

Seksyen IV



MELANGKAH KE HADAPAN

Bab 8: Bidang Pertumbuhan Berpotensi untuk PKS

145

Bidang Pertumbuhan Berpotensi untuk PKS

BAB 8

- | | |
|--|-----|
| 1. Halal - Industri Bernilai Trilion Dolar | 156 |
| 2. Pemfrancaisan - Jejak Malaysia Merentas Dunia | 165 |
| 3. ICT - Mewujudkan Persekitaran Menyokong | 174 |



Berikutan globalisasi dan liberalisasi dalam persekitaran perdagangan, perdagangan dijangka berkembang ekoran penyertaan peserta dan pasaran baharu. Meskipun persaingan menjadi semakin sengit, pasaran global yang lebih bersepadu juga memberikan peluang baharu dan akses pasaran yang lebih baik untuk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Malaysia. Menyedari hakikat ini, Kerajaan telah mengenal pasti bidang pertumbuhan utama untuk PKS di bawah RMK9 dan IMP3. Bab ini akan memaparkan tiga daripada bidang utama tersebut dan strategi sokongan yang telah dilaksanakan Kerajaan.

1. Halal – Industri Bernilai Trilion Dolar

USD580 bilion	-	Nilai pasaran global tahunan bagi perdagangan makanan Halal
USD2.1 trilion	-	Nilai pasaran global tahunan bagi keseluruhan perdagangan Halal
USD900 juta	-	Jualan runcit tahunan bagi daging Halal di United Kingdom
1.6 bilion	-	Penduduk Islam global masa kini
1 bilion	-	Penduduk Islam di Asia
3 bilion	-	Anggaran penduduk Islam global pada tahun 2010

Sumber: Pelan Induk Perindustrian Ketiga

Dengan anggaran angka perdagangan mencecah tahap trilion Dolar AS, produk halal di peringkat sedunia mempunyai potensi yang amat besar. Potensi ini telah diperakui apabila Kerajaan Malaysia membuat persediaan untuk menjadi Hab Halal Antarabangsa menjelang tahun 2010.

Menerajui Pembangunan Standard Halal

Perbadanan Pembangunan Industri Halal (Halal Industry Development Corporation, HDC) telah diperbadankan pada tahun 2006 dan diletakkan di bawah Pasukan Petugas Industri Kebangsaan di Jabatan Perdana Menteri. Tugas HDC adalah untuk merealisasikan cita-cita Malaysia menjadi Hab Halal antarabangsa menjelang tahun 2010.

Peranan HDC ialah menyelaraskan usaha untuk mengkaji semula standard, pembangunan industri tempatan, promosi produk dan perkhidmatan Halal Malaysia dalam pasaran antarabangsa, dan menyokong pelaburan dalam sektor halal di dalam dan luar negeri. HDC juga menyediakan hubungan penting untuk peserta industri mempergunakan pengalaman, pengetahuan dan kepakaran Malaysia dan membina bidang (*niche*) mereka dalam pasaran Halal global. HDC diamanahkan untuk memudahkan pertumbuhan dan penyertaan syarikat Malaysia termasuk PKS dalam industri Halal.

HDC dijangka menerajui pembangunan standard Halal. Ia akan merangkumi pengurusan bina upaya bagi pengeluar produk Halal dan penyedia perkhidmatan yang berkaitan serta mempromosikan dan memasarkan produk dan perkhidmatan dengan jenama Halal Malaysia ke seluruh dunia.

Cabaran-cabaran

Persaingan global memang sengit memandangkan potensi ganjarannya yang begitu besar. HDC menerajui langkah ke arah mewujudkan Akta Halal untuk menyediakan rangka kerja berfokus, menyeluruh dan padu yang akan menjadi asas kendalian. Rangka kerja ini merangkumi saluran pengedaran global yang cekap dan bersepadu.



Pensijilan Antarabangsa

Pada bulan November 2006, HDC mula bekerjasama dengan Intertek Group Plc, peneraju global dalam pengujian, pemeriksaan dan pengauditan serta pensijilan. Pensijilan Intertek termasuk piawaian ISO 90000 dan pengurusan keselamatan makanan global termasuk Standard Teknikal Makanan Konsortium Runcit Britain (British Retail Consortium Food Teknikal Standard, BRC) serta Analisis Bahaya & Titik Kawalan Kritikal (Hazard Analysis & Critical Control Points, HACCP). Sebanyak RM21 juta akan dilaburkan untuk membina pusat kecemerlangan bagi pengujian dan latihan Halal di Kuala Lumpur dalam masa setahun akan datang. Pusat latihan tersebut juga akan menempatkan makmal pengujian yang canggih bagi keperluan industri makanan Halal. Institut ini ditubuhkan dengan tujuan membantu industri menjalankan inovasi produk Halal melalui latihan dan pendidikan, dan akhirnya untuk menginstitusikan amalan terbaik dan garis panduan Halal global.

Kerjasama ini boleh membantu HDC menghasilkan garis panduan dan amalan terbaik untuk standard Halal. Pengilang Halal tempatan akan dapat memanfaatkan pengetahuan dan teknologi Intertek yang luas dan mendalam untuk menjadikan mereka lebih bersaing dalam arena antarabangsa.

Peluang untuk Menerajui

Malaysia, yang dilihat pada mata global sebagai sebuah negara Islam progresif dengan insentif perniagaan yang bersaing mempunyai beberapa kelebihan yang boleh ditawarkan dan dimanfaatkan. Negara ini mempunyai asas perindustrian yang teguh dan industri pertanian dan asas tani yang kian berkembang dengan lokasi yang strategik di rantau Asia Pasifik. Peranan sedia ada Malaysia sebagai Pengerusi Pertubuhan Persidangan Islam (OIC) dapat memberikan sokongan selanjutnya untuk pembangunan negara sebagai pusat Halal sedunia.

Pertubuhan Bangsa-bangsa Bersatu telah menyebut nama Malaysia sebagai contoh terbaik di dunia dari segi justifikasi untuk pelabelan makanan Halal apabila Suruhanjaya Codex Alimentarius menerima pakai garis panduan am Codex bagi penggunaan istilah Halal di Geneva pada tahun 1997.

