



रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया

■ बिहार प्रदेश ■

वार्षिक कार्यकारी सभा, बिहार प्रदेश

रविवार, दि. 29 मार्च 2026 | समय : प्रातः 10.00 बजे
स्थान : ज्ञान भवन, प्रथम तल हॉल, गांधी मैदान के पास, पटना (बिहार)



सुजान शंकर

संचालक
रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



धीरेंद्र कुमार

अध्यक्ष, बिहार प्रदेश
रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया





रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



डॉ. शंकरकुमार सान्याल
अध्यक्ष, राष्ट्रीय सलाहकार समिति
रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



अतुल घुईखेडकर
राष्ट्रीय अध्यक्ष
रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



नरेशचंद्र यादव
(पूर्व राज्यसभा सांसद, बिहार)
संचालक - राष्ट्रीय सलाहकार समिति
रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



सुजान शंकर
राष्ट्रीय संचालक
रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



धीरेंद्र कुमार
अध्यक्ष, बिहार प्रदेश
रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया





प्रस्तावना

भारत की आत्मा उसके गाँवों में बसती है। यह केवल एक कथन नहीं, बल्कि हमारे राष्ट्र की ऐतिहासिक और आर्थिक सच्चाई है। प्राचीन और मध्यकालीन भारत में गांव केवल निवास के स्थान नहीं थे, बल्कि उत्पादन, कौशल और व्यापार के सशक्त केंद्र थे। 19वीं शताब्दी में भारत का वैश्विक अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान था और हमारे कारीगरों, किसानों तथा लघु उद्योगों की उत्पादकता ने भारत को 'सोने की चिड़िया' के रूप में प्रतिष्ठित किया। उस समय अर्थव्यवस्था का आधार विकेन्द्रित था। हर गांव एक आत्मनिर्भर इकाई था, जहां कृषि के साथ-साथ अनेक छोटे-बड़े उद्योग फलते-फूलते थे।

समय के साथ यह संतुलन धीरे-धीरे कमजोर हुआ। औपनिवेशिक नीतियों ने ग्रामीण उत्पादन तंत्र को व्यवस्थित रूप से तोड़ा और स्वतंत्रता के बाद भी विकास का झुकाव बड़े शहरों और केंद्रीकृत उद्योगों की ओर अधिक रहा। परिणामस्वरूप आज हम एक ऐसे दौर में खड़े हैं जहां ग्रामीण बेरोजगारी, कृषि संकट, घटती आय, बाजार से दूरी और शहरों की ओर बढ़ता पलायन गंभीर चिंताओं के रूप में सामने है। गांव, जो कभी अर्थव्यवस्था के केंद्र थे, आज उपभोक्ता बनकर रह गए हैं।

विशेष रूप से कृषि क्षेत्र, जो भारत की जीवनरेखा है, अनेक चुनौतियों से जूझ रहा है। बढ़ती लागत, अनिश्चित आय, जलवायु परिवर्तन का प्रभाव और सीमित वैल्यू एडिशन। इसके कारण किसान और ग्रामीण युवा दोनों ही पारंपरिक आजीविका से दूर होते जा रहे हैं। ग्रामीण युवाओं में क्षमता और ऊर्जा की कोई कमी नहीं है, परंतु अवसरों और संगठित मार्गदर्शन के अभाव में यह शक्ति पूर्ण रूप से विकसित नहीं हो पा रही है।

इन्हीं परिस्थितियों ने एक नए विचार को जन्म दिया। एक ऐसे मंच की आवश्यकता, जो ग्रामीण भारत की आर्थिक क्षमता को संगठित कर उसे नई दिशा दे सके। इसी सोच के साथ रूरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया (RCCI) की स्थापना हुई। RCCI एक ऐसा संगठन है जो छोटे और बड़े उद्योगों, स्थानीय उद्यमियों, किसानों और ग्रामीण प्रतिभाओं को एक साझा नेटवर्क में जोड़ता है, ताकि वे सामूहिक रूप से आगे बढ़ सकें।

RCCI का मूल उद्देश्य केवल व्यापार को बढ़ाना नहीं, बल्कि ग्रामीण अर्थव्यवस्था को पुनर्जीवित करना है। यह संगठन ग्रामीण युवाओं को प्रत्यक्ष रूप से उद्योग जगत से जोड़कर उन्हें नए व्यावसायिक अवसर उपलब्ध कराने की दिशा में कार्य करता है, जिससे वे अपने ही क्षेत्र में आय के स्रोत विकसित कर सकें और उद्यमिता की ओर अग्रसर हों।

हमारा विश्वास है कि यदि हर गांव में 'घर-घर उद्योग, गांव-गांव उद्योग' की संकल्पना को साकार किया जाए, तो रोजगार के लिए शहरों पर निर्भरता कम होगी और स्थानीय स्तर पर ही आर्थिक गतिविधियां बढ़ेंगी। RCCI इसी दिशा में जिला, तहसील और गांव स्तर पर संगठन निर्माण के माध्यम से एक मजबूत ग्रामीण व्यापार नेटवर्क स्थापित करने का कार्य कर रहा है।

आज आवश्यकता केवल संसाधनों की नहीं, बल्कि सोच, संगठन और दिशा की है। भारतीय संस्कृति, परंपरा और विशाल घरेलू बाजार हमारे लिए एक अनूठा अवसर प्रस्तुत करते हैं। यदि हम अपनी स्थानीय क्षमताओं को पहचानकर उन्हें आधुनिक तकनीक, नवाचार और व्यावसायिक दृष्टिकोण से जोड़ दें, तो ग्रामीण भारत न केवल आत्मनिर्भर बन सकता है, बल्कि वैश्विक स्तर पर भी अपनी पहचान स्थापित कर सकता है।

RCCI का लक्ष्य एक ऐसे भारत का निर्माण करना है जहाँ

- गांव आर्थिक रूप से सशक्त हो।
- युवाओं को स्थानीय स्तर पर सम्मानजनक रोजगार मिले।
- कृषि और उद्योग एक-दूसरे के पूरक बनें।
- और पलायन की बजाय गाँवों में ही अवसरों का सृजन हो।

यह केवल एक संगठन नहीं, बल्कि एक आंदोलन है, 'ग्रामीण आर्थिक पुनर्जागरण' का आंदोलन।

आइए, हम सब मिलकर उस भारत के निर्माण में सहभागी बनें, जहां विकास की धारा शहरों से नहीं, बल्कि गाँवों से प्रवाहित हो और जहां हर गांव आत्मनिर्भर, समृद्ध और सशक्त हों।

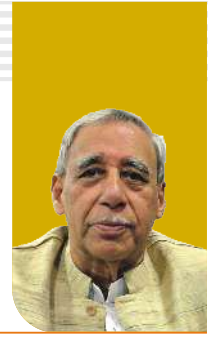




संदेश

डॉ. शंकरकुमार सान्याल

राष्ट्रीय अध्यक्ष - हरिजन सेवक संघ
गांधी आश्रम, दिल्ली



मुझे यह बताते हुए प्रसन्नता हो रही है कि रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया का गठन एक समयोचित और दूरदर्शी पहल है, जिसे महाराष्ट्र के अतुल घुईखेडकर द्वारा स्थापित किया गया है, जो इसके राष्ट्रीय अध्यक्ष हैं। वे एक गांधीवादी विचारधारा से प्रेरित सामाजिक कार्यकर्ता और दूरदर्शी समाज वैज्ञानिक हैं, जिनका उद्देश्य देशभर के वंचित समुदायों, छोटे किसानों, ग्रामीण उद्यमियों और पारंपरिक कारीगरों को सशक्त बनाना है। भारत के गांव प्रतिभा, कौशल, पारंपरिक ज्ञान और प्राकृतिक संसाधनों से समृद्ध हैं, लेकिन ये समुदाय अक्सर संगठित बाजारों, वित्तीय संस्थानों और बड़े औद्योगिक घरानों से जुड़े नहीं होते। प्रस्तावित चैंबर इस अंतर को कम करने के लिए एक संरचित मंच तैयार करेगा, जो ग्रामीण उत्पादकों को बड़े व्यापारिक घरानों, कॉर्पोरेट संस्थानों तथा राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय बाजारों से जोड़ेगा।

रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया का मुख्य उद्देश्य ग्रामीण आजीविका को मजबूत करके समावेशी आर्थिक विकास को बढ़ावा देना है। यह स्वदेशी कृषि, कुटीर उद्योग, हस्तशिल्प, हैंडलूम और अन्य ग्रामीण उत्पादों को प्रोत्साहित और समर्थन देगा, ताकि पारंपरिक कौशल और स्थानीय नवाचारों को उचित पहचान और बाजार के अवसर मिल सकें। प्रशिक्षण, बाजार संपर्क, ब्रांडिंग और मूल्य संवर्धन के माध्यम से यह चैंबर ग्रामीण उत्पादकों को अपने उत्पादों की गुणवत्ता और प्रतिस्पर्धात्मकता सुधारने में मदद करेगा।

चैंबर की एक और महत्वपूर्ण भूमिका ग्रामीण उद्यमों और बड़े कॉर्पोरेट घरानों के बीच **Corporate Social Responsibility (CSR)** के तहत साझेदारी को बढ़ावा देना होगा। इस तरह का सहयोग निवेश, आधुनिक तकनीक, कौशल विकास और बेहतर विपणन चैनल ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुंचाने में मदद करेगा। इससे न केवल उत्पादकता बढ़ेगी बल्कि गांवों में युवाओं और महिलाओं के लिए स्थायी रोजगार के अवसर भी सृजित होंगे।

