പതിനാലാം കേരള നിയമസഭ

രണ്ടാം സമ്മേളനം

നക്ഷത്രചിഹ്നമിടാത്ത ചോദ്യം 4537 | 25.10.2016 -ൽ മറുപടിയ്ക്ക്

വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെ സംസ്ഥാനത്തേക്ക് ആകർഷിക്കാൻ നടപടി

ചോദ്യം			ഉത്തരം
ശ്രീ.പാറക്കൽ അബ്ദുല്ല :			ശ്രീ. എ.സി.മൊയ്തീൻ, സഹകരണവും വിനോദസഞ്ചാരവും വകുപ്പ് മന്ത്രി
എ)	വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെ സംസ്ഥാനത്തേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് വിദേശ മാധ്യമങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ നേടാൻ സംസ്ഥാനത്തിന് ഒരു പബ്ലിക് റിലേഷൻ കമ്പനി ഇല്ലാത്തത് ടൂറിസം മേഖലയുടെ ഒരു കുറവായി സർക്കാർ കാണുന്നുണ്ടോയെന്ന് വ്യക്തമാക്കുമോ:	എ)	വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെ സംസ്ഥാനത്തേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് വിദേശ മാധ്യമങ്ങളിൽ കേരള ടൂറിസം നിരന്തരമായി പരസ്യ കാമ്പയിനുകൾ സംഘടിപ്പിച്ച് വരുന്നുണ്ട്. ടൂറിസം വകുപ്പ് എം.പാനൽ ചെയ്തിട്ടുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് ഏജൻസികളുടെ സഹായത്താലാണിത് ചെയ്തു വരുന്നത്. ഇത്തരത്തിൽ ഒരു പബ്ലിക് റിലേഷൻ കമ്പനി ഇല്ലാത്തത് ടൂറിസം മേഖലയുടെ കുറവായി സർക്കാർ കരുതുന്നില്ല.
ബി)	വിദേശികളെ എത്തിക്കാൻ പണം മുടക്കേണ്ടതും പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതും വിദേശരാജ്യങ്ങളിലാണെന്നിരിക്കെ അതില്ലാത്തത് ടൂറിസം മേഖലയിലെ ഒരു പോരായ്മയായി കാണുന്നുണ്ടോയെന്ന് വ്യക്തമാക്കുമോ:	ബി)	കാലാകാലങ്ങളായി വിപണന തന്ത്രങ്ങളുടെ ഭാഗമായി വിദേശരാജ്യങ്ങളിൽ നിരവധി റോഡ് ഷോകളും മറ്റുതരത്തിലുള്ള പ്രചരണ പരിപാടികളും വകുപ്പ് സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നുണ്ട്.
സി)	യൂറോപ്പിൽ നിന്ന് നേരിട്ട് തിരുവനന്തപുരത്തേക്കും കൊച്ചിയിലേക്കും വിമാന സർവ്വീസ് ആരംഭിച്ചാൽ കൂടുതൽ വിദേശികളെ സംസ്ഥാനത്തേക്ക് ആകർഷിക്കാനാകും എന്ന് സർക്കാർ കരുതുന്നുണ്ടോ;	സി)	ഉണ്ട്.

(..2)

ഡി)	എങ്കിൽ വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെ സംസ്ഥാനത്തേക്കാകർഷിക്കാൻ സർക്കാർ എന്തൊക്കെ നടപടികൾ കൈക്കൊള്ളുമെന്ന് വ്യക്തമാക്കുമോ; വിശദാംശങ്ങൾ നൽകുമോ?	ഡി)	വിശദാംശങ്ങൾ അനുബന്ധമായി നൽകിയിരിക്കുന്നു.

സെക്ഷൻ ഓഫീസർ

അനുബന്ധം

കേരളത്തിലേയ്ക്ക് കൂടുതൽ വിദേശ വിനോദസഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കുന്നതിനും ഈ മേഖലയിലെ തൊഴിലവസരങ്ങളും വരുമാനവും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും ടൂറിസം വകുപ്പ് നടപ്പിലാക്കി വരുന്ന നൂതന ആശയങ്ങൾ താഴെച്ചേർക്കുന്നു.

