

Kota elektronik dapat sambutan

BH 22/7/2000
Oleh Magendran Rajagopal

KUALA LUMPUR, Jumaat - Kerajaan sudah meluluskan cadangan pewujudkan kota elektronik yang membolehkan pemasaran peralatan elektronik, khususnya buatan tempatan, dijalankan di bawah satu bumbung.

Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ekwah Pengguna, Tan Sri Muhyiddin Yassin, berkata keputusan itu diputuskan Kabinet bar-u-bar-u ini.

Sehubungan itu, katanya, kementeriannya sudah berbincang dengan beberapa pengeluar barangan elektronik dan pada dasarnya, cadangan berkenaan mendapat sambutan baik.

"Konsep kota elektronik ini adalah ilham Perdana Menteri, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad, yang sempat melawat Akibara iaitu kota elektronik Jepun, ketika berada di negara berkenaan bulan lalu.

"Berdasarkan maklum balas pegawai kementerian



dan mereka yang terbabit dalam industri elektronik, termasuk pengeluar dan pengedar, projek ini dapat dilaksanakan selewat-lewatnya awal tahun depan," katanya selepas merasmikan pameran Audio Malaysia 2000 (MAS) di sini, hari ini.

Turut hadir Pengarang Kumpulan Berita Harian Sdn Bhd (BHSB), Datuk Ahmad Rejal Arbee, Pengarang Kumpulan New Straits Times (NST) Ahmad A Talib dan Pengerusi Jawatankuasa Penganjur MAS, Dick Tan.

Bagaimanapun, Muhyiddin

- ✓ **Projek itu, akan memanfaatkan rakyat tempatan dan pelancong selain mewujudkan saingan antara pengeluar barangan elektronik.**
- ✓ **Usahawan tempatan perlu mempelbagaikan kaedah pemasaran bagi menghadapi cabaran pasaran terbuka dan liberalisasi dagangan antarabangsa.**

yiddin berkata, kerajaan hanya berperanan sebagai penggerak dan inisiatif seterusnya perlu diambil mereka yang terbabit dalam industri elektronik.

Untuk tujuan itu, katanya, sebuah bangunan strategik sudah dikenal pasti di pusat bandar dan rundingan masih dijalankan dengan pemiliknya serta Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL).

Katanya, dengan pelaksanaan projek itu, akan memanfaatkan rakyat tempatan dan pelancong selain mewujudkan saingan antara pengeluar.

Muhyiddin menambah, usahawan tempatan juga perlu mempelbagaikan kaedah pemasaran bagi menghadapi cabaran pasaran terbuka dan liberalisasi dagangan antarabangsa.