

JAWAPAN : DATO' SERI MOHAMED NAZRI ABDUL AZIZ
MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN

Tuan Yang di-Pertua,

Bagi pihak Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan, izinkan saya menjawab soalan ini bersama beberapa soalan Ahli Yang Berhormat lain,

- a) YB Seremban pada 17hb Jun,
- b) YB Petaling Jaya Selatan dan
- c) YB Nibong Tebal pada 18 hb Jun, serta
- d) YB Bukit Bintang pada 19hb Jun 2014

kerana ia menyentuh perkara impak kepada sektor pelancongan berikutan insiden MH 370.

Tuan Yang di-Pertua,

Insiden kehilangan pesawat MH370 sememangnya telah memberi kesan kepada industri pelancongan negara terutamanya kedatangan pelancong dari negara China. Sehingga bulan April, tempahan yang dibatal atau ditangguh dilaporkan telah mencatat sebanyak 30,000 tempahan di mana seramai 8,913 tempahan merupakan kehilangan muatan penumpang akibat pembatalan 76 penerbangan berjadual dan sewa khas dari China seperti berikut:

- Pembatalan penerbangan berjadual Shanghai ke Kota Kinabalu sebanyak **10 penerbangan** oleh syarikat penerbangan MAS

- Pembatalan penerbangan berjadual Shenzhen ke Kota Kinabalu sebanyak **22 penerbangan** oleh China Southern Airlines
- Pembatalan penerbangan sewa khas Shanghai ke Kota Kinabalu sebanyak **44 penerbangan** oleh syarikat tambang murah Spring Airlines

Tuan Yang di-Pertua,

Ketibaan pelancong secara umumnya dan juga pelancong dari China bagi tempoh tiga bulan yang pertama tahun 2014 dan dibandingkan dengan ketibaan bagi tempoh yang sama bagi 2013 adalah seperti berikut :

| Tempoh | Jan-Mac 2013 | Jan-Mac 2014 |
|------------------------------|--------------|------------------|
| Jumlah Pelancong Keseluruhan | 6,449,398 | 7,091,433 (+10%) |
| China | 493,249 | 520,466 (+ 5.5%) |

Ketibaan pelancong dari China bagi bulan Mac 2014 dan dibandingkan dengan tempoh yang sama bagi 2013 adalah seperti berikut:

- Mac 2013 : 168,118
- Mac 2014 : 168,001 (-0.1%)

Kadar pertumbuhan negatif bagi bulan Mac adalah kesan impak kehilangan MH 370. Berdasarkan maklumat pihak industri pelancongan, mulai April sehingga tahun 2015, jumlah kedatangan pelancong yang dicatatkan mungkin akan berkurangan disebabkan oleh insiden ini

terutamanya dari kawasan Beijing dimana lebih dari 30,000 bakal pelancong China yang membatalkan atau menangguhkan lawatan mereka ke Malaysia.

Bagi Yang Berhormat yang bertanyakan statistik jumlah pelancong dari Negara China, enam(6) bulan sebelum insiden MH 370 akan saya jawab secara bertulis.

Tuan Yang di-Pertua,

Namun demikian, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan tetap komited dalam usaha mengekalkan momentum pembangunan industri pelancongan negara dengan melaksanakan beberapa pendekatan strategik bagi memastikan Kempen Tahun Melawat Malaysia 2014 tidak terjejas akibat insiden ini.

Bagi mengimbangi kejatuhan kedatangan pelancong dari pasaran Republik Rakyat China, sebagai strategi jangka pendek, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan melalui Tourism Malaysia telah mempertingkatkan promosi di pasaran jarak sederhana seperti berikut:

- i. Pasaran ASEAN – terutamanya Singapura, Indonesia, Thailand, Filipina dan Brunei;
- ii. Pasaran Asia Selatan – India, Bangladesh dan Sri Lanka;
- iii. Pasaran Ocenia – Australia, New Zealand; dan
- iv. Pasaran Asia Barat – Arab Saudi, Kuwait, Oman, Qatar, Emiriyah Arab Bersatu dan Bahrain.

Selain daripada itu, Jawatankuasa Pengurusan Krisis yang dikendalikan oleh pejabat-pejabat Tourism Malaysia di pasaran China telah diwujudkan. Fungsi utama jawatankuasa ini adalah untuk berinteraksi secara aktif dengan para pengusaha pelancongan di pasaran China untuk mengembalikan keyakinan pelancong China mengunjungi Malaysia pada masa akan datang.

Tourism Malaysia juga telah mengadakan perjumpaan dengan para pengusaha pelancongan serta wakil-wakil kanan pihak kerajaan negara China, Hong Kong dan Taiwan bagi melahirkan rasa simpati, keprihatinan, perhatian dan doa seluruh rakyat Malaysia terhadap keluarga mangsa yang terlibat dalam insiden berkenaan.

Bagi menghormati sensitiviti keluarga mangsa MH370, kempen pengiklanan menerusi TV global seperti di siaran CNN, BBC, Skynews, National Geographic Channel, Discovery Channel, AXN Asia dan lain-lain rangkaian TV satelit dan juga pengiklanan dan publisiti di pasaran China telah ditangguhkan buat sementara waktu sebaik insiden berlaku. Namun kempen pengiklanan dan publisiti medium lain tetap diteruskan seperti mana yang dirancang di dalam pelan perancangan media untuk tahun 2014. Walaubagaimanapun, kempen yang ditangguhkan ini telah **diteruskan semula** mulai pertengahan Mei 2014.

Tuan Yang di-Pertua,

Mengenai **insiden penculikan pelancong** di Sabah, Kementerian Pelancongan, Kebudayaan dan Alam Sekitar Sabah (KEPKAS) telah mempengerusikan satu Mesyuarat Pengurusan Krisis pada 4 April 2014 sebagai langkah menangani impak dari insiden penculikan tersebut :

- a) Pada 4 April 2014, Lembaga Pelancongan Sabah (LPS) telah mengeluarkan Nasihat Perjalanan (Travel Advisory) bahawa Sabah adalah selamat dikunjungi dan dipaparkan di dalam laman web LPS dalam pelbagai bahasa,
- b) Pembantu Menteri Pelancongan, Kebudayaan dan Alam Sekitar Sabah, YB Datuk Pang Yuk Ming, telah bertemu dengan Duta Negara China ke Malaysia, HE Huang Huikang di Kuala Lumpur pada 5 April 2014 untuk memaklumkan bahawa aktiviti pelancongan di Sabah berjalan seperti biasa.

Di samping itu, lawatan Yang Amat Berhormat Perdana Menteri Malaysia ke China sempena sambutan Ulangtahun ke-40 persahabatan antara Malaysia dan China telah turut menyakinkan pelancong China bahawa Malaysia terutamanya Sabah selamat dikunjungi.

Sekian. Terima kasih.