LAPORAN TAHUNAN 2005

ANNUAL REPORT

SDVI

LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN
Federal Agricultural Marketing Authority

FAMA

RASIONAL MUKA DEPAN / *COVER RATIONALE*

SDVI (Sistem Pemadanan Maklumat Bekalan dan Permintaan) dibangunkan oleh FAMA sebagai satu sistem bersepadu untuk memantau keadaan keseimbangan pasaran. Ianya diterjemahkan dengan penggunaan motif *globe* dan peta dunia yang sedang menerima pancaran isyarat daripada satelit. Penggunaan imej dan teknologi digital menjadi landasan untuk rasional kulit depan dalam Laporan Tahunan ini.

SDVI (Supply Demand Virtual Information) was created by FAMA as an integrated system to monitar market equilibrium situation. This is symbolized by using the globe motif and world map receiving transmission of signals from a satellite. The usage of digital images and technology forms the premise for the cover rationale for this Annual Report.

Kandungan

Penyata Misi	2	Mission Statement
Piagam Pelanggan	3	Client's Charter
Lembaga Pengarah FAMA 2005	4	FAMA Board of Directors 2005
Profail Ahli Lembaga Pengarah	6	Profile of Board of Directors
Penyata Tadbir Urus Korporat	9	Corporate Governance Statement
Jawatankuasa-Jawatankuasa Di Bawah Lembaga Pengarah FAMA	9	Board Committees
Pengurusan Kanan FAMA 2005	12	FAMA Senior Management 2005
Struktur Organisasi FAMA 2005	14	FAMA Organisational Structure 2005
Perutusan Pengerusi	16	Chairman 's Statement
Senario Pemasaran Pertanian Tahun 2005	18	Agriculture Marketing Scenario 2005
Artikel Khas: SDVI: Sistem Pemadanan Bekalan Dan Permintaan Secara Maya	22	Special Article: SDVI: Supply Demand Virtual Information System
Laporan Operasi	26	Review of Operations
Pembangunan Institusi Pemasaran	27	Market Institution Development
Pusat Pengumpulan •	27	• Collection Centres
Pusat Pengedaran •	28	• Distribution Centres
Terminal Makanan Negara •	28	• National Food Terminals
Pasar Tani •	29	• Farmers' Markets (Pasar Tani)
Pasar Tani Borong •	30	• Wholesale Farmers' Markets
Desaraya •	30	• Desaraya
Skim Pembangunan Kesejahteraan Rakyat •	31	• People's Prosperity Development Scheme
Perisikan Pasaran	32	Market Intelligence
Pembangunan Pemasaran Produk Segar	33	Marketing Development of Fresh Produce
Buah-buahan •	33	• Fruits
Sayur-sayuran •	36	• Vegetables
Ternakan dan Akuakultur •	37	• Livestock and Aquaculture
Bijirin dan Herba •	39	• Grains and Herbs
Pasaran Eksport •	40	• Export Marketing
Pembangunan Pemasaran Produk Proses	41	Marketing Development of Processed Products
Pembangunan Pasaran •	41	• Market Development
Penjenamaan Produk PKS •	42	• SME Product Branding
Pembangunan Usahawan •	43	• Entrepreneur Development
Edaran Produk Proses •	43	• Processed Product Distribution
Pencapaian Tahun 2005 •	44	• Achievements in 2005
Prasarana Pemasaran Produk Proses	45	Marketing Infrastructure for Processed Products
Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) •	45	• FAMA Food Processing Centres
Pusat Peruncitan •	45	• Retailing Centres
Pembangunan Usahawan Dan Vendor •	46	• Entrepreneur and Vendor Development
Perkhidmatan-Perkhidmatan MPPB •	46	• MPPB Services
Pembangunan Kualiti Dan Pengembangan Pasaran	46	Quality Development and Market Extension
Promosi Pasaran	47	Market Promotion
Penjenamaan Malaysia's Best	49	Malaysia's Best Branding
Penggredan dan Kawalan	51	Grading and Control
Perancangan dan Penilaian	56	Planning and Evaluation
Pengurusan Pejabat	59	Office Management
Pengurusan Hartanah	60	Property Management
Pengurusan Sumber Manusia	60	Human Resource Management
Pembangunan Modal Insan	62	Capacity Building
Khidmat Kejuruteraan	63	Engineering Services
Hal Ehwal Korporat	64	Corporate Affairs
Operasi Anak Syarikat	66	Operations of Subsidiary Company
Takwim Peristiwa 2005	67	Calendar of Events 2005
Kewangan	70	Finance
Penyata Kewangan	71	Financial Statement
Senarai Hartanah FAMA	97	List of FAMA Properties
Pejabat-Pejabat FAMA	99	FAMA Offices

Contents

Penyata Misi
Mission Statement

Visi
Vision

Peneraju utama pemasaran makanan dan hasil pertanian.

To be a leading authority on food and agricultural marketing.

Misi
Mission

Membangunkan rantaian pemasaran makanan dan hasil pertanian yang cekap dan berkesan bagi meningkatkan nilai kepada pelanggan.

To develop an efficient and effective food and agricultural marketing chain to increase customer value.

Strategi FAMA
FAMA Strategies

Strategi-strategi FAMA adalah seperti berikut:-

- Memperbaiki Kecekapan dan Keberkesanan Pengurusan Rantaian Bekalan.
- Kecemerlangan Perisikan Pasaran.
- Pengiktirafan Jenama Pasaran Domestik dan Antarabangsa.
- Pembangunan Keupayaan.

Strategic Thrust:-

- To improve the efficiency and effectiveness of supply chain management.
- To achieve excellence in market intelligence.
- Gain local and international brand recognition.
- Capacity building.

Fungsi-Fungsi Utama
Main Functions

i. Menyelaras aktiviti-aktiviti pemasaran pertanian sama ada yang melibatkan pihak swasta atau jabatan/agensi Kerajaan.

ii. Memperbaiki sistem pemasaran dan memperluas serta memajukan pasaran baru bagi hasil-hasil pertanian Malaysia.

iii. Bekerjasama dengan pihak swasta dan jabatan/agensi Kerajaan bagi mewujudkan pemasaran pertanian yang cekap dan berkesan.

iv. Membangun dan memajukan pengurusan yang cekap dalam industri pertanian berkaitan dengan aktiviti pemasaran atau pemprosesan hasil-hasil pertanian.

v. Melibatkan secara langsung di dalam industri pertanian terutama di dalam aktiviti pemasaran atau pemprosesan hasil-hasil pertanian.

i. To coordinate agricultural marketing activities either of the private sector or government departments and agencies.

ii. To improve the marketing system and expand as well as develop new markets for Malaysian agricultural produce.

iii. To collaborate with the private sector, government departments and agencies in order to establish an efficient and effective agricultural marketing system.

iv. To establish and develop efficient management in the agricultural industry in relation to the processing and marketing of agricultural products.

v. To participate directly in the agricultural industry, particularly in the processing and marketing of agricultural products.

Piagam Pelanggan
Client's Charter

Khidmat Pemasaran
Kami berusaha memasarkan bagi pihak pekebun-pekebun kecil hasil pertanian yang berkualiti mengikut harga pasaran pada masa tersebut dalam tempoh maksimum dua hari dari tarikh penerimaan permohonan. Perkhidmatan seperti ini ialah untuk hasil-hasil pertanian di bawah tanggungjawab FAMA.

Perkhidmatan Maklumat Pasaran
Kami akan membekalkan maklumat pasaran yang terkini bagi hasil-hasil pertanian yang terpilih dalam tempoh maksimum dua hari untuk memenuhi keperluan kumpulan sasaran semasa membuat keputusan pemasaran.

Permohonan Permit Import atau Eksport
Sesuatu permohonan untuk mendapatkan permit import atau eksport di bawah tanggungjawab FAMA akan diputuskan dalam tempoh maksimum dua hari, untuk permit import atau eksport barangan yang mempunyai syarat-syarat khas di mana akan diputuskan dalam tempoh enam minggu dari tarikh penerimaan permohonan.

Marketing Services
We strive to market on behalf of smallholders, quality agricultural produce in accordance to current market price within a maximum of two days from the date of receiving the application. This service is applicable to agricultural produce under the purview of FAMA.

Market Information Services
We will provide the latest market information of selected agricultural produce within a maximum of two days to meet the requirements of target groups in making marketing decisions.

Export and Import Permit Application
Any application to obtain import and export permits under the responsibility of FAMA will be decided within a maximum of two days, while import and export permits of products with special requirements will be decided within a period of 6 weeks from the date of receiving the application.

" PEMASARAN BERKUALITI BUDAYA KAMI "
" QUALITY MARKETING IS OUR CULTURE "

Permohonan Lesen
Di mana urusan pembelian sesuatu hasil pertanian itu memerlukan lesen, permohonan untuk mendapatkan lesen tersebut (yang sah untuk setahun) akan diputuskan dalam tempoh satu bulan dari tarikh penerimaan permohonan. Pembaharuan lesen tersebut selanjutnya tiap-tiap tahun akan diputuskan dalam masa dua minggu.

Permohonan Sijil Pemeriksaan
Kami bersedia melaksanakan pemeriksaan mutu buah-buahan yang hendak dieksport dan mengeluarkan Sijil Pemeriksaan dalam tempoh maksimum dua hari dari tarikh penerimaan permohonan.

Permohonan Penyertaan Dalam Pasar Tani
Semua permohonan untuk menyertai pasar tani akan diputuskan dalam tempoh tiga minggu dari tarikh permohonan diterima.

Licence Application
Whenever any purchase of agricultural products requires a licence, application to obtain the necessary licence (valid for one year) will be decided within one month from the date of receiving the application. Subsequent annual renewals of the licence will be decided within two weeks from the date of receiving the application.

Application for Inspection Certificate
We offer to conduct quality inspection for export-bound fruits and issue Inspection Certificate within a maximum of two days from the date of receiving the application.

Application to Participate in Farmers' Markets
All applications to participate in farmers' markets will be decided within three weeks from the date of receiving the application.

Lembaga Pengarah FAMA 2005
FAMA Board of Directors 2005

Y. B. Datuk Abdul Rahim Bakri
Pengerusi FAMA
FAMA Chairman
(mulai 1 Ogos 2005 / from 1st August 2005)

Y.B Datuk Haji Abdul Hamid Abd. Rahman
Ahli Lembaga
Board Member
(sehingga 31 Januari 2005 / until 31st January 2005)

Tuan Haji Ismail Hasbollah
Ahli Lembaga
Board Member
(sehingga 31 Januari 2005 / until 31st January 2005)

Tuan Haji Haron A. Rahim
Ketua Pengarah FAMA
FAMA Director -General

Y. Bhg. Dato' Nozir Ahmad Hussain
Wakil Lembaga Pertubuhan Peladang (LPP)
Representative of the Farmers' Organisation Authority

Encik Nik Rahmat Nik Taib
Wakil Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI)
Representative of the Ministry of International Trade and Industry (MITI)
(mulai 15 Januari 2005
from 15th January 2005)

Encik Uzailee Abdul Latif
Wakil Kementerian Kewangan Malaysia
Representative of the Ministry of Finance Malaysia
(sehingga 27 Disember 2005
until 27th December 2005)

Dato' Sofian Mohd. Salleh
Wakil Jabatan Pertanian
Representative of the Department of Agriculture Malaysia

Encik Sukandar Abdul Latif
Wakil Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia
Representative of the Ministry of Agriculture and Agro-Based Industry, Malaysia

Y. Bhg. Datuk Dr. Saharan Haji Anang
Ahli Lembaga
Board Member

Puan Fatimah Raya Nasron
Wakil Kementerian Perusahaan Perladangan dan Komoditi
Representative of the Ministry of Plantation Industries & Commodities

Puan Patricia Chia Yoon Moi
Wakil Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri
Representative of the Economic Planning Unit, Prime Minister's Department

Profail Ahli Lembaga Pengarah
Profile of Board of Directors

Y. B. Datuk Abdul Rahim Bakri

Datuk Abdul Rahim Bakri dilantik sebagai Pengerusi FAMA pada 1 Ogos 2005. Beliau memiliki kelulusan Ijazah Sarjana Muda Pengurusan (Kepujian) dari Universiti Sains Malaysia.

Beliau telah bertugas sebagai Eksekutif Bank di Sabah Bank Bhd. mulai tahun 1985 hingga 1994. Beliau kemudian dilantik sebagai Pengerusi Gunung Ramai Sdn. Bhd., sebuah syarikat pembinaan dan kejuruteraan kelas A, dan Timbalan Pengerusi Sabah Energy Corporation mulai tahun 1996 hingga 2000. Beliau juga pernah berkhidmat sebagai Pengarah di beberapa syarikat, termasuk Asian Supply Base Bhd. (1996-1998), Sanergy Marine Bhd. (1996-2000) dan Sabah Berjaya Bhd. (1994-2005).

Datuk Abdul Rahim Bakri juga memegang jawatan Pengerusi Saham Sabah Bhd. dari tahun 2004 hingga kini. Beliau turut menganggotai Lembaga Pengelola Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) sebagai Pengerusi Jawatankuasa Kewangan dan Ahli Jawatankuasa Sastera DBP.

Di dalam perkhidmatan kerajaan, beliau pernah berkhidmat sebagai Presiden *Malaysian Friendship and Trade Centre* di Taiwan di bawah Kementerian Hal Ehwal Luar Negara mulai tahun 2000 hingga 2004. Beliau di lantik sebagai Ahli Parlimen Kudat, Sabah, mulai bulan Mac 2000.

Datuk Abdul Rahim Bakri is the chairman of FAMA. He was appointed to the Board on 1st August 2005. He holds a Bachelor of Management (Honours) degree from Universiti Sains Malaysia.

Datuk Abdul Rahim Bakri began his illustrious career as a bank executive of Sabah Bank Bhd. from 1985 to 1994. He was then appointed as Chairman of Gunung Ramai Sdn. Bhd., a Class A construction and engineering company. He was also appointed as Deputy Chairman of Sabah Energy Corporation from 1996 to 2000. He has held the position of director in several companies such as Asian Supply Base Bhd. (1996-1998), Sanergy Marine Bhd. (1996-2000) and Sabah Berjaya Bhd. (1994-2005).

Datuk Abdul Rahim Bakri has also held the position of Chairman of Saham Sabah Bhd. since 2004. He sits on the Organisation Board of Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) as the Chairman of the Finance Committee and member of the Literature Committee of DBP.

Datuk Abdul Rahim has had a remarkable career in government service. He was appointed as President of Malaysian Friendship and Trade Centre, Taiwan, under The Ministry of Foreign Affairs from 2000 to 2004. He was elected as Member of Parliament for the Kudat constituency in March 2004.

Tuan Haji Haron A. Rahim

Tuan Haji Haron A. Rahim telah dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA mulai 6 Januari 2004. Beliau memiliki kelulusan Ijazah Sarjana Muda Sastera (Ekonomi) dari Universiti Malaya dan Ijazah Sarjana Sains Ekonomi Pertanian dari University of Kasetsart, Thailand.

Beliau mula berkhidmat di FAMA pada tahun 1973 sebagai Pegawai Tadbir dan kemudian bertukar ke jawatan Ahli Ekonomi Pertanian pada tahun yang sama. Beliau pernah bertugas di Pejabat FAMA Alor Star, Kedah dari tahun 1975 hingga 1976 dan dilantik sebagai Timbalan Ketua Pengarah II mulai tahun 1991. Kemudiannya pada tahun 1994, Tuan Haji Haron dipinjamkan ke FAMA Corporation Sdn. Bhd. sebagai Pengarah Eksekutif dan ahli Lembaga FAMACO selama dua tahun.

Sekembalinya ke FAMA pada tahun 1996, beliau telah berkhidmat di Bahagian Pengurusan dan Kewangan, dan Bahagian Pemasaran Segar. Beliau dilantik sebagai Timbalan Ketua Pengarah Perkhidmatan Sokongan pada tahun 2003 dan Ketua Pengarah mulai tahun 2004.

Tuan Haji Haron A. Rahim was appointed to the Board on 6th January 2004. He holds a Bachelor of Arts (Economics) degree from the University of Malaya and Master of Science (Agriculture Economics) degree from the University of Kasetsart, Thailand.

Tuan Haji Haron joined FAMA as an Administrative Officer in 1973 before switching to the post of Agricultural Economist in the same year. He served in the FAMA State Office in Alor Star from 1975 to 1976 and has held various senior positions in FAMA. He was appointed as the Deputy Director-General II from 1991 and seconded to FAMA Corporation Sdn. Bhd. in 1994 as an Executive Director and Board member of FAMACO for two years.

Upon returning to FAMA in 1996, he served in the Division of Management and Finance and subsequently in the Marketing Division for Fresh Produce before being appointed as Deputy Director-General (Support Services) in 2003. He was appointed to his current post of Director-General of FAMA in 2004.

Y. Bhg. Dato' Nozir Ahmad Hussain

Dato' Nozir Ahmad bin Hussain dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 16 Mac 2004. Beliau mendapat ijazah dari Universiti Malaya pada tahun 1973. Beliau juga memiliki sijil dari *Royal Institute of Public Administration* di London yang diperolehi pada tahun 1976, sijil dari *Agriculture Cooperative Management* di Jepun dan sijil *The Job of The Chief Executive* dari *International Institute for Management Development* di Singapura.

Beliau memulakan kerjayanya di Jabatan Hasil Dalam Negeri sebagai Pegawai Penaksir pada tahun 1973 dan kemudian dilantik sebagai Penolong Pengarah di Lembaga Pertubuhan Peladang (LPP) pada tahun 1976. Beliau dilantik sebagai Ketua Pengarah LPP mulai tahun 2000.

Dato' Nozir Ahmad bin Hussain was appointed to the Board on 16th Mac 2004. He obtained his degree from the University of Malaya in 1973. He also holds certificates from the Royal Institute of Public Administration of London, the Agriculture Cooperative Management of Japan, and the International Institute for Management Development of Singapore.

Dato' Nozir Ahmad began his career as an Assessment Officer in the Inland Revenue Department in 1973 before moving to the Farmers' Organization Authority as an Assistant Director in 1976. He was appointed as the Director-General of the Farmers' Organization Authority in 2000.

Encik Nik Rahmat Nik Taib

Encik Nik Rahmat Nik Taib dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 15 Januari 2005. Beliau memiliki kelulusan Ijazah Sarjana Muda Ekonomi (Ekonomi Analisa) dari Universiti Malaya dan Ijazah Sarjana dari Universiti Birmingham, United Kingdom, dalam bidang Ekonomi Mikro.

Beliau memulakan kerjayanya dalam perkhidmatan awam sebagai Penolong Pengarah di Pusat Perdagangan Eksport, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI), pada tahun 1983. Beliau pernah bertugas di beberapa buah jabatan kerajaan, termasuk di Kementerian Kewangan dan Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri. Pada masa ini, beliau bertugas di Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) sebagai Pengarah di Bahagian Perancangan Strategik.

Mr. Nik Rahmat Nik Taib was appointed to the Board on 15th January 2005. He holds a Bachelor of Economics (Analytical Economics) degree from the University of Malaya, and Masters degree in Microeconomics from the University of Birmingham, United Kingdom.

Mr. Nik Rahmat began his career in public services as an Assistant Director at the Export Trade Centre, Ministry of International Trade and Industry (MITI) in 1983. He has held various positions in several government departments, including the Ministry of Finance and the Economic Planning Unit, Prime Minister's Department. Currently he is a director in the Strategic Planning Division, Ministry of International Trade and Industry.

Encik Uzailee Abdul Latif

Encik Uzailee bin Abdul Latif dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 16 April 2003. Beliau memiliki Ijazah Sarjana Muda Sains Sosial dari Universiti Sains Malaysia dan Ijazah Sarjana Pengurusan dari Universiti Islam Antarabangsa.

Beliau telah berkhidmat sebagai Ahli Lembaga Pengarah FAMA sehingga 27 Disember 2005 sebelum bercuti untuk menyambung pelajarannya. Jawatan terakhir beliau sebelum bercuti ialah sebagai Ketua Penolong Setiausaha di Kementerian Kewangan Malaysia.

Mr. Uzailee bin Abdul Latif was appointed to the Board on 16th April 2003. He holds a Bachelor of Social Science degree from Universiti Sains Malaysia and a Master in Management from Universiti Islam Antarabangsa.

Mr. Uzailee served on the Board until 27th December 2005 before leaving to pursue his studies. His last position was as Chief Assistant Secretary in the Ministry of Finance.

Y. Bhg. Dato' Sofian Mohd. Salleh

Dato' Sofian bin Mohd Salleh dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 1 April 2004. Beliau memiliki kelulusan Ijazah Sarjana Muda Sains Pertanian (Kepujian) dalam bidang Ekonomi Pertanian dari Australia dan Sarjana dalam bidang *Agricultural Journalism* dari Universiti Wisconsin, Madison, USA.

Beliau telah bertugas sebagai Pegawai Pertanian di Jabatan Pertanian, Wilayah Pahang Barat, Raub, Pahang mulai tahun 1975. Dato' Sofian pernah menjadi Pengarah Pertanian Negeri Terengganu dan juga bertugas di beberapa Cawangan di Jabatan Pertanian sebelum dinaikkan pangkat sebagai Timbalan Ketua Pengarah Pertanian II pada tahun 2004, Timbalan Ketua Pengarah Pertanian I pada tahun 2005 dan kemudiannya dilantik sebagai Ketua Pengarah Pertanian Gred JUSA A pada bulan Disember 2005.

Dato' Sofian bin Mohd Salleh was appointed to the Board on 1st April 2004. He holds a Bachelor of Agricultural Science (Honours) degree in Agricultural Economics from Australia and Master in Agricultural Journalism Degree from University of Wisconsin, Madison, USA.

He started his career as an Agricultural Officer in the Department Of Agriculture, West Pahang Region, Raub, Pahang in 1975. He has held the position of State Director of Terengganu and served in several senior positions in the Department of Agriculture before being appointed as Deputy Director-General II in 2004 and Deputy Director-General I in 2005. He was appointed as the Director-General of the Department of Agriculture with JUSA A grade in December 2005.

Encik Sukandar Abdul Latif

En. Sukandar Abdul Latif telah dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA mulai 15 Julai 2003. Beliau adalah graduan Ijazah Sarjana Muda Sastera (Kepujian) dalam bidang Ekonomi dari Universiti Malaya.

Beliau memulakan kerjayanya sebagai Penolong Penguasa Kastam di Jabatan Kastam dan Eksais Diraja pada tahun 1973 dan berpindah ke Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Malaysia sebelum dilantik sebagai Penolong Pesuruhjaya Perdagangan di Kedutaan Malaysia di Tokyo, Jepun pada tahun 1974. Beliau pernah bertugas sebagai Pesuruhjaya Perdagangan di Milan, Itali (1976-1981), Seoul, Korea Selatan (1981-1982), Beijing, China (1981-1989) dan Jakarta, Indonesia (1991-1998). Sekembalinya ke Malaysia pada tahun 1998, beliau bertugas di MATRADE sehingga tahun 2003 sebelum dipindahkan ke Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani sebagai Setiausaha Bahagian dan kemudiannya dilantik sebagai Timbalan Ketua Setiausaha (Pembangunan) mulai September 2005.

Mr. Sukandar Abdul Latif was appointed to the Board on 15th July 2003. He holds a Bachelor of Arts (Honours) degree in Economics from The University of Malaya.

Mr. Sukandar commenced his career with the government as an Assistant Enforcement Officer in the Royal Customs and Excise Department in 1973. He subsequently joined the Ministry of International Trade and Industry before being posted to the Malaysian Embassy in Tokyo, Japan, as an Assistant Trade Commissioner in 1974. He has held various positions including the Trade Commissioner in Milan, Italy (1976-1981), Seoul, South Korea (1981-1982), Beijing, China (1981-1989), and Jakarta, Indonesia (1991-1998).

Upon returning to Malaysia in 1998, he joined MATRADE until 2003 when he was posted as an Under Secretary to the Ministry of Agriculture and Agro-based Industry and subsequently appointed as Deputy Secretary-General (Development) in September 2005.

Y. Bhg. Datuk Dr. Saharan Haji Anang

Datuk Dr. Saharan Haji Anang dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 15 Oktober 2004. Beliau adalah graduan kelulusan Ijazah Sarjana Muda Sains Pertanian dari Universiti Malaya.

Beliau kemudian melanjutkan pelajaran dalam bidang *Weed Science* di State Agricultural University, Ghent, Belgium dan mendapat Ijazah Sarjana Sains pada tahun 1974 dan Ijazah Kedoktoran dari University of London. Beliau telah berkhidmat di MARDI dan dilantik sebagai Ketua Pengarah MARDI mulai tahun 2000. Beliau bersara wajib pada tahun 2003 tetapi menyambung tugas di MARDI sebagai Ketua Pengarah secara kontrak sehingga bersara pada bulan November 2005. Namun beliau masih menganggotai Lembaga Pengarah FAMA sehingga Oktober 2006 kerana perlantikan beliau adalah di bawah seksyen 2(3)(i), Akta FAMA 1965 dan tidak mewakili mana-mana jabatan.

Datuk Dr. Saharan Haji Anang was appointed to the Board on 15th October 2004. He holds a Bachelor of Agricultural Science degree from the University of Malaya and a Master of Science degree in Weed Science from the State Agricultural University, Ghent, Belgium. He obtained his Ph.D from the University of London.

During his long service in MARDI, he held various senior positions before being appointed as the Director-General of MARDI in 2000. He reached compulsory retirement age in 2003 but continued to serve as Director-General on a contractual basis until November 2005.

Datuk Dr. Saharan's term as a Board Member continues until October 2006 as he was appointed under Section 2(3)(i) of the FAMA Act and does not represent any departments.

Puan Fatimah Raya Nasron

Puan Fatimah Raya binti Nasron dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 1 Oktober 2004. Beliau memiliki Ijazah Sarjana Muda Ekonomi (Kepujian) dari Universiti Malaya dan Ijazah Sarjana Sastera dalam jurusan Ekonomi dari Vanderbiit University, Amerika Syarikat.

Beliau memulakan kerjayanya sebagai Penolong Setiausaha di Bahagian Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri, pada tahun 1975 dan pernah berkhidmat di Kementerian Perusahaan Awam, Kementerian Wilayah Persekutuan dan Kementerian Perusahaan Perladangan dan Komoditi. Mulai bulan Februari 2005, beliau dilantik sebagai Timbalan Ketua Setiausaha I di Kementerian Perusahaan Perladangan dan Komoditi.

Ms. Fatimah Raya binti Nasron was appointed to the Board on 1st October 2004. She holds a Bachelor of Economics (Honours) degree from the University of Malaya, and Master of Arts (Economics) from the Vanderbilt University, United States of America.

Ms. Fatimah began her career as an Assistant Secretary in the Economic Planning Division, Prime Minister's Department in 1975. She has held various positions in the Ministry of Public Enterprises, Ministry of Federal Territories and Ministry of Plantation Industries and Commodities. She was appointed as Deputy Secretary General I in the Ministry of Plantation Industries and Commodities in February, 2005.

Puan Patricia Chia Yoon Moi

Puan Patricia Chia Yoon Moi dilantik sebagai ahli Lembaga Pengarah FAMA pada 1 Februari 2003. Beliau memiliki kelulusan Ijazah Sarjana Muda Sastera dari Universiti Malaya dan Sarjana Sastera dalam bidang ekonomi dari Vanderbilt University, Amerika Syarikat.

Puan Patricia mempunyai pengalaman luas dalam perkhidmatan awam. Beliau memulakan kerjayanya sebagai Penolong Pengarah di Kementerian Pengangkutan pada tahun 1975. Beliau pernah berkhidmat di Kementerian Perdagangan dan Industri, INTAN dan Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri. Mulai tahun 2003, beliau bertugas sebagai Pengarah Kanan di Seksyen Bantuan Luar, Unit Perancang Ekonomi.

Ms. Patricia Chia Yoon Moi was appointed to the Board on 1st February 2003. She holds a Bachelor of Arts degree from the University of Malaya and Master of Arts (Economics) from Vanderbilt University, United States of America.

Ms. Patricia has extensive experience in the public sector having served in various Ministries. She began her career as an Assistant Director in the Ministry of Transport in 1975. She has also held various positions in the Ministry of International Trade and Industry, INTAN and Economic Planning Unit in the Prime Minister's Department. She currently serves in the External Aid Section, Economic Planning Unit, as a Senior Director.

Penyata Tadbir Urus Korporat
Corporate Governance Statement

Lembaga Pengarah FAMA sentiasa berusaha untuk menggunapakai cadangan-cadangan dalam Kod Tadbir Urus Korporat Malaysia bagi memastikan agar tadbir urus korporat yang baik diamalkan supaya FAMA dapat melaksanakan tanggungjawabnya dengan berkesan.

Pada tahun berakhir 31 Disember 2005, Lembaga Pengarah FAMA telah bersidang selama empat kali. Berikut ialah maklumat mengenai mesyuarat tersebut:-

The Board of Directors of FAMA is committed to adopting the recommendations in the Malaysian Code on Corporate Governance to ensure that good corporate governance is practised so that FAMA is able to implement its responsibilities effectively.

For the year ended 31st December 2005, a total of four Board meetings were held. Details of Board members' attendance are as follows:-

Mesyuarat Lembaga Pengarah FAMA Pada Tahun 2005
FAMA 's Board of Directors Meeting 2005

Ahli Lembaga / Board Members	Tarikh Mesyuarat / Date of Meeting				Bil. Mesyuarat Yang Dihadiri No. of Meetings Attended
	04/02/2005	09/08/2005	15/09/2005	21/11/2005	
1. Y.B Datuk Abdul Rahim Bakri	#	✓	✓	✓	3/3
2. Tuah Haji Haron A. Rahman	✓	✓	✓	✓	4/4
3. Datuk Dr. Saharan Haji Anang	✓	✓	✗	✓	3/4
4. Dato' Nozir Ahmad Hussain	✓	✓	✗	✓	3/4
5. Encik Sukandar Abdul Latif	✓	✓	✗	✓	3/4
6. Puan Fatimah Raya Nasron	✓	✓	✓	✗	3/4
7. Dato' Sofian Mohd Salleh	✓	✓	✓	✗	3/4
8. Encik Nik Rahmat Nik Taib	✓	✓	✓	✓	4/4
9. Encik Uzailee Abdul Latif	✓	✓	✓	✓	4/4
10. Puan Patricia Chia Yoon Moi	#	✓	✓	✗	2/3

Belum dilantik pada tarikh tersebut / # Not yet appointed on the date

Jawatankuasa-Jawatankuasa Di Bawah Lembaga Pengarah FAMA
Board Committees

Lembaga Pengarah FAMA telah menubuhkan beberapa jawatankuasa untuk membantu di dalam pelaksanaan tugas-tugasnya. Jawatankuasa-jawatankuasa ini menjalankan tugas-tugasnya mengikut terma rujukan yang telah ditetapkan dan bidang kuasa yang diperturunkan oleh Lembaga Pengarah FAMA.

Butir-butir keahlian Ahli Lembaga dalam Mesyuarat Jawatankuasa Lembaga adalah seperti berikut:-

Jawatankuasa Audit
- En. Sukandar Abdul Latif (Pengerusi)
- Pn. Fatimah Raya Nasron
- En. Nik Rahmat Nik Taib
- En. Uzailee Abd. Latif

Jawatankuasa Kewangan
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Wakil Kementerian Pertanian & Industri Asas Tani
- Wakil Kementerian Kewangan
- En. Ismail Salleh
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz
- Tuan Haji Samah Hasan

Jawatankuasa Kenaikan Pangkat bagi Pengurusan Tertinggi dan Pengurusan & Profesional
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain
- En. Sukandar Abdul Latif
- Dato' Sofian Mohd Salleh

The Board of Directors of FAMA has set up several committees to assist in the discharge of its duties. These committees operate within clearly defined terms of reference and specific authority delegated by the Board.

The composition of the Board Committees are as follows:-

Audit Committee
- Mr. Sukandar Abdul Latif (Chairman)
- Ms. Fatimah Raya Nasron
- Mr. Nik Rahmat Nik Taib
- Mr. Uzailee Abd. Latif

Finance Committee
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Representative from the Ministry of Agriculture and Agro Based Industry (MOA)
- Representative from the Ministry of Finance
- Mr. Ismail Salleh
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz
- Tuan Haji Samah Hasan

Committee on Promotion of Top Management and Management & Professional Group
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain
- Mr. Sukandar Abdul Latif
- Dato' Sofian Mohd Salleh

Jawatankuasa Rayuan Kenaikan Pangkat bagi Kumpulan Pengurusan Tertinggi dan Pengurusan & Profesional
- Datuk Abdul Rahim Bakri (Pengerusi)
- Datuk Dr. Saharan Hj. Anang
- Pn. Fatimah Raya Nasron
- En. Nik Rahmat Nik Taib

Jawatankuasa Kenaikan Pangkat bagi Kumpulan Sokongan I
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz (Pengerusi)
- En. Berahun Sakimom
- Wakil Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
- En. Uzailee Abdul Latif

Jawatankuasa Kenaikan Pangkat bagi Kumpulan Sokongan II
- En. Berahun Sakimom (Pengerusi)
- Pn. Noor Azian Mustapa
- Wakil kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
- En. Uzailee Abdul Latif

Jawatankuasa Rayuan Kenaikan Pangkat bagi Kumpulan Sokongan I dan II
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Pn. Fatimah Raya Nasron
- En. Sukandar Abdul Latif
- En. Uzailee Abdul Latif

Jawatankuasa Tatatertib Dengan Tujuan Buang Kerja Atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah, Timbalan Ketua Pengarah, Kumpulan Pengurusan Tertinggi dan Kumpulan Pengurusan & Profesional
- Datuk Abdul Rahim Bakri (Pengerusi)
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor
- Datuk Dr. Saharan Hj. Anang

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib Dengan Tujuan Buang Kerja Atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah, Timbalan Ketua Pengarah, Kumpulan Pengurusan Tertinggi dan Kumpulan Pengurusan & Profesional
- YB Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin b. Haji Mohd Yassin (Pengerusi)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain

Jawatankuasa Tatatertib Dengan Tujuan BUKAN Buang Kerja Atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah, Timbalan Ketua Pengarah dan Kumpulan Pengurusan Tertinggi
- Datuk Abdul Rahim Bakri (Pengerusi)
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor
- Datuk Dr. Saharan Hj. Anang

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib Dengan Tujuan BUKAN Buang Kerja Atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah, Timbalan Ketua Pengarah dan Kumpulan Pengurusan Tertinggi
- YB Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin b. Haji Mohd Yassin (Pengerusi)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain

Jawatankuasa Tatatertib Dengan Tujuan BUKAN Buang Kerja Atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Pengurusan & Profesional
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- En. Sukandar Abdul Latif
- Pn. Fatimah Raya Nasron

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib Dengan Tujuan BUKAN Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Pengurusan & Profesional
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor (Pengerusi)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain
- Dato' Sofian Mohd Salleh
- En. Nik Rahmat Nik Taib

Appeals Committee on Promotion of Top Management and Management & Professional Group
- Datuk Abdul Rahim Bakri (Chairman)
- Datuk Dr. Saharan Hj. Anang
- Ms. Fatimah Raya Nasron
- Mr. Nik Rahmat Nik Taib

Committee on Promotion of Personnel under Support Group I
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz (Chairman)
- Mr. Berahun Sakimom
- Representative from MOA
- Mr. Uzailee Abdul Latif

Committee on Promotion of Personnel under Support Group II
- Mr. Berahun Sakimom (Chairman)
- Ms. Noor Azian Mustapa
- Representative from MOA
- Mr. Uzailee Abdul Latif

Appeals Committee on Promotion of Personnel under Support Groups I & II
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Ms. Fatimah Raya Nasron
- Mr. Sukandar Abdul Latif
- Mr. Uzailee Abdul Latif

Disciplinary Committee for the Purpose of Termination or Demotion of Director-General, Deputy Director-General, Top Management and Professional & Management Group
- Datuk Abdul Rahim Bakri (Chairman)
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor
- Datuk Dr. Saharan Hj. Anang

Disciplinary Appeals Committee for the Purpose of Termination or Demotion of Director-General, Deputy Director-General, Top Management and Professional & Management Group
- YB Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin b. Haji Mohd Yassin (Chairman)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain

Disciplinary Committee NOT for the Purpose of Termination or Demotion of Director-General, Deputy Director-General, Top Management and Professional & Management Group
- Datuk Abdul Rahim Bakri (Chairman)
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor
- Datuk Dr. Saharan Hj. Anang

Disciplinary Appeals Committee NOT for the Purpose of Termination or Demotion of Director-General, Deputy Director-General, Top Management and Professional & Management Group
- YB Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin b. Haji Mohd Yassin (Chairman)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain

Disciplinary Committee NOT for the Purpose of Termination or Demotion of Professional & Management Group
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- Mr. Sukandar Abdul Latif
- Ms. Fatimah Raya Nasron

Disciplinary Appeals Committee NOT for the Purpose of Termination or Demotion of Professional and Management Group
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor (Chairman)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain
- Dato' Sofian Mohd Salleh
- Mr. Nik Rahmat Nik Taib

Jawatankuasa Tatatertib Dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan I dan II
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- En. Mohamad Fazin Mahmud
- En. Nik Rahmat Nik Taib
- En. Sukandar Abdul Latif

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib Dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan I dan II
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor (Pengerusi)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain
- Dato' Sofian Mohd Salleh
- En. Uzailee Abdul Latif

Jawatankuasa Tatatertib Dengan Tujuan BUKAN Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan I dan II
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz (Pengerusi)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- Penasihat Undang-Undang II Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
- Pn. Fatimah Raya Nasron
- En. Uzailee Abdul Latif

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib Dengan Tujuan BUKAN Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan I dan II
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- Dato' Sofian Mohd Saleh
- Pn. Patricia Chia Yoon Moi

Jawatankuasa Temuduga bagi Pelantikan Pegawai ke Jawatan Pengurusan Tertinggi, Kumpulan Pengurusan & Profesional
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Wakil Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
- Wakil Perbendaharaan
- Ahli Lembaga

Jawatankuasa Temuduga bagi Pegawai ke Jawatan Kumpulan Sokongan I
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz (Pengerusi)
- Wakil Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
- Wakil Perbendaharaan
- Ahli Lembaga

Jawatankuasa Perjawatan
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Pengerusi)
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz
- Puan Fatimah Raya Nasron
- Wakil Kementerian
- Wakil Perbendaharaan

Disciplinary Committee for the Purpose of Termination or Demotion of Support Groups I & II
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- Mr. Mohamad Fazin Mahmud
- Mr. Nik Rahmat Nik Taib
- Mr. Sukandar Abdul Latif

Disciplinary Appeals Committee for the Purpose of Termination or Demotion of Support Groups I & II
- Tan Sri Dato' Sri Abi Musa Asa'ari Mohamed Nor (Chairman)
- Dato' Nozir Ahmad Hussain
- Dato' Sofian Mohd Salleh
- Mr. Uzailee Abdul Latif

Disciplinary Committee NOT for the Purpose of Termination or Demotion of Support Groups I & II
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz (Chairman)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- Legal adviser II to Ministry of Agriculture and Agro Based Industry
- Ms. Fatimah Raya Nasron
- Mr. Uzailee Abdul Latif

Disciplinary Appeals Committee NOT for the Purpose of Termination or Demotion of Support Groups I & II
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Dato' Siti Balkish Shariff
- Dato' Sofian Mohd Saleh
- Ms. Patricia Chia Yoon Moi

Interview Committee for the Appointment of Officers to Posts in Top Management and Professional & Management Group
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Representative from MOA
- Representative from the Treasury
- Board Member

Interview Committee on the Appointment of Officers to Posts in Support Group I
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz (Chairman)
- Representative from MOA
- Representative from the Treasury
- Board Member

Personnel Committee
- Tuan Haji Haron A. Rahim (Chairman)
- Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz
- Ms. Fatimah Raya Nasron
- Representative from MOA
- Representative from the Treasury

Pengurusan Kanan FAMA 2005
FAMA Senior Management 2005

Tuan Haji Haron A. Rahim
Ketua Pengarah
Director General

Tuan Haji Mohamed Shariff Abd. Aziz
Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
Deputy Director General (Operations)

Tuan Haji Samah Hasan
Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan)
Deputy Director General (Development)

Tuan Haji Sahbani Saimin
Pengarah Kanan
Informasi, Komunikasi dan Teknologi
Senior Director
Information, Communication and Technology

Puan Hajjah Khafiah Rose
Pengarah Kanan Galakan, Pengembangan dan Pembangunan Kualiti
Senior Director
Promotion, Extension and Quality Development

Puan Mariam Lebam
Pengarah Kanan
Pemasaran Produk Segar
Senior Director
Marketing of Fresh Produce

Encik Berahun Sakimom
Pengarah Kanan
Pengurusan
Senior Director
Management

Tuan Haji Nordin Ahmat
Pengarah Kanan
Perancang & Kawalan Kewangan
Senior Director
Financial Planning and Control

Tuan Haji Suarni Sakiman
Pengarah Kanan
Pembangunan Institusi Pasaran
Senior Director
Market Institution Development

Tuan Haji Samsuri Mohtar
Pengarah Kanan
Perancang & Penilaian
Senior Director
Planning and Evaluation

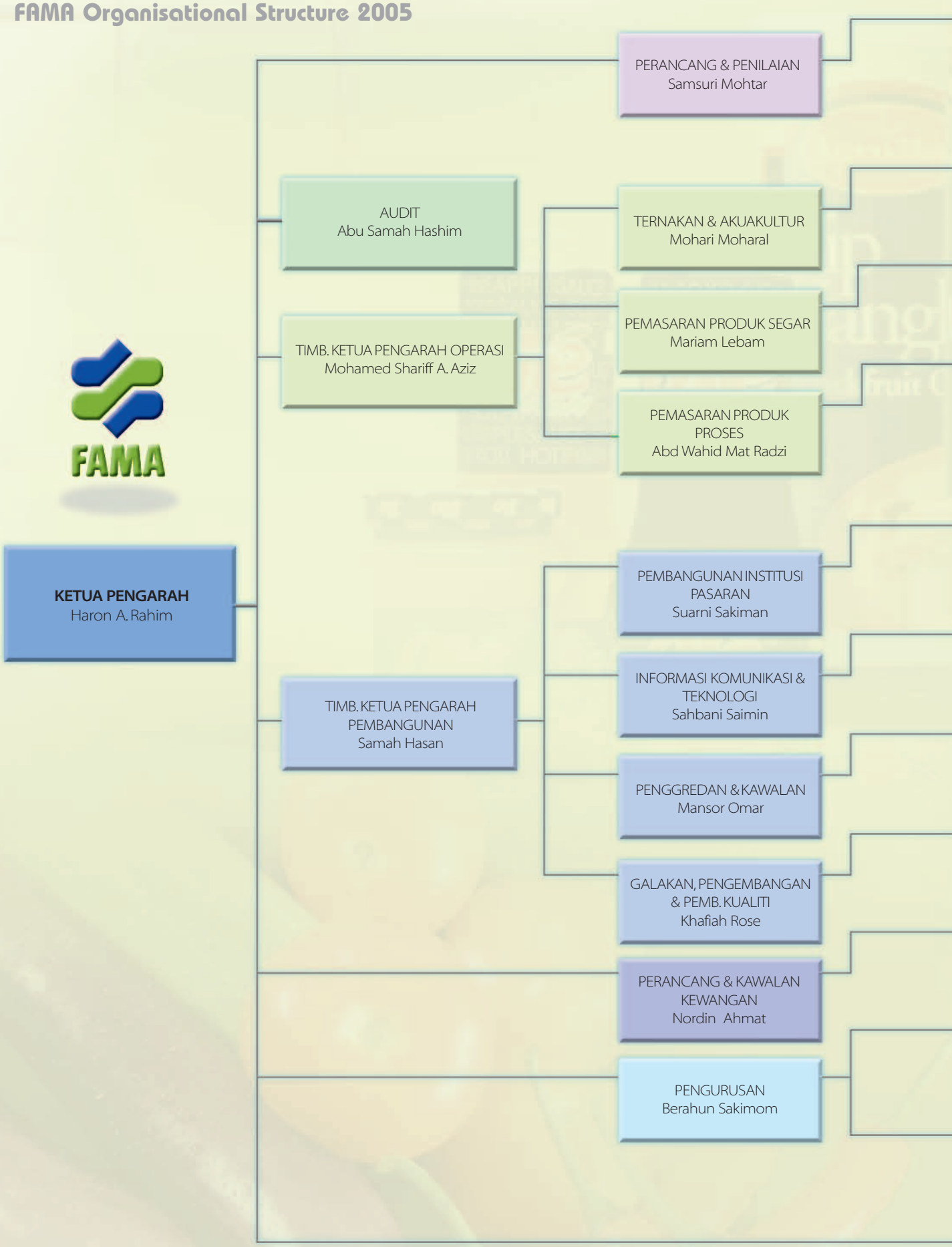
Encik Abd. Wahid Mat Radzi
Pengarah Kanan
Pemasaran Produk Proses
Senior Director
Marketing of Processed Products

