



WhySoBlue Official Website

Premium &amp; Wide Range Of Collections Of Women's wear Online. Shipping Worldwide.

WhySoBlue



Open &gt;

ADVERTISEMENT

# ट्रेडिंग स्पिक इंडिया नेशनल राज्य और शहर आध्यात्मिक सेहत मनोरंजन इंटरव्यू बिजनेस क्राइम विडियो ऑडियो वेब स्टोरी



# pinklay india- आइये जानते है पिकले इंडिया घरेलू ब्रांड के बारे में।



by TFOI Web Team — 23/06/2022 at 5:55 PM IST in Business Guru Reading Time: 1 min read



**pinklay india-** मुंबई, महाराष्ट्र स्थित पिकले एक [लाइफस्टाइल ब्रांड](#) है जो प्रेरक गृह सज्जा, हैंड ब्लॉक प्रिंट फर्निशिंग, महिलाओं और बच्चों को प्रसन्न करने के लिए डिज़ाइन किए गए कपड़े प्रदान करता है। भारत में दस्तकारी, उनके डिज़ाइन दुनिया की संस्कृतियों का जश्न मनाते हैं। उनके डिज़ाइन रंग में निहित हैं जो समकालीन, स्वादिष्ट और प्रामाणिक हैं, और संदेश देने के लिए तैयार किए गए हैं

पिकले इंडिया, (pinklay india) एक घरेलू ब्रांड है जो अपने ब्लॉक प्रिंट डिज़ाइनों के माध्यम से हस्तशिल्प विरासत को संरक्षित करता है व्यवसाय के क्षेत्र में किसी भी पूर्व अनुभव के बिना और अपनी उद्यमिता यात्रा शुरू करने के लिए अत्यधिक भुगतान वाली कॉर्पोरेट नौकरी छोड़ना एक बेहद साहसिक कदम था, जिसके लिए पिकले की संस्थापक और **सीईओ डेज़ी तनवानी (Daisy Tanwani)** तैयार थीं। क्योंकि स्थानीय कारीगरों के उत्थान और जमीनी स्तर पर लैंगिक समानता को बढ़ावा देने के लिए एक ब्रांड बनाने का उनका जुनून अधिक था। अपने स्टार्ट-अप पर हमारे साथ बातचीत में, वह अपनी स्टार्ट-अप यात्रा पर बात करती है।



हथकरघा और हस्तशिल्प उद्योग काफी बड़ा है और देश में कारीगरों के लिए महत्वपूर्ण नियोक्ताओं में से एक के रूप में कार्य करता है। हालांकि, अधिकांश तैयार माल, वह भी सबसे अच्छा, निर्यात किया जाता है। उदाहरण के लिए, हमारे ब्लॉक मुद्रित कलाकृतियां और कपड़े 71 से अधिक देशों में निर्यात किए जाते हैं।

भारत ने वित्त वर्ष 2020-2021 (अप्रैल-नवंबर) में 1.89 मिलियन अमेरिकी डॉलर के ब्लॉक प्रिंट सामान का निर्यात किया। 2020-2021 (अप्रैल-नवंबर) में, निर्यात की कुल मात्रा लगभग 23,8000 थी। इसका तात्पर्य यह है कि इन हस्तशिल्प उत्पादों को भारत के बाहर काफी महत्व दिया जाता है, जबकि इस तथ्य को दर्शाता है कि सर्वोत्तम हस्तशिल्प हम भारतीयों के लिए उपलब्ध नहीं हैं। इसके अलावा, वर्षों से भारतीय धीरे-धीरे विरासत के डिजाइनों से दूर हो गए हैं।

इस शून्यता के अस्तित्व को महसूस करते हुए, डेजी तनवानी ने भारतीय कारीगरों के अद्वितीय सौंदर्य को पुनर्जीवित करने और इसे भारतीयों के लिए सुलभ बनाने के लिए 2015 में अपने घरेलू हस्तशिल्प ब्रांड 'पिंकले इंडिया' की स्थापना की।

