

**പതിനാലാം കേരള നിയമസഭ
പതിമൂന്നാം സമ്മേളനം**

നക്ഷത്രചിഹ്നമിടാത്ത ചോദ്യം നം. 4330

13.12.2018 -ൽ മറുപടിക്ക്

പ്രളയാനന്തര വിനോദസഞ്ചാര വികസനം

ചോദ്യം

ശ്രീ. എസ്. രാജേന്ദ്രൻ
ശ്രീ. സജി ചെറിയാൻ
ശ്രീ. സി.കെ. ശശീന്ദ്രൻ
ശ്രീ. കെ.ജെ. മാക്സി

മറുപടി

ശ്രീ. കടകംപള്ളി സുരേന്ദ്രൻ
(സഹകരണവും വിനോദസഞ്ചാരവും
ദേവസ്വവും വകുപ്പു മന്ത്രി)

എ) പ്രളയംമൂലം വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയിൽ ഉണ്ടായിട്ടുള്ള പ്രതിസന്ധികൾ തരണം ചെയ്യുന്നതിന് എന്തെല്ലാം നൂതന പദ്ധതികളാണ് ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുള്ളതെന്ന് വ്യക്തമാക്കുമോ;

എ) പ്രളയത്തിൽ തകർന്ന ടൂറിസം മേഖലയിലെ പുനർനിർമ്മാണത്തിന്റെ ഭാഗമായി ടൂറിസം ഡെസ്റ്റിനേഷനുകളിൽ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കുന്ന പ്രവൃത്തികൾ, പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദപരമായി നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് വകുപ്പ് നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചു വരുന്നു.

ഇതിന്റെ ഭാഗമായി താഴെ പറയുന്ന പദ്ധതികൾക്ക് അംഗീകാരം നൽകിയിട്ടുണ്ട്.

1. പ്രളയക്കെടുതി മൂലം തകരാറിലായ വയനാട് ജില്ലയിലെ വിവിധ ടൂറിസം കേന്ദ്രങ്ങളുടെ പുനർനിർമ്മാണത്തിന് 2,09,20,000/- രൂപയുടെ ഭരണാനുമതി
2. പുനലൂർ ബാത്തിംഗ് ഗാട്ട് - 77,00,000/-രൂപ
3. മൺട്രോതുരുത്ത് അഡ്വാഞ്ചർ പാർക്ക്, കണ്ണേറ്റി ബോട്ട് ടെർമിനൽ & ബോട്ട് ടെർമിനൽ അറ്റ് കൊല്ലം - 9,94,446/-രൂപ
4. വെള്ളിയാങ്കൽ ഹെറിറ്റേജ് പാർക്ക് - 43,22,030/-രൂപ

ബി) പ്രസ്തുത പ്രതിസന്ധികൾ മറികടക്കുന്നതിനായി നൂതനവും ശക്തവുമായ മാർക്കറ്റിംഗ് ക്യാമ്പയിനുകൾ ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നുണ്ടോ;

ബി) ഇതിനായി ടൂറിസം വകുപ്പ് ശക്തമായ മാർക്കറ്റിംഗ് ക്യാമ്പയിനുകൾ നടത്തിക്കഴിഞ്ഞു. "Post Flood Campaign" ന്റെ ഭാഗമായി "Its Time for Kerala" എന്ന ലേബലിൽ പരസ്യ പ്രചരണം സംഘടിപ്പിച്ചു. ഇന്ത്യയിലെ 350 ഓളം സിനിമാ സ്കീനുകളിൽ പരസ്യം നൽകിക്കഴിഞ്ഞു. PVR, INOX, VFO എന്നിവയാണ് ഈ സ്കീനുകൾ. നാഷണൽ- ടി.വി, റേഡിയോ, എയർപോർട്ട് എന്നിവയിലും പരസ്യ പ്രചരണം സംഘടിപ്പിച്ചു. ഡൽഹി, മുംബൈ, ബാംഗ്ലൂർ, ഹൈദരാബാദ്, അഹമ്മദാബാദ്, ചെന്നൈ എയർപോർട്ടുകൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചാണ് പരസ്യ ക്യാമ്പയിൻ സംഘടിപ്പിച്ചത്.