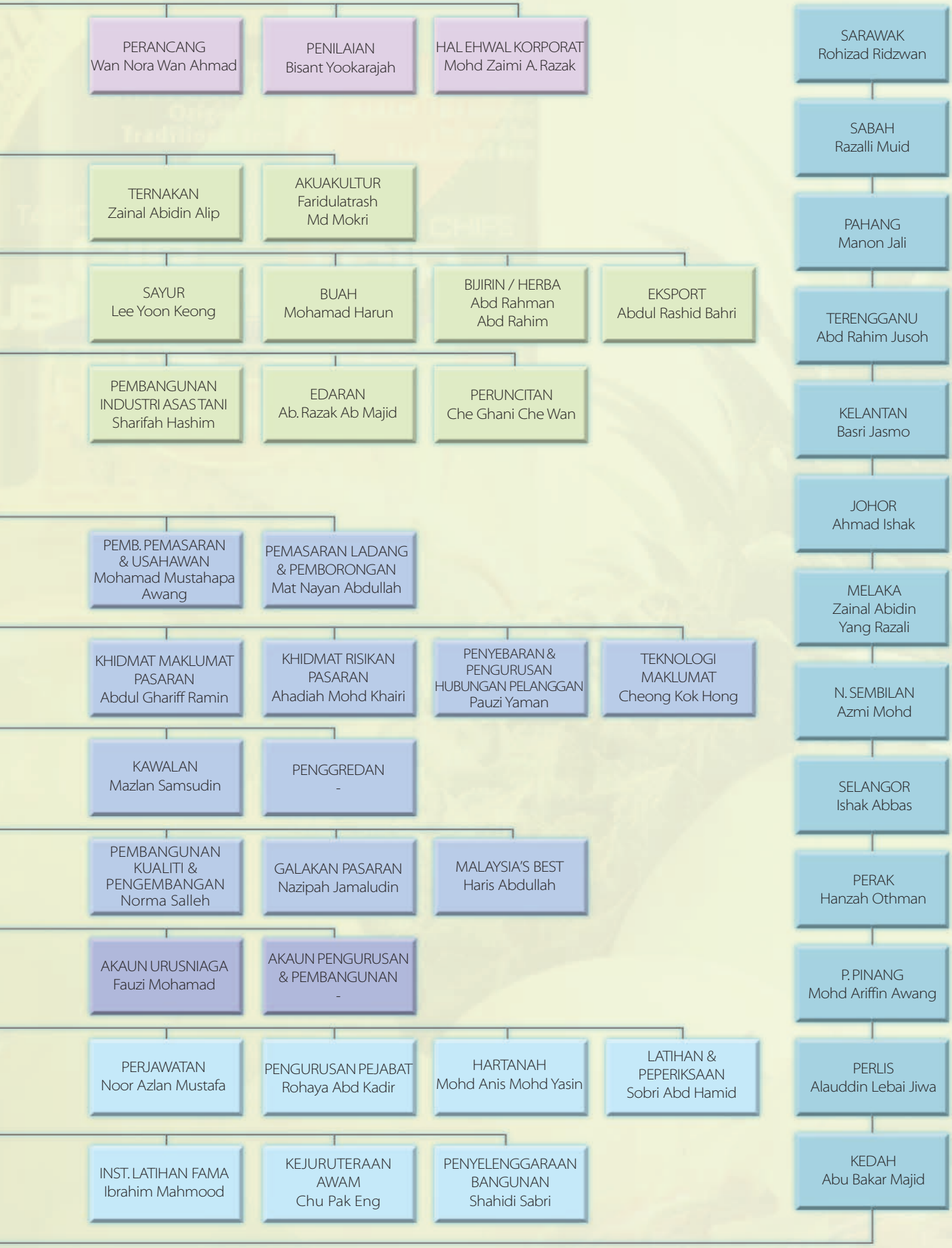
Tuan Haji Mohari Moharal
Pengarah Bahagian
Ternakan & Akuakultur
Division Director
Livestock and Aquaculture

Encik Mansor Omar
Pengarah Bahagian
Penggredan & Kawalan
Division Director
Grading and Control

Struktur Organisasi FAMA 2005

FAMA Organisational Structure 2005




PERANCANG
Wan Nora Wan Ahmad
PENILAIAN
Bisant Yookarajah
HAL EHWAL KORPORAT
Mohd Zaimi A. Razak
TERNAKAN
Zainal Abidin Alip
AKUAKULTUR
Faridulatrash
Md Mokri
SAYUR
Lee Yoon Keong
BUAH
Mohamad Harun
BIJIRIN / HERBA
Abd Rahman
Abd Rahim
EKSPORT
Abdul Rashid Bahri
PEMBANGUNAN
INDUSTRI ASAS TANI
Sharifah Hashim
EDARAN
Ab. Razak Ab Majid
PERUNCITAN
Che Ghani Che Wan
PEMB. PEMASARAN
& USAHAWAN
Mohamad Mustahapa
Awang
PEMASARAN LADANG
& PEMBORONGAN
Mat Nayan Abdullah
KHIDMAT MAKLUMAT
PASARAN
Abdul Ghariff Ramin
KHIDMAT RISIKAN
PASARAN
Ahadiah Mohd Khairi
PENYEBARAN &
PENGURUSAN
HUBUNGAN PELANGGAN
Pauzi Yaman
TEKNOLOGI
MAKLUMAT
Cheong Kok Hong
KAWALAN
Mazlan Samsudin
PENGGREDAN
-
PEMBANGUNAN
KUALITI &
PENGEMBANGAN
Norma Salleh
GALAKAN PASARAN
Nazipah Jamaludin
MALAYSIA'S BEST
Haris Abdullah
AKAUN URUSNIAGA
Fauzi Mohamad
AKAUN PENGURUSAN
& PEMBANGUNAN
-
PERJAWATAN
Noor Azlan Mustafa
PENGURUSAN PEJABAT
Rohaya Abd Kadir
HARTANAH
Mohd Anis Mohd Yasin
LATIHAN &
PEPERIKSAAN
Sobri Abd Hamid
INST. LATIHAN FAMA
Ibrahim Mahmood
KEJURUTERAAN
AWAM
Chu Pak Eng
PENYELENGGARAAN
BANGUNAN
Shahidi Sabri
SARAWAK
Rohizad Ridzwan
SABAH
Razalli Muid
PAHANG
Manon Jali
TERENGGANU
Abd Rahim Jusoh
KELANTAN
Basri Jasmo
JOHOR
Ahmad Ishak
MELAKA
Zainal Abidin
Yang Razali
N. SEMBILAN
Azmi Mohd
SELANGOR
Ishak Abbas
PERAK
Hanzah Othman
P. PINANG
Mohd Ariffin Awang
PERLIS
Alauddin Lebai Jiwa
KEDAH
Abu Bakar Majid

Perutusan Pengerusi
Chairman's Statement

Assalammualaikum w.b.t dan Salam Sejahtera

Sepanjang tahun 2005, program pembangunan FAMA telah dapat dilaksana dengan berkesan selaras dengan matlamat FAMA untuk memaksimumkan pulangan ladang bagi menyumbang kenaikan jumlah pendapatan petani, meningkatkan nilai ditambah keluaran petani, meningkatkan pengeluaran hortikultur segar dan proses, menambahkan penyertaan petani dalam pemasaran dan memperbaiki sistem pemasaran supaya lebih cekap dan berdaya saing.

Untuk tahun 2005, FAMA telah memperkukuhkan program pembangunan urusniaga buah-buahan dan sayur-sayuran. Ini bagi memastikan kemelut lambakan hasil pertanian, terutamanya buah-buahan bermusim dapat ditangani sepenuhnya pada tahun-tahun terkehadapan. Ini termasuklah memperhebatkan program kontrak pemasaran dengan mengembangkan skopnya ke negeri-negeri yang belum mengadakan program ini seperti Sabah dan Sarawak.

Assalammualaikum w.b.t and Salam Sejahtera

The year 2005 has seen FAMA implementing development programmes effectively in line with the objectives of maximising farm returns, increasing farmers' income, enhancing the value added of farm output, increasing the productivity of fresh and processed horticultural products, increasing farmers' participation in marketing, and improving efficiency and competitiveness of the marketing system.

Throughout the year 2005, FAMA took steps to strengthen its trading development programmes for fruits and vegetables. This was done to effectively tackle the occurrence of gluts in supplies of agricultural produce, particularly for seasonal fruits. Among the programmes emphasised was contract marketing which was expanded to other states such as Sabah and Sarawak.

DATUK ABDUL RAHIM BAKRI
Pengerusi FAMA
FAMA Chairman

Projek-projek utama seperti Perisikan Pasaran dan *FAMA X-Change*, Peningkatan Taraf Pasar Tani kepada Pasar Tani Mega serta Penambahbaikan Operasi Pasar Tani, Pembangunan Sistem *"Supply and Demand Virtual Information" (SDVI)*, Pembangunan Terminal Makanan Negara (TEMAN) dan pusat pengumpulan ladang, pembangunan *"Winning Product"* yang melibatkan produk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) masih diteruskan. Manakala untuk program pengiklanan dan promosi, tumpuan lebih diberikan kepada Program *Malaysia's Best* di samping penerokaan pasaran ke luar negara.

Di bawah Rancangan Malaysia Kelapan (RMKe-8), FAMA telah menetapkan wawasan untuk mentransformasi bidang pertanian ke satu sektor yang moden, dinamik dan bersaing melalui pemasaran yang cekap dan berkesan. Misi FAMA pula ialah untuk menjadi sebuah agensi pemasaran pertanian bertaraf dunia dengan menyediakan perkhidmatan perisikan pasaran, pengiklanan dan promosi, dan pengedaran produk pertanian dan makanan di pasaran dalam negeri dan global, berteraskan pengetahuan dan kemajuan teknologi terkini. Dalam tempoh RMKe-8, peranan FAMA difokuskan kepada pengedaran, kontrak pemasaran, pembangunan produk, dan maklumat pasaran.

Manakala di dalam Rancangan Malaysia Kesembilan (RMKe-9), peranan FAMA terkandung di dalam Dasar Pertanian Ketiga, iaitu memperkukuhkan pemasaran dan jaringan global (termasuk pemasaran produk Halal). Sebagai agensi pelaksana, FAMA dijangka mampu meningkatkan syer pasaran produk pertanian di pasaran global melalui empat strategi yang telah ditetapkan iaitu memperbaiki kecekapan dan keberkesanan pengurusan rantaian bekalan, kecemerlangan perisikan pasaran, pengiktirafan jenama pasaran domestik dan antarabangsa dan pembangunan keupayaan. Sehubungan itu, saya berharap agar semua warga FAMA dapat memberi sumbangan masing-masing bagi merealisasikan dasar pembangunan sektor pertanian.

Bagi pihak Lembaga Pengarah saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Kementerian/Jabatan/Agensi Kerajaan di atas sokongan dan kerjasama yang telah diberikan. Saya juga ingin merakamkan penghargaan kepada para petani, perantara pasaran, persatuan, pakar runding, pembekal dan pelanggan di atas sokongan dan keyakinan mereka yang berterusan.

Saya juga ingin mengambil peluang ini untuk menyatakan penghargaan dan tahniah kepada Ahli-Ahli Lembaga Pengarah, Pengurusan dan warga kerja FAMA yang telah memberikan komitmen yang sungguh tinggi dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab di sepanjang tahun 2005.

Sekian, salam hormat.

FAMA continued to focus on its main projects such as Market Intelligence and Famaxchange, upgrading of Farmers' Markets to Mega Farmers' Markets, improving the operations of Farmers' Markets, development of Supply Demand Virtual Information System (SDVI), development of National Food Terminals (TEMAN) and Farm Collection Centres, and the development of 'Winning Products' of Small and Medium Entrepreneurs. Meanwhile, under the Advertising and Promotion Programme, focus was on Malaysia's Best branding programme along with market exploration overseas.

Under the Eighth Malaysia Plan, FAMA's vision was to transform agriculture into a modern, dynamic and competitive sector through efficient and effective marketing. FAMA's mission was to be a world class agricultural marketing agency by providing market intelligence services, advertising and promotion, and distribution of agricultural and food products domestically and globally, through the adoption of the latest know-how and technology. During the Eighth Malaysia Plan period, FAMA's role focused on distribution, contract marketing, product development and market information.

In the Ninth Malaysia Plan, FAMA's role as stated under the Third Agricultural Policy is to strengthen marketing and global networking, including the marketing of halal products. As an implementation agency, FAMA is expected to be able to increase the market share of agricultural products in global markets through four strategies, i.e. improving the efficiency and effectiveness of supply chain management, achieving excellence in market intelligence, gaining local and international brand recognition and capacity building. Accordingly, I sincerely hope that all FAMA employees continue to contribute towards the realisation of the agricultural sector development policy.

On behalf of the Board, I would like to extend our thanks and gratitude to the relevant Ministries/Departments/Agencies for their kind support and cooperation. I would also like to express our appreciation to all farmers, market intermediaries, associations, consultants and customers for their continuing support and confidence.

Lastly, I would like to take this opportunity to express my gratitude and congratulations to my fellow Directors, Management and Staff of FAMA for their high level of commitment in carrying out their responsibilities and duties throughout the year 2005.

Regards and Salam Hormat.

DATUK ABDUL RAHIM BAKRI
Pengerusi FAMA
FAMA Chairman

Senario Pemasaran Pertanian Tahun 2005

Agriculture Marketing Scenario 2005

Sektor pertanian yang meliputi ternakan, koko, padi dan pelbagai pertanian dilaporkan berkembang sekitar 4.8 peratus dan kekal menyumbang hampir satu pertiga kepada nilai ditambah sektor pertanian menurut Laporan Ekonomi 2005/2006 oleh Kementerian Kewangan. Harga keluaran pertanian mencatatkan peningkatan pada tahun 2005 dan terus membantu meningkatkan prestasi keseluruhan sektor ini.

Nilai ditambah pertanian pelbagai yang terdiri daripada buah-buahan, sayur-sayuran, bunga-bungaan, lada hitam, nanas, kopra, teh dan tembakau dilaporkan meningkat sekitar 4.7 peratus tahun ini, terutama disebabkan pengeluaran buah-buahan dan sayur-sayuran yang lebih tinggi. Pengeluaran buah-buahan meningkat 5.7 peratus berikutan pelbagai projek dan program yang diperkenalkan kerajaan seperti Taman Kekal Pengeluaran Makanan (TKPM) dan penggunaan benih dan klon lebih bermutu.

Usaha juga diambil untuk menggalakkan pengeksportan buah-buahan, termasuk penyediaan khidmat pensijilan fitosanitari, promosi di pasaran berpotensi dan mengadakan perbincangan dua hala untuk mempermudah eksport ke Australia, China dan Jepun.

According to the Economic Report 2005/2006 issued by the Ministry of Finance, the agriculture sector, which includes livestock, cocoa, paddy and other crops, expanded at 4.8 percent and continued to contribute almost one third of the value added in the agricultural sector. Prices of agricultural produce recorded increases and helped to boost overall performance of the agricultural sector.

Value added in miscellaneous agricultural crops such as fruits, vegetables, flowers, pepper, pineapple, copra, tea and tobacco was reported to have increased about 4.7 percent in 2005, mainly due to higher production of fruits and vegetables. Fruit production increased by 5.7 percent following the implementation of various projects and programmes by the government, such as Permanent Food Production Parks, and the usage of better quality seeds and clones.

Efforts were also made to promote the export of fruits such as by providing phytosanitary certification services, promotion activities in potential markets and bilateral negotiations to facilitate exports to Australia, China and Japan.

Secara keseluruhannya, harga komoditi pertanian pada tahun 2005 kekal stabil. Namun demikian, terdapat pergerakan harga yang agak ketara akibat daripada beberapa peristiwa yang berlaku pada tahun ini.

Tsunami yang berlaku pada akhir tahun 2004 memberikan kesan mendalam, terutamanya kepada sektor perikanan, namun langkah pemulihan yang diambil oleh pihak kerajaan telah berjaya mengembalikan kegiatan ekonomi sektor ini ke tahap sebelumnya.

Tahun 2005 turut menyaksikan peningkatan mendadak harga minyak petroleum yang menyebabkan terganggunya banyak kegiatan ekonomi pertanian. Sektor perikanan teruk terjejas apabila harga diesel melonjak hampir 100 peratus daripada harga sebelumnya. Akibatnya, pendaratan ikan tempatan berkurangan kerana kurangnya bilangan nelayan yang turun ke laut. Namun harga ikan di pasaran mula stabil dengan peningkatan pendaratan ikan melalui subsidi diesel dan pengimportan dari negara jiran.

On the whole, prices of agricultural commodities remained stable in the year 2005. However, there were severe fluctuations in prices at certain times due to the occurrence of several significant events.

The occurrence of the tsunami at the end of 2004 badly hampered economic activities, particularly in the fisheries sector. However, rehabilitation efforts carried out by the government succeeded in restoring economic activities to the level before the disaster.

The year 2005 also witnessed sharp increases in the prices of fuel which disrupted various agricultural economic activities. The fisheries sector was badly hit when the price of diesel increased by almost 100 percent. This resulted in lower local fish landings as fewer fishermen ventured out to sea. However, fish prices began to stabilize as fish landings increased later due to the timely implementation of the diesel subsidy scheme and importation from neighbouring countries.

Faktor cuaca dan kadar permintaan yang berbeza-beza turut dikenal pasti antara faktor yang menyebabkan pergerakan harga komoditi pertanian berubah-ubah pada tahun ini. Pada tahun 2005, harga buah-buahan seperti tembikai dan belimbing telah jatuh sehingga 40 peratus akibat permintaan yang rendah, namun menjelang April, musim panas dan kemarau di beberapa negeri membantu meningkatkan kembali tahap permintaan terhadap buah-buahan tersebut.

Cuaca panas turut membantu meningkatkan pengeluaran sayur sehingga 50 peratus. Pengeluaran sayur seperti kubis dan tomato meningkat dan memberi tekanan kepada harga. Ditambah dengan kemasukan sayur import, harga sayur pada pertengahan 2005 secara puratanya berada pada paras stabil seperti tahun sebelumnya. Penstabilan harga yang berlaku di akhir tahun banyak disebabkan oleh pengurangan pengeluaran tempatan.

Sektor ternakan dilaporkan tumbuh sekitar 5 peratus berikutan peningkatan pengeluaran daging lembu dan kerbau (5 peratus), kambing (4 peratus), susu segar (6 peratus), ayam (5.7 peratus) dan telur ayam (3.7 peratus).

Kerajaan telah mengenal pasti sektor perikanan sebagai penyumbang utama kepada sektor pertanian dan turut memperkenalkan langkah khusus untuk meningkatkan perikanan pantai dan laut dalam serta akuakultur dalam usaha memajukan sektor perikanan negara.

Kejayaan bidang akuakultur sangat menggalakkan dengan pengeluaran dianggar meningkat dengan ketara sebanyak 15.4 peratus kepada 250,000 tan metrik pada tahun ini. Kenaikan ini sebahagian besar disebabkan pertambahan kawasan daripada 13,844 hektar pada 2001 kepada 15,680 hektar tahun ini, membabitkan tambahan 15,650 kolam, yang kebanyakannya diuruskan oleh pengusaha persendirian.

Industri bioteknologi turut dikenalpasti sebagai salah satu penjana sektor pertanian. Walaupun industri bioteknologi masih baru di negara ini, asas kukuh dalam bioteknologi pertanian (biopertanian) dan biodiversiti asli memberi kekuatan untuk meningkatkan potensi pertumbuhan tinggi sektor ini. Pengalaman Malaysia dalam memajukan komoditi utama, terutama kelapa sawit, getah dan koko membina asas kukuh dalam biopertanian, ditambah hutan tropika yang luas serta kaya dengan flora dan fauna, boleh dijadikan sumber bagi menghasilkan produk perubatan dan kesihatan.

Changes in weather conditions and demand fluctuations also contributed to price fluctuations in agricultural commodities. In 2005, prices of fruits such as watermelons and star fruits fell as much as 40 percent due to lower demand. However, by April 2005, the beginning of the hot season and drought in several states helped to restore demand for the fruits.

The hot weather also contributed to an increase of up to 50 percent in vegetable production. Higher production of vegetables such as cabbage and tomato combined with imported vegetables increased pressure on the prices. Stabilization in vegetable prices occurred gradually only towards the end of the year as local production dropped.

The livestock sector was reported to have grown by 5 percent due to higher production of beef (5 percent), mutton (4 percent), fresh milk (6 percent), chicken (5.7 percent) and eggs (3.7 percent).

The government has identified the fisheries sector as one of the main contributors to the agricultural sector. It has introduced several specific measures to increase offshore and deep water fishing as well as aquaculture in an effort to develop the nation's fisheries sector.

The success in aquaculture was very encouraging with production recording an increase of 15.4 percent to 250,000 tonnes in 2005. Higher production was attributed to an increase in aquaculture area from 13,844 hectares in 2001 to 15,680 hectares in 2005. This contributed to an additional 15,650 ponds managed by individual entrepreneurs.

The biotechnology industry has also been identified as one of the generators of growth in the agricultural sector. Although the biotechnology industry is still new to Malaysia, higher growth potential in this sector can be tapped due to the country's strong foundations in agriculture biotechnology and natural biodiversity. Malaysia's experience in developing primary commodities such as oil palm, rubber, and cocoa has helped to create a very strong foundation in bio-agriculture. Added to this are the vast tropical forests rich in flora and fauna that can be used as resources to produce medical and health products.

Kerajaan telah mengenal pasti tiga bidang bioteknologi untuk dikomersilkan, iaitu biopertanian, penjagaan kesihatan (termasuk farmaseutikal dan nutraseutikal) dan bioteknologi perindustrian melalui Dasar Bioteknologi Nasional (DBN) yang dilancarkan oleh Perdana Menteri pada bulan April 2005. Pasaran global biopertanian dianggarkan AS$6 ribu juta berpotensi dimajukan dalam kejuruteraan genetik bagi menambah baik tanaman makanan, ternakan ikan dan pengeluaran serta kualiti daging, selain meningkatkan pengeluaran hasil tanaman perladangan utama negara.

Secara keseluruhannya, langkah kerajaan untuk menjadikan sektor pertanian lebih dinamik semakin menampakkan hasil dan akan diteruskan. Peningkatan produktiviti serta daya saing melalui kegiatan menambah nilai dan menggunakan teknologi moden terus diberikan penekanan dan bantuan yang sewajarnya. Kerajaan dalam belanjawan untuk 2005 telah memperuntukkan RM1.3 billion bagi menampung perbelanjaan pembangunan, terutamanya bagi pembangunan pertanian, penternakan, perikanan dan perhutanan.

Di samping itu, di masa yang akan datang, bagi meningkat eksport produk pertanian negara ke pasaran antarbangsa, Pejabat Konsular Pertanian akan dibuka di luar negara untuk mempromosikan produk pertanian Malaysia secara lebih pesat dan lebih berkesan.

Sektor peruncitan negara mendorong pengguna berubah dari pasar tradisi kepada pasaraya. Ini disebabkan oleh pertambahan pendapatan, urbanisasi, wanita berkerjaya, inovasi produk dan kesedaran pengguna terhadap kualiti dan keselamatan makanan. Arah aliran pengguna masa kini mengutamakan kemudahan dan keselesaan, perkhidmatan yang cekap dan produk yang berkualiti. Pada masa ini terdapat 37 buah *hypermarket* milik asing telah dibuka di bandar-bandar utama, terutamanya di Lembah Kelang, Johor Bahru dan Pulau Pinang.

Negara mencapai lebihan dagangan dalam sektor pertanian sebanyak RM26.4 ribu juta pada tahun 2005. Nilai eksport adalah sebanyak RM62.6 ribu juta berbanding dengan nilai import RM36.2 ribu juta.

Malaysia masih mengalami defisit perdagangan bahan makanan bernilai RM7.2 ribu juta, iaitu meningkat 7.9 peratus berbanding dengan RM6.6 ribu juta pada tahun 2004. Defisit ini disebabkan oleh nilai import bahan makanan yang lebih tinggi, iaitu RM17.8 ribu juta, berbanding dengan eksport sebanyak RM10.6 ribu juta. Walaupun eksport bahan makanan meningkat sebanyak RM0.7 ribu juta (ataupun 7.1 peratus) berbanding dengan tahun sebelumnya, nilai import telah meningkat lebih besar, iaitu sebanyak RM1.2 ribu juta (ataupun 7.4 peratus).

Perincian perangkaan perdagangan bahan makanan menunjukkan bahawa defisit dagangan tersebut disebabkan oleh defisit bagi ternakan (RM2.34 ribu juta), bijirin dan sediaan bijirin (RM1.34 ribu juta), sayur-sayuran (RM1.16 ribu juta), hasil tenusu dan telur burung (RM1.11 ribu juta), daging dan sediaan daging (RM962.62 juta), gula, sediaan gula dan madu (RM869.63 juta) dan buah-buahan (RM241.56 juta).

Manakala beberapa hasil pertanian mencatatkan lebihan dagangan, iaitu krustasea, moluska dan sediaan (RM350.1 juta), binatang hidup (RM259.8 juta), kopi, koko, teh, rempah dan keluaran (RM141.5 juta), dan keluaran & sediaan makanan lain (RM129.5 juta).

The National Biotechnology Policy launched by the Prime Minister in April 2005, has identified three fields of biotechnology that can be commercialized, i.e. bio-agriculture, healthcare (pharmaceutical and nutraceutical) and industrial biotechnology. The global market for bio-agriculture is estimated to be valued at around US$5 billion and has vast potential, particularly in genetic engineering, to improve the productivity of food crops, fisheries and beef, apart from plantation commodities.

As a whole, the measures taken by the government to develop agriculture into a dynamic sector have shown encouraging results and will be pursued further. Higher productivity and competitiveness through value added activities using modern technology need to be emphasized and given assistance accordingly. The government in its 2005 budget announcement allocated RM1.3 billion to support development expenditure, particularly on agricultural development, livestock, fishery and forestry.

Apart from that, agriculture consular offices will be set up in selected countries in future to effectively promote the export of agricultural products in the overseas markets.

The retail sector has seen changes in terms of shifting consumer purchasing behaviour from traditional markets to hypermarkets. These changes were brought about by several factors such as higher incomes, urbanization, career women, product innovations and consumer awareness towards quality and food safety. The present consumer trend favours convenience and comfort, efficient services and quality products. Currently there are 37 foreign-owned hypermarkets operating in major towns, particularly in the Klang valley, Johor Bahru and Penang.

The country achieved a trade surplus in the agriculture sector amounting to RM26.4 billion in 2005. Export value stood at RM62.6 billion compared to import value of RM36.2 billion.

However, Malaysia experienced a trade deficit in the food sector amounting to RM7.2 billion, an increase of 7.9 percent compared to RM6.6 billion in 2004. The deficit was due to a higher import bill for food products, i.e. RM17.8 billion compared to exports of RM10.6 billion. Although the export value of food products registered an increase of RM0.7 billion (7.1 percent) compared to the previous year, the import value rose even higher, i.e. by RM1.2 billion (7.4 percent).

A breakdown of the trade statistics reveals that the leading causes of the trade deficit in food products were deficit in livestock products (RM2.34 billion), cereals and cereal preparations (RM1.34 billion), vegetables (RM1.16 billion), dairy products and eggs (RM1.11 billion), meat and meat preparations (RM962.62 million), sugar, sugar preparations and honey (RM869.63 million) and fruits (RM241.56 million).

However, several agricultural products recorded trade surpluses such as crustaceans, molluscs and preparations (RM350.1 million), live animals (RM259.8 million), coffee, cocoa, tea, spices and products (RM141.5 million) and other food preparations (RM129.5 million).

Eksport sayur-sayuran telah meningkat 5.9 peratus kepada RM0.5 ribu juta berbanding dengan tahun sebelumnya dan menyumbang 4.6 peratus kepada keseluruhan eksport bahan makanan. Sebaliknya import sayur-sayuran meningkat 8.9 peratus kepada RM1.7 ribu juta dan merupakan 9.3 peratus daripada jumlah import bahan makanan. Daripada jumlah tersebut, sayur-sayuran bernilai RM1ribu juta atau 60.6 peratus daripada keseluruhan import sayur-sayuran terpaksa diimport kerana belum ekonomik ditanam di Malaysia, contohnya bawang, bawang putih, kekacang *(shelled beans)* dan ubi kentang.

Eksport buah-buahan pula menurun 3.2 peratus kepada RM467 juta dan menyumbang 4.4 peratus kepada eksport bahan makanan pada tahun 2005. Buah-buahan utama yang dieksport ialah tembikai (14.5 peratus daripada jumlah), betik (12.6 peratus), belimbing (6.7 peratus), durian (4.3 peratus) dan pisang (3.8 peratus).

Pada tempoh yang sama, import buah-buahan meningkat 7.8 peratus kepada RM708.8 juta yang merupakan 4 peratus daripada jumlah import bahan makanan. Sebanyak RM360.5 juta atau 50.8 peratus import buah-buahan terdiri daripada buah-buahan diawet, oren, epal dan kekacang *(nuts)*.

Pasaran utama eksport bahan makanan negara ialah Singapura (RM2.4 ribu juta), Amerika Syarikat (RM1.2 ribu juta), Indonesia (RM0.8 ribu juta) dan Jepun (RM0.6 ribu juta). Kempat-empat pasaran tersebut merupakan 46 peratus daripada eksport negara. Sumber import utama bahan makanan pula ialah Australia (RM2.6 ribu juta), China (RM2.0 ribu juta), Thailand (RM1.9 ribu juta) dan Argentina (RM1.8 ribu juta). Negara-negara tersebut menyumbang 46.2 peratus daripada import bahan makanan negara.

Destinasi utama eksport sayur-sayuran ialah Singapura, Indonesia, Thailand dan Amerika Syarikat dengan nilai sebanyak RM392.1 juta atau 80.0 peratus daripada eksport sayur-sayuran negara. Manakala sumber utama import sayur-sayuran ialah China, India, Thailand dan Myanmar dengan nilai sebanyak RM1.2 ribu juta atau 71.4 peratus daripada jumlah import.

Bagi buah-buahan pula, destinasi eksport utama ialah Singapura, Hong Kong, Netherlands dan Indonesia, dengan sumbangan sebanyak RM302.9 juta atau 64.8 peratus daripada eksport buah-buahan negara. Manakala China, Amerika Syarikat, Thailand dan Australia merupakan sumber utama import buah-buahan dengan nilai sebanyak RM465.2 juta atau 65.6 peratus daripada import.

Maklumat di atas menunjukkan bahawa sayur-sayuran yang diproses telah dapat menembusi pasaran Amerika Syarikat manakala buah-buahan segar pula memasuki pasaran Eropah. Walau bagaimanapun, nilainya hanya RM41.4 juta, iaitu 4.3 peratus daripada jumlah eksport Malaysia bagi kedua produk berkenaan, dan masih kecil berbanding dengan eksport ke negara Asia yang mencapai RM617.5 juta (64.5 peratus). Rundingan dagangan sangat giat dilakukan oleh kerajaan dengan negara-negara seperti India, Afrika Selatan, Jepun, China, Pakistan, UAE dan Amerika Syarikat bagi meluaskan pasaran bahan makanan sedia ada dan menembusi pasaran baru, khasnya bagi sayur-sayuran dan buah-buahan. Petani kecil produk pertanian, terutamanya sayur-sayuran dan buah-buahan, perlu menjalin hubungan perniagaan secara berterusan dengan syarikat yang berwibawa bagi memasarkan produk mereka di dalam dan luar negara.

Export of vegetables rose 5.9 percent to RM0.5 billion compared to the previous year and contributed 4.6 percent to total export value of food products. However, vegetable imports rose 8.9 percent to RM1.7 billion and represented 9.3 percent of total import value of food products. From this total, RM1 billion or 60.6 percent of total vegetable imports consisted of vegetables that could not be grown economically in the country such as onions, garlic, shelled beans and potatoes.

Export of fruits declined by 3.2 percent to RM467 million and contributed 4.4 percent of total food exports in 2005. The major fruits exported were watermelon (14.5 percent of the total), papaya (12.6 percent), star fruits (6.7 percent), durian (4.3 percent) and bananas (3.8 percent).

In the same period, fruit imports rose 7.8 percent to RM708.8 million, representing 4 percent of total food imports. A total of RM360.5 million or 50.8 percent of the fruits imported were preserved fruits, oranges, apples and nuts.

The major export markets for food products were Singapore (RM2.4 billion), United States of America (RM1.2 billion), Indonesia (RM0.8 billion) and Japan (RM0.6 billion). These four markets represented 46 percent of the total export of food products. The major sources of food product imports were Australia (RM2.6 billion), China (RM2.0 billion), Thailand (RM1.9 billion) and Argentina (RM1.8 billion). Together these countries contributed 46.2 percent of total imports of food products.

The main destinations for export of vegetables were Singapore, Indonesia, Thailand and the United States with the total value of RM392.1 million representing 80 percent of the total vegetable exports in 2005. The major sources of vegetable imports were China, India, Thailand and Myanmar with total value of RM1.2 billion or 71.4 percent of total imports.

In the case of fruits, the major export destinations were Singapore, Hong Kong, Netherlands and Indonesia with the total value of RM302.9 million representing 64.8 percent of total fruit exports in 2005. Fruit imports were mainly from China, the United States, Thailand and Australia with total value of RM465.2 million or 65.6 percent of total fruit imports.

Analysis of the above information reveals that processed vegetables have managed to penetrate the United States market, whereas fresh fruits have gained entry into the European market. However, the export value was only RM41.4 million or 4.3 percent of the total export value of both vegetables and fruits in 2005. The export values to these countries were small in comparison with the export values to Asian countries which reached RM617.5 million or 64.5 percent of total exports of vegetables and fruits.

The government is actively pursuing trade negotiations with the governments of India, South Africa, Japan, China, Pakistan, UAE and the United States so as to widen the existing market for Malaysian food products and also to penetrate new markets, especially for vegetables and fruits. Small farmers should establish business networking with credible companies so as to market their products in the domestic and international markets.

SDVI : Sistem Pemadanan Bekalan & Permintaan Secara Maya - Ramalan Pasaran Hasil Pertanian Terulung Di Dunia

SDVI : Supply Demand Virtual Information System-The Premier Agriculture Product Market Forecasting System In The World

Malaysia kerap menghadapi masalah ketidakseimbangan bekalan dan permintaan hasil pertanian kerana kekurangan maklumat pasaran yang tepat dan terkini dalam merancang aktiviti pengeluaran dan pemasaran. Keadaan yang sama berlaku pada tahun 2005 di mana negara menghadapi lambakan buah-buahan seperti durian, rambutan, duku langsat, dokong dan sayur-sayuran seperti kobis, tomato dan beberapa jenis sayuran berdaun.

Menyedari kepentingan maklumat bekalan dan permintaan dalam mengatasi masalah pemasaran, FAMA telah mengambil langkah mewujudkan sistem maklumat pemadanan bekalan dan permintaan secara maya yang dikenali sebagai *Supply Demand Virtual Information* (SDVI).

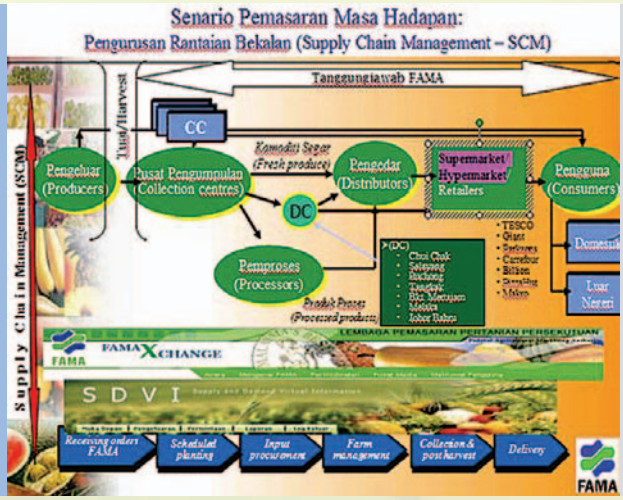
Apabila pendekatan Pengurusan Rantaian Bekalan (Supply Chain Management – SCM) diperkenalkan, maklumat pasaran adalah komponen terpenting. Menerusi pendekatan ini, sektor pertanian dijangka akan menjadi lebih berdaya saing di pasaran tempatan dan global.

Malaysia frequently faces problems of imbalances in supply and demand of agricultural products mainly due to the lack of accurate and up-to-date market information to enable proper planning of production and marketing activities. This problem was exemplified in 2005 whereby the country faced a severe glut in the fruit market, particularly for durian, rambutan, duku langsat, dokong, and vegetables such as cabbage, tomatoes and several types of leafy vegetables.

With growing realisation that supply and demand information could play a vital role in overcoming marketing problems, FAMA took steps to establish a virtual supply demand matching system known as Supply Demand Virtual Information (SDVI).

Market information is one of the key components under the Supply Chain Management (SCM) approach. By adopting this approach, the agricultural sector is expected to be more competitive in both domestic and global markets.

Kepentingan Maklumat Pasaran di dalam Pengurusan Rantaian Bekalan
The importance of market information in Supply Chain Management



Portal Supply Demand Virtual Information (SDVI)
The Supply Demand Virtual Information Portal

SCM adalah integrasi atau gabungan proses-proses perniagaan utama antara **pengeluar sebenar** ke **pengguna akhir** dalam membekalkan **barangan, perkhidmatan** dan **maklumat** serta **nilai tambah** kepada pengguna.

Kepentingan Maklumat Pasaran di dalam Pengurusan Rantaian Bekalan

SDVI direkabentuk berkonsepkan Imbangan Bekalan dan Permintaan menggunakan Model Ekonometrik dan Model GIEWS (Global Information Early Warning System) oleh *Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO),* Itali. Sistem ini telah diperakukan oleh FAO sebagai satu Sistem Pemadanan Bekalan dan Permintaan sayur-sayuran dan buah-buahan yang telah direkabentuk dengan sempurna menggunakan teknologi berasaskan web yang terulung di dunia.

SCM is defined as an integration or combination of major business processes from actual producers to end consumers in the supply of products, services, information and value added to consumers.

The importance of market information in supply chain management

SDVI was designed with the concept of balancing supply and demand using econometric modelling and the GIEWS (Global Information Early Warning System) Model created by the Food and Agriculture Organization (FAO) of The United Nations. This system has been endorsed by the FAO as the world's premier Supply and Demand matching system for vegetables and fruits designed using web-based technology.

Portal Supply Demand Virtual Information (SDVI)

SDVI mengandungi maklumat permintaan, bekalan dan harga pasaran untuk hasil pertanian di Malaysia. Antara maklumat yang boleh diperolehi ialah kuantiti kemasukan barangan pertanian di pasar borong, import dan eksport, indeks harga pengguna dan permintaan kilang pemproses, isi rumah dan institusi seperti hotel dan restoran. SDVI dapat mengesan lebihan atau kurangan bekalan mengikut varieti, masa dan lokasi di seluruh Malaysia.

Laporan Imbangan Bekalan dan Permintaan

Bagi memastikan maklumat yang dikumpul mempunyai ciri-ciri tepat, semasa dan boleh dipercayai, penggunaan teknologi terkini dan pendekatan methodologi yang saintifik digunakan. Misalnya, lokasi kebun untuk sesuatu komoditi direkodkan kedudukannya dengan menggunakan alat *Global Positioning System (GPS)* dan dipetakan di dalam *Geographical Information System (GIS)*. Di samping itu, ketepatannya dipastikan lagi dengan menggunakan imej satelit seperti IKONOS dan SPOT di lokasi berkenaan berserta nombor lot tanah yang diperolehi dari Jabatan Ukur dan Pemetaan Negara Malaysia (JUPEM).

The Supply Demand Virtual Information Portal

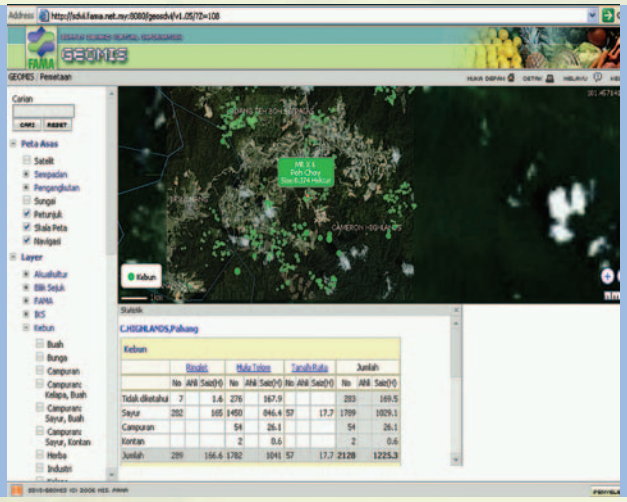
SDVI consists of information on demand, supply and market prices on agricultural products in Malaysia. Among the information available is quantity of agricultural products entering wholesale markets, import and export data, consumer price index, and demand by factories, households and institutions such as hotels and restaurants. SDVI is able to detect deficits or surpluses of supply according to variety, time and locations in Malaysia.

Report on Balance of Supply and Demand

The SDVI system applies latest technology and scientific methodology to ensure that information collected is accurate, up-to-date and reliable. For example, the location of a farm producing a certain commodity is recorded using Global Positioning System equipment and is mapped using Geographical Information System. In addition, the accuracy of the data is validated using satellite images such as IKONOS and SPOT at the stated location with lot numbers obtained from the Department of Survey and Mapping Malaysia.

Laporan Imbangan Bekalan dan Permintaan
Report on Balance of Supply and Demand

Lokasi Ladang Dikenalpasti Menerusi Pendekatan GPS dan GIS
Identification of Farm Location Using GPS and GIS



Lokasi Ladang Dikenalpasti Menerusi Pendekatan GPS dan GIS

Pendekatan ini adalah seiring dengan keperluan SCM di mana unsur-unsur *traceability* atau pergerakan sesuatu komoditi dapat dikenalpasti dari peringkat ladang lagi. SDVI memaparkan maklumat bekalan yang terperinci, iaitu setiap individu petani yang berdaftar, sehinggalah maklumat keseluruhan anggaran pengeluaran untuk seluruh Malaysia. Untuk memudahkan pengguna mengetahui status bekalan komoditi pertanian di Malaysia, data pengeluaran dipaparkan dalam bentuk peta mengikut negeri dan komoditi.

Paparan Maklumat Menerusi GEOMIS

Pendekatan yang sama juga digunakan untuk pemantauan maklumat harga pasaran komoditi pertanian seluruh Malaysia untuk peringkat ladang, borong dan runcit.

Identification of Farm Location Using GPS and GIS

This approach is in line with the requirements of SCM whereby elements of traceability or movements of commodities can be identified at the farm level. SDVI displays detailed supply information, i.e. from registered individual farmers, to obtain overall information on estimated production for Malaysia. Production data is displayed in the form of maps according to states and commodities to facilitate dissemination of information on the agriculture supply status in Malaysia.

