15 -ാം കേരള നിയമസഭ

14 -ാം സമ്മേളനം

നക്ഷത്ര ചിഹ്നം ഇല്ലാത്ത ചോദ്യം നം. 3374 **08-10-2025 - ൽ മറുപടിയ്ക്ക്**

വിദേശ വിനോദ സഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കാൻ നടപടി

ചോദ്യം		ഉത്തരം	
ശ്രീ. ഇ. ടി. ടൈസൺ മാസ്റ്റർ , ശ്രീ. വി. ആർ. സുനിൽകുമാർ, ശ്രീ ഇ ചന്ദ്രശേഖരൻ		**ശ്രീ. പി.എ.മുഹമ്മദ് റിയാസ് (പൊതുമരാമത്ത്-വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പ് മന്ത്രി)**	
(എ)	സംസ്ഥാനത്തേക്കുള്ള വിദേശ സഞ്ചാരികളുടെ വരവ് വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനായി വിപുലമായ വിനോദസഞ്ചാര വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത ശ്രദ്ധയിൽപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടോ; വിശദീകരിക്കാമോ;	(എ)	സംസ്ഥാനത്തേക്കുള്ള വിദേശ സഞ്ചാരികളുടെ വരവ് വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനായി വിപുലമായ വിനോദസഞ്ചാര വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ടൂറിസം വകുപ്പ് നടത്തി വരുന്നുണ്ട്. ആഗോളടൂറിസം രംഗത്ത് കേരളം ഒരു ബ്രാൻഡ് ആയി ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടാനും വിദേശ സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് കൂടുതൽ ആകർഷിക്കുന്നതിനുമായി നിരവധി പദ്ധതികൾ സർക്കാർ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. വിനോദസഞ്ചാരമേഖലയുടെ പ്രചരണത്തിന് നടപ്പിലാക്കുന്ന പുതിയ പദ്ധതിയാണ് "എന്റെ കേരളം എന്നും സുന്ദരം" .കേരളത്തിലെ പ്രിയപ്പെട്ട സ്ഥലങ്ങളുടെ ഫോട്ടോകളും വീഡിയോകളും സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ പോസ്റ്റ് ചെയ്യുകയും അതിൽനിന്ന് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നവ കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ മ്യൂസിക് വീഡിയോയിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് ക്യാമ്പയിൻ. കേരളത്തിന്റെ സൗന്ദര്യവും സാംസ്കാരിക സമ്പന്നതയും ലോകമെമ്പാടുമുള്ള പ്രേക്ഷകരിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിനായി സോഷ്യൽ മീഡിയ ഇൻഫ്ളുവൻസർമാരെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് കേരളത്തിന്റെ മനോഹരമായ കാഴ്ചകൾ ഇൻസ്റ്റഗ്രാം, ഫേസ്ബുക്ക് തുടങ്ങിയ ഓൺലൈൻ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലൂടെ ആകർഷകമായ ഫോട്ടോകളും വീഡിയോകളും വഴി അവതരിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള പദ്ധതിയും വകുപ്പ് ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കിവരുന്നു. വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പിന്റെ സോഷ്യൽ മീഡിയ ഇൻഫ്ളുവൻസർ ആക്റ്റിവിറ്റി എന്ന ഈ പദ്ധതിയിലൂടെ കേരളത്തിലേക്ക് യാത്ര ചെയ്യാൻ താൽപ്പര്യമുള്ള സഞ്ചാരികളിലേക്ക് നേരിട്ട് എത്തുവാനും കേരള ടൂറിസം എന്ന ബ്രാൻഡ്

അവബോധം വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനും കഴിയുമെന്ന് വകുപ്പ് കരുതുന്നു.

ഇതോടൊപ്പം മിഡിൽ ഈസ്റ്റിൽ നിന്നും യൂറോപ്പിൽ നിന്നും കൂടുതൽ വിദേശ സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനായി സോഷ്യൽ മീഡിയ, ഒ.ടി.ടി., എഫ്.എം. റേഡിയോ, എയർപോർട്ട് തുടങ്ങി വിവിധ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പ് പ്രചാരണം നടത്തിയ Middle East Campaign 2024, International UK OOH Campaign, International Europe Campaign 2023, Destination Wedding Campaign, What’s App Campaign, Holiday Heist, Land of Harmony Video Series തുടങ്ങിയ ഇന്റർനാഷണൽ ക്യാമ്പയിനുകൾ ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. വകുപ്പിന്റെ ഹ്യൂമൻ ബൈ നേച്ചർ എന്ന ബ്രാൻഡ് ക്യാമ്പയിൻ ആഗോള ശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റിയിരുന്നു.

