



# योजना

अक्टूबर 2016

विकास को समर्पित मासिक

₹ 30

## वस्त्र उद्योग: नया ताना-बाना

हस्तशिल्प का स्थायित्व  
स्मृति जुबिन ईशानी

वस्त्र कामगारों के लिए कल्याणकारी योजनाएं  
अजय टट्टा

रोजगार सृजन व समग्र विकास  
रश्मि वर्मा

हथकरघा: अतीत, वर्तमान एवं भविष्य  
जया जेटली

फोकस

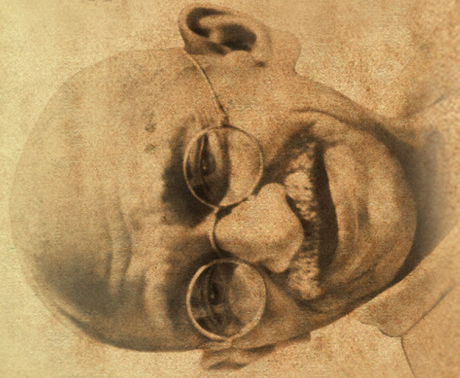
खादी: जीरो कार्बन फुटप्रिंट वाला उद्योग  
विनय कुमार सक्सेना

विशेष आलेख

तकनीकी वस्त्र: एक उदीयमान उद्योग  
प्रकाश वासुदेवन

# महात्मा गांधी

## जीवन और संदेश



प्रकाशन विभाग  
सूचना और प्रसारण मंत्रालय  
भारत सरकार

अपनी प्रतियां सुरक्षित कराने एवं व्यापार संबंधी पुछताछ के लिए कृपया संपर्क करें—  
टेलीफोन : 011-24367260, 24365609

ई मेल : [businesswing@gmail.com](mailto:businesswing@gmail.com)  
वेब साइट : [publicationsdivision.nic.in](http://publicationsdivision.nic.in)  
[www.facebook.com/publicationsdivision](http://www.facebook.com/publicationsdivision)

गांधी साहित्य पर ई-पुस्तकें [play.google.com](http://play.google.com) एवं [kobo.com](http://kobo.com) पर उपलब्ध



# योजना

वर्ष: 60 • अंक 10 • अक्टूबर 2016 • आश्विन-कार्तिक, शक संवत 1938 • कुल पृष्ठ: 72

हिंदी, असमिया, बांग्ला, अंग्रेजी, गुजराती, कन्नड़, मलयालम, तमिल, तेलुगु, मराठी, उड़िया, पंजाबी तथा उर्दू में एक साथ प्रकाशित

**प्रधान संपादक: दीपिका कच्छल**

**संपादक: ऋतेश पाठक**

**संपादकीय कार्यालय**

648, सूचना भवन, सीजीओ परिसर,  
लोधी रोड, नयी दिल्ली-110 003

दूरभाष (प्रधान संपादक): 24362971

ईमेल: yojanahindi@gmail.com

वेबसाइट: www.yojana.gov.in

www.publicationsdivision.nic.in

http://www.facebook.com/yojanahindi

**संयुक्त निदेशक (उत्पादन): वी के मीणा**

**सहायक निदेशक (प्रसार): पद्म सिंह**

(प्रसार एवं विज्ञापन)

ईमेल: pdjuicir@gmail.com

**आवरण: जी पी धोपे**

पत्रिका मंगवाने, सदस्यता, नवीकरण,  
पुराने अंकों की प्राप्ति एवं एजेंसी आदि के  
लिए मनीऑर्डर/डिमांड ड्राफ्ट/पोस्टल आ.  
र्डर 'अपर महानिदेशक, प्रकाशन विभाग'  
के नाम से बनवा कर निम्न पते पर भेजें:

**सहायक निदेशक (प्रसार एवं विज्ञापन)**

**प्रकाशन विभाग, कमरा सं. 48-53**

**भूतल, सूचना भवन, सीजीओ परिसर**

**लोधी रोड, नई दिल्ली-110003**

**दूरभाष: 011-24367453**

सदस्य बनने अथवा पत्रिका मंगाने के  
लिए हमारे निम्नलिखित विक्रय केंद्रों पर  
भी संपर्क किया जा सकता है।

## प्रकाशन विभाग के विक्रय केंद्र

शहर	पता	पिनकोड	दूरभाष
नयी दिल्ली	सूचना भवन, सीजीओ कॉम्प्लेक्स, लोधी रोड	110003	24367260
दिल्ली	हाल सं. 196, पुराना सचिवालय	110054	23890205
नवी मुंबई	701, सी- विंग, सातवीं मंजिल, केंद्रीय सदन, बेलापुर	400614	27570686
कोलकाता	8, एसप्लानेड ईस्ट	700069	22488030
चेन्नई	'ए' विंग, राजाजी भवन, बंसल नगर	600090	24917673
तिरुअनंतपुरम	प्रेस रोड नयी गवर्नमेंट प्रेस के निकट	695001	2330650
हैदराबाद	ब्लॉक सं-4, पहला तल, गृहकल्प, एमजी रोड, नामपल्ली	500001	24605383
बंगलुरु	फर्स्ट फ्लोर, 'एफ' विंग, केंद्रीय सदन, कोरामंगला	560034	25537244
पटना	बिहार राज्य कोऑपरेटिव बैंक भवन, अशोक राजपथ	800004	2683407
लखनऊ	हॉल सं-1, दूसरा तल, केंद्रीय भवन, सेक्टर-एच, अलीगंज	226024	2225455
अहमदाबाद	ऑबिका कॉम्प्लेक्स, फर्स्ट फ्लोर	380007	26588669
गुवाहाटी	के. के. बी. रोड, नयी कॉलोनी, कमान संख्या-7, चेनीकुटी	781003	2665090

## इस अंक में

- **संपादकीय** ..... 7
- हस्तशिल्प का स्थायित्व
- स्मृति जुबिन ईरानी..... 9
- वस्त्र कामगारों के लिए कल्याणकारी योजनाएं
- अजय टम्टा**..... 13
- वस्त्र क्षेत्र में रोजगार सृजन और समावेशी विकास
- रश्मि वर्मा**..... 17
- वस्त्र एवं परिधान निर्यात: उभरते बाजार
- अदिति दास राउत**..... 21
- **विशेष आलेख**
- तकनीकी वस्त्र: एक उदीयमान उद्योग
- प्रकाश वासुदेवन**..... 25
- हथकरघा: अतीत, वर्तमान एवं भविष्य
- जया जेटली**..... 29
- **फोकस**
- खादी: आधुनिक भारत के निर्माण की ताकत
- विनय कुमार सक्सेना**..... 33
- गांधी विचार से स्किल डेवलपमेंट
- लक्ष्मी दास**..... 36
- स्वदेशी की भावना और खादी का दर्शन
- दीपंकर श्रीज्ञान**..... 39
- भारत में वस्त्र उद्योग: स्थानीयकरण
- लालकृष्ण मिश्रा**..... 43
- वस्त्र उद्योग: स्किल, स्टैंडअप और स्टार्टअप का संयोजन
- रहीस सिंह**..... 47
- समय के साथ बदलता भारतीय हैंडीक्राफ्ट
- रत्ना श्रीवास्तव**..... 51
- वस्त्र निर्यात: उम्मीद भरे डगर पर सावधानी की जरूरत
- भुवन भास्कर**..... 55
- ई-कॉमर्स: वस्त्र व्यापार का नया आयाम
- शिशिर सिन्हा**..... 59
- भारत में वस्त्रोद्योग: एक स्वर्णिम इतिहास
- पवन कुमार शर्मा**..... 63

• योजना का लक्ष्य देश के आर्थिक विकास से संबंधित मुद्दों का सरकारी नीतियों के व्यापक संदर्भ में गहराई से विश्लेषण कर इन पर विमर्श के लिए एक जीवंत मंच उपलब्ध कराना है।

• योजना में प्रकाशित लेखों में व्यक्ति विचार लेखकों के अपने हैं। जरूरी नहीं कि ये लेखक भारत सरकार के जिन मंत्रालयों, विभागों अथवा संगठनों से संबद्ध हैं, उनका भी यही दृष्टिकोण हो।

• प्रकाशित विज्ञापनों की विषयवस्तु के लिए योजना उत्तरदायी नहीं है।

• योजना में प्रकाशित आलेखों में प्रयुक्त मानचित्र व प्रतीक आधिकारिक नहीं हैं, बल्कि सांकेतिक हैं। ये मानचित्र या प्रतीक किसी भी देश का आधिकारिक प्रतिनिधित्व नहीं करते हैं।

दरें: वार्षिक: ₹ 230 द्विवार्षिक: ₹ 430, त्रिवार्षिक: ₹ 610



## आपकी राय



### नयी ऊर्जा का संचार

**मैं** ने योजना पत्रिका का अगस्त अंक पढ़ा। जो कि ऊर्जा पर केंद्रित था। इस अंक में विद्युत ऊर्जा, परमाणु ऊर्जा, पेट्रोलियम पदार्थों, सौर ऊर्जा, बायोमास ऊर्जा के बारे में काफी अच्छी जानकारी दी गई थी, साथ ही सरकार द्वारा ऊर्जा के क्षेत्र में किये जा रहे प्रयासों की भी जानकारी दी गई थी। विभिन्न ऊर्जा क्षेत्रों में सरकार की उपलब्धियों और उनके फायदों के बारे में भी इस अंक में बताया गया था। विभिन्न राज्यों में उपलब्ध ऊर्जा भंडारों की भी अच्छी जानकारी इस अंक में दी गई थी। भविष्य की ऊर्जा क्या होगी और उसके लाभ क्या होंगे यह भी बताया गया था। साथ ही ग्रामीण विद्युतीकरण के भविष्य के लक्ष्यों की भी जानकारी के साथ-साथ विद्युतविहीन ग्रामीण परिवारों के बारे में भी इस अंक में बताया गया था।

हमारे देश में बिजली के बिन अभी भी काफी सारे गांव हैं। यहां तक कि शहरों में भी बिजली की भारी कटौती होती है। गर्मियों में तो और भी बुरा हाल हो जाता है। टिहरी बांध बनने से काफी सारे लोग विस्थापित हुए। आज भी कुछ लोग ऐसे हैं जिनको पुनर्वास के लिए धक्के खाने पड़ रहे हैं। टिहरी बांध भी अनुमान से कम बिजली उत्पादन कर रहा है। बिजली की खपत बढ़ती जा रही है। उत्पादन कम है। यू.पी. के बिजली उत्पादन केंद्र ओबरा, अनपरा

आदि में भी उत्पादन कम हो रहा है। राज्य सरकारें विद्युत उत्पादन कम होने का रोना रोती रहती है, और बेतहाशा विद्युत कटौती की जाती है। कुछ राज्यों में तो ये हाल है कि अगर खास मंत्री का जिला है तो उसे बिजली चौबीसों घंटों मिलती है। अन्य जिलों में भरपूर कटौती होती है। बिजली सप्लाई में भी राजनीति होती है। उत्तराखंड में अभी भी कई गांव ऐसे हैं, जहां बिजली नहीं है और सड़क भी नहीं है। बिजली सप्लाई का जिम्मा तो पूरा केंद्र के हाथ में होना चाहिए। राज्य सरकार के हाथ में बिजली जैसा अहम विभाग नहीं होना चाहिए। ताकि बिजली सप्लाई में मनमानी खत्म हो सके और हर जिले को बराबर-बराबर बिजली मिले। किसी जिले को ज्यादा, किसी जिले को कम नहीं।

जनता को भी चाहिए कि बिजली की बचत करें। बिजली अनावश्यक रूप से ना चलाएं। बिजली चोरी नहीं करनी चाहिए। बढ़ते शहरीकरण और सुविधाओं के कारण बिजली की मांग लगातार बढ़ रही है। हर साल बिजली की खपत बढ़ जाती है। अगर यूं ही बिजली की खपत बढ़ती गई तो भविष्य में बिजली के लिए भारी समस्या उठानी पड़ सकती है।

**महेन्द्र प्रताप सिंह, मेहरा गांव, अल्मोड़ा, उत्तरांचल**

### पारंपरिक स्रोतों पर ध्यान जरूरी

**यो**जना का अगस्त 2016 का अंक ग्रामीण भारतवर्ष के लिए ऊर्जा प्रदान करने वाला

था, आज देश के दूरदराज, पहाड़ी ग्रामीण, विस्थापित तथा पुनर्वासित क्षेत्र में ऊर्जा पहुंचना देश के विकासात्मक प्रक्रिया का अंग है, चुनौतियां हैं पर उस पर तंत्र ज्ञान, मेहनत और लगन की वजह से देश में नये बदलाव आ रहे हैं, पारंपरिक स्रोत आज अगर खत्म हो जाएं तो चुनौतियां बढ़ जाएगी इसलिए पवन, सौर, जल, शैल ऊर्जा के माध्यम से पर्यावरण और समाज संस्कृति को बचाकर ऊर्जा निर्माण किया जाए तथा योग्य विनियोग हो तभी देश उन्नति करेगा।

**राहुल पाडवी, तलोदा, जिला-नंदुरबार, महाराष्ट्र**

### सम्मान, समानता और शिक्षा से होगा नारी सशक्तीकरण

**ना**री सशक्तीकरण पर आधारित योजना का सितंबर 2016 का अंक बहुत पसंद आया। निश्चित रूप से, आपने गंभीर विषय पर वृहद् चर्चा की है, पर कई बार यह विषय सिर्फ 'चर्चा' बनकर ही रह जाता है।

सामान्य रूप से नारी के सशक्तीकरण की याद हमें 8 मार्च से पहले आती है। लेकिन 'उस दिन' भी कुछ नहीं बदलता, सिवा बधाई संदेशों के, लेकिन आवश्यकता विश्वास की है, सम्मान की है, समानता की है और यह किताबों से नहीं आता। यदि ऐसा होता तो संविधान के अनुच्छेद 15 के आते ही हमने अपने व्यवहार में सुधार कर लिया होता और

आज स्वतंत्रता के 70 वर्ष बाद हमें बेटी को बचाने के लिए राष्ट्रीय कार्यक्रम नहीं चलाना पड़ता।

महिलाओं के सम्मान और विकास के लिए मात्र पुरुषों को इसका कारण मानना या उन्हें ही इसके लिए जिम्मेदार ठहराना उचित प्रतीत नहीं होता। व्यक्तित्व को निखारने के लिए प्रकृति परीक्षा लेने में लिंग का भेदभाव नहीं करती। इतिहास इस बात का प्रमाण है कि जिसने भी आगे बढ़कर अपनी बात सही तरीके से रखी है समाज ने उसे पूरा सम्मान दिया है।

बल्कि देखने में तो आता है कि माताएं अपनी बेटियों को घर से बाहर नहीं निकलने देती। वे उन्हें योग्य बेटियों के उदाहरण देकर प्रेरणा देने के बजाय समाज को असुरक्षित बताने में ज्यादा मुखर होती हैं। आत्मनिर्भर बनने के लिए किसी कौशल को सीखने के बजाय संकुचित मानसिकता का पहला पाठ वे घर से सीखती हैं। सुरक्षा और परंपरा का हवाला देकर उनके जीवन लक्ष्य को मात्र विवाह तक सीमित कर दिया जाता है। दूर आसमान में अपने पंखों को सशक्त बनाकर चील बनकर उड़ने की शिक्षा देने के बजाय मुर्गी की तरह 'चूल्हा-चौका' और 'बच्चों की देखभाल' करना उनका नैतिक दायित्व बताया जाता है।

आज बहुओं को घर में 'पर्दा' डालने के लिए जाना जाता है, यानि कि हर गलत बात पर पर्दा। परंतु इसी के पीछे-पीछे उन्हें और उनकी मानसिकता को कब पर्दे में कैद कर दिया जाता है उन्हें पता ही चलता। जबकि घर के कार्य उनके बगैर शायद कुछ घंटे भी ठीक से न चल पाएं। हम भूल जाते हैं कि वास्तविकता में वे ही आधार हैं नव जीवन का, उनके होने से ही सभ्यता है और प्रेम का संदर्भ उनके बिना अधूरा है।

आज उन्हें अधिकार से ज्यादा सम्मान की, धन से ज्यादा शिक्षा की और भोजन से ज्यादा प्रेम देने की आवश्यकता है। तभी हम अपने पूर्वजों द्वारा स्थापित 'यत्र नार्यस्तु पूज्यन्ते, रमन्ते तत्र देवता' की उक्ति को सार्थक कर पाएंगे।

हीरेंद्र रमन, बहराइच, उत्तर प्रदेश  
hirendra.raman@gmail.com

**नारी सशक्तीकरण को प्रोत्साहन**  
**यो** जना का अगस्त 2016 अंक महिलाओं पर केंद्रित था। इस अंक के माध्यम से सरकार द्वारा महिलाओं के सशक्तीकरण के लिए चलायी जाती रही योजनाओं का विस्तृत विवरण दिया गया है। ज्योति अटवाल का लेख भारतीय स्वाधीनता... अच्छी जानकारी देने वाला था। दूसरी ओर मुकुल कानिटकर के लेख भारत में महिला शिक्षा बहुत से अच्छे ढंग प्रस्तुत किया गया है जिससे यह समझने में आसानी होती है कि वर्तमान में महिलाओं की शिक्षा स्थिति क्या है राजेश राय के लेख में महिलाओं की खेल जगत में उपलब्धि का वर्णन दिया गया था जो कि पढ़ने में बहुत रुचिकर एवं ज्ञानवर्धक था।

प्रीति, शाहदरा, दिल्ली-32



**योजना**  
**आगामी अंक**  
**नवंबर 2016**  
**कर सुधार**

**अब उपलब्ध है ... हमारी पत्रिकाओं की ऑनलाइन सदस्यता**




लॉग ऑन करें योजना

<http://publicationsdivision.nic.in/>,  
[bharatkosh.gov.in](http://bharatkosh.gov.in) के सहयोग से



Most trusted & renowned  
institute among IAS aspirants

## सिविल सेवा परीक्षा की तैयारी को समर्पित मासिक पत्रिका



### करेंट अफेयर्स टुडे


वर्ष 2 | अंक 4 | कुल अंक 16 | अक्टूबर 2016 | ₹ 100

#### मेन्स कैप्सूल 2

सामाजिक न्याय  
और  
समाज कल्याण

#### प्रमुख आकर्षण

महत्त्वपूर्ण लेख
वाद-विवाद
टू द पॉइंट
टॉपर्स की डायरी
शक्तिशयत
प्रभावशाली उद्धरण
एथिक्स



**द जिस्ट**

- ❖ योजना
- ❖ कुरुक्षेत्र
- ❖ वर्ल्ड फोकस
- ❖ इकॉनमिक एंड पोलिटिकल वीकली
- ❖ द इकॉनमिस्ट
- ❖ साइंस रिपोर्टर
- ❖ द हिन्दू
- ❖ इंडियन एक्सप्रेस

- ☑ समसामयिक मुद्दों पर आधारित महत्त्वपूर्ण लेख।
- ☑ आगामी मुख्य परीक्षा के लिये सामान्य अध्ययन पर महत्त्वपूर्ण सामग्री।
- ☑ प्रारंभिक और मुख्य परीक्षा के लिये प्रत्येक महीने सामान्य अध्ययन के विभिन्न खण्डों के रिवीजन के लिये टू द पॉइंट सामग्री।
- ☑ प्रमुख पत्र-पत्रिकाओं (योजना, कुरुक्षेत्र, वर्ल्ड फोकस, इकॉनमिक एंड पोलिटिकल वीकली, द इकॉनमिस्ट, साइंस रिपोर्टर, द हिन्दू) के महत्त्वपूर्ण लेखों और समाचारों का सारांश।
- ☑ मुख्य परीक्षा के लिये समसामयिक मुद्दों पर आधारित प्रश्न और उनके उत्तर।
- ☑ एथिक्स पेपर के लिये हर महीने विशेष सामग्री।
- ☑ प्रत्येक महीने कुछ महत्त्वपूर्ण निबंधों के साथ-साथ निबंध लेखन के लिये उपयोगी उद्धरणों का संकलन।

पत्रिका का सैम्पल निःशुल्क पढ़ने के लिये हमारी वेबसाइट:  
[www.drishtiias.com](http://www.drishtiias.com) पर विज़िट करें।



**To Subscribe, Call - 8130392351, 59**

For business/advertising enquiry, Call - 8130392355

Web : [www.drishtiias.com](http://www.drishtiias.com), Email : [info@drishtipublications.com](mailto:info@drishtipublications.com)

## भविष्य का ताना-बाना

‘टे’

क्सटाइल्स’ या ‘वस्त्र’ शब्द सुनते ही खूबसूरत कपड़ों- सूती, रेशमी, शिफॉन, गोटे की छवि उभरती है। मोहनजोदड़ो से मिली मूर्ति में स्त्री पर लिपटा कपड़ा हो, किलयोपेट्रा की भव्य ओढ़नियां हों, विक्टोरिया काल के बॉल डांस गाउन हों या हमारी रानियों और राजकुमारियों की खूबसूरत पोशाकें हों, कपड़े हमेशा ही लोगों के जीवन का अटूट हिस्सा रहे हैं। युगों से विभिन्न प्रकार के कपड़े पहने जाते रहे हैं- कपास, जूट और रेशम जैसे प्राकृतिक रेशे तथा रेयॉन, शिफॉन और मलमल जैसे मानव निर्मित रेशे।

भारतीय कपड़े अपने खूबसूरत रंगों और डिजाइनों के लिए दुनिया भर में मशहूर हैं। दुनिया के किसी भी अन्य देश में विविध संस्कृति तथा विभिन्न प्रकार की वस्त्र परंपराओं में ऐसा करीबी रिश्ता नहीं रहा है, जैसा भारत में है। राजस्थान का बांधनी हो, बंगाल का कांथा हो, गुजरात का तनछुई हो या तमिलनाडु का कांजीवरम, प्रत्येक कपड़े पर क्षेत्रीय संस्कृति एवं परंपरा की स्पष्ट छाप है। बनारसी सिल्क, ओडिशा सिल्क, तसर, मूंगा और चंदेरी ऐसे ब्रांड हैं, जो दुनिया भर में मशहूर हैं और सराहे जाते हैं।

सूती कपड़ों के उत्पादन और प्रयोग के मामले में भारत हमेशा से आगे रहा है। धोती, कुर्ता और साड़ी हो या लहंगा हो, सूती कपड़ा ऐतिहासिक रूप से आम आदमी का ही कपड़ा रहा है। कपास का बड़ा उत्पादक होने के कारण सूती कपड़े का उद्योग एक समय इतना महत्वपूर्ण था कि ब्रिटेन के सूती उद्योग के लिए वह खतरा बन गया। इतना बड़ा खतरा बन गया कि अपने वस्त्र उत्पादन उद्योग को बचाने के लिए अंग्रेजों को कई नीतियां लानी पड़ीं ताकि भारत के सूती कपड़े को दुनिया भर में पहुंचने से रोका जा सके और भारतीय ग्राहकों को उनका ही सूती कपड़ा खरीदने के लिए मजबूर किया जा सके। राष्ट्रीय आंदोलन खड़ा होने के पीछे ब्रिटिश सरकार की ये हरकतें भी बड़ी वजह हैं। इसके कारण ही खादी आजादी का प्रतीक बन गई।

समय गुजरता गया और खादी बड़ी आबादी विशेषकर ग्रामीण महिलाओं को आजीविका का सम्मानजनक साधन मुहैया कराने वाली अमूल्य विरासत बन गई है। लाखों लोगों को रोजगार उपलब्ध कराने की खादी की क्षमता देखकर प्रधानमंत्री ने *मन की बात* कार्यक्रम की एक कड़ी में भारत के युवाओं से कम से कम एक खादी का परिधान अपनाने की अपील की थी। खादी सबसे साफ और सबसे अधिक टिकाऊ कपड़ा भी है, जो पर्यावरण के लिहाज से प्रतिकूल आधुनिक सिंथेटिक रेशों का मजबूत विकल्प मुहैया करा सकता है। हथकरघा एक अन्य विविधता भरा तथा पर्यावरण के अनुकूल क्षेत्र है, जिसमें समृद्ध प्राचीन परंपरा तथा आधुनिक नई पद्धतियों का संगम होता है। प्रधानमंत्री के शब्दों में हमें पारंपरिक हथकरघा उत्पादों को उनका उचित स्थान प्रदान करने तथा उन्हें भारत और दुनिया भर में फैशन का केंद्र बनाने की आवश्यकता है।

भारतीय रेशम अनंत काल से दुनिया भर में मशहूर रहा है। मोती, और मसालों की ही तरह साथ यह प्रमुख निर्यात वस्तु थी। भारतीय रेशम और मलमल की दुनिया भर में बहुत मांग थी। रेशम उत्पादन उद्योग देश के पूर्वोत्तर और दक्षिणी हिस्सों में बहुत रोजगार प्रदान करता है। रेशे के तौर पर जूट का इस्तेमाल प्रमुख रूप से पैकेजिंग सामग्री में होता है। किंतु बाद में जूट फैशन डिजाइनरों को भी पसंद आया है और जूट वस्त्र सामग्री की मार्केटिंग जमकर की जा रही है तथा उसे पहना भी जा रहा है। तकनीकी वस्त्र उभरते हुए वस्त्र हैं, जिनका प्रयोग चिकित्सा, सिविल इंजीनियरिंग और वाहन जैसे विभिन्न कार्यों में होता है।

दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा कपड़ा उत्पादक और निर्यातक होने के साथ भारतीय वस्त्र उद्योग, कृषि के बाद दूसरा सबसे बड़ा रोजगार प्रदाता भी है, जो 4.5 करोड़ से अधिक भारतीयों के लिए प्रत्यक्ष और 6 करोड़ के लिए परोक्ष रोजगार सृजित कर रहा है। देश के सकल घरेलू उत्पाद में इसका 4 प्रतिशत योगदान है। शिल्पकारों के कल्याण के लिए ओर उन्हें इस क्षेत्र में नवीनतम तकनीकी प्रगति की जानकारी देने के लिए सरकार ने बुनकर सेवा केंद्र, शिल्प क्लस्टर कार्यक्रम, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म जैसी कई योजनाएं आरंभ की हैं।

2015-16 में भारत के कुल निर्यात में वस्त्र क्षेत्र का योगदान 14 प्रतिशत था। किंतु निर्यात के मामले में भारत चौराहे पर खड़ा है और उसे चीन, बांग्लादेश, यूरोपीय संघ, हांगकांग, वियतनाम, इंडोनेशिया, अमेरिका तथा कंबोडिया से कड़ी टक्कर मिल रही है। किंतु कपड़ा क्षेत्र में 100 प्रतिशत प्रत्यक्ष विदेशी निवेश की अनुमति, संशोधित प्रौद्योगिकी उन्नयन कोष योजना (एटीयूएफएस), तकनीकी वस्त्र प्रौद्योगिकी अभियान (टीएमटीटी), फोकस इनक्यूबेशन केंद्रों की स्थापना, बाजार विकास सहयोग, मेगा क्लस्टर विकास योजनाओं जैसी अनुकूल सरकारी नीतियों तथा योजनाओं की मदद से वस्त्र उद्योग भारतीय अर्थव्यवस्था में सबसे आगे ही नहीं खड़ा रहेगा, बल्कि विश्व निर्यात में भी निश्चित रूप से नई ऊंचाइयां छुएगा। इसके साथ ही इसमें आम आदमी की *रोटी, कपड़ा और मकान* की जरूरत पूरी करने की क्षमता भी है।





Vinay Singh, Founder & CEO



विगत 15 वर्षों से सर्वाधिक विश्वसनीय एवं सर्वोत्कृष्ट संस्थान जो सामान्य अध्ययन के 50 से भी अधिक समर्पित एवं अनुभवी विशेषज्ञों का भारत में सबसे बड़ा नेटवर्क



Q. H. Khan, Managing Director

## ANNOUNCEMENT OF NEW BATCHES FOR SESSION 2016-17

### हिन्दी माध्यम

North Delhi (Mukherjee Nagar)

## सामान्य अध्ययन

**PREMIUM BATCH**  
Pre-cum-mains

3rd October at 9:00 am

### MAINS CRASH COURSE 2016

Starts with GS PAPER 2

30th September at 12:30 pm

वैकल्पिक  
विषय

- हिन्दी साहित्य • भूगोल

East Delhi (Laxmi Nagar)

## सामान्य अध्ययन

**PREMIUM BATCH**  
Pre-cum-mains

REGULAR BATCH

3rd October  
at  
9:00 am

WEEKEND BATCH

8th October  
at  
11:00 am

### PCS BATCH

12th October at 7:30 am

Allahabad

## सामान्य अध्ययन

**PREMIUM BATCH**  
Pre-cum-mains

12th October  
at  
8:00 am

**MAINS BATCH**

14th October  
at  
10:30 am

**GS FOCUSED  
BATCH**

20th October  
at  
11:00 am

**CSAT**  
(IInd Paper)

22nd October  
at  
11:30 am

वैकल्पिक  
विषय

- इतिहास • भूगोल • समाजशास्त्र
- राजनीति विज्ञान
- लोक प्रशासन • समाज कार्य • रक्षा अध्ययन

Lucknow

## सामान्य अध्ययन

**PREMIUM BATCH**  
Pre-cum-mains

12th October  
at  
6:00 pm

18th October  
at  
9:00 am

वैकल्पिक  
विषय

- इतिहास
- भूगोल • समाजशास्त्र

#### FACE-TO-FACE CENTRES

- NORTH DELHI : 701, 1st Floor, Main Road, Dr. Mukherjee Nagar, Delhi - 110009 Ph.: 011-47354625/26, 09540062643, 9205274741/42/43
- EAST DELHI : 1/53 IIIrd Floor, Lalita Park, Laxmi Nagar, Delhi Ph.: 011-43012556 / 09311969232
- ALLAHABAD : IInd & IIIrd Floor, Shri Ram Tower, 17C, Sardar Patel Marg, Civil Lines, Allahabad-211001 Ph.: 0532-2260189/08853467068
- LUCKNOW : A-12, Sector-J, Aliganj, Lucknow (UP) Ph.: 0522-4025825/09506256789

#### VSAT CENTRES

- BIHAR: PATNA-7549106424, CHATISGARH: BILASPUR-9424124434, DELHI & NCR: FARIDABAD-9582698964, LAXMI NAGAR - 9311969232, HARYANA: SIRSA - 9255464644, KURUKSHETRA - 8607221300, JHARKHAND: DHANBAD - 9973401444, MADHYA PRADESH: BHOPAL - 7554011277, JABALPUR - 9993681988, REWA - 9926207755, SINGRAULI - 9589913433, PUNJAB: AMRITSAR - 737828266, CHANDIGARH - 9872038899, PATIALA - 9041030070, RAJASTHAN: ALWAR - 9024610363, JODHPUR - 9782006311, SIKAR - 9672980807, UTTAR PRADESH: BAHRAICH - 8874572542, BAREILLY - 7409878310, GORAKHPUR - 9236747474, JHANSI - 8874693999, KANPUR - 7275613962, LUCKNOW (ALAMBAGH) - 7570099004, LUCKNOW (GOMTI NAGAR) - 7570099003, MORADABAD - 9927622221, SAHARANPUR - 9568859300, WEST BENGAL: KOLKATA - 8335054687

FOR DETAILS VISIT US ON [WWW.DHYEYAIAS.COM](http://WWW.DHYEYAIAS.COM) OR SEND 'DHY' AT 52424 OR CALL ON 9205274741/42/43





# हस्तशिल्प का स्थायित्व

स्मृति जुबिन इरानी



हस्तशिल्प को शहरी जीवन शैली के लिए अनुकूल और प्रासंगिक बनाया जा रहा है। भारतीय शिल्प विश्वव्यापी बाजार में प्रतिस्पर्धा कर सके, इसके लिए उसकी ब्रांडिंग की जानी चाहिए और ऐसे नए कारोबारी मॉडलों को विकसित किया जाना चाहिए जो सामाजिक एवं व्यावसायिक लक्ष्यों का मिश्रण कर सकें। इस संदर्भ में इंडिया हैंडलूम ब्रांड मार्केटिंग और ब्रांडिंग के लिहाज से एक महत्वपूर्ण पहल है

**भा**रतीय हस्तशिल्प और हथकरघा उद्योग देश की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत का एक अभिन्न हिस्सा हैं। यह असंगठित, विकेंद्रीकृत, श्रम गहन कुटीर उद्योग है जो ग्रामीण और अर्ध शहरी क्षेत्रों में लोगों को रोजगार प्रदान करते हैं और देश के लिए पर्याप्त विदेशी मुद्रा अर्जित करते हैं। साथ ही भारत की समृद्ध और अनूठी सांस्कृतिक विरासत का संरक्षण भी करते हैं।

कृषि और देहाती समुदायों में बुनाई और हस्तशिल्प पारंपरिक रूप से आय का एक अतिरिक्त स्रोत रहा है। अनुमान है कि लगभग 23 लाख लोग हस्तशिल्प और बुनाई जैसे कामों में कार्यरत हैं? लेकिन एक सामाजिक-आर्थिक समूह के रूप में वे विकास के पिरामिड के सबसे निचले पायदान पर हैं। इस क्षेत्र का योगदान कितना है, यह निर्यात से प्राप्त होने वाली आय से स्पष्ट है। भारतीय हस्तशिल्प अमेरिका, ब्रिटेन, संयुक्त अरब अमीरात, जर्मनी, फ्रांस, लैटिन अमेरिकी देशों, इटली, नीदरलैंड्स, कनाडा और ऑस्ट्रेलिया के बाजारों में निर्यात किया जाता है। सांस्कृतिक आधार पर भारतीय शिल्प देश की समृद्ध और प्राचीन परंपराओं और खूबसूरती का वाहक है।

भारतीय हस्तशिल्प क्षेत्र की ताकत है: प्रचुर मात्रा में मिलने वाला सस्ता श्रम, स्थानीय संसाधनों का उपयोग, कम पूंजी निवेश और अद्वितीय शिल्प कौशल जिसे विश्वस्तर पर प्रशंसा प्राप्त हो रही है। इसके बावजूद इस क्षेत्र को साक्षरता और शिक्षा के निम्न स्तर, आधुनिक तकनीकी कौशल के अभाव, कच्चे माल में अपर्याप्त निवेश और कमजोर संस्थागत ढांचा जैसी अनेक चुनौतियों

का सामना करना पड़ता है। वृहद स्तर पर इस क्षेत्र को यंत्रीकृत उत्पादों से प्रतिस्पर्धा भी करनी पड़ती है। हथकरघा को पॉवरलूम और सिंथेटिक कपड़ों से लगातार जूझना पड़ता है। आज कांच और मेलामाइन ने पर्यावरण के अनुकूल मिट्टी के बर्तनों कुल्हड़ या शिकोरा को लगभग गायब कर दिया है। इन बाधाओं के बावजूद इस क्षेत्र में सालाना वृद्धि का अनुमान है।

शिल्प के क्षेत्र में निवेश से ग्रामीण समुदायों की आर्थिक, पर्यावरणीय और सामाजिक स्थिति में सुधार की संभावना बनती है। शिल्प के क्षेत्र में वर्ष 2019 तक विश्वव्यापी बाजार के लगभग 700 अरब अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है जिसमें भारत की मौजूदा हिस्सेदारी 2 प्रतिशत रूसे कम है। इसलिए इस क्षेत्र में अपार गुंजाइश है। इस क्षेत्र के पर्यावरणीय लाभ भी हैं।

हस्तशिल्प की उत्पादन प्रक्रियाओं में कार्बन का कम इस्तेमाल होता है और जहां तक संभव होता है, इसमें स्थानीय स्तर पर उपलब्ध सामग्री के साथ ही प्राकृतिक और जैविक सामग्री का प्रयोग किया जाता है। हस्तशिल्प उत्पादन अपेक्षाकृत कम कुशल, गृह आधारित महिलाओं को कमाई और रोजगार का एक जरिया प्रदान करता है जिससे घर और समुदाय के भीतर उनकी स्थिति में सुधार होता है।

इस क्षेत्र की क्षमता के दोहन के लिए भिन्न प्रकार से निवेश किए जाने की जरूरत है ताकि पारंपरिक शिल्प का संरक्षण किया जा सके, इस क्षेत्र को मजबूती मिले और कारीगरों की आय में सुधार हो।



एक संगठित वस्त्र क्षेत्र इकाई

इसके लिए कारीगरों को एक मूल्य श्रृंखला में समायोजित किया जाना चाहिए। इसके अलावा कारीगरों को उनकी दक्षता का महत्व समझाया जाना चाहिए और उन्हें अपने कौशल एवं उत्पादों के उन्नयन के लिए प्रशिक्षित किया जाना चाहिए। कपड़ा मंत्रालय के तहत आने वाले हथकरघा उपायुक्त ऑफिस के *वीवर्स सर्विस सेंटर्स* हथकरघा बुनकरों के कौशल उन्नयन, क्षमता निर्माण और तकनीकी हस्तक्षेप में निर्णायक भूमिका निभाते हैं जिससे उनकी उत्पादकता और आय में वृद्धि हो। केंद्र बुनकरों को डिजाइन इनपुट प्रदान करते हैं तथा उनके लिए बुनाई के दौरान, उससे पूर्व और उसके उपरांत विभिन्न विषयों जैसे वाईडिंग, रैपिंग, साइजिंग, डाइंग, डॉबी जैकार्ड नुमैटिक वीविंग, डिजाइन मेकिंग (सीएडी) इत्यादि से संबंधित प्रशिक्षण कार्यक्रम संचालित करते हैं। केंद्र विभिन्न व्यापार मेलों और कार्यक्रमों में बुनकरों को प्रायोजित करता है जिससे वे सीधे बाजार से जुड़ सकें।

मेगा हथकरघा क्लस्टर योजना भी विशिष्ट उत्पादों के लिए भौगोलिक स्थानों को चिन्हित करने, कौशल उन्नयन करने, डिजाइन इनपुट प्रदान करने, बुनियादी और स्वास्थ्य सुविधाओं में सुधार करने का कार्य कर रही है जिससे घरेलू और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर बाजार की बदलती मांगों को पूरा किया जा सके और हथकरघा उद्योग के लाखों बुनकरों का जीवन स्तर सुधारा जा सके।

इस वर्ष राष्ट्रीय हथकरघा दिवस (7 अगस्त) के अवसर पर वस्त्र मंत्रालय और

कौशल विकास एवं उद्यमशीलता मंत्रालय ने कौशल विकास एवं हथकरघा उद्योग में उद्यमशीलता को बढ़ावा देने के लिए एक समझौता ज्ञापन पर हस्ताक्षर किए। समझौते के अनुसार, दोनों मंत्रालय संयुक्त रूप से ज्ञान साझा करने, संसाधनों को अनुकूल बनाने और संस्थाओं के बीच तालमेल के माध्यम से हथकरघा बुनकरों के लिए कौशल विकास और उद्यमिता विकास जैसे विभिन्न कार्यक्रम संचालित करेंगे।

दूसरी ओर हस्तशिल्प को शहरी जीवन शैली के लिए अनुकूल और प्रासंगिक बनाया जा रहा है। भारतीय शिल्प विश्वव्यापी बाजार में प्रतिस्पर्धा कर सके, इसके लिए उसकी ब्रांडिंग की जानी चाहिए और ऐसे नए कारोबारी मॉडलों को विकसित किया जाना चाहिए जो सामाजिक एवं व्यावसायिक लक्ष्यों का मिश्रण कर सकें। इस संदर्भ में *इंडिया हैंडलूम ब्रांड* मार्केटिंग और ब्रांडिंग के लिहाज से एक महत्वपूर्ण पहल है। इसे गत वर्ष 7 अगस्त को पहली बार राष्ट्रीय हथकरघा दिवस के अवसर पर भारत के

माननीय प्रधानमंत्री द्वारा शुरू किया गया था। यह पहल उच्च गुणवत्ता वाले हस्तकरघा उत्पादों की ब्रांडिंग इस प्रकार कर रही है कि इनमें कोई खामी नहीं है और ये पर्यावरण के लिहाज से भी उत्तम हैं। इन उत्पादों के कच्चे माल, अलंकरण, वीविंग डिजाइन और दूसरे गुणवत्ता मानक उच्च स्तर के हैं और इनके उत्पादन में सामाजिक एवं पर्यावरणीय नियमों का अनुपालन किया जाता है।

वैसे यहां एक चिंतनीय बात पर भी विचार किया जाना चाहिए। वह यह कि इस क्षेत्र के कारीगरों को व्यावसायिक मार्गदर्शन नहीं मिल पाता। इससे उनके उत्पादों के डिजाइन उपभोक्ताओं की पसंद और प्राथमिकताओं से मेल नहीं खाते। इसके लिए राष्ट्रीय फैशन प्रौद्योगिकी संस्थान (निफ्ट) ने अपने पाठ्यक्रम में क्राफ्ट क्लस्टर इनीशिएटिव को एकीकृत किया है जिससे उसके विद्यार्थियों को देश के विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों के बुनकरों के साथ काम करने का मौका मिलता है। इसका एक लाभ यह भी होता है कि विद्यार्थियों को इस क्षेत्र की चुनौतियों को समझने में मदद मिलती है और वे बुनकरों और कारीगर समुदाय के लाभ के लिए नए डिजाइन, तकनीक और सामग्री को पेश कर पाते हैं। बदले में बुनकरों और कारीगरों के लिए भी आधुनिक बाजार की चुनौतियों को समझना आसान होता है। जैसे चेन्नई स्थित निफ्ट केरल के कोझिकोड क्लस्टर (वडाकरा, कोयलांदी और कोझिकोड) के साथ काम कर रहा है। यह क्लस्टर दो दशक पुराने शिल्प- हथकरघा बुनाई और उरु के लिए प्रसिद्ध है। यहां के हथकरघा क्षेत्र में लगभग 30 सहकारी समितियां हैं और बेपोर हस्तशिल्प क्षेत्र में विशेष स्थान रखता है। बेपोर में उरु नामक परंपरागत नावों के लकड़ी के मॉडल बनाने वाले कारीगर बड़ी संख्या में रहते हैं।



दस्तकारी उत्पाद



वस्त्र क्षेत्र में महिला अधिकार

अगर कारीगरों को कच्चा माल आसानी से एवं सस्ती कीमत पर उपलब्ध होगा तो वे नियमित बाजार की मांग को पूरा कर पाएंगे और उनके काम की गुणवत्ता में सुधार होगा। साथ ही अच्छा मेहनताना भी प्राप्त होगा। लेकिन आज कारीगरों की सबसे बड़ी समस्या है कि उन्हें न तो मार्केटिंग के आउटलेट सीधे-सीधे मिलते हैं और न ही उनकी पहुंच शहरी क्षेत्रों तक आसानी से होती है। इसके लिए कारीगरों और उनके क्लस्टरों को बाजार से जोड़ना होगा और उन्हें उन्नत तकनीक उपलब्ध करानी होगी। इसलिए कपड़ा मंत्रालय की तमाम प्राथमिकताओं में से एक है- ई-कॉमर्स के माध्यम से हथकरघा उत्पादों की मार्केटिंग को बढ़ावा दिया जाए। पारदर्शी, प्रतिस्पर्धी और प्रभावी ढंग से हथकरघा उत्पादों की ई-मार्केटिंग के लिए अनेक ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों को तैयार किया जा रहा है। ऐसे बाजारों का निर्माण करके कारीगरों को आजीविका कमाने के लिए सशक्त किया जा सकता है।

हस्तशिल्प के क्षेत्र को विभिन्न हितधारकों जैसे सरकार, वित्तीय संस्थानों, गैर लाभकारी संगठनों और शिक्षाविदों की सक्रिय भागीदारी से लाभ प्राप्त हो सकता है क्योंकि इसके माध्यम से उनकी विशेषज्ञता का उपयोग किया जा सकता है। इन हितधारकों के बीच एक सहयोगपरक तंत्र तैयार करने से विभिन्न हितधारक अलग-अलग तरीकों से कारीगरों की मदद कर सकते हैं। एक दिलचस्प उदाहरण पूर्वोत्तर विकास वित्त निगम के असम-आधारित संगठन *एक्वा वीक्स* का है जो प्रदूषित पानी में होने वाले बारामासी फूल हायसिन से बैग, घर की साज-सज्जा

का सामान और यूटिलिटी प्रोडक्ट्स बनाता है। थाईलैंड और मलेशिया की तर्ज पर और अहमदाबाद स्थित नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ डिजाइन के डिजाइन इनपुट एवं विशेषज्ञ सलाह से इन उत्पादों को विकसित किया गया और देश के भीतर ही नहीं, नेपाल और

**कपड़ा मंत्रालय की तमाम प्राथमिकताओं में से एक है ई-कॉमर्स के माध्यम से हथकरघा उत्पादों की मार्केटिंग को बढ़ावा दिया जाए। पारदर्शी, प्रतिस्पर्धी और प्रभावी ढंग से हथकरघा उत्पादों की ई-मार्केटिंग के लिए अनेक ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों को तैयार किया जा रहा है। ऐसे बाजारों का निर्माण करके कारीगरों को आजीविका कमाने के लिए सशक्त किया जा सकता है।**

जापान में भी इसके लिए मार्केट तलाशा गया है। जाहिर सी बात है, इससे कारीगर लाभान्वित हो रहे हैं।

भारत में नाना प्रकार के हथकरघा और हस्तशिल्प मौजूद हैं। भौगोलिक एवं जलवायु की स्थिति और प्राचीन संस्कृतियों के आधार पर देश के हर इलाके में भिन्न-भिन्न प्रकार



आधुनिक तकनीक का प्रयोग

के हस्तशिल्प उत्पाद बनाए जाते हैं और उन्हें प्रसिद्धि मिलती है।

यह अत्यंत हर्ष की बात है कि जियोग्राफिकल इंडिकेशंस (जीआई) ने 143 प्रकार के फैब्रिक और हस्तशिल्प उत्पादों को पंजीकृत किया है। जीआई के टेक्सटाइल्स में मध्य भारत का प्रसिद्ध चंदेरी भी शामिल है जिसके चिन्ह 1305 ई. में पाए गए हैं। इसी तरह *कोटा डोरिया* भी इसमें शामिल है। राजस्थान के कैथून और बरन जिले के गांवों में बुनी जाने वाली साड़ियों को *कोटा डोरिया* कहा जाता है जो विभिन्न रंगों के सूती और रेशमी धागों से ताने-बाने के जरिये बुनी जाती हैं।

कुशल बुनकरों द्वारा बनाए जाने वाले अन्य अनूठे और कीमती फैब्रिक हैं- प्रसिद्ध पोचमपल्ली, इकत, कांजीवरम सिल्क, श्रीकलाहस्ती, कलमकारी, महेश्वर, कांता (पश्चिम बंगाल की महिलाओं का एक स्वदेशी घरेलू शिल्प), जमदानी (विविध पैटर्न वाला एक महीन सूती कपड़ा), बालूचरी और उड़ीसा का प्रसिद्ध इकत। जीआई की सूची में ये सभी शामिल हैं।

जीआई बुनकरों और कारीगरों के समुदायों के पारंपरिक ज्ञान की रक्षा करता है और अनाधिकृत उपयोग के खिलाफ उन्हें कानूनी संरक्षण देता है। यह कारीगरों को सामूहिक एकाधिकार प्रदान करता है, साथ ही पारंपरिक कला और शिल्प की अनूठी सांस्कृतिक विरासत की रक्षा भी करता है।

तेजी से यंत्रीकृत, समरूप होते विश्व में भारतीय हस्तशिल्प और हथकरघा के पीछे छिपे कौशल, तकनीक और पारंपरिक ज्ञान को सतत बनाए रखना एक बड़ी चुनौती है। जिस पर ग्रामीण युवाओं का पारिवारिक शिल्प परंपराओं से मोहभंग कर रहा है जिसका कारण यह है कि उन्हें अपने शिल्प के लिए बाजार और उचित मूल्य पाने के लिए लगातार संघर्ष करना पड़ता है। इसके लिए आमजन को अपने शिल्प के प्रति संवेदनशील बनाना होगा। इसके साथ ही शिल्पकारों के बच्चों को शिक्षा, प्रशिक्षण, बाजार तक पहुंच और सम्मानजनक आजीविका प्रदान करने के लिए अथक प्रयास करना होगा जिससे वे अपनी पारिवारिक और सामुदायिक शिल्प परंपराओं को जीवित रख सकें। इन्हीं परंपराओं के चलते दुनिया में भारत को एक अनूठा स्थान प्राप्त है। □

#ForeverAbove

PARAMOUNT

प्रतियोगी परीक्षाओं की कोचिंग के क्षेत्र में एक जाना-माना नाम  
अब ले रहा एक नई उड़ान



शीघ्र शुरु हो रहा



For IAS 2016-2017

सामान्य अध्ययन

प्रारम्भिक परीक्षा (Paper- I & II), मुख्य परीक्षा (Paper- I, II, III & IV) और निबंध विशेषताएँ-

- वर्तमान बदलते सिविल सेवा पैटर्न के अनुरूप सिविल सेवा अभ्यर्थियों के लिये प्रशिक्षण एवं मार्गदर्शन कार्यक्रम।
- प्रारम्भिक एवं मुख्य परीक्षा के लिये मेंटर्स/ट्रेनर और उस क्षेत्र के अनुभवी-विशेषज्ञों द्वारा गहन शिक्षण प्रणाली पर आधारित कक्षा कार्यक्रम।
- पैटर्न/शिक्षा पद्धति: संकल्पनात्मक, तथ्यात्मक, विश्लेषणात्मक के साथ ही विशिष्ट शैक्षणिक सहायता शिक्षण सामग्री (Contents, वेब सपोर्ट, Handout)
- दृष्टिकोण (Approach): अंतरविषयक (Inter-disciplinary) एवं अंतराविषयक (Intra-disciplinary)
- फोकस (Focus): कौशल विकास, उत्तर लेखन, अभिव्यक्ति की प्रस्तुति, वाद-विवाद, साक्षात्कार (FIB - Facing the Interview Board)
- स्कोर मोर (Score More): स्पेशल क्लासरूम टेस्ट प्रोग्राम, बहुविकल्पीय प्रश्न (MCQ), लिखित परीक्षा, साप्ताहिक मिनी टेस्ट, ऑल इंडिया मॉक टेस्ट, मॉड्यूल आधारित टेस्ट, होम असाइन्मेंट (Home Assignment)
- समसामयिकी कार्यक्रम: विशेषज्ञों द्वारा समाचार पत्रों का विश्लेषण-भैगजीन/इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (दैनिक, साप्ताहिक, मासिक)।
- वैल्यू एडिशन टॉस्क: यह विशेषज्ञों द्वारा संचालित किया जाता है,

जिसके अन्तर्गत दृष्टिकोण, घटनाओं के विषय में पूर्वानुमान (ऑनलाइन एवं ऑफलाइन)।

- साप्ताहिक मोटिवेशनल क्लास (WMC)-सफल सिविल अभ्यर्थियों, मनोचिकित्सक, उच्च अधिकारी, खिलाड़ी, मीडिया से जुड़े व्यक्तियों के द्वारा प्रदान करना।
- निबंध की प्रधानता : इसकी भूमिका हरेक दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है। इसके अन्तर्गत लेखन शैली, लेख की संरचना, लेख की विविधता, अभिव्यक्ति और क्रमबद्धता साथ-ही-साथ व्याकरण की उपयोगिता पर बल (साप्ताहिक प्रोग्राम एवं टेस्ट)।
- टेस्ट सीरीज (प्रारम्भिक + मुख्य परीक्षा + वैकल्पिक विषय) : इनकी संरचना हमारी संस्था के शोध विभाग एवं विशेषज्ञों द्वारा विकसित किया गया है, जो यूपीएससी के बदलते मानको पर आधारित हैं एवं इसका अवलोकन/मूल्यांकन सूक्ष्म (Micro) एवं बृहत् (Macro) स्तर पर किया जाता है। साथ ही हरेक दृष्टिकोण पर परिचर्चा की जाती है।
- डिस्टेंस लर्निंग प्रोग्राम (DLP) : फाउंडेशन + प्रीलिम्स + टेस्ट सीरीज (Prelim+Mains)
- 24x7 हेल्पलाइन सेवा (HLS): संस्था द्वारा अभ्यर्थियों की सेवा के लिये यह सुविधा उपलब्ध कराई जायेगी।

संस्थान अपने सभी कार्यक्रमों को अपने नियत समय पर सम्पादित करने के लिये प्रतिबद्ध है।

Head Office: 872, Ground Floor (Near Batra Cinema), Dr. Mukherjee Nagar, Delhi-110009

FOR ENQUIRY CONTACT US: 7900000111, 7900000222, 7900000333

www.paramountcoaching.in enquiry@paramountcoaching.in



# वस्त्र कामगारों के लिए कल्याणकारी योजनाएं

अजय टम्टा



वस्त्र मंत्रालय समय-समय पर वस्त्र कामगारों को लाभान्वित करने वाली योजनाओं की निगरानी करता रहता है। कामगारों और उनके लिए बनायी गई विभिन्न कल्याणकारी योजनाओं की लगातार बेहतरी मंत्रालय की सर्वोच्च प्राथमिकता है। केंद्र सरकार ने वस्त्र उद्योग से जुड़े हर क्षेत्र में ऐसी योजनाएं शुरू की हैं

**जै**सा कि विदित है कि वस्त्र उद्योग भारत के प्राचीनतम एवं विशालतम उद्योगों में से एक है, पुरातात्विक अध्ययनों एवं सर्वेक्षणों से ज्ञात होता है कि आज से चार हजार वर्ष पूर्व हड़प्पा सभ्यता के लोगों को कताई एवं बुनाई का ज्ञान था, वस्त्र उद्योग की यह चार हजार वर्ष लंबी विकास की यात्रा आज भी जारी है, देश के करोड़ों-करोड़ों कामगारों की आजीविका इस उद्योग से जुड़ी हुई है और करोड़ों नए लोगों को इस उद्योग से जोड़ने का प्रयास जारी है। भारत सरकार का निरंतर प्रयास रहा है कि वस्त्र उद्योग के कामगारों को काम करने के लिए एक स्वस्थ वातावरण मिले ताकि गुणवत्तापरक और प्रतिस्पर्धात्मक उत्पाद उत्पादित करने में सहायक सिद्ध हो सके तथा वह वस्त्र उद्योग से जुड़े सभी कामगारों के लिए कल्याणकारी हो सके। वस्त्र उद्योग का विशाल आकार होने के कारण वस्त्र उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों में वहां के कामगारों की आवश्यकताओं के अनुसार भिन्न-भिन्न प्रकार की कल्याणकारी योजनाएं भारत सरकार द्वारा चलाई जा रही हैं, जिनमें से कुछ मुख्य योजनाएं निम्नलिखित हैं:

