

第三章 縣市國際生活環境指標調查及研析報告

第一節 前言

本問卷調查之目的，在於瞭解各縣市政府組織國際化現況、定位、作為，以及地方生活環境國際化現況，以作為本計畫提供臺灣整體及個別縣市政府相關政策建議及具體作法之基礎，成為中央及地方政府未來國際化政策落實及永續經營之方向。

本指標調查問卷，乃根據之前國際生活環境指標體系，經過本計畫統計專家設計，從實際量化指標到各項子項目之實際評比。各指標未來將予以權重，以評估各縣市之國際化程度及其國際化所需之調整措施。

第二節 調查作業

一、調查方式

本問卷採書面問卷，委請國家發展委員會於 104 年 03 月 04 日發文至各縣市政府，由縣市政府填答。縣市政府填答完畢後，於 105 年 03 月 20 日前回覆至本研究團隊。

二、調查對象與數量

本計畫為調查全國縣市政府國際生活環境現況，因此調查對象為全臺灣 22 縣市政府。計畫預計以每一縣市政府為單位，以郵寄寄送受調查之縣市政府方式進行問卷調查。

(一) 本問卷受調縣市政府名單如下：

1. 6 直轄市：臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市。
2. 13 縣：新竹縣、苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、連江縣、金門縣。
3. 3 市：基隆市、新竹市、嘉義市。

(二) 本問卷分為兩部份，其相關內容及調查對象如下：

1. 第一部份：客觀問卷

(1) 問卷內容：

- A. 共同指標：又分為國際連結、政府人才及服務兩個面向。
- C. 個別性指標：以當地政府之國際化定位面向為主。

(2) 填答對象：

每縣市政府填答 1 份。由縣市政府之研考、計畫相關單位或營造國際生活環境業務單位統一彙整填答。

2. 第二部份：主觀問卷

(1) 本問卷包含：

- B. 地方生活指標：又分為飲食、購物、居住、交通及運輸、教育、休閒娛樂、法規、醫療及社會服務、金融服務、網站及行政服務十個面向。

(2) 填答對象：

每縣市政府填答約 5 份到 10 份。由縣市政府涉及外國人生活環境業務相關單位，各縣市政府填答單位如下（可依據各縣市政府實際業務狀況調整或增列填答單位）：

表 3-1 各縣市政府填答單位

縣市政府	填 答 單 位
臺北市	秘書室、民政局、教育局、文化局、交通局、勞動局、警察局、觀光傳播局、研究發展考核委員會。
新北市	研究發展考核委員會、民政局、教育局、勞工局、交通局、觀光旅遊局、警察局。
桃園市	秘書處(國際事務科)、民政局、教育局、勞動局、交通局、觀光旅遊局、警察局、研究發展考核委員會。
臺中市	民政局、教育局、交通局、觀光旅遊局、勞工局、警察局、研究發展考核委員會。

臺南市	民政局、教育局、觀光旅遊局、勞工局、交通局、警察局、新聞及國際關係處、研究發展考核委員會。
高雄市	秘書處(國際事務科)、民政局、教育局、觀光局、警察局、勞工局、研考會。
宜蘭縣	民政處、工商旅遊處、教育處、勞工處、計畫處、警察局。
新竹縣	民政處、國際產業發展處、教育處、勞工處、交通旅遊處、綜合發展處、警察局。
苗栗縣	民政處、教育處、勞動及青年發展處、工商發展處、計畫處、警察局、文化觀光局。
彰化縣	民政處、教育處、勞工處、計畫處、城市暨觀光發展處、警察局。
南投縣	民政處、教育處、觀光處、社會及勞動處、計畫處、警察局。
雲林縣	民政處、教育處、計畫處、農業處、勞工處、警察局。
嘉義縣	綜合規劃處、民政處、教育處、文化觀光局、警察局。
屏東縣	民政處、教育處、研考處、勞工處、觀光傳播處、警察局。
澎湖縣	民政處、教育處、旅遊處、警察局。
花蓮縣	民政處、行政暨研考處、觀光處、教育處、警察局。
臺東縣	民政處、教育處、觀光旅遊處、國際發展及計畫處、警察局。
基隆市	民政處、教育處、交通旅遊處、研考處、警察局。
新竹市	民政處、教育處、交通處、勞工處、城市行銷處、警察局。
嘉義市	民政處、交通觀光處、教育處、企劃處、警察局。
連江縣	民政局、教育局、觀光局、警察局、交通局。
金門縣	民政處、教育處、觀光處、警察局。

(三) 作業流程與時程

本調查問卷由建構國際生活環境調查及輔導機制委託研究案設計，委請國家發展委員會發文至各縣市政府。

1. 本調查問卷於 105 年 03 月 04 日發文至各縣市政府，依本問卷之第一部份主觀問卷及第二部份客觀問卷交給填答單位填寫。

2. 各縣市政府應於 105 年 03 月 20 日前將調查問卷郵寄回下列地址：
臺北市大安區信義路四段六號十一樓，林楚芸小姐收。
 3. 本調查問卷設有諮詢專線，如填答有問題敬請詢問：
聯絡人：林楚芸
聯絡電話：02-27051275
聯絡信箱：esther@geat.org.tw
 4. 本調查問卷之統計分析，於問卷陸續收到後開始逐步進行。
- (四) 本調查問卷之研析報告，於 105 年 4 月 11 日前繳交。
- (五) 國際化生活環境現況與指標調查問卷
詳細問卷內容請見附錄十 P.625
- (六) 數據統計及分析
本調查分成 A、B、C 三部分指標，衡量標準及計算方式：
A. 共同指標：填寫實際量化資料。
B. 地方生活指標：採四分量尺作答。
C. 個別性指標：填寫實際量化及定位資訊。
以上三大指標，均依照國際連結及人才服務的填答數據計算出國際化程度，以因數分析來計算權重。
- (七) 成效評估
經過本計畫團隊統計分析，可評估以下各縣市政府之國際化面向：
1. 可看出各縣市政府之國際化定位。
2. 可看出各縣市國際化程度及國際化項目中的優缺點。
3. 國際化生活環境現階段努力程度，針對各縣市專長項目可提出建議。
- (八) 報告撰擬
況調查除依照三大指標的項目，作出分析結果與建議事項，主要作為未來可以提供各縣市分析其國際化所需強化或所需要努力的重要方向。最重要是協助各縣市在國際化依照自己的城市定位調整目標，並以有限經費，針對此一定位，進行最佳資源運用，俾有助對國際化生活環境之推動與安排。
- 期望針對調查指標，各地方政府對國際生活環境的建議及反映，可以積極與正面回饋。

第三節 執行過程

針對全臺灣 22 縣市政府進行問卷調查，以檢視國內各縣市生活環境國際化程度。截至目前為止，本調查問卷向 22 縣市各發出 1 份客觀問卷（共同性指標及個別性指標），共計 22 份，回收 22 份，回收率 100%；並向各縣市各發出 10 份主觀問卷（各縣市政府填寫 5-10 份，以地方生活指標為主），共計 220 份問卷，回收 162 份，回收率 74%。

各縣市客觀問卷、主觀問卷回收份數統計：

	客觀問卷	主觀問卷
臺北市	1	7
新北市	1	7
桃園市	1	8
臺南市	1	7
基隆市	1	10
新竹縣	1	7
新竹市	1	6
彰化縣	1	5
南投縣	1	6
雲林縣	1	5
嘉義縣	1	5
嘉義市	1	10
花蓮縣	1	5
臺東縣	1	11
澎湖縣	1	9
金門縣	1	8
高雄市	1	14
臺中市	1	9
宜蘭縣	1	6
苗栗縣	1	9
屏東縣	1	6
連江縣	1	2

第四節 各縣市基本資料、現況統計結果與分析

由於各縣市之優勢、劣勢、特色、定位皆不同，因此進行各縣市客觀問卷、主觀問卷中之項目排行，對於檢視各縣市生活環境國際化程度、提供相關改進政策方向來說，較無實質之意義及作用。

因此本調查作業，預計將以回歸分析等統計方法，針對每一個縣市，研究其定位及相關主客觀問卷項目之間的相互關係，以找出定位與現況是否相符，以及提供需進行改善之重點及相關建議。

全國各縣市國際生活環境指標現況調查作業

第一部分：客觀問卷

表 3-2 客觀問卷共同指標

A. 共同指標：

一、國際連結項目

縣市	國際性組織	國際性活動	領有 ARC 人數	外籍勞工人數	外商公司數	國際飯店數
臺北市	68	394	90337	35203	3535	27
新北市	19	108	62132	73744	2417	2
桃園市	5	22	102504	91645	319	4
臺中市	12	36	86793	75578	1195	5
臺南市	9	38	54104	48842	381	5
高雄市	13	58	56258	46578	173	10
基隆市	1	6	5294	4221	3	0
新竹縣	3	4	25864	23078	0	1
新竹市	4	3	14937	10216	—	2
苗栗縣	5	7	18709	17338	0	0
南投縣	2	29	10500	9344	0	3
彰化縣	0	0	43961	41035	—	0
雲林縣	0	2	15702	13627	11	0
嘉義縣	0	7	10466	9081	—	0
嘉義市	3	1	3476	2860	0	1
屏東縣	5	20	13020	10914	9	3

建構國際生活環境調查及輔導機制

宜蘭縣	2	7	11135	10120	13	3
花蓮縣	0	8	6296	5019	6	6
臺東縣	0	18	2548	2059	0	2
澎湖縣	1	0	2467	2317	0	1
金門縣	0	13	1141	884	—	0
連江縣	—	—	199	166	—	0

資料來源:ARC 人數-中華民國內政部移民署、外籍勞工人數-中華民國勞動部統計年報、外商公司數-經濟部統計處商業公司、國際飯店數-交通部觀光局旅館業相關統計。

二、人才及服務項目

縣市	1. 外語人才訓練及發展機制						2. 外語人才管理機制			
	三個以上 外語訓練課程	定期外語 講座	補助學習 機制	國外受訓 機制	參加教育 訓練	補助英語 證照考試	職位之外 語標準	外語人才 升遷機制	登入外語證照	外語人才庫
臺北市	√	√	√	√	√	√				√
新北市	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
桃園市				√	√	√	√		√	√
臺中市	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
臺南市	√		√		√	√			√	
高雄市	√			√	√	√	√	√	√	√
基隆市	√				√	√			√	√
新竹縣					√				√	√
新竹市					√				√	
苗栗縣					√				√	√
南投縣		√		√	√					
彰化縣	√	√		√	√	√			√	√
雲林縣				√	√	√				
嘉義縣					√	√			√	
嘉義市					√		√			
屏東縣				√	√	√	√			
宜蘭縣					√	√			√	
花蓮縣				√	√				√	
臺東縣			√	√	√	√	√	√		
澎湖縣						√			√	
金門縣					√					

3. 外語能力證照統計

縣市	英語證照 A2	英語證照 B1	英語證照 B2	英語證照 C1	英語證照 C2	其他英語 證照數	英語證 照總數	日語 證照數	韓語 證照數	德語 證照數	法語 證照數	其他外語 證照數	其他外語 證照總數
臺北市	3103	1551	601	116	19	72	5462	304	13	7	14	2	340
新北市	2273	818	267	61	6	3	3428	46	3	2	5	2	58
桃園市	919	293	121	36	4		1373	54	0	0	0	1	55
臺中市	2213	861	198	36	12		3320	83	1			1	85
臺南市	2697	802	231	15	1		3746	44	0	0	0	0	44
高雄市	2357	630	189	34	5		3215	21	1	0	3		25
基隆市	373	123	22	7	1	1	527	8	1				9
新竹縣	319	91	28	8	1		447	7					7
新竹市	105	33	6	2			146	4					4
苗栗縣	171	55	25	5	0		256						0
南投縣	122	25	8	1	0	0	156	6	0	0	0	0	6
彰化縣	606	212	51	13	0		882	4		1	1		6
雲林縣	526	106	17	6	0		655	4	1			2	7
嘉義縣	262	83	18	5	0		368	2					2
嘉義市	75	7	1	0	0	0	83	0	0	0	0	0	0
屏東縣	433	82	35	8	2		560	5					5
宜蘭縣	128	40	16	3	0		187	6					6
花蓮縣	80	21	4	3	0	0	108	1	0	0	0	1	2
臺東縣	462	68	20	5	0	0	555	3	0	1	0	0	4
澎湖縣							0						0
金門縣	45	5	1	0	0		51						0

縣市	4. 外語網站數	5. 外語服務窗口數	6. 外事警察數
臺北市	99	192	80
新北市	28	54	74
桃園市	47	8	50
臺中市	17	15	47
臺南市	80	49	35
高雄市	220	19	56
基隆市	38	37	13
新竹縣	35	1	4
新竹市	5	7	6
苗栗縣	6	0	13
南投縣	35	9	12
彰化縣	3	3	33
雲林縣	4	14	15
嘉義縣	6	3	13
嘉義市	8	4	14
屏東縣	15	60	12
宜蘭縣	10	7	9
花蓮縣	11	1	5
臺東縣	7	1	5
澎湖縣	34	0	4
金門縣	35	2	0

第一部分：客觀問卷之共同指標分析

本共同性指標，主要以國際連結、人才服務、公務人員外語能力、外語網站及相關服務之客觀數據為主，各縣市詳實填答。針對各項指標分析如下：

- 一、國際連結：台北、新北市、桃園、台南、高雄及台中等六都，在國際參與外商投資、外籍勞工等項目，均列在各縣市之前，可見都市化在國際連結上，有其優勢。其中外籍中小學生人數，基隆、新竹市、嘉義縣超過三千人以上，可能為外配在台之子女比例不低。未來在教育資源上之投入，該縣市可能得投入更多的資源。
- 二、國際參與與國際活動：國際環境的建置，必須考量供給面，此國際連結仍以六都為主要國際都會，其中桃園之國際連結（在國際組織參與、國際參訪與國際活動性），遠較其他五都弱，仍有待努力。此外，其他縣市，除了南投縣、嘉義縣、金門縣外，在國際性參與（如國際行組織、國際性活動、外商公司數等）均明顯不足，有待提昇。
- 三、人才訓練與管理：大抵所有縣市，均鼓勵所屬員工參與教育訓練，也都能補助縣府員工參與英語證照考試，提昇英語能力。但持續且訂定機制之縣市僅臺北市、新北市、臺中市、臺南市、彰化縣、臺東縣等少數縣市；僅新北市、臺中市、高雄市、臺東縣訂定外語人才升遷機制；臺北市、新北市、桃園市、臺中市、高雄市、基隆市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣建立外語人才庫，在人才服務及管理機制上，各縣市仍可以提昇其訓練及管理層次。
- 四、外語能力證照：以臺北市之公務人員證照數最多，其中高階人才（C1以上）高達 135 人，新北市亦高達 67 人，六都中，臺南市之高階人才僅 16 人，值得注意。部分縣市在 C2 級無人才，對於縣市政府國際談判或溝通協調上，人才必須提提昇。其餘縣市之公務人員之外語能力停留在中、低階層度，對於未來國際化之深化及國際環境之建置，所需人才稍嫌不足。臺南市近年來推動英語為第二官方語言，其在英語證照上之推動也大幅成長，總數甚至超越新北市；此外，台東推動國際化，其證

照數也在各縣市中，表現優異。可見各縣市政府對於國際化之推動與重視，有助於英語人才之培養與引進。

- 五、外語網站及其他服務：在此項外語固定服務上，臺北市、新北市、桃園市、臺南市、基隆市、新竹縣、南投縣、澎湖縣、金門縣，在外語網站上，數量領先，尤其是高雄市，外語網站數高達 220，為全台之冠，可能試過去高雄主辦不少國際活動且大力推動高雄之國際觀光有密切關係；外語服務窗口數，也以六都、基隆市及屏東縣最多，尤其是屏東縣，大抵因為其近年來新移民及國際勞工、學生大量增加，有其需求。其中；外事警察，除彰化縣外，大抵仍以六都配置最多。可見臺灣之國際服務，以外籍人士所在都會地區為主，符合現況之認知。

表 3-3 客觀問卷個性指標

C. 個別性指標

1. 國際化定位

縣市	文化歷史	觀光旅遊	產業發展投資	交通轉運	國際教育
臺北市	V	V	V		
新北市	V	V	V	V	V
桃園市		V	V	V	
臺中市	V	V	V		
臺南市	V		V		V
高雄市	V	V	V	V	
基隆市	V		V	V	
新竹縣			V	V	V
新竹市	V	V	V	V	V
苗栗縣		V	V		V
南投縣		V	V		
彰化縣	V	V		V	
雲林縣	V	V			
嘉義縣	V	V	V		
嘉義市		V	V	V	
屏東縣		V	V	V	
宜蘭縣		V	V		V
花蓮縣	V	V	V		
臺東縣	V	V	V		
澎湖縣	V	V		V	
金門縣		V			

縣市	4. 國際行銷能力							5. 國際化環境預算(萬元)
	訂定國際行銷策略	定期參加國外旅展	定期參加國外商展	國際招商說明會	國際廣告費	國際行銷團隊	委託廠商國際行銷	
臺北市	V	V	V	V	V	V	V	2966
新北市	V	V	V	V	V	V	V	2181.3
桃園市		V		V			V	335.4
臺中市	V	V			V		V	2101.5
臺南市	V		V		V	V	V	1841.25
高雄市	V	V				V	V	41.7
基隆市	V	V	V				V	0
新竹縣		V	V					136
新竹市	V							
苗栗縣		V	V	V			V	0
南投縣	V	V	V					0
彰化縣		V	V				V	
雲林縣			V					319.9
嘉義縣		V						300
嘉義市	V						V	6.3
屏東縣	V	V			V		V	172.8932
宜蘭縣	V	V				V	V	136.70
花蓮縣	V	V						103.9
臺東縣	V	V	V	V	V		V	104.5
澎湖縣	V	V			V			300
金門縣		V						0

縣市	2. 國際化環境 專責單位人數	3. 專責移民或 外勞輔導機構數	6. 英語化 法規數目	7. 外國人居住之 友善環境 同意程度	8. 外國人居住之 安全環境 同意程度
臺北市	3	3	26	非常同意	非常同意
新北市	72	3	54	非常同意	非常同意
桃園市	9	1	1	普通	普通
臺中市	14	4	0	同意	同意
臺南市	5	3	15	非常同意	同意
高雄市	17	6	0	同意	同意
基隆市	7	2	1	同意	同意
新竹縣	5	1	1	非常同意	同意
新竹市	5	1	0	非常同意	非常同意
苗栗縣	0	2	0	普通	普通
南投縣	0	1	0	同意	同意
彰化縣	0	4	0	普通	同意
雲林縣	0	2	0	普通	普通
嘉義縣	0	0		同意	同意
嘉義市	0	1	0	普通	普通
屏東縣	13	13	0	同意	同意
宜蘭縣	0	4	0	同意	同意
花蓮縣	0	1	88	同意	同意
臺東縣	38	1	0	同意	同意
澎湖縣	0	2	0	同意	非常同意
金門縣	0	1	0	不同意	不同意

第一部分：客觀問卷之個別性指標分析

此項個別性指標，主要考量其國際化定位及其現階段資源配置之情形，其中包括國際化定位、國際行銷能力、國際化環境預算、國際化環境及服務專責單位、英語法規及國際友善及安全環境之滿意度等。針對各樣指標分析如下：

- 一、國際化定位：各縣市，除金門縣以觀光旅遊為其唯一定位外，其餘縣市大抵以三項以上，為其國際化方向與願景，其中，新北市涵蓋文化歷史、觀光旅遊、產業發展、交通轉運及國際教育，最為廣泛。其餘各縣市都觀光旅遊及產業發展，做為其國際化之重要定位。此外，新北市、桃園市、高雄市、基隆市、新竹縣、新竹市、彰化縣、嘉義市、屏東縣及澎湖縣，定義自己為國際交通轉運，其地理位置、現階段之基礎建設，除了少數城市如桃園市、高雄市等外，其餘縣市是否有足夠條件？國際化定位必須配合各縣市之施政主軸、資源配置及現階段能力而為之，並非只是憑空想像或缺乏實際的作為。
- 二、國際行銷能力：六都之國際行銷能力均有積極及多元作法，從訂定國際行銷策略、國際商展到國際行銷具體作為，臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市及高雄市六都均有實際作為。現今各縣市之國際行校大抵以參加國際旅展為主，且在行銷上大抵採用委外作法，缺乏縣市政府自己的團隊。
- 三、國際化環境預算：編列國際化環境預算，除了桃園縣及高雄市預算較低外，其他四都均編列千萬元以上預算。其餘縣市，除花蓮縣、新竹縣、臺東縣及澎湖縣外，經費均在百萬以下，部分縣市甚至毫無預算。可見國際環境建置，未能配合其國際化定位。
- 四、國際化專責單位：除了都會化較深之縣市外，部分縣市並無專責單位。其中，新北市及臺東縣之專責單位各為 72 及 38 人，可見該兩縣市政府，將國際化單位落實到各處室，由各處室建立其國際化專責窗口，比起單一窗口或少數國際化單位，更能全面性推動國際環境之建置，值得其他縣市參考。

- 五、英語化法規：除了臺北市、新北市、臺南市及花蓮縣外，其他縣市之法規英語化，大抵缺乏，對於提供外籍人士生活及產業發展，缺乏體制內之國際化服務。
- 六、友善環境及安全環境之評估：各縣市對於友善環境之提供，金門縣略嫌不足，而僅有臺北市、新北市、臺南市、新竹縣市等，呈現非常滿意，其餘縣市仍有待提昇。對於安全環境之提供，臺灣各縣市，除了金門縣不表同意外，其餘縣市大都為非常同意及同意，可見臺灣在國際安全環境上，值得稱許，對於外籍人士之社區安全及人身安全，均有相當之保障，有利臺灣國際友善環境之發展。

第二部分：主觀問卷

本項主觀問卷，主要以個縣市政府涉外部門之官員及承辦人員，依據其生活經驗、公務處理及一般法規、行政經驗等，進行主觀意見調查，大抵可以作為各縣市現階段之各個生活面向之國際化環境檢視。

本生活面向分成十大面向，每項總分為四份，其中國際化平均程度較高為教育、交通及運輸、休閒娛樂、醫療服務及網站等，大抵介於 2.33-3.73 之間。各縣市間在十大面向上，認知仍有差距，如臺北市、基隆市、南投縣、嘉義縣對於飲食國際化面向，其現況普遍性均低於 2.0，但在購物方面，均達 2.48 以上，可見臺灣各縣市購物環境，對於外籍人士，仍相當友善。所有縣市，大抵以新北市之普遍性及滿意度最高。離島及較非都市地區，其普遍性均偏低。

B. 地方生活指標：

表 3-4 主觀問卷地方生活指標個項目國際化平均程度

(一) 各項目國際化平均程度

縣市	飲食	購物	居住	交通及運輸	教育	休閒娛樂	法規	醫療及社會福利	金融服務	網站及行政服務	總平均
臺北市	2.24	3.29	2.5	2.94	3.27	3.19	2.55	3.34	3.49	3	2.981
新北市	3.57	3.79	3.52	3.73	3.67	3.84	3.57	3.83	3.89	3.67	3.708
桃園市	2.05	2.95	2.2	2.72	2.73	2.73	2.3	2.55	2.93	2.47	2.563
臺中市	2.41	3.46	2.48	2.93	3.08	3.2	3.06	2.93	3.49	3.13	3.017
臺南市	2.1	3.08	1.94	2.54	2.6	2.63	2.38	2.47	2.77	2.68	2.519
高雄市	2.29	3.26	2.27	2.93	3.11	3.09	2.72	2.96	3.11	2.88	2.862
基隆市	1.84	2.39	2.03	2.39	2.69	2.35	1.93	2.16	2.54	2.21	2.253
新竹縣	2.16	3.05	2.09	2.52	2.86	2.73	2.36	2.66	3	2.52	2.595

建構國際生活環境調查及輔導機制

新竹市	2.48	3.17	2.46	2.9	3.19	3.02	3.04	3.07	3.4	3.19	2.992
苗栗縣	1.83	2.63	2.06	2.41	2.7	2.47	2.32	2.47	2.76	2.28	2.393
南投縣	1.88	2.67	2.29	2.65	2.74	2.71	2.5	2.63	2.97	2.76	2.58
彰化縣	2.07	3.04	2.54	2.72	2.76	2.64	2.42	2.83	3.17	2.9	2.709
雲林縣	2.17	2.48	2.4	2.59	2.91	2.64	2.38	2.44	2.8	2.61	2.542
嘉義縣	1.74	2.65	1.88	2.25	2.46	2.59	2.31	2.65	2.75	2.36	2.364
嘉義市	2.06	2.81	2.43	2.62	2.84	2.72	2.63	2.68	3.06	2.74	2.659
屏東縣	2.1	3.08	2.63	2.8	2.6	2.67	2.5	2.73	3.47	2.39	2.697
宜蘭縣	2.1	2.79	2.38	2.88	2.74	2.76	2.19	2.67	2.87	2.54	2.592
花蓮縣	2.09	2.88	2.48	2.7	2.74	2.66	2.53	2.64	2.84	2.68	2.624
臺東縣	1.68	2.39	2.11	2.48	2.59	2.56	2.3	2.23	2.68	2.52	2.354
澎湖縣	1.93	1.84	1.78	2.43	2.31	2.42	1.84	2.02	2.4	2.31	2.128
金門縣	1.8	2.22	2.11	2.45	2.59	2.4	2.17	2.38	2.4	2.49	2.301
連江縣	2.07	1.69	2.25	2.06	2.14	2.03	2	2	2.2	2	2.044
總平均	2.12	2.80	2.31	2.67	2.79	2.73	2.45	2.65	2.95	2.65	

(二) 各題填答情形統計

表 3-5 主觀問卷個堤填答統計表

	一、飲食項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	早餐店中英文菜單	21	12.7%	102	61.4%	29	17.5%	0.377	3.0%	9	5.4%	0.729	0.377
2.	早餐店服務生英語溝通能力	39	23.5%	94	56.6%	21	12.7%	0.383	1.2%	10	6.0%	0.744	0.383
3.	餐廳中英文菜單及圖片菜單	14	8.4%	79	47.6%	52	31.3%	0.375	7.2%	9	5.4%	0.726	0.375
4.	餐廳的服務人員英語溝通能力	13	7.8%	91	54.8%	44	26.5%	0.396	5.4%	9	5.4%	0.779	0.396
5.	符合各大宗教飲食標準的食物及餐廳數	22	13.3%	80	48.2%	47	28.3%	0.366	4.8%	9	5.4%	0.722	0.366
6.	詳盡外語網站提供符合宗教飲食標準的食物及餐廳數	30	18.1%	101	60.8%	23	13.9%	0.387	2.4%	8	4.8%	0.764	0.387
7.	餐廳提供英語版滿意度調查問卷	51	30.7%	87	52.4%	16	9.6%	0.360	1.2%	10	6.0%	0.697	0.360
	信度											0.89	

	二、購物項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1	各大購物中心英語總覽地圖及標示	9	5.4%	39	23.5%	70	42.2%	0.39	21.7%	12	7.2%	0.878	0.39
2	各大購物中心服務人員英語溝通能力	10	6.0%	53	31.9%	67	40.4%	0.373	14.5%	12	7.2%	0.822	0.373
3	各大百貨公司英語總覽地圖及標示	9	5.4%	35	21.1%	68	41.0%	0.397	24.7%	13	7.8%	0.913	0.397
4	各大百貨公司服務人員英語溝通能力	7	4.2%	55	33.1%	60	36.1%	0.383	18.7%	13	7.8%	0.870	0.383
5	各大購物中心及百貨公司可接受信用卡付費	2	1.2%	9	5.4%	51	30.7%	0.292	55.4%	12	7.2%	0.606	0.292
6	各大購物中心及百貨公司提供國際化尺寸換算	6	3.6%	36	21.7%	69	41.6%	0.347	25.9%	12	7.2%	0.747	0.347
7	各大購物中心及百貨公司清楚標示英語退貨服務	8	4.8%	56	33.7%	68	41.0%	0.336	13.3%	12	7.2%	0.719	0.336

建構國際生活環境調查及輔導機制

8	電子購物網站接受外國人居留證證號 (ARC ID Number)	13	7.8%	70	42.2%	59	35.5%	0.293	5.4%	15	9.0%	0.634	0.293
	信度											0.92	

三、居住項目		非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	房屋仲介公司之英文合同/契約	15	9.0%	91	54.8%	41	24.7%	7	4.2%	12	7.2%	0.779	0.361
2.	金融機構對外籍人士之購屋貸款服務	11	6.6%	80	48.2%	59	35.5%	4	2.4%	12	7.2%	0.719	0.333
3.	房東提供之英語住戶管理契約	24	14.5%	108	65.1%	21	12.7%	2	1.2%	11	6.6%	0.701	0.332
4.	各種住宿設施安全且提供英文之安全指示說明	15	9.0%	74	44.6%	52	31.3%	14	8.4%	11	6.6%	0.718	0.343
5.	貴縣市政府 (含所屬機構) 之完善住屋/租屋配套措施, 足夠吸引外國人來臺工作	18	10.8%	90	54.2%	40	24.1%	7	4.2%	11	6.6%	0.764	0.358
6.	社區之垃圾車時間、垃圾分類等英語資料	21	12.7%	93	56.0%	32	19.3%	9	5.4%	11	6.6%	0.742	0.349
7.	水電設施之申請之英語服務	15	9.0%	83	50.0%	45	27.1%	10	6.0%	13	7.8%	0.818	0.379
8.	通信設施 (包含電話、網路、有線電視) 等申請之英語服務	9	5.4%	58	34.9%	74	44.6%	13	7.8%	12	7.2%	0.809	0.37
	信度											0.91	

四、交通及運輸項目		非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	各客運之英語網站說明詳細	8	4.8%	65	39.2%	65	39.2%	16	9.6%	12	7.2%	0.697	0.251
2.	各客運之簡明訂票流程及英語服務	10	6.0%	66	39.8%	61	36.7%	17	10.2%	12	7.2%	0.722	0.259
3.	公車系統之英語標示, 司機之英文溝通能力, 及上下車付款系統清楚	10	6.0%	91	54.8%	45	27.1%	9	5.4%	11	6.6%	0.689	0.261
4.	計程車之英語標示, 司機之英文溝通能力	16	9.6%	97	58.4%	37	22.3%	4	2.4%	12	7.2%	0.573	0.221
5.	一般道路之一致性的	0	0.0%	28	16.9%	82	49.4%	45	27.1%	11	6.6%	0.566	0.208

	英語標示，包括地名和路名												
6.	機場及車站接駁之英語服務	2	1.2%	34	20.5%	82	49.4%	37	22.3%	11	6.6%	0.737	0.266
7.	汽機車、單車之租賃等之英語指示或服務	5	3.0%	69	41.6%	61	36.7%	19	11.4%	12	7.2%	0.740	0.274
8.	交通規則或罰則等之英語版本	7	4.2%	80	48.2%	49	29.5%	17	10.2%	13	7.8%	0.740	0.273
9.	各地間之接駁之英語資訊並可從國外訂購票券	11	6.6%	77	46.4%	58	34.9%	8	4.8%	12	7.2%	0.699	0.268
10.	超過六十五歲外國人訂購票券比照臺灣國民享有銀髮優惠	16	9.6%	82	49.4%	53	31.9%	3	1.8%	12	7.2%	0.508	0.191
11.	駕照路考及筆試之英語版，且英語正確	9	5.4%	63	38.0%	69	41.6%	13	7.8%	12	7.2%	0.635	0.239
12.	車站或機場周遭的英文道路指引	3	1.8%	17	10.2%	90	54.2%	45	27.1%	11	6.6%	0.691	0.254
13.	貴縣市的街道、巷弄英文標示	2	1.2%	20	12.0%	90	54.2%	43	25.9%	11	6.6%	0.714	0.26
14.	貴縣市提供之地圖英語標示且翻譯正確	2	1.2%	28	16.9%	90	54.2%	35	21.1%	11	6.6%	0.724	0.266
15.	貴縣市郵局英語服務	5	3.0%	53	31.9%	77	46.4%	19	11.4%	12	7.2%	0.716	0.267
16.	貴縣市夜間搭乘大眾交通系統的安全性	3	1.8%	30	18.1%	90	54.2%	32	19.3%	11	6.6%	0.588	0.223
	信度											0.93	

	五、教育項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	國際教育普及，民眾能使用簡易英語與外籍人士溝通能力	6	3.6%	74	44.6%	64	38.6%	11	6.6%	11	6.6%	0.727	0.398
2.	中學有良好的國際生活環境與英語環境	2	1.2%	50	30.1%	87	52.4%	16	9.6%	11	6.6%	0.775	0.402
3.	小學及學前教育場所有良好的國際生活環境與英語環境	4	2.4%	55	33.1%	77	46.4%	19	11.4%	11	6.6%	0.808	0.417
4.	貴縣市圖書館之外語書籍	2	1.2%	37	22.3%	83	50.0%	33	19.9%	11	6.6%	0.712	0.397
5.	現有的教育機制提供民眾尊重各國文化及不同人種	2	1.2%	23	13.9%	98	59.0%	32	19.3%	11	6.6%	0.661	0.372
6.	雙語教育之普遍度	5	3.0%	39	23.5%	88	53.0%	23	13.9%	11	6.6%	0.723	0.400
7.	華語教學機構之普遍度	6	3.6%	35	21.1%	82	49.4%	32	19.3%	11	6.6%	0.350	0.226

建構國際生活環境調查及輔導機制

信度												0.85	
----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------	--

	六、休閒娛樂項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
		人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
1.	貴縣市旅遊景點之英語標示	1	0.6%	12	7.2%	99	59.6%	44	26.5%	10	6.0%	0.708	0.227
2.	貴縣市旅遊景點之英語地圖	1	0.6%	25	15.1%	90	54.2%	40	24.1%	10	6.0%	0.748	0.236
3.	貴縣市旅遊景點之英語服務人員	3	1.8%	79	47.6%	53	31.9%	21	12.7%	10	6.0%	0.771	0.253
4.	貴縣市旅遊景點之交通接駁的英語資訊	2	1.2%	45	27.1%	79	47.6%	30	18.1%	10	6.0%	0.806	0.261
5.	各國際飯店之英語標示及英語服務	0	0.0%	16	9.6%	77	46.4%	63	38.0%	10	6.0%	0.693	0.215
6.	各商務飯店之英語標示及英語服務	0	0.0%	25	15.1%	79	47.6%	52	31.3%	10	6.0%	0.744	0.231
7.	各民宿之英語標示及英語服務	4	2.4%	77	46.4%	61	36.7%	14	8.4%	10	6.0%	0.755	0.252
8.	各大夜市之英語總覽地圖及標示	14	8.4%	80	48.2%	45	27.1%	15	9.0%	12	7.2%	0.713	0.238
9.	各大夜市之服務人員英語溝通能力	25	15.1%	91	54.8%	34	20.5%	4	2.4%	12	7.2%	0.662	0.218
10.	電影院之英語服務	8	4.8%	56	33.7%	69	41.6%	21	12.7%	12	7.2%	0.745	0.239
11.	以英語（或外語）媒體及頻道提供外籍人士各種社會訊息	2	1.2%	73	44.0%	60	36.1%	20	12.0%	11	6.6%	0.733	0.241
12.	公共廁所之國際友善環境，如英語標示、足夠空間及衛生乾淨	2	1.2%	45	27.1%	93	56.0%	16	9.6%	10	6.0%	0.632	0.216
13.	文化藝術活動之英語訊息	4	2.4%	49	29.5%	79	47.6%	23	13.9%	11	6.6%	0.814	0.262
14.	運動賽事之英語訊息	5	3.0%	66	39.8%	69	41.6%	16	9.6%	10	6.0%	0.814	0.261
15.	休閒活動如自行車、登山健行等戶外活動之英語訊息	5	3.0%	77	46.4%	65	39.2%	9	5.4%	10	6.0%	0.775	0.25
16.	貴縣市之運動設施（含運動中心、健身房、學校運動場地）之英語服務	3	1.8%	71	42.8%	66	39.8%	16	9.6%	10	6.0%	0.751	0.251

17	貴縣市文化中心、美術館或藝術場館之英語服務	2	1.2%	38	22.9%	85	51.2%	30	18.1%	11	6.6%	0.817	0.263
	信度											0.95	

	七、法規項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	貴縣市(含所屬機構)提供保障外國人工作權益的透明機制	13	7.8%	56	33.7%	73	44.0%	13	7.8%	11	6.6%	0.764	0.333
2.	貴縣市(含所屬機構)提供所得稅申報之英語說明	8	4.8%	62	37.3%	73	44.0%	12	7.2%	11	6.6%	0.768	0.338
3.	貴縣市(含所屬機構)提供各種標準化合約之英文版本參考	11	6.6%	66	39.8%	63	38.0%	14	8.4%	12	7.2%	0.835	0.354
4.	貴縣市(含所屬機構)有英語法律服務	11	6.6%	83	50.0%	49	29.5%	12	7.2%	11	6.6%	0.912	0.376
5.	貴縣市(含所屬機構)有英語法規制度	12	7.2%	86	51.8%	44	26.5%	13	7.8%	11	6.6%	0.871	0.367
6.	貴縣市(含所屬機構)有英語法規解讀服務	10	6.0%	89	53.6%	46	27.7%	9	5.4%	12	7.2%	0.879	0.357
7.	貴縣市(含所屬機構)醫療福利及僱用合約有透明資訊、清楚的英文版本	8	4.8%	83	50.0%	56	33.7%	8	4.8%	11	6.6%	0.871	0.358
8.	貴縣市(含所屬機構)行政表格有英語說明	7	4.2%	77	46.4%	59	35.5%	12	7.2%	11	6.6%	0.795	0.343
	信度											0.95	

	八、醫療及社會服務項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1	醫療機構之外籍人士英語就診服務	6	3.6%	54	32.5%	77	46.4%	18	10.8%	11	6.6%	0.838	0.460
2	國際化醫療保險認證	10	6.0%	66	39.8%	63	38.0%	15	9.0%	12	7.2%	0.794	0.433
3	醫院之硬體設施英語標示	3	1.8%	32	19.3%	93	56.0%	27	16.3%	11	6.6%	0.742	0.425
4	貴縣市之英語緊急醫療救治系統(含 119 英	4	2.4%	61	36.7%	75	45.2%	15	9.0%	11	6.6%	0.902	0.469

建構國際生活環境調查及輔導機制

	語服務及救護車英語服務)												
5	貴縣市之英語社會救助系統(含家暴通知、急難社會救濟、老人居家照顧等)	6	3.6%	76	45.8%	64	38.6%	9	5.4%	11	6.6%	0.839	0.448
	信度											0.91	

	九、金融服務項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	外幣兌換手續之英語說明	2	1.2%	29	17.5%	90	54.2%	34	20.5%	11	6.6%	0.866	0.454
2.	各銀行之英語服務	2	1.2%	30	18.1%	89	53.6%	34	20.5%	11	6.6%	0.831	0.441
3.	提款機之英語翻譯	3	1.8%	23	13.9%	87	52.4%	42	25.3%	11	6.6%	0.760	0.419
4.	外籍人士在金融機構開戶、提存款等手續方便，表格簡單	2	1.2%	48	28.9%	82	49.4%	23	13.9%	11	6.6%	0.886	0.456
5	各金融機構提供外籍人士之金融服務	2	1.2%	37	22.3%	88	53.0%	28	16.9%	11	6.6%	0.921	0.465
	信度											0.93	

	十、網站及行政服務項目	非常不普遍		不普遍		普遍		非常普遍		未填答		效度	第一主成分權重
1.	貴縣市政府(含所屬機構)具資訊完備之英語網站	1	0.6%	33	19.9%	83	50.0%	37	22.3%	12	7.2%	0.756	0.229
2.	貴縣市政府(含所屬機構)具符合外籍人士需要之英語網頁資訊	2	1.2%	42	25.3%	76	45.8%	34	20.5%	12	7.2%	0.821	0.247
3.	貴縣市政府(含所屬機構)具正確之英語網頁資訊	2	1.2%	36	21.7%	84	50.6%	32	19.3%	12	7.2%	0.777	0.235
4.	貴縣市政府(含所屬機構)即時更新英語網頁	3	1.8%	52	31.3%	70	42.2%	28	16.9%	13	7.8%	0.790	0.233
5.	貴縣市政府(含所屬機構)有介紹並說明貴縣市習俗儀禮合適之服裝儀容規範之詳細英語網站	7	4.2%	89	53.6%	51	30.7%	7	4.2%	12	7.2%	0.686	0.213

6.	貴縣市政府(含所屬機構)網站皆能接受外國人長期居留證證號(ARC ID Number)	5	3.0%	79	47.6%	59	35.5%	12	7.2%	11	6.6%	0.696	0.214
7.	貴縣市政府(含所屬機構)之網頁提供多語資訊	6	3.6%	55	33.1%	76	45.8%	18	10.8%	11	6.6%	0.645	0.2
8.	貴縣市政府(含所屬機構)提供透明清晰之外國人急救及就醫資訊(醫療院所名單及就診資訊)(含網站及手冊)	4	2.4%	59	35.5%	76	45.8%	15	9.0%	12	7.2%	0.741	0.224
9.	貴縣市政府(含所屬機構)提供外籍人士完善且詳盡之租房平臺及房仲之英語服務(含網站及手冊)	9	5.4%	91	54.8%	49	29.5%	6	3.6%	11	6.6%	0.749	0.226
10.	貴縣市各警政機關提供英語服務	0	0.0%	40	24.1%	85	51.2%	29	17.5%	12	7.2%	0.699	0.212
11.	貴縣市政府(含所屬機構)服務人員提供之英語服務	1	0.6%	52	31.3%	72	43.4%	30	18.1%	11	6.6%	0.801	0.245
12.	貴縣市政府(含所屬機構)提供英語電話或電子郵件服務(含1999)	3	1.8%	49	29.5%	76	45.8%	27	16.3%	11	6.6%	0.831	0.254
13.	貴縣市政府(含所屬機構)提供多語服務窗口	5	3.0%	65	39.2%	62	37.3%	23	13.9%	11	6.6%	0.745	0.233
14.	貴縣市政府(含所屬機構)提供清楚建議外國人在臺灣合適的服裝儀容等之外國人生活適應手冊	8	4.8%	93	56.0%	49	29.5%	5	3.0%	11	6.6%	0.694	0.213
15.	貴縣市政府(含所屬機構)提供英語報案系統(含119)	5	3.0%	48	28.9%	77	46.4%	24	14.5%	12	7.2%	0.775	0.237
16.	貴縣市政府(含所屬機構)提供外國人友善的社區環境	3	1.8%	41	24.7%	86	51.8%	24	14.5%	12	7.2%	0.735	0.23
17.	貴縣市政府(含所屬機構)提供英語網站介紹說明各地可提供之各類型住宿資	5	3.0%	64	38.6%	70	42.2%	16	9.6%	11	6.6%	0.766	0.239

建構國際生活環境調查及輔導機制

	訊												
18	貴縣市政府（含所屬機構）提供貴縣市短期租屋英語資訊	10	6.0%	92	55.4%	48	28.9%	4	2.4%	12	7.2%	0.775	0.23
19	貴縣市政府（含所屬機構）提供外籍人士英語服務態度問卷調查	15	9.0%	91	54.8%	44	26.5%	5	3.0%	11	6.6%	0.782	0.235
	信度											0.96	

第二部分：主觀問卷之地方生活指標分析

第一主成分權重分析

首先，對主觀調查中的各項目進行因素分析，以找出該項目中各題之權重，其權重越高者重要性也越高。未來建構指標時，考慮刪除權重較低的題目。

此外，各項目之主權重分析也可以看出，各地方政府對於該項指標之重視程度，透過此一權重分析，可以比對下一節之外籍人士在國際生活環境需求，檢驗是供給與需求是否一致。

- 一、飲食部分：以餐廳的服務人員英語溝通能力最高。
- 二、購物項目：以各購物中心、百貨公司的英語總覽地圖及標示最為重要。
- 三、居住項目：以水電設施申請的英語服務權重最高。
- 四、交通及運輸項目：以汽機車之英語租賃服務為重，此外，交通規則或罰則的英語版本也是權重甚高。
- 五、教育項目：小學及學前教育的良好國際生活環境與英語環境，最為重視，也可印證臺灣社會對於幼稚園、小學英語環境及能力的重視。但對於外籍人士所需的華語教學機構則普遍缺乏。
- 六、休閒娛樂項目：文化藝術活動之英語訊息及運動賽事之英語訊息，兩項權重最重。
- 七、法規項目：法律的英語服務項目最受重視。
- 八、醫療及社會服務：緊急醫療服務及就診服務，權重最重。
- 九、金融服務：以開戶、存提款及各項外籍人士之金融服務，最受重視。
- 十、網站及行政服務：以各縣市提供之英語電話或電子郵件服務，權重最高。

各地方政府國際化環境建置之優先次序建議表：

由於資源有限，依照個地方政府之人力配置及經費預算，可針對前述之第一主成分權重分析，挑選最優先可進行之國際化環境工作。以各項面向之前五項指標，作為優先進行推動之國際化環境建置工作，列表如下：

服務的普遍性調查：以上十大生活面向分析，從飲食到網站、行政服務項目之評估，可發現以下幾點：

- 一、飲食部分：早餐店之英語服務仍然不足，對於飲食標示及滿意度調查也有所不足。
- 二、購物部分：各大百貨公司在英語溝通上仍有待加強(不普遍高達 4 成)；電子購物網站也缺乏英語退貨說明(40.3%)；電子購物也無法接受外國人居留證號碼(54.5%)。
- 三、居住項目：各縣市之房仲大抵缺乏英文合約(62.2%)；各種住宿安全設施也缺乏英文說明與標示(52.9%)；水電設施之申請也缺乏英語服務(58.8%)。居住項目其英語化普遍不足。
- 四、交通及運輸項目：除了交通規則、罰則(55.4%)及郵局英語服務(36.2%)缺乏外，其餘服務大都比較普遍。
- 五、教育項目：臺灣在國際教育方面大抵普遍且各項教育資源均非常普及，然而，即使國際教育普及，臺灣民眾可以使用簡易英語與外籍人士溝通能力卻非常不普遍(3.4%-47.1%)，超過五成之回應，對於臺灣民眾使用英語能力不感樂觀。
- 六、休閒娛樂：夜市之英語服務，超過 5 成以上不普遍。以臺灣夜市成為觀光之主軸，這種夜市不國際化或缺乏英語服務，值得各縣市政府思考。旅遊景點等之國際化環境大抵普遍。
- 七、法規項目：各縣之英文法規或英語法律服務並不普遍，大抵都超過 5 成以上表達並不普遍，有待提昇。
- 八、醫療服務：臺灣醫療服務在全球知名，然而，各項英語服務(37.8%)仍不甚普遍，其中國際化醫療認證(46.3%)、醫療急救系統(42.1%)、英語救助系統(51.2%)普遍性仍不足。
- 九、金融服務：臺灣金融之國際化服務大抵良好、普遍，僅在開戶之便利性 & 表單上，普遍性仍可提昇(不普遍性達 32%)。

- 十、網路及行政服務：各縣市之網路資訊大抵普遍，且能提供必要資訊。但部分資訊提供如房仲、居住、短期租屋、ARC 網站認證、風俗文化資訊仍然不普遍，部分指標不普遍性高達 6 成以上。可見臺灣政府英文網站已經普遍，但是所提供資訊並非完全提供外籍人士所需資訊。

各縣市定位及資源配置分析

本分析主要在了解各縣市自我定位與其資源配置之關係，也就是從各縣市的自我定位與現況中，找出其相關性，進入分析各縣市在此國際環境的建置上，可否配合其國際化定位，也可以找出各縣市可以加強及努力改善的項目。

在分析各縣市定位與現況、自評的關係時，將以下題目納入考量：

自我定位：文化歷史

A 共同指標

國際連結項目

- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

C 個別性指標

- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷
- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算
- 7. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之友善環境
- 8. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之安全環境

B 地方生活指標

- 四 13. 貴縣市的街道、巷弄英文標示
- 四 14. 貴縣市提供之地圖英語標示且翻譯正確
- 五 5. 現有的教育機制提供民眾尊重各國文化及不同人種
- 六 1. 貴縣市旅遊景點之英語標示
- 六 2. 貴縣市旅遊景點之英語地圖
- 六 3. 貴縣市旅遊景點之英語服務人員
- 六 4. 貴縣市旅遊景點之交通接駁的英語資訊
- 六 13. 文化藝術活動之英語訊息
- 六 17. 貴縣市文化中心、美術館或藝術場館之英語服務

自我定位：觀光旅遊

A 共同指標

國際連結項目

- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

C 個別性指標

- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、定期參加國外的旅展、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷
- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算
- 7. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之友善環境
- 8. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之安全環境

B 地方生活指標

- 六、休閒娛樂項目

自我定位：產業發展投資

A 共同指標

國際連結項目

- 8. 貴縣市 2015 年領有長期居留證（ARC）之外籍人數
- 9. 貴縣市 2015 年領有長期居留證（ARC）之外籍人數
- 10. 貴縣市 2015 年外商公司數
- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

C 個別性指標

- 3. 貴縣市（含所屬機構）設有專責之移民或外籍勞工輔導機構
- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：定期參加國外商展、定期舉辦國際招商說明會
- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷
- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算

B 地方生活指標

- 二 8. 電子購物網站接受外國人居留證證號（ARC ID Number）
- 三 5. 貴縣市政府（含所屬機構）之完善住屋/租屋配套措施，足夠吸引外國人來臺工作
- 七、法規項目
- 十 6. 貴縣市政府網站皆能接受外國人長期居留證證號(ARC ID Number)

自我定位：交通轉運

A 共同指標

國際連結項目

- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

C 個別性指標

- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷
- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算

B 地方生活指標

- 四、交通及運輸項目

自我定位：國際教育

A 共同指標

國際連結項目

- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

C 個別性指標

- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷
- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算

B 地方生活指標

- 五、教育項目

第五節 各縣市國際化定位分析

定位分析資料中各項數據資料係依各縣市自行填報數據。

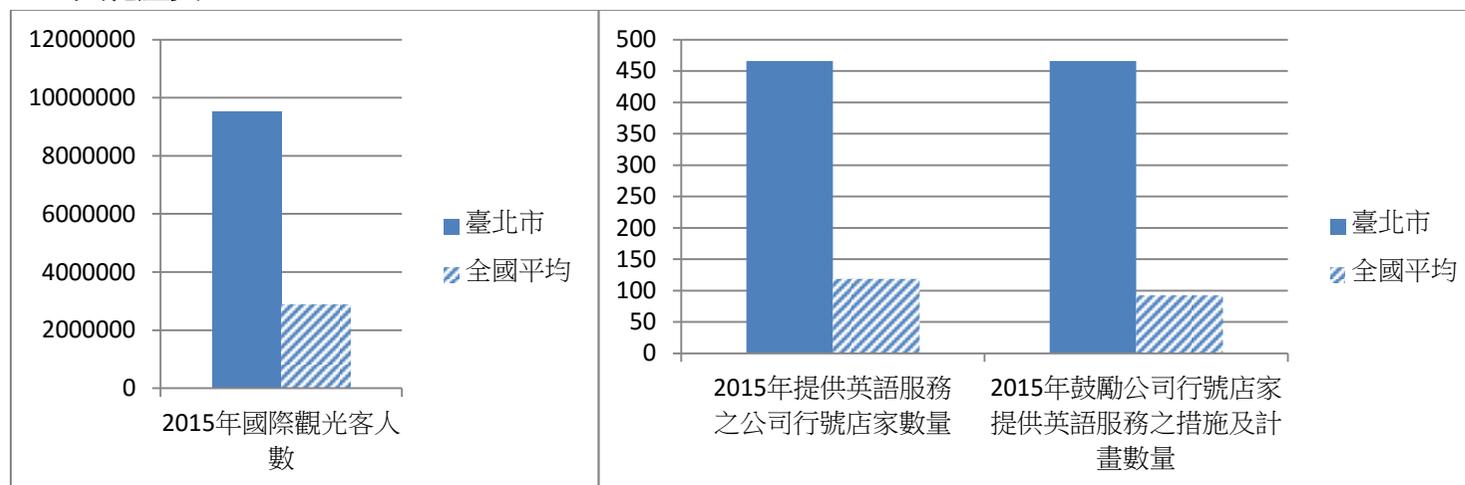
臺北市

在五項國際化定位中，臺北市與臺中市、嘉義縣、花蓮縣及臺東縣皆同時勾選「文化歷史、觀光旅遊及產業發展投資」。

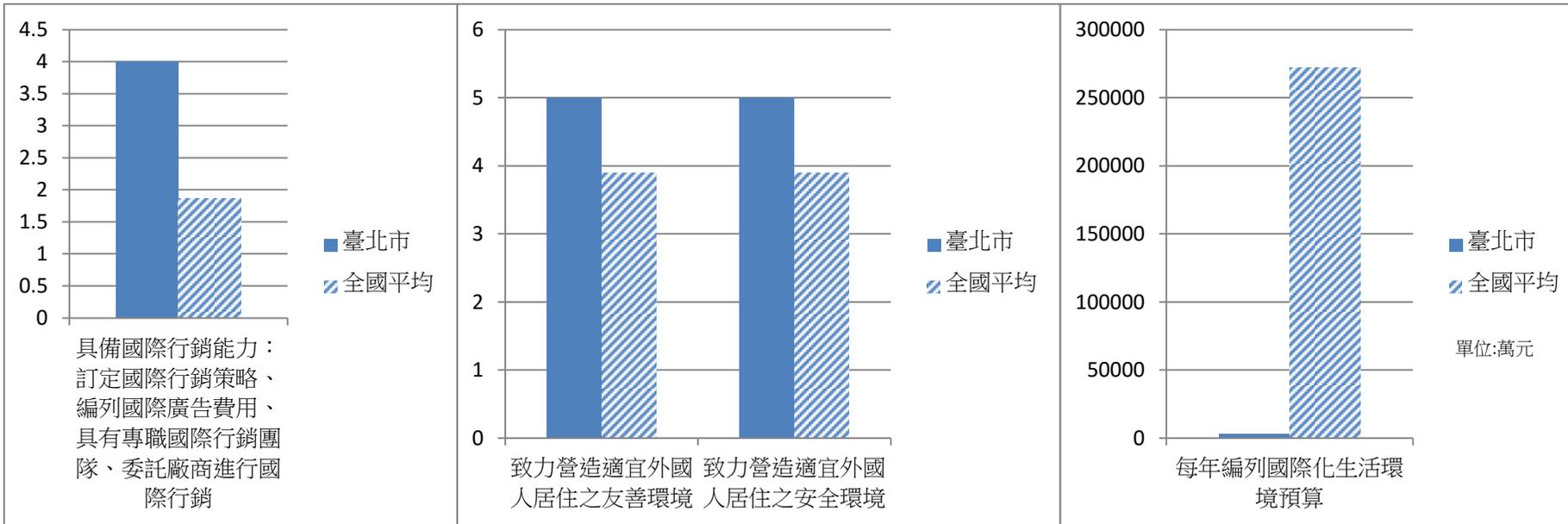
文化歷史方面，臺北市無論「文藝活動之英語訊息」，或是「文化中心、美術館或藝術場所之英語服務」的普遍程度皆高於整體平均。在觀光旅遊方面，臺北市的 2015 年國際觀光客人數高達九百五十萬，僅次於新北市及臺中市，其休閒娛樂項目的平均程度為 3.19，高於整體平均 (2.73)，且國際飯店數為 27，亦為前三高的縣市（次於嘉義市 65，屏東縣 45）；最後，在產業發展投資部分，臺北市擁有最多外商公司 (3535 家)，且外籍勞工亦有五萬多人。

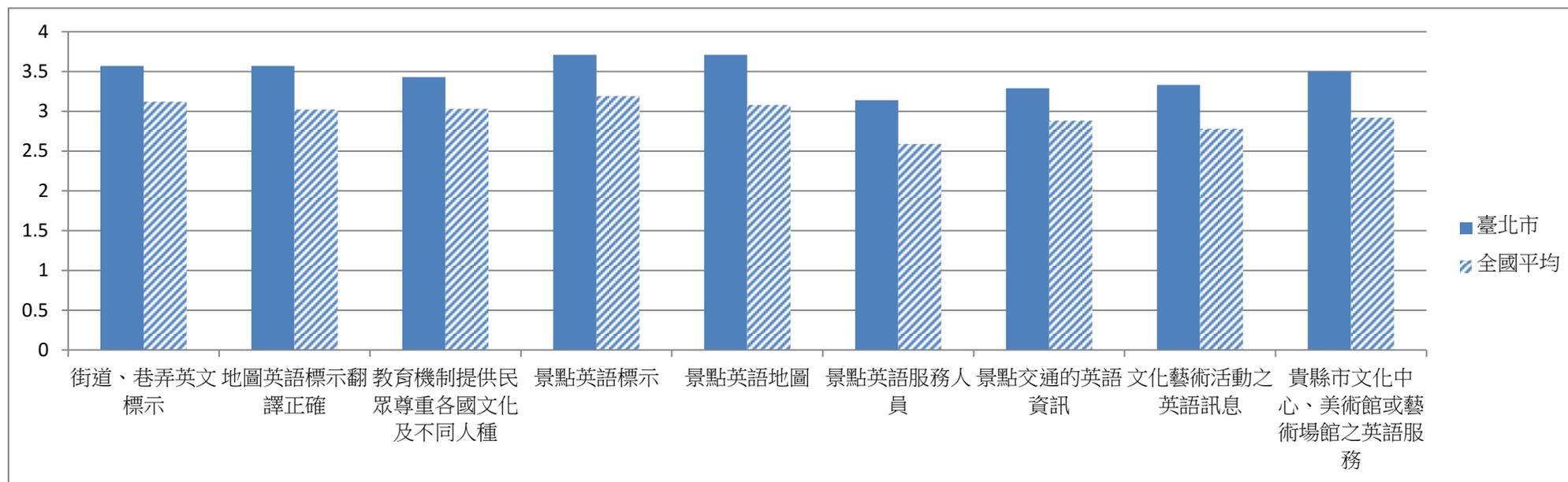
整體而言，臺北市有將近三千萬元的國際化預算，參與的國際性組織、舉辦國際性活動之次數等也均最多，獲得英語服務認證標章的店家亦居全台之冠，且定期參加國外之旅展、商展及招商說明會，具有優良的國際行銷能力。

● 文化歷史

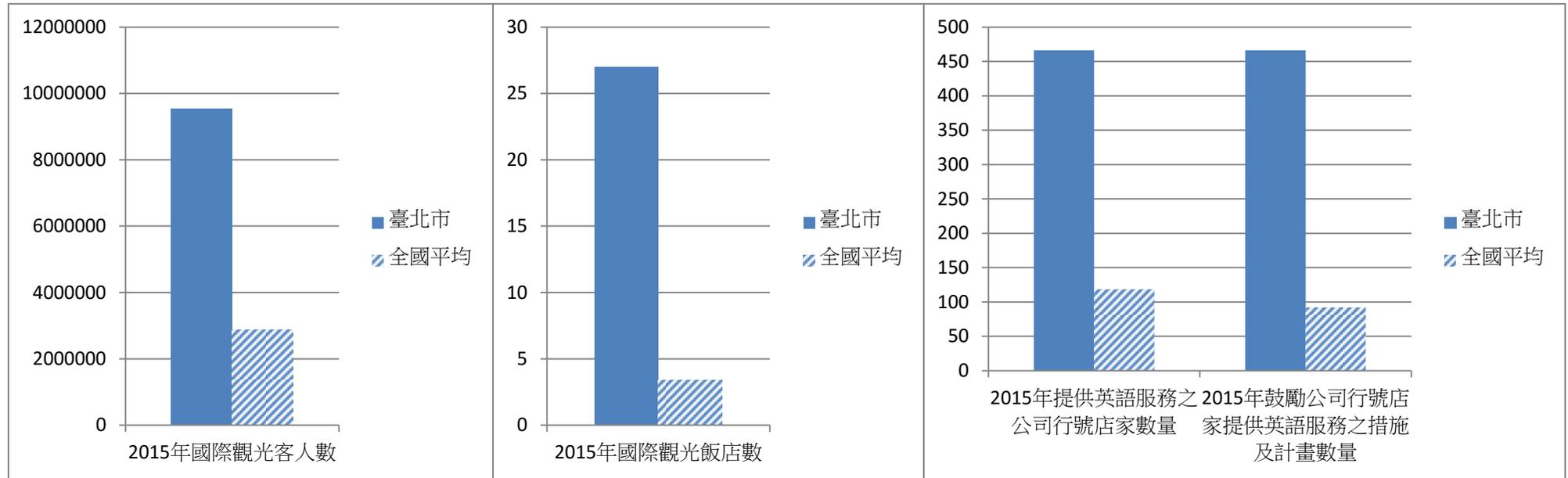


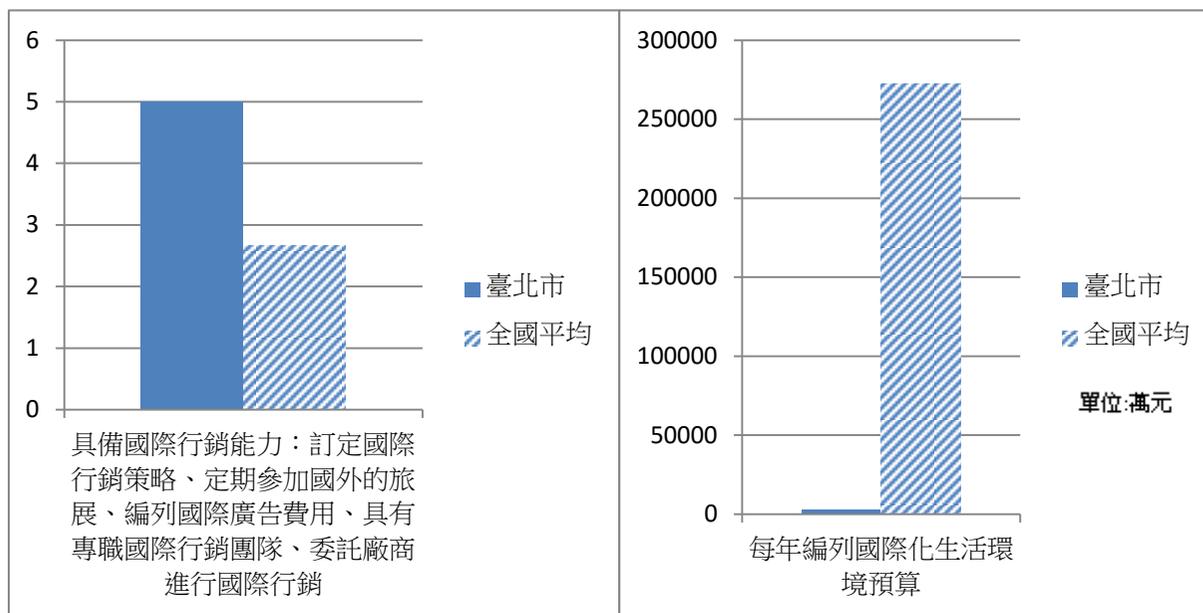
建構國際生活環境調查及輔導機制



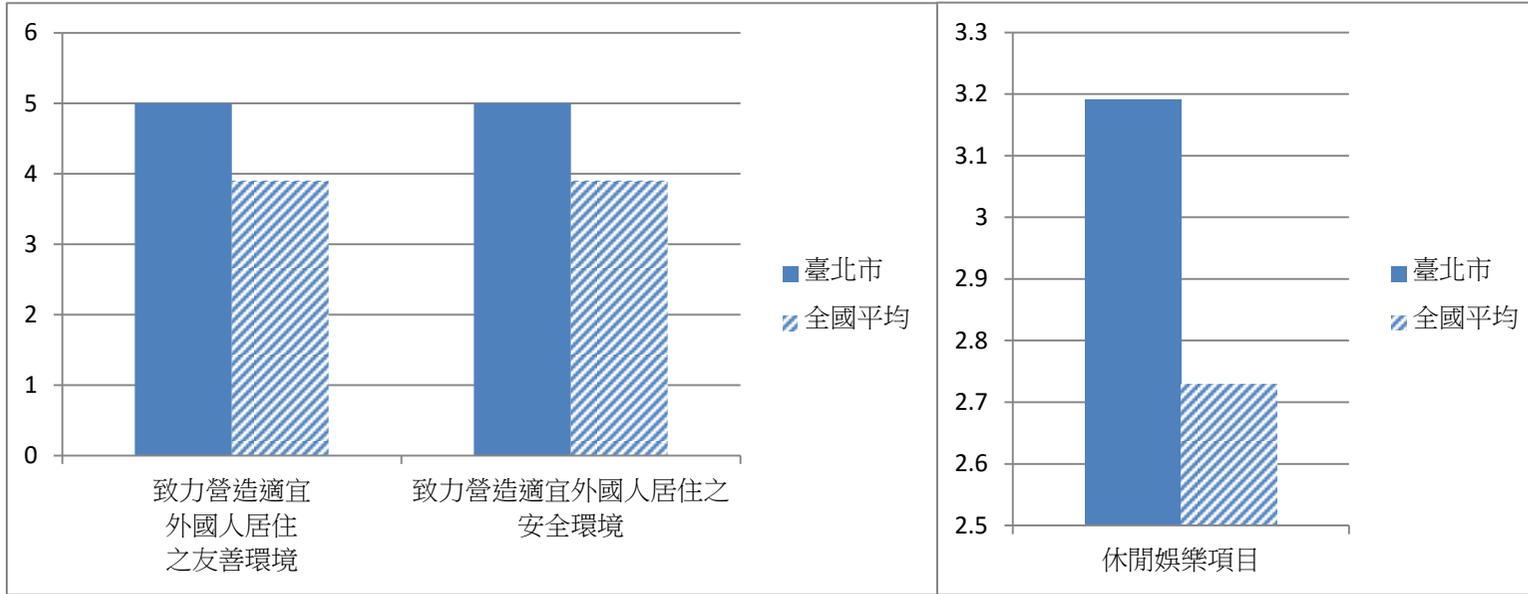


● 觀光旅遊

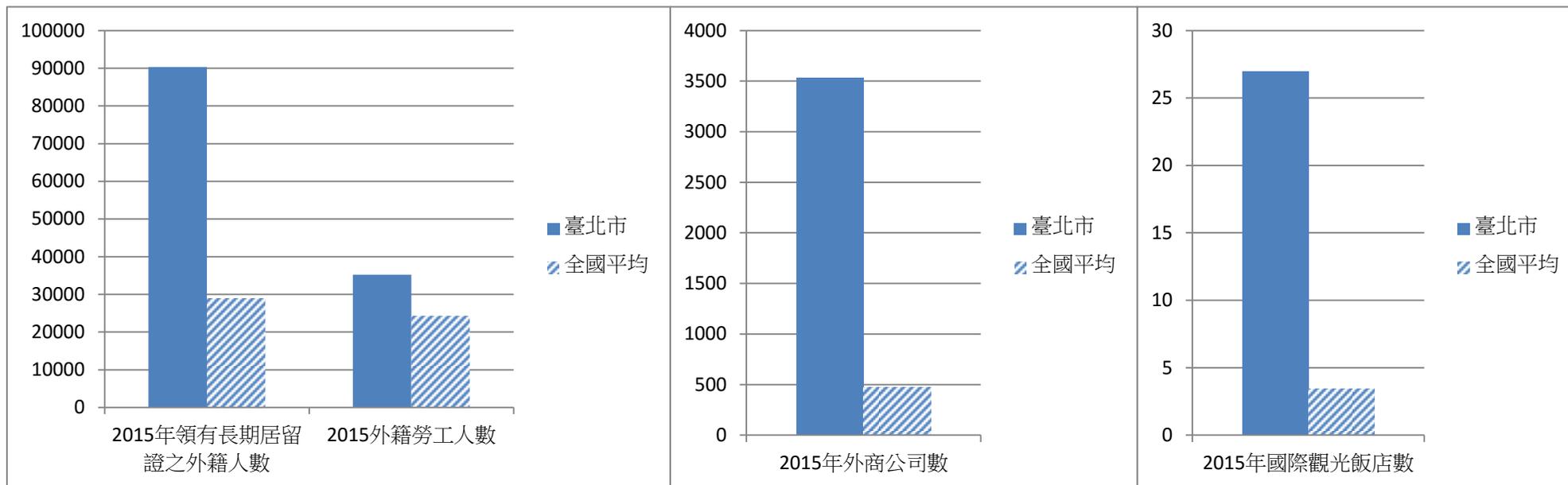




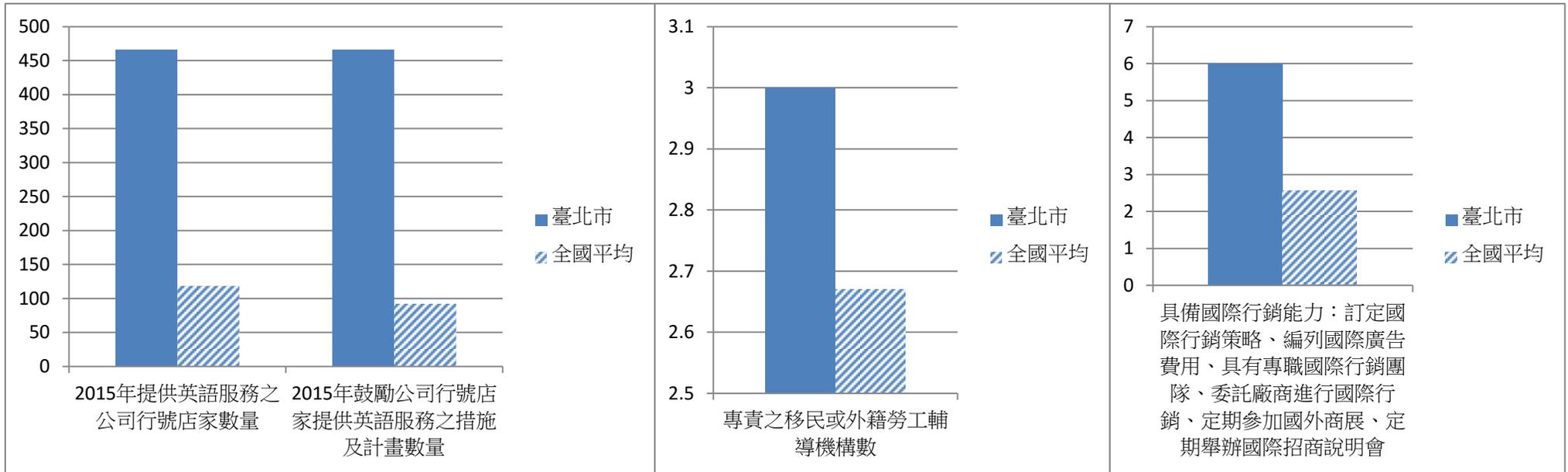
建構國際生活環境調查及輔導機制



● 產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



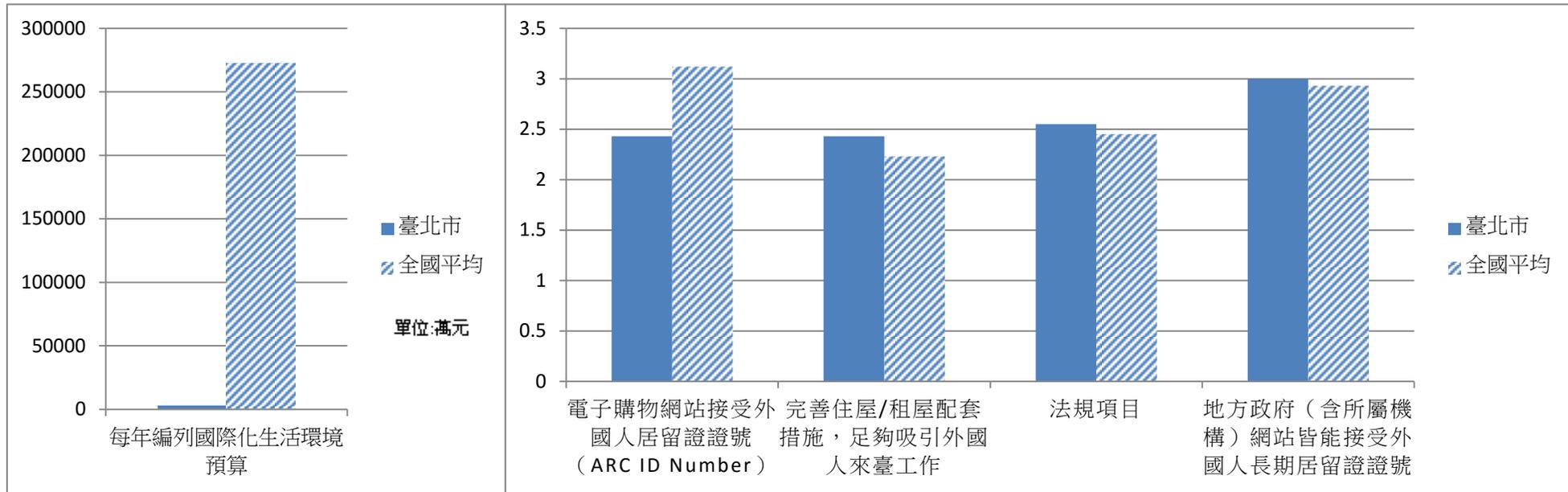


圖 3-1 臺北市國際化定位分析

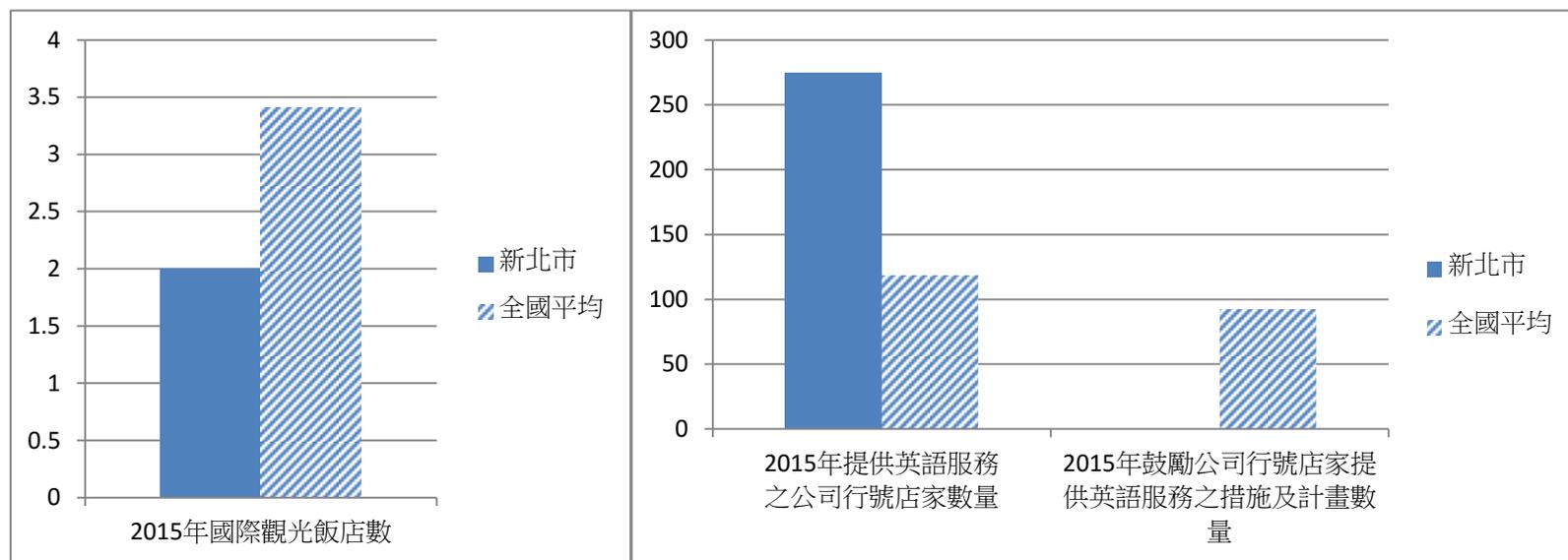
新北市

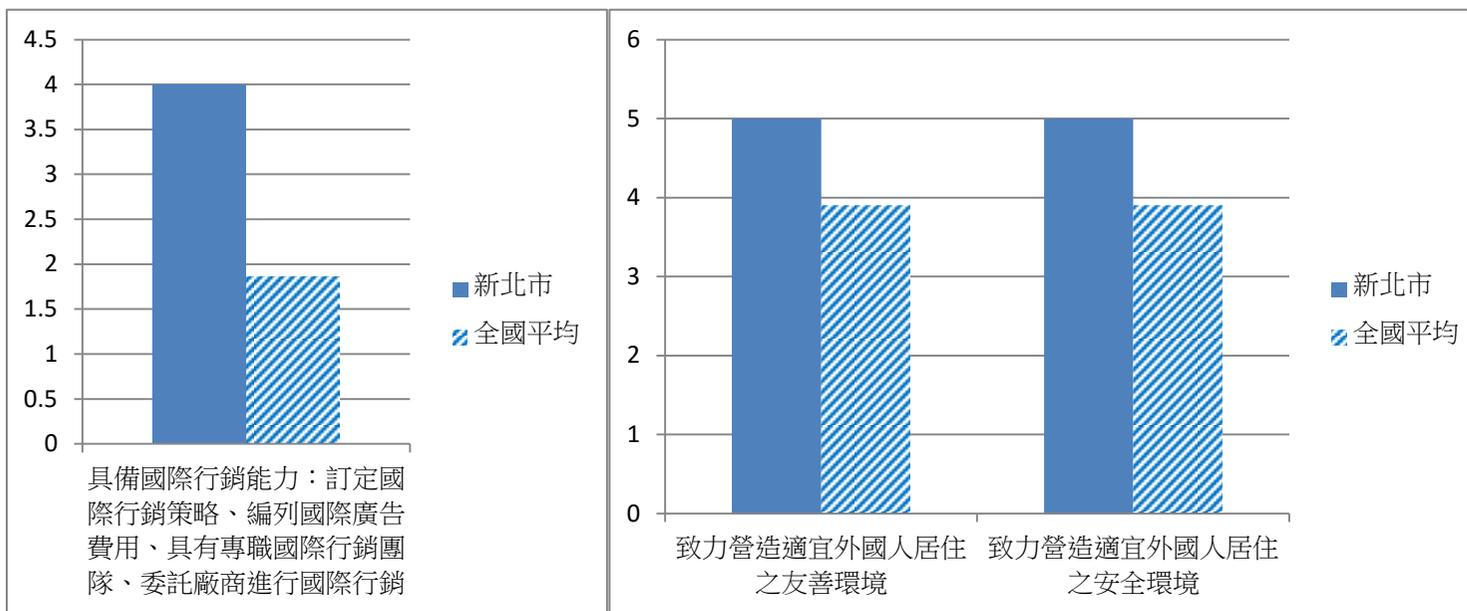
新北市與新竹市為全台縣市中勾選了五項定位的縣市，這些定位分別為：文化歷史、觀光旅遊、產業發展投資、交通轉運及國際教育。