“हम बहुत यात्रा करते हैं और दुनिया भर से सुंदर टुकड़े एकत्र करते हैं। मेरे अधिकांश टेपेस्ट्री, भित्ति चित्र और चीनी मिट्टी के बरतन विदेशों से आए थे, और विडंबना यह है कि जिन टुकड़ों को हम सबसे ज्यादा पसंद करते थे, उन पर 'मेड इन इंडिया' का टैग लगा हुआ था,” वह याद करती हैं।

इससे उसे एहसास हुआ कि वह भारत में भारतीयों के लिए 'मेड इन इंडिया' उपलब्ध कराना चाहती है और आगे, वह 'मेड इन इंडिया' को 'डिजाइन और मेड इन इंडिया' में बदलना चाहती है। “भारत में हस्तशिल्प की एक अद्वितीय विरासत और कारीगरों की घटती आबादी है। ये बहुत कीमती हैं जिन्हें गुमनामी में मिटने नहीं दिया जा सकता। पिंकले हमारी हस्तशिल्प विरासत को संरक्षित करने का एक माध्यम है,” तनवानी कहती हैं, क्योंकि वह हमारे साथ अपनी स्टार्ट-अप यात्रा पर बताती हैं।

## एक अप्राप्य रूप से भारतीय ब्रांड- an unmatched Indian brand

मुंबई में उत्पन्न, पिंकले एक घरेलू ब्रांड है जो महिलाओं से लेकर बच्चों तक विभिन्न ग्राहक समूहों को पूरा करता है और होम टेक्सटाइल से लेकर स्टेटमेंट फ़र्नीचर तक सभी प्रकार की वस्तुओं का स्टॉक करता है। लेकिन जो चीज इस ब्रांड को अद्वितीय बनाती है, वह यह है कि डिजाइन सभी हाथों से चित्रित होते हैं और हमारे पारंपरिक डिजाइनों और रंगों में मजबूती से निहित होते हैं। उत्तम ब्लॉक प्रिंट डिजाइनों के लिए तनवानी का प्यार भी उनके काम को भारत में बने अन्य ब्रांडों के उत्पादों से अलग करता है।

ब्लॉक प्रिंटों के कट्टर प्रशंसक के रूप में, जो उनके संग्रह में अपार ग्लैमर जोड़ते हैं, तनवानी ने घोषणा की कि उनका ब्रांड बिना सोचे-समझे भारतीय है।

हस्तशिल्प के प्यार में पड़ना उसके लिए महज संयोग नहीं था। “मुझे लगता है, यह मेरी परवरिश में है,” वह कहती हैं।



तनवानी कला शहर जयपुर से है, जहां हर नुक्कड़ और कोने कला चिल्लाती है और हाथ ब्लॉक प्रिंट का केंद्र है। “मैंने इसे अपने पूरे जीवन में देखा है। हैंड ब्लॉक प्रिंटिंग के माध्यम से सुंदर कहानियां सुनाई जा सकती हैं। यह जादुई है,” वह हमें बताती है।

तनवानी कला शहर जयपुर से है, जहां हर नुक्कड़ और कोने कला चिल्लाती है और हाथ ब्लॉक प्रिंट का केंद्र है। “मैंने इसे अपने पूरे जीवन में देखा है। हैंड ब्लॉक प्रिंटिंग के माध्यम से सुंदर कहानियां सुनाई जा सकती हैं। यह जादुई है,” वह हमें बताती है।

इसके अलावा, यात्रा भ्रमण, किताबें और प्रकृति पिकले के उत्पादों में कला के पीछे प्रेरणा का एक बड़ा हिस्सा रहे हैं। “पिकले भारत और अन्य जगहों पर हमारी यात्रा, हमारी संस्कृति, हमारे अनुभवों और प्रकृति का संगम है। यह अतीत और वर्तमान का एक सुंदर कॉकटेल है,” वह कहती हैं।

## समुदायों का निर्माण और समर्थन करना – building and supporting communities

तनवानी ने पिंकले को उस चीज के लिए शुरू किया जिसे वह प्यार करती है-कला। लेकिन उनके इस प्यार के अलावा और भी एक बड़ी वजह है कि वो दिल से प्यार करती हैं।

