

17 SEP 2003

I-BERHAD-JENAMA/I

I-BERHAD KOMITED TERHADAP USAHA MENJADI JENAMA "GLOBAL MALAYSIAN"

KUALA LUMPUR, 17 Sept (Bernama) -- I-Berhad, yang kini merupakan pendukung terkemuka usaha memajukan jenama dan reka bentuk tempatan, komited ke arah menjadi jenama "global Malaysia" dan menyokong dasar pemerolehan baru kerajaan yang memberi penekanan kepada kandungan tempatan, kata ketua pegawai eksekutifnya, Eu Hong Chew.

Sambil menyambut baik inisiatif terbaru kerajaan yang terkandung dalam Bajet 2004, beliau berkata, inisiatif-inisiatif itu akan memperkenalkan lagi jenama dan reka bentuk Malaysia serta menukar Malaysia menjadi sebuah negara perdagangan yang terkemuka.

Langkah-langkah ini juga akan membantu Malaysia mencapai status negara maju menurut Wawasan 2020 dalam semangat Persyarikatan Malaysia, kata Eu pada satu majlis taklimat yang diadakan di sini, hari ini.

Baru-baru ini, I-Berhad mendapat liputan berita berhubung kempen "Global Malaysian"nya yang meraikan kejayaan rakyat Malaysia dalam pelbagai bidang.

Eu berkata, jenama `i' syarikat itu telah diperakui sebagai salah satu jenama Malaysia yang terkemuka dan cabarannya sekarang ialah mengembangkan pengiktirafan ini di pasaran-pasaran seberang laut.

Dalam konteks ini, katanya, I-Berhad telah mengadakan perikatan strategik dengan beberapa syarikat China dalam rancangan globalisasinya.

"Dengan perikatan ini, kita mempunyai struktur kos yang berdaya saing, yang akan membolehkan kita menjalankan perniagaan yang berdaya maju di peringkat dunia. Pada masa yang sama, perikatan strategik ini juga meliputi pemasaran," jelas Eu.

Beliau berkata, banyak di antara rakan kongsi syarikat itu dari China menyedari bahawa Malaysia mempunyai imej kualiti yang lebih baik dalam Kawasan Perdagangan Bebas Asean (AFTA) dan rantau Pertubuhan Persidangan Islam (OIC) serta kemahiran pengurusan yang tinggi.

Dari perspektif I-Berhad, ia mengiktiraf kemunculan China sebagai "kilang dunia", kata Eu.

"Tetapi, pada masa yang sama, pengalaman pemasaran dan jenama kita bernilai bagi rakan kongsi kita dari China itu. Perikatan ini akan membolehkan I-Berhad membina tapak bagi jenamanya dalam AFTA dan rantau OIC dengan cepat dan secara berkesan kos," jelasnya.

Eu berkata, I-Berhad juga menyambut baik pandangan jauh ke hadapan Perdana Menteri Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad dalam Bajet 2004 apabila beliau berkata, jenama Malaysia boleh diwujudkan walaupun sebahagian daripadanya dibuat di negara lain.

Pada masa ini, katanya, terdapat banyak jenama terkenal dari luar negara yang komponennya didapati dari Malaysia.

Mengenai penambahan pembiayaan kerajaan untuk membantu memperkenalkan jenama Malaysia di luar negara, Eu berkata, ini merupakan langkah awal yang sihat tetapi menambah kata, pembinaan jenama bukan sekadar usaha memperkenalkan jenama.

Menyentuh tentang kejayaan jenama `i' di Malaysia, beliau berkata ia bukanlah hanya disebabkan oleh usaha memperkenalkan jenama tetapi juga meliputi usaha mewujudkan prasarana pengedaran dan perkhidmatan sokongan yang kukuh.

Tentang penceburan di peringkat dunia, beliau berkata, I-Berhad perlu juga melabur dalam pembinaan prasarana pengedaran dan perkhidmatan di setiap negara sasarannya.

Pelaburan juga mungkin dibuat dalam pembangunan produk bagi mengolah produk dan pempakejan agar sesuai dengan keadaan setempat, katanya, sambil menambah bahawa pelaburan-pelaburan ini ditanggung oleh syarikat itu.

Eu berkata, sesetengah syarikat yang mempunyai sumber yang terhad mungkin merasakan langkah menyokong usaha demikian merupakan beban yang berat dan insentif-insentif memperkenalkan jenama pada masa ini tidak mencukupi untuk mengurangkan risiko yang terbabit.

"Satu cara yang boleh dilakukan untuk mengatasi ini ialah dengan memperluaskan insentif kepada jenis pelaburan lain yang diperlukan untuk menceburi peringkat global. Dengan cara demikian kita mungkin boleh mewujudkan lebih banyak syarikat Malaysia yang menghasilkan jenama global," katanya. -- BERNAMA

SHY SHY KY AHM