### विद्युतकरघा क्षेत्र: कल्याणकारी योजनाएं

**समूह बीमा योजना (जीआईएस):** विद्युतकरघा क्षेत्र के कामगारों की निम्नतम आय एवं अस्वस्थकर जीवन स्थितियों के कारण वे किसी जीवन बीमा या स्वास्थ्य बीमा में शामिल नहीं हो पाते हैं। यह बीमा योजना जुलाई, 2003 में आरंभ की गई थी और 12वीं पंचवर्षीय योजना में भी जारी है। यह योजना, वस्त्र मंत्रालय के सम्बद्ध

वस्त्र आयुक्त का कार्यालय, (मुंबई) द्वारा क्रियान्वित की जाती है जिसके अंतर्गत निम्नलिखित लाभ उपलब्ध हैं:

- क) प्राकृतिक मृत्यु पर 60,000 रुपये
- ख) दुर्घटनावश मृत्यु पर 1,50,000 रुपये
- ग) दुर्घटनावश स्थायी विकलांगता पर 1,50,000 रुपये।
- घ) दुर्घटनावश आंशिक विकलांगता पर 75,000 रुपये

इसके अतिरिक्त, शिक्षा सहयोग योजना (एसएसवाई) के अंतर्गत बीमित व्यक्ति के दो बच्चों को कक्षा 9वीं से कक्षा 12वीं तक की पढ़ाई हेतु अधिकतम 2400 रुपये प्रतिवर्ष के शिक्षा अनुदान का प्रावधान भी है। इस बीमा योजना के 470 रुपये के वार्षिक बीमा प्रीमियम में से केवल 80 रुपये का अंशदान ही बुनकर को करना है, शेष धनराशि का अंशदान भारत सरकार द्वारा किया जायेगा।

**वस्त्र कामगार पुनर्वास निधि योजना (टीडब्ल्यू आरएफएस):** इस योजना के अंतर्गत किसी वस्त्र इकाई या उसके किसी आंशिक हिस्से के स्थायी रूप से बंद होने के कारण वहां कार्यरत कामगारों के बेरोजगार होने की स्थिति में उन कामगारों को अंतरिम राहत प्रदान करने का प्रावधान है। अगस्त 2016 तक भारत के विभिन्न राज्यों में बंद पड़ी 98 मिलों के 1,17,751 कामगारों को 319.66 करोड़ रुपये की राहत का सवितरण किया गया है।

### हथकरघा क्षेत्र: कल्याणकारी योजनाएं

विद्युतकरघा क्षेत्र की भांति हथकरघा क्षेत्र के बुनकरों की आर्थिक एवं सामाजिक परिस्थितियां भी लगभग एक समान हैं।

हथकरघा बुनकरों का विस्तार देश के सुदूर जनजातीय/आदिवासी क्षेत्रों तक फैला हुआ है। इस वजह से इनका सामाजिक सुरक्षा जीवन और अधिक जटिल होता है। भारत सरकार द्वारा हथकरघा के बुनकरों की सामाजिक सुरक्षा को सुनिश्चित करने हेतु विभिन्न कल्याणकारी योजनाएं चलायी जा रही हैं जिनमें से मुख्य योजनाएं निम्नलिखित हैं:

**महात्मा गांधी बुनकर बीमा योजना (एमजीबीबीवाई):** महात्मा गांधी बुनकर बीमा योजना का मुख्य उद्देश्य हथकरघा क्षेत्र के बुनकरों को बीमा सुरक्षा प्रदान करना है। इस योजना के अंतर्गत बीमित बुनकर को निम्नलिखित लाभ प्राप्त होंगे:

- क) प्राकृतिक मृत्यु पर 60,000 रूपये
- ख) दुर्घटनावश मृत्यु पर 1,50,000 रूपये
- ग) दुर्घटनावश स्थाई विकलांगता पर 1,50,000 रूपये
- घ) दुर्घटनावश आंशिक विकलांगता पर 75,000 रूपये

**स्वास्थ्य बीमा योजना (एचआईएस):**

12वीं पंचवर्षीय योजना में आर्थिक मामलों संबंधी मंत्रिमंडल समिति (सीसीईए) ने श्रम एवं रोजगार मंत्रालय की राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना (आरएसबीवाई) के पैटर्न पर स्वास्थ्य बीमा योजना को मंजूरी दी है। यह योजना अब स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय देख रहा है। स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय ने दिनांक 29 मार्च 2016 को हथकरघा बुनकरों को राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना के लाभ पहुंचाने के संदर्भ में एक विस्तृत अनुदेश जारी किया जिसके तहत अस्पताल में भर्ती रोगी को 30,000 रूपये की बीमा सुरक्षा का प्रावधान है। राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना (आरएसबीवाई) अभी देश के 19 राज्यों में कार्यान्वित है। इन राज्यों में असम, बिहार, छत्तीसगढ़, गुजरात, हरियाणा, हिमाचल प्रदेश, झारखण्ड, कर्नाटक, केरल, मणिपुर, मेघालय, मिजोरम, उड़ीसा, पंजाब, राजस्थान, त्रिपुरा, उत्तर प्रदेश, उत्तराखण्ड और पश्चिम बंगाल शामिल हैं।

मंत्रिमंडल के निर्णय अनुसार स्वास्थ्य बीमा योजना (एचआईएस) का क्रियान्वयन तमिलनाडु में (जहां पर राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना कार्यान्वित नहीं है) राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना के स्वरूप पर किया गया,

जिसके अंतर्गत अस्पताल में भर्ती हुए रोगी को 30,000 रूपये और बाह्य रोगी के लिए 7500 रूपये की भारत सरकार की सहायता का प्रावधान है। दिनांक 01 अक्टूबर, 2015 से अब तक 1,44,294 बुनकर इस योजना में नामांकित हो चुके हैं।

**हस्तशिल्प क्षेत्र के बुनकरों के लिए कल्याणकारी योजनाएं**

देश के शहरों से लेकर दूर दराज के ग्रामीण एवं जनजातीय/आदिवासी इलाकों तक फैले समृद्ध हस्तशिल्प उद्योग से जुड़े शिल्पियों के कल्याण एवं उनको सामाजिक सुरक्षा प्रदान करने हेतु भारत सरकार हस्तशिल्प उद्योग के लिए विभिन्न

**वस्त्र मंत्रालय अधिक से अधिक बुनकरों को राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना के अंतर्गत शामिल करने के उद्देश्य से समय-समय पर कार्यशालाओं का आयोजन करता है, जिसमें सभी राज्यों के हथकरघा प्रभारी आयुक्त/निदेशकों और अधिकारियों तथा राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना के अधिकारियों के मध्य राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना के क्रियान्वयन के तौर तरीकों पर चर्चा की गई।**

कल्याणकारी योजनायें चला रही है:

**राजीव गांधी शिल्पी स्वास्थ्य बीमा योजना:** यह योजना प्रायोगिक आधार पर वर्ष 2006-07 में आरम्भ की गई और 11वीं और 12वीं योजना में भी इस योजना को जारी रखा गया है। इस योजना का मुख्य उद्देश्य शिल्पी समुदाय तक चिकित्सा सुविधाओं का लाभ पहुंचाना है। इस योजना में शिल्पी से तीस रूपये का पंजीकरण शुल्क लिया जाता है, भारत सरकार इस योजना के खर्च का 75 प्रतिशत वहन करती है एवं शेष 25 प्रतिशत खर्च का वहन राज्य सरकार द्वारा किया जाता है, जबकि जम्मू और कश्मीर तथा पूर्वोत्तर राज्यों के मामले में कुल प्रीमियम का 90 प्रतिशत खर्च भारत सरकार द्वारा वहन किया जाता है।

इस योजना में न केवल शिल्पी को बल्कि उनके परिवार के चार अन्य सदस्यों को भी स्वास्थ्य बीमा का लाभ मिलता है,

जिसमें बीमित परिवार के किसी भी सदस्य के अस्पताल में भर्ती होने की स्थिति में 30,000 रूपये एवं बाह्य रोगी को 7500 रूपये का बीमा सुरक्षा का प्रावधान है। इस योजना को अब राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना के साथ विलय कर दिया गया है। 1 अप्रैल, 2017 से स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय इस योजना का क्रियान्वयन करेगा। इस योजना में अब तक 23,74,938 शिल्पियों का नामांकन हुआ है।

जबकि वित्त समिति (ईएफसी) के अनुमोदन से इस योजना का नाम *आम आदमी बीमा योजना* (एएबीवाई) कर दिया गया। विगत तीन वित्तीय वर्षों (2013-14 से 2015-16) में और वर्तमान वित्तीय वर्ष 2016-17 में (जून 2016) तक 28,31,288 शिल्पियों को इससे जोड़ा जा चुका है। वर्तमान में आम आदमी बीमा योजना को *प्रधानमंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना* (पीएमजेबीवाई) और *प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा योजना* (पीएमएसबीवाई) के साथ विलय करने का प्रस्ताव है।

**निर्धन शिल्पियों की आर्थिक**

**सहायता:** इस योजना में वृद्धावस्था में शिल्पियों को आर्थिक सहायता तथा शिल्प गुरु पुरस्कार राष्ट्रीय पुरस्कार राष्ट्रीय योग्यता प्रमाण-पत्र धारक हस्तपशिल्प में राज्यों पुरस्कार प्राप्त करने वाले शिल्पियों को जिनकी आयु 60 वर्ष से अधिक है और जिनकी वार्षिक आय 30,000 रूपये से कम है, ऐसे निर्धन शिल्प गुरुओं को 3000 रुपए प्रतिमाह की आर्थिक सहायता देने का प्रावधान है। वर्ष 2013-14 से 2016-17 तक 1035 शिल्पियों को इस योजना के अंतर्गत 164.06 लाख रूपये की आर्थिक सहायता दी गई है।

**पटसन क्षेत्र: कल्याणकारी योजनाएं**

**पटसन कामगार कल्याण योजना:**

मिल क्षेत्र के लिए स्वच्छता सुविधा इस योजना का उद्देश्य मिलों में कार्यरत कामगारों एवं उनके परिजनो को स्वास्थ्यकर स्वच्छता सुविधाएं प्रदान करना है। इनके अंतर्गत पुरुषों एवं महिलाओं के लिए प्रसाधन सुविधाओं, वॉश-बेसिन, सीवेज आदि सहित डिजाइन किए गए स्वच्छता ब्लॉक आदि सुविधाएं स्थापित करने का प्रावधान है। राष्ट्रीय पटसन

बोर्ड इस योजना में कुल लागत की राशि का 90 प्रतिशत या अधिकतम 40 लाख रूपए की प्रतिपूर्ति करता है।

**पटसन मिल कामगारों के बच्चों की शिक्षा के प्रोत्साहन हेतु छात्रवृत्तियां:** पटसन कामगारों के परिवारों में शिक्षा के महत्व, शिक्षा के प्रसार, विशेषकर कन्याओं को शिक्षित करने के लिए छात्रवृत्तियां वितरित करने का प्रावधान है। प्रत्येक कन्या को माध्यमिक शिक्षा

हस्तशिल्प क्षेत्र के शिल्पियों के जीवन बीमा के उद्देश्य से भारतीय जीवन बीमा निगम द्वारा 2004-05 से जनश्री बीमा योजना आरंभ की गई। आर्थिक मामलों संबंधी मंत्रिमंडल समिति (सीसीईए) ने 11वीं योजना के लिए जनश्री बीमा योजना को मंजूरी दी।

परीक्षा उत्तीर्ण करने पर 5,000 रूपये एवं उच्च माध्यमिक शिक्षा परीक्षा उत्तीर्ण करने पर 10,000 रूपये की छात्रवृत्ति देने का प्रावधान है।

वर्ष 2015-16 में छात्रवृत्ति कार्यक्रमों

का विस्तार किया गया जिसके अंतर्गत प्रत्येक स्नातक को 15,000 रूपये, स्नातकोत्तर को 20,000 रूपये, व्यावसायिक पाठ्यक्रमों (इंजीनियरिंग, तकनीकी, प्रबंधन, सीए, सीएस, आईसीडब्ल्यूआई पाठ्यक्रम) पास करने के लिए (सरकारी संस्थाओं में) के लिए वार्षिक ट्यूशन फीस देने का प्रावधान है। वर्ष 2013-14 से अब तक 6,733 विद्यार्थी इस योजना के अंतर्गत लाभ प्राप्त कर चुके हैं।

**अनुसूचित जाति एवं जनजाति के पटसन कामगारों के लिए जीवन बीमा योजना:** भारत सरकार द्वारा अनुसूचित जाति एवं जनजाति पटसन कामगारों के लिए जीवन बीमा योजना आरंभ में 3 वर्षों अर्थात् अगस्त 2016 से मार्च 2019 तक के लिए वैध रहेगी। इस बीमा योजना के दो संघटक हैं: पहला प्रधानमंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना (पीएमजेजेबीवाई) और दूसरा प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा योजना (पीएमएसबीवाई)।

वस्त्र, कामगारों के कल्याण के लिए वस्त्र मंत्रालय द्वारा समय-समय पर निगरानी की जाती है। वस्त्र मंत्रालय कामगारों के हितों को सर्वोपरि मानकर उनके कल्याण के लिए और योजनाओं में सुधार के लिए निरंतर प्रयास भी किए जाते हैं। □

## कृपया ध्यान दें

सदस्यता संबंधी पूछताछ अथवा पत्रिका प्राप्त न होने की स्थिति में कृपया वितरण एवं विज्ञापन व्यवस्थापक से इस पते पर संपर्क करें:

### वितरण एवं विज्ञापन व्यवस्थापक

प्रकाशन विभाग, कमरा नं. 48-53, सूचना भवन  
सी.जी.ओ. कॉम्प्लेक्स, लोधी रोड,  
नई दिल्ली-110003, फोन नं: 011-24367453

ई-मेल: pdjucir@gmail.com

[www.afeias.com](http://www.afeias.com)

## IAS की Free तैयारी

IAS की परीक्षा के निःशुल्क मार्गदर्शन के लिए डॉ. विजय अग्रवाल की वेबसाइट

इस पर आपको मिलेगा -

- प्रतिदिन ऑडियो लेक्चर
- अखबारों पर समीक्षात्मक चर्चा
- परीक्षा सम्बन्धी लेख
- आकाशवाणी के समाचार
- वीडियो
- नॉलेज सेंटर
- अखबारों की महत्वपूर्ण कतरनें
- फ्री मॉक-टेस्ट।

सुनिए डॉ. विजय अग्रवाल का  
लेक्चर रोजाना

लॉग ऑन करें- [www.afeias.com](http://www.afeias.com)

आई.ए.एस. की परीक्षा में सफल होने के सृज

डॉ. विजय अग्रवाल  
की पुस्तक

‘आप IAS  
कैसे बनेंगे’

आप  
IAS  
कैसे  
बनेंगे

डॉ. विजय अग्रवाल

₹195/-

यह किताब IAS की तैयारी करने वालों के लिए एक  
‘चलता-फिरता कोचिंग संस्थान’ है।

सभी प्रमुख पुस्तक-विक्रेताओं के यहाँ उपलब्ध

# ICS

# IAS 2017

## सामान्य अध्ययन

अशोक सर के नेतृत्व में भारत के सर्वश्रेष्ठ मार्गदर्शक एक साथ एक मंच पर

अशोक सर के मार्गदर्शन में विगत 34 वर्षों से

सिविल सेवा में 2400 से अधिक छात्रों का चयन...



श्री अशोक सिंह

- अतिविशिष्ट और ख्यातिप्राप्त विशेषज्ञों की टीम
- अध्यापन की वैज्ञानिक पद्धति
- नवीनतम पैटर्न पर आधारित अध्ययन सामग्री

## प्रत्येक माह नया बैच प्रारंभ

UPSC Pre-2016 में ICS Test Series से 35 प्रश्न आएँ हैं..!!

ICS Join करके अपनी तैयारी को मजबूत आधार दें।

### Courses Offered

General Studies  
Optional Subjects

Prelims  
Test Series  
Mains  
Test Series

CSAT  
Essay

H. Office: 625, 1st floor, Near Aggarwal Sweets, main road  
Dr. Mukherjee Nagar, Delhi-09

Ph.: 011-45094922, 9821969801, 8750908822 | Visit us: [www.icsias.com](http://www.icsias.com)





## वस्त्र क्षेत्र में रोजगार सृजन और समावेशी विकास

रश्मि वर्मा



भारत में बढ़ती जनसंख्या और श्रमशक्ति ने रोजगार सृजन के मुद्दे को केंद्र में लाकर खड़ा कर दिया है। वस्त्र और परिधान उद्योग में उच्च रोजगार की अपार संभावना है, जिसके कारण इस क्षेत्र में बढ़ती भारतीय श्रमशक्ति के एक बड़े हिस्से को समाहित करने की भी गुंजाइश है। मंदी के दौर में डूबती विश्व अर्थव्यवस्था के मद्देनजर सरकार ने परिधान और कपड़ा उद्योग को एक विशेष पैकेज दिया और कौशल पर नए सिरे से बल दिया ताकि रोजगार के अधिक से अधिक अवसर उत्पन्न किए जा सकें। इन प्रयासों तथा वस्त्र क्षेत्र की नीतियों का उद्देश्य उच्च विकास दर, उच्च निर्यात, उच्च रोजगार सृजन और सामाजिक गतिशीलता हासिल करना है

**भा**रत ने लगभग 7 प्रतिशत विकास दर के साथ विश्व के निराशाजनक आर्थिक परिदृश्य में आशा की किरण प्रदर्शित की है। फिर भी, देश में बढ़ती श्रमशक्ति की मांग को पूरा करने के लिए रोजगार के अधिक से अधिक अवसर पैदा करने की आवश्यकता है। आधुनिक विश्व के इतिहास को देखें तो पता चलता है कि नीति निर्माताओं ने रोजगार सृजन और अपनी अर्थव्यवस्थाओं के विकास के लिए वस्त्र उद्योग का सहारा लिया है। हाल के महीनों में भारत ने भी अपने राष्ट्रीय लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए इस क्षेत्र को एक विशेष दर्जा प्रदान किया है। वर्तमान में विश्व के अनेक देश आर्थिक निराशा से मुक्ति पाने के लिए संघर्ष कर रहे हैं और भारत भी कपड़ा और परिधान के क्षेत्र पर विशेष ध्यान देते हुए उच्च विकास के लिए खुद को तैयार कर रहा है।

### भारतीय वस्त्रों का पुनरुद्धार

कई सदियों से भारत सूती वस्त्रों और रेशम की वस्तुओं का प्रमुख निर्माता और निर्यातक रहा है लेकिन औपनिवेशिक दौर में ब्रिटिश नीतियों के कारण भारत के वस्त्र उद्योग को बुरे दिन देखने पड़े। आजादी के बाद वस्त्र उद्योग ग्रामीण परिवारों के अतिरिक्त ऐसे लाखों लोगों का जीवनाधार बना जो कारखानों में काम करने के लिए गांवों से बड़े शहरों में पहुंचे। 90 के दशक में भारतीय अर्थव्यवस्था के उदारीकरण के बाद सरकार ने वस्त्र उद्योग पर विशेष ध्यान दिया और इस क्षेत्र का विकास प्रारंभ हुआ। अमेरिका और यूरोप में निर्माण की लागत बढ़ी तो भारत

सहित एशियाई देश प्रचुर मात्रा में और सस्ती श्रमशक्ति की उपलब्धता, विशाल प्राकृतिक संसाधनों और अनुकूल आर्थिक नीतियों के कारण कपड़ा उत्पादों का आकर्षक गंतव्य बनकर उभरे। भारतीय कपड़ा उद्योग को प्राकृतिक और मानव निर्मित फाइबर और रोजगारपरक श्रमशक्ति की उपलब्धता का लाभ हासिल है। इससे इतर, बांग्लादेश और वियतनाम का कपड़ा उद्योग पूरी तरह से निर्यात बाजार पर निर्भर है, जबकि भारत में निर्यात के अलावा घरेलू खपत भी काफी है। इन सभी बातों का लाभ उठाते हुए भारत पिछले कुछ वर्षों में दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा कपड़ा और परिधान निर्यातक बन गया है। हमारा देश 40 अरब डॉलर मूल्य के वस्त्र उत्पादों का निर्यात करता है जो कि विश्वव्यापी व्यापार का लगभग 5 प्रतिशत है। कपड़ा क्षेत्र देश की 2.3 खरब मूल्य की जीडीपी में लगभग 2 प्रतिशत का योगदान देता है और कृषि के बाद दूसरा सबसे बड़ा रोजगार प्रदाता है। औद्योगिक उत्पादन में इसकी हिस्सेदारी 10 प्रतिशत और देश के कुल निर्यात में 13 प्रतिशत है।

### जनांकिकीय लाभांश

लगभग 1.28 अरब की आबादी के साथ भारत दुनिया में दूसरा सबसे अधिक आबादी वाला देश है। इसकी लगभग 66 प्रतिशत लगभग 85 करोड़ आबादी श्रमशील आयु वर्ग में आती है। वर्ष 2030 तक इसमें 16.9 करोड़ लोग और जुड़ जाएंगे। इससे भारत के लिए श्रम गहन उत्पादों, जैसे वस्त्र और कपड़ा उत्पादों के निर्माता के रूप में उभरने की संभावना बढ़ सकती है लेकिन अपनी

बढ़ती जनसंख्या का लाभ उठाने के लिए भारत को प्रति माह एक लाख नौकरियों की दर से रोजगार उत्पन्न करने होंगे। साथ ही उसे प्रति वर्ष 8 से 10 प्रतिशत की दर से विकास करना होगा और उसके विकास के मॉडल को समावेशी होने के साथ-साथ रोजगार सृजन पर पूर्ण ध्यान देना होगा।

### कपड़ा क्षेत्र में रोजगार की संभावना

रोजगार सृजन के लिहाज से कपड़ा क्षेत्र मूल्यवान और संभावनाशील क्षेत्र है। इसमें वर्तमान में 5 करोड़ से अधिक लोगों को प्रत्यक्ष रूप से रोजगार मिला हुआ है, जबकि उससे संबंधित क्षेत्रों जैसे कपास और जूट की खेती, भेड़ पालन, कपड़ा मशीनरी इत्यादि में 6.7 करोड़ लोग काम कर रहे हैं।

तालिका 1 एवं तालिका 2 वार्षिक उद्योग सर्वेक्षण द्वारा प्रकाशित किए गए आंकड़ों पर आधारित हैं और इनमें अन्य क्षेत्रों की तुलना में वस्त्र उद्योग द्वारा किए गए रोजगार सृजन का ब्यौरा है-

**तालिका 1: अन्य क्षेत्रों की तुलना में वस्त्र उद्योग द्वारा किया गया रोजगार सृजन**

विनिर्माण क्षेत्र	निश्चित (फिक्स्ड) पूंजी (लाख में)	कार्यरत व्यक्ति	प्रति करोड़ रुपए के निवेश पर रोजगार
डेयरी उत्पाद	1203869	145601	12
पेय पदार्थ	2675247	158507	6
पहनने वाले कपड़े, फर के कपड़ों के अतिरिक्त	1280564	713833	56
बुने हुए और क्रोचेड कपड़े	1369141	264261	19
कागज और कागज से बने उत्पाद	642536	248529	39
रबर उत्पाद	2668512	218754	8
बेसिक आयरन और स्टील	40999661	650680	2
इलेक्ट्रॉनिक उपकरण	421154	76619	18
सामान्य प्रयोजन की मशीनरी	3417453	338964	10
मोटर वाहन	7088020	176523	2

स्रोत: वार्षिक उद्योग सर्वेक्षण, 2013-14

ऐसा माना जाता है कि पूर्ण रूप से एकीकृत कपड़ा और परिधान विनिर्माण सेट-अप में एक करोड़ के निवेश से लगभग 30 नौकरियों का सृजन होता है, जबकि परिधान विनिर्माण में इतने ही निवेश से 70 नौकरियां सृजित होती हैं। सच्चाई तो यह है कि 2011-12 के अखिल भारतीय कपड़ा और परिधान उद्योग सर्वेक्षण में कहा गया था कि गैर एसएसआई इकाइयों में एक करोड़ के निवेश पर 68 से 169 के बीच नौकरियां उत्पन्न होती हैं। बेशक,

**तालिका 2: वस्त्र और कपड़ा क्षेत्र की मूल्य शृंखला में अनुमानित रोजगार (मिलियन में)**

क्षेत्र/उद्योग	मार्च 2011 तक	2017 के अनुमानित	2015-16 (अनु.)
<b>कपड़ा क्षेत्र</b>			
कपास/मानव निर्मित फाइबर/यार्न वस्त्र/मिल क्षेत्र (एसएसआई स्पिनिंग सहित एंड वीविंग इकाइयों को छोड़कर)	1.4	1.61	1.58
मानव निर्मित फाइबर/फिलामेंट यार्न उद्योग (टेक्सचरिंग उद्योग सहित)	0.24	0.28	0.27
विकेंद्रित पावरलूम क्षेत्र	5.08	5.84	5.71
हैंडलूम क्षेत्र	7	8.05	7.88
बुनाई क्षेत्र	0.45	0.52	0.51
प्रोसेसिंग क्षेत्र	0.44	0.51	0.50
ऊनी वस्त्र क्षेत्र	3.2	3.68	3.60
रेडीमेड गारमेंट क्षेत्र (निटवियर क्षेत्र सहित)	11.22	12.9	12.62
रेशम उद्योग	7.7	8.86	8.67
हस्तशिल्प क्षेत्र	8	9.2	9.00
<b>जूट उद्योग</b>			
i) संगठित जूट उद्योग	0.26	0.3	0.29
ii) विकेंद्रित जूट उद्योग	0.2	0.23	0.23
कुल (i)	45.19	51.97	50.84
<b>संबद्ध क्षेत्र</b>			
कपास:			
i) कपास की खेती	20	23	22.50
ii) कपास की ओटाई/प्रेसिंग	1.3	1.5	1.47
iii) कपास का व्यापार	19	21.85	21.38
कुल	40.3	46.35	45.34
भेड़ पालन	2.8	3.22	3.15
जूट की खेती	17	19.55	19.13
कपड़ा मशीनरी और अन्य सामग्री	0.1	0.12	0.12
कुल (II)	60.2	69.23	67.73
समग्र (I+II)	105.4	121.2	118.57

स्रोत: 12वीं योजना की चर्किंग ग्रुप रिपोर्ट, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार

जब रोजगार सृजन और वैल्यू फॉर मनी (इसे निवेश समझें) की बात आती है तो वस्त्र क्षेत्र बेजोड़ माना जा सकता है।

### कपड़ा और समावेशी विकास

रोजगार सृजन के अतिरिक्त इस क्षेत्र में सरकार ने महिला सशक्तीकरण की दिशा में भी काम किया है। यह अनुमान है कि परिधान क्षेत्र में महिला कर्मचारियों की संख्या लगभग 70 प्रतिशत है। इसके अलावा यह वंचित वर्गों के लाखों लोगों को स्थिर आय का साधन प्रदान करता है जिसके कारण उनके जीवन स्तर में सुधार होता है। भारत जैसे देश में कपड़ा क्षेत्र रोजगार सृजन में बेजोड़ भूमिका निभा सकता है। भारत में एक बहुत बड़ी आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में रहती है जहां अच्छी शिक्षा और अन्य बुनियादी सुविधाएं उपलब्ध नहीं हैं। कपड़ा क्षेत्र में प्रवेश स्तर की नौकरियों के लिए उच्च तकनीकी कौशल या शैक्षिक पृष्ठभूमि की आवश्यकता नहीं है, इसलिए कोई भी ग्रामीण व्यक्ति यहां केवल 3 से 4 सप्ताह के एक मामूली प्रशिक्षण के साथ नौकरी हासिल कर सकता है।

### विश्वव्यापी उद्योग में संरचनात्मक परिवर्तन

चीन ने पिछले तीन दशकों में विश्वव्यापी व्यापार में निर्विवादत रूप से नेतृत्व हासिल किया है। विशेष रूप से वस्त्र और परिधान खंड में, पिछले बीस वर्षों में चीन की हिस्सेदारी 40 प्रतिशत से अधिक हो चुकी है। वर्ष 2009 के आर्थिक संकट के बाद इस खंड के व्यापार में चीन की विकास दर औसतन 15 प्रतिशत तक गिरी है। वर्ष 2014 में इसमें 4 प्रतिशत की गिरावट हुई थी। इस प्रवृत्ति के भविष्य में भी जारी रहने की उम्मीद है। वर्तमान में, चीन उच्च मजदूरी और घरेलू बाजार पर ध्यान केंद्रित करने के कारण विश्वव्यापी निर्यात बाजार में कमजोर पड़ा है। भारत अपने कच्चे माल और श्रमशक्ति का लाभ उठाते हुए इस जगह को अपने नाम कर सकता है।

### वस्त्र बाजार में वृद्धि के अनुमान

निर्यात में उच्च विकास की उम्मीद के साथ इस क्षेत्र में घरेलू खपत की भी अच्छी संभावनाएं हैं। उपभोक्ताओं की आय में वृद्धि

और कपड़ों पर खर्च करने की उनकी बढ़ती प्रवृत्ति से इस क्षेत्र में डबल डिजिट ग्रोथ की उम्मीद लगाई जाती है। उभरते विश्वव्यापी और घरेलू बाजार के रुझानों के आधार पर यह कहा जा सकता है कि भारतीय कपड़ा और परिधान बाजार 119 अरब अमेरिकी डॉलर के मौजूदा स्तर से विकसित होकर वर्ष 2025-26 में 400 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंच जाएगा। (देखें: तालिका 3)

**तालिका 3: भारतीय वस्त्र और कपड़ा बाजार में वृद्धि का अनुमान**

	2015- 16*	2025-26*	सीएजीआर
निर्यात	40	150	14%
घरेलू बाजार	79	250	12%
<b>कुल</b>	<b>119</b>	<b>400</b>	<b>13%</b>

\*अरब डॉलर में, स्रोत: आंतरिक अनुमान, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार

### रोजगार सृजन व समावेशी विकास रणनीति

रोजगार सृजन की अपार संभावनाओं और विश्वव्यापी बाजार में बढ़ते अवसरों को ध्यान में रखते हुए सरकार ने वस्त्र और परिधान उद्योग में विकास को बढ़ावा देने और बड़ी संख्या में नौकरियों का सृजन करने के लिए एक रणनीति तैयार की है। प्रौद्योगिकी के उन्नयन, बुनियादी ढांचे के निर्माण और पारंपरिक क्षेत्रों को मजबूत बनाने पर केंद्रित मौजूदा योजनाओं के अतिरिक्त सरकार कौशल विकास पर भी विशेष जोर दे रही है। भारतीय परिधान क्षेत्र को प्रतिस्पर्धी बनाने के लिए, गारमेंट क्षेत्र के लिए एक विशेष पैकेज जारी किया गया है जिसका उद्देश्य उत्पादकता पर मौजूदा प्रतिबंध को हटाना और रोजगार सृजन एवं निर्यात को प्रोत्साहित करना है।

### कौशल अनुकूल माहौल का निर्माण

रोजगार सृजन के लिए आने वाले वर्षों में उच्च विकास की आवश्यकता है। इसके लिए विनिर्माण क्षेत्र में बड़े पैमाने पर निवेश की भी आवश्यकता होगी। इससे कुशल श्रम की मांग में वृद्धि होगी। कुशल श्रम की मांग को पूरा करने के लिए देश में कौशल विकास पहल पर विशेष ध्यान देना होगा। इस क्षेत्र में कुशल श्रमशक्ति के विकास के लिए *एकीकृत कौशल विकास योजना*

(आईएसडीएस) को शुरू किया गया है। यह योजना वस्त्र क्षेत्र में विशेषज्ञता के स्तर में सुधार करती है और कपड़ा प्रशिक्षण संस्थानों की पहुंच बढ़ाती है। साथ ही राज्य सार्वजनिक-निजी भागीदारी और राज्य सरकारों की एजेंसियों की भागीदारी बढ़ाती है। इस योजना के तहत 1 सितंबर, 2016 तक प्रशिक्षित 7.7 लाख श्रमिकों (66 प्रतिशत) को रोजगार प्राप्त हुआ। आईएसडीएस का लक्ष्य वर्ष 2016-17 में 15 लाख श्रमिकों को प्रशिक्षित करना है। इसके अतिरिक्त हैंडलूम और हस्तशिल्प क्षेत्रों की योजनाओं के तहत असंगठित क्षेत्र में कौशल विकास को प्रोत्साहित किया जा रहा है। साथ ही *कौशल भारत मिशन* के तहत हाल ही में एक प्रभावी और व्यापक प्रशिक्षण ढांचा लागू किया गया है। कपड़ा और परिधान क्षेत्रों के लिए *कपड़ा और परिधान क्षेत्र कौशल परिषद* और *मेंड अप्स एवं होम फर्निशिंग क्षेत्र कौशल परिषद* का गठन किया गया है।

### गारमेंट क्षेत्र के लिए विशेष पैकेज

गारमेंट उद्योग में कई किस्म की बाधाएं हैं जैसे विश्वव्यापी बाजारों में असमान पहुंच, अपेक्षाकृत अधिक मजदूरी, उत्पादकता को प्रभावित करने वाले श्रम कानून, निवेश और निर्यात को अपर्याप्त

**भारतीय परिधान क्षेत्र को प्रतिस्पर्धी बनाने के लिए, गारमेंट क्षेत्र के लिए एक विशेष पैकेज जारी किया गया है जिसका उद्देश्य उत्पादकता पर मौजूदा प्रतिबंध को हटाना और रोजगार सृजन एवं निर्यात को प्रोत्साहित करना है।**

प्रोत्साहन, आदि। इन बाधाओं को दूर करने और गारमेंट क्षेत्र में विकास को प्रोत्साहित करने के लिए सरकार ने इस क्षेत्र के लिए एक विशेष पैकेज की घोषणा की है। हाल ही में इस क्षेत्र में कई प्रकार की सुविधाएं प्रदान की गई हैं जैसे गारमेंट निर्यात के लिए अतिरिक्त समर्थन, निश्चित अवधि के रोजगार, ओवरटाइम की सीमा में बढ़ोतरी जैसे श्रम सुधार और रोजगार बढ़ाने के लिए आयकर की धारा 80 जेजेए में कुछ छूट। सरकार तीन सालों तक सभी नए कर्मचारियों के ईपीएफ में नियोक्ता

के योगदान का 12 प्रतिशत हिस्सा खुद वहन करेगी। 15,000 प्रति माह से कम कमाने वाले कर्मचारियों के लिए ईपीएफ में कर्मचारियों की हिस्सेदारी के प्रावधान को वैकल्पिक बना दिया गया है जिससे कर्मचारियों को अधिक नकदी हासिल होगी। निश्चित अवधि के रोजगार को लागू करने से इस उद्योग के पीक सीजन में श्रम आपूर्ति और रोजगार-परकता बढ़ेगी लेकिन एक निश्चित अवधि का कर्मचारी, काम के घंटे, मजदूरी, भत्ते और सांविधिक देय के मामले में स्थायी कर्मचारियों के समान ही होगा। प्रति तीन माह का ओवरटाइम कैप भी 50 घंटे से 100 घंटे कर दिया गया है जिससे कर्मचारी की कमाई बढ़ेगी। इस नए पैकेज से गारमेंट क्षेत्र में तीन वर्षों के दौरान 1 करोड़ नई नौकरियों का सृजन होगा। तालिका 4 में यह प्रदर्शित किया गया है।

**तालिका 4: प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रोजगार**

खंड/हस्तक्षेप	रोजगार (लाख में)
कपड़ा उद्योग में प्रतिस्पर्धा को बढ़ाने के उपाय	9.7
80 जेजेए संशोधन	12.25
गारमेंटिंग के लिए अतिरिक्त टीयूएफएस	9.5
अतिरिक्त 3.67 प्रतिशत ईपीएफ योगदान	
गारमेंट्स के लिए अतिरिक्त शुल्क वापसी	
श्रम कानून सुधार	1.75
अपस्ट्रीम सेगमेंट में रोजगार	10.7
अप्रत्यक्ष रोजगार (1:1.3)	56.4
<b>कुल</b>	<b>100.3</b>

स्रोत: आंतरिक अनुमान, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार

**निष्कर्ष**

रोजगार में प्रत्याशित वृद्धि और कुशल श्रमशक्ति के सृजन से कपड़ा क्षेत्र में घरेलू और एफडीआई- दोनों स्तरों पर निवेश बढ़ेगा और भारत को विश्वव्यापी विनिर्माण हब बनने का प्रधानमंत्री का सपना साकार होगा। बदलते भारत व्याख्यान शृंखला के उद्घाटन भाषण में सिंगापुर के उप प्रधानमंत्री श्री तारनम शन्मुगा रत्नमने कहा था कि भारत सामाजिक गतिशीलता, दीर्घावधि के लक्ष्यों और सामाजिक और मानव पूंजी में निवेश के माध्यम से विश्वव्यापी अर्थव्यवस्था में व्याप्त नकारात्मकता और निराशावाद की कहानी को बदल रहा है। कपड़ा और परिधान क्षेत्र में हाल ही में अपनी पहल के माध्यम से, भारत सरकार ने एक नई गाथा रची है-आशावाद की एक ऐसी गाथा जिसमें निर्यात को बढ़ाने, रोजगार सृजन करने और सामाजिक परिवर्तन से जुड़ी कई उपकथाएँ हैं।



एक राष्ट्र तब तक भौतिक और बौद्धिक दोनों ही रूपों में गरीब रहता है जब तक कि वह अपने हस्तशिल्प व इसके उद्योगों का विकास न कर ले।

-महात्मा गांधी

<b>ONLINE/OFFLINE &amp; POSTAL</b>		<b>SYNERGY</b> AN INSTITUTE FOR CIVIL SERVICES EXAMINATION	<b>BOTH MEDIUM HINDI &amp; ENGLISH</b>
<b>PUBLIC ADMINISTRATION CLASSROOM PROGRAMME</b>		<b>ETHICS, INTEGRITY &amp; APTITUDE CLASSROOM PROGRAMME</b>	
<b>STARTING ON THIRD WEEK OF OCTOBER</b>		<b>STARTING FROM 20<sup>TH</sup> OCTOBER</b>	
<b>FOUNDATION TEST SERIES-2017</b>			<b>STARTING ON LAST WEEK OF OCTOBER</b>
<b>G.S. MAINS TEST SERIES-2016</b>			<b>BATCH-IV AFTER PRELIMS RESULT</b>
<b>HEAD OFFICE:</b> MUKH. NAGAR:- 102, 1ST FLOOR, MANUSHREE BUILDING, COMP. (BEHIND POST OFFICE), DELHI - 09	<b>BRANCH OFFICE:</b> KAROL BAGH:- 16-A/2, 1ST FLOOR, AJMAL KHAN ROAD, W.E.A., NEW DELHI - 05 PH: 011-25744391	<b>CONTACT US:- 011-27654518, 7835002750</b>	



# वस्त्र एवं परिधान निर्यात: उभरते बाजार

अदिति दास राउत



औद्योगिक काल से पहले के व्यापार में भारत अपने विभिन्न प्रकार के वस्त्रों के लिए प्रसिद्ध था। इन् बतूता जैसे कई विदेशी यात्रियों ने सल्तनत काल में बाजारों में बिकने वाले बेहद उत्कृष्ट वस्त्रों का विस्तार से वर्णन किया है। प्राचीन काल में चीन, इंडोनेशिया तथा रोमन साम्राज्य के साथ भारतीय वस्त्र का व्यापार होता था। रोम के व्यापारियों की नौसेना के स्थान पर बाद में अरब व्यापारी आ गए और 15वीं शताब्दी के अंत में वास्कोडिगामा के भारत आने के बाद पुर्तगालियों ने उनकी जगह ले ली

**16** वीं शताब्दी के दौरान धीरे-धीरे यूरोपीय कंपनियों ने उप महाद्वीप को ठिकाना बना लिया और इस लाभदायक वाणिज्यिक संपर्क का हिस्सा बन गए। भारत विश्व इतिहास का सबसे बड़ा वस्त्र निर्यातक बन गया और 18वीं तथा 19वीं शताब्दी में इसका वस्त्र व्यापार चरम पर पहुंच गया। मुगल काल में देश में मुख्य तौर पर कीमती धातुओं, कच्चे रेशम, घोड़ों, हाथी दांत एवं कीमती रत्नों, मखमल और जरी का आयात होता था। निर्यात में वस्त्रों, नील, मसालों तथा अन्य वस्तुओं की अधिक हिस्सेदारी थी। भूमि मार्ग पर यातायात कम था और असुरक्षित था, इसीलिए समुद्र और नदी के मार्ग वाणिज्यिक दृष्टि से अधिक लाभदायक थे। दक्षिण एशिया के साथ हिंद महासागर के रास्ते होने वाले व्यापार में कई शताब्दियों तक भारतीय वस्त्रों का ही दबदबा रहा।

विदेशी बाजारों ने भारतीय कपड़ा खरीदा, जो सस्ता ही नहीं, सुंदर भी था। बचे हुए माल के नमूनों से पता चलता है कि भारत में डिजाइनरों ने इन बाजारों की विशेष आवश्यकताओं के अनुरूप डिजाइन बनाए और नई बुनाई तथा डिजाइनों के साथ प्रयोग किए। भारतीय बुनकर और रंगरेज कई तरह की तकनीकों का प्रयोग करने तथा मांग में परिवर्तन के मुताबिक उन्हें जल्दी बदल देने में माहिर थे। भारतीय कपड़ों की लोकप्रियता का अंदाजा उन शब्दों की संख्या से लगाया जा सकता है, जो अंग्रेजी भाषा का भी हिस्सा बन गए। कैलिको यानि फूलदार कपड़ा, पाजामा, मुस्लिन यानि मलमल, गिंगम यानि धारीदार कपड़ा,

शॉल, डंगरी यानि मोटा सूती कपड़ा, छींटदार कपड़ा और खाकी।

### वैश्विक व्यापार: रुझान

भारतीय कपड़ा व्यापार ऐतिहासिक निष्क्रियता का शिकार हुआ है। औपनिवेशिक शासन के अंतर्गत भारत में मशीनों से बना हुआ सस्ता कपड़ा भारी मात्रा में आयात किया गया, जिसने देशी कताई में कमी ला दी और बुनकरों को उजाड़ दिया। हाल के समय में वैश्वीकरण और बदलाव की चाल ऐसे युग में ले आई, जिसमें विभिन्न विनिर्माण केंद्रों तथा एकीकृत वैश्विक आपूर्ति श्रृंखलाओं से चुनौती मिलने लगी। किंतु भारत के विभिन्न हथकरघे कीमती सामान बनाते रहे और एक खास बाजार उन्हीं के कब्जे में रहा है।

पिछले कुछ वर्षों में प्रमुख विकसित देशों में धीमी तथा असमान सुधार के कारण और विकासशील देशों में मंद वृद्धि के कारण विश्व व्यापार में बहुत कम वृद्धि हुई है। विश्व व्यापार की मात्रा में वृद्धि इस वर्ष भी 2015 के ही समान 2.8 प्रतिशत यानि धीमी रहने का अनुमान है। विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यूटीओ) के अनुसार इस वर्ष विकसित देशों के आयात कम होने एवं विकासशील एशियाई अर्थव्यवस्थाओं में आयातित सामान की मांग बढ़ने के आसार हैं। डब्ल्यूटीओ के अर्थशास्त्रियों के अनुसार 2017 में विश्व व्यापार में 3.6 प्रतिशत वृद्धि होनी चाहिए।

आज विश्व व्यापार की स्थिति चुनौतीपूर्ण बनी हुई है। पिछले कुछ वर्षों में भारत के व्यापार की दिशा उभरते बाजारों

की ओर हो गई है, हालांकि अमेरिका तथा यूरोपीय संघ जैसे पारंपरिक बाजारों में हमारे वस्त्र निर्यात की मजबूत पकड़ बनी हुई है। उभरती हुई कई बड़ी अर्थव्यवस्थाएं चुनौतीपूर्ण वृहद् आर्थिक वातावरण का सामना कर रही हैं। यद्यपि 2016 में ब्राजील, भारत, इंडोनेशिया, मैक्सिको, रूसी महासंघ, दक्षिण अफ्रीका तथा तुर्की समेत लगभग सभी उभरती अर्थव्यवस्थाओं की वृद्धि में मामूली सुधार और चीन में हल्की कमी आने के आसार हैं किंतु कमजोर वृद्धि का लंबा दौर बने रहने की आशंका है।

ऊपर बताई गई स्थिति में चीनी अर्थव्यवस्था की मंदी महत्वपूर्ण है क्योंकि उभरती अर्थव्यवस्थाओं, छोटे विकासशील देशों तथा परिवर्तन के दौर से गुजर रही अर्थव्यवस्थाओं पर उसका असर पड़ सकता है। इस बात का भी डर है कि विकसित देशों, विशेषकर यूरो क्षेत्र के देशों में कमजोर सुधार इसके कारण पटरी से फिर उतर सकता है। हालांकि चीन तब भी कपड़े का सबसे बड़ा निर्यातक बना रहेगा। बाजार चुनने में हमारे लिए क्षेत्रीय व्यापार समझौतों की भी अहम भूमिका रहेगी। ये समझौते भी व्यापार की दिशा बदल सकते हैं, जो संभवतः हमारे लिए फायदेमंद नहीं हो।

### वैश्विक वस्त्र निर्यात

इस समय 1,100 अरब डॉलर का वैश्विक परिधान बाजार होने का अनुमान है, जिसमें 750 अरब डॉलर से अधिक के व्यापार की संभावना है। सालाना 350 अरब डॉलर का यूरोपीय संघ सबसे बड़ा उपभोक्ता बाजार है। अनुमान है कि वैश्विक वस्त्र एवं परिधान क्षेत्र 5 प्रतिशत वार्षिक चक्रवृद्धि की दर से बढ़ते हुए 2025 तक लगभग 2,100 अरब डॉलर का हो जाएगा।

विश्व का सबसे बड़ा कपड़ा निर्यातक चीन है और वैश्विक कपड़ा निर्यात में उसकी 35 से 39 प्रतिशत हिस्सेदारी है। उसके बाद यूरोपीय संघ, बांग्लादेश, हांगकांग, वियतनाम, भारत, तुर्की, इंडोनेशिया, अमेरिका एवं कंबोडिया का स्थान आता है। विश्व का सबसे बड़ा कपड़ा आयातक यूरोपीय संघ है, जिसकी विश्व कपड़ा निर्यात में 35 से 38 प्रतिशत हिस्सेदारी है। उसके बाद अमेरिका की 18 फीसदी और

जापान की लगभग 8 प्रतिशत हिस्सेदारी है। उसके बाद हांगकांग, कनाडा, रूस, दक्षिण कोरिया, ऑस्ट्रेलिया, स्विट्जरलैंड एवं चीन का स्थान है। लेकिन वैश्विक कपड़ा आयात में इन सात आयातकों की बहुत कम हिस्सेदारी है।

चीन अगले पांच वर्ष तक कपड़ों तथा परिधान का सबसे प्रमुख आपूर्तिकर्ता बना रहेगा। चीन ने कपड़ा मिलों एवं संयंत्रों के निर्माण एवं आधुनिकीकरण के लिए सफलतापूर्ण निवेश प्राप्त किया है और वह कपड़े से जुड़ी मशीनों का प्रमुख आयातक है। इसलिए उसे फैलते हुए वैश्विक बाजार की आवश्यकता होगी, लेकिन वैश्विक बाजार में किसी भी प्रकार की कमी की भरपाई उसकी बढ़ती घरेलू मांग कर देगी।

### भारत का वस्त्र एवं परिधान निर्यात

डब्ल्यूटीओ के 2015 के अंतरराष्ट्रीय

**ऐतिहासिक रूप से वस्त्र उद्योग का विकास औद्योगिकीकरण की ओर पहला कदम था क्योंकि इससे महिलाओं और कम कुशल व्यक्तियों को बड़ी संख्या में रोजगार मिला था। यदि अन्य विनिर्माण उद्योगों तथा तेजी से फैल रहे सेवा क्षेत्र में अत्यधिक कौशल वाले रोजगार की ओर बढ़ रही चीनी अर्थव्यवस्था में कपड़ा क्षेत्र की हिस्सेदारी कम होगी तो इससे वैश्विक वस्त्र व्यापार में नया दौर आरंभ हो सकता है और भारत को इससे उत्पन्न होने वाले अवसरों को लपक लेना चाहिए।**

व्यापार आंकड़ों के अनुसार भारत दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा वस्त्र निर्यातक है, जिसकी 2014 में वैश्विक बाजार में 5.8 प्रतिशत हिस्सेदारी थी। वर्ष 2014 में लगभग 41 अरब डॉलर के कुल निर्यात में वस्त्र निर्यात की हिस्सेदारी 18.3 अरब डॉलर थी, जबकि इसका कुल वैश्विक व्यापार 314 अरब डॉलर का रहा था। तैयार परिधानों के मामले में भारत दुनिया का छठा सबसे बड़ा निर्यातक है और विश्व निर्यात में उसकी 3.7 प्रतिशत हिस्सेदारी है। 2014 में 41 अरब डॉलर के कुल निर्यात में 18 अरब डॉलर तैयार परिधान का था, जबकि विश्व व्यापार 483 अरब डॉलर का था।

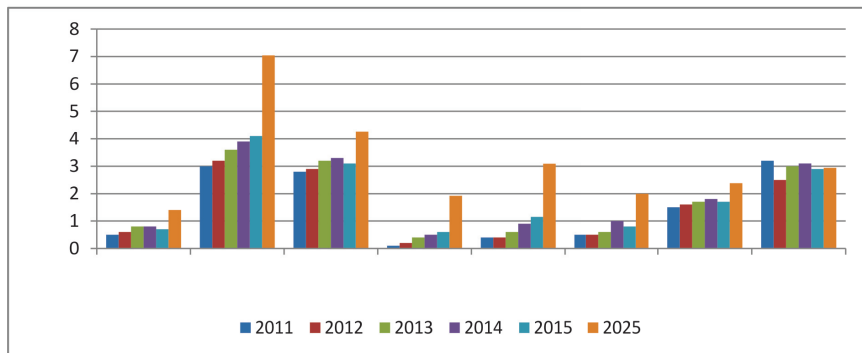
भारतीय वस्त्र उद्योग को निर्यात से होने वाली आय उसे मूल्य तथा मजबूती देती है। यही कारण है कि वैश्विक बाजार की खस्ता हालत और महंगी ऊर्जा, महंगी परिवहन लागत तथा परेशान करने वाले श्रम कानूनों जैसी घरेलू चुनौतियों के बावजूद वस्त्र उद्योग ने निर्यात के मोर्चे पर अन्य क्षेत्रों की तुलना में अच्छा प्रदर्शन किया और 2015-16 में भारत के कुल निर्यात में उसकी 14 प्रतिशत हिस्सेदारी रही।

### नए विनिर्माण केंद्र

प्रतिस्पर्द्धा में भारत को सस्ते श्रम की शक्ति में जो बढ़त हासिल थी, वह बांग्लादेश और वियतनाम जैसे देशों से मिल रही टक्कर से खत्म होती जा रही है क्योंकि ये देश कुशल कर्मचारी तथा सस्ता श्रम मुहैया कराते हैं। बांग्लादेश में निर्यातोन्मुखी औद्योगिक क्षेत्र की पहले ही सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) के एक चौथाई से अधिक हिस्सेदारी हो गई है और माना जा रहा है कि यह वैश्विक विनिर्माण केंद्र के रूप में विकसित होता रहेगा। बांग्लादेश और वियतनाम के अलावा कंबोडिया, इथियोपिया और म्यांमार तैयार परिधान के वैश्विक व्यापार में नए संभावित प्रतिस्पर्द्धा हैं। आने वाले वर्षों में म्यांमार का वस्त्र उद्योग बहुत तेजी से बढ़ने का अनुमान है। अनुमान है कि वस्त्र उद्योग में 2020 तक 15 लाख रोजगार हो सकते हैं, जबकि 2015 के मध्य में इसमें 2.30 लाख रोजगार ही थे। म्यांमार ने राष्ट्रीय निर्यात रणनीति 2015-2019 के दस्तावेज में वस्त्र एवं परिधान उद्योग के लिए रणनीति प्रकाशित की है ताकि उद्योग को कपड़े काटने, बनाने और पैक करने के बजाय पूरी तरह से मुक्त बनाया जा सके और निर्यात बाजार तैयार करने के मकसद से भारी मात्रा में बेहतर गुणवत्ता के परिधान बनाए जा सकेंगे।

इथियोपिया के पास प्रतिस्पर्द्धा वस्त्र उद्योग तैयार करने के लिए सभी जरूरी विशेषताएं हैं: कच्चा माल, कम मजदूरी और सस्ती ऊर्जा। वस्त्र उद्योग में भारी वृद्धि की संभावना का आधार कपास का स्थानीय उत्पादन है, जो वस्त्र उद्योग के साथ अच्छी तरह जुड़ा है और परिधान कारखाने देश में ही तैयार कपास पर निर्भर

## आरेख 1: भारतीय निर्यात - उभरते बाजार



रहते हैं। विदेशी निवेश आकर्षित करने के इरादे से इथियोपिया वस्त्र उद्योग के और भी आधुनिकीकरण को सक्रियता के साथ बढ़ावा दे रहा है। अगोआ (अफ्रीका ग्रोथ एंड अपॉर्च्युनिटी एक्ट) तथा कई द्विपक्षीय व्यापार संधियों के जरिये निर्यात के नए अवसर तैयार किए गए। इथियोपिया एवरीथिंग बट आर्म्स कार्यक्रम का भी हिस्सा है, जो कम विकसित लाभार्थी देशों को यूरोपीय संघ के बाजार में प्रवेश प्रदान करने के लिए बनाया गया है।