1. മിഡിൽ ഈസ്റ്റ് രാജ്യങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തി പ്രിന്റ് വിഷ്വൽ മീഡിയകളിലൂടെ നടത്തി വരുന്ന പരസ്യ കാമ്പയിൻ
2. ദുബായിലെ 200 ഓളം ടാക്സികൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ബ്രാന്റിംഗ് കാമ്പയിൻ
3. ഓസ്ട്രേലിയയിലെ എയർപോർട്ട് ട്രാൻസ്‌ലേറ്റ്സ് , OOH, പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ വഴിയുള്ള പരസ്യ കാമ്പയിൻ
4. ഓൺ ലൈൻ മുഖേന പ്രശസ്തരായ ബ്ലോഗ്ഗേഴ്സിനെ തെരഞ്ഞെടുത്ത് കേരളത്തിലെ എല്ലാ പ്രശസ്തമായ വിനോദസഞ്ചാര കേന്ദ്രങ്ങളും (തിരുവനന്തപുരം മുതൽ കാസറഗോഡു വരെ) സന്ദർശിക്കാനുള്ള അവസരം ഒരുക്കിക്കൊണ്ട് ഒരു ടൂർ സംഘടിപ്പിക്കുകയും പ്രസ്തുത കേന്ദ്രങ്ങളെക്കുറിച്ച് അവരെക്കൊണ്ട് ബ്ലോഗിൽ വിവരണം നൽകുകയും ചെയ്യുന്ന ബ്ലോഗ്ഗേഴ്സ് കാമ്പയിൻ എന്ന പ്രചരണ പരിപാടിയും നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു.

കൂടാതെ ഈ സർക്കാർ അധികാരത്തിൽ വന്നതിനു ശേഷം സംസ്ഥാന ടൂറിസത്തെ ആഗോളതലത്തിൽ എത്തിക്കുന്നതിന് വകുപ്പ് താഴെപ്പറയുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളും സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നു. പ്രധാന നടപടികൾ താഴെപ്പറയുന്നു.

- അന്താരാഷ്ട്ര തലത്തിൽ പ്രധാന ടൂറിസം ഫെയറുകളിൽ പങ്കെടുക്കുന്നു, പ്രധാന നഗരങ്ങളിൽ റോഡ്ഷോ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു.

മൺസൂൺ കാമ്പയിൻ, ആയുർവേദ കാമ്പയിൻ, ബാക്ക് വാട്ടർ കാമ്പയിൻ, നാഷണൽ & ഇന്റർനാഷണൽ ബ്രാന്റ് കാമ്പയിൻ, ബേക്കൽ കാമ്പയിൻ, യൂറോപ്പ്, ഓസ്ട്രേലിയ എന്നീ ഭൂഖണ്ഡങ്ങളിൽ പ്രിന്റ് വിഷ്വൽ മീഡിയകളിലൂടെയുള്ള കാമ്പയിൻ, ലണ്ടനിലെ ടാക്സികൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ബ്രാന്റിംഗ് കാമ്പയിൻ, ഓസ്ട്രേലിയയിലെ എയർപോർട്ട് ട്രാൻസ്‌ലേറ്റ്സ് വഴിയുള്ള പരസ്യപ്രചരണം എന്നിവയും, ആഗോള തലത്തിലെ മാർക്കറ്റിംഗിനെ സഹായിക്കുന്നു. കൂടാതെ കേരളത്തിനു വിപണി സാധ്യതയുണ്ടെന്നു വ്യക്തമായിട്ടുള്ള ജപ്പാൻ, സിംഗപ്പൂർ, ഫിൻലാൻഡ്, ലക്സംബർഗ്, ന്യൂസിലാന്റ്, ഫിലിപ്പീൻസ്, കംബോഡിയ, ലാവോസ്, വീയറ്റ്നാം, മ്യാൻമർ, ഇൻഡോനേഷ്യ സൗത്ത് കൊറിയ എന്നീ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്ന് കേരളത്തിലെത്തുന്ന സഞ്ചാരികൾക്ക് തിരുവനന്തപുരം, കൊച്ചി വിമാനത്താവളങ്ങളിൽ നിന്നു തന്നെ ടൂറിസ്റ്റ് വിസ ലഭ്യമാക്കുക എന്ന വിസ ഓൺ അറൈവൽ സംവിധാനവും ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. കുറഞ്ഞത് 6

സെക്ഷൻ ഓഫീസർ

മാസത്തെ പാസ്പോർട്ടുള്ള, മേൽ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള സഞ്ചാരികൾക്ക്, 60 യു.എസ്.ഡോളർ ചിലവിൽ 30 ദിവസത്തേക്ക് അംഗീകാരമുള്ള വിസയാണ് നൽകുക.

