

Sektor peruncitan negara kukuh, berdaya saing

BH 7/6

Dari Ms.B1

Meningkatnya pelaburan daripada peruncit antarabangsa dan serantau di samping perkembangan pesat pasaran gedung runcit format kecil serta pasar raya hiper membantu mengukuhkan lagi pertumbuhan sektor berkenaan di negara ini.

Jualan runcit di Malaysia berkembang 3.4 peratus pada 2015. Malaysia juga antara negara Asia Tenggara paling mesra perniagaan, menduduki tempat ke-18 dalam Indeks Mudah Menjalankan Perniagaan Bank Dunia yang menjadikan pasaran menarik kepada syarikat global.

GRDI memberikan ranking kepada 30 negara membangun utama dunia bagi pelaburan runcit di seluruh dunia.

Potensi sektor runcit tradisional

Indeks itu menganalisis 25 faktor makroekonomi dan bidang berkaitan runcit bagi membantu pe-

runcit merangka strategi global dalam mengenal pasti peluang pelaburan di pasaran sedang pesat membangun.

"Malaysia berjaya menembusi tiga tempat teratas Indeks walaupun berhadapan pelbagai cabaran global.

"Ekonomi yang perlahan dan penurunan mata wang menjejaskan banyak negara, namun sektor peruncitan Malaysia dilihat dapat menangani isu berkenaan.

"Sebahagian besarnya disebabkan negara ini mempunyai potensi pertumbuhan luar biasa dalam sektor runcit tradisional mahu pun dalam talian," kata Rakan dan Ketua Asia Tenggara AT Kearney, Soon Ghee Chua.

Beliau berkata, dalam sektor peruncitan tradisional, Kuala Lumpur antara lain dipenuhi ruang peruncitan yang juga merangsang pembangunan seumpamanya dicetuskan di tempat lain negara ini.

Sebagai contoh, di Kuching, ka-

Info

10 negara teratas Indeks Pembangunan Peruncitan Global (GRDI) 2016

- China
- India
- Malaysia
- Kazakhstan
- Indonesia
- Turki
- UAE
- Arab Saudi
- Peru
- Azerbaijan

ngunan sedia ada termasuk emporium enam tingkat di Jalan Tun Jugah, gedung beli-belah empat tingkat di Matang dan Pusat Beli-Belah Moyan Square.

Tarik minat firma antarabangsa

"Dalam masa sama, peserta e-dagang sedang berkembang agresif dengan pelbagai kempen promosi. Peruncit fesyen, Zalora menawarkan untuk menanggung Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST) enam peratus manakala pasaran dalam talian tempatan, 11street bercadang melancarkan aplikasi beli-belah mudah alih baharu," tambahnya.

Sementara itu, beberapa firma antarabangsa juga menunjukkan minat untuk berkembang di Malaysia. Firma Korea Selatan, CJO Shopping akan melancarkan saluran beli-belah televisyen di negara ini dengan kerjasama Media Prima Bhd.

Sementara itu, jenama pakaian luar China, Telent meneroka

pasaran negara ini sebagai langkah pertamanya menembusi pasaran Asia Tenggara.

Jenama yang berpangkalan di Emiriah Arab Bersatu (UAE), LuLu pula mengumumkan rancangan mereka untuk melabur AS\$308 juta dalam masa dua tahun akan datang bagi memasuki pasaran tempatan.

Tambah cawangan baharu

Daripada segi kedai serbaneka, 7-Eleven Malaysia mengumumkan untuk membuka 200 cawangan dan menaik taraf 200 cawangan lain, manakala Bison Consolidated Bhd mengumumkan tawaran awam permulaan (IPO) bersama rancangan membuka 150 kedai baharu menjelang 2017 dalam usaha memberi saingan kepada 7-Eleven.

Anak syarikat Dairy Farm di Malaysia, GCH Retail pula mengumumkan rancangan untuk membuka enam pasar raya hiper Giant dan menambah baik 28 gedung lain.