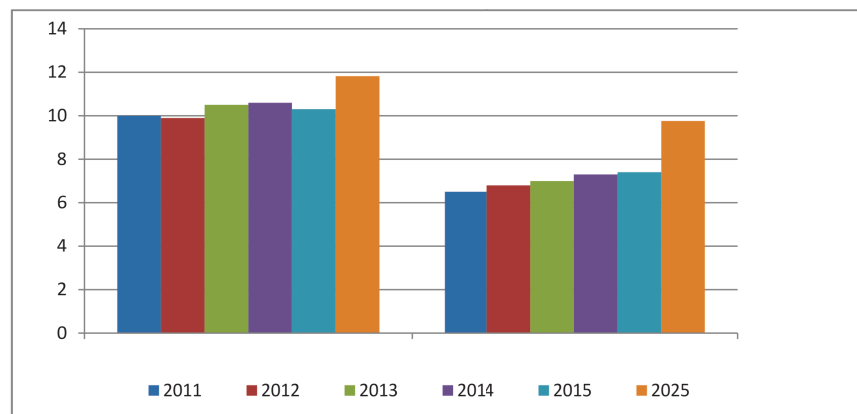
विश्व बैंक द्वारा प्रकाशित आंकड़ों के अनुसार 2015 में बांग्लादेश, कंबोडिया, इथियोपिया, म्यांमार और वियतनाम की वार्षिक जीडीपी वृद्धि दर क्रमशः 6.6 प्रतिशत, 7 प्रतिशत, 9.6 प्रतिशत, 7 प्रतिशत और 6.7 प्रतिशत रही थी। ये देश नए विनिर्माण एवं निर्यातनुखी केंद्र हैं, जो रोजगार सृजन की क्षमता तैयार कर रहे हैं और चीन से निकल रहे निवेश तथा विनिर्माण गतिविधियों का उन्हें लाभ मिल रहा है। दक्षिण-पूर्व एशियाई क्षेत्रों में आगे चलकर बड़ा उपभोक्ता आधार तैयार होने की संभावना है।

टेक्सटाइल इंटेलिजेंस लिमिटेड, 2016 के अनुसार 2000 में अफ्रीकन ग्रोथ एंड अपॉर्च्युनिटी एक्ट (अगोआ) लागू होने के बाद से अफ्रीकी वस्त्र आयात बाजार तेजी से बढ़ा है। इस कानून का एक उद्देश्य उप-सहारा अफ्रीकी क्षेत्र के कुछ देशों के निर्यातकों को अमेरिकी बाजार में शुल्क मुक्त एवं कोटा मुक्त प्रवेश दिलाकर क्षेत्र में परिधान विनिर्माण को मजबूती प्रदान करना भी था। इसके लागू होने के बाद से उप सहारा अफ्रीका के कई देशों से परिधान निर्यात बढ़ा है और क्षेत्र में परिधान

उत्पादन भी बढ़ा है, जिससे आयातित वस्त्र सामग्री की मांग बढ़ गई है। किंतु कानून का उद्देश्य कताई, बुनाई, रंगाई तथा वस्त्र तैयार करने की सभी सुविधाएं तैयार कर समूची आपूर्ति श्रृंखला उप-सहारा अफ्रीका में ही स्थापित करने को प्रोत्साहन देना है तथा उसमें स्पष्ट किया गया है कि अमेरिका में तरजीही आधार पर प्रवेश के लिए परिधान को क्षेत्र में ही (अथवा अमेरिका में) तैयार सामग्री से ही बना होना चाहिए।

यदि नाइजीरिया और इथियोपिया की ही तरह अफ्रीका जिस और कृषि का स्रोत मात्र बनकर न रह जाए और उससे इतर रणनीति पर काम करे तो उसमें बहुत संभावना है। माना जाता है कि अफ्रीका के कुल जीडीपी में 50 प्रतिशत हिस्सेदारी वाले 11 देशों में 1.50 करोड़ परिवार मध्य वर्ग के हैं, जो 2030 तक बढ़कर 4.20 करोड़ हो सकते हैं। किंतु अफ्रीका में सुरक्षा संबंधी जोखिमों, राजनीतिक अस्थिरता, स्वास्थ्य संबंधी खतरों और बुनियादी ढांचे की समस्याएं हैं क्योंकि वहां पानी और बिजली की अपर्याप्त उपलब्धता है।

## आरेख 2: अन्य विकसित बाजार - ओशनिया तथा कनाडा



## भारतीय वस्त्र एवं परिधान: उभरते बाजार

दिलचस्प है कि हमारे वस्त्र निर्यात के लिए 10 शीर्ष बाजार वे ही हैं, जिनके साथ उसका कोई मुक्त व्यापार समझौता अथवा तरजीही व्यापार समझौता नहीं है। केवल बांग्लादेश के साथ दक्षिण-एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र (साफ्टा) के तहत समझौता है। निर्यात की सतत वृद्धि के लिए जरूरी है कि वैश्विक अर्थव्यवस्था में वृद्धि के बदलते समीकरणों के अनुसार बाजारों का विविधीकरण हो और हमें उन देशों/क्षेत्रों से संबंधों की ओर देखना चाहिए, जो हमारे वस्त्रों के लिए संभावनाशील बाजार हैं। प्राथमिक रूप से मानव निर्मित रेशों की अंतरराष्ट्रीय मांग है, कपास और ऊन जैसे प्राकृतिक रेशों की नहीं। इससे अनिश्चितता हो सकती है क्योंकि छोटे उद्यमों पर कच्चे माल की कीमतों में उतार-चढ़ाव तथा श्रम लागत की मार पड़ सकती है। इसके अलावा विदेशी बाजारों में मुकाबला करने के लिए उद्योग को फैशन के तेजी से बदलते रुझानों और विभिन्न आयु वर्गों के उपभोक्ताओं की बदलती पसंद के मुताबिक स्वयं को तेजी से ढालना होगा।

परंपरागत विकसित बाजारों यानि उत्तर अमेरिका और यूरोप में भारतीय निर्यात की मांग सुस्त होने के अनुमान है और यदि परा-प्रशांत (ट्रांस पैसिफिक) साझेदारी को मंजूरी मिल जाती है तो भारत के लिए निर्यात के लिए व्यापार के दृष्टिकोण से प्रतिस्पर्द्धी कड़ी चुनौती पेश करेंगे। इसकी तुलना में भावी वृद्धि संभवतः विकासशील तथा उभरती अर्थव्यवस्थाओं में निहित है, जिनमें वृद्धि की दर अपेक्षाकृत अधिक हो

सकती है। इन उभरते बाजारों में अधिक शक्तिशाली मध्य वर्ग तैयार होने के कारण दीर्घकालिक मांग ही वृद्धि को रफ्तार देगी। इसीलिए बाजार विविधीकरण की किसी भी रणनीति में लैटिन अमेरिका, आसियान, यूरोशिया और वाना तथा तुर्की, कनाडा एवं ऑस्ट्रेलिया के बाजारों को केंद्र बनाना चाहिए। नीचे दिए गये रेखाचित्र 1 और 2 यही बताता है।

पश्चिम एशिया और उत्तर अफ्रीका क्षेत्र (वाना) तेजी से बढ़ रहा है। इस क्षेत्र में भारत इजरायल के साथ मुक्त व्यापार संधि करने की कोशिश करता आ रहा है। इजरायल का परिधान उद्योग धागे तथा बुने हुए कपड़े के लिए अधिकतर आयात पर ही निर्भर रहता है। इजरायल के परिधान आयात (2015 में 1.5 अरब डॉलर) में 5 प्रतिशत की चक्रवृद्धि दर से बढ़ोतरी हुई और इसमें भारत की हिस्सेदारी केवल 1 प्रतिशत थी। इजरायल के घरेलू वस्त्र आयात (2015 में 0.2 अरब डॉलर) में भारत की हिस्सेदारी कुछ अधिक 6 प्रतिशत रही।

अफ्रीकी महाद्वीप में कपास और कपड़ों के सबसे बड़े क्लस्टर मिस्र के हैं। मिस्र की अर्थव्यवस्था में सबसे बड़ा उद्योग, वस्त्र उद्योग भी धागों, कपड़े और अन्य वस्तुओं के लिए आयात पर निर्भर है। मिस्र का परिधान निर्यात 2015 (0.2 अरब डॉलर) में 17 प्रतिशत की जबरदस्त वार्षिक चक्रवृद्धि दर से बढ़ा और भारत की हिस्सेदारी केवल 1 प्रतिशत है। उद्योग में धागे से लेकर तैयार परिधान और घरेलू कपड़ों तक पूरी तरह एकीकृत मॉडल है और उत्पादन के सभी चरणों - डिजाइन तैयार करने, फैलाने, काटने, सिलने और पैकेजिंग करने में नवीनतम प्रौद्योगिकियां मौजूद हैं। कपड़े की अर्थव्यवस्था मुख्यतया कपास पर आधारित है किंतु हाल के समय में देश में मानव निर्मित रेशों से बने कपड़ों की मांग बढ़ती जा रही है। मानव निर्मित रेशों से बने कपड़ों का आयात लगातार बढ़ रहा है। दुनिया भर से मिस्र में मानव निर्मित रेशों के आयात की वार्षिक चक्रवृद्धि दर पिछले पांच वर्षों में लगभग 3 प्रतिशत रही है। भारत अग्रणी आपूर्तिकर्ता है। मिस्र की जीडीपी वृद्धि दर 2015 में 4.2 प्रतिशत थी और मिस्र के विशाल

विनिर्माण निर्यात ठिकाने में निवेश बरकरार रहने की संभावना है।

तुर्की भारत के मानव निर्मित रेशों से बने कपड़ों के अग्रणी बाजारों में शामिल है। परिधान क्षेत्र के लिए रेशों, धागे और कपड़े जैसे कच्चे माल और सामग्री का घरेलू उत्पादन अपर्याप्त माना जाता है, जिसके कारण रेशों, धागे तथा कपड़े के निर्यात हेतु वस्त्र सामग्री का भारी मात्रा में आयात किया जाता है। तुर्की के जीडीपी में व्यापार की लगभग 58 प्रतिशत हिस्सेदारी है। 2015 में तुर्की ने लगभग 2.9 अरब डॉलर के वस्त्र एवं परिधान का आयात किया था, लेकिन उसकी वृद्धि नकारात्मक रही। इसीलिए तुर्की पर ध्यान केंद्रित करना लाभदायक होगा क्योंकि उस बाजार में भारत की हिस्सेदारी अभी 2-3 प्रतिशत ही है।

पिछले कुछ वर्षों में लैटिन अमेरिका के साथ भारत के संबंध व्यापार एवं निवेश से बढ़कर ऊर्जा, ज्ञान साझेदारी जैसे क्षेत्रों में सहयोग तक पहुंच गए हैं और जी-20, ब्रिक्स, इबसा (भारत, ब्राजील, दक्षिण अफ्रीका) जैसे बहुराष्ट्रीय मंचों पर भी सहयोग हो रहा है। मरकोसर और चिली के साथ भारत का तरजीही व्यापार समझौता है। इससे भारत एवं लैटिन अमेरिकी तथा कैरिबियाई (एलएसी) क्षेत्र के कारोबारी समुदाय के लिए भारी अवसर तैयार हो गए हैं। वस्त्र व्यापार के दृष्टिकोण से मैक्सिको, पेरू और चिली महत्वपूर्ण हैं तथा मैक्सिको एवं चिली क्रमशः वस्त्र एवं परिधानों के सबसे बड़े आयातक हैं। संयुक्त राष्ट्र कॉमट्रेड के आंकड़ों के अनुसार 2015 में मैक्सिको, चिली तथा पेरू का परिधान तथा घरेलू वस्त्र का कुल आयात क्रमशः 4.10 अरब डॉलर, 3.10 अरब डॉलर तथा 0.70 अरब डॉलर था। माना जाता है कि एलएसी क्षेत्र में स्थानीय उद्योग कम प्रतिस्पर्धी हो गए हैं और ये देश चीन पर अपेक्षा से अधिक निर्भरता को कम करने का प्रयास कर रहे हैं। किंतु इन बाजारों में भारत की हिस्सेदारी कम है। परिधान तथा घरेलू वस्त्र के मामले में चिली में क्रमशः 1 प्रतिशत और 4 प्रतिशत, मैक्सिको में 3-3 प्रतिशत तथा पेरू में 2-2 प्रतिशत हिस्सेदारी ही है, जिससे अच्छी खासी वृद्धि की गुंजाइश का संकेत मिलता है।

## अन्य विकसित बाजार: ओशनिया तथा कनाडा

मूल्यवर्द्धित उत्पादों (परिधान) के निर्यात के लिहाज से पारंपरिक बाजारों (विकसित देशों) पर ध्यान केंद्रित रहेगा लेकिन कनाडा ऐसा बाजार है, जहां जिस के रूप में कपड़े की हिस्सेदारी कम हुई है, जबकि तकनीकी वस्त्र उद्योग में तेजी से विस्तार हुआ है। नवीनतम आंकड़ों के अनुसार तकनीकी वस्त्र निर्यात 2015 के 8.60 अरब डॉलर से बढ़कर 2017 में 9.30 अरब डॉलर होने की संभावना है। तकनीकी वस्त्र उद्योग ऐसा है, जिसमें प्रयोग तथा प्रौद्योगिकी लगातार बदल रही हैं और इसीलिए निर्यात के रुझानों का बदलना भी स्वाभाविक है। उत्तर अमेरिका तकनीकी वस्त्र का सबसे बड़ा क्षेत्रीय उपभोक्ता है क्योंकि वहां इसका इस्तेमाल करने वाले अधिकतर उद्योग मौजूद हैं। भारत कनाडा में तकनीकी वस्त्र के निर्यात के अवसर तलाश सकता है, जिसके साथ समग्र आर्थिक साझेदारी समझौते (सीईपीए) पर बातचीत चल रही है।

तकनीकी वस्त्र भारत के वस्त्र उद्योग में सबसे तेजी से वृद्धि करता क्षेत्र है। इस समय दुनिया भर में तकनीकी वस्त्रों की कुल खपत का लगभग 9 प्रतिशत हिस्सा भारत में ही बनाए जाने का अनुमान है। तकनीकी वस्त्र के क्षेत्र में भारत की हिस्सेदारी 2013 में 11.60 अरब डॉलर थी, जो आईएटीए टेक्निकल टेक्सटाइल्स टॉप मार्केट्स रिपोर्ट, 2016 के अनुसार 2017 तक बढ़कर 26 अरब डॉलर हो जाने की संभावना है।

ऑस्ट्रेलिया में वस्त्र- परिधान तथा फुटवियर विनिर्माण उद्योग विविधीकृत है तथा उसमें इस्तेमाल के लिए तैयार वस्त्र, परिधान, कालीन, फुटवियर तथा तकनीकी वस्त्र जैसे ऑटोमोटिव प्रयोग के लिए वस्त्र समेत विभिन्न उत्पाद शामिल हैं। ऑस्ट्रेलिया के परिधान बाजार का आकार 25 अरब डॉलर है, जो 5 प्रतिशत चक्रवृद्धि वार्षिक दर से बढ़कर 2025 तक 45 अरब डॉलर हो जाने का अनुमान है। भारत ऑस्ट्रेलिया के साथ समग्र आर्थिक सहयोग संधि पर जारी बातचीत के जरिये इस बाजार में अवसरों का लाभ उठा सकता है। □





# तकनीकी वस्त्र: एक उदीयमान उद्योग

प्रकाश वासुदेवन



**पोछा लगाने के सामान्य कपड़े से लेकर ऊतक इंजीनियरिंग के इंप्लांट में इस्तेमाल होने वाले मजबूत और पेचीदा कपड़े तक विभिन्न तकनीकी वस्त्र उत्पाद बनाने के लिए कपड़ों की सामग्री, बनावट, अंतिम रूप देने तथा परिधान बनाने अथवा उनका रूपांतरण करने में विभिन्न तकनीकों का इस्तेमाल किया जा सकता है। तकनीकी उद्देश्यों के लिए कपड़े का प्रयोग मानव जाति के लिए नया नहीं है। आजकल इस्तेमाल होने वाले तकनीकी वस्त्रों की तुलना में प्राचीन काल के कपड़े बनावट में अधिक सादा होते थे। नई सामग्री के इस्तेमाल, बनावट और विनिर्माण में रसायनों के प्रयोग के कारण आज के तकनीकी वस्त्र प्रदर्शन और कामकाजी जरूरतों के मामले में प्राचीन काल के वस्त्रों के मुकाबले बहुत उन्नत हैं**

**म**नुष्य के जीवन में कपड़े की बहुत महत्वपूर्ण भूमिका है। कपड़े का प्रयोग परिधानों तक ही सीमित नहीं रहा है, बल्कि पालने से लेकर शवयात्रा तक कई गैर-परिधान क्षेत्रों में भी इसका व्यापक प्रयोग किया जाता है। विशेष जरूरतों के लिए तैयार किए गए ऐसे कपड़ों को तकनीकी वस्त्र कहा जाता है। सौंदर्य या साज-सज्जा की बजाय तकनीकी और प्रदर्शनात्मक विशेषताओं के लिए तैयार किए जाने वाले उत्पाद और सामग्री तकनीकी वस्त्र कहलाती है।<sup>1</sup>

कपड़े के खास गुणों, छेददार बनावट, हल्के वजन, लंबाई और मोटाई के अधिक अनुपात, लटकाने और ओढ़ने आदि के कारण तकनीकी कामों में प्लास्टिक, धातु, कागज, फिल्म के मुकाबले इसे प्राथमिकता दी जाती है। आधुनिक तकनीकी कपड़े अधिक इस्तेमाल किये जाते हैं, लेकिन इनकी बनावट पेचीदा होती है क्योंकि किसी खास इस्तेमाल के लिए इन कपड़ों की इंजीनियरिंग पॉलिमर/कच्चे माल, रेशे की बनावट, धागे/तंतु की बनावट, कपड़े की बनावट, परिधान/उत्पाद की बनावट और इनके गुणों आदि के चयन आदि से शुरू होती है।

कई तकनीकी वस्त्र उत्पाद रेशेदार बनावट वाले होते हैं (उदाहरण के लिए सर्जरी में इस्तेमाल होने वाली रुई के उत्पाद जैसे रुई का बंडल, कॉटन बड, हीमोस्टेटिक फाइब्रस पैड, फाइबर फिल्स साउंड प्रूफ, हीट प्रूफ, तकिया, जुराब, फिल्टर, रूफलाइन आदि)। घाव सिलने के धागे, रस्सी आदि उत्पाद धागों/तंतुओं से तैयार किए जाते हैं।

तकनीकी कपड़ों के उत्पाद में कपड़ों की बनावट भी अलग-अलग होती है, जैसे बुने हुए (चादरें, सर्जिकल गाउन, कंपोजिट के लिए कार्बन अथवा कांच से बुने कपड़े, कालीन, सीट के कपड़े, पट्टियां, नहीं कटने वाले कपड़े), निटिंग से बने कपड़े (हर्निया मेश, स्पोर्ट्सवियर, कंप्रेशन गारमेंट, स्पेसर फैब्रिक, वैस्कुलर ग्राफ्ट, ट्यूबुलर बैंडेज, मछली का जाल, सैटेलाइट एंटीना आदि), बिना बुने कपड़े (जैसे ऊतक इंजीनियरिंग के लिए तख्तायां, फिल्टर की झिल्लियां, वाइप, डिसपोजेबल, फसलों के ऊपर बिछाने वाले कवर, बीज पर बिछाने वाले सीड ब्लैकट, खरपतवार पर नियंत्रण करने वाले कपड़े, सुलेशन टेप आदि), गूथे हुए (जैसे महीने धागे, रस्सियां, स्टेंट, लिगामेंट, पट्टे, मचान आदि), बूटेदार (रोटेटर कफ, बूटेदार सर्किट) और ऊपर दिए गए सभी का मिश्रण (बच्चों के डायपर, सैनिटरी नैपकिन आदि)।

तकनीकी कपड़े के कई उत्पाद विशेष/व्यावहारिक फिनिश/कोटिंग/लैमिनेशन (जैसे अग्निशामक, सूक्ष्मजीवरोधी, ब्रेथेबल फिनिश, द्रवरोधी फिनिश आदि) से बनाए जाते हैं।

**भारत में तकनीकी वस्त्र उद्योग के विकास के अवसर और कारक**

- **भारतीय उपभोक्ताओं की आय और क्रय शक्ति में वृद्धि:** भारतीय उपभोक्ता अब बेहतर आराम, अच्छी जीवनशैली, विलासिता, स्वच्छता, सफाई, सुरक्षा आदि के लिए अधिक खर्च कर रहे हैं। वाइप, सैनिटरी नैपकिन, बेबी डायपर

का इस्तेमाल बढ़ा है, जो कुछ वर्ष पहले नहीं था।

- तकनीकी वस्त्रों की मांग क्षेत्र विशेष की वृद्धि पर निर्भर करती है। उदाहरण के लिए ऑटोमोबाइल वस्त्र की मांग वाहन उद्योग में तेज वृद्धि के साथ बढ़ रही है। शहरी भारत में नए आधुनिक अस्पतालों की संख्या वृद्धि और चिकित्सा पर्यटन से चिकित्सा वस्त्रों की वृद्धि में मदद मिल रही है।
- इंटरनेट, टीवी आदि की पहुंच बढ़ने के कारण अब अधिकतर भारतीय उपभोक्ताओं को तकनीकी कपड़ों के इस्तेमाल की और उनके किफायती होने की जानकारी है। उदाहरण के लिए भारतीय किसानों ने कृषि वस्त्रों से बने उत्पादों का लाभ समझने के बाद उनका प्रयोग आरंभ कर दिया है।
- तकनीकी वस्त्र तकनीक पर बहुत केंद्रित, बहुविषयक और भारत में वस्त्र बनाने वालों के लिए अपेक्षाकृत नया है। इसीलिए नए उद्यमियों के लिए घरेलू प्रतिस्पर्धा नहीं है।
- **जनसंख्या वृद्धि और जीवन प्रत्याशा में बढ़ोतरी:** अधिक जन्म दर तथा अधिक जीवन प्रत्याशा के कारण भारत दुनिया का दूसरा सबसे अधिक जनसंख्या वाला देश है। इससे तकनीकी वस्त्रों जैसे स्वच्छता तथा चिकित्सा से जुड़े वस्त्रों की मांग तैयार हो रही है और बनी रहेगी।
- अधिक संगठित खुदरा तथा ऑनलाइन कारोबारों के कारण पहले से बेहतर वितरण एवं उपभोक्ता संपर्क प्रणाली तकनीकी वस्त्रों के कारोबार की वृद्धि में सहायक है।
- पारंपरिक कपड़ों की अपेक्षा अधिक प्रतिफल से उद्यमी आकर्षित होते हैं।
- **तकनीकी वस्त्रों का बहुत कम प्रयोग:** भारत में तकनीकी वस्त्रों की घरेलू खपत इनकी औसत वैश्विक खपत की अपेक्षा कम है, इसीलिए इनमें ऊंची वृद्धि की संभावना है। भारतीय उपभोक्ताओं का रुझान वैश्वीकरण/पश्चिमीकरण की ओर बढ़ने तथा बेहतर उत्पादों के संबंध में अधिक जानकारी होने के कारण विभिन्न तकनीकी वस्त्रों जैसे घरेलू

कपड़ों, मोबिलिटेक और स्पोर्ट्स का इस्तेमाल पहले ही बढ़ने लगा है।

- कुछ तकनीकी वस्त्र उत्पादों की औद्योगिक मांग में वृद्धि हो रही है।
- भारत दुनिया की दूसरी सबसे बड़ी कपड़ा आधारित अर्थव्यवस्था है। इसलिए यहां समूची आपूर्ति शृंखला मौजूद है, आयात-निर्यात के मजबूत संबंध हैं, बुनियादी ढांचा है, जिसका फायदा तकनीकी वस्त्र क्षेत्र को मिल सकता है।
- बढ़ता, वैश्विक होता अंतरराष्ट्रीय बाजार।
- पारंपरिक वस्त्रों की जानकारी रखने वाला सस्ता श्रम तकनीकी वस्त्रों की वृद्धि में सहायक हो सकता है।

### तकनीकी वस्त्रों की मांग

मात्रा के आधार पर 2015 से 2020 के बीच तकनीकी वस्त्र का बाजार 4.68 प्रतिशत वार्षिक चक्रवृद्धि की दर से बढ़कर 2020 तक 4.22 करोड़ टन हो जाने की संभावना है। एक अन्य रिपोर्ट में 2014 से 2019 के बीच तकनीकी वस्त्र बाजार में 3.71 प्रतिशत की वार्षिक चक्रवृद्धि होने की संभावना जताई गई है। किंतु मूल्य के मामले में तकनीकी वस्त्रों की विभिन्न श्रेणियां 8 से 19 प्रतिशत वार्षिक की दर से बढ़ रही हैं और तकनीकी वस्त्र विनिर्माण की कुल औसत वार्षिक चक्रवृद्धि दर 11 प्रतिशत है। भारतीय सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) में तकनीकी वस्त्रों का 0.75 प्रतिशत योगदान है और फिलहाल भारतीय वस्त्र विनिर्माण में इसकी 12 प्रतिशत हिस्सेदारी है, जबकि चीन में यही हिस्सेदारी 20 प्रतिशत है। भारत में तकनीकी वस्त्र उद्योग बढ़कर 2017-18 तक 1,16,217 करोड़ रुपये हो जाने की संभावना है। वैश्विक तकनीकी वस्त्र विनिर्माण में भारत की हिस्सेदारी केवल 3 प्रतिशत है, जबकि चीन और यूरोप दुनिया भर के 75 प्रतिशत तकनीकी वस्त्र तैयार करते हैं। तकनीकी वस्त्रों को नीचे दी गई 12 श्रेणियों में बांटा जाता है:

- एग्रीटेक (कृषि, बागवानी एवं वानिकी)
- बिल्डटेक (इमारत एवं निर्माण)
- क्लॉथटेक (जूतों एवं वस्त्रों के तकनीकी घटक)
- जियोटेक (जियोटेक्सटाइल्स, सिविल

इंजीनियरिंग)

- होमटेक (फर्नीचर, घरेलू कपड़े और फर्श के कवर के घटक)
- इंडटेक (फिल्टरीकरण, सफाई तथा अन्य औद्योगिक प्रयोग)
- मेडिटेक (स्वच्छता एवं चिकित्सा)
- मोबिलिटेक (वाहन, नौवहन, रेलवे तथा वैमानिकी)
- ईकोटेक (पर्यावरण संरक्षण)
- पैकटेक (पैकेजिंग)
- प्रोटेक (निजी तथा संपत्ति की सुरक्षा)
- स्पोर्ट्स (खेल एवं आराम का सामान)

### चुनौतियां

- **विशेषतापूर्ण कच्चे माल की कमी:** सुस्थापित आपूर्ति शृंखला के कारण भारत के पास पारंपरिक वस्त्रों का कच्चा माल आसानी से उपलब्ध है। किंतु विशेषता वाले/उच्च क्षमता वाले कच्चे माल, रेशों, धागों, वस्त्र आदि की कमी के कारण तकनीकी वस्त्रों के मामले में नुकसान है। भारत ऐसी लगभग समूची सामग्री का आयात करता है, जिससे लागत तथा समय बढ़ जाते हैं और प्रतिस्पर्धात्मकता पर असर पड़ता है।
- **प्रौद्योगिकी की कमी:** पारंपरिक वस्त्र बनाने की तकनीकों के मामले में भारत बहुत मजबूत है, लेकिन उन्नत तकनीकी वस्त्र उत्पाद बनाने के लिए जरूरी आधुनिक तकनीकी उसके पास नहीं हैं। कच्चे माल की ही तरह तकनीकी वस्त्र बनाने वाली ज्यादातर मशीनें भी अभी तक आयात की जा रही हैं, जिससे परियोजना की लागत में बहुत वृद्धि हो जाती है।
- **बहुविषयक दृष्टिकोण, वृद्धि तथा नए उत्पादों का प्रभावी विपणन:** तकनीकी वस्त्रों में नए उत्पादों के विकास के लिए बहुविषयक दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है। एक बार उत्पाद विकसित हो जाने के बाद किफायती तथा औद्योगिक स्तर पर विनिर्माण की तकनीकी एवं विपणन अगली चुनौती होंगी।
- **कुशल श्रमशक्ति की कमी:** चूंकि तकनीकी वस्त्र जटिल बनावट पर

आधारित होते हैं, जिनके लिए उच्च बहुविषयक जानकारी की आवश्यकता होती है, इसीलिए उनके लिए कामगारों से लेकर प्रबंधकों तक कुशल कार्यशक्ति भी तैयार करनी पड़ती है। जैसे चिकित्सा वस्त्रों के लिए चिकित्सा विज्ञान एवं कपड़े की जानकारी आवश्यक है, जियो टेक्सटाइल्स के लिए सिविल इंजीनियरिंग तथा कपड़ों की जानकारी होनी चाहिए।

- **समुचित नियमों/मानकों की कमी:** चूंकि तकनीकी वस्त्र उद्योग शैशवावस्था में है, इसीलिए कई तकनीकी वस्त्र उत्पादों के लिए नियम/मानक नहीं हैं और जो हैं, वे पुराने हो गए हैं। नियमों को अद्यतन करने अथवा नए नियम/मानक तैयार करने की बड़ी जरूरत है। इससे उद्योग को ऐसे उत्पाद बनाने में मदद मिलेगी, जो उपभोक्ताओं के लिए उचित हैं।
- **जागरूकता की कमी:** भारत में शहरीकरण एवं शिक्षा बढ़ रही हैं फिर भी भारतीय जनसंख्या का बड़ा हिस्सा ग्रामीण क्षेत्रों/दयनीय स्थितियों में रह रहा है। उनमें से कई या तो तकनीकी वस्त्रों के बारे में जानते ही नहीं या उसे खरीदने की क्षमता उनके पास नहीं है।
- **विश्वस्तरीय अनुसंधान एवं विकास सुविधाओं की कमी:** भारतीय विश्वविद्यालयों/कॉलेजों/अनुसंधान एवं विकास (आरएंडडी) केंद्रों को उत्पाद केंद्रित आरएंडडी पर स्पष्ट दृष्टि रखते हुए विश्वस्तरीय आरएंडडी केंद्र स्थापित करने हेतु अधिक निवेश करने की आवश्यकता है।
- **एक समान कोडिंग प्रणाली की कमी:** निर्यात हेतु तकनीकी वस्त्र उत्पादों को पहचानने तथा अलग करने के लिए तकनीकी वस्त्रों की एकसमान कोडिंग प्रणाली (एचएसएन कोड) की आवश्यकता है।
- **संगठित तकनीकी वस्त्र क्षेत्र की कमी:** भारत में तकनीकी वस्त्र क्षेत्र पारंपरिक वस्त्र विनिर्माण की तुलना में मोटे तौर पर एसएमई क्षेत्र के पास है और अधिक विकेंद्रित है।
- **कारोबार हेतु बुनियादी ढांचे की कमी:** आसान परिवहन, जल, कचरा निस्तारण,

परीक्षण प्रयोगशालाओं, दूरसंचार, उच्च गति के इंटरनेट आदि के मामले में तकनीकी वस्त्रों को बढ़ावा देने के लिए नया बुनियादी ढांचा विकसित करने की आवश्यकता है।

- चीन जैसे वैश्विक खिलाड़ियों से स्पर्द्धा
- **कचरा प्रबंधन प्रणाली एवं नियमन की कमी:** कुछ तकनीकी वस्त्र उत्पादों विशेषकर सैनिटरी नैपकिन, बेबी डायपर, अस्पतालों के संक्रमित कचरे आदि के लिए समुचित कचरा प्रबंधन उपाय अपनाने की त्वरित आवश्यकता है क्योंकि उन्हें पर्यावरण के अनुकूल पद्धति से सुरक्षापूर्वक समाप्त करना होता है।
- **चिकित्सा वस्त्रों को बढ़ावा देने के लिए सरकार के कार्यक्रम:** नीचे कुछ योजनाएं दी गई हैं, जिनकी घोषणा सरकार ने तकनीकी वस्त्र क्षेत्र को बढ़ावा देने के लिए की थी।
- तकनीकी वस्त्रों की वृद्धि एवं विकास हेतु योजना (एसजीडीटीटी) का लक्ष्य तकनीकी वस्त्रों के संबंध में जागरूकता उत्पन्न करने एवं तकनीकी वस्त्रों से संबंधित सटीक जानकारी तैयार करने के लिए मूलभूत सर्वेक्षण करने हेतु उत्कृष्टता केंद्र स्थापित करना था।
- **तकनीकी वस्त्रों पर प्रौद्योगिकी अभियान (टीएमटीटी):** कपड़ा मंत्रालय ने दो छोटे अभियानों के साथ टीएमटीटी आरंभ किया। मिनी मिशन 1 और मिनी मिशन 2 योजनाओं का लक्ष्य परीक्षण की सुविधाओं, दक्ष श्रमशक्ति, आरएंडडी, बेहतर नियामकीय प्रणाली, विनिर्देश तथा मानक तैयार करने,

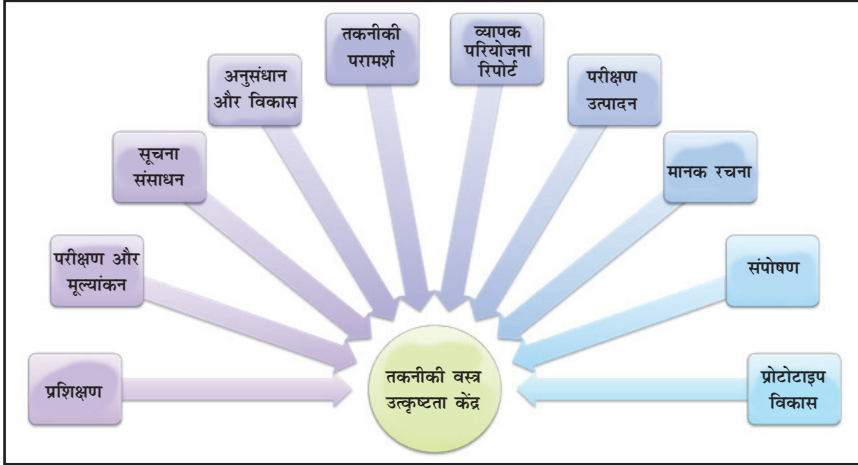
उद्यमशीलता को बढ़ावा देने, बाजार विकसित करने हेतु सहायता, एचएस कोड पहचानने, फोकस इनक्यूबेशन सेंटर (एफआईसी) स्थापित करने के लिए बुनियादी ढांचा सुधारना है।

- एफआईसी को मार्गदर्शन के साथ 'प्लग एंड प्ले' मॉडल पर विकसित किया जाना है। वाणिज्यिक स्तर पर उत्पादन हेतु संबंधित उत्कृष्टता केंद्र द्वारा पूर्ण उत्पादन सुविधाएं प्रदान की जाएंगी।
- नए उद्यमियों को तब तक एफआईसी की सुविधा मिलेगी, जब तक वे कारोबार में स्वयं को स्थापित नहीं कर लेते और उसके बाद स्वयं वे सुविधाएं विकसित नहीं कर लेते।
- भारत में (पूर्वोत्तर क्षेत्र के अलावा) कृषि वस्त्रों (एग्रो-टेक्सटाइल) के इस्तेमाल को बढ़ावा देने की योजना।
- पूर्वोत्तर क्षेत्र में कृषि वस्त्रों के इस्तेमाल को बढ़ावा देने की योजना।
- पूर्वोत्तर क्षेत्र में भू-तकनीकी वस्त्रों के इस्तेमाल को बढ़ावा देने की योजना।
- इसके अतिरिक्त भारत में विभिन्न राज्य सरकारें निवेशकों को प्रोत्साहन तथा सहयोग प्रदान करती हैं।
- नई मशीनों एवं मशीनों के उन्नयन हेतु ऋण सब्सिडी योजना।
- तकनीकी उन्नयन कोष योजना (टफ्स) एवं संशोधित तकनीकी उन्नयन कोष योजनाएं (एटीयूएफ)।
- एकीकृत टेक्सटाइल पार्क योजना (एसआईटीपी)।
- प्रमुख तकनीकी वस्त्र विनिर्माण मशीनों के लिए रियायती सीमा शुल्क।
- **तकनीकी वस्त्रों हेतु फोकस उत्पाद**

#### तालिका 1: भारत में तकनीकी वस्त्रों हेतु उत्कृष्टता केंद्रों की सूची

संस्थान का नाम	वस्त्र श्रेणी
द सिंथेटिक एंड आर्ट सिल्क मिल्स रिसर्च एसोसिएशन (सासमिरा), मुंबई	एग्रोटेक
अहमदाबाद टेक्सटाइल इंडस्ट्रीज रिसर्च एसोसिएशन, अहमदाबाद	कंपोजिट्स
बॉम्बे टेक्सटाइल रिसर्च एसोसिएशन, मुंबई	जियोटेक
पीएसजी कॉलेज ऑफ टेक्नोलॉजी, कोयंबटूर	इंडटेक
द साउथ इंडिया टेक्सटाइल रिसर्च एसोसिएशन, कोयंबटूर	मेडिटेक
डीकेटीई सोसाइटीज टेक्सटाइल एंड इंजीनियरिंग इंस्टीट्यूट,, इचलकरंजी	नॉन वूवेन
नॉर्दन इंडिया टेक्सटाइल रिसर्च एसोसिएशन, गाजियाबाद	प्रोटेक
वूल रिसर्च एसोसिएशन, मुंबई	स्पोर्टेक

चित्र 1: तकनीकी वस्त्र उत्कृष्टता केंद्रों पर उपलब्ध सेवाएं



**योजना:** एमईआईएस- शुल्क वापसी की पर्ची देकर तकनीकी वस्त्रों के निर्यात को बढ़ावा देने हेतु।

- वस्त्र मंत्रालय तकनीकी वस्त्र उत्पादों के लिए नियामक नियम बना रहा है ताकि भारत में तकनीकी वस्त्र उत्पादों की मांग एवं खपत में वृद्धि हो सके।
- **तकनीकी वस्त्रों हेतु उत्कृष्टता केंद्र:** परीक्षण, प्रशिक्षण, उत्पाद विकास, सूचना संसाधनों आदि के मामले में उद्योग की सहायता की दृष्टि से तकनीकी वस्त्रों हेतु उत्कृष्टता केंद्र बनाए गए हैं।

### उत्कृष्टता केंद्रों में उपलब्ध सुविधाएं

- उत्पादों के परीक्षण एवं मूल्यांकन हेतु राष्ट्रीय/अंतरराष्ट्रीय मानकों के अनुरूप मान्यता प्राप्त सुविधाएं।
- पुस्तकों, मानकों, नमूनों आदि के साथ संसाधन केंद्र।
- विश्वस्तरीय अनुसंधान एवं विकास के लिए तथा विदेशी संस्थानों अथवा प्रयोगशालाओं के साथ नमूनों के विकास हेतु सुविधाएं।

- तकनीकी वस्त्र उद्योग से जुड़े कर्मचारियों के लिए प्रशिक्षण सुविधा।
- हितधारकों हेतु ज्ञान को साझा करने एवं परामर्श की सुविधा।
- नए उद्यमियों हेतु तकनीकी वस्त्रों की श्रेणी विशेष पर ध्यान केंद्रित करने वाले प्लग एंड प्ले इनक्यूबेशन केंद्र।
- उत्कृष्टता केंद्रों द्वारा कारोबारियों एवं उद्यमियों हेतु परामर्श सेवाएं। सरकार निम्नलिखित दिशाओं में भी कार्य कर रही है:
- मौजूदा उत्कृष्टता केंद्रों के माध्यम से आरएंडडी में निजी-सार्वजनिक सहभागिता को बढ़ावा देना।
- कुशल मानव संसाधन का विकास।
- निर्यात संवर्द्धन।
- तकनीकी वस्त्रों के लिए एचएसएन कोड की पहचान।
- तकनीकी वस्त्र क्षेत्र में प्रत्यक्ष विदेशी निवेश को बढ़ावा देकर तकनीकी वस्त्र उद्योग में निवेश को प्रोत्साहित करना।
- तकनीकी वस्त्रों के प्रयोग को बढ़ावा देने के लिए नियामकीय प्रणाली।

- तकनीकी वस्त्रों हेतु मानकों/नियमों का विकास।
- संस्थागत प्रयोक्ताओं में तकनीकी वस्त्रों की खपत को बढ़ावा देना।
- तकनीकी वस्त्र मशीनरी के विनिर्माण को प्रोत्साहन।
- अनुभवहीन उद्योग की लगातार निगरानी।

### निष्कर्ष

वस्त्र के क्षेत्र में तकनीकी वस्त्र उभरते हुए नए उद्योग हैं। चिकित्सा, सिविल इंजीनियरिंग, वाहन आदि विभिन्न क्षेत्रों में फिल्ट्रेशन, सुरक्षा, अवरोध, इंसुलेशन, आराम, स्वच्छता, मजबूती, लंबी अवधि आदि की विशेषताओं वाले तकनीकी वस्त्र का उपयोग किया जाता है। भारत में तकनीकी वस्त्रों की प्रति व्यक्ति खपत वैश्विक औसत की तुलना में बहुत कम है, इसलिए तकनीकी वस्त्र बनाने वाले कई देशों की तुलना में भारत लाभ की स्थिति में है क्योंकि यहां कम श्रम लागत, कच्चे माल की उपलब्धता तथा विशाल घरेलू बाजार जैसे अनूठे फायदे हैं। मददगार सरकारी नीतियों के साथ इस उभरते उद्योग में मौजूद अवसर शिथिल पड़ रहे पारंपरिक वस्त्र उद्योग को फिर ऊर्जा हासिल करने तथा तकनीकी वस्त्र विनिर्माण में जुटकर मजबूत स्थान हासिल करने का मौका दे रहे हैं। □

### संदर्भ

1. भारत में तकनीकी वस्त्र उद्योग का बेसलाइन सर्वेक्षण
2. <http://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/technical-textile-market-1074.html>
3. <http://www.businesswire.com/news/hom//20141209005998//n/Research-Markets-Global-Technical-Textiles-Market-2015-2019>

## निवेदन

योजना हमेशा द्विपक्षीय संचार में विश्वास रखती है। पाठकों से निवेदन है कि वह अपने राय व विचारों से हमें अवगत कराते रहें। साथ ही, पत्रिका में प्रकाशनार्थ आलेख भी हमें भेजे जा सकते हैं। पाठक हमें डाक द्वारा पत्र भेज सकते हैं। साथ ही आप अपनी सामग्री [yojanahindi@gmail.com](mailto:yojanahindi@gmail.com) पर ईमेल के द्वारा हमें प्रेषित कर सकते हैं। आप हमारे फेसबुक पेज **योजना हिंदी** पर भी हमसे जुड़ सकते हैं। आपकी राय, सुझाव व सहयोग का इंतजार रहेगा।

—संपादक



## हथकरघा: अतीत, वर्तमान एवं भविष्य

जया जेटली



भारत में रचनात्मक हस्तशिल्प एवं कलात्मक अभिव्यक्ति के मामले में हमारी विरासत बहुत समृद्ध है। अक्सर हम इस पर नजर दौड़ाते हैं और दूसरी संस्कृतियों की नीरसता को देखते हैं, जिनमें प्रायः एकरूपता और मशीनी समाधान ही मिलते हैं क्योंकि सांस्कृतिक रूप से अजनबी लेकिन आधुनिक दुनिया में हम झूठा आत्मविश्वास और सुरक्षा तलाशते रहते हैं लेकिन हम भूल जाते हैं कि हमारी सांस्कृतिक जड़ें हमारी परंपराओं में हैं और परंपराएं नई परिस्थितियों तथा नए यथार्थों तक इस देश की यात्रा का हिस्सा रही हैं। इन परंपराओं ने ही भारतीय के रूप में हमारी सच्ची पहचान के साथ हमें सुरक्षित रखा है

**भा**रत को अक्सर अध्यात्म में लीन देश कहा जाता है। बौद्ध धर्म का संदेश पूर्व तक ले जाने वाली रंग-बिरंगी और छपी हुई प्रार्थना ध्वजाओं के कपड़ों और मंदिरों में पत्थर की मूर्तियों पर लिपटे तथा राजाओं के कंधों पर पड़े रेशमी कपड़ों, जिन पर सुनहरे धागे से श्लोक काढ़े जाते थे, में पवित्रता का तत्व निहित होता था। वधू की साड़ी के किनारों पर लंबे और प्रसन्न वैवाहिक जीवन के आशीर्वाद बुने जाते थे और ओडिशा की हथकरघा से बनी इकत साड़ियों के पल्लों पर महाकाव्य या सामान्य भजनों के शब्द काढ़ दिए जाते थे। भारत में किसी भी मौके पर आशीर्वाद पवित्र ही होता है। अपनी पहली कमाई से अपनी मां के लिए हाथ से बुनी साड़ी खरीदने वाला युवक भी कृतज्ञता और सम्मान के कारण अपना पवित्र पारंपरिक कर्तव्य ही निभा रहा होता है।

किसी समुदाय की संस्कृति और विशिष्टता के अनुसार पहने जाने वाले बुनियादी वस्त्रों के अलावा ज्यादातर किस्म के हाथ से बुने या सजावटी कपड़ों का कोई विशेष अर्थ या उद्देश्य होता है। यही बात भारतीय कपड़ों को इतना विशेष और सार्थक बनाती है। दक्षिण अमेरिका, अफ्रीका और दक्षिण एशिया में कुछ जातीय समुदाय विशेष अवसरों पर अब भी ऐसे कपड़े बनाते और इस्तेमाल करते हैं, लेकिन उतने व्यापक स्तर पर नहीं, जितना भारत में होता है। इसके महत्वपूर्ण उदाहरण पूर्वोत्तर राज्यों में तरह-तरह की शॉलों में दिखते हैं, जिनकी बुनावट और शैली बता देती है कि पहनने वाला किस समुदाय से है और उसका सामाजिक स्तर क्या है? इसी प्रकार भारत में हथकरघे पर बुना गया कोई भी कपड़ा किसी विशेष क्षेत्र से संबंधित हो सकता है।

भारत में मुगलों के आने से पहले परिधान

आमतौर पर बिना सिले होते थे और ओढ़ने के लिए बनाए जाते थे। हथकरघों पर बुने अलग-अलग लंबाई के कपड़ों से ही पुरुषों के लिए लुंगियां, धोतियां, वेष्टियां, अंगवस्त्रम्, पगड़ियां, अंगरखे और शॉल तथा महिलाओं के लिए साड़ियां, लुंगियां, गांठदार चोलियां, ओढ़नी, दुपट्टे तथा शॉल बने। मुगल बादशाह अपने साथ कई हुनर वाले कारीगर लाए, जिनमें दर्जी भी शामिल थे। फारसी शेरवानी, पायजामों, सलवारों, कुर्तों, शरारों और घेरदार लहंगों ने बनारस से महीन बुनाई वाले रेशमी कपड़े और बंगाल से बारीक मलमल की मांग बढ़ा दी, जिन्हें 14वीं और 15वीं शताब्दी में भारत तथा यूरोप के दरबारियों के लिए पूरी कारीगरी के साथ सिला जाता था। बाद में भारत में अंग्रेजों का शासन होने के बाद मैनचेस्टर और लैंकशर की कपड़ा मिलों में मशीनों के आने के कारण औपनिवेशिक साम्राज्य ने अन्याय भरे करों और दूसरे अत्याचारों के जरिये भारतीय हथकरघा



लेखिका हथकरघा एवं दस्तकारी क्षेत्र की विशेषज्ञ तथा दस्तकारी हाट समिति की संस्थापक हैं। ईमेल: dastkarihaat@gmail.com

बुनकरों को खत्म करना शुरू कर दिया। जो सबसे बेहतर थे, वे बच गए और जो सबसे खराब थे और मिल के कपड़े से मुकाबला नहीं करते थे, वे भी बच गए। उनमें रोजमर्रा के इस्तेमाल के लिए बेहद सादा बहुउद्देश्यीय दुपट्टे बनाने वाले भी थे, जिसे ओढ़नी, तौलिये, कमर की पेटी, पगड़ी, आधी लुंगी, चादर, कवर आदि के तौर पर भी इस्तेमाल कर लिया जाता था। कुछ रस्मी परंपराएं बच गईं, जैसे चिड़ियों के छापे वाला गहरे लाल रंग का हाथ से बुना अंगवस्त्र, जिसे कर्नाटक के तिगालरू आदिवासी गाल छिदवाने के कार्यक्रमों के दौरान अथवा अपने उत्सवों में आग पर चलने के दौरान धर्मराज (युधिष्ठिर) की पूजा करते समय पहनते हैं।

### निरंतरता

निरंतरता ने ही पहले तो कपड़े की किस्म और शैली को पवित्रता तथा अर्थ देकर, दूसरे, पहनने वाले व्यक्ति में पहचान तथा समुदाय, क्षेत्र अथवा धर्म से लगाव की भावना जगाकर और तीसरे, स्थिरता सुनिश्चित करने वाली जाति व्यवस्था की निरंतरता के जरिये भारत में हथकरघे की परंपरा को जीवित रखा है। इसने बुनकरों को अपने चिर-परिचित पेशे में बांधकर और परेशान रखा है, जो खानदानी पेशे में ही रहे हैं और अपेक्षाकृत ऊंचे कहलाने वाले दूसरे पेशों में आजादी के साथ नहीं जा सके हैं। शोषण करने वाले व्यापारियों की करतूतों तथा उसके कारण आई सामाजिक विषमता का ही नतीजा है कि दक्षिण भारत में विजयनगर तथा बहमनी साम्राज्यों के काल में मंदिरों तथा शासकों की आर्थिक सहायता करने वाले धनी और ताकतवर बुनकरों के संघ बाद के समय में कभी नहीं दिखे। ब्रिटेन की कपड़ा मिलों में

मशीनों के आविष्कार ने व्यापक तथा निरंतर चली आ रही परंपरा पर बड़ी चोट की।

### ग्राहक समूह

अतीत का आकलन करते समय उस समय के ग्राहकों को भी देखना चाहिए। जैसा कि ऊपर बताया गया है, आधी सहस्राब्दी पूर्व जब तन ढंकना कपड़ों की रूप या आकृति से ज्यादा महत्व रखता था, उस समय हर कोई हाथ से बुने कपड़े ओढ़ा करता था। हथकरघा बुनकर सभी ग्राहक वर्गों को कपड़े देते थे। मुगलों के सिले हुए कपड़े आने के बाद दरबारी और उच्च वर्ग महंगे बुने कपड़ों की ओर बढ़ गया, जबकि निम्न वर्ग कुछ सिले हुए कपड़ों जैसे पायजामों, चोलियों और कुर्तों के साथ सामान्य कपड़े इस्तेमाल करता रहा।

आज शहरी मध्य वर्ग भारत की विविधता भरी वस्त्र विरासत से कटकर दूसरी संस्कृतियों की जीवनशैलियों से आयातित कपड़े पसंद कर रहा है। वैश्विक फैशन में हथकरघों का इस्तेमाल नहीं होता और आयातित सिंथेटिक कपड़ों की चमक अक्सर ग्राहकों को लुभा ले जाती है। कई स्थानीय समुदायों ने हथकरघे की कीमती विरासत को अपनी जीवंत परंपरा का हिस्सा बनाकर रखा है, लेकिन वे सुखियों से दूर ही रहे। हाल के दिनों में इसमें आश्वस्त करने वाला उभार दिखा है, जिस पर इस आलेख में बाद में बात की जाएगी।

### आजाद भारत में व्यवस्था

आजादी से पहले भारत में किसी भी प्रकार के कपड़ों का बाजार, की ताकतों के इशारे पर चलता था और उसमें तत्कालीन शासक के कुछ नियम भी लागू होते थे। सरकार द्वारा 1947 के बाद उपलब्ध कराई गई कल्याण, विकास

एवं सहायता की व्यवस्था, महात्मा गांधी तथा राष्ट्रवादी खादी आंदोलन के प्रयासों से आरंभ हुई, जिसके बाद कमलादेवी चट्टोपाध्याय तथा उनके उपरांत पुपुल जयकर जैसे प्रभावशाली व्यक्तियों ने उसके ढांचागत पुनरुत्थान के प्रयास किए। किंतु स्वतंत्रता के बाद औद्योगीकरण मिल में बने कपड़े, सिंथेटिक कपड़े और पावरलूम लाया, जो कामकाजी तबके के लिए सस्ते और अधिक सुविधाजनक थे, जिससे बुनकरों की तादाद और भी कम हो गई।

शुरुआत में पुनरुत्थान पर और बाद के दशकों में बाजार, निर्यात अथवा सब्सिडी पर जोर इस बात का सर्वेक्षण कराए बगैर दिया गया कि क्या मौजूद है, क्या बढ़ रहा है, क्या समाप्त हो रहा है और किसे बचाए जाने की जरूरत है? वर्तमान स्थितियों की जानकारी विभिन्न स्रोतों से उपलब्ध थी, लेकिन उसे इकट्ठा करने, विश्लेषण करने तथा आकलन करने का काम वास्तविक पेशेवर तरीके से नहीं किया गया। जब रकम लक्ष्य के बगैर अथवा पारदर्शिता और निगरानी के बिना खर्च की जाती है तो अक्सर असली लाभार्थी वंचित रह जाता है, इस तरह वंचित बुनकर और भी दरिद्र हो जाते हैं। अंत में वे अपने ग्रामीण परिवेश में बुनकरी का काम छोड़ देते हैं और शहरों में रिक्शा खींचने या मूंगलफली बेचने का काम करने लगते हैं।

1980 के दशक के मध्य में पावरलूम की जबरदस्त वृद्धि के बीच ग्राहकों को यह नहीं बताया गया कि अंतर का पता कैसे लगाया जाए अथवा अतिक्रमण पर काबू कैसे किया जाए। इससे हथकरघे समाप्त होते गए। निजी क्षेत्र के चमचमाते विज्ञापनों के आगे सरकारी एजेंसियों द्वारा हथकरघों का प्रोत्साहन फीका पड़ता गया। दुर्भाग्य से आरंभिक प्रतिबद्धता और उत्साह खत्म होता गया तथा यह काम सामाजिक एवं वाणिज्यिक काम करने वाले छोटे संगठनों, राज्य विपणन निकायों तथा सरकारी ढांचे के बीच बंटकर रह गया। सरकारी हस्तक्षेप अर्थपूर्ण था और लागू किया गया, लेकिन साथ ही वह कल्पनाशीलता से रहित था और नजरअंदाज करने वाला भी था।

यह तो स्वीकार करना ही होगा कि हथकरघों तथा खादी की संख्या चाहे कितनी भी कम हुई हो, लेकिन पिछले कुछ दशकों में दरबारी संरक्षण तथा दुनिया भर में मुक्त बाजार के अवसरों के अभाव के बावजूद सरकार के विभिन्न प्रकार के हस्तक्षेपों ने ही उन्हें जीवित रखा।

