

ग्रामीण भारत में महिला उद्यमिता

डॉ० केशरी नन्दन मिश्रा

सदस्य, माध्यमिक शिक्षा सेवा चयन बोर्ड इलाहाबाद, उत्तर प्रदेश

सारांश

21वीं सदी की महिलाएं अब केवल आवासों तक सीमित मानक सहायता नहीं रह गई हैं, केवल वैकल्पिक रूप से आम जनता का एक शिक्षित, जानकार और प्रगतिशील चरण है जो अर्थव्यवस्थाओं को संपन्न उद्यमों में बदलने की क्षमता रखती है। विकासशील और विकसित देशों ने महसूस किया है कि अत्याधुनिक हाई-टेक दुनिया में आर्थिक रूप से प्रभावशाली देश के रूप में महिला उद्यमिता का निर्माण करना अनिवार्य है। महिलाएं आर्थिक कारकों के कारण उद्यमिता में प्रवेश करती हैं, जिसने उन्हें अपने दम पर रहने और स्वतंत्र रूप से कुछ करने में सहायता करने के लिए प्रेरित किया। महिलाएं अपने निजी कार्य निवास से काम करना पसंद करती हैं, उपयुक्त नौकरी पाने में समस्या और सामाजिक धारणा की कामना करती हैं जो उन्हें स्वरोजगार की ओर प्रेरित करती हैं। वैश्वीकरण और आर्थिक उदारीकरण के मद्देनजर एक लड़की उद्यमी भारत में एक आवश्यक स्थान रखती है। ग्रामीण क्षेत्रों में सुधार के लिए महिला उद्यमिता बहुत महत्वपूर्ण मानक है। ग्रामीण उद्यमिता ग्रामीण महिलाओं के लिए नई वित्तीय संभावनाएं पैदा कर सकती है और बुनियादी वृद्धि और गरीबी से निकलने में योगदान दे सकती है। ग्रामीण महिलाओं को भी लामबंद किया जा सकता है और साथ ही देश को विकास और समृद्धि की ओर ले जा सकता है। महिलाओं के वित्तीय विकास, एसएचजी में महिलाओं के अत्याधुनिक संदर्भ, अवसरों और महिला उद्यमियों की बाधाओं के रिकॉर्ड वाले प्रस्तावों के बारे में वर्तमान जानकारी। यह पत्र महिलाओं के सतत विकास पर प्रकाश डालने की कोशिश करता है जो कुछ मदद के साथ अपरिहार्य और व्यवहार्य है।

मुख्य शब्द: समृद्धि, ग्रामीण उद्यमिता, विकास, वैश्वीकरण, आर्थिक उदारीकरण

प्रस्तावना

महिलाएं न केवल नौकरी चाहने वालों के रूप में बल्कि नौकरी देने वाले के रूप में भी कॉर्पोरेट जगत में अपने कदम रखती हैं। महिलाएं आखिरकार ग्रामीण कारोबार में उतर गई हैं और एक उद्यमी बन गई हैं। "जब महिलाएं आगे बढ़ती हैं तो परिवार आगे बढ़ता है, गांव आगे बढ़ता है और राष्ट्र आगे बढ़ता है।" पंडित जवाहरलाल नेहरू के ये शब्द देश के सामाजिक-आर्थिक प्रतिमान में केंद्रीय विषय हैं क्योंकि यह एक स्वीकृत तथ्य है कि जब महिलाएं प्रगति की मुख्य धारा में होती हैं तभी कोई आर्थिक और सामाजिक विकास सार्थक हो सकता है (साहा और बनर्जी, 2001) . बदलते आर्थिक परिदृश्य के तहत वैश्विक स्तर पर उद्यमिता को अधिक महत्व मिला है। सामान्य रूप से वैश्विक अर्थव्यवस्था और विशेष रूप से भारतीय अर्थव्यवस्था उद्यमिता द्वारा संचालित त्वरित विकास के लिए तैयार है। एक उद्यमी वह व्यक्ति होता है जो पर्यावरण को देखने, पर्यावरणीय संसाधनों में सुधार के अवसरों की पहचान करने और उन अवसरों को अधिकतम करने के लिए कार्रवाई को लागू करने में सक्षम होता है। उद्यमिता को विश्व स्तर पर व्यापार जगत के लिए एक विकासात्मक और प्रगतिशील विचार के रूप में महसूस किया गया है। स्कॉट, (1986)। इसलिए उद्यमिता को न केवल वैश्वीकरण के लिए बल्कि भविष्य के संभावित कलाकारों के लिए विविध अवसर पैदा करने के लिए महत्वपूर्ण घटक माना जाता है। मित्रा, (2002)। उद्यमिता अब केवल किसी एक लिंग तक ही सीमित नहीं है, बल्कि बहुआयामी