Display of Information through GEOMIS

The same approach is used to monitor market price information on agricultural commodities throughout Malaysia at farm, wholesale and retail levels.

Sistem Amaran Awal Harga (Early Warning System atau EWS) telah diwujudkan bagi membantu mengenalpasti komoditi yang mengalami perubahan harga yang ketara. Dengan adanya sistem amaran ini, langkah-langkah awal dapat diambil untuk mengelakkan masalah kurangan atau lebihan bekalan.

Sistem Amaran Awal harga ini berkonsepkan *Traffic Lighting*, iaitu harga berwarna merah bermaksud sesuatu komoditi mengalami kenaikan atau penurunan yang banyak berbanding harga sebelumnya di tempat dan di peringkat yang sama. Manakala harga yang berwarna kuning bermaksud keadaan berjaga-jaga di mana kenaikan berada pada paras yang membimbangkan tetapi dalam keadaan terkawal. Sekiranya harga pasaran berada dalam keadaan stabil, ianya adalah berwarna hijau. Arah aliran harga bulanan dan lokasi juga boleh dilihat bagi setiap komoditi.

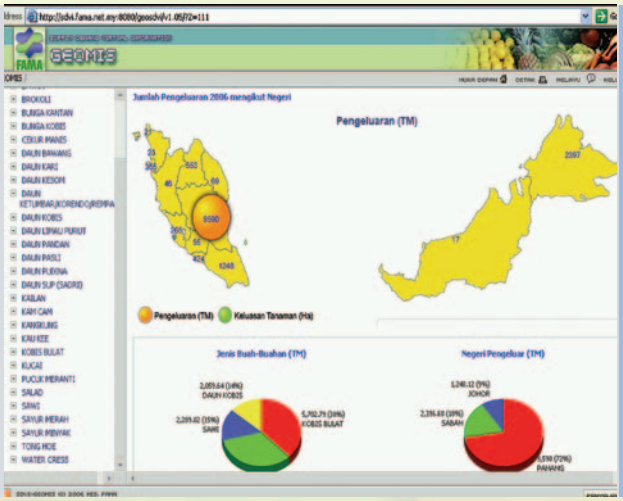
Bagi memudahkan pengguna memperolehi maklumat, portal maklumat pasaran SDVI dilengkapkan dengan kemudahan *Single Sign-On (SSO)*, iaitu mendaftar secara automatic dengan melayari http://sdvi.fama.net.my/. SDVI juga telah direkabentuk dan disesuaikan dengan teknologi terkini, *GPRS*, menerusi telefon mudah alih dan semua jenis PDA untuk melayarinya dan memperolehi maklumat menerusi http://sdvi.fama.net.my/mobile.

An Early Warning System (EWS) on prices has been established to assist in identification of commodities experiencing sharp price fluctuations. With this system in place, early measures can be taken to prevent problems related to oversupply or shortage of a particular commodity.

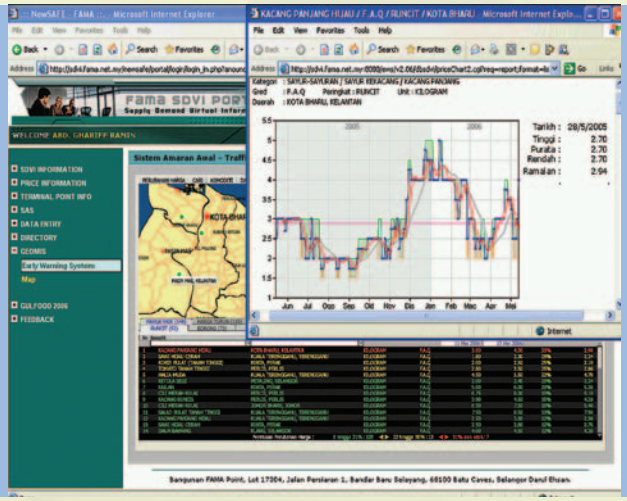
The Early Warning System was built utilising the traffic lighting concept, i.e. different colours are used to denote the extent of price changes. Red denotes that the commodity has experienced a substantial increase or decrease in prices compared with the previous price at the same location and level. Yellow denotes 'caution', i.e. the price of the commodity is at a worrisome level but still manageable. Green denotes that the price remains stable. Monthly price trends and locations can also be extracted for each commodity.

To facilitate users in obtaining information, the SDVI portal is equipped with Single Sign-On (SSO), i.e. automatic registration by browsing http://sdvi.fama.net.my. SDVI is also designed to be compatible with latest technology such as GPRS to enable users to easily browse and extract information from the system through mobile telephones and PDA at http://sdvi.fama.net.my/mobile.

Paparan Maklumat Menerusi GEOMIS
Display of Information through GEOMIS



Arah Aliran Harga dan Lokasi Komoditi melalui Sistem Amaran Awal Harga
Price Direction and Location of Commodities through Early Warning System



Bagi menggalakkan penggunaan SDVI, beberapa siri taklimat telah diadakan untuk Agensi dan Jabatan peringkat negeri. Penerangan juga telah disampaikan di mesyuarat antara Y.B. Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani dengan Exco-Exco Pertanian Negeri.

Sepanjang tahun 2005, sesi taklimat telah diadakan di seluruh Malaysia. Seramai 928 orang Pegawai Kerajaan dan Swasta, Y.B. Exco-Exco Pertanian Negeri serta kumpulan sasar termasuk pengeluar dan pemasar telah hadir pada sesi tersebut.

Sehingga akhir tahun 2005, sebanyak 34,526 orang petani atau pengeluar dan 1,050 buah Pusat Pengumpulan Ladang swasta, kerajaan dan projek berkelompok di seluruh Malaysia telah didaftarkan di dalam SDVI.

Kesimpulannya, portal SDVI menyediakan maklumat pasaran yang boleh digunakan oleh petani/pengeluar, perantara pasaran dan kumpulan sasar, antaranya:-

To promote the usage of SDVI, a series of briefings were organized for agencies and departments at state level. Briefings were also held during meetings between the Minister of Agriculture and Agro-based Industry and State Agriculture Executive Councillors.

During 2005, FAMA organised briefing sessions throughout Malaysia. A total of 928 government and private sector officers, State Agriculture Executive Councillors and target groups such as producers and marketers attended the briefings.

By the end of the year 2005, a total of 34,526 farmers or producers, and 1,050 farm collection centres, either owned by the private sector, public or cluster projects, were registered in the SDVI.

In conclusion, the SDVI portal provides market information that can be used by farmers/producers, market intermediaries and other target groups. Among the information available is as follows:-

- Maklumat bekalan, keluasan dan pengeluaran secara terperinci melalui teknologi terkini, *Global Positioning System* (GPS) dan *Geographical Information System* (GIS);
- Maklumat aliran kemasukan barangan pertanian di pusat pengedaran, pasar-pasar borong dan dipintu keluar/masuk utama Malaysia (import/eksport) serta yang melalui sempadan;
- Maklumat penggunaan dan pengeluaran barangan pertanian oleh industri asas tani dan harga pasaran barangan pertanian di peringkat ladang, borong, runcit dan pasaraya serta *hypermarket*;
- Semua aktiviti yang dilaksanakan oleh Pusat Pengumpulan Ladang dan Pusat Edaran akan digabung dan dipantau secara bersepadu atau lebih dikenali *Central Command Centre* (CCC) dan maklumat boleh dikongsi bersama menerusi SDVI;
- Menyedia dan mewujudkan sistem amaran awal harga dan jangkaan pengeluaran serta permintaan pasaran pelbagai komoditi menerusi Pemadanan Bekalan dan Permintaan (SDVI); dan
- Mewujudkan satu sistem pemasaran yang berupaya memantau keseimbangan keadaan pasaran serta jaminan makanan negara.

- Detailed information on supply, acreage and production using latest technology such as GPS (Global Positioning System) and Geographical Information System (GIS);
- Information on the flow of agriculture products into distribution centres, wholesale markets and exit/entry points and through Malaysian borders;
- Information on consumption and production of agricultural products by the agro-based industry and market prices of agriculture products at farm, wholesale and retail, including supermarkets and hypermarkets;
- All activities carried out by farm collection centres and distribution centres will be integrated and monitored collectively through Central Command Centre (CCC) and the information can be shared through SDVI;
- Provide and establish an Early Warning System for prices, expected production and demand of various commodities using SDVI; and
- Establish a marketing system that is capable of monitoring market imbalances and food security.

Penerangan SDVI di Mesyuarat antara Y.B. Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani dengan Exco-Exco Pertanian Negeri
SDVI Briefing In conjunction with The Meeting of the Minister of Agriculture and Agro-based Industry with State Agriculture EXCOs

Beberapa strategi telah dan sedang dirangka bagi mencapai hasrat mewujudkan gerbang maklumat pemasaran pertanian bersepadu di Malaysia, antaranya:-

- Mempopularkan penggunaan SDVI dan faedahnya kepada kumpulan sasar;
- Melantik pembekal maklumat yang berdaftar dengan FAMA;
- Mengadakan kerjasama dan perkongsian maklumat dengan Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) serta badan-badan antarabangsa seperti FAO dan *International Trade Centre* (ITC);
- SDVI membekalkan maklumat berpandukan pasaran manakala GIEWS membolehkan maklumat SDVI dianalisis dalam konteks jaminan makanan yang lebih luas; dan
- Ketepatan maklumat bekalan akan dipertingkatkan dengan menggunakan imej satelit data radar yang beresolusi 3 meter dengan pelancaran satelit Terrasar-X pada tahun 2007.

Several strategies have been formulated in order to establish an integrated agricultural marketing information gateway in Malaysia. Amongst them are:-

- To popularize the usage of SDVI and its benefits to target groups;
- To appoint registered information providers with FAMA;
- To establish collaboration and sharing of knowledge with public institutions of higher learning, international organisations such as FAO and the International Trade Centre;
- SDVI provides market-based information while GIEWS allows SDVI information to be analysed in the wider context of food security; and
- The accuracy of supply information will be further enhanced by using satellite radar data images with 3 metre resolution provided by the Terrasar-X satellite scheduled to be launched in 2007.

Laporan **Operasi**

Review of Operations

Pembangunan Institusi Pemasaran
Marketing Institution Development

Pembangunan kemudahan pemasaran dan logistik di dalam pengurusan rantaian bekalan dari peringkat ladang sehingga kepada pengguna adalah penting dalam pemasaran hasil pertanian. Ianya merangkumi pembangunan kemudahan seperti pusat-pusat pengumpulan ladang di kawasan pengeluaran utama, pusat pengedaran di bandar-bandar dan Terminal Makanan Negara di bandar-bandar utama.

Manakala pembangunan prasarana peruncitan yang merangkumi Pasar Tani Mega, Pasar Tani, Desaraya dan Gerai Jualan merupakan luang pemasaran di peringkat pengguna.

Pembangunan prasarana dalam pengurusan rantaian bekalan dapat memudahkan pembangunan keusahawanan pengeluar dan pemasar serta mengurangkan masalah pemasaran keluaran hasil pertanian.

Pusat Pengumpulan

Pusat Pengumpulan berperanan sebagai pusat untuk mengumpulkan produk yang dihasilkan oleh pengeluar. Ia dibangunkan di lokasi yang sesuai dengan kawasan pengeluaran dan dilengkapi dengan pelbagai kemudahan pengendalian lepas tuai seperti alat pembersihan, penggredan, perawatan dan pembungkusan untuk aktiviti nilai tambah atau penyediaan bekalan sesuai dengan komoditi yang dikendalikan.

Sehingga akhir tahun 2005, FAMA telah membangunkan sebanyak 72 buah pusat pengumpulan (2004: 53 buah) yang melibatkan 1,678 orang peserta (2004: 1233 orang peserta).

The development of marketing and logistic infrastructures in the supply chain management from farm to table is important in the marketing of agricultural produce. This includes the development of farm collection centres at the main production zones, distribution centres in the urban areas and National Food Terminals in the main cities.

Retailing infrastructures such as Pasar Tani Mega, Pasar Tani, Desaraya and Gerai Jualan are marketing outlets at the consumer level.

The development of infrastructures under supply chain management facilitates in the development of entrepreneurship skills among producers and marketers while reducing marketing problems in agriculture produce.

Collection Centres

Collection centres function to collect agricultural produce at farm level. Collection centres are built at strategic locations near the production areas and are equipped with various post-harvest facilities for sorting, grading, treatment and packaging for value added activities or product preparation.

By the end of 2005, FAMA had developed 72 collection centres (2004: 53 units) with 1,678 participants (2004: 1,233 participation).

Pusat - Pusat Pengumpulan / Collection Centres

Pusat Pengedaran FAMA di Chui Chak, Batang Padang, Perak
FAMA Distribution Centre in Chui Chak, Batang Padang, Perak

Pembangunan Pusat Pengumpulan / Development of Collection Centres

Tahun Year	Bil. Pusat Number of Centres	Bil. Golongan Sasaran Number of Target Groups	Keluasan (Ekar) Acreage	Perbelanjaan Pembangunan Development Expenditure RM (Juta)
2004	53	1233	3151	2.3
2005	72	1678	3213	2.7

Pusat Pengedaran

FAMA membangunkan Pusat Pengedaran di kawasan bandar-bandar utama yang berhampiran kompleks pasar borong sedia ada. Ia berperanan sebagai pusat penerimaan, tambah nilai dan seterusnya mengedarkan hasil-hasil keluaran pertanian ke rangkaian pasaraya dan institusi. Pusat Pengedaran mempunyai kemudahan dan peralatan untuk urusan pembungkusan semula, penyimpanan, pemeraman dan khidmat logistik penghantaran.

Pada tahun 2005, dua buah pusat pengedaran baru telah diwujudkan di Beaufort dan Kota Marudu, Sabah. Ini menjadikan jumlahnya sebanyak 8 buah pusat pengedaran (2004: 6 buah) di seluruh negara. Selain berfungsi sebagai pusat edaran produk pertanian, pusat ini turut berfungsi sebagai pusat menyalurkan maklumat berkaitan perkembangan pemasaran hasil pertanian dan teknologi yang berfaedah kepada petani dan pengusaha.

Terminal Makanan Negara

Terminal Makanan Negara (TEMAN) merupakan pembangunan prasarana pasaran moden yang menghubungkan rangkaian pengeluar dan pembekal kepada pengguna. TEMAN berperanan sebagai pusat pemborongan hasil-hasil pertanian dan industri asas tani secara cekap dan berkesan. Ianya juga berperanan sebagai pusat pengumpulan maklumat, penentu kecukupan dan jaminan makanan serta agro pelancongan.

Pada tahun 2005, kerja-kerja rekabentuk projek TEMAN Ipoh telah disiapkan oleh perunding arkitek manakala bagi projek TEMAN Kota Bharu, proses pengambilalihan tanah telah diselesaikan.

Projek TEMAN Ipoh akan memberi manfaat secara langsung kepada sektor pertanian, terutama berkaitan pembangunan sumber bekalan dan luang pasaran bagi kumpulan sasar di seluruh Perak, Seberang Prai (Pulau Pinang), Gua Musang (Kelantan), Cameron Highlands (Pahang) dan negara amnya.

Distribution Centres

FAMA has set up Distribution Centres at major cities and located near to existing wholesale market complexes. They function as centres to receive produce, promote value added activities, and distribute agriculture products to retail chains and institutions. A distribution centre has various facilities and equipment for repackaging, storage, ripening and logistic delivery services.

In 2005, two new distribution centres were set up in Beaufort and Kota Marudu, Sabah. This brought the total to eight distribution centres (2004: 6 units) nationwide. Besides functioning as distribution centres for agricultural produce, they also act as information centres that disseminate information relating to agriculture marketing development and technologies useful to farmers and producers.

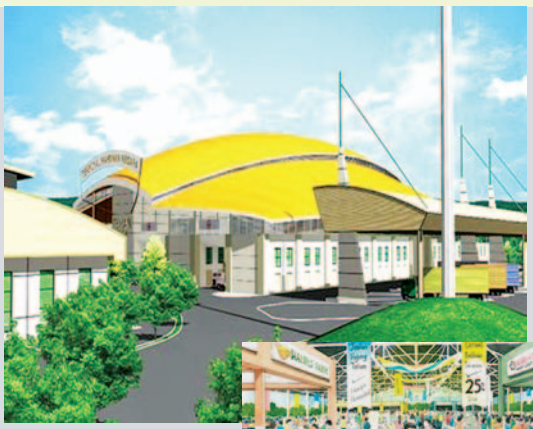
National Food Terminals

The National Food Terminal (Terminal Makanan Negara or TEMAN) is a modern marketing infrastructure that links producers and suppliers to consumers. TEMAN functions as an effective and efficient wholesale centre for agriculture and agro-based industry. It also functions as an information collection centre, food security and food safety requirement assessment and agro-tourism.

In the year 2005, work on designing the TEMAN in Ipoh was completed whereas for the TEMAN project in Kota Bharu, Kelantan, the process of land acquisition was completed.

The Ipoh TEMAN project will benefit the agriculture sector directly, especially in the development of supply sources and marketing outlets for target groups in Perak, Seberang Perai (Penang), Gua Musang (Kelantan), Cameron Highlands (Pahang) and the whole nation in general.

Bangunan utama pemborongan (Lakaran Artis)
Wholesaling main building (Artist Illustration)



Ruang utama kawasan pemborongan (Lakaran Artis)
Main wholesaling area (Artist Illustration)

Ruang dalaman bangunan utama pemborongan (Lakaran Artis)
Internal area of main building (Artist Illustration)

Lot gerai pemborong (Lakaran Artis)
Wholesale shop lots (Artist Illustration)

Pasar Tani

Pasar Tani memberi peluang kepada para petani untuk memasarkan hasil-hasil pertanian secara terus kepada pengguna. Ia bertujuan memperbaiki sistem pemasaran hasil-hasil pertanian supaya pengeluar/petani menerima harga yang munasabah dan menguntungkan manakala pengguna dijamin dengan bekalan bermutu pada harga yang berpatutan.

Sebanyak lapan buah pasar tani baru diwujudkan pada tahun 2005 menjadikan jumlahnya 232 buah (2004:224 buah) yang melibatkan 8,645 orang usahawan tani (2004:8,208 orang) dan telah mewujudkan peluang pekerjaan tambahan kepada lebih daripada 5,500 orang pembantu (2004:5000 orang). Nilai jualan pada tahun 2005 adalah RM195.3 juta (2004: RM175.7 juta).

Pembangunan pasar tani telah menjangkau 20 tahun dan peningkatan taraf pasar tani kepada Pasar Tani Mega (PTM) telah dilaksanakan. PTM merupakan pasar tani alaf baru yang diperkenalkan bagi memberikan satu anjakan imej dan seterusnya mengekalkan daya saing pasar tani.

PTM berkonsepkan *hypermarket terbuka* di mana kepelbagaian produk pertanian dan industri asas tani boleh diperolehi di setiap lokasi PTM. Ia merupakan satu lambang kejayaan milik bersama usahawan tani yang menjadi peserta pasar tani dan juga pengeluar, iaitu petani, penternak dan nelayan.

Perubahan imej yang ketara di PTM ialah pemakaian kanopi dan peralatan peragaan yang sesuai berbanding dengan pemakaian payung di pasar tani sedia ada. Ianya menonjolkan suasana karnival yang ceria, mesra pelanggan dan peragaan barangan yang lebih kemas, teratur dan bersih serta ruang membeli-belah yang lebih luas.

Pada tahun 2005, sebanyak 6 buah pasar tani telah dinaiktarafkan kepada Pasar Tani Mega (2004:1 buah).

Sebanyak 25 buah PTM dijangka akan diwujudkan pada tahun 2006 yang terdiri daripada PTM baru dan pasar tani sedia ada yang akan dinaiktarafkan.

Farmers' Markets (Pasar Tani)

Farmers' Markets create opportunities for farmers to market their produce directly to consumers. The objective of farmers' markets is to improve the marketing system to ensure that farmers/producers receive reasonable and profitable prices while consumers are guaranteed quality products at reasonable prices.

A total of eight new Pasar Tani were set up in the year 2005 bringing the total to 232 units (2004: 224 units) that involved 8,645 agro-entrepreneurs (2004: 8,208 entrepreneurs) and created additional working opportunities to more than 5,500 assistants (2004:5000 assistants). The combined sales value in 2005 was RM195.3 million (2004: RM175.7 million).

Twenty years have passed since the development of the first Pasar Tani and FAMA is in the process of upgrading the Pasar Tani to Pasar Tani Mega (PTM). The Pasar Tani Mega is a new concept which was introduced to enhance the image and maintain the competitiveness of pasar tani.

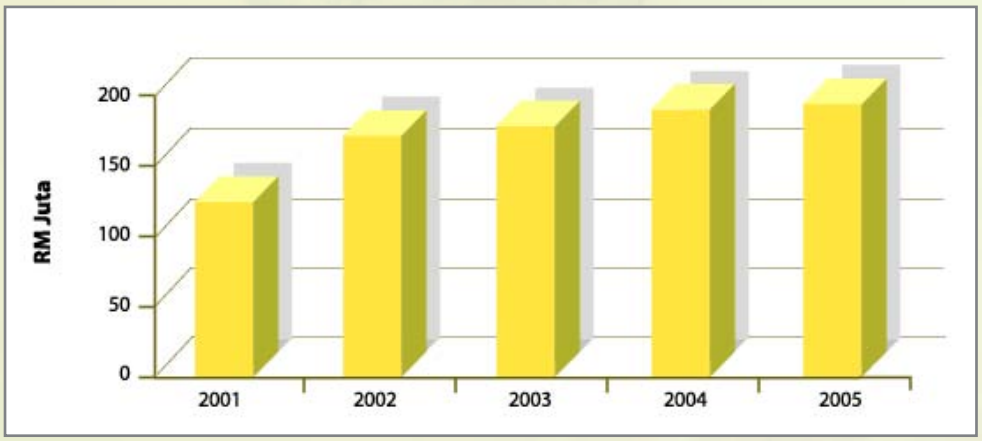
Pasar Tani Mega has the concept of an open hypermarket where a wide range of agriculture and agro-based products are sold. It is a symbol of success for entrepreneurs and producers.

The obvious change of image in PTM is the use of canopies and appropriate display equipment compared to the use of umbrellas in the traditional pasar tani. This creates a festive environment which is cheerful, consumer-friendly and neater, cleaner, with more organized product display while providing a more spacious shopping experience.

In the year 2005, a total of 6 pasar tani were upgraded to Pasar Tani Mega (2004: 1 unit).

A total of 25 Pasar Tani Mega are expected to be set up in 2006 which includes both new Pasar Tani Mega and upgrading of existing pasar tani.

Nilai Jualan (RM Juta) Pasar Tani Bagi Tahun 2001-2005
Sales Value (RM Million) of Pasar Tani 2001-2005



Pasar Tani Borong

Pasar Tani Borong (PTB) merupakan kemudahan pemasaran yang disediakan untuk peserta pasar tani bagi membolehkan mereka mengendalikan urusniaga secara borong di bangunan kekal. Ianya dilengkapi dengan pelbagai kemudahan seperti bilik sejuk, ruang pejabat, tandas, tempat letak kereta dan pelbagai kemudahan awam yang lain.

Pada tahun 2005, terdapat 7 buah PTB beroperasi (2004: 8 buah) dengan nilai jualan RM54.32 juta (2004: RM51.96 juta) yang melibatkan 138 orang usahawan tani (2004: 120 orang).

Desaraya

Desaraya bertujuan untuk menyediakan kemudahan pemasaran di premis kekal atau rumah kedai sama ada yang dibeli atau disewa. Setiap premis menempatkan sekumpulan peserta pasar tani yang berdaya tahan dan berdaya maju memasarkan produk pertanian dan industri asas tani secara terus pada setiap hari kepada pengguna.

Desaraya dapat mengukur kejayaan dan keupayaan peserta pasar tani di dalam pengurusan perniagaan runcit harian secara lebih teratur. Ianya akan dijadikan asas pemilihan mereka untuk menyertai projek-projek pasar tani yang lebih besar pada masa hadapan.

Wholesale Farmers' Markets (Pasar Tani Borong)

Pasar Tani Borong (PTB) is a marketing infrastructure that was established to provide facilities to Pasar Tani participants to conduct wholesale business at a permanent building. It is equipped with various facilities such as cold storage, office space, toilets, parking space and various other public amenities.

In the year 2005, there were seven PTB in operation (2004: 8 units) with combined sales value of RM54.32 million (2004: RM51.96 million) involving 138 agro-entrepreneurs (2004: 120 people).

Desaraya

The objective of the Desaraya programme is to provide marketing facilities at permanent premises or shop houses for pasar tani participants to run their businesses on a daily basis. The premises are either bought or rented. Each premise is occupied by a group of Pasar Tani participants who have shown resilience and progress to market agriculture and agro-based products directly to consumers.

The Desaraya is a measure of the success and capability of pasar tani participants in daily retail business management. It will form the basis for selection of participants for bigger pasar tani projects in the future.

Pasar Tani Biasa / Regular Pasat Tani

Pasar Tani Mega

Pasar Tani Mega Yang Telah Dilancarkan Tahun 2005
'Pasar Tani Mega' launched in 2005

Bil. / No.	Lokasi / Location	Tarikh Pelancaran / Date Launched	Perasmian Oleh / Officiated By
1	PTM Larkin, Johor Bahru	19 Februari 2005	Y.A.B. Timbalan Perdana Menteri
2	PTM Kg. Simee, Ipoh	30 April 2005	Y.B. Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
3	PTM Melawati, Hulu Klang	20 Ogos 2005	Y.A.B. Menteri Besar Selangor
4	PTM Kuantan	4 September 2005	Y.A.B. Menteri Besar Pahang
5	PTM Machang	30 September 2005	Y.B. Pengerusi FAMA
6	PTM Kelana Jaya	29 Oktober 2005	Y.B. Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani

Pada tahun 2005, terdapat 15 buah desaraya yang telah beroperasi di seluruh negara dengan nilai jualan RM8.7 juta yang melibatkan 62 orang usahawan tani.

Skim Pembangunan Kesejahteraan Rakyat

Skim Pembangunan Kesejahteraan Rakyat (SPKR) yang dilaksanakan di Kedah, Perlis, Pahang, Kelantan dan Terengganu bertujuan untuk meningkatkan pendapatan kumpulan sasar yang terdiri daripada golongan miskin dan miskin tegar supaya melepasi Paras Pendapatan Garis Kemiskinan (PPGK) sebanyak RM529 sebulan. FAMA telah membantu para peserta di dalam aktiviti kontrak pemasaran, pemprosesan dan pemasaran langsung.

Pada tahun 2005, seramai 435 orang peserta dibimbing di bawah program ini dengan perbelanjaan sebanyak RM1.4 juta. Daripada jumlah peserta tersebut, seramai 367 orang peserta telah berjaya ditingkatkan pendapatan mereka berbanding dengan sebelum mereka menyertai program dan seramai 79 orang peserta telah berjaya melepasi PPGK.

In 2005, 15 Desaraya were operational nationwide with sales value of RM8.7 million involving 62 agro-entrepreneurs.

People's Prosperity Development Scheme (Skim Pembangunan Kesejahteraan Rakyat)

The People's Prosperity Development Scheme (SPKR) was carried out in Kedah, Perlis, Pahang, Kelantan and Terengganu with the objective of increasing the incomes of target groups, including the poor and hardcore poor, to enable them to rise above the Poverty Line Income (PPGK) of RM529 a month. FAMA has helped participants in various ways such as contract marketing, processing and direct marketing activities.

In 2005, a total of 435 participants were provided guidance under this programme with expenditure amounting to RM1.4 million. Out of this total, 367 participants were successful in increasing their incomes as compared to their incomes before joining the programme and 79 of them surpassed the PPGK.

Pasar Tani Mega Melawati

Desaraya

Bilangan Peserta SPKR Mengikut Negeri Pada Tahun 2005
Number of SPKR Participants By State for the Year 2005

Negeri State	Bil. Peserta No. of Participants	Bil Peserta Melepasi PPGK No. of Participants Surpassing PPGK
Perlis	27	4
Kedah	84	20
Pahang	93	12
Terengganu	28	23
Kelantan	203	20
JUMLAH/TOTAL	**435**	**79**

Perisikan Pasaran
Market Intelligence

Perisikan Pasaran adalah aktiviti teras FAMA dalam mengumpul, memproses, menganalisis dan menterjemah data dan maklumat pasaran bagi tujuan membuat keputusan ke atas dasar, pelaburan dan aktiviti pertanian. Melalui kerjasama dengan jabatan dan agensi kerajaan dan syarikat swasta, FAMA menyelaras pengurusan data untuk pasaran dalam dan luar negara.

Program Perisikanan Pasaran FAMA menyediakan maklumat pasaran pertanian yang terkini, tepat, lengkap dan sesuai. Maklumat ini boleh dilayari di laman web www.famaxchange.org. Antara maklumat yang dimuatkan melalui laman web ini ialah harga pasaran terkini bagi produk pertanian, analisis industri, analisis harga, tinjauan pasaran, maklumat industri, maklumat pengeluar serta maklumat pelaburan. Maklumat tersebut dipaparkan di dalam Bahasa Inggeris dan Bahasa Melayu. Setakat ini, laman web ini telah diakses oleh pelawat daripada 34 negara dengan purata *hits* kira-kira 350,000 sebulan. Bilangan pelawat yang dicatatkan sehingga Disember 2005 ialah seramai 30,000 orang.

Market intelligence is a core activity of FAMA in the collection, processing, analysis and interpretation of market data and information for the purpose of decision making on policies, investments and agriculture activities. FAMA coordinates the management of information for local and overseas markets through cooperation with government departments and agencies as well as private companies.

FAMA's Market Intelligence programme provides up-to-date, accurate and comprehensive agricultural market information. This information can be accessed by surfing the website at www.famaxchange.org. Among the information provided on this website is the latest market price for agro-based products, industry analysis, price analysis, market outlook, industry information, producer information as well as investment information. The information is displayed in both English and Malay. So far, this website has been accessed by visitors from 34 countries with average hits of about 350,000 a month. The number of visitors recorded up to December 2005 was 30,000 people.

Maklumat Pasaran Dalam SDVI Pada Tahun 2005
Market Information in SDVI in 2005

Komoditi Commodity	Bil. Petani No. of Farmers	Keluasan (hektar) Area (hectare)
Sayur	8,155	7,438
Buah	24,020	10,528
Ikan	1,661	1,051
Ternakan	11,919	2,323
JUMLAH	**45,755**	**21,340**

Sistem Pemadanan Maklumat dan Permintaan *(Supply Demand Virtual Information-SDVI)* pula merupakan satu sistem bersepadu yang dibangunkan oleh FAMA bagi memantau keseimbangan keadaan pasaran dengan mengenalpasti permintaan hasil-hasil pertanian dan seterusnya merancang pengeluaran. Antara faedah yang boleh diperolehi daripada sistem ini ialah memantau masalah lebihan atau kurangan hasil-hasil pertanian, mengurangkan kerosakan lepas tuai, membolehkan petani mendapat pulangan yang lebih baik kerana konsep pemasaran terus dan pemadanan pengeluar Perusahaan Kecil Sederhana (PKS) dan pengedar barangan asas tani berkonsepkan *Organised Entrepreneur Manufacturing (OEM).* SDVI boleh dilayari melalui laman web FamaXchange.

Pada tahun 2005, kerja-kerja penganalisisan maklumat telah giat dijalankan dan telah menghasilkan laporan-laporan yang meliputi Tinjauan Pasaran Makanan, Laporan Analisis Harga Mingguan Hasil Pertanian, Profil Negara dan Analisis Industri bagi Komoditi Terpilih. Laporan-laporan ini diedarkan kepada Kementerian/Jabatan/Agensi yang berkenaan, Persatuan Pengeluar/Pengeksport, Badan-badan Bukan Kerajaan, kumpulan sasar dan pengguna.

Antara kajian yang telah dilaksanakan oleh FAMA sepanjang tahun 2005 ialah Kajian Kilang, Kajian Agrobazaar, Kajian Potensi Pasaran Sayur-sayuran dan Buah-buahan di Singapura, Kajian Bekalan, Kajian Institusi dan Kajian Kemasukan Barangan Pertanian ke Pasar Borong.

Perkhidmatan Teknologi Maklumat turut membantu menyediakan dan meningkatkan perkhidmatan infrastruktur rangkaian dan komunikasi, keselamatan ICT, kemudahan pemprosesan, kemudahan perkakasan dan perisian komputer

Supply Demand Virtual Information (SDVI) is an integrated system developed by FAMA to monitor market imbalances by estimating the demand of agricultural produce and subsequently assisting in production planning. Some benefits of this system include monitoring of surplus or shortage problems in agricultural produce, reducing post-harvest losses, helping farmers to get better returns on their produce by direct marketing as well as matching small and medium-sized entrepreneurs (SME) with agro-based product marketers using the concept of Organised Entrepreneur Manufacturing (OEM). SDVI can be accessed through the website www.famaxchange.org.

Market information analysis was actively carried out in 2005, resulting in the publication of several reports such as Food Market Outlook, Weekly Price Analysis Report, Country Profile and Commodity Industry Analysis. These reports were distributed to the relevant Ministries/Departments/Agencies, Producer/Exporter Associations, non-governmental organisations, as well as other target groups and consumers.

Among the market studies carried out by FAMA during the year include the Study on Factory Demand, Study on Agrobazaar, Market Potential Study on Vegetables and Fruits in Singapore, Study on Supply, Study on Institutional Demand, and Study on Entry of Produce into Wholesale Markets.

FAMA's Information Technology Services was instrumental in providing infrastructure networks, communication, ICT security, processing facilities, hardware and software as well as

dan pembangunan dan penyelenggaraan sistem. Di samping itu, ia juga menyediakan sistem yang mesra pengguna *(user friendly)* supaya mudah diakses, mudah difahami dan digunakan, dibina mengikut persekitaran pengguna serta data diintegrasikan dengan menggunakan satu pengkalan data sahaja. Melalui kaedah ini, ia dapat membantu pihak pengurusan di dalam membuat keputusan yang cepat dan tepat.

Pada tahun 2005, antara aktiviti utama Perkhidmatan Teknologi Maklumat ialah melaksanakan sistem *MyFinancial* untuk kegunaan Kewangan Urusniaga, sistem *MyInventory* untuk kegunaan setor Pengurusan dan Komputer dan *MyAsset* untuk kegunaan asset kenderaan, komputer, tanah, bangunan dan perabot, mengimplementasi sistem *MyDTS (Decision Tracking System)* untuk kegunaan semua pengarah di ibu pejabat, memperluaskan penggunaan sistem cuti *on-line* dan menjadikan www.famaxchange.org sebagai laman web rasmi FAMA.

the development and maintenance of the system. The emphasis is on providing a user friendly system that is easily accessible, understood and used, as well as developed based on user environment and integrated data by using a single database. The various programmes developed greatly assisted in management decisions.

Among the main activities carried out under Information Technology Services include the implementation of MyFinancial system for Trading, MyInventory system for Management of Store and Computer as well as MyAsset for the records of vehicles, computers, land, buildings and furniture. In addition, MyDTS (Decision Tracking System) to be utilised by all directors at the head office was implemented, while the use of online leave application system was extended and steps were taken towards making www.famaxchange.org the official website of FAMA.

Pembangunan Pemasaran Produk Segar
Marketing Development of Fresh Produce

Program pembangunan pemasaran produk difokuskan kepada produk segar seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ternakan dan akuakultur. Secara keseluruhannya, anggaran nilai urusniaga pemasaran bagi produk segar mencatatkan nilai sebanyak RM25.32 juta pada tahun 2005.

Buah-buahan

Prestasi pencapaian nilai urusniaga produk buah-buahan segar bagi tahun 2005 adalah sebanyak RM8.74 juta berbanding dengan RM7.37 juta pada tahun 2004. Nilai urusniaga buah-buahan segar meningkat sebanyak RM1.37 juta atau 18.59 peratus jika dibandingkan dengan tahun 2004. Secara keseluruhannya buah-buahan yang dipasarkan boleh dibahagikan kepada buah-buahan tidak bermusim seperti nanas, betik, tembikai, jambu, pisang, mangga, limau bali, nangka dan belimbing serta buah-buahan bermusim seperti rambutan, cempedak, durian, duku/dokong, manggis dan langsat.

The Marketing Development Programme for Fresh Produce focuses on vegetables, fruits, livestock and aquaculture. Overall, the value of FAMA's trading of fresh produce in 2005 was estimated at RM25.32 million.

Fruits

The sales value for fresh fruits in 2005 was RM8.74 million compared to RM7.37 million in 2004, representing an increase of RM1.37 million or 18.59 percent. Fruit marketing can be divided into two categories. Firstly, the marketing of non-seasonal fruits such as pineapple, papaya, watermelons, guava, bananas, mangoes, pomeloes, jackfruit and carambola and secondly, the marketing of seasonal fruits such as rambutan, cempedak, durian, duku/dokong, mangosteen and langsat.

Buah-Buahan Segar / Fresh Fruits

Pada tahun 2005, terdapat peningkatan dalam program kontrak pemasaran buah-buahan menyebabkan nilai jualan dan pemasaran buah-buahan meningkat lebih tinggi berbanding program-program pemasaran yang lain. Bilangan peserta kontrak pemasaran buah-buahan telah meningkat kepada 994 orang pada tahun 2005 berbanding 491 orang peserta dalam tahun 2004. Manakala keluasan kawasan bertanam pula meningkat kepada 2622 hektar berbanding 1744 hektar pada tahun 2004.

Pada tahun 2005, fokus program kontrak pemasaran lebih kepada penanaman buah tembikai, pisang, mangga dan nanas memandangkan buah-buahan ini mempunyai permintaan yang konsisten dan harga yang stabil di pasaran. Peningkatan dalam program kontrak pemasaran adalah konsisten dengan perancangan dan komitmen FAMA untuk memasarkan hasil keluaran yang berkualiti dan diterima baik oleh pengguna di pasaran di samping menyediakan luang pasaran tambahan kepada petani-petani, khususnya petani berskala kecil dan sederhana.

The higher sales value in fruit marketing compared to other marketing programmes in 2005 can be attributed to an increase in fruit contract marketing programmes carried out by FAMA. The number of participants involved in fruit contract marketing in 2005 increased to 994 participants compared to 491 participants in 2004 while total cultivated area increased to 2,622 hectares compared to 1,744 hectares in 2004.

Contract marketing programmes in 2005 concentrated on watermelons, bananas, mangoes and pineapples due to the fact that these fruits have a consistent demand and relatively stable prices in the market. The increase in contract marketing programmes is consistent with FAMA's planning and commitment in marketing agricultural produce of high quality and wide consumer acceptance while providing additional market outlets to farmers, especially the small and medium-scale farmers.

Majlis Pelancaran Pesta Buah-Buahan Bermusim Malaysia oleh YB.Dato' Seri Mohd Shariff bin Haji Omar, Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani, 29 Julai 2005, Giant Hypermarket, Shah Alam.

Launching Ceremony of Malaysia Seasonal Fruits Fiesta by Y.B. Dato' Seri Mohd Shariff bin Haji Omar, Deputy Minister of Agriculture and Agro-based Industry, on 29 July 2005, Giant Hypermarket, Shah Alam

Pada tahun 2005, kerjasama strategik (*strategic alliance*) dengan beberapa perantara pasaran institusi yang besar seperti *hypermarket* dan pasaraya dipertingkatkan sejajar dengan hasrat kerajaan untuk meningkatkan kerjasama dalam memasarkan hasil pertanian dengan sektor swasta. Contohnya kerjasama dengan hypermarket Giant (GCH Retail Malaysia Sdn. Bhd.) telah diperhebatkan dengan penganjuran pelbagai program pesta jualan buah-buahan tempatan di 22 outlet Giant di seluruh Malaysia. Kemuncak kepada kerjasama ini ialah penganjuran pesta jualan buah-buahan bermusim yang dirasmikan oleh YB Dato' Seri Mohd Shariff bin Haji Omar, Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani, pada 29 Julai 2005 di Giant Hypermarket, Shah Alam.

Kerjasama strategik juga diperkukuhkan dengan pasaraya lain seperti Jaya Jusco Stores (M) Sdn.Bhd. melalui pembekalan pelbagai jenis buah-buahan tempatan secara tetap di semua rangkaian pasaraya Jaya Jusco di Malaysia. Manakala kerjasama dengan perantara pasaran institusi yang lain seperti Carrefour

FAMA also increased strategic alliances with several large marketing intermediaries such as hypermarkets and supermarkets in line with the government's emphasis on collaboration with the private sector in marketing of agricultural products. For example, collaboration with Giant Hypermarket (GCH Retail Malaysia Sdn. Bhd.) was intensified by organizing local fruit sales fiesta programmes at 22 Giant outlets nationwide. The highlight of this collaboration was the launching of the seasonal fruit sales fiesta by Y.B. Dato' Seri Mohd Shariff bin Haji Omar, Deputy Minister of Agriculture and Agro-based Industry on 29 July 2005 at Giant Hypermarket, Shah Alam.

Strategic collaboration with other supermarkets such as Jaya Jusco Stores (M) Sdn. Bhd. was also strengthened through regular supply of various types of local fruits at all Jaya Jusco Supermarket chains in Malaysia. While cooperation with other institutional marketing intermediaries such as Carrefour

Malaysia, MAKRO Cash & Carry dan LSG Brahim Sky Chef (sebelum ini dikenali sebagai MAS Catering) juga berjaya diperingkatkan melalui pelbagai program jualan dan promosi buah-buahan tempatan.

Dalam usaha mengatasi masalah lebihan bekalan buah-buahan bermusim, pelbagai program pemasaran telah diatur sepanjang tahun 2005 dengan kerjasama Pihak Berkuasa Tempatan (PBT), agensi kerajaan dan swasta.

Di samping meningkatkan luang pasaran kepada petani, FAMA juga terlibat dalam operasi belian terus daripada petani, khususnya yang menghadapi masalah pemasaran buah-buahan bermusim yang serius. Misalnya, operasi belian langsung telah dijalankan ke atas buah-buahan bermusim seperti buah durian, rambutan, cempedak dan duku di sekitar kawasan pengeluaran utama di Perak, Johor, Kedah, Terengganu dan Pahang. Pada tahun 2005, FAMA berjaya mengendalikan pemasaran buah durian yang mencecah kuantiti sebanyak 2100 tan metrik dengan nilai kendalian lebih daripada RM2.0 juta. Dalam operasi ini juga, petani-petani telah ditawarkan harga belian yang lebih baik daripada pembeli lain dalam pasaran supaya dapat membantu petani mengekalkan pendapatan mereka.

Malaysia, MAKRO Cash & Carry and LSG Brahim Sky Chef (previously known as MAS Catering) was also increased through several sales and promotion programmes for local fruits.

In an effort to overcome the glut problem in seasonal fruits, several marketing programmes were organised during the year with the cooperation of local authorities, government agencies and the private sector.

Apart from increasing market outlets to farmers, FAMA was also involved in direct purchase operations to help farmers who faced serious fruit marketing problems. For example, direct buying operations were carried out for seasonal fruits such as durian, rambutan, cempedak and duku in major production areas in Perak, Johor, Kedah, Terengganu and Pahang. FAMA successfully marketed 2100 tonnes of durians valued at RM2.0 million in 2005. In this operation, farmers were offered a better price than other buyers in the market in order to stabilize farm incomes.

