

**NO. SOALAN : 20**

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN : LISAN**

**DARIPADA : YB. TUAN JEFF OOI CHUAN AUN  
[ JELUTONG ]**

**TARIKH : 15 NOVEMBER 2016**

**SOALAN :**

**YB. Tuan Jeff Ooi Chuan Aun [ Jelutong ] minta MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN menyatakan apakah fokus, tema serta strategi pemasaran antarabangsa bagi menarik lebih pelancong luar bagi tahun taksiran 2017 dan 2018.**

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

Tuan Yang di-Pertua,

Sasaran ketibaan pelancong ke Malaysia bagi tahun 2017 adalah seramai 31.8 juta orang dan tahun 2018 seramai 33.1 juta orang.

Fokus utama meningkatkan ketibaan pelancong ke Malaysia bagi tahun 2017 dan 2018 adalah tertumpu kepada pasaran jarak dekat dan sederhana seperti Negara- Negara ASEAN, Negara China, Negara Korea, Australia dan lokasi-lokasi terpilih di Negara India. Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan mengekalkan tema '*Malaysia Truly Asia*' bagi terus menarik minat pelancong-pelancong asing datang ke Malaysia.

Tuan Yang di-Pertua,

Strategi pemasaran antarabangsa yang bakal digunakan adalah memberi fokus kepada kerjasama pintar dengan syarikat penerbangan untuk mempromosikan Malaysia. Contohnya kerjasama dengan Singapore Airline bagi pasaran Afrika Selatan, Amerika Syarikat, China, Eropah, India dan New Zealand. Manakala kerjasama dengan Etihad bagi pasaran Eropah dan Timur Tengah.

Selain daripada itu, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia berkerjasama dengan pengusaha-pengusaha agensi pelancongan luar negara bagi menggalakan penerbangan sewa khas ke Malaysia dari Negara China, Korea Selatan dan Taiwan.

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia juga menggunakan platform yang sedia ada seperti Google, YouTube, TripAdvisor dan Alitrip bagi memperluaskan pamasaran secara digital.

Seterusnya, penyertaan kementerian ini melalui Tourism Malaysia dalam pameran-pameran utama di dunia seperti ASEAN Tourism Forum (ATF), Arabian Travel Mart (ATM) Dubai, Jata Tourism Expo Jepun, Internationale Tourismus Boerse (ITB) Berlin dan World Travel Market (WTM) London dapat meningkatkan jumlah kedatangan pelancong ke Malaysia.

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan juga meningkatkan pengiklanan di seluruh dunia. Contohnya lantikan duta pelancongan mengikut pasaran dan segmen, pengiklanan global yang lebih meluas dan mengutamakan pengiklanan di stesen tv biasa berbanding stesen tv satelit.

Sekian, terima kasih.