इस तथ्य का रहस्योद्घाटन कि भारत में उत्पादित होने वाली लगभग सभी कला और हस्तशिल्प की कहीं और सराहना की जा रही थी, उनके लिए दिमागी दबदबा था। तनवानी का मानना है कि भारतीय बदल गए हैं और उनकी खर्च करने की आदतें भी बदल गई हैं-अधिक सटीक रूप से मध्यम और उच्च मध्यम वर्ग। आधार यह है- हम अवसरों से चूक रहे हैं, क्योंकि आपूर्ति कहीं और निर्देशित है, और कारीगरों को इस तथ्य की जानकारी नहीं थी कि भारत में भी उपभोक्ताओं का एक बढ़ता हुआ वर्ग है जो स्थानीय रूप से निर्मित उत्पादों की सराहना करते हैं।

“2015 में, भारतीय रियल एस्टेट फलफूल रहा था और बहुत अधिक शुद्ध कारीगर घर की सजावट और कपड़ा ब्रांड नहीं थे। यह भी स्पष्ट था कि भारतीय कारीगरों को निर्यात बाजार को पूरा करने के लिए बड़े पैमाने पर नियोजित किया जा रहा था। देश में एक नई मांग थी और आपूर्ति हमेशा से रही है, बस इसे कहीं और निर्देशित किया गया था। पिंकले इन दोनों प्रवृत्तियों से शादी करने का एक माध्यम थी। बाद के वर्षों में, हमने अपनी विनिर्माण क्षमताओं को विकसित करने और बेहतर तरीके से उपयोग करने के लिए धुरी की आवश्यकता को महसूस किया और इसलिए हमने 2020 में कपड़ों में कदम रखा, ”वह कहती हैं।



इसके अलावा, तनवानी का लक्ष्य न केवल शानदार गुणवत्ता के प्रामाणिक और अद्वितीय टुकड़ों को बाजार में लाना है, बल्कि कारीगरों को उन अवसरों की विशाल संख्या के साथ सशक्त बनाना है जो भारत को अपने उत्पादों के लिए एक संपन्न बाजार के रूप में पेश करना है। और सबसे महत्वपूर्ण बात, उन्हें वह पहचान और श्रेय देना जिसके वे हकदार हैं।

“हम एक ऑनलाइन पहले ब्रांड हैं, जो स्थानीय कारीगरों के साथ साझेदारी करते हैं ताकि पारंपरिक और आधुनिक डिजाइनों को अपरंपरागत तरीके से शानदार उत्पाद बनाने के लिए जोड़ा जा सके। वर्तमान में हम 500 कारीगरों के साथ काम करते हैं और उन्हें बाजार की प्रचलित कीमतों से काफी अधिक भुगतान करते हैं। इसके अलावा, मेरे संगठन में लिंग के अधिकार के लिए कोई जगह नहीं है, इसलिए हम कौशल के आधार पर समान रूप से काम पर रखते हैं और भुगतान करते हैं न कि लिंग के आधार पर, ”वह हमें बताती हैं।

पिंकले में, कारीगर कार्यबल में महिलाएं लगभग 50 प्रतिशत हैं। सामाजिक-सांस्कृतिक रूप से वंचित समूहों में जहां महिलाएं काम करने के लिए यात्रा नहीं कर सकती हैं, पिंकले काम को उनके पास ले जाती है। तनवानी हमें बताती हैं, “हमारे सभी रजाई, कढ़ाई और लटकन बनाने का काम उन समूहों में होता है जहां महिलाएं अपना घर नहीं छोड़ सकती हैं।”

2017 तक, उनकी टीम एक छोटी थी, जिसमें सिर्फ 10 कारीगर और तीन कर्मचारी शामिल थे, जिसमें तनवानी, उनके साथी और एक गोदाम प्रबंधक शामिल थे। लेकिन आज, वे 500 कारीगर हैं और उनके पास 28 लोगों की एक टीम है जो शो चला रहे हैं।

