

UCAPAN OLEH: DATO' SERI DR. MAHATHIR BIN MOHAMAD
(PERDANA MENTERI)

UPACARA: MAJLIS PENYAMPAIAN ANUGERAH KECEMERLANGAN INDUSTRI

TEMPAT: PWTC, KUALA LUMPUR

TARIKH: 21 FEB 2000

MASA:

Terlebih dahulu, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak penganjur kerana menjemput saya ke majlis Penyampaian Anugerah Kecemerlangan Industri pada hari ini.

2. Seperti yang tuan-tuan dan puan-puan sedia maklum, kecemerlangan merupakan salah satu aspek yang amat penting untuk diterapkan dalam apa jua bidang yang kita ceburi, lebih-lebih lagi di bidang perindustrian. Sektor perkilangan kita perlu bersaing bukan sahaja sesama pengeluar tempatan, bahkan dengan pengeluar antarabangsa, termasuk di pasaran tempatan, di mana terdapat juga barangan luar negeri yang diimport dan di pasaran luar negeri, di mana pengeluar kita mengeksport barangan keluaran mereka. Ini adalah kenyataan. Inilah cabaran yang perlu dihadapi oleh semua pengeluar, sama ada yang kecil atau yang besar. Di masa hadapan, tidak akan ada lagi sempadan yang memisahkan di antara pasaran tempatan dan antarabangsa. Semuanya akan menjadi sebagai satu pasaran; pasaran global.

3. Untuk berjaya dalam pasaran yang bersifat global, pengeluar tempatan perlu melengkapkan diri menjadi pengeluar yang serba cekap dan berkebolehan tinggi dalam semua aspek -- penyelidikan, pengeluaran, pembungkusan, penghantaran, pemasaran, persembahan dan perkhidmatan sokongan. Semua aspek ini berkait rapat antara satu sama lain. Sekiranya salah satu bahagiannya kurang baik atau lemah, seluruh rangkaian tersebut juga akan menjadi kurang baik atau lemah.

4. Proses memperlengkapkan diri dan memperbaiki pencapaian ini perlu dilakukan sepanjang masa. Seluruh anggota organisasi perlu dilibatkan bersama. Budaya `organisasi yang sentiasa belajar' perlu diterapkan. Tahap kecemerlangan perlu sentiasa dipertingkatkan. Kita perlu sentiasa bersedia untuk menghadapi perubahan. Tidak ada organisasi yang boleh mengekalkan kecemerlangannya dengan mengamalkan kaedah dan sistem

yang sama buat selama-lamanya. Kita perlu bersifat inovatif dan kreatif. Kita perlu mempelajari apa yang terbaik daripada sebarang kaedah atau sistem dan menyesuakannya untuk dijadikan amalan organisasi.

5. Salah satu perubahan besar yang merupakan perubahan global, ialah perkembangan teknologi maklumat. Setakat mana pengusaha-pengusaha dapat mempelajari dan menguasai I.T., akan mempengaruhi tahap kebolehan dan pencapaian masing-masing. Dalam era globalisasi ini, kita perlu cepat bertindak. Kita tidak boleh mengamalkan pendekatan 'tunggu dan lihat' untuk mengelakkan diri daripada tercicir ke belakang. Sekiranya pengusaha-pengusaha hanya melihat syarikat asing menceburkan diri dalam e-dagang, yang dijangka akan berkembang pesat, mereka sendiri akan kehilangan pelanggan dan pasaran. Kita perlu bersedia menanggung risiko dan bersama melibatkan diri dalam arena persaingan baru tersebut.

6. Dalam menghadapi persekitaran yang sentiasa berubah, kita perlu mempunyai perancangan kecemasan untuk menangani sebarang krisis. Sekiranya kita gagal bertindak atau bertindak dengan cara yang kurang sesuai, kita akan dapati bahawa 'survival' organisasi akan terancam. Kita perlu pelajari daripada pengalaman menghadapi krisis kewangan yang lepas untuk mengelakkan diri daripada membuat kesilapan yang sama. Apa jua kelemahan yang terdapat dalam organisasi patut diperbaiki supaya kita lebih bersedia dan berupaya menangani sebarang krisis di masa hadapan.

7. Kita semua perlu menggunakan proses pemulihan ekonomi yang dialami sekarang ini untuk terus berusaha meningkatkan prestasi. Langkah-langkah yang berkesan perlu diambil untuk mengurangkan kos pengeluaran dan meningkatkan kualiti dan produktiviti. Adalah penting supaya fokus diberi semula kepada perniagaan teras ataupun 'core business' kita.

8. Negara perlu memiliki 'competitive advantage' berasaskan I.T. dan produktiviti, bukan lagi 'comparative advantage' yang berasaskan input atau sumber semata-mata. Pencapaian ekonomi negara-negara yang miskin sumber semulajadi, seperti Jepun dan Taiwan, membuktikan bahawa pemilikan kekayaan alam dan sumber semulajadi bukanlah menjadi pra-syarat terhadap kejayaan di bidang perindustrian dan perdagangan. Faktor yang lebih penting ialah kebolehan dan kecekapan negara mengemblem input dan sumber daripada berbagai-bagai punca dan mengeluarkan barangan dengan cara yang paling kompetitif.

