公園管理單位與冒險觀光與冒險教育業者有更多的合作，實需要縝密的思考與詳盡的規劃，方能讓雙方合作來共同托起保育與遊憩共存的一個圓。因此，本文將以文獻回顧的方式，介紹已被許多國外國家公園所採行的公私部門夥伴關係模型(public-private partnership)，並探討其在台灣高山型國家的可行性；接著探討若欲讓雙方有深層的合作，雙方的價值觀一致性(value congruity)就更顯重要。價值觀一致性模型也會被介紹在此篇文章中，並於兩個模型中提出務實的建議，來讓國家公園管理當局與冒險觀光、教育



業者有更多的合作，為台灣的國家公園保育作出貢獻，同時也讓遊客對國家公園有更深的珍惜，但也能獲得冒險活動所帶來的愉悅。

#### 四、公私部門夥伴關係模型(public-private partnership)

在遊憩與國家公園的永續發展中的「夥伴關係」(partnership)有許多類似的名詞：合作(collaboration)、關係(relationship)、網狀工作關係(network)與合作管理(joint management)等等，但近年來「夥伴關係」一詞最為受到重視(Wilson et al., 2009)。

##### (一) 關於夥伴關係

1. **要素**：涵括不同利益關係人(stakeholders)之間的關係，以及為了達成共同或相似的目標，而來一同提供資源、時間與精力(Bramwell & Lane, 2000)者。

2. **重點**：Laing 等人(2008)指出所謂夥伴關係的重點為：

- 不同團體間一種經常性、跨部門與時間的互相幫忙。
- 有互相承認的規範。

3. **準則**：夥伴關係的建立，是為了要闡述特定的議題或完成特定的目標，這些議題與目標是沒有辦法靠單一團體來完成的；這些議題與目標也需要團體間的合作與分享資源，並能互相尊重與感激；團體之間也必須能互信、奉獻、有責任、有參與並對彼此的訊息公開。相同的，公、私部門或機構間的伙伴關係，也是要秉持著上述的準則才能建立，否則很容易流於空談。

4. **是一種媒介**：公私部門夥伴關係也可以被視為是一種媒介，來得到額外的資源、專業的技术與其他的資金(Laing et al., 2008)。

5. **是一種新時代的產業**：公私部門夥伴關係也可以被視為是一種新時代商業創新思維下的產物，也就是經由合作後可用最少的投入，而能以最有效率與最有效能的方式來達到對大的產出(Darcy & Wearing, 2005)。公私部門夥伴關係表現出了一種讓不同的利益關係人，能從對大自然環境的管理過程中投入資源，進而在自然環境中獲得利益的途徑 (Leach & Pelkey, 2001)。如此建立的夥伴關係就能夠為國家公園管理設立一種新的典範，來讓政府部門所管理的事情，同時也能夠有私人部門與當地社區的參與(Locke & Dearden, 2005; Phillips, 2003)。

##### (二) 夥伴關係發展問題

在以往，常常這種合作關係是建立於公部門與非營利團體，像是環保團體一類的。但不否認的，近年來由於國家公園的預算逐年被刪減，但國家公園裡面的遊客人數卻逐年在增



長，因此和商業性的觀光與教育業者合作，是確實有其需要性並持續增加中 (Wilson et al., 2009)；但要促成此種公私部門的夥伴關係，也不是短期之間就能達成的。有下列幾點需要整合、需要突破：

**1. 彼此存在代溝：**Wilson et al. (2009)在研究澳洲新南威爾斯州的國家公園管理公私部門夥伴關係時就指出，公部門與觀光業者(含冒險觀光業者)之間所存在的代溝頗大，就算州政府希望增加公私部門夥伴關係的深度，但依然有許多基本的難題尚未解決。例如，當業者提出某些觀光建設的需求或是進入許可的需求，往往受阻於多項的申請程序以及耗時的等待，但國家公園管理者本身認為他們有環境保育上的考量，並且協助觀光發展原本就不是他們的本業。

