

कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन



भा.कृ.अनु.प.-भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान
नई दिल्ली-110012



कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन



भा.कृ.अनु.प.-भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान
नई दिल्ली 110 012



जनवरी 2025 में प्रकाशित

निदेशक

सीएच. श्रीनिवास राव

संयुक्त निदेशक (अनुसंधान)

विश्वनाथन चिन्नुसामी

संकल्पना

हिंदी प्रकाशन समिति

लेखक

मनजीत सिंह नैन

रश्मि सिंह

गिरिजेश सिंह महारा

सीताराम बिशनोई

राहुल सिंह

सत्यप्रिय

संपादन एवं सहयोग

अंजलि आनंद

अतुल कुमार

बी.एस. रावत

उद्धरण: कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन, भा.कृ.अनु.प.-भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान, नई दिल्ली, मुद्रित पृष्ठ 147

मुद्रित प्रतियां : 500

मूल्य : 150/- रु.

ISBN: 978-93-83168-92-7

© 2025 – भा.कृ.अनु.प.-भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान, नई दिल्ली, सर्वाधिकार सुरक्षित

वेबसाइट : www.iari.res.in

प्रकाशक: निदेशक, भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान, नई दिल्ली की ओर से प्रकाशन यूनिट द्वारा प्रकाशित एवं मै. एम.एस. प्रिंटर्स, सी-108/1, नारायणा इंडस्ट्रियल एरिया, फेस-1, नई दिल्ली 110028, फोन: 011-45404606, मोबाइल: 7838075335 द्वारा मुद्रित।



आमुख

कृषि और ग्रामीण अर्थव्यवस्था को सशक्त बनाने में उद्यमिता विकास की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। यह न केवल किसानों की आजीविका को बेहतर बनाने में सहायक है, बल्कि उन्हें आत्मनिर्भरता की ओर भी प्रेरित करता है। “कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन” शीर्षक वाली यह पुस्तक इस उद्देश्य को साकार करने की दिशा में एक महत्वपूर्ण योगदान है।

यह पुस्तक उद्यमिता के सिद्धांतों और उनकी व्यावहारिक उपयोगिता को व्यापक रूप से समझाने का प्रयास करती है। इसमें कृषि क्षेत्र में उद्यमिता के अवसरों और उससे जुड़े विभिन्न पहलुओं जैसे व्यावसायिक वातावरण, नवाचार, उद्यम पूंजी, और सार्वजनिक-निजी भागीदारी (पीपीपी) पर प्रकाश डाला गया है। इसके साथ ही, पुस्तक में वैश्वीकरण के प्रभाव और व्यापारिक परिवेश में उभरते नए मुद्दों का विस्तृत वर्णन किया गया है।

पुस्तक में सरकारी योजनाओं, नीतियों और प्रोत्साहनों पर विस्तार से चर्चा की गई है, जो कृषि क्षेत्र में उद्यमिता विकास को प्रोत्साहित करने में सहायक हैं। इसके अतिरिक्त, पुस्तक में स्वॉट विश्लेषण, प्रेरणा, और उद्यमिता विकास जैसे विषय भी शामिल हैं, जो व्यावसायिक सफलता के लिए आवश्यक हैं। पुस्तक के 23 अध्याय उद्यमिता के हर छोटे-बड़े पहलू को समेटते हैं। इनमें से कुछ विशेष उल्लेखनीय विषय हैं: प्रेरणा और उद्यमिता विकास: जिसमें उद्यमियों के लिए प्रेरणा के स्रोत और उनकी सफलता में भूमिका का वर्णन किया गया है। उद्यम पूंजी और वित्त प्रबंधन: जो संसाधनों के कुशल प्रबंधन और वित्तीय योजनाओं की भूमिका को रेखांकित करता है। सरकारी नीतियाँ और योजनाएँ: जो किसानों और उद्यमियों को व्यवसाय स्थापित करने में सहयोग प्रदान करती हैं।

पुस्तक की भाषा सरल और सहज है, जो इसे छात्रों, शोधकर्ताओं, और कृषि उद्यमियों के लिए उपयोगी बनाती है। यह पुस्तक न केवल शिक्षण और अनुसंधान के लिए एक प्रभावी संसाधन है, बल्कि कृषि क्षेत्र में रोजगार सृजन और नवाचार को बढ़ावा देने के लिए एक प्रेरणास्रोत भी है। मैं इस पुस्तक को तैयार करने के लिए कृषि प्रसार संभाग के वैज्ञानिकों को उनकी मेहनत और समर्पण के लिए बधाई देता हूँ। मुझे विश्वास है कि यह पुस्तक भारतीय कृषि में उद्यमिता विकास के लिए एक मील का पत्थर साबित होगी।

श्रीनिवास राव

(सीएच. श्रीनिवास राव)

निदेशक

दिनांक: 10 जनवरी 2025

स्थान: नई दिल्ली



प्राक्कथन

उद्यमिता का विकास किसी भी देश की अर्थव्यवस्था और समाज को मजबूत बनाने का आधार है। भारत जैसे कृषि प्रधान देश में यह भूमिका और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है, क्योंकि यहां की बड़ी आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करती है और कृषि आजीविका का मुख्य स्रोत है। ऐसे में, कृषि क्षेत्र में उद्यमिता को बढ़ावा देना न केवल आर्थिक समृद्धि का साधन है, बल्कि यह आत्मनिर्भर भारत की संकल्पना को साकार करने में भी सहायक है। कृषि को केवल आजीविका का साधन मानने के बजाय इसे आर्थिक समृद्धि और सामाजिक सशक्तिकरण का माध्यम बनाना वर्तमान परिप्रेक्ष्य में अत्यंत प्रासंगिक है। “कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन” शीर्षक से प्रकाशित यह पुस्तक इस दिशा में एक महत्वपूर्ण प्रयास है, जो किसानों, उद्यमियों, नीति निर्माताओं, और शोधकर्ताओं के लिए उपयोगी साबित होगी।

“कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन” शीर्षक से प्रकाशित यह पुस्तक इसी उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए तैयार की गई है। इसमें उद्यमिता विकास की अवधारणा से लेकर उसके क्रियान्वयन तक के सभी महत्वपूर्ण आयामों को विस्तार से प्रस्तुत किया गया है। यह पुस्तक उद्यमियों, छात्रों, शोधकर्ताओं और नीति निर्माताओं के लिए समान रूप से उपयोगी है, क्योंकि इसमें उद्यमिता विकास की प्रक्रिया, भारतीय सामाजिक-आर्थिक संरचना, वैश्वीकरण और व्यापारिक वातावरण जैसे समसामयिक विषयों को शामिल किया गया है। विशेष रूप से, यह पुस्तक न केवल सैद्धांतिक अवधारणाओं को प्रस्तुत करती है, बल्कि इसके व्यावहारिक पहलुओं पर भी प्रकाश डालती है। इसमें स्वॉट विश्लेषण, विचारों और नवीनताओं का व्यावसायीकरण, सरकारी योजनाओं और प्रोत्साहनों, और सार्वजनिक-निजी भागीदारी (पीपीपी) जैसे विषय शामिल हैं, जो उद्यमियों को उनके व्यवसाय को सफलतापूर्वक स्थापित करने और प्रबंधित करने में मार्गदर्शन करेंगे।

इस पुस्तक को तैयार करने के लिए कृषि प्रसार संभाग, नई दिल्ली के वैज्ञानिकों ने अत्यंत मेहनत और समर्पण के साथ कार्य किया है। मुझे विश्वास है कि यह पुस्तक उद्यमिता विकास के क्षेत्र में नए दृष्टिकोण प्रदान करेगी और कृषि तथा ग्रामीण विकास के लिए नए मार्ग प्रशस्त करेगी।

(विश्वनाथन चिन्नसामी)

संयुक्त निदेशक (अनुसंधान)

दिनांक: 6 जनवरी 2025

स्थान: नई दिल्ली

प्रस्तावना

भारत के कृषि क्षेत्र को एक नई दिशा में ले जाने और ग्रामीण अर्थव्यवस्था को सशक्त बनाने के लिए उद्यमिता विकास को एक महत्वपूर्ण साधन के रूप में देखा जा रहा है। ग्रामीण क्षेत्रों में कृषि-आधारित उद्यमिता न केवल किसानों की आय बढ़ाने का एक प्रभावी तरीका है, बल्कि यह उन्हें आत्मनिर्भर बनाने में भी सहायक है। “कृषि उद्यमिता एवं व्यवसाय प्रबंधन” शीर्षक वाली यह पुस्तक इसी उद्देश्य को साकार करने के लिए तैयार की गई है। यह पुस्तक न केवल उद्यमिता के सैद्धांतिक पहलुओं को कवर करती है, बल्कि इसके क्रियान्वयन और वास्तविक जीवन में इसकी उपयोगिता को भी विस्तार से समझाती है। पुस्तक में भारतीय सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक व्यवस्था का उद्यम पर प्रभाव, वैश्वीकरण और व्यावसायिक वातावरण, और उद्यमिता विकास के लिए प्रशिक्षण जैसे विषयों को सरल और व्यावहारिक भाषा में प्रस्तुत किया गया है, ताकि यह छात्रों, शोधकर्ताओं, शिक्षकों, नीति निर्माताओं और कृषि उद्यमियों के लिए समान रूप से उपयोगी हो।

पुस्तक में 23 अध्याय शामिल हैं, जो उद्यमिता के विभिन्न आयामों को व्यापक दृष्टिकोण से प्रस्तुत करते हैं। इनमें से कुछ प्रमुख विषय हैं: उद्यमिता विकास प्रक्रिया और उद्यम विकास का परिचय: जिसमें उद्यमिता के विकास की प्रारंभिक प्रक्रियाओं और उसके महत्व को समझाया गया है। भारतीय व्यापार में उभरते मुद्दे: जो कृषि उद्यमों को प्रभावित करने वाले समसामयिक मुद्दों पर प्रकाश डालता है। प्रेरणा और उद्यमिता विकास: जिसमें उद्यमियों को प्रेरित करने वाले कारकों और उनकी सफलता में भूमिका का वर्णन किया गया है। स्वॉट विश्लेषण: व्यवसाय की ताकत, कमजोरियों, अवसरों और चुनौतियों का आकलन करने की तकनीक पर चर्चा करता है। विचारों और नवीनताओं का सृजन, संवर्धन और व्यावसायीकरण: उद्यम के लिए नए विचारों को विकसित करने और उन्हें व्यावसायिक स्तर पर ले जाने के लिए उपयोगी। उद्यम पूंजी और सार्वजनिक-निजी भागीदारी (पीपीपी): जिसमें संसाधनों के प्रबंधन और साझेदारी के महत्व को समझाया गया है।

इसके अतिरिक्त, पुस्तक में सरकारी योजनाओं और नीतियों पर भी विस्तार से चर्चा की गई है। ये नीतियाँ और प्रोत्साहन उन नए और स्थापित उद्यमियों के लिए अत्यंत लाभकारी हैं, जो कृषि क्षेत्र में अपना योगदान देना चाहते हैं। पुस्तक को तैयार करने के लिए कृषि प्रसार संभाग, भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान, नई दिल्ली के वैज्ञानिकों ने अपने शोध और अनुभव का उपयोग किया है। मैं उनके प्रति अपनी गहरी कृतज्ञता व्यक्त करता हूँ। यह पुस्तक न केवल सैद्धांतिक रूप से समृद्ध है, बल्कि इसे व्यावहारिक दृष्टिकोण से भी तैयार किया गया है, ताकि यह पाठकों को उद्यमिता विकास के क्षेत्र में नवीन दृष्टिकोण प्रदान कर सके।

मुझे विश्वास है कि यह पुस्तक उद्यमिता विकास के क्षेत्र में एक प्रेरणास्रोत बनेगी और इसके माध्यम से भारत में कृषि और ग्रामीण क्षेत्रों में रोजगार सृजन और समृद्धि को बढ़ावा मिलेगा। यह किसानों, प्रशिक्षकों और नीति-निर्माताओं के बीच समन्वय को भी सुदृढ़ करेगी।

लेखकगण

विषय सूची

क्रम संख्या	विषय	पृष्ठ संख्या
1	उद्यमिता विकास: एक अवलोकन	1
2	उद्यमिता विकास प्रक्रिया और उद्यम विकास का परिचय	12
3	भारतीय अर्थव्यवस्था में समग्र कारोबारी माहौल का आकलन	17
4	भारतीय व्यापार में उभरते मुद्दे	24
5	भारत की सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक व्यवस्था का अवलोकन और उद्यम पर प्रभाव	30
6	वैश्वीकरण और व्यावसायिक वातावरण	41
7	उभरता उद्यमशीलता वातावरण	45
8	उद्यमिता की अवधारणा	49
9	उद्यमी और प्रबंधकीय विशेषताएँ	52
10	व्यवसाय का प्रबंधन	55
11	उद्यमिता विकास के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम की रूपरेखा	62
12	उद्यमिता विकास प्रशिक्षण के दृष्टिकोण	74
13	प्रेरणा और उद्यमिता विकास	82
14	उद्यम परिचालन में योजना, निगरानी, मूल्यांकन और अनुवर्ती कार्रवाई	88
15	प्रतियोगिता प्रबंधन और उद्यमिता विकास कार्यक्रम	94
16	स्वॉट विश्लेषण	99
17	विचारों और नवीनताओं का सृजन, संवर्धन और व्यावसायीकरण	106
18	उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए सरकारी योजनाएँ और प्रोत्साहन	110
19	छोटे और मध्यम उद्यम को सरकारी नीतियों से मिलता लाभ	121
20	वन क्षेत्र से संबंधित निर्यात और आयात नीतियाँ	124
21	उद्यम पूंजी	130
22	संविदा खेती और संयुक्त उद्यम	135
23	सार्वजनिक-निजी भागीदारी (पीपीपी)	140
24	व्यापार की सामाजिक जिम्मेदारी	143

एक राष्ट्र की अर्थव्यवस्था का विकास मुख्य रूप से उद्यमियों द्वारा निर्भाई गई महत्वपूर्ण भूमिका पर निर्भर करता है। उद्यमियों द्वारा निर्भाई जाने वाली भूमिका एक विकासशील देश जैसे भारत में अत्यधिक महत्वपूर्ण है, जहाँ उपलब्ध संसाधनों का उपयोग करने के लिए नवाचारों का लाभ उठाने के पर्याप्त अवसर मौजूद हैं। इसलिए, सभी आर्थिक विकास गतिविधियों में लोगों की उद्यमिता पर अधिक ध्यान केंद्रित किया जाना चाहिए। उद्यमिता, जिसे एक अवधारणा के रूप में पहचाना गया है, केवल उद्योगों की स्थापना के लिए ही नहीं, बल्कि कृषि के विकास के लिए भी महत्वपूर्ण है। इस प्रकार, भारत को अधिक उद्यमियों की आवश्यकता है ताकि स्थानीय रूप से उपलब्ध संसाधनों और मानव संसाधन का उपयोग किया जा सके।

अवसर मौजूद हैं, लेकिन हम में से कई लोग इन अवसरों का लाभ नहीं उठा रहे हैं। शिक्षित युवा सरकारी नौकरियों या सार्वजनिक क्षेत्र में नौकरियों को प्राथमिकता देते हैं, लेकिन सभी को सरकारी सेवा में समायोजित करना संभव नहीं है। इस समस्या का समाधान केवल व्यापक स्तर पर आत्म-रोजगार के माध्यम से किया जा सकता है। हालांकि, अधिकांश बेरोजगार युवा स्व-रोजगार करने में हिचकिचाते हैं, जबकि वे शिक्षित होते हैं। उनकी शिक्षा उन्हें औद्योगिक उद्यम में प्रवेश करने का आत्मविश्वास नहीं देती। यहां तक कि जब उन्हें वित्त, प्रौद्योगिकी, बुनियादी ढांचे और अन्य आवश्यक सहायता जैसे संसाधन प्रदान किए जाते हैं, तब भी युवा अपनी खुद की परियोजना शुरू करने के लिए आगे नहीं आते क्योंकि उनके पास उद्यमिता के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण नहीं है। इसलिए, यह आवश्यक है कि प्रारंभिक शिक्षा के दौरान ही उद्यमिता की भावना को प्रोत्साहित किया जाए, ताकि जब वे बड़े हों, तो वे सफलतापूर्वक उद्यमिता कार्यों को अपनाने में सक्षम हो सकें।

जनसंख्या के बढ़ते दबाव और फसल उत्पादन के माध्यम से आय बढ़ाने के सीमित अवसरों के साथ, कृषि में विविधता लाने से न केवल अधिक रोजगार के अवसर सृजित होते हैं, बल्कि यह मानव संसाधनों का उपयोग करने और प्राकृतिक संसाधनों का अधिकतम संभावित रूप से दोहन करने में भी मदद करता है। किसान ग्रामीण परिवेश का एक महत्वपूर्ण हिस्सा होते हैं और उन्हें स्थानीय समस्याओं और उपलब्ध संसाधनों का गहरा ज्ञान होता है। प्रगतिशील किसान सामान्यतः अधिक संभावनाओं वाले होते हैं। उन्हें नौकरी के अभ्यर्थी के बजाय नौकरी सृजनकर्ता माना जाता है।

उद्यमिता का उद्भव

उद्यमिता की अवधारणा ने विकासशील देशों में आर्थिक वृद्धि को तेज़ी से बढ़ाने के लिए अनुसंधान और कार्यवाही में प्रमुख महत्व ग्रहण कर लिया है। उद्यमिता का अध्ययन हमेशा उद्यमियों की प्रोफाइल, संसाधन क्षमता और उनके व्यवहार को समझने के लिए रोमांचक खोजों से भरा रहता है। अब यह तेज़ी से मान्यता प्राप्त कर रहा है कि उद्यमिता का विकास औद्योगिक विकास की रणनीति का अभिन्न हिस्सा है। जैसे सभी सिद्धांतों का अध्ययन, उद्यमिता के सिद्धांत को समझना कुछ परिभाषाओं पर निर्भर करता है, जो विश्लेषणात्मक अध्ययन के लिए आधार प्रदान करती हैं। "उद्यमी" शब्द फ्रांसीसी शब्द "Enterprendre" से लिया गया है, जिसका अर्थ है "उठाना" या "संपन्न करना"। 16वीं शताब्दी की शुरुआत में, उद्यमी का मतलब था "वह व्यक्ति जो सैन्य अभियानों का नेतृत्व करता है।" "उद्यमिता" शब्द पहली बार फ्रांसीसी में प्रकट हुआ, जैसा कि एन्साइक्लोपीडिया ब्रिटानिका में उल्लेखित है। फ्रांसीसी इस नाम के तहत सैन्य अभियानों का आयोजन करते थे और अंततः इसे सार्वजनिक कार्यों और अनुबंधों में लाए। यह सामान्यतः व्यापारियों और सेवा प्रदाताओं के लिए उपयोग किया जाता है, जो अपना नया व्यवसाय शुरू करते हैं। उद्यमिता की वर्तमान परिभाषा 18वीं शताब्दी के अंत में इंग्लैंड में औद्योगिक क्रांति के परिणामस्वरूप विकसित हुई, जब लोगों ने नवाचार किए और उत्पादक व्यवसायों की नई किस्मों की खोज की। भारत में हम नए और पुराने दोनों प्रकार के व्यावसायिक उद्यमों को शामिल करते हैं। यह उन व्यक्तियों से जुड़ा हुआ है, जो अपनी अर्थव्यवस्था में कुछ नया लाते हैं। इसे एक अनुशासन के रूप में भी माना जाता है, जिसे नवाचारों के माध्यम से सीखा और अभ्यास किया जा सकता है। नई अवधारणा में, उद्यमी वह है जो अपने पर्यावरण में एक नई स्थिति का मूल्यांकन करता है और आवश्यक समझे जाने वाले समायोजनों को आर्थिक प्रणाली में लागू करने का मार्गदर्शन करता है। इसे छोटे औद्योगिक और व्यापारियों से जोड़ा जाता है। उद्यमिता का विकास नवाचार, जोखिम लेने, दृष्टिकोण और आयोजन कौशल को जोड़कर लाभान्वित होता है। भारतीय औद्योगिक उद्यमिता का विकास ऋग्वेद के समय तक पाया जा सकता है, जब समाज में धातु शिल्प का अस्तित्व था। भारतीय हस्तशिल्प उद्योग जैसे कपड़े प्राचीन काल में दुनिया भर में प्रसिद्ध थे, जैसा कि मिस्र की ममी में भारतीय मुसलिन के उपयोग से प्रमाणित है। "उद्यमिता" की परिभाषाएँ बीकमैन के "डिक्शनरी ऑफ़ मॉडर्न इकोनॉमिक्स" (1989) में दी गई हैं, जिसे "उत्पादन प्रक्रिया में आयोजन का तत्व" माना गया है। इस प्रकार, उद्यमी उन कई आर्थिक निर्णयों के लिए जिम्मेदार होते हैं, जो मांग का अनुमान लगाने और जोखिम वहन करने पर आधारित होते हैं। उद्यमिता की आवश्यकता हर चरण में उत्पन्न होती है, जैसे-जैसे विज्ञान और प्रौद्योगिकी में प्रगति होती है, उत्पाद अप्रचलित हो जाते हैं, विधियाँ पुरानी हो जाती हैं और मांग का पैटर्न पूरी तरह से बदल जाता है। प्रोफेसर शंपेटर, जो उद्यमिता के मसीहा माने जाते हैं, "नवाचार" पर जोर देते हैं और कहते हैं कि जो नवाचार करता है, वही उद्यमी होता है। अब, नवाचार क्या है? प्रोफेसर शंपेटर द्वारा प्रयुक्त नवाचार का बहुत व्यापक अर्थ है। कोई भी नया कदम या नीति जिसे एक उद्यमी अपने उत्पादन लागत को कम करने या उत्पाद की मांग बढ़ाने के लिए अपनाता है, वह नवाचार है (आहुजा, 2001)। उद्यमिता एक व्यक्ति की नवाचार करने की क्षमता है। इसमें आत्मविश्वास और कौशल होता है ताकि अप्रत्याशित और प्रतिकूल परिस्थितियों का सामना किया जा सके। उन समाजों में उद्यमियों का योगदान अधिक होता है, जो उद्यमिता को उच्च प्रतिष्ठा देते हैं और व्यक्तिगत उद्यमों की स्थापना और संचालन के लिए अधिक सुरक्षा प्रदान करते हैं। सामाजिक और मैक्रो-आर्थिक दृष्टिकोण से यह माना जाता है कि किसी भी राष्ट्र का आर्थिक विकास उच्च गुणवत्ता वाले नवप्रवर्तकों और उद्यमियों की संख्या पर निर्भर करता है, जो वह आपूर्ति करता है। उद्यमी अवसरों की खोज करते हैं, उनका निर्माण करते

हैं या उन्हें आविष्कार करते हैं और उन्हें अपने लाभ के साथ-साथ समाज के लाभ के लिए भी शोषित करते हैं। इसलिए, उद्यमिता को प्रोत्साहित, बढ़ावा और पूरक किया जाना चाहिए ताकि समग्र अर्थव्यवस्था को लाभ हो। यह राज्य में उपलब्ध शिक्षित मानव संसाधन का अधिकतम उपयोग करने में मदद करेगा। उद्यमिता नए व्यापार अवसरों की पहचान करने और उन्हें जोखिम उठाकर, नए विचारों और पहलों के साथ व्यावहारिक वास्तविकता में बदलने की प्रक्रिया है।

उद्यमिता: एक व्यापक परिभाषा

उद्यमिता को अक्सर अपने स्वयं के व्यवसाय को शुरू करने और चलाने की प्रक्रिया के रूप में व्यापक रूप से परिभाषित किया जाता है, जबकि "उद्यमी" शब्द को अब उन व्यक्तियों के लिए विशेष रूप से उपयोग किया जाता है जो अत्यधिक संकल्पशील, आत्मविश्वासी, रचनात्मक, आत्म-निर्भर और ट्रेड्स से मेल खाते हुए होते हैं, और जो एक दृष्टिकोण को वास्तविक व्यवसाय में बदलने में सक्षम होते हैं। इन व्यक्तियों को अक्सर लापरवाह जोखिम लेने वाले के रूप में देखा जाता है। वे निश्चित रूप से जोखिम लेते हैं, लेकिन क्योंकि वे आमतौर पर ट्रेड्स के साथ मेल खाते हैं, वे अक्सर ऐसे दृष्टिकोण वाले होते हैं जो आने वाली घटनाओं को समझने में सक्षम होते हैं, जिससे उनका जोखिम लेना अपेक्षाकृत अधिक सटीक और गणनात्मक होता है, जैसा कि यह पहली नजर में लगता है। उद्यमी के लिए, रोमांच अक्सर व्यवसाय को शुरू करने और जल्दी से उसे बढ़ाने में होता है। अर्थव्यवस्था के लिए ये लोग एक अद्वितीय और मूल्यवान संपत्ति होते हैं।

उद्यमियों को खोजने और उद्यमिता के अवसरों की तलाश करते समय, हमें पारंपरिक समझ से आधारित बिना किसी आधार के अनुमानों से बचने की आवश्यकता है। उदाहरण के लिए, कुछ लोगों ने अल्बर्ट आइंस्टीन को मानसिक रूप से मंद और कुछ के लिए अनुपयुक्त मान लिया था, सिर्फ इस कारण से कि वह कभी अपने बाल नहीं संवारते थे और मोजे नहीं पहनते थे। आप एक उद्यमी को उसके या उसके कपड़ों से नहीं पहचान सकते। केंटकी फ्राइड चिकन के संस्थापक कर्नल सैंडर्स को माना गया था कि वह व्यवसाय शुरू करने के लिए बहुत उम्रदराज हैं। उद्यमिता किसी भी उम्र में संभव है। राइट ब्रदर्स जानते थे कि पहले कोई भी उड़ान नहीं भर पाया था, लेकिन फिर भी उन्होंने इसे किया। उद्यमी अक्सर ऐसा करने में सक्षम होते हैं जो असंभव सा लगता है। फ्लोरेंस चाडविक जानती थीं कि इंग्लिश चैनल को पार करते समय कई तैराक मारे गए थे। उद्यमी अपने दृष्टिकोण को प्राप्त करने के लिए खतरे के साथ खेल सकते हैं। हेनरी फोर्ड को अपनी कारों के लिए मांग की कमी का सामना करना पड़ा था। उद्यमियों को अक्सर अपने उत्पादों और/या सेवाओं के लिए मांग उत्पन्न करनी पड़ती है। असल बात यह है कि उद्यमिता अक्सर बहुत संकल्पशील लोगों के बारे में होती है, वे लोग जो अपनी परिस्थितियों और अवसरों को खुद बनाते हैं और सफल होते हैं।

यदि उद्यमिता मूल रूप से लोगों और विचारों के बारे में है, तो व्यवसाय क्या है? काओ को उद्धृत करते हुए, उन्होंने सरलता से कहा कि, "व्यवसाय वह संगठन है जिसके पास ग्राहक होते हैं।" व्यापार में बने रहने के लिए, एक उद्यमी को अपने विचार या सपना ग्राहक की आवश्यकता या इच्छा के साथ मेल बैठाना होता है, और इसके लिए फिर से लोगों को समझना आवश्यक होता है। वास्तविक उद्यमी के लिए, स्थिति के अंधे पहलू को देखना घातक हो सकता है। आशावाद उद्यमी का दिल और आत्मा होता है। जबकि रणनीतिक योजना, व्यवहार्यता और बाजार अध्ययन और विश्लेषण नए व्यवसायों के लिए आवश्यक भाग होते हैं, बहुत कम वास्तविक उद्यमी, प्रसिद्ध और अप्रसिद्ध, यह देखने के लिए प्रिंटआउट का इंतजार करते हैं कि क्या उन्हें अपना नया विचार शुरू करना चाहिए।

ब्रिटेन में उद्यमिता

ब्रिटेन में औद्योगिक क्रांति संभव हो पाई थी पायनियर उद्यमियों की वजह से, जिन्होंने औद्योगिक विकास पर नए विचारों का मार्ग प्रशस्त किया। उन्होंने बाजार के अवसरों को पहचानने और उनका लाभ उठाने की अपनी क्षमता का प्रदर्शन किया। इस अवधि के दौरान, लगातार प्रमुख तकनीकी आविष्कारों और समानांतर उद्यमिता नवाचारों ने ब्रिटेन में औद्योगिक विकास की प्रक्रिया को तेज किया। कपड़ा उत्पादन उद्योग ने काफी प्रगति की, और यह मुख्य रूप से भाप इंजन और नई मशीनरी के नवोन्मेषक उपयोग के कारण था, जिसने हाथ से चलने वाली खोमचियों को बदल दिया। ब्रिटेन की मशीनरी निर्माण, कोयला खनन, धातु और परिवहन उद्योगों में प्रगति ने इसके वास्तविक राष्ट्रीय आय और प्रति व्यक्ति वास्तविक आय में तेज वृद्धि में योगदान किया। कृषि उत्पादकता में भी वृद्धि हुई, जो भूमि की गहनता से खेती करने और कृषि नवाचारों को पेश करने के कारण संभव हुआ। ब्रिटेन की औद्योगिक क्रांति की शानदार सफलता केवल तकनीकी उन्नति की एक श्रृंखला के कारण नहीं थी, बल्कि इसे संगठन, वित्तपोषण और बाजार के नए तरीके भी मिले, जिनमें उद्यमिता नवाचार शामिल थे।

संयुक्त राज्य अमेरिका में उद्यमिता

ब्रिटेन में हुई महान औद्योगिक क्रांति और वहाँ हुए बदलावों ने कई देशों के लिए आर्थिक प्रगति का मार्ग प्रशस्त किया। ओलिवर एवांस, जिन्होंने आटे की मिलिंग प्रक्रिया को तेज करने के लिए मशीनें आविष्कार कीं, वे शुरुआती उद्यमियों में से एक थे जिन्होंने अमेरिकी फैक्ट्री सिस्टम के विकास में मदद की। 1836 में पेश किए गए नए हार्वेस्टर ने अमेरिका में कृषि तकनीकों को मौलिक रूप से बदल दिया। कुछ प्रसिद्ध अमेरिकी उद्यमियों ने जिन्होंने संयुक्त राज्य अमेरिका में औद्योगिकीकरण प्रक्रिया में अतुलनीय योगदान दिया, वे थे: एंड्रयू कार्नेगी (अमेरिकी लोहा और स्टील उद्योग के संस्थापक, 1835-1919), जे. पी. मॉर्गन (संयुक्त राज्य अमेरिका में रेलवे नेटवर्क के विस्तार में लगी कंपनियों के वित्तपोषण और पुनर्गठन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई, 1837-1913), जॉन डी. रॉकफेलर, सीनियर (स्टैंडर्ड ऑयल कंपनी के संस्थापक, 1839-1937) और हेनरी फोर्ड (मैन्युफैक्चरिंग के लिए मूविंग असेम्बली लाइन तकनीक के निर्माता, 1863-1947)। जो बात समान रूप से ध्यान देने योग्य है, वह यह है कि इन महान नवप्रवर्तकों में से कोई भी व्यक्ति किसी भी चीज का आविष्कारक नहीं था। नवप्रवर्तक-उद्यमियों के रूप में, वे सभी मुख्य रूप से उन अवसरों की पहचान करने में सहायक थे जो अभी तक पूरे नहीं हुए थे और साथ ही उन अवसरों से सर्वोत्तम लाभ प्राप्त करने में भी सक्षम थे।

भारत में उद्यमिता

कृषि भारत में लोगों का प्रमुख व्यवसाय रहा है और हमेशा रहा है। लेकिन प्राचीन काल में भी, कई भारतीय उत्पादों को वैश्विक स्तर पर प्रसिद्धि प्राप्त थी। इनमें प्रमुख थे: ढाका के मुलायम कपड़े, बंगाल के कालिको, बनारस की शानदार साड़ियाँ, लखनऊ के चित्तर, अहमदाबाद के धूतियाँ और दुपट्टे, कश्मीर की ऊनी शॉल और केरल के सुगंधित मसाले। भारत में हस्तशिल्प उद्यमिता उतनी ही पुरानी है जितनी मानव सभ्यता। भारतीय गाँवों में पश्चिमी संपर्क से पहले तक, आर्थिक गतिविधियों का केंद्र गाँव की समुदाय हुआ करती थी। इस गाँव समुदाय में किसान, कारीगर और पुजारी शामिल थे। कारीगरों की रक्षा गाँव समुदाय द्वारा की जाती थी।

ईस्ट इंडिया कंपनी के आगमन के साथ भारतीय अर्थव्यवस्था में कई परिवर्तन आए। उन्नीसवीं सदी के दूसरे आधे हिस्से में निर्माण उद्यमिता का उदय हुआ। मुंबई और अहमदाबाद में कई कपड़ा मिलें स्थापित की गईं। टाटा ने 1911 में पहली इस्पात उद्योग की स्थापना की। निर्माण उद्यमिता की इस लहर में पारसियों को छोड़कर अन्य सभी लोग गैर-वाणिज्यिक समुदायों से थे।

प्रथम विश्व युद्ध के बाद, भारतीय सरकार ने कुछ उद्योगों को भेदभावपूर्ण सुरक्षा देने पर सहमति जताई। इन उपायों ने 20वीं सदी के पहले चार दशकों में भारत में कारखाना निर्माण की स्थापना में मदद की। स्वदेशी आंदोलन ने स्वदेशी उद्यमिता को एक प्रोत्साहन दिया। 1936 में प्रबंधक एजेंसी प्रणाली का उदय भी भारतीय उद्यमिता में योगदान था। कहा जाता है कि प्रबंधक एजेंसी हाउसेस असली उद्यमी थे जिन्होंने विशेष रूप से पूर्वी भारत में व्यापार, उद्योग और बैंकिंग के क्षेत्र में कदम रखा।

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद के दौर में उद्यमिता तेज़ी से बढ़ने लगी। भारतीय सरकार ने अपनी पहली औद्योगिक नीति प्रस्तावना (1948) और इसके बाद की औद्योगिक नीति घोषणाओं में औद्योगिकीकरण की गति को प्रोत्साहित करने की आवश्यकता पर बल दिया। यह सुनिश्चित किया गया कि उद्यमिता को मौजूदा केंद्रों से अन्य शहरों, कस्बों और गाँवों में फैलाया जाए और कुछ प्रमुख समुदायों में संकेंद्रित उद्यमिता की सूझबूझ को विभिन्न सामाजिक वर्गों के औद्योगिक दृष्टिकोण वाले लोगों तक पहुँचाया जाए। इन उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए सरकार ने छोटे उद्योगों के विकास को प्राथमिकता दी।

छोटे उद्योगों के विकास के लिए उठाए गए कदम

प्रथम और द्वितीय पंचवर्षीय योजनाओं के दौरान छोटे उद्योगों के विकास और सुदृढीकरण के लिए कई कदम उठाए गए। कुछ महत्वपूर्ण कदमों में कुछ वस्तुओं का आरक्षण, छोटे उद्योगों के उत्पादों के लिए सुनिश्चित बाजार, आदि शामिल हैं। तीसरी पंचवर्षीय योजना ने ग्रामीण क्षेत्रों और छोटे शहरों में छोटे उद्योगों के प्रसार को बढ़ावा देने पर जोर दिया, जिसके लिए संस्थागत वित्त, सब्सिडी, बिक्री रियायत और संरक्षित बाजार उपलब्ध कराए गए। पंचम पंचवर्षीय योजना ने उद्यमिता को बढ़ावा देने, परामर्श सेवा प्रदान करने और इंजीनियरों को उद्योग स्थापित करने के लिए प्रेरित करने पर बल दिया। छठी योजना के दौरान, गांव और छोटे उद्योगों को बढ़ावा देना राष्ट्रीय विकास रणनीति का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बना रहा। औद्योगिक नीति बयान, 1980 में कुछ कदमों का सुझाव दिया गया, जैसे कि उपयुक्त प्रशिक्षण और प्रोत्साहन पैकेज प्रदान करके व्यापक उद्यमिता आधार की स्थापना।

औद्योगिक नीति, 1991 ने छोटे उद्योग क्षेत्र को मजबूत करने के लिए विभिन्न उपायों का सुझाव दिया। इसके अतिरिक्त, सरकार ने पहले पीढ़ी के उद्यमियों को प्रशिक्षण और अन्य सहायता के माध्यम से समर्थन जारी रखने का प्रस्ताव किया। उद्यमिता विकास कार्यक्रमों को व्यावसायिक और अन्य डिग्री स्तर के पाठ्यक्रमों में शामिल करने का भी प्रस्ताव था। आठवीं योजना में औद्योगिक विकास में निजी पहल और उद्यमिता पर अधिक जोर दिया गया। इन सभी उपायों ने इंजीनियरों, तकनीकी विशेषज्ञों और अपने स्वयं के उद्योगों के लिए उद्यमिता की भावना को बढ़ावा दिया।

उद्यमिता विकास

विभिन्न क्षेत्रों में उद्यमिता की वृद्धि को तेज करने के लिए कई प्रयास किए गए हैं, जिनसे विविध अनुभव प्राप्त हुए हैं। कुछ प्रयास अत्यधिक सफल रहे, कुछ निराशाजनक रहे और शायद अधिकांश वे मामले थे जिनमें यदि कुछ सुधार किए जाते तो सफलता की संभावना अधिक हो सकती थी। इन पिछले अनुभवों का विश्लेषण करते हुए, मुख्य रूप से क्लाइंट प्रणाली के दृष्टिकोण से, उद्यमिता विकास की प्रक्रिया को तीन मुख्य चरणों में विभाजित किया जा सकता है: प्रेरणादायक, समर्थन, और निरंतरता।

प्रेरणादायक चरण

यह प्रारंभिक चरण उन सभी गतिविधियों को शामिल करेगा जो लक्षित समूह में उद्यमिता को उत्तेजित करती हैं। इसमें निम्नलिखित गतिविधियाँ शामिल हैं:

- समुदाय में उद्यमिता जागरूकता उत्पन्न करना, अच्छी तरह से योजनाबद्ध प्रचार के माध्यम से।
- संभावित उद्यमियों की पहचान करना और उनका चयन करना।
- उन्हें प्रशिक्षण के माध्यम से उनकी प्रेरणा स्तर को बढ़ाने में मदद करना।
- आधुनिक प्रबंधन विधियों में उनके कौशल को सुधारना।
- चयनित उत्पाद से संबंधित तकनीकी क्षमता विकसित करना।
- उन्हें परियोजना रिपोर्ट विकसित करने में मदद करना।
- तकनीकी-आर्थिक जानकारी और परियोजना प्रोफाइल उपलब्ध कराना।
- उद्यमियों को नए उत्पादों का चयन करने में मदद करना।
- लक्षित समूह के लिए नए उत्पादों और प्रक्रियाओं पर एक डेटा बैंक विकसित करना।
- उद्यमियों के लिए एक मंच तैयार करना, जहां वे अपनी आपसी समस्याओं और सफलताओं पर चर्चा कर सकें।
- स्थानीय परिस्थितियों के अनुसार नए उत्पादों और प्रक्रियाओं का विकास करना।
- उद्यमिता में उत्कृष्टता की सार्वजनिक पहचान।

ये प्रेरणादायक गतिविधियाँ समाज में उद्यमियों के उदय में मदद करती हैं। यह प्रारंभिक प्रेरणा उत्पन्न करती है, लोगों को प्रोत्साहन महसूस करने में मदद करती है और साथ ही प्रासंगिक जानकारी और कौशल प्राप्त करने का अवसर भी प्रदान करती है।

समर्थन चरण (Support Phase)

यह उस सभी गतिविधियों को शामिल करता है जो उद्यमियों को उनके उद्यम स्थापित करने और चलाने में सहायता करती हैं। इस चरण में की जाने वाली गतिविधियाँ निम्नलिखित हो सकती हैं:

- इकाई का पंजीकरण

- किसी भी प्रकार की वित्त व्यवस्था और स्थिर पूंजी और कार्यशील पूंजी का प्रबंध करना।
- संयंत्र और मशीनरी की खरीद में सहायता करना।
- इकाई स्थापित करने के लिए भूमि, शेड, बिजली, पानी आदि उपलब्ध कराना।
- संयंत्र और मशीनरी का चयन और उनकी लेआउट के लिए मार्गदर्शन प्रदान करना।
- दुर्लभ कच्चे माल के लिए लाइसेंस जारी करना।
- कर छूट और अन्य प्रकार की सब्सिडी प्रदान करना।
- प्रबंधन परामर्श प्रदान करना।
- उत्पादों के विपणन में मदद करना, चाहे वह आरक्षण हो या सरकारी कोटा खरीद आदि।
- उद्योग से संबंधित जानकारी प्रदान करना।

यह गतिविधियाँ पोषण प्रदान करती हैं और उन कई अड़चनों को दूर करती हैं, जो उद्यमियों को रोगग्रस्त या हतोत्साहित कर सकती हैं।

स्थिरता चरण (Sustaining Phase)

इस चरण की गतिविधियाँ उन सभी कार्यों को शामिल करती हैं जो उद्यमी को उसके उद्यम को निरंतर, प्रभावी और लाभकारी ढंग से चलाने में मदद करती हैं। स्थिरता गतिविधियाँ निम्नलिखित हो सकती हैं:

- आधुनिकीकरण / उत्पाद प्रतिस्थापन में सहायता करना।
- पूर्ण क्षमता का उपयोग करने के लिए अतिरिक्त वित्तीय सहायता प्रदान करना।
- स्थिति के आधार पर पुनर्भुगतान/ब्याज को स्थगित करना।
- विफलता या निम्न उत्पादन का कारण पहचानने में मदद और मार्गदर्शन।
- कानून/नीति में संशोधन या बदलाव जो इकाइयों को प्रभावित करते हैं।
- उत्पाद आरक्षण/विपणन के लिए नए रास्तों का निर्माण।
- कम लागत पर गुणवत्ता परीक्षण और गुणवत्ता सुधार।
- सामान्य सुविधाओं का निर्माण जो एक एकल इकाई में संभव नहीं होती, लेकिन उत्पादन और विपणन संगठन दोनों के लिए आवश्यक होती हैं।

ये गतिविधियाँ उद्यम की स्थिरता सुनिश्चित करती हैं और उद्यमियों को उनके कारोबार को सफलतापूर्वक चलाने के लिए आवश्यक संसाधन और सहायता प्रदान करती हैं।

उद्यमिता विकास के लिए संस्थाएँ

उद्यमिता विकास के महत्व को समझते हुए योजनाकारों और नीति निर्धारकों ने देश के विभिन्न लक्षित समूहों के लिए उद्यमिता विकास कार्यक्रम (ईडीपी) तैयार किए हैं। ईडीपी एक ऐसा कार्यक्रम है जिसे किसी व्यक्ति को उसके

उद्यमिता के कार्य को प्रभावी ढंग से निभाने के लिए आवश्यक कौशल और क्षमताओं को मजबूत करने में मदद करने के लिए डिजाइन किया गया है। उद्यमिता के उद्देश्यों और कौशलों को विकसित करना और उद्यमिता के कार्य को प्रभावी रूप से निभाने में मदद करना ईडीपी का उद्देश्य है। भारत में कई संस्थाएँ ईडीपी आयोजित करने में लगी हुई हैं। ये संस्थाएँ निम्नलिखित हैं:

नेशनल इंस्टिट्यूट फॉर उद्यमिता एंड स्मॉल बिज़नेस डेवलेपमेंट (एनआईइएसबीयूडी)

एनआईइएसबीयूडी एक शीर्ष संस्था है जो उद्यमिता विकास से जुड़ी विभिन्न संस्थाओं और एजेंसियों की गतिविधियों का समन्वय और निगरानी करती है, विशेष रूप से लघु उद्योग क्षेत्र में। संस्थान के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

- देशभर में और समाज के सभी वर्गों में उद्यमिता विकास की प्रक्रिया को तेज करना।
- संस्थाओं को उद्यमिता विकास से संबंधित गतिविधियाँ करने में मदद करना।
- उद्यमिता विकास से संबंधित दस्तावेज़ीकरण और अनुसंधान कार्यों को संगठित करके प्रशिक्षकों, प्रचारकों और उद्यमियों को सूचना सहायता प्रदान करना।
- नीति निर्माण और संशोधन में सहायक अनुभवों के आदान-प्रदान और एकीकरण के लिए कार्यात्मक मंच प्रदान करना।

संस्थान राष्ट्रीय उद्यमिता विकास बोर्ड का सचिवालय भी है, जो देश में उद्यमिता विकास की नीति निर्धारित करता है। यह बोर्ड द्वारा की गई सिफारिशों को प्रक्रिया में लाने का कार्य करता है।

भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान (ईडीआईआई)

ईडीआईआई ने उद्यमिता विकास के लिए कार्यक्रमों और प्रशिक्षकों के लिए नवाचार प्रशिक्षण तकनीकों पर ध्यान केंद्रित किया है। संस्थान ने महिलाओं के लिए ईडीपी विकसित किया है और गाँवों में ग्रामीण विकास में प्रयोग किए हैं। यह उद्यमी बैठकें आयोजित करता है, प्रशिक्षकों के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम चलाता है और विभिन्न संस्थाओं को उनके विकासात्मक कार्यों में पेशेवर सहायता प्रदान करता है।

राष्ट्रीय मैत्री युवा उद्यमी (एनएवाईए)

एनएवाईए ने सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों जैसे बैंक ऑफ इंडिया, देना बैंक, पंजाब नेशनल बैंक, सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया और यूनियन बैंक ऑफ इंडिया के साथ मिलकर कई उद्यमिता विकास योजनाएँ तैयार की हैं। इन योजनाओं के उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

- युवा उद्यमियों को निवेश और स्व-रोजगार के अवसरों की पहचान करने में मदद करना।
- उनके प्रशिक्षण के लिए उचित व्यवस्था करना।
- परियोजना रिपोर्टों के आधार पर आवश्यक वित्तीय सहायता प्रदान करना।
- परामर्श सेवाओं का पैकेज प्रदान करना।
- सरकार और अन्य संस्थाओं द्वारा उद्यमियों को दी जाने वाली सहायता, सुविधाएँ और प्रोत्साहन प्राप्त करने की व्यवस्था करना।

तकनीकी परामर्श संगठन (टीसीओएस)

टीसीओएस के कार्यों में शामिल हैं:

- औद्योगिक संभावनाओं पर सर्वेक्षण करना।
- परियोजना प्रोफाइल तैयार करना।
- परियोजनाओं का तकनीकी-आर्थिक मूल्यांकन करना।
- बाजार अनुसंधान करना।
- उद्यमियों को तकनीकी और प्रबंधकीय सहायता प्रदान करना।
- आधुनिकीकरण, प्रौद्योगिकी उन्नयन और पुनर्वास कार्यक्रमों में सहायता प्रदान करना।
- औद्योगिक और आर्थिक गतिविधियों से संबंधित जानकारी और डेटा बैंक स्थापित करना और इन जानकारी को उद्यमियों तक पहुँचाना।

इन संस्थाओं द्वारा किए जाने वाले विभिन्न गतिविधियाँ और योजनाएँ उद्यमिता के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं, जिससे देश में उद्यमिता को बढ़ावा मिलता है और नए उद्यमी अपनी क्षमताओं का उपयोग कर समाज में प्रभावी ढंग से योगदान कर सकते हैं।

राष्ट्रीय उद्यमिता विकास बोर्ड (एनईबीडी)

यह देश में उद्यमिता विकास से संबंधित नीतियों को निर्धारित करने वाली शीर्ष संस्था है। एनआईइएसबीयूडी, एनईबीडी के लिए सचिवालय के रूप में कार्य कर रहा है और बोर्ड द्वारा की गई सिफारिशों को प्रक्रिया में लाने का कार्य करता है।

राष्ट्रीय विज्ञान और प्रौद्योगिकी उद्यमिता विकास बोर्ड (एनएसटीईडीबी)

यह बोर्ड विज्ञान और प्रौद्योगिकी विभाग द्वारा स्थापित किया गया है, जिसका उद्देश्य उद्यमियों को देश में उपलब्ध वैज्ञानिक संसाधनों का उपयोग करने के लिए प्रोत्साहित करना है।

राष्ट्रीय लघु उद्योग विस्तार प्रशिक्षण संस्थान (एनआईएसआईटी)

यह संस्थान भारत सरकार द्वारा हैदराबाद में स्थापित किया गया है, जिसका मुख्य उद्देश्य लघु उद्योग उद्यमियों को प्रशिक्षण प्रदान करना है।

बैंकों द्वारा ईडीपीएस

वाणिज्यिक बैंक विभिन्न लक्षित समूहों जैसे महिलाओं, कॉलेज के छात्रों, शिक्षित बेरोजगारों आदि के लिए कई ईडीपीएस आयोजित करके कुशल उद्यमियों को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

विकासात्मक बैंक

विकासात्मक बैंक उद्यमिता विकास कार्यक्रमों में सक्रिय रूप से शामिल हैं और ऐसे संस्थानों की स्थापना में लगे हुए हैं जो संभावित उद्यमियों की पहचान करते हैं और उन्हें प्रशिक्षण प्रदान करते हैं।

भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक (एसआईडीबीआई - सिडबी)

सिडबी की उद्यमिता विकास के लिए रणनीति में विशेष रूप से डिज़ाइन किए गए कार्यक्रमों का समर्थन शामिल है, जो ग्रामीण गरीबों, महिलाओं, अनुसूचित जाति/अनुसूचित जनजाति के पूर्व सैनिकों जैसे लक्षित समूहों को कवर करते हैं। बैंक ने ग्रामीण उद्यमियों को बढ़ावा देने पर जोर दिया है।

- भारतीय स्टेट बैंक (एसबीआई), सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक, भारतीय औद्योगिक विकास बैंक, राज्य वित्तीय निगम, लघु उद्योग विस्तार प्रशिक्षण संस्थान, जिला उद्योग केंद्र जैसे अन्य संगठन भी ईडीपीएस आयोजित करने में सक्रिय रूप से शामिल हैं।

ये सभी संस्थाएँ और बैंक उद्यमिता विकास में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं और नए उद्यमियों को आवश्यक प्रशिक्षण और समर्थन प्रदान करके देश में उद्यमिता को बढ़ावा देती हैं।

कृषि में उद्यमिता विकास

लगभग चार दशक पहले तक, भारतीय किसान एक अपेक्षाकृत अपरिवर्तित जीवन जीते थे, वही तरीका अपनाते हुए भोजन उत्पादन करते थे जैसा उनके पूर्वजों ने किया था। उनके उत्पादन के तरीके सामान्यतः स्थानीय पर्यावरण के अनुकूल होते थे, जिसमें न्यूनतम जोखिम होता था और परिवार के लिए पर्याप्त भोजन सुनिश्चित होता था, सिवाय कुछ वर्षों के। लेकिन पिछले चालीस वर्षों में यह परिदृश्य काफी हद तक बदल चुका है। **हरित क्रांति** ने कृषि के सघन क्षेत्र की शुरुआत की, जिसने भारत को खाद्य उत्पादन में आत्मनिर्भरता प्राप्त करने का मार्ग प्रशस्त किया। भविष्य में उत्पादन में वृद्धि की उम्मीद है, लेकिन यह बढ़ती जनसंख्या के साथ मेल नहीं खा पाएगा। नगरों का विस्तार और गैर-कृषि गतिविधियों में लगे लोगों की संख्या में वृद्धि के कारण कृषि उत्पादों की मांग बढ़ी है। भूमि-मानव अनुपात कम होने के कारण, अधिक से अधिक किसान और उनके बच्चे बेरोजगार हो रहे हैं। शिक्षा पूरी करने के बाद, ग्रामीण युवा भी नौकरी की तलाश में रोजगार कार्यालयों के सामने खड़े होते हैं। हालांकि उनके पास अपना खुद का व्यवसाय शुरू करने का विकल्प होता है, लेकिन यह विकल्प अक्सर वे नज़रअंदाज़ कर देते हैं और नौकरी की तलाश में लम्बी कतार में शामिल हो जाते हैं। कभी-कभी वे नौकरियाँ भी स्वीकार कर लेते हैं जो उनकी योग्यताओं और अनुभव से मेल नहीं खातीं। इस स्थिति ने ग्रामीण क्षेत्रों से शहरों की ओर पलायन दर में खतरनाक वृद्धि कर दी है। यह अनुमान लगाया गया है कि ग्रामीण जनसंख्या 1971 में 80% से घटकर 2001 में 70% तक पहुँच जाएगी। इसलिए, इस समय की आवश्यकता यह है कि नौकरी ढूँढने वालों को नौकरी उत्पन्न करने वालों में बदल दिया जाए। इसके लिए, विशेष रूप से किसानों और सामान्यतः ग्रामीण जनसंख्या में उद्यमिता का विकास करना आवश्यक है। कृषि को एक वाणिज्यिक उद्यम के रूप में देखा जाना चाहिए। एक खेत को एक उद्यम या व्यवसाय में बदलने के लिए, उस खेत का प्रबंधन करने वाले व्यक्ति की पहचान को किसान से बदलकर कृषि व्यवसाय संचालक या उद्यमी के रूप में बदलना होगा (डीसी, 1986)। प्रौद्योगिकी में किसी भी प्रकार की प्रगति कभी भी सार्थक नहीं हो सकती, जब तक किसान उद्यमी नहीं बनते। कृषि में प्रगति किसानों को उनके पारंपरिक और पैतृक व्यवसायिक प्रणाली से दूर जाकर उद्यमिता की दिशा में प्रेरित करती है। इसे **दीपक डे** (1985) ने उद्यमिता द्वारा प्रगति के रूप में नामित किया है। गुजरात ने देश में **सफेद क्रांति**

लाने में नेतृत्व हासिल किया है, क्योंकि वहाँ के किसानों ने डेयरी प्रबंधन के पारंपरिक तरीकों से हटकर नए, व्यवस्थित डेयरी प्रबंधन प्रक्रियाओं को अपनाया और दूध उत्पादन के लिए नई प्रौद्योगिकियों को अपनाया।

निष्कर्ष

यह माना जाता है कि कृषि में प्रगति किसानों की उद्यमिता के गुणों का परिणाम है। उत्पादकता लक्ष्य तब तक हासिल नहीं किया जा सकता जब तक कृषि में लगे हुए व्यक्तियों की उद्यमिता विशेषताएँ विकसित और सशक्त नहीं होतीं। उद्यमिता विकास की स्थापना और उसे बनाए रखने के लिए सरकार का समर्थन एक महत्वपूर्ण कारक है।

उद्यमिता विकास प्रक्रिया और उद्यम विकास का परिचय

आज, उद्यमिता शिक्षा कई देशों में व्यवसाय शिक्षा और तकनीकी पाठ्यक्रम में एक लोकप्रिय विषय बन चुका है। यह पाठ्यक्रम न केवल व्यवसाय स्कूलों में, बल्कि सामुदायिक कॉलेजों और इंजीनियरिंग शिक्षा के कॉलेजों में भी शामिल किए जा रहे हैं। इसे या तो स्नातक और स्नातकोत्तर कार्यक्रम के रूप में पढ़ाया जाता है या फिर अलग से केंद्र/संस्थान स्थापित करके। भारत, फिलीपींस में उद्यमिता शिक्षा और प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए अलग संस्थान स्थापित किए गए हैं। बांग्लादेश में शिक्षित युवाओं, महिलाओं और कुछ लक्षित समूहों के लिए कार्यक्रम शुरू किए गए हैं। उद्यमिता पाठ्यक्रमों को स्नातक और स्नातकोत्तर कार्यक्रमों में चयनात्मक आधार पर शामिल किया गया है ताकि कुछ छात्रों को छोटे उद्यम शुरू करने के लिए प्रेरित किया जा सके और स्व-रोजगार को रोजगार के वैकल्पिक स्रोत के रूप में अपनाया जा सके। यह देखा गया है कि जिन छात्रों ने स्नातकोत्तर कार्यक्रम में यह पाठ्यक्रम लिया है, वे वेतनभोगी रोजगार के विकल्प के रूप में व्यापार शुरू करने के लिए प्रेरित हुए हैं। कुछ लोग अच्छा कर रहे हैं। यह भी समझा जाता है कि यदि बिना संपत्ति गिरवी रखे वित्तीय सहायता प्रदान की जाए, तो अधिक स्नातक इस पाठ्यक्रम को लेने के बाद उद्यमिता को करियर के रूप में अपनाने के लिए आकर्षित होंगे।

जैसा कि अतीत में हुआ है, उद्यमिता तकनीकी नवाचारों, सामाजिक संस्थाओं की स्थिति और राजनीतिक प्रबंधन प्रणालियों को निर्धारित करेगी। इन कारकों के आधार पर, हम भविष्य की उम्मीद कर सकते हैं कि जहां बुनियादी आवश्यकताएं बनी रहेंगी और केवल इच्छाएं बदलेंगी। भारत बुनियादी ढांचे की बाधाओं को पार कर लेगा, और हम एक मजबूत विनिर्माण और कृषि क्षेत्र की कल्पना करेंगे। उद्यमी और न कि प्रबंधक, मांग में होंगे, क्योंकि केवल वे ही अस्तित्व के अराजकता में व्यवस्था ढूंढने में सक्षम होंगे। उद्यमिता की ऊर्जा का ध्यान अब केवल बड़े पैमाने पर बिक्री प्राप्त करने से हटकर एक विशिष्ट आवश्यकता को पूरा करने की ओर केंद्रित होगा। शासन और अधिक पारदर्शी होगा तथा विकास व प्रगति के लिए आवश्यक परिवर्तनों को स्वीकार करने के लिए तैयार होगा। अधिक स्वायत्तता सभी मुद्दों का आधार बनेगी। भविष्य में उद्यमिता को आर्थिक विकास का मुख्य चालक के रूप में देखा जाएगा। तकनीकी अप्रचलन सामान्य बात बन जाएगी और अधिक अवकाश के लिए जगह मिलेगी। नए व्यवसायों को अर्थव्यवस्था में नए

प्रकार की नौकरियों के सृजन का श्रेय मिलेगा। नए और छोटे व्यवसाय अपने उत्पाद और सेवा नवाचारों में भी अपने हिस्से से अधिक विकास करेंगे। एक ओर हम तेजी से तकनीकी परिवर्तन देखेंगे, और दूसरी ओर सामाजिक मूल्य प्रणालियां और सांस्कृतिक मुद्दे धीमे लेकिन गतिशील परिवर्तनों से गुजरेंगे।

उद्यमिता विकास प्रक्रिया

नई उद्यमियों की प्रमुख सहायता आवश्यकताओं का उल्लेख करना महत्वपूर्ण है जब हम उद्यमिता विकास को एक राष्ट्र की आर्थिक वृद्धि के उपकरण के रूप में चर्चा करते हैं। उन्हें कई प्रकार की सहायता की आवश्यकता होती है, जिन्हें एक पैकेज के रूप में प्रदान किया जा सकता है। एक उद्यमी को एक उद्यम स्थापित करने और उसे सफलतापूर्वक चलाने के लिए निम्नलिखित प्रकार की सहायता की आवश्यकता होती है। इन सहायता समूहों को मिलाकर एक उद्यमिता विकास चक्र बनता है। ये सहायता समूह हैं:

(क) प्रोत्साहक

प्रोत्साहक गतिविधियाँ उद्यमिता शिक्षा, उद्यमिता के अवसरों की प्रदानगी और चयनित उद्योगों में मार्गदर्शन शामिल हैं, जो समाज में उद्यमिता के उद्भव में मदद करती हैं। यह समर्थन नए उद्यम की शुरुआत करने के लिए उद्यमियों की अच्छी आपूर्ति सुनिश्चित करता है और उन्हें एक उद्यम में सफल होने की क्षमता विकसित करने में मदद करता है।

(ख) सहायक

सहायक गतिविधियाँ उन कार्यों को संदर्भित करती हैं जो उद्यमियों को उद्यम स्थापित करने और उसे सफलतापूर्वक चलाने में सक्षम बनाती हैं। ये संसाधनों और सहायता को संप्रेरित करने में मदद करती हैं।