സി) ദേശീയ/അന്തർദേശീയ തലത്തിൽ സംഘടിപ്പിക്കുന്ന വിവിധ ടൂറിസം ട്രേഡ് ഫെയറുകളിൽ കേരളത്തിന്റെ പ്രാതിനിധ്യം ഉറപ്പു വരുത്തുന്നതിനും ദേശീയ/അന്തർദേശീയ മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ ശ്രദ്ധേയമായ പ്രചാരണങ്ങൾ നടത്തുന്നതിനും നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചിട്ടുണ്ടോ;

സി) ദേശീയ അന്തർദേശീയ ടൂറിസം ട്രേഡ് ഫെയറുകളിലും പ്രളയാനന്തരം വകുപ്പ് പങ്കെടുത്തു. മുംബൈ, അഹമ്മദാബാദ്, നാഗ്പൂർ, പൂനെ, ഡൽഹി, വിശാഖപട്ടണം, അമൃത്സർ, ഹൈദരാബാദ് എന്നിവിടങ്ങളിൽ നടന്ന വിവിധ ട്രേഡ് ഫെയറുകളിലും വകുപ്പ് തന്നെ സംഘടിപ്പിച്ച പാർട്ട്ണർഷിപ്പ് മീറ്റുകളിലും "Its Time for Kerala" എന്ന ലേബലിൽ വകുപ്പ് പങ്കെടുത്തു. കേരളം വീണ്ടും സഞ്ചാരികൾക്ക് പ്രിയപ്പെട്ടതാണെന്നും കേരളം സന്ദർശിക്കാൻ അനുയോജ്യമാണെന്നും ഉള്ള ശക്തമായ ബോധവൽക്കരണമാണ് നടത്തിയത്. 2019 ജനുവരി മുതൽ IIT Mumbai, SATTE Delhi, TTF Chennai, ITM Goa, IITE Bhubaneswar എന്നീ ട്രേഡ് ഫെയറുകളിലും നെതർലാൻഡ്, മാഡ്രിഡ്, മിലാൻ, ടെൽ അവിവ്, ബെർലിൻ, പാരീസ്, വിയന്ന, റോം, പ്രാഗ്, സൂറിച്ച്, ന്യൂയോർക്ക്, ചിക്കാഗോ, ഇസ്റ്റൻ, ലോസ് ആഞ്ചലസ്, ലണ്ടൻ എന്നിവിടങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ച് ട്രേഡ് ഫെയർ / പാർട്ട്ണർഷിപ്പ് മീറ്റുകൾ എന്നിവയും

സംഘടിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. മാത്രമല്ല ജലന്ധർ, ബാംഗ്ലൂർ, ചെന്നൈ, മധുരൈ, ജയ്പൂർ, ഡൽഹി എന്നിവിടങ്ങളിലും വകുപ്പ് പാർട്ട്ണർഷിപ്പ് മീറ്റുകൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. ദേശീയ പ്രിന്റ് ക്യാമ്പയിൻ, യു.കെ. പ്രിന്റ് ക്യാമ്പയിനും ഇതിന്റെ ഭാഗമായി നടത്തിക്കഴിഞ്ഞു.

ഡി) പ്രളയത്തിനുശേഷവും കേരള ടൂറിസം കരുത്തോടെ തന്നെ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ടെന്ന് ലോകത്തെ അറിയിക്കുന്നതിന് നവമാധ്യമങ്ങളായ ഐ.ടി., ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതിക വിദ്യ തുടങ്ങിയവയുടെ സാധ്യതകൾ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാൻ തീരുമാനിച്ചിട്ടുണ്ടോ; വിശദാംശം നൽകുമോ?

ഡി) പ്രളയാനന്തരം ഐ.ടി./ഡിജിറ്റൽ, സോഷ്യൽ മീഡിയ ഓൺലൈൻ ആന്റ് ക്യാമ്പയിൻ (ഇന്ത്യക്കകത്തും പുറത്തും) വീഡിയോ കാസ്റ്റുകൾ ടു പ്രൊമോട്ട് കേരള എന്നിവയും നടത്തിക്കഴിഞ്ഞു. ഇതുമൂലം കേരള ടൂറിസം പഴയപോലെ ഉണർവ്വ് കൈവരിക്കുന്നതായും മനസ്സിലാക്കുന്നു.



സെക്ഷൻ ഓഫീസർ