

भारतीय हस्तशिल्प क्षेत्र की समस्याओं और संभावनाओं पर एक विश्लेषण

Prashant Kumar Vishwakarma^{1*}, Dr. Nivedita Chaubey²

¹ Research Scholar, Eklavya University, Damoh, M.P.

² Associate Professor & Head, Department of Fine Arts, Eklavya University, Damoh, M.P.

सारांश - भारत के हस्तशिल्प कारीगर, शिल्प कौशल की पूर्णता, डिजाइन और रूप की उत्कृष्टता और रंग की एक नायाब भावना के लिए जाने जाते हैं। पूर्व-प्रमुख कृषि समाज में शिल्पकार की स्थिति महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह ग्राम समाज को आत्मनिर्भर बनाता है। यह क्षेत्र ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में शिल्पकारों के एक विशाल वर्ग को रोजगार प्रदान करता है और अपनी सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करते हुए पर्याप्त विदेशी मुद्रा उत्पन्न करता है। यह क्षेत्र असंगठित होने, शिक्षा की कमी, कम पूंजी, नई प्रौद्योगिकियों के खराब प्रदर्शन, बाजार खुफिया की अनुपस्थिति और खराब संस्थागत ढांचे की अतिरिक्त बाधाओं से पीड़ित है। कारीगर अपनी निरक्षरता, अज्ञानता और गरीबी के कारण तैयार उत्पादों के लिए कच्चे माल, वित्त और बाजार के लिए बिचैलियों पर निर्भर हैं। हस्तशिल्प की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि कारीगर उपभोक्ताओं की पसंद और वरीयताओं को ध्यान में रखते हुए वस्तुओं का उत्पादन कितनी अच्छी तरह कर सकते हैं।

मुख्य शब्द - हस्तशिल्प, कारीगर, विपणन, ग्रामीण विपणन, पारंपरिक हस्तशिल्प

-----X-----

परिचय

हस्तशिल्प शब्द में कलाकृतियों की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है। अनौपचारिक क्षेत्र, जिसमें हस्तशिल्प शामिल है, को अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन (आईएलओ) द्वारा आर्थिक गतिविधि के एक हिस्से के रूप में वर्णित किया गया है, जो स्थानीय उपलब्ध संसाधनों और कौशल, पारिवारिक स्वामित्व, छोटे पैमाने पर संचालन, श्रम तीव्रता, पारंपरिक प्रौद्योगिकी, आम तौर पर औपचारिक स्कूल प्रणाली के बाहर प्राप्त कौशल, अनियमित और प्रतिस्पर्धी बाजारों पर निर्भरता जैसी कुछ विशेषताओं की विशेषता है। हस्तशिल्प की सबसे अच्छी परिभाषाओं में से एक यह है कि 6-8 अक्टूबर 1997 को मनीला में शिल्प पर एक संगोष्ठी के दौरान यूनेस्को-यूएनसीटीएडी/डब्ल्यूटीओ (आईटीसी) द्वारा अपनाया गया था, जो है कारीगर उत्पाद वे हैं जो कारीगरों द्वारा उत्पादित होते हैं, या तो पूरी तरह से हाथ से, या हाथ के उपकरणों या यहां तक कि यांत्रिक साधनों की मदद से, जब तक कारीगर का प्रत्यक्ष मैनुअल योगदान तैयार उत्पाद का सबसे महत्वपूर्ण घटक बना रहता है।

कारीगर उत्पादों की विशेष प्रकृति उनकी विशिष्ट विशेषताओं से प्राप्त होती है, जो उपयोगितावादी, सौंदर्य, रचनात्मक, सांस्कृतिक रूप से जुड़े, सजावटी, कार्यात्मक, पारंपरिक, धार्मिक और सामाजिक रूप से प्रतीकात्मक और महत्वपूर्ण हो सकती है। 1989 में विकास आयुक्त (हस्तशिल्प) वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा हस्तशिल्प के लिए एक सरल नामकरण दिया गया था... हाथ से बनी वस्तुएं, अक्सर सरल उपकरणों के उपयोग के साथ, और आम तौर पर प्रकृति में कलात्मक और / या पारंपरिक। उनमें उपयोगिता की वस्तुएं और सजावट की वस्तुएं शामिल हैं। एक

विश्व बैंक की रिपोर्ट उत्पादों को शिल्प के रूप में वर्गीकृत करती है:

- मशीनों से न्यूनतम या बिना इनपुट के मैनुअल श्रम।
- कौशल या विशेषज्ञता का पर्याप्त स्तर।
- परंपरा का एक महत्वपूर्ण तत्व।

देश की विरासत का एक अमूल्य और अभिन्न, हिस्सा, हस्तशिल्प सांस्कृतिक और आर्थिक दोनों का महत्व रखता है। यह क्षेत्र कई आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक लाभ प्रदान करता है जैसे:

- अत्यधिक बिखरे हुए और केंद्रीकृत; ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में पूरे देश में फैला हुआ है।
- अत्यधिक श्रम-गहन, विशेष रूप से समाज के कमजोर वर्गों की मदद करना।
- नियोजित पूंजी के संबंध में उच्च रोजगार क्षमता।
- निवेश अनुपात के लिए उच्च उत्पादन।
- सहायक ऑफ-सीजन रोजगार का सृजन।
- निर्यात से विदेशी मुद्रा का सृजन।
- मूल्य वर्धन का उच्च अनुपात।
- महिलाओं, कमजोर वर्गों और अल्पसंख्यकों की बड़े पैमाने पर भागीदारी।