(ग) स्थिरता

स्थिरता गतिविधियाँ उन प्रयासों को शामिल करती हैं जो उद्यमियों को वास्तविक संचालन की चुनौतियों का सामना करते हुए अपनी स्थिति बनाए रखने में मदद करती हैं। कई उद्यम जो अच्छे से शुरू होते हैं, बाद में कुछ समस्याओं के कारण अनैतिक रूप से समाप्त हो जाते हैं। ऐसे मामले कई होते हैं और ये विशेष रूप से छोटे उद्यमों के क्षेत्र में अधिक महत्वपूर्ण होते हैं।

उपरोक्त गतिविधि समूह एक-दूसरे के पूरक रूप में कार्य करते हैं। इनमें से किसी एक का अभाव या उपेक्षा होने पर अन्य का प्रभाव निष्फल हो सकता है। यदि प्रोत्साहनात्मक गतिविधियों पर अधिक जोर दिया जाए, तो इसके परिणामस्वरूप असफलता और निराशा की अधिक आपूर्ति हो सकती है। इससे पुरुषों और संसाधनों की दृष्टि से राष्ट्रीय स्तर पर अपव्यय होता है। इसी प्रकार, यदि समर्थन गतिविधियों पर अधिक ध्यान केंद्रित किया जाए और अन्य दो की उपेक्षा की जाए, तो ऐसी सुविधाएँ उपलब्ध हो सकती हैं, लेकिन इन्हें उपयोग करने वाले उद्यमियों की संख्या बहुत कम या कोई नहीं हो सकती। जब सतत गतिविधियों पर अत्यधिक जोर दिया जाता है, तो उद्यमों की संख्या में वृद्धि स्थिर हो जाती है। इसलिए यह अत्यंत आवश्यक है कि उद्यमों की आवश्यकताओं की पहचान कुल दृष्टिकोण से की जाए, इससे पहले कि सहायता के पैकेज का निर्धारण किया जाए।

सहायक

1. उद्यमिता शिक्षा
2. उद्यमिता के अवसरों के लिए योजनाबद्ध प्रचार
3. वैज्ञानिक विधियों के माध्यम से संभावित उद्यमियों की पहचान
4. नए उद्यमियों को प्रेरक प्रशिक्षण
5. उत्पाद चयन और परियोजना रिपोर्ट तैयार करने में मदद और मार्गदर्शन
6. प्रौद्योगिकी-आर्थिक जानकारी और उत्पाद लाभ उपलब्ध कराना
7. स्थानीय रूप से उपयुक्त नए उत्पादों और प्रक्रियाओं का विकास
8. उद्यमिता परामर्श और प्रचार के लिए प्रशिक्षण कर्मियों के साथ स्थानीय एजेंसियों की उपलब्धता
9. उद्यमिता मंच का आयोजन

स्थिरता

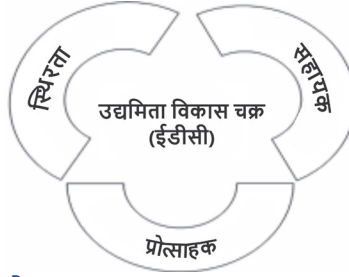
1. आधुनिकीकरण में मदद
2. विविधीकरण/विस्तार/वैकल्पिक उत्पादन में मदद
3. अतिरिक्त वित्तपोषण या पूर्ण क्षमता उपयोग
4. ऋण/ब्याज भुगतान को स्थगित करना
5. औद्योगिक विस्तार परामर्श स्रोत
6. उत्पादन इकाइयाँ/कानूनी/नीति परिवर्तन
7. उत्पाद आरक्षण/विपणन के लिए नए मार्गों का सृजन
8. गुणवत्ता परीक्षण और सेवाओं में सुधार
9. आवश्यकता आधारित सामान्य सुविधाओं का केंद्र

प्रोत्साहक

1. इकाई का पंजीकरण
2. वित्त की व्यवस्था करना
3. भूमि, शेड, बिजली, पानी आदि प्रदान करना
4. मशीनरी चयन और प्राप्ति के लिए मार्गदर्शन
5. दुर्लभ कच्चे माल की आपूर्ति
6. लाइसेंस/आयात लाइसेंस प्राप्त करना
7. सामान्य सुविधाएँ प्रदान करना
8. कर राहत या अन्य सब्सिडी प्रदान करना
9. प्रबंधन परामर्श प्रदान करना
10. उत्पाद विपणन में मदद करना

स्थिरता

1. आधुनिकीकरण में मदद
2. विविधीकरण / विस्तार / वैकल्पिक उत्पादन में मदद
3. अतिरिक्त वित्तपोषण या पूर्ण क्षमता उपयोग
4. ऋण/ब्याज भुगतान को स्थगित करना
5. औद्योगिक विस्तार परामर्श स्रोत
6. उत्पादन इकाइयाँ / कानूनी/ नीति परिवर्तन
7. उत्पाद आरक्षण / विपणन के लिए नए मार्गों का सृजन
8. गुणवत्ता परीक्षण और सेवाओं में सुधार
9. आवश्यकता आधारित सामान्य सुविधाओं का केंद्र



प्रोत्साहक

1. इकाई का पंजीकरण
2. वित्त की व्यवस्था करना
3. भूमि, शेड, बिजली, पानी आदि प्रदान करना
4. मशीनरी चयन और प्राप्ति के लिए मार्गदर्शन
5. दुर्लभ कच्चे माल की आपूर्ति
6. लाइसेंस/आयात लाइसेंस प्राप्त करना
7. सामान्य सुविधाएँ प्रदान करना
8. कर राहत या अन्य सब्सिडी प्रदान करना
9. प्रबंधन परामर्श प्रदान करना
10. उत्पाद विपणन में मदद करना

चित्र 1: नया उद्यम निर्माण

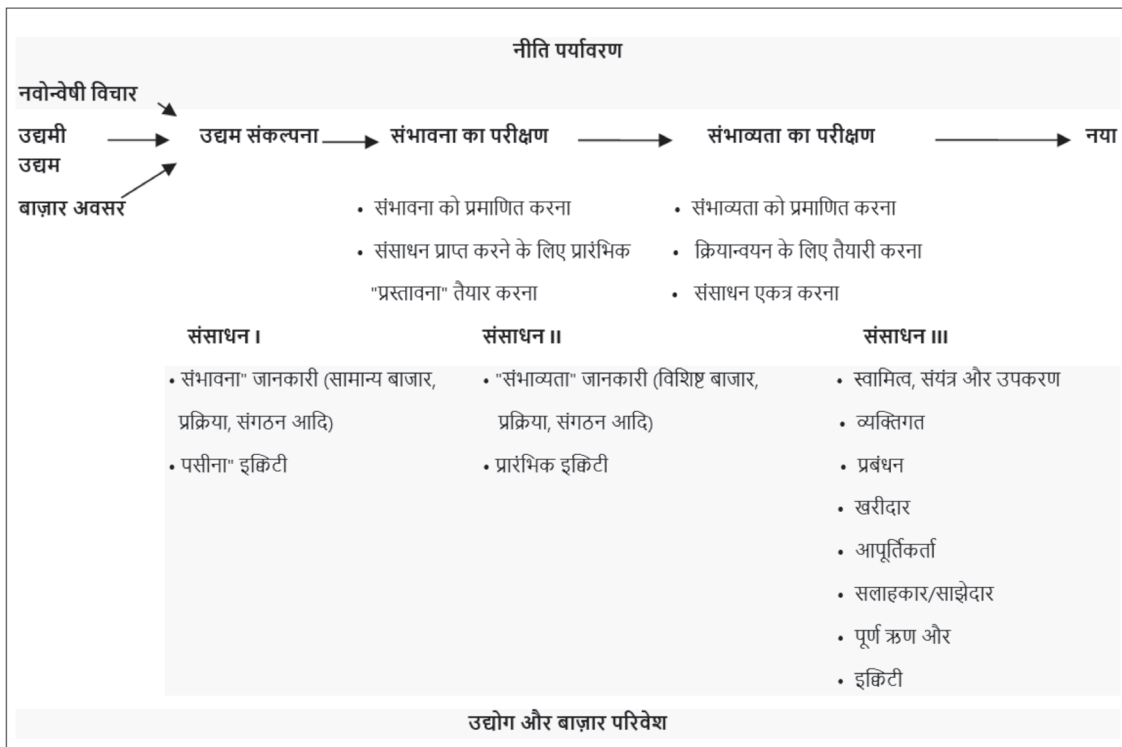
सहायक

1. उद्यमिता शिक्षा
2. उद्यमिता के अवसरों के लिए योजनाबद्ध प्रचार
3. वैज्ञानिक विधियों के माध्यम से संभावित उद्यमियों की पहचान
4. नए उद्यमियों को प्रेरक प्रशिक्षण
5. उत्पाद चयन और परियोजना रिपोर्ट तैयार करने में मदद और मार्गदर्शन
6. प्रौद्योगिकी - आर्थिक जानकारी और उत्पाद लाभ उपलब्ध कराना
7. स्थानीय रूप से उपयुक्त नए उत्पादों और प्रक्रियाओं का विकास
8. उद्यमिता परामर्श और प्रचार के लिए प्रशिक्षण कर्मियों के साथ स्थानीय एजेंसियों की उपलब्धता
9. उद्यमिता मंच का आयोजन

नए उद्यम का विकास और वृद्धि

एक व्यवसाय को संचालित करने और प्रबंधित करने के लिए वित्त, संगठन, उत्पादन, विपणन और उत्पादों के वितरण में विशिष्ट कौशल की आवश्यकता होती है। उद्यमियों को इन कौशलों को प्राप्त करना चाहिए और इन्हें लगातार अद्यतन करना चाहिए ताकि वे एक अच्छी तरह से परिभाषित दीर्घकालिक व्यापार रणनीति के आधार पर अपनी प्रतिस्पर्धी स्थिति को सुनिश्चित और बनाए रख सकें। अक्सर छोटे उद्यम अपने व्यवसायों का प्रबंधन केवल दिन-प्रतिदिन के आधार पर करते हैं और अपनी वृद्धि की क्षमता को पहचान नहीं पाते हैं। इसलिए, प्रशिक्षण इनपुट का ध्यान व्यवसाय के सभी पहलुओं पर केंद्रित होता है और भविष्य की वृद्धि के लिए रणनीतियों पर:

- प्रबंधन कौशल;
- व्यवसाय प्रदर्शन का रिकॉर्डिंग, माप और नियंत्रण; और
- भविष्य की वृद्धि के लिए रणनीतियाँ।



चित्र 2: नया उद्यम निर्माण

उद्यमिता को फलने-फूलने के लिए एक सहायक वातावरण की आवश्यकता होती है। इसलिए, जो लोग ग्रामीण उद्यमिता को बढ़ावा देने में संलग्न हैं, उन्हें केवल राष्ट्रीय/क्षेत्रीय विकास नीतियों को प्रभावित नहीं करना चाहिए, बल्कि राष्ट्रीय और क्षेत्रीय सहायक संस्थाओं के विकास को भी सुविधा प्रदान करनी चाहिए। प्रशिक्षण इनपुट इस बात पर केंद्रित होते हैं कि राष्ट्रीय और स्थानीय सरकार और गैर-सरकारी संस्थाएँ ग्रामीण क्षेत्रों में उद्यमिता संरचना के पुनर्गठन को बढ़ावा देने में किस प्रकार भूमिका निभाती हैं, वित्तीय संस्थाएँ, वाणिज्यिक बैंक, विशेष निधियाँ (संवर्धक समूह), और उद्यम पूंजी कंपनियाँ, नेटवर्किंग का समझना, नेटवर्किंग की अवधारणा, उद्देश्य, लाभ और नेटवर्क स्थापित करने के लिए रणनीति विकसित करना, और संभावित उद्यमियों, नए उद्यम गठन, समुदाय/क्षेत्रीय बुनियादी ढांचे और मौजूदा निजी क्षेत्र के बीच आर्थिक विकास गठबंधनों को बढ़ावा देना।

भारतीय अर्थव्यवस्था में समग्र कारोबारी माहौल का आकलन

भूमिका

1990 के दशक की शुरुआत में आर्थिक सुधार शुरू होने के बाद से, भारत में कारोबारी माहौल में काफी सुधार हुआ है। सुधारों के बाद दुनिया भर के निवेशकों के लिए लेनदेन में भाग लेना आसान हो गया। यह प्रत्यक्ष विदेशी निवेश और व्यापार उदारीकरण द्वारा संभव हुआ। हालाँकि, अमेरिकी वित्तीय प्रणाली का भारतीय अर्थव्यवस्था पर नकारात्मक प्रभाव भी पड़ता है। बेशक, अन्य आशाजनक अर्थव्यवस्थाओं की तुलना में भारत के पास कई फायदे हैं जो वैश्विक आर्थिक संकट के नकारात्मक प्रभाव को कम करने में मदद कर सकते हैं। वैश्विक संकट के बावजूद, भारतीय अर्थव्यवस्था कई व्यावसायिक अवसर प्रदान करती है।

1947 में स्वतंत्रता के बाद, भारत आर्थिक समृद्धि प्राप्त करने के लिए औद्योगीकरण के मार्ग पर चल पड़ा। भारत ने अपना विनिर्माण आधार विकसित करने पर ध्यान केंद्रित किया। देश का विकास कई पंचवर्षीय योजनाओं में हुआ और इस्पात, तेल, रिफाइनरी, सीमेंट और उर्वरक जैसे उद्योग सार्वजनिक क्षेत्र की प्रतिबद्धताओं के तहत आए। तब नीति निर्माताओं ने छोटे उद्योगों के विकास को प्रोत्साहित किया। उन्होंने महसूस किया कि भारत में छोटे उद्योग इस देश के आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएंगे। इसमें रोजगार सृजन की काफी संभावनाएं हैं। छोटे उद्योगों के विकास से विकेंद्रीकृत उद्योगों का विस्तार, धन का बेहतर वितरण और निवेश और उद्यमशीलता प्रतिभा को बढ़ावा मिलता है।

सरकार ने छोटे व्यवसायों के विकास के लिए कई उपाय किये हैं। यह निर्धारित किया गया था कि कुछ उत्पाद केवल लघु उद्योग विभाग द्वारा उत्पादित किए जा सकते हैं। 1999 में, सरकार ने लघु उद्योग, कृषि और ग्रामीण मामलों के मंत्रालय की भी स्थापना की। उद्योग जगत को छोटे औद्योगिक उद्यमों के विकास और हितों के पक्ष में नीतिगत निर्णय लेने चाहिए।

प्रारंभ में, छोटे व्यवसाय को पुराने उपकरणों और अकुशल उत्पादन प्रौद्योगिकियों के साथ पारंपरिक रूप से

श्रम-केंद्रित उद्योग माना जाता था। हालाँकि, हाल ही में स्थिति अलग है। आज, उन्होंने आधुनिक उपकरण स्थापित कर लिए हैं और बेहतर प्रबंधन तकनीकों का उपयोग करते हैं जो पहले की तुलना में कहीं अधिक कुशल हैं।

पूरे देश में, विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रों में, छोटे लेकिन कौशल-आधारित उद्योग हैं जो उत्पादन कौशल को एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक स्थानांतरित करते हैं।

ये व्यवसाय आम तौर पर हस्तनिर्मित वस्त्र, लकड़ी की नक्काशी, पत्थर की नक्काशी, धातु के बर्तन आदि का उत्पादन करते हैं। यहाँ तक कि शहरों में भी छोटी विनिर्माण इकाइयाँ होती हैं जो अक्सर अधिकतम उत्पादन के लिए जिम्मेदार होती हैं।

सरल भाषा में बिजनेस का मतलब सामान खरीदना और बेचना है। यह किसी कंपनी का उपभोक्ताओं को लाभ के लिए सामान और सेवाएँ प्रदान करने का संगठित प्रयास है। यह सरल समझ समकालीन वैश्विक व्यापार में पर्यावरण की भूमिका का आकलन करने तक ही सीमित है। बेहतर ढंग से समझने के लिए, आधुनिक व्यवसाय को एक जटिल क्षेत्र के रूप में परिभाषित किया जा सकता है जिसमें औद्योगिक और वाणिज्यिक दोनों गतिविधियाँ शामिल हैं। यह गतिविधि, एक ओर, समाज की आवश्यकताओं और इच्छाओं को संतुष्ट करती है, और दूसरी ओर, कंपनियों को लाभ भी पहुँचाती है।

व्यावसायिक वातावरण का महत्व

लोगों की तरह, कंपनियाँ भी अलग-अलग अस्तित्व में नहीं होतीं। प्रत्येक कंपनी अपने आप में एक द्वीप नहीं है। यह पर्यावरण में अपने तत्वों और शक्तियों के अनुसार जीवित रहता है और बढ़ता है। हालाँकि व्यक्तिगत कंपनियों में इन ताकतों को बदलने या नियंत्रित करने की क्षमता बहुत कम होती है, लेकिन उनके पास प्रतिक्रिया करने या अनुकूलन करने के अलावा कोई विकल्प नहीं होता है। पर्यावरण की बेहतर समझ प्रबंधकों को न केवल ताकतों की पहचान और आकलन करने की अनुमति देती है, बल्कि संगठन के बाहर की ताकतों का जवाब देने की भी अनुमति देती है। व्यावसायिक वातावरण के महत्व और प्रबंधन द्वारा इसकी धारणा को निम्नलिखित तथ्यों से समझा जा सकता है।

(i) यह अवसरों की पहचान करने और पहला लाभ प्राप्त करने में सक्षम बनाता है: अवसर सकारात्मक बाहरी रुझानों या परिवर्तनों को संदर्भित करते हैं जो किसी कंपनी को अपने प्रदर्शन को बेहतर बनाने में मदद करते हैं। पर्यावरण व्यावसायिक सफलता के अनगिनत अवसर प्रदान करता है। अवसरों की शीघ्र पहचान करने से कंपनी को प्रतिस्पर्धा में हारने के बजाय उनका लाभ उठाने में सबसे पहले मदद मिलती है। उदाहरण के लिए, मारुति उद्योग छोटी कारों के बाजार में अग्रणी बन गया क्योंकि इसने सबसे पहले तेल की बढ़ती कीमतों और भारत में एक बड़े मध्यम वर्ग के सामने छोटी कारों की आवश्यकता को पहचाना था।

(ii) यह खतरों और प्रारंभिक चेतावनी संकेतों की पहचान करने में मदद करता है: खतरा बाहरी वातावरण में रुझान या बदलाव को संदर्भित करता है जो कंपनी के प्रदर्शन को प्रभावित कर सकता है। अवसरों के अलावा, पर्यावरण में अनेक खतरे भी मौजूद हैं। पर्यावरण जागरूकता प्रबंधकों को विभिन्न जोखिमों को समय पर पहचानने में मदद करती है और प्रारंभिक चेतावनी संकेत के रूप में कार्य करती है। उदाहरण के लिए, यदि किसी भारतीय कंपनी

को पता चलता है कि एक विदेशी बहुराष्ट्रीय कंपनी ने हाल ही में भारतीय बाजार में प्रवेश किया है, तो इसे एक खतरे के संकेत के रूप में काम करना चाहिए। इस जानकारी के आधार पर, भारतीय कंपनियां उत्पाद की गुणवत्ता में सुधार, उत्पादन लागत कम करने और आक्रामक विज्ञापन आयोजित करने जैसे उपाय करके खतरों का सामना करने के लिए बेहतर ढंग से तैयार हो सकती हैं।

(iii) यह उपयोगी संसाधनों के दोहन में मदद करता है: व्यवसाय करने के लिए पर्यावरण विभिन्न संसाधनों का एक स्रोत है। किसी भी प्रकार की गतिविधि को अंजाम देने के लिए, एक कंपनी विभिन्न संसाधनों को एकीकृत करती है जिन्हें इनपुट कहा जाता है जैसे वित्त, उपकरण, कच्चा माल, बिजली और पानी, श्रम, आदि। इसके परिवेश में फाइनेंसर, सरकार और आपूर्तिकर्ता शामिल हैं। वे कंपनी से बदले में कुछ प्राप्त करने की उम्मीद में इन संसाधनों का निवेश करने का निर्णय लेते हैं। उदाहरण के लिए, कंपनी अपने उत्पादों को पर्यावरण के लिए आपूर्ति करती है। उदाहरण के लिए, ग्राहकों को वस्तुएँ और सेवाएँ, सरकार को करों का भुगतान, निवेशकों को वित्तीय निवेश से आय, आदि। चूंकि कंपनी इनपुट या संसाधनों और आउटपुट के स्रोत के रूप में पर्यावरण पर निर्भर करती है, इसका मतलब केवल यह है कि कंपनी ने ऐसी नीतियां विकसित की हैं जो संसाधनों को पर्यावरणीय उत्पादों में परिवर्तित करने के लिए आवश्यक संसाधन प्राप्त करने की अनुमति देती हैं। पर्यावरण क्या पेशकश करता है, इसे समझकर इसे बेहतर ढंग से हासिल किया जा सकता है।

(iv) यह तेजी से होने वाले बदलावों से निपटने में मदद करता है: आज का कारोबारी माहौल तेज, गतिशील और तेजी से बदल रहा है। इसलिए परिवर्तन की गति को बदलना बहुत जरूरी है। आज के कारोबारी माहौल का वर्णन करने के लिए उपयोग की जाने वाली छवियों में अशांत बाजार की स्थिति, कम ब्रांड निष्ठा, बाजार का विखंडन और विखंडन, अधिक मांग वाले ग्राहक और तेजी से बदलते बदलाव और तीव्र वैश्विक प्रतिस्पर्धा शामिल हैं। सभी आकार और प्रकार की कंपनियों को एक गतिशील वातावरण का सामना करना पड़ता है। इन महत्वपूर्ण परिवर्तनों को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने के लिए, प्रबंधकों को पर्यावरण को समझना और उस पर विचार करना चाहिए और उचित दृष्टिकोण विकसित करना चाहिए।

(v) यह योजना और नीति निर्माण में सहायता करने में मदद करता है: चूंकि पर्यावरण कंपनियों के लिए अवसरों और जोखिमों का एक स्रोत है, इसलिए इसकी समझ और विश्लेषण भविष्य की कार्यवाइयों (योजनाओं) को निर्धारित करने और निर्णय लेने की नीतियों (नीतियों) को तैयार करने का आधार है। उदाहरण के लिए, बाजार में नए प्रवेशकों के प्रवेश का मतलब प्रतिस्पर्धा में वृद्धि है, और कंपनियों को इस बात पर पुनर्विचार करने की आवश्यकता हो सकती है कि वे इस स्थिति से कैसे निपटें।

(vi) प्रदर्शन को बेहतर बनाने में मदद करता है: व्यावसायिक माहौल को समझने का अंतिम कारण इस बात पर निर्भर करता है कि क्या यह वास्तव में व्यावसायिक प्रदर्शन में कोई फर्क डालता है। इसका उत्तर यह है कि इससे फर्क पड़ता दिख रहा है। कई अध्ययनों से पता चला है कि किसी कंपनी का भविष्य उसके वातावरण में क्या हो रहा है उससे निकटता से जुड़ा हुआ है। और यह ऐसी कंपनियां हैं जो लगातार अपने पर्यावरण की निगरानी करती हैं और अच्छी व्यावसायिक प्रथाओं को अपनाती हैं जो न केवल उनके वर्तमान प्रदर्शन में सुधार करती हैं, बल्कि लंबी अवधि में बाजार में भी सफल रहती हैं।

भारत में आर्थिक वातावरण

बड़े औद्योगिक उद्यमों के विकास और विस्तार में बाधक बाधाओं को दूर करने के लिए आवश्यक उपाय किए गए हैं। लघु उद्योग क्षेत्र को हर समर्थन और उचित मान्यता की गारंटी दी गई। संक्षेप में, इन नीतियों का उद्देश्य उद्योग को लाइसेंसिंग प्रणाली (उदारीकरण) के बंधनों से मुक्त करना, सार्वजनिक क्षेत्र की भूमिका को तेजी से कम करना (निजीकरण), और भारत के औद्योगिक विकास (वैश्वीकरण) में विदेशी निजी क्षेत्र की भागीदारी को प्रोत्साहित करना है।

उदारीकरण: भारतीयों को आज़ाद करने और व्यापार और उद्योग को सभी अनावश्यक नियमों और प्रतिबंधों से मुक्त करने के उद्देश्य से आर्थिक सुधार शुरू हुए। उन्होंने लाइसेंस कोटा प्रतिबंध समाप्त करने की घोषणा की। भारतीय उद्योग का उदारीकरण इस दृष्टि से किया गया था: (i) कुछ को छोड़कर अधिकांश उद्योगों में लाइसेंसिंग आवश्यकताओं को समाप्त करना, (ii) व्यावसायिक गतिविधियों का दायरा तय करने की स्वतंत्रता, (iii) व्यावसायिक गतिविधियों का विस्तार या कर्मचारियों की कटौती पर कोई प्रतिबंध नहीं, (iv) वस्तुओं और सेवाओं की आवाजाही पर प्रतिबंध हटाना; (v) कर दरों को कम करना और अनावश्यक प्रतिबंधों को हटाना। निर्यात और आयात को सुविधाजनक बनाना और (vi) भारत में विदेशी पूंजी और प्रौद्योगिकी के आकर्षण को सुविधाजनक बनाना।

निजीकरण: नए आर्थिक सुधारों का उद्देश्य निजी क्षेत्र को राष्ट्र निर्माण प्रक्रिया में बड़ी भूमिका देना और सार्वजनिक क्षेत्र की भूमिका को कम करना है। यह भारतीय योजनाकारों की पिछली विकास रणनीति से एक बदलाव था। इस लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए, सरकार ने 1991 की नई औद्योगिक नीति में सार्वजनिक क्षेत्र की भूमिका को संशोधित किया, सार्वजनिक क्षेत्र के निवेश में कमी का प्रावधान किया, और लाभहीन और संकटग्रस्त औद्योगिक क्षेत्र की कंपनियों को वित्तीय पुनर्निर्माण बोर्ड में स्थानांतरित करने का निर्णय लिया। विनिवेश सार्वजनिक क्षेत्र की कंपनियों का निजी क्षेत्र में स्थानांतरण है। इससे सार्वजनिक कंपनियों में राज्य की हिस्सेदारी में कमी आती है। यदि राज्य के स्वामित्व का हिस्सा 51 प्रतिशत से अधिक कम हो जाता है, तो इसके परिणामस्वरूप कंपनी का स्वामित्व और प्रबंधन निजी क्षेत्र को हस्तांतरित हो जाएगा।

वैश्वीकरण: वैश्वीकरण विभिन्न विश्व अर्थव्यवस्थाओं का एकीकरण है, जिससे एक समन्वित विश्व अर्थव्यवस्था का उदय होता है। 1991 तक, सरकार की नीति मूल्य और मात्रा के संदर्भ में भारत में आयात की सख्ती से निगरानी करने की थी। ये आयोग आयात लाइसेंस, सीमा शुल्क प्रतिबंध और मात्रात्मक प्रतिबंध से संबंधित हैं। आयात को उदार बनाने, टैरिफ संरचना को तर्कसंगत बनाकर निर्यात को बढ़ावा देने और मौद्रिक संबंधों में सुधार करने के उद्देश्य से व्यापार को उदार बनाने के उद्देश्य से नए आर्थिक सुधार किए गए ताकि देश बाकी दुनिया से अलग न हो जाए। वैश्वीकरण के लिए विश्व अर्थव्यवस्था में विभिन्न देशों के बीच परस्पर क्रिया और परस्पर निर्भरता के बढ़ते स्तर की आवश्यकता है। भौतिक भौगोलिक अंतर और राजनीतिक प्रतिबंध अब कंपनियों के लिए भौगोलिक रूप से दूर के बाजारों में ग्राहकों की सेवा करने में बाधा नहीं बनते हैं। यह तीव्र विकास सरकारी प्रौद्योगिकी और मुक्त व्यापार नीतियों द्वारा संभव हुआ। 1991 की नीति के माध्यम से, भारत सरकार देश को वैश्वीकरण के इस पैटर्न में ले आई।

उदारीकरण के बाद: उदारीकरण के बाद आर्थिक स्थिति में काफी सुधार हुआ। सरकार ने विभिन्न उपायों के माध्यम से छोटे व्यवसायों का भी समर्थन किया है। 1990 के दशक की शुरुआत में भारत में शुरू की गई नई आर्थिक नीति

के पाँच मुख्य घटक थे:

- (i) निर्यात बढ़ाने के लिए भारतीय रुपये का अवमूल्यन।
- (ii) आंतरिक व्यापार पर राज्य का नियंत्रण हटाना।
- (iii) सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों का निजीकरण और हस्तांतरण।
- (iv) राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा बढ़ाने के लिए एकाधिकार बाजारों का उदारीकरण।
- (v) भारतीय बाज़ार को विदेशी कंपनियों के लिए खोलकर वैश्वीकरण।

मूलतः, नई आर्थिक नीति भारतीय अर्थव्यवस्था का एक व्यापक और क्रांतिकारी परिवर्तन थी। नई आर्थिक नीति के तहत, ऊर्जा, दूरसंचार, सड़क, बंदरगाह और नागरिक उड्डयन जैसे बुनियादी ढांचा क्षेत्रों को उदार बनाया गया और प्रत्यक्ष विदेशी निवेश किया गया और निजीकरण किया गया। एक कुशल और आज्ञाकारी कार्यबल आर्थिक विकास के लिए महत्वपूर्ण है। यह तकनीकी संस्थानों, प्रबंधन संस्थानों, बिजनेस स्कूलों, सूचना प्रौद्योगिकी संस्थानों आदि द्वारा प्रस्तुत किया जाता है। अत्यधिक उच्च क्रय शक्ति वाले मध्यम वर्ग की बढ़ती आय उपभोक्ता अर्थव्यवस्था और समग्र रूप से देश की अर्थव्यवस्था के विकास का समर्थन करती है। गौरतलब है कि राष्ट्रीय ग्रामीण रोजगार गारंटी अधिनियम (नरेगा) का कार्यान्वयन लोगों की क्रय शक्ति बढ़ाने के लिए जिम्मेदार है। वे आर्थिक मंदी से लड़ने में भी मदद करते हैं।

आधुनिक व्यवसाय की प्रकृति

आधुनिक कंपनियों की मुख्य विशेषताएं आकार, एकाधिकार प्रकृति, विविधता, वैश्विक उपस्थिति, तकनीकी अभिविन्यास और सरकारी विनियमन हैं।

क) उद्यमों का दायरा बड़ा है: आधुनिक उद्यमों का दायरा बड़ा है। हालाँकि भारत में निजी कंपनियों का कारोबार विकसित देशों की कुछ कंपनियों जितना अधिक नहीं है, फिर भी यह विकासशील देशों की तुलना में महत्वपूर्ण है। यह पश्चिमी देशों की कई मध्यम आकार की कंपनियों के साथ भी संगत है। निजी क्षेत्र के कुछ सबसे प्रमुख संगठनों में रिलायंस, टाटा, लार्सन एंड टुब्रो, भारती एयरटेल और अदानी शामिल हैं।

ख) ओलिगोपोलिस्टिक प्रकृति: एक अल्पाधिकार की विशेषता सजातीय या विभेदित उत्पादों का उत्पादन करने वाली कंपनियों की एक छोटी संख्या है।

ग) विविधीकरण: आज, बढ़ने और विस्तार करने के लिए, व्यावसायिक घराने विविधीकरण की नीति का पालन करते हैं। टाटा भारत का एक प्रमुख आर्थिक संगठन है। पोर्टफोलियो विविध है और इसमें विभिन्न ऑटोमोबाइल, धातुकर्म, बीमा, दूरसंचार आदि शामिल हैं। रिलायंस समूह के पास पेट्रोलियम, दूरसंचार, कपड़ा आदि में भी एक विविध पोर्टफोलियो है।

घ) वैश्विक उपस्थिति: उदारीकरण और व्यापार प्रतिबंधों में कमी के साथ, विदेश में व्यापार करने से कंपनी के संगठन का भी विस्तार होता है। भारतीय कंपनियाँ जैसे रिलायंस, रैनबैक्सी, सुंदरम, बजाज ऑटो, टाटा, आदि। वे अपने उत्पादों को दुनिया भर के विभिन्न देशों में निर्यात भी करते हैं।

ई) प्रौद्योगिकी संचालित: कई उपभोक्ताओं की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए, आधुनिक व्यावसायिक संगठन नई प्रौद्योगिकियों को अपना रहे हैं और नए उत्पाद लॉन्च कर रहे हैं। वे अपना अधिकांश बजट शोध-उन्मुख कार्यों पर खर्च करते हैं। उन्हें नई तकनीक को अपनी गतिविधियों में एकीकृत करने का निर्देश दिया गया।

च) सरकारी विनियमन: उदारवाद ने सरकार के आकार को भी कम कर दिया, लेकिन एकाधिकार और पर्यावरण प्रदूषण जैसी बाजार विफलताओं को ठीक करने के लिए व्यवसायियों पर सरकारी नियंत्रण भी आवश्यक है। इसके अलावा, सरकार वित्तीय और राजकोषीय उपायों के माध्यम से एक स्थिर पूंजी बाजार बनाने की कोशिश कर रही है।

भारतीय अर्थव्यवस्था में व्यावसायिक वातावरण

1. मजबूत विकास गति

- क) 1991 से उदारीकरण की निरंतर प्रगति
- ख) विदेशी सौदे और उद्यम के लिए बेहतर खुलापन
- ग) निर्यात-उन्मुख आईटी और बीपीओ उद्योगों में तेजी से विस्तार

2. अवसर

- क) बड़ा और तेजी से बढ़ता घरेलू बाजार
- ख) बड़ी और कम लागत वाली श्रम शक्ति
- ग) इंजीनियरिंग/आईटी/अंग्रेजी भाषा कौशल
- घ) कच्चे माल की बड़ी उपलब्धता
- ङ) राजनीतिक स्थिरता, आर्थिक नीतियों पर सहमति

3. विकास में बाधाएँ

- क) उच्च आर्थिक घाटा, अधिक जनसंख्या और निजी निवेश बुनियादी ढाँचे की बाधाएँ
- ख) वाणिज्य पर व्यापक सरकारी कब्ज़ा और बैंकिंग में प्रभुत्व
- ग) आयात शुल्क और जटिल कर व्यवस्थाएँ
- घ) कई क्षेत्रों में प्रत्यक्ष विदेशी निवेश पर प्रतिबंध
- ङ) व्यवसाय करने की अनुपातहीन लागत

व्यापार और उद्योग पर सरकारी नीति परिवर्तन का प्रभाव

सरकार की उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण की नीति ने व्यापार और उद्योग में उद्यमों के कामकाज पर महत्वपूर्ण प्रभाव बना दिया है। भारतीय कॉर्पोरेट सरकारी नीतिगत बदलावों के कारण इस क्षेत्र को कई चुनौतियों का सामना करना पड़ा है। इन चुनौतियों को इस प्रकार समझाया जा सकता है:

(i) बढ़ती प्रतिस्पर्धा: औद्योगिक लाइसेंसिंग और प्रवेश के नियमों में बदलाव के परिणामस्वरूप विदेशी फर्मों के कारण, भारतीय फर्मों के लिए प्रतिस्पर्धा विशेष रूप से सेवा उद्योगों में बढ़ गई है, जैसे कि दूरसंचार, एयरलाइंस,

बैंकिंग, बीमा आदि, जो पहले सार्वजनिक क्षेत्र में थे।

(ii) अधिक मांग वाले ग्राहक: आज ग्राहक अधिक मांग वाले हो गए हैं क्योंकि वे अच्छी तरह से अधिसूचित हैं। बाज़ार में बढ़ती प्रतिस्पर्धा से ग्राहकों को बेहतर गुणवत्ता वाली वस्तुओं और सेवाओं को खरीदने के लिए व्यापक विकल्प मिलते हैं।

(iii) तेजी से बदलता तकनीकी वातावरण: बढ़ती प्रतिस्पर्धा कंपनियों को मजबूर करती है कि वे बाज़ार में टिके रहने और बढ़ने के नए तरीके विकसित करें। नई प्रौद्योगिकियाँ मशीनों, प्रक्रियाओं, उत्पादों और सेवाओं में सुधार करना संभव बनाती हैं। तेजी से बदलता तकनीकी वातावरण छोटी कंपनियों के सामने कड़ी चुनौतियाँ पैदा करता है।

(iv) परिवर्तन की आवश्यकता: 1991 से पहले के युग के विनियमित वातावरण में, कंपनियाँ अपेक्षाकृत स्थिर नीतियाँ और प्रथाएं अपना सकती थीं। 1991 के बाद बाजार की शक्तियाँ अशांत हो गई हैं, जिसके परिणामस्वरूप उद्यमों को अपने परिचालन में लगातार संशोधन करना पड़ता है।

(v) मानव संसाधन विकसित करने की आवश्यकता: भारतीय उद्यमों को लंबे समय से अपर्याप्त रूप से प्रशिक्षित कार्मिकों के कारण नुकसान उठाना पड़ रहा है। नई बाज़ार स्थितियों के लिए उच्च क्षमता वाले लोगों की आवश्यकता है, जो योग्यता और अधिक प्रतिबद्धता रखते हों। अतः मानव संसाधन विकसित करने की आवश्यकता है।

(vi) बाजार उन्मुखीकरण: पहले कंपनियाँ पहले उत्पादन करती थीं और बाद में बिक्री के लिए बाजार में जाती थीं। दूसरे शब्दों में, उनके पास उत्पादन उन्मुख विपणन कार्य थे। तेजी से बदलती दुनिया में, वहाँ बाजार उन्मुखीकरण की ओर एक बदलाव है, क्योंकि कंपनियों को पहले बाजार का अध्ययन और विश्लेषण करना होता है और तदनुसार माल का उत्पादन करना चाहिए।

(vii) सार्वजनिक क्षेत्र को बजटीय सहायता की हानि: केंद्र सरकार की बजटीय सार्वजनिक क्षेत्र के परिव्यय के वित्तपोषण के लिए समर्थन में पिछले कुछ वर्षों में गिरावट आई है। सार्वजनिक क्षेत्र उपक्रमों ने महसूस किया है कि, जीवित रहने और बढ़ने के लिए, उन्हें और अधिक कुशल होना होगा और इस उद्देश्य के लिए अपने स्वयं के संसाधन उत्पन्न करने होंगे। कुल मिलाकर सरकार का असर, विशेषकर उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण के संबंध में, नीतिगत परिवर्तन किए गए हैं सकारात्मक क्योंकि भारतीय व्यापार और उद्योग ने नई आर्थिक व्यवस्था से निपटने में काफी लचीलापन दिखाया है। भारतीय उद्यमों ने रणनीतियाँ विकसित की हैं और व्यावसायिक प्रक्रियाओं को अपनाया है प्रतिस्पर्धा की चुनौती का सामना करने के लिए। वे अधिक ग्राहक-केंद्रित हो गए हैं और ग्राहक संबंध और संतोष में सुधार के लिए उपाय अपनाए गए हैं।

वैश्वीकरण और उभरते व्यापार/उद्यम संबंधी मुद्दे

वैश्वीकरण का संबंध बढ़ते आर्थिक खुलेपन, राष्ट्रों के बीच, बढ़ती आर्थिक परस्पर निर्भरता और आर्थिक एकीकरण को गहरा करने से है।

वैश्वीकरण की प्रमुख विशेषताएँ हैं

आर्थिक विशेषताएं: व्यापार में विस्तार, प्रत्यक्ष विदेशी निवेश और पूंजी प्रवाह; द्रव्यमान उत्पादन और उपयोग; वैश्विक प्रतियोगिता; व्यापार और निवेश उदारीकरण नीतियाँ।

गैर-आर्थिक विशेषताएं: राष्ट्रीय प्रभुत्व का नुकसान; मूल्यों और संस्कृतियों की समानता। उद्यमियों को उन अवसरों और भय की पहचान करनी चाहिए, जो विकासशील देशों में वैश्वीकरण से उत्पन्न होते हैं। उनमें से कुछ इस प्रकार हैं।

अवसर

- ✓ नवीन और बेहतर गुणवत्ता वाले उत्पादों और सेवाओं के निर्माण का अवसर उन्हें दूसरे देशों में निर्यात करना।
- ✓ उद्योग और सेवाओं के विकास के लिए उत्साहजनक बाजार तैयार करना।

धमकियाँ

- ✓ बीज बाजार पर अंतरराष्ट्रीय कंपनियों का प्रभुत्व और प्रतिकूलता किसानों के बीज बचाने और बेचने के पारंपरिक संवैधानिक अधिकारों पर प्रभाव डाल रही है।
- ✓ सब्सिडी में कमी के परिणामस्वरूप उनकी लागत में वृद्धि हुई है और छोटे किसानों द्वारा कम मात्रा में उपयोग किया जा रहा है, विशेषकर सीमांत किसानों द्वारा।
- ✓ बाहर से कम लागत वाले कृषि और औद्योगिक उत्पादों का आयात और निष्कासन देश के आदिवासी उत्पादन को हानिकारक रूप से प्रभावित कर रहा है।

- ✓ प्रतिपूर्ति ज्यादातर बड़े और अमीर किसानों के लिए जमा होती है, क्योंकि छोटे किसान निर्यात-उन्मुख उत्पादन के लिए नहीं जा सकते।
- ✓ खाद्यान्न की कीमत में वृद्धि।

वैश्विक पर्यावरण में उद्यमिता- आर्थिक सामाजिक, सांस्कृतिक और वित्तीय निहितार्थ

किसी देश में आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, वित्तीय और कठोर वातावरण प्रकृति को प्रभावित करता है उद्यमिता का विकास।

उद्यमिता की पूर्वपेक्षाएँ

- ✓ धन तक पहुंच
- ✓ सही विनियामक और कर वातावरण
- ✓ उच्च व्यक्तिगत और कर दरें जोखिम लेने की क्षमता को काफी कम कर सकती हैं उद्यमियों के लिए।
- ✓ जिसमें सामाजिक एवं सांस्कृतिक वातावरण सबसे महत्वपूर्ण पूर्व शर्त है, उपलब्धि और धन सृजन को उच्च सम्मान में रखा जाता है।
- ✓ जिन देशों में उद्यमियों के इरादों को संदिग्ध माना जाता है, वहां उनकी वित्तीय लाभ पर सवाल उठाया गया है।
- ✓ कुछ देशों में, किसी उद्यमी की विफलता किसी व्यक्ति का करियर खत्म कर सकती है।
- ✓ फिर भी कुछ देश दूसरे सर्वश्रेष्ठ, वीर उपविजेता के लिए सामूहिक प्राथमिकता प्रदर्शित करते हैं, जो गरीब है लेकिन नेक है। इन गहरी जड़ें जमा चुकी सामाजिक और सांस्कृतिक वास्तविकताओं को लघु अवधि में नहीं बदला जा सकता। हालाँकि, सफल कंपनियाँ प्रोत्साहित करने और पुरस्कृत करने के तरीके खोज सकती हैं, सामाजिक मानदंडों के अनुरूप उद्यमशीलता का व्यवहार।

दुनिया भर में उद्यमिता के लिए कामकाजी मॉडल

अर्थव्यवस्था में सरकार की भागीदारी और समाज की व्यक्तिगत और सामूहिक कार्रवाई के आकलन के आधार पर, एक्सेंचर ने उन परिस्थितियों को समझने के लिए तीन मॉडल विकसित किए हैं जिनके तहत उद्यमिता फल-फूल सकती है।

- ✓ **मुक्त बाज़ार मॉडल: उदाहरण: संयुक्त राज्य अमेरिका और कनाडा**
 - सरकार की भूमिका पक्षपातपूर्ण है
 - सार्वजनिक नीति उद्यमशीलता संस्कृति के लिए आवश्यक बुनियादी वातावरण तैयार कर सकती है। लेकिन बाकी सब निजी क्षेत्र पर निर्भर करता है।
 - यह मॉडल उस संस्कृति में पनपता है जो उद्यमशीलता की सफलता का जश्न मनाती है।
 - कर गठन पहल और वित्तीय लाभ को पुरस्कृत करता है।
 - सामाजिक सुरक्षा का स्तर निम्न है।

- ✓ **निर्देशित व्यक्तिवाद मॉडल: उदाहरण: सिंगापुर और ताइवान**
 - यह व्यक्तिगत उद्यम के प्रोत्साहन पर आधारित है।
 - सार्वजनिक नीति संकेत द्वारा उद्यमशीलता गतिविधि का व्यापक दायरा निर्धारित करती है।
 - ऐसे क्षेत्र/उद्योग जिनमें उद्यमशीलता ऊर्जा को निर्देशित किया जा सकता है।
- ✓ **सामाजिक लोकतांत्रिक मॉडल: पूर्व, स्वीडन, जर्मनी**
 - यह सामाजिक कल्याण पर जोर देने के साथ उद्यमिता को बढ़ावा देने को जोड़ता है।
 - देश आर्थिक और सामाजिक सहमति के आधार पर एक प्रकार की सामाजिक साझेदारी बनाते हैं।
 - सभी साझेदारों का अवलोकन।

देशों की उद्यमशील संस्कृति की विशेषताएँ

i) प्रत्येक देश को अर्थव्यवस्था में व्यवसाय में सरकारी भागीदारी का निर्धारण करते समय निम्नलिखित पर विचार करना चाहिए:

- कर की दर
- सार्वजनिक स्वामित्व किस हद तक उचित माना जाता है?
- कोई देश कानूनों के एक सेट के माध्यम से अपनी अर्थव्यवस्था का प्रबंधन कैसे करता है।
- व्यापार और विदेशी निवेश की रक्षा और बढ़ावा देने की इच्छा।
- श्रम कानून, नियम और शर्तें

भारतीय अर्थव्यवस्था की विशिष्ट विशेषताएँ

भारत में निजी और राज्य के स्वामित्व वाली कंपनियों की प्रधानता वाली मिश्रित अर्थव्यवस्था है। भारतीय संविधान उत्पादन के साधनों के निजी स्वामित्व को मान्यता देता है। इस प्रकार, सार्वजनिक क्षेत्र में निजी क्षेत्र भी मौजूद है। स्वतंत्रता के समय अर्थव्यवस्था के कई क्षेत्रों को सरकार द्वारा सार्वजनिक क्षेत्र में विकसित किया गया क्योंकि इसमें भारी संसाधनों की आवश्यकता होती थी और मुनाफा कमाने में काफी समय लगता था। हालाँकि भारतीय बाज़ार तंत्र अभी भी सरकारी नियंत्रण से पूरी तरह स्वतंत्र नहीं है, फिर भी यह भारतीय अर्थव्यवस्था में एक महत्वपूर्ण स्थान रखता है। 1991 में उदारीकरण के बाद से, निजी क्षेत्र सार्वजनिक क्षेत्र की तुलना में बहुत तेजी से बढ़ा है।

- I. कम प्रति व्यक्ति आय: 2019 में भारत की प्रति व्यक्ति आय 100,000 करोड़ रुपये प्रति वर्ष थी। दुनिया के विकसित देशों की तुलना में भारत की प्रति व्यक्ति आय बहुत कम है।
- II. असमान आय वितरण और गरीबी: आय असमानता को घरेलू वस्तुओं पर असमान खर्च से मापा जाता है। भारत में भी गरीबी व्यापक है। इसलिए, आज़ादी के 60 साल बाद भी, ऐसी ख़राब स्थितियाँ किसी व्यवसाय के समुचित विकास के लिए हानिकारक हैं। गरीबी रेखा से नीचे के लोग निर्मित वस्तुओं की मांग नहीं कर सकते।

- III. कृषि अर्थव्यवस्था: भारत को कृषि प्रधान देश कहा जाता है। तब, स्वतंत्रता के समय, लगभग 70% लोग (अब लगभग 48% जनसंख्या) अपनी आजीविका के लिए कृषि पर निर्भर थे। इस आंकड़े में ज्यादा बदलाव नहीं हुआ है। यह संख्या थोड़ी ही कम हुई है। 2018-19 में जीडीपी में कृषि और संबद्ध क्षेत्रों का योगदान लगभग 17 प्रतिशत था। यह आंकड़ा अभी भी कई तीसरी दुनिया के देशों जैसे अर्जेंटीना, ब्राजील, मैक्सिको आदि से अधिक है, जहां कृषि का सकल घरेलू उत्पाद का लगभग 10% हिस्सा है। कम उत्पादकता के कारण कृषि क्षेत्र पर निर्भर लोगों की क्रय शक्ति औद्योगिक क्षेत्र की तुलना में कम है।
- VI. बड़ी जनसंख्या: चीन के बाद भारत दूसरा सबसे अधिक आबादी वाला देश है। इससे मौजूदा प्राकृतिक संसाधनों पर भारी दबाव पड़ता है।
- V. बेरोज़गारी: उच्च जनसंख्या वृद्धि के अलावा, भारतीय अर्थव्यवस्था में उच्च स्तर की बेरोज़गारी और अल्प-रोज़गार की विशेषता भी है।
- VI. पूंजी की कमी: भारत में बचत और निवेश की दर बहुत धीमी गति से बढ़ रही है और केवल मध्यम विकास दर ही हासिल की जा सकती है। इससे पूंजी की कमी हो जाती है, जो कंपनी को तेजी से बढ़ने से रोकती है। इससे नई तकनीकों को लागू करना मुश्किल हो जाता है।
- VII. तकनीकी पिछड़ापन. आधुनिक वैश्वीकरण के संदर्भ में किसी भी कंपनी की सफलता अत्यधिक प्रतिस्पर्धी दुनिया में नवीनतम तकनीकों के कार्यान्वयन पर निर्भर करती है। आधुनिक, उन्नत प्रौद्योगिकियाँ तटस्थ हैं, लेकिन संसाधन तटस्थ नहीं। यह कई छोटे और सीमांत किसानों को नवीनतम कृषि तकनीकों को अपनाने से रोकता है।
- VIII. सीमित उद्यमशीलता क्षमता: एक उद्यमी जोखिम लेता है और नई कंपनियां शुरू करता है। इससे आर्थिक उन्नति होती है। दुर्भाग्य से, भारत में केवल सीमित संख्या में लोगों के पास उद्यमशीलता कौशल है।

समग्र व्यावसायिक वातावरण का आकलन करना

भारत वैश्विक अर्थव्यवस्था में एक प्रमुख खिलाड़ी है। भारतीय अर्थव्यवस्था बहुत विविधतापूर्ण है। विविधता कृषि से लेकर नवीनतम तकनीक तक है। हालाँकि कृषि एक बड़े कार्यबल को रोजगार देती है, लेकिन सकल घरेलू उत्पाद में इसका योगदान छोटा है। यह अभी भी प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष श्रम बल का लगभग 65-70% हिस्सा है। इस स्थिति ने भारतीय अर्थव्यवस्था पर दबाव डाला है। श्रम, तकनीकी कौशल और अंग्रेजी दक्षता के अनुपात में भी भारत को तुलनात्मक लाभ है। उद्यमियों के लिए यह एक लाभप्रद कारक है।

भारतीय अर्थव्यवस्था एक नियंत्रित सार्वजनिक क्षेत्र से एक अधिक उदारीकृत प्रणाली में विकसित हुई है जो घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय खिलाड़ियों की भागीदारी की अनुमति देती है। बाज़ार भी तीव्र प्रतिस्पर्धा वाले विक्रेता के बाज़ार से सीमित प्रतिस्पर्धा वाले खरीदार के बाज़ार में बदल गया है। ये परिवर्तन न केवल प्रतिस्पर्धी माहौल को बदलते हैं, बल्कि कई उद्यमशीलता के अवसर भी पैदा करते हैं।

कोटा के बिना, भारतीय अर्थव्यवस्था को प्रतिबंधों और कुछ टैरिफ से मुक्त कर दिया गया और सीमित वित्तीय बाजार से मुक्त कर दिया गया। ये सभी बड़े बदलाव भारतीय अर्थव्यवस्था की गतिशीलता को दर्शाते हैं। भारतीय

अर्थव्यवस्था ने हाल के वर्षों में लगभग 7% की विकास दर हासिल की है। हाल के वर्षों में अन्य क्षेत्रों की तुलना में सेवा क्षेत्र की हिस्सेदारी बढ़ी है।

भारतीय अर्थव्यवस्था को उसकी विशिष्ट विशेषताओं के आधार पर एक विकासशील अर्थव्यवस्था माना जाता है।

भारतीय अर्थव्यवस्था की मुख्य विशेषताएँ कृषि का प्रभुत्व और विकास की तीव्र गति हैं। जनसंख्या वृद्धि, कम प्रति व्यक्ति आय, बेरोजगारी, पूंजी की कमी और भय की अर्थव्यवस्था। भारतीय अर्थव्यवस्था की कुछ समस्याएँ अपर्याप्त रोजगार अवसर, आर्थिक असमानता, गरीबी, खराब बुनियादी ढाँचा, राजकोषीय घाटा और उच्च स्तर की गैर-निष्पादित परिसंपत्तियाँ हैं।

भारत में भविष्य के व्यावसायिक अवसर

उत्पादन

- लाखों लोगों के लिए उपलब्ध किफायती उत्पादों की अप्रयुक्त मांग।
- लागत प्रभावी नवाचार: लाखों भारतीयों के लिए लैपटॉप जैसा प्रामाणिक उत्पाद उपलब्ध कराना असंभव है। इस लैपटॉप पर एक नज़र डालें, पता लगाएं कि लोग क्या खरीद सकते हैं, और एक बिना तामझाम वाला लैपटॉप डिज़ाइन करें जो एक फ्लैगशिप उत्पाद की तरह काम करता है लेकिन इसकी कीमत बहुत कम है। यह व्यवसाय अवधारणा भारत की बढ़ती अर्थव्यवस्था के केंद्र में है।

खुदरा

- मल्टी-ब्रांड रिटेल में 51% एफडीआई की अनुमति।
- उपभोक्ता खर्च 75% बढ़ा।
- खुदरा आपूर्ति श्रृंखला में सुधार होगा और किसानों और उपभोक्ताओं को लाभ होगा।

बीमा

- स्थानीय बीमा कंपनियों और पेंशन फंड प्रबंधकों में विदेशी भागीदारी की अनुमति 49%
- बहुत बड़ा अवसर क्योंकि वर्तमान में देश की 1.35 अरब से अधिक आबादी में से केवल 4.7% लोगों के पास ही किसी प्रकार का बीमा है। - "बीमा क्षेत्र की पूंजीगत जरूरतों को प्रत्यक्ष विदेशी निवेश बढ़ाकर ही पूरा किया जा सकता है," - वित्त मंत्री।

दूरसंचार

- दुनिया के सबसे बड़े दूरसंचार बाजारों में से एक
- प्रसारण सेवाओं के समग्र कवरेज को 74% तक बढ़ाने की योजना है।
- 1 अरब से अधिक ग्राहकों के साथ दुनिया का सबसे बड़ा मोबाइल उद्योग
- सरकारी नीतियों को प्रोत्साहित करना, नई प्रौद्योगिकियों का उद्भव और उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव विकास को गति दे रहे हैं
- यह एक आकर्षक बाज़ार है। कई बहुराष्ट्रीय दूरसंचार नेता पहले ही देश में निवेश कर चुके हैं।

ऊर्जा

- स्वच्छ ऊर्जा उत्पादन की अभूतपूर्व मांग जो बढ़ती मांग को पूरा नहीं कर सकती जनसंख्या एवं व्यवसाय वृद्धि
- कई राज्यों में बिजली की भारी कमी - इस योजना के तहत 100% तक प्रत्यक्ष विदेशी निवेश की अनुमति है उत्पादन, पारेषण, वितरण और ऊर्जा परियोजनाओं के लिए स्वचालित मार्ग व्यापार
- सौर ऊर्जा उत्पादन क्षमता बढ़ाएँ

व्यावसायिक खतरे

- पर्याप्त बुनियादी ढांचे का अभाव
- उच्च अचल संपत्ति लागत
- अस्थिर राजनीतिक स्थिति
- प्रशिक्षित श्रमिकों की कमी
- सरकारी संस्थानों में व्यापक भ्रष्टाचार, धीमी कार्रवाई
- कुछ राजनीतिक दलों और स्थानीय समूहों द्वारा प्रत्यक्ष विदेशी निवेश का विरोध।

भारत की सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक व्यवस्था का अवलोकन और उद्यम पर प्रभाव

भूमिका

भारतीय नेता, विशेषकर प्रथम प्रधान मंत्री डॉ. जवाहरलाल नेहरू, जिन्होंने पंचवर्षीय योजनाओं की अवधारणा को लागू किया था, का मानना था कि उच्च आर्थिक विकास और गरीबों के लिए उच्च आय नए स्वतंत्र देश के सबसे महत्वपूर्ण लक्ष्य थे। इन लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए सरकार को एक महत्वपूर्ण भूमिका दी गई और 1951 से शुरू करके कई पंचवर्षीय योजनाएँ बनाई गईं, जिन्होंने देश के आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। हालाँकि 1950 के दशक में उल्लेखनीय वृद्धि हुई थी, लेकिन यह कई अन्य एशियाई देशों की तुलना में कम थी। 1951 से 1979 तक, भारतीय अर्थव्यवस्था स्थिर कीमतों पर 3.1 प्रतिशत की औसत वार्षिक दर से बढ़ी। इसी अवधि के दौरान, औद्योगिक क्षेत्र में प्रति वर्ष लगभग 4.5 प्रतिशत और कृषि क्षेत्र में 3.0 प्रतिशत की वृद्धि हुई। कई राजनीतिक नेताओं ने स्वतंत्रता आंदोलन से जुड़े समाजवादी विकास के मॉडल का समर्थन किया। उन्होंने अर्थव्यवस्था में सरकारी हस्तक्षेप की वकालत की। उन्होंने महत्वपूर्ण उद्योगों के सरकारी स्वामित्व को बढ़ावा दिया।

भारतीय आर्थिक प्रणाली: भारत में एक मिश्रित आर्थिक प्रणाली है। भारतीय अर्थव्यवस्था में पारंपरिक ग्रामीण कृषि, आधुनिक कृषि, हस्तशिल्प, आधुनिक उद्योग और उभरते औद्योगिक और सामाजिक क्षेत्र शामिल हैं। सरकार 1991 से उदारीकरण की नीति अपना रही है। विदेशियों पर प्रतिबंधों ने व्यापार और निवेश को कम कर दिया। 1991 में उदारीकरण के बाद से आर्थिक वृद्धि लगभग 6 प्रतिशत या उससे अधिक रही है। परिणामस्वरूप, गरीबी में लगभग 10 प्रतिशत की गिरावट आई। भारत में बड़ी संख्या में शिक्षित युवा हैं जो आर्थिक विकास में योगदान देते हैं और देश बिजनेस प्रोसेस आउटसोर्सिंग सेवाओं के लिए एक प्रमुख गंतव्य के रूप में उभरा है।

मानव शब्दावली में पर्यावरण का तात्पर्य प्राकृतिक शक्तियों जैसे वायु, जल आदि से है। किसी संगठन के व्यावसायिक वातावरण का अर्थ है संगठन को प्रभावित करने वाली सभी आंतरिक और बाहरी ताकतें। वाणिज्यिक संगठनों के प्रबंधन को पर्यावरणीय प्रभावों के परिणामों की निगरानी और पूर्वानुमान करना चाहिए। विशुद्ध आर्थिक अर्थ में, पर्यावरण उन सभी बाहरी ताकतों को संदर्भित करता है जिनका किसी कंपनी के कामकाज पर गहरा प्रभाव पड़ता है। पर्यावरणीय कारक किसी व्यक्तिगत व्यावसायिक संगठन के नियंत्रण से परे हैं। सभी व्यावसायिक संगठन एक व्यापक बाहरी वातावरण में काम करते हैं जो या तो अवसर प्रदान करता है या व्यावसायिक संगठन के लिए खतरा पैदा करता है। बाहरी वातावरण जटिल गतिशील शक्तियों का मिश्रण है जो व्यावसायिक संगठन के नियंत्रण में नहीं है बल्कि संगठन द्वारा प्रभावित या प्रभावित भी किया जा सकता है। बाहरी पर्यावरणीय ताकतें रणनीति का चुनाव निर्धारित करती हैं। बाहरी वातावरण का प्रभाव भी विपणन निर्णयों को प्रभावित करता है। सफल व्यावसायिक संगठन लगातार बाहरी वातावरण की निगरानी करते हैं और उचित रणनीति अपनाते हैं ताकि ग्राहकों की जरूरतों को सर्वोत्तम संभव तरीके से पूरा किया जा सके।

