



माननीय उपराष्ट्रपति श्री एम. वैकैया नायडू ने 'उगादी' के अवसर पर नई दिल्ली के कनॉट प्लेस स्थित आयोग के प्रमुख स्टोर 'खादी इण्डिया' का दौरा किया।

जागृति

खादी और ग्रामोद्योग आयोग की औद्योगिकीकरण विषयक मासिक पत्रिका



वर्ष 63 अंक-6 मुंबई मई 2019

सम्पादकीय मण्डल

अध्यक्ष
श्रीमती प्रीता वर्मा

संपादक
एम. राजन बाबू

उप संपादक
सुबोध कुमार

वरिष्ठ हिंदी अनुवादक
सरस्वती खनका

डिजाईन व पृष्ठसजा
सुबोध कुमार

प्रचार, फ़िल्म एवं लोक शिक्षण
कार्यक्रम निदेशालय द्वारा
खादी और ग्रामोद्योग आयोग,
ग्रामोदय, 3 इर्ला रोड,
विले पार्ले (पश्चिम), मुंबई -400056
के लिए ई-प्रकाशित

ईमेल: editorialkvic@gmail.com

वेबसाइट: www.kvic.org.in

आवश्यक नहीं कि पत्रिका में प्रकाशित लेखों
तथा विचारों से खादी और ग्रामोद्योग आयोग
अथवा संपादक सहमत हों

इस अंक में.....

समाचार सार

..... 3 से 8

उपराष्ट्रपति महोदय ने कर्नाट प्लेस स्थित आयोग के प्रमुख स्टोर 'खादी इण्डिया' का दौरा किया.....

उप राष्ट्रपति के दिशानिर्देश पर महात्मा गांधी के 'भव्य भित्ति चित्र' का आयोग द्वारा विस्तार शुरू

आयोग की मुख्य कार्यकारी अधिकारी द्वारा पी.एम.टी.सी., पंपोर का दौरा.....

भारतीय सेना और आयोग ने मिलकर जयपुर में जम्मू कश्मीर के युवा उद्यमियों को प्रशिक्षित कर स्थायी विकास के नये मॉडल की शुरुआत की.....

बाबा साहब डॉ. बी. आर. अम्बेडकर को आयोग ने दी श्रद्धांजलि.....

लेख

.....9 से 10

केवीआईसी: स्थायी आजीविका का सृजन और घाटी का आंतरिक संरक्षण
- विनय कुमार सक्सेना

प्रेस कवरेज

.....11 से 16

उपराष्ट्रपति महोदय ने कनाॅट प्लेस स्थित आयोग के प्रमुख स्टोर 'खादी इण्डिया' का दौरा किया



नई दिल्ली: माननीय उपराष्ट्रपति श्री एम. वेंकैया नायडू ने 'उगादी' (आंध्र प्रदेश के नव वर्ष) के अवसर पर दिनांक 6 अप्रैल, 2019 को नई दिल्ली के कनाॅट प्लेस स्थित खादी और ग्रामोद्योग आयोग के प्रमुख स्टोर 'खादी इण्डिया' का दौरा किया।

उपराष्ट्रपति महोदय ने अपनी पत्नी श्रीमती एम.उशम्मा और बच्चों के साथ खादी इंडिया आउटलेट में लगभग 40 मिनट बिताए और खादी के विभिन्न उत्पादों की खरीदारी की। उपराष्ट्रपति ने खादी उत्पादों की प्रशंसा करते हुए कहा "मैं, महात्मा की विरासत को संरक्षित करने और खादी परंपरा की रक्षा करने के लिए के.वी.आई.सी. के प्रयासों की सराहना करता हूँ। यह खुशी की बात है कि खादी को पुनःविकसित करने में आयोग अपने उन प्रयासों पर सफल रहा जिसमें भारत के युवाओं की कल्पना को सफलतापूर्वक अभिभूत किया गया है। मैं, के.वी.आई.सी. को उसके भविष्य के लिए शुभकामनाएं देता हूँ।"

इससे पूर्व, के.वी.आई.सी. के अध्यक्ष श्री विनय कुमार सक्सेना ने उपराष्ट्रपति महोदय का स्वागत कर उन्हें विगत पांच वर्षों में खादी में वृद्धि और उसमें नवीनता के बारे में जानकारी दी। उपराष्ट्रपति महोदय ने परिवार सहित स्टोर में महात्मा गांधी को पुष्पांजलि अर्पित की।



उप राष्ट्रपति के दिशानिर्देश पर महात्मा गांधी के 'भव्य भित्ति चित्र' का आयोग द्वारा विस्तार शुरु

नई दिल्ली: संसद मार्ग स्थित दिल्ली नगर निगम (एनडीएमसी)के मुख्य प्रशासनिक भवन में 31 जनवरी को महात्मा गांधी के 'भव्य भित्ति चित्र' का अनावरण करते हुए, उपराष्ट्रपति महोदय श्री एम. वैकैया नायडु ने कहा था कि इसे और अधिक गरिमामय बनाने के लिए, महात्मा गांधी का 150 वर्ग मीटर का मिट्टी का भित्ति चित्र, पूरे भारत के 150 गाँव के कुम्हारों के हाथों से 'कुल्हड़' से बना होना चाहिए।

उनके निर्देशों का अनुपालन करते हुए, खादी और ग्रामोद्योग आयोग ने दीवार भित्ति को 217 वर्ग मीटर अर्थात पूर्व की भित्ति से 43 प्रतिशत तक बढ़ाने का निर्णय लिया और यह कार्य 11 अप्रैल से शुरू हो चुका है।

खादी और ग्रामोद्योग आयोग के अध्यक्ष श्री विनय कुमार सक्सेना ने कार्यों का विवरण देते हुए कहा कि इस दीवार को भित्ति बनाने का विचार 22 दिसंबर 2018 को दुनियाँ की आध्यात्मिक राजधानी, वाराणसी के एक समारोह में आया था और मोरबी में इस वर्ष 6 जनवरी को इसे आकार दिया गया – जो महात्मा गांधी का गृह राज्य भी है। 'यह विस्तृत भित्ति चित्र आकार में और अधिक भव्य तथा विशिष्ट दिखाई

देगा, जिसके आकार में सभी तरफ 4 फीट विस्तार किया जाएगा। इसके अलावा, भारतीय ध्वज को बापू की छवि

की पृष्ठभूमि के रूप में सीमेंट की चादरों पर चित्रित किया जाएगा, जो छवि की सुंदरता को और बढ़ाएगा।' उन्होंने कहा, 'जबकि तार-मेष के साथ क्षैतिज स्टील फ्रेम भूतल पर किसी भी तरह की क्षति को रोक देगा, रोशनी से अग्रभाग की सुंदरता में और भी वृद्धि होगी, रात में भी भित्ति चित्रा को प्रमुखता से देखा जा सकेगा।'

यहां यह बता दें कि खादी और ग्रामोद्योग आयोग के कुम्हारों ने अपने अथक प्रयास से अल्प समय में भित्ति तैयार करने के लिए यह कुल्हड़ बनाए हैं। इस भित्ति में प्रयुक्त कुल्हड़ 150 कुम्हारों द्वारा बनाए गए हैं, जिनका खादी और ग्रामोद्योग

आयोग द्वारा देश के कोने-कोने से चयन किया गया था। ये सभी कुम्हार कारीगर मोरबी में एकत्रित हुए, जो टेराकोटा उत्पादों के लिए प्रसिद्ध है, जहाँ उन्होंने अपने संबंधित क्षेत्रों से लायी गयी मिट्टी को मोरबी मिट्टी के साथ मिश्रित किया गया, यह कार्य वहाँ के प्रसिद्ध टेराकोटा डिजाइनिंग कंपनी 'क्ले क्लब' के मार्गदर्शन में किया गया है।

(शेष पृष्ठ 8 पर)