हस्तशिल्प भारतीय व्यापार के प्रमुख निर्यात खंडों में से एक है जो असंगठित विपणन और अपर्याप्त बाजार जानकारी; उत्पाद विकास के लिए अपर्याप्त समर्थन तंत्र; बिजली की रुकावट और अन्य अवसंरचनात्मक कमियों; उचित कीमतों पर कच्चे माल की अपर्याप्तता; उत्पादकता बढ़ाने के लिए प्रौद्योगिकी के फैलाव के लिए तंत्र की कमी; अंतर्राष्ट्रीय आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अंतिम परिष्करण और निवेश की कमी जैसी कई समस्याओं का सामना कर रहा है। स्थिरता के साथ गुणवत्ता वाले सामानों के आपूर्तिकर्ता के रूप में देश की छवि।

लघु और कुटीर क्षेत्र माना जाने वाला भारतीय हस्तशिल्प उद्योग घरेलू और वैश्विक बाजारों में क्षेत्रीय कला और शिल्प कौशल को बढ़ावा देने वाले 70 लाख से अधिक कारीगरों (कालीन व्यवसायों सहित) और 67,000 से अधिक निर्यातकों / निर्यात घरानों को रोजगार प्रदान करके कारीगरों की सामाजिक और आर्थिक समस्याओं को हल करने में मदद करता है। इसमें बड़ी संख्या में महिलाएं और समाज के कमजोर वर्ग के लोग शामिल हैं। यह उद्योग अत्यधिक श्रम गहन और विकेन्द्रीकृत है, जो पूरे देश में ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में फैला हुआ है। कई कारीगर अंशकालिक आधार पर कुछ शिल्प कार्य में लगे हुए हैं। हस्तशिल्प एक ऐसा क्षेत्र है जिसे अभी भी छिपे हुए संभावित क्षेत्रों के दृष्टिकोण से खोजा जाता है। विश्व बाजार में भारतीय हस्तशिल्प के छोटे हिस्से के कारण में वापस जाने पर, मुख्य पैरामीटर जो सामने आता है वह श् भारत के छिपे हुए शिल्प की खोज और अन्वेषण है, जो क्षेत्र भारतीय हस्तशिल्प उद्योग द्वारा कभी नहीं छुआ गया है। मौजूदा

शिल्प व्यक्ति जो भारतीय हस्तशिल्प उद्योग की रीढ़ हैं, उन्हें अंतर्निहित कौशल, तकनीक, पारंपरिक शिल्प कौशल प्रदान किया जाता है, लेकिन यह प्राथमिक मंच के लिए काफी पर्याप्त है। हालांकि, बदलते विश्व बाजार में इन शिल्प व्यक्तियों को अपने स्थानों पर संस्थागत समर्थन की आवश्यकता होती है, यानी मूल्य वर्धन के लिए शिल्प जब और चीन, कोरिया, थाईलैंड आदि जैसे अन्य प्रतियोगियों के साथ बढ़त के लिए।

साहित्य की समीक्षा:

भारत के ग्रामीण शिल्प की कमजोरियों और बाजार प्रदर्शन का पता लगाने के लिए पिछले छह दशकों के दौरान कई अध्ययन किए गए थे। समीक्षा किए गए साहित्य से पता चलता है कि गांव के शिल्प पर शोध, धर्म और दर्शन के साथ परंपरा का संकलन, वैदिक काल का है। वेदों और उपनिषदों पर की गई समीक्षाओं में भारत के व्यापार और वाणिज्य में ग्रामीण शिल्प के विलक्षण योगदान पर काफी टिप्पणी की गई है। कई अध्ययनों ने प्राचीन अतीत 3,8,11,12, के साथ एक कड़ी के रूप में ग्रामीण शिल्प की पहचान की है। किसी देश की परंपरा के संरक्षण में हस्तशिल्प के महत्व का समर्थन करने के लिए, मुंशी (1970) का तर्क है कि केवल हस्तशिल्प को बढ़ावा देने के माध्यम से एक राष्ट्र अपने पारंपरिक मूल्यों को धारण करते हुए अपनी सामाजिक संरचना के संरक्षण के उपाय शुरू कर सकता है। शिल्प उद्योग में विविधता विपणन पर अध्ययन, बाजार की समस्याओं को हल करने के लिए व्यावहारिक समाधान डिजाइन करने के लिए बाजार की जानकारी संकलित करने के लिए नियमित बाजार सर्वेक्षण की सिफारिश करते हैं 14,16,। बाजार जागरूकता की कमी किसी भी ग्रामीण उद्यमों के लिए शहरी बाजारों में अपने उत्पादों को रखने के लिए मुख्य बाधा है 19,। ग्रामीण शिल्प की विफलता के कारण खराब डिजाइन, कम गुणवत्ता वाली सामग्री और अक्षम बाजार दृष्टिकोण हैं; नतीजतन, इन कमजोरियों का फायदा मशीन निर्मित शहरी शिल्प इकाइयों द्वारा उठाया जाता है, जो स्पष्ट रूप से वैश्विक बाजारों से गांव के शिल्प को बंद कर देते हैं 4,।

फ्लोरेंस (2005) की समीक्षा ग्रामीण शिल्प के लिए बाजारों में सुधार के लिए रणनीतिक उपायों का सुझाव देती है, अक्सर उत्पादन और बिक्री पर बिखरे हुए, अपर्याप्त और अव्यवस्थित डेटा की आपूर्ति; मात्रात्मक विपणन रणनीतियों को विकसित करने के लिए उनके लिए प्रमुख बाधाएं होंगी 7,। कश्मीरी हस्तशिल्प, विशेष