अनुभवी रचनात्मक व्यक्तियों तथा शिल्प



कांजीवरम सिल्क में शुद्ध जरी का कार्य

एवं वस्त्र के क्षेत्र में काम करने वाले संगठनों के बीच प्रभावी साझेदारियों को इस क्षेत्र में पुनरुत्थान तथा नवाचार के लिए सबसे अच्छी पहल माना जा सकता है। सरकार की *विश्वकर्मा योजना* तथा 1980 के दशक की प्रदर्शनियां और 70 तथा 80 के दशकों में देश भर में सरकार द्वारा आयोजित सैकड़ों हैंडलूम प्रदर्शनियां इसके उदाहरण हैं। पिछले दो दशकों में धीरे-धीरे ही सही एक बार फिर बाजार की शक्तियां काम करने लगी हैं। इससे हथकरघों की स्थिति सुधरी है क्योंकि उन्हें प्रभावी विपणन मंचों तथा फैशन उद्योग के तत्वों से जोड़ा गया है और भारतीय बुनकरी को मान्यता देने वालों की संख्या बढ़ती जा रही है।

### हथकरघा पुनरुत्थान

हथकरघा क्षेत्र में नई जान फूंकने के लिए प्रशासनिक व्यवस्थाओं को अपने तरीकों की तुरंत समीक्षा करनी होगी। इसे खत्म होता, दया का पात्र क्षेत्र मानने के बजाय असीमित संभावनाओं वाला क्षेत्र माना जाना चाहिए। विकास के लिए मौजूदा योजनाओं के स्थान पर अधिक यथार्थवादी प्रारूप लागू किए जाने चाहिए। शिल्पियों को मुद्रा ऋण प्राप्त करने, *स्टार्ट अप एवं स्किल इंडिया* कार्यक्रमों के अंतर्गत सहायता पाने में मार्गदर्शन करने के लिए अनौपचारिक, मुख्यतया स्व-रोजगार प्राप्त क्षेत्र का लचीला दृष्टिकोण अपनाने की जरूरत है। बैंकों को इस क्षेत्र का पर्याप्त ध्यान रखने वाला बनाने के लिए प्रशिक्षण देने तथा जागरूक बनाए जाने की आवश्यकता है। *मनरेगा* कार्यक्रम से बुनकरों को कोई लाभ नहीं हो रहा और न ही उसमें खोए हुए हुनर दोबारा सिखाए जा रहे हैं। कौशल, हथकरघा तथा *मनरेगा* संभालने वाले अधिकारियों के बीच बेहतर तालमेल होगा तो बिना मतलब के काम करने से बचा जा सकेगा।

वाजिब कीमत पर बढ़िया धागा प्राप्त करने में परेशानी और जूट, जैविक कपास तथा लिनेन जैसे वैकल्पिक धागों की जानकारी की कमी को दूर करना होगा। इस क्षेत्र में कपड़ा उद्योग तथा फैशन डिजाइनर पहल कर सकते हैं और हथकरघे पर बुने जाने के लिए माकूल नए कपड़े तैयार कर सकते हैं, जो फैशन उद्योग की जरूरतों के मुताबिक हों। दो वर्ष का गंभीर कामकाज अफरातफरी में आयोजित किए गए फैशन शो तथा प्रोत्साहन के कार्यक्रमों से बेहतर नतीजे दे देगा।

प्राकृतिक रंगाई (डाइंग) में प्रशिक्षण देने, उसे पुनर्जीवित करने तथा उसका प्रयोग करने पर प्रोत्साहन दिया जाए तो पर्यावरण के प्रदूषण



हथकरघा से वस्त्र निर्माण में लगी एक महिला

को कम करने में बहुत मदद मिलेगी और दुनिया भर में यह स्वीकार्य भी हो जाएगा। प्राकृतिक डाइंग से निकले पदार्थ मिट्टी के लिए हानिकारक नहीं होते। प्राकृतिक रंग भविष्य के लिए संपदा हो सकते हैं क्योंकि भारत भर में अब भी प्राकृतिक डाइंग का ज्ञान भरा पड़ा है।

बांस, अनन्नास और केले के रेशों में अंतरराष्ट्रीय तकनीकी सहयोग से पहाड़ों तथा तटवर्ती क्षेत्रों से बहूपयोगी प्राकृतिक रेशों के प्रयोग का विकास किया जा सकता है। ऐसा नया कच्चा माल बुनकरों को एक बार फिर हथकरघा क्षेत्र में नए जैविक संसाधन तैयार करने के लिए आकर्षित कर सकता है।

एमेजॉन, फ्लिपकार्ट और नए इंडियामार्ट जैसे ऑनलाइन दिग्गजों के कारण शिल्प और हथकरघा क्षेत्र में विपणन के अवसर तेजी से बढ़ रहे हैं। कई छोटी निजी संस्थाएं भी हैं, जो सीमित ग्राहकों को अनूठी हथकरघा सामग्री ऑनलाइन बेच रही हैं। बुनकरों को इन बाजारों के फायदे और नुकसान समझने की जरूरत है ताकि वे समय पर और ऑर्डरों के अनुसार आपूर्ति करने के लिए खुद को तैयार कर सकें। अपने काम का प्रदर्शन करने के लिए शिल्पी खुद भी फेसबुक खाते खोल रहे हैं और वेबसाइट भी बना रहे हैं।

ज्यादातर सादा किंतु प्रतिभाशाली बुनकर एवं बुनकर उद्यमी बिक्री के लिए सामान को एक राज्य से दूसरे राज्य में भेजने के लिए जरूरी कागजी कार्रवाई को समझ ही नहीं पाते हैं। जब तक नई जीएसटी प्रणाली लागू नहीं हो जाती है तब तक सामान को एक राज्य से दूसरे राज्य में भेजना और मंगाना पेचीदा है और कई लोगों को इसका पता ही नहीं है। कराधान का डर तथा आजकल के कामकाज के बारे में

सामान्य अनभिज्ञता बाजार में आसानी से पहुंचने तथा विस्तार करने की राह में बाधा बन रही है।

घरेलू बाजार में बिक्री बढ़ाने के लिए विशेष प्रयास किए जा सकते हैं। इससे क्रय शक्ति, सांस्कृतिक मेल-मिलाप तथा कलात्मक संबंध बढ़ें हैं। भारतीय पसंद के अनुरूप विविध प्रकार के और बहुस्तरीय उत्कृष्ट बाजार तैयार किए जाने चाहिए। निर्यात बाजार के फेर में इस बाजार को अनदेखा नहीं किया जाना चाहिए। हथकरघा क्षेत्र निर्यात बाजार के लिए तैयार नहीं है क्योंकि वह मानकों पर खरा उतरने वाला सामान बहुत बड़ी तादाद में तैयार नहीं कर सकता। ऐसी हालत में पावरलूम पर बना सामान ही हथकरघे के नाम पर बेचा और निर्यात किया जाता है। कभी न कभी इसकी विश्वसनीयता पर गंभीर सवाल खड़े होंगे।

सरकार के साथ खुली, पारदर्शी और ईमानदारी भरी साझेदारी के साथ करीब से काम करने के लिए गैर-सरकारी संगठनों (एनजीओ) के क्षेत्र का पर्याप्त इस्तेमाल नहीं किया गया है। इस अनछुए संसाधन का विकास किया जाना चाहिए। अपने कार्यस्थल पर सर्वश्रेष्ठ कामकाजी तरीके अपनाने वाले एनजीओ से गठबंधन के विशेष प्रयास करने से वास्तविक यथार्थ पर आधारित अधिक प्रभावी कार्यक्रम तैयार करने में सहायता मिल सकती है।

देश भर में कई बुनकर सेवा केंद्र स्थापित किए गए थे, जिन्होंने 1980 के दशक में प्रभावी तरीके से काम किया और आज भी जारी हैं। स्थानीय स्तर पर अच्छे काम करने वालों की जानकारी दूसरों को नहीं है। बुनकरों के साथ मजबूत संपर्क और गठजोड़ से इन केंद्रों को जीवंत प्रदर्शनी, प्रदर्शन तथा विकास केंद्र बनाया जा सकता है। उनका रूप बेहतर बनाया जा

सामान्य अध्ययन के लिए भारत का सर्वश्रेष्ठ संस्थान...

IAS

PCS

ISO 9001 : 2008 Certified

**GS**  
**World**

Committed to Excellence

Distance Learning Programme

**सामान्य अध्ययन**

(प्रारंभिक + मुख्य परीक्षा)

30  
Booklets  
₹ 12,500/-

**Niraj Singh**  
(Managing Director)

**Divyasen Singh**  
(Co-ordinator)

**Our Faculty**

मणिकांत सिंह, प्रो. पुष्पेश पंत, आलोक रंजन, डॉ. अभिषेक, दीपक कुमार  
रामेश्वर, आर. कुमार, अभय कुमार, डॉ. एम. कुमार, डॉ. वी.के. त्रिवेदी

**सामान्य अध्ययन**

IAS - 2017

दिल्ली केन्द्र

**14 Oct.**  
9:00 AM

**21 Oct.**  
3:00 PM

इलाहाबाद केन्द्र  
**GS** हिन्दी/ English Medium  
**Gateway Batch**  
Complete Preparation for IAS/PCS  
**17 OCT.** हिन्दी साध्यम 8:00 AM  
ENGLISH MEDIUM 8:00 AM

लखनऊ केन्द्र  
**GS** हिन्दी/ English Medium  
Foundation Batch  
**18 OCT.** 8:00 AM  
**20 OCT.** 11:00 AM

जायपुर केन्द्र

**RAS** मुख्य परीक्षा विशेष बैच

RAS (Pre.) परिणाम के तुरंत बाद

**DELHI CENTRE**

705, 2nd Floor, Main Road,  
Mukherjee Nagar, Delhi-110009  
Ph.: 011-27658013, 7042772062/63

**ALLAHABAD CENTRE**

GS World House, Stainly Road,  
Near Traffic Choraha, Allahabad  
Ph.: 0532-2266079, 8726027579

**LUCKNOW CENTRE**

A-7, Sector-J, Puraniya Chauraha  
Aliganj, Lucknow  
Ph.: 0522-4003197, 8756450894

**JAIPUR CENTRE**

Hindaun Heights 57, Shri Gopal Ngr,  
Near Mahesh Ngr Police Station,  
Jaipur Ph.: 7340020323, 7340020324

<http://www.gsworldias.com>

<http://facebook.com/gsworld1>

WhatsApp No.  
9654349902





## खादी: आधुनिक भारत के निर्माण की ताकत

विनय कुमार सक्सेना



खादी हाथ से काता और बुना जाता है, इसकी उत्पादन प्रक्रिया में बिजली का उपयोग नहीं होता है। यह पूरी तरह से जैविक और कार्बन न्यूट्रल है। वस्त्र उद्योग में भविष्य के धागे के रूप में खादी को एक से अधिक मायनों में प्रतिष्ठित स्थान दिया जाना चाहिए। प्रधानमंत्री का खादी से जुड़ाव का महत्व राष्ट्रनिर्माण में इस क्षेत्र की जो महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है, उसे दर्शाता है। माननीय प्रधानमंत्री ने हाल ही में एक नारा दिया था “आजादी के पहले खादी फॉर नेशन और आजादी के बाद खादी फॉर फैशन”। उन्होंने आगे कहा, “हमें निश्चित तौर पर खादी के उपयोग को बढ़ावा देना चाहिए। कम से कम खादी का एक कपड़ा खरीदें। जब आप खादी खरीदते हैं तो, किसी एक गरीब परिवार के घर में समृद्धि का दीया जलाते हैं”

**आ**ज हम तेजी से एक आधुनिक राष्ट्र के निर्माण के बारे में बात कर रहे हैं। जहां एक ओर हमारे लिए बुनियादी सुविधाओं, वैज्ञानिक भावनाओं, तकनीकी शक्ति, सैन्य शक्ति, कलात्मक उत्कृष्टता और उन सभी विविध संकायों जो कि आधुनिकता की पहचान हैं, को विकसित करना जरूरी है, वहीं आगे बढ़ रही हमारी मौलिक क्षमताओं की पहचान करना उससे भी ज्यादा जरूरी है। एक राष्ट्र जिन तत्वों से बना है, उसके प्रति वह ऋणी होता है। यहां तक कि सदियों के ब्रिटिश शासन के बाद भी हमने एक राष्ट्र के रूप में साफ तौर पर जीवन जीने की अपनी सांस्कृतिक और पारंपरिक विशिष्ट पहचान को बनाए रखा। महात्मा गांधी ने शीघ्र ही यह समझ लिया था कि हमारा भविष्य जमीनी स्तर पर हमारी मुख्य ताकत में निहित है और कहा कि यह आयातित मूल्यों की नींव पर नहीं बनाया जा सकता है।

भारत में ब्रिटिश साम्राज्यवाद के मध्य में साल 1920 में गांधी जी ने स्वदेशी आंदोलन में खादी को राष्ट्रवाद के एक राजनीतिक हथियार के रूप में शुरू किया। इसे *आजादी की पोशाक* के रूप में घोषित कर उन्होंने इसे भारत के लिए आत्मनिर्भरता का शाश्वत प्रतीक बना दिया। इसके माध्यम से उन्होंने अंग्रेजों को यह दर्शाया कि भारत अपने बलबूते पर टिक सकता है, साथ ही भारतीयों में यह गर्व भरा कि वे अपने दैनिक जीवन के ताने-बाने से अपने स्वयं के जीवन की समृद्धि की बुनाई के लिए स्वतंत्र हैं। खादी और ग्रामोद्योग उत्पादकता राष्ट्रवाद के भव्य स्रोत बन गए और भारत ने दुनिया को दिखा

दिया कि हमारा समाज विशिष्ट रूप से ग्रामीण जनता के प्रयासों और योगदान पर आधारित है। इस प्रकार खादी केवल कपड़े का टुकड़ा न रहकर, यह शांति का अग्रदूत और हमारी स्वतंत्रता एवं राष्ट्रीय अस्तित्व का प्रतीक बन गया।

आजादी के बाद, भारत सरकार द्वारा केवीआईसी अधिनियम 1956 के तहत खादी और ग्रामोद्योग आयोग (केवीआईसी) को एक सांविधिक निकाय के रूप में स्थापित किया गया था। यह एक राष्ट्र को आत्मनिर्भर बनाने वाली शक्ति के प्रति एक श्रद्धांजलि थी। विशाल मानव संसाधन से युक्त लेकिन आर्थिक संसाधनों से महरूम एक राष्ट्र के रूप में भारत को अपनी सामूहिक मानव शक्ति और प्रतिभा को उपयोगी राष्ट्रीय वस्तुओं के उत्पादन के लिए संचालित करना था, वहीं व्यक्तिगत रूप से लोगों को आजीविका कमाने और समृद्ध होने में सहयोग करना था। इसके मद्देनजर भारत कभी भी खादी और ग्रामोद्योग को प्रोत्साहित करने की आकांक्षा से उत्तम कुछ और नहीं अपना सकता था।

खादी का उत्पादन दुनिया में अब तक का सबसे बड़ा ग्रामीण उत्पादकता कार्यक्रम है, जिसमें हजारों परिवार बिचौलियों या जटिल विपणन तंत्र के पचड़े में फंसे बिना अपने उत्पाद को सीधे उपभोक्ता तक पहुंचाते हैं। यह ग्रामीण समुदाय को उनके मेहनत का उचित भुगतान करता है वहीं उपभोक्ताओं को उनके पैसे का सही मूल्य अदा करता है। एक राष्ट्र के लिए निस्संदेह यह विरासत की अमूल्य संपत्ति है।

विशाल नेटवर्क मशीनरी में शामिल 5000 से अधिक संस्थाएं और 3.20 लाख से

लेखक भारत सरकार के सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम मंत्रालय के तहत कार्यरत खादी एवं ग्रामोद्योग आयोग के अध्यक्ष हैं। ईमेल: chairmankvic2015@gmail.com

अधिक सूक्ष्म उद्यमी भारत में केवीआईसी के कार्यक्रमों और उद्देश्यों को लागू कर रहे हैं। खादी और ग्रामोद्योग क्षेत्र सालाना खादी एवं ग्रामोद्योग उत्पाद से 40,000 करोड़ रुपए से अधिक अर्जित करता है, जिसका 40 प्रतिशत खादी गतिविधियों के तहत आजीविका के रूप में ग्रामीण समुदाय के पास वापस चला जाता है।

ऐसे समय में जब दुनिया जलवायु परिवर्तन के दुष्प्रभावों और औद्योगीकरण के विस्तार से कार्बन उत्सर्जन को लेकर गंभीरतापूर्वक चर्चा कर रही है, तब भारत को दुनिया के समक्ष सिंथेटिक वस्त्र उद्योगों द्वारा पर्यावरण को पहुंचने वाले नुकसान पर अपर्याप्त अध्ययन के बरक्स खादी उद्योग

**केवीआईसी की विभिन्न योजनाओं के तहत उत्पादक गतिविधियों में एक करोड़ से अधिक लोग लगे हुए हैं। खादी की गतिविधि मुख्य रूप से महिलाओं पर आधारित है और 80 प्रतिशत से अधिक कारीगर महिलाएं हैं। खादी के ग्रामोद्योग कार्यक्रम में महिलाओं की हिस्सेदारी 30 प्रतिशत है।**

के शून्य कार्बन उत्सर्जन के विकल्प को रखना चाहिए। कपड़े के 60 अरब किलोग्राम (केजी) से अनुमानित वैश्विक वार्षिक वस्त्र उत्पादन के आधार पर इसके लिए ऊर्जा और पानी की अनुमानित आवश्यकता क्रमशः 1,074 अरब किलोवाटघंटा बिजली (या 13.2 करोड़ मेट्रिक टन कोयला) और 6-9 खरब लीटर पानी की आवश्यकता है। कुल कार्बन उत्सर्जन के 1/20 भाग के साथ सिंथेटिक वस्त्र उद्योग सर्वाधिक ग्रीन हाउस गैस उत्सर्जकों में से एक है।

वहीं, खादी हाथ से काता और बुना जाता है, इसकी उत्पादन प्रक्रिया में बिजली का उपयोग नहीं होता है। यह पूरी तरह से जैविक और कार्बन न्यूट्रल है। वस्त्र उद्योग में भविष्य के धागे के रूप में खादी को एक से अधिक मायनों में प्रतिष्ठित स्थान दिया जाना चाहिए। माननीय प्रधानमंत्री ने *मन की बात* कार्यक्रम में ठीक ही कहा था कि “हम भारत के गांवों में खादी ग्रामोद्योग नेटवर्क स्थापित करना चाहते हैं। खादी के पास लाखों लोगों को रोजगार देने की क्षमता है।”



श्रीनगर के पंपोरे में हाल में स्थापित चरखा व करघा केंद्र

विशेषकर कारीगरों के हित में, माननीय प्रधानमंत्री का खादी से जुड़ाव का महत्व राष्ट्रनिर्माण में इस क्षेत्र की जो महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है, उसे दर्शाता है। माननीय प्रधानमंत्री ने हाल ही में एक नारा दिया था “आजादी के पहले खादी फॉर नेशन और आजादी के बाद खादी फॉर फैशन”। उन्होंने आगे कहा, “हमें निश्चित तौर पर खादी के उपयोग को बढ़ावा देना चाहिए। कम से कम खादी का एक कपड़ा खरीदें। जब आप खादी खरीदते हैं तो, किसी एक गरीब परिवार के घर में समृद्धि का दीया जलाते हैं।” इस अपील के बाद पिछले वर्ष खादी कपड़े और परिधानों की बिक्री में 29 प्रतिशत की वृद्धि देखी गई। यह रुझान अब भी जारी है।

कपड़े के रूप में खादी ने आधुनिक समाज की बदलती आवश्यकताओं को समझा है और आज हजारों उत्पादन केंद्रों में उपयोगकर्ता की जरूरतों के आधार पर विभिन्न अनुपात में सूती, पॉलीएस्टर, सिल्क एवं अन्य सामग्री की ताकत के संयोजन से मिश्रित कपड़ों का उत्पादन किया जा रहा है।

एक धागा, एक राष्ट्र अब नई टैग लाइन है। खादी से खादी भारत के रूप में ब्रांड बदल चुका है। केवीआईसी ने श्रीनगर में 5 मई से 5 जून, 2016 तक एक धागा, एक

राष्ट्र टैग लाइन के तहत एक प्रदर्शनी का आयोजन किया। आजादी के बाद आतंकवाद प्रभावित जम्मू-कश्मीर में इस तरह का यह पहला आयोजन था। इसमें देशभर से 198 खादी संस्थाओं द्वारा तैयार उत्पादों को प्रदर्शित किया गया जिनमें से 56 जम्मू-कश्मीर से ही थे। इसमें आए एक लाख आगंतुकों और 2 करोड़ रुपये से अधिक की बिक्री ने इस आयोजन को सफल बना दिया। मई 2016 में केवीआईसी ने कश्मीर में पंपोरे के पास 25 चरखों और 5 करघों के साथ एक इकाई शुरू की थी और जम्मू जिले के नगरोटा गांव में आतंकवाद से प्रभावित परिवारों के लिए नैपकिन सिलाई परियोजना की भी शुरुआत की, जिसमें 296 महिलाओं को रोजगार दिया गया।

वैश्विक फैशन परिदृश्य में शानदार प्रवेश करते हुए केवीआईसी ने अंतरराष्ट्रीय फैशन डिजाइनर रिंतु बेरी को आयोग का सलाहकार नियुक्त किया जो खादी रेडीमेड वस्त्रों में बहु फैशन डिजाइन और शैलियों में कला को अपनाने के संबंध में और देश और देश से बाहर खादी को बढ़ावा देने के बारे में सुझाव देंगी।

इस पृष्ठभूमि में, केवीआईसी पर गरीब और ग्रामीण जनता को उत्पादक रोजगार से



जम्मू के नगरोटा में स्थित नैपकिन सिलाई केंद्र



राजस्थान के दौसा में चरखे पर काम करती महिलाएं



पारंपरिक चरखे पर काम करती महिलाएं

जोड़ने की एक महती जिम्मेदारी है। भारत में ग्रामीण विकास के लिए केवीआईसी को एक माध्यम के रूप में विविधतापूर्ण ग्रामीण उद्यमों, जिनमें खादी सबसे अधिक महत्वपूर्ण उद्यम है, की रचना करने, प्रचारित करने, प्रोत्साहित करने और बनाए रखने की बहुत बड़ी जिम्मेदारी सौंपी गई है।

मैंने हमेशा माना है कि चरखा, हमारे अज्ञात सैनिकों के स्मारक की तरह, अज्ञात ग्रामीण जनता, जिन्होंने राष्ट्रपिता के आह्वान पर आत्मनिर्भरता और श्रम की गरिमा के अपने रास्ते का चुनाव किया था, का एक स्मारक है। अहिंसक स्वतंत्रता आंदोलन में पैदल सिपाही के रूप में सूत कातने वाले सभी लोग दस्तावेजों में दर्ज नहीं हो पाए हैं या उन सभी को याद रख पाना मुमकिन नहीं है, ऐसे में जब हम चरखे का जश्न मनाते हैं, तो प्रतीकात्मक रूप में उन्हें श्रद्धांजलि अर्पित करते हैं। इस दृष्टिकोण से देखने पर मुझे विश्वास है कि स्वराज के इस प्रतीक को राजधानी के प्रमुख स्थल पर स्थापित करना कभी न भूलने वाली चीज को निरंतर ध्यान में बनाए रखने का बहुत ही उचित तरीका था।

चरखे के महत्व को ध्यान में रखते हुए, बर्मा सागौन से निर्मित 30 फुट लंबाई, 17 फुट ऊंचाई, 9 फुट चौड़ाई वाले 4 टन वजनी दुनिया के सबसे बड़े चरखे को केवीआईसी ने नई दिल्ली स्थित इंदिरा गांधी अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डे के टी-3 पर स्थापित किया है। यहां दुनिया भर से आने वाले लाखों लोगों को एक पल ठहरकर इसे निहारने और भारत के इस ऐतिहासिक प्रतीक की प्रशंसा करने का अवसर मिलेगा।

नई दिल्ली में स्थित अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डा वायु क्षेत्र के लिए हमारा प्रवेश द्वार है और आकाश के इस प्रवेश द्वार पर चरखे की उपस्थिति, हमें 1924 में स्वराज के लिए महात्मा गांधी के आह्वान की याद दिलाती है, जिसके बाद स्वतंत्रता के लिए हमारी आकांक्षा को पंख लगे थे।

केवीआईसी के मुख्य मिशनों में से एक ग्रामीण क्षेत्रों में रोजगार के अवसर पैदा करना है। पीएमईजीपी ने अपनी स्थापना के बाद से देश में 2 लाख से अधिक रोजगार के अवसर पैदा किए हैं। केवीआईसी की रोजगार योजनाओं के लिए, मुख्य योगदानों में से एक ग्रामीण लोगों का शहरों की ओर पलायन को

रोकना है, जिससे स्वदेशी प्रतिभा को ग्रामीण क्षेत्र में समृद्ध होने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

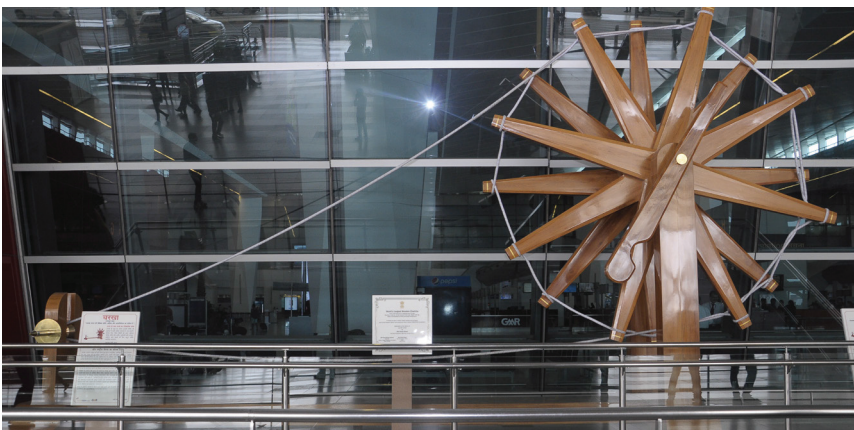
इसके अलावा केवीआईसी द्वारा चलाए जा रहे विभिन्न कार्यक्रमों और पहलों में, आयोग के अध्यक्ष के तौर पर मेरी वर्तमान



वाराणसी के जयपुर में सिलाई प्रशिक्षण पाती एक महिला

आकांक्षा बीमार ग्रामोद्योगों को पुनर्जीवित करना, बिक्री दोगुनी करना और कारीगरों को उच्च पारिश्रमिक प्रदान करने के लिए एक तंत्र विकसित करना है। हम केवीआईसी में भी सौर ऊर्जा से बुनाई इकाइयों को चलाना चाहते हैं जिससे कि शारीरिक श्रम पर निर्भरता को कम किया जा सके। बुनकरों को बीमा के दायरे में लाना, उन्हें स्वास्थ्य सेवाओं के एक विश्वसनीय नेटवर्क में शामिल करना, उनके शैक्षिक क्षमता को बढ़ाना और जीवन की वैश्विक मुख्यधारा में उन्हें एवं उनके प्रयासों को पहचान दिलाना, हमारे सर्वाधिक प्रतिष्ठित उद्देश्य हैं, जिन्हें हम वर्तमान में केवीआईसी के तहत आगे बढ़ा रहे हैं।

मानव इतिहास में विकसित सबसे अधिक टिकाऊ सामाजिक-आर्थिक मॉडलों में शामिल सभी खादी और ग्रामोद्योग तेजी से आधुनिक भारत और आधुनिक दुनिया के लिए अपनी उच्च प्रासंगिकता साबित कर रहे हैं। □



इंदिरा गांधी अंतरराष्ट्रीय हवाई अड्डा के टर्मिनल 3 पर स्थापित विश्व का सबसे बड़ा चरखा

### गांधी विचार से स्किल डेवलपमेंट

लक्ष्मी दास



**नौकरी की सीमित संभावनाओं के लिए मारामारी है। कोई आरक्षण का झण्डा बुलन्द कर रहा है, कोई निजी क्षेत्र में आरक्षण की मांग कर रहा है। नौकरियों में जो थोड़ी-बहुत संभावनाएं हैं उसी पर दबाव बढ़ रहा है। यदि यही स्थिति रही तो देश में जुर्म और बढ़ेंगे। अराजकता बढ़ेगी और कानून बढ़ेगा। उनके खर्चे बढ़ेंगे। इन सब समस्याओं का हल है स्किल डेवलपमेंट, उद्यमिता विकास। इसलिए स्किल डेवलपमेंट को लोकप्रिय बनाना होगा। इसके रास्ते में आने वाली कठिनाइयों को हल करना होगा**

**स्कि**ल डेवलपमेंट कहें या कौशल विकास या उद्यमिता विकास कहें। इसकी इस देश को महती आवश्यकता है। देश का संतुलित आर्थिक विकास करना है तो स्किल डेवलपमेंट को केंद्र बिंदु में रखना पड़ेगा। आज खालिस आर्थिक विकास की बात चलती है। देश की आर्थिक प्रगति को विकास दर के माध्यम से नापा जाता है। विकास दर बढ़ रही है तो आर्थिक विकास हो रहा है, लेकिन यह काफी नहीं है क्योंकि देश के दस बीस लोगों का आर्थिक विकास होने से भी विकास दर में वृद्धि हो जाएगी। लेकिन वह सही अर्थों में विकास नहीं है। क्योंकि कुछ बड़े उद्योगपतियों के आर्थिक विकास को देश का आर्थिक विकास नापना गलत है क्योंकि उससे गरीब और अमीर के बीच की खाई बढ़ेगी। गरीब अधिक गरीब होगा और अमीर अधिक अमीर होगा।

कुछ लोगों का आर्थिक विकास देश की विकास दर को तो बढ़ाएगा लेकिन विषमता भी पैदा करेगा। इसलिए हमें विकास दर मात्र नहीं संतुलित आर्थिक विकास की नीति अपनानी पड़ेगी। संतुलित आर्थिक विकास ही देश का सही आर्थिक विकास है और उसके लिए स्किल डेवलपमेंट अत्यंत आवश्यक है। स्किल डेवलपमेंट हर हाथ को काम उपलब्ध करवाएगा और जब हर हाथ को काम मिलेगा तो बेरोजगारी घटेगी और संतुलित आर्थिक विकास बढ़ेगा। इसमें एक का नहीं सभी का आर्थिक विकास होगा। गांधी की एक प्रसिद्ध है—“मैं ऐसे भारत के लिए कोशिश करूंगा जिसमें गरीब से गरीब आदमी भी यह महसूस करे कि यह उसका देश है, जिसके निर्माण

में उसकी आवाज़ का महत्व है।”

महात्मा गांधी ने विकेंद्रित अर्थव्यवस्था की बात की, ग्रामीण अर्थव्यवस्था की बात की। उस सबके मूल में स्किल डेवलपमेंट, कौशल विकास ही है। गांधीजी पर हम आरोप लगाते रहे हैं कि वह टेक्नोलॉजी के खिलाफ थे, वह हिन्दुस्तान को बहुत पीछे ले जाएंगे लेकिन ऐसा कोई लेख या उदाहरण नहीं मिलता है जिसमें गांधीजी ने टेक्नोलॉजी का विरोध किया हो। इसके विपरीत उन्होंने अपने समय में घोषणा की थी कि यदि कोई वैज्ञानिक चर्खे में आवश्यक सुधार कर दे, जिससे चर्खे में शक्ति कम लगे और उत्पादन अधिक हो जिससे कातने वाले की आय बढ़ सके तो मैं उस व्यक्ति को एक लाख रुपये इनाम दूंगा। उस समय अम्बर चर्खा नहीं था। साधारण किसान पेटी चर्खे में भी ऐसी टेक्नोलॉजी चाहते थे जिससे कातने वाले का श्रम कम हो सके और उत्पादन बढ़ सके। जो व्यक्ति चर्खे में भी आधुनिकतम विकास लाना चाहता था उस व्यक्ति के बारे में यह कहा जाए कि वह टेक्नोलॉजी के खिलाफ थे, यह उनके साथ अन्याय होगा। उनका दूसरे हाथ का काम छिनना नहीं चाहिए। यही है हर हाथ को काम देने का तरीका। इसके लिए स्किल डेवलपमेंट चाहिए। इसके लिए कौशल विकास चाहिए।

हमारे देश में गांव में परंपरागत उद्योग धंधे चलते थे। लोगों के पास पीढ़ी दर पीढ़ी स्वतः योग्यता आ जाती थी। किसी को काम सीखने के लिए कहीं जाना नहीं पड़ता था लेकिन जाति का एक ठप्पा लग जाता था और उसी कारण उस व्यक्ति, उस परिवार को अछूत माना जाता था और उसके साथ उसी रूप में दुर्व्यवहार किया जाता था।

गांधीजी ने इसके लिए गैर-परंपरागत कारीगरों को प्रोत्साहन दिया। गैर-परंपरागत कारीगरों को प्रशिक्षण की आवश्यकता थी तो उनके लिए प्रशिक्षण की व्यवस्था की गई। गांधीजी ने हरिजन सेवक संघ के प्रांगण में हरिजन उद्योगशाला शुरू की और उसमें गैर-परंपरागत कारीगरों को प्रशिक्षित करने की व्यवस्था की। इस उद्योगशाला का पहला बैच तैयार होकर निकला, जिसका पहला कन्वोकेशन एड्रेस गांधीजी ने स्वयं किया। स्किल डेवलपमेंट कौशल विकास का यह एक तरीका था। कौशल विकास की आवश्यकता महसूस किया जाता रहा। परंतु जब तक इस नीति के रास्ते में आने वाली कठिनाइयों पर गौर नहीं किया जाएगा तब तक इसकी जरूरत होते हुए भी, इसके लिए सक्रिय प्रयास किये जाने पर भी यह नीति लोकप्रिय नहीं हो पाएगी।

स्किल डेवलपमेंट के लिए क्या चाहिए? प्रशिक्षण चाहिए, पूंजी चाहिए और मार्केटिंग व्यवस्था चाहिए। आज कई जगह प्रशिक्षण की व्यवस्था है। संभावित उद्यमी प्रशिक्षण प्राप्त कर रहे हैं हालांकि इस प्रशिक्षण व्यवस्था में एक बड़ा दोष है कि बहुत सारे प्रशिक्षणार्थी इसलिए प्रशिक्षण ले रहे हैं ताकि उनके पास सर्टिफिकेट हो जाए और कहीं नौकरी का जुगाड़ बन सके। प्रशिक्षक भी अपनी नौकरी की एक जिम्मेदारी मानकर प्रशिक्षण दे रहे हैं। जबकि सही अर्थों में प्रशिक्षण तो स्किल डेवलपमेंट होना चाहिए। जो व्यक्ति प्रशिक्षण लेने आया है वह प्रशिक्षण पूरा होते-होते इतना सक्षम हो जाए कि प्रशिक्षण के तुरंत बाद वह अपना काम शुरू कर सके। हमें अपनी प्रशिक्षण व्यवस्था में आमूल चूल परिवर्तन करना होगा। आज की व्यवस्था में जैसे-तैसे नौकरी प्राप्त कर ली फिर जैसे-तैसे प्रशिक्षण की विषय सूची पूरी कर ली। परीक्षा ले ली और प्रमाण पत्र दे दिया। प्रशिक्षण की इस व्यवस्था को बदलना पड़ेगा। प्रशिक्षण का अर्थ होगा स्किल डेवलपमेंट। प्रशिक्षणार्थी स्किल पूर्ण हो जाए और अपना धंधा शुरू करने की स्थिति में आ जाए। प्रशिक्षण का यही मापदंड होगा।

प्रशिक्षण हो गया तो पूंजी चाहिए। पूंजी की आवश्यक व्यवस्था जरूरी है। यदि किसी उद्यम के लिए एक लाख रुपया चाहिए तो उसे एक लाख रुपये की ही व्यवस्था करनी चाहिए। यदि एक लाख से कम किया तो उद्योग लगेगा नहीं और एक लाख से अधिक दिया तो

कर्जा वापिस होगा नहीं। आवश्यकतानुसार पूंजी उपलब्ध करवाई जाए और वह ऋण के रूप में हो लेकिन सस्ती ब्याज दरों पर। सस्ती दरों पर, हर उद्यमी को उसके उद्यम के अनुसार पूंजी उपलब्ध करवाई जाए इससे पूंजी का सदुपयोग होगा और उद्यमी को उद्यम लगाने में कठिनाई नहीं होगी। पूंजी के बाद उत्पादन का प्रश्न आता है। उत्पादन गुणवत्तानुसार हो तभी वह बिकेगा। यहां कठिनाई आती है हाथ से किया गया काम और स्वचालित मशीनों से किये गए उत्पादन में अवश्य ही बड़ा फर्क होगा। यहीं से उसकी असफलता शुरू हो जाती है। अगला कार्य है मार्केटिंग।

आज की इस विज्ञापन की दुनिया में, पैकेजिंग की दुनिया में, उद्यमी टिक नहीं पा रहा है। यदि उत्पादन के लिए कोई विशेष

**गांधीजी जानते थे कि अंग्रेजों ने गांव-गांव में चलने वाले धंधों को समाप्त करके इस देश के सफल अर्थव्यवस्था व्यवस्था को तहस-नहस किया है। इसीलिए गांधीजी ने उन सब धंधों को पुनर्जीवित करने का प्रयास किया। इस दिशा में काम किया। देश में जागृति आई। लेकिन जितना काम होना चाहिए था उतना समय गांधीजी को मिला नहीं। लेकिन कौशल विकास की आवश्यकता को नज़रंदाज नहीं किया जा सका।**

व्यवस्था करते हैं तो उसका दुरुपयोग होता है और इस उत्पाद को कोई सुरक्षा उपलब्ध नहीं होती है तो वह मार्केट की प्रतिस्पर्धा में टिक नहीं पाएगा।

उत्पादन तभी संभव है या उचित है जब वह बिक जाए अन्यथा उत्पादन जमा हो जाएगा तो भी पूंजी डूब गई और उत्पादन नहीं किया तो भी पूंजी डूब गई। छोटा उद्यमी यहीं आकर असफल होता है। यहीं वह कर्जदार बनता है। यहीं पूंजी डूबती है और स्किल डेवलपमेंट असफल हो जाती है। बड़ा उद्योगपति जहां विभिन्न कार्यों के लिए अलग-अलग विभाग बनाता है वहां यह छोटा उद्यमी सारे कार्य स्वयं करने के लिए मजबूर है। गांधीजी ने इसका रास्ता सुझाया था कि गांव की आवश्यकता का उत्पादन गांव में हो और गांव में ही उसकी खपत हो लेकिन आज का जमाना तो वैश्वीकरण का है। छोटा-बड़ा कोई भी, उसे बाजार की प्रतिस्पर्धा में टिकना

है। छोटा उद्यमी बाजार की प्रतिस्पर्धा में टिक नहीं सकता। यहां राज्य को दखल देना होगा। राज्य को इस उद्यमी को मदद करनी होगी। इसे सुरक्षा देनी होगी। इसे कैसे सुरक्षा देनी है, इसका बना बनाया कोई ढांचा नहीं है। हर उद्यम की अलग-अलग समस्या है। हर समस्या का अलग निदान ढूंढना पड़ेगा। सुझाव के तौर पर उत्पादन तो व्यक्तिगत हो लेकिन उसकी कुछ व्यवस्था करनी होगी या नीति निर्धारक इस दिशा में कुछ बेहतर सोच सकें तो वैसी व्यवस्था करनी होगी। लेकिन अब तक का अनुभव कहता है कि जब तक उद्यमी के लिए मार्केटिंग की कोई व्यवस्था नहीं होगी। जब तक उसकी गुणवत्ता, पैकेजिंग, मार्केटिंग की व्यवस्था नहीं होगी तब तक न तो उद्यम का विकास होगा, न उद्यमिता का विकास होगा, न पूंजी बचेगी और न भविष्य में पूंजी मिल पाएगी।

स्किल डेवलपमेंट में यह एक ऐसी समस्या है जिसका हल खोजे बिना उद्यमिता विकास नहीं हो पाएगा। कहीं-कहीं कुछ सफल कहानियां बनेगी। कहीं-कहीं कुछ आशा की किरणें दिखाई देंगी लेकिन, प्राप्त सूचनानुसार देश में ढाई करोड़ कारीगर हैं, उन्हें समर्थ बनाना इनके अतिरिक्त नए गैर परंपरागत उद्यमियों को प्रशिक्षण देना और उन्हें धंधे पर लगाना, यह एक पहाड़ जैसा कार्यक्रम है। इसमें निराशा की बात नहीं है। यह हो सकता है, किया जा सकता है लेकिन इसके लिए वैसी ही योजना बनानी होगी जैसे ही कार्यक्रम बनाने होंगे जैसी की जरूरत है। अन्यथा एक व्यक्ति को अकेले नदी में तैरने के लिए छोड़ देंगे तो वह तैर भी सकता है डूब भी सकता है। यहां तो किसी एक दो व्यक्तियों का प्रश्न नहीं है। यह तो करोड़ों वर्तमान उद्यमियों और संभावित उद्यमियों के भविष्य का प्रश्न है। उनके परिवार का प्रश्न है। इसके लिए पूरी व्यवस्था बनानी होगी। एक ऐसा अनुकूल वातावरण बनाना होगा। जिसमें उद्यमिता का विकास हो सके। उद्यम फल-फूल सके। उद्यम देश के विकास में हिस्सेदार बन सके। देश का संतुलित आर्थिक विकास हो सके।

देश में कारीगर हैं, नवयुवक, नवयुवतियों की बड़ी जमात स्किल डेवलपमेंट में, उद्यमिता को अपने जीवनयापन का साधन बनाने को तैयार है। देश की आवश्यकता भी है और नवयुवक नवयुवतियां इसके लिए तैयार भी हैं।

लेकिन एक असफलता हजारों लोगों को निराश करने के लिए काफी है। स्किल डेवलपमेंट लगे हुए या लगने वालों का उत्साह बना रहे। इसकी व्यवस्था नीति निर्धारकों को, राज्य को करनी होगी। यदि ऐसी कोई व्यवस्था बन सके तो लाभ होगा। जिस प्रकार सरकार की नौकरी एक आकर्षक व्यवस्था है उसी प्रकार यदि स्किल डेवलपमेंट भी एक आकर्षक योजना बन सके तो लोग नौकरी के पीछे भागना छोड़ देंगे। व्यापार और नौकरी में, नौकरी को सबसे नीचे रखा गया है। लेकिन आज खेती लाभ की व्यवस्था नहीं रही। छोटा व्यापार भाग्य के सहारे है नौकरी मिलती नहीं। इसलिए जुर्म बढ़ रहे हैं, अनुशासनहीनता बढ़ रही है। कोई किसी की परवाह नहीं करता। हर व्यक्ति, हर व्यक्ति से आगे बढ़ना चाहता है। नौकरी की सीमित संभावनाओं के लिए मारामारी है। कोई आरक्षण का झण्डा बुलन्द कर रहा है, कोई निजी क्षेत्र में आरक्षण की मांग कर रहा है। नौकरियों में जो थोड़ी-बहुत संभावनाएं हैं उसी पर दबाव बढ़ रहा है। यदि यही स्थिति रही तो देश में जुर्म और बढ़ेंगे। अराजकता बढ़ेगी और कानून बढ़ेगा। उनके खर्चे बढ़ेंगे। इन

सब समस्याओं का हल है स्किल डेवलपमेंट, उद्यमिता विकास। इसलिए स्किल डेवलपमेंट को लोकप्रिय बनना होगा। इसके रास्ते में आने वाली कठिनाइयों को हल करना होगा।

महात्मा गांधी ने खादी ग्रामोद्योगों के माध्यम से एक रास्ता खोजने का प्रयास किया। उसके अच्छे परिणाम आए। देश का उत्पादन भी बढ़ा और रोजगार भी बढ़ा धीरे-धीरे यह व्यवस्था गांधी विचार से दूर होती गई और परिणाम नकारात्मक दिखाई देता है। इसमें दोष गांधी विचार का नहीं है, इसमें दोष खादी और ग्रामोद्योग का नहीं है। बल्कि जैसे-जैसे यह व्यवस्था गांधी की सोच से दूर जाता गया जैसे-जैसे इस कार्य में विकृतियां आती गईं। गांधी के समय में बिना सरकारी मदद के, बल्कि सरकार के विरोध के बावजूद खादी और ग्रामोद्योगों का कार्य आगे बढ़ा न केवल आगे बढ़ा बल्कि खादी तो स्वतन्त्रता सेनानियों की पोशाक ही बन गई। आजादी के बाद खादी और ग्रामोद्योग कार्य में तेज गति से वृद्धि हुई। लेकिन जैसे-जैसे गांधी का प्रभाव कम होता गया। जैसे-जैसे खादी ग्रामोद्योग में लगे लोग या नीति निर्धारण करने वाले गांधी विचार से दूर

होते गए वैसे खादी ग्रामोद्योगों में दोष आते गए।

हमें ग्रामीण अर्थव्यवस्था को नए ढंग से देखना होगा। इसके लिए नए सिरे से योजना बनानी होगी। इसके लिए गांधी विचार आज भी प्रासंगिक है उसे न्यायोचित समय देने की आवश्यकता है। यदि स्किल डेवलपमेंट कार्य को गांधी विचार के साथ जोड़कर ग्रामीण अर्थव्यवस्था का माध्यम बनाया जा सके तो क्रान्तिकारी परिवर्तन हो सकते हैं और देश में एक नए युग की शुरुआत हो सकती है। आवश्यकता इस बात की है कि हम बने बनाए ढांचे में अपनी योजनाओं को फिट करने की कोशिश न करें या भारत के विकास के लिए दुनिया के विभिन्न मॉडलों की ओर न देखें। उन्हें अपने देश में ढालने की कोशिश न करें। उनसे अनुभव ले सकते हैं। उनकी सफलताओं असफलताओं से सीख सकते हैं। भारत की अर्थव्यवस्था तो भारत की 'देश, काल परिस्थिति' को ध्यान में रखकर ही बनानी होगी। तभी वह सफल होगी और तभी उसके हमारी आवश्यकतानुसार परिणाम मिल पायेंगे, और गांधी के सपनों का भारत बन सकेगा। □

### पृष्ठ 31 का शेषांश

सकता है, प्रणाली को अद्यतन किया जा सकता है और पारदर्शिता तथा संग्रहीत सूचना को साझा करने के लिए उसे डिजिटल रूप में संगठित किया जा सकता है। उनके कामकाज तथा संभावनाओं का स्वतंत्र अध्ययन करना अच्छा होगा ताकि बुनकरों को मार्गदर्शन मिले और जनता उनसे जुड़ सके। वे विशेषज्ञ बुनकरों को प्रशिक्षु बुनकरों के समूह के साथ जोड़ सकते हैं ताकि मांग बढ़ने पर उन्हें सहायता मिल सके, वे सीख सकें और उत्पादन कर सकें। भावी पीढ़ी के लिए लिखित प्रमाण बहुत महत्वपूर्ण होते हैं, इसीलिए केंद्रों पर इस प्रकार की गतिविधियों को बढ़ावा दिया जाना चाहिए तथा उन्हें ऑनलाइन साझा भी किया जाना चाहिए।

आगे का रास्ता ढूँढने के लिए बड़े कौशल सर्वेक्षण कार्यक्रम की आवश्यकता है। इसमें बुनकर समुदायों में मौजूदा हुनर को मापना तथा उनकी मौजूदा आर्थिक एवं सामाजिक स्थिति का पता लगाना शामिल होगा। इससे उनकी क्षमताओं को संस्थागत तरीके से विकसित करने की योजना बनाने में मदद मिलेगी। फोटोग्राफी, अकाउंटिंग, शो-विंडो प्रस्तुति, प्रदर्शनी में प्रस्तुति,

ऑनलाइन बिक्री के लिए अर्गोनॉमिक पैकेजिंग और तरीके जैसे नए हुनर जोड़ने से इस क्षेत्र को कौशल में अच्छी खासी बढ़ोतरी हो जाएगी।

### पुनरुत्थान

आज हथकरघों में रुचि फिर जगती देखना सराहनीय है। इसे वैश्विक ब्रांडों की एकरसता का रोचक प्राकृतिक परिणाम माना जा सकता है क्योंकि ये ब्रांड पूरी दुनिया में एक जैसे ही हैं। इसके विपरीत शुद्ध धागों के साथ काम करने वाला भारत का हथकरघा विशेषता, कस्टमाइज्ड उत्पाद, परंपरा तथा विरासत के साथ प्रेम की भावना प्रदान करता है, विविधता से भरा है, श्रम दक्षता के लाभ देता है और प्रत्येक वस्त्र के साथ एक सच्ची कहानी भी जुड़ी होती है। हथकरघे को बढ़ावा देने के कई अभियानों का प्रसार करने में सोशल मीडिया ने मदद की है। कपड़ा मंत्रालय द्वारा आरंभ किया गया #Iwearhandlooms टैग और #100sarispact जैसे पुराने प्रयास तथा समर्पित व्यक्तियों द्वारा आरंभ किए गए ऐसे ही प्रोत्साहनपूर्ण प्रयासों से हथकरघे को नए ग्राहक मिले हैं।

मेक इन इंडिया, स्किल इंडिया के कारण भारत में सबसे तेजी से विकास कर रही

अर्थव्यवस्था के रूप में अंतरराष्ट्रीय रुचि जगी है और यह मान्यता भी बढ़ती जा रही है कि भारत को अब तीसरी दुनिया का देश नहीं बल्कि समृद्ध सांस्कृतिक एवं दार्शनिक परंपराओं वाली संभावना भरी भूमि मानना चाहिए, जिसमें आधुनिकता भी पनप रही है। इस व्याख्या से दुनिया भर में शिल्प, पारंपरिक कलाओं तथा हथकरघे के ग्राहक भी आकर्षित होते हैं। इन सांस्कृतिक विशेषताओं को प्रदर्शित करने, अलग से दर्शाने, बेहतर बनाने और प्रस्तुत करने के लिए जितने अधिक प्रयास किए जाएंगे, हथकरघा शिल्पियों को उतना ही अधिक प्रोत्साहन मिलेगा और बढ़ते तथा गतिशील भारत के साथ वे कदम से कदम मिलाकर चल पाएंगे।

संभावनाएं अपरिमित हैं और समस्याएं भी बहुत हो सकती हैं। किंतु चुनौती रचनाशील तथा प्रेरणास्पद है क्योंकि इससे भारत की बहुस्तरीय विरासत, विभिन्न प्रकार के अनूठे कौशलों, बाकी दुनिया में समाप्त हो चुकी तकनीकों और प्रक्रियाओं को जीवित रखने में मदद मिलेगी। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि इससे बुनकर समुदाय को वास्तविक आर्थिक सशक्तीकरण के साथ सार्थक आजीविका हासिल होगी। □



## स्वदेशी की भावना और खादी का दर्शन

दीपंकर श्रीज्ञान



खादी को उसका प्राचीन गौरव दिलाने और पुनर्स्थापित करने का काम महात्मा गांधी ने किया। धीरे-धीरे खादी स्वदेशी का पर्याय बन गया। लोगों ने इसे स्वीकार किया। इसे अपनी जरूरत के अनुसार कातना और पहनने लायक बुनना। इसके अलावा यह धर्नाजन का साधन बनती गई। मनुष्य की जरूरत को पूरी करने में खादी सक्षम है। खादी निजी कमाई तो कर सकता है लेकिन एक सीमित अर्थ में। इससे व्यक्तिगत कमाई लाभार्जन के हिसाब से नहीं की जा सकती। आवश्यकता से अधिक अर्जन करने से आदमी की प्रकृति और प्रवृत्ति बदल जाती है। वह धीरे-धीरे शोषक बनने की श्रेणी में आ जाता है। जबकि चरखे में तो ईश्वर का वास है। यह गरीब से गरीब आदमी की क्षुधा तृप्त कर सकता है

**अं** ग्रेजी अर्थव्यवस्था 17वीं से 19वीं शताब्दी में बहुत सुदृढ़ हुई। इसके दो कारण थे पहला भारत से व्यापार, दूसरा मैक्सिको से चांदी का व्यापार। इन दोनों से ब्रिटिश अर्थव्यवस्था को बहुत मजबूती मिली। इससे इनकी कपड़ा मिलें और उद्योग सुदृढ़ हुए। कपड़े का अधिक उत्पादन होने से बाजार की तलाश शुरू हुई। उस समय भारत अंग्रेजी सरकार के अधीन था और सबसे बड़ा बाजार भी। ब्रिटेन तैयार माल भारत भेजने लगा। भारत सबसे अच्छा कपड़े की खपत का केन्द्र बन गया। जिससे भारत के कपड़ा उत्पादन को गहरा आघात लगा। यहां छोटे व बड़े पैमाने पर कपड़े की बुनाई की जाती थी। यह व्यवस्था धीरे-धीरे चौपट हो गयी। हम धीरे-धीरे ब्रिटेन पर निर्भर होते गये और हमारा निरंतर शोषण होने लगा।

सबसे पहले तो हम इतिहास के पन्नों को खंगाले तो शोषित होने के एहसास को सर्वप्रथम दादा भाई नौरोजी एवं आर.सी. दत्त के अध्ययन ने कराया। दादा भाई नौरोजी (1825-1917 ई.) पहले एशियन व्यक्ति थे जो 'हाउस ऑफ कॉमर्स' के सदस्य रहे। इनकी पुस्तक *इंडियन पॉवर्टी एण्ड अनब्रिटिश रूल इन-इंडिया* में भारत के शोषण की व्याख्या की। दूसरे आर.सी. दत्त ब्रिटिश सरकार के सिविल सर्वेंट थे। उन्होंने सरकारी दस्तावेजों को आधार बनाकर अपनी पुस्तक *द इकोनॉमिक हिस्ट्री ऑफ इंडिया अंडर अर्ली ब्रिटिश रूल* में अंग्रेजों के आर्थिक शोषण का आधार प्रस्तुत किया। इस पुस्तक के माध्यम से उन्होंने बताया कि

