ARYAVART SHODH VIKAS PATRIKA
RNI TITLED NO. UPBIL04292RNI
REG. NO. UPBIL/2014/66218 **PP. No.- 102-105**

I S S N NO. - 2347 – 2944 (Print)
e-I S S N NO.- 2582 – 2454 (Online)
Vol.-18, No.-III, Issues-33, YEAR-July-Sept. 2024

भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास में महिला उद्यमियों की भूमिकाः एक अध्ययन

नीतू कुमारी

लाल बहादुर शास्त्री पी. जी. कॉलेज, मुगलसराय, चंदौली (उ0प्र0) भारत

Received-02.07.2024, Revised-08.07.2024, Accepted-13.07.2024 **E-mail : nitus6929@gmail.com**

सारांशः ***किसी भी समाज या देश के समग्र आर्थिक विकास के लिए महिलाओं का सामाजिक और आर्थिक विकास आवश्यक है। उद्यमशीलता वह मानसिक स्थिति है जो हर महिला में होती है, लेकिन भारत में इसका उस तरह से उपयोग नहीं किया गया है जैसा किया जाना चाहिए। पर्यावरण में बदलाव के कारण, अब लोग हमारे समाज में महिलाओं की अग्रणी भूमिका को स्वीकार करने में अधिक सहज हैं, हालांकि कुछ अपवाद भी हैं। महिला उद्यमी महिलाओं के एक समूह का प्रतिनिधित्व करती हैं, जो प्रचलित रास्ते से हटकर आर्थिक भागीदारी के नए रास्ते तलाश रही हैं। महिलाओं द्वारा संगठित उद्यम चलाने के कारण उनका कौशल और ज्ञान, उनकी प्रतिभा, योग्यता और व्यवसाय में रचनात्मकता और कुछ सकारात्मक करने की प्रबल इच्छा है। यह सही समय है कि देश इस चुनौती का सामना करें और महिलाओं के बीच अधिक उद्यमशीलता को प्रोत्साहित करने के लिए अधिक समर्थन प्रणालियाँ बनाएँ। भारत में महिला उद्यमिता का विकास कम है, खासकर ग्रामीण क्षेत्रों में। महिला उद्यमियों को शुरुआत से लेकर उद्यम के चलने तक कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है। भारत में, पांचवीं पंचवर्षीय योजना (1974–79) के बाद से महिला कल्याण से महिला विकास और सशक्तिकरण के दृष्टिकोण में बाजार के बदलाव के साथ महिलाओं की भूमिका स्पष्ट रूप से पहचानी गई है और आज विभिन्न वैश्विक कारकों के कारण उद्यमिता में महिलाओं की महत्वपूर्ण भूमिका लगातार बढ़ रही है। भारत सरकार द्वारा महिला उद्यमिता के विकास के लिए कई नीतियों और कार्यक्रमों को लागू कर रही है। तमाम सामाजिक बाधाओं के बावजूद, भारतीय महिलाएं बाकी भीड़ से अलग खड़ी हैं और अपने–अपने क्षेत्र में उनकी उपलब्धियों के लिए सराहना की जाती है। महिलाओं की बढ़ी हुई शैक्षिक स्थिति और बेहतर जीवन यापन की विभिन्न आकांक्षाओं के संदर्भ में भारतीय समाज के सामाजिक ताने–बाने के परिवर्तन ने भारतीय महिलाओं की जीवनशैली में बदलाव को आवश्यक बना दिया। उन्होंने जीवन के हर क्षेत्र में पुरुषों के साथ प्रतिस्पर्धा की है और सफलतापूर्वक उनके साथ खड़ी रही हैं और व्यवसाय भी इसका अपवाद नहीं है। प्रस्तुत आलेख भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास में महिला उद्यमियों की भूमिका पर केंद्रित है।***

कुंजीभूत शब्द– महिला उद्यमी, उद्यमशीलता विकास, भारतीय अर्थव्यवस्था, प्रेरक कारक, प्रतिस्पर्धा, कौशल, अपवाद