रूप से इसके शॉल और हाथ से बुने हुए कालीन, भी बहुत प्रसिद्ध हैं और निर्यात में आर्थिक क्षमता रखते हैं, उद्योग में ऐसे हस्तशिल्प बनाने और उन्हें दुनिया के अन्य क्षेत्रों में निर्यात करने की क्षमता है जिसमें ऐसी वस्तुएं दुर्लभ और मूल्यवान हैं जो कई महिलाओं और परिवारों को गरीबी की कठिन स्थिति से बाहर निकाल सकती हैं। हस्तशिल्प गतिविधियाँ विशेष रूप से कश्मीर घाटी में की जाती हैं जिसे हस्तशिल्प वस्तुओं का घर कहा जाता है और इसने हस्तशिल्प परिदृश्य की दुनिया में एक अद्वितीय स्थान अर्जित किया है। यह क्षेत्र राज्य के निर्यात व्यापार को बनाए रखने में विशिष्ट योगदान देता है 21,।

भारत में चमड़ा उद्योग पर किए गए एक अध्ययन से निर्यात में बदलाव का पता चला और यह बताता है कि दुनिया में मांग में बदलाव और बाजार प्रतिस्पर्धा के कारण चमड़े के निर्यात में कमी देखी गई है 17,। भारत को स्वदेशी उन्नत प्रौद्योगिकियों का उपयोग करके उच्च गुणवत्ता वाले उत्पादों को वितरित करना चाहिए। उद्योगों को अपनी वर्तमान सुविधाओं और उत्पादों को अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर अपग्रेड करना चाहिए। यह क्षेत्र कम पूंजी निवेश, मूल्य वर्धन के उच्च अनुपात, और देश के लिए निर्यात और विदेशी मुद्रा आय की उच्च क्षमता के बिंदु से आर्थिक रूप से महत्वपूर्ण है 9,। यू (1997) ने हांगकांग के आर्थिक विकास में उद्यमिता की भूमिका की जांच की। यह तर्क देता है कि हांगकांग की अर्थव्यवस्था की गतिशीलता को बड़े पैमाने पर अनुकूल उद्यमियों के लिए जिम्मेदार ठहराया जाता है जो अवसरों के प्रति सतर्क हैं, अपने उत्पादन में उच्च डिग्री लचीलापन बनाए रखते हैं और परिवर्तन के लिए तेजी से प्रतिक्रिया करते हैं। हांगकांग के उद्यमियों ने अपनी उत्पादन गतिविधियों को एक उत्पाद से दूसरे उत्पाद में, एक उद्योग से दूसरे उद्योग में, उच्च लागत से कम लागत वाले क्षेत्रों में, परंपरा मछली पकड़ने और कृषि से विनिर्माण और फिर वित्त और अन्य सेवाओं में स्थानांतरित कर दिया है। उनके प्रयासों ने अर्थव्यवस्था में संरचनात्मक परिवर्तन लाया है 22,।

सुधा और कृष्णवेणी (2012) ने पिछले पांच दशकों में अर्थव्यवस्था में लघु उद्योग क्षेत्र के महत्व पर चर्चा की। पेपर भारत में छोटे और मध्यम उद्यमों के लिए निर्यात अभिविन्यास पर भी प्रकाश डालता है 18,। वर्तमान अध्ययन हरियाणा और देश में अन्य जगहों पर लघु औद्योगिक इकाइयों की आर्थिक व्यवहार्यता को मजबूत करने के लिए उचित संस्थागत व्यवस्था के गठन के लिए पर्याप्त अंतर्दृष्टि विकसित करने के लिए एक कदम आगे

है, यह अध्ययन योजनाकारों, नीति निर्माताओं, प्रशासकों और निर्यातकों को आवश्यक दिशानिर्देश प्रदान करेगा। इससे उद्यमियों को अपनी इकाइयों की योजना बनाने, खड़ा करने और प्रबंधन में सतर्क रहने में भी मदद मिलेगी। यह एसएसआई उद्यमियों को दुनिया भर में व्यापार में प्रवेश करने के लिए भी मजबूर करता है, ताकि खतरनाक औद्योगिक बीमारी के परिणामस्वरूप आम नुकसान से बचा जा सके।

अनुसंधान पद्धति

यह शोध पत्र वर्णनात्मक और खोजी है, जो हस्तशिल्प व्यवसाय में विपणन रणनीतियों को समझने के लिए विभिन्न शोध पत्रों, पत्रिकाओं और सरकारी रिपोर्टों से बने माध्यमिक डेटा पर आधारित है। अध्ययन गुणात्मक तरीकों पर निर्भर करता है और मूल्य श्रृंखला के विभिन्न स्तरों पर फर्म मालिकों के साथ-साथ सरकारी और गैर-सरकारी सहायक संगठनों के प्रतिनिधियों के साथ व्यक्तिगत और फोकस समूह साक्षात्कार की एक श्रृंखला पर आधारित है। फील्ड वर्क की तीन सप्ताह की अवधि के अंत में एक हितधारकों की संगोष्ठी ने मूल्य श्रृंखला प्रतिभागियों के साथ प्रारंभिक निष्कर्षों को प्रस्तुत करने और चर्चा करने के लिए एक मंच प्रदान किया। व्यक्तिगत साक्षात्कार की संरचना के लिए, मुखबिरो की पांच श्रेणियों में से प्रत्येक के लिए अलग-अलग साक्षात्कार गाइड तैयार किए गए थे: निर्यातक, डिजाइनर / अनन्य दुकान के मालिक, कारीगर-दलाल, निर्माता-समूह के नेता और इनपुट आपूर्तिकर्ता। इसके अलावा, माइक्रोएंटरप्राइज उत्पादकों (कारिगरों) के फोकस समूह साक्षात्कार के लिए एक साक्षात्कार प्रोटोकॉल तैयार किया गया था। फोकस समूहों के विषयों में कारिगरों के उन्नयन अनुभव, उनके उत्पादों को बेचने के अलग-अलग तरीकों के बारे में जानकारी, वे इन विपणन चैनलों के बीच अंतर क्या मानते हैं, और इनमें से प्रत्येक चैनल में खरीदारों के साथ उनके संबंधों के प्रकार शामिल थे।