新北市在 2015 年度國際觀光客人數（一千兩百多萬人次）、領有長期居留證人數（八萬多人）及外商投資金額（兩千七百多億元）皆為最多的縣市，且其在交通及運輸之國際化普遍程度（3.73）高於全臺灣的平均程度（2.67）。而新北市並未提供中小學外籍生人數，因此較不易與其他縣市在國際教育部分進行客觀比較。

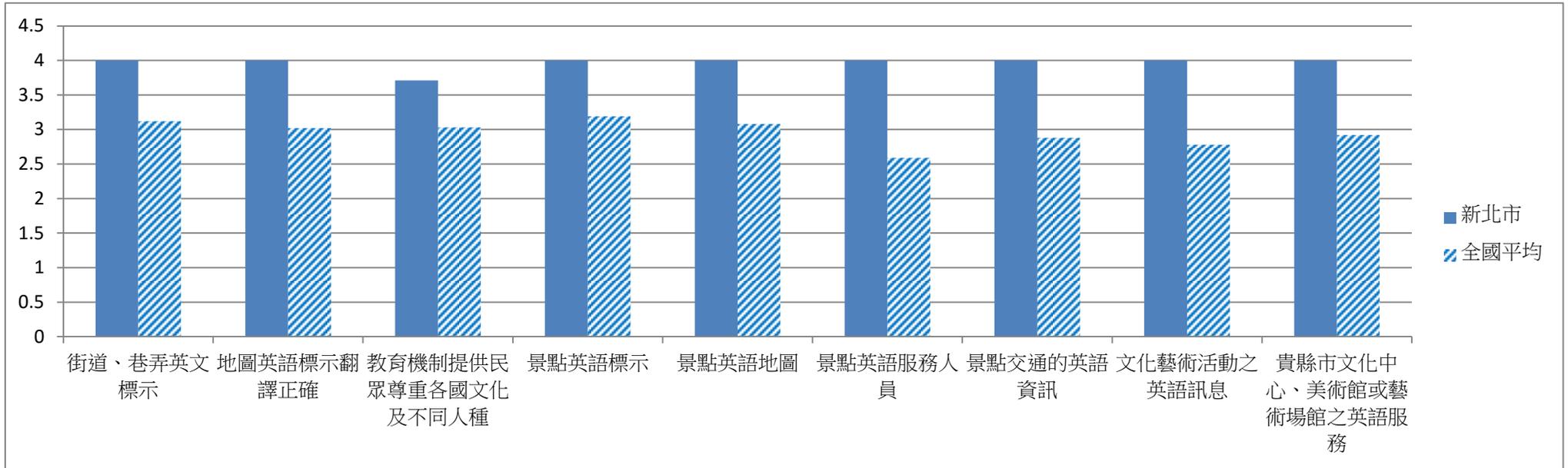
整體而言，新北市在主觀問卷的各個項目皆取得最高的普遍程度，且普遍比平均高出了一個單位，顯示新北市政府單位對於其國際化程度具有高度信心，且客觀而言，新北市的國際化環境專責單位共有 72 人，在國際行銷方面，不僅編列國際廣告費，亦委託廠商專責，具有優良的國際行銷能力。

● 文化歷史

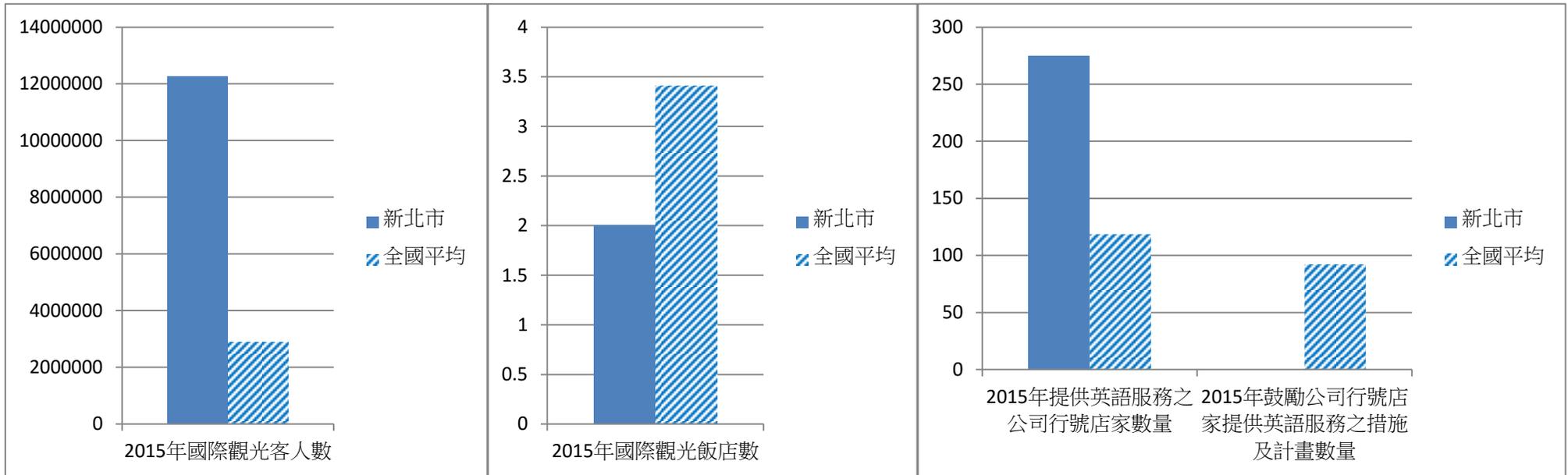




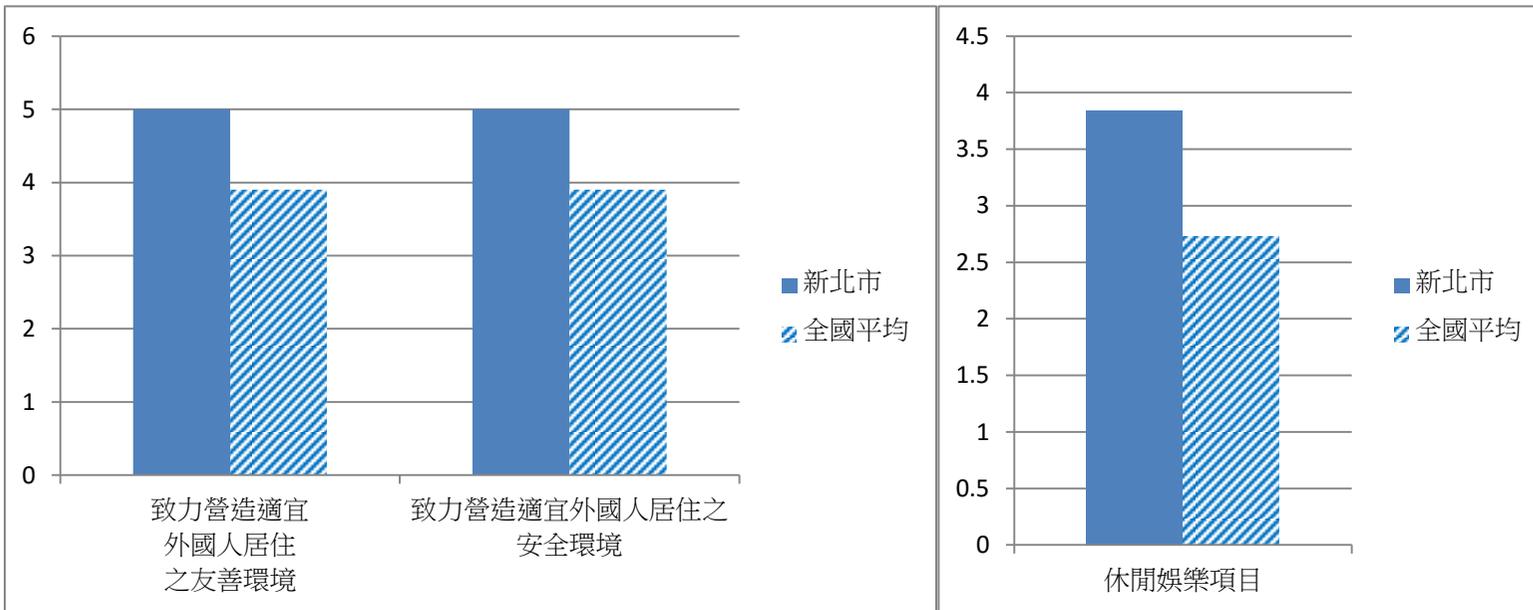
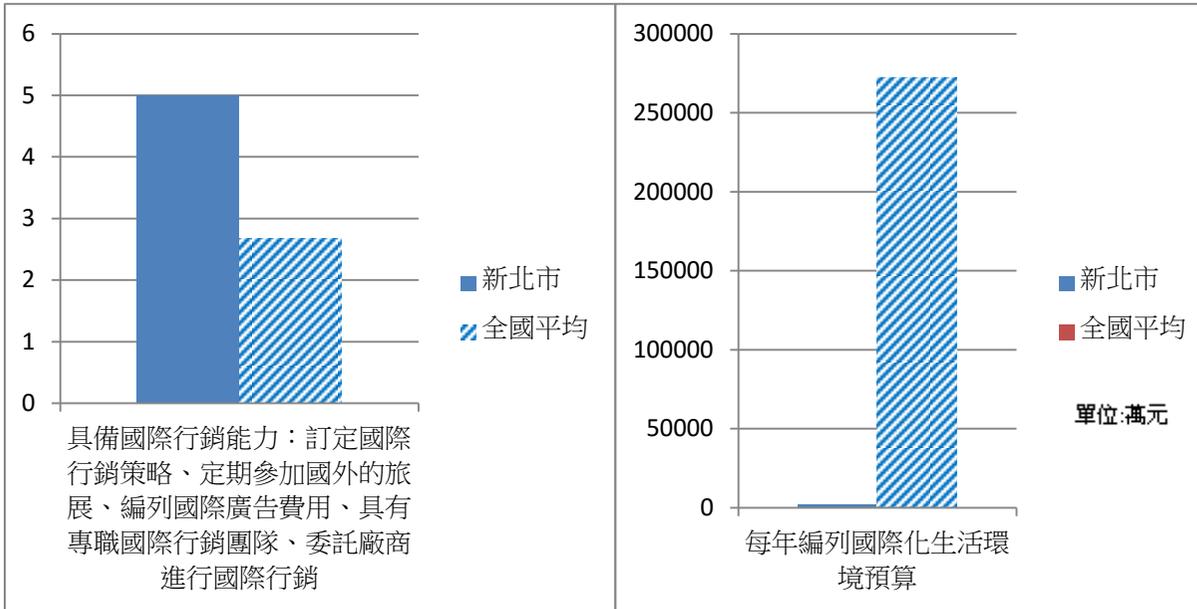
建構國際生活環境調查及輔導機制



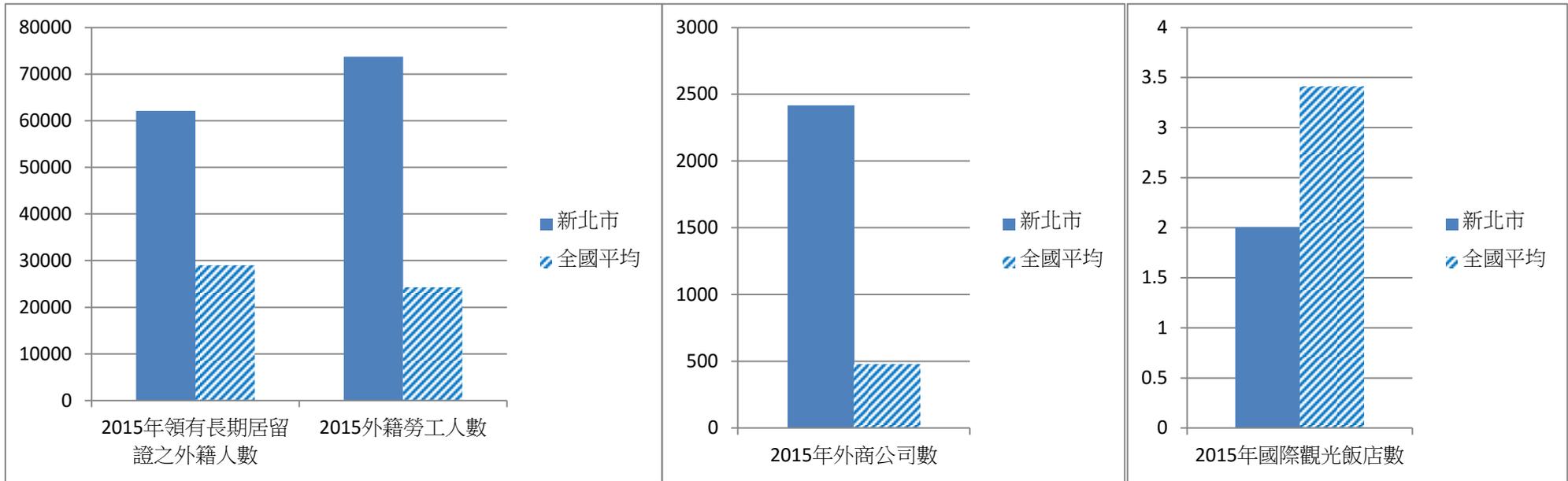
● 觀光旅遊



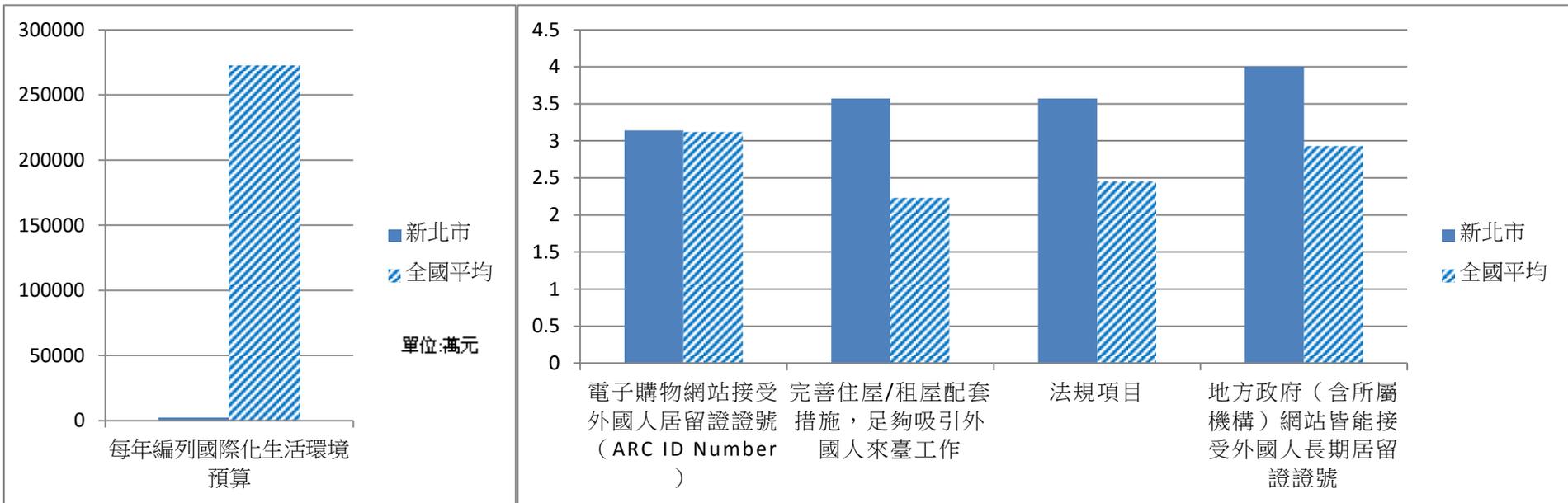
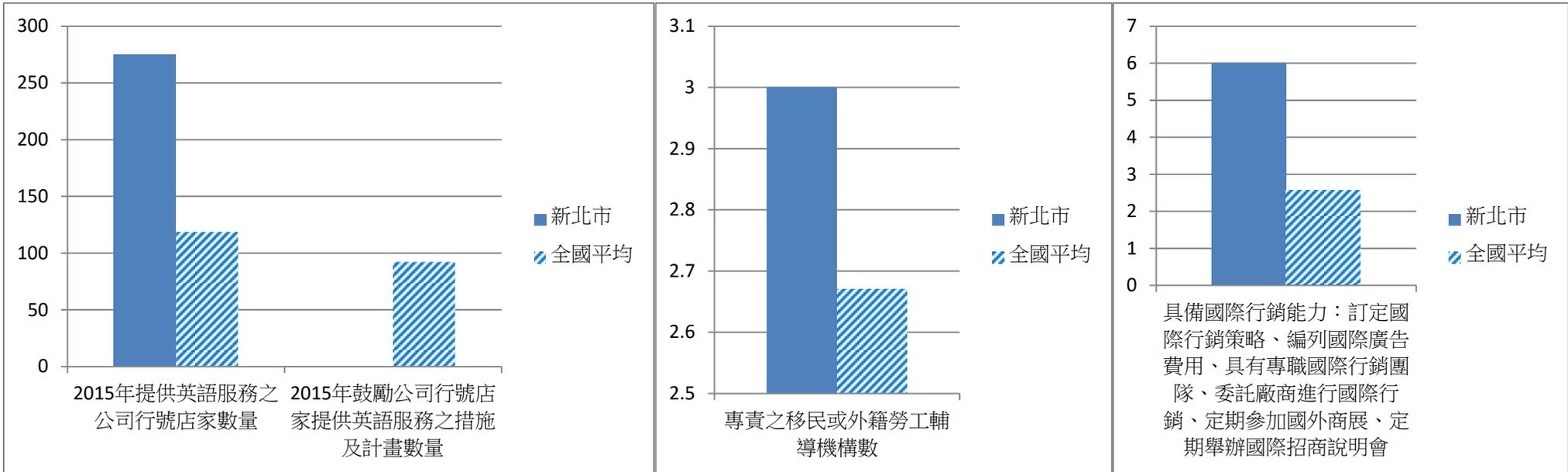
建構國際生活環境調查及輔導機制



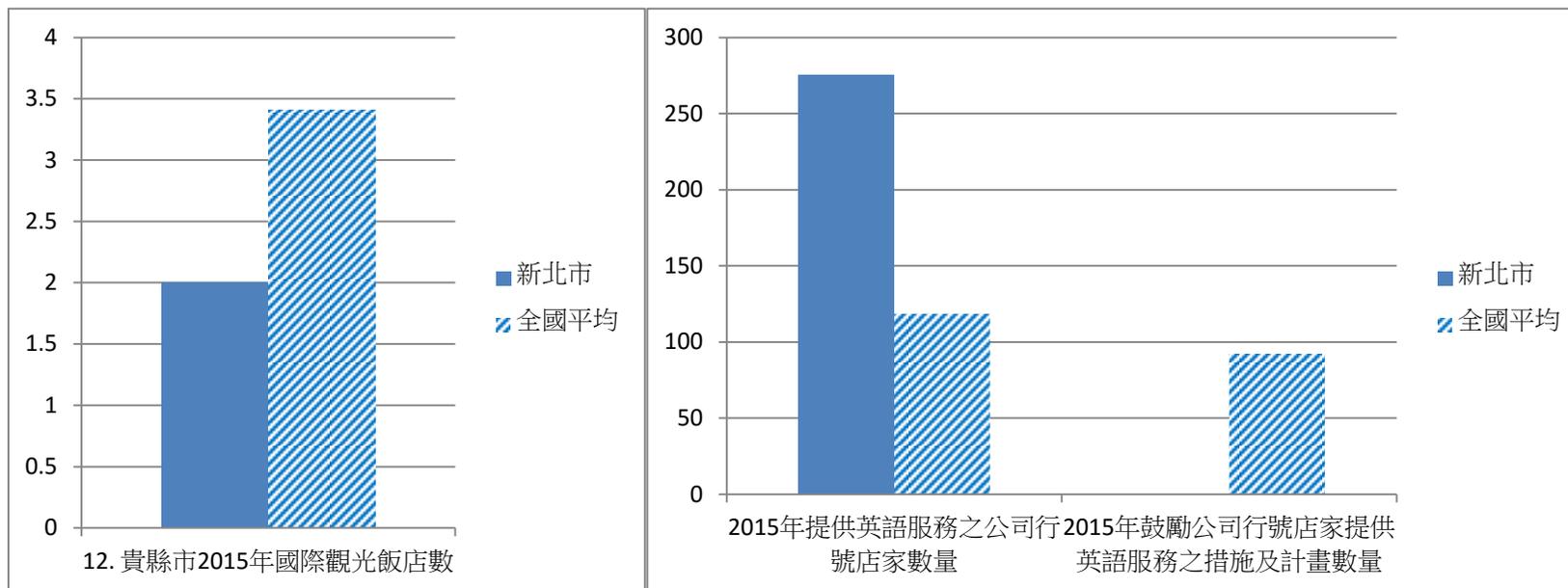
● 產業發展投資



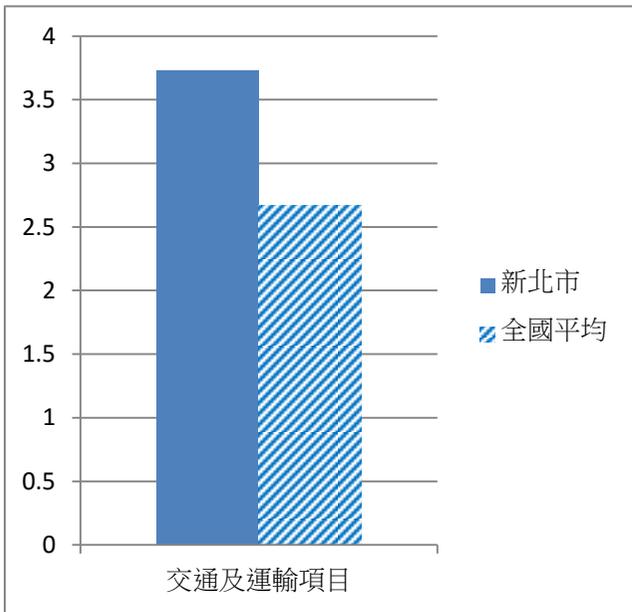
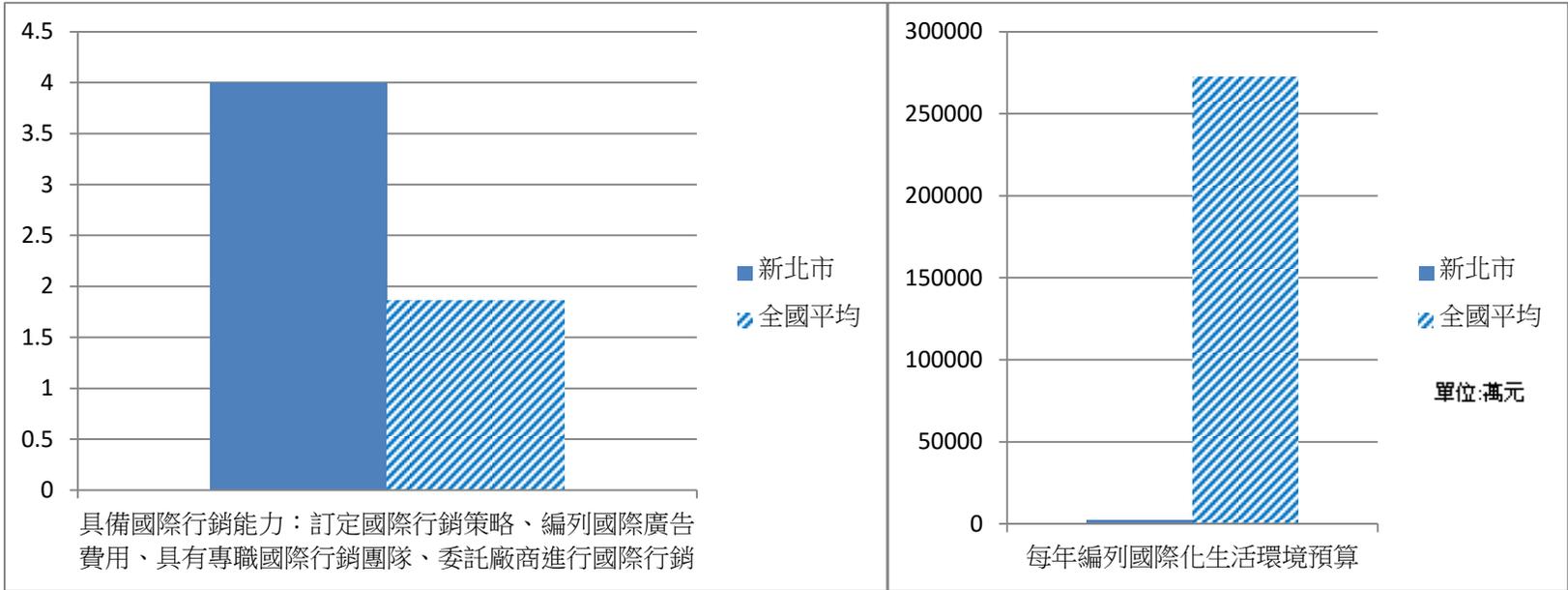
建構國際生活環境調查及輔導機制



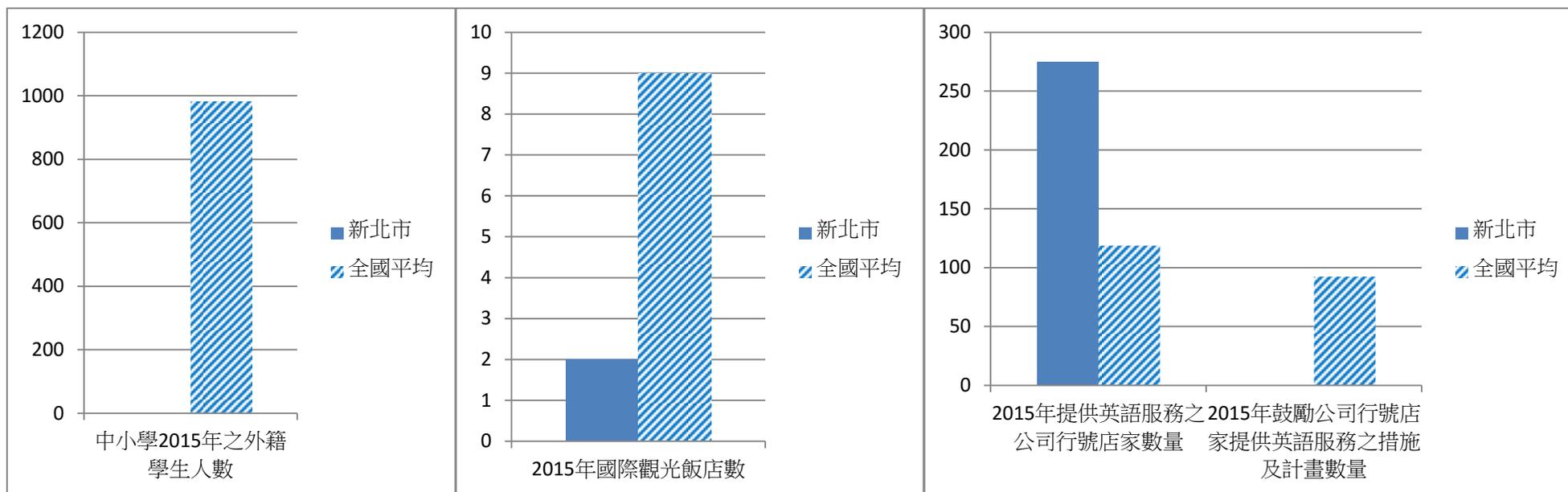
● 交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制



● 國際教育



建構國際生活環境調查及輔導機制

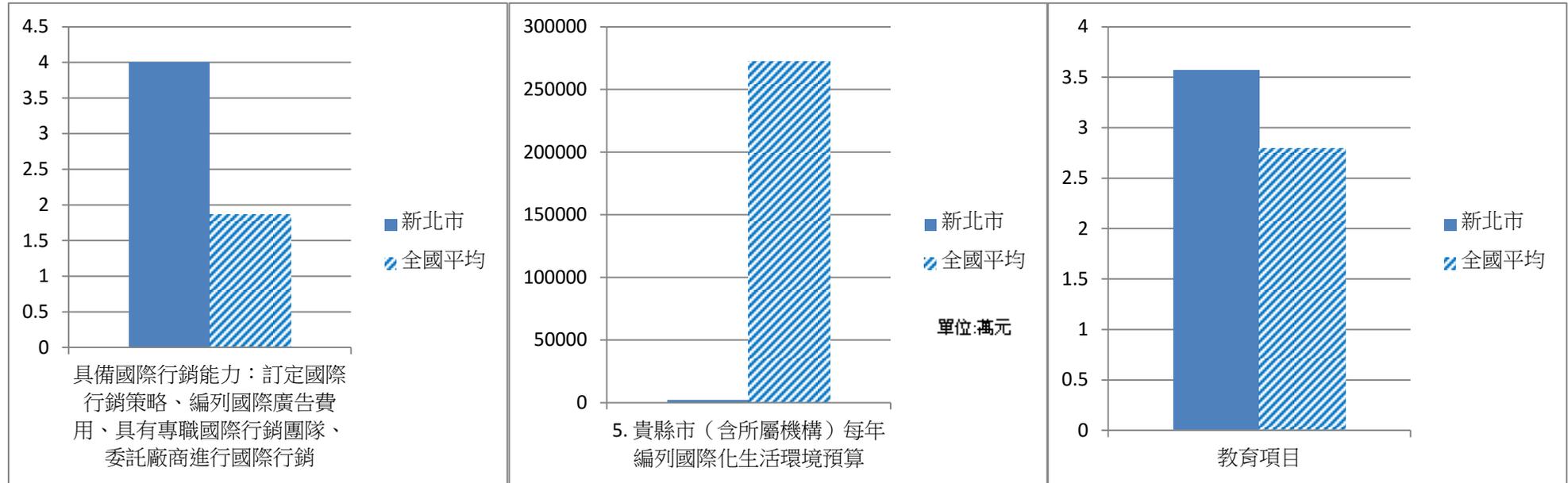
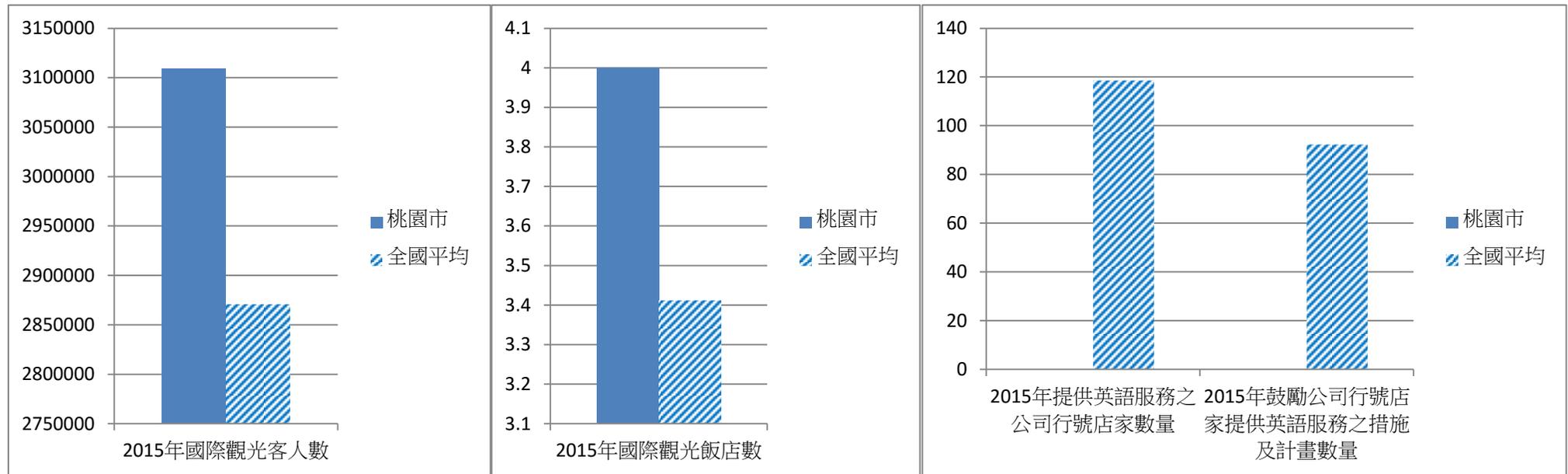


圖 3-2 新北市國際化定位分析

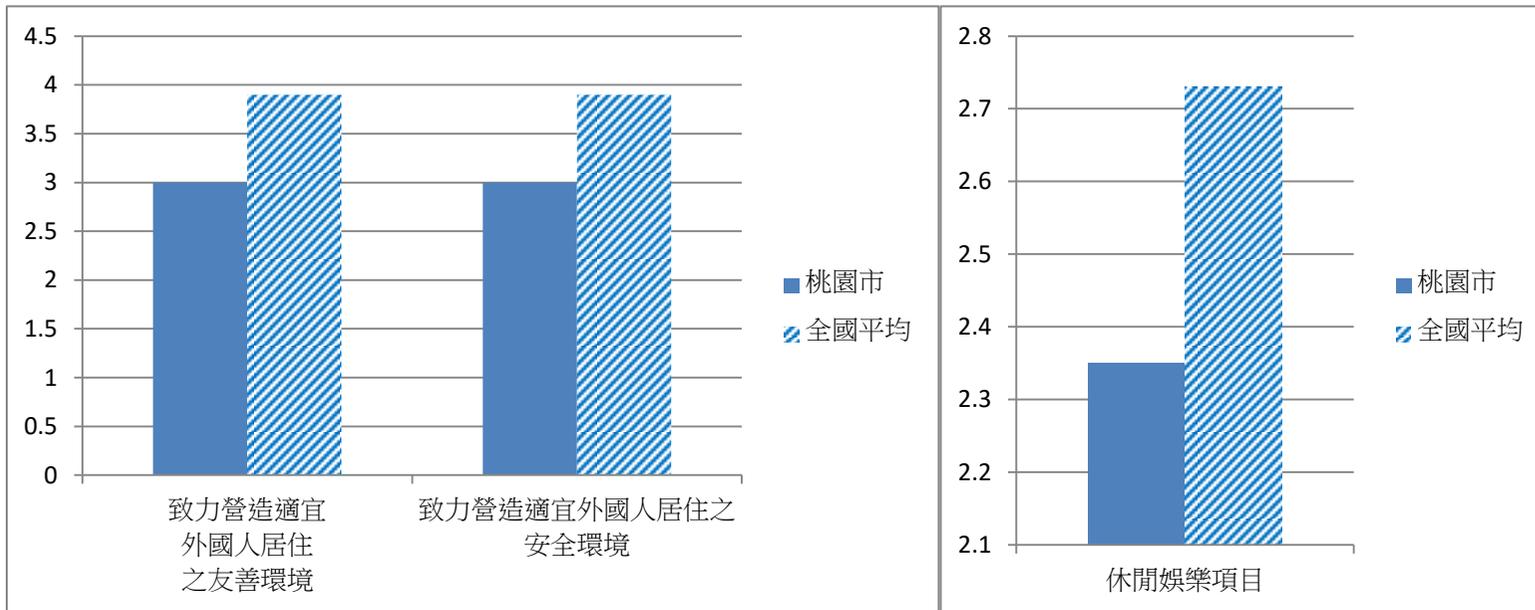
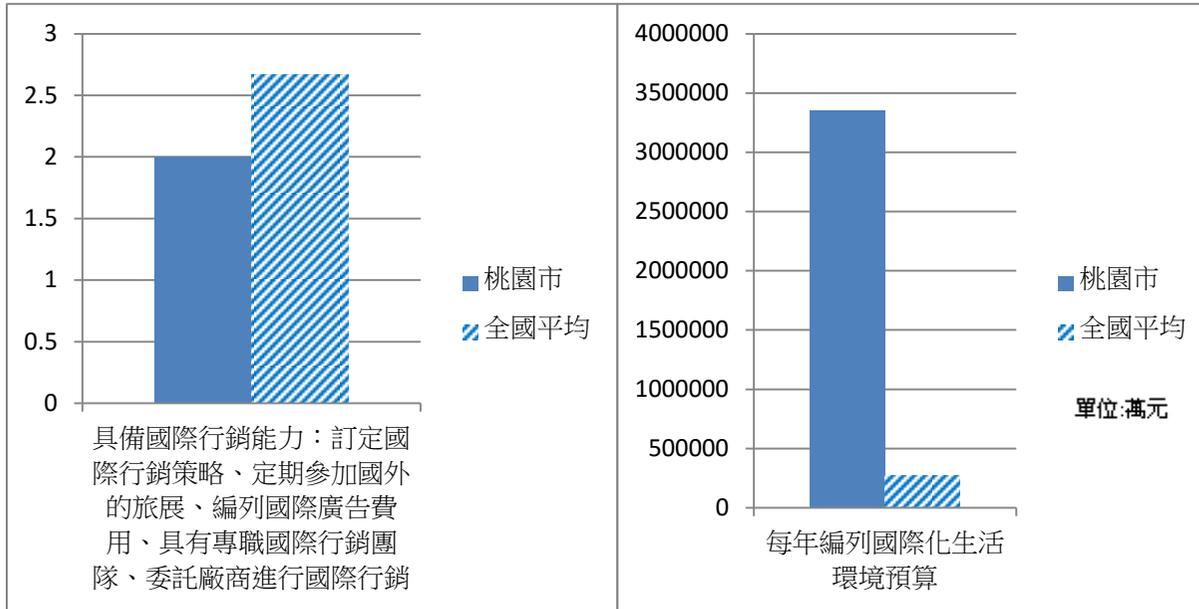
桃園市

所有縣市中，桃園市與嘉義市、屏東縣的國際化定位皆為觀光旅遊、產業發展投資及交通轉運。在觀光旅遊部分，桃園市的國際觀光客人數達到三百萬人次，且定期參加國外旅展；而在產業發展投資部分，桃園市擁有全台最多位外籍勞工數，將近十萬人，而外商公司投資金額為台幣三十四億元；交通轉運方面，桃園擁有桃園國際機場，且其交通及運輸項目的國際化平均程度為 2.72，高於整體平均 (2.67)。

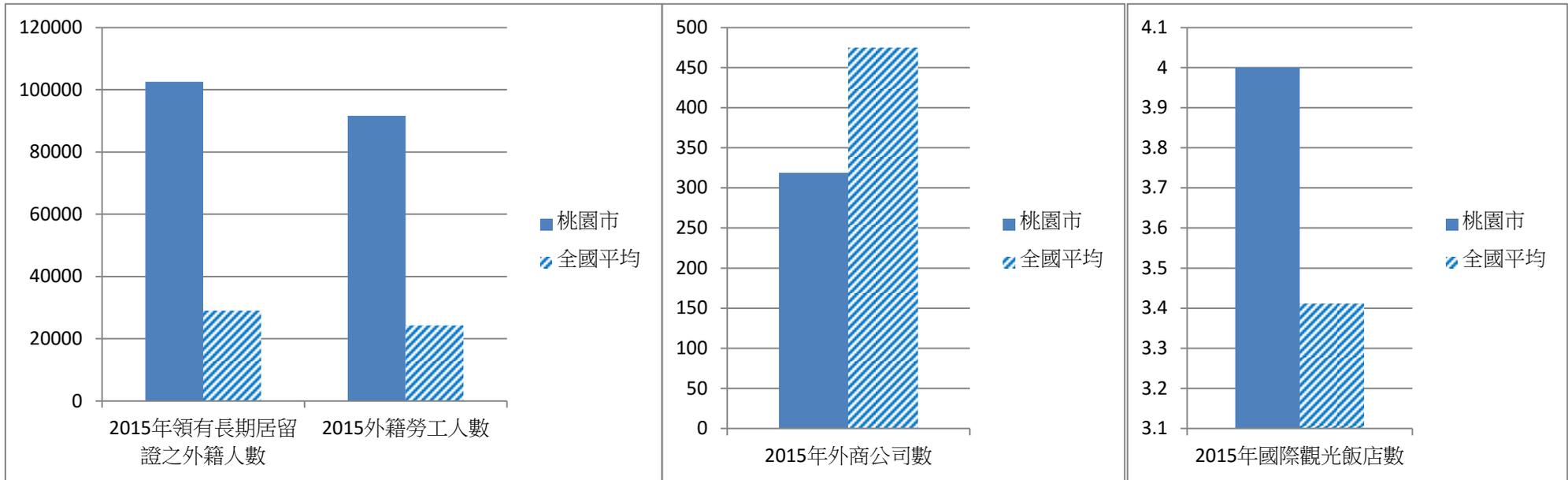
● 觀光旅遊



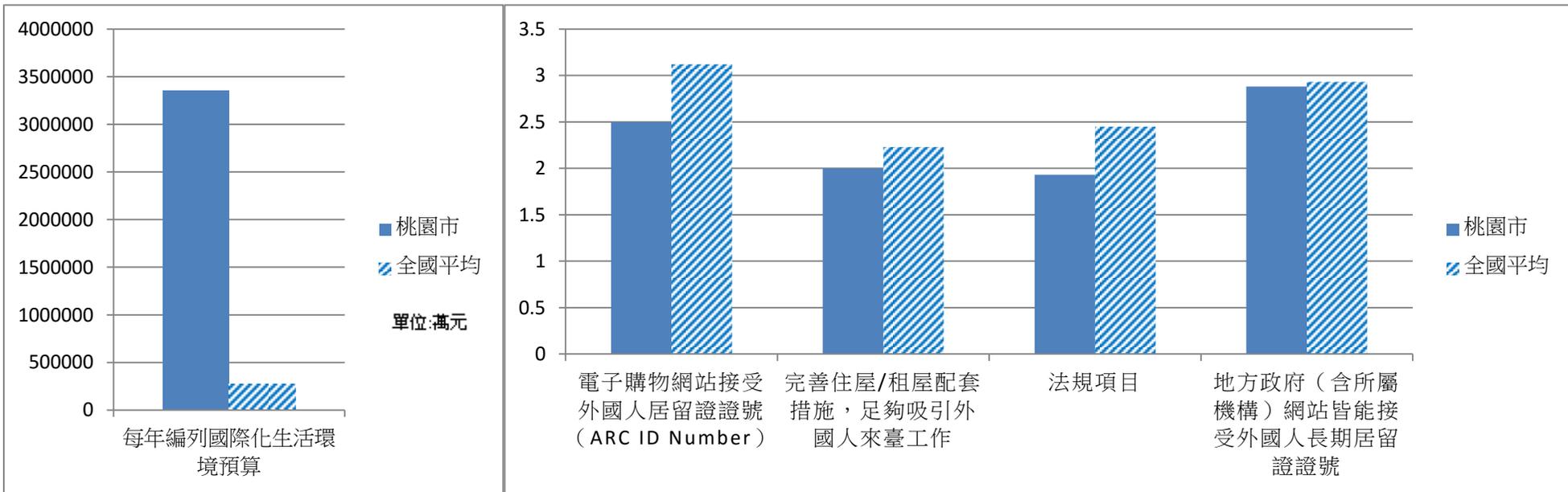
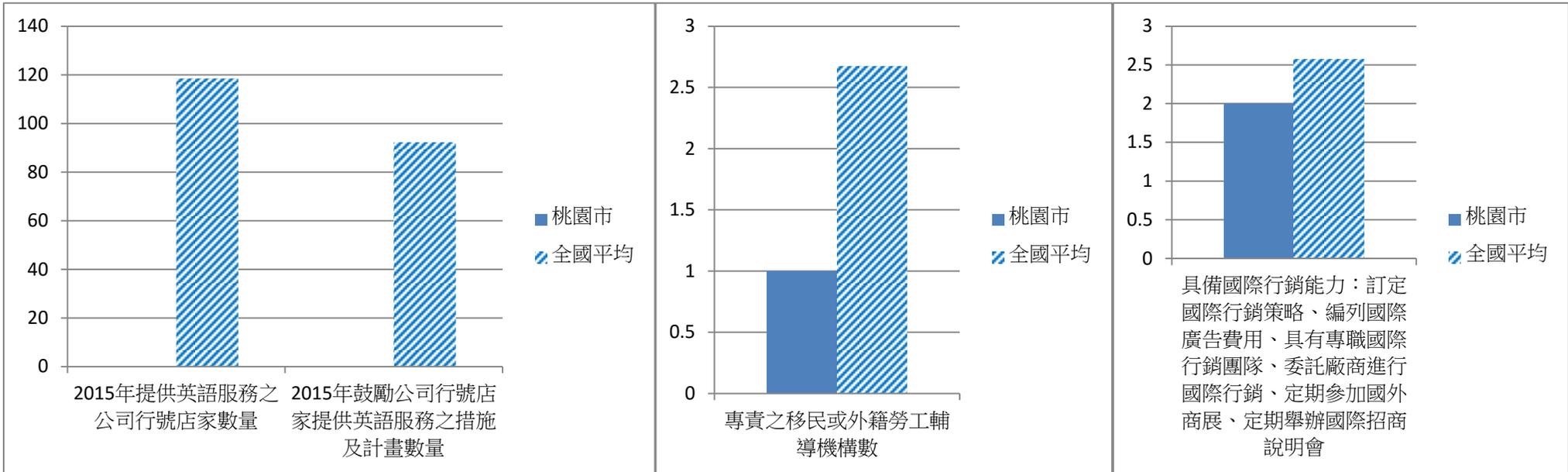
建構國際生活環境調查及輔導機制



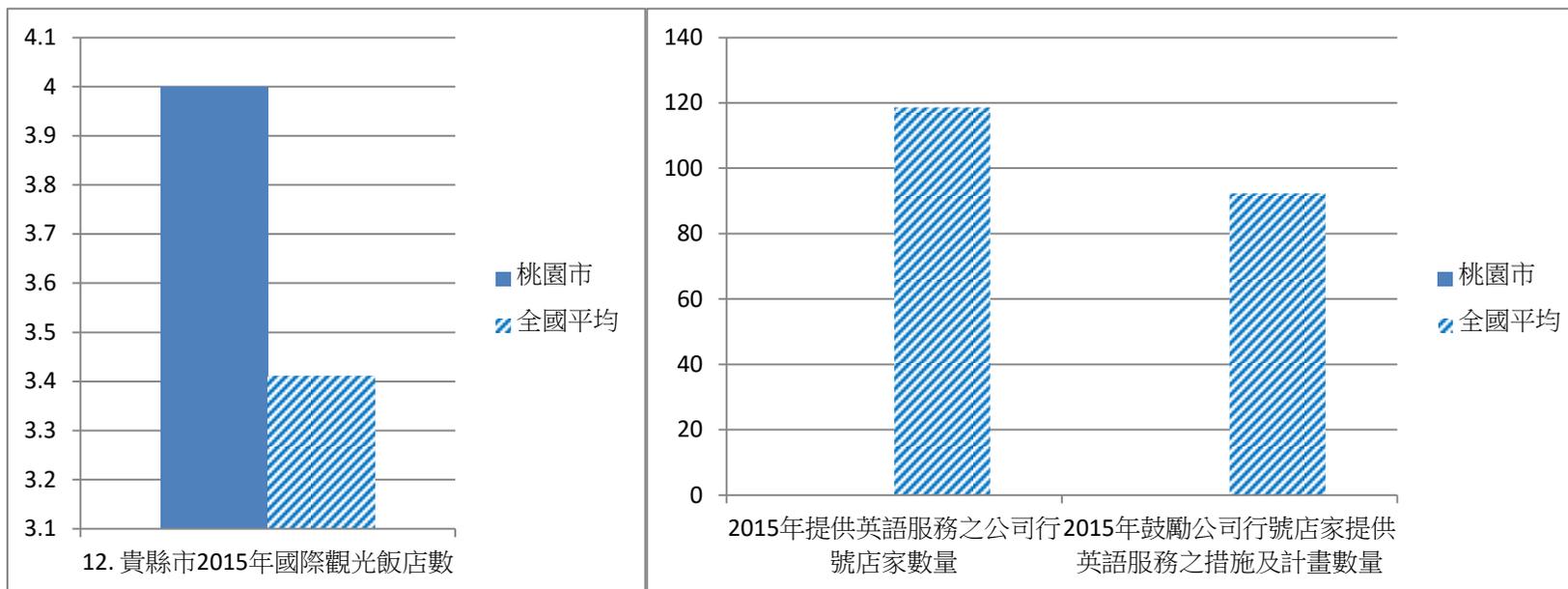
● 產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



● 交通轉運



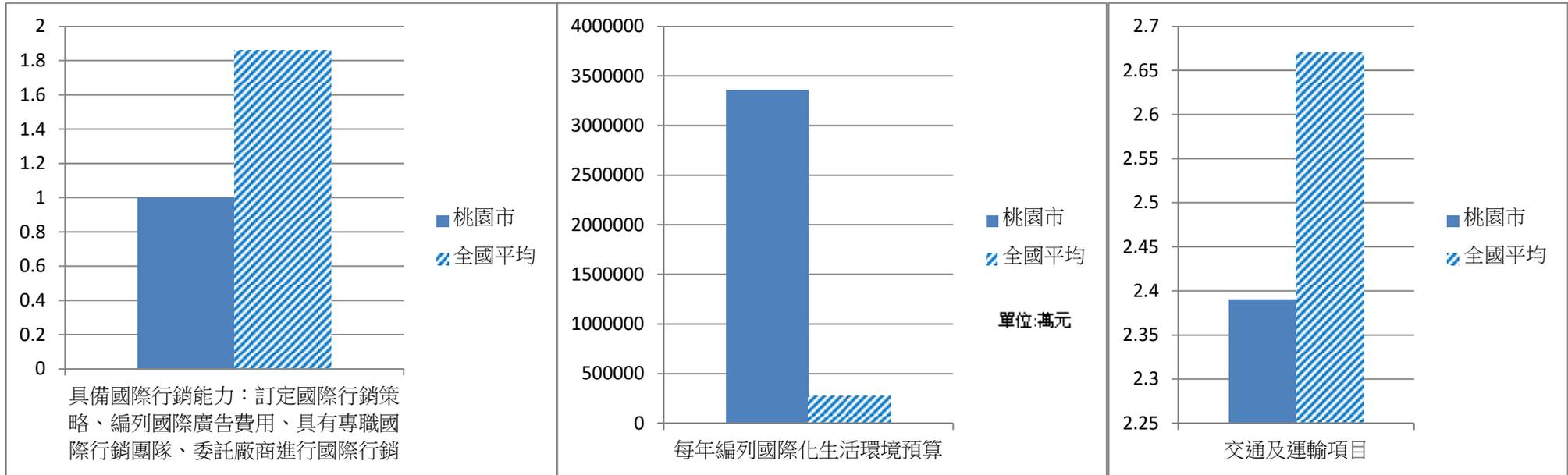


圖 3-3 桃園市國際化定位分析

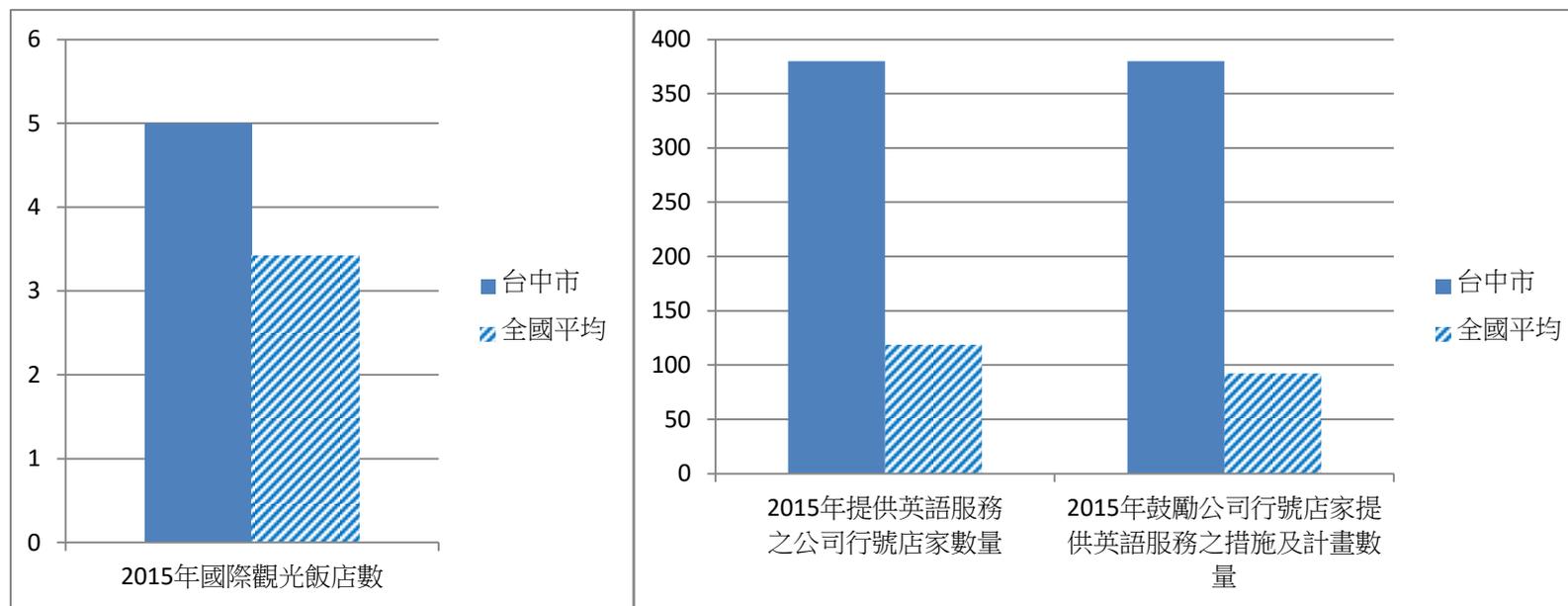
臺中市

五都中，臺中市與臺北市皆將自己的國際化定位為：文化歷史、觀光旅遊及產業發展投資。

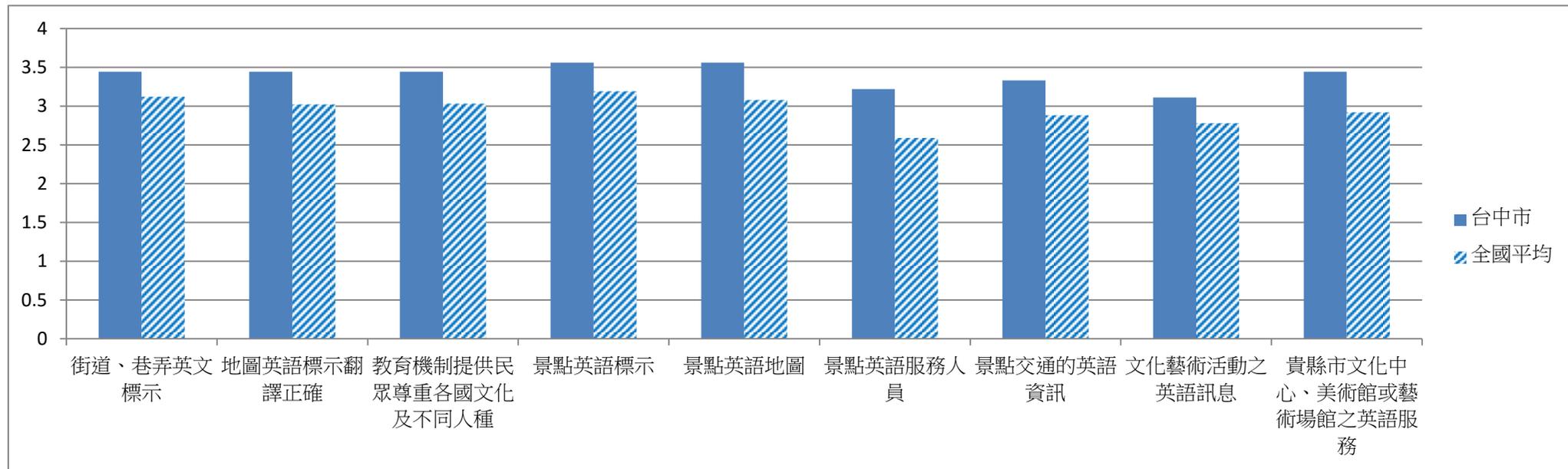
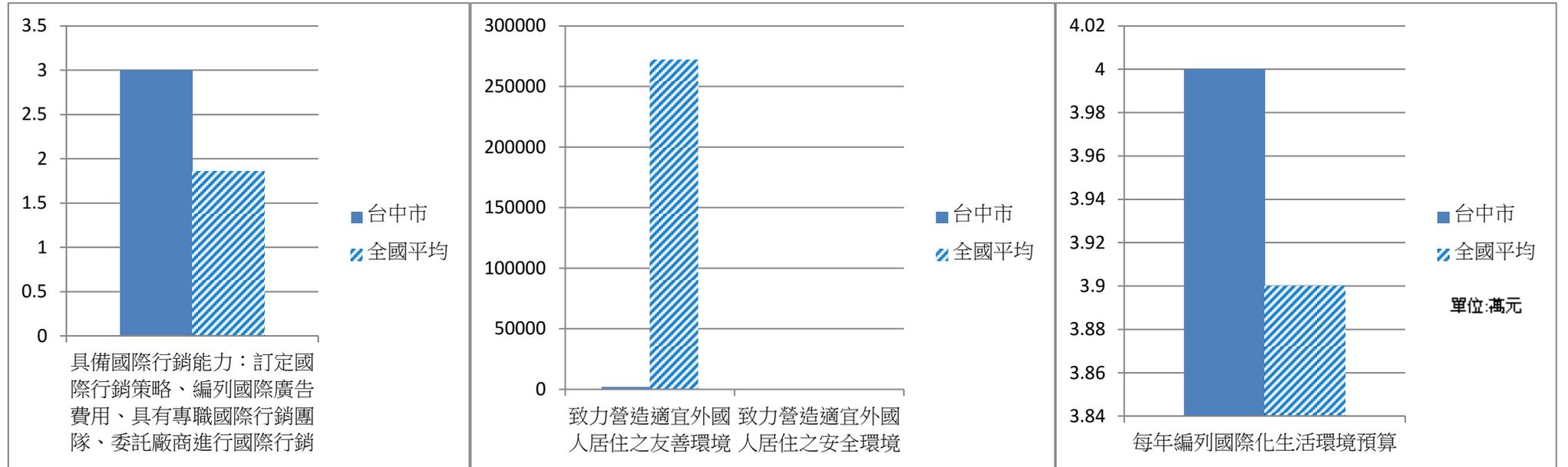
文化歷史方面，臺中市在「文藝活動之英語訊息」與「文化中心、美術館或藝術場所之英語服務」的普遍程度雖略低於臺北市，但仍高於整體平均。

在觀光旅遊方面，臺中市的 2015 年國際觀光客人數高達一千萬人，高於臺北市，且其休閒娛樂項目的平均程度為 3.20，亦高於整體平均（2.73）；最後，在產業發展投資部分，臺中市雖未定期參加國外商展或舉辦招商說明會，但擁有外籍勞工八萬多人，及外商公司一千多家。

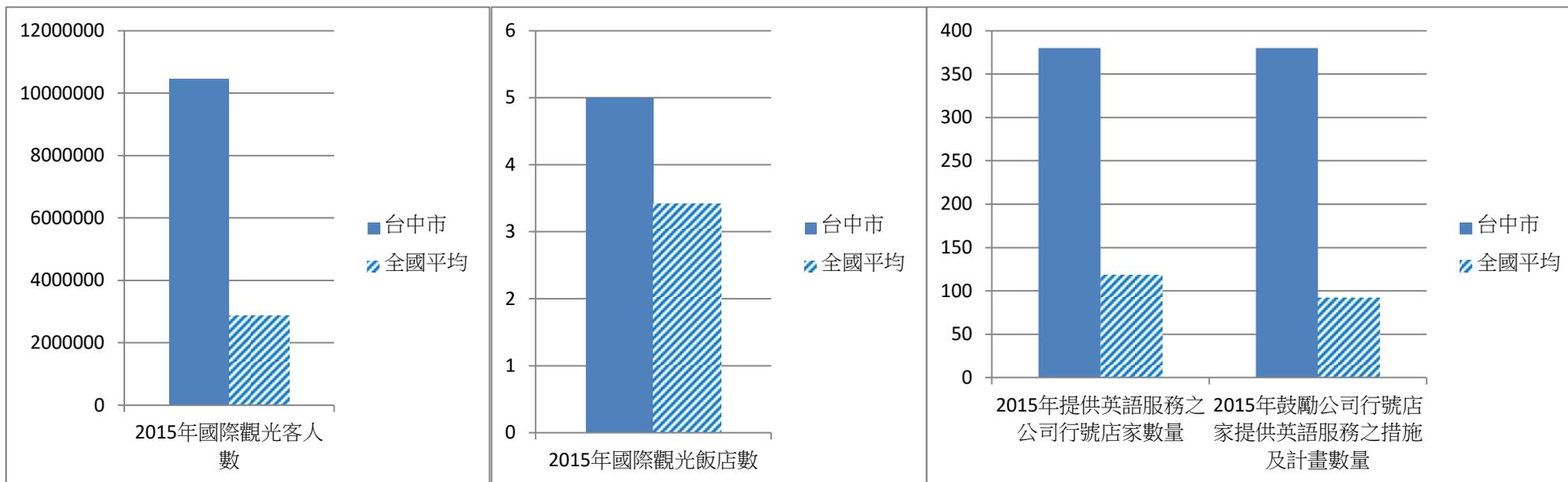
● 文化歷史



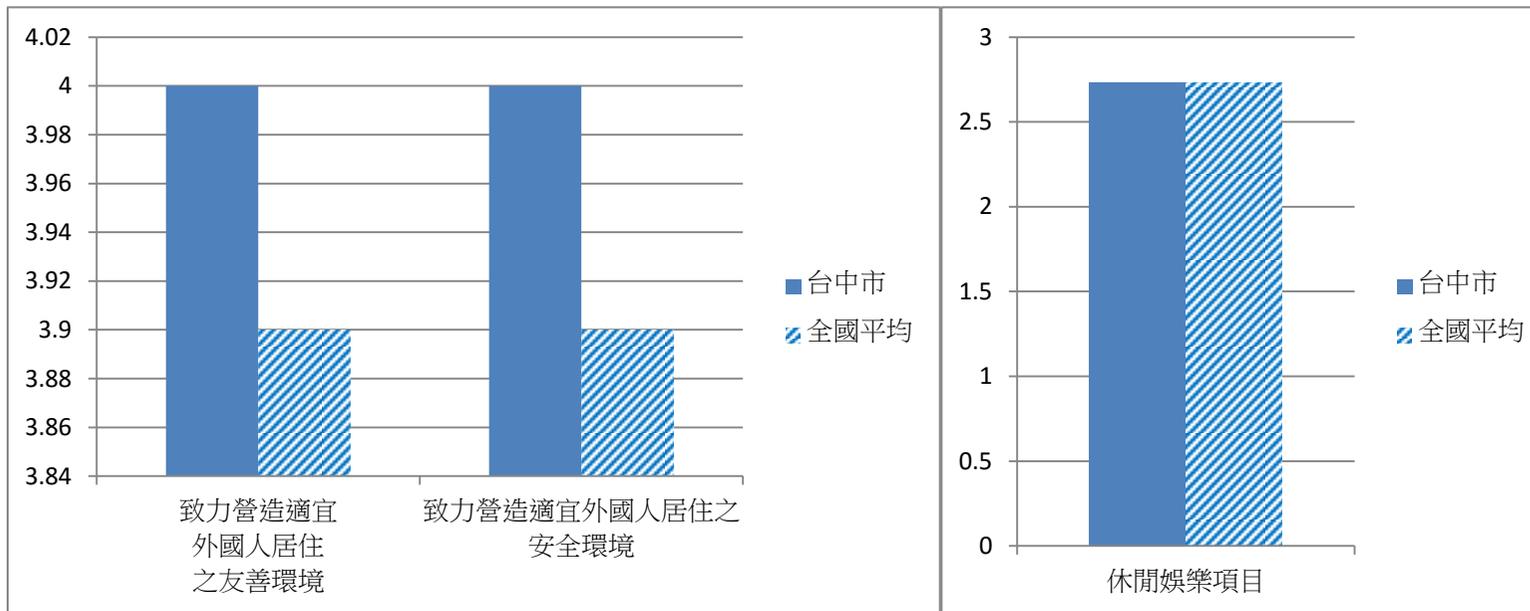
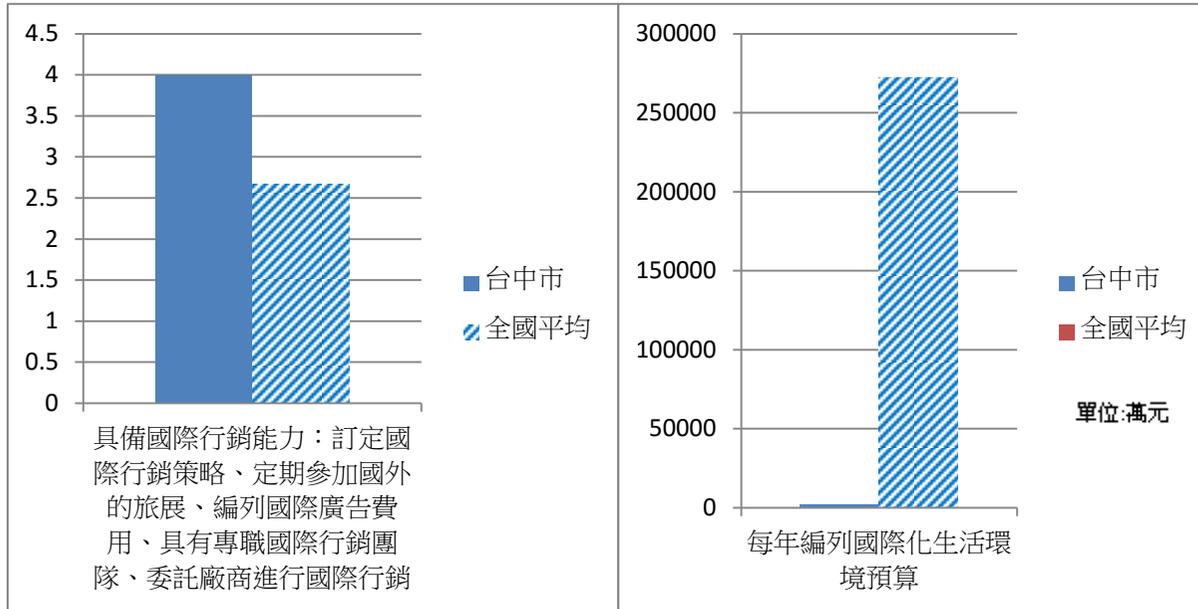
建構國際生活環境調查及輔導機制



