

06/10/1999

Malaysia pintu masuk pusat francais Asia

Hatipah Ahmad

KONSEP perniagaan francais adalah satu kaedah yang semakin digemari oleh syarikat untuk menjana dan mengembangkan perniagaan. Malah, ia disifatkan sebagai strategi pemasaran paling berkesan dan berjaya yang pernah dicipta setakat ini oleh John Naisbitt dalam bukunya, Megatrends.

Perkembangan francais masih baru di negara ini berbanding negara maju. Bagaimanapun, sistem perniagaan yang mula bertapak di negara ini pada 1980-an mula mencatat pertumbuhan yang membanggakan dalam mengembangkan francais asing selain mewujudkan rangkaian francais tempatan.

Perniagaan berkonsep francais juga dikenal pasti dapat mewujudkan motivasi baru kepada pekerja dan ahli profesional untuk menjadi usahawan kelas menengah dalam membangunkan perniagaan menerusi sistem yang teruji. Syarikat seperti McDonald's Corporation membuka peluang perniagaan francais kepada pekerjanya sendiri untuk membuka kedai makanan segera berkenaan, selain kepada ahli profesional yang berminat dalam perniagaan. Bakal usahawan francais tidak perlu mengetahui selok-belok sesuatu perniagaan untuk mengusahakan perniagaan secara francais kerana syarikat induk yang dikenali sebagai franchisor bersedia berkongsi sistem perniagaan, petua dan pengalamannya.

Apakah francais? Francais didefinisikan sebagai jalinan perniagaan antara pemilik perniagaan, iaitu franchisor dan pemilik baru iaitu franchisee. Franchisee membeli lesen hak untuk mengklon seluruh pakej perniagaan daripada franchisor bagi kawasan dan tempoh tertentu. Franchisor menyediakan format perniagaan yang sedia ada, sudah matang dan teruji melalui nama, kuasa korporat, kemahiran, teknologi, latihan dan khidmat sokongan termasuk pengiklanan dan promosi. Melalui kaedah ini, franchisor dapat menembusi kawasan atau pasaran baru dengan membuka cawangan baru dan pelaburan minimum. Franchisee pula mendapat laluan selamat untuk bertapak sebagai ahli perniagaan.

Produk atau perkhidmatan yang dipasarkan pula dikenali mengikut jenama dan franchisor dikehendaki mengekalkan mutu kawalannya ke atas pemasaran franchisee serta membantu mereka dalam operasi perniagaan. Antara operasi itu membabitkan jenama dan mutu, rangkaian pemasaran yang besar, tanda atau simbol yang standard, peralatan dan ciri-ciri standard lain bagi produk atau perkhidmatan terbabit sebagaimana yang ditetapkan dalam perjanjian francais.

Pemegang hak francais dan franchisee pula memiliki kontrak eksklusif bagi pembangunan francais sesuatu produk atau perkhidmatan di beberapa kawasan tertentu. Ia satu kelebihan persaingan bagi franchisee berkenaan untuk mengukuhkan kedudukan di kawasan mereka. Perintis (pilot) pula didefinisikan sebagai satu unit dalam franchisor yang mana ia sudah diuji dan dibangunkan serta dihalusi mengikut konsepnya dan berjaya melahirkan beberapa produk atau perkhidmatan baru. Sekurang-kurangnya satu perintis dapat dibentuk sebelum sesuatu rangkaian franchisee dapat diwujudkan.

Kerajaan menyokong pertumbuhan sistem francais di negara ini dengan melaksanakan Program Pembangunan Francais pada 1992. Kemajuannya dijana sendiri oleh Jabatan Perdana Menteri melalui Unit Pembangunan Francais yang dipindahkan ke Kementerian Pembangunan Usahawan beberapa tahun lalu. Pelbagai program diadakan bagi menentengahkan bakal usahawan terutamanya Bumiputera untuk berkecimpung dalam sistem perniagaan berkenaan.

Dalam usaha ke arah ini, kementerian dengan kerjasama Persatuan Francais Malaysia akan menganjurkan Francais Asia 1999 (FA 99) di Pusat Dagangan

Dunia Putra (PWTC) yang merangkumi persidangan dan pameran dari 13 hingga 17 Oktober ini. Sesuai dengan temanya "Malaysia, Pusat Pertumbuhan Francais di Asia", acara itu bertujuan mengetengahkan negara ini sebagai nadi bagi syarikat antarabangsa dan tempatan mengembangkan perniagaan mereka di rantau ini.

Sempena acara itu, Persekutuan Francais Asia Pasifik dan Majlis Francais Dunia akan mengadakan mesyuarat mereka pada 13 dan 14 Oktober manakala pameran dan persidangan akan diadakan dari 15 hingga 17 Oktober. Kira-kira 500 peserta tempatan dan luar negara dijangka mengambil bahagian. Antara negara yang mengesahkan penyertaan ialah Argentina, Australia, Britain, Jerman, New Zealand dan Perancis. Bakal usahawan tempatan berpeluang menilai potensi perniagaan francais antarabangsa dan tempatan melalui bengkel mengenai peluang perniagaan francais pada 17 Oktober. Untuk menyertainya, mereka boleh mendaftar mulai sekarang.

Pameran Francais Asia yang dibuka secara percuma kepada pengunjung akan mengetengahkan pelbagai jenis perniagaan antarabangsa dan tempatan. Pengunjung perlu terlebih dahulu mendaftar diri di kaunter masuk pameran. Sebanyak 132 organisasi mengambil bahagian dalam pameran berkenaan yang mengetengahkan 43 produk tempatan, 57 luar negara dan 32 lagi khidmat sokongan seperti bank, institusi kewangan dan badan perundangan. Produk yang akan dipamerkan termasuk perdagangan alat ganti kereta, makanan, penerbitan, kedai runcit, khidmat perundangan, kosmetik, hiasan dalaman, pencucian, e-dagang, pakaian, pendidikan, penghantaran, pengangkutan, pelancongan dan tempat hiburan.

