

Nestle jangka pasaran 2016 kekal positif

» Syarikat yakin asas pengguna di Malaysia terus berkembang

Oleh Nurhayati Abillah
nurhayatiabillah@bh.com.my

Nestle (Malaysia) Bhd menjangkakan prospek pertumbuhan pasaran positif di Malaysia tahun depan, meskipun berhadapan keadaan ekonomi mencabar, disokong oleh asas ekonomi negara ini yang masih kukuh.

Pengarah Urusannya, Alois Hofbauer, berkata Malaysia antara pasaran utama Nestle di Asia yang menyaksikan pertumbuhan populasi semakin meningkat, sekali gus menunjukkan asas pengguna yang terus berkembang dalam jangka panjang.

Katanya, Malaysia kini termasuk dalam senarai lima pasaran utama bagi Nestle di Asia dan berada dalam kalangan 20 terbaik dunia.

“Peruntukan Bajet 2016 yang dilaksanakan kerajaan dengan mengambil kira kebajikan peng-

Nestle

guna terutama pada peringkat pertengahan dan menengah bawahan, juga menyokong asas pengguna kami,” katanya menerusi kenyataan di Kuala Lumpur, baru-baru ini.

Potensi industri halal

Beliau berkata, Malaysia juga mempunyai potensi dalam industri halal dan Nestle berusaha ke arah itu untuk memenuhi permintaan industri yang semakin meningkat.

“Nestle Malaysia sudah memelopori amalan halal sejak empat dekad lalu dan kami percaya adalah penting untuk bekerjasama dengan semua pihak bagi menyokong visi menjadikan Malaysia sebagai Pusat Kecemerlangan Halal Global,” katanya.

Dalam tempoh tujuh tahun lalu, pengeluar makanan dan minuman terkemuka dunia yang berpangkalan Switzerland, itu melabur RM1.5 bilion dalam pembuatan dan pengedaran di Malaysia.

Hofbauer berkata, jumlah itu



“**Peruntukan Bajet 2016 yang dilaksanakan kerajaan dengan ambil kira kebajikan pengguna terutama peringkat pertengahan dan menengah bawahan, juga menyokong asas pengguna kami**”

Alois Hofbauer,
Pengarah Urusan Nestle
(Malaysia)

termasuk pelaburan terbaharu untuk kilang dan barisan pengeluaran lebih RM370 juta.

“Penambahan kilang di Sri Muda itu menjadikan Kompleks Kilang Nestle Shah Alam tapak pengeluaran terbesar Nestle di Malaysia dan dunia yang bakal meningkatkan kapasiti pengeluaran sebanyak 60 peratus,” katanya.

Lebih fleksibel, responsif

Dalam usaha mengukuhkan operasi jangka panjang, beliau berkata, pihaknya akan terus mengekalkan strategi perniagaan seimbang, termasuk melaksanakan pengurusan kos berhemah selain meninjau peluang pelaburan proaktif untuk masa depan.

Katanya, syarikat sedia maklum sentimen pengguna yang menerima kesan pelaksanaan Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST), selain berhadapan pasaran yang sukar.

Selain itu, Hofbauer berkata, syarikat berhadapan situasi sukar pada 2016 apabila harga komoditi dijangka meningkat dan harga bahan mentah diramalkan terjejas berikutan nilai ringgit yang lemah.

“Dengan mengambil kira faktor berkenaan, kami berusaha menjadi lebih fleksibel dan responsif

kepada perubahan, selain meneliti apa yang diperlukan pengguna,” katanya.

Hofbauer berkata, Nestle akan memberi lebih tumpuan kepada penambahbaikan dalaman untuk mengekalkan pengurusan kos berhemah, meningkatkan lagi kecekapan serta produktiviti dalam usaha syarikat mengukuhkan portfolio jenama Nestle dan menjaga pertumbuhan serta kestabilan harga.

Mengulas pencapaian syarikat sepanjang tahun ini, Hofbauer berkata, syarikat masih mampu mencatatkan prestasi membe-rangsangkan, walaupun berhadapan situasi mencabar termasuk pelaksanaan GST.

Prestasi Nestle Malaysia

Mengikut kajian Nielsen, katanya, prestasi Nestle Malaysia meningkat enam peratus, mengatasi pasaran menerusi segmen makanan dan minuman.

“Ia dibantu menerusi inovasi produk baharu yang penting untuk memastikan perniagaan terus berkembang.

“Pada suku ketiga tahun ini, inovasi produk kami menyumbang hampir 10 peratus kepada jumlah jualan di Malaysia, peningkatan ketara berbanding 2014,” katanya.