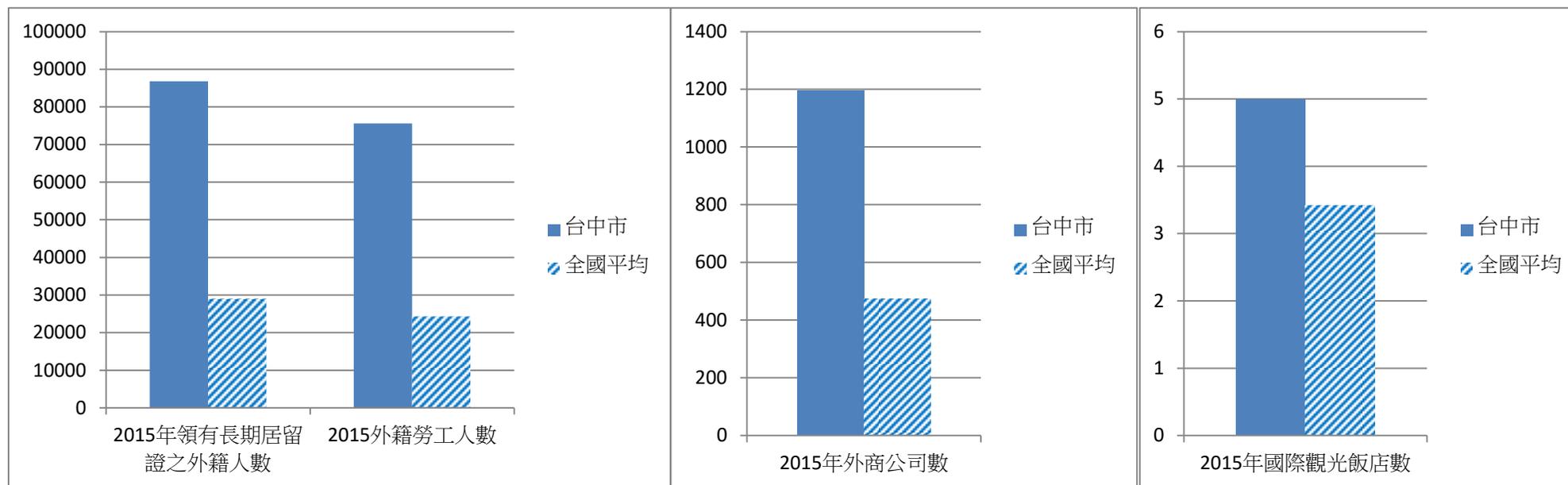
● 觀光旅遊



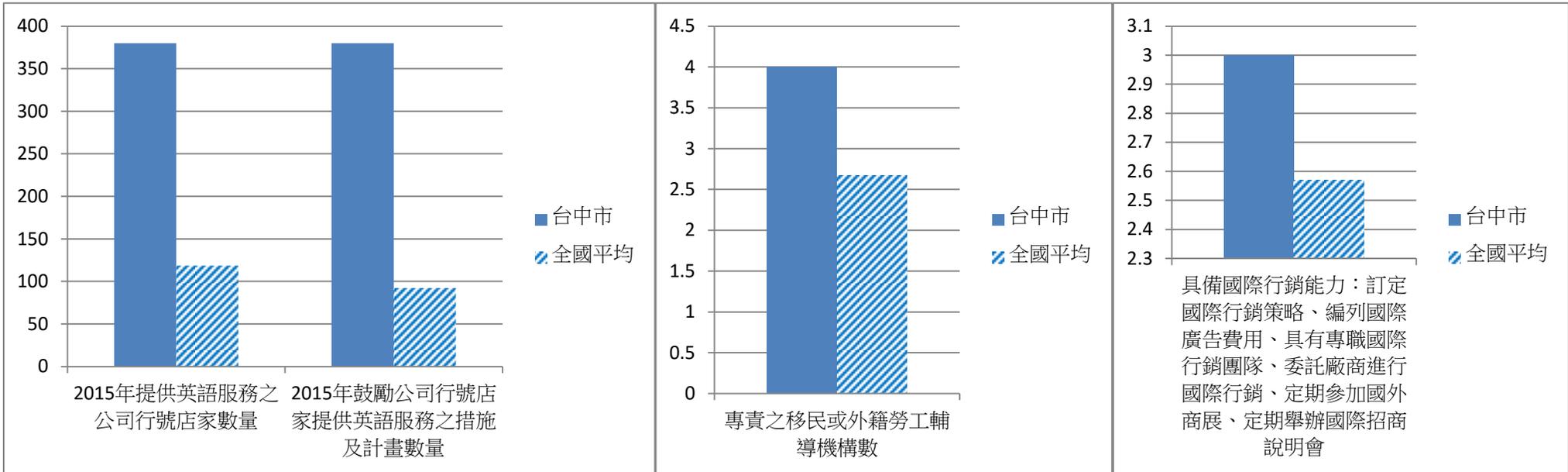
建構國際生活環境調查及輔導機制



● 產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



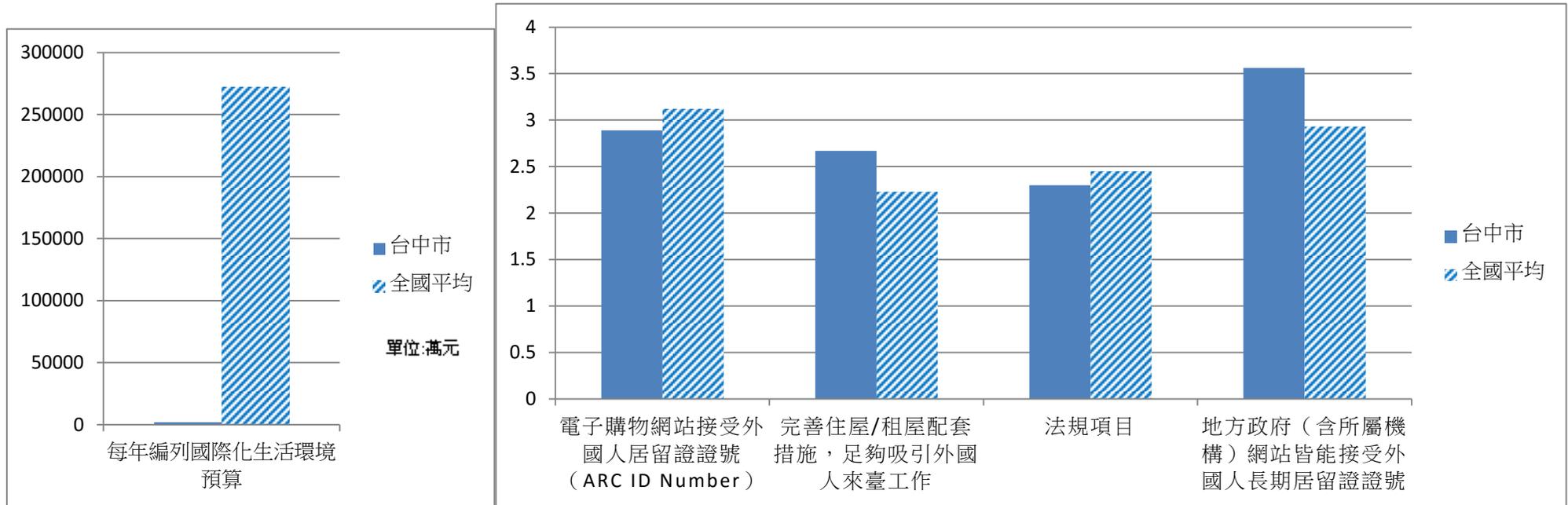


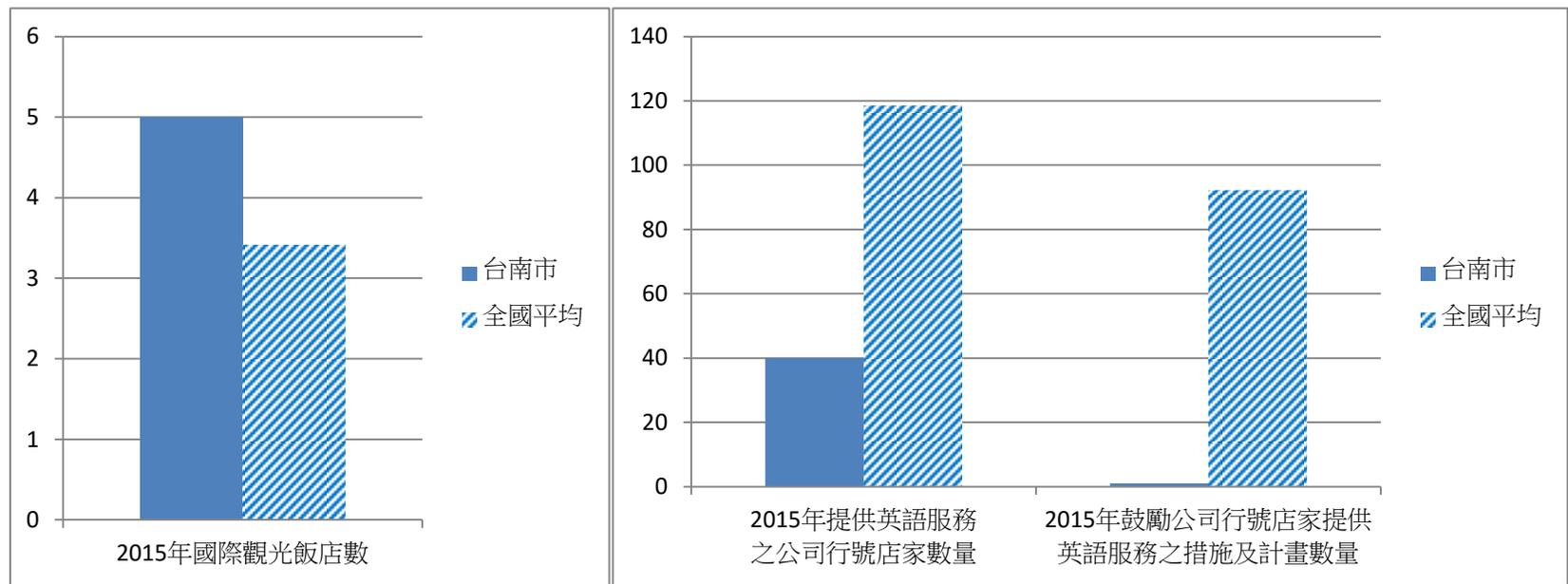
圖 3-4 臺中市國際化定位分析

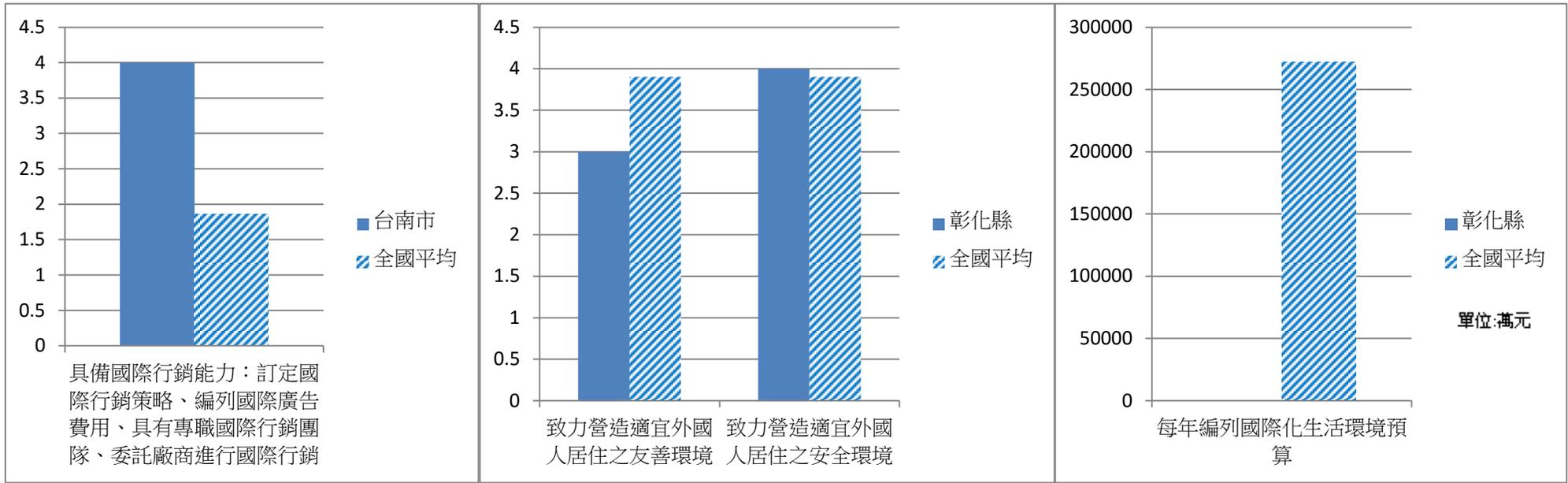
臺南市

臺南市的國際化定位為「文化歷史，產業發展投資及國際教育」。

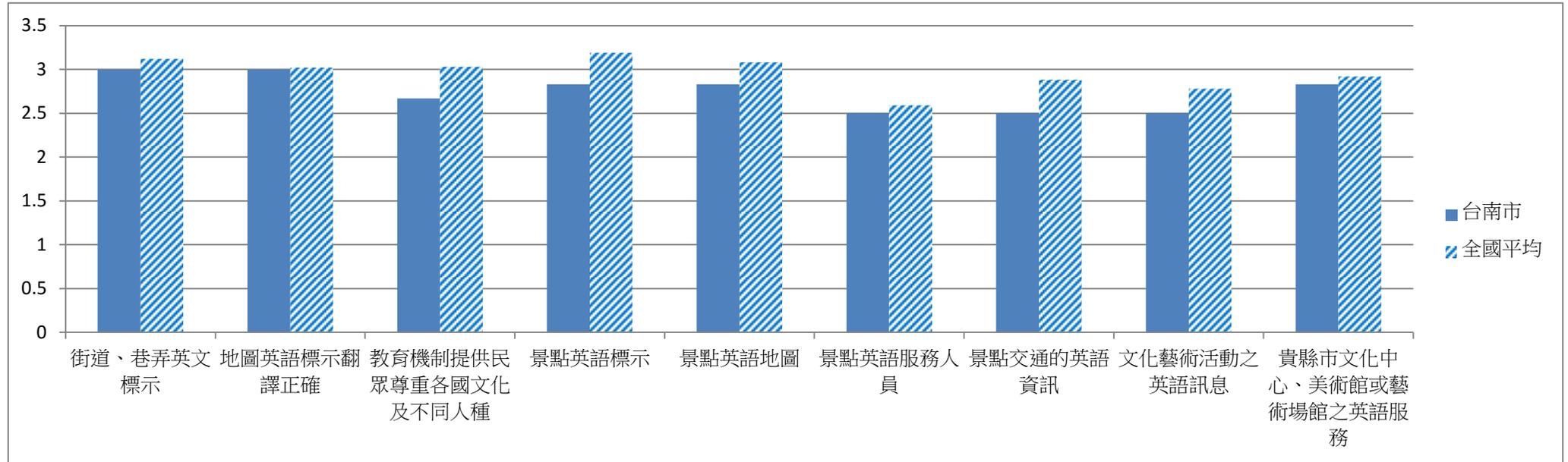
臺南市雖擁有許多古蹟，而在「文藝活動之英語訊息」與「文化中心、美術館或藝術場所之英語服務」的普遍程度卻並未顯著異於平均。在產業發展投資部分，臺南市的外商投資金額約為一千五百億元，僅次於新北市，為全台第二，一定期參加國外商展。而國際教育方面則約有 406 位中小學外籍生，然而在主觀問卷中的教育項目 (2.6)略低於平均 (2.79)。

● 文化歷史

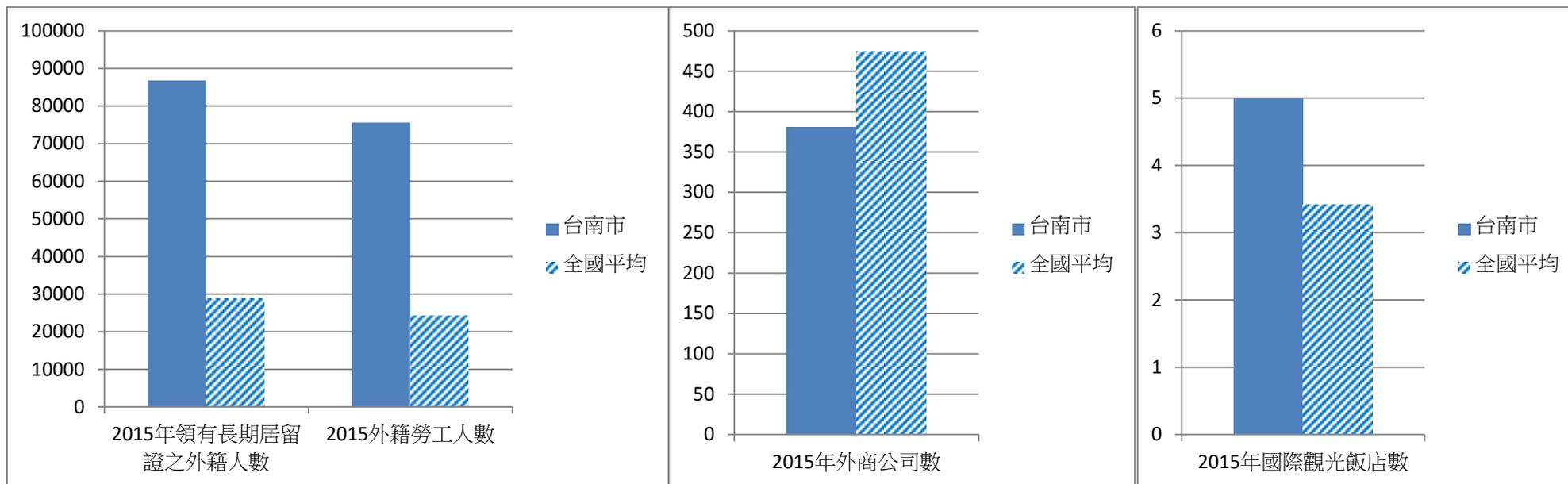




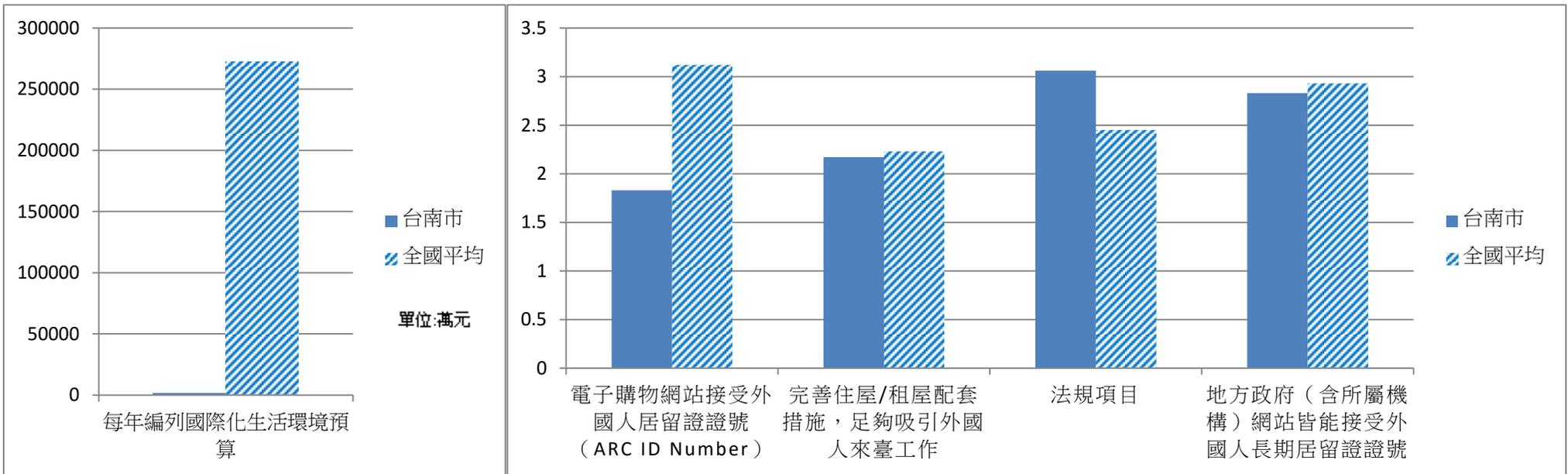
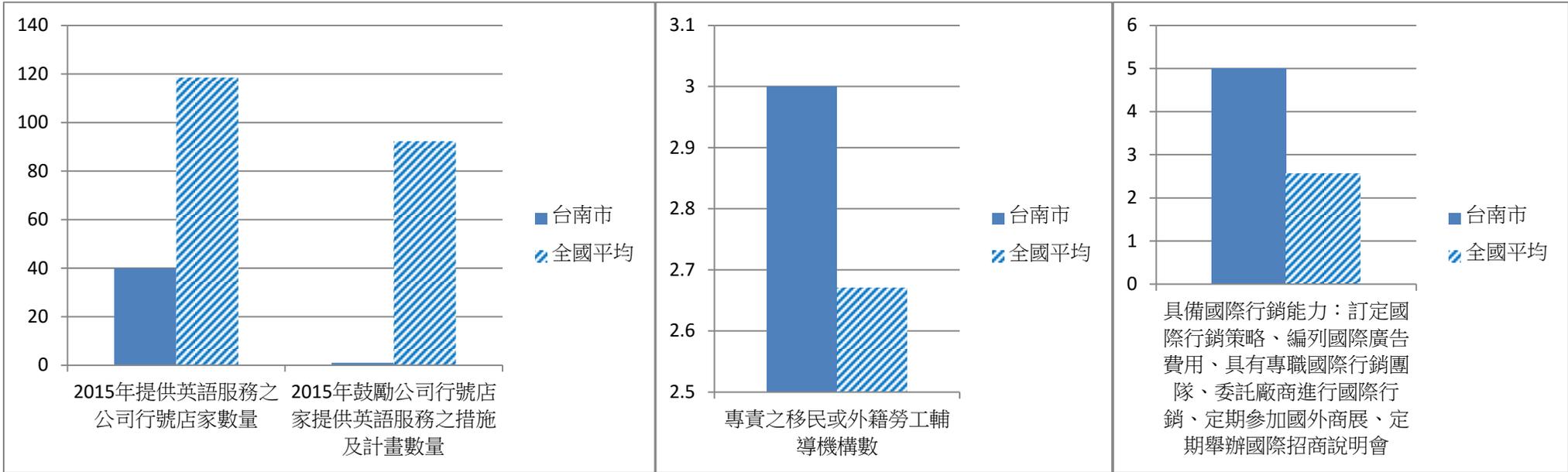
建構國際生活環境調查及輔導機制



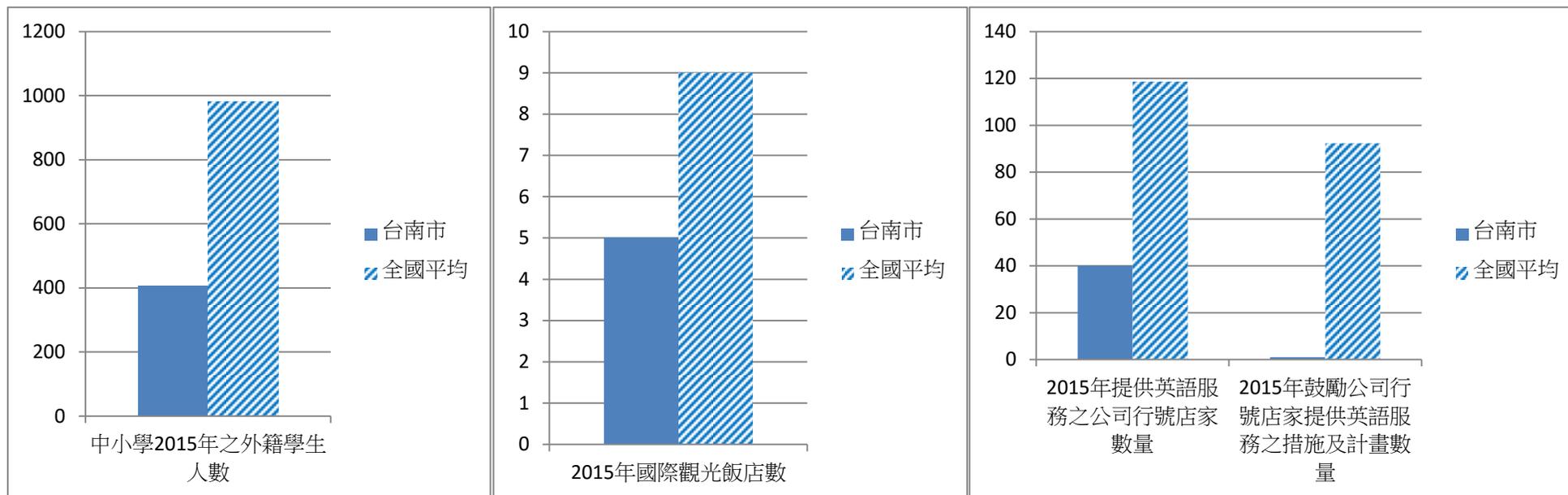
● 產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



● 國際教育



建構國際生活環境調查及輔導機制

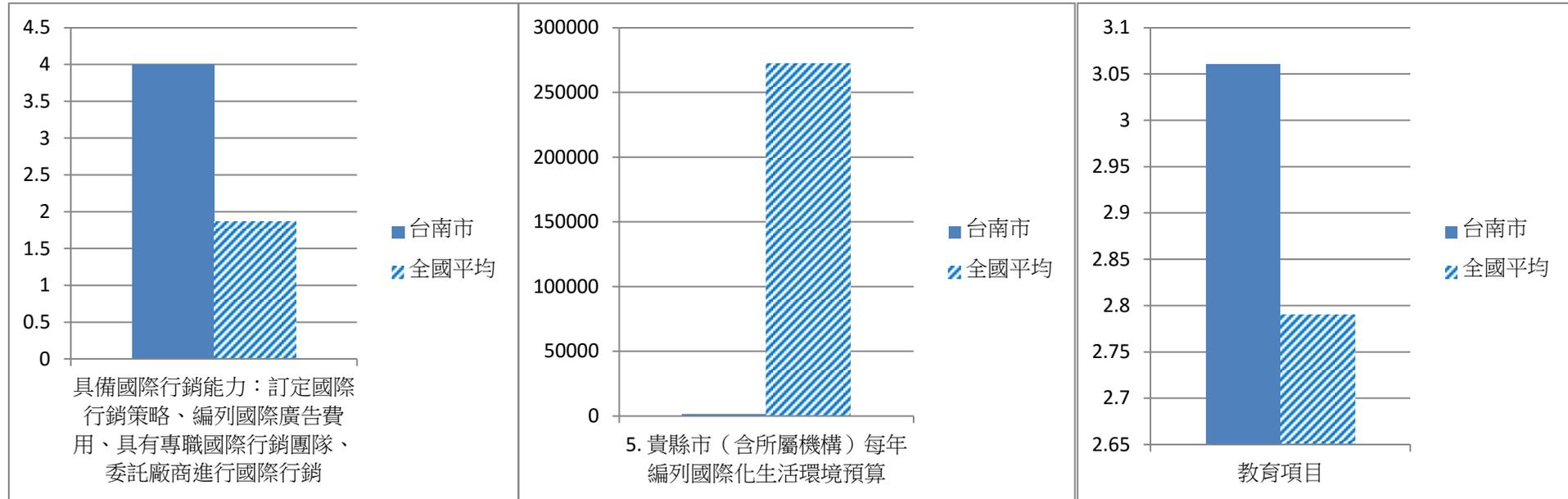


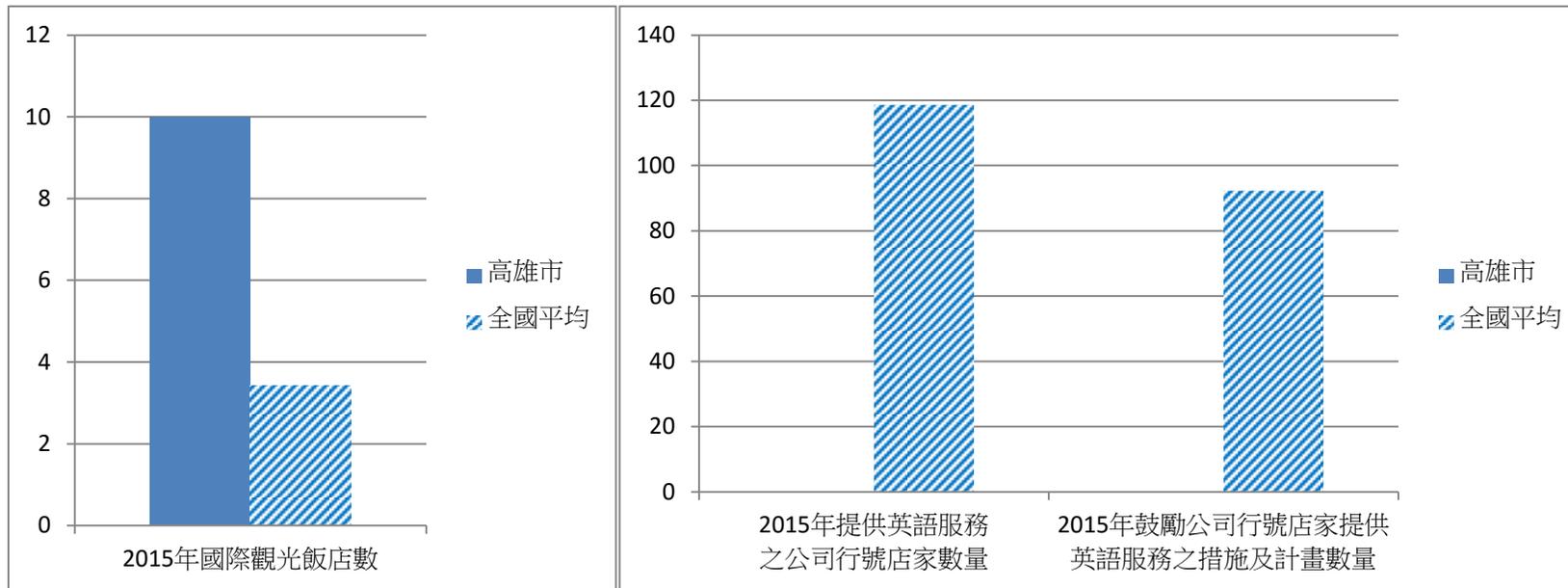
圖 3-5 臺南市國際化定位分析

高雄市

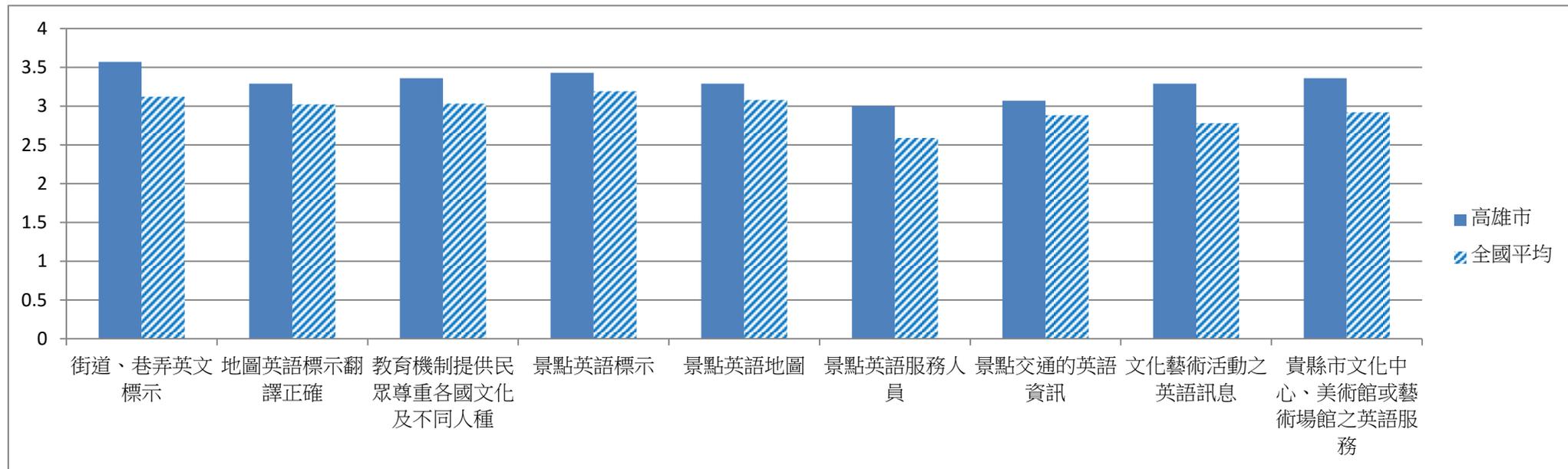
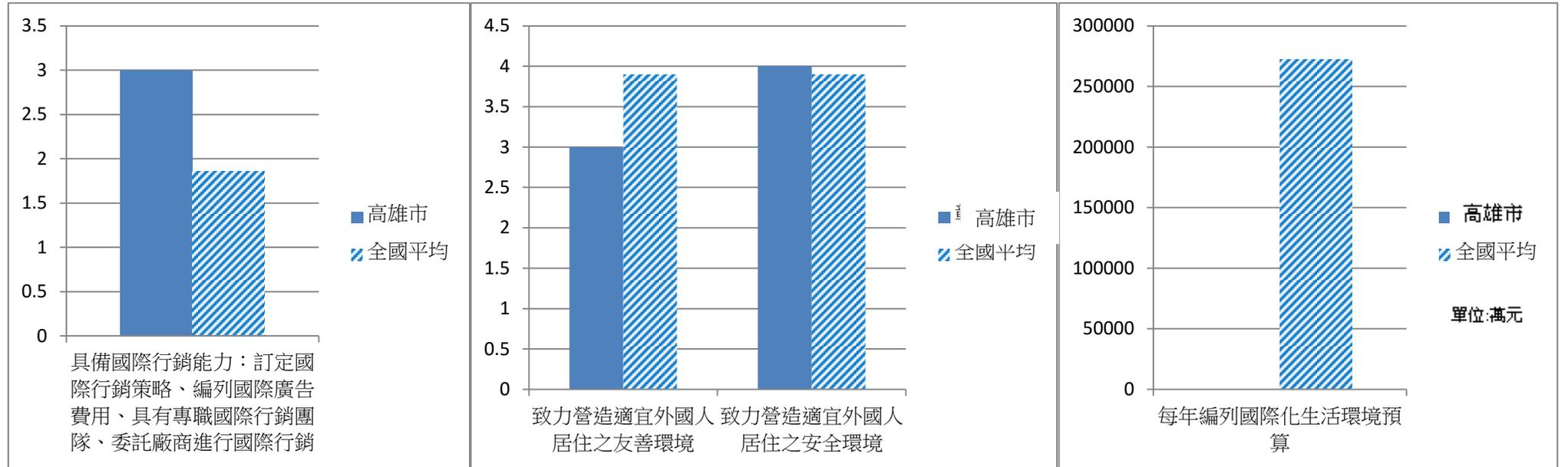
高雄市的國際化定位為「文化歷史、觀光旅遊、產業發展投資及交通轉運」。

高雄市在文化歷史相關的國際化平均程度皆高於平均，且 2015 年有三百五十萬位國際觀光客造訪過高雄市，並有將近五萬名外籍勞工。在交通轉運方面，擁有高雄港及小港機場，且在交通及運輸項目的平均達到 2.93，高於整體平均 (2.67)。整體而言，高雄市具有專職的國際行銷團隊，也定期參加國外旅展，具有良好的國際行銷能力。

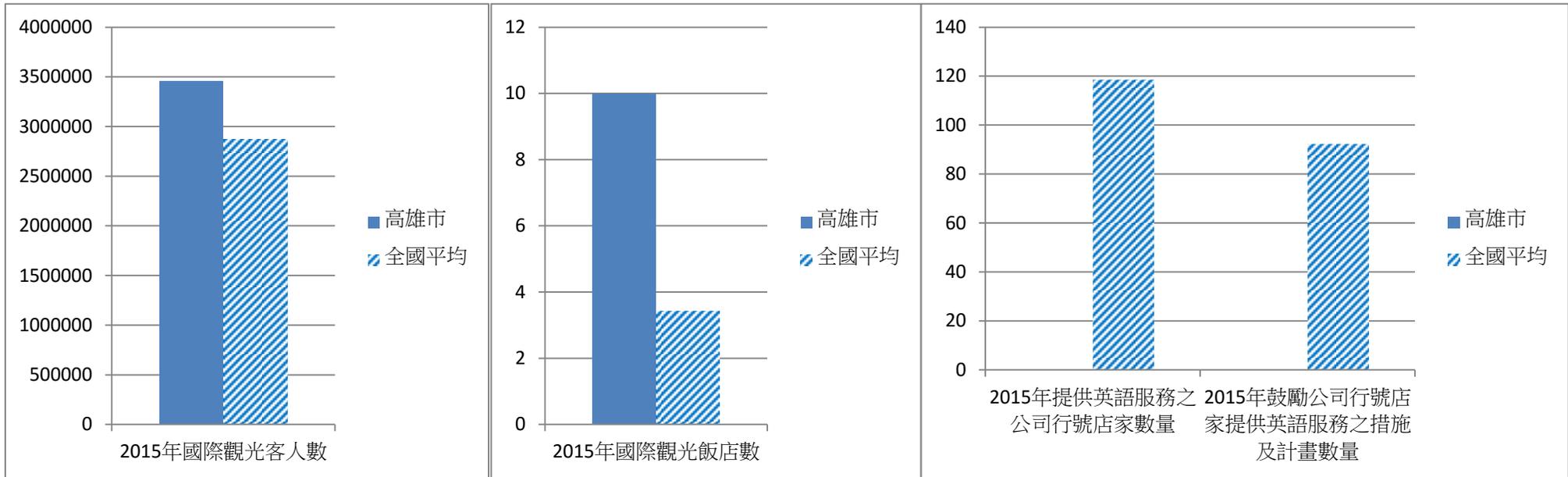
文化歷史



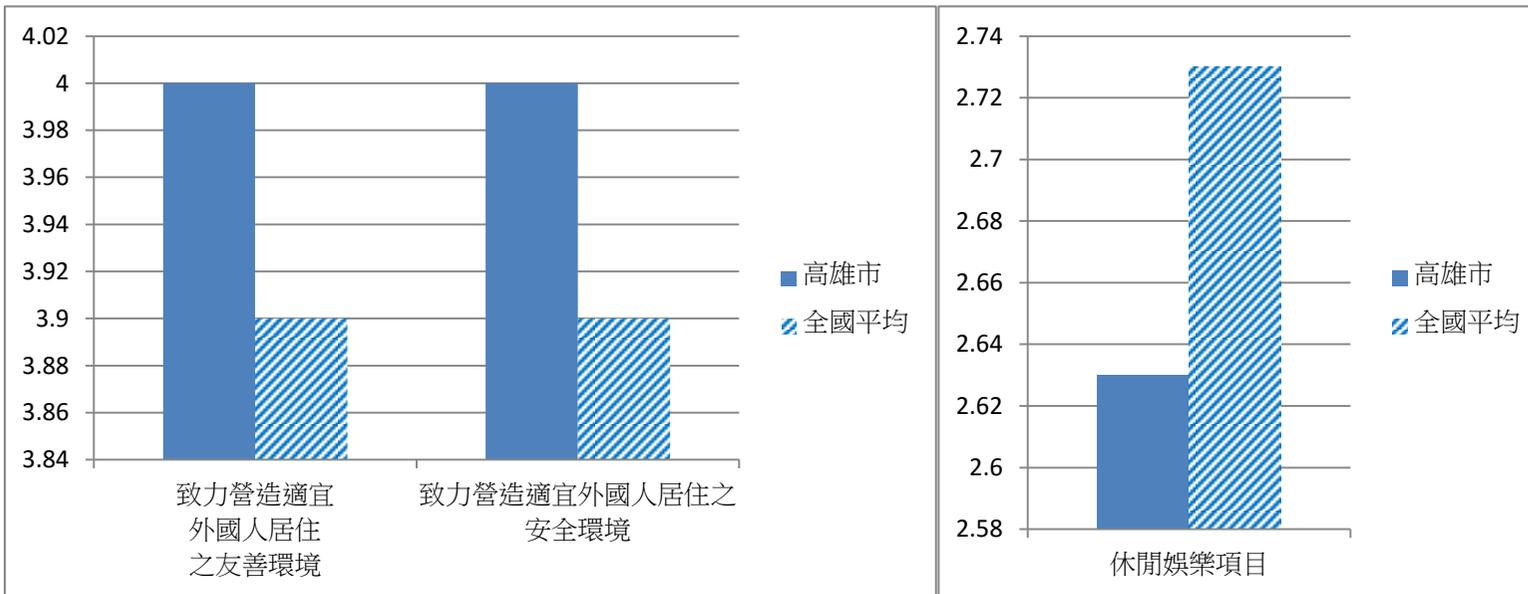
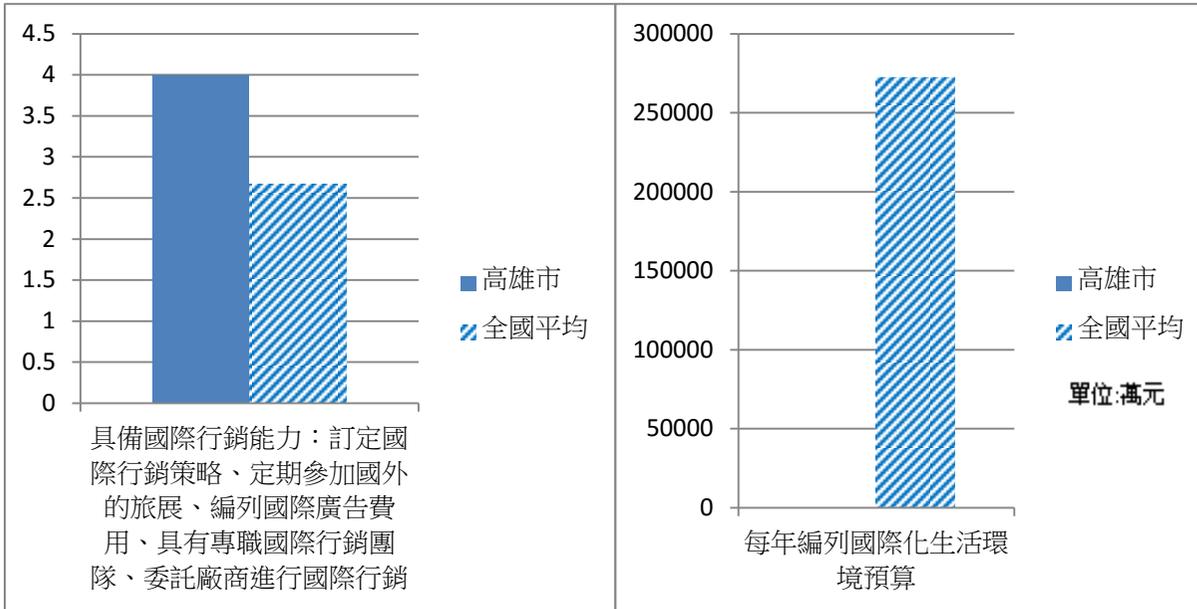
建構國際生活環境調查及輔導機制



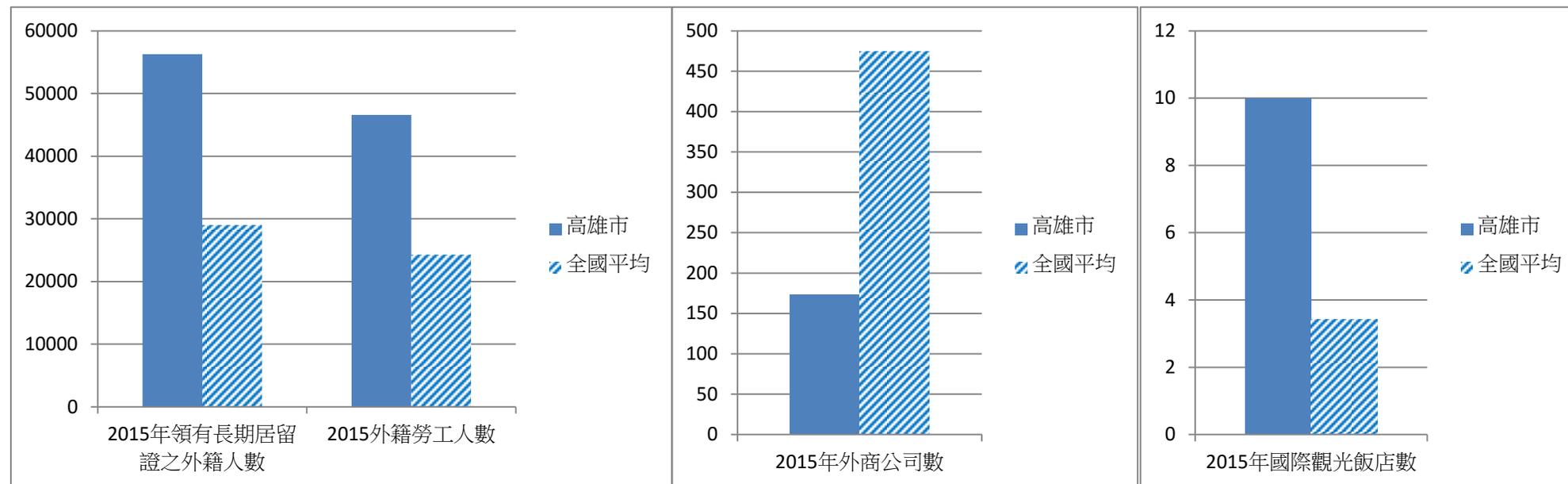
觀光旅遊



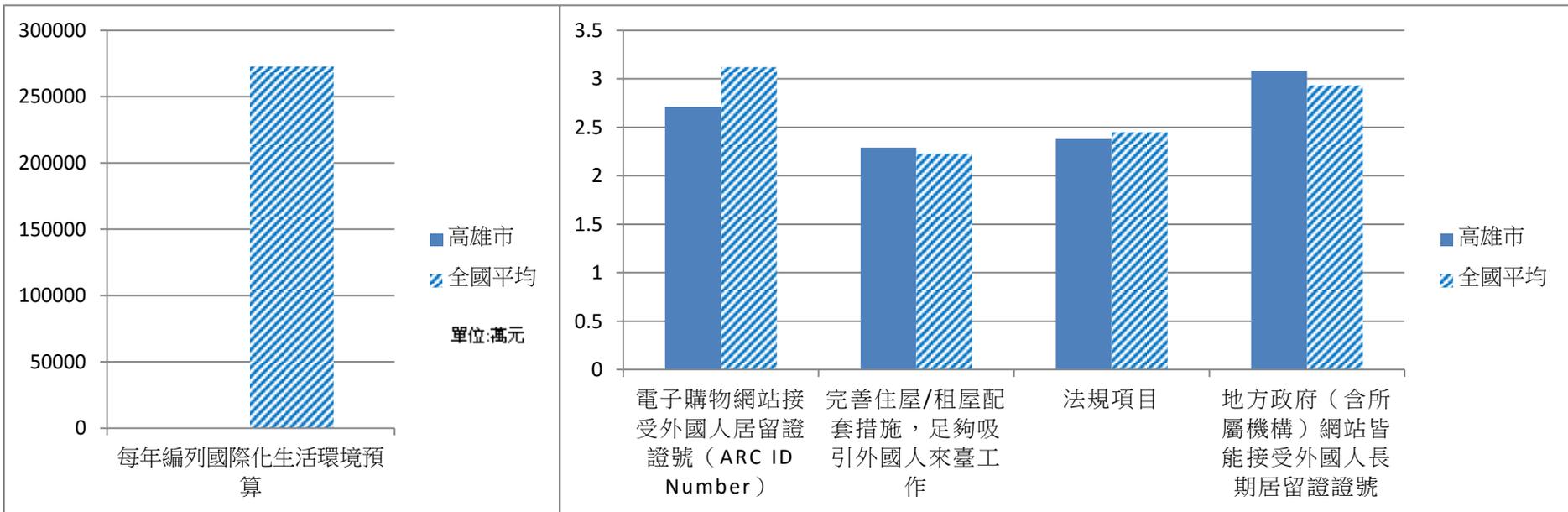
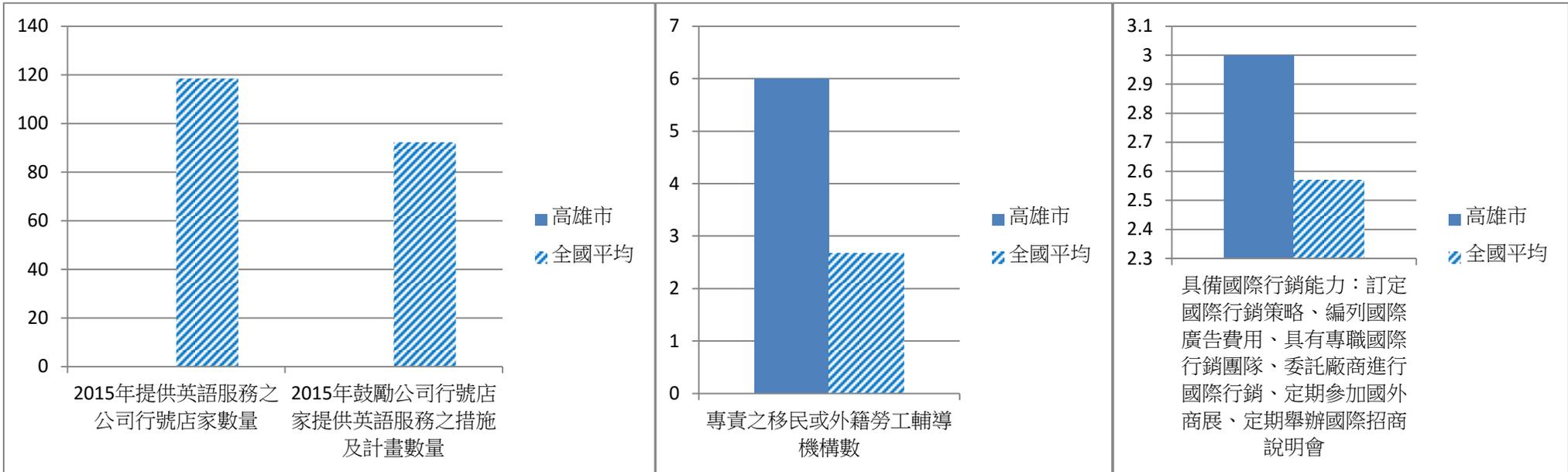
建構國際生活環境調查及輔導機制



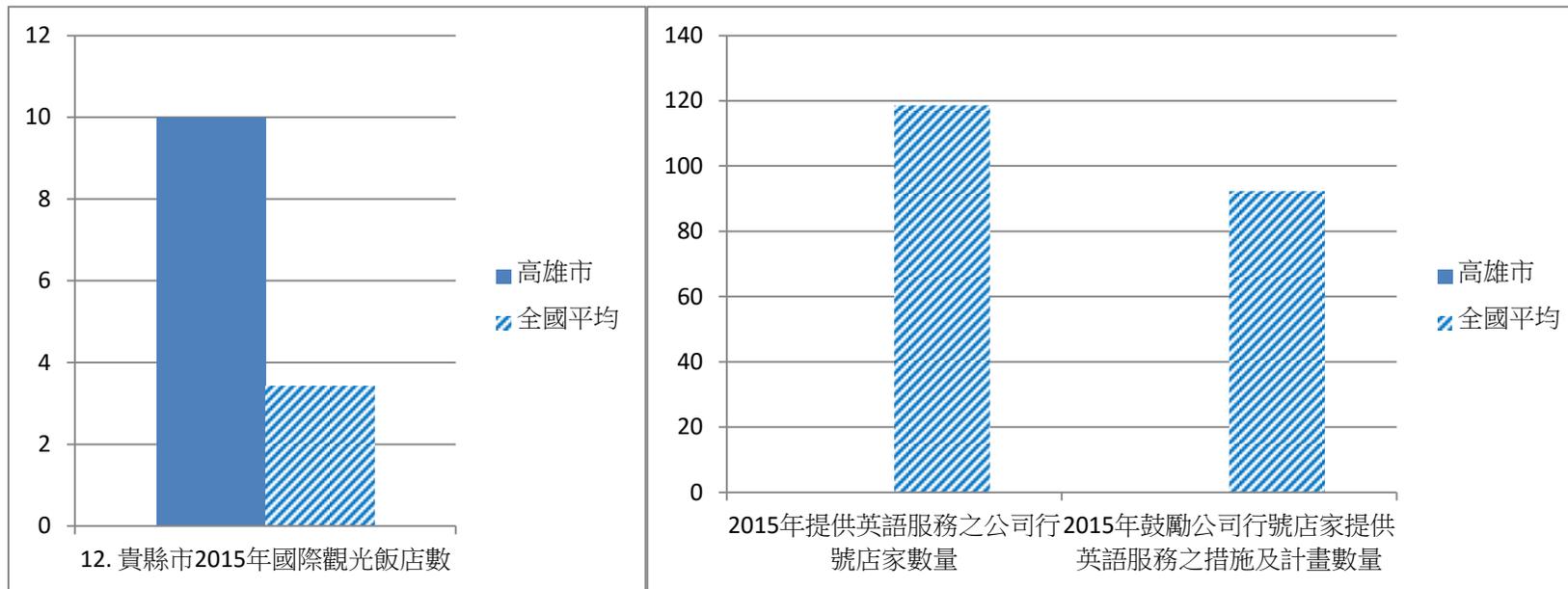
產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制

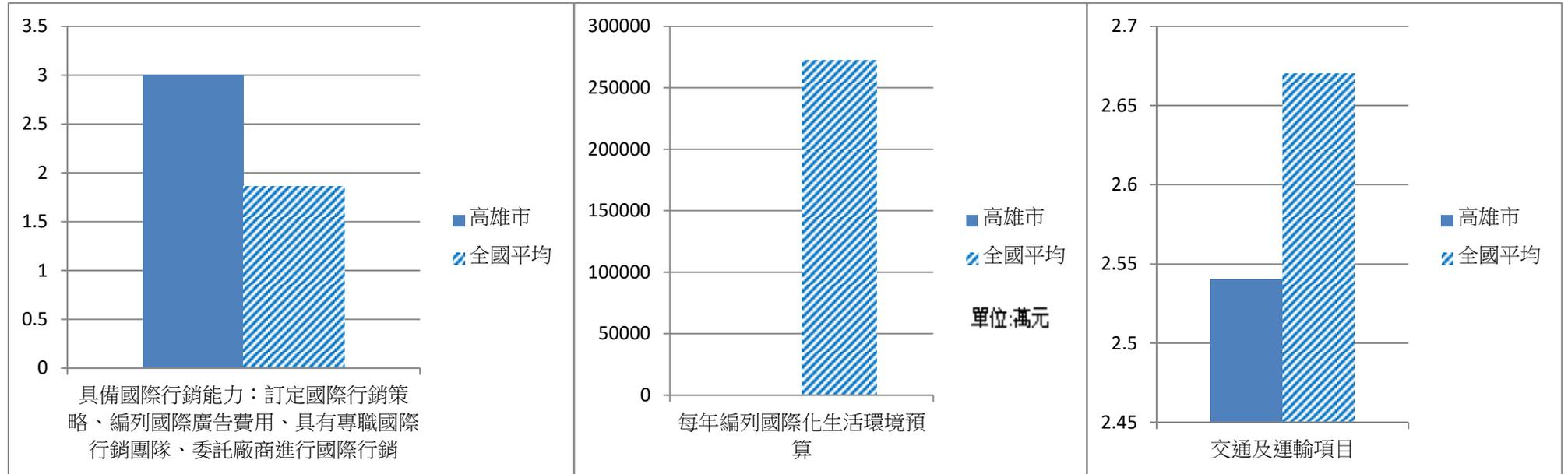
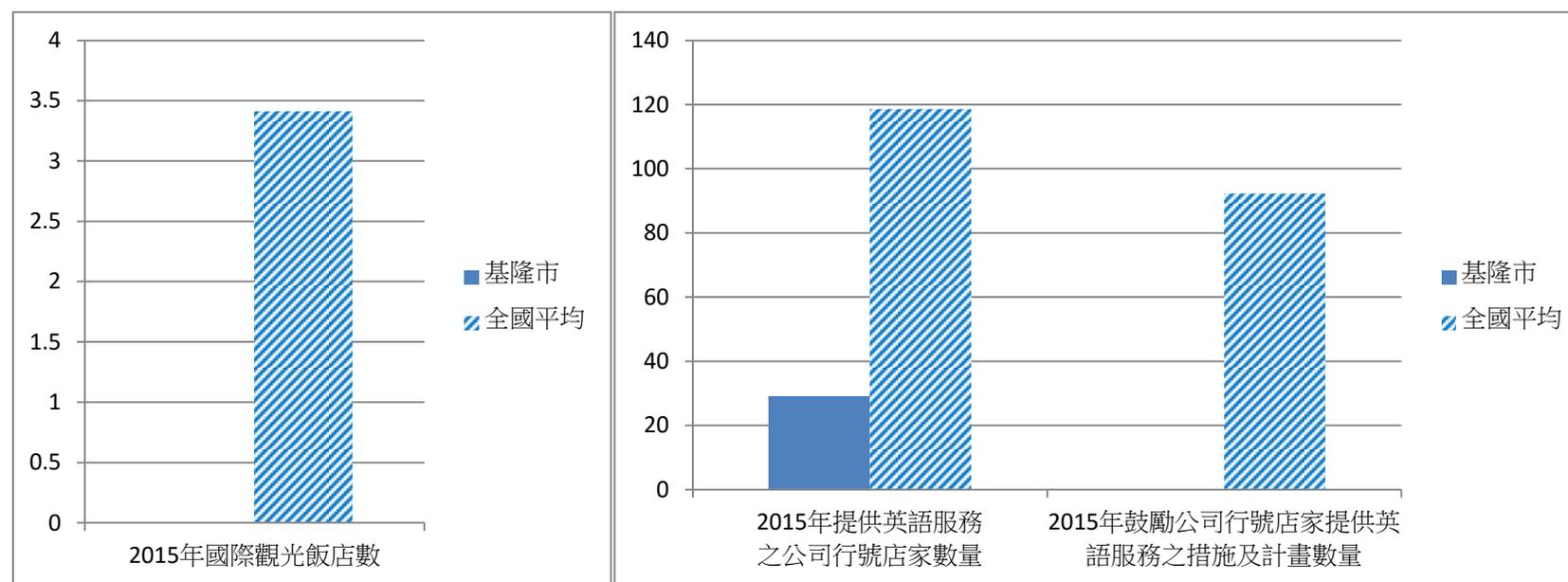


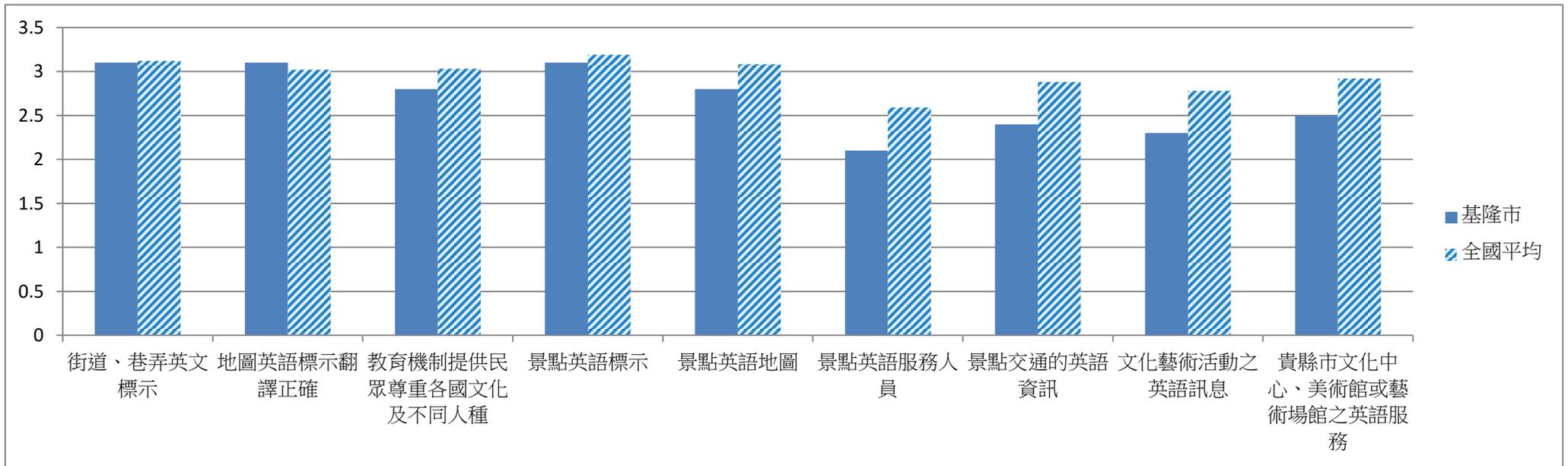
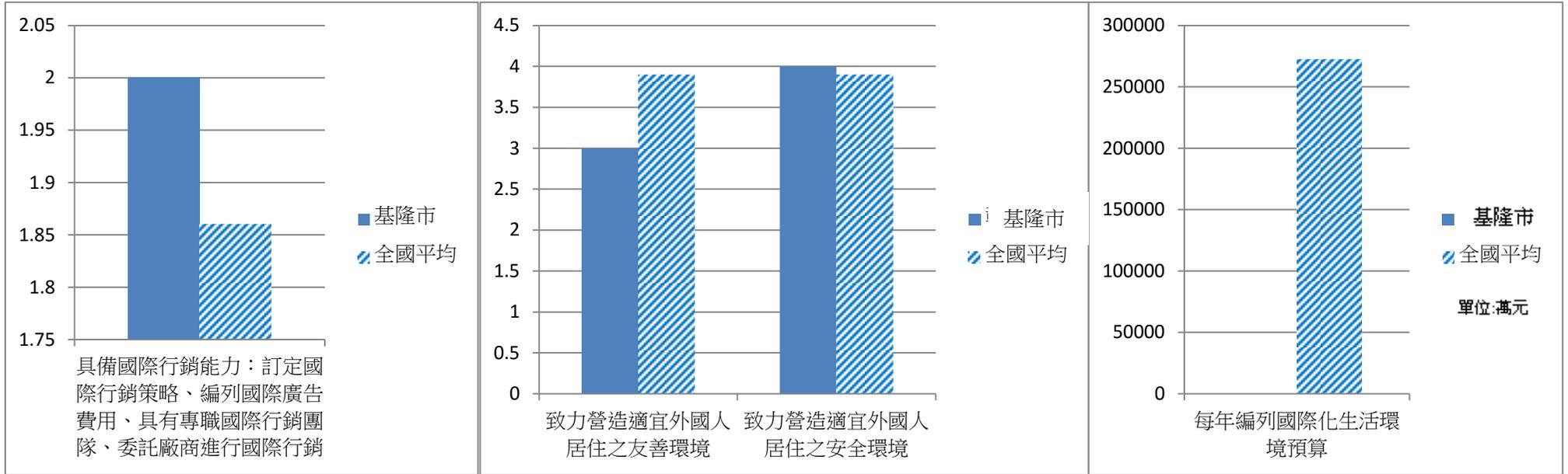
圖 3-6 高雄市國際化定位分析

基隆市：基隆市的國際定位為「文化歷史、產業發展投資及交通轉運」，基隆市為臺灣很早開發港城，自有其文化歷史及交通轉運功能，但交通及運輸項目僅有 2.39 低於平均值；在國際連結及國際行銷上，仍然不足。其產業發展上，外商公司僅有 3 家、投資金額僅 500 萬。其國際定位如何配合其現有資源，亟待釐清。

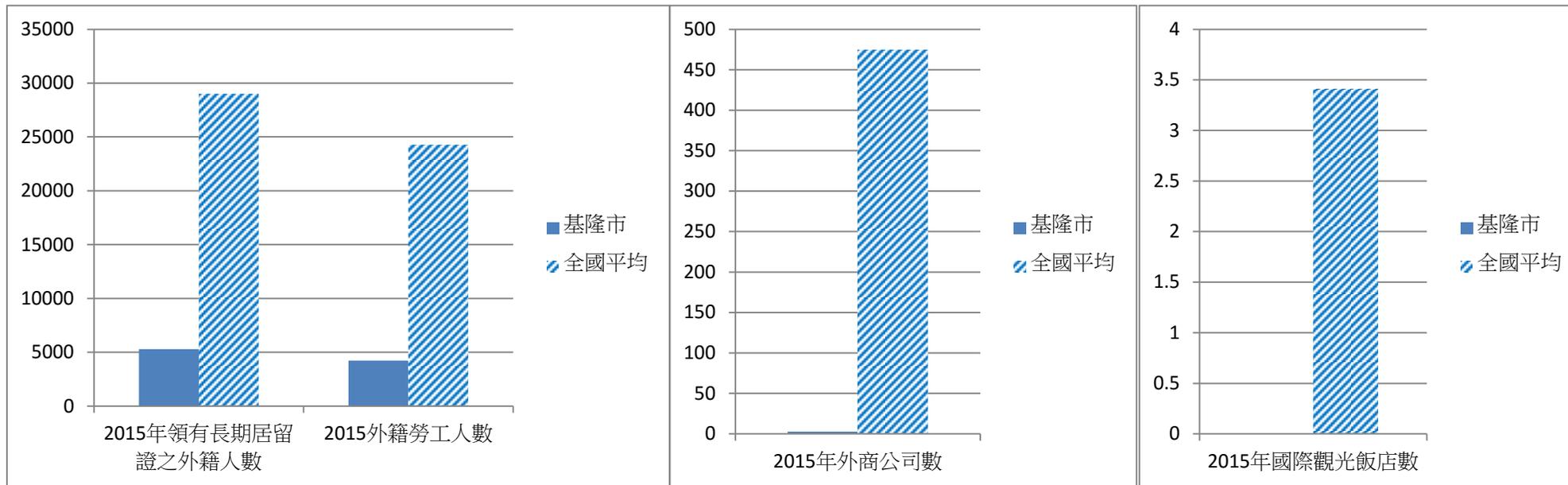
● 文化歷史



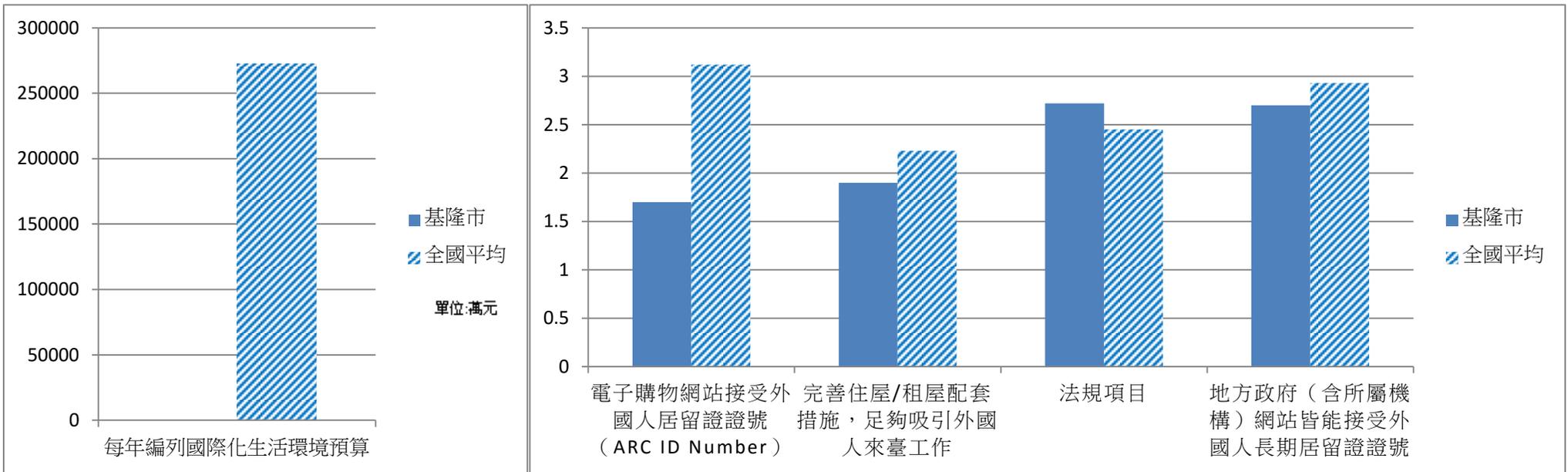
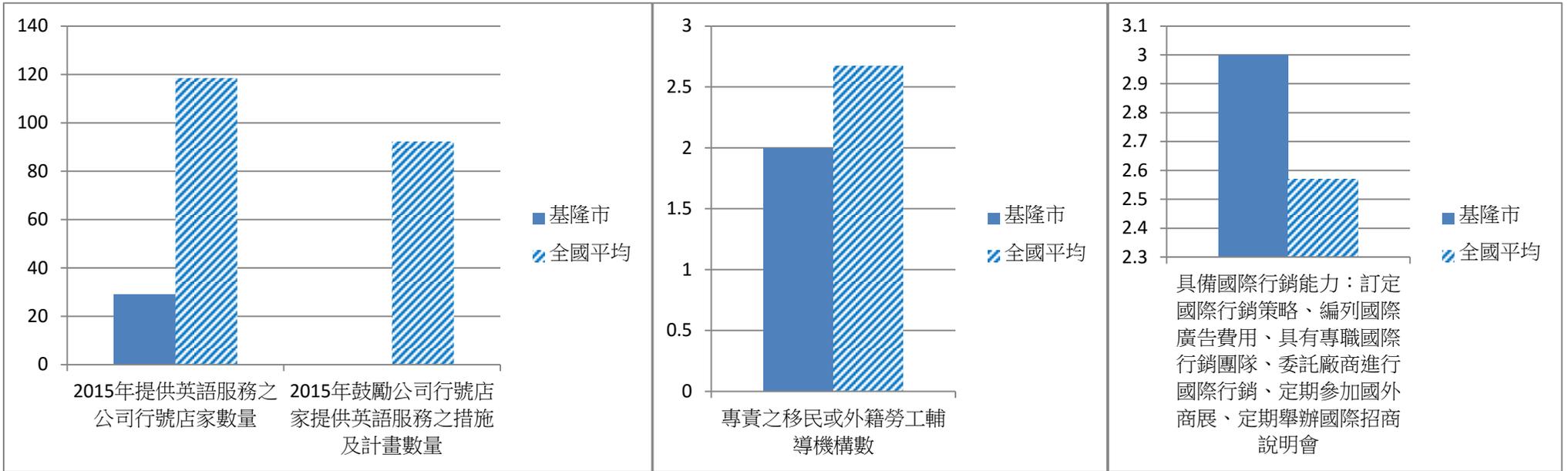
建構國際生活環境調查及輔導機制