प्रणालीगत दृष्टिकोण से, सभी व्यावसायिक संगठन खुली प्रणालियों पर काम करते हैं। यह बाहरी वातावरण से संसाधन लेता है, परिवर्तन प्रक्रिया को अंजाम देता है और उन्हें उत्पादों या सेवाओं के रूप में बाहरी वातावरण में आउटपुट करता है।

पर्यावरण का प्रकार

वृहत पर्यावरणीय कारक

मैक्रो-पर्यावरण प्रकृति में अधिक सामान्य है - यह अर्थव्यवस्था में ही पर्यावरण है। यह प्रभावित करता है कि सभी व्यावसायिक समूह कैसे कार्य करते हैं, संचालन करते हैं, निर्णय लेते हैं और रणनीतियाँ बनाते हैं। यह बहुत गतिशील है, जिसका अर्थ है कि कंपनी को इस पर लगातार निगरानी रखने की आवश्यकता है। ये बाहरी कारक हैं जिन्हें कंपनी स्वयं नियंत्रित नहीं करती है, लेकिन निश्चित रूप से नियंत्रित करती है।

मैक्रो-पर्यावरण को बनाने वाले कारक आर्थिक कारक, जनसांख्यिकीय ताकतें, तकनीकी कारक, प्राकृतिक और भौतिक ताकतें, राजनीतिक और कानूनी ताकतें और सामाजिक और सांस्कृतिक ताकतें हैं।

- i. **आर्थिक वातावरण:** कंपनियों और उनके आर्थिक वातावरण के बीच घनिष्ठ संबंध है। कारकों में व्यापार चक्र, मुद्रास्फीति, बेरोजगारी, ब्याज दरें, आय स्तर, बचत और निवेश, कर, मुद्रा और भुगतान संतुलन की स्थिति और सामान्य आर्थिक गतिविधि शामिल हैं। आर्थिक कारक उपभोक्ताओं की क्रय शक्ति और उनके क्रय व्यवहार को प्रभावित करते हैं। पर्यावरणीय आर्थिक कारक व्यावसायिक भवनों की विकास संभावनाओं को निर्धारित करते हैं। मंदी के दौरान, वस्तुओं और सेवाओं की मांग कम हो जाती है, जिससे व्यावसायिक गतिविधि धीमी हो जाती है। सरकार द्वारा अपनाई गई आर्थिक नीतियां व्यवसाय के लिए अवसर और खतरा दोनों पैदा कर सकती हैं।

व्यवसाय को प्रभावित करने वाले आर्थिक कारकों के कुछ उदाहरण:

- ब्याज दरें
 - विनिमय दरें
 - मंदी
 - मुद्रास्फीति
 - कर
 - मांग/आपूर्ति
- ii. **तकनीकी पर्यावरण:** प्रौद्योगिकी सबसे गतिशील शक्ति है। प्रौद्योगिकी का अर्थ व्यावहारिक समस्याओं के लिए वैज्ञानिक या संगठित ज्ञान का व्यवस्थित अनुप्रयोग है। तकनीकी विकास बहुत तेजी से हो रहा है। कंपनियों को अपनी उत्पादन प्रक्रिया में नवीनतम प्रौद्योगिकियों को एकीकृत करके तेजी से बदलाव जारी रखने की जरूरत है। प्रौद्योगिकी का जीवनशैली, उपभोक्ता व्यवहार और अर्थव्यवस्था पर गहरा प्रभाव पड़ता है। प्रौद्योगिकी परिवर्तन की दर मौजूदा व्यावसायिक संगठनों के लिए एक अवसर या खतरा भी पैदा करती है। जैसे-जैसे प्रौद्योगिकी आगे बढ़ती है, नए उद्योग भी बनते हैं।

इसमें आम तौर पर कानूनी कारक शामिल होते हैं जैसे कि:

- स्वचालन
 - इंटरनेट कनेक्टिविटी
 - 3डी तकनीक
 - कंप्यूटर गणना की गति/शक्ति
 - इंजन का प्रदर्शन और दक्षता
 - क्रिप्टोग्राफी के संदर्भ में सुरक्षा
 - वायरलेस चार्जिंग
- iii. **जनसांख्यिकी पर्यावरण:** जनसांख्यिकी आकार, घनत्व, स्थान, आयु, लिंग, नस्ल, व्यवसाय और अन्य आंकड़ों के संबंध में मानव जनसंख्या का अध्ययन है। जनसांख्यिकी प्रवृत्तियाँ जैसे दुनिया भर में विस्फोटक जनसंख्या वृद्धि, बदलती आयु-शिक्षा और जनसंख्या का सौंदर्य मिश्रण, घरेलू पैटर्न में परिवर्तन, जनसंख्या में भौगोलिक परिवर्तन आदि। व्यावसायिक संगठनों के लिए अवसर या खतरे के रूप में कार्य करना।

महत्वपूर्ण चरों में शामिल हैं

- आय चर व्यवसाय को कैसे प्रभावित करते हैं।
- आयु चर जो व्यवसाय को प्रभावित करते हैं
- भौगोलिक क्षेत्र चर
- एक परिवर्तनीय के रूप में शिक्षा का स्तर

iv. सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण: अनियंत्रित कारक जिनकी भविष्यवाणी करना बहुत कठिन है। व्यावसायिक संगठनों को उन समुदायों के सामाजिक-सांस्कृतिक मूल्यों को समझना और महत्व देना चाहिए जिनमें वे काम करते हैं। सांस्कृतिक वातावरण में समाज के मूल्य, धारणाएँ, प्राथमिकताएँ, व्यवहार और सांस्कृतिक मूल्यों और विश्वासों का संयोजन होता है। ये अवधारणाएँ हैं: गुणवत्ता, सफलता, युवा, दक्षता, व्यावहारिकता, स्वतंत्रता, आत्म-बोध, व्यक्तिवाद, देशभक्ति, धार्मिक विश्वास, नैतिकता, साहस, जिम्मेदारी और भौतिकवाद। प्रत्येक देश का एक अनोखा सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण होता है। व्यावसायिक संगठनों को इस अद्वितीय सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण के अनुरूप ढलना होगा। इसमें विभिन्न सामाजिक और सांस्कृतिक कारक शामिल हैं:

- खरीदारी की आदतें
- शिक्षा का स्तर
- धर्म और मान्यताएँ
- स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों के बारे में जागरूकता
- सामाजिक वर्ग
- परिवार की संरचना और आकार
- जनसंख्या की वृद्धि दर
- उत्प्रवास और आप्रवासन दरें
- जीवन प्रत्याशा दर और आयु वितरण
- विभिन्न जीवनशैली

v. प्राकृतिक पर्यावरण: अर्थव्यवस्था मनुष्य द्वारा निर्मित लेकिन प्राकृतिक शक्तियों से प्रभावित एक आर्थिक प्रणाली है। व्यावसायिक गतिविधियों का भी प्रकृति पर सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव पड़ता है। पारिस्थितिकी तंत्र एक प्राकृतिक प्रणाली और उसके संसाधन हैं जिनके लिए वाणिज्यिक संगठनों की भागीदारी की आवश्यकता होती है या व्यावसायिक गतिविधियों से प्रभावित होते हैं। हाल के वर्षों में, प्रकृति संरक्षण या हरित विपणन की अवधारणाएँ उभरी हैं। प्राकृतिक संसाधन नवीकरणीय और गैर-नवीकरणीय प्रकृति के होते हैं। व्यावसायिक संगठनों को मानवता के लाभ के लिए प्राकृतिक संसाधनों का प्रभावी ढंग से उपयोग करना चाहिए।

प्राकृतिक और भौतिक शक्तियाँ हो सकती हैं:

- जलवायु परिवर्तन
- प्रदूषण
- मौसम
- गैर-नवीकरणीय और नवीकरणीय दोनों संसाधनों की उपलब्धता

- कानून जो पर्यावरण को नियंत्रित करते हैं
- विशेष जैविक प्रजातियों का अस्तित्व

सांस्कृतिक कारक

संस्कृति समूहों द्वारा प्रदर्शित एक घटना है और इसका अर्थ संपूर्ण समाज (राष्ट्रीय संस्कृति), समाज के भीतर समूह (उपसंस्कृति) या यहां तक कि समाज और राष्ट्रों के समूह (अंतर्राष्ट्रीय संस्कृति) हो सकता है। कई बार “भारतीय संस्कृति” शब्द का प्रयोग किया जाता है। इसका तात्पर्य यह है कि वहाँ कुछ मूल्य और जीवन शैली हैं जिन्हें भारतीय समाज साझा कर रहा है।

कहा जाता है कि भारतीय संस्कृति विविधतापूर्ण है। भारत को एक बहु-जातीय देश माना जाता है जहाँ विभिन्न समुदाय अपनी जाति, जातीयता या धर्म के आधार पर एक साथ रहते हैं। व्यावसायिक माहौल में सामाजिक-सांस्कृतिक विश्लेषण करते समय, यह ध्यान रखना आवश्यक है कि समाज और संस्कृति सजातीय नहीं हैं, बल्कि विविध और गतिशील हैं। सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण और व्यवसाय एक-दूसरे को प्रभावित करते हैं। व्यावसायिक प्रथाएँ संस्कृति को प्रभावित करती हैं, और संस्कृति, बदले में, व्यावसायिक प्रथाओं को प्रभावित करती है। नियोक्ता अपनी व्यावसायिक जिम्मेदारियों को पूरा करने में कई भूमिकाएँ निभाते हैं। उनकी सांस्कृतिक पृष्ठभूमि (जैसे टाटा समूह) उनके कार्यों को प्रभावित करती है।

सामाजिक कारक

विकासशील अर्थव्यवस्थाओं में सामाजिक क्षेत्र को सबसे महत्वपूर्ण क्षेत्रों में से एक माना जाता है। इसमें सुधार लाने के उद्देश्य से सरकार के कई कार्यक्रम और नीतियां शामिल हैं। सार्वजनिक सेवाओं की बेहतर उपलब्धता से उस देश के लोगों के जीवन स्तर में सुधार होता है।

सामाजिक परिवेश निम्नलिखित पहलुओं को शामिल करता है:

- गरीबी और उसके उन्मूलन कार्यक्रम
- श्रम और रोजगार
- महिला एवं बाल विकास
- शिक्षा
- स्वास्थ्य
- जनसंख्या एवं परिवार कल्याण
- वंचित समूहों का सशक्तिकरण
- ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में सार्वजनिक समितियाँ

विश्व बैंक गरीबी को भूख, आश्रय की कमी, चिकित्सा तक पहुंच में असमर्थता, मदद और शिक्षा के रूप में परिभाषित करता है। हालाँकि भारत को एक उभरती हुई अर्थव्यवस्था माना जाता है, लेकिन फिर भी बड़ी संख्या में

लोग गरीबी रेखा से नीचे जीवन यापन करते हैं। इससे उद्यमियों और विशेष रूप से एनजीओ से जुड़े लोगों के लिए अवसर मिलते हैं कि वे अपना काम करें, ताकि लोगों का जीवन स्तर सुधार सके और गरीबी कम हो सके। लोगों की मदद के लिए उन्हें काम के अवसर उपलब्ध कराना जरूरी है, ताकि वे भौतिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए आय अर्जित कर सकें और उन्हें सम्मान की भावना के साथ जीवन में आगे बढ़ने में मदद मिल सके।

कुशल श्रम बाज़ार गरीबी कम करते हैं और आर्थिक विकास में योगदान करते हैं। इसलिए, किसी उद्यमी द्वारा व्यवसाय स्थापित करने से रोजगार सृजन में सुविधा होती है।

श्रम बाज़ार में महिलाओं की भागीदारी के संबंध में यह देखा जा सकता है कि हाल के वर्षों में महिलाओं की आर्थिक भागीदारी में थोड़ी वृद्धि हुई है। भारत में महिला उद्यमियों की संख्या भी बढ़ रही है। बाल श्रम में बड़ी संख्या में बच्चे शामिल हैं। उनमें से कई खतरनाक वातावरण (खानों, रसायनों) में काम करते हैं। स्थापित कंपनियाँ बाल श्रम का शोषण नहीं करतीं।

शिक्षा और स्वास्थ्य सबसे महत्वपूर्ण सामाजिक-पर्यावरणीय चर हैं और यह सुनिश्चित करना सरकार का कर्तव्य है कि लोगों को पर्याप्त सुविधाएं उपलब्ध हों। हाल के उदारीकरण के दौरान कुछ समय के लिए ऐसा लगा जैसे सरकार इस क्षेत्र में जिम्मेदारी सौंप रही है। दोनों ही मामलों में निजी क्षेत्र की भागीदारी बढ़ी। कई निजी स्कूल अब निजी तौर पर वित्त पोषित हैं, और पूरे देश में निजी विश्वविद्यालय और अस्पताल हैं।

सामुदायिक और पारिवारिक कल्याण, वंचित समूहों के सामाजिक सशक्तिकरण और ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में सार्वजनिक सुविधाओं जैसे सामाजिक कारकों में सुधार किया जाना चाहिए। ग्रामीण परिवेश में "कंपनी के बाहर" कारकों का प्रभाव शामिल होता है, जैसे: उदाहरण के लिए, काम के प्रति लोगों का दृष्टिकोण, धन, परिवार, विवाह, धर्म, शिक्षा, नैतिकता आदि के प्रति दृष्टिकोण। सीमित अर्थ में संस्कृति को संगीत, उत्सव, रंगमंच, नृत्य आदि गतिविधियों की अभिव्यक्ति के रूप में देखा जाता है। हालाँकि, व्यापक अर्थ में, संस्कृति ज्ञान, विश्वासों, कलाओं, नैतिक कानूनों, रीति-रिवाजों और समाज के सदस्य के रूप में एक व्यक्ति द्वारा अर्जित अन्य कौशल और आदतों का एक जटिल समूह है। संस्कृति जीव विज्ञान पर आधारित नहीं है और विरासत में नहीं मिलती है, बल्कि सीखने और अनुभव के माध्यम से प्राप्त की जाती है। संस्कृति किसी व्यक्ति में नहीं, बल्कि किसी समूह या संगठन/समाज के सदस्य में अंतर्निहित होती है। संस्कृति सामान्य है, संस्कृति एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक हस्तान्तरित होती रहती है।

उद्यमों के दृष्टिकोण से, संस्कृति को तीन अलग-अलग स्तरों पर समझा जा सकता है। शीर्ष पर प्रमुख राष्ट्रीय संस्कृति है जो भौगोलिक सीमाओं के भीतर मौजूद है। भारत एक बहुत बड़ा देश है और यहां की प्रमुख संस्कृति विद्यमान है। कॉर्पोरेट संस्कृति राष्ट्रीय संस्कृति का हिस्सा है। हम आपको बताएंगे कि आप कैसे अपना रोजमर्रा का काम जारी रख सकते हैं। उम्र और उम्र को प्राथमिकता देना, महिलाओं का सम्मान करना, पारंपरिक कपड़े पहनना और पारंपरिक त्योहार आयोजित करना जैसी गतिविधियों में भारतीय कंपनियों की व्यावसायिक संस्कृति को साझा करना स्पष्ट है। संगठनात्मक और व्यावसायिक संस्कृति राष्ट्रीय स्तर पर और कंपनियों के भीतर विकसित की गई है। संगठनात्मक संस्कृति से तात्पर्य उस दर्शन, विचारधारा, मूल्यों, धारणाओं, विश्वासों, अपेक्षाओं, दृष्टिकोणों और मानदंडों से है जो संगठन को एक सुसंगत संरचना के रूप में बनाए रखते हैं और संगठन के सभी कर्मचारियों द्वारा साझा किए

जाते हैं। एक ही नौकरी में कर्मचारी एक समान संस्कृति साझा कर सकते हैं, जिसे पेशेवर संस्कृति कहा जाता है। विश्वविद्यालय जो संस्कृति विकसित करते हैं वह विश्वविद्यालय के प्रोफेसरों, गैर-शिक्षण कर्मचारियों, उद्योगपतियों, डॉक्टरों और अन्य लोगों से आती है।

तालिका 1: भारतीय सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश की विशेषताएँ।

सामाजिक सांस्कृतिक परिवर्तनशील	विशेषताएँ
प्रशासनिक	अवैयक्तिक नौकरशाही का प्रशासनिक अस्तित्व सामाजिक रिश्ते, साथी के प्रति अविश्वास श्रमिक, अत्यधिक केंद्रीकृत प्रशासन, में पदानुक्रमित स्थिति पर अधिक जोर दिया गया निर्णय लेने में, नौकरशाही में देरी, कम प्रतिनिधिमंडल की राशि, असंतुष्ट कर्मचारी
कार्य और लक्ष्य के प्रति दृष्टिकोण	सामान्य और गहरी उदासीनता, कार्य को उसके परिणामों से अलग करना, बिना किसी कार्य के निष्पादन, अभिमान या रुचि
अनुशासन एवं व्यवस्था	सभी स्तरों पर अनुशासन का अभाव, अधिकार पर विश्वास की कमी, खराब वरिष्ठ संबंधों की अवहेलना करते हैं
समूह सद्भाव	मनुष्यों की असमानता की धारणा, आत्म-केंद्रित व्यवहार, साथी कर्मचारियों पर संदेह, सहयोग और टीम वर्क की कमी
शिक्षा	सबसे उदासीन और अत्यधिक द्विभाषी

सूक्ष्म पर्यावरणीय कारक

सूक्ष्म पर्यावरण वह वातावरण है जिसका आपके व्यवसाय पर सीधा प्रभाव पड़ता है। यह संबंधित है उस विशेष क्षेत्र में जहां आपकी कंपनी संचालित होती है और सीधे आपके सभी व्यवसाय की प्रक्रियाओं को प्रभावित कर सकती है। दूसरे शब्दों में, इसमें वे सभी कारक शामिल हैं जो विशेष रूप से आपके व्यवसाय को प्रभावित करते हैं। वे आपकी दैनिक कार्यवाही और कंपनी के सामान्य प्रदर्शन को प्रभावित कर सकते हैं। फिर भी, उनका असर लंबे समय तक चलने वाला नहीं है।

व्यावसायिक संगठन इन सूक्ष्मपर्यावरणीय शक्तियों पर कुछ प्रभाव डाल सकता है मैक्रो-पर्यावरणीय ताकतों की तुलना में। इसमें संगठन बाज़ार जैसे कारक शामिल हैं, बाज़ार के मध्यस्थ, कच्चे माल के आपूर्तिकर्ता, कर्मचारी आदि। बाज़ार में शामिल हैं ऐसे ग्राहक जिनका स्वाद और प्राथमिकताएँ समय के साथ बदलती हैं। व्यावसायिक उद्यमों को लक्ष्य बाज़ार में अपने सीमा शुल्क की मांगों पर लगातार बारीकी से निगरानी रखनी होगी। क्या ऐसा संभव है व्यवसाय द्वारा प्रचार तकनीकों के माध्यम से ग्राहकों की प्राथमिकताओं को नियंत्रित या संशोधित करना संगठन, व्यावसायिक संगठन बाज़ार मध्यस्थों की सहायता से अपने उत्पाद बेचते हैं। इसमें थोक विक्रेता, वितरक, खुदरा विक्रेता और अन्य सभी बिचौलिए शामिल हैं। उचित कमीशन, प्रशिक्षण, विपणन मध्यस्थों की गतिविधियों में वित्तीय सहायता आदि प्रदान करके इस पर नियंत्रण संभव है। आपूर्तिकर्ता व्यक्ति और संगठन हैं जो आवश्यक वस्तुओं के निर्माण या सेवाएँ प्रदान करने के लिए संसाधन प्रदान करते हैं। वे किसी संगठन के लिए विपणन की सफलता और इसकी मूल्य वितरण प्रणाली में एक महत्वपूर्ण कड़ी हैं।

माइक्रो-पर्यावरण कारक

ग्राहक: आपके कंपनी द्वारा आकर्षित ग्राहक वर्ग और उनके उत्पाद खरीदने के कारण, आपके मार्केटिंग अभियानों को बनाने पर गहरा प्रभाव डालते हैं। आपके ग्राहक B2C, B2B, अंतरराष्ट्रीय, स्थानीय आदि हो सकते हैं।

ग्राहक से जुड़े महत्वपूर्ण कारक हैं

- मांग की स्थिरता
- बिक्री वृद्धि की संभावनाएं
- सापेक्ष लाभप्रदता
- प्रतिस्पर्धा की तीव्रता

आपूर्तिकर्ता: यदि किसी विशेष उत्पाद का आपूर्तिकर्ता सबसे बड़ा है, या यहां तक कि एकमात्र है, तो निश्चित रूप से उनका आपके व्यवसाय की सफलता पर बड़ा प्रभाव पड़ेगा।

आपूर्तिकर्ता अत्यधिक महत्वपूर्ण कारक हैं क्योंकि

- मूल्य वितरण प्रक्रिया में महत्वपूर्ण कड़ी
- आपके व्यवसाय के लिए आवश्यक संसाधनों का बीमा
- कीमतों में वृद्धि या कमी के संदर्भ में महत्वपूर्ण निर्धारक

पुनर्विक्रेता

यदि आप अपना उत्पाद तीसरे पक्ष के पुनर्विक्रेता, जैसे थोक विक्रेताओं और खुदरा विक्रेताओं के माध्यम से बेचने का निर्णय लेते हैं, तो आपके मार्केटिंग की सफलता उन पर बहुत निर्भर करेगी। उदाहरण के लिए, यदि किसी खुदरा विक्रेता की अच्छी प्रतिष्ठा है, तो यह आपके उत्पाद पर भी प्रभाव डालेगी। वे ग्राहक और आपके बीच एक कड़ी के रूप में महत्वपूर्ण हैं, निम्नलिखित कारकों के संदर्भ में:

- प्रचार
- बिक्री
- वितरण
- विपणन
- वित्तीय मध्यस्थता

प्रतिस्पर्धी

स्वाभाविक रूप से, हर व्यवसाय जो आपके समान या उसी प्रकार का उत्पाद बेचता है, आपकी प्रतिस्पर्धी है। इसलिए, उनकी बिक्री और विपणन रणनीतियाँ आपके लिए बहुत महत्वपूर्ण हैं। आपको विभिन्न प्रश्नों का उत्तर देना होगा, जैसे कि उनका उत्पाद और उसकी कीमत आपके उत्पाद को कैसे प्रभावित करती है और आप इसका उपयोग

कैसे कर सकते हैं ताकि आप उन पर बढ़त प्राप्त कर सकें। इस मामले में तीन महत्वपूर्ण कारक हैं:

- इच्छा प्रतिस्पर्धा
- उत्पाद रूप प्रतिस्पर्धा
- ब्रांड प्रतिस्पर्धा

सामान्य जनता

बेशक, हर व्यावसायिक संगठन के सर्वोत्तम हित में सामान्य जनता को संतुष्ट करना होता है। आपके द्वारा उठाया गया हर कदम उनके दृष्टिकोण से देखा जाना चाहिए। यह अत्यंत महत्वपूर्ण है कि आपके कार्य दूसरों को कैसे प्रभावित करते हैं, क्योंकि उनकी राय वह एकमात्र चीज हो सकती है जो आपको सफलता की ओर ले जा सकती है या आपको नीचे गिरा सकती है। इसलिए, सामान्य जनता के संदर्भ में ये कारक बहुत महत्वपूर्ण हैं:

- जनमत
- मीडिया
- पर्यावरणीय प्रदूषण

प्रतिस्पर्धी

स्वाभाविक रूप से, हर व्यवसाय जो आपके समान या उसी प्रकार का उत्पाद बेचता है, आपकी प्रतिस्पर्धी है। इसलिए, उनकी बिक्री और विपणन रणनीतियाँ आपके लिए बहुत महत्वपूर्ण हैं। आपको विभिन्न प्रश्नों का उत्तर देना होगा, जैसे कि उनका उत्पाद और उसकी कीमत आपके उत्पाद को कैसे प्रभावित करती है और आप इसका उपयोग कैसे कर सकते हैं ताकि आप उन पर बढ़त प्राप्त कर सकें। इस मामले में तीन महत्वपूर्ण कारक हैं:

- इच्छा प्रतिस्पर्धा
- उत्पाद रूप प्रतिस्पर्धा
- ब्रांड प्रतिस्पर्धा

सामान्य जनता

बेशक, हर व्यावसायिक संगठन के सर्वोत्तम हित में सामान्य जनता को संतुष्ट करना होता है। आपके द्वारा उठाया गया हर कदम उनके दृष्टिकोण से देखा जाना चाहिए। यह अत्यंत महत्वपूर्ण है कि आपके कार्य दूसरों को कैसे प्रभावित करते हैं, क्योंकि उनकी राय वह एकमात्र चीज हो सकती है जो आपको सफलता की ओर ले जा सकती है या आपको नीचे गिरा सकती है।

इसलिए, सामान्य जनता के संदर्भ में ये कारक बहुत महत्वपूर्ण हैं:

- जनमत
- मीडिया
- पर्यावरणीय प्रदूषण

कारोबारी माहौल को जानने का महत्व

किसी कंपनी की सफलता उसके प्रबंधकों के निर्णयों पर निर्भर करती है। प्रबंधकों के निर्णय पर्यावरणीय कारकों से प्रभावित होते हैं। इसलिए, प्रबंधकों के लिए निर्णय लेने पर पर्यावरणीय कारकों के प्रभाव को समझना और उसका मूल्यांकन करना महत्वपूर्ण है। कुछ मामलों में, सख्त सरकारी नियम प्रतिबंधात्मक कारोबारी माहौल बना सकते हैं और कंपनी के विकास में बाधा डाल सकते हैं।

पर्यावरण कंपनी की वर्तमान और भविष्य की स्थिरता को प्रभावित करता है। उदाहरण के लिए, उपभोक्ता की बदलती प्राथमिकताओं और तकनीकी प्रगति के कारण, सेल फोन निर्माता केवल सीमित कार्यक्षमता वाले काले और सफेद सेल फोन का उत्पादन करके जीवित नहीं रह सकते हैं।

पूंजी की लागत और उधार लेने की लागत भी सरकार की राजकोषीय और मौद्रिक नीतियों से प्रभावित होती है। पर्यावरण संरक्षण के बारे में बढ़ती जन जागरूकता कंपनियों को अपनी सुविधाओं में उचित, गैर-खतरनाक/पर्यावरण के अनुकूल उपाय करने के लिए मजबूर कर रही है।

यह वातावरण विकास के नये अवसर भी प्रदान करता है। उदाहरण के लिए, भारत सरकार की निजीकरण नीति ने दूरसंचार, खाद्य और डेयरी जैसे कई क्षेत्रों में व्यावसायिक संगठनों के लिए नए अवसर खोले हैं।

पर्यावरण अनुसंधान का महत्व

पर्यावरण अनुसंधान कंपनियों को व्यापक रणनीतियाँ और दीर्घकालिक नीतियाँ विकसित करने में मदद करता है। इससे तकनीकी सुधारों के साथ तालमेल बनाए रखने के लिए कार्य योजनाएं विकसित करने में मदद मिलती है। इससे कंपनी की स्थिरता पर राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर सामाजिक-आर्थिक परिवर्तनों के प्रभाव का अनुमान लगाने में मदद मिलती है। यह प्रतिस्पर्धियों की गतिविधियों का विश्लेषण करने में भी मदद करता है ताकि जवाबी रणनीति तैयार की जा सके।

सांस्कृतिक एवं सामाजिक पृष्ठभूमि का प्रभाव

किसी देश की सांस्कृतिक और सामाजिक पृष्ठभूमि के साथ-साथ प्रचलित राजनीतिक व्यवस्था उद्यमशीलता गतिविधि को प्रभावित करती है। गिब के अनुसार, उद्यमशीलता संस्कृति दृष्टिकोण, मूल्यों और विश्वासों का एक समूह है जो किसी विशेष समुदाय या वातावरण में संचालित होता है और उद्यमशीलता व्यवहार और स्व-रोज़गार की इच्छा को जन्म देता है।

अनुसंधान से पता चला है कि सांस्कृतिक दृष्टिकोण उद्यमशीलता के प्रदर्शन को प्रभावित करते हैं। देशों के बीच सांस्कृतिक अंतर भी किसी राष्ट्र के आर्थिक और व्यावसायिक विकास के लिए जिम्मेदार होते हैं। एक सांस्कृतिक वातावरण जो उद्यमिता का सम्मान करता है और उसे महत्व देता है, उद्यमिता के लिए अधिक अनुकूल है।

स्वॉट विश्लेषण

स्वॉट विश्लेषण (शक्ति, कमज़ोरियाँ, अवसर, और खतरे) माइक्रो और मैक्रो कारकों को समझने के लिए उपयोगी

है। पहले दो आंतरिक होते हैं और व्यवसाय को सीधे प्रभावित करते हैं, जबकि अंतिम दो बाहरी होते हैं और संगठन के नियंत्रण में नहीं होते।

शक्तियों के संदर्भ में, आपको यह पूछना चाहिए कि आप किस चीज़ में अच्छे हैं, आप क्या मूल्य लाते हैं, आप किस तरह का अंतर पैदा करते हैं, आदि। दूसरी ओर, कमज़ोरियों के मामले में, आपको बाहरी विक्रेताओं पर निर्भरता, जिन पहलुओं में सुधार की आवश्यकता है, आदि का मूल्यांकन करना होगा।

अवसर उन अनुकूल परिस्थितियों से संबंधित हैं जिनका उपयोग कंपनी को अपने बाजार की स्थिति को बेहतर बनाने के लिए करना चाहिए। खतरे वे कारक होते हैं जिन पर नियंत्रण नहीं होता लेकिन जिन्हें स्वीकार करना आवश्यक है। इसमें राजनीतिक, आर्थिक, और ग्राहक प्रवृत्तियाँ, साथ ही ऋण और लागत शामिल हैं।



परिचय

अंतरराष्ट्रीय मुद्रा कोष वैश्वीकरण को इस प्रकार परिभाषित करता है: "देशों के बीच बढ़ती आर्थिक आपसी निर्भरता, जो वस्तुओं और सेवाओं में सीमापार लेन-देन की बढ़ती मात्रा और विविधता, अंतरराष्ट्रीय पूंजी प्रवाह और तकनीक के तेजी से और व्यापक प्रसार के माध्यम से होती है।"

वैश्वीकरण के विशेषताएँ

- I. विश्वभर में व्यवसाय के विस्तार की संभावनाएँ।
- II. घरेलू और विदेशी बाजारों के बीच भिन्नताएँ मिट जाती हैं।
- III. दुनिया के किसी भी देश से उत्पाद और सेवाएँ खरीदना और बेचना।
- IV. उत्पादन और वितरण सुविधाओं की स्थापना, जो व्यावसायिक और आर्थिक विचारों के आधार पर विश्व में किसी भी उचित स्थान पर होती है, राष्ट्रीय विचारों पर विचार किए बिना।
- V. उत्पाद योजना और विकास विश्व के बाजार की स्थितियों पर निर्भर करता है।
- VI. कच्चे माल की सोर्सिंग का अनुकूलन पूरी दुनिया से।
- VII. रणनीतियों, संगठनात्मक संरचना, संस्कृति और प्रबंधकीय विशेषज्ञता में वैश्विक दृष्टिकोण।
- VIII. पूरे ग्रह को एकल बाजार के रूप में देखना।

वैश्वीकरण को प्रभावित करने वाले कारक

कई कारक वैश्वीकरण के पक्ष में जिम्मेदार हैं, जिनमें प्रमुख हैं:

- I. अंतरराष्ट्रीय आर्थिक लेन-देन की बाधाओं को हटाना
- II. अधिक क्षमता और अधिक उत्पादन
- III. तकनीकी विकास

- IV. औद्योगिक संगठनों के उभरते रूप
- V. राजनीतिक कारक
- VI. बौद्धिक क्रांति

उद्यम के लिए वैश्वीकरण रणनीति

कम से कम जोखिम और अधिकतम लाभ के साथ वैश्विक उपस्थिति स्थापित करने के लिए, उद्यमी को निम्नलिखित प्रश्नों का उत्तर देना चाहिए:

- I. कौन-सी उत्पाद श्रृंखला या उत्पाद श्रृंखलाएँ वैश्विक बाजारों में प्रवेश के लिए उपयोग की जानी चाहिए?
- II. किस बाजार का चयन किया जाना चाहिए?
- III. बाजार में प्रवेश के लिए कौन-सा अनुकूल तरीका अपनाया जाना चाहिए?
- IV. उद्यम को वैश्विक स्तर पर कितनी तेजी से विस्तार करना चाहिए?

चूंकि वैश्वीकरण के साथ कई जोखिम जुड़े होते हैं, इसलिए यह सलाह दी जाती है कि पूरे उत्पाद श्रृंखला को पेश करने के बजाय केवल सबसे लाभकारी उत्पाद/उत्पाद श्रृंखलाओं का चयन किया जाए। बाजार का चयन बाजार की संभावनाओं द्वारा निर्धारित होता है। प्रवेश बाधाओं की मात्रा और प्रतिस्पर्धा की तीव्रता बाजार में प्रवेश रणनीति को तय करती है। बाजार में कम प्रवेश बाधाएँ और प्रतिस्पर्धा की कम तीव्रता किसी फर्म के लिए बाजार में प्रवेश के लिए अनुकूल होती हैं। बाजार में प्रवेश का तरीका दो कारकों पर निर्भर करता है:

- I. उद्यम की निर्यात बनाम स्थानीय उत्पादन की नीति।
- II. स्थानीय गतिविधियों पर स्वामित्व नियंत्रण की मात्रा।

स्थानीय उत्पादन अधिक अनुकूल होता है जब स्थानीय बाजार न्यूनतम कुशल उत्पादन पैमाने से बड़ा होता है, ताकि स्थानीय उत्पादन स्केल अर्थव्यवस्थाओं में परिवर्तित हो सके, जबकि शुल्क और परिवहन लागत को नियंत्रित रखा जा सके। स्वामित्व नियंत्रण की मात्रा में शून्य प्रतिशत स्वामित्व के तरीके जैसे लाइसेंसिंग या फ्रैंचाइजिंग से लेकर आंशिक स्वामित्व के तरीकों जैसे संयुक्त उद्यम या सहायक कंपनियों तक भिन्नताएँ होती हैं। उद्यम द्वारा अधिक वैश्विक उपस्थिति प्रतिस्पर्धात्मक लाभ नहीं देती। वैश्विक उपस्थिति को वैश्विक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ में परिवर्तित करने के लिए, उद्यम को वैश्विक उपस्थिति द्वारा उत्पन्न मूल्य निर्माण के अवसरों का लाभ उठाना और संबंधित चुनौतियों का सामना करना आवश्यक है। वैश्विक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ को स्थानीय बाजार के भिन्नताओं के अनुसार अनुकूलित करके, वैश्विक स्केल की अर्थव्यवस्थाओं का लाभ उठाकर, और सर्वोत्तम स्थानों का चयन करके प्राप्त किया जा सकता है।

वैश्वीकरण की ओर भारतीय सरकार के उपाय

- I. विदेशी विनियम और विनियमन अधिनियम (एफईआरए) 1973 जैसे प्रतिबंधात्मक कानूनों को समाप्त करना। विदेशी विनियम प्रबंधन अधिनियम (एफईएमए) को पारित किया गया है, जिससे बहुराष्ट्रीय कंपनियों (एमएनसी) के प्रवेश को प्रतिबंधित करने वाले वर्गों को हटा दिया गया है।
- II. भारतीय कंपनियों को विदेशी कंपनियों के साथ विदेशी संयुक्त उद्यम (एफजेवी) के रूप में सहयोग करने

की अनुमति देना, जिससे कई भारतीय कंपनियों ने अपने विदेशी संयुक्त उद्यम शुरू किए हैं।

- III. विश्व बैंक की सलाह पर आयात शुल्क को 15 प्रतिशत तक कम करना।
- IV. आयात लाइसेंस को शुल्कों से बदलना।
- V. कुछ आयात शुल्कों को कम करना और समाप्त करना।
- VI. निर्यात सब्सिडियों को समाप्त करना।
- VII. निर्यात लाइसेंस को शुल्कों से बदलना।
- VIII. निर्यात आय पर कम, सपाट कर लगाना।
- IX. निर्यात-उन्मुख इकाइयों और निर्यात प्रसंस्करण क्षेत्रों से संबंधित नीति में परिवर्तन करना।
- X. विदेशी प्रत्यक्ष निवेश के प्रवाह को उदार बनाना।
- XI. भारत में निवेश के लिए MNCs और NRIs को प्रोत्साहन प्रदान करना।
- XII. भारत में विदेशी संस्थागत निवेशकों (FIIs) को निवेश के लिए प्रोत्साहित करना।
- XIII. भारतीय म्यूचुअल फंड को विदेशी शेयरों में निवेश करने की अनुमति देना।
- XIV. बिना आधिकारिक हस्तक्षेप के अंतरराष्ट्रीय बाजार में रुपये को अपनी विनिमय दर निर्धारित करने देना।
- XV. चालू खाते में रुपये की पूर्ण रूपांतरणीयता।

वैश्वीकरण के संदर्भ में भारतीय अर्थव्यवस्था में चिंताएँ

- I. कई वर्षों का तकनीकी अंतर। विकसित देशों से तकनीकी हस्तांतरण प्राप्त करने में कठिनाई।
- II. बुनियादी ढांचे की कमी।
- III. राजनीतिक हस्तक्षेप के प्रकाश में सच्ची निजीकरण नीतियों को लागू करना कठिन।
- IV. भारतीय उत्पादों और सेवाओं को मूल्य, गुणवत्ता, वितरण समय आदि के संदर्भ में निम्नतर माना जाता है।
- V. उच्च लागत वाली अर्थव्यवस्था।
- VI. विकसित देशों में बाजार पहुंच बहुत कठिन है क्योंकि वे शुल्क और गैर-शुल्क बाधाओं से संरक्षित हैं।
- VII. भारत की अस्थिर राजनीतिक अर्थव्यवस्था। गठबंधन सरकारें तेजी से प्रगति के लिए अनुकूल नहीं हैं।
- VIII. विश्व निर्यात में सीमित भागीदारी।

वैश्वीकरण और भारत

भारत के लिए, संतुलित भुगतान स्थिति और विदेशी मुद्रा की कमाई वैश्वीकरण के प्रमुख कारण हैं। भारतीय उपभोक्ता की प्राथमिकता सामूहिक संचार उपकरणों के प्रभाव के कारण बदल गई है। इसलिए, भारतीय उद्योगों ने भी उपभोक्ताओं की प्राथमिकताओं को संतुष्ट करने के लिए अपने संचालन को वैश्विक बना दिया है। 1991 से भारत द्वारा

शुरू की गई उदारीकरण नीतियों के कारण, कई बहुराष्ट्रीय कंपनियों ने भारत में अपने संचालन शुरू किए हैं। भारतीय उद्योगों और नए उद्यमों को बहुराष्ट्रीय कंपनियों से कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है। इसके परिणामस्वरूप उनके प्रदर्शन में सुधार हुआ है, जो अंततः उपभोक्ताओं के लिए लाभकारी है। वैश्वीकरण घरेलू कंपनियों को तकनीक अधिग्रहण और अद्यतन करने, लागत प्रभावी बनने, और भविष्य की प्रतिस्पर्धात्मक चुनौतियों से निपटने में मदद करता है।

संदर्भ

- हफ, जे. और नीलैंड, ई.डब्ल्यू., 2000। वैश्विक व्यवसाय वातावरण और रणनीतियाँ: वैश्विक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ के लिए प्रबंधन। ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस दक्षिण अफ्रीका: केप टाउन।

उद्देश्य

उद्यमशीलता वातावरण के विभिन्न वर्गों का अध्ययन करना।

शब्दावली

- उद्यमी: वह व्यक्ति जो एक या अधिक व्यवसाय स्थापित करता है, वित्तीय जोखिम उठाता है और लाभ की उम्मीद करता है।
- उद्यमशीलता वातावरण: यह उन विभिन्न पहलुओं को संदर्भित करता है जिनमें बड़े, मध्यम, छोटे और अन्य उद्यम कार्य करते हैं। इसलिए, यह वातावरण उद्यम को प्रभावित करता है।
- वैश्वीकरण: इसका मतलब है मानव, वस्तुओं, सेवाओं, पूंजी, प्रौद्योगिकियों या सांस्कृतिक प्रथाओं के आंदोलनों और आदान-प्रदान की गति में तेजी।

परिचय

सभी प्रकार के उद्यम बाहरी पर्यावरणीय कारकों से प्रभावित होते हैं। इन कारकों को सामान्यतः राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, तकनीकी, कानूनी और सांस्कृतिक के रूप में वर्गीकृत किया गया है। ये सभी बाहरी पर्यावरणीय बल सामान्यतः व्यक्ति के नियंत्रण से बाहर होते हैं और इन्हें आमतौर पर मैक्रो-पर्यावरणीय कारक कहा जाता है। इनमें अनिश्चितता जुड़ी होती है। भारी असफलता की लागत के बावजूद, निजी उद्यमी उच्च लाभ कमाने की उम्मीद में जोखिम उठाते हैं।

उद्यमशीलता वातावरण का महत्व

मैक्रो पर्यावरणीय कारक उद्यमशीलता के विकास के लिए जिम्मेदार होते हैं। वैश्वीकृत दुनिया में, सभी प्रकार के व्यवसाय को एक सामाजिक और आर्थिक संगठन के रूप में माना जाता है, जो राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक बलों से प्रभावित होता है। एक उद्यम राजनीतिक वातावरण, औद्योगिक और लाइसेंसिंग नीति, विदेशी विनियम विनियमन, बैंकिंग नीति, तकनीकी विकास आदि द्वारा निर्मित एक विशिष्ट ढांचे में कार्य करता है। इसलिए, किसी

भी व्यवसाय योजना को उद्यमी द्वारा तैयार करते समय ऊपर बताए गए पर्यावरणीय कारकों के आधार पर बनाना आवश्यक है।

आर्थिक कारक

1. पूंजी: यह शायद किसी भी उद्यम की स्थापना के लिए सबसे आवश्यक आवश्यकता है। इसे भूमि, विभिन्न प्रकार की मशीनों और कच्चे माल को खरीदने के लिए आवश्यक है। अनुसंधान अध्ययनों से पता चला है कि पूंजी निवेश में वृद्धि के साथ, पूंजी-उत्पादन अनुपात बढ़ता है। इससे लाभ बढ़ता है, जो फिर पूंजी निर्माण में चला जाता है। इस प्रकार, पूंजी की कमी और उधारी पर उच्च ब्याज दरें देश में उद्यमशीलता गतिविधियों में बाधा डालती हैं। समृद्ध पश्चिमी देशों की प्रगति का एक कारण उद्यमियों के लिए पूंजी की उपलब्धता है।
2. श्रम: उद्यमशीलता के उचित विकास के लिए श्रमिकों की गुणवत्ता मात्रा से अधिक महत्वपूर्ण है। चूंकि उन्हें सफल वृद्धि के लिए गुणवत्ता उत्पादों की आपूर्ति करनी होती है, इसलिए श्रम की गुणवत्ता अत्यंत महत्वपूर्ण होती है।
3. कच्चे माल: चूंकि कच्चा माल उत्पादन का एक महत्वपूर्ण घटक है, जिसके बिना उत्पादन पूरा नहीं हो सकता। उद्यमियों को उद्यम के अस्तित्व के लिए विभिन्न प्रकार के कच्चे माल की आवश्यक मात्रा और गुणवत्ता की निरंतर उपलब्धता सुनिश्चित करनी चाहिए।
4. बाजार: बाजार का आकार और रचना दोनों अपने तरीके से उद्यमशीलता को प्रभावित करते हैं। यह महत्वपूर्ण है कि बाजार का विस्तार हो रहा है या नहीं और यह किस दर से बढ़ रहा है, ये उद्यमशीलता विकास के लिए सबसे महत्वपूर्ण विशेषताएँ हैं।

सरकारी क्रियाएँ

सरकार उद्यमियों के विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। सरकार औद्योगिक नीति के माध्यम से, बुनियादी सुविधाएँ, उपयोगिताएँ और सेवाएँ प्रदान करके, प्रोत्साहन और सब्सिडी देकर उद्यमियों का समर्थन कर सकती है। सरकार की सहायक और अनुकूल भूमिका उद्यमियों के जोखिम को कम करती है।

उद्यमशीलता को प्रभावित करने वाले सामान्य पर्यावरणीय कारक

- उद्यम पूंजी की उपलब्धता
- अनुभवी उद्यमियों की उपस्थिति
- तकनीकी कुशल श्रम बल
- आपूर्तिकर्ताओं की पहुंच
- ग्राहकों या नए बाजारों की पहुंच
- अनुकूल सरकारी नीतियाँ
- विश्वविद्यालयों और अनुसंधान संस्थानों की निकटता
- अवसंरचनात्मक सुविधाओं की उपलब्धता

- परिवहन की पहुँच
- ग्रहणशील जनसंख्या
- सहायक सेवाओं की उपलब्धता
- आकर्षक जीवन स्थितियाँ

वैश्वीकरण और भारत

स्वतंत्रता के लंबे समय के बाद भी, भारत अपनी अर्थव्यवस्था को एक आधुनिक औद्योगिक लोकतंत्र में परिवर्तित करने में सक्षम नहीं है, हालाँकि इसे राजनीतिक लोकतंत्र प्राप्त है। यह इस तथ्य से स्पष्ट है कि धनी और गरीब के बीच बड़ा अंतर है। उदारीकरण के बाद, यह अंतर शायद बढ़ रहा है। विश्व व्यापार संगठन / विश्व बैंक और अन्य वित्तीय संस्थानों द्वारा निर्देशित आर्थिक नीतियों का पालन करते हुए, भारत ने राज्य हस्तक्षेप के लिए जगह कम की है और बाजार बलों को बाजार को नियंत्रित करने की अनुमति दी है। एक ओर, यह उद्यमशीलता के अवसरों में वृद्धि करता है, लेकिन दूसरी ओर, समाज के आर्थिक रूप से कमजोर वर्गों पर नकारात्मक प्रभाव डालता है। इसलिए, यद्यपि वैश्वीकरण की प्रक्रिया को रोकना संभव नहीं है, लेकिन जो भी नीति सुधार किए जाते हैं, उन्हें हमारे देश की सामाजिक-आर्थिक परिस्थितियों के अनुसार होना चाहिए और सामान्य जनता के हितों की सेवा करनी चाहिए।

भारत में वैश्वीकरण का क्षेत्र-विशिष्ट प्रभाव

भारत में वैश्वीकरण के प्रभावों का अध्ययन कुछ विशेष क्षेत्रों का विश्लेषण करके किया जा सकता है:

1. टेलीकॉम क्षेत्र: वैश्वीकरण का प्रभाव इस क्षेत्र में सीधे दिखाई देता है। यह क्षेत्र पूरी तरह से सार्वजनिक क्षेत्र में था। अब इसे निजीकरण किया गया है और धीरे-धीरे 72 प्रतिशत तक विदेशी निवेश की अनुमति दी गई है। उपभोक्ताओं को सस्ती दरों पर कई सेवा प्रदाताओं की आसान उपलब्धता के रूप में सकारात्मक प्रभाव मिल रहा है।
2. बीमा क्षेत्र: यह क्षेत्र सबसे अधिक विनियमित क्षेत्रों में से एक था। अब यह निजी खिलाड़ियों के लिए भी खुला है। इस क्षेत्र को विनियमित करने के लिए सरकार द्वारा बीमा नियामक विकास प्राधिकरण स्थापित किया गया है।
3. बैंकिंग और वित्तीय क्षेत्र: भारत ने इस क्षेत्र के लिए क्रमिक उदारीकरण दृष्टिकोण अपनाया है। विनियमन, ब्याज दरों का उदारीकरण, प्रगतिशील बाजार नीतियों के रूप में सुधार धीरे-धीरे पेश किए गए हैं। प्रत्येक बजट घोषणा के साथ, भारत पूर्ण पूंजी खाता रूपांतरण की ओर बढ़ता है। ये उपाय और साथ में मितव्ययी मानकों और बाजार अनुशासन को मजबूत करना, और भारत की विशिष्ट आवश्यकताओं के अनुसार अंतरराष्ट्रीय मानकों को अपनाना भारत के वित्तीय क्षेत्र को प्रतिस्पर्धी, व्यवहार्य और लचीला बनाने में मदद करता है। ये सभी कदम उद्यमियों के लिए आवश्यक वित्तीय समर्थन प्राप्त करने में सहायक होते हैं।
4. खुदरा क्षेत्र: भारतीय खुदरा उद्योग को अब एक प्रारंभिक चरण में नहीं माना जा सकता। वैश्वीकरण के कारण, छोटे शहरों और देश भर में बड़े सुपरमार्केट दिखाई दे रहे हैं। खुदरा क्षेत्र के उद्घाटन ने कई उद्यमियों के

लिए अवसर प्रदान किए हैं। हालांकि इसे छोटे स्ट्रीट कॉर्नर की किराने की दुकानों के लिए खतरे के रूप में देखा जाता है, लेकिन साथ ही यह खुदरा क्षेत्र में संसाधन और प्रौद्योगिकी की कमी को भरने में मदद कर सकता है।

5. कृषि क्षेत्र: भारत अभी भी एक कृषि प्रधान देश के रूप में माना जाता है। वैश्वीकरण के कारण, भारतीय किसानों के लिए प्रौद्योगिकी हस्तांतरण, बेहतर उत्पादकता और नए बाजारों के रूप में लाभ प्राप्त किया जा सकता है, लेकिन यदि भारतीय कृषि की परिस्थितियों और भारतीय किसानों के बड़े हिस्से की सामाजिक-आर्थिक स्थिति को ध्यान में रखा जाए, तो यह देखा गया है कि वैश्वीकरण के कारण भारतीय किसानों को कई समस्याओं का सामना करना पड़ा है, जैसे कि विकसित देशों में किसानों को दी जाने वाली सब्सिडी का अभाव, कई जैव प्रौद्योगिकी कंपनियों का एकाधिकार, जैव विविधता और पारिस्थितिकीय स्थिरता को खतरा, आदि।

ये कुछ क्षेत्र-विशिष्ट उदाहरण हैं जो भारतीय अर्थव्यवस्था पर वैश्वीकरण के प्रभाव को उजागर करते हैं। सामान्यतः, वैश्वीकृत दुनिया नई तकनीक और आर्थिक अवसरों में वृद्धि लाती है और साथ ही कई क्षेत्रों में अंतरराष्ट्रीय कंपनियों की अधिकता को भी बढ़ाती है। हालांकि, साथ ही, यह बेरोजगारी, आर्थिक और सामाजिक असमानताओं में भी वृद्धि कर सकता है।

परिचय

शब्द "उद्यमी" फ्रेंच भाषा से लिया गया है, जिसका अर्थ है संगीत या अन्य मनोरंजन का आयोजक। ऑक्सफोर्ड शब्दकोश भी उद्यमी को "एक सार्वजनिक संगीत संस्थान का निर्देशक या प्रबंधक" के रूप में परिभाषित करता है। 16वीं शताब्दी में, यह शब्द उन व्यक्तियों पर लागू किया गया था जो सैन्य अभियानों में शामिल थे। 17वीं शताब्दी में, इस शब्द का विस्तार नागरिक अभियंत्रण गतिविधियों को शामिल करने के लिए किया गया। 18वीं शताब्दी में, इस शब्द का उपयोग आर्थिक पहलुओं को संदर्भित करने के लिए किया गया। यह दर्शाता है कि उद्यमिता की अवधारणा दो शताब्दियों पहले उत्पन्न हुई थी। तब से इस शब्द का उपयोग विभिन्न तरीकों से किया गया है।

उद्यमी एक राष्ट्र के आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। आर्थिक विकास आय के स्तर और उसकी स्थिरता को संदर्भित करता है। यह मुख्य रूप से उद्यमियों पर निर्भर करता है। एक उद्यमी वह व्यक्ति है जो अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए प्रयासरत होता है और जो ज्ञान, कौशल, नवाचार, प्रेरणा और नवाचार की भावना रखता है। एक उद्यमी हमेशा अवसरों की खोज करता है, अवसरों को उपलब्धियों में बदलता है और आर्थिक लाभ प्राप्त करता है। उद्यमिता एक प्रक्रिया है जिसमें निर्माण, उत्पादन में नवाचार, नए सामग्रियों का उपयोग, बाजार आदि शामिल होते हैं। एक उद्यमी में जोखिम और अनिश्चितता को पूर्वाभास करने की मानसिकता होती है, जिसका उद्देश्य विशिष्ट लक्ष्यों को प्राप्त करना होता है।

उद्यमी की अवधारणा

शब्द "उद्यमी" फ्रेंच क्रिया 'entrepredre' से लिया गया है, जिसका अर्थ है 'undertake' (उठाना)। इसका मतलब है 'बिचौलिये'। एक उद्यमी जोखिम लेने वाला होता है। एक उद्यमी एक ऐसा व्यक्ति है जो मध्यम जोखिम उठाता है और नवाचार लाता है। एक उद्यमी वह है जो अपने उद्यम में जोखिमों का आयोजन/प्रबंधन करता है। "उद्यमी वह व्यक्ति है जो जोखिम उठाता है और कुछ नया शुरू करता है।"

16वीं शताब्दी में, उन फ्रांसीसियों को 'उद्यमी' कहा जाता था जिन्होंने सैन्य अभियानों का आयोजन और नेतृत्व किया। 18वीं शताब्दी के आरंभ में, फ्रांसीसी अर्थशास्त्री रिचर्ड कैटिलॉन ने व्यापार के लिए इस शब्द का उपयोग

किया। तभी से, शब्द उद्यमी का अर्थ है वह जो एक नई संगठन की स्थापना या समाज में एक नया विचार, उत्पाद या सेवा प्रस्तुत करने का जोखिम उठाता है।

उद्यमी की परिभाषाएँ

- I. आधुनिक शब्दकोश उद्यमी को "एक ऐसा व्यक्ति जो केवल उच्च जोखिम वाली उद्यम का पुनर्गठन और प्रबंधन करता है" के रूप में परिभाषित करता है।
- II. अर्थशास्त्री के अनुसार, उद्यमी बदलाव, नवाचार और नए आदेशों को प्रस्तुत करता है और संसाधनों, कच्चे माल, श्रम और अन्य संपत्तियों को संयोजित करता है, जिससे उनकी मूल्यवृद्धि होती है।
- III. मनोवैज्ञानिक के अनुसार, उद्यमी कुछ बलों द्वारा प्रेरित होता है, जो कुछ प्राप्त करने या हासिल करने की इच्छा उत्पन्न करते हैं।
- IV. समाजशास्त्री के अनुसार, उद्यमी वह व्यक्ति है जिसकी क्रियाएँ उसके सामाजिक स्थिति को निर्धारित करेंगी और जो समाज के विकास में योगदान देता है।
- V. प्रबंधन के अनुसार, उद्यमी वह व्यक्ति है जो एक दृष्टिकोण रखता है और इसे प्राप्त करने के लिए क्रियाविधि तैयार करता है।

उद्यमियों के कार्य

उद्यमी को विभिन्न कार्यों को पूरा करना होता है, जो उसके व्यवसाय की सफलता के लिए आवश्यक होते हैं। ये कार्य मुख्यतः निम्नलिखित हैं:

1. विचार उत्पन्न करना: उद्यमी का यह सबसे महत्वपूर्ण कार्य है। विचार उत्पन्न करने की प्रक्रिया में दृष्टि, अंतर्दृष्टि, अवलोकन, अनुभव, शिक्षा, प्रशिक्षण और परिवेश का प्रभाव होता है। उद्यमी को व्यापारिक अवसरों की पहचान करनी होती है ताकि वह एक व्यावसायिक रूप से सक्षम परियोजना विकसित कर सके।
2. लक्ष्य निर्धारित करना: उद्यमी को अपने व्यवसाय के उद्देश्यों के बारे में स्पष्ट होना चाहिए। यह व्यवसाय के प्रकार, व्यवसाय की प्रकृति और अन्य महत्वपूर्ण बातों पर निर्भर करता है। उद्यमी को यह निर्धारित करना होता है कि उसका उद्यम निर्माण से संबंधित है, सेवा आधारित है या व्यापारिक है।
3. धन जुटाना: धन जुटाना उद्यमी का एक अन्य महत्वपूर्ण कार्य है। सभी व्यापारिक गतिविधियाँ वित्तीय समर्थन पर निर्भर करती हैं। उद्यमी को आंतरिक और बाह्य स्रोतों से धन जुटाने के विभिन्न तरीकों और सरकारी योजनाओं के बारे में जानकारी होनी चाहिए।
4. कच्चे माल की खरीद: उद्यमी को कच्चे माल की उपलब्धता सुनिश्चित करनी होती है। उसे सस्ते और नियमित स्रोतों का पता लगाना चाहिए ताकि उत्पादन की लागत को कम किया जा सके।
5. यंत्रों की खरीद: नए उद्यम की स्थापना के लिए मशीनों और उपकरणों की खरीद आवश्यक होती है। इस प्रक्रिया में तकनीकी विवरण, मशीनों की क्षमता, निर्माताओं और आपूर्तिकर्ताओं की जानकारी इत्यादि शामिल होती है।

6. बाजार अनुसंधान: उद्यमी को उत्पाद का बाजार अनुसंधान करना होता है। यह उत्पाद की मांग, आपूर्ति, लागत और ग्राहक की पहचान के लिए आवश्यक है।
7. उद्यम का स्वरूप निर्धारित करना: उद्यमी को उत्पाद की प्रकृति, निवेश का स्तर, गतिविधियों का प्रकार, मानव संसाधनों की गुणवत्ता आदि पर विचार करना होता है ताकि उद्यम का स्वरूप तय किया जा सके।
8. मानव संसाधनों की भर्ती: उद्यमी को संगठन की मानव संसाधन आवश्यकता का अनुमान लगाना, चयन प्रक्रिया बनाना, प्रशिक्षण और विकास के नियम बनाना होता है।
9. परियोजना का कार्यान्वयन: उद्यमी को परियोजना के कार्यान्वयन की प्रक्रिया को समयबद्ध तरीके से पूरा करना होता है। यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि सभी गतिविधियाँ निर्धारित समय सीमा के भीतर संपन्न हों।

उद्यमिता का महत्व

- रोजगार सृजन: उद्यमिता रोजगार उत्पन्न करती है, जो नए अनुभव और प्रशिक्षण का अवसर प्रदान करती है।
- नवाचार: यह नवाचार का केंद्र है, जो नए उत्पाद, बाजार, प्रौद्योगिकी और गुणवत्ता प्रदान करता है।
- समाज और समुदाय विकास पर प्रभाव: उद्यमिता समाज में सुधार लाती है और समुदायों की जीवन गुणवत्ता में वृद्धि करती है।
- जीवन स्तर में वृद्धि: उद्यमिता व्यक्तिगत आय में वृद्धि कर जीवन स्तर में सुधार करती है।
- अनुसंधान और विकास का समर्थन: उद्यमिता अनुसंधान और विकास में निवेश करती है, जिससे नए उत्पादों और सेवाओं की संभावनाएँ बढ़ती हैं।

परिचय

यदि हम भारत के व्यापार इतिहास पर नजर डालें, तो हमें कई सफल उद्यमियों के नाम मिलते हैं, जैसे टाटा, बिड़ला, मोदी, डालमिया आदि। ये सभी सफल उद्यमी हैं जिन्होंने छोटे आकार से अपने व्यापार की शुरुआत की और बड़ी संपत्ति बनाई। किसी छोटे उद्यम की सफलता या असफलता का मुख्य कारण अक्सर उद्यमी की स्वयं की विशेषताएँ होती हैं। तो प्रश्न यह है: उद्यमियों को सफल बनाने वाले गुण क्या हैं? क्या इनमें कोई सामान्य विशेषताएँ हैं? सफल उद्यमियों के व्यक्तिगत गुणों का विश्लेषण करने से पता चलता है कि कुछ विशेषताएँ सामान्यतः उनमें पाई जाती हैं।

