

PENENTU UTAMA PERMINTAAN PELANCONG ANTARABANGSA KE MALAYSIA DARI PASARAN ASIA TIMUR DAN PASIFIK

REDZUAN OTHMAN
NORLIDA HANIM MOHD SALLEH
*Fakulti Ekonomi dan Perniagaan
Universiti Kebangsaan Malaysia*

ABSTRAK

Dalam tempoh hampir dua dekad yang lepas industri pelancongan negara telah mengalami pembangunan yang cukup pesat. Antara tahun 1985 – 2002, ketibaan pelancong antarabangsa dan pendapatan yang diperolehi masing-masing telah meningkat daripada 3.1 juta ketibaan kepada 13.3 juta dan daripada RM1.5 bilion kepada RM24 billion. Antara pasaran pelancongan utama antarabangsa yang mengalami perkembangan yang pesat ialah pasaran Asia Timur dan Pasifik. Mengikut Pertubuhan Pelancongan Dunia (WTO), syer ketibaan pelancong ke pasaran ini meningkat begitu ketara sekali. Jika pada tahun 1960 pasaran ini menguasai hanya hampir 1% daripada jumlah ketibaan pelancong antarabangsa tetapi menjelang tahun 2010 dijangka pasaran ini menguasai hampir 20% daripada ketibaan pelancong antarabangsa mengatasi pasaran Amerika. Malaysia merupakan salah satu pasaran dalam kumpulan ini dan lebih menarik lagi sebahagian besar ketibaan pelancong antarabangsa ke Malaysia juga datangnya dari kawasan yang sama. Peningkatan kemasukan pelancong antarabangsa ini disebabkan oleh pelbagai faktor tarikan yang terdapat di Malaysia dan faktor tolakan daripada negara pengunjung. Kajian ini cuba menentu dan menganggarkan kepentingan beberapa faktor ekonomi penting yang dijangka mempengaruhi kemasukan mereka ke negara ini. Antara faktor yang dikenal pasti ialah kos semasa melancong di Malaysia, tingkat pendapatan pelancong, kadar pertukaran mata wang asing, kegiatan promosi, keadaan kegawatan ekonomi dan bencana alam seperti jerubu dan ketakstabilan politik antarabangsa. Dengan menggunakan model permintaan konvensional, kajian ini cuba menganggarkan secara empirik kepentingan faktor ekonomi yang dinyatakan ini. Secara keseluruhan hasil kajian didapati konsisten dengan pendekatan teori dan ekonometrik enam daripada tujuh negara yang dikaji menunjukkan lebih daripada separuh pemboleh ubah yang digunakan adalah signifikan sebagai penerang kepada

kemasukan mereka ke Malaysia. Keanjalan permintaan harga (kos semasa melancong) didapati secara relatifnya lebih anjal daripada lain-lain keanjalan.

Kata kunci: *Pelancongan; permintaan; penentu permintaan; keanjalan permintaan.*

ABSTRACT

In the last two decades the Malaysian tourism industry had witnessed a tremendous growth. Between 1985 to 2002, international tourist arrivals and revenue generated from tourism had increased from 3.1 million to 13.3 million arrivals and from RM1.5 billion to RM24 billion respectively. East Asia and the Pacific market have shown a tremendous growth in international tourist arrivals as compared to other major tourist destinations. According to the World Tourist Organisation (WTO) the share of international tourist arrivals from this market had increased impressively within the last 5 decades. In 1960, this destination controlled less than 1% of the total international tourist arrivals globally but by the year 2010 this market is expected to increase its control to nearly 20% which is more than the share of the Americas market. Malaysia is one of the destinations of this market. More interestingly, a major group of international tourist arrivals to Malaysia is coming from this area. The increased in international tourist arrivals was due to the various pull and push factors. This study tries to determine and estimate the importance of various economic factors that might affect their traveling decision to this country. Among other important economic factors identified are costs of travelling in Malaysia, tourist income, foreign exchange rates, promotional activities, economic downturn and natural disasters such as the incidence of haze and international political instability. Employing a conventional demand model, this study is trying to estimate empirically the importance of these economic variables. Overall, research findings are consistent with theoretical framework and econometrics approach. More than half of the variables in this study are important in influencing the international tourist arrivals to this country. The elasticity of price (cost of traveling) is relatively more elastic than other elasticities.

Keywords: *Tourism; demand; determinants of demand; elasticity of demand.*

PENGENALAN

Industri pelancongan kini mula mendapat perhatian oleh kebanyakan negara sebagai penyumbang kepada pendapatan negara khususnya sebagai sumber pendapatan wang asing. Ini ekoran daripada kepesatan permintaan terhadap aktiviti pelancongan berikutan meningkatnya

tingkat pendapatan masyarakat dan berlakunya perubahan cara hidup manusia yang turut memberikan keutamaan terhadap aktiviti rekreasi. Dianggarkan pada tahun 2001, sejumlah 693 juta ketibaan pelancong antarabangsa dicatatkan, yang menghasilkan pendapatan bernilai US\$463 bilion. Walau bagaimanapun, angka ini berkurangan sedikit berbanding tahun 2000 yang mencatatkan sejumlah 697 juta ketibaan dengan jumlah pendapatan bernilai US\$474 bilion. Kejatuhan ini disebabkan oleh tragedi 11 September 2001, yang begitu mempengaruhi pasaran pelancongan terutamanya dari Amerika Syarikat (WTO, 2002).

Perangkaan ini menunjukkan secara puratanya terdapat hampir 1.8 juta lawatan dilakukan oleh pelancong antarabangsa setiap hari dengan perbelanjaan mereka menghampiri US\$1.3 billion. Kebanyakan negara pelancongan utama dunia masih dikuasai oleh pasaran pelancongan tradisional seperti Eropah dan Amerika. Data tahun 1970 menunjukkan pasaran Eropah menguasai 68.2% daripada ketibaan pelancongan antarabangsa, Amerika 25.5%, Asia Timur/Pasifik (termasuk Malaysia) 3.2%, Asia Selatan 0.5% dan lain-lain pasaran 2.6% (WTO, 1999).

Walaupun bagaimanapun, dengan pertumbuhan destinasi pelancongan baru yang lebih menarik dan berlakunya kesesakan di kawasan pelancongan tradisional telah menyebabkan berlaku perubahan dalam peratus ketibaan pelancong antarabangsa ke kawasan pelancongan tradisional ini. Pada tahun 2001 misalnya syer pasaran Eropah dalam penerimaan kedatangan pelancong berkurang kepada 57.8%, pasaran Amerika jatuh kepada 17.4%, manakala pasaran Asia Timur dan Pasifik meningkat kepada 16.6% (WTO, 2002), rujuk Jadual 1.