आयोग की मुख्य कार्यकारी अधिकारी द्वारा पी.एम.टी.सी., पंपोर का दौरा



खादी और ग्रामोद्योग आयोग के मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्रीमती प्रीता वर्मा ने 19 अप्रैल, 2019 को पी.एम.टी.सी., खा.ग्रा.आ., पंपोर का दौरा किया। यहां मुख्य कार्यकारी अधिकारी ने सर्वप्रथम राष्ट्रपिता महात्मा गांधी जी को पुष्पमाला अर्पित की।

मुख्य कार्यकारी अधिकारी ने पी.एम.टी.सी पंपोर परिसर में वृक्षारोपण किया। उन्होंने, केंद्र में मेहंदी डिजाइन के प्रशिक्षार्थियों के साथ बातचीत की।

मुख्य कार्यकारी अधिकारी ने डीटीए के दैनिक वेतन भोगी कर्मचारियों के साथ बैठक की और उनकी समस्याओं को गंभीरता से सुना।



इस बीच मुख्य कार्यकारी अधिकारी ने पीएमटीसी, पंपोर में पदस्थ कर्मचारियों के साथ बैठक ली। इस बैठक में श्री डी.एस. भाटी, राज्य निदेशक प्रभारी, जम्मू कश्मीर तथा पीएमटीसी, श्रीनगर के प्राचार्य श्री अनिल कुमार शर्मा भी उपस्थित थे।

भारतीय सेना और आयोग ने मिलकर जयपुर में जम्मू कश्मीर के युवा उद्यमियों को प्रशिक्षित कर स्थायी विकास के नये मॉडल की शुरुआत की

जयपुर: भारतीय सेना एवं खादी और ग्रामोद्योग आयोग द्वारा एक साथ जम्मू-कश्मीर के युवाओं को स्थायी विकास मॉडल के माध्यम से रोजगार देने का उद्देश्य के 'कुमारप्पा राष्ट्रीय हाथ कागज संस्थान', जयपुर में जम्मू-कश्मीर के 30 युवा उद्यमियों के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम प्रारंभ किया गया।



खादी और ग्रामोद्योग आयोग के अध्यक्ष श्री विनय कुमार सक्सेना शनिवार को पिकसिटी पहुंचे तथा उन्होंने उद्यमियों के प्रशिक्षण का जायजा लिया तथा उन्होंने इन 30 स्नातकोत्तर उद्यमियों के उत्साह को देखकर संतोष व्यक्त किया। उन्होंने बताया कि "भारत माता के मुकुट को सुरक्षित रखने के लिए" युवाओं को, सतत विकास के साधन उपलब्ध कराने होंगे और स्व को प्रगतिशील बनाना है और समर्पित करना। हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि जम्मू और कश्मीर की 70 प्रतिशत आबादी 31 वर्ष से कम आयु की है, फिर भी वहाँ बेरोजगारी की दर बहुत अधिक है। हालांकि यह महत्वपूर्ण है कि सरकार सार्वजनिक क्षेत्र के रोजगार और कौशल विकास के माध्यम से पारंपरिक रोजगार तकनीकों को बढ़ावा देती है, युवाओं की पहल के लिए उन्हें आगे बढ़ाना महत्वपूर्ण है, जो समुदाय को मुख्यधारा के विकास का हिस्सा बनने के लिए एक बड़ा संदेश है जैसा कि हमारे प्रधान मंत्री ने अपील की है।

श्री सक्सेना ने भारतीय सेना की भूमिका की सराहना करते हुए कहा कि सेना ने न केवल इन युवाओं

का चयन किया, बल्कि उन्हें हस्तनिर्मित कागज निर्माण तकनीकों में दक्ष बनाने के लिए उनका आने-जाने का यात्रा खर्च भी वहन किया। श्री सक्सेना ने आगे कहा कि प्रदर्शनकारी, स्थायी आर्थिक तथा कौशल में परिणामों-मुखी सुधार खादी और ग्रामोद्योग आयोग द्वारा हस्तनिर्मित पेपर रूपांतरण प्रशिक्षण की पहल से कर सकते हैं, इससे न केवल उद्यमशीलता की ज्योति प्रज्वलित होगी, बल्कि इससे वे अपने स्तर को भी उंचा कर सकते हैं। यह प्रेरणा, जो राज्य की उदासीनता और स्व-निर्मित भेदभाव के निरंतर भय से मुक्ति के लिए सर्वोपरि है। वास्तव में यह उल्लेखनीय है कि भारतीय सेना, हमारी सीमाओं की सुरक्षा के अलावा, युवाओं को एक विकसित भारत के लिए मुख्य धारा का हिस्सा बनने के लिए भी प्रेरित कर रही है।

खादी और ग्रामोद्योग आयोग, सतत विकास के इस मॉडल का हर संभव सहयोग करने के लिए प्रतिबद्ध

बाबा साहब डॉ. बी.आर.अम्बेडकर को आयोग ने दी श्रद्धांजलि



14 अप्रैल, 2019 को डॉ. भीम राव अम्बेडकर जयंती के अवसर पर आयोग के संयुक्त मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्री वाई. के. बारामतीकर, अन्य वरिष्ठ अधिकारियों एवं कर्मचारियों ने आयोग मुख्यालय, मुंबई में बाबा साहब अंबेडकर को नमन कर उन्हें श्रद्धांजलि दी।



आयोग के विभागीय कार्यालय, बीकानेर ने पी.एम.ई.जी.पी. कार्यक्रम पर उद्यमिता विकास कार्यक्रम आयोजित किया।



आरसेटी के सहयोग से, आयोग के राज्य कार्यालय, देहरादून ने पी.एम.ई.जी.पी. योजना के तहत 20 से 29 अप्रैल, 2019 तक 10 दिवसीय उद्यमिता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किया।



हनी मिशन कार्यक्रम की योजना के तहत आयोग के राज्य कार्यालय, भुवनेश्वर ने निफ्ट भुवनेश्वर, ओडिशा के छात्रों को प्रशिक्षित किया।



आयोग ने शास्त्री ग्रामोद्योग, बाड़मेर, राजस्थान में खादी उत्पादन केंद्र को फिर से खोला। यह केंद्र 20 साल पुराना है।



आयोग के बहु उद्देश्यीय प्रशिक्षण केन्द्र, दहाणु ने हनी मिशन कार्यक्रम के तहत शहद प्रसंस्करण पर एक प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किया।

(पृष्ठ 6 से आगे)

भारतीय सेना और आयोग ने मिलकर.....

है। यह मात्र कल्पनाशीलता होगी यदि, इन युवाओं के प्रभावशाली दिमागों को सकारात्मक रूप से निर्देशित किया जाए एवं पर्यावरण और सामाजिक प्रभाव में उनके योगदान को सद्भावना के लिए जाना जाए, तो परिणामस्वरूप प्रेरक प्रतिफल बहुत बड़ा होगा। खादी और ग्रामोद्योग आयोग शिक्षा, आर्थिक विकास और सामान्य कल्याण सुनिश्चित करने के माध्यम से इन युवा ऊर्जावान दिमागों को चैनलाइज करने में कोई कसर नहीं छोड़ेगा। अंततः वे सभी उद्यमिता योजनाएं, जो भारत के अन्य हिस्सों में दिखाई देती हैं, उनको भी कश्मीर में लाने की आवश्यकता है।

बता दें कि आयोग ने इन जम्मू-कश्मीर के युवाओं के लिए न केवल 15 लाख रुपये से अधिक की लागत वाले प्रशिक्षण, भोजन और ठहरने का खर्च का वहन किया है, बल्कि उनकी आकांक्षाओं के अनुसार इकाइयाँ स्थापित करने के लिए प्रधान मंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमई जीपी) के तहत वित्तीय सहायता भी प्रदान करेगा।

(पृष्ठ 4 से आगे)

उप राष्ट्रपति के दिशानिर्देश पर महात्मा गांधी.....

