പതിനാറാം കേരളനിയമസഭ

രണ്ടാം സമ്മേളനം

നക്ഷത്രചിഹ്നമിട്ട ചോദ്യം നമ്പർ: 251 **29-10-2026-ൽ മറുപടിയ്ക്ക്**

കേരള ടൂറിസം മാർട്ട്

ചോദ്യം ഉന്നയിച്ച അംഗങ്ങൾ

ശ്രീ. വിഷ്ണു മോഹൻ

ശ്രീ. ഉല്ലാസ് കോവൂർ

ശ്രീ. വി. കുഞ്ഞികൃഷ്ണൻ

മറുപടി നൽകിയ മന്ത്രി

ശ്രീ. പി. സി. വിഷ്ണുനാഥ്

(വിനോദസഞ്ചാര - സാംസ്കാരിക വകുപ്പ് മന്ത്രി)

(എ) വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളെയും അന്താരാഷ്ട്ര ബയർമാരെയും കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനായി ടൂറിസം മാർട്ടിന്റെ ഭാഗമായി പുതിയ എന്തൊക്കെ വിപണന തന്ത്രങ്ങളാണ് ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുള്ളത് എന്ന് വിശദമാക്കാമോ;

മറുപടി: ആഭ്യന്തര-വിദേശ വിനോദ സഞ്ചാരികളെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനായി ചുവടെ ചേർക്കുന്ന പദ്ധതികൾ വിനോദ സഞ്ചാര വകുപ്പ് ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നുണ്ട്.

1) എക്സ്പീരിയൻഷ്യൽ ടൂറിസം:-

വെറും കാഴ്ചകൾക്കപ്പുറം കേരളത്തിന്റെ തനത് സംസ്കാരം, പാരമ്പര്യം, ആയുർവേദം, പ്രാദേശിക ഭക്ഷണം, ഹോം സ്റ്റേകൾ എന്നിവ സഞ്ചാരികൾക്ക് നേരിട്ട് അനുഭവിച്ചറിയാൻ സാധിക്കുന്ന രീതിയിലുള്ള പാക്കേജുകൾക്ക് വലിയ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നു.

2. ഉത്തരവാദിത്ത ടൂറിസം (Responsible Tourism):-

പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദവും പ്രാദേശിക ജന വിഭാഗങ്ങൾക്ക് വരുമാനം ഉറപ്പാക്കുന്നതുമായ ടൂറിസം രീതികൾ മാർട്ടിന്റെ പ്രധാന വിപണന ആശയമാണ്. പരമ്പരാഗത തറവാടുകളുടെ മാതൃകകളും തനത് കലാരൂപങ്ങളും വിദേശ പ്രതിനിധികൾക്കായി മാർട്ടുകളിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നു.

3.പുതിയ വിപണികളിലേക്കുള്ള ശ്രദ്ധ:-

യൂറോപ്യൻ രാജ്യങ്ങൾക്ക് പുറമെ പശ്ചിമേഷ്യ, അറബ് രാജ്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയ ആഗോള വിപണികളെ ലക്ഷ്യമിട്ടുള്ള പ്രത്യേക വിപണന തന്ത്രങ്ങൾ ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നു.

4. ആഭ്യന്തര പങ്കാളിത്ത യോഗങ്ങൾ:-

മറ്റ് ഇന്ത്യൻ സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ (ഉദാഹരണത്തിന് അഹമ്മദാബാദ്, വഡോദര പോലുള്ള നഗരങ്ങളിൽ) ട്രാവൽ പ്രൊഫഷണലുകളുമായി ബിസിനസ്സ് സൗഹൃദം പുതുക്കാനും കേരളത്തിലേക്ക് ആഭ്യന്തര സഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കാനും റോഡ് ഷോകളും മീറ്റുകളും നടത്തുന്നു.

5.ഡെസ്റ്റിനേഷൻ വെഡ്ഡിംഗ്:- വിദേശികളായ സഞ്ചാരികളേയും എൻ.ആർ.ഐ.കളേയും ലക്ഷ്യമിട്ട് കേരളത്തെ മികച്ച ഒരു വെഡ്ഡിംഗ് ഡെസ്റ്റിനേഷനായി ഉയർത്തികാട്ടുന്നു.

6. MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions):-

കോർപ്പറേറ്റ് സമ്മിറ്റുകൾ, അന്താരാഷ്ട്ര സമ്മേളനങ്ങൾ എന്നിവ സംഘടിപ്പിക്കാൻ അനുയോജ്യമായ ആഗോള വേദിയായി കേരളത്തെ ബ്രാൻഡ് ചെയ്യുന്നു.

