

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN : LISAN**

**DARIPADA : YB. TUAN NGA KOR MING  
[ TAIPING ]**

**TARIKH : 18 JUN 2014**

**SOALAN :**

**YB. Tuan Nga Kor Ming [ Taiping ]** minta **MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN** menyatakan secara terperinci jumlah bilangan pelancong luar negara yang datang melawat Malaysia mengikut negara masing-masing dari 2010 hingga 2014 serta cara dan kos terlibat untuk mempromosikan industri pelancongan negara tahun ini.

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

Tuan Yang di-Pertua,

Statistik berkaitan ketibaan pelancong asing ke Malaysia pada tempoh 2010 hingga 2014 adalah seperti berikut :

- Tahun 2010 - 24.6 juta orang
- Tahun 2011 - 24.7 juta orang (Peningkatan 0.6 peratus)
- Tahun 2012 - 25.0 juta orang ( Peningkatan 1.3 peratus)
- Tahun 2013 - 25.7 juta orang (Peningkatan 2.7 peratus)
- Tahun 2014, suku tahun pertama (Januari – Mac) -7.1 juta orang  
( Peningkatan 10 peratus berbanding Januari – Mac 2013)

Maklumat jumlah ketibaan pelancong asing mengikut negara dari tahun 2010 hingga 2013 boleh di dapati di laman sesawang **[www.tourismmalaysia.gov.my](http://www.tourismmalaysia.gov.my)**.

Bagi cara mempromosikan pelancongan, Kementerian telah mengambil pelan seperti berikut;

- i. Pelaksanaan Misi Jualan ke pasaran-pasaran pelancong utama dan pasaran baru bagi meningkatkan visibiliti dan kesedaran mengenai Malaysia serta keyakinan pengusaha-pengusaha pelancongan yang mempromosikan Malaysia di pasaran-pasaran tersebut.

- ii. Penyertaan berterusan Tourism Malaysia di Pameran & Ekspo Pelancongan Antarabangsa Utama bersama-sama dengan penggiat industri pelancongan Malaysia serta syarikat penerbangan seperti International Tourism Bourse' (ITB) di Berlin, Arabian Travel Market (ATM) di Dubai, World Travel Mart (WTM) di London, Japan Association of Travel Agents Tourism Forum & Travel Showcase (JATA) di Jepun, Korea World Travel Fair (KOFTA) di Seoul, China International Travel Mart (CITM) di China.
- iii. Promosi konsumer seperti Promosi Makanan & Kebudayaan dengan pihak hotel dan pusat membeli belah utama di luar Negara.
- iv. Menyertai Pameran & Ekspo produk-produk 'niche' seperti Eco-Pelancongan, Parks & Garden, Spa & Wellness, Kesihatan, Pendidikan & Education Tourism, Malaysia My Second Home (MM2H) dan Inap Desa.
- v. Menggalakkan kerjasama dan usahasama dengan pengusaha-pengusaha pelancongan, syarikat penerbangan dan lain-lain dalam aktiviti yang menjurus kepada usaha meningkatkan tahap kesedaran dan penjualan pakej-pakej percutian ke Malaysia secara terus ke konsumer.

- vi. Meningkatkan jaringan kerjasama dengan wakil-wakil dari media cetak & elektronik di bawah program Mega Fam dengan membawa penulis, wartawan, krew perfileman dan 'social influencer' seperti 'bloggers' untuk menyaksikan sendiri keunikan acara-acara pelancongan dan produk-produk pelancongan terkini.
- vii. Bekerjasama dengan pejabat-pejabat NTOs seperti Singapura, Thailand dan Indonesia bagi menjual pakej-pakej percutian gabungan dua destinasi (dual destination) atau destinasi pelbagai (multi destination).
- viii. Penerbitan kolateral-kolateral khas seperti brosur-brosur TMM 2014, poster, standees, cenderahati TMM 2014 seperti t-shirt berkolar, topi, pocket notepad, lapel pin, luggage tag dan sebagainya.

Bagi promosi dalam negara, Kementerian akan mempromosikan:

- i. Semua acara pelancongan yang berimpak tinggi seperti, "Magic of the Night", Karnival Pelancongan LIMA dan Karnival Jualan Mega Malaysia.
- ii. Penganjuran Mini Karnival Tahun Melawat Malaysia 2014 di peringkat negeri.
- iii. Menggunakan *Facebook* sebagai medium dalam mempromosikan pelbagai aktiviti/program anjuran kementerian.

- iv. Mengadakan sesi taklimat Tahun Melawat Malaysia 2014 dan sesi dialog bersama penggiat industri pelancongan di negeri-negeri bagi mendapatkan kerjasama pihak swasta, pengusaha-pengusaha hotel dan sebagainya dalam menjayakan kempen ini.
- v. Bagi memperkasakan lagi kempen Tahun Melawat Malaysia 2014, Kementerian menjalankan program latihan khas kepada penggiat industri yang dikenali sebagai program "We are the Host". Program ini bertujuan untuk memberi latihan kepada "frontliners" industri pelancongan bagi memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pelancong sepanjang kempen Tahun Melawat Malaysia 2014.

Kos yang terlibat untuk mempromosikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan menerusi kempen-kempen promosi termasuk misi jualan, pengiklanan, pameran, dan juga bahan-bahan kolateral adalah seperti berikut :

- Tahun 2010 - RM 233.96 juta
- Tahun 2011 - RM 271.99 juta
- Tahun 2012 - RM 295.93 juta
- Tahun 2013 - RM 266.74 juta
- Tahun 2014 - Peruntukan RM 309.06 juta

Sekian, terima kasih.