आर्थिक दबावों के कारण महिलाएं सामने आई हैं और महसूस किया है कि उनके परिवारों का अस्तित्व और उनकी अपनी क्षमता केवल पुरुषों के साथ कंधे से कंधा मिलाकर काम करने में निहित है। मार्लो, (2002)।

ग्रामीण महिला उद्यमी

महिला उद्यमिता की धारणा एक अंतरराष्ट्रीय घटना बन रही है जो वाणिज्यिक उद्यम समुदाय में एक आवश्यक कार्य का आनंद ले रही है। भारत में, रूढ़िवादी और सामान्य सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण के कारण मुख्य रूप से लड़कियों ने व्यावसायिक स्थिति में तुलनात्मक रूप से देर से प्रवेश किया है। कई अंतरराष्ट्रीय स्थानों की अर्थव्यवस्थाओं का विकास उद्यमशीलता की गतिविधियों में महिलाओं की बढ़ती भागीदारी के कारण है। यह एसएचजी में महिलाओं को दी गई शिक्षा और परामर्श के कारण समाज में सामाजिक-आर्थिक लोकप्रियता के प्रति कौशल, ज्ञान, अपनाने और उन्हें संवेदनशील बनाने के माध्यम से उनके छिपे हुए उद्यमशीलता कौशल को मिट्टी में मिलाने के लिए दिया गया है। एक महिला जो चुनौतियों, रोमांच और आर्थिक रूप से स्वतंत्र होने की ललक प्राप्त कर सकती है, वह गंभीरता से एक 'उद्यमी' में बदल सकती है। एक महिला उद्यमी परिवार, पड़ोस और समाज के लिए उत्कृष्ट मूल्यों का योगदान कर सकती है। वैश्विक स्तर पर लड़कियां पढ़ाने से लेकर तकनीकी क्षेत्रों तक में लिप्त हैं। भारत में महिला उद्यमी पुरुष प्रधान क्षेत्र में विकास कर रही हैं और परिधान निर्माताओं, खेत मालिकों, कई वस्तुओं के साथ उद्यम महिलाओं, टिफिन सेंटर, दूध केंद्र, पेटी स्टोर आदि जैसे निगमों की स्थापना कर रही हैं।

भारत में महिला उद्यमिता

नारी का प्रत्येक समाज में विशिष्ट स्थान है। वास्तविक विकास तब नहीं हो सकता जब यह उन महिलाओं को दरकिनार कर दे जो न केवल देश की आधी आबादी का प्रतिनिधित्व करती हैं, बल्कि उन गुठली को भी जिनके चारों ओर सामाजिक क्रांति होती है। उद्यमिता महिलाओं की वित्तीय स्वतंत्रता और आत्म-सम्मान को बढ़ाती है। भारतीय महिलाएं जीवन के सभी क्षेत्रों में किसी भी तरह से पुरुषों से कमतर नहीं हैं और वे देश में पुरुषों की तरह ही अच्छी उद्यमी बन सकती हैं। इसलिए, भारतीय महिलाओं की क्षमता का दोहन करना आवश्यक है। व्यापार, उद्योग और वाणिज्य में महिलाओं की भागीदारी, जिसमें उद्यमशीलता की आवश्यकता होती है, अभी भी खराब है, मुख्यतः उनकी लैंगिक भूमिकाओं से जुड़ी समस्याओं के कारण। ग्रामीण क्षेत्रों में महिलाएं पहले से ही कृषि और कृषि आधारित उद्योगों में पुरुषों की मदद कर रही हैं। थोड़े से प्रशिक्षण से वे स्वतंत्र रूप से उद्योग स्थापित कर सकते हैं। महिलाएं विशेष रूप से खाद्य संरक्षण, बेकरी, डेयरी, पोल्ट्री में प्रवेश कर सकती हैं; वन आधारित बुनाई और व्यापार के हथकरघा क्षेत्र।

महिला उद्यमी बनने का मकसद:

हाल के वर्षों में, उद्यमिता अनुसंधान इस बात पर केंद्रित रहा है कि महिलाओं को उद्यमी के रूप में कार्य करने के लिए क्या प्रेरित करता है। इस प्रश्न का उत्तर देने का प्रयास करते हुए, लुकअप अनुसंधान ने विभिन्न प्रकार की उद्यमशीलता प्रेरणा की पहचान की है। यह दुर्भाग्यपूर्ण है कि भारतीय समाज में महिलाओं की गतिशीलता सीमित है। परंपरागत रूप से, भारतीय समाज में महिलाओं के करियर को सीमित गतिशीलता मिली है। पूरे देश में किए गए अध्ययनों ने लड़कियों की उद्यमिता के कुछ प्रेरक तत्वों की पहचान की है और इन्हें बहुत अधिक खींच और धक्का कारक के रूप में लेबल किया जा सकता है। अरविंदा और रेणुका के माध्यम से किए गए अध्ययन ने पता लगाया कि अध्ययन में महिला उद्यमी एजेंसी के उस विशिष्ट क्षेत्र में स्वयं के हित की सहायता या दूसरों की सफलता के सुझाव से प्रभावित थीं। आश्चर्यजनक रूप से, आत्म-सम्मान के लिए उद्यम ने प्रेरक कारकों की रेटिंग में तीसरे स्थान पर कब्जा कर लिया। महिला को जुड़वां कर्तव्यों में भाग लेना पड़ता है, एक व्यावसायिक उद्यम में और दूसरा घर में माँ या पत्नी के रूप में। धरेलू देखभाल की

जिम्मेदारी काफी हद तक महिलाओं के हाथ में रहती है। अधिकांश युवा पुरुष और महिलाएं अभी भी अपनी मां को घर के अधिकांश काम करते हुए देखते हैं और पिता की नौकरी को प्रत्येक पैसे और प्रतिष्ठा के मामले में अधिक महत्वपूर्ण रूप से देखा जाता है। भारत में महिला उद्यमी अब न केवल संगठन की स्थापना के समय युद्ध करती हैं, बल्कि संचालन स्तर पर भी उन्हें विशिष्ट उपयोगी कठिनाइयों को दूर करना पड़ता है।

महिला उद्यमियों की स्थिति में सुधार के लिए सरकार द्वारा उठाए गए कदम

रोजगार सृजन, देश के संतुलित क्षेत्रीय विकास और निर्यात को बढ़ावा देने में लघु व्यवसाय के योगदान को ध्यान में रखते हुए, भारत सरकार का नीतिगत जोर लघु व्यवसाय क्षेत्र, विशेष रूप से ग्रामीण उद्योगों और कुटीर उद्योगों को स्थापित करने, बढ़ावा देने और विकसित करने पर रहा है। और पिछड़े क्षेत्रों में ग्रामोद्योग केंद्र और राज्य दोनों स्तरों पर सरकारें बुनियादी ढांचे, वित्त, प्रौद्योगिकी, प्रशिक्षण, कच्चे माल और विपणन के संबंध में सहायता प्रदान करके ग्रामीण क्षेत्रों में स्वरोजगार के अवसरों को बढ़ावा देने में सक्रिय रूप से भाग ले रही हैं। लघु और ग्रामीण उद्योगों को बढ़ावा देने के लिए कुछ सहायता उपायों और कार्यक्रमों की चर्चा नीचे की गई है:

- **राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक (NABARD):-** एकीकृत ग्रामीण विकास को बढ़ावा देने के लिए 1982 में नाबार्ड की स्थापना की गई थी। तब से, यह देश में ग्रामीण व्यापार उद्यमों को बढ़ावा देने के लिए एक बहुआयामी, बहुउद्देश्यीय रणनीति अपना रहा है। कृषि के अलावा, यह छोटे उद्योगों, कुटीर और ग्रामोद्योगों और ग्रामीण कारीगरों को ऋण और गैर-ऋण दृष्टिकोण का उपयोग करने में सहायता करता है। यह परामर्श और परामर्श सेवाएं प्रदान करता है और ग्रामीण उद्यमियों के लिए प्रशिक्षण और विकास कार्यक्रम आयोजित करता है।
- **भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक (सिडबी):-** यह लघु व्यवसाय संगठनों की ऋण आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए विभिन्न योजनाओं के तहत प्रत्यक्ष/अप्रत्यक्ष वित्तीय सहायता प्रदान करने के लिए एक शीर्ष बैंक के रूप में स्थापित किया गया है। यह समान गतिविधियों में अन्य संस्थानों के कार्यों का समन्वय करता है; अनौपचारिक क्षेत्र में छोटे उद्यमों की उत्पादकता में सुधार के लिए आवश्यक समझे जाने वाले उपायों की सिफारिश करना; स्थायी आधार पर अधिक रोजगार के अवसर पैदा करना, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में और उभरते वैश्विक वातावरण में इस क्षेत्र की प्रतिस्पर्धात्मकता को बढ़ाना।
- **ग्रामीण और महिला उद्यमिता विकास (आरडब्ल्यूईडी):-** ग्रामीण और महिला उद्यमिता विकास कार्यक्रम का उद्देश्य एक अनुकूल कारोबारी माहौल को बढ़ावा देना और संस्थागत और मानवीय क्षमताओं का निर्माण करना है जो ग्रामीण लोगों और महिलाओं की उद्यमशीलता की पहल को प्रोत्साहित और समर्थन करेगा।

