

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT  
JAWAPAN OLEH YB DATUK SERI DR. S. SUBRAMANIAM  
MENTERI KESIHATAN MALAYSIA**

**PERTANYAAN : LISAN**  
**DARIPADA : YB DATO' NORAINI AHMAD**  
**[PARIT SULONG]**  
**TARIKH : 18 NOVEMBER 2015**  
**SOALAN :**

**YB Dato' Noraini Ahmad (Parit Sulong)** minta **MENTERI KESIHATAN** menyatakan perancangan Kementerian dalam meningkatkan daya saing sektor pelancongan kesihatan di negara ini sesuai dengan saranan YAB Perdana Menteri agar ianya setanding dengan negara jiran.

**Tuan Yang di-Pertua,**

Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) melalui *Malaysia Healthcare Travel Council* (MHTC) terus merancang dan melaksanakan pelbagai inisiatif untuk meningkatkan daya saing sektor pelancongan kesihatan Negara selaras dengan saranan YAB Perdana Menteri ke arah menjadikan negara kita sebagai destinasi premier pelancongan kesihatan di persada antarabangsa.

Dalam mencapai objektif tersebut, penyelarasan dan penyepaduan inisiatif pemasaran berpaksikan *Unique Selling Proposition* pelancongan kesihatan Negara dengan pemposisian semula jenama *Malaysia Healthcare* yang bersinonim dengan kualiti kesihatan yang tinggi diperhebatkan bagi mencapai peningkatan lebih besar dalam bilangan pelancong kesihatan ke negara kita dan penjana hasil yang lebih tinggi.

Strategi pemasaran telah beralih arah kepada pelancong kesihatan bernilai tinggi dengan menawarkan rawatan perubatan yang khusus (*niche*), di antaranya bidang kepakaran rawatan jantung, ortopedik, neurologi, onkologi, rawatan kesuburan (*in-vitro fertilisation*), pembedahan kosmetik dan rawatan pergigian bagi meningkatkan purata pendapatan yang dijana daripada setiap pelancong kesihatan.

Dalam memajukan pelancongan kesihatan negara, usaha juga diambil untuk mempermudahcarakan pelancong-pelancong kesihatan memasuki negara dengan menyenangkan perolehan visa atau pengecualiannya untuk tujuan perawatan perubatan, terutamanya di kalangan negara-negara ASEAN, sebagai salah satu inisiatif di bawah Asean Economic Council (AEC). Di samping itu, inisiatif juga diambil untuk menyediakan lebih banyak *touch-points* seperti mengadakan laman sesawang (*web portal*) yang interaktif, menyediakan perkhidmatan *call centre* untuk menerima panggilan dan pemposisian semula perkhidmatan *concierge* di Lapangan Antarabangsa Kuala Lumpur dan Pulau Pinang.

**Tuan Yang di-Pertua,**

Inisiatif juga diambil supaya maklumat yang komprehensif berkaitan dengan keupayaan perkhidmatan penjagaan kesihatan Negara disebar luas dan lebih tersasar. Pengaplikasian pemasaran digital dan media sosial akan dipergiatkan lagi sebagai saluran bagi mempermudah capaian maklumat dan penembusan pasaran sasaran. Di samping itu, kolaborasi dengan pihak-pihak berkepentingan dalam industri pelancongan kesihatan terus diperkukuhkan bagi membangunkan produk-produk pelancongan kesihatan yang menarik dan selari dengan kehendak pelancong kesihatan.

Kerjasama terus dijalin dengan perwakilan Malaysia di luar negara serta pihak kerajaan dan swasta negara dalam memasarkan *Malaysia Healthcare* di samping meningkatkan pelibatan dalam ekpo berkaitan sektor di negara-negara sasaran, membuat pembentangan di persidangan antarabangsa, dan menganjurkan pameran untuk pasaran pengguna serta sesi rangkaian perhubungan (*networking session*) dengan pihak-pihak berkepentingan.

Penganjuran Lawatan Pengenalan (*Familiarisation Visit*) bagi pelbagai pihak berkepentingan seperti syarikat insurans dan fasilitator kesihatan untuk menggalakkan mereka memilih Malaysia sebagai destinasi pilihan pelancongan kesihatan bagi klien mereka juga dilaksanakan secara strategik. Di samping itu, kempen promosi juga dijalankan dengan lebih giat menerusi media massa antarabangsa untuk meningkatkan visibiliti Malaysia sebagai destinasi pelancong

kesihatan yang terbilang. Agensi media juga dijemput untuk membuat liputan mengenai pelancongan kesihatan negara kita.

**Tuan Yang di-Pertua,**

Kemudahan-kemudahan penjagaan kesihatan yang terlibat dalam pelancongan kesihatan juga digalakkan untuk memperkembangkan perkhidmatan yang ditawarkan dan mendapatkan akreditasi untuk memastikan kualiti perkhidmatan kesihatan terpelihara supaya pelancong-pelancong kesihatan lebih yakin untuk datang ke negara kita.

Dengan pemetaan pelan tindakan yang strategik dan pragmatik bagi menggiatkan inisiatif pembangunan, promosi dan pemasaran pelancongan kesihatan negara, kerajaan yakin objektif agenda pelancongan kesihatan negara akan tercapai.