



# Importance of Micro Small and Medium Industries in The Economic Development of India

*Micro small and medium enterprises (MSME) sector has emerged as a highly vibrant and dynamic sector of the Indian Economy over the last five decades. MSMEs not only play crucial role in providing large employment opportunities at comparatively lower capital cost than large industries but also help in industrialization of rural and backward areas, thereby reducing regional imbalances, assuring more equitable distribution of national income and wealth. MSMEs are complimentary to large industries as ancillary units and this sector contributes enormously to the socio economic development of the country.*

**DR. CHHAVI KHARE**

## Introduction :

In most of the developing countries like India, micro, small and medium industries constitutes an important and crucial segment of the industrial sector. They play an important role in employment creation resource utilization and income generation and helping to promote changes in a gradual and phased manner.

Micro, small and medium enterprises. It is difficult to get disillusioned about the important of MSMEs when it comes to the growth and development of the country. They have been long overlooked even when this sector actually employees 69 million people in India which is 40% of the total workforce, through 44 million enterprises. MSMEs contribute approximately 8% to India's GDP, are responsible for a stunning 45% of its total industrial output and 40% of its total exports.

The scarcity of capital in India severely limits the number of non-farm jobs that can be created because investment costs per job are high in large and medium industries. An effective development policy has to attempt to increase the use of labour relative to capital to the extent that it is economically efficient.

Micro, small and medium (MSME) sector has emerged as a highly vibrant and dynamic sector of the Indian economy over the last five decades. MSMEs not only play crucial role in providing large employment opportunities at comparatively lower capital cost than large industries but also help in industrialization of rural and backward areas,

thereby, reducing regional imbalance, assuring more equitable distribution of national income and wealth MSMEs are complimentary to large industries as ancillary units and this sector contributes enormously to the socioeconomic development of the country.

## Definition of SSI/MSME :

Micro, small and medium enterprises are generally defined in terms of the investment in the plant, machinery and equipment, the number of people employed and annual turnover. In India MSMEs are defined just according to the amount of investment ceiling for plant, machinery or equipment:-

**Table 1 : Definition of MSME According to Ministry of MSME**

Classification	Investment in plant, machinery or equipment	
	Manufacturing sector	Service sector
<b>Micro</b>	Up to Rs. 25 lakh (\$ 50 thousand)	Up to 10 lakh (\$ 20 thousand)
<b>Small</b>	Above Rs. 25 lakh (\$ 50 thousand) and up to Rs. 5 crore (\$ 1 million)	Above Rs. 10 lakh (\$ 20 thousand) and up to 2 crore (\$ 40 million)
<b>Medium</b>	Above Rs. 5 crore (\$1 million) and up to Rs. 10 crore (\$ 2 million)	Above Rs 2 crore (\$ 0.40 million) and up to Rs. 10 crore (\$ 2 million)

The Fiscal commission, Government of India, New Delhi, 1950, for the first time defined a small scale industries as, one which is operated mainly with hired labour usually 10 to 50 hands.

Fixed capital investment in a unit has also been adopted as a other criteria to make a distinction between small scale and large scale industries. This limit is being continuously raised up wards by Government.

### Objectives :

(1) The study the trends and growth of small scale industry/MSMEs in India during the past liberalization period.

(2) To characterize the trends in inputs, output and other related variables in small scale industry/MSMEs in India in order to bring out the growth in the industry.

(3) To examine the relative contributions of labour and capital in output growth in India is being continuously raised up wards by Government.

### Research Methodology :

This study majorly focused on micro, small and medium enterprises located in industrial areas and prominent marts of New Delhi. Various manufacture, services, starts-ups from the food industries. IT industry and Textile manufacturing industry were interviewed as a part of the study.

Both primary and secondary data was collected for the study. Secondary data was collected from specific reports, articles and other internet sources. Primary data was collected by personally interviewing people or sending them questionnaires to capture a wide spectrum of problems difference kinds of MSMEs were interviewed including manufacturing sector enterprises, services sector enterprises, food industry, starts-ups and enterprises registered as small scale industries (SSI). The questionnaires were prepared by appropriate secondary data collection and analysis, collected data was then combined, critically analyzed and the research was concluded with policy recommendations.

### Growth and Performance :

Micro, small and medium enterprises are an integral part of the economy. They provide employment opportunities to the weakest and poorest state of the society, giving them a way out of perpetual poverty that they seem doomed to.

Currently there are 44.7 million enterprises spread across the county employing 40% of the total population. 10.6 million people were working in this during 2001-02 whereas the number grew to 101 million people in 2012-13. More and more people are getting employed through new MSMEs every year, currently making up for largest workforce after the agricultural sector.

In India, a micro, small and medium enterprise (MSME) is a generic term used to describe small scale industrial (SSI) units and medium scale industrial units. Any industrial unit with a total investment in its fixed assets or leased assets or hire-purchased asset up to Rs. 1 crore is considered as a SSI unit.

The MSMEs sector produces a wide range of industrial products such as food products, beverage, tobacco and tobacco products, cotton textiles, wool silk synthetic products, Jute, hemp and jute products, wood and wood products, furniture and fixtures, paper and paper

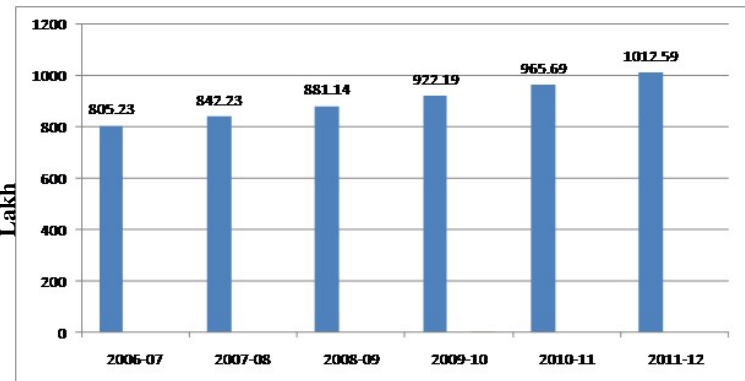
products, printing publishing an allied industries, machinery, machines, apparatus, appliances and electrical machinery. MSME sector also has a large number of service enterprises.

**Table 2 : Performance of SSI/MSME Units, Employment & Investment**

S. No.	Year	Total working enterprise (In Lakh)	Employment (In Lakh)	Market value of fixed Assets (Rs. in Crore)
I	II	III	IV	V
1.	2006-07	361.76	805.23	868543.79
2.	2007-08	3776.36	842	920459.84
3.	2008-09	393.7	880.84	977114.72
4.	2009-10	410.8	921.79	1038546.08
5.	2010-11	428.73	965.15	1105934.09
6.	2011-12	447.64	1011.69	1182757.64
7.	2012-13	467.54	1061.40	1268763.67
8.	2013-14	488.46	1114.29	1363700.54
9.	2014-15	510.57	1171.32	1471912.94

**Source :** Annual report MSMEs 2015-16.

**Figure 1 : Employment In MSME Sector<sup>1</sup>**



1. Projected data for the years 2007-08 to 2011-12.

**Source :** Annual Report MSMEs 2015-16.

These enterprises are spread across the country with 55% of the enterprises being located in urban areas and the rest 45% in the rural areas in states like Uttar Pradesh, Maharashtra, Tamil Nadu, West Bengal, Andhra Pradesh, Karnataka etc. Uttar Pradesh has about 4.4 million MSMEs providing employment to 9.2 million people whereas West Bengal and Tamil Nadu have 3.4 million and 3.3 million MSMEs respectively.