यह चैंबर एक नीति वकालत मंच के रूप में भी कार्य करेगा, जो सरकारी संस्थाओं, वित्तीय संस्थानों और विकास एजेंसियों के समक्ष ग्रामीण उद्यमियों की चिंताओं और आकांक्षाओं का प्रतिनिधित्व करेगा। नेटवर्किंग, शोध और ज्ञान-साझाकरण के माध्यम से यह ग्रामीण उद्यम विकास के लिए नवाचारपूर्ण मॉडल विकसित करने और ग्रामीण अर्थव्यवस्थाओं में आत्मनिर्भरता को बढ़ावा देने में सहायक होगा।

संक्षेप में, रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया ग्रामीण परिवर्तन के लिए एक उत्प्रेरक बनने की क्षमता रखता है, जो भारत के गांवों की ताकत को उद्योग और वाणिज्य की गतिशीलता से जोड़ता है। स्वदेशी कृषि, ग्रामीण उत्पादों और स्थानीय उद्यमिता को बढ़ावा देकर यह रोजगार सृजन, गरीबी उन्मूलन और एक अधिक समान एवं टिकाऊ आर्थिक भविष्य के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। यह चैंबर विशेष रूप से ग्रामीण उद्यमिता को बढ़ाने, स्थानीय अर्थव्यवस्था को मजबूत करने तथा कृषि-प्रसंस्करण और एग्रो-इंडस्ट्रीज को बढ़ावा देने पर केंद्रित रहेगा।

कम समय में ही इस चैंबर ने कई परामर्श बैठकों का आयोजन किया है, जिनमें बड़ी संख्या में युवा और उभरते उद्यमियों ने भाग लिया। इन बैठकों में कौशल विकास, डिजिटल प्लेटफॉर्म और वित्तीय साक्षरता को टिकाऊ आजीविका के प्रमुख आधार के रूप में महत्व दिया गया। महात्मा गांधी के ग्राम स्वराज और आत्मनिर्भरता के दृष्टिकोण से प्रेरित होकर, इस कार्यक्रम ने युवाओं और महिलाओं को स्थानीय संसाधनों का उपयोग कर टिकाऊ और आत्मनिर्भर ग्रामीण समुदाय बनाने के लिए प्रोत्साहित किया। प्रेरित उद्यमी विभिन्न पहलों पर कार्य करते हुए उत्पादन शुरू करने की दिशा में आगे बढ़ रहे हैं। यदि इन प्रयासों और पहलों को व्यापक स्तर पर फैलाया जाए, तो यह ग्रामीण व्यापार पारिस्थितिकी तंत्र की वृद्धि और समृद्धि के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण और प्रभावी सिद्ध होगा।





संदेश

अतुल घुईखेडकर

राष्ट्रीय अध्यक्ष

रुरल चेंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



“

विश्व में भारतीय संस्कृति को अत्यंत समृद्ध और जीवंत संस्कृति के रूप में जाना जाता है। दुर्भाग्य से कई बार हमारी इसी सांस्कृतिक समृद्धि का लाभ अन्य देशों ने उठाया है। आज भारतीय बाजारों में बड़ी मात्रा में विदेशी वस्तुएं, विशेषकर चीनी उत्पाद, विभिन्न त्योहारों के समय दिखाई देते हैं। इसके कारण भारत का पैसा विदेशों में जाता है और वहाँ के युवाओं को रोजगार मिलता है।

”



भारत एक कृषि प्रधान देश है और आज भी देश की लगभग ६८% आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करती है। प्राचीन भारत की पहचान एक समृद्ध, कुशल और आत्मनिर्भर समाज के रूप में रही है। भारत अपने कला-कौशल, कारीगरी और ग्रामीण उद्योगों के कारण विश्व में अग्रणी था। इतिहास के अनुसार १६०० के आसपास भारत विश्व व्यापार में लगभग ४०% निर्यात करता था। इसी कारण भारत को 'सोने की चिड़िया' कहा जाता था। १८२८ के आसपास भी भारत का वैश्विक उत्पादन में लगभग २९% योगदान माना जाता है। उस समय भारतीय कारीगरों और कौशल का विश्व में विशेष स्थान था।

ग्रामीण औद्योगिक संरचना मजबूत होने के कारण गांवों में उत्पादन होता था और भारतीय वस्तुएं दुनिया के विभिन्न देशों में भेजी जाती थीं। यही कारण था कि भारतीय बाजार और अर्थव्यवस्था मजबूत मानी जाती थी। आज स्थिति काफी बदल चुकी है और ग्रामीण क्षेत्रों की परिस्थितियां चिंताजनक होती जा रही हैं। ग्रामीण युवाओं के सामने रोजगार के अवसर सीमित हैं, जिसके कारण गांव छोड़कर शहरों की ओर पलायन बढ़ रहा है। यदि यही स्थिति जारी रही तो विशेषज्ञों के अनुसार २०५० तक ग्रामीण आबादी का अनुपात काफी कम होकर लगभग २५% तक रह सकता है, जिससे ग्रामीण कृषि अर्थव्यवस्था पर गंभीर प्रभाव पड़ सकता है।

आज कई गांवों में युवाओं के सामने रोजगार का संकट इतना गहरा है कि विवाह जैसी सामाजिक समस्याएं भी उत्पन्न हो रही हैं। अनेक गांवों में २० से २५ तक अविवाहित युवक दिखाई देते हैं, क्योंकि उनके पास स्थिर आय के साधन नहीं हैं। यदि यह स्थिति बनी रही तो गांवों का अस्तित्व ही धीरे-धीरे कमजोर पड़ सकता है। भारत में किसानों की स्थिति भी चिंता का विषय है। किसानों की आत्महत्या के मामलों में वृद्धि देखी जा रही है और विशेष रूप से कोरडवाहू (सूखा आधारित) खेती करने वाले लगभग ४०% किसान खेती छोड़ने की मानसिकता में दिखाई देते हैं। दूसरी ओर युवा पीढ़ी भी धीरे-धीरे खेती से दूर होती जा रही है। ऐसे समय में यह अत्यंत आवश्यक है कि खेती को आधुनिक विज्ञान और नवीन तकनीक से जोड़ा जाए तथा इसके साथ सहायक व्यवसाय विकसित किए जाएं, ताकि किसान और ग्रामीण युवा आर्थिक रूप से सशक्त बन सकें।



आज विश्व में कई देश, विशेषकर चीन, कृषि और उद्योग में नवीन तकनीक का उपयोग कर तेजी से आर्थिक प्रगति कर रहे हैं। भारत के ग्रामीण युवाओं में भी नए प्रयोग करने की क्षमता है और वे मेहनत तथा नवाचार के माध्यम से कृषि और ग्रामीण उद्योगों में महत्वपूर्ण बदलाव ला सकते हैं। आवश्यकता केवल सही दिशा, मार्गदर्शन और संगठित प्रयासों की है। ग्रामीण क्षेत्रों में आर्थिक असमानता धीरे-धीरे बढ़ती जा रही है। ऐसे समय में गांवों को बचाना और उन्हें आर्थिक रूप से मजबूत बनाना अत्यंत आवश्यक है। इसी उद्देश्य से 'घर-घर उद्योग और गांव-गांव उद्योग' की अवधारणा को आगे बढ़ाने का प्रयास किया जा रहा है। भारत वास्तव में गांवों का देश है और यदि गांव मजबूत रहेंगे तो देश भी मजबूत रहेगा। ग्रामीण नागरिक मेहनती हैं; उन्हें केवल सही सोच, दिशा और संगठन की आवश्यकता है।

विश्व में भारतीय संस्कृति को अत्यंत समृद्ध और जीवंत संस्कृति के रूप में जाना जाता है। दुर्भाग्य से कई बार हमारी इसी सांस्कृतिक समृद्धि का लाभ अन्य देशों ने उठाया है। आज भारतीय बाजारों में बड़ी मात्रा में विदेशी वस्तुएं, विशेषकर चीनी उत्पाद, विभिन्न त्योहारों के समय दिखाई देते हैं। इसके कारण भारत का पैसा विदेशों में जाता है और वहाँ के युवाओं को रोजगार मिलता है।

यदि भारतीय संस्कृति, परंपराओं और त्योहारों से जुड़े उत्पादों का निर्माण और वितरण हम स्वयं संगठित रूप से करें, तो देश के भीतर ही बड़े पैमाने पर रोजगार उत्पन्न किया जा सकता है। भारत की आबादी लगभग १५० करोड़ है और विश्व की तुलना में भारतीय बाजार अत्यंत विशाल है। यदि भारतीय संस्कृति और स्थानीय उत्पादों की शक्ति का सही उपयोग किया जाए तो युवाओं के लिए बड़े पैमाने पर रोजगार के अवसर पैदा किए जा सकते हैं। इसी दिशा में संगठित योजना बनाकर ग्रामीण युवाओं और किसानों को जोड़ने का प्रयास किया जा रहा है।

रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया राष्ट्रीय स्तर पर ग्रामीण युवाओं और किसानों को संगठित करने तथा उन्हें नवाचार और उद्यमिता से जोड़ने के लिए कार्य कर रहा है। बिहार सहित विभिन्न राज्यों में ग्रामीण युवाओं और किसानों के लिए नवीन और व्यावहारिक उपक्रम शुरू करने का प्रयास किया जा रहा है, ताकि वे राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय बाजार से जुड़ सकें। आज तकनीक और नवाचार के कारण कृषि कार्यों में बड़े पैमाने पर परिवर्तन हो रहा है।

मशीनों और नई तकनीकों के उपयोग से उत्पादन क्षमता बढ़ रही है, लेकिन इसके साथ ग्रामीण मजदूरों के सामने नए प्रकार की चुनौतियां भी उत्पन्न हो रही हैं। इसलिए यह समय की आवश्यकता है कि खेती को विज्ञान और तकनीक से जोड़ा जाए तथा युवाओं को आधुनिक कृषि और नवीन तकनीकों को अपनाने के लिए प्रेरित किया जाए। ग्रामीण भारत का भविष्य उसके युवाओं में निहित है। यदि ग्रामीण युवा संगठित होकर आगे बढ़ें, नवाचार को अपनाएं और अपने कौशल का उपयोग करें, तो भारत की ग्रामीण अर्थव्यवस्था को फिर से मजबूत बनाया जा सकता है। इसी उद्देश्य से रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया देशभर में विभिन्न कार्यक्रमों और पहलों के माध्यम से ग्रामीण विकास और आर्थिक सशक्तीकरण के लिए निरंतर प्रयासरत है।





संदेश

नरेशचंद्र यादव
पूर्व राज्यसभा सांसद,
बिहार



महात्मा गांधी का सपना था 'ग्राम स्वराज्य'। उनका कहना था कि भारत की आत्मा गांवों में बसती है और जब तक गांव विकसित नहीं होंगे, भारत का सच्चा विकास संभव नहीं है। उन्होंने ग्रामोद्योग को आत्मनिर्भर भारत की रीढ़ बताया। आजादी के इतने दशकों बाद आज फिर से हम एक ऐसे मोड़ पर खड़े हैं, जहां गांवों की ओर लौटने और उन्हें आर्थिक रूप से सशक्त बनाने की आवश्यकता महसूस हो रही है।

आज का भारत एक विचित्र विरोधाभास देख रहा है। एक ओर गांव उजड़ रहे हैं, रोजगार के अभाव में युवा पलायन को मजबूर हैं, वहीं दूसरी ओर शहरों की आबादी इतनी बढ़ गई है कि वहां बुनियादी सुविधाएँ चरमरा गई हैं। यह पलायन न केवल सामाजिक और आर्थिक असंतुलन पैदा कर रहा है, बल्कि पर्यावरण की दृष्टि से भी यह एक गंभीर चुनौती बन गया है। शहरों का बढ़ता कंक्रीट का जंगल, प्रदूषण, यातायात जाम, ये सब इस बात के संकेत हैं कि अब ग्रामीण अर्थव्यवस्था के पुनर्गठन की अनिवार्यता आ गई है।

गांधीजी का ग्राम स्वराज्य का सिद्धांत आज और अधिक प्रासंगिक हो गया है। वे चाहते थे कि प्रत्येक गांव एक आत्मनिर्भर इकाई बने, जहां की जरूरतें वहीं पूरी हों और अधिशेष उत्पाद का आदान-प्रदान हो। उनका कुटीर उद्योगों पर बल देना इसलिए था क्योंकि वे जानते थे कि बड़े उद्योग रोजगार तो पैदा करते हैं, लेकिन विकेन्द्रीकृत अर्थव्यवस्था ही गांवों को जीवित रख सकती है।

आज जब हम स्टार्टअप और उद्यमिता की बात करते हैं, तो हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि असली स्टार्टअप गांवों में बैठे वे कारीगर और किसान हैं, जो पीढ़ियों से अपनी विरासत को संजोए हुए हैं।



इस दिशा में रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया का प्रयास सराहनीय है। मेरे परिचित श्री अतुल घुईखेडकर जी के नेतृत्व में यह संस्था ग्रामीण उद्यमिता को न केवल एक मंच दे रही है, बल्कि उसे वैश्विक पहचान दिलाने का कार्य कर रही है। यह संस्था गांधीजी के उसी सपने को साकार करने की दिशा में एक सार्थक पहल है। जहाँ गांव का कारीगर, किसान और छोटा उद्यमी आत्मविश्वास से भरा हो और उसे अपने उत्पाद का उचित मूल्य मिले।

बिहार के संदर्भ में देखूँ तो यहाँ अपार संभावनाएं हैं। हमारा राज्य गंगा, कोसी, गंडक जैसी नदियों की धरती है। बाढ़ एक आपदा है, लेकिन इसने हमें कुछ ऐसे संसाधन भी दिए हैं जिनका सही उपयोग हो सके। मखाना हो या मक्का, बिहार के किसान इन फसलों में अग्रणी हैं। मखाना (फॉक्स नट) तो आज सुपरफूड के रूप में दुनियाभर में पहचाना जाता है, लेकिन इसके उत्पादन और प्रसंस्करण से जुड़े किसानों और मजदूरों को अभी भी उचित मूल्य नहीं मिल पाता। यदि रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स जैसी संस्थाएं इन किसानों को संगठित करें, उन्हें आधुनिक प्रसंस्करण तकनीक से जोड़ें और अंतरराष्ट्रीय बाजार उपलब्ध कराएं, तो बिहार का किसान न सिर्फ आत्मनिर्भर बनेगा, बल्कि देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान देगा।

बाढ़ प्रभावित क्षेत्रों में वैकल्पिक रोजगार की आवश्यकता है। यहां के युवा पलायन को मजबूर हैं। रूरल चैंबर की पहल से यदि इन क्षेत्रों में कुटीर उद्योग स्थापित हों, मखाना और मक्का आधारित खाद्य प्रसंस्करण इकाइयां लगे, और स्थानीय हस्तशिल्प को बढ़ावा मिले, तो पलायन को रोका जा सकता है। यही ग्राम स्वराज्य की सच्ची तस्वीर होगी।

पर्यावरण की दृष्टि से भी गांवों का विकास आवश्यक है। जब गांवों में रोजगार होगा, तो लोग शहरों की ओर पलायन नहीं करेंगे। शहरों पर जनसंख्या का दबाव कम होगा, प्रदूषण घटेगा और प्राकृतिक संसाधनों का दोहन रुकेगा। गांव में रहकर यदि कोई व्यक्ति अच्छा जीवन स्तर प्राप्त कर सकता है, तो वह अपनी मिट्टी से जुड़ा रहेगा, अपनी संस्कृति को बनाए रखेगा और पर्यावरण संरक्षण में भी योगदान देगा। गांधी जी का कहना था कि 'पृथ्वी प्रत्येक मनुष्य की आवश्यकता पूरी करने के लिए पर्याप्त है, लेकिन किसी के लालच के लिए नहीं।' यह संदेश आज के उपभोक्तावादी युग में और अधिक मायने रखता है।

मैं रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया के इस प्रयास की सराहना करता हूँ कि उन्होंने ग्रामीण उद्यमिता को एक व्यवस्थित मंच देने का बीड़ा उठाया है। यह पुस्तक निश्चित रूप से उन लोगों के लिए प्रेरणास्रोत होगी जो गांवों में कुछ करना चाहते हैं, जो बदलाव लाना चाहते हैं। मेरी शुभकामनाएं इस संस्था और इससे जुड़े सभी उद्यमियों के साथ हैं।

आइए, हम सब मिलकर गांधी के ग्राम स्वराज्य के सपने को साकार करें।

आइए, गांवों को उजड़ने से बचाएं, पलायन रोकें, और एक ऐसा भारत बनाएं जहां गांव और शहर दोनों सह-अस्तित्व में विकास करें – एक दूसरे के पूरक बनकर, प्रतिद्वंद्वी नहीं।





संदेश

सुजान शंकर

राष्ट्रीय संचालक
रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



ग्रामीण क्षेत्रों में उद्यमिता, स्थानीय व्यापार और आत्मनिर्भर अर्थव्यवस्था को बढ़ावा देने के उद्देश्य से लगातार कार्यरत है। विशेष रूप से बिहार जैसे कृषिप्रधान और संसाधन संपन्न राज्य में ग्रामीण स्टार्टअप और ग्रामस्तरीय उद्यमों की अपार संभावनाएँ मौजूद हैं।

इन संभावनाओं को साकार करने के लिए रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया बिहार के ग्रामीण युवाओं, महिलाओं तथा छोटे उद्यमियों को सशक्त बनाने के लिए सक्रिय पहल कर रहा है।

इस पहल के अंतर्गत नियमित रूप से बैठकें, इंटरएक्टिव सेशन, प्रशिक्षण कार्यक्रम, मार्गदर्शन कार्यशालाएँ और नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म आयोजित किए जाएंगे, जिनके माध्यम से ग्रामीण प्रतिभाओं को प्रोत्साहित किया जाएगा और उन्हें उद्यमिता के लिए आवश्यक संसाधन, जानकारी और संपर्क उपलब्ध कराए जाएंगे।