Program Pemasaran Untuk Menangani Masalah Lebihan Bekalan Buah-Buahan Bermusim
Fruit Marketing Programmes to Overcome Seasonal Fruit Glut Problem

Bil. / No.	Program / Programme	Bilangan / Number
1	Pesta Jualan di lokasi terpilih dengan kerjasama Majlis Tempatan/Daerah/Kompleks Membeli-Belah. Sales carnival at selected locations with the cooperation of local councils/district and shopping complexes.	40 pesta jualan (Mei-Disember) 40 sales carnivals (May-December)
2	Promosi Khas Buah-Buahan Bermusim di Pasaraya terpilih di seluruh Malaysia. Special promotion of seasonal fruits at selected supermarkets in Malaysia.	25 outlet 25 outlets
3	Pesta Jualan Buah-Buahan Bermusim di GIANT Hypermarket, Carrefour Malaysia dan MAKRO Cash & Carry (Malaysia) terpilih seluruh Malaysia. Sales carnival of seasonal fruits at selected GIANT Hypermarket, Carrefour Malaysia and MAKRO Cash & Carry (Malaysia) throughout Malaysia.	17 outlet 17 outlets

Hasil pemantauan dan pemerhatian FAMA menunjukkan program-program sedemikian telah dapat membantu menstabilkan harga buah-buahan bermusim dalam pasaran. Misalnya, harga durian dapat distabilkan di antara RM0.70-RM1.00 dan buah-buahan lain di antara RM1.00-RM1.50/kg di peringkat ladang dan seterusnya membantu petani meningkatkan pendapatan mereka.

Sepanjang tahun 2005 juga, FAMA telah menganjurkan beberapa program latihan dan seminar kepada kumpulan petani di bawah kontrak pemasaran di Terengganu, Perak dan Pahang. Latihan ini bertujuan meningkatkan kemahiran petani di dalam pengendalian lepas tuai buah seperti kaedah penggredan, pembungkusan, penyimpanan dan mendedahkan petani kepada keperluan pasaran.

Aktiviti-aktiviti pembangunan lain seperti program pertemuan antara perantara pasaran seperti pemborong, peraih dan pengusaha dengan FAMA juga turut dijalankan untuk mendapatkan pandangan dan perkembangan terbaru dalam pemasaran buah-buahan tempatan.

FAMA's monitoring and observation show that these programmes have helped to stabilise the prices of seasonal fruits in the market. For example, the price of durians stabilised between RM0.70 and RM1.00 while other fruits stabilised between RM1.00 and RM1.50/kg at farm level and this helped farmers by increasing their incomes.

Throughout the year 2005, FAMA sponsored several training and seminar programmes to groups of farmers under contract marketing programmes, particularly in Terengganu, Perak and Pahang. The objective of this training was to raise the skill levels of farmers in post-harvest activities such as grading, packaging and storage of fruits as well as exposing farmers to market requirements.

Other development activities such as dialogues between market intermediaries like wholesalers, collectors and entrepreneurs with FAMA were also conducted to obtain views and latest developments pertaining to local fruit marketing.

Pada tahun 2005 juga, FAMA telah memperkenalkan pembungkusan berbentuk *consumer's pack* yang sesuai dengan kehendak dan citarasa pengguna. Bentuk pembungkusan ini mempunyai maklumat khasiat makanan dan maklumat lain untuk membantu meningkatkan kesedaran dan pengetahuan pengguna. FAMA yakin bahawa dengan pembungkusan sedemikian, keyakinan pengguna dapat dipertingkatkan dan kesan jangka panjang akan diperolehi di mana rakyat Malaysia akan memakan lebih banyak buah-buahan tempatan.

Sayur-sayuran

Anggaran nilai jualan sayur-sayuran FAMA pada tahun 2005 adalah sebanyak RM7.5 juta. Aktiviti urusniaga sayur-sayuran telah memberi faedah kepada 625 petani yang telah menggunakan perkhidmatan FAMA untuk memasarkan sayur-sayuran. Keluasan ladang kontrak sayur yang terlibat ialah 897 ekar yang diusahakan oleh 503 orang peserta. Pada tahun 2005, bilangan peserta yang terlibat dalam program kontrak pemasaran telah bertambah sebanyak 35 peratus.

Tumpuan urusniaga sayur-sayuran bagi tahun 2005 ialah pada sayur-sayuran jenis berbuah dan umbisi seperti labu manis, halia, kubis bulat, cili merah dan tomato. Sebahagian besar sayur-sayuran yang diurusniagakan merupakan hasil keluaran daripada program kontrak pemasaran. Bantuan pemasaran turut diberi kepada petani yang menghadapi masalah pemasaran dan memerlukan bantuan FAMA untuk memasarkan hasil tanaman mereka.

Antara kejayaan penting yang dicapai pada tahun 2005 ialah penghantaran cili merah melalui udara dari Sabah ke pasaran Semenanjung Malaysia. Urusniaga ini dijalankan apabila harga cili merah di Semenanjung berada pada paras yang tinggi. Sebanyak 12 hantaran yang melibatkan hampir 10 tan metrik cili merah telah berjaya dijual. Penglibatan FAMA dalam urusniaga ini telah memberikan pulangan yang baik kepada petani di Sabah. Bagi perancangan jangka panjang, FAMA telah membekalkan benih cili merah Kulai kepada petani di Sabah supaya harga cili merah yang dipasarkan lebih tinggi dan mengikut kehendak dan keperluan pasaran di Semenanjung.

FAMA also introduced consumer pack packaging suitable for consumer tastes and needs. This type of packaging carries labels that explain nutritional facts and provide other information to raise consumer awareness and knowledge. FAMA is confident that with this type of packaging, consumer confidence can be raised and Malaysians will be encouraged to eat more local fruits in the long run.

Vegetables

The value of trade in vegetables for 2005 was estimated at RM7.5 million. Vegetable trading activities benefited 625 farmers who used FAMA services to market their vegetables during the year. The acreage of vegetable farms involved in contract marketing was 897 acres and involved 503 participants. In 2005, the number of participants in contract marketing programmes increased by 35 percent.

The focus of vegetable trading for the year 2005 was on fruit-type and root vegetables like sweet pumpkin, ginger, round cabbage, red chilli and tomato. A large proportion of the vegetables traded were from contract marketing programmes. Marketing assistance was also given to farmers with marketing problems and in need of FAMA help in marketing their produce.

One of the highlights of the programme in 2005 was the shipment of red chillies by air from Sabah to Peninsular Malaysia. This transaction was carried out when the price of red chilli in Peninsular Malaysia was very high. Twelve shipments were sent involving almost 10 tonnes which were successfully sold. FAMA involvement in this trade contributed to higher returns to farmers in Sabah. As a long term measure, FAMA supplied Kulai red chilli seeds to farmers in Sabah so that the produce can fetch a higher price and meet market requirements in Peninsular Malaysia.

Bagi meningkatkan jualan labu manis, FAMA telah mengatur promosi jualan dan demonstrasi masakan di beberapa negeri. Promosi jualan telah dijalankan dengan kerjasama Pasaraya Giant di Lembah Kelang, Negeri Sembilan dan Perak. Melalui program ini, hampir 80 tan metrik labu manis telah berjaya dipasarkan. Di samping itu, promosi jualan dan demonstrasi masakan juga diadakan di pasar-pasar tani sekitar Selangor, Perak dan Kelantan.

Promosi jualan kubis bulat dan tomato telah dijalankan pada bulan Februari dan April bagi menangani masalah kemerosotan harga. Program ini membantu meningkatkan belian komoditi tersebut di Cameron Highlands dan dapat menstabilkan harga pada paras yang lebih tinggi daripada kos pengeluaran, terutama selepas Tahun Baru Cina.

Hantaran percubaan labu manis yang pertama ke Sarawak telah dibuat melalui kapal laut pada September 2005. Komoditi tersebut sampai dalam keadaan yang baik dan dapat dipasarkan dengan mudah. Memandangkan labu manis tersebut adalah jenis Taiwan 767 dan berbeza daripada labu tempatan, ianya telah membuka pasaran labu manis jenis Taiwan 767 di Sarawak. Di samping itu, aktiviti pemborongan sayur-sayuran telah menunjukkan peningkatan sebanyak 30 peratus pada tahun 2005.

Sepanjang tahun 2005, FAMA telah menganjurkan beberapa latihan dan seminar kepada kumpulan petani di bawah program kontrak pemasaran di Kelantan dan Terengganu. Latihan ini bertujuan meningkatkan kemahiran petani di dalam penanaman labu manis dan cili merah, mendedahkan petani kepada keperluan-keperluan pasaran dan seterusnya dapat meningkatkan produktiviti petani dan mutu hasil yang dikeluarkan.

Program *Business Council* turut diadakan di antara pihak FAMA dengan ahli Persatuan Pemborong di Selayang dan Johor Bahru. Tujuan program ini ialah untuk menjalinkan hubungan perniagaan dengan ahli persatuan supaya pertukaran maklumat pasaran dapat dipertingkatkan. Program yang sama juga telah dilaksanakan dengan Persatuan Penanam dan Pengumpul Sayur-Sayuran di Cameron Highlands.

Ternakan dan Akuakultur

Industri ternakan dan akuakultur sedang mengalami perkembangan pesat untuk meningkatkan pengeluaran dan tahap sara diri yang dipelopori oleh pengusaha besar. Bagi menyokong penglibatan pengusaha-pengusaha kecil, FAMA melibatkan diri dalam memajukan pembekalan dan luang pasaran.

Bagi tahun 2005, perkhidmatan pemasaran FAMA ditumpukan kepada aktiviti pembekalan kepada peniaga pasar tani borong dan pasar tani, institusi dan pasaran terbuka.

FAMA berusaha meningkatkan infrastruktur bagi mempercekapkan pasaran. Sepanjang tahun 2005, FAMA telah membina tiga buah pusat pemasaran lembu, iaitu di Simpang Pelangai (Pahang), Mersing (Johor) dan Pasir Mas (Kelantan), sebuah Pusat Pemproses Ayam di Kompleks Bilik Sejuk (KBS) Ipoh (Perak) dan sebuah pusat pemasaran ikan air tawar di Seremban (Negeri Sembilan).

To increase the sales of sweet pumpkin, FAMA arranged sales promotion and cooking demonstrations in several states. Sales promotions were organised with the cooperation of Giant Supermarkets in the Klang Valley, Negeri Sembilan and Perak. Through this programme, almost 80 tonnes of sweet pumpkin was successfully marketed. In addition to sales promotion, cooking demonstrations were also conducted in several pasar tani around Selangor, Perak and Kelantan.

Round cabbage and tomato sales promotions were carried out in the month of February and April to overcome the problem of sharp price declines. This programme helped to increase sales of these produce from Cameron Highlands and stabilized prices at a level higher than production cost, especially after Chinese New Year.

The first trial shipment of sweet pumpkin to Sarawak was conducted by sea in September 2005. The produce arrived in good condition and was marketed easily. The sweet pumpkin is of Taiwan 767 type and is different from local pumpkin and therefore, could easily establish new market demand in Sarawak. In addition, wholesale activities of vegetables showed an increase of 30 percent in the year 2005.

Throughout the year 2005, FAMA organised several training and seminar programmes for farmers under the contract marketing programmes in Kelantan and Terengganu. This training was an effort to increase farmers' skill in planting sweet pumpkin and red chilli, as well as exposing farmers to market requirements with the aim of increasing productivity and the quality of produce.

A Business Council Programme was also conducted between FAMA and the members of the Wholesale Association in Selayang and Johor Bahru. This programme was aimed at establishing business relationships with association members to encourage market information exchange for mutual benefits. A similar programme was also conducted with Farmers' Association and vegetable collectors in Cameron Highlands.

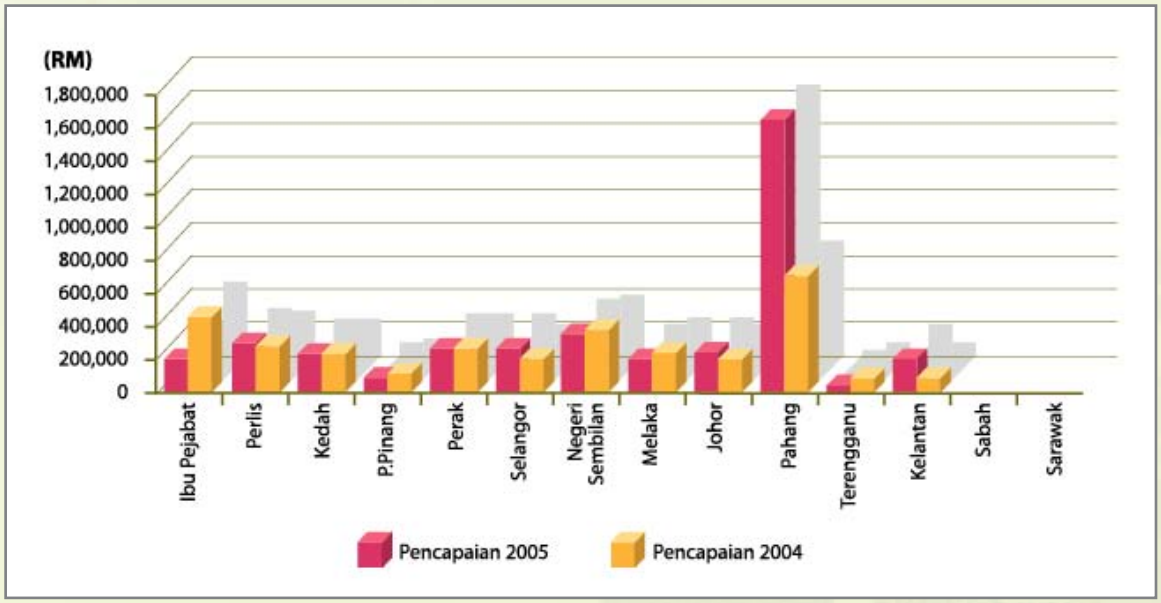
Livestock and Aquaculture

The livestock and aquaculture industry is developing at a rapid pace to increase production to sustainable levels and is mostly dominated by large-scale entrepreneurs. To support the involvement of small-scale entrepreneurs, FAMA has taken steps in developing the supply and market outlets.

FAMA marketing services in 2005 focused on supplying livestock to participants of wholesale farmers' markets, farmers' markets, institutions and the open market.

FAMA also intensified efforts at providing marketing infrastructures for efficient marketing. In 2005, FAMA built three livestock marketing centres located at Simpang Pelangai (Pahang), Mersing (Johor) and Pasir Mas (Kelantan), one poultry processing centre at the Cold Storage Complex (KBS) Ipoh, Perak and one freshwater fish marketing centre in Seremban (Negeri Sembilan).

Pencapaian Urusniaga Ternakan & Akuakultur Mengikut Negeri
Performance of Trading in Livestock and Aquaculture by States



MoU Kontrak Pemasaran Lembu, Felda Tekam Resort, Jerantut Pahang, 11 Mac 2005.
MoU on Beef Contract Marketing, Felda Tekam Resort, Jerantut Pahang, 11 March 2005.

Pembinaan Pusat Pemasaran Ikan Air Tawar di Seremban, Negeri Sembilan.
Construction of the Fresh Water Fish Marketing Centre in Seremban, Negeri Sembilan.

Seminar dan Ekspo Ikan Hiasan dan Haiwan Kesayangan di Johor Bahru.
Seminar and Expo on Ornamental Fish and Pets in Johor Bahru.

Kursus Pengendalian Ikan Air Tawar (Keli) di Tangkak, Johor.
Course on Fresh Water Fish Handling in Tangkak, Johor.

Usaha penambahbaikan pusat pemasaran lembu di Jerantut (Pahang) dan Jempol (Negeri Sembilan), pusat pemasaran ikan air tawar di Johor Bahru, Machang (Kelantan), Butterworth (Pulau Pinang), Jelebu (Negeri Sembilan), Maran (Pahang), Kuala Ibai (Terengganu) dan Ipoh (Perak) telah dilaksanakan.

Dalam usaha menjamin bekalan yang berterusan dan menepati kualiti, FAMA telah mengadakan Memorandum Persefahaman (MoU) pemasaran lembu dengan penternak di Jerantut, Pahang, dan pemasaran ikan tilapia dengan 15 orang penternak di Kenering, Perak.

Secara keseluruhannya, dijangkakan pemasaran ternakan dan akuakultur pada tahun 2006 akan berkembang secara positif selaras dengan usaha kerajaan untuk membantu meningkatkan taraf hidup petani dan penternak. Pelbagai program akan dilaksanakan sepanjang tahun 2006 untuk memasarkan hasil ternakan dan akuakultur secara komersil.

Efforts were also carried out to improve facilities at livestock marketing centres in Jerantut (Pahang) and Jempol (Negeri Sembilan), and freshwater fish marketing centres in Johor Bahru, Machang (Kelantan), Butterworth (Penang), Jelebu (Negeri Sembilan), Maran (Pahang), Kuala Ibai (Terengganu) and Ipoh (Perak).

In an attempt to ensure regular supplies of high quality livestock and aquaculture products, FAMA signed a Memorandum of Understanding (MoU) with livestock breeders in Jerantut, Pahang, and 15 tilapia fish farmers in Kenering, Perak.

Overall, the marketing of livestock and aquaculture for the year 2006 is projected to expand positively in line with the government's efforts to increase farmers' standard of living. Various programmes will be implemented in 2006 to market livestock and aquaculture commercially.

Bijirin dan Herba

Penglibatan FAMA di dalam pemasaran produk bijirin dan herba telah meningkat kepada RM1.99 juta pada tahun 2005 berbanding dengan RM1.62 juta pada tahun 2004. Peningkatan perkhidmatan FAMA di dalam pemasaran bijiran dan herba telah menambahkan jumlah petani yang mendapat manfaat daripada 900 orang pada tahun 2004 kepada 1,200 petani pada tahun 2005. Komoditi yang FAMA terlibat ialah kelapa, tebu, jagung, koko dan kopi di negeri-negeri Selangor, Perak, Negeri Sembilan, Terengganu, Johor dan Kelantan. Untuk jagung, kontrak pemasaran antara FAMA dengan 30 orang penanam jagung Daerah Banting, Selangor dan Circle Leaf Trading di Negeri Sembilan telah diadakan pada 20 Disember 2005.

Herba merupakan satu lagi produk yang berpotensi dan berdaya maju untuk menjana ekonomi negara. Dalam usaha untuk membangunkan sektor ini, dua projek telah diberi penekanan pada tahun 2005, iaitu projek Ladang Kontrak Bunga Melur di Taiping, Perak dan Ladang Kontrak Roselle di Mersing, Johor. Untuk ladang kontrak bunga melur, pendedahan petani dalam aspek pengendalian lepas tuai telah disalurkan melalui kursus-kursus dan lawatan ke ladang yang berjaya. Hasil keluaran untuk pasaran tempatan didapati amat memberangsangkan. FAMA telah merancang untuk meluaskan pasaran produk bunga melur ke pasaran luar negara dalam bentuk *Jasmine essential oils*.

Bagi tanaman roselle pula, usaha-usaha untuk membekalkan kaliks kepada kilang-kilang tempatan telah digembeling dan usaha awal mengeksport kelopak bunga roselle ke Australia telah bermula dan dijangka mendapat pasaran yang tinggi di masa hadapan. Khidmat nasihat dalam aspek pengendalian lepas tuai, pemprosesan dan pembungkusan telah dilaksanakan untuk menyediakan bekalan yang ditentukan oleh kilang. Kontrak pemasaran antara FAMA dan 20 orang penanam roselle di Mersing dan Wang Nutrition Sdn. Bhd. telah dimeterai pada 2 Ogos 2005.

Grains and Herbs

FAMA's involvement in the marketing of grains and herbal products increased to RM1.99 million in 2005 compared to RM1.62 million in the year 2004. This has increased the number of farmers who benefited from the programme from 900 farmers in the year 2004 to 1,200 farmers in 2005. The commodities marketed were coconut, sugar cane, corn, cocoa, and coffee located in the states of Selangor, Perak, Negeri Sembilan, Terengganu, Johor and Kelantan. In addition, marketing contracts between FAMA and 30 corn farmers from the District of Banting, Selangor and Circle Leaf Trading in Negeri Sembilan were signed on 20th December 2005.

Herbs have been accorded recognition as products with high growth potential and commercial viability to contribute to the economy. In an effort to develop this sector, FAMA concentrated on two projects, i.e. Jasmine Flower Contract Farming in Taiping, Perak and Roselle Contract Farming in Mersing, Johor. Jasmine flower contract farming participants were provided training on the aspect of post-harvest handling through several seminars and study visits to successful farms. The local market potential for jasmines is very encouraging. FAMA plans to expand the market for jasmine products overseas in the form of jasmine essential oils.

Meanwhile for roselle, efforts were undertaken to supply flower calyx to local factories. Initiatives to export roselle calyx to Australia were also begun and the potential market there is estimated to be large. Advisory and consultancy services on the aspects of post-harvest handling, processing, and packaging were provided to ensure that calyx delivered by farmers met factory requirements. A marketing contract between FAMA and 20 roselle farmers in Mersing and Wang Nutrition Sdn. Bhd. was signed on 2 August 2005.

Misai Kucing / Misai Kucing

Mas Cotek / Mas Cotek

Program *Business Council* di antara FAMA dengan pengeksport telah berjalan untuk memperkukuhkan maklumat dan luang pasaran. Bagi tanaman tebu, perbincangan telah diadakan di antara FAMA dan pengeksport pada bulan Disember 2005. Tujuan utama perbincangan ini adalah untuk mencari maklumat mengenai potensi pasaran eksport tebu ke Singapura dan memperkukuhkan serta membaik pulih cara pengeksportan tebu dari Malaysia ke Singapura.

Satu jawatankuasa antara agensi telah dibentuk untuk memperbaiki kelemahan yang ada seperti yang telah disuarakan oleh pihak kerajaan Singapura berkaitan dengan kualiti dan pembungkusan tebu.

Untuk perancangan masa hadapan, penggembelingan komoditi herba akan digiatkan dengan pelaksanaan beberapa ladang kontrak, khususnya kepada pengusaha-pengusaha tempatan yang memerlukan bekalan. Herba yang mempunyai potensi akan diketengahkan, seperti misai kucing, kacip fatimah, emas cotek, hempedu bumi, limau purut dan serai wangi yang amat diperlukan oleh pengusaha-pengusaha untuk mengurangkan bil import negara.

Pasaran Eksport

Secara amnya, objektif aktiviti eksport FAMA ialah untuk membangunkan pasaran eksport hasil hortikultur tempatan sama ada segar atau proses melalui pelbagai aktiviti pembangunan pasaran eksport di samping menjalankan aktiviti urusniaga dengan petani yang berpotensi membekalkan produk berkualiti eksport.

Secara keseluruhannya, urusniaga eksport FAMA pada tahun 2005 merekodkan nilai sebanyak RM0.857 juta berbanding RM3.15 juta pada tahun 2004. Penurunan yang begitu ketara adalah sebahagian besarnya merupakan usaha FAMA membangunkan usahawan pengeksport dengan membantu usahawan berpotensi menjalankan operasi eksport secara berterusan.

Sebahagian besar aktiviti eksport FAMA ditumpukan kepada pasaran Eropah dan produk utama yang difokuskan ialah buah-buahan segar seperti belimbing dan rambutan serta produk proses seperti Sri Kaya Madu, bawang goreng dan serbuk santan. Destinasi utama eksport ialah Netherlands, Denmark, Sweden dan Jepun di samping pasaran tradisi seperti Singapura, Brunei dan Hong Kong.

A Business Council programme between FAMA and exporters was conducted to strengthen information sharing and expansion of market outlets. For sugar cane, a discussion was held between FAMA and exporters in December 2005. The main purpose of this discussion was to acquire information regarding export potential of sugar cane to Singapore and to improve the exporting and handling processes of sugar cane to Singapore.

A committee among agencies was created in order to rectify existing weaknesses relating to the quality and packaging of sugar cane as required by the Singapore government.

Marketing of herbs will be intensified in the near future by increasing the number of contract marketing, especially with local entrepreneurs who need the supplies. Herbs with high market potential will be emphasised such as Misai Kucing (Ortosiphun stamineus), Kacip Fatimah (Labisia pumila), Emas Cotek (Ficus deltoidea), Hempedu Bumi (Andrographis paniculata), limau purut (Cytrus hystrix) and lemon grass, which can fulfil entrepreneurs' requirements and thus reduce the country's import bill.

Export Marketing

The objective of the FAMA export marketing programme is to develop export markets for local horticultural produce, both fresh and processed, through various export market development activities. Towards this end, FAMA makes arrangements with farmers with the potential to supply export quality produce.

FAMA's export trade in 2005 recorded a value of RM0.857 million compared to RM3.15 million in the year 2004. The significant drop in exports was due to FAMA's efforts in developing entrepreneurs capable of exporting by helping them to run their own export operations consistently.

A large part of FAMA's export activities was focused on the European market and the main products were fresh fruits such as carambola and rambutan. In addition, processed products such as Honey Coconut Spread, fried onion slices and desiccated coconut were also exported. The main destinations for export in 2005 were the Netherlands, Denmark, Sweden and Japan as well as traditional markets such as Singapore, Brunei and Hong Kong.

Persediaan Mengeksport Buah-Buahan / Preparation for Eksport Shipment of Fruits

Usaha-usaha penerokaan pasaran bagi buah-buahan bermusim juga dijalankan pada tahun 2005 supaya pengeksportan buah-buahan tidak hanya tertumpu kepada buah-buahan tidak bermusim sahaja. Setakat ini FAMA telah berjaya meneroka pasaran seperti Sweden, Spain, Denmark, United Kingdom, Jerman, Pakistan, Kanada dan Afrika Selatan. Usaha-usaha akan diteruskan dengan penghantaran percubaan atau *trial shipment* bagi buah-buahan seperti dokong, pitaya dan rambutan.

Selain daripada itu, operasi eskport FAMA juga melibatkan program pembangunan pemasaran seperti hantaran percubaan ke destinasi eksport yang baru. Misalnya, hantaran percubaan buah belimbing dan limau bali ke pasaran Kanada, produk proses berjenama AgroMas dan OleMas ke Bahrain, buah nanas N36 ke Pakistan, dan nanas josapine dan kelapa tua ke Yaman, telah dilakukan dengan berjayanya. Manakala hantaran sampel buah dan barangan proses juga telah dilakukan ke China, Brunei, Arab Saudi, UAE, United Kingdom, Netherlands dan Ireland. Ini bertujuan untuk mendapatkan maklumbalas pengguna di negara-negara tersebut sebelum hantaran percubaan dan operasi eksport dapat dilakukan.

Program-program pembangunan lain seperti simulasi hantaran mangga ke Sarawak melalui kapal laut, promosi *in-store* buah belimbing dan limau bali di Kanada dan hantaran promosi buah-buahan tempatan ke pejabat kedutaan Malaysia, pejabat MATRADE dan jabatan-jabatan lain Malaysia di luar negara juga turut dijalankan untuk meningkatkan kesedaran pengguna tentang buah-buahan tempatan dan membantu meningkatkan permintaan terhadap buah-buahan Malaysia di pasaran eksport.

Efforts in exploring new markets for seasonal fruits were carried out in 2005 to complement the export of non-seasonal fruits. So far FAMA has successfully penetrated new markets such as Sweden, Spain, Denmark, United Kingdom, Germany, Pakistan, Canada and South Africa. Further efforts were undertaken with several trial shipments of fruits such as dokong, dragon fruits and rambutan.

FAMA's export operations also included marketing development programmes such as trial shipments to several new destinations, for example, carambola and pomelo to Canada, AgroMas and OleMas processed products to Bahrain, N36 pineapples to Pakistan, and josapine pineapples and coconuts to Yaman. Shipments of fruit and processed products samples to China, Brunei, Saudi Arabia, UAE, United Kingdom, Netherlands and Ireland were also carried out. The objective of these trial shipments was to ascertain consumer response towards Malaysian products before actual shipments are sent.

Other development programmes such as shipment simulations of mango to Sarawak by ship, carambola and pomelo in-store promotion in Canada and local fruit promotional shipments to Malaysian embassies, MATRADE offices and other Malaysian overseas departments were also carried out in efforts to increase foreign consumer awareness towards Malaysian fruits and thus help to increase demand for Malaysian fruits.

Pembangunan Pemasaran Produk Proses
Marketing Development of Processed Products

Program Pembangunan Pemasaran Produk Proses FAMA telah diperkukuhkan pada tahun 2005 selaras dengan peningkatan tumpuan kerajaan kepada pembangunan industri asas tani. FAMA berperanan untuk membangun, mempertingkatkan dan meluaskan pasaran produk asas tani di peringkat domestik dan global. Produk-produk yang dihasilkan oleh usahawan-usahawan tani dan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) makanan dibangunkan dengan pelbagai perkhidmatan pembangunan pemasaran proses FAMA.

Program-program yang telah dilaksanakan pada tahun 2005 dibahagikan kepada empat program utama, iaitu Pembangunan Pasaran, Penjenamaan Produk PKS, Pembangunan Usahawan dan Edaran Produk Proses.

Pembangunan Pasaran

Program Pembangunan Pasaran menjurus kepada meningkatkan dan meluaskan pasaran produk agro-makanan yang dikeluarkan oleh PKS di pasaran domestik dan antarabangsa. Usaha-usaha yang dijalankan bertujuan menggalakkan penduduk tempatan menggunakan produk keluaran tempatan. Perletakan produk (product positioning) halal dijadikan strategi promosi utama untuk mencapai hasrat tersebut. Komponen utama program ini ialah:-

Development programmes for processed products were strengthened in 2005 in line with the government emphasis on developing the agro-based industry. In this aspect, FAMA's role is to develop and expand the markets for agro-based products both domestically and globally. Products produced by agro-based entrepreneurs and Small and Medium Entreprises (SME) in food are developed through FAMA's marketing development services.

The programmes carried out in 2005 can be divided into four main headings, i.e. Marketing Development, SME Product Branding, Entrepreneurs' Development and Processed Product Distribution.

Market Development

The focus of the Market Development Programme in 2005 was to increase and expand markets for agro-based food products of SME in domestic and international markets. Efforts were also made to encourage Malaysians to increase consumption of local products. Halal product positioning was a main strategy to achieve this objective. The main components of this programme were:-

- Kontrak pemasaran produk proses / vendor
- Penganjuran dan penyertaan dalam misi dan pameran perdagangan dalam dan luar negara
- Promosi dan pengiklanan produk dan jenama
- Mengaturkan *business matching*
- Menganjurkan karnival jualan dalam negara
- Memasukkan dan menyenarai produk-produk ke *hypermarket*
- Outlet promosi peruncitan (AgroBazaar, Lazaria)

Penjenamaan Produk PKS

Kejayaan program pemasaran bergantung kepada sejauh mana produk yang dipasarkan dapat memenuhi keperluan pasaran (market driven product), mendapat pengiktirafan/pensijilan kualiti seperti halal, GMP atau HACCP, dan mempunyai daya saing yang menjadi elemen penting dalam mendapat pasaran.

Bagi menyokong usaha tersebut, FAMA melaksanakan Program Penjenamaan Produk PKS yang meliputi: -

- Perkhidmatan nasihat dan konsultansi bagi mempastikan produk memenuhi kehendak pengguna dan mematuhi kehendak perundangan dalam negara dan negara pengimport;

- Processed Product Marketing Contracts/Vendor
- Organising and participating in domestic and international trade missions and expositions
- Promotion and advertising of products and brands
- Arranging business matching
- Organising sales carnivals domestically
- Placement and listing of products in hypermarkets
- Retail Promotion outlets (e.g. AgroBazaar, Lazaria)

SME Product Branding

The success of marketing programmes depends on the ability of products to fulfil market requirements (i.e. market driven products), obtain quality accreditation or certification such as Halal, Good Manufacturing Practices (GMP) or HACCP, and degree of competitiveness which are essential in maintaining and penetrating markets.

In supporting these efforts, FAMA has implemented SME Product Branding programmes that cover the following:

- Advisory and consultancy services to ensure that the products marketed meet consumer needs and comply with legal requirements imposed by the government and importing countries;

Pelancaran OleMas oleh YB Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani di Melaka Pada 11 Julai 2005
Launching of OleMas by YB Deputy Minister of Agriculture and Agro-Based Industry, Malacca, 11 July 2005

- Perkhidmatan penambahbaikan pembungkusan dan pelabelan produk berpotensi;
- Bantuan dalam penyediaan bahan promosi yang sesuai untuk tujuan pemasaran;
- Kajian-kajian pasaran, pengguna, penilaian penerimaan produk dan profil produk pesaing;
- Pelaksanaan projek "Produk Juara" yang melibatkan pemilihan produk bagi penjenamaan, iaitu AgroMas dan OleMas atau jenama-jenama lain; dan
- Penyediaan kemudahan Pusat Persediaan Pembungkusan dan Pelabelan Produk (PUSPRO) yang di antaranya telah mendapat pensijilan Halal, ISO 9000 dan HACCP bagi dimanfaatkan oleh produk PKS yang sesuai. Ini dapat mengurangkan kos pengeluaran, terutama bagi pembelian mesin-mesin.

- Improving and enhancing services on packaging and labelling of products with high potential;
- Assistance in preparing suitable promotional tools;
- Consumer preference and market studies, product acceptance assessment and competitors' product profiles;
- Implementing 'Winning Product' projects which include product selection for branding purposes, e.g. AgroMas, OleMas or other brands; and
- Providing facilities at the Packaging and Labelling Preparation Centres (Pusat Persediaan Pembungkusan dan Pelabelan Produk or PUSPRO), some of which have acquired Halal certificates, ISO 9000 and HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) which can benefit suitable SME products. These facilities can reduce production costs, especially on procurement of new machines.

Pembangunan Usahawan

Bagi mempastikan bekalan produk yang berkualiti, berterusan dan memenuhi kehendak pasaran serta dapat dipasarkan dengan meluas, FAMA melaksanakan Program Pembangunan Usahawan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kemahiran PKS dalam pemasaran di samping menanamkan sikap positif sebagai usahawan yang terlibat dalam perdagangan produk Asas Tani. Komponen utama program ini ialah kursus dan latihan sangkutan, seminar/bengkel, mentor/mentee dan lawatan untuk belajar.

Edaran Produk Proses

Objektif Program Edaran Produk Proses ialah untuk membangunkan sistem pengedaran yang bersesuaian untuk menyalurkan produk berjenama AgroMas dan OleMas.

Matlamat program ini ialah untuk menyediakan kemudahan sistem pengedaran dan logistik secara pesanan berpusat, pengangkutan dan pengurusan segmen pasaran. FAMA juga menggalakkan penglibatan dan penyertaan bumiputera dalam pengedaran dan pengluasan pasaran produk PKS melalui perlantikan agen/pemborong di pasaran dalam dan luar negara.

Pada tahun 2005, nilai pengendalian barangan proses telah meningkat kepada RM10.28 juta berbanding dengan RM3.2 juta pada tahun sebelumnya. Peningkatan nilai ini adalah berikutan penerokaan pasaran yang lebih kepada *key account* (supermarket dan hypermarket) dan promosi produk di dalam dan luar negara, terutamanya Singapura dan Brunei.

AgroMas merupakan jenama produk yang diedarkan oleh FAMA, terdiri daripada hasil keluaran kilang FAMA dan pengusaha PKS. Produk-produk tersebut adalah produk terpilih dan berpotensi untuk berkembang. Melalui program ini, agen pengedaran yang berkebolehan untuk melaksanakan tugas pengedaran produk AgroMas dan PKS ke semua luang pasaran yang berpotensi di seluruh negara telah dilantik. Ini bagi memastikan satu sistem pengurusan yang berkesan dengan matlamat pelaksanaan urusniaga yang menguntungkan selain mewujudkan kerjasama bersepadu di antara warga kerja ibu pejabat, negeri, pengedar, vendor (pembekal) dan bahagian khidmat sokongan untuk mengurangkan kadar pelupusan produk.

Entrepreneur Development

To ensure consistent supply of high quality products that fulfil market requirements as well as can be marketed widely, FAMA has implemented an Entrepreneur Development Programme with the aim of increasing knowledge and marketing skills of SME as well as building positive attitudes among agro-based product entrepreneurs. The main components of this programme are courses and attachment training, seminars/workshops, mentor/mentee and educational visits.

Processed Product Distribution

The objective of the Processed Product Distribution programme is to develop a suitable distribution system to market products under the AgroMas and OleMas brands. The programme aims to provide a distribution and logistics system with central facilities for placement of orders, transportation and market segment management. FAMA also encourages the involvement and participation of bumiputeras in the distribution and market expansion of SME products through the appointment of agents/wholesalers in local and international markets.

In 2005, the value of processed products handled by FAMA increased to RM10.28 million compared to RM3.2 million the previous year. This was due to market exploration and penetration efforts that focused on key accounts such as supermarkets and hypermarkets as well as product promotion programmes carried out in the country and overseas, especially in Singapore and Brunei.

AgroMas is a product brand currently distributed by FAMA, which consists of products from FAMA owned factories and SME. These selected products are considered to be potential products which can be developed further. Through this programme, competent distribution agents who are capable of distributing AgroMas products to potential market outlets are appointed. This is to ensure an efficient management system with the objectives of achieving business profits and enhancing cooperation among FAMA employees both at headquarters and state offices, distributors and vendors so as to reduce the rate of product expiry.

Aktiviti *Organised Marketing* Produk Proses Bagi Tahun 2005
Organised Marketing Activity for Processed Products for 2005

Negeri / State	Aktiviti / Activity	Jenis Produk / Type of Product	Bil. Peserta / No. of Participants
Perak	Karnival Jualan/Promosi/Pesta	AgroMas/PKS	270
Pahang	Karnival Jualan/Promosi/Pameran/Ekspo	AgroMas/PKS	76
Kelantan	Karnival Jualan/Ekspo	AgroMas/PKS	18
Kedah	Karnival Jualan/Promosi "In-Store"	AgroMas/OleMas/PKS	26
Sabah	Karnival Jualan/Promosi/Pesta	AgroMas/PKS	30
Sarawak	Karnival Jualan/Promosi/Pameran/Ekspo	AgroMas/OleMas/PKS	40
Johor	Karnival Jualan/Pesta/Ekspo/Promosi "In-Store"	AgroMas/PKS	85
Selangor	Karnival Jualan/Pesta/Ekspo	AgroMas/PKS	215
Pulau Pinang	Karnival Jualan/Pesta/Pameran	AgroMas/PKS	265
JUMLAH			**1,025**

OleMas pula merupakan satu jenama kebangsaan bagi barangan makanan keluaran PKS yang telah melepasi satu tahap kualiti yang mampu bersaing dengan produk lain di pasaran. Program penjenamaan produk keluaran PKS ini telah dibangunkan bersama di bawah MoA Inc. Sehingga kini, enam produk telah dipasarkan iaitu Sri Kaya Madu, Kuah Rojak Madu, Sos Cili Padi, Sos Pedas Berkicap, Sos Nanas Bercili dan Sos Percik.

Pelancaran jenama OleMas telah disempurnakan oleh Y. B. Dato' Shariff Hj. Omar, Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani, pada 11 Julai 2005 di Jejantas Ayer Keroh Arah Selatan, Melaka.

Pencapaian Tahun 2005

Bagi tahun 2005, FAMA telah berjaya mencapai prestasi berikut;

i. Mengedarkan dan membantu pemasaran produk asas tani dari PKS, jenama usahawan, AgroMas dan OleMas bernilai RM150 juta melalui pelaksanaan komponen program pembangunan pasaran;

ii. Membantu membangunkan seramai 1799 orang usahawan pembekal, pengedar dan peruncit;

iii. Menyediakan 2192 outlet peruncitan bagi jualan produk asas tani;

iv. Menyedia dan melengkapkan 167 prasarana pemasaran di sepanjang rantaian bekalan produk asas tani;

v. Memberi 15 kursus pemasaran yang melibatkan 506 orang usahawan;

vi. Menganjurkan/menguruskan pameran perdagangan produk PKS di 12 pameran dalam negara melibatkan 124 orang usahawan dan 8 pameran antarabangsa melibatkan 41 orang usahawan PKS;

vii. Mengurus program *vendor* yang melibatkan jenama AgroMas dan OleMas, 36 produk dengan 52 Stock Keeping Units (SKU) yang melibatkan 18 *vendor*; dan

viii. Menambahbaik pembungkusan dan pelabelan 150 produk asas tani dari 140 PKS.

OleMas is a national brand for SME food products promoted by the Ministry of Agriculture and Agro-based Industry which has surpassed a level of quality set by FAMA and is able to compete with other products. This SME product branding programme was developed jointly under MoA Inc. So far six products have been introduced and marketed, including Honey Coconut Spread, Honey Rojak Sauce, Cili Padi Sauce, Sos Pedas Berkicap, Sos Nanas Bercili and Sos Percik.

The OleMas brand was launched by Y.B Dato' Shariff Hj. Omar, Deputy Minister of Agriculture and Agro-based Industry, on 11th July 2005 at the PLUS Rest and Recreation Flyover, Ayer Keroh, Melaka.

Achievements in 2005

Amongst the achievements in 2005 are as follows:

i. Distributed and assisted in the marketing of SME agro-based products valued at RM150 million, either using the entrepreneur's individual brands or AgroMas and OleMas branding, through the implementation of marketing development programmes;

ii. Helped develop 1,799 supplier, distributor and retail entrepreneurs;

iii. Provided 2,192 retail outlets for agro-based products;

iv. Completion of 167 marketing infrastructures along the agro-based supply chain;

v. Organised 15 marketing courses involving 506 entrepreneurs;

vi. Organised 12 local exhibitions for SME products involving 124 entrepreneurs and 8 international exhibitions involving 41 entrepreneurs;

vii. Managed vendor programmes involving AgroMas and OleMas brands, whereby 36 products with 52 Stock Keeping Units (SKU) and 18 vendors were involved; and

viii. Improved packaging and labelling of 150 agro-based products from 140 SME.

Prasarana Pemasaran Produk Proses

Marketing Infrastructure for Processed Products

Prasarana pemasaran bagi produk proses termasuklah Pusat Memproses Makanan FAMA, Pusat Peruncitan, Pembangunan Usahawan dan Vendor serta Perkhidmatan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera.

Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF)

Sehingga ini terdapat tiga buah Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF), sebuah Pusat Memproses Telur Masin, dan beberapa pusat kecil pemprosesan makanan yang telah dibangunkan.

PMMF Rengit merupakan entiti pertama di FAMA yang memperolehi ISO 9000 bagi produk seri kaya dan kini sudah mencapai ISO 14000:2000. Usaha sedang dilaksanakan bagi mendapatkan HACCP. PMMF Kuala Selangor sedang dalam proses mendapatkan 'Good Manufacturing Practices' (GMP) bagi aktiviti pengeluarannya. PMMF Rengit, Kuala Selangor dan Bachok juga telah mendapat sijil halal sama ada daripada Jabatan Agama Negeri atau JAKIM bagi beberapa produk yang di hasilkan.

Pusat-pusat pemprosesan ini menawarkan kontrak pengilangan OEM *(Organised Entrepreneur Manufacturing)* kepada usahawan bagi produk-produk yang boleh dikilangkan. Antaranya ialah produk kerisik dan serbuk atau perencah rempah. Selain dari itu, pusat-pusat ini digunakan juga bagi membungkus produk-produk berkaitan untuk usahawan. Antara fungsi lain ialah sebagai pusat-pusat kecemerlangan untuk memberi contoh bagi melatih pengusaha dan bakal pengusaha bagi meningkatkan amalan baik supaya dapat memenuhi tuntutan pengguna masa kini.

FAMA juga mengkaji produk-produk baru yang boleh dikeluarkan bagi memanfaatkan lagi premis, peralatan dan keusahawanan pengusaha-pengusaha PKS.

Pusat Peruncitan

Terdapat pelbagai jenis luang peruncitan yang dibangunkan oleh FAMA untuk memberi luang pasaran alternatif kepada pengusaha-pengusaha produk pertanian.

Pusat-pusat peruncitan ini dibangunkan bagi membantu memasarkan produk-produk PKS dan hasil-hasil pertanian yang diperlukan oleh pengguna.

Several marketing infrastructure for processed products are currently available, including FAMA Food Processing Centres, Retailing Centres, Entrepreneur and Vendor Development as well as Bumiputera Commerce and Industry Community (Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera or MPPB) Services.