उद्यमिता विकास की आवश्यकता

पीटर ड्रुकर ने अपनी वैश्विक दृष्टि के आधार पर कहा कि किसी भी समाज में उद्यमियों की संख्या (यानी नौकरी बनाने वाले) 15% से अधिक नहीं होती और नौकरी चाहने वालों की संख्या 85% से कम नहीं होती। आर्थिक विकास और रोजगार सृजन को बढ़ावा देने के लिए, उद्यमिता विकास किसी भी सभ्य समाज में अनिवार्य हो जाता है। विशेष रूप से विकासशील देशों जैसे भारत में, उद्यमिता विकास की आवश्यकता और भी अधिक हो जाती है।

उद्यमिता विकास की आवश्यकता निम्नलिखित कारणों से है:

1. अर्थव्यवस्था के सीमित संसाधनों का उचित उपयोग: उद्यमी सीमित संसाधनों का उपयोग करते हुए मूल्य-संवर्धक उद्यम परियोजनाएँ शुरू करते हैं, जिससे देश की आर्थिक वृद्धि तेज होती है।
2. रोजगार के अवसरों का सृजन: उद्यमी नए व्यवसाय स्थापित कर नए रोजगार का सृजन करते हैं, जिससे नौकरी चाहने वालों को अवसर मिलता है।
3. प्रौद्योगिकी और नवाचार: उद्यमी उच्च जोखिम वाले नए क्षेत्रों में निवेश करते हैं, जिससे वे नवाचार के तरीकों को विकसित करते हैं।
4. जीवन स्तर में सुधार: उद्यमी सस्ती और उच्च गुणवत्ता वाले उत्पादों का उत्पादन करके समाज की विभिन्न आवश्यकताओं को पूरा करते हैं, जिससे जीवन स्तर में सुधार होता है।

5. आर्थिक सहयोग का प्रचार: उद्यमी घरेलू और वैश्विक स्तर पर आर्थिक सहयोग को बढ़ावा देते हैं, जिससे उपभोक्ताओं को लाभ होता है।
6. संस्कृति का आदान-प्रदान और भाईचारे का विकास: उद्यमी न केवल आर्थिक मूल्य उत्पन्न करते हैं, बल्कि वे संस्कृति के आदान-प्रदान के माध्यम से मानवता और भाईचारे का विकास भी करते हैं।

सफल उद्यमियों की विशेषताएँ

1. कड़ी मेहनत: सफल उद्यमी काम करने के लिए तैयार रहते हैं और अक्सर कठिनाइयों का सामना करते हुए अपने व्यवसाय को पुनर्जीवित करते हैं।
2. उच्च उपलब्धि की इच्छा: उद्यमियों में उच्च लक्ष्य हासिल करने की मजबूत इच्छा होती है, जिससे वे बाधाओं को पार करते हैं।
3. उच्च आशावाद: सफल उद्यमी वर्तमान समस्याओं से प्रभावित नहीं होते और भविष्य के लिए आशावान रहते हैं।
4. स्वतंत्रता: सफल उद्यमी स्वतंत्रता पसंद करते हैं और दूसरों द्वारा मार्गदर्शन नहीं लेना चाहते।
5. पूर्वदृष्टि: उद्यमियों में भविष्य की व्यापारिक परिस्थितियों का पूर्वाभास करने की क्षमता होती है।
6. अच्छा आयोजक: उद्यमी सभी आवश्यक संसाधनों को एकत्रित करके उत्पादन प्रारंभ करते हैं।
7. नवोन्मेषी: उद्यमी ग्राहकों की बदलती आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अनुसंधान और नवाचार करते हैं।
8. संवाद कौशल: व्यापार में कई हितधारकों के साथ बातचीत करने के लिए उद्यमियों को उत्कृष्ट संवाद कौशल होना आवश्यक है।
9. आत्म-नियंत्रण: उद्यमी स्वतंत्र रूप से कार्य करते हैं और निर्णय लेने में सक्षम होते हैं।
10. आत्म-विश्वास: उद्यमी समस्याओं का सामना आत्म-विश्वास के साथ करते हैं।
11. आपातकाल की भावना: उद्यमियों में अपने विचारों को विकसित करने की निरंतर आवश्यकता होती है।
12. व्यापक जागरूकता: सफल उद्यमी जटिल परिस्थितियों को समझने की क्षमता रखते हैं।
13. यथार्थवाद: उद्यमी वास्तविकता को स्वीकार करते हैं और उसी के अनुसार कार्य करते हैं।
14. वैचारिक क्षमता: उद्यमियों में जटिल परिस्थितियों में समस्याओं की पहचान करने की क्षमता होती है।
15. तकनीकी ज्ञान: सफल होने के लिए उद्यमियों को अपने व्यवसाय के बारे में मूलभूत ज्ञान होना चाहिए।
16. स्थिति की आवश्यकता: उद्यमी अपनी सफलताओं से संतोष पाते हैं, न कि बाहरी प्रतीकों से।
17. अंतरवैयक्तिक संबंध: उद्यमी लोगों की उपलब्धियों पर ध्यान केंद्रित करते हैं।
18. भावनात्मक स्थिरता: उद्यमी दबाव में भी स्थिर रहते हैं और समस्याओं का समाधान करने में सक्षम होते हैं।
19. जोखिम लेना: उद्यमियों को जोखिम लेने में सक्षम होना चाहिए, लेकिन उन्हें यह समझना चाहिए कि उच्च जोखिम एक जुआ है।

20. परिवर्तन और अनिश्चितता: उद्यमियों को अनिश्चितताओं का सामना करते हुए निर्णय लेने में सक्षम होना चाहिए।

21. निर्णय लेना: एक सफल उद्यमी के लिए निर्णय लेना महत्वपूर्ण है, क्योंकि निर्णय न लेना भी एक गलत निर्णय होता है।

इन विशेषताओं के विश्लेषण से यह स्पष्ट है कि उद्यमी और प्रबंधक में अंतर होता है। कभी-कभी, एक उद्यमी एक प्रबंधक भी हो सकता है, लेकिन एक प्रबंधक उद्यमी नहीं हो सकता। अंततः, उद्यमी मालिक होता है, जबकि प्रबंधक एक कर्मचारी होता है।

उद्यमी और प्रबंधक के बीच का अंतर

- उद्यमी व्यवसाय की शुरुआत में संलग्न होता है, जबकि प्रबंधक व्यवसाय को चलाने में संलग्न होता है।
- उद्यमी दीर्घकालिक रूप से वित्तीय, भौतिक और मनोवैज्ञानिक जोखिम उठाता है, जबकि प्रबंधक को जोखिम नहीं उठाना पड़ता।
- उद्यमी अवसर की धारणा से प्रेरित होता है, जबकि प्रबंधक वर्तमान संसाधनों से।
- उद्यमी परिवर्तन की शुरुआत करता है, जबकि प्रबंधक नियमों और प्रक्रियाओं का पालन करता है।
- उद्यमी अपने खुद का बॉस होता है, जबकि प्रबंधक एक नियोजित कर्मचारी होता है।
- उद्यमी को अनिश्चित पुरस्कार मिलते हैं, जबकि प्रबंधक को निश्चित पुरस्कार और वेतन मिलता है।

परिचय

आधुनिक व्यापार जगत में व्यवसाय चलाना सबसे कठिन और जटिल कार्य बन गया है। एक उद्यमी तत्काल लाभ कमाने के लक्ष्य के साथ एक व्यावसायिक उद्यम बनाता है। लेकिन व्यवसाय के कई क्षेत्र ऐसे हैं जो पर्याप्त लाभ या निवेश पर रिटर्न (आरओआई) नहीं पैदा करते हैं, और कभी-कभी नुकसान भी उठाते हैं। उनमें से कई धीरे-धीरे बीमार हो जाते हैं और अंततः काम करना बंद कर देते हैं। छोटे उद्योगों (एसएसआई) में बीमारी की दर चिंताजनक रूप से अधिक है। जैसा कि हमने देखा है, बीमारी स्थायी नुकसान का कारण बनती है। ये संचित घाटे परियोजना प्रायोजक के इकिटी योगदान की भरपाई करते हैं। भारत में, ऐसी इकाइयों को रुग्ण उद्योग अधिनियम (एसआईसीए) के तहत रुग्ण माना जाता है, जिसके तहत कुल हानि शेयर पूंजी योगदान का 50% होती है।

व्यापार इकाइयों को बीमार होने की ओर खींचने वाले कारण

1. 7-एम संसाधन (जैसे लोग, मशीनें, सामग्री, पैसा, तरीके, बाजार और समय) स्वाभाविक रूप से सीमित हैं। इसके अतिरिक्त, वैकल्पिक उपयोग भी हैं। इन संसाधनों को प्रभावी ढंग से और कुशलता से प्रबंधित करने में उद्यमी की विफलता के परिणामस्वरूप प्रतिकूल स्वास्थ्य परिणाम होते हैं।
2. आधुनिक उदारकृत आर्थिक परिस्थितियों में, विशेषकर जून 1991 के बाद, बाजार संरचना प्रतिस्पर्धी हो गई है। जैसे-जैसे प्रतिस्पर्धियों की संख्या बढ़ती है, कमजोर इकाइयों के लिए जीवित रहना बहुत मुश्किल हो जाता है।
3. कारोबारी माहौल - आंतरिक रूप से नियंत्रित और बाहरी रूप से स्थिर - बेहद लचीला और गतिशील हो गया है। बाहरी वातावरण में लगातार बदलते परिवर्तनों को समझने और उनके अनुकूल ढलने में एक उद्यमी की अक्षमता के कारण व्यवसाय की स्थिति को बनाए रखना मुश्किल हो जाता है।
4. राज्य की दोहरी भूमिका - एक नियामक और एक उत्प्रेरक के रूप में - किसी व्यावसायिक इकाई का प्रबंधन करना बहुत कठिन और जटिल बना देती है।
5. शिक्षा, शहरीकरण और सांस्कृतिक परिवर्तनों के कारण उपभोक्ताओं की लगातार बदलती प्राथमिकताओं

से उनकी जरूरतों और अपेक्षाओं को समझना मुश्किल हो जाता है। आधुनिक ग्राहक सेवा की अवधारणा आधुनिक व्यवसाय को चलाने को अधिक जटिल और मांगपूर्ण बनाती है।

6. मालिकों, निवेशकों, कर्मचारियों, उपभोक्ताओं, आपूर्तिकर्ताओं, कर अधिकारियों, सरकारों और बड़े पैमाने पर समाज सहित कई हितधारक शामिल हैं। ऐसे हित विविध और कभी-कभी विरोधाभासी भी होते हैं। उदाहरण के लिए, ग्राहकों के लिए अधिक कीमतें या कर्मचारियों के लिए कम मुआवज़ा मालिकों के लिए मुनाफ़ा बढ़ाता है। "कॉर्पोरेट प्रशासन" की वर्तमान अवधारणाओं के लिए उद्यमियों को इन विभिन्न हितधारकों के बीच संतुलन बनाने की आवश्यकता होती है। इसलिए, उद्यमियों को रस्सी पर चलना होगा।
7. व्यावसायिक इकाइयों के सामान्य उद्देश्य लाभप्रदता, विकास और अस्तित्व हैं। इन सभी लक्ष्यों को पूरा करना जटिल है। उद्यमियों को लाभप्रदता और तरलता के बीच संतुलन बनाना होगा। लाभदायक व्यावसायिक अवसरों का आकर्षण तरलता बनाए रखने में बाधा डालता है। द्वितीय. व्यावसायिक संगठनों में लाभ और वृद्धि के लक्ष्य विरोधाभासी होते हैं। शेयरधारक प्रति शेयर आय (ईपीएस) की तुलना में अधिक लाभांश की उम्मीद करते हैं, जबकि प्रबंधन कंपनी की विकास जरूरतों को पूरा करने के लिए अधिक कमाई बरकरार रखना चाहता है। iii. लाभप्रदता और उत्तरजीविता के लक्ष्य भी विपरीत हैं। आज की प्रतिस्पर्धी दुनिया में, उत्पाद लाभ पर या थोड़े नुकसान पर (एक अस्थायी रणनीति के रूप में) बेचे जाते हैं ताकि कंपनियां जीवित रह सकें।
8. भ्रष्ट प्रशासनिक संरचनाएँ कंपनियों के सफल कामकाज में बाधा डालती हैं। सरकारी नियामक उपाय भ्रष्टाचार का मार्ग प्रशस्त करते हैं। इसी तरह, भ्रष्ट शासन द्वारा सरकारी नीतियों के लाभों को कम कर दिया जाता है। इसलिए गरीब उद्यमियों को अपना व्यवसाय चलाने के लिए बहुत अधिक धनराशि चुकानी पड़ती है। ऊपर बताए गए कारणों से व्यवसाय चलाना बहुत जटिल और कठिन हो गया है।

उद्यमी एक उद्यम की स्थापना करते हैं और उसे प्रभावी ढंग से प्रबंधित करते हैं ताकि वह सफल उद्यम बन सके।

सामान्यतः, एक उद्यम का प्रबंधन विभिन्न चरणों/चरणों में होता है:

1. अवसर को पहचानें. यह नई कंपनी और मौजूदा संगठन दोनों के लिए एक महत्वपूर्ण कदम है। सही समय पर अवसर की पहचान करने से आपके प्रतिस्पर्धियों पर प्रतिस्पर्धात्मक लाभ मिलता है। इससे लाभ मार्जिन बढ़ाने में मदद मिलती है। अवसरों की पहचान करना और उनका आकलन करना एक जटिल कार्य है। अधिकांश अच्छे व्यावसायिक अवसर तुरंत नहीं मिलते। वे उद्यमी के विचार निर्माण प्रक्रियाओं के प्रतिवर्ती या विशिष्ट उपयोग से उत्पन्न होते हैं, जैसे: बी अनुसंधान और विकास, प्रतिस्पर्धी विश्लेषण, आपूर्ति श्रृंखला प्रतिभागियों के साथ बैठकें, या विचार निर्माण तकनीकों का उपयोग। निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर ढूंढकर अवसर की सराहना की जा सकती है:
 - कौन सी बाजार आवश्यकता को पूरा किया जाएगा?
 - इस बाजार आवश्यकता के पीछे कौन सी सामाजिक परिस्थितियाँ हैं?

- इस बाजार आवश्यकता से संबंधित कौन से बाजार अनुसंधान डेटा हैं?
 - क्या कोई पेटेंट इस आवश्यकता को पूरा करने के लिए उपलब्ध हो सकता है?
 - संबंधित आवश्यकता के लिए राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा की संरचना क्या है?
2. मूल्यांकन और दृष्टि स्थापित करना: अवसरों की पहचान के बाद, उद्यमी इन अवसरों को वास्तविक उत्पाद में परिवर्तित करने के लिए एक दृष्टि स्थापित करता है। प्रत्येक अवसर को सावधानीपूर्वक परखा और मूल्यांकित किया जाता है ताकि यह आंका जा सके कि विशेष उत्पाद या सेवा, जो किसी विशेष विचार से संवेदनशील की गई है, अपेक्षित संसाधनों की तुलना में लाभदायक रिटर्न प्रदान करती है या नहीं। मूल्यांकन मानदंड अवसर की लंबाई, इसके वास्तविक और प्रतीक्षित मूल्य, इसके जोखिम और रिटर्न, उद्यमी के व्यक्तिगत कौशल और लक्ष्यों के साथ इसके मेल, और इसके प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण में अद्वितीयता या विभेदक लाभ को देखता है।
 3. दूसरों को मनाना: कोई व्यक्ति अकेले काम नहीं कर सकता। इसलिए, उद्यमियों को भी कई अन्य लोगों से मदद और सलाह की आवश्यकता होती है। एक व्यवसाय की सफलता सही लोगों को शामिल करने पर निर्भर करती है।

संसाधनों का संग्रह करना: सफलतापूर्वक दृष्टि संप्रेषित करने और दूसरों को मनाने के बाद, परियोजना शुरू करने का चरण आता है। यहाँ पहले विभिन्न प्रकार के संसाधनों को इकट्ठा किया जाता है। सामान्यतः, एक उद्यम के लिए आवश्यक संसाधनों को चार श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

1. वित्तीय: किसी भी नए उद्यम के लिए सबसे महत्वपूर्ण विचार इसके वित्तीय ढांचे का होता है। यह एक एकल उद्यम, साझेदारी, निजी कंपनी, सार्वजनिक कंपनी, या सहकारी फर्म हो सकता है। उपयुक्त ढांचा चुनने के बाद, वित्त के कुछ स्रोत खोजने का अगला प्रश्न होता है, जिसमें अपनी पूंजी, अनौपचारिक निवेशक (परिवार और मित्र), सार्वजनिक फ्लोटेशन, और सरकार आदि शामिल हैं।
2. संचालन संसाधन: इसमें भौतिक वस्तुएँ जैसे कार्यालय भवन, भूमि और मशीनरी, विभिन्न कच्चे माल आदि शामिल होते हैं।
3. मानव संसाधन: इसमें श्रमिक, कुशल ऑपरेटर और पेशेवर प्रबंधक शामिल होते हैं।
4. नया उद्यम बनाना/व्यापार योजना विकसित करना: अगला कदम सभी संसाधनों को प्रभावी ढंग से व्यवस्थित करना और एक नया उद्यम स्थापित करना है।

व्यापार योजना: एक व्यापार योजना उद्यमी द्वारा तैयार की जाती है। यह एक लिखित दस्तावेज है जो एक नए उद्यम को शुरू करने में शामिल सभी आवश्यक आंतरिक और बाह्य तत्वों का वर्णन करता है। यह उद्यम के प्रमुख कार्यात्मक योजनाओं का एकीकरण है, जैसे कि विपणन, वित्त, उत्पादन, मानव संसाधन आदि। यह संचालन के प्रारंभिक वर्षों के लिए दीर्घकालिक और तात्कालिक निर्णय लेने को संबोधित करता है। व्यापार योजना संभावित निवेशकों, आपूर्तिकर्ताओं, और यहां तक कि उपभोक्ताओं द्वारा आवश्यक होती है। विभिन्न व्यक्ति जैसे निवेशक, आपूर्तिकर्ता, ग्राहक आदि व्यापार योजना का अध्ययन करते हैं और इसे अपने दृष्टिकोण से व्याख्यायित करते हैं।

इसलिए, व्यापार योजना तैयार करते समय, उद्यमी को सभी विभिन्न हितधारकों से संबंधित मुद्दों को संबोधित करना चाहिए।

व्यापार योजना की विफलता के कारण:

- उद्यमी द्वारा अव्यवस्थित लक्ष्य निर्धारण
- अप्रमाणित लक्ष्य
- उद्यमी की ओर से पूरी प्रतिबद्धता की कमी
- योजना के व्यवसाय में उद्यमी के अनुभव की कमी
- उद्यमी में संभावित खतरों या कमजोरियों का एहसास न होना
- प्रस्तावित उत्पाद या सेवा के लिए ग्राहक आवश्यकताओं की स्थापना की कमी

उद्यम का प्रबंधन: यह बढ़ते उद्यम के संचालन समस्याओं की परीक्षा और समाधान करना आवश्यक है। इसके लिए प्रबंधन शैली और संरचना को लागू करने के साथ-साथ सफलता के प्रमुख चर निर्धारित करने की आवश्यकता होती है। समस्याओं की पहचान करने और उन्हें शीघ्र हल करने के लिए एक नियंत्रण प्रणाली स्थापित की जानी चाहिए।

समय के साथ परिवर्तन/अनुकूलन: जैसे-जैसे व्यवसाय का वातावरण बदलता है, उद्यमी को सफल रहने और प्रतिस्पर्धात्मक बने रहने के लिए नई नीतियों/रणनीतियों को अपनाना पड़ता है।

केंद्र और राज्य सरकारें व्यवसाय संचालन के लिए नियम और विनियम तैयार करती हैं। नगरपालिका जैसी अन्य स्थानीय निकायों द्वारा बनाए गए नियम भी व्यवसाय पर लागू होते हैं। उचित व्यापार प्रथाओं और प्रतिस्पर्धा की रक्षा के लिए कई कानून बनाए गए हैं, उपभोक्ताओं, कर्मचारियों के हितों की रक्षा करना और व्यवसायों से कर वसूलना। ये नियम सभी उद्यमों के लिए समान नहीं होते। ये उद्यम विशेष होते हैं। इसलिए, संबंधित उद्यम के प्रबंधन की यह जिम्मेदारी है कि वे अपने उद्यम के लिए सरकार द्वारा बनाए गए सभी कानूनी नियमों को लागू करें। इसलिए, उद्यमियों को सतर्क रहना और अपने व्यवसाय गतिविधियों को नियंत्रित, विनियमित और मार्गदर्शित करने वाले नवीनतम आदेशों की जानकारी रखनी चाहिए। इस संदर्भ में, रूप और स्वामित्व, औद्योगिक लाइसेंस, परियोजना योजना का पंजीकरण, पर्यावरण की सुरक्षा, कारखाने की निर्माण, व्यापार लाइसेंस, कर्मचारी कल्याण, उपभोक्ता अधिकार आदि कुछ महत्वपूर्ण पहलू हैं जिन पर उद्यमी को विचार करना चाहिए।

उद्यमियों का वर्गीकरण: उद्यमियों का वर्गीकरण सामान्य विशेषताओं के आधार पर निम्नलिखित है:

क. क्लेरेंस डेनहॉफ वर्गीकरण

क्लेरेंस डेनहॉफ उद्यमियों को चार प्रकारों में वर्गीकृत करते हैं:

1. **नवोन्मेषी:** नवोन्मेषी उद्यमी वह होता है जो जानकारी का समेकन और संश्लेषण करता है और उत्पादन के कारकों के नए संयोजन का परिचय देता है। वे नवोन्मेष की गंध से पहचाने जाते हैं। ये उद्यमी नए विचारों, नई तकनीक, नए बाजारों का परिचय देते हैं और नए संगठनों का निर्माण करते हैं। नवोन्मेषी उद्यमी अपने देश के लिए बहुत सहायक होते हैं क्योंकि वे जीवनशैली में बदलाव लाते हैं।

2. **अनुकरणीय/अडॉप्टिव:** अनुकरणीय उद्यमी को अडॉप्टिव उद्यमी भी कहा जाता है। वह केवल अन्य नवोन्मेषकों द्वारा प्रस्तुत सफल नवाचारों को अपनाता है। ये उद्यमी मौजूदा उद्यमियों की नकल करते हैं और उसी तरीके से अपना उद्यम स्थापित करते हैं। नवाचार करने के बजाय, वे केवल दूसरों द्वारा नवाचार की गई तकनीक और विधियों की नकल करते हैं। ये उद्यमी कम विकसित देशों में बहुत सहायक होते हैं क्योंकि वे इन देशों में उद्यमिता और उद्यमी संस्कृति की वृद्धि में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं। इसके अलावा, वे पहले से परीक्षण की गई तकनीक को अपनाकर युवाओं के लिए पर्याप्त रोजगार के अवसर उत्पन्न करते हैं और इसलिए उन्हें आर्थिक विकास के एजेंट के रूप में माना जाता है।
3. **फेबियन:** फेबियन उद्यमी संकोची और सतर्क होते हैं। वे केवल तभी अन्य नवाचारों की नकल करते हैं जब वे सुनिश्चित हों कि ऐसा न करने पर उनके व्यवसाय को नुकसान होगा। वे नए तकनीक को अपनाने या नवाचार में बहुत संदेह करते हैं। वे बदलते वातावरण के प्रति अनुकूल नहीं होते हैं। वे पुरानी उत्पादन तकनीकों के साथ मौजूदा व्यवसाय में बने रहना पसंद करते हैं। वे केवल तब नई तकनीक को अपनाते हैं जब उन्हें एहसास होता है कि ऐसा न करने से उनके उद्यम को हानि या पतन होगा।
4. **ड्रोन:** ये उद्यमी दृष्टिकोण में रूढ़िवादी या पारंपरिक होते हैं। वे कभी भी अपने पारंपरिक व्यवसाय और पारंपरिक मशीनरी या व्यापार के तरीकों को छोड़ना नहीं चाहते। वे अपने पुराने-फैशन उत्पादन तकनीक के साथ ही सहज महसूस करते हैं, भले ही वातावरण और समाज में पर्याप्त बदलाव आया हो। इस प्रकार, ड्रोन उद्यमी परिवर्तनों को अपनाने से इनकार करते हैं। वे केवल एक या दो नवाचारों तक अपनी उद्यमिता गतिविधि को सीमित रखते हैं। वे उत्पादन में परिवर्तन को भी नकारते हैं, भले ही इससे लाभ में कमी आए।

ख. आर्थर एच. कोल वर्गीकरण

आर्थर एच. कोल उद्यमियों को निम्नलिखित प्रकारों में वर्गीकृत करते हैं:

1. **अनुभवात्मक (Empirical):** यह उद्यमी कभी भी कुछ क्रांतिकारी पेश नहीं करता और अनुभव के नियम का पालन करता है।
2. **राशि-निर्धारण (Rational):** राशि-निर्धारण उद्यमी सामान्य आर्थिक परिस्थितियों के बारे में अच्छी तरह से जानकारी रखता है और ऐसे परिवर्तन लाता है जो अधिक क्रांतिकारी प्रतीत होते हैं।
3. **संज्ञानात्मक (Cognitive):** संज्ञानात्मक उद्यमी अच्छी तरह से सूचित होता है, विशेषज्ञों की सलाह और सेवाओं का उपयोग करता है, और ऐसे परिवर्तन लाता है जो मौजूदा उद्यम योजना से पूरी तरह से भिन्न होते हैं।

ग. स्वामित्व के आधार पर वर्गीकरण

1. **निजी (Private):** निजी उद्यमी लाभ के लिए प्रेरित होता है और ऐसे क्षेत्रों में नहीं जाता जहां आर्थिक पुरस्कारों की संभावनाएं बहुत उज्ज्वल नहीं होती हैं।
2. **सार्वजनिक (Public):** विकासशील देशों में, सरकार उद्यम साझा करने की पहल करती है।

घ. उद्यम के पैमाने के आधार पर वर्गीकरण

1. **छोटे पैमाने (Small scale):** यह वर्गीकरण विशेष रूप से विकासशील देशों में लोकप्रिय है। छोटे उद्यमियों के पास बड़े पैमाने पर उत्पादन शुरू करने और क्रांतिकारी तकनीकी परिवर्तनों को लाने के लिए आवश्यक कौशल और संसाधन नहीं होते हैं।
2. **बड़े पैमाने (Large scale):** विकसित देशों में, अधिकांश उद्यमी बड़े पैमाने के उद्यमों से संबंधित होते हैं। उनके पास नए तकनीकी परिवर्तनों को आरंभ और लागू करने के लिए वित्तीय और आवश्यक संसाधन होते हैं। परिणामस्वरूप, विकसित देश उच्च स्तर की तकनीकी प्रगति को बनाए रखने और विकसित करने में सक्षम होते हैं।

हाल के वर्षों में, उद्यमियों के संबंध में कुछ नए वर्गीकरण किए गए हैं, जिन पर आगे चर्चा की जा रही है:

1. **एकल संचालक (Solo operators):** ये उद्यमी अपने व्यवसाय को व्यक्तिगत रूप से स्थापित करना पसंद करते हैं। वे उद्यम को सफलतापूर्वक चलाने के लिए अपनी पूंजी, बुद्धिमत्ता और व्यावसायिक कौशल का उपयोग करते हैं। वे मुख्य रूप से एकाधिकार के रूप में अपने व्यवसाय का संचालन करते हैं।
2. **सक्रिय साझेदार (Active partners):** इस प्रकार के उद्यमी मिलकर उद्यम बनाने के लिए अपने संसाधनों को पूल करते हैं। वे व्यवसाय के दैनिक कार्यों के प्रबंधन में सक्रिय रूप से भाग लेते हैं। इसलिए, सक्रिय साझेदारों द्वारा प्रबंधित व्यवसायों या फर्मों का संचालन अधिक सफल होता है।
3. **आविष्कारक (Inventors):** ये उद्यमी मुख्य रूप से अनुसंधान और विकास (R&D) गतिविधियों में संलग्न होते हैं। वे रचनात्मक होते हैं और नए उत्पादों, तकनीकों और उत्पादन के तरीकों का आविष्कार करने में खुश रहते हैं।
4. **चुनौती लेने वाले (Challengers):** इस प्रकार के उद्यमी व्यवसाय को स्थापित करने के लिए चुनौतियों का सामना करते हैं, जो कि उनकी उपलब्धि का प्रतीक होती है। वे अपने मानक को सुधारते रहते हैं और उनके रास्ते में आने वाली कठिनाइयों और बाधाओं का साहसपूर्वक सामना करते हैं। वे अपने व्यावसायिक कौशल और प्रतिभा का उपयोग करके बाधाओं को अवसरों में बदलते हैं, जिससे लाभ प्राप्त होता है। उनके अनुसार, यदि जीवन में कोई चुनौती नहीं है, तो जीवन में कोई आकर्षण नहीं है। चुनौतियाँ उन्हें साहसी बनाती हैं, और इसलिए, वे लाभ कमाने के लिए अनिश्चितताओं में कूदने से कभी संकोच नहीं करते।
5. **खरीददार (Buyers):** ये उद्यमी मौजूदा इकाइयों को खरीदने के अवसरों की खोज करते हैं, जो या तो बंद हैं या संचालन में हैं। यदि वे जो इकाइयाँ खरीदते हैं वे बीमार हैं, तो वे अपने अनुभव, विशेषज्ञता और व्यावसायिक कौशल का उपयोग करके उन्हें सुधारते हैं। इन इकाइयों को खरीदकर, वे बुनियादी ढाँचे और अन्य सुविधाओं के निर्माण की परेशानियों से मुक्त हो जाते हैं।
6. **जीवन काल के उद्यमी (Life timers):** ये उद्यमी मानते हैं कि व्यवसाय उनके जीवन का अभिन्न हिस्सा है। वे व्यवसाय को सफलतापूर्वक करने के लिए अपने व्यक्तिगत उत्तरदायित्व को लेना पसंद करते हैं। परिवार के उद्यम, जो उच्च व्यक्तिगत कौशल के कारण फलते-फूलते हैं, इस श्रेणी में आते हैं।

विशिष्ट प्रकार के स्वामित्व का चयन करते समय विचार करने वाले कारक:

- व्यवसाय की प्रकृति
- उत्पादन की अर्थव्यवस्थाओं को प्राप्त करने के लिए न्यूनतम उत्पादन
- व्यवसाय को वाणिज्यिक रूप से व्यवहार्य बनाने के लिए न्यूनतम कारोबार
- विशेषीकृत और कुशल कर्मियों की आवश्यकता
- पूंजी की आवश्यकता
- निवेश पर रिटर्न
- बाहरी स्रोतों से उपलब्ध ऋण के रूप में वित्तीय सहायता की मात्रा
- इक्विटी की देयता
- गठन की सुगमता – पंजीकरण और संबंधित वित्तीय बोझ
- कर लाभ और रियायतें
- सरकार से अनुदान और सब्सिडी
- प्रबंधन पर नियंत्रण

उद्यमिता विकास के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम की रूपरेखा

प्रशिक्षण एक वैश्विक प्रबंधन दृष्टिकोण है, जो ग्रामीण क्षेत्रों के आर्थिक और सामाजिक विकास के लिए एक अभिनव एकीकृत ग्रामीण विकास दृष्टिकोण प्रस्तुत करता है, जिसे परीक्षण किया गया है और जिसने ग्रामीण समुदायों के लिए आर्थिक और सामाजिक परिवर्तन के संदर्भ में सफल विकास स्तरों को प्राप्त किया है। यह एक वैश्विक प्रबंधन दृष्टिकोण (GMA) पर आधारित है, जो एक उपकरण है जो समुदाय की ऊर्जा को प्रगतिशील आत्म-परिस्थितियों में चैनलाइज करने, उनके समस्याओं के समाधान उत्पन्न करने, उनके स्वयं के विकास की योजना बनाने और परिणामों का मूल्यांकन करने के लिए उपयोग किया जाता है।

यह समुदाय के आर्थिक विकास की जिम्मेदारी को वहीं रखता है जहाँ से यह संबंधित है, अर्थात् समुदाय के भीतर ही। इसकी सफलता की मुख्य कुंजी लोग हैं, जो इस सिद्धांत पर काम करते हैं कि कभी-कभी चीजों को बदलने के लिए लोगों को बदलना आवश्यक होता है। उपयोग की गई तकनीकें और "ज्ञान" यह सुनिश्चित करती हैं कि परियोजना विकास के लिए समुदाय द्वारा प्रतिबद्धता और स्वामित्व प्राप्त हो। यह कार्यक्रम इस धारणा पर आधारित है कि ग्रामीण क्षेत्र के विकास का समग्र उद्देश्य है: "ग्रामीण परिवारों और ग्रामीण समुदायों की सामाजिक और आर्थिक स्थिति में सुधार, लोगों और आत्मनिर्भर समुदायों के विकास के माध्यम से और मानव और भौतिक संसाधनों का उपयोग करके रोजगार के अवसर पैदा करना, समुदाय की भलाई में सुधार करना और ग्रामीण क्षेत्रों को पुनर्जीवित करना।"

उद्यमिता शिक्षा और प्रशिक्षण के महत्व को यह पहचान लिया गया है कि यह शिक्षित युवाओं को स्व-रोजगार के लिए प्रेरित करने में सहायक होता है, और इसे विकास अर्थशास्त्रियों, योजनाकारों, नीति निर्धारकों और अधिकांश देशों की सरकारों द्वारा मान्यता प्राप्त है। उद्यमिता शिक्षा का मूल विचार यह है कि उद्यमिता की विशेषताएँ व्यक्ति में सुधार की जा सकती हैं या नई कौशल विशेष प्रकार के प्रशिक्षण और शिक्षा के माध्यम से विकसित की जा सकती हैं, जो समाज में संभावित व्यक्तियों के लिए उपलब्ध कराई जाती हैं। उद्यमिता शिक्षा पाठ्यक्रम में ऐसे विषय होते हैं जो छात्रों/सीखने वालों को आर्थिक अवसरों, व्यापार पर्यावरण, परियोजना की पहचान, व्यापार योजना तैयार करने, उपलब्धि के लिए प्रेरणा बढ़ाने, उद्यम प्रबंधन की तकनीकें, आत्म-विकास की तकनीकें, सटीकता कौशल में सुधार आदि के बारे में

जागरूक करने में मदद करते हैं। अन्य उद्देश्यों में आत्मविश्वास, अवसर की समझ, संवेदनशीलता और विश्लेषणात्मक कौशल को बढ़ाना शामिल हैं। इस पाठ्यक्रम का उद्देश्य उन कौशलों का विकास या सुधार करना है, जो स्व-रोजगार को एक करियर के रूप में अपनाने के लिए अत्यंत आवश्यक हैं।

उद्यमिता विकास प्रक्रिया में प्रशिक्षकों/सुविधाकर्ताओं की भूमिका

उपरोक्त उल्लिखित पांच आपस में संबंधित प्रशिक्षण इनपुट्स उस कुल प्रक्रिया को शामिल करते हैं, जिसके माध्यम से संभावित उद्यमियों की उद्यमिता और प्रबंधकीय क्षमताओं का विकास किया जाता है और एक ऐसा वातावरण तैयार किया जाता है जो उद्यमिता के लिए अनुकूल हो। इसलिए, जो प्रशिक्षक उद्यमिता विकास पर प्रशिक्षण कार्यक्रम के कार्यान्वयन को सुविधाजनक बनाने का कार्य कर रहे हैं, उन्हें इस प्रक्रिया को प्रभावी रूप से प्रारंभ, संगठन और निगरानी करने के लिए कुछ व्यवहारिक और प्रबंधकीय कौशलों की आवश्यकता होती है। इस प्रकार, प्रशिक्षण इस पर केंद्रित होता है:

- (क) प्रशिक्षक/सुविधाकर्ता की भूमिका;
- (ख) प्रशिक्षक/सुविधाकर्ता की योग्यताएँ;
- (ग) प्रशिक्षक/सुविधाकर्ता के कौशल; और
- (घ) प्रशिक्षक/सुविधाकर्ता का प्रशिक्षण

सबसे अच्छे प्रशिक्षण परिणाम तब प्राप्त होते हैं जब प्रतिभागी पहले उद्यमिता विकास में शामिल कुल प्रक्रिया को समझते हैं और फिर प्रत्येक आपस में जुड़े पाँच चरणों पर गहरी जानकारी प्राप्त करते हैं।

प्रशिक्षण पद्धति

प्रतिभागियों के लिए विकास के लिए केंद्रीय है 'सीखना-करते हुए' की प्रक्रिया। इसमें समूह द्वारा समस्या हल करने की प्रक्रिया शामिल होती है, जिसमें विचारों की पीढ़ी, समस्या की पहचान, समस्या विश्लेषण, समस्या हल करना और परियोजना विकास के लिए यथासंभव संयुक्त निर्णय निर्माण विधि का उपयोग किया जाता है। इस प्रकार प्रशिक्षण में निम्नलिखित का उपयोग किया जाता है:

- व्यक्तिगत अभ्यास और भूमिका निभाना
- समूह अभ्यास समस्या हल करने और निर्णय लेने के लिए
- फोकस प्रश्न
- ब्रेन मैप्स
- समस्या श्रृंखला
- सूचना बाजार
- केस अध्ययन
- व्याख्यान इनपुट

- पूर्ण सत्र चर्चाएँ
- सूचना पत्र

समूह कार्य प्रक्रिया के लिए निम्नलिखित महत्वपूर्ण हैं:

- 'फोकस' या 'मुख्य' प्रश्नों का उपयोग;
- समूह में 'संसाधन' व्यक्ति द्वारा मुख्य प्रश्नों के उपयोग पर मार्गदर्शन प्रदान किया जाएगा;
- कार्यशाला समूहों में प्रत्येक समूह में सात से दस व्यक्ति होंगे;
- प्रत्येक समूह में एक नेता और एक संसाधन व्यक्ति होगा;
- प्रत्येक समूह को एक विशिष्ट विषय/पहलू विकसित करने के लिए सौंपा जाएगा; प्रत्येक समूह एक रिपोर्टर नियुक्त करेगा जो समूह की चर्चा को पूर्ण सत्र में रिपोर्ट करेगा (ट्रांसपेरेंसी, फ्लिप चार्ट या सूचना बाजार का उपयोग करके);
- प्रत्येक कार्यशाला रिपोर्ट का सारांश कार्यशाला नेताओं को प्रस्तुत किया जाएगा।

प्रशिक्षण कार्यक्रम का डिज़ाइन

प्रशिक्षण कार्यक्रम में सभी मुख्य घटक—प्रशिक्षण उद्देश्य, उपलब्ध संसाधन, प्रतिभागियों की प्रेरणा, केवल कुछ का उल्लेख करने के लिए—प्रोग्राम डिज़ाइन में उचित रूप से आते हैं, लेकिन इन्हें अनुक्रमिक रूप से प्रस्तुत नहीं किया जा सकता, जैसे कि एक बैठक के एजेंडा में आइटम एक समय में लिया जा सकता है और अगले पर जाने से पहले निर्णय लिया जा सकता है। प्रशिक्षण डिज़ाइनर जब वे एक समग्र डिज़ाइन स्पष्ट करते हैं, तो उन्हें प्रत्येक चरण में इन सभी घटकों को दृढ़ता से ध्यान में रखना होता है, जैसे प्रशिक्षण उद्देश्य, सभी घटकों का उचित समावेश और उनके बीच उचित संबंध और कड़ियाँ। प्रत्येक प्रमुख घटक को चयन और विस्तार की आवश्यकता होती है। बॉनी जेम्सन ने प्रभावी प्रशिक्षण डिज़ाइन के लिए पांच प्रक्रियाओं का वर्णन किया।

प्रशिक्षण पाठ्यक्रम डिज़ाइन करने में पाँच चरण होते हैं। इनका व्यवस्थित, चरण दर चरण विवरण इन्हें यांत्रिक, गणितीय अन्वेषणों जैसा प्रतीत कराता है। हम यहाँ क्रमबद्धता पर जोर देंगे, जबकि हम पूरी तरह से यह जानते हैं कि वास्तव में इसमें एक उच्च स्तर की रचनात्मकता और संभावनाओं का काम शामिल होता है।

1. पहला कदम है प्रशिक्षण रणनीति का उपयोग करना या आमतौर पर रणनीतियों का संयोजन, जिसे संगठन और प्रणाली ने एक साथ मिलकर एक समग्र डिज़ाइन तैयार करने के लिए तय किया है। इसके लिए प्रक्रिया एक वास्तुकार द्वारा प्रारंभिक चित्र तैयार करने और प्रस्तावित भवन के एक निश्चित स्थान पर संभावित स्थिति तय करने जैसी होती है।
2. दूसरा कदम है सामान्य प्रशिक्षण उद्देश्यों को उनके घटक भागों में विभाजित करना। पहला सामान्य विभाजन घटक ज्ञान, समझ और कौशल में किया जाता है, जो मुश्किल नहीं होता। चुनौती तब होती है जब इन घटकों को उचित प्रशिक्षण विधियों से मेल बैठाना होता है, और यह निर्धारित करना होता है कि प्रत्येक घटना के लिए कितने सत्र की आवश्यकता होगी और प्रत्येक उद्देश्य के जिस विशेष भाग को वह पूरा करना है, उसे

स्पष्ट करना होता है। यह कार्य कठिन है क्योंकि घटक प्रशिक्षण उद्देश्य शायद ही कभी अलग होते हैं और अक्सर एक-दूसरे से मेल खाते हैं, और क्योंकि यह अनुमान लगाना मुश्किल होता है कि प्रतिभागियों द्वारा एक निश्चित स्तर की दक्षता सुनिश्चित करने के लिए कितनी प्रैक्टिस की आवश्यकता होगी। सामान्य प्रशिक्षण उद्देश्यों को घटक भागों में तोड़ने और घटकों को उपयुक्त प्रशिक्षण घटनाओं और विधियों से मेल खाने का अंतिम उत्पाद एक घटनाओं की सूची होती है, जिसमें प्रत्येक के लिए उद्देश्य और विशिष्टताएँ दी जाती हैं। प्रत्येक घटना के लिए डेटा में आठ मदें शामिल होने चाहिए: सामान्य और विशिष्ट उद्देश्य, सामग्री, प्रशिक्षण विधियाँ, समय, मूल्यांकन विधियाँ, पुनरावलोकन समय, और उस घटना के लिए जिम्मेदार व्यक्ति।

- तीसरा कदम है विभिन्न प्रशिक्षण विधियों की विशिष्टताओं का उपयोग करना, ताकि यह पता चल सके कि उद्देश्य को पूरा करने के लिए कुल समय और सुविधाओं की आवश्यकता कितनी होगी। इससे उप-योगफल निकलते हैं, जिन्हें जोड़कर कार्यक्रम के लिए आवश्यक कुल समय और सुविधाओं का मोटा अनुमान लगाया जा सकता है।
- चौथा कदम है यह निर्णय लेना कि इस कार्यक्रम को कौन-कौन से पैकेज में प्रस्तुत किया जा सकता है और संगठन से यह चयन करने के लिए कहना।
- प्रशिक्षण कार्यक्रम डिज़ाइन करने का पाँचवाँ कदम है विस्तृत प्रशिक्षण घटनाओं को प्रशिक्षण अनुक्रमों में समाहित करना और अंततः इसे कुल कार्यक्रम पैकेज के रूप में आकार देना। इस चरण में सभी उद्देश्यों पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

तालिका: प्रभावी प्रशिक्षण डिज़ाइन के लिए पाँच प्रक्रियाएँ

आइसब्रेकर	संरचना बनाना	आगमनात्मक प्रक्रिया	निगमनात्मक प्रक्रिया	अनुप्रयोग
अनुभवात्मक गतिविधियाँ जो समूह में लोगों को आरामदायक और समावेशित महसूस करने में मदद करती हैं। समूह के सदस्य जोड़ों, छोटे समूहों या पूरे समूह में एक-दूसरे से बात करते हैं या कुछ करते हैं।	प्रशिक्षण के लिए ग्राउंडिंग और सीमा निर्धारित करना में शामिल हैं: <ul style="list-style-type: none"> सत्र का उद्देश्य हाउसकीपिंग आइटम्स (बाथरूम, ब्रेक, टेलीफोन, कॉफी आदि) प्रशिक्षक और प्रतिभागियों की अपेक्षाएँ (आवश्यकताएँ/ इच्छित परिणाम) 	नेता सत्र के अनुभवात्मक भाग की शुरुआत करता है। यह एक अभ्यास है जो उस विषय, विषयवस्तु या थीम के बारे में है, जिसके बारे में प्रतिभागी पहले से ही जानते हैं।	1. निर्णायक जानकारी: नेता सत्र के विषयवस्तु के बारे में डेटा प्रस्तुत करता है ताकि अनुभवात्मक भाग को प्रस्तुत जानकारी के साथ जोड़ा जा सके।	वास्तविक जीवन की स्थितियों में जानकारी का आवेदन (कौशल, दृष्टिकोण या व्यवहार में परिवर्तन) <ul style="list-style-type: none"> जानकारी का उपयोग करने के लिए कार्य योजना बनाना

<p>उद्देश्य</p> <ul style="list-style-type: none"> • पहले सत्र में: जल्दी से परिचय प्राप्त करना और उन चीजों से छुटकारा पाना जो सीखने में रुकावट डाल रही हैं। • बाद के सत्रों में: आइसब्रेकर्स प्रतिभागियों को नए विषयों या उनके द्वारा अनुभव की गई समस्याओं और सफलताओं के बारे में साझा करने का एक साधन होते हैं। वे यह भी तय कर सकते हैं कि वे इस पाठ्यक्रम से प्राप्त जानकारी को वास्तविक दुनिया में कैसे उपयोग करेंगे। 	<ul style="list-style-type: none"> • समूह के मानक स्थापित करना (सत्र में व्यवहार और दृष्टिकोण के लिए मानक, जिन पर सभी प्रतिभागी सहमत होते हैं) • एजेंडा की समीक्षा और समूह से एजेंडा पर काम करने की सहमति प्राप्त करना रुचि को उत्तेजित करना • हम कहां थे, कहां जा रहे हैं, और अगला कदम क्या होगा, इस पर विचार करना। 	<p>उद्देश्य</p> <ul style="list-style-type: none"> • समूह की सहयोगात्मक शक्ति को स्वीकार करना (कुल उत्पाद उसके भागों का योग से अधिक होता है) • नए ज्ञान को पिछले अनुभवों से जोड़ना • विषय की प्रासंगिकता को प्रतिभागियों के लिए बढ़ाना <p>प्रशिक्षक के लिए मुख्य प्रश्न: मैं कौन सा सामान्य अनुभव प्रदान कर सकता हूँ जो किसी न किसी तरीके से विषय से संबंधित हो और यह दर्शाता हो कि प्रतिभागियों के पास पहले से ही उस सामग्री या विषय के बारे में विचारों, अनुभवों और भावनाओं की समृद्धता है?</p>	<p>2. अभ्यास: प्रतिभागियों को जानकारी का अभ्यास करने का अवसर प्रदान करता है। इसमें भूमिका नाटकों, केस स्टडीज, उपकरण, अनुभवात्मक या सहभागी व्याख्यान, छोटे समूह चर्चाएँ, या कोई भी संरचित अनुभव जैसे खेल या सिमुलेशन का उपयोग किया जा सकता है। यह एकीकरण की प्रक्रिया की शुरुआत करता है और वास्तविक दुनिया में जानकारी का उपयोग करने के तरीकों का पता लगाने में मदद करता है। प्रशिक्षक समूह से सक्रिय रूप से शामिल होने और जानकारी का उपयोग करके परिवर्तन के बारे में सोचने और उसे लागू करने के लिए कहता है।</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ब्रेनस्टॉर्मिंग, क्रियावली योजना गिड्स, अनुबंध और अन्य प्रक्रियाओं का उपयोग करके जानकारी को प्रतिभागियों के लिए एकीकृत करना (जानकारी को शिक्षार्थी के लिए आंतरिक बनाना)।
--	---	--	--	--

प्रशिक्षण के कई अलग-अलग तरीके होते हैं और चुनने के लिए कई कार्यक्रम होते हैं, ऐसे में यह जानना कठिन होता है कि कौन सा सबसे अच्छा है। मानव पूंजी के दृष्टिकोण के अनुसार, मानव संसाधन विकास यह मानता है कि वेतन में भिन्नताएँ, पदोन्नति, पुरस्कार और अन्य लाभ पूर्ण प्रतिस्पर्धा पर आधारित होते हैं। यह मानव संसाधन विकास निवेश, जैसे कि कार्यस्थल पर प्रशिक्षण, के माध्यम से मानव के अतिरिक्त उत्पादन का मूल्य मापता है। हालांकि, मानव पूंजी मॉडल यह नहीं बताता कि कुछ कर्मचारी कार्यस्थल पर प्रशिक्षण के माध्यम से नौकरी से संबंधित दक्षताओं के रूप में क्षमताएँ क्यों विकसित करते हैं, जबकि कुछ अन्य कर्मचारी ऐसा क्यों नहीं करते। “कार्यस्थल एक सामाजिक संगठन है और श्रम बाजार में कुछ महत्वपूर्ण सामाजिक और (मानवीय) विशेषताएँ होती हैं जो वस्तु और वित्तीय बाजारों

में नहीं पाई जातीं, जिन्हें नियो-क्लासिकल अर्थशास्त्र के सामान्य मांग और आपूर्ति विश्लेषण द्वारा समझाया नहीं जा सकता।" संगठनों को एक ऐसी प्रबंधकीय दर्शन डिजाइन करनी चाहिए जो मानव अस्तित्व के प्रति संवेदनशील हो। संगठन में प्रबंधकीय दर्शन का संगठन के भविष्य पर असर होता है, और वे मानव संसाधन अवधारणाएँ जो आधुनिक प्रबंधकीय दर्शन के साथ पैकेज की जाती हैं, कार्यस्थल में क्रांतिकारी बदलाव ला सकती हैं। बॉटम लाइन यह है कि लोग चाहते हैं कि उनकी देखभाल की जाए और उनका सम्मान किया जाए। वहीं, संगठनों को प्रतिबद्धता और ईमानदारी चाहिए। प्रतिबद्ध लोगों और एक उपकारी संगठन का सफल संयोजन लंबे समय में लाभकारी होगा। प्रशिक्षण कार्यक्रम डिजाइन करते समय हमें निम्नलिखित दर्शन, व्यवहार, आत्म-छवि और मानव पूंजी के बारे में निहित दृष्टिकोण को ध्यान में रखना चाहिए।

तालिका: प्रशिक्षण दर्शन

दर्शन	व्यवहार	आत्म-छवि	निहित दृष्टिकोण
औचित्य	इस बात से इनकार किया गया कि प्रशिक्षण में कोई गड़बड़ी है। इस बात को सिद्ध करने के लिए मूल्यांकन करता है और मान्यताओं का उल्लेख करता है।	शिक्षक जिसने अज्ञानता के खिलाफ लड़ाई लड़ी।	लोग अंततः प्रशिक्षकों के योगदान को पहचानेंगे।
तार्किकता	केवल "सुरक्षित" विषयों पर चर्चा करता है; "जहाज को हिलाने" से बचता है।	वह शिक्षक जो व्यक्तिगत थकावट से बचने की कोशिश कर रहा है।	प्रशिक्षण आसान होता है यदि प्रशिक्षक अपने प्रोफाइल को कम रखता है।
निराशावाद	दूसरों को सजा देने या उनकी मासूमियत को नीचा दिखाने के लिए प्रशिक्षण का उपयोग करता है।	एक क्लिनिकल पर्यवेक्षक जो लोगों के छुपे हुए उद्देश्य समझता है।	प्रशिक्षण "सभी को बचा सकता है", लेकिन लोग इसे योग्य नहीं समझते या इसके मूल्य को पहचानते नहीं हैं।
पलायनवाद	व्यवसाय को छोड़ देता है।	विशेषज्ञ जो एक बेकार या अप्रतिफल व्यवसाय में समय बर्बाद करने के लिए बहुत अच्छा है।	प्रशिक्षकों के लिए कोई वास्तविक भविष्य नहीं है।
चमत्कार की तलाश	ईमानदारी से अंतिम उत्तर की तलाश करता है, प्रचारक अपनी धुन के प्रति खुला होता है।	मसीहा (निर्धारित)	प्रशिक्षण के बारे में सभी अनिश्चितता तब समाप्त हो जाएगी जब सही तकनीक का पता चल जाएगा।
व्यावहारिकता	बदलाव करता है जो लोग सहन कर सकेंगे।	परिवर्तन एजेंट जो छोटे-छोटे कदमों में प्रगति प्राप्त करता है।	प्रशिक्षण के माध्यम से धीमे लेकिन स्थिर सुधार संभव है।
राजनीतिक अवसरवाद	आम तौर पर प्रणाली का उपयोग करते हैं, सामान्यतः अपने व्यक्तिगत लाभ के लिए।	चतुर चालबाज	यदि और जब प्रशिक्षण से कुछ बेहतर बदलाव होते हैं, तो यह सुधार मेरी मदद करेगा।

सीखने की खोज	प्रभावशीलता को सुधारने के तरीकों की खोज करता है।	सत्य और ज्ञान का ईमानदार और खुले दिल से खोजी।	प्रशिक्षण संगठनों को सुधार सकता है, क्योंकि यह लोगों को एकजुट होने का तरीका दिखाता है।
उपलब्धि एकीकरण	बदलाव को बढ़ावा देता है, कभी-कभी यह जाने बिना कि कैसे।	प्रेरक	संगठन बदल रहे हैं और प्रशिक्षण लोगों को बदलाव से निपटने का तरीका सिखाता है।

प्रदर्शन-आधारित प्रशिक्षण विकसित करने के लिए 10-चरणीय प्रक्रिया

प्रदर्शन-आधारित प्रशिक्षण विकसित करने की प्रक्रिया में निम्नलिखित 10 चरण होते हैं। पहले चार चरण कार्य विश्लेषण का हिस्सा होते हैं, जो प्रासंगिक और उपयोगी प्रशिक्षण सामग्री डिज़ाइन और विकसित करने के लिए आवश्यक हैं। चरण 5-10 डिज़ाइन और विकास प्रक्रिया का हिस्सा होते हैं।

1. प्रशिक्षण के लिए लक्षित जनसंख्या को परिभाषित करें।
2. लक्षित जनसंख्या द्वारा नौकरी पर किए जाने वाले कार्यों की सूची बनाएं।
3. इन कार्यों को करने के लिए सिखाए जाने वाले कौशल और ज्ञान की सूची बनाएं।
4. सिखाए जाने वाले कौशल और ज्ञान का चयन करें। (यह "प्रशिक्षण उद्देश्य" बनाते हैं।)
5. चयनित कौशल और ज्ञान को उपयुक्त शिक्षण इकाइयों (मॉड्यूल) में व्यवस्थित करें और प्रशिक्षण डिज़ाइन विकसित करें (जिसमें मॉड्यूल सामग्री के संक्षिप्त रूपरेखाएँ और नियोजित प्रशिक्षण विधियाँ शामिल हों)।
6. मॉड्यूल की विस्तारित रूपरेखाएँ तैयार करें, जिसमें शैक्षिक उद्देश्य, मुख्य पाठ और प्रशिक्षण विधियों, उदाहरणों और अभ्यासों का विवरण हो।
7. विशेषज्ञ अभ्यासों में उपयोग के लिए वास्तविक उदाहरण और जानकारी प्रदान करें।
8. पूरा मॉड्यूल, प्रशिक्षक मार्गदर्शन और पाठ्यक्रम निदेशक मार्गदर्शन तैयार करें।
9. प्रशिक्षण सामग्री का प्रक्षेत्र परीक्षण करें।
10. प्रक्षेत्र परीक्षा के आधार पर प्रशिक्षण सामग्री में संशोधन करें और इसे अंतिम रूप दें।

लक्षित जनसंख्या को परिभाषित करना

लक्षित जनसंख्या वह समूह है जिनके लिए प्रशिक्षण निर्धारित किया गया है। यह समूह परिभाषित करना आवश्यक है ताकि प्रशिक्षण को उपयुक्त रूप से डिज़ाइन किया जा सके। उदाहरण के लिए, चिकित्सकों के लिए प्रशिक्षण और नए सामुदायिक स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं के लिए प्रशिक्षण बहुत भिन्न होंगे, भले ही वे कुछ समान कार्य करते हों। लक्षित

जनसंख्या को परिभाषित करने के लिए निम्नलिखित प्रश्न पूछे जा सकते हैं:

- प्रशिक्षण में भाग लेने वाले प्रतिभागियों के संबंध या नौकरी के शीर्षक क्या हैं?
- उन्हें अपनी नौकरी या उद्यम के लिए मूल रूप से कैसे प्रशिक्षित किया गया था?
- उनकी शिक्षा और व्यावसायिक पृष्ठभूमि क्या है?
- क्या वे अभी भी अपने पुराने उद्यमों में कार्यरत हैं या नए उद्यम पर विचार किया जा रहा है?
- वे सीखने के लिए किस प्रकार के तरीकों का पालन करते हैं?
- वे कौन सी भाषाएँ बोलते और पढ़ते हैं?
- वे किस प्रकार की स्वास्थ्य सुविधाओं में काम करते हैं, और ये सुविधाएँ किस प्रकार से सुसज्जित हैं?
- उनका पर्यवेक्षण कौन करता है या क्या वे पर्यवेक्षण से स्वतंत्र हैं?
- क्या उनके लिए अपने घर/उद्यम या कार्यस्थल से दूर प्रशिक्षण पाठ्यक्रम में भाग लेना संभव है?