खादी और ग्रामोद्योग आयोग के अध्यक्ष ने आगे कहा कि यह देश एवं आयोग के लिए बहुत ही गर्व की बात है क्योंकि यह गाँव के उद्योगों पर गांधीवादी विचारों का व्यावहारिक प्रदर्शन था।

“उन्होंने आगे बताया कि यह राष्ट्र के लिए भी गर्व का क्षण है, जब खादी और ग्रामोद्योग आयोग की भव्य भित्ति देश भर में – पर्वतीय लेह से लेकर महाराष्ट्र के समुद्र तट तक और छत्तीसगढ़ के घने जंगल क्षेत्र से लेकर वाराणसी तक के- गाँव के कुम्हारों के संयुक्त प्रयासों का प्रदर्शन कर रहा है।” यह 217-वर्ग मीटर की भित्ति उनके व्यक्तित्वों के साथ भारतीय सभ्यता की एकता को दर्शाती हुए पूरे देश में गाँव के कुम्हारों के संयुक्त 'श्रम' के प्रयासों को भी दर्शाती है।

केवीआईसी: स्थायी आजीविका का सृजन और घाटी का आंतरिक संरक्षण

- विनय कुमार सक्सेना

जैसे कि कहावत है "खाली दिमाग शैतान का घर", जम्मू और कश्मीर के बेरोजगार युवाओं की जनसंख्या लगभग ऑस्ट्रेलिया, बुल्गारिया या छोटे आकार के यूरोपीय देश की आबादी की जनसंख्या के समतुल्य है। दुर्भाग्य से, उचित मार्गदर्शन के अभाव में और विगत कुछ वर्षों में लगातार अस्थिर सरकारों के प्रशासनिक विरक्ति के कारण - उनमें से अधिकांश गुमराह, दिशाहीन, निराश, सुस्त और मोहभंग होकर समाज की मुख्य धारा से विमुक्त रहे हैं।

तो अब? उनके दिलों को जीतने के लिए हमें सिर्फ बयानबाजी, खोखले वादे और कोरे सपने दिखाने की जरूरत नहीं है। इसके बजाय, रचनात्मक क्रियाकलापों, मजबूत विश्वसनीय पहलों द्वारा समर्थित प्रयास जो आकर्षक, प्रशंसनीय हो और जिन्हें दोहराया जा सके, यही आज के समय की आवश्यकता है। गत वित्त वर्ष अर्थात् २०१८-१९ में, 'भारतीय सेना के सहयोग कार्यक्रम' के माध्यम से कुपवाड़ा में आयोग ने अपने 'हनी मिशन' के तहत सर्वकालिक अधिकतम २,३३० मधुमक्खी-बक्से वितरित किए तथा 'लद्दाख स्वायत्त पहाड़ी विकास परिषद' (एलएएचडीसी), की मदद से खादी और ग्रामोद्योग आयोग ने लेह क्षेत्र में -१८ (माइनस) डिग्री तापमान में लकीर, ससपोल, सक्ती और माथो जैसे गाँवों के कुम्हारों के बीच 'प्रशिक्षण प्रदान कर इलेक्ट्रिक कुम्हारी चाक वितरित किए, खादी और ग्रामोद्योग आयोग, मुख्यधारा से कटे हुए लोगों को एक ग्रामीण केंद्रित राष्ट्रवादी विचारधारा से जोड़ता है, सबसे निर्णायक उपायों और महत्वपूर्ण संसाधनों को राष्ट्रीय मुख्यधारा में वापस लाने के लिए एक उत्प्रेरक और गेम-चेंजर के रूप में उभरा है और उनकी सामाजिक-आर्थिक स्थिति को सुधारने के लिए बराबरी का एक भागीदार बन गया है।

आयोग एवं भारतीय सेना का जम्मू और कश्मीर के लिए एक अद्वितीय मॉडल: वास्तव में, खादी और ग्रामोद्योग आयोग एवं भारतीय सेना ने जम्मू और कश्मीर के युवाओं के लिए सतत विकास के साधन मुहैया कराकर भारत माता के मुकुट की सुरक्षा करने के लिए- उनके दिमाग को प्रगतिशील और समर्पित रखने के लिए- एक अनूठा

मॉडल प्रस्तुत किया है। हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि जम्मू और कश्मीर की 70 प्रतिशत आबादी 31 वर्ष से कम आयु की है, फिर भी बेरोजगारी दर बहुत अधिक है। जबकि राज्य जल संसाधनों से बिजली के मामले में बहुत बड़ी क्षमता का दावा करता है, इसके साथ ही बागवानी, फूलों की खेती और कृषि में निर्यात तथा साहसिक पर्यटन और कुलीनरी पर्यटन जैसे क्षेत्र जिनमें राज्य में उद्यमिता को बढ़ावा देने की बहुत अधिक संभावनाएं हैं। चूंकि इस राज्य में भूमि और लाइसेंस प्राप्त करना हमेशा एक थकाऊ काम होता है, इसलिए घाटी में कई युवा कैफे, आर्ट गैलरी, सह-कार्य गतिविधियां, डिज़ाइन स्टूडियो आदि चला रहे हैं। जबकि यह महत्वपूर्ण है कि सरकार सार्वजनिक क्षेत्र के रोजगार और कौशल विकास के माध्यम से पारंपरिक रोजगार तकनीकों को बढ़ावा देती है और युवा पहल के लिए महत्वपूर्ण प्रेरणा भी प्रदान करती है, जो समाज के लिए बहुत बड़ा संदेश है।

केवीआईसी द्वारा हस्तनिर्मित कागज रूपांतरण प्रशिक्षण जैसी पहल में सुधार, परिणाम उन्मुख और स्थायी आर्थिक व कौशल आधारित सुधार न केवल उद्यमशीलता की ज्योति को प्रज्वलित करता है, बल्कि उच्च स्तर की "प्रेरणा" भी प्रदान कर सकता है, जो स्व-निर्मित भेदभाव सिंड्रोम के निरंतर भय और निराशा से भरे राज्य की उदासीनता के मुक्ति के लिए सर्वोपरि है। 30 इच्छुक छात्रों की एक टीम हाल ही में हस्तनिर्मित पेपर-निर्माण की कला सीखने के लिए जयपुर स्थित आयोग के राष्ट्रीय कुमारप्पा संस्थान (KNHPI) में आये थे, ताकि ये भविष्य के उद्यमी बन इस उद्योग में अपना करियर बना सकें। इन छात्रों का

चयन भारतीय सेना के उद्यमिता विकास कार्यक्रम के तहत किया गया था। कोई सिर्फ कल्पना कर सकता है, अगर इन प्रभावशाली युवा दिमागों को सकारात्मक रूप से निर्देशित किया जाए तथा पर्यावरण और सामाजिक प्रभाव में उनके योगदान को सद्भावना के लिए माना जाए तो परिणामस्वरूप प्रेरक प्रतिफल बहुत बड़ा होगा और केवीआईसी को लगता है कि अब, इन युवा ऊर्जावान दिमागों को शिक्षा, आर्थिक विकास और सामान्य कल्याण सुनिश्चित करने के माध्यम से उपयोग में लाने का एक साधन मिल गया है। वास्तव में, भारत के अन्य हिस्सों में दिखाई देने वाली उद्यमिता योजनाओं को भी कश्मीर में लाने की आवश्यकता है। चूंकि भारतीय सेना और केवीआईसी ने कुपवाड़ा से पेपर बनाने के लिए युवाओं के कौशल विकास की शुरुआत की है, और ये स्वस्थ दिमाग तथा उपयोगी कौशल एक राष्ट्र का निर्माण कर सकते हैं, और यह शायद 'वर्चुअल डेविल्स वर्कशॉप' यानी विभाजनकारी ताकतों द्वारा तोड़फोड़ से दूर बेरोजगार कश्मीरी युवाओं के लिए सबसे अच्छा और सबसे नया तरीका होगा। घाटी के युवा भी अब अपने भविष्य के बारे में बहुत निर्णायक दिखाई देते हैं: आतंकवाद को अलविदा कहें जो राष्ट्र को तोड़ता है और कौशल को अपनाएं जो राष्ट्र को जोड़ता है। भारत की प्रगति सुनिश्चित करने के लिए जम्मू-कश्मीर के युवाओं को मुख्यधारा में वापस लाने के प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी के सपनों की तर्ज पर बहुत कुछ केवीआईसी और भारतीय सेना कश्मीरी युवाओं के सपनों को समृद्ध बनाने के लिए प्रतिबद्ध हैं। उनके सपने समृद्ध होंगे।

