

UCAPAN
YAB DATO' SERI ABDULLAH BIN HAJI AHMAD BADAWI
SEMPENA MALAM ANUGERAH FRANCAIS MALAYSIA
DI HOTEL SHANGRI-LA, KUALA LUMPUR
22 OGOS 2002

Bersyukur kita kehadiran Allah S.W.T. kerana dengan limpah dan kurniaNya kita dapat bertemu di majlis yang penting dan bermakna ini. Terlebih dahulu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada jawatankuasa penganjur di atas jemputan ke Malam Anugerah Francais Malaysia ini. Ini merupakan kali ketiga saya dijemput untuk hadir, memberikan ucapan, seterusnya menyampaikan anugerah. Sekali lagi saya mengucapkan syabas dan tahniah kepada Kementerian Pembangunan Usahawan dan Persatuan Francais Malaysia di atas usaha yang telah dilakukan bagi terus memperkembangkan industri Francais di Malaysia.

2. Sesungguhnya, francais merupakan satu bentuk perniagaan yang semakin banyak menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara. Berasaskan kepada konsep perniagaan dan sistem yang telah terbukti berdaya maju, di samping jenama yang sudah popular, perniagaan secara francais boleh berkembang dengan cepat, menerusi rangkaian yang besar dalam jangkamasa yang singkat. Industri ini mampu merancakkan lagi aktiviti-aktiviti ekonomi, terutamanya di dalam bidang peruncitan dan perkhidmatan.

3. Dari aspek pembangunan usahawan, sistem francais membolehkan seseorang usahawan yang tidak mempunyai banyak pengalaman, untuk memulakan perniagaan secara "jump start". Sebagai francaisi, kita tidak perlu melalui keluk pembelajaran ("learning curve") yang panjang, kerana proses tersebut telah dilalui oleh francaisor dan diterjemahkan ke dalam satu sistem perniagaan tersedia yang mantap dan mudah untuk diikuti.

4. Perniagaan francais juga sering dikategorikan sebagai perniagaan kecil dan sederhana. Perniagaan dalam kategori ini mampu mewujudkan pelbagai peluang pekerjaan, serta kurang berisiko dari segi memberhentikan pekerja dalam bilangan yang ramai. Malah sebaliknya, kepada mereka yang diberhentikan atau yang berhenti secara sukarela, peluang perniagaan secara francais adalah sesuatu yang menarik untuk dipertimbangkan.

5. Berasaskan kepada pelbagai kelebihan industri francais, maka kerajaan telah membuat keputusan untuk melaksanakan satu program khusus bagi tujuan membangunkan lebih ramai usahawan dalam perniagaan francais. Program Pembangunan Francais yang dimulakan pada tahun 1992 telah menyumbang ke arah meningkatkan bilangan francaisor dan francaisi. Pada tahun 1995, dilaporkan hanya terdapat 125 produk francais di dalam negara ketika itu. Sementara pada hari ini, kira-kira 7 tahun selepas itu, Malaysia kini mempunyai tidak kurang daripada 300 produk francais tempatan dan luar negara, iaitu satu peningkatan sebanyak 140%.

6. Di dalam Rancangan Malaysia Ke-8, Kerajaan mensasarkan agar 50 produk francais baru dibangunkan, dengan pelan untuk melahirkan sekurang-kurangnya 1,000 usahawan sebagai francaisi. Dengan peruntukan sebanyak seratus juta ringgit bagi menjayakan Program Pembangunan Francais dalam RMK-8, Kementerian Pembangunan Usahawan telah mengenalpasti enam strategi utama untuk terus membangunkan industri francais negara:

A. Strategi pertama ialah untuk memantapkan lagi pembangunan produk francais di dalam negara. Di dalam hal ini, lima pendekatan telah dikenalpasti bagi membangunkan lebih banyak produk francais yang berdaya- maju, iaitu:

I. SATU, membangunkan produk-produk tempatan yang berpotensi besar untuk dikembangkan menerusi rangkaian francais;

II. DUA, mengukuhkan produk-produk sedia ada di bawah Program Pembangunan Francais;

III. TIGA, membeli produk-produk dari luar-negara yang strategik bagi tujuan pemindahan teknologi dan "know-how";

IV. EMPAT, menggalakkan strategi "conversion". Dari aspek ini, kita telah mencapai sedikit kemajuan di mana kita telah dapat melihat beberapa rangkaian perniagaan tempatan seperti England Optical, Mydin Supermarket, Sinma Jewellery dan Reliance, yang asalnya berkembang secara cawangan milik syarikat, tetapi sekarang telah mempunyai ramai francais; DAN

V. LIMA, Menggalakkan "co-branding" dan pakatan strategik sesama sistem francais.

B. Strategi kedua kerajaan ialah untuk membangunkan industri francais melalui kemudahan Pembiayaan: Skim Pembiayaan Francais telahpun diperkembangkan, di mana permohonan kini boleh dibuat secara TERUS kepada Credit Guarantee Corporation (C.G.C.).