क्षय रोग के प्रबंधन के लिए लक्षित जनसंख्या

स्वास्थ्य सुविधा स्टाफ के लिए प्रशिक्षण में स्वास्थ्य केंद्रों, अस्पतालों के ओपीडी, डिस्पेंसरियों या स्वास्थ्य पोस्टों पर काम करने वाले स्वास्थ्य कार्यकर्ता शामिल हैं, जिनका पाठ्यक्रम में "स्वास्थ्य सुविधाएँ" के रूप में उल्लेख किया गया है। इस स्तर पर स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं में स्वास्थ्य सहायक, मेडिकल सहायक, नर्स, क्लिनिकल सहायक, चिकित्सक या डॉक्टर शामिल हो सकते हैं। कुछ निजी चिकित्सक भी हो सकते हैं। वे 5 दिनों का प्रशिक्षण अपने कार्यस्थल से दूर भाग लेने में सक्षम हो सकते हैं या नहीं, इसलिए पाठ्यक्रम को छोटे सत्रों में आयोजित करने के विकल्प भी दिए जाते हैं।

क्षय रोग के प्रबंधन के लिए लक्षित जनसंख्या

जिले के टीबी समन्वयकों के लिए प्रशिक्षण में उन व्यक्तियों को शामिल किया गया है जो जिले के टीबी नियंत्रण कार्यक्रम की गतिविधियों की योजना बनाने, आयोजन, क्रियान्वयन और मूल्यांकन के लिए जिम्मेदार होते हैं। एक जिला आमतौर पर एक लाख या उससे अधिक जनसंख्या की सेवा करता है। जिला टीबी समन्वयक आमतौर पर एक चिकित्सक या नर्स होते हैं। उनके पास क्लिनिकल कर्तव्य हो सकते हैं, लेकिन यह कार्य मुख्य रूप से प्रशासनिक और प्रबंधकीय होता है। जिला टीबी समन्वयक के पास स्वास्थ्य सुविधा स्टाफ का सीधे तौर पर पर्यवेक्षण करने का अधिकार नहीं होता, लेकिन वह स्वास्थ्य सुविधाओं में टीबी मामले की पहचान और उपचार से संबंधित कार्यों के प्रदर्शन की निगरानी करने के लिए जिम्मेदार होते हैं। कुछ जिलों में, एक टीम मिलकर जिला टीबी समन्वयक के कार्यों को अंजाम देती है।

लक्षित जनसंख्या द्वारा किए जाने वाले कार्यों की सूची बनाना

लक्षित जनसंख्या द्वारा किए जाने वाले कार्यों की सूची बनाने के लिए, सबसे पहले यह जानना आवश्यक है कि "अच्छा प्रदर्शन" क्या है, यानी अच्छा प्रदर्शन करने वाला व्यक्ति कार्य पर क्या करेगा। यह जानने के लिए, प्रशिक्षण विकसित करने वालों को निम्नलिखित तक पहुँच प्राप्त होनी चाहिए:

- तकनीकी विशेषज्ञ जो कार्य को सही तरीके से वर्णित कर सकते हैं,
- अच्छे प्रदर्शन करने वाले जो कार्य करते हुए देखे जा सकते हैं, और
- दस्तावेज और मैनुअल जो कार्य को सही तरीके से वर्णित करते हों।

विशेषज्ञों से चर्चा, अवलोकन और दस्तावेजों की समीक्षा के माध्यम से, प्रशिक्षण डेवलपर्स एक कदम दर कदम कार्यों की सूची तैयार करते हैं। दस्तावेज में क्षय रोग के प्रबंधन के लिए प्रस्तुत कार्य सूची विश्व स्वास्थ्य संगठन (डब्ल्यूएचओ) की प्रकाशित दिशा-निर्देशों से प्राप्त की गई थी, साथ ही विश्व स्वास्थ्य संगठन के कर्मचारियों से की गई चर्चाओं से, जिन्होंने कई देशों में टीबी नियंत्रण पर विचार और परामर्श दिया है।

कार्य करने के लिए आवश्यक कौशल और ज्ञान की सूची बनाना

प्रत्येक कार्य के लिए, प्रशिक्षण डेवलपर्स अगले चरण में उन कौशल और ज्ञान की सूची बनाते हैं, जो कार्य को सही तरीके से करने के लिए आवश्यक हैं। कौशल आमतौर पर क्रियाएँ होती हैं जैसे कि मापना, मिलाना, रिकॉर्ड करना, गणना करना, संवाद करना या निर्णय लेना। आवश्यक ज्ञान वह जानकारी है जो कार्य को सही तरीके से करने के लिए जरूरी होती है। उदाहरण के लिए, क्षय रोग वाले मरीजों का उपचार करते समय एक कार्य है "मरीज और परिवार को टीबी और प्रत्यक्ष अवलोकित उपचार के बारे में सूचित करना।" इस कार्य के लिए आवश्यक कौशल है "स्पष्ट और सहायक तरीके से संवाद करना।" आवश्यक ज्ञान में टीबी और इसके उपचार के बारे में प्रमुख तथ्यों की जानकारी शामिल होती है। आवश्यक कौशल और ज्ञान की सूची बनाना अक्सर विशेषज्ञों से और अधिक सवाल पूछने की आवश्यकता होती है, ताकि यह पता चल सके कि प्रत्येक कार्य में क्या शामिल है। कौशल और ज्ञान की अंतिम सूची बहुत लंबी हो सकती है, और यह स्पष्ट हो जाता है कि यह तय करना आवश्यक होगा कि कौन से कौशल और ज्ञान सबसे महत्वपूर्ण हैं।

सिखाए जाने वाले कौशल और ज्ञान का चयन (प्रशिक्षण उद्देश्य)

विशेषज्ञ एक सूची का उपयोग करते हुए यह तय करते हैं कि कौन से कौशल और ज्ञान को प्रशिक्षण में शामिल किया जाए। ये कौशल और ज्ञान पाठ्यक्रम के प्रशिक्षण उद्देश्यों का निर्माण करेंगे। चयन मानदंड में निम्नलिखित कारक शामिल हो सकते हैं। नीचे दी गई पहली सूची उन कारकों को दिखाती है, जो पाठ्यक्रम में समावेशन की ओर इशारा करते हैं; दूसरी सूची वे कारक हैं जिन्हें पाठ्यक्रम में बाहर रखा जा सकता है (नहीं सिखाया जा सकता)। कुछ कारक विभिन्न स्थितियों में अधिक या कम प्रासंगिक हो सकते हैं।

समावेशन के लिए संभावित मानदंड

- लक्षित जनसंख्या के कई सदस्य के पास कौशल या ज्ञान की कमी है।
- कौशल या ज्ञान सीखने के लिए प्रशिक्षण (प्रेक्टिस और प्रतिक्रिया सहित) आवश्यक है, क्योंकि यह नया या कठिन है।
- वह कार्य जिसके लिए कौशल या ज्ञान की आवश्यकता है, मरीज के परिणामों के लिए महत्वपूर्ण है।
- कौशल या ज्ञान की आवश्यकता बार-बार होती है।
- यह कौशल या ज्ञान दिए गए प्रशिक्षण सेटिंग में सिखाना व्यावहारिक है।

बहिष्करण के लिए संभावित मानदंड

- कार्य, कौशल या ज्ञान को पर्याप्त और स्पष्ट रूप से वर्णित नहीं किया जा सकता है, ताकि यह प्रशिक्षण का एक महत्वपूर्ण भाग बन सके (यह तकनीकी विशेषज्ञों के बीच मतभेद, कार्य को सही ढंग से करने के लिए प्राधिकृत प्रमाण की कमी, आदि के कारण हो सकता है)।
- कौशल या ज्ञान को सिखाना उपलब्ध समय या संसाधनों में व्यावहारिक नहीं है।
- लक्षित जनसंख्या के अधिकांश सदस्य पहले से ही उस कौशल या ज्ञान से अवगत हैं।
- कार्य, कौशल या ज्ञान सीधा है और दिशानिर्देशों जैसे चेकलिस्ट या मैनुअल को पढ़ने के बाद सही तरीके से किया जा सकता है। अभ्यास और प्रतिक्रिया की आवश्यकता नहीं होती।
- कार्य या कौशल का उपयोग असामान्य रूप से कम होता है (जैसे यह किसी बहुत ही दुर्लभ स्थिति से संबंधित हो)।
- कार्य को विभिन्न क्षेत्रों या स्वास्थ्य सुविधाओं में अलग-अलग तरीके से किया जाता है (जो एक अद्वितीय सेटिंग के लिए अनुकूलित होना चाहिए)।
- वह कार्य जिसके लिए कौशल या ज्ञान की आवश्यकता है, मरीज के परिणामों के लिए कम महत्वपूर्ण है।
- कार्य करने के लिए पर्याप्त बाधाएँ हैं (जैसे उपकरण, दवाइयों या समय की कमी) जो स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं को कार्य करने से रोकेंगी, भले ही उन्हें यह पता हो कि कार्य कैसे किया जाए। इन बाधाओं को प्रशिक्षण से पहले दूर किया जाना होगा।
- कोई अन्य प्रशिक्षण पाठ्यक्रम उपलब्ध है जो कार्य/कौशल/ज्ञान को सिखाता है।

समान मानदंड का उपयोग यह तय करने के लिए किया जा सकता है कि पाठ्यक्रम में शामिल कार्य, कौशल और ज्ञान में से किसका पुरजोर अभ्यास किया जाएगा। क्षय रोग के प्रबंधन पाठ्यक्रम में शामिल कौशल और ज्ञान को निर्धारित करते समय, स्वास्थ्य सुविधा और जिला स्तर के कर्मियों के लिए सूचीबद्ध अधिकांश कार्य, कौशल और ज्ञान को पाठ्यक्रम में वर्णित करने के लिए चुना गया, लेकिन कम कार्य को ज़ोर देकर और अभ्यास करके सिखाया गया। उदाहरण के लिए, यह तय किया गया कि विशेष अध्ययन करने के कौशल और ज्ञान को जिला स्तर के पाठ्यक्रम में व्यावहारिक रूप से नहीं सिखाया जा सकता है। इसके अलावा, यह उतना महत्वपूर्ण नहीं था कि इन कौशल और ज्ञान को सिखाया जाए, क्योंकि विशेष अध्ययन जिला स्तर पर कम ही किए जाते हैं।

प्रशिक्षण पाठ्यक्रम का डिज़ाइन और विकास

10-चरणीय प्रक्रिया के चरण 5 से 10 में प्रशिक्षण का डिज़ाइन करना और कार्य विश्लेषण के आधार पर पाठ्यक्रम का पूरी तरह से विकास करना शामिल है। डिज़ाइन प्रक्रिया के हिस्से के रूप में, प्रशिक्षण डेवलपर्स चयनित कौशल और ज्ञान को सिखाने के लिए तार्किक शिक्षण इकाइयों में व्यवस्थित करते हैं, जिन्हें मॉड्यूल कहा जाता है। प्रत्येक मॉड्यूल का डिज़ाइन इसके प्रशिक्षण उद्देश्यों और उस जानकारी, उदाहरणों और अभ्यासों का संक्षिप्त रूपरेखा शामिल करता है, जो रूपरेखा से विस्तारित रूपरेखा, और फिर पूरी तरह से तैयार मॉड्यूल तक कौशल और

ज्ञान का उपयोग करने का अभ्यास करने के अवसर प्रदान करेगा। मॉड्यूल की विस्तारित रूपरेखाएँ पूरी तरह से और अधिक जानकारी और उदाहरणों को निर्दिष्ट करती हैं, जो चित्रों के माध्यम से दिए जा सकते हैं। वास्तविक उदाहरणों और अभ्यासों को विकसित करने के लिए, प्रशिक्षण डेवलपर्स तकनीकी विशेषज्ञों के साथ साक्षात्कार पर निर्भर करते हैं, जो लक्षित जनसंख्या, कार्य सेटिंग, कार्यों और परिस्थितियों से परिचित होते हैं। पूरे मॉड्यूल के विकास में प्रशिक्षकों के लिए मार्गदर्शन तैयार करना शामिल है, जो पाठ्यक्रम का संचालन करेंगे। पाठ्यक्रम निदेशक के लिए मार्गदर्शन की भी आवश्यकता हो सकती है। अंत में, मॉड्यूल और संबंधित मार्गदर्शन को तकनीकी विशेषज्ञों द्वारा समीक्षा की जाती है और लक्षित जनसंख्या के साथ प्रक्षेत्र परीक्षण किया जाता है। फिर, प्रशिक्षण सामग्री को समीक्षाओं और प्रक्षेत्र परीक्षण के परिणामों के आधार पर संशोधित और अंतिम रूप दिया जाता है।

यहाँ एक अपेक्षाकृत सरल अवलोकन है जो प्रभावी संगठनात्मक प्रशिक्षण की योजना बनाने और उसे लागू करने में पाए जाने वाले सामान्य संदर्भ मॉडल, प्रक्रियाएँ और उपकरणों का है।

विकास केवल प्रशिक्षण तक सीमित नहीं है – यह किसी व्यक्ति को क्षमताओं, कौशल, आत्मविश्वास, सहनशीलता, प्रतिबद्धता, पहल, आपसी कौशल, समझ, आत्म-नियंत्रण, प्रेरणा और बहुत कुछ में विकास में मदद करने वाले किसी भी पहलू को सम्मिलित करता है। प्रशिक्षण कक्षा के बाहर और उससे बहुत अधिक उपलब्ध है। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि प्रशिक्षण – या सीखना, इसे प्रशिक्षार्थी के दृष्टिकोण से देखें – वह कुछ भी है जो सीखने और विकास का अनुभव प्रदान करता है। प्रशिक्षण और सीखने का विकास नैतिकता और आचार, दृष्टिकोण और व्यवहार, नेतृत्व और दृढ़ संकल्प के साथ ही कौशल और ज्ञान जैसे पहलुओं को शामिल करता है।

उद्यमिता विकास प्रशिक्षण की प्रक्रिया (अलन चैपमैन कंसल्टेंसी से अनुकूलित)

यदि आप वास्तव में प्रभावी लोगों के गुणों पर विचार करें, चाहे वे नेता, प्रबंधक, ऑपरेटर, तकनीशियन या कोई भी भूमिका निभाते हों, तो जो महत्वपूर्ण गुण अच्छे प्रदर्शन को विशेष बनाते हैं, वे शायद मानसिकता से संबंधित होते हैं। कौशल और ज्ञान, और लोगों के पास उपलब्ध प्रक्रियाएँ, कोई बड़ा लाभ नहीं प्रदान करतीं। जो पहलू लोगों को प्रभावी और किसी भी संगठन के लिए मूल्यवान बनाती है, वह है उनकी मानसिकता। मानसिकता में वे गुण शामिल हैं जिनके लिए विभिन्न प्रकार के प्रशिक्षण और सीखने के तरीके की आवश्यकता होती है। मानसिकता किसी व्यक्ति के मनोविज्ञान, विश्वास प्रणाली, भावनात्मक परिपक्वता, आत्म-विश्वास, और अनुभव से उत्पन्न होती है। ये वे सबसे बड़े प्रशिक्षण और विकास के चुनौतियाँ हैं, जिनका सामना किया जाता है, और इस प्रकार के परिवर्तन और विकास को प्राप्त करने के लिए लोगों को कक्षा में बैठाने या सामान्य कक्षा प्रशिक्षण को देने से कहीं बेहतर तरीके हैं।

सृजनात्मक, नवोन्मेषी और खुले विचारों वाले बनें, और आप हर नए अनुभव में सीखने का अवसर पाएंगे, चाहे वह आपके लिए हो, आपकी टीम के लिए हो, या आपके संगठन के लिए। यदि आप अंतर डालना चाहते हैं, तो सोचें कि क्या वास्तव में लोगों को बदलाव करने में मदद करता है। इन तरीकों का अन्वेषण करें और उनका आनंद लें, और दूसरों को भी ऐसा करने के लिए प्रेरित करें।

नेताओं की नैतिकता और व्यवहार उनके लोगों के लिए मानक निर्धारित करते हैं। प्रशिक्षण का कोई मतलब नहीं है यदि इसमें प्रेरणा न हो, क्योंकि यह निर्धारित करता है कि लोग अपनी कौशल और ज्ञान का उपयोग कितनी

उत्पादकता से करते हैं। प्रशिक्षण का कोई मतलब नहीं है अगर इसे प्रभावी रूप से लागू करने के लिए प्रेरणा न हो। एक मजबूत क्षमता योजना बनाने और कौशल प्रशिक्षण, ज्ञान अर्जन, और प्रेरणा व मानसिकता के विकास को प्रबंधित करना, यह तय करती है कि लोग कैसा प्रदर्शन करते हैं।

विकास संगठन के लिए महत्वपूर्ण है। यह गुणवत्ता, ग्राहक संतोष, उत्पादकता, मनोबल प्रबंधन, उत्तराधिकार, व्यापार विकास और लाभप्रदता में सुधार करने में मदद करता है।

विकासशील देशों में कई सरकारें यह मानती हैं कि छोटे और मंझले उद्योग उनके सामाजिक-आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इन देशों में उद्यमिता विकास को उत्साहित करने के लिए कार्यक्रमों के विकास में बढ़ती हुई रुचि देखी जा रही है, जिससे उद्यमी आर्थिक गतिविधियों का केंद्र बन जाता है, विशेषकर विकासशील देशों में।

उद्यमिता विकास में सबसे सामान्य रूप से अपनाया गया दृष्टिकोण प्रशिक्षण है। उद्यमिता विकास के लिए विभिन्न दृष्टिकोण होते हैं, जिन्हें नीति निर्माता, योजनाकार, प्रशिक्षक और विकास में शामिल अन्य अधिकारी चुन सकते हैं। यह विकास उस वैचारिक ढांचे के भीतर प्राप्त किया जा सकता है, जिसमें उद्यमिता विकास कार्यक्रम की विभिन्न रणनीतियाँ और नीतियाँ विकसित या सूत्रबद्ध की जाती हैं। उद्यमिता विकास को कुल दृष्टिकोण में देखा जाना चाहिए और इसे उद्यमिता प्रशिक्षण, प्रोत्साहन प्रदान करना, परामर्श सेवाएं, क्षेत्रीय विकास और अन्य आवश्यक हस्तक्षेप रणनीतियों के साथ एकीकृत करना चाहिए। कम से कम चार प्रमुख दृष्टिकोण हैं:

1. आवश्यकताओं का विश्लेषण करके और परिणामों को स्पष्ट करके पाठ्यक्रम सामग्री का विकास और आयोजन करें।
2. उपयुक्त प्रशिक्षण विधियों का चयन करें।
3. विषय क्षेत्र, सीखने की प्रकृति, प्रशिक्षुओं की जनसंख्या, प्रशिक्षकों और समय व सामग्री से संबंधित तत्वों पर विचार करें।
4. प्रशिक्षण उद्देश्य को प्राप्त करें।

प्रशिक्षण कार्यक्रम की डिज़ाइन में प्रशिक्षण उद्देश्य तय करना, पाठ्यक्रम सामग्री का विकास करना और उपयुक्त प्रशिक्षण विधियों का चयन करना शामिल है। कार्यक्रम डिज़ाइन लक्षित ग्राहकों की प्रशिक्षण आवश्यकताओं द्वारा निर्धारित किया जाता है। ये उद्देश्य स्पष्ट रूप से व्यक्त किए जाने चाहिए, प्रशिक्षु-केंद्रित होने चाहिए, व्यावहारिक रूप से लागू होने चाहिए और इनका ध्यान अंत (परिणाम) पर होना चाहिए न कि तरीके पर। जब उद्देश्य निर्धारित किए जाते हैं, तो पाठ्यक्रम सामग्री का विकास किया जा सकता है। सामग्री के तत्वों में ज्ञान, आदतें, कौशल और भावनाओं का

नियंत्रण शामिल हैं। जो सामग्री शामिल की जानी चाहिए, उसे प्राप्त किए जाने वाले लक्ष्य के अनुसार प्राथमिकता दी जानी चाहिए। एक अच्छी तरह से विचार किया गया और अच्छी तरह से निर्देशित प्रशिक्षण हमेशा एक उत्कृष्ट उद्यमी पैदा कर सकता है। इसके अतिरिक्त, आज की दुनिया में जो अपनी बढ़ती हुई जनसंख्या के साथ सीमित रोजगार के अवसर प्रदान करती है, यह आत्म-रोजगार और छोटे व्यवसायों के लिए उद्यमिता को और भी आवश्यक बना देती है।

सीखने के उद्देश्य दिशा निर्धारित करते हैं, प्रशिक्षण के उद्देश्य को संप्रेषित करते हैं, और प्रभावशीलता निर्धारित करने के लिए मार्गदर्शिका प्रदान करते हैं। स्पष्ट रूप से व्यक्त किए गए सीखने के उद्देश्य प्रशिक्षकों के लिए महत्वपूर्ण उपकरण होते हैं जो प्रशिक्षण सामग्री को सीखने के लक्ष्यों से जोड़ने में मदद करते हैं। सीखने के उद्देश्य आमतौर पर तब विकसित किए जाते हैं जब प्रशिक्षण आवश्यकताओं का मूल्यांकन पूरा हो जाता है और प्रशिक्षण की आवश्यकता पहचानी जाती है। उदाहरण के लिए, एक अच्छी तरह से लिखे गए उद्देश्य को इस तरह दिखना चाहिए: "प्रशिक्षण सत्र के अंत तक, प्रतिभागी सक्रिय सुनने के कौशल का उपयोग करने में सक्षम होंगे।" अच्छे तरीके से लिखे गए उद्देश्य सत्र के परिणामों के बारे में बयान करते हैं, प्रशिक्षु पर ध्यान केंद्रित करते हैं न कि प्रशिक्षक या प्रशिक्षण सामग्री पर, यह स्पष्ट रूप से बताते हैं कि क्या आवश्यक है, क्रियावाची शब्दों का उपयोग करते हैं और एकल सीखने के परिणाम पर जोर देते हैं।

एक और महत्वपूर्ण मानदंड है समूह मानदंड, ये वे मानक, गुणवत्ता, मूल्य, दृष्टिकोण और व्यवहार हैं जिनसे एक समूह तब सहमत होता है जब उसका कार्य प्रगति पर होता है। समूह मानदंडों को समझने के लिए एक मॉडल को SPERO कहा जाता है। यह शब्द समूह मानदंडों के लिए खड़ा है, जिनको प्रमाणित किया गया है कि ये सफल समूहों का निर्माण करते हैं। ये निम्नलिखित हैं:

S = संवेदनशीलता (Sensitivity)

P = भागीदारी (Participation)

E = प्रयोग (Experimentation)

R = जिम्मेदारी (Responsibility)

O = खुलापन (Openness)

यह प्रतीत होता है कि यह सबसे महत्वपूर्ण है कि कोई भी दृष्टिकोण सभी आवश्यकताओं को पूरा नहीं कर सकता है, विशेषकर जब विभिन्न जनसंख्या समूह देश के व्यापक और फैलते हुए क्षेत्रों में फैले होते हैं। परिणामस्वरूप, उद्यमिता विकास कार्यक्रमों के विभिन्न प्रकार ने औद्योगिक विकास के लिए इसे एक प्रभावी प्रस्ताव बनाने के रूप में आकार लिया। NIESEBUD के अनुसार, हालिया उद्यमिता विकास कार्यक्रमों के दृष्टिकोण को निम्नलिखित प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

- लक्षित-उन्मुख (Target oriented)
- स्थान-विशिष्ट (Location specific)
- उत्पाद और प्रक्रिया-उन्मुख (Product and process oriented)

लक्षित-उन्मुख दृष्टिकोण

ऐसे उद्यमिता विकास कार्यक्रम विशेष रूप से एक विशिष्ट समूह के लिए निर्देशित और योजनाबद्ध होते हैं, जो अन्य समूहों की तुलना में विशिष्ट विशेषताओं से भरा होता है। यह इस तथ्य के कारण है कि लक्षित जनसंख्या अपनी पृष्ठभूमि, अनुभव, प्रशिक्षण और व्यापार जगत के संपर्क में भिन्न होती है। इसके अलावा, प्रस्तावित उद्यमों का आकार भी एक लक्षित समूह से दूसरे लक्षित समूह में भिन्न हो सकता है। इन भिन्नताओं के कारण, प्रशिक्षण निवेश को अलग-अलग तीव्रता के साथ मेल खाना चाहिए ताकि इन उद्यमियों को उस स्तर तक पहुंचाया जा सके, जहाँ से वे सफलतापूर्वक आगे बढ़ सकें। जो उद्यमी समूह बड़े उद्यम स्थापित करना चाहते हैं, उन्हें छोटी इकाइयाँ स्थापित करने वालों की तुलना में उच्च स्तर की प्रबंधन क्षमताओं की आवश्यकता हो सकती है। इस उद्देश्य के लिए विभिन्न लक्षित समूहों की पहचान की गई है। उदाहरण के लिए, पहचाने गए और क्रियान्वित लक्षित समूह इस प्रकार हैं:

- सामान्य उद्यमी
- विज्ञान और प्रौद्योगिकी उद्यमी
- महिला उद्यमी
- शिक्षित रोजगार उद्यमी
- पूर्व सैनिक उद्यमी
- ग्रामीण उद्यमी, जिसमें कमजोर वर्ग भी शामिल हैं
- कारीगर उद्यमी
- आदिवासी उद्यमी
- शारीरिक रूप से दिव्यांग उद्यमी

स्थान-विशिष्ट दृष्टिकोण

क्षेत्रीय असंतुलनों और प्रगतिशील और अप्रगतिशील क्षेत्रों के बीच जो असंतुलन हो सकता है, उसे कम करने के लिए, यह महत्वपूर्ण है कि उद्यमिता विकास कार्यक्रमों की योजना उस क्षेत्र की विशेषताओं के आधार पर बनाई जाए। यहां तक कि ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में कार्यक्रमों को अलग-अलग दृष्टिकोण से देखा जाना चाहिए। क्षेत्र की पिछड़ापन, शहरीकरण, विशिष्ट लक्षित समूहों का किसी विशेष क्षेत्र में संकेंद्रण आदि को स्थान-विशिष्ट उद्यमिता विकास कार्यक्रमों के तहत विचार किया जा सकता है।

उत्पाद और प्रक्रिया-उन्मुख दृष्टिकोण

उत्पाद और प्रक्रिया-उन्मुख उद्यमिता विकास कार्यक्रम उन संभावित उद्यमियों के लिए आयोजित किए जाते हैं, जो ऐसे उद्यम स्थापित करने का चयन करते हैं जिनकी उत्पाद लाइन या प्रक्रिया निश्चित होती है, जैसे प्लास्टिक, इलेक्ट्रॉनिक्स, निर्माण सामग्री, खाद्य प्रौद्योगिकी आदि। यह भविष्य में एक बड़ा अवसर प्रतीत होता है। लेकिन हाल ही में किए गए कुछ प्रयासों में यह पाया गया कि उत्पाद या प्रक्रिया-उन्मुख दृष्टिकोण के अलावा अन्य इनपुट्स की भूमिका को समझने में कमी थी। ऐसे समग्र कार्यक्रम के अभाव में, उत्पाद और प्रक्रिया के बारे में अधिगृहीत ज्ञान और कौशल

स्वचालित रूप से उद्यमिता की गुणवत्ता, उद्यम शुरू करने के लिए आवश्यक क्षमता, और प्रबंधन करने की क्षमता में परिणत नहीं होते, जो किसी उद्यम को शुरू करने और सफलता सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण हैं।

क. उद्यमिता प्रेरणा और पहचान विकास

उद्यमिता की विशेषताएँ जैसे रचनात्मकता, जोखिम उठाना, धैर्य, नवोन्मेष और समस्या समाधान की प्रवृत्ति पारंपरिक समाजों में प्रोत्साहित नहीं की जातीं, बल्कि दबाई जाती हैं। एक उद्यमी बनने के लिए इन विशेषताओं के विकास और जागरूकता की आवश्यक है। उद्यमिता प्रेरणा प्रशिक्षण प्रयोगशाला (ईएमटी लैब) के माध्यम से, अनुभवात्मक शिक्षा की स्थितियों में नए सीखे गए व्यवहार का अभ्यास किया जाता है। ये प्रयोगशाला प्रयोग McClelland और अन्य के मानसिक-गतिकी सिद्धांतों पर आधारित हैं। इन सिद्धांतों के अनुसार, लोग शिक्षा के माध्यम से प्रेरणाएँ प्राप्त कर सकते हैं और नई जागरूक हुई प्रेरणाएँ भविष्य में उनके विचारों और कार्यों को प्रभावित करने की अधिक संभावना रखती हैं।

ईएमटी लैब के कुछ घटक हैं: उपलब्धि योजना, लक्ष्य निर्धारण व्यवहार, प्रभाव क्षमता, अस्पष्टता को सहन करने की क्षमता, समस्या समाधान, रचनात्मकता, अनुकूलन क्षमता आदि। ईएमटी लैब को एक निरंतर कार्यक्रम के रूप में विकसित किया जा सकता है, जो छह दिनों में फैला हो, विशेष रूप से ईडीटीपी के प्रारंभ में। हालांकि, समग्र कार्यक्रम आपस में जुड़ा हुआ होगा और शेष भाग के लिए ईएमटी की प्रासंगिकता सबसे महत्वपूर्ण पहलू है।

ईएमटी लैब के विशिष्ट उद्देश्य

- प्रशिक्षणार्थियों की प्रेरणा, योजना और सहयोगी प्रयासों पर जोर देकर उद्यमिता भावना को बढ़ाना और उनकी क्षमता में सुधार करना।
- प्रतिभागियों को अपनी स्वयं की पहचान का मूल्यांकन करने और अपने चरित्र को वातावरण से जोड़ने में मदद करना।
- उन्हें यह जागरूक करना कि वह दूसरों और चल रहे स्थितियों को प्रभावित करने के लिए किस प्रकार की शैली अपनाते हैं।
- उन्हें अपनी रचनात्मक और नवोन्मेष क्षमता को पहचानने में सक्षम बनाना।

ईडीटी कार्यक्रम का पहला मॉड्यूल, ईएमटी लैब, कर्ट लेविन द्वारा सुझाए गए "अनफ्रीजिंग" सिद्धांत पर आधारित है। इस मॉड्यूल में अनुभवात्मक अभ्यास प्रतिभागियों की उद्यमिता परियोजना के बारे में और अधिक जानने की इच्छा को प्रबलित करते हैं। व्यक्ति के दृष्टिकोण में सकारात्मक परिवर्तन और विकास होता है और उसका ज्ञान और दृष्टिकोण तेजी से विकसित होता है। यह सब उसे एक परियोजना की कल्पना करने और एक उद्यम शुरू करने में मदद करता है।

ख. उद्यम स्थापना

ईडीटीपी का दूसरा मॉड्यूल संभावित उद्यमियों के विचारों को क्रियान्वित करने पर जोर देता है। इस चरण का विशिष्ट उद्देश्य प्रतिभागियों को निम्नलिखित तकनीकों से सुसज्जित करना है:

- उत्पाद चयन और परियोजना पहचान
- परियोजना रिपोर्ट की तैयारी
- उद्यम की स्थापना

उपरोक्त उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए, इस चरण के विषय में चार पहलुओं को सम्मिलित किया गया है: पर्यावरण विश्लेषण, परियोजना चयन/निर्माण, परियोजना मूल्यांकन और वित्तीय विश्लेषण।

पर्यावरण विश्लेषण में उद्यमिता प्रक्रिया और उद्यम निर्माण, पर्यावरणीय स्कैनिंग, सहायक संस्थाएँ और उनकी भूमिका, सरकारी सहायता और प्रोत्साहन, सूचना स्रोत और उद्यम स्थापित करने की प्रक्रिया शामिल हैं।

परियोजना चयन और निर्माण में परियोजना पहचान/उत्पाद चयन, उचित परियोजना आकार का निर्धारण, उपयुक्त प्रौद्योगिकी का चयन, परियोजना लागत का अनुमान, समय सारणी, तकनीकी-आर्थिक पैरामीटर और परियोजना रिपोर्ट की तैयारी शामिल हैं।

परियोजना मूल्यांकन में तकनीकी व्यवहार्यता, व्यावसायिक स्थिरता, वित्तीय संगतता और आर्थिक व्यवहार्यता के सिद्धांत शामिल हैं।

वित्तीय विश्लेषण में जोखिम पूंजी, कार्यशील पूंजी की आवश्यकताओं का आकलन, वित्तीय साधनों का विश्लेषण, वित्तीय विवरणों का विश्लेषण और ब्रेक ईवन पॉइंट विश्लेषण के सिद्धांत शामिल हैं।

इस चरण में सुझाए गए सिद्धांत उद्यमी को अपने आप को पर्यावरण से जोड़ने में मदद करते हैं। यह स्वस्थ इकाइयाँ बनाता है और औद्योगिक बीमारी से बचाता है। ज्ञान, कौशल और दृष्टिकोण से संबंधित इनपुट्स प्रदान किए जाते हैं और प्रतिभागियों को यथासंभव वास्तविकता का अनुभव कराया जाता है। कुछ क्षेत्रों को संक्षेपित या प्रतिभागियों की आवश्यकताओं के अनुसार संभाला जा सकता है, इसलिए पाठ्यक्रम डिजाइन और विषय सामग्री में लचीलापन होना चाहिए।

ग. उद्यम प्रबंधन

छोटे उद्यमियों को मन, मशीन, सामग्री और बाजारों के प्रबंधन में प्रशिक्षित किया जाना आवश्यक है, क्योंकि उन्हें अपने उद्यमों का प्रभावी रूप से प्रबंधन करना होगा। इस मॉड्यूल का मुख्य उद्देश्य प्रतिभागियों को निम्नलिखित बुनियादी सिद्धांतों से परिचित कराना है:

- प्रबंधन के कार्य
- कर्मी प्रबंधन
- उत्पादन प्रबंधन
- सामग्री प्रबंधन
- वित्तीय प्रबंधन, जिसमें लागत और लेखा प्रथाएँ सम्मिलित हैं
- विपणन प्रबंधन
- औद्योगिक और व्यापार कानून

यह सभी कुछ मूलभूत प्रबंधन सिद्धांतों और उपकरणों के प्रति जागरूकता और सराहना पैदा करने के लिए डिज़ाइन किया गया है, ताकि प्रतिभागियों को वास्तविक कार्य परिस्थितियों से निपटने की क्षमता का निर्माण हो सके।

घ. सामाजिक जिम्मेदारी और उद्यमिता अनुशासन

अपने लक्ष्य की प्राप्ति के दौरान, एक उद्यमी को ऐसे उपयुक्त तंत्र की भी आवश्यकता होती है जिससे वह समाज के लिए लाभकारी बन सके और समाज का एक मूल्यवान सदस्य बन सके। व्यापार नैतिकता और सामाजिक जिम्मेदारियों को पूरे ईडीटी कार्यक्रम के दौरान भी समाहित किया जाना चाहिए। इस विषय में सम्मिलित हैं:

- ऋण चुकाने की आदत
- कानूनी आवश्यकताओं की पूर्ति
- पर्यावरण, पारिस्थितिकी और जीवन की गुणवत्ता के प्रति जागरूकता

प्रशिक्षण कार्यप्रणाली

प्रशिक्षण की कार्यप्रणाली प्रतिभागियों के समूह, उनकी रुचियों, आवश्यकताओं और उनके द्वारा अर्जित ज्ञान-कौशल के स्तर के आधार पर भिन्न हो सकती है। प्रशिक्षक उस दृष्टिकोण का चयन कर सकते हैं जो प्रतिभागियों के स्तर और आवश्यक प्रशिक्षण की गहराई के अनुसार उपयुक्त और पर्याप्त हो। प्रशिक्षक निम्नलिखित विधियों में से किसी भी संयोजन का चयन कर सकते हैं:

- व्याख्यान
- केस अध्ययन
- स्वांग खेल
- समस्या समाधान अभ्यास और परियोजनाएँ
- परियोजनात्मक विधियाँ (थीमैटिक एपर्शन टेस्ट)
- सिंडिकेट विधियाँ
- फिल्में
- T- समूह
- भूमिका निभाना
- सफल उद्यमियों के साथ संवाद
- अनुभवात्मक शिक्षा

यदि प्रशिक्षण शैली सहभागिता आधारित और क्रियावादी हो, तो सीखना अधिक आसान और तेज़ होता है। प्रतिभागियों को यह महसूस होना चाहिए कि वे भी प्रक्रिया का हिस्सा हैं।

प्रशिक्षक को यह याद रखना चाहिए कि वे एक सुविधाजनक मार्गदर्शक हैं, न कि सीखने के निर्माता (वे केवल सीखने की प्रक्रिया का मार्गदर्शन करते हैं और जानकारी को बनाए रखने में मदद करते हैं)। प्रशिक्षक को समूह के

लक्ष्यों पर स्पष्ट रूप से ध्यान केंद्रित करना चाहिए और प्रारंभिक समूह या समूह संबंधों को मजबूत करने पर जोर देना चाहिए। सत्रों को अत्यधिक लंबा नहीं करना चाहिए और सभी को व्यस्त रखना चाहिए। एक विविध कार्यक्रम का अनुसरण करना चाहिए और विभिन्न उपकरणों का उपयोग करना चाहिए। प्रशिक्षक को कभी भी अत्यधिक उम्मीदें नहीं रखनी चाहिए। अक्सर, बाहर से प्रशिक्षक को आमंत्रित किया जाता है जो विभिन्न क्षेत्रों में विशेषज्ञ होते हैं, और इन विशेषज्ञों का योगदान प्रशिक्षण कार्यक्रम में किया जा सकता है।

यह महत्वपूर्ण है कि हम प्रक्रिया के प्रति अपनी चिंता को सामग्री के बराबर या उससे भी अधिक रखें। उद्यमिता प्रशिक्षण में यह भी जरूरी है कि हम प्रशिक्षण के स्वामित्व को प्रतिभागियों को सौंपें। प्रशिक्षण कार्यक्रम को लचीला होना चाहिए ताकि आवश्यकतानुसार बदलाव किया जा सके। प्रशिक्षक को अपनी अज्ञानता स्वीकार करने में संकोच नहीं करना चाहिए और उद्यमी के आत्म-सम्मान को ठेस पहुंचाने से बचना चाहिए। प्रशिक्षक को प्रभावी सीखने का वातावरण बनाना चाहिए। उन्हें सिद्धांत और अभ्यास के बीच संबंध प्रदान करना चाहिए और "यहां और अब" के सीखने को "वहां और फिर" में बदलने का प्रयास करना चाहिए। फीडबैक का प्रभावी उपयोग किया जाना चाहिए।

याद रखें कि प्रशिक्षक एक विनम्र मार्गदर्शक होता है जो हमेशा सीखने और अपनाने के लिए तैयार रहता है। चूंकि कोई एकल दृष्टिकोण सभी आवश्यकताओं को पूरा नहीं कर सकता है, इसलिए विविध जनसंख्या के साथ काम करने के लिए विभिन्न प्रकार के प्रशिक्षण कार्यक्रमों का विकास किया जा सकता है, और अलग-अलग लक्षित समूहों के लिए अलग-अलग पाठ्यक्रम तैयार करना आवश्यक है, जैसे ग्रामीण उद्यमी, ईडीपी प्रशिक्षक और व्यावसायिक शिक्षक। विभिन्न प्रकार के कार्यक्रमों की अवधि अलग-अलग होगी, जो विभिन्न पहलुओं पर उद्यमिता विकास के प्रशिक्षण की आवश्यकता और संपर्क की डिग्री पर निर्भर करेगी। इस संबंध में निम्नलिखित दिशा-निर्देश सहायक हो सकते हैं।

उद्यमिता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम (ईडीटीपी)

सामान्य ईडीटीपी की अवधि 6 सप्ताह हो सकती है, जिसमें हर दिन लगभग 4 सत्र होते हैं और सप्ताह में 6 कार्य दिवस होते हैं (जैसा कि एनआईईएसबीयूडी द्वारा सुझाया गया है)।

ईडीटीपी के प्रमुख क्षेत्र	सत्रों की संख्या
उद्यमिता प्रेरणा / पहचान विकास	31
उद्यमिता प्रारंभ और संसाधन प्रबंधन	48
उद्यमिता प्रबंधन	54
सामाजिक जिम्मेदारी और उद्यमिता अनुशासन	4
कुल	141

शिक्षित बेरोजगार युवाओं के लिए पाठ्यक्रम

आईएआरआई में हमारा अनुभव यह है कि शिक्षित बेरोजगार युवाओं के लिए 8-दिवसीय प्रशिक्षण कार्यक्रम पर्याप्त है क्योंकि इसके लिए उतनी वैचारिक स्पष्टता की आवश्यकता नहीं होती है। इसके अलावा, संभावित उद्यमियों को उस प्रौद्योगिकी या व्यवसाय में प्रशिक्षण की आवश्यकता होगी जिसे वे आगे बढ़ाने का निर्णय लेते हैं।

सुझाए गए पाठ्यक्रम

प्रमुख क्षेत्र	दिनों की संख्या
उद्यमिता प्रेरणा	3
उद्यमिता की शुरुआत, उद्यमिता के अवसर, स्व-रोज़गार योजनाएँ, समर्थन प्रणाली, उत्पाद चयन, बाज़ार सर्वेक्षण, परियोजना निर्माण, उत्पाद/सेवा की लागत, लाभप्रदता का अनुमान, परियोजना मूल्यांकन, विपणन प्रबंधन, वित्तीय बैंक, लेखांकन के मूलभूत सिद्धांत, बिक्री कर, बाज़ार और व्यापारिक क़ानून की जानकारी	3 2
कुल	8

इस अवधि में सफल उद्यमियों के साथ इंटरफ़ेस भी शामिल है।

प्रशिक्षकों के प्रशिक्षण पाठ्यक्रम का पाठ्यक्रम

आईएटीआई में आयोजित पिछले चार उद्यमिता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रमों से प्राप्त प्रतिक्रिया के आधार पर, निम्नलिखित पाठ्यक्रम भा.कृ.अनु.प.और राज्य कृषि विश्वविद्यालयों के वैज्ञानिकों/शिक्षकों, कृषि विज्ञान केंद्रों और राज्य कृषि और उद्यान विभागों के विकास अधिकारियों के लिए उपयुक्त हो सकता है।

प्रमुख क्षेत्र	सत्रों की संख्या
उद्यमिता प्रेरणा	3
उद्यमिता की शुरुआत	5
उद्यमिता प्रबंधन	3
सामाजिक जिम्मेदारी और उद्यमिता अनुशासन	1
कुल	12

परिचय

प्रेरणा और उद्यमिता विकास एक महत्वपूर्ण विषय है जो व्यक्तियों और संगठनों को अपने लक्ष्यों और सफलताओं को प्राप्त करने में मदद करता है। प्रेरणा का तात्पर्य ड्राइव से है और प्रेरणा का अर्थ है लक्ष्य हासिल करने का एक ड्राइव। प्रेरणा उस तरीके को संदर्भित करती है जिसमें इच्छाएँ, प्रेरणाएँ, आकांक्षाएँ, प्रयास और आवश्यकताएँ मानव व्यवहार को निर्देशित, नियंत्रित या समझाती हैं।

प्रेरणा मानव व्यवहार से संबंधित है। प्रेरणा एक जटिल घटना है। सामान्यतः, प्रेरणा एक मनोवैज्ञानिक घटना है क्योंकि यह उन कारकों से संबंधित है जो व्यक्तिगत कर्मचारी के भीतर कार्य करते हैं, जो उसे किसी विशेष तरीके से कार्य करने या न करने के लिए मजबूर करते हैं। इन घटनाओं का अध्ययन कई लोगों द्वारा किया गया है।

साधारण व्यक्ति सोचता है कि लोग व्यापार में क्यों जाते हैं और उद्यमी क्यों बनते हैं, केवल पैसे कमाने के लिए। पैसा कमाने की इच्छा निश्चित रूप से एक महत्वपूर्ण प्रेरक शक्ति है। लेकिन उद्यमियों को केवल लाभ से प्रेरित नहीं किया जाता। कई अन्य कारक हैं जो उद्यमियों को अपने कार्य को सफलतापूर्वक करने के लिए प्रेरित करते हैं।

प्रेरणा की विशेषताएँ

1. प्रेरणा एक व्यक्ति की आंतरिक भावना है।
2. एकल प्रेरणा विभिन्न व्यवहारों का कारण बन सकती है।
3. प्रेरणा एक निरंतर प्रक्रिया है।
4. प्रेरणा व्यक्ति और समय के साथ बदलती है।
5. प्रेरणा सकारात्मक या नकारात्मक हो सकती है।

क्या एक उद्यमी को जोखिम उठाने और नया उद्यम शुरू करने के लिए प्रेरित करता है? क्या वित्तीय कमी या वित्तीय प्रचुरता एक व्यक्ति को उद्यम शुरू करने के लिए प्रेरित करती है? क्या परिवार, सामाजिक स्थिति या वर्तमान जीवन से संतोष एक उद्यमी को नया उद्यम शुरू करने के लिए प्रेरित करता है? ऐसे सवालों के उत्तर प्रेरणा के अध्ययन में निहित हैं।

उद्यमिता विकास के लिए प्रेरक कारक:

1. **शैक्षणिक पृष्ठभूमि:** शिक्षा एक व्यक्ति को जीवन की समस्याओं को हल करने के लिए तैयार करती है। शैक्षणिक पृष्ठभूमि उसे समस्याओं को समझने और उनका समाधान खोजने में मदद करती है। शिक्षा बेहतर तरीके से काम करने में मदद करती है।
2. **व्यावसायिक अनुभव:** अनुभव किसी व्यक्ति को परिस्थितियों से गुजरने में मदद करता है। यह उसे सीखने का अनुभव प्रदान करता है।
3. **स्वतंत्र रूप से काम करने की इच्छा:** यह एक व्यक्ति को स्वतंत्र निर्णय लेने और परिस्थितियों पर नियंत्रण प्राप्त करने में मदद करती है। सफलता उसे भविष्य में कार्य करने में आत्मविश्वास देती है।
4. **उत्पादन में शाखा बनाने की इच्छा:** कुछ नया करने की इच्छा एक व्यक्ति को अलग ढंग से सोचने पर मजबूर करती है। वह एक शाखा या सेक्शन शुरू कर सकता है, जो मुख्य फर्म से पूरी तरह भिन्न है। लेकिन आमतौर पर एक सहायक शाखा मुख्य शाखा के लिए सहायक होती है। अनुभव और अध्ययन के माध्यम से, व्यक्ति ऐसे कदम उठा सकता है।
5. **पारिवारिक पृष्ठभूमि:** एक उद्यमी जो औद्योगिक परिवार में जन्मा है, उसे एक निश्चित सामाजिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि विरासत में मिलती है, जो उसके कार्य के लिए सहायक होती है।
6. **सरकार से सहायता:** उद्यमियों को अपने उद्यम विकसित करने के लिए सहायता देने के लिए बड़ी संख्या में योजनाएँ हैं। यह सहायता उसे नया व्यवसाय शुरू करने या विस्तार करने के लिए प्रेरित करती है।
7. **वित्तीय संस्थानों से सहायता:** बैंक और अन्य वित्तीय एजेंसियाँ उद्यम की सहायता करती हैं। ये संस्थाएँ उद्यमी द्वारा प्रस्तुत परियोजना प्रस्ताव के अनुसार धन प्रदान करती हैं।
8. **प्रौद्योगिकी/कच्चे माल की उपलब्धता:** नई प्रौद्योगिकी हर दिन विकसित हो रही है। कभी-कभी कच्चा माल उद्यम के लिए उपलब्ध होता है लेकिन इसका लाभ उठाने वाला कोई नहीं होता। उद्यमी को चीजों को इस तरह व्यवस्थित करना चाहिए कि यह उसके उद्यम को विकसित करे। वह अपने सामने उपलब्ध अवसरों से प्रेरित होता है।
9. **उत्पादन के अन्य कारक:** किसी विशेष उत्पाद की मांग, संविदा संपत्ति व्यवसाय से अर्जित अधिशेष धन का उपयोग आदि जैसे कई अन्य उत्पादन के कारक हो सकते हैं, जो एक व्यक्ति को नया उद्यम शुरू करने के लिए प्रेरित कर सकते हैं।

उपरोक्त नौ कारकों को दो प्रमुख श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है: आंतरिक और बाह्य। पहले पांच कारकों को आंतरिक कहा जाता है और अंतिम चार कारकों को बाह्य। आंतरिक प्रेरक कारक जैसे शिक्षा, व्यावसायिक अनुभव, पारिवारिक पृष्ठभूमि, कुछ स्वतंत्र रूप से करने की इच्छा मिलकर उद्यमी के व्यक्तित्व का निर्माण करते हैं। ये कारक उद्यमिता गतिविधियों को शुरू करने की प्रवृत्ति उत्पन्न करते हैं।

आंतरिक कारक महत्वपूर्ण हैं लेकिन इन्हें बाह्य कारकों जैसे अनुकूल सरकारी नीतियाँ, वित्तीय सहायता, प्रौद्योगिकी और कच्चे माल, और अवसंरचनात्मक सुविधाओं द्वारा समर्थन की आवश्यकता होती है। ये सुविधाएँ या

सहायता बाह्य प्रेरक कारक होते हैं और उद्यमिता विचार को प्रज्वलित करने में सहायता करते हैं। ये कारक उद्यमिता गतिविधियों को गति भी प्रदान करते हैं।

योजना बनाना किसी भी सफल गतिविधि का एक अभिन्न हिस्सा है। योजना बनाने की आवश्यकता जटिलता और कार्य के महत्व से उत्पन्न होती है। योजना किसी भी गतिविधि का एक आवश्यक पहलू है। योजना बनाने का उपयोग उस कार्रवाई का पता लगाने और तैयारी करने के लिए किया जाता है जो ली जानी चाहिए। योजना क्रियाओं को अर्थ और प्रणाली देती है। यह भविष्य की कार्रवाई के लिए एक आधार तैयार करती है।

एक उद्यम शुरू करना उद्यमी के जीवन में एक बड़ा अवसर है और उसे बिना योजना के इसे शुरू नहीं करना चाहिए। यदि वह बिना योजना और उचित तैयारी के उद्यम शुरू करता है, तो उसे विफलता का सामना करना पड़ सकता है।

उद्यम शुरू करने के बाद निगरानी आवश्यक है। यह गतिविधियों की सावधानीपूर्वक समीक्षा है जब कार्य प्रगति पर है और देखता है कि वे योजना के अनुसार लक्ष्यों की ओर अग्रसर हैं। यदि प्रगति कम है या कोई प्रगति नहीं है, तो विफलता के कारणों की पहचान करने की आवश्यकता है। मध्यावधि सुधार निगरानी के द्वारा संभव है। यह सुनिश्चित करना चाहिए कि कार्यक्रम में कोई बाधाएँ हैं या नहीं। निगरानी यह सुनिश्चित करने में मदद करेगी कि प्रयासों की बर्बादी न हो यदि चीजें सही दिशा में नहीं बढ़ रही हैं। यदि चीजें सही दिशा में नहीं बढ़ रही हैं, तो निगरानी उद्यम को आपदा से बचाने में मदद करेगी।

फॉलो-अप गतिविधियों का समय-समय पर कार्य और समीक्षा है। केवल उद्यम की योजना बनाना पर्याप्त नहीं है; इसे योजना के अनुसार व्यवहार में लाना आवश्यक है। फॉलो-अप में कार्य की योजना को क्रियान्वित करना आवश्यक है। यदि कोई कमी देखी जाती है, तो सुधारात्मक उपाय किए जाने चाहिए। यदि वर्तमान गतिविधियाँ लक्ष्यों को प्राप्त करने में विफल होती हैं, तो उद्यम को एक मजबूत आधार पर स्थापित करने की आवश्यकता होती है। गतिविधियों को इच्छित लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए सही किया जाना होगा। फॉलो-अप उद्यमी को कार्रवाई के पाठ्यक्रम का निर्णय लेने में मदद करेगा।

प्रेरणा के सिद्धांत

प्रेरणा उद्यम की प्रभावशीलता के लिए कुंजी के रूप में कार्य करती है। प्रेरणा का उद्गम शब्द "मोटिव" से होता है। मोटिव का अर्थ है इच्छा, आवश्यकता, आवेग या ड्राइव। प्रेरणा व्यक्ति के अंदर होती है। यह व्यक्ति से व्यक्ति और समय के साथ बदलती है। प्रेरणा एक निरंतर प्रक्रिया है और यह सकारात्मक या नकारात्मक हो सकती है। वित्तीय और गैर-वित्तीय प्रेरणा तकनीकें हैं, जिनका उपयोग एक उद्यमी उद्यम की प्रभावी कार्यशीलता के लिए कर सकता है। प्रोत्साहन सीधे या अप्रत्यक्ष रूप से पैसे से संबंधित होते हैं, जिन्हें वित्तीय प्रेरणा कहा जाता है। पैसा प्रेरणा का एक महत्वपूर्ण और सबसे प्रभावशाली स्रोत होता है। वेतन, बोनस, वेतन के साथ छुट्टी, चिकित्सा और आवास सुविधाएँ, लाभ का वितरण, वाहन भत्ता आदि कुछ वित्तीय प्रेरकों के उदाहरण हैं, जिन्हें उद्यमी को उद्यम के कर्मचारियों के लिए उपयोग करना चाहिए। गैर-वित्तीय प्रेरक मनोवैज्ञानिक होते हैं। स्थिति, सम्मान, प्रतिष्ठा, भागीदारी, कार्य समृद्धि, मान्यता, नौकरी की सुरक्षा, जिम्मेदारी आदि गैर-वित्तीय प्रेरकों के उदाहरण हैं।

समय के साथ प्रेरणा के कई सिद्धांत विकसित हुए हैं। इन सिद्धांतों को इस प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है:

तालिका 2. प्रेरणा सिद्धांत

सामग्री सिद्धांत	प्रक्रिया सिद्धांत	मानव से संबंधित सिद्धांत प्रकृति
<ol style="list-style-type: none"> 1. मास्लो की आवश्यकता पदानुक्रम सिद्धांत। 2. हर्ज़बर्ग का टू-फैक्टर सिद्धांत। 3. मैक्लेलैंड का सिद्धांत: उपलब्धि, संबद्धता और शक्ति। 4. एल्डरफेर का सिद्धांत: अस्तित्व, संबंधितता और विकास। 	<ol style="list-style-type: none"> 1. व्रूम का सिद्धांत: वैधता और प्रत्याशा। 2. पोर्टर और निचला मॉडल: प्रेरणा का। 3. इक्विटी सिद्धांत। 	<ol style="list-style-type: none"> 1. एक्स का मैकग्रेगर सिद्धांत और वार्ड। 2. आउची की थ्योरी जेड। 3. आकस्मिकता का दृष्टिकोण।

मास्लो का सिद्धांत यह मानता है कि मानव आवश्यकताएँ एक पदानुक्रम में होती हैं, जो सबसे निम्न स्तर की शारीरिक आवश्यकता, सुरक्षा आवश्यकता, सामाजिक आवश्यकता, आत्म-सम्मान की आवश्यकता से लेकर आत्म-प्राप्ति की सबसे उच्च आवश्यकता तक फैली होती हैं। यह सिद्धांत सुझाव देता है कि विभिन्न स्तर आपस में निर्भर और ओवरलैपिंग होते हैं। प्रत्येक उच्च स्तर की आवश्यकता तब सामने आती है जब निम्न स्तर की आवश्यकता पूरी तरह संतुष्ट नहीं होती। जब कोई आवश्यकता पूरी नहीं होती है, तब भी सभी आवश्यकताएँ प्रत्येक क्षेत्र में आंशिक रूप से संतुष्ट होती हैं। जब एक आवश्यकता की चरम सीमा पार हो जाती है, तो वह आवश्यकता प्राथमिक प्रेरक के रूप में काम नहीं करती। फिर अगली स्तर की आवश्यकता प्रमुखता से उभरने लगती है। भले ही एक आवश्यकता संतुष्ट हो जाए, फिर भी यह व्यवहार को प्रभावित करती है, क्योंकि आवश्यकताओं के आपसी निर्भरता और ओवरलैपिंग विशेषताएँ होती हैं।

फ्रेड्रिक हर्ज़बर्ग और उनके सहयोगियों ने केस वेस्टर्न रिजर्व यूनिवर्सिटी में एक शोध अध्ययन किया, जिसमें उन्होंने पिट्सबर्ग, अमेरिका में नौ विभिन्न कंपनियों में 200 इंजीनियरों और लेखाकारों को सर्वेक्षण प्रश्न पूछे। सूचना के विश्लेषण के आधार पर, मानव व्यवहार को प्रभावित करने वाले दो स्वतंत्र सेट के कारक पाए गए। एक सेट के कारक मुख्य रूप से कर्मचारियों को असंतुष्ट करने के लिए काम करते हैं जब वे अनुपस्थित होते हैं, हालांकि, उनकी उपस्थिति उन्हें मजबूत तरीके से प्रेरित नहीं करती। इन्हें हाइजीन कारक कहा जाता है। दूसरे सेट के कारक मजबूत प्रेरणा और उच्च नौकरी संतोष के लिए जिम्मेदार होते हैं। इन्हें प्रेरणा कारक कहा जाता है। हर्ज़बर्ग द्वारा पाए गए हाइजीन कारकों में कंपनी की नीति और प्रशासन, तकनीकी पर्यवेक्षण, अधीनस्थों के साथ व्यक्तिगत संबंध, वेतन, नौकरी की सुरक्षा, व्यक्तिगत जीवन, कार्य स्थितियाँ और स्थिति शामिल हैं। हर्ज़बर्ग द्वारा पाए गए प्रेरणा कारकों में उपलब्धि, मान्यता, उन्नति, काम स्वयं, विकास की संभावना और जिम्मेदारी शामिल हैं। हर्ज़बर्ग का सुझाव है कि हाइजीन कारकों को स्थिर या उच्च रखा जाए, जबकि प्रेरणा कारकों को बढ़ाया जाए।

प्रेरणा के लिए महत्वपूर्ण दिशा-निर्देश

1. उद्यम को मानव संसाधनों को सभी संसाधनों में सबसे मूल्यवान संसाधन मानना चाहिए और उन्हें सम्मानजनक और सम्माननीय व्यवहार देना चाहिए।

2. उद्यम/कारखाने में अच्छे गुणवत्ता वाले कार्य वातावरण को बनाए रखा जाना चाहिए।
3. सुरक्षा और स्वास्थ्य को सर्वोच्च प्राथमिकता दी जानी चाहिए।
4. कर्मचारियों को उचित और निष्पक्ष वेतन संरचना प्रदान की जानी चाहिए ताकि उनके जीवन स्तर को बनाए रखा जा सके।
5. नौकरी की सुरक्षा और उनके करियर में आगे बढ़ने के लिए पर्याप्त अवसर कर्मचारियों को दिए जाने चाहिए।
6. वरीष्ठ अधिकारियों को अधीनस्थों की प्रशंसा करनी चाहिए जब वे इसके योग्य हों।
7. कर्मचारियों को उनके कार्य को प्रभावी रूप से करने के लिए पर्याप्त उपकरण और अन्य साधन प्रदान किए जाने चाहिए।
8. एक उचित फीडबैक प्रणाली लागू की जानी चाहिए ताकि अधीनस्थ अपनी ताकत और कमजोरियों के बारे में जान सकें।
9. कर्मचारियों को अपने कौशल और रचनात्मक प्रवृत्तियों का कार्य प्रदर्शन में दिखाने के अवसर प्रदान किए जाने चाहिए, उन्हें अधिक स्वतंत्रता देकर, उनकी भागीदारी को प्रोत्साहित करके, उद्देश्य प्रबंधन और नवीनतम प्रबंधन अवधारणाओं को लागू करके।
10. कर्मचारियों की शिकायतों को संभालने में प्राकृतिक न्याय के सिद्धांतों का पालन किया जाना चाहिए। कर्मचारियों को अपनी समस्याओं को व्यक्त करने की पूरी स्वतंत्रता दी जानी चाहिए।
11. कर्मचारियों को उनके कौशल और रचनात्मक क्षमताओं को विकसित करने के लिए पर्याप्त प्रशिक्षण प्रदान किया जाना चाहिए।

उद्यमिता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम: उद्यमिता विकास सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम (एमएसएमई) क्षेत्रों को बढ़ावा देने के लिए एक प्रमुख तत्व है। इस कार्य को नियमित आधार पर करने के लिए, मंत्रालय ने तीन राष्ट्रीय स्तर के संस्थान स्थापित किए हैं। ये हैं: i) राष्ट्रीय लघु, सूक्ष्म और मध्यम उद्यम संस्थान, हैदराबाद; ii) राष्ट्रीय उद्यमिता और लघु व्यवसाय विकास संस्थान, नोएडा; और iii) भारतीय उद्यमिता संस्थान, गुवाहाटी। सभी संभावित उद्यमी उद्यमिता संस्कृति के लिए कई प्रकार के प्रशिक्षण कार्यक्रमों का लाभ उठा सकते हैं, जो उनके व्यक्तिगत आवश्यकताओं और देश में अनुप्रयोग के लिए अनुकूलित हैं। विभिन्न प्रशिक्षण कार्यक्रम नियमित रूप से आयोजित किए जाते हैं ताकि युवाओं में निहित गुणों को विकसित किया जा सके, उन्हें सूक्ष्म या लघु उद्यम स्थापित करने के लिए आवश्यक विभिन्न पहलुओं पर जागरूक किया जा सके। ये प्रशिक्षण कार्यक्रम शिक्षित बेरोजगार युवाओं का ध्यान आकर्षित करते हैं और उनमें आत्म-नियोजन और बेहतर रोजगार सृजन के लिए विश्वास पैदा करते हैं। व्यक्तिगत MSME-DIS निम्नलिखित प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करते हैं:

1. औद्योगिक प्रेरणा अभियान
2. उद्यमिता विकास कार्यक्रम
3. उद्यमिता कौशल विकास कार्यक्रम
4. प्रबंधन विकास कार्यक्रम

5. कौशल विकास
6. व्यवसाय कौशल विकास कार्यक्रम तथा अन्य विशेष कार्यक्रम जैसे जैव प्रौद्योगिकी, आनुवंशिक इंजीनियरिंग, आदि।