वित्त वर्ष 2018-19 के इन आंकड़ों का नमूना: महत्वाकांक्षी प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी) की नोडल एजेंसी होने के नाते, केवीआईसी ने 47.45 करोड़ रुपये के लक्ष्य के समक्ष न केवल 151.94 करोड़ रुपये के निधि का उपयोग किया, जोकि अनुमानित लक्ष्य से 320 प्रतिशत से अधिक है, और 48,620 नए रोजगार भी सृजित किए हैं।

इसी तरह 'हनी मिशन' के तहत केवीआईसी ने जम्मू-कश्मीर में 3,500 बी-बॉक्स वितरित किए हैं, जिससे 350 प्रत्यक्ष रोजगार के अवसरों का सृजन हुआ है। 'कुम्हार सशक्तिकरण मिशन' के तहत, केवीआईसी ने वित्तीय वर्ष 2018-19 में जम्मू-कश्मीर के क्राल्स (कुम्हारों) के बीच

180 इलेक्ट्रिक कुम्हारी चाक वितरित कर 720 नए रोजगार सृजित किए हैं, जिनमें लेह और लद्दाख क्षेत्र भी शामिल हैं।

2018-19 में खादी क्षेत्र में, केवीआईसी ने न केवल 52.98 करोड़ रुपये का उत्पादन और 60.10 करोड़ रुपये की बिक्री दर्ज की - जो कि लक्ष्य से 100 प्रतिशत से अधिक है, लेकिन साथ ही 15,257 नए रोजगार भी सृजित किए हैं। खादी और ग्रामोद्योग आयोग ने वित्त वर्ष 2018-19 में 4 नए खादी संस्थानों को भी जोड़ा, तदनंदर जम्मू और कश्मीर में कम से कम 20 लोगों के लिए नए प्रत्यक्ष रोजगार का सृजन किया गया।

आत्म विश्वास, सशक्तिकरण की भावना और सकारात्मक ऊर्जा, इस प्रकार बनायी गयी है इस व्यवस्था को पूरे राज्य में दोहराया जा सकता है जिसमें उद्यमशील आज़ादी दिखायी गयी है, ना कि कट्टर दृष्टिकोण, जिसने राज्य को भंगुरता की ओर धकेल दिया है, और जहां नफरत का माहौल है। सेना और केवीआईसी ने हनी मिशन पर कुपवाड़ा में एक साथ काम किया और सफलता का अमृत चखा। वे अब कागज बनाने में कुपवाड़ा के 30 युवाओं को प्रशिक्षित कर रहे हैं।

यदि उपरोक्त परिणाम कोई संकेत हैं, तो भारतीय सेना या एलएएचडीसी के साथ मिलकर खादी और ग्रामोद्योग आयोग द्वारा विकसित विकासात्मक मॉडल - घाटी की पूर्ववर्ती महिमा को वापस लाने के लिए एक वास्तविक गेम-चेंजर हो सकता है। याद रखें, यदि हम जम्मू-कश्मीर के युवाओं को रोजगार प्रदान करते हैं, तो उनके पास कट्टरपंथी होने का समय नहीं होगा। आशा है कि केवीआईसी, भारतीय सेना और एलएएचडीसी का सबसे अच्छा मंत्र पहले से ही एक अच्छी शुरुआत है। यदि यह सभी सरकारी और गैर-सरकारी एजेंसियों द्वारा कड़ी मेहनत, गहन अन्वेषण और बारीकियों के साथ इसका पालन किया जाए, तो स्थायी विकास के इस मॉडल के साथ अधिक से अधिक युवाओं को जोड़ा जा सकेगा, तो यह 17 वीं शताब्दी के मुगल सम्राट द्वारा घोषित कश्मीर घाटी को स्वर्ग बनाने में एक गेम-चेंजर होगा। चैनलाइज़, एग्रीगेट और गेम-चेंजर बनने के लिए इस खोज का हिस्सा बनने का यही उपयुक्त समय है।

Job creation real game changer

The model of development undertaken by KVIC, the Indian Army and the LAHDC in Jammu & Kashmir must be replicated all across the State to mainstream misguided youth



VINAI KUMAR SAXENA

Idle minds, as they say, are the 'devil's workshop.' The size of Jammu and Kashmir's unemployed youth is almost that of the population of say Austria, Bulgaria or a small-sized European nation. Unfortunately, due to the lack of proper guidance and avenues, clubbed with administrative ennui of successive unstable Governments over the years, a majority of the youth here are directionless, frustrated, idle, gullible and disillusioned.

So, what next? To win back their hearts, we need no rhetoric, empty promises or utopian dreams. Instead, constructive action, backed by strong believable initiatives that are engaging, doable and can be replicated are the need of the hour. In the last financial year (2018-19), be it the distribution of 2,330 bee boxes under the "Honey Mission" at Kupwara or the training-cum-distribution of electric potter wheels among potters in villages such as Likir, Saspole, Sakti or Matho in Leh that records minus 18 degree Celsius, the Khadi and Village Industries Commission (KVIC), with a deep interest to connect rural areas and a nationalist vision, has emerged as a catalyst and game-changer to bring this most crucial and critical resource back to the mainstream.

In the process, it has become an equal partner in improving the socio-economic status of the people here. The first was done in collaboration with the Indian Army's Sahyog programme and the second with help from the Ladakh Autonomous Hill Development Council (LAHDC). In fact, KVIC and the Army had worked out a unique model for Jammu and Kashmir: To provide means of sustainable development and keep the youth progressive and dedicated. Let us not forget that 70 per cent of the population in Jammu and Kashmir is under 31 years of age. Yet, unemployment rate is very high.

Towseefa Rizwi, a woman entrepreneur in Shalhar village of Baniptora district in north Kashmir, compared herself with the women working in the Government sector and found one big difference: "I am independent." Rizwi is the owner of Kashmir Valley AgroIndustry (KVAI) where her husband Parvez works as production manager. She mainly deals in honey, which she processes and packages at her own plant in the village. "I always had the desire of starting my own business. And I am thankful to honey bees for making me realise my dream," said Rizwi.

For Zamrooda Khan, a woman entrepreneur in downtown Srinagar, beating the greatest challenges of life would not have been easy if her bees had not kept her busy. Miseries and melancholic moments in her life have failed to shake her resolve for living a dignified life. Khan has not only fought a battle against breast cancer after her divorce but has also turned herself into a small entrepreneur. "This job suited me, for it kept me busy and that too with nature's gifted beings called honey bees," said she.

While the State boasts a huge potential in terms of generating electricity from water resources, exports in horticulture, floriculture and apiculture, there are other unexplored areas like adventure and culinary tourism that have immense potential for promoting entrepreneurship. Since obtaining land and licences has always been a tedious task, a number of youth in the

“ IF WE PROVIDE JOBS TO THE YOUTHS OF JAMMU & KASHMIR, THEY WILL HAVE NO TIME TO GET RADICALISED. HOPE IS THE BEST MANTRA TO MAKE A GOOD START AND THE KVIC, THE INDIAN ARMY AND LAHDC SEEM TO HAVE ALREADY MADE A GOOD ONE. IF THE EFFORTS PUT BY THEM ARE FOLLOWED UP BY ALL GOVERNMENTAL AND NON-GOVERNMENTAL AGENCIES, THIS MODEL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT CAN BECOME A GAME-CHANGER IN MAKING THE KASHMIR VALLEY A PARADISE ”



Valley have been running cafes, art galleries, co-working spaces and design studios among others. While it is important that the Government promotes conventional employment techniques through public sector jobs and skill development, it is also essential to give a push to youth initiatives which have a greater message to send to the entire community.