स्थानीय प्रतिभा का लाभ उठाने के अलावा, कंपनी आयात और सिंथेटिक सामग्री से दूर रहते हुए स्थानीय स्तर पर भी स्रोत बनाती है, जो इस स्टार्ट-अप को एक स्थायी व्यवसाय बनाती है। “हम नासमझ खपत को बढ़ावा नहीं देते हैं। हम जो कुछ भी करते हैं वह स्थानीय रूप से खरीदा जाता है, प्रतिभा से लेकर कच्चे माल तक। हम सभी सिंथेटिक सामग्री, चमड़े और प्लास्टिक से दूर रहते हुए शुद्ध कपड़ों के साथ काम करते हैं। इसके पर्यावरणीय प्रभाव के प्रति जागरूक होने के कारण, हम अपनी अधिकांश पैकेजिंग को टिकाऊ और पर्यावरण के अनुकूल सामग्री तक सीमित रखते हैं। हमारे कपड़े टिकने के लिए बने हैं और साथ ही आगे बढ़ने के लिए भी, ”तनवानी ने हमें बताया।

## एक महिला उद्यमी होने के नाते – Being a Woman Entrepreneur

तनवानी का फैशन सेंस आरामदायक और न्यूनतर है। जैसा कि वह कहती है, “यह वह है जो अनिवार्य रूप से रुझानों का पालन नहीं करता है।” लेकिन एक एंटरप्रेन्योर होने का मतलब आपके कम्फर्ट जोन में होना नहीं है।

पत्रकारिता का अध्ययन करने और डैनोन में एक बाजारिया के रूप में काम करने के बाद, तनवानी को कभी भी डिजाइन के क्षेत्र में औपचारिक शिक्षा या अनुभव नहीं मिला। उसने अपना उद्यम शुरू करने के लिए 2015 में डैनोन में अपनी उच्च भुगतान वाली नौकरी छोड़ दी। उसके बाद से, अपनी सारी बचत लगाने के बाद, उसने अपने व्यवसाय को स्व-वित्तपोषित किया और इस तरह एक उद्यमी की यात्रा शुरू की।

“लेकिन यह एक आसान मार्ग नहीं था। लोग अक्सर एक महिला के रूप में मेरे फैसले, पुरुष-प्रधान दुनिया में प्रयास करने की मेरी क्षमता और 30 साल की उम्र में अपनी नौकरी छोड़ने और नए सिरे से शुरुआत करने के मेरे जुनून पर सवाल उठाते थे, ”वह याद करती हैं।

“आपके पास डिजाइन की डिग्री भी नहीं है, आप सिर्फ स्नातक हैं! आपके जल्द ही बच्चे होंगे; आप कैसे प्रबंधन करेंगे? आप अन्य महिलाओं की तरह सिर्फ अपने उत्पादों का स्रोत और बुटीक क्यों नहीं खोलते? बिना फंडिंग के आप कैसे बढ़ेंगे? ये उन कई सवालों में से कुछ थे जो मुझ पर फेंके गए थे, जब मुझे बस इतना चाहिए था कि ‘तुम्हें यह मिल गया’, ”वह बताती हैं कि लोगों ने उनके साथ शुरुआत में कैसा व्यवहार किया।

लेकिन टेबल पलट गए हैं। आज पिंकले को 3,000 ऑर्डर एक महीने में मिलते हैं, जिसमें धातु की नक्काशी, लकड़ी की नक्काशी, मिट्टी के बर्तनों, हाथ की पेंटिंग, रजाई, स्क्रीन प्रिंटिंग और कढ़ाई जैसे वस्त्र और हस्तशिल्प उत्पादों की विस्तृत श्रृंखला है।

# महामारी ने उनके विकास को गति दी – The pandemic accelerated their development

महामारी ने पिकले को कैसे प्रभावित किया, इस बारे में बात करते हुए वह कहती हैं, “हम सही समय पर सही उत्पाद के साथ सही जगह पर थे।”

वह वास्तव में सकारात्मक तरीके से थी, वह हमें बताती है। महामारी के दौरान, मार्च 2020, सटीक रूप से, राष्ट्र के अपने पहले लॉकडाउन में से एक में जाने से ठीक छह दिन पहले, ब्रांड ने अपना रिसॉर्ट वियर और लाउंजवियर संग्रह लॉन्च किया।

