

# 我國車輛保檢合一與車輛檢驗制度管理之研究

周天昌、謝雅惠

E-mail: 9417939@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

車輛檢驗制度之目的在於確認車輛之環保、低油耗與安全性，而維持上述重點之關鍵則為車輛之維護與保養，一般來說各國政府為確保行車秩序與安全、環境保護與減少能源浪費，均制定有車輛檢驗制度，以祈規範新車與使用中車輛之機械性能與品質，在公平、公正、公開之測試中，進一步求得車輛之正常運轉，但在車輛維護與保養方面常常並未有所管理，我國之情況亦是如此，因此在車輛之保養維護與車輛檢驗之間，即會產生一些疏漏而需要改進。保檢合一作業是藉由持續性的定期保養來代替部份的車輛檢驗作業，或者以強制性的定期保養作為車輛檢驗之前置作業，由於上述兩項均能讓我國之車輛檢驗制度，無論是在便民、提昇檢驗效率，確保檢驗品質、減少弊端及加強車輛管理各方面，均可產生相當之進步。本研究利用問卷及訪談，確認保檢合一作業在我國車輛相關產業中是大家願意接受的一種車輛保養與檢驗制度，再利用SWOT矩陣分析，針對保檢合一作業與車輛檢驗制度管理，考量此車輛檢驗制度施行前後之優勢、劣勢與機會、威脅，並發展出執行策略，作為爾後政府執行此車輛檢驗制度時之參考，也希望藉此保檢合一作業，能讓我國車輛檢驗制度管理更上軌道。

關鍵詞：保檢合一，車輛檢驗制度，保修廠，定期保養，定期檢驗

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書	iii	中文摘要	v	英文摘要	v
要	vi	誌謝	viii	目	viii
錄	ix	圖目錄	xii	表目	xii
錄	xiii	第一章 緒論	1.1 研究背景與動機	1.1.1 研究背景	1
景	1	1.1.2 研究動機	4	1.2 研究目的	6
的	6	1.3 研究限制	6	1.4 研究流程	7
程	7	第二章 文獻探討	2.1 車輛檢驗之功能與目標	2.1.1 車輛檢驗之功能	9
能	9	2.1.2 車輛檢驗之改進目標	9	2.2 車輛保養維護與性能	10
2.2.1 引擎部份	10	2.2.2 底盤部份	11	2.2.3 車身部份	12
2.2.4 電系部份	12	2.3 我國車輛檢驗相關產業狀況概述	13	2.3.1 我國汽車修理業現況	13
2.3.2 我國車輛檢驗制度概述	15	2.3.3 我國車輛檢驗及保修廠之相關法令	23	2.3.4 我國車輛檢驗相關狀況	24
2.4 國外車輛檢驗相關作業概述	25	2.4.1 國外車輛檢驗制度概述	25	2.4.2 國外保檢合一制度概述	34
2.5 我國車輛保檢合一制度推行之評估	35	2.6 我國車輛檢驗儀器校驗制度概述	39	2.6.1 我國車輛檢驗設備配置	39
2.6.2 我國車輛檢驗線概述	40	2.6.3 國內車輛檢驗設備查驗規定	40	2.6.4 各國車輛檢驗設備查驗制度比較與分析	40
2.7 SWOT分析說明	41	2.7.1 SWOT說明	41	2.7.2 SWOT矩陣之策略分析	42
第三章 研究方法	43	3.1 質性研究	43	3.2 研究設計	45
3.3 訪談問卷設計	45	3.3.1 前測作業	45	3.3.2 實際問卷與訪談內容說明	45
3.4 研究對象與範圍	54	3.4.1 研究對象	54	3.4.2 研究範圍	55
第四章 資料分析	56	4.1 問卷與訪談之資料分析	56	4.1.1 問卷統計與探討	56
4.2 市場面分析	95	4.3 政策面分析	100	4.4 法制面分析	101
4.5 SWOT矩陣分析	105	4.5.1 SWOT分析	105	4.5.2 SWOT矩陣分析	112
第五章 結論與建議	126	5.1 結論	126	5.2 對未來研究之建議	132
參考文獻	134	附錄	139		

