

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

PERTANYAAN : LISAN
DARIPADA : YB TUAN ER TECK HWA [BAKRI]
TARIKH : 22 MAC 2017
SOALAN :

YB Tuan Er Teck Hwa [Bakri] minta **MENTERI KESIHATAN** menyatakan statistik terperinci kedatangan pelancong perubatan berdasarkan negara mana dan perbelanjaannya mengikut tahun 2016 berbanding dengan tempoh yang sama tahun 2015.

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 berkelayakan 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 Malaysia (KKM) untuk mempromosi dan

memudahkan pembangunan industri pelancongan kesihatan Malaysia. MHTC melaksanakan pelbagai inisiatif di bawah jenama *Malaysia Healthcare* untuk meletakkan negara sebagai destinasi pilihan antarabangsa bagi penjagaan kesihatan. Kerajaan menasarakkan pendapatan melalui pelancong kesihatan akan mencapai RM2.7 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*).

Sebagai pemudah cara, MHTC memberi fokus kepada inisiatif berpaksikan perniagaan (*business-to-business* atau *B2B*) bagi membina persepakatan (*alliances*) dan menjalinkan rangkaian (*networking*) di antara hospital-hospital swasta di negara kita dengan rakan kongsi antarabangsa yang berpotensi.

MHTC juga menawarkan pengalaman perkhidmatan penjagaan kesihatan yang lancar (*seamless, end-to-end experience*) melalui laman sesawang (*web portal*), pejabat-pejabat wakil MHTC, perkhidmatan pusat panggilan (*call centre*), serta perkhidmatan *medical concierge* di Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur dan Pulau Pinang. Dengan kerjasama Kementerian Dalam Negeri dan Kementerian Luar Negeri (Pejabat Perwakilan Malaysia), MHTC turut membantu memudahkan cara proses permohonan visa ke Malaysia bagi tujuan perubatan. Di samping itu, pakej-pakej pelancongan kesihatan disediakan bukan sahaja untuk mendapatkan rawatan perubatan tetapi juga menawarkan peluang bagi rekreasi sebelum dan/ atau selepas rawatan.

MHTC juga menggiatkan pemasaran digital dengan pengaplikasian internet dan media sosial termasuk *Facebook* dan *Twitter* bagi mempermudah capaian maklumat secara global.

Dalam pada itu, media massa turut diberi keutamaan melalui pelbagai liputan tempatan dan antarabangsa untuk meningkatkan visibiliti Malaysia sebagai destinasi pelancongan kesihatan.

Bagi memantapkan pemasaran secara agresif dan berkesan, MHTC telah mengenal pasti empat (4) negara bagi fokus utama, iaitu Indonesia, Republik Rakyat China, Myanmar dan Vietnam di samping menembusi pasaran-pasaran lain secara berterusan. Selain itu, strategi pemasaran juga akan beralih ke arah pelanggan bernilai tinggi dengan menawarkan rawatan perubatan yang khusus (*niche*), bagi meningkatkan purata pendapatan yang dijana daripada setiap pelancong 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.

Prestasi pelancong kesihatan menunjukkan peningkatan dengan purata pertumbuhan antara tahun 2011 hingga 2015 sebanyak 8% bagi bilangan pelancong kesihatan dan 15% bagi pendapatan yang dijana.

Pada tahun 2015, Malaysia telah merekodkan sejumlah RM914 juta pendapatan yang dijana melalui 859,000 pelancong kesihatan. Pengumpulan data untuk tahun 2016 dijangka akan mencecah RM1.12 bilion melalui

996,000 pelancong kesihatan, iaitu peningkatan tahunan melebihi 23% bagi pendapatan yang dijana dan 16% bagi bilangan pelancong kesihatan.

Melalui statistik yang diperolehi, pelancong kesihatan yang menerima rawatan di Malaysia termasuk berasal dari:

- (i) Indonesia;
- (ii) India;
- (iii) Republik Rakyat China;
- (iv) Jepun;
- (v) United Kingdom;
- (vi) Bangladesh;
- (vii) Filipina;
- (viii) Singapura;
- (ix) Australia; dan
- (x) negara-negara Timur Tengah.

Antara perkhidmatan perubatan yang mendapat permintaan tinggi dalam kalangan pelancong kesihatan ialah kardiologi, ortopedik, onkologi, neurologi, pergigian, perkhidmatan teknik reproduktif berbantu dan pembedahan kosmetik.

Tuan Yang di-Pertua,

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

- (i) penjenamaan pelancongan kesihatan secara berterusan melalui kempen-kempen "*Malaysia Loves You*" dan "*Share My Love*";
- (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.

Kerajaan yakin dengan strategi yang telah dipetakan serta sokongan padu daripada semua, tidak kira sama ada pihak Kerajaan, bukan Kerajaan, sektor swasta dan rakyat, Malaysia akan berjaya merealisasikan matlamat negara untuk menjadi destinasi pelancongan kesihatan pilihan di rantau ini.