Demonstrative, result-oriented and sustainable economic and skill set-improving initiatives like the hand-made paper conversion training by KVIC ignites not only the entrepreneurial spark but also instills a high-level of "can do" motivation, which is paramount for the State's liberation from apathy, disenchantment and the constant fear of a self-created discrimination syndrome. A team of 30 aspiring students had recently visited the KVIC's Kumarappa National Handmade Paper Institute (KNHPI) in Jaipur to learn the art of hand-made paper manufacturing so that these future entrepreneurs can explore their career in this industry with some innovative applications.

These students were selected under the entrepreneurship development programme of the Army. If these impressionable young minds are directed positively and are made to believe their contribution to environmental and societal impact, the goodwill and the consequent motivational quotient will be huge.

The KVIC seems to have found the

means to channelise these young energetic minds through education and economic development so as to ensure their general well-being. After all, entrepreneurship schemes, that are visible in other parts of India, need to be brought to Kashmir as well. Since the Indian Army and the KVIC have started the process of skill development of youths in Kupwara for paper-making and developing a healthy mind, similar models can draw back frustrated young people from falling easy prey to terror networks.

Youths from the Valley, too, appear much more decisive about their career path now: Say good-bye to terrorism that breaks the nation and adapt skills that make the nation.

Sample these figures from the financial year 2018-19: Being the nodal agency of the ambitious Prime Minister Employment Generation Programme (PMEGP), the KVIC not only utilised the funds of ₹151.94 crore against a target of ₹47.45 crore, ie more than 320 per cent of the estimated goal, but also created 48,620 new jobs.

Similarly, under the "Honey Mission," the KVIC distributed 3,500 bee-boxes in Jammu & Kashmir, thus creating 350 direct jobs. Further, under the "Kumhaar Sashikaran Mission," the KVIC distributed 180 electric potter wheels among the *kraals* of Jammu & Kashmir, including Leh and Ladakh region, thus creating 720 new jobs.

In the Khadi sector, in 2018-19, the

KVIC not only registered a production of ₹52.98 crore and sale of ₹60.10 crore, which are more than 100 per cent of the targets, but also created 15,257 new jobs. The KVIC added four new institutions too, subsequently creating additional jobs.

Self-belief, a sense of empowerment and positive energy thus created can be replicated across the State. It is the entrepreneurial *azaadi* and stakeholder-ship that can pull back the State from the edge of precipice.

If the above results are any indication, the developmental model adapted by the KVIC — in association with the Indian Army or the LAHDC — can be a real game-changer to bring back the erstwhile glory of the Valley.

Remember, if we provide jobs to the youths of Jammu & Kashmir, they will have no time to get radicalised. Hope is the best mantra to make a good start and the KVIC, the Indian Army and LAHDC seem to have already made a good one. If the efforts put by them are followed up by all Governmental and non-governmental agencies, along with their hard work, nuanced research and above all engagement of more and more youths, this model of sustainable development can become a game-changer in making the Kashmir Valley a paradise as declared by a 17th Century Mughal emperor. It is high time for all stakeholders to become part of this quest.

(The writer is Chairman, Khadi and village Industries Commission)

Spinning a yarn for Brand Khadi

From a politician's staple to a fabric that has the attention of the young, *khadi's* makeover in the world of fashion is helping turn the story around for KVIC

TE NARASIMHAN
Chennai, 8 April

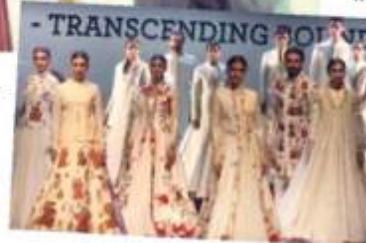
From Arvind Mills, Raymond and other branded textile manufacturers to the fraternity of fashion designers, the past few years have had a whole new set of suitors standing attendance to Brand *Khadi*. Its identity—from a fabric favoured by politicians and a symbol of national pride to an embodiment of sustainable fashion and millennial values—is undergoing a massive change and the makeover is opening the door to a new world of consumers for the government-owned Khadi and Village Industries Commission (KVIC).

Khadi's proponents are talking to a new audience, in a language and form that is giving the age-old yarn a contemporary twist. Aamir Akhtar, CEO, Lifestyle Fabrics-Denim, Arvind Limited that buys substantive amounts of the fabric from KVIC said that interest has been gradually growing, in India and abroad. "We observe two, very clear sub groups of consumers, the 20-35 age group that sees it as a modern fabric and values the sustainability aspect and the 35+ age group that cherishes its natural comfort and heritage value," he added.

There are two big changes that textile majors such as Arvind point to: one is of course the changing customer perception around the fabric, but the second shift which is expected to leave a lasting imprint on the future of *khadi* is the interest it has generated among designers



(Top): Raymond has a line of *khadi* apparel; (right) Fashion Design Council of India hosted a fashion show for designer *khadi*-wear last year



who are helping create new styles and uses for the product, thereby widening its base of consumers.

The revival in fortunes has led KVIC to say that it will report an all-time earnings high this fiscal, of around ₹3,200 crore and that it will turn in a profit. In the last four years KVIC sales grew nearly 30 per cent, against around seven per cent on an average in the last 10 years, the company added.

KVIC Chairman Vinai Kumar Saxena said that the biggest drivers of sales have been aggressive marketing, growing interest for *khadi* products amongst the Public Sector Enterprises (PSEs) and supply tie-ups with companies like Arvind Mills, Raymond and Aditya Birla Fashion. He said that *khadi* is

seen as an organic and indigenous material, in sync with a global sensibility and desire to wear sustainable fashion. Akhtar sees the product's rising popularity a result of its "minimal yet modernistic aesthetic" that appeals to the young.

Sustainability has been identified as one of the top trends in fashion according to a report by McKinsey & Company, written in association with The Business of Fashion (*The state of fashion, 2019*). "Sustainability, which breaks into our respondents' list of the most important challenges for the first time, is evolving from a tick-box exercise into a transformational feature," the report said.

Sustainable fabrics command a premium and draw the best designer talent. KVIC

has been quick to tailor its narrative around *khadi's* low impact on the environment and has declared its intentions to ensure a 'zero-effect, zero-defect' global product. He trots out the numbers: a metre of *khadi* fabric needs three litres of water, while a metre of mill fabric drinks up 55 litres. These metrics have grabbed the attention of consumers and designers—both keen to establish their environment-friendly credentials in a premium market. Saxena said that they have managed to attract the best designer talent on board—from global designer Gavin Rajah to Indian fashion diva Ritu Beri—who are advocating the use of *khadi* and are its de-facto ambassadors.

The narrative around the fabric is nuanced. Akhtar explains that in tier-2 towns and villages, *khadi* is seen as a nationalist choice and worn by the senior demographic. But in larger towns, where the young are increasingly drawn to *khadi*, it is a symbol of eco-friendliness and modernity. Globally the overriding identity is that of a sustainable fabric.

"We are encouraged to see interest from global brands such as Patagonia, Levi's, Gap and C&A. They appreciate the unique sustainability attributes of this category. Over and above the obvious low environmental impact, the product generates livelihood for village based artisanal communities and contributes to social and economic sustainability," said Akhtar.

Still, the bulk of orders are pouring in from government departments where KVIC has been aggressively pushing branded *khadi*. The Indian Railways for one, has ramped up orders significantly: in 2013-14, it bought around ₹3.5-4 crore worth of products from KVIC, in 2018-19, its orders were worth ₹100 crore, the company said. While the hand spun yarn is scripting a more global story for itself, it is also keeping the faith with its band of old loyalists.