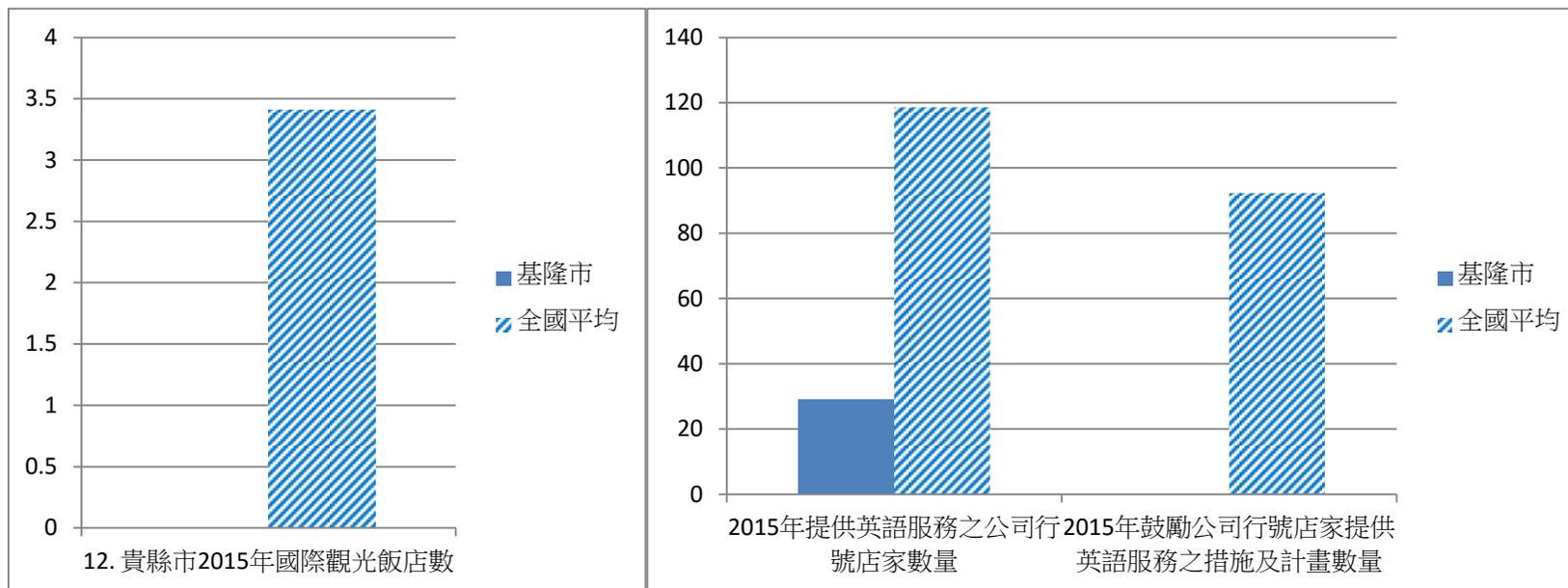
產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制

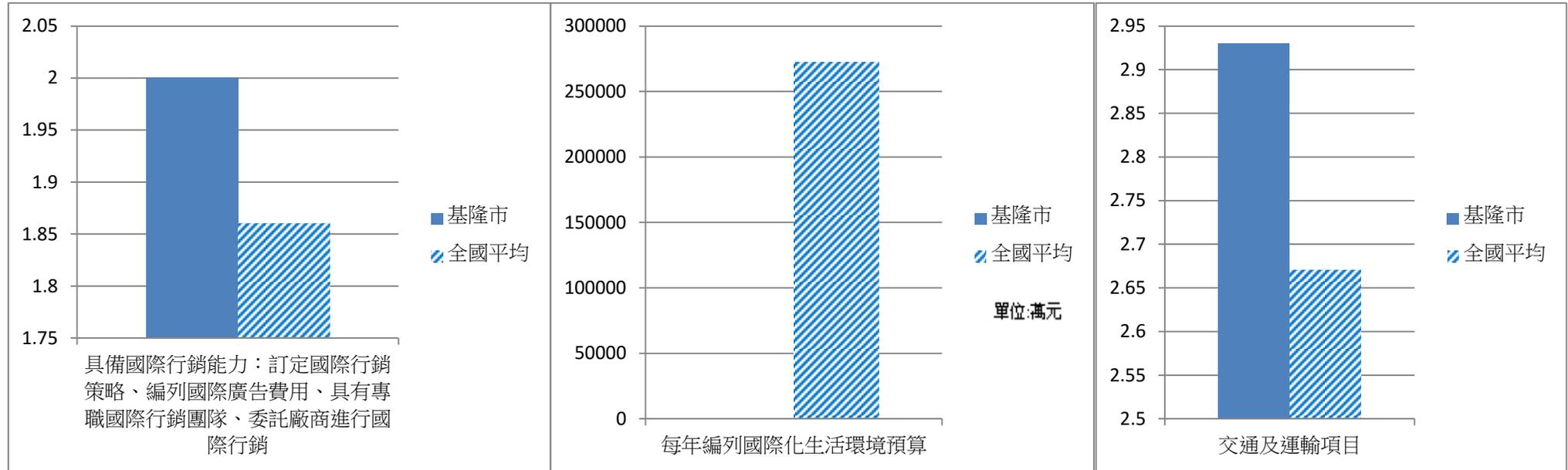
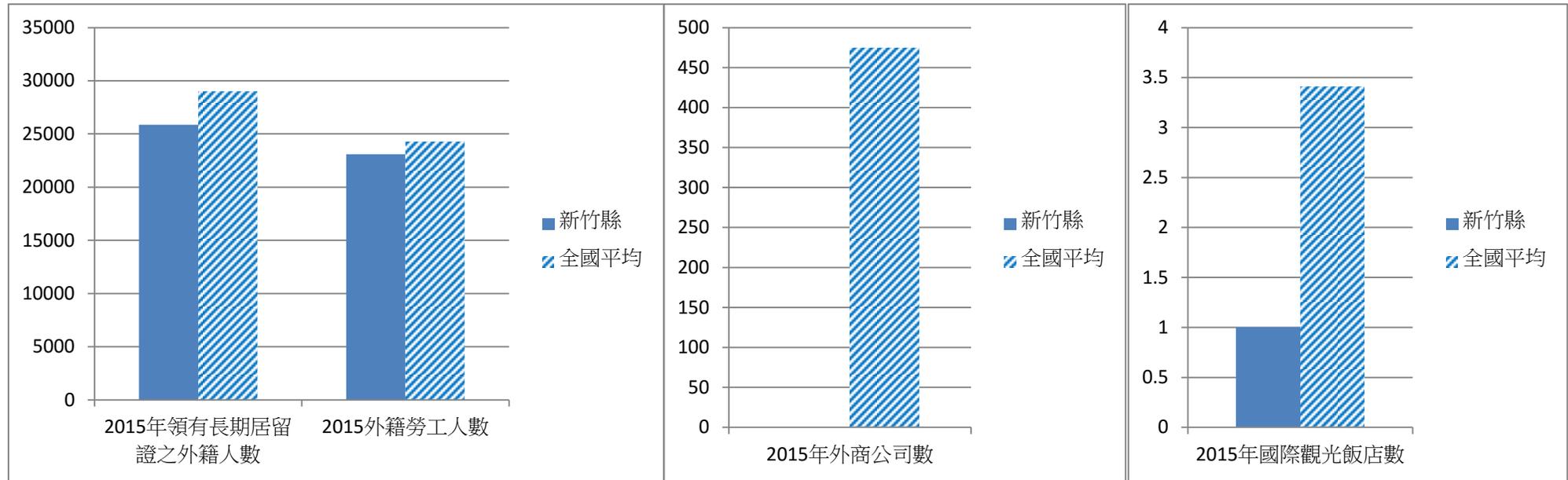


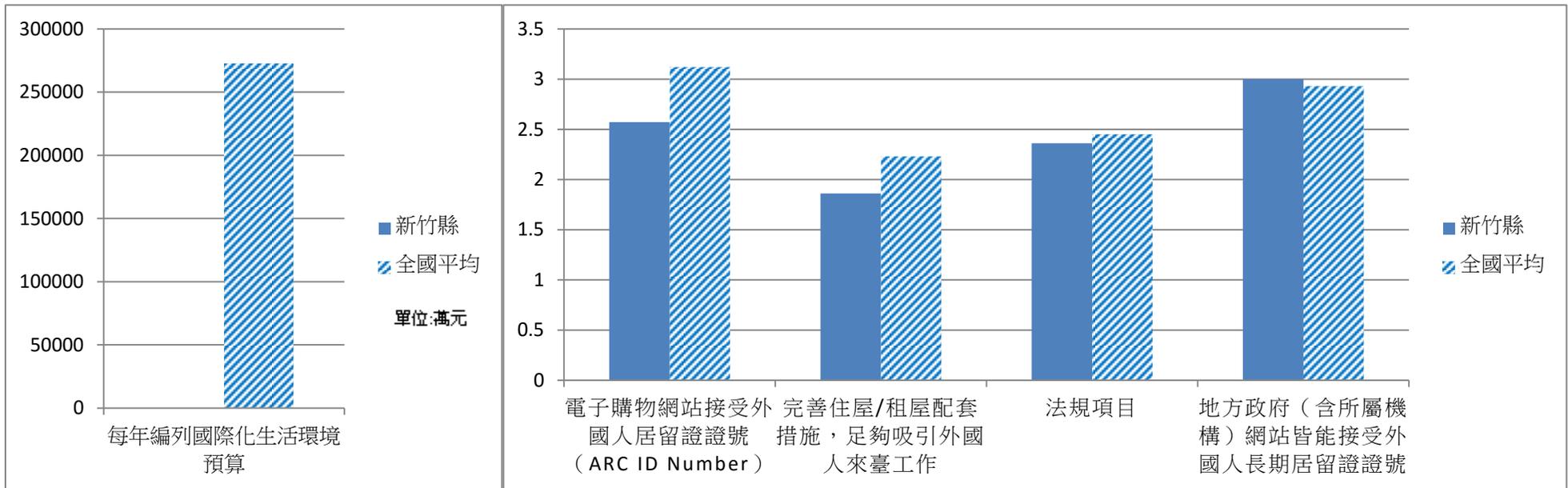
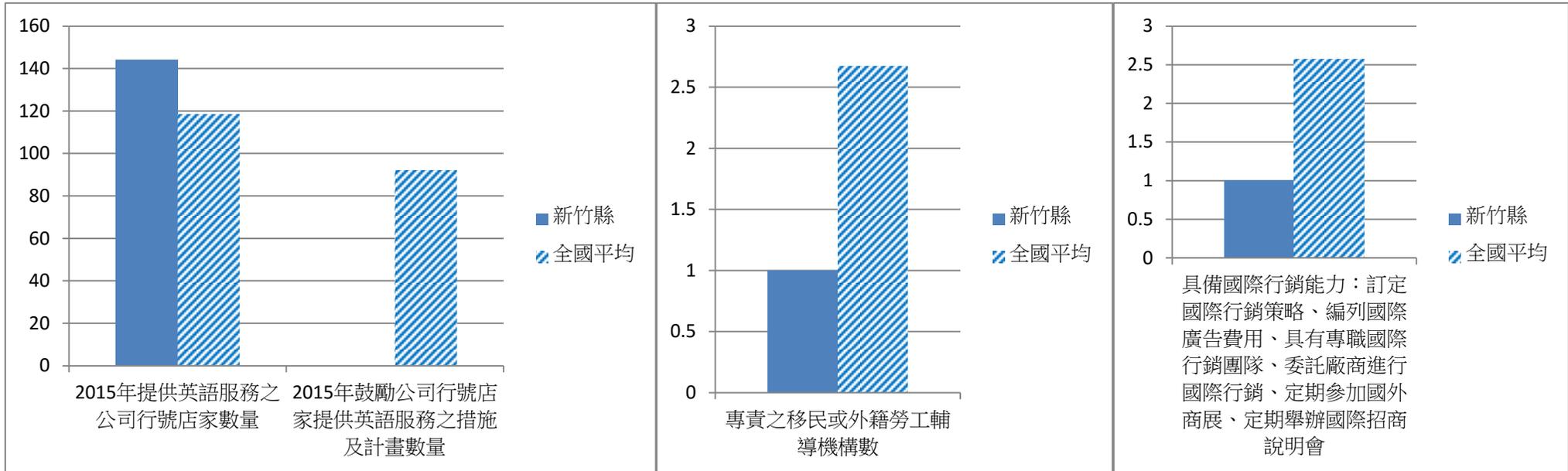
圖 3-7 基隆市國際化定位分析

新竹縣：新竹縣以「產業發展投資、交通轉運及國際教育」為其國際定位，然其交通及運輸之國際化平均值 2.52 低於整體平均值 2.67，其在國際教育上，由於鄰近科學園區，重視國際教育，其國際化值 2.86 高於平均值，但並不突出。產業發展上，其在國際連結上表現並不突出，外籍勞工數甚高，但外商及外資投資並不顯著。其國際行銷能力僅限於國外旅展及國外招商，未見多元發展。

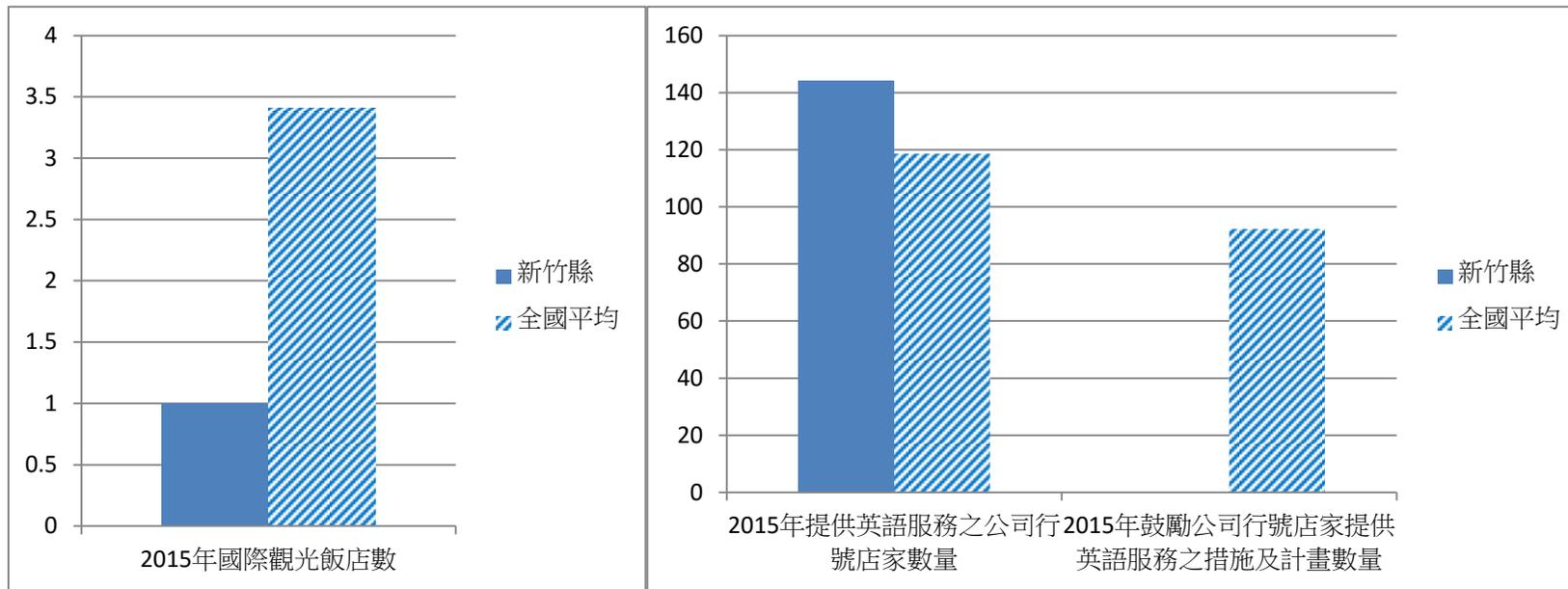
產業發展投資



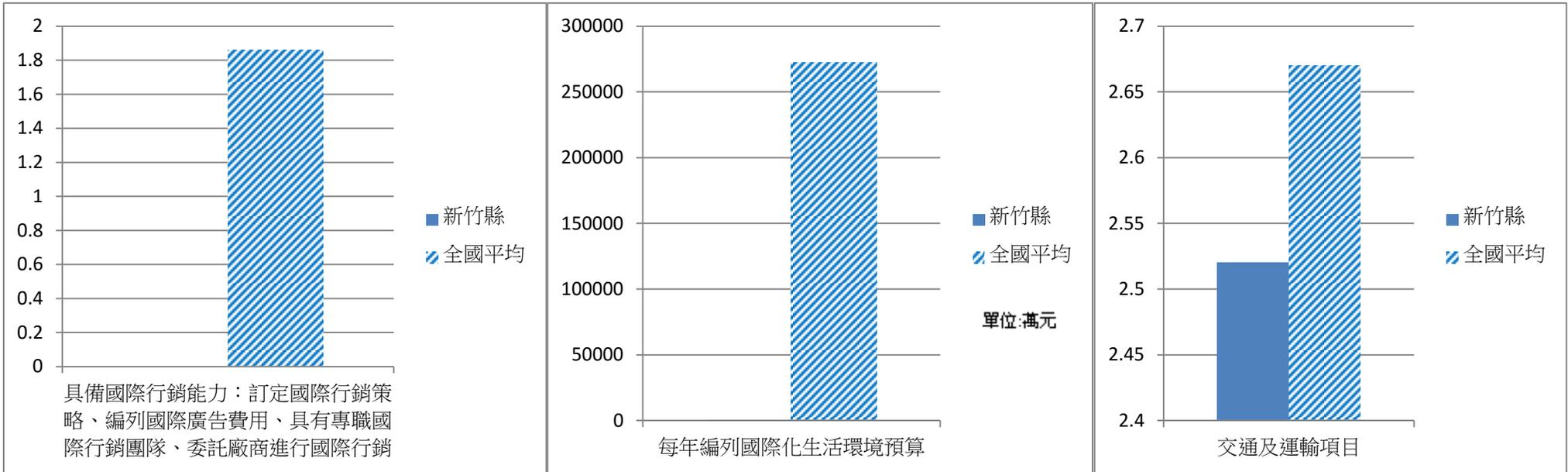
建構國際生活環境調查及輔導機制



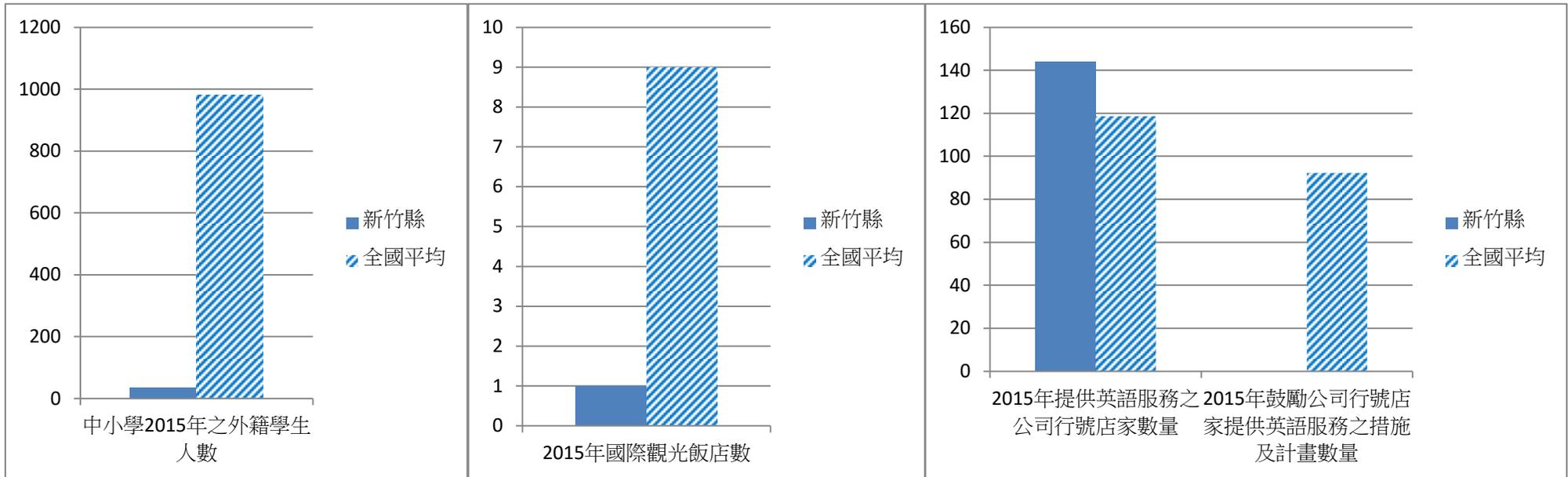
交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制



國際教育



建構國際生活環境調查及輔導機制

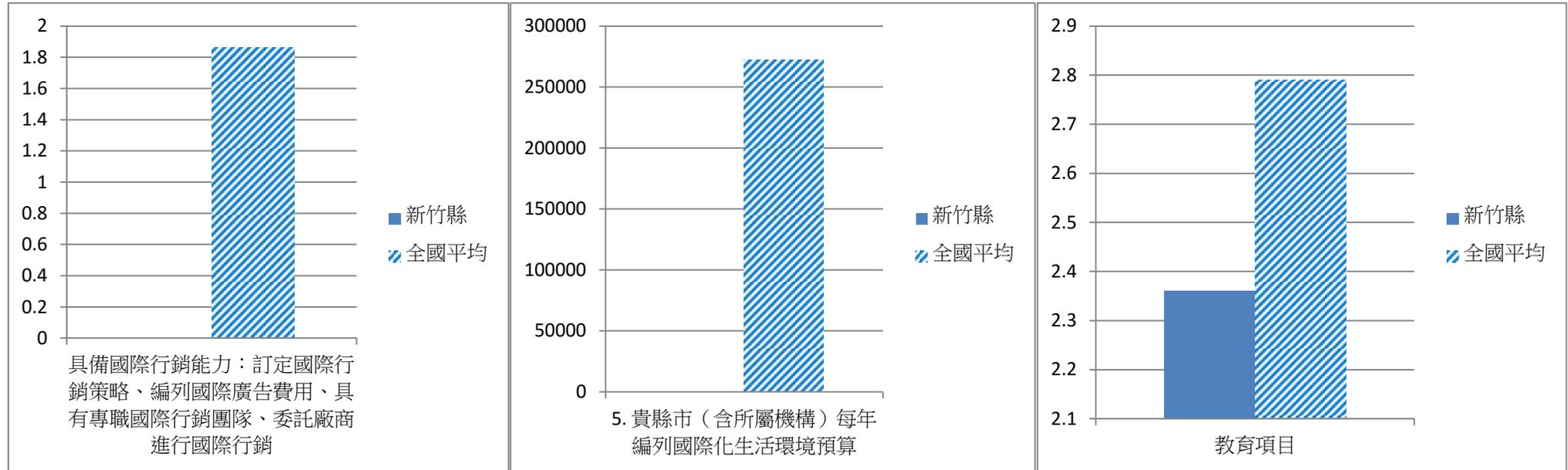
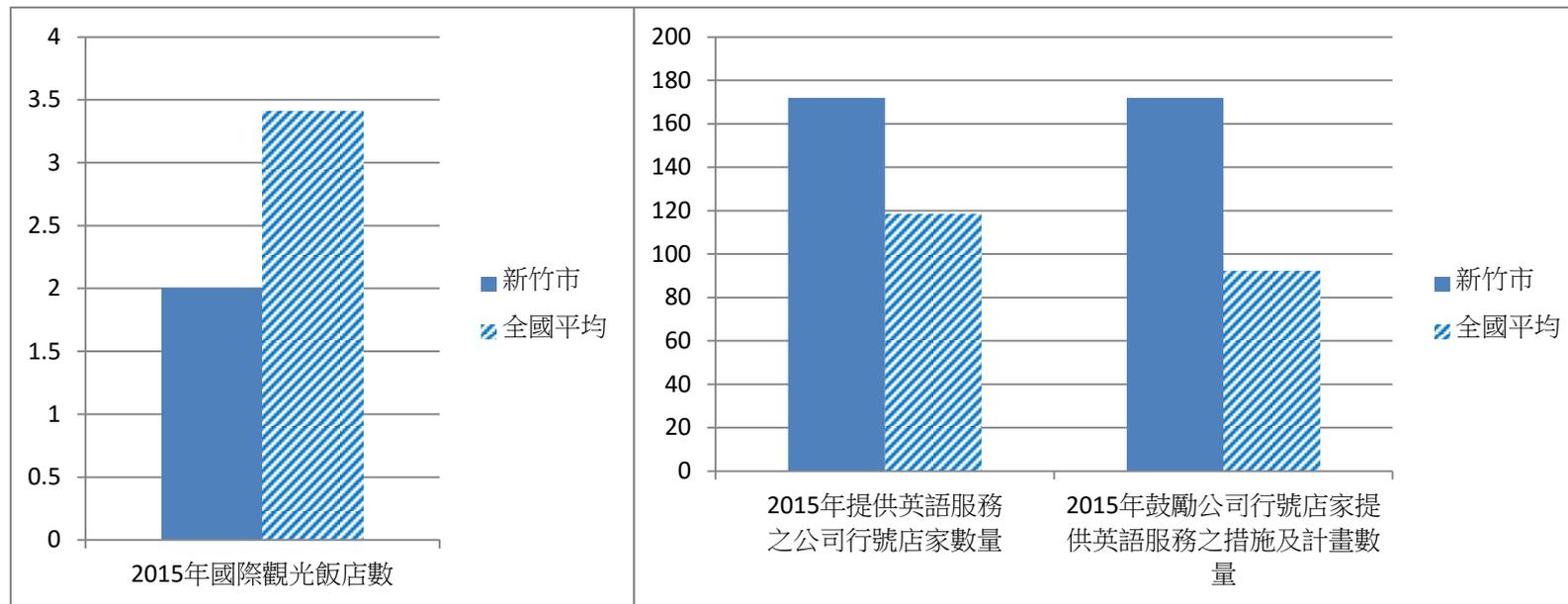


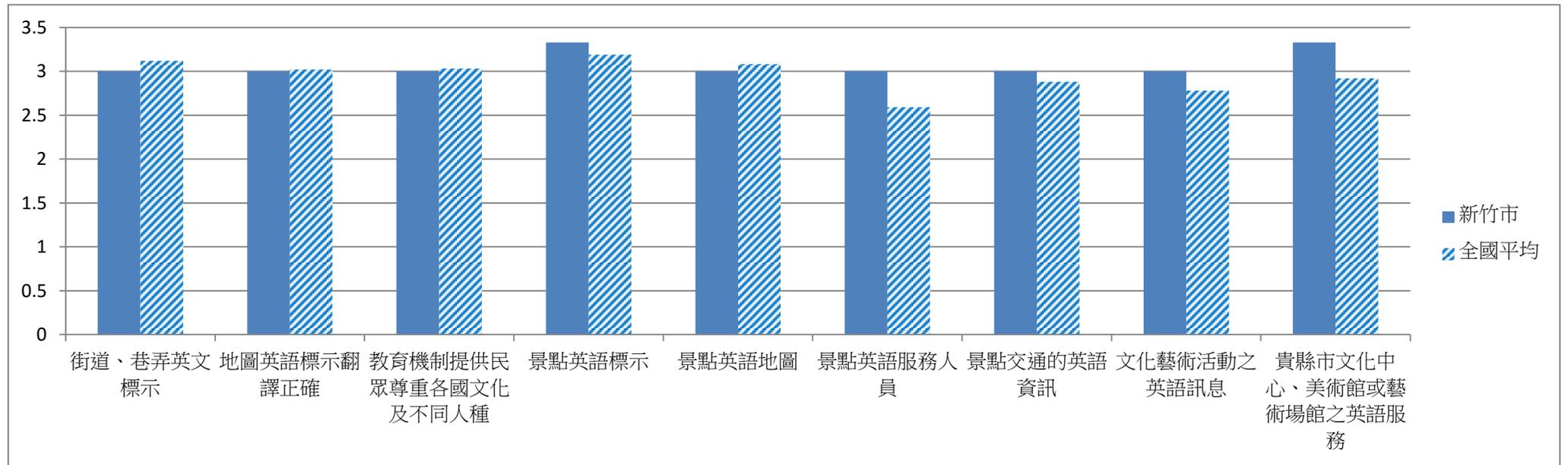
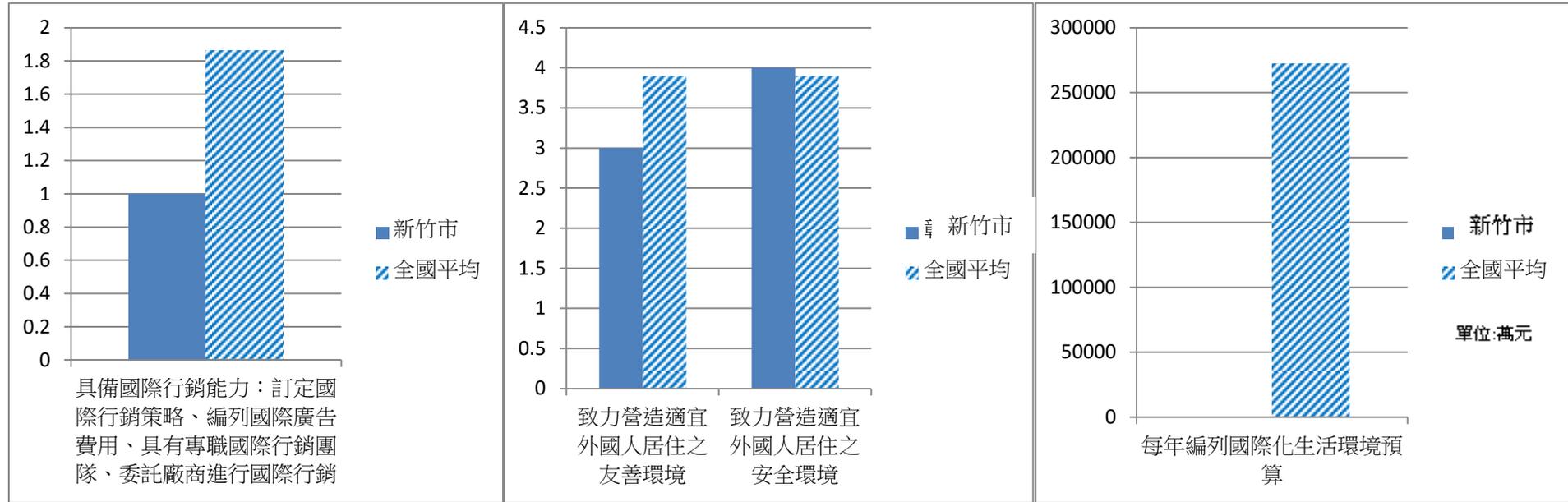
圖 3-8 新竹縣國際化定位分析

新竹市：新竹市強調其「文化歷史、觀光旅遊、產業發展投資、交通轉運及國際教育」等國際自我定位。新竹市是北臺灣最早開發的城市，文化歷史資源豐富，其在文化歷史的國際化均高於平均值，在交通及運輸上，也高於平均值，尤其是在教育國際化上 3.19 遠高於平均值 2.73。然而在國際連結及國際行銷能力上，並不突出。尤其是國際行銷僅有策略，其餘各項措施與手段，似乎未見表述。可見新竹市具有基本的國際化建設，但在需求面的開發或國際行銷上，如何提昇新竹的國際識別，可再強化。

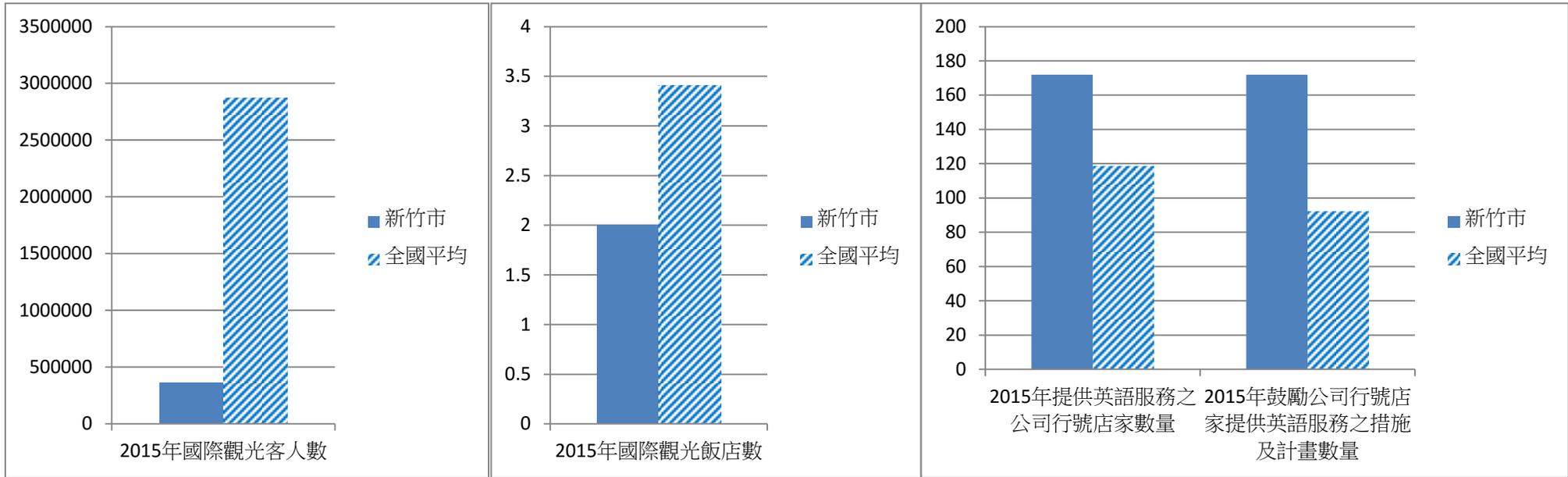
文化歷史



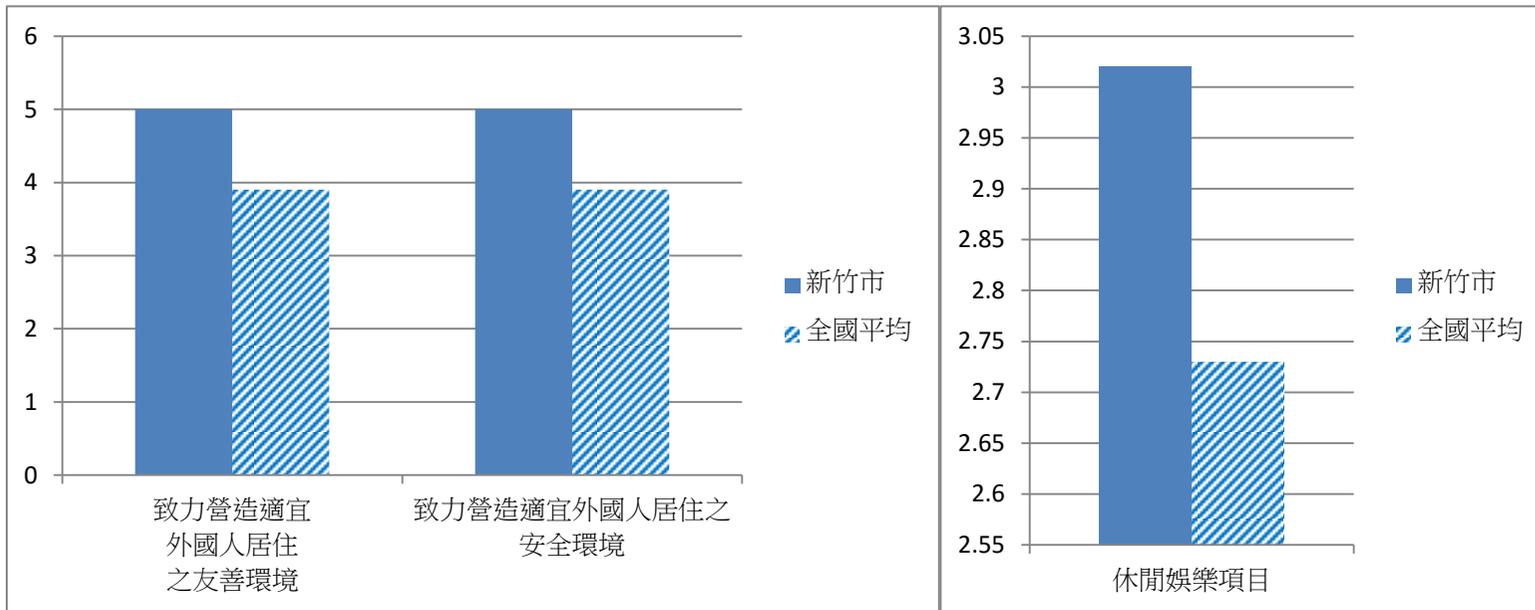
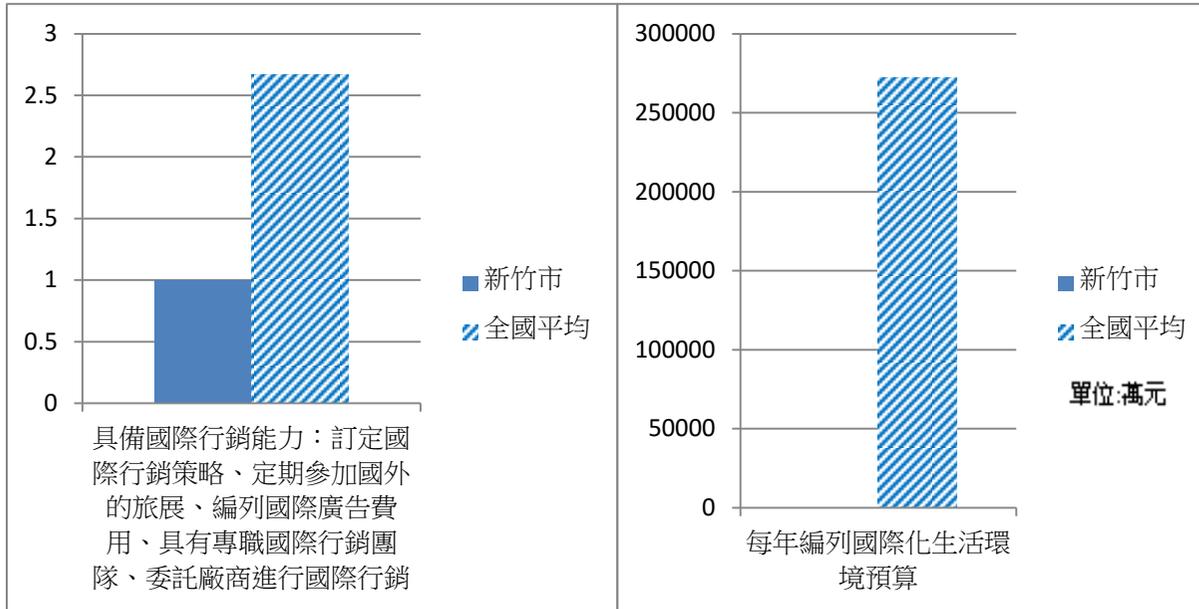
建構國際生活環境調查及輔導機制



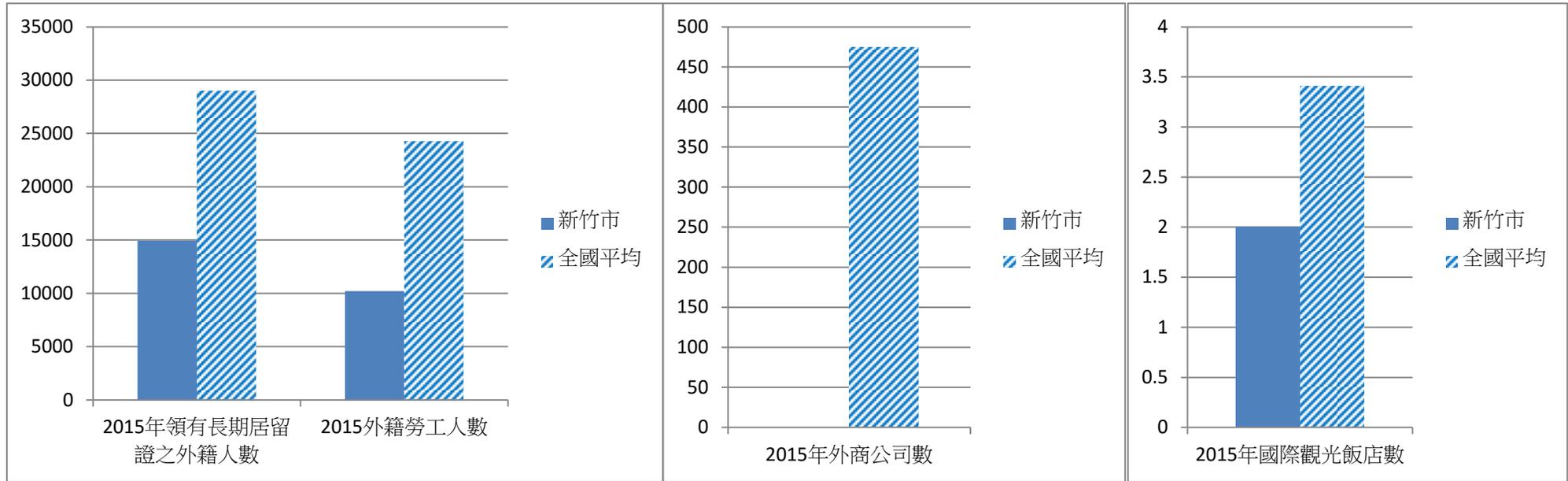
觀光旅遊



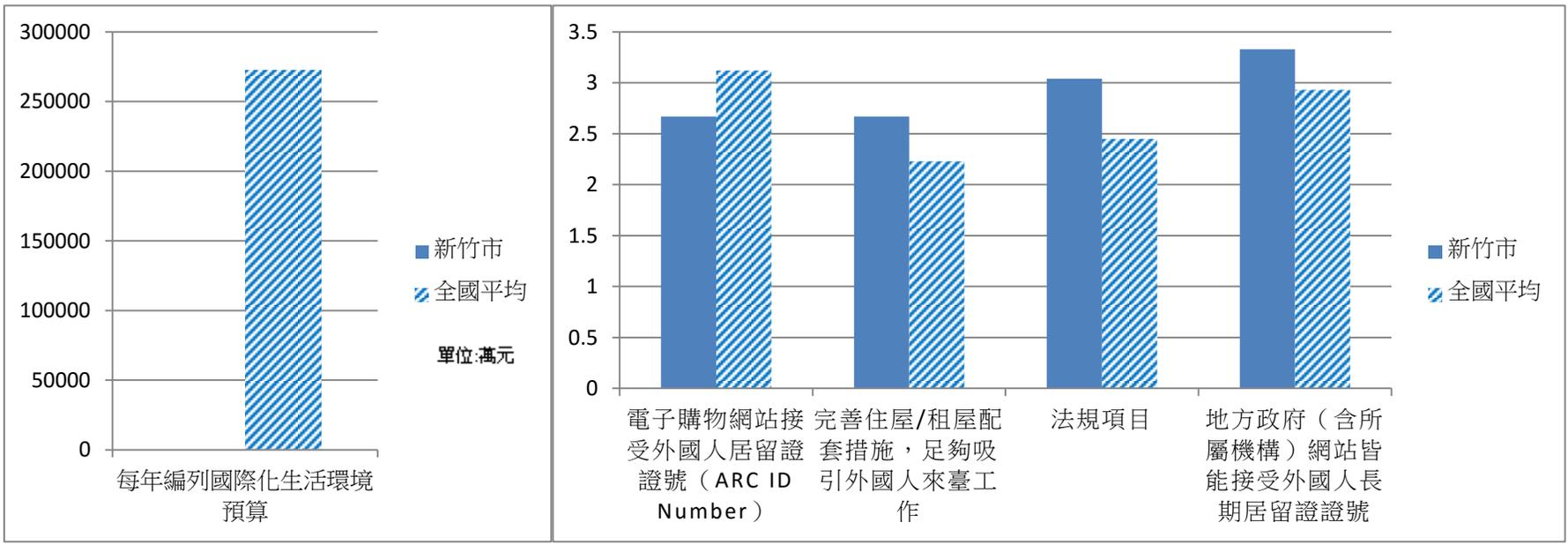
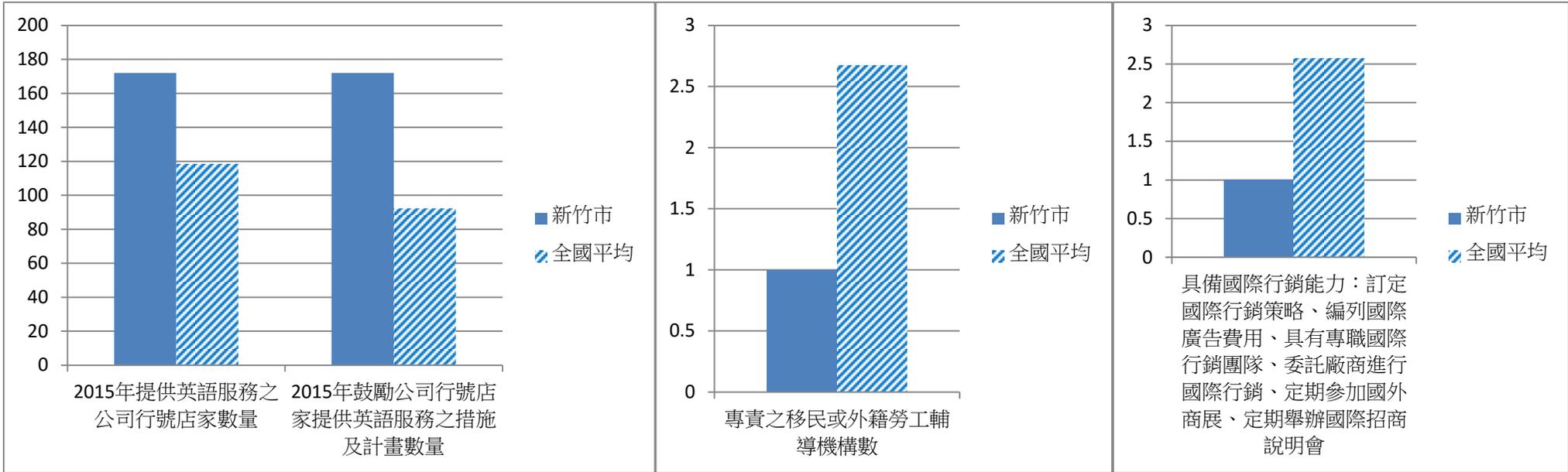
建構國際生活環境調查及輔導機制



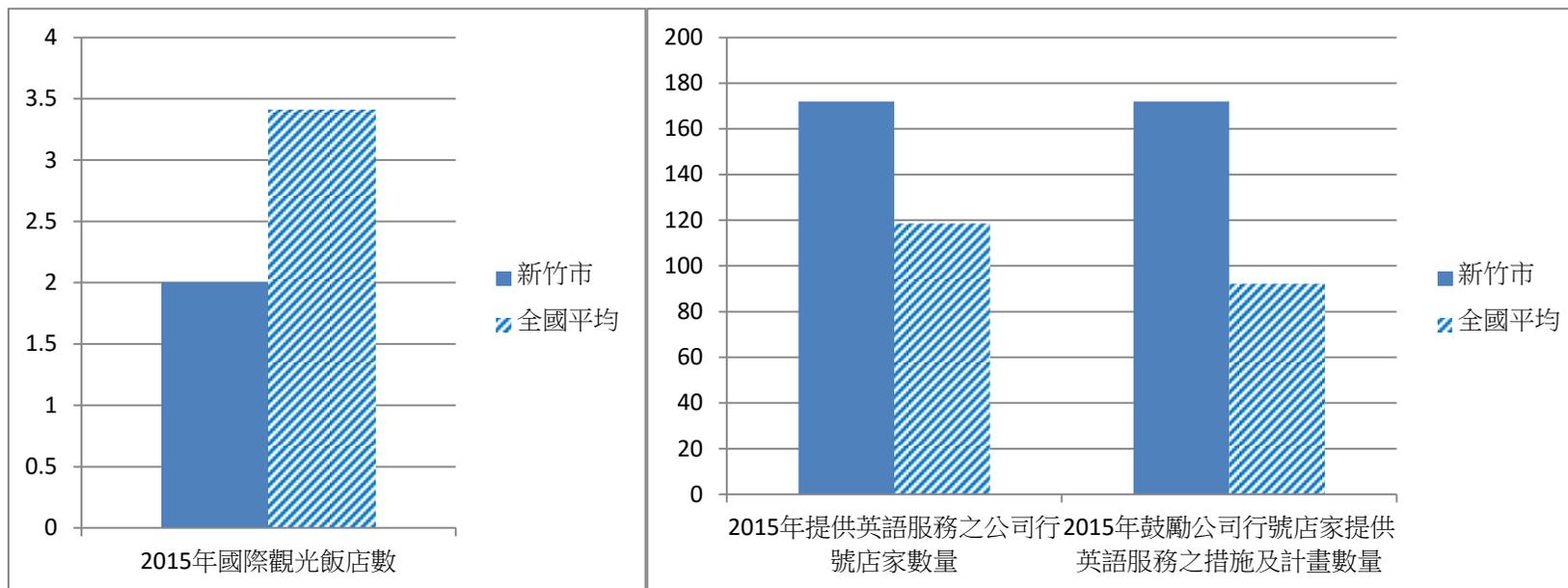
產業發展投資



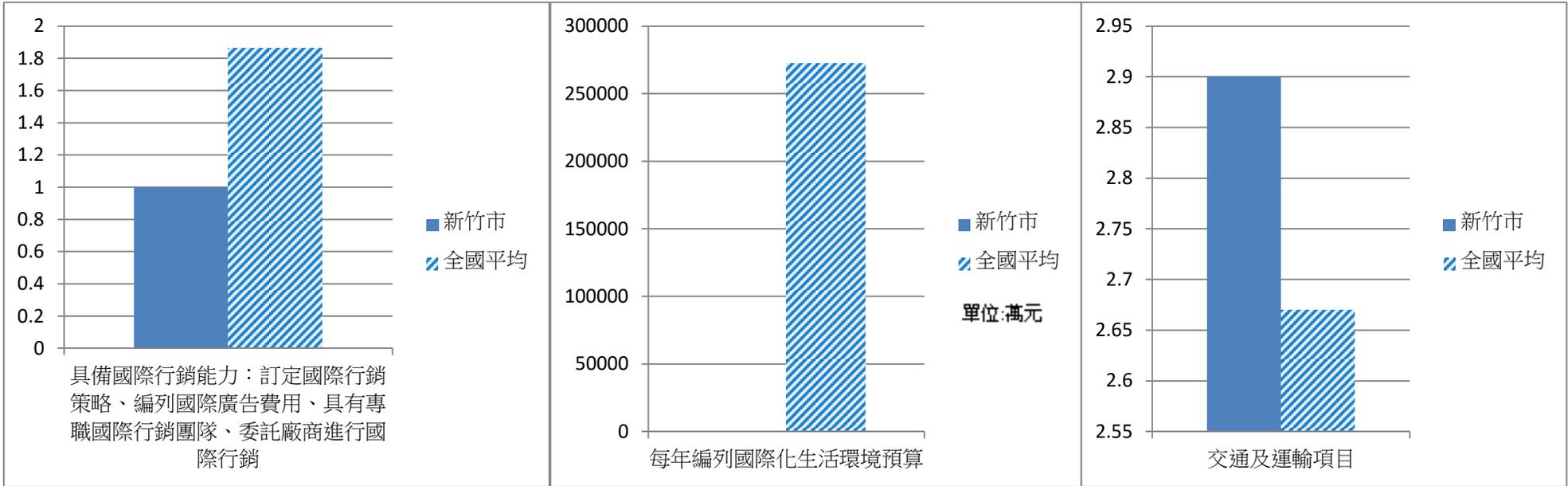
建構國際生活環境調查及輔導機制



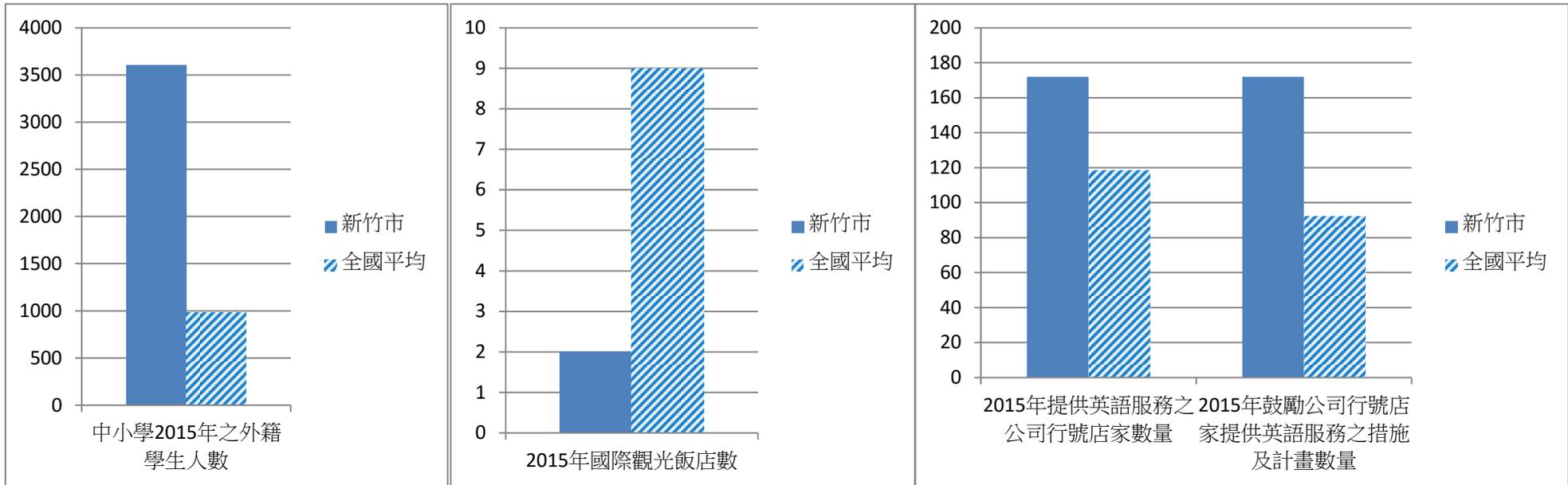
交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制



國際教育



建構國際生活環境調查及輔導機制

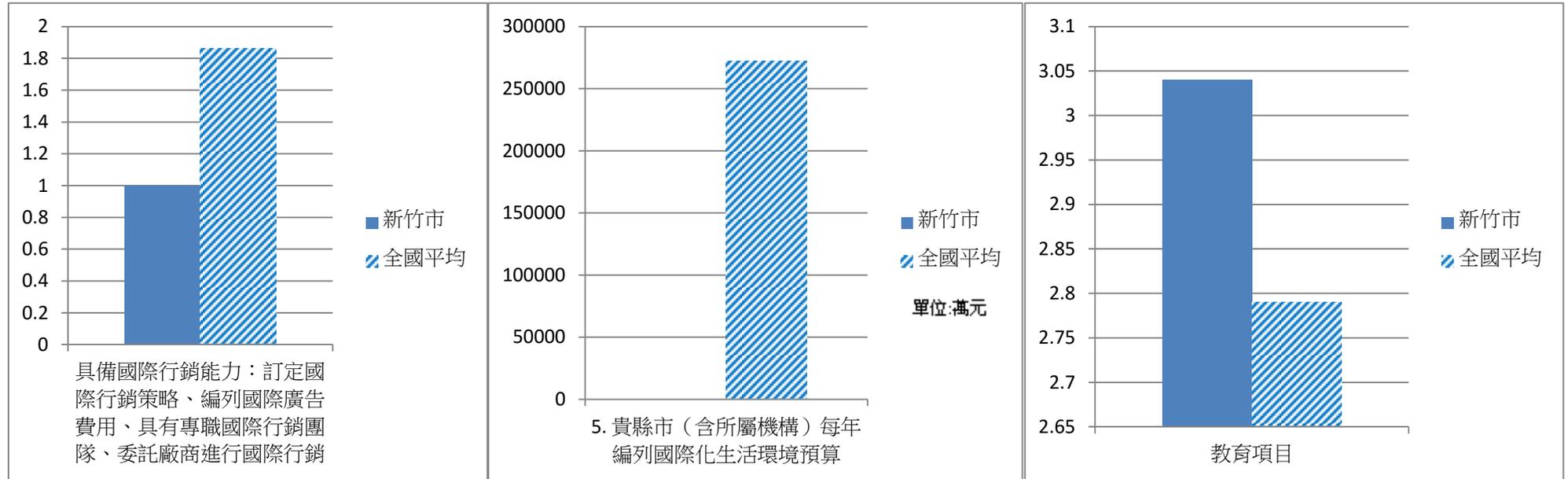
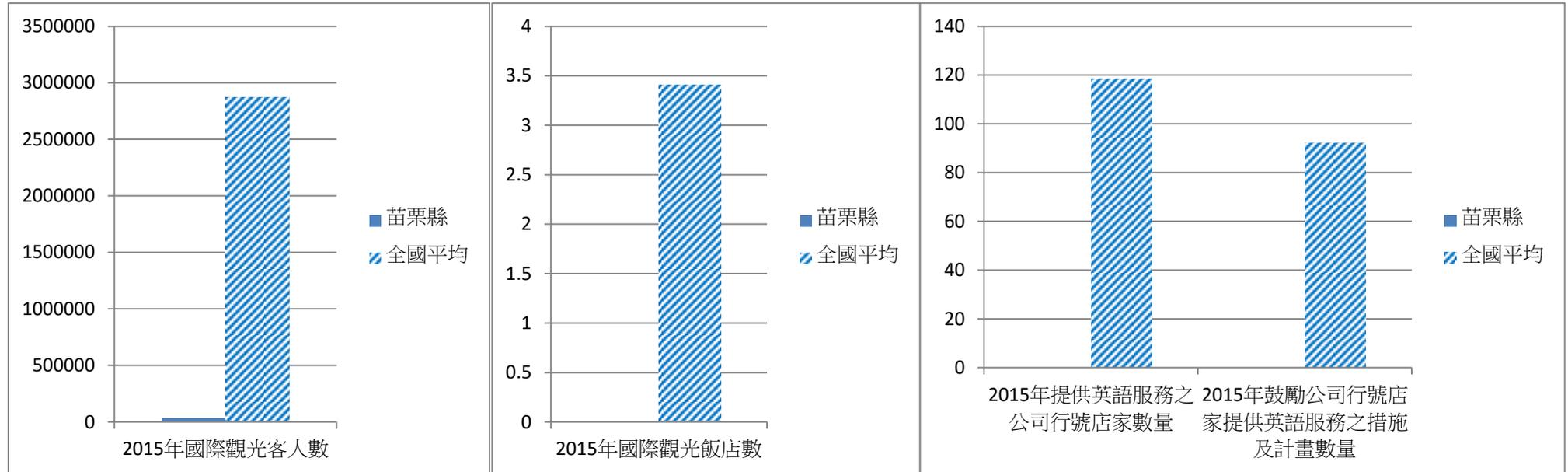


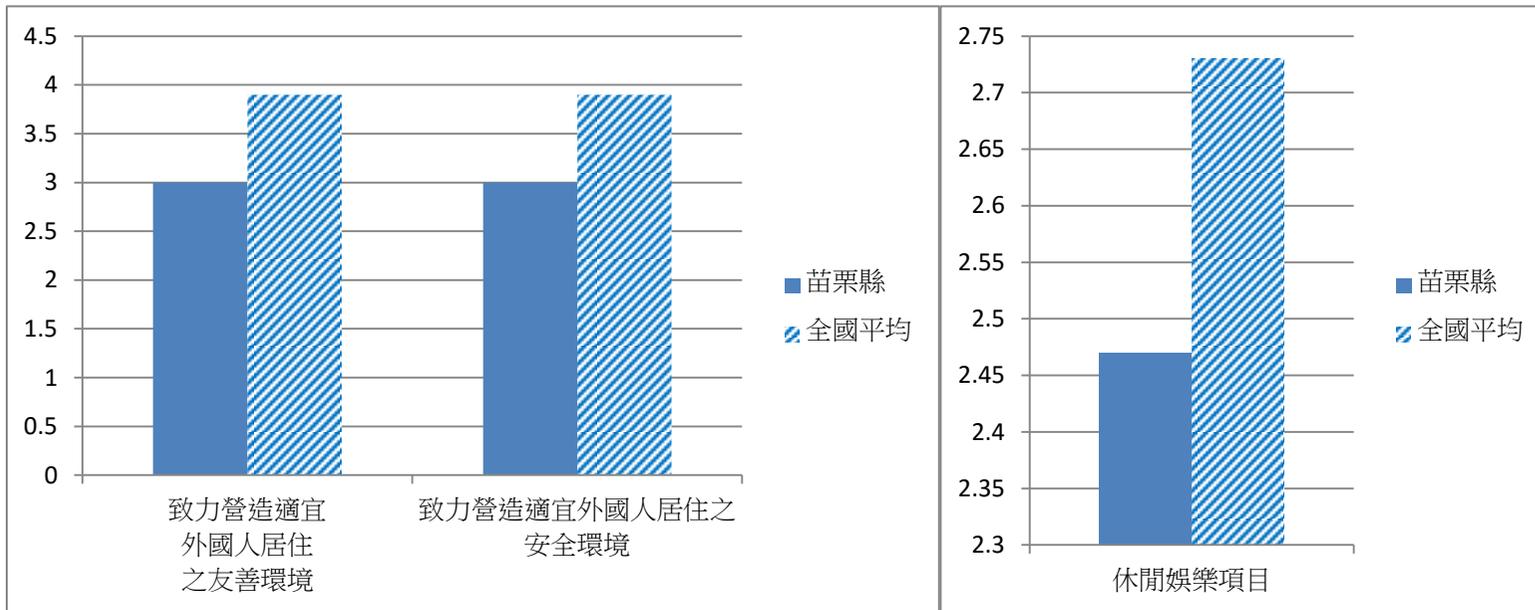
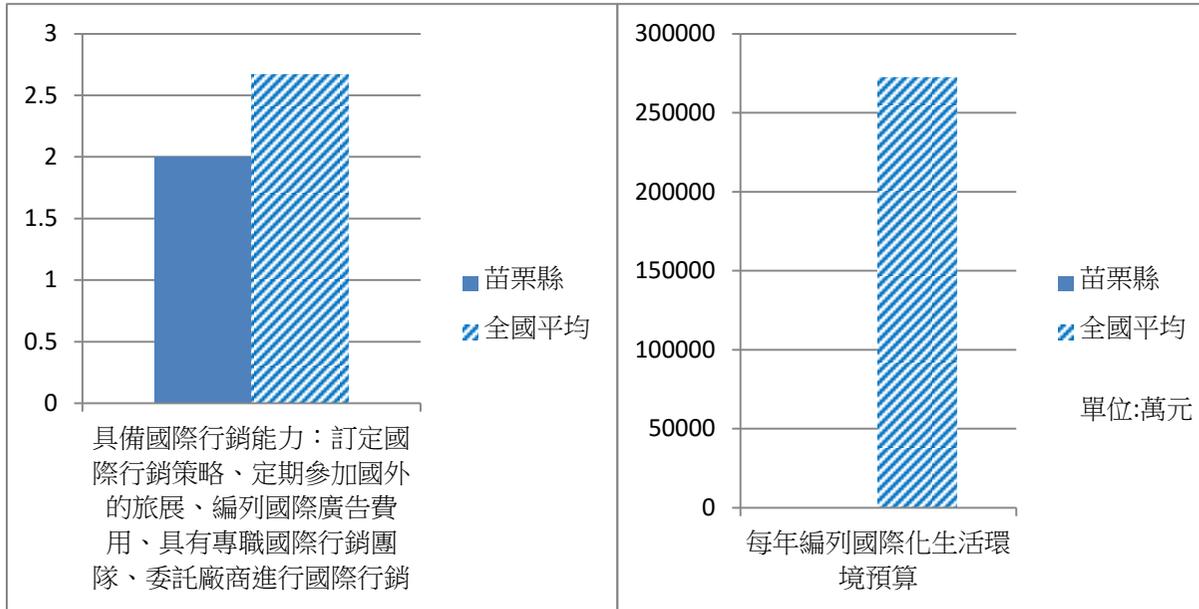
圖 3-9 新竹市國際化定位分析

苗栗縣：兩縣均以「觀光旅遊、產業發展投資及國際教育」為主，但在國際連結及行銷上，所投資之心力，未見顯著之表現。在現況的地方指標中，苗栗諸多項目如飲食、購物、居住、交通及運輸、教育、休閒娛樂之國際化均低於平均值。

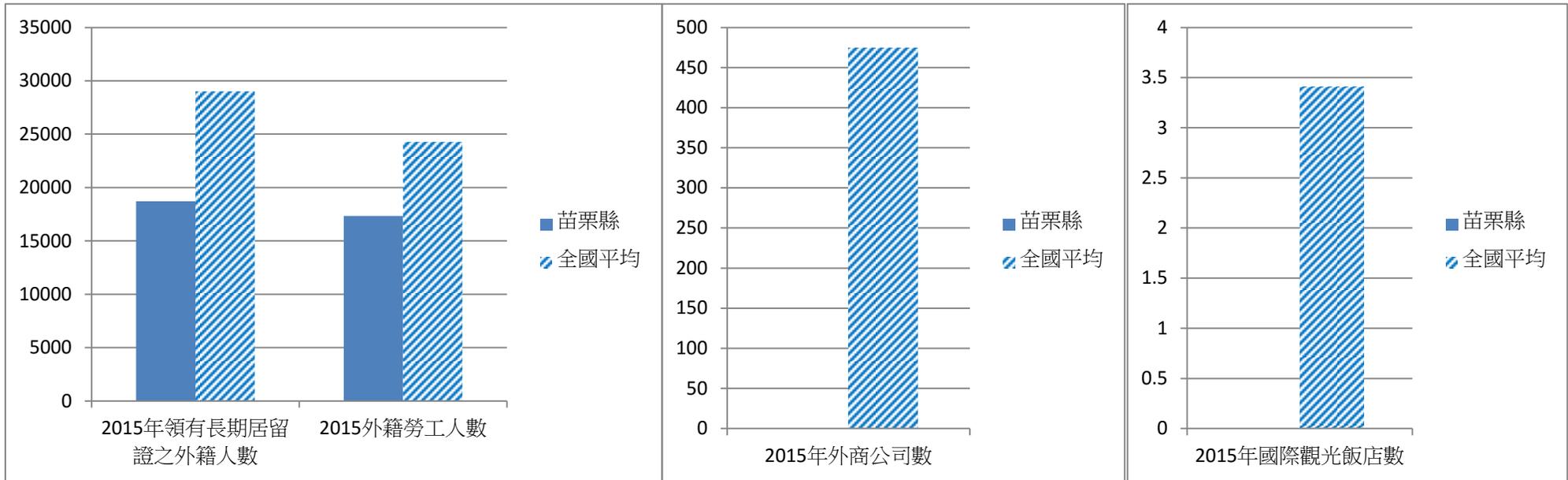
觀光旅遊



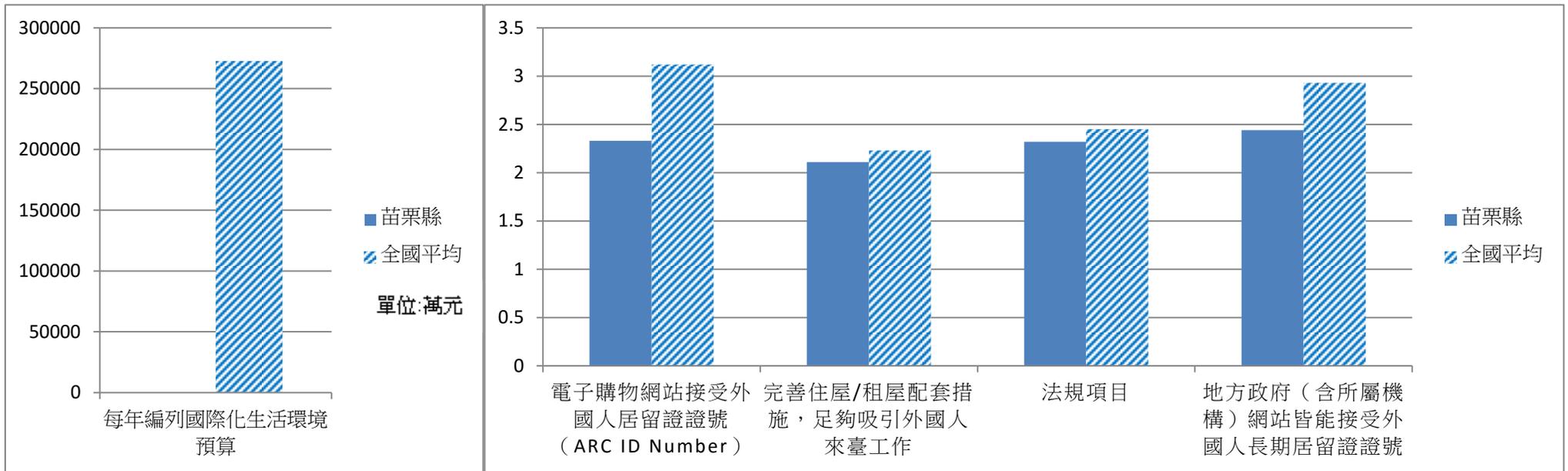
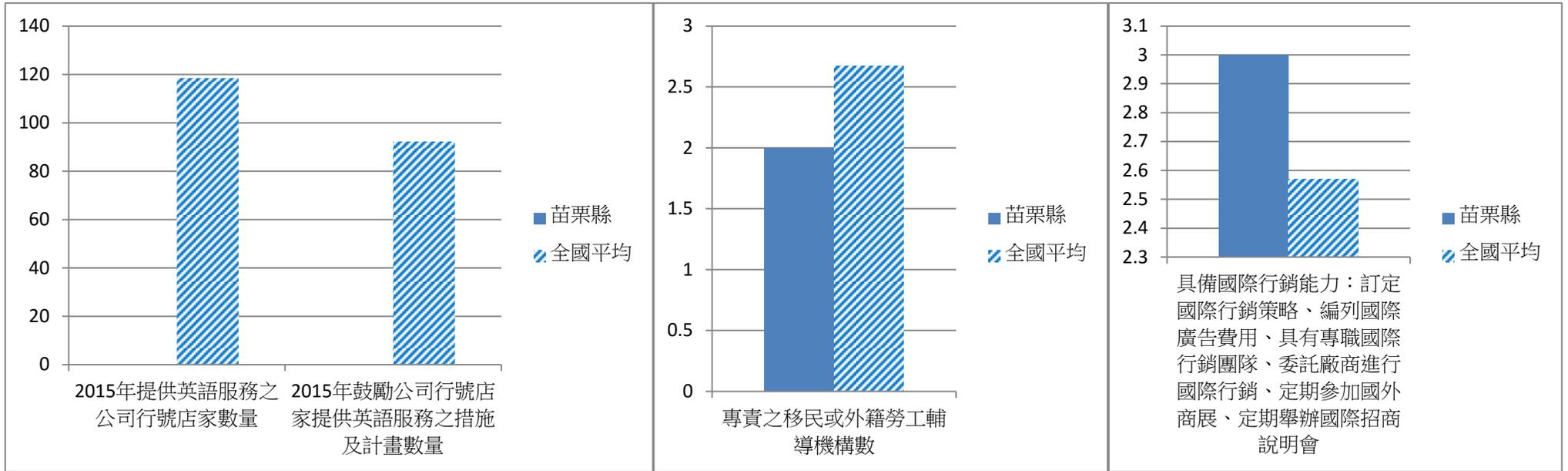
建構國際生活環境調查及輔導機制



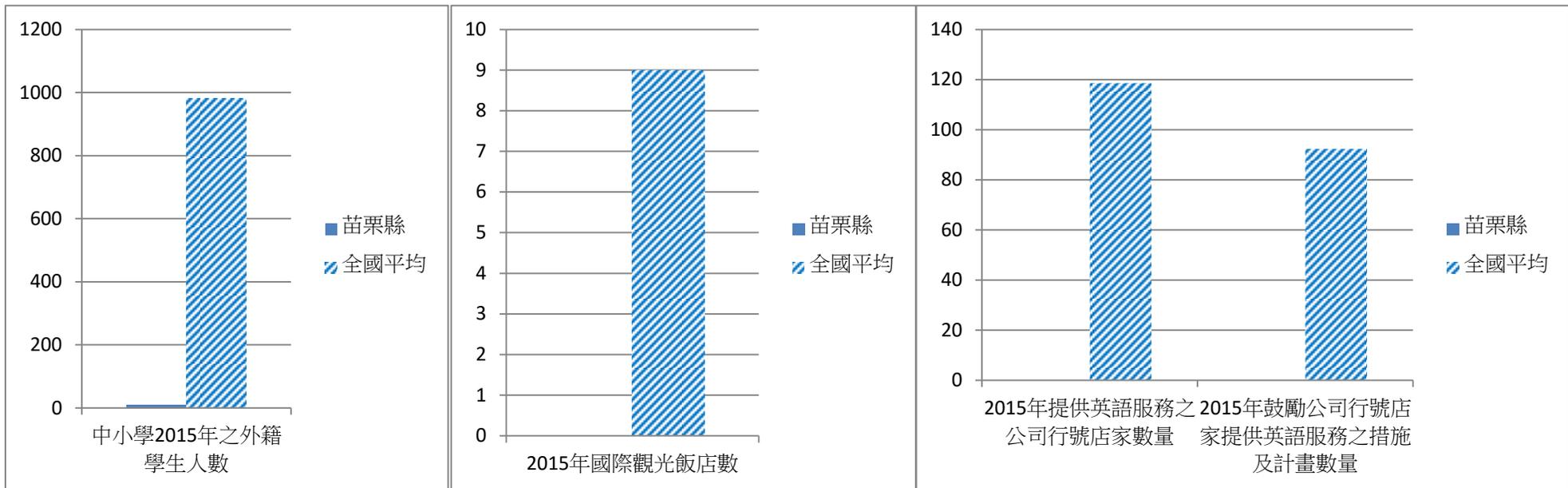
產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



