

प्रेस विज्ञप्ति

- राजस्थान में मानव संसाधन को प्रशिक्षित करने के लिए व्यापक सरकारी प्रयास
- रैंप से सड़क तक पहुंचा फैशन : निफ्ट प्रोफेसर

जयपुर, 24 नवंबर। राजस्थान सरकार वस्त्र उद्योग क्षेत्र को प्रशिक्षित मानव श्रम मुहैया कराने के लिए अगले पांच वर्षों में करीब 35,000 कामगारों को प्रशिक्षित करने की तैयारी कर रही है।

एक कार्यक्रम के तहत वस्त्र मंत्रालय एवं राजस्थान राज्य औद्योगिक विकास एंड निवेश निगम (रीको) के सहयोग से यह प्रशिक्षण एपेरल ट्रेनिंग एंड डिजाइन सेंटर (एटीडीसी) द्वारा प्रदान किया जाएगा। इसके लिए भारत सरकार ने पूरे देश में स्किल्स फॉर मैनुफैक्चरिंग एपेरेल्स थ्रू रिसर्च एंड ट्रेनिंग (स्मार्ट) की स्थापना की है।

राजस्थान में रीको के सक्रिय सहयोग से एटीडीसी 14 एटीडीसी-स्मार्ट केंद्रों एवं कौशल शिविरों में करीब 6,800 उम्मीदवारों को प्रशिक्षित कर चुका है।

एटीडीसी के वाइस चेयरमैन श्री हरि कपूर ने कहा, “2012 से 2017 तक 12वीं पंचवर्षीय योजना के तहत एटीडीसी-स्मार्ट एक स्मार्ट टॉट एकेडमी एवं कुल 25 एटीडीसी-स्मार्ट केंद्रों के माध्यम से 35,000 उम्मीदवारों को प्रशिक्षित करने की योजना बना रहा है।”

श्री कपूर ने ‘वस्त्र उद्योग में उभरते उत्पादन प्रचलन’ विषय पर एक सत्र की अध्यक्षता की, जिसमें वस्त्र उद्योग में कौशल विकास पर चर्चा हुई।

वस्त्र एवं परिधान क्षेत्र प्रत्यक्ष तौर पर 70 लाख से अधिक और अप्रत्यक्ष तौर पर 2.5 करोड़ से अधिक लोगों को रोजगार दे रहा है, जिनमें से 50 फीसदी निर्यात क्षेत्र में हैं। अगले 10 वर्षों में यह क्षेत्र वस्त्र एवं परिधान क्षेत्र में 1.7 करोड़ से अधिक रोजगार सृजन करेगा एवं 93.5 लाख इंजीनियर, डिप्लोमा धारक, व्यावसायिक तौर पर प्रशिक्षित कामगार एवं दूसरे स्नातक पैदा करेगा।

वर्तमान में एटीडीसी 14 एटीडीसी-स्मार्ट केंद्रों में प्रशिक्षण प्रदान कर रहा है।

उन्होंने कहा, “हमारा अंतिम लक्ष्य है इस क्षेत्र के आर्थिक विकास को बढ़ावा देने के लिए वस्त्र उद्योग में प्रणालीगत बदलाव लाना है।”

इसका जिक्र करते हुए कि सरकार के सामने चुनौती है इस क्षेत्र की सेवा के लिए विशाल मानव संसाधन को कौशल से लैस करना, उन्होंने कहा, “राजस्थान के पास विशाल मानव संसाधन है, जो इसे दूसरे राज्यों की तुलना में एक बेहतर निवेश ठिकाना बनाता है।”

एटीडीसी के महानिदेशक एवं सीईओ डा. डार्ली कोशी ने कहा, “फैशन का लोकतांत्रीकरण भविष्य के लिए जरूर है। वैश्विक परिदृश्य में भारत का आर्थिक उभार एवं 50 करोड़ की आबादी वाला इसका युवा वर्ग फैशन चलन को प्रभावित करने जा रहा है, क्योंकि युवा भारत की खरीद क्षमता बढ़ रही है और देश के 2025 तक पांचवें सबसे बड़े उपभोक्ता बाजार के तौर पर उभरने की संभावना है।”

रैंप से सड़कों तक पहुंचा फैशन : निफ्ट प्रोफेसर

पिछले कुछ वर्षों में फैशन परिदृश्य काफी बदल गया है और आज फैशन रैंप पर उत्पादों के विशेष प्रदर्शन तक ही सीमित न रहकर, सड़कों तक पहुंच चुका है।

नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ फैशन टेक्नोलॉजी (निफ्ट), नई दिल्ली, के फैशन डिजाइन विभाग की प्रोफेसर वंदना नारंग ने यह कहा। उन्होंने वस्त्रा 2012 में श्रोताओं को संबोधित करते हुए कहा कि फैशन गतिविधियां सिर्फ महानगरों में ही दिखाई नहीं देतीं, बल्कि द्वितीय एवं तीसरी श्रेणी के शहरों में भी यह जोर पकड़ रही हैं। उन्होंने कहा, “पिछले एक दशक में इसे लेकर जागरूकता बढ़ी है, क्योंकि नए ब्रांड एवं लेबल अधिक से अधिक भारतीय ग्राहकों तक पहुंच रहे हैं।”

प्रो. नारंग ‘फैशन फोरकास्टिंग— ए टूल टू एनहेंस बिजनेस’ विषय पर बोल रही थीं।

उन्होंने कहा, “फैशन भविष्यवाणी कुछ और नहीं, बल्कि ग्राहकों के मिजाज, व्यवहार एवं क्रय स्वभाव का पता लगाना है जो अब उम्र, भूगोल या आय के पारंपरिक मानकों से तय नहीं होते, बल्कि इससे तय होते हैं कि वे अपने मिजाज, धारणाओं और अवसर के आधार पर कैसे, क्या और क्यों खरीदते हैं।” उन्होंने कहा, “बोरियत, सामाजिक चलन और सेल्स प्रमोशन से भी फैशन बदलते हैं।”

उन्होंने कहा कि हर कोई डिजाइनर बनना चाहता है, पर कोई भी वस्त्र उत्पादक बनना नहीं चाहता। उन्होंने कहा, “डिजाइनर या डिजाइन तभी तक टिकाऊ रहता है जब तक बिक्री जारी रहती है, इसलिए हमें उत्पादन और क्राफ्ट दोनों पर समान रूप से फोकस करना चाहिए।”