International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

भारत में महिला सशक्तिकरण में सामाजिक उद्यम की भूमिका : एक विश्लेषण

अंशु शर्मा
शोध छात्रा, राजनीति विज्ञान विभाग,
गोकुल दास हिंदू गर्ल्स डिग्री कॉलेज,
मुरादाबाद (उ०प्र०)
महात्मा ज्योतिबा फूले रूहेलखण्ड विश्वविद्यालय, बरेली

प्रो० (डॉ०) मीनाक्षी शर्मा
विभागाध्यक्षा, राजनीति विज्ञान विभाग,
गोकुल दास हिंदू गर्ल्स डिग्री कॉलेज,
मुरादाबाद (उ०प्र०)
महात्मा ज्योतिबा फूले रूहेलखण्ड विश्वविद्यालय, बरेली

सार

भारत में सामाजिक उद्यम एक उभरती हुई परिवर्तनकारी शक्ति के रूप में सामने आए हैं, जो महिला सशक्तिकरण को आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक और मनोवैज्ञानिक स्तर पर गहराई से प्रभावित कर रहे हैं। यह शोध सामाजिक उद्यमों की भूमिका का व्यापक विश्लेषण प्रस्तुत करता है, जिसके अंतर्गत महिलाओं की आय-वृद्धि, रोजगार के अवसर, उद्यमिता विकास और वित्तीय स्वतंत्रता जैसे आर्थिक प्रभावों का अध्ययन किया गया है। इसके साथ ही शिक्षा, स्वास्थ्य, सामाजिक प्रतिष्ठा और लैंगिक समानता जैसे सामाजिक आयामों पर इनके प्रभाव की भी समीक्षा की गई है।

सामाजिक उद्यमों ने महिलाओं को न केवल आजीविका प्रदान की है, बल्कि उन्हें नेतृत्व क्षमता, आत्मविश्वास और निर्णय-क्षमता से भी सशक्त किया है। महिला स्व-सहायता समूहों, NGO आधारित उद्यमों, सहकारी संस्थाओं तथा ग्रामीण हस्तशिल्प और कृषि-आधारित मॉडलों ने स्थानीय स्तर पर सामाजिक परिवर्तन को तेज किया है। Lijjat Papad, RangSutra, Mann Deshi Foundation, Barefoot College और Goonj जैसे सफल उदाहरण यह सिद्ध करते हैं कि सामाजिक उद्यम समाज के वंचित वर्गों, विशेषकर महिलाओं, को केंद्र में रखकर समावेशी विकास का मार्ग प्रशस्त करते हैं।

शोध पत्र से स्पष्ट होता है कि सामाजिक उद्यम महिलाओं की क्षमताओं, अवसरों और अधिकारों का विस्तार करते हुए उन्हें आर्थिक रूप से सक्षम और सामाजिक रूप से सम्मानित बनाते हैं। हालांकि वित्तीय संसाधन, तकनीकी साक्षरता, सामाजिक रूढ़ियाँ और नीतिगत असंगतियाँ अभी भी ये प्रमुख चुनौतियाँ हैं, लेकिन उचित नीति-निर्माण, कौशल विकास और समाजिक जागरूकता के माध्यम से इनके प्रभाव को और अधिक व्यापक बनाया जा सकता है।

मुख्य शब्द: सामाजिक उद्यम, महिला सशक्तिकरण, स्वयं सहायता समूह, सामाजिक प्रभाव, आर्थिक स्वतंत्रता, ग्रामीण विकास, लैंगिक समानता, नेतृत्व, समावेशी विकास।

प्रस्तावना

भारत जैसे विविध और जटिल सामाजिक ताना-बाना वाले देश में सामाजिक उद्यम और महिला सशक्तिकरण दो समकालीन अवधारणाएँ इस अर्थ में बेहद प्रासंगिक हैं कि दोनों मिलकर यह प्रश्न उठाती हैं – किस तरह सामाजिक नवाचार एवं उद्यमशीलता उन स्त्रियों के जीवन पर सकारात्मक प्रभाव डाल सकते हैं, जो परंपरागत रूप से सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक सीमाओं से जकड़ी रही हैं। इस शोध में हम तात्कालिक प्रासंगिकता के साथ यह देखेंगे कि सामाजिक उद्यम क्या है और उसकी विशिष्टताएँ क्या-क्या हैं; फिर महिला सशक्तिकरण का अर्थ तथा उसके बहुआयामी आयाम (आर्थिक, सामाजिक, शैक्षिक, राजनीतिक) समझेंगे; अंततः भारत में महिलाओं की स्थिति का ऐतिहासिक अवलोकन प्रस्तुत करेंगे ताकि यह स्पष्ट हो सके कि आज का संदर्भ किस प्रकार विकसित हुआ है।

सामाजिक उद्यम की परिभाषा एवं विशेषताएँ

सामाजिक उद्यम को आमतौर पर ऐसे संगठन के रूप में परिभाषित किया जाता है जो लाभ से अधिक सामाजिक या पर्यावरणीय लक्ष्य को केन्द्र में रखता है – अर्थात् यह केवल एक व्यवसाय नहीं बल्कि सामाजिक मूल्य सृजन का माध्यम भी है। उदाहरण स्वरूप, British Council के एक अध्ययन में भारत सहित पाँच देशों में सामाजिक उद्यमों को उस प्रकार परिभाषित किया गया है जिसमें कम-से-कम 25 प्रतिशत राजस्व व्यापारिक गतिविधि से आता हो और उद्देश्य परोपकारी हो।