अंग्रेजों द्वारा विकसित आधारभूत संरचना जैसे- रेल सेवा, डाक सेवा आदि से भारत का भला तो नहीं हुआ है। इससे शोषण बढ़ा है। इन पुस्तकों में उठायी गयी बातों का असर यह हुआ कि शोषण की चर्चा देशव्यापी बन गयी। जिससे 19वीं शताब्दी के बाद के समय में एक चेतना जागृत हुई जिसे *इकोनॉमिक ड्रेन थ्योरी* कहा गया और 19वीं शताब्दी के अंत तक स्वदेशी की भावना का जिक्र होने लगा। इस स्वदेशी की भावना ने आगे आने वाले समय में खादी को पुनर्जीवित करने का अवसर दिया।

20वीं शताब्दी के प्रारंभ में, भारत में एक वैचारिक क्रांति आयी जिसमें *रचनात्मक कार्यक्रम* विमर्श के केन्द्र में आया। इसने दादाभाई नौरोजी और आर.सी. दत्त के विचार को आगे ले जाने का काम किया। अब लोगों ने इस बात को समझना शुरू कर दिया कि भारत में अंग्रेजी शासन द्वारा उनकी पद्धति से दी गई शिक्षा, स्वास्थ्य आदि बातों की हमें जरूरत नहीं है। अंग्रेजों द्वारा गढ़ा गया जुमला कि उनके शासन से भारत का *चौमुखी विकास* होगा, यह छल अब लोगों के समझ में आने लगा था। दरअसल अंग्रेजों द्वारा विकसित इस ढांचे से सिर्फ एक ही तरह का विकास संभव था वह था आर्थिक विकास। अंग्रेजों की इस व्यवस्था के बरक्स भारतीय प्राचीन परंपरागत व्यवस्था केन्द्र में आने लगी। ऐसा होना लाजमी था। हमारी प्राचीन वैभवशाली सांस्कृतिक परंपरा रही है। भारतीय विद्वानों और जनता अब यह समझने लगी थी कि अंग्रेजी ढांचे से सिर्फ और सिर्फ आर्थिक

लेखक गांधी स्मृति एवं दर्शन समिति के निदेशक हैं। साथ ही, गांधी विचारों पर संस्थान से प्रकाशित पत्रिका *अंतिम जन* के प्रधान संपादक भी हैं इससे पूर्व झारखंड के श्रीकृष्ण लोक प्रशासन संस्थान में उपनिदेशक रहे। ईमेल: divyagyan123@gmail.com

विकास संभव है जबकि प्राचीन भारतीय परंपरा से आर्थिक और आध्यात्मिक विकास भी। अंग्रेजी विकास में अध्यात्म की शून्यता है। महात्मा गांधी को भी इन बातों से प्रेरणा मिली और भारतीय दर्शन और परंपरा को लेकर आगे बढ़े। गांधी के भारतीय राजनीति में आने से पूर्व 7 अगस्त 1905 को कलकत्ता के टाउन हॉल में ब्रितानी वस्तुओं के बहिष्कार का प्रस्ताव पास हुआ। यह संकेत था आने वाले समय में, राजनीति में व्यापक बदलाव का। तब यह लगभग तय हो गया था कि राजनीति के साथ-साथ प्राचीन सामाजिक मूल्यों के तरफ लौटने का वक्त आ गया है अब हमें अपनी परंपरा पर गर्व करने का वक्त था।

दरअसल ब्रिटिश सरकार के शासन के दो आधार बने। पहला, भारत की जनता का गलत ढंग से प्रस्तुतीकरण किया गया। वह यह कि यहां की जनता असभ्य और असंस्कृत है। थॉमस मेटकॉफ ने अपनी पुस्तक *आइडिलॉजी ऑफ राज* (राज की विचारधाराएं) में अपनी इस बात का विस्तार से जिक्र किया है कि *भारत की जो असमानता और असभ्यता है वही ब्रिटिश को यह अधिकार देती है कि यहां के लोगों को सभ्य बनाये।* अर्थात् पुरुषार्थ। दूसरा, प्रतीकात्मकता है। जो यह दिखाता और समझाता है कि ब्रिटिश लोगों में पुरुषार्थ अधिक है जबकि भारतीयों में कम। अंग्रेज सुन्दर, सभ्य और मजबूत कदकाठी के हैं। इस बात को अंग्रेजों ने बहुत शांति तरीके से भारतीयों के मन में बैठा दिया था। इसको एक उदाहरण द्वारा समझा जा सकता है। गांधी जब हाईस्कूल में थे तब उनके कुछ दोस्त मांसाहार करते थे। उनके मझले भाई ने भी मांसाहार करना शुरू कर दिया था। मांसाहार करने के पीछे लोगों में जो एक चेतना थी कि 'अंग्रेज लोग हम पर इसीलिए राज्य करते हैं कि वे मांसाहारी हैं।' मांसाहारी होने से ही वे सभ्य और मजबूत हैं। उनके साथियों ने जताया कि सारा प्रताप मांसाहार का है। गांधी जिस हाईस्कूल में पढ़ते थे वहां गुजराती के प्रसिद्ध कवि नर्मद (1833-1886) के पद गाये जाते थे—

अंग्रेजों राज्य की, देशी रहे दबाई,  
देशी रहे दबाई, जोने बनां शरीर भाई  
पेलो पांच हाथ पूरो, पूरो पांचसेने

(अंग्रेज राज करते हैं और हिन्दुस्तानी दबे रहते हैं। दोनों के शरीर तो देखो। ये पूरे पांच हाथ के हैं। एक-एक पांच सौ के लिए काफी हैं।) इन बातों का गांधीजी के मन पर असर हुआ। गांधी कहते हैं—'मैं पिघला। मैं यह मानने लगा कि मांसाहार अच्छी चीज है। उससे मैं बलवान और साहसी बनूंगा। समूचा देश मांसाहार करे, तो अंग्रेजों को हराया जा सकता है।' इससे यह तो पता चल ही जाता है कि भारतीय लोगों में अंग्रेजों के पौरुष का प्रतीक बहुत तीक्ष्ण था। इससे मुकाबले का एक ही रास्ता था अपनी परंपरा पर गर्व करना सीखना। इस प्रतीकात्मकता

**खादी अंग्रेजी पोशाक के प्रतिरोध का प्रतीक बना। देशी आदमी अब देशी तरीके से ही दिखेगा। भारतीय लोगों में अंग्रेजों की तरह दिखने और बनने की चाहत पनप रही थी उसका प्रतिरोध किया खादी ने। खादी में सबको जीवन देने की शक्ति है। इसे विदेशी के बरक्स देशी सम्मान के तौर पर प्रस्तुत किया गया।**

का प्रतिरोध करने के लिए भारतीय लोगों ने अपनी प्राचीन परंपरा और संस्कृति को आधार बनाया।

इस पुरुषार्थ के प्रतीक को तोड़ने के लिए भारतीय लोगों ने अपनी प्राचीन परंपरा के दो प्रतीक बनाये। पहला, गीता। गीता पर, तिलक, सावरकर, विवेकानंद, गांधी आदि सभी महापुरुषों ने लिखा, इसको सहज बनाने का प्रयास किया ताकि ज्यादा से ज्यादा लोग इसे समझ-पढ़ सकें। यह सबको पता था कि गीता में कर्म की प्रधानता है। असत्य का मुकाबला सत्य द्वारा करने की सीख है। इस ग्रंथ की लोकमानस में गहरी पैठ है। गीता ही वह ग्रंथ था जो अंग्रेजों के मुकाबले खड़े होने का एक आध्यात्मिक मन-भाव देता था। दूसरा प्रतीक बना खादी। अब अंग्रेजी पैट की जगह देशी धोती, शर्ट की जगह कुर्ते ने लेना शुरू किया। खादी महंगी होने के बावजूद लोग खरीदने और पहनने लगे। खादी के दर्शन में अनेक रहस्य छुपे हुए हैं। इसमें जो अहिंसक प्रतिरोध की क्षमता है वह किसी और में नहीं।

गांधी खादी का सामाजिकीकरण करते

हैं। वे इसकी ताकत को समझते थे। उन्होंने खादी को सामाजिक आंदोलन के शास्त्र के रूप में गढ़ा। यह न सिर्फ विदेशी वस्त्र का मुकाबला कर सकती थी, बल्कि देशी अर्थशास्त्र भी गढ़ती है। इसको लेकर आगे बढ़ने की बात गांधी करते हैं। इसके संबंध में हिदायत भी देते हैं। गांधी खादी को स्वदेशी धर्मपालन का प्रथम पायदान मानते हैं। गांधी कहते हैं—'खादी पहन-पहनाकर स्वदेशी धर्म का पूरा पालन हुआ मान लेते हैं, वे बड़े मोह में डूबे हुए हैं। खादी सामाजिक स्वदेशी की प्रथम सीढ़ी है, वह स्वदेशी धर्म की आखिरी हद नहीं है।' खादी धीरे-धीरे लोगों की जीवन शैली बनने लगी।

### खादी का दर्शन

गांधी के जीवन में चरखे का प्रवेश व्यावहारिक तौर पर 1915 में होता है। परन्तु 1908 में 'हिन्द स्वराज' में उन्होंने चरखे को भारत की कंगालियत दूर करने का औजार मान लिया था। गांधी का दक्षिण अफ्रीका का अनुभव व विश्व की अर्थव्यवस्था के अध्ययन ने उन्हें इस निष्कर्ष तक पहुंचाया था। आगे उनका इसमें विश्वास और पक्का होता गया। खादी और चरखे के प्रति उनका विश्वास तब और पक्का हुआ जब भारत लौटने के बाद एक वर्ष तक पूरे देश का भ्रमण किया। भारत के सामाजिक-आर्थिक ताने-बाने को समझा। तब उन्होंने यह समझ लिया कि खादी से ही भारत के सामाजिक ताने-बाने को एक सूत्र में कसकर बुना जा सकता है। बिखरे हुए समाज को और उसमें व्याप्त बुराईयों को खादी के समाजशास्त्र द्वारा ही दूर किया जा सकता है।

आगे स्वाधीनता आंदोलन का नेतृत्व गांधी के हाथों में आया। गांधी ने सत्य और अहिंसा से राजनीतिक लड़ाई लड़ने का जो निर्णय किया था, उस पर वे आजीवन चलते रहे। इस नैतिक अस्त्र को उन्होंने राजनीति के साथ-साथ सामाजिक कसौटी पर भी कसा। गांधी की राजनीतिक लड़ाई सामाजिक लड़ाई से अलग नहीं थी। बिना समाज को मजबूत किये, उनकी कुरीतियों को नष्ट किये, राजनीतिक लड़ाई नहीं जीती जा सकती है। गांधी के लिए जितनी महत्वपूर्ण स्वाधीनता थी उतनी ही सामाजिक समरसता। राजनीतिक स्वाधीनता प्राप्त करनी



है तो सामाजिक ताने-बाने को मजबूत करना होगा। गांधी ने कांग्रेस जैसी संस्था को किसानों, मजदूरों के लिए सुलभ बनाया। खादी वह माध्यम था; जिसने सबको जोड़ने का काम किया। श्रम की प्रतिष्ठा के साथ-साथ स्वावलंबी बनने में भी खादी का विशेष योगदान रहा। खादी से गांधी ने उस वर्ग को भी जोड़ा जिस पर हमारा ध्यान नहीं जाता। इसमें ऐसा समाज या वर्ग भी आया जो हमेशा से हाशिये पर रहा। 1920-30 ई. में गांधी ने खादी से विधवा महिलाओं को जोड़ा। विधवा महिलाओं की सामाजिक स्थिति अत्यंत दयनीय थी। समाज में उनके लिए कोई जगह नहीं था। क्योंकि वे परिवार और समाज के आर्थिक जिम्मेदारी में भागीदार नहीं थी। आर्थिक रूप से मजबूत करने और स्वावलंबी बनाने के लिए विधवा महिलाओं को चरखे और खादी से जोड़ दिया। गांधी जानते थे कि समाज का हर तबका सबल होगा तभी देश भी सबल बनेगा। महिलाओं के सशक्त बनने पर ही समाज सबल बन सकता है।

गांधी खादी को लेकर बहुत व्यापक विचार रखते थे। समाज जिन महिलाओं को हिकारत की नजर से देखता था गांधी उनको मुख्यधारा में लाने के लिए खादी और चरखे के जरिये उनमें भी आत्मविश्वास पैदा करना चाहते थे—“मैंने राजमहेन्द्र और बारीसाल में पतित महिलाओं को देखा था। एक जवान लड़की ने मुझसे पूछा—‘आपका चरखा हमें क्या दे सकता है?’ उसने कहा—‘जो आदमी हमारे पास आते हैं, उनसे हमें कुछ एक मिनटों के पांच से दस रुपये मिल जाते हैं।’ मैंने उसे बताया कि चरखे से आपको उतना तो नहीं मिल सकता, परन्तु यदि आप लज्जास्पद जीवन छोड़ दें तो मैं आपको कातना और बुनना सिखाने का प्रबंध कर सकता हूँ। इससे आपको समुचित जीविका कमाने में सहायता मिल सकती है।” इस प्रकरण में हम देखते हैं कि गांधी समाज के सबसे किनारे कर दिये गए वर्ग को भी मुख्यधारा में चरखे और खादी के माध्यम से जोड़ने का काम करते हैं। जिससे वे सम्मान का जीवनयापन कर सकें।

जैसे-जैसे स्वाधीनता आंदोलन की लड़ाई बढ़ी वैसे-वैसे खादी के प्रति विश्वास भी

बढ़ा। खादी ने धीरे-धीरे सामाजिक आंदोलन का रूप ले लिया। समय के साथ खादी के धोती-कुर्ता-पायजामा और टोपी ने स्वाधीनता आंदोलन में अपने संघर्ष द्वारा, अपने लिए जगह बनायी थी। लोगों ने जेल जाकर, डंडे खाकर भी अपने परिश्रम द्वारा चरखा चलाकर अपने लिए वस्त्र बनाया। खादी सिर्फ वस्त्र नहीं प्रतिरोधी पोशाक थी। इसमें स्वावलंबन और स्वदेशी की आभा थी। खादी ने विदेशी पोशाक के सामने मजबूती से अपने पैर टिकाये। देश के खोये हुए पौरुष को व खोयी हुई आभा को वापस लाने का काम किया। प्राचीन संस्कृति को पुनर्जीवित किया।

**गांधी का चरखे पर अटल विश्वास था। उन्हें चरखे में ईश्वर का दर्शन होता था। गांधी ने श्रम को अध्यात्म से जोड़कर श्रम की प्रतिष्ठा बढ़ाई। बरसों पुराने इस उद्योग को नवजीवन दिया। गांधी ने चरखे को नवजीवन दिया तो चरखे ने भारत की आम जनता का पेट भरा, वस्त्र दिया, उसके श्रम को महत्व दिया।**

### खादी व जीविका

खादी को उसका प्राचीन गौरव दिलाने और पुनर्स्थापित करने का काम महात्मा गांधी ने किया। ‘धीरे-धीरे खादी स्वदेशी का पर्याय बन गया। लोगों ने इसे स्वीकार किया। इसे अपनी जरूरत के अनुसार कातना और पहनने लायक बुनना। इसके अलावा यह धर्नाजन का साधन बनती गई। मनुष्य की जरूरत को पूरी करने में खादी सक्षम है। खादी निजी कमाई तो कर सकता है लेकिन एक सीमित अर्थ में। इससे व्यक्तिगत कमाई लाभार्जन के हिसाब से नहीं की जा सकती। आवश्यकता से अधिक अर्जन करने से आदमी की प्रकृति और प्रवृत्ति बदल जाती है। वह धीरे-धीरे शोषक बनने की श्रेणी में आ जाता है। जबकि चरखे में तो ईश्वर का वास है। यह गरीब से गरीब आदमी की क्षुधा तृप्त कर सकता है। उसको सम्मान दिला सकता है। गांधी कहते हैं—“मैं जितनी बार चरखे पर सूत निकालता हूँ उतनी ही बार भारत के गरीबों का विचार करता हूँ। भूख की पीड़ा से व्यक्ति और पेट भरने के

सिवा और कोई पीड़ित इच्छा न रखने वाले मनुष्य के लिए उसका पेट ही ईश्वर है। उसे जो रोटी देता है वही उसका मालिक है। उसके द्वारा वह ईश्वर के भी दर्शन कर सकता है।”

भारत की बड़ी आबादी गांवों में बसती है। आज भी उनके लिए खेती ही रोजगार का मुख्य साधन है। खेती से गुजारा करना मुश्किल है। स्वाधीनता आंदोलन के पूर्व गांवों की अपनी कुछ परंपराएं थी। जिससे ग्रामीण समाज लगभग सभी दृष्टि से आत्मनिर्भर थे। उन परंपराओं में सबसे महत्वपूर्ण थी वस्तु-विनिमय प्रणाली। अंग्रेजी अर्थव्यवस्था ने इस प्रणाली को नष्ट कर दिया। जिससे ग्रामीण लोगों की निर्भरता व्यापार प्रणाली की तरफ बढ़ी। इससे खेतिहर मजदूर और किसानों के सामने एक नया का संकट आ खड़ा हुआ। गांधी ने कहा—“मेरा पक्का विश्वास है कि हाथ-कताई और हाथ-बुनाई के पुनर्जीवन से भारत के आर्थिक और नैतिक पुनरुद्धार में सबसे बड़ी मदद मिलेगी। करोड़ों आदमियों को खेती की आय में वृद्धि करने के लिए कोई सादा उद्योग चाहिए। बरसों पहले गृह-उद्योग कताई का था, और करोड़ों को भूखों मरने से बचाना हो तो उन्हें इस योग्य बनाना पड़ेगा कि वे अपने घरों में फिर से कताई जारी कर सकें और हर गांव को अपना ही बुनकर फिर से मिल जाये।”

सवाल यह था कि गांवों की जिन्दगी में, जीवन की धड़कन और जीवन के लिए उत्साह किस तरह उत्पन्न किया जाए? श्रम विवशता के भाव से किया जाता रहा है। इसमें नैतिकता, सामाजिक और आर्थिक प्रतिष्ठा देने का काम महात्मा गांधी ने किया। शोषण मुक्त समाज के निर्माण का आधार खादी बना। विनोबा कहते हैं—“चरखा एक सिम्बल यानि एक संकेत-चिह्न या प्रतीक है श्रम-निष्ठा का। दुनिया में शोषण किस लिए चलता है? इसीलिए कि कुछ लोग श्रम करते हैं और दूसरे लोग उससे लाभ उठाना चाहते हैं। अगर सब लोग श्रम करें, श्रम-निष्ठा पैदा हो, तो शोषण खत्म हो जाए और उत्पादन भी बढ़े। इसलिए गांधीजी ने एक छोटी-सी चीज देश के सामने रखी। आज बेकारी बढ़ रही है इस हालत में यह चीज चले तो घर-घर सूत

होगा, कपड़ा बनेगा। लेकिन उस कपड़े और सूत का उतना महत्व नहीं है जितना श्रम-निष्ठा का महत्व है।”

आज स्वदेशी को लेकर हमारे सामने भ्रम की स्थिति बनी हुई है। हम स्वदेशी का मतलब अपने देश में बनी हुई वस्तु से मानते हैं जबकि स्वदेशी का जो अर्थ गांधी करते थे वह गौर करने लायक है—“स्वदेशी की भावना का अर्थ है हमारी वह भावना जो हमें दूर को छोड़कर अपने समीपवर्ती प्रदेश का ही उपयोग और सेवा करना सिखाती है। अर्थ के क्षेत्र में मुझे अपने पड़ोसियों द्वारा बनायी गयी वस्तुओं का ही उपयोग करना चाहिये और उन उद्योगों की कमियां दूर करके उन्हें ज्यादा संपूर्ण और सक्षम बनाकर उनकी सेवा करना चाहिए। मुझे लगता है कि यदि स्वदेशी को व्यवहार में उतारा जाये तो मानवता के स्वर्णयुग की अवतारणा की जा सकती है।” गांधी जरूरत से ज्यादा धनार्जन के खिलाफ थे। उनकी नजरों में तो मनुष्य को प्रकृति से उतना ही लेना चाहिए जितनी की आवश्यकता हो। चरखा इस लिहाज से हमारी जरूरत पूरी करने में सक्षम है।

खादी हमारे देश की कलात्मक झांकी है। भारत में अलग-अलग प्रांतों की अपनी अलग-अलग कलात्मक पहचान है। स्थानीयता के अनुसार खादी के बुनने की परंपरा में तथा रंगों के प्रयोग में भी अंतर आता जाता है। मैदानी इलाके में बुना गया खादी, पहाड़ी इलाके में बुने गये से भिन्न होगा। आदिवासी इलाकों में जिस तरह के रंगों और सूत का प्रयोग होता है वह आम चलन से थोड़ा भिन्न होगा। इसे उदाहरण से और बेहतर ढंग से समझा जा सकता है। मधुबनी की चित्रकला विश्वविख्यात है। बिहार प्रांत का यह स्थान अपनी चित्रकला की अलग शैली के लिए पहचाना जाता है। यहां के खादी पर भी इस चित्रकला का

प्रभाव देखा जा सकता है। हम देखते हैं कि खादी में प्रांतों के अनुसार इसके रंग-रोगन बनावट में भी विविधता आती है। विविधता भरे हमारे देश में खादी और विविधता लाती है। दूसरी तरफ इससे कुशल कारीगरों की उपलब्धता भी बनती जाती है। गांधी इस बात को समझते थे कि खादी में भारतीय जीवन की परंपरा व कौशल को बचाने की कुव्वत है। लोग उत्पादक से उपभोक्ता बन गये। गांव की अर्थव्यवस्था नष्ट हो गई। इसे पुनः जीवित करने की आवश्यकता थी।

‘बा’ और गांधी के जीवन में खादी का क्या महत्व था एक छोटी-सी घटना के जिक्र से समझ सकते हैं। गांधी ने भारत में जहां भी आश्रम की स्थापना की

**गांधी स्वदेशी को और स्पष्ट करते हुए कहते हैं—“आयात किए हुए विदेशी कपड़े अथवा मिल में बने हुए देशी कपड़े में कोई विशेष अंतर नहीं है। मेरी नजरों में दोनों ही बराबर हैं। क्योंकि दोनों ही दशाओं में पैसे का बहुत बड़ा भाग अमीर एवं बड़े-बड़े मिल मालिकों के पास चला जाता है।”**

वहां खादी पहनना आश्रम के अनुशासन में सम्मिलित कर दिया। ‘बा’ को खादी बहुत प्रिय था। आमतौर पर ‘बा’ की साड़ी बापू के काते सूत की ही बनती थी। ‘बा’ के स्वर्गवास पर भी बापू के हाथों कते सूत की साड़ी और माला पहनायी गयी थी। एक दिन ‘बा’ के पैर की छोटी उंगली से खून निकला। ‘बा’ खादी की पट्टी बांधने जा रही थी। इतने में एक बहन ने महीन कपड़े की पट्टी ला दी और कहा, “इस महीन कपड़े से रगड़ नहीं लगेगी और पट्टी अच्छी तरह बंधेगी।” इस पर ‘बा’ ने कहा, “परन्तु मुझे तो खादी की पट्टी ही चाहिए। वह खुरदरी भी होगी तो मुझे नहीं चुभेगी।” ‘बा’ ने फिर खादी की पट्टी ही

बांधी। गांधी ने व्यक्तिगत तौर पर भी खादी का उदाहरण दुनिया के सामने रखा। गांधी जैसा करते थे वैसा ही दुनिया के सामने रखते थे। वही नैतिक बल का आधार रहा।

गांधी के सामने कई बार लोग खादी की शिकायत लेकर पहुंचते। शिकायतें कई तरह की होती थीं। आश्रम की महिलाएं कहती कि खादी की साड़ी बहुत मोटी होती है। धोने के समय बहुत भारी हो जाती है। गांधी विनोदवश कहते— लाओ मैं धो देता हूं। दूसरी तरफ खादी को लेकर जो लोगों में विश्वास था कि इसे पहनने वाला मनुष्य सात्विक विचार का होगा। कई बार यह उम्मीद धूमिल होने लगती थी। इस बात पर गांधी कहते, “यह मैं जानता हूं कि खादी पहनने वालों में भी दगाबाज, धोखेबाज और व्याभिचारी होते हैं। पर ये दोष खादी न पहनने वालों में भी पाए जाते हैं। ये दोष सामान्य हैं जो खादी नहीं पहनते उनमें भी तो धोखेबाज, दगाबाज और व्याभिचारी होते हैं। खादी पहनने वाला दगाबाज या धोखेबाज है पर उसमें इतनी तो अच्छी बात जरूर है कि वह खादी पहनता है।”

गांधी ने खादी के द्वारा जीवन का जो शास्त्र गढ़ा है। इसमें भूखों को भोजन देने की शक्ति है। उसमें मनुष्य को सम्मान दिलाने की शक्ति है। इसमें नैतिकता और आध्यात्मिकता की आभा है। श्रम की प्रतिष्ठा का प्रतीक है। इसमें स्वदेश-प्रेम और स्वदेशी की भावना का पुट है। यह वस्त्र नहीं विचार है और विचार से आगे धर्म है। मानवता को स्थापित करने वाला धर्म। आज जरूरत है इस बात को समझने-समझाने की। गांधी ने जो स्वदेश-प्रेम की अलख स्वाधीनता संग्राम में जगाई थी इसे आज पुनः अपनाने की आवश्यकता है। यह न सिर्फ आर्थिक संबल देता है, बल्कि सामाजिक गैर-बराबरी को दूर करने का काम भी करता है। □

## योजना के पुराने अंक

योजना के पुराने अंकों के लिए पाठकों की जिज्ञासाएं लगातार मिलती रहती हैं। हम आपकी इस उत्सुकता का स्वागत व सम्मान करते हैं। योजना की सभी 13 भाषाओं की पुरानी प्रतियां योजना की वेबसाइट पर [www.yojana.gov.in](http://www.yojana.gov.in) पर उपलब्ध हैं जहां से इन्हें डाउनलोड किया जा सकता है। वेबसाइट पर हमारे विशेष web exclusive आलेख भी उपलब्ध हैं।

—संपादक



## भारत में वस्त्र उद्योग: स्थानीयकरण

लालकृष्ण मिश्रा



भारत संसार का तीसरा सबसे बड़ा वस्त्र उत्पादक देश है जो विश्व में अपना प्रमुख स्थान रखता है। कच्चे माल की कमी, पुरानी मशीनें, निम्न श्रमिक उत्पादकता, विश्व बाजार में प्रतिस्पर्धा, आधुनिक प्रौद्योगिकी का अभाव इत्यादि भारतीय वस्त्र उद्योग की प्रमुख समस्याएं हैं जो इस उद्योग के विकास में बाधक सिद्ध हो रही हैं। घरेलू बाजार में विदेशी आयात भी एक नई चुनौती बनकर उभर रहा है। अतः उपरोक्त समस्याओं का समाधान कर इस उद्योग को और भी लाभप्रद बनाया जा सकता है जिसके लिए राष्ट्रीय एवं प्रादेशिक स्तर पर प्रयास प्रारंभ किये गये हैं। आशा है कि आनेवाले समय में भारतीय वस्त्र उद्योग और भी सक्षम तथा लाभप्रद उद्योग सिद्ध होगा

### भो

जन, वस्त्र, आवास मानव जीवन की मूलभूत आवश्यकता है। वस्त्र आधुनिक सभ्य समाज की पहचान है जिसकी आपूर्ति वस्त्र उद्योग के माध्यम से सम्भव हो सकी है। भारतीय औद्योगिक अर्थव्यवस्था में वस्त्र उद्योग का प्रमुख स्थान है। कृषि क्षेत्र के बाद वस्त्र उद्योग दूसरा सबसे बड़ा रोजगार प्रदान करने वाला उद्योग है जो देश के औद्योगिक उत्पादन का 14 प्रतिशत तथा सकल घरेलू उत्पाद का लगभग 2 प्रतिशत है। कुल विनिर्मित औद्योगिक उत्पादन में 10 प्रतिशत तथा कुल निर्यात में 26.4 प्रतिशत का योगदान वस्त्र उद्योग का ही है। यह उद्योग देश के लगभग 4.5 करोड़ लोगों को रोजगार प्रदान करता है। देश की कुल निर्यात आय में इस उद्योग का हिस्सा 13 प्रतिशत से अधिक है तथा कुल आयात-व्यय में इसका हिस्सा केवल 2-3 प्रतिशत है। वस्त्र उद्योग के संदर्भ में भारत एक आत्मनिर्भर देश है। श्रम प्रधान उद्योग होने के नाते यह उद्योग रोजगार का भी महत्वपूर्ण आधार है। देश के सामाजिक-आर्थिक विकास में वस्त्र उद्योग की भूमिका हमेशा से ही व्यापक रही है। भारत एक भौगोलिक विविधता वाला देश है यहां उपलब्ध सस्ता श्रम, कच्चा माल, उपयुक्त जलवायु, स्वदेशी एवं विदेशी बाजार की मांग इत्यादि ऐसे कारक हैं जो वस्त्र उद्योग के विकास में सहायक हैं। यहां उपलब्ध भौगोलिक दशाओं के अनुरूप सूती, जूट, ऊन, रेशम एवं कृत्रिम रेशा से वस्त्र उद्योग का स्थानीयकरण हुआ है।

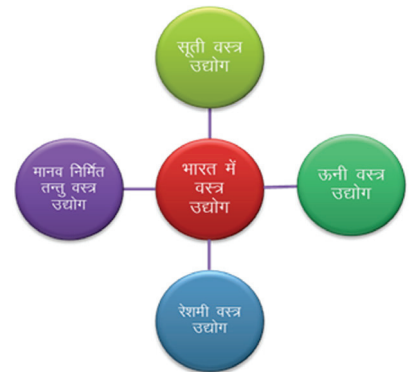
### सूती वस्त्र उद्योग

सूती वस्त्र के क्षेत्र में भारत विश्व में प्रमुख उत्पादक देश है। सूती धागे का

(21 प्रतिशत) और सूती वस्त्र का (28.3 प्रतिशत) उत्पादन कर आज यह चीन के बाद विश्व का दूसरा प्रमुख उत्पादक देश बन गया है। भारत में आधुनिक स्तर की प्रथम सूती कपड़ा मिल 1818 में कोलकत्ता के निकट कोर्ट ग्लोस्टर में लगाई गई थी किन्तु यह मिल लक्ष्य प्राप्ति में सफल न हो सकी। द्वितीय मिल बम्बई स्पिनिंग एण्ड वीविंग कम्पनी द्वारा सन् 1854 में मुम्बई में कवास एन डाबर द्वारा स्थापित की गयी। सच्चे अर्थों में इस कारखाने ने भारत में आधुनिक कपड़ा उद्योग की नींव रखी। सन् 1880 तक देश में सूती वस्त्र के 58 कारखाने स्थापित हो चुके थे। द्वितीय विश्व युद्ध से इस उद्योग को प्रोत्साहन मिला और 1947 तक कारखानों की संख्या बढ़कर 423 हो गयी। 2001 तक देश में कुल मिलों की संख्या 1846, तक्कों की संख्या 35,530 तथा करघों की संख्या 123 तक पहुंच गयी।

स्थानीयकरण: सूती वस्त्र उद्योग स्थानीयकरण, कच्चे माल की उपलब्धता, बाजार की समीपता, नम जलवायु, सस्ते

चित्र 1: भारत में विभिन्न वस्त्र उद्योग



लेखक कुमाऊं विश्वविद्यालय के भूगोल विभाग में शोधार्थी हैं। ईमेल: lalkrishnamishra@gmail.com (आलेख में प्रयुक्त मानचित्र आधिकारिक नहीं हैं।)

कुशल श्रमिक की सुविधाओं से प्रभावित हुआ है। प्रारम्भिक दिनों में प्रायद्वीप और उत्तर भारत के कपास उत्पादक क्षेत्रों, पूंजी की उपलब्धता, बंदरगाह सुविधाओं के कारण इसका विकास मुम्बई, अहमदाबाद, कोयम्बटूर, सूरत, बड़ोदरा, सोलापुर, नागपुर, इन्दौर आदि केन्द्रों में हुआ। परन्तु आवागमन और संचार के नए साधनों के विकास से इसका स्थानांतरण बाजार पूंजी और सस्ते कुशल श्रमिक वाले क्षेत्रों की तरफ हुआ। परिणामतः इसका फैलाव मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, बिहार, कर्नाटक, पश्चिम बंगाल एवं आन्ध्र प्रदेश में हुआ।

**तालिका 1: भारत-सूती वस्त्र उद्योग में प्रगति**

वर्ष	मिलों की संख्या (हजार में)	तकूओं की संख्या (हजार में)	करघों की संख्या (हजार में)
1971	670	17,980	206
1981	693	21,225	208
1991	1062	26,670	178
1996	1569	31,715	132
2001	1846	35,530	123

**उत्पादन:** देश में स्वतंत्रता के बाद से सूती वस्त्र का उत्पादन निरंतर बढ़ता रहा है। 1950-51 में देश में सूती का कुल उत्पादन 421.5 करोड़ वर्ग मीटर था जो 2001 में बढ़कर 1,971.8 तथा 2009 में बढ़कर 2,689.8 के स्तर पर पहुंच गया, वर्ष 2012-13 में कुल 16,526 मिलियन वर्ग मीटर सूती वस्त्र का उत्पादन हुआ। जिसमें मिल क्षेत्र का हिस्सा 4.11 प्रतिशत तथा पॉवरलूम का 84.34 प्रतिशत तथा हथकरघा एवं अन्य का हिस्सा 16.54 प्रतिशत था। आंकड़ों से पता चलता है कि 1950-51 में जहां देश में 80 प्रतिशत से अधिक सूती कपड़े का उत्पादन केवल मिलों द्वारा होता था, वहीं 1980-81 में उनका अंश घट के 41 प्रतिशत हो गया और 2008-09 में घटकर 4.68 प्रतिशत ही शेष रह गया है। अब देश में सूती वस्त्र के उत्पादन में पॉवरलूम और हथकरघा का प्रमुख योगदान

है। देश में इस समय 24 लाख पॉवरलूम तथा 38 लाख हथकरघे सूती वस्त्र का उत्पादन कर रहे हैं। पॉवरलूम उद्योग का विकास महाराष्ट्र, गुजरात, मध्य प्रदेश एवं तमिलनाडु राज्य में हुआ है तथा हथकरघा पूर्णतः छोटे कस्बों और ग्रामीण क्षेत्रों केन्द्रित है। इस उद्योग की आधी से अधिक उत्पादन क्षमता तमिलनाडु, ओडिशा, उत्तर प्रदेश और आन्ध्र प्रदेश में पायी जाती है।

**तालिका 2: भारत में सूती वस्त्र एवं सूत का उत्पादन**

वर्ष	सूती वस्त्र (करोड़ वर्ग मीटर)	सूत (करोड़ किलोग्राम)
1950-51	81.4	53.3
1951-61	208.9	78.8
1961-71	354.7	92.9
1971-81	493.4	106.7
1981-91	1,357.2	151.0
1995-96	1,688.1	189.4
2000-01	1,861.2	226.7
2005-06	2,268.1	252.1
2008-09	2,563.8	264.1

स्रोत: आर.सी. तिवारी, 2010

भारत सूती वस्त्रों का विश्व में सबसे बड़ा दूसरा निर्यातक देश है। किंतु वैश्वीकरण के कारण भारत को पाकिस्तान, चीन, जापान से तीव्र प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है। भारतीय वस्त्र प्रौद्योगिकी चीन, जापान की तुलना में पिछड़ी है। परिणामतः उत्पादन लागत अधिक आती है। भारत ने 1960-61 में 65 करोड़, 1980-81 में 408 करोड़, तथा 2007-08 में 18,721 करोड़ रुपये का सूती वस्त्र निर्यात किया जो सतत रूप से बढ़ रहा है। भारतीय सूती वस्त्रों की मांग रूस, इंग्लैण्ड, जर्मन, इटली, आस्ट्रेलिया, फ्रांस, मध्य अफ्रीकी देशों एवं दक्षिण-पूर्वी एशियाई देशों में है। हाल के वर्षों में कपड़ों के बजाए सिले-सिलाये वस्त्रों की मांग निरंतर बढ़ रही है क्योंकि यूरोपीय बाजार में कपड़े सिलवाना महंगा पड़ता है। अफ्रीका तथा दक्षिण-पूर्वी एशिया में भारतीय कपड़ों की मांग बढ़ रही है जो एक सकारात्मक स्थिति है।

## रेशम वस्त्र उद्योग

यह भारत का अत्यधिक पुराना एवं परंपरागत वस्त्र उद्योग है मुगल काल तक रेशमी वस्त्रों का निर्माण कुटीर उद्योग के तौर पर होता था। निर्मित वस्त्रों का प्रयोग राजघरानों तक ही सीमित था। आधुनिक तरीके की प्रथम रेशमी मिल की स्थापना ईस्ट इण्डिया कम्पनी द्वारा 1832 में हावड़ा में की गयी। बाद में कर्नाटक (1845) और कश्मीर (1892) में रेशमी वस्त्र की मिलें लगाई गयी। स्वतंत्रता के बाद रेशमी वस्त्रों के उत्पादन में काफी बढ़ोतरी हुई है। वर्तमान में रेशमी वस्त्र की कुल 300 मिलें हैं जिनमें 50,000 श्रमिक कार्यरत हैं। वर्ष 2004-2005 में इनसे 750 टन रेशम धागे का उत्पादन किया गया। रेशम वस्त्र बनाने के लिए चार प्रकार के रेशम का प्रयोग किया जाता है शहतूती रेशम, मूगा रेशम, टसर रेशम और अण्डी रेशम। शहतूती रेशम का 98 प्रतिशत उत्पादन कर्नाटक, पश्चिम बंगाल तथा कश्मीर में होता है। देश में इस का वार्षिक उत्पादन 15 लाख किग्रा. है। मुगा रेशम प्रधानतः असम घाटी में उत्पन्न होता है। टसर रेशम जंगली शहतूत पर होता है।

**चित्र 3: भारत में रेशमी वस्त्र एवं कृत्रिम रेशा वस्त्र उद्योग**

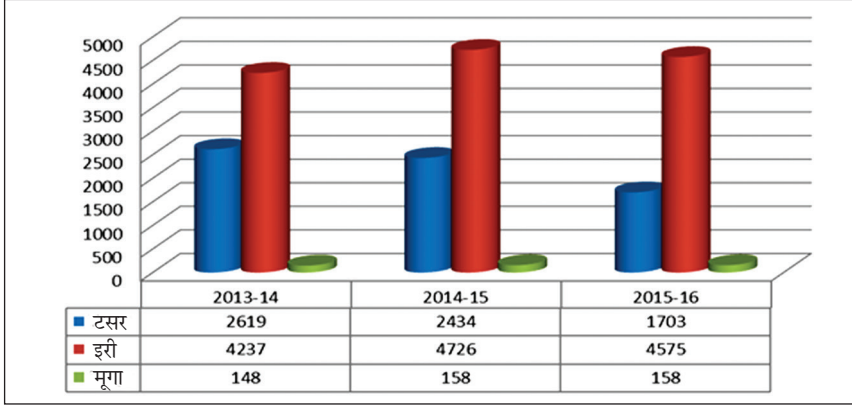


स्रोत: आर.सी. तिवारी, 2010

यह बिहार, उड़ीसा और मध्य प्रदेश राज्य में उत्पादित होता है। अण्डी रेशम का वार्षिक उत्पादन 2 लाख किग्रा. है। यह सबसे घटिया होता है जो पश्चिम बंगाल, बिहार, महाराष्ट्र, पंजाब आदि राज्यों से प्राप्त होता है।

उत्पादन: चीन के बाद भारत विश्व में रेशम वस्त्र उत्पादन करने वाला दूसरा प्रमुख

आरेख 1: भारत में कच्चे रेशम का उत्पादन (मिट्रिक टन)



स्रोत: वार्षिक रिपोर्ट, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार (2015-2016)

देश है। भारत के कुल कपड़ा निर्यात में रेशम वस्त्र का हिस्सा लगभग 3 प्रतिशत है। विश्व के कुल रेशम वस्त्र का लगभग 16 प्रतिशत भारत में उत्पादित होता है। देश में कर्नाटक कच्चे रेशम (42.7 प्रतिशत) और रेशमी धागा (56 प्रतिशत) के उत्पादन में प्रमुख स्थान है। यहां चन्नापाटन, मैसूर, बंगलौर, बेलगाम और कोलार रेशमी वस्त्र उद्योग के प्रमुख केंद्र हैं। यहां रेशम से सूत बनाने का कार्य कुटीर उद्योग के रूप में किया जाता है। चन्नापाटन में 600 सरकारी तकुएं हैं। कुल सूत उत्पादन का लगभग 40 प्रतिशत भाग रेशमी वस्त्रों के निर्माण में इस्तेमाल होता है। देश में कच्चे रेशम के निर्माण में आन्ध्र प्रदेश का द्वितीय स्थान है (30.07 प्रतिशत)। यहां हथकरघा रेशम उद्योग काफी विकसित है जिसमें महबूबनगर, करीम नगर, बारंगल, अलीलावाद, कुर्बूल प्रमुख जिले हैं। पश्चिम बंगाल का कच्चे रेशम के उत्पादन में तीसरा स्थान है (8.84 प्रतिशत), यहां अधिकांश कताई का काम पारंपरिक चरखों पर किया जाता है। रेशमी उद्योग में 4,500 हथकरघे लगे हैं। विशवेष्पुर, बस्वा, रघुनाथपुर और चकस्लामपुर बुनाई के प्रमुख केंद्र हैं। तमिलनाडु रेशमी सूत का तीसरा प्रमुख उत्पादक राज्य है। यहां रेशमी कपड़ों की मिलें सलेम, तंजाबूर काजीवरम और कोयम्बटूर में स्थित हैं जिसमें लगभग 280 हथकरघों से रेशमी वस्त्रों का निर्माण होता है। रेशमी सूत के उत्पादन में पंजाब का चौथा स्थान है यहां रेशमी वस्त्र का उत्पादन अमृतसर, गुरुदासपुर, होशियापुर, लुधियाना, जालंधर और पटियाला में स्थित है। रेशमी

वस्त्र के अन्य प्रमुख केंद्र जम्मू-कश्मीर, उत्तर प्रदेश, बिहार एवं गुजरात राज्यों में स्थित है।

भारत में रेशमी वस्त्रों के कुल उत्पादन का लगभग 90 प्रतिशत भाग घरेलू बाजार में खपत हो जाता है। शेष भाग जर्मनी, सिंगापुर, संयुक्त राज्य अमेरिका, हांगकांग, सउदी अरब, कुवैत, मलेशिया, श्रीलंका, रूस आदि को निर्यात कर दिया जाता है। 2000-2001 में 3,194 करोड़ रुपये तथा 2005-2006 में 2,879.56 करोड़ रुपये का रेशमी वस्त्र निर्यात किया गया। देश में मौद्रिक रूप से रेशमी वस्त्रों का निर्यात सतत रूप से बढ़ रहा है। कच्चे रेशम के उत्पादन में भारत पूरी तरह आत्मनिर्भर नहीं है। चीन, म्यान्मार से कच्चे रेशम की कमी को पूरा करने के लिए अच्छे किस्म के रेशम का आयात किया जाता है जिसका उपयोग काजीवरम और धर्मावरम की साड़ियों और अच्छे किस्म के रेशमी वस्तुओं के निर्माण में किया जाता है।

चित्र 4: भारत में रेशमी वस्त्र एवं सूत का उत्पादन (2006-2007)



स्रोत: आर. सी. तिवारी, 2010

## ऊनी वस्त्र उद्योग

भारत में पहला ऊनी कपड़े का कारखाना 1876 में कानपुर में लाल इमली नामक स्थान पर खोला गया। 1881 में धारीवाल में दूसरी मिल स्थापित हुई। तदुपरान्त मुम्बई (1886) में नई मिल लगाई गयी परंतु उद्योग को वास्तविक प्रोत्साहन द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान प्राप्त हुआ। स्वतंत्रता के बाद से ऊनी वस्त्र उद्योग में निरंतर बढ़ोतरी हो रही है। 1950-51 में जहां देश में मात्र 16 ऊनी मिल थीं वहीं इस समय देश में 958 इकाइयां कार्यशील हैं। इसके अतिरिक्त ऊनी होजरी बनाने की 1,100 इकाइयां तथा ऊनी धागा बनाने की 155 इकाइयां कार्यरत हैं जिसमें लगभग 16 लाख लोगों को रोजगार प्राप्त है।

उत्पादन: भारत में ऊनी वस्त्रों के उत्पादन में जम्मू कश्मीर, पंजाब, महाराष्ट्र और उत्तर प्रदेश का प्रमुख स्थान है। पंजाब में 50 मिलों से ऊनी वस्त्रों का उत्पादन होता है। यह देश में सर्वोपरि स्थान रखता है। देश के लगभग 40 प्रतिशत ऊनी मिलें पंजाब में तथा 27 प्रतिशत हरियाणा एवं 10 प्रतिशत राजस्थान में स्थित है। पंजाब के धारीवाल में देश की सबसे बड़ी ऊनी मिल स्थित है। अमृतसर, लुधियाना, फिरोजपुर देश में ऊनी वस्त्र तथा कच्ची ऊन का सबसे बड़े व्यापारिक केंद्र हैं। पंजाब में कच्ची ऊन की आपूर्ति जम्मू कश्मीर, उत्तराखण्ड, तथा हिमाचल प्रदेश से होती है। महाराष्ट्र में 31 ऊनी मिलें हैं जिनमें आस्ट्रेलिया, इटली और युनाइटेड किंगडम से आयातित ऊन का इस्तेमाल होता है। मुम्बई, ठाणे, जलगाव, अम्बरनाथ और अमलतर प्रमुख केंद्र हैं। उत्तर प्रदेश में ऊनी वस्त्र उद्योग का विकास परंपरागत कुटीर उद्योग के रूप में हुआ है। कानपुर, मोदीनगर, शाहजहांपुर, मिर्जापुर, भदोही, आगरा, प्रमुख ऊनी वस्त्र उत्पादक केंद्र हैं यहां घरेलू ऊन से वस्त्रों का उत्पादन होता है। ऊनी वस्त्र उद्योग के अन्य प्रमुख केंद्रों में जामनगर, बड़ोदरा, अहमदाबाद, बंगलूर, वेल्लारी, पुष्कर, अजमेर, बीकानेर, जयपुर, अलवर, भीलवाड़ा, सीकर, बागौर, कोलकत्ता, पानीपत, गुड़गांव, श्री नगर, सलेम आदि उल्लेखनीय हैं।

उत्पादन: आधुनिक, समय में कुल 621 बड़े एवं लघु मिल तथा 1100 होजरी इकाइयां ऊनी वस्त्रों का उत्पादन कर रही हैं।

**तालिका 3: ऊन उद्योग का परिदृश्य**

पंजीकृत इकाइयों की कुल संख्या	714
ऊन उद्योग में कार्यरत लोगों की कुल संख्या	लगभग 12 लाख
2000-01 का कुल निर्यात (हस्त-निर्मित चटाइयों, बोरियों इत्यादि के अलावा) (स्रोत: डीजीसीआई एंड एस, कोलकत्ता)	1666.84 करोड़ रुपये
2000-01 के दौरान कच्ची ऊन का कुल आयात (स्रोत: डीजीसीआई एंड एस, कोलकत्ता)	456.35 करोड़ रुपये
2000-01 में ऊनी और सूती बोरियों का कुल आयात (स्रोत: डीजीसीआई एंड एस, कोलकत्ता)	143.75 करोड़ रुपये

स्रोत: वार्षिक रिपोर्ट, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार (2001-2002)

वर्ष 1950-51 में कुल 61 लाख मीटर ऊनी वस्त्र का उत्पादन होता था जो 1981-82 में बढ़कर 287 लाख मीटर हो गया। ऊन-ऊनी वस्त्र, उद्योग का कच्चा माल है इसकी आपूर्ति घरेलू एवं विदेशों से आयातित ऊन द्वारा की जाती है। भारत में ऊन उत्पादन निरंतर बढ़ रहा है जो ऊन उद्योग को प्रोत्साहित करता है।

**चित्र 5: भारत में ऊनी वस्त्र उद्योग**



स्रोत: आर.सी. तिवारी, 2010

**तालिका 4: भारत में ऊनी उत्पाद ( मात्रा मिलियन में )**

मद	इकाइयां	1996-97	1997-98	1998-98	1999-2000	2000-01
ऊनी धागा	कि.ग्रा.	37.5	42.0	44.0	45.00	43.00
ऊनी और रंगीन धागा	कि.ग्रा.	58.0	63.5	58.0	58.0	60.0
पहनने वाला ऊनी कपड़ा	मीटर	60.0	66.0	68.0	68.0	64.0
बुना हुआ होजरी सामान	कि.ग्रा.	12.0	13.5	14.0	14.0	14.0
गैर ऊनी कपड़ा	मीटर	12.0	17.0	15.0	16.0	18.0

स्रोत: वार्षिक रिपोर्ट, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार (2001-2002)

निर्यात हुआ जो 2015-16 में बढ़कर 21715 मिलियन रुपये तक पहुंच गया।

ऊन इस उद्योग का आधारभूत कच्चा माल है जिसमें भारत पूर्ण रूप से आत्मनिर्भर नहीं है। अतः आस्ट्रेलिया, न्यूजीलैण्ड, मंगोलिया, यूरूग्वे, अर्जेंटाइना, चीन, एवं रूस से कच्चा ऊन आयात करना पड़ता है। 2014-15 में 67,672 टन कच्चा ऊन आयात किया गया जिसकी कुल लागत 255 मिलियन रुपये थी। देश में कच्चे ऊन का उत्पादन बढ़ाना आवश्यक हो गया है ताकि इस उद्योग में आत्मनिर्भरता आ सके।

**तालिका 5: भारत में ऊनी उत्पाद का निर्यात ( मात्र मिलियन टन में )**

उत्पाद	2014-15		अप्रैल से नवंबर (2014-15)		अप्रैल से नवंबर (2015-16)	
	डालर	रुपया	डालर	रुपया	डालर	रुपया
आरएमजी ऊन	311.53	19017.61	234.11	14186.57	208.35	13446.43
ऊनी धागा, वस्त्र कृत्रिम इत्यादि	201.93	1234.61	131.31	7942.54	127.96	8256.51
कच्ची ऊन	0.04	2.44	0.02	1.0	0.19	12.5
कुल	513.5	20254.66	365.44	22130.11	336.50	21715.44
बढ़ोतरी					-7.91%	1.87%
2015-16 के लिए लक्ष्य					610 डालर	

स्रोत: वार्षिक रिपोर्ट, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार (2015-2016)

### व्यापार

भारतीय ऊनी वस्त्र उत्पाद लगभग 60 प्रतिशत भाग घरेलू बाजार में खपत हो जाता है शेष संयुक्त राज्य अमेरिका कनाडा, जर्मनी, फ्रांस, रूस, बहरीन, सउदी अरब, मध्य-पूर्व आदि देशों को निर्यात कर दिया जाता है। 2014-15 में 20,254 मिलियन रुपये का

### मानव निर्मित तन्तु वस्त्र उद्योग

वस्त्र उद्योग में मानव निर्मित तन्तु वस्त्र उद्योग सबसे नया है जो तेजी से लोकप्रिय हो रहा है। तन्तु रेशे अधिक टिकाऊ तथा आसानी से धोने योग्य होते हैं कपड़ों को मौलिक रंग भी लम्बे समय तक बना रहता है। तन्तु को दो वर्ग में विभाजित किया जा सकता है पहला रेऑन। यह लकड़ी की लुगदी जूट, बांस आदि से प्राप्त होता है। दूसरा, गैर सेल्युलोज इसमें नाइलॉन पॉलिस्ट आदि को शामिल किया जाता है। भारत में प्रथम रेऑन उत्पादक उद्योग की स्थापना केरल राज्य के रायापुरम नामक स्थान पर की गयी। इसके बाद मुम्बई हैदराबाद में रेऑन उद्योग लगाया गया। इस समय लगभग 60 संयंत्र हैं जो फ्रैब्रिक वस्त्र का उत्पादन कर रहे हैं। जिनकी वार्षिक उत्पादन क्षमता 1.47 लाख टन कृत्रिम रेशा एवं 30,000 लोगों को रोजगार प्रदान करने की है। सारणी में 1990-91 से लेकर 2008-09

शेष पृष्ठ 50 पर



## वस्त्र उद्योग: स्किल, स्टैंडअप और स्टार्टअप का संयोजन

रहीस सिंह



आज जिस युग में हम हैं वहां यह कल्पना नहीं कर सकते कि मनुष्य पुनः उस आदिम युग में वापस लौट जाएगा, जहां वस्त्रों या सामाजिक-सांस्कृतिक व मर्यादित जीवन जीने की आवश्यकता नहीं होगी। इसी तरह से यह भी नहीं माना जा सकता कि बाजारवाद के कदम हाल-फिलहाल में थमेंगे या पीछे हटेंगे। इसका तात्पर्य यह हुआ कि मनुष्य को अन्य मूलभूत जरूरतों के साथ-साथ वस्त्रों की आवश्यकता केवल शरीर को ढकने के लिए नहीं बल्कि अपने व्यक्तित्व को गत्यात्मकता, प्रभावशाली, रचनाधर्मी, संस्कृतिनिष्ठ व सभ्य आदि रूपों में व्यक्त करने के लिए भी होगी

वस्त्र उद्योग स्वाभाविक रूप से न केवल निरंतर मांग की संभाव्यता से संपन्न है, बल्कि तकनीकी, कौशल एवं स्टार्टअप हेतु तमाम संभावनाओं से भी परिपूर्ण दिखता है लेकिन प्रतिस्पर्धी युग में परंपरागत तरीकों पर आधारित उत्पादन और असंबद्ध बाजारों के जरिए सफलता की उम्मीद नहीं की जा सकती। इसलिए यह देखना जरूरी होगा कि वस्त्र भारत की भावी बाजार एवं उत्पादन व्यवस्था में किस प्रकार की भूमिका निभाएगा, उसमें निहित पोटेंशियल (संभाव्यता) कितना उपयोग संभव होगा, इसमें नवोन्मेष के लिए कितना स्थान होगा और क्या स्टार्टअप व स्टैंडअप कहाँ तक ले जाने में सफल हो पाएगा?

