



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 थमेगे 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 पोर्टेंशियल (संभाव्यता) कितना उपयोग संभव होगा, इसमें नवोन्मेष के लिए कितना स्थान होगा और क्या स्टार्टअप व स्टैंडअप कहा 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 शरी, 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 से 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 अड़चनों 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 टेक्नोलॉजी 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 अड़चनों 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, कोलांबिया, 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 फाइबर्स 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 फूटा 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 प्रतिस्पर्धी 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। प्रथम: स्टार्टअप को सफल होने के लिए अपना स्वरूप बदलना होगा। एक उद्यमी के अनुसार वर्षों से यूनिकार्स 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 यूनिकार्स, उच्च मूल्यांकन के लिए धन जुटाने की जद्दोजहद कर रही हैं। इसका प्रमुख कारण यह है कि स्टार्टअप को पौराणिक यूनिकार्स बनने की जरूरत नहीं बल्कि उसे कॉर्पोरेशन 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 असें तक कायम रहने में सक्षम कारोबारी मॉडल्स में परिवर्तित होना होगा। द्वितीय: मैकिंजी की अध्ययन रिपोर्ट अनुसार चीन में जोखिम वित्तीयन का स्तर भारत के मुकाबले दोगुना

नई पहल के तहत 'भारत आकाक्षा कोष' (इंडिया एम्पिरेशन 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, बमकई, बंधेज, गठोडा, तसर, काथा, छत्तीसगढ़ी कोसा रेशम, पैथानी, तांची, जामदानी, जामवर तथा बालूछरी एवं कांथा टंगैलआदि (साड़ी वस्त्र कला)। यदि पारंपरिक क्षेत्रीय उद्योग को गति मिलती है

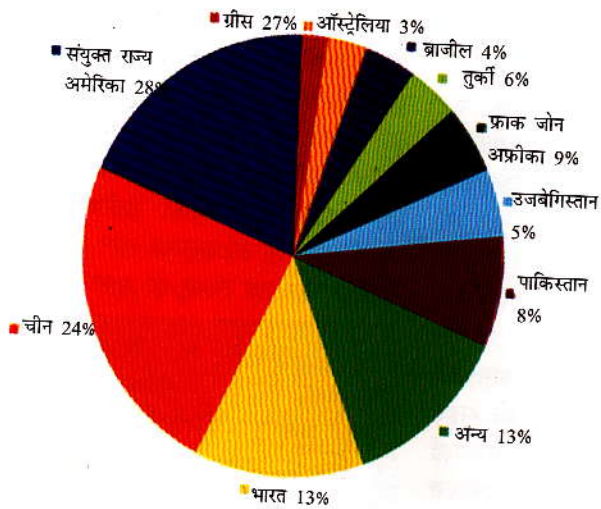
तो इससे प्रधानमंत्री के महत्वाकांक्षी 'स्टैंड अप इण्डिया' (कारण यह है कि भारत में असाधारण कौशल और शिल्प कला के साथ हथकरघा उत्पादों को बनाने में उत्कृष्टता की एक लंबी परंपरा है। इन परंपरा से पारंपरिक जातियां, विशेषकर निम्नजातियां और महिलाएं संबद्ध रही हैं। उदाहरण के तौर खास बात यह है कि सरकार के सरकार 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 आईएफएफ 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, बी.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