

പതിമൂന്നാം കേരള നിയമസഭ
പതിനാറാം സമ്മേളനം

നക്ഷത്രചിഹ്നമിടാത്ത ചോദ്യം നം.1004

10.02.2016 ലെ മറുപടിയ്ക്ക്

വിനോദസഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കാൻ പദ്ധതി

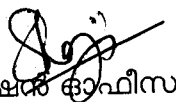
<p align="center"><u>ചോദ്യം</u></p> <p>ശ്രീ.സണ്ണി ജോസഫ് ശ്രീ.പി.സി വിഷ്ണുനാഥ് ശ്രീ.എം.പി.വിൻസെന്റ് ശ്രീ.എം.എ. വാഹീദ്</p>		<p align="center"><u>ഉത്തരം</u></p> <p align="center">ശ്രീ. എ.പി.അനിൽ കുമാർ പട്ടികജാതി പിന്നോക്കസമുദായക്ഷേമവും വിനോദസഞ്ചാരവും വകുപ്പു മന്ത്രി</p>	
<p>എ)</p>	<p>സംസ്ഥാനത്ത് വിനോദസഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കാൻ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുണ്ടോ ;</p>	<p>എ) ബി) യും</p>	<p>ഉണ്ട്. ഇന്ത്യയിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട നഗരങ്ങളിൽ മെട്രോ ട്രെയിനുകൾ വഴിയുള്ള ബ്രാൻ്റിംഗ് കാമ്പയിൻ, മിഡിൽ ഈസ്റ്റ് രാജ്യങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തി പ്രിന്റ് വിഷ്വൽ മീഡിയകളിലൂടെ പരസ്യ കാമ്പയിൻ, ലണ്ടനിലെ 300 ഓളം ടാക്സികൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ബ്രാൻ്റിംഗ് കാമ്പയിൻ, ഓസ്ട്രേലിയയിലെ എയർപോർട്ട് ട്രാൻസ് ലേറ്റ്സ് വഴിയുള്ള പരസ്യ കാമ്പയിൻ എന്നിവ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. ആഭ്യന്തര വിനോദസഞ്ചാരികൾക്ക് യാത്രാക്കൂലിയിൽ പ്രത്യേക ഇളവുകൾ ഉറപ്പാക്കി വിമാനയാത്രയിലൂടെയുള്ള ആഭ്യന്തര വിനോദസഞ്ചാര വിപണി ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനായി 'ഡെസ്റ്റിനേഷൻ പ്രൊമോഷൻ' എന്ന പേരിൽ ഗോ എയർ കാമ്പയിൻ സംഘടിപ്പിച്ച് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി ഇന്ത്യയിലെ പ്രമുഖ വിമാന കമ്പനിയായ ഗോ എയറുമായി 28.8.2014 ൽ ധാരണാ പത്രം ഒപ്പു വയ്ക്കുകയും തുടർന്ന് സീസൺ സമയത്ത് വിനോദസഞ്ചാരികൾ ഇതിന്റെ പ്രയോജനം ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. വിസ-ഓൺ-അറൈവൽ എന്ന സംവിധാനം കൂടുതൽ പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നതിനായി ഈ സംവിധാനത്തിൽ ആദ്യമായി വന്ന 12 രാജ്യങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് കം റൂ കേരള എന്ന ഓൺലൈൻ മത്സരം സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നു. ഇതിൽ വിജയികളായി തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നവർക്ക് കേരളം സന്ദർശിക്കാനുള്ള അവസരം ഒരുക്കുന്നു. നിലവിൽ 113 രാജ്യങ്ങൾ വിസ-ഓൺ-അറൈവൽ സംവിധാനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഓൺ ലൈൻ മുഖേന പ്രശസ്തരായ ബ്ലോഗ്ഗേഴ്സിനെ തെരഞ്ഞെടുത്ത് കേരളത്തിലെ തിരുവനന്തപുരം മുതൽ കാസറഗോഡ് വരെയുള്ള എല്ലാ പ്രശസ്തരായ വിനോദസഞ്ചാര കേന്ദ്രങ്ങളും സന്ദർശിക്കാനുള്ള അവസരം ഒരുക്കിക്കൊണ്ട് ഒരു ടൂർ സംഘടിപ്പിക്കുകയും പ്രസ്തുത കേന്ദ്രങ്ങളെക്കുറിച്ച് അവരെക്കൊണ്ട് ബ്ലോഗിൽ വിവരണം നൽകുകയും ചെയ്യുന്ന</p>
<p>ബി)</p>	<p>എന്തെല്ലാം ലക്ഷ്യങ്ങളാണ് ഇത് വഴി കൈവരിക്കാനുദ്ദേശിക്കുന്നത്; വിശദമാക്കാമോ;</p>		