हाल ही में गांधी सर्वोदय आश्रम, कुरसेला (कटिहार) में आयोजित कार्यक्रम में संगठन के राष्ट्रीय अध्यक्ष अतुल घुईखेडकर ने ग्रामीण उद्यमिता के विभिन्न आयामों पर विस्तार से चर्चा की। उन्होंने स्थानीय उत्पादों की ब्रांडिंग, बाजार से सीधा संपर्क, कौशल विकास, डिजिटल प्लेटफॉर्म का प्रभावी उपयोग तथा ग्रामीण उद्योगों के आधुनिकीकरण पर विशेष बल दिया, ताकि गांवों में आत्मनिर्भरता को बढ़ावा मिले और स्थानीय स्तर पर रोजगार के नए अवसर उत्पन्न हों।

बिहार राज्य अपने कृषि, हस्तशिल्प, खाद्य प्रसंस्करण, मधुमक्खी पालन, मखाना, लीची, मछली पालन तथा पारंपरिक कुटीर उद्योगों के लिए पूरे देश में पहचान रखता है। यदि इन क्षेत्रों में उद्यमिता, आधुनिक तकनीक और बेहतर बाजार व्यवस्था को जोड़ा जाए, तो बिहार के ग्रामीण क्षेत्रों में आर्थिक विकास की नई संभावनाएँ पैदा हो सकती हैं।

रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया का उद्देश्य इन्हीं क्षेत्रों को संगठित रूप से आगे बढ़ाना और स्थानीय उद्यमियों को राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय बाजार से जोड़ना है।

रूरल चैंबर ग्रामीण वाणिज्य को सशक्त बनाने, कृषि आधारित उद्योगों, लघु एवं कुटीर उद्योगों और स्थानीय संसाधनों पर आधारित व्यवसायों को बढ़ावा देने में अग्रणी भूमिका निभा रहा है। इसके माध्यम से न केवल ग्रामीण आय में वृद्धि होगी, बल्कि पलायन की समस्या को भी कम किया जा सकेगा, जिससे बिहार के ग्रामीण क्षेत्रों का समग्र सामाजिक और आर्थिक विकास संभव होगा।

२९ मार्च २०२६ को पटना में आयोजित होने वाली बैठक इसी दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है, जहां ग्रामीण बिहार के आर्थिक विकास और उद्यमिता को मजबूत करने के लिए एक ठोस और दीर्घकालिक रोडमैप तैयार किया जाएगा।

आपकी सक्रिय भागीदारी और सहयोग इस महत्वपूर्ण पहल को और अधिक प्रभावी तथा सफल बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगा।





संदेश

धीरेंद्र कुमार

अध्यक्ष, बिहार प्रदेश

रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया



ग्रामीण भारत : परिवर्तन की दिशा और नई आर्थिक सोच

भारत की वास्तविक शक्ति उसके गांवों में निहित है। सदियों से हमारे गांव केवल कृषि के केंद्र नहीं रहे, बल्कि वे उत्पादन, कौशल, श्रम और आत्मनिर्भरता के जीवंत उदाहरण थे। समय के साथ परिस्थितियां बदलीं और आज ग्रामीण भारत, विशेष रूप से बिहार जैसे राज्यों में, एक संक्रमणकालीन दौर से गुजर रहा है जहाँ परंपरा और आधुनिकता के बीच संतुलन बनाने की आवश्यकता है।

वर्तमान समय में ग्रामीण समाज के सामने सबसे बड़ी चुनौती है। सार्थक और स्थायी रोजगार का अभाव। शिक्षा का प्रसार तो हुआ है, लेकिन शिक्षा के साथ रोजगार की गारंटी नहीं जुड़ी। बड़ी संख्या में युवा उच्च शिक्षा प्राप्त करने के बाद भी अवसरों के अभाव में घर पर ही रह जाते हैं या फिर शहरों की ओर पलायन करते हैं। यह स्थिति केवल आर्थिक ही नहीं, बल्कि सामाजिक और मानसिक स्तर पर भी प्रभाव डाल रही है।

ग्रामीण अर्थव्यवस्था का आधार आज भी मुख्यतः कृषि है, लेकिन कृषि पर बढ़ता दबाव और घटती आय इसे अकेले पर्याप्त नहीं बना पाती। ऐसे में आवश्यकता है कि ग्रामीण क्षेत्रों में वैकल्पिक आय स्रोतों को विकसित किया जाए जैसे लघु उद्योग, सेवा क्षेत्र, प्रोसेसिंग इकाइयां, स्थानीय व्यापार और कौशल आधारित उद्यम।

महत्वपूर्ण बात यह है कि ग्रामीण क्षेत्रों में संसाधनों और क्षमताओं की कोई कमी नहीं है। यहां के लोगों के पास पारंपरिक ज्ञान, कारीगरी, श्रम क्षमता, नवाचार की सोच और सीखने की इच्छा है। कई लोगों के पास उत्कृष्ट उत्पाद हैं, कई के पास तकनीकी ज्ञान, कुछ के पास अनुभव और कुछ के पास उद्यम करने का साहस। फिर भी ये सभी क्षमताएं अलग-अलग दिशाओं में बिखरी हुई हैं, जिसके कारण उनका पूर्ण उपयोग नहीं हो पाता।

आज का समय संगठन और समन्वय का है। यदि इन सभी क्षमताओं को एक साथ लाकर एक संरचित व्यवस्था के अंतर्गत जोड़ा जाए, तो ग्रामीण क्षेत्रों में बड़े स्तर पर आर्थिक गतिविधियां विकसित की जा सकती हैं। इसी सोच के साथ रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया कार्य कर रहा है। इसका उद्देश्य ग्रामीण युवाओं, किसानों और व्यवसायियों को एक मंच पर लाकर उन्हें संगठित करना और उनकी सामूहिक शक्ति को आर्थिक विकास की दिशा में परिवर्तित करना है। यह संगठन लोगों को केवल अवसरों की जानकारी ही नहीं देता, बल्कि उन्हें एक ऐसे नेटवर्क से जोड़ता है जहाँ वे अपने विचारों, कौशल और संसाधनों का प्रभावी उपयोग कर सकें।

आज वैश्विक स्तर पर प्रतिस्पर्धा तेजी से बढ़ रही है, लेकिन इसके साथ ही नए अवसर भी उत्पन्न हो रहे हैं। भारतीय बाजार विशाल है और विविधता से भरा हुआ है। यदि ग्रामीण उत्पादों, स्थानीय कौशल और पारंपरिक उद्योगों को आधुनिक दृष्टिकोण, तकनीक और व्यवस्थित प्रयासों से जोड़ा जाए, तो यह क्षेत्र रोजगार सृजन का एक बड़ा आधार बन सकता है।

युवाओं में आज ऊर्जा है, नवाचार की क्षमता है और कुछ नया करने की इच्छा है। आवश्यकता केवल इस बात की है कि उन्हें सही दिशा, मार्गदर्शन और सहयोग प्राप्त हो। जब ये तीनों तत्व एक साथ आते हैं, तब परिवर्तन निश्चित होता है।

ग्रामीण भारत का भविष्य केवल योजनाओं पर नहीं, बल्कि संगठित प्रयासों, स्थानीय भागीदारी और उद्यमिता की भावना पर निर्भर करता है। यदि हर गांव में आर्थिक गतिविधियां बढ़ें, हर युवा आत्मनिर्भर बनने की दिशा में आगे बढ़े और हर क्षेत्र में स्थानीय संसाधनों का उपयोग हो, तो एक मजबूत और संतुलित अर्थव्यवस्था का निर्माण संभव है।

यह समय केवल समस्याओं को देखने का नहीं, बल्कि समाधान का हिस्सा बनने का है। रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया इस परिवर्तन की सोच को आगे बढ़ा रहा है। जहां लक्ष्य है एक ऐसा ग्रामीण भारत, जो सक्षम हो, संगठित हो और अपने बल पर विकास की दिशा तय कर सके।



बिहार : ऐतिहासिक गौरव, वर्तमान आर्थिक परिदृश्य और भविष्य की संभावनाएं

“

बिहार का भविष्य उसके गांवों, उसकी संस्कृति और उसके युवाओं में निहित है। यदि ऐतिहासिक विरासत, सांस्कृतिक शक्ति और आधुनिक आर्थिक दृष्टिकोण को एक साथ जोड़ा जाए, तो बिहार न केवल आत्मनिर्भर बन सकता है, बल्कि पूरे देश के लिए ग्रामीण आर्थिक विकास का एक आदर्श मॉडल भी स्थापित कर सकता है।

”

बिहार भारत के उन विशिष्ट राज्यों में से एक है जिसकी पहचान केवल उसकी वर्तमान आर्थिक स्थिति से नहीं, बल्कि उसके गौरवशाली इतिहास, समृद्ध सांस्कृतिक विरासत और अपार संभावनाओं से होती है। प्राचीन काल में बिहार पाटलिपुत्र, वैशाली और नालंदा जैसे विश्वविख्यात केंद्रों के कारण राजनीतिक, आर्थिक और ज्ञान का प्रमुख केंद्र रहा है। नालंदा विश्वविद्यालय विश्व का प्रथम आवासीय विश्वविद्यालय माना जाता है, जहां दूर-दूर से विद्यार्थी शिक्षा प्राप्त करने आते थे। गंगा नदी के किनारे स्थित होने के कारण बिहार ऐतिहासिक रूप से व्यापार, संस्कृति और आवागमन का एक महत्वपूर्ण केंद्र रहा है। सांस्कृतिक दृष्टि से भी बिहार अत्यंत समृद्ध है। यहां की परंपराएं, त्योहार, लोककला और शिल्प आज भी जीवत हैं। मधुबनी पेंटिंग, पारंपरिक हस्तशिल्प, लोकगीत और विविध उत्सव बिहार की विशिष्ट पहचान को स्थापित करते हैं। यह सांस्कृतिक पूंजी केवल सामाजिक मजबूती ही नहीं देती, बल्कि आर्थिक अवसरों का एक मजबूत आधार भी बन सकती है, यदि इसे संगठित और व्यावसायिक दृष्टिकोण से विकसित किया जाए।