उद्यमिता प्रेरणादायक कारक

अधिकांश शोधकर्ताओं ने उद्यमियों को प्रेरित करने वाले सभी कारकों को आंतरिक और बाह्य कारकों में वर्गीकृत किया है:

आंतरिक कारक

- कुछ नया करने की इच्छा।
- स्वतंत्र बनना।
- जीवन में जो चाहना है, उसे हासिल करना।
- अपनी योगदान के लिए मान्यता प्राप्त करना।
- अपनी शैक्षणिक पृष्ठभूमि।
- संबंधित क्षेत्र में अपने व्यावसायिक पृष्ठभूमि और अनुभव।

बाह्य कारक

- सरकार की सहायता और समर्थन।
- श्रम और कच्चे माल की उपलब्धता।
- बड़े व्यापारिक घरानों से प्रोत्साहन।
- उत्पाद की वादे वाली मांग।

उद्यम परिचालन में योजना, निगरानी, मूल्यांकन और अनुवर्ती कार्रवाई

परिचय

किसी भी व्यावसायिक संगठन में लागू होने वाले चार बुनियादी प्रबंधकीय कार्य योजना बनाना, आयोजन करना, नियंत्रण करना और नेतृत्व करना हैं। इन चारों में से योजना बनाना किसी भी उद्यम को शुरू करने के लिए पहला कार्य है। योजना एक उद्यम की स्थापना और संचालन के लिए एक चरणबद्ध प्रक्रिया प्रदान करती है। एक सफल उद्यम अच्छे कार्यक्षेत्र, सावधानीपूर्वक योजना और कार्यान्वयन के कारण होता है। एक उद्यम के संदर्भ में, योजना व्यावसायिक योजना गतिविधियों से संबंधित होती है। एक व्यावसायिक योजना उद्यमियों के लिए एक मार्गदर्शक के रूप में कार्य करती है। यह उद्यम के विभिन्न चरणों में की जाने वाली प्रमुख गतिविधियों को उजागर करते हुए एक तार्किक और संरचनात्मक अवलोकन प्रदान करता है।

1. यह चल रही प्रगति की तुलना करने के लिए दिशानिर्देश प्रदान करता है।
2. यह एक उद्यम के विकास के विभिन्न चरणों में आवश्यक प्रमुख संसाधनों (जनशक्ति, मशीनरी (यंत्रावली), समय, आदि) की पहचान करता है।
3. यह सहभागी प्रबंधन में मदद करता है, क्योंकि सभी कर्मचारी भविष्य की गतिविधियों से अवगत होते हैं।
4. यह वित्तपोषकों, सरकार और अन्य हितधारकों के साथ उद्यम के पहलुओं के संचार के लिए एक प्रामाणिक दस्तावेज प्रदान करता है।

परियोजना रणनीति - एक मूल दस्तावेज

परियोजना रणनीति एक नियोजित व्यवसाय की मुख्य विशेषताओं और भविष्य की संभावनाओं को स्पष्ट करती है। इसके अलावा, यह उन महत्वपूर्ण मुद्दों पर अंतर्दृष्टि प्रदान करता है जिन पर ध्यान दिया जाना चाहिए और अंतिम

लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए हल किया जाना चाहिए। कुछ लोगों का सुझाव है कि एक परियोजना योजना एक अच्छी तरह से परिभाषित लिखित दस्तावेज है, जो महत्वपूर्ण तथ्यों, रिकार्डों और अनुमानों पर आधारित है। यह व्यापक रूप से एक व्यावसायिक प्रस्ताव का विवरण चित्रित करता है और इसकी तकनीकी व्यावहारिकता और व्यावसायिक उपलब्धि दोनों को सही ठहराने का प्रयास करता है।

परियोजना रणनीति - लाभ और उपयोगिताएँ

एक परियोजना योजना एक व्यवसाय के उद्देश्यों को प्राप्त करने में अधिक सफलता लाने के लिए काफी उपयोगी उपकरण है। कुछ प्रमुख लाभ और उपयोगिताएँ हैं:

1. मूल तत्वों और मुख्य बिंदुओं को रेखांकित करता है। एक परियोजना रणनीति आम तौर पर हर व्यवसाय में मूल तत्वों पर जोर देती है। मूल तत्वों में स्वामित्व, व्यावसायिक स्थानीयता, उद्देश्य, नीतियां और रणनीतियां, संसाधन आवश्यकताएं, बजट अनुमान और लक्ष्यों को पूरा करने के संभावित तरीके और साधन शामिल हैं।
2. निर्णायक मुद्दों से संबंधित है। यह निर्णय लेना चाहिए कि किसी विशेष व्यवसाय में जाना है या नहीं। इससे भी महत्वपूर्ण बात यह है कि एक परियोजना रणनीति व्यक्तिगत क्षमता और उपलब्ध संसाधनों को जुटाने की योग्यता को सही ठहराती है।
3. मूल्यांकन में सहायता करता है। परियोजना रणनीति एक नवीन व्यावसायिक विचार के बड़े पैमाने पर योग्यता का मूल्यांकन करने में मदद करती है।
4. समर्थन प्राप्त करने के लिए कार्य करता है। परियोजना रणनीति निश्चित रूप से बाहरी स्रोतों से आवश्यक मौद्रिक सहायता की तलाश और प्राप्त करने में मदद करती है।
5. समय पर कार्यान्वयन में मदद करता है। परियोजना रणनीति दस्तावेज एक मैनुअल के रूप में कार्य करता है जिसका पालन संगठित करने, निर्देशित करने, समन्वय करने और नियंत्रित करने की प्रक्रिया में किया जाता है, जिसका उद्देश्य, उद्देश्यों की समय पर पूर्ति सुनिश्चित करना है।
6. पंजीकरण की सुविधा प्रदान करता है। एक सक्षम प्राधिकारी से व्यवसाय में संलग्न होने की अनुमति प्राप्त करने के लिए परियोजना रणनीति महत्वपूर्ण है। सक्षम अधिकारियों के माध्यम से अनुमति और पंजीकरण दोनों किसी भी व्यावसायिक गतिविधि को शुरू करने और वाणिज्यिक बैंकों से मौद्रिक सहायता लेने के लिए काफी आवश्यक हैं।
7. मूलभूत आधार तैयार करता है। परियोजना रणनीति एक नए बड़े या छोटे उद्यम के लिए और शायद ही कभी विस्तार के लिए, एक मौजूदा इकाई के विविधीकरण के लिए आवश्यक महत्वपूर्ण प्राथमिक कार्यों में से एक है।

सामान्य व्यावसायिक योजना प्रक्रिया के चरण

1. **नवीन एवं रचनात्मक विचार निर्माण:** यह व्यावसायिक योजना प्रक्रिया का प्रारंभिक चरण है। नए विचार उपभोक्ताओं, कर्मचारियों, अनुसंधान और विकास, बाजार मध्यस्थों आदि से प्राप्त किए जा सकते हैं। कुछ विधियों का उपयोग उद्यमी/व्यावसायिक संगठन द्वारा भी किया जा सकता है जैसे समूह चर्चा, ब्रेनस्टॉर्मिंग, बाजार अनुसंधान आदि।

2. **पर्यावरण का आकलन:** पिछले चरणों द्वारा उत्पन्न आशाजनक विचारों के व्यावसायीकरण में प्रवेश करने से पहले, संगठन/उद्यमी द्वारा सामना की जाने वाली ताकत, कमजोरी, अवसरों और खतरों को जानने के लिए मैक्रो (बाहरी) और सूक्ष्म (आंतरिक) दोनों वातावरण का गहन विश्लेषण करना आवश्यक है। सभी पर्यावरणीय कारकों के लिए अधिकतम जानकारी एकत्र करना आवश्यक है, जिसका संगठन/उद्यमियों की भविष्य की योजनाओं पर अल्पकालिक और दीर्घकालिक दोनों प्रभाव पड़ेगा।
3. **संभाव्यता अध्ययन:** उद्यम के लिए उपयुक्त वातावरण खोजने पर, एक विस्तृत व्यवहार्यता अध्ययन किया जाना है, अर्थात्, बाजार व्यवहार्यता, तकनीकी/संचालन व्यवहार्यता और वित्तीय व्यवहार्यता। बाजार व्यवहार्यता उद्यम के उत्पाद/सेवा की वर्तमान और भविष्य की कुल मांग और प्रस्तावित उद्यम की अपेक्षित बाजार हिस्सेदारी का पता लगाने से संबंधित है। इस उद्देश्य के लिए मांग विश्लेषण की विभिन्न विधियों का उपयोग किया जाता है। तकनीकी/संचालन व्यवहार्यता प्रस्तावित उद्यम की परिचालन क्षमता को जानने में मदद करती है। तकनीकी व्यवहार्यता में कच्चे माल की उपलब्धता, सामग्री आवश्यकता योजना, संयंत्र स्थान, संयंत्र क्षमता, मशीनरी और उपकरण, संयंत्र लेआउट आदि के पैरामीटर शामिल हैं। प्रस्तावित उद्यम के वित्तीय मुद्दों का आकलन करने के लिए अंत में वित्तीय व्यवहार्यता भी की जाती है। विभिन्न लागत अनुमान और लाभप्रदता अनुमान किए जाते हैं। यदि ये सभी व्यवहार्यता अध्ययन प्रस्तावित उद्यम की व्यवहार्यता का संकेत देते हैं, तो सभी कार्यों (उत्पादन, वित्त, विपणन, मानव संसाधन, आदि) को कवर करने वाली विस्तृत कार्यात्मक योजनाएं बनाई जाती हैं।
4. **परियोजना प्रतिवेदन (रिपोर्ट) तैयार करना:** अब तक एकत्र की गई जानकारी का उपयोग करके, एक परियोजना रिपोर्ट/व्यावसायिक योजना तैयार की जाती है। एक व्यावसायिक योजना एक लिखित दस्तावेज है जो एक उद्यम की स्थापना और संचालन के लिए चरण-दर-चरण रणनीतियों का वर्णन करता है।
5. **मूल्यांकन, नियंत्रण और समीक्षा:** आज की प्रतिस्पर्धी व्यावसायिक दुनिया में अग्रणी स्थिति बनाए रखने के लिए, एक उद्यम के लिए निरंतर मूल्यांकन करना और बदली हुई परिस्थितियों के आलोक में आवश्यक संशोधन करना आवश्यक है।

उद्यम की निगरानी एवं मूल्यांकन

निगरानी और मूल्यांकन पिछले अनुभवों से सीखने का अवसर प्रदान करता है। यह कंपनी को सेवा वितरण, योजना बनाने, पूंजी आवंटन और प्रमुख हितधारकों के प्रति जवाबदेही के हिस्से के रूप में परिणामों को प्रदर्शित करने में सुधार के लिए प्रेरित करता है। हालाँकि मूल्यांकन को निगरानी से अलग माना जाता है, लेकिन वे वास्तव में परस्पर निर्भर होते हैं। निगरानी प्रस्तुत करती है कि क्या दिया गया है और मूल्यांकन इस सवाल का जवाब देता है कि "हस्तक्षेप के परिणामस्वरूप क्या हुआ?" प्रभाव मूल्यांकन का अर्थ मूल्यांकन का एक विशेष पहलू है जो हस्तक्षेप के अंतिम लाभों पर केंद्रित होता है।

निगरानी: यह पूर्व निर्धारित लक्ष्यों और उद्देश्यों के विरुद्ध कार्यक्रम की उपलब्धियों के विकास को ट्रैक करने के लिए सूचना का मानक विधिपूर्वक संग्रह और विश्लेषण है। यह एक निश्चित अवधि में परियोजना गतिविधियों की सतर्क जांच करने से संबंधित है। प्रत्येक परियोजना को उन्नत प्रस्तावों और उद्देश्यों की आवश्यकता होती है। एक निगरानी प्रणाली

को वित्त सहित सभी गतिविधियों पर नज़र रखने के लिए काम करना चाहिए। इससे परियोजना कर्मचारियों को यह जानने में मदद मिलेगी कि चीजें कैसी चल रही हैं, साथ ही संभावित समस्याओं और कठिनाइयों की प्रारंभिक चेतावनी भी मिलेगी। परियोजना डिजाइन को बेहतर बनाने के लिए परियोजना के कार्यान्वयन के दौरान निगरानी की जानी चाहिए। यह किसी भी समय लक्ष्यों और परिणामों के संबंध में परियोजना कहाँ है, इस बारे में जानकारी प्रदान करता है। यह विशेष रूप से दक्षता और संसाधनों के उपयोग पर भी ध्यान केंद्रित करता है। यह कार्यक्रम के उद्देश्यों को स्पष्ट करने में मदद करता है। यह गतिविधियों और उनके संसाधनों को उद्देश्यों से जोड़ता है। निगरानी उद्देश्यों को प्रदर्शन संकेतकों में परिवर्तित करती है और लक्ष्य निर्धारित करती है। यह नियमित रूप से इन संकेतकों पर डेटा एकत्र करता है और वास्तविक परिणामों की तुलना लक्ष्यों से करता है। इसकी मदद से प्रगति से संबंधित रिपोर्ट प्रबंधकों को दी जा सकती है और उन्हें किसी भी आगामी समस्या के बारे में सचेत किया जा सकता है।

मूल्यांकन: यह किसी चल रही या हाल ही में समाप्त परियोजना, कार्यक्रम या नीति, उसके डिजाइन, कार्यान्वयन और परिणामों का एक वस्तुनिष्ठ मूल्यांकन है। मूल्यांकन कारण और प्रभाव के प्रश्नों से संबंधित है। यह हस्तक्षेप के मूल्य, योग्यता या प्रभाव का आकलन करता है और आमतौर पर एक एपिसोडिक आधार पर किया जाता है। आमतौर पर, यह सालाना या किसी परियोजना या कार्यक्रम के चरण के अंत में किया जाता है। एक मूल्यांकन भविष्य की परियोजनाओं के डिजाइन को सूचित करने के उद्देश्य से किसी परियोजना के परिणाम का अध्ययन करता है। मूल्यांकन हस्तक्षेप के महत्व, दक्षता और स्थायित्व को देखता है। यह इस बात का प्रमाण प्रदान करता है कि लक्ष्य और परिणाम क्यों प्राप्त हो रहे हैं या नहीं और कार्य-कारण के मुद्दों को संबोधित करता है। मूल्यांकन विश्लेषण करता है कि नियोजित परिणाम क्यों प्राप्त हुए या नहीं। यह परिणामों के लिए गतिविधियों के विशिष्ट कारणात्मक योगदान का आकलन करता है। मूल्यांकन कार्यान्वयन प्रक्रिया की जांच करता है। यह अनपेक्षित परिणामों की भी पड़ताल करता है। एक मूल्यांकन सबक प्रदान करता है, महत्वपूर्ण उपलब्धियों या कार्यक्रम की क्षमता को उजागर करता है और विस्तार के लिए सिफारिशें प्रदान करता है।

प्रभाव विश्लेषण

- कार्यक्रम के कारण होने वाले परिणामों को पहचानने और अलग करने का प्रयास करता है।
- सभी पिछली निगरानी और मूल्यांकन गतिविधियों, प्रक्रियाओं, रिपोर्टों और विश्लेषणों की समीक्षा करता है।
- कार्यक्रम के विभिन्न प्रभावों के बीच के कारण-कार्य संबंधों और उनके संचालन की विस्तृत व्याख्या प्रदान करता है
- किसी क्षेत्र, समय सीमा, क्षेत्र या सुधार क्षेत्र में हस्तक्षेपों की एक श्रृंखला का निर्माण, तुलना और विपरीत करने का प्रयास कर सकता है।

निगरानी और मूल्यांकन (एम एंड ई) को कार्यान्वित करने के कारण

उद्यम की निगरानी और मूल्यांकन करने से आउटपुट के प्रबंधन में सुधार करने में सक्षम बनाता है, जिसका सबसे अधिक प्रभाव पड़ेगा। एम एंड ई परियोजनाओं को ट्रैक पर रखने, प्राथमिकताओं का पुनर्मूल्यांकन करने का आधार बनाने और एक परियोजना के कार्यान्वयन पर जानकारी के तार्किक संग्रह और विश्लेषण के माध्यम से मौजूदा और

भविष्य की परियोजनाओं के लिए एक साक्ष्य आधार बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। परियोजना कार्यान्वयन के दौरान एम एंड ई दो मुख्य कार्य करते हैं:

एम एंड ई एक वैधीकरण कार्य के रूप में - सिद्ध करना

- क्या हम सही लक्षित समूहों के लिए वांछित लाभ प्राप्त करते हैं?
- क्या हम इन लाभों को यथासंभव कुशलता और प्रभावी ढंग से प्राप्त करते हैं?

एम एंड ई एक सीखने के कार्य के रूप में - सुधार करना

- क्या हम सही तरीके से काम करते हैं?
- क्या हम चीजों को बेहतर कर सकते हैं?

निगरानी और मूल्यांकन का महत्व

1. ग्राहक सेवा में सुधार के लिए निरंतर प्रतिक्रिया प्रदान करें।
2. संभावित समस्याओं को जल्द से जल्द पहचानें और संभावित समाधान प्रस्तावित करें।
3. लक्षित आबादी के सभी वर्गों के लिए परियोजना की उपयोगकर्ता-मित्रता का निरीक्षण करें।
4. परियोजना के विभिन्न घटकों को किस प्रभावशीलता से लागू किया जा रहा है, इसका निरीक्षण करें और सुधार के लिए कदम प्रस्तावित करें।
5. उन संभावनाओं का मूल्यांकन करें जिन तक परियोजना अपने सामान्य उद्देश्यों को प्राप्त करने में सक्षम है।
6. भविष्य की परियोजनाओं की स्थापना के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत प्रदान करें।
7. परियोजना डिजाइन में सुधार करने का प्रयास करें।
8. हितधारकों के विचारों पर चर्चा करें।
9. मध्य-पाठ्यक्रम सुधारों की आवश्यकता दिखाएं। विश्वसनीय जानकारी प्रबंधकों को प्रगति पर नज़र रखने और परिचालन को तदनुसार विनियमित करने की अनुमति देती है।

अनुपालन

अनुपालन के लिए महंगा होने की आवश्यकता नहीं है। इसे फोन और ईमेल के माध्यम से आसानी से प्राप्त किया जा सकता है।

अनुपालन का संबंध व्यावसायिक पूछताछ, पूछताछ और शिकायतों का जवाब देने से है, यदि आपका व्यवसाय अपेक्षाकृत नया है। कई व्यवसाय अपने लॉन्च होने के तुरंत बाद ही विफल हो जाते हैं क्योंकि उन्होंने अपने उत्पादों और सेवाओं के साथ-साथ अच्छा उपभोक्ता समर्थन प्रस्तावित नहीं किया था। प्रत्येक उपभोक्ता की विशिष्ट आवश्यकताएं होती हैं और एक स्मार्ट उद्यमी के रूप में, आपके उत्पादों के साथ-साथ आपकी कंपनी से उपभोक्ताओं की अपेक्षाओं का पता लगाना आपका कर्तव्य है। उपभोक्ता न केवल आपके उत्पाद की गुणवत्ता से संतुष्ट होते हैं, बल्कि वे एक उचित बिक्री के बाद के उपचार भी चाहते हैं जो आपकी कंपनी और उपभोक्ताओं के बीच लंबे समय तक संबंध बनाए

रखेगा। खुशहाल और संतुष्ट ग्राहक आपकी सबसे बड़ी संपत्ति हैं। वे ही हैं जो आपके उत्पादों और सेवाओं को अपने सामाजिक दायरे में दूसरों के लिए रेफर करके आपके व्यवसाय को अविश्वसनीय तरीके से बढ़ावा देते हैं। वे न केवल आपको अपने उत्पादों के बारे में प्रतिक्रिया प्रदान करते हैं बल्कि आपके उत्पादों को अधिक लोकप्रिय बनाने में प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से भी मदद करते हैं। आपकी प्रतिष्ठा आपके ग्राहकों का उपहार है।

प्रतियोगिता प्रबंधन और उद्यमिता विकास कार्यक्रम

परिचय

प्रतिस्पर्धा को विभिन्न रूपों और क्षेत्रों जैसे बाजार, ग्राहक, रैंकिंग या संसाधनों में कुछ लाभकारी परिणाम के लिए अन्य संगठनों के साथ संगठनों की लड़ाई के रूप में परिभाषित किया जाता है। प्रतिस्पर्धी खुफिया के माध्यम से प्रतिस्पर्धा का प्रबंधन उद्यमियों के लिए एक शक्तिशाली उपकरण है। प्रतिस्पर्धी खुफिया प्रतिस्पर्धियों, उनके कार्यों और उनके कार्यों के संगठन को कैसे प्रभावित करेंगे, इसके बारे में जानकारी एकत्र करने की एक प्रक्रिया है।

प्रतिस्पर्धियों को परिभाषित करने के तरीके

संभावित प्रतिस्पर्धियों को परिभाषित करने के तीन तरीके हैं:

- 1. उद्योग जगत की धारणा:** यह प्रतिस्पर्धियों को उन संगठनों के रूप में पहचानता है जो समान सेवाएं या समान उत्पाद प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए, कार कंपनी, ऑटोमोबाइल उद्योग आदि। उपरोक्त उल्लिखित प्रत्येक कंपनी में प्रतिस्पर्धी समान प्रकार के उत्पाद या सेवाएं तैयार करते हैं। इस दृष्टिकोण से, एक संगठन को बाजार के बारे में एक विचार मिल सकता है। जब प्रतिस्पर्धी बहुत अधिक होते हैं तो प्रतिस्पर्धा अपने चरम पर होती है। ये सभी व्यावसायिक प्रतिद्वंद्वी समान लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए समान रणनीति का उपयोग करते हैं - उद्देश्य एक है - अधिकतम ग्राहक आकर्षित करना।
- 2. विपणन की धारणा:** प्रतिस्पर्धी ऐसे संगठन हैं जो समान ग्राहक आवश्यकता को पूरा करते हैं। उदाहरण के लिए, यदि ग्राहक को तकनीकी जानकारी की आवश्यकता है, तो प्रतिस्पर्धी वैज्ञानिकों, प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आदि की व्यवस्था कर सकते हैं। यहां, प्रतिस्पर्धा इस बात पर निर्भर करती है कि ग्राहक की आवश्यकताओं को कितनी अच्छी तरह समझा जाता है और विभिन्न संगठन कितनी अच्छी तरह आवश्यकताओं को पूरा करने में सक्षम हैं।
- 3. रणनीतिक समूहों की धारणा:** इस दृष्टिकोण में, प्रतिस्पर्धी किसी विशेष बाजार में कमोबेश समान रणनीति

का पालन करते हैं। यह एक ही उद्योग के भीतर भी पाया जा सकता है। उदाहरण के लिए, प्रतिस्पर्धियों को समूहबद्ध करने में दो सबसे अधिक उपयोग किए जाने वाले रणनीतिक कारक मूल्य (कम से अधिक) और गुणवत्ता (कम से अधिक) हैं। मूल्य, गुणवत्ता, भौगोलिक दायरा, उत्पाद लाइन, बाजार हिस्सेदारी, लाभ और उत्पाद विशिष्टता रणनीतिक समूहों की पहचान के लिए संभावित आयाम हैं। प्रतिस्पर्धा की तीव्रता को इस बात से समझा जा सकता है कि प्रत्येक प्रतिस्पर्धी कितनी प्रभावी ढंग से प्रतिस्पर्धात्मक लाभ विकसित करने में सक्षम रहा है।

हालांकि, यह हमेशा ध्यान रखना चाहिए कि अन्य संगठन भी उन्हीं ग्राहकों, संसाधनों और परिणामों को सुरक्षित करने के लिए कड़ी मेहनत कर रहे होंगे जिनकी आप भी इच्छा रखते हैं।

प्रतिस्पर्धी जानकारी

क) एकत्र की जाने वाली प्रतिस्पर्धी जानकारी

प्रतिस्पर्धी क्या कर रहे हैं, इस बारे में जानकारी एकत्र करने के लिए, निम्नलिखित युक्तियों पर विचार करना चाहिए:

- प्रतिस्पर्धियों द्वारा प्रस्तुत उत्पादों या सेवाओं की विविधता।
- प्रतिस्पर्धियों द्वारा प्रस्तुत उत्पादों या सेवाओं की विशिष्ट विशेषताएं।
- उनके उत्पादों के प्लस और माइनस पॉइंट्स।
- अन्य पक्षों द्वारा व्यापार प्रबंधन की शैली।
- प्रतिस्पर्धी कंपनियों की सफलता का प्रतिशत पर ध्यान दिया जाना चाहिए।
- प्रतिस्पर्धी व्यापार में नए रुझानों को संभालना।

ख) प्रतिस्पर्धा प्रबंधन के सिद्धांत

उद्यमी को प्रतिस्पर्धा के प्रबंधन के लिए कुछ सिद्धांतों को अपनाना होगा। उनमें से कुछ नीचे दिए गए हैं:

- अवसरों का शीघ्र वर्गीकरण किया जाना चाहिए।
- ग्राहक के मनोविज्ञान का अध्ययन करने का प्रयास किया जाना चाहिए।
- प्रतिस्पर्धियों की गतिविधियों पर नज़र रखने के लिए एक रिकॉर्ड बनाए रखना आवश्यक है।
- एक सुरक्षित और स्वस्थ व्यवसाय बनाए रखने के लिए आगामी व्यावसायिक रुझानों की पहचान और कल्पना करें।

उद्यमिता विकास कार्यक्रम

एक राष्ट्र के सामाजिक-आर्थिक विकास में उद्यमियों की प्रमुख भूमिका होती है। इसलिए, भारत जैसे देश के लिए एक उद्यमी की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है जहां देश गरीबी और बेरोजगारी की समस्याओं का सामना कर रहा है। रोजगार सृजन और वित्तीय विकास में लघु उद्योगों के महत्व को पहचानते हुए, भारत सरकार ने नवीन उद्यमों की स्थापना की सुविधा के लिए प्रोत्साहन पैकेज देना शुरू किया। इस प्रकार, उद्यमिता विकास कार्यक्रम (ईडीपी) की

शुरुआत साठ के दशक के अंत में हुई। यह कार्यक्रम नए उद्यमियों के एक विशिष्ट समूह के लिए था।

उद्यमिता विकास कार्यक्रमों के उद्देश्य

- उद्यमशीलता गुण, यानी लक्ष्य प्राप्त करने के लिए उद्यमियों की आपूर्ति बढ़ाकर प्रेरणा या आवश्यकता को विकसित और मजबूत करना।
- सूक्ष्म उद्यमों के संबंध में पर्यावरणीय सेटअप का विश्लेषण करना और अच्छी तरह से प्रशिक्षित उद्यमियों की आपूर्ति करके उनके प्रदर्शन में सुधार करना।
- उद्यमी बनने के फायदे और नुकसान जानना और बड़ी संख्या में युवा पुरुषों और महिलाओं को स्वरोजगार प्रदान करना।
- लघु और मध्यम उद्यम क्षेत्रों के विकास को बढ़ावा देना, जो रोजगार सृजन और एक औद्योगिक इकाई के प्रसार के लिए बेहतर क्षमता प्रदान करते हैं।
- ग्रामीण क्षेत्रों में व्यावसायिक उद्यम के बारे में एक व्यापक दृष्टिकोण विकसित करना जहां स्थानीय उद्यमिता वास्तव में उपलब्ध नहीं है।

भारतीय उद्यमिता विकास कार्यक्रम - एक प्रशंसनीय मॉडल

आमतौर पर माना जाता है कि उद्यमी जन्मजात होते हैं, लेकिन ईडीपी ने भारतीय संदर्भ में इसे गलत साबित कर दिया है। उद्यमिता विकास संस्थानों द्वारा संचालित अच्छी तरह से डिज़ाइन किए गए प्रशिक्षण कार्यक्रमों के माध्यम से सामान्य व्यक्तियों को भी सफल उद्यमियों में परिवर्तित किया जा सकता है। उद्यमिता विकास कार्यक्रम अच्छी तरह से डिज़ाइन किए गए हैं और संभावित उद्यमियों की जरूरतों को ध्यान में रखते हुए मॉड्यूलर पैकेजों को शामिल करते हैं। भारतीय संदर्भ में, ईडीपी आमतौर पर चार से छह सप्ताह के लिए आयोजित किए जाते हैं और प्रशिक्षण संस्थानों द्वारा प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए अपनाया गया पाठ्यक्रम भी काफी एक समान है।

उद्यमिता विकास कार्यक्रम के चरण

उद्यमिता विकास कार्यक्रम आम तौर पर निम्नलिखित तीन महत्वपूर्ण चरणों से गुजरते हैं:

1. पूर्व-प्रशिक्षण चरण: यह चरण कार्यक्रमों को लॉन्च करने के लिए प्रारंभिक चरण है। इसमें निम्नलिखित गतिविधियाँ शामिल हैं:

- आशाजनक क्षेत्र की पहचान, आमतौर पर एक जिला
- कार्यक्रम के समन्वय के लिए एक परियोजना नेता का चयन
- कार्यक्रम के लिए बुनियादी ढांचे की व्यवस्था
- अच्छे व्यावसायिक अवसरों की पहचान
- प्रचार अभियान

- उन गैर-सरकारी संगठनों और संबंधित एजेंसियों से संपर्क स्थापित करना, जो कार्यक्रम में योगदान कर सकते हैं।
- आवेदन पत्र की प्रक्रिया
- एक विशेष प्रक्रिया के माध्यम से प्रशिक्षुओं का चयन
- वित्तीय व्यवस्था
- प्रशिक्षण पाठ्यक्रम तैयार करना और अंतिम रूप देना तथा प्रशिक्षण देने के लिए अतिथि संकायों की व्यवस्था करना।
- डीआईसी, एसएफसी, एसआईएसआई, बैंक, एनएसआईसी, जिला मजिस्ट्रेट आदि जैसी सहायता एजेंसियों से संपर्क करना।
- अधिक से अधिक आवेदन प्राप्त करने के लिए औद्योगिक प्रेरक अभियान आयोजित करना।

2. प्रशिक्षण चरण: प्रशिक्षण के दौरान, उद्यमियों को एक उद्यम स्थापित करने के लिए उचित मार्गदर्शन प्रदान किया जाता है। अधिकांश उद्यमिता विकास संस्थान आम तौर पर 4-6 सप्ताह की अवधि के पूर्णकालिक प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करते हैं।

प्रशिक्षण चरण में, प्रशिक्षुओं को प्रेरक पाठ्यक्रम सामग्री प्रदान की जाती है जो उद्यमियों के निर्माण और विकास में विश्वास का निर्माण करती है। इसका उद्देश्य एक नया उद्यम स्थापित करने के लिए निर्णय लेने के कौशल के साथ सशक्तिकरण करना है। प्रशिक्षण उन्हें नए अवसरों को भी ग्रहण करने में सक्षम बनाता है। प्रशिक्षुओं को एक परियोजना की योजना बनाने के बारे में जानकारी भी प्रदान की जाती है। औद्योगिक प्रदर्शन और कारखाने के लेआउट, व्यावसायिक स्थलों आदि का प्रत्यक्ष ज्ञान प्राप्त करने के लिए प्लांट विज़िट/इन-प्लांट प्रशिक्षण की व्यवस्था की जाती है।

3. प्रशिक्षण-उपरांत चरण: प्रशिक्षण-उपरांत चरण को अनुवर्ती सहायता का चरण भी कहा जाता है। इस चरण के दौरान, उद्यमिता विकास कार्यक्रम (ईडीपी) के प्रतिभागियों को प्रशिक्षण-उपरांत मार्गदर्शन और सेवाएं प्रदान की जाती हैं। इस चरण के दौरान, प्रशिक्षण संगठन परामर्श के माध्यम से उद्यमी को समस्याओं को हल करने में मदद करता है। आमतौर पर उद्यमियों की मदद के लिए सदस्यों वाली एक समिति का गठन किया जाता है।

आमतौर पर, प्रशिक्षण पूरा होने के बाद साल में तीन बार अनुवर्ती कार्रवाई बैठकें आयोजित की जाती हैं और अनुवर्ती के लिए आम तौर पर निम्नलिखित विधियों का उपयोग किया जाता है:

- डाक प्रतिक्रिया फॉर्म
- टेलीफोनिक अनुवर्ती कार्रवाई
- प्रशिक्षक द्वारा व्यक्तिगत संपर्क

उद्यमिता विकास कार्यक्रम के सामने चुनौतियाँ

ईडीपी के निम्न स्तर के प्रदर्शन का सामना आमतौर पर ईडीपी प्रशिक्षण के आयोजन और संचालन में निम्नलिखित समस्याओं के कारण होता है:

- पर्याप्त संख्या में विशेषज्ञ और समर्पित संगठनों की कमी
- लोगों को ईडीपी के लिए प्रेरित करने और प्रशिक्षण देने के लिए अपर्याप्त प्रशिक्षक प्रेरक
- गलत परियोजनाओं की पहचान
- उद्यमशीलता संस्कृति और पृष्ठभूमि का अभाव
- सहायक एजेंसियों और वित्तीय संस्थानों द्वारा उद्यमियों का समर्थन करने में रुचि की कमी
- उचित संपर्कों का अभाव
- प्रशिक्षण के लिए गलत व्यक्ति का चयन
- प्रशिक्षण के बाद अपर्याप्त परामर्श
- परियोजना के लिए प्रशिक्षण-उपरांत निरंतर सहायता सेवाओं का अभाव

परिचय

स्वॉट (एसडब्ल्यूओटी- शक्तियों, कमजोरियां, अवसरों एवं खतरों) रूपरेखा का श्रेय अल्बर्ट हम्फ्री को जाता है, जिन्होंने 1960 और 1970 के दशक की शुरुआत में स्टैनफोर्ड रिसर्च इंस्टीट्यूट (एसआरआई) में इस दृष्टिकोण को विकसित किया था। किसी भी उद्यम के लिए यह जानना और समझना हमेशा महत्वपूर्ण रहा है कि वह अपने आसपास के वातावरण के साथ आंतरिक (कार्यालय/कारखाना/दुकान वातावरण) और बाहरी स्तर (बाहरी दुनिया के साथ व्यवसाय कैसे संचालित होता है) दोनों तरह से कैसे फिट बैठता है और उससे कैसे संपर्क करता है। वातावरण की जांच करना दीर्घकालिक और अल्पकालिक दोनों योजनाओं के लिए एक रणनीति विकसित करने के लिए फलदायक साबित होता है। उदारीकरण और आर्थिक सुधारों की प्रक्रिया, निश्चित रूप से, कई उद्योगों के विकास के लिए उल्लेखनीय अवसर पैदा करती है, लेकिन यह उद्योगों के खिलाफ नई चुनौतियां भी खड़ी करती है।

21वीं सदी उद्योगों के लिए एक उज्वल भविष्य की गारंटी देगी, बशर्ते कि सभी बाधाओं से बचने के लिए सचेत और ईमानदार प्रयास किया जाए। उद्यमियों को अपने उत्पादन की गुणवत्ता को अधिक महत्व देना होगा और इसलिए, अनुसंधान और विकास पर पर्याप्त ध्यान देना चाहिए। निरंतर प्रगति बनाए रखने के लिए नवाचार बहुत आवश्यक है। इसके अलावा, इसके लिए उद्यमी को मौजूदा स्थिति का विश्लेषण करना होता है। वर्तमान स्थिति का विश्लेषण (1) आंतरिक विश्लेषण और (2) बाहरी विश्लेषण, जिसे संयुक्त रूप से स्वॉट विश्लेषण के रूप में जाना जाता है जो किसी संगठन की शक्तियों, कमजोरियों, अवसरों और खतरों की पहचान करने को संदर्भित करता है। स्वॉट विश्लेषण मूल रूप से एक उपकरण है, जिसका उपयोग अक्सर संगठनों द्वारा भविष्य की योजना बनाने में किया जाता है।

S - संगठन की शक्ति
W - कमजोरियां

} संगठन का

O - अवसर

T - पर्यावरण के खतरे

} पर्यावरण का

संगठन का आंतरिक विश्लेषण

संगठन का आंतरिक विश्लेषण उत्पादन, वित्त, विपणन और वितरण जैसे विभिन्न कार्यात्मक क्षेत्रों के संबंध में संगठनात्मक स्थिति को शामिल करता है। यह इसकी ताकत और कमजोरी का पता लगाएगा। बाहरी विश्लेषण में उद्योग का प्रदर्शन, प्रतिस्पर्धी गतिविधि और उपयोगकर्ता उद्योगों के विकास और गिरावट की समीक्षा शामिल होगी।

व्यवसाय का विश्लेषण

व्यवसाय का मूल्यांकन करने का सबसे प्रभावी तरीका कंपनी का स्वॉट विश्लेषण करना है। यह जानना महत्वपूर्ण है कि स्वॉट विश्लेषण केवल उन सूचनाओं पर आधारित होता है जो मूल्यांकनकर्ताओं को ज्ञात होती हैं, लेकिन स्वॉट अभी भी अपने तत्काल लाभों को देखते हुए एक शक्तिशाली उपकरण है। यह स्पष्ट है कि अवसरों और खतरों से निपटने से पहले ताकत और कमजोरियों को पहचानना विश्लेषण के लिए सबसे अच्छा तरीका है। स्वॉट विश्लेषण करने का कोई निश्चित तरीका नहीं है, लेकिन इसे सबसे आरामदायक तरीके से किया जाना चाहिए। स्वॉट का उद्देश्य आपकी कंपनी के समग्र प्रदर्शन को बेहतर बनाने के लिए भविष्य के लिए एक रणनीति की योजना बनाना होना चाहिए।

शक्ति और कमजोरियां

हर व्यवसाय को समय-समय पर अपनी शक्ति और कमजोरियों का आकलन करना चाहिए। यह प्रबंधन द्वारा स्वयं या कुछ बाहरी विशेषज्ञता द्वारा किया जा सकता है। स्वॉट विश्लेषण का एकमात्र उद्देश्य धीरे-धीरे अपनी कमजोरियों को दूर करना और बाद में इसे अपनी शक्ति में बदलना होना चाहिए।

एक संगठन की कुछ शक्तियां हैं:

- आवश्यक बुनियादी ढांचे की पहुंच
- पर्याप्त विनिर्माण क्षमता
- कुशल जनशक्ति
- गुणवत्ता आश्वासन और गुणवत्ता नियंत्रण
- कम लागत पर निर्माण
- उत्पाद विकास की सुविधाएं
- अच्छा स्थान
- व्यापक नेटवर्क
- प्रेरित कर्मचारी
- नवीनतम उपकरण स्थापित
- राष्ट्रीय/क्षेत्रीय/स्थानीय स्तर पर ब्रांड नाम
- लगातार लाभ प्राप्त करना
- अच्छी वित्तीय स्थिति

- कुशल प्रशासन
- मानव संसाधन विकास
- उत्कृष्ट परिवहन
- स्वस्थ प्रतिस्पर्धा

संगठन की कुछ कमजोरियां

- परिचालन व्यय में वृद्धि
- कर्मचारी संघ/यूनियन का दबाव
- कच्चे माल की कमी
- पूंजी की कमी
- बाजार में कमजोर क्रेडिट
- क्षमता के उपयोग की समस्या
- पुराना तकनीक
- खराब योजना
- अपर्याप्त बुनियादी ढांचा
- प्रशिक्षित तकनीशियनों की कम संख्या
- खराब प्रबंधकीय विशेषज्ञता
- अव्यवस्थित कार्य संस्कृति
- अप्रभावी समन्वय
- राष्ट्रीय/क्षेत्रीय/स्थानीय स्तर पर ब्रांड नाम मान्यता प्राप्त नहीं है
- व्यवसाय के लिए खराब स्थान
- बहुत अधिक अपव्यय

इन कमजोरियों को पहचानने के लिए ईमानदार और व्यावहारिक होने की आवश्यकता होती है। यह भविष्य में कमजोरियों को कम करने के लिए क्या करने की आवश्यकता है, यह महसूस करने का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है।

अवसर

यदि व्यवसाय को अपने लक्ष्यों को प्राप्त करना है, तो एक उद्यमी को पर्यावरण के उन हिस्सों को जानना होगा जिनकी निगरानी की जानी चाहिए। एक व्यवसाय को ग्राहकों, प्रतिस्पर्धियों, वितरण चैनलों, आपूर्तिकर्ताओं आदि जैसे पर्यावरणीय बलों की निगरानी करनी चाहिए क्योंकि वे इसके लाभ को प्रभावित कर सकते हैं। महत्वपूर्ण विकास को ट्रैक करने के लिए एक मार्केटिंग इंटेलिजेंस सिस्टम विकसित किया जाना चाहिए। प्रत्येक प्रवृत्ति या विकास के लिए, प्रबंधन को छिपे हुए अवसरों और खतरों की पहचान करने की आवश्यकता होती है। एक अवसर की आवश्यकता का एक क्षेत्र है जिसमें एक कंपनी लाभप्रद प्रदर्शन कर सकती है।

एक संगठन के लिए कुछ अवसर हैं:

- बढ़ती जनसंख्या
- डिस्पोजेबल आय में वृद्धि
- कुशल कार्यबल
- धन की आसान पहुंच
- उपयुक्त तकनीक
- अनुकूल सरकारी नीतियां
- बाजार सूचना, वितरण आउटलेट और मीडिया की उपलब्धता
- अच्छे सांस्कृतिक वातावरण का अस्तित्व
- प्रतिस्पर्धी दिवालिया हो रहा है

खतरे

बाहरी वातावरण में कुछ विकास खतरों की विशेषता है। एक पर्यावरणीय खतरा एक प्रतिकूल प्रवृत्ति या विकास द्वारा उत्पन्न एक चुनौती है।

एक संगठन के कुछ खतरे हैं:

- बिजली, पानी, ईंधन की कमी
- बाजार की नकारात्मक प्रतिक्रिया
- मंदी
- गला काट प्रतिस्पर्धा
- राजनीतिक अस्थिरता
- मौसम का अंत आ रहा है
- तकनीकी अप्रचलन
- बाजार में वित्तीय संकट
- लगातार बढ़ती ब्याज दरें
- संसाधन संकट
- तकनीकी विशेषज्ञता बनाए रखने में कठिनाई
- मजदूरी की बढ़ती लागत
- ग्राहकों के स्वाद और पसंद में बदलाव
- मौजूदा उत्पाद पुराना हो रहा है

स्वॉट विश्लेषण पूरा करने पर, एक संगठन जान सकता है कि 'कहाँ खड़ा है'। इसलिए, यह भविष्य के लिए विशिष्ट उद्देश्यों और लक्ष्यों को विकसित करने के लिए आगे बढ़ सकता है।

स्वॉट विश्लेषण के लाभ

स्वॉट विश्लेषण करने के लाभों का उल्लेख इस प्रकार किया गया है:

- एक उद्यमी मांग को जान सकता है और तदनुसार अपनी ताकत को ध्यान में रखते हुए एक संबंधित क्षेत्र चुन सकता है।
- यह नवीन तकनीक के विकास में मदद करता है।
- एक उद्यमी पूरी तरह से नया उत्पाद विकसित करने या मौजूदा उत्पाद में थोड़ा सा परिवर्तन लाने के लिए एक विश्लेषण कर सकता है।
- उत्पादन के अभ्यास में सुधार लाया जा सकता है।
- पिछले निष्कर्षों के आधार पर नए लक्ष्य निर्धारित किए जा सकते हैं।
- अल्पकालिक कार्य और दीर्घकालिक कार्य की योजना बनाई जा सकती है।
- अवसरों और खतरों को पहचाना जा सकता है।
- प्रभावी संचार और कार्यान्वयन के लिए बेहतर योजनाओं को औपचारिक रूप दिया जा सकता है।
- फर्म के उद्देश्यों को प्राप्त करने में प्रमुख कार्यों और मामूली कार्यों को निर्धारित किया जा सकता है।
- सेवाओं और लाभों की श्रेणी के विस्तार के अवसर।
- सामाजिक, राजनीतिक, कानूनी, आर्थिक, तकनीकी कारकों का विश्लेषण किया जा सकता है।
- प्रतिस्पर्धियों की रणनीतियों का विश्लेषण किया जा सकता है और उनकी नीतियों को भी जाना जा सकता है।

स्वॉट विश्लेषण उदाहरण

व्यवसाय किसी भी प्रकार की रणनीतिक परियोजना के साथ आगे बढ़ने या न बढ़ने का निर्णय लेने में मदद करने के लिए स्वॉट विश्लेषण का उपयोग कर सकते हैं; जैसे कि एक नई उत्पाद लाइन विकसित करना या एक नए बाजार में प्रवेश करना।

स्वॉट विश्लेषण कैसे काम करता है?

किसी संगठन या टीम को किसी भी नए बड़े पैमाने के रणनीतिक प्रयास के शुरुआती चरणों में स्वॉट विश्लेषण करना चाहिए।

यह निष्पादन कंपनी और उद्योग के अनुसार अलग-अलग होगा, लेकिन यहां शामिल मूलभूत चरणों का एक सिंहावलोकन है।

चरण 1: उद्देश्य की पहचान करें: इसमें एक नया उत्पाद लॉन्च करना, एक नया कर्मचारी दल बनाना या अपने मौजूदा समाधान में नई कार्यक्षमता जोड़कर प्रतिस्पर्धी या बाजार दबाव का जवाब देना शामिल हो सकता है।

चरण 2: अपनी टीम को इकट्ठा करें: स्वीट विश्लेषण एक टीम का उपक्रम है और इसमें सही लोगों को शामिल करना चाहिए। इसमें संभावित रूप से नेतृत्व टीम और परियोजना में प्रत्यक्ष लोग शामिल होंगे। लेकिन स्वीट विश्लेषण विभिन्न दृष्टिकोणों से भी लाभान्वित होते हैं, जिसका अर्थ है कि उनमें बिक्री और समर्थन पेशेवरों सहित संगठन भर के लोगों को शामिल करना चाहिए।

चरण 3: अपना स्वीट मैट्रिक्स बनाएं: यह एक सरल, दो-द्वारा-दो ग्रिड है जैसा कि यहां दिखाया गया है। इसमें शक्ति, कमजोरियां, अवसर और खतरों के लेबल वाले बॉक्स शामिल होने चाहिए।

चरण 4: ग्रिड भरें: अब आपकी टीम प्रस्तावित नई परियोजना के संबंध में इन चार श्रेणियों में से प्रत्येक पर अपने विचारों की चर्चा, प्रस्ताव और विचार-मंथन शुरू कर सकती है। आपके द्वारा प्रत्येक श्रेणी के तहत सूचीबद्ध बिंदु डेटा पर आधारित हो सकते हैं, या वे उपाख्यानत्मक हो सकते हैं। वे एक तथ्य या राय हो सकते हैं, लेकिन उन सभी को स्पष्ट और संक्षिप्त होना चाहिए, आदर्श रूप से बुलेट फॉर्म में, ताकि ग्रिड पूरा होने पर हर कोई उनकी त्वरित समीक्षा कर सके।

	उपयोगी / लाभदायक	हानिकारक
आंतरिक	शक्ति और	कमजोरी
बाहरी	अवसर	खतरे

चरण 5: बातचीत करें और निष्कर्ष निकालें: इस अंतिम चरण में, आपकी टीम आपके पूर्ण स्वीट मैट्रिक्स की जांच करेगी, और प्रस्तावित परियोजना के लिए सभी विवरणों का क्या अर्थ है, इस पर चर्चा करेगी। आपको जिस रणनीतिक प्रश्न का उत्तर देना होगा, वह यह है कि क्या संभावित ताकत और अवसर आपकी स्वीट विश्लेषण द्वारा प्रकट की गई कमजोरियों और खतरों से अधिक होने की संभावना है।

केस स्टडी/केस अध्ययन

स्वीट विश्लेषण को बेहतर ढंग से समझने के लिए, आइए दिल्ली के एक पांच सितारा होटल में किए गए स्वीट विश्लेषण के एक केस स्टडी से गुजरें:

इस पांच सितारा होटल की शक्तियां हैं:

- इसे 95 से अधिक वर्षों का अनुभव है।
- भारत के विभिन्न स्थानों पर इसके होटल हैं।
- इसके पास कई विरासत संपत्तियां हैं, जो इसके आकर्षण को बढ़ाती हैं और भारतीय संस्कृति का प्रतिनिधित्व करती हैं।
- इसमें कुछ कम बजट वाले होटल हैं, जो मध्यम वर्ग के पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करते हैं।
- इसके न केवल बड़े शहरों में बल्कि छोटे शहरों में भी होटल हैं, जो पर्यटन के लिहाज से महत्वपूर्ण हैं।

कमजोरियां हैं:

- इसका प्रतिद्वंद्वियों से कड़ा मुकाबला है, और इसलिए उनका ध्यान हटाया जाता है।
- इसमें बहुत कम बजट वाले होटल हैं, जो आज की आवश्यकता हैं।
- एक शहर में इसके एक से अधिक होटल हैं, जो निवेश की बर्बादी है।

इसके अवसर हैं:

- भूमि और परियोजनाओं के वित्तपोषण के रूप में सरकारी समर्थन की उपलब्धता है।
- भारत में पर्यटकों के प्रवाह में वृद्धि हो रही है, भारत को 2.4 मिलियन पर्यटकों के आने की उम्मीद है, यानी बहुत सारा कारोबार होगा।

इसके खतरे हैं:

- इसके प्रतिस्पर्धी भी होटल के पास स्थित हैं।
- इसे विभिन्न रिसॉर्ट्स के खतरों का सामना करना पड़ता है, जिन्हें लोग आजकल ढूँढ रहे हैं।
- इसमें छोटे होटलों से भी खतरा है, जिन्हें पर्यटक सस्ती दरों और लगभग समान प्रकार के आतिथ्य के कारण पसंद करते हैं।

इसलिए, इस होटल को अपनी कमजोरियों और खतरों को दूर करना होगा और उपलब्ध अपनी ताकत और अवसरों पर अधिक ध्यान केंद्रित करना होगा।

विचारों और नवीनताओं का सृजन, संवर्धन और व्यावसायीकरण

परिचय

किसी भी व्यवसाय को आरंभ करना बहुत कठिन होता है और उसे सुचारू रूप से चलाना उससे भी अधिक कठिन है। व्यवसाय स्थापना की प्रक्रिया नवीन विचारों के सृजन से शुरू होती है, फिर उन विचारों के संवर्धन से होती है और अंत में उन विचारों के व्यावसायीकरण तक पहुंचती है। ये तीनों चरण परस्पर संबंधित हैं।

1. विचार सृजन

सभी उद्यमियों को अपने उद्यमशील उपक्रम शुरू करने के लिए विचारों की आवश्यकता होती है। विचार उत्पन्न करने की प्रक्रिया स्वयं एक नवीन प्रक्रिया है। सवाल यह है कि एक उद्यमी को विचार कहाँ से मिल सकता है? विभिन्न शोधकर्ताओं ने एक उद्यमी के विचारों के स्रोत का पता लगाने का प्रयास किया है।

विचार के सामान्य स्रोत निम्नलिखित हैं:

सामान्य स्रोत:

- व्यक्तिगत रुचियाँ या शौक
- कार्य अनुभव, ज्ञान और कौशल
- मौजूदा उत्पाद और वर्तमान सेवाएँ तथा आसपास का वातावरण

कैसे विचार उत्पन्न करें

1. **पर्यावरण विश्लेषण:** उद्यमियों को व्यापार में मौजूदा रुझानों को समझने के लिए उपलब्ध जानकारी का लाभ उठाना चाहिए और इसके लिए उन्हें स्थानीय, राष्ट्रीय, अंतर्राष्ट्रीय समाचार पत्र, पत्रिकाएं, जर्नल, व्यावसायिक लेख पढ़ते रहना चाहिए और टीवी पर व्यावसायिक समाचार देखते रहना चाहिए। इसके अलावा, यह एक कठिन कार्य लग सकता है, लेकिन संभावित उद्यमियों को वर्तमान परिदृश्य से जुड़ने के लिए इसे उत्साहपूर्वक करना चाहिए।

2. **समस्या समाधान के लिए रचनात्मकता का उपयोग:** उद्यमियों को एक असामान्य समस्या का समाधान खोजने के लिए अपनी रचनात्मकता का उपयोग करना चाहिए। रचनात्मक सोच का अर्थ है विशेष रूप से नए विचारों को जोड़ना।

उदाहरण के लिए, यहां कुछ विशिष्ट तकनीकें हैं:

- चेकलिस्ट विधि/सूची विधि: जिसमें एक उद्यमी विभिन्न प्रश्नों या कथनों का उपयोग करता है और इस तरह नए विचार विकसित करता है।
- मुक्त संघ: जिसमें एक उद्यमी शब्दों के एक क्रम के माध्यम से एक नया विचार विकसित करता है;
- विशेषता सूचीकरण: जिसमें एक उद्यमी किसी उत्पाद या सेवा की रचनात्मक और गैर-रचनात्मक विशेषताओं को देखकर एक नया विचार विकसित करता है।

उपरोक्त में से कोई भी विधि संभावित उद्यमशील विचारों को उत्पन्न करने में मदद करती है।

3. **ब्रेनस्टॉर्मिंग/विचार-मंथन:** विचार उत्पन्न करने की सबसे लोकप्रिय तकनीकों में से एक है ब्रेनस्टॉर्मिंग। यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक समूह मिलकर नए, रचनात्मक विचारों को उत्पन्न करता है। ब्रेनस्टॉर्मिंग सत्र में, लोग एक शांत वातावरण में मिलते हैं और बिना किसी रोक-टोक के अपने विचार साझा करते हैं। एक समूह नेता समस्या प्रस्तुत करता है, और फिर सभी प्रतिभागी जितने संभव हो उतने विचारों को साझा करते हैं। किसी भी विचार की आलोचना नहीं की जाती, बल्कि सभी विचारों को रिकॉर्ड किया जाता है और बाद में चर्चा के लिए रखा जाता है।
4. **फोकस समूह:** फोकस समूह एक ऐसी तकनीक है जिसमें लोगों का एक समूह किसी उत्पाद या सेवा के बारे में चर्चा करता है। एक मॉडरेटर समूह की चर्चा को निर्देशित करता है और प्रतिभागियों से प्रश्न पूछता है। फोकस समूह न केवल उत्पाद या सेवा के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं, बल्कि उपभोक्ताओं की राय और भावनाओं को भी समझने में मदद करते हैं।
5. **अंतर्ज्ञान:** अंतर्ज्ञान एक मानसिक प्रक्रिया है जिसके माध्यम से हम अपने अनुभव और ज्ञान के आधार पर निर्णय लेते हैं। यह एक अचानक आने वाला विचार या समझ हो सकती है। हालांकि, अंतर्ज्ञान का प्रभावी ढंग से उपयोग करना सीखना महत्वपूर्ण है। संरचित दृष्टिकोण के साथ अंतर्ज्ञान को जोड़ना एक अच्छा तरीका हो सकता है।

2. विचार संवर्धन

विचार संवर्धन का अर्थ है विचारों को वास्तविकता में प्रयोग में लाना। यह उन मूल तत्वों से शुरू होता है जिन्हें कोई व्यक्ति विशेष विचार को सर्वोत्तम मानता है। वह/वह दूसरों को इस प्रक्रिया में शामिल करता है और विचार को परिपूर्ण साबित करता है। अंततः, विचार एक नए उत्पाद में परिणत होता है, यह विश्वास करते हुए कि यह सफलतापूर्वक धन प्राप्त करने में सक्षम है और व्यावसायिक रूप से उपयोगी भी है। कई कंपनियां सामूहिक रूप से कार्यबल को सहकारी वातावरण में समूहित करके विचार संवर्धन को बढ़ावा देती हैं।

सहकारी समूह विचार के गुणों और कमियों की पहचान करने के लिए विचार संवर्धन के लिए सर्वोत्तम काम करते हैं, और इस तरह अधिक परिष्कृत और मजबूत उत्पाद प्राप्त किया जा सकता है। कई कंपनियां पेशेवर विचार संवर्धक के रूप में अपनी सेवाएं प्रदान करती हैं। ये कंपनियां प्रशिक्षित कर्मचारियों का उपयोग करती हैं जो नवीन सोच सकते हैं। कई विचार संवर्धन फर्म हैं जो प्रारंभिक अस्पष्ट अवधारणा से लेकर व्यवहार्य निर्माण तक पूरी प्रक्रिया में उत्पाद विकास को समर्थन प्रदान करती हैं।

सफल विचार संवर्धन के परिणामस्वरूप सभी प्रकार के उत्पाद हो सकते हैं। अंततः, जिस चीज़ की आवश्यकता होती है वह है मजबूत नेतृत्व और प्रशासनिक कौशल के साथ-साथ उद्यमशीलता का साहस। एक बार जब कोई विचार संवर्धित हो जाता है, तो इसे और विकसित करने और व्यावसायिक रूप से प्रस्तुत करने की आवश्यकता होती है। यह काफी हद तक टीम लीडर पर निर्भर करता है जो कर्मचारियों को विचार का उत्पादक तरीके से उपयोग करने के लिए प्रेरित कर सकता है।

व्यवसाय इनक्यूबेटर ऐसे कार्यक्रम हैं जिनका उद्देश्य उद्यमी कंपनियों के सफल सुधार को गति देना है। इनक्यूबेटर अपनी सेवाओं के तरीके, अपने संगठनात्मक गठन और कमोबेश उन प्रकार के उपभोक्ताओं में भिन्न होते हैं जिनकी वे सेवा करते हैं। एक व्यावसायिक इनक्यूबेशन कार्यक्रम का सफल समापन इस संभावना को बढ़ाता है कि एक नई कंपनी लंबे समय तक व्यवसाय में बनी रहेगी।

विचार संवर्धन प्रक्रिया

- व्यावसायिक मूलभूत बातों में सहायता
- नेटवर्किंग प्रबंधन
- प्रचारात्मक समर्थन
- तेज इंटरनेट पहुंच
- वित्तीय प्रबंधन में सहायता
- बैंक ऋण, धन और सुरक्षा कार्यक्रमों तक पहुंच
- प्रस्तुति कौशल से निपटना
- उच्च शिक्षा संसाधनों के साथ संपर्क
- रणनीतिक साझेदारों के साथ संबंध
- उद्यम पूंजी तक पहुंच
- व्यापक व्यावसायिक प्रशिक्षण कार्यक्रम
- सलाहकार बोर्ड और सलाहकार
- संगठन पैनेल पहचान
- प्रौद्योगिकी व्यावसायीकरण सहायता
- बौद्धिक संपदा प्रबंधन

जो उद्यमी व्यवसाय इनक्यूबेशन कार्यक्रम में प्रवेश करना चाहते हैं, उन्हें प्रवेश के लिए आवेदन करना होगा। स्वीकृति मानदंड कार्यक्रम से कार्यक्रम में भिन्न होते हैं, लेकिन सामान्य तौर पर, केवल व्यवहार्य व्यावसायिक विचारों और एक व्यावहारिक व्यवसाय योजना वाले लोगों को ही स्वीकार किया जाता है। यह वह कारक है जो इनक्यूबेटेड कंपनियों की सफलता दर की तुलना सामान्य व्यावसायिक उत्तरजीविता आंकड़ों से करना मुश्किल बनाता है।

हालांकि अधिकांश इनक्यूबेटर अपने ग्राहकों को कार्यालय स्थान और साझा प्रशासनिक सेवाएं प्रदान करते हैं, लेकिन एक वास्तविक व्यवसाय इनक्यूबेशन कार्यक्रम का केंद्र वह सेवाएं हैं जो यह स्टार्ट-अप कंपनियों को प्रदान करता है। एक कंपनी द्वारा इनक्यूबेशन कार्यक्रम में बिताया जाने वाला समय कई कारकों के आधार पर व्यापक रूप से भिन्न हो सकता है, जिसमें व्यवसाय का प्रकार और उद्यमी की व्यावसायिक विशेषज्ञता का स्तर शामिल है। जीवन विज्ञान और अन्य फर्मों को लंबे अनुसंधान और विकास चक्रों के साथ एक इनक्यूबेशन कार्यक्रम में अधिक समय की आवश्यकता होती है, जबकि विनिर्माण या सेवा कंपनियों को तुरंत उत्पाद का उत्पादन और बाजार में लाने की आवश्यकता होती है।