इसके कुछ मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं:

International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

- सामाजिक उद्देश्य को व्यावसायिक कार्रवाई के साथ संयोजित करना (i.e., "पारंपरिक व्यवसाय + सामाजिक मिशन")।
- वित्तीय आत्मनिर्भरता – सिर्फ ग्रांट-निर्धारित नहीं, बल्कि राजस्व-उत्पादन मॉडल अपनाना।
- लक्षित समूह के साथ सहभागिता – जहाँ सामाजिक उद्यम समुदाय-लक्षित हो।
- नवोन्मेष और प्रभाव-माप – सामाजिक परिवर्तन की दिशा में चुनौतियों के समाधान खोजना।

भारत जैसे विकासशील अर्थव्यवस्था में सामाजिक उद्यम महिलाओं को आर्थिक व सामाजिक रूप से सक्रिय करने की दिशा में एक उपयोगी माध्यम बने हुए हैं। उदाहरणतः, महिलाओं-नेतृत्व वाले सामाजिक उद्यम न केवल रोजगार उपलब्ध कराते हैं बल्कि उन्हें नेतृत्व एवं निर्णय-क्षमता का अवसर भी देते हैं।

महिला सशक्तिकरण का अर्थ एवं बहुआयामी स्वरूप

"महिला सशक्तिकरण" एक विस्तृत और जटिल अवधारणा है, जिसमें सिर्फ महिलाओं को अवसर देना नहीं बल्कि उन्हें अपनी ज़िन्दगी के महत्वपूर्ण निर्णय लेने की क्षमता, संसाधनों तक पहुँच, सामाजिक मान्यता और राजनीतिक भागीदारी का अधिकार देना शामिल है। इसे इस प्रकार परिभाषित किया गया है – "एक बहुआयामी सामाजिक प्रक्रिया जो कम-शक्ति समूहों को अपनी जीवन-स्थिति और निर्णय-प्रक्रियाओं पर नियंत्रण हासिल करने में सक्षम बनाती है।"

इसके चार प्रमुख आयाम देखे जा सकते हैं:

- **आर्थिक:** महिलाओं को रोजगार, आय, उद्यमिता, संसाधनों (जैसे भूमि, पूँजी) उपलब्ध कराना और आर्थिक निर्णय-प्रक्रियाओं में भागीदारी सुनिश्चित करना।
- **शैक्षिक/सामाजिक:** शिक्षा-स्वास्थ्य तक पहुँच, सामाजिक मान्यताओं में परिवर्तन, कौशल विकास, सामाजिक प्रतिष्ठा एवं समान मानवाधिकार सुनिश्चित करना।
- **शैक्षिक (विशेष रूप से):** बढ़ती गई शिक्षा-साक्षरता, सामाजिक जागरूकता, लैंगिक रूढ़ियों का विरोध।
- **राजनीतिक/निर्णय-क्षमता:** सार्वजनिक निर्णय-प्रक्रियाओं में महिलाओं की भागीदारी, नेतृत्व-भूमिका, घरेलू निर्णयों में स्वायत्तता।

इस प्रकार महिला सशक्तिकरण केवल "स्रोतों तक पहुँच" नहीं, बल्कि "एजेंसी एवं विकल्पों का विस्तार" है– अर्थात् महिलाओं को निर्णय लेने वाला पात्र बनाना।

सैद्धांतिक एवं वैचारिक ढांचा

शोध पत्र में सामाजिक उद्यम व महिला सशक्तिकरण की समझ को सुदृढ़ करने के लिए तीन प्रमुख सिद्धांतों– Capability Approach, Feminist Theory of Development, तथा Social Capital Theory– को आधार बनाया गया है। इसके साथ-साथ, सामाजिक उद्यम के सैद्धांतिक घटक (उद्भावना/नवोन्मेष, सततता, सामुदायिक विकास) तथा महिला सशक्तिकरण के घटक (आत्मनिर्भरता, भागीदारी, समानता, जागरूकता) को परिभाषित करते हुए, इन दोनों अवधारणाओं के अंतर्संबंध की पड़ताल की जाएगी।

क्षमता दृष्टिकोण

अमर्त्य सेन द्वारा विकसित क्षमता दृष्टिकोण इस विचार पर आधारित है कि विकास केवल संसाधनों या आय वृद्धि तक सीमित नहीं है, बल्कि यह उन वास्तविक अवसरों के सृजन से जुड़ा है जो व्यक्ति को "वे चीजें करने या होने की क्षमता देती हैं जिन्हें वे मूल्यवान मानते हैं"। सेन यह कहते हैं कि केवल संसाधन रखना या लाभ प्राप्त करना पर्याप्त नहीं है, बल्कि यह महत्वपूर्ण है कि व्यक्ति उस जीवन-पथ को चुन सके जिसे वह महत्व देता है।