ഈ പുതിയ പ്രചാരണ പരിപാടക്കു കീഴിൽ പടിഞ്ഞാറൻ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും കിഴക്കൻ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും പുതിയ വിപണികൾ കണ്ടെത്താനാകുമെന്നാണ് കരുതുന്നത്. ബ്രിട്ടൻ, ഫ്രാൻസ്, ജർമ്മനി എന്നിവിടങ്ങളിലെ പരമ്പരാഗത വിപണികളിൽ നിന്ന് ട്രേഡ് ഫെയറുകളും റോഡ്ഷോകളും വഴി കൂടുതൽപേരെ ആകർഷിക്കാനുള്ള പ്രചാരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തും. ചൈന, ശ്രീലങ്ക എന്നീ രാജ്യങ്ങളിൽ ട്രേഡ് ഫെയറുകളും ഫെമിലിയറൈസേഷൻ ടൂറുകളും സംഘടിപ്പിച്ചതിലൂടെ പുതിയ വിപണി സാധ്യതകൾ തേടാൻ കഴിഞ്ഞു.

വർദ്ധിച്ചു വരുന്ന വിമാനസേവനങ്ങൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ പ്രവാസി കേരളീയർ 90 ശതമാനവും വസിക്കുന്ന മധ്യപൂർവ്വേഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിൽ ആയുർവേദത്തിലും കാലവർഷത്തിലും ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിച്ച് പ്രചാരണ പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നത്. 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.

ആയുർവേദം, സ്പൈസ് റൂട്ട്, മീറ്റിംഗുകൾ, ഇൻസെന്റീവുകൾ, സമ്മേളനങ്ങൾ, എക്സിബിഷനുകൾ (മൈസ് ടൂറിസം), വിവാഹം, സാംസ്കാരിക മേളകൾ, സാഹസിക വിനോദസഞ്ചാരം, സൈക്ലിംഗ് തുടങ്ങി കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ ഉൽപന്നങ്ങളുടെ പ്രചാരണമാണ് വിസിറ്റ് കേരള 2015-ൽ നടത്തിയത്. ജർമനി പോലുള്ള തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട രാജ്യാന്തര, ദേശീയ വിപണികളിൽ കേരള-ഹോം ഓഫ് ആയുർവേദ' പ്രചാരണ പരിപാടിയുടെ രണ്ടാംഘട്ടവും സംഘടിപ്പിക്കുന്നു.

സംസ്ഥാനത്തെ പൈതൃക വിനോദസഞ്ചാരം പ്രചരിപ്പിക്കുന്നതിനായി രാജ്യാന്തര പ്രചാരണ പരിപാടികളിൽ സ്പൈസ് റൂട്ട്, മുസ്സിരിസ് പൈതൃകങ്ങളെയും ഉൾപ്പെടുത്തും. ഉൽസവങ്ങളുടെയും പരിപാടികളുടെയും സംക്ഷിപ്ത വിവരങ്ങളടങ്ങിയ കലണ്ടർ തയ്യാറാക്കി ഇന്ത്യ ടൂറിസം ഓഫീസുകളും വിദേശങ്ങളിലെ ഇന്ത്യൻ എംബസികളും പോലുള്ള വിവിധ വഴികളിലൂടെ പ്രചാരണം നൽകും. ഓൺലൈൻ പ്രചാരണത്തിലൂടെ കേരളത്തെ വിവാഹ-മൈസ് ടൂറിസങ്ങളുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യസ്ഥാനമാക്കി ഉയർത്തിക്കാട്ടും. ഇതിനായി ടൂറിസം വകുപ്പ് വിവാഹസ്ഥലങ്ങളുടെ വിവരശേഖരം തയ്യാറക്കി വരുന്നു. യുവാക്കളെയും വിദ്യാർത്ഥികളെയും ആകർഷിക്കുന്ന തിനായി ഇതോടൊപ്പം സാഹസിക, സൈക്ലിംഗ് അവധിക്കാലങ്ങളും പ്രചാരണത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തും.

ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട് എന്ന നിലയിലുള്ള കേരളത്തിന്റെ സ്ഥാനത്തെ ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനും ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തേക്കുള്ള പ്രവാഹം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുമായി കേരളത്തേയും ഇവിടുത്തെ പ്രധാന ആകർഷണങ്ങളേയും ഉയർത്തിക്കാട്ടുന്ന വിഷയാധിഷ്ഠിത പ്രചാരണ പരിപാടികളും തുടങ്ങുന്നുണ്ട്.

സെക്ഷൻ ഓഫീസർ