**2. 觀點與立場不同：**Wearing and Lyons (2008)提出，國家公園管理者與業者所受的專業教育與從事的業務原本就不同，所以在觀光於國家公園內的議題上，看法就會有所不同。

### (三) 夥伴關係在台灣的進展

在台灣，應該也是有著相同的問題。以高山型國家公園來說，存在幾個現象：

**1. 對任務觀點有所差異：**維持國家公園的生態系統與環境的健康，是國家公園管理處的首要任務，但面對著與日俱增的遊客與天災，國家公園管理處的任務可謂是越來越重。步道的修建、登山客的教育與檢查、山屋的興建與維護、甚至有時還要協助辦理大規模的遊憩活動(如太魯閣峽谷馬拉松)等等，這些都是登山遊憩的活動，但卻為國家公園管理處增加了許多業務並消耗人力物力。反觀登山者或遊客此一方面，有不少認為這些本來就是國家公園管理處應該要做的，且還要做得更好，殊不知遊憩方面並不是國家公園管理處的最重要的任務。

**2. 對限制性入山觀點有所落差：**除颱風季節的封山外，冬季封山或是限制性入山也常耳聞有登山客反應實無需要，認為有足夠的經驗、裝備與體力就可以於雪季攀登高山。但登山客可能沒有考慮到台灣高山的冬季有其特殊的生態系統，加上一年中有許多季節都有登山客的造訪，如以生態的角度來看，冬季應該是可以讓高山型國家公園內的生態系統與環境獲得休息與復甦的機會，甚至是有些生態系統不能於冬天被打擾，待春天來時就能有更多的生命與健康的環境被孕育出來。

**3. 工作人員專業背景影響管理：**國家公園內的許多工作人員，背景可能多是生態環境、生命科學或森林為主，以觀光遊憩為主要訓練的人員可能不多，對於登山的知識可能更是有限，因此在對於登山的管理上，自然而然不是(也不應該)以登山客為出發點。

**4. 經營前提有所落差：**如果再以商業的角度來看，國家公園管理處本來就不是一個以追求利益為前提的團體或機構，如果有太多與業者的合作，可能反而會導致社會大眾的負面觀



感增加(Wilson et al., 2009)。

因此，國家公園管理處與冒險觀光、冒險教育業者合作來增加其夥伴關係時，實在是需要仔細規劃與考慮。

#### (四) 增進夥伴關係可考量方向

1. **設置溝通平台**：由國家公園管理處設置一個與業者溝通的平台是可以考慮的一個方向(王伯宇, 2014)。就如同稍早所述的，公私部門夥伴關係的建立是為了要完成一個特定的目標，並且雙方之間要能彼此尊重、互信、奉獻、分擔責任，並公開彼此的資訊。要做到這些要求，國家公園管理處可以先建立起一個針對國家公園內冒險遊憩活動與生態平衡發展的溝通平台。

2. **增進彼此了解**：冒險觀光與冒險教育業者了解國家公園管理單位在做些什麼？任務的層級為何？以及對商業活動於國家公園內的看法為何？同時，也能讓國家公園管理處知道冒險觀光與冒險教育業者想的與要的是什麼？他們如何看待國家公園內的環境與他們生意的關係，以及這些業者他們認為他們在國家公園中可以扮演一個什麼樣的角色？尤其是在永續發展方面(Wang, 2013)。Russell, Lafferty and Loudon (2008)也指出自然區域管理者若想要改善對自然資源的管理與保育，了解業者對保護區的看法是很重要的。

3. **成為利害關係人**：增進彼此的了解後，關係就能有微妙的轉變，這就類似 Thomas and Thomas (2006)所說的，要讓觀光政策有效率，就不能把相關的利害關係人當作是政策的接受者而已。

