

माना जाता है कि जो फैशन के प्रति उपभोक्ताओं के मन में पैशन घर कर जाए, धीरे-धीरे वो कल्चर बन जाता है। यही कुछ पिछले 25 सालों में डेनिम और डेनिम वियर के मामले में भी देखने को मिला है। 80 के दशक में जो डेनिम सिर्फ युवाओं और युवाओं में भी पुरुषों के लिए माना जाता था, अब वह हर उम्र और 'जेंडर' की पसंद बन चुकी है। युवा पीढ़ी में तो अब इसे 'ड्रैस कल्चर' के तौर पर लिया जाता है। देश में इसका 25 साल का सफर कैसा रहा? देश में डेनिम गारमेंट के बढ़ते बाजार के लिए कौन से कारक जिम्मेदार हैं? घरेलू डेनिम उत्पादक वैश्विक स्तर पर कहाँ खड़े हैं? ऐसे ही कुछ पहलुओं को सामने रखती विशेष प्रस्तुति।

डेनिम

फैशन, पैशन और

अब कल्चर

—अनुज गोस्वामी



आ

ज दुनियाभर में शायद सबसे ज्यादा लोकप्रिय फैब्रिक डेनिम का नाम, फ्रेंच शहर नाइम्स से पड़ा है। दुनिया भर के साथ भारत में भी लोकप्रियता की चरम पर पहुंच चुका डेनिम, असल में 'रग्ड कॉटन ट्विल टैक्सटाइल' है। इसमें 'वैप्ट' (कपड़े की संरचना), दो या दो से ज्यादा 'रैप श्रेड्स' के नीचे से निकलता है। नतीजतन फैब्रिक में उल्टी तरफ तिरछी और उभरी हुई 'रिब' बनती है और यही डेनिम को कॉटन से बने होने के बावजूद 'कॉटन फैब्रिक' से अलग भी करती है। व्यावसायिक स्तर पर अमेरिका में 18वीं सदी से शुरू हो कर डेनिम के सफर ने गारमेंट में जल्दी ही लंबे डग भरे और आज यह करीब सारी दुनिया में लोकप्रियता की चरम सीमा तक पहुंच चुका है। सिर्फ गारमेंट ही नहीं बैग्स, पर्स, हैट्स, जूते और क्राफ्ट आइटम्स जैसे लाइफस्टाइल प्रॉडक्ट्स में भी डेनिम अपनी पैठ बना चुका है।

25 साल का सफर

भारत में डेनिम का सफर बहुत पुराना नहीं है। 1986 में घरेलू उद्योग ने इस नए फैब्रिक का उत्पादन शुरू किया और 90-2000 के दशक में इसके बाजार व उत्पादन में बड़ा उछाल देखने को मिला। देश में बने डेनिम को विश्व स्तर पर भी हाथों-हाथ स्वीकार किया गया। आज देश में डेनिम बनाने वाली मिलों की अच्छी-खासी तादाद है और उनकी 'प्रोडक्शन कैपेसिटी' के साथ-साथ 'क्वालिटी' भी 'इंटरनेशनल स्टैंडर्ड' की है।

अब 25 साल पूरे होने को हैं। इन 25 सालों में घरेलू डेनिम उद्योग ने कुछ इस तरह से 'परफॉर्म' किया है कि आज इसकी अलग पहचान है। देश में डेनिम मैन्यूफैक्चरिंग के लिए इस्तेमाल हो रही स्टेट-ऑफ-दि-आर्ट तकनीक के चलते दुनिया के तीन सबसे बड़े उत्पादकों में यहां के उत्पादक भी शामिल हैं! साल 2010 में जहां सालाना घरेलू उत्पादन करीब 60-65 करोड़ मीटर रहा, वहीं 2011 में यह लगभग 10 करोड़ मीटर बढ़ कर सालाना 70-75 करोड़ मीटर तक पहुंचने की उम्मीद है। इन आंकड़ों के सहारे इस नतीजे पर पहुंचना मुश्किल नहीं होगा कि डेनिम में बढ़ते रुझानों के चलते व्यावसायियों का उत्साह और उनकी 'परफॉर्मेंस' का स्तर क्या है? इन अनुकूल परिस्थितियों के चलते जहां देश से होने वाले निर्यात में वृद्धि हुई ही है। वहीं टीएआई (टैक्सटाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया) जैसे संगठन 2011 में घरेलू खपत भी 70% तक बढ़ने की उम्मीद जता रहे हैं।



