

NO. SOALAN : 49

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT

PERTANYAAN : LISAN

DARIPADA : YB. TUAN NG WEI AIK [TANJONG]

TARIKH : 2 OGOS 2017

SOALAN :

YB. Tuan Ng Wei Aik [Tanjong] minta **MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN** menyatakan setiap pejabat pelancongan dalam atau di luar Malaysia yang telah ditutup dan kos yang telah diijmatkan daripadanya serta impak-impak positif dan negatif terhadap usaha-usaha promosi pelancongan negara kita.

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

Tuan Yang di-Pertua,

Pelan rasionalisasi Tourism Malaysia (TM) telah melibatkan penutupan enam (6) pejabat luar negeri iaitu Hanoi, Johannesburg, Milan, Stockholm, New York dan Perth yang dianggarkan menjimatkan kos operasi sebanyak RM13 juta setahun. Kos yang dapat diijimatkan ini akan digunakan untuk penerokaan pasaran-pasaran baru yang mempunyai potensi pertumbuhan yang lebih besar dan lebih menguntungkan Malaysia.

Manakala bagi pejabat-pejabat di dalam negeri pula, perancangannya dijangka melibatkan penutupan sepuluh (10) buah pejabat TM Negeri.

Penutupan pejabat - pejabat ini **tidak akan menjejaskan** aktiviti promosi pelancongan di luar negara mahupun di dalam negara kerana:

- i- Program promosi di pasaran terlibat akan dikawal selia oleh pejabat TM Luar Negeri yang berhampiran iaitu TM The Haque untuk pasaran Scandinavia, TM Paris untuk pasaran Itali, TM Los Angeles untuk pasaran Amerika Utara, TM Dubai untuk pasaran Afrika Selatan, TM Ho Chi Minh untuk pasaran Vietnam dan TM Sydney untuk pasaran Australia;
- ii- Di dalam negeri pula, TM akan memusatkan operasi pejabat-pejabat negeri mengikut pembahagian wilayah iaitu di Pulau

Pinang (Wilayah Utara), Johor Bahru (Wilayah Selatan), Kuantan (Wilayah Pantai Timur) dan Kuala Lumpur (Wilayah Tengah) manakala bagi Sabah dan Sarawak masing-masing di pintu masuk utama iaitu di Lapangan Terbang Antarabangsa Kota Kinabalu dan Kuching. Tambahan itu, Pusat Penerangan Pelancongan (TIC) akan terus dikekalkan serta dimantapkan strukturnya supaya lebih efektif untuk penyaluran maklumat pelancongan kepada para pelancong; dan

- iii- Di samping itu, TM akan juga menggiatkan lagi penggunaan kaedah pemasaran secara digital untuk terus mengekalkan kehadiran mesej promosi pelancongan Malaysia di pasaran-pasaran tersebut.

Sekian, terima kasih.