Business Standard NEW DELHI | TUESDAY, 9 APRIL 2019

Spinning a yarn for Brand Khadi

From a politician's staple to a fabric that has the attention of the young, *khadi's* makeover in the world of fashion is helping turn the story around for KVVC

TEJASWIMAN
Chennai, 8 April

From Arvind Mills, Raymond and other branded textile manufacturers to the fraternity of fashion designers, the past few years have had a whole new set of suitors standing attendance to brand *khadi*. Its identity—from a fabric favoured by politicians and a symbol of national pride to an embodiment of sustainable fashion and millennial values—is undergoing a massive change and the makeover is opening the door to a new world of consumers for the government-owned *khadi* and Village Industries Commission (KVIC).

Khadi's proponents are talking to a new audience. In a language and form that is giving the age-old yarn a contemporary twist, Amit Akhtar, CEO, Lifestyle Fabrics-Denim, Arvind Limited that buys substantive amounts of the fabric from KVIC said that interest has been gradually growing in India and abroad. "We observe two, very clear sub-groups of consumers, the 20-30 age group that sees it as a modern fabric and values the sustainability aspect and the 35+ age group that cherishes its natural comfort and heritage value," he added.

There are two big changes that textile majors such as Arvind point to one is of course the changing customer perception around the fabric, but the second shift which is expected to leave a lasting imprint on the future of *khadi* is the interest it has generated among designers



(Top) Raymond has a line of *khadi* apparel. (Right) Fashion Design Council of India hosted a fashion show for designer *khadi*-wear last year

who are helping create new styles and uses for the product, thereby widening its base of consumers.

The revival in fortunes fuelled KVIC to say that it will report an all-time earnings high this fiscal, of around ₹3,200 crore and that it will turn in a profit. In the last four years KVIC sales grew nearly 30 per cent, against around seven per cent on an average in the last 20 years, the company added.

KVIC Chairman Vinay Kumar Saxena said that the biggest drivers of sales have been aggressive marketing, growing interest for *khadi* products amongst the Public Sector Enterprises (PSEs) and supply tie-ups with companies like Arvind Mills, Raymond and Aditya Birla Fashion. He said that *khadi* is

seen as an organic and indigenous material, in sync with a global sensibility and desire to wear sustainable fashion. Akhtar sees the product's rising popularity a result of its "minimal yet modernistic aesthetic" that appeals to the young.

Sustainability has been identified as one of the top trends in fashion according to a report by McKinsey & Company, written in association with The Business of Fashion (The state of fashion, 2019). "Sustainability, which breaks into our respondents' list of the most important challenges for the first time, is evolving from a tick-box exercise into a transformational feature," the report said.

Sustainable fabrics command a premium and draw the best designer talent. KVIC

has been quick to tailor its narrative around *khadi's* low impact on the environment and has declared its intentions to create a 'zero-effect, zero-defect' global product. He trots out the numbers: a metre of mill fabric drinks up 55 litres. These metrics have grabbed the attention of consumers and designers—both keen to establish their environment-friendly credentials in a premium market. Saxena said that they have managed to attract the best designer talent on board—from global designer Gwyneth to Indian fashion diva Ritu Beri—who are advocating the use of *khadi* and are its de-facto ambassadors.

The narrative around the fabric is nuanced. Akhtar explains that in tier-2 towns and villages, *khadi* is seen as a nationalist choice and worn by the senior demographic. But in larger towns, where the young are increasingly drawn to *khadi*, it is a symbol of eco-friendliness and modernity. Globally the overriding identity is that of a sustainable fabric.

"We are encouraged to see interest from global brands such as Patagonia, Levi's, Gap and C&A. They appreciate the unique sustainability attributes of this category. Over and above the obvious low environmental impact, the product generates livelihood for village based artisanal communities and contributes to social and economic sustainability," said Akhtar.

Still, the bulk of orders are pouring in from government departments where KVIC has been aggressively pushing branded *khadi*. The Indian Railways for one, has snapped up orders worth of products from KVIC. In 2018-19, its orders were worth ₹100 crore, the company said. While the hand spun yarn is scripting a more global story for itself, it is also keeping the faith with its band of old loyalists.

खादीच्या विक्रीत २८ टक्क्यांनी वाढ

नवी दिल्ली

खादी उत्पादनाच्या मागणीत दिवसेंदिवस वाढ होत असल्याचे दिसून आले आहे. गेल्या आर्थिक वर्षामध्ये खादी उत्पादनाची विक्री २८ टक्क्यांनी वाढली असून या व्यवसायाची उलाढाल ३,२१५ कोटी रुपयांवर पोहोचली, अशी माहिती खादी ग्रामोद्योग आयोगाकडून सांगण्यात आली. हातमागाच्या रूढाने विणलेल्या खादीकाठी वाढती मागणी असून गेल्या आर्थिक वर्षात या प्रकारच्या खादीच्या विक्रीत २९ टक्क्यांची वाढ नोंदवण्यात आली. हातमागावरील खादीचे उलाढाल २,९०२ कोटी रुपयांवर पोहोचली आहे.

खादीचा वापर करण्याबाबत पंतप्रधान नरेंद्र मोदी यांनी केलेले आवानत या विक्रीवृद्धीसाठी परिणामकारक ठरले असल्याचे खादी ग्रामोद्योग आयोगाने म्हटले आहे. सर्व ज्योगटांत नवे अॅकेडल्य मोटी मागणी असून नवी अॅपेन्स माध्यमातून गेल्या दोन महिन्यांत सात हजार मोदी जॅकेट विकली गेली आहेत. यशिवय, बहुरंगी खादी विक्री केंद्रांवर दररोज सरासरी दोनशे मोदी जॅकेट या फुटी विकले जातून, अशी माहिती आयोगाचे अध्यक्ष विनयकुमार सक्सेना यांनी दिली. चालू आर्थिक वर्षाअखेरीस या व्यवसायाची उलाढाल पाच हजार कोटी रुपयांवर पोहोचेल, असा विश्वासही त्यांनी व्यक्त केला.

केवीआईसी ने पिछले पांच वर्षों में 20 लाख से अधिक नौकरियां सृजित की

नवी दिल्ली (आईएनएस)। खादी एवं ग्रामोद्योग आयोग ने महत्वाकीक्षी प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी) के तहत पिछले पांच वित्त वर्षों में 20 लाख से अधिक नवी नौकरियां पैदा की है। आयोग के अध्यक्ष विनय कुमार सक्सेना ने कहा कि आयोग ने पीएमईजीपी को लागू करने में हमेशा 100 फीसदी की सफलता दर हासिल की है। सक्सेना ने कहा, यह सुनने में अजीब लग सकता है, देश में नौकरी संकट पर काफी बहस के बीच खादी एवं ग्रामोद्योग आयोग ने अपने महत्वाकीक्षी प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी) के तहत पिछले पांच वित्त वर्षों में 20,63,152 नई नौकरियां और 2,67,226 नई परिवोजनाएं सृजित कीं। उन्होंने कहा की यह आश्चर्यजनक है कि केवीआईसी ने इस प्रक्रिया में 105.05 प्रतिशत सफलता हासिल की। उमने 73,408 नवी परिवोजनाएं शुरू की, 2068.41 करोड़ रुपये मॉर्निंग मनी किरात की और 5,84,264 नए रोजगार सृजित किए। साल 2014-15 में इसकी सफलता दर 102.70 प्रतिशत, 2016-17 में 118.29 प्रतिशत और 2017-18 में 112.17 प्रतिशत रही। उन्होंने कहा कि एक जुलाई 2016 को केवीआईसी ने ऑनलाइन पोर्टल शुरू किया। ऑनलाइन पोर्टल के कारण पारदर्शिता आयी और मॉर्निंग मनी सॉल्यूडी के वितरण की प्रक्रिया में तेजी आयी।

ओबीसी ग्राम्य स्वरोजगार प्रशिक्षण सम्पन्न

श्रीगंगानगर। प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम के अन्तर्गत लाभान्वित प्रतिभागियों के लिए ओ.बी.सी. ग्राम्य स्वरोजगार प्रशिक्षण संस्थान के सभागार में आयोजित 10 दिवसीय प्रशिक्षण कार्यक्रम का शुभवार को समावेशपूर्वक समापन हो गया। इस मौके पर खादी ग्रामोद्योग आयोग, बीकानेर के राष्ट्रीय निदेशक अदीलाल शीखा मुख्य अतिथि थे। अध्यक्षता औरियन्टल बैंक ऑफ फार्मर्स के सहायक कार्यालय के सहायक



प्रबन्धक अंशुकारनाथ झा ने की। उनके साथ मंच पर अणुपी केक के अधिकारी रोहित गणवानी, विलीय साक्षरता के परामर्शदाता बी.एल. कुकड़, आरसेटी के निदेशक शिव सिंह पखर एवं कार्यलय सहायक दीपक कुमार उपस्थित थे।

Khadi sales zoom 28%, KVIC eyes ₹5k cr in FY20

Sidhartha@timesgroup.com

New Delhi: Khadi doesn't seem to have been hit by any demand slowdown, with sales rising 28% to Rs 3,215 crore in 2018-19, making it one of the most rapid rise in recent years.