FAMA Food Processing Centres

At present there are three FAMA Food Processing Centres (Pusat Memproses Makanan FAMA or PMMF), one Salted Egg Processing Centre and several small food processing centres.

PMMF Rengit is the first entity in FAMA to obtain ISO 9000 certification for coconut spread and has now achieved ISO 14000:2000. Efforts are being made to achieve HACCP. Meanwhile, PMMF Kuala Selangor is striving to achieve 'Good Manufacturing Practices' (GMP) standard for its production activities. All three PMMF, i.e Rengit, Kuala Selangor and Bachok, have obtained Halal certificates either from the State Religious Department or JAKIM for several of their products.

These processing centres also offer Organised Entrepreneur Manufacturing (OEM) facilities to entrepreneurs to manufacture their products. Some of the products involved are fried grated coconut, spice powder and pastes.

In addition, these centres offer packaging services for entrepreneur's products. They also function as Centres of Excellence to train entrepreneurs and would-be-entrepreneurs to increase good practices so that they can fulfil current consumer demands.

FAMA also carried out research on new products that can be produced at the centres to increase the utilisation of existing facilities, equipment and entrepreneurship of SME.

Retailing Centres

There are several retailing outlets developed by FAMA that provide alternative retailing channels to agro-based entrepreneurs.

These retailing centres aim at assisting in the marketing of SME products and agricultural produce required by consumers.

Produk-Produk Keluaran Pusat Memproses Makanan FAMA Pada Tahun 2005
Products of FAMA Food Processing Centres in 2005

Pusat / Centre	Keluaran Utama / Main Products
PMMF Rengit, Johor	• Seri Kaya, jem dan kerisik
PMMF Kuala Selangor, Selangor	• Tepung berempah dan serbuk rempah
PMMF Bacok, Kelantan	• Serunding dan bawang goreng
ACM Beseri, Perlis	• Telur Masin dan produk separa proses
PMMF Kudat	• Keropok

Pusat-Pusat Kecil / Small Processing Centres	Keluaran Utama / Main Products
AMC Kuala Nerang, Kedah	• Madu lebah
AMC Lancang, Pahang	• Fillet Ikan
AMC Jerantut, Pahang	• Tahu dan fucuk

Luang-Luang Peruncitan FAMA Pada Tahun 2005
FAMA Retailing Outlets in 2005

Luang Pasaran Runcit / Retailing Outlets	Bilangan / Number
FR shoppe	3
Agrobazaar	1
K-shoppe	17
Malaysia Fresh	1
Lazaria/Mudaria	7
Desaraya	15
JUMLAH/TOTAL	**44**

Pembangunan Usahawan dan *Vendor*

Produk-produk yang dihasilkan oleh usahawan tani yang berpotensi sehingga ke pasaran eksport dibangunkan di dalam skim *vendor*. Seramai 16 *vendor* telah menandatangani perjanjian sebagai *vendor* FAMA di ibu pejabat. Selain dari itu, terdapat beberapa *vendor* lain yang dibangunkan untuk pasaran tempatan yang dikendalikan oleh FAMA negeri. Untuk mencapai tahap kemajuan yang tinggi usahawan–usahawan dibimbing dan dibantu untuk menangani isu-isu berkaitan pemasaran.

FAMA juga membimbing *vendor* yang berminat untuk menjadi pemasar produk-produk hasilan pertanian untuk pasaran dalam dan luar negara. Aktiviti–aktiviti yang dilaksanakan termasuklah khidmat nasihat pemasaran bagi meningkatkan kualiti produk untuk menepati kehendak pasaran seperti kepentingan keselamatan, halal dan pembungkusan.

Perkhidmatan–Perkhidmatan MPPB

Latihan dan bimbingan dalam bidang pemasaran pertanian bagi memajukan Masyarakat Perdagangan Dan Perindustrian Bumiputera (MPPB) diterajui oleh FAMA. Antara aktiviti dan kegiatan yang diadakan adalah Kursus Pemasaran Strategik, Bengkel Pemasaran Inovatif dan Jaringan Kreatif, Kursus Kejurujualan Profesional, dan aktiviti Penggalakan dan Promosi Perdagangan MPPB, termasuk Ekspo Perdagangan dan karnival.

Entrepreneur and Vendor Development

The products of agro-based entrepreneurs having potential for export markets are developed through vendor schemes. Sixteen vendors have so far signed agreements as vendors for FAMA at the head office. There are also several vendors being developed for the local market under the FAMA state offices. In order to speed up the development of SME, they are provided with guidance and assistance in solving marketing problems.

Vendors who are interested to become marketers of agro-based products for local as well as overseas markets are given relevant training and guidance. Among the activities that were carried out were marketing advisory services to improve product quality in order to meet market requirements in areas of food safety, Halal requirements and packaging.

MPPB Services

Training and advisory services in agricultural marketing to develop the Bumiputera Commerce and Industry Community (Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera or MPPB) have been spearheaded by FAMA. Among the activities carried out in 2005 were Strategic Marketing Courses, Innovative Marketing and Creative Networking Workshops, Professional Selling Courses, and MPPB trade promotion activities such as Trade Expositions and carnivals.

Pembangunan Kualiti Dan Pengembangan Pasaran
Quality Development and Market Extension

Program pengembangan pasaran bertujuan meningkatkan kefahaman di kalangan petani, pengeluar serta perantara pasaran mengenai kepentingan kualiti hasil-hasil pertanian dan pengurusan yang berkesan untuk pemasaran hasil tersebut. Ini adalah selaras dengan perubahan kehendak pengguna yang semakin peka terhadap kualiti dan keselamatan hasil pertanian dan produk makanan. Program pengembangan juga turut mengambilkira kepentingan perubahan minda dan motivasi untuk membolehkan kumpulan petani, pengeluar dan perantara pasaran ini terus berdaya saing dan menjadikan "*pertanian suatu perniagaan*".

Sepanjang tahun 2005, sebanyak 204 program pengembangan telah berjaya dilaksanakan dengan peruntukan berjumlah RM1.8 juta, berbanding dengan 58 program pada tahun sebelumnya. Bilangan kumpulan sasar yang mendapat faedah daripada program juga meningkat iaitu seramai 6,983 orang peserta. Daripada jumlah tersebut, 49.4 peratus peserta terlibat di dalam program peningkatan kualiti dan pengendalian buah-buahan, sayur-sayuran dan ternakan. Manakala 50.6 peratus lagi terlibat di dalam program peningkatan motivasi, pembangunan insan, keusahawanan dan pemasaran.

Pencapaian program pada tahun 2005 merupakan yang terbaik jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya dalam Rancangan Malaysia Ke-8. Pendekatan program pada tahun 2005 juga adalah lebih berjaya kerana perkhidmatan usahawan contoh telah digunakan di dalam beberapa kursus pengendalian lepas tuai dan pemasaran hasil pertanian untuk membimbing petani dan pengeluar. Pengalaman usahawan

Market extension programmes aim at creating awareness and understanding among farmers, producers and marketing intermediaries on the importance of quality in agricultural produce and effective management to market the produce. This is in line with changing consumer needs that are increasingly sensitive towards the quality and safety of agricultural produce and food products. Extension programmes also take into account the importance of changing mindsets and motivation to ensure that farmers, producers and intermediaries are competitive and move towards making "Agriculture is a Business".

A total of 204 extension programmes were successfully implemented with a budget of RM1.8 million in 2005, compared to 58 programmes in 2004. The number of beneficiaries of these programmes increased to 6,983 participants. Out of this total, 49.4 percent of participants were involved in quality improvement and post-harvest handling of fruits, vegetables and livestock while the remaining 50.6 percent were involved in motivation, capacity building, entrepreneurship and marketing.

The achievements in 2005 were the best so far compared to the previous years in the Eighth Malaysia Plan. The approaches in the programmes were also more successful due to the usage of successful entrepreneurs as role models in several post-harvest handling and marketing courses to advise farmers. The sharing of experiences with successful

yang berjaya telah dapat dikongsi bersama dan kaedah pengendalian yang lebih praktikal telah dapat disampaikan kepada kumpulan sasar.

Melalui program pembangunan kualiti pula, garis panduan pengendalian hasil pertanian untuk pasaran telah dapat dibentuk hasil daripada aktiviti pembangunan gred, hantaran percubaan hasil-hasil pertanian dari kawasan pengeluaran ke pusat jualan yang lebih jauh serta kajian pembungkusan. Maklumat ini telah dapat membantu pegawai FAMA di dalam memberi bimbingan kepada kumpulan sasar bagi meningkatkan kualiti dan pengendalian hasil-hasil pertanian.

Program pengembangan FAMA telah dapat melahirkan usahawan yang lebih berdaya maju dan mempunyai tahap kesedaran yang tinggi terhadap kepentingan kualiti hasil-hasil pertanian yang dikeluarkan. Usaha ini akan dipertingkatkan pada tahun 2006 selaras dengan saingan pasaran yang dijangkakan ekoran globalisasi pasaran.

entrepreneurs resulted in a more practical approach in the delivery of post-harvest handling techniques to target groups.

Meanwhile, through quality development programmes, guidelines for managing and handling of agricultural produce for the market were developed as a result of activities in the development of grades, trial shipments of agricultural produce from producing areas to distant sales centres, as well as research on packaging. This information has assisted FAMA officers in providing guidance to target groups in order to improve the quality and handling of agricultural produce.

FAMA's extension programmes have produced entrepreneurs who are progressive and highly aware of the importance of quality in their agricultural produce. These efforts will be intensified in 2006 in line with expected increased market competition due to globalisation.

Program Pengembangan Mengikut Modul Pada Tahun 2005
Extension Programmes by Modules 2005

Program Programmes	Kursus Courses		Kumpulan Sasaran Yang Mendapat Faedah Beneficiaries	
	Bil.No	%	Bil.No	%
Motivasi/Pemasaran Keusahawanan	77	37.7	3,531	50.6
Sayur	38	18.6	870	12.5
Buah	71	34.8	2,094	30.0
Ternakan	18	8.8	488	6.9
JUMLAH	**204**	**100.0**	**6,983**	**100.0**

Pencapaian Program Pengembangan Bagi Tahun 2001-2005
Performance of Extension Programmes in 2001--2005

Tahun Year	Bil. Kursus No. of Courses	Bil. Kumpulan Sasar Yang Mendapat Faedah No. of Beneficiaries
2001	175	6,937
2002	80	3,173
2003	115	3,432
2004	58	1,830
2005	204	6,983
JUMLAH	**632**	**22,355**

Promosi Pasaran
Market Promotion

Program promosi pasaran terdiri daripada promosi dalam negara dan promosi luar negara. Program promosi dalam negara bertujuan meningkatkan penggunaan hasil-hasil pertanian, khususnya buah-buahan dan produk makanan keluaran PKS di kalangan pengguna tempatan dan pelancong asing yang berkunjung ke Malaysia. Aktiviti utama yang dijalankan ialah mengadakan pameran perdagangan dan promosi jualan.

Sepanjang tahun 2005, FAMA telah melaksanakan sebanyak 18 aktiviti promosi di peringkat ibu pejabat manakala 112 aktiviti promosi dijalankan di peringkat negeri. Seramai 67 pengusaha makanan telah terlibat di dalam aktiviti tersebut. Melalui aktiviti yang dianjurkan, para pengusaha makanan telah diberi pendedahan dan kesedaran kepada aspek persaingan harga, kualiti dan kuantiti bagi produk yang dipasarkan. Di samping itu, mereka turut mendapat pengalaman yang seterusnya membantu meluaskan luang pasaran produk mereka.

Market promotional programmes consist of domestic and international promotions. The objective of the domestic promotion programme is to increase consumption of local agricultural produce, especially fruits and food products of SME among local consumers and tourists visiting Malaysia. The main activities carried out were organising trade exhibitions and sales promotion.

In 2005, FAMA implemented 18 promotional activities at head quarters while 112 promotional activities were undertaken at state level. A total of 67 entrepreneurs were involved in these activities. Through these activities, food entrepreneurs were given exposure and awareness on the aspects of price competition, quality and quantity of products marketed. They also gained valuable experiences that helped them to expand their market channels.

Di antara pameran perdagangan peringkat kebangsaan yang disertai ialah Pameran Asia Pacific Natural Products Expo (NATPRO 2005) yang mempamerkan produk herba, SMARTKIDS 2005 yang mempamerkan buah-buahan, Enterprise Asia (EKNA 2005) yang mempamerkan produk PKS, dan Malaysia International Foods & Beverages (MIFB 2005) yang mempamerkan buah-buahan dan produk PKS, kesemuanya diadakan di Putra World Trade Centre (PWTC). FAMA juga terlibat dengan East Asia Business Exhibition (EABEX 2005) yang mempamerkan buah-buahan dan produk PKS yang telah diadakan di Kuala Lumpur Convention Centre.

Tumpuan program promosi FAMA ialah terhadap promosi buah-buahan, khususnya yang menggunakan jenama Malaysia's Best, dan produk PKS yang disasarkan kepada pasaran institusi seperti Malaysia Airlines dan Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur (KLIA) serta hotel-hotel tempatan. Program promosi bersama hotel yang melibatkan sebanyak 52 buah hotel di seluruh Malaysia telah diadakan. Promosi tersebut khusus ditujukan kepada pelancong dalam dan luar negara dan diharap dapat meningkatkan penggunaan produk-produk tempatan di institusi-institusi tersebut.

Selain dari itu, FAMA telah mengadakan promosi jualan di pasaraya/*hypermarket* serta pengiklanan melalui media elektronik dan penerbitan. FAMA turut melibatkan diri di dalam pelbagai aktiviti pameran dan demonstrasi makanan/masakan anjuran sektor kerajaan dan swasta.

Bagi program promosi luar negara pula, pada tahun 2005 FAMA telah terlibat di dalam 8 buah pameran perdagangan di peringkat antarabangsa yang melibatkan sebanyak 11 buah agensi dan pengeksport.

Program promosi luar negara diadakan bagi meneroka pasaran baru di samping memperkukuhkan pasaran eksport sedia ada, khususnya bagi buah-buahan dan produk makanan. FAMA telah terlibat di dalam pameran perdagangan, misi pelaburan dan perdagangan, *business matching* dan promosi jualan. Program ini dianjurkan oleh FAMA dengan kerjasama MATRADE, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, dan pihak swasta. FAMA memberikan tumpuan promosi luar negara terhadap buah-buahan dan produk PKS yang telah dijamin mutu dan bekalannya.

At national level, FAMA participated in several trade exhibitions, including the Asia Pacific Natural Products Expo (NATPRO 2005) which showcased herbal products, SMARTKIDS 2005 which showcased fruits, Enterprise Asia (EKNA 2005) which showcased SME products, and Malaysia International Foods & Beverages (MIFB 2005) which showcased fruits and SME products. These exhibitions were held at Putra World Trade Centre (PWTC). FAMA was also involved with East Asia Business Exhibition (EABEX 2005) which showcased fruits and SME products that was held at the Kuala Lumpur Convention Centre.

The focus of FAMA's promotional programmes was on fruit promotion, especially those carrying the Malaysia's Best brand, and SME products targeted towards market institutions such as Malaysia Airlines and Kuala Lumpur International Airport (KLIA) as well as local hotels. The latter involved the cooperation of 52 hotels in Malaysia and was directed at domestic and foreign tourists with the aim of increasing the consumption of local products.

In addition, FAMA also carried out sales promotions at supermarkets/hypermarkets as well as advertising through electronic and printed media. FAMA was also involved in various exhibition activities and food/cooking demonstrations sponsored by public and private sectors.

As for overseas promotional programmes, FAMA participated in 8 trade exhibitions involving 11 agencies and exporters in 2005.

The overseas promotional programmes were aimed at exploring new markets as well as maintaining and strengthening existing export markets, particularly for fruits and food products. Towards this end, FAMA was involved in trade exhibitions, investment and trade missions, business matching and sales promotions. These programmes were organised by FAMA with the cooperation of MATRADE, the Ministry of Agriculture and Agro-based Industry, and the private sector. The focus of FAMA's overseas promotional programmes in 2005 was on fruits and SME products which were assured in terms of quality and supply.

Penyertaan FAMA dalam Pameran Perdagangan Antarabangsa Pada Tahun 2005
FAMA Participation in International Trade Exhibitions in 2005

Pameran / Lawatan Exhibition / Visit	Tarikh Date	Tempat Venue
10th Trade Fair of Islamic Countries	5-9 Februari 2005	Manama, Bahrain
Fruit Logistica Berlin	10-12 Februari 2005	Berlin, Germany
Ekspo Perdagangan Sempena Hari Kebangsaan Brunei	20-27 Februari 2005	Gadong, Brunei
Halal Food Expo 2005	17-20 Mac 2005	Singapura
HOFEX 2005	10-13 Mei 2005	Hong Kong Exhibition & Convention Centre
THAIFEX-World of Food Asia 2005	18-22 Mei 2005	Bangkok, Thailand
13th Kunming Fair 2005	6-13 Jun 2005	Kunming International Convention & Exhibition Centre
Promosi Produk Proses dengan Giant ke Hong Kong	1-4 September 2005	Hong Kong
Jakarta International Flower Show 2005	24 September-1 Oktober 2005	Jakarta Indonesia
AGF Totaal	12-14 September 2005	Rotterdam, Netherlands
Perth Royal Show 2005	24 September-1 Oktober 2005	Perth, Australia
Promosi Produk Proses di Rachanee Supermarket & Al-Jawad Supermarket	25-30 September 2005	Manama, Bahrain

Penjenamaan Malaysia's Best

Malaysia's Best Branding

Objektif program penjenamaan Malaysia's Best ialah untuk meningkatkan tahap kualiti dan tahap keselamatan makanan supaya meningkatkan daya saing pasaran dan memperluaskan pasaran produk berkualiti dan selamat digunakan. Untuk tujuan ini, FAMA telah merancang dan memajukan produk untuk penjenamaan, menggalakkan penerapan Amalan Edaran Baik (Good Distribution Practices-GDP) untuk produk yang dijenamakan, serta melaksanakan promosi penjenamaan di pasaran tempatan dan antarabangsa. FAMA juga membimbing kumpulan sasar dalam menggunakan penjenamaan Malaysia's Best.

Jenama Malaysia's Best telah dilancarkan pada pertengahan tahun 2004. Sepanjang tahun 2005, usaha memperkenalkan dan mempromosikan jenama Malaysia's Best kepada agensi dan jabatan kerajaan, pasaran tempatan dan pihak industri yang terlibat telah diteruskan di seluruh negara.

Jenama Malaysia's Best akan diberi kepada produk pertanian yang memenuhi tahap kawalan kualiti di peringkat ladang dan lepas tuai. Di peringkat ladang, Amalan Pertanian Baik (Good Agricultural Practices-GAP) berasaskan piawaian antarabangsa, iaitu EUREPGAP (Euro-Retailer Produce Working Group Good Agricultural Practices), dijadikan asas oleh

The objective of the Malaysia's Best branding programme is to increase the quality and safety of Malaysian produce so as to increase competitiveness and expand the market for high quality and safe products. Towards this end, FAMA has been involved in planning and developing products for branding, encouraging the adoption of Good Distribution Practices (GDP) for branded products, as well as promoting the brand in local and international markets. FAMA has also provided guidance to target groups in using the Malaysia's Best brand.

The Malaysia's Best brand was launched in the middle of 2004. Throughout the year 2005, efforts to introduce and promote the Malaysia's Best brand to government agencies and departments, the local market as well as the industry, were actively pursued.

The Malaysia's Best brand will be awarded to agricultural produce that meets specified quality control levels at farm and post-harvest. At farm level, Good Agricultural Practices (GAP) based on international standard, i.e Euro-Retailer Produce Working Group Good Agricultural Practices (EUREPGAP), was adopted by the Agriculture Department as the basis for the

Promosi Malaysia's Best di Pameran Perdagangan HOFEX 2005 pada 10-13 Mei di Hong Kong.
Malaysia's Best Promotion at 2005 HOFEX Trade Exhibition on 10-13 May in Hong Kong.

Jabatan Pertanian di bawah Skim Amalan Baik Ladang Malaysia (SALM). Ladang-ladang yang memenuhi keperluan SALM akan dipertimbangkan untuk penggunaan jenama Malaysia's Best, tertakluk kepada pengauditan FAMA dari segi amalan lepas tuai yang baik. Antara aspek produk yang dinilai ialah saiz, keseragaman, kematangan, kesegaran, kebersihan, kerosakan, kecacatan serta pembungkusan dan pelabelan.

Pada tahun 2005, tiga jenis buah-buahan telah dipilih untuk penjenamaan, iaitu limau bali, pitaya dan pisang, sebagai tambahan kepada lima jenis yang sedia ada, iaitu belimbing, betik, tembikai, nanas dan mangga.

Bagi meningkatkan kesedaran kumpulan sasar, promosi penjenamaan kepada pemasar dan pengguna di pasaran tempatan telah dijalankan seperti berikut:-

Malaysian Farm Good Agricultural Practices Scheme (Skim Amalan Baik Ladang Malaysia or SALM). Farms that fulfil the requirements of SALM will be considered for Malaysia's Best branding, subject to auditing by FAMA with respect to good post-harvest practices. Among the product characteristics assessed are size, uniformity, maturity, freshness, cleanliness, blemishes, deformities as well as packaging and labelling.

Five fruits were awarded the Malaysia's Best brand in the initial year of implementation, i.e. carambola, papaya, watermelon, pineapple and mango.In 2005, three types of fruits were selected for branding, i.e. pomelo, pitaya and banana, thus bringing the total to eight fruits since the introduction of the branding programme.

To increase the awareness of target groups, the following programmes to promote the Malaysia's Best brand to marketers and consumers in the local market were carried out:-

i. Promosi Malaysia's Best di pesta-pesta tertentu, termasuklah:
   - Promosi Buah-buahan & Barangan PKS, 13 - 14 Jun 2005, PNB Darby Park, Kuala Lumpur.
   - Rompin Best, 2 - 4 September 2005, Pahang.
   - Seminar Kontrak Pemasaran, 26 - 28 September 2005, Kuala Terengganu.

ii. Promosi Malaysia's Best sempena Hari Peladang, Penternak dan Nelayan 2005 :
   - Peringkat Negeri Sabah pada 16 - 18 Julai 2005.
   - Peringkat Negeri Kedah pada 18 - 25 Ogos 2005.
   - Peringkat Negeri Sarawak pada 28 - 31 Ogos 2005.
   - Labuan pada 10 - 11 September 2005.
   - Peringkat Kebangsaan pada 18 - 25 Ogos 2005.

iii. Promosi Malaysia's Best di peringkat antarabangsa yang dijalankan di dalam negara :
   - Pameran Malaysia International Food & Beverages 2005, 14 - 16 Julai 2005, Putra World Trade Centre (PWTC), Kuala Lumpur.
   - Pameran Showcase BioBusiness MARDI, 30 Julai - 2 Ogos 2005, MARDI, Serdang.

i. Malaysia' Best promotion activities at certain fiestas such as:
   - Fruit and SME Product Promotion, 13 - 14 June 2005, PNB Darby Park, Kuala Lumpur.
   - Rompin Best, 2 - 4 September 2005, Pahang
   - Marketing Contract Seminar, 26 - 28 September 2005, Kuala Terengganu.

ii. Malaysia's Best promotion in conjunction with Farmers' and Fishermen's Day 2005:
   - Sabah State Level, 16 - 18 July 2005
   - Kedah State Level, 18 - 25 August 2005
   - Sarawak State level, 28 - 31 August 2005
   - Labuan, 10 - 11 September 2005.
   - National level, 18 - 25 August 2005

iii. Malaysia's Best promotion at international level which was held locally:
   - Malaysia International Food & Beverages Exhibition 2005, 14 - 16 July 2005, Putra World Trade Centre (PWTC), Kuala Lumpur.
   - MARDI BioBusiness Showcase Exhibition, 30 July - 2 August 2005, MARDI, Serdang.

Promosi Malaysia's Best di Pasar-Pasar Tani
Malaysia's Best Promotion at Pasar Tani

Papan Tanda di tepi Jalan Universiti, Petaling Jaya
Signboard at Universiti Road, Petaling Jaya

iv. Promosi menggunakan *billboard* di 16 lokasi utama di bandar-bandar besar Semenanjung Malaysia.

Di pasaran antarabangsa, promosi Malaysia's Best telah dilaksanakan di pameran perdagangan dan rangkaian pasaraya. Pameran perdagangan yang terlibat ialah:-

iv. Promotions using billboards at 16 main locations in Peninsular Malaysia's major cities.

In the international market, Malaysia's Best promotion was carried out at trade exhibitions and supermarket chains. Some of the trade exhibitions participated were:-

Bilangan Pengusaha Ladang Yang Telah Menerima Sijil Malaysia's Best Pada Tahun 2005
Receipients of Malaysia's Best Certificate in 2005

Jenis Buah / Types of Fruit	Bilangan Pengusaha / Number of Growers
Belimbing/Carambola	4
Betik/Papaya	3
Tembikai/Watermelon	2
Nanas Josaphine/Josaphine Pineapple	1
Pisang Cavendish/Cavendish Banana	1
JUMLAH/TOTAL	**11**

i. Fruits Logistica 2005 pada 10 - 12 Februari 2005 di Berlin,
ii. HOFEX 2005 pada 10 - 13 Mei 2005 di Hong Kong dan
iii. AGF Totaal pada 12 - 14 September 2005 di Rotterdam, Netherlands.

Promosi di rangkaian Pasaraya Wellcome Hong Kong turut diteruskan dengan kerjasama Giant Hypermarket.

Pada tahun 2006, sebanyak lima lagi jenis buah-buahan akan disenaraikan untuk penjenamaan Malaysia's Best, iaitu limau madu, tembikai susu (honey dew), jambu batu, rambutan dan nangka. Usaha untuk menyenaraikan sayur-sayuran, khususnya sayur-sayuran berbuah, yang telah mendapat pengiktirafan SALM seperti labu manis, terung bulat dan panjang, labu air, peria dan petola akan dilaksanakan. Promosi penjenamaan akan terus diperhebatkan di pasaran tempatan dan antarabangsa agar jenama Malaysia's Best menjadi sinonim dengan produk berkualiti dan selamat dimakan dari Malaysia. Adalah diharapkan sektor pertanian yang lebih mapan ke arah kesejahteraan pengguna akan dapat dicapai daripada usaha penjenamaan Malaysia's Best.

i. Fruits Logistica 2005, 10 - 12 February 2005, Berlin,
ii. HOFEX 2005,10 - 13 May 2005, Hong Kong
iii. AGF Totaal, 12 - 14 September 2005, Rotterdam, the Netherlands.

Promotion at Wellcome Supermarket chains in Hong Kong was also continued with cooperation from Giant Hypermarket.

In 2006, five more types of fruit will be listed for branding under the Malaysia's Best branding programme, i.e. honey lemon, honey dew, guava, rambutan and jackfruit. Efforts to list vegetables, especially fruit-type vegetables that have received SALM recognition such as sweet pumpkin, round and long brinjals, winter squash, bitter gourd and angled gourd will be undertaken. Branding promotion will be intensified in local and international markets so that the Malaysia's Best brand becomes synonymous with safe and high quality products from Malaysia. It is hoped that a sustainable agricultural sector which strives towards consumer prosperity can be achieved with the branding exercises of Malaysia's Best.

Penggredan Dan Kawalan
Grading and Control

FAMA memastikan amalan pemasaran keluaran pertanian yang adil, telus dan teratur serta dapat memenuhi piawaian yang ditetapkan melalui aktiviti perlesenan, kawalan dan penggredan.

Aktiviti penggredan adalah bertujuan untuk menjamin keseragaman kualiti untuk pasaran dalam dan luar negara. Aktiviti penggredan dan pengauditan dijalankan di Pusat Pemeriksaan Kualiti Hasil Pertanian FAMA KLIA dan di premis pengusaha atau pengeksport.

Dalam tahun 2005, FAMA telah menggred 8,166 tan metrik buah Belimbing B10 dan Betik Eksotika untuk eksport. Pendapatan yang direkodkan untuk nilai eksport tersebut berjumlah RM111,298.

FAMA's licensing, regulation and grading activities aim at ensuring that agricultural marketing practices are carried out in a fair, transparent and well organised manner that meet the specified standards.

The objective of grading activities is to ensure uniformity of quality for domestic and international markets. Grading and auditing activities are carried out at the FAMA Agricultural Products Quality Inspection Centre at the Kuala Lumpur International Airport and also at exporters' and entrepreneurs' premises.

FAMA graded 8,166 tonnes of B10 variety carambola and papaya exotica for the export market in 2005 and earned revenues of RM111, 298.

Pemilihan sampel untuk menjalankan pengesahan gred
Selection of samples to carry out grade verification

Perkhidmatan Pemeriksaan Kualiti
Quality Inspection Services

Pengauditan kualiti buah-buahan merupakan satu prosedur bagi melayakkan pengeluar buah-buahan menggunakan Penjenamaan Malaysia's Best. Pemeriksaan ladang/rumah pembungkusan kualiti, hasil buah-buahan mengikut piawaian Malaysia dan kepatuhan kepada peraturan-peraturan penggredan, pembungkusan dan pelabelan adalah merupakan protokol penting dalam pengauditan kualiti Malaysia's Best.

Sebanyak 33 syarikat/ladang telah membuat permohonan menggunakan penjenamaan Malaysia's Best sehingga akhir tahun 2005 dan 27 syarikat/ladang telah diaudit. Ini merupakan peningkatan sebanyak 52 peratus berbanding dengan 17 pemohon pada tahun lepas.

Program *Self Regulated By Regulated Entities* (SRBRE) yang telah dimulakan pada pertengahan tahun 2005 membenarkan FAMA melatih pengeksport untuk melaksanakan sendiri proses penggredan bagi komoditi eksport. Walau bagaimanapun, program ini masih dalam tempoh percubaan dan dijangka akan dilaksanakan sepenuhnya pada tahun 2006. Tumpuan diberikan kepada syarikat/ladang yang mempunyai salah satu pra-syarat yang tersenarai di bawah:-

Fruit quality auditing is a procedure to ensure that fruit producers qualify to use the Malaysia's Best brand. Quality inspection at farm and packing houses are based on Malaysian Standards and conformity to grading, packaging and labelling regulations which are an important protocol in auditing Malaysia's Best quality.

In the year 2005, a total of 33 companies/farms applied to use the Malaysia's Best brand. Out of this total, 27 companies/farms were audited. This represents an increase of 52 percent compared with 17 applicants in the previous year.

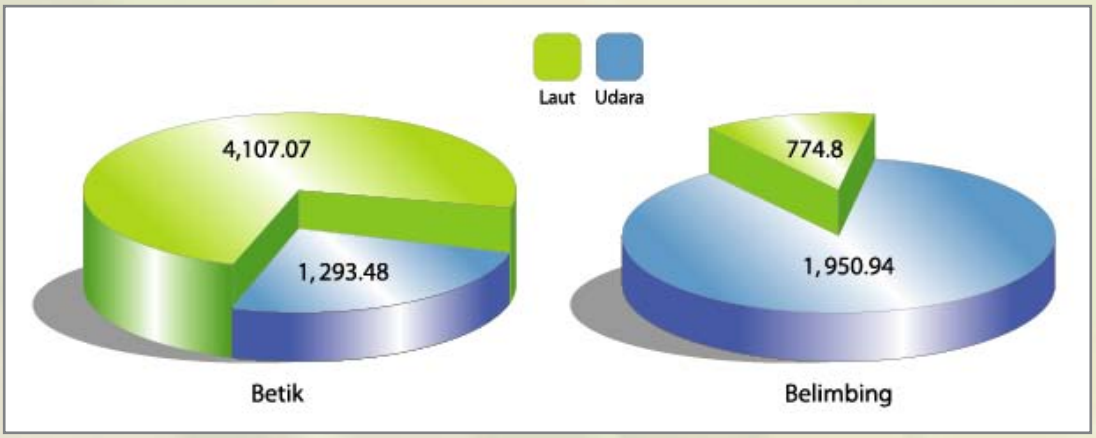
The Self-Regulated by Regulated Entities (SABRE) programme which was initiated in the middle of 2005 allows FAMA to train exporters to self implement grading processes for export. However, this programme is still on a trial basis and is expected to be implemented fully by the year 2006. Priority will be given to those companies/farms which fulfil one of the following pre-conditions:-

Pengesahan gred di ladang/premis pengusaha
Grade verification at farm and entrepreneur premises

Pengauditan Malaysia's Best di ladang
Malaysia's Best Auditing at Farm

Contoh rumah pembungkusan yang menjalankan aktiviti amalan lepas tuai
Post-harvest practices at packing house

Penggredan Belimbing dan Betik Mengikut Jenis Hantaran Bagi Tahun 2005 (tan metrik)
Grading of Carambola and Papaya according to Method of Shipment for the Year 2005 (tonnes)



- Mempunyai Penjenamaan Malaysia's Best
- Mempunyai Skim Amalan Baik Ladang (SALM)
- Mempunyai Pensijilan EUREPGAP dan CODEX (International Code of Practice – Good Agricultural Practice)
- Mendapat Pensijilan Amalan Baik Ladang dari mana-mana jabatan kerajaan
- Mempunyai rekod baik pengeksportan buah-buahan selama 3 tahun

Sebanyak 23 syarikat/ladang telah melayakkan diri untuk didaftar di dalam Fasa 1 dan 2 program SRBRE ini. Dari jumlah itu, hanya 5 syarikat/ladang yang sedang melalui tempoh percubaan peringkat akhir.

Pada tahun 2005, semakan telah dilaksanakan ke atas legislatif subsidiari yang sedia ada. Hasil semakan yang telah dibuat, ada lima peraturan yang telah digubal dan dicadangkan untuk diwartakan dan dikuatkuasakan, iaitu:

- Peraturan-Peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Pendaftaran Orang-Orang Yang Melibatkan Diri Di Dalam Pemasaran atau Pemprosesan Keluaran Pertanian) 1989

- Awarded Malaysia's Best branding
- Awarded Farm Good Agriculture Practices Scheme (SALM)
- Obtained EUREPGAP and CODEX (International Code of Practice-Good Agricultural Practices) certification
- Obtained Farm Good Agriculture Practices certification from any government departments
- Good records on fruit exports for a period of three years.

A total of 23 companies/farms have qualified to be registered for Phase 1 and 2 of the SRBRE programme. Out of this total, only 5 managed to go through the final phase of the SRBRE trial.

A review on existing legislative subsidiaries was also carried out in 2005. As a result, five regulations were drafted and proposed to be gazetted and enforced. The five regulations are:-

- Federal Agricultural Marketing Authority Regulations (Registration of Persons Engaged in Marketing or Processing of Agricultural Produce) 1989

Pemeriksaan import kubis bulat
Import Inspection of cabbage

Pemeriksaan stok kopi mentah di gudang pengimport
Inspection of Raw Coffee Stocks at Importer's Warehouse

- Peraturan-Peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Perlesenan)
- Peraturan-Peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan Keluaran Pertanian)
- Peraturan-Peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Kawalan Pemasaran Dan Perpindahan Keluaran Pertanian)
- Peraturan-Peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Mengkompaun Kesalahan-Kesalahan)

FAMA telah menjalankan kegiatan pemantauan dan penguatkuasaan dengan tujuan untuk menguatkuasakan peraturan-peraturan di bawah Akta FAMA dan Perintah Kastam (Larangan Import/Eksport) 1998 Akta Kastam yang diberi kuasa kepada FAMA. Di antara aktiviti yang dijalankan ialah pemantauan di pintu masuk/keluar negara, kawalan di pasar borong, sekatan jalan raya, pemeriksaan dan lawatan premis serta siasatan label.

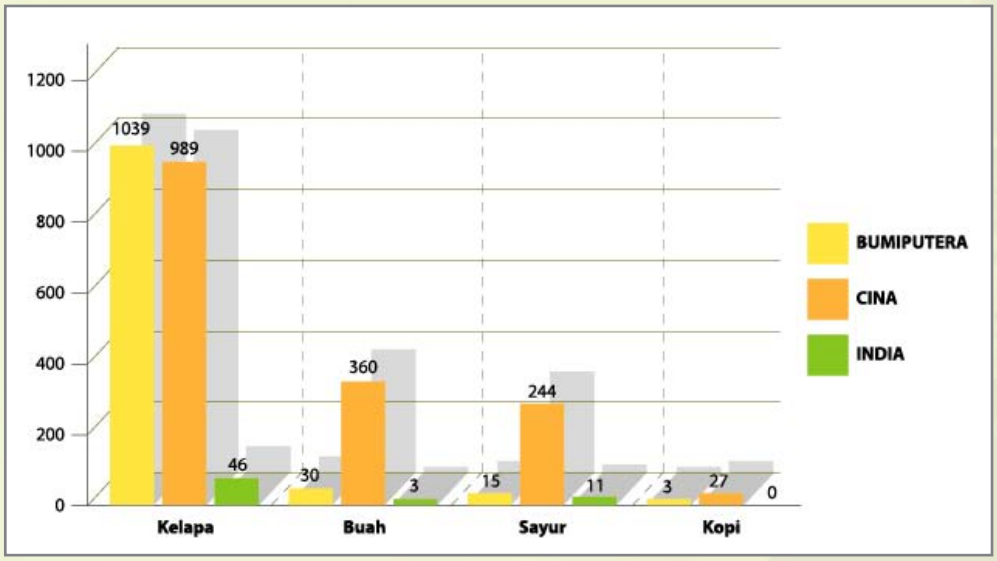
- Federal Agricultural Marketing Authority Regulations (Licensing)
- Federal Agricultural Marketing Authority Regulations (Grading, Packaging and Labelling of Agricultural Produce)
- Federal Agricultural Marketing Authority Regulations (Marketing Regulation and Movement of Agricultural Produce)
- Federal Agricultural Marketing Authority Regulations (Compound of Offences)

Monitoring and enforcement activities were continued to enforce regulations under FAMA's Act and Custom's Order (Import and Export Prohibition) 1998 under the Custom's Act which has been empowered to FAMA. Amongst the activities carried out were monitoring at the major entry and exit points, enforcement at wholesale markets, road blocks, inspection and visit to premises as well as labelling investigations.

Sepanjang tahun 2005, perantara pasaran yang telah diberi perkhidmatan terdiri daripada 141 pemborong, 78 pengilang kopi, 1 konsortium pengeksport kopi, 419 pengeksport, 17 konsortium dan 40 pengimport kubis bulat.

FAMA also provided services to marketing intermediaries. In 2005, a total of 141 wholesalers, 124 coffee millers, a coffee exporters' consortium, 419 exporters, 17 consortiums and 40 cabbage importers benefited from these services.

Jumlah Pemegang Lesen Pada Tahun 2005
Number of Licensees in 2005



Manakala bilangan pelesen di seluruh negara ialah 2,767 orang/syarikat, yang terdiri daripada 393 pelesen buah, 2,074 pelesen kelapa, 30 pelesen kopi dan 270 pelesen sayur (pelesenan sayur berkuatkuasa di Johor sahaja). Pecahan pemegang lesen mengikut kaum ialah 1,087 Bumiputera, 1,620 Cina dan 60 India.

Kegiatan pemantauan dan penguatkuasaan peraturan-peraturan serta melesenkan pihak yang terlibat di dalam aktiviti pertanian diharap dapat menyumbang kepada sistem pemasaran yang lebih cekap dan berkesan seterusnya meningkatkan pembangunan dalam sektor pertanian.

Sepanjang tahun 2005, sebanyak 37,524 tan metrik kuota import kubis bulat telah dikeluarkan kepada 18 konsortium dan 26 syarikat pemegang kuota. Ia melibatkan pengeluaran sebanyak 2,869 permit kuota kubis bulat dengan bayaran fi sebanyak RM28,690.

Bagi kuota import biji kopi mentah, sebanyak 44,120 tan metrik telah diluluskan kepada 105 syarikat. Sebanyak 634 permit import dikeluarkan dengan bayaran fi terkumpul sebanyak RM19,020.

Manakala sejumlah 31,201 permit eksport bagi buah-buahan (Belimbing B10 dan Betik Eksotika), sayur-sayuran, bawang dan kentang telah dikeluarkan. Ia merangkumi 1,069 permit bagi 81 pengeksport bawang, 59 permit untuk 18 pengeksport ubi kentang, 21,840 permit sayuran untuk 225 pengeksport dan 8,233 permit bagi 95 pengeksport buah.

Selain itu, Peraturan Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan telah dilaksanakan secara sukarela bagi mengeksport hasil-hasil pertanian ke Singapura dengan kerjasama pihak *Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore (AVA)* dan bagi mengimport sayur-sayuran di bawah Perintah Larangan Import 1998. Peraturan ini bertujuan mengenalpasti pengeluar yang mengeluarkan sesuatu hasil pertanian,

The total number of licensees nationwide in 2005 stood at 2,767 individusls/companies consisting of 393 for fruits, 2,074 for coconuts, 30 for coffee and 270 for vegetables (vegetable licensing is enforced in Johor only). The ethnic breakdown was as follows: 1,087 Bumiputeras, 1,620 Chinese and 60 Indians.

By conducting monitoring and enforcement activities as well as licensing of parties engaged in agricultural activities, it is hoped that the efficiency and effectiveness of the marketing system can be improved and lead to rapid agricultural development.

A total of 2,869 round cabbage import permits were issued to 18 consortiums and 26 importers involving 37,524 tonnes. The fees collected from the issue of permits was RM28,690.

Meanwhile, 634 green coffee bean import permits were issued to 105 companies involving a total of 44,120 tonnes and generating revenues of RM19,020.

A total of 31,201 export permits were issued during the year for fruits (B10 star fruits and Exotica papaya), vegetables, onions and potatoes. Out of this total, 1,069 permits were issued to 81 onion exporters, 59 permits to 18 potato exporters, 21,840 permits to 225 vegetable exporters and 8,233 permits to 95 fruit exporters.

Grading, packaging and labelling regulations were implemented on a voluntary basis with the cooperation of the Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore (AVA) for agricultural produce exported to Singapore and for vegetable imports under the Import Prohibition Order 1998. The objectives of the regulations are to identify producers and

memberi maklumat kepada jabatan/agensi mengenai sumber bekalan, jumlah pengeluar dan jenis yang ditanam dalam sesuatu kawasan dan dalam sesuatu tempoh masa dan menjadi pelengkap kepada penguatkuasaan kawalan sisa racun dalam Akta Makanan di mana label akan dijadikan bahan bukti di mahkamah.

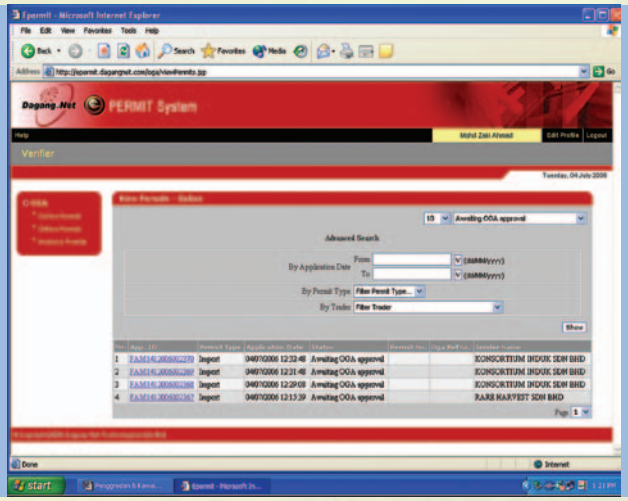
Melalui peningkatan sistem Terminal dan World Wide Web (www) FAMA telah melaksanakan dan mengurus sistem E-Permit bagi pengeluaran permit pengimportan kubis bulat dan biji kopi mentah. Pengaplikasian E-Permit dengan kerjasama Dagang Net Technologies Sdn. Bhd. (DNT) membolehkan FAMA mengeluarkan permit import secara elektronik. Seterusnya semua maklumat permit import yang diluluskan dihantar secara elektronik ke Jabatan Kastam Malaysia (KDRM). FAMA merupakan agensi kerajaan yang pertama melaksanakan sistem ini dan menjadi pelopor kepada inisiatif Kementerian khususnya dan kerajaan amnya bagi penggunaan Teknologi Maklumat di peringkat jabatan/agensi.

