

22/01/2001

Industri kecil tidak miliki pakar pemasaran

TAWARAN Perdana Menteri, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad supaya pengusaha industri kecil Jepun memindahkan kegiatan mereka ke Malaysia, memperlihatkan kerajaan begitu serius dalam mengembangkan industri itu, yang ketika ini masih malap dan mengalami pelbagai masalah. Pengalaman dan `resipi' usahawan industri kecil Jepun amat berguna dalam memastikan industri kecil tempatan tidak terus ketinggalan dan ditelan industri kecil negara lain sebaik saja liberalisasi perdagangan diamalkan di seluruh dunia.

Dengan pelbagai bantuan dan sokongan berterusan kerajaan, industri kecil negara masih gagal untuk menjadi industri sokongan kepada industri sederhana dan besar, seolah-olah masih ada kekurangan yang memerlukan program pembangunan industri itu dinilai semula atau disuntik idea baru. Adakah pendekatan industri kecil itu sememangnya untuk perniagaan bersaiz kecil atau bermodal kecil sehingga tidak dapat memenuhi keperluan industri lain, kurang kelengkapan canggih atau sememangnya produk mereka bukan untuk tujuan eksport atau industri kecil tempatan menghadapi masalah pemasaran?

Berdasarkan industri kecil yang ada, kita tidak dapat menolak kelemahan yang sekian lama membelenggu industri, iaitu tidak memiliki kepakaran dalam soal pemasaran, sekali gus produk mereka tidak dapat dipasarkan secara meluas, hanya berlegar di dalam negeri atau negara saja. Dalam mana-mana perniagaan, operasi berskala kecil tidak akan memberikan pulangan setimpal, apatah lagi mahu mensasarkan produk yang dihasilkan itu untuk pasaran global.

(END)