C. Strategi ketiga melibatkan pendidikan dan latihan. Bagi menjayakan program pendidikan dan latihan francais yang bersepadu, Kementerian telah melantik M.F.A. sebagai organisasi pelaksana program latihan, disamping sebagai institusi pengajian tinggi terpilih.

D. Strategi keempat ialah untuk meningkatkan Promosi industri francais. Di dalam hal ini, Kementerian telah mengadakan "road-show" dalam bentuk seminar dan pameran peluang-peluang francais ke hampir setiap negeri bagi memastikan maklumat berkaitan perniagaan francais dapat disebarkan secara terus kepada usahawan dan bakal usahawan DI pelbagai peringkat.

E. Strategi kelima melibatkan penyelidikan dan pembangunan (R&D). Perkembangan sesuatu perniagaan dan produk perlu diiringi dengan aktiviti r&d yang bernilai tinggi. R&D bukan sahaja melibatkan soal penghasilan produk baru atau penggunaan teknologi baru dalam perniagaan, tetapi ia juga harus meliputi soal keperluan pelanggan setempat, trend dan gaya-hidup semasa, keberkesanan perkhidmatan pelanggan serta pembangunan strategi pemasaran yang efektif.

F. Strategi keenam dan terakhir ialah untuk menekankan aspek pemantauan dalam pembangunan industri francais negara. Pemantauan yang dimaksudkan adalah yang berasaskan penanda prestasi ("performance indicators"), melibatkan aspek kuantitatif dan kualitatif. Kita tidak mahu sekadar mencapai bilangan francaisor dan francais yang disasarkan, tetapi kualiti produk dan usahawan yang dilahirkan lemah dan boleh dipersoalkan. Di samping itu, saya juga berharap bahawa dengan penguatkuasaan Akta Francais, kita akan lebih berkeyakinan di dalam melahirkan sistem francais yang benar-benar berkualiti dan inovatif, seterusnya mewujudkan persekitaran yang positif bagi pertumbuhan perniagaan francais di negara ini.

7. Setelah pelbagai inisiatif diusahakan semenjak sepuluh tahun kerajaan memperkenalkan Program Pembangunan Francais, saya berpendapat sudah tiba masanya untuk sistem dan jenama francais tempatan meneroka pasaran antarabangsa dengan lebih agresif. Hanya dengan menerokai pasaran antarabangsa, barulah dapat diuji tahap keupayaan dan daya-saing kita. Dalam pada itu, eksport produk francais tempatan ke luar negara juga akan memungkinkan jenama perniagaan dan barangan kita mencapai tahap "super-brand" dan "world class", secara tidak langsung meningkatkan lagi imej negara di persada antarabangsa.

8. Saya berbangga melihat pencapaian beberapa produk francais tempatan seperti Marrybrown, England Optical, Royal Selangor dan Nelson's yang sudah membuka cawangan dan melantik francais di luar negara, terutamanya di negara-negara ASEAN, China dan Timur Tengah. Pada pendapat saya, ini adalah strategi yang baik, bukan sahaja kerana pasaran di negara-negara ini cukup luas, tetapi juga kerana produk-produk kita jauh lebih sesuai dan kompetitif untuk berada di pasaran tersebut jika dibandingkan dengan produk dari negara barat.

9. Justeru itu, saya mencadangkan agar pihak M.F.A. dan Kementerian mengenalpasti lebih banyak syarikat- syarikat francais tempatan yang telah bersedia untuk menerokai pasaran luar ini, dan seterusnya merancang program delegasi perdagangan ke negara-negara yang berkenaan. Ini selaras dengan hasrat kerajaan dan M.F.A. untuk menjadikan Malaysia sebagai sebuah pusat perniagaan francais di rantau Asia.

10. Seiring dengan cabaran menerokai pasaran luar, kita juga perlu bersiap sedia untuk menghadapi pasaran terbuka di negara kita sendiri bila proses globalisasi membuka pasaran-pasaran kita. Produk francais tempatan perlu mengenalpasti dengan cepat "market niche" dan harus lebih fokus terhadap kekuatan yang ada pada produk dan perniagaan masing-masing.