Malaysia dilihat sebagai contoh paling berjaya di dunia apabila standard Halal tunggal digunakan di seluruh negara dan model ini dianggap sebagai asas untuk pembangunan industri makanan Halal dunia.

Tatacara pensijilan Malaysia dan Standard Halal MS1500:2004 negara sudah diperakui dengan meluas kerana menggalakkan kecemerlangan dalam bidang pematuhan Halal. Ini mempengaruhi jenama global utama untuk menerima pakai pensijilan ini bagi pengedaran rangkaian produk masing-masing ke serata dunia.

Kerajaan menjangkakan Malaysia bakal menjadi pusat untuk pengeluaran dan pengedaran produk Halal, penyedia perkhidmatan Halal, rujukan tentang standard Halal dan penyelidikan dan pembangunan (R&D) tentang perkara Halal menjelang tahun 2008.

Pembangunan standard Halal antarabangsa akan menjadi tumpuan utama dalam beberapa tahun akan datang, dan kejayaan mempromosikan standard ini akan memudahkan bakal pengeluar dan pengeksport untuk meningkatkan pengeluaran dan eksport mereka dalam pasaran global.

*Tatacara pensijilan
Malaysia dan Standard
Halal MS1500:2004
negara sudah diperakui
dengan meluas bagi
peranannya
menggalakkan
kecemerlangan dalam
bidang pematuhan
Halal*

Persijilan Halal



Terdapat beberapa langkah yang digariskan oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) untuk mendapatkan pensijilan halal iaitu:

- Penilaian Dokumen - borang permohonan dan dokumen sokongan dengan analisis terperinci mengenai profil syarikat bersama ramuan yang diisytiharkan, butir-butir pembekal, proses dan prosedur pengilangan dll;
- Pemeriksaan - pemeriksaan secara fizikal termasuk penilaian ramuan yang diisytiharkan, kaedah penyimpanan bahan mentah dan produk akhir, bilik sejuk, aliran pengeluaran kilang pemprosesan dan aspek pengendalian pengeluaran, bahan pembungkusan, kebersihan am, amalan kawalan kualiti dan jaminan;
- Penyediaan Laporan - pemeriksa teknikal akan menulis laporan lengkap mengenai status permohonan berdasarkan pemeriksaan di premis;
- Jawatankuasa Penilaian & Saranan - laporan akan dibentangkan serta dinilai; dan
- Pengeluaran Sijil Halal - apabila diluluskan, JAKIM akan mengeluarkan sijil Halal dan kebenaran untuk menggunakan logo Halal akan diberikan. Sijil tersebut sah untuk tempoh dua tahun dan pembaharuan bagi permohonan hendaklah diserahkan tiga bulan sebelum tarikh luput. JAKIM akan menjalankan pemantauan berterusan bagi memastikan pematuhan pada standard Halal.



Untuk maklumat lanjut, pengeluar dan pengilang boleh memohon secara dalam talian <http://baheis.islam.gov.my/web/e-halal.nfs>

Usaha telah dipertingkatkan untuk memasarkan logo Halal Malaysia secara agresif dengan mempromosikan pertautan antara Halal dengan Malaysia.

Pameran Halal Antarabangsa Malaysia

Pameran Halal Antarabangsa Malaysia (Malaysia International Halal Showcase, MIHAS) dianjurkan oleh Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri Malaysia (MITI) dan dikendalikan oleh Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE) dengan sokongan Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD). Pameran perdagangan Halal ini, yang dianjurkan di Malaysia setiap tahun sejak tahun 2004, telah disertai lebih daripada 90 pempamer dari 18 negara peserta setiap tahun. Pempamer datangnya dari Amerika Syarikat, China, Afrika Selatan, Australia, Iran, Pakistan, Thailand dan Arab Saudi.

Pameran ini memainkan peranan penting dalam mempromosikan Malaysia sebagai hab Halal dengan memaparkan pendekatan holistik negara terhadap produk Halal yang antara lainnya termasuk makanan dan minuman, produk farmaseutikal, pembiayaan berlandaskan hukum Syariah dan perkhidmatan logistik.

MIHAS 2007 yang berlangsung selama lima hari mencatat jualan serta-merta berikutan sesi pepadanan perniagaan bernilai RM213.9 juta, iaitu peningkatan sebanyak 27% daripada RM168.3 juta jualan pada tahun sebelumnya. Di samping itu, terdapat urus niaga bernilai lebih daripada RM400 juta yang masih di peringkat perundingan. Emiriah Arab Bersatu mencatat nilai jualan tertinggi iaitu lebih daripada RM90 juta, diikuti oleh United Kingdom (RM41 juta), Hong Kong (RM36 juta) dan Perancis (RM20.1 juta). Pameran antarabangsa tersebut menyaksikan sebanyak 3,215 perjumpaan perniagaan telah diadakan antara pembeli antarabangsa, melebihi sasaran yang dianggarkan iaitu sebanyak 2,757.

Sambutan yang menggalakkan ini menandakan minat yang kian meningkat daripada masyarakat global, dan nilai jualan tinggi dari negara bukan Islam menunjukkan dengan jelas potensi produk Halal.

Forum Halal Sedunia



Forum Halal Sedunia (World Halal Forum, WHF), iaitu forum Halal tahunan yang dianjurkan sempena MIHAS, mempertemukan individu daripada sektor swasta bagi membincangkan isu berkaitan dengan pasaran Halal serta penggunaan standard dan akreditasi Halal.

WHF tahunan yang ketiga pada tahun 2007 mempertemukan sebanyak 500 pemimpin utama dunia dalam industri Halal daripada sektor korporat, para akademik, pertubuhan bukan Kerajaan, organisasi Islam dan wakil kerajaan seluruh dunia. Matlamatnya adalah untuk membincangkan cabaran dan peluang perniagaan serta berkongsi pengetahuan dan kepakaran. Tajuk utama yang diperkatakan dalam forum dua hari ini berkisar tentang empat segmen asas industri Halal:

- Perkilangan - trend pasaran dalam industri makanan global, isu dalam sektor ramuan pasaran Halal dan menghasilkan protokol Halal bagi syarikat multinasional (multinational corporation, MNC);
- Perdagangan & Pelaburan - analisis terhadap trend dan analisis dalam lima pasaran Halal utama bagi produk Halal dan pengelompokan industri Halal;
- Standard - menghasilkan rangka kerja bersepadu bagi industri Halal kebangsaan; dan
- Syariah & Sains - kewangan Islam bagi industri Halal.