निष्कर्ष और सुझाव

भारत में महिला उद्यमियों को स्टार्ट अप के साथ-साथ संचालन स्तर पर भी कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है। महिलाओं को वित्त की अनुपलब्धता का मुख्य कारण संपार्श्विक प्रदान करने में असमर्थता है क्योंकि उनके नाम पर कोई संपत्ति नहीं है। यह अध्ययन अनुसंधान को महिला उद्यमिता को समझने में मदद करता है। नीति कार्यान्वयन की दृष्टि से महिला उद्यमियों का अध्ययन किया जाता है केवल मनोविज्ञान, महिला उद्यमिता के व्यवहार जैसे अन्य पहलू वर्तमान अध्ययन के दायरे से बाहर हैं। लेखकों ने उल्लेख किया है कि प्रशिक्षण की आवश्यकता के साथ-साथ महिला उद्यमियों को वित्तीय सहायता देश के सकल घरेलू उत्पाद में एक शेर का हिस्सा रखने के लिए भारतीय शगुन को प्रेरित कर सकती है। महिलाओं द्वारा उद्यमशीलता के उपक्रमों के बारे में साहित्य यह निष्कर्ष निकालता है कि राज्य उद्यमियों के विकास

में प्रमुख खिलाड़ी है और महिलाओं में उद्यमिता के अन्य पहलुओं का भी अध्ययन किया जा सकता है और एक शोध किया जा सकता है। महिला उद्यमी न केवल कुटीर और छोटे उद्यमों तक ही सीमित हैं बल्कि वे बड़े और मध्यम स्तर के उद्यम शुरू कर रही हैं। सरकार को अधिक बैंकों और अन्य वित्तीय संस्थानों को प्रोत्साहित करके एक सुगमकर्ता की भूमिका निभानी चाहिए और वित्त की पहुंच में सुधार करना चाहिए। यह बिल्कुल स्पष्ट है कि महत्वपूर्ण प्रशिक्षण के बिना ग्रामीण उद्यमिता का विकास नहीं किया जा सकता है। विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में सफल होने के लिए प्रशिक्षण प्रोत्साहन और अन्य सुविधाएं प्रदान करके सरकार एक प्रमुख उत्प्रेरक के रूप में उभरी है। इसलिए, उद्यमिता विकास के लिए गाजर के रूप में सिर्फ योजनाओं (वित्तीय और विकासात्मक) के बजाय ग्रामीण भारत में युवाओं को गहन प्रशिक्षण प्रदान करने की आवश्यकता है। महिलाओं के लिए और देश के सभी विकासों के लिए स्वरोजगार बढ़ाने के लिए अनुकूल माहौल बनाने की एकमात्र तत्काल आवश्यकता है।

References

- Aldrich, h. (1989), “networking among women entrepreneurs”, in o. Hagan, c. Rivchun, and d. Sexton. Eds., “women owned businesses”. New york: praeger, pp. 103-132.
- Birley, s. (1989). “female entrepreneurs: are they really any different?” *Journal of small business management* 27 (1), p.32-37.
- Bowan, donald d. And robert d. Hisrich (1986). “the female entrepreneur: a career development perspective”, *academy of management review*. 11(2), 393-407.
- Bruni attila, silvi gherardi and barbara poggio (2004). “entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs”. *Journal of organizational change management*, 17(3), 256-268.
- Brush,c. (1992). “research on women business owners: past trends a new perspective and future directions”, *entrepreneurship theory and practice* 16(4), 5-30.
- Gupta, D., 2000 “Rural Banking for Woman” *Social Welfare*, Vol.45, No.12.
- Karbanda, S. 1992 “Organing of working women for social change”, *Social Welfare*, Vol.38, No.8.
- Rajendran.N, 2003, —Problems and Prospects of Women entrepreneurs, *SEDME Journal*,Vol. 30, No. 4, pp.3 9-42
- Saha, S. and Banerjee, T.2001 ‘Women partners in Development’, *Employment News*, Vol.XXV, No.49.
- Singh Kamala. (1992), *Women Entrepreneurs*. Ashish publishing house, New Delhi