'ബ്ലോഗ്സ് കാമ്പയിൻ' എന്ന പ്രചാരണ പരിപാടിയും നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. കൂടാതെ സംസ്ഥാന ടൂറിസത്തെ ആഗോളതലത്തിൽ എത്തിക്കുന്നതിന് സർക്കാർ ഇനി പറയുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളും സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നു. അന്താരാഷ്ട്ര തലത്തിൽ പ്രധാന ടൂറിസം ഫെയറുകളിൽ പങ്കെടുക്കുകയും പ്രധാന നഗരങ്ങളിൽ റോഡ് ഷോകൾ സംഘടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ആഭ്യന്തര വിനോദ സഞ്ചാരം പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നതിനായി ദേശീയ വ്യാപാര മേള, റോഡ് ഷോകൾ എന്നിവ സംഘടിപ്പിക്കുകയും ഈ പരിപാടികളിൽ ടൂറിസം വകുപ്പിനോടൊപ്പം ടൂറിസം രംഗത്തെ മികച്ച സ്വകാര്യ സംരംഭകരെയും പങ്കെടുപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കേരളത്തിന് പുറത്തുള്ള പ്രധാനപ്പെട്ട മാളുകളിൽ മാൾ ബ്രാൻഡിംഗ്, ദേശീയ തലത്തിൽ പ്രധാന മെട്രോ സിറ്റികളിൽ എയർ പോർട്ട് ഡിസ് പ്ലേ, മുബയ് നഗരത്തിൽ മെട്രോ ട്രെയിൻ ബ്രാൻഡിംഗ്, മിഡിൽ ഈസ്റ്റ് രാജ്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള കാമ്പയിൻ, കേരളത്തിന്റെ തനതായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലോകമെമ്പാടും പ്രചരിപ്പിക്കുന്നതിന് കേരളത്തിന്റെ മികച്ച കലാരൂപങ്ങളെയും ഉൽസവങ്ങളെയും ഉൾപ്പെടുത്തി ഷോർട്ട് ഫിലിമുകൾ, സി.ഡി.കൾ എന്നിവ നിർമ്മിക്കുക, കേരളത്തിനു പുറത്തും വിദേശത്തും ഉള്ള ട്രാവൽ ടൂർ ഓപ്പറേറ്റർമാർക്ക് കേരളത്തിന്റെ പ്രധാന ടൂറിസ്റ്റ് കേന്ദ്രങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടുള്ള വിവിധ ബ്രോഷറുകൾ തുടർച്ചയായി ലഭ്യമാക്കുക എന്നിവ നടത്തി വരുന്നു. വിപുലമായ രീതിയിൽ കേരളത്തിന്റെ ദേശീയ ഉത്സവമായ ഓണാഘോഷം സംഘടിപ്പിക്കുന്നതോടൊപ്പം നിശാഗന്ധി ദേശീയ നൃത്തോത്സവം, കേരളത്തിലെ എല്ലാ ജില്ലകളിലും തനത് കലാരൂപങ്ങൾ കോർത്തിണക്കിയുള്ള ഉത്സവം എന്നീ പരിപാടികളും സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. ജനുവരിയിലെ നിശാഗന്ധി ഫെസ്റ്റിവൽ, മാർച്ച് അവസാനം വരെ നീളുന്ന കൊച്ചി-മുസിരിസ് ബിനാലെ, ഏപ്രിൽ മാസത്തിൽ തൃശ്ശൂർ പൂരം, ഓഗസ്റ്റിൽ നെഹ്റു ട്രോഫി വള്ളം കളി, ഡിസംബറിൽ രാജ്യാന്തര ചലച്ചിത്രോത്സവം തുടങ്ങിയവ അവയിൽ ചിലതാണ്. മൺസൂൺ കാമ്പയിൻ, ആയുർവേദ കാമ്പയിൻ, ബാക്ക് വാട്ടർ കാമ്പയിൻ, നാഷണൽ & ഇന്റർനാഷണൽ ബ്രാൻഡ് കാമ്പയിൻ, ബേക്കൽ കാമ്പയിൻ, യൂറോപ്പ്, ഓസ്ട്രേലിയ എന്നീ ഭൂഖണ്ഡങ്ങളിൽ പ്രിന്റ് വിഷ്വൽ മീഡിയകളിലൂടെയുള്ള കാമ്പയിൻ, ലണ്ടനിലെ ടാക്സികൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ബ്രാൻഡിംഗ് കാമ്പയിൻ, ഓസ്ട്രേലിയയിലെ എയർപോർട്ട് ട്രാൻസ് ലേറ്റ്സ് വഴിയുള്ള പരസ്യപ്രചരണം, എന്നിവയും ആഗോളതലത്തിലെ മാർക്കറ്റിംഗിനെ സഹായിക്കുന്നു.