Mencipta Jenama Malaysia

Sebagai sebahagian daripada strategi untuk mempertingkatkan pembangunan industri Halal, satu siri program dan acara telah dirancang untuk mempromosikan kedudukan Malaysia dalam arena halal Global. Langkah ini membabitkan penghasilan kempen penjenamaan, pemasaran dan promosi yang berkesan untuk inisiatif Halal Malaysia. Kempen “Halal Malaysia” akan dijalankan seiring dengan usaha penjenamaan dan kempen tersebut merangkumi produk makanan dan bukan makanan, kewangan, perkhidmatan, perjalanan dan pelancongan.

HalMart

HalMart merupakan saluran dagang runcit Halal bersepadu yang pertama di Malaysia dan pasar raya Halal pertama di dunia. Dimulakan oleh Glohex, firma perundingan yang mengkhusus dalam pengurusan perdagangan Halal, dan dengan sokongan daripada MECD, Majlis Amanah Rakyat (MARA) dan Perbadanan Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana (SMIDEC), pembukaan prototaip HalMart di Johor Bahru dijadualkan berlangsung pada tahun 2007. Sebanyak 100 gudang lagi akan dibuka selepas itu dalam tempoh dua tahun akan datang melalui program francais dan pelesenan. Pada akhir tahun 2006, HalMart telah mendapat dua pemegang lesen dari Brunei dan Indonesia, dan akan membuka saluran dagangan di Perancis dan sekitar Eropah pada 2007.

Fokus utama HalMart ialah sebagai platform untuk mempromosikan produk keluaran pengilang makanan Halal tempatan melalui saluran dagang antarabangsa mereka. HalMart akan menjadi hab penting bagi pengilang tempatan untuk mempromosikan dan mengembangkan produk mereka. Kini, sebanyak 211 usahawan tempatan yang mengilang 50 produk berbeza telah bersetuju untuk menjadi pembekal HalMart.

Insentif bagi Industri Halal

Pewujudan pusat sehenti atau kelompok untuk memantau dan membantu PKS Halal mendapatkan pensijilan, geran, pemasaran dan pelaburan kini sedang dalam perancangan. Jumlah sebanyak RM95 juta telah diperuntukkan bagi penubuhan Hab Halal, dimana suku daripadanya diperuntukkan kepada HDC. Sejumlah RM50 juta akan diperuntukkan untuk mewujudkan Hab Halal di Pasir Mas, Kelantan; Chendering, Terengganu; Gambang, Pahang dan Padang Besar, Perlis. Di samping itu, jumlah sebanyak RM20 juta akan digunakan untuk pembiayaan melalui SME Bank bagi membantu usahawan menghasilkan produk Halal. HDC terlibat untuk merumuskan konsep bagi Hab Halal yang akan memastikan semua Taman di seluruh negara beroperasi sejajar dengan agenda negara.

Geran turut diperuntukkan untuk membantu PKS menjadi pengeluar Halal. Antara geran tersebut ialah geran pepadanan SMIDEC bagi pembangunan dan promosi produk Halal dengan 50% daripada perbelanjaan yang layak akan ditanggung oleh Kerajaan. Perbelanjaan ini termasuk penghasilan dan perumusan produk, pemerolehan jentera dan peralatan, dan sebarang kos berkaitan bagi mematuhi pensijilan Halal. Sebagai satu insentif lanjutan, Kerajaan telah membenarkan 100% Elaun Cukai Pelaburan atas perbelanjaan modal layak yang dibelanjakan dalam tempoh lima tahun. Elaun tersebut boleh ditolak 100% daripada pendapatan statutori pada setiap tahun penilaian.

Taman Halal

Pada tahun 2006 topik yang hangat diperkatakan dalam kawasan perindustrian ialah Taman Halal. Langkah ini merupakan sebahagian daripada inisiatif yang diterajui Kerajaan untuk mempromosikan pembangunan perindustrian dan mengukuhkan kedudukan negara sebagai Hab Halal antarabangsa menjelang tahun 2010.

Dalam usaha memastikan peserta industri Halal mampu menghasilkan rangkaian produk dan perkhidmatan yang komprehensif pada harga bersaing, kompleks kilang yang dibina khas kini sedang dibangunkan. Taman Halal ini akan menempatkan penyewa utama dan vendor sokongan untuk memperkukuh rangkaian pembekalan produk Halal bagi pasaran eksport.

Salah satu contoh Taman Halal ialah Hab Halal Pulau Indah Selangor yang meliputi kawasan seluas 150 ekar yang ditetapkan bagi menempatkan kilang berteknologi tinggi dan moden untuk pengilangan dan pemprosesan produk Halal. Di Kepala Batas, Pulau Pinang, satu lagi Taman Halal yang dijangka mula beroperasi tidak lama lagi. Hab Halal ini bakal menjadi Hab Halal negeri dan Taman Perindustrian Asas Tani yang pertama. Taman yang baru dibuka ini menempatkan inkubator kilang, bilik sejuk dan gudang.

Taman Pengeluaran Produk Usahawan (TPPU) di Rembau dan Serkam kini dalam proses pembinaan secara usaha sama antara MECD, Institut Piawaian dan Penyelidikan Perindustrian Malaysia Bhd. (SIRIM) dan SMIDEC dengan pemilik tanah Malaysian Industrial Estates Bhd. (MIEL) dan Kerajaan Negeri Melaka.

Pada tahun 2007, beberapa negeri lain akan menambahkan bilangan dalam senarai 13 Taman Halal yang kini dalam pelbagai peringkat pembinaan di seluruh negara.

Program vendor telah diwujudkan dengan Parkson, Nestle, Tesco dan Carrefour untuk membantu PKS memasarkan produk Halal. Pada tahun 2006, Nestle Malaysia telah mengadakan program mentor untuk membantu PKS Halal memperoleh pengetahuan dan pengalaman dalam industri pemakanan. Nestle Malaysia telah melatih lebih daripada 1,200 PKS dalam amalan baik untuk pengilangan produk Halal sepanjang enam tahun yang lepas.