आर्थिक दृष्टि से बिहार ने हाल के वर्षों में उल्लेखनीय वृद्धि दर्ज की है और कई बार इसकी विकास दर राष्ट्रीय औसत से अधिक रही है। इसके बावजूद प्रति व्यक्ति आय के मामले में बिहार अभी भी देश के सबसे निम्न स्तर वाले राज्यों में शामिल है। राज्य की लगभग ७०-७६% आबादी प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से कृषि पर निर्भर है, जबकि कृषि का योगदान राज्य की अर्थव्यवस्था में अपेक्षाकृत कम है। यह असंतुलन इस बात को दर्शाता है कि कृषि पर निर्भर बड़ी आबादी को अपेक्षित आय प्राप्त नहीं हो पा रही है। बिहार देश में कई विशिष्ट उत्पादों के लिए प्रसिद्ध है, जैसे मखाना (फॉक्स नट), मुजफ्फरपुर की शाही लीची, चावल, मक्का, सब्जी उत्पादन, मत्स्य पालन और मधुमक्खी पालन। इसके साथ ही हस्तशिल्प और कुटीर उद्योगों की भी एक मजबूत परंपरा रही है। यदि इन क्षेत्रों को प्रोसेसिंग, ब्रांडिंग, तकनीक और उद्यमिता से जोड़ा जाए, तो ये बड़े पैमाने पर रोजगार और आय के सशक्त स्रोत बन सकते हैं।



इसके बावजूद राज्य कई गंभीर चुनौतियों का सामना कर रहा है। युवाओं में बेरोजगारी की दर अपेक्षाकृत अधिक है, विशेषकर १५-२९ आयु वर्ग में यह स्थिति अधिक स्पष्ट है। रोजगार के सीमित अवसरों के कारण बड़ी संख्या में लोग अन्य राज्यों की ओर पलायन करते हैं। बिहार देश के उन राज्यों में शामिल है जहां से सबसे अधिक श्रमिक पलायन होता है। यह स्थिति दर्शाती है कि स्थानीय स्तर पर पर्याप्त उद्योग, व्यापार और रोजगार के अवसर अभी भी विकसित नहीं हो पाए हैं।

औद्योगिक विकास के दृष्टिकोण से बिहार अभी विकासशील अवस्था में है। विनिर्माण क्षेत्र की वृद्धि दर लंबे समय तक राष्ट्रीय औसत से कम रही, जिसके कारण स्थानीय स्तर पर रोजगार सृजन सीमित रहा। हालांकि हाल के वर्षों में कुछ सुधार देखने को मिला है, परंतु इसका प्रभाव ग्रामीण क्षेत्रों तक व्यापक रूप से नहीं पहुंच पाया है। राज्य में शहरीकरण का स्तर भी अपेक्षाकृत कम (लगभग ११-१३%) है, जिससे गैर-कृषि क्षेत्रों में रोजगार की संभावनाएं सीमित हो जाती हैं। इन सभी परिस्थितियों के बावजूद बिहार में संभावनाओं की कोई कमी नहीं है। यहां के लोग मेहनती, उद्यमशील और सीखने की क्षमता से भरपूर हैं। आवश्यकता केवल इस बात की है कि इन क्षमताओं को सही दिशा, संगठन और अवसर से जोड़ा जाए।

इसी संदर्भ में रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया (RCCI) की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाती है। RCCI का उद्देश्य ग्रामीण युवाओं, किसानों और छोटे-बड़े व्यवसायियों को संगठित कर उन्हें उद्योगों और व्यावसायिक तंत्र से जोड़ते हुए नए आर्थिक अवसर प्रदान करना है। जिला, तालुका और गांव स्तर पर संगठित संरचना के माध्यम से यह प्रयास किया जा रहा है कि स्थानीय स्तर पर ही रोजगार, उद्यमिता और आर्थिक गतिविधियों का विकास हो।

ठउरख की सोच यह है कि यदि गांवों में ही आर्थिक गतिविधियां बढ़ें, स्थानीय उद्योग विकसित हों और युवाओं को अपने ही क्षेत्र में अवसर मिलें, तो पलायन को रोका जा सकता है और एक संतुलित आर्थिक विकास संभव है। बिहार का भविष्य उसके गांवों, उसकी संस्कृति और उसके युवाओं में निहित है। यदि ऐतिहासिक विरासत, सांस्कृतिक शक्ति और आधुनिक आर्थिक दृष्टिकोण को एक साथ जोड़ा जाए, तो बिहार न केवल आत्मनिर्भर बन सकता है, बल्कि पूरे देश के लिए ग्रामीण आर्थिक विकास का एक आदर्श मॉडल भी स्थापित कर सकता है।

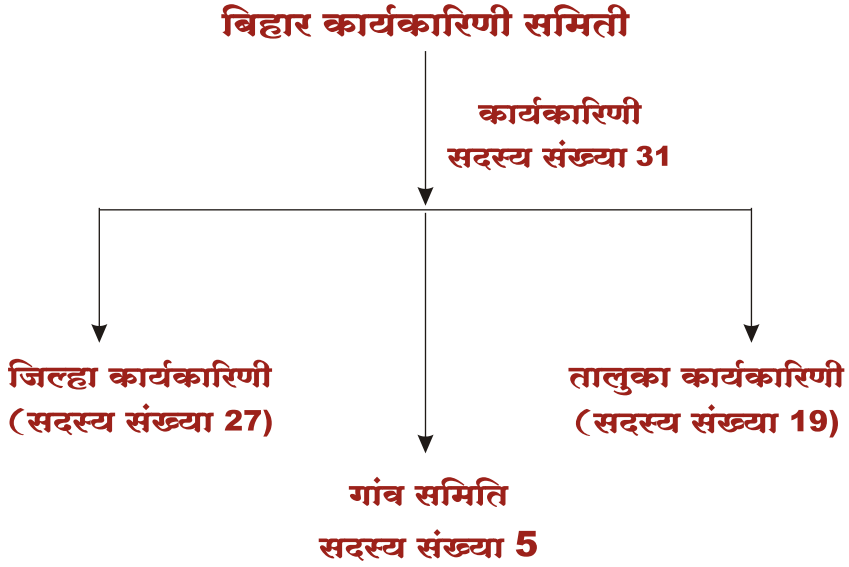
यही RCCI का उद्देश्य और संकल्प है। ग्रामीण बिहार को सशक्त बनाकर एक समृद्ध, आत्मनिर्भर और संतुलित भारत का निर्माण करना।



उद्देश्य •

- १) ग्रामीण क्षेत्र के छोटे और बड़े व्यवसायियों को एकत्रित कर एक सशक्त संगठन का निर्माण करना।
- २) रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया के माध्यम से ग्रामीण उद्यमियों द्वारा निर्मित उत्पादों को वेबसाइट पर प्रदर्शित करना।
- ३) उद्यमियों और ग्राहकों के बीच मजबूत संपर्क स्थापित करना।
- ४) उद्यमियों के उत्पादों को राष्ट्रीय स्तर पर डीलरशिप उपलब्ध कराना।
- ५) उद्यमियों और ग्रामीण क्षेत्र के विक्रेताओं के बीच समझौते (एग्रीमेंट) करवाना।
- ६) उद्यमियों और रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया के बीच आधिकारिक समझौते करवाना।
- ७) युवाओं को रोजगार के अवसर प्रदान करने हेतु औद्योगिक सेमिनार एवं चर्चाओं का आयोजन करना।
- ८) प्रत्येक गांव में ग्राम स्वराज समिति की स्थापना करना।
- ९) ग्रामीण व्यवसायियों के उत्पादों की प्रदर्शनी (एक्झिबिशन) आयोजित करना।
- १०) ग्रामीण उद्यमियों के लिए राष्ट्रीय स्तर पर औद्योगिक श्रृंखला विकसित करना।
- ११) राष्ट्रीय, राज्य, जिला एवं तहसील स्तर पर अधिवेशन आयोजित करना।
- १२) चैंबर के सदस्यों के लिए नियमित औद्योगिक सेमिनार एवं चर्चाओं का आयोजन करना।





संचालक समिति संख्या

- अध्यक्ष-1
- कार्याध्यक्ष-1
- उपाध्यक्ष-4
- सचिव-1
- कोषाध्यक्ष-1
- सह कोषाध्यक्ष-1
- प्रवक्ता-1
- सह प्रवक्ता-1
- संपर्क प्रमुख
- प्रसिद्धी प्रमुख
- प्रकल्प प्रमुख
- संचालक ईतर