7. ക്രൂയിസ്, മാരിടൈം & കോസ്റ്റൽ ടൂറിസം:-

കേരളത്തിന്റെ 600 കി.മീ വരുന്ന തീരദേശത്തെയും തുറമുഖങ്ങളെയും ബന്ധിപ്പിച്ച് ലക്ഷ്വറി ക്രൂയിസ് ടൂറിസം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നു. കൊച്ചിയിലെ അന്താരാഷ്ട്ര ക്രൂയിസ് ടെർമിനൽ സൗകര്യങ്ങളും മാരിടൈം ആകർഷണങ്ങളും വിദേശ ബയർമാർക്കായി പ്രത്യേകം വിപണനം ചെയ്യുന്നു.

8. സമഗ്ര ഡിജിറ്റൽ ബി2ബി മാച്ച് മേക്കിംഗ്:-

വിദേശ ബയർമാർക്കും പ്രാദേശിക ടൂറിസം സംരംഭകർക്കും ഇടയിൽ കൃത്യവും കാര്യക്ഷമവുമായ ബിസിനസ് കൂടിക്കാഴ്ചകൾ സാധ്യമാക്കുന്നതിന് ആധുനിക AI/ഡിജിറ്റൽ മാച്ച്മേക്കിംഗ് ആപ്പുകളും സോഫ്റ്റ്വെയറുകളും നടപ്പിലാക്കുന്നു. ബിസിനസ്സ് ടു ബിസിനസ്സ് മീറ്റിംഗുകൾ എന്നത് ആഗോള ട്രാവൽ ഏജന്റുമാരേയും (ബയേഴ്സ്) കേരളത്തിലെ ടൂറിസം സംരംഭകരേയും (സെല്ലേഴ്സ്) നേരിട്ട് ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന രീതിയാണ്. ഇത്തരം മീറ്റിംഗുകളിലൂടെ കേരളത്തിലെ വിനോദ സഞ്ചാര കേന്ദ്രങ്ങൾ, ടൂറിസം ഉത്പന്നങ്ങൾ, വിവിധ ടൂറിസം പാക്കേജുകൾ മുതലായവയെ ദേശിയ-അന്തർദേശീയ വിപണികളിൽ കൂടുതൽ ഫലപ്രദമായി പ്രചരിപ്പിക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നു.

9. Be a Malayali for a Day ക്യാമ്പയിൻ :-

സംസ്ഥാനത്തെ വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയിൽ പുതിയ മുന്നേറ്റം ലക്ഷ്യമിട്ട്, സഞ്ചാരികൾക്ക് കേരളത്തിന്റെ തനത് സംസ്കാരവും ഗ്രാമീണ ജീവിതരീതികളും നേരിട്ട് അനുഭവിച്ചറിയാൻ അവസരമൊരുക്കുന്നതിനായി ടൂറിസം വകുപ്പ് ആവിഷ്കരിച്ച പുതിയ അനുഭവാധിഷ്ഠിത ടൂറിസം (Experiential Tourism) പ്രചാരണ പരിപാടിയാണ് **'ബി എ മലയാളി ഫോർ എ ഡേ' (Be a Malayali for a Day).** വെറും കാഴ്ചക്കാരായി മടങ്ങുന്ന പരമ്പരാഗത രീതിക്ക് പകരം, ഒരു ദിവസം തനി മലയാളിയായി ജീവിച്ച് കേരളത്തിന്റെ തനിമ അടുത്തറിയാൻ സഞ്ചാരികളെ ക്ഷണിക്കുന്നതാണ് ഈ പദ്ധതി.

10. FAM Tours:-

വിദേശ ബയർമാർക്കും മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കും കേരളത്തിലെ വിവിധ മേഖലകളിലെ (വയനാട്, കുമരകം, ബേക്കൽ, കൊച്ചി തുടങ്ങിയ) ടൂറിസം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നേരിട്ട് കണ്ടറിയാൻ ഫാം ഫീൽഡ് സന്ദർശനങ്ങൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു

11. സുസ്ഥിര-ഉത്തരവാദിത്ത ടൂറിസം:-

പാരിസ്ഥിതിക സന്തുലിതാവസ്ഥ നില നിർത്തിക്കൊണ്ടുള്ള 'ഗ്രീൻടൂറിസം'/ ഉത്തരവാദിത്ത ടൂറിസം മോഡലുകൾ ഉയർത്തിക്കാട്ടുന്നത് പരിസ്ഥിതി സ്നേഹികളായ വിദേശ സഞ്ചാരികളെ ആകർഷിക്കാൻ ഏറെ സഹായിക്കുന്നു.