### Importance of MSMEs Industries :

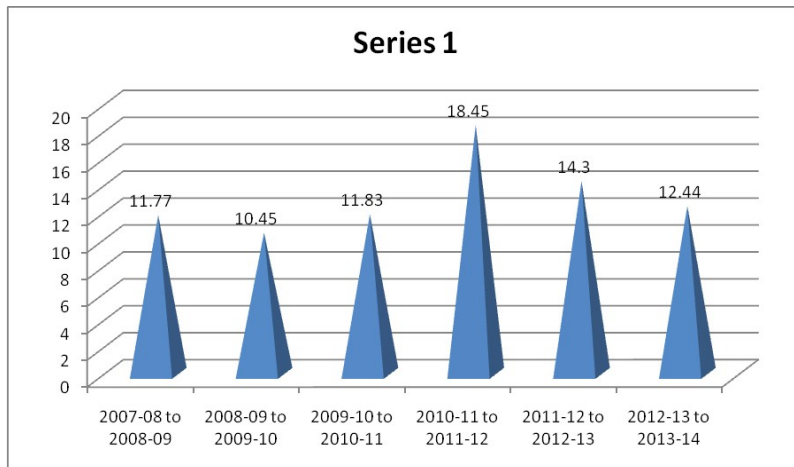
In India, small scale industries (SSIs) occupy 12.3 million units, contributes to 40 percent of their exports and provide employment to about 29.5 million people. The SSIs now produce more than 8000 products. By recognizing the importance of SSI units in the development of economy the government has been continuously attempting to improve the avail ability of critical input to this sector and create appropriate infrastructural environment.

Recently, significant policy initiatives assistance, incentives and subsidies and influenced many enterprises to start SSIs. The Indian SME segments current product

value is almost Rs. 816000 crore. It contributes to around 40% of industrial product and exports. It manufactures more than 8000 diverse products, ranging from low tech items to technologically advanced products. The SSI sector targets both domestic as well global markets SSIs sector is recognized as the engine of growth accounting for about 70% of employment and contributes a significant amount for the growth of GDP. Globally 99.7% of all enterprises in the world are SMEs and the balance 0.3 percent is large scale enterprises.

MSME has shown constant growth rate around 11% every year till 2010-11. The highest growth in recent time was recorded during 2011-12 (18.45%) where during year 2012-13 and 2013-14 growth rate was around 14% and 12% respectively. But it jumped to 12% to 17% in 2014-15. However recent data for 2015 i.e. from April-September 2015 shown impressive growth of 18.74% (year on year growth) (chart-I)

The focus sectors of the convention were agree business and food processing automobile and engineering energy, health care, industrial infrastructure, IT/ITes, pharmaceuticals, renewable energy, technical education and skilled development, textile and handlooms, tourism and urban development.



**Source :** Ministry of Micro, Small and Medium Enterprises, Government of India.

### Conclusion :

From the foregoing analysis one may derive the following conclusions which seem to be most relevant that could be taken as a guideline for the future view.

In most of the developing countries like India, small scale industries (SSI) constitutes an important crucial segment of the industrial sector. They play an important role in employment creation, resource utilization and income generation and helping to promote changes in a gradual and phased manner.

MSMEs are generally more labour intensive than larger organization. As a matter of fact, small scale sector has new emerge as a dynamic and vibrant sector for the Indian economy in recent years. It has attracted so much attention not only from industrial planners and economists but also

from sociologists, administrators and politicians.

MSMEs need support not just at the start up stage but also for dealing with intractable issues like bankruptcy. There is a need for an Expert Advisor Group that can lay down requisite procedures and push for amendments to the existing laws to facilitate restructuring or closure of distressed MSME units.

The Indian MSME sector is posed for rapid growth and integration with major global value chains. Timely policy intervention and due support will go a long way towards making Indian MSMEs globally competitive.

### References :

- (1) *The Indian Economic since 1991; Economic Reforms and Performance, 2/e* by B.A. Prakash
- (2) *FICCI MSME summit, 2012 Innovation Readiness of Indian SMEs; issues and challenges.* Accessed 15 June 2013 [http://www.ficci.com/spdocument/20144/FICCI-MSME\\_summit\\_2012-knowledge\\_paper\\_new.pdf](http://www.ficci.com/spdocument/20144/FICCI-MSME_summit_2012-knowledge_paper_new.pdf). internet.
- (3) *Industrial policy in an area of Globalization* copyright@2003 by Marcus Noland and Howard Pack.
- (4) [www.sme.org](http://www.sme.org)
- (5) Cheab, H-B and Cheah, M (2005). *Small, diversified and sustainable : Small enterprises in a sustainable production system.* In: Harvie, C and Lee, B-C(eds), 2005. *Sustaining growth and performance in East Asia*, Cheltenham: Edward Elgar.
- (6) <http://my.sajaribooksonline.Com/book/modern.Small-business-enterprises/Chollev1Sec4-xhtml>
- (7) Umap, 2013 *Role of SMEs in Economic Development of India.* Accessed 3 June 2014. <http://indianresearchjournals.com/pdf/APJMMR/2013/June/15.pdf>. internet.





## भारत में ई-कॉमर्स : उपयोगिता, बाधाएँ एवं सुझाव

प्रस्तुत शोधपत्र में भारत में ई-कॉमर्स की उपयोगिता, बाधाओं एवं सुझावों पर चर्चा की गई है। ई-कॉमर्स एवं इलेक्ट्रॉनिक्स के माध्यम से व्यवसाय सुगम एवं बहुराष्ट्रीय हो गया है। ई-कॉमर्स अभी अपने प्रारंभिक दौर में है, किन्तु व्यापार में ग्राहक बढ़ाने तथा उत्पादकता में वृद्धि हेतु यह सर्वाधिक लोकप्रिय व सुलभ तरीका है। पिछले कुछ वर्षों में ऑनलाईन खरीददारी तेजी से बढ़ी है तथा आने वाले समय में ऐसा कोई व्यवसाय नहीं होगा, जिसकी अपनी वेबसाइट न हो। ई-कॉमर्स का प्रचलन फिलहाल अमेरिका एवं यूरोप जैसे देशों में ही अधिक है। भारत गाँवों का देश है और लगभग 80 प्रतिशत जनसंख्या गाँवों में निवास करती है। बिजली और दूरसंचार का अभाव है, जिससे अधिकांश लोगों को ई-कॉमर्स सुविधा का लाभ नहीं मिल पाता है। भारत में यह अभी अपनी प्रारंभिक अवस्था में है एवं इसकी कुछ बाधाएँ भी हैं।

### डॉ. पी. वाय. मिश्र

**जॉ**न नेशनल ने अपनी प्रसिद्ध पुस्तक "ग्लोबल पैराडाक्स" में उल्लेख किया था कि भविष्य में एक मात्र प्रभाव सूचना क्रान्ति प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में होगी। वर्तमान में सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में होगी। वर्तमान में सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में की जा रही उन्नति ने उनके इस विचार को पुष्ट किया है। आज इलेक्ट्रॉनिक के तीव्र प्रसार ने विश्व की दूरियों को समेटकर मुट्ठी में भर दिया है। सरल शब्दों में पूरा विश्व एक ग्लोबल गाँव बनकर रह गया है।

सूचना प्रौद्योगिकी ने आज सुविधाएँ प्रदान की है। उदाहरण के इस दौर में "ई कॉमर्स" अर्थात् संसार पर आधारित व्यापार का महत्व भी तेजी से बढ़ रहा है। "ई-कॉमर्स" इलेक्ट्रॉनिक विधि से सामान एवं सेवाओं की ऑनलाईन खरीद-फरोख्त है। ई-कॉमर्स तीन रूपों में है :

(1) **बिजनेस टू बिजनेस** : व्यापारिक संगठनों के बीच आपसी व्यापार, एक ही संगठन के अंदर व्यापारिक गतिविधियाँ तथा फ्रूटकर व्यापार।

(2) **बिजनेस टू कस्टमर्स** : वस्तुओं, सेवाओं एवं सूचनाओं की कंपनी द्वारा उपभोक्ता तक सीधी पहुँच।

(3) **कस्टमर्स टू कस्टमर्स** : जिसके द्वारा अलग-अलग कस्टमर्स के समूह जो आपस में रूचि रखते हैं, सूचना एवं विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं।

ई-कॉमर्स में समान किसी आन लाईन स्टोर में प्रदर्शित किए जाते हैं तथा खरीददार वेबसाइट पर उन्हें देखकर, उनके बारे में जानकारी हासिल कर सकते हैं। उन्हें ऑनलाईन खरीद भी सकते हैं। ऑनलाईन में दो चरण होते हैं :