在更了解彼此與充分的溝通後，國家公園管理處與冒險觀光與教育業者之間的公私部門夥伴關係才能更實際地被建立起來。

### 五、價值觀一致性模型

公私部門夥伴關係建立後，若要能維持得長久，除了彼此有確切的溝通與分享外，最根本的做法就是要讓雙方的價值觀能夠一致。

#### (一) 價值觀的定義

1. Rokeach (1973)定義價值觀是一種持續的信念，這個信念是被個人或社會所習慣來使用的一個行事方法或觀念，這個信念同時也會被用來反對另一個行事方法或觀念。Rokeach (1973)也指明了價值觀是引導一個人行動、做決定與處理衝突的根本。

2. Fulton, Manfredo and Lipscomb (1996)則指出，價值觀是很根本與持續的數個信念或心

理層面上的結構，這些信念或結構被個體用於評估去做特定行為的有利條件為何，以及用於評估這個行為的後果。換句話說，價值觀就個人來講是一個人的根本信念，被用來去引導行為、做決定與處理衝突；當然也包含了處理冒險遊憩活動與生態保育之間的衝突。

## （二）價值觀一致的好處

價值觀在一個人的心中是按照等級次序的方式排列的，也就是說某些價值觀會優於另一些價值觀(Rokeach, 1973; Fulton et al., 1996; Vaske & Donnelly, 1999)。當面臨不同的價值觀衝突時，這個人會依照其價值觀的輕重次序來處理所遇到的價值觀衝突。反之，如果沒有價值觀上的衝突，要來共同完成一個目標或解決一件事情就會容易得多。價值觀一致時，要共同去完成一件事情就越發容易。

因此，若要國家公園管理處與冒險觀光、冒險教育業者建立夥伴關係，並要能持續進一步合作的話，雙方的價值觀能否一致便成為了一個重要的議題(Stevenson, Airey, & Miller, 2008)。

## （三）Kaul, Khokle and Koshy 的價值一致性模型

Kaul, Khokle and Koshy (2006)基於價值觀的本質與市場行銷中品牌忠誠度的維持，而提出了價值觀一致性模型。Kaul et al.(2006)認為一個人看待一個事物或事件的輕重乃與他/她的價值觀有關係。以自我價值觀為中心，其餘的價值觀以同心圓的方式擴散，自我中心外的第一層圓為和內在自我極為符合的價值觀，第二層圓為主要價值觀，第三層圓為次級價值觀，而第四層則是其餘的價值觀。某一事物或事件的價值觀若和自我價值觀越一致，它就會落在越中心的位置；以此類推，某一事物或事件的價值觀和自我價值觀相差越遠，它就越落在外圍的圓圈內。因此，若一個品牌或產品所產生的價值觀，和某個消費者內在或主要價值觀一致，則這個消費者對該品牌或產品的忠誠度越高。

## （四）價值觀一致性的建立

1. 了解彼此立場：若將 Kaul et al. (2006)的模型運用在國家公園管理的公私部門夥伴關係上，如果能讓冒險觀光與教育業者的價值觀與國家公園管理的價值觀一致，那麼這些業者就會支持國家公園的政策並成為長久的夥伴。但就如之前 Wang and Lyons (2012)所指出的，目前的業者還是以他們的生意為中心，雖說他們也都愛大自然，並且知道大自然環境是他們的生意所賴以生存的工具，但就像他們所說的，大自然環境是他們利用來維持他們生意的工具；若生意與生態的價值觀有所衝突時，他們還是會以生意的價值觀為主。因此，如何讓「生態保育」更落在業者的價值觀中心，就是國家公園管理單位要思考的地方了。

2. **施予教育**：除了上述的多溝通與彼此了解之外，「教育」是一個可行的方法(Wang, 2013)。Rokeach (1973) 與 Ajzen (2001) 都建議，教育是改變一個人價值觀排序的重要方式。

