

27/08/2003

TPM mahu jenama Malaysia dipromosi

Kadir Dikoh

KUALA LUMPUR: Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi mahu usahawan tempatan merebut peluang memasarkan produk mereka menembusi pasaran antarabangsa melalui peruntukan RM100 juta di bawah Tabung Pembangunan dan Mempromosi Jenama Malaysia.

Timbalan Perdana Menteri, yang kecewa kerana hanya kira-kira 20 peratus pengusaha industri kecil dan sederhana (IKS) menggunakan skim kemudahan insentif lain setakat ini, berharap tabung baru itu mendapat sambutan baik.

Beliau berkata, produk jenama Malaysia dan perkhidmatannya kini amat berkurangan pada peringkat antarabangsa dan kerajaan berharap peruntukan RM100 juta itu akan memberi manfaat.

"Tabung ini bagi membantu mempromosikan jenama Malaysia. Insya-Allah, satu hari nanti jenama Malaysia masuk ke pasar raya di seluruh dunia," katanya ketika merasmikan Showcase Usahawan 2003 di Pusat Dagangan Dunia Putra (PWTC) di sini.

Showcase anjuran Kementerian Pembangunan Usahawan itu bertujuan menyediakan ruang dan peluang kepada usahawan Bumiputera mempromosi serta memasarkan produk dan perkhidmatan mereka terus kepada pengguna.

Mulai semalam hingga Sabtu ini, orang ramai boleh berkunjung ke tingkat empat PWTC bagi menyaksikan pameran sambil membeli-belah pelbagai produk tempatan seperti perabot, makanan dan minuman, perubatan dan herba, tekstil, kraftangan, produk teknologi tinggi, elektrik dan elektronik, bahan binaan, teknologi maklumat dan komunikasi serta sektor perkhidmatan.

Tabung Pembangunan dan Mempromosi Jenama Malaysia ditubuhkan di bawah Pakej Strategi Baru diumumkan Perdana Menteri, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad pada 21 Mei lalu bagi membiayai kos pembangunan jenama serta pendaftaran tanda niaga dan paten, di samping perbelanjaan promosi.

Ia diberi dalam bentuk geran sehingga maksimum RM10 juta setahun bagi setiap syarikat. Tahap maksimum 10 peratus boleh juga digunakan untuk kegiatan promosi dalaman.

Abdullah berkata, antara skim yang diperkenalkan kerajaan ialah bantuan mikro kredit RM1 bilion menerusi Pakej Strategi Baru itu, RM1.2 bilion melalui Tabung Ekonomi Usahawan (Tekun) dan RM54.4 juta untuk membantu mereka memindahkan kilang ke tapak lebih selesa.

Beliau berharap usaha mempromosikan produk Malaysia di pasaran antarabangsa tidak disia-siakan. Pengusaha tempatan perlu menekankan aspek kualiti pembungkusan dan pelabelan bagi membangunkan jenama Malaysia di pentas antarabangsa.

"Pengusaha perlu lebih peka dengan cita rasa terkini pasaran. Apabila mereka berjaya mengeluarkan produk bermutu dan diterima pelanggan, maka ia juga akan menjadikan jenama Malaysia dikenali.

"Apa yang kita mahu ialah keyakinan pengguna terhadap mutu barangan yang kita jual," katanya.

Sebelum itu, Menteri Pembangunan Usahawan, Datuk Seri Mohamed Nazri Abdul Aziz dalam ucapannya berkata, Showcase Usahawan 2002 yang kali pertama diadakan tahun lalu mencapai kejayaan menggalakkan apabila mendapat nilai pesanan kontrak RM3.9 juta dan membuat jualan tunai RM71,000.

"Saya berharap showcase kali ini akan memperoleh kejayaan lebih besar dan kami juga mahu mengadakannya sebagai acara tahunan," katanya.