देश में करीब 23 मिलें, डेनिम प्रोडक्शन में बेहतरीन प्रदर्शन कर रही हैं। अरविंद मफतलाल ग्रुप का हिस्सा मफतलाल, डेनिम प्रोडक्शन और अपने प्रोडक्ट्स के लिए देश-दुनिया में अन्य मिलों के साथ-साथ अपनी एक अलग पहचान बना चुका है। नवसारी, गुजरात में सालाना करीब 20 करोड़ मीटर डेनिम उत्पादन क्षमता यूनिट के साथ यहां से देश और दुनिया के जानेमाने ब्रांडों को डेनिम फैब्रिक उपलब्ध कराया जा रहा है। देश में डेनिम के सुनहरे भविष्य के बारे में चर्चा करते हुए मफतलाल के एमडी, राजीव दयाल का कहना है कि 'देश की डेनिम इंडस्ट्री में मौजूदा 70 करोड़ मीटर सालाना के उत्पादन से बढ़ कर साल 2020 तक 150 करोड़ मीटर सालाना के लक्ष्य को पालने की अनेक संभावनाएं और अचूक माहा है। यह सालाना करीब 10 फीसदी कंपाउंड ग्रोथ से होने की उम्मीद है।'

साल 2000 के बाद डेनिम फैब्रिक और गारमेंट, दोनों ही सेगमेंटों में बेहद अच्छे नतीजे देखे गए। इसके लिए बहुत हद तक देश में 'ग्लोबल' ब्रांडों के आने और 'मॉडर्न रिटेल फॉर्मेट' को ज़िम्मेदार माना जा सकता है। मीडिया द्वारा फैशन ट्रेंड्स को मिली लोकप्रियता के चलते भी मांग में तेज़ी देखी गई। यहां

सबसे अच्छी बात यह रही कि बड़े शहरों के साथ-साथ उभरते हुए और छोटे शहरों में डेनिम की लोकप्रियता का 'ग्राफ' ऊपर चढ़ा है। इस बदले हुए माहौल में डेनिम उत्पादकों ने निर्यात के साथ-साथ अपनी निगाहें पहले से कहीं बड़े घरेलू बाजार पर टिका ली हैं। दूसरी ओर कई घरेलू ब्रांड भी ऐसे शहरों में ग्राहकों की ओर ज्यादा आकर्षित हो रहे हैं और स्थानीय रिटेलरों की साझेदारी में या खुद रिटेल फॉर्मेट को विस्तार देने की राह पर हैं।

बेहतरी की राह पर

भारत और चीन के साथ एशिया में बांग्लादेश, पाकिस्तान, इंडोनेशिया व तुर्की डेनिम के प्रमुख उत्पादक देश हैं। दुनिया के कुल डेनिम उत्पादन का करीब 50 फीसदी हिस्सा एशिया में ही बनता है। बीते साल 60-65 करोड़ मीटर उत्पादन के साथ दुनिया भर में करीब 500 करोड़ मीटर में भारत का हिस्सा करीब 13 प्रतिशत रहा। उद्योग से जुड़े जानकारों का मानना है कि 2020 तक कुल उत्पादन में बढ़त के साथ यह हिस्सेदारी भी लगातार बढ़ेगी।

इस ग्रोथ के पीछे फैब्रिक और गारमेंट-दोनों ही सेगमेंटों में व्यावसायियों का बेहद सकारात्मक रुख देखने को मिल रहा है।

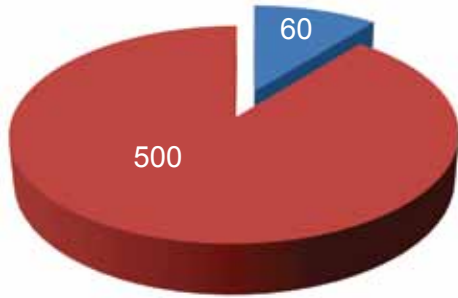
डेनिम में ग्रोथ के बारे में क्या सोचते हैं, देश में डेनिम उत्पादन के दिग्गज?