ഈ പുതിയ പ്രചാരണ പരിപാടിക്കു കീഴിൽ പടിഞ്ഞാറൻ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും കിഴക്കൻ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും പുതിയ വിപണികൾ കണ്ടെത്താനാകുമെന്നാണ് കരുതുന്നത്. ബ്രിട്ടൻ, ഫ്രാൻസ്, ജർമ്മനി എന്നിവിടങ്ങളിലെ പരമ്പരാഗത

വിപണികളിൽ നിന്ന് ട്രേഡ് ഫെയറുകളും റോഡ്ഷോകളും വഴി കൂടുതൽ പേരെ ആകർഷിക്കാനുള്ള പ്രചാരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തും. ചൈന, ശ്രീലങ്ക എന്നീ രാജ്യങ്ങളിൽ ട്രേഡ് ഫെയറുകളും ഫെമിലിയറൈസേഷൻ ടൂറുകളും സംഘടിപ്പിച്ചതിലൂടെ പുതിയ വിപണി സാധ്യതകൾ തേടാൻ കഴിഞ്ഞു. വർദ്ധിച്ചു വരുന്ന വിമാന സേവനങ്ങൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ പ്രവാസി കേരളീയർ 90 ശതമാനവും വസിക്കുന്ന മധ്യപൂർവ്വേഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിൽ ആയുർവ്വേദത്തിലും കാലവർഷത്തിലും ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിച്ച് പ്രചാരണ പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നു. ട്രേഡ് ഫെയറുകൾ, റോഡ് ഷോകൾ, ടൂർ ഓപ്പറേറ്റർമാർക്കു വേണ്ടിയുള്ള ഫെമിലിയറൈസേഷൻ പ്രചാരണങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയാണ് കിഴക്കൻ രാജ്യങ്ങളിൽ നടത്തി വരുന്നത്. വിനോദ സഞ്ചാരികൾ പ്രത്യേക സീസണുകളിൽ മാത്രമായി വരുന്നതിന് മാറ്റമുണ്ടാക്കാൻ ഇന്ത്യയിൽ ഓഫ് സീസൺ പ്രചാരണങ്ങൾക്കും ആരംഭം കുറിച്ചിട്ടുണ്ട്. ആയുർവ്വേദം, സ്പെസ് റൂട്ട്, മീറ്റിംഗുകൾ, ഇൻസെന്റീവുകൾ, സമ്മേളനങ്ങൾ, എക്സിബിഷനുകൾ (മൈസ് ടൂറിസം), വിവാഹം, സാംസ്കാരിക മേളകൾ, സാഹസിക വിനോദ സഞ്ചാരം, സൈക്ളിംഗ് തുടങ്ങി കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ പ്രചാരണങ്ങൾ വിസിറ്റ് കേരള 2015-പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തി. ജർമ്മനി പോലുള്ള തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട രാജ്യാന്തര, ദേശീയ വിപണികളിൽ "കേരള-ഹോം ഓഫ് ആയുർവേദ" പ്രചാരണ പരിപാടിയുടെ രണ്ടാംഘട്ടവും സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. സംസ്ഥാനത്തെ പൈതൃക വിനോദസഞ്ചാരം പ്രചരിപ്പിക്കുന്നതിനായി രാജ്യാന്തര പ്രചാരണ പരിപാടികളിൽ സ്പെസ് റൂട്ട്, മ്യൂസീരിസ് പൈതൃകങ്ങളെയും ഉൾപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. ഉൽസവങ്ങളുടെയും പരിപാടികളുടെയും സംക്ഷിപ്ത വിവരങ്ങളടങ്ങിയ കലണ്ടർ തയ്യാറാക്കി ഇന്ത്യ ടൂറിസം ഓഫീസുകളും വിദേശങ്ങളിലെ ഇന്ത്യൻ എംബസികളും പോലുള്ള വിവിധ വഴികളിലൂടെ പ്രചാരണം നൽകും. ഓൺലൈൻ പ്രചാരണത്തിലൂടെ കേരളത്തെ വിവാഹ-ടൂറിസം, മൈസ് ടൂറിസം എന്നിവയുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യസ്ഥാനമാക്കി ഉയർത്തിക്കാട്ടും. ഇതിനായി ടൂറിസം വകുപ്പ് വഴി വിവാഹസ്ഥലങ്ങളുടെ വിവരശേഖരം തയ്യാറാക്കി വരുന്നു. യുവാക്കളെയും വിദ്യാർത്ഥികളെയും ആകർഷിക്കുന്നതിനായി ഇതോടൊപ്പം സാഹസിക, സൈക്ളിംഗ് അവധിക്കാലങ്ങളും പ്രചാരണത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തും. 2015-16ൽ അവധിക്കാലം ചെലവഴിക്കുന്നതിനായി കേരളത്തിലെത്തിയ വിനോദ സഞ്ചാരികൾക്കായി വിസിറ്റ് കേരള മത്സരങ്ങൾ നടത്തുകയും ആകർഷകങ്ങളായ സമ്മാനങ്ങളും കോംപ്ളിമെന്ററി ഹോളിഡേകളും നൽകുകയും ചെയ്തു വരുന്നു. മത്സരങ്ങൾക്കൊപ്പം, ഉൽസവങ്ങളേയും പരിപാടികളേയും ഉയർത്തിക്കാട്ടി, 2015-16 കേരളം സന്ദർശിക്കാനുള്ള ഏറ്റവും നല്ല സമയമാണെന്ന പ്രചാരണം സോഷ്യൽ മീഡിയ വഴിയും