കേരളത്തിന്റെ ആയുർവേദം, ബാക്ക്വാട്ടർ എന്നിവയ്ക്ക് ഒപ്പം തന്നെ ഈ പുതിയ വിപണന തന്ത്രങ്ങളിലൂടെ വലിയൊരു വിഭാഗം അന്താരാഷ്ട്ര സഞ്ചാരികളെയും ബിസിനസ് നെറ്റ്വർക്കുകളെയും ആകർഷിക്കാനാണ് കേരള ടൂറിസം ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

12. ബ്രാൻഡ് വയനാട് (Brand Wayanad):-

വയനാടിനെ സുരക്ഷിതവും സുസ്ഥിരവുമായ ആഗോള വിനോദസഞ്ചാര കേന്ദ്രമാക്കുന്നതിനായി കേരള സർക്കാർ 2026 ഒക്ടോബർ 06 -ന് ഔദ്യോഗികമായി ആരംഭിച്ച സമഗ്ര ടൂറിസം പദ്ധതിയാണ് ബ്രാൻഡ് വയനാട്.

വയനാടിന്റെ ടൂറിസം സാധ്യതകൾ കൂടുതൽ ഉയർത്തുന്നതിനും ആഗോള നിലവാരത്തിലുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുന്നതിനുമായി ടൂറിസം വകുപ്പും ബന്ധപ്പെട്ട സംരംഭകരും ലക്ഷ്യമിടുന്ന ഒരു പദ്ധതിയാണിത്. വയനാടിന്റെ പ്രകൃതി സൗന്ദര്യം നിലനിർത്തിക്കൊണ്ട് സഞ്ചാരികൾക്ക് മികച്ച ഹോസ്പിറ്റാലിറ്റി അനുഭവങ്ങളും ആധുനിക സൗകര്യങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുക എന്നതാണ് ഈ പദ്ധതിയുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം.

13. മലബാർ ടൂറിസം (Malabar Tourism):-

കേരളത്തിന്റെ വടക്കൻ ജില്ലകളായ കാസർഗോഡ്, കണ്ണൂർ, വയനാട്, കോഴിക്കോട്, മലപ്പുറം, പാലക്കാട് എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്ന പ്രദേശമാണ് മലബാർ മേഖല. പ്രകൃതി സൗന്ദര്യം, ചരിത്രം, സംസ്കാരം, തനതായ കലാരൂപങ്ങൾ എന്നിവയാൽ സമ്പന്നമാണ് മലബാർ ടൂറിസം. ഈ മേഖലയിലെ വൈവിദ്ധ്യങ്ങളെ ആഭ്യന്തര വിദേശ വിനോദ സഞ്ചാരികൾക്ക് അനുഭവവേദ്യമാകുന്ന രീതിയിൽ ആവിഷ്കരിച്ച പദ്ധതിയാണ് മലബാർ ടൂറിസം. സഞ്ചാരികൾക്ക് തിരക്കുകളിൽ നിന്നും മാറി ശാന്തമായ ഒരു അവധിക്കാലം ആസ്വദിക്കുന്നതിനും, കേരളത്തിന്റെ തനിമയാർന്ന സംസ്കാരം നേരിട്ട് അനുഭവിക്കുന്നതിനും മലബാർ ടൂറിസം മികച്ചൊരു അനുഭവമാണ് സമ്മാനിക്കുന്നത്.

കൂടാതെ എല്ലാവർഷവും കേരളത്തിലെ ദേശിയ ഉത്സവമായ ഓണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് നടത്തുന്ന ഓണം വാരാഘോഷത്തിന്റെ വിവിധ ചടങ്ങുകളായ അത്ത പൂക്കളം, വിവിധ കലാപരിപാടികൾ, ഓണസദ്യ, ഊഞ്ഞാലാട്ടം, കേരളത്തിന്റെ തനത് സാംസ്കാരിക പരിപാടികൾ എന്നിവയിൽ പങ്കെടുക്കുവാൻ വിദേശ- ആഭ്യന്തര വിനോദസഞ്ചാരികൾക്ക് അവസരം നൽകുന്നതിലൂടെ അത് കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ വ്യത്യസ്ത തലങ്ങളിലുള്ള വിപണന സാധ്യതകൾ മറ്റ് രാജ്യങ്ങളിലേക്കും തുറന്ന് കാട്ടപ്പെടുന്നു.

(ബി) സംസ്ഥാനത്തേക്ക് എത്തുന്ന വിദേശ ടൂറിസ്റ്റുകളുടെയും ആഭ്യന്തര ടൂറിസ്റ്റുകളുടെയും എണ്ണം ഉയർത്തുന്നതിന് ടൂറിസം മാർട്ടിന്റെയും മറ്റ് ഔദ്യോഗിക ഇടപെടലുകളുടെയും ഭാഗമായി സർക്കാർ സ്വീകരിച്ചുവരുന്ന പ്രത്യേക പദ്ധതികൾ എന്തൊക്കെയാണെന്ന് വിശദമാക്കാമോ;

<u>മറുപടി:</u> കേരളത്തിലെ പ്രകൃതി രമണീയമായ സ്ഥലങ്ങൾ, കായലുകൾ, കടൽത്തീരങ്ങൾ, ഹിൽസ്റ്റേഷനുകൾ, ആയുർവേദ ചികിത്സാകേന്ദ്രങ്ങൾ, സാംസ്കാരിക പൈതൃകങ്ങൾ എന്നിവയെ ദേശീയ- അന്തർദേശീയ തലങ്ങളിൽ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നതിൽ ടൂറിസം മാർട്ടുകൾ പ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുന്നു. ടൂറിസം മാർട്ടുകളിലൂടെ കേരളത്തിലെ വിനോദ സഞ്ചാരസാധ്യതകൾ കൂടുതൽ ആളുകളിലേക്ക് എത്തിക്കുകയും ആഭ്യന്തര, വിദേശ വിനോദ സഞ്ചാരികളെ കേരളം സന്ദർശിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കൂടാതെ, ട്രാവൽ ഏജൻസികൾ, ടൂർ ഓപ്പറേറ്റർമാർ, ഹോട്ടലുകൾ, റിസോർട്ടുകൾ, ടൂറിസം വകുപ്പ് തുടങ്ങിയവ തമ്മിൽ ബന്ധം സ്ഥാപിക്കാൻ സഹായിക്കുകയും വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും ടൂർ ഓപ്പറേറ്റർമാരെയും യാത്രാ സേവനദാതാക്കളെയും പങ്കെടുപ്പിക്കുന്നതിലൂടെ കേരളത്തിലെ വിദേശ വിനോദ സഞ്ചാര വിപണിയിൽ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധനേടാൻ സാധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കേരള ട്രാവൽ മാർട്ട് സൊസൈറ്റിയുടെ ആഭിമുഖ്യത്തിൽ രണ്ട് വർഷത്തിൽ ഒരിക്കൽ നടന്നുവരുന്ന കേരള ട്രാവൽ മാർട്ടിന് ധനസഹായം ടൂറിസം വകുപ്പ് നൽകിവരുന്നു. കൂടാതെ, വിവിധ ടൂറിസം ട്രേഡ് അസോസിയേഷനുകൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്ന വിവിധ ടൂറിസം ഇവന്റുകൾക്കും ടൂറിസം വകുപ്പ് ധനസഹായം നൽകുന്നുണ്ട്. പ്രസ്തുത ട്രാവൽ മാർട്ടുകളിൽ പങ്കെടുക്കാനെത്തുന്ന മാധ്യമ

പ്രവർത്തകർ, ഇൻഫ്ലുവൻസേർസ് എന്നിവർക്ക് കേരളത്തിലെ ടൂറിസ്റ്റ് കേന്ദ്രങ്ങളെ പരിചയപ്പെടുത്തുന്ന FAM ടൂറുകൾ നടത്തി വരുന്നു.

(സി) ടൂറിസം മേഖലയ്ക്ക് വ്യവസായ പദവി നൽകുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സംസ്ഥാന ബജറ്റിലെ പ്രഖ്യാപനം നടപ്പിലാക്കുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ ഏത് ഘട്ടത്തിലാണ് എന്ന് വ്യക്തമാക്കാമോ?

മറുപടി: കേരളത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വളർച്ചക്കും തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും ടൂറിസം മേഖല നിർണ്ണായക പങ്ക് വഹിക്കുന്നുണ്ട്. ടൂറിസം മേഖലയിലെ നിക്ഷേപം വർദ്ധിപ്പിക്കുക, അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുക, സംരംഭകർക്ക് കൂടുതൽ പ്രോത്സാഹനം നൽകുക എന്നീ ലക്ഷ്യങ്ങളോടെ ടൂറിസം മേഖലക്ക് വ്യവസായ പദവി നൽകുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ സർക്കാർ സ്വീകരിച്ചു വരുന്നു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി ടൂറിസം മേഖലക്ക് വ്യവസായ പദവി നൽകുന്നതിനുള്ള കരട് നയം തയ്യാറാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ബന്ധപ്പെട്ട വകുപ്പുകളുമായുള്ള കൂടിയാലോചനകളും സാമ്പത്തിക, നിയമപരമായ പരിശോധനകളും പൂർത്തിയാക്കി നയം അന്തിമമാക്കുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ പുരോഗമിക്കുകയാണ്. ഏകജാലക അനുമതി സംവിധാനം, വ്യവസായ മേഖലക്ക് ലഭിക്കുന്ന ആനുകൂല്യങ്ങൾ, വൈദ്യുതി നിരക്കിലെ ഇളവുകൾ തുടങ്ങിയവ ടൂറിസം മേഖലയിലേക്കും വ്യാപിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള സാധ്യതകളാണ് നയം ലക്ഷ്യമാക്കുന്നത്.

സെക്ഷൻ ഓഫീസർ