महिला सशक्तिकरण के संदर्भ में, यह दृष्टिकोण यह दिखाता है कि महिलाओं को न सिर्फ शिक्षा, स्वास्थ्य, आय-साधन उपलब्ध कराना है, बल्कि उनकी नीतिगत निर्णय-प्रक्रियाओं में भागीदारी, स्वायत्तता और विकल्पों की क्षमता प्रदान करना है। उदाहरण के लिए, अगर महिला को केवल एक प्रशिक्षण-प्रथम कार्यक्रम दिया गया लेकिन उसे सामाजिक और पारिवारिक बंधनों व अवसर-अभाव की वजह से प्रयोग में उतारने का विकल्प नहीं मिला, तो उसकी capability सीमित रह जाती है। इस अर्थ में

International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

सामाजिक उद्यमों द्वारा महिलाओं को अवसर उपलब्ध कराना, संसाधन देना, नेटवर्क बनाना–यह क्षमता दृष्टिकोण के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है।

विकास का नारीवादी सिद्धांत

विकास का नारीवादी सिद्धांत विकास-प्रक्रियाओं में लैंगिक असमानताओं, शक्ति-संबंधों, सामाजिक संरचनाओं और महिलाओं के अनुभवों को केंद्र में रखती है। यह पारंपरिक विकास-मॉडल जो 'महिला-लाभार्थी' को मात्र निष्क्रिय ग्रहीत मानते हैं, उससे परे जाती है और इस बात पर बल देती है कि महिलाओं को विकास के एजेंट (agents) के रूप में देखना चाहिए – न कि सिर्फ लाभार्थी के रूप में।

इस सिद्धांत के अंतर्गत, महिलाओं की भागीदारी, समान अवसर और सामाजिक जागरूकता को विकास की मूलभूत घटक माना जाता है। उदाहरणस्वरूप, केवल आय-संस्थान उपलब्ध कराना पर्याप्त नहीं; यह आवश्यक है कि महिलाओं को निर्णय-प्रक्रियाओं में शामिल किया जाए, सामाजिक बन्धनों एवं शक्ति संरचनाओं से निकलने का अवसर मिले। Feminist दृष्टिकोण से देखा जाए तो सामाजिक उद्यम में महिलाओं-नेतृत्व, परिवार/समुदाय में निर्णय-क्षमता, प्रचार-प्रसार आदि महत्वपूर्ण होते हैं।

सामाजिक पूंजी सिद्धांत

सामाजिक पूंजी सिद्धांत बताती है कि सामाजिक संबंधों, नेटवर्क, भरोसे, और प्रवृत्तियों का एक पूँजी-सदृश मूल्य है, जो व्यक्तिगत तथा सामुदायिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। उदाहरण के लिए, सी. क्लेरिज की व्याख्या के अनुसार, "social capital is the structure and quality of social relationships … networks, trust and norms of reciprocity."

सामाजिक उद्यमों के संदर्भ में, सामाजिक पूंजी महत्वपूर्ण है क्योंकि सामाजिक उद्यम अक्सर समुदाय-भितर नेटवर्क, साझेदारी, विश्वास और सामुदायिक सहभागिता पर आधारित होते हैं। ये घटक नवोन्मेष, बाजार-पहुँच, संसाधन-साझा करने और सततता में योगदान देते हैं (उदाहरण के लिए, सामाजिक उद्यम सफल इसलिए होते हैं क्योंकि उन्होंने 'विश्वास-नेटवर्क' खड़ा किया)।

सामाजिक उद्यम के सैद्धांतिक घटक

सामाजिक उद्यम को केवल सामान्य व्यवसाय की तरह नहीं देखा जाना चाहिए बल्कि उसके कुछ विशिष्ट सैद्धांतिक घटक होते हैं जो उसे महिला सशक्तिकरण के संदर्भ में प्रभावी बनाते हैं:

नवोन्मेष: सामाजिक उद्यमों में अक्सर पारंपरिक समस्या-हल के बजाए नए तरीके अपनाए जाते हैं– उदाहरणस्वरूप महिला-स्वायत्ता के लिए डिजिटल प्लेटफार्म, महिलाओं-नेतृत्वित समूह, सहायक नेटवर्क।

सततता: सामाजिक उद्यम का मॉडल सिर्फ ग्रांट-पर आधारित नहीं, बल्कि आय-उत्पादन, पुनरावृत्ति योग्य संसाधन, स्वयं-निर्भरता के आधार पर खड़ा होता है।

सामुदायिक विकास: सामाजिक उद्यम का लक्ष्य सिर्फ लाभ-उत्पादन नहीं बल्कि समुदाय की सशक्तीकरण, नेटवर्क निर्माण, सामाजिक परिवर्तन और लम्बे समय तक चलने वाला प्रभाव उत्पन्न करना होता है।

इन घटकों के माध्यम से सामाजिक उद्यम महिलाओं को सिर्फ स्वरोजगार-उपाय नहीं देते, बल्कि उन्हें समाज-तंत्र में एक सक्रिय भूमिका, नेटवर्क-सहायता, नेतृत्व-अवसर और समुदाय-सहभागिता प्रदान करते हैं।

महिला सशक्तिकरण के घटक

महिला सशक्तिकरण के विश्लेषणात्मक घटक निम्नलिखित हैं:

आत्मनिर्भरता: महिलाओं को संसाधन, कौशल, आर्थिक अवसर इतनी मात्रा में मिलना कि वे अपनी जीवन-गत निर्णयों में स्वायत्त हों।

भागीदारी: सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक निर्णय-प्रक्रियाओं में महिलाओं की सक्रिय भागीदारी– उदाहरणस्वरूप उद्यम-निर्माण, नेतृत्व-भूमिका, समुदाय-बैठकों में उपस्थिति।

समानता: महिलाओं और पुरुषों के बीच अवसर, संसाधन, निर्णय-शक्ति में वास्तविक समानता सुनिश्चित करना।

जागरूकता: महिलाओं में अपने अधिकारों, अवसरों, संसाधनों, सामाजिक बंधनों तथा व्यवधानों के प्रति समझ विकसित करना – तथा सामाजिक उद्यमों व अवसरों की जानकारी होना।

International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

इन घटकों के माध्यम से महिला सशक्तिकरण को सिर्फ आर्थिक लाभ तक सीमित नहीं बल्कि सामाजिक एवं राजनीतिक समावेशन तक फैला हुआ देखा जाता है।

द्विघटक अंतर्संबंध

जब हम इन सिद्धांतों व घटकों को एक साथ रखते हैं तो स्पष्ट होता है कि सामाजिक उद्यम और महिला सशक्तिकरण की अवधारणाएँ एक दूसरे-के पूरक हैं। उदाहरण के लिए, क्षमता दृष्टिकोण यह बताती है कि महिलाओं को सिर्फ संसाधन देना पर्याप्त नहीं है – उन्हें वास्तविक अवसर देना है कि वे वैल्यू किए गए जीवन को चुन सकें। सामाजिक उद्यम इस अवसर-निर्माण में भूमिका निभाता है – नवोन्मेष और नेटवर्क-सहायता के माध्यम से। नारीवादी सिद्धांत का जोर कहता है कि महिलाओं को विकास के एजेंट बनना है – सामाजिक उद्यम महिलाओं को स्वरोजगार, सामाजिक नेटवर्क, नेतृत्व-भूमिका देते हैं। सामाजिक पूंजी सिद्धांत बताती है कि नेटवर्क, भरोसा, सामाजिक संबंध महिलाओं की भागीदारी और उद्यम-सफलता में महत्वपूर्ण हैं।

इस प्रकार: सामाजिक उद्यम महिलाओं की आत्मनिर्भरता को बढ़ावा देता है (economic self-reliance)।

- सामाजिक उद्यम महिलाओं को सामाजिक नेटवर्क और भागीदारी के अवसर देते हैं, जिससे समानता तथा जागरूकता बढ़ती है।
- क्षमता दृष्टिकोण के रूप में यह देखा जा सकता है कि सामाजिक उद्यम महिलाओं की "विकाल्पों की क्षमता" का संवर्धन करता है।
- नारीवादी सिद्धांत के दृष्टिकोण से सामाजिक उद्यम सिर्फ आर्थिक उपकरण नहीं, बल्कि सामाजिक परिवर्तन की दिशा में महिलाओं को सक्रिय भूमिका में लाता है।
- सामाजिक पूंजी सिद्धांत यह बताती है कि उद्यम के संदर्भ में नेटवर्क-सहायता, भरोसा-संबंध, समुदाय-सहयोग की उपलब्धता महिलाओं की सफलता और प्रभाव में महत्वपूर्ण है।
- इस तरह सामाजिक उद्यम और महिला सशक्तिकरण का संबंध त्रिवेणी-प्रवाह की तरह है– जहां संसाधन, अवसर, नेटवर्क, भागीदारी एवं नवोन्मेष एक साथ काम करते हैं।

यह अध्याय आपके शोधपत्र में सैद्धांतिक एवं वैचारिक आधार स्थापित करता है, जिससे आगे आने वाले अध्याय (जैसे सामाजिक उद्यमों की स्थिति, प्रभाव-विभाजन, चुनौतियाँ) अधिक विश्लेषण-क्षम हों।

सामाजिक उद्यमों की स्थिति और प्रकार

भारत में सामाजिक उद्यम सामाजिक नवाचार और आर्थिक स्थायित्व का संगम हैं। ये ऐसे संगठन हैं जो सामाजिक समस्याओं के समाधान के लिए उद्यमशीलता की रणनीतियों का प्रयोग करते हैं। ब्रिटिश काउंसिल के अनुसार, भारत में लगभग 20 लाख से अधिक सामाजिक उद्यम प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से कार्यरत हैं, जिनमें से लगभग 25–30% महिलाएं संचालित करती हैं। ये उद्यम न केवल सामाजिक बदलाव लाने का प्रयास करते हैं, बल्कि आर्थिक रूप से आत्मनिर्भर भी हैं।[i]