Jadual 1

Peratus Syer Ketibaan Pelancong Antarabangsa Mengikut Pasaran Utama Dunia 1960-2020

Pasaran Utama Dunia	Tahun						
	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020
Afrika	0.96	1.48	2.62	3.3	3.9	4.7	5.0
Amerika	21.3	25.9	22.0	20.4	18.4	18.8	18.1
Asia Timur dan Pasifik	0.9	3.27	7.5	11.6	15.7	19.4	25.4
Eropah	76.9	69.1	67.9	62.4	57.8	52.4	45.9
Timur Tengah	-	-	-	1.6	3.3	3.4	4.4
Asia Selatan	-	-	-	0.7	0.9	1.1	1.2

Sumber: World Tourism Organization, Tourism Highlights 2003 di www.world-tourism.org

Satu yang menarik daripada Jadual 1 ialah perkembangan industri pelancongan di Asia Timur dan Pasifik. Didapati pada tahun 1960 kawasan ini menerima kurang daripada 1% kunjungan pelancong antarabangsa, tetapi pada tahun 2000 kawasan ini memperoleh hampir 16% daripada jumlah ketibaan pelancong dunia. Malah WTO meramalkan menjelang tahun 2010 kawasan peratus ketibaan pelancong asing ke pasaran Asia Timur dan Pasifik ini akan mengatasi pasaran Amerika. Pada masa yang sama ketibaan pelancong antarabangsa yang melawat Malaysia juga didominasi oleh pelancong daripada kawasan Asia Timur dan Pasifik terutamanya dari rantau ASEAN. Memandangkan pentingnya rantau ini sebagai destinasi pelancongan antarabangsa dan penyumbang penting kepada kemasukan pelancong asing ke Malaysia satu kajian permintaan pelancongan perlu dijalankan. Kajian ini cuba mengenal pasti beberapa faktor utama terpilih (ekonomi dan bukan ekonomi) yang dijangka mempengaruhi permintaan pelancong asing untuk melancong ke Malaysia.

Bahagian seterusnya membincangkan sepintas lalu industri pelancongan Malaysia, diikuti dengan kerangka teori permintaan pelancongan, spesifikasi model permintaan yang digunakan, hasil kajian dan implikasinya kepada dasar pelancongan negara.

INDUSTRI PELANCONGAN MALAYSIA

Sungguhpun kerajaan Malaysia telah mula menggiatkan diri secara formal di dalam industri pelancongan semenjak tahun 1959 dengan penubuhan Jabatan Pelancongan, dan kemudiannya menubuhkan Perbadanan Kemajuan Pelancongan (TDC) pada awal tahun 1974, namun pada peringkat awal khususnya dalam tempoh 25 tahun berikutnya, pihak kerajaan kurang memberikan perhatian kepada pembangunan industri ini secara serius. Ini kerana sektor komoditi utama dan sektor pembuatan memainkan peranan penting sebagai penyumbang utama pendapatan negara. Hanya pada pertengahan tahun 1980-an akibat berlakunya kemelesetan ekonomi dunia yang mula menjejaskan keadaan ekonomi negara, kerajaan mula menyedari dan mencari industri baru bagi membantu membangunkan pertumbuhan ekonomi negara. Pencarian berakhir apabila dikenal pasti industri pelancongan yang bersifat agak 'robust' terhadap perubahan iklim ekonomi global berpotensi dibangunkan sebagai industri yang dapat mengurangkan kesan kemelesetan ekonomi negara.

Tindakan aktif kerajaan diteruskan dengan penubuhan Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan pada tahun 1987 yang membolehkan kegiatan pembangunan pelancongan dijalankan dengan lebih terancang dan tersusun. Pelbagai rangsangan dan galakan telah diberikan kepada sektor swasta, di samping penglibatan kerajaan secara langsung telah merancakkan lagi pertumbuhan industri pelancongan negara. Pada tahun 2004, untuk mengukuhkan lagi industri pelancongan Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan ini akhirnya telah distrukturkan semula menjadi dua kementerian berasingan iaitu Kementerian Pelancongan dan Kementerian Kebudayaan dan Warisan. Ini membolehkan Kementerian Pelancongan menjadi lebih cekap dan berkesan dalam membawa misi menjadikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan yang menjadi pilihan utama pelancong antarabangsa.

Jadual 2 menunjukkan perangkaan bilangan ketibaan dan pendapatan daripada pelancongan. Umumnya perangkaan ini menunjukkan tren yang meningkat terutamanya selepas pertengahan tahun 1980-an, kecuali pada beberapa tahun tertentu misalnya semasa kemelesetan ekonomi, pergolakan politik antarabangsa dan bencana alam. Pada tahun 1990 misalnya, bilangan ketibaan pelancong meningkat dengan drastik sekali kepada 7.4 juta berbanding dengan tahun sebelumnya 4.8 juta ekoran kempen Tahun Melawat Malaysia. Peningkatan ketibaan ini telah membawa masuk tukaran wang asing bernilai RM4.5 bilion yang merupakan pembekal mata wang asing ketiga terpenting selepas pembuatan dan keluaran petroleum. Menjelang tahun 2000 dan selepasnya, bilangan ketibaan melepasi 10 juta pengunjung antarabangsa, misalnya pada tahun 2000 dan 2001 dengan jumlah ketibaan pelancong antarabangsa masing-masing berjumlah 10.2 dan 12.8 juta orang. Jumlah ini membawa masuk pertukaran wang asing bernilai RM17.3 dan RM24.2 bilion masing-masing. Tren ini terus meningkat pada tahun 2002 dengan kadar pertumbuhan masing-masing sekitar 4% dan 6%. Keadaan ini telah meletakkan industri pelancongan sebagai penjana pertukaran wang asing kedua terbesar selepas sektor pembuatan. Berdasarkan komitmen dan kesungguhan pelbagai pihak memajukan industri ini, dijangka pelancongan akan menjadi industri yang semakin penting sebagai penjana mata wang asing dan pembekal peluang guna tenaga.

Ketibaan utama pelancong ke Malaysia bagaimanapun seperti dinyatakan di awal perbincangan adalah daripada negara ASEAN, dengan majoriti dari Singapura, diikuti oleh Thailand dan Indonesia. Brunei turut menyumbangkan jumlah ketibaan yang tinggi terutama sejak kebelakangan ini. Negara-negara lain-lain termasuk Jepun, China, Hong Kong, India, Taiwan dan Australia, rujuk Jadual 3.

