



# MERELISASIKAN POTENSI PELANCONGAN

# 8

## I. PENDAHULUAN

8.01 Industri pelancongan kekal kukuh walaupun mengalami pertumbuhan ekonomi yang lembap dalam tempoh separuh pertama Rancangan Malaysia Kelapan (RMKe-8). Industri ini terus menjadi sumber utama tukaran asing yang menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi, pelaburan dan guna tenaga serta mengukuhkan akaun perkhidmatan dalam imbangan pembayaran. Daya tahan industri ini adalah hasil daripada penglibatan aktif sektor awam dan swasta dalam menggiatkan promosi dan pemasaran, mempelbagaikan pasaran yang disasarkan serta meningkatkan daya saing produk dan perkhidmatan pelancongan bagi menarik pelancong melawat Malaysia.

8.02 Dalam tempoh Rancangan Malaysia Kesembilan (RMKe-9), usaha bersepadu akan dipacu ke arah merealisasikan potensi industri pelancongan bagi meningkatkan sumbangannya kepada sektor perkhidmatan secara khusus dan ekonomi secara keseluruhan. Tumpuan utama akan diberi bagi mempertingkatkan kedudukan negara sebagai destinasi pelancongan global utama serta mempromosi pelancongan domestik. Memandangkan industri ini menjana kesan penggandaan yang tinggi dalam pelbagai sektor, aktiviti pelancongan akan menyediakan landasan yang lebih luas bagi rangkaian antara dan dalam sektor. Lebih banyak usaha bersepadu akan diambil untuk menggembeng dan menyalur sumber bagi menaik taraf infrastruktur dan kemudahan pelancongan serta membangunkan lebih banyak produk dan perkhidmatan pelancongan yang inovatif. Keutamaan akan terus diberi bagi mencapai pembangunan pelancongan yang mampan.

## II. KEMAJUAN, 2001-2005

8.03 Dalam tempoh RMKe-8, industri pelancongan mencapai prestasi yang baik seperti ditunjukkan dalam kadar pertumbuhan ketibaan pelancong dan pendapatan pelancongan. Peratusan pendapatan pelancongan daripada

pendapatan akaun perkhidmatan dalam imbangan pembayaran meningkat daripada 32.7 peratus pada tahun 2000 kepada 43.0 peratus pada tahun 2005. Dengan mengambil kira jumlah kemasukan pelancong asing dan rakyat tempatan yang melancong ke luar negeri, sumbangan bersih pelancongan meningkat daripada RM11.2 bilion kepada RM18.1 bilion dalam tempoh yang sama. Pembangunan pelancongan juga menyumbang secara positif kepada perkembangan aktiviti dalam subsektor terutamanya industri hotel, kembara dan siar, peruncitan dan restoran serta pengangkutan.

### **Ketibaan Pelancong**

8.04 Dalam tempoh Rancangan, ketibaan pelancong meningkat pada kadar purata 10.0 peratus setahun, lebih tinggi daripada sasaran 6.9 peratus. Pertumbuhan positif ini kekal sepanjang tempoh tersebut kecuali pada tahun 2003 apabila bilangan ketibaan pelancong terjejas akibat daripada wabak Sindrom Pernafasan Akut Yang Teruk (SARS) serta keadaan politik dunia yang tidak menentu. Ketibaan pelancong meningkat semula dalam tempoh separuh akhir Rancangan setelah keyakinan untuk melancong pulih dan mencecah 16.4 juta pada tahun 2005. Peningkatan ini terutamanya adalah hasil daripada pelancongan serantau, seperti ditunjukkan dalam *Jadual 8-1*. Pelancong dari Pertubuhan Negara-negara Asia Tenggara (ASEAN) menyumbang lebih 70.0 peratus kepada jumlah ketibaan pelancong dalam tempoh Rancangan.

### **Pendapatan Pelancongan dan Perbelanjaan Pelancong**

8.05 Selaras dengan peningkatan ketibaan pelancong, pendapatan tukaran asing meningkat pada kadar pertumbuhan tahunan purata 12.4 peratus daripada RM17.3 bilion pada tahun 2000 kepada RM31.0 bilion pada tahun 2005, seperti ditunjukkan dalam *Jadual 8-1*. Negara-negara ASEAN kekal sebagai penyumbang utama pendapatan pelancongan sebanyak 68.7 peratus, diikuti oleh Republik Rakyat China (China) 5.1 peratus, United Kingdom (UK) 2.5 peratus dan Australia 2.3 peratus. Dari segi corak perbelanjaan pelancong, penginapan kekal sebagai komponen terbesar merangkumi 33.1 peratus daripada jumlah perbelanjaan pelancong, diikuti oleh membeli-belah pada 24.0 peratus dan makanan dan minuman pada 17.4 peratus pada tahun 2005.

### **Pelancongan Domestik**

8.06 Pelancongan domestik merupakan komponen penting bagi industri ini dalam tempoh Rancangan. Bilangan perjalanan pelancongan domestik meningkat 30.1 peratus daripada 12.3 juta pada tahun 2000 kepada 16.0 juta pada tahun 2005. Bilangan pelancong tempatan yang menginap di hotel meningkat lebih sekali ganda daripada 13.6 juta pada tahun 2000 kepada 29.0 juta pada tahun 2005. Pertambahan ini selaras dengan peningkatan pendapatan isi rumah dan

JADUAL 8-1  
**PETUNJUK PELANCONGAN TERPILIH, 2000-2010**

Petunjuk	2000	2005	2010
Bilangan Ketibaan Pelancong (juta)	10.2	16.4	24.6
Mengikut Negara Asal (%)			
ASEAN	70.4	76.8	65.0
China	4.2	3.8	6.1
Jepun	4.5	1.9	2.2
Australia	2.3	1.5	2.7
United Kingdom	2.3	1.5	2.8
Taiwan	2.1	1.3	2.7
India	1.3	1.2	1.8
Asia Barat	0.5	1.0	2.7
Lain-lain	12.4	11.0	14.0
Jumlah Pendapatan Pelancongan <sup>1</sup> (RM bilion)	17.3	31.0	59.4
Perbelanjaan Per Kapita (RM)	1,696	1,890	2,417
Tempoh Tinggal Purata (malam)	5.8	7.2	8.7
Bilangan Hotel	1,492	2,256	3,218
Bilangan Bilik Hotel	124,413	170,873	247,008
Kadar Purata Penginapan Hotel (%)	59.2	63.5	66.4
Guna Tenaga	390,600	451,000	520,700

Sumber: Unit Perancang Ekonomi dan Kementerian Pelancongan

Nota: <sup>1</sup> Pendapatan pelancongan tidak termasuk pendapatan daripada pelawat harian.

kualiti hidup serta gaya hidup rakyat Malaysia yang semakin kerap melancong. Faktor lain yang turut menyumbang kepada pelancongan domestik adalah peningkatan bilangan *retreat* korporat, rekreasi keluarga dan kem belia yang diadakan di pelbagai destinasi pelancongan di seluruh negara.