9. Usaha-usaha penyelidikan dan pembangunan atau R&D merupakan elemen penting bagi industri memperbaiki keluaran yang sedia ada serta memperkenalkan produk baru yang lebih berdaya saing di pasaran. Berbanding

dengan negara-negara maju, perbelanjaan Malaysia ke atas R&D adalah amat rendah, iaitu cuma 0.3 peratus daripada KDNK. Syarikat-syarikat tempatan masih jauh ketinggalan di dalam usaha untuk mempertingkatkan R&D dalaman dan terlalu bergantung kepada pemindahan teknologi dari luar. Adalah menjadi tanggungjawab syarikat-syarikat pengeluar Malaysia untuk turut memberi tumpuan di dalam pembangunan R&D, supaya kita dapat mengekal dan mempertingkatkan daya saing keluaran tempatan di pasaran tempatan dan antarabangsa.

10. Antara aspek penting yang perlu diberi perhatian dalam usaha mencapai kecemerlangan organisasi ialah kesesuaian dan kebolehan tenaga kerja. Setiap organisasi perlu menentukan bahawa tenaga kerjanya berpengetahuan, berkemahiran, cekap dan berdedikasi dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab. Peluang perlulah diberikan kepada mereka untuk melengkap dan meningkatkan pengetahuan dan kemahiran yang mereka sedia miliki atau memperolehi pengetahuan dan kemahiran baru yang diperlukan untuk meningkatkan pencapaian kecemerlangan organisasi. Antara kemahiran dan kepakaran baru yang diperlukan oleh industri termasuklah merekabentuk barangan dan proses, membangun dan mengurus I.T., pemasaran dan perancangan strategik.

11. Perancangan strategik memerlukan syarikat-syarikat mengambil pendekatan pro-aktif dalam menangani sebarang isu atau perubahan yang dijangka akan timbul. Dalam era globalisasi ini, syarikat-syarikat perlu memikirkan bagaimana seharusnya mereka menghadapi persaingan yang semakin sengit. Kerjasama pintar, penggabungan atau pengkhususan merupakan antara opsyen yang boleh dipertimbangkan dalam menghadapi persaingan.

12. Daripada segi strategi menembusi dan menguasai pasaran, didapati kebanyakan pengeluar Malaysia lebih tertumpu kepada kegiatan pengilangan secara kontrak. Pendekatan sebegini tidak menjamin pengekalan dan perluasan pasaran dalam jangka panjang. Malah, pengeluar kontrak akan selamanya bergantung kepada pengeluar utama yang boleh menamatkan kontrak pada bila-bila masa.

13. Sudah tiba masanya bagi pengeluar Malaysia merangka strategi jangka pendek dan panjang untuk mengeluarkan dan memasarkan barangan keluaran sendiri. Memang disedari dan diakui bahawa mewujudkan dan mempromosikan barangan jenama sendiri bukanlah sesuatu yang mudah. Tetapi ia tidak mustahil. Cuma yang diperlukan ialah kesungguhan dan perancangan yang rapi. Kerjasama pintar boleh diwujudkan di antara pengeluar, pengeksport, pengimport dan pengedar di pasaran luar negeri. Institusi-institusi sokongan awam dan swasta, seperti MATRADE dan persatuan industri, perlu digemblingkan untuk membantu menjayakan strategi ini.

14. Kejayaan mempromosikan jenama di pasaran dunia adalah berkait rapat dengan kualiti barangan, rekabentuk yang inovatif dan pembungkusan yang menarik. Inilah antara aspek yang perlu diberi perhatian, selain daripada kos dan harga. Untuk meyakinkan bakal pengguna mengenai mutu barangan jenama Malaysia, salah satu cara ialah dengan mendapatkan pengiktirafan piawaian antarabangsa. Semua pengeluar dan pengeksport perlu menganggap bahawa mendapatkan pengiktirafan piawaian adalah sesuatu yang dimestikan dan berusaha untuk memperolehinya.

15. Usaha promosi pasaran yang bersungguh-sungguh adalah penting bagi menjamin kejayaan dan peningkatan eksport barangan Malaysia yang berterusan. Adalah didapati bahawa eksport barangan Malaysia berupaya menembusi pasaran baru, terutamanya di negara-negara Selatan, termasuk Asia Tengah, Asia Barat, Afrika dan Amerika Latin.

16. Pengeluar dan pengeksport barangan Malaysia perlulah menganggap usaha yang dilakukan untuk mempromosikan barangan jenama Malaysia sebagai pelaburan jangka panjang. Mereka perlu bersedia memperuntukkan sumber,