Jadual 2
Ketibaan dan Pendapatan Pelancongan Malaysia (1974-2002)

Tahun	Ketibaan Pelancong (Bilangan)	Peratus Pertumbuhan (%)	Jumlah Pendapatan (RM Juta)	Peratus Pertumbuhan (%)
1974	1,165,270	-	353.9	-
1975	1,461,603	+25.43	389.5	+10.06
1976	1,451,441	-0.70	275.2	-29.34
1977	1,546,866	+6.57	414.3	+50.55
1978	1,880,646	+21.58	450.3	+8.69
1979	2,039,154	+8.43	495.0	+9.23
1980	2,067,020	+1.37	618.9	+25.03
1981	2,533,104	+22.55	1,001	+61.74
1982	2,774,498	+9.53	1,132	+13.07
1983	2,926,550	+5.48	1,329	+17.40
1984	2,947,314	+0.71	1,426	+7.30
1985	3,109,106	+5.49	1,543.1	+8.21
1986	3,217,462	+3.49	1,669.2	+8.17
1987	3,358,983	+4.40	1,795.1	+7.54
1988	3,623,636	+7.88	2,011.7	+12.07
1989	4,846,320	+33.74	2,802.7	+39.32
1990	7,445,908	+53.64	4,500.0	+60.56
1991	5,847,213	-21.47	4,300.0	-4.44
1992	6,016,209	+2.89	4,595.4	+6.87
1993	6,503,860	+8.11	5,065.8	+10.24
1994	7,197,229	+10.66	8,298.3	+63.81
1995	7,468,749	+3.77	9,174.9	+10.56
1996	7,138,452	-4.42	10,354.1	+12.85
1997	6,210,921	-12.99	9,699.0	-6.33
1998	5,550,748	-10.6	8,580.0	-4.5
1999	7,931,149	+42.88	13,450	+56.76
2000	10,221,582	+28.87	17,335.4	+28.89
2001	12,775,073	+28.98	24,221.5	+39.72
2002	13,292,010	+4.05	25,781.1	+6.44

Sumber: Laporan Tahunan Statistik Pelancongan, 1974-2002

Jadual 3
Ketibaan Pelancongan ke Malaysia Mengikut Negara Asal,
(1999-2001)

Negara	Tahun			Peratus perubahan (%)	
	2001	2000	1999	01/00	00/99
Singapura	14,777,634	10,826,283	9,889,875	36.5	9.5
Thailand	1,086,398	1,009,785	565,260	7.6	78.6
Indonesia	884,156	639,805	349,799	38.2	82.9

(sambungan Jadual 3)

Negara	2001	Tahun		Peratus perubahan (%)	
		2000	1999	01/00	00/99
Jepun	558,454	646,771	449,034	-13.6	44.0
China	467,307	438,145	193,552	6.7	126.4
Hong Kong	153,335	79,629	70,376	92.5	13.2
Australia	266,828	275,840	165,258	-3.3	66.9
Jumlah ketibaan dari kawasan kajian	18,194,112 (79.12)	13,916,258 (80.85)	11,683,154 (83.99)	-	-
Brunei	984,937	604,830	649,035	62.8	-6.8
Filipina	194,438	121,889	63,079	59.5	93.9
Taiwan	207,307	221,547	142,817	22.0	55.1
Korea Selatan	84,428	138,674	73,122	-39.1	89.6
India	182,426	157,106	56,829	16.1	176.5
Asia Barat	170,229	63,003	25,002	170.2	152.0
Kanada	58,422	67,532	31,319	-13.5	115.6
Amerika Syarikat	195,247	223,971	105,395	-12.8	112.5
New Zealand	38,366	26,265	22,219	45.5	18.7
Denmark, Finland dan Norway	72,904	58,688	20,061	24.2	192.5
Sweden	45,479	54,545	23,167	-16.6	135.4
United Kingdom	290,642	266,208	156,185	9.2	70.4
Itali	26,028	41,227	17,715	-36.9	132.7
Belgium	12,833	16,353	6,682	-21.5	144.7
Netherland	60,149	39,221	21,876	53.4	79.3
Perancis	42,928	38,314	26,888	12.0	42.5
Jerman	84,841	85,035	52,205	-0.2	62.9
Switzerland	26,757	13,183	8,096	103.0	62.8
Afrika Selatan	28,430	13,542	15,110	109.9	-10.4
Negara Asia Lain	170,291	110,576	36,685	54.0	201.4
Negara Eropah Lain	290,326	69,555	26,627	317.4	161.2
Negara Amerika Lain	17,298	134,360	14,621	-87.1	819.0
Lain-lain negara	1,452,629	730,568	632,771	98.8	15.5
Jumlah	22,994,538	17,212,580	13,910,660	33.6	23.7

Sumber: Tourism in Malaysia Key Performance Indicator, Research Division of Tourism Malaysia, 200

KERANGKA TEORI

Konsep permintaan merujuk kepada kesanggupan membayar pengguna untuk memperoleh sejumlah barangan dan perkhidmatan pada pelbagai tingkat harga pasaran. Pengguna yang bersikap rasional akan sentiasa bertindak untuk memaksimumkan kepuasan atau utiliti

daripada sejumlah barangan dan perkhidmatan yang digunakan. Persamaan utiliti pengguna ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Utiliti} = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \dots\dots\dots (1)$$

Dengan X_i merujuk kepada pelbagai jenis barangan dan perkhidmatan. Untuk memperoleh sejumlah barangan, pengguna berkenaan mestilah mempunyai sejumlah pendapatan untuk membeli barangan dan perkhidmatan yang diperlukan. Pendapatan seorang pengguna berpunca daripada gaji/upah pekerjaan dan juga kekayaan atau aset yang dimiliki oleh pengguna. Diandaikan juga upah yang diperoleh bergantung kepada jumlah masa kerja dan kadar upah iaitu semakin lama pengguna bekerja dan tinggi kadar upah, maka semakin banyak upah yang diterima. Ini dapat diringkaskan seperti persamaan di bawah:

$$I = TA + w(TT - WT) \dots\dots\dots (2)$$

dengan:

- I - Jumlah pendapatan
- TA - Jumlah harta dimiliki
- w - Kadar upah
- TT - Jumlah masa yang miliki
- WT - Jumlah masa bekerja

Dalam konteks permintaan pelancongan, diandaikan pengguna menggunakan dua jenis barangan iaitu pelancongan (V) dan bukan pelancongan (X). Pengguna memiliki sejumlah pendapatan (I). Dengan pendapatan ini pengguna cuba memaksimumkan kepuasan/utiliti daripada kedua-dua barangan ini. Secara persamaan boleh ditulis seperti berikut:

$$U = f(X, V) \dots\dots\dots (3)$$

Tertakluk kepada kekangan belanjawan iaitu:

$$I = P_x \cdot X + P_v \cdot V \dots\dots\dots (4)$$

dengan:

P_x dan P_v masing-masing harga barang X dan pelancongan (V)
 Untuk pemaksimuman berkekangan, dibentuk persamaan Lagrange seperti di bawah:

$$L = U(X, V) + \lambda (I - P_x \cdot X - P_v \cdot V) \dots\dots\dots (5)$$

$$\partial L / \partial X = U'X - \lambda P_x = 0 \dots\dots\dots (6)$$

$$\partial L / \partial V = U'V - \lambda P_v = 0 \dots\dots\dots (7)$$

$$\partial L / \partial \lambda = (I - P_x \cdot X - P_v \cdot V = 0) \dots\dots\dots (8)$$

dengan:

$U'X$ = Utiliti Marginal X (MU_x)

$U'V$ = Utiliti Marginal V (MU_v)

Daripada persamaan (5) – (8), keseimbangan permintaan berlaku apabila;

$$MU_x/P_x = MU_v/P_v \dots\dots\dots (9)$$

Dengan mengambil kira kekangan pendapatan, fungsi permintaan umum untuk X dan V dapat ditulis seperti berikut:

$$X = f(P_x, P_v, I) \dots\dots\dots (10)$$

$$V = f(P_x, P_v, I) \dots\dots\dots (11)$$

Daripada persamaan (11), pada asasnya permintaan terhadap pelancongan bergantung kepada harga pelancongan (P_v), harga barangan lain iaitu harga X (P_x) dan tingkat pendapatan (I). Di sini dapat dirumuskan permintaan sesuatu barangan ditentukan oleh harga barangan berkenaan, harga barangan lain dan tingkat pendapatan yang dimiliki.

SPESIFIKASI MODEL

Berasaskan teori ekonomi, faktor asas terpenting yang mempengaruhi permintaan sesuatu barangan ialah harga barangan berkenaan, harga barang lain dan tingkat pendapatan. Namun, bagi beberapa jenis barangan tertentu terdapat juga beberapa faktor lain yang lebih khusus mempengaruhi permintaan barangan tersebut. Umpamanya bagi permintaan pelancongan, beberapa faktor tambahan turut mempengaruhi permintaan pelancong antarabangsa ke Malaysia seperti kadar pertukaran, promosi, keadaan ekonomi dan politik antarabangsa serta bencana alam.

Persoalan utama dalam permintaan terhadap pelancongan ialah apakah pemboleh ubah yang terbaik untuk digunakan sebagai proksi kepada permintaan pelancongan ini? Kajian yang dilakukan oleh Crouch (1994) dan Song dan Witt (2000) menunjukkan terdapat pelbagai pemboleh ubah yang digunakan sebagai proksi untuk mengukur permintaan pelancongan (sebagai pemboleh ubah bersandar) iaitu jumlah ketibaan pelancong, jumlah perbelanjaan yang dibuat oleh pelancong dan purata jangka masa lawatan. Didapati 64% daripada penyelidik menggunakan bilangan ketibaan sebagai pemboleh ubah bersandar (Crouch 1994).

Bagi pemboleh ubah bebas, Mikulicz (1983) mengelaskannya kepada tiga kumpulan iaitu faktor penentu kepada jumlah pasaran

pelancongan seperti penduduk, pendapatan, masa senggang dan pendidikan; faktor penentu kepada kos perjalanan/kos perkhidmatan seperti kadar pertukaran, jarak perjalanan dan perubahan indeks harga; dan faktor bukan ekonomi seperti cuaca, maklumat, aktiviti promosi dan lain-lain. Sementara Vanhove (1980) mengelaskan pemboleh ubah bebas kepada beberapa kategori seperti faktor pasaran, faktor destinasi, dorongan untuk melancong, hubungan antara negara asal dengan negara dilawati, destinasi alternatif dan faktor dami. Secara lebih terperinci Crouch (1994) menyenaraikan kekerapan penggunaan pemboleh ubah bebas dalam kajian permintaan pelancongan seperti di Jadual 4.

Jadual 4
Kekerapan Penggunaan Pemboleh ubah Bebas dalam Kajian Permintaan

Pemboleh ubah	Peratus
Tingkat Pendapatan	89
Harga Barangan (Indeks Harga Pengguna - CPI)	70
Kos Perjalanan/Pengangkutan	58
Kadar Pertukaran Asing	33
Pemboleh ubah dami	54

Sumber: Crouch, 1994.

Banyak kajian permintaan pelancongan yang telah dibuat sama ada di luar negara mahupun di Malaysia. Misalnya Uysal dan Crompton (1984) membuat kajian di Turkey, Quayson dan Var (1982) di British Columbia, Summary (1987) di Kenya dan Jud (1971) di Latin Amerika. Manakala di Malaysia kajian ini dibuat oleh Ahmad Shuib dan Noor Aziz (1989), Redzuan Othman dan Zaimah Darawi (1991), Jamil Oppermann (1992), Osman dan Hafiz Ahmad (1993), dan Lim dan McAller (2002). Bagaimanapun kebanyakan kajian permintaan pelancongan di Malaysia tidak membahagikan pelancong mengikut negara asal tetapi sebaliknya mencampurkan semua pelancong sebagai satu kumpulan. Kajian ini mengasingkan pelancong mengikut negara asal kerana setiap negara mempunyai banyak ciri yang berlainan.

Selaras dengan itu, kajian ini memilih bilangan ketibaan pelancong sebagai proksi kepada permintaan pelancongan sebagai pemboleh ubah bersandar, manakala kos melancong di Malaysia dianggarkan oleh Indeks Harga Pengguna (CPI), tingkat pendapatan, kadar pertukaran dan beberapa pemboleh ubah dami sebagai pemboleh ubah bebas.

Kajian ini merupakan model regresi mudah satu persamaan yang menggunakan Kaedah Kuasa Dua Terkecil (Ordinary Least Square-OLS) dalam menganggarkan model permintaan pelancongan ini. Menurut Song dan Witt (2000), 84% daripada kajian permintaan pelancongan menggunakan kaedah ini.

Dalam kajian ini sebanyak lima pemboleh ubah digunakan iaitu kos semasa melancong ke Malaysia yang menggunakan proksi kepada indeks harga pengguna (CPI) Malaysia berbanding dengan CPI negara asal pelancong, ini kerana tidak terdapat indeks harga pelancongan yang diterbitkan di negara ini.

Pendapatan per kapita pelancong pula merujuk kepada pendapatan purata diterima oleh pelancong. Ia dianggarkan dengan membahagikan pendapatan negara asal pelancong dengan jumlah penduduknya.

Manakala kadar pertukaran menunjukkan kekukuhan mata wang pelancong berbanding dengan Ringgit Malaysia. Ia diukur dengan membahagikan nilai Ringgit dengan nilai mata wang asing. Ini bermakna berapa banyakkah Ringgit Malaysia diperoleh daripada setiap unit mata wang pelancong berkenaan.

