

**NO. SOALAN : 229**

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN : BUKAN LISAN**

**DARIPADA : YB. DATO' HASBULLAH BIN OSMAN  
[ GERIK ]**

**SOALAN :**

**YB. Dato' Hasbullah Bin Osman [ GERIK ]** minta **MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN** menyatakan adakah keputusan Kementerian menutup semua pejabat Tourism Malaysia di luar negara memberi kesan kepada aktiviti pelancongan negara.

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

Tuan Yang di-Pertua,

Pelan Rasionalisasi Pejabat Tourism Malaysia (TM) Luar Negeri telah dibentangkan untuk makluman Jemaah Menteri pada 11 Januari 2017 dan berdasarkan pelan tersebut ianya akan melibatkan penutupan 5 buah pejabat Tourism Malaysia yang bertempat di Stockholm (Sweden), Milan (Itali), New York (Amerika), Johannesburg (Afrika Selatan) dan Perth (Australia).

Segala aktiviti promosi pelancongan luar negara yang dirancang akan dilaksanakan dan diambil alih oleh pejabat - pejabat TM Luar Negeri yang berhampiran dengan pasaran terlibat seperti :

- i. TM Moscow untuk pasaran seliaan TM Stockholm;
- ii. TM Paris untuk pasaran seliaan TM Milan;
- iii. TM Los Angeles untuk pasaran seliaan TM New York;
- iii. TM Dubai untuk pasaran seliaan TM Johannesburg; dan
- iv. TM Sydney untuk pasaran seliaan TM Perth

Pelan penutupan/rasionalisasi tersebut telah pun dirangka dengan mengambil kira beberapa faktor berikut :

- i. Jaringan kemudahsampaian ke Malaysia dimana Tourism Malaysia akan menumpukan perhatian kepada pasaran yang mempunyai jumlah penerbangan yang lebih tinggi dan menjamin peningkatan ketibaan pelancong asing ke Malaysia;

- ii. Potensi dan keberkesanan sesuatu pasaran dalam menyumbangkan ketibaan pelancong asing ke Malaysia dan ianya dapat dilihat berdasarkan kepada trend 3 – 5 tahun ketibaan pelancong dari pasaran ke Malaysia; dan
- iii. Perubahan trend pelancongan global memerlukan Malaysia memberi fokus kepada pasaran yang lebih berpotensi dalam menjana ketibaan pelancong ke Malaysia. Ini akan turut meningkatkan ROI dan keberkesanan kos dalam program-program promosi yang dilaksanakan.

Sehubungan dengan itu, pelan ini tidak akan menjejaskan aktiviti promosi pelancongan negara kerana :

- i. Perkembangan teknologi semasa yang menggunakan kaedah pemasaran digital membolehkan Malaysia dipromosikan secara meluas walaupun tanpa kehadiran pejabat di sesuatu pasaran;
- ii. Pejabat TM Luar Negeri yang berhampiran dengan pasaran terlibat dalam pelan penutupan pejabat akan bertanggungjawab menyelia program promosi di pasaran berkenaan bagi meneruskan sebarang usaha promosi pelancongan disana; dan
- iii. Pelan ini juga membolehkan Tourism Malaysia menerokai pasaran baru/sedia ada yang berpotensi menyumbangkan ketibaan pelancong asing ke Malaysia.

Sekian, terima kasih.