राजीव दयाल, एमडी, मफतलाल

- देश की डेनिम इंडस्ट्री की दुनिया भर में अपनी एक खास जगह है।
- साल 2020 तक इसमें 10% सालाना की कंपाउंड ग्रोथ दर्ज की जा सकती है।
- घरेलू बाजार में भी सालाना 10-12% (सीएजीआर) की बढ़त देखने को मिलेगी। साथ ही वैश्विक बाजार को होने वाले फैब्रिक और गारमेंट एक्सपोर्ट में भी ऐसे ही रुझान देखे जा सकेंगे।
- अर्थव्यवस्था में सालाना 7-8 फीसदी की बढ़त, घरेलू खपत के बढ़ने का अच्छा संकेत है।
- देश में औसत उम्र 26 साल है और 15-39 साल आयुवर्ग के करीब 50 करोड़ की आबादी डेनिम इंडस्ट्री के लिए बहुत बड़ी संभावना के रूप में सामने खड़ी है।
- पिछले कुछ सालों के दौरान देश के रिटेल ढांचे में बहुत विस्तार हुआ है। यह हर परिवार को शॉपिंग का बेहतर अनुभव प्रदान कर रहा है। इसके चलते लोग खरीदारी के लिए पहले से ज्यादा आगे आ रहे हैं।
- ज़ारा, एम एंड एस, बैनेटन आदि जैसे विदेशी ब्रांडों और आईटीसी विल्स, प्रोवोग और मुफ्ती आदि जैसे घरेलू ब्रांडों की मौजूदगी इस बढ़त में मददगार साबित होगी।
- टीयर 2/3 शहरों में विस्फोटक मांग दर्ज की जा रही है, यहां तक कि ग्रामीण इलाके भी इसकी मांग के मामले में किसी तरह से पीछे नहीं हैं। उम्मीद है कि शहरी इलाकों में 10 फीसदी ग्रोथ की तुलना में इन क्षेत्रों में ग्रोथ 10-15% के बीच रहेगी।
- कच्चे माल, कॉटन, ग्लोबल टेक्नोलॉजी, असरदार
- मैनुफैक्चरिंग प्रोसेस और 'कॉम्प्यूटिस्टिव मैनेजमेंट स्किल' के चलते मैं समझता हूँ कि देश से वैस्टर्न वर्ल्ड और उभरते हुए बाजारों को होने वाला फैब्रिक और वैल्यू एडेड प्रोडक्ट्स का एक्सपोर्ट भी बढ़ेगा।

साल 2010 के दौरान वैश्विक डेनिम उत्पादन में भारत का हिस्सा



■ सालाना वैश्विक उत्पादन (करोड़ मी. में) ■ सालाना घरेलू उत्पादन (करोड़ मी. में)

विश्व स्तर पर डेनिम का उत्पादन और उसमें भारत की स्थिति

	2010	2011	2015	2020
विश्व स्तर पर उत्पादन (करोड़ मीटर में)	500	540	580	670
भारत में उत्पादन (करोड़ मीटर में)	60-65	70-75	90-100	125-150
घरेलू औसत बढ़त अनुमानित (प्रतिशत में)		10	10-12	10-12
विश्व उत्पादन में भारत का हिस्सा (प्रतिशत में)	11-13	12.5-14 (अनुमानित)	15-17 (अनुमानित)	18-22 (अनुमानित)

डेनिम वियर में हर साल 100% ग्रोथ दर्ज करने के साथ तेजी से उभरते मैक्सिको फैशन के डायरेक्टर, दिनेश अग्रवाल इस रुख में अगले कुछ साल तक तेजी बने रहने पर बात करते हुए कहते हैं कि 'देश में अगले कुछ सालों तक डेनिम वियर के प्रति लोगों का रुझान बढ़ता रहेगा। इसके परिणामस्वरूप मिलों की उत्पादन क्षमता में भारी बढ़ोतरी दर्ज किए जाने की उम्मीद है। डेनिम वियर की इस ग्रोथ के कारण भी साफ दिखाई देते हैं। आज देश की करीब 65% आबादी युवाओं की है। इनमें से ज्यादातर अब डेनिम को 'फैशन' नहीं, बल्कि 'कल्चर' के रूप में अपना चुके हैं। आज से 5 साल पहले जहां, डेनिम वियर का

प्रचलन बड़े शहरों में ही दिखाई देता था, आज कस्बों और गावों तक इसने अपनी पकड़ बना ली है। आंकड़े देखें, तो पता चलता है कि आज ग्रामीण क्षेत्रों या देश के भीतरी हिस्सों में भी प्रति व्यक्ति डेनिम वियर की खपत कम से कम दो जोड़ी प्रति वर्ष है। इसे खपत बढ़ने के सबसे बड़े कारकों के रूप में देखा जा सकता है।'