"There has been a very good response across segments be it fabric, readymade garments and even solar vastra. During the last five years, we have seen a quantum jump every year," said Khadi and Village Industries Commission (KVIC) chairman V K Saxena. While KVIC has been complaining of production growth not keeping pace with demand, it reported a 17% jump in production to Rs 1,900 crore in 2018-19, compared to 7% a year ago.

SURGE IN DEMAND

Year	Sales (₹ cr)	Growth (%)
2013-14	1,217	6
2014-15	1,311	8
2015-16	1,664	27
2016-17	2,147	29
2017-18	2,510	17
2018-19	3,215	28

Source: KVIC

KVIC's revenues comes from sale of khadi as well as village industry products such as food products and cosmetics, which are many times bigger than garments. The steady growth in khadi sales has helped KVIC bridge the gap with

some of the leading garment majors, which are seeing a slower pace of growth.

In 2017-18, Aditya Birla Fashion and Retail, which boasts of leading garment brands in its portfolio, reported sales of Rs 7,181 crore, while Raymond's had consolidated revenue of over Rs 6,000 crore, but both companies saw a growth of under 10%. Fabindia, which is seen to be a rival to Khadi, had sales of over Rs 1,000 crore but the growth was almost flat.

Buoyed by the spurt in demand, Saxena has set a sales target of over Rs 5,000 crore for the current financial year, which is seen to be highly ambitious, given that it will require a growth of 55%, which is unprecedented at least since 2004-05.

खादी ग्रामोद्योग से पांच साल में बीस लाख से अधिक रोजगार मिले

नई दिल्ली, प्रेटर : खादी और ग्रामोद्योग आयोग (केवीआइसी) ने पिछले पांच वित्तीय वर्षों में बीस लाख से अधिक नए रोजगारों का सृजन किया है। आयोग को यह सफलता महत्वाकांक्षी प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी) के तहत मिली है।

खादी और ग्रामोद्योग आयोग (केवीआइसी) के अध्यक्ष विनाई कुमार सक्सेना ने रविवार को बताया कि आयोग को हमेशा से प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम के तहत 100 फीसद से अधिक सफलता मिली है। उन्होंने कहा कि वर्ष 2014-15 से पहले सफलता की दर कभी भी निर्धारित लक्ष्य से अधिक नहीं थी। लेकिन पिछले पांच वित्तीय वर्षों में प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी के डिजिटल इंडिया को दी बढत के बाद खादी और ग्रामोद्योग आयोग ने लक्ष्यों को भी पार कर लिया। देश में नौकरी के संकट की चर्चाओं के बीच भले ही यह बात अचंभित करे लेकिन आयोग ने इस दिशा में अक्वल नंबर रहते हुए 20,63,152 नई नौकरियों का सृजन किया है। साथ ही प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम के तहत पिछले पांच वित्तीय वर्षों (2014-2019) में 2,67,226 नई परियोजनाओं को अंजाम तक पहुंचाया है।

वर्ष 2018-19 में प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी) की नोडल एजेंसी खादी और ग्रामोद्योग आयोग (केवीआइसी) को 70,386 नई पीएमईजीपी परियोजनाओं में 5,62,351 रोजगार का सृजन हुआ।

ओबीसी ग्राम्य स्वरोजगार प्रशिक्षण सम्पन्न

श्रीगंगानगर। प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम के अन्तर्गत लाभान्वित प्रतिभागियों के लिए ओबीसी ग्राम्य स्वरोजगार प्रशिक्षण संस्थान के सभागार में आयोजित 10 दिवसीय प्रशिक्षण कार्यक्रम का बुधवार को सम्बरोहपूर्वक समापन हो गया। इस मौके पर खादी ग्रामोद्योग आयोग, बीकानेर के मण्डलीय निदेशक बट्टीराल मीणा मुख्य अतिथि थे। अध्यक्षता ऑरियन्टल बैंक ऑफ कॉमर्स के मण्डल कार्यालय के सहायक



प्रबन्धक अंकेरनाथ झा ने की। उनके साथ मंच पर अग्रणी बैंक के अधिकारी रोहित शर्मा, वित्तीय साक्षरता के परामर्शदाता

बी.एन.कुमा, अरसेटी के निदेशक शिव सिंह पंवार एवं कार्यालय सहायक दीपक कुमार उपस्थित थे।

प्रेस कवरेज

फैशन शो में दिखा खादी का ग्लोबल अवतार



खादी अकॉर्टफिट्स में रैप वॉक करती मॉडलें।

(विशाल)

रैप पर खादी की कलैक्शन शोकेस

रुमिफन, 21 अप्रैल (अमन) : फैशन वर्ल्ड के बस कगड़े डिजाइन करने के लिए फैब्रिक को घले ही तमाम वैराइटीज हैं लेकिन समर सीजन में खादी का क्रेज भी कुछ कम नहीं है। बसस्टस हों या ओल्ड फॉर्शन, ऑफिस गोईन हो या फिर बिजनेसवैन। खादी का टूट सभी को पाता है, जिसमें कवर कॉम्प्लिमेंशन के साथ ही साथ एयरबीन होने की वजह यह भी है कि इसमें हर समय रिजिक्शन किया जाता है और लेटेस्ट, कन्फर्टेबल व फैशनेबल कलैक्शन लाया जाता है। ऐसा ही नबावर रागिणार फिक्की फलों के फैशन शो में देखने को मिला, जहां खादी की ट्रेड में समीरा औलख, दिव्या जैन, शिखली कलहा और वंदना चर्मा ने रैप वॉक की। फैशन शो में डिजाइनर अंजु मोदी

ट्रेस डिजाइन करते समय रहता है लेटेस्ट, कन्फर्टेबल व स्टाइल पर फोक्स

बॉलीवुड अदाकारों के लिए ट्रेस डिजाइन करने वाली अंजु ने कहा कि खादी की ट्रेसोस करना काफी परसंद है। मैं वही ट्रेसोस तैयार करती हूँ, जिससे मुझे खूब भी मिले। यानी कि ट्रेस पहनने वाले के कन्फर्टेबल हो।

रैप पर मॉडलस के साथ उतरी। अंजु ने अपने खादी की नई कलैक्शन को भी प्रदर्शित किया।

ग्लोबल ट्रेड्स के साथ ईको फ्रेंडली गारमेंट्स समय की मांग

वर्ल्ड वीवर्स फोरम व फिक्की फलों ने कटावा पैनल डिस्कशन

रुमिफन, 21 अप्रैल (अमन) : रुमिणार को पार्क एराज में वर्ल्ड वीवर्स फोरम ने फिक्की लेडीज ऑर्गेनाइजेशन और आइएच खादी फरऊंडेशन के सहयोग से पैनल डिस्कशन कार्यक्रम का आयोजन किया गया। इस पैनल डिस्कशन में टैक्सटाइल, फैशन, रिटेलर्स, मैनुफैक्चरर्स उपस्थित रहे। वार्ता पृष्ठ महामान के तौर पर सी.ई.ओ. व मैजर सैक्रेटरी सिल्क बोर्ड मिनिस्ट्री ऑफ टैक्सटाइल के आर.आर. ओरछांडवार ने शिरकत की। वहीं मिश्रेण महामान के तौर पर फाऊंडिंग मैबर