(1) सबसे पहले वेबसाइट पर ग्राहक के क्रेडिट कार्ड अकाउंट का ऑथेराइजेशन होता है कि वेलिड एवं पर्याप्त बैलेंस है कि नहीं, कार्ड होल्डर व्यक्ति का बैंक उस वेबसाइट को

ऑथेराइजेशन नंबर भेजता है, और उसका ऑर्डर स्वीकार हो जाता है।

(2) दूसरा वेबसाइट द्वारा बैंक को सूचित किया जाता है कि जहाँ उसके पास मर्चेन्ट अकाउंट होता है। वह बैंक फंड्स को वेबसाइट या मर्चेन्ट के अकाउंट में जमा करवाता है एवं कार्ड होल्डर का अकाउंट डेबिट हो जाता है।

इस प्रकार खरीददारी हेतु यात्रा करने की आवश्यकता नहीं होती है, सभी सामान लोगों को घर बैठे ही मिल जाता है तथा विक्रेता को निर्धारित राशि कुछ क्षणों में उनके खाते में स्थानान्तरित हो जाती है।

ई-कॉमर्स द्वारा व्यापार प्रारंभ करने में सीमित चीजों की जरूरत होती है। वह अपना अथवा किराये पर लिया गया वेबसाइट, उत्पादों एवं सेवाओं की सूचीबद्ध करने हेतु शॉपिंग कार्ड प्रोग्राम एवं खरीददारी सम्बंधी सूचनाओं का संकलन तथा अपने बैंक खाते में धन प्राप्त करने का तरीका इसके लिए पर्याप्त है।

ई-कॉमर्स एवं इलेक्ट्रॉनिक्स के माध्यम से व्यवसाय सुगम एवं बहुराष्ट्रीय हो गया है। ई-कॉमर्स अभी अपने प्रारंभिक दौर में है, किन्तु व्यापार में ग्राहक बढ़ाने तथा उत्पादकता में वृद्धि हेतु यह सर्वाधिक लोकप्रिय व सुलभ तरीका है। पिछले कुछ वर्षों में ऑनलाईन खरीददारी तेजी से बढ़ी है तथा आने वाले समय में ऐसा कोई व्यवसाय नहीं होगा, जिसकी अपनी वेबसाइट न हो।

ई-कॉमर्स से संबंधित विस्तृत जानकारी के लिए इस साईट का प्रयोग किया जा सकता है।

[www.internetnews.com/ec-news](http://www.internetnews.com/ec-news).

ई-कॉमर्स से न सिर्फ उपभोक्ता लाभान्वित हो सकते हैं, अपितु व्यावसायियों के लिए यह वरदान सिद्ध हो रहा है।

ई-कॉमर्स का प्रचलन फिलहाल अमेरिका एवं यूरोप जैसे देशों में ही अधिक है। भारत गाँवों का देश है और लगभग 80 प्रतिशत जनसंख्या गाँवों में निवास करती है। बिजली और दूरसंचार का अभाव है, जिससे अधिकांश लोगों को ई-कॉमर्स सुविधा का लाभ नहीं मिल पाता है। भारत में यह अभी प्रारंभिक अवस्था में है एवं इसकी कुछ बाधाएँ हैं।

**बाधाएँ :**

(1) सर्वाधिक बड़ा खतरा धन के भुगतान सम्बन्धी है। इसमें धन का हस्तांतरण क्रेडिट कार्ड या ऑन लाईन बैंक द्वारा किया जाता है। इस व्यवस्था के तहत क्रेडिट कार्ड के नंबर समेत सभी गोपनीय जानकारीयों दूसरे पक्ष तक पहुँचानी होती है। यह डर बना रहता है कि दूसरा पक्ष क्रेडिट कार्ड से निर्धारित धन से अधिक का हस्तांतरण न कर ले।

(2) बैंकों के माध्यम से धन के हस्तांतरण के लिए दोनों समूहों का खाता ऑन लाईन बैंक में होना आवश्यक है। भारत ऐसा देश है, जहाँ राष्ट्रीयकृत बैंकों में मात्र आई.सी.आई.सी.आई. ही ऑनलाईन सुविधा से युक्त है।

(3) इस व्यवस्था के लिए उच्च कोटि के सर्वर होना आवश्यक है। साधारण सर्वर के इस्तेमाल से गोपनीय दस्तावेज के सार्वजनिक होने का भय रहता है। भारत में उच्च तकनीकी सर्वर का अभाव है।

(4) ई-कॉमर्स पूर्णरूपेण विश्वसनीयता पर आधारित है एवं इसके आधार पर (इंटरनेट पर परिचय) बड़ी रकम का व्यावसायिक व्यवहार करना जोखिम भरा है।

(5) इस व्यवस्था में सभी के पास इंटरनेट की सुविधा होना आवश्यक है। महानगरों में ही जब इस तरह की व्यवस्था सीमित लोगों के पास है, तो गाँवों व कस्बों तक इस व्यवस्था के पहुँचने में समय लगेगा।

**सुझाव :**

(1) धन के हस्तांतरण में अधिक पारदर्शिता आए। इसके लिए आवश्यक है कि सभी बैंकों को ऑनलाईन किया जाए।

(2) ई-कॉमर्स को अधिक लोकप्रिय बनाने के लिए हार्ड स्पीड आप्टिकल केबल लगे। इस व्यवहार के अंतर्गत इंटरनेट कनेक्शन घर पर एक डिश एंटीना लगाकर प्राप्त किया जा सकेगा।

(3) ई-कॉमर्स पूर्ण रूप से विश्वसनीयता पर ही टिका है। अतः उसके लिए विश्वास का वातावरण तैयार हो। उत्पादक तथा उपभोक्ता को विश्वास में लेना होगा, जिसके लिए अच्छी सुविधाएँ प्रदान किया जाना आवश्यक है। हालांकि हाल ही में खोली गई विभिन्न साइट्स, बाबा बाजार डॉट कॉम, होम ट्रेड डॉट कॉम, रेडिफ डॉट कॉम, आकर्षक ऑनलाईन शापिंग की व्यवस्था कर उपभोक्ता को नजदीक लाने का प्रयास कर रही है।

ई-कॉमर्स के संदर्भ में पेप्सिको इंडिया होल्डिंग्स के चेयरमैन श्री पी.एम. सिन्हा का विचार है कि भारत जैसे विकासशील देश में ई-कॉमर्स जैसी अत्याधुनिक व्यापार प्रणाली के माध्यम से व्यापार करने में अभी 15 से 20 वर्ष और लगेंगे। भारत में इस प्रणाली की अभी शुरुआत ही हुई है, किन्तु बहुत जल्दी ही यह बीमा, बैंकिंग सहित साधारण दुकान पर अपनाई जायेगी। लेकिन यह तय है कि

कुछ वर्षों बाद सूचना एवं संचार क्षेत्र में आई इस क्रान्ति की बदौलत व्यापार करने की प्रणाली पूरी तरह बदल जाएगी।



## UGC - APPROVED - JOURNAL

The screenshot shows the UGC Approved List of Journals website. A search for 'Research Link' has been performed, resulting in one entry. The entry details are as follows:

View	Sl.No.	Journal No	Title	Publisher	ISSN	E-ISSN
View	1	4986	Research Link	Research Link	09731628	

Below the table, there are navigation options: 'Showing 1 to 1 of 1 entries', 'Previous', and 'Next'. At the bottom, there are three tabs: 'For Students', 'For Faculty', and 'More'. The 'For Faculty' tab is active, showing links for 'Honours and Awards - UGC Regulations', 'Pay Related Orders - M.R.P.', and 'Other Higher Education Links'.