Saluran Promosi Produk Halal

Sempena Tahun Melawat Malaysia 2007, promosi Cita Rasa Malaysia akan dianjurkan di luar negeri, seperti di United Kingdom dan Perancis, untuk memperkenalkan produk Malaysia dalam pasaran antarabangsa. Pesta makanan itu memberikan peluang kepada pengilang dan pembekal Malaysia untuk bertemu dengan pembeli dan peruncit luar negeri, dan juga termasuk mengadakan sesi pepadanan perniagaan. Dalam sesi itu, PKS Malaysia



boleh berkongsi pengetahuan dan maklumat tentang produk mereka dengan rakan niaga asing mereka untuk lebih memahami tentang pasaran dan keperluan mereka. Program ini dianjurkan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (MDTCA).

Promosi pertama dianjurkan secara bersama dengan Tesco di London pada bulan Mac 2007. Sebanyak 30 peserta PKS Malaysia hadir dan mempamerkan sebanyak 120 produk. Peluang pepadanan perniagaan ini berjaya menghasilkan pesanan bernilai RM17.9 juta. Tesco mengumumkan komitmennya untuk membeli produk Halal dari Malaysia bernilai RM1 bilion sepanjang lima tahun akan datang bagi memenuhi permintaan pelanggan yang kian meningkat terhadap produk Halal, meliputi semua 15 cawangannya di United Kingdom.

Promosi Cita Rasa Malaysia juga telah diadakan di Pasar Raya Carrefour di Paris pada bulan Jun 2007.

Dengan mempunyai jenama Halal yang kukuh dan terkenal, Malaysia akhirnya akan bersedia menerajui industri Halal global. PKS Malaysia kini makin mara dalam usaha meningkatkan kehadiran mereka dalam arena Halal tempatan dan antarabangsa, disokong oleh usaha Kerajaan dalam mewujudkan rangka kerja pengawalseliaan yang teguh, dasar yang menyokong, infrastruktur fizikal, dan juga geran dan insentif percukaian.

2. Pemfrancaisan - Jejak Malaysia Merentas Dunia

Pemfrancaisan merupakan perniagaan yang besar. Di kebanyakan ekonomi maju, perkhidmatan francais mencakupi sebahagian besar jualan runcit, yang merupakan sebanyak 10% daripada Keluaran Dalam Negeri Kasar (KDNK). Menyedari akan potensi sumbangan ekonomi daripada pemfrancaisan, Kerajaan telah mempromosikan pemfrancaisan dalam kalangan usahawan tempatan secara proaktif.

Francais mempunyai banyak kelebihan. Yang paling penting, pemfrancaisan membabitkan keluk pembelajaran yang secara relatif singkat. Bagi francais yang baik, risiko yang tidak dapat diduga daripada sesebuah perniagaan dapat dikurangkan kerana kejayaan boleh dinilai melalui francais sedia ada disertai dengan sistem kendalian yang sudah dicuba dan diuji berjaya. Berbeza daripada strategi pertumbuhan perniagaan yang lain, pemfrancaisan menyediakan peluang untuk berkembang dengan pesat melalui sokongan pihak berkepentingan lain dalam sistem francais. Pengumpulan francais di bawah satu jenama juga memberi kelebihan dari segi pengiklanan, kuasa belian dan perkongsian idea berkumpulan, dan manfaat ini tidak dapat diperoleh ahli perniagaan individu.

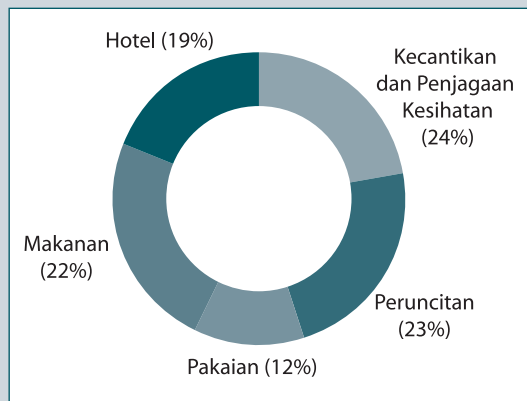
Pada masa ini, terdapat 321 sistem francais di Malaysia dengan 197 jenama francais tempatan dan 124 francais asing.

Sistem pemfrancaisan, yang mencakupi 5% daripada jumlah jualan runcit menyediakan peluang terbaik kepada PKS untuk memasuki pasaran global. Malaysia masih belum berjaya membina jenama yang dikenali di arena global selama ini dan Kerajaan telah memberikan penekanan kepada pemfrancaisan dalam RMK9 sebagai salah satu daripada strategi untuk mempromosikan jenama Malaysia yang terkemuka di seluruh dunia.

Berbeza daripada strategi pertumbuhan perniagaan yang lain, pemfrancaisan menyediakan peluang untuk berkembang dengan pesat melalui sokongan pihak berkepentingan lain dalam sistem francais

Kerajaan telah sekian lama berusaha menggalakkan francais tempatan untuk berkembang ke luar negeri. India dan China terutamanya telah ditonjolkan sebagai dua ekonomi yang sedang pesat membangun dengan pasaran kelas pertengahan yang besar. Setakat ini, beberapa francais tempatan seperti peruncit makanan MarryBrown, England Optical dan syarikat aksesori besar Bonia dan Vincci telah mengorak langkah awal ke dalam pasaran global, terutamanya dalam Persatuan Negara-negara Asia Tenggara (ASEAN) China, India dan Timur Tengah.

Lima Sektor Pemfrancaisan Tertinggi (2006)



Sumber: Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD)

Sebagai sebahagian daripada usaha untuk mempromosikan industri francais Malaysia di luar negeri, MATRADE bekerjasama dengan Persatuan Francais Malaysia dan MECD dalam menganjurkan pameran antarabangsa di luar negara.

Pada tahun 2006, MATRADE telah menganjurkan dua pameran francais di Dubai dan China yang membabitkan 11 francais tempatan. Pada tahun 2007, MATRADE telah menganjurkan pameran perdagangan “Pemfrancaisan Timur Tengah” di Dubai pada bulan Mac, dan akan menganjurkan pameran perdagangan “Francais dan Peluang Perniagaan di Thailand” di Bangkok pada bulan Julai, dan “Pemfrancaisan China” di Shanghai pada bulan November.

