

Pertumbuhan jualan PKS meningkat 13%



SAIFUDDIN (dua dari kanan) melihat kepelbagaian produk PKS pada Program Citarasa Malaysia di Tesco Mutiara Damansara.

PERTUMBUHAN jualan keseluruhan syarikat perusahaan kecil dan sederhana (PKS) tempatan di Tesco Stores (Malaysia) Sdn Bhd (Tesco Malaysia) mencatatkan peningkatan dua angka kepada 13 peratus tahun lalu berbanding 11 peratus pada 2017.

Pengarah Produknya, Kenneth Chua berkata, PKS perlu mengukuhkan penawaran produk dan perkhidmatan mereka supaya dapat bertahan lama di dalam pasaran runcit yang dinamik.

"Produk dihasilkan juga perlu memiliki kelainan tersendiri dan mempelbagaikan pengeluaran produk masing-masing walaupun ia sangat mencabar.

"Kami mahu terus membimbing, memperkembang dan mengukuhkan barisan produk PKS kerana ia dilihat menerima sambutan baik dalam kalangan pengguna di Tesco.

"Kami turut mengiktiraf 10 pembekal utama PKS Bumiputera bagi prestasi jualan mereka tahun lalu dan mengagihkan lima sijil Potensi Pertumbuhan Tinggi Pembekal PKS serta mengalu-alukan tiga pembekal PKS baru ke dalam pasar raya kami," katanya pada majlis pelancaran Program Citarasa Malaysia (PCM) 2019 di Tesco Mutiara Damansara di sini.

Hadir melancarkan program tahunan itu ialah Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP), Datuk Seri Saifuddin Nasution.

- ↳ PCM adalah program anjuran KPDNHEP dan Tesco Malaysia bertujuan memberi peluang kepada usahawan PKS tempatan melaksanakan pelbagai aktiviti jualan, memperkenalkan dan mempromosikan jenama serta produk keluaran mereka.

Menurut Saifuddin, hingga 31 Jun lalu, 1,745 usahawan PKS tempatan dengan pelbagai jenama dan produk sudah berdaftar dengan KPDNHEP serta mengikuti pelbagai aktiviti pembangunan produk dilaksanakan pihak kementerian.

Artikel ini disiarkan pada : Sabtu, 20 Julai 2019 @ 11:47 AM