इतिहास इस बात को प्रमाणित करता है कि नगरीकरण और व्यवसायिक क्रांति एक साथ संपन्न हुईं और अपनी संपन्नता के काल में इन दोनों में अन्योन्याश्रित संबंध बने रहे। महत्वपूर्ण बात रही कि द्वितीय नगरीकरण के समय से वस्त्रों में गुणवत्तापरक विशेषताओं के साथ-साथ क्षेत्रीय विशेषताओं का उदय भी हुआ। पुंड़, क्षौम, साटक, चीनांशुक... जैसे विविध नामों से कपड़ा अपनी धाक जमाने में सफल रहा जो मध्य काल रेशम बंगाला, खुज्ज-ए-दिल्ली, खुज्ज-ए-कोनला, मशरू शेरी, शीरी बाफ्त, नागौरी, सिलहटी... के रूप में अपने फलक व्यापक रूप देने में सफल रहा। यह फलक इतना व्यापक हुआ कि यूरोपीय बुद्धिजीवी भारतीय सूती वस्त्रों से भय खाने लगे। “.....अरे यरूशलम, अरे यरूशलम, अपने विनाश का कारण तू

स्वयं है.....अरे इंग्लैण्ड, अजनबी व्यक्ति तुझे निगल रहे हैं, विदेशी तुझे नोच खसोट रहे हैं, तू उन नई वस्तुओं से प्यार कर रहा है, जो तेरा सर्वनाश कर देंगी....”, जैसे शब्दों से यूरोप के मनोविज्ञान को बदलने की कोशिश की गयी गयी। ए प्लान ऑफ द इंग्लिश कामर्स के लेखक ने भारतीय वस्त्रों को केंद्र में रखकर तो यहां तक कह दिया कि- “हमारी दो बातें- हमारी वासनाएं और हमारे फैशन अदम्य हैं।”

अंततः उपनिवेशवादी व्यवस्था का सबसे तगड़ा प्रहार सूती वस्त्रों पर हुआ और भारतीय चरखे व करघे को तोड़ दिया गया। जैसा कि मार्क्स ने एंगेल्स के नाम पत्र में लिखा है कि यह अंग्रेज घुसपैठिया हैं जिसने भारतीय खड्ड (करघे) को तोड़ दिया और सूत्री वस्त्र की जननी को अपने वस्त्रों से पाट दिया। तीसरी महत्वपूर्ण बात यह है कि स्वदेशी आंदोलन का मौलिक आधार भी यही वस्त्र बने जिससे देशी राष्ट्रवाद की बुनियाद पुख्ता हुयी। इसका अर्थ यह हुआ कि वस्त्र केवल शरीर को ढकने का ही काम नहीं करता, बल्कि वह संस्कृति का प्रतिनिधित्व करता है। उत्थानकाल में नगरीयता एवं बाजारवाद को हिस्सा बनता है जिसके पराजित होने में पराधीनता (औपनिवेशिक व्यवस्था) की बुनियाद निहित है और जिसके नवनिर्माण में स्वदेशी राष्ट्रवाद का भाव। आज के समय में यह पारंपरिक विशेषताओं के साथ कलात्मकता, सम्भ्रांतता, भद्रता, तकनीक व कौशल, स्टार्टअप और स्टैंडअप के मध्य संयोजन का वाहक भी है।

लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं। उन्होंने ऐतिहासिक-सामाजिक, आर्थिक विषयों पर अनेक पुस्तकें लिखी हैं। ईमेल : raheessingh@gmail.com

ऑल राइट्स मैगजीन के अनुसार जीवन में वस्त्र की मूल आवश्यकता के साथ-साथ एक उद्योग के रूप में इसकी आर्थिक जीवन में विशेष अहमियत है। ध्यान रहे कि वस्त्र उद्योग का रोजगार सृजन के साथ साथ भारतीय अर्थव्यवस्था में अहम योगदान है। भारत में वस्त्र

**रेशम उत्पादन को बढ़ावा देने के लिए मैसूर में रेशम मेगा क्लस्टर बनाने की अनुमति के अतिरिक्त पूर्वोत्तर भारत में संगठित वस्त्र उद्योग की शुरूआत की गयी है। इसके लिए परिधान एवं अपेरल उत्पादन केंद्र की स्थापना के लिए पहल की गई है जिसकी घोषणा माननीय प्रधानमंत्री ने 1 दिसंबर 2014 को ही नागालैंड में कर दी थी।**

उद्योग वर्तमान समय में लगभग 100 अरब अमरीकी डॉलर से अधिक मूल्य का होने का अनुमान है। यह कृषि के बाद रोजगार प्रदान करने वाला दूसरा सबसे बड़ा क्षेत्र है, जिसमें 4.5 करोड़ लोगों को प्रत्यक्ष रूप से और लगभग 6 करोड़ लोगों को परोक्ष रूप रोजगार मिला हुआ है। इनमें सूती वस्त्रों, हथकरघा, ऊनी वस्त्रों के विनिर्माता, आपूर्तिकर्ता, थोक व्यापारी और निर्यातकों के साथ-साथ टेक्सटाइल मशीनरी और उपकरण विनिर्माता, रंजक और कच्चा माल आपूर्तिकर्ता, तैयार वस्त्र, फैब्रिक्स और गारमेंट्स के वितरक शामिल हैं। वस्त्र उद्योग का सकल घरेलू उत्पाद में करीब 5 प्रतिशत प्रत्यक्ष योगदान है और यह क्षेत्र औद्योगिक उत्पादन के समग्र सूचकांक में करीब 14 प्रतिशत योगदान करता है तथा निर्यात से होने वाली आय में लगभग 13 प्रतिशत का योगदान देता है। इससे भारतीय अर्थव्यवस्था में कपड़ा उद्योग की अहमियत स्वयं की प्रमाणित हो जाती है।

आज के बाजारवाद और वैविध्यपूर्ण मांग की प्रतियोगी आपूर्ति के लिए यह आवश्यक है कि भारतीय कपड़ा उद्योग को नए संसाधनों से संपन्न किया जाए और सरकार अपनी संवेदनशील नीतियों के माध्यम से उसे प्रतियोगी बनाने का समग्र प्रयास करे। वैसे केंद्र सरकार ने काफी पहले से ही इस दिशा में प्रयास आरंभ कर दिए हैं जिनका उद्देश्य इस क्षेत्र को वैश्विक पहचान दिलाते हुए भारत के युवाओं को रोजगार उपलब्ध कराना

है। इस संदर्भ में सरकार ने अपनी नीति को दो स्तरों पर क्रियान्वित करने की युक्ति अपनायी है। एक स्तर पर वस्त्र उत्पादन के लिए कच्चा माल उपलब्ध कराने हेतु पटसन, रेशम, कपास आदि के उत्पादन के लिए किसानों को प्रोत्साहन। जबकि द्वितीय स्तर पर वस्त्र निर्माण के क्षेत्र में आधुनिक तकनीक के इस्तेमाल की सुनिश्चितता। ध्यान रहे कि इसके लिए मंत्रालय ने 'स्किल, स्केल और स्पीड' के साथ-साथ 'जीरो डिफेक्ट-जीरो इफेक्ट' की नीति पर बल दिया है।

इन प्रयासों में इसके तहत आठ पूर्वोत्तर राज्यों में तीन-तीन इकाइयां स्थापित की जानी थीं। इन इकाइयों की आधारशिला केंद्र सरकार द्वारा फरवरी-मई 2015 के दौरान नागालैंड, मणिपुर, सिक्किम, अरुणाचल प्रदेश, असम, त्रिपुरा तथा मेघालय में रखी जा चुकी है। प्रधानमंत्री ने करीब 20 नए वस्त्र पार्कों की स्थापना की मंजूरी काफी पहले ही दे दी है। खास बात यह है कि वस्त्र पार्क की स्थापना के लिए इस बात पर अधिक ध्यान दिया गया है कि जिन राज्यों का औद्योगीकरण अपेक्षाकृत कम हुआ है वहां इनकी स्थापना कर दोहरा लाभ प्रदान किया जाए। इसके साथ ही सरकार ने नेशनल टेक्सटाइल कार्पोरेशन का पुनरुद्धार किया है जो पिछले दो दशक से भी अधिक समय से बीआईएफआर (बोर्ड फार इंडस्ट्रीयल एंड फिनांसियल रिकंस्ट्रक्शन) के अंतर्गत था। तमाम प्रयासों के बावजूद भी यह बीआईएफआर से बाहर नहीं आ पा रहा था। इसकी इकाइयों में योजनाबद्ध तरीके से विविधीकरण के साथ-साथ आधुनिकीकरण का प्रयास किया जा रहा है। एक अध्यादेश के द्वारा एनटीसी अधिनियम के प्रावधानों में संशोधन किया गया है जिसे बाद में लीज होल्ड भूमि की विधि संबंधी अड्चनों को दूर करने के लिए वस्त्र उपक्रम (राष्ट्रीयकरण) कानून (संशोधन एवं वैधता) अधिनियम 2014 के स्थान पर प्रस्थापित किया गया। सरकार ने भागलपुर (बिहार), त्रिची तमिलनाडु, लखनऊ, बरेली (उत्तर प्रदेश), भुज (गुजरात).....आदि शहरों में मेगा हथकरघा क्लस्टरों की स्थापना के प्रयास किए हैं और हथकरघा बुनकरों को यानि की आपूर्ति करने के लिए राष्ट्रीय हथकरघा विकास निगम (एनएचडीसी) को बढ़ावा दिया गया है।

इस क्षेत्र में नवोन्मेषी पहल हो और स्टार्टअप के जरिए वस्त्र उद्योग को बढ़ावा दिया जा सके, इस उद्देश्य से देश के विभिन्न फैशन टैक्नोलॉजी संस्थानों को आपस में कनेक्ट कर डिजाइन कौशल जाना एवं तकनीकी उन्नयन को प्रोत्साहन देने की जरूरत है। वर्तमान समय की बाजारवादी प्रतियोगिता में परिवर्तन, नवोन्मेष, उन्नयन, कनेक्टिविटी और शीघ्र आपूर्ति जैसी पहलों की अत्यधिक जरूरत है अन्यथा भारतीय वस्त्र उद्योग इस प्रतिस्पर्धी न बन पाने के कारण पीछे रह जाएगा। इसके लिए यह जरूरी है कि इन फैशन संस्थानों में केवल कुछ नया न करके, पुरानी क्लासिकी डिजाइनों को नया रूप दिए जाने की भी जरूरत होगी। यह भी आवश्यक होगा कि क्लासिकी विषयों एवं डिजाइनों को आधुनिक मनोविज्ञान में उतारा जाए ताकि तकनीक और संस्कृति एक प्रबल संयोजन बनाने में कामयाब हो सके। भारतीय युवाओं के पास पर्याप्त मेधा है और सृजनात्मकता के क्षेत्र में वे प्रतिस्पर्धी बनने के मनोविज्ञान से भी संपन्न हैं, लेकिन शायद अभी भारतीय संस्थान स्वयं प्रतिस्पर्धी नहीं बन पाए हैं ताकि युवा मनोविज्ञान में निहित प्रतिस्पर्धी विशेषता को सफलता के स्तर तक पहुंचा सकें। ऐसे में आवश्यक है कि इन संस्थानों में शोधात्मक प्रवृत्तियों को विकसित कर नई ऊंचाईयां प्रदान की जाएं ताकि इन संस्थानों से निकले भारतीय युवाओं न केवल डिजाइनिंग के क्षेत्र में बल्कि उत्पादन और मार्केटिंग के क्षेत्र में स्टार्टअप के जरिए इस क्षेत्र को नयी ऊंचाई प्रदान कर सकें। हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि यदि भारत में समावेशी विकास

**केंद्र में वर्तमान प्रधानमंत्री के नेतृत्व वाली सरकार आने के पश्चात अर्थव्यवस्था की हालत सुधारने की दिशा में जिन प्रयासों की पहचान की है, उनमें कारोबार करना आसान बनाने को सबसे ज्यादा महत्व दिया जा रहा है। बीते दो वर्ष में सरकार ने ऐसे कई कदम उठाए हैं जिनसे इंडिया इंक में सरकारी सिस्टम के प्रति भरोसा कायम हुआ है, फिर वह चाहे प्रस्तावों की मंजूरी में लगने वाले समय में कमी की बात हो या पर्यावरणीय स्वीकृतियां प्राप्त करने में आने वाली अड्चनों की।**



अपनी सफलता की सीमाओं तक पहुंचा तो भारत के गांवों में सांस्कृतिक विशेषताओं से संपन्न नयी डिजाइनों वाले उत्पादों की मांग अधिक बढ़ेगी जबकि शहर संतृप्तता की ओर बढ़ेगी। वैसे भी भारत के ग्रामीण बाजार तक अंतर्राष्ट्रीय उत्पाद प्रतियोगिता के लिए नहीं

**44 लाख लोग बुनकर कला से संबद्ध हैं जिनमें 78 प्रतिशत स्त्रियां हैं) को ताकत मिलेगी और क्षेत्रीय अर्थव्यवस्था में समावेशन की प्रक्रिया को बढ़ावा मिलेगी, बशर्ते इनके मध्य संबद्धता ( कनेक्टिविटी ) स्थापित हो। हालांकि कपड़ा मंत्रालय ने कपड़ा और वस्त्र उद्योग के उन्नयन के लिए कुछ पैकेजों की घोषणा की है जिससे अगले तीन वर्षों में एक करोड़ लोगों को रोजगार उपलब्ध होने की उम्मीद जिसमें 70 प्रतिशत महिलाएं होंगी।**

पहुंच पाएंगे। इस पहुंच में भारतीय स्टार्टअप बेहद सहयोगी हो सकते हैं। वैसे सरकार द्वारा नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ फैशन टेक्नोलॉजी (निफ्ट) के सभी 15 कैंपस के छात्रों, शिक्षकों तथा बुनकरों के सहयोग से इस दिशा में एक विशेष पहल की जा चुकी है। भारतीय वस्त्र उद्योग को वैश्विक प्रतिस्पर्धा में शामिल करने के लिए सरकार ने विदेशों में इसकी प्रदर्शनी लगाने के लिए आर्थिक सहायता दी है फलतः जापान, हांगकांग, कोलंबिया, इजरायल, दक्षिण अफ्रीका, चिली, उरुग्वे, स्पेन, चीन, जर्मनी, ब्राजील और आस्ट्रेलिया में निर्यात संवर्धन परिषदों द्वारा 40 से अधिक मेलों एवं प्रदर्शनियों का आयोजन किया जा चुका है।

भारतीय वस्त्र क्षेत्र देश के लिए विदेशी मुद्रा अर्जित करने वाला एक महत्वपूर्ण क्षेत्र है। भारत विविध प्रकार के टेक्सटाइल्स का निर्यात करता है। इनमें प्राकृतिक, रीजेनेरेटिड सेल्यूलोस और सिंथेटिक फाइबरस शामिल हैं। बांग्लादेश, चीन और पाकिस्तान जैसे कम लागत वाले आपूर्तिकर्ताओं के साथ प्रतिस्पर्धा के बावजूद देश के टेक्सटाइल निर्यात ने हाल के वर्षों में महत्वपूर्ण कार्य किया है। इधर कुछ वर्षों से अमेरिकी और यूरोप के वित्तीय संकट ने अंतर्राष्ट्रीय बाजार में मंदी की ओर खिसकाया। चीन की अर्थव्यवस्था में इस वर्ष बुलबुला फूटता दिखा। परिणाम

यह हुआ कि अंतर्राष्ट्रीय बाजार में चीन की प्रतिस्पर्धी क्षमता कम हुयी। भारत इसका लाभ उठा सकता है और यह समय इस लिहाज से सर्वाधिक उपयुक्त है। लेकिन बांग्लादेश, थाईलैंड और वियतनाम जैसी कुछ अन्य एशियाई अर्थव्यवस्थाएं प्रतिस्पर्धा कर रही हैं और अंतर्राष्ट्रीय बाजार में सफल भी हो रही हैं। इसलिए भारत को अंतर्राष्ट्रीय बाजार में बेहतर प्रतिस्पर्धी बनने के लिए कई क्षेत्रों में प्रयास करना होगा। लेकिन उत्पादन की गुणवत्ता और नवोन्मेष की समस्या के साथ-साथ भारतीय वस्त्र उद्योग के सामने शुल्क संबंधी अवरोध समस्या है। ध्यान रहे कि लक्षित विकसित अर्थव्यवस्थाओं, (जिनके साथ कोई मुक्त व्यापार समझौता नहीं है) के बाजारों तक पहुंच कायम करने में भारत को भारी शुल्क अदा करने पड़ते हैं। भारत में निर्मित यानि, कपड़े, वस्त्रों को 3.5 प्रतिशत, से लेकर 8.5 की दर से शुल्क लगाया जाता है जबकि इसी श्रेणी में निर्मित पाकिस्तान, वियतनाम और कम्बोडिया के बाजारों को, यूरोपीय संघ, अमेरिका और चीन में शुल्क देयता शून्य है। हालांकि क्षेत्रीय व्यापार ब्लॉक समझौतों को संपन्न किया गया है और यूरोपीय संघ के साथ विदेश व्यापार समझौते (एफटीए) की कोशिश के साथ-साथ क्षेत्रीय समग्र आर्थिक भागीदारी (आरसीईपी) पर समग्र विचार-विमर्श की प्रक्रिया चल रही है, लेकिन अभी समय लगेगा।

सीआईआई-बीसीजी द्वारा हाल ही में वस्त्र और तैयार परिधान आदि को लेकर कराए गए एक अध्ययन से पता चलता है कि वैश्विक स्तर पर वस्त्र उद्योग को आकार देने के लिए चार कारकों की अहम भूमिका होगी। पहला, लागत का प्रतिस्पर्धी होना खासतौर पर श्रम और वेतन भत्तों के क्षेत्र में, इसके अलावा प्रति यूनिट उत्पादन में ऊर्जा का स्वरूप। दूसरा, बाजार पहुंच में आसानी। तीसरा, कारोबारी सुगमता और चौथा तकनीकी उन्नयन या नवाचार। लागत का प्रतिस्पर्धी होना वर्तमान बाजार व्यवस्था में बेहद जरूरी है अन्यथा मांग को पैदा करना और फिर उसे बनाए रखना मुश्किल होगा। चूंकि कपड़ा सबसे महत्वपूर्ण कच्चा माल है जो कि वस्त्र उद्योग में यह कुल उत्पादन लागत के लगभग 70-80 प्रतिशत मूल्य के बराबर होता है। इसलिए जरूरत इस बात की है कि उन्नत और व्यवहारिक सॉफ्टवेयर

का निर्माण हो। इस दिशा में नए स्टार्टअप काफी मददगार साबित हो सकते हैं क्योंकि स्टार्टअप प्रतिस्पर्धी और नवोन्मेषी विशेषज्ञता वाले होते हैं जिन्हें बाजार में प्रवेश, प्रगति के परिदृश्य और भविष्य की संभावनाओं का ज्ञान होता है। हालांकि इसके लिए भारत को अपना इन्फ्रास्ट्रक्चर और समृद्ध करना होगा अन्यथा लॉजिस्टिक के दबाव के कारण स्टार्टअप असफल भी हो सकते हैं। इस संदर्भ दो पक्ष भारत में दिखायी देते हैं। प्रथमः स्टार्टअप को सफल होने के लिए अपना स्वरूप बदलना होगा। एक उद्यमी के अनुसार वर्षों से यूनिकार्न्स बाजार में शीर्ष मूल्यांकन वाले 1 बिलियन डॉलर या उससे अधिक राशि वाले मूल्य के ब्रांड, हमेशा से निवेशकों की पसंद रहे हैं। लेकिन अब, हाल ही में भारत की विशालतम यूनिकॉर्न्स, उच्च मूल्यांकन के लिए धन जुटाने की जद्दोजहद कर रही हैं। इसका प्रमुख कारण यह है कि स्टार्टअप को पौराणिक यूनिकॉर्न् बनने की जरूरत नहीं बल्कि उसे कॉकरोच बनने की आवश्यकता है जो हर तरह की बाधा से बच जाता है और अनेकों बार नाकाम होने के बावजूद वह सशक्त होकर सामने आता है। दूसरे शब्दों में कहें तो भारतीय स्टार्टअप को अब अपना अस्तित्व बचाने के लिए लंबे अर्से तक कायम रहने में सक्षम कारोबारी मॉडल में परिवर्तित होना होगा। द्वितीयः मैकिंजी की अध्ययन रिपोर्ट अनुसार चीन में जोखिम वित्तीयन का स्तर भारत के मुकाबले दुगुना

**नई पहल के तहत 'भारत आकांक्षा कोष' (इंडिया एस्पिरेशन फंड, आईएएफ) स्थापित किया गया है जिससे भारत को एक महाशक्ति बनाने की दिशा में एक संकेंद्रित और कारोबारी-शैली की रणनीति बनाने में सहायता मिलेगी। ध्यान रहे कि भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक ( सिडबी ) के तहत स्टार्ट अप में निवेश के लिए 2,000 करोड़ रुपये की शुरुआती पूंजी से शुरू हुआ यह 'कोषों का कोष' है।**

है। लेकिन नकदी के ढेर पर बैठे रतन टाटा जैसे तमाम कारोबारी अलग-अलग वजहों का हवाला देकर स्टार्टअप में निवेश कर रहे हैं। इससे स्टार्टअप का भविष्य भारत में बेहतर होने की उम्मीद की जा सकती है।

जहां तक कारोबारी सुगमता का प्रश्न है तो इस मामले में भारत अभी काफी पीछे है। हालांकि यही कारण है कि उद्योग जगत को लगता है कि देश में कारोबार करने का माहौल बन रहा है। उद्योग जगत का मानना है कि ईज ऑफ डूइंग बिजनेस में जितने सुधारों की आवश्यकता है बीते दो वर्ष में उसका 32 प्रतिशत प्राप्त कर लिया गया है।

भारत के पारंपरिक वस्त्र उद्योग में तकनीकी उन्नयन कर उसे युवा पीढ़ी की सोच और मांग के अनुरूप डिजाइन करने की जरूरत होगी; विशेषकर पारंपरिक कला को, जैसे बनारसी, कांजीवरम, पटोला, हकोबा, चंदेरी, महेश्वरी, मधुबनी छपाई, मूंगा रेशम, बामकई, बंधेज, गठोडा, तसर, काथा, छत्तीसगढ़ी कोसा रेशम, पैथानी, तांची, जामदानी, जामवर तथा बालूछरी एवं कांथा टंगैल .....आदि (साड़ी वस्त्र कला)। यदि पारंपरिक क्षेत्रीय उद्योग को गति मिलती है

तो इससे प्रधानमंत्री के महत्वाकांक्षी 'स्टैंड अप इण्डिया' (कारण यह है कि भारत में असाधारण कौशल और शिल्प कला के साथ हथकरघा उत्पादों को बनाने में उत्कृष्टता की एक लंबी परंपरा है। इन परंपरा से पारंपरिक जातियां, विशेषकर निम्नजातियां और महिलाएं संबद्ध रही हैं। उदाहरण के तौर पर खास बात यह है कि सरकार के सरकार की नयी नीति में कपड़ा उद्योग के लिए वैल्यू चेन उपलब्ध है, जिनमें कपास से लेकर धागा और कपड़ा तैयार करने की तकनीक शामिल हैं। इससे स्टैंडअप इण्डिया की राह आसान होगी।

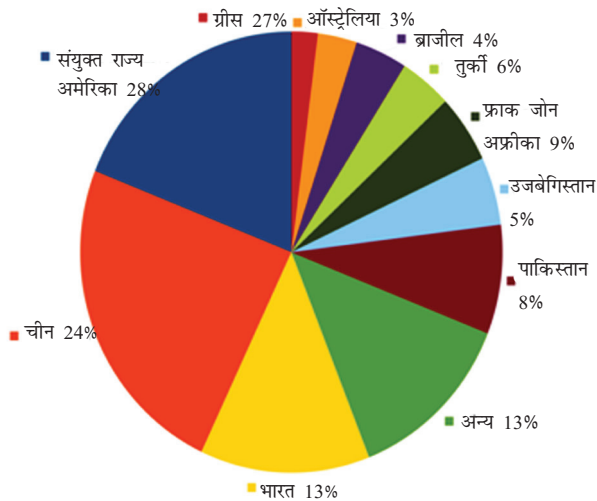
जीवन बीमा निगम इसमें सह-निवेशक कंपनी होगी। वित्त मंत्री अरुण जेटली का मानना है कि भारत स्टार्टअप क्रांति से गुजर रहा है और भारत के नव प्रवर्तकों और उद्यमियों के लिए इन संभावनाओं का पूरा लाभ उठाने के लिए एक गतिशील वित्तीय तंत्र बेहद जरूरी है। ऐसा वित्तीय परितंत्र बनाने

में आईएएफ अहम भूमिका अदा करेगा।

फिलहाल राष्ट्रीय कपड़ा नीति 2016 के तहत यह लक्ष्य सुनिश्चित किया गया है कि वर्ष 2024-25 तक भारतीय वस्त्र निर्यात के स्तर को 300 अरब डॉलर तक पहुंचाया जाएगा। इससे संभव है कि भारतीय निर्यातक न केवल चीन को, बल्कि बांग्लादेश और पूर्वी एशिया सहित यूरोप जैसे परंपरागत बाजारों को भी चुनौती देने में समर्थ हों। बस इतना ध्यान रखने की आवश्यकता होगी कि ऐसे कपड़े का उत्पादन किया जाए जो 'दोष रहित और पर्यावरण पर दुष्प्रभाव रहित' हो, सामाजिक व पर्यावरणीय का अनुपालन करते हुए उत्पादों की गुणवत्ता सुनिश्चित करे, स्टार्टअप के लिए स्पेस (जगह) निर्मित करे और धारणीयता के साथ-साथ स्टैंडअप को बढ़ावा दे सके। यदि संभव हो तो भारतीय संस्कृति और राष्ट्रीयता की पहचान को बरकरार रखने भी योगदान दे।

#### पृष्ठ 46 का शेषांश

आरेख 2: विश्व स्तर पर सूती तन्तु उत्पादन में भारत का प्रतिशत (2012-2013)



तक मानव निर्मित रेशों का उत्पादन दिया गया है जिनका उपयोग वस्त्र निर्माण में किया जाता है।

तन्तु कपड़ों के टिकाउपन होने कारण घरेलू बाजार में इसकी मांग निरंतर बढ़ रही है जिसकी आपूर्ति हेतु रेयॉन को आयात करना पड़ता है। 2005-06 में 2,023.30 करोड़ रुपये फिलामेन्ट यार्न तथा 799.90 करोड़ का स्टेपल फाइबर का आयात किया गया। भारतीय तन्तु वस्त्रों का निर्यात भी किया जाता है। श्रीलंका, म्यान्मार, सिंगापुर, सूडान, मोरक्को, बेल्जियम, इटली, जर्मनी, नीदरलैंड, कनाडा, भारत के प्रमुख व्यापारिक साझेदार हैं। तन्तु वस्त्रों में विशेष रूप से खिलाड़ियों के वस्त्र व्यापक रूप से लोकप्रिय हो रहे हैं।

भारतीय वस्त्र उद्योग अपने विकास के पथ पर अग्रसर है जो घरेलू तथा विदेशी मांग की आपूर्ति कर रहा है। यह उद्योग जहां एक ओर देश के आर्थिक विकास में सहायक है वहीं करोड़ों लोगों को रोजगार उपलब्ध कराकर सामाजिक विकास को प्रोत्साहित करता है। भारत संसार का तीसरा सबसे बड़ा वस्त्र उत्पादक देश है जो विश्व में अपना प्रमुख स्थान रखता है। कच्चे माल की कमी, पुरानी मशीनें, निम्न श्रमिक उत्पादकता, विश्व बाजार में प्रतिस्पर्धा, आधुनिक प्रौद्योगिकी का अभाव इत्यादि भारतीय वस्त्र उद्योग की प्रमुख समस्याएं हैं जो इस उद्योग के विकास में बाधक सिद्ध हो रही हैं। घरेलू बाजार में विदेशी आयात भी एक नई चुनौती बनकर उभर रहा है। अतः उपरोक्त समस्याओं का समाधान कर इस उद्योग को और भी लाभप्रद बनाया जा सकता है जिसके लिए राष्ट्रीय एवं प्रादेशिक स्तर पर प्रयास प्रारंभ किये गये हैं। आशा है कि आनेवाले समय में भारतीय वस्त्र उद्योग और भी सक्षम तथा लाभप्रद उद्योग सिद्ध होगा, जो लोगों को आवरण प्रदान करने के अलावा देश के औद्योगिक विकास को प्रोत्साहित करेगा।

#### संदर्भ

- **तिवारी आर.सी. (2010):** भारत का भूगोल प्रयाग पुस्तक भवन, इलाहाबाद।
- **चौहान, वी.एस. एवं गौतम अलका (2000):** भारत का विस्तृत भूगोल, रस्तोगी पब्लिकेशन्स, मेरठ।
- **एस.एन. लाल (2009):** भारतीय अर्थव्यवस्था, शिवम् पब्लिकेशन्स, इलाहाबाद।
- **भारत-2016:** सूचना प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली।
- **वार्षिक रिपोर्ट (2001-2002):** वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार
- **वार्षिक रिपोर्ट (2015-2016):** वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार



## समय के साथ बदलता भारतीय हैंडीक्राफ्ट

रत्ना श्रीवास्तव



अमेरिकी राष्ट्रपति बराक ओबामा जब भारत दौरे पर आए थे तो उनकी पत्नी और अमेरिका की प्रथम महिला मिशेल ओबामा के एजेंडे में सबसे ऊपर था दिल्ली के हैंडीक्राफ्ट म्युजियम की यात्रा। म्युजियम को खासतौर पर सजाया गया था। देशभर के दिग्गज हस्तशिल्प कलाकार वहां आमंत्रित किए गए। उन्होंने अपने उत्पादों की नुमाइश की। मिशेल ने जमकर खरीदारी की। तरह-तरह के सुंदर भारतीय हैंडीक्राफ्ट से उनकी निगाह हटते नहीं हट रही थी। उन्होंने भारतीय हैंडीक्राफ्ट की तारीफ करते हुए उन्हें आकर्षक और क्रिएटिव बताया

के

वल मिशेल ही क्यों.. विदेशों से आने वाले ज्यादातर मेहमानों के लिए भारतीय हैंडीक्राफ्ट्स एक खास आकर्षण की वजह होते हैं। कुछ दशकों पहले भारतीय हस्तकला आकर्षण खोने लगी थी लेकिन सरकार के प्रोत्साहन, नई नीतियों और इस क्षेत्र में काम कर रही संस्थाओं के चलते इसने दोबारा एक बड़ी छलांग लगाई है। दरअसल पिछले कुछ सालों में भारतीय हस्तकला में डिजाइन, नए आकार-प्रकार, क्रिएटिविटी पर काफी काम हुआ है। हस्तकला से जुड़े कलाकारों को नए तौर-तरीकों और डिजाइन से रू-ब-रू ही नहीं कराया जा रहा, बल्कि ये भी बताया जा रहा है कि बदलते जमाने के लिहाज से उन्हें अपने हैंडीक्राफ्ट में क्या बदलाव लाने चाहिए। इसलिए अब देश के कोने-कोने में जो भी हैंडीक्राफ्ट तैयार हो रहे हैं- उनमें क्वालिटी से लेकर उत्पादन तक पर काफी ध्यान दिया जा रहा है। परंपरागत तौर पर हैंडीक्राफ्ट आइटम वही हैं लेकिन वो अब आकर्षक रंगों और डिजाइन के साथ बेहतरीन फिनिशिंग वाले प्रोडक्ट बन गए हैं। जो एक अलग ही अंतर पैदा कर रहे हैं।

अपने देश में हैंडीक्राफ्ट करीब 33 करोड़ लोगों के रोजगार का साधन है। आमतौर पर माना जाता है कि इस सेक्टर में सबसे बड़ी समस्या जानकारी और गुणवत्ता सुधारने के साथ उत्पादकता में वृद्धि का है। ये कैसे हो। कैसे नवाचार आए, किस तरह डिजाइनों में आकर्षक बदलाव किया जा सके, रंगों का इस्तेमाल कैसे हो, उत्पादों में बेहतर फिनिशिंग का क्या महत्व है। इन सब बातों को लेकर आजकल काफी वर्कशॉप और सेमिनार हो रहे हैं। विशेषज्ञों की टीमें देश में अलग-अलग क्षेत्रों में जाकर खास हैंडीक्राफ्ट वाली जगहों पर कलाकारों को दक्ष भी कर रही हैं। देशभर में लगने वाले शिल्प हॉट भी बदलाव की राह प्रशस्त कर रहे हैं। इन हाट्स में कलाकारों का मिलना-जुलना सीधे वितरकों और खरीददारों

से होता है, उनके जरिए न केवल बहुमूल्य सुझाव मिलते हैं। बल्कि विचारों का भी आदान-प्रदान होता है। कहा जा सकता है कि भारतीय हस्तकला से जुड़े कलाकार नवाचार और नए बदलावों के लिए तैयार हैं। उन्हें ये भी महसूस हो चुका है कि इन सब बातों का उनके हस्तकला के विकास में अहम रोल है।

अमेरिका में ओडिशा का हैंडीक्राफ्ट (पताचित्र) काफी लोकप्रिय हो रहा है। इसकी मांग को देखते हुए ऑस्ट्रेलिया और कनाडा मिलकर अमेरिकी ई-रिटेलर ई-बे और ओडिशा स्टेट को-ऑपरेटिव हैंडीक्राफ्ट कॉरपोरेशन के बीच करार को प्रोत्साहित कर रहे हैं। अब पताचित्रों में जो बदलाव आया है, उसमें इसे लंबे समय तक सुरक्षित रखने के साथ चटख रंगों का इस्तेमाल है। ये रंग प्राकृतिक तौर पर बनाए जाते हैं। पहले जहां पत्तों पर कुछ ही तरह के चित्र उकेरे जाते थे, उसकी जगह पर अब चित्रों में काफी विविधता आई है। कुछ कलाकार इन पत्तों पर आधुनिक कला का भी प्रदर्शन करने लगे। ये अलग तरह का फ्यूजन है। खासकर विदेशियों को ये खासा पसंद आ रहा है। ओडिशा के ही पीपली में कपड़े पर स्टिचिंग के हस्तकला के काम के डिजाइनों में आमूलचूल बदलाव आया है तो हाथ के बैग हों या बेडशीट, पर्स या अन्य सामान सभी में नयापन और क्रियात्मकता अलग ही दिखती है। ये सारे सामान नए जमाने के लिहाज से ट्रेंडी हैं और इस तरह बनाए गए हैं कि उनका उपयोग और सजावट सुविधाजनक ढंग से की जा सके।

इसी तरह लखनऊ की चिकनकारी और मुरादाबाद के ब्रासवेयर पर काफी नए तरह से काम हो रहे हैं। एक जमाना था कि लखनऊ चिकन का मतलब हुआ करता था खास तरह की कढ़ाई किए हुए कुर्ते। लेकिन अब चिकन के ढेरों प्रोडक्ट हैं, तरह-तरह के परिधानों में उसे आजमाया जा रहा है। चाहे वो स्कर्ट हो या फिर जींस या नए जमाने के डिजाइनर वस्त्र

लेखिका वरिष्ठ पत्रकार हैं। सामाजिक सांस्कृतिक विषयों में गहरी रुचि है। ईमेल: ratnasrivastava74@gmail.com

## भारत में हस्तशिल्प के प्रकार

बांस हस्तशिल्प भारत में बांस से बने हस्तशिल्प सबसे इको-फ्रेंडली शिल्प होते हैं। बांस से कई तरह का सामान बनते हैं, जैसे टोकरी, गुड़िया, खिलौने, चलनी, चटाई, दीवार पर लटकाने का सामान, छाते के हैंडल, क्रॉसबो, खोराही, कुला, डुकुला, काठी, गहने के बक्से आदि। बांस का ज्यादातर हस्तशिल्प बंगाल, असम और त्रिपुरा में बनता है।

### बेंट हस्तशिल्प

बेंट का सामान भारत में हस्तशिल्प का प्रसिद्ध रूप है जिसमें उपयोगी वस्तुएं जैसे ट्रे, टोकरियां, स्टाइलिश फर्नीचर आदि शामिल हैं। पूर्वोत्तर भारत और उत्तर भारत में बरेली इनके उत्पादन के प्रमुख गढ़ हैं।

### बेल मेटल हस्तशिल्प

पीतल के कड़े रूप जिसका उपयोग घंटी बनाने में किया जाता है उसे बेल मेटल कहते हैं। इस कड़ी मिश्र धातु का उपयोग सिंदूर के बक्से, कटोरे, मोमबत्ती स्टैंड, पेंडेंट और कई शिल्प बनाने में किया जाता है। बेल मेटल हस्तशिल्प ज्यादातर मध्यप्रदेश, बिहार, असम और मणिपुर में प्रचलित है। मध्य प्रदेश में हस्तशिल्प के इस रूप को आदिवासी शिल्प के रूप में जाना जाता है।

### हड्डी और सींग हस्तशिल्प

ओडिशा के राज्य में जन्मे हड्डी और सींग के हस्तशिल्प पक्षी और जानवरों के रूप बनाने के लिए प्रसिद्ध हैं जो कि बहुत असली और जीवंत लगते हैं। इसके अलावा पैन स्टैंड, गहने, सिगरेट के डिब्बे, टेबल लैंप, मिर्च और नमक के सेट, शतरंज सेट, नैपकिन रिंग, लाफिंग बुद्ध आदि ओडिशा, कर्नाटक, केरल और उत्तर प्रदेश में बनाए जाते हैं।

### पीतल हस्तशिल्प

पीतल के सामानों की ड्यूरैबिलिटी के कारण पीतल के बर्तन मशहूर हैं। पीतल से सजावटी सामान, बर्तन, मूर्तियां आदि बनाई जाती हैं। पीतल के बर्तन ज्यादातर राजस्थान में बनाए जाते हैं। मुरादाबाद सजावटी सामानों के निर्माण के रूप में खासतौर पर प्रसिद्ध है।

### मिट्टी के हस्तशिल्प

मिट्टी के बर्तन भारत में हस्तशिल्प का सबसे प्राचीन रूप हैं। ये विश्व प्रसिद्ध टेराकोटा के अलावा मिट्टी में लाल बर्तन, ग्रे बर्तन और काले बर्तन के रूप में बनाए जाते हैं। उत्तर प्रदेश

काले पेंट के बर्तनों के लिए जाना जाता है। बंगाल के कृष्णानगर के अलावा बीकानेर, लखनऊ, पुणे और हिमाचल प्रदेश में मिट्टी के बर्तन बनाए जाते हैं। मिट्टी के बर्तन, सजावटी सामान, गहने आदि पूरे देश में काफी इस्तेमाल किए जाते हैं।

### धोकरा हस्तशिल्प

धोकरा हस्तशिल्प का सबसे पुराना रूप है और ये पारंपरिक सादगी के लिए जाना जाता है। इस आदिवासी हस्तशिल्प की उत्पत्ति मध्य प्रदेश में हुई। इन हस्तशिल्पों को बनाने में बंगाल, बिहार और ओडिशा जैसे राज्य शामिल हैं। इसके सामानों में धोकरा लोक चरित्र का प्रदर्शन होता है। इसके हस्तशिल्प धोकरा के गहने, कंडल स्टैंड, पैन स्टैंड, ऐश ट्रे और सजावटी सामानों के रूप में मिलते हैं।

### जूट हस्तशिल्प

भारत का जूट हस्तशिल्प पूरी दुनिया में प्रसिद्ध है। इसमें तमाम तरह के इनोवेशंस भी हो रहे हैं। जूट शिल्प की विस्तृत रेंज में बैग, ऑफिस स्टेशनरी, चूड़ियां और अन्य गहने, फुटवेयर, बॉल हैंडिंग और कई सामान शामिल हैं। बंगाल, असम और बिहार सबसे बड़े जूट उत्पादक हैं और जूट हस्तशिल्प में अगुवा भी हैं।

### कागज हस्तशिल्प

चटकदार रंगों वाले कागज को मिलाकर कई शिल्प जैसे पतंग, मास्क, सजावटी फूल, लैंप शेड, कठपुतली, हाथ के पंखे आदि बनाए जाते हैं। मुगल काल में विकसित हुआ कुट्टी भारत में कागज हस्तशिल्प का प्रसिद्ध रूप है। यह शिल्प उद्योग मुख्य तौर पर दिल्ली, राजगीर, पटना, गया, अवध, अहमदाबाद और इलाहाबाद में स्थित है। इसके अलावा कागज के शिल्पकार लगभग हर शहर में हैं।

### रॉक हस्तशिल्प

रॉक कला का सबसे पुराना रूप रॉक नक्काशी है, जिसे राजस्थान, जयपुर, आडिशा और नागपुर में देखा जा सकता है। राजस्थान, जयपुर और मध्य प्रदेश संगमरमर की नक्काशी के लिए प्रसिद्ध है। मध्य प्रदेश की खासियत हरे रंग के पत्थरों की कला है, जबकि पत्थरकट्टी गया का अनूठा रॉक शिल्प है। ओडिशा के प्राचीन मंदिर भारत के रॉक शिल्प के विश्वप्रसिद्ध उदाहरण हैं। कई बर्तन, सजावटी सामान, पत्थर के आभूषण और मूर्तियां रॉक से बनाए जाते हैं।

### शैल हस्तशिल्प

अति प्राचीन काल से भारत में शैल हस्तशिल्प की मांग रही है। शैल हस्तशिल्प तीन तरह के शैल जैसे शंख शैल, कछुआ शैल और समुद्री शैल से बनाए जाते हैं। कई तरह के सामान जैसे चूड़ियां, कांटे, सजावटी कटोरे, लॉकेट, चम्मच, बटन, पर्दे, शैंडलियर, दर्पण फ्रेम, टेबल मेट आदि शैल हस्तशिल्प के सामान हैं। आमतौर पर समुद्री किनारों पर मौजूद जगहें जैसे मन्नार की खाड़ी, गोवा, ओडिशा आदि शैल हस्तशिल्प की जगहें हैं।

### चांदी का महीन काम या मीनाकारी या ताराकाशी

चांदी का महीन काम या ताराकाशी सोने या चांदी के तारों से किया गया हस्तशिल्प का रचनात्मक काम है। चांदी का महीन काम तीन तरह का होता है मीनाकारी, खुल्ला जाल और फूल और पत्तियां। इसके सबसे मशहूर काम में पानदान, चाय की ट्रे, ट्रीक्रेट बॉक्स, झुमके, नेकलेस, ब्रेसलेट और अन्य तरह के गहने शामिल हैं। ओडिशा के कटक के अलावा तेलंगाना का करीमनगर भी इस हस्तशिल्प के लिए मशहूर है।

### बुनाई या कढ़ाई हस्तशिल्प

दो धागों के सेट ताना और बाना से बुनकर कपड़ों के उत्पादन को बुनाई कहा जाता है। हस्तशिल्प का यह पारंपरिक रूप खासतौर पर गुजरात, मध्य प्रदेश और राजस्थान में मिलता है। बुनाई का प्रसिद्ध रूप बांधनी जामनगर और राजकोट में बनाया जाता है। बिहार और कर्नाटक अपने कढ़ाई के काम के लिए जाना जाता है।

### लकड़ी हस्तशिल्प

लकड़ी हस्तशिल्प भारत में लंबे समय से प्रचलित है। कुशल कारीगरों द्वारा लकड़ी के टुकड़े को आकार देकर विभिन्न सामान बनाए जाते थे। गुजरात, जम्मू कश्मीर, कर्नाटक, केरल और उत्तर प्रदेश अपने अनूठे लकड़ी के काम के लिए जाने जाते हैं।

भारत में अन्य तरह के हस्तशिल्प, तामचीनी हस्तशिल्प, ग्लास हस्तशिल्प, कीरीतम हस्तशिल्प, लाक हस्तशिल्प, लेस या जरी हस्तशिल्प, चमड़ा हस्तशिल्प, संगमरमर हस्तशिल्प, धातु हस्तशिल्प, चित्रकारी, पत्थर हस्तशिल्प, तिल्ला जूतीज भी प्रसिद्ध है।

लखनऊ का चिकन हर जगह मौजूद दिखता है। उसी तरह एक जमाना था जब मुरादाबाद के धातु की नक्काशी के पैटर्न बिल्कुल सेट थे, कुछ तय सामानों पर तय डिजाइन और रंगों के साथ बनाए जाते थे। लोग धीरे-धीरे उनकी एकरूपता से उबने लगे और दुनियाभर में मुरादाबाद से

निर्यात होने वाले हैंडीक्राफ्ट की मांग गिरनी शुरू हो गई। ऐसे में नेशनल सेंटर फॉर डिजाइन एंड प्रोडक्ट डेवलपमेंट (एनसीडीपीडी) और एक्सपोर्ट प्रोमोशन काउंसिल फॉर हैंडीक्राफ्ट प्रोडक्ट ने मुरादाबाद के हैंडीक्राफ्ट्स के धातु के सामानों की रेंज में न केवल विविधता का मंत्र फूका बल्कि

डिजाइन की दृष्टि से उसमें उम्दा प्रयोग हुए। हां, ये जरूर ख्याल रखा गया कि पीतल नगरी के सभी उत्पादों की मूल आत्मा वही रहे। अब यहां धातु से बनने वाले सजावटी बर्तनों और सामानों की फिनिशिंग इतनी बेहतरीन और आकर्षक होती है कि नजर नहीं हटती। केवल यही नहीं अब

यहां पीतल ही नहीं दूसरी धातुओं और सोने-चांदी पर हैंडीक्राफ्ट का काम हो रहा है।

कांचीपुरम की साड़ियां अब पहले की तरह सीमित नहीं रहीं। एक जमाने में यहां साड़ियों की डिजाइन और काम परंपरागत ढंग से होता था, उनमें सोने-चांदी के तारों का इस्तेमाल किया जाता था। दक्षिण भारत की शादियों में कांचीवरम की साड़ियां उसी तरह जरूरी मानी जाती हैं जिस तरह उत्तर भारत में बनारसी साड़ियां। लेकिन समय के साथ वहां भी हैंडलूम में बदलाव आया है। अब वहां अलग-अलग फैब्रिक और धागों के साथ रंगों का इस्तेमाल हो रहा है। कांचीपुरम में तकरीबन घर-घर में हैंडलूम की कांचीवरम साड़ियां बनती हैं। एक साड़ी बनाने में कई दिन लग जाते हैं। जब इन साड़ियों की मांग में गिरावट आने लगी तो वहां भी डिजाइनर्स और एक्सपर्ट्स ने मोर्चा संभाला। अब कांचीपुरम में साड़ियों की रेंज न केवल व्यापक हो चुकी है, बल्कि उनके रूप-रंग में काफी बदलाव आ चुका है। नई तकनीक ने लोगों को ऐसी पॉवरलूम मशीनें दे दी हैं कि वो अपनी कल्पना और रंगों की उड़ान पर बखूबी काम कर सकते हैं। केवल साड़ी ही क्यों, कांचीपुरम तरह-तरह के कपड़े बना रहा है।

राजस्थान में मानव सभ्यता के काल से ही हस्तशिल्प के प्रमाण मिलते हैं। समय के साथ राजस्थान में हस्तशिल्प फला-फूला है। अपने बहुविविध स्वरूप के कारण राजस्थान को हस्तशिल्प का संग्रहालय भी कहा जा सकता है। यहां के विविधता भरे हस्तशिल्प ने अंतरराष्ट्रीय स्वरूप प्राप्त कर लिया है। राजस्थान की बुनाई, छपाई, रंगाई, जवाहरात की कटाई, मीनाकारी, आभूषण निर्माण, बंधेज, गलीचा एवं नमदा की बुनाई, संगमरमर, हाथीदांत, चंदन, लाख व काष्ठ के कलात्मक कार्य, चीनी मिट्टी का काम, धातु की कारीगरी, चमड़े की जूतियां व थैले, पुस्तकों पर कलात्मक लेखन, चूड़ी निर्माण कार्य, टेराकोटा प्रसिद्ध है। ये सभी हस्तशिल्प राजस्थान के अलग-अलग इलाकों या विशिष्ट गांवों से ताल्लुक रखते हैं। अब इन सभी जगहों पर कलाकारों को नई तकनीक से परिचित कराने के साथ लगातार वो जानकारीयां दी रही हैं, जो उनके उत्पादों को और निखार रही हैं। बाजार और निर्यात केंद्रों से भी उन्हें जोड़ा जा रहा है। जो कभी अपने गांव और इलाके से निकलकर बाहर नहीं गया, वो अब देश-विदेश की प्रदर्शनियों और सेमिनारों में सीधे लोगों से मिल-जुल रहा है। नई विचार और योजनाएं सीख रहा है।

कुछ साल पहले एक भारतीय डिजाइनर दंपति अमृत सूदन साहा और उनकी पत्नी संतोष साहा ने पश्चिम बंगाल के गांवों के बुनकरों के

बीच काम करना शुरू किया। उन्होंने गमछों और कपड़ों के थानों की बुनाई से शुरुआत की। आज उनकी टीम में कई प्रतिभावान हैंडलूम बुनकर हैं, जो पारंपरिक हैंडलूम का सौंदर्य वापस ला रहे हैं। सूती तथा सिल्क पर शुद्ध जरी के साथ जामदानी तकनीक वाली बुनावट का इस्तेमाल कर रहे हैं। एक समय था जबकि इसके लुप्त होने का खतरा मंडराने लगा था। जामदानी की उत्पत्ति मुगल काल से मानी जाती है। अब नए डिजाइन में तैयार की जाने वाली इनकी खादी जामदानी फैशनेबल और समृद्ध है। इनमें सिल्क या सूती के बेस कपड़े पर विषम शेड में ज्यामितीय, आकृतिय और फूलदार नमूने बुने गए हैं। खादी जामदानी को बनाने के पीछे भी गहन शोध किया गया। इस प्रक्रिया को मोटे तौर पर दो भागों में बांटा गया। सूत बनाना और करघे पर बुनाई। करघे पर ही

**हस्तशिल्प सांस्कृतिक रचनात्मकता की अभिव्यक्ति है। सौंदर्य, उत्सव और रचनात्मकता इसका एक अभिन्न अंग हैं। यद्यपि हस्तशिल्प पर बाजार और प्रयोग करने वालों का असर काफी बढ़ रहा है, इसलिए डिजाइन क्षेत्र में योजनाबद्ध तरीके से हस्तक्षेप की जरूरत है। बाजार का बदलता स्वरूप, उपभोक्ताओं की मांग और बढ़ती प्रतिस्पर्धा के कारण हस्तशिल्प क्षेत्र के सामने कई चुनौतियां हैं।**

कपड़ों में डिजाइन बनाए जाते हैं। इस प्रक्रिया में शटल आगे-पीछे करते हुए नमूने बनाए जाते हैं, जिस तरह सुई को कपड़े में डालते-निकालते हुए डिजाइन बनाए जाते हैं। इन उत्पादों में प्राकृतिक रंगों का इस्तेमाल होता है और खादी को दूसरे सूतों जैसे ऊन, सन और अरी सिल्क के साथ मिलाकर जो कपड़ा तैयार होता है वो पारंपरिक कपड़ों को आधुनिक रूप देता है।

कुछ और प्रयोग भी हुए। मसलन पूर्वोत्तर क्षेत्र और म्यांमार के हस्तशिल्प कलाकारों की एक साथ वर्कशाप आयोजित की गई। जिससे दोनों को न केवल एक-दूसरे से सीखने का मौका मिला, बल्कि क्रिएटिविटी के लिहाज से भी ये बेहतर रहा। माना जाता है कि हमारे देश के हैंडीक्राफ्ट में जितनी विविधता और समृद्धता है, वैसी शायद ही दुनियाभर में कहीं हो। हैंडीक्राफ्ट के गुण अलग-अलग इलाकों में अलग-अलग तरह के हैं। कहीं बांस के बनाए सामानों में पारंगतता है, तो कहीं जरी, तो कहीं चीनी मिट्टी, आभूषण, जूट, लकड़ी या कांच के काम में कुशलता। बस इन सभी को जरूरत होती है कि नित नई जानकारीयां और डिजाइन को लेकर हो रहे प्रयोगों से रू-ब-रू होने की। जो देशभर में बखूबी

हो रहा है। उसी के चलते देश का हैंडीक्राफ्ट कारोबार फैलने लगा है। वर्ष 2013-14 में ये 23,504.42 करोड़ पर जा पहुंचा। अनुमान है कि एक हजार से कहीं ज्यादा तरह के हैंडीक्राफ्ट सामानों का कारोबार 30.80 फीसदी की दर से बढ़ रहा है। कारोबार बढ़ने और हस्तशिल्प कलाकारों की जिंदगी बेहतर होने से पूरे सेक्टर में अपने आप उत्कृष्टता और विविधता आ रही है।

मौजूदा दौर में हर राज्य में क्षेत्रीय हस्तशिल्प को बढ़ाने और संवर्द्धन का काम हो रहा है। हर राज्य में इसके लिए अलग-अलग तरह से योजनाओं पर काम हो रहा है। उत्तर प्रदेश में 30 से अधिक हस्तशिल्प कलायें विभिन्न स्तरों पर प्रचलित हैं। अधिकांश हस्तशिल्प कलायें समाज की संस्कृति से गहराई से जुड़ी हैं। यह जरूरी है कि इस अनोखी सांस्कृतिक छाप को बनाये रखा जाए। साथ ही समकालीन दुनिया में नई संभावनाओं की खोज भी जारी रहे। इसके लिए एक खास तरह का मोड्यूल बनाया गया है। ये मोड्यूल भारत के हस्तशिल्प की वृहद जानकारी देगा और उत्तर प्रदेश के हस्तशिल्प के बारे में परिचित कराएगा। चूंकि हस्तशिल्प से जुड़े लोगों, खासकर इसके कारीगरों और मार्केटिंग से जुड़े लोगों में इसकी समग्र समझ पैदा हो, इसके लिए मोड्यूल में ऐतिहासिक, विकासशील और समकालीन परिपेक्ष्य के बारे में बताया जाएगा। इस तरह की कार्यशालाएं सभी श्रेणियों के प्रतिभागियों के लिए खुली होंगी। उत्तर प्रदेश में कई प्रकार के शिल्प का अनुभव दिलाने के प्रयोजन से हस्तशिल्प पर्यटन को बढ़ावा भी दिया जाएगा। चूंकि इसमें थ्योरी और प्रैक्टिकल दोनों भागों पर काम पर जोर होगा, लिहाजा शिल्पियों को विविधता, गुणवत्ता, स्टाइल, ऐतिहासिक और विकास संबंधी जो जानकारी हासिल होगी, वो शिल्प के क्षेत्र को आगे बढ़ायेगी।

हैंडक्राफ्ट पूरी तरह बाजार पर निर्भर करता है लिहाजा सबसे जरूरी पहल बाजार की संभावना और जरूरतों को तलाशना था। काफी हद तक बाजार के मूड को समझना भी भारतीय हस्तशिल्प कलाकारों के मुफोद रहा। इसी दौरान वस्त्र मंत्रालय और स्वयंसेवी संस्थाओं ने मार्केटिंग और रिसर्च का मोर्चा संभाला। शिल्पकारों को बाजार की सुविधा उपलब्ध कराने के लिए 2010-11 के दौरान 371 बिक्री कार्यक्रम के आयोजन कराए गए, जिनमें 135 करोड़ रुपये का कारोबार संपन्न हुआ। जम्मू-कश्मीर के शिल्पकारों को बढ़ावा देने के लिए नई दिल्ली के दिल्ली हाट में विशेष शो आयोजित हुए, जिसमें एक साथ 50 शिल्पकारों ने भाग लिया। हस्तशिल्प क्षेत्र में भी एक समूह में

शेषांश पृष्ठ 57 पर

# IAS **IGNITED MINDS** PCS

दर्शनशास्त्र, एथिक्स, निबन्ध का सर्वश्रेष्ठ एवं प्रमाणिक संस्थान

मुख्य मार्गदर्शक अमित कुमार सिंह के निर्देशन में इस वर्ष भी  
शानदार परीक्षा परिणाम, कुल चयन 30+

## ETHICS (G.S. IV Paper)

एथिक्स के मार्गदर्शन के लिए समर्पित भारत का एकमात्र संस्थान।

पूरे भारत में हिन्दी माध्यम से सफल 55 अभ्यर्थियों में से 22 हमारे संस्थान से।  
हिन्दी माध्यम में पढ़ाने वाले संस्थानों में सर्वश्रेष्ठ रैंक AIR-26 दिव्या ज्योति पारिदा इग्नाइटेड माइंड्स से।

### हिन्दी माध्यम की दूसरी सर्वश्रेष्ठ रैंक



**Gaurav Singh Sogarwal**  
**AIR-99<sup>th</sup>**

मेरी इस सफलता में Ignited minds के अमित सर का महत्वपूर्ण योगदान है। एथिक्स पेपर के लिखने में पूर्णतः सर की क्लासों पर निर्भर रहा हूँ। सर की कंस स्टडी उन्हें नीतिशास्त्र के गूढ़ बुझने पर व्यापक श्रम है जिसका मुझे लाभ प्राप्त हुआ। सर के इस सहयोग के बिना मैं सर का आभारी हूँ।

Gaurav  
गौरव सिंह सोगरवाल  
AIR-99  
UPSC Roll No- 239914



**AIR-26<sup>th</sup>**  
**Dibya Jyoti Parida**

Crash Course  
**14 October**  
**7:00 PM**

## PHILOSOPHY

दर्शनशास्त्र से हिन्दी माध्यम की  
सर्वोच्च रैंक, **AIR-447<sup>th</sup>**

पूरी परीक्षा के तीनों चरणों में सर से मुझे व्यक्तिगत मार्गदर्शन प्राप्त हुआ। अमित सर न केवल एक श्रेष्ठ शिक्षक हैं, बल्कि एक पद्यप्रसन्न भी हैं, जिससे मैं 'ईसाई' के रूप में बेहतर बन पाया। धन्यवाद सर!