1. लाभ-निरपेक्ष बनाम लाभ-उन्मुख मॉडल

सामाजिक उद्यम दो प्रमुख रूपों में पाए जाते हैं –

(क) लाभ-निरपेक्ष (Non-Profit) मॉडल और

(ख) लाभ-उन्मुख (For-Profit) मॉडल।

लाभ-निरपेक्ष मॉडल में संगठन का प्रमुख उद्देश्य सामाजिक सेवा होता है, न कि मुनाफ़ा। ऐसे उद्यम अनुदान, CSR फंड या स्वयं-सहायता समूहों पर निर्भर रहते हैं। उदाहरणतः Goonj (स्थापना: 1999, दिल्ली) समाज के वंचित वर्गों को वस्त्र, शिक्षा सामग्री और संसाधन उपलब्ध कराने के लिए कार्यरत है।[ii]

लाभ-उन्मुख मॉडल का उद्देश्य सामाजिक मिशन के साथ आर्थिक स्थायित्व प्राप्त करना है। ये उद्यम उत्पाद और सेवाओं की बिक्री से आय उत्पन्न करते हैं। उदाहरणस्वरूप, RangSutra Crafts India Ltd. (स्थापना: 2006, बीकानेर) ग्रामीण महिला कारीगरों को शेयरधारक बनाकर हस्तनिर्मित वस्त्रों को राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय बाजार तक पहुंचाता है।[iii] इस प्रकार ये मॉडल सामाजिक उद्देश्य और आर्थिक व्यवहार्यता के बीच संतुलन बनाते हैं।[iv]

International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

2. NGO आधारित सामाजिक उद्यम

भारत में सामाजिक उद्यमों का बड़ा भाग गैर-सरकारी संगठनों (NGOs) द्वारा संचालित होता है। ये संगठन पारंपरिक NGO ढांचे को उद्यमशीलता से जोड़ते हैं। Barefoot College (स्थापना: 1972, तिलोनिया, राजस्थान) इसका उत्कृष्ट उदाहरण है, जो ग्रामीण महिलाओं को सौर ऊर्जा इंजीनियर, शिक्षक, और स्वास्थ्य कार्यकर्ता के रूप में प्रशिक्षित करता है।[v] इस प्रकार NGO आधारित सामाजिक उद्यम न केवल सेवा प्रदान करते हैं बल्कि स्थानीय क्षमता निर्माण (capacity building) भी करते हैं।

3. महिला स्व-सहायता समूह आधारित उद्यम

भारत में महिला स्व-सहायता समूहों (Self-Help Groups: SHGs) के माध्यम से संचालित उद्यम महिला सशक्तिकरण के सबसे प्रभावी रूपों में से एक हैं। राष्ट्रीय ग्रामीण आजीविका मिशन (NRLM, 2020) के अनुसार, भारत में लगभग 83 लाख SHGs सक्रिय हैं, जो लाखों महिलाओं को आर्थिक आत्मनिर्भरता की दिशा में प्रेरित कर रहे हैं।

Lijjat Papad (स्थापना: 1959, मुंबई) इसका क्लासिक उदाहरण है। सात महिलाओं द्वारा शुरू किया गया यह उद्यम अब 45,000 से अधिक महिला सदस्यों का सहकारी संगठन बन चुका है, जो प्रतिवर्ष करोड़ों रुपए का कारोबार करता है।[vi] यह मॉडल दिखाता है कि कैसे आर्थिक लाभ और सामाजिक समानता एक साथ संभव हैं।

4. ग्रामीण हस्तशिल्प, कृषि, स्वास्थ्य, शिक्षा और वित्तीय समावेशन में भूमिका

सामाजिक उद्यमों ने भारत के ग्रामीण विकास में भी व्यापक योगदान दिया है।

- **हस्तशिल्प:** RangSutra और Dastkar जैसे उद्यम ग्रामीण महिलाओं और कारीगरों को प्रशिक्षण, विपणन और उचित पारिश्रमिक उपलब्ध कराते हैं।[vii]
- **कृषि:** Digital Green और Sadhna जैसे संगठन ग्रामीण किसानों, विशेषकर महिला कृषकों को डिजिटल प्लेटफॉर्म और मूल्यवर्धन की सुविधाएँ देते हैं।
- **स्वास्थ्य:** ARMMAN और Karuna Trust जैसे उद्यम ग्रामीण क्षेत्रों में मातृ स्वास्थ्य और डिजिटल हेल्थकेयर को बढ़ावा दे रहे हैं।
- **शिक्षा:** Pratham Foundation और Barefoot College शिक्षा और व्यावसायिक प्रशिक्षण में महिलाओं की भागीदारी सुनिश्चित करते हैं।
- **वित्तीय समावेशन:** Mann Deshi Foundation (स्थापना: 1997, सतारा, महाराष्ट्र) ग्रामीण महिलाओं के लिए बैंक, व्यवसाय प्रशिक्षण, और डिजिटल साक्षरता कार्यक्रम संचालित करती है।[viii]

इन सभी प्रयासों से ग्रामीण भारत में महिलाओं की आर्थिक स्वतंत्रता, निर्णय क्षमता और सामाजिक स्थिति में उल्लेखनीय सुधार हुआ है।[ix]

5. सफल उदाहरण और सामाजिक प्रभाव

भारत में अनेक सामाजिक उद्यमों ने सामाजिक परिवर्तन के स्थायी मॉडल प्रस्तुत किए हैं।