Perdana Menteri Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad pernah berkata, beliau mahu lebih banyak produk francais tempatan dibangunkan dan usaha mengenal pasti potensi barangan terbabit di pasaran eksport perlu dilaksanakan segera sebagai langkah menangani kegawatan ekonomi negara.

Pengerusi Persatuan Francais Malaysia (MFA), Datuk Adzmi Abdul Wahab, berkata Program Pembangunan Francais yang dilaksanakan bertujuan membangunkan masyarakat perdagangan dan perindustrian Bumiputera berteraskan perniagaan francais.

Menurutnya, keputusan kerajaan untukewartakan Akta Francais 1999 tidak lama lagi menjadi wadah yang ampuh bagi meningkatkan keyakinan di kalangan pelabur terhadap industri francais di negara ini.

"Kita mahu lebih banyak syarikat francaisor luar negara terbabit lebih aktif dalam per-sekitaran perniagaan di Malaysia," katanya.

Adzmi berkata, petunjuk positif ekonomi negara dan kenyataan Bank Negara Malaysia bahawa negara sudah keluar daripada kegawatan ekonomi menunjukkan bahawa sekarang adalah masa paling tepat untuk sesebuah syarikat memulakan perniagaan atau mengukuhkan kedudukan.

"Antara sebab industri francais wajar diberi perhatian ialah kerana ia dapat dikembangkan menjadi lebih besar dan membolehkan orang lain membentuk empayar perniagaannya sendiri daripada peluang yang diwujudkan oleh industri francais itu sendiri," katanya.

Menurutnya, galakan kerajaan yang mahu semua pihak termasuk institusi perbankan supaya memberi sokongan seperti lebih banyak pinjaman kepada permohonan syarikat yang ingin membuat perniagaan francais. Gesaan ini supaya limpahan daripada industri francais dinikmati sepenuhnya oleh rakyat kerana ia dikenal pasti dapat menjana keuntungan lebih cepat berpandukan contoh daripada pengusaha lain yang lebih dahulu terbabit dalam industri itu.

Katanya, FA 99 dijangka mampu menarik lebih ramai pengunjung dan menarik penyertaan 110 syarikat. Persidangan dan pameran bagi industri francais di Asia Pasifik dibuat sempena perjumpaan Francais dan Perdagangan Eropah ke-18 di Perancis, sebelum ini. FA 99 yang sebelum ini dikenali sebagai Persidangan dan Pameran Francais Malaysia (Mafec) dan pertukaran nama itu

dibuat memandangkan nama Francais Asia lebih sesuai untuk mencerminkan hasrat dan komitmen Malaysia.

"Kami menjangka antara 400 dan 500 perwakilan dari dalam dan luar negara akan menyertai mesyuarat APFC dan WFC," katanya kepada Berita Harian yang juga media rasmi FAC 99.

Adzmi yang juga Pengerusi Induk Jawatankuasa Penganjur FA 99 berkata, persidangan kali ini mendapat sokongan daripada institusi francais antarabangsa termasuk WFC, Persekutuan Francais Eropah (EFF) dan APFC. WFC dianggotai oleh 34 persatuan francais dari seluruh dunia dan APFC dianggotai oleh lapan persatuan francais termasuk Malaysia di rantau ini iaitu Majlis Francais Australia, Persatuan Francais Hong Kong, Persatuan Francais Jepun, Persatuan Francais New Zealand, Persatuan Francais Filipina, Persatuan Francais Korea dan Persatuan Francais Antarabangsa Singapura.

Acara berkenaan boleh menjadi sumber pengetahuan kepada masyarakat mengenai perniagaan francais dan mengenal pasti strategi untuk merealisasikan hasrat Malaysia sebagai pusat pertumbuhan perniagaan francais di Asia. Persidangan yang dianjurkan boleh menjadi landasan kepada peserta mendapatkan idea pakar industri mengenai cara untuk memulakan perniagaan francais, pandangan pakar perbankan cara memohon pinjaman bank dan pengetahuan mengenai pengalaman, perundangan, perunding bebas francais, rahsia kegagalan dan kejayaan syarikat.

Ketua Eksekutif MFA, Awalan Abdul Aziz, berkata antara topik yang akan dibincangkan ialah pembangunan dan pemasaran francais tempatan, perkongsian strategik di antara kerajaan dan industri dalam pembangunan francais mengikut pengalaman Malaysia serta cabaran teknologi maklumat (IT) dalam francais.

Katanya, pameran yang diadakan boleh menjadi satu acara sehati yang membolehkan peserta atau pengunjung membentuk hubungan dengan pelbagai pihak termasuk persatuan, bakal francaisi dari seluruh Asia Pasifik atau pihak pembiaya bagi menyokong produk atau perkhidmatan mereka.

Berdasarkan hasrat kerajaan menjadikan Malaysia pusat pertumbuhan francais di Asia dan usaha gigih meningkatkan industri francais tempatan, adalah wajar semua pihak termasuk kerajaan, institusi perbankan, syarikat mahupun individu berganding bahu merealisasikan hasrat ini.

Jika pada tahun 70-an dan 80-an dulu, kerajaan berjaya membangunkan sektor perindustrian hasil kerjasama semua pihak, maka tidak mustahil jika industri francais dapat disemarakkan melalui satu gerakan yang dicanang dalam Kongres Ekonomi Bumiputera kedua, baru-baru ini.

(END)