**Shreyansh Mohan** श्रेयांश मोहन

लगातार 7वें वर्ष भी दर्शनशास्त्र हिन्दी माध्यम में IAS टॉपर्स देने का सिलसिला जारी...

दर्शनशास्त्र से हिन्दी माध्यम के लगभग सभी विद्यार्थी-इग्नाइटेड माइंड्स से पूरे भारत में हिन्दी माध्यम में किसी भी वैकल्पिक विषय पढ़ाने वाले संस्थानों में सबसे अधिक परीक्षा परिणाम



Crash Course  
**15 October**  
**1:30 PM**

### हमारे आगामी कार्यक्रम

Special classes on case study  
and previous year question papers  
**(G.S. Paper-IV)**

- ★ Learn how to solve various case studies based on different themes.
- ★ Learn how to solve ethical dilemma.

### Philosophy

- ★ 20 days answer writing program for mains 2016
  - ★ More than 200 questions, answer writing practice.
  - ★ Special discussion on writing approach.
- ..... will improve your writing skill.

### निबन्ध

नामांकन जारी...

हिन्दी माध्यम में सर्वश्रेष्ठ अंक  
श्रेयांश मोहन **150**

**Note:** जिन विद्यार्थियों ने पहले कहीं से दर्शनशास्त्र और एथिक्स की कक्षाएँ ली हैं और पुनः पूरी कोचिंग करने के बजाय केवल एक खंड या टॉपिक पढ़ना चाहते हैं उनके लिए **Flexy Classes (Video classes)** का विकल्प

**A-2, 1<sup>st</sup> Floor, Comm. Comp. Near Mukherjee Nagar, Delhi-09**

# 9643760414, 8744082373, 011-27654704 | for more details: [www.ignitedmindscs.com](http://www.ignitedmindscs.com)



## वस्त्र निर्यात: उम्मीद भरे डगर पर सावधानी की जरूरत

भुवन भास्कर



टेक्सटाइल की भारतीय कहानी में चुनौतियां तो हैं, लेकिन उम्मीदों की रोशनी भी है। तमाम कमजोरियों और कमियों के बावजूद भारत टेक्सटाइल के अंतरराष्ट्रीय मंच पर एक बड़ा खिलाड़ी है और संयुक्त राष्ट्र की कॉमट्रेड रिपोर्ट के मुताबिक 2014 में इटली, जर्मनी और बांग्लादेश को पीछे छोड़कर चीन के बाद दूसरा सबसे बड़ा निर्यातक रहा है। भारत ने इस साल टेक्सटाइल निर्यात में 17.5 प्रतिशत की बढ़ोतरी दर्ज की थी, जबकि सेक्टर की वैश्विक वृद्धि दर महज 4.7 प्रतिशत थी। यह आंकड़ा भारतीय टेक्सटाइल सेक्टर की अंदरूनी शक्ति को साबित करने के लिए काफी है।

**भा**रत में कपास की खेती और कपड़ा उद्योग का आपसी संबंध बहुत गहरा है। इस गहरे संबंध ने ही भारत के कपड़ा उद्योग पर 1947 में तब सबसे जबरदस्त असर डाला जब देश का विभाजन हुआ। साल 1947 तक देश में कुल 394 कपड़ा मिलें थीं, जिनमें से विभाजन के बाद पाकिस्तान के हिस्से में केवल 14 मिलें गईं, जबकि उसके पास कपास उत्पादन कुल क्षेत्र का 40 प्रतिशत हिस्सा चला गया। भारत के कपड़ा उद्योग के लिए वह सबसे बड़ा झटका था क्योंकि कपास इसके लिए प्रमुख कच्चा माल था और विदेशी मुद्रा के अभाव में भारत अपनी जरूरत के मुताबिक पर्याप्त कपास का आयात कर पाने की स्थिति में नहीं था। देश ने इस चुनौती को स्वीकार किया और भारत पिछले सात दशकों में कपास का विश्व का सबसे बड़े उत्पादक और निर्यातक देश में शामिल हो गया।

भारत में कपास के उत्पादन की कहानी कमोबेश सफलता और प्रगति की कहानी रही है। जहां 70 के दशक तक देश कपास का आयात करता रहा, वहीं इस दशक के मध्य से, जब सरकार ने पंचवर्षीय योजना के माध्यम से उत्पादन बढ़ाने और हाइब्रिड किस्मों की बुवाई पर खास जोर देना शुरू किया, तब से धीरे-धीरे देश कपास के उत्पादन के मामले में आत्मनिर्भर हो गया। इसके बाद से 90 के दशक के कुछ आखिरी वर्षों को छोड़ दें तो देश ज्यादातर वर्षों में कपास का निर्यातक ही बना रहा है। फरवरी 2000 में बीटी कॉटन की शुरुआत के बाद से यील्ड में भी जबरदस्त बढ़ोतरी हुई और

कई वर्षों से 300 किग्रा प्रति हेक्टेयर पर स्थिर यील्ड 2005-06 में 472 किग्रा प्रति हेक्टेयर और 2013-14 तक 566 किग्रा प्रति हेक्टेयर तक पहुंच गई। आजादी के बाद से लगातार कपास की खेती के रकबे में भी बढ़ोतरी होती रही और उत्पादन में भी। जहां 1947-48 में कुल 44 लाख हेक्टेयर में कपास की खेती हो रही थी, वह 2014-15 में यह बढ़कर रिकॉर्ड 1.28 करोड़ हेक्टेयर हो गई। इस दौरान कपास का उत्पादन भी 23 लाख गांठों (एक गांठ = 170 किलोग्राम) से बढ़कर 3.80 करोड़ गांठों तक पहुंच गया।

इसमें करीब 100 अरब डॉलर देश का घरेलू टेक्सटाइल उद्योग है जबकि 40 अरब डॉलर का निर्यात होता है। भारतीय टेक्सटाइल और अपैरल उद्योग दुनिया भर में चीन के बाद दूसरे नंबर पर है, और पिछले 10 वर्षों में 10-11 प्रतिशत चक्रवृद्धि दर से बढ़ रहा है। लेकिन लंबी अवधि में शानदार दिख रही कपास की खेती के ये आंकड़े दरअसल न तो कपास की खेती की सही तस्वीर पेश करते हैं और न ही टेक्सटाइल और कपड़ा उद्योग की। तस्वीर का दूसरा पहलू यह है कि देश में कॉटन की खेती और टेक्सटाइल का उद्योग, दोनों अभूतपूर्व संकट से गुजर रहे हैं।

कपास के उत्पादन में बढ़ोतरी के साथ पिछले कुछ वर्षों में देश का कपास निर्यात लगातार घट रहा है। दरअसल कॉटन की अंतरराष्ट्रीय कीमतें लगभग 55 वर्षों के सबसे निचले स्तर पर है जिसके कारण भारतीय कपास अंतरराष्ट्रीय बाजार में प्रतिस्पर्द्धा नहीं कर पा रहा। उधर कपास आयात पर 2014 में चीन के कई तरह की

लेखक आर्थिक विषय के पत्रकार हैं और सीएनबीसी आवाज़, जी बिजनेस, इकानॉमिक टाइम्स के साथ काम कर चुके हैं। संप्रति कमोडिटी एक्सचेंज एनसीडीईएक्स के साथ कार्यरत हैं और शेयर बाजार, भारतीय अर्थव्यवस्था, कृषि और एग्री कमोडिटी से जुड़े विषयों पर लिखते रहते हैं। ईमेल: bhaskarbhuvan@gmail.com

बंदिशें लगाने के बाद से लगातार 3 सालों से कपास के घरेलू दाम भी निचले स्तरों पर चल रहे हैं। नतीजतन कपास के किसान दालों और सोयाबीन जैसी दूसरी फसलों की ओर रुख कर रहे हैं, जहां उन्हें बेहतर रिटर्न हासिल होने की संभावना है। इससे देश में कपास की खेती का रकबा कम हो रहा है। कपास का रकबा साल दर साल करीब 8 प्रतिशत गिरकर 2015-16 के दौरान 1.18 करोड़ हेक्टेयर रह गया, जो 2002-03 के बाद रकबे में आई सबसे बड़ी गिरावट है। (देखें, तालिका 1)

**तालिका 1: भारत में कपास की खेती**

साल	क्षेत्रफल (लाख हेक्टेयर में)	उत्पादन (लाख गांठें)	यील्ड (किग्रा/हेक्टेयर)
2000-01	85.76	140	278
2004-05	87.86	243	470
2008-09	94.06	290	524
2013-14	119.60	398	566
2015-16*	118.81	352	504

\*अनुमानित

स्रोत: कपास सलाहकार बोर्ड

साल 2013-14 के दौरान कपास का निर्यात 1.10 करोड़ गांठों का था जो 2014-15 में करीब 40 प्रतिशत गिरकर 70 लाख गांठें रह गया और 2015-16 में यह इसमें एक बार फिर 20 प्रतिशत की गिरावट दर्ज की गई है और यह 57.72 लाख गांठों पर पहुंच गया है। (देखें तालिका 2)

**तालिका 2: भारत का कपास निर्यात**

साल	मूल्य (करोड़ डॉलर)
2008	314.87
2010	692.57
2012	893.70
2014	414.04
2015	323.15
2016	96.96

स्रोत: वाणिज्य एवं उद्योग मंत्रालय

### निर्यात कमी से रोजगार संकट

देश के टेक्सटाइल निर्यात में आ रही

गिरावट का सीधा असर जॉब मार्केट पर पड़ रहा है। पिछले साल करीब 600 टेक्सटाइल मिलें हमेशा के लिए बंद हो गईं और यह सिलसिला जारी है। हालांकि इन मिलों के बंद होने के कारणों पर कोई आधिकारिक अध्ययन नहीं किया गया है, लेकिन इतना तो तय है कि इस रुझान से ऐतिहासिक तौर पर देश के सबसे बड़े रोजगारपरक उद्योग में रोजगार का सबसे बड़ा संकट पैदा हो गया है। यह देश की अर्थव्यवस्था और सरकार के लिए एक बड़ा संकट है। वर्तमान सरकार हर साल करीब 1 करोड़ नए रोजगार पैदा करने के चुनावी वादे के साथ सरकार में आई थी और इसमें टेक्सटाइल सेक्टर एक अहम भूमिका निभा सकता थी लेकिन टेक्सटाइल उद्योग के मौजूदा हालात सरकार के लिए मुश्किलें पैदा कर रहे हैं। यही कारण है कि जून महीने के उत्तरार्द्ध में जब केंद्र सरकार ने टेक्सटाइल सेक्टर के लिए 6000 करोड़ रुपये के स्पेशल पैकेज की घोषणा की, तो पूरी इंडस्ट्री में उसका बढ़चढ़ कर स्वागत किया गया। इस पैकेज से 74,000 करोड़ रुपये का अतिरिक्त निवेश आने की उम्मीद है, जिससे 30.4 अरब डॉलर का निर्यात बढ़ने और अगले 3 साल में करीब 1 करोड़ नौकरियां पैदा होने की उम्मीद की जा रही है।

टेक्सटाइल सेक्टर में इस निवेश का महत्व समझने के लिए यहां के मिलों की तुलना विकसित देशों और टेक्सटाइल एक्सपोर्ट में आगे दूसरे देशों से करना समीचीन होगा। ज्यादातर टेक्सटाइल मिलें पुरानी और अप्रासंगिक हो चुकी मशीनों पर चल रही हैं। इसका नतीजा उत्पादकता और गुणवत्ता में कमी के तौर पर सामने आ रहा है। विकसित देशों में जहां 10-15 साल पुरानी मशीनों की मिलें हैं, वहीं भारतीय मिलों में 60-75 प्रतिशत मशीनें 25-30 साल पुरानी हैं। भारत में जहां केवल 18-20 प्रतिशत करघे ऑटोमैटिक हैं, वहीं हांगकांग और अमेरिका में 100 प्रतिशत, कनाडा में 99 प्रतिशत, स्वीडन में 92 प्रतिशत, नॉर्वे में 83 प्रतिशत, डेनमार्क में 76 प्रतिशत, ऑस्ट्रेलिया में 70 प्रतिशत, पाकिस्तान में 60 प्रतिशत और चीन में 45 प्रतिशत मशीनें ऑटोमैटिक हैं। जाहिर है कि वैश्विक बाजार में प्रतिस्पर्द्धी बने रहने के लिए भारतीय मिलों का जीर्णोद्धार और तकनीकी अपग्रेडेशन अपरिहार्य है और इस दिशा में एक

और कदम उठाते हुए देश के टेक्सटाइल और अपैरल उद्योग के सामने जो चुनौतियां हैं, उनमें श्रमिक कानूनों की भी बड़ी भूमिका है। एक ओर जहां मजदूरों के घंटे, परिस्थितियां वगैरह को लेकर भारतीय मिलों में विवाद की स्थिति बनी रहती है, वहीं श्रमिकों की कुशलता बढ़ाने के लिए प्रशिक्षण उद्योग की प्राथमिकता में कहीं नहीं है। इसका नतीजा यह हुआ है कि भारत में मजदूरों की उत्पादकता दुनिया के दूसरे कई देशों के मुकाबले काफी कम है। जहां भारत में औसतन एक मजदूर दो करघे पर काम करता है, वहीं जापान में यह औसत 30 का और अमेरिका में 60 का है। अगर एक अमेरिकी कर्मिक की उत्पादकता को 100 मान लिया जाए, तो ब्रिटेन के एक कर्मिक की उत्पादकता 51, जापान में 33 और भारत में 13 है। सरकार ने श्रम कानूनों में बदलाव करते हुए मजदूरों को हर हफ्ते 8 घंटे अतिरिक्त काम करने की व्यवस्था की है।

अमेरिका, कनाडा या स्वीडन की बात छोड़ दें, लेकिन जब पाकिस्तान, बांग्लादेश

**कपास की खेती में हुई प्रगति का अक्स शुरुआती दशकों में देश की टेक्सटाइल इंडस्ट्री पर भी साफ दिखा। टेक्सटाइल सेक्टर लगातार कृषि के बाद सबसे ज्यादा रोजगार देने वाला उद्योग बना रहा और 2013 में यह 140 अरब डॉलर का उद्योग बन चुका था जो कि देश की कुल जीडीपी (1.9 लाख करोड़ डॉलर) का करीब 7.5 प्रतिशत है।**

और वियतनाम अंतरराष्ट्रीय बाजारों में भारतीय टेक्सटाइल उद्योग को चुनौती दे रहे हों, साफ है कि चुनौती जटिल है। महंगे श्रम के कारण चीन की दावेदारी थोड़ी कमजोर पड़ी है, लेकिन इसका फायदा भारत को नहीं मिल रहा है। कैलेंडर वर्ष 2015 के दौरान बांग्लादेश से अमेरिका को होने वाला अपैरल निर्यात 12 प्रतिशत बढ़कर 5.4 अरब डॉलर हो गया, वहीं वियतनाम ने इसमें 14 प्रतिशत की बढ़ोतरी दर्ज की और 10.6 अरब डॉलर का निर्यात किया। इस दौरान भारत के हिस्से में केवल 8 प्रतिशत की वृद्धि आई और उसका अमेरिका निर्यात 3.4 अरब डॉलर तक पहुंच सका। स्पेशल पैकेज की घोषणा करते समय टेक्सटाइल



सरकार ने उद्योगों के विस्तार और नई तकनीकें लाने के लिए गारमेंट निमार्तओं को 10 प्रतिशत अतिरिक्त सब्सिडी देने का भी ऐलान किया है। ये अतिरिक्त सब्सिडी पुरानी टेक्नोलॉजी अपग्रेडेशन फंड (टीयूएफ) के तहत पहले से दी जा रही 15 प्रतिशत के अलावा होगी, लेकिन ये केवल तभी दी जाएगी जब इसका दावा करने वाली कंपनी 'संभावित रोजगार' पैदा करने में सफल होगी।

मंत्रालय ने जो प्रस्तुतीकरण दिया, उसमें भी यह स्वीकार किया गया कि बांग्लादेश और वियतनाम अमेरिका को होने वाले कपड़ा निर्यात में भारत को पीछे छोड़ चुके हैं।

सरकार स्पेशल पैकेज के तहत टेक्सटाइल सेक्टर पर सालाना 400-500 करोड़ रुपये खर्च करेगी और उसे उम्मीद है कि इससे निर्यात में 7 अरब डॉलर सालाना की बढ़ोतरी होगी। लेकिन इस सरकारी पैकेज का एक और पहलू भी है। जहां उद्योग जगत ने इसका उत्साहपूर्वक स्वागत किया, वहीं कई मिल मालिकों ने इसके विरोध में मोर्चा भी खोल दिया है। तामिलनाडु, तेलंगाना और आंध्र प्रदेश के कई मिल मालिकों ने पैकेज के विरोध में हफ्ते के एक या दो दिन मिल बंद रखे। उनका आरोप है कि बड़ी कंपनियां कपास की कालाबाजारी कर रही हैं और अनुचित शुल्कों और करों के कारण उन्हें कपास का आयात करना बहुत महंगा पड़ रहा है। ऐसी परिस्थितियों में उनके लिए मिलें चला पाना मुश्किल है। इन मिल मालिकों का कहना है कि उन्हें अंतरराष्ट्रीय बाजार में यूरोपीय संघ और चीन जैसे

प्रतिस्पर्द्धी देशों के ऐसे उत्पादकों के साथ मोर्चा लेना पड़ रहा है, जिन्हें शुल्क मुक्त नीतियों के कारण सस्ता कपास उपलब्ध है। ऐसे में उनके उत्पाद महंगे हो जाते हैं। द हिंदू में तेलंगाना स्पिनिंग एंड टेक्सटाइल मिल्स एसोसिएशन के नेताओं के हवाले से यह आरोप लगाया गया है कि बड़ी कंपनियों और कारोबारियों ने 50 लाख गांठें कपास की कालाबाजारी कर रखी है, जिसके कारण छोटे मिल मालिकों को ऊंची दरों में कपास खरीदना पड़ रहा है। टेक्सटाइल उद्योग के उद्धार के लिए बनाई जाने वाली नीतियों में इस तरह के आरोपों पर भी समुचित ध्यान देने की जरूरत है।

नई राष्ट्रीय कपड़ा नीति के मसौदे के मुताबिक 2024-25 तक कपड़ा निर्यात को 300 अरब डॉलर तक पहुंचाने और 3.5 करोड़ नए रोजगार पैदा करने का लक्ष्य रखा जा सकता है। साल 2015-16 में भारत का टेक्सटाइल निर्यात 36.25 अरब डॉलर रहा, जो 2014-15 के मुकाबले 2.1 प्रतिशत कम है। ऐसे में अगले 9 वर्षों में निर्यात को लगभग सवा आठ गुना करने का लक्ष्य है जबकि इस सेक्टर में आने वाला रोजगार दोगुना हो जाएगा। इसमें कोई शक नहीं कि ये अति महत्वाकांक्षी लक्ष्य हैं और इन्हें हासिल करने के लिए केवल बड़े स्तर पर नहीं, बल्कि छोटी-छोटी उन बातों पर भी सरकार को कदम उठाने होंगे जो टेक्सटाइल सेक्टर के लिए अवरोध का काम कर रहे हैं। रेटिंग एजेंसी इकरा के मुताबिक भारत का टेक्सटाइल सेक्टर ढांचागत कमियों का शिकार है, जहां कपड़े बनाने की इकाइयां फैब्रिक बनाने की इकाइयों से दूर हैं और फैब्रिक बनाने की इकाइयां सूत बनाने और कपास की खेती के इलाकों से काफी दूर

हैं। ऐसे ढांचे से एक ओर जहां अंतिम उत्पाद की कीमतें बढ़ती हैं, वहीं डिलीवरी का कुल समय भी बढ़ जाता है।

टेक्सटाइल की भारतीय कहानी में चुनौतियां तो हैं, लेकिन उम्मीदों की रोशनी भी है। तमाम कमजोरियों और कमियों के बावजूद भारत टेक्सटाइल के अंतरराष्ट्रीय मंच पर एक बड़ा खिलाड़ी है और संयुक्त राष्ट्र की कॉमट्रेड रिपोर्ट के मुताबिक 2014 में इटली, जर्मनी और बांग्लादेश को पीछे छोड़कर चीन के बाद दूसरा सबसे बड़ा निर्यातक रहा है। भारत ने इस साल टेक्सटाइल निर्यात में 17.5 प्रतिशत की बढ़ोतरी दर्ज की थी, जबकि सेक्टर की वैश्विक वृद्धि दर महज 4.7 प्रतिशत थी। यह आंकड़ा भारतीय टेक्सटाइल सेक्टर की अंदरूनी शक्ति को साबित

**उद्योग के जानकारों के मुताबिक बांग्लादेश के निर्यात बाजार में बेहतर करने के पीछे एक प्रमुख कारण वहां बड़ी मैनुफैक्चरिंग इकाइयों का होना है। भारत में जहां औसतन हर इकाई में 150 लोग काम करते हैं, वहीं बांग्लादेश में यह संख्या 600 है। इसका नतीजा यह होता है कि निर्यात के बड़े आर्डर मिलने पर भारतीय निर्यातकों को भी विदेशी मैनुफैक्चरिंग इकाइयों की शरण में जाना पड़ता है।**

करने के लिए काफी है। लेकिन बांग्लादेश और वियतनाम जैसे देशों की चुनौती को नजरअंदाज भी नहीं किया जा सकता। बस जरूरत है उद्योग जगत की क्षमता और सरकारी नीतियों के बीच तालमेल बिठाने प्रतिस्पर्द्धी का, तभी 2024-2025 में 300 अरब डॉलर निर्यात का लक्ष्य हासिल किया जा सकता है। □

### पृष्ठ 53 का शेषांश

काम करने का प्रयोग सफल रहा। हस्तशिल्प के विकास के लिए वर्ष 2010-11 के दौरान देशभर के लगभग 140 क्लस्टरों को गोद लिया गया। इतनी ही संख्या में 2011-12 में भी क्लस्टर गोद लिए गए। इससे लगभग 50,000 शिल्पकारों को फायदा पहुंचा।

यूं तो भारतीय हैंडीक्राफ्ट के सामान पूरी दुनिया में ही लोकप्रिय हैं लेकिन अमेरिका और यूरोप के बाजारों में इनकी खास मांग है। यूरोप के किसी भी बड़े टूरिस्ट केंद्र पर चले जाइए,

वहां के शो-रूम में भारतीय हैंडीक्राफ्ट बहुतायत में मिल जाता है और उनमें दिलचस्पी दिखाने वाले लोग भी।

कहा जाता है कि यही कारण है कि डिजाइन में नवीनता हस्तशिल्प को बाजार में आगे बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर सकती है। हर क्षेत्र की तरह कंप्यूटर यहां भी डिजाइन से लेकर उत्पादन तक पर गहरा असर छोड़ रहा है। अब शिल्पकारों के लिए जो कार्यशालाएं आयोजित हो रही हैं, उसमें खासतौर पर उन्हें न केवल ये सब बातें बताई जा रही हैं, बल्कि पैकेजिंग और

ब्रांडिंग के महत्व भी बताए जा रहे हैं। कुछ बातें और भी सोची जा रही हैं, पिछले दिनों में खुद माननीय प्रधानमंत्री ने भी इस पर जोर दिया था कि डिजाइन तथा उत्पादन में नवाचार हैंडलूम क्षेत्र में भी लाया जाना चाहिए। नए डिजाइन तथा मार्केटिंग पर ध्यान दिलाते हुए उन्होंने कहा था कि कपड़ा मंत्रालय को डिजाइन तथा मार्केटिंग संबंधी प्रतियोगिता आयोजित करनी चाहिए। निःसंदेह ये सब भारतीय हैंडीक्राफ्ट को ज्यादा प्रतिस्पर्द्धी, अनूठा और प्रयोगोन्मुखी बनाएगा। □



# PATANJALI

सिविल सेवा की तैयारी हेतु भारत का प्रतिबद्ध व विश्वसनीय संस्थान

## सामान्य अध्ययन

सीसैट + निबंध @ 34,500\*

पढ़िये उनसे जिनकी प्रामाणिकता एवं श्रेष्ठता निर्विवाद है तथा जिनसे टॉपर्स ने भी पढा है।

उनके लिए: जो सिविल सेवा की तैयारी आरंभ कर रहे हैं और उनके लिए भी जो रिजल्ट विहिन शिक्षकों एवं संस्थानों में पढ़ने के बाद अपने में सुधार चाहते हैं।

केवल एक या दो नहीं बल्कि **GS** के सभी खंडों में विशेषज्ञता

रिजल्ट विहिन ( जीरो रिजल्ट ) परन्तु जबरदस्त मैनेजमेंट वाले संस्थानों के लाखों पेजों वाली अप्रासंगिक सामग्री को पढ़ने का दुष्परिणाम हिन्दी मीडियम को भुगतना पड़ रहा है।

### सायंकालीन बैच

निःशुल्क कार्यशाला

**20** Sept | 6:30 pm

### प्रातःकालीन बैच

निःशुल्क कार्यशाला

**24** Sept | 11:30 am

मुखर्जी नगर ( पोस्ट ऑफिस के ऊपर )

#### Programme Highlights

- नियमित कक्षाएँ, 10 माह में सिलेबस कम्प्लीट
- परिष्कृत, सारगर्भित एवं बेहतरीन प्रिन्टेड नोट्स
- नियमित टेस्ट एवं मूल्यांकन की व्यवस्था
- सक्षम, जवाबदेह एवं विश्वसनीय प्रबंधन

अंतर स्पष्ट, विशिष्ट एवं प्रामाणिक है।  
आयें, तुलना करें  
तुलना से श्रेष्ठता का पता चलता है।  
प्रथम तीन कक्षाएँ निःशुल्क

Head Office: 202, 3rd Floor, Bhandari House, Above Post Office, Dr. Mukherjee Nagar, Delhi

**Ph:- 011-43557558, 9810172345**



# ई-कॉमर्स: वस्त्र व्यापार का नया आयाम

शिशिर सिन्हा



ई-कॉमर्स कंपनी बन गयी, लेकिन वो कारोबार तो तभी कर पाएगी ना जब जरूरी बुनियादी सुविधा मौजूद हों। इसके लिए डिजिटल इंडिया की योजना पर गौर करना होगा। सरकार ने 2019 तक देश की ढाई लाख ग्राम पंचायतों के जरिए सभी ग्रामीणों के लिए ब्रॉडबैंड सुविधा शुरू करने की योजना बनायी है जिस पर 32 हजार करोड़ रुपये खर्च करने का प्रस्ताव है

# ई

-कॉमर्स आज एक चिर-परिचित शब्द है। वस्त्र व्यापार में इसके दायरे पर हम विस्तृत चर्चा करें, इससे पहले जरा निम्नलिखित बिंदुओं पर गौर फरमाइए।

2020 तक अनुमान है:

- देश में इंटरनेट इस्तेमाल करने वालों की गिनती 73 करोड़ तक पहुंच सकती है। 2015 के अंत में ये संख्या 33 करोड़ थी।
  - औसतन हर चौथा मोबाइल फोन स्मार्ट फोन होगा, अभी हर तीसरा मोबाइल फोन स्मार्ट फोन है।
  - इंटरनेट पर खरीदारों यानि ऑनलाइन शॉपर्स की संख्या 17.5 करोड़ तक पहुंच सकती है जबकि 2015 के अंत में ये संख्या 5 करोड़ थी।
  - इंटरनेट पर खरीदारी करने वाली महिलाओं की गिनती पांच गुना बढ़ सकती है।
  - ई-कॉमर्स का बाजार 100 अरब डॉलर (करीब 6600 अरब रुपये) का हो सकता है।
  - इंटरनेट पर कुल बिक्री में सबसे बड़ी हिस्सेदारी फैशन और लाइफस्टाइल की होगी। ये सेक्टर कुल बिक्री में 35 फीसदी का योगदान कर सकता है जबकि अभी हिस्सेदारी 25 फीसदी की है।
- विभिन्न रिसर्च रिपोर्ट से जुटाए ये आंकड़े इस ओर इशारा कर रहे हैं कि स्क्रीन भले ही छोटी (कंप्यूटर से स्मार्ट फोन) होती जा रही हो, लेकिन इस पर सजने वाला बाजार लगातार बढ़ा हो रहा है। एक बात और, बाजार बढ़ा ही नहीं हो रहा है, बल्कि बिक्री का चलन भी बदल रहा है। सॉफ्टवेयर कंपनियों की

संस्था (नैस्कॉम) द नेशनल एसोसिएशन फॉर सॉफ्टवेयर एंड सर्विसेज कंपनीज का अनुमान है कि 2020 तक ई-कॉमर्स पर हवाई, रेल या बस टिकटों की बुकिंग यानि ट्रेवल के बजाए कपड़ों और मोबाइल जैसी चीजों की खुदरा बिक्री का दबदबा हो जाएगा। आज ट्रेवल की ई-कॉमर्स में हिस्सेदारी करीब 61 फीसदी है जबकि 2020 तक अनुमान है कि ये हिस्सेदारी घटकर 50 फीसदी या उससे नीचे आ जाएगी जबकि बाकी बाजार विभिन्न सामानों के खुदरा कारोबार यानि कपड़ों से लेकर जूते-चप्पल और मोबाइल तक की हिस्सेदारी 50 फीसदी से भी ज्यादा हो जाएगी। जिसे इलेक्ट्रॉनिक रिटेल अथवा ईमेल के नाम से भी जाना जाता है।

अब चलिए कुछ और तथ्यों पर नजर डालते हैं। उद्योग संगठन एसोचैम की एक रिपोर्ट बताती है कि 2015 के दौरान इंटरनेट पर बिक्री के मामले में कपड़ों ने बाजी मारी और इसकी बिक्री 2015 में करीब 70 फीसदी बढ़ी। दूसरी ओर गूगल और ए टी केरनी की एक रिपोर्ट में कहा गया है कि गूगल सर्च इंजन पर खरीदारी से जुड़ा हर दूसरी खोज फैशन से जुड़ी होती है। आगे जानकारी दी गयी कि इंटरनेट पर मौजूद हर तीसरी महिला ग्राहक ने कहा कि अगर महिलाएं सामान घर पहुंचाएं तो वो ज्यादा खरीदारी करेंगी। हर चौथी महिला ने ये भी कहा कि अगर कोई ब्रांड दुकान में उपलब्ध नहीं, तो वो इंटरनेट पर खरीदना पसंद करेगी।

मतलब साफ है। इंटरनेट पर सजी दुकानों में फैशन और लाइफस्टाइल को लेकर संभावनाएं अपार हैं। फैशन और लाइफस्टाइल के बाजार में सबसे बड़ी हिस्सेदारी कपड़ों

की होती है जिसके बाद पर्स, बेल्ट, जूते-चप्पल वगैरह आते हैं। एक अनुमान के मुताबिक, देश में कपड़े और फैशन का पूरा बाजार (शो रूम बड़ी-छोटी दुकान ऑनलाइन बिक्री) करीब 150 अरब डॉलर (करीब 10 लाख करोड़ रुपये) का है, लेकिन इसमें ऑनलाइन बिक्री की हिस्सेदारी महज 3 अरब डॉलर (करीब 20,000 करोड़ रुपये) पर ही पहुंच पायी है। एक और बात इस बिक्री में महानगरों और बड़े शहरों का ही बड़ा हिस्सा है जबकि अभी तो मझौले और छोटे शहरों और कस्बों का तो पूरी तरह से दोहन हो ही नहीं पाया है।

### बड़े बाजार का फायदा किसको?

फिलहाल, सवाल ये है कि इंटरनेट पर सजे बाजार का फायदा किसे मिल रहा है, सिर्फ जाने-माने ब्रांड को या फिर बड़े-छोटे शहरों में बसे बुनकरों और हस्तकारों को। चलन देखें तो यही लगता है कि फायदा जाने माने ब्रांड को ही ज्यादा हुआ है। अब खादी को ही ले लीजिए। लाखों-लोगों को रोजगार मिला हुआ है। आम से लेकर खास तक के लिए हर तरह के कपड़े बिकते हैं। जाने-माने फैशन डिजाइनर भी खादी से जुड़ गए हैं। लेकिन सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम मंत्रालय खादी और ग्रामोद्योग आयोग को इस दिशा में अभी बहुत कुछ करना है। इन्हें ऑनलाइन मंचों पर अपनी उपस्थिति ठीक से दर्ज कराने की आवश्यकता है। वैसे कई दूसरी वेबसाइट पर खादी के कपड़े समेत विभिन्न उत्पाद उपलब्ध हैं, लेकिन उन्हें ढूंढने के लिए खासी मेहनत करनी पड़ती है। ऐसे में खादी के बेहतर उत्पादों के लिए खादी ग्रामोद्योग के शो रूम और छोटी-छोटी दुकानों पर ही निर्भर रहना पड़ता है।

हस्तकरघा से तैयार की गयी बनारसी साड़ी, शॉल, स्ट्रॉल, कुशन कवर, दरी वगैरह आप हैंडक्राफ्ट्स एंड हैंडलूम एक्सपोर्ट कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया की वेबसाइट (<http://www.heconline.in/ndlooms>) पर जाकर खरीद सकते हैं। इसी तरह तनछोई बनारसी, चंदेरी और महेश्वरी साड़ियों के साथ खास तरह के सिल्क टाई आपको सेंट्रल कॉटेज इंडस्ट्रीज इम्पोरियम के वेबसाइट पर मिल जाएंगे। उम्मीद तो यही की जानी चाहिए कि इन दोनों वेबसाइट्स की बदौलत बुनकरों

की बेहतर कमाई होती होगी, लेकिन दोनों ही वेबसाइट्स का जिस तरह से प्रमोशन किया जाना चाहिए, उस तरह से होता दिख नहीं रहा। नतीजा, ज्यादातर लोगों को इनके बारे में विस्तार से जानकारी हो, इस पर संदेह है।

दूसरी ओर कालीन के बाजार में स्थिति बेहतर नजर आती है। तमाम जानी-मानी वेबसाइट्स (फ्लिपकार्ट से लेकर ई बे) तक पर अलग-अलग बजट के हिसाब से कालीन तो उपलब्ध हैं हीं, वहीं कालीन के गढ़ कहे जाने वाले भदोही (उत्तर प्रदेश) की विभिन्न कंपनियों ने अपनी-अपनी वेबसाइट बना रखी हैं। यहां ये उल्लेख करना जरूरी है कि वाराणसी से करीब 45 किलोमीटर की दूरी पर स्थित भदोही को कालीन नगरी कहा जाता

**भदोही को कालीन नगरी कहा जाता है। यहां 22 लाख से भी ज्यादा कारीगर हाथ से कालीन बुनते हैं। मुख्य रूप से ये कालीन निर्यात ही किए जाते हैं। अनुमान है कि अकेले इस शहर से ही हर साल करीब 30 से 32 अरब रुपये के कालीन का निर्यात होता है। यहां के कालीन को जियोग्राफिकल इंडिकेशन यानि जीआई की मान्यता मिली हुई है।**

है। यहां 22 लाख से भी ज्यादा कारीगर हाथ से कालीन बुनते हैं। मुख्य रूप से ये कालीन निर्यात ही किए जाते हैं। अनुमान है कि अकेले इस शहर से ही हर साल करीब 30 से 32 अरब रुपये के कालीन का निर्यात होता है। यहां के कालीन को जियोग्राफिकल इंडिकेशन यानि जीआई की मान्यता मिली हुई है। इसी आधार पर दुनिया भर में यहां के कालीन को भदोही के हाथ से तैयार कालीन के नाम से जाना जाता है। एक बात और भदोही की कालीन कंपनियों ने काफी बेहतर वेबसाइट तैयार कर रखी हैं जिससे देश-विदेश के ग्राहकों को कोई परेशानी नहीं होती है। ऐसे में ये कहना गलत नहीं होगा कि इंटरनेट पर दुकान सजाकर भदोही की कालीन कंपनियों को देश ही नहीं दुनिया के बड़े बाजार में पैठ बनाने में खासी मदद मिली।

### कैसे सजाएं इंटरनेट पर दुकान?

बहरहाल, कपड़े तैयार करने वाली हर

कंपनी के लिए मुमकिन नहीं कि वो इंटरनेट की दुनिया में अपनी खुद की दुकान सजाए। क्योंकि ऐसी दुकान के लिए अच्छा खासा इंतजाम करना होगा। मसलन, ग्राहक से मिले ऑर्डर का हिसाब-किताब रखना, पैकेजिंग कराना, ग्राहक के घर पहुंचाना और भुगतान प्राप्त सुनिश्चित करना। मतलब ये कि एक आम दुकान के समानांतर व्यवस्था विकसित करना जिस पर अच्छा खासा खर्च होगा। अब ऐसे में विकल्प ये है कि आप अपने उत्पाद को विभिन्न ई-कॉमर्स वेबसाइट के जरिए बेच सकते हैं। ये विकल्प सस्ता तो है ही, बगैर सीमा वाले बाजार का विकल्प भी मुहैया कराता है और वो भी बिना किसी झंझट के। और हां, इस काम में आपकी मदद के लिए हाजिर हैं स्टार्ट अप कंपनियां।

एक अंग्रेजी अखबार से मिली जानकारी के मुताबिक, पिछले कुछ सालों के दौरान कपड़ों के लिए 800 से भी ज्यादा स्टार्ट अप कंपनियां (इनमें फ्लिपकार्ट शामिल नहीं) खुलीं। खुदरा कारोबार के इन साइट्स पर कहीं (मिंत्रा, जबांग) एक जगह तमाम विभिन्न ब्रांड मौजूद हैं, तो कहीं (येपमी जोबी) प्राइवेट लेवल। कहीं (क्राफ्ट्सविला) पर केवल हस्तकरघा पर तैयार और पारंपरिक कपड़े बिक रहे हैं तो कहीं (जापाइल) पुराने कपड़े भी मिल रहे हैं। कुछ वेबसाइट (फ्लाइरोब और ब्लिंग) किराये पर कपड़ा मुहैया कराती हैं। अब कारोबार की बात करें तो अखबार आगे बताता है कि इन सब में अकेले दो, मिंत्रा, जबांग, की साइट पर हर रोज करीब 5 लाख लोग आते हैं। साल भर में इन दो पर करीब 10 हजार करोड़ रुपये की बिक्री होती है। बाकी साइट छोटी-छोटी हैं जिन पर सालाना बिक्री औसतन 200 करोड़ रुपये की है। यहां ये जिक्र करना जरूरी है कि हाल ही में मिंत्रा ने जबांग को खरीद लिया है।

### स्टार्ट अप की नीति

मतलब साफ है ई-कॉमर्स पर कपड़ों का कारोबार फैलाने की संभावनाएं काफी ज्यादा है। बस जरूरत है ई-कॉमर्स कंपनियों को प्रोत्साहित करने की। इस मामले में भारत सरकार की स्टार्ट अप से जुड़ी नीति मददगार साबित हो सकती है। 16 जनवरी 2016 को देश में स्टार्ट अप को बढ़ावा देने के लिए

इस नीति का ऐलान किया गया। पहले ये समझ लीजिए कि स्टार्ट अप आखिरकार कहते किसे हैं? 16 जनवरी, 2016 को प्रधानमंत्री द्वारा लांच किए गए एक्शन प्लान के मुताबिक, एक स्टार्ट अप कंपनी वो है जिसका:

- ज्यादा से ज्यादा पांच साल पहले पंजीकरण हुआ है,
- किसी भी बीते कारोबारी साल में कुल कारोबार 25 करोड़ रुपये से ज्यादा नहीं हो,
- जो तकनीक और बौद्धिक संपदा के जरिए नवाचार और नए किस्म के उत्पाद को विकसित करने में लगी हो।

ऐसी कंपनियों को बढ़ावा देने के लिए प्रधानमंत्री ने खास सुविधाओं और रियायतों का भी ऐलान किया। उन्होंने कहा,

स्टार्ट अप की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अगले 4 वर्षों में 2500 करोड़ रुपए के प्रतिवर्ष आवंटन के साथ 10,000 करोड़ रुपए का समर्पित फंड बनाया जाएगा.... आपकी फंड संबंधी आवश्यकताओं में सहायता करने के लिए हम अगले 4 वर्षों में प्रतिवर्ष 500 करोड़ रुपए की निधि के साथ आपके लिए क्रेडिट गारंटी स्क्रीम लाएंगे और इसके कारण मैं समझता हूँ काफी सुविधाएं आपकी बढ़ जाएंगीं। उसी प्रकार से कर प्रोत्साहन स्टार्ट अप के लिए वित्तीय संसाधनों को बढ़ाने के लिए हम सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त फंड के लिए निवेश किए जाने वाले कैपिटल गेन टैक्स की छूट देना चाहते हैं... कोई व्यक्ति अपनी संपत्ति को बेचने से आए हुए धन को, अपने ही स्टार्ट अप में लगाए तो कैपिटल गेन से उसको मुक्ति दी जाएगी। स्टार्ट अप से हुए मुनाफे को 3 साल के लिए आयकर से मुक्ति दे दी जाएगी।”

यहां ये ध्यान रखना जरूरी है कि आप अपनी मौजूदा कंपनी के तहत ही स्टार्ट अप शुरू नहीं कर सकते। ये शर्त नयी उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए है। नयी उद्यमिता को कामयाबी तभी मिलेगी, जब वो बाजार की जरूरतों को पूरा करने की स्थिति में तो हो ही और वो भी नए तरीके से। यहीं पर ऑनलाइन खुदरा कारोबार यानि ई-रिटेल मदद कर सकता है। एक सवाल ये उठ सकता है कि ई-कॉमर्स में नए कारोबारियों के लिए

संभावनाओं की सबसे बड़ी वजह क्या है? बाजार अनुमानों के मुताबिक, दिसंबर 2015 के अंत तक इंटरनेट पर खरीदारी करने वालों में तीन चौथाई से भी ज्यादा आठ बड़े शहरों में स्थित थे, जबकि 4000 से भी ज्यादा छोटे शहरों और नगरों ऑनलाइन बाजार को फैलाने की बड़ी संभावनाएं हैं। इसके अलावा कपड़ों के मामले में जाने-माने ब्रांड की आम दुकानें बड़े शहरों के आगे नहीं है जबकि छोटे शहरों में इन ब्रांड के कपड़ों को पाने का शौक और उसके लिए खर्च करने की भरपूर इच्छा मौजूद है। एक और बात 2020 तक देश में ऐसे में ई-कॉमर्स के क्षेत्र में आने वाली नई कंपनियों के लिए कारोबारी संभावनाओं का अंदाजा लगाना मुश्किल नहीं।

**आप अपनी मौजूदा कंपनी के तहत ही स्टार्ट अप शुरू नहीं कर सकते। ये शर्त नयी उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए है। नयी उद्यमिता को कामयाबी तभी मिलेगी, जब वो बाजार की जरूरतों को पूरा करने की स्थिति में तो हो ही और वो भी नए तरीके से। यहीं पर ऑनलाइन खुदरा कारोबार यानि ई-रिटेल मदद कर सकता है।**

### कैसे फैलेगा ई-कॉमर्स का दायरा?

ई-कॉमर्स कंपनी बन गयी, लेकिन वो कारोबार तो तभी कर पाएगी ना जब जरूरी बुनियादी सुविधा मौजूद हों। इसके लिए डिजिटल इंडिया की योजना पर गौर करना होगा। सरकार ने 2019 तक देश के ढाई लाख ग्राम पंचायतों के जरिए सभी ग्रामीणों के लिए ब्रॉडबैंड सुविधा शुरू करने की योजना बनायी है जिस पर 32 हजार करोड़ रुपये खर्च करने का प्रस्ताव है। इसी तरह शहरी इलाकों में सभी के लिए ब्रॉडबैंड सुविधा के मकसद से सभी शहरों में वचुअल नेटवर्क ऑपरेटर की व्यवस्था करने की योजना है। वहीं शहरों में बनने वाले सभी भवनों में संचार की बुनियादी सुविधाएं विकसित करने को जरूरी करने का प्रस्ताव है। सरकार को उम्मीद है कि 2019 तक देश भर में 4 लाख से भी ज्यादा पब्लिक इंटरनेट एक्सेस प्वाइंट होंगे जबकि बड़ी तादाद में पब्लिक वाई-फाई स्पॉट तैयार हो जाएंगे।

इंटरनेट आयोग के लिए मजबूत आधार बन

गया तो इंटरनेट इस्तेमाल करने वाले माध्यमों की क्या स्थिति होगी? इस सवाल का जवाब जानने के पहले इस तथ्य पर ध्यान दें कि देश की 10 फीसदी से भी कम आबादी महानगरों और बड़े शहरों में रहती है। इन जगहों पर इंटरनेट कनेक्शन की गिनती और ज्यादा बढ़ाने की गुंजाइश नहीं है। ऐसे में उम्मीद है कि अगले पांच सालों में 80 फीसदी के करीब नए-नए इंटरनेट इस्तेमाल करने वाले ग्रामीण इलाके से आएंगे। इसके अतिरिक्त इंटरनेट के लिए ज्यादातर लोग लैपटॉप या डेस्कटॉप नहीं, बल्कि मोबाइल फोन का इस्तेमाल करना चाहेंगे। गौर करने की बात ये है कि इंटरनेट इस्तेमाल करने के लिए आपको आम फोन नहीं, बल्कि स्मार्टफोन की जरूरत होगी। सिस्को की एक रिपोर्ट बताती है कि 2020 देश में स्मार्टफोन की संख्या 70 करोड़ के भी पार चली जाएगी।

इंटरनेट कनेक्शन और स्मार्टफोन आने के बाद तीसरी बड़ी जरूरत होगी दुरुस्त व सुरक्षित भुगतान व्यवस्था की। तमाम सरकारी और निजी बैंक अपने ग्राहकों को नेटबैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग की सुविधा मुहैया करा ही रहे हैं, कई संस्थाओं ने मोबाइल वॉलेट की सुविधा भी मुहैया करा दी है। मोबाइल वॉलेट यानि आपके मोबाइल फोन पर कुछ पैसे जमा रहेंगे जिसका इस्तेमाल आप खरीदारी में कर सकते हैं। नैस्कॉम का अनुमान है कि 2015 में देश में साढ़े 13 करोड़ के करीब मोबाइल वॉलेट इस्तेमाल करने वाले लोग थे जिन्होंने 3 अरब डॉलर (करीब 200 अरब रुपये) का लेन-देन किया। यही रकम 2022 तक 11.5 अरब डॉलर (करीब 800 अरब रुपये) तक पहुंचने का अनुमान है। अब तो यूनिफाइड पेमेंट इंटरफेश भी आ गया है जिसके जरिए आप ई-मेल के सहारे पैसे का लेन-देन कर सकते हैं।

इन सब के बीच अच्छी खबर ये भी है कि बाजार में स्मार्टफोन 3000 रुपये से भी कम कीमत में आ गया है और डाटा की कीमत करीब 50 रुपये प्रति जीबी तक कम हो चुकी है। दूसरे शब्दों में कहें तो ई-कॉमर्स को बढ़ावा देने के लिए माहौल बिल्कुल तैयार हो चुका है। मत भूलिए कि इंटरनेट पर सजी दुकानों में कपड़े की भारी मांग है। अब ऐसे में ई-कॉमर्स में कपड़ें खरीदने-बेचने को लेकर अच्छे दिन आ रहे हैं।



Personalised. Powerful. Proven

## Civil Services Examination 2017 preponed. Join now to prepare early !

### New Batches Starting

<b>General Studies (Pre + Main) English Medium</b>	<b>General Studies (Pre + Main) Hindi Medium</b>	
Batch 1 - Oct, 7.30 am to 10.30 am, 6 Days / Week	Oct, 10 am to 1 pm, 6 Days / Week	
Batch 2 - Oct, 5 pm to 8 pm, 6 Days / Week	<b>Optional Subjects English Medium   2th October</b>	
Batch 3 - Oct, Weekend (Saturday & Sunday)	History 11 am	Pud Ad 2.30 pm

## 100+ Ranks\* in Civil Services Examination-2015



**AIR-1**  
**TINA DABI**  
Civil Service Examination - 2015



**AIR-2**  
**ATHAR AAMIR UL SHAFI KHAN**  
Civil Service Examination - 2015

\*from the house of KSG

## JOIN THE LEAGUE OF ACHIEVERS !

ETEN IAS Centers: Agra, Alwar, Amritsar, Bangalore, Bareilly, Bhilai, Bhilwara, Bilaspur, Chandigarh, Chennai, Dehradun, Delhi, Dibrugarh, Ernakulam, Ghaziabad, Gurgaon, Guwahati, Hyderabad, Imphal, Indore, Jabalpur, Jalandhar, Jammu, Jamshedpur, Jodhpur, Kolkata, Lucknow, Ludhiana, Moradabad, Nagpur, Patna, Raipur, Rohtak, Salem, Tirupati, Trivandarum, Varanasi & Vijayawada

Toll free: 1800 1038 362 • SMS IAS to 567678 • Call: 9654200517/23 • Website: www.etenias.com

**Excellent Franchise opportunity of ETEN IAS KSG is available in following locations:** Agra, Ahmedabad, Aligarh, Allahabad, Arunachal Pradesh, Bangalore, Bhubneshwar, Bikaner, Jaipur, Kanpur, Kohima, Kota, Mangalore, Mumbai, Patiala, Pune, Ranchi, Srinagar, Secunderabad, Shillong & Surat

For Franchise details, call Mr. Manav Aggarwal

Product Head: +91 9958 800 068 or email: manav.aggarwal@pearson.com

ALWAYS LEARNING

PEARSON



## भारत में वस्त्रोद्योग: एक स्वर्णिम इतिहास

पवन कुमार शर्मा



प्राचीन काल से ही मनुष्य ने जीवन के सुचारू संचालन के लिए तीन चीजों पर ही अपना ध्यान केन्द्रित किया। ये तीनों चीजें थी रोटी, कपड़ा और मकान। यह भी अजीब संयोग है कि आदि काल से लेकर आज तक तीनों चीजों की मांग में कमी नहीं आई बल्कि यों भी कहा जावे तो ज्यादा ठीक होगा कि आज इनकी मांग में अत्यधिक वृद्धि हुई है। आधुनिक विकास के पैमाने पर इन तीनों चीजों की मांग महत्वपूर्ण भूमिका निर्वहन करती है। इस आलेख के माध्यम से वस्त्रोद्योग की भारतीय परंपरा के इतिहास पर दृष्टिपात करने की कोशिश की जा रही है