गांव समिति कार्याकारिणी संख्या

प्रमुख संघटन-1
अन्य सदस्य-4

संगठन संरचना - रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया (RCCI)

“

अनुभव के अभाव में ये युवा 'शिक्षित बेरोजगार' की स्थिति में पहुंच जाते हैं
और अपने भविष्य को लेकर चिंतित एवं निराश दिखाई देते हैं।

”



रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया का उद्देश्य ग्रामीण भारत को आर्थिक रूप से सशक्त बनाना और गांवों को आत्मनिर्भर बनाना है। आज ग्रामीण क्षेत्रों की सामाजिक और आर्थिक स्थिति अत्यंत चुनौतीपूर्ण होती जा रही है। अनेक गांवों में औद्योगिक गतिविधियां लगभग नगण्य हैं और युवाओं के सामने यह गंभीर प्रश्न खड़ा है कि वे अपने भविष्य का निर्माण कैसे करें। बेरोजगारी की समस्या दिन-प्रतिदिन गंभीर रूप लेती जा रही है। एक ओर जहां कारखानों में मशीनों के माध्यम से उत्पादन बढ़ रहा है, वहीं दूसरी ओर महाविद्यालयों से बड़ी संख्या में विद्यार्थी शिक्षा प्राप्त कर बाहर निकल रहे हैं, लेकिन उन्हें रोजगार की कोई सुनिश्चितता प्राप्त नहीं होती। आवश्यक अनुभव के अभाव में ये युवा 'शिक्षित बेरोजगार' की स्थिति में पहुंच जाते हैं और अपने भविष्य को लेकर चिंतित एवं निराश दिखाई देते हैं।

यदि इस समस्या का समय रहते समाधान नहीं किया गया, तो यह स्थिति और भी गंभीर रूप धारण कर सकती है। आज बेरोजगारी केवल व्यक्तिगत नहीं, बल्कि एक महत्वपूर्ण राष्ट्रीय समस्या बन चुकी है। यह आवश्यक है कि इसे राष्ट्रीय प्राथमिकता के रूप में देखा जाए, क्योंकि युवा ही देश का आधारस्तंभ हैं।

'यदि युवाओं का भविष्य सुरक्षित रहेगा, तो देश का भविष्य भी सुरक्षित रहेगा।'

इन्हीं चुनौतियों को ध्यान में रखते हुए रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया ग्रामीण युवाओं, किसानों और व्यवसायियों को संगठित कर एक सशक्त आर्थिक ढांचा तैयार करने का प्रयास कर रहा है। विशेष रूप से बिहार जैसे राज्य में, जहां अपार संभावनाएँ मौजूद हैं, वहां जिला, तालुका और गाँव स्तर पर मजबूत संगठन निर्माण के माध्यम से अधिक से अधिक लोगों को जोड़कर एक आदर्श और आत्मनिर्भर राज्य के निर्माण की दिशा में कार्य किया जा रहा है।

इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए RCCI ने एक सुव्यवस्थित संगठनात्मक संरचना विकसित की है, जिसके माध्यम से योजनाओं का प्रभावी क्रियान्वयन सुनिश्चित किया जा सके।

राज्य स्तरीय समिति

राज्य स्तरीय कार्यकारिणी समिति में कुल ३१ सदस्य होंगे। प्रत्येक जिले के अध्यक्ष इस समिति के सदस्य रहेंगे, साथ ही विभिन्न क्षेत्रों के विशेषज्ञ भी इसमें शामिल किए जाएंगे। यह समिति जिलों को मार्गदर्शन प्रदान करेगी, राज्य का औद्योगिक एवं आर्थिक आराखड़ा तैयार करेगी तथा प्रत्येक तीन माह में बैठक आयोजित करेगी। साथ ही, राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय बाजार की जानकारी प्रदान कर अधिक से अधिक युवाओं, किसानों और व्यवसायियों को जोड़ना इसका प्रमुख उद्देश्य होगा।

विभागीय समिति

विभागीय समिति राज्य और जिला स्तर के बीच समन्वय स्थापित करेगी। यह विभिन्न जिलों के कार्यों की निगरानी, मार्गदर्शन और मूल्यांकन करते हुए योजनाओं के प्रभावी क्रियान्वयन को सुनिश्चित करेगी तथा क्षेत्रीय स्तर पर संतुलित विकास को प्रोत्साहित करेगी।

जिला स्तरीय कार्यकारी समिति

जिला स्तर पर २७ सदस्यों की समिति गठित की जाएगी, जिसमें विभिन्न क्षेत्रों के विशेषज्ञ सलाहकार के रूप में कार्य करेंगे। प्रत्येक तालुका के अध्यक्ष इस समिति के सदस्य होंगे। यह समिति जिला स्तरीय आर्थिक एवं औद्योगिक आराखड़ा तैयार कर राज्य समिति को प्रेषित करेगी तथा रोजगार सृजन, अधिवेशन आयोजन और विभिन्न विकासात्मक उपक्रमों के संचालन का कार्य करेगी।

तालुका स्तरीय कार्यकारी समिति

तालुका स्तर पर २१ सदस्यों की समिति होगी, जिसमें प्रत्येक १० गांवों से एक प्रतिनिधि शामिल किया जाएगा। यह समिति तालुका स्तर का आराखड़ा तैयार कर जिला समिति को भेजेगी, गांव स्तर पर संगठन को सुदृढ़ करेगी तथा अधिक से अधिक युवाओं को जोड़कर रोजगार के अवसर विकसित करने का कार्य करेगी।

गांव कार्यकारिणी समिति

गांव स्तर पर ५ सदस्यों की समिति गठित की जाएगी, जिसमें एक प्रमुख एवं अन्य सदस्य होंगे। यह समिति गांव के युवाओं के लिए रोजगार संबंधी योजना तैयार करेगी, नियमित बैठकें आयोजित करेगी तथा किसानों, युवाओं और छोटे-बड़े व्यवसायियों को RCCI से जोड़ने का कार्य करेगी, जिससे पलायन को रोका जा सके और स्थानीय स्तर पर रोजगार के अवसर उपलब्ध हो सकें।

इस प्रकार राज्य से लेकर गांव तक की यह संगठित संरचना ग्रामीण भारत को आर्थिक रूप से सशक्त बनाने, युवाओं को दिशा देने और एक आत्मनिर्भर राष्ट्र के निर्माण की दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगी।



मार्केटिंग का तंत्र

“

भारत एक कृषि प्रधान देश है और इसकी लगभग ६८% आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करती है। प्राचीन भारतीय ग्रामीण संस्कृति विश्व की सबसे समृद्ध संस्कृतियों में से एक मानी जाती थी। गांवों में निर्मित हस्तकला आधारित उत्पाद विश्व के कोने-कोने तक भेजे जाते थे, जिससे प्राचीन भारत आर्थिक रूप से अत्यंत समृद्ध था। उस समय औद्योगिक संगठन भी विकसित थे। लेकिन आज ग्रामीण क्षेत्रों की आर्थिक स्थिति चिंताजनक बन चुकी है। ऐसा प्रतीत होता है मानो वहां औद्योगिक विकास का अभाव है।

ग्रामीण युवा मेहनती और सक्षम हैं, लेकिन जब कोई युवा व्यवसाय शुरू करता है, तो बाजार की कमी के कारण उसके बंद होने की संभावना अधिक होती है। वर्तमान में ग्रामीण क्षेत्रों में बाजार व्यवस्था और तकनीकी विकास पर्याप्त नहीं होने के कारण औद्योगिक गतिविधियां कमजोर पड़ रही हैं और ग्रामीण औद्योगिक आंदोलन धीरे-धीरे समाप्त होता जा रहा है।

”

भारत कृषिप्रधान देश है और यहां की ६८% आबादी गांव में रहती है। पुरानी भारतीय ग्रामीण संस्कृति दुनिया की सबसे अमीर संस्कृति थी। पुराना भारत आर्थिक रूप से बहुत संपन्न था क्योंकि यह गांवों से दुनिया के कोने-कोने में हाथ से बने प्रोडक्ट भेजा था। इंडस्ट्रियल संगठन डेवलप था। आज गांव की आर्थिक हालत चिंताजनक है। ऐसा लगता है जैसे कोई इंडस्ट्रियल सेक्टर ही नहीं है। युवा मेहनती है। अगर कोई युवा कोई बिजनेस शुरू करता है, तो मार्केट की कमी के कारण उसके बंद होने की दर ज्यादा है। आज इंडस्ट्रियल ग्रामीण मूवमेंट खत्म हो रहा है क्योंकि गांव के इलाकों में मार्केट टेक्नोलॉजी डेवलप नहीं है।

देश में बेरोजगारी तेजी से बढ़ रही है। हर साल लाखों युवा ग्रेजुएट होते हैं। उनमें से १४ परसेंट युवा नौकरी कर रहे हैं। क्या बाकी युवाओं को काम करना चाहिए? यह एक मुश्किल सवाल है। बेरोजगारी की समस्या कुछ इलाकों में कम पढ़े-लिखे और अनपढ़ युवाओं को भी झेलनी पड़ रही है। नौकरी के मौके कम हैं और युवाओं का मूवमेंट बिना दिशा का हो गया है। युवाओं के लिए सेल्फ-एम्प्लॉयमेंट का कोई मौका नहीं है। सिद्धि विनायक ग्रुप अपने नॉन-प्रॉफिट ऑर्गनाइजेशन के ज़रिए पिछले १५ सालों से बेरोजगारी की समस्या को हल करने के लिए लगातार काम कर रहा है। कुछ एरिया में युवाओं को पढ़ाया जा रहा है। भारत को युवाओं का देश कहा जाता है। सेंसस के मुताबिक, हमारे देश की ६० से ६२ परसेंट आबादी युवा है। लोगों की उम्मीद रोजगार की तरफ है, लेकिन इंडस्ट्रीज़ की तरफ रुझान दिन-ब-दिन बढ़ रहा है।