3. व्यावसायीकरण

यह एक नए उत्पाद को बाजार में पेश करने की प्रक्रिया है। यह व्यवसाय का सबसे महत्वपूर्ण पहलू है क्योंकि किसी भी उत्पाद की सफलता काफी हद तक इस बात पर निर्भर करती है कि इसे कैसे व्यावसायिकीकृत किया जा रहा है।

व्यावसायीकरण प्रक्रिया:

किसी उत्पाद का व्यावसायीकरण केवल निम्नलिखित तीन तथ्यों के साथ संभव है:

1. **लॉन्चिंग अवधि:** बाजार की स्थिति और उपभोक्ताओं की रुचियों को देखने के बाद किसी भी उत्पाद को बाजार में लॉन्च करने का समय तय किया जाना चाहिए।
2. **उत्पाद लॉन्च करने का स्थान:** एक उत्पाद को एक ही स्थान पर या एक समय में कई स्थानों पर लॉन्च किया जा सकता है। यह काफी हद तक कंपनी के संसाधनों, पूंजी, प्रशासनिक बुद्धिमत्ता और परिचालन क्षमताओं पर निर्भर करता है। छोटी कंपनियां आमतौर पर आकर्षक शहरों या क्षेत्रों में लॉन्च करती हैं, जबकि बड़ी कंपनियां एक समय में राष्ट्रीय या अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर अपने उत्पाद लॉन्च करती हैं। बहुराष्ट्रीय कंपनियां अपने उत्पादों को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर लॉन्च करती हैं क्योंकि उनके पास वित्त और कुशल कर्मचारियों के मामले में वह क्षमता होती है।
3. **प्राथमिक लक्षित उपभोक्ता समूह का निर्धारण:** इस प्राथमिक उपभोक्ता समूह में नवप्रवर्तनकर्ता, शीघ्र अपनाते वाले, भारी उपयोगकर्ता और/या राय के नेता शामिल होने चाहिए। यह सफलता की गारंटी देगा ताकि भविष्य में बाजार में अन्य खरीदारों द्वारा इसका उपयोग किया जा सके।

इस प्रकार, नए उत्पाद का व्यावसायीकरण शायद सबसे महत्वपूर्ण पहलू है जिसका नए उत्पाद की सफलता के लिए ध्यान रखने की आवश्यकता है।

उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए सरकारी योजनाएँ और प्रोत्साहन

परिचय

सरकार उद्यमियों को कई प्रकार के प्रोत्साहन प्रदान करती है। ये प्रोत्साहन उत्पादकता बढ़ाने में मदद करते हैं। ये उद्यमी के लिए एक प्रेरक शक्ति के रूप में कार्य करते हैं। इन प्रोत्साहनों को छूट, सब्सिडी और पुरस्कारों के रूप में वर्गीकृत किया जाता है। सब्सिडी वह एकमुश्त राशि है जो सरकार द्वारा उद्यमी को दी जाती है। यह लागत को कवर करने के लिए वित्तीय सहायता है। पुरस्कार वह वित्तीय सहायता है जो किसी उद्योग को दी जाती है ताकि वह देश की अन्य इकाइयों और विदेशी उद्योगों के साथ प्रतिस्पर्धा कर सके।

प्रोत्साहनों के उद्देश्य और लक्ष्य

- आर्थिक बाधाओं को समाप्त करना:** उद्यमियों को कई प्रकार की बाधाओं का सामना करना पड़ता है, जैसे कि पर्याप्त बुनियादी ढांचे की कमी, परियोजनाओं के लिए सहायक कार्यालयों का दूर-दूर स्थित होना, और प्रबंधकीय ज्ञान, बाजार की जानकारी आदि की कमी। इस प्रकार, सरकार द्वारा बिजली की उपलब्धता, रियायती वित्त, पूंजी निवेश सब्सिडी, परिवहन सब्सिडी आदि के रूप में प्रोत्साहन इन बाधाओं को समाप्त करने और उद्यमिता को बढ़ावा देने का लक्ष्य रखते हैं।
- विकास में क्षेत्रीय समानता लाना:** हमारे देश में विभिन्न क्षेत्रों के विकास में असंतुलन है। कुछ क्षेत्र अच्छी तरह से स्थापित हैं और कुछ अविकसित हैं। सभी क्षेत्रों के समान विकास को सुनिश्चित करने के लिए, सरकार पिछड़े क्षेत्रों में उद्यम स्थापित करने के लिए विशेष प्रोत्साहन प्रदान करती है।
- प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता को बढ़ाना:** इस प्रतिस्पर्धी दुनिया में, उद्यमियों द्वारा स्थापित छोटे पैमाने के उद्यम बड़े फर्मों से कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करते हैं। यदि उन्हें सरकार से उचित समर्थन नहीं मिलता है, तो वे जीवित नहीं रह सकते और नहीं बढ़ सकते। इसलिए कुछ प्रोत्साहनों की आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए, आरक्षण नीति, मूल्य वरीयता, वरीयता खरीद आदि, उनकी प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति को बढ़ाने में मदद

करते हैं।

वर्तमान वैश्वीकरण वाले बाजार अर्थव्यवस्थाओं में उद्यम आर्थिक विकास के इंजन हैं। उनके अधिकांश मामलों में निजी स्वामित्व, उद्यमशीलता की भावना, उनका लचीलापन और अनुकूलन क्षमता और चुनौतियों तथा बदलते वातावरण का सामना करने की क्षमता के कारण, उद्यम महत्वपूर्ण रूप से स्थायी विकास और रोजगार सृजन की ओर ले जाते हैं। विशेष रूप से छोटे और मध्यम उद्यमों को कई कारणों से राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में रणनीतिक महत्व दिया जाता है। इसलिए, सरकार उद्यमियों का समर्थन करके उद्यमों, विशेष रूप से छोटे और मध्यम उद्यमों की मदद करती है। इससे नए नौकरी के अवसर सृजित करना, सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) को बढ़ाना और जनसंख्या के जीवन स्तर को ऊंचा करना संभव हो जाता है। सरकार उद्यमियों को निम्नलिखित तरीकों से सहायता प्रदान करती है:

- (i). **प्रशिक्षण:** मूलभूत प्रशिक्षण उत्पाद से उत्पाद में भिन्न होता है लेकिन उद्यमशीलता कौशल को तेज करने पर जोर देता है। इस संदर्भ में, केंद्रीय और राज्य सरकार के तकनीकी संस्थान आवश्यकतानुसार तकनीकी प्रशिक्षण प्रदान करते हैं। उद्यमिता विकास कार्यक्रम कई सरकारी संगठनों और गैर-सरकारी संस्थानों द्वारा संचालित किए जाते हैं।
- (ii). **विपणन सहायता:** सरकारी और गैर-सरकारी एजेंसियाँ उद्यमियों को विपणन सहायता प्रदान करती हैं। सरकार एमएसएमई उत्पादों को प्रदर्शनी के माध्यम से बढ़ावा देती है। एनएसआईसी सीधे राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय बाजार में एमएसएमई उत्पादों का विपणन करता है, और एनएसआईसी सरकार की खरीद के लिए निर्माताओं के लिए एकल बिंदु पंजीकरण योजना का प्रबंधन करता है। इस योजना के तहत पंजीकृत उद्यम मुफ्त निविदा दस्तावेजों का लाभ उठाते हैं और बयाना जमा और प्रदर्शन गारंटी से छूट प्राप्त करते हैं।
- (iii). **प्रचारात्मक योजनाएँ:** सरकार एमएसएमई के विकास के लिए उपयुक्त नीतियों और सरकारी योजनाओं को तैयार और लागू करके सर्वोच्च प्राथमिकता प्रदान करती है। सरकार विकास के लिए भूमि और शेड वास्तविक लागत पर उचित बुनियादी ढांचे के साथ प्रदान करती है। सरकार ने गुणवत्ता उन्नयन, सामान्य सुविधाएँ, उद्यमिता विकास और न्यूनतम शुल्क पर परामर्श सेवाओं के लिए विशेष योजनाएँ तैयार की हैं। सरकार उद्यमियों को ISO 9000 प्रमाण-पत्र प्राप्त करने के लिए वास्तविक लागत का 75% तक और अधिकतम 75,000 रुपये तक वित्तीय सहायता प्रदान करती है।
- (iv). **उत्पाद शुल्क में छूट:** सरकार एमएसएमई इकाइयों को वार्षिक कारोबार के एक विशेष स्तर के लिए उत्पाद शुल्क का भुगतान करने से छूट प्रदान करती है। कारोबार की सीमा परिवर्तनीय होती है।
- (v). **क्रेडिट सुविधा:** सूक्ष्म, मध्यम और छोटे पैमाने के क्षेत्र को बैंकों द्वारा प्राथमिकता क्षेत्र उधारी के अंतर्गत कवर किया जाता है। भारत का लघु उद्योग विकास बैंक (सिडबी) छोटे उद्यमियों को वित्तीय सहायता प्रदान करने की विभिन्न योजनाओं के कार्यान्वयन के लिए मुख्य रूप से जिम्मेदार है। निर्धारित बैंकों द्वारा छोटे उद्यमियों को बिना कोई जमानत सुरक्षा के ऋण भी प्रदान किए जाते हैं। यह सीमा परिवर्तनीय होती है।

सरकारी योजनाएँ

विश्व भर में, सूक्ष्म और छोटे उद्यमों (एमएसई) को राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थाओं का एक महत्वपूर्ण घटक माना जाता है, क्योंकि ये रोजगार के विस्तार में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं। सूक्ष्म और छोटे उद्यमों के महत्व को देखते हुए, केंद्रीय और राज्य सरकारें इन उद्यमों को बढ़ावा देने के लिए कई योजनाएँ लागू कर रही हैं, जैसे कि:

प्रधानमंत्री रोजगार जनरेशन कार्यक्रम (पीएमईजीपी)

भारत सरकार ने प्रधानमंत्री रोजगार जनरेशन कार्यक्रम (पीएमईजीपी) के तहत एक नए क्रेडिट लिंकड सब्सिडी कार्यक्रम की शुरुआत को मंजूरी दी है, जिसमें 31 मार्च 2008 तक चल रही दो योजनाओं को मिला दिया गया है, अर्थात् प्रधानमंत्री रोजगार योजना (पीएमआरवाई) और ग्रामीण रोजगार जनरेशन कार्यक्रम (आरईजीपी)। इसका उद्देश्य ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में सूक्ष्म-उद्यमों की स्थापना के माध्यम से रोजगार के अवसर पैदा करना है। पीएमईजीपी एक केंद्रीय क्षेत्र की योजना होगी, जिसे सूक्ष्म, छोटे और मध्यम उद्यम मंत्रालय (एमओएमएसएमई) द्वारा प्रशासित किया जाएगा। यह योजना खादी और ग्राम उद्योग आयोग (केवीआईसी) द्वारा कार्यान्वित की जाएगी, जो एमएसएमई मंत्रालय के प्रशासनिक नियंत्रण के अंतर्गत एक वैधानिक संगठन है। राष्ट्रीय स्तर पर यह एकल नोडल एजेंसी के रूप में कार्य करेगा। राज्य स्तर पर, यह योजना राज्य केवीआईसी निदेशालयों, राज्य खादी और ग्राम उद्योग बोर्डों (केवीआईबीस) और जिला उद्योग केंद्रों (डीआईसीस) तथा बैंकों के माध्यम से लागू की जाएगी। योजना के तहत सरकार की सब्सिडी केवीआईसी द्वारा पहचाने गए बैंकों के माध्यम से लाभार्थियों/उद्यमियों के बैंक खातों में अंतिम वितरण के लिए भेजी जाएगी।

उद्देश्य

1. देश के ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में नए स्व-रोजगार उद्यमों/प्रोजेक्ट्स/सूक्ष्म-उद्यमों की स्थापना के माध्यम से रोजगार के अवसर उत्पन्न करना।
2. व्यापक रूप से फैले पारंपरिक कारीगरों/ग्रामीण और शहरी बेरोजगार युवाओं को एक साथ लाना और उन्हें उनकी जगह पर संभवतः स्व-रोजगार के अवसर प्रदान करना।
3. देश में पारंपरिक और संभावित कारीगरों, ग्रामीण और शहरी बेरोजगार युवाओं के एक बड़े हिस्से को निरंतर और स्थायी रोजगार प्रदान करना, ताकि ग्रामीण युवाओं के शहरी क्षेत्रों की ओर पलायन को रोका जा सके।
4. कारीगरों की वेतन अर्जन क्षमता को बढ़ाना और ग्रामीण और शहरी रोजगार की वृद्धि दर में योगदान करना।

लाभार्थियों की पात्रता शर्तें

1. कोई भी व्यक्ति, जिसकी आयु 18 वर्ष से अधिक हो।
2. पीएमईजीपी के तहत प्रोजेक्ट स्थापित करने के लिए सहायता के लिए कोई आय सीमा नहीं होगी।
3. उत्पादन क्षेत्र में 10 लाख रुपये से अधिक और व्यापार/सेवा क्षेत्र में 5 लाख रुपये से अधिक लागत वाले प्रोजेक्ट स्थापित करने के लिए लाभार्थियों को कम से कम आठवीं कक्षा पास होना चाहिए।
4. योजना के अंतर्गत केवल नए प्रोजेक्ट्स के लिए सहायता उपलब्ध है, जो विशेष रूप से पीएमईजीपी के तहत स्वीकृत हैं।

5. स्वयं सहायता समूह (बीपीएल से संबंधित समूह भी, बशर्ते कि उन्होंने किसी अन्य योजना के तहत लाभ नहीं उठाया हो) भी पीएमईजीपी के तहत सहायता के लिए पात्र हैं।
6. समाज रजिस्ट्रेशन एक्ट, 1860 के तहत पंजीकृत संस्थाएँ
7. उत्पादन सहकारी समितियाँ
8. चैरिटेबल ट्रस्ट
9. पहले से स्थापित इकाइयाँ (पीएमआरवाई, आरईजीपी या भारत सरकार या राज्य सरकार की किसी अन्य योजना के अंतर्गत) और वे इकाइयाँ जो पहले से किसी अन्य योजना के अंतर्गत भारत सरकार या राज्य सरकार से सरकारी सब्सिडी प्राप्त कर चुकी हैं, पात्र नहीं होंगी।

माइक्रो/छोटे विनिर्माण उद्यमों/छोटे एवं सूक्ष्म निर्यातकों के लिए बाजार विकास सहायता योजना

यह योजना निम्नलिखित के लिए वित्त पोषण प्रदान करती है:

1. विनिर्माण छोटे और सूक्ष्म उद्यमों का अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेलों/प्रदर्शनों में एमएसएमई इंडिया स्टॉल के अंतर्गत भागीदारी।
2. उद्योग संघों/निर्यात संवर्धन परिषदों/भारतीय निर्यात संगठन संघ द्वारा क्षेत्र-विशिष्ट बाजार अध्ययन।
3. एसएसआई संघों द्वारा एंटी-डंपिंग मामलों की शुरुआत/प्रतिस्पर्धा करना।
4. छोटे और सूक्ष्म इकाइयों द्वारा जीएसआई को पहले तीन वर्षों के लिए एक बार की पंजीकरण शुल्क का 75% और वार्षिक शुल्क का 75% की प्रतिपूर्ति।

उद्देश्य

1. छोटे और सूक्ष्म निर्यातकों को विदेशों में बाजारों का दोहन और विकास करने के प्रयासों में प्रोत्साहित करना।
2. अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेलों/प्रदर्शनों में एमएसएमई इंडिया स्टॉल के अंतर्गत छोटे/सूक्ष्म विनिर्माण उद्यमों के प्रतिनिधियों की भागीदारी बढ़ाना।
3. छोटे/सूक्ष्म विनिर्माण उद्यमों से निर्यात को बढ़ाना।
4. बड़े पैमाने पर बारकोडिंग के अपनाने को लोकप्रिय बनाना।

प्रशिक्षण संस्थानों को सहायता के लिए योजना

यह योजना नए संस्थानों (ईडीआईस) की स्थापना, मौजूदा ईडीआईस के बुनियादी ढांचे को मजबूत करने और उद्यमिता और कौशल विकास गतिविधियों का समर्थन करने के लिए वित्तीय सहायता प्रदान करने की परिकल्पना करती है। योजना के मुख्य उद्देश्य हैं:

- सभी वर्गों से स्वदेशी उद्यमिता का विकास करना ताकि नए माइक्रो और छोटे उद्यमों का विकास हो सके।
- उद्यमिता के आधार को विस्तारित करना और ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में स्व-रोजगार को प्रोत्साहित करना।
- पहले पीढ़ी के उद्यमियों को प्रशिक्षण प्रदान करना और उन्हें उद्यम स्थापित करने में सहायता करना।

सहायता इन प्रशिक्षण संस्थानों को बुनियादी ढांचे के निर्माण/मजबूती के लिए पूंजी अनुदान के रूप में प्रदान की जाएगी।

राजीव गांधी उद्यमी मित्र योजना:

यह योजना "सूक्ष्म और छोटे उद्यमों का संवर्धन और सहारा" प्रदान करती है। ईडीपी/एसडीपी/ईएसडीपी प्रशिक्षित उद्यमियों द्वारा उद्यम स्थापित करने और सफलतापूर्वक चलाने की दर में अभी भी बड़े भिन्नताएँ हैं। यह देखा गया है कि नए उद्यमी आमतौर पर निम्नलिखित में कठिनाइयों का सामना करते हैं:

- सरकारी/वित्तीय संस्थानों के उपलब्ध योजनाओं के तहत पूर्ण लाभ प्राप्त करना।
- विभिन्न कानूनों/नियमों के तहत विभिन्न औपचारिकताओं और कानूनी आवश्यकताओं का पालन करना।
- उचित तकनीक का चयन करना, खरीदारों और विक्रेताओं के साथ संबंध स्थापित करना आदि।

संभावित उद्यमियों की आकांक्षाओं और वास्तविकता के बीच की खाई को पाटने के लिए, पहले पीढ़ी के संभावित उद्यमियों का समर्थन और पोषण करने की आवश्यकता है, ताकि उन्हें अपने उद्यम स्थापित करने और प्रबंधित करने के प्रारंभिक चरणों में सहारा मिल सके।

राजीव गांधी उद्यमी मित्र योजना (आरजीयूएमवाई) का उद्देश्य

राजीव गांधी उद्यमी मित्र योजना का उद्देश्य संभावित पहले पीढ़ी के उद्यमियों को सहायता और सहारा प्रदान करना है, जिन्होंने पहले से ही ईडीपी/एसडीपी/ईएसडीपी या आईटीआईस से व्यावसायिक प्रशिक्षण सफलतापूर्वक पूरा किया है। यह सहायता चयनित लीड एजेंसियों यानी 'उद्यमी मित्रों' के माध्यम से नई उद्यम की स्थापना और प्रबंधन, विभिन्न प्रक्रियात्मक और कानूनी बाधाओं को पार करने, और उद्यम स्थापित करने और चलाने के लिए आवश्यक विभिन्न औपचारिकताओं को पूरा करने में मदद करेगी। आरजीयूएमवाई के तहत, चयनित लीड एजेंसियों यानी उद्यमी मित्रों को पहले पीढ़ी के उद्यमियों को सहायता और सहारा प्रदान करने के लिए वित्तीय सहायता प्रदान की जाएगी।

उद्यमी मित्रों की भूमिका और जिम्मेदारियाँ

चयनित लीड एजेंसियों यानी उद्यमी मित्रों को निम्नलिखित सेवाएँ प्रदान करने की अपेक्षा की जाएगी:

1. विभिन्न सरकारी विभागों/एजेंसियों/संस्थानों और नियामक एजेंसियों के साथ-साथ बैंकों/वित्तीय संस्थानों, जिला उद्योग केंद्रों (डीआईसीस), तकनीकी प्रदाताओं, बुनियादी ढाँचे के प्रदाताओं के साथ नेटवर्किंग, समन्वय और फॉलो अप करना, ताकि पहले पीढ़ी के उद्यमियों को उनके उद्यम स्थापित करने में मदद मिल सके।
2. एक बार जब उद्यम सफलतापूर्वक स्थापित हो जाता है, तो उद्यमी मित्र उद्यम के संचालन की निगरानी और फॉलो अप करेंगे, कम से कम 6 महीने के लिए, और विभिन्न प्रबंधकीय, वित्तीय और संचालन संबंधी समस्याओं को दूर करने में मदद करेंगे।

तकनीकी उन्नयन के लिए क्रेडिट लिंक पूंजी सब्सिडी योजना

यह योजना अक्टूबर 2000 में शुरू की गई थी और 29 सितम्बर 2005 को संशोधित की गई। संशोधित योजना

का उद्देश्य सूक्ष्म और छोटे उद्यमों के लिए तकनीकी उन्नयन को सुविधाजनक बनाना है, जिसमें उन्हें अनुमोदित उप-क्षेत्रों/उत्पादों में स्थापित और उन्नत तकनीक के लिए प्राप्त संस्थागत वित्त पर 15% पूंजी सब्सिडी (2005 से पहले 12%) प्रदान की जाती है। संशोधित योजना के तहत अनुमेय पूंजी सब्सिडी संयंत्र और मशीनरी की खरीद मूल्य के संदर्भ में गणना की जाती है। सब्सिडी के लिए पात्र ऋण की अधिकतम सीमा 29-09-2005 को 40 लाख रुपये से बढ़ाकर 100 लाख रुपये कर दी गई। इस योजना के तहत, अगस्त 2009 तक लगभग 7396 इकाइयों ने 315.21 करोड़ रुपये की सब्सिडी प्राप्त की है।

सूक्ष्म और छोटे उद्यम क्लस्टर विकास कार्यक्रम (एमएसई-सीडीपी)

सूक्ष्म और छोटे उद्यम मंत्रालय के विकास आयुक्त के कार्यालय ने चयनित एमएसई क्लस्टरों के लिए समग्र विकास के लिए सूक्ष्म और छोटे उद्यम क्लस्टर विकास कार्यक्रम (एमएसई-सीडीपी) शुरू किया। यह कार्यक्रम सहकारी आधार पर मूल्य श्रृंखला और आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन के माध्यम से कार्य करता है। यह योजना प्रौद्योगिकी उन्नयन, गुणवत्ता उन्नयन और प्रमाणन, क्रेडिट सुविधाकरण, विपणन सहायता, वैश्विक बाजारों में पहुंच और क्लस्टर इकाइयों की सामूहिक क्षमता निर्माण के माध्यम से उद्यमियों का सहयोग करती है। सामान्य सुविधा केंद्रों (सीएफसीस) की स्थापना और संचालन, संगठित खरीद और विपणन, निरंतर कौशल और प्रौद्योगिकी उन्नयन इस कार्यक्रम के प्रमुख घटक हैं। हाल ही में, क्लस्टरों के पुनर्निर्माण के लिए बुनियादी ढाँचे के उन्नयन के लिए समर्थन भी एमएसई-सीडीपी में शामिल किया गया है।

एमएसई-सीडीपी के उद्देश्य:

1. छोटे उद्यमों की उत्पादकता/प्रतिस्पर्धा को बढ़ाने के लिए प्रमुख रणनीति।
2. पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं को सुविधाजनक बनाना।
3. सूक्ष्म और छोटे उद्यमों के समग्र और केंद्रित विकास के लिए।
4. उच्च लाभ के साथ बड़ी संख्या में इकाइयों के लिए कम लागत पर हस्तक्षेप।

सूक्ष्म और छोटे उद्यमों के लिए क्रेडिट गारंटी फंड योजना

सूक्ष्म और छोटे उद्यमों के लिए क्रेडिट गारंटी फंड योजना (सीजीएमएसई) को भारत सरकार ने सूक्ष्म और छोटे उद्यम क्षेत्र के लिए बिना संपार्श्विक के ऋण उपलब्ध कराने के लिए शुरू किया। इस योजना के तहत, मौजूदा और नए उद्यम दोनों को कवर किया गया है। सूक्ष्म, छोटे और मध्यम उद्यम मंत्रालय और छोटे उद्योग विकास बैंक ऑफ इंडिया (सिडबी) ने सूक्ष्म और छोटे उद्यमों के लिए क्रेडिट गारंटी फंड योजना को लागू करने के लिए क्रेडिट गारंटी फंड ट्रस्ट फॉर माइक्रो एंड स्मॉल एंटरप्राइजेज (सीजीटीएमएसई) नामक एक ट्रस्ट स्थापित किया है। यह योजना 30 अगस्त 2000 को औपचारिक रूप से लॉन्च की गई और यह 1 जनवरी 2000 से प्रभावी है। सीजीटीएमएसई का कोष सरकार और SIDBI द्वारा क्रमशः 4:1 के अनुपात में योगदान दिया जा रहा है।

राष्ट्रीय पुरस्कार योजना

भारत में सूक्ष्म, छोटे और मध्यम उद्यमों (एमएसएमईस) ने पिछले पांच दशकों में व्यापक विकास देखा है।

एमएसएमईस ने गुणवत्ता उत्पादन, निर्यात, नवाचार, उत्पाद विकास और आयात प्रतिस्थापन के क्षेत्र में अद्वैत वृद्धि दर्ज की है, जो एमएसएमईस की स्थापना के लिए योजना बनाने वालों के अपेक्षित लक्ष्यों से कहीं अधिक है। उद्यमिता के प्रयासों ने कई ऐसे उत्पादों का उत्पादन संभव बना दिया है, जो पहले आयात किए जाते थे। कई मामलों में, नए रूपों में निर्मित उत्पाद अपने मूल संस्करणों की तुलना में अतिरिक्त गुणों के साथ आते हैं और विभिन्न उपयोगकर्ता समस्याओं को हल करने में सक्षम हैं। यह सब एमएसएमईस के उद्यमियों की महत्वाकांक्षा और दृष्टिवान भावना के कारण संभव हुआ है।

उद्देश्य

सूक्ष्म, छोटे और मध्यम उद्यम मंत्रालय हर साल राष्ट्रीय पुरस्कार योजना के तहत चुने गए उद्यमियों और उद्यमों को उनके प्रयासों और योगदान को मान्यता देने के लिए राष्ट्रीय पुरस्कार देता है।

1200 उद्यमिता क्लब चलाने के लिए 5 चयनित विश्वविद्यालयों/कॉलेजों का समर्थन करने की योजना

यह योजना 5 विश्वविद्यालयों को उद्यमिता क्लब चलाने के लिए समर्थन प्रदान करती है (उत्तर, पश्चिम, पूर्व, दक्षिण और उत्तर पूर्व क्षेत्र से एक एक)। प्रत्येक विश्वविद्यालय को प्रति वर्ष 240 क्लब चलाने होंगे, और प्रत्येक क्लब में 50 उद्यमियों की सदस्यता हो सकती है। 5 वर्षों की अवधि में, कुल 3 लाख उद्यमियों को लाभान्वित करने का लक्ष्य है।

उद्देश्य

1. यह योजना उद्यमियों को सूक्ष्म या छोटे उद्यमों के स्व-रोजगार उद्यम चलाने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए बनाई गई है। इसके अलावा, यह उद्यमियों, विश्वविद्यालयों और एमएसएमई विकास संस्थानों (एमएसएमई-डीआई) को एक साथ लाने में एक महत्वपूर्ण योजना होगी।
2. इसके अतिरिक्त, यह उद्यमियों के लिए एक आधार तैयार करेगा ताकि वे अपने सामान्य समस्याओं को हल करने के लिए एकजुट हो सकें, जिससे लॉबीइंग मोड से सुविधा मोड की ओर बदलाव होगा, जिसमें प्रौद्योगिकी और कार्यशालाओं, सेमिनारों, आईएसओ प्रमाणन प्राप्त करने के लिए दिशानिर्देश, आईएसआई मार्क, व्यापार मेलों में भागीदारी, और गुणवत्ता प्रबंधन उपकरणों के कार्यान्वयन जैसे सख्त हस्तक्षेप शामिल होंगे।

महिलाओं उद्यमियों के लिए योजनाएँ

महिला उद्यमी योजना (एमयूवाई): आईडीबीआई ने इस योजना के तहत 5 करोड़ रुपये का एक विशेष कोष स्थापित किया है ताकि महिलाओं उद्यमियों को एसएसआई क्षेत्र में परियोजनाएँ शुरू करने के लिए प्रारंभिक पूंजी सहायता प्रदान की जा सके। यह योजना सिडबी द्वारा लागू की जाती है। 51% इक्विटी महिलाओं द्वारा प्रबंधित की जानी चाहिए।

- प्रारंभिक पूंजी एक सॉफ्ट लोन के रूप में प्रदान की जाती है - निश्चित लागत का 15% बिना सुरक्षा की मांग किए।
- प्रमोटर को निश्चित लागत का कम से कम 10% योगदान देना चाहिए।

- पुनर्भुगतान की अवधि 10 वर्ष है जिसमें 5 वर्ष की मोरटोरियम अवधि शामिल है।
- ऋण-इक्विटी अनुपात 3:1 होना चाहिए।

एसबीआई स्त्री शक्ति पैकेज: इस योजना के तहत, विशेष रूप से महिलाओं उद्यमियों के लिए ईडीपी आयोजित किए जाते हैं। 25,000 रुपये बिना संपार्श्विक सुरक्षा के (collateral security) प्रदान किए जाते हैं।

प्रियदर्शिनी योजना: इसे बैंक ऑफ इंडिया द्वारा लागू किया गया है। यह महिलाओं उद्यमियों को वित्तीय सहायता प्रदान करती है, जो छोटे व्यवसाय, खुदरा व्यापार, परिवहन (ऑटो-रिक्शा), पेशेवर और स्व-नियोजित हैं, और जो सहायक कृषि गतिविधियों में संलग्न हैं।

- अधिकतम ऋण 2 लाख रुपये की अवधि के ऋण और 1 लाख रुपये कार्यशील पूंजी के लिए है।
- वित्त के साथ अधिग्रहित संपत्तियों को सुरक्षा के रूप में धारण किया जाता है।
- पुनर्भुगतान अवधि 3-5 वर्ष है।
- गतिविधि के प्रकार के आधार पर 20% संचयी राशि होती है।

उद्यमिता पर सरकारी नीतियाँ

पहली औद्योगिक नीति समाधान (आईपीआर) की घोषणा से, विभिन्न नीतियों को पिछले 5 दशकों में क्रमशः लागू किया गया है:

1. **आईपीआर 1948:** स्वतंत्रता के बाद राष्ट्रीय पुनर्निर्माण के लिए औद्योगीकरण पर ध्यान केंद्रित किया। स्थानीय संसाधनों और कौशल के उपयोग के लिए छोटे और कुटीर उद्यमों के महत्व को रेखांकित किया। छोटे पैमाने के क्षेत्र में मुख्य जोर संरक्षण पर था।
2. **आईपीआर 1956:** छोटे पैमाने और कुटीर उद्योगों के लिए स्पष्ट नीति और प्रोत्साहन समर्थन प्रदान किया। यह छोटे औद्योगिक क्षेत्र के संरक्षण और विकास का लक्ष्य रखता था।
3. **आईपीआर 1977:** औद्योगिक विकास केंद्र (डीआईसीएस) की स्थापना की गई, जो औद्योगिक विकास पर ध्यान केंद्रित करती थी और स्थानीय संसाधनों और कौशल के उपयोग को प्रोत्साहित करती थी। इस नीति ने प्रोत्साहन पर ध्यान केंद्रित किया।
4. **आईपीआर 1980:** औद्योगिक बुनियादी ढाँचे, उच्च उत्पादकता, कृषि आधारित उद्योगों का प्रोत्साहन, उपभोक्ता संरक्षण और गुणवत्ता नियंत्रण पर ध्यान केंद्रित किया।
5. **आईपीआर 1990:** आर्थिक उदारीकरण की नीति, सरल प्रक्रियाओं, औपचारिकताओं, नियमों और विनियमों का परिचय दिया गया। महिलाओं और युवाओं पर उद्यमिता के क्षेत्र में अधिक ध्यान दिया गया।
6. **आईपीआर 1991:** इस नीति का मूल उद्देश्य विनियमों और प्रक्रियाओं को सरल बनाना था। एसएसआई की लाइसेंसिंग से छूट दी गई और सहकारी संस्थाओं, सार्वजनिक संस्थानों और अन्य विपणन एजेंसियों के माध्यम से उत्पादों के बाजार प्रचार पर जोर दिया गया।
7. **आईपीआर 2000:** यह नीति वास्तव में एसएसआई और छोटे क्षेत्रों के लिए एक व्यापक नीति पैकेज थी।

इसका मुख्य ध्यान एसएसआई के बीच प्रतिस्पर्धात्मकता को बढ़ाने के लिए 1 करोड़ रुपये तक की एक्साइज ड्यूटी से छूट पर था।

8. **आईपीआर 2001-02:** यह नीति विशेष रूप से एसएसआई के लिए बाजार विकास सहायता योजना लॉन्च की गई। इस नीति के तहत चार यूएनआईडीओ समर्थित परियोजनाएँ क्लस्टर विकास कार्यक्रम के अंतर्गत आयोजित की गईं।
9. **आईपीआर 2003-04:** 73 उत्पादन वस्तुओं को विशेष रूप से एसएसआई के लिए आरक्षित किया गया। इस नीति में छोटे उद्यमों के लिए प्रोत्साहन पैकेज शुरू किया गया।
10. **आईपीआर 2005-06:** इस नीति में छोटे और मध्यम उद्यमों को सेवा क्षेत्र में मान्यता दी गई। यह नीति केवल निर्माण को ही नहीं बल्कि औद्योगिक नगरों को फिर से विकसित करने और नए औद्योगिक नगरों का निर्माण करने के लिए क्लस्टर विकास मॉडल पर जोर देती है।

उद्यमिता विकास के लिए संस्थागत समर्थन

सूक्ष्म उद्योगों को सहायता प्रदान करने वाली संस्थाएँ मुख्यतः तीन श्रेणियों में विभाजित की गई हैं:

- राष्ट्रीय स्तर की संस्थाएँ
- राज्य स्तर की संस्थाएँ
- निधि-आधारित संस्थाएँ

राष्ट्रीय स्तर की संस्थाएँ:

- क) **सूक्ष्म उद्योग बोर्ड (एसएसआईबी) - 1954:** यह अपने सदस्यों को बातचीत के लिए एक मंच प्रदान करता है ताकि सहयोग और अंतःसंस्थागत संबंधों को सुविधाजनक बनाया जा सके और सूक्ष्म उद्योगों के विकास के लिए विभिन्न नीतिगत मामलों पर सरकार को सलाह दी जा सके।
- ख) **सूक्ष्म उद्योग विकास संगठन (एसआईडीओ) - 1954:** यह संस्था मंत्रालय को सूक्ष्म उद्योगों के प्रचार और विकास के लिए नीतियों और कार्यक्रमों को बनाने, समन्वयित करने, कार्यान्वित करने और निगरानी करने में सहायता करती है।
- ग) **राष्ट्रीय सूक्ष्म उद्योग निगम (एनएसआईसी) लिमिटेड - 1955:** इस संस्था की स्थापना सूक्ष्म उद्योगों के वाणिज्यिक पहलुओं के विकास के लिए की गई थी। यह निम्नलिखित योजनाओं के माध्यम से सूक्ष्म उद्योगों की सहायता करती है:
 1. समग्र अवधि ऋण योजना
 2. उच्च क्रय योजना
 3. उपकरण पट्टे पर देने की योजना
 4. कार्यशील पूंजी वित्त
 5. कच्चे माल की सहायता

6. विपणन समर्थन कार्यक्रम
7. एकीकृत विपणन समर्थन
8. प्रौद्योगिकी उन्नयन

घ) खादी और ग्राम उद्योग आयोग (केवीआईसी) - 1957: केवीआईसी का कार्य खादी और अन्य ग्राम उद्योगों के विकास के लिए योजनाओं का नियोजन, प्रचार, संगठन और कार्यान्वयन करना है, विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रों में, जहां आवश्यक हो, अन्य एजेंसियों के साथ समन्वय करते हुए।

राष्ट्रीय स्तर के प्रशिक्षण संस्थान

1. राष्ट्रीय सूक्ष्म उद्योग विस्तार प्रशिक्षण संस्थान (एनआईएसआईटी) - हैदराबाद
2. उद्यमिता और छोटे व्यवसाय विकास के लिए राष्ट्रीय संस्थान (एनआईएसबीयूडी) - नई दिल्ली
3. भारतीय उद्यमिता संस्थान (आईआईई) - गुवाहाटी

राज्य स्तर की संस्थाएँ

- क) राज्य सूक्ष्म औद्योगिक विकास निगम (एसएसआईडीसी) - 1956:** इसे अपने-अपने राज्यों में औद्योगिक विकास को बढ़ावा देने के लिए स्थापित किया गया था। यह छोटे, मध्यम और बड़े औद्योगिक उद्यमों को अवधि वित्त प्रदान करता है। यह निजी उद्यमियों के साथ सहयोग को बढ़ावा देता है ताकि औद्योगिक उद्यम स्थापित किए जा सकें। आईडीबीआई बैंक को इस योजना के तहत राज्य स्तर पर प्रारंभिक पूंजी को बढ़ावा देने के लिए लागू किया गया था।
- ख) राज्य उद्योग निदेशालय (एसडीआईस):** इस संस्था की प्राथमिक जिम्मेदारी राज्य स्तर पर नीतियों और कार्यक्रमों के कार्यान्वयन की है।

एसडीआईस के मुख्य कार्य

- सूक्ष्म इकाइयों का पंजीकरण
- वित्तीय सहायता प्रदान करना
- औद्योगिक इकाइयों को दुर्लभ और स्वदेशी कच्चे माल का वितरण
- कच्चे माल के आयात के लिए आवश्यक प्रमाणपत्र प्रदान करना

ग) जिला उद्योग केंद्र (डीआईसीस) - 1978: इसे मुख्य रूप से ग्रामीण क्षेत्रों और छोटे शहरों में फैले कुटीर और सूक्ष्म उद्योगों को बढ़ावा देने के लिए लॉन्च किया गया था। यह छोटे और ग्राम उद्यमों के लिए सभी आवश्यक सेवाएँ एक ही छत के नीचे प्रदान करता है।

निधि-आधारित संस्थाएँ

क) सूक्ष्म उद्योग विकास बैंक ऑफ इंडिया (सिडबी) - 1990: SIDBI विभिन्न कार्यक्रमों और योजनाओं को संचालित करता है और सूक्ष्म क्षेत्र में वित्तीय सहायता प्रदान करता है, जो सीधे और अप्रत्यक्ष रूप से दो मार्गों के माध्यम से किया जाता है।

ख) व्यापारी बैंक: एसएसआईस को मुख्यतः दो प्रकार के वित्त की आवश्यकता होती है: दीर्घकालिक ऋण और कार्यशील पूंजी। सभी व्यापारी बैंक अपने विस्तृत शाखा नेटवर्क के साथ कार्यशील पूंजी के लिए प्राथमिक चैनल हैं।

ग) राज्य वित्तीय निगम (एसएफसीस) - 1948: यह केवल बड़े उद्योगों को वित्तीय सहायता प्रदान करता है। यह व्यावसायिक संगठनों के लिए एकल स्वामित्व, साझेदारी, कंपनी और सहकारी समाज के औद्योगिक उद्यमों को दीर्घकालिक वित्त प्रदान करता है।

राज्य सरकारों की योजनाएँ

सभी राज्य सरकारें अपनी उद्योग निदेशालय और जिला उद्योग केंद्रों के माध्यम से छोटे उद्यमों को तकनीकी और अन्य सहायता सेवाएँ भी प्रदान करती हैं। सामान्यतः, सभी राज्य सरकारें निम्नलिखित प्रकार के समर्थन का विस्तार करती हैं:

1. बिक्री कर का स्थगन/निलंबन
2. बिजली सब्सिडी
3. कुछ चयनित जिलों में स्थापित नए उद्यमों के लिए पूंजी निवेश सब्सिडी
4. संचयी राशि/प्रारंभिक पूंजी सहायता योजनाएँ
5. बिजली कनेक्शन/पानी कनेक्शन प्रदान करने में प्राथमिकता
6. तकनीकी और परामर्श समर्थन

छोटे और मध्यम उद्यम को सरकारी नीतियों से मिलता लाभ

परिचय

छोटे पैमाने के उद्योगों को विभिन्न तरीकों से परिभाषित किया जा सकता है। पारंपरिक परिभाषा में कुटीर और हस्तशिल्प उद्योग शामिल हैं। ये श्रम-प्रधान विधियों का उपयोग करते हैं। ये श्रमिकों पर निर्भर नहीं होते और मुख्यतः गांव के घरेलू उद्योगों में प्रचलित होते हैं, जैसे कि खादी और ग्राम उद्योग, हैंडलूम, हस्तशिल्प, नारियल की रस्सी और रेशम उत्पादन।

नीति निर्धारण के उद्देश्य के लिए, एक परिचालन परिभाषा निवेश सीमा के आधार पर दी गई है। इसमें वे सभी प्रतिष्ठान शामिल हैं जिनमें प्लांट और मशीनरी में निर्धारित निवेश, चाहे वह स्वामित्व के आधार पर हो या पट्टे पर या उच्च क्रय द्वारा, छह लाख रुपये से अधिक नहीं है।

एक छोटी इकाई के लिए, यह सीमा पांच लाख रुपये है। सहायक उद्योग के लिए, प्लांट और मशीनरी में निवेश 75 लाख रुपये से अधिक नहीं होता और यह निम्नलिखित में संलग्न होता है:

- क) भागों, घटकों, उप-समुच्चयों, उपकरणों या मध्यवर्ती उत्पादों का उत्पादन करना या
- ख) सेवाओं का प्रदर्शन करना या अन्य इकाइयों को उत्पादन के लिए कुल सेवा या उत्पादन का 1/3 प्रतिशत आपूर्ति करना।

हाल की नीति उपायों के अनुसार, एसएसआई को अब निम्नलिखित श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है जैसा कि तालिका में दिया गया है।

तालिका : एसएसआई का वर्गीकरण

उद्यम	उत्पादन इकाई के लिए निवेश सीमा	सेवा क्षेत्र के लिए निवेश सीमा
सूक्ष्म	24 लाख से कम	10 लाख से कम
छोटा	25 लाख से 5 करोड़	10 लाख से 2 करोड़
मध्यम	5 करोड़ से 10 करोड़	2 करोड़ से 5 करोड़

सरकारी नीति

इसे तीन मुख्य श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

- क) नीति पहलकदमी
- ख) संस्थागत समर्थन
- ग) क्रेडिट वितरण

क) नीति पहलकदमी

1. **छोटे उद्योग नीतियाँ और प्रोत्साहन:** केंद्र सरकार अपनी औद्योगिक नीति संकल्पनाएँ घोषित करती है। 1948 से शुरू होकर, केंद्र सरकार द्वारा घोषित सभी औद्योगिक नीति संकल्पनाएँ छोटी इकाइयों को बढ़ावा देने के लिए जोर देती हैं। केंद्र सरकार एसएसआई के विकास के लिए वित्तीय, राजकोषीय और आधारभूत ढांचे से संबंधित पहलकदमियाँ घोषित करती है। केंद्रीय सरकार के साथ-साथ, राज्य सरकारें भी उपयुक्त नीति पहलकदमी घोषित करती हैं। कुछ वस्तुओं का उत्पादन केवल छोटे पैमाने की इकाइयों द्वारा किए जाने के लिए आरक्षित रखा गया है। एक प्राथमिक खरीद नीति भी प्रचलित है। आपूर्ति और निपटान के महानिदेशक (डीजीएस एंड डी) छोटे पैमाने की इकाइयों से सामान/वस्तुएँ खरीदते हैं।
2. **उदारीकरण और एसएसआई:** भारत ने 1991 से उदारीकरण की नीति अपनाई है। अन्य क्षेत्रों के साथ-साथ, यह कदम एसएसआई के विकास को भी सुविधा प्रदान करता है। उदारीकरण के तहत, एसएसआई क्षेत्र में विदेशी प्रत्यक्ष निवेश की अनुमति 24 प्रतिशत तक है। ऐसी नीति वित्तीय मजबूती में सुधार करती है और प्रौद्योगिकी के उन्नयन की दिशा में ले जाती है।
3. **आधारभूत सुविधाएँ:** औद्योगिक संपदा कार्यक्रम, समेकित आधारभूत विकास योजना और विकास केंद्र योजनाएँ केंद्रीय सरकार द्वारा एसएसआई के लिए उपयुक्त आधारभूत संरचना के विकास के लिए शुरू की गई कुछ योजनाएँ हैं। सभी राज्य सरकारें भी अपने राज्यों में ऐसी योजनाओं को लागू करती हैं।
4. **छोटे उद्योग क्लस्टर:** यहाँ क्लस्टर का मतलब उन क्षेत्रों से है जहाँ समान प्रकार की उद्योग स्थित होती हैं। ऐसे क्लस्टर विभिन्न आपूर्तिकर्ताओं से अलग-अलग सामग्रियों और सेवाओं को कम लागत पर प्राप्त करने का लाभ उठाते हैं। सरकार क्लस्टर के विकास में सहायता करती है। उदाहरण: गुजरात के जामनगर में पीतल के भागों की इकाई।
5. **मार्केटिंग समर्थन:** किसी भी उत्पादन संगठन के लिए, उनके उत्पादों की मार्केटिंग पर मुख्य जोर होता है। यह एसएसआई के लिए बहुत महत्वपूर्ण हो जाता है क्योंकि मार्केटिंग में भारी लागत होती है। इस प्रतिस्पर्धात्मक दुनिया में एसएसआई की मदद करने के लिए, सरकार उपयुक्त उपाय अपनाती है। सरकार ने राष्ट्रीय लघु उद्योग निगम (एनएसआईसी) की स्थापना की है ताकि एसएसआई के उत्पादों की मार्केटिंग को प्राथमिक खरीद नीति के तहत सरकारी विभागों को बढ़ावा मिल सके। सरकार मार्केटिंग और निर्यात से संबंधित विशेष प्रशिक्षण कार्यक्रम भी आयोजित करती है। इसके अलावा, यह एसएसआई के लिए प्रदर्शनियाँ और अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेले आयोजित करती है और एसएसआई प्रतिनिधियों द्वारा मार्केटिंग उद्देश्यों के लिए विदेशी यात्रा के खर्चों का पुनर्भुगतान करती है।

ख) संस्थागत समर्थन

केंद्र सरकार, राज्य सरकार, और उद्योग संघों द्वारा बहुत सी संस्थाएँ स्थापित की गई हैं, जो संस्थागत समर्थन प्रदान करती हैं, जैसा कि तालिका में दिखाया गया है।

तालिका: संस्थागत समर्थन का नेटवर्क

राज्य स्तर की संस्थाएँ	केंद्रीय सरकारी संस्थाएँ
<ul style="list-style-type: none">राज्य औद्योगिक निदेशालय (एसआईडी)राज्य लघु उद्योग विकास निगम (एसएसआईडीसी)जिला उद्योग केंद्र (डीआईसीस)राज्य वित्त निगम (एसएफसीस)तकनीकी परामर्श संगठन (टीसीओस)राज्य औद्योगिक क्षेत्र विकास बोर्ड (एसआईएडीबी)	<ul style="list-style-type: none">लघु उद्योग विभाग (डीएसएसआई)लघु उद्योग बोर्ड (एसएसआईबी)लघु उद्योग विकास संगठन (एसआईडीओ)राष्ट्रीय लघु उद्योग निगम (एनएसआईसी)औद्योगिक ऋण और निवेश निगम (आईसीआईसीआई)औद्योगिक वित्त निगम (आईएफसीआई)

ग) क्रेडिट समर्थन

कई वित्तीय संस्थाएँ/बैंक आदि विशेष रूप से एसएसआई की जरूरतों को पूरा करने के लिए स्थापित की गई हैं। जैसे कि लघु उद्योग विकास बैंक ऑफ इंडिया आदि।

अबिद हुसैन समिति की सिफारिशें

एक विशेषज्ञ समिति को छोटे उद्यमों पर दिसंबर 1995 में श्री अबिद हुसैन, उपाध्यक्ष, राजीव गांधी समकालीन अध्ययन संस्थान, नई दिल्ली की अध्यक्षता में गठित किया गया, जिसने जनवरी 1997 में अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की। अबिद हुसैन समिति की प्रमुख सिफारिशें निम्नलिखित हैं:

1. आरक्षित वस्तुओं का उन्मूलन
2. एसएसआई के लिए निवेश सीमा बढ़ाना
3. 24 प्रतिशत के विदेशी निवेश का समाप्त करना
4. व्यावसायिक प्रथाओं को कवर करने के लिए नया कानून
5. इकाइयों के क्लस्टर को विशेष प्रोत्साहन
6. सेवा क्षेत्र को एसएसआई के तहत शामिल करना
7. एसएसआई के लिए राष्ट्रीय अनुसंधान संस्थान
8. समग्र ऋणों को स्वीकृति और एसएसआई की क्रेडिट रेटिंग
9. ब्रांड नाम वाली वस्तुओं के लिए उत्पाद शुल्क लाभों को उदार बनाना

वन क्षेत्र से संबंधित निर्यात और आयात नीतियाँ

परिचय:

भारत में विदेशी व्यापार को विदेशी व्यापार नीति (एफटीपी) और निर्यात-आयात नीति (ईएक्सआईएम) के तहत नियंत्रित और नियंत्रित किया जाता है। केंद्रीय सरकार इसे विदेशी व्यापार (विकास और विनियमन) अधिनियम की धारा 5 के तहत दिए गए अधिकार के साथ अधिसूचित करती है। 1 अप्रैल 2015 से, विदेशी व्यापार नीति 2015-20 लागू है। भारत में पर्यावरण और वन मंत्रालय (एमओईएफ) वन उत्पादों के आयात और निर्यात प्रमाणन के लिए लाइसेंसिंग निकाय है।

भारत का विदेश व्यापार महानिदेशालय (डीजीएफटी) सभी ईएक्सआईएम नीति मामलों का मुख्य नियंत्रक है। किसी भी ईएक्सआईएम गतिविधियों में भाग लेने से पहले डीजीएफटी के साथ पंजीकरण आवश्यक है। पंजीकरण के बाद, एक आयातक-निर्यातक कोड नंबर (आईईसी) उत्पन्न होता है, जो स्थायी खाता संख्या (पीएएन) से जुड़ा होता है। आयातक-निर्यातक कोड नंबर (आईईसी) प्राप्त करने के बाद, आयात उत्पादों के स्रोतों की अनिवार्य रूप से पुष्टि और घोषणा की जानी चाहिए।

वन प्रबंधन परिषद

वन प्रबंधन परिषद (एफएससी) एक बहु-हितधारक वैश्विक गैर-लाभकारी संगठन है, जिसकी स्थापना 1993 में प्रभावी वन प्रबंधन में मदद करने के लिए की गई थी। एफएससी के प्रमुख पहलुओं में वन उत्पादों का मानकीकरण, प्रमाणन और पारिस्थितिकी के अनुकूल लेबलिंग शामिल हैं।

उद्देश्य

एफएससी का घोषित मिशन "दुनिया के वनों के पर्यावरणीय रूप से उपयुक्त, सामाजिक रूप से लाभकारी और आर्थिक रूप से व्यवहार्य प्रबंधन को बढ़ावा देना" है। इस उद्देश्य के लिए, संगठन ने पाँच लक्ष्यों के साथ एक वैश्विक योजना जारी की है:

1. अंतरराष्ट्रीय स्तर पर जिम्मेदार वन प्रबंधन को बढ़ावा देना।
2. सुनिश्चित करना कि सभी को एफएससी प्रणालियों के लाभों तक समान पहुंच हो।
3. एफएससी प्रणाली की अखंडता, विश्वसनीयता और उत्तरदायित्व बनाए रखना।
4. एफएससी प्रमाणित वनों से उत्पादों के लिए व्यावसायिक मूल्य उत्पन्न करना।
5. लक्ष्यों 1 से 4 तक पहुंचने के लिए वैश्विक नेटवर्क की क्षमता बढ़ाना।

निम्नलिखित वस्तुओं के लिए लाइसेंसिंग या विशेष अनुमति की आवश्यकता है

लाइसेंस प्राप्त (प्रतिबंधित) वस्तुएँ - केवल डीजीएफवाई आयात लाइसेंस प्राप्त करने के बाद ही लाइसेंस प्राप्त (प्रतिबंधित) वस्तुओं का आयात किया जा सकता है। कुछ उदाहरणों में उपभोक्ता सामान जैसे दुर्लभ और अर्ध-कीमती लकड़ी, सुरक्षा उपकरण और आवश्यक तेल शामिल हैं।

कैनालाइज्ड वस्तुएँ - कैनालाइज्ड वस्तुओं का आयात कुछ परिवहन चैनलों और विधियों का पालन करता है या राज्य व्यापार निगम (एसटीसी) जैसी सरकारी संस्थाओं के माध्यम से किया जाता है। औषधियाँ और थोक वन उत्पाद इसके उदाहरण हैं।

प्रतिबंधित वस्तुएँ - कुछ वस्तुओं का आयात बिल्कुल निषिद्ध है।

आयात की प्रक्रिया

- एक बिल ऑफ एंट्री भरें और व्यवसाय पहचान संख्या शामिल करें।
- गोदाम निकासी के लिए शुल्क दर निर्धारित करें।
- सभी आवश्यक कागजी कार्रवाई भरें और उसे कस्टम्स विभाग में जमा करें।
- अपना आयात रिपोर्ट/मैनिफेस्ट भेजें।
- उत्पादों के आयात के लिए स्वीकृति प्राप्त करें।

भारत की महत्वपूर्ण वन नीतियाँ और कानून

भारतीय वन अधिनियम, 1927

देश की मुख्य वन विधि, भारतीय वन अधिनियम 1927, उन क्षेत्रों को एकीकृत और संरक्षित करने का प्रयास करती है जिनमें वन आवरण या महत्वपूर्ण वन्यजीव होते हैं, वन उत्पादन की गतिविधियों और परिवहन को प्रतिबंधित करती है, और लकड़ी और अन्य वन उत्पादों पर शुल्क लगाती है। यह मुख्य रूप से ब्रिटिश द्वारा कानून में लाए गए पूर्व भारतीय वन अधिनियमों पर आधारित थी और वन प्रबंधन के लिए कानूनी आधार स्थापित करती है। यह बताती है कि राज्य सरकार किसी क्षेत्र को आरक्षित वन, संरक्षित वन, या ग्राम वन के रूप में कैसे नामित कर सकती है। यह वन उल्लंघन को परिभाषित करती है, आरक्षित वन में कौन-से व्यवहार प्रतिबंधित हैं, और जब अधिनियम की निषेधाज्ञाएँ उल्लंघित होती हैं तो कौन-सी सजाएँ लागू होती हैं। अधिनियम पहले से ही कई राज्यों में प्रभावी है। कुछ राज्यों ने विधियाँ स्वीकृत की हैं जो मूलतः भारतीय वन अधिनियम 1927 का पुनः प्रवर्तन हैं। अधिनियम को 2012 में संशोधित किया गया था ताकि नए वन की सफाई और निर्धारित वन में आग लगाने पर रोक लगाई जा सके।

वन (संरक्षण) अधिनियम, 1980 और वन (संरक्षण) नियम, 1981, 2003 में अद्यतन किए गए

वन संरक्षण अधिनियम के अनुसार, गैर-वन गतिविधियों के लिए वन भूमि को मोड़ने के लिए केंद्रीय सरकार की पूर्व सहमति आवश्यक है। वन भूमि का अधिकांश मोड़ विकास के उद्देश्यों के लिए किया जाता है जैसे जल और सिंचाई, संचरण प्रणाली, रेल, राजमार्ग, बिजली परियोजनाएँ, रक्षा से संबंधित कार्य, और खनन। कानून में मुआवज़े की वनरोपण और राज्य प्राधिकरण को जलग्रहण क्षेत्र प्रबंधन, पारिस्थितिकी और वन्यजीव संरक्षण, पुनर्वास आदि के लिए योजनाएँ प्रस्तुत करने की आवश्यकता होती है। 2003 में नए कानून बनाए गए ताकि जनजातीय समूहों के अधिकारों को वन क्षेत्रों पर नियंत्रित किया जा सके और लाभदायक ग्राम वनों की स्थापना की प्रक्रिया में मदद मिल सके।

राष्ट्रीय वन नीति, 1988

यह नीति मुआवज़े के लिए वनरोपण, महत्वपूर्ण पर्यावरण संरक्षण, दीर्घकालिक उपयोग, रखरखाव, संरक्षण और वन क्षेत्रों के सुधार प्रदान करने के लिए लागू की गई थी। इसने जोर दिया कि वनों को लोगों की जीविका की आवश्यकताओं का समर्थन करना चाहिए और बेहतर प्रबंधन के माध्यम से वन निवासियों द्वारा होने वाले नुकसान को कम करने का प्रयास किया। यह भी कहता है कि कृषि वन्य उत्पादों को औद्योगिक लकड़ी की आवश्यकताओं को पर्याप्त रूप से पूरा करना चाहिए। इसका प्राथमिक कार्यान्वयन कार्यक्रम संयुक्त वन प्रबंधन के रूप में जाना जाता है, और यह प्रस्तावित करता है कि गांव विशेष वन खंडों का प्रबंधन करें ताकि ग्रामीण और जनजातीय समुदायों की आवश्यकताओं को पूरा किया जा सके, वन उत्पादकता को बढ़ाया जा सके, वन उत्पादों की दक्षता को बढ़ाया जा सके, और मौजूदा वन क्षेत्र पर वन उत्पादों के उपयोग के दबाव को कम किया जा सके। जेएफएम पहलों का अस्तित्व 27 राज्यों में है, जिसमें 85,000 गांव समितियाँ शामिल हैं, और यह लगभग 17.3 मिलियन हेक्टेयर वन भूमि में फैली हुई है। (विश्व बैंक, 2005, भारत: वन-निर्भर लोगों के लिए अवसर खोलना)।

मुआवज़े के वनरोपण कोष प्रबंधन और योजना प्राधिकरण (सीएएमपीए), 2009

मुआवज़े के वनरोपण कोष प्रबंधन और योजना प्राधिकरण (सीएएमपीए) की स्थापना 2009 में की गई थी, जो पर्यावरण और वन मंत्री द्वारा अध्यक्षता में राष्ट्रीय सलाहकार परिषद के रूप में काम करती है, ताकि मुआवज़े के वनरोपण पहलों की निगरानी, तकनीकी सहायता प्रदान करना और उनका मूल्यांकन किया जा सके। इसका उद्देश्य मुआवज़े के लिए वनरोपण और पुनर्स्थापन प्रयासों को बढ़ावा देना है ताकि उन वन क्षेत्रों को कम किया जा सके जो गैर-वन उपयोगों के लिए स्थानांतरित किए गए हैं। यह कोष 2006 में भारत के सुप्रीम कोर्ट के निर्णय के जवाब में गठित किया गया था और 2009 में धन वितरण की अनुमति दी गई थी। इसे लगभग 5 बिलियन डॉलर का कोष प्राप्त है। राज्य सीएएमपीए उपयोगकर्ता एजेंसियों से मुआवज़े के वनरोपण, अतिरिक्त मुआवज़े के वनरोपण, दंडात्मक, मुआवज़े के वनरोपण, शुद्ध वर्तमान मूल्य (एनपीवी), और वन (संरक्षण) अधिनियम, 1980 के तहत उन एजेंसियों से पुनर्प्राप्त अन्य किसी भी राशि के लिए धन प्राप्त करते हैं। वे वन संरक्षण, प्राकृतिक पुनर्जनन, वन संरक्षण और पुनर्स्थापन, आधारभूत विकास, वन्यजीव संरक्षण और सुरक्षा आदि के लिए मुआवज़े के वनरोपण के लिए प्राप्त राजस्व का उपयोग करते हैं।

ग्रीन इंडिया के लिए राष्ट्रीय मिशन (जीआईएम)

