

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN LISAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KEDUA, PENGGAL KEEMPAT,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS TAHUN 2021**

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : DATUK SERI DR. SHAMSUL ANUAR HAJI
NASARAH [LENGGONG]**

TARIKH : 29 NOVEMBER 2021 (ISNIN)

SOALAN

DATUK SERI DR. SHAMSUL ANUAR BIN HAJI NASARAH [LENGGONG] minta **MENTERI PERDAGANGAN DALAM NEGERI DAN HAL EHWAL PENGGUNA** menyatakan usaha Kementerian dalam meluaskan pasaran produk industri francais ke peringkat antarabangsa bagi membantu sosioekonomi dan seterusnya membuka peluang yang lebih besar kepada industri berkenaan.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Di bawah Rancangan Malaysia Ke-11, KPNDHEP telah memperuntukkan sebanyak RM8 juta untuk pelaksanaan aktiviti pengantarabangsaan Francais Malaysia bagi meluaskan penembusan pasaran industri francais ke peringkat antarabangsa melalui Enhance Franchise Development Programme (EFDP). Program ini bertujuan meningkatkan kebolehpasaran jenama francais tempatan ke luar negara ini dilaksanakan melalui penganjuran program business matching dan pemasaran ke luar negara secara fizikal dan maya serta pemberian latihan bagi meningkatkan kapasiti syarikat ke arah pengantarabangsaan.

Sepanjang tempoh tersebut, pelaksanaan program EFDP melibatkan misi perdagangan ke luar negara melalui penyertaan syarikat francais tempatan ke pameran francais seperti di Indonesia pada 3 hingga 5 Jun 2016, di Filipina pada 22 hingga 24 Julai 2016, di Australia pada 26 hingga 28 Ogos 2016 dan di China pada 7 hingga 9 November 2016.

Pada tahun 2017 dan 2018, penyertaan francais tempatan ke program antarabangsa melalui EFDP diteruskan dengan penyertaan ke Franchise Exhibition di CNR Expo, Turki pada 12 hingga 15 Oktober 2017, The 34th Japan International Franchise Show 2018 di Tokyo, Jepun pada 31 Januari hingga 2 Februari 2018 dan Pameran The Global Franchise Market 2019 di Dubai, UAE pada 5 hingga 6 Disember 2018.

Pelaksanaan misi perdagangan pada tahun 2019 melibatkan penyertaan francais tempatan ke Paris Franchise Expo 2019 di Perancis pada 17 hingga 20 Mac 2019, The BUYBRAND Expo 2019 di Moscow, Rusia pada 18 hingga 20 September 2019 dan Hospitality Qatar 2019 di Qatar, Doha pada 12 hingga 14 November 2019. Sehingga penghujung RMKe-11, sebanyak 16 syarikat francais Malaysia melaporkan telah mendapat manfaat daripada pelbagai aktiviti di bawah program ini melalui pembukaan sebanyak 391 outlet francais Malaysia di luar negara hasil daripada pelaksanaan program EFDP. Penembusan ke pasaran antarabangsa melibatkan nilai pelaburan dan royalti terkumpul berjumlah RM392 juta. Ini memberikan nilai pulangan pelaburan Return On Investment (ROI) sebanyak RM38.70 bagi setiap RM1 yang dibelanjakan di bawah program ini. Program EFDP yang telah dilaksanakan di bawah RMKe-11 telah memberi banyak manfaat kepada francais tempatan dalam usaha meluaskan jenama mereka ke pasaran antarabangsa.

Situasi Covid-19 yang melanda seluruh dunia sedikit sebanyak mempengaruhi aktiviti pengantarabangsaan Francais Malaysia. Melalui EFDP, pendekatan-pendekatan baharu secara maya telah dan sedang diteroka lagi bagi memastikan usaha pengembangan ini dapat diteruskan.

KPDNHEP telah menyediakan platform untuk memperkembang dan mempromosikan perniagaan francais tempatan di luar negara melalui Malaysia Digital Franchise Expo (MyDigiFex) semasa pandemik Covid-19. MyDigiFex merupakan inisiatif yang dilaksanakan tahun lalu bertujuan memberi peluang kepada syarikat-syarikat francais tempatan mengembangkan jenama francais mereka ke luar negara melalui pendekatan ekspo secara maya. Program ini berpotensi menarik pelaburan asing bagi menjana pendapatan yang tinggi kepada industri francais negara, di samping meneroka peluang-peluang menembusi pasaran antarabangsa buat jenama Francais Malaysia.

Program jelajah maya ini telah berlangsung dari 18 November hingga 19 Disember 2020 di lima (5) zon iaitu bermula di Zon Timur Tengah, Zon Eropah, Zon Korea dan Jepun, Zon Afrika dan berakhir di Zon Australia dan New Zealand. Program ini telah menarik sebanyak 44

potensi francais dari luar negara dengan potensi pelaburan sebanyak RM52 juta sepanjang ia diadakan.

Penganjuran MyDigiFex juga telah diperluaskan ke beberapa pasaran baharu bagi tahun 2021. Program ini dimulakan dengan pasaran Brunei, Indonesia, Filipina dan Singapura pada Februari yang lalu dan kemudiannya diteruskan ke pasaran Taiwan, Macau dan Hong Kong pada April. Program ini selanjutnya akan diteruskan ke negara-negara Asia Selatan, Timur Tengah dan pasaran benua Afrika serta negara-negara Stan seperti Kazakhstan, Tajikistan, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Turkmenistan, Afghanistan dan Pakistan bermula dari Julai sehingga ke Disember 2021.

KPDNHEP juga telah melaksanakan Inisiatif pengembangan perniagaan jenama francais Malaysia ke pasaran luar negara melalui penganjuran Franchise International Malaysia (FIM) pada tahun 2020. FIM ini merupakan ekspo maya yang julung-julung kali diadakan dan telah menarik sebanyak 9,755 pengunjung dengan potensi pelaburan sebanyak RM120 juta.

Pelaksanaan FIM akan diteruskan pada tahun 2021 di mana pelaksanaannya akan dibuat melalui pendekatan secara hibrid. Ekspo FIM bermula pada 9 hingga 16 Oktober 2021 secara virtual dan dilaksanakan secara hibrid melalui gabungan ekspo secara maya dan fizikal pada 14 hingga 16 Oktober 2021. Ekspo ini mensasarkan 10 ribu pengunjung, penyertaan dari 12 buah negara luar, 150 pempamer dan 250 persidangan dengan jangkaan nilai potensi pelaburan sebanyak RM250 juta bakal dihasilkan. Sekian, terima kasih.