Bantuan selanjutnya disediakan melalui Perbadanan Nasional Bhd. (PNS), agensi peneraju yang mengembangkan Program Pembangunan Francais (FDP) di bawah MECD.



Pusat Perkhidmatan Francais



Perbadanan Nasional Bhd. (PNS) beroperasi di bawah naungan MECD dengan modal dibenarkan sebanyak RM1 bilion dan modal berbayar sebanyak RM751 juta. Selaras dengan matlamat Kerajaan untuk mempertingkatkan usahawan Bumiputera, tumpuan khusus PNS adalah terutamanya terhadap pembangunan sektor francais. RMK9 menetapkan sasaran minimum 1,000 francaisi dan 50 francaisor Bumiputera dalam tempoh lima tahun akan datang.

Skim Francaisor Dan Francais Induk PNS:

- **Pelaburan dalam Skim Francais Mezanin**

Bagi perniagaan francais milik Bumiputera sedia ada yang meminta bantuan kewangan bagi tujuan pengembangan;

- **Skim Francais Perkongsian Pintar**

Membolehkan Usahawan Menengah Bumiputera (UMB) memiliki ekuiti dalam syarikat bukan Bumiputera serta membolehkan syarikat bukan Bumiputera menjadi rakan kongsi PNS untuk membiayai perniagaan mereka;

- **Skim Francais Baharu**

Bagi francaisor dan pemegang induk francaisi milik Bumiputera yang baharu atau perniagaan sedia ada yang berpotensi dijadikan perniagaan francais;

- **Skim PraFrancais**

Membantu francaisor Bumiputera yang baharu dengan memberikan bantuan kewangan kepada bakal francaisor dan francaisi induk; dan

- **Skim Pembiayaan Francaisor**

Menyediakan bantuan kewangan kepada francaisor/francaisi induk untuk mengembangkan perniagaan di dalam dan luar negeri.



Skim Dan Program Francaisi PNS:

- **Skim Pembiayaan Francaisi Pinjaman Bertempoh** - pembiayaan bagi Francaisi Bumiputera baharu dan pengembangan perniagaan;
- **Skim Eksekutif Francais** - menggalakkan kakitangan Bumiputera dalam sektor awam dan swasta untuk memulakan perniagaan francais dengan keutamaan diberikan kepada mereka yang memilih pemisahan sukarela atau persaraan awal;
- **Skim Francais Belia** - menawarkan pembiayaan permulaan bagi belia Bumiputera yang ingin menceburi perniagaan francais;
- **Program Francais Siswazah** - bertujuan membangunkan dan memupuk usahawan Bumiputera berkebolehan dan berkaliber tinggi dalam kalangan siswazah, dengan memberikan latihan dan mentor, bantuan mendapat pembiayaan dan memantau perniagaan bagi memastikan mereka terus bersaing; dan
- **Program Francais Wanita** - bertujuan membangunkan usahawan wanita yang berkeyakinan dan bersaing dengan memberikan latihan dan kursus komprehensif serta khidmat nasihat dan sokongan.

Untuk maklumat lanjut, sila hubungi:

Pusat Perkhidmatan Francais

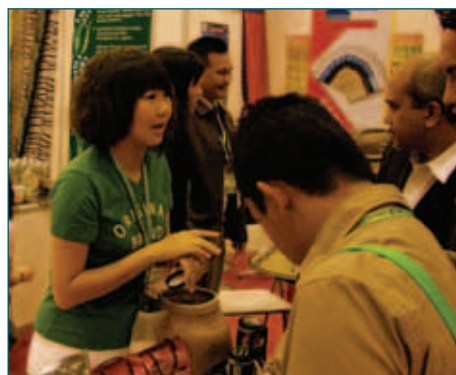
Aras 9B, Menara Dato' Onn,
PWTC, 45 Jalan Tun Ismail,
50480 Kuala Lumpur.

Talian Bebas Tol: 1 800 88 5300

Tel: 603-2698 6670

Faks: 603- 2698 6617

www.pns.com.my



Sebagai sebahagian daripada usaha menyediakan penyelesaian francais yang menyeluruh, PNS telah bekerjasama dengan SME Bank untuk membantu bakal usahawan francais dari segi pembiayaan dan produk berkaitan yang lain.

Pembiayaan dan Perkhidmatan Sokongan SME Bank bagi Francais

Bagi usahawan yang berminat menyertai perniagaan francais - daripada mereka yang baharu bermula hinggalah mereka yang memiliki perniagaan, yang sudah bertapak atau yang berpotensi untuk dijadikan francais, pembiayaan boleh melalui produk pembiayaan khas “Francais PKS” SME Bank. Francais PKS menawarkan pinjaman dari RM500,000 hingga RM10 juta, dan menggunakan pendekatan menyeluruh daripada penilaian, pengembangan hinggalah kemampuan jangka panjang francais dan francais. Selain itu, khidmat nasihat berikut juga ditawarkan kepada peminjam:

- Penilaian Rancangan Perniagaan;
- Sokongan Pakar;
- Kepakaran Industri & Teknikal;
- Analisis Kewangan;
- Perlindungan Harta Intelek & Cap Dagang;
- Mengenal Pasti Peluang Pasaran;
- Pengurusan Penjenamaan & Pemasaran;
- Kajian Semula Prestasi/Pemantauan Pertumbuhan; dan
- Pemulihan Perniagaan.

(Untuk maklumat lanjut sila layari www.smebank.com.my)

PNS ada menyediakan program latihan yang merangkumi aspek pembiayaan, pemilihan lokasi strategik dan pemasaran bagi membantu melengkapkan bakal francaisor dan francais. Skim PraFrancais yang diperkenalkan pada tahun 2006, memberikan bantuan persiapan dan sokongan kepada usahawan yang memiliki produk yang sesuai untuk difrancais atau membangunkan usahawan baharu dengan memberikan francais milik PNS.

Pilihan yang Ada Untuk Pemfrancaisan



1901

Hot Dog 1901 ialah francais makanan segera Malaysia yang popular dan menjual *hot dog* gaya Amerika tulen. Sejak ditubuhkan pada tahun 1997, 1901 kini memiliki 70 saluran dagang di Malaysia dan Singapura. 1901 menawarkan tiga jenis model perniagaan kepada usahawan, iaitu pedati sorong, kios bergerak dan kafe snek.