### UGC Journal Details

<b>Name of the Journal :</b>	Research Link
<b>ISSN Number :</b>	09731628
<b>e-ISSN Number :</b>	
<b>Source :</b>	UNIV
<b>Subject :</b>	Accounting,Anthropology,Business and International Management,Economics, Econometrics and Finance(all),Education,Environmental Science(all),Finance,Geography, Planning and Development, Law,Political Science a,Social Sciences(all)
<b>Publisher :</b>	Research Link
<b>Country of Publication :</b>	India
<b>Broad Subject Category :</b>	Arts & Humanities,Multidisciplinary,Social Science

[Print](#)

‘रिसर्च लिंक’ की सदस्यता का शुल्क भुगतान राष्ट्रीयकृत बैंकों द्वारा सीधे ट्रांसफर या जमा किया जा सकता है। बैंक का विवरण निम्नानुसार है-

**बैंक :** स्टेट बैंक ऑफ इण्डिया

**ब्रांच :** ओल्ड पलासिया, इन्दौर,

**कोड -** **SBIN 000 3432**

**खाते का नाम :** रिसर्च लिंक,

**खाता नंबर -** **63025612815**

भुगतान की मूल रसीद, शोध-पत्र एवं सीडी के साथ कार्यालयीन पते पर भेजना अनिवार्य है।



## खादी और ग्रामोद्योग आयोग की विपणन व्यूह-रचना का समीक्षात्मक अध्ययन

प्रस्तुत शोधपत्र में खादी और ग्रामोद्योग आयोग की विपणन व्यूह-रचना का समीक्षात्मक अध्ययन किया गया है। शोधपत्र में प्रमुख रूप से खादी ग्रामोद्योग आयोग की स्थाना के उद्देश्य और उनके सम्बंध में किस प्रकार की रणनीतियों और योजनाओं का उपयोग कर सरकार द्वारा कौन-कौन से कदम उठाये जा रहे हैं, का प्रमुख रूप से शोधार्थी द्वारा अध्ययन किया गया है। इसके अंतर्गत विकेन्द्रीकृत क्षेत्र के प्रमुख संगठनों में से मुख्य रूप से अपनाई गई विपणन रणनीति को समझना ही प्रमुख उद्देश्य है। प्रस्तुत शोधपत्र में खादी ग्रामोद्योग की स्थापना से लेकर उसके अब तक के मूल्यांकन की यात्रा को स्पष्ट करता है।

डॉ. हेमा मिश्रा\* एवं अनिल शर्मा\*\*

### परिचय :

महात्मा गाँधी ने वर्ष 1942 में भारत छोड़ो आंदोलन अंग्रेजों के खिलाफ चलाया था, जिसके माध्यम से महात्मा गाँधी ने स्वदेशी वस्तुओं का उपयोग शुरू करने का आह्वान किया था और इस तरह खादी का जन्म हुआ। महात्मा गाँधी के द्वारा इस आन्दोलन को करने को प्रमुख कारण विदेशी वस्तुओं का बहिष्कार करना और अंग्रेजों को भारत से बाहर करना था। इस कार्य का उद्देश्य ग्रामीण भारत को आर्थिक दृष्टि से भारतीय अर्थव्यवस्था से जोड़ना था और एक ऐसा ब्राण्ड तैयार करना था, जो भारतवासियों को आत्मनिर्भरता प्रदान कर सके। वर्ष 1920 में नागपुर में हुए कांग्रेस सत्र के दौरान खादी को प्रस्तुत करने का निर्णय लिया गया, यहीं से खादी ग्रामोद्योग की यात्रा का आरंभ हुआ। सर्वप्रथम उत्पादन इकाई काठियावाड़ गुजरात में स्थापित की गई थी। महात्मा गाँधी ने खादी को आजादी के वस्त्र कह कर उसका उल्लेख किया था। इस तरह महात्मा गाँधी के खादी आंदोलन ने लोकप्रियता हासिल की और 1948 में नई भारत सरकार ने ग्रामीण उद्योग की भूमिका को मान्यता दी। इन्हीं प्रयासों को चलते इसे पंचवर्षीय योजना का हिस्सा भी बनाया गया और खादी और ग्रामोद्योग आयोग को कुटीर उद्योग के रूप में पहचाना गया। इसके अंतर्गत ग्रामीण क्षेत्र और ग्रामीण उद्योग को परिभाषित किया गया है। ग्रामीण और सेवा उद्योगों के लिए एक व्यापक श्रेणी का निर्माण, उद्योगों को ग्रामीण इलाकों में स्थापित करने का कार्य और कुटीर उद्योग के लिए उत्पादों का उत्पादन करके आय अर्जित करने जैसा सराहनीय कार्य भी इसकी सहायता से किया जा सका है। खादी और ग्रामोद्योग आयोग (खा.ग्रा.आ.) का सृजन एक विधिविहित निकाय के रूप में संसद के एक अधिनियम (1956 के 61 और 1987 के अधिनियम

संख्या 12 और 2006 अधिनियम संख्या 10 द्वारा यथा संशोधित) द्वारा किया गया है। जो सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम क्षेत्र का एक अभिन्न अंग है और स्थानीय कौशल, संसाधनों का उपयोग करके ग्रामीण क्षेत्रों में खादी और ग्रामोद्योग के विकास के साथ-साथ बहुत ही कम लागत में रोजगार के अवसर सृजित करने पर जोर देता है।

**खादी का वर्षानुसार क्रम और इसकी यात्रा :**

- (1) 1920 : खादी आंदोलन, अखिल भारतीय राष्ट्रीय नागपुर सत्र में कांग्रेस बैठक स्वदेशी के लिए एक राष्ट्रीय उपकरण के रूप में पेश किया गया।
- (2) 1923 : भारत राष्ट्रीय कांग्रेस द्वारा अखिल भारतीय बोर्ड का विकास।
- (3) 1925 : ऑल इंडिया स्पिनर्स एसोसिएशन (एआईएसए) अखिल भारत चरखा संघ की स्थापना।
- (4) 1935 : ऑल इंडिया ग्रामोद्योग संघ (एआईवीआईए) का गठन किया गया था।
- (5) 1953 : अखिल भारतीय खादी और ग्राम बोर्ड (एआईकेवीबी) की स्थापना 1953 के जनवरी में हुई।
- (6) 1956 : खादी और ग्रामोद्योग आयोग अधिनियम 1956 को 1957 में पारित किया गया था। तत्पश्चात खादी और ग्रामोद्योग आयोग अस्तित्व में आया।

**खा.ग्रा.आ. की स्थापना का उद्देश्य :**

- खा.ग्रा.आ. की स्थापना के 3 विशिष्ट उद्देश्य निम्न हैं :
- (1) सामाजिक उद्देश्य, (2) आर्थिक उद्देश्य एवं (3) आत्मनिर्भर समुदाय।
  - (1) सामाजिक उद्देश्य : खा.ग्रा.आ. के अंतर्गत भारत सरकार का मुख्य उद्देश्य एक विधिवत संगठन स्थापित कर युवाओं

\*सहायक प्राध्यापक ( वाणिज्य विभाग ), श्री क्लॉथ मार्केट कन्या वाणिज्य महाविद्यालय, इन्दौर ( मध्यप्रदेश )

\*\*सहायक प्राध्यापक ( वाणिज्य विभाग ), रुकमादेवी लड्डा माहेश्वरी महाविद्यालय, इन्दौर ( मध्यप्रदेश )

के लिए रोजगार सृजन की सुविधा प्रदान करना है। हमारा भारत देश कृषि प्रधान देश है। आज भारत की आबादी का 70 प्रतिशत कृषि अर्थव्यवस्था पर निर्भर है। वर्ष 1947 में जब हमें स्वतंत्रता मिली तब कृषि मानसून पर ही निर्भर रहती थी, जिसका कोई भी निश्चित आधार नहीं हुआ करता था, जिसे हम कृषि जुआ भी कहते थे। जब इस अनिश्चिताओं भरी समस्या और गंभीरता की ओर ध्यान आकर्षित किया, तो सरकार ने इस समस्या से निपटने के लिए खा.ग्रा.आ.को वैकल्पिक तरीके के रूप में चयन कर उसकी स्थापना के माध्यम से रोजगारों के अवसरों में वृद्धि करने का प्रयास किया।

**(2) आर्थिक उद्देश्य :** भारत में मिश्रित अर्थव्यवस्था है और मूल रूप से कृषि पर निर्भर है, वही हमारे भारत वर्ष में कला और शिल्प की एक समृद्ध विरासत भी उपलब्ध है। प्रत्येक राज्य के प्रत्येक क्षेत्र में एक अलग-अलग संस्कृति है, जिसे विकसित किया जा सकता है और इसे बेचने के लिए आर्थिक रूप से व्यवहार्य बनाया जा सकता है। सरकार ने इसे मजबूत करने का निर्णय लिया और इस तरह सरकार के हस्तक्षेप से बड़े पैमाने पर कदम उठाए गए, जिसका परिणाम खा.ग्रा.आ. की स्थापना है।

**(3) आत्मनिर्भर समुदाय :** भारत सरकार द्वारा खा.ग्रा.आ. के अंतर्गत कारीगरों को प्रशिक्षण देने और उन्हें वित्त की व्यवस्था कराने का दायित्व सौंपा गया है, जिसके अंतर्गत आयोग को कारीगरों को समयानुसार प्रशिक्षण प्रदान कर उन्हें आत्मनिर्भर बनने के लिए प्रेरित करना शामिल किया गया है, जिससे देश की अर्थव्यवस्था मजबूत बन सके और वह आत्मनिर्भर बन सके।

**खा.ग्रा.आ. द्वारा उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए किए गए प्रयास :**

**(1)** ग्रामीण क्षेत्रों में छोटे पैमाने पर कुटीर उद्योग, कारीगरों और व्यक्तिगत उद्यम जैसे योग्य एजेंसियों के वित्तपोषण से ग्रामीण उद्योगों को बढ़ावा देने का प्रयास।

**(2)** विभिन्न क्षेत्रों में विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में खादी और ग्रामीण उद्योगों के विकास को बढ़ावा देना।

**(3)** ग्रामीण कारीगरों के प्रचार के लिए लघु उद्योगों के साथ समन्वय करना।

**(4)** बिक्री केन्द्रों में बेचे गए मर्दों के विभिन्न उत्पादों के उत्पादन तकनीकों के तरीकों में अनुसंधान को बढ़ावा देने और बढ़ावा देने के लिए उत्पादों के बेहतर विकास की सुविधा देने का प्रयास।

**(5)** ग्रामीण उद्योगों की सहायता और सुविधा के लिए भंडार का निर्माण करना।

**(6)** खादी और ग्रामोद्योग उत्पादों की बिक्री और विपणन का प्रचार।

**(7)** उत्पादों की गुणवत्ता के मानक निर्धारित करना।

**(8)** खादी और ग्रामीण उद्योगों में लगे व्यक्तियों को सहकारी प्रयासों के साथ प्रोत्साहन देना आदि।

**विपणन रणनीतियों की पृष्ठभूमि :**

रणनीति सरलतम रूप में एक विशेष लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए बनाई गई कारवाई की एक योजना है, आमतौर पर रणनीति के बारे में सोचा जाता है कि वह प्रबंधन उपकरण के रूप में बड़े संगठनों के लिए ही उपर्युक्त है, पर एम.एस.एम.ई. के लिए

इसकी जरूरत महसूस नहीं की जाती है, पर यह समझना महत्वपूर्ण है कि रणनीति सभी आकार के संगठनों के लिए जरूरी है। एक अच्छी तरह से तैयार की गई रणनीतिक योजना किसी भी फर्म के कर्मचारियों को उसके प्रयोजनों और उद्देश्यों को एक स्पष्ट दृष्टि और दिशा प्रदान करती है, कपडा उद्योगों की नई-नई तकनीकों और उसमें होने वाला अद्भूत परिवर्तन के अनुरूप खादी और ग्रामोद्योग आयोग काफी पिछड़ गया है, जिसके प्रमुख कारण निम्न प्रकार हैं :

**आधारभूत संरचना और प्रक्रिया :** (1) पुरानी अव्यवस्थित दुकानें, (2) पुराने उपकरण, (3) अवसंरचना का अभाव, (4) छोटे-छोटे संस्थान एवं (5) कानूनी हस्तक्षेप आदि।

**उत्पाद :** (1) सीमित उत्पाद श्रेणी, (2) ग्राहक प्राथमिकताओं की अपेक्षा उत्पाद विकास पर अधिक ध्यान, (3) ग्राहक प्रोफाइलिंग के लिए कोई समझ नहीं, (4) खराब उत्पाद पैकेजिंग, (5) उत्पादों की गुणवत्ता की जांच नहीं, (6) उचित स्टॉक नहीं है आदि।

**विपणन और बिक्री रणनीतियाँ :** (1) खराब ग्राहक सेवा और अनुभव, (2) ग्राहक से मानसिक बोध का अभाव, (3) अधिकांश बिक्री और प्रचार गतिविधियाँ गाँधी जयंती के आसपास ही करना, (4) व्यापार पद्धति में प्रशिक्षण का अभाव, (5) खरीदारों के बीच जागरूकता का अभाव, (6) बहुत कम विपणन रणनीतियाँ, (7) उत्पादों की इंटरनेट उपस्थिति अपेक्षाकृत कम आदि।

**खा.ग्रा.आ.द्वारा वर्तमान में अपनाई गई प्रमुख विपणन रणनीतियाँ:**

जब कभी भी विपणन रणनीतियाँ तैयार की जाती हैं, तो उसमें विपणन के क्षेत्र के सभी बुनियादी, अल्पकालिक और दीर्घकालिक गतिविधियाँ शामिल की जाती हैं, जो की एक कंपनी की रणनीतिक प्रारंभिक स्थिति के विश्लेषण और बाजार उन्मुख रणनीतियों के निर्धारण, मूल्यांकन और चयन के साथ सौदा करती हैं, इसलिए इसमें क्षमता होती है की लक्ष्यों और इसके विपणन उद्देश्यों को पूरा कर सके। खादी द्वारा बिक्री बढ़ाने के लिए विपणन पहल निम्नानुसार है :

**(1) उत्पाद विकास :** बहुत सारे विचार और अनुसंधान के बाद नए उत्पादों को शुरू किया जाता है। खादी के उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए भी विकास की अवधारणा को शामिल किया गया है। उसका प्रमुख कारण है कि आज विश्व पर्यावरण के अनुकूल होने की ओर अग्रसर हो रहा है। पर्यावरण को अधिक बढ़ावा देने के लिए यह जरूरी हो गया है कि इसी पहल के अंतर्गत खादी उत्पाद के रूप में सभी प्राकृतिक और हाथ से बने उत्पादों का उत्पादन हो। इसके तहत खादी, फाइबर, चमड़े, गन्ना बांस, अगरबत्ती, प्रसंस्त खाद्य उत्पाद, शहद और हस्तनिर्मित कागज जैसे उद्योगों को खा.ग्रा.आ.की श्रेणी में रखा गया है, जिसका परिणाम है कि खादी उत्पादों की बिक्री की वजह से पिछले कुछ सालों में ग्राहकों की विचारधारा में बदलाव आया है।

**(2) प्रदर्शनियाँ :** वर्ष 1990 से सरकार ने जिला स्तर पर, क्षेत्रीय स्तर पर, राज्य स्तर पर और राष्ट्रीय स्तर पर विभिन्न प्रदर्शनियों को प्रस्तुत किया है। यह उत्पादों को बेचने और वास्तविक खादी उत्पादों के बारे में जागरूकता फैलाने और कारीगरों

को अपने उत्पादों को प्रदर्शित करने में भी मदद करती है। इसके माध्यम से रोजगार के अवसर और खादी के उत्पादों को मुहैया कराया जाता है।

### (3) सरकारी कार्यालयों में खादी ब्रांड को बढ़ावा

**देना:** सरकार ने कुछ मंत्रालयों में सरकारी कर्मचारियों को अनिवार्य वस्त्र के रूप में खादी कपड़े के लिए खादी की बिक्री बढ़ाने की पहल की है। सरकार सरकारी कार्यालयों में शुक्रवार को पहनने के लिए खादी अनिवार्य बनाने की सोच रही है। वर्तमान में मेक इन इंडिया के अभियान में वर्तमान सरकार खादी को भारत के ब्रांड बनाने की बहुत कोशिश कर रही है। वही अपने नए प्रयास में खा.ग्रा.आ.भी स्कूलों और कॉलेजों में खादी कपड़ों को बढ़ावा दे रहा है।

**(4) निर्यात को बढ़ावा :** विश्व स्तर पर खा.ग्रा.आ.के उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए सरकार अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेले और प्रदर्शनियों में भाग लेने के लिए कारीगरों और खा.ग्रा.आ.ने ग्रामोद्योगी संस्थाओं, इकाईयों के साथ दुबई, आस्ट्रेलिया, इटली, यूएसए में आयोजित 4 व्यापार प्रदर्शनियों और मेलों में भाग लिया, जिसके परिणाम स्वरूप निर्यात को बढ़ावा मिला।

**(5) क्रेडिट प्रवाह में वृद्धि :** सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम मंत्रालय के माध्यम से केंद्र सरकार, खा.ग्रा.आ. को योजना और गैर-योजना प्रमुखों के तहत अपनी विभिन्न गतिविधियों को करने के लिए धन प्रदान करती है। इन फंडों को मुख्य रूप से अनुदान और ऋण के माध्यम से प्रदान किया जाता है, जो कि आयोग उन्हें अपने कार्यान्वयन एजेंसियों, राज्य खा.ग्रा.वी. बो., सोसाइटी पंजीकरण अधिनियम, 1860 के तहत पंजीत संस्थानों और सहकारी अधिनियमों के तहत पंजीत सहकारी समितियों को पुनः आवंटित करता है।

**(6) भंडार का आधुनिकीकरण और स्कंध रखरखाव :** वर्तमान में आज व्यवसाय में प्रतिस्पर्धी की स्थिति में दुनिया में प्रौद्योगिकी और आधुनिकता सफलता की कुंजी बन गया है, ऐसी स्थिति में यह आवश्यक है कि खा.ग्रा.आ. अपने भण्डारों में भी सुधार करे, क्योंकि स्कंध वह है, जो ग्राहक को स्टोर में खींचता है, ताकि कारीगर से स्टोर की यात्रा का उन्नयन किया जा सके। वर्तमान में सरकार भंडार की मरम्मत कर रही है और उन्हें एक आधुनिक शोरूम का रूप दे रही है।

**(7) खा.ग्रा.आ. द्वारा व्यक्तिगत प्रशिक्षण :** वर्तमान में ग्राहकों को व्यापार की आधारशिला माना जाता है, ऐसी स्थिति में प्रतियोगी वातावरण में ग्राहकों के साथ अच्छे संबंधों को होना ज्यादा अनिवार्य हो चुका है। इनफार्मेशन तकनीक विभाग, वित्त विभाग, एचआर विभाग आदि सहित प्रत्येक विभाग को प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए, ताकि प्रशिक्षण सभी कर्मचारियों को प्राप्त हो सके, न कि केवल उच्च स्तर के कर्मचारियों को। इसके अतिरिक्त आयोग को नवीनतम उपकरणों और नवीन तकनीकियों के साथ उत्पादों और ग्राहकों को संभालने के लिए आवश्यक कौशल हमेशा बाजार और मांग अनुरूप तैयार रहना चाहिए।

### निष्कर्ष :

(1) विज्ञापन के लिए विभिन्न माध्यमों का प्रयोग करना चाहिए, जिसमें मुख्य रूप से टीवी चैनल, रेडियो, एफएम, समाचार पत्रों और इंटरनेट जैसे विज्ञापन के माध्यम प्रमुख हैं।

(2) ऑनलाइन मार्केटिंग और ऑनलाइन बिक्री आउटलेट द्वारा खादी को बढ़ाया जाना चाहिए। आज के समय में ऑनलाइन सबसे बड़ा मार्केटिंग प्लेटफॉर्म है, जो एक निश्चित समय में करोड़ों तक पहुँचता है।

(3) भण्डारों को ज्यादा आकर्षक तरीके से उत्पादों को रखना चाहिए, ताकि ग्राहक आकर्षित हो सके।

(4) व्यावसायिक पैकेजिंग और उत्पाद विकास को सुधारने की आवश्यकता होती है, क्योंकि पैकेजिंग उत्पाद के समग्र प्रभाव पर बहुत प्रभाव डालती है।

(5) स्थानीय संसाधनों और अनुकूलनीय तकनीकों का अधिकतम उपयोग किया जाना चाहिए।

(6) ग्राहक आधार बढ़ाने और नए अभिनव तरीके खोजने के लिए बाजार अनुसंधान विभाग की स्थापना की जानी चाहिए।

### संदर्भ :

(1) Gupta, Dipankar : "Whither the Indian Village-Culture and Agriculture in 'Rural' India", *Economic and Political Weekly, February 2005, PP. 751-758.*

(2) Mrs. Padmasani, S.Murganandan and M.Yazhini (2009) : *Rural Consumer's Attitude Towards Khadi Products, Department of Commerce, Bharathiar University, Coimbatore.*

(3) Anjum, Dr. Darakshan : *An Analysis of Khadi and Village Industry Sector in J & K, ZENITH International Journal of Multi disciplinary, Research Volume 1, Issue 8, Dec.2011, ISSN 22315780.*

(4) Bhaskaran, Dr. E. : *The Technical Efficiency of Khadi and Village Industries Clusters in India, Deputy Director of Industries and Commerce, Government of Tamil Nadu, July-August 2013.*

(5) [http://kvic.org.in/kvices/update/KRDP/Khadi\\_Revised\\_Re-categorisation.pdf](http://kvic.org.in/kvices/update/KRDP/Khadi_Revised_Re-categorisation.pdf)

(6) <http://kvic.org.in/kvices/index.html>

(7) <http://kvic.org.in/kv/iseqn.pdf>

(8) <http://economictimes.indiatimes.com/topic/Khadi>

(9) [http://planningcommission.nic.in/reports/peoreport/peore\\_valu/kvic\\_fin.pdf](http://planningcommission.nic.in/reports/peoreport/peore_valu/kvic_fin.pdf)







## विभिन्न देशों में गरीबी रेखा के नीचे जीवनयापन करने वालों की गणना : एक अध्ययन

प्रस्तुत शोधपत्र में विभिन्न देशों में गरीबी रेखा के नीचे जीवनयापन करने वालों की गणना का अध्ययन किया गया है। ऑक्सफोर्ड विश्वविद्यालय ने ऑक्सफोर्ड पावर्टी एण्ड डेवलपमेंट इनीशिएटिव (ओपीएचआई) 2010 के तहत गरीबी मापने के लिए मल्टी डायमेंशनल पावर्टी इंडेक्स (एमपीआई) बनाया है। इस सूचकांक में गरीबों के चयन के लिए शिक्षा, स्वास्थ्य और जीवन स्तर को मुख्य इंडीकेटर बनाया है। इन तीन मुख्य इंडीकेटर के भीतर कुल 10 इंडीकेटर बनाए गए हैं, जिनमें बिजली, पानी और सेनितेशन भी शामिल है। इस सूचकांक के मुताबिक भारत में 55.4 फीसदी लोग गरीब हैं और गरीब आबादी की हिस्सेदारी पाकिस्तान से अधिक है।

डॉ.रानी शुक्ला

**प्रस्तावना :**

गरीबों के चयन का आधार : प्रत्यक्ष गरीब, बेघर, सड़कों पर रहने वाले लोग, कूड़ा बटोरने वाले, मूल आदिवासी और कानूनी तौर पर रिहा कराए गए बंधुआ मजदूर।

**गरीबी रेखा के ऊपर :** मोटर वाहन वाले घर, मछली पकड़ने की पंजीकृत नाव वाले घर, ट्रेक्टर और हारवेस्टर जैसे मशीनी कृषि यंत्र रखने वाले घर, 50000 रु. से अधिक की क्रेडिट लिमिट वाला किसान क्रेडिट कार्ड रखने वाले घर, सरकारी कर्मचारी का घर (आशा और आंगनबाड़ी जैसे कार्यकर्ता इससे बाहर होंगे), किसी भी तरह के पंजीकृत उद्यम वाले घर, 10,000 रु. महीने से अधिक की आमदनी वाले घर, आयकर या प्रोफेशनल टैक्स देने वाले घर, 3 या अधिक कमरों वाले पक्के मकान में रहा परिवार, फ्रिज या लैंडलाइन फोन रखने वाले परिवार।

गरीबी के साथ ही जाति की गणना पर मुहर लगाकर केन्द्रीय मंत्रीमंडल ने लम्बे समय से चली आ रही "गरीबी हटाओ राजनीति को नये सिरे से हवा दी है। लेकिन इस चक्कर में सरकार ने जनगणना के मूल सिद्धांतों को ही सिर के बल खड़ा कर दिया है, जनगणना शुरू होने के पहले ही सरकार को बखूबी मालूम है कि देश में 37.2 फीसदी लोग गरीबी रेखा के नीचे रहने वाले (बीपीएल) हैं और योजना आयोग इस बात पर अड़ा हुआ है कि गिनती चाहे किसी भी पैमाने पर कर ली जाए, बीपीएल की संख्या 37.2 फीसदी ही रहेगी। सुप्रीम कोर्ट की फटकार के बावजूद इस आंकड़े का पेट भरने के लिए बीपीएल की गिनती का काम जून के अंत तक शुरू हो जायेगा। इस पर पूरे 4000 करोड़ रु. की रकम खर्च होने का अनुमान है।

**उद्देश्य :**

(1) बीपीएल जनगणना के गणित को आसान भाषा में

समझना।

(2) सरकार पहले से तय करना चाहती है कि वह अपनी योजनाओं में बीपीएल के लिए कितना पैसा खर्च करेगी।

(3) बीपीएल की बड़ी तादाद बाद में कोई झंझट खड़ा न करे, इसके लिए योजनाएँ निर्धारित करना।

(4) सरकार ने बजट के साथ ही गरीबों की संख्या भी तय कर ली है, जिससे उनकी जरूरतों को पूरा किया जा सके।

(5) बी.पी.एल. की आबादी के अनुसार सरकार के पास पैसा कितना है, उसकी जाँच करना।

मामले की तह में जाएँ तो दिखता है कि योजना आयोग का बस चलता तो यह गरीबों की संख्या को 37.2 फीसदी से नीचे रखता, लेकिन बीपीएल की रूपरेखा तय करने के लिए बनी सुरेश तेंदुलकर कमेटी ने अप्रैल 2010 में सौंपी अपनी रिपोर्ट में कहा है कि देश के ग्रामीण क्षेत्र में 41.8 फीसदी आबादी गरीब है। वहीं शहरी क्षेत्र में गरीबी का आंकड़ा 25.7 फीसदी रहा। इस तरह गाँव और शहर मिलाकर देश की कुल गरीब आबादी 37.2 फीसदी मान ली गई।

तेंदुलकर कमेटी ने नेशनल सैम्पल सर्वे आर्गेनाइजेशन के 2004-05 में किए गए नेशनल हाउसहोल्ड कंजमशन एक्पेंडीचर सर्वे के आधार पर यह आंकड़ा पेश किया, मजे की बात यह कि इसी सर्वेक्षण के आधार पर सरकार गरीबी की तादाद को 27 फीसदी मानकर चल रही थी, लेकिन बाद में योजना आयोग तेंदुलकर कमेटी की रिपोर्ट को मंजूर कर ली।

उधर बीपीएल जनगणना का तरीका सुझाने के लिए गठित एन.सी.सक्सेना कमेटी ने पोषण के आधार पर देश में 50 फीसदी लोगों को गरीब माना, वहीं आक्सफोर्ड विश्वविद्यालय के 2010 के आकलन के मुताबिक देश में 55 फीसदी लोग गरीब हैं, पर

सहायक प्राध्यापक (वाणिज्य विभाग), सेठ आर.सी.एस. कला एवं वाणिज्य महाविद्यालय, दुर्ग (छत्तीसगढ़)

योजना आयोग ने इन आंकड़ों को स्वीकार नहीं किया।

बीपीएल जनगणना में नोडल एजेंसी की भूमिका निभा रहे केन्द्रीय ग्रामीण विकास मंत्रालय के सचिव बी.के.सिन्हा ने साफ शब्दों में कहा, “बीपीएल जनगणना में देश की पूरी आबादी में से 37.2 फीसदी गरीबों की पहचान करने का काम किया जाना है।” ग्रामीण विकास मंत्रालय के अलावा शहरी विकास मंत्रालय और गृह मंत्रालय भी नोडल एजेंसी होंगे और जनगणना के लिए कर्मचारी जुटाने का काम राज्य सरकारों को करना है।

भले ही कोई सर्वेक्षण गरीब आबादी की मोटी तस्वीर दे सकता है, लेकिन सर्वेक्षण के आंकड़े जनगणना के व्यापक आंकड़ों से ज्यादा प्रमाणिक तो नहीं हो सकते। ऐसे में सर्वेक्षण के नतीजे को जनगणना पर थोपना कहाँ तक जायज है ? इस सवाल पर सिन्हा ने कहा, हमें जनगणना के माध्यम से 37.2 फीसदी गरीब लोगों को छंटने का काम मिला है।

हमारा काम योजना आयोग के निर्देशों का अनुपालन करना है। इस जनगणना के माध्यम से देश की पूरी आबादी का आर्थिक वर्गीकरण हो जाएगा और इनमें से सबसे गरीब 37.2 फीसदी लोग बीपीएल माने जाएंगे। इस आंकड़े से छेड़छाड़ का अधिकार हमारे पास नहीं है। “गौरतलब है, बीपीएल जनगणना का यह काम पूरी तरह कम्प्यूटराइज्ड होगा। इसके लिए 6 लाख से अधिक टेबलेट पीसी (लेपटॉप जैसा कम्प्यूटर) का इस्तेमाल किया जा रहा है। वहीं जाति के आंकड़े गुप्त रखे जायेंगे और सरकार बाद में इन्हें सार्वजनिक करेगी।

गरीबों की तरह की गिनती किस हद तक जायज है, इस सवाल पर पीपुल्स यूनिन फॉर सिविल लिबर्टी (पीयूसीएल) की सचिव कविता श्रीवास्तव कहती है, “पीयूसीएल पहले से ही भूख और गरीबी के मुद्दे पर सुप्रीम कोर्ट में याचिका दाखिल कर चुका है। इस तरह की मनमानी जनगणना गरीबों के साथ मजाक है।

गौरतलब है कि यूपीसीएल की याचिका की सुनवाई के दौरान ही सुप्रीम कोर्ट ने योजना आयोग से पूछा था कि गाँव में 15 रु. प्रतिदिन और शहर में 20 रु. प्रतिदिन से अधि कमाने वाले व्यक्ति को वह किस आधार पर गरीबी रेखा से बाहर कर रहा है। आयोग ने प्रतिदिन की इसी आय के आधार पर 37.2 फीसदी गरीबों का आंकड़ा तैयार किया गया है।

उधर आयोग की बेटुकी जिद का विरोध बढ़ता जा रहा है, सोनिया गाँधी की अध्यक्षता में वाली राष्ट्रीय सलाहकार परिषद के कुछ सदस्यों ने तो आयोग के दफ्तर योजना भवन के बाहर 23 मई को धरना-प्रदर्शन भी किया। इनमें ज्यां द्रेज, अरूणा राय और हर्ष मंदर भी शामिल हैं, धरने के बाद आयोग के उपाध्यक्ष मॉटेक सिंह अहलूवालिया ने प्रदर्शनकारियों के साथ बंद कमरे में मुलाकात भी की।

बैठक में मौजूद सूत्रों के मुताबिक दोनों पक्ष अपनी बात पर अड़े रहे, इस दौरान अहलूवालिया ने कहा कि गरीबी का कोई ना कोई पैमाना तो पहले से तय करना ही पड़ेगा। आयोग को डर है कि अगर ऊपर से गरीबी की संख्या तय नहीं की जाएगी तो राज्य सरकारें इस संख्या को अपने हिसाब से बढ़ा सकती हैं।

उसकी असल चिंता यह है कि गरीबों की संख्या 37.2 फीसदी मानने पर ही खाद्य सब्सिडी के मौजूदा बिल में 6,000

करोड़ रु. का इजाफा हो जाएगा। यह बिल मौजूदा 55,780 करोड़ रुपये से बढ़कर 61,780 रु. हो जाएगा। अगर गरीबों की संख्या 50 फीसदी तक पहुँच गई तो सब्सिडी का बोझ उठाना सरकार के लिए भारी होगा।

बैठक में मौजूद ज्यां द्रेज ने आयोग से कहा कि बीपीएल देश में गरीबी के निर्धारण की बेस लाइन है, इसलिए सब्सिडी से इसे जोड़ना ठीक नहीं है, गरीबों का निर्धारण उनकी गरीबी के आधार पर हो, ना कि सब्सिडी बिल के आधार पर।

उन्होंने यह भी कहा कि जनगणना में बीपीएल एक्सक्लूज्ड (गरीबी रेखा से बाहर करना) पर जितना पैसा खर्च होगा, उसमें तो बहुत से गरीबों का भला हो जाएगा। बीपीएल जनगणना के मौजूदा तरीके पर अरूणा राय का मानना है कि इस तरह के गरीबों की गिनती करना देश की गरीब आबादी के साथ खिलवाड़ है। इस गिनती में असली गरीब बाहर छूट जायेंगे। ऐसे आंकड़े जब राशन वितरण प्रणाली में लागू किये जायेंगे तो इसके नतीजे भयानक होंगे।

सरकार गरीबों की असली संख्या से डर रही है, लेकिन जिस तरह एनएसी ने भी जनगणना को मंजूरी दे दी है, उससे लगता नहीं कि एनसी सदस्यों का विरोध कोई असर डाल पाया है।

अब जरा इस पर नजर डालें कि आखिर सरकार ने गरीबों को खोजने का क्या नायाब तरीका बनाया है। गरीबों के चयन के लिए तीन श्रेणी बनाई गई है। सीधे तौर पर नजर आने वाले गरीब, सीधे तौर पर नजर आने वाले गरीब सीधे तौर पर गरीबी की सीमा से बाहर के लोग और गरीबी के विभिन्न स्तर के लोग इसमें सबसे ज्यादा पेच इस श्रेणी में है। तीसरी श्रेणी में से कम अंक पाने वाले बहुत से गरीब बीपीएल सूची से गायब हो जाएंगे। सरकार अपनी विभिन्न योजनाओं में सहूलियत के लिहाज से जब चाहेंगी, लोगों को शामिल कर लेगी और जब चाहेगी, बाहर कर देगी। इस तरह हर योजना के अपने-अपने गरीब नजर आयेंगे।

इसी कवायद को अंतर्राष्ट्रीय नजरिए से देखें तो तस्वीर कुछ और ही दिखती है, ऑक्सफोर्ड विश्वविद्यालय ने ओक्सफोर्ड पावर्टी

#### विभिन्न देशों में गरीबी के आँकड़े

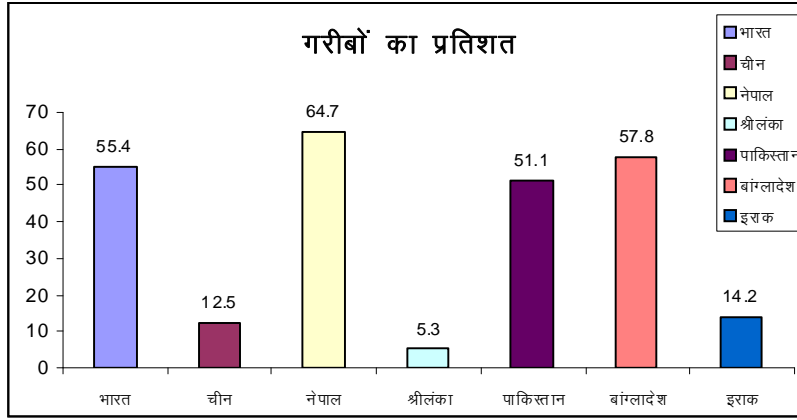
देश	गरीबों का प्रतिशत
भारत	55.4
चीन	12.5
नेपाल	64.7
श्रीलंका	5.3
पाकिस्तान	51.1
बांग्लादेश	57.8
इराक	14.2

स्रोत : मल्टीडायमेंशनल पावर्टी इंडेक्स (एमपीआई), आक्सफोर्ड पावर्टी एण्ड ह्यूमन डेवलपमेंट इनीशिएटिव 2010.

एण्ड डेवलपमेंट इनीशिएटिव (ओपीएचआई) 2010 के तहत गरीबी मापने के लिए मल्टीडायमेंशनल पावर्टी इंडेक्स (एमपीआई) बनाया है।

इस सूचकांक में गरीबों के चयन के लिए शिक्षा, स्वास्थ्य और जीवन स्तर को मुख्य इंडिकेटर बनाया गया है। इन तीन मुख्य इंडिकेटर के भीतर कुल 10 इंडिकेटर बनाए गए हैं, जिनमें बिजली,

## विभिन्न देशों में गरीबी के आँकड़े



पानी और सेनिटेशन भी शामिल है। इस सूचकांक के मुताबिक भारत में 55.4 फीसदी लोग गरीब है और गरीब आबादी की हिरसेदारी पाकिस्तान से अधिक है। श्रीलंका की तुलना में देश में 10 गुना ज्यादा गरीब हैं और इस मामले में हम इराक जैसे अशांत देश से भी आगे हैं।

ऐसे में सवाल उठता है कि पहले से तय संख्या के आधार पर क्या वाकई गरीबों के आंकड़े कभी सामने आ पायेंगे। इस बात का पूरा अंदेशा है कि लुटियन की दिल्ली से थोपी जाने वाली परियोजनाएँ गाँधी के गाँवों पर एक बार फिर से बहुत भारी गुजरें, और नतीजा वही निकले जैसे जनकवि नागार्जुन ने एक अपनी कविता में कहा है, बाकी बच गया अंडा।

### निष्कर्ष :

आर्थिक सामाजिक हालात के आधार पर गरीबी के लिए शून्य से सात के बीच अंक दिये जायेंगे, सबसे अधिक अंक वाले परिवार को गरीबी सूची में नाम दर्ज कराने की प्राथमिकता मिलेगी। कैबिनेट में पास प्रस्ताव में यह तो कहा गया है कि सबसे ज्यादा गरीब परिवारों को सबसे ज्यादा अंक मिलेंगे। लेकिन अंक प्रणाली की बारीकियाँ तय किया जाना अभी बाकी है। अंक प्रणाली में गरीबों को आर्थिक स्तर के आधार पर सूचीबद्ध किया जाएगा। योजना आयोग द्वारा तय सीमा को छूने पर बीपीएल सूची पूर्ण मान ली जाएगी।

### संदर्भ :

(1) मल्टीडायमेंशनल पावर्टी इंडेक्स (एमपीआई), आक्सफोर्ड पावर्टी एण्ड ह्यूमन डेवलपमेंट इनीशिएटिव 2010.

(2) पत्रिकाएँ।

(3) इंटरनेट।



**UGC -  
APPROVED - JOURNAL**

www.ugc.ac.in/Welcome to UGC, New Delhi

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग  
University Grants Commission  
quality higher education for all

Home About Us Organization Commission Universities Colleges Publications

UGC Approved List of Journals

You searched for Research Link

Total Journals : 1

Show: 25 entries

View	Sl.No.	Journal No.	Title	Publisher	ISSN	E-ISSN
View	1	48985	Research Link	Research Link	09731628	

Showing 1 to 1 of 1 entries

For Students: About NET, UGC NET Online, Ragging Related Circulars, Fake Universities, Educational Loan

For Faculty: Honours and Awards, UGC Regulations, Pay Related Orders, M R P

More: Notices, Circulars, Tenders, Jobs, UGC ROA, Right to Information Act, Other Higher Education Links

**UGC Journal Details**

Name of the Journal : Research Link

ISSN Number : 09731628

e-ISSN Number :

Source: UNIV

Subject: Accounting, Anthropology, Business and International Management, Economics, Econometrics and Finance (all), Education, Environmental Science (all), Finance, Geography, Planning and Development, Law, Political Science a, Social Sciences (all)

Publisher: Research Link

Country of Publication: India

Broad Subject Category: Arts & Humanities, Multidisciplinary, Social Science

[Print](#)