आज सारी दुनिया 'ग्लोबल विलेज' में बदलती जा रही है। संचार माध्यमों ने नवीनतम तकनीक, मांग, सप्लाय सिस्टम, काम करने के तौर-तरीकों से जुड़ी किसी भी जानकारी को साझा करने में आने वाली सभी अड़चनों को लगभग खत्म कर दिया है। विभिन्न स्रोतों



आवरण कथा

मौजूदा हालात में औसत 10-12 प्रतिशत की दर से भारतीय डेनिम बाज़ार दुनिया में सबसे तेज़ी से बढ़ रहा है। इस बढ़त के लिए अनेक कारणों के साथ-साथ उपभोक्ता की बढ़ती हुई 'पर्चेज़ पावर', बड़ा 'मोटिवेशनल फैक्टर' है! इसके अलावा देश में मौजूदा रिटेल का विस्तार, नए रिटेल फॉर्मेटों के कदम जमाने और मीडिया के जरिए आम उपभोक्ता में इच्छाओं का बढ़ना भी इसके लिए बेहद ज़िम्मेदार है।

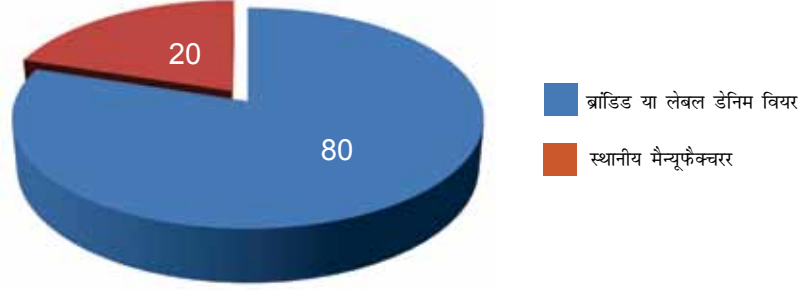
और रुझानों के चलते यह नतीजा निकाला जा सकता है कि मौजूदा हालात में औसत 10-12 प्रतिशत की दर से भारतीय डेनिम बाज़ार दुनिया में सबसे तेज़ी से बढ़ रहा है। इस बढ़त के लिए अनेक कारणों के साथ-साथ उपभोक्ता की बढ़ती हुई 'पर्चेज़ पावर', बड़ा 'मोटिवेशनल फैक्टर' है! इसके अलावा देश में मौजूदा रिटेल का विस्तार, नए रिटेल फॉर्मेटों के कदम जमाने और मीडिया के जरिए आम उपभोक्ता में इच्छाओं का बढ़ना भी इसके लिए बेहद ज़िम्मेदार है। दिनों-दिन विदेशी ब्रांड भी घरेलू बाज़ार में पैर पसार रहे हैं। इसके चलते भी घरेलू खिलाड़ियों में इनके प्रति न सिर्फ प्रतिस्पर्धा का माहौल पैदा हुआ, बल्कि अपने आपको उनके सामने स्थापित और बेहतर साबित करने की चुनौती भी जोर पकड़ रही है। इन अनुकूल हालातों के चलते न्यूमैरो यूनो,



फ्लाइंग मशीन, किलर, स्पाइकर, जैस्वर, मुफ्ती, आईटीसी विल्स जैसे और कई जाने-माने घरेलू ब्रांड स्थापित हो भी चुके हैं और कई इस राह पर अग्रसर हैं। इन सब अनुकूल कारणों के लिए मिलों द्वारा अपनी उत्पादक क्षमता को बढ़ाने के लिए आधुनिकतम तकनीक को अपनाया जाना, बेहतर प्रशिक्षण और डिस्ट्रीब्यूशन नेटवर्क की व्यवस्था करना भी समान रूप से ज़िम्मेदार है।

ग्रोथ के लिए इस साझेदारी पर बात करते हुए राजीव दयाल का कहना है कि 'यह समझना बहुत ज़रूरी है कि पूरी सप्लाय चैन हमारे उपभोक्ताओं के लिए बेहतरीन प्रॉडक्ट बनाने के लिए काम कर रही है। असल में सप्लाय चैन की सभी कड़ियों के बीच बेहतर तालमेल और 'एक्शन' ज़रूरी है। मिलें 'लेटेस्ट