प्रस्तावना– उद्यमिता का मतलब है, एक नए अध्ययन शुरू करने, समन्वय करने और प्रबंधित करने की क्षमता होने, जिसमे व्यक्ति खुद ही नए उद्यम से संबंधित सभी वित्तीय और अन्य जोखिमों को जोड़ता है तॉकि इससे एक सफल व्यवसाय इकाई में बदल सकें और इस प्रकार लाभ कमा सके। उद्यमिता का सबसे स्पष्ट अर्थ है, नई फार्मों की स्थापना। ये एक ऐसा दृष्टिकोण रखने के बारे में है, जो नवाचार को अपनाता है, गणना किए गए, जोखिमों को लेने की इच्छा रखता है, नए विचारों को बाजार में लाते हैं और अपने नए अविष्कारों से पुराने बाजार के पुराने दौर को बदल देते हैं। महिलाएं उद्यमशीलता दुनिया में महत्वपूर्ण स्थान बना सकती है, हॉलांकि पुरुष उद्यमियों की तुलना में महिला उद्यमियों की संख्या अभी भी कम है, लेकिन कुछ वर्षों में इसमें वृद्धि देखी गई है। भारत की कुल आबादी में महिलाओं की संख्या 50% है, इसके बावजूद महिलाएं अभी भी कई मामलों में पुरुषों से पीछे पाई जाती है। पिछले कुछ वर्षों में महिलाओं की साक्षरता दर और रोजगार के अवसरों में तेजी से वृद्धि हुई है। इसका परिणाम यह दर्शाता है कि महिलाएं अब उस पुरानी पारंपरिक मानसिकता से बंदी नहीं है, जिसमें केवल पुरुष ही परिवार के जरूरतों को पूरा करने के लिए पैसों की तलाश में बाहर जाते थे और कार्य करते थे। हॉलांकि अब महिलाएं सफल व्यवसायी बनने और अपना खुद का व्यवसाय स्थापित करने में सक्षम है। विश्व बैंक के अनुसार, पुरुषों के बजाय महिलाओं के व्यवसाय में अधिक निवेश करने से राष्ट्र का अधिक विकास होता है। भारत जैसे विकासशील देश के विकासशील समाज में उद्यमिता महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। महिला उद्यमिता का विकास हमारी योजना प्राथमिकताओ का एक महत्वपूर्ण पहल बन गया है। भारत में महिला उद्यमिता के विकास के लिए कई नीतियां और कार्यक्रम को भी लागू किये जा रहा है।

साहित्य समीक्षा : रानी(1996) ने अपने अध्ययन में निष्कर्ष निकाला कि अवकाश के समय का स्तर उच्च आय वर्ग की महिलाओं को प्रभावित करता है। उपरोक्त के विपरीत, महिला उद्यमी परिवार की आय में अपना योगदान करने के किसी अन्य साधन के अभाव में अधिकतम उद्यमिता को अपनाने के लिए मजबूर होती है।

कैरिंगटन (2006) ने अपने अध्ययन में महिलाओं द्वारा सामना किए जाने वाले मुद्दों पर ध्यान दिया। महिलाओं द्वारा अनुभव किए जाने वाले सबसे बुनियादी मुद्दें पश्चिमी देशों में महिला उद्यमियों की समान प्रतीत होता है। दूसरी ओर भारतीय महिला उद्यमियों के पास काम, परिवार के बीच कम संघर्ष थे और व्यवसाय स्थापित करने और सफल रहने के लिए भी अलग अलग प्रेरणाएं थीं।

लाल और सहाय (2008) महिला उद्यमिता और पारिवारिक व्यवसाय से संबंधित बहुआयामी कारकों और मुद्दों का तुलनात्मक मूल्यांकन करते है जन्संख्याकिया के आधार पर अध्ययन में प्रतिबद्धता की डिग्री, उद्यमशीलता की चुनौतियों और विस्तार के लिए भविष्य की योजना जैसी मनोवैज्ञानिक चर की पहचान की है स्तरीकृत यादृच्छिक नमूना करन और सुविधा नमूनाकरण के माध्यम से लखनऊ के शहरी क्षेत्र में काम करने वाली महिला उद्यमियों के से डाटा एकत्रित किए गए हैं।

अनुरूपी लेखक / संयुक्त लेखक

I S S N NO. - 2347 – 2944 (Print)
e-I S S N NO.- 2582 – 2454 (Online)
Vol.-18, No.-III, Issues-33, YEAR-July-Sept. 2024