Bagi menghadapi cabaran-cabaran tahun 2006, FAMA telah merancang program-program yang lengkap selaras dengan aktiviti-aktiviti yang dijalankan pada tahun ini.

provide information on supply sources, total number of producers and varieties planted in any location for a specific period to the relevant departments and agencies. The regulations also complement pesticide residue control enforcement under the Food Act whereby labels can be used as evidence in court.

Meanwhile. upgrading of the terminal system and internet network enabled FAMA to implement and manage the E-Permit system for online issuance of import permits for cabbages and green coffee beans. The application of the E-permit system with the cooperation of Dagang Net Technologies Sdn. Bhd (DNT) enabled FAMA to issue permits electronically. Information on permits approved by FAMA is sent electronically to the Customs Department of Malaysia. FAMA is the first government agency to implement this system and has become the pioneer of the Ministry's initiative in particular and the government in general in using information technology at government/agency level to process permit applications electronically.

To face the challenges of 2006, FAMA has planned several comprehensive programmes that are in line with the activities carried out this year.



Sistem E-Permit Bagi Permit Import
E-Permit System for Import Permits.

Pelancaran Program SRBRE untuk pengeksport buah-buahan akan dijalankan bagi menandakan bermulanya program baru FAMA bagi membantu mempercepatkan lagi proses pengeksportan. Proses pemantauan dan pengauditan ke atas program ini akan terus dijalankan bagi memastikan pelaksanaan yang berkesan. Ini termasuk melakukan pengauditan hasil-hasil eksport Malaysia di peringkat antarabangsa, seperti di Hong Kong, China, Dubai dan negara-negara European Union bagi syarikat/pengeksport yang menggunapakai Program SRBRE. Kursus SRBRE untuk pengeksport yang berminat juga akan diteruskan bagi melatih dan membantu pengeksport mencapai objektif program. Bagi memastikan program berjalan lancar, kajian semula mengenai keberkesanan, kelemahan, kelebihan dan kesan pendapatan FAMA akan dilaksanakan.

The SRBRE programme for fruit exporters will be launched in 2006, marking the initiation of FAMA's new programme to speed up the export process. Monitoring and auditing activities on this programme will ensure its effective implementation. These include the auditing of Malaysian exports at international level such as at Hong Kong, China, Dubai, and the European Union for companies/exporters using SRBRE. Courses on SRBRE will also be given to interested exporters to train and assist them to achieve the objectives of this programme. To ensure the smooth running of the programme, a review on various aspects such as the effectiveness, weaknesses, advantages and effects on FAMA's revenue, will be conducted.

Bagi program pengauditan Malaysia's Best, latihan dan kursus kepada Jurugred-Jurugred FAMA akan dijalankan bagi mempertingkatkan kebolehan teknikal menggred buah-buahan Malaysia's Best yang baru.

FAMA juga akan melakukan kajian dan mendapatkan maklumat terperinci untuk menyemak, mengemaskini dan menaiktaraf gred digunapakai bagi mencapai piawaian Malaysia untuk buah-buahan dan sayur-sayuran bagi pasaran tempatan dan juga eksport.

Penggunaan sistem E-Permit akan diperluaskan lagi pada tahun 2006 dengan perlaksanaan program perintis bagi permohonan permit pengeksportan sayur-sayuran dan buah-buahan khususnya ke Singapura. Seterusnya, aktiviti perlesenan yang melibatkan permohonan, pemprosesan, pembaharuan dan pengeluaran lesen akan juga dilaksanakan melalui elektronik dengan memperkenalkan sistem E-Lesen.

Training and courses will be provided to FAMA graders to enhance their technical skills in grading the new fruits under the Malaysia's Best auditing programme.

FAMA will also conduct studies to obtain detailed information to review, update and upgrade applicable grades so as to achieve Malaysian Standards on fruits and vegetables for domestic and export markets.

The usage of the E-Permit system will be further expanded in 2006 with the implementation of the pioneer programme for permit application for vegetable and fruit exports, particularly to Singapore. Eventually, all licensing activities such as application, processing, renewal and issuing of licenses will be done electronically with the introduction of E- Lesen.

Perancangan Dan Penilaian
Planning and Evaluation

Perancangan dan Penilaian merupakan aktiviti penting dalam merangka misi, visi, strategi korporat mengikut akta, mandat, arahan semasa kerajaan dan Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MoA).

Objektif perancangan dan penilaian ialah untuk merancang dan menilai program-program yang dilaksanakan oleh FAMA supaya menepati matlamat dan arah tuju organisasi. Tugas ini dilaksanakan dengan berpandukan kepada peranan FAMA seperti yang telah digariskan di dalam Dasar Pertanian Negara (DPN) dan Rancangan Malaysia.

Sepanjang tahun 2005, aktiviti pemantauan dan penilaian telah dilaksanakan ke atas projek-projek pembangunan FAMA di bawah RMKe-8. Pemantauan pelaksanaan projek telah diteruskan melalui *Project Monitoring System (PMS)* manakala satu sistem untuk memantau pelaksanaan keputusan pengurusan melalui *Decision Tracking System (DTS)* telah dimulakan.

Seminar Halatuju dan Pembangunan Sumber Manusia bertemakan *Ke Arah Merealisasi Visi FAMA* telah diadakan dari 4 hingga 5 Ogos, 2005. Ianya telah dihadiri oleh 402 orang warga kerja FAMA dari seluruh negara yang mewakili semua peringkat. Objektif utama seminar ini ialah untuk memaklumkan tentang halatuju, program pembangunan manusia, sistem penyampaian perkhidmatan dan program-program pembangunan RMKe-9.

Bersempena seminar ini, Anugerah Penghargaan Khas Industri telah diberikan bagi menghargai jasa pemasar dan kumpulan sasar di mana empat kategori anugerah telah disampaikan.

FAMA turut menganugerahkan Anugerah Khas Projek Pembangunan mengikut 10 kategori kepada Pejabat FAMA Negeri dan cawangan ibu pejabat.

Selain daripada geran pembangunan, FAMA juga telah memperolehi peruntukan khas daripada Kementerian Kewangan untuk melaksanakan dua program, iaitu program Pembangunan Pusat Pengumpulan dan Pemasaran serta

Planning and evaluation play a vital role in the formulation of the organisation's vision, mission and corporate strategies in line with acts, mandates and government directives and the policies of the Ministry of Agriculture and Agro-based Industry.

The objective is to plan and evaluate programmes implemented by FAMA to ensure that the programmes achieve their objectives and are in line with the organisation's overall objectives and direction. This task is guided by FAMA's role as stipulated in the National Agricultural Policy and the five-year Malaysia Plan.

In 2005, monitoring and evaluation activities were carried out on FAMA's development projects under the Eighth Malaysia Plan. Project implementation was monitored using the Project Monitoring System (PMS), while the Decision Tracking System (DTS) was used to monitor the implementation of decisions made by the management.

A seminar entitled Future Direction and Human Resource Development with the theme "Towards the Realization of FAMA's Vision" was held from 4th to 5th August 2005. A total of 402 FAMA employees from various levels attended the seminar. The main objective of the seminar was to inform employees on FAMA's future directions, human resource development programme, delivery system on services and development programmes under the Ninth Malaysia Plan.

In conjunction with the seminar, Special Industry Recognition Awards were given to marketers and target groups. Four categories of awards were made.

FAMA also awarded Special Development Project Awards based on 10 categories to state offices and departments in the head office.

Besides receiving development grants, FAMA also obtained special allocations from the Ministry of Finance to implement two specific programmes, i.e. Development of Collection and

Program Pengembangan dan Latihan kepada kumpulan sasar, masing-masing berjumlah RM2,821,736 dan RM490,750 FAMA juga telah menerima Peruntukan Khas Pembangunan untuk Ekspo Industri Asas Tani (EIAT) sebanyak RM2,500,000.

Marketing Centres, and Extension and Training programmes to target groups, with allocations of RM2,821,736 and RM490,750, respectively. FAMA was also allocated RM2,500,000 as a special allocation for organising the Agro-based Industry Exposition.

Anugerah Penghargaan Khas Industri 2005 / Special Industry Recognition Awards

Anugerah / Awards	Pemenang / Winners
Anugerah Pembekalan Maklumat Pasaran Cemerlang	Persatuan Pekebun-Pekebun Sayur Malaysia
Anugerah Kontrak Pemasaran Cemerlang	Melon Master Sdn. Bhd.
Anugerah Pengluasan Luang Pasaran Cemerlang	Rangkaian Dairy Farm Giant Retail Sdn. Bhd.
Anugerah Pembangunan Keusahawanan Pemasar Cemerlang	Roti Azan Sdn. Bhd.

Sesi Percambahan Fikiran Warga Kerja FAMA
Brainstorming Session for FAMA Staff

Anugerah Khas Projek Pembangunan 2005
Special Awards for Development Projects, 2005

Anugerah / Awards	Pemenang / Winners	Kategori / Category
Anugerah Setia Gemilang	FAMA Negeri Selangor	Pengurusan Pasar Tani
Anugerah Mutiara Gemilang	Negeri Kedah	Promosi
Anugerah Usaha Gemilang	FAMA Negeri Johor	Eneterprais Kecil dan Sederhana (EKS)
Anugerah Pemasar Gemilang	FAMA Negeri Pahang	Pengurusan Urusniaga
Anugerah Ikatan Gemilang	FAMA Negeri Kelantan	Kontrak Ladang
Anugerah Permata Gemilang	FAMA Negeri Selangor	Pengurusan Akaun
Anugerah Cemara Gemilang	FAMA Negeri Perak	Pengurusan Kredit
Anugerah Ceria Gemilang	FAMA Negeri Pahang	Pengurusan dan Pentadbiran Pejabat
Anugerah Maya Gemilang	FAMA Negeri Kedah	Informasi, Komunikasi dan Teknologi
Anugerah Mega Terbilang	Cawangan Pembangunan Pemasaran dan Usahawan	Keseluruhan (cawangan ibu pejabat)

Projek-projek di bawah Program Pembangunan Pusat Pengumpulan dan Pemasaran adalah seperti berikut :-

- Menambahbaik Kemudahan Pusat Pemasaran Ikan Air Tawar Labu, Negeri Sembilan.
- Menambahbaik Kemudahan Pusat Pemasaran Produk Asas Tani di Pejabat FAMA Johor.
- Menambahbaik Kemudahan Pusat Pemasaran Kluster Ternakan di Jerantut, Pahang dan Batu Kikir, Negeri Sembilan.
- Menaiktaraf Pusat Pengumpulan Ladang dan Kompleks Pengumpulan Ladang.
- Menambahbaik Kemudahan Kompleks Bilik Sejuk dan Pusat Pemasaran Buah-Buahan di Chui Chak, Langkap, Perak.

Projects implemented under the Programme for Development of Collection and Marketing Centres were:-

- Upgrading of facilities at the Freshwater Fish Marketing Centre at Labu, Negeri Sembilan.
- Upgrading of facilities at the Agro-based Product Marketing Centre at FAMA Johor.
- Upgrading of facilities at the Livestock Cluster Marketing Centre at Jerantut, Pahang and Batu Kikir, Negeri Sembilan.
- Upgrading of Farm Collection Centres and Complexes
- Upgrading of facilities at Cold Room Complexes and Fruit Marketing Centre at Chui Chak, Langkap, Perak.

Penyampaian Anugerah Penghargaan Khas Industri, Port Dickson, 6 Ogos 2005
Special Industry Recognition Awards Presented at Port Dickson, 6 August 2005

Seminar Hala Tuju dan Pembangunan Sumber Manusia FAMA di Port Dickson, 4 - 5 Ogos 2005
Seminar on Future Direction and Human Resource Development of FAMA, Port Dickson 4 - 5 August 2005

Manakala bagi Program Pengembangan dan Latihan, objektifnya ialah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemahiran petani dan kakitangan bagi memajukan sektor pertanian menerusi sesi perbincangan, bengkel, seminar, dialog dan kursus serta lawatan sambil belajar. Program ini melibatkan petani, pengusaha, pemborong dan semua pemain-pemain dalam sektor pemasaran pertanian. Komoditi yang terlibat ialah sayur, buah, ternakan, perikanan dan juga pengeksportan.

FAMA juga terlibat dalam Projek Pembangunan Kawasan Pertanian dan Industri Asas Tani di Seberang Perai Utara, Pagoh, Jeli, Sik dan Kawasan Luar Padi (MADA).

As for the extension and training programme, the objective of the special allocation was to enhance skills and knowledge of farmers and employees in developing the agricultural sector through discussions, workshops, seminars, dialogues and study tours. The programme involved farmers, entrepreneurs, wholesalers, and all players in the agricultural marketing sector. It focused on several commodities such as vegetables and fruits, livestock and fishery.

FAMA was also involved in the Agriculture and Agro-based Industry Area Development Projects at Seberang Perai Utara, Pagoh, Jeli, Sik and External Paddy Areas under MADA.

Pengurusan Pejabat
Office Management

Pengurusan Pejabat telah dipertingkatkan untuk memberi perkhidmatan yang cekap bagi memenuhi kepuasan pelanggan dalaman dan luaran. Kemudahan pejabat dan kebajikan warga kerja telah diperbaiki bagi memastikan kemudahan prasarana yang mencukupi untuk memenuhi perjalanan organisasi serta memastikan penguatkuasaan peraturan dan prosedur kerja di FAMA.

Pengurusan Pejabat telah memberi keutamaan dalam meningkatkan sistem penyampaian (delivery system) yang lebih cekap dan berkesan. Penggunaan sistem teknologi maklumat seperti *My Inventori, My Asset, My Financial* dan cuti *online* telah dilaksanakan. Sistem ini telah mempercepatkan proses pemantauan, memperkemaskan pengurusan harta organisasi, mempercepatkan proses permohonan dan pembayaran serta menyokong dasar *paperless* kerajaan.

Budaya Kerja Cemerlang FAMA telah diterapkan melalui hubungan mesra antara pengurusan dan warga kerja melalui pelaksanaan Majlis Bersama Jabatan (MBJ), PUSPANITA, Kesatuan Kakitangan FAMA (KEKAF), Kesatuan Pegawai Eksekutif (KPE), Persatuan Kebajikan Kakitangan Islam FAMA (PERKIF), Kelab Sukan dan Kebajikan FAMA (KSF) dan Koperasi Kakitangan FAMA.

Efficient service to satisfy both internal and external customers is the aim of Office Management. Office facilities and employee welfare are continuously improved with the view of providing adequate infrastructure to ensure the smooth functioning of the organisation and adherence to regulations and work procedures in FAMA.

An efficient and effective delivery system was one of the priorities in 2005. Towards this end, FAMA emphasised the utilisation of information technology software such as MyInventory, MyAsset, MyFinancial and Cuti Online. These systems helped to speed up monitoring, asset management, application and payment processes, besides supporting the government's paperless policy.

Excellent Work Culture as espoused by the government has been cultivated by building up rapport between the management and employees through the implementation of Majlis Bersama Jabatan (MBJ), PUSPANITA, Kesatuan Kakitangan FAMA (KEKAF), Kesatuan Pegawai Eksekutif (KPE), Persatuan Kebajikan Kakitangan Islam FAMA (PERKIF), Kelab Sukan dan Kebajikan FAMA (KSF) and Koperasi Kakitangan FAMA.

Perhimpunan Bulanan Warga Kerja FAMA
Monthly Assembly of FAMA Staff

Seminar Kakitangan Kumpulan Sokongan FAMA Pada 21 - 23 September 2005
FAMA Support Group Seminar, 21 - 23 September 2005

Dalam usaha mengeratkan hubungan silaturahim di antara warga kerja FAMA, program-program seperti Majlis Jamuan Hari Raya, Majlis Jamuan Berbuka Puasa, Sambutan Maulidur Rasul, Maal Hijrah, Sambutan Hari Kemerdekaan dan Perhimpunan Bulanan FAMA bersama pihak Pengurusan telah dilaksanakan.

Selaras dengan usaha-usaha kerajaan untuk meningkatkan kecekapan dan keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan agensi kerajaan, FAMA telah mewujudkan Pejabat Perkhidmatan Pelanggan melalui perlantikan Pegawai Khidmat Pelanggan. FAMA telah menyediakan kaunter perkhidmatan pelanggan bagi memastikan kepuasan dan harapan pelanggan.

FAMA juga telah melaksanakan *Occupational Safety and Health Committee* (OSHCo) di peringkat ibu pejabat dan ianya akan diperluaskan ke peringkat negeri.

Penekanan kepada melahirkan budaya kerja cermerlang, gemilang dan terbilang akan menjadi keutamaan FAMA.

In an effort to build up goodwill and rapport among employees, several events were organised in conjunction with special celebrations such as Hari Raya, Breaking Fast gathering, Maulidur Rasul, Maal Hijrah and National Day. Monthly assemblies were also held.

In line with government efforts to improve the efficiency and effectiveness of the delivery system, FAMA has created a Customer Service Department and appointed customer service personnel. A customer service counter has been established to entertain any enquiries and provide assistance to customers.

FAMA has also set up the Occupational Safety and Health Committee (OSHCo) at head office and this feature will be extended to FAMA state offices in the near future.

FAMA will continue to strive towards achieving excellence, brilliance and distinction in work ethics and culture among its employees.

Pengurusan Hartanah
Property Management

Objektif Pengurusan Hartanah ialah untuk memastikan kemudahan infrastruktur mencukupi dan memenuhi keperluan pengurusan dan pembangunan FAMA serta untuk memajukan hartanah FAMA secara optimum dengan menyediakan khidmat sokongan pemasaran kepada aktiviti-aktiviti pemasaran FAMA.

Bagi hartanah fizikal, Pengurusan Hartanah bertanggungjawab untuk menyelenggaranya agar berada dalam keadaan yang baik melalui kaedah pengurusan secara cekap dan memastikan setiap hartanah FAMA mempunyai nilai-nilai komersil serta boleh digunakan bagi menambahkan pendapatan FAMA.

Hartanah FAMA boleh dibahagikan kepada Pejabat FAMA, Premis Jualan, Pusat Latihan, Kenderaan Perdagangan dan kenderaan penumpang serta tanah-tanah milik FAMA.

Ensuring adequate infrastructure facilities that can support and fulfil the requirements of management and development programmes as well as developing FAMA properties in an optimum manner is the goal under property management.

With respect to physical assets, among the priorities are to maintain them in good condition, ensure that they retain high commercial values and can be utilised to generate revenues for FAMA through efficient management.

FAMA's properties can be divided into offices, sales premises, training centres, commercial and passenger vehicles and land belonging to FAMA.

Senarai Hartanah FAMA Pada Tahun 2005
FAMA's Properties in 2005

Bil. / No.	Jenis Hartanah / Type of Property	Bilangan / No.
1	Pejabat (Ibu Pejabat, negeri, daerah, Kompleks Bilik Sejuk, Pusat Pemasaran	122
2	Pusat Memproses Makanan	4
3	Premis Jualan	29
4	Pusat Latihan	3
5	Kenderaan Perdagangan - Insuran	194
6	Kenderaan Penumpang - Insuran	92
7	Tanah (hak milik FAMA)	241

Pengurusan Sumber Manusia
Human Resource Management

Pengurusan Sumber Manusia FAMA bertujuan untuk menyediakan keperluan sumber manusia yang berkelayakan dan berwibawa dalam menjalankan tugas-tugas organisasi.

FAMA telah melaksanakan beberapa aktiviti bagi menghargai pegawai-pegawai yang telah berkhidmat cemerlang dan mencapai perkhidmatan 20 tahun dan 30 tahun di dalam Majlis Perkhidmatan Cemerlang 2005 yang diadakan di Port Dickson pada 6 Ogos 2005. Majlis *Jasa Mu Di Kenang* bagi meraikan pegawai-pegawai yang bersara juga telah diadakan.

Jumlah jawatan tetap di FAMA sehingga 31 Disember 2005 adalah seramai 1,849 orang.

Providing well-qualified and credible personnel to carry out the organisation's responsibilities is the main objective under human resource development.

FAMA implemented several activities in appreciation of employees who excelled in their services and long service employees who served FAMA loyally for 20 and 30 years in an Excellent Service Award ceremony at Port Dickson on 6th August 2005. Special appreciation (Jasa Mu Dikenang) functions were also held to show appreciation to retiring employees.

The total number of permanent posts in FAMA for the year ended 31st December 2005 was 1,849.

Kedudukan Jawatan Di FAMA Pada Tahun 2005
Number of Posts in FAMA 2005

Skim Perkhidmatan Service Schemes	31 Dis / Dec 2004			31 Dis / Dec 2005		
	Jumlah Jawatan Total Posts	Isi/Filled	Kosong Vacant	Jumlah Jawatan Total Posts	Isi/Filled	Kosong Vacant
Pengurusan Tertinggi	3	2	1	3	2	1
Pengurusan & Profesional	136	100	36	136	122	14
Sokongan						
Sokongan I - B	291	227	64	291	270	21
Sokongan II - C	920	804	116	920	848	72
Sokongan III - D	499	385	114	499	389	110
JUMLAH SOKONGAN	1,710	1,416	294	1,710	1,507	203
JUMLAH KESELURUHAN	**1,849**	**1,518**	**331**	**1,849**	**1,631**	**218**

Selain dari 1,849 jawatan tetap, terdapat sejumlah 366 jawatan daripada pegawai lantikan secara kontrak, sementara dan sambilan. Manakala sejumlah 222 adalah merupakan jawatan bagi lantikan anggota projek urusniaga FAMA.

Besides the 1,849 permanent posts, there were also 366 contract, temporary and part-time posts. Another 222 posts were for employees under trading projects.

Ringkasan Bilangan Jawatan Tidak Tetap Pada Tahun 2005
Non Permanent Positions in FAMA, 2005

Kumpulan Perkhidmatan Service Groups	Bilangan Number
Kakitangan Kontrak	115
Kakitangan Sementara	38
Kakitangan Sambilan	213
Kakitangan Projek Urusniaga	222
JUMLAH	**588**

Pengisian Jawatan Bagi Tahun 2005
Filling of Vacancies in 2005

Skim Perkhidmatan Service Scheme	KPSL (a)	Lantik Terus Direct Appointment (b)	Jumlah / Total (a) + (b)
Kumpulan Pengurusan & Profesional	8	15	23
Kumpulan Sokongan	43	141	184
JUMLAH	**51**	**156**	**207**

Bilangan Pegawai Yang Naik Pangkat/Pemangku Pada Tahun 2005
Number of Officers Promoted or Under Acting in 2005

Gred Grade (b)	Bilangan Pegawai Yang Dinaikkan Pangkat Number of Officers Promoted (c)	Bilangan Pegawai Yang Memangku Number of Officers Acting on Post (d)	Bilangan Pegawai Yang Memangku BTNP Number of Officers Acting BTNP (e)	Jumlah Total (c+d+e)
Kumpulan Pengurusan Tertinggi	-	-	1	1
Kumpulan Pengurusan Dan Profesional	23	-	9	32
Kumpulan Sokongan	67	1	38	106
JUMLAH	**90**	**1**	**48**	**139**

Pembangunan Modal Insan
Capacity Building

Warga kerja merupakan aset sesebuah organisasi. Pembangunan modal insan melalui latihan berterusan boleh meningkatkan pengetahuan, kemahiran dan sikap untuk mencapai matlamat organisasi berprestasi tinggi.

Pada tahun 2005, sebanyak RM1.2 juta telah diperuntukkan untuk pembangunan modal insan berbanding hanya RM800,000 pada tahun 2004. Dalam membangunkan modal insan, kursus-kursus berteraskan Pembangunan Kerjaya dan Pembangunan Kepakaran dilaksanakan untuk seluruh warga kerja di semua peringkat. Ini sesuai dengan matlamat Dasar Latihan Pembangunan Sumber Manusia untuk memberi latihan sekurang-kurangnya tujuh hari setahun bagi setiap warga kerja.

Secara keseluruhan, sebanyak 135 kursus dan seminar telah diadakan sepanjang tahun 2005 dan 2,310 orang pegawai telah terlibat.

Employees are an important asset to an organisation. Capacity building through continuous training will help to enhance knowledge, skills and build positive attitudes towards achieving a high performance organisation.

In 2005, a total of RM1.2 Million was allocated for capacity building compared to only RM800,000 in the previous year. Under capacity building, various courses tuned towards career development and skill improvement were conducted for FAMA employees at all levels. This is in line with the Human Resource Development Training Policy to provide training to every employee for at least 7 days a year.

In 2005, a total of 135 courses and seminars were held involving 2,310 employees.

Kursus-Kursus Pembangunan Modal Insan Pada Tahun 2005
Capacity Building Courses in 2005

Jenis Kursus / Aktiviti Types of Courses / Activities	Kuantiti (Kekerapan Setahun) Quantity (frequency/year)	Bilangan (Orang) Number of Persons
Induksi		
i) Umum	2	161
i) Khusus	2	189
i) BTN	3	246
KPSL		
i) Kursus KPSL E27/E41	2	95
ii) Peperiksaan KPSL/E27/E41	1	91
Pengurusan		
i) Individu	25	62
ii) Kumpulan	32	1,110
ITC	4	23
Pemasaran	7	142
NATC	47	24
Kursus ad-hoc	3	34
Kewangan	4	130
Kursus Luar Negara	3	3
JUMLAH	**135**	**2,310**

FAMA buat pertama kalinya telah melaksanakan program *retreat* di kalangan pengurusan tertinggi, pertengahan dan sokongan secara berperingkat. Program ini telah mencapai objektif untuk meningkatkan persefahaman dan *esprit de corp* dalam organisasi.

Sejajar dengan dasar kerajaan untuk mempertingkatkan prestasi warga kerja, penambahbaikan Penilaian Tahap Kecekapan (PTK) telah dilaksanakan bagi memperkukuhkan pengurusan Sistem Saraan Malaysia (SSM). Pada bulan Oktober 2005, pelaksanaan PTK didahului dengan peperiksaan gred 22 dan 32. Seramai 753 calon yang layak telah menghadapi PTK dan 614 orang (81.54 peratus) telah lulus pada peperiksaan yang diadakan pada tahun 2005.

For the first time, FAMA conducted a retreat programme for its higher and middle management as well as support staff. This was carried out in stages and the programme was successful in achieving its objective of forging understanding and *esprit de corp* in the organisation.

In line with government policy to increase performance of its employees, a review of the Proficiency Level Assessment (Penilaian Tahap Kecekapan or PTK) for employees was undertaken to strengthen the Malaysian Remuneration System (Sistem Saraan Malaysia or SSM). The implementation of the PTK in 2005 started in October with the first batch from the Grade 22 and 32 groups sitting for the PTK examinations.

Maklumat Peperiksaan Tahap Kecekapan Pada Tahun 2005
Proficiency Level Assessment Information in 2005

Penilaian Tahap Kecekapan Proficiency Level Assessment	Bil. Calon No. of Candidates	Bil. Calon Lulus No. of Passes
PMR ke bawah	75	72
Peperiksaan	678	542
JUMLAH	**753**	**614**

Dalam melaksanakan program National Agriculture Training Council (NATC), FAMA telah dipertanggungjawabkan membangunkan National Occupational Skill Standard (NOSS) dan pakej pembelajaran berkaitan dengan Pengedaran Makanan dan Hasil Pertanian. Selaras dengan usaha meningkatkan kemahiran dalam bidang pemasaran, Pakej Pembelajaran Pemasaran bagi tahap 3 sedang dibangunkan manakala Pakej Pembelajaran Pemasaran tahap 2 dan 4 telah siap sepenuhnya dan sedia untuk digunapakai.

Institut Latihan FAMA (ILF) Port Dickson giat memasarkan pakej-pakej kursus dan latihan. Pada tahun 2005, pakej latihan telah mengendalikan sebanyak 101 kursus. Seramai 5240 orang telah mengikuti kursus ini di mana 1608 orang adalah petani. Pembangunan ILF sebagai pusat latihan pemasaran yang lengkap sedang dirancangkan.

Program latihan dan pembangunan modal insan adalah amat penting bagi meningkatkan produktiviti pekerja. Ia merupakan nadi kepada sebuah organisasi bagi memastikan kesinambungan aktiviti dalam persaingan pasaran selaras dengan Dasar Latihan Kerajaan untuk menjadikan *Pertanian Adalah Perniagaan*.

FAMA has also been involved in developing National Occupational Skills Standards (NOSS) and Learning Packages on Distribution of Food and Agriculture Products for the National Agriculture Training Council (NATC). In line with efforts to enhance skills in marketing, Learning Packages in Marketing for levels 2 and 4 have been completed while the package for level 3 is being developed.

The FAMA Training Institute (Institut Latihan FAMA or ILF) at Port Dickson has continued to market courses and training packages. A total of 101 courses were conducted in 2005 involving 5,240 people, including 1,608 farmers. The development of ILF as a complete marketing training centre is being planned.

Training and capacity building development programmes are important to increase employee productivity. They are the core strength in an organisation to ensure continuity of activities in line with the government's Training Policy and the stated objective towards 'Agriculture is a Business'

Khidmat Kejuruteraan
Engineering Services

Khidmat Kejuruteraan FAMA bertujuan sebagai pemberi khidmat sokongan teknikal dan melaksanakan program dan projek pembangunan infrastruktur di dalam bidang Kejuruteraan Awam, Elektrik, Penyejukan, Pengilangan, Pengurusan Bangunan dan Pengangkutan.

Aktiviti-aktiviti yang dilaksanakan melibatkan kerja-kerja pembaikan dan penyelenggaraan bangunan, kenderaan serta kemudahan infrastruktur sedia ada. Kerja-kerja pembaikan awam, elektrik dan penyejukan dilaksanakan ke atas infrastruktur pemasaran FAMA, contohnya Pasar Tani Borong, Pusat Pemasaran, Kilang Memproses, Pusat Penggredan, Gerai Jualan dan Kompleks Bilik Sejuk. Sebahagian besar daripada pusat-pusat tersebut telah berusia melebihi 15 tahun dan kerja-kerja pembaikan seperti mengganti bumbung, mengecat bangunan, pendawaian semula/pemasangan elektrik, menggantikan sistem paip air, sistem kumbahan dan sebagainya perlu dilaksanakan secara berterusan dari semasa ke semasa bagi memastikan operasi pusat berkenaan tidak terjejas dan keselamatan pengguna tidak terabai.

Selain itu, kerja-kerja yang dijalankan pada tahun 2005 termasuk menyediakan pelan lukisan, menyelia dan mengawasi kerja-kerja pembinaan di tapak-tapak projek seperti Kompleks Pengumpulan Ladang (KPL), Pusat Pengumpulan (CC), Pusat Pengedaran (DC), Pusat Operasi Barangan Segar, projek-projek fizikal pemasaran produk proses dan pusat pemasaran ternakan serta penyelenggaraan tapak projek TEMAN.

Technical support services to implement infrastructural development programmes and projects under civil engineering, electrical, cooling, milling, building management and transportation are undertaken under engineering services.

Repairs and maintenance work on buildings, vehicles and infrastructure facilities are regularly carried out. These include civil, electrical and cooling repairs on marketing infrastructure of FAMA such as Wholesale Farmers' Markets, Marketing Centres, Processing Factories, Grading Centres, Sales Kiosks and Cold Room Complexes.

Most of the infrastructure is more than 15 years of age and repair work such as replacement of roofs, repainting of buildings, electrical rewiring/installation, replacement of piping and drainage system need to be done regularly to ensure smooth operation and employee safety.

Works carried out in 2005 include preparation of drawing plan, supervision of construction works at project sites such as farm collection complexes, collection centres, distribution centres, fresh produce operation centres, physical projects for marketing of processed products, livestock marketing centres and site maintenance of TEMAN project.

Pada tahun 2005, jumlah peruntukan bagi menampung kos pembaikan dan penyelenggaraan kenderaan di seluruh negara ialah RM3,343,731.72. Sebanyak RM1,922,581.20 dari peruntukan telah digunakan untuk pembelian 30 buah lori kargo BDM 4,500 kg melalui tender manakala RM4,686.50 digunakan untuk membeli sebuah motorsikal dan RM86,340.80 untuk membeli sebuah lori kargo untuk Projek Pembangunan Kawasan Parlimen Pagoh, Johor, menjadikan keseluruhan jumlah perbelanjaan pembelian kenderaan adalah RM2,013,608.50.

In 2005, the total budget allocated to cover vehicle repairs and maintenance costs was RM3,343,731.72. A sum of RM1,922,581.20 of the allocation was used to purchase 30 4500 kg cargo lorries through the tender process, RM4,686.50 was used to purchase a motorcycle and RM86,340.80 was allocated to purchase a cargo lorry for the Pagoh parliamentary area development project, bringing the total expenditure for vehicle purchase to RM2,013,608.50.

Hal Ehwal Korporat
Corporate Affairs

Hal Ehwal Korporat berfungsi untuk membangun dan memperkukuhkan imej korporat FAMA. Ini termasuk menyalurkan maklumat dua hala kepada kumpulan sasar untuk manfaat bersama, menyediakan luang rujukan bagi penyelidikan dan maklumat korporat, menyelaras dan mengatur publisiti dan iklan melalui media cetak dan elektronik, dan menyelaras pameran dan majlis rasmi.

Publisiti dan iklan media yang dijalankan sepanjang tahun 2005 adalah seperti berikut :-

i. Program radio di Radio Televisyen Malaysia (RTM).

ii. Menyelaras Wawancara Bersama Pengerusi FAMA, Ketua Pengarah FAMA, Timbalan Ketua Pengarah FAMA dan Pengarah Kanan FAMA dengan media cetak dan elektronik.

iii. Publisiti dan iklan di suratkhabar iaitu *advertorial* di Utusan Malaysia (selama 6 bulan) dan siaran akhbar mengikut program/aktiviti yang dijalankan.

The responsibility to develop and strengthen the corporate image of FAMA is the main function under Corporate Affairs. This includes the dissemination of bilateral information to target groups for mutual benefit, provision of reference channels for research purposes, coordination and arrangement of publicity and advertisement through the print and electronic media, and coordination of exhibitions and official ceremonies.

Among the publicity and media advertisements carried out in 2005 were as follows:-

i. Radio programmes on Radio Television Malaysia (RTM).

ii. Coordination of electronic and print media interviews with Chairman, Director General, Deputies Director General and senior directors of FAMA.

iii. Publicity and advertisement in local newspaper, i.e. advertorial in Utusan Malaysia for 6 months and other publicity according to programmes carried out.

Tajuk *Advertorial* di dalam Utusan Malaysia Bagi Tahun 2005
Advertorial Titles in Utusan Malaysia 2005

Bulan / Month	Tajuk Advertorial / Advertorial Titles
Jun 2005	FAMA Perhebat Program Promosi Pasaran
Julai 2005	Kontrak Pemasaran untuk pengusaha produk tani tempatan
Ogos 2005	Misi baru FAMA angkat sektor pertanian ke tahap yang lebih tinggi
September 2005	Transformasi Pemasaran dan pengedaran Hasil Pertanian oleh FAMA
November 2005	FAMA peneraju pemasaran global hasil pertanian
Januari 2006	FAMA sedia hadapi cabaran 2006

Pelawat Tempatan dan Antarabangsa Pada Tahun 2005
Local and International Visitors in 2005

Bil.No	Pelawat / Visitors	Tarikh / Date
1	Lawatan Usahawan Belia Tani, Institut Pertanian Serdang	14 Februari 2005
2	Lawatan Kerja Bakal Pesuruhjaya Perdagangan MATRADE di Guangzhou, China, Bangkok, Thailand dan Filipina	17 Februari 2005
3	Lawatan Kerja Setiausaha Parlimen, Kementerian Pengajian Tinggi	22 Februari 2005
4	Lawatan Pelajar Universiti Malaysia Sabah	5 April 2005
5	Lawatan Pegawai Pemasaran, Surabaya, Indonesia	19 April 2005
6	Lawatan Pegawai Syarikat Swasta Qingdao, Republik Rakyat China	6 Jun 2005
7	Lawatan Pegawai Kementerian Pertanian Jawa Barat, Indonesia	27 Julai 2005
8	Lawatan Philippine Muslim Leaders, Filipina	28 Julai 2005
9	Lawatan Pegawai Kementerian Pertanian, Bangladesh	1 Disember 2005

Pada tahun 2005, sebanyak empat kumpulan delegasi tempatan dan lima kumpulan delegasi antarabangsa telah mengadakan lawatan kerja ke ibu pejabat FAMA.

Pada tahun 2005, sebanyak lima seminar dan dialog telah diadakan bersama kumpulan sasar seperti berikut :

In 2005, four groups of local delegates and five groups of international delegates visited FAMA's head office.

A total of 5 seminars and dialogues were conducted together with target groups as follows:-

Mesyuarat Lembaga Pengarah FAMA Ke 117 pada 9 Ogos 2005
117th Meeting of FAMA Board of Directors on 9 August 2005

Lawatan Delegasi dari China
Visit of Delegates from China

i. Seminar Hala Tuju FAMA di Karambunai, Sabah.
ii. Seminar Keperluan Standard dan Pembungkusan untuk Eksport ke Singapura.
iii. Seminar Hala Tuju dan Pembangunan Sumber Manusia di Port Dickson.
iv. Seminar dan Pameran Ikan Hiasan dan Binatang Kesayangan di Johor Bahru.
v. Seminar Kontrak Pemasaran Jagung di Shah Alam.

i. Seminar on FAMA's future direction at Karambunai, Sabah.
ii. Seminar on Standard and Packaging Requirements for Export to Singapore.
iii. Seminar on Future Direction and Human Resource Development at Port Dickson, Negeri Sembilan.
iv. Seminar on Ornamental Fish and Pets, Johor Bahru.
v. Seminar on Contract Marketing of Corn, Shah Alam, Selangor.

Operasi Anak Syarikat
Operations of Subsidiary Company

Anak syarikat FAMA, iaitu FAMA Corporation Sdn. Bhd. (Famaco), telah ditubuhkan di bawah Akta Pensyarikatan 1965 pada 15 Ogos 1994 dengan matlamat utama untuk menjalankan operasi perniagaan hasil-hasil pertanian dan pengilangan serta pengedaran serbuk kopi.

Famaco berfungsi membantu FAMA menjalankan pemasaran dan pengedaran hasil-hasil pertanian dan ternakan. Aktiviti utama edaran barangan segar Famaco ialah pengimportan dan pengedaran sayur-sayuran terutama kobis bulat, dan pengedaran barangan proses daripada PKS, termasuk barangan jenama AgroMas dan OleMas yang dijalankan melalui FAMA Consortium (M) Sdn. Bhd. Manakala aktiviti pengilangan serbuk kopi dijalankan di Kilang Kopi FAMA, Banting.

Pencapaian keseluruhan urusniaga yang dijalankan dalam tahun 2005 adalah sangat menggalakkan. Dalam tahun kewangan berakhir 31 Disember 2005, Famaco dan ahli kumpulannya telah mencapai perolehan berjumlah RM12.464 juta dan keuntungan bersih kumpulan sebelum cukai sebanyak RM174,694. Keuntungan selepas cukai yang dicatatkan pula ialah sebanyak RM62,802 (tahun 2004 : RM75,208) di atas perolehan berjumlah RM7,034,444 (tahun 2004 : RM7,590,757) dan selepas bayaran kos perkhidmatan *approved permits* (AP) berjumlah RM637,445.47 (tahun 2004 : RM771,451.18).

Pada tahun 2005, jumlah AP yang diluluskan kepada syarikat adalah sebanyak 10,131 tan metrik (tahun 2004 : 10,550 tan metrik) dan kesemua peruntukan telah digunakan. Perolehan menurun sedikit sebanyak RM556,313 atau 7.3 peratus berbanding tahun 2004 disebabkan oleh penurunan jumlah kelulusan AP sebanyak 419 tan metrik berbanding tahun 2004.

Sebanyak 79.2 peratus atau RM5,574,565.20 adalah perolehan daripada sayur kubis sementara 20.8 peratus atau RM1,459,879.01 adalah hasil daripada bekalan kepada Kumpulan KFC. Nisbah perolehan ini adalah stabil berbanding tahun 2004. Prospek urusniaga Famaco bagi tahun 2006 dijangka bertambah cerah dengan bertambahnya permintaan barangan segar di dalam dan luar negara.

FAMA Corporation Sdn Bhd (Famaco), a subsidiary company of FAMA was established on 15th August 1994 under the Company's Act 1965, with the main objective of engaging in the trading of agricultural products as well as processing and distribution of coffee products.

Famaco functions to assist FAMA in carrying out the marketing and distribution of agricultural produce and livestock. The main activities under the distribution of fresh produce are the importation and distribution of vegetables, especially round cabbage, and the distribution of processed products involving SME, including Agromas and OleMas branded products. These distribution activities are carried out through FAMA Consortium (M) Sdn Bhd. while processing of coffee powder is carried out by the FAMA Coffee Factory in Banting, Selangor.

The overall performance in trading activities for 2005 was very encouraging. In the financial year ending 31st December 2005, Famaco and its group registered revenues of RM12.464 million and group net profit before tax of RM174,694. The group registered after tax profit of RM62,802 (2004: RM75,208) on revenues of RM7,034,444 (2004: RM7,590,757) and after payment for the cost of Approved Permit (AP) services totalling RM637,445.47 (Year 2004: RM771,451.18).

In 2005, the number of APs approved for the company was 10,131 tonnes (2004: 10,550 tonnes) and it was fully utilised. Revenues decreased slightly by RM556,313 or 7.3 percent compared to 2004 due to the decrease in approved permits by 419 tonnes.

A total of RM5,574,565.20 or 79.2 percent of revenue came from cabbages, while RM1,459,879.01 or 20.8 percent was from supply to the KFC Group.

Revenue ratio was stable compared to the year 2004. Trading prospects for the year 2006 are expected to be bright with increasing demand foreseen for domestic and international markets.

Takwim Peristiwa 2005
Calendar of Events 2005

17-18 Feb • 17-18 Feb **1**

Ekspedisi Memungut Madu Lebah, Tasek Ulu Muda Sik dan Tasek Pedu Daerah Padang Terap.
Honey collection expedition, Tasek Ulu Muda, Sik and Tasek Pedu, Padang Terap District.

14 Feb • 14 Feb **2**

Majlis menandatangani Perjanjian Due Diligence International Brand di antara FAMA dan Alpha Asset Management Sdn. Bhd.
Signing Ceremony of agreement on 'Due Diligence International Brand Agreement' between FAMA and Alpha Asset Management Sdn. Bhd.

19 Feb • 19 Feb **3**

Majlis Pelancaran Pasar Tani Mega Peringkat Negeri Johor oleh Y. A. B. Dato' Sri Haji Mohd. Najib bin Tun Haji Abdul Razak, Timbalan Perdana Menteri, di Tapak Pasar Tani Larkin, Johor Bahru, Johor.
The Launching of 'Pasar Tani Mega' Johor State Level by Y. A. B. Dato' Sri Haji Mohd. Najib bin Tun Haji Abdul Razak, Deputy Prime Minister, Johor Bahru, Johor.

01 Mac • 01 Mar **4**

MoU Kontrak Pemasaran Ternakan Lembu di Tekam Plantation Resort, Jerantut, Pahang.
MoU on Contract Marketing of Livestock, Tekam Plantation Resort, Jerantut, Pahang.

08 Mac • *08 Mar* **5**

Taklimat dan Majlis Menandatangani MoU Sewaan Perisian SAS di antara FAMA dengan SAS Institute Sdn. Bhd.
Briefing and Signing of MoU on SAS Software Lease between FAMA and SAS Institute Sdn. Bhd.

21-23 Mac • 21-23 Mar **6**

Kursus Pemasaran Akuakultur di Kuantan, Pahang.
Aquaculture Marketing Course, Kuantan, Pahang.

29 Mac • 29 Mar **7**

Majlis Perasmian "Penerokaan Pasaran Limau Madu Durian Mentangau di Hypermarket" oleh Exco Pertanian Negeri Terengganu di Pasar Raya Giant, Shah Alam.
Official ceremony on "Market Exploration of Durian Mentangau Honey Lemon at Hypermarket" by Terengganu State Exco, Giant Hypermarket, Shah Alam.

30 Apr • 30 Apr **8**

Perlancaran Pasar Tani Mega Ipoh, Perak oleh Y. Bhg. Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani.
Launching of 'Pasar Tani Mega' Ipoh, Perak by Y. Bhg. Secretary General of Ministry of Agriculture and Agro-based Industry.

07 Mei • 07 Mar **9**

Majlis Perasmian Penuaian Tembikai Kelompok Kubang Lokoh di PPL Kampung Kubang Lokoh, Setiu, Terengganu.
Official ceremony on Watermelon Harvesting at Kubang Lokoh Cluster, PPL Kampung Kubang Lokoh, Setiu, Terengganu.

16 Mei • 16 May **10**

Bengkel Islam Hadhari : "Kecemerlangan Pengurusan" di Port Dickson, Negeri Sembilan.
Islam Hadhari Workshop : "Excellence in Management".

Takwim Peristiwa 2005
Calendar of Events 2005

11 **27 Mei • 27 May**

Majlis Penyerahan Sijil Malaysia's Best kepada Pengeksport Buah Belimbing di Fruit Valley PKPS.
Presentation ceremony of Malaysia's Best certificate to carambola exporters at Fruit Valley PKPS.

12 **14 Jun • 14 Jun**

Pelancaran Promosi Hasil-Hasil Pertanian dan Produk PKS dengan Sektor Perhotelan oleh Y. B. Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani di Kuala Lumpur.
Launching of Promotion Programmes for Agricultural Produce and SME Products with Hotel Sector by Y. B. Deputy Minister of Agriculture and Agro-based Industry, Kuala Lumpur.

13 **16 Jun • 16 Jun**

Pelancaran Promosi Roselle dan Seminar Keusahawanan Nanas Josapine Peringkat Negeri Johor.
Launching of Promotion Programmes for Roselle and Seminar on Josapine Pineapple Entrepreneurship, Johor state level.

14 **01 Jul • 01 Jul**

Seminar Keperluan Standard & Pembungkusan untuk Eksport ke Singapura.
Seminar on Standard and Packaging Requirements for Export to Singapore.

15 **11 Jul • 11 Jul**

Pelancaran OleMas oleh Y. B. Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani di Restoran Jejantas Air Keroh, Melaka.
Launching of OleMas by Y. B. Deputy Minister of Agriculture and Agro-based Industry, PLUS Highway Rest and Recreation, Air Keroh, Melaka.

16 **29 Jul • 29 Jul**

Pelancaran Pesta Buah-buahan Bermusim Malaysia oleh Y. B. Timbalan Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani di Pasar Raya Giant, Shah Alam.
Launching of Seasonal Fruit Fiesta by Y. B. Deputy Minister of Agriculture and Agro-based Industry at Giant Supermarket, Shah Alam, Selangor.

17 **06 Ogos • 06 Aug**

Majlis Anugerah Perkhidmatan Cemerlang 2005 di Port Dickson, Negeri Sembilan.
Excellent Service Award Ceremony 2005 at Port Dickson, Negeri Sembilan.

18 **09 Ogos • 09 Aug**

Majlis Perpisahan untuk Pengerusi FAMA, En. Azizi Meor Ngah, di Kuala Lumpur
Farewell Ceremony for FAMA Chairman, Mr. Azizi Meor Ngah, at Kuala Lumpur.

19 **15 Ogos • 15 Aug**

Majlis Menandatangani Perjanjian Vendor dan Majlis Makan Malam Usahawan Bimbingan FAMA Bersama Y. B. Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani di Kuala Lumpur.
Signing Of Vendor Agreement and dinner for FAMA guided Entrepreneurs with Y. B. Minister of Agriculture and Agro-based Industry at Kuala Lumpur.

Takwim Peristiwa 2005
Calendar of Events 2005

20 Ogos • 20 Aug **20**

Pelancaran Pasar Tani Mega Taman Melawati, Hulu Kelang.
Launching of 'Pasar Tani Mega' Taman Melawati, Hulu Kelang, Selangor.

21-23 Sept • 21-23 Sept **21**

Seminar Kakitangan Kumpulan Sokongan FAMA dan Mesyuarat Agong KEKAF ke-8 di Melaka.
Seminar for FAMA Support Groups and the Eighth KEKAF Meeting at Malacca.

13 Okt • 13 Oct **22**

Majlis Berbuka Puasa di ibu pejabat FAMA.
Breaking Fast Ceremony, FAMA head office.

18-23 Okt • 18-23 Oct **23**

Kempen dan Promosi Lebihkan Makan Ulam dan Herba Peringkat Negeri Pulau Pinang di Tanjung Bungah, P.Pinang.
Penang State Level Promotion on ' Eat More Herbs and Raw Vegetables', Tanjung Bungah, Penang.

29 Okt • 29 Oct **24**

Pelancaran Pasar Tani Mega Kelana Jaya dan Pelancaran Pasar Tani Khas Sempena Sambutan Aidilfitri 2005 di Pasar Tani Kelana Jaya oleh Y. B. Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani.
Launching of 'Pasar Tani Mega Kelana Jaya' and 'Special Pasar Tani' in conjunction with Aidilfitri 2005 at Pasar Tani , Kelana Jaya by Y. B. Deputy Minister of Agriculture and Agro- based Industry.

21 Nov • 21 Nov **25**

Sambutan Majlis Jamuan Hari Raya Aidilfitri 2005/1426H di ibu pejabat FAMA.
Hari Raya Aidilfitri 2005/1426H Gathering at head office.

14 Dis • 14 Dec **26**

Sidang Media Ekspo Industri Asas Tani (EIAT 2006).
Press Conference on Agro-based Industry Expo (EIAT 2006).

16-18 Dis • 16-18 Dec **27**

Pameran Ikan Hiasan dan Haiwan Kesayangan Peringkat Kebangsaan di Johor Bahru.
National Exhibition on Ornamental Fish and Pets, Johor Bahru.

29 Dis • 29 Dec **28**

Hari Bertemu Pelanggan "Kementerian Turun Padang" di Dewan Orang Ramai Dengkil, Kuala Langat.
Meet Client's Day: 'Ministry goes to the Field', Dengkil Public Hall, Dengkil, Kuala Langat.

Kewangan
Finance

FAMA menerima peruntukan pembangunan sebanyak RM51,962,798 bagi tahun 2005. Ini tidak termasuk pendapatan lain yang dijanakan berjumlah RM220,332. Manakala jumlah perbelanjaan pembangunan FAMA bagi tahun 2005 adalah sebanyak RM47,484,318. Bagi tahun berakhir 31 Disember 2005, FAMA mencatatkan pendapatan melebihi perbelanjaan sebanyak RM4,698,812. Lebihan pendapatan ini terdiri daripada perbelanjaan-perbelanjaan yang bersifat modal yang telah dibuat oleh FAMA dan didedahkan perbelanjaan-perbelanjaan tersebut di bawah item *Projek Dalam Pelaksanaan* di dalam Lembaran Imbangan bagi tahun yang sama. Perbelanjaan bersifat modal ini meliputi pembelian tapak tanah dan perbelanjaan-perbelanjaan awalan yang berkaitan dengan Terminal Makanan Negara (TEMAN).

Peruntukan belanja mengurus pula adalah sebanyak RM50,304,850. Ini tidak termasuk pendapatan lain yang dijanakan berjumlah sebanyak RM548,244. Jumlah perbelanjaan wang mengurus pula ialah sebanyak RM59,163,702. Lebihan perbelanjaan sebanyak RM8,310,608 telah dibiayai melalui sumber dalaman.

FAMA's development allocation was RM51,962,798 for the year 2005. This excludes other incomes generated amounting to RM220,332. Total development expenditures for the year was RM47,484,318. For the year ending 31st December 2005, FAMA recorded a surplus of RM4,698,812 of income over expenditure. This surplus income consisted of capital expenditures by FAMA and is recorded under the item Projects in Implementation in the Balance Sheet for the same year. These capital expenditures were made for purchase of land and preliminary expenditures relating to the National Food Terminal programme.

FAMA's operating allocation was RM50,304,850. This excludes other incomes generated totalling RM548,244. Total expenditure under the operating fund was RM59,163,702. The excess expenditure of RM8,310,608 was financed by internal sources.

Penyata Kewangan

Lembaga Pemasaran
Pertanian Persekutuan
Bagi Tahun Berakhir 31hb Disember 2005

Financial Statement

Federal Agricultural
Marketing Authority
For Year Ending 31st December 2005

Sijil Ketua Audit Negara **Mengenai Penyata Kewangan** Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

Penyata kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan bagi tahun berakhir 31 Disember 2005 telah diaudit oleh wakil saya. Pihak pengurusan bertanggungjawab terhadap penyata kewangan ini. Tanggungjawab saya adalah mengaudit dan memberi pendapat terhadap penyata kewangan tersebut.

2. Pengauditan telah dilaksanakan mengikut Akta Audit 1957 dan berpandukan piawaian pengauditan yang diluluskan. Piawaian tersebut menghendaki pengauditan dirancang dan dilaksanakan untuk mendapat kepastian yang munasabah sama ada penyata kewangan adalah bebas daripada kesilapan atau ketinggalan yang ketara. Pengauditan itu termasuk memeriksa rekod secara semak uji, menyemak bukti yang menyokong angka dan memastikan pendedahan yang mencukupi dalam penyata kewangan. Penilaian juga dibuat terhadap prinsip perakaunan yang digunakan dan penyampaian penyata kewangan secara keseluruhan.

3. Pada pendapat saya, penyata kewangan ini memberi gambaran yang benar dan saksama terhadap kedudukan kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan pada 31 Disember 2005, hasil operasi dan aliran tunainya untuk tahun tersebut berdasarkan piawaian perakaunan yang diluluskan.

4. Saya telah mempertimbangkan penyata kewangan dan laporan juruaudit bagi semua subsidiari yang tidak diaudit oleh saya seperti yang dinyatakan dalam Nota Kepada Penyata Kewangan. Saya berpuas hati bahawa penyata kewangan berkenaan telah disatukan dengan penyata kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan adalah dalam bentuk dan kandungan yang sesuai dan wajar bagi tujuan penyediaan penyata kewangan disatukan. Saya juga telah menerima maklumat dan penjelasan yang memuaskan sebagaimana yang dikehendaki bagi tujuan tersebut.

5. Laporan juruaudit mengenai penyata kewangan subsidiari berkenaan tidak mengandungi sebarang pemerhatian yang boleh menjejaskan penyata kewangan disatukan.

(ZAINUN BT. TAIB)
b.p KETUA AUDIT NEGARA
MALAYSIA

PUTRAJAYA
9 OGOS 2006

JABATAN AUDIT NEGARA
MALAYSIA

Penyata Pengerusi Dan Seorang Ahli Lembaga Pengarah
Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan
Kementerian Pertanian Dan Industri Asas Tani Malaysia

Kami **Datuk Abdul Rahim Bakri** dan **Haron A. Rahim** yang merupakan Pengerusi dan salah seorang Ahli Lembaga Pengarah Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (F.A.M.A) dengan ini menyatakan bahawa, pada pendapat Lembaga Pengarah, penyata kewangan yang disertakan adalah disediakan mengikut piawaian-piawaian perakaunan yang diluluskan di Malaysia untuk memberi gambaran yang benar dan saksama berkenaan kedudukan Kumpulan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (F.A.M.A) seperti pada 31 Disember 2005 dan hasil kendaliannya serta aliran tunai bagi tahun berakhir pada tarikh tersebut.

Bagi pihak Lembaga,

....
Nama : Datuk Abdul Rahim Bakri
Gelaran : Pengerusi
Tarikh : 27 April 2006

Bagi pihak Lembaga,

....
Nama : Haron A. Rahim
Gelaran : Ketua Pengarah
Tarikh : 27 April 2006

TEMPAT : Ibu Pejabat Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA).

Pengakuan Oleh Pegawai Utama
Yang Bertanggungjawab Ke Atas Pengurusan Kewangan
Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan
Kementerian Pertanian Dan Industri Asas Tani Malaysia

Saya, **Nordin B. Ahmat** No. Kad Pengenalan: **530422-08-5891**, pegawai utama yang bertanggungjawab ke atas pengurusan kewangan dan rekod-rekod perakaunan **Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan**, dengan ikhlasnya mengakui bahawa Penyata Kewangan mengikut sebaik-baik pengetahuan dan kepercayaan saya, adalah betul dan saya membuat ikrar ini dengan sebenarnya mempercayai bahawa ia adalah benar dan atas kehendak-kehendak Akta Akuan Berkanun, 1960.

Sebenarnya dan sesungguhnya	)	Nordin B. Ahmat
diakui oleh penama di atas	)	
di tempat **KUALA LUMPUR**	)	
DALAM WILAYAH PERSEKUTUAN	)	
pada 27 April 2006	)	Dihadapan saya,

PESURUHJAYA SUMPAH
NO. W 181
MAISHARAH BINTI
ABU HASAN
MALAYSIA

PESURUHJAYA SUMPAH
Tingkat Bawah Wisma P.K.N.S.
Jalan Raja Laut, Peti Surat 35,
50653 KUALA LUMPUR

Lembaran Imbangan

Pada 31 Disember 2005

	NOTA	KUMPULAN 2005 RM	KUMPULAN 2004 RM	FAMA 2005 RM	FAMA 2004 RM
HARTANAH, LOJI & PERALATAN	**4**	89,050,166	87,670,069	88,888,737	87,628,907
PINJAMAN KENDERAAN & KOMPUTER		1,647,922	2,025,206	1,647,922	2,025,206
PROJEK DALAM PELAKSANAAN	**5**	10,414,967	6,936,592	10,414,967	6,936,592
SYARIKAT SUBSIDIARI	**6**	-	-	5,320,530	11,320,534
PELABURAN	**7**	710,970	2,137,500	573,470	2,000,000
HARTA SEMASA					
Stok	**8**	3,026,459	2,600,834	2,638,944	2,189,322
Penghutang Perniagaan dan Pelbagai	**9**	27,182,783	14,254,171	24,410,529	12,817,319
Penghutang Syarikat Subsidiari		-	-	1,338,295	963,986
Sekuriti Boleh Pasar	**10**	114,190	130,640	-	-
Bayaran Terdahulu		113,693	155,487	113,693	155,487
Pertaruhan Bayaran		927,845	1,084,433	927,845	1,084,433
Simpanan Tetap & Faedah Terakru		3,293,029	9,230,140	1,063,097	7,015,316
Wang di Bank & Runcit	**11**	14,290,758	19,373,330	12,853,720	18,353,515
		48,948,757	46,829,035	43,346,123	42,579,378
TOLAK: TANGGUNGAN SEMASA					
Overderaf	**12**	483,919	487,629	-	-
Pemiutang Perniagaan dan Pelbagai	**13**	25,633,972	16,817,612	22,160,976	14,295,093
Pemiutang Syarikat Subsidiari		-	-	697,293	1,051,058
Peruntukan Cukai	**14**	119,770	148,185	-	-
		26,237,661	17,453,426	22,858,269	15,346,151
		22,711,096	29,375,609	20,487,854	27,233,227
		124,535,121	**128,144,976**	**127,333,480**	**137,144,466**
DIBIAYAI OLEH:					
AKAUN-AKAUN TERKUMPUL	**15**				
Akaun Mengurus		67,842,348	66,639,693	67,842,348	66,639,693
Akaun Pembangunan		7,061,193	8,300,511	6,789,224	8,028,542
Akaun Perniagaan		39,746,573	44,380,528	43,106,955	53,915,604
Akaun Pasar Tani		6,644,953	5,610,627	6,644,953	5,610,627
Akaun Pinjaman Kenderaan		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
Akaun Pinjaman Komputer		450,000	450,000	450,000	450,000
KEPENTINGAN MINORITI	**16**	290,054	263,617	-	-
		124,535,121	**128,144,976**	**127,333,480**	**137,144,466**

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Penyata Pendapatan

Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 RM	**2004 RM**	**2005 RM**	**2004 RM**
Pendapatan	153,897,680	132,230,613	143,123,550	120,006,389
Perbelanjaan	165,484,190	138,843,309	154,984,516	126,882,057
Lebihan/ (Kurangan) Pendapatan Sebelum Cukai	(11,586,510)	(6,612,696)	(11,860,966)	(6,875,668)
Bahagian Keuntungan Tolak Kerugian Daripada Syarikat Bersekutu	-	-	-	-
	(11,586,510)	(6,612,696)	(11,860,966)	(6,875,668)
Cukai	(46,325)	(104,000)	-	-
Dividen	(24,000)	-	-	-
Zakat	(3,000)	-	-	-
Lebihan/ (Kurangan) Pendapatan Selepas Cukai	(11,659,835)	(6,716,696)	(11,860,966)	(6,875,668)
Kepentingan Minoriti	(26,437)	(31,896)	-	-
Lebihan/ (Kurangan) Pendapatan Selepas Cukai Dan Kepentingan Minoriti	(11,686,272)	(6,748,592)	(11,860,966)	(6,875,668)
Perkara Luarbiasa	-	-	-	-
Lebihan/ (Kurangan) Pendapatan Selepas Cukai, Kepentingan Minoriti Dan Perkara Luarbiasa	(11,686,272)	(6,748,592)	(11,860,966)	(6,875,668)
Lebihan/ (Kurangan) Pendapatan Tahun Semasa	(11,686,272)	(6,748,592)	(11,860,966)	(6,875,668)

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Penyata Perubahan Ekuiti

Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

FAMA

	Nota	Akaun Mengurus RM	Akaun Pembangunan RM	Akaun Perniagaan RM	Jumlah RM
Pada 1 Januari 2004		67,517,923	3,878,784	54,911,497	126,308,204
Pelarasan tahun lalu	**25**	2,291,851	4,946,465	-	7,238,316
Seperti dinyatakan semula		69,809,774	8,825,249	54,911,497	133,546,520
Lebihan /Kurangan bagi tahun		(10,022,190)	6,084,708	(2,938,186)	(6,875,668)
Perubahan modal pusingan		-	-	1,942,293	1,942,293
Pindahan Harta		3,452,109	(3,481,415)	-	(29,306)
Pindahan wang		3,400,000	(3,400,000)	-	-
		(3,170,081)	(796,707)	(995,893)	(4,962,681)
Pada 31 Dis 2004		66,639,693	8,028,542	53,915,604	128,583,839
Pelarasan Tahun Lalu	**25**	-	395,735	-	395,735
Seperti dinyatakan semula		66,639,693	8,424,277	53,915,604	128,979,574
Lebihan /Kurangan bagi tahun		(8,310,608)	4,698,812	(8,249,170)	(11,860,966)
Pelarasan		-	-	68,600	68,600
Perubahan modal pusingan		-	-	3,371,920	3,371,920
Pindahan harta		3,513,263	(6,333,865)	-	(2,820,602)
Pindahan wang		6,000,000	-	(6,000,000)	-
		1,202,655	(1,635,053)	(10,808,650)	(11,241,048)
Pada 31 Dis 2005		67,842,348	6,789,224	43,106,954	117,738,526

KUMPULAN

	Nota	Akaun Mengurus RM	Akaun Pembangunan RM	Akaun Perniagaan RM	Jumlah RM
Pada 1 Januari 2004		67,757,103	4,002,513	45,563,711	117,323,327
Pelarasan tahun lalu	**25**	2,291,851	4,946,465	-	7,238,316
Seperti dinyatakan semula		70,048,954	8,948,978	45,563,711	124,561,643
Lebihan /Kurangan tahun 2004		(10,022,190)	6,084,708	(2,811,110)	(6,748,592)
Perubahan Modal Pusingan		-	-	1,627,927	1,627,927
Pindahan Harta		3,212,929	(3,333,175)	-	(120,246)
Pindahan Wang		3,400,000	(3,400,000)	-	-
		(3,409,261)	(648,467)	(1,183,183)	(5,240,911)
Pada 31 Dis 2004		66,639,693	8,300,511	44,380,528	119,320,732
Pelarasan Tahun Lalu	**25**	-	395,735	68,600	464,335
Seperti dinyatakan semula		66,639,693	8,696,246	44,449,128	119,785,067
Lebihan /Kurangan bagi tahun		(8,310,608)	4,698,812	(2,074,476)	(5,686,272)
Perubahan modal pusingan		-	-	3,371,920	3,371,920
Pindahan harta		3,513,263	(6,333,865)	-	(2,820,602)
Pindahan wang		6,000,000	-	(6,000,000)	-
		1,202,655	(1,635,053)	(4,702,556)	(5,134,954)
Pada 31 Dis 2005		67,842,348	7,061,193	39,746,572	114,650,113

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Penyata Aliran Tunai **Disatukan**

Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	NOTA	2005 RM	2004 RM
ALIRAN TUNAI DARI OPERASI			
Penerimaan Tunai Dari Pelanggan		156,406,996	111,980,777
Pembayaran Kepada Pembekal Dan Pekerja		(169,035,966)	(125,195,068)
Jumlah Tunai Dari Operasi		(12,628,970)	(13,214,291)
Bayaran Faedah		-	15,693
Bayaran Cukai Korporat		(77,741)	(34,766)
Aliran Tunai Sebelum Perkara Luar Biasa		(12,706,711)	(13,233,364)
Lebihan / (Kurangan) Dari Perkara Luar Biasa		-	-
Jumlah Tunai Bersih Dari Operasi		**(12,706,711)**	**(13,233,364)**
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI PELABURAN			
Projek Dalam Perlaksanaan		(3,478,375)	-
Belian /Jualan Harta Tetap	A	(2,781,411)	(1,357,419)
Lain-lain Pelaburan		-	-
Faedah Bank		457,294	643,820
Dividen Dan Hasil Lain		1,684,451	1,505,871
Jumlah Tunai Digunakan Dalam Aktiviti Pelaburan		**(4,118,041)**	**792,272**
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI KEWANGAN			
Tambahan Kumpulan Wang		4,406,248	5,962,263
Hasil Jualan Hartanah, Loji dan Peralatan		-	-
Bayaran Dividen		(24,000)	-
Jumlah Tunai Digunakan Dalam Aktiviti Kewangan		**4,382,248**	**5,962,263**
Tambahan Bersih Tunai Dan Kesetaraan Tunai		**(12,442,504)**	**(6,478,830)**
Baki Tunai Dan Kesetaraan Tunai Pada Awal Tahun	B	**30,115,842**	**36,594,671**
Baki Tunai Dan Kesetaraan Tunai Pada Akhir Tahun	B	**17,673,338**	**30,115,842**

Nota Kepada Penyata Aliran Tunai

A. HARTANAH, LOJI DAN PERALATAN

Sepanjang tahun 2005, FAMA telah membuat belian hartanah, loji dan peralatan yang melibatkan pengaliran wang tunai seperti berikut:

	RM
Akaun Perniagaan	(2,726,223)
Akaun Mengurus	105,956
Akaun Famaco	(161,144)
	(2,781,411)

B. TUNAI DAN KESETARAAN TUNAI

Tunai dan kesetaraan tunai terdiri daripada tunai di tangan dan baki di bank serta pelaburan di dalam simpanan tetap. Tunai dan kesetaraan tunai yang termasuk di dalam Penyata Aliran Tunai terdiri daripada perkara -perkara di Lembaran Imbangan iaitu:

	2005 RM	2004 RM
Simpanan Tetap & Faedah Terakru	3,293,028	9,230,140
Wang Di Bank & Runcit	14,290,758	19,373,330
Pelaburan	573,470	2,000,000
Overdraf	(483,919)	(487,629)
	17,673,337	30,115,841

Akaun Mengurus
Lembaran Imbangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	NOTA	2005 RM	2004 RM
HARTANAH, LOJI & PERALATAN	**4**	71,990,362	72,062,251
PINJAMAN KENDERAAN		1,542,371	1,877,616
PINJAMAN KOMPUTER		105,551	147,590
HARTA SEMASA			
Akaun Pembangunan		-	84,224
Akaun Perniagaan		907,644	-
Penghutang Syarikat Subsidiari		203,117	179,979
Penghutang Pelbagai	**9**	2,678,333	219,986
Penghutang Kakitangan	**9**	77,256	98,419
Pertaruhan Bayaran		449,807	599,961
Bayaran Terdahulu		28,015	131,413
Wang di Bank & Runcit	**11**	(614,236)	967,592
Wang Dalam Perjalanan	**11**	230,508	20,597
		3,960,444	2,302,171
TOLAK: TANGGUNGAN SEMASA			
Akaun Pembangunan		5,576,722	-
Akaun Perniagaan		-	5,250,182
Pemiutang Pelbagai Syarikat Subsidiari		6,000	-
Pemiutang Pelbagai & Akruan	**13**	1,148,890	1,368,900
Pertaruhan Penerimaan	**13**	74,768	180,853
		6,806,380	6,799,935
		(2,845,936)	(4,497,764)
		70,792,348	69,589,693
DIBIAYAI OLEH:			
AKAUN TERKUMPUL			
Geran Terkumpul		843,963,171	793,658,321
Kurangan Terkumpul		(776,120,823)	(727,018,628)
		67,842,348	66,639,693
Wang Pusingan Kenderaan		2,500,000	2,500,000
Wang Pusingan Komputer		450,000	450,000
		70,792,348	69,589,693

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Akaun Mengurus
Penyata Pendapatan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	2005 RM	2004 RM
PENDAPATAN		
Pemberian Dari Kerajaan	50,304,850	44,160,480
Campur: Faedah Simpanan	40,421	52,916
Faedah Pinjaman	70,613	84,335
Pendapatan Lesen	265,478	281,889
Penyewaan	1,000	3,370
Keuntungan Jualan Aset Tetap	108,528	36,699
Lain-lain Pendapatan	62,204	50,396
	548,244	509,605
Jumlah Pendapatan	50,853,094	44,670,085
TOLAK: PERBELANJAAN		
Gaji, Elaun & Kos Kakitangan		
Gaji & Upahan	32,886,099	30,974,174
Elaun Kakitangan	6,666,432	5,443,420
Caruman	6,245,241	5,706,995
Elaun Lebih Masa	279,066	338,908
Lain-lain Kos Kakitangan	351,457	276,198
	46,428,295	42,739,695
Perkhidmatan & Bekalan		
Pengangkutan & Perjalanan	993,062	974,355
Pengangkutan Barang	184,209	90,823
Perhubungan	802,101	649,638
Api & Air	1,000,277	987,869
Sewaan	1,530,648	1,312,248
Petrol & Disel	551,179	336,955
Bekalan dan Bahan-bahan	804,622	860,609
Penyelenggaraan Pejabat & Mesin	1,342,666	827,850
Susutnilai	3,587,724	3,637,967
Alat Gantian	24,429	24,437
	10,820,917	9,702,751
Lain-lain Perbelanjaan		
Cukai Pintu & Cukai Tanah	481,850	414,504
Audit	43,613	45,967
Perkhidmatan Keselamatan	326,946	271,224
Insurans	451,854	407,699
Cukai Jalan	213,197	256,372
Keraian	63,541	33,172
Gaji Upahan Pekerja Sambilan	296,396	293,958
Lain-lain Perkhidmatan	37,093	44,916
Peperiksaan SSM	-	482,017
	1,914,490	2,249,829
Jumlah Perbelanjaan	59,163,702	54,692,275
Kurangan Pendapatan Atas Perbelanjaan	(8,310,608)	(10,022,190)

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Akaun Pembangunan
Lembaran Imbangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	NOTA	2005 RM	2004 RM
PROJEK DALAM PELAKSANAAN	**5**	10,414,967	6,936,592
PELABURAN	**7**	573,470	2,000,000
ASET SEMASA			
Pendahuluan Kepada Akaun Mengurus		5,576,723	-
Pendahuluan Kepada Akaun Perniagaan		39,051	71,785
Penghutang Pendahuluan	**9**	549,956	345,354
Penghutang Pelbagai	**9**	11,825,580	200,215
Pertaruhan Bayaran		195,825	204,625
Bayaran Terdahulu		1,200	1,350
Simpanan Tetap & Faedah Terakru		221,687	221,687
Wang di Bank & Runcit	**11**	(1,843,426)	7,959,656
Wang Dalam Perjalanan	**11**	427,658	239,442
		16,994,254	9,244,114
TOLAK: LIABILITI SEMASA			
Pendahuluan Dari Akaun Mengurus		-	84,224
Pendahuluan Dari Akaun Perniagaan		2,911,069	2,612,391
Pemiutang Pelbagai & Akruan	**13**	18,143,930	7,312,334
Pertaruhan Penerimaan	**13**	138,468	143,215
		21,193,467	10,152,164
		(4,199,213)	(908,050)
		6,789,224	8,028,542
DIBIAYAI OLEH:			
AKAUN TERKUMPUL	**15**		
Geran		547,994,091	496,031,293
Kurangan Terkumpul		(541,204,867)	(488,002,751)
		6,789,224	8,028,542
		6,789,224	8,028,542

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Akaun Pembangunan
Penyata Pendapatan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	2005 RM	2004 RM
PENDAPATAN		
Pemberian Dari Kerajaan	51,962,798	29,864,655
Lain-lain Pemberian	-	1,779,115
	51,962,798	31,643,770
Campur: Faedah Simpanan Semasa	54,941	31,453
Faedah Simpanan Tetap	1,598	31,498
Lain-lain Pendapatan	163,793	184,123
	220,332	247,074
	52,183,130	31,890,844
TOLAK: PERBELANJAAN		
Rosotnilai Semasa	1,426,530	-
Pasar Tani	5,028,739	1,298,371
Pembangunan dan Kemajuan Pasaran	5,135,797	1,665,201
Pendidikan Pasaran	931,041	512,357
Hal Ehwal Korporat	2,565,184	835,554
Latihan Kakitangan	2,174,793	1,131,690
Kawalan Pasaran	1,408,975	591,220
Pembangunan Pemasaran	4,578,693	2,055,895
Pembangunan Barangan Industri	1,309,013	744,906
Pembangunan Barangan IKS	5,682,960	1,659,875
Penyelidikan Pemasaran	5,586,772	4,201,343
Pemprosesan Data	3,256,064	866,773
Pusat Pemasaran Hasil Pertanian	256,420	127,559
Kompleks Bilik Sejuk	646,015	484,937
Pusat Memproses Kopra	247,914	16,496
Pusat Menggred Koko	195,685	44,485
Pusat Pengumpulan Ladang	922,260	55,991
Gerai Jualan	90,556	107,552
Projek Teman	1,017,920	373,190
E-Dagang	1,236,760	167,574
Pengangkutan	1,321,122	998,778
Program Pembangunan Rakyat Termiskin	47,697	609,175
Projek Khas	1,764,685	263,670
Pakej Rangsangan Ekonomi	-	6,343,717
Perancang dan Penilaian	579,724	430,187
Lembaga Nenas Malaysia	42,487	128,638
Ikan Air Tawar	14,147	-
Program Latihan Usahawan	14,980	-
Projek Taman Pertanian	1,385	91,002
	47,484,318	25,806,136
Lebihan/(Kurangan) Pendapatan Atas Perbelanjaan	4,698,812	6,084,708

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Akaun Pembangunan
Penyata Aliran Tunai
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	2005 RM	2004 RM
ALIRAN TUNAI DARI OPERASI		
Penerimaan Tunai Dari Pelanggan	63,134,756	32,833,681
Pembayaran Kepada Pembekal Dan Pekerja	(70,918,109)	(31,121,144)
Jumlah Tunai Dari Operasi	(7,783,353)	1,712,537
Bayaran Faedah	-	-
Bayaran Cukai Korporat	-	-
Aliran Tunai Sebelum Perkara Luar Biasa	(7,783,353)	1,712,537
Lebihan / (Kurangan) Dari Perkara Luar Biasa	-	-
Jumlah Tunai Bersih Dari Operasi	**(7,783,353)**	**1,712,537**
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI PELABURAN		
Projek Dalam Perlaksanaan	(3,478,375)	-
Belian /Jualan Harta Tetap	-	-
Lain-lain Pelaburan	-	-
Faedah Bank	56,538	62,951
Dividen Dan Hasil Lain	163,794	184,123
Jumlah Tunai Digunakan Dalam Aktiviti Pelaburan	**(3,258,043)**	**247,074**
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI KEWANGAN		
Tambahan Kumpulan Wang	-	-
Hasil Jualan Hartanah, Loji dan Peralatan	-	-
Bayaran Dividen	-	-
Jumlah Tunai Digunakan Dalam Aktiviti Kewangan	**-**	**-**
Tambahan Bersih Tunai Dan Kesetaraan Tunai	**(11,041,396)**	**1,959,611**
Baki Tunai Dan Kesetaraan Tunai Pada Awal Tahun	**10,420,785**	**8,461,174**
Baki Tunai Dan Kesetaraan Tunai Pada Akhir Tahun	**(620,611)**	**10,420,785**

Akaun Perniagaan FAMA
Lembaran Imbangan Disatukan
Pada 31 Disember 2005

	NOTA	KUMPULAN 2005 RM	KUMPULAN 2004 RM	FAMA 2005 RM	FAMA 2004 RM
HARTANAH, LOJI & PERALATAN	**4**	17,059,804	15,607,818	16,898,375	15,566,656
PELABURAN	**7**	137,500	137,500	5,320,532	11,320,534
ASET SEMASA					
Stok Perniagaan	**8**	3,026,459	2,600,834	2,638,944	2,189,322
Penghutang Perniagaan	**9**	9,190,999	8,946,302	7,035,300	7,618,365
Penghutang Syarikat Subsidiari	**9**	-	-	1,135,177	963,986
Penghutang Pelbagai & Pengangkutan	**10**	5,876,089	12,126,489	5,391,643	12,017,575
Pertaruhan Bayaran		282,213	279,847	282,213	279,847
Sekuriti Boleh Pasar		114,190	130,640	-	-
Bayaran Terdahulu		84,478	22,724	84,478	22,724
Simpanan Tetap & Faedah Terakru		3,071,342	9,008,453	841,410	6,793,629
Wang Di Bank & Runcit	**11**	15,466,094	9,133,227	14,029,056	8,113,412
Wang Dalam Perjalanan	**11**	624,160	1,052,816	624,160	1,052,816
		37,736,024	43,301,332	32,062,381	39,051,676
TOLAK : TANGGUNGAN SEMASA					
Overderaf	**12**	483,919	487,629	-	-
Pemiutang Perniagaan	**13**	3,483,462	3,861,711	1,680,440	2,244,285
Pemiutang Syarikat Subsidiari	**13**	-	-	626,289	1,051,058
Pemiutang Pelbagai & Akruan		3,672,975	3,792,771	2,031,800	2,916,478
Pertaruhan Penerimaan		190,849	200,813	190,849	200,813
Syarikat Bersekutu		28,800	28,800	-	-
Cukai	**14**	119,770	148,185	-	-
		7,979,775	8,519,909	4,529,378	6,412,634
		29,756,249	34,781,423	27,533,003	32,639,042
Pendapatan Tertangguh		(271,969)	(271,969)	-	-
		46,681,584	50,254,772	49,751,910	59,526,232
DIBIAYAI OLEH:					
MODAL		95,710,708	92,338,786	95,710,709	92,338,786
TOLAK : KERUGIAN TERKUMPUL					
Baki Pada 1.1.2005		47,958,257	45,020,881	38,423,182	35,358,728
Pelarasan Tahun Lepas		(68,600)	126,267	(68,600)	126,267
Pindahan Wang Ke Akaun Mengurus		6,000,000	-	6,000,000	-
Campur: Kerugian Semasa		-	-	-	-
Perniagaan Am		2,074,476	2,811,110	8,249,170	2,938,186
	17	55,964,133	47,958,258	52,603,752	38,423,181
		39,746,575	44,380,528	43,106,957	53,915,605
KUMPULAN WANG PASAR TANI	**18**	6,644,953	5,610,627	6,644,953	5,610,627
		46,391,528	49,991,155	49,751,910	59,526,232
KEPENTINGAN MINORITI		290,054	263,617	-	-
		46,681,582	50,254,772	49,751,910	59,526,232

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Akaun Perniagaan FAMA
Penyata Untung Rugi
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 RM	2004 RM	2005 RM	2004 RM
Jualan	47,820,853	52,030,754	37,471,034	40,404,620
Sewaan/Perkhidmatan	1,248,723	1,696,701	1,248,723	1,696,701
	49,069,576	53,727,455	38,719,757	42,101,321
Rugi Sebelum Cukai	(7,974,714)	(2,675,214)	(8,249,170)	(2,938,186)
Cukai	(46,325)	(104,000)	-	-
Dividen dan Zakat	(27,000)	-	-	-
	(8,048,039)	(2,779,214)	(8,249,170)	(2,938,186)
Kepentingan Minoriti	(26,437)	(31,896)	-	-
	(8,074,476)	(2,811,110)	(8,249,170)	(2,938,186)
Perkara Luarbiasa	-	-	-	-
Rugi Selepas Cukai Dan Kepentingan Minoriti	(8,074,476)	(2,811,110)	(8,249,170)	(2,938,186)

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Akaun Perniagaan
Penyata Untung Dan Rugi
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

	2005 RM	2004 RM
JUALAN	37,471,034	40,404,620
SEWAAN/PERKHIDMATAN	1,248,723	1,696,701
	38,719,757	42,101,321
TOLAK: KOS JUALAN		
Stok Awal	2,011,158	2,052,995
Campur: Belian	30,119,941	32,657,893
	32,131,099	34,710,888
Tolak: Stok Akhir	2,431,944	2,011,158
	29,699,155	32,699,730
Keuntungan Kasar	9,020,602	9,401,591
Kos Langsung ILF/Pengeluaran	2,108,946	2,071,545
	6,911,656	7,330,046
TOLAK: PERBELANJAAN TADBIR & JUALAN		
Gaji dan Upahan	1,546,339	1,972,439
KWSP & SOCSO	182,993	204,211
Kerja Lebih Masa	942,643	990,041
Insuran	121,610	69,133
Air dan Elektrik	661,126	719,602
Pos dan Telefon	257,077	249,593
Penyelenggaraan Alat & Mesin	171,968	210,985
Penyelenggaraan Kenderaan	66,320	58,443
Perubatan	23,587	23,830
Sewaan	245,680	327,345
Percetakan	87,715	55,452
Perbelanjaan Pejabat	48,628	27,662
Cukai Tanah/Pintu/Lesen	157,739	110,660
Perjalanan Kakitangan	866,706	837,644
Pembungkusan	579,504	471,029
Pengangkutan Darat & Laut	461,794	1,157,323
Bayaran Impot/Ekspot & Kendalian	127,245	473,816
Bekalan Pelbagai	190,499	286,500
Petrol & Disel	717,843	435,180
Kemajuan Pasaran & Keraian	26,343	16,571
Kawalan Mutu - Fumigasi	7,056	13,523
Komisen Jualan	24,976	-
Lain-Lain Perkhidmatan	132,813	182,222
Perkhidmatan Bank	8,158	4,080
Kerugian Tukaran Wang Asing	25,101	-
Pelupusan Stok	-	-
Tol	143,991	-
Hutang Ragu	943,697	1,175,468
Pelupusan Harta Tetap	28,143	27
Susutnilai	1,394,504	1,134,990
Rosotnilai	6,000,002	-
Pelbagai	336,593	404,601
	16,528,393	11,612,370
	(9,616,737)	(4,282,324)
Campur: Pendapatan		
Faedah Bank	222,597	379,483
Pendapatan Pelbagai	1,144,972	964,656
	1,367,569	1,344,139
KEUNTUNGAN/(KERUGIAN) BERSIH	(8,249,168)	(2,938,185)

Nota-nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini.

Nota-Nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2005

1. KEGIATAN UTAMA

Fama telah ditubuhkan mengikut Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan 1965 dengan tujuan untuk mengawasi, menyelaras dan mempertingkatkan pemasaran keluaran pertanian dan perkara-perkara berkaitan dengannya. Kegiatan utama lembaga adalah seperti berikut :

a. " Supply Chain Management"
b. Perisikan Pasaran dan FAMA "X-Change"
c. TEMAN dan Pusat Pengumpulan Ladang
d. "Malaysia Best"
e. "Winning Products" dan Kopie Satu
f. "Kerjasama Strategik/ Perkongsian Pintar
g. "Supply –Demand Virtual Information " (SDVI)
h. Pasar Tani
i. Pelan Tindakan Imbangan Perdagangan (Balance of Trade)

2. ASAS PENYEDIAAN PENYATA KEWANGAN

Penyata Kewangan ini adalah mematuhi piawaian perakaunan yang diluluskan di Malaysia.

2.1 POLISI RISIKO PENGURUSAN KEWANGAN

Pihak Lembaga tiada struktur pengurusan risiko yang khusus ke atas kewangan dan risiko dikendalikan oleh pengurusan atasan berdasarkan kesesuaian kes.

Polisi-polisi yang berkaitan aktiviti kewangan adalah seperti berikut;

2.1.1 Risiko Kredit

Risiko kredit dikawal dengan menggunakan had kredit dan prosedur pemantauan yang berterusan.

2.1.2 Risiko Kadar Faedah

Akaun Kumpulan dan Akaun FAMA tidak terdedah kepada risiko kadar faedah yang ketara.

2.1.3 Risiko Kecairan dan Aliran Tunai

Pihak Lembaga mengamalkan pengurusan risiko mudah tunai yang berhemah untuk meminimakan ketidakpadanan aset dan liabiliti kewangan dan untuk mewujudkan tahap tunai dan kesetaraan tunai yang mencukupi bagi memenuhi keperluan modal kerja.

3. POLISI PERAKAUNAN

3.1 Asas Perakaunan

Penyata Kewangan telah disediakan menurut kelaziman kos sejarah.

3.2 Asas Penyatuan

Syarikat subsidiari adalah syarikat yang dipegang 100% modal berbayarnya oleh Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan. Keterangan mengenai Syarikat Subsidiari dinyatakan di nota 19.

Akaun disatukan termasuk akaun Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Syarikat subsidiari yang disediakan sehingga akhir tahun Kewangan. Urusniaga di antara Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dengan Syarikat subsidiari dihapuskan semasa penyatuan dan akaun disatukan hanya mencerminkan urus niaga dengan pihak ketiga.

3.3 Stok

3.3.1 Stok-stok dinilaikan mengikut harga kos atau harga pasaran yang mana lebih rendah. Harga kos ditentukan mengikut asas masuk-dahulu-keluar-dahulu.

3.3.2 Kuantiti stok akhir berdasarkan kepada kuantiti stok fizikal yang sebenar.

3.4 Kos Pengeluaran

3.4.1 Kos pengeluaran mengandungi kos bahan-bahan mentah, bahan-bahan campuran dan kos pasti kilang.

3.4.2 Perbelanjaan yang melibatkan kegunaan bersama oleh kilang dan Pentadbiran dan Jualan dibahagi mengikut kadar penggunaan yang telah ditentukan iaitu 25% kepada pentadbiran dan jualan dan 75% kepada kos pengilangan.

3.5 Hartanah, Loji dan Peralatan dan Susutnilai

Hartanah, loji dan peralatan yang dibeli bernilai RM500 dan ke bawah diambilkira sebagai perbelanjaan di dalam Penyata Pendapatan.