जीआईएम एक 10 वर्षीय कार्यक्रम दृष्टिकोण है जिसका उद्देश्य कृषि और सामाजिक वन्य क्षेत्रों के माध्यम से विघटित और गैर-वन भूमि में सुधार करना है। इसके तहत, 5 मिलियन हेक्टेयर विघटित और 5 मिलियन हेक्टेयर गैर-वन क्षेत्रों को पुनर्स्थापित करने का लक्ष्य रखा गया है। यह सरकार की जलवायु परिवर्तन पर राष्ट्रीय कार्य योजना के तहत आठ राष्ट्रीय अभियानों में से एक है। आर्थिक मामलों की मंत्रिमंडलीय समिति (सीसीईए) ने 2014 में देश में वृक्षारोपण और वन पुनर्स्थापन के लिए अगले पाँच वर्षों में 13,000 करोड़ रुपये (2.1 बिलियन अमेरिकी डॉलर) के व्यय को मंजूरी दी, जिससे इस पहल की शुरुआत हुई।

राष्ट्रीय वनरोपण कार्यक्रम (एनएपी)

एनएपी योजना का शुभारंभ 2006 में किया गया था ताकि वन संरक्षण, विकास और प्रबंधन कार्यों को विकेंद्रीकृत संस्थाओं को सौंपा जा सके, जैसे कि ग्राम स्तर पर - संयुक्त वन प्रबंधन समिति (जेएफएमसी) और वन विकास एजेंसी (एफडीए) के स्तर पर। योजना का अंतिम लक्ष्य सहकारी दृष्टिकोण के माध्यम से वन संसाधनों को बढ़ाना है, जो वन-सीमा समुदायों के जीवनयापन को प्रभावित करता है और उन्हें ऊँचा उठाता है, विशेषकर वंचितों को।

वन्यजीव संरक्षण अधिनियम, 1972 और वन्यजीव (संरक्षण) संशोधन अधिनियम, 2006

वन्यजीव संरक्षण अधिनियम के अनुसार, राज्य-संरक्षित क्षेत्रों में जंगली जानवरों का शिकार या जंगली वनस्पति एकत्रित करने के लिए वन प्रशासन से अनुमति आवश्यक है। 2006 के संशोधन अधिनियम (वन्यजीव अपराध नियंत्रण ब्यूरो) के तहत राष्ट्रीय बाघ संरक्षण प्राधिकरण और बाघ और अन्य संकटग्रस्त प्रजातियों के अपराध नियंत्रण ब्यूरो की स्थापना की गई। राष्ट्रीय बाघ संरक्षण प्राधिकरण राज्य के बाघों की सुरक्षा और संरक्षण रणनीतियों को अपनाता है, जो बाघ संरक्षण के क्षेत्रों को निर्दिष्ट कर सकते हैं लेकिन बाघ अभयारण्यों में रहने वाले समुदायों के कृषि जीवन के हितों पर विचार करना चाहिए।

अनुसूचित जनजातियाँ और अन्य पारंपरिक वन निवासियों (वन अधिकारों की मान्यता) अधिनियम, 2006 यह कानून वन-निवासी जनसंख्या के भूमि और अन्य संसाधनों के अधिकारों को संबोधित करता है, और यह कंपनियों और राज्यों से वन-निर्भर लोगों के मौजूदा अधिकारों और विशेषाधिकारों की सुरक्षा करने की मांग करता है।

अन्य वन से संबंधित राष्ट्रीय कानून और नीतियाँ शामिल हैं

- खान अधिनियम, 1952
- पर्यावरण संरक्षण अधिनियम, 1986
- 1992 का राष्ट्रीय संरक्षण रणनीति और नीति वक्तव्य, जो अधिकांश विकासात्मक गतिविधियों के लिए ईआईए को अनिवार्य बनाता है।
- 2006 का राष्ट्रीय पर्यावरण नीति
- 2002 का जैविक विविधता अधिनियम

प्रसंस्करण/निर्माण कानून

जब वन की सफाई शामिल होती है, तो सभी निजी कंपनियों को एक जैव विविधता और वन्यजीव संरक्षण योजना का पालन करना चाहिए जो राज्य वन विभाग द्वारा अनुमोदित हो। वन संरक्षण अधिनियम 1980 और वन्यजीव संरक्षण अधिनियम 1972 दो प्रासंगिक कानून हैं। राज्य वन विभाग को संरक्षित क्षेत्रों के लिए प्रबंधन योजना और राष्ट्रीय कार्य योजना कोड के अनुसार कार्य योजना/स्कीम और वन संरक्षण अधिनियम 1980 वन्यजीव संरक्षण अधिनियम 1972 के अनुसार को लागू करना चाहिए।

विभिन्न राज्यों में निजी भूमि पर उत्पादित लकड़ी/टिम्बर के गिरने की विभिन्न सीमाएँ हैं, जो स्थान, प्रयोजन और प्रजातियों के अनुसार होती हैं। भारतीय वन अधिनियम, 1927 के तहत प्रचारित भूमि राजस्व कोड/अधिनियम 9, पट्टेदारी अधिनियम, और संधारण एवं विभाजन अधिनियम और ट्रांजिट नियमों के अनुसार, एक लकड़ी काटने वाली कंपनी या किसान को लाइसेंस प्राप्त करना आवश्यक है। यदि राज्य वन विभाग लकड़ी/टिम्बर काटता है, तो यह भारत के सर्वोच्च न्यायालय के आदेशों के अनुसार टी.एन.गोदावर्मन बनाम भारत संघ और अन्य (W.P (C) संख्या 202/1995), पर्यावरण और वन मंत्रालय द्वारा जारी राष्ट्रीय कार्य योजना कोड और राज्य का वन मैनुअल/कोड के अनुसार होना चाहिए।

किसी भी लकड़ी प्रसंस्करण उद्योग, जैसे कि सॉमिल (Sawmill) इकाई को सरकार के साथ उद्योग (विकास और विनियमन) अधिनियम, 1951; फैक्ट्रीज अधिनियम, 1948; ग्रेच्युटी भुगतान अधिनियम, 1972; बोनस भुगतान अधिनियम, 1965; कर्मचारी भविष्य निधि और विविध प्रावधान अधिनियम, 1952; वायु (प्रदूषण की रोकथाम और नियंत्रण) अधिनियम, 1981; जल (प्रदूषण की रोकथाम और नियंत्रण) अधिनियम, 1974; राज्य भूमि राजस्व अधिनियम के तहत पंजीकरण कराना होगा। भारतीय वन अधिनियम की धारा 41 के अनुसार, इसके अलावा, इसे वैध लाइसेंस भी होना चाहिए।

व्यापार कानून

भारत का अंतरराष्ट्रीय लकड़ी व्यापार निर्यात-आयात नीति (ईएक्सआईएम) द्वारा नियंत्रित होता है, जो एक पांच साल की नीति निर्देशिका है जिसे राष्ट्रीय सरकार के विदेशी व्यापार (विकास और विनियमन) अधिनियम 1992 के तहत लागू किया गया है। भारत सरकार की विदेशी व्यापार नीति (एफटीपी) विदेशी व्यापार (विकास और विनियमन) अधिनियम 1992 के अनुसार तैयार की गई है और इसे कस्टम्स अधिनियम, 1962 के माध्यम से लागू किया गया है।

विदेशी व्यापार महानिदेशालय (डीजीएफटी) एफटीएफआरडी अधिनियम के तहत केंद्रीय प्राधिकरण है। सभी प्रजातियों जिन्हें निर्यात/आयात किया जाता है, उन्हें ईएक्सआईएम नीति के तहत डीजीएफटी द्वारा अनुमोदित किया जाना चाहिए। इसके अतिरिक्त, इन्हें 1914 का विध्वंसकारी कीट और कीट अधिनियम और 2003 का पौधा कारंटाइन आदेश के तहत मान्य किया जाता है और इन्हें सीआईटीईएस के अनुसार होना चाहिए। इसके अलावा, वन उत्पादों को निषिद्ध, विनियमित, या प्रतिबंधित के रूप में वर्गीकृत किया जाता है।

आयात और निर्यात व्यवसायों को एक वैध लाइसेंस/अनुमति होनी चाहिए जो किसी निर्यात प्रोत्साहन परिषद, वस्त्र बोर्ड, या अन्य सरकारी-निर्धारित निर्यात प्रोत्साहन प्राधिकरण द्वारा दी गई हो। संस्थाओं को अंतरराष्ट्रीय सीमाओं

को पार करते समय भारतीय वन अधिनियम 1927 की धारा 41ए के तहत राष्ट्रीय सरकार द्वारा जारी सभी लकड़ी ट्रांजिट कानूनों का पालन करना चाहिए।

परिवहन कानून

राज्यों को वन उत्पादों, विशेषकर लकड़ी, के परिवहन को नियंत्रित करने वाले ट्रांजिट नियमों को अपनाने का अधिकार है, विशेष रूप से उनके भीतर और अंतरराष्ट्रीय व्यापार में। राज्य कानून भिन्न होते हैं, लेकिन अधिकांश राज्य लकड़ी परिवहनकर्ताओं को ट्रांजिट पास प्रदान करते हैं। भारतीय वन अधिनियम, 1927 की धारा 41, राज्य वन अधिनियम, और राज्य ट्रांजिट और परिवहन नियमों में अधिक जानकारी शामिल है।

कर कानून

भारतीय वन अधिनियम, 1927 और लागू राज्य वन कानूनों के अनुसार, लकड़ी उत्पादन, लकड़ी प्रसंस्करण और लकड़ी व्यापार के लिए कर रिटर्न के स्पष्ट प्रमाण को सही ढंग से भरना चाहिए, और करों का समय पर भुगतान किया जाना चाहिए। भारतीय कस्टम अधिनियम, 1962, और भारतीय कस्टम टैरिफ अधिनियम, 1975 के अनुसार, वन उत्पादों के आयात/निर्यात से संबंधित सभी करों का सही तरीके से दाखिला और भुगतान किया जाना चाहिए।

प्रस्तावना

भारतीय उद्योगों के लिए, उद्यम पूंजी एक नया अवधारणा है। जैसा कि नाम से स्पष्ट है, यह नए उद्यमियों को अपने व्यवसाय को प्रारंभ करने और पूंजीकरण करने के लिए वित्तीय सहायता और स्थिरता प्रदान करने से संबंधित है। जनरल डोरिटोस ने 1946 में मैसाचुसेट्स इंस्टीट्यूट ऑफ टेक्नोलॉजी (एमआईटी) में अमेरिकी अनुसंधान, विकास निधि (एआर एवं डी) की स्थापना की, ताकि अमेरिका में विश्वविद्यालयों में विकसित नवोन्मेषी प्रौद्योगिकियों के व्यावसायिक उपयोग के लिए वित्त पोषण किया जा सके। यहीं से उद्यम पूंजी की उत्पत्ति होती है। इस संगठन ने लगभग 11 वर्षों तक 100 कंपनियों को वित्त प्रदान किया और अपनी निवेश को 35 गुना बढ़ाया। अमेरिकी अनुसंधान एवं विकास की सफलता को देखते हुए, अमेरिका की बड़ी कंपनियों जैसे ज़ेरॉक्स, 3M और जनरल इलेक्ट्रिक ने भी उद्यम पूंजी के क्षेत्र में कदम रखा। जापानियों ने अचानक इस प्रवृत्ति का अनुसरण किया। 1950 के दशक की शुरुआत में कई कंपनियों में उद्यम पूंजी का विस्तार देखा गया। यूके में यह 19वीं शताब्दी के दौरान देखा गया था जब यूरोपीय व्यापारी बैंकरों ने दक्षिण अफ्रीका, भारत और अमेरिका जैसे उनके उपनिवेशों में उद्योग के विकास का समर्थन किया। अंततः, भारत में भी कुछ कंपनियों ने उद्यम पूंजी में रुचि दिखाई। टाटा समूह की निवेश निगम भारत ने स्वतंत्रता के दौरान कई कंपनियों जैसे कि एसोसिएटेड बेयरिंग्स, सीएटी टायर्स का सफलतापूर्वक विकास किया। इसके बाद, उद्यम पूंजी वित्त पोषण की शुरुआत आईएफसीआई ने की, जिसने 1975 में द रिस्क कैपिटल फाउंडेशन को प्रायोजित किया।

18.2. उद्यम पूंजी का सिद्धांत

उद्यम पूंजी एक प्रकार की इक्विटी वित्तपोषण है, जो विशेष रूप से उच्च-जोखिम परियोजनाओं के लिए निधि प्रदान करने के लिए होती है। यह उद्यमी और उद्यम पूंजीपति के बीच स्थापित साझेदारी पर आधारित होती है, और इस प्रकार, यह पारंपरिक परियोजनाओं से आगे बढ़ते हुए नए उद्यमिता के प्रयास का प्रतिनिधित्व करती है। उद्यम पूंजी उन प्रकार की उद्यमों में निवेश है जहाँ अनिश्चितताओं को न्यूनतम जोखिम तक कम नहीं किया गया है। यह सामान्यतः उन उद्यमियों को प्रदान की जाती है, जिनके पास अच्छे व्यावसायिक विचार और विशेष व्यवसाय की ठोस जानकारी होती है, लेकिन उन्हें उन्हें लागू करने के लिए वित्तीय संसाधनों की कमी होती है। उद्यम पूंजी ऐसे नए उद्यमियों के लिए दरवाजे खोल सकती है।

इस प्रकार, उद्यम पूंजी को उन नई अवधारणाओं को वित्तपोषित करने के लिए इक्विटी समर्थन के रूप में माना जा सकता है, जो उच्च जोखिम को शामिल करती हैं और साथ ही, उच्च विकास और लाभप्रदता भी होती है। उद्यम पूंजी छोटे और मध्यम उद्यमियों को नवोन्मेषी उद्यम शुरू करने में सहायता करने के लिए पर्याप्त महत्वपूर्ण है। यह नवोन्मेष, नवीनता, उच्च विकास और उच्च लाभ से बहुत अधिक जुड़ी हुई है। इसे नवोन्मेषी उद्यमिता के लिए लॉन्चिंग प्लेटफॉर्म के रूप में माना जाता है।

उद्यम पूंजी के लक्ष्य

- क) यह उद्यमियों की महत्वाकांक्षा को संतुष्ट करता है।
- ख) यह संभावित व्यावसायिक उद्यम को जीवन प्रदान करता है।
- ग) यह नए उद्यमियों को मार्गदर्शन देने के लिए उचित दिशा प्रदान करता है।
- घ) यह उद्यम के निर्माण में सहायता करता है।

उद्यम पूंजी की विशेषताएँ

- क) यह उच्च लाभ अर्जित करने की आशा में उच्च स्तर के जोखिम को स्वीकार करता है।
- ख) यह उच्च-जोखिम वाले परियोजनाओं को वित्तपोषित करता है।
- ग) यह नवोन्मेषी उद्यम को सक्रिय रूप से मार्गदर्शन करता है।
- घ) इसे सामान्यतः लाभ के इच्छित स्तर तक पहुँचने में 4 से 5 वर्ष लगते हैं।
- ङ) यह मूलतः एक दीर्घकालिक उद्यम है और आय पूंजीगत लाभ के रूप में होती है।
- च) उद्यम पूंजीदाता सामान्यतः उस सहायक कंपनी में अपना निवेश समाप्त कर देते हैं जब वह लाभ की एक निश्चित स्थिति पर पहुँच जाती है।
- छ) यह वाणिज्यीकरण के बाद कंपनी द्वारा उत्पन्न बिक्री से संबंधित एक रॉयल्टी ले जाती है।

उद्यम पूंजी: वित्तपोषण के चरण

जब कंपनी उद्यम पूंजी वित्तपोषण के मार्ग को चुनने का निर्णय लेती है, तो उचित प्रणाली और प्रक्रिया का पालन करना आवश्यक हो जाता है। भारत में, सामान्य उद्यम पूंजी धन जुटाने की प्रक्रिया में निम्नलिखित चरण शामिल होते हैं:

1. सही निवेश वित्तपोषक की पहचान

कंपनी को एक निवेश बैंकिंग फर्म (आईबी) के साथ काम करने को प्राथमिकता देनी चाहिए जो निम्नलिखित कौशल प्रदान करती हो:

- उद्यम पूंजी व्यवसाय की बहुत अच्छी समझ और दृष्टि
- कंपनी के व्यापार और उत्पादन की अच्छी समझ
- कंपनी के बारे में एक अच्छी और तथ्यात्मक कहानी बताने की क्षमता
- उद्यम पूंजी से संबंधित ज्ञान
- उद्यम पूंजी समुदाय में अच्छे संबंध

2. निवेश मेमोरेंडम और वित्तीय मॉडल

निवेश बैंकिंग फर्म के अंतिमकरण के बाद, कंपनी को निवेश मेमोरेंडम (आईएम) और वित्तीय मॉडल (एफएम) को निवेश बैंक के सहयोग से तैयार करने पर काम करना चाहिए। एक अच्छा आईएम कंपनी के व्यवसाय के लिए बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह अधिकांश निवेशक के प्रमुख प्रश्नों और जिज्ञासाओं का उत्तर देता है और निवेशक को कंपनी के लिए निर्णय लेने में मदद करता है। एक वित्तीय मॉडल में विभिन्न व्यापारिक चर जैसे राजस्व चालक, लागत चालक, पूंजी व्यय आदि शामिल होते हैं और यह अगले 5 से 7 वर्षों के लिए कंपनी के राजस्व, लाभप्रदता, नकद प्रवाह और वित्तीय आवश्यकताओं की परियोजना बनाता है।

3. उद्यम पूंजी फंड का चयन और संपर्क

अगला चरण उन निवेशकों की सूची बनाना है जिनसे निवेश बैंकर कंपनी की ओर से संपर्क करेगा। निवेशकों की शॉर्टलिस्ट करते समय यह ध्यान में रखा जाना चाहिए कि चयनित निवेशक कंपनी के उत्पादन, व्यापार के चरण (बीज चरण, प्रारंभिक चरण, विकास चरण, प्री-आईपीओ आदि) और कंपनी की वित्तीय आवश्यकताओं के साथ सहज हों।

4. उद्यम पूंजी फंड

निवेश बैंकर उद्यम पूंजी फंड से संपर्क करता है और उन्हें एक प्रस्तुति देना शुरू करता है। इन प्रस्तुतियों का उद्देश्य कंपनी के प्रवर्तकों और निवेशकों के बीच पहली बैठक का आयोजन करना है। फॉलो-अप बैठकों में, कंपनी निवेशकों को निवेश के बारे में समझाने की कोशिश करती है। एक बार जब निवेशक समझ जाते हैं, तो वे एक टर्म शीट जारी करते हैं।

5. टर्म शीट पर हस्ताक्षर

एक टर्म शीट (टीएस) सामान्यतः निवेश के सभी प्रमुख शर्तों और परिस्थितियों को शामिल करती है। कंपनी का मूल्यांकन और लेन-देन की संरचना टर्म शीट में सबसे महत्वपूर्ण शर्तें होती हैं। इसके अलावा, निवेशक के निकासी, बोर्ड सदस्यता आदि से संबंधित कई अन्य महत्वपूर्ण शर्तें भी टर्म शीट में शामिल होती हैं। जब सभी शर्तों पर सहमति हो जाती है, तो कंपनी और निवेशकों के बीच एक गैर-बाध्यकारी टर्म शीट पर हस्ताक्षर किए जाते हैं।

6. निवेशकों द्वारा उचित परिश्रम

टर्म शीट के बाद, निवेशक कंपनी पर उचित परिश्रम की प्रक्रिया करते हैं। सामान्यतः, निवेशक की उचित परिश्रम प्रक्रिया कंपनी और उसके विस्तार योजनाओं के निम्नलिखित पहलुओं पर केंद्रित होती है:

- क. वित्तीय
- ख. उत्पादन
- ग. तकनीकी

7. शेयरहोल्डर के समझौतों पर हस्ताक्षर और फंड का हस्तांतरण

जब निवेशक उचित परिश्रम की प्रक्रिया के परिणाम से संतुष्ट होते हैं, तो वे एक शेयरहोल्डर समझौता (एसएचए) जारी करते हैं। एसएचए टर्म शीट की सभी शर्तों और विवाद समाधान, गैर-प्रतिस्पर्धा, लॉक-इन, शेयर हस्तांतरण प्रक्रिया आदि से संबंधित अन्य महत्वपूर्ण शर्तों को कवर करता है। आमतौर पर, इस प्रक्रिया में कंपनी की और निवेशक की ओर से वकील भी शामिल होते हैं। जब एक सहमति हो जाती है, तो कंपनी के सभी शेयरधारक और निवेशक एसएचए पर हस्ताक्षर करते हैं और निवेशक कंपनी को फंड ट्रांसफर करता है।

उद्यम पूंजी के स्रोत

हमारे देश में उद्यम पूंजी के महत्वपूर्ण स्रोत निम्नलिखित हैं:

1. व्यावसायिक प्रौद्योगिकी के विकास के लिए कार्यक्रम (पीएसीटी): यह भारत में पहला उद्यम पूंजी फंडिंग था, जिसे 1995 में भारतीय फर्मों को नवीन प्रौद्योगिकियों का व्यावसायीकरण करने के लिए वित्तपोषण करने के लिए शुरू किया गया था। इसे इंडो-यूएस संयुक्त उपक्रमों द्वारा स्थापित किया गया था।
2. भारत की प्रौद्योगिकी विकास और निवेश निगम (टीडीआईसीआई): प्रौद्योगिकी विकास और निवेश निगम (टीडीआईसीआई) भारत की पहली उद्यम पूंजी कंपनी थी, और इसे 1986 में आईसीआईसीआई द्वारा प्रमोट किया गया था।
3. जोखिम पूंजी और प्रौद्योगिकी वित्त निगम (आरसीटीएफसी): यह औद्योगिक वित्त निगम (आईएफसीआई) द्वारा लॉन्च किया गया एक स्वायत्त निकाय है। यह विशेष रूप से तकनीकी विकास में संलग्न उद्यमियों को बढ़ावा और समर्थन देता है।
4. आईडीबीआई की उद्यम पूंजी योजना: आईडीबीआई की यह योजना उद्यम पूंजी फंडिंग के प्रमुख स्रोतों में से एक के रूप में उभर रही है। यह विशेष रूप से उन परियोजनाओं का समर्थन करने के लिए बनाई गई है, जो भारतीय परिस्थितियों में नवोन्मेषी और प्रयोगात्मक प्रौद्योगिकियों को बढ़ावा देती हैं।

भारत में उद्यम पूंजी वित्त में संलग्न कुछ खिलाड़ियों की सूची निम्नलिखित है:

- क. एएनजेड ग्रिंडलेस बैंक
- ख. क्रेडिट कैपिटल वेंचर फंड (भारत) लिमिटेड
- ग. 20वीं सदी वेंचर कैपिटल कॉर्पोरेशन
- घ. एपीआईडीसी वेंचर कैपिटल लिमिटेड
- ङ. कैनबैंक वेंचर कैपिटल फंड
- च. गुजरात वेंचर फाइनेंस लिमिटेड
- छ. औद्योगिक विकास बैंक ऑफ इंडिया
- ज. आईएल और एफएस वेंचर कॉर्पोरेशन
- झ. एसबीआई कैपिटल वेंचर फंड
- ञ. प्रदेशीय औद्योगिक और निवेश निगम उत्तर प्रदेश लिमिटेड (पीआईसीयूपी)

उद्यम पूंजीपति द्वारा उद्यम पूंजी वित्त प्रदान करने के लिए अपनाए गए मानदंड

उद्यम पूंजीपति निवेश निर्णय लेते समय निम्नलिखित मानदंडों पर विचार करते हैं:

- क. प्रबंधन टीम की विश्वसनीयता, व्यावसायिक अंतर्दृष्टि और उद्यमिता की भावना को सबसे महत्वपूर्ण कारक माना जाता है।
- ख. उद्यमी और उनकी प्रशासनिक टीम की पृष्ठभूमि।
- ग. परियोजना, प्रक्रिया या सेवा की तकनीकी व्यवहार्यता और वाणिज्यिक संभाव्यता।
- घ. विशाल और तेजी से विकसित होती बाजार संभावनाएँ।
- ङ. मूल्य या लागत के मामले में लाभ।
- च. चार से सात वर्षों के भीतर संतोषजनक लाभप्रदता के लिए साहस।

उद्यम पूंजी के लाभ

- क. उद्यम पूंजी देश में औद्योगिककरण को बढ़ावा देने में मदद करता है।
- ख. यह नवोन्मेषी प्रौद्योगिकियों के विकास और प्रोत्साहन में मदद करता है।
- ग. यह नए उद्यमियों को अपने विचारों को वास्तविकता में बदलने में सहायता करता है।
- घ. यह रोजगार के अवसरों को बढ़ाता है।
- ङ. यह देश में उद्यमिता को विकसित करता है।

परिचय

संविदा खेती: संविदा खेती को किसानों और प्रसंस्करण और/या विपणन फर्मों के बीच एक समझौते के रूप में माना जा सकता है, जिसका उद्देश्य कृषि उत्पादों का उत्पादन और आपूर्ति करना है। इस व्यवस्था में ग्राहक भी शामिल होता है। ऐसे समझौतों के तहत, किसानों को एक विशेष उत्पाद अच्छी गुणवत्ता में प्रदान करना होता है। इस प्रकार, जोखिम प्रसंस्करणकर्ता और किसान के बीच बांटा जाता है। जब संविदा खेती को कुशलतापूर्वक व्यवस्थित और प्रबंधित किया जाता है, तो यह दोनों पक्षों के लिए जोखिम को कम करती है। संविदा खेती बाजार विकसित कर सकती है और यह दोनों प्रायोजकों और किसानों के लिए लाभदायक साबित होती है। आजकल संविदा खेती का दृष्टिकोण न केवल वृक्ष और अन्य नकद फसलों के लिए, बल्कि फलों और सब्जियों, मुर्गीपालन, सूअर, डेयरी उत्पादन, और यहां तक कि झींगे और मछली के लिए भी व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है। संविदा खेती प्रणाली को कृषि व्यवसाय और किसानों के बीच एक संयुक्त उद्यम के रूप में देखा जाना चाहिए।

संविदा खेती के लाभ और समस्याएँ:

किसानों के लिए लाभ

- प्रायोजक उत्पादन सेवाएँ अग्रिम में उपलब्ध कराता है।
- संविदा खेती नई तकनीक को बढ़ावा देती है और किसानों को नई क्षमताएँ सीखने में सक्षम बनाती है।
- किसानों का मूल्य जोखिम अक्सर कम होता है।
- संविदा खेती छोटे किसानों के लिए नए बाजार खोलती है।

किसानों को सामना करने वाली समस्याएँ

- किसानों को बाजार विफलता और उत्पादन समस्याओं का जोखिम होता है।
- कभी-कभी सभी संविदा उत्पादन खरीदा नहीं जाता है।
- प्रायोजक कंपनियाँ एकाधिकार की स्थिति का लाभ उठा सकती हैं।

- प्रायोजक संगठनों के कर्मचारी सही कोटा आवंटित करने में उदासीन हो सकते हैं।
- यदि किसानों की उत्पादन और अत्यधिक अग्रिम के संबंध में गणना गलत हो जाती है, तो वे कर्ज में डूब सकते हैं।

प्रायोजकों के लिए लाभ

- छोटे किसानों के साथ संविदा खेती राजनीतिक रूप से स्वीकार्य है।
- छोटे किसानों के साथ काम करने से भूमि की सीमाओं की समस्या हल होती है।
- उत्पादन अधिक विश्वसनीय होता है क्योंकि किसान उत्पादन के लिए जिम्मेदार होते हैं।
- चूंकि किसान शामिल होते हैं, गुणवत्ता अधिक स्थिर होती है।

प्रायोजकों को सामना करने वाली समस्याएँ

- संविदा के तहत किसानों की सीमाएँ बाद में प्रायोजक की समस्याएँ बन जाती हैं।
- संचार की सीमाएँ किसानों की क्षमता को प्रभावित कर सकती हैं कि वे प्रबंधकों की विशिष्टताओं के अनुसार उत्पादन करें।
- किसानों के साथ खराब प्रशासन और खराब परामर्श किसान की असंतोष का कारण बन सकते हैं।
- किसान संविदा के बाहर बेच सकते हैं।
- किसान ऋण पर दी गई सामग्रियों का उपयोग अन्य उद्देश्यों के लिए कर सकते हैं।

एशिया में संविदा खेती के प्रकार

एशिया में संविदा खेती की पहलों को दो व्यापक श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

- क) ठेकेदारों के प्रेरणाओं और लक्ष्यों के आधार पर
- ख) संचालन की संरचना और पैमाने के आधार पर

क. ठेकेदारों के प्रेरणा और लक्ष्यों के आधार पर

यह निम्नलिखित प्रकार की संविदा खेती को शामिल करता है:

1. **सामाजिक प्रेरित संविदा खेती:** ग्रामीण क्षेत्रों में कृषि क्षेत्र का आधुनिकीकरण हुआ है। इस कारण से, कई जमीनी स्तर के संगठन और गैर सरकारी संगठन जापान में वैकल्पिक कृषि प्रणालियों, जैसे कि तेइकेई प्रणाली, को बढ़ावा देने के लिए अनुबंध खेती की ओर रुख कर रहे हैं, जो पर्यावरण की रक्षा कर सकती है और किसानों की आजीविका में सुधार कर सकती है।
2. **वैकल्पिक या सामुदायिक समर्थित कृषि को बढ़ावा देने के लिए एनजीओ का संविदा खेती का उपयोग:** ये वैकल्पिक कृषि योजनाएँ मुख्य रूप से छोटे पैमाने की होती हैं और घरेलू बाजार को लक्षित करती हैं। उत्पादों को उपभोक्ता सहकारी समितियों या किसानों के बाजारों के माध्यम से वितरित किया जाता है। हालांकि, कुछ मामलों में, ये योजनाएँ गरीब विकासशील देशों में संविदा खेती के लिए प्रायोजक

के रूप में कार्य करने वाले विदेशी एनजीओ द्वारा शुरू की गई हैं। उदाहरण के लिए, जापानी अंतरराष्ट्रीय स्वयंसेवक केंद्र ने थाईलैंड में अपनी सतत ग्रामीण समुदाय के हिस्से के रूप में जैविक फसलों की संविदा खेती को बढ़ावा देने में संलग्न रहा है।

3. **स्थानीय सरकार द्वारा प्रायोजित संविदा खेती:** संविदा खेती एक बहु-पक्षीय व्यवस्था होती है जो आमतौर पर व्यापक विकास के उद्देश्य से सरकार द्वारा शुरू की जाती है। इस व्यवस्था में एक सरकारी संगठन, जैसे कि लाओ पीडीआर, और एक निजी कंपनी, जो किसानों के साथ मिलकर काम करती हैं, शामिल होती है।
4. **शुद्ध व्यापारिक संविदा खेती:** एशिया में अनुबंध खेती अपने विशुद्ध व्यावसायिक फोकस के लिए जानी जाती है। इस प्रकार की अनुबंध खेती एशिया में कृषि क्षेत्र के लिए तेजी से महत्वपूर्ण होती जा रही है। पीपुल्स रिपब्लिक ऑफ चाइना (पीआरसी) और थाईलैंड जैसे देशों में, गैर-पारंपरिक, उच्च मूल्य वाले कृषि उत्पादों का उत्पादन करने और दूसरों को बेचने के लिए निजी क्षेत्र की अनुबंध खेती का व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है।

निजी क्षेत्र द्वारा प्रायोजित संविदा खेती को बढ़ावा देने की रुचि वियतनाम, लाओ पीडीआर, और कंबोडिया जैसे अन्य एशियाई देशों में तेजी से बढ़ रही है। ऐसे संक्रमणकालीन अर्थव्यवस्थाओं के मामले में, सरकार ने कृषि व्यवसाय कंपनियों को भूमि और वित्तपोषण तक पहुंच प्रदान करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इस प्रकार की संविदा खेती किसानों की आय में सुधार करने में मदद कर सकती है।

5. **सामाजिक रूप से जिम्मेदार अंतरराष्ट्रीय व्यापार के लिए संविदा खेती:** इस संदर्भ में, विकसित देशों जैसे जापान में कृषि व्यवसाय कंपनियाँ विकासशील देशों में सुरक्षित खाद्य उत्पादन के लिए संविदा खेती का विकल्प चुन रही हैं, ताकि कम उत्पादन लागत पर और कॉर्पोरेट सामाजिक जिम्मेदारी को प्रदर्शित किया जा सके। सभी प्रकार की संविदा खेती में, यह प्रकार की संविदा खेती विकासशील देशों में व्यापक गरीबी कमी में संभावित भागीदारी के संदर्भ में सबसे विश्वसनीय प्रतीत होती है।

ख. संचालन की संरचना और पैमाने के आधार पर

संचालन की संरचना और पैमाने के आधार पर, संविदा खेती के उद्यम बड़े पैमाने पर केंद्रीकृत मॉडल या छोटे पैमाने पर विकेंद्रीकृत मॉडल का पालन करने का विकल्प चुन सकते हैं।

1. **बड़े पैमाने का, केंद्रीकृत मॉडल:** सामान्यतः, बड़े पैमाने का केंद्रीकृत मॉडल उन फसलों के लिए आदर्श होता है, जो कठोर प्रसंस्करण मानकों के अधीन होती हैं, जिन्हें किसानों से उन्नत प्रथाओं की आवश्यकता होती है, जिनमें फार्म मशीनरी में कई बदलाव शामिल होते हैं, और जिनमें महत्वपूर्ण दीर्घकालिक निवेश की आवश्यकता होती है (ईटन और शेफर्ड, 2001)। यह मॉडल उन फसलों के लिए पसंद किया जाता है जिन्हें श्रम की तुलना में अधिक पूंजी की आवश्यकता होती है।
2. **छोटे पैमाने का, विकेंद्रीकृत मॉडल:** छोटे पैमाने का विकेंद्रीकृत मॉडल उन फसलों के लिए प्राथमिकता दी जाती है जिन्हें अधिक प्रसंस्करण की आवश्यकता नहीं होती, बल्कि केवल उन्हें ग्रेडिंग और पैकेजिंग की आवश्यकता होती है। उत्पादन में सामान्यतः नगण्य अंतरिम निवेश शामिल होता है (ईटन और शेफर्ड,

2001)। यह मॉडल उन उत्पादों के लिए पसंद किया जाता है जिन्हें पूंजी की तुलना में अधिक श्रम की आवश्यकता होती है।

एशिया में, छोटे पैमाने और विकेंद्रीकृत संविदा खेती मुख्य रूप से मध्यस्थों के माध्यम से फसल उत्पादन के उप-ठेके के द्वारा विशेषता प्राप्त करती है। इस प्रकार के ब्रोकर विकासशील क्षेत्रों में संविदा खेती के लिए पसंदीदा व्यवस्था के रूप में उभर रहे हैं। इस प्रकार की व्यवस्था में, कृषि व्यवसाय फर्म मध्यस्थों से फसलें प्राप्त करती हैं, जो फिर किसानों के साथ अपनी व्यक्तिगत व्यवस्थाएँ करती हैं।

भारत में सफल उद्यम

1. पेप्सी फूड्स लिमिटेड: पंजाब में किसानों के साथ टमाटर, बासमती चावल, मूंगफली की फसल के लिए संविदा।
2. अप्पाची का एकीकृत कपास उत्पादन।
3. उगर शुगर का बार्ली के साथ अनुभव।
4. केरल आयुर्वेद फार्मसी।

संयुक्त उद्यम

संयुक्त उद्यम एक प्रकार का व्यवसाय है जिसका स्वामित्व दो या दो से अधिक पार्टियों के पास होता है। किसी विशिष्ट व्यावसायिक कार्य के लिए दो (या अधिक) संस्थाओं द्वारा प्रदान किए गए परिसंपत्ति उपसमुच्चय का संयोजन। मूल रूप से, यह एक ठोस और लचीला दीर्घकालिक अनुबंध है। एक संयुक्त उद्यम कंपनियों, निगमों या अन्य प्रकार के व्यावसायिक संगठनों की साझेदारी हो सकती है जिसे शामिल कंपनियां बनाना चाहती हैं। यह कंपनियों द्वारा अपनाई गई एक प्रकार की विकास रणनीति है। संयुक्त उद्यम एक व्यावसायिक इकाई है जो किसी लाभदायक गतिविधि को चलाने के लिए दो या दो से अधिक पार्टियों द्वारा बनाई जाती है। पार्टियां संयुक्त रूप से एक नई व्यावसायिक इकाई बनाने और व्यवसाय के राजस्व, व्यय और नियंत्रण को साझा करने पर सहमत हैं। यह लेन-देन अल्पकालिक व्यावसायिक संबंध या चालू व्यावसायिक संबंध हो सकता है। एक संयुक्त उद्यम में एक निगम, एक सीमित देयता कंपनी, एक साझेदारी या कोई अन्य कानूनी रूप शामिल हो सकता है, दूसरे शब्दों में, किसी विशिष्ट उद्देश्य के लिए दो या दो से अधिक पार्टियों द्वारा बनाई गई व्यावसायिक संरचना को संयुक्त उद्यम कहा जाता है।

संयुक्त उद्यम की विशेषताएँ

- भागीदारों द्वारा धन, संपत्ति, प्रयास, ज्ञान, और कौशल का योगदान।
- उद्यम के विषय वस्तु में संयुक्त संपत्ति का अधिकार।
- उद्यम का आपसी प्रबंधन का अधिकार।
- संपत्ति में साझा करने का अधिकार।

इस प्रकार, संयुक्त उद्यमों का सीमित दायरा और समय होता है। प्रत्येक भागीदार को उद्यम में कुछ विशिष्ट और महत्वपूर्ण पेशकश करनी होती है और साथ ही अन्य भागीदारों के लिए लाभ का स्रोत भी प्रदान करना होता है।

हालाँकि, भागीदारों के प्रतिस्पर्धात्मक संबंध पर संयुक्त उद्यम अनुबंध का कोई प्रभाव नहीं पड़ता।

संयुक्त उद्यम बनाने के कारण

- कंपनी के नाम और प्रसिद्धि को बढ़ाना
- व्यय और जोखिमों को फैलाना
- वित्तीय संसाधनों में सुधार करना
- नवोन्मेषी प्रौद्योगिकियों और ग्राहक आधार तक पहुंच
- आधुनिक प्रशासनिक प्रथाओं तक पहुंच

कृषि में संयुक्त उद्यम के कुछ उदाहरण

- अवेस्थागेन ने अटाश सीड्स प्राइवेट लिमिटेड में लिमाग्रेन के साथ वैश्विक संयुक्त उद्यम स्थापित किया।
- नाफेड का सहकारी संघों/मार्केटिंग समितियों के साथ संयुक्त उद्यम
- कृभको रिलायंस किसान लिमिटेड का संयुक्त उद्यम

संयुक्त उद्यम के लाभ

- संयुक्त उद्यम कंपनियों को पुनर्गठन की प्रक्रिया में सहायता करने में एक मूल्यवान भूमिका निभाते हैं।
- यह किसी कंपनी को नए क्षेत्रों में समय के साथ बाजार में प्रवेश करने और नए उत्पाद बाजार विकसित करने में मदद कर सकता है।
- इसे छोटी कंपनियों द्वारा दीर्घकालिक रणनीतिक योजना के एक घटक के रूप में भी उपयोग किया जा सकता है।

परिचय

आज की जटिलता और तेज़ी से बदलती दुनिया में, अकेले कुछ करना लगभग असंभव है। बढ़ती कीमतों, बदलती बीमारी के पैटर्न, और निदान तथा उपचार के लिए अत्याधुनिक तकनीक के बढ़ते उपयोग के कारण यह और भी मुश्किल हो गया है।

पीपीपी एक प्रकार की संगठनात्मक व्यवस्था है, जो सरकार और एक या अधिक निजी क्षेत्र की संगठनों के बीच साझेदारी के माध्यम से वित्तपोषित और संचालित होती है। यह एक अनुबंध है जो सार्वजनिक क्षेत्र की संस्था और निजी संगठन के बीच होता है, जिसमें निजी पक्ष सार्वजनिक सेवाएँ प्रदान करता है और वित्तीय, तकनीकी और संचालन संबंधी जोखिम उठाता है।

पीपीपी का अवधारणा

सार्वजनिक: यह आमतौर पर सरकार या राज्य के बजट के अंतर्गत कार्यरत संगठनों को संदर्भित करता है।

निजी: यह लाभ/गैर-सरकारी/स्वैच्छिक क्षेत्र को संदर्भित करता है।

साझेदारी: यह दो या अधिक पक्षों के बीच एक समझौता है। यह साझा हितों की आपसी जिम्मेदारियों को दर्शाता है।

पीपीपी एक ऐसा प्रबंध है जहाँ निजी पक्ष बुनियादी ढाँचे के प्रावधान में भाग लेते हैं या सहायता प्रदान करते हैं।

पीपीपी की प्रमुख विशेषताएँ:

- भागीदार
- निरंतरता
- संबंध
- सेवाओं पर ध्यान केंद्रित
- संसाधन

- जीवन चक्र की कुल लागत
- साझाकरण
- नवोन्मेष
- जोखिम आवंटन

पीपीपी की आवश्यकता

- क्योंकि मौजूदा सेवाएँ सभी लोगों तक नहीं पहुँच पातीं।
- सरकार अकेले हमेशा सबसे जरूरतमंद जनसंख्या की आवश्यकताओं को पूरी तरह से पता नहीं कर सकती।
- सेवाओं की गुणवत्ता और कानूनी नियमन के लिए एक न्यूनतम मानक स्थापित करने के लिए
- आपसी लाभ (लागत, मानव संसाधन और वित्तीय संसाधनों) के लिए
- सेवाओं की योजना और निगरानी में उपभोक्ता की भागीदारी में सुधार के लिए
- सार्वजनिक भलाई के प्रति प्रतिबद्धता
- दोहराव से बचने के लिए

पीपीपी के लाभ

- जोखिमों को कम करता है और सही तरीके से आवंटित करता है।
- लागत कम करने के लिए प्रोत्साहन प्रदान करता है।
- पैसे के लिए मूल्य सुनिश्चित करता है।
- सही कौशल और प्रबंधन विशेषज्ञता को आकर्षित करता है।
- नवोन्मेष को बढ़ावा देता है।
- भ्रष्टाचार और बर्बादी को कम करता है।
- करदाताओं पर बोझ को कम करता है।

पीपीपी मॉडल

1. अनुबंध

- **बाहर अनुबंध करना:** सरकार किसी बाहरी व्यक्ति को एक विशेष कार्य प्रबंधित करने के लिए भुगतान करती है।
- **अंदर अनुबंध करना:** सरकार अस्थायी रूप से सेवाएँ प्रदान करने के लिए व्यक्ति को नियुक्त करती है। उदाहरण: मानव संसाधन।

2. फ्रैंचाइजिंग

- एक व्यवस्था जिसमें एक पक्ष (फ्रैंचाइज़र) दूसरे पक्ष को अधिकार देता है।
- आंशिक फ्रैंचाइजिंग
- पूर्ण फ्रैंचाइजिंग
- ब्रांडेड क्लिनिक

उदाहरण: बटरफ्लाई क्लिनिक, तितली क्लिनिक, बिहार में आदि।

3. **सामाजिक विपणन:** यह एक प्रचारात्मक व्यावसायिक विचार है जिसका उद्देश्य सामाजिक कल्याण अभियान के बारे में जागरूकता बढ़ाना है।
4. **संयुक्त उद्यम:** यह एक व्यावसायिक व्यवस्था है जिसमें दो या अधिक पक्ष अपने संसाधनों को एकत्रित करने पर सहमत होते हैं ताकि एक विशिष्ट कार्य को पूरा किया जा सके। यह कार्य एक नया प्रोजेक्ट या कोई अन्य व्यावसायिक गतिविधि हो सकता है।
5. **वाउचर योजना:** यह एक टिकट या कागज़ का टुकड़ा होता है जिसे किसी चीज़ के लिए भुगतान करने के लिए पैसे के स्थान पर इस्तेमाल किया जा सकता है।
6. **कॉर्पोरेट क्षेत्र/औद्योगिक घरानों के साथ साझेदारी:** उदाहरण: भारतीय उद्योग परिसंघ (सीआईआई), भारतीय वाणिज्य और उद्योग मंडल (एफआईसीसीआई)।
7. **पेशेवर संगठनों को शामिल करना:** उदाहरण: भारतीय निवारक और सामाजिक चिकित्सा संघ (आईएपीएसएम)।
8. **दान और दातव्य योगदान**
9. **सामाजिक समूहों और क्लबों की भागीदारी:** जैसे रोटरी क्लब, लायंस क्लब
10. **सहकारी सोसायटियों के साथ साझेदारी**
11. **गैर-लाभकारी सामुदायिक संगठनों के साथ साझेदारी**
12. **मोबाइल स्वास्थ्य इकाइयों का संचालन**
13. **सामुदायिक स्वास्थ्य बीमा**

पीपीपी मोड में, सामान्यतः एक निजी क्षेत्र की संगठन एक विशेष अलग संगठनात्मक सेटअप बनाती है ताकि अनुबंधित अवधि के लिए संपत्ति का विकास, निर्माण, रखरखाव और संचालन किया जा सके। अवसंरचना क्षेत्र में, जटिल व्यवस्था और अनुबंध जो नकद प्रवाह की गारंटी और सुरक्षा करते हैं, सार्वजनिक-निजी साझेदारी मोड को प्रोजेक्ट पूरा करने के लिए एक उपयुक्त व्यवस्था बनाते हैं।

सार्वजनिक और निजी भागीदारी विश्व स्तर पर सार्वजनिक और निजी प्रणाली के प्रदर्शन में सुधार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है, जिससे सार्वजनिक और निजी क्षेत्रों की सर्वश्रेष्ठ विशेषताओं को एक साथ लाया जा सके ताकि दक्षता, गुणवत्ता, नवोन्मेष और दोनों प्रणाली के प्रभाव में सुधार हो सके।

परिचय

व्यापार समाज का एक महत्वपूर्ण घटक है। कई व्यवसायिक संस्थाएँ महत्वपूर्ण सामाजिक संस्थानों के रूप में कार्य करती हैं। उनके निर्णय और परिणामी क्रियाएँ समाज द्वारा सीमित होती हैं। व्यापार इकाइयाँ समाज को रोजगार प्रदान करने के लिए जिम्मेदार हैं; वे समाज से निवेश लेती हैं और समाज को सामान और सेवाएँ प्रदान करती हैं। व्यापार और समाज अविभाज्य और परस्पर निर्भर हैं। यदि समाज सकारात्मक समर्थन नहीं देता, तो व्यवसाय के लिए अपने संचालन को सुचारु रूप से चलाना मुश्किल हो जाता है। वे व्यापार इकाइयाँ जो समाज के खर्च पर अपने संचालन करती हैं, वे लंबे समय तक सफल नहीं हो सकतीं।

व्यापार उद्यम और समाज एक-दूसरे से जुड़े हैं। व्यापार समाज से मानव संसाधन, सामग्री जैसे संसाधन प्राप्त करता है और समाज को उत्पादन (सामान और सेवाएँ) प्रदान करता है। इस जिम्मेदारी के कारण, व्यापार के पास समाज के प्रति एक विशिष्ट जिम्मेदारी होती है। इस जिम्मेदारी को व्यापार की सामाजिक जिम्मेदारी (एसआरबी) कहा जाता है। व्यापार का अस्तित्व लाभ कमाने के लिए होता है। लाभ कमाने समय, सामाजिक जिम्मेदारी व्यापारिक संस्थाओं से अपेक्षा करती है कि वे समाज के कल्याण की रक्षा और सुधार के लिए निर्णय लें, क्योंकि एक व्यापार उद्यम का प्रत्येक निर्णय समाज के साथ सामाजिक रूप से संबंधित होता है। एसआरबी दृष्टिकोणों के माध्यम से, व्यापार उद्यमों को उन निर्णयों/कदमों के लिए जिम्मेदार ठहराया जाता है जो समाज पर प्रभाव डालते हैं। व्यापारिक उद्यमों के सामाजिक कार्य व्यवस्थित, आवधिक होते हैं और उनके अंत उपयोग सामाजिक ऑडिट के अधीन होते हैं।

परिभाषा: सामाजिक जिम्मेदारी निर्णय लेने वालों का वह दायित्व है जो समाज के कल्याण की रक्षा और सुधार के लिए कदम उठाने का है, साथ ही अपने स्वयं के हितों को भी ध्यान में रखता है।

एसआरबी मॉडल का वर्गीकरण

एसआरबी अवधारणा को मैक्रो और माइक्रो स्तर पर देखा जाता है। मैक्रो विश्लेषण इस बात पर जोर देता है कि सरकार को समाज के लिए सामाजिक लक्ष्यों का निर्धारण करना चाहिए, जबकि माइक्रो विश्लेषण इसी के लिए घरों की भूमिका पर जोर देता है।

एसआरबी के लिए जिम्मेदार कारक

1. **सरकार** सबसे महत्वपूर्ण कारकों में से एक है। सरकार व्यापार उद्यमों के सुचारू कार्य के लिए नियम और कानून बनाती है। कई कानून विशेष रूप से समाज की रक्षा के लिए होते हैं, जैसे कि प्रदूषण उत्सर्जन मानदंड।
2. **समुदाय की मांगें** भी व्यापारिक उद्यमों को समाज के लिए कुछ विशेष कार्यक्रमों का दायित्व लेने के लिए मजबूर करती हैं, जैसे कि विशेष रूप से सामाजिक रूप से वंचित समूहों के लिए शैक्षणिक संस्थानों की स्थापना। पर्यावरण की रक्षा करना भी एक प्राथमिकता मुद्दा है। इस मामले में सरकार मानक भी निर्धारित करती है, जैसे कि 1986 का पर्यावरण संरक्षण अधिनियम, जो पर्यावरण की रक्षा और सुधार करने और सभी जीवित चीजों के लिए खतरों को रोकने के लिए है। कंपनी के शेयरधारक भी समाज के हित में निर्णय लेने के लिए व्यापारिक उद्यमों के प्रबंधन पर दबाव डालते हैं। संगठन स्वयं भी प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करने के लिए स्वेच्छा से सामाजिक रूप से जिम्मेदार कदम उठाते हैं।

एसआरबी की आवश्यकता

जैसा कि पहले कहा गया, व्यापार और समाज एक-दूसरे से जुड़े हुए हैं। व्यापार उद्यम समाज की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। आज समाज की अपेक्षाएँ व्यापार उद्यमों से बदल गई हैं। इसलिए यदि कोई व्यापार लंबे समय तक जीवित रहना चाहता है, तो उसे समाज की इस अपेक्षा का सकारात्मक उत्तर देना चाहिए। ऐसा करने से यह समाज के लिए एक बेहतर वातावरण बनाता है। व्यापार संगठन के लिए भी, यह एक बेहतर सार्वजनिक छवि बनाता है, जो ग्राहक आधार को बढ़ाने में मदद करता है। सामाजिक जिम्मेदारी को निभाने के लिए सक्रिय रूप से कार्य करके, व्यापार उद्यम बिना किसी परेशानी के सरकारी समर्थन प्राप्त कर सकते हैं। यह कहावत 'रोकथाम इलाज से बेहतर है' भी एसआरबी पर लागू होती है। व्यापारिक घरानों का समाज के प्रति सक्रिय दृष्टिकोण कई खतरनाक दुष्प्रभावों को समाप्त करता है। कुछ महत्वपूर्ण आवश्यकताएँ यहाँ उल्लेखित हैं।

- अपने संचालन का प्रभाव
- व्यवसाय की दीर्घकालिकता
- कर्मचारियों की संतोष
- उचित मूल्य निर्धारण और बाजार की गतिशीलता
- सामान और सेवाओं की मांग और आपूर्ति
- सरकार के प्रति कर और अनुपालन
- सामाजिक और सांस्कृतिक गतिविधियों के लिए वित्तीय समर्थन
- गरीबी जैसे सामाजिक कारणों का समर्थन
- शिक्षा, स्वास्थ्य देखभाल, पर्यावरण
- नवीकरणीय ऊर्जा आदि।

सामाजिक जिम्मेदारी में बाधाएँ

किसी भी व्यापार उद्यम का मुख्य उद्देश्य लाभ कमाना है। समाज को सीधे लाभ पहुँचाने वाली गतिविधियों में संलग्न होना तुरंत लाभ में नहीं जोड़ता। व्यवसायिक संस्थाएँ इसे एक अतिरिक्त लागत मानती हैं। सामाजिक जिम्मेदारी पर होने वाला खर्च एक सामाजिक लागत है, जो व्यवसाय को तुरंत लाभ नहीं देगा। साथ ही, व्यापार उद्यमों के पास समाज/लोगों के प्रति कोई सीधी जवाबदेही नहीं होती। इस प्रकार, अधिकांश व्यापार उद्यम सामाजिक जिम्मेदारी की गतिविधियों में निवेश करने से हिचकिचाते हैं। व्यापार की सामाजिक जिम्मेदारी सामाजिक समस्याओं को हल करने से संबंधित है, जबकि व्यापार के प्रबंधक आर्थिक मानदंडों से संबंधित प्रबंधकीय समस्याओं को हल करने में लगे रहते हैं।

सामाजिक जिम्मेदारी का क्षेत्र

व्यापार उद्यम निम्नलिखित हितधारकों के लिए अपनी सामाजिक जिम्मेदारी का निर्वहन करते हैं।

1. **स्वामी:** इसमें पेशेवरों द्वारा लाभप्रदता से व्यवसाय को प्रबंधित करना शामिल है, ताकि स्वामियों को उनके निवेशित धन पर पर्याप्त, उचित और नियमित लाभ मिल सके। ये शामिल हैं:
 - लाभ अधिकतमकरण
 - व्यवसाय के अवसरों का दोहन
 - विस्तार और विविधीकरण
 - पूंजी का सावधानीपूर्वक उपयोग
 - संसाधनों का इष्टतम उपयोग
 - शेयर बाजार में उचित व्यवहार
 - व्यापार की दक्षता
 - आवधिक जानकारी और विश्वास का निर्माण
 - शेयरधारकों के धन का प्रभावी उपयोग
 - सद्भावना पैदा करना

कर्मचारी: यह उचित और न्यायपूर्ण चयन, उचित वेतन, प्रशिक्षण, अनुकूल कार्य वातावरण, सुरक्षा और स्वास्थ्य, सहभागी कार्य प्रबंधन आदि के रूप में व्यक्त किया जाता है।

संगठित नियोक्ता-कार्यकर्ता संबंध

- नौकरी की सुरक्षा, पदोन्नति और करियर के अवसर
- श्रम विभाजन और ट्रेड यूनियनों को मान्यता
- अच्छी कार्य परिस्थितियाँ।
- स्वास्थ्य की रक्षा और सुरक्षा उपाय प्रदान करना
- उचित वेतन और भत्ते

- उचित व्यक्तिगत नीतियाँ, शिक्षा और प्रशिक्षण
 - आचार संहिता और उचित शिकायत प्रक्रियाएँ
 - कर्मचारियों की प्रबंधन में भागीदारी
 - विकास के अवसर
- 3. उपभोक्ता:** यह उचित मूल्य पर गुणवत्तापूर्ण सामान/सेवाएँ प्रदान करने से व्यक्त होता है, और कृत्रिम कमी की ओर ले जाने वाले हेरफेर में संलग्न न होना।
- मांग के अनुसार आपूर्ति
 - उचित मूल्य लेना
 - ईमानदार विज्ञापन/विज्ञापन नैतिकता
 - बिक्री के बाद की सेवा
 - शिकायतों का उत्तर देना/ग्राहक सेवा सेल
 - अच्छी गुणवत्ता वाले उत्पाद और सेवाएँ
 - एकाधिकार प्रतिस्पर्धा से बचना
 - अनैतिक व्यापार प्रथाओं से बचना
 - उपभोक्ता सुरक्षा
 - सटीक जानकारी
 - उपभोक्ता कल्याण
- 4. सरकार:** यह सभी कानूनी आवश्यकताओं का पालन करने, सरकार द्वारा बनाए गए सभी व्यापार नियमों का पालन करने से व्यक्त होता है।
- कानून और व्यवस्था का पालन
 - निर्देशिका
 - करों का भुगतान
 - अनैतिक प्रथाओं से बचना
 - विदेशी मुद्रा
 - सरकार को सलाह देना
 - आपात स्थितियों में मदद करना
 - पूर्ण सहयोग
 - नियमों और विनियमों का सम्मान करना
 - राजनीतिक स्थिरता
 - सामाजिक-आर्थिक कार्यक्रमों का कार्यान्वयन

- 5. समाज:** यह सबसे महत्वपूर्ण हितधारक है, जिसके पास बहुत सारी, बहुत जटिल समस्याएँ हैं, जैसे कि पर्यावरण प्रदूषण, अम्लीय वर्षा, ओज़ोन का क्षय, वर्षावनों का विनाश, जातीय और धार्मिक विसंगतियाँ आदि।
- सामाजिक और सांस्कृतिक गतिविधियाँ
 - उद्योगों का स्थान/पुनर्वास
 - पिछड़े क्षेत्र/स्थानीयता का विकास
 - वित्तीय सहायता
 - असामाजिक गतिविधियों से रक्षा
 - सामाजिक समस्याओं को संबोधित करना/वर्ग संघर्ष से बचना
 - प्राकृतिक आपदाओं के दौरान मदद करना
 - आर्थिक शक्ति का सही उपयोग
 - रोजगार के अवसर प्रदान करना
 - रोजगार प्रदान करना और जीवन स्तर बढ़ाना

इस प्रकार, कंपनी समाज के सभी हितधारकों की जरूरतों को पूरा करके एक सामाजिक रूप से जिम्मेदार कंपनी बन सकती है।

सामाजिक उत्तरदायित्व के लाभ

सामाजिक उत्तरदायित्व (एसआरबी) अच्छे ब्रांड इमेज और कंपनी की प्रतिष्ठा बनाने में मदद करता है। सक्षम कर्मचारी किसी कंपनी की सफलता के लिए जिम्मेदार होते हैं। यह पहचाना गया है कि कंपनी की एसआरबी गतिविधियाँ भर्ती नीति में सुधार और गुणवत्ता वाले कर्मचारियों को बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं।

एसआरबी प्रथाओं को अपनाने से संगठनों को लागत में कमी प्राप्त होती है। ये कमी संचालन के पर्यावरण प्रबंधन से संबंधित होती है। ऐसे संगठन जो प्रदूषण और हानिकारक अपशिष्ट को कम करते हैं, सामग्रियों का पुनः उपयोग या पुनर्नवीनीकरण करते हैं और अपने संचालन को अधिक ऊर्जा कुशलता और जल के अधिक कुशल उपयोग के साथ करते हैं, वे महत्वपूर्ण लागत बचत प्राप्त करते हैं।

एसआरबी सामाजिक जोखिम के न्यूनीकरण और बेहतर जोखिम प्रबंधन की ओर ले जाता है, जो उन जोखिमों को उजागर करने वाली बुद्धिमत्ता प्रदान करता है और जोखिमों का प्रबंधन करने पर ध्यान केंद्रित करता है। हितधारक विशिष्ट आर्थिक, सामाजिक या पर्यावरणीय मुद्दों के चारों ओर संगठन के जोखिमों के बारे में रणनीतिक बुद्धिमत्ता प्रदान कर सकते हैं, संकेत देकर, चेतावनी देकर या अंदरूनी जानकारी देकर।

एसआरबी नवाचारों के माध्यम से व्यावसायिक लाभ भी प्रदान कर सकता है। कई नवाचार, जो समाज और कंपनी दोनों के लिए सहायक हो सकते हैं, एसआरबी प्रथाओं को अपनाते समय उभर सकते हैं। वित्तीय संस्थान भी वैश्वीकरण के इस दौर में संगठनों को वित्तीय सहायता प्रदान करते समय सामाजिक और पर्यावरणीय मानदंडों पर विचार करते हैं।



भा.कृ.अनु.प.-भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान
नई दिल्ली-110012