“हमें इस बात का कोई संकेत नहीं था कि क्या आ रहा है। लेकिन ऐसा हुआ कि WFH एक आवश्यकता बन गया और इसलिए आरामदायक और स्टाइलिश कपड़े भी बन गए। और वह हमारे संग्रह का सौंदर्य था। महत्वपूर्ण रूप से, भले ही पहले दो महीने ई-कॉमर्स सहित हर चीज के साथ मुश्किल थे, हमारी टीम ने यह सुनिश्चित करने के लिए पहले से कहीं अधिक कठिन काम किया कि जैसे ही लॉकडाउन हटा लिया गया था, हम डिलीवरी के लिए तैयार थे। हम 2020-2021 में 400 प्रतिशत की दर से बढ़े, ”वह कहती हैं।

आगे बढ़ते हुए, जैसा कि राष्ट्र कार्यालय में वापस आ गया है, और उपभोक्ताओं के पास योलो की अवधारणा पर अधिक स्पष्टता है, उनके स्टार्ट-अप के पास काम करने के लिए बहुत कुछ है और उनकी पाइपलाइन में विभिन्न योजनाएं और रणनीतियां हैं। सबसे पहले, वे अधिक स्थानीय प्रतिभाओं को काम पर रखने और अधिक टिकाऊ होने की अपनी पहल के लिए प्रतिबद्ध हैं। “मैं अपने कारीगरों के कार्यबल में जोड़ने के लिए दृढ़ संकल्पित हूँ। हम चाहते हैं कि 2023 के अंत तक हमारे साथ 2,000 कारीगर हों। हम अपने संचालन में 85 प्रतिशत प्लास्टिक मुक्त हैं और इस साल के अंत तक इस संख्या को 90 प्रतिशत तक ले जाने की उम्मीद है, “तंवानी ने जोर देकर कहा।

लाइन के नीचे, स्टार्ट-अप भारत में अपने पदचिह्न का विस्तार करने के लिए काम कर रहा है। “हम एक स्व-वित्त पोषित व्यवसाय हैं और धन जुटाने की कोई जल्दी नहीं है। हमारा लक्ष्य रणनीतिक और सार्थक साझेदारी के साथ ब्रांड को विकसित करना है, न कि केवल वित्तीय फंडिंग के साथ, ”वह आगे कहती हैं।

साथ ही, तनवानी का रोडमैप एक ऑनलाइन और एक ऑफलाइन ब्रांड का मिश्रण तैयार करना है और उन्होंने हाल ही में एक ऑफलाइन स्टोर का भी उद्घाटन किया है। वह मुंबई और दिल्ली में भी बड़े स्टोर खोलना चाहती हैं। अंततः, पिकले इंडिया ( pinklay india ) अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अपनी उपस्थिति की उम्मीद करती है और एक ठोस, टिकाऊ डिजिटल ब्रांड के रूप में बाजार में खुद को और मजबूत करना चाहती है।

एक समृद्ध कला और शिल्प संस्कृति वाले शहर में पली-बढ़ी, डेजी हमेशा एक कला प्रेमी थी। जब वह कांतार टीएनएस और डैनोन न्यूट्रीसिया जैसी कंपनियों के साथ काम कर रही थीं, तो वह अपनी यात्रा के दौरान हमेशा भारत के भीतर और बाहर से दिलचस्प टिकट उठाती थीं। पिकले शुरू करने के बाद, डेजी को डिजाइन और स्टाइल से लेकर निर्माण प्रक्रिया और लॉजिस्टिक्स तक हर चीज पर खुद को शिक्षित करना पड़ा। वह कहती हैं, “शुक्र है कि मैंने जिस पहले निर्माता के साथ करार किया, वह एक बहुत ही वास्तविक व्यक्ति था जिसने मुझे बहुत कुछ सिखाया। फिर भी, मैंने सीखने की एक बड़ी अवस्था को पार कर लिया है।”