8.07 Pengenalan penerbangan kos rendah (LCC) yang menawarkan perjalanan udara yang lebih murah khususnya ke Sabah dan Sarawak terus menyumbang kepada pertumbuhan kembara dan siar di kalangan pelancong. Pelaksanaan lima hari bekerja dalam sektor awam mulai Julai 2005 turut meningkatkan pelancongan domestik.

### **Penginapan Hotel**

8.08 Pertambahan ketibaan pelancong antarabangsa dan pertumbuhan pelancongan domestik yang kukuh menyumbang kepada peningkatan kadar penginapan hotel purata daripada 59.2 peratus pada tahun 2000 kepada 63.5 peratus pada tahun 2005. Pada waktu puncak, kadar penginapan purata di destinasi utama seperti Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Kota Kinabalu dan Melaka melebihi 80 peratus. Kadar penginapan sepanjang tahun bagi hotel di tempat peranginan Genting Highlands, Pahang melebihi 80 peratus manakala

di Pulau Langkawi 60 peratus. Dalam tempoh Rancangan, destinasi popular lain termasuk Johor Bahru di Johor dan Kuching di Sarawak mempunyai kadar penginapan purata di antara 50 hingga 60 peratus.

## **Pelaburan**

8.09 Potensi pertumbuhan industri pelancongan terus menarik sebahagian besar pelaburan sektor swasta. Bilangan hotel bertambah sebanyak 51.2 peratus dalam tempoh Rancangan daripada 1,492 pada tahun 2000 kepada 2,256 pada tahun 2005 manakala penawaran bilik meningkat 37.3 peratus daripada 124,413 pada tahun 2000 kepada 170,873 pada tahun 2005. Agensi kembara dan siar meningkat daripada 1,021 pada tahun 2000 kepada 2,383 pada tahun 2005 yang sebahagian besarnya terletak di pintu masuk utama seperti Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Pulau Langkawi dan Pulau Pinang. Jumlah lesen yang dikeluarkan kepada pemandu pelancong dan pengusaha kereta sewa meningkat daripada 18,460 pada tahun 2000 kepada 20,610 pada tahun 2005.

8.10 Bagi mempercepat pelaburan sektor swasta dalam industri pelancongan, dua tabung khas dilancarkan pada tahun 2001, iaitu Dana Infrastruktur Pelancongan (TIF) dengan peruntukan sebanyak RM700 juta serta Tabung Khas Pelancongan dan Infrastruktur (Tabung Khas) dengan peruntukan awal sebanyak RM400 juta. Memandangkan permintaan dana yang tinggi, jumlah setiap dana tersebut ditambah kepada RM1.2 bilion pada Julai 2005. Projek utama di bawah tabung berkenaan termasuk pembangunan tempat peranginan, pengubahsuaian dan baik pulih hotel serta penyediaan infrastruktur dan perkhidmatan yang berkaitan. Pelaburan sektor awam terutamanya dalam menyediakan kemudahan infrastruktur asas serta promosi dan pemasaran. Penambahbaikan kemudahan awam telah dilaksanakan termasuk menaik taraf dan mengindahkan kawasan pelancongan terpilih serta memulihara bangunan dan kawasan bersejarah.

## **Guna Tenaga dan Latihan**

8.11 Dalam tempoh Rancangan, guna tenaga dalam industri pelancongan meningkat pada kadar purata 2.9 peratus setahun daripada 390,600 pada tahun 2000 kepada 451,000 pada tahun 2005. Guna tenaga langsung dalam industri hotel meningkat sebanyak 1.6 peratus daripada 84,171 pada tahun 2000 kepada 91,156 pada tahun 2005. Guna tenaga dalam agensi kembara dan siar dianggarkan sebanyak 13,028 pada tahun 2005.

8.12 Inisiatif meningkatkan kualiti perkhidmatan pelancongan termasuk penyediaan latihan secara meluas melalui penyeliaan dan penyelarasan Majlis Kebangsaan Pembangunan Sumber Manusia Dalam Bidang Pelancongan (NTHRDC) dan Majlis Latihan Vokasional Kebangsaan (MLVK). Dalam tempoh Rancangan, MLVK membangunkan enam Standard Kebangsaan Kemahiran Pekerjaan (NOSS) baru menjadikan jumlah keseluruhan 77 NOSS merangkumi

bidang perhotelan, kembara dan siar serta taman tema dan rekreasi. Lebih daripada 2,500 program latihan berkaitan pelancongan dijalankan dengan pembiayaan dari Tabung Pembangunan Tenaga Manusia (HRDF) berjumlah RM29.2 juta dan menyediakan 113,139 tempat latihan.

### **Produk dan Perkhidmatan Pelancongan**

8.13 Bagi meningkatkan keunikan tarikan terhadap produk dan perkhidmatan pelancongan di Malaysia, Kerajaan terus mempromosi kelebihan tradisional negara iaitu kebudayaan dan warisan semula jadi. Penekanan bagi mempromosi budaya dan warisan sejarah serta ekopelancongan dan agropelancongan telah mempopularkan destinasi seperti Melaka, Pulau Pinang, pantai timur Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak. Produk pelancongan lain termasuk membeli-belah, liburan, aktiviti sukan serta acara berkaitan perniagaan khususnya segmen persidangan, insentif, konvensyen dan pameran (MICE).

8.14 *Ekopelancongan, Agropelancongan dan Program Inap Desa.* Dalam tempoh Rancangan, Kerajaan terus menggalakkan dan membangunkan ekopelancongan seperti yang digariskan dalam Pelan Ekopelancongan Kebangsaan yang mengenal pasti 48 kawasan utama. Malaysia mendapat faedah dalam penyenaian Gua Mulu dan Taman Kinabalu dalam Senarai Warisan Dunia oleh Pertubuhan Pendidikan, Saintifik dan Kebudayaan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNESCO) serta kawasan alam semula jadi lain seperti taman marin di Pulau Tioman dan Pulau Redang yang kaya dengan pelbagai sumber semula jadi dipromosi sebagai daya tarikan pelancong. Program Inap Desa telah meningkatkan penyertaan penduduk luar bandar dalam aktiviti berkaitan pelancongan serta memberi peluang kepada isi rumah luar bandar untuk memperoleh pendapatan sampingan. Dalam tempoh Rancangan, sebanyak 463 pengusaha inap desa telah dilatih dan diberikan lesen menjadikan jumlah keseluruhan pengusaha 1,089 orang dari 79 buah kampung.