		<p>മറ്റ് ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയും നടത്തി വരുന്നു. ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട് എന്ന നിലയിലുള്ള കേരളത്തിന്റെ സ്ഥാനത്തെ ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനും ഇവിടേക്കുള്ള പ്രവാഹം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുമായി കേരളത്തേയും ഇവിടുത്തെ പ്രധാന ആകർഷണങ്ങളേയും ഉയർത്തിക്കാട്ടുന്ന വിഷയാധിഷ്ഠിത പ്രചാരണ പരിപാടികളും തുടർന്നു വരുന്നു. മെട്രോകളിലും സമീപ നഗരങ്ങളിലും ആഴ്ചാവസാന പ്രചാരണങ്ങളും മറ്റും സംഘടിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. ഉത്തരവാദി ടൂറിസത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം ഉയർത്തിക്കാട്ടുന്നതിനായി, പ്രാദേശിക സമൂഹങ്ങളെ വിനോദ സഞ്ചാരത്തിലേയ്ക്കും അതിന്റെ സാധ്യതകളിലേയ്ക്കും ക്ഷണിക്കുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ "ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട് - ജനങ്ങളുടെ സ്വന്തം ടൂറിസം" എന്ന പേരിൽ സംസ്ഥാനത്തുടനീളം പ്രചാരണങ്ങൾ നടത്തി വരുന്നു. ലക്ഷ്യ സ്ഥാന വികസന പരിപാടികളുടെ ഭാഗമായി സംസ്ഥാനത്തെ പ്രധാന ലക്ഷ്യസ്ഥാനങ്ങളിൽ വ്യവസായ നേതൃത്വ ശുചീകരണ പരിപാടികൾക്കുള്ള മാസ്റ്റർ പ്ലാൻ നടപ്പാക്കി വരുന്നു. അതോടൊപ്പം തലസ്ഥാനത്ത് ഹോപ്പ്-ഓൺ-ഹോപ്പ്-ഓഫ് ബസ്സ് അവതരിപ്പിക്കും. രാജ്യാന്തര ടേഡ് ഫെയറുകളിലെ വ്യാപാര പങ്കാളികൾക്ക് ആനുകൂല്യങ്ങൾ നൽകുന്നതിനോടൊപ്പം ആഭ്യന്തര വിനോദ സഞ്ചാരത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനായി പ്രധാന ആഭ്യന്തര വിമാന സർവ്വീസുകളിൽ ടൂർ പാക്കേജുകളും നടപ്പാക്കാൻ പദ്ധതിയുണ്ട്. സംസ്ഥാനം പുതിയ സുവനീറ്റുകൾ ബ്രാൻഡ് ചെയ്ത് വിനോദസഞ്ചാരികൾക്ക് വേണ്ടി വിപണിയിലെത്തിക്കും. കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ വിവര ഉൽപന്ന ബ്രോഷറുകൾ നവീകരിക്കാനുള്ള പദ്ധതികളും ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുണ്ട്. കേരളത്തിലേയ്ക്ക് കൂടുതൽ വിനോദസഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കുന്നതിനായാണ് മേൽ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചിരിക്കുന്നത്.</p>
സി)	<p>പ്രസ്തുത പദ്ധതി നടപ്പാക്കാൻ ഭരണതലത്തിൽ എന്തെല്ലാം നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചിട്ടുണ്ട് ; വിശദാംശം വ്യക്തമാക്കാമോ?</p>	<p>സി) മേൽപറഞ്ഞ എല്ലാ പദ്ധതികൾക്കും ഭരണ അംഗീകാരം നൽകിയിട്ടുണ്ട്.</p>


 സെക്ഷൻ ഓഫീസർ