國際教育



建構國際生活環境調查及輔導機制

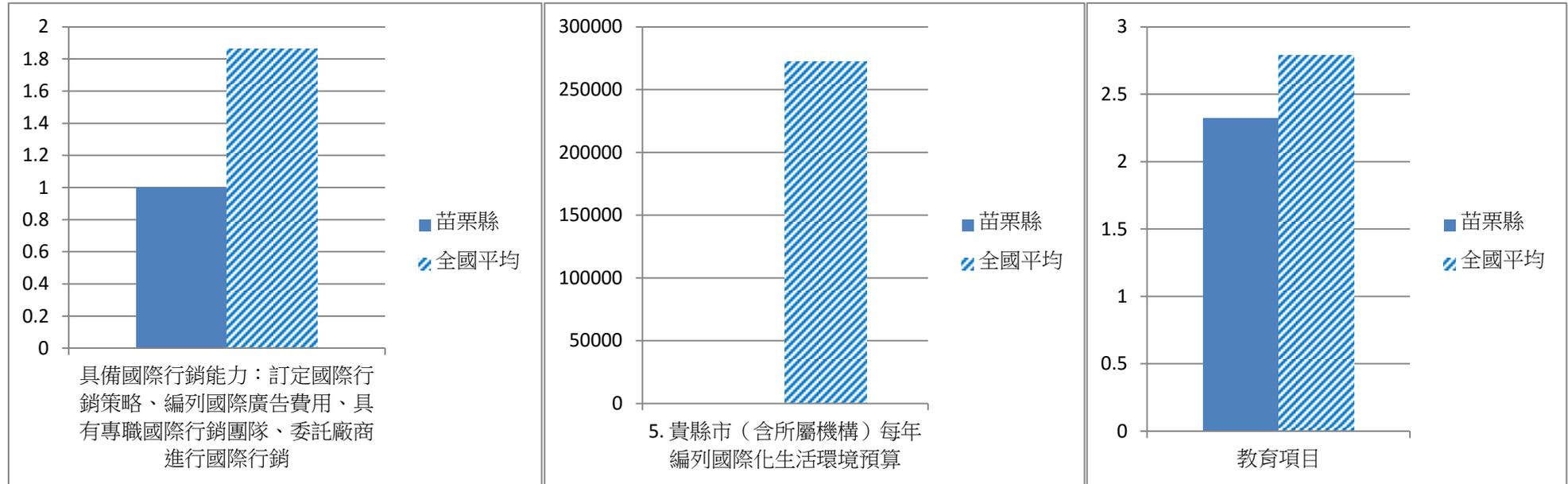
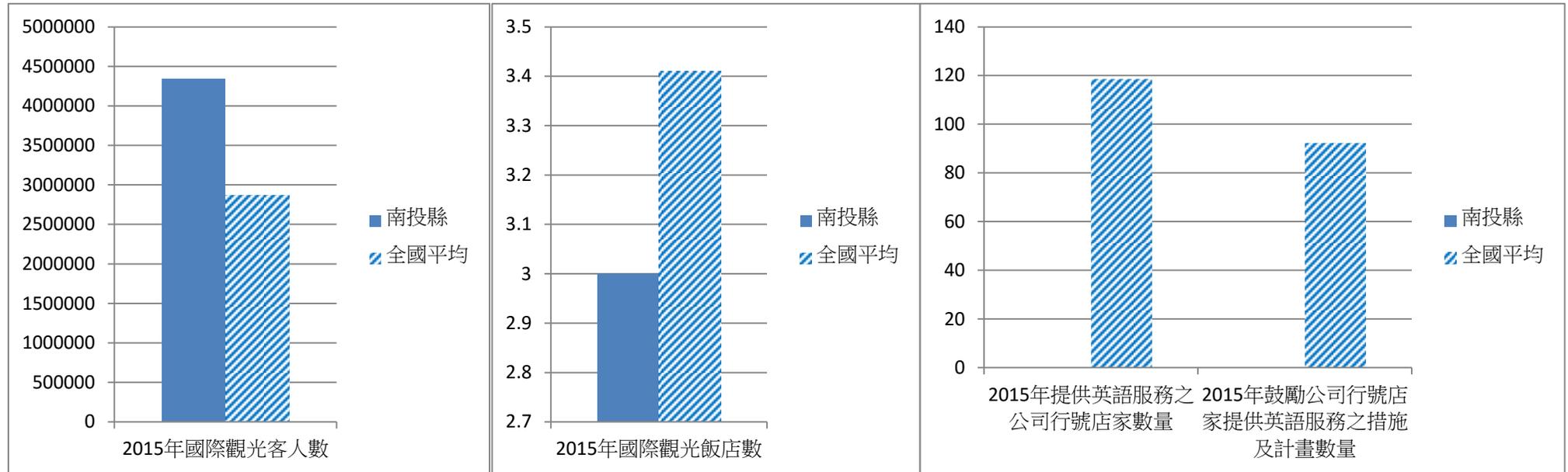


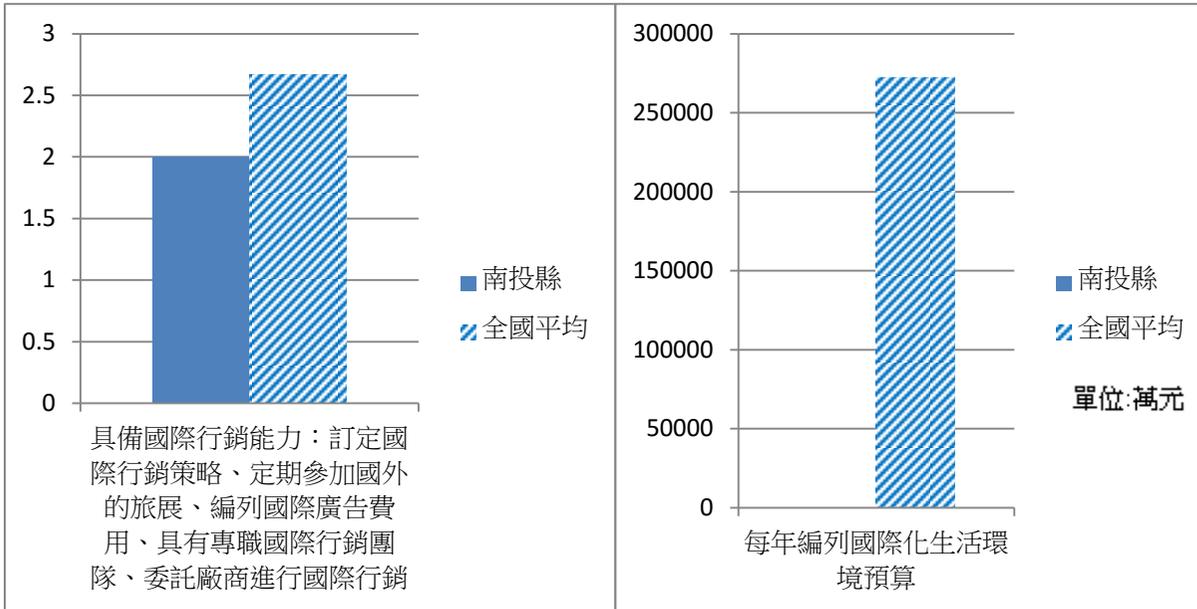
圖 3-10 苗栗縣國際化定位分析

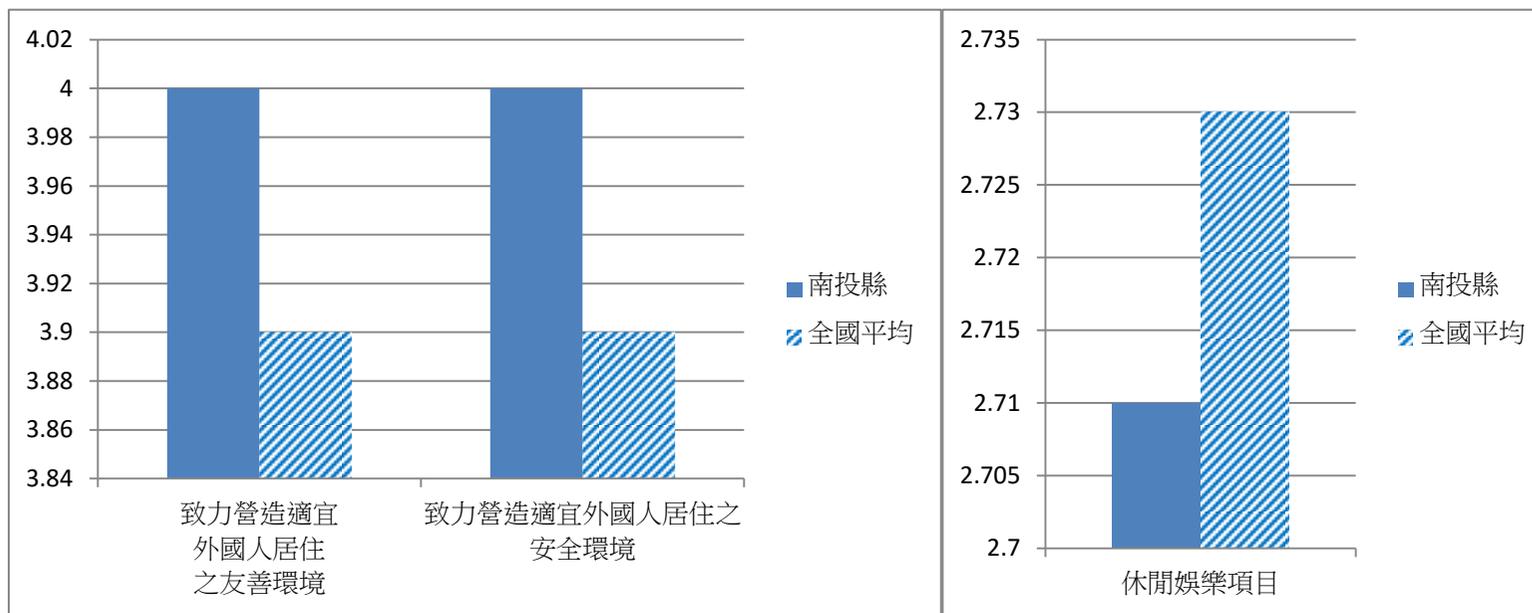
南投縣：以「觀光旅遊及產業發展投資」為其國際定位，其國際行銷策略，以參加旅轉及國外招商為主，但缺乏其自有國際團隊及國際環境預算。在國際活動上活躍，但在國際組織參與較弱。國際觀光人數達 4 百萬以上，甚為可觀，可見其發展國際觀光旅遊甚為成功。但產業發展投資則無表現，有待加強。其在飲食、購物、居住、交通運輸、休閒育樂等國際化程度均低於平均值。

觀光旅遊



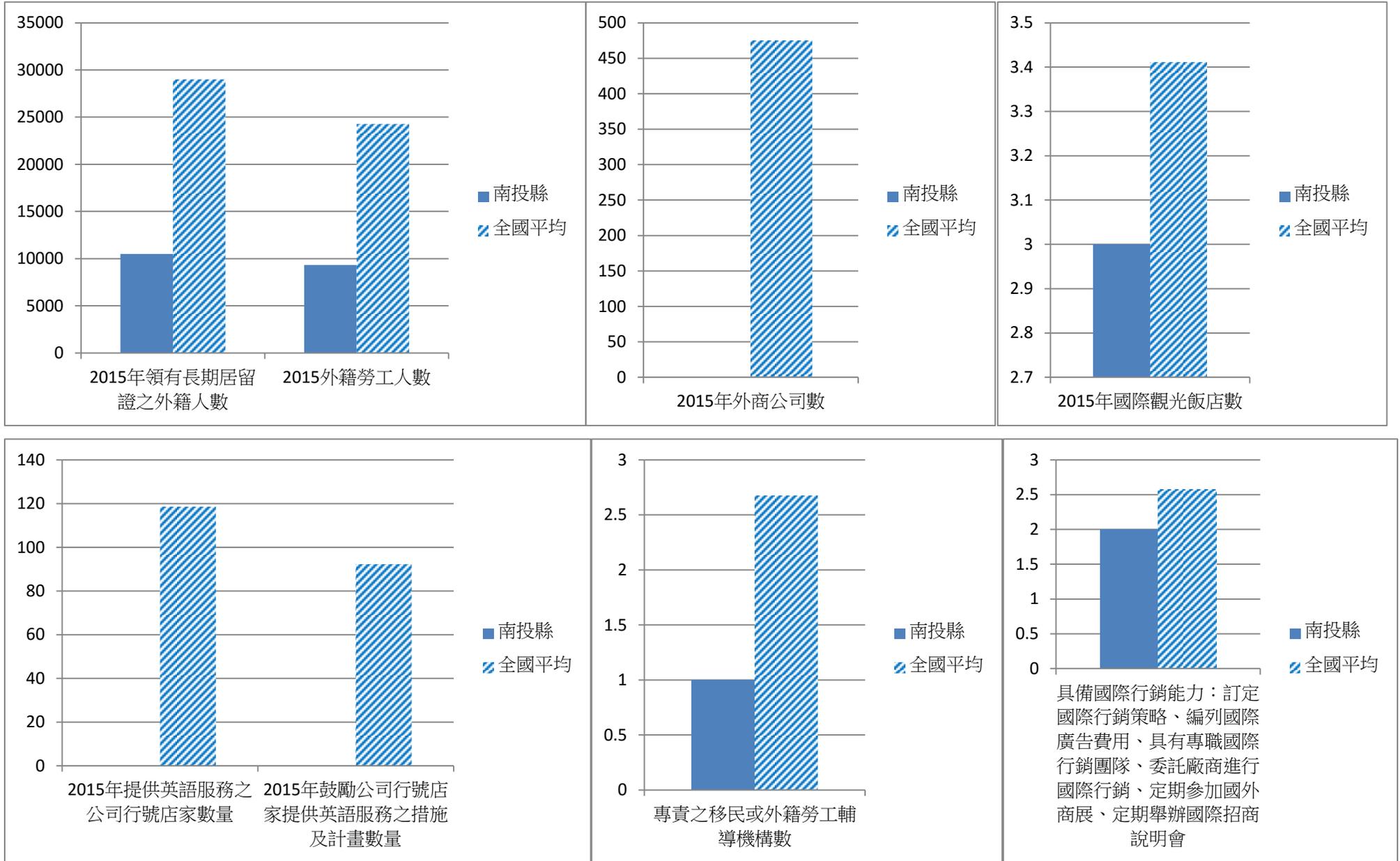
建構國際生活環境調查及輔導機制





業發展投資

建構國際生活環境調查及輔導機制



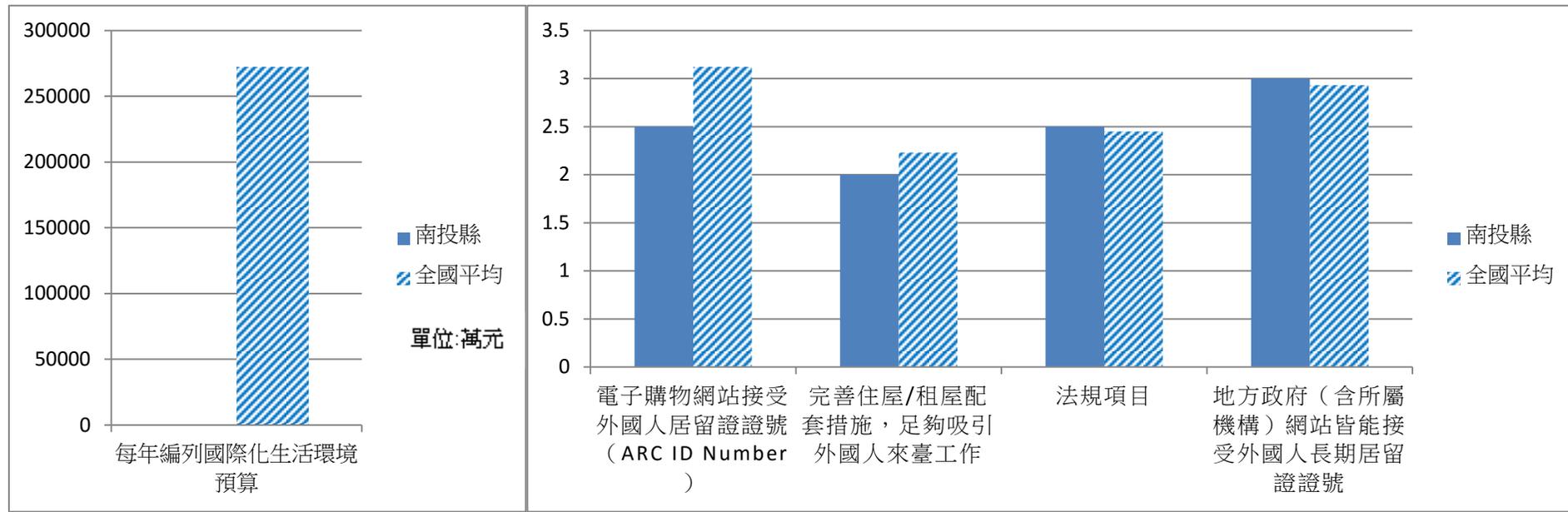
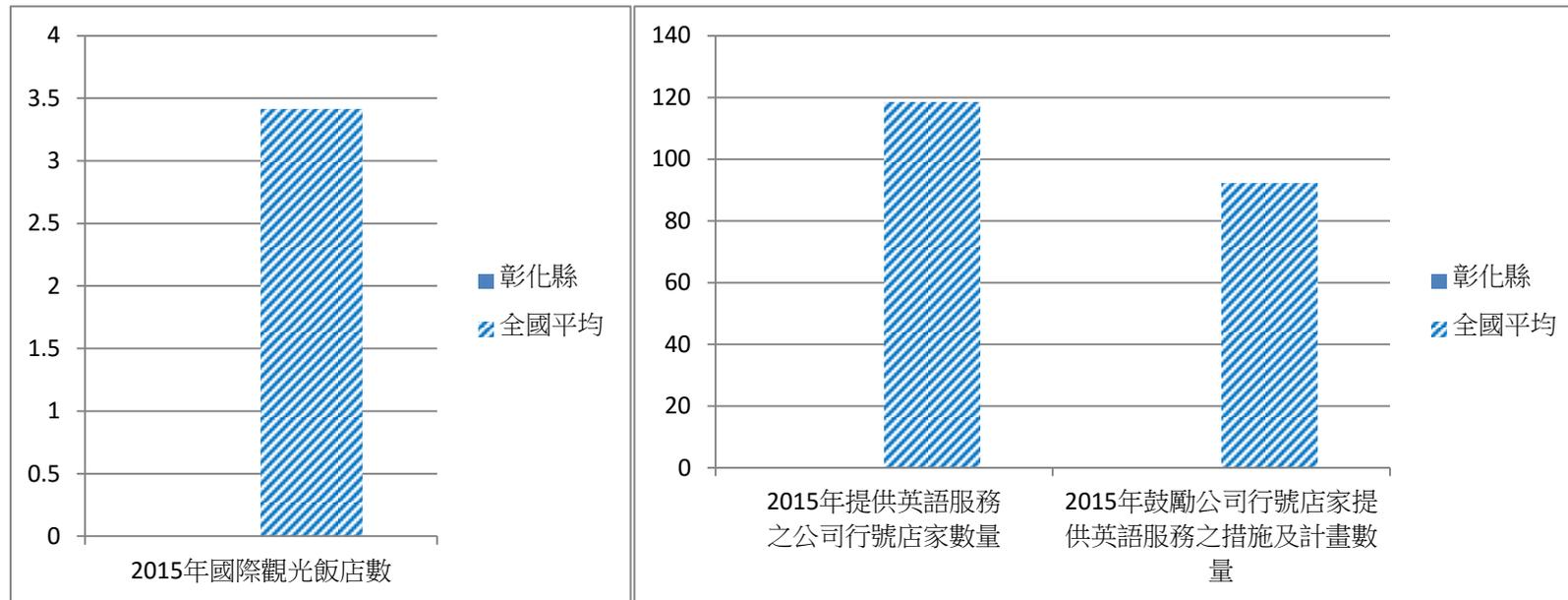
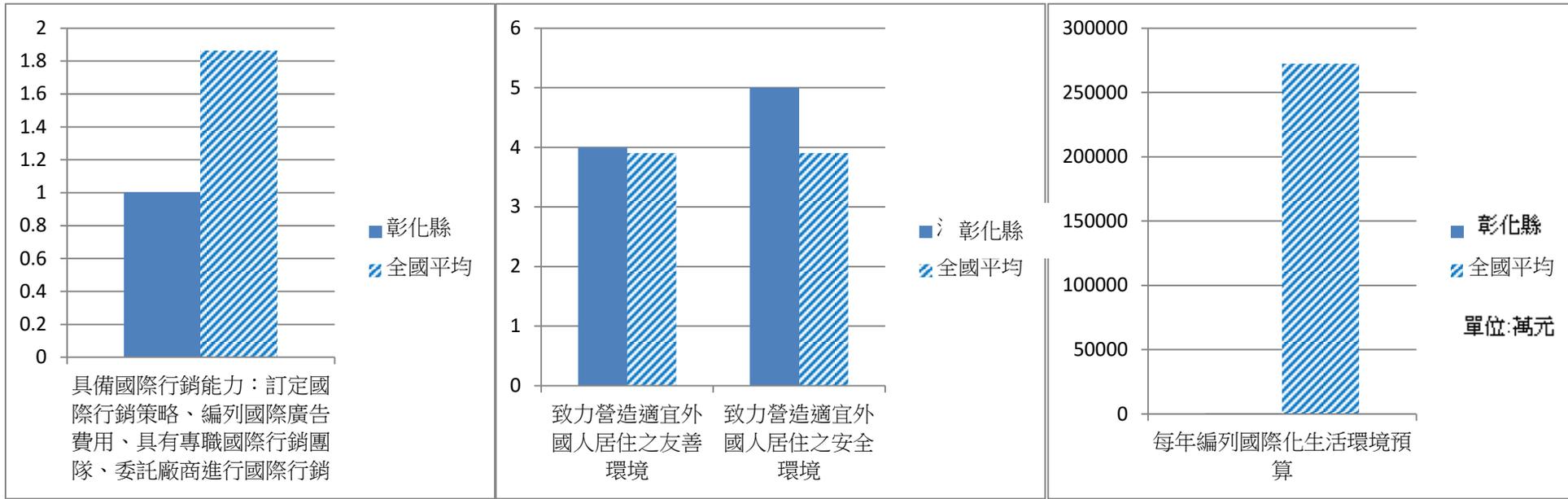


圖 3-11 南投縣國際化定位分析

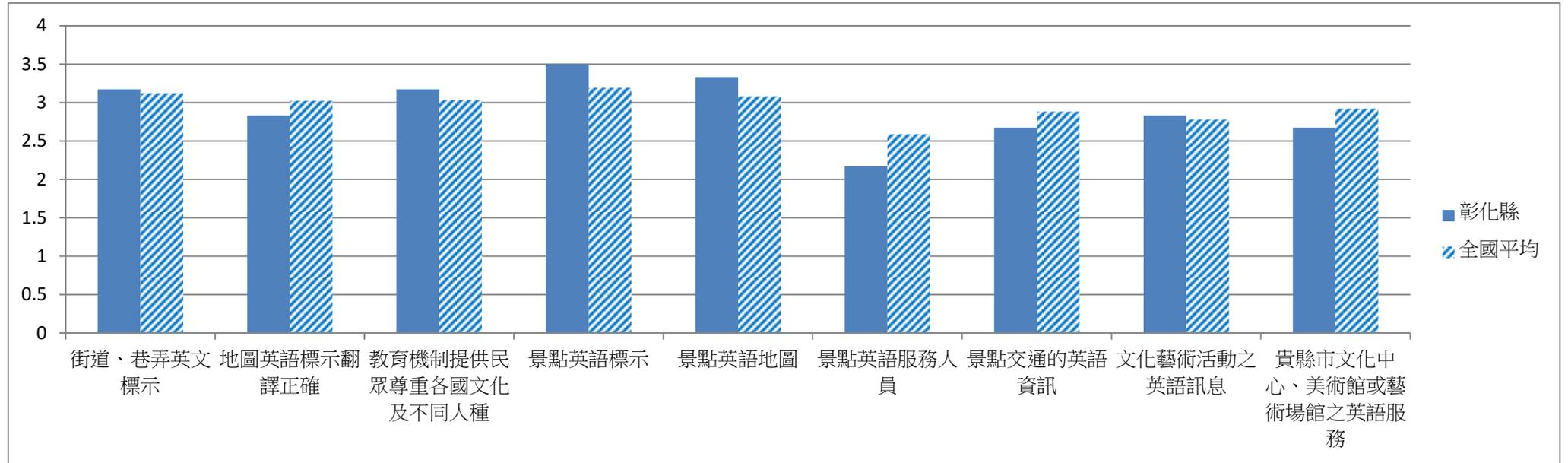
彰化縣：彰化縣以「文化歷史、觀光旅遊及交通轉運」為其國際化定位。彰化在國際觀光客及一般的國際連結（國際組織、國際活動）上，表現並不出現。此外，在並未編列國際化環境預算，其英語服務店書數均不足。雖在部分地方生活環境項目的國際化高於平均值(購物 3.04>2.80；交通運輸 2.72>2.67)，但整體上，如何在文化歷史、觀光旅遊及交通轉運上，在國際化上有所突破，仍待考驗。

文化歷史

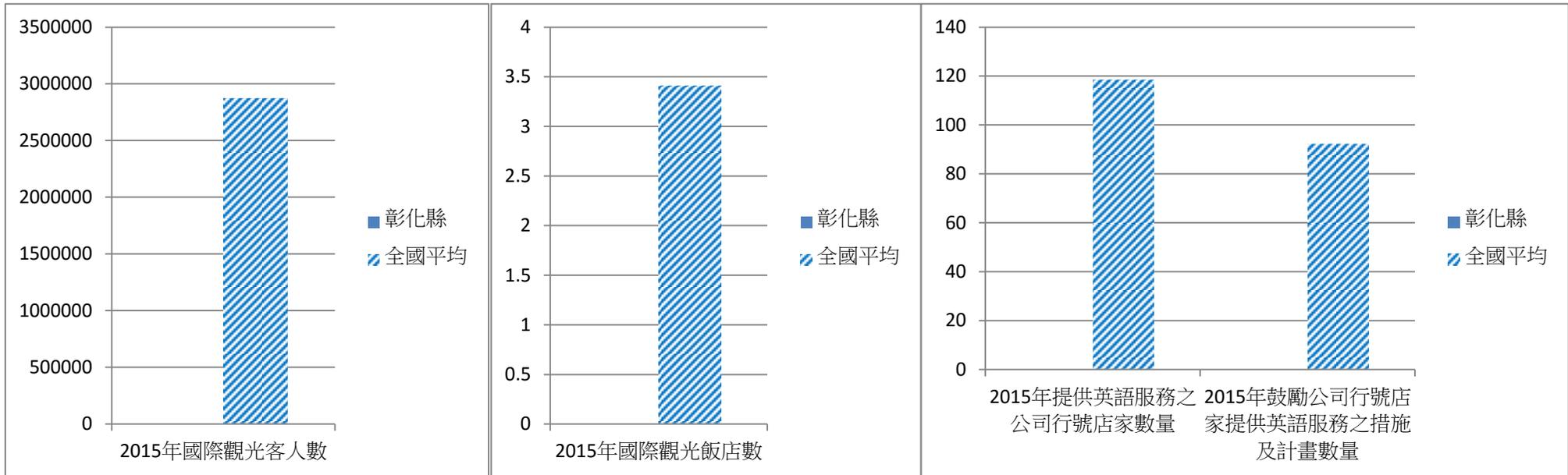




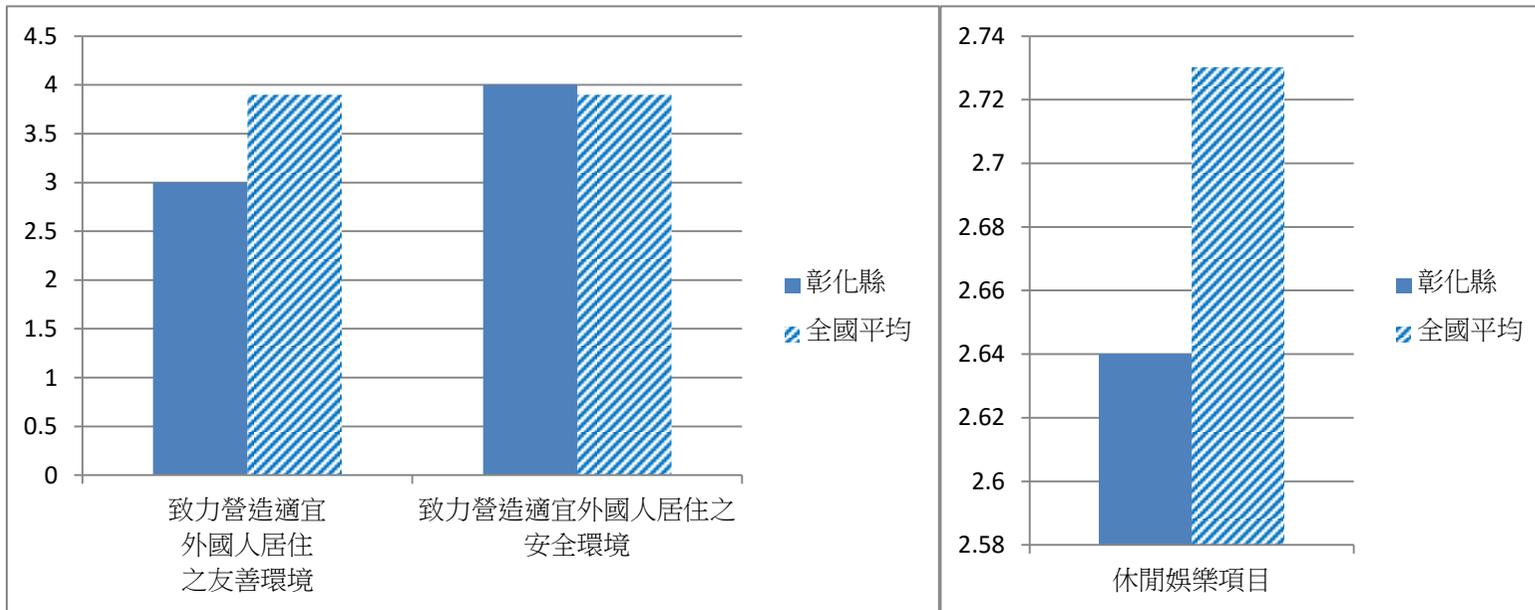
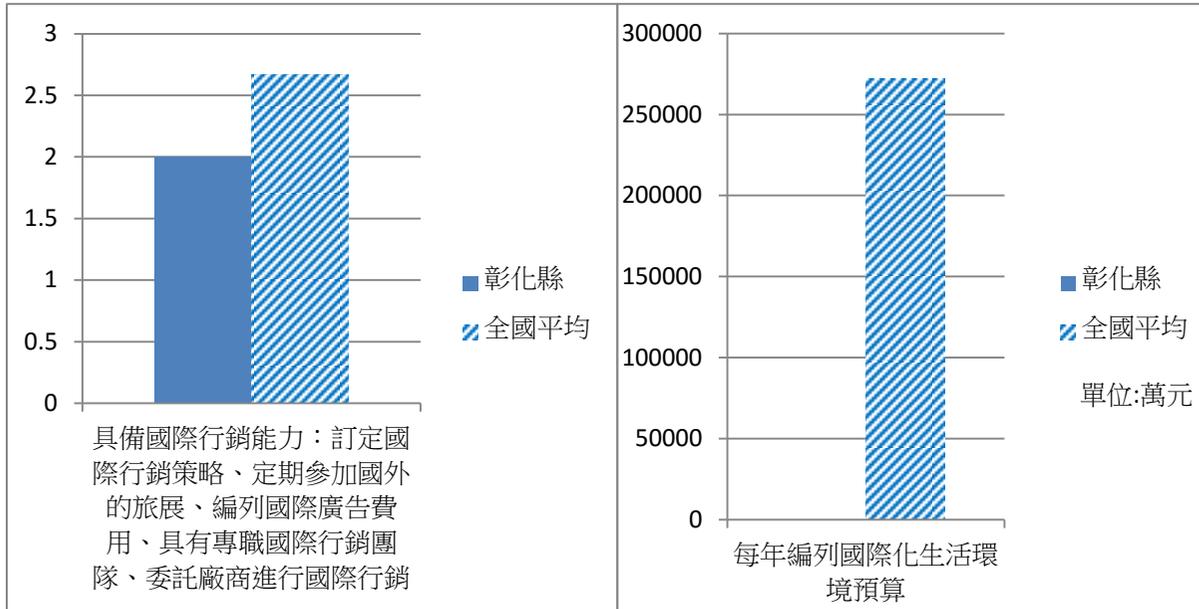
建構國際生活環境調查及輔導機制



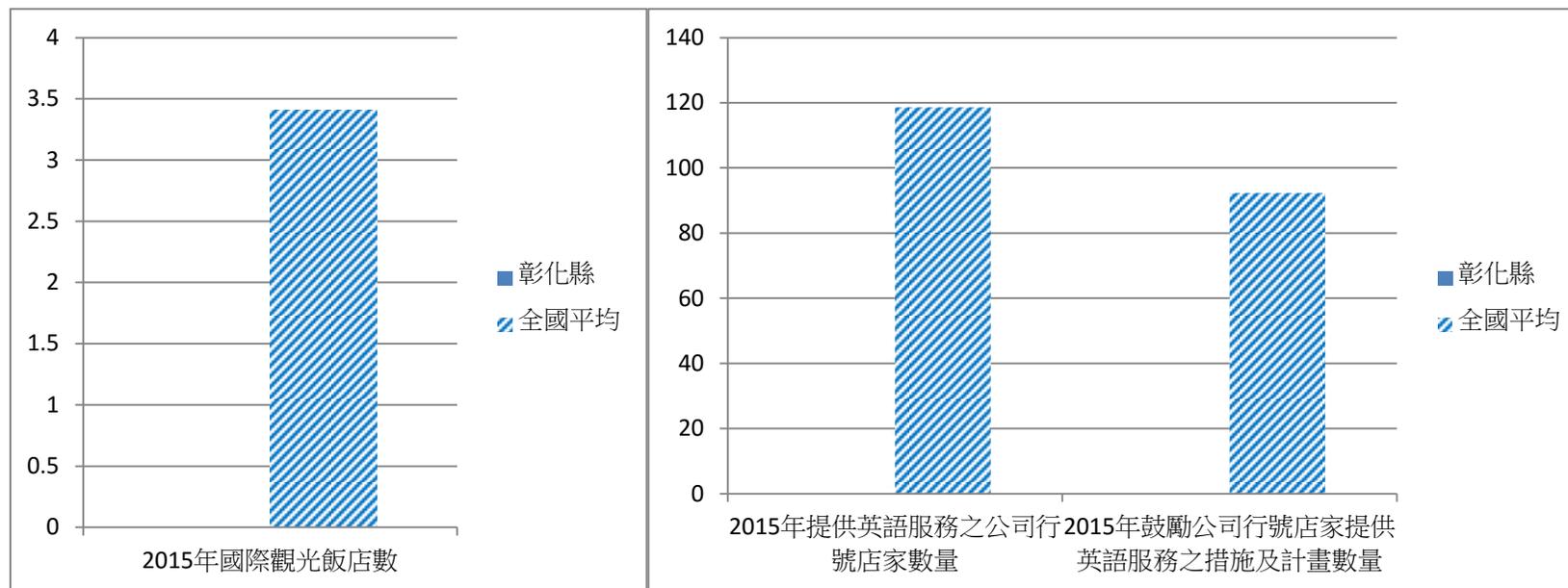
觀光旅遊



建構國際生活環境調查及輔導機制



交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制

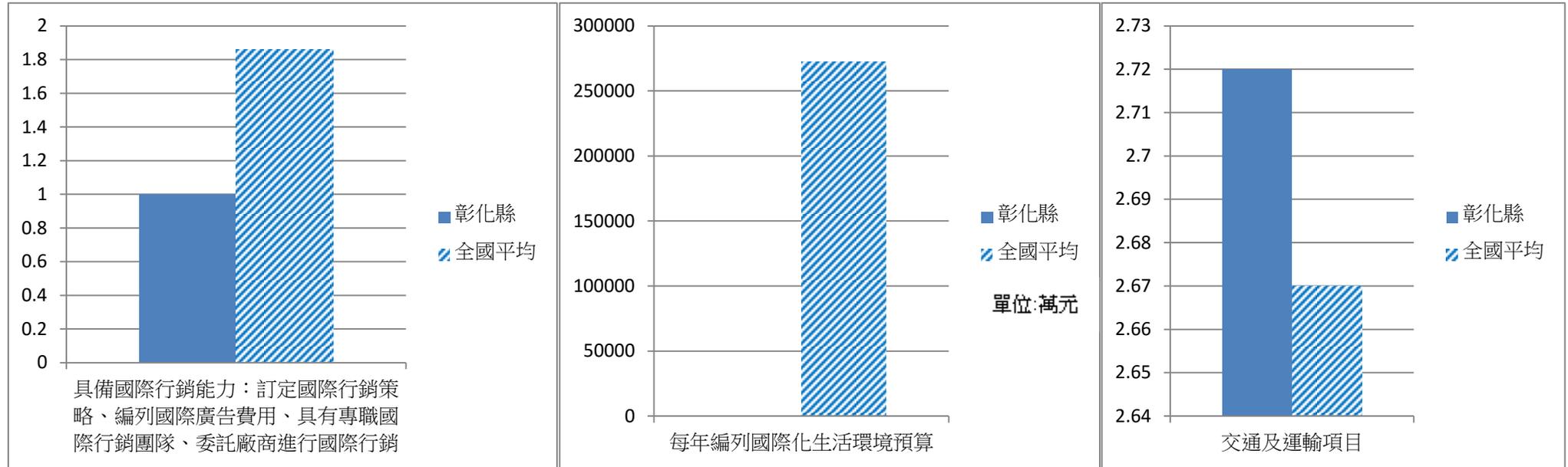
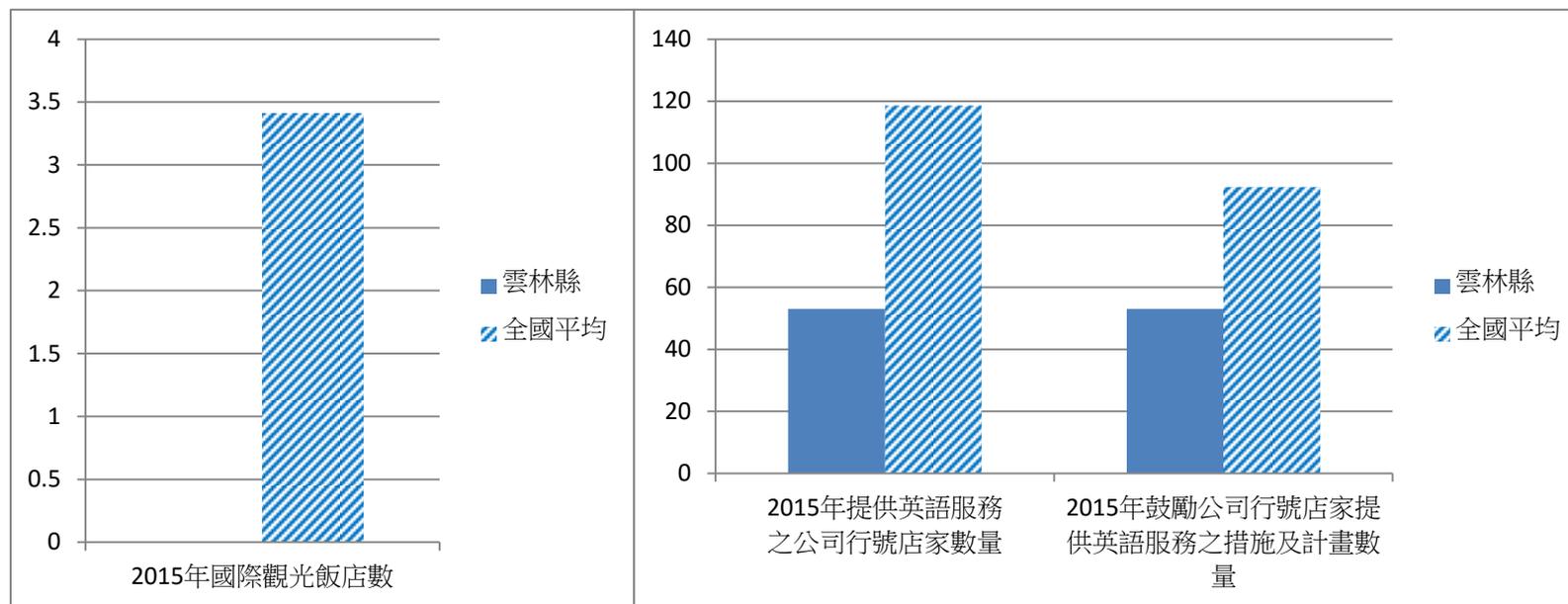


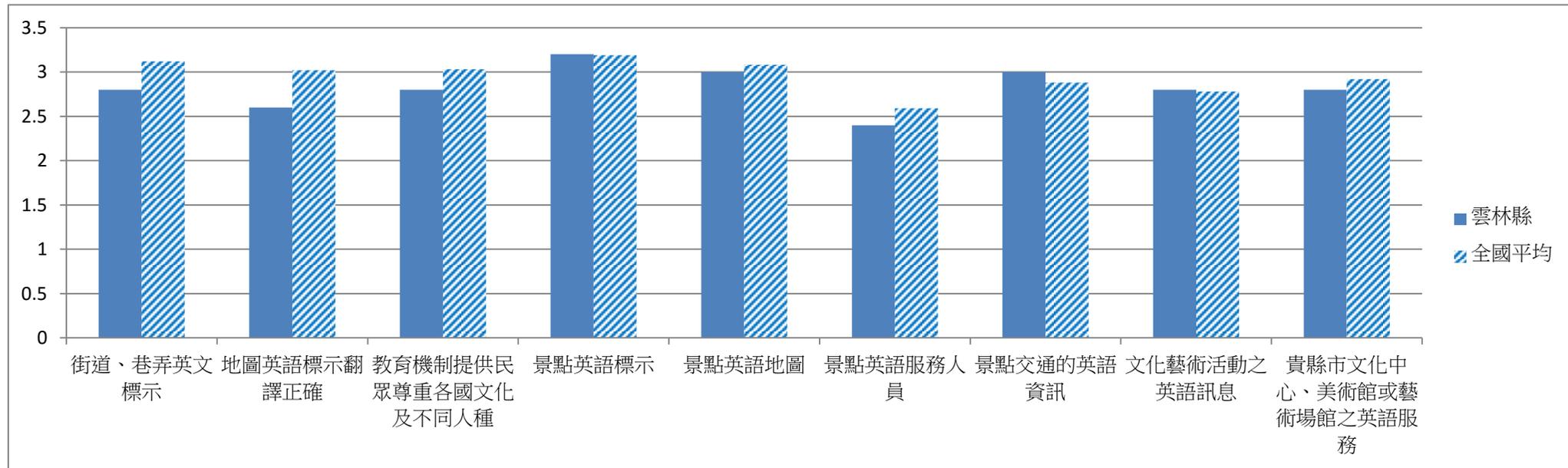
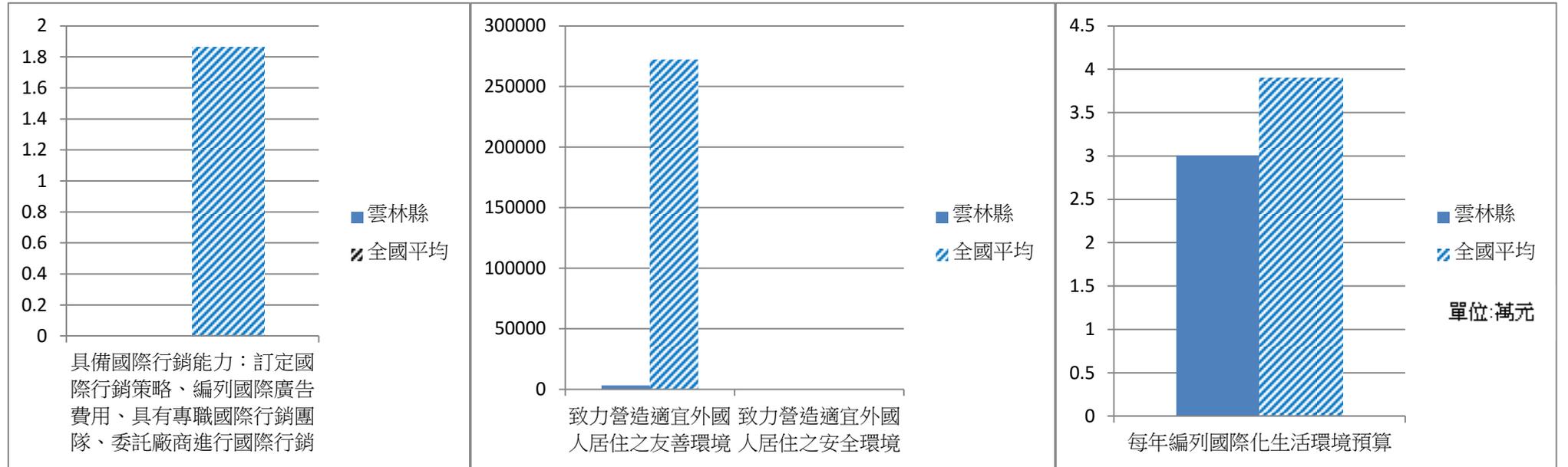
圖 3-12 彰化縣國際化定位分析

雲林縣：雲林以「文化歷史及觀光旅遊」為其國際定位，然其縣內並無國際觀光飯店，但在英語服務店家達 53 家。國際觀光客在 2015 年有一萬六千多人，但在國際連結及國際行銷上，著墨不深。

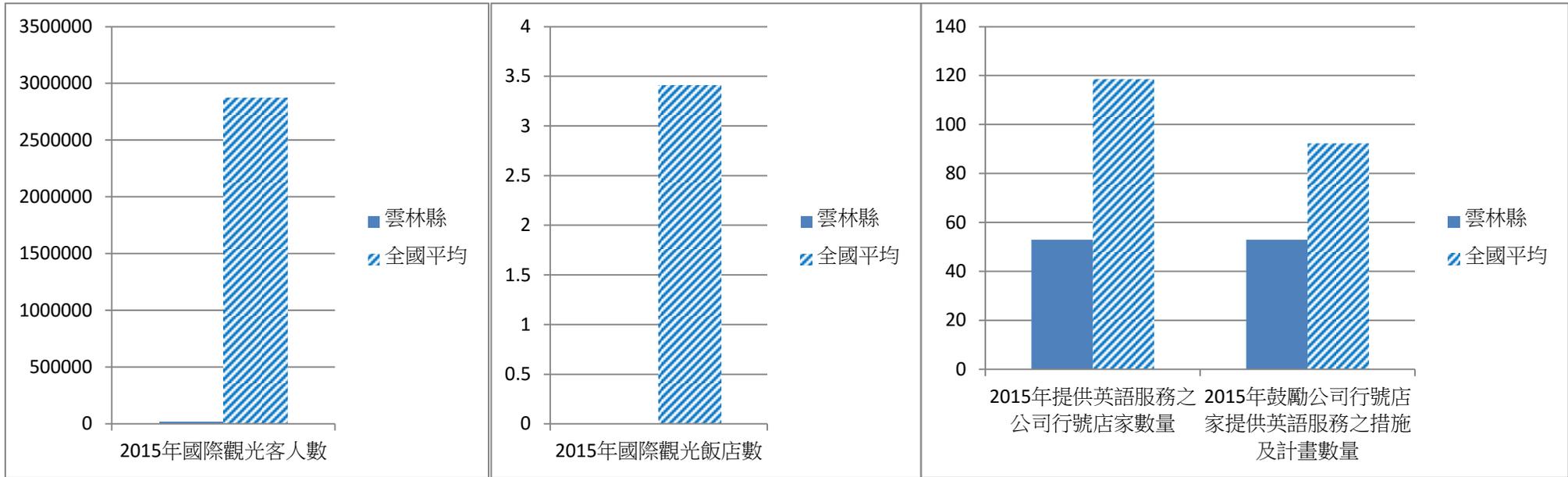
文化歷史



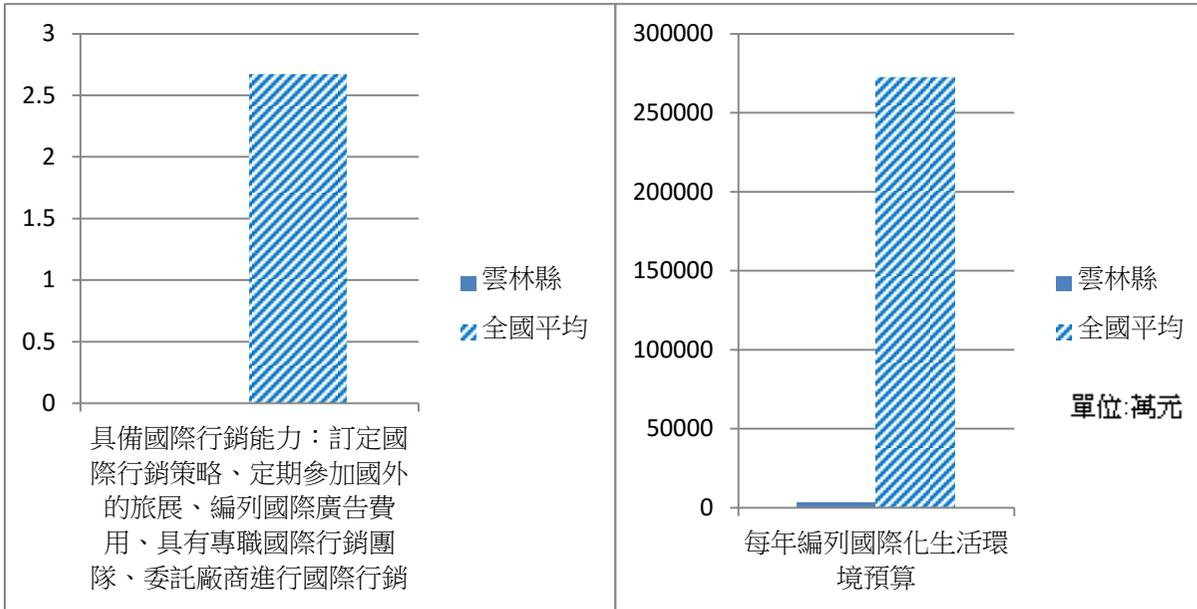
建構國際生活環境調查及輔導機制



觀光旅遊



建構國際生活環境調查及輔導機制



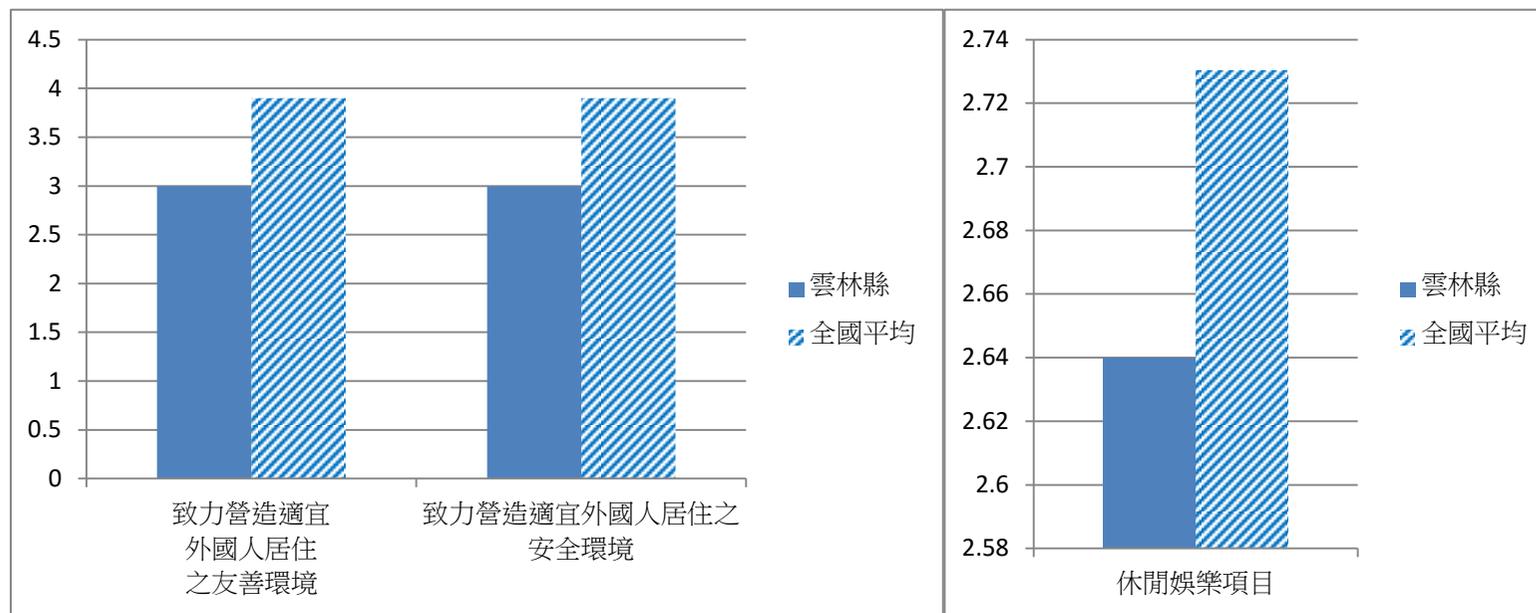
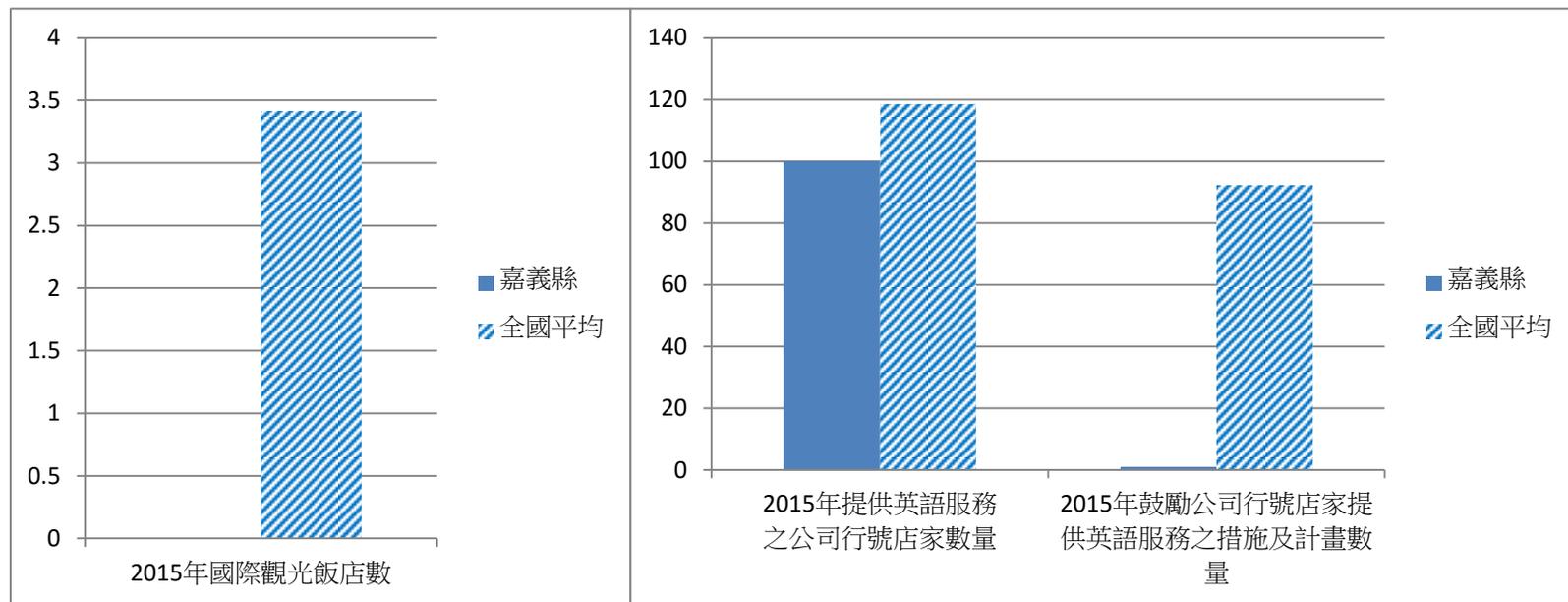


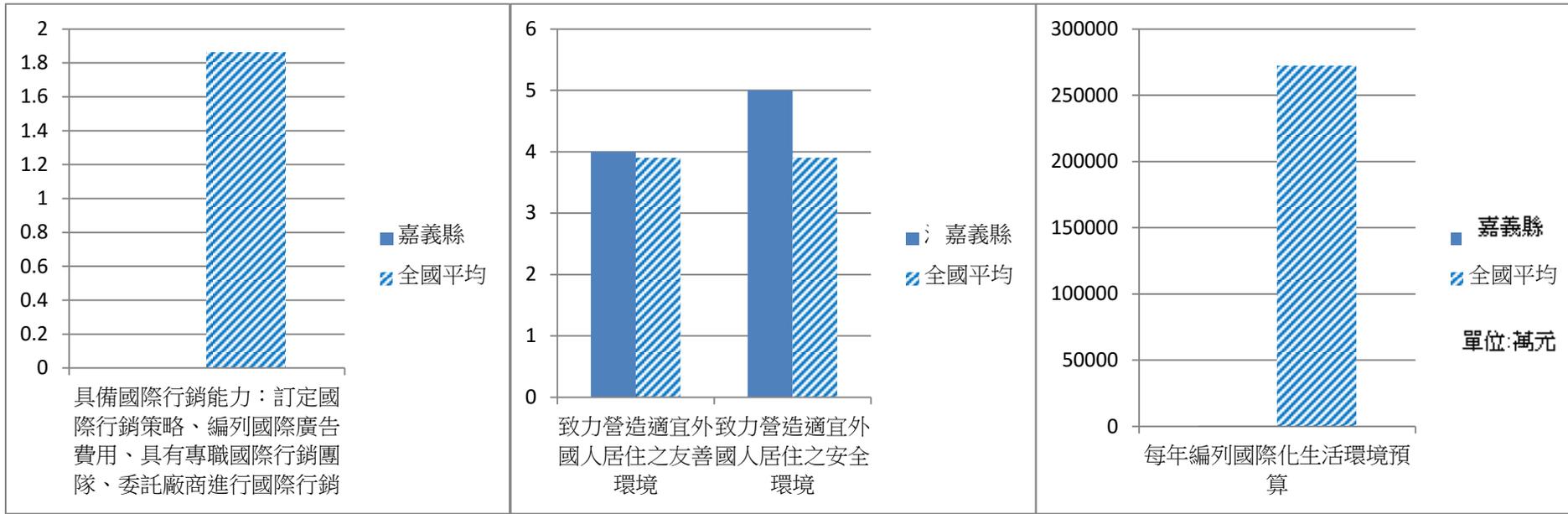
圖 3-13 雲林縣國際化定位分析

嘉義縣：

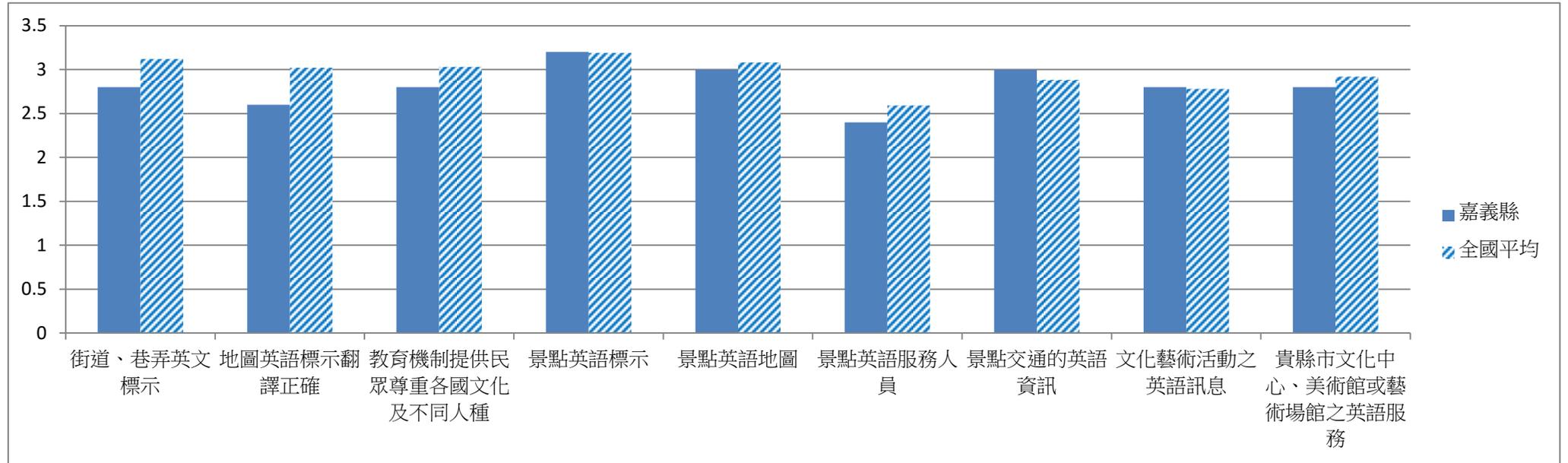
此三縣以「文化歷史、觀光旅遊及產業發展投資」，文化歷史、觀光旅遊上，有其發展背景，國際觀光客在 105 年，在地方生活環境指標上，嘉義縣大都低於平均值。

文化歷史

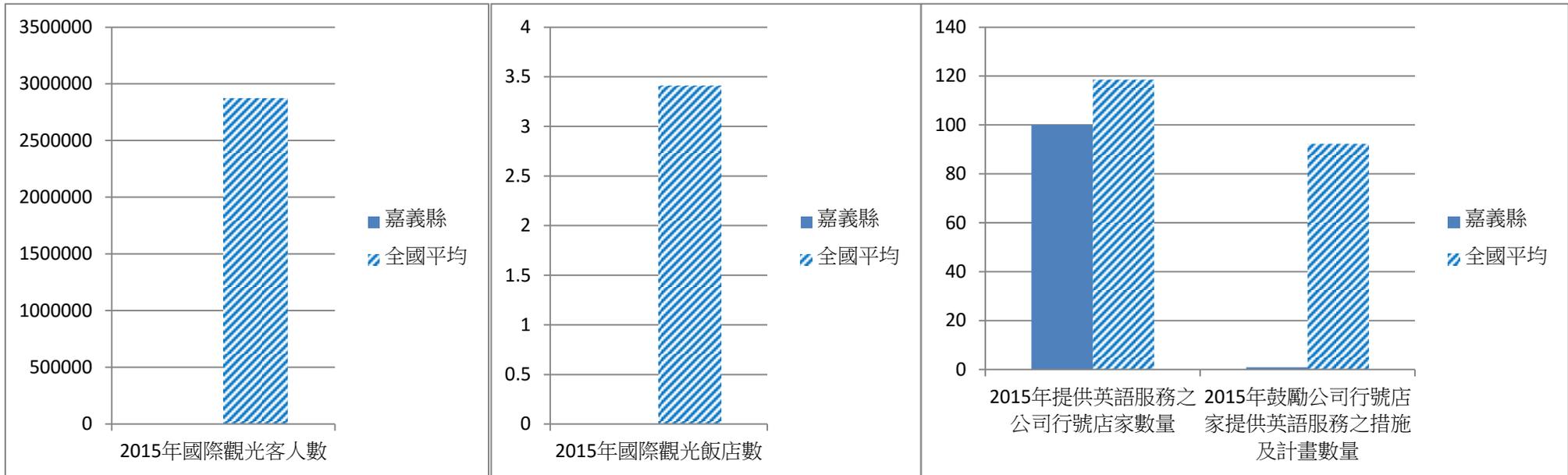




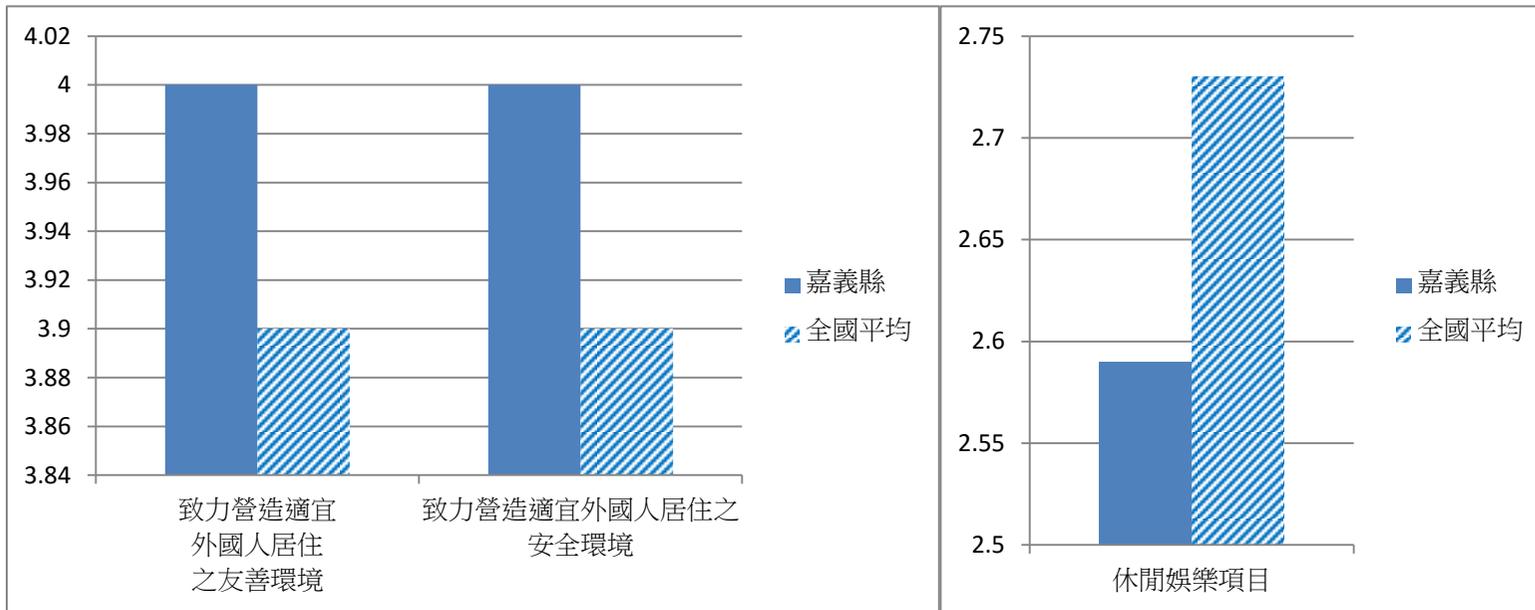
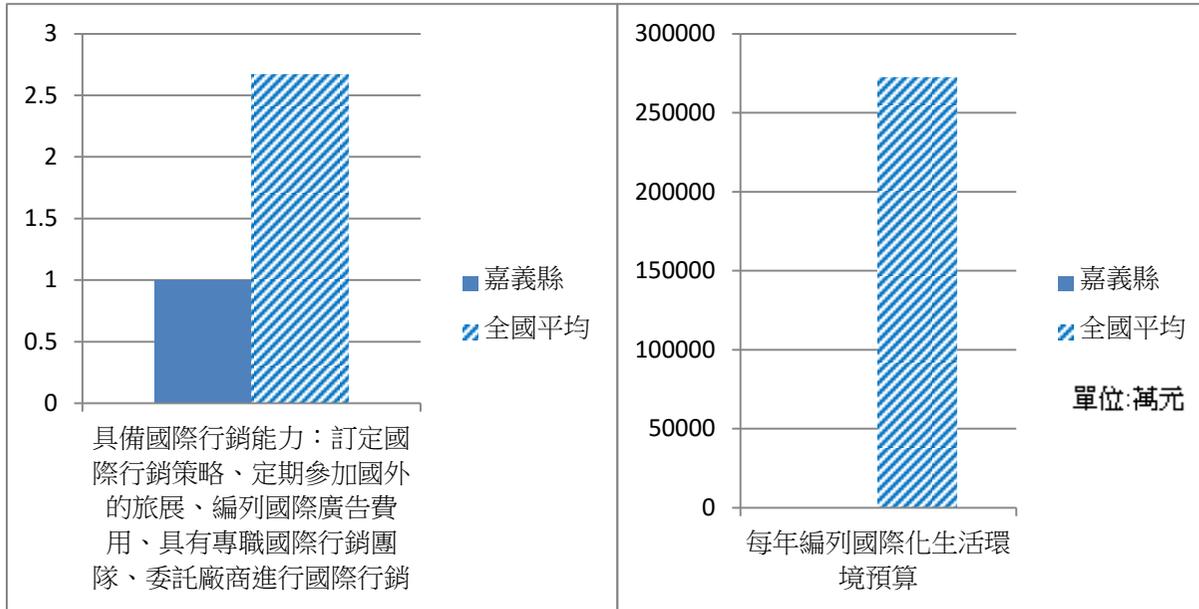
建構國際生活環境調查及輔導機制