हस्तशिल्प वर्गीकरण

हस्तशिल्प को दो श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है:

- रोजमर्रा के उपयोग की वस्तुएं
- सजावटी सामान

शिल्पकार अपनी मौलिकता व्यक्त करने के लिए विभिन्न मीडिया का उपयोग करते हैं। हस्तशिल्प की विविधता

वस्त्र, धातुओं - कीमती और अर्ध-कीमती, लकड़ी, कीमती और अर्ध-कीमती पत्थरों, सिरेमिक और कांच पर व्यक्त की जाती है।

मिट्टी, धातु और आभूषण:

पीतल, तांबा, कांस्य, घंटी धातुओं का उपयोग विभिन्न प्रकार के बर्तनों के लिए और विभिन्न प्रकार के फिनिश में किया जाता है। शानदार गहने पैटर्न, शैलियों और रचनाओं की एक विस्तृत श्रृंखला में उपलब्ध हैं। कीमती धातुओं, मूल धातुओं, कीमती और अर्ध-कीमती पत्थरों से बना; इन आभूषणों में पारंपरिक और साथ ही आधुनिक शैलियां हैं।

काष्ठकला:

भारत में लकड़ी के सामान अलंकृत नक्काशीदार से लेकर बिल्कुल सरल तक होते हैं। शिल्पकार की कला और व्यक्तित्व को दर्शाने वाले खिलौने, फर्नीचर, सजावटी लेख आदि मिल सकते हैं। भारत विशेष रूप से अपनी लकड़ी की वस्तुओं के लिए जाना जाता है।

पत्थर शिल्प:

संगमरमर, अलबास्टर या सोपस्टोन आदि से बने जटिल नक्काशीदार पत्थर के बर्तन, अर्धकीमती पत्थरों से बने भारतीय पत्थर शिल्प की विरासत को आगे बढ़ाते हैं।

शिल्प एकाग्रता क्षेत्र:

हस्तशिल्प की एक विस्तृत श्रृंखला, जैसे कि कला धातु के बर्तन / इलेक्ट्रोप्लेटेड निकल सिल्वर वेयर, लकड़ी की नक्काशी और अन्य लकड़ी के कला के सामान, कढ़ाई वाले सामान, फीता और फीता के सामान, खिलौने, गुड़िया, चमड़े से बने शिल्प, लाह के बर्तन, संगमरमर शिल्प पूरे भारत में उत्पादित किए जाते हैं।

हस्तकला में विपणन प्रथाएं

हस्तशिल्प व्यवसाय केवल उत्पाद बिक्री के बजाय अवधारणा बिक्री का गठन करता है। उत्पादों का डिजाइन और विकास इस क्षेत्र के लिए आत्मा और पदार्थ का गठन करता है। ये उत्पाद अंतिम उपभोक्ता पर ध्यान केंद्रित करते हैं। डिजाइनर के साथ-साथ शिल्पकार की सरलता पारंपरिक शिल्प को समकालीन बाजार में व्यवहार्य बनाने में सक्षम बनाएगी। हस्तशिल्प की मांग अत्यधिक आय-लोचदार है। विकसित देशों में हस्तशिल्प का बाजार बढ़ रहा है। शिल्प में बाजार अनुसंधान नगण्य है, अगर अस्तित्वहीन

नहीं है। नए रुझानों और डिजाइनों, बाजार की नब्ज को महसूस करने के लिए नए अभिन्न तरीकों को निर्धारित और प्रसारित करने की आवश्यकता है। विपणन हर किसी के जीवन को छूता है। विपणन में विपणन अनुसंधान, उत्पाद विकास, वितरण, मूल्य निर्धारण, विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री, बिक्री संवर्धन, पैकेजिंग और ब्रांडिंग सहित बड़ी संख्या में गतिविधियां शामिल हैं। विपणन संगठन के लक्ष्यों को पूरा करते हुए उपभोक्ता की जरूरतों को समझने, सेवा करने और संतुष्ट करने के लिए डिजाइन की गई कई गतिविधियों को जोड़ता है। हस्तशिल्प इकाइयाँ, जो ज्यादातर संगठन के एकमात्र मालिकाना रूप वाले व्यक्तियों द्वारा चलाई जाती हैं, उनके पास एक और अच्छी तरह से संगठित विपणन प्रणाली नहीं हो सकती है। इकाई का कारीगर-सह-मालिक परिवार के सदस्यों की मदद से सभी कार्यों की देखभाल करता है। अधिकांश समय उत्पादन और कच्चे माल प्राप्त करने में खर्च किया जाता है। आमतौर पर, कारीगरों को अपने उत्पादों से संबंधित बाजार की जानकारी के बारे में बहुत कम जानकारी होती है। उम्मीद है, हस्तशिल्प उद्योग में कारीगर महत्वपूर्ण विपणन कार्य को बहुत कम महत्व देते हैं। उचित विपणन रणनीतियों के साथ बाजार अनुसंधान और अन्वेषण की भूमिका महत्वपूर्ण महत्व रखती है। संभावित देशों में हस्तशिल्प और गिफ्टवेयर का आयात डेटा विश्लेषण दुनिया भर के विभिन्न शिल्प बाजारों के आकार और चरित्र को निर्धारित करने में मदद करेगा। उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रचार के प्रमुखों के तहत महत्वपूर्ण विपणन पहलुओं पर चर्चा की जाती है 13,।