Dami untuk kegiatan promosi/kempen khususnya Tahun Melawat Malaysia dan Tahun Melawat Negeri serta dami kepada kekangan kemasukan pelancong antarabangsa ke Malaysia seperti kegawatan ekonomi, bencana alam seperti jerubu, penyakit dan ketakstabilan politik antarabangsa. Nilai satu akan diberikan kepada dami pada tahun tertentu sekiranya berlaku kejadian sama ada yang menggalakkan atau menghalang kemasukan pelancong ke Malaysia. Misalnya pada tahun 1990 diberikan nilai satu untuk dami promosi/penggalakan kerana ia merupakan Tahun Melawat Malaysia. Begitu juga keadaannya untuk dami yang lain.

Untuk memudahkan penganggaran khususnya daripada perspektif ekonomi dan implikasi dasar, fungsi permintaan linear bukan log digunakan dalam kajian ini. Keanjalan pada setiap pemboleh ubah dianggarkan berasaskan nilai min pemboleh ubah berkenaan. Keanjalan pada nilai min dapat dianggarkan dengan mengambil nilai min setiap pemboleh ubah yang digunakan dalam fungsi permintaan ini. Untuk tujuan penganggaran model permintaan pelancongan oleh beberapa pasaran utama ke Malaysia, model berikut akan digunakan:

$$TA_i = \alpha_0 + \alpha_1 CPIMI_{mi} + \alpha_2 KNKPKAP_i + \alpha_3 ERM_{mi} + \alpha_4 DSE + \alpha_5 DMST + \epsilon \dots (12)$$

dengan,

Jadual 5
Analisis Regresi ke atas Pemboleh ubah Terpilih bagi Beberapa Pasaran Permintaan Pelancongan

Negara	Pemboleh ubah						Analisis Statistik			
	C	CPMI _m	KNKPKAP _s	ERN _m	DSE	DMST	R ²	DW	F	
Singapura*	Koefsyen	-2141369	3464221.3	31864.6	1630875.6	1115368.0	-627461.9	0.725	1.476	10.02
	Nilai t	-1.439	1.008	2.281**	1.34	2.047*	-2.537**	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	-	3.117	1.934	4.577	2.539	1.208	-	-	-
Thailand	Koefsyen	1001437.9	-5292121.9	783.4	-3346736.0	301062.2	-47956.0	0.849	1.304	22.41
	Nilai t	4.451***	-2.152**	2.110**	-1.204	5.700***	-1.086	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	4.739	3.038	3.038	2.366	2.317	1.306	-	-	-
Indonesia*	Koefsyen	-47090.7	80667.3	63.0	-20969008	79229.2	-43384.5	0.820	1.664	17.3
	Nilai t	-0.567	0.967	4.266***	-0.816	2.019**	-1.788*	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	16.669	4.086	8.894	2.563	1.138	-	-	-	-
Hong Kong	Koefsyen	435116.8	-258008.8	212.7	-236492.4	108290.3	-25808.9	0.975	2.522	154.7
	Nilai t	6.669***	-5.596***	2.834***	-5.142***	6.520***	-2.660**	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	3.738	2.586	1.084	1.389	5.704	1.569	-	-	-
Jepun	Koefsyen	-245380.4	172008.2	441993.0	1389944.8	44540.0	-14081.6	0.988	2.000	337.8
	Nilai t	-3.868***	2.322**	18.839***	1.398	2.881***	-1.667	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	6.179	2.470	6.857	5.633	1.356	-	-	-	-
China	Koefsyen	-196893.7	7575.3	7992.2	31336.3	-43265.9	3752.7	0.956	1.581	65.612
	Nilai t	-2.820***	2.354**	7.840***	0.970	-1.910*	0.277	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	9.084	3.869	2.974	3.656	1.605	-	-	-	-
Australia*	Koefsyen	83450.5	-1644.8	19.8	-6070.2	69651.3	-3432.4	0.710	0.964	9.792
	Nilai t	2.226**	-0.147	0.566	-0.303	6.044***	-0.298	-	-	-
	<i>Collinearity (VIF)</i>	1.503	2.975	1.435	1.153	-	-	-	-	-

Nota: * Analisis regresi terhadap pembezaan kali pertama bagi kesemua pemboleh ubah dengan, CPMI_m, KNKPKAP_s, ERN_m, DSE, DMST
 * Signifikan pada 90% aras keyakinan ** Signifikan pada 95% aras keyakinan *** Signifikan pada 99% aras keyakinan

- Kos semasa melancong ke Malaysia
 - Tingkat pendapatan pelancong dari negara i
 - Kadar pertukaran antara Malaysia dengan negara i
 - DSE untuk kegiatan promosi/penggalakan oleh kerajaan Malaysia
 - Dami untuk kekangan ekonomi dan bukan ekonomi seperti kemeseatan, pergolakan politik dan bencana alam

TA_i	-	Jumlah ketibaan pelancong negara i ke Malaysia
$CPIMI_{mi}$	-	Kos semasa melancong ke Malaysia
$KNKPKAP_i$	-	Tingkat pendapatan pelancong dari negara i
ERM_{mi}	-	Kadar pertukaran antara Malaysia dengan negara i
DSE	-	Dami untuk kegiatan promosi/penggalakan oleh kerajaan Malaysia
$DMST$	-	Dami untuk kekangan ekonomi dan bukan ekonomi seperti kemelesetan, pergolakan politik dan bencana alam.
$\alpha_0 \dots \alpha_5$	-	Parameter dianggar
ε	-	Ralat

Kesemua data untuk pemboleh ubah yang digunakan merupakan data sekunder yang diperolehi daripada penerbitan pelbagai agensi seperti Kementerian Pelancongan Malaysia, Jabatan Perangkaan Malaysia, World Tourism Organization dan International Monetary Fund (IMF).

SKOP KAJIAN

Kajian ini hanya mengambil kira beberapa pasaran utama Asia dan Pasifik iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, Hong Kong, Jepun, Australia dan China ke Malaysia. Negara-negara ini merupakan penyumbang penting ketibaan pelancong ke Malaysia. Kesemua pasaran (tujuh negara) ini menguasai sekitar 80% jumlah ketibaan pelancong antarabangsa ke negara ini sebagaimana ditunjukkan dalam Jadual 3. Manakala jangka masa kajian bermula tahun 1974 hingga 2001. Jangka masa ini menjadi pilihan kerana semua data untuk kesemua negara yang dikaji adalah lengkap.

HASIL KAJIAN

Persamaan (12) paling sesuai digunakan untuk menganggarkan pemboleh ubah yang dinyatakan untuk semua pasaran yang dikaji. Kesesuaian fungsi ini berasaskan kepada pendekatan teori dan ekonometrik. Hasil kajian diringkaskan dalam Jadual 5.