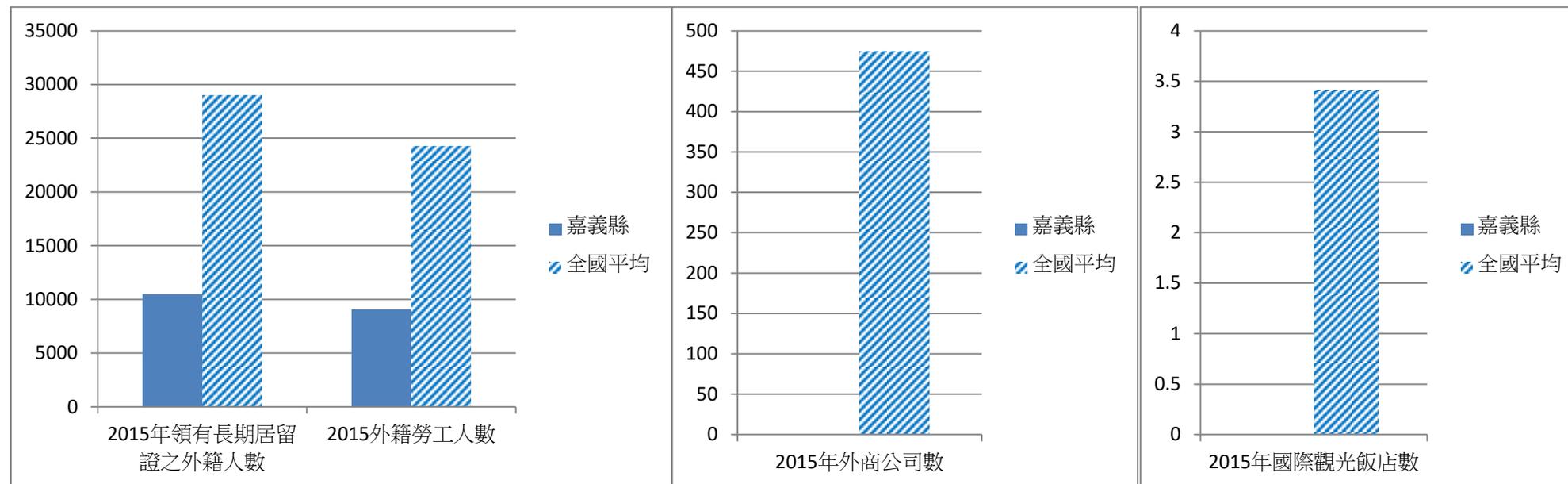
觀光旅遊



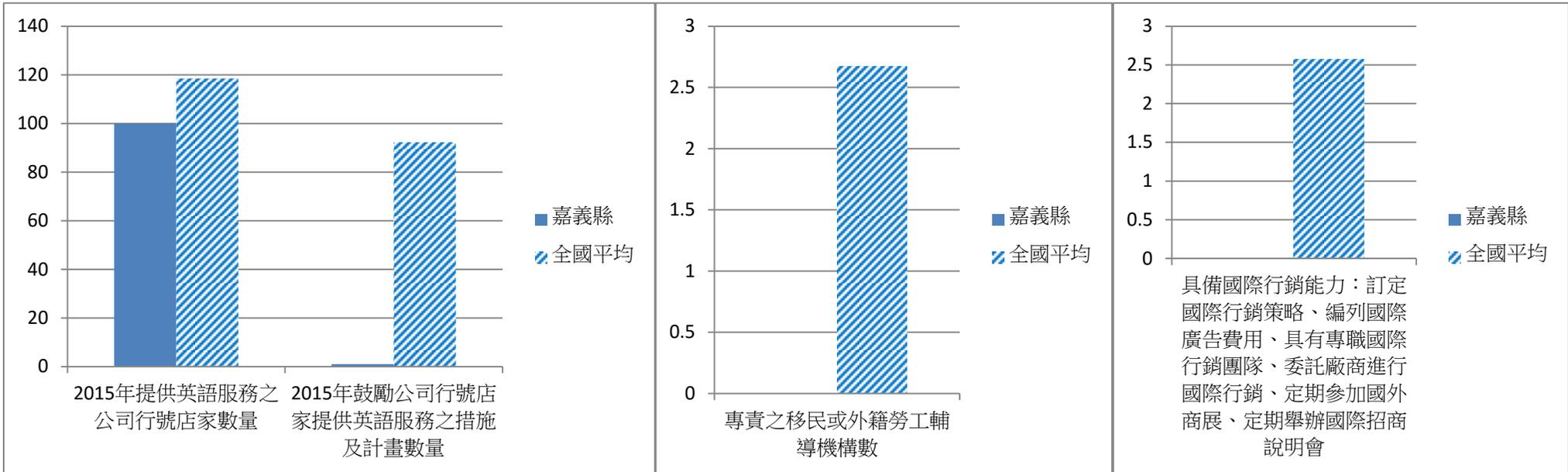
建構國際生活環境調查及輔導機制



產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



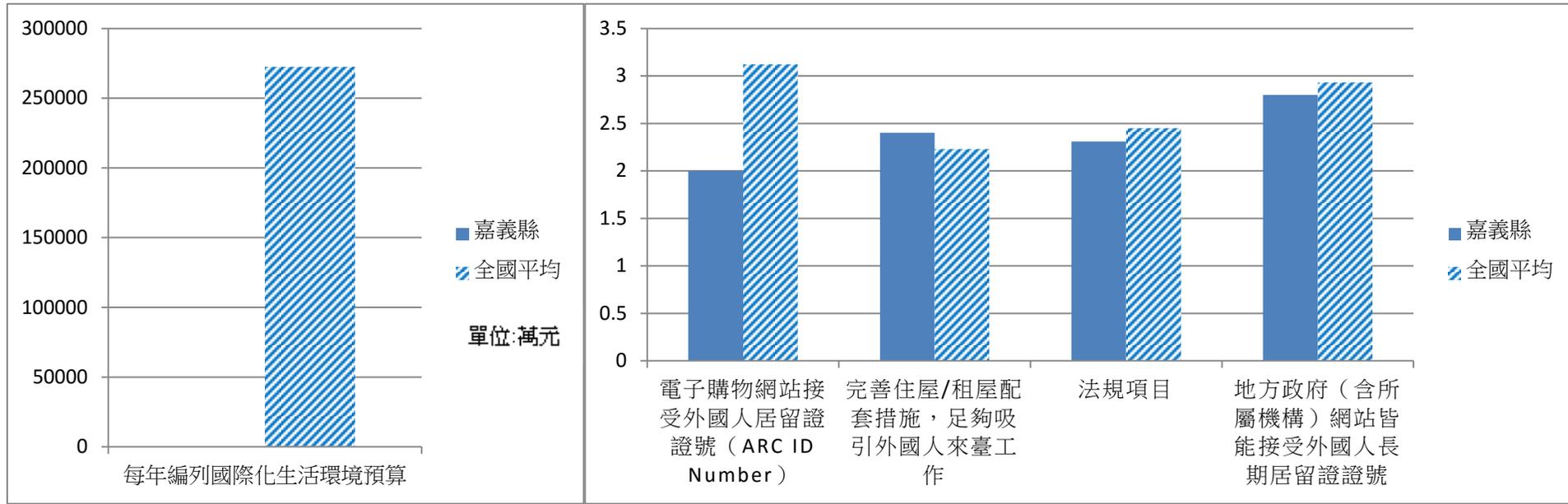
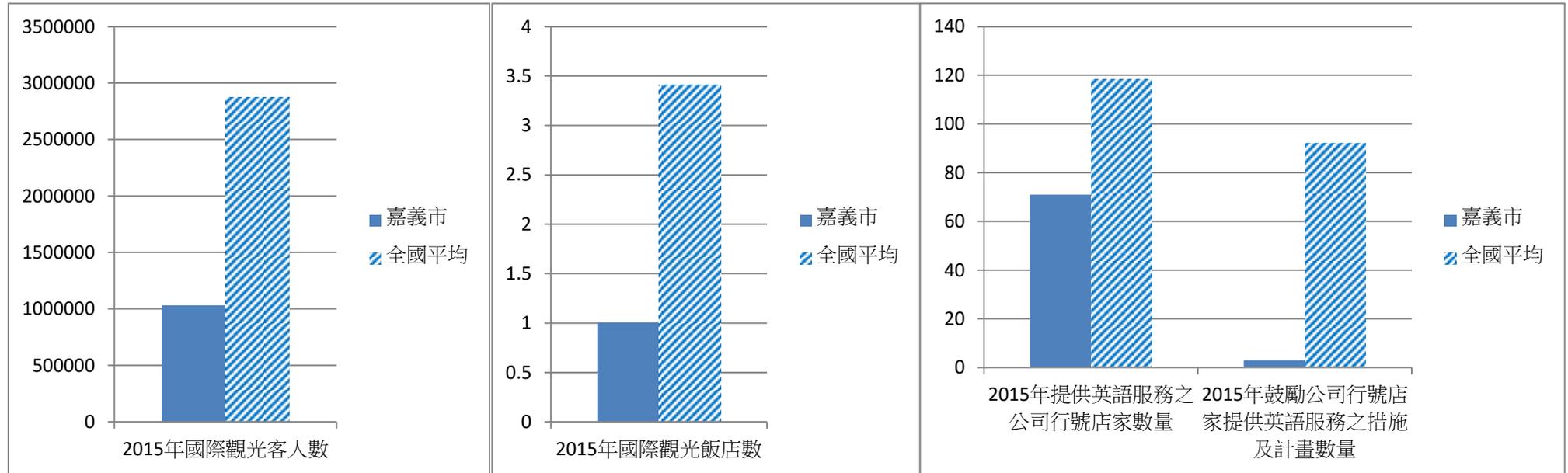
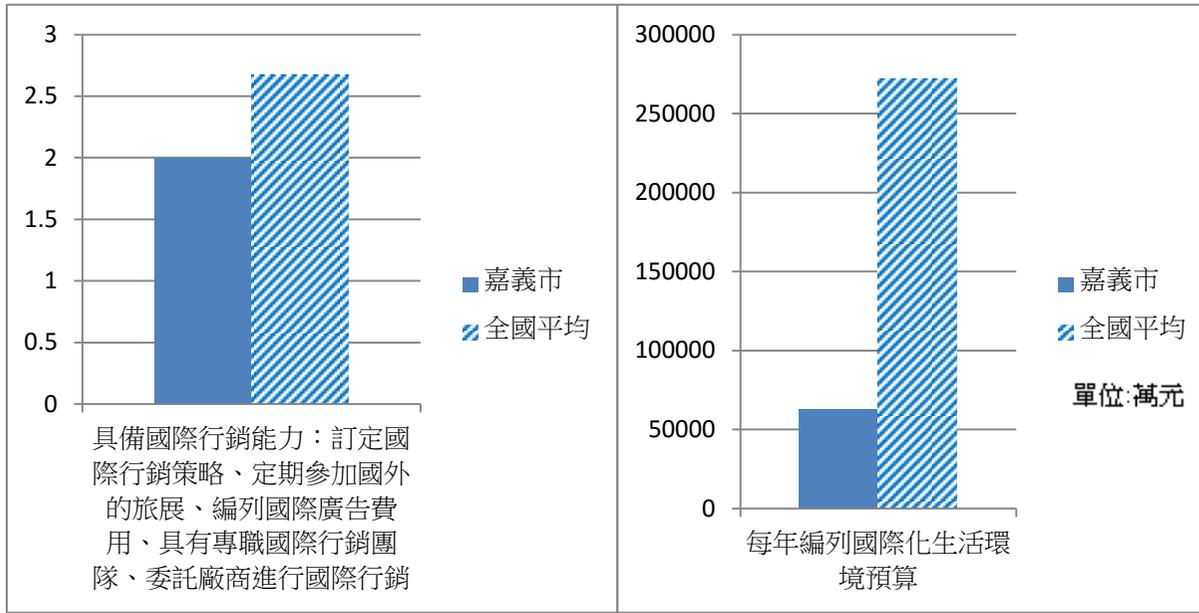


圖 3-14 嘉義縣國際化定位分析

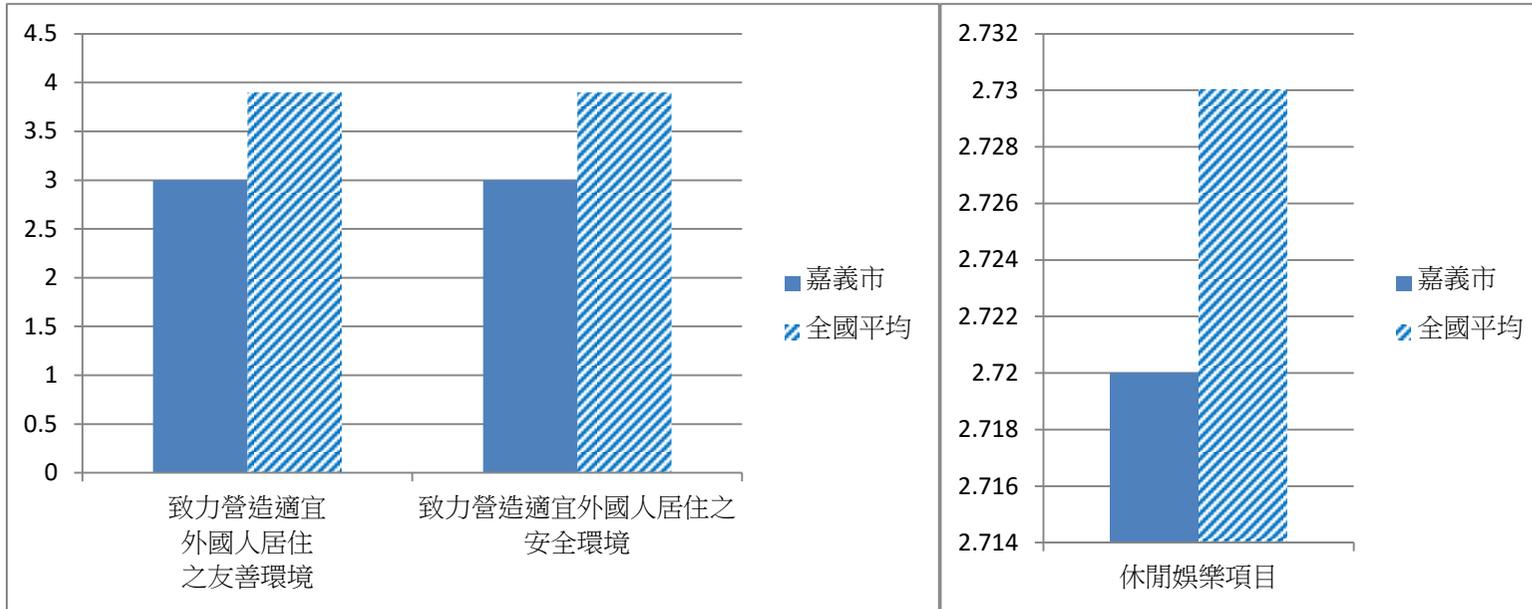
嘉義市：嘉義市以「觀光旅遊、產業發展投資及交通轉運」，其中嘉義市在國際行銷能力上，缺乏參與國際活動及相關國際化環境預算，但其 105 年國際觀光客人數達百萬人次，其市內國際觀光飯店有 65 家。但缺乏外商投資。其適合發展國際觀光旅遊，但在產業發展及交通轉運上的國際化值，僅法規面及教育面高於平均值。

自我定位：觀光旅遊

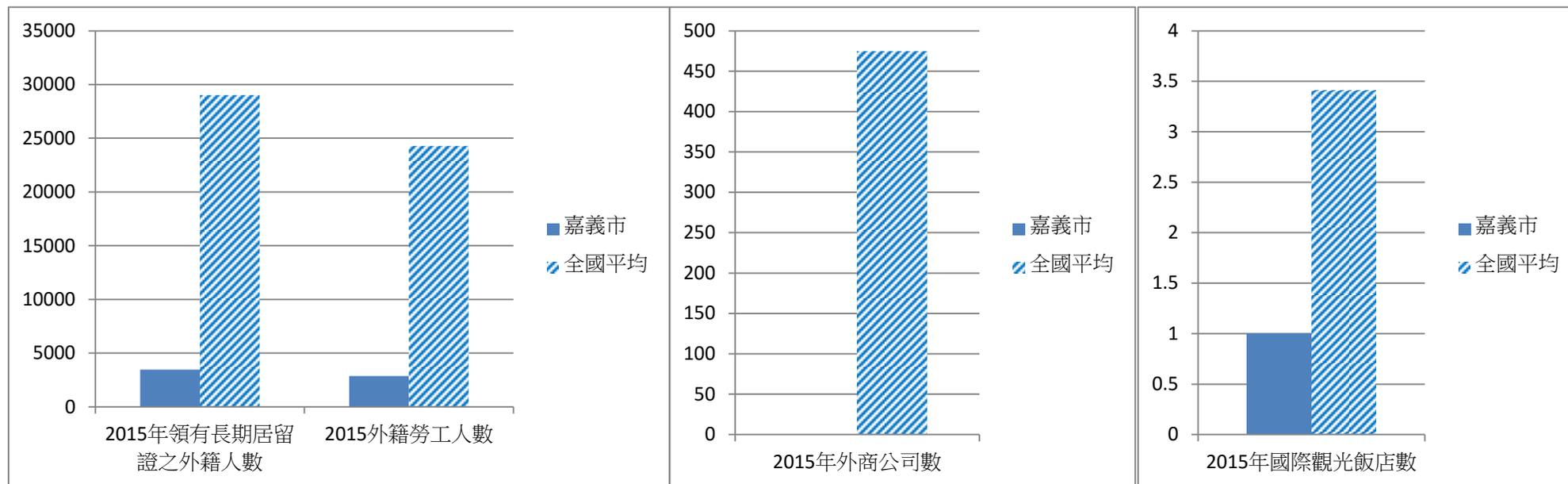




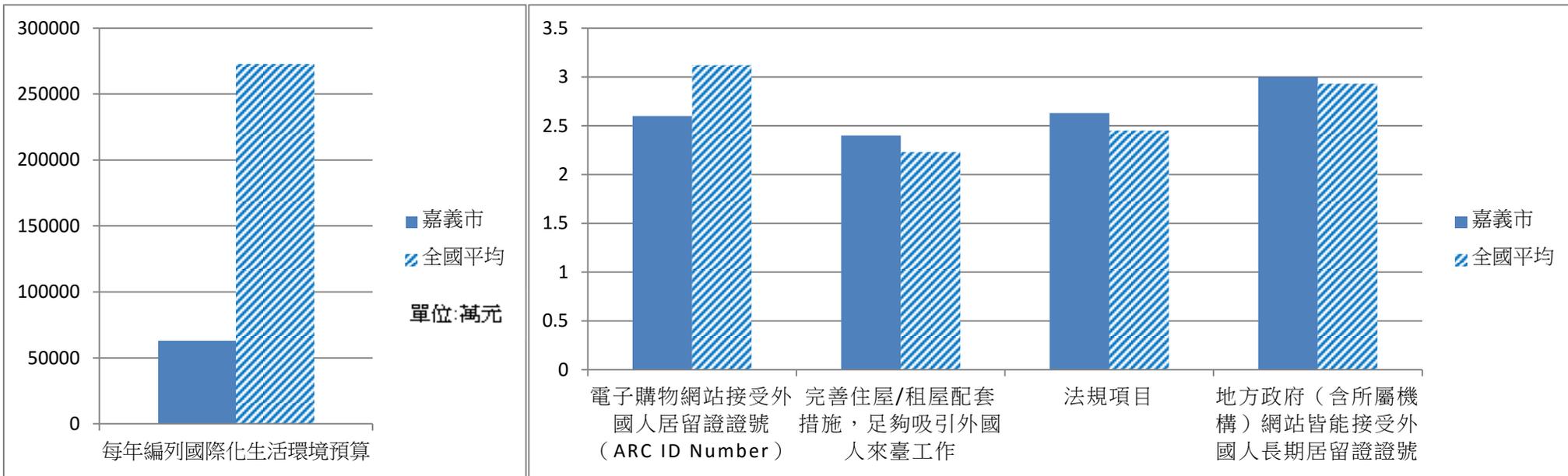
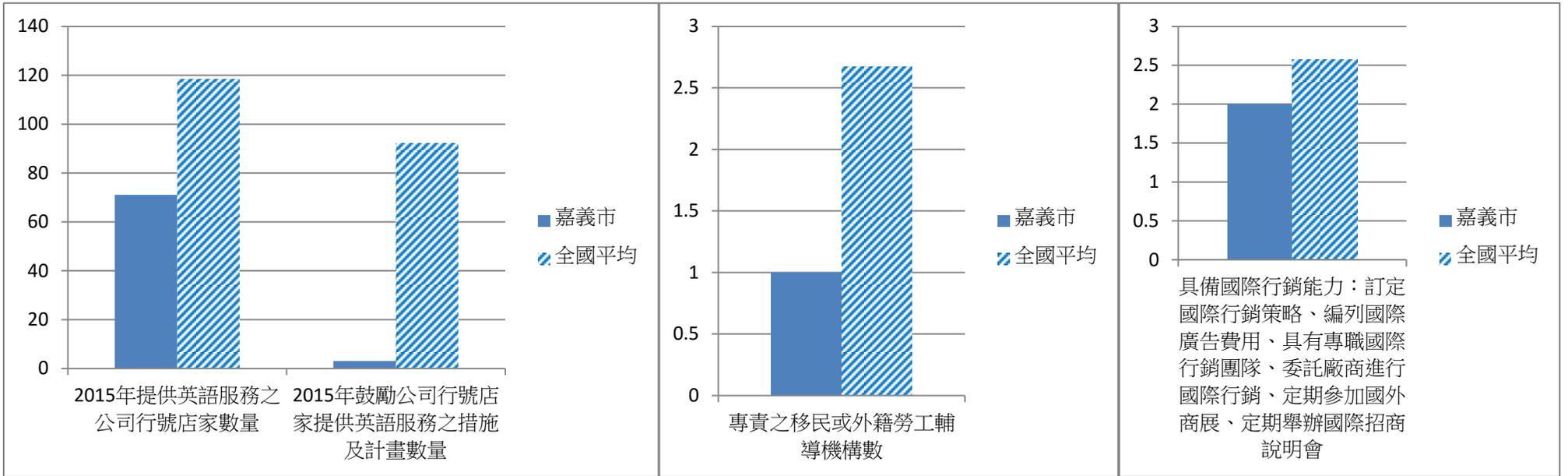
建構國際生活環境調查及輔導機制



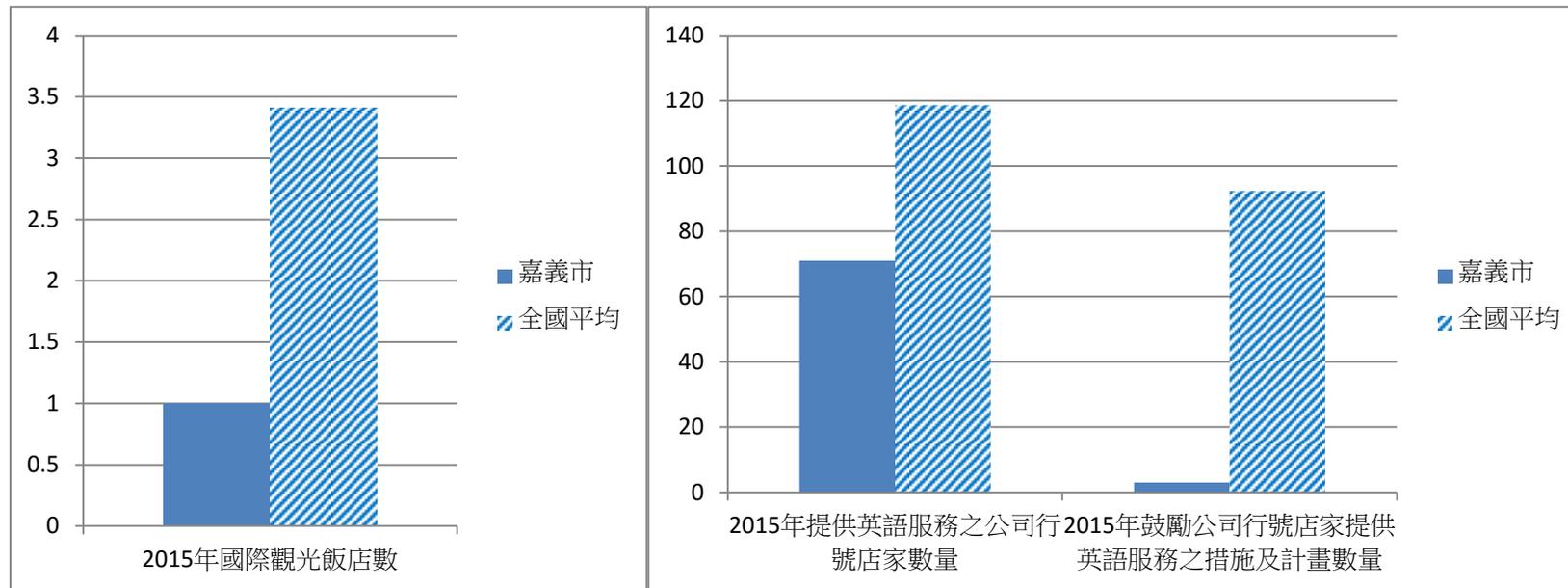
自我定位：產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



自我定位：交通轉運



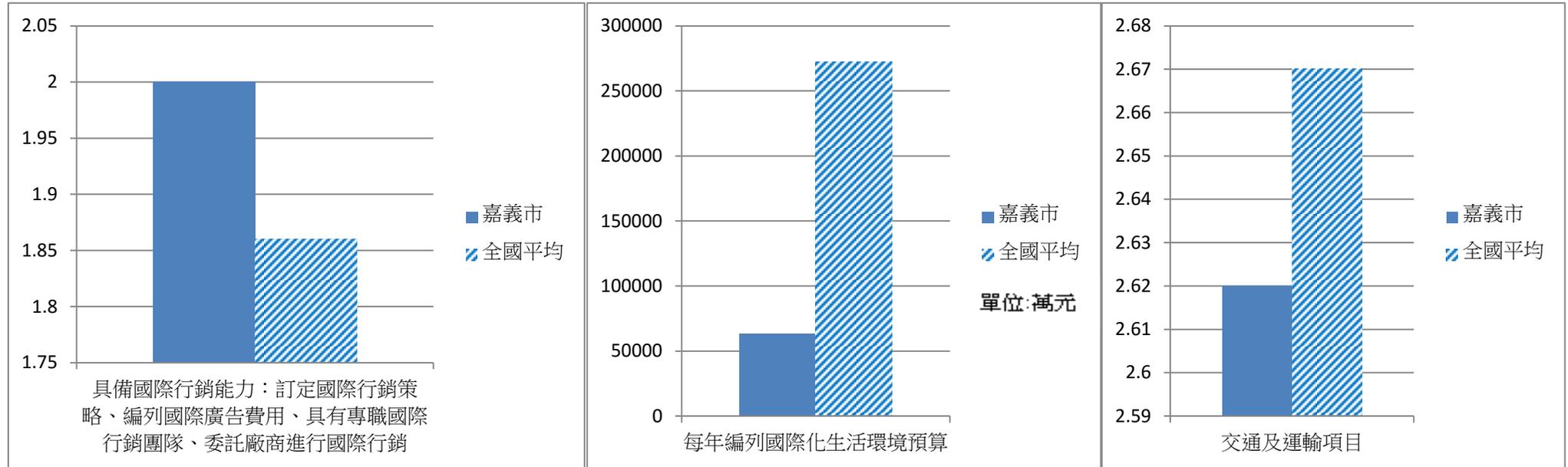
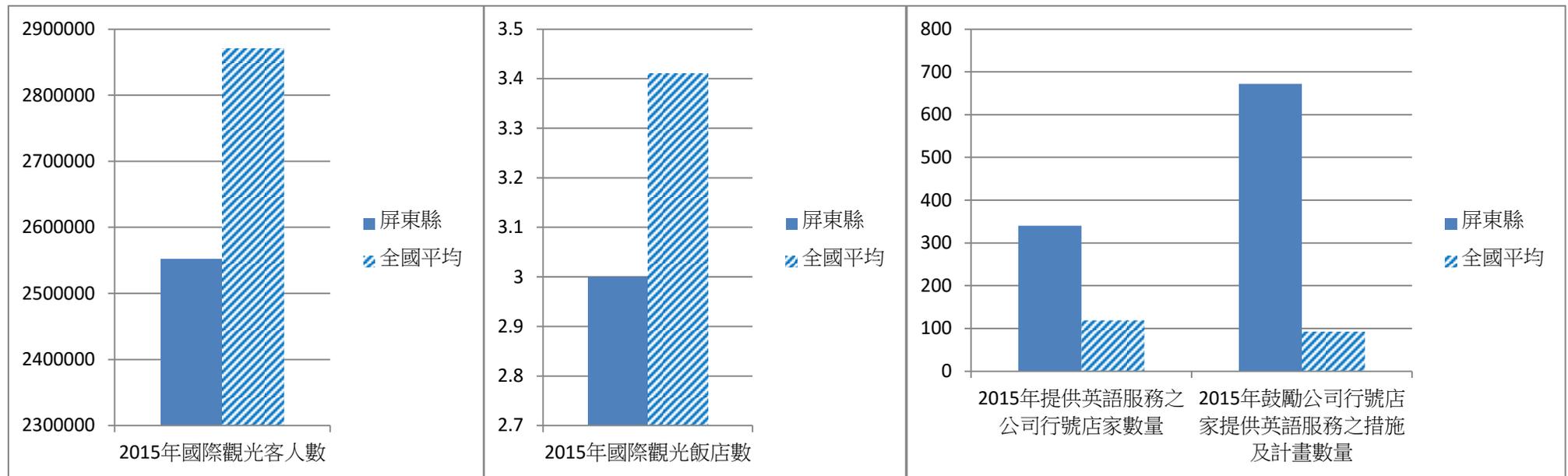


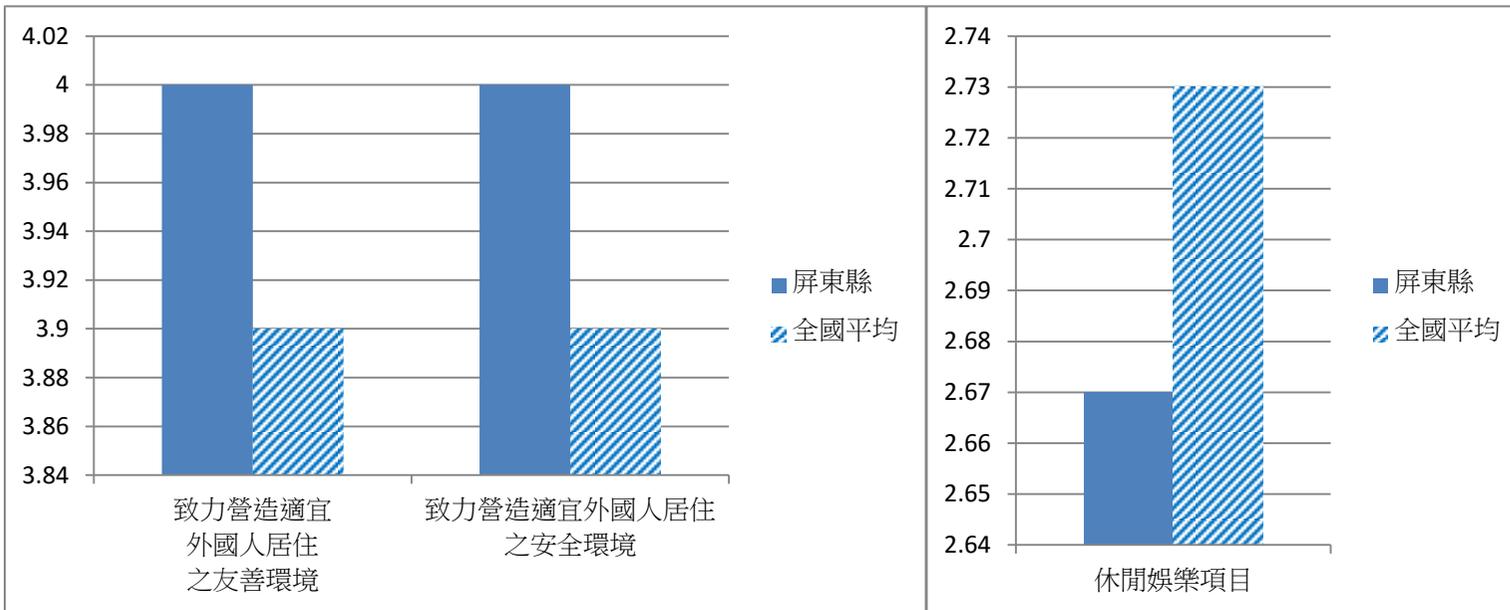
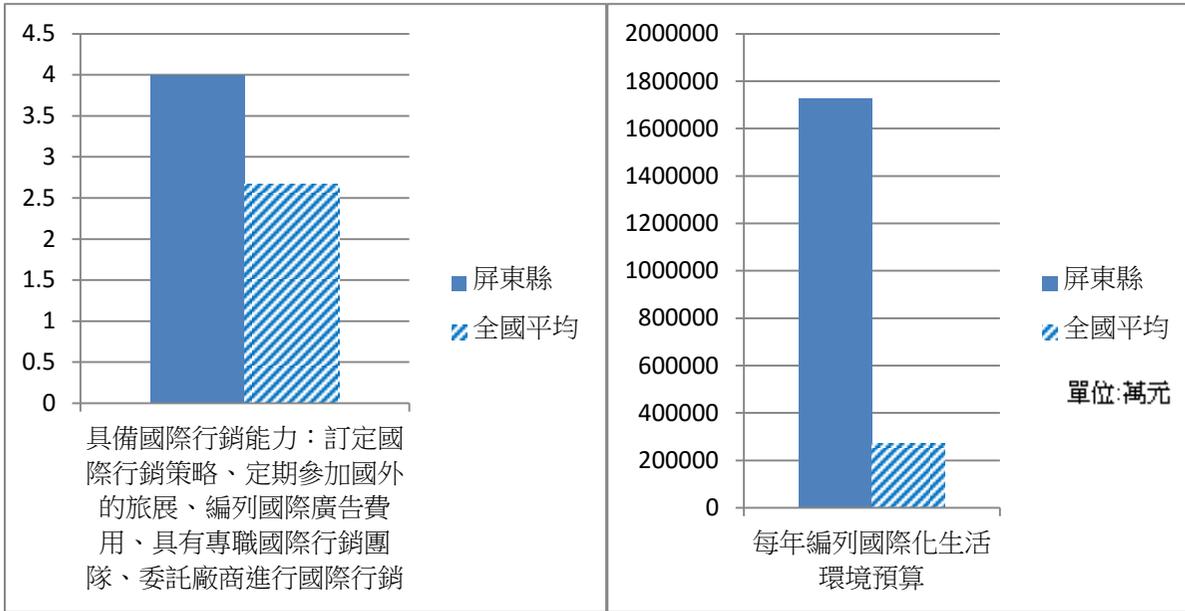
圖 3-14 嘉義市國際化定位分析

屏東縣：屏東縣以「觀光旅遊、產業發展投資及交通轉運」，屏東縣在產業發展上，有其成績，外商 9 家、投資額達六千多萬元。且參與旅展，編列國際廣告費及國際化環境預算。在地方生活環境指標上，除了教育及網站服務，其餘項目均高於平均值，尤其是金融服務高達 3.47，遠高於平均值 2.95。

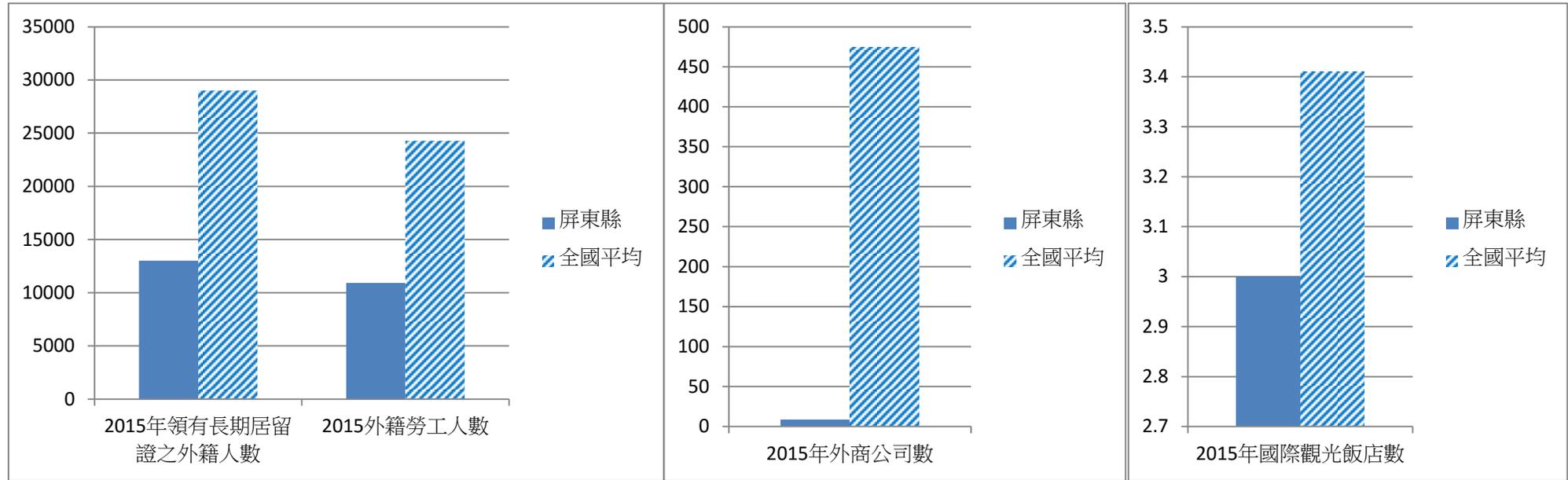
自我定位：觀光旅遊



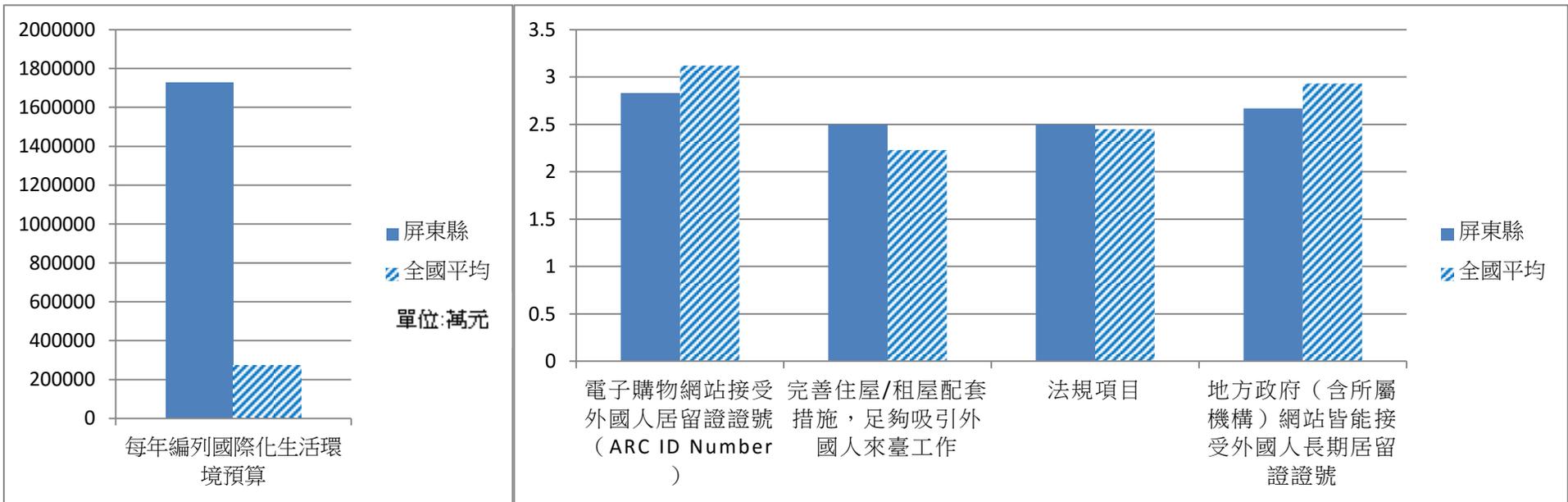
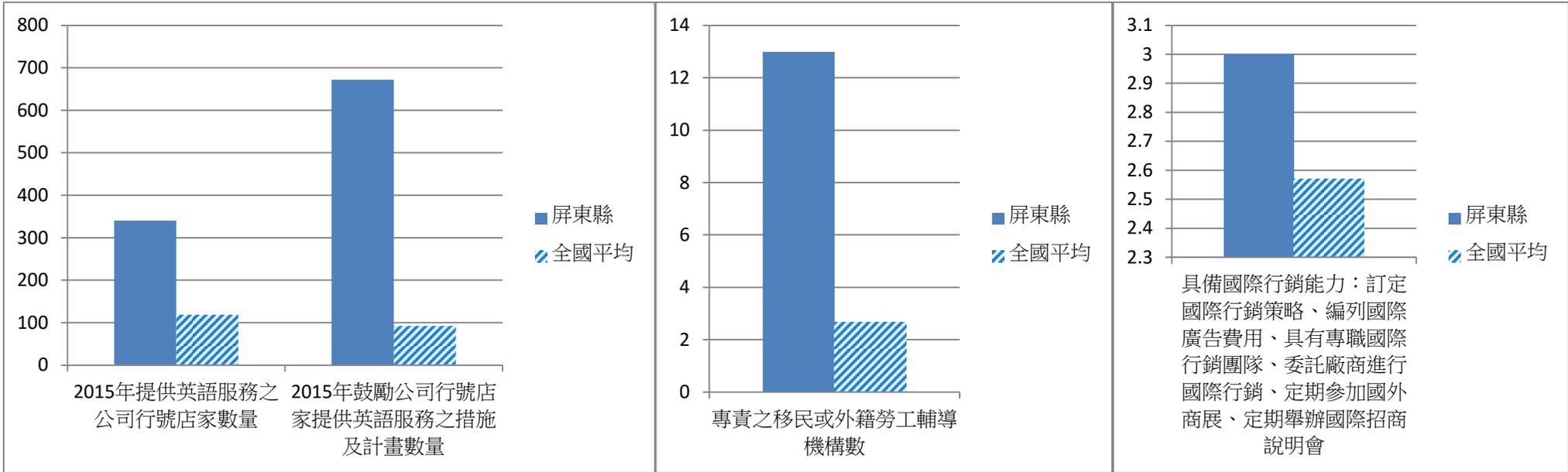
建構國際生活環境調查及輔導機制



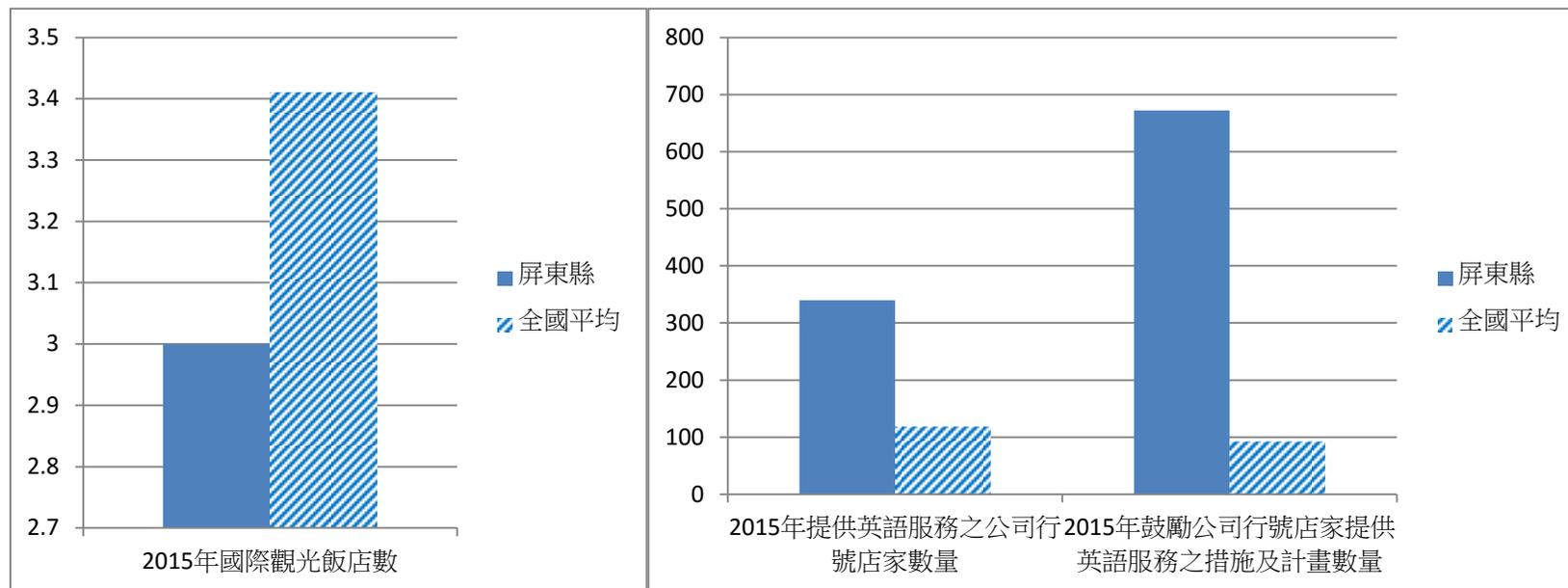
自我定位：產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



自我定位：交通轉運



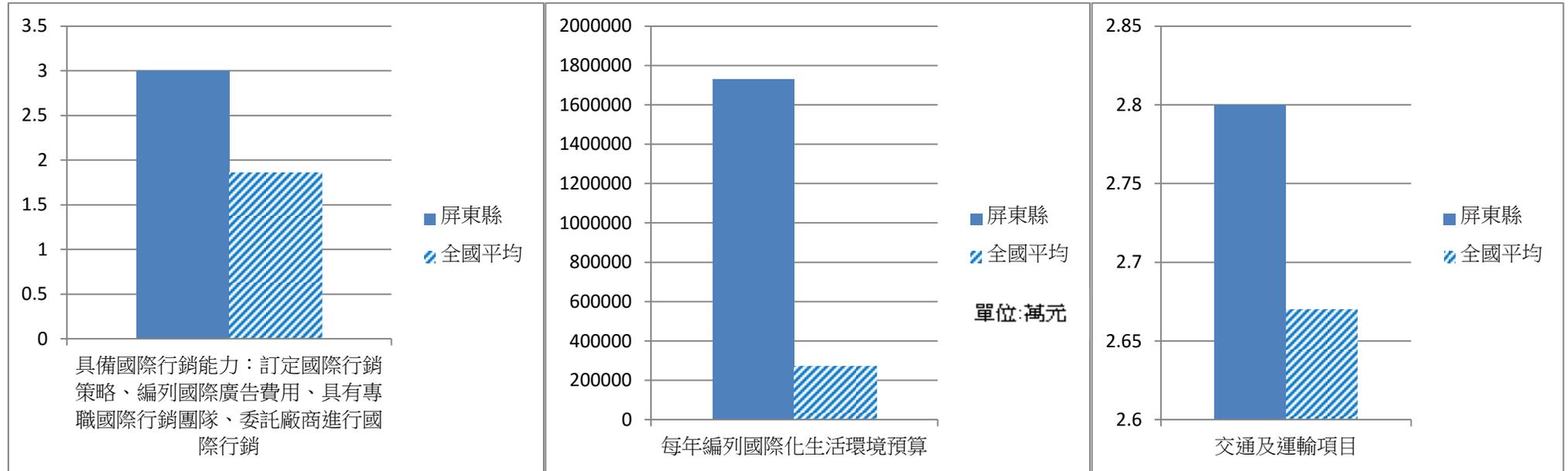
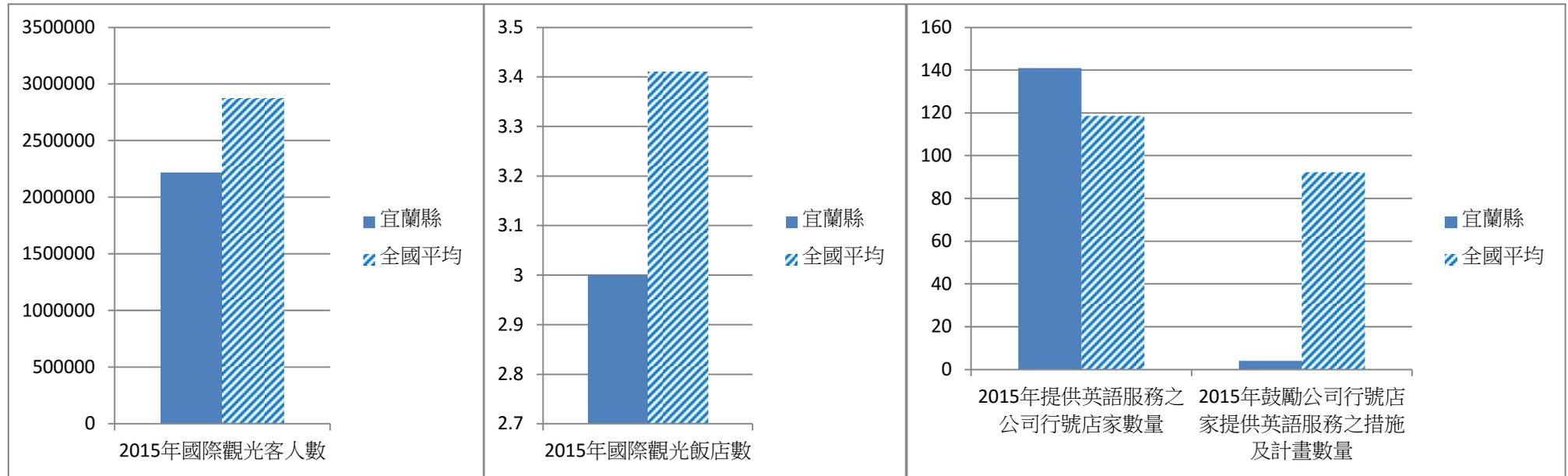


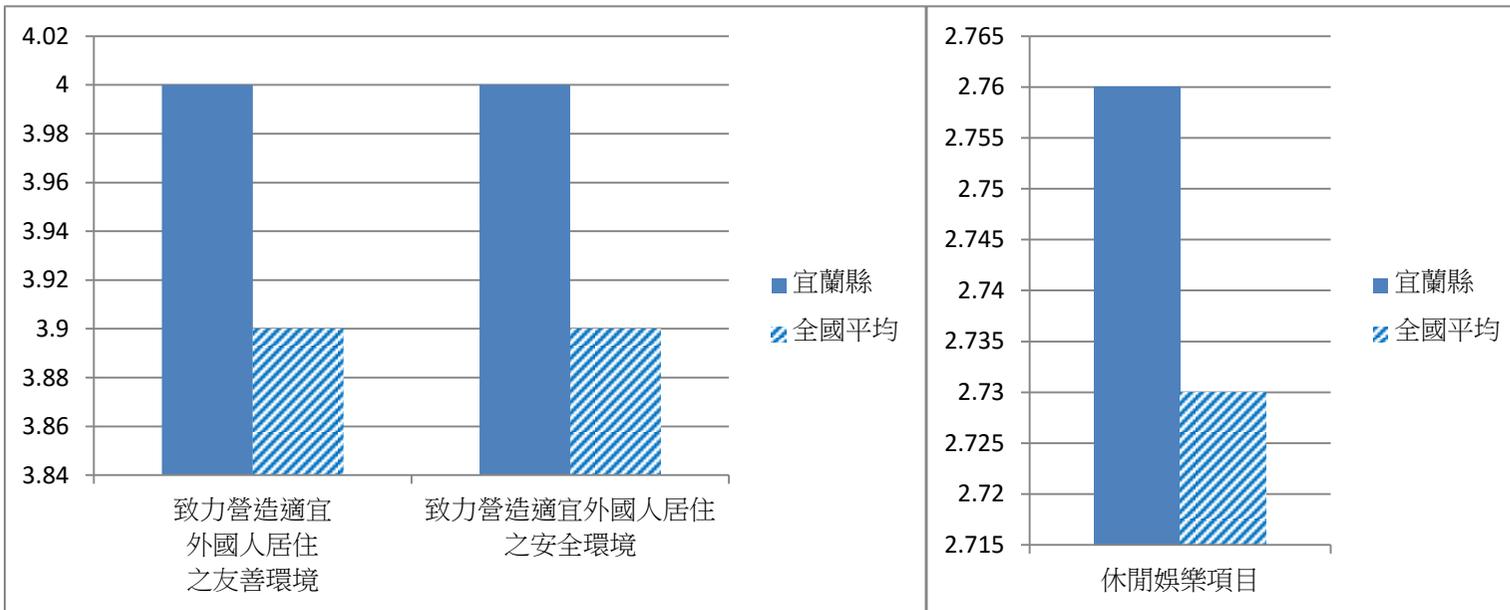
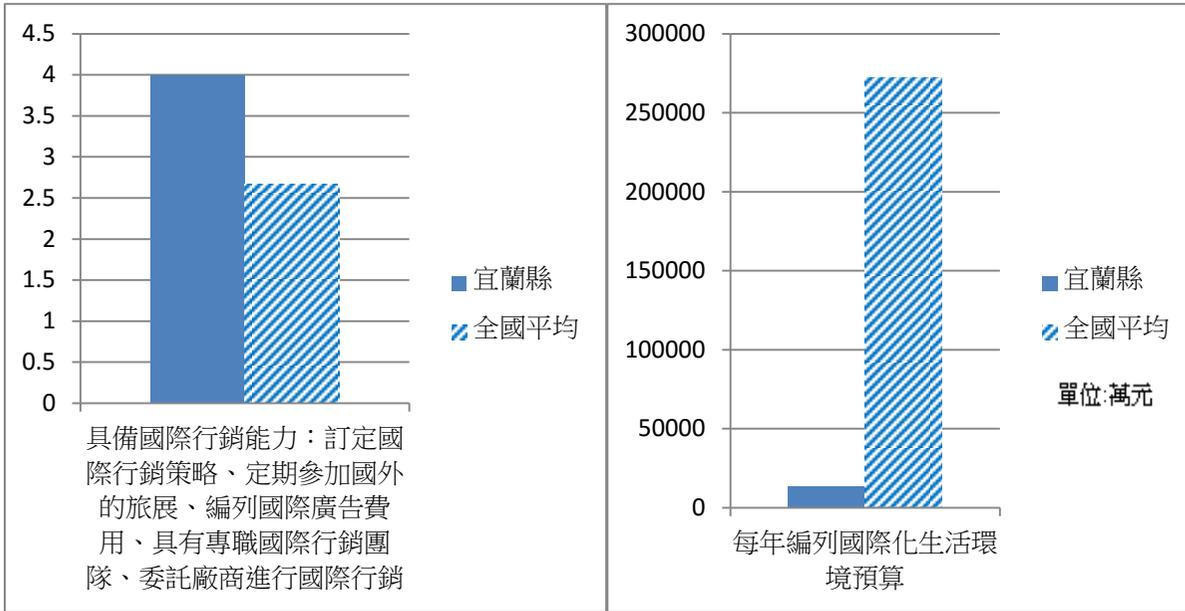
圖 3-15 屏東縣國際化定位分析

宜蘭縣：以「觀光旅遊、產業發展投資及國際教育」為主，但在國際連結及行銷上，所投資之心力，未見顯著之表現。在現況的地方指標中，宜蘭僅以居住、交通運輸、休閒娛樂略高於平均值，其餘項目明顯落後，在國際化環境建置上有到努力。宜蘭在國際連結與行銷上，有其策略，且有其團隊執行，顯現較佳之國際行銷能力。

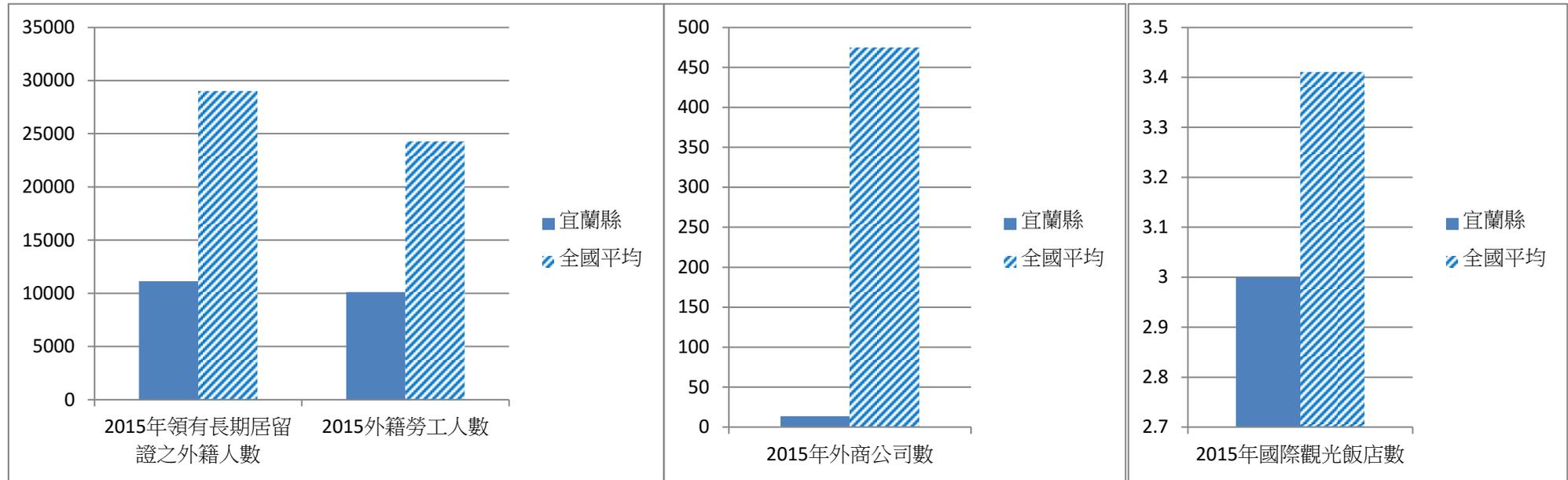
自我定位：觀光旅遊



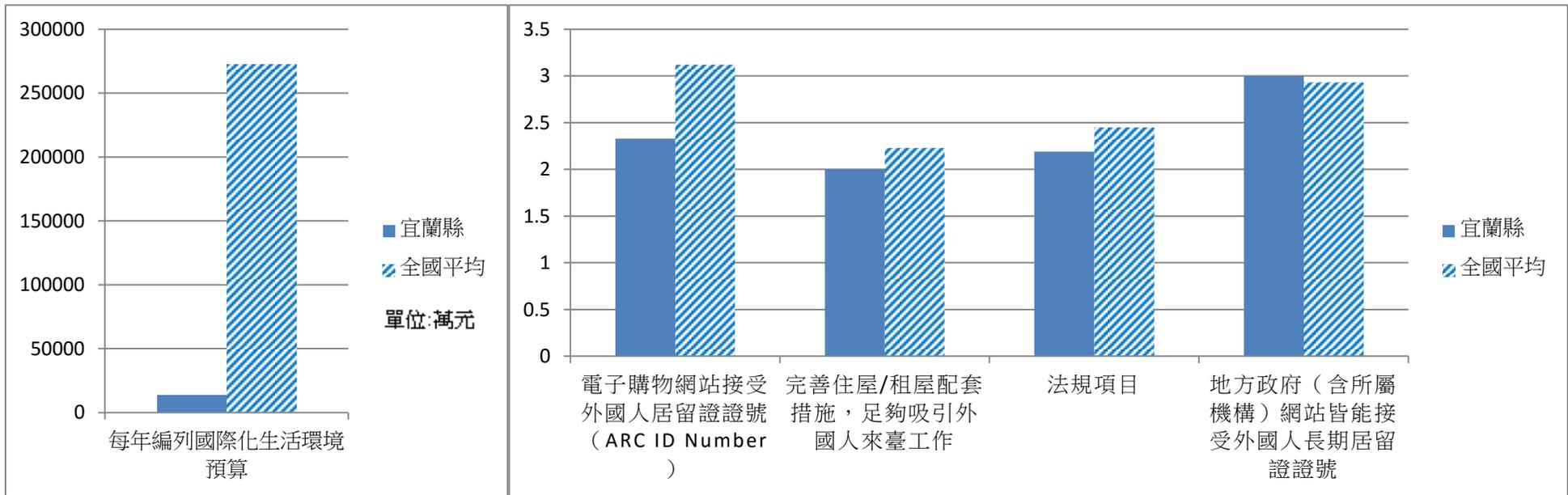
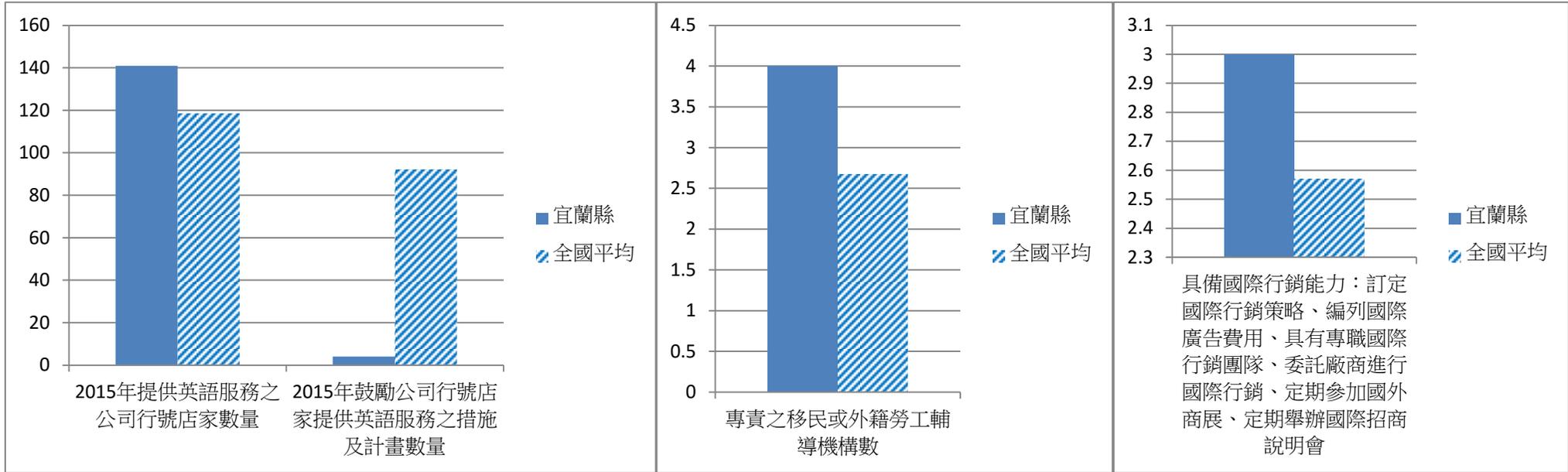
建構國際生活環境調查及輔導機制



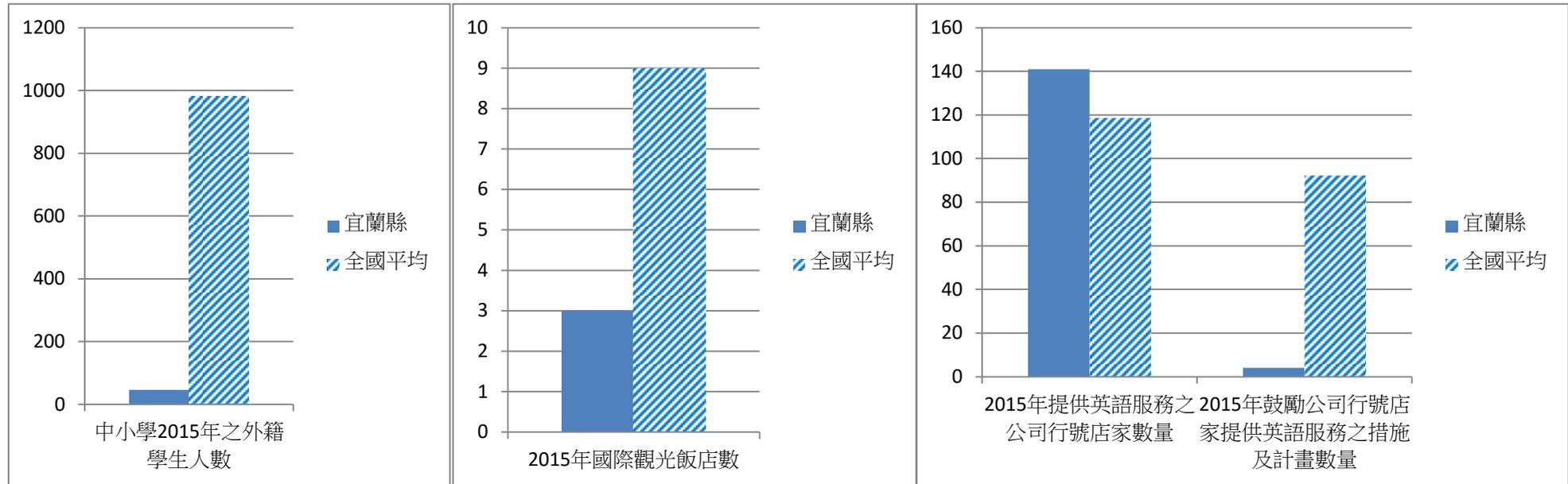
自我定位：產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



自我定位：國際教育



建構國際生活環境調查及輔導機制

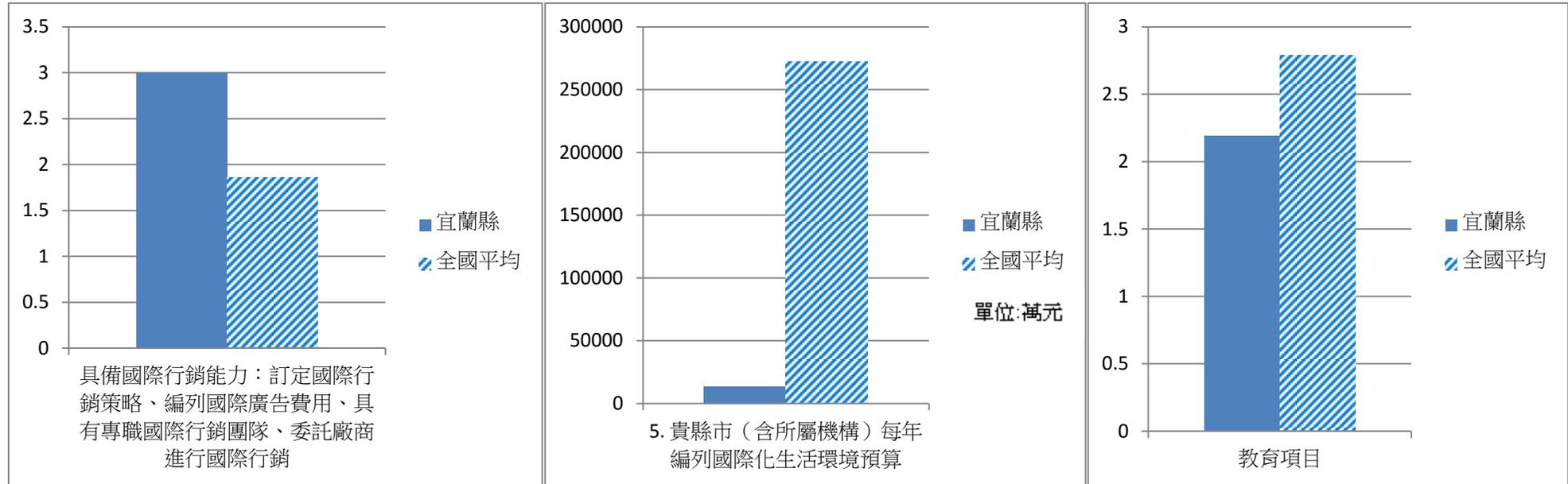
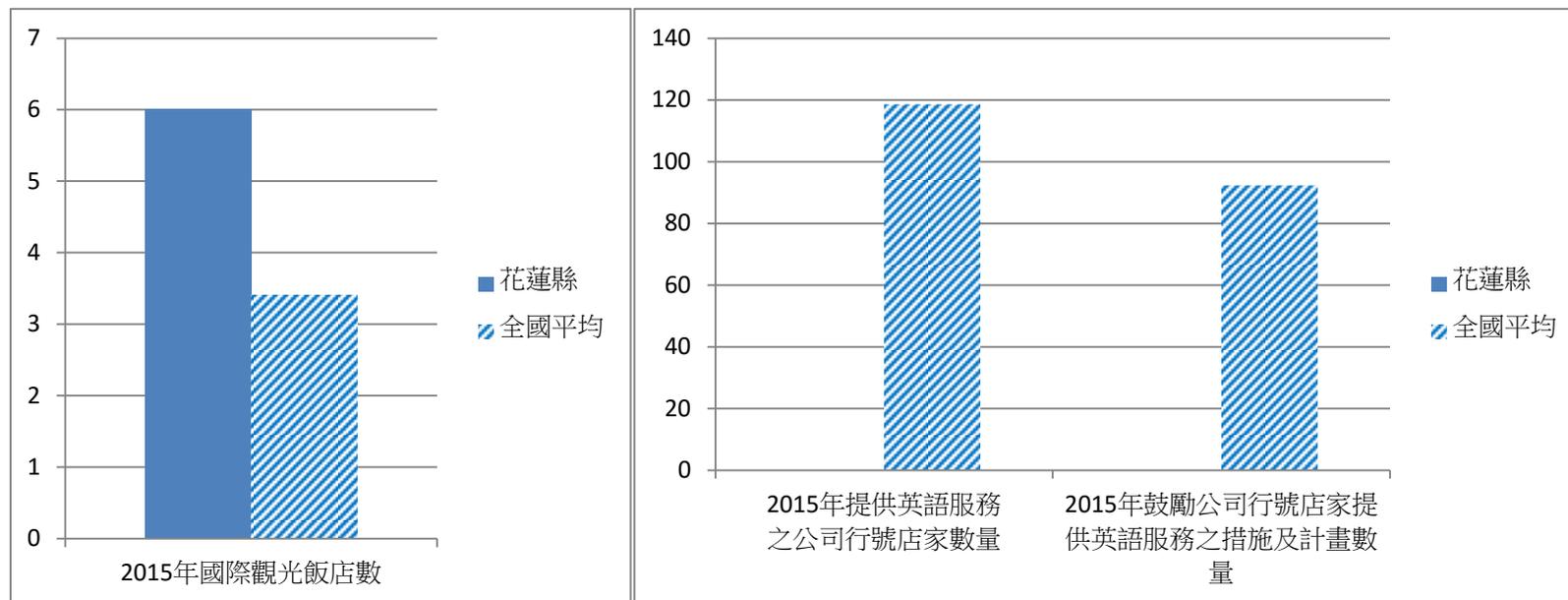


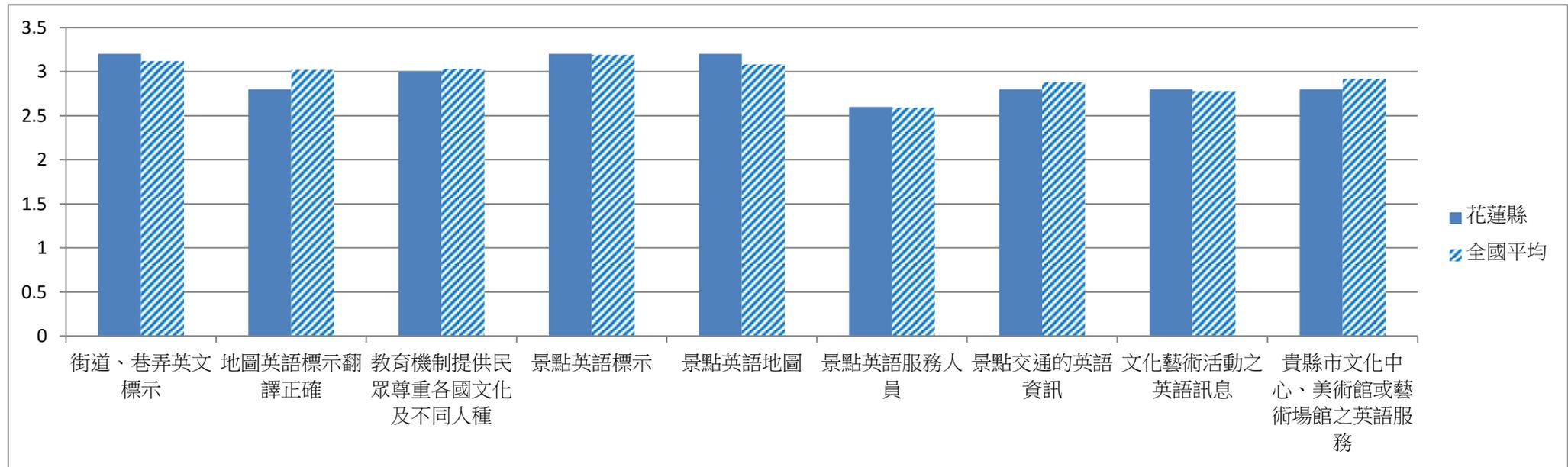
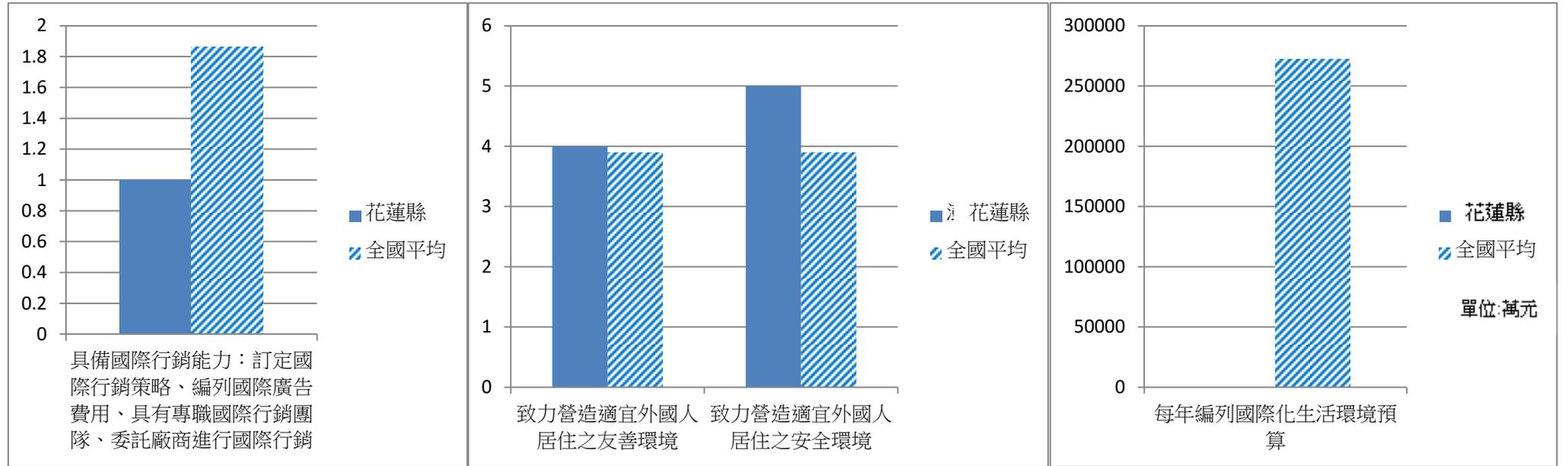
圖 3-16 宜蘭縣國際化定位分析