Susutnilai tidak diperuntukkan bagi tanah pegangan kekal. Susutnilai hartanah, loji dan peralatan diperuntukkan berdasarkan kaedah garis lurus. Kadar-kadar susutnilai adalah seperti berikut:

Tanah (pajakan)	Mengikut Tahun Pajakan
Bangunan	2.5%
Gerai	20%
Kenderaan	20%
Alat Pejabat	20%
Alat dan mesin	20%
Mesin Memproses	20%
Tangki Minyak	7.5%

3.6 Peruntukan Hutang Ragu

Peruntukan hutang ragu bagi penghutang Akaun Perniagaan dibuat secara am ke atas baki hutang yang melebihi 121 hari. Untuk penghutang pendahuluan ialah secara am ke atas ke semua bakinya. Baki penghutang Pusat-pusat Memproses yang melebihi 121 hari, peruntukan hutang ragu dibuat secara khusus ke atas setiap penghutang. Kadar-kadar yang digunakan ialah:-

Penghutang Perniagaan	50%
Penghutang Pendahuluan	75%

3.7 Modal Pusat-pusat Memproses/Pusat Operasi

Modal Pusat-pusat Memproses/Pusat Operasi mengandungi perbelanjaan-perbelanjaan bagi menubuhkan Pusat-pusat tersebut dan Wang Pusingan yang dibiayai oleh Kumpulan Wang Pembangunan. Ini termasuklah harga tanah, bangunan dan lain-lain harta seperti perabot, alat-alat pejabat dan kilang. Apabila siap, semuanya ini dipindahkan kepada Pengurusan Kilang/Pusat Operasi sebagai modal untuk menjalankan operasinya.

3.8 Harta Tetap Berbentuk Kemudahan Asas

Harta Tetap bagi projek-projek berbentuk kemudahan asas yang dibiayai oleh Kumpulan Wang Pembangunan dipindah kepada Kumpulan Wang Mengurus apabila siap untuk beroperasi. Ini termasuk Bilik Sejuk, Pusat Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Pusat Menggred Koko dan Kenderaan.

3.9 Tunai dan Kesetaraan Tunai

Tunai merangkumi wang tunai di tangan dan di bank serta bank overdraf (jika ada) dan simpanan. Kesetaraan tunai merangkumi pelaburan mudah tunai yang boleh ditukar kepada amaun tunai yang diketahui yang tertakluk kepada risiko pertukaran nilai yang tidak signifikan. Penyediaan Penyata Aliran Tunai adalah menggunakan kaedah langsung.

3.10 Instrumen Kewangan

Instrumen kewangan yang dinyatakan di Lembaran Imbangan adalah termasuk tunai dan baki di bank, penghutang, pemiutang dan pinjaman. Kaedah pengiktirafan yang digunapakai bagi setiap item dinyatakan di penyata polisi perakaunan berkenaan.

Instrumen kewangan diklasifikasi sebagai liabiliti atau ekuiti berdasarkan dengan intipati pada perbelanjaan yang dikontrakkan. Faedah, dividen, keuntungan yang diklasifikasikan sebagai liabiliti akan dilaporkan sebagai perbelanjaan atau pendapatan. Pembahagian kepada pemegang institusi kewangan yang diklasifikasikan sebagai ekuiti akan dicaj secara terus kepada ekuiti.

3.11 Pertaruhan Bayaran

Adalah merupakan bayaran yang dibuat ke atas pertaruhan untuk sewaan, utiliti, tender dan lain-lain. Pertaruhan ini akan dikendalikan semula selepas tamat tempoh perjanjian.

3.12 Pengiktirafan Pendapatan

3.12.1 Pemberian kerajaan diakaunkan atas asas akruan selaras dengan perjanjian pemberian kerajaan untuk Belanja Mengurus dan Pembangunan dan diambilkira di dalam Penyata Pendapatan.

3.12.2 Pendapatan dari jualan barang diiktiraf apabila barang selesai dihantar.

3.12.3 Pendapatan dari pelaburan dan simpanan tetap diiiktiraf mengikut peruntukan Kumpulan akaun tertentu.

3.12.5 Sewa diiktiraf berdasarkan asas akruan selaras dengan perjanjian penyewa dengan Lembaga.

3.13 Geran Kerajaan

Pemberian geran kerajaan dinyatakan pada nilai yang telah diterima termasuk yang telah diperakui kelulusannya dan akan diterima bagi tahun tersebut.

Geran kerajaan diluluskan melalui pembentangan bajet tahunan bagi Akaun Mengurus dan Akaun Pembangunan mengikut spesifikasi perbelanjaan atau projek yang dimohon.

4. HARTANAH, LOJI DAN PERALATAN

4.1 KUMPULAN

KOS

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1/1/2005	25,371,860	88,904,559	131,291	29,182,147	1,137,327	14,413,414	159,140,598
Tambahan	-	365,120	-	144,551	81,086	1,090,936	1,681,693
Pindahan	12,659	2,668,222	-	1,402,370	-	1,836,754	5,920,005
Pelarasan	(782,463)	(191,810)	-	85,985	(164,974)	(315,006)	(1,368,268)
Jualan	-	-	-	-	-	(797,078)	(797,078)
Pelupusan	-	(43,538)	-	(208,707)	(8,138)	(42,809)	(303,192)
Baki pada 31/12/2005	**24,602,056**	**91,702,553**	**131,291**	**30,606,347**	**1,045,301**	**16,186,211**	**164,273,759**

SUSUTNILAI TERKUMPUL

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada /1/2005	1,610,112	30,400,913	131,282	26,534,969	1,043,730	11,749,524	71,470,529
Susutnilai Semasa	215,422	2,231,623	-	1,297,489	83,409	1,319,531	5,147,475
Pindahan	-	81,004	-	29,833	-	157,923	268,760
Pelarasan	(41,640)	(90,773)	-	58,670	(139,887)	(377,435)	(591,066)
Jualan	-	-	-	-	-	(797,059)	(797,059)
Pelupusan	-	(15,612)	-	(208,525)	(8,102)	(42,808)	(275,047)
Baki pada 31/12/2005	**1,783,894**	**32,607,154**	**131,282**	**27,712,436**	**979,150**	**12,009,676**	**75,223,592**
KOS BERSIH	**22,818,162**	**59,095,399**	**9**	**2,893,910**	**66,151**	**4,176,535**	**89,050,166**

KOS

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1/1/2004	22,941,480	88,138,134	131,291	29,026,262	1,247,668	13,297,062	154,781,897
Tambahan	-	15,760	-	60,814	40,611	486,255	603,440
Pindahan	2,430,380	777,123	-	500,623	2,800	661,803	4,372,729
Pelarasan	-	56,586	-	(125,727)	(122,454)	47,923	(143,672)
Jualan	-	-	-	-	(4,800)	(53,096)	(57,896)
Pelupusan	-	(83,044)	-	(279,825)	(26,498)	(26,533)	(415,899)
Baki pada 31/12/2004	**25,371,860**	**88,904,559**	**131,291**	**29,182,147**	**1,137,327**	**14,413,414**	**159,140,598**

SUSUTNILAI TERKUMPUL

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada /1/2004	1,639,620	28,276,993	131,282	25,327,526	1,102,352	10,671,821	67,149,593
Susutnilai Semasa	70,624	2,185,705	-	1,620,245	38,629	1,109,405	5,024,609
Pindahan	-	454	-	7,403	-	-	7,857
Pelarasan	(100,132)	(30,323)	-	(114,585)	(65,759)	47,920	(262,879)
Jualan	-	-	-	(3,150)	(4,799)	(53,091)	(61,040)
Pelupusan	-	(31,916)	-	(302,180)	(26,983)	(26,532)	(387,611)
Baki pada 31/12/2004	**1,610,112**	**30,400,913**	**131,282**	**26,535,259**	**1,043,440**	**11,749,524**	**71,470,529**
KOS BERSIH	**23,761,748**	**58,503,647**	**9**	**2,646,888**	**93,887**	**2,663,890**	**87,670,069**

4.2 FAMA

KOS

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1/1/2005	25,371,860	88,660,681	131,291	28,622,395	645,104	14,112,519	157,543,850
Tambahan	-	365,120	-	144,551	49,588	961,291	1,520,550
Pindahan	12,659	2,668,222	-	1,402,370	-	1,836,754	5,920,005
Pelarasan	(782,463)	(191,810)	-	85,985	(164,974)	(315,006)	(1,368,268)
Jualan	-	-	-	-	-	(797,078)	(797,078)
Pelupusan	-	(43,538)	-	(208,707)	(8,138)	(42,809)	(303,192)
Baki pada 31/12/2005	**24,602,056**	**91,458,675**	**131,291**	**30,046,595**	**521,580**	**15,755,671**	**162,515,868**

SUSUTNILAI TERKUMPUL

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1/1/2005	1,610,112	30,157,060	131,282	25,975,283	592,569	11,448,638	69,914,943
Susutnilai Semasa	215,422	2,231,623	-	1,297,489	68,462	1,293,602	5,106,599
Pindahan	-	81,004	-	29,833	-	157,923	268,760
Pelarasan	(41,640)	(90,773)	-	58,670	(139,887)	(377,435)	(591,066)
Jualan	-	-	-	-	-	(797,059)	(797,059)
Pelupusan	-	(15,612)	-	(208,525)	(8,102)	(42,808)	(275,047)
Baki pada 31/12/2005	**1,783,894**	**32,363,301**	**131,282**	**27,152,750**	**513,042**	**11,682,861**	**73,627,130**
KOS BERSIH	**22,818,162**	**59,095,374**	**9**	**2,893,844**	**8,538**	**4,072,810**	**88,888,737**

KOS

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1/1/2004	22,941,480	87,894,256	131,291	28,466,510	777,091	12,969,634	153,180,262
Tambahan	-	15,760	-	60,814	18,965	486,255	581,794
Pindahan	2,430,380	777,123	-	500,623	2,800	661,803	4,372,729
Pelarasan	-	56,586	-	(125,727)	(122,455)	47,923	(143,672)
Jualan	-	-	-	-	(4,800)	(53,096)	(57,896)
Pelupusan	-	(83,044)	-	(279,825)	(26,498)	-	(389,366)
Bakipada 31/12/2004	**25,371,860**	**88,660,681**	**131,291**	**28,622,395**	**645,104**	**14,112,519**	**157,543,850**

SUSUTNILAI TERKUMPUL

	Tanah	Bangunan	Ubahsuai/ Pendawaian	Alat & Mesin	Alat Pejabat/ Perabut	Kenderaan	Jumlah
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1/1/2004	1,639,620	28,033,140	131,282	24,767,840	662,223	10,344,403	65,578,507
Susutnilai Semasa	70,624	2,185,705	-	1,620,245	27,597	1,109,405	5,013,577
Pindahan	-	454	-	7,403	-	-	7,857
Pelarasan	(100,132)	(30,323)	-	(114,585)	(65,759)	47,920	(262,879)
Jualan	-	-	-	(3,150)	(4,799)	(53,091)	(61,040)
Pelupusan	-	(31,916)	-	(302,180)	(26,983)	-	(361,079)
Baki pada 31/12/2004	**1,610,112**	**30,157,060**	**131,282**	**25,975,573**	**592,279**	**11,448,638**	**69,914,943**
KOS BERSIH	**23,761,748**	**58,503,622**	**9**	**2,646,822**	**52,825**	**2,663,881**	**87,628,907**

4.3 TANAH

Pihak Lembaga sedang berusaha mendapatkan surat-surat hakmilik tanah dari pejabat-pejabat tanah yang berkenaan bagi pusat-pusat berikut:

		2005 Kos (RM)	2004 Kos (RM)
a)	KBS Kuantan	57,004	57,004
b)	Tanah Mukim Telom, Cameron Highlands	1,005,151	1,005,151

5. PROJEK DALAM PELAKSANAAN

Nilai ini adalah merupakan perbelanjaan sebenar yang terkumpul bagi projek-projek membersihkan tapak-tapak bangunan, harga tanah serta bayaran-bayaran yang bersangkutan selain dari kos bangunan dan kelengkapan. Projek-projek yang masih di dalam pelaksanaan ialah:

		2005 (RM)	2004 (RM)
a)	Bandar Baru Salak Tinggi, Sepang	1,372,140	1,372,140
b)	Tanah tapak Teman, Kelantan	8,197,203	4,695,889
c)	Tanah tapak TEMAN, Perak	634,967	634,967
d)	Bangunan Pusat Pengumpulan Ladang, Melaka	138,187	141,877
e)	Bangunan (Perak)	31,020	31,019
f)	Bangunan (Kelantan)	0	19,250
g)	Bangunan (Kilang Kopi Banting)	27,700	27,700
h)	Bangunan (KBS Selayang)	13,750	13,750
		10,414,967	**6,936,592**

6. SYARIKAT SUBSIDIARI

Nilai pelaburan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan pada tahun 2005 dalam Syarikat Subsidiari, FAMA Corporation Sdn Bhd (FAMACO) ialah sebanyak RM11,320,534 (2004: RM11,320,534).

Daripada jumlah ini, RM 6,000,002 telah ditukarkan dengan 6,000,002 saham FAMACO yang bernilai RM1.00 tiap-tiap satu. Pihak Lembaga belum memutuskan sama ada baki aset bernilai RM 5,320,532 dibayar balik atau ditukar kepada saham.

Pelaburan saham FAMA di dalam syarikat subsidiari:

	2005 (RM)	2004 (RM)
Pelaburan – pada kos	6,000,002	6,000,002
Tolak: Peruntukan Penurunan Nilai Saham	(6,000,002)	0
	0	**6,000,002**
Jumlah Terhutang Oleh Syarikat Subsidiari	5,320,532	5,320,532
	5,320,532	**11,320,534**

7. PELABURAN

Nilai pelaburan sebanyak RM137,500 merupakan pelaburan yang dibuat oleh FAMA Corporation Sdn. Bhd. (Syarikat Subsidiari FAMA) ke dalam syarikat yang tidak disenaraikan di Bursa Saham Kuala Lumpur, Malaysia.

Pelaburan sebanyak RM2 juta adalah merupakan pelaburan FAMA di dalam Simpanan Pelaburan Al-Mudharabah, Public Bank sejak tahun 1994 yang dilaburkan dalam Tabung Amanah Arab Malaysian Ittikal. Pelaburan ini merupakan pelaburan jangka panjang.

	2005 (RM)
Kos	2,000,000
Tolak: Peruntukan Pengurangan Nilai	(1,426,530)
	573,470
Nilai Pasaran	573,470

8. STOK

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 (RM)	2004 (RM)	2005 (RM)	2004 (RM)
Stok Perniagaan	2,874,299	2,465,595	2,486,784	2,054,083
Stok Bahan Campuran	152,160	135,239	152,160	135,239
	3,026,459	**2,600,834**	**2,638,944**	**2,189,322**

9. PENGHUTANG PERNIAGAAN DAN PELBAGAI

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 (RM)	2004 (RM)	2005 (RM)	2004 (RM)
Penghutang Perniagaan	19,894,677	18,577,868	17,606,864	17,249,931
Penghutang Pendahuluan	78,851	67,962	78,851	67,962
	19,973,528	**18,645,830**	**17,685,715**	**17,317,893**
Tolak:				
Peruntukan Hutang Ragu	(10,571,564)	(9,631,566)	(10,571,564)	(9,631,566)
	9,401,964	**9,014,264**	**7,114,151**	**7,686,327**
Penghutang Pelbagai	17,141,643	4,771,431	16,657,202	4,662,517
Penghutang Kakitangan	639,176	468,476	639,176	468,476
	27,182,783	**14,254,171**	**24,410,529**	**12,817,320**

Penghutang Perniagaan mengandungi penghutang dari urusniaga pejabat-pejabat, pusat-pusat Urusniaga Lembaga dan hutang-hutang kepada pusat-pusat memproses termasuk penghutang pemeroses dan syarikat subsidiari (Kumpulan) Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan. Penghutang ini merupakan hutang-hutang oleh Syarikat, Persatuan dan individu kepada FAMA.

10. PELABURAN JANGKA PENDEK

10.1 FAMA Corporation Sdn. Bhd.

FAMA Corporation Sdn. Bhd. telah membuat pelaburan di dalam saham yang disenaraikan di Bursa Saham Kuala Lumpur, Malaysia.

	2005 (RM)	2004 (RM)
Kos	285,050	285,050
Tolak : Peruntukan Pengurangan Nilai	170,860	154,410
	114,190	**130,640**
Nilai Pasaran	**114,190**	**130,640**

11. WANG DI BANK DAN RUNCIT

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 (RM)	2004 (RM)	2005 (RM)	2004 (RM)
Wang Di Bank	12,817,909	17,885,695	11,380,871	16,865,880
Wang Runcit/ Operasi	190,523	174,780	190,523	174,780
Wang Dalam Perjalanan	1,282,326	1,312,855	1,282,326	1,312,855
	14,290,758	**19,373,330**	**12,853,720**	**18,353,515**

Wang dalam perjalanan merupakan sejumlah wang yang telah dibuat bayaran oleh pejabat FAMA kepada pejabat FAMA yang lain. Bayaran ini dibuat pada minggu terakhir tahun yang dilaporkan dan hanya diterima oleh pejabat yang berkenaan selepas 31 Disember tahun yang dilaporkan.

12. OVERDERAF

Jumlah ini merupakan kemudahan bank yang diperolehi dan digunakan oleh FAMA Corporation Sdn. Bhd.. Bank overdraf ini dijamin dengan Simpanan Tetap di dalam Bank yang berlesen. Faedah yang dikenakan ke atas bank overderaf ini ialah di dalam lingkungan 6.80% hingga 7.50% (2004 : 7.02 % hingga 7.73 %).

13. PEMIUTANG PERNIAGAAN DAN PELBAGAI

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 (RM)	2004 (RM)	2005 (RM)	2004 (RM)
Pemiutang Perniagaan	3,483,462	3,861,713	1,094,937	2,244,285
Pemiutang Pelbagai & Akruan	21,717,626	12,402,218	20,661,955	11,525,927
Pertaruhan Penerimaan	404,084	524,881	404,084	524,881
Syarikat Bersekutu	28,800	28,800	-	-
	25,633,972	**16,817,612**	**22,160,976**	**14,295,093**

14. CUKAI

Jumlah ini merupakan cukai FAMA Corporation Sdn. Bhd. bagi tahun berakhir 31 Disember 2005.

15. AKAUN TERKUMPUL

Ia merupakan jumlah terkumpul sejak dari tahun 1965 bagi Akaun Mengurus dan tahun 1966 bagi Akaun Pembangunan sehingga kini.

16. KEPENTINGAN MINORITI

Kepentingan minoriti ini merupakan pegangan saham berbayar oleh syarikat lain sebanyak 44% di dalam syarikat FAMA Consortium (M) Sdn. Bhd. Pegangan saham oleh FAMA Corporation Sdn. Bhd. di dalam syarikat FAMA Consortium (M) Sdn. Bhd. ialah sebanyak 56%.

17. KERUGIAN TERKUMPUL

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 (RM)	2004 (RM)	2005 (RM)	2004 (RM)
Kerugian Perniagaan Am	48,215,336	34,034,913	48,215,336	34,034,913
Keuntungan Susu	(1,573,206)	(1,573,206)	(1,573,206)	(1,573,206)
Kerugian PPRT	123,902	123,756	123,902	123,756
Subsidi Kopi	3,966,546	3,966,546	3,966,546	3,966,546
Subsidi Kelapa	1,871,173	1,871,173	1,871,173	1,871,173
Syarikat Subsidiari	3,360,381	9,535,077	-	-
	55,964,133	**47,958,259**	**52,603,751**	**38,423,182**

18. PASAR TANI

Pasar Tani merupakan luang pasaran yang disediakan oleh FAMA bagi petani-petani kecil memasarkan keluarannya secara langsung kepada pengguna. Di dalam menyediakan perkhidmatan ini ianya terlibat dengan kutipan hasil seperti yuran bulanan, jualan meja dan payung. Jumlah akaun terkumpul adalah seperti berikut:

	2005 (RM)	2004 (RM)
Baki pada 1.1.2005	5,610,627	5,116,925
Campur : Pendapatan	3,092,617	3,133,327
	8,703,244	**8,250,252**
Tolak : Perbelanjaan	2,058,291	2,639,625
Baki pada 31.12.2005	6,644,953	5,610,627

19. SYARIKAT SUBSIDIARI

FAMA Corporation Sdn. Bhd.

Syarikat FAMA Corporation Sdn. Bhd. telah ditubuhkan di Malaysia pada 15 Ogos 1994 dengan Modal Dibenarkan sebanyak RM50 juta. Modal Berbayar ialah sebanyak RM6,000,002 dan jumlah ini dibayar oleh Akaun Perniagaan. FAMA Corporation Sdn. Bhd. telah mengeluarkan sahamnya sebanyak 6,000,002 bernilai RM1.00 tiap-tiap satu kepada Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan.

FAMA Corporation Sdn. Bhd. terlibat dengan memasarkan produk keluaran hasil-hasil pertanian, mengeksport buah-buahan, peruncitan barangan makanan proses dan produk pengguna, perkilangan kopi, perundingan dan penyelenggaraan lanskap, mengimport dan mengedar kobis.

Di samping itu, FAMA Corporation Sdn. Bhd. telah menubuhkan 3 buah syarikat subsidiarinya dan 2 buah syarikat usahasama. Aktiviti syarikat subsidiari dan syarikat usahasama FAMA Corporation Sdn. Bhd. ialah seperti berikut:

Nama Syarikat	Peratusan Pegangan Saham		Aktiviti
	2005	2004	
FR Agro-Lanskap Sdn. Bhd.	100%	100%	Perunding dan penyelenggaraan lanskap. Tidak lagi beroperasi
Kopie Satu Sdn. Bhd. *(sebelum ini dikenali sebagai FR Services Sdn. Bhd.)*	100%	100%	Dorman
FR Development Sdn. Bhd.	100%	100%	Dorman
FAMA Consortium (M) Sdn. Bhd.	56%	56%	Import dan mengedar kobis
KOP. FAMA Sdn. Bhd.	51%	51%	Peruncitan barangan makanan proses dan produk pengguna. Tidak lagi beroperasi

Pelaburan oleh FAMA Corporation Sdn. Bhd. dalam Syarikat Subsidiari dicatatkan pada nilai kos setelah ditolak nilai pengurangan tetap. Asas ini juga digunakan bagi pelaburan dalam harta. Pelaburan jangka pendek dalam harta semasa dicatatkan nilai terendah kos dan nilai pasaran.

Kesemua akaun-akaun Anak Syarikat dan kumpulan Syarikat Subsidiari diaudit oleh Syarikat Akauntan Awam Malaysia.

Juruaudit FAMA Corporation Sdn. Bhd. , syarikat subsidiari Lembaga telah melaporkan bahawa syarikat memperolehi keuntungan selepas cukai sebanyak RM201,131 bagi tahun berakhir 31 Disember 2005. Di samping itu, pada tarikh yang sama, syarikat mempunyai tanggungan bersih bernilai RM 3.102 juta dengan defisit dana pemegang saham sebanyak RM3.365 juta. Dengan itu, daya usaha berterusan syarikat bergantung kepada bantuan kewangan daripada pemegang saham, pemiutang-pemiutang dan bank-bank bagi membolehkannya memperolehi keuntungan dan aliran masuk tunai bagi mengekalkan operasi.

20. CUKAI PENDAPATAN

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan telah tidak diberikan pengecualian daripada cukai pendapatan ke atas semua pendapatan. Walau bagaimanapun Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan telah diberi pengecualian cukai pendapatan atas pendapatan-pendapatan berikut:-

a) Peruntukan yang diberi oleh Kerajaan Persekutuan/Negeri dalam bentuk geran untuk membiayai perbelanjaan mengurus.
b) Peruntukan yang diberi oleh kerajaan Persekutuan/Negeri untuk membiayai perbelanjaan Pembangunan, sama ada dalam bentuk geran atau pun pinjaman.
c) Apa-apa derma ataupun sumbangan yang diterima.

21. PENGHUTANG SYARIKAT SUBSIDIARI

Adalah hutang oleh Anak Syarikat ke atas transaksi urusniaga yang biasa. Ianya tidak dikenakan sebarang faedah dan tiada jangkamasa tetap untuk pembayaran balik.

22. PEMIUTANG SYARIKAT SUBSIDIARI

Adalah hutang kepada Anak Syarikat ke atas transaksi urusniaga yang biasa. Ianya tidak dikenakan sebarang faedah dan tiada jangkamasa tetap untuk pembayaran balik.

23. PENGLIBATAN MODAL

Jumlah penglibatan modal FAMA bagi tahun berakhir 31 Disember 2005 yang diluluskan dan dikontrak adalah berjumlah RM1,053,625 seperti berikut;

		RM
1.	Tawaran kerja-kerja pembinaan sebuah bangunan pembungkusan dan pelabelan barangan IKS dan lain-lain kerja berkaitan AMC Kuala Nerang, Kedah	185,200
2.	Tawaran kerja-kerja pembinaan sebuah bangunan pusat industri kecil & sederhana di kawasan CPC Pejabat FAMA Merlimau, Melaka	118,800
3.	Tawaran membekal, menghantar, menguji jalan sebuah reach truck Battery 1.5 ton yang baru ke Pejabat FAMA Pulau Pinang	83,000
4.	Tawaran kerja-kerja pemasangan premix dan lain kerja berkaitan di tapak pasar tani Pasir Tumbuh, Kota Bahru, Kelantan	51,872
5.	Tawaran kerja-kerja membersih tapak, menambun, merata, menurap batu crusher run dan premix konkrit di Lot 1069, Seberang Temerloh, Mukim Perak, Temerloh	60,500
6.	Tawaran kerja-kerja pembinaan sebuah pusat pengumpulan ladang (PPL) FAMA Mukim Merapoh serta lain-lain kerja yang berkaitan di dalam kawasan Pejabat PPK Merapoh, Kuala Lipis	98,495
7.	Tawaran kerja-kerja pembinaan depoh serta lain-lain kerja berkaitan di Pusat Memproses Koko (PMK) Perai, Pulau Pinang	149,958
8.	Tawaran kerja-kerja menaiktaraf dan kemudahan di CC FAMA Masjid Tanah, Melaka	90,800
9.	Tawaran kerja-kerja membina lima (5) buah gerai IKS dan lain-lain kerja berkaitan di Taman Seri Desa, Kg Besar, Tasek Gelugor, Seberang Perai Utara	50,000
10.	Tawaran kerja-kerja membina dan menyiapkan 1 unit Bangsal Kandang Lembu di Kg Repek, Pasir Mas, Kelantan	165,000
	JUMLAH	**1,053,625**

24. INFORMASI PEKERJA

Bilangan jumlah pekerja bagi tempoh tahun berakhir 31 Disember 2005 adalah seperti berikut:

	KUMPULAN		FAMA	
	2005 Bil / Orang	**2004** Bil / Orang	**2005** Bil / Orang	**2004** Bil / Orang
Tetap	1,668	1,559	1,631	1,518
Sementara/kontrak	142	122	137	116
	1,810	1,681	1,768	1,634

25. PELARASAN TAHUN LALU

Pelarasan tahun lalu merupakan pelarasan terhadap perbelanjaan Skim Pembangunan Kesejahteraan Rakyat (SPKR) yang berjumlah RM395,735 yangtelah diambilkira dalam tahun 2004, tetapi telah diambilkira lagi dalam tahun 2005. Perbelanjaan SPKR ini melibatkan SPKR Negeri Kedah sebanyak RM382,443 dan SPKR Negeri Terengganu sebanyak RM13,292.

Selain itu, pelarasan tahun lalu juga melibatkan pembetulan terhadap kesilapan pengiraan yang berlaku di dalam penyediaan Akaun 2003.

26. ANGKA PERBANDINGAN

Beberapa angka perbandingan telah dikelaskan semula untuk menunjukkan perbandingan yang sewajarnya dengan pengkelasan tahun semasa.

Senarai Hartanah FAMA Pada 31 Disember 2005
List of FAMA Properties as at 31st December 2005

MUKIM/DAERAH	NEGERI	Tempoh Pajakan (Thn)	Keluasan (ha)	Kegunaan	Usia (Tahun)	Butiran Geran	Tahun Akhir Pajakan	Kos Bersih (RM)
BENUT, PONTIAN	JOHOR	99	0.337	AMC	25	HS(D)2312	2084	30,778.77
SRI GADING, BATU PAHAT	JOHOR	BEBAS	0.4848	AMC	25	HS(D)20637	BEBAS	16,206.25
TANGKAK, MUAR	JOHOR	60	0.4356	AMC /KBS	26	HS(D)5431	2040	2,699.34
SG. KLUANG, BATU PAHAT	JOHOR	BEBAS	0.404686	CPC	13	HS(D)474	BEBAS	39,500.00
SG.PUNGGOR, RENGIT, BATU PAHAT	JOHOR	99	3.414558	K.KOKO	16	HS(D)21936	2088	98,476.40
SG.PUNGGOR, RENGIT, BATU PAHAT	JOHOR	99	3.414558	K.KOPI	16	HS(D)21936	2088	98,476.40
BATU PAHAT	JOHOR	99	0.650036	KBS	23	HS(D)20892	2085	107,809.85
TEBRAU, JOHOR BHARU	JOHOR	99	0.809372	KBS	22	HS(D)132642	2085	293,081.75
ULU BENUT, KLUANG	JOHOR	99	0.404686	KBS	22	HS(D)14777	2083	29,610.72
ULU BENUT, KLUANG	JOHOR	99	0.404686	KBS	24	HS(D)14777	2083	6,851.73
TANGKAK, MUAR	JOHOR	60	0.4356	KBS / AMC	22	HS(D)5431	2040	27,152.47
LUBOK, BATU PAHAT	JOHOR	99	0.8093720	PMK	16	HS(D)21680	2086	63,748.45
PLENTONG, JOHOR BHARU	JOHOR	60	2.08415	PMK	11	HS(D)116470	2045	246,278.71
KUALA KETIL, TAWAR	KEDAH	BEBAS	0.809372	AMC	21	HS(M)126/84	BEBAS	27,886.12
KUALA KETIL, TAWAR	KEDAH	BEBAS	0.8093720	AMC	21	HS(M)126/84	BEBAS	4,464.00
MERGONG, PUMPONG	KEDAH	BEBAS	0.000558	KBS	23	HS(M)1/1985	BEBAS	294,123.38
SUNGAI PASIR	KEDAH	BEBAS	0.000653	KBS	17	GM 675	BEBAS	1,125.00
SUNGAI PASIR	KEDAH	BEBAS	0.000653	KBS	22	GM 675	BEBAS	157,316.00
MERGONG	KEDAH	99	0.000257	PMA	19	HS(M)55/1995	2094	144,805.80
SALA BESAR, YAN	KEDAH	BEBAS	0.404686	PPL	6	HS(D)0000081	BEBAS	128,907.18
REPEK, BACHOK	KELANTAN	99	1.774548	AMC	25	1590	2084	358.35
KUALA KERAI	KELANTAN	99	0.6348	AMC	16	2287	2089	71,329.86
PASIR PUTIH	KELANTAN	99	0.3494	AMC	21	1694	2083	30,557.97
MAKA, TANAH MERAH	KELANTAN	99	0.404686	AMC	24	HS(D)TM 20/81	2080	23,809.47
LUNDANG, KOTA BHARU	KELANTAN	99	0.729345	KBS	23	HS(D)KB 49/91	2090	115,624.58
MACHANG, ULU SAT	KELANTAN	99	0.5059	KBS	24	HS(D)M 21/86	2085	12,325.88
MASJID TANAH	MELAKA	BEBAS	0.000418	AMC	25	GM 61	BEBAS	7,683.00
BUKIT KATIL, AIR KEROH	MELAKA	99	0.865219	KBS	24	HS (M) 3/82	2081	72,956.14
PERADONG, JELEBU	N. SEMBILAN	BEBAS	0.384452	AMC	25	HD (D) 820	2087	9,229.68
KUALA PILAH	N.SEMBILAN	99	0.898	KBS	22	HS (M) 960	2082	47,345.38
LABU, SEREMBAN	N.SEMBILAN	99	0.84481	KBS	24	HS (D) 42636	2084	45,954.48
SENAWANG	N.SEMBILAN	99	0.865219	PMA	17	QT (M) 43 & 44	2071	10,726.17
SEBERANG PRAI TENGAH	P.PINANG	60	0.708196	KBS	20	HS (M) 3	2046	429,292.90
SEBERANG PERAI TENGAH	P.PINANG	60	1.91988	PMK	21	HS (D) 1940-MK 1	2041	167,771.28
PEDAH, JERANTUT	PAHANG	99	0.29884	AMC	25	HS (D)923	2079	47,985.82
LANCHANG, SEMANTAN	PAHANG	66	0.80937	AMC	24	HS (M) 1466	2052	14,114.56
TANAH RATA, C.HIGHLAND	PAHANG	66	0.202345	KBS	23	HS(D) 1164	2053	26,832.54
PEDAH, JERANTUT	PAHANG	44	0.32881	KBS	23	HS (D)969	2047	27,409.11
JLN GAMBANG, KUANTAN	PAHANG	-	0.687966	KBS	9	DLM PROSES MOHON GERAN		135,921.16
C.HIGHLAND (U.TELOM)	PAHANG	60	0.202345	PPL	1	DLM PROSES MOHON GERAN		1,005,151.00

Senarai Hartanah FAMA Pada 31 Disember 2005 (sambungan)
List of FAMA Properties *as at 31st December 2005 (continued)*

MUKIM/DAERAH	NEGERI	Tempoh Pajakan (Thn)	Keluasan (ha)	Kegunaan	Usia (Tahun)	Butiran Geran	Tahun Akhir Pajakan	Kos Bersih (RM)
GEBENG, SG. KERANG, KUANTAN	PAHANG	66	1.4973380	PMK	11	HS (D) 7469	2050	328,091.10
BATU KURAU	PERAK	99	1.436638	AMC	21	HS (M)22	2085	11,754.83
MANONG, KUALA KANGSAR	PERAK	99	0.708196	AMC	25	HS (D) KK/1/88	2087	8,495.24
TELOK BHARU	PERAK	99	0.0008100	AMC	16	HS (M) 6/88	2087	66,952.10
CHANGKAT JONG, HILIR PERAK	PERAK	60	0.387689	KBS	16	HS (D) LP7599	2054	38,241.76
ULU KINTA, KINTA	PERAK	21	0.8094000	KBS	12	LOT 46531	2018	96,682.00
BAGAN DATOH	PERAK	99	0.748669	CPC	16	HS (M) 257/87	2086	68,554.08
SUNGAI RAYA. KINTA	PERAK	99	16.0087000	TEMAN	1	HS (D) 115832	2101	13,289,115.49
BALAI BARU, BESERI	PERLIS	BEBAS	0.3179200	AMC	21	HS (M) 1094	BEBAS	10,857.59
BEHOR TEMAK, SERIAB	PERLIS	99	0.9530000	KBS	23	HS (M) 748	2087	79,551.63
JALAN SIKUATI, KUDAT	SABAH	999	2.505006	K.MINYAK	16	CL 055312822	2930	119,838.90
JALAN SIKUATI, KUDAT	SABAH	999	2.505006	PEJABAT FAMA DAERAH	13	CL 055312822	2930	19,565.68
PENDING INDUSTRIAL ESTATE, KUCHING	SARAWAK	66	0.985	KBS	16	122/66/1959	2047	18,960.14
SAMARAHAN	SARAWAK	-	2.6304590	KPL	7	DLM PROSES MOHON GERAN		176,666.62
TANJONG KARANG	SELANGOR	BEBAS	0.0140000	AMC	23	HS (M) 4216	BEBAS	743.00
DENGKIL	SELANGOR	99	1.011715	KBS	11	HS (D) 702	2080	38,261.65
KUALA SELANGOR	SELANGOR	BEBAS	2.02343	KBS	24	HS (M) 583	BEBAS	38,041.63
BATU, GOMBAK	SELANGOR	99	1.3354640	KBS	20	HS (M) 18676	2089	713,644.53
DAMANSARA, PETALING	SELANGOR	BEBAS	0.8090000	TAPAK PASAR TANI	1	HS (D) 78432	BEBAS	465,381.50
BT. 13, PUCHONG	SELANGOR	-	1.821087	PBT	1	DLM PROSES MOHON GERAN		89,600.00
P.KLANG	SELANGOR	99	2.02	PMK	12	HS (M) 6215	2086	495,320.51
ALUR LIMBAT, MARANG	TERENGGANU	99	0.5916	AMC	23	HS (D) 281	2087	41,311.49
KUALA BRANG, ULU TERENGGANU	TERENGGANU	60	2.802	K.KACANG	16	HS (M) 2233	2043	93,792.29
KUALA IBAI, CENDERING	TERENGGANU	60	0.429	KBS	16	HS (M) 1003	2045	12,255.73
KUALA IBAI	TERENGGANU	60	0.429	KBS	23	HS (M) 1003	2045	20,490.60
RENGIT, BATU PAHAT	JOHOR	BEBAS	0.404686	PMMF		HS (M) 474	BEBAS	4,788.00
KG. TANGOK, BACHOK	KELANTAN	99	1.774548	PMMF		1590	2084	23,432.00
LUNDANG, KOTA BHARU	KELANTAN	99	0.729345	PEJ. NEG. & PUSAT LAT.		KB 49/91	2090	54,921.46
PASIR PANJANG, PORT DICKSON	N. SEMBILAN	BEBAS	0.028	ILF		1367	BEBAS	2,013,703.10
PEJABAT FAMA PERAK	PERAK	99	0.0311000	RUMAH KEDAI		HS (D) 61355	2096	42,446.28
HUJUNG PERMATANG, KUALA SELANGOR	SELANGOR	99	0.396	PMMF		HS (M) 1442	2083	11,765.59
PUCHONG, PETALING	SELANGOR	BEBAS	0.0896000	KOPIESATU		HS (D) 125469	BEBAS	76,039.75
JALAN TENGAH NIPAH, LAHAD DATU	SABAH	60	0.41278	PEJ. FAMA LAHAD DATU		CL 115379470	2047	55,298.00
SUNGAI SEBANGAN SIMUNJAN	SARAWAK	60	2.630459	CPC		233/1/12	2047	7,861.00
FAMA MELAKA, BUKIT KATIL	MELAKA	99	0.865219	FAMA NEG. MELAKA		HS (M) 3/82	2081	36,653.29
KANCHONG DARAT, KELANANG	SELANGOR	99	1.214058	KILANG KOPI FAMA		HS (M) 605	2085	22,157.00
JUMLAH BESAR								**22,818,161.81**

Petunjuk:-

AMC - Agricultural Marketing Centre
PMA - Pusat Memproses Ayam
K.KOKO - Kilang Koko
PMMF - Pusat Memproses Makanan FAMA
CPC - Copra Processing Centre
PPL - Pusat Pengumpulan Ladang
K.KOPI - Kilang Kopi
ILF - Institut Latihan FAMA
KBS - Kompleks Bilik Sejuk
KPL - Kompleks Pengumpulan Ladang
K.KACANG - Kilang Kacang
TEMAN - Terminal Makanan Negara
PMK - Pusat Memproses Koko
PBT - Pasar Borong Tani
K.MINYAK - Kiang Minyak

Pejabat-Pejabat FAMA
FAMA Offices

- **IBU PEJABAT FAMA**
  Bangunan FAMA Point
  Lot 17304, Jalan Persiaran 1
  Bandar Baru Selayang
  68100 Batu Caves, Selangor Darul Ehsan.
  Tel : 03 – 6138 9622
  Fax : 03 – 6138 3650 / 5200

- **PEJABAT FAMA NEGERI PERLIS**
  No. 22, 24 & 26, Tingkat Atas
  Taman Sena Indah, Persiaran Jubli Emas
  01000 Kangar, Perlis.
  Tel : 04 – 976 1513 / 5615
  Fax : 04 – 976 0564

- **PEJABAT FAMA NEGERI KEDAH**
  No. 101C, Kawasan Perusahaan Mergong
  Jalan Perak
  05150 Alor Setar, Kedah Darul Aman.
  Tel : 04 – 731 9344 / 730 6602
  Fax : 04 – 733 5154 / 730 6601

- **PEJABAT FAMA NEGERI PULAU PINANG**
  No. 2442, Tingkat Perusahaan Satu
  Kawasan Perusahaan Prai
  13600 Perai, Pulau Pinang.
  Tel : 04 – 390 7886 / 7222 / 7970
  Fax : 04 – 390 8107

- **PEJABAT FAMA NEGERI PERAK**
  Tingkat 9, Bangunan KWSP
  Jalan Hospital
  30450 Ipoh, Perak Darul Ridzuan.
  Tel : 05 – 254 6322 / 6841 / 253 8864
  Fax : 05 – 241 6545

- **PEJABAT FAMA NEGERI SELANGOR**
  No. 12-01, Tingkat 12, Plaza Masalam
  Jalan Tengku Ampuan Zabedah
  40100 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan.
  Tel : 03 – 5511 8114 / 5 / 6 / 7
  Fax : 03 – 5511 8124

- **PEJABAT FAMA NEGERI SEMBILAN**
  Tingkat 5, Bangunan Yayasan Negeri
  Jalan Yam Tuan
  70000 Seremban, Negeri Sembilan.
  Tel : 06 – 763 5797 / 8959
  Fax : 06 – 763 7466 / 762 7540

- **PEJABAT FAMA NEGERI MELAKA**
  Lot 73, Jalan Usaha 12
  Kawasan Perindustrian Ayer Keroh
  75450 Melaka.
  Tel : 06 – 231 2760 / 9650
  Fax : 06 – 231 7172 / 0694

- **PEJABAT FAMA NEGERI PAHANG**
  Km. 9, Jalan Gambang
  25150 Kuantan, Pahang Darul Makmur.
  Tel : 09 – 536 6110 / 3 / 4 / 5
  Fax : 09 – 536 6106 / 09

- **PEJABAT FAMA NEGERI JOHOR**
  Susur 6, Km 8
  Jalan Tun Abdul Razak, Peti Surat 25
  80700 Johor Bahru, Johor Darul Takzim.
  Tel : 07 – 234 1185 / 6 / 7
  Fax : 07 – 234 1182 / 237 0832

- **PEJABAT FAMA NEGERI TERENGGANU**
  Tingkat U3, Menara Permint
  Jalan Sultan Ismail
  20200 Kuala Terengganu, Terengganu Darul Iman.
  Tel : 09 – 622 4144 / 4191
  Fax : 09 – 622 1606

- **PEJABAT FAMA NEGERI KELANTAN**
  Lot 1770, Seksyen 58
  Jalan Dato' Lundang
  15200 Kota Bharu, Kelantan Darul Naim.
  Tel : 09 – 748 2431 / 2577 / 6548
  Fax : 09 – 744 3030 / 747 4040

- **PEJABAT FAMA NEGERI SARAWAK**
  Lot 1003–1005, Seksyen 65, KTLD
  Jalan Jawa, Kampung Pinang Jawa
  Peti Surat 1929
  93738 Kuching, Sarawak.
  Tel : 082 – 422 578 / 414 744
  Fax : 082 – 244 551

- **PEJABAT FAMA NEGERI SABAH**
  Tingkat 12, Wisma Bandaraya
  Jalan Padang
  88000 Kota Kinabalu, Sabah.
  Tel : 088 – 225 741 / 742
  Fax : 088 – 223 526

- **PEJABAT FAMA WILAYAH PERSEKUTUAN LABUAN**
  No. 28, Tingkat 1, Fasa Dua
  87008 Wilayah Persekutuan Labuan, Sabah.

- **INSTITUT LATIHAN FAMA PORT DICKSON**
  Lot 1665, Batu 12, Kg. Teluk Pelanduk 71050 Si Rusa,
  Port Dickson, Negeri Sembilan Darul Khusus.
  Tel : 06 - 662 6212
  Fax : 06 - 662 5608

- **FAMA CORPORATION SDN. BHD**
  No. 3 & 5, Jalan 2/8, Dataran Templer
  Bandar Baru Selayang
  68100 Batu Caves, Selangor Darul Ehsan.
  Tel : 03 - 6135 1301
  Fax : 03 - 6135 1310

LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN (FAMA)

Bangunan FAMA Point, Lot 17304, Jalan Persiaran 1,
Bandar Baru Selayang, 68100 Batu Caves, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.
• Tel: 603 - 6138 9622 • Faks: 603 - 6120 2604
• E-mail: fama@fama.net.my

Website: www.famaxchange.org