നൂതനമായ ടൂറിസം ഉൽപ്പന്നമെന്ന നിലയിൽ വകുപ്പ് പുതുതായി ആവിഷ്കരിച്ച കാരവൻ ടൂറിസത്തിന് കൂടുതൽ സഞ്ചാരികളെ പ്രത്യേകിച്ച് വിദേശ സഞ്ചാരികളെ കൂടുതലായി കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുവാൻ കഴിയുമെന്ന് വിലയിരുത്തുന്നു. പ്രത്യേകം തയ്യാറാക്കിയ കാരവനുകളിൽ യാത്ര ചെയ്യുവാനും സുരക്ഷിതമായ കാരവൻ പാർക്കുകളിൽ താമസിക്കാനും സൗകര്യമൊരുക്കുന്ന ടി പദ്ധതിയ്ക്ക് വേണ്ടത്ര പ്രചരണം നൽകുന്നതിനായി Keravan Kerala – Caravan Tourism Promotion എന്ന പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

സാഹസിക വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയിലേക്ക് കൂടുതൽ സഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കുന്നതിനായി പാരാഗ്ലൈഡിംഗ്, സർഫിംഗ്, മൗണ്ടൻ സൈക്ലിംഗ്, വൈറ്റ് വാട്ടർ കയാക്കിംഗ് തുടങ്ങിയ വിവിധ സാഹസിക വിനോദസഞ്ചാര മത്സരങ്ങൾ നടത്തുകയുണ്ടായി. ഇതുവഴി സാഹസിക വിനോദസഞ്ചാരമേഖലയിൽ താൽപ്പര്യമുള്ള വിദേശസഞ്ചാരികൾ കേരളം സന്ദർശിക്കുന്നതിനുള്ള സാധ്യതകൾ വർദ്ധിക്കുമെന്ന് വകുപ്പ് വിലയിരുത്തുന്നു.

ആഭ്യന്തര - വിദേശ വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയിൽ കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ സാന്നിദ്ധ്യം നിലനിർത്തുന്നതിനും കൂടുതൽ സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനുമായി വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പ് WTM ലണ്ടൻ, PATA ട്രാവൽമാർട്ട്, FITUR മാഡ്രിഡ്, ITB Berlin, MITT Moscow തുടങ്ങി വിവിധ അന്താരാഷ്ട്ര ടൂറിസം

			വിപണന മേളകളിൽ സ്ഥിരമായി പങ്കെടുക്കുകയും, Sydney, Melbourne, Frankfurt, Munich, Barcelona, Milan, Paris, London തുടങ്ങിയ അന്താരാഷ്ട്ര നഗരങ്ങളിൽ വർഷാവർഷം ബിസിനസ് മീറ്റുകൾ സംഘടിപ്പിച്ചും വരുന്നു. കേരളത്തിലേക്കുള്ള വിനോദസഞ്ചാരികളുടെ ക്രമാനുഗതമായ വർദ്ധനവ് സാധ്യമായിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ കൂടുതൽ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും സഞ്ചാരികളെ ഇന്ത്യയിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിന് Look East Policy യും പ്രത്യേക പ്രചരണ പരിപാടികളും സംഘടിപ്പിച്ചു വരുന്നു.
(ബി)	അന്താരാഷ്ട്ര തലത്തിൽ കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ വിപണന സാധ്യതകൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് ആധുനിക ഡിജിറ്റൽ വിപണന തന്ത്രങ്ങൾ എത്രത്തോളം പ്രയോജനപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ടെന്ന് വിശദമാക്കാമോ;	(ബി)	കേരളത്തിന്റെ മനോഹാരിത കൂടുതൽ വിനോദസഞ്ചാരികളിലേക്ക് എത്തിക്കുവാൻ കേരള ടൂറിസം ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് വളരെ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. നൂതനമായ സോഷ്യൽ മീഡിയ മാർക്കറ്റിംഗിലൂടെ കേരളത്തിന്റെ ഉയർന്ന നിലവാരമുള്ള ചിത്രങ്ങൾ ആകർഷകമായ വീഡിയോകൾ ,ഉള്ളടക്കങ്ങൾ എന്നിവ ഉപയോഗിച്ച് ഇൻസ്റ്റഗ്രാം, ഫേസ്ബുക്ക്, യു ട്യൂബ്, ടിറ്റർ തുടങ്ങിയ വിവിധ പ്ലാറ്റ് ഫോമുകളിലൂടെ കേരളത്തിന്റെ സൗന്ദര്യവും, സംസ്കാരവും അനുഭവങ്ങളും വിനോദസഞ്ചാരികളിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിനായി Its Kerala Season, The State of Happiness, Love is in the Air തുടങ്ങിയ സോഷ്യൽ മീഡിയ ക്യാമ്പയിനുകൾ വിനോദ സഞ്ചാര വകുപ്പ് ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. കൂടാതെ ഗൂഗിൾ ആഡ്സ്, സോഷ്യൽ മീഡിയ പരസ്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ വഴി ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾ നൽകി കൂടുതൽ സഞ്ചാരികളിലേക്ക് കേരള ടൂറിസത്തിന് എത്തിച്ചേരുന്നതിനുള്ള പ്രചാരണ പരിപാടികളും വിനോദസഞ്ചാരവകുപ്പ് നടപ്പിലാക്കുന്നുണ്ട്. Whats App Chatbot ഉപയോഗിച്ച് Holiday Heist Campaign പോലുള്ള Interactive ക്യാമ്പയിനുകളിലൂടെ വളരെ ഫലപ്രദമായ പ്രചാരണം വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പ് നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ സഞ്ചാരികൾക്ക് വിവിധ ടൂറിസം കേന്ദ്രങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഉള്ള വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുവാൻ നവീകരിച്ച മൊബൈൽ ആപ്പും സൗഹൃദപരവും വിവരദായകവുമായ വെബ്സൈറ്റും കേരള ടൂറിസം വകുപ്പ് പുറത്തിറക്കിയിട്ടുണ്ട്. ഈ ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെ കേരള ടൂറിസത്തിന് ലോകമെമ്പാടുമുള്ള വിനോദസഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കുവാനും സംസ്ഥാനത്തെ ഒരു പ്രധാന യാത്രാ കേന്ദ്രമായി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനും

			കഴിയുന്നു. കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ സോഷ്യൽ മീഡിയ ഇടപെടലുകൾക്ക് PATA-GOLD അവാർഡും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്.
(സി)	അന്താരാഷ്ട്ര ടൂറിസം മേഖലയിൽ കേരളത്തിന്റെ പരമ്പരാഗത ടൂറിസം ഉല്പന്നങ്ങൾക്കുപരിയായി എന്തെല്ലാം നൂതന ഉല്പന്നങ്ങൾ ലോകസഞ്ചാരികൾക്ക് മുന്നിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിന് കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ടെന്ന് വിശദമാക്കാമോ;	(സി)	കാരവൻ ടൂറിസം, ഹെലി ടൂറിസം, സീപ്ലെയിൻ ടൂറിസം, വർക്കേഷൻ MICE, Wellness, Destination wedding തുടങ്ങിയ നൂതന ആശയങ്ങളിലൂടെ വിദേശീയരുൾപ്പെടെയുള്ള സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുവാനുള്ള നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്.
(ഡി)	അന്താരാഷ്ട്ര ടൂറിസം മേഖലയിൽ കാലത്തിനനുയോജ്യമായ ഉല്പന്നങ്ങളിലൂടെ മികച്ച പ്രകടനം കാഴ്ചവെക്കുന്നതിനും കൂടുതൽ സഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കുന്നതിനും കേരള ടൂറിസത്തിന് കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ടോയെന്ന് വ്യക്തമാക്കാമോ?	(ഡി)	വിദേശ വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയിൽ കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ സാന്നിദ്ധ്യം നിലനിർത്തുന്നതിനും കൂടുതൽ സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനുമായി വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പ് WTM ലണ്ടൻ, PATA ട്രാവൽമാർട്ട്, FITUR മാഡ്രിഡ്, ITB Berlin, MITT Moscow തുടങ്ങി വിവിധ അന്താരാഷ്ട്ര ടൂറിസം വിപണന മേളകളിൽ സ്ഥിരമായി പങ്കെടുക്കുകയും, Sydney, Melbourne, Frankfurt, Munich, Barcelona, Milan, Paris, London തുടങ്ങിയ അന്താരാഷ്ട്ര നഗരങ്ങളിൽ വർഷാവർഷം ബിസിനസ് മീറ്റുകൾ സംഘടിപ്പിച്ചും വരുന്നു. അതോടൊപ്പം മിഡിൽ ഈസ്റ്റിൽ നിന്നും യൂറോപ്പിൽ നിന്നും കൂടുതൽ വിദേശ സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനായി സോഷ്യൽ മീഡിയ, ഒ.ടി.ടി., എഫ്.എം. റേഡിയോ, എയർപോർട്ട് തുടങ്ങി വിവിധ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ വിനോദസഞ്ചാര വകുപ്പ് പ്രചാരണം നടത്തിയ Middle East Campaign 2024, International UK OOH Campaign, International Europe Campaign 2023, Destination Wedding Campaign, What's App Campaign, Holiday Heist, Land of Harmony Video Series തുടങ്ങിയ ഇൻറർനാഷണൽ ക്യാമ്പയിനുകൾ ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. വകുപ്പിന്റെ ഹ്യൂമൻ ബൈ നേച്ചർ എന്ന ബ്രാൻഡ് ക്യാമ്പയിൻ ആഗോള ശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റിയിരുന്നു. കോവിഡിന് ശേഷം ഓരോ വർഷവും വിദേശ സഞ്ചാരികളുടെ എണ്ണം ക്രമാനുഗതമായി വർദ്ധിച്ചുവരുന്നുണ്ട്.

സെക്ഷൻ ഓഫീസർ