डेनिम वियर में ब्रांड और स्थानीय मैनुफैक्चरों का हिस्सा



फैब्रिक ट्रेंड्स' पेश करें, डिस्ट्रिब्यूटर सामान को जल्द और प्रभावी रूप से अगली कड़ी तक पहुंचाएं और रिटेलर उपभोक्ता के फीडबैक को हम तक यानी मिलों तक पहुंचाएं, ताकि इंडस्ट्री को आगे बढ़ाया जा सके! इस पूरी चेन में डिस्ट्रिब्यूटर बेहद महत्वपूर्ण कड़ी है। मिसाल के तौर पर हमारे डिस्ट्रिब्यूटर, हमारी कंपनी का 'एक्सटेंशन' हैं। हम उनके साथ बहुत करीब रह कर काम करते हैं। उनके जरिए बाजार और उपभोक्ता का रुझान हम तक पहुंचता है। अक्सर हम नए प्रॉडक्ट भी उनके साथ मिल कर ही डेवलप करते हैं। हम अपने उपभोक्ताओं, ब्रांडों और एक्सपोर्टर्स के लिए नए प्रॉडक्ट/कलैक्शन भी उनके साथ मिल कर पेश करते हैं।'

गारमेंटिंग में है दम

बाजार में करीब 80% डेनिम वियर किसी न किसी ब्रांड या लेबल के नाम से बिकता है। जबकि बाकी के 20 फीसदी में स्थानीय मैनुफैक्चरों या 'टेलरों' का हिस्सा है।

ब्रांडों में करीब 75 प्रतिशत हिस्सा मैस वियर, 15 प्रतिशत विमंस वियर और 10 प्रतिशत किड्स वियर का है। इन आंकड़ों को देखते हुए भारत जैसे देश में बहुत बड़ी मांग का अंदाजा लगाना मुश्किल नहीं है। इसमें अहम बात यह है कि आने वाले दिनों में 'विमंस वियर' का हिस्सा बढ़ने की संभावनाएं बहुत ज़्यादा हैं। इसके लिए काम-काजी महिलाओं की बढ़ती तादाद, उनकी बढ़ती अर्थिक स्वतंत्रता, फैशन के प्रति बढ़ता रुझान, समय की कमी जैसे कारक महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं। वहीं किड्स वियर की सेगमेंट में भी उछाल देख जा सकता है। इसका श्रेय काफी हद तक रिटेल के नए फॉर्मेटों (ऑर्गेनाइज्ड रिटेल या मॉल कल्चर) को दिया जा सकता है। 5 साल पहले तक कुल खपत में दिल्ली, मुंबई, हैदराबाद आदि जैसे बड़े शहरों का हिस्सा करीब 25-30 प्रतिशत तक था। जबकि कानपुर, नागपुर, गुवाहटी, जयपुर जैसे तेजी से उभरते शहरों में यह आंकड़ा 15 प्रतिशत से नीचे ही था। लेकिन अब इन

भारत में बढ़ते डेनिम बाजार के लिए जिम्मेदार कारक

आम उपभोक्ता की इच्छाओं और उम्मीदों को बढ़ाने में मीडिया के विस्तार ने निर्णायक भूमिका निभाई है।

मौजूदा रिटेल नेटवर्क ने अपने आप को बेहतर बनाया है या बना रहा है।

देश में रिटेल के नए फॉर्मेट आए और उनका विस्तार हो रहा है।

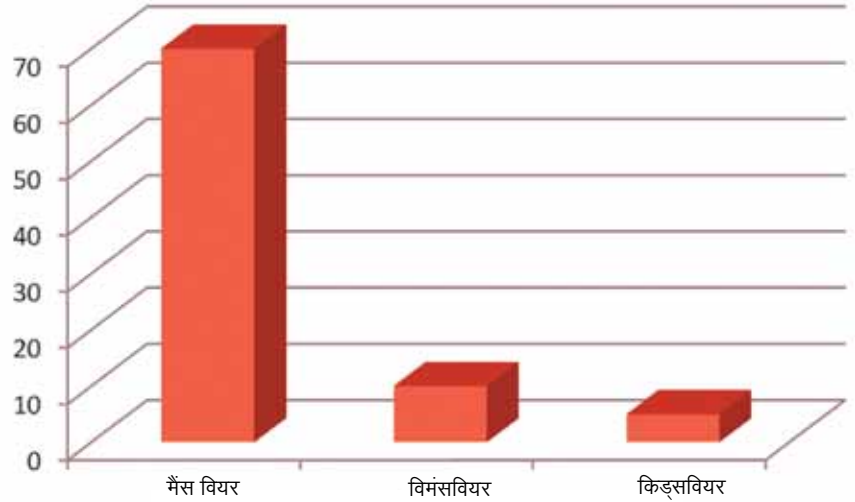
मिलों ने आधुनिकतम तकनीक को अपनाया और मांग के अनुसार उत्पादन भी बढ़ाया।