3. **提供資訊**：Armstrong and Weiler (2002) 及 Hermanns et al. (2005) 都指出，國家公園管理單位需要教育與提供更多有關環境保育與永續觀光的資訊，給國家公園裡面的觀光遊憩與教育業者。經由資訊的提供與教育，業者的行為與態度應該會被改變，並且生態保育在業者的價值觀系統內會被提昇到較高的一個位置。

4. **舉辦工作坊**：國家公園管理單位必須要表現出一個在這方面議題的專家。經由舉辦工作坊來教育與提供資訊給業者(Wang, 2013)，是可以考慮的一個方向。但必須注意的是，國家公園管理單位在教育冒險觀光與冒險教育業者的時候，不能一味地只注重生態保育，卻忽略了他們仍是有生意需求的基本考量。所以國家公園管理單位在規劃與設計教育方案或工作坊時，一定要有詳盡的規劃(Wang, 2013)，考慮到生態與產業的需要，否則就很容易流於形式上的講習，彼此之間的代溝依然存在。就像 Russell et al. (2008)所說的，業者對於國家公園環境的回應，是會被國家公園的政策，以及國家公園管理單位對業者的態度所深深影響的。

5. **制定法令規範業者**：此外，雖說教育業者會有助於業者和國家公園管理單位之間價值觀的一致性，但仍然需要預防價值觀一致後卻有違背的行為。因為無論價值觀再如何的一致，公私部門的夥伴關係與遵守合法從來就沒有人能保證(Eagles, 2009)。因此，相關的法令來規範業者的行為依然有其需要(Wang, 2013)。

## 六、結論與建議

### (一) 共同承擔責任

隨著冒險觀光與冒險教育活動的增加，以及公部門對國家公園的預算逐漸減低，國家公園管理目前正面臨著艱鉅的挑戰，而在台灣又以高山型的國家公園管理處更是如此。高山型國家公園管理處，如雪霸國家公園管理處，尋求與冒險觀光與冒險教育業者的合作進而建立起夥伴關係是有其管理上的好處在，這些業者應能分擔國家公園管理處在觀光與遊憩這方面的責任。但執行上須具體考量兩點：

1. 業者能夠做到多少？
2. 業者是否能確實遵守國家公園的要求？

此外，國家公園管理處也須體認到，冒險觀光與冒險教育業者在國家公園內的角色也日趨重要，對於這些業者，國家公園管理處不能再只是將他們視為被管理者以及政策的接受者，反而應該積極地將他們視為國家公園永續發展的重要夥伴，因為這些業者，實為遊客與國家

公園環境甚至是保育知識之間的重要橋樑。相較每次入山前觀看保育影片，不如先好好地先與業者溝通並給予教育，讓這些業者能成為第一線的教育者，甚至是山林的守護者。如此，國家公園管理處將有更多的時間與餘力專注於生態等議題，而讓業者來分擔遊憩與觀光甚至是教育的責任。

## (二) 創造四贏格局

建立起紮實的夥伴關係是沒有辦法一蹴可幾的，是需要經歷不斷地溝通與合作辦理一些事務，對彼此更加地了解與增加互信、尊重，才能逐漸建立起夥伴關係，並往價值觀的一致來發展。建立一個良好的溝通平台，就是國家公園管理處需要做的事。可依下列步驟進行：

1. 辦理工作或教育坊。
2. 合作辦理研討會或展覽。
3. 辦理公聽會，讓業者也有參與政策制定的機會。
4. 給予相當權力來提出未來國家公園永續觀光的走向。

國家公園管理處與冒險觀光與教育業者不再是對立或階級上的關係，而是一個重要的夥伴關係，一同來托起一個圓，一個生態保育與觀光遊憩能共存並發展的一個圓。如此，受惠的將是國家公園管理處、業者、遊客以及大自然環境，也就是經由官方與業者的「雙方」合作，而能產生一個「四贏」的局面。期待在不久的將來，在台灣的高山型國家公園裡面就能產生這種四贏的局面，進而推展至其他的國家公園，讓台灣所有的國家公園都能有永續的發展。