參考文獻

一、中文部份 1.王景麟(1988), 現行汽車檢驗制度之探討, 國立交通大學管理科學研究所碩士論文。 2.王翔永(2004), 台灣汽車市場之競爭分析, 元智大學國際企業學系研究所碩士論文。 3.台灣省公路局(1997), 車輛保養與檢驗合一制度「可行性之研究」。 4.台灣省公路局(1995), 車輛保養與檢驗合一制度可行性之研究相關資料(日文)翻譯。 5.吳哲坤(2004), 自用小客車定檢週期延長外部影響之研究, 國立交通大學交通運輸研究所碩士論文。 6.李隆盛、黃同圳主編(2000), 「人力資源發展」, 台北, 師院圖書出版部。 7.李明軒、邱如美譯, 波特(Michael E. Porter)著(1999), 「競爭優勢」, 天下遠見。 8.林健昌(1999), 我國車輛保、檢合一制度實施方式之研究, 國立交通大學交通運輸研究所碩士論文。 9.林維信(1999), 國內車檢制度與服務品質提昇之探討, 中華大學工業工程與管理研究所碩士論文。 10.林大煜等(1991), 小型車檢驗革新方案, 交通部運研所, 台北。 11.邱建華(1998), 台北地區小客車駕駛人車輛保養維修消費行為之研究。 12.高登第譯, Philip Kotler著(2002), 「科特勒談行銷How to Create, Win, and Dominate Markets」, 遠流出版事業(股)公司。 13.高登第譯, Philip Kotler著(2002), 「科特勒新世紀行銷宣言Marketing Moves」, 天下文化出版社。 14.高福財(1999), 汽車代檢廠設立與管理。 15.張耀仁(2004), 台灣汽車產業顧客關係管理之研究 以NISSAN、TOYOTA為例, 中華大學科技管理研究所碩士論文。 16.張文俊(1993), 我國汽車修護業之情境分析, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 17.張添洲(1993), 生涯發展與規劃, 五南圖書出版公司。 18.張保隆等(1988), 改善汽、機車考驗、檢驗制度之研究。 19.陳晉源、陳增義(1990), 車輛保養及檢驗合一制度與檢驗儀器管理及校驗制度考察報告(交通部公路局出國考察報告) 20.辜宏恩(2001), 我國車輛檢驗設備查驗制度建立(財團法人車輛研究測試中心, 交通部公路總局90年度委託專案研究計劃) 21.葉國宏(1996), 小客車未來成長預測之研究。 22.鄒紹騰(2001), 我國現行汽車檢驗制度代檢業務探討。 23.楊燕枝、王漢英(2000), 汽車產業綜論, 產業技術研究院產業經濟與資訊服務中心:ITIS出版。 24.劉英標、蔡忠明、高舜頭、陳澄惠、楊克恩、戴主修、黃靖雄、李樑堅、吳明昆、鍾文成、賴天龍、鄭馨雅、陳香蘭、黃馨慧、朱興中(1996), 建立汽車檢驗儀器檢校策略及技術之研究。 25.劉英標、李樑堅、朱興中(1996), 建立汽車檢驗儀器檢校策略及技術之研究(中華道路期刊)。 26.劉英標等(1996), 汽車檢驗線時間系列之分析及檢驗設備較佳排程之研究, 公路局。 27.劉英標、李樑堅、黃靖雄、高舜頭、蔡忠明、吳明昆、陳澄惠、吳佳音等(1995), 汽車檢驗儀器校正制度之建立分析與研究。 28.劉英標(1987), 「汽車檢驗及自動化車檢系統技術」, 台北:公路局監理處。 29.盧振昇(2003), 汽車修護人員事業生涯發展與管理機制之研究。 30.衛南陽(2001), 「服務競爭優勢:探索永續經營的奧秘」, 商兆文化。 31.鍾南峰(2001), 汽車修護廠服務品質之研究--以高雄市為例。 32.鍾憲瑞(1999), 廠商競爭互動之研究-以台灣汽車產業為例。 33.蕭中華(1994), 我國軍機商維政策之研究。 34.藍武王等(1996), 小客車持有與管制措施之研究, 行政院研究發展考核委員會。 二、英文部份 1.Beach, D.S.(1980) "The Management of People at Work", N.Y.: acmillam Publishing Co. Inc. 2.Bowersox, Donald J. & Cooper, M. Bixby(1992), Strategic Marketing Channel Management, New York, NY:McGraw-Hill. 3.Brown, Stanley A. (2000), Customer Relationship Management: A Strategic Imperative in the World of e-Business, Etobicoke, Ontario:John Wiley & Sons. 4.Curry, Jay (2000), The Customer Marketing Method:How to Implement and Profit from Customer Relationship Management, New York, NY:The Free Press. 5.David Brown, John Earle(2000), "Market Competition and Firm Performance in Russia," Russian Economic Trends, Vol. 9 Issue 1, p13. 6.Hall, D.T. & Goodale, J.G. (1986), "Human Resource Management", Jossey- Base. 7.Hirota, T., Quelch, J.A.(1983), "Quality Is More Than Making A Good Product," Harvard Business Review, pp139~145. 8.Lall B. Ramrattan(1994), "Advertising rivalry in the U.S. automobile industry: A test of Bain's Hypothesis," American Economist, Los Angeles: Fall 1994. Vol. 38, Iss. 2; p. 40. 9.Lall B. Ramrattan(2001), "Dealership competition in the U.S. automobile industry," American Economist, Los Angeles: Vol. 45, Iss. 1; p.33. 10.Linoff, G.S. (1999), "The Customer Lifecycles", Intelligent Enterprise, Nov, pp9-13. 11.Loeb&Gilad(1984). The Efficacy & Cost-Effectiveness of Vehicle Inspection. Journal of Transport Economics & Policy. 12.Martilla, J.A. & James, J.C. (1987) "Importance-Performance Analysis "Journal of Marketing, pp77~79. 13.Noel, R. A. (1998), "Employee Training & development", N.Y.:McGraw-Hill. 14.Peck, H.; Payne, A.; Christopher, M. & Clark, M. (1999), Relationship Marketing: Strategy and Implementation, Jordan Hill, Oxford:Butterworth- Heinemann. 15.Philip, Kotler. (2003), "Marketing Management", Eleventh edition, pp.53-77. 16.Robertson, T. S. Zeilinski, J. and Ward S.( 1984) "Consumer behavior".p248. 17.Stone, M.; Woodcock N. & Wilson M. (1996), "Managing the Change from Marketing Planning to Customer Relationship Management", Long Range Planning, Vol.29, No.5, pp.675-683. 18.uzmits, F.K. (1992), "Experiential Expericisc in Personal/ Human Resource Management". 19.Yu, Larry (2001), "Successful Customer Relationship Management", MIT Sloan Management Review, Vol.42, Issue 4, Summer, pp.18-19.