विदेशी ब्रांडों के देश में लॉन्च होने ने बाजार को गति मिली है।





विभिन्न कैटेगरियों में डेनिम गारमेंट की हिस्सेदारी



इलाकों में मांग तेजी से बढ़ी है। रिटेलरों और डिस्ट्रीब्यूटरों-दोनों के लिए 'मिनी मेट्रो' या उभरते शहरों में 'ग्रोथ' की बहुत संभावनाएं हैं।

अगले कुछ सालों तक देश की कुल आबादी का बड़ा हिस्सा (करीब 50 फीसदी) 'टीनेजर्स' और 'यूथ' का ही रहेगा। कैजुअल और आरामदायक 'ड्रेसिंग' की ओर उनके बढ़ते हुए रुझान को इंडस्ट्री किस तरह भुनाएगी, इस पर आज से ही 'मंथन' और 'एक्शन' की जरूरत है। रिटेल के नए फॉर्मेटों में अक्सर पूरा परिवार एक साथ खरीद करता है और ऐसे में बच्चों की पसंद और उनके फैसलों को भी ध्यान में रखा जाने लगा है। डेनिम मैन्यूफैक्चररों, डीलरों, गारमेंट मैन्यूफैक्चररों और रिटेलरों सबके लिए इसे बहुत बड़ी संभावना के रूप में देखा जा सकता है। लेकिन इसे भुनाने के लिए मिलों के साथ-साथ इस चेन की हर कड़ी को उन मुद्दों पर काम करना होगा, जिनके चलते अनुकूल नतीजे आ सकें। मिसाल के तौर पर गारमेंटिंग के रुझानों को देखते हुए मिलों द्वारा डिस्ट्रीब्यूटर या डीलरों को तैयार करना होगा, डिस्ट्रीब्यूटरों और डीलरों द्वारा इस तैयारी का फायदा गारमेंट मैन्यूफैक्चररों तक पहुंचाया जाना चाहिए। कड़ी को आगे बढ़ाते हुए, गारमेंट मैन्यूफैक्चररों, डीलर व डिस्ट्रीब्यूटरों की ओर से रिटेलर के लिए अनुकूल वातावरण बनाना होगा।

विमंस डेनिम वियर में उछाल आने की संभावनाओं को लेकर भी मफतलाल के एमडी, राजीव दयाल काफी उत्साहित दिखाई देते

हैं। इसकी अच्छी संभावनाओं पर वे कहते हैं कि 'देश में विमंस डेनिम वियर में ग्रोथ की संभावनाएं, मैस डेनिम वियर की तुलना में कहीं ज्यादा हैं। आने वाले समय यह करीब 15% सालाना की दर से बढ़ सकती है।' अपनी बात को आगे बढ़ाते हुए राजीव कहते हैं, 'बदले हुए दौर में 'न्यू इंडियन विमन' का प्रोफाइल भी बहुत तेजी से बदल रहा है। अब वे 'हाउसवाइफ' के दायरे से निकल 'कैरियर विमन' बन रही हैं और उन्हें भी हर ओकेजन के लिए 'एप्रोप्रिएट डेनिम वियर' की जरूरत है; ऑफिस वियर के लिए फॉर्मल डेनिम पैट,

