

SOALAN NO: 515

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

PERTANYAAN : BUKAN LISAN
DARIPADA : YB Datuk Rozman Bin Isli [Labuan]
TARIKH :
SOALAN : 515

YB Datuk Rozman Bin Isli [Labuan] minta **MENTERI KESIHATAN** menyatakan apakah langkah Kerajaan untuk tingkatkan dan mempromosikan sektor pelancongan kesihatan Malaysia yang kian mendapat sambutan daripada seluruh pelosok dunia.

Tuan Yang di-Pertua,

Kerajaan mengenal pasti pelancongan kesihatan sebagai salah satu sektor penyumbang untuk melonjakkan pertumbuhan ekonomi Negara. Malaysia mempunyai potensi yang sangat besar sebagai destinasi pelancongan kesihatan berdasarkan pelbagai faktor-faktor tarikan seperti kos perubatan yang kompetitif, pakar perubatan yang berkeelayakan taraf antarabangsa, sistem penjagaan kesihatan yang baik, fasiliti perubatan yang bertauliah antarabangsa, serta kemudahan perubatan yang canggih dan terkini.

Berikutan ini, Majlis Pelancongan Kesihatan Malaysia atau *Malaysia Healthcare Travel Council* (MHTC) ditubuhkan pada tahun 2009 di bawah Kementerian Kesihatan untuk mempromosi dan memudahcara pembangunan industri pelancongan kesihatan Malaysia. MHTC melaksanakan pelbagai inisiatif di bawah jenama *Malaysia Healthcare* untuk meletakkan negara sebagai destinasi pilihan antarabangsa bagi penjagaan kesihatan melalui pelbagai kerjasama perancangan dan pelaksanaan pemasaran antara pihak swasta dan kerajaan Malaysia (Public-Private Partnership) bersama MHTC, terutamanya hospital-hospital swasta dan agensi-agensi kerajaan di dalam dan di luar negara.

Kerajaan menyasarkan pendapatan melalui pelancong kesihatan akan mencapai RM2.8 bilion menjelang tahun 2020. Bagi mencapai aspirasi ini, MHTC memetakan tiga pendekatan tunggal sebagai strategi untuk merencanakan inisiatif promosi dan pemasaran pelancongan kesihatan negara, iaitu pemudahcaraan (*facilitation*), pemasaran digital (*digital marketing*) dan kelestarian industri (*industry sustainability*).

Antara inisiatif jangka panjang yang telah digariskan untuk pelancongan kesihatan Malaysia ialah:

- (i) penjenamaan pelancongan kesihatan secara berterusan melalui kempen-kempen "*Malaysia Loves You*";
- (ii) memperluaskan aktiviti pemasaran melangkaui pasaran tradisional, iaitu Indonesia;
- (iii) mengukuhkan kedudukan Malaysia sebagai destinasi untuk penjagaan kesihatan kepakaran dan sub-kepakaran; serta

- (iv) melancarkan kempen pemasaran yang berfokus, agresif dan bersegi untuk menembusi pasaran sasaran dengan lebih berkesan.

Inisiatif-inisiatif ini dilaksanakan oleh MHTC dengan usahasama hospital-hospital swasta, syarikat-syarikat penerbangan dan agensi-agensi seperti Tourism Malaysia, MATRADE serta Wisma Putra.

Bagi memantapkan pemasaran secara agresif dan berkesan, MHTC telah mengenal pasti lima (5) negara bagi fokus utama, iaitu Indonesia, Republik Rakyat China, Myanmar, Vietnam dan India di samping menembusi pasaran-pasaran lain secara berterusan. Strategi pemasaran yang digunapakai pula adalah seperti berikut;

- beralih ke arah pelanggan bernilai tinggi dengan menawarkan rawatan perubatan yang khusus (*niche*), bagi meningkatkan purata pendapatan yang dijana daripada setiap pelancong kesihatan.
- inisiatif berpaksikan perniagaan (*business-to-business* atau B2B) memastikan pengalaman perkhidmatan penjagaan kesihatan yang lancar (*seamless, end-to-end experience*)
- peningkatan usaha persepakatan dan kerjasama antara Malaysia dengan agensi-agensi kerajaan negara sasaran (Government-to-government atau G2G) bagi memberi laluan kepada hospital swasta menerima pesakit-pesakit dari luar negara
- menggiatkan pemasaran digital dengan pengaplikasian internet dan media sosial termasuk *Facebook* dan *Twitter*
- liputan tempatan dan antarabangsa melalui media massa untuk meningkatkan visibiliti Malaysia sebagai destinasi pelancongan kesihatan.

Tuan Yang di-Pertua,

Usaha-usaha promosi yang dilaksanakan sehingga kini terbukti melalui pertumbuhan data pelancongan kesihatan yang menggalakkan serta pelbagai pengiktirafan antarabangsa yang memberikan kesan yang amat positif kepada negara. Antaranya ialah Malaysia telah dianugerahkan sebagai Destinasi Pelancongan Kesihatan oleh *International Medical Travel Journal* (IMTJ) yang berpusat di United Kingdom, sebanyak tiga kali berturut-turut pada tahun 2015, 2016 dan 2017.

Prestasi pelancong kesihatan menunjukkan peningkatan memberangsangkan dengan pertumbuhan sebanyak 23% bagi tahun 2016. Pada tahun 2016, Malaysia telah merekodkan sejumlah RM1.123 bilion pendapatan yang dijana melalui 921,500 pelancong kesihatan. Pengumpulan data untuk tahun 2017 dijangka akan mencecah RM1.3 bilion, iaitu peningkatan tahunan sebanyak 13% bagi pendapatan yang dijana. Purata pertumbuhan antara tahun 2011 hingga 2016 adalah sebanyak 8% bagi bilangan pelancong kesihatan dan 16.5% bagi pendapatan yang dijana.

Tuan Yang di-Pertua,

Sumbangan pelancongan kesihatan memberikan impak yang besar kepada ekonomi negara, terutamanya apabila mengambil kira kesan

pengganda (*multiplier effect*). Buat masa ini, data yang dikumpul adalah kos perubatan yang dibayar oleh pelancong kesihatan di hospital-hospital swasta. Ini adalah tidak termasuk penjagaan primer, pusat jagaan ambulatori dan kesejahteraan (*wellness*) serta kos pelancongan, penerbangan, penginapan dan riadah. Kesan pengganda yang digunakan untuk impak pelancongan kesihatan kepada ekonomi ialah 2.24. Jika semua ini diambil kira, pengiraan konservatif impak keseluruhan pelancongan kesihatan kepada ekonomi yang dijangkakan untuk tahun 2017 adalah dianggarkan akan mencecah hingga RM5 billion.