

# 試題卷

次別：全國各級農會第6次聘任職員統一考試

科目：供運銷業務實務

職等：第七職等晉升第六職等

作答注意事項：

1、答案應寫在答案卷內，否則不予計分。

2、請以黑色或藍色鋼筆或原子筆書寫，並以橫式書寫（由左至右，由上而下）。

## 一、簡答題(4題，每題10分，計40分)

- (一) 政府為維護農民收益及確保國家糧食安全，訂定收購公糧稻穀作業要點辦理，請問公糧收購分那幾項？收購數量、價格、經收期間如何得知？
- (二) 行政院農業委員會為強化生產者之產品安全責任，發給臺灣農產品生產追溯條碼 (QR code)，揭露生產者資訊，區隔國產及進口農產品，促進在地生產在地消費，訂有臺灣農產品生產追溯管理作業規範。請問個別農民如何申請此項生產追溯條碼？
- (三) 政府為減輕農民勞力負擔及提高耕作效率，每年辦理小型農機補助，請問農民申請資格(列舉3項)及必要條件為何？
- (四) 台北農產運銷股份有限公司為國內最大農產品消費批發市場，也是農產品最主要的銷售點，請問農民如何申請成為該公司的供應人？

## 二、申論題(3題，每題20分，計60分)

- (一) 政府辦理公糧收購原則上以經收乾穀為主並以乾穀計價，但為減輕稻農收穫後處理作業負擔也辦理濕穀收購，請敘述濕穀收購對稻農有何助益？如何計價？在此計價方式下稻農如何獲得較好的收益？
- (二) 臺北農產運銷股份有限公司為對消費者健康把關，訂定「進場果菜農藥殘留及添加物檢驗處理要點」對進場果菜農藥殘留及添加物以抽樣檢驗。請問該公司現行採用何種檢驗方法？對產品被檢驗不合格之供應人如何處理？如何輔導供應人供應安全合格產品？
- (三) 農產品生產易受氣候及生產環境影響且生產需一段時日，而消費需求穩定，供需彈性低，一旦供過於求價格即明顯下跌，供應減少時即反彈高漲，形成所謂的菜土菜金情形，影響農民收益。請問如何引導農民避開菜土穩定收益？

# 標準答案

次別：全國各級農會第6次聘任職員統一考試

科目：供運銷業務實務

職等：第七職等晉升第六職等

## 一、簡答題(4題，每題10分，計40分)

- (一) 公糧稻穀收購分為計畫、輔導及餘糧收購，每一期作辦理一次，一年辦理二次。稻穀品質應符合公糧稻穀驗收標準。每一期作之收購數量、價格及經收期間，由行政院農業委員會每期作公告之。
- (二) 申請者應於「臺灣農產品生產追溯系統」完成資料登錄，列印「臺灣農產品生產追溯條碼申請表」於申請表上簽章，並檢附相關文件，郵寄或親送至主要耕作所在地之公所、農會、農業產業團體、農業合作社(場)等初審單位提出申請。
- (三) 小型農機補助對象：
  1. 申請資格：通過有機、產銷履歷與台灣優良農產品等驗證、具農產品生產追溯條碼(QR Code)、經友善環境耕作登錄之農民、農委會輔導且登錄有案之青年農民、花卉產銷班班員等，符合其中一項即符合申請資格。
  2. 必要條件：配合實名制購買肥料或農藥政策有案；有機及友善耕作農民、蜂農除外。
- (四) 1. 檢具填寫下列文件：
  - (1) 供應人申請書。
  - (2) 貨源生產證明(至各農會或鄉鎮市公所開立)
  - (3) 供應人基本資料表：
    - A 存摺封面影本。
    - B 國民身分證影本(正反面)乙份。
    - C 最近6個月一寸相片二張。
2. 填寫完畢蓋私章郵寄台北農產公司業務部。

# 標準答案

次別：全國各級農會第6次聘任職員統一考試

科目：供運銷業務實務

職等：第七職等晉升第六職等

## 二、申論題(3題，每題20分，計60分)

### (一)1. 對稻農的助益：

稻農免投資購置及維護乾燥設備費用，免乾燥與包裝勞力負荷，減少濕穀運回乾燥再運往繳交之一次運費費用及裝卸勞力。

### 2. 如何計價：

按濕穀水分含量及經農糧署核定之濕乾穀折算率及烘乾費率折算乾穀數量後，依各項公糧稻穀收購價格、數量規定計付農民稻穀價款。

### 3. 稻農如何獲得較好的收益：

濕穀水分愈高乾穀折算率愈低且烘乾費愈高，稻農要避免在清晨露水未乾或雨後雨水未乾前收穫，於稻穀收穫適期才採收，以免未熟穀粒拉高稻穀含水量等，以提高乾穀折算量，增加收益。

### (二) 1. 現採用質譜快速篩檢技術（通稱化學快檢）。

2. 對產品被檢驗不合格供應人處理：一年內第一次停止供應十天，第二次停止供應一個月，第三次廢止供應人資格。

3. 輔導供應人正確選用該作物的合法推薦用藥及稀釋倍數，遵守採收安全期，避免鄰田汙染，必要時在採收前先取樣送檢，安全無疑再採收等。

### (三) 1. 蒐集產品市場周年價格資訊，選擇價格較穩定時期生產。

2. 選擇品種改善栽培技術，生產符合市場需求規格及品質產品。

3. 調整產期，避開種植盛期。

4. 搭建適當設施，減輕災損穩定品質。

5. 利用冷藏設備保鮮及調節出貨量。

6. 建置網路行銷，建立客群資訊，穩定銷售通路。

7. 落實分級包裝，建立品牌形象，提高承銷人競價意願。

8. 建立產銷履歷或友善栽培，安全用藥，確保安全品質。

9. 其他有助益的措施。