花蓮縣:此縣以「文化歷史、觀光旅遊及產業發展投資」，三縣在文化歷史、觀光旅遊上，有其發展背景，國際觀光客在 105 年，花蓮均超過百萬人次。參與的國際活動及國際連結也甚多；花蓮除少數項目高於平均值，其餘也都低於平均值。

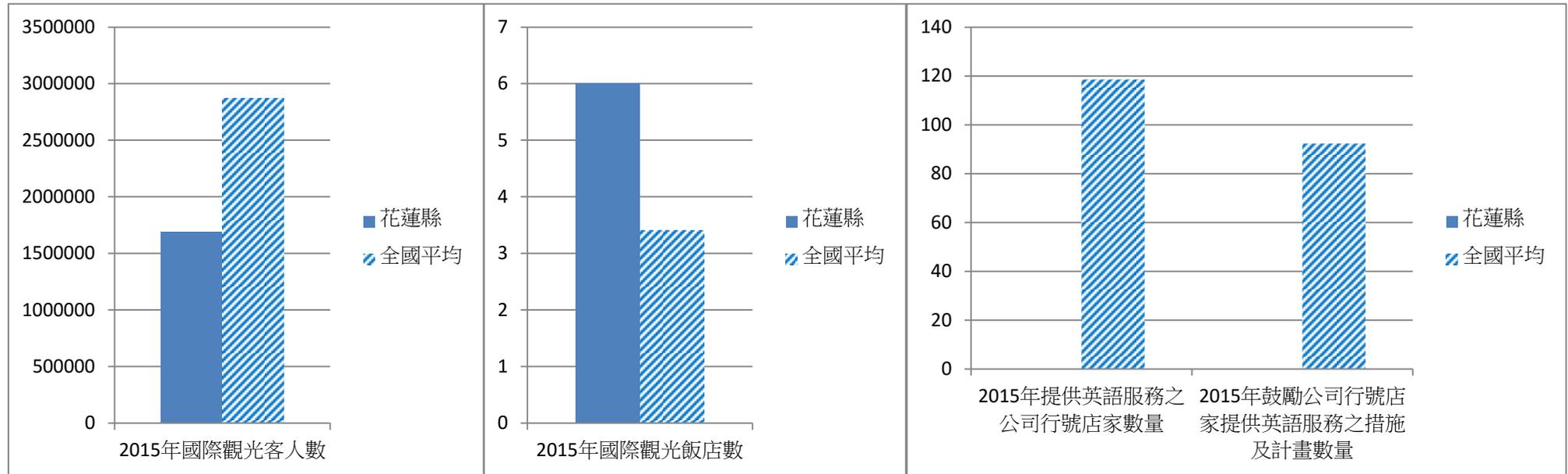
自我定位：文化歷史



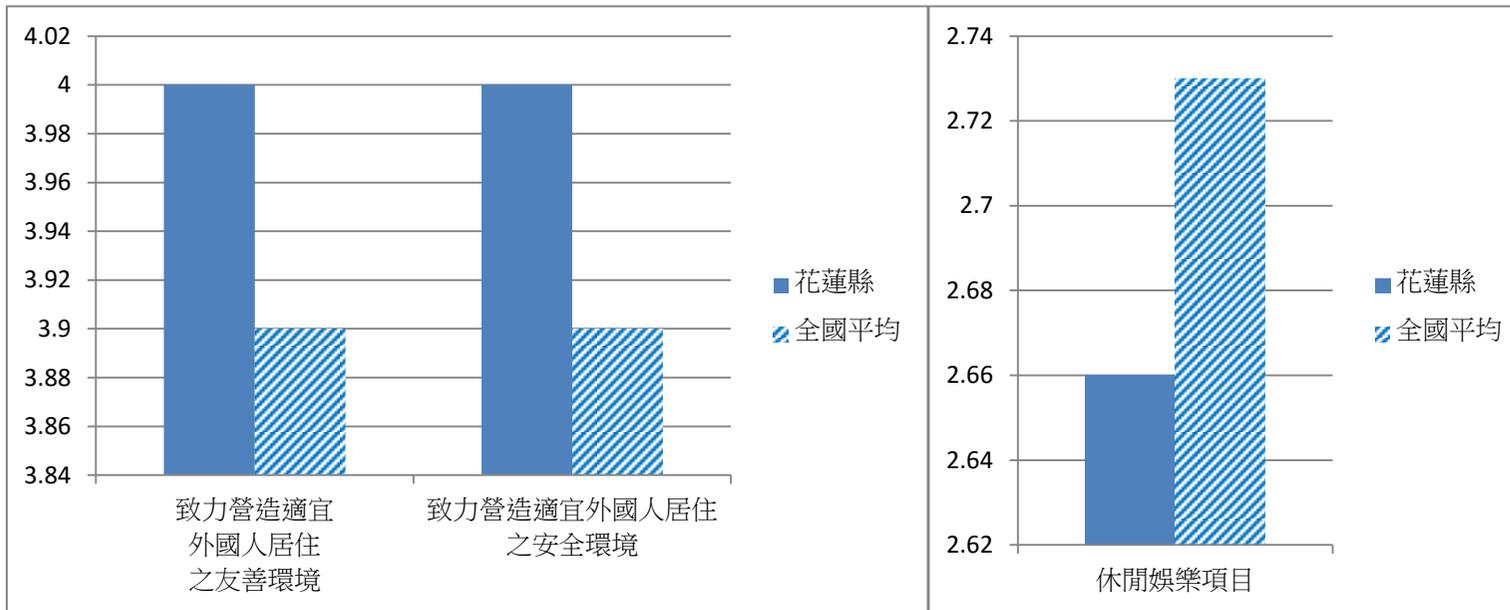
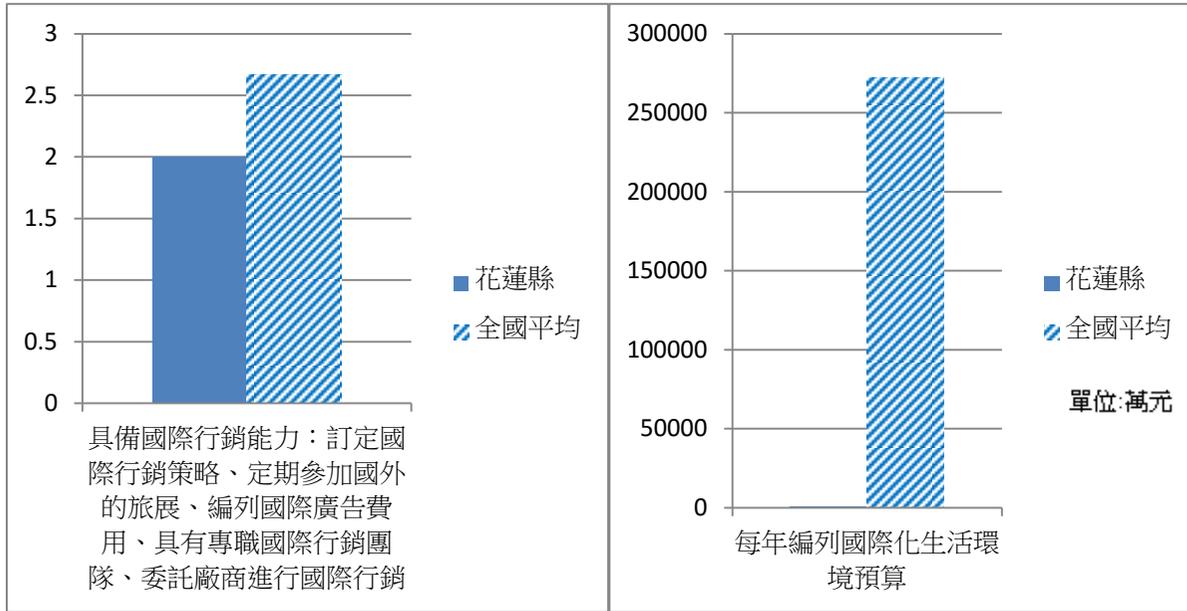
建構國際生活環境調查及輔導機制



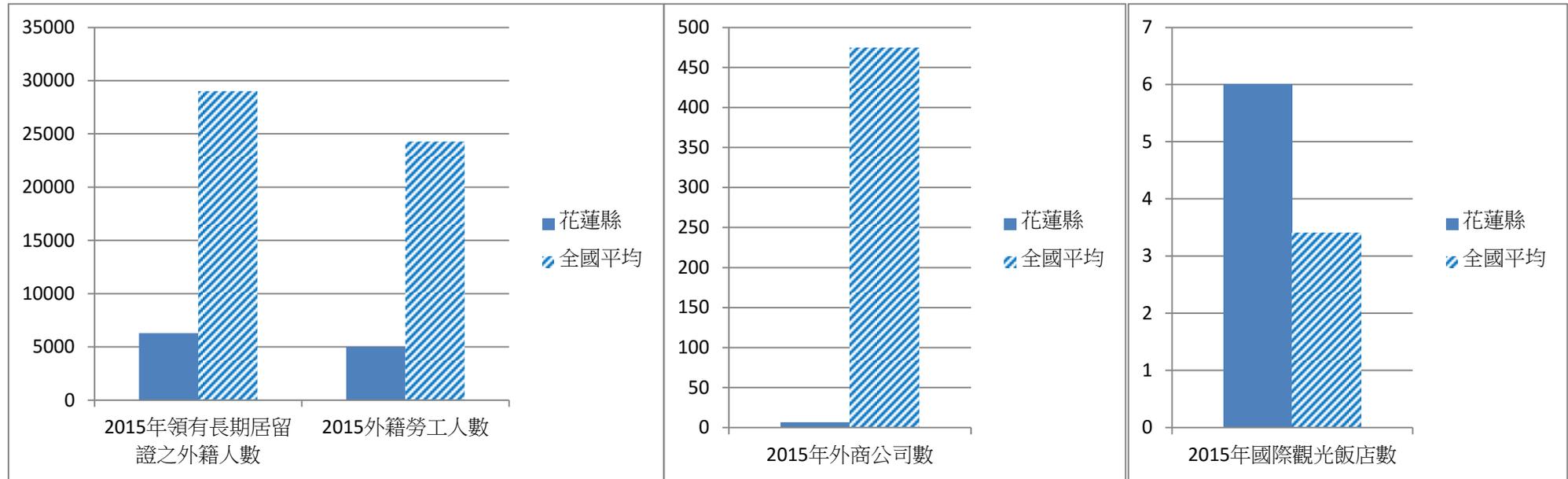
自我定位：觀光旅遊



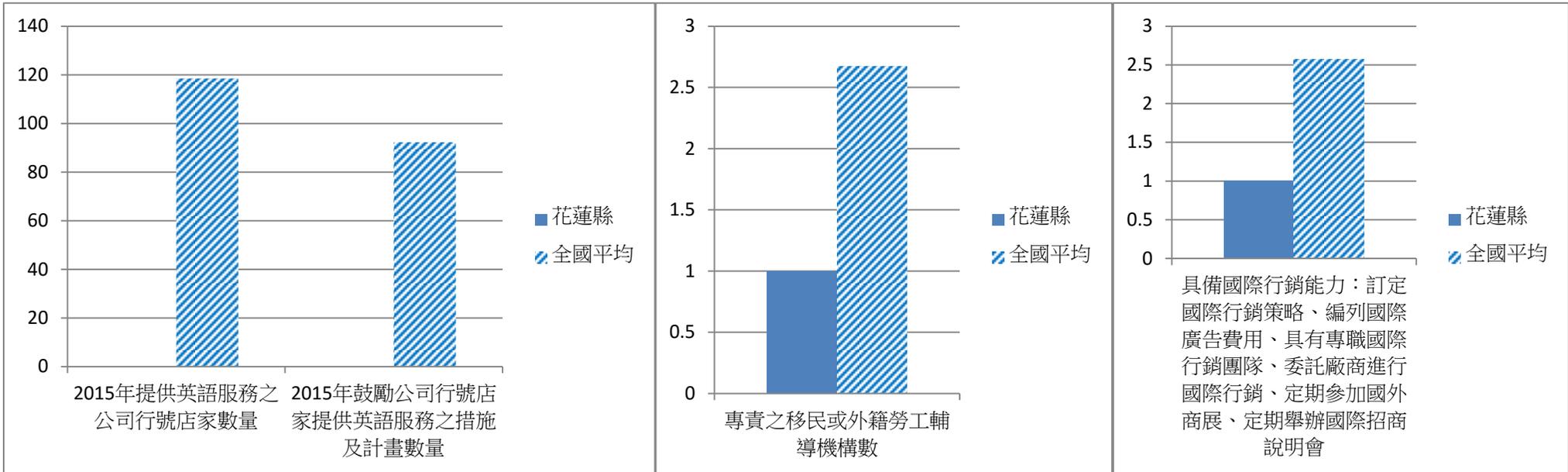
建構國際生活環境調查及輔導機制



自我定位：產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



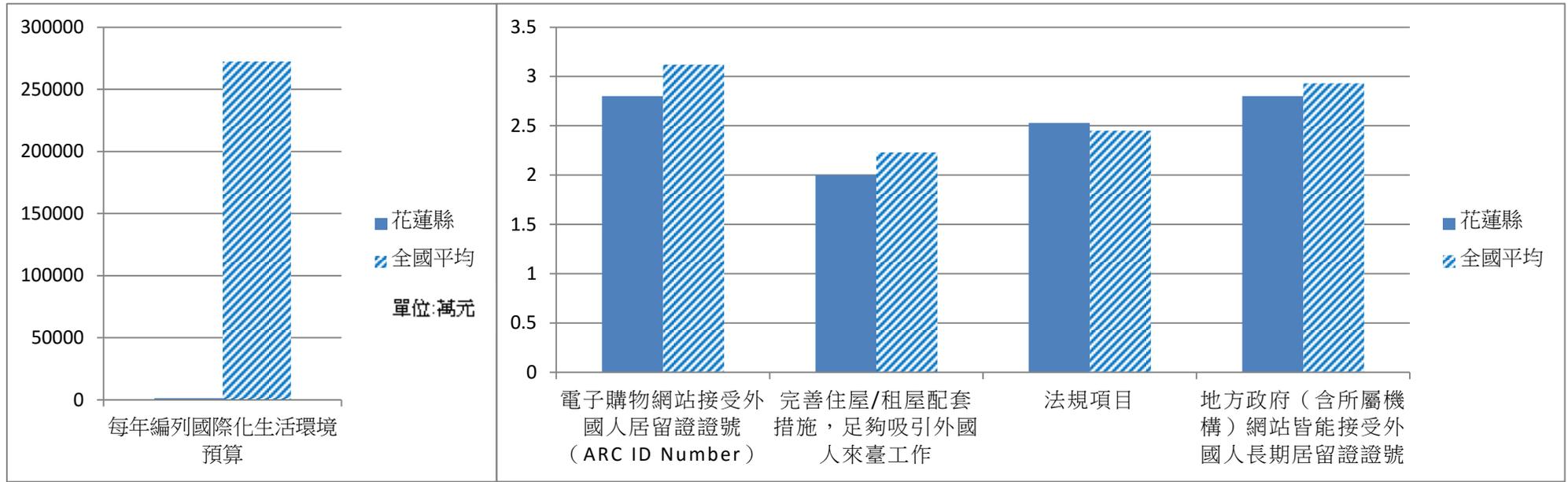
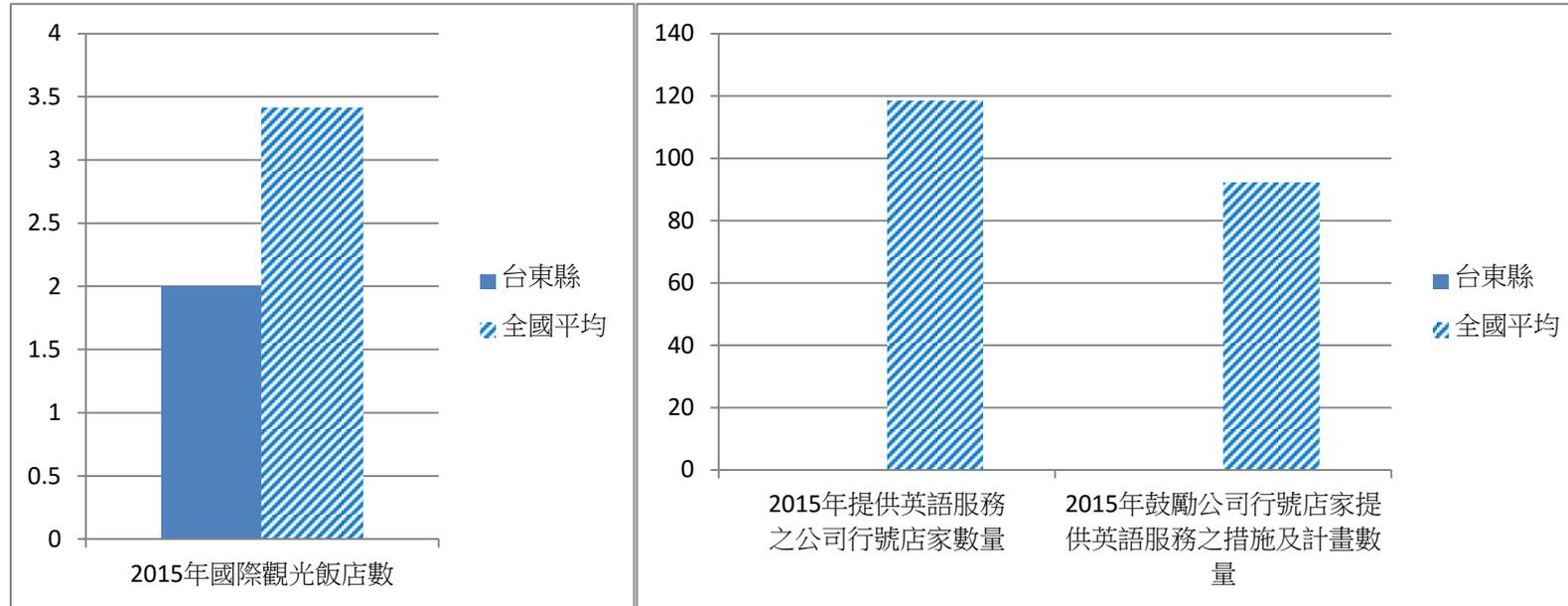
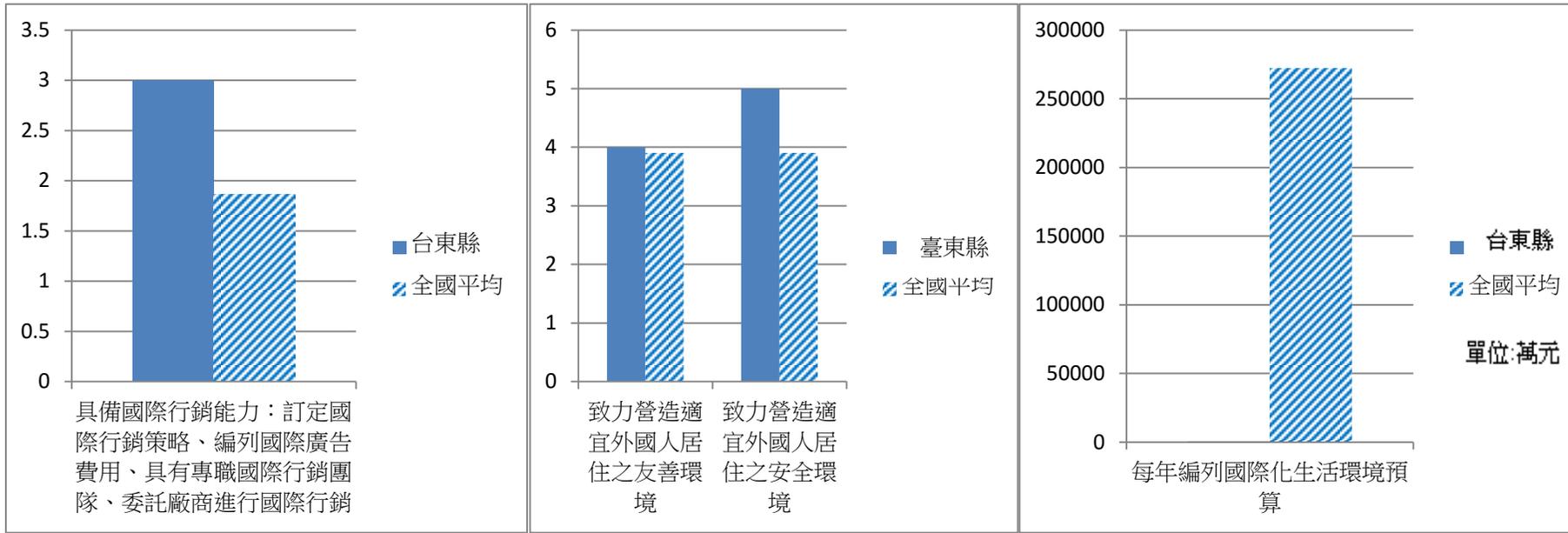


圖 3-17 花蓮縣國際化定位分析

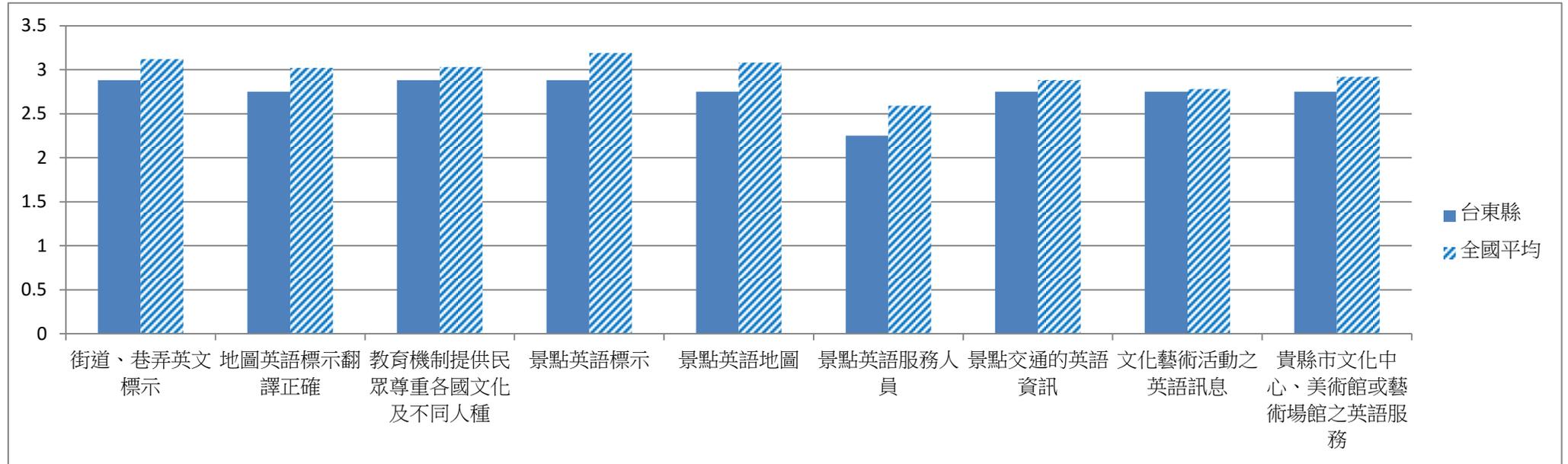
臺東縣：此縣以「文化歷史、觀光旅遊及產業發展投資」臺東縣在國際活動、國際參訪上，表現逼近臺南市、桃園市。在產業發展上，外商及投資金額方面，有待努力。

文化歷史

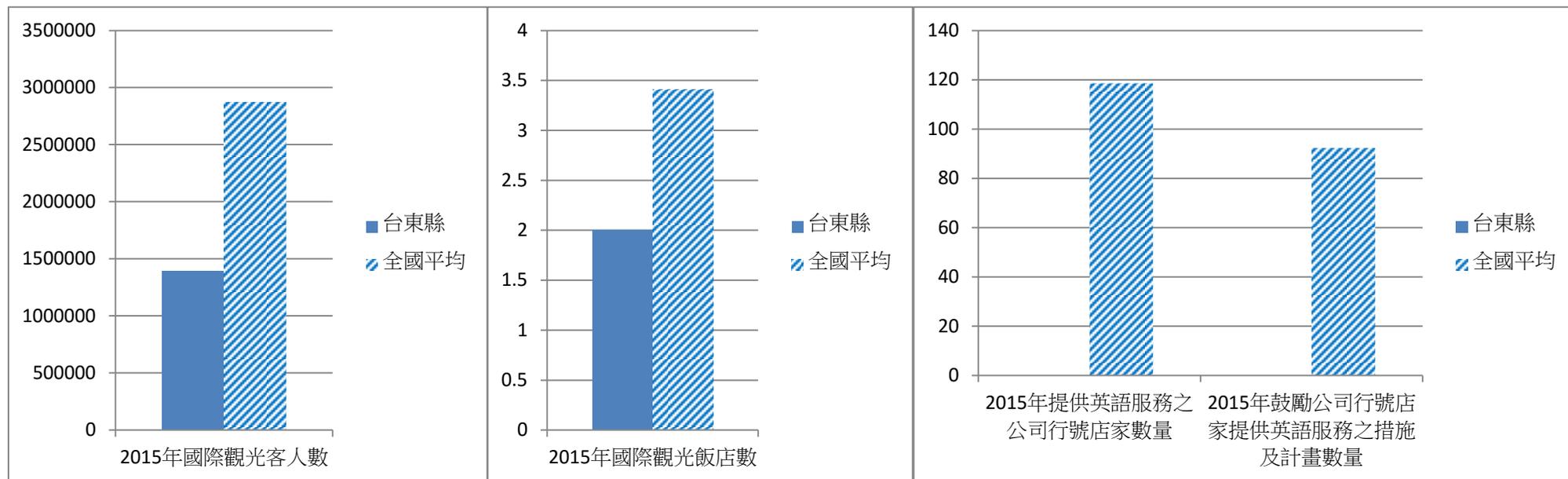




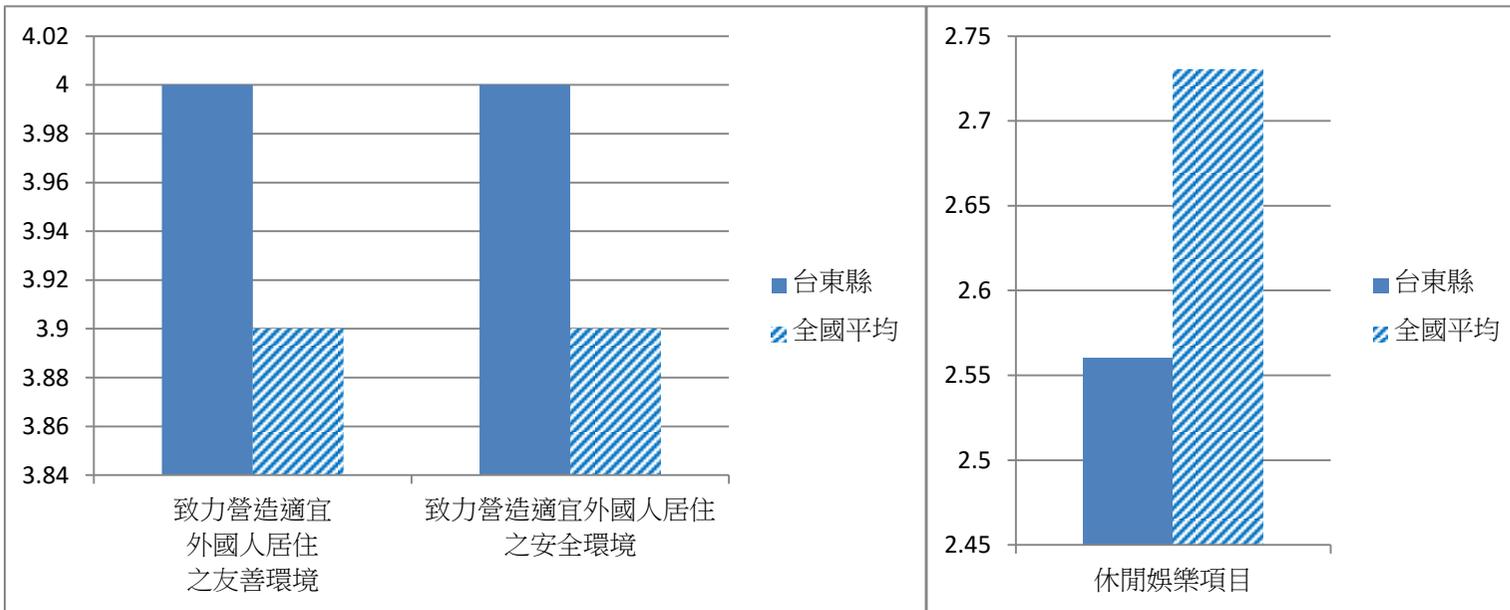
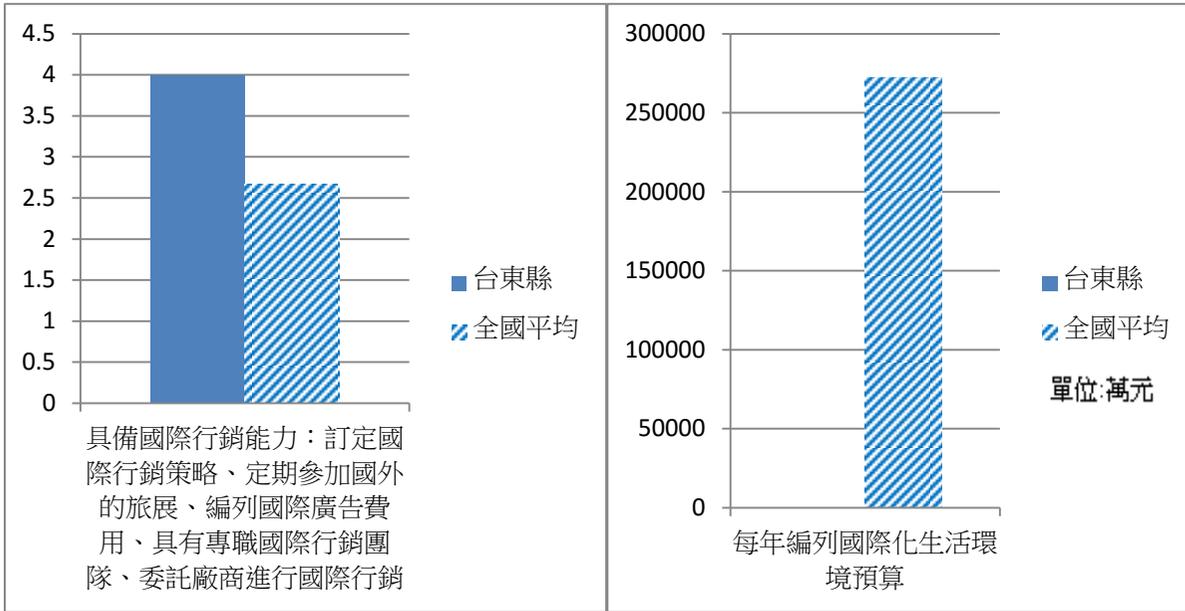
建構國際生活環境調查及輔導機制



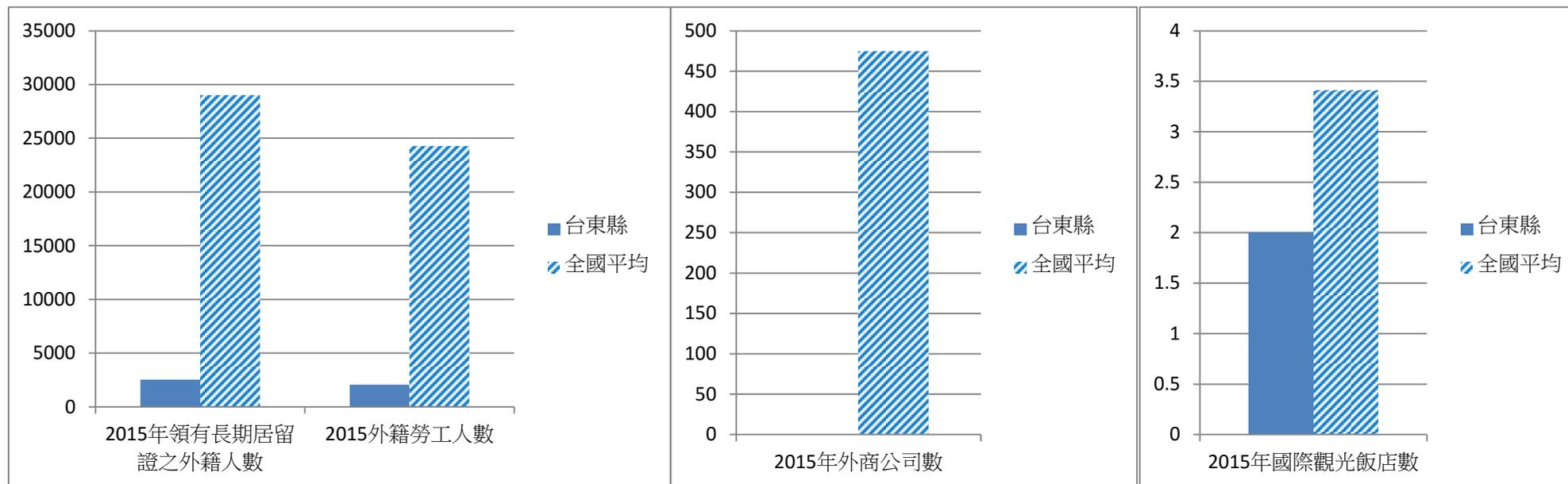
自我定位：觀光旅遊



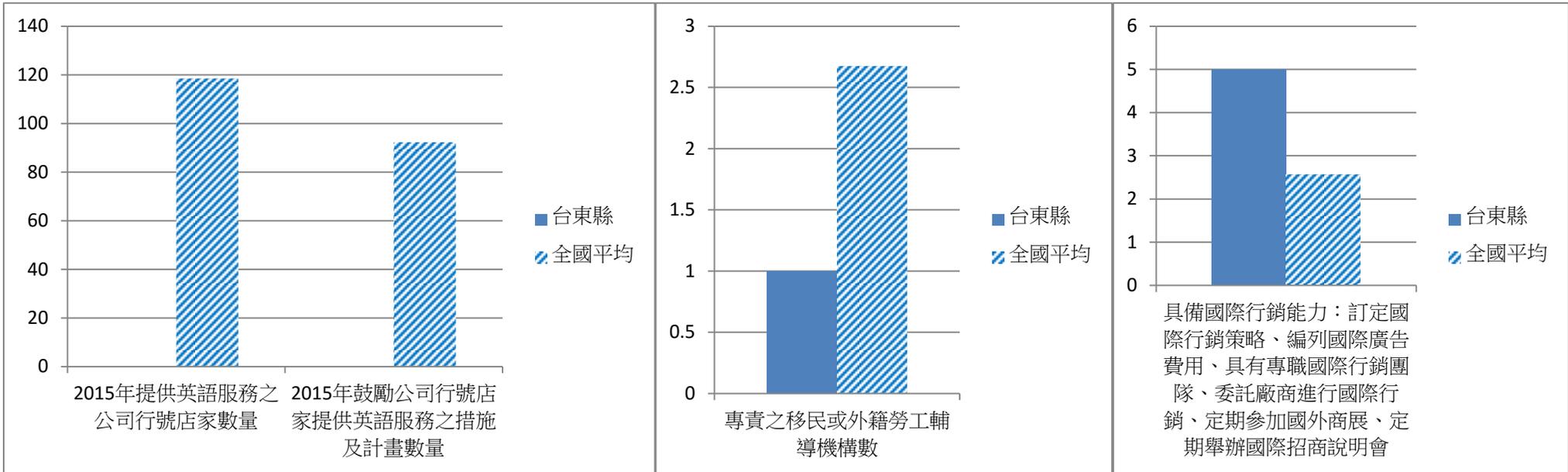
建構國際生活環境調查及輔導機制



自我定位：產業發展投資



建構國際生活環境調查及輔導機制



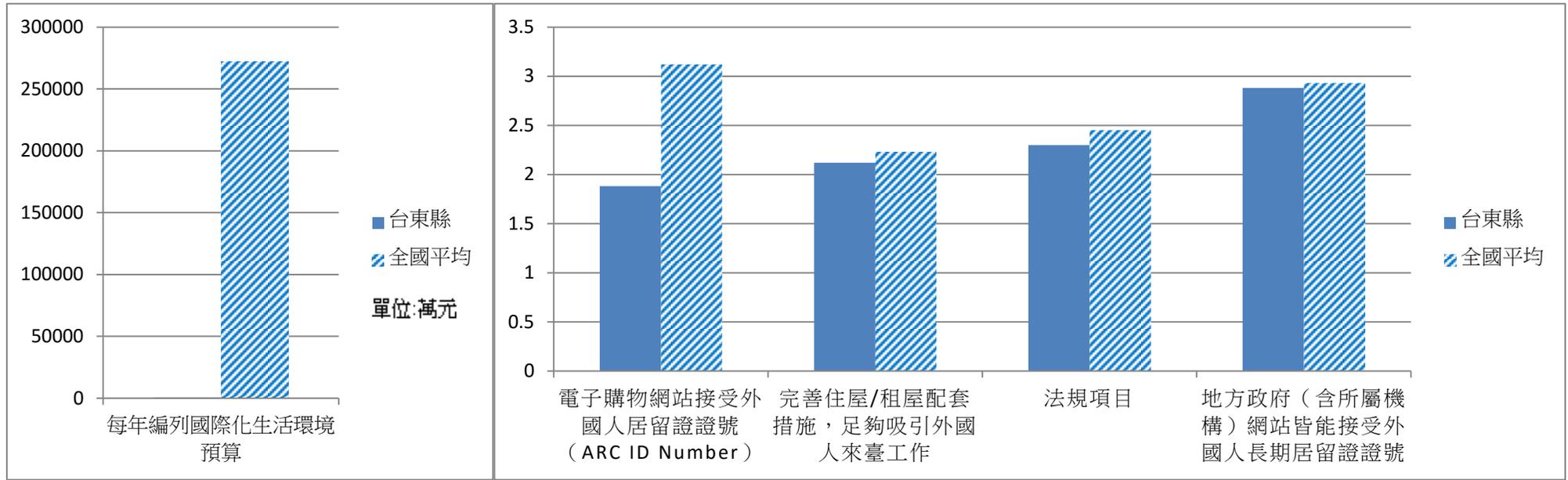
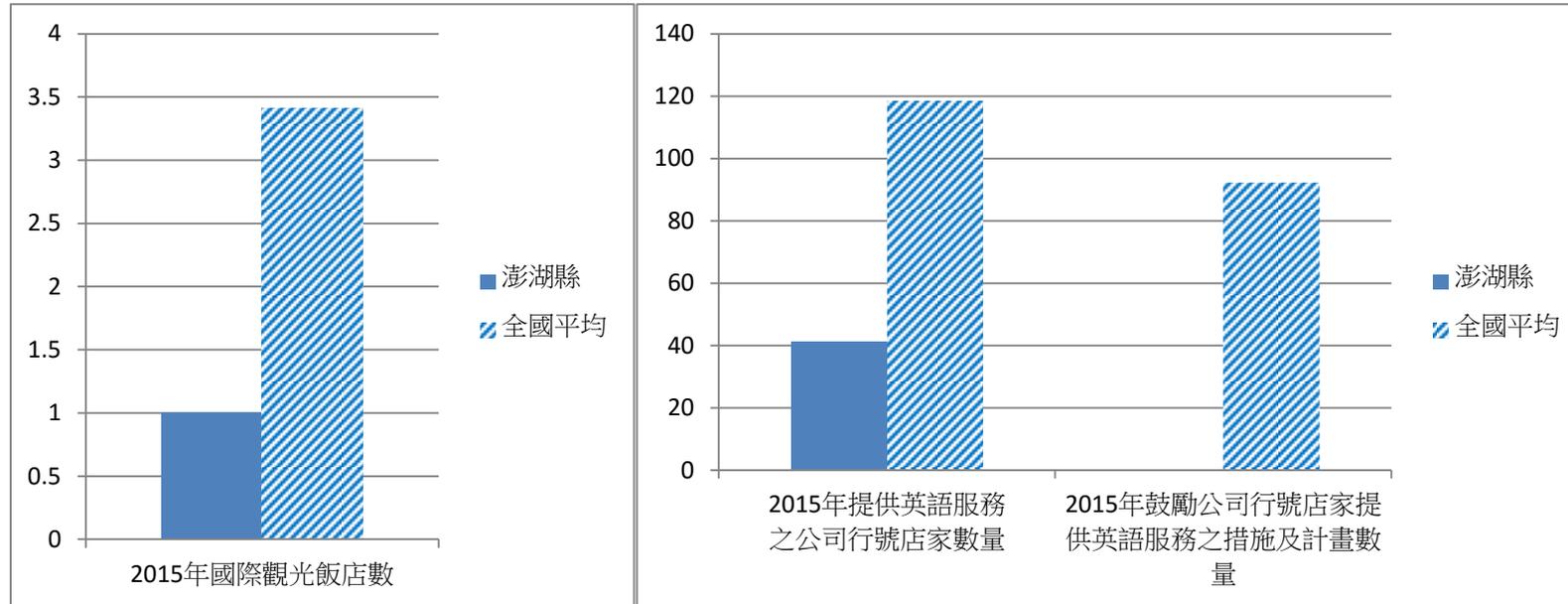
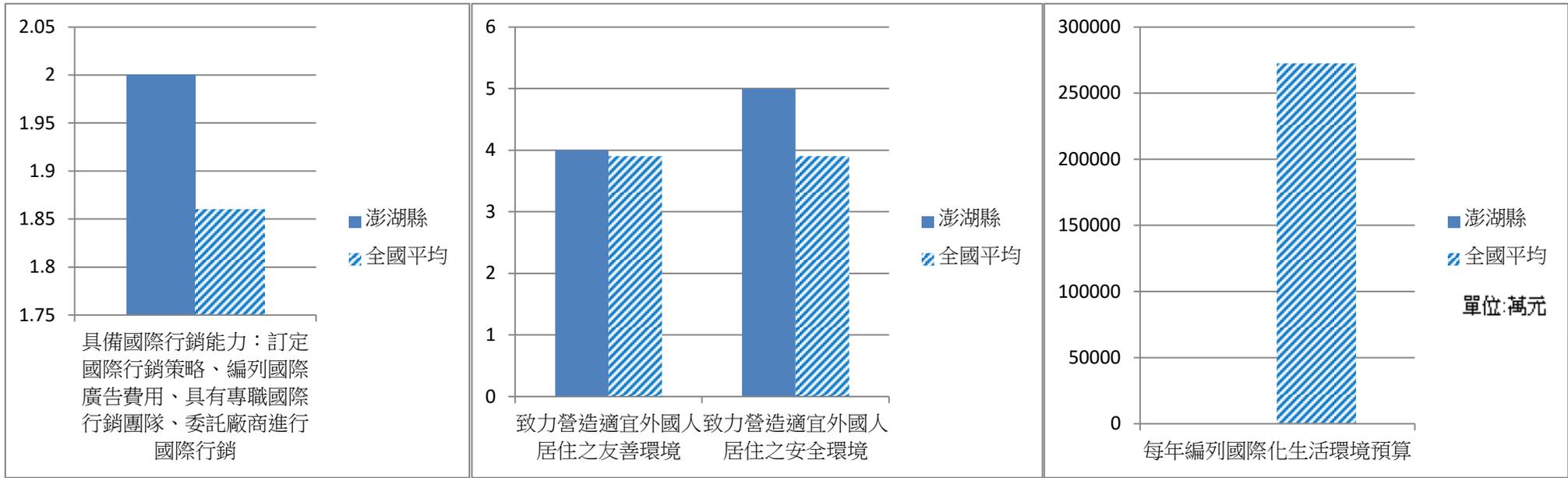


圖 3-18 臺東縣國際化定位分析

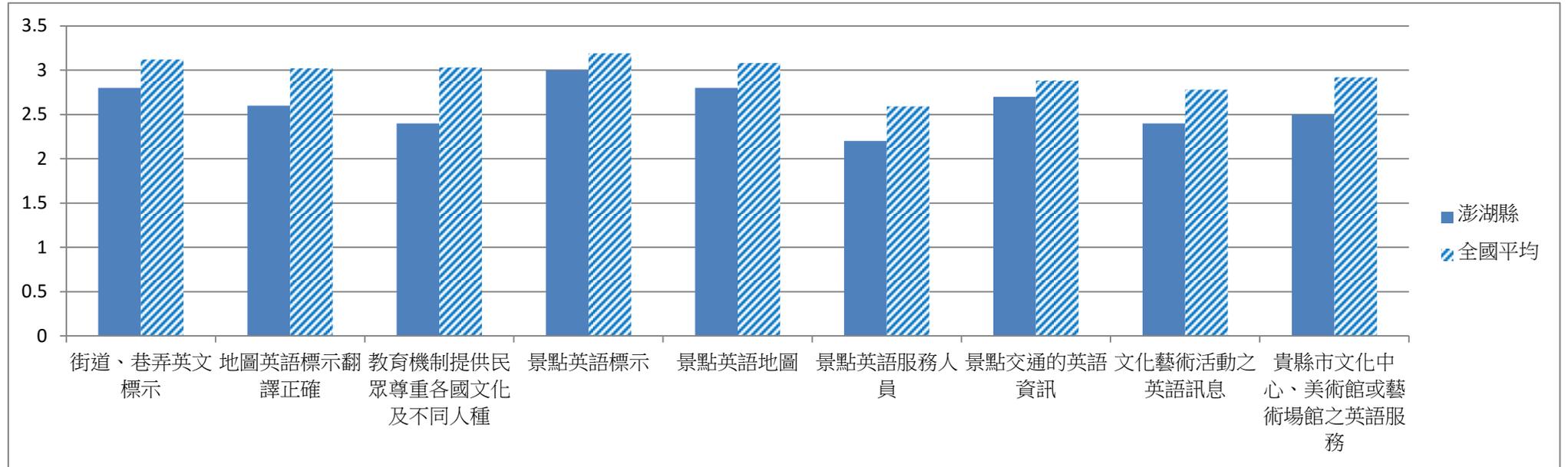
澎湖縣：澎湖縣以「文化歷史、觀光旅遊及交通轉運」為其國際化定位。此外，在並未編列國際化環境預算，其英語服務店書數均不足。雖在部分地方生活環境項目的國際化高於平均值(購物 3.04>2.80; 交通運輸 2.72>2.67)，但整體上，如何在文化歷史、觀光旅遊及交通轉運上，在國際化上有所突破，仍待考驗。

自我定位：文化歷史

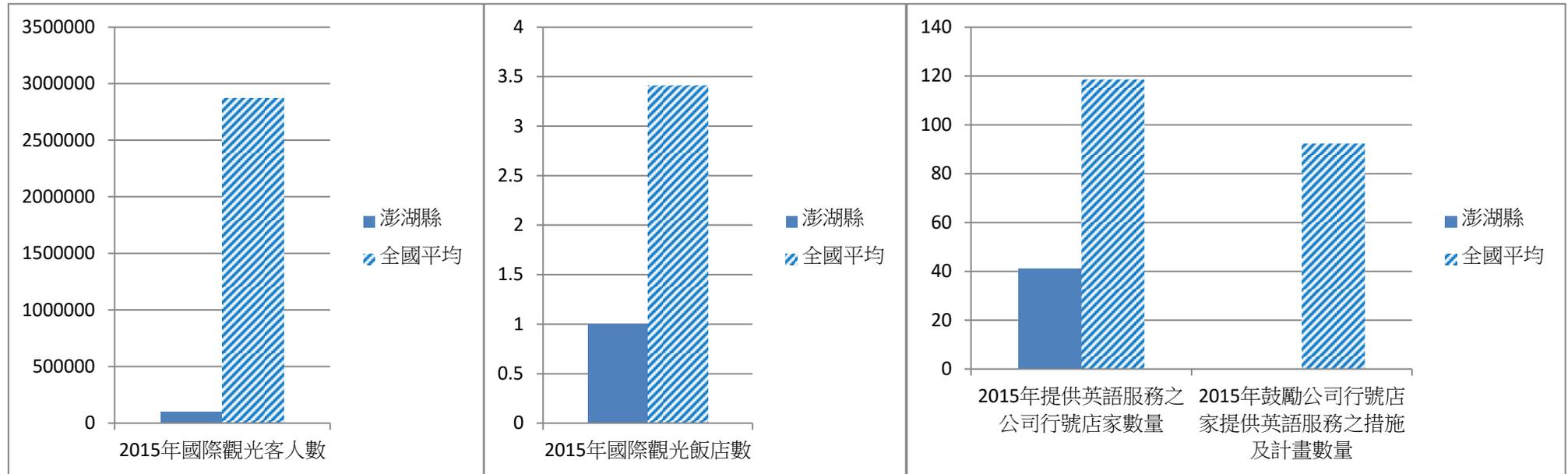




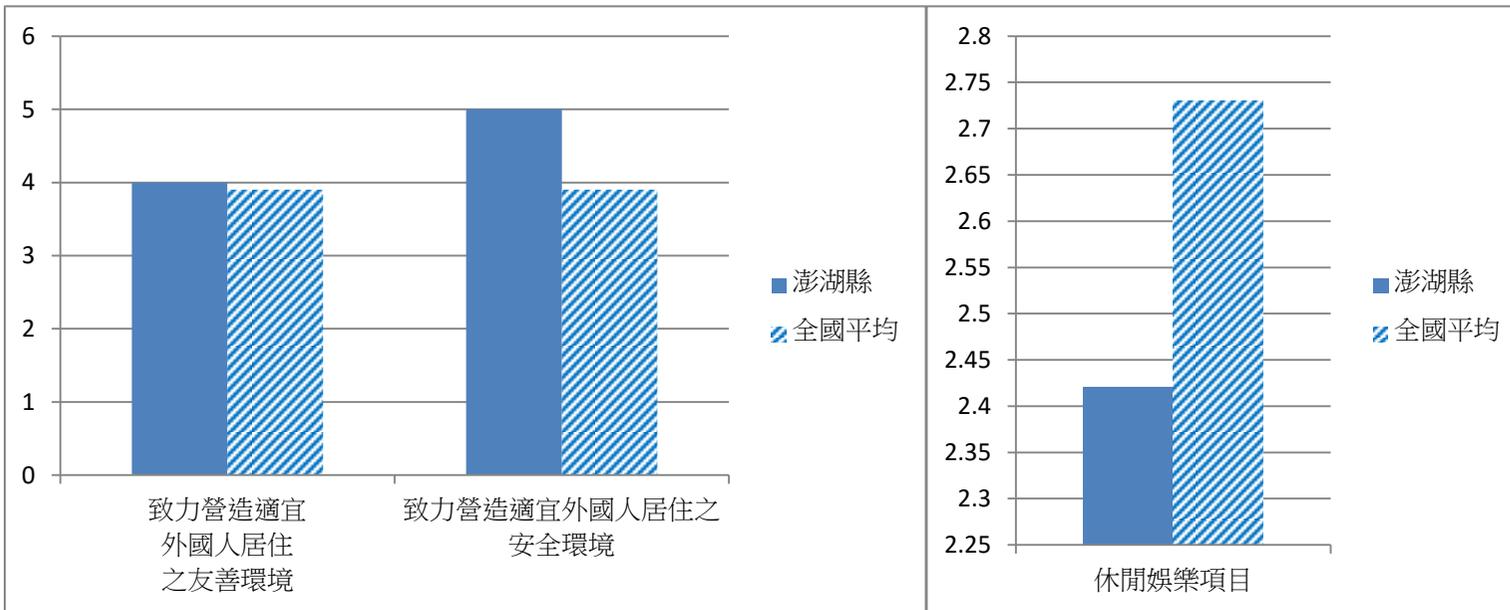
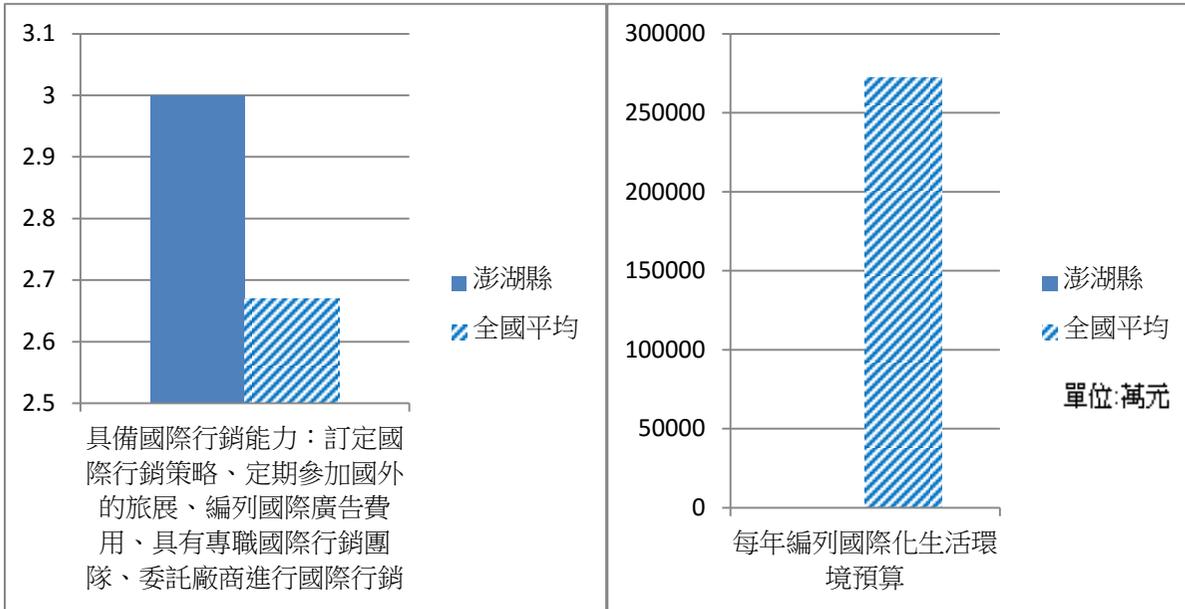
建構國際生活環境調查及輔導機制



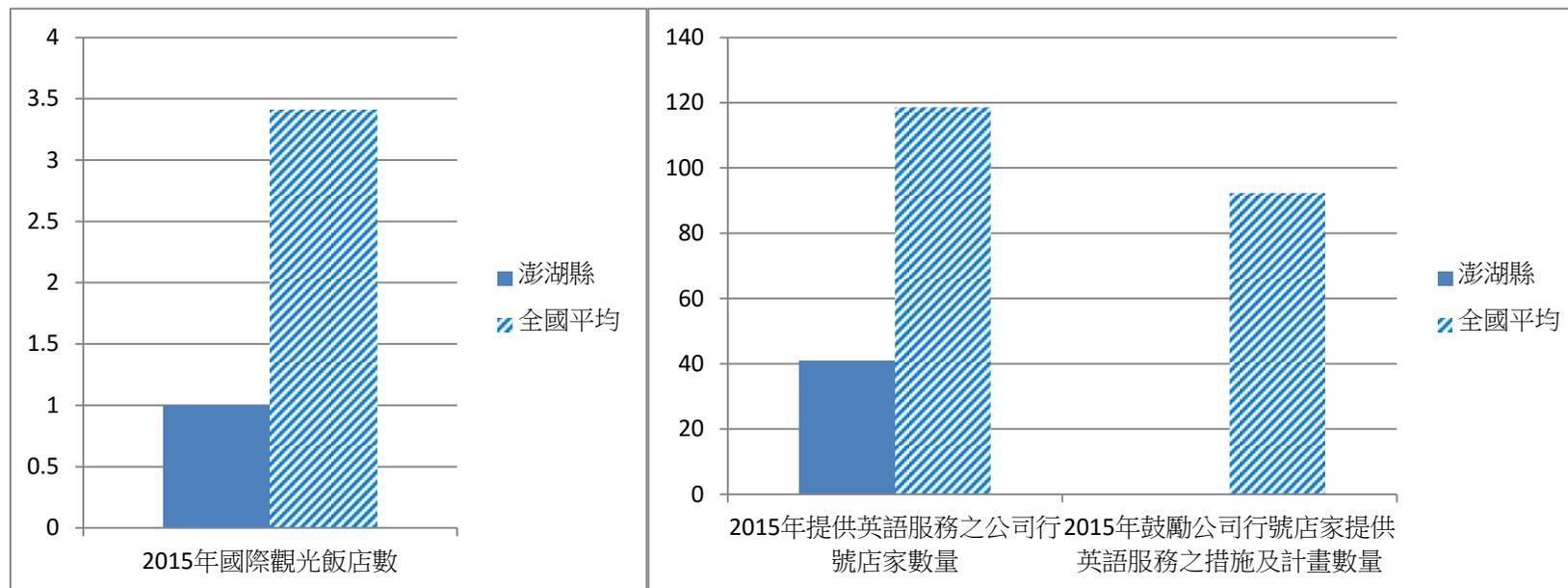
自我定位：觀光旅遊



建構國際生活環境調查及輔導機制



自我定位：交通轉運



建構國際生活環境調查及輔導機制

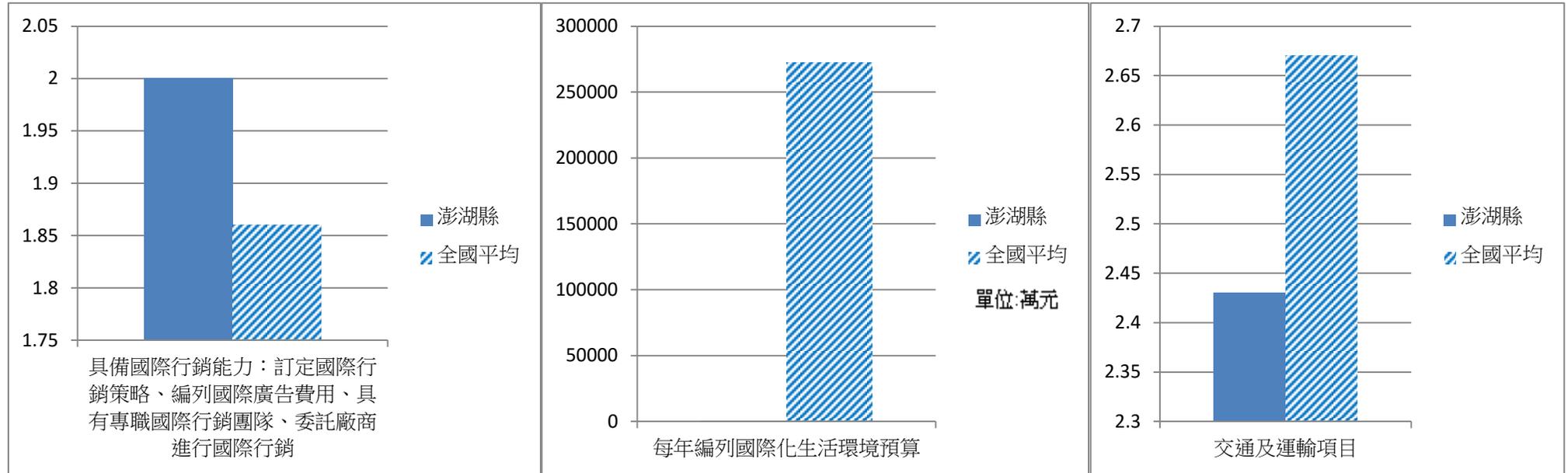
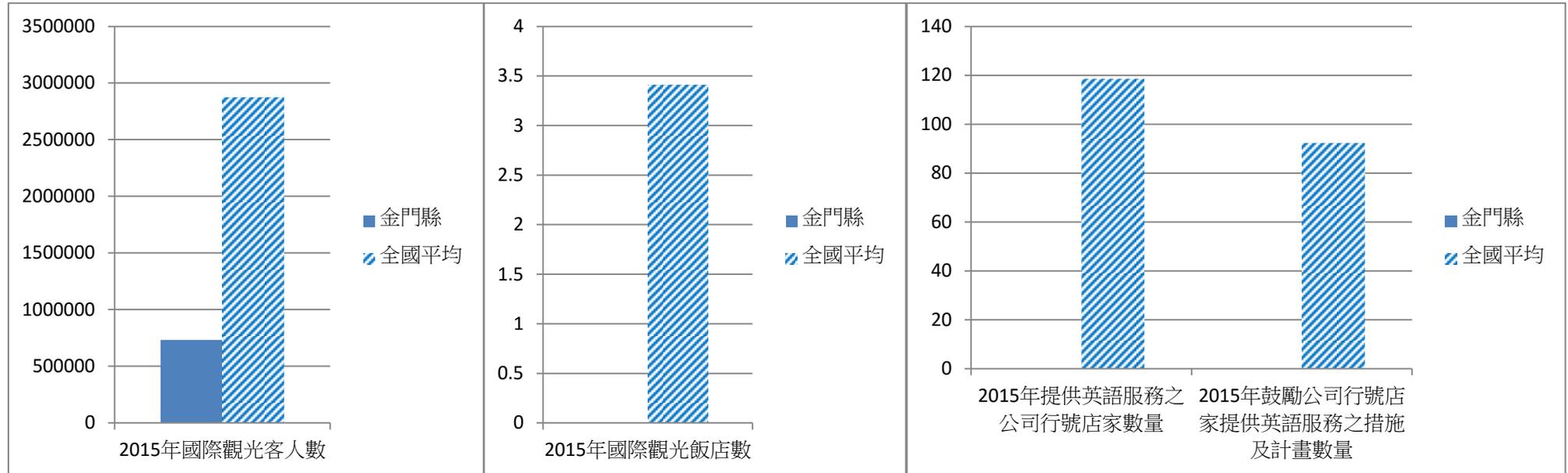


圖 3-19 澎湖縣國際化定位分析

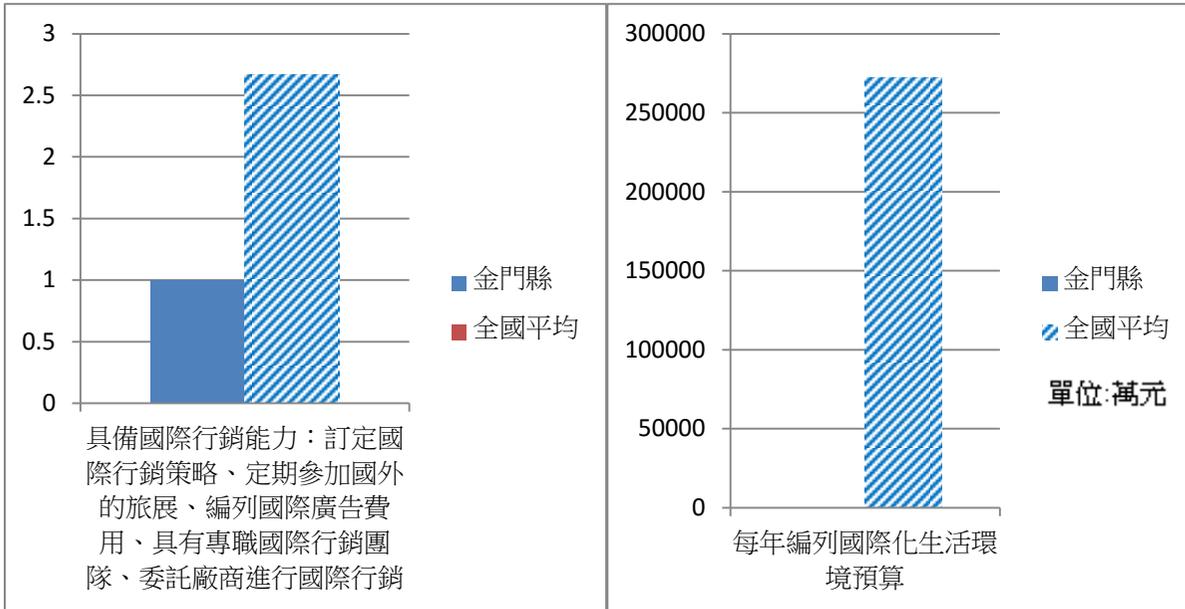
金門縣：金門縣以觀光旅遊為其唯一的國際定位，定位明確，且在國際活動及國際參訪上，表現積極。其定期參與旅展，惟缺乏國際行銷及國際環境預算。

在地方生活環境指標上，其國際化指標仍低於平均值。

自我定位：觀光旅遊



建構國際生活環境調查及輔導機制



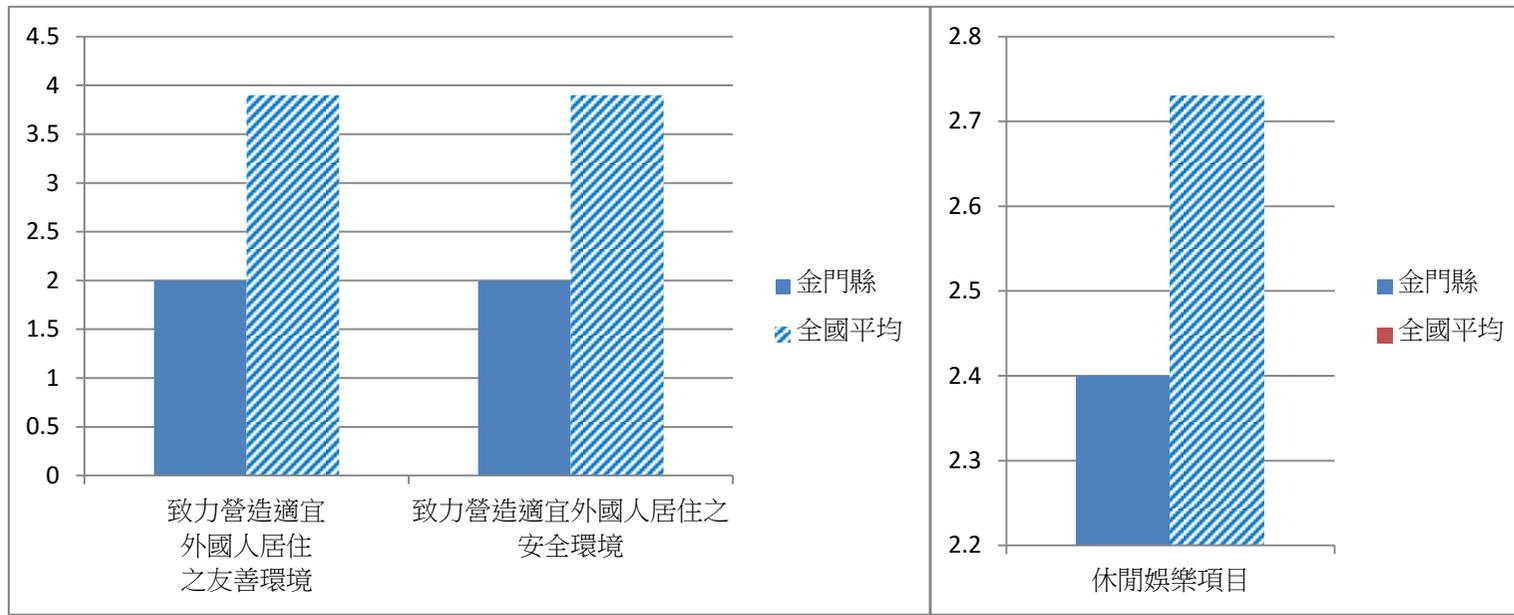


圖 3-20 金門縣國際化定位分析

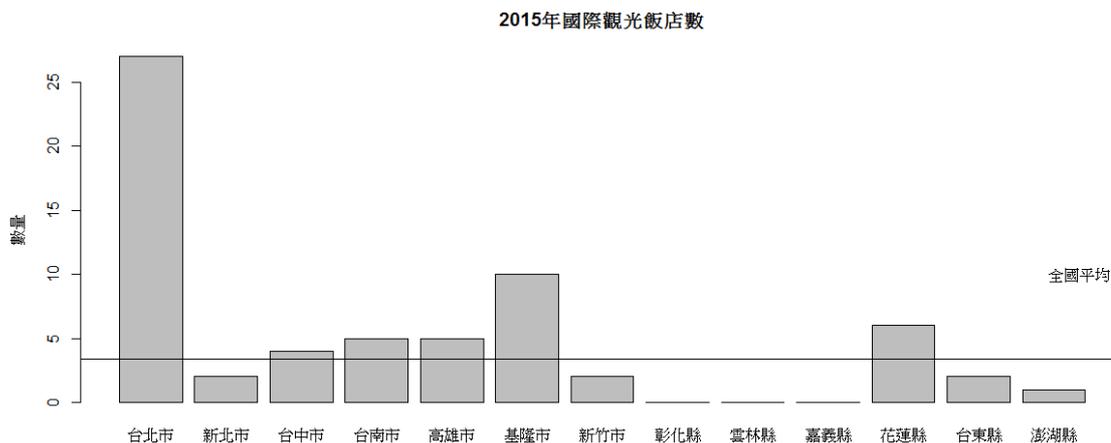
第六節 國際化定位指標分析

一、自我定位：文化歷史

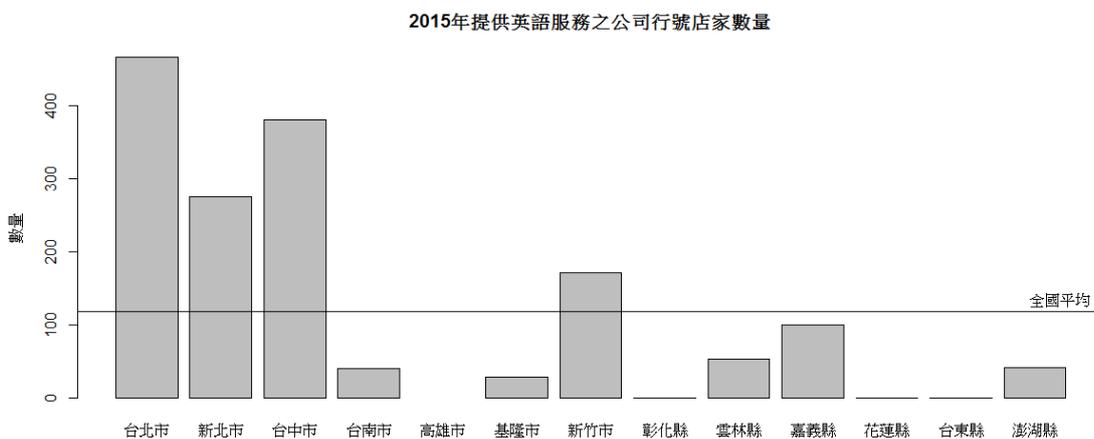
A 共同指標

國際連結項目

- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

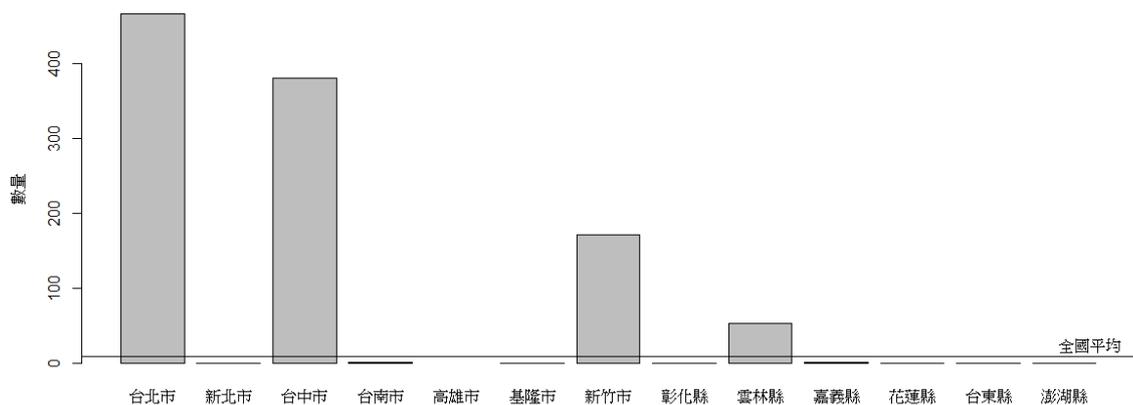


- 13. 貴縣市 2015 年提供英語服務之公司行號店家數量(例如獲得英語服務標章認證業者數量)



- 14. 貴縣市 2015 年鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量(例如推動英語服務標章之措施)

鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量

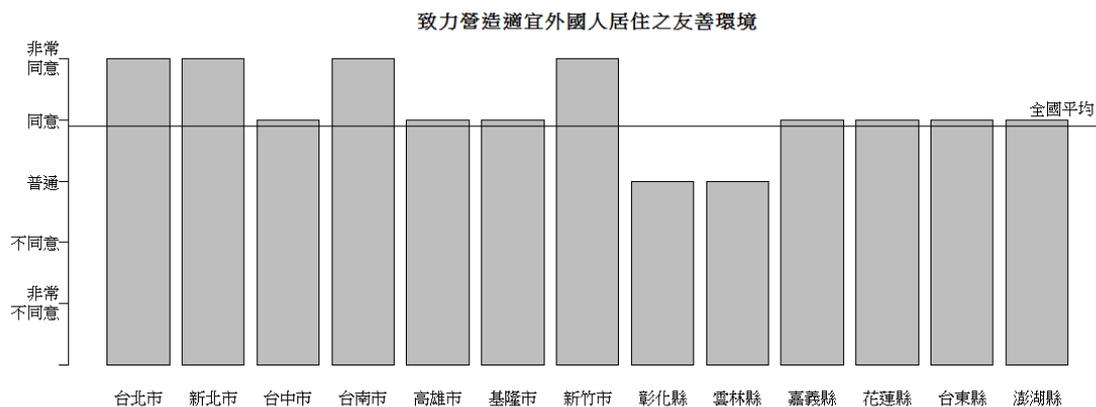


C 個別性指標

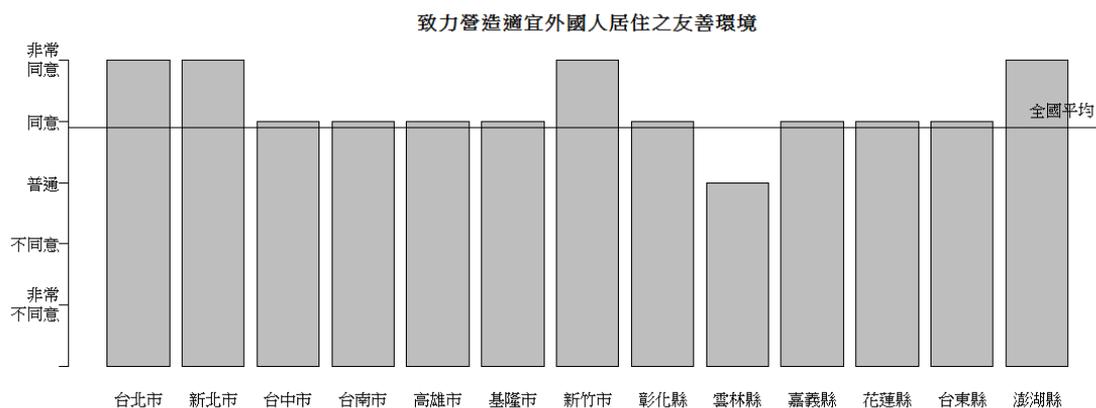
- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷

縣市	訂定國際行銷策略	國際廣告費	國際行銷團隊	委託廠商國際行銷
臺北市	V	V	V	V
新北市	V	V	V	V
臺中市	V	V		V
臺南市	V	V	V	V
高雄市	V		V	V
基隆市	V			V
新竹市	V			
彰化縣				V
雲林縣				
嘉義縣				
花蓮縣	V			
臺東縣	V	V		V
澎湖縣	V	V		

- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算
- 7. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之友善環境

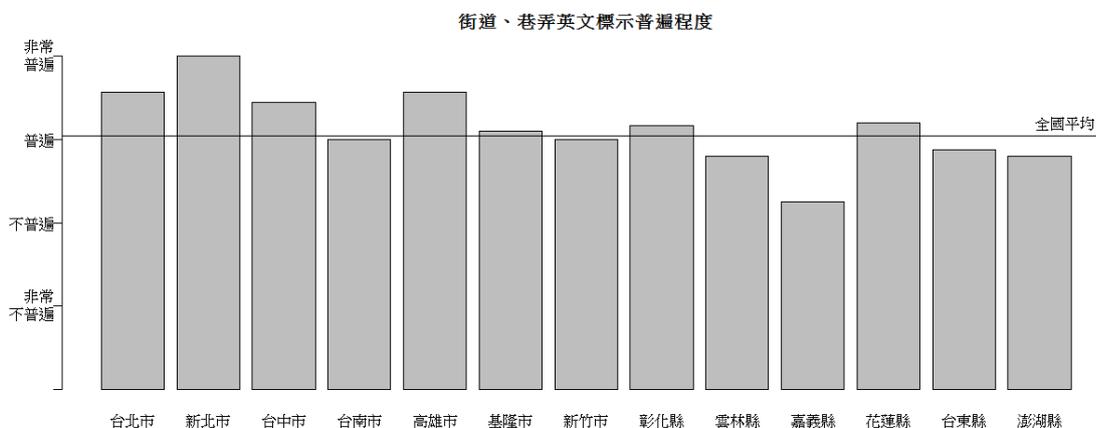


● 8. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之安全環境

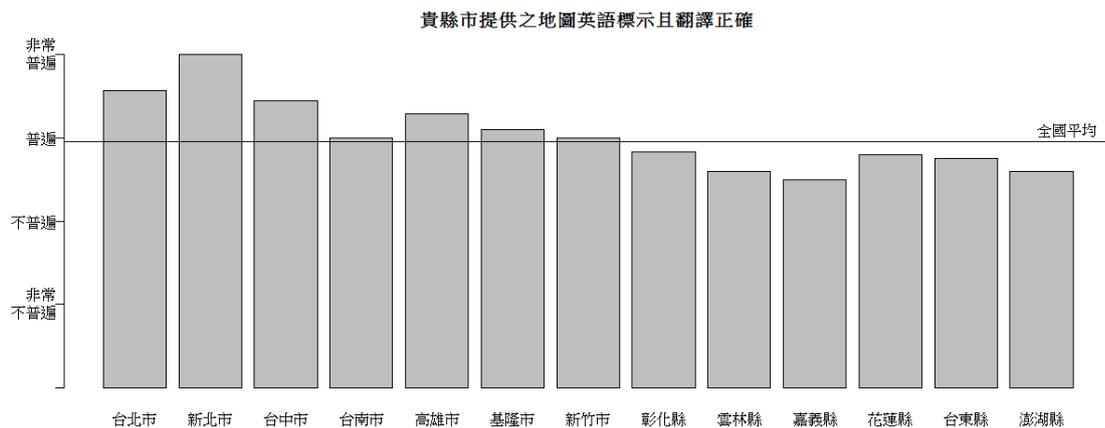


B 地方生活指標

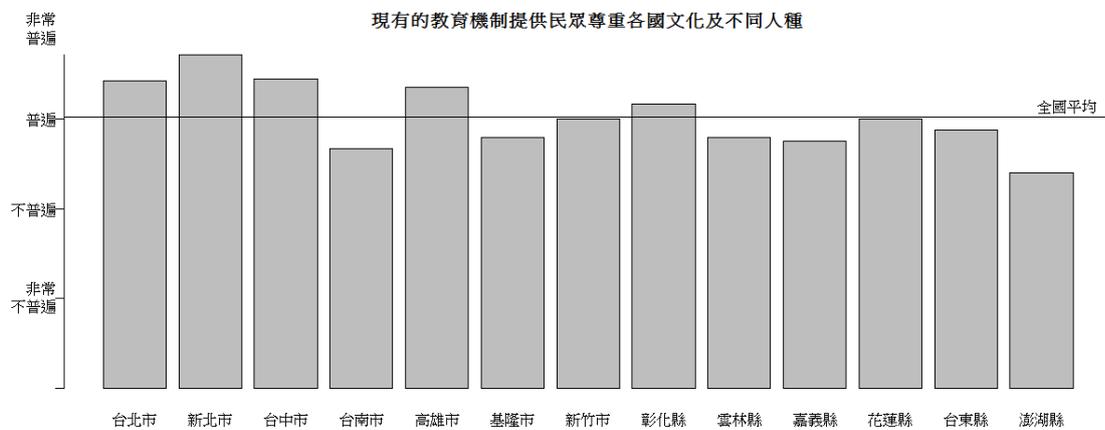
● 四 13. 貴縣市的街道、巷弄英文標示



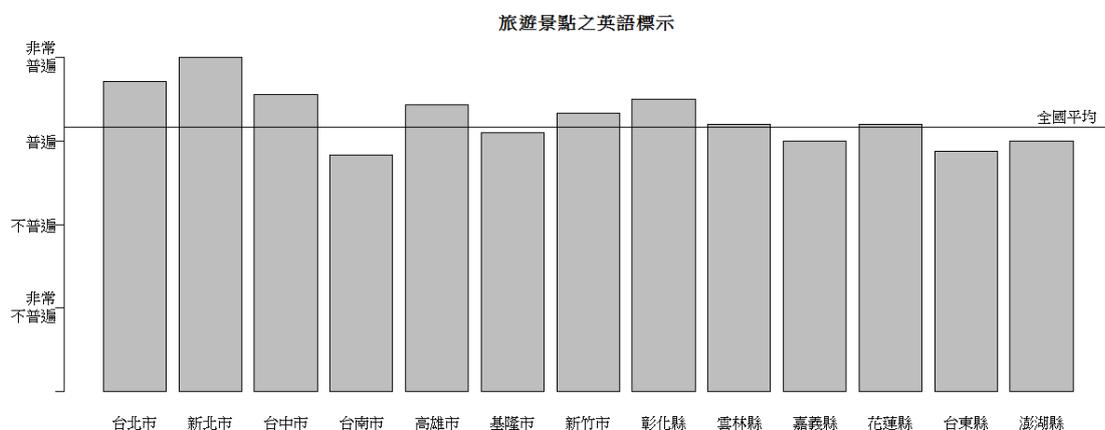
● 四 14. 貴縣市提供之地圖英語標示且翻譯正確



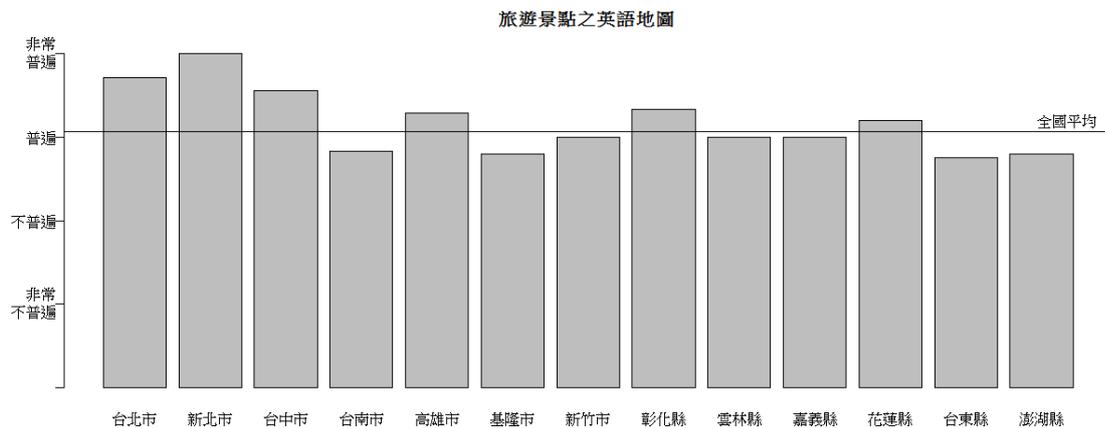
● 五 5. 現有的教育機制提供民眾尊重各國文化及不同人種



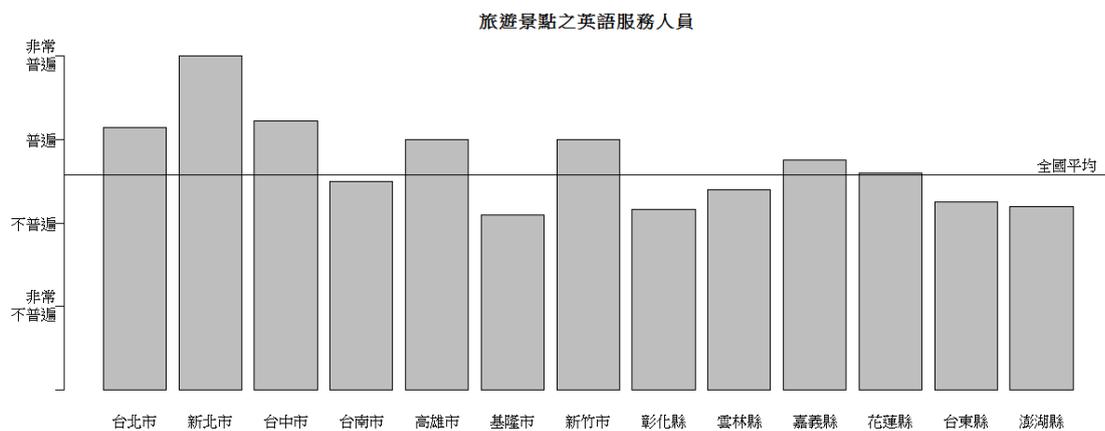
● 六 1. 貴縣市旅遊景點之英語標示



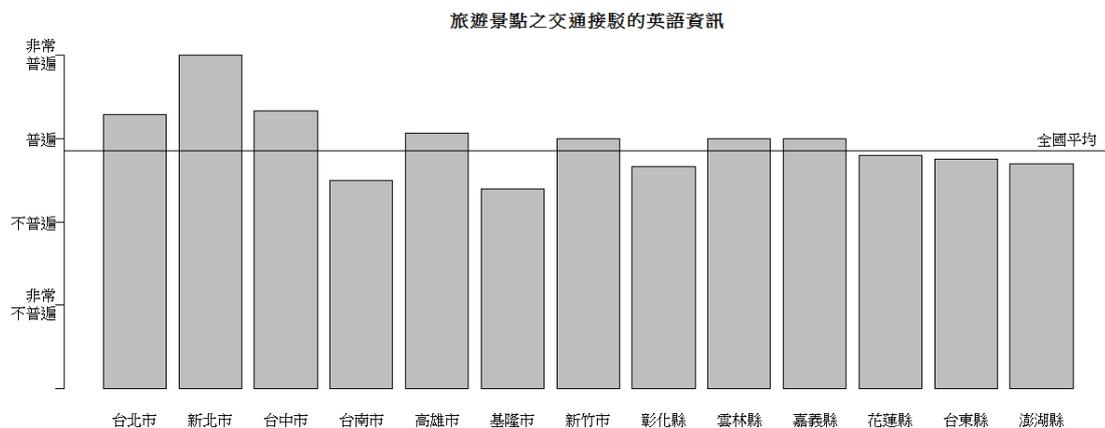
● 六 2.貴縣市旅遊景點之英語地圖



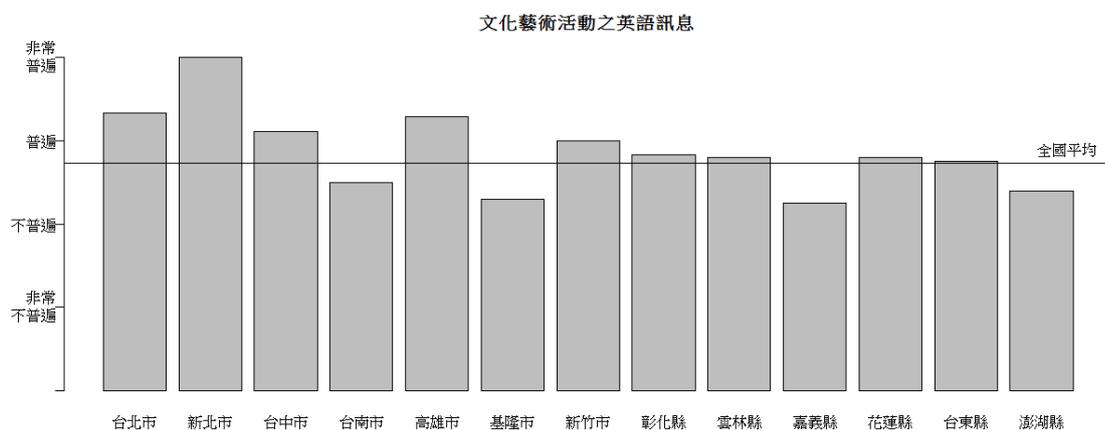
● 六 3.貴縣市旅遊景點之英語服務人員



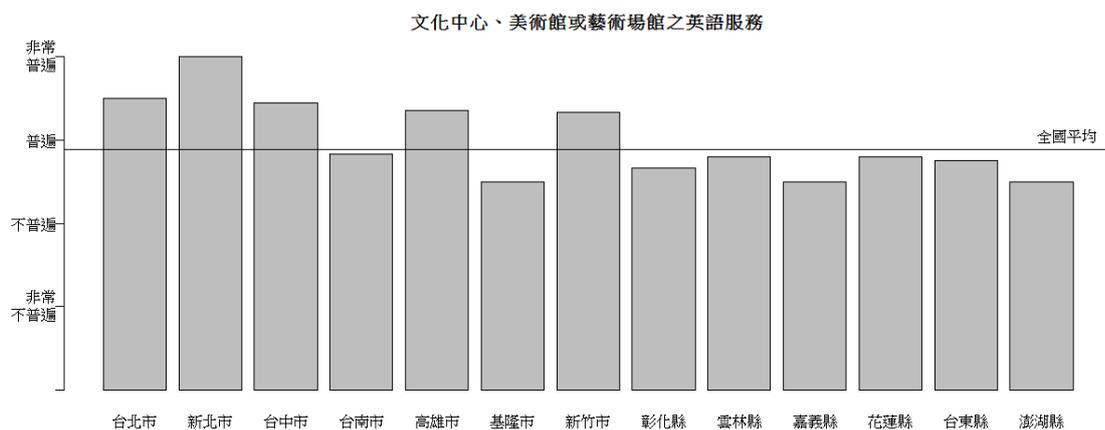
● 六 4.貴縣市旅遊景點之交通接駁的英語資訊



● 六 13. 文化藝術活動之英語訊息



● 六 17. 貴縣市文化中心、美術館或藝術場館之英語服務

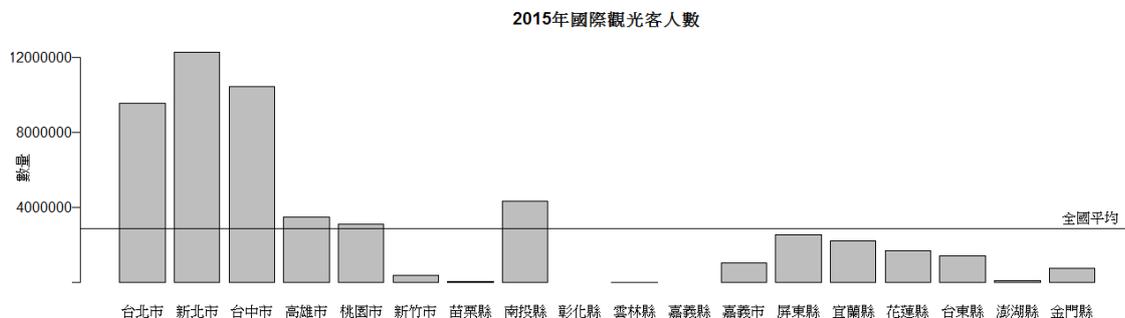


二、自我定位：觀光旅遊

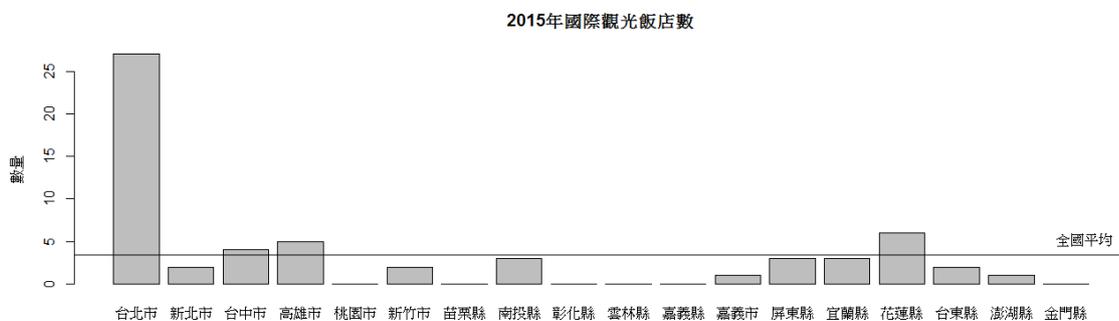
A 共同指標

國際連結項目

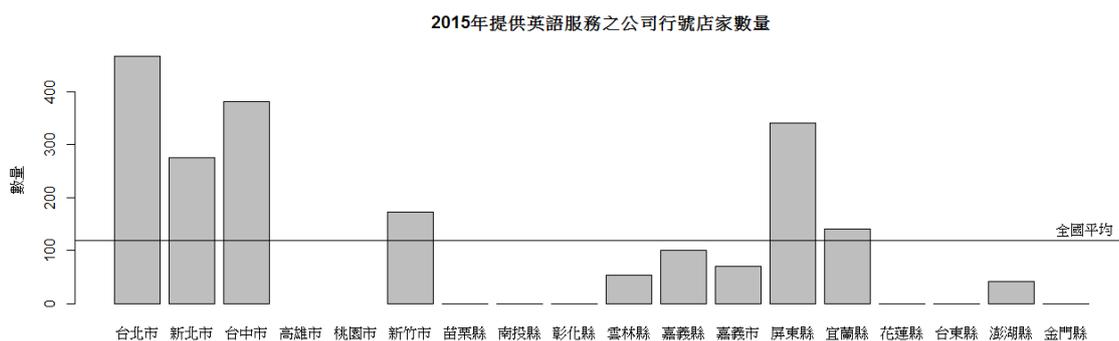
- 6. 貴縣市 2015 年國際觀光客人數



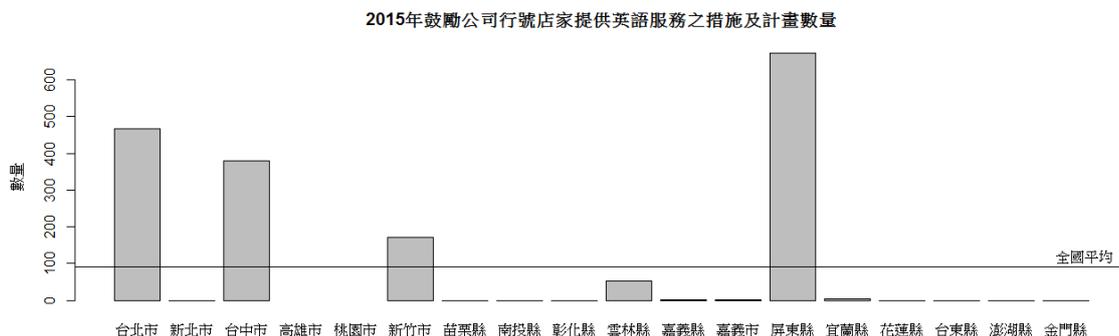
- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數



- 13. 貴縣市 2015 年提供英語服務之公司行號店家數量（例如獲得英語服務標章認證業者數量）



- 14. 貴縣市 2015 年鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量（例如推動英語服務標章之措施）

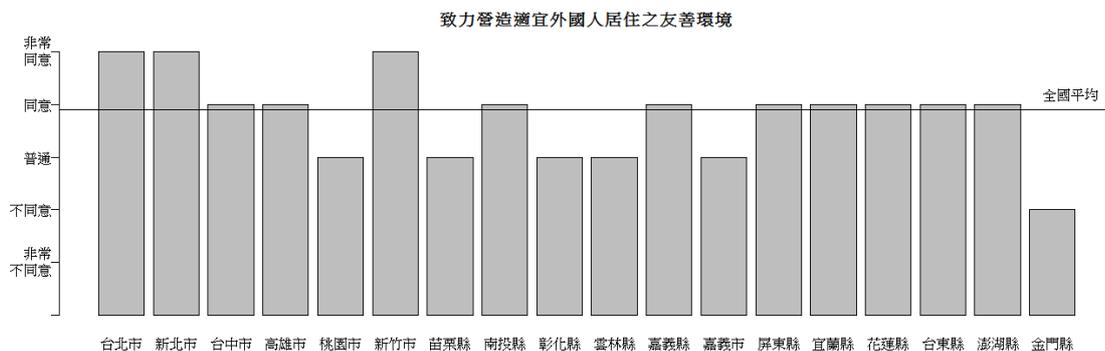


C 個別性指標

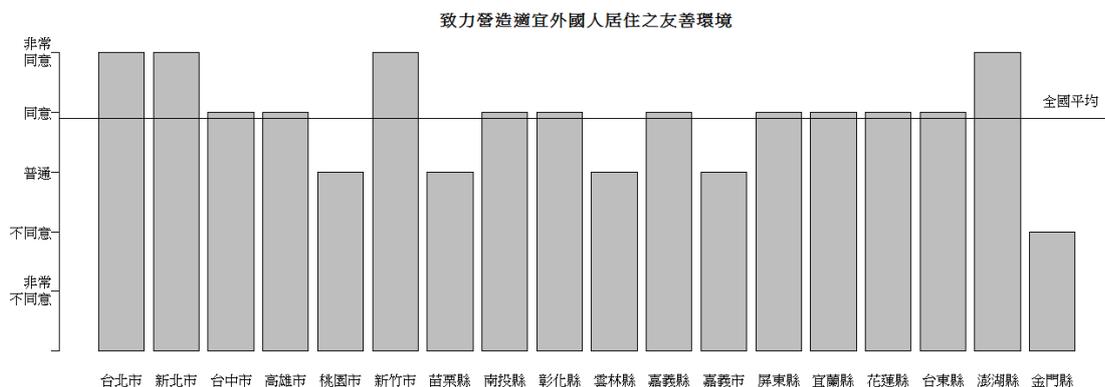
- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、定期參加國外的旅展、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷

縣市	訂定國際行銷策略	定期參加國外旅展	國際廣告費	國際行銷團隊	委託廠商國際行銷
臺北市	√	√	√	√	√
新北市	√	√	√	√	√
桃園市		√			√
臺中市	√	√	√		√
高雄市	√	√		√	√
新竹市	√				
苗栗縣		√			√
南投縣	√	√			
彰化縣		√			√
雲林縣					
嘉義縣		√			
嘉義市	√				√
屏東縣	√	√	√		√
宜蘭縣	√	√		√	√
花蓮縣	√	√			
臺東縣	√	√	√		√
澎湖縣	√	√	√		
金門縣		√			

- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算
- 7. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之友善環境

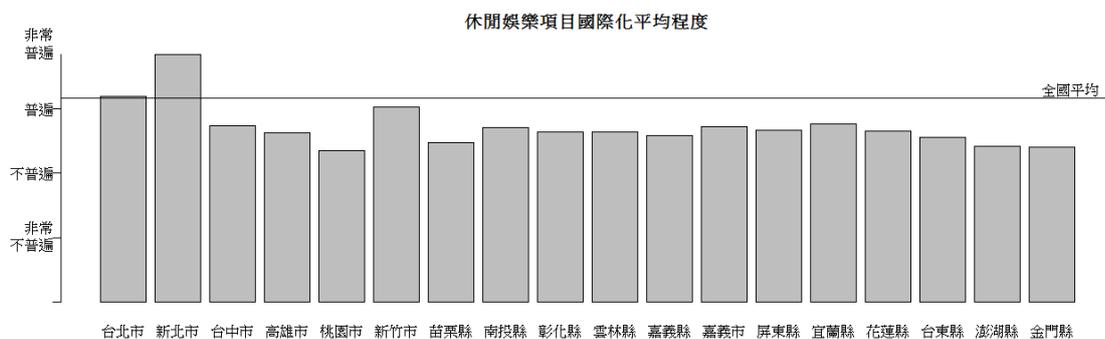


● 8. 貴縣市（含所屬機構）致力營造適宜外國人居住之安全環境



B 地方生活指標

● 六、休閒娛樂項目

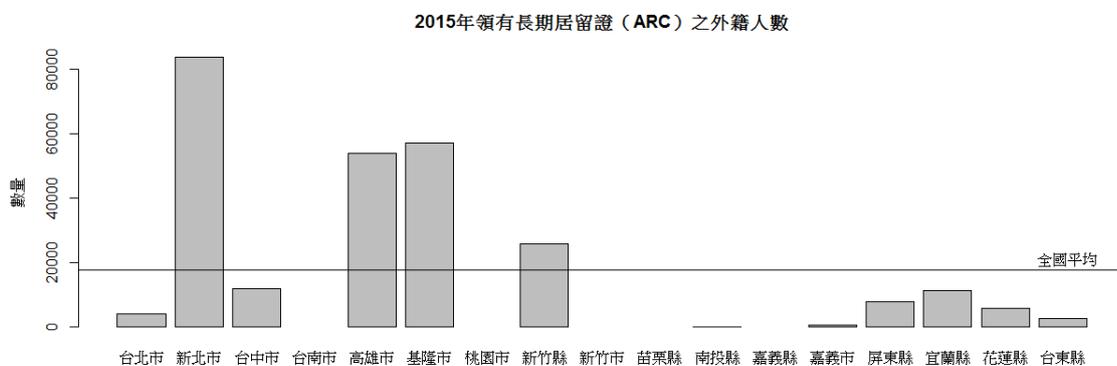


三、自我定位：產業發展投資

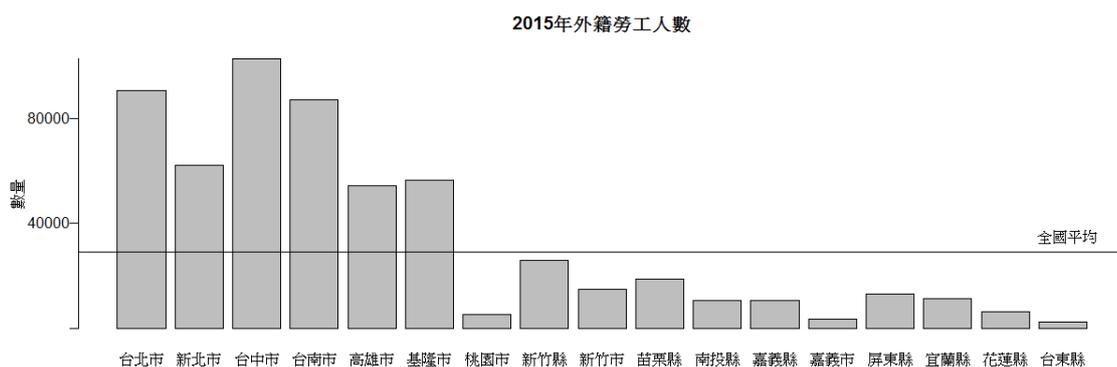
A 共同指標

國際連結項目

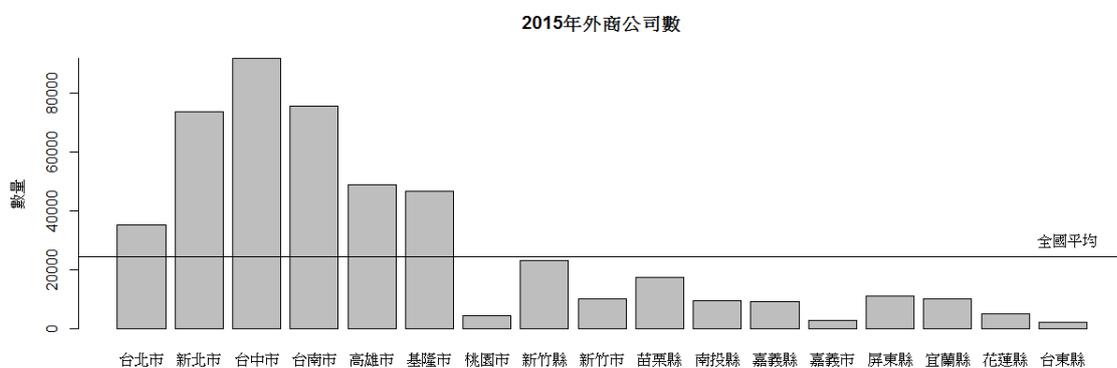
- 8. 貴縣市 2015 年領有長期居留證（ARC）之外籍人數



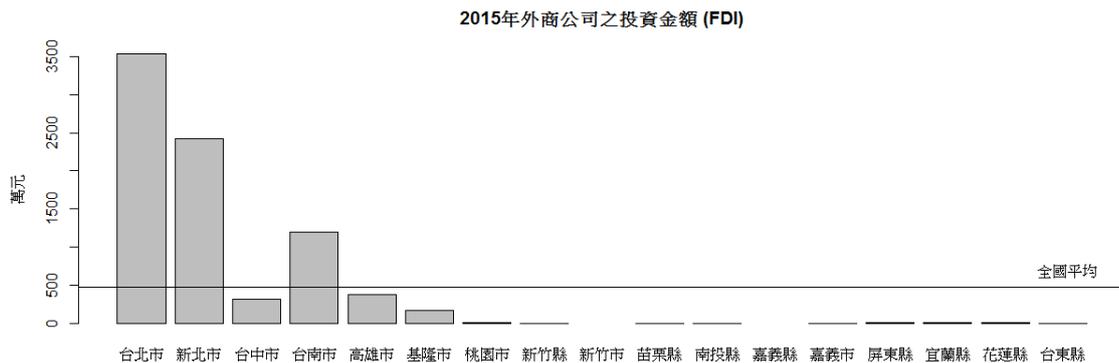
- 9. 貴縣市 2015 外籍勞工人數



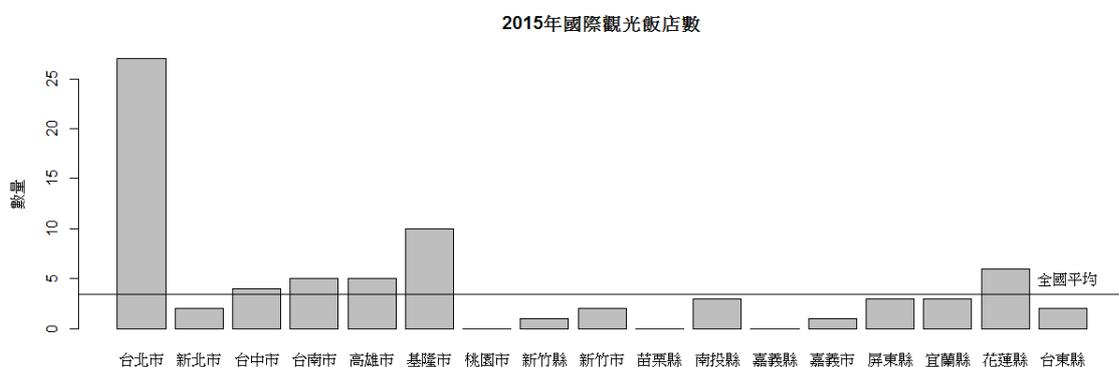
- 10. 貴縣市 2015 年外商公司數



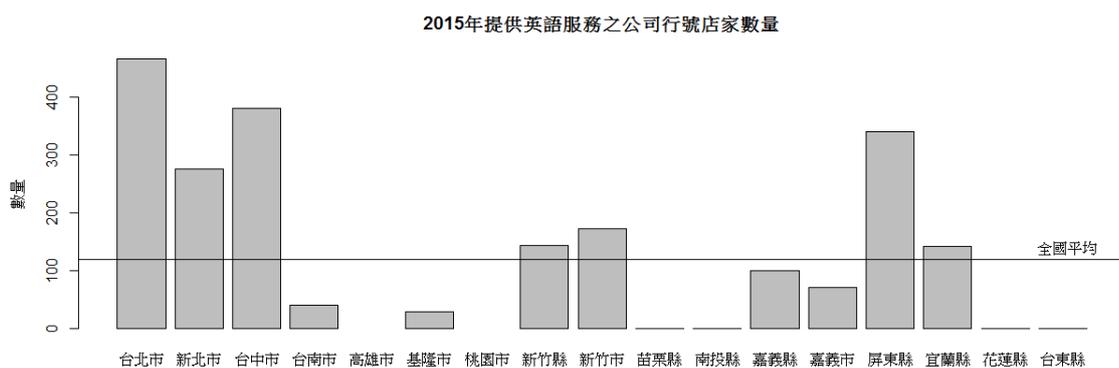
- 11. 貴縣市 2015 年外商公司之投資金額（FDI）



● 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數

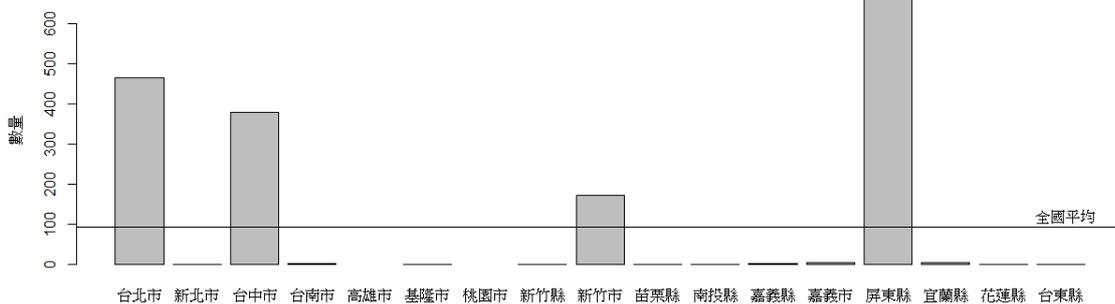


● 13. 貴縣市 2015 年提供英語服務之公司行號店家數量 (例如獲得英語服務標章認證業者數量)



● 14. 貴縣市 2015 年鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量 (例如推動英語服務標章之措施)

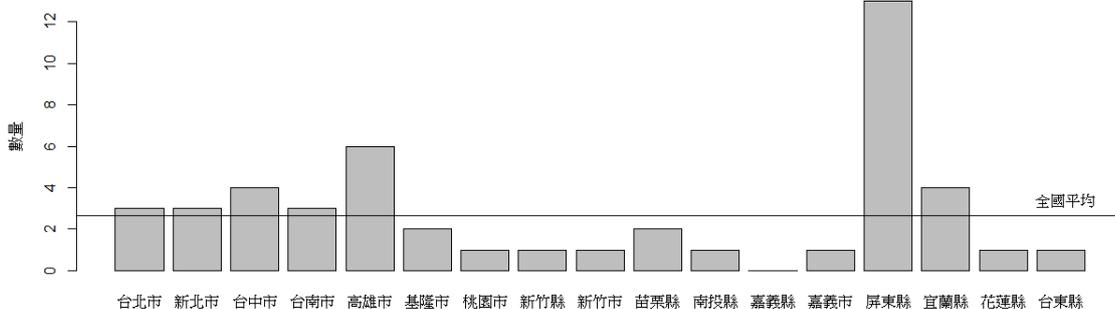
2015年鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量



C 個別性指標

- 3. 貴縣市（含所屬機構）設有專責之移民或外籍勞工輔導機構

專責之移民或外籍勞工輔導機構數



- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：定期參加國外商展、定期舉辦國際招商說明會、訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷

縣市	訂定國際行銷策略	定期參加國外商展	國際招商說明會	國際廣告費	國際行銷團隊	委託廠商國際行銷
臺北市	V	V	V	V	V	V
新北市	V	V	V	V	V	V
桃園市			V			V
臺中市	V			V		V
臺南市	V	V		V	V	V
高雄市	V				V	V
基隆市	V	V				V
新竹縣		V				
新竹市	V					
苗栗縣		V	V			V

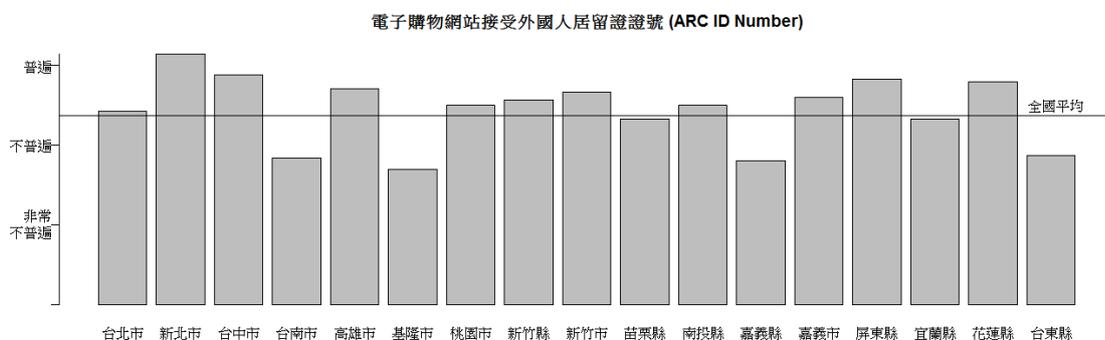
建構國際生活環境調查及輔導機制

南投縣	V	V				
嘉義縣						
嘉義市	V					V
屏東縣	V			V		V
宜蘭縣	V				V	V
花蓮縣	V					
臺東縣	V	V	V	V		V

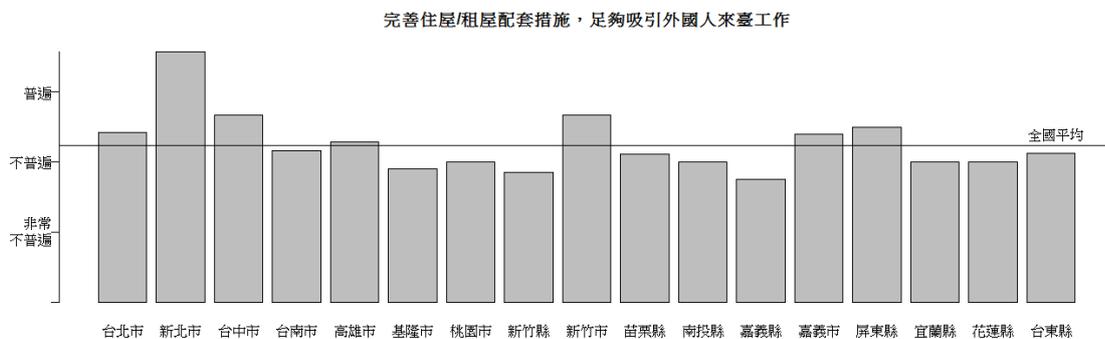
- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算

B 地方生活指標

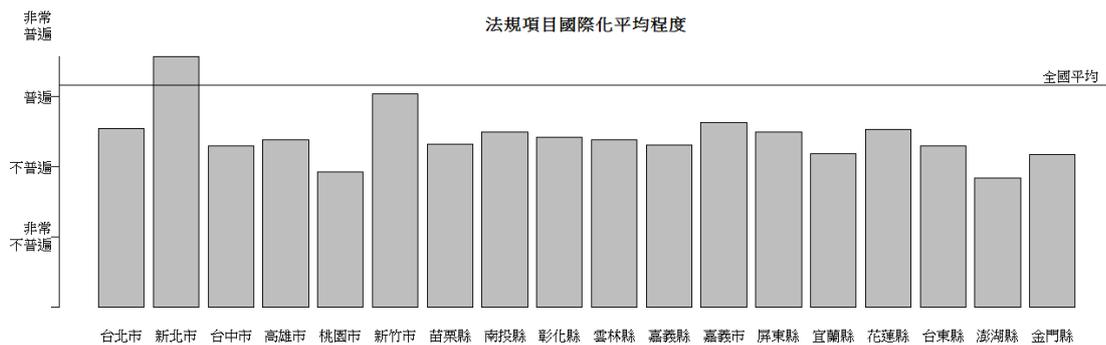
- 二 8. 電子購物網站接受外國人居留證證號（ARC ID Number）



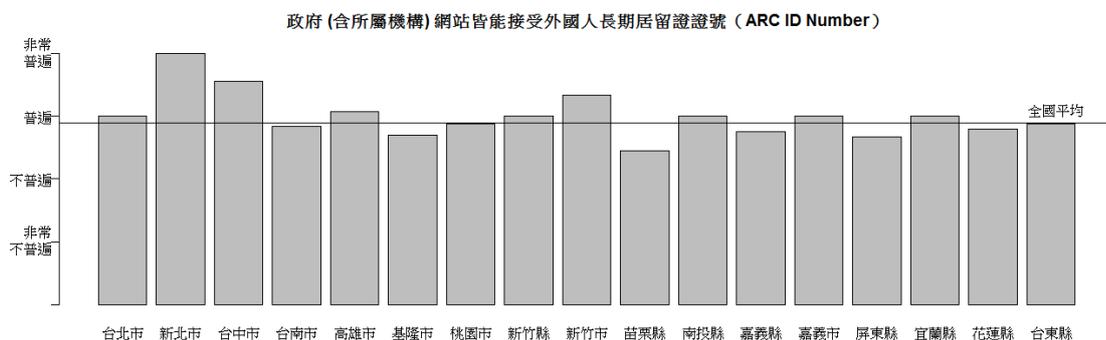
- 三 5. 貴縣市政府（含所屬機構）之完善住屋/租屋配套措施，足夠吸引外國人來臺工作



- 七、法規項目



- 十 6. 貴縣市政府（含所屬機構）網站皆能接受外國人長期居留證證號（ARC ID Number）

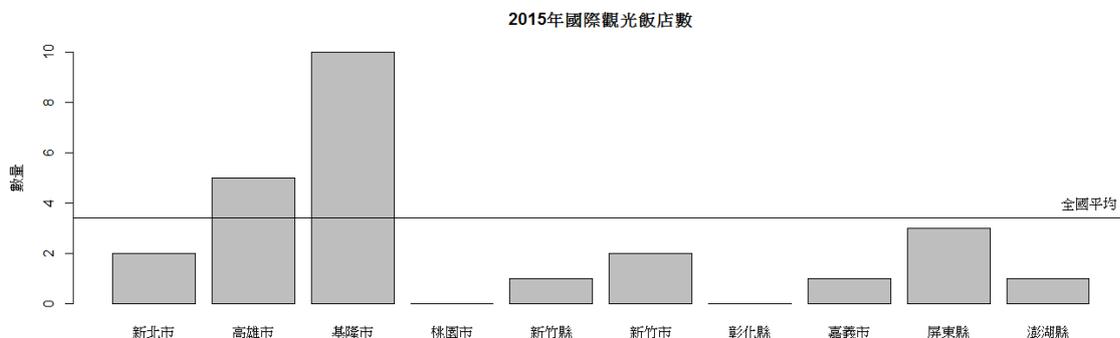


四、自我定位：交通轉運

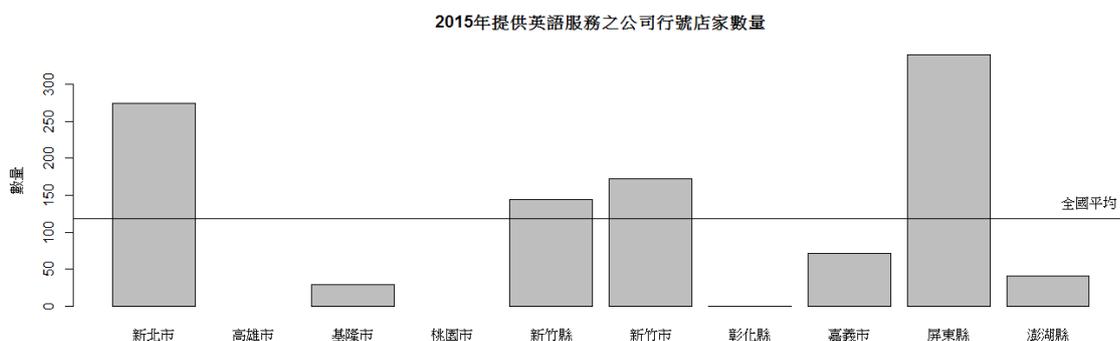
A 共同指標

國際連結項目

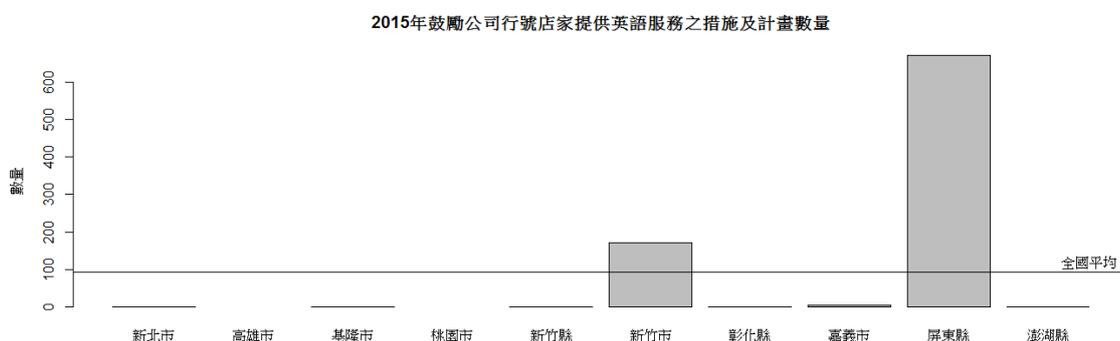
- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數



- 13. 貴縣市 2015 年提供英語服務之公司行號店家數量（例如獲得英語服務標章認證業者數量）



- 14. 貴縣市 2015 年鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量（例如推動英語服務標章之措施）



C 個別性指標

- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷

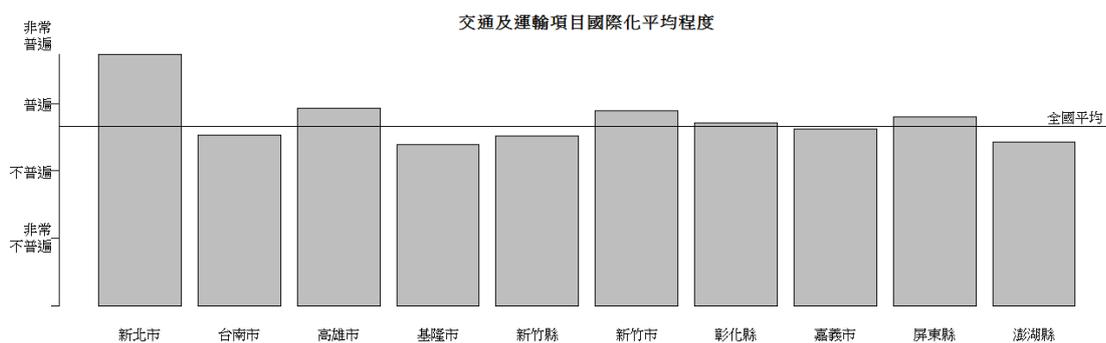
縣市	訂定國際	國際廣告費	國際行銷	委託廠商
----	------	-------	------	------

	行銷策略		團隊	國際行銷
新北市	V	V	V	V
桃園市				V
高雄市	V		V	V
基隆市	V			V
新竹縣				
新竹市	V			
彰化縣				V
嘉義市	V			V
屏東縣	V	V		V
澎湖縣	V	V		

- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算

B 地方生活指標

- 四、交通及運輸項目

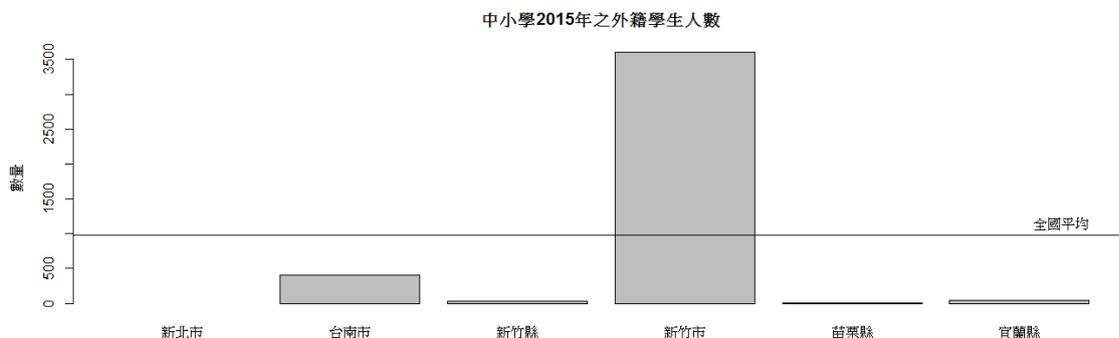


五、自我定位：國際教育

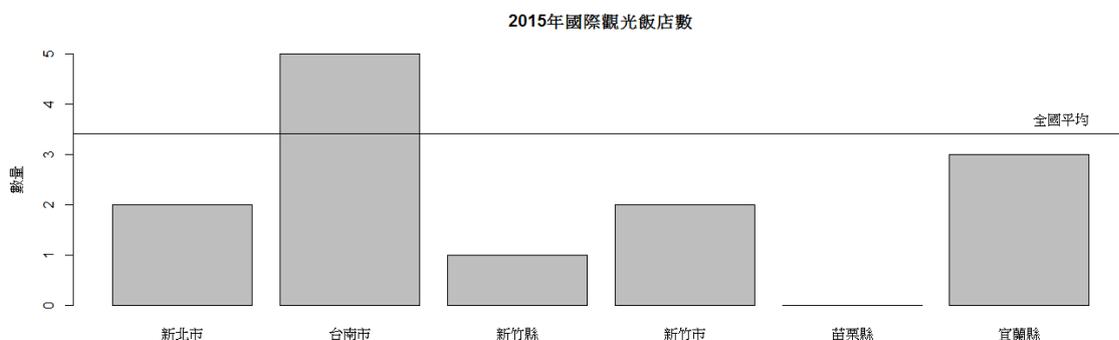
A 共同指標

國際連結項目

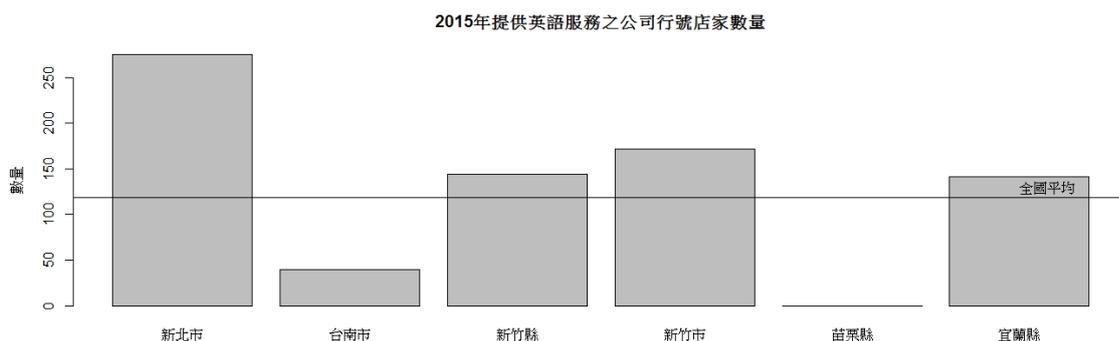
- 7. 貴縣市中小學 2015 年之外籍學生人數



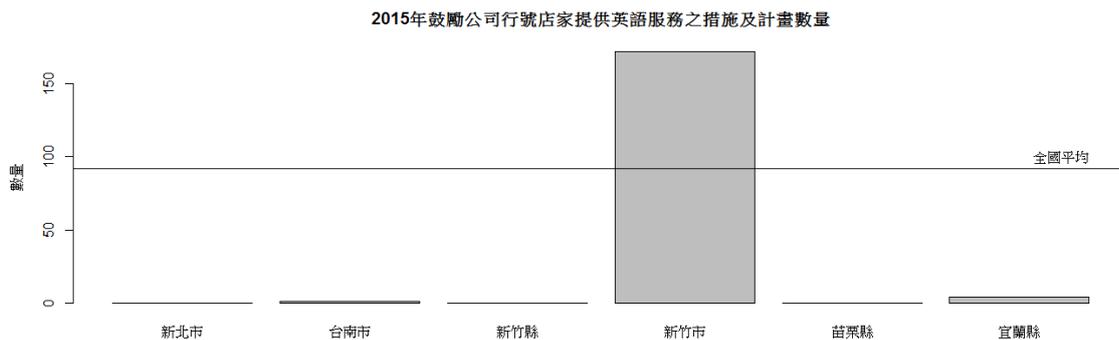
- 12. 貴縣市 2015 年國際觀光飯店數



- 13. 貴縣市 2015 年提供英語服務之公司行號店家數量(例如獲得英語服務標章認證業者數量)



- 14. 貴縣市 2015 年鼓勵公司行號店家提供英語服務之措施及計畫數量 (例如推動英語服務標章之措施)



C 個別性指標

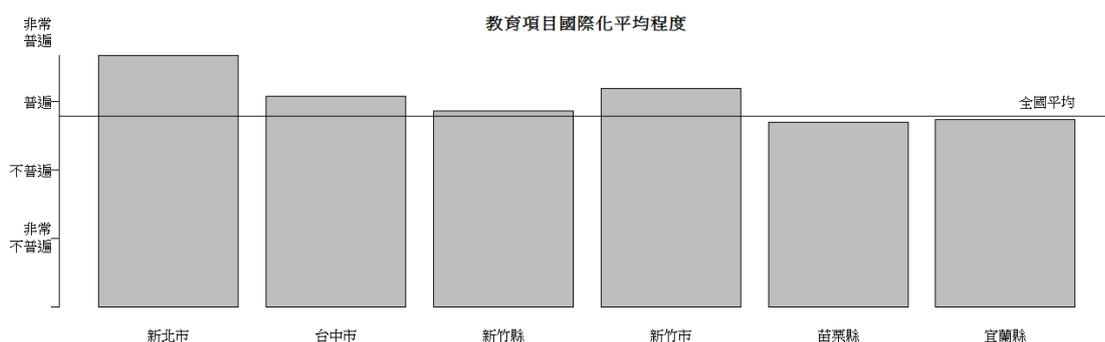
- 4. 貴縣市具備國際行銷能力：訂定國際行銷策略、編列國際廣告費用、具有專職國際行銷團隊、委託廠商進行國際行銷

縣市	訂定國際行銷策略	國際廣告費	國際行銷團隊	委託廠商國際行銷
新北市	V	V	V	V
臺南市	V	V	V	V
新竹縣				
新竹市	V			
苗栗縣				V
宜蘭縣	V		V	V

- 5. 貴縣市（含所屬機構）每年編列國際化生活環境預算

B 地方生活指標

- 五、教育項目



六、國際化指標分群分析

此次現況調查，除了分析各縣市在國際化環境建置的努力與定位外，對於臺灣過去這幾年來國際化的努力及環境建置的成果，可以從以下三個項目分群看出臺灣各縣市國際化建置的分佈：國際連結項目、外語證照統計、主觀地方生活指標。

其中國際連結分群，六都形成較強之國際連結，而嘉義市在國際連結上，也與六都接近；外語證照統計分群，除了桃園市外，其他五都均在同一區塊內，而桃園市、彰化、雲林、屏東、台東則屬於同一區塊；主觀地方生活指標，六都中，台中、台北、高雄等同屬，新北市則在此生活指標中領先其他縣市。

依「國際連結項目」分群

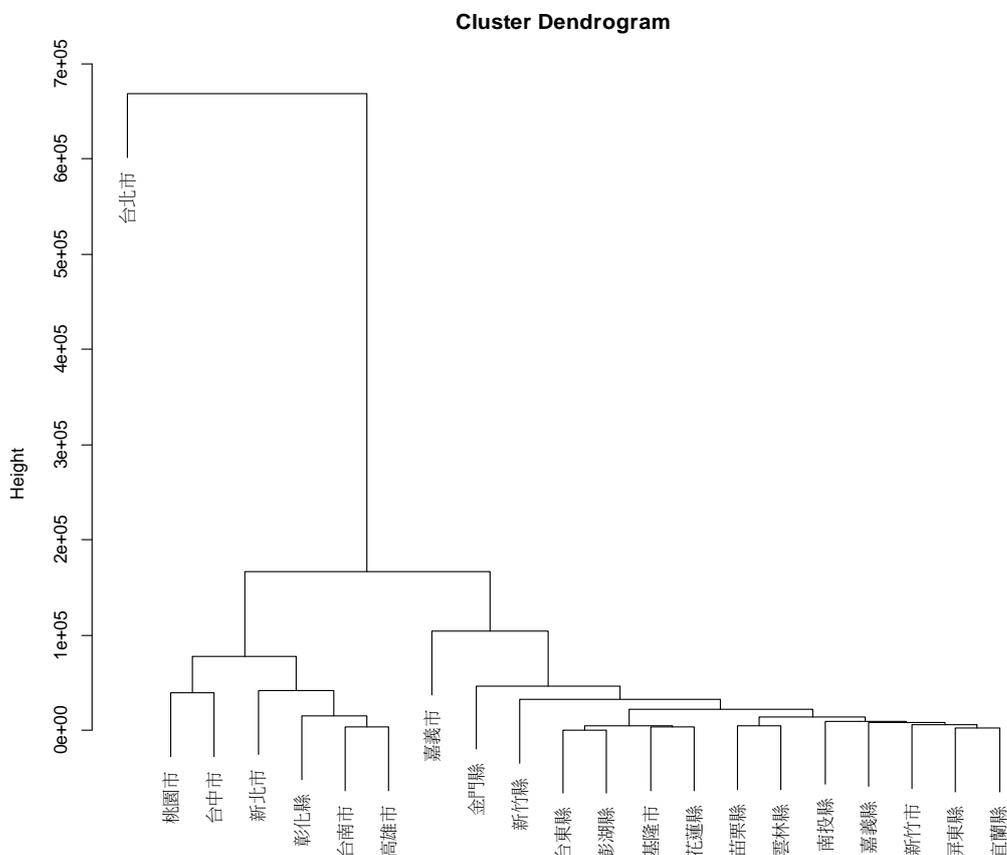


圖 3-21 各縣市依「國際連結」項目分群

國際連結部分，臺北市明顯其他縣市有極大區別，此因在國際連結甚多項目的表現，臺北市皆幾乎是領先其他縣市。整體而言，除臺北市之外，國際連結部分可分成兩群。台南與高雄則較相近，也許是因台南與高雄兩都包含過去台南縣與高雄縣；此兩都與台中、桃園、新北等三都形成一群，有趣的是彰化縣亦包含於此第一群中。

其餘其他縣市則屬第二群，此群中除嘉義市與其他縣市存在明顯差異外，其餘縣市在國際連結一項，整體有甚為相似的成果。部分原因在於「國際活動人次」一項，嘉義市僅次於臺北市。

依「外語能力證照統計」分群

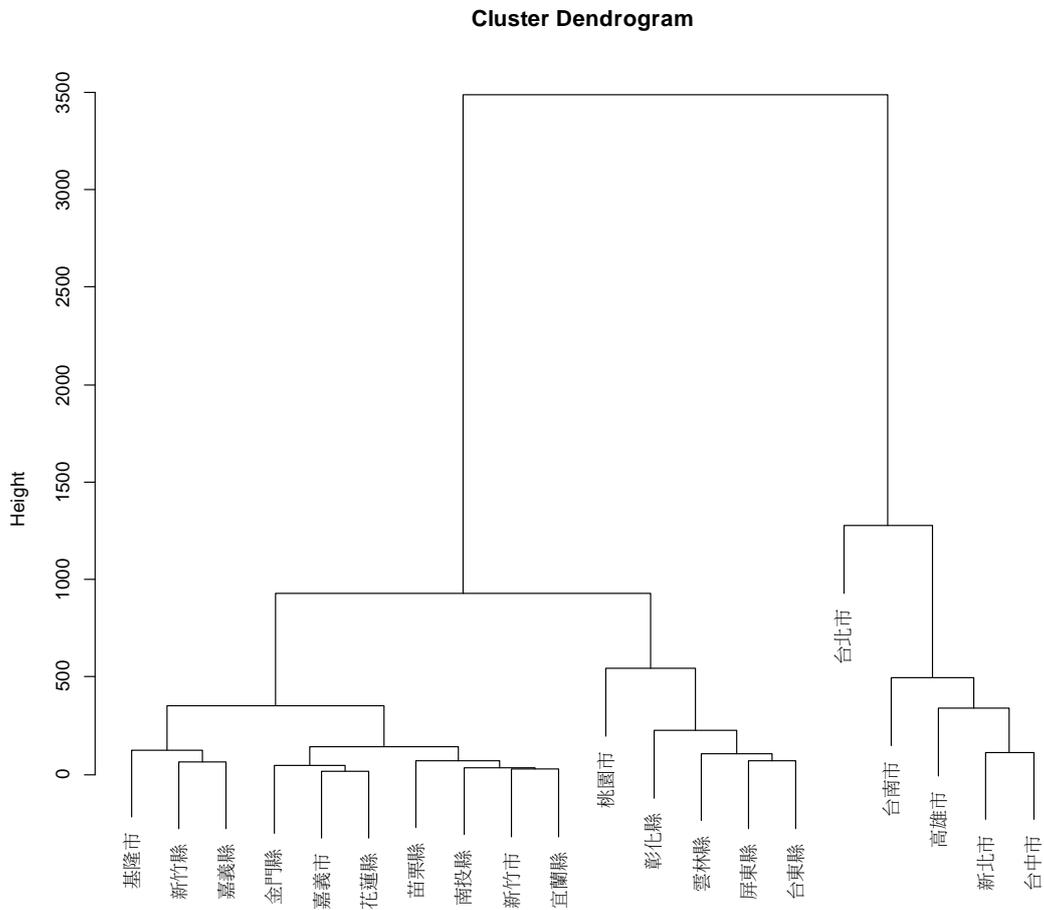


圖 3-22 各縣市依「外語能力證照統計」分群

外語證照部分約可分成三群，六都中的台南與高雄、新北與台中及臺北市可自成第一群，其中臺北市較為突顯與其他稍微不同成果。而桃園市則與彰化、雲林、屏東及台東等縣合為第二群，其中桃園市較為突顯。其餘縣市在外語證照一項，整體有甚為相似的表現，為第三群。

依「主觀地方生活指標」分群

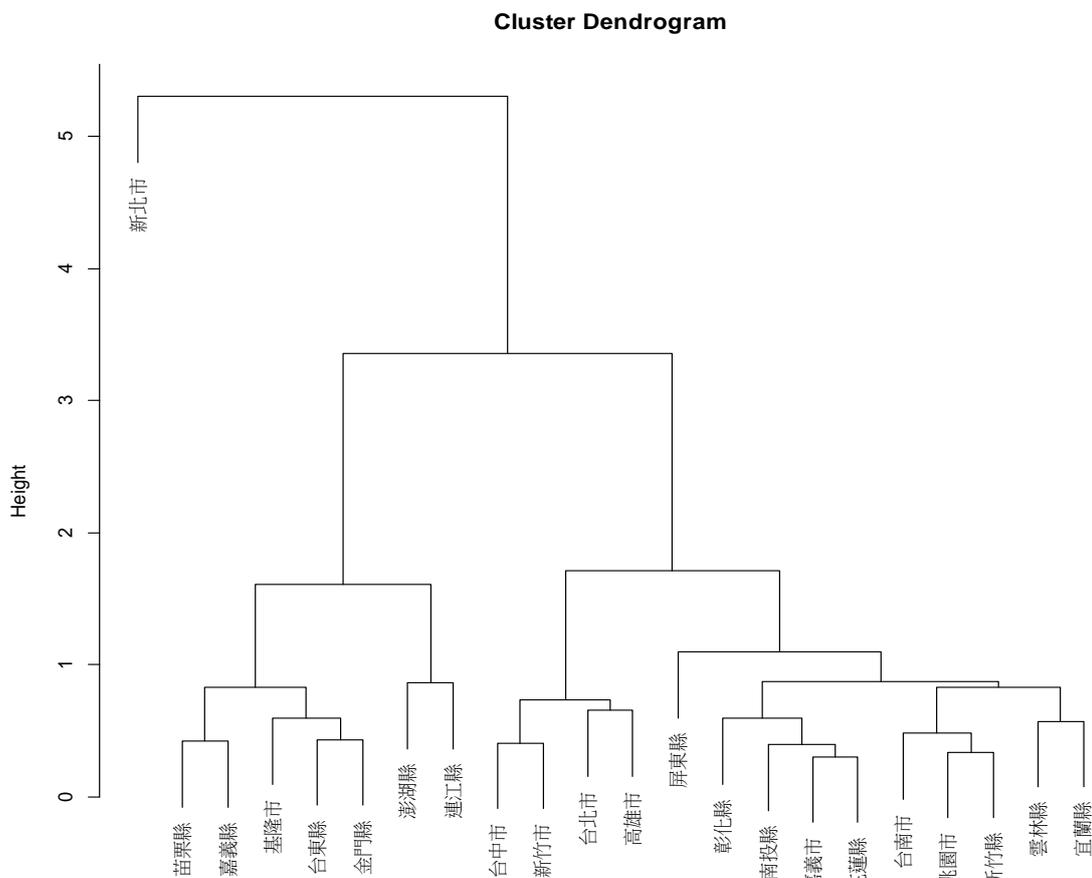


圖 3-23 各縣市依「主觀地方指標」分群

主觀地方生活指標部分的分群結果則較為多元，除新北市不同外，可將其他縣市以三群觀之，此因新北市在「主觀地方生活指標」各項平均分數皆較其他城市高。

可看到台北與高雄、台中與新竹市等四城市為第一群；澎湖縣與連江縣、苗栗縣與嘉義縣、臺東縣、金門縣及基隆市等再形成一群。其餘縣市在主觀地方生活指標一項，整體有甚為類似的表現，為第三群。

第七節 小結

本章主要以縣市政府現況調查及外籍人士需求調查為主。縣市之現況調查，以縣市本身之國際定位出發，進行環境掃描與資源盤點，務求其國際化發展，與自身資源、現階段作法及整以環境配合。而外籍人士的需求調查，除了透過網路意見收集外，此次也利用具體指標，詳細找出需求面。尤其需求調查甚為詳細，且指標繁多（近 100 項），雖僅 114 位回應，但涵蓋國籍、地區甚為多元，頗具參考價值。

依據以上現況及需求調查分析，可以看出以下幾點建議與可行作法：

- 一、此現況調查，乃國際化資源掃描之基礎工作，對於各縣市現有之資源及人力配置，進行基礎調查。各縣市政府，宜依據現有資源，配合施政及國際化目標，做作短中長之國際化目標。
- 二、本次調查，發現縣市之國際化定位與其資源配置並不一致，尤其是主觀問卷及客觀問卷之間，有所落差，將提供分析報告給各縣市政府，具體調整其國際化作為。
- 三、各縣市之國際化環境與需求各異，尤其是都會城市與較偏遠地區之國際化程度與認知，存在差距。如何透過此問卷，進行國際化環境之建置優先次序，可以提供各縣市參考。也可作為未來中央政府在地方國際化環境建置補助之參考。
- 四、各縣市對於本身國際化環境之掌握，透過此次問卷，可具體呈現。部分縣市在國際化服務上，仍待加強。然需求與供給仍相輔相成，如何在需求面（如國際觀光、國際招商、國際活動）上提昇，以促進供給面的必要性，有待各縣市擬定具體之國際化施政藍圖。建議參考本計畫所編列之六大作業手冊，以具體落實。
- 五、各縣市之國際網頁仍有待加強，缺乏整體作業觀念，對於國際化之基礎建設觀念仍待加強。建議參考本計畫之雙語網頁作業手冊。
- 六、各縣市均積極推動國際化，然相關之國際化環境、服務及人才整合上，缺乏完整之作為，仍零星散佈在各相關局處，有待更高層級整合。建議參考本計畫國際化組織及運作手冊。
- 七、各縣市國際化目標及其現況間有所落差，此處提供具體指標，作為各地

方政府未來改善之參考

八、外籍人士之需求，除了少數面向外（如居住安全），其餘大抵符合縣市國際生活環境指標權重，未來還可以依照外籍人士之需求，訂出國際生活環境建置之優先次序。

縣市反映填答之困難

- 一、指標定位需更加明確、詳細，以避免各縣市統計結果標準不一。
- 二、部分縣市蒐集資料不易，例國際學生數目。
- 三、填答主觀問卷時，會因避免代表該單位填答，而拒填與其業務不相關之項目。

本調查之未來運用與侷限

本指標建立，從理論到現況調查著手，並進行指標認知之篩選，且針對此指標，進行信度、校度及優先次序之校正，並依循前述指標建立流程，進行分析與研究。最後，進行專家學者之校正，建立三大構面、十三大面向及143項指標。本指標體系，主要建立包容性及總體性(generic)項目，部分指標僅適用部分都市，如捷運系統或機場建置等。但未來以此指標輔導各地方政府，將採取適用之指標。

任何指標建立，除了從學理或過去文獻中獲得客觀證據外，很多指標之確定來自主觀認定，自有其限制與侷限。本指標體系建立研究有兩項限制：一是本國人士與外籍人士之間的認知差異，且外籍人士來臺之目的差異及比例，無法有系統且依據各地方之國際化政策作適度調整，所得到之指標比例可能有所誤差；二是指標之建立，仍有其時間性。此一持續性之調查與建立，僅能針對目前之現況進行分析，如何建立有效且長期追蹤之機制，應為繼續努力之目標。