हस्तशिल्प उत्पाद-लाइन

फर्म जो केवल एक उत्पाद का विपणन करते हैं, आज दुर्लभ हैं। अधिकांश कंपनियां एक उत्पाद लाइन प्रदान करती हैं। एक उत्पाद लाइन फंक्शन या ग्राहक खरीद आवश्यकताओं से संबंधित उत्पादों का एक समूह है। उत्पादों को जोड़ने या घटाने से उत्पाद लाइन की संरचना को बदलने के लाभ, कई कारकों पर निर्भर करते हैं- उपभोक्ताओं की प्राथमिकताएं, प्रतियोगियों की रणनीति, फर्म की लागत संरचना, और उत्पाद से किसी अन्य नाम पर लेकिन कुछ। हस्तशिल्प इकाइयां उत्पाद लाइन की अवधारणा को लागू करने वाले कई उत्पादों का उत्पादन करती हैं। उत्पाद लाइन का आकार उत्पादों की मांग और वित्तीय और कच्चे माल जैसे संसाधनों की उपलब्धता पर निर्भर करता है। उत्पादों और संसाधनों की उपलब्धता की मांग का आकलन करने की प्रक्रिया में, कारीगर समय-

समय पर अपने मौजूदा उत्पाद लाइन में नए उत्पादों को जोड़ते हैं या अपने कुछ वर्तमान उत्पादों को छोड़ देते हैं। जो उत्पाद लाभदायक नहीं होते हैं उन्हें आमतौर पर उत्पाद लाइन से हटा दिया जाता है। किसी उत्पाद को बंद करने का निर्णय अक्सर इस बात पर आधारित होता है कि यह कितनी तेजी से चलता है। उत्पाद लाइन से कुछ उत्पादों को हटाना भी हस्तशिल्प में एक अभ्यास हो सकता है।

हस्तशिल्प डिजाइन

एक हस्तशिल्प उत्पाद का डिजाइन ग्राहकों के स्वाद और वरीयताओं के अनुसार होना चाहिए। तीन प्रकार के डिजाइन हैं, पारंपरिक, आधुनिक, पारंपरिक और आधुनिक का संयोजन जो आमतौर पर आर्टिशियन द्वारा अपनाया जाता है। पारंपरिक डिजाइन सदियों पुराने और पारंपरिक डिजाइन हैं। जबकि आधुनिक डिजाइन उपभोक्ता वरीयताओं और स्वाद के परिवर्तनों को ध्यान में रखते हुए हैं। पारंपरिक और आधुनिक दोनों प्रकार का एक संयोजन है।

हस्तशिल्प में उत्पाद योजना और विकास

उत्पाद योजना और विकास हस्तशिल्प में भी पाया जा सकता है। हस्तशिल्प रचनात्मकता और कारीगरी के उत्पाद हैं। कारीगर, आमतौर पर, उत्पाद योजना और विकास करके अपने शिल्प में उत्कृष्टता के लिए प्रयास करते हैं।

हस्तकला में विस्तार

विस्तार या तो उत्पादन की प्रक्रिया को मशीनीकृत करके या टाइल स्थापित क्षमता को बढ़ाकर संचालन के वर्तमान पैमाने को बढ़ा रहा है। विस्तार तब किया जाता है जब उत्पादों की अधिक मांग होती है। यह भविष्य की मांग की प्रत्याशा में भी किया जा सकता है। हालांकि, विस्तार में वित्त शामिल है, पर्याप्त वित्त के बिना, विस्तार गतिविधि नहीं की जा सकती है। इकाई का विस्तार विभिन्न तरीकों से किया जा सकता है; वह है मशीनीकरण, संस्थापित क्षमता में वृद्धि और जनशक्ति में वृद्धि करके।

मूल्य निर्धारण

मूल्य एक माप है कि वांछित वस्तु या सेवा प्राप्त करने के लिए किसी को क्या विनिमय करना चाहिए। मूल्य मौद्रिक अभिव्यक्ति मूल्य है और पूरी विनिमय प्रक्रिया का केंद्र बिंदु है। ऐतिहासिक रूप से, कीमतें खरीदारों और विक्रेताओं द्वारा एक दूसरे के साथ बातचीत करके निर्धारित की गई

हैं। विक्रेता भुगतान करने की अपेक्षा से अधिक कीमत की मांग करें। सौदेबाजी के माध्यम से वे एक स्वीकृति मूल्य पर पहुंचेंगे। सभी खरीदारों के लिए एक कीमत निर्धारित करना अपेक्षाकृत आधुनिक विचार है।

हस्तकला में कीमत तय करना

शिल्पकार कई कारणों से उत्पादन की सटीक लागत का अनुमान लगाने में असमर्थ हैं। इसलिए, उन्हें उत्पादन लागत के आधार पर मूल्य निर्धारित करने में कठिनाई होती है। शिल्पकारों ने कहा है कि वे वस्तुओं की कीमतें बाजार की स्वीकार्यता और उस्ताद शिल्पकारों, डीलरों और सहकारी समितियों द्वारा दी जाने वाली कीमत के आधार पर तय करते हैं। हस्तशिल्प वस्तुओं की कीमतें स्वयं शिल्पकार, मास्टर शिल्पकार, डीलर और सहकारी समितियों द्वारा तय की जाती हैं, कीमतें तय करने में इन लोगों के प्रभाव की सीमा शिल्प से शिल्प तक भिन्न होती है। अधिकांश उत्तरदाताओं द्वारा देखे गए डीलरों और सहकारी समितियों ने कीमतों या हस्तशिल्प को तय करने में बहुत अधिक प्रभाव डाला।

हस्तकला में कर

बिक्री कर न केवल हस्तशिल्प पर अधिक है, बल्कि शिल्प से शिल्प तक भी विविध है। यह सुझाव दिया जाता है कि सरकार हस्तशिल्प को बिक्री कर से छूट दे सकती है, जैसा कि बिहार, मध्य प्रदेश और केरल जैसे राज्यों में पहले से ही किया जाता है। हस्तशिल्प पर बिक्री कर न होने से हस्तशिल्प की कीमतों में कमी आएगी और इससे बिक्री बढ़ेगी। कारीगरों के लिए बाजार में जीवित रहना काफी मुश्किल है जब तक कि सरकार उनकी रक्षा नहीं करती है।

स्थान

वितरण उत्पादकों से अंतिम खरीदारों और उपयोगकर्ताओं को माल स्थानान्तरित करने में शामिल गतिविधियों से संबंधित है। इसमें भौतिक गतिविधियाँ शामिल हैं, जैसे परिवहन, माल का भंडारण और स्वामित्व को स्थानान्तरित करने के लिए कानूनी, प्रचार गतिविधियाँ। कारीगर अपने तैयार उत्पादों के निपटान के लिए ज्यादातर मास्टर कारीगरों, डीलरों और सहकारी समितियों पर निर्भर करते हैं। कुछ उत्पादक सीधे उपभोक्ताओं को बेचते हैं, जबकि कुछ डीलरों, मास्टर कारीगरों और बिक्री एम्पोरिया के माध्यम से बेचते हैं। कभी-कभी, डीलर और मास्टर

कारीगर बिक्री एम्पोरिया के माध्यम से हस्तशिल्प उत्पादों को बेचते हैं, जो भारत के विभिन्न महत्वपूर्ण शहरों में स्थित अपने विभिन्न आउटलेट्स के माध्यम से उपभोक्ताओं की आकाशगंगा से सीधे संपर्क करते हैं। शिल्प के वितरण के वर्तमान चैनलों में कुछ सीमाएं हैं। सहकारी समितियां एक चैनल या वितरण के रूप में सेवा नहीं कर रही हैं। हस्तशिल्प उत्पादक उपभोक्ताओं को हस्तशिल्प बेचने के लिए डीलरों और मास्टर शिल्पकारों पर निर्भर हैं। बिक्री बाजार डीलरों और मास्टर कारीगरों से हस्तशिल्प खरीद रहे हैं; लेकिन हस्तशिल्प निर्माताओं से नहीं। पहला चैनल, हस्तशिल्प उत्पादक अपने उत्पादों को सीधे अपने ग्राहकों को बेच सकते हैं। दूसरा चैनल, हस्तशिल्प उत्पादक निजी डीलरों को बेच सकते हैं, जो बदले में, ग्राहकों की आकाशगंगा को बेचते हैं। तीसरा चैनल, हस्तशिल्प उत्पादक अखिल भारतीय हस्तशिल्प विकास निगम को बेच सकते हैं, जो बदले में, अपने बिक्री एम्पोरिया और राज्य के स्वामित्व वाले एम्पोरिया के माध्यम से ग्राहकों को बेचता है। चौथा चैनल, हस्तशिल्प उत्पादक अपनी वस्तुओं को सहकारी समिति को बेच सकते हैं, जो बदले में, अखिल भारतीय हस्तशिल्प विकास निगम को बेच सकती है जो राज्य के स्वामित्व वाले एम्पोरियम को बेच सकती है, जो बदले में ग्राहकों को बेच सकती है।

हस्तकला का विज्ञापन

विज्ञापन उत्तरदाता द्वारा नहीं किया जाता है। कारीगरों का छोटे पैमाने पर संचालन कारीगरों को व्यक्तिगत रूप से अपने उत्पादों का विज्ञापन करने की अनुमति नहीं देता है। हस्तशिल्प को बढ़ावा देने के लिए निगम प्रचार, प्रदर्शनी, ब्रोशर की छपाई और व्यापार मेलों में भागीदारी कर रहा है। निगम पर्यटकों की रुचि के लिए महत्वपूर्ण स्थानों और केंद्रों में होर्डिंग भी लगा रहा है, जो प्रचार के एक अच्छे माध्यम के रूप में काम करेगा। प्रचार के अन्य रूपों में व्यापार मेलों में भागीदारी और देश के अन्य राज्यों में विशेष शिल्प को कवर करने वाले व्यापार/अध्ययन दलों को प्रायोजित करना शामिल है।

हस्तकला में प्रचार

बिक्री संवर्धन में तकनीकों की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है जो किसी स्टोर को संरक्षण देने या उत्पाद खरीदने के लिए एक अतिरिक्त अल्पकालिक प्रोत्साहन या प्रलोभन प्रदान करती है। तकनीकों में प्रदर्शन और प्रदर्शनियां, नमूने, प्रीमियम, कूपन, गेम और प्रतियोगिताएं, प्रदर्शन और पैकेज सम्मिलित शामिल हैं। सामान्य तौर पर, बिक्री संवर्धन को

प्रचार मिश्रण के अन्य कारकों को सुदृढ़ करने और उनकी अल्पकालिक प्रभावशीलता में सुधार करने के लिए डिज़ाइन किया गया है।

हस्तकला में विपणन समस्या

कारीगरों को विपणन में कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है। वित्तीय संसाधनों की कमी और छोटे पैमाने पर संचालन को देखते हुए; विज्ञापन प्रचार कारीगरों द्वारा नहीं किया जा सकता है। इसलिए, यह सुझाव दिया जाता है कि निगम सभी शिल्पों के लिए विज्ञापन और प्रचार बढ़ा सकता है। निगम तत्परता से भुगतान देकर कारीगरों से लाभकारी मूल्य पर हस्तशिल्प खरीदकर उन्हें बिचैलियों के शोषणकारी चंगुल से बचाए। हस्तशिल्प निर्यातकों को सरकारी नीतियों और योजनाओं के व्यावहारिक कार्यान्वयन की कमी भी दुनिया के शिल्प बाजार में भारत की कम हिस्सेदारी का एक कारण हो सकता है। हस्तशिल्प उद्योग को बढ़ावा देने के लिए सरकार की ओर से होने वाली घटनाओं के बारे में अधिकांश हस्तशिल्प निर्यातकों को बहुत अधिक जानकारी नहीं है।