आज लोग लोन लेकर इंडस्ट्रीज़ लगा रहे हैं। इंडस्ट्रीज़ लगाने के बाद जब सामान बन जाता है, तो हम सामान की मार्केटिंग कैसे करें? यह सवाल उठता है। बहुत से लोग हमें यह बताने पर ज़ोर देते हैं कि सामान की खपत कैसे होती है। असल में, मार्केटिंग एक साइंस है और यह एक काम है, किसी प्रोडक्ट को बनाने से पहले इसके बारे में सोचना चाहिए। नई टेक्नोलॉजी में कोई भी प्रोडक्ट बनाना कोई मुश्किल काम नहीं है, लेकिन कस्टमर्स की ज़रूरतों के हिसाब से बनाए गए प्रोडक्ट्स कम समय में अच्छी क्वालिटी और सही दाम पर कस्टमर्स तक पहुंचते हैं और यही इंडस्ट्री की जान है। घरेलू मार्केट में मौजूद प्रोडक्ट्स को देखें। अपने प्रोडक्ट्स को डिज़ाइन करने के बाद, हमने एनालाइज़ किया है।

हर देश के कस्टमर्स की स्टीडी करने और उनकी पसंद चुनने के बाद, खासकर वहां के कस्टमर्स की आर्थिक हालत और सामाजिक बनावट, उस देश के त्योहार, त्यौहार, रीति-रिवाजों को ध्यान में रखते हुए, आज हम अपने प्रोडक्ट्स को हर कस्टमर के घर पर देख सकते हैं। हमारे बनाए प्रोडक्ट्स को अब न सिर्फ घरेलू मार्केट से बल्कि विदेश से इम्पोर्ट किए गए मार्केट से भी मुकाबला करना होगा। हमारा मुकाबला हमारा अपना मुकाबला होने वाला है। छोटे और मीडियम साइज़ के एंटरप्रेनोर्स को यह याद रखना चाहिए। हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि हमारे बनाए प्रोडक्ट्स मार्केटिंग के ज़रिए हमारे देश को सोशलिस्ट देश बनाने के लिए ज़रूरी हैं, और यह हमारी ज़िम्मेदारी है।





हमारे देश में प्रोडक्ट्स की क्वालिटी बेहतरीन होनी चाहिए। पैकेजिंग अच्छी होनी चाहिए, कीमत सही होनी चाहिए। यह एक मुश्किल काम है, लेकिन यह करना ही होगा। चीन ने अमीर, मिडिल क्लास और गरीब, तीनों को ध्यान में रखते हुए अपने स्टैंडर्ड्स के हिसाब से प्रोडक्ट्स बनाए हैं। तो, आप सही जगह पर आए हैं। तीनों कस्टमर्स को ध्यान में रखते हुए इस टेक्नीक का इस्तेमाल करना ज़रूरी है। इसके लिए, अपने प्रोडक्ट्स बेचने से पहले, कस्टमर को प्रोडक्ट की ज़रूरत है, और हमें यह देखने के लिए मार्केट सर्वे करना होगा कि क्या हम इसे सही कीमत पर दे सकते हैं।

मार्केट का रिव्यू करना चाहिए। आपको अपने प्रोडक्ट्स को किस मार्केट में बेचने के लिए अवेलेबल कराना चाहिए, यह भी ध्यान रखना चाहिए कि यह आपके घर से कितनी दूर है। इसका मतलब है कि आपको मार्केट में पहले से मौजूद मज़बूत मैनुफैक्चरर्स और मल्टीनेशनल कंपनियों के चमकदार ब्रांड्स से मुकाबला करना होगा। मल्टीनेशनल कंपनियों ने इंडिया में एक बड़ा मार्केट कैचर कर लिया है। उनके पास टेक्नोलॉजी और काफ़ी फाइनेंशियल रिसोर्स हैं। दुनिया के अलग-अलग देशों में उनके प्रोडक्शन सेंटर हैं। मार्केट में बने रहने के लिए हमारे पास सभी ज़रूरी स्किल्स हैं। अगर कोई भी कंपनी मार्केट में बने रहना चाहती है, तो उसे नए आइडिया, मॉडर्न टेक्नोलॉजी डेवलप करने और सिस्टमैटिक तरीके से मार्केट में बदलाव करने में सक्षम होना होगा। जब हम मार्केट में क्वालिटी के आधार पर सामान दिखाते हैं, तो हमें कस्टमर्स को क्वालिटी का सामान अवेलेबल कराना चाहिए। साथ ही, सामान की सप्लाइ के शेड्यूल का सख्ती से पालन करना चाहिए। कस्टमर को यह पसंद नहीं आता कि हमारे पास बिजली या पानी नहीं है। कस्टमर के पास ऐसा सामान है, कोई वजह नहीं। प्रोडक्ट, जगह, प्रमोशन, कीमत मार्केटिंग के चार बेसिक प्रिंसिपल हैं।

प्रोडक्ट का मतलब है प्रोडक्शन। आप जो प्रोडक्ट बेच रहे हैं, वही प्रोडक्ट आप बेच रहे हैं। जगह का मतलब है जगह। आप अपना प्रोडक्ट किस मार्केट में बेचने जा रहे हैं, पूरा मार्केट आपका है। एडवर्टाइजिंग वह प्रोसेस है जिसमें कस्टमर को अपने प्रोडक्ट के बारे में बताने के लिए तरह-तरह के प्रेजेंटेशन दिए जाते हैं। एक कहावत है कि जितनी बिक्री होती है, उतनी खपत होती है और जितनी बिक्री नहीं होती, उतनी खपत नहीं होती। एडवर्टाइजिंग वह प्रोसेस है जिसमें अपने प्रोडक्ट को लोगों तक इस तरह पहुंचाया जाता है कि वह पॉपुलर हो जाए। एक्सपर्ट्स का कहना है कि कराठी चावल जिद्दी होता है, लेकिन यह चावल आसानी से टूट जाता है। दूसरे इलाकों के चावल एक खास तरह से बिहेव करते हैं, यह देखकर कि चावल कब, कैसे और किस समय पीसा जाएगा। कराठी चावल वालों को यह जानना चाहिए और इस आर्ट की प्रैक्टिस करना चाहिए। अगर हम जो सामान बनाते हैं, वह न सिर्फ कस्टमर को दिखेगा, बल्कि बिकेगा भी नहीं। इस प्रिंसिपल को ध्यान में रखते हुए, हमें इस बात पर ध्यान देना चाहिए कि सामान की मार्केटिंग कैसे की जाएगी। खासकर इंटरनेशनल मार्केट में, किसी प्रोडक्ट के ब्रांड को बहुत इंपॉर्टेंस दी जाती है। अगर हम चावल की बात करें, तो आज दुनिया में सैकड़ों तरह के चावल उगाए जाते हैं। लेकिन दुनिया में सबसे पॉपुलर चावल बसंती चावल है।

दुनिया का १० परसेंट सूखा चावल बसाक्ति ब्रांड के नाम से बिकता है और बाकी १० परसेंट ग्रेन वैरायटी का होता है। दिलचस्प बात यह कि भारत और पाकिस्तान ही दो ऐसे देश हैं जो बसाक्ति चावल उगाते हैं। भारत में भी, खासकर पंजाब और हरियाणा के बसाक्ति की क्वालिटी और स्वाद का कोई मुकाबला नहीं है।

सेल्फ-हेल्प ग्रुप को ब्रांडिंग के लिए सरकार से ज़रूरी मंजूरी लेना, रजिस्ट्रेशन, एगनकर जैसी क्वालिटी की जानकारी लेना जैसी बातों को प्राथमिकता देनी चाहिए। कीमत वह कीमत है जिस पर प्रोडक्ट बेचा जाता है। किसी भी प्रोडक्ट का टर्नओवर तभी ज़्यादा होता है जब वॉल्यूम ज़्यादा हो। अगर कीमत ठीक रखी जाए, तो प्रोडक्ट का टर्नओवर बढ़ता है, लेकिन अगर प्रोडक्ट की कीमत ज़्यादा रखी जाए, तो प्रोडक्ट की बिक्री में कोई खास बढ़ोतरी नहीं होगी। उदाहरण के लिए, अगर बाज़ार में पापड़ के एक पैकेट की कीमत १४ रुपये है, और सेल्फ-हेल्प ग्रुप के बनाए पापड़ के पैकेट की कीमत १८ रुपये है, तो यह अंदाज़ा लगाना आसान है कि ग्राहक किस पापड़ की तरफ जाएगा। हमें अपने लिए एक सेल्स स्ट्रेटेजी बनानी चाहिए।