अध्ययन में व्यवसाय अध्ययन के मालिक की विशेषताओं को आत्म–धारणा, आत्म–सम्मान, उद्यमशीलता की तीव्रता, विकास और विस्तार के लिए भविष्य की योजनाओं के लिए परिचालन समस्याओं के रूप में पहचाना है।

ग्रीन एट अल.(2003) ने महिला उद्यमिता के क्षेत्र में शोध एवं प्रकाशन योगदान का मूल्यांकन किया। अध्ययन में महिला उद्यमिता से संबंधित उच्च मापदंडों जैसे लिंग भेदभाव, व्यक्तिगत गुण वित्तपोषण चुनौतियां, व्यवसाय इकाई, संदर्भ और नारेबाजी दृष्टिकोण के आधार पर शोध के विभिन्न जनरल और संसाधनों को वर्णित किया है।

उद्देश्य–

- भारत में महिला उद्यमिता को समझना।
- भारत में महिला उद्यमियों की समस्याओं को जाना।
- भारत में महिला उद्यमिता को बढ़ावा देने वाले संगठनों का आंकलन करना।

शोध प्रविधि– यह अध्ययन पूरी तरह से द्वितक डाटा पर आधारित है। जो विभिन्न पत्रिकाओं पुस्तकों,राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय पत्रिकाओं, सार्वजनिक एवं निजी प्रकाशनो, विभिन्न वेबसाइट इत्यादि से लिया गया है। यह अध्ययन महिला उद्यमिता के विभिन्न पहलुओं पर ध्यान केंद्रित करता है।

भारत में महिला उद्यमिता और विकास के बीच संबंध– 1991 से भारत द्वारा अपनाई गई उदारीकरण, वैश्वीकरण और निजीकरण की नई नीतियों के कारण भारतीय अर्थव्यवस्था की विशेषताओं में नाटकीय रूप से बदलाव आना शुरू हो गया है। भारत में उद्यमिता के लिए एक उत्कृष्ट केंद्र बनने की अपार संभावनाएं हैं। वर्तमान में, महिलाओं के रोजगार की विशेषता आर्थिक गतिविधि के कम घनत्व, अनौपचारिक क्षेत्र पर अत्यधिक ध्यान केंद्रित करना और कम वेतन वाले पदों पर कब्जा करना है। आर्थिक विकास के क्षेत्र में किया जाने वाला कोई भी प्रयास प्रकृति में असंतुलित होगा, अगर इसमें दुनिया की आधी आबादी का गठन करने वाली महिलाओं को शामिल नहीं किया जाएगा। साक्ष्यों ने स्पष्ट रूप से स्थापित किया हैं कि व्यवसाय उद्यम शुरू करने की भावना केवल पुरुषों तक ही सीमित नहीं है। महिला उद्यमों के उदय और अर्थव्यवस्था में उनके प्रभावशाली योगदान के कारण पिछले तीन दशकों में महिला उद्यमिता के प्रति बहुत रुचि दिखाई गई है।

महिला उद्यमियों की समस्या– महिलाओं को ना केवल उद्यमी के रूप में बल्कि खुद महिला के रूप में भी कई समस्यों का सामना करना पड़ता हैं, इसिलए पुरुषों की तुलना में महिला उद्यमियों की समस्याएँ अधिक हैं इनमें से कुछ समस्याएँ इस प्रकार हैं। पूंजी, बाजार, कच्चा माल, बिक्री, लोग, तकनीकी विशेषज्ञता, प्रतिस्पर्धा, नई तकनीक, भूमि आवास पानी बिजली कर आदि प्राप्त करने की समस्या और परिवार या सरकार और अन्य लोगों से समर्थन की कमी सहित विभिन्न संसाधनों को जुटाना। इस प्रकार वे उन मुद्दों का सामना करती हैं, जो आंतरिक और बाहरी दोनों हैं और उद्यम के साथ मुद्दे अलग–अलग होते हैं। इनमें से कुछ समस्याएँ बहुत हैं और सभी के लिए समान हैं, जबकि कुछ के लिए यह और भी अधिक परिभाषित है और उद्यम की गतिविधि के प्रकार से संबंधित है। कुछ लोगों को 'घास हरी है' की समस्या है, जबकि अन्य लोग लगातार मनोरंजन न मिलने पर चिड़ चिड़ें हो जाते हैं और आसानी से ऊब जाते हैं।

बाहरी वातावरण – समस्या चाहे जो भी हो, उसका कोई तैयार समाधान नहीं है। समस्याओं का समाधान उद्यमियों को स्वयं ही करना होगा, यदि ऐसा नहीं किया जाता है, तो इसका प्रभाव व्यवसाय के संचालन पर पड़ेगा। उद्यम का संचालन/व्यवसाय का संचालन। चूँकि समस्याएँ जटिल हैं, इसलिए उनका कुशल और समयबद्ध तरीकें से निपटारा किया जाना चाहिए, जिससे वे सफल हों।

सामाजिक व्यक्तिगत समस्याएँ – उचित शिक्षा का अभाव, महिलाओं के प्रति समाज में गलत दृष्टिकोण को बढ़ावा देने वाली जानकारी, आर्थिक पिछड़ापन और कम जोखिम वहन करने की क्षमता।

प्रबंधकीय समस्याएँ – यह सामान्य प्रबंधन और अनुभव पर पर्याप्त ज्ञान की कमी, योग्य श्रमिकों की कमी, अनुपस्थिति और कम टर्नओवर जैसे अनुशासनात्मक मुद्दों, सटीक मिशन और विजन स्टेटमेंट की कमी, महिलाओं को परिवहन में कठिनाई के कारण है।

उत्पादन समस्या– जैसे विकास के लिए पर्याप्त जगह की कमीय उपयुक्त और बिक्री योग्य भूमि भूखंडों और निर्माण स्थलों की कमीय और अप्रत्याशित डिलीवरी पर्याप्त इनपुट, उत्पादन पहचान के लिए अपर्याप्त सहभागी तकनीकी सहायता, और प्रौद्योगिकी अनुसंधान और विकास और गुणवत्ता जांच का स्थिर उन्नयन, खराब इन्वेंट्री नियंत्रण।

विपणन समस्या– अपने उत्पादों का विपणन कैसे करें, इस बारे में पर्याप्त ज्ञान की कमी, जो उनके लिए एक अतिरिक्त चुनौती है। अपने उत्पादों के विपणन के लिए स्थानीय बाजारों का उपयोग करें और रिलेइंग के माध्यम से भी लाभ कमाएंय बड़ी कंपनियों से कड़ी प्रतिस्पर्धा। मध्यवर्ती शोषण, खराब ऋणों की वसूली की समस्याएं, कम बिक्री संवर्धन आउटलेट और स्पष्ट रूप से कमजोरियों में शामिल हैंरू निर्यात बाजार समर्थन जो प्रभावी नहीं था।

सरकारी सहायता की समस्या– इस समय, केंद्र और राज्य सरकारें महिला उद्यमिता के विकास के लिए कई सहायता, योजनाएं प्रदान कर रही हैं, लेकिन वास्तविकता में उत्तरदाताओं को विभिन्न स्तरों पर नौकरशाही, शिकारी सलाहकारों, बेईमानी से उत्पन्न मुद्दों, सहायता प्राप्त करने में थकाऊ और लंबी प्रक्रियाओं के कारण सरकारी सहायता प्राप्त करने में कई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है।

श्रम की समस्या– इस शोध से यह भी पता चला है कि चुने गए समूह की महिला उद्यमियों को अपने प्रतिष्ठानों में कई श्रम मुद्दों का सामना करना पड़ता है।

श्रम समस्याओं का प्रकार– किसी संगठन के पास जितने भी संसाधन हो सकते हैं, उनमें से उसका मानव संसाधन सबसे महत्वपूर्ण है। किसी फर्म के लिए संसाधन, प्रयास, क्षमता, योग्यता, प्रेरणा और प्रतिबद्धता उच्च और प्रभावी है। कच्चे माल के अधिग्रहण में बड़ी इकाइयों से प्रतिस्पर्धा का जोखिम, कच्चें माल की कमी उद्यमियों के लिए विशेष रूप से शुरुआती चरणों में एक चुनौती है। अध्ययनों से पता चला है कि कच्चे माल के प्रसंस्करण का मुद्दा इन महिला उद्यमियों के लिए बहुत बड़ी चुनौती है। चूंकि संबद्ध उद्योग दुबले मौसम के दौरान कृषि पर निर्भर रहते हैं, इसलिए कच्चे माल की आपूर्ति अपर्याप्त है और उन्हें उचित दरों पर प्राप्त करना बेहद कठिन है।

आत्मविश्वास की कमी– महिलाओं को अपनी ताकत पर भरोसा नहीं है, और उन्हें नहीं लगता कि वे अपना खुद का व्यवसाय स्थापित करने के लिए पर्याप्त सक्षम हैं। इन लोगों के करीबी लोग उनके उद्यमशीलता विकास का समर्थन नहीं करते हैं। हाल के कुछ वर्षों में, हालांकि प्रवृत्ति बदल रही है। इस तथ्य के बावजूद कि महिला उद्यमिता के विकास के लिए चरण परिवर्तन आवश्यक है, महिलाओं को और अधिक बदलाव से गुजरना पड़ता है।

वित्त की अनुपलब्धता – उनके पास धन तक, कोई पहुंच नहीं है, क्योंकि वे बाजार में किसी भी प्रकार की सुरक्षा प्रदान नहीं कर सकते हैं क्योंकि उनके पास कोई पूंजी नहीं है और बाजार में उनका क्रेडिट शून्य है। जैसा कि हम देख सकते हैं, बहुत कम महिलाओं के पास हाथ में ठोस संपत्ति है। इसलिए, वे खराब फंड, कार्यशील पूंजी की कमी जैसी समस्याओं से पीड़ित हैं।

पुरुष उद्यमियों से प्रतिस्पर्धा – पुरुष समकक्षों के माध्यम से प्रतिस्पर्धा व्यवसाय प्रबंधन प्रक्रिया में महिला उद्यमियों के लिए बाधाएं खड़ी करती है। पुरुष उद्यमियों से प्रतिस्पर्धा के कारण महिला उद्यमियों के लिए एक और बाधा उत्पन्न होती है, क्योंकि पुरुषों की तुलना में संगठनात्मक कौशल की कमी होती है।

गतिशीलता बाधा – भारतीय समाज एक रूढ़िवादी समाज है, जो महिला उद्यमियों की आवाजाही को सीमित करता है। इस बात के प्रमाण हैं कि महिलाएँ पुरुषों की तुलना में बहुत कम गतिशील हैं। दिन–रात और विभिन्न क्षेत्रों और राज्यों में यात्रा करने का आत्मविश्वास महिलाओं में उतना नहीं है जितना पुरुषों में है।

भारत में उद्यमिता के माध्यम से महिला सशक्तिकरण का प्रचार करने वाले संगठन–

- राष्ट्रीय महिला संसाधन केंद्र (NRCW) यह महिलाओं के प्रति नीति निर्माताओं की जागरूकता विकसित करने, नेतृत्व निर्माण प्रशिक्षण में मदद करने और महिला विकास पर एक रजिस्ट्री बनाए रखने के लिए राष्ट्रीय महिला आयोग अधिनियम, 1990 के तहत स्थापित एक स्वायत्त संगठन है।
- महिला भारत ट्रस्ट (WITW) एक धर्मार्थ संगठन है, जिसका गठन 1968 में महिलाओं की शिक्षा और कौशल विकास के उद्देश्य से किया गया था और इसका उद्देश्य 'बॉम्बे और उसके आसपास की सभी जातियों और धर्मों की जरूरतमंद और अकुशल महिलाओं के लिए एक नियमित आय अर्जित करना' था।
- महिला विकास निगम (WDCW) की स्थापना 1986 में महिलाओं के लिए उचित आय सृजन के अवसर पैदा करने के स्पष्ट इरादे से की गई थीय बदले में, महिलाओं के लिए बेहतर रोजगार के अवसर प्रदान करना ताकि वे स्वरोजगार कर सकें और आर्थिक रूप से स्थिर हो सकें।
- शहरी क्षेत्र में महिलाओं और बच्चों का विकास (डीडब्ल्यूसीयूए) की शुरुआत 1997 में की गई थी, ताकि शहरी गरीबों में से महिलाओं को स्वरोजगार सामाजिक–आर्थिक गतिविधि समूहों में शामिल किया जा सके, जिसका उद्देश्य गरीबी उन्मूलन और महिलाओं के कमजोर वर्ग को सामाजिक शक्ति प्रदान करना है।
- महिला विकास प्रकोष्ठ (डब्ल्यूडीसी) बैंकों के लिए महिला विकास प्रकोष्ठ (डब्ल्यूडीसी) बनाना महत्वपूर्ण था, ताकि बैंकिंग में लैंगिक विकास को व्यवस्थित तरीके से निपटाया जा सके।

भारत में महिला उद्यमियो की सहायता करने वाले वितीय संस्थान–

भारत में महिला उद्यमिता को समर्थन देने में वित्तीय संस्थाओं की भूमिका बहुआयामी और महत्वपूर्ण है। जैसा कि बताया गया है, राष्ट्रीय लघु उद्योग निगम (NSIC), अखिल भारतीय विकास बैंक (AIDB), विशिष्ट वित्तीय संस्थाएँ (SFIL), निवेश संस्थाएँ, क्षेत्रीय राज्य स्तरीय संस्थाएँ, वाणिज्यिक बैंक और सहकारी बैंक सहित विभिन्न संस्थाएँ महिला उद्यमियों को वित्तीय सहायता और परामर्श सेवाएँ प्रदान करती हैं।

भारत सरकार द्वारा उठाये गये कदम–

भारत सरकार ने देश में महिला उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए कई कदम उठाए हैं। उद्यमशीलता गतिविधियों में महिलाओं की भागीदारी के महत्व को समझते हुए, सरकार ने उनके विकास और वृद्धि का समर्थन करने के लिए एक अनुकूल वातावरण बनाया है। इसे प्राप्त करने के लिए, सरकार ने विशेष रूप से महिला उद्यमियों को लक्षित करते हुए विभिन्न प्रशिक्षण और विकास कार्यक्रम, साथ ही रोजगार सृजन पहल तैयार की है। सरकार द्वारा उठाए गए कुछ प्रमुख उपायों में शामिल हैं।

- प्रमुख विकास कार्यक्रमों में महिलाओं को एक विशिष्ट लक्ष्य समूह के रूप में पहचानना, यह सुनिश्चित करना कि उनकी जरूरतों और आवश्यकताओं को पूरा किया जाए।
- महिलाओं की बदलती जरूरतों और कौशल को पूरा करने वाली व्यावसायिक प्रशिक्षण सुविधाएँ प्रदान करना, ताकि वे अपने उद्यम शुरू करने और चलाने के लिए आवश्यक कौशल हासिल कर सकें।

- महिला उद्यमियों की दक्षता और उत्पादकता बढ़ाने के लिए नए उपकरण और तकनीक विकसित करना, जिससे बाजार में उनकी प्रतिस्पर्धात्मकता बढ़े।
- महिला उद्यमियों को उनके उत्पादों को बढ़ावा देने और बेचने में मदद करने के लिए विपणन सहायता प्रदान करना, जो उनके सामने आने वाली प्रमुख चुनौतियों में से एक है।
- निर्णय लेने की प्रक्रिया में महिलाओं को शामिल करना, यह सुनिश्चित करना कि उनकी आवाज सुनी जाए और नीति–निर्माण और कार्यक्रम कार्यान्वयन में उनके दृष्टिकोण पर विचार किया जाए।

ये कदम उठाकर, भारत सरकार सक्रिय रूप से महिला उद्यमिता को बढ़ावा दे रही है, महिलाओं के लिए अर्थव्यवस्था में भाग लेने के अवसर पैदा कर रही है, और देश की समग्र आर्थिक वृद्धि और विकास में योगदान दे रही है।

निष्कर्ष– निष्कर्ष रूप में, भारत की लगभग 50% आबादी वाली महिलाएँ देश के आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। शिक्षा की कमी, सामाजिक बाधाओं और सीमित प्रबंधकीय क्षमता सहित कई चुनौतियों का सामना करने के बावजूद, महिला उद्यमियों में भारत की आर्थिक प्रगति में महत्वपूर्ण योगदान देने की क्षमता है। सरकार ने महिला उद्यमियों को समर्थन देने के लिए कई कदम उठाए हैं, जिनमें 7वीं, 8वीं और 9वीं पंचवर्षीय योजनाओं में की गई पहल शामिल हैं। समाज, परिवार, सरकार और वित्तीय संस्थानों से उचित समर्थन और प्रोत्साहन के साथ, महिला उद्यमी अपने सामने आने वाली बाधाओं को दूर कर सकती हैं और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था का अभिन्न अंग बन सकती हैं। सरकार ने आर्थिक गतिविधियों में महिलाओं की भागीदारी के महत्व को पहचाना है और उनकी भागीदारी को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न योजनाओं और कार्यक्रमों को लागू किया है।

वैश्विक स्तर पर, महिलाएँ एक महत्वपूर्ण आर्थिक शक्ति के रूप में उभर रही हैं, विभिन्न क्षेत्रों में महिलाओं के स्वामित्व वाले व्यवसाय तेजी से बढ़ रहे हैं। हालाँकि, भारत में, आय–उत्पादक गतिविधियों में महिलाओं की वास्तविक भागीदारी असंतोषजनक बनी हुई है, जहाँ केवल 8% लघु–स्तरीय विनिर्माण इकाइयाँ महिलाओं के स्वामित्व और संचालन में हैं। इस असमानता को दूर करने के लिए महिला उद्यमियों को आवश्यक समर्थन और प्रोत्साहन प्रदान करना आवश्यक है। ऐसा करके, उनके लिए नए रास्ते खोले जा सकते हैं, और उनके व्यवसायों की बाजार क्षमता और लाभप्रदता बढ़ाई जा सकती है। यदि महिला उद्यमियों के सामने आने वाली समस्याओं का उचित समाधान किया जाता है, तो वे सफल उद्यमी के रूप में उभर सकती हैं, और संभावित रूप से अपने पुरुष समकक्षों से बेहतर प्रदर्शन कर सकती हैं।

संदर्भग्रंथ सूची

1. Asghar Afshar Jahanshahi and others, 2010, Issues & Challenges for Women Entrepreneurs in Global Scene, with Special Reference to India, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 4(9), p.43474356; http://www.indianmba.com/Faculty column/Fe 293.html
2. Baporikar, N. (2007) Entrepreneurship Development & Project ManagementHimalaya Publication House.
3. Desai, V: (1996) Dynamics of Entrepreneurial & Development & Management Himalaya publishing House-Fourth Edition, Reprint.
4. Dhaliwal S. (1998), "Silent Contributors: Asian Female Entrepreneurs and Women in Business", Women's Studies International Forum, Vol. 21 (5), pp. 469-474.
5. R. Ganapathi & S. Sannasi, 2008, Women Entrepreneurship The Road Ahead, Southern Economist, Vol. 46, No. 18, January, p. 36-38; http://www.indianmba.com/Faculty column/Fc 1073.html http://www.ijrcm.org.in;
6. Greene, Patricia G., Hart, Myra M. Brush, Candida G, & Carter, Nancy M, (2003), Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory, white paper at United States Association for Small Business and Entrepreneurship
7. J. Jayalatha, 2008, Role of Women Entrepreneurs in Social Upliftment, Southern
8. Economist, Vol. 47. No. 1, May, p. 40-42.IJRAR19D1059 International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR) www.liran.org4592018 IJRAR Jan 2018, Volume 5, Issue 1 www.ijrar.org (E-ISSN 2348-1269, P-ISSN 2349-5138)
9. Lokhande Prof. M.A., 2006, Entrepreneurship Development among Scheduled Castes and Scheduled Tribes in Marathwada Region, The Indian Journal of Commerce, Vol. 59, No. 1. January to March, p. 6476. Hanuman Prasad & B.L. Verma, 2006, Women Entrepreneurship in India. The Indian Journal of Commerce, Vol. 59, No. 2, April to June, p. 95-105.
10. Nussbaum M.C (2000). Women and human Development: The Capabilities Approach. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Rani D. L. (1996), Women Entrepreneurs, New Delhi, APH Publishing House.
12. Carrington, C. (2006). Women Entrepreneurs. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 19(2), 83-94 https://doi.org/10.1080/08276331.2006 10593360

*****