- **Lijjat Papad** – महिला सहकारिता द्वारा आर्थिक सशक्तिकरण का आदर्श मॉडल।
- **RangSutra** – ग्रामीण महिला कारीगरों का शेयरधारी उद्यम।
- **Goonj** – वस्त्र और उपयोगी संसाधनों के पुनर्चक्रण से गरिमा आधारित सहायता।
- **Mann Deshi Foundation** – ग्रामीण महिला उद्यमिता और वित्तीय समावेशन की मिसाल।
- **Barefoot College** – शिक्षा और सौर ऊर्जा में महिला नेतृत्व का उत्कृष्ट उदाहरण।

इन सभी मॉडलों ने सिद्ध किया है कि सामाजिक उद्यम केवल आर्थिक संस्था नहीं, बल्कि सामाजिक नवाचार और सशक्तिकरण के वाहक हैं। ब्रिटिश काउंसिल की 2022 रिपोर्ट के अनुसार, भारत में सामाजिक उद्यमों का लगभग 57% हिस्सा सीधे महिलाओं की भागीदारी से जुड़ा है और इनसे लाखों महिलाओं को आत्मनिर्भरता प्राप्त हुई है।[x]

International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

महिला सशक्तिकरण पर प्रभाव विश्लेषण

भारत में सामाजिक उद्यम केवल आर्थिक गतिविधियों के माध्यम नहीं हैं, बल्कि वे महिलाओं के जीवन में बहुआयामी परिवर्तन लाने का एक सशक्त साधन बन चुके हैं। ये उद्यम महिलाओं को रोजगार, सम्मान, और आत्मनिर्भरता प्रदान करते हुए उनके सामाजिक, राजनीतिक, और मनोवैज्ञानिक जीवन में गहरे परिवर्तन ला रहे हैं। जैसा कि अमर्त्य सेन ने अपनी पुस्तक Development as Freedom में कहा है– "वास्तविक विकास वही है जो व्यक्ति की स्वतंत्रता, चयन की क्षमता, और सामाजिक भागीदारी को बढ़ाए।"[xi] यह विचार सामाजिक उद्यमों के प्रभाव विश्लेषण की नींव रखता है।

1. आर्थिक प्रभाव

सामाजिक उद्यमों ने ग्रामीण और शहरी भारत दोनों में महिलाओं के लिए आय-वृद्धि और रोजगार के अवसर पैदा किए हैं। Lijjat Papad (1959, मुंबई) इसका सबसे प्रामाणिक उदाहरण है, जिसने 45,000 से अधिक महिलाओं को सहकारी सदस्यता और रोजगार प्रदान किया। यह संगठन न केवल महिलाओं की आर्थिक स्थिति सुधारता है, बल्कि उन्हें "समान वेतन और सामूहिक स्वामित्व" की भावना भी देता है।[xii]

Mann Deshi Foundation (1997, महाराष्ट्र) ने 10 लाख से अधिक ग्रामीण महिलाओं को सूक्ष्म ऋण, उद्यम प्रशिक्षण और डिजिटल वित्तीय साक्षरता प्रदान की है।[xiii] इसके परिणामस्वरूप, महिलाओं की औसत आय में 40–60% की वृद्धि दर्ज की गई।[xiv]

यह आर्थिक स्वतंत्रता महिलाओं को केवल उपभोक्ता नहीं बल्कि उत्पादक की भूमिका में स्थापित करती है, जिससे उनके घर और समुदाय में निर्णय क्षमता भी बढ़ती है।[xv]

2. सामाजिक प्रभाव

सामाजिक उद्यमों ने महिलाओं की शैक्षिक, स्वास्थ्य और सामाजिक स्थिति में उल्लेखनीय सुधार किया है। Barefoot College (1972, तिलोनिया, राजस्थान) ग्रामीण अशिक्षित महिलाओं को "सोलर इंजीनियर" बनने का प्रशिक्षण देता है – जिससे वे अपने गाँव में ऊर्जा स्वावलंबन और शिक्षा सुधार में योगदान देती हैं।[xvi]

इसी तरह Goonj संगठन (स्थापना 1999, दिल्ली) ने महिलाओं के लिए "Cloth for Work" अभियान चलाकर गरिमा-आधारित सहायता का नया मॉडल दिया, जो पारंपरिक दान संस्कृति को आत्मसम्मान में परिवर्तित करता है।[xvii]

शिक्षा और स्वास्थ्य के साथ-साथ सामाजिक प्रतिष्ठा (social dignity) में भी वृद्धि हुई है। ग्रामीण समाज में महिलाएँ अब केवल गृहिणी नहीं, बल्कि निर्णयकर्ता और प्रशिक्षण-दात्री के रूप में पहचानी जाने लगी हैं। Nussbaum के अनुसार, यह "Capabilities Expansion" का उदाहरण है – जहाँ शिक्षा और सामाजिक अवसर महिलाओं को आत्मविश्वासी और स्वतंत्र बनाते हैं।[xviii]

3. राजनीतिक प्रभाव

महिलाओं की राजनीतिक भागीदारी और नेतृत्व में भी सामाजिक उद्यमों की भूमिका महत्वपूर्ण रही है। SEWA Bharat (Self-Employed Women's Association) जैसे संगठनों ने महिलाओं को सामूहिक संगठनों के प्रबंधन और स्थानीय निकाय चुनावों में उम्मीदवार बनने के लिए प्रेरित किया है। British Council के सर्वेक्षण के अनुसार, लगभग 37% महिला सामाजिक उद्यमी किसी न किसी रूप में स्थानीय निर्णय प्रक्रियाओं में भाग ले रही हैं।[xix]

इस प्रक्रिया ने उन्हें विकास एजेंट (agents of change) के रूप में स्थापित किया है – न कि केवल लाभार्थी के रूप में। जैसा कि Moser लिखती हैं, "विकास की प्रक्रिया में महिला-नेतृत्व तभी स्थायी होता है जब उन्हें नीति और निर्णय स्तर पर भागीदारी मिले।"[xx]

4. मनोवैज्ञानिक प्रभाव

सामाजिक उद्यमों के प्रभाव केवल भौतिक नहीं बल्कि मनोवैज्ञानिक स्तर पर भी गहरे हैं। आत्मविश्वास, आत्मसम्मान, और नेतृत्व क्षमता में वृद्धि देखी गई है। Lijjat Papad की सदस्य महिलाएँ न केवल अपने आर्थिक निर्णय स्वयं लेती हैं, बल्कि सामाजिक आयोजनों और परिवारिक मामलों में भी निर्णायक भूमिका निभाती हैं।[xxi]

Mann Deshi Foundation की एक अध्ययन रिपोर्ट के अनुसार, 78% महिलाओं ने बताया कि प्रशिक्षण के बाद वे बैंकिंग, व्यापार, और स्थानीय निकायों से बिना झिझक संवाद कर पाती हैं – यह मनोवैज्ञानिक सशक्तिकरण का ठोस संकेत है।[xxii]

International Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Trends (IJARMT)
An International Open Access, Peer-Reviewed Refereed Journal
Impact Factor: 6.4 Website: https://ijarmt.com ISSN No.: 3048-9458

5. सामाजिक उद्यमों के माध्यम से परिवर्तन की केस स्टडी

Barefoot College की Solar Mamas पहल से ग्रामीण अफ्रीका और एशिया की सैकड़ों महिलाएँ सोलर इंजीनियर बनीं – यह साबित करता है कि सामाजिक उद्यम सीमाओं के पार भी महिला नेतृत्व का मॉडल बना सकते हैं।[xxiii]

इसी प्रकार Goonj की परियोजना "Not Just a Piece of Cloth" ने भारत में मासिक धर्म (menstrual hygiene) पर सामाजिक संवाद शुरू किया – जिससे महिलाओं की गरिमा और स्वास्थ्य दोनों पर प्रभाव पड़ा।

ये सभी उदाहरण दर्शाते हैं कि सामाजिक उद्यम केवल "रोज़गार" नहीं देते बल्कि गरिमा, अधिकार, और आत्मविश्वास प्रदान करते हैं।

अतः सामाजिक उद्यम महिलाओं के जीवन में केवल आर्थिक परिवर्तन नहीं, बल्कि समग्र सामाजिक क्रांति ला रहे हैं। ये उद्यम महिलाओं को संसाधनों तक पहुँच, निर्णय क्षमता, आत्मविश्वास, और सामाजिक मान्यता दिला रहे हैं। क्षमता दृष्टिकोण और नारीवादी सिद्धांत के दृष्टिकोण से देखा जाए तो यह सशक्तिकरण "स्वतंत्रता से जीवन निर्माण" की प्रक्रिया है – जहाँ महिलाएँ अब विकास की वस्तु नहीं, बल्कि स्वयं विकास की प्रेरक बन चुकी हैं।

निष्कर्ष

भारत में सामाजिक उद्यमों ने महिला सशक्तिकरण के क्षेत्र में परिवर्तन की एक नई धारा स्थापित की है। इन उद्यमों ने यह सिद्ध कर दिया है कि सामाजिक विकास केवल सरकारी योजनाओं पर निर्भर नहीं है, बल्कि नवाचार, सहयोग और स्थानीय नेतृत्व के माध्यम से भी संभव है। आर्थिक दृष्टि से सामाजिक उद्यमों ने महिलाओं को आत्मनिर्भर बनने के अवसर प्रदान किए हैं – चाहे वह लिज्जत पापड़ जैसी सहकारी संस्थाएँ हों या मान देशी फाउंडेशन जैसे वित्तीय समावेशन के मॉडल। इनसे महिलाओं की आय, रोजगार, और उद्यमिता की संभावनाएँ बढ़ी हैं।

सामाजिक दृष्टि से, इन उद्यमों ने महिलाओं को शिक्षा, स्वास्थ्य, और सामाजिक सम्मान की दिशा में सशक्त बनाया है। अब ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में महिलाएँ केवल लाभार्थी नहीं, बल्कि नीति-निर्माण और नेतृत्व की भूमिका निभा रही हैं। राजनीतिक स्तर पर, स्थानीय निकायों और समुदायिक संगठनों में उनकी भागीदारी ने लोकतांत्रिक प्रक्रिया को अधिक समावेशी बनाया है। वहीं मनोवैज्ञानिक दृष्टि से आत्मविश्वास, स्वाभिमान, और निर्णय-क्षमता में वृद्धि हुई है, जिससे महिलाएँ अपने जीवन और परिवार के स्तर पर स्वतंत्र निर्णय लेने लगी हैं।