निवारण उपाय

हस्तशिल्प को शीर्ष स्थान तक पहुंचाने के लिए निम्नलिखित सुझावों को लागू किया जा सकता है।

हस्तशिल्प के विपणन नेटवर्क का आयोजन व्यवस्थित विपणन नेटवर्क की अनुपस्थिति इस क्षेत्र में एक हतोत्साहित कारक रहा है। मेरी राय में, कारीगरों को अपने उत्पादों के विपणन के लिए सहकारी छतरी के नीचे स्वयं संगठित किया जाना चाहिए। इसके लिए बाहरी दलों के साथ अधिक से अधिक संबंध विकसित किए जाने चाहिए।

पर्यटन-केंद्रित शिल्प शिल्प संस्कृति का उचित प्रचार करने और इसकी वाणिज्यिक क्षमता का विधिवत रूप से पता लगाने के लिए, पर्यटन का विकास शिल्प के विकास के साथ मिलकर किया जा सकता है। शिल्प-केंद्रित पर्यटन संभावनाओं का पता लगाने के लिए बहुत गुंजाइश है। शहर के भीतर एक शहरी हाट एक नाभिक के रूप में विकसित हो सकता है। शहरी हाट को शिल्प समूह के लिए प्रदर्शनी-सह-प्रदर्शन केंद्र और/या सामान्य सुविधा केंद्र के साथ पूरक किया जा सकता है। इसी तरह, एक ग्रामीण हाट के आसपास, पर्यटकों की रुचि का एक परिसर बन सकता है, जहां क्षेत्र की शिल्प कौशल के साथ प्रामाणिक

और ग्रामीण जीवन प्रदर्शित किया जा सकता है, शिल्पकारों को वास्तव में काम पर देखा जा सकता है, जो ग्रामीण शिल्पकारों के रहने, वे कैसे काम करते हैं, और वे सुंदरता और सौंदर्यशास्त्र की चीजों को कैसे बदलते हैं, इसकी एक झलक प्रदान करते हैं। पर्यटकों के लिए रुचि के एक परिसर को न्यूनतम बुनियादी ढांचे को विकसित करने और कल्पना के साथ बनाए रखने की आवश्यकता होगी, जिससे परिवहन और स्वच्छता की सुविधा सुनिश्चित होगी। पर्यटकों को इस तरह के परिसर से स्थानीय रूप से स्मृति चिन्ह और शिल्प की वस्तुओं का चयन करने और खरीदने में सक्षम होना चाहिए। इस उद्देश्य के लिए, सुविधाजनक स्थानों पर उचित रूप से अधिकृत और मानकीकृत आउटलेट स्थापित करने की आवश्यकता है।

हस्तकला के डिजाइन पंजीकरण हस्तशिल्प का डिजाइन पंजीकरण किया जाना चाहिए। यानी किसी भी कारीगर ने किसी भी आइटम पर जो भी डिजाइन पेश किए हैं, उनका रजिस्ट्रेशन होना चाहिए। तब कोई भी इसकी नकल नहीं कर सकता।

हस्तशिल्प में मूल्य एकरूपता हस्तशिल्प उत्पादों की कीमतें बहुत अधिक अनियमित हैं और एक समान नहीं हैं। एक ही वस्तु की कीमतों में महत्वपूर्ण अंतर है यदि दो दुकानों से या दो स्थानों से खरीद की जाती है। इस स्थिति में ग्राहक बहुत शोषित और परेशान महसूस करता है। इससे उत्पादों की मांग पर बहुत बुरा असर पड़ सकता है। उत्पाद का मूल्य निर्धारण प्रत्येक शिल्प में कला के वर्गीकरण, प्रदर्शित कौशल और कच्चे माल की गुणवत्ता पर निर्भर होना चाहिए।

जागरूकता पैदा करना अधिकांश कारीगरों को रियायती दरों पर ऋण, मुफ्त उपकरण, रंजक और रसायन, वर्क शेड-सह-आवास सुविधाओं जैसी विभिन्न नई योजनाओं के बारे में जानकारी नहीं है। कारीगरों को विभिन्न कल्याणकारी योजनाओं और उनके कार्यान्वयन की प्रक्रिया के बारे में जागरूक किया जाना चाहिए।

हस्तकला में अधिक अनुसंधान और विकास: उत्पादों की गुणवत्ता में सुधार के लिए अनुसंधान और विकास आवश्यक है। अनुसंधान और विकास की मदद से कई और नई वस्तुओं और नए डिजाइन विकसित किए जा सकते हैं। पर्यावरण संबंधी समस्याओं का समाधान किया जाना चाहिए। यूरोपीय राष्ट्र विष पदार्थ के प्रति संवेदनशील हैं, उदाहरण के लिए, धातु के बर्तन में कैडमियम और कपड़ा शिल्प में एज़ो रंजक। इसमें कोई संदेह नहीं है कि बाल श्रम

एक और भावनात्मक मुद्दा है। पर्यावरण के अनुकूल पैकेजिंग और सामान्य सामाजिक और स्वच्छ स्थितियां अन्य महत्वपूर्ण पहलू हैं। इन पहलुओं को इन विचारों के प्रति अतिसंवेदनशील समृद्ध उपभोक्ताओं के बीच भारतीय उत्पादों की स्वीकार्यता बढ़ाने के लिए एक सचेत और आक्रामक अभियान के रूप में अवसरों में परिवर्तित किया जा सकता है। पर्यावरण और संरक्षण को अवधारणा में बुना जाना चाहिए। कई वस्तुओं को डिजाइन किया जा सकता है जिसमें सौंदर्य और उपयोगिता मूल्य दोनों होंगे, बांस, लकड़ी, जूट, टेराकोटा, पुनर्नवीनीकरण कागज और पृथ्वी जैसी सामग्री से बने माल। कलाकृतियों में उपयोग की जाने वाली लकड़ी को लकड़ी के शेविंग से संपीड़ित किया जा सकता है।