पैनल डिस्कशन में उपस्थित फैशन डिजाइनर अंजु मोदी, फिक्की चेंबरपर्सन रीना अग्रवाल, नीरा नाथ व अन्य। (विशाल)

प्रमोट करने के बस-बसा तरीके हैं इसकी भी सही जानकारी होना जरूरी है। पहले सीजन में नू इनेवेस्टिव डिजाइनस इन हैंड वून टैक्सटाइल फार ग्लोबल एक्सपोर्ट विषय पर वर्च की। पैनल डिस्कशन में खादी एंड क्लिब इंटरस्टी कमिशन मिनिस्ट्री के बलराल सिंह ने कहा कि खादी पर काम करने के लिए हमारे साथ ऐसे लोग शामिल हैं, जो अपनी आर्थिक स्थिति को मजबूत करने के लिए असमर्थ हैं। हमें इन लोगों के साथ जुड़कर काम करने की जरूरत है। इस मौके पर रोजनल वैनर ट्राईफिड मिनिस्ट्री ऑफ ट्राइबल एफेयर्स भारत सरकार पृथीया भाटिया, ज्वाइंट डायरेक्टर नैशनल सेंटर फॉर डिजाइन एंड प्रोडक्शन भारत सहित विदेशों में अतिथियों ने संबोधित किया।

एक.बी.सी.आई. व फैशन डिजाइनर अंजु मोदी उपस्थित रही। सभी महामानों का फिक्की लेडीज ऑर्गेनाइजेशन की चेंबरपर्सन रीना अग्रवाल ने स्वागत किया। खादी को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से अयोजित इस पैनल डिस्कशन में विशेषज्ञों ने बताया कि ग्लोबल ट्रेड्स के तहत ईको फ्रेंडली फैब्रिक व गारमेंट्स समय की मांग हैं। फोरम इंटरनेशनल, नैशनल सल्लापर्स, रिटेलर्स के साथ सहयोग व तालमेल कर बेहतर मंच तैयार करने का प्रयास कर रही है। खादी की सेल व प्रोडक्शन भारत सहित विदेशों में बढ़ाने की जरूरत है। पर खादी को



खादी की बढ़ी मांग

Pankaj.Pandey@timesgroup.com

मुंबई : लोकसभा चुनाव करीब आने के साथ ही खादी के कपड़ों की मांग एक बार फिर बढ़ गई है। मुंबई में खादी व ग्राम उद्योग आयोग (केवीआईसी) की दुकानों में खादी उत्पादों की बिक्री दोगुनी हो गई है। केवीआईसी की मुंबई की दुकानों में जहां वर्ष 2017-18 में 2 करोड़ 77 लाख रुपये की बिक्री हुई थी वह इस वर्ष बिक्री बढ़कर 4 करोड़ 58 लाख रुपये हो गई है। प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी की तरह दिखने की चाह रखने वालों की बीजेपी में कोई कमी नहीं है और इसे चाह को पूरा करने के लिए बीजेपी कार्यकर्ताओं में मोदी कुर्ता व जैकेट की काफी मांग है। कुछ वर्ष पहले तक केवल वरिष्ठ नेता ही कुर्ता पैजामे में नजर आते थे, किंतु अब कार्यकर्ताओं में भी कुर्ता व जैकेट पहनने का क्रेज बढ़ा है। केवीआईसी अपिचारों के मुताबिक, पिछले एक महीने से कुर्ता की बिक्री 25 से 30 प्रतिशत बढ़ी है। मुंबई में केवीआईसी के विभिन्न स्टोर्स में कुर्ते 700 से 3 हजार रुपये व जैकेट 900 से 3 हजार 500 रुपये में बिक रहे हैं।

जागरण सिटी लुधियाना

तृतिमा, 21 अप्रैल 2019 दैनिक जागरण 7

खादी को ग्रामीण क्षेत्र में अवसर के तौर पर देखने की जरूरत

वर्ल्ड वीवर्स फोरम ने फिक्की पत्तो और आइ एम खादी फाउंडेशन के सहयोग से कराया कार्यक्रम, खादी को प्रमोट करने पर पैनल ने की चर्चा

जरा, लुधियाना : खादी को कैसे प्रमोट किया जा सकता है, इसके लिए नव-नव क्रांति को देखिए। इस पर विभिन्न विचारों से अलग-अलग तरीकों ने विश्व के तौर पर चर्चा की। कार्यक्रम का उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्रों में खादी को प्रमोट करना और ग्रामीण क्षेत्रों में खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

पुस्तक के तौर पर खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

कार्यक्रम को संचालित करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।



पुस्तक के तौर पर खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।



पुस्तक के तौर पर खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।



पुस्तक के तौर पर खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

कार्यक्रम को संचालित करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

दूसरे बैनर के विशेषज्ञों ने भी दिखा खादी को अवसर के तौर पर देखने की जरूरत

दूसरे बैनर के विशेषज्ञों ने भी दिखा खादी को अवसर के तौर पर देखने की जरूरत। कार्यक्रम में खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

पुस्तक के तौर पर खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

सबसे बैनरिस्ट को खीन फिक्की पत्तो ने दिए दोन सर्टिफिकेट्स

सबसे बैनरिस्ट को खीन फिक्की पत्तो ने दिए दोन सर्टिफिकेट्स। कार्यक्रम में खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

दैनिक भास्कर

14-Apr-20
जयपुर Page

बुमन भास्कर

दैनिक भास्कर, अक्टू, 14 अप्रैल 2019

भारत विश्व में प्रतिष्ठा का पुजारी कहलाता है और खादी शुरू से ही भारत की इस भावना को पैदा करता रहा है। खादी फैशन के रंगों से सराबोर होकर धर्म और संस्था की तस्वीर दिखाने हुए समय चक्र को आगे बढ़ा रही है।

चलता जा रहा है खादी का चक्र



बुमन B. भास्कर
अभिज्ञान अकादमी

ट्रेडिशनल, कंफर्ट, लगरजी

खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।



प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम का निःशुल्क प्रशिक्षण का समापन



प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम के अंतर्गत राष्ट्रीय प्रशिक्षण कार्यक्रम शुरू की थी। खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

खादी को प्रमोट करने के लिए खादी फाउंडेशन ने खादी को प्रमोट करने के लिए एक पैनल पर, विशेषज्ञों, एक्सपर्ट्स, डिजाइनर्स, रिटेलर्स, मैनेजर्स को बुलाया।

पर्यावरणानुकूल मनमोहक खादी डिजाइनर परिधान



बहुमुखी एवं मनमोहक
खादी डिजाइनर परिधानों
जैसे पर्यावरणानुकूल उत्पादों का एक स्थान
खादी वस्त्र, हर्बल उत्पाद,
रसायन रहित अगरबत्तियां,
विषाणु रहित एवं एन्टी फंगल शहद,
नैसर्गिक एवं आयुर्वेदिक सौन्दर्य उत्पाद
जैसे साबुन एवं शैम्पू,
हाथ कागज एवं पारंपरिक हस्तशिल्प
तथा अन्य उत्पादों की विशाल श्रृंखला

खादी
Khadi India



वामदे वृत्तकामानम् ।
प्राजिनान् अवर्तिनाशनम् ॥

खादी और ग्रामोद्योग आयोग

सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम मंत्रालय, भारत सरकार
ग्रामोदय, 3, इर्ला रोड़, विले पार्ले (पश्चिम), मुम्बई-400 056.
वेबसाईट : www.kvic.org.in



“ भारत में हम रोजगार सृजन करते है तथा समृद्धि बुनते हैं ”