## 七、參考文獻

1. 王伯宇(2014)。臺灣冒險運動觀光的發展現況與望。運動管理，23，4-17。
2. 王伯宇、郭天祥(2004)。冒險活動於企業教育訓練之應用。中華體育，18(2)，34-42。
3. 交通部觀光局(2014)。自然環境。認識台灣。2014年1月22日，取自：  
<http://taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0001006>
4. 交通部觀光局(2013)。中華民國101年國人旅遊狀況調查報告。台北市：作者。
5. 交通部觀光局(1997)。台灣潛在生態觀光及冒險旅遊產品研究與調查。台北市：中華民國戶外遊憩學會。
6. 林玫君(2008)。台灣登山一百年。台北市：玉山社。
7. 陳弈桑(2010)。你今天運動了嗎－台灣運動市場趨勢與健康市場探討。東方線上資料庫。2013年11月12日，取自：

[http://www.isurvey.com.tw/7\\_col/1\\_theme1.aspx?Page=9&KeyWord=%E4%BC%91%E9%96%92](http://www.isurvey.com.tw/7_col/1_theme1.aspx?Page=9&KeyWord=%E4%BC%91%E9%96%92)

8. Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annals Review of Psychology*, 52, 27-58.
9. Armstrong, E. K., & Weiler, B. (2002). Getting the message across: An analysis of messages delivered by tour operators in protected areas. *Journal of Ecotourism*, 1(2), 104-121.
10. Bank, J. (1985). *Outdoor development for managers*. Brookfield, VT: Gower.
11. Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16.
12. Brown, I. (2009). Shock tactics on tourism. *National Parks Journal*, 53(1), 10.
13. Buckley, R. C. (2010). *Adventure tourism management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
14. Buckley, R. C. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill remoteness. *Tourism Management*, 28, 1428-1433.
15. Buckley, R. C. (2006). *Adventure tourism*. Oxfordshire: CABI.
16. Buckley, R. C. (2004). Partnerships in Ecotourism: Australian political frameworks. *International Journal of Tourism*, 6(2), 75-83.
17. Darcy, S., & Wearing, S. L. (2005). Contested cultural heritage: An analysis of media representation of stakeholder views in local and regional newspapers on the North Head Quarantine Station, NSW. 7th ANZALS Biennial Conference, 30 November–3 December, University of Waikato, Taurunga Campus, NZ.
18. Darst, P. W., & Armstrong, G. P. (1980). *Outdoor adventure activities for school and recreation programs*. Minneapolis, MN: Burgess Pub.
19. Eagles, P. F. J. (2009). Governance of recreation and tourism partnerships in parks and protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (2), 231-248.
20. Eagles, P. F. J., & McCool, S. F. (2002). *Tourism in national parks and protected areas*. Wallingford, OX: CABI publishing.
21. Ewert, A. (1989). *Outdoor adventure pursuits: Foundation, models and theories*. Columbus, OH: Publishing Horizons.
22. Fulton, D. C., Manfredi, M. J., & Lipscomb, J. (1996). Wildlife value orientations: A conceptual and measurement approach. *Human Dimensions of Wildlife*, 1(2), 24-47.
23. Hall, C. M., & Frost, W. (2009). Introduction: The making of the national parks concept. In W.