सृ

ष्टि के प्रारंभ से ही मनुष्य ने अपनी प्राथमिक आवश्यकता भोजन की पूर्ति के तत्काल बाद अपने शरीर को ढांपने के लिए वस्त्र का आविष्कार किया। ऋग्वेद में अनेक प्रकार के वस्त्रों का उल्लेख मिलता है ऋग्वेद का ऋषि न केवल वस्त्र से परिचित है बल्कि वह उसे बुनना और अन्य धातुओं के तारों से (यथा सोने के तार) सजाना भी जानता है। इसका अनुमान इससे लगाया जा सकता है कि ऋग्वेद में एक शब्द पेशसु का उल्लेख हुआ है, इसका अर्थ है जरी का काम किया हुआ वस्त्र, जिसे एक नर्तकी पहनेगी।<sup>1</sup> इससे यह विदित होता है कि ऋग्वेद काल में न केवल साधारण कपड़े की बुनाई से ऋषि परिचित है बल्कि वह जरी युक्त कपड़ों को बुनने की कला में भी निष्णात है। इसी बात की पुष्टि के लिए ऋग्वेद में उषा से संबन्धित मन्त्र का उल्लेख आया है। उषा के लिए कहा गया है कि वह नर्तकी के समान वस्त्र धारण करती है।<sup>2</sup> यानि, जिस काल में ऋग्वेद का लेखन हो रहा है उस समय तक वस्त्र उद्योग पर्याप्त उन्नत अवस्था को प्राप्त हो चुका था और सूती धागों के साथ धातुओं से बने धागों का भी प्रयोग होने लगा था तभी तो नर्तकी रेशमी वस्त्र जो कि जरी युक्त है को धारण करती है। साथ ही, उषा की तुलना नर्तकी के जरी युक्त वस्त्रों से भी की जा रही है यानि यह तुलात्मक दृष्टि एकाएक विकसित न हुई होगी इसमें पर्याप्त समय लगा होगा।

मैकडनल वैदिक इंडेक्स में इस विद्या पर और विस्तार से प्रकाश डालते हुए लिखते हैं कि वास और वस्त्र दो शब्द हैं किंतु दोनों का प्रयोग एक ही अर्थ में होता है। वस्त्र का निर्माण भेड़ की ऊन से होता था। वस्त्रों के

बुनने वाले देव का नाम 'पूषन' था और उसे वस्त्र बुनने के कारण 'वासोवाय' यानि वस्त्रों का बुनकर भी कहा जाता था। कपड़े साधारण और असाधारण दो प्रकार के होते होंगे, किंतु यहां पर जिन वस्त्रों का उल्लेख किया गया है उनमें प्रायः सोने का ही काम हो रहा है। ये बुनकर जिसे 'वासोवाय' कहा गया है प्रायः जो कपड़े बुनता था उन पर सोने का काम होता था। मरूतों को सोने के वस्त्रों से अंलकृत बताया गया है। दान में भी जो वस्त्र दिए जाते थे वे भी सोने के काम वाले होते थे। ऋग्वेद में 'वासोदा' शब्द वस्त्र देने वाले के रूप में प्रयुक्त हुआ है। मैकडनल इसको साधारण वस्त्र नहीं मानते बल्कि ये जरी के काम वाला वस्त्र है।<sup>3</sup>

आज का ताना-बाना ऋग्वेद में तन्तु और ओतु हैं। ताना में तन्तु का तन अब भी बना हुआ है और ओतु वा क्रिया से बना है जिसका अर्थ है बुनना। ऋग्वेद का वा आजकल बा बन गया है। जिस उपकरण से बुनाई करते थे उसे तसर कहते थे। ऋग्वेद में बुनने की तुलना बार-बार सूर्य, से उसकी किरणों से की जा रही है। जहां पर यज्ञ होता है ऋषि उसकी भी तुलना बुनने से करता है। ऋषि कहता है कि किरण बुनने के लिए साम रूपी ताने बाने को बनाती है।<sup>4</sup> कवि यहां पर जहां एक ओर ताने-बाने के संयोग से श्रेष्ठ वस्त्र बुनने की बात करता है वहीं वह प्रकृति के संयोग को भी इसी परिप्रेक्ष्य में व्याख्यापित करता है। कवि कहता है कि 'खूंटियां गाड़कर चारों तरफ से पृथ्वी को स्थिर बना दिया।'<sup>5</sup> यानि, ठीक उस प्रकार से जैसे बुनकर खड्डी पर ताने-बाने को खूंटियों से बांधकर बिल्कुल स्थिर कर देता है और फिर उन्नत कोटि का वस्त्र बुनता है। ठीक उसी प्रकार से

लेखक अटल बिहारी वाजपेयी हिंदी विश्वविद्यालय, भोपाल, मध्यप्रदेश के समाज विज्ञान संकाय के अधिष्ठाता हैं। ईमेल : pawan\_sharma1967@yahoo.co.in

विष्णु ने भी पृथ्वी और आकाश के ताने-बाने को फैलाया और उसे खूंटियों पर कस दिया। जिससे श्रेष्ठ सृष्टि का सृजन किया जा सके।

भारत में सृष्टि की उत्पत्ति, विकास, और प्रलय के साथ ताना-बाना तथा वस्त्र की अद्भुत युति है। दक्षिण भारत के संत कवि तिरुवल्लुर और उत्तर भारत के संत कवि कबीर भी इसी प्रकार की बात करते हैं। जो भी हो किंतु ऋग्वेद के अनुशीलन से यह ध्यान में आता है कि उस काल में उन्नत श्रेणी के वस्त्रों का निर्माण होने लगा था। यह वस्त्र प्रायः स्त्रियों के द्वारा बुने जाते थे। ऋग्वेद में उल्लेख आता है कि 'माताएं पुत्र के लिए वस्त्र बुनती हैं'<sup>16</sup> इस प्रकार भारत में आदि काल से ही श्रेष्ठ वस्त्र-निर्माण कला का विकास हो चुका था। इस काल ने आगे और विकास किया। ऋग्वेद के अध्ययन से यह भी संज्ञान में आता है कि ऋषि ऊन को उत्तर से प्राप्त करता था। ऊन के लच्छों को 'परूष' कहते थे एवं नदी के किनारे भेड़ें बहुत पाली जाती थीं इसलिए उस नदी का नाम परूष्णी पड़ गया।<sup>17</sup> ऋग्वेद में एक स्थान पर यह उल्लेख है कि मरुत परूष्णी के ऊपर से आ रहे हैं और ऊनी वस्त्र पहने हुए हैं।<sup>18</sup> इसी सुक्त में मरुतों के लिए 'पारावता' विशेषण प्रयुक्त हुआ है जिसका अर्थ होता है दूर देश से आने वाला।<sup>19</sup> इसका अभिप्राय यह है कि ऋग्वेद का कवि जहां पर सूक्तों की रचना कर रहा है वहां से परूष्णी काफी दूर है, तभी तो वह मरुतों के लिए 'पारावता' विशेषण का प्रयोग कर रहा है।

हडप्पा काल तक आते-आते कपास से भी वस्त्रों का निर्माण होने लगा था। और इन वस्त्रों का बहुतायत में निर्यात सुमेर जैसे क्षेत्रों को किया जाता था।<sup>20</sup> यद्यपि ऋग्वैदिक संस्कृति सिंधु घाटी सभ्यता से अधिक प्राचीन है लेकिन कुछ लोग इसका उल्टा मानते हैं कि सिंधु सभ्यता पहले हुई, ऋग्वेद का लेखन बाद में हुआ। लेकिन ऐसा है नहीं, क्योंकि ऋग्वेद में सरस्वती नदी का उल्लेख कई बार आया है और वह जल से पर्याप्त भरपूर है। सत्य को झुठलाना कालोनियल कन्नोटेशन है। आधुनिक शोध के द्वारा यह अवधारणा बदल रही है।<sup>21</sup>

### वाल्मीकि काल में उन्नत वस्त्रोद्योग

वाल्मीकि रामायण के अध्ययनोपरान्त यह संज्ञान में आता है कि वेद काल की तुलना में यहां पर वस्त्रोद्योग और भी उन्नत हुआ है। वस्त्रों के विविध रंग यहां पर देखने को मिलते

हैं। वाल्मीकि लिखते हैं कि महाराज जनक ने अपनी पुत्रियों के विवाह में बहुसंख्या में वस्त्रों का उपहार दिया था।<sup>22</sup> यानि वस्त्रों का आदान-प्रदान भी उपहार आदि के रूप में होने लगा था। दान-दक्षिणा के रूप में भी वस्त्रों का चलन प्रारंभ हो गया था। वनगमन के पूर्व श्रीराम ने अपने वस्त्र परिजनों को प्रदान किए थे। यह भी उल्लेख मिलता है कि भरत की सेना जब श्रीराम को वापिस लाने के लिए चित्रकूट जा रही थी तो रास्ते में भारद्वाज के आश्रम पर रूकी थी, वहां पर भारद्वाज ने भरत के स्वागत सत्कार में वस्त्रों के ढेर लगा दिए थे।<sup>23</sup> वस्त्रों में रंगों का प्रयोग होने लगा था।

रामायण काल में व्यक्ति अपनी स्थिति के अनुरूप वस्त्र धारण करता था। वाल्मीकि लिखते हैं कि राम जो कि दशरथ के पुत्र हैं, राम कुमार भी हैं वे सदैव अपनी स्थिति के अनुरूप ही बहुमूल्य वस्त्र पहनते थे।<sup>24</sup> ऋग्वेद की भांति स्वर्ण रजत के तंतुओं का प्रयोग रामायण काल में भी बहुतायत में होता था। इनको 'महारजत वासस्' कहा जाता था।<sup>25</sup> सुनहरे धागों वाले पीले वस्त्र तथा रत्नों से जुड़े 'रत्नांबर' का भी उल्लेख आया है।<sup>26</sup> लंका में तो कालीन तक का उपयोग होता था।<sup>27</sup> रावण की वस्त्र सज्जा के विषय में वाल्मीकि लिखते हैं कि उसने उत्तम, मथे हुए अमृत के झाग के समान श्वेत, धुला हुआ, पुष्पों से युक्त और मणियों से जड़ित वस्त्र पहने हुए थे।<sup>28</sup> संपूर्ण रामायण में वाल्मीकि सुसज्जित स्त्रियों का अनेकानेक बार उल्लेख करते हैं।<sup>29</sup> ऋग्वेद की भांति यहां पर भी उपमा के रूप में वस्त्रों का उपयोग समाज में किया जाता था जो कि वस्त्रों के बहुतायत में उत्पादित होने का संकेत है। लक्ष्मण के समझाने पर राम सीता का विरह जन्य शोक वैसे छोड़ने को तैयार हो गए, जैसे मनुष्य मैले वस्त्र का तुरंत परित्याग कर देता है।<sup>30</sup> इसी प्रकार स्त्रियों को आकर्षक वस्त्रों से सुसज्जित बताया गया है।

वाल्मीकि लिखते हैं अभिसारिका के रूप में रंभा ने मेघों के समान नीला वस्त्र धारण कर रखा था।<sup>31</sup> वस्त्रों में रंगों का प्रयोग भी सोने-चांदी की भांति होने लगा था। वस्त्रों के उत्पादन के बाद वस्त्र की धुलाई की प्रथा भी प्रचलन में आ गई थी। तभी तो वाल्मीकि रावण के वस्त्र के लिए लिखते हैं कि उसने 'मथे हुए अमृत के झाग के समान श्वेत वस्त्र' पहन रखा था। वस्त्रों की गुणवत्ता का उल्लेख भी वाल्मीकि ने बहुत ही सहज रूप में किया है। वे लिखते हैं कि धीमी हवाओं

से चलायमान नवकाश-पुष्पों से सुशोभित नदी-तट को देखकर राम को धुले हुए स्वच्छ क्षौम वस्त्रों का सहज ही स्मरण हो आता है।<sup>32</sup> वे आगे फिर तुलना करते हुए लिखते हैं कि चांदनी रात धवल वस्त्र में लिपटी हुई नारी सदृश प्रतीत होती है।<sup>33</sup> यानि नारी वस्त्रों से आच्छादित होने के बाद और धवल रूप को प्राप्त हो जाती है।

वस्त्रों के अनेक प्रकार प्रचलन में थे। यथा-रेशमी, सीता ने सदैव कौशेय (रेशमी) वस्त्रों को धारण किया। अशोक वाटिका में भी वे कौशेय वस्त्रों में ही थीं। वनगमन के समय भी राम ने कौशेय वस्त्रों का दान किया था।<sup>34</sup> इसी प्रकार क्षौम वस्त्र का भी उल्लेख आया है। यह वस्त्र अधिक कीमती, मुलायम और बारीक होते थे तथा पूजा-अर्चना में प्रयुक्त किये जाते थे। इनको अलसी के पौधे के रेशों से तैयार किया जाता था।<sup>35</sup> रामायण में अनेक स्थानों पर क्षौम वस्त्र का उल्लेख मिलता है। यथा-कौशल्य को पूजा के समय 'क्षौमवासिनी' कहा है।<sup>36</sup> राम को भी पूजा के समय क्षौम वस्त्र धारण करने वाला ही बताया है।<sup>37</sup> उत्सव के समय भी क्षौम वस्त्र ही धारण किया जाता था। विवाह के बाद जब सीता अयोध्या आई तो सभी रानियों ने क्षौम वस्त्र पहन कर ही उनका स्वागत किया।<sup>38</sup> रामायण के अध्ययन से यह संज्ञान में आता है कि पुरुष पूजा-अर्चना को छोड़कर भव्य सोने-चांदी के तन्तुओं से युक्त वस्त्रों को धारण किया करते थे और स्त्रियां प्रायः क्षौम वस्त्रों को धारण करती थीं क्योंकि यह हल्का और मुलायम होता था जो कि उनके स्वभाव के साथ साम्य रखता था।

रामायण काल में मृग-चर्म, (अजिन) पेड़ों की छाल, (वल्लकल), कुश-धीर (घास के बुने कपड़े) मुनि वस्त्र कहलाते थे। नरम मृग-चर्म को तूलाजिन (रूई की सी मृग छाला) कहते थे।<sup>39</sup> कढ़ाई का प्रचलन भी था। रावण सुनहरे सूत के कपड़े पहनता था।<sup>40</sup> कढ़ाई युक्त बहुमूल्य क्षौम भी वह पहनता था। सीता का उत्तरीय भी इसी प्रकार का था।<sup>41</sup> कपड़ा बनाने के लिए प्रायः रेशम, क्षौम, कपास ऊन और सन का उल्लेख मिलता है सन का उपयोग रस्सियां आदि के लिए ज्यादा होता था। लंका में हनुमान को इसी से बांधा गया था।<sup>42</sup> कपड़ों की गुणवत्ता के आधार पर उनका नामकरण किया जाता था। यथा-महीन कपड़े को 'सूक्ष्म वस्त्र', कीमती कपड़े को महार्हवस्त्र या वरार्हवस्त्र तथा नये



कपड़े को *आहतवस्त्र* कहते थे। किनारीदार और कढ़ाई युक्त वस्त्रों को *संवीतवस्त्र* कहा जाता था। पोशाक के लिए 'वसन', 'वासस', 'अंशुक' और 'अंबर' शब्द प्रयुक्त हुए हैं। मोटे कपड़े को 'शाटी' कहा है। 'प्रावरण' एक प्रकार का ऊपरी वस्त्र था। 'परिस्तोम' या 'उत्तरच्छद' बिछाने के कपड़े को कहते थे और 'शयनप्रस्तर' पलंग पर बिछाने की चादर को कहा जाता था। 'कंचुक' बांहदार घुटनों तक लटकता हुआ क्लाक जैसा पहनावा था। 'उष्णीय' पगड़ी का बोधक था।<sup>33</sup> इस प्रकार वाल्मीकि रामायण की रचना तक भारत का वस्त्र उद्योग न केवल तरक्की कर गया था बल्कि बहुविध प्रयोग भी करने लगा था, उनमें से कुछ प्रयोग तो आजकल 'वस्त्र डिजायनर' कर रहे हैं जो कि रामायण काल में होते थे।<sup>34</sup>

### पाणिनी काल में वस्त्र उद्योग

पाणिनी लिखते हैं कि वैदिक काल में 'वस्त्र' और 'वसन' शब्द ही प्रचलन में थे किन्तु उनके काल में 'चीर'<sup>35</sup> 'चेल'<sup>36</sup> 'चीवर'<sup>37</sup> 'आच्छादन'<sup>38</sup> इन चारों का प्रयोग भिन्न-भिन्न रूपों में हुआ है। इस काल में भी वस्त्रों के विभिन्न प्रकार पाए जाते थे, यथा:- रेशमी वस्त्र - कौशय<sup>39</sup> अलसी के रेशे से बने वस्त्र औभ-औभक<sup>40</sup> और ऊनी वस्त्रों को औण-और्णक<sup>41</sup> (4/3/158) कहते थे। सूती वस्त्र भी प्रचलन में थे<sup>42</sup> इस प्रकार पाणिनी काल में भी वस्त्र उद्योग अपने चरम पर था और अनेक प्रकार से पहनने वाले वस्त्रों का नामकरण उनकी उपयोगिता के आधार पर किया जाता था।

कालांतर में वस्त्र उद्योग ने न केवल विकास किया, बल्कि अपने विकास के बल पर भारत को समृद्ध भी किया। सर विलियम जोन्स भारत के कपड़े उद्योग के विषय में लिखते हैं कि 'इस देश में अनेक बार परिवर्तन हुए हैं। बाहर के लोगों ने आकर इसे जीता है फिर भी यहां संपदा के स्रोत अब भी बहुत बड़े हैं। कपास की चीजें बनाने में वे अब भी सारी दुनिया से बड़े हैं'<sup>43</sup> वे आगे लिखते हैं कि भारत में शिल्पशास्त्र पर अनेक ग्रन्थ रचे गए थे। उनसे पता चलता है कि यहां कौशल में कैसे विकास हुआ था, किन-किन तरकीबों से धातु से चीजें बनायी जाती थी, कपड़े कैसे रंगे जाते थे। परंतु शिल्पशास्त्र की उपेक्षा की गई और इसलिए बहुत से लोग उनके बारे में जानते भी नहीं हैं। फिर भी भारत में चरखा

और करघा से जो चीजें बनती हैं, उनकी प्रशंसा सारी दुनिया में की जाती है और यह असंभव नहीं है कि जो भी नफीस कपड़ा हो, उसे *सिंदोस* कहा जाता था, इसलिए कि सिंधु नदी के किनारे इस तरह के बहुत अच्छे स्तर का कपड़ा बनाया जाता था।<sup>44</sup> प्राचीन भारत में कपड़े का उत्पादन न केवल घरेलू खपत के लिए किया जाता था बल्कि इसका व्यापार भी होता था। कपड़े के व्यापार के लिए कर्ज का विधान था किंतु इस पर ब्याज नहीं लिया जाता था, क्योंकि दूसरे व्यापार से जो पैसा आता था वह ब्याज से कहीं अधिक लाभकारी होता था।<sup>45</sup> कपड़े के व्यापार के कारण ही भारत का संबंध अरबों से और फिर शेष यूरोप के साथ स्थापित हुआ था।

मध्यकाल में भी वस्त्रों की बुनाई में सोने-चांदी के काम की उपलब्धता है अकबर के वस्त्र रेशम के होते थे और उसमें सोने का सुंदर काम किया होता था।<sup>46</sup> मौसम के अनुरूप भी वस्त्रों का उत्पादन होता था। प्राचीन भारत की भांति कपास और ऊन की भूमिका विद्यमान थी।<sup>47</sup>

### वैश्विक व्यापार में भारतीय वस्त्रोद्योग: भ्रम व यथार्थ

प्राचीन भारत में प्रारंभ से ही कृषि के साथ-साथ कूटीर उद्योगों को भी प्रश्रय दिया गया था। तभी तो भारत शेष विश्व के साथ व्यापार करके सोने की चिड़िया बन सका था। कोई भी देश कभी भी मात्र कृषि के बल पर विश्व की आर्थिक शक्ति नहीं बन सकता। भारत के बारे में ये सभी बातें कि भारत कृषि प्रधान देश है भ्रमकारी एवं उपनिवेशिक मानसिकता को बल प्रदान करने वाली है। ऋग्वेद से लेकर अंग्रेजों के आने के पूर्व तक भारत कृषि के साथ-साथ उद्योग प्रधान व्यवस्था भी था, भारत में अनेकानेक प्रकार की जातियों का अभ्युदय और उनका विकास उनके कौशल का प्रतीक है। इन्हीं के कौशल से भारत का विश्व व्यापार में 18वीं सदी तक 34 प्रतिशत सहभाग था जोकि उस समय सर्वाधिक था। अंग्रेजों ने आकर इस व्यवस्था को खत्म कर दिया और भारत पर कृषि प्रधान देश का तमगा लगा दिया, जो कि आज भी प्रचलित है। देश के बजट की समीक्षा के समय यह जुमला बहुतायत में प्रचलित रहता है कि भारत एक कृषि प्रधान देश है। ऐसा इसलिए रहता है, जिससे कि हम अंग्रेजों के प्रति कृतज्ञ बने रहें कि आपने आकर

हमें उद्योग आधारित अर्थव्यवस्था का हिस्सा बना दिया, नहीं तो हम कृषि आधारित गंवार अर्थव्यवस्था का ही हिस्सा बने रहते। भारत के वस्त्रोद्योग को सबसे ज्यादा हानि अंग्रेजों ने पहुंचाई क्योंकि भारत के वस्त्रोद्योग को हानि पहुंचाए बिना उनका वस्त्रोद्योग पनप नहीं सकता था। मार्क्स ने इस विषय पर बहुत ही ध्यानाकर्षक बात 10 जून 1853 को लिखे लेख<sup>48</sup> में लिखी है - 'यूरोप इन्हें भारत से प्राप्त करता है, बदले में उसे अपना सोना-चांदी भेजता है।' यानि भारत का वस्त्र इतना उच्च कोटि का होता था कि इसका व्यापार अपने पैसे से न होकर सोने-चांदी से होता था। यही कारण था कि संपूर्ण यूरोप का सोना-चांदी भारत खिंचकर चला आया था, और ऐसा सदियों से हो रहा था। यही बात यूरोप-वासियों को भारत की ओर खिंचकर लाई। मार्क्स 24 जून, 1853 के लेख में पुनः लिखते हैं कि 17वीं सदी के अन्तिम चरण और 18वीं सदी के अधिकांश काल में इंग्लैण्ड के उद्योगपति कह रहे थे कि भारत के सूती और रेशमी वस्त्रों का आयात उन्हें तबाह किए डाल रहा है, अतः पार्लियामेंट को इस मामले में हस्तक्षेप करना चाहिए।<sup>49</sup>

### भारतीय वस्त्र उद्योग व सामाजिक संरचना

मार्क्स ने इसी लेख में भारत को *सूती वस्त्र का कारखाना* कहा है। मार्क्स भारत के उत्स को समझने की कोशिश कर रहे थे। वे यह मानते थे कि भारत की समृद्धि में अन्य उद्योग के साथ कपड़ा उद्योग की महत्वपूर्ण भूमिका थी। यह भूमिका भारत के समाज की एक दिन में ही नहीं बन गई थी यह उसकी युग-युगीन साधना का परिणाम थी। यह वैशिष्ट्य कृषि करने वाले किसान में हो तो सकता है किन्तु इतना उन्नत नहीं हो सकता। जबतक कि इस प्रकार का कार्य करने वाला कोई अलग वर्ग न हो। इस प्रकार से भारत कौशल आधारित समाज का देश था जिसे अंग्रेजों ने अपने स्वार्थ के लिए नष्ट किया। यदि ऐसा नहीं होता तो यह समाज अंग्रेजों के उद्योगों को स्थापित नहीं होने देता। 10 जून, 1853 के लेख में मार्क्स आगे लिखते हैं कि कातना-बुनना इन लाखों आदमियों का धंधा गौण रूप से नहीं था। वह उनका मुख्य धंधा था। उनके उत्पादन का उद्देश्य बिकाऊ माल तैयार करना था। यह माल भारत में और भारत के बाहर बड़े-बड़े बाजारों में बेचा जाता था। इस माल को तैयार करने वाले कारीगर गांवों

में नहीं; ढाका जैसे शहरों में रहते थे। जब अंग्रेजों ने यहां के उद्योग व्यापार को नष्ट कर दिया, तब ढाका की आबादी डेढ़ लाख से घटकर बीस हजार रह गई। 50 इस प्रकार से अंग्रेजों ने व्यवस्थित रूप से भारत के उद्योगों को तबाह किया और शहर तथा गांव के मध्य आबादी का संतुलन बिगाड़ा। शहर बर्बाद होने के बाद शिल्पी गांव के बाहर की ओर रोजगार की तलाश में पलायन किए, फलतः गांवों की दशा भी बिगड़ी और अंग्रेजों ने कृषि प्रधान देश का तमगा लगा दिया और उससे मुक्ति के लिए उद्योगीकरण को आधार बनाया।

भारत के ये बुनकर विश्व का सबसे महीन सूत का कपड़ा बनाते थे जो कि लगभग 2300 काउण्ट (धागे की मोटाई नापने की इकाई) का होता था। आज विश्व की आधुनिकतम मशीनों के बावजूद भी हम इतना महीन सूत बनाने में सफल नहीं हो सके हैं। भारत की इसी कारीगरी से यूरोप के उद्योगपति प्रभावित हो रहे थे। व्यापारी भारत के कपड़े को पसन्द करते थे क्योंकि यह मंहगा बिकता था और मुनाफा अधिक देता था इसलिए व्यापारियों के लिए ये लाभकारी था किन्तु यह उद्योगपतियों को बर्बाद कर रहा था। इसलिए उद्योगपति पालियामेंट से इसके आयात पर प्रतिबन्ध की मांग करते थे। फलतः इंग्लैण्ड में यह कानून बनाया गया कि जो व्यक्ति भारत के कपड़े को अपने पास रखेगा या बेचेगा उसे 200 पाँड जुर्माना भरना होगा। विलियम तृतीय, जार्ज पंचम, जार्ज द्वितीय, जार्ज तृतीय सदृश अनेक राजाओं के जमाने में ऐसे कानून बनाए गए जिससे भारत का माल इंग्लैण्ड में बिकना बंद हो गया।<sup>51</sup>

भारत में वस्त्रोद्योग आधारित पूरा एक समाज था, जिसने भारत की समृद्धि में बहुत ही महत्वपूर्ण योगदान दिया था लेकिन अंग्रेजों ने इसे व्यवस्थित रूप से नष्ट किया। अंग्रेजों की यह भूमिका विश्व में अपने आप में एक अलग ही उदाहरण है। धर्मपाल जी लिखते हैं कि सन् 1810 ई. के आसपास के ब्रिटिश भारतीय आंकड़ों से पता चलता है कि दक्षिण भारत के मिलों में सूती, रेशमी आदि कपड़ा बनाने और निवाड़ आदि तैयार करने के काम आने वाली स्त्रियों की संख्या 15 से 20 हजार तक प्रति जिले में थी। ऐसा लगता है कि देश भर में प्रायः सर्वत्र हर जिले में लगभग इतनी ही स्त्रियां हो सकती हैं। बुनने वाले बुनकारों की संख्या तो स्त्रियों की संख्या से अधिक ही होगी। कातने वालों की तो अनगिनत ही होगी। धुनाई, रंगाई, छपाई आदि का काम करने वाले

धुनिया, रंगराज, छीपी आदि की संख्या भी इसी अनुपात में होगी। भारतीय वस्त्र उद्योग के विनाश से ये सब दरिद्र और गरीब हुए।<sup>52</sup> इस प्रकार से अंग्रेजों ने एक समृद्ध समाज को स्वयं के स्वार्थ के लिए विपन्न बना दिया।

वस्त्रोद्योग यों तो संपूर्ण भारत में स्थापित था किन्तु इसके कुछ प्रमुख केन्द्र भी थे यथा: ढाका, पटना के पास जहानाबाद, बुलन्दशहर में सिकन्दराबाद, लखनऊ, बनारस, रायबरेली में जायस, फैजाबाद में पांडा, रामपुर, मुरादाबाद, कानपुर, प्रतापगढ़, ललितपुर, शाहपुर, अलीपुर, मेरठ, आगरा, दिल्ली रोहतक, ग्वालियर, चंदेरी, इंदौर दक्षिण भारत में आर्नी, हैदराबाद, रायपुर, सेलम, तंजौर, पैठन, मद्रुरै आदि-आदि। इनमें से कुछ अपने अस्तित्व के लिए संघर्षरत हैं, कुछ आज भी प्रतिष्ठित हैं।

हथकरघा उद्योग भारत की पहचान थी जिसे अंग्रेजों ने समाप्त किया और बाद में स्वतंत्र भारत की सरकारों ने मिश्रित अर्थव्यवस्था का मॉडल स्वीकार करने के कारण इसके उन्नयन के विशेष प्रयास नहीं किए। सामान्यतः यह उद्योग स्त्री और बच्चों के बल पर अधिक समृद्ध था किन्तु कालान्तर में अनेक प्रकार के अधिकारों के लिए संघर्ष करने वालों ने भी इस उद्योग को उजाड़ने में आधुनिक अंग्रेजों की ही भूमिका का निर्वहन किया। इस प्रकार से परतन्त्रता के काल में प्रत्यक्ष रूप से और स्वतन्त्रता के बाद अप्रत्यक्ष रूप से यह उद्योग अपने अस्तित्व को बनाये रखने के लिए संघर्षरत ही रहा। जिस उद्योग के बल पर भारत सोने की चिड़िया बना और जिसके वैशिष्ट्य ने संपूर्ण यूरोप को भयभीत कर दिया था वही उद्योग आज अपने स्वर्णिम दिनों की वापसी की बाट जोह रहा है। यद्यपि भारत सरकार द्वारा कुछ प्रयास अवश्य किए जा रहे हैं किन्तु वैश्विक नीतियों के चलते ये सब कितने सार्थक हो पाएंगे यह तो आने वाला समय ही बतायेगा। □

### संदर्भ

1. वैदिक इंडेक्स, खण्ड 02 पृष्ठ 22
2. ऋग्वेद 7.92.4
3. वैदिक इंडेक्स, खण्ड 2, पृष्ठ 291
4. ऋग्वेद 10/130/2
5. तदैव 7/99/3;
6. तदैव 5/47/6
7. तदैव 10/75/5
8. तदैव 5/52/9
9. तदैव 5/52/11
10. भारत का सांस्कृतिक, सामाजिक और आर्थिक

- इतिहास, चोपड़ा, पुरी, दास खण्ड-1 पृष्ठ 23
11. डॉ. रामविलास शर्मा, ऋग्वेद और पश्चिम एशिया।
  12. वाल्मीकि रामायण 1/74/4
  13. तदैव 2/91/76
  14. तदैव 2/12/98
  15. तदैव 5/10/17
  16. तदैव 5/15/45
  17. तदैव 6/11/29
  18. तदैव 5/18/24
  19. तदैव 2/5/26, 6/26/18
  20. तदैव 6/5/21
  21. तदैव 6/26/18
  22. तदैव 64/30/51
  23. तदैव 4/30/46
  24. तदैव 2/32/15-16
  25. वासुदेवशरण अग्रवाल-हर्षचरित, एक सांस्कृतिक अध्ययन, पृ. 761
  26. वाल्मीकि रामायण 2/4/30
  27. तदैव 2/6/7
  28. तदैव 1/7/4/11-12
  29. तदैव 2/30/12
  30. तदैव 5/10/7
  31. तदैव 4/53/17
  32. तदैव 5/48/46
  33. तदैव 3/37/7, 3/32/17, 2/39/15, 2/91/64, 5/19/4, 5/15/47, 2/39/15, 4/30/46, 3/49/9, 2/32/32, 4/30/46, 6/11/15, 4/23/14, 2/16/8, 4/1/82, 6/114/21
  34. इण्डिया टुडे 31 अगस्त 2016, पृ. 56
  35. पाणिनी अष्टाध्यायी 6/2/127
  36. तदैव 3/4/33
  37. तदैव 3/1/20
  38. तदैव 3/3/54, 4/3/141, 5/4/6
  39. तदैव 6/3/42
  40. तदैव 6/3/150
  41. तदैव 6/3/150
  42. तदैव 4/3/143
  43. विलियम जोन्स, खण्ड - 03, पृष्ठ - 32
  44. तदैव 03, पृष्ठ 42
  45. तदैव - 03, पृष्ठ 43
  46. भारत का सांस्कृतिक, सामाजिक एवं आर्थिक इतिहास चौपड़ा, पुरी, दास पृ. 47
  47. तदैव पृष्ठ 46
  48. कार्ल पार्क्स, न्यूयार्क डेली ट्रिब्यून, 10 जून, 1853
  49. सदैव
  50. सदैव
  51. मार्क्स एवं एंगेल्स, ऑन कॉलोनियलिज्म, मास्को, 1978, पृष्ठ 52
  52. धर्मपाल, भारत का चित्र, मानस एवं काल, पुनरुत्थान ट्रस्ट, अहमदाबाद, 2007, पृष्ठ-81



# GS MENTORS

An ISO 9001:2015 Certified Company

An Institute of Top IAS Trainers

## IAS-2017

# सामान्य अध्ययन

## हिन्दी माध्यम की तैयारी अब अंग्रेजी माध्यम के मानक स्तर पर

जुल्फिकार सर

तारिक सर

भरत सर

आयुस सर

अयाज़ सर

साहिल सर

एवं  
टीम

## IAS-2017

### GENERAL STUDIES

# 12<sup>th</sup> Oct.

MORNING BATCH

Mukherjee Nagar

# 10<sup>th</sup> Oct.

EVENING BATCH

Rajinder Nagar

WEEKEND BATCH  
also available

### Selected Candidates Mentored by the Faculty of GS Mentors

Result-2015



Tina Dabi  
Rank-1



Gaurav Singh  
Sogarwal, Rank-99



Amit Aasery  
Rank-490



Shashvat Saurabh  
Rank-595



Mohit Jangid  
Rank-713



Siddiqui Mohd Aamir  
Mohd Iqbal, Rank-729



Prabha Mahor  
Rank-759



Yashvir Yadav  
Rank-823

And Many More...

Result-2014



Aditya Ranjan  
Rank-99



Zainab Syeed  
Rank-107



Safeer Karim  
Rank-112



Bhanu Parbha  
Rank-160



Imran Raza  
Rank-165



Anjali Yadav  
Rank-443



Afaq Ahmad  
Giri, Rank-457



Ch. Mohd. Yasin  
Rank-459

And Many More...

Result-2013



Rachit Raj  
Rank-3



Neha Jain  
Rank-12



Faiz Aq Ahmed  
Muntaz, Rank-17



Md. Musharrarf Ali  
Faruqi, Rank-80



Chakravarti Singh  
Rathore, Rank-85



Sana Akhtar  
Rank-90



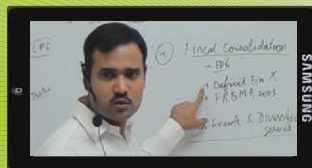
Tejaswani Gautam  
Rank-239



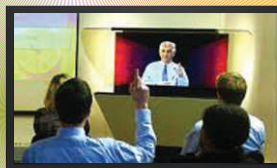
Raunaq Jamil Ansari  
Rank-763

And Many More...

## E-Learning Programme



CLASSES ON TABLET/LAPTOP



ONLINE CLASSES

### REGIONAL CENTRES (ONLINE)



Meerut, Gwalior  
Jodhpur, Sirsa  
Gorakhpur, Jabalpur  
Ajmer, Aurangabad  
Mumbai, Jaipur, Pune

Franchisee in other major cities are also invited  
☎ 7840888777,555

532, Dr. Mukherjee Nagar, Delhi-9  
011- 27607070, 7840888777

Website: [www.gsmentors.com](http://www.gsmentors.com)  
E-mail: [gsmentors1@gmail.com](mailto:gsmentors1@gmail.com)

23-B, 3rd Floor, Pusa Road, N. Delhi-5  
011-47451000, 7840888666

# सिविल सेवा परीक्षा

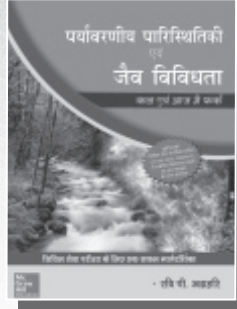
की तैयारी के लिये आपके सशक्तिकरण हेतु उपयोगी पुस्तकें

मूल्य: ₹ 395/-



ISBN: 9789352602308

मूल्य: ₹ 395/-



ISBN: 9789352602322

मूल्य: ₹ 595/-



ISBN: 9789352602452

मूल्य: ₹ 595/-



ISBN: 9789352602285

मूल्य: ₹ 715/-



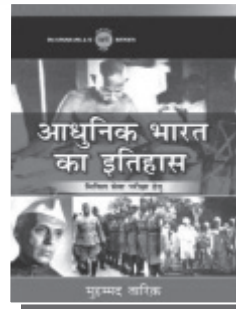
ISBN: 9780070144859

मूल्य: ₹ 265/-



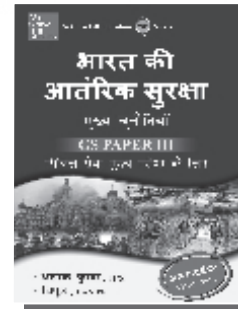
ISBN: 9789352601660

मूल्य: ₹ 240/-



ISBN: 9780070660328

मूल्य: ₹ 195/-



ISBN: 9789339219093

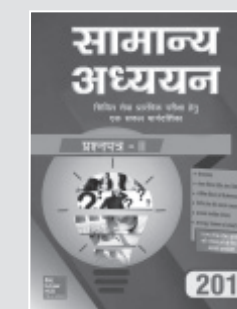
## शीघ्र प्रकाशित

मूल्य: ₹ 425/-



ISBN: 9789352603657

मूल्य: ₹ 425/-



ISBN: 9789352603664

मूल्य: ₹ 425/-



ISBN: 9789352602292

मूल्य: ₹ 425/-



ISBN: 9789339220341

Prices are subject to change without prior notice.

**मैकग्रॉ हिल एजुकेशन (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड**

बी-4, सैक्टर 63, जनपद गौतम बुद्ध नगर, नोएडा, उत्तर प्रदेश-201 301

टोल फ्री नं०: 1800 103 5875 | ई-मेल: [reachus@mheducation.com](mailto:reachus@mheducation.com) | खरीदें @ [www.mheducation.co.in](http://www.mheducation.co.in)

संपर्क करें @ [f](https://www.facebook.com/McGrawHillEducationIN) /McGrawHillEducationIN [t](https://www.twitter.com/mheducationIN) /mheducationIN [in](https://www.linkedin.com/company/mcgraw-hill-education-india) /company/mcgraw-hill-education-india



## विकास पथ

### हथकरघा स्टॉल के आवंटन के लिए ऑनलाइन पोर्टल

**क** पड़ा मंत्रालय ने नई दिल्ली में हाल ही में हथकरघों के स्टॉल आवंटित करने के लिए एक ऑनलाइन पोर्टल आरंभ किया। इस पोर्टल की कल्पना बुनकर हितैषी मंच के रूप में की गई है, जो हथकरघा स्टॉलों के आवंटन को सुचारु बनाएगा। विकास आयुक्त (हथकरघा) का कार्यालय हर वर्ष लगभग 340 मार्केटिंग कार्यक्रमों में सहयोग करता है। नए पोर्टल से पारदर्शिता आने, प्रक्रिया सरल बनने, आसानी से संपर्क होने और हथकरघा उत्पादों की मार्केटिंग को बढ़ावा देने के लिए नए आवेदकों, बुनकरों तथा संगठनों के लिए एक समान प्रक्रिया होने की संभावना है।



#### ऑनलाइन पोर्टल कैसे काम करेगा?

प्रमुख अखबारों में विज्ञापन के माध्यम से जब भी ऑनलाइन आवेदन मंगाए जाएंगे तब बुनकर/संगठन ऑनलाइन पोर्टल पर आवेदन कर सकेंगे। बुनकरों/संगठनों को आवंटन के लिए पहली बार आवेदन करते समय अपना पंजीकरण कराना होगा। उसके बाद उनकी जानकारी अद्यतन कर ली जाएगी। उन्हें आवेदन जमा करने के लिए एक लॉगइन और पासवर्ड मिलेगा।

पंजीकरण के उपरांत वे ऑनलाइन आवेदन कर सकते हैं। ऑनलाइन आवेदन स्वतः ही उस बुनकर सेवा केंद्र तक भेज दिया जाएगा, जिसके क्षेत्र में वह आवेदक रहता है। बुनकर सेवा केंद्र निर्धारित अवधि के भीतर आवेदन की जांच करेगा और यदि

किसी आवेदन की अनुशंसा नहीं की जाती है तो आवेदक को उसका कारण भी बताया जाएगा। जिन आवेदनों की अनुशंसा की जाएगी, उन्हें सिस्टम स्वयं ही इकट्ठा करेगा और कंप्यूटर के जरिये ड्रा के लिए तैयार करेगा। चयनित आवेदकों की राज्यवार और स्लॉटवार सूची कंप्यूटर द्वारा तैयार की जाएगी, जिसमें प्रतीक्षा सूची भी शामिल होगी।

सिस्टम आवंटियों को स्टॉल के आवंटन की सूचना स्टॉल संख्या के साथ एसएमएस और ईमेल के जरिये भेजेगा। आवेदक पोर्टल में लॉगइन करने के बाद आवंटन पत्र का प्रिंटआउट ले सकेंगे। आवंटन पत्र की मुद्रित प्रति के साथ वे आयोजकों से संपर्क कर सकते हैं और स्टॉल ले सकते हैं।

यह काम वेब-लिंक [http://handloomstall.gov.in/HEMS/pages/hems\\_home.action](http://handloomstall.gov.in/HEMS/pages/hems_home.action) के जरिये किया जा सकता है।

### प्राकृतिक गैस को बढ़ावा देने के लिए #Gas4India अभियान

**दे** श में गैस का प्रयोग बढ़ाने के लिए हाल ही में #Gas4India अभियान आरंभ किया गया। इस क्षेत्र में काम कर रही सार्वजनिक एवं निजी क्षेत्र की कंपनियों ने प्राकृतिक गैस उद्योग को बढ़ावा देने के लिए हाथ मिलाए हैं। #Gas4India एकीकृत, देश भर में चलने वाला, अनेक माध्यमों और अनेक कार्यक्रमों वाला अभियान है, जिसका उद्देश्य खाना पकाने, यात्रा करने, घरों में रोशनी करने या कारोबार चलाने के लिए गैस का प्रयोग करने वाले अथवा भविष्य में करने जा रहे प्रत्येक नागरिक को यह बताना है कि प्राकृतिक गैस को ईंधन के रूप में चुनने के कितने राष्ट्रीय, सामाजिक, आर्थिक एवं पर्यावरणीय लाभ हैं। अभियान में ट्विटर, फेसबुक, यूट्यूब, लिंक्डइन और इसकी आधिकारिक ब्लॉग साइट के जरिये सामाजिक संपर्क तो शामिल है ही, चर्चा, कार्यशाला तथा सांस्कृतिक कार्यक्रमों के माध्यम से उपभोक्ताओं से सीधे संपर्क करने के बेहद स्थानीय और ऑफलाइन कार्यक्रम भी शामिल हैं।

केंद्रीय पेट्रोलियम और प्राकृतिक गैस राज्यमंत्री (स्वतंत्र प्रभार) श्री धर्मेन्द्र प्रधान ने अभियान की वेबसाइट, ट्विटर हैंडल, फेसबुक पेज और थीम गीत आरंभ किया।

अभियान का लक्ष्य देश की ऊर्जा बास्केट में गैस की हिस्सेदारी वर्तमान 6.5 प्रतिशत से बढ़ाना है। गैस उत्पादन बढ़ाने की योजना के अलावा सरकार देश भर में गैस ग्रिड को बढ़ावा दे रही है और गैस का बुनियादी ढांचा बिछा रही है। गैल गैस ग्रिड के लिए निविदा की प्रक्रिया पहले ही पूरी कर चुकी है और पाइपलाइन बिछाने का काम भी जल्द शुरू हो जाएगा। सरकार कोल बेड मीथेन से सिंथेटिक गैस को बढ़ावा देने तथा बायो सीएनजी और बायो पीएनजी को प्रोत्साहित करने के लिए कदम उठाने जा रही है। तीन नए एलएनजी टर्मिनल भी बन रहे हैं। उचित दामों पर गैस की अबाध आपूर्ति सुनिश्चित करने के लिए भारत ने दीर्घकालिक अनुबंध किए हैं और विदेश में संपत्तियां खरीदी हैं। □

## हथकरघा पर प्रधानमंत्री के विचार

हमारी हथकरघा की परंपरा को भारत तथा विश्व के लिए फैशन का केंद्र बनाए जाने की जरूरत: प्रधानमंत्री

### राष्ट्रीय हथकरघा दिवस ( 7 अगस्त, 2016 ) पर प्रधानमंत्री का संदेश

- राष्ट्रीय हथकरघा दिवस पर आइए, हम सब मिलकर प्रण करें कि हम हथकरघा क्षेत्र को प्रोत्साहन देंगे और अपने दैनिक जीवन में हथकरघा उत्पादों का अधिक से अधिक इस्तेमाल करेंगे।
- हमारा हथकरघा क्षेत्र विविधता से भरा है, पर्यावरण के अनुकूल है और असंख्य बुनकरों के रोजगार का स्रोत है, जो हमारे समर्थन से बहुत अधिक प्रोत्साहित होंगे।
- चूँकि हथकरघा क्षेत्र से अनेक महिलाएं जुड़ी हैं, इसीलिए हथकरघा क्षेत्र का विकास महिला सशक्तीकरण का भी एक महत्वपूर्ण माध्यम है।

### 31 जनवरी, 2016 को मन की बात के मुख्य अंश

- खादी अब एक प्रतीक बन चुकी है, इसकी अलग पहचान है। अब खादी युवा पीढ़ी के आकर्षण का केंद्र बनती जा रही है और उनके लिए उत्तम उपाय बन गई है, जिनका रुझान जैविक तथा संपूर्ण स्वास्थ्य सेवा की ओर है।
- फैशन की दुनिया में भी खादी ने अपने लिए अलग जगह बना ली है।
- खादी में करोड़ों लोगों को रोजगार देने की ताकत है।
- बापू हमेशा प्रौद्योगिकी के उन्नयन के प्रति सजग और आग्रही थे और इस मामले में हमेशा सबसे आगे रहे।
- 30 जनवरी को जब हम पूज्य बापू को याद करें तो अपने तमाम कपड़ों के बीच कम से कम एक कपड़ा खादी का भी जरूर रखें और उसके समर्थक बनें।

### राष्ट्रीय हथकरघा दिवस, 2015 पर प्रधानमंत्री का संदेश

- हथकरघा क्षेत्र में बहुत ताकत है, जिसकी मार्केटिंग करने की हमें जरूरत है। हथकरघे में प्रमुख रूप से कपास, रेशम, ऊन, जूट जैसे प्राकृतिक रेशे इस्तेमाल होते हैं। इसीलिए यह पर्यावरण के अनुकूल है। हम सब्जियों के रंगों तथा अन्य जैविक उत्पादों का प्रयोग कर इसे और भी पर्यावरण हितैषी बना सकते हैं।
- हमें हथकरघे की अपनी परंपरा को भारत तथा दुनिया के लिए फैशन का केंद्र बनाना होगा। इंडिया हैंडलूम ब्रांड ग्राहकों का भरोसा और विश्वास जीतने के उद्देश्य से ही पेश किया गया है।
- हाल ही में हमने डिजिटल इंडिया अभियान शुरू किया है, जो शीघ्र ही सभी भारतीयों को इंटरनेट के माध्यम से जोड़ देगा। युवा ग्राहक अब ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों के जरिये खूब खरीदारी कर रहे हैं। इसीलिए हमें हथकरघा उत्पादों की बिक्री के लिए ई-कॉमर्स का दायरा बढ़ाना चाहिए।
- हथकरघे के प्रोत्साहन के लिए जरूरी है कि अच्छी मार्केटिंग हो और नए डिजाइन आएँ।
- काम की जगह बनाने और करघा तथा दूसरे सामान खरीदने के लिए बुनकरों को मिलने वाली सहायता राशि अब सीधे उनके बैंक खातों में भेजी जाएगी। हमने ब्लॉक स्तर पर हैंडलूम क्लस्टर विकसित करने के लिए बड़ा कदम उठाया है। अभी तक एक हैंडलूम क्लस्टर के लिए केवल 60 लाख रुपये दिए जाते थे। अब इसे बढ़ाकर 2 करोड़ रुपये कर दिया गया है।
- हमें उत्पादकता बढ़ाने और करघे से पहले की गतिविधियों में श्रम घटाने के लिए तकनीक में भी सुधार करना होगा।
- सूक्ष्म, लघु और मझोले उद्योगों की वित्तीय समस्याएं दूर करने के लिए सरकार ने मुद्रा बैंक बनाने की घोषणा की है। इस बैंक के पास 20,000 करोड़ रुपये की राशि और 3,000 करोड़ रुपये तक की ऋण गारंटी राशि है। मुद्रा बैंक सुनिश्चित करेगा कि ऋण राशि का कम से कम 60 प्रतिशत हिस्सा 50,000 रुपये से कम के ऋणों में खर्च किया जाए। मुझे यकीन है कि इस योजना से हथकरघा बुनकरों को बड़ा फायदा होगा।

## इंडिया हैंडलूम ब्रांड ( आईएचबी )

### एक नजर में आईएचबी

ग्राहकों का विश्वास अर्जित करने हेतु सामाजिक और पर्यावरण के स्तर पर स्वीकृति के अलावा कच्चे माल, प्रसंस्करण, बुनाई और अन्य मानकों के संदर्भ में उत्पादों की गुणवत्ता सुनिश्चित करने के लिए भारत के माननीय प्रधानमंत्री द्वारा प्रथम हथकरघा दिवस के अवसर पर 07 अगस्त, 2015 को इंडिया हैंडलूम ब्रांड लांच किया गया था। इंडिया हैंडलूम ब्रांड उन उपभोक्ताओं की जरूरतों की पूर्ति के लिए उच्च गुणवत्तापूर्ण, दोषमुक्त, प्रामाणिक हथकरघा उत्पाद मुहैया कराएगा जो हस्तनिर्मित उत्पादों को सबसे अधिक प्रमुखता देते हैं।

इंडिया हैंडलूम ब्रांड का लक्ष्य बाजार में एक विशिष्ट स्थान बनाकर बुनकरों की आमदनी में वृद्धि करना है। इसलिए इंडिया हैंडलूम की अवधारणा हथकरघा उत्पादों, जो कि सामाजिक पर्यावरण के प्रति सचेत उपभोक्ताओं की जरूरतों को गुणवत्तापूर्ण रूप से पूरा कर रहे हैं, का ब्रांड तैयार करना है।

आईएचबी उत्पादों की मुख्य विशेषताएं इस प्रकार हैं:

- हाथ से बुना हुआ
- प्राकृतिक रेशों से तैयार
- तीव्र और सुरक्षित रंगों के उपयोग
- दोषमुक्त उत्पाद
- कोई बाल श्रम नहीं

### प्रमुख लाभ:

- प्रीमियम इंडिया हैंडलूम ब्रांड के साथ हथकरघा उत्पाद, गुणवत्ता के मामले में अन्य उत्पादों से अलग हैं।
- मूल्यवर्धित गुणवत्तापूर्ण उत्पादों के उत्पादन के माध्यम से बुनकर अधिक वेतन पाने में सक्षम होंगे।
- ग्राहकों के बीच जागरूकता बढ़ाने के लिए और इंडिया हैंडलूम ब्रांड के साथ उत्पादों की मांग पैदा करने के लिए कपड़ा मंत्रालय मीडिया अभियान के माध्यम से ब्रांड को प्रचारित करता है।

### आईएचबी के लिए कौन आवेदन कर सकते हैं?

निम्नलिखित संस्थाएं इंडिया हैंडलूम ब्रांड पंजीकरण के लिए आवेदन करने के पात्र हैं:

- (क) वस्त्रों के उत्पादन से संबंधित वास्तविक हथकरघा फर्म/संस्थाएं जिनमें शामिल हैं:
  - प्राथमिक हथकरघा सहकारी समितियां।
  - स्वयं सहायता समूह (एसएचजी), सहायता संघ, निर्माता कंपनियां, संयुक्त देयता समूह (जेएलजी)
  - बुनकर उद्यमी
- (ख) इंडिया हैंडलूम ब्रांड वाले कपड़ों का उपयोग करने की



शर्त के साथ कपड़ों और वस्तुओं के निर्माता।

(ग) छपाई के लिए इंडिया हैंडलूम ब्रांड के कपड़े और रंग का उपयोग करने या प्रतिबंधित एमीन का उपयोग नहीं करने की शर्त के साथ हाथ ब्लॉक प्रिंटर।

(घ) प्राकृतिक रंगों के उपयोगकर्ता रंग के विकास के लिए केवल फिटकरी और लौह लवण का उपयोग करेंगे। तांबा, क्रोमियम और टिन आदि अन्य लवण के उपयोग की अनुमति नहीं है।

### आईएचबी के लिए कैसे आवेदन करें?

आईएचबी पंजीकरण के लिए आवेदन [www.indiahandloombrand.gov.in](http://www.indiahandloombrand.gov.in) पर ऑनलाइन भरा जा सकता है। आवेदक ऑनलाइन आवेदन का प्रिंटआउट लेकर इस पर हस्ताक्षर करें और इसके साथ पंजीकरण शुल्क (500 रुपये तथा उत्पाद उप श्रेणी के अनुसार लागू सेवा कर के साथ) संलग्न कर संबंधित बुनकर सेवा केंद्र (डब्ल्यूएससी) पर जमा कराएं।

### आईएचबी उत्पाद श्रेणी

166 उत्पाद उप श्रेणियां हैं जिनके लिए आईएचबी पंजीकरण हेतु आवेदन किया जा सकता है। इसका पूरा विवरण [www.indiahandloombrand.gov.in](http://www.indiahandloombrand.gov.in) पर उपलब्ध है।

### आईएचबी उत्पादों पर लेबल लगाना

आईएचबी पंजीकरण धारकों को पैनाल में शामिल लेबल निर्माताओं से आईएचबी लोगों और उनके पंजीकरण संख्या के साथ लेबल की खरीद करनी होगी और उसे अपने उत्पादों पर चिपकाना होगा। ग्राहक आईएचबी वेबसाइट से आईएचबी पंजीकरण संख्या की असलियत की जांच कर सकते हैं।

अब तक निम्नलिखित उत्पाद श्रेणियों में आईएचबी के तहत 441 पंजीकरण जारी किए जा चुके हैं।

स्रोत:—उपायुक्त कार्यालय, हथकरघा, वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार

# उपकार बैंक

## Just Released

नवीन पाठ्यक्रमानुसार

### प्रोबेशनरी ऑफीसर्स/ मैनेजमेंट ट्रेनीज

### IBPS PO/MT



### सम्मिलित लिखित प्रारम्भिक परीक्षा

(पिछला प्रश्न-पत्र एवं मॉडल प्रश्न-पत्र हल सहित)

अंग्रेजी भाषा

तर्कशक्ति

संख्यात्मक अभियोग्यता