11. Untuk mencapai cita-cita ini, kita memerlukan gandingan usaha daripada semua pihak - sama ada kerajaan, Pihak swasta mahupun para usahawan. Kerajaan berperanan mengadakan polisi yang mesra perniagaan dan mesra francais, disamping menjadi fasilitator bagi industri ini. Pihak swasta pula perlu memahami dan bersedia menjadi agen pelaksana kepada polisi-polisi yang dirangka beraskan semangat perkongsian bijak dan "win-win situation". Sementara itu, para usahawan perlu bersedia untuk mengambil risiko secara terancang bagi merealisasikan cita-cita keusahawanan dan matlamat perniagaan masing-masing.

12. Dalam perniagaan francais, faktor terpenting dan utama ialah lokasi perniagaan yang baik. Walaupun begitu, saya difahamkan masalah mendapatkan lokasi strategik bagi francais tempatan khususnya, masih tidak menunjukkan jalan penyelesaiannya. Kementerian Pembangunan Usahawan menerusi agensi-agensinya seperti MARA, UDA dan Perbadanan Kemajuan Ekonomi Negeri telah memainkan peranan yang pro-aktif dengan membeli premis- premis perniagaan bagi disewakan kepada usahawan pada kadar yang kompetitif. Walaupun BEGITU, keupayaan kerajaan adalah terhad. Bagi lokasi-lokasi milik swasta seperti di K.L.I.A., K.L.C.C., hyper-market dan pusat membeli-belah ternama yang lain, saya menyeru kepada mereka agar memberi peluang kepada syarikat-syarikat francais tempatan. Barulah syarikat-syarikat tempatan ini dapat bertapak dan menunjukkan kemampuan masing- masing untuk bersaing.

13. Usaha membangunkan sesebuah industri memerlukan komitmen yang besar daripada semua pihak. Jika kita benar-benar yakin bahawa sistem perniagaan francais mampu untuk menjana pembangunan usahawan di bidang peruncitan dan perkhidmatan, maka kita perlu bersungguh-sungguh di dalam menyediakan kemudahan dan prasarana yang sesuai bagi mengembangkan lagi industri ini.

14. Selain itu, tumpuan yang khusus JUGA harus diberikan kepada aspek kos pelaburan bagi perniagaan francais. Kita perlu berusaha bersungguh-sungguh untuk membangunkan lebih banyak produk dan sistem francais yang berkualiti dan mempunyai potensi untuk dimajukan, tetapi dengan harga pelaburan yang rendah atau sederhana.

15. Sepertimana yang telah disebutkan tadi, kerajaan telah meningkatkan peruntukan bagi pembangunan industri francais di dalam RMK-8. Nampaknya penyaluran peruntukkan ini berjalan dengan lancar bagi menjayakan aktiviti-aktiviti promosi, pendidikan dan latihan. Namun saya dapati dari segi R&D dan pembangunan produk francais yang sebenar, kita masih jauh dari matlamat. Negara kita mempunyai bermacam-macam produk yang berpotensi untuk difrancaiskan, tetapi apa yang perlu adalah usaha yang kuat dan bersepadu untuk menjayakan matlamat kita.

16. Pada malam ini kita sekali lagi akan menyaksikan penyampaian anugerah kepada tujuh pemenang dari kalangan francaisor, francais induk dan francais yang terbaik dalam kategori masing-masing. Saya difahamkan M.F.A. juga bermurah hati untuk menyampaikan penghargaan khas kepada individu dan organisasi sebagai pengiktirafan terhadap sumbangan mereka kepada industri francais, termasuklah pihak media, iaitu satu kategori yang baru diperkenalkan pada tahun ini.

17. Oleh itu, saya mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan tahniah kepada semua pemenang, dan kepada yang tidak menang tahun ini, tingkatkan usaha dan cuba lagi di tahun hadapan. Kepada yang menang jangan pula leka dan alpa, malah berkongsilah pengalaman dan kejayaan yang diraih dengan orang lain, supaya lebih ramai di antara kita yang berjaya.

18. Akhir kata, saya sekali lagi ingin merakamkan penghargaan kepada M.F.A. dan Kementerian Pembangunan Usahawan kerana sudi menjemput saya dan isteri untuk bersama-sama meraikan Majlis Malam Anugerah Francais Malaysia 2002.

Sekian, terima kasih.