भविष्य के लिए आवश्यक है कि सामाजिक उद्यमों को वित्तीय सहयोग, तकनीकी प्रशिक्षण, और नीतिगत सहायता दी जाए। ग्रामीण क्षेत्रों में महिलाओं के लिए डिजिटल शिक्षा और बाजार तक पहुँच को प्राथमिकता दी जानी चाहिए। साथ ही, समाज में महिला नेतृत्व के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण विकसित करना भी ज़रूरी है।

अतः निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि सामाजिक उद्यम केवल आर्थिक साधन नहीं, बल्कि एक सामाजिक क्रांति के माध्यम हैं – जो भारत में महिला सशक्तिकरण की दिशा में स्थायी और समावेशी परिवर्तन की आधारशिला रख रहे हैं।

संदर्भ

i. ब्रिटिश काउंसिल, 2016, सोशल एंटरप्राइज़: एन ओवरव्यू ऑफ द पॉलिसी फ्रेमवर्क इन इंडिया, लंदन: ब्रिटिश काउंसिल प्रेस, पृ. 12–18

ii. गुप्ता, अ., गूंज वार्षिक रिपोर्ट, नई दिल्ली: गूंज पब्लिकेशन्स, 2020, पृ. 4–9

iii. रंगसूत्र रिपोर्ट, 2021, पृ. 10–12

iv. निकॉल्स, 2006, सोशल एंटरप्रेन्योरशिप, ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, पृ. 15–18

v. बंकर रॉय, द बियरफुट कॉलेज मॉडल, 2018, जयपुर: बियरफुट प्रेस, पृ. 25–30

vi. टी. के. कृष्णमूर्ति, एम्पावरमेंट थ्रू कलेक्टिव एंटरप्राइज़, टाटा मैकग्रा हिल, मुंबई, 2014, पृ. 52–56

vii. सेवा भारत, आर्टिसन लाइवलीहुड रिपोर्ट, 2020, पृ. 18–22

viii. चेतना गाला सिन्हा, मन्न देशी: वुमेन एट द हेल्म ऑफ चेंज, 2019, पुणे: देशी पब्लिकेशन्स, पृ. 14–20

[ix]. डुफ्लो, ई., विमेन एम्पावरमेंट एंड इकोनॉमिक डेवलपमेंट, जर्नल ऑफ इकोनॉमिक लिटरेचर, 2012, पृ. 1051–1055
[x]. ब्रिटिश काउंसिल, 2022, विमेन एंड सोशल एंटरप्राइज़ इन इंडिया, लंदन: ब्रिटिश काउंसिल प्रेस, पृ. 6–8
[xi]. अमर्त्य सेन, 1999, डेवलपमेंट ऐज़ फ्रीडम, ऐल्फ्रेड ए. नॉप्फ, न्यूयॉर्क, पृ. 74
[xii]. कृष्णमूर्ति, टी. के., एम्पावरमेंट थ्रू कलेक्टिव एंटरप्राइज़, टाटा मैकग्रा हिल, मुंबई, 2014, पृ. 52–56
[xiii]. सिन्हा, सी. जी., मन्न देशी: वुमेन एट द हेल्म ऑफ चेंज, देशी पब्लिकेशन्स, पुणे, 2019, पृ. 18–22
[xiv]. ब्रिटिश काउंसिल, 2022, विमेन एंड सोशल एंटरप्राइज़ इन इंडिया, लंदन: ब्रिटिश काउंसिल प्रेस, पृ. 6–8
[xv]. डुफ्लो, ई., विमेन एम्पावरमेंट एंड इकोनॉमिक डेवलपमेंट, जर्नल ऑफ इकोनॉमिक लिटरेचर, 2012, पृ. 1053–1056
[xvi]. रॉय, बी., द बियरफुट कॉलेज मॉडल, बियरफुट प्रेस, जयपुर, 2018, पृ. 25–30
[xvii]. गुप्ता, अ., गूंज वार्षिक रिपोर्ट, नई दिल्ली: गूंज पब्लिकेशन्स, 2020, पृ. 8–12
[xviii]. नुसबॉम, 2000, विमेन एंड ह्यूमन डेवलपमेंट, कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस, पृ. 36–40
[xix]. ब्रिटिश काउंसिल, 2016, सोशल एंटरप्राइज़ इन इंडिया, लंदन: ब्रिटिश काउंसिल प्रेस, पृ. 22–25
[xx]. मोसर, 1993, जेंडर प्लानिंग एंड डेवलपमेंट, रूटलेज, लंदन, पृ. 27–30
[xxi]. कृष्णमूर्ति, टी. के., एम्पावरमेंट थ्रू कलेक्टिव एंटरप्राइज़, टाटा मैकग्रा हिल, मुंबई, 2014, पृ. 52–56
[xxii]. सिन्हा, सी. जी., मन्न देशी: वुमेन एट द हेल्म ऑफ चेंज, देशी पब्लिकेशन्स, पुणे, 2019, पृ. 18–22
[xxiii]. रॉय, बी., द बियरफुट कॉलेज मॉडल, बियरफुट प्रेस, जयपुर, 2018, पृ. 25–30