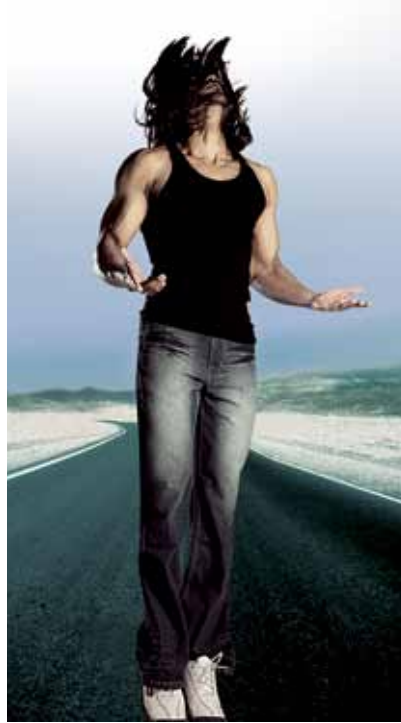


उम्मीद की जा सकती है कि सरकार की ओर से संशोधित (टैक्नोलॉजी अपग्रेडेशन फंड स्कीम) और टैक्सटाइल पार्क विकसित करने के देशव्यापी अभियान को प्रभावी ढंग से लागू किए जाने व इसका योजनाबद्ध लाभ उठाने से भी इंडस्ट्री का स्तर और ऊपर उठेगा।



'लेजर और रिलैक्स' टाइम के लिए जींस और शाम को सोशल इवेंट्स के लिए स्टाइलिश डेनिम-वियर! इन मौजूदा हालातों को देख कर यह ट्रेंड अगले करीब एक दशक तक बने रहने की उम्मीद है। जिसके चलते डेनिम विमंस वियर सबसे ज्यादा ग्रोथ करने वाले सेगमेंटों में से एक होगा और ब्रांडों के सामने उनके लिए 'सूटबल' प्रॉडक्ट 'डेवलप' करने की अनेक संभावनाएं हैं।'

आज भारत दुनिया की चौथी सबसे बड़ी, एशिया की तीसरी सबसे बड़ी और विकासशील देशों में दूसरी सबसे बड़ी अर्थव्यवस्था है। मौजूदा हालातों और उद्योग के प्रदर्शन को देखते हुए अगले कुछ साल तक इसके बदस्तूर जारी रहने की उम्मीद भी है। ऐसे में रिटेल, खासतौर पर 'टैक्सटाइल रिटेल' से जुड़े



व्यावसायियों को बढ़ती 'डिस्पोजेबल इनकम', बेहतर हो रहे 'रिटेल इन्फ्रास्ट्रक्चर', प्रतिस्पर्धा के माहौल, विदेशी ब्रांडों और निवेश के सामने अपने को बेहतर या दौड़ में बनाए रखने के लिए हर उस मौके को पहले झटकना होगा, जिससे वे डेनिम में अपने साथ मिलों की ऊंची उठती उड़ान को बनाए रख पाएं। इसके लिए प्रॉडक्ट, प्रोडक्शन, डिस्ट्रीब्यूशन, गारमेंट मैनुफैक्चरिंग और रिटेलिंग के लिहाज से कहा जा सकता है कि देश में अनुकूल परिस्थितियां हैं। हालांकि 'टैक्सेशन' जैसे कुछ संवेदनशील



मुद्दों को ले कर कुछ विरोधाभास जरूर हैं, लेकिन इसकी बेहतरी के लिए भी उद्योग से जुड़े लोग अपने-अपने स्तर पर काम कर रहे हैं। देश में टैक्सटाइल एग्जीबिशन की बढ़ती हुई संख्या और अंतर्राष्ट्रीय स्तर के मानक भी मिलों, डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेलर्स को एक अच्छा मंच प्रदान कर रहे हैं। उम्मीद की जा सकती है कि सरकार की ओर से संशोधित TUFs (टैक्नोलॉजी अपग्रेडेशन फंड स्कीम) और टैक्सटाइल पार्क विकसित करने के देशव्यापी अभियान को प्रभावी ढंग से लागू किए जाने व इसका योजनाबद्ध लाभ उठाने से भी इंडस्ट्री का स्तर और ऊपर उठेगा।

अब देखना यह होगा कि आने वाले दिनों में इंडस्ट्री और उपभोक्ता इन अनुकूल परिस्थितियों में कैसे 'रिएक्ट' करते हैं? और बढ़ती हुई 'परचेज़ पावर' के साथ डेनिम इंडस्ट्री गारमेंट की सकल खपत में अपने लिए कितना हिस्सा निर्धारित करती है? उम्मीद की जानी चाहिए कि इंडस्ट्री के लगातार सकारात्मक और प्रभावी प्रयासों व अनुकूल परिस्थितियों की पृष्ठभूमि में कयास लगाए जा रहे सभी आंकड़ों को न सिर्फ हासिल कर लिया जाएगा, बल्कि विश्व स्तर पर भी डेनिम में भारत की छवि अलग से दिखाई देगी। ■