

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN**  
**DEWAN RAKYAT, MALAYSIA**

**PERTANYAAN : BERTULIS**

**DARIPADA : Y.B. DATO' OTHMAN BIN AZIZ**

**KAWASAN : JERLUN**

**NO. SOALAN : 8**

Y.B. DATO' OTHMAN BIN AZIZ [ JERLUN ] minta MENTERI PERDAGANGAN ANTARABANGSA DAN INDUSTRI menyatakan perancangan jangka masa panjang Kementerian berkaitan dengan pertumbuhan pasaran perdagangan baru selari dengan perancangan mencapai status negara maju 2020 kelak.

**JAWAPAN**

Tuan Yang Di Pertua,

Kerajaan amat peka akan pentingnya membuat perancangan jangka masa panjang bagi memastikan Malaysia akan mendapat peluang dari pertumbuhan pasaran perdagangan baru, di samping terus mengekalkan penguasaan pasaran traditional.

Salah satu usaha perancangan jangka masa panjang ini ialah melalui penubuhan Majlis Eksport Negara, yang telah dipersetujui oleh Kabinet

pada 17 Disember 2014. Majlis Eksport Negara akan mewujudkan dasar dan pelan tindakan strategik untuk mempertingkatkan eksport barangan dan perkhidmatan negara termasuk meneroka pertumbuhan pasaran perdagangan baru.

Antara fungsi utama Majlis Eksport Negara, yang dipengerusi oleh YAB Perdana Menteri, adalah:

- i. Membangunkan dasar dan pelan tindakan strategik serta inisiatif berimpak tinggi termasuk cara penerokaan pasaran bagi melonjakkan eksport;
- ii. Mengukuhkan kerjasama dan penyelarasan di antara Kementerian dan agensi untuk memastikan keberkesanan pelaksanaan strategi dan pelan tindakan dalam meningkatkan eksport;
- iii. Menangani isu-isu yang berkaitan dengan ekosistem eksport termasuk infrastruktur, piawaian dan pensijilan, halangan bukan tariff (NTBs), akses pasaran, akses kewangan dan tenaga kerja mahir; dan
- iv. Memastikan undang-undang, peraturan dan persekitaran di dalam negara menyokong dan merancakkan pertumbuhan eksport.

Untuk makluman ahli Yang Berhormat juga, bagi mengekalkan pertumbuhan eksport semasa, pada tahun ini, tumpuan akan terus diberikan kepada pasaran-pasaran tertentu seperti ASEAN, China, Eropah, Amerika Syarikat serta pasaran dengan pertumbuhan tinggi di Afrika.

Program-program promosi eksport yang dilaksanakan akan terus memberi fokus bagi meningkatkan syer eksport Malaysia ke pasaran-pasaran ini. Untuk makluman, sebanyak 82 program atau 71% daripada sebanyak 116 program promosi perdagangan MATRADE pada tahun 2015 akan dilaksanakan di pasaran-pasaran ASEAN, China, Eropah, Amerika Syarikat dan beberapa Negara Afrika. Program-program promosi perdagangan ini termasuklah penyertaan di dalam pameran perdagangan antarabangsa dan juga penyertaan dalam penganjuran misi pemasaran khusus.