Daripada hasil kajian yang diperolehi, secara umumnya dapatan kajian untuk semua pasaran memenuhi kriteria ekonometrik. Kesemua pemboleh ubah bebas dapat menerangkan pemboleh ubah bersandar dengan baik sebagaimana yang ditunjukkan oleh R^2 bagi setiap pasaran. Nilai R^2 tertinggi ialah untuk pasaran Jepun dan terendah untuk pasaran Australia nilai R^2 masing-masing 0.988 dan 0.71.

Hampir kesemua pemboleh ubah untuk kesemua pasaran tidak menghadapi masalah *colinearity* sebagaimana yang dijelaskan oleh petunjuk *Variation Inflation Factor (VIF)* yang mempunyai nilai kurang daripada 10 (Gujarati 2003), kecuali pemboleh ubah CPIMI bagi pasaran Indonesia.

Begitu juga dengan permasalahan autokorelasi, didapati setiap pasaran tidak menghadapi masalah autokorelasi sama ada positif atau negatif. Nilai d_L dan d_U bagi petunjuk *Durbin-Watson* masing-masing ialah 0.953-1.886. Hanya pasaran Australia, dan Singapura mempunyai masalah autokorelasi pada peringkat awal. Masalah ini diatasi dengan menggunakan kaedah *Cochrane-Orcutt* iaitu melalui proses pembezaan pertama (Gujarati 2003). Bagaimanapun, kebanyakan pasaran berada dalam kawasan autokorelasi yang tak dapat dipastikan.

Dalam konteks teori permintaan secara keseluruhan hasil penganggaran adalah baik. Enam daripada tujuh negara dikaji menunjukkan lebih daripada separuh pemboleh ubahnya adalah signifikan dan selari dengan jangkaan teori. Kajian yang dibuat oleh Summary (1987), Sheldon (1993), Uysal dan Crompton (1984) menunjukkan kebanyakan pemboleh ubah ekonomi seperti harga relatif atau kos semasa melancong, pendapatan dan kadar pertukaran merupakan pemboleh ubah yang signifikan yang mempengaruhi kemasukan pelancong ke sesebuah negara. Bagi pemboleh ubah kos semasa melancong di Malaysia (CPIMI), tiga negara menunjukkan hubungan negatif sebagaimana yang dijangkakan iaitu semakin mahal perbelanjaan di negara ini semakin kurang ketibaan pelancong asing. Bagaimanapun, beberapa pasaran menunjukkan hubungan positif. Bagi pasaran Singapura dan Indonesia, walaupun ianya positif tetapi tidak signifikan. Begitu juga bagi Indonesia yang kebanyakannya datang melalui sempadan Sabah dan Sarawak. Tambahan lagi bagi pelancong Singapura kebanyakan mereka pelancong harian dan melawat keluarga serta sahabat handai, yang mana perubahan dalam perbelanjaan lawatan tidak begitu mempengaruhi ketibaan mereka.

Begitu juga bagi Indonesia yang kebanyakannya datang melalui sempadan Sabah dan Sarawak yang tidak tinggal lama dan sebahagiannya juga melawat saudara mara mereka di Malaysia. Lawatan seumpama ini tidak memerlukan belanja yang besar. Oleh itu walaupun berlaku kenaikan dalam kos lawatan, ianya tidak menjejaskan jumlah lawatan kerana kos yang terlibat tidak banyak. Manakala bagi pelancong Jepun, walaupun berlaku peningkatan dalam perbelanjaan melancong ke negara ini, tetapi bagi mereka ianya merupakan kenaikan yang kecil jika dibandingkan dengan pendapatan mereka. Oleh itu, walaupun perbelanjaan melancong di Malaysia

meningkat, ketibaan mereka ke negara ini masih meningkat. Pasaran China juga menunjukkan hubungan positif. Keadaan ini mungkin disebabkan oleh beberapa alasan antaranya dasar kerajaan negara China yang menggalakkan penduduk negara berkenaan melancong keluar negara dan promosi kerajaan Malaysia untuk menjadikan negara ini sebagai pusat kecemerlangan ilmu telah berjaya menarik ramai pelajar negara ini. Tambahan yuran pengajian di negara ini secara relatif tidaklah semahal negara-negara maju dan Singapura. Sebahagian daripada mereka merupakan pelajar di bawah tajaan.

Bagi pemboleh ubah pendapatan pula, kesemua pasaran menunjukkan hubungan positif sebagaimana yang disarankan oleh teori, iaitu semakin tinggi pendapatan semakin ramai penduduk mempunyai lebih pendapatan yang boleh digunakan untuk melancong. Enam daripada pasaran yang dikaji menunjukkan pemboleh ubah ini adalah signifikan kecuali pasaran Australia. Bagi pasaran selain Australia menganggap Malaysia sebagai destinasi normal atau mewah kerana peningkatan dalam pendapatan mereka semakin meningkatkan jumlah lawatan mereka ke negara ini. Manakala bagi pelancong Australia destinasi Malaysia bagi mereka mungkin sebagai destinasi '*inferior*'. Bila pendapatan mereka meningkat mereka lebih suka ke destinasi yang lain. Walau bagaimanapun secara statistiknya pemboleh ubah ini tidak signifikan sebagai pemboleh ubah yang mempengaruhi ketibaan mereka ke negara ini.

Hubungan antara kadar pertukaran dengan ketibaan dijangkakan berbentuk positif. Semakin tinggi nilai mata wang negara pelancong, semakin menguntungkan negara berkenaan dan ini menggalakkan lebih ramai mereka melancong. Bagaimanapun, hasil kajian menunjukkan pemboleh ubah ini adalah tidak signifikan bagi hampir semua negara yang dikaji. Ini bermakna kadar pertukaran tidak penting dalam mempengaruhi kemasukan pelancong asing ke Malaysia.

Didapati pemboleh ubah dami yang berkaitan dengan kegiatan mempromosi Malaysia melalui kempen penggalakan lawatan begitu penting kepada kesemua pasaran kecuali China. Kempen tersebut bukan sahaja membawa kesan positif tetapi merupakan antara faktor terpenting mempengaruhi kemasukan pelancong antarabangsa ke negara ini.

Begitu juga dengan pemboleh ubah dami mengenai faktor halangan/kekangan kemasukan seperti kegawatan ekonomi, ketakstabilan politik antarabangsa dan bencana alam, turut mengurangkan kemasukan pelancong untuk kesemua pasaran kecuali China. Didapati pemboleh ubah ini juga signifikan untuk kebanyakan negara.