उपसंहार

शिल्प रचनात्मकता का मानक चिह्न है और वैश्वीकरण की व्यापक शराब में एक देश के लिए आवश्यक अंतर है। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि वैश्विक बाजार में भारतीय डिजाइन के अंतर लाभ को प्राप्त करने के लिए शिल्प को औद्योगिक डिजाइन और संचार डिजाइन दोनों के लिए एक फव्वारा बनना होगा। हस्तशिल्प क्षेत्र देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण और महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह रोजगार प्रदान करता है

ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में शिल्पकारों के एक विशाल वर्ग के लिए और देश के लिए पर्याप्त विदेशी मुद्रा उत्पन्न करता है। हस्तकला एक ऐसा उत्पाद है कि जब कोई खरीदार इसे पसंद करता है, तो वह एक कीमत का भुगतान करने के लिए तैयार होता है, जो उत्पाद के मानक मूल्य से कहीं अधिक हो सकता है। मुख्य विचार उत्पाद की उनकी पसंद है। चैनल एजेंट, जैसे बिचैलिए, खुदरा विक्रेता या वितरक ऐसी संभावनाओं को भुनाने की कोशिश करते हैं और कारीगरों की कीमत पर लगभग पूरी तरह से महत्वपूर्ण लाभ कमाते हैं। हस्तशिल्प उत्पाद को मूल्य, घरेलू बाजार पर निर्यात, रखरखाव में आसानी, भंडारण में आसानी, उपयोगिता मूल्य या सजावटी मूल्य और आधुनिकता या पारंपरिक अभिविन्यास के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। इसके अलावा, समान विचारधारा वाले संस्थानों के लिए यह आवश्यक है कि वे सिस्टम विकसित करने के लिए रणनीतिक दिशा और कार्य योजनाएं प्रदान करने के लिए एक साथ आएं। डिजाइन, बाजार, प्रौद्योगिकी, नवाचार और जीवन की गुणवत्ता से संबंधित प्रक्रिया और मानदंड ताकि उत्पाद

डिजाइन, प्रौद्योगिकी और विपणन शिल्प उन्नयन और पुनस्थापना प्रक्रिया का अभिन्न अंग बन जाएं। हालांकि, शिक्षा की कमी, कम पूंजी, और नई प्रौद्योगिकियों के खराब जोखिम, बाजार खुफिया की अनुपस्थिति और खराब संस्थागत ढांचे की अतिरिक्त बाधाओं के साथ इस क्षेत्र को असंगठित होने के कारण नुकसान उठाना पड़ा है। यह चीनी अर्थव्यवस्था के बढ़ते दबदबे के साथ-साथ उनके सस्ते लेकिन अनुशासित श्रम के साथ-साथ विकसित देशों द्वारा निर्मित बेहतर गुणवत्ता वाले उत्पादों से आसन्न खतरे का सामना कर रहा है। हालांकि, भारतीय हस्तशिल्प में बदलते परिदृश्य में विकास की बहुत क्षमता है, इसकी मूल ताकत जनशक्ति की प्रचुर और सस्ती उपलब्धता है और लाखों लोगों का पारंपरिक पेशा होने के नाते चीन को छोड़कर अन्य देशों की तुलना में अभी भी बहुत कम निवेश की आवश्यकता है।

संदर्भ

1. वार्षिक रिपोर्ट (2014), नई दिल्ली वस्त्र मंत्रालय, भारत सरकार।
2. चटर्जी, ए., तिवारी, ए., मिश्रा, एम., और धांडे, एसजी (2008) सूचना संचार प्रौद्योगिकी का उपयोग करके हस्तकला डिजाइन करना। इंडियन जर्नल ऑफ एक्सपोज़, 12 (1), 102-107
3. चट्टोपाध्याय, के (1975) भारत का हस्तशिल्प। नई दिल्ली भारतीय सांस्कृतिक संबंध परिषद।
4. डाक, टीएम (1989) ग्रामीण औद्योगीकरणरू चुनौतियां और प्रतिक्रियाएं। नई दिल्ली नॉर्थ बुक, 23-24
5. दरखान, ए (2011) जम्मू और कश्मीर में हस्तशिल्प उद्योग का एक अध्ययन। प्रबंधन, आईटी और सामाजिक विज्ञान में प्रगति का एक जर्नल 1 (4)
6. एन्कार्नाकाओ, जेएल, और श्लेचेन्डाहल, ईजी (1983) कंप्यूटर एडेड डिजाइन: फंडामेंटलस और सिस्टम आर्किटेक्चर बर्लिन स्प्रिंगर-वर्ल्ग
7. गुप्ता, ए.सी. (1959)। लघु उद्योग। खादी ग्रामोद्योग, 6 (1), 64.

8. हाशमी, एसके (2013) भारतीय हस्तशिल्प के लिए बाजार। एक्सेल जर्नल ऑफ इंजीनियरिंग टेक्नोलॉजी एंड मैनेजमेंट साइंस, 1 (1), 1-3
9. कंचना, जे (1999) भारत में हस्तशिल्प की स्थिति, वार्षिक हस्तशिल्प प्रदर्शनी और प्रतियोगिता, नई दिल्ली में प्रकाशित।
10. कर्वे, डी जी (1955) ग्रामीण और लघु उद्योग (दूसरी पंचवर्षीय योजना) समिति की रिपोर्ट, नई दिल्ली, योजना आयोग। भारत सरकार
11. खोसला, डीएन (1959) राजस्थान में कुटीर उद्योगों में सहयोग खादी ग्रामोद्योग। 6(2), 60

Corresponding Author

Prashant Kumar Vishwakarma*

Research Scholar, Eklavya University, Damoh, M.P.