- Frost & C. M. Hall (Eds.), *Tourism and national parks* (pp. 3-15). London: Routledge.
24. Herremans, I. M., Reid, R. E., & Wilson, L. K. (2005). Environmental management systems (EMS) of tour operators: Learning from each other. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(4), 311-338.
  25. Heyniger, C. (2006). Adventure travel industry growth statistics. Retrieved 22, February, 2009, from Xola Consulting website:  
<http://www.xolaconsulting.com/Adventure%20Travel%20Industry%20Growth%20Statsv2.pdf>.
  26. Kaul, S., Khokle, P., & Koshy, A. (2006). The value-congruity relationship model. Indian Institute of Management, Ahmedabad, India.
  27. Laing, J., Wegner, A., Moore, S., Weiler, B., Pfueller, S., & Lee, D. (2008). Understanding partnerships for protected area tourism: Learning from the literature. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.
  28. Leach, W.D., & Pelkey, N.W. (2001). Making watershed partnerships work: A review of the empirical literature. *Journal of Water Resources Planning and Management*, 127(6), 378-385.
  29. Locke, H., & Dearden, P. (2005). Rethinking protected area categories and the new paradigm. *Environmental Conservation*, 32(1), 1-10.
  30. Luckmann, C. (1996). Defining experiential education. *Journal of Experiential Education*, 19(1) 6-7.
  31. McCutcheon, B. L., Eagles, P. F. J., Havitz, M. E., & Glover, T. D. (2009). Stakeholders' Perceptions of British Columbia Provincial Parks' Governance Model: A Qualitative research. 15th International Symposium on Society and Resource Management. 3rd July-5th July, University of Natural Resources and Applied Life Science, Vienna, Austria.
  32. Moore, S. A., & Weiler, B. (2009). Tourism-protected area partnerships: Stoking the fires of innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 129-132.
  33. Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (2002). Natural area tourism- Ecology, impacts and management. Mona Vale, NSW: Channel View.
  34. Phillips, A. (2003). Turning ideas on their head. The new paradigm for protected areas. *The George Wright Forum*, 20(2), 8-32.
  35. Pigram, J. J., & Jenkins, J. M. (2006). *Outdoor recreation management* (2nd ed.). London: Routledge.



36. Randall, C., & Rollins, R. B. (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 357-374.
37. Rokeach, M. (1973). *The Nature of human values*. New York: Free Press.
38. Russell, S. V., Lafferty, G., & Loudoun, R. (2008). Examining tourism operators' responses to environmental regulation: The role of regulatory perceptions and relationships. *Current Issues in Tourism*, 11(2), 126-143.
39. Stevenson, N., Airey, D., & Miller, G. (2008). Tourism policy making: the policy makers' perspectives. *Annals of Tourism Research*, 35 (3), 732-750.
40. Sung, H. H. (2004). Classification of adventure travelers: Behavior, decision making, and target market. *Journal of Travel Research*, 42, 343-356.
41. Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Burlington, MA.: Elsevier Butterworth-Heinemann.
42. Thomas, R., & Thomas, H. (2006). Micro politics and micro firms: A case study of tourism policy formation and change. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 100-114.
43. Tourism New South Wales. (2009). New South Wales...Australia's premier adventure tourism destination. Retrieved 10, July, 2010, from Tourism New South Wales Corporate website: <http://corporate.tourism.nsw.gov.au>
44. Vaske, J. J., & Donnelly, M. P. (1999). A value-attitude-behaviour model predicting wildland preservation voting intentions. *Society & Natural Resources*, 12(6), 523-537.
45. Wang, P. (2013). *A Case Study Investigation of Adventure Tourism Operators in National Parks* (Unpublished Ph. D Thesis). University of Newcastle, Newcastle, NSW, Australia.
46. Wang, P., & Lyons, K. D. (2012). Values congruity in tourism and protected areas policy: Evidence from adventure tourism supply in New South Wales Australia. *Annals of Leisure Research*, 15(2), 188-192.
47. Wearing, S., & Lyons, K. D. (2008). Submission to the Ministerial Task Force into Tourism and NSW National Parks. *Australian Parks and Leisure*, 11(3), 36-38.
48. Weiler, B., & Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14(2), 91-98.
49. Williams, P., & Soutar, G. (2005). Close to the "Edge": Critical issues for adventure tourism



- operators. *Asia Pacific Journal of tourism Research*, 10(3), 247-261.
50. Wilson, E., Nielsen, N., & Buultjens, J. (2009). From lessees to partners: Exploring tourism public-private partnerships within the New South Wales National Parks and Wildlife Service. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 269-285.