Jadual 6
 Nilai Keanjalan Pada Nilai Min Setiap Pemboleh ubah dalam
 Model Permintaan Pelancongan

Negara	Pemboleh ubah		
	CPIM _i	KNKPKAP	ERM _i
Singapura ^a	1.187	0.563	0.873
Thailand	-1.717	0.476	-1.005
Indonesia ^a	0.982	0.735	-0.374
Hong Kong	-3.059	0.345	-0.911
Jepun	0.777	1.099	0.338
China	3.588	1.814	0.452
Australia ^a	-0.021	0.078	-0.130

Nota: a Analisis regresi terhadap pembezaan kali pertama bagi kesemua pemboleh ubah

IMPLIKASI DASAR

Berdasarkan hasil kajian yang diringkaskan dalam Jadual 5, keanjalan pada nilai min untuk setiap pemboleh ubah boleh dihitung dan ini diberikan dalam Jadual 6. Hasil kajian lepas mengenai keanjalan pemboleh ubah yang mempengaruhi permintaan pelancongan tidak banyak berbeza dengan hasil kajian ini. Kajian oleh Jud (1971), Uysal dan Crompton (1984), serta Witt dan Martin (1987), mendapati keanjalan pendapatan bernilai positif dan sebahagiannya melebihi daripada satu iaitu antara 0.04-6.0. Begitu juga dengan keanjalan harga pelancongan (kos semasa lawatan) kebanyakannya bernilai negatif. Kajian oleh Uysal dan Crompton (1984), Quayson dan Turgut Var (1982), Smeral, Witt dan Witt (1992) dan Witt dan Martin (1987), mendapati nilai keanjalan kos lawatan antara -0.006 hingga -2.1. Pengkaji yang sama juga menganggarkan nilai keanjalan kadar pertukaran berada antara 0.02 - 4.2.

Memandangkan keanjalan kos lawatan di Malaysia secara relatifnya agak anjal, pihak kerajaan perlu memantau kegiatan pengendali pelancong supaya tidak sewenang-wenang menaikkan harga perkhidmatan yang dikenakan kepada pelancong terutama pada musim perayaan dan acara khusus. Misalnya setiap kali diadakan acara LIMA di Langkawi, Formula One dan Le Tour D'Langkawi, ramai pelancong sama ada pelancong asing atau pelancong domestik yang merungut dengan kadar bayaran yang dikenakan agak tinggi. Bagi kebanyakan pelancong, kesan kenaikan kos lawatan ini pastinya akan membawa pengurangan yang ketara dalam kedatangan pelancong ke negara ini. Oleh itu, cadangan mengadakan hotel berkelas sederhana/

murah dan gerai-gerai makanan merupakan satu keputusan yang dialu-alukan dalam usaha mengurangkan kos lawatan pelancong. Bagi pelancong Singapura walaupun nilai keanjalannya positif tetapi secara statistiknya pemboleh ubah ini tidaklah signifikan dan boleh dianggap pemboleh ubah ini tidak mempengaruhi ketibaan mereka ke Malaysia. Bagaimanapun secara umumnya kawalan harga barang dan perkhidmatan untuk kegunaan pelancong agak penting untuk merangsang kemasukan pelancong khususnya daripada Singapura yang kebanyakan melancong sambil melawat kawan dan saudara mara. Harga penginapan yang munasabah dan terkawal misalnya boleh menggalakkan mereka tinggal di tempat penginapan komersial berbanding dengan rumah saudara mara dan kawan-kawan mereka.

Hasil kajian juga menunjukkan bahawa produk pelancongan Malaysia boleh dikelaskan sebagai barang normal dalam erti kata keanjalan pendapatannya adalah positif dan agak rendah nilainya. Keanjalan pendapatan pelancong di kebanyakan pasaran pelancongan tradisional yang telah kukuh khususnya di Eropah dan Amerika agak tinggi sebagaimana dilaporkan oleh Jud (1971), Uysal dan Crompton (1984), serta Witt dan Martin (1987). Manakala keanjalan pendapatan pelancong yang datang ke negara ini secara relatifnya masih rendah. Ini bermaksud kenaikan dalam pendapatan mereka tidak membawa kepada peningkatan ketibaan mereka yang tinggi ke negara ini. Antara sebabnya mungkin terdapat produk dan perkhidmatan pelancongan negara ini kurang berkualiti dan tidak bernilai tinggi. Berbanding dengan destinasi pelancongan di Amerika Syarikat dan Eropah misalnya, produk pelancongan mereka seperti Disneyland, Apcot Center, Kota Lama dan taman-taman tema yang canggih berserta dengan kemudahan pelengkap yang baik, menyebabkan produk pelancongan ini menjadi pilihan orang yang berpendapatan tinggi. Oleh itu, pihak pengendali pelancongan di negara ini perlu memperbaiki kualiti perkhidmatan dan produk pelancongan mereka supaya dapat dinaik taraf kepada barangan mewah yang mempunyai keanjalan pendapatan yang lebih tinggi. Kemudahan asas yang disediakan untuk pelancong di negara ini seperti tandas awam, pembuangan sampah dan pusat sumber maklumat amat mengecewakan dan memerlukan penambahbaikan yang ketara.

Daripada keanjalan kadar pertukaran, didapati kebanyakan pasaran mempunyai keanjalan yang tidak anjal. Ini bermakna perubahan dalam nilai pertukaran tidak banyak mempengaruhi kedatangan pelancong ke negara ini. Daripada hasil kajian dalam Jadual 4 turut menunjukkan hampir kesemua pasaran dikaji menunjukkan pemboleh ubah ini tidak penting dalam mempengaruhi kemasukan mereka ke Malaysia. Ini mungkin disebabkan secara umumnya dalam keadaan biasa

perubahan dalam kadar pertukaran selalunya tidak begitu ketara dan kesannya begitu kecil dalam mempengaruhi keseluruhan kos lawatan. Memandangkan penetapan kadar pertukaran antara negara berada di luar kawalan negara, ini menyebabkan pihak kerajaan tidak mempunyai banyak kuasa dan dasar yang boleh digunakan bagi mengawalnya dengan berkesan tanpa menjejaskan sektor lain dalam ekonomi.

Daripada perbincangan jelas kelihatan terdapat dua kesan utama kemasukan pelancong ke negara ini. Pertama kesan yang boleh dikawal oleh negara, misalnya kos pelancongan di Malaysia. Dalam konteks ini, jika kerajaan mahukan industri pelancongan menjadi pemacu pembangunan ekonomi negara pada masa akan datang, pihak kerajaan perlu memantau perjalanan pengendali pelancongan supaya tidak mengenakan harga sesuka hati mereka kepada para pelancong. Ini penting kerana didapati keanjalannya yang anjal. Di Malaysia, dengan adanya Kementerian Pelancongan serta Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, kegiatan dan produk pelancongan serta penganan bayaran kepada perkhidmatan pelancongan lebih mudah dikawal dan dipantau.