8.15 *Pelancongan Kebudayaan dan Warisan.* Sebilangan projek telah dilaksanakan sebagai usaha untuk memelihara tempat kebudayaan dan warisan serta memenuhi minat khusus pelancong yang akan melawat. Lebih daripada 60 monumen dan 25 tempat bersejarah telah dinaik taraf sebagai tarikan pelancong. Pusat kebudayaan sedia ada dan baru menyediakan saluran untuk mempamerkan seni dan kraf tradisional Malaysia termasuk batik, pua kumbu dan songket.

8.16 *Acara Bertema.* Usaha yang lebih giat diambil untuk mempromosi negara sebagai destinasi yang menganjurkan sambutan dan pesta secara berterusan sepanjang tahun. Acara yang dijalankan termasuk Citrawarna, Pesta Makanan dan Buah-buahan, Pesta Air Kebangsaan serta Persembahan Tahunan Fesyen KL yang memperagakan tekstil Malaysia termasuk batik dan songket. Memandangkan membeli-belah merupakan satu produk pelancongan yang menarik

dan berpotensi besar, Karnival Jualan Mega dipromosi dengan lebih giat dan dilengkapkan dengan pelbagai acara untuk menarik pelawat antarabangsa dan domestik.

8.17 *Pasaran Persidangan, Insentif, Konvensyen dan Pameran* adalah satu sumber pertumbuhan penting bagi sektor pelancongan kerana berupaya menarik ahli perniagaan yang mampu berbelanja besar. Dari segi bilangan acara dan hasil, sumbangan ketara diperoleh daripada peserta tempatan dan luar negara dalam segmen MICE adalah seperti ditunjukkan dalam *Jadual 8-2*.

JADUAL 8-2

**PERSIDANGAN, INSENTIF, KONVENSYEN DAN PAMERAN, 2001-2005**

<i>Petunjuk</i>	2001	2002	2003	2004	2005
Bilangan Acara					
Antarabangsa	925	2,956	2,294	2,875	3,230
Kebangsaan	2,775	8,868	6,882	8,625	9,321
<b>Jumlah</b>	<b>3,700</b>	<b>11,824</b>	<b>9,176</b>	<b>11,500</b>	<b>12,551</b>
Bilangan Peserta					
Luar Negara	473,486	699,924	550,741	675,699	775,286
Tempatan	3,189,360	3,288,000	3,390,000	3,494,000	3,602,000
<b>Jumlah</b>	<b>3,662,846</b>	<b>3,987,924</b>	<b>3,940,741</b>	<b>4,169,699</b>	<b>4,377,286</b>
Pendapatan (RM bilion)					
Luar Negara	1.23	2.03	1.73	2.14	2.95
Tempatan	1.98	2.04	2.10	2.17	2.24
<b>Jumlah</b>	<b>3.21</b>	<b>4.07</b>	<b>3.83</b>	<b>4.31</b>	<b>5.19</b>

*Sumber:* Kementerian Pelancongan

8.18 *Pelancongan Sukan dan Rekreasi*. Malaysia akan terus menjadi tuan rumah bagi acara dunia tahunan seperti *Petronas F1 Grand Prix*, *Raja Muda International Regatta*, *Le Tour de Langkawi* dan *World Amateur Inter-Team Golf Championship* serta *Putrajaya Boat Championship*. Bagi membangunkan potensi industri pelayaran dan pelayaran persiaran, 10 marina baru dibina di lokasi strategik seperti Pulau Langkawi, Pulau Pangkor, Pulau Pinang dan Pulau Tioman.

8.19 Menyedari potensi *pelancongan pendidikan* sebagai satu segmen pasaran baru untuk meningkatkan pendapatan tukaran asing, langkah telah diambil untuk mempromosi Malaysia sebagai pusat kecemerlangan pendidikan serantau. Sehubungan ini, pendapatan tukaran asing dari pasaran baru muncul meningkat daripada RM220 juta pada tahun 2000 kepada RM450 juta pada tahun 2005. Sebagai usaha untuk menggalakkan pelancongan pendidikan, lima Pusat Penggalakan Pendidikan Malaysia didirikan di Beijing, Dubai, Ho Chi Minh City, Jakarta dan Jeddah untuk mempromosi peluang pendidikan yang terdapat di

Malaysia. Bagi *pelancongan kesihatan*, aktiviti promosi dan pemasaran secara intensif diteruskan untuk meletakkan Malaysia sebagai destinasi penting untuk perkhidmatan penjagaan kesihatan berkualiti. Pendapatan tukaran asing daripada pelancongan kesihatan dianggarkan mencapai RM925 juta pada tahun 2005.

8.20 *Program Malaysia Rumah Keduaku* yang diperkenalkan untuk menggalakkan rakyat asing, pasangan dan tanggungan mereka memilih Malaysia sebagai rumah kedua telah menarik seramai 7,308 peserta dalam tempoh Rancangan. Program ini paling popular di kalangan warganegara China yang merangkumi 24 peratus daripada jumlah peserta, diikuti oleh Bangladesh 15 peratus, Britain 8 peratus dan Singapura 6 peratus. Satu pusat setempat ditubuhkan pada tahun 2005 untuk memudahkan dan mempercepat kelulusan.

### Strategi Pemasaran dan Promosi

8.21 Dalam usaha menjadikan Malaysia destinasi pelancong yang penting di rantau ini, Kerajaan bekerjasama dengan sektor swasta dalam mempergiat aktiviti promosi dan pemasaran. Malaysia menggunakan sepenuhnya tema *Malaysia Truly Asia* yang diperkenalkan pada tahun 1999 yang kini dikenali sebagai jenama Malaysia yang unik di arena antarabangsa. Penekanan yang lebih besar diberi untuk menarik pelancong jarak dekat dan pasaran serantau di ASEAN, China, India, Jepun dan Asia Barat. Aktiviti mempromosi Malaysia turut dipergiat dalam usaha menarik pelancong dari pasaran tradisional jarak jauh seperti Eropah dan Amerika Syarikat.