Pada tahun 2006, PNS memperoleh pegangan saham yang besar dalam syarikat francaisor, Nineteen O One Sdn Bhd. Dengan suntikan wang tunai ini, perancangan telah dibuat untuk mengembangkan jenama tersebut ke Arab Saudi, Thailand, Indonesia, Emiriah Arab Bersatu dan Mesir menjelang tahun 2008 dan menambah jualan di luar negeri sebanyak 20%.

Gloria Jean's Coffees

PNSF memperoleh hak Francais Induk Gloria Jean's Coffees bagi Malaysia dan Brunei pada bulan Disember 2006. Perjanjian francais ini menetapkan pembukaan 30 kedai Gloria Jean's di Malaysia dalam jangka masa lima tahun. Usahawan berpeluang menjadi sebahagian daripada francais Gloria Jean's Coffees melalui Skim dan Program Francaisi PNS.

Malaysian Kitchen

Program Malaysian Kitchen merupakan inisiatif kebangsaan yang bertujuan menambah nilai terhadap sektor pelancongan dan pertanian dengan mencari peluang untuk mengembangkan industri makanan di luar negeri. Sebagai sebahagian daripada Program Usahawan Global MECD, francais Malaysian Kitchen digunakan untuk mempromosikan masakan Malaysia dengan membuka restoran Malaysia di bandar-bandar utama di seluruh dunia dan pada masa yang sama, membangunkan usahawan Malaysia.

MECD diamanahkan untuk melaksanakan program ini melalui anak syarikatnya, PNS Francais Sdn Bhd (PNSF). Melalui Program Malaysian Kitchen, PNSF memainkan peranan penting dalam memberikan bantuan kepada francais melalui perkongsian pintar dan hubungan bagi logistik, rantai pembekalan, pengiklanan dan promosi serta sebarang isu berkaitan dengan Kerajaan.



Sebanyak RM130 juta telah diperuntukkan oleh Kerajaan melalui EXIM Bank. Sokongan selanjutnya diberikan melalui pakej latihan yang merangkumi latihan di premis, manual pengendalian standard, garis panduan penjenamaan dan dua hingga tiga orang pelatih untuk membantu dalam proses penubuhan dan operasi. Ramuan dalam bentuk pes (paste) sedia dimasak untuk masakan yang ada dalam menu turut dibekalkan di bawah program tersebut. Malaysian Kitchen memulakan operasinya pada bulan Disember 2006 di Daikanyama, Tokyo, Jepun.

Dua cawangan tambahan dijadualkan dibuka pada tahun 2007 di London dan New York. Lokasi lain yang berpotensi dan telah dikenal pasti termasuk Jeddah, Melbourne, Sydney, Mumbai dan Manchester.



Forest'secret

Forest'secret ialah francais tempatan bagi produk kesihatan dan penjagaan diri yang menggunakan bahan-bahan herba daripada hutan hujan seperti sireh, centella asiatica (pegaga), labisia pumila (kacip fatimah), eurycoma longifolia jack (tongkat ali), bunga cengkih, halia dan buah pala. Forest'secret mengeluarkan 68 produk yang dibahagikan kepada tiga kategori - penjagaan badan dan kulit, kit aromaterapi dan spa, dan makanan dan minuman kesihatan. Forest'secret menyasarkan untuk mempromosikan produk berasaskan herba melalui jenama runcit premium dengan pembukaan saluran dagang runcit pertamanya di kompleks membeli-belah The Curve, Petaling Jaya pada tahun 2007.

Forest'secret juga berhasrat menjadi “hab herba” yang menyediakan platform berkesan bagi usahawan untuk memasarkan produk mereka di luar negeri. Bagi mencapai matlamat tersebut, PNSF membantu usahawan dan pengilang dalam pembangunan dan penambahbaikan produk serta pembinaan kemahiran yang merangkumi pembungkusan, pelabelan dan penjenamaan produk.

(Untuk maklumat lanjut, sila layari www.forestsecret.com)



Untuk maklumat lanjut tentang program -program ini, sila hubungi:

Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi, Malaysia

Tel: 603 8880 5294 • Faks: 603 8880 5316
www.mecd.gov.my

Bagi maklumat lanjut tentang Konsep Perniagaan, sila hubungi:

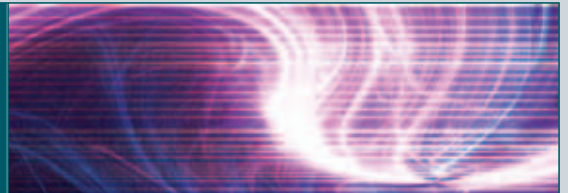
PNS Francais Sdn Bhd

Tel : 603 2698 6670 • Faks: 603 2698 3300
 Emel: jommalaysia@gmail.com
www.pns.com.my

Perancangan sedang dibuat untuk membangunkan dan mengendalikan Program Pengurus Francais Profesional diperakui yang mendapat sokongan Majlis Francais Australia. Program ini akan menyediakan latihan kepada francaisor dan francais dari Malaysia serta negara serantau. Program ini bertujuan menempatkan Malaysia sebagai hab nasional dan serantau bagi pengurusan francais, dan akreditasinya membolehkan matlamat utama francais tempatan untuk mengorak langkah ke arena antarabangsa, dapat dicapai.

Kisah Kejayaan PKS

Jenama Malaysia Global



Smart Reader® Worldwide, yang diiktiraf sebagai salah sebuah francais Malaysia yang paling berjaya, bermula sebagai sebuah tadika pada tahun 1987, yang diasaskan oleh pasangan suami isteri, Dr Richard Ong dan Dr K H Wang.

Program francais prasekolah pusat Smart Reader® Worldwide yang pertama dimulakan pada tahun 1999. Bagi melengkapkan program prasekolah tersebut, Smart Reader® Worldwide seterusnya membangunkan dua program francais, iaitu Smart Reader Kids Junior® (SRKJ) dan English for Adults & Youths® (EFAY).

Dalam masa kurang daripada 10 tahun, Smart Reader® Worldwide telah berkembang kepada 225 pusat yang difrancais di seluruh negara dan 135 pusat yang difrancais di luar negeri. Selain itu, terdapat lebih daripada 600 perunding bacaan dan pusat tuisyen yang melanggan program Smart Reader® Worldwide English di Malaysia.

Bagi memenuhi tuntutan pasaran selain memastikan produk yang berkualiti, bahagian R&D syarikat ini sentiasa mengkaji semula sukatan pelajaran dan kandungan programnya. Di samping itu, syarikat ini telah menganjurkan Persidangan Antarabangsa Mengenai Pendidikan Awal Kanak-Kanak pada tahun 2006, acara yang julung-julung kali diadakan di Malaysia.

Menurut Dr Ong, pembiayaan merupakan salah satu perkara yang mungkin menimbulkan masalah bagi francaisor dan francais. Syarikat tersebut dibiayai sendiri sepenuhnya pada peringkat permulaannya kerana tidak berjaya



mendapat pinjaman. Namun, dengan skim pinjaman Kerajaan, seperti PROSPER dan juga melalui agensi seperti Credit Guarantee Corporation, beliau berkata landskap operasinya kini menjadi lebih baik dan terdapat banyak bantuan bagi pengembangan industri francais.

Kejayaan program francais Smart Reader® kini telah berkembang ke luar Malaysia. Penyertaan syarikat ini dalam pameran MATRADE di luar negeri memberikan peluang kepadanya bertemu pesuruhjaya perdagangan dari seluruh dunia untuk memahami keperluan tempatan, dengan itu membantu syarikat ini menembusi pasaran asing.

Smart Reader juga telah memenangi pelbagai anugerah, seperti Anugerah Enterprise 50 Tahun 2006, Franchise of the Year 2006, selain dua kali memenangi Home-grown Franchise of the Year (2002 & 2006).

Smart Reader® Worldwide kini sedang mengorak langkah ke arah mewujudkan jenama tulen Malaysia secara global dengan mempunyai cawangan di seluruh Malaysia dan juga di Filipina, China, Thailand, Brunei Darussalam dan Timur Tengah.

3. ICT – Mewujudkan Persekitaran Menyokong

Kadar perubahan teknologi yang pantas ialah sesuatu yang tidak boleh diabaikan oleh PKS demi memperkukuh daya saing mereka. Kaji Selidik Persatuan Pengusaha Industri Kecil dan Sederhana (IKS) Malaysia menunjukkan hanya 30% daripada PKS di Malaysia yang menggunakan Teknologi Komunikasi dan Maklumat (ICT) asas. Keutamaan yang tinggi telah diberikan ke arah memperkukuh keupayaan dan kapasiti teknologi PKS bagi membantu mereka mewujudkan kepimpinan teknologi. Melalui langkah ini, Kerajaan berhasrat melahirkan lebih banyak syarikat tempatan berasaskan teknologi.

Peluang ICT

Seiring dengan kelebihan ketara ICT untuk meningkatkan kecekapan, PKS juga digalakkan menerokai peluang ICT sebagai model perniagaan. Dengan semakin banyak perniagaan kini bertukar arah kepada aliran teknologi, PKS sewajarnya menggunakan peluang tersebut untuk menjadi penyokong dan bukan sekadar pengguna.

Bagi mempercepat proses ini, penekanan diberikan terhadap kerjasama yang lebih erat dengan institusi penyelidikan Kerajaan yang khusus dan juga universiti. Hubungan yang lebih rapat dapat membantu mengatasi kekangan R&D dalam PKS. Bagi mempercepat kerjasama tersebut, satu pangkalan data mengenai teknologi, proses, reka bentuk sistem dan perisian yang baharu akan dibangunkan untuk mempromosikan dan menyebarkan penyelidikan daripada institusi dan universiti. Tabung khas juga akan ditubuhkan untuk menggalakkan PKS memohon dan mengendalikan pengkomersialan hasil R&D yang berpotensi untuk berdaya maju. Tumpuan Kerajaan dalam R&D telah pun membuahkan hasil dengan tahap penggunaan meningkat daripada 3.19% kepada 3.38% hanya dalam tempoh satu tahun. Jumlah paten berdaftar juga bertambah dengan pesat, iaitu daripada 91 pada tahun 2004 kepada 160 pada tahun 2006.

*Malaysia dilihat
sebagai pesaing
baharu yang mencabar
perkhidmatan
perkongsian dan
penggunaan
perkhidmatan pihak
ketiga seperti India
dan China*

PKS juga digalakkan merebut peluang Perkhidmatan Perkongsian dan Penggunaan Perkhidmatan Pihak Ketiga (Shared Services and Outsourcing, SSO) oleh MNC dan syarikat berkaitan Kerajaan (Government linked corporations, GLC) bagi memudahkan pemindahan teknologi dan pembangunan kemahiran.

Malaysia mempunyai beberapa kelebihan yang menarik untuk perniagaan SSO. Satu daripadanya ialah kelompok pekerja berpengetahuan yang mahir dan boleh bertutur dalam pelbagai bahasa serta dilengkapi dengan industri sokongan berkeupayaan teknikal. Dalam satu kaji selidik terkini Deloitte Touche Tohmatsu (Kelebihan Asia dalam Revolusi Penggunaan Perkhidmatan Pihak Ketiga Tahun 2005), Malaysia diletakkan di tangga teratas dari segi sokongan pelanggan dan perkhidmatan pemprosesan pejabat pentadbiran, di tangga kedua bagi pengurusan rantai pembekalan dan di tangga ketiga bagi sokongan IT. Kaji selidik tersebut menempatkan Malaysia sebagai pesaing baharu yang mencabar pusat tradisional seperti India dan China. Dalam kaji selidik terdahulu yang dijalankan oleh A.T. Kearney (2004), Malaysia menduduki tempat ketiga, selepas China dan India, sebagai destinasi menarik untuk aktiviti penggunaan perkhidmatan pihak ketiga.

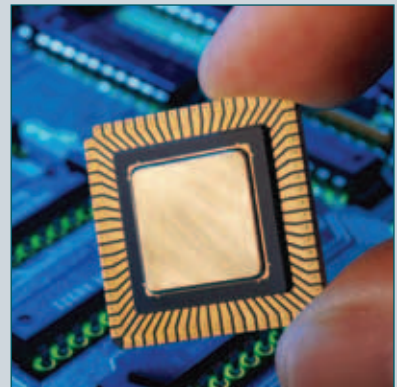
Perkhidmatan Perkongsian dan Penggunaan Perkhidmatan Pihak Ketiga

Selain tenaga kerja berpendidikan yang boleh bertutur dalam pelbagai bahasa, kos menjalankan perniagaan yang rendah, kualiti hidup yang mampu disara dan infrastruktur bertaraf dunia, Kerajaan juga menawarkan beberapa insentif untuk mempromosikan SSO, termasuk:

- Taraf perintis - pengecualian 100% atas pendapatan berkanun boleh cukai;
- Kebebasan pemilikan;
- Pengambilan pekerja berpengetahuan asing yang tidak terhad;
- Tarif telekomunikasi bersaing global;
- Harta Intelek dan undang-undang Siber; dan
- Pengecualian cukai atas hasil SSO.

Infrastruktur Menyokong

Kerajaan telah mewujudkan beberapa infrastruktur bukan fizikal sebagai komitmen selanjutnya dalam menyokong sektor ICT. Infrastruktur ini termasuk undang-undang siber yang komprehensif dan beberapa insentif kewangan dan bukan kewangan bagi syarikat bertaraf Koridor Raya Multimedia (MSC). Multimedia Development Corporation (MDeC) telah ditugaskan untuk bertindak sebagai agensi pelaksanaan sehenti.



Insentif bagi syarikat bertaraf MSC

- Taraf perintis - pengecualian 100% atas pendapatan berkanun boleh cukai selama lima tahun;
- Elaun cukai pelaburan 100%;
- Layak untuk mendapatkan geran R&D;
- Kebebasan untuk mendapatkan modal dan meminjam dana secara global;
- Pengimportan bebas cukai bagi peralatan multimedia/IT;
- Tiada penapisan bagi Internet;
- Perlindungan harta intelek dan rangka kerja undang-undang siber yang komprehensif; dan
- Tarif telekomunikasi yang bersaing dan jaminan perkhidmatan.

Insentif cukai tambahan juga ditawarkan melalui Lembaga Kemajuan Perindustrian Malaysia (Malaysian Industrial Development Authority, MIDA) untuk menggalakkan syarikat ICT antarabangsa menubuhkan ibu pejabat operasi mereka di Malaysia. Antara insentifnya ialah pengecualian cukai sepenuhnya selama 10 tahun atas pendapatan perniagaan, pendapatan faedah bagi pinjaman mata wang asing dan royalti yang diterima daripada hasil R&D.

Modal Insan

Pekerja berpengetahuan yang mahir yang mencukupi adalah penting bagi kemajuan PKS ICT. Bagi memenuhi keperluan tersebut, program sedia ada untuk meningkatkan tahap kemahiran serta pemerolehan keupayaan teras dan pengetahuan khusus akan dipertingkatkan.

Modul latihan akan diorientasi semula sejajar dengan keperluan pasaran yang berubah-ubah dan kemajuan teknologi. Program akan merangkumi latihan di premis misalnya kursus latihan sendiri bagi juruteknik makmal di Taman Teknologi Malaysia yang mengkhusus dalam bidang bioteknologi.

Memandangkan latihan dan pemupukan minda ICT sewajarnya dimulakan pada peringkat lebih awal, Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI) sedang bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan (MOE) untuk mencari cara terbaik bagi menggabungkan elemen ICT ke dalam kurikulum kebangsaan.

Sebagai pemangkin seterusnya ke arah merangsang pembangunan modal insan, Program *Brain Gain* Kebangsaan yang baharu telah dilaksanakan. Matlamat utama program tersebut adalah untuk menggalakkan kepulangan tenaga mahir warga Malaysia yang bekerja di luar negeri selain menarik tenaga mahir asing untuk berganding bahu dalam R&D melalui rangkaian kerjasama. Program ini memberi tumpuan pada beberapa bidang keutamaan, termasuk ICT.

Memupuk PKS Berasaskan ICT yang Inovatif dan Berdaya Tahan

Bilangan PKS inovatif yang mencukupi memang perlu untuk menjana pertumbuhan yang dipacu oleh teknologi dan inovasi. Proses ini akan dipupuk melalui penyatuan dan pengambilalihan (M&A), penggabungan dan kerjasama strategik dengan MNC.

Institut penyelidikan awam dan swasta seperti MIMOS, TPM, SIRIM dan universiti akan menubuhkan lebih banyak pusat inkubasi dan perniagaan baharu sebagai pemangkin pertumbuhan. Program Inkubator Teknologi akan dipertingkatkan melalui penekanan lebih mendalam terhadap perkhidmatan pemupukan seperti pengurusan kewangan dan risiko serta pengurusan Harta Intelektual. Perkhidmatan mentor juga akan disediakan melalui MOSTI.

Meraih Manfaat

Perubahan dalam perenggu minda dalam kalangan PKS mulai berlaku. Kelebihan e-dagang dan bagaimana ia membuka peluang pasaran dan perniagaan mulai dihargai oleh golongan PKS. Program yang dilaksanakan oleh Kerajaan mulai membuahkan hasil.

Pada tahun 2006, melalui Program Perniagaan Permulaan Pembangunan Usahawan Tekno MDeC, terdapat 18 PKS ICT Baharu dengan 62 Syarikat Layak bagi pemprosesan Status MSC Malaysia. Selain itu, 19 syarikat baharu layak untuk pembangunan Syarikat Global MSC dan 25 syarikat disebut sebagai calon sesuai untuk Status MSC Malaysia.



Meskipun Malaysia diiktiraf pada peringkat antarabangsa sebagai peserta serantau yang bersaing, persaingan di persekitaran luar terus meningkat. Negara-negara jiran terutamanya telah mempertingkatkan kemahiran dan perkhidmatan mereka. Oleh itu, PKS Malaysia perlu menyesuaikan dan menempatkan semula diri mereka bagi menghadapi peningkatan persaingan ini dan bersedia mengambil peluang daripada bidang pertumbuhan baharu yang muncul daripada perdagangan dan globalisasi. Menyedari akan kesemua cabaran tersebut, Kerajaan kini memberikan bantuan dan sokongan melalui pelbagai skim, program dan insentif. Kini, terpulang kepada PKS untuk merebut peluang-peluang tersebut.