Pada masa yang sama terdapat juga kesan pelancongan yang berada di luar kawalan negara ini terutamanya pemboleh ubah kadar pertukaran dan pendapatan pelancong itu sendiri. Bagaimanapun, untuk pemboleh ubah pendapatan, pihak negara boleh menaik taraf produk pelancongan negara ini supaya ianya bernilai tinggi dan memenuhi cita rasa pelancong pendapatan tinggi. Oleh itu, pembangunan produk dan perkhidmatan pelancongan seharusnya mempunyai variasi yang banyak untuk memenuhi kehendak pelancong yang pelbagai.

Pada masa yang sama usaha promosi amat penting sebagai pembekal maklumat kepada pelancong antarabangsa tentang industri pelancongan negara kepada mereka. Hasil kajian jelas menunjukkan faktor ini begitu signifikan dalam menarik masuk pelancong asing ke negara ini. Walaupun kosnya agak besar tetapi kesan positif jangka panjangnya begitu penting dalam merangsang industri pelancongan negara. Kempen melawat Malaysia, penyertaan dalam misi dagangan dan pameran serta kewujudan pusat maklumat di luar negara amat penting sebagai saluran promosi ini.

Sebagaimana yang diterangkan, industri pelancongan amat sensitif kepada keadaan kegawatan antarabangsa terutamanya kegawatan bukan ekonomi seperti peperangan, bencana alam seperti jerebu dan wabak penyakit. Faktor ini amat mempengaruhi pelancong

antarabangsa. Hasil kajian menunjukkan betapa signifikannya faktor ini kepada kebanyakan pasaran utama pelancongan negara. Walaupun negara ini tidak mempunyai pilihan yang banyak untuk mengubah keadaan ini, namun pengendali pelancongan tempatan dengan pelbagai insentif yang diberikan kerajaan misalnya boleh memberikan lebih banyak rangsangan untuk meningkatkan pelancongan domestik sebagai langkah tambahan untuk mengatasi masalah pengurangan yang drastik dalam ketibaan pelancong antarabangsa.

KESIMPULAN

Kajian ini menggunakan kaedah ekonometrik untuk melihat kesignifikanan beberapa pemboleh ubah ekonomi yang mempengaruhi permintaan pelancongan oleh pasaran Asia Timur dan Pasifik. Pemboleh ubah utama yang digunakan ialah kos semasa melancong di Malaysia, pendapatan per kapita pelancong, kadar pertukaran, kegiatan promosi dan kegawatan ekonomi dan bukan ekonomi. Secara keseluruhan, hasil kajian memenuhi kriteria teori permintaan dan ekonometrik. Didapati lebih daripada separuh pemboleh ubah menepati jangkaan dan mencapai tahap kesignifikanan yang memuaskan. Dibandingkan dengan hasil kajian penyelidik lain, hasil kajian ini tidak jauh berbeza dengan dapatan mereka. Sebagai implikasi dasar, pihak kerajaan seharusnya menyelaras dan memantau kegiatan pihak pengendali pelancongan supaya mempertingkatkan kualiti perkhidmatan dan produk pelancongan mereka, di samping mengawal supaya bayaran yang dikenakan kepada pelancong tidak keterlaluan. Kepelbagaian perkhidmatan dan produk pelancongan perlu disediakan bagi memenuhi kehendak pelancong yang berbeza.

RUJUKAN

- Ahmad Shuib & Noor Aziz. (1989). *Analisis Permintaan Pelancongan di Malaysia*. Laporan Penyelidikan no. 1/88, Serdang: Universiti Pertanian Malaysia.
- Crouch, G. I. (1994) The study of international tourism demand: A survey of practice. *Journal of Travel Research* 32(4), 41-55.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics* (4th ed.) McGraw Hill International Edition. Printed in Singapore.
- International Financial Statistics Yearbook. (2001). Printed by International Monetary Fund, Washington D. C, U.S.A.
- International Monetary Fund. (2001). See <http://www.imf.org/external/pubind.htm>

- Jamil Osman & Hafiz Ahmad Oatwari. (1993). *An Application of Econometric Model to Determine the Demand for Tourism in Malaysia: 1972-1991*. Seminar paper presented at Seminar Kebangsaan Statistik Dalam Teknologi 7-8 April 1993. ITM, Shah Alam.
- Jud, G. D. (1971). *The Demand for Tourism: The Case of Latin America*. Iowa City, Iowa University.
- Lim, C., & McAller, M. (2002). A cointegration analysis of annual tourism demand by Malaysia for Australia. *Mathematics and Computer in Simulation*, 59, 197-205.
- Mulkulicz, H. (1983). *Determinations of Tourism Flows in Europe*. Dalam Seminar On The Importance of Research in Tourism Industry, Finland, hlm. 7-16. June 8-11. 1983. European Society for opinion and marketing Research.
- Oppermann, M. (1992). International tourist flows in Malaysia *Annals of Tourism Research*, 19(3), 482-500.
- Quayson, J., & Turgut, Var. (1982). A tourism demand function for the Okanagan, BC, *Tourism Management*, 13(2), 108-115.
- Redzuan Othman & Zaimah Darawi. (1991). Peranan dan kesan perbelanjaan penggalakkan, pendapatan perkapita dan kadar pertukaran ke atas kemasukan pelancong-pelancong asing ke Malaysia: Satu Kajian Ekonomi. *INTAN Journal*, 5, 105-126.
- Statistics Tourism Malaysia. (2002). See <http://www.tourism.gov.my/Sheldon>, P. J. (1993). Forecasting Tourism. Expenditure Versus Arrivals, *Journal of Tourism Research*, 32(1), 13-20.
- Smeral, E., Witt, S. F. & Witt, C. A. (1992). Econometric forecasts: Tourism Trends to 2000. *Annal of Tourism Research*, 19(3), 450-66.
- Song, H. & Witt, S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Amsterdam: Pergamon.
- Summary, R. (1987). Estimation of tourism demand by multivariate regression analysis: Evidence form Kenya. *Tourism Management*, 8(4), 317-322.
- Uysal, M. & Crompton, J. L. (1984). Determinants of demand for international tourism flow to Turkey. *Tourism Management*, 5(4), 288-97.
- Vanhove, N. (1980). Forecasting in Tourism. *Tourist Review*, 35(3), 2-7.
- Witt, S. F. & Martin, C. A. (1987). Econometric Models for forecasting international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 25(3), 23-30.
- Witt, S. F. & Witt, C. A. (1992). *Modeling and Forecasting Demand in Tourism*. London, Academic Press.
- World Tourism Organization. (1999). *Tourism Market Trend East Asia and the Pasific 1989-1998*. WTO Commission For East Asia and the Pasific. Madrid Spain.
- World Tourism Organization. (2002). See <http://data.htm>" www.world-tourism.org/market_research/facts&figures/latest.data.htm