8.22 Pembangunan e-pelancongan membolehkan maklumat mengenai produk dan perkhidmatan pelancongan diperoleh dengan lebih cepat dan tepat. Bagi meningkatkan kesedaran di kalangan pekerja barisan hadapan dalam industri pelancongan dan yang berkaitan mengenai kepentingan industri pelancongan, beberapa kempen seperti *Think Tourism*, Mesra Malaysia dan *Malaysia Welcomes the World* dilancarkan. Usaha bersepadu turut diambil untuk menguruskan maklumat berkenaan peristiwa yang boleh menjejaskan pelancongan dan menyediakan maklumat terkini kepada individu yang berpotensi menjadi pengembara bagi membolehkan mereka membuat keputusan dalam merancang perjalanan.

### Peningkatan Akses

8.23 Dalam tempoh Rancangan, usaha bersepadu dilaksana untuk meningkatkan akses ke negara ini dan ke destinasi pelancongan dalam negara. Sehubungan ini, Kerajaan terus memperluas dan menaik taraf infrastruktur dan kemudahan komunikasi yang antara lain telah membantu pertumbuhan sektor pelancongan. Pengangkutan darat, rel dan laut yang lebih baik turut menyumbang kepada peningkatan pelancongan domestik serta pelancong merentasi sempadan dari Singapura, Thailand, Brunei Darussalam dan Kalimantan, Indonesia.

8.24 Dasar ruang udara terbuka dan liberal terus menggalakkan syarikat penerbangan asing menambah perkhidmatan ke Malaysia dan seterusnya menambahkan lagi pelancong ke negara ini. Peluang untuk mendapatkan hak pendaratan baru dan tambahan telah diteroka bagi membolehkan Penerbangan Malaysia (MAS) beroperasi lebih kerap dan meningkatkan kapasiti penerbangan dari dan ke destinasi luar negara. Strategi lain termasuk mempromosi lebih banyak penerbangan sewa khas dari luar negara, mewujudkan kerjasama operasi dengan penerbangan lain, memperkenalkan tambang istimewa dan meningkatkan kerjasama dengan organisasi pelancongan ASEAN untuk menggalakkan lagi pelancongan antara negara ASEAN.

8.25 Pakej penerbangan pelancongan mudah dan ringkas yang ditawarkan oleh AirAsia bermula pada tahun 2002 memainkan peranan penting dalam mempercepat pertumbuhan pelancongan tempatan di samping menembusi pasaran serantau yang baru. Jumlah penumpang yang diterbangkan oleh AirAsia telah meningkat daripada 277,000 pada tahun 2000 kepada 5.0 juta orang pada tahun 2005. Penerbangan AirAsia meluaskan pasaran dalam rantau ini melalui usaha sama dengan rakan kongsi luar negara yang membawa pelancong asing dari rantau berhampiran.

### **III. PROSPEK, 2006-2010**

8.26 Pertubuhan Pelancongan Sedunia menganggarkan ketibaan pelancong di seluruh dunia mencecah 1.0 bilion menjelang 2010. Daripada jumlah tersebut, 791 juta atau 80 peratus merupakan pelancong serantau manakala bakinya pelancong jarak jauh. Rantau Asia Timur dan Pasifik dijangka menerima 200 juta pelancong. Walaupun persaingan semakin meningkat di kalangan negara untuk menarik pelancong, sektor pelancongan di Malaysia dijangka menerima manfaat daripada pertumbuhan pelancongan antarabangsa dalam tempoh RMKe-9. Ketibaan pelancong ke Malaysia dijangka meningkat pada kadar purata 8.4 peratus setahun dan mencapai 24.6 juta menjelang tahun 2010. Sehubungan ini, pendapatan pelancongan dijangka meningkat pada kadar tahunan purata 13.9 peratus kepada RM59.4 bilion pada tahun 2010 dan dijangka memberi sumbangan besar kepada jumlah pendapatan dalam akaun perkhidmatan imbalan pembayaran.

8.27 Negara-negara ASEAN yang berdekatan terutamanya Singapura dan Thailand akan terus menjadi penyumbang terbesar ketibaan pelancong ke negara ini. Malaysia akan menerima manfaat daripada perdagangan pelancongan yang lebih giat antara negara ASEAN melalui usaha menggalakkan kerjasama serantau dalam pertukaran budaya dan maklumat, pembangunan pakej pelancongan bersama dengan harga yang menarik dan penyediaan aturan perjalanan khas untuk pelancong dari ASEAN. Peningkatan usaha pembangunan bersama di

bawah Pertumbuhan Segi Tiga Indonesia-Malaysia-Thailand dijangka meningkatkan aktiviti pelancongan merentasi sempadan. Di samping itu, peningkatan kerjasama di bawah Kawasan Pertumbuhan ASEAN Timur Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia-Filipina (BIMP-EAGA) akan diteruskan bagi menggalakkan aktiviti kembara dan siar di kalangan negara berkenaan.

8.28 Di luar ASEAN, China termasuk Taiwan dan Hong Kong SAR, diambil kira sebagai satu kumpulan dijangka menjadi sebuah pasaran pelancong terbesar diikuti oleh India dan Asia Barat. Penekanan akan diberi bagi menarik minat pelancong yang berpotensi dari pasaran tradisional seperti Eropah, UK, Australia, New Zealand dan Amerika Syarikat yang ingin melancong ke Malaysia. Dengan pemilihan Kuala Lumpur sebagai Pusat Pelancongan Komanwel bagi jangka masa tiga tahun, Malaysia akan mengukuhkan kerjasama pelancongan dengan negara Komanwel dan Eropah.

8.29 Dalam RMKe-9, strategi akan ditumpukan untuk merealisasikan potensi pelancongan sebagai sumber pertumbuhan penting dari segi pendapatan tukaran wang asing, pembangunan keusahawanan dan pewujudan pekerjaan. Usaha akan dipergiat bagi mengukuhkan kedudukan Malaysia sebagai destinasi pilihan pelancong global. Sehubungan ini, teras strategik adalah seperti berikut:

- ❑ *memastikan pembangunan pelancongan mampan;*
- ❑ *meningkatkan pembangunan produk dan perkhidmatan pelancongan yang inovatif;*
- ❑ *menggalakkan dan memudahkan pelancongan domestik;*
- ❑ *menggiatkan aktiviti pemasaran dan promosi;*
- ❑ *meningkatkan pembangunan sumber manusia; dan*
- ❑ *menjamin keselesaan, keselamatan dan kebajikan pelancong.*

### **Pembangunan Pelancongan Mampan**

8.30 Pendekatan yang lebih bersepadu dalam perancangan dan pelaksanaan pelancongan akan dilaksana bagi memastikan pembangunan mampan industri tersebut. Penekanan akan diberi bagi mengekalkan dan meningkatkan aset semula jadi dan budaya sedia ada yang rentan kepada pencemaran alam sekitar. Pihak berkuasa tempatan dan komuniti setempat digalakkan supaya lebih aktif dalam penyediaan, pelaksanaan dan penyenggaraan projek bagi memastikan kesan yang mempengaruhi persekitaran diminimumkan.

8.31 Peranan Majlis Tindakan Pelancongan Negeri akan diperkukuh bagi meliputi pemantauan, pengawasan dan penilaian yang kerap terhadap hasil projek. Pengukuhan ini adalah bagi memastikan, antara lain, penilaian impak alam sekitar dan garis panduan berkaitan terus menjadi pertimbangan yang penting apabila merangka dan melaksana projek dan infrastruktur berkaitan. Di samping itu, pembekal produk dan perkhidmatan pelancongan perlu memenuhi kriteria khusus dan garis panduan ke atas had tampung kawasan pelancongan yang sensitif seperti pulau, tanah tinggi dan kawasan persisiran pantai. Pelan pelaksanaan, pengurusan dan penyenggaraan dalam program dan projek pelancongan terutamanya pembinaan hotel dan rumah peranginan perlu mengambil kira, antara lain, aspek penjimatan air dan elektrik serta pembuangan sisa kumbahan.

### **Produk dan Perkhidmatan Pelancongan**

8.32 Pembangunan produk dan perkhidmatan yang lebih inovatif akan digalakkan bagi memenuhi minat dan cita rasa yang berlainan di kalangan pelancong bagi meningkatkan ketibaan pelancong, memanjangkan tempoh penginapan dan meningkatkan perbelanjaan pelancong tempatan dan luar negara. Di samping itu, agensi kembara dan siar digalakkan untuk meningkatkan reka bentuk, daya tarikan dan pemasaran pakej pelancongan dengan memberikan perhatian terhadap minat tertentu, kualiti dan harga bagi memenuhi kehendak pelancong yang pelbagai.

8.33 *Ekopelancongan*. Penekanan yang lebih besar akan diberikan kepada ekopelancongan melalui pemuliharaan tarikan semula jadi seperti pusat perlindungan haiwan liar, taman negara, tanah tinggi dan pulau. Pelbagai acara pengembaraan dan lawatan serta ekspedisi khas akan disediakan supaya pelancong boleh menyertai pelbagai aktiviti berkaitan alam semula jadi terutamanya di Taman Negara di Semenanjung Malaysia, Taman Kinabalu di Sabah dan Taman Negara Bako di Sarawak. Bagi menarik lebih ramai pelancong, aktiviti sukan lasak ekopelancongan akan dianjurkan di tempat seperti di Pulau Papan, Wilayah Persekutuan Labuan; Sungai Tembeling, Pahang; dan Pulau Pinang. Di samping itu, kemudahan pelancongan seperti pusat maklumat dan penerangan serta kemudahan awam akan disediakan dan dinaik taraf.

8.34 *Agropelancongan dan Program Inap Desa*. Lebih banyak aktiviti nilai ditambah akan disediakan di bawah agropelancongan dan Program Inap Desa seperti tinggal di dusun dan melawat taman pertanian serta pusat penyelidikan. Tetamu akan digalakkan melawat tempat kraf tangan dan menyertai aktiviti seperti membuat pasu, melukis batik, menganyam bakul dan menenun songket.

8.35 *Pelancongan Warisan*. Pemuliharaan tempat bersejarah, bangunan dan bahan artifak akan terus menjadi salah satu langkah bagi memelihara peninggalan sejarah negara serta menambah bilangan tarikan pelancong. Bagi melaksanakan strategi ini, beberapa tempat dan bangunan bersejarah dikenal pasti untuk

dipulihara dalam tempoh Rancangan. Tempat tersebut termasuk Kota Kuala Muda di Kedah, Fort Alice di Sarawak dan kawasan neolitik Bukit Tengkorak di Sabah. Laluan bersejarah turut dibangunkan berdasarkan tema tertentu seperti warisan Baba Nyonya, era Portugis dan Belanda di Melaka, kawasan tinggalan perang di Kota Bharu serta Bunga Mas di Kedah dan Kelantan.

8.36 Bagi *kebudayaan, hiburan dan seni*, usaha promosi akan diberi tumpuan kepada bidang seperti persembahan seni komersil dan bukan komersil, muzium, galeri seni, pusat kraf tangan dan hiburan serta taman tema. Tarikan kebudayaan akan terus dipromosi bagi mempamerkan kepelbagaian etnik dan pesta budaya. Malaysia juga akan dipromosi sebagai pusat tumpuan sajian memandangkan wujudnya kepelbagaian makanan daripada penduduk negara ini yang berbilang etnik. Sehubungan ini, pakej sajian yang inovatif berdasarkan keistimewaan masakan sesebuah negeri, daerah dan komuniti akan disediakan bagi menarik minat pelancong supaya menikmati hidangan tempatan.

8.37 *Lokasi Pilihan Penggambaran*. Usaha yang lebih giat akan diambil bagi menjadikan Malaysia lokasi penggambaran yang digemari oleh penerbit filem dan syarikat media asing untuk menjalankan penggambaran filem, iklan televisyen dan dokumentari. Langkah ini akan menyediakan saluran tambahan untuk Malaysia mendapatkan publisiti di peringkat antarabangsa dan pendedahan mengenai tempat percutian dan tarikan pelancong di Malaysia.

8.38 Dalam tempoh Rancangan, pasaran *MICE* dijangka terus menjadi suatu sumber pendapatan tukaran asing yang utama. MICE merupakan pasaran berlabar tinggi yang berpotensi menarik ramai ahli perniagaan berkualiti ke Malaysia. Langkah promosi akan dipertingkatkan untuk memasarkan Malaysia sebagai sebuah lokasi yang ideal bagi aktiviti MICE antarabangsa yang mempunyai ciri penting seperti kestabilan politik, pakej yang berdaya saing, kebolehan pengurusan yang kukuh dan perkhidmatan yang cemerlang. Dalam industri MICE yang kompetitif, Kerajaan akan bekerja rapat dengan sektor swasta dalam proses bida untuk menganjurkan persidangan utama, seminar dan pameran serta acara sukan. Penekanan akan diberi kepada menambah dan menaik taraf kemudahan berkaitan MICE yang perlu bagi menjadi tuan rumah persidangan dan pameran di peringkat antarabangsa dan tempatan.

8.39 *Acara Bertema*. Dalam tempoh Rancangan, usaha akan dipergiat bagi menjadikan Malaysia sebagai destinasi membeli-belah antarabangsa. Bagi menggalakkan lagi aktiviti membeli-belah, usahawan akan digalakkan supaya mendapatkan hak agensi dan pengedaran produk jenama tempatan dan luar negara. Kraf tangan dan hasil seni Malaysia seperti batik, wau dan labu sayong akan turut dipromosi sebagai produk pelancongan yang unik. Di samping itu, persembahan muzik tempatan dan teater serta hiburan kosmopolitan akan dianjurkan lebih kerap di Istana Budaya, Dewan Filharmonik Petronas dan pusat budaya yang lain di seluruh negara.

8.40 *Pelancongan Berasaskan Sukan dan Rekreasi.* Dalam usaha mempromosi Malaysia sebagai pusat pelancongan yang berasaskan sukan dan rekreasi antarabangsa, acara sukan bertaraf antarabangsa seperti *Islamic Solidarity Games, Royal Langkawi International Regatta* dan *Amazing Race* serta pertandingan golf antarabangsa akan terus dianjurkan. Usaha turut diambil bagi menjadikan Malaysia sebagai pusat sukan yang menarik yang mampu menganjurkan pelbagai jenis sukan ekstrim seperti luncur angin, berakit mengharungi jeram dan payung terjun serta program televisyen berbentuk realiti. Sebagai usaha menyediakan pelbagai produk pelancongan, industri pelayaran dan pelayaran persiaran akan terus digalakkan. Putrajaya akan terus dipopularkan sebagai pusat sukan yang menganjurkan acara kayak, bot dan basikal air.

8.41 Promosi *pelancongan pendidikan* akan terus dipertingkatkan bagi membangunkan Malaysia sebagai destinasi pilihan oleh pelajar antarabangsa. Pendapatan tukaran asing dari sumber pertumbuhan yang berpotensi ini dianggar sebanyak RM900 juta menjelang tahun 2010. Sehubungan ini, jumlah Pusat Penggalakan Pendidikan Malaysia di bandar terpilih di seluruh dunia akan ditingkatkan. Usaha mempromosi *pelancongan kesihatan* akan dipergiat bagi menempatkan Malaysia sebagai pusat pelancongan kesihatan yang baru di dunia. Sehubungan ini, sektor swasta akan digalakkan menyertai pelbagai pameran perdagangan dan ekspo bagi mempamerkan perkhidmatan kesihatan Malaysia dalam rawatan perubatan tradisional dan moden. Menjelang tahun 2010, pelancongan kesihatan dijangka menghasilkan pendapatan berjumlah RM2.0 bilion.

8.42 *Program Malaysia Rumah Keduaku* akan dipromosi secara intensif bagi memupuk minat di kalangan peserta yang berpotensi. Sehubungan ini, kerjasama antara agensi akan dipertingkatkan bagi menjamin kelancaran pelaksanaan program.

### **Pelancongan Domestik**

8.43 Pelancongan domestik akan terus diutamakan dan dimajukan supaya menyumbang kepada perkembangan industri pelancongan. Program untuk mempromosi kembara dan siar domestik akan menumpukan kepada usaha memupuk budaya merancang percutian di kalangan masyarakat Malaysia dan menggalakkan rakyat tempatan menjelajah ke pelbagai tempat pelancongan yang menarik dalam negara. Sehubungan ini, pelbagai pameran, pesta dan acara khusus akan dianjurkan bagi mempromosi pakej pelancongan dengan harga berpatutan dan meningkatkan kesedaran jenama pelancongan domestik sepanjang tahun. Pakej pelancongan Cuti-cuti Malaysia, program pelancongan pelajar dan bas rombongan bagi kumpulan pelancong yang khusus akan terus dipromosi secara giat bagi meningkatkan kembara dan siar domestik.

8.44 Bagi meningkatkan kembara dan siar domestik, sektor swasta akan digalakkan menyediakan kemudahan rekreasi yang lebih baik serta pelbagai penginapan daripada yang termahal kepada kadar mampu sewa bagi memenuhi keperluan kumpulan sasar yang berbeza. Di samping itu, penambahan kapasiti terminal LCC dan laluan yang berdaya saing dijangka memudahkan lagi perjalanan domestik. Agensi pelancongan Kerajaan Persekutuan dan negeri akan bekerjasama dengan sektor swasta dalam menganjurkan kempen pemasaran melalui pameran di setiap negeri bagi mempromosi pelancongan domestik di negeri berkenaan.

### **Pemasaran dan Promosi**

8.45 Tujuan utama pemasaran dan promosi adalah untuk menaikkan imej Malaysia di peringkat antarabangsa sebagai destinasi pelancongan. Usaha pemasaran dan promosi akan dipertingkatkan bagi mengekalkan daya saing dan tarikan produk dan perkhidmatan pelancongan. Tema *Malaysia Truly Asia* akan terus dimanfaatkan bagi mengukuhkan tema tersebut sebagai imej yang unik dan dikenali oleh pelancong antarabangsa. Sehubungan ini, aktiviti pemasaran dan promosi berbilang serampang terutamanya bagi Tahun Melawat Malaysia 2007 (VMY 2007) akan dilaksanakan secara agresif melalui penglibatan aktif dalam ekspo perdagangan, pameran dan misi jualan. Aktiviti tersebut bertujuan mengekalkan kehadiran pelancong dari pasaran jarak dekat, meningkatkan pelancong dari pasaran jarak sederhana yang berkembang pesat dan menggiatkan semula pasaran tradisional jarak jauh. VMY 2007 juga turut dijadikan faktor bagi menambahkan jumlah kehadiran pelancong dan kedatangan semula pelancong serta menarik minat pelancong agar berbelanja besar dan tinggal lebih lama di Malaysia. Perancangan dan pelaksanaan aktiviti promosi VMY2007 akan dilaksanakan sempena Sambutan Jubli Emas Kemerdekaan Malaysia ke-50.

8.46 Sebagai usaha promosi dan pemasaran VMY 2007, aktiviti promosi dan publisiti yang lebih giat akan dianjurkan di peringkat domestik dan antarabangsa. Pelbagai langkah akan diambil bagi memudahkan prosedur imigresen di pintu masuk ke Malaysia. Usaha juga akan dilaksanakan bagi membentuk dan memasarkan pakej pelancongan istimewa bagi memenuhi keperluan pelancong dari pelbagai destinasi. Laman web sedia ada akan dinaik taraf menjadi portal pelancongan di bawah Kementerian Pelancongan untuk mempercepatkan transaksi dalam talian bagi perniagaan ke perniagaan serta perniagaan ke pengguna. Pembekal perkhidmatan digalakkan menggunakan portal tersebut bagi pengiklanan produk dan perkhidmatan serta menguruskan aktiviti jualan. Portal ini akan membekalkan maklumat mengenai, antara lain, penginapan, pengangkutan, tempat menarik dan acara kebudayaan. Di samping itu, urusan pakej kembara dan siar yang lengkap serta pembayaran dalam talian boleh dilakukan. Portal ini juga akan memudahkan pengumpulan data dan kajian terhadap minat dan pilihan pelanggan bagi meningkatkan perancangan dan mereka bentuk semula produk dan memperkemas perkhidmatan.

## **Pelaburan**

8.47 Pembangunan yang dijangka dalam industri pelancongan memerlukan penambahan kemudahan dan infrastruktur berkaitan pelancongan. Sektor awam akan melengkapkan usaha sektor swasta dengan menyediakan peruntukan sebanyak RM1.0 bilion bagi tujuan menaik taraf dan menyenggara kemudahan sedia ada seperti taman awam, laluan pejalan kaki dan basikal, kawasan rehat dan rawat serta kemudahan asas yang lain. Infrastruktur yang lebih baik akan dibina termasuk pembangunan pusat maklumat pelancongan serta akses yang lebih baik melalui jalan raya, rel, jeti dan jambatan ke destinasi pelancongan yang popular.

8.48 Dalam usaha meneruskan promosi Malaysia sebagai destinasi pilihan di rantau ini, sektor swasta digalakkan membangunkan produk dan perkhidmatan pelancongan yang inovatif untuk memenuhi permintaan pasaran yang berbeza serta membangunkan pasaran terpilih yang berpotensi. Bagi tujuan ini, peruntukan insentif akan dipertimbangkan untuk pembangunan produk khusus seperti ekopelancongan, produk kebudayaan dan MICE. Penekanan diberikan dalam mepakej semula tarikan sedia ada serta membangunkan produk kembara dan siar yang baru. Aktiviti pemasaran dan promosi akan diselaraskan dengan segmen pasaran utama bagi meningkatkan pelancongan dari luar negara serta pelancongan domestik.

8.49 Industri pelancongan menawarkan skop yang luas bagi daya cipta dan inovasi serta pembangunan usahawan dengan pelbagai peluang pelaburan termasuk pembinaan hotel dan rumah peranginan serta penyediaan pelbagai perkhidmatan dan tarikan pelancong. Peluang tersebut dijangka menarik minat penyertaan Bumiputera dalam aktiviti komersil dan perniagaan berkaitan pelancongan. Enterpris kecil dan sederhana (EKS) digalakkan menyertai pembangunan perniagaan sedia ada dan baru seperti penyediaan makanan, perkhidmatan rekreasi dan pembangunan produk kraf tangan. Dari segi pembiayaan, dana TIF dan Tabung Khas akan ditambah bagi menyediakan sumber pembiayaan alternatif kepada pelabur yang berpotensi. Pakej pelaburan khusus akan dibangunkan bagi meningkatkan penyertaan Bumiputera dalam pasaran pelancongan yang sedang berkembang dan menubuhkan operasi pelancongan di pasaran baru dan baru muncul seperti di Asia Barat, China dan India.

## **Pembangunan Sumber Manusia**

8.50 Bagi memenuhi permintaan sumber manusia yang terlatih dan berpengalaman dalam bidang pengurusan, penyeliaan dan teknikal terutamanya bagi subsektor hotel dan pelancongan, penyediaan program latihan yang berkaitan akan diutamakan. NTHRDC bersama MLVK dan Kementerian Pengajian Tinggi

serta Lembaga Akreditasi Pelancongan akan menyelaras latihan teknikal dan vokasional serta pengurusan dan penyeliaan. Sehubungan ini, kerjasama sektor awam dan sektor swasta akan digalakkan bagi memastikan output selaras dengan keperluan industri pelancongan yang semakin canggih. NOSS sedia ada akan dikaji semula dari semasa ke semasa oleh MLVK bagi memastikan kesesuaian standard kemahiran bagi memenuhi permintaan industri pelancongan. Pelajar sekolah akan diberikan pendedahan mengenai peluang kerjaya dalam industri pelancongan manakala institusi pendidikan tinggi digalakkan menawarkan pelbagai jenis kursus berkaitan pelancongan. Pemandu pelancong akan terus dilatih manakala yang baru akan menjalani latihan secara intensif bagi memastikan perkhidmatan berkualiti diberikan. Pemandu pelancong juga digalakkan mempelajari bahasa asing terutamanya bahasa Arab, Jepun, Jerman dan Sepanyol.

### **Pakatan Strategik dan Perkongsian Pintar**

8.51 Bagi meningkatkan lagi promosi sektor pelancongan, Kerajaan akan terus membantu memupuk pakatan strategik global dan serantau dan perkongsian pintar antara Kerajaan, organisasi pelancongan dan sektor swasta. Perkongsian ini akan mewujudkan nama baik bagi Malaysia dan meningkatkan lagi kerjasama di kalangan negara lain dan seterusnya menggalakkan pelancongan antara negara melalui aktiviti mesyuarat dan persidangan. Pembekal perkhidmatan kembara dan siar, pembekal perkhidmatan pengangkutan, organisasi MICE, pengusaha hotel dan operator di destinasi pelancongan digalakkan bekerjasama antara mereka supaya dapat memberikan kemudahan dan keselesaan kepada pelancong. Di samping itu, dengan peningkatan liberalisasi dalam perkhidmatan pelancongan di bawah Perjanjian Rangka Kerja ASEAN Mengenai Perkhidmatan, usaha giat akan dijalankan untuk mempromosi Malaysia sebagai destinasi utama dan destinasi persinggahan di kalangan negara ASEAN serta rantau Asia Pasifik.

### **Peningkatan Akses**

8.52 Dalam tempoh Rancangan, pelbagai usaha akan dilaksanakan bagi meningkatkan akses ke negara ini dan dalam negara. Sehubungan ini, perkhidmatan di pintu masuk, rangkaian pengangkutan antara bandar dan tempat peranginan serta akses kepada perkhidmatan komunikasi terutamanya kemudahan Internet akan dipertingkatkan. Infrastruktur dan kemudahan pengangkutan udara, darat dan laut akan dinaik taraf bagi membantu pertumbuhan industri pelancongan. Penambahbaikan termasuk memperkenalkan permohonan visa dalam talian dan penyediaan permit masuk berbilang akan terus dilaksanakan bagi membantu kelancaran perjalanan.

8.53 Kekerapan dan kapasiti penerbangan antara Malaysia dengan pasaran tertentu akan ditambah bagi memudahkan pelancong dari luar negara melawat Malaysia. Langkah lain termasuk berkongsi kod operasi dengan syarikat

penerbangan lain serta menggalakkan lagi syarikat penerbangan asing beroperasi di negara ini. Liberalisasi perkhidmatan penerbangan di rantau ASEAN pada tahun 2008 akan mempertingkatkan akses ke bandar negara ASEAN dan seterusnya mempromosi pelancongan serantau. Lapangan Terbang Kota Kinabalu akan diperbesar bagi pembangunan hab LCC yang kedua di Malaysia selepas KLIA.

### **Penyelidikan dan Perancangan**

8.54 Usaha bagi memastikan pembangunan pelancongan yang mampan termasuk menggunakan pendekatan yang lebih bersepadu dalam perancangan dan pelaksanaan projek. Usaha ini memerlukan penyelidikan dan penilaian impak yang berterusan ke atas program dan projek berkaitan pelancongan. Penyelidikan dan risikan pemasaran dengan kerjasama pihak swasta akan terus dijalankan untuk menganalisis profil pelancong dan trend pelancongan global dan domestik. Di samping itu, Akaun Satelit Pelancongan (TSA) akan dibangunkan sepenuhnya. Mekanisme TSA boleh, antara lain, mengira sumbangan sektor pelancongan kepada pertumbuhan ekonomi, pelaburan dan pendapatan negara bagi membantu penggubalan dasar serta pengubahsuaian strategi dan program bagi industri pelancongan.

### **Keselamatan**

8.55 Memandangkan keselesaan dan keselamatan merupakan faktor penting dalam industri kembara dan siar, usaha yang lebih giat akan diambil bagi memastikan Malaysia sebuah negara yang menyenangkan dan selamat untuk dilawati. Pasukan polis pelancong akan diperkukuh untuk meningkatkan keselamatan pelancong. Pada masa yang sama, negara akan menggunakan sepenuhnya kestabilan politik dan suasana harmoni antara etnik untuk meningkatkan imej negara sebagai destinasi mesra pelancong.

## **IV. INSTITUSI PELAKSANA DAN PERUNTUKAN**

8.56 Kementerian Pelancongan akan terus menerajui pembangunan industri pelancongan melalui pemasaran dan promosi pelbagai produk dan perkhidmatan pelancongan yang terdapat di negara ini. Usaha ini akan disokong oleh agensi pelaksana yang lain termasuk Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia (Tourism Malaysia), kerajaan negeri dan pihak berkuasa tempatan. Dari segi peningkatan akses, Kementerian Pengangkutan akan membantu pertumbuhan industri pelancongan dengan memastikan sistem pengangkutan dan infrastruktur yang lebih cekap. Kementerian Hal Ehwal Dalam Negeri dan Jabatan Imigresen akan membantu perjalanan ke dan dari pintu masuk di seluruh negara.

8.57 Peruntukan pembangunan bagi industri pelancongan di bawah RMKe-9 berjumlah RM1.8 bilion, seperti ditunjukkan dalam *Jadual 8-3*. Kerajaan akan memberikan tumpuan kepada penyediaan infrastruktur yang mencukupi. Sebahagian besar daripada peruntukan ini bertujuan menaik taraf dan menyenggara kemudahan berkaitan pelancongan.

JADUAL 8-3

**PERBELANJAAN DAN PERUNTUKAN PEMBANGUNAN PELANCONGAN,  
2001-2010  
(RM juta)**

<i>Program</i>	<i>RMKe-8 Perbelanjaan</i>	<i>RMKe-9 Peruntukan</i>
Perlindungan Alam Sekitar dan Pengindahan	243.1	652.1
Kemudahan, Infrastruktur dan Penyenggaraan	459.4	1,034.8
Penginapan	31.7	115.0
Lain-lain	49.4	46.0
<b>Jumlah</b>	<b>783.6</b>	<b>1,847.9</b>

*Sumber:* Unit Perancang Ekonomi

## V. PENUTUP

8.58 Dalam tempoh RMKe-8, industri pelancongan telah mengalami pembangunan yang menggalakkan dan menyumbang kepada pendapatan tukaran asing yang tinggi serta menjana perniagaan baru dan peluang pekerjaan. Dalam tempoh RMKe-9, industri pelancongan akan terus menjadi sumber pertumbuhan baru yang utama dan pemacu kepada pembangunan sektor perkhidmatan. Bagi mempercepat momentum industri pelancongan mencapai potensi maksimum, Malaysia akan meningkatkan kedudukannya sebagai destinasi pelancongan antarabangsa serta mempromosi industri kembara dan siar domestik. Keutamaan akan diberikan bagi meningkatkan akses melalui pengangkutan udara dan darat yang lebih cekap termasuk perjalanan yang lancar menerusi permohonan visa dalam talian dan permit masuk berbilang. Penyertaan sektor swasta dalam pembangunan produk dan perkhidmatan yang inovatif akan dipertingkatkan melalui insentif yang lebih baik dan dana yang mencukupi. Inisiatif khas Tahun Melawat Malaysia 2007 akan menyediakan peluang yang banyak untuk pelaburan, keusahawanan dan pekerjaan.

8.59 Pembangunan pelancongan mampan akan diberikan keutamaan memandangkan pemuliharaan dan perlindungan habitat semula jadi dan alam sekitar menjadi semakin penting terutamanya dalam konteks pelancongan berhemah. Kerjasama erat antara Kerajaan Persekutuan dengan kerajaan negeri serta sektor awam dengan sektor swasta akan terus diperkukuh dalam penggubalan dan pelaksanaan strategi dan program pelancongan.