हमें बाज़ार में अलग-अलग चीज़ों के साथ इस तरह संपर्क में रहना चाहिए। हमें अपने बनाए प्रोडक्ट्स को लगातार नए ग्राहकों को आकर्षित करने के नज़रिए से पेश करना चाहिए। हमारे प्रोडक्ट्स की तरफ ग्राहकों को आकर्षित करने में कोई दिक्कत नहीं है, हमें इसके बारे में बिना किसी भेदभाव के सोचना चाहिए और उसी हिसाब से उम्मीद के मुताबिक कदम उठाने चाहिए। लेकिन अगर हमारे प्रोडक्ट की अच्छी रेप्युटेशन है, तो भविष्य में उसकी वैसी रेप्युटेशन नहीं होगी, तो हमें सोचना चाहिए कि हम किस तरह का काम करेंगे, किस तरह का प्रोडक्शन करेंगे, इसके बारे में हमें अभी से सोचना चाहिए। हमें यह सोचना चाहिए कि हम जो प्रोडक्ट बना रहे हैं, उसके लिए ज़रूरी रॉ मटीरियल का बेहतर तरीके से इस्तेमाल कैसे करें। उदाहरण के लिए, खीर पाउडर बेचना खीर बेचने से ज़्यादा फ़ायदेमंद है। अगर आप खीर को ब्लॉक में बेचते हैं, तो आप खीर बेचने से ज़्यादा पैसे कमा सकते हैं। मार्केटिंग की भाषा में इसे 'वॉल्यूम एडिशन' कहते हैं। खीर पाउडर, पापड़ बनाना, बकरी पालन, मुर्गी पालन, सब्ज़ी का प्रोडक्शन और बिक्री, खाने का तेल प्रोडक्शन और दूसरे छोटे उद्योग छोटे उद्योगों की कैटेगरी में आते हैं। खास बात यह है कि आज के समय में, इन सभी पारंपरिक उद्योगों में बहुत बड़ी आर्थिक ताकत पैदा करने की क्षमता है और ये 'प्रोसेस इंडस्ट्रीज़' की कैटेगरी में आते हैं। मौजूदा दौर में प्रोसेसिंग इंडस्ट्री का भविष्य उज्वल है। इसे पहचानते हुए, उसी हिसाब से अपने चौतरफा विकास को बढ़ाना समय की ज़रूरत है।

हमारे देश में ई-कॉमर्स का फैलाव बड़े पैमाने पर हो रहा है और यह भारतीय रिटेलर्स के लिए एक अच्छा संकेत है। मार्केटिंग के क्षेत्र में ई-कॉमर्स फायदेमंद होगा। ई-कॉमर्स के ज़रिए विदेशी खरीदारों के लिए सफ़लायर्स से तुरंत संपर्क करना आसान हो जाता है, और जहां यह बिक्री के लिए दुकान लगाने में होने वाले निवेश को बचाता है, वहीं सामान की बिक्री एक चुनौती बनी हुई है। ग्लोबलाइज़ेशन के संदर्भ में उपलब्ध अवसरों का फायदा उठाने के लिए, सेल्फ-हेल्प ग्रुप के लिए ई-कॉमर्स को अपना ज़रूरी है। भारतीय रिटेलर्स दूर-दूर तक मशहूर हैं। असल में, कस्टर्ड इंडस्ट्री भारत में हज़ारों सालों से है। समय के साथ इसमें बदलाव आया है। सिर्फ़ ५० साल पहले, कस्टर्ड, लोई और पापड़ ही ऐसे प्रोडक्ट थे जो ग्राहकों को घर पर बने रूप में मिलते थे। लेकिन 'प्रवीण' कस्टर्ड बनाने वालों, 'लिज्जत' कस्टर्ड बनाने वालों या 'बेडेकर' कस्टर्ड बनाने वालों ने अपने प्रोडक्ट्स को एक मॉडर्न रूप दिया।

बढ़ते शहरीकरण के साथ, जाइंट फैमिली सिस्टम पूरी तरह से बनने लगा और घर पर कस्टर्ड, पापड़ और दही बनाने के तरीके धीरे-धीरे बदलने लगे। ज़रूरत के हिसाब से मार्केट से कस्टर्ड प्रोडक्ट्स के पैकेट लाने पर ज़ोर दिया गया। जैसे-जैसे चावल के प्रोडक्ट्स की डिमांड बढ़ी, प्रोडक्शन भी बढ़ा और मैनुफैक्चरर्स ने कई तरह के इनोवेशन किए और अपने प्रोडक्ट्स में विविधता लाई। नासिक में 'रंकबंधु राइस' कंपनी के फाउंडर हेनकांत राठी ने पापड़ राइस, पापड़ आटा, ऑरेंज मिलक राइस, स्पेशल टी राइस और चिवड़ा राइस जैसे अलग-अलग तरह के चावल मार्केट में लाए जिससे चावल की 'चावल की खेती' को बढ़ावा मिला। जैसे-जैसे घर के लेवल पर चावल मैनुफैक्चरिंग की तरफ मुड़ा, अंगकारक, अ.च.ड.अ. भी अस्तित्व में आए और चावल की खेती खूब फली-फूली। एक सर्वे के मुताबिक, अकेले महाराष्ट्र में पापड़, नमक और सूजी सेक्टर में २,००० करोड़ रुपये का टर्नओवर होता है। हालाँकि, रोजमर्रा की चीज़ों का इस्तेमाल गरीबों के फायदे के लिए कैसे किया जाए, इसका आदर्श उदाहरण सूजी बनाने में माहिर और कुशल लोगों का उदाहरण हो सकता है।



भारतीय ग्रामीण नागरिकों की औद्योगिक समस्याएं व उपाय

“

भारत दुनिया का सबसे बड़ा मार्केट है। दुनिया का ध्यान भारतीय मार्केट पर है। देश के लिए भारतीय मार्केट की स्टडी बहुत बारीकी से प्लानिंग के साथ की जा रही है। भारतीय कल्चर में त्योहारों से जुड़ी सभी चीजें भारतीय मार्केट में दिखती हैं। भारतीय कल्चर का फायदा उठाकर हमारे देश का पैसा विदेश जाता है। आज समय की ज़रूरत है कि विदेश जा रहे पैसे को रोका जाए। तभी हमारे देश के युवाओं को रोजगार मिल सकता है। महात्मा गांधी जी ने कहा था कि हमने गांव जाने का बीड़ा नहीं उठाया है। आज ग्रामीण इलाकों की आर्थिक हालत बहुत चिंताजनक है, लेकिन आज भारतीय युवाओं में ग्रामीण इलाकों को मज़बूत बनाने की ताकत है।

”

रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया ग्रामीण नागरिकों की समस्याओं पर स्टडी करके उन्हें हल करने की कोशिश कर रहा है। इसका मुख्य मकसद ग्रामीण उद्योगपतियों, व्यापारियों, युवाओं को एकजुट और संगठित करना है। आज अगर हम ग्रामीण इलाकों के इंडस्ट्रियलाइजेशन के बारे में सोचें, तो ग्रामीण इलाके इंडस्ट्रियल सेक्टर में बहुत पीछे हैं। मुख्य काम राज्य के अलग-अलग फील्ड के एक्सपर्ट्स और आर्थिक सलाहकारों को एक साथ लाना और समस्याओं को हल करना होगा। अगर आज हम गांव के इलाकों के हालात देखें, तो किसी के पास अच्छे प्रोडक्ट हैं, तो किसी के पास नए प्रोडक्ट बनाने की कला है। किसी के पास पूरी टेक्नोलॉजी है। किसी के पास सामान बनाने की कला है। किसी के पास पारंपरिक तरीके से हैंडीक्राफ्ट और कारीगरी है। किसी को लेटेस्ट मशीनरी की जानकारी है, तो किसी के पास पुराने मशहूर ब्रांड हैं। किसी के पास दूसरों के नाम पर नए प्रोडक्ट बनाने की कला है। किसी के पास टेक्निकल जानकारी है। कुछ के पास अनुभव का भंडार है। किसी के पास अपने पुरखों से विरासत में मिला बिजनेस है, लेकिन उसे बड़ा बनाना नहीं आता। किसी को मार्केट की जानकारी है, तो किसी को नहीं। उन्हें एडवर्टाइजिंग की कला आती है, तो किसी को लोगों को इकट्ठा करने और उन्हें ऑर्गनाइज़ करने की कला आती है। किसी के पास प्रोजेक्ट तैयार है, लेकिन उन्हें नहीं पता कि उसे कहाँ ले जाएं। कुछ लोग सिर्फ प्रोजेक्ट के बारे में सोच रहे हैं। किसी के पास पेपर वर्क है। किसी के पास कैपिटल है, लेकिन उन्हें नहीं पता कि बिजनेस कैसे शुरू करें।

कुछ लोग परेशान हैं क्योंकि उनके पास पैसे नहीं हैं। उन्हें नहीं पता कि बिजनेस कैसे शुरू करें। नौकरी न होने की वजह से युवा हायर एजुकेशन लेकर घर बैठे हैं। वे बिजनेस शुरू करना चाहते हैं। आज युवाओं का भविष्य उनके माता-पिता की चिंता है। कुछ में हिम्मत होती है। कुछ में मेहनत करने की कला होती है। उनमें पक्का इरादा और लगन होती है। उन्हें गाइड करने वाला कोई नