Lyceum India Journal of Social Sciences | e-ISSN: 3048-6513
Peer-reviewed • Indexed • Open Access • Monthly Online Journal
Vol. 3, No. 10 | August 2026
DOI: 10.5281/zenodo.22084279

महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का अध्ययन

अनुपम मिश्रा, [1] *प्रो. रंजू कुशवाहा* [2]

[1] शोधार्थी, गृह विज्ञान विभाग, जुहारी देवी गर्ल्स पीजी कॉलेज, कैनाल रोड, कानपुर छावनी, कानपुर, उत्तर प्रदेश, भारत
[2] गृह विज्ञान विभाग, जुहारी देवी गर्ल्स पी.जी. कॉलेज, कानपुर, सी.एस.जे.एम.यू. विश्वविद्यालय, कानपुर, उत्तर प्रदेश, भारत

शोध-सारांश :

महिला उद्यमिता भारत के सामाजिक एवं आर्थिक विकास, रोजगार सृजन तथा महिला सशक्तिकरण का एक महत्वपूर्ण आधार है। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य उत्तर प्रदेश के फर्रुखाबाद जनपद में महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का विश्लेषण करना है। अध्ययन में वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध अभिकल्प का उपयोग किया गया। प्राथमिक आँकड़ों के संग्रह हेतु संरचित प्रश्नावली का प्रयोग किया गया तथा उद्देश्यपूर्ण निदर्शन पद्धति के आधार पर 50 महिला उद्यमियों का चयन किया गया। द्वितीयक आँकड़े पुस्तकों, शोध-पत्रों, सरकारी प्रतिवेदनों तथा अन्य प्रकाशित स्रोतों से प्राप्त किए गए। एकत्रित आँकड़ों का वर्गीकरण, सारणीकरण तथा प्रतिशत आधारित सांख्यिकीय विश्लेषण किया गया। अध्ययन से ज्ञात हुआ कि अधिकांश महिला उद्यमी 31–40 वर्ष आयु वर्ग की, स्नातक शिक्षित तथा विवाहित हैं। अधिकांश उत्तरदाता संयुक्त परिवारों से संबंधित हैं तथा उन्होंने अपना व्यवसाय स्वयं की बचत अथवा पारिवारिक सहयोग से प्रारम्भ किया है। अध्ययन में यह भी पाया गया कि परिवार का सहयोग, शिक्षा, प्रशिक्षण, निर्णय लेने की स्वतंत्रता, पर्याप्त पूंजी, बैंकिंग सुविधाएँ तथा बाजार तक पहुँच महिला उद्यमिता के विकास के प्रमुख निर्धारक हैं। दूसरी ओर पूंजी की कमी, विपणन संबंधी कठिनाइयाँ, सरकारी योजनाओं की सीमित पहुँच, तकनीकी ज्ञान का अभाव तथा पारिवारिक उत्तरदायित्व महिला उद्यमियों के समक्ष प्रमुख चुनौतियाँ हैं। अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि महिला उद्यमिता के प्रभावी विकास के लिए वित्तीय समावेशन, कौशल विकास, डिजिटल साक्षरता, सरल ऋण व्यवस्था, विपणन सहायता तथा सरकारी योजनाओं के प्रभावी क्रियान्वयन की आवश्यकता है। यह अध्ययन नीति-निर्माताओं, बैंकिंग संस्थाओं, प्रशिक्षण संगठनों तथा शोधकर्ताओं के लिए उपयोगी आधार प्रदान करता है तथा महिला उद्यमिता के माध्यम से स्थानीय आर्थिक विकास एवं महिला सशक्तिकरण को प्रोत्साहित करने में सहायक सिद्ध हो सकता है।

मुख्य शब्द : महिला उद्यमिता सामाजिक कारक आर्थिक कारक महिला सशक्तिकरण स्वरोजगार वित्तीय समावेशन

1. परिचय

भारत में महिला उद्यमिता (Women Entrepreneurship) आर्थिक विकास, रोजगार सृजन तथा सामाजिक परिवर्तन का एक महत्वपूर्ण माध्यम बनकर उभरी है। किसी भी राष्ट्र की समावेशी एवं सतत आर्थिक प्रगति तभी संभव है जब महिलाओं की आर्थिक भागीदारी को बढ़ावा दिया जाए। महिला उद्यमिता न केवल महिलाओं को आर्थिक रूप से आत्मनिर्भर बनाती है, बल्कि उनके सामाजिक सशक्तिकरण, निर्णय लेने की क्षमता तथा परिवार और समाज में उनकी भूमिका को भी मजबूत करती है। भारत सरकार द्वारा "स्टार्टअप इंडिया", "स्टैंडअप इंडिया", "प्रधानमंत्री मुद्रा योजना (PMMY)", "राष्ट्रीय ग्रामीण आजीविका मिशन (NRLM)",

"महिला ई-हाट", "वन डिस्ट्रिक्ट वन प्रोडक्ट (ODOP)" तथा विभिन्न राज्य स्तरीय योजनाओं के माध्यम से महिला उद्यमियों को प्रोत्साहित किया जा रहा है। इसके बावजूद ग्रामीण एवं अर्ध-शहरी क्षेत्रों में महिला उद्यमिता अनेक सामाजिक एवं आर्थिक चुनौतियों का सामना कर रही है। उत्तर प्रदेश का फर्रुखाबाद जनपद पारंपरिक उद्योगों, कृषि आधारित गतिविधियों, लघु एवं कुटीर उद्योगों तथा हस्तशिल्प के लिए जाना जाता है। यहाँ अनेक महिलाएँ सिलाई-कढ़ाई, वस्त्र निर्माण, खाद्य प्रसंस्करण, डेयरी, ब्यूटी पार्लर, हस्तशिल्प, ऑनलाइन व्यापार तथा सूक्ष्म उद्यमों से जुड़ी हुई हैं। फिर भी अधिकांश महिला उद्यमियों को वित्तीय संसाधनों की कमी, ऋण प्राप्त करने में कठिनाई, सीमित शिक्षा, तकनीकी ज्ञान का अभाव, डिजिटल साक्षरता की कमी, पारिवारिक दायित्व, सामाजिक रूढ़ियाँ, विपणन संबंधी समस्याएँ तथा सरकारी योजनाओं की सीमित जानकारी जैसी अनेक बाधाओं का सामना करना पड़ता है। सामाजिक कारकों में पारिवारिक समर्थन, शिक्षा, सांस्कृतिक परंपराएँ, लैंगिक असमानता, सामाजिक स्वीकृति, निर्णय लेने की स्वतंत्रता तथा सामाजिक नेटवर्क महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वहीं आर्थिक कारकों में पूंजी की उपलब्धता, बैंकिंग सुविधाएँ, सरकारी सहायता, प्रशिक्षण, बाजार तक पहुँच, आय का स्तर, डिजिटल भुगतान प्रणाली तथा वित्तीय साक्षरता प्रमुख हैं। इन दोनों प्रकार के कारकों का संयुक्त प्रभाव महिला उद्यमिता की सफलता एवं स्थायित्व को निर्धारित करता है। वर्तमान समय में डिजिटल अर्थव्यवस्था, ई-कॉमर्स, सोशल मीडिया मार्केटिंग तथा सरकारी प्रोत्साहन योजनाओं ने महिलाओं के लिए नए अवसर उत्पन्न किए हैं। इसके बावजूद क्षेत्रीय स्तर पर विशेषकर फर्रुखाबाद जनपद में महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का व्यवस्थित अध्ययन अपेक्षाकृत कम हुआ है। इसलिए यह अध्ययन फर्रुखाबाद जिले की महिला उद्यमियों की वर्तमान स्थिति, उनके समक्ष आने वाली चुनौतियों तथा उपलब्ध अवसरों का विश्लेषण करेगा। साथ ही यह अध्ययन नीति-निर्माताओं, बैंकिंग संस्थाओं, प्रशिक्षण एजेंसियों तथा महिला विकास संगठनों के लिए उपयोगी सुझाव भी प्रस्तुत करेगा, जिससे महिला उद्यमिता को अधिक प्रभावी एवं सशक्त बनाया जा सके।

1.1 अनुसंधान प्रश्न

1. फर्रुखाबाद जनपद में महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले प्रमुख सामाजिक कारक कौन-कौन से हैं?
2. महिला उद्यमियों की सफलता पर आर्थिक कारकों का क्या प्रभाव पड़ता है?
3. क्या शिक्षा, पारिवारिक सहयोग एवं सामाजिक स्वीकृति महिला उद्यमिता के विकास को प्रभावित करते हैं?
4. क्या बैंक ऋण, सरकारी योजनाएँ एवं वित्तीय सहायता महिला उद्यमिता को बढ़ावा देती हैं?
5. महिला उद्यमियों को व्यवसाय संचालन में प्रमुख सामाजिक एवं आर्थिक चुनौतियाँ कौन-सी हैं?
6. डिजिटल तकनीक एवं ई-कॉमर्स का महिला उद्यमिता पर क्या प्रभाव है?
7. महिला उद्यमिता को सुदृढ़ बनाने हेतु कौन-से नीतिगत एवं व्यावहारिक उपाय प्रभावी हो सकते हैं?

1.2 अध्ययन की आवश्यकता

महिला उद्यमिता आर्थिक विकास, गरीबी उन्मूलन तथा महिला सशक्तिकरण का महत्वपूर्ण आधार है। यद्यपि सरकार द्वारा विभिन्न योजनाएँ संचालित की जा रही हैं, फिर भी अनेक महिलाएँ सामाजिक प्रतिबंधों, वित्तीय संसाधनों की कमी तथा सीमित बाजार पहुँच के कारण उद्यम स्थापित करने अथवा सफलतापूर्वक संचालित करने में कठिनाइयों का सामना करती हैं। फर्रुखाबाद जनपद के संदर्भ में इस विषय पर पर्याप्त अनुभवजन्य (Empirical) अध्ययन उपलब्ध नहीं हैं। इसलिए स्थानीय परिस्थितियों के अनुरूप

सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का विश्लेषण आवश्यक है। यह अध्ययन महिला उद्यमियों की वास्तविक समस्याओं, अवसरों एवं आवश्यकताओं की पहचान करेगा। इसके परिणाम महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने वाली सरकारी योजनाओं, बैंकिंग संस्थाओं, स्वयं सहायता समूहों, प्रशिक्षण संस्थानों तथा नीति-निर्माताओं के लिए उपयोगी सिद्ध होंगे। साथ ही यह अध्ययन भविष्य के शोधकर्ताओं के लिए भी एक महत्वपूर्ण संदर्भ सामग्री प्रदान करेगा।

1.3 अध्ययन के उद्देश्य

1. फर्रुखाबाद जनपद में महिला उद्यमियों की सामाजिक एवं आर्थिक पृष्ठभूमि का अध्ययन करना।
2. महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले प्रमुख सामाजिक कारकों का विश्लेषण करना।
3. महिला उद्यमिता पर आर्थिक कारकों के प्रभाव का मूल्यांकन करना।
4. महिला उद्यमियों के समक्ष आने वाली प्रमुख समस्याओं एवं चुनौतियों की पहचान करना।
5. सरकारी योजनाओं, बैंकिंग सुविधाओं एवं प्रशिक्षण कार्यक्रमों की भूमिका का अध्ययन करना।
6. डिजिटल तकनीक एवं विपणन सुविधाओं के प्रभाव का मूल्यांकन करना।
7. महिला उद्यमिता के विकास हेतु व्यावहारिक एवं नीतिगत सुझाव प्रस्तुत करना।

1.4 अध्ययन का महत्व -यह अध्ययन शैक्षणिक, सामाजिक तथा नीतिगत तीनों दृष्टियों से महत्वपूर्ण है।

- **शैक्षणिक महत्व:** यह अध्ययन महिला उद्यमिता से संबंधित साहित्य में नवीन अनुभवजन्य जानकारी प्रदान करेगा तथा भविष्य के शोधकर्ताओं के लिए आधार सामग्री उपलब्ध कराएगा।
- **सामाजिक महत्व:** अध्ययन से महिलाओं के सामाजिक सशक्तिकरण, आत्मनिर्भरता तथा लैंगिक समानता को बढ़ावा देने वाले कारकों की पहचान होगी। इससे महिलाओं की आर्थिक भागीदारी एवं सामाजिक प्रतिष्ठा में वृद्धि हेतु प्रभावी रणनीतियाँ विकसित की जा सकेंगी।
- **आर्थिक महत्व:** यह अध्ययन महिला उद्यमियों की वित्तीय आवश्यकताओं, ऋण सुविधाओं, बाजार तक पहुँच एवं आय वृद्धि के अवसरों का विश्लेषण करेगा, जिससे स्थानीय आर्थिक विकास एवं रोजगार सृजन को बढ़ावा मिलेगा।
- **नीतिगत महत्व:** अध्ययन के निष्कर्ष सरकार, बैंकिंग संस्थानों, स्वयं सहायता समूहों, गैर-सरकारी संगठनों एवं प्रशिक्षण एजेंसियों को महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने के लिए प्रभावी नीतियाँ एवं कार्यक्रम तैयार करने में सहायता प्रदान करेंगे।

1.5 अध्ययन की परिसीमाएँ

1. यह अध्ययन केवल *उत्तर प्रदेश के फर्रुखाबाद जनपद* तक सीमित रहेगा।
2. अध्ययन में केवल *महिला उद्यमियों* को सम्मिलित किया जाएगा।
3. अध्ययन का केंद्रबिंदु केवल *सामाजिक एवं आर्थिक कारकों* का विश्लेषण होगा; राजनीतिक, कानूनी एवं पर्यावरणीय कारकों का विस्तृत अध्ययन इसमें सम्मिलित नहीं किया जाएगा।

4. अध्ययन में प्राथमिक आँकड़े प्रश्नावली एवं साक्षात्कार के माध्यम से चयनित उत्तरदाताओं से प्राप्त किए जाएंगे।
5. अध्ययन के निष्कर्ष केवल चयनित नमूने एवं अध्ययन क्षेत्र तक सीमित होंगे तथा इन्हें पूरे भारत पर सामान्यीकृत नहीं किया जाएगा।
6. अध्ययन मुख्यतः सूक्ष्म, लघु एवं कुटीर स्तर के महिला उद्यमों पर केंद्रित रहेगा।
7. अध्ययन उत्तरदाताओं द्वारा प्रदान की गई सूचनाओं की सत्यता एवं विश्वसनीयता पर आधारित होगा।

2. साहित्य समीक्षा

महिला उद्यमिता भारत के सामाजिक एवं आर्थिक विकास का एक महत्वपूर्ण आधार बन चुकी है। विगत वर्षों में भारतीय शोधकर्ताओं ने महिला उद्यमिता के विभिन्न आयामों जैसे सामाजिक स्थिति, आर्थिक संसाधनों की उपलब्धता, पारिवारिक सहयोग, वित्तीय समावेशन, सरकारी योजनाओं तथा उद्यम विकास की चुनौतियों का विस्तृत अध्ययन किया है। उपलब्ध साहित्य से स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमिता केवल आय अर्जित करने का माध्यम नहीं है, बल्कि यह महिला सशक्तिकरण, आत्मनिर्भरता तथा सामाजिक परिवर्तन का भी प्रभावी साधन है। *देशपांडे एवं सेठी (२००९)* ने भारत में महिला उद्यमिता की स्थिति का अध्ययन करते हुए बताया कि महिलाओं के समक्ष पूंजी की कमी, सामाजिक रूढ़ियाँ, पारिवारिक दायित्व तथा व्यावसायिक अनुभव का अभाव प्रमुख चुनौतियाँ हैं। उन्होंने निष्कर्ष निकाला कि यदि महिलाओं को सरल ऋण, प्रशिक्षण तथा सरकारी सहायता उपलब्ध कराई जाए तो उनकी उद्यमशीलता में उल्लेखनीय वृद्धि हो सकती है। *गोयल एवं प्रकाश (२०११)* ने महिला उद्यमिता की समस्याओं एवं संभावनाओं का अध्ययन करते हुए पाया कि शिक्षा, वित्तीय सहायता, प्रशिक्षण तथा परिवार का सहयोग महिला उद्यमिता के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। उन्होंने यह भी बताया कि अधिकांश महिला उद्यमियों को विपणन, ऋण प्राप्ति तथा आधुनिक तकनीक के उपयोग में कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। *नय्यर, शर्मा, किश्तवारिया, राणा एवं व्यास (२००७)* ने महिला उद्यमियों के समक्ष आने वाली बाधाओं का अध्ययन किया। उनके अनुसार वित्तीय संसाधनों की कमी, कच्चे माल की उपलब्धता, विपणन व्यवस्था, परिवहन सुविधा तथा कार्यस्थल से संबंधित समस्याएँ महिला उद्यमिता के विकास में प्रमुख अवरोध हैं। अध्ययन में यह भी बताया गया कि सरकारी योजनाओं की सीमित जानकारी के कारण अनेक महिलाएँ उपलब्ध सुविधाओं का लाभ नहीं उठा पाती हैं। *दास (१९९९)* ने दक्षिण भारत की महिला उद्यमियों का अध्ययन करते हुए पाया कि महिलाओं की व्यावसायिक सफलता उनके आत्मविश्वास, शिक्षा, परिवार के सहयोग तथा सामाजिक वातावरण पर निर्भर करती है। उन्होंने यह भी स्पष्ट किया कि आर्थिक स्वतंत्रता महिलाओं की सामाजिक स्थिति को सुदृढ़ बनाती है तथा निर्णय लेने की क्षमता में वृद्धि करती है।

गणेशन, कौर एवं महेश्वरी (२००२) ने महिला उद्यमियों की समस्याओं एवं संभावनाओं का विश्लेषण करते हुए बताया कि पूंजी की कमी, प्रशिक्षण का अभाव, विपणन संबंधी कठिनाइयाँ तथा सामाजिक पूर्वाग्रह व्यवसाय की प्रगति में बाधक हैं। उन्होंने महिला-केंद्रित प्रशिक्षण कार्यक्रमों तथा संस्थागत सहयोग को आवश्यक बताया। *गुप्ता एवं मिर्चंदानी (२०१८)* ने भारतीय महिला उद्यमियों के अवसरों एवं चुनौतियों का अध्ययन किया। उनके अनुसार डिजिटल माध्यमों का विस्तार, स्वयं सहायता समूह, बैंकिंग सुविधाएँ तथा शासन की प्रोत्साहन योजनाएँ महिलाओं के लिए नए अवसर प्रदान कर रही हैं। इसके बावजूद ग्रामीण क्षेत्रों में वित्तीय साक्षरता तथा बाज़ार तक पहुँच की कमी अभी भी प्रमुख समस्या बनी हुई है। *कौर एवं बैन्स (२०२१)* ने महिला उद्यमिता के उभरते मुद्दों का अध्ययन करते हुए बताया कि सामाजिक स्वीकृति, तकनीकी ज्ञान, नवाचार तथा डिजिटल कौशल वर्तमान समय में महिला उद्यमिता की सफलता के महत्वपूर्ण निर्धारक हैं। उन्होंने सुझाव दिया कि महिलाओं के लिए नियमित प्रशिक्षण, परामर्श तथा विपणन सहायता

की व्यवस्था की जानी चाहिए। उपलब्ध भारतीय साहित्य के समग्र अध्ययन से स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमिता सामाजिक एवं आर्थिक दोनों प्रकार के कारकों से प्रभावित होती है। शिक्षा, पारिवारिक सहयोग, वित्तीय संसाधनों की उपलब्धता, सरकारी योजनाओं की पहुँच, प्रशिक्षण, विपणन सुविधा तथा सामाजिक स्वीकृति महिला उद्यमिता के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यद्यपि भारत में इस विषय पर अनेक अध्ययन किए गए हैं, तथापि *उत्तर प्रदेश के फर्रुखाबाद जनपद* में महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का क्षेत्रीय एवं अनुभवजन्य अध्ययन अपेक्षाकृत सीमित है। इसलिए प्रस्तुत अध्ययन स्थानीय परिस्थितियों के अनुरूप महिला उद्यमियों की वास्तविक समस्याओं, अवसरों तथा विकास की संभावनाओं का विश्लेषण करेगा और महिला सशक्तिकरण तथा स्थानीय आर्थिक विकास के लिए उपयोगी सुझाव प्रस्तुत करेगा।

3. शोध कार्यप्रणाली

प्रस्तुत अध्ययन *"महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का अध्ययन : फर्रुखाबाद, उत्तर प्रदेश"* पर आधारित है। यह अध्ययन वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध अभिकल्प पर आधारित है, क्योंकि इसका उद्देश्य महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले विभिन्न सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का वैज्ञानिक विश्लेषण करना है। अध्ययन के लिए प्राथमिक एवं द्वितीयक दोनों प्रकार के आँकड़ों का उपयोग किया गया। प्राथमिक आँकड़े फर्रुखाबाद जनपद की महिला उद्यमियों से संरचित प्रश्नावली एवं प्रत्यक्ष संपर्क के माध्यम से एकत्रित किए गए, जबकि द्वितीयक आँकड़े शोध-पत्रों, पुस्तकों, सरकारी प्रतिवेदनों, शोध प्रबंधों, पत्रिकाओं तथा विभिन्न प्रकाशित स्रोतों से प्राप्त किए गए। अध्ययन का क्षेत्र उत्तर प्रदेश का फर्रुखाबाद जनपद निर्धारित किया गया। अध्ययन की समष्टि में जनपद की विभिन्न प्रकार के सूक्ष्म, लघु एवं सेवा क्षेत्र से संबंधित महिला उद्यमियों को सम्मिलित किया गया। अध्ययन हेतु उद्देश्यपूर्ण निदर्शन पद्धति का उपयोग करते हुए 50 महिला उद्यमियों का चयन किया गया। प्रश्नावली में उत्तरदाताओं की सामाजिक एवं आर्थिक पृष्ठभूमि, व्यवसाय का स्वरूप, पूंजी के स्रोत, पारिवारिक सहयोग, शिक्षा, प्रशिक्षण, बैंकिंग सुविधाएँ, सरकारी योजनाओं की जानकारी, विपणन व्यवस्था तथा व्यवसाय संचालन से संबंधित प्रश्न सम्मिलित किए गए। संग्रहित आँकड़ों का संपादन, वर्गीकरण तथा सारणीकरण करने के पश्चात उनका सांख्यिकीय विश्लेषण किया गया। विश्लेषण के लिए मुख्यतः संख्या, प्रतिशत तथा वर्णनात्मक सांख्यिकीय विधियों का उपयोग किया गया। प्रत्येक सारणी के साथ प्राप्त परिणामों की विस्तृत व्याख्या प्रस्तुत की गई, जिससे महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले प्रमुख सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का स्पष्ट विश्लेषण किया जा सके। अध्ययन के दौरान उत्तरदाताओं की गोपनीयता एवं स्वैच्छिक सहभागिता का पूर्ण ध्यान रखा गया तथा केवल शोध उद्देश्य की पूर्ति के लिए प्राप्त सूचनाओं का उपयोग किया गया। प्रस्तुत शोध कार्यप्रणाली अध्ययन को वैज्ञानिक, व्यवस्थित, वस्तुनिष्ठ एवं विश्वसनीय आधार प्रदान करती है तथा प्राप्त निष्कर्षों की प्रामाणिकता को सुदृढ़ बनाती है।

4. सांख्यिकीय विश्लेषण

सांख्यिकीय विश्लेषण किसी भी शोध अध्ययन का एक महत्वपूर्ण भाग होता है, जिसके माध्यम से एकत्रित आँकड़ों को व्यवस्थित, वर्गीकृत, सारणीकृत तथा वैज्ञानिक रूप से व्याख्यायित किया जाता है। शोध में प्राप्त तथ्यों को केवल प्रस्तुत करना पर्याप्त नहीं होता, बल्कि उनका विश्लेषण करके उनके बीच विद्यमान संबंधों, प्रवृत्तियों तथा निष्कर्षों को स्पष्ट करना भी आवश्यक होता है। सांख्यिकीय विश्लेषण शोधकर्ता को वस्तुनिष्ठ, विश्वसनीय तथा प्रमाणिक निष्कर्ष प्राप्त करने में सहायता प्रदान करता है। प्रस्तुत अध्ययन में उत्तर प्रदेश के फर्रुखाबाद जनपद की महिला उद्यमियों से संबंधित सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का अध्ययन किया गया है। इसके लिए 50 महिला उद्यमियों से प्राथमिक आँकड़े संरचित प्रश्नावली के माध्यम से एकत्रित किए गए। प्राप्त आँकड़ों को

पहले संपादित, वर्गीकृत तथा सारणीकृत किया गया, तत्पश्चात उनका प्रतिशत विश्लेषण तथा वर्णनात्मक सांख्यिकीय विधियों के आधार पर अध्ययन किया गया। इस अध्ययन में उत्तरदाताओं की आयु, शैक्षिक योग्यता, वैवाहिक स्थिति, पारिवारिक स्वरूप, व्यवसाय का प्रकार, व्यवसायिक अनुभव, पूंजी के स्रोत, सामाजिक कारकों, आर्थिक कारकों, सरकारी योजनाओं की उपयोगिता तथा महिला उद्यमिता के समक्ष उपस्थित प्रमुख समस्याओं का विश्लेषण किया गया। प्रत्येक सारणी में उत्तरदाताओं की संख्या एवं प्रतिशत प्रस्तुत किए गए, जिससे विभिन्न प्रवृत्तियों की स्पष्ट व्याख्या संभव हो सकी। विश्लेषण के दौरान प्राप्त परिणामों की तुलना पूर्ववर्ती अध्ययनों एवं शोध उद्देश्यों से भी की गई, जिससे निष्कर्षों की प्रामाणिकता एवं उपयोगिता में वृद्धि हुई। सांख्यिकीय विश्लेषण के माध्यम से यह स्पष्ट करने का प्रयास किया गया कि महिला उद्यमिता के विकास में कौन-कौन से सामाजिक एवं आर्थिक कारक सर्वाधिक प्रभावशाली हैं तथा महिला उद्यमियों के समक्ष कौन-सी प्रमुख चुनौतियाँ विद्यमान हैं। प्रस्तुत विश्लेषण न केवल अध्ययन के उद्देश्यों की पूर्ति करता है, बल्कि महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने हेतु नीतिगत सुझावों का भी आधार प्रदान करता है। इस प्रकार सांख्यिकीय विश्लेषण अध्ययन के निष्कर्षों को वैज्ञानिक, विश्वसनीय तथा व्यावहारिक स्वरूप प्रदान करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

4.1 आँकड़ों का विश्लेषण एवं विवेचन

इस अध्याय में फर्रुखाबाद जनपद की 50 महिला उद्यमियों से प्राप्त आँकड़ों का सांख्यिकीय विश्लेषण प्रस्तुत किया गया है। प्रत्येक सारणी में उत्तरदाताओं का वर्गीकरण संख्या एवं प्रतिशत के आधार पर किया गया है तथा प्रत्येक सारणी के पश्चात विस्तृत व्याख्या प्रस्तुत की गई है।

सारणी 1: उत्तरदाताओं का आयु वर्ग के आधार पर वितरण

क्रमांक	आयु वर्ग (वर्ष)	संख्या	प्रतिशत
1	20–30	9	18.00
2	31–40	18	36.00
3	41–50	15	30.00
4	51 वर्ष से अधिक	8	16.00
योग		**50**	**100.00**

सारणी 1 से स्पष्ट होता है कि अध्ययन में सम्मिलित 50 महिला उद्यमियों में सर्वाधिक *18 (36 प्रतिशत)* उत्तरदाता 31–40 वर्ष आयु वर्ग की हैं। यह आयु व्यवसाय स्थापित करने, जोखिम उठाने तथा आर्थिक रूप से सक्रिय रहने की दृष्टि से सर्वाधिक उपयुक्त मानी जाती है। इस आयु वर्ग की महिलाएँ पारिवारिक अनुभव तथा सामाजिक परिपक्वता के साथ व्यवसाय को संतुलित रूप से संचालित करने में सक्षम होती हैं। 41–50 वर्ष आयु वर्ग की *15 (30 प्रतिशत)* महिलाएँ दूसरे स्थान पर हैं। यह संकेत करता है कि पर्याप्त अनुभव प्राप्त करने के बाद भी महिलाएँ उद्यमिता में सक्रिय रहती हैं तथा अपने व्यवसाय का विस्तार करने का प्रयास करती हैं। 20–30 वर्ष आयु वर्ग की केवल *9 (18 प्रतिशत)* महिलाएँ व्यवसाय से जुड़ी हुई हैं। इसका कारण सीमित अनुभव, पूंजी की कमी, विवाह, पारिवारिक उत्तरदायित्व तथा व्यवसायिक मार्गदर्शन का अभाव हो सकता है। 51 वर्ष से अधिक आयु वर्ग में *8 (16 प्रतिशत)* महिलाएँ सम्मिलित हैं। यह दर्शाता है कि वरिष्ठ आयु की महिलाएँ अपेक्षाकृत कम संख्या में व्यवसाय संचालित करती हैं, यद्यपि उनके पास पर्याप्त अनुभव एवं सामाजिक प्रतिष्ठा होती है। समग्र रूप से यह स्पष्ट होता है कि फर्रुखाबाद जनपद में मध्यम आयु वर्ग की महिलाएँ उद्यमिता में अधिक सक्रिय हैं। इस आयु वर्ग में निर्णय लेने की क्षमता, सामाजिक सहयोग, आर्थिक उत्तरदायित्व

तथा कार्य अनुभव अधिक होने के कारण व्यवसाय की सफलता की संभावना भी अधिक होती है। अतः सरकारी प्रशिक्षण कार्यक्रमों एवं वित्तीय सहायता योजनाओं का विशेष ध्यान 25 से 45 वर्ष आयु वर्ग की महिलाओं पर केन्द्रित किया जाना चाहिए ताकि महिला उद्यमिता का विस्तार और अधिक प्रभावी रूप से किया जा सके।

सारणी 2: उत्तरदाताओं का शैक्षिक योग्यता के आधार पर वितरण

क्रमांक	शैक्षिक योग्यता	संख्या	प्रतिशत
1	हाईस्कूल तक	8	16.00
2	इंटरमीडिएट	14	28.00
3	स्नातक	17	34.00
4	स्नातकोत्तर एवं उससे अधिक	11	22.00
योग		**50**	**100.00**

सारणी 2 के अनुसार सर्वाधिक *17 (34 प्रतिशत)* महिला उद्यमी स्नातक शिक्षित हैं। इससे स्पष्ट होता है कि उच्च शिक्षा महिलाओं में व्यवसायिक जागरूकता, आत्मविश्वास, निर्णय क्षमता तथा नवीन तकनीकों को अपनाने की प्रवृत्ति को बढ़ाती है। शिक्षित महिलाएँ बैंकिंग सेवाओं, शासकीय योजनाओं तथा डिजिटल माध्यमों का उपयोग अपेक्षाकृत अधिक प्रभावी ढंग से कर पाती हैं। इंटरमीडिएट शिक्षित महिलाओं की संख्या *14 (28 प्रतिशत)* है। यह वर्ग मुख्यतः लघु एवं घरेलू उद्योगों, सिलाई, ब्यूटी सेवाओं, खाद्य प्रसंस्करण तथा हस्तशिल्प जैसे व्यवसायों में सक्रिय पाया गया। स्नातकोत्तर एवं उससे अधिक शिक्षित महिलाओं की संख्या *11 (22 प्रतिशत)* है। यह वर्ग आधुनिक व्यवसायों, सेवा क्षेत्र तथा ऑनलाइन व्यापार में अधिक सक्रिय दिखाई देता है। इन महिलाओं में नवाचार तथा व्यवसाय विस्तार की प्रवृत्ति अपेक्षाकृत अधिक देखी गई। हाईस्कूल तक शिक्षित महिलाओं की संख्या *8 (16 प्रतिशत)* है। सीमित शिक्षा के कारण उन्हें वित्तीय प्रबंधन, विपणन तथा सरकारी योजनाओं की जानकारी प्राप्त करने में अपेक्षाकृत अधिक कठिनाई होती है। अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि शिक्षा का स्तर महिला उद्यमिता के विकास में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। उच्च शिक्षित महिलाओं में आत्मनिर्भरता, प्रबंधन क्षमता, डिजिटल साक्षरता तथा बाजार संबंधी ज्ञान अधिक पाया जाता है। इसलिए कौशल विकास प्रशिक्षण, वित्तीय साक्षरता कार्यक्रम तथा उद्यमिता शिक्षा को बढ़ावा देना आवश्यक है ताकि कम शिक्षित महिलाएँ भी सफल उद्यमी बन सकें। फर्रुखाबाद जैसे अर्ध-शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों में स्थानीय प्रशिक्षण केन्द्रों की स्थापना महिला उद्यमिता को सुदृढ़ करने में सहायक सिद्ध होगी।

सारणी 3: उत्तरदाताओं का वैवाहिक स्थिति एवं पारिवारिक स्वरूप के आधार पर वितरण

(क) वैवाहिक स्थिति

क्रमांक	वैवाहिक स्थिति	संख्या	प्रतिशत
1	अविवाहित	7	14.00
2	विवाहित	35	70.00
3	विधवा	5	10.00
4	तलाकशुदा/पृथक रह रही	3	6.00
योग		**50**	**100.00**

(ख) पारिवारिक स्वरूप

क्रमांक	परिवार का प्रकार	संख्या	प्रतिशत
1	संयुक्त परिवार	28	56.00
2	एकल परिवार	22	44.00
योग		**50**	**100.00**

सारणी 3 से ज्ञात होता है कि अध्ययन में सम्मिलित *35 (70 प्रतिशत)* महिला उद्यमी विवाहित हैं। यह दर्शाता है कि विवाहित महिलाएँ पारिवारिक सहयोग, आर्थिक उत्तरदायित्व तथा आय बढ़ाने की आवश्यकता के कारण व्यवसाय की ओर अधिक आकर्षित होती हैं। यदि परिवार का सहयोग प्राप्त हो तो महिलाएँ घरेलू उत्तरदायित्वों के साथ व्यवसाय का सफल संचालन भी कर सकती हैं। अविवाहित महिलाओं की संख्या *7 (14 प्रतिशत)* है। यह वर्ग शिक्षा पूर्ण करने के पश्चात स्वरोजगार की ओर अग्रसर हो रहा है। विधवा महिलाओं की संख्या *5 (10 प्रतिशत)* तथा तलाकशुदा अथवा पृथक रह रही महिलाओं की संख्या *3 (6 प्रतिशत)* है। इन वर्गों के लिए उद्यमिता आर्थिक आत्मनिर्भरता का प्रमुख माध्यम बनकर सामने आती है। पारिवारिक स्वरूप के आधार पर *28 (56 प्रतिशत)* महिला उद्यमी संयुक्त परिवार से संबंधित हैं जबकि *22 (44 प्रतिशत)* एकल परिवार से हैं। संयुक्त परिवार में बच्चों की देखभाल एवं घरेलू कार्यों में सहयोग मिलने के कारण महिलाएँ व्यवसाय पर अधिक समय दे पाती हैं। दूसरी ओर एकल परिवार की महिलाओं को व्यवसाय एवं घरेलू उत्तरदायित्वों के बीच संतुलन बनाने में अधिक कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। इस प्रकार अध्ययन स्पष्ट करता है कि पारिवारिक सहयोग महिला उद्यमिता की सफलता का एक महत्वपूर्ण सामाजिक कारक है। जहाँ परिवार महिलाओं को निर्णय लेने की स्वतंत्रता, नैतिक समर्थन तथा आर्थिक सहयोग प्रदान करता है, वहाँ व्यवसाय की सफलता की संभावना अधिक होती है। इसलिए महिला उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए समाज में सकारात्मक दृष्टिकोण विकसित करना तथा परिवारों को महिला उद्यमियों के सहयोग हेतु प्रेरित करना आवश्यक है।

सारणी 4: उत्तरदाताओं का उद्यम के प्रकार एवं व्यवसायिक अनुभव के आधार पर वितरण

(क) उद्यम का प्रकार

क्रमांक	उद्यम का प्रकार	संख्या	प्रतिशत
1	सिलाई, कढ़ाई एवं परिधान निर्माण	14	28.00
2	सौंदर्य एवं प्रसाधन सेवाएँ	9	18.00
3	खाद्य प्रसंस्करण एवं घरेलू उत्पाद	11	22.00
4	हस्तशिल्प एवं लघु उद्योग	8	16.00
5	ऑनलाइन एवं अन्य सेवा आधारित व्यवसाय	8	16.00
योग		**50**	**100.00**

(ख) व्यवसायिक अनुभव

क्रमांक	अनुभव	संख्या	प्रतिशत
1	2 वर्ष से कम	10	20.00
2	2–5 वर्ष	18	36.00
3	6–10 वर्ष	14	28.00

4	10 वर्ष से अधिक	8	16.00
योग		**50**	**100.00**

सारणी 4 से स्पष्ट होता है कि सर्वाधिक *14 (28 प्रतिशत)* महिला उद्यमी सिलाई, कढ़ाई एवं परिधान निर्माण से जुड़ी हुई हैं। इसका प्रमुख कारण कम पूंजी में व्यवसाय प्रारम्भ करने की सुविधा तथा स्थानीय बाजार में इसकी निरंतर मांग है। फर्रुखाबाद जनपद में महिलाएँ पारंपरिक कौशल के आधार पर वस्त्र निर्माण एवं परिधान व्यवसाय को आजीविका का प्रमुख साधन बना रही हैं। *11 (22 प्रतिशत)* महिलाएँ खाद्य प्रसंस्करण एवं घरेलू उत्पादों के निर्माण से जुड़ी हैं। इनमें अचार, पापड़, मसाले, बेकरी उत्पाद तथा घरेलू खाद्य सामग्री प्रमुख हैं। *9 (18 प्रतिशत)* महिलाएँ सौंदर्य एवं प्रसाधन सेवाओं में कार्यरत हैं, जबकि हस्तशिल्प एवं लघु उद्योग तथा ऑनलाइन सेवाओं से जुड़ी महिलाओं की संख्या समान रूप से *8-8 (16 प्रतिशत)* है। व्यवसायिक अनुभव के आधार पर सर्वाधिक *18 (36 प्रतिशत)* महिलाओं का अनुभव 2 से 5 वर्ष का है। यह दर्शाता है कि हाल के वर्षों में महिला उद्यमिता के प्रति रुचि बढ़ी है। *14 (28 प्रतिशत)* महिलाओं का अनुभव 6 से 10 वर्ष है, जो व्यवसाय में स्थिरता एवं अनुभव का संकेत देता है। *10 (20 प्रतिशत)* महिलाएँ नई उद्यमी हैं, जबकि *8 (16 प्रतिशत)* महिलाओं का अनुभव 10 वर्ष से अधिक है। यह विश्लेषण स्पष्ट करता है कि फर्रुखाबाद में महिला उद्यमिता मुख्यतः सूक्ष्म एवं लघु स्तर के व्यवसायों पर आधारित है। यदि इन उद्यमियों को आधुनिक प्रशिक्षण, विपणन सहायता, डिजिटल मंच तथा वित्तीय सहयोग उपलब्ध कराया जाए तो ये स्थानीय अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान दे सकती हैं। इससे महिला रोजगार, पारिवारिक आय तथा आत्मनिर्भरता में उल्लेखनीय वृद्धि होगी।

सारणी 5: उत्तरदाताओं द्वारा उद्यम प्रारम्भ करने हेतु पूंजी के स्रोत एवं वित्तीय सहायता का विश्लेषण

क्रमांक	**पूंजी का स्रोत**	**संख्या**	**प्रतिशत**
1	स्वयं की बचत	15	30.00
2	परिवार एवं रिश्तेदारों से सहायता	12	24.00
3	बैंक ऋण	10	20.00
4	स्वयं सहायता समूह	8	16.00
5	सरकारी योजनाओं के माध्यम से	5	10.00
योग		**50**	**100.00**

सारणी 5 से ज्ञात होता है कि *15 (30 प्रतिशत)* महिला उद्यमियों ने अपने व्यवसाय की शुरुआत स्वयं की बचत से की। इससे स्पष्ट होता है कि अनेक महिलाएँ बाहरी ऋण लेने की अपेक्षा स्वयं की आर्थिक क्षमता पर अधिक निर्भर रहती हैं। इसका एक कारण बैंक ऋण प्राप्त करने की जटिल प्रक्रिया तथा ऋण से जुड़ी आशंकाएँ भी हो सकती हैं। *12 (24 प्रतिशत)* महिलाओं ने परिवार एवं रिश्तेदारों से आर्थिक सहायता प्राप्त की। भारतीय सामाजिक व्यवस्था में परिवार महिला उद्यमिता का प्रमुख सहयोगी माना जाता है। यदि परिवार आर्थिक एवं नैतिक सहयोग प्रदान करता है तो व्यवसाय स्थापित करना अपेक्षाकृत सरल हो जाता है। केवल *10 (20 प्रतिशत)* महिलाओं ने बैंक ऋण का उपयोग किया। यह प्रतिशत अपेक्षाकृत कम है, जो यह दर्शाता है कि बैंकिंग सुविधाओं तक महिलाओं की पहुँच अभी भी सीमित है। *8 (16 प्रतिशत)* महिलाओं ने स्वयं सहायता समूहों के माध्यम से वित्तीय सहायता प्राप्त की। यह समूह ग्रामीण महिलाओं के लिए वित्तीय समावेशन का प्रभावी माध्यम बन रहे हैं। केवल *5 (10 प्रतिशत)* महिलाओं ने सरकारी योजनाओं के माध्यम से पूंजी प्राप्त की। यह आँकड़ा दर्शाता है कि सरकारी योजनाओं की जानकारी, पात्रता प्रक्रिया अथवा दस्तावेज़ीकरण संबंधी कठिनाइयों के कारण महिलाएँ इन योजनाओं का पर्याप्त लाभ नहीं उठा पा रही हैं। अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि महिला उद्यमिता के विकास के लिए सरल ऋण प्रक्रिया, कम ब्याज दर, वित्तीय साक्षरता तथा सरकारी योजनाओं

के व्यापक प्रचार-प्रसार की आवश्यकता है। यदि महिलाओं को समय पर वित्तीय सहायता उपलब्ध हो तो वे अपने व्यवसाय का विस्तार करने के साथ-साथ स्थानीय स्तर पर रोजगार के नए अवसर भी उत्पन्न कर सकती हैं।

सारणी 6: महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक कारकों का विश्लेषण (पाँच-बिन्दु मापक के आधार पर)

सामाजिक कारक	पूर्ण सहमति	सहमति	तटस्थ	असहमति	पूर्ण असहमति	औसत मान
परिवार का सहयोग आवश्यक है	28	15	4	2	1	4.34
शिक्षा व्यवसाय की सफलता बढ़ाती है	26	18	3	2	1	4.32
समाज का सकारात्मक दृष्टिकोण आवश्यक है	24	17	5	3	1	4.20
महिलाओं को निर्णय लेने की स्वतंत्रता मिलनी चाहिए	30	14	3	2	1	4.40
प्रशिक्षण से व्यवसाय में सुधार होता है	29	16	3	1	1	4.44

सारणी 6 से स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमिता के विकास में सामाजिक कारकों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। अध्ययन में सम्मिलित अधिकांश महिलाओं ने इस बात से सहमति व्यक्त की कि पारिवारिक सहयोग, शिक्षा, सामाजिक स्वीकृति, निर्णय लेने की स्वतंत्रता तथा प्रशिक्षण व्यवसाय की सफलता के प्रमुख आधार हैं। *परिवार के सहयोग* को सर्वाधिक महत्वपूर्ण सामाजिक कारकों में से एक माना गया। कुल *43 उत्तरदाताओं (86 प्रतिशत)* ने पूर्ण सहमति अथवा सहमति व्यक्त की। इससे स्पष्ट होता है कि यदि परिवार महिलाओं को मानसिक, आर्थिक तथा सामाजिक सहयोग प्रदान करता है तो वे अधिक आत्मविश्वास के साथ व्यवसाय संचालित कर सकती हैं। *शिक्षा* के संबंध में भी अधिकांश महिलाओं ने सकारात्मक मत व्यक्त किया। शिक्षित महिला उद्यमियों में वित्तीय प्रबंधन, विपणन, डिजिटल माध्यमों के उपयोग तथा सरकारी योजनाओं की जानकारी अधिक पाई गई। इससे उनका व्यवसाय अपेक्षाकृत अधिक सफल रहा। *निर्णय लेने की स्वतंत्रता* का औसत मान *4.40* प्राप्त हुआ, जो सभी कारकों में सर्वाधिक है। इससे स्पष्ट होता है कि महिलाओं को यदि स्वतंत्र रूप से व्यवसायिक निर्णय लेने का अवसर प्राप्त हो तो उनकी कार्यकुशलता एवं आत्मविश्वास में वृद्धि होती है। *प्रशिक्षण* का औसत मान *4.44* प्राप्त हुआ, जो यह दर्शाता है कि कौशल विकास कार्यक्रम महिला उद्यमिता के विकास में अत्यंत प्रभावी हैं। प्रशिक्षण प्राप्त महिलाएँ आधुनिक तकनीकों, विपणन रणनीतियों तथा वित्तीय प्रबंधन को अधिक प्रभावी ढंग से अपनाती हैं। समग्र रूप से यह निष्कर्ष निकलता है कि महिला उद्यमिता के विकास के लिए केवल आर्थिक सहायता पर्याप्त नहीं है, बल्कि सामाजिक समर्थन, गुणवत्तापूर्ण शिक्षा, प्रशिक्षण, लैंगिक समानता तथा परिवार का सकारात्मक दृष्टिकोण भी समान रूप से आवश्यक हैं। इसलिए महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने वाली नीतियों में सामाजिक जागरूकता कार्यक्रमों, परिवार परामर्श, कौशल विकास तथा सामुदायिक सहयोग को विशेष स्थान दिया जाना चाहिए।

सारणी 7: महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले आर्थिक कारकों का पाँच-बिन्दु मापक के आधार पर विश्लेषण

आर्थिक कारक	पूर्ण सहमति	सहमति	तटस्थ	असहमति	पूर्ण असहमति	औसत मान
पर्याप्त पूंजी व्यवसाय की सफलता के लिए आवश्यक है	31	14	3	1	1	4.46
बैंक ऋण की उपलब्धता व्यवसाय को बढ़ावा देती है	27	16	4	2	1	4.32
सरकारी आर्थिक सहायता उपयोगी है	25	17	5	2	1	4.26

डिजिटल भुगतान एवं ऑनलाइन लेन-देन व्यवसाय को बढ़ाते हैं	23	18	5	3	1	4.18
बाजार तक सरल पहुँच लाभ बढ़ाती है	30	15	3	1	1	4.44

सारणी 7 के आधार पर यह स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमिता के विकास में आर्थिक कारकों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। सर्वाधिक औसत मान *4.46* "पर्याप्त पूंजी की उपलब्धता" को प्राप्त हुआ, जिससे स्पष्ट है कि अधिकांश महिला उद्यमियों ने पूंजी को व्यवसाय की सफलता का मूल आधार माना। अध्ययन में *45 उत्तरदाताओं (90 प्रतिशत)* ने इस कथन से पूर्ण सहमति अथवा सहमति व्यक्त की। "बाजार तक सरल पहुँच" का औसत मान *4.44* प्राप्त हुआ। इससे ज्ञात होता है कि यदि महिला उद्यमियों को स्थानीय तथा बाहरी बाजारों तक उचित पहुँच प्राप्त हो तो उनकी बिक्री, आय तथा लाभ में उल्लेखनीय वृद्धि हो सकती है। अनेक उत्तरदाताओं ने बताया कि उत्पाद की गुणवत्ता अच्छी होने के बावजूद विपणन व्यवस्था की कमी व्यवसाय के विस्तार में बाधा बनती है। "बैंक ऋण की उपलब्धता" का औसत मान *4.32* प्राप्त हुआ। इससे स्पष्ट है कि महिलाओं को बैंकिंग सेवाओं की आवश्यकता तो है, किन्तु ऋण स्वीकृति की जटिल प्रक्रिया, दस्तावेजों की अधिकता तथा गारंटी संबंधी कठिनाइयों के कारण अनेक महिलाएँ बैंक ऋण लेने से बचती हैं। "सरकारी आर्थिक सहायता" के संबंध में भी अधिकांश उत्तरदाताओं ने सकारात्मक मत व्यक्त किया, किन्तु कई महिलाओं ने योजनाओं की सीमित जानकारी तथा प्रक्रिया की जटिलता को प्रमुख समस्या बताया। डिजिटल भुगतान एवं ऑनलाइन लेन-देन का औसत मान *4.18* प्राप्त हुआ। यह संकेत करता है कि डिजिटल माध्यमों के प्रति महिलाओं की रुचि बढ़ रही है, परन्तु ग्रामीण क्षेत्रों में तकनीकी ज्ञान एवं डिजिटल साक्षरता का अभाव अभी भी चुनौती बना हुआ है। समग्र रूप से अध्ययन यह दर्शाता है कि महिला उद्यमिता को सुदृढ़ बनाने के लिए सुलभ ऋण व्यवस्था, विपणन सहायता, वित्तीय प्रशिक्षण तथा डिजिटल वित्तीय सेवाओं का विस्तार आवश्यक है।

सारणी 8: सरकारी योजनाओं, प्रशिक्षण कार्यक्रमों एवं बैंकिंग सुविधाओं के प्रभाव का विश्लेषण

मापदण्ड	हाँ	नहीं	प्रतिशत (हाँ)
सरकारी योजना की जानकारी है	36	14	72.00
सरकारी योजना का लाभ प्राप्त हुआ	24	26	48.00
व्यावसायिक प्रशिक्षण प्राप्त किया	29	21	58.00
बैंक से ऋण प्राप्त किया	20	30	40.00
डिजिटल भुगतान का उपयोग करती हैं	34	16	68.00

सारणी 8 से ज्ञात होता है कि *72 प्रतिशत* महिला उद्यमियों को सरकारी योजनाओं की जानकारी है, किन्तु केवल *48 प्रतिशत* महिलाओं ने वास्तव में इन योजनाओं का लाभ प्राप्त किया। इससे स्पष्ट होता है कि जानकारी और वास्तविक लाभ प्राप्त करने के बीच एक महत्वपूर्ण अंतर विद्यमान है। इसके प्रमुख कारण जटिल आवेदन प्रक्रिया, आवश्यक दस्तावेजों की कमी तथा प्रशासनिक विलंब हो सकते हैं। व्यावसायिक प्रशिक्षण प्राप्त करने वाली महिलाओं का प्रतिशत *58* है। इससे यह स्पष्ट होता है कि प्रशिक्षण कार्यक्रम महिलाओं की व्यावसायिक दक्षता बढ़ाने में सहायक सिद्ध हो रहे हैं, किन्तु अभी भी बड़ी संख्या में महिलाएँ प्रशिक्षण से वंचित हैं। प्रशिक्षण प्राप्त महिलाओं ने वित्तीय प्रबंधन, ग्राहक सेवा, गुणवत्ता नियंत्रण तथा विपणन क्षमता में सकारात्मक सुधार अनुभव किया। केवल *40 प्रतिशत* महिलाओं ने बैंक से ऋण प्राप्त किया। यह दर्शाता है कि बैंकिंग प्रणाली तक महिलाओं की पहुँच अभी भी सीमित है। कई उत्तरदाताओं ने बताया कि गारंटी, दस्तावेज़, आय प्रमाण तथा बैंक प्रक्रियाएँ ऋण प्राप्त करने में प्रमुख बाधाएँ हैं। *68 प्रतिशत* महिला उद्यमियों द्वारा डिजिटल भुगतान का उपयोग किया जाना यह दर्शाता है कि डिजिटल अर्थव्यवस्था का प्रभाव

धीरे-धीरे बढ़ रहा है। इससे व्यवसाय की पारदर्शिता, ग्राहक सुविधा तथा लेन-देन की गति में सुधार हुआ है। अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि यदि सरकारी योजनाओं का प्रभावी प्रचार-प्रसार किया जाए, आवेदन प्रक्रिया सरल बनाई जाए तथा बैंकों द्वारा महिला उद्यमियों के लिए विशेष वित्तीय सहायता उपलब्ध कराई जाए, तो महिला उद्यमिता का विकास अधिक तीव्र गति से हो सकता है। साथ ही प्रत्येक विकास खण्ड स्तर पर नियमित प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किए जाने चाहिए।

सारणी 9: महिला उद्यमिता की प्रमुख समस्याओं एवं भविष्य की संभावनाओं का विश्लेषण

प्रमुख समस्या	**उत्तरदाता**	**प्रतिशत**
पूंजी की कमी	17	34.00
विपणन संबंधी कठिनाइयाँ	11	22.00
पारिवारिक दायित्व	9	18.00
सरकारी योजनाओं की सीमित जानकारी	7	14.00
तकनीकी ज्ञान का अभाव	6	12.00
योग	**50**	**100.00**

सारणी 9 से स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमियों के समक्ष सबसे बड़ी समस्या *पूंजी की कमी (34 प्रतिशत)* है। अधिकांश महिलाओं ने बताया कि पर्याप्त वित्तीय संसाधनों के अभाव में वे अपने व्यवसाय का विस्तार नहीं कर पातीं। सीमित पूंजी के कारण आधुनिक मशीनों की खरीद, उत्पादन क्षमता में वृद्धि तथा नए बाजारों तक पहुँच प्रभावित होती है। *22 प्रतिशत* उत्तरदाताओं ने विपणन संबंधी कठिनाइयों को प्रमुख समस्या बताया। स्थानीय बाजार तक सीमित पहुँच, प्रचार-प्रसार के साधनों का अभाव तथा प्रतिस्पर्धा के कारण उत्पादों की बिक्री अपेक्षित स्तर तक नहीं पहुँच पाती। *18 प्रतिशत* महिलाओं ने पारिवारिक दायित्वों को व्यवसाय में बाधा बताया। घरेलू कार्य, बच्चों की देखभाल तथा पारिवारिक उत्तरदायित्वों के कारण वे व्यवसाय को पर्याप्त समय नहीं दे पातीं। यह स्थिति विशेष रूप से एकल परिवारों में अधिक देखने को मिली। *14 प्रतिशत* महिलाओं ने सरकारी योजनाओं की सीमित जानकारी को समस्या बताया। अनेक महिलाओं को ऋण योजनाओं, अनुदान, प्रशिक्षण तथा विपणन सहायता कार्यक्रमों की जानकारी समय पर प्राप्त नहीं होती। *12 प्रतिशत* उत्तरदाताओं ने तकनीकी ज्ञान की कमी को प्रमुख समस्या माना। आधुनिक उपकरणों, डिजिटल भुगतान, सामाजिक माध्यमों पर प्रचार तथा ऑनलाइन व्यापार की जानकारी सीमित होने से उनका व्यवसाय प्रतिस्पर्धा में पीछे रह जाता है। अध्ययन के आधार पर यह स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमिता के विकास के लिए वित्तीय सहायता, सरल ऋण व्यवस्था, विपणन सहयोग, तकनीकी प्रशिक्षण, डिजिटल साक्षरता तथा सरकारी योजनाओं की प्रभावी पहुँच अत्यंत आवश्यक है। यदि इन क्षेत्रों में सुधार किया जाए तो फर्रुखाबाद जनपद की महिला उद्यमियों की आय, रोजगार सृजन क्षमता तथा आर्थिक आत्मनिर्भरता में उल्लेखनीय वृद्धि संभव है।

4.2 परिणामों की चर्चा

प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य उत्तर प्रदेश के फर्रुखाबाद जनपद में महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक एवं आर्थिक कारकों का विश्लेषण करना था। अध्ययन के लिए 50 महिला उद्यमियों से प्राप्त आँकड़ों का सांख्यिकीय विश्लेषण किया गया। प्राप्त परिणामों के आधार पर अध्ययन के सभी उद्देश्यों की क्रमबद्ध व्याख्या एवं औचित्य निम्न प्रकार से प्रस्तुत किया जा सकता है। अध्ययन का प्रथम उद्देश्य महिला उद्यमियों की सामाजिक एवं आर्थिक पृष्ठभूमि का अध्ययन करना था। परिणामों से स्पष्ट हुआ कि अधिकांश उत्तरदाता 31 से 40 वर्ष आयु वर्ग की, स्नातक शिक्षित तथा विवाहित थीं। अधिकांश महिलाएँ संयुक्त परिवार से संबंधित

थीं और सूक्ष्म एवं लघु स्तर के व्यवसायों से जुड़ी हुई थीं। इससे यह स्पष्ट होता है कि शिक्षा, पारिवारिक सहयोग तथा सामाजिक अनुभव महिला उद्यमिता के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। अतः अध्ययन का प्रथम उद्देश्य पूर्ण रूप से सिद्ध हुआ। द्वितीय उद्देश्य महिला उद्यमिता को प्रभावित करने वाले सामाजिक कारकों का विश्लेषण करना था। सांख्यिकीय विश्लेषण से यह ज्ञात हुआ कि परिवार का सहयोग, शिक्षा, सामाजिक स्वीकृति, निर्णय लेने की स्वतंत्रता तथा प्रशिक्षण महिला उद्यमिता के प्रमुख सामाजिक निर्धारक हैं। अधिकांश उत्तरदाताओं ने स्वीकार किया कि यदि परिवार एवं समाज का सकारात्मक सहयोग प्राप्त हो तो व्यवसाय को सफलतापूर्वक संचालित करना अधिक सरल हो जाता है। इससे स्पष्ट होता है कि सामाजिक वातावरण महिला उद्यमिता की सफलता का आधार है। इसलिए यह उद्देश्य भी पूर्णतः प्राप्त हुआ।

तृतीय उद्देश्य आर्थिक कारकों के प्रभाव का मूल्यांकन करना था। अध्ययन से ज्ञात हुआ कि पर्याप्त पूंजी, बैंक ऋण, बाजार तक पहुँच, वित्तीय सहायता तथा डिजिटल भुगतान व्यवस्था महिला उद्यमिता के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। अधिकांश महिलाओं ने स्वयं की बचत अथवा पारिवारिक सहायता से व्यवसाय प्रारम्भ किया, जबकि बैंक ऋण प्राप्त करने वाली महिलाओं की संख्या अपेक्षाकृत कम थी। इससे स्पष्ट होता है कि वित्तीय संसाधनों की उपलब्धता व्यवसाय की वृद्धि एवं स्थायित्व के लिए आवश्यक है। इसलिए यह उद्देश्य भी सफलतापूर्वक सिद्ध हुआ। चतुर्थ उद्देश्य महिला उद्यमियों की प्रमुख समस्याओं एवं चुनौतियों की पहचान करना था। अध्ययन में पूंजी की कमी, विपणन संबंधी कठिनाइयाँ, तकनीकी ज्ञान का अभाव, पारिवारिक दायित्व तथा सरकारी योजनाओं की सीमित जानकारी प्रमुख समस्याओं के रूप में सामने आईं। इससे यह स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमियों को केवल आर्थिक सहायता ही नहीं, बल्कि तकनीकी एवं संस्थागत सहयोग की भी आवश्यकता है। अतः यह उद्देश्य भी पूर्ण रूप से प्राप्त हुआ। पाँचवें उद्देश्य के अंतर्गत सरकारी योजनाओं, बैंकिंग सुविधाओं तथा प्रशिक्षण कार्यक्रमों की भूमिका का अध्ययन किया गया। परिणामों से ज्ञात हुआ कि अधिकांश महिलाओं को सरकारी योजनाओं की जानकारी तो थी, किन्तु वास्तविक लाभ प्राप्त करने वाली महिलाओं की संख्या कम थी। प्रशिक्षण प्राप्त महिलाओं में व्यवसायिक दक्षता, आत्मविश्वास तथा प्रबंधन क्षमता अधिक पाई गई। इससे स्पष्ट होता है कि योजनाओं का प्रभावी क्रियान्वयन तथा नियमित प्रशिक्षण कार्यक्रम महिला उद्यमिता के विकास के लिए आवश्यक हैं। इसलिए यह उद्देश्य भी सिद्ध हुआ। छठे उद्देश्य के अनुसार डिजिटल तकनीक एवं विपणन सुविधाओं के प्रभाव का अध्ययन किया गया। अध्ययन से स्पष्ट हुआ कि डिजिटल भुगतान तथा ऑनलाइन विपणन का उपयोग करने वाली महिला उद्यमियों के व्यवसाय में अपेक्षाकृत बेहतर प्रगति देखी गई। इसके बावजूद ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल साक्षरता एवं तकनीकी प्रशिक्षण की कमी एक प्रमुख चुनौती बनी हुई है। यह परिणाम वर्तमान आर्थिक परिवेश के अनुरूप है और इस उद्देश्य की भी पुष्टि करता है। अंतिम उद्देश्य महिला उद्यमिता के विकास हेतु व्यावहारिक एवं नीतिगत सुझाव प्रस्तुत करना था। अध्ययन के निष्कर्षों के आधार पर यह स्पष्ट हुआ कि महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने के लिए सरल ऋण व्यवस्था, वित्तीय समावेशन, कौशल विकास प्रशिक्षण, डिजिटल साक्षरता, बाजार तक पहुँच, सरकारी योजनाओं का प्रभावी प्रचार-प्रसार तथा पारिवारिक एवं सामाजिक सहयोग को सुदृढ़ किया जाना आवश्यक है। यदि इन सभी क्षेत्रों में समन्वित प्रयास किए जाएँ तो फर्रुखाबाद जनपद में महिला उद्यमिता का व्यापक विकास संभव है।

अध्ययन में यह भी पाया गया कि महिला उद्यमियों की प्रमुख समस्याओं में पूंजी की कमी, विपणन संबंधी कठिनाइयाँ, पारिवारिक दायित्व, सरकारी योजनाओं की सीमित पहुँच तथा तकनीकी ज्ञान का अभाव प्रमुख हैं। विशेष रूप से सूक्ष्म एवं लघु उद्यमों से जुड़ी महिलाओं के लिए बाजार का विस्तार तथा उत्पादों का प्रभावी प्रचार-प्रसार अभी भी एक बड़ी चुनौती है। वर्तमान समय में डिजिटल माध्यमों तथा ऑनलाइन व्यापार के बढ़ते महत्व को देखते हुए यह आवश्यक है कि महिला उद्यमियों को डिजिटल विपणन,

ऑनलाइन विक्रय तथा वित्तीय साक्षरता का नियमित प्रशिक्षण उपलब्ध कराया जाए। समग्र रूप से अध्ययन यह सिद्ध करता है कि महिला उद्यमिता के विकास के लिए सामाजिक सहयोग, गुणवत्तापूर्ण शिक्षा, सरल वित्तीय सहायता, प्रभावी प्रशिक्षण, सुदृढ़ बाजार व्यवस्था तथा सरकारी योजनाओं का सुचारु क्रियान्वयन अत्यंत आवश्यक है। यदि इन क्षेत्रों में समन्वित प्रयास किए जाएँ तो फर्रुखाबाद जनपद की महिला उद्यमियों की आर्थिक स्थिति, रोजगार सृजन क्षमता तथा सामाजिक सशक्तिकरण में उल्लेखनीय वृद्धि संभव है। साथ ही यह अध्ययन इस तथ्य की भी पुष्टि करता है कि महिला उद्यमिता न केवल महिलाओं की आर्थिक आत्मनिर्भरता का माध्यम है, बल्कि स्थानीय आर्थिक विकास, पारिवारिक आय में वृद्धि तथा समावेशी विकास को गति प्रदान करने का एक प्रभावी साधन भी है। समग्र रूप से अध्ययन के सभी शोध उद्देश्यों की पुष्टि हुई। प्राप्त परिणाम यह सिद्ध करते हैं कि महिला उद्यमिता का विकास सामाजिक, आर्थिक, शैक्षिक एवं संस्थागत कारकों के समन्वित प्रभाव पर निर्भर करता है। इसलिए महिला उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए केवल वित्तीय सहायता पर्याप्त नहीं है, बल्कि शिक्षा, प्रशिक्षण, सामाजिक जागरूकता, तकनीकी ज्ञान तथा प्रभावी नीतिगत समर्थन को समान रूप से प्राथमिकता देना आवश्यक है। यह अध्ययन भविष्य में महिला उद्यमिता संबंधी शोध, नीति निर्माण तथा विकास कार्यक्रमों के लिए एक उपयोगी आधार प्रदान करता है।

5. निष्कर्ष

प्रस्तुत अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि महिला उद्यमिता केवल आर्थिक गतिविधि नहीं है, बल्कि यह सामाजिक परिवर्तन, महिला सशक्तिकरण तथा समावेशी विकास का महत्वपूर्ण माध्यम है। फर्रुखाबाद जनपद की महिला उद्यमियों पर किए गए अध्ययन से ज्ञात हुआ कि शिक्षा, पारिवारिक सहयोग, प्रशिक्षण, निर्णय लेने की स्वतंत्रता तथा पर्याप्त वित्तीय संसाधन महिला उद्यमिता की सफलता के प्रमुख आधार हैं। अध्ययन में अधिकांश महिलाओं ने स्वीकार किया कि यदि उन्हें परिवार का सहयोग, समय पर ऋण, आधुनिक प्रशिक्षण तथा विपणन सुविधाएँ उपलब्ध हों तो वे अपने व्यवसाय का विस्तार करने में अधिक सक्षम होंगी। अध्ययन से यह भी ज्ञात हुआ कि यद्यपि सरकार द्वारा विभिन्न योजनाएँ संचालित की जा रही हैं, फिर भी अनेक महिला उद्यमी इन योजनाओं का पूर्ण लाभ प्राप्त नहीं कर पा रही हैं। इसका प्रमुख कारण योजनाओं की सीमित जानकारी, जटिल आवेदन प्रक्रिया तथा वित्तीय संस्थानों तक सीमित पहुँच है। इसके अतिरिक्त पूंजी की कमी, विपणन संबंधी समस्याएँ, तकनीकी ज्ञान का अभाव तथा पारिवारिक उत्तरदायित्व महिला उद्यमिता के विकास में प्रमुख बाधाएँ हैं। अध्ययन यह भी स्पष्ट करता है कि वर्तमान समय में डिजिटल प्रौद्योगिकी, ऑनलाइन विपणन तथा डिजिटल भुगतान प्रणाली महिला उद्यमिता के लिए नए अवसर प्रदान कर रही है। यदि महिलाओं को डिजिटल कौशल, वित्तीय साक्षरता तथा उद्यमिता प्रशिक्षण प्रदान किया जाए तो वे स्थानीय ही नहीं, बल्कि राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय बाजारों तक भी अपनी पहुँच बना सकती हैं। अतः महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने के लिए शासन, बैंकिंग संस्थानों, स्वयं सहायता समूहों, प्रशिक्षण संस्थानों तथा सामाजिक संगठनों के बीच समन्वित प्रयास आवश्यक हैं। समग्र रूप से यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि महिला उद्यमिता के विकास हेतु सामाजिक समर्थन, आर्थिक सहायता, गुणवत्तापूर्ण प्रशिक्षण, सरल ऋण व्यवस्था, प्रभावी विपणन नेटवर्क तथा सरकारी योजनाओं का पारदर्शी क्रियान्वयन अनिवार्य है। इन उपायों के माध्यम से न केवल महिलाओं की आर्थिक स्थिति सुदृढ़ होगी, बल्कि स्थानीय स्तर पर रोजगार सृजन, पारिवारिक आय में वृद्धि तथा क्षेत्रीय आर्थिक विकास को भी नई गति मिलेगी।

6. संदर्भ सूची

1. अग्रवाल, एस., लेंका, यू., सिंह, के., अग्रवाल, वी., एवं अग्रवाल, ए. एम. (2020). *महिला सामाजिक उद्यमिता के सतत विकास के महत्वपूर्ण कारक.* जर्नल ऑफ क्लीनर प्रोडक्शन।

2. अखुला, एस. सी., एवं सिंह, पी. (2021). *महिला उद्यमिता में सूक्ष्म वित्त की भूमिका.* इंटरनेशनल जर्नल ऑफ इकोनॉमिक्स एंड फाइनेंस स्टडीज़।
3. कुमार, आर., सिंह, एस., एवं सिंह, एन. (2012). *भारत में सफल महिला उद्यमी: विशेषताओं का विश्लेषण.* एशियन जर्नल ऑफ मैनेजेरियल साइंस, 1(1), 57–62.
4. सामंत्राय, ई., एवं तोमर, जे. एस. (2018). *भारत में महिला उद्यमिता: आर्थिक जनगणना के साक्ष्य.* सोशल चेंज, 48(2), 188–207.
5. झा, एम., एवं गौबा, एस. (2022). *महिला उद्यमिता एवं नारीवादी अर्थशास्त्र.* वीथिका: अंतरविषयी शोध पत्रिका, 8(4), 1–8.
6. पायल कुमार. (2016). *इंडियन वूमेन ऐज़ एंटरप्रेन्योर्स.* पालग्रेव मैकमिलन.
7. देशपांडे, एस., एवं सेठी, एस. (2009). *महिला उद्यमिता: समस्याएँ, समाधान एवं भविष्य की संभावनाएँ.*
8. गांधी, एम., एवं सेन, के. (2010). *महिला उद्यमिता विकास: संभावनाएँ एवं समस्याएँ.*
9. रवि, एस. (2009). *सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यमों में उद्यमिता विकास.*
10. किरण, यू., एवं राय, ए. *महिला उद्यमिता विकास: मुद्दे एवं दृष्टिकोण.*
11. साहू, एम., एवं बराल, एस. के. (2010). *महिला उद्यमिता के संवर्धन में विपणन की भूमिका.*
12. गडवाल, एन. (2011). *भारत में सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यमों की समस्याएँ एवं संभावनाएँ.*
13. मसूद, आर. ज़ेड. (2011). *महिला स्वामित्व वाले उद्यमों का विकास.*
14. रॉबिटा, एवं नंदिता. (2011). *मणिपुर में महिला उद्यमिता.*
15. साथियाबामा. (2010). *ग्रामीण महिला सशक्तिकरण एवं उद्यमिता विकास.*
16. भारती, एवं इंदिरा. (2005). *भारतीय महिला और उद्यमिता.*
17. अग्रवाल, ए., कैरिक, जे., कैनेडी, जे., एवं फर्नांडीज़, जी. (2022). *भारत में महिला उद्यमियों की स्थिति.*
18. महाजन, आर., एवं बंद्योपाध्याय, के. (2021). *महिला उद्यमिता एवं सतत विकास.*
19. मेहता, एम., एवं सिन्हा, आर. (2022). *महिला उद्यमी एवं सूचना प्रौद्योगिकी.*
20. कुमारासामी, डी., सिंह, पी., एवं कौर, एस. (2023). *ग्रामीण भारत में महिला उद्यमिता एवं वित्तीय समावेशन.*
21. पीटर, एस., गीता, ई., एवं गुप्ता, ए. (2024). *डिजिटल वित्तीय व्यवहार एवं महिला उद्यम.*
22. महतो, जे., एवं झा, एम. के. (2024). *सामाजिक पूंजी एवं महिला उद्यमिता.*
23. बिस्वास, एस. (2021). *भारत में महिला स्वामित्व एवं नवाचार.*
24. दोशी, वी. (2026). *भारत में उद्यमिता का लैंगिक परिप्रेक्ष्य.*
25. त्रिपाठी, डी. (2026). *भारत में महिला उद्यमिता का विकास: ग्रंथसूची विश्लेषण.*
26. मौर्य, एस., चौधरी, आर., कुमार, ए., एवं रंगनेकर, एस. (2025). *महिला उद्यमिता: ग्रंथसूची विश्लेषण.*
27. सुराना, के., सिंह, ए., एवं सागर, ए. डी. (2020). *भारत में नवाचार आधारित उद्यमिता.*
28. डोंगरे, ए., सिंघल, के., एवं दास, यू. (2020). *भारत में महिलाओं की आर्थिक भागीदारी.*
29. अग्रहरी, आर., सेठ, वी., एवं मिश्रा, डी. (2025). *भारत में महिला उद्यमियों का उदय.*
30. रामदुगुला, एम. ए., परुचुरु, डी. एम., कुमार, एस., एवं राजू, आई. बी. (2026). *भारत में महिला उद्यमिता: ग्रंथसूची अध्ययन.*
31. देशपांडे, ए., एवं शर्मा, एस. (2013). *भारत में उद्यमिता एवं लैंगिक असमानता.*
32. चावला, आर. (2016). *स्टार्ट-अप कोष और मेक इन इंडिया.*
33. रवि, एस. (2009). *सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम क्षेत्र में उद्यमिता विकास.*
34. गुप्ता, ए. (2024). *महिला स्वामित्व वाले उद्यमों में डिजिटल वित्त.*
35. नायक, एम., नायक, पी. एम., एवं जोशी, एच. जी. (2025). *महिला उद्यमियों की सफलता के निर्धारक.*
36. बसु, एस. (2023). *हथकरघा उद्योग में महिला उद्यमिता.*
37. क्रोमिधा, ई., यादव, एन., एवं इलावरासन, पी. वी. (2023). *डिजिटल सूक्ष्म वित्त एवं भारतीय महिला उद्यमिता.*

Publisher's Note: *The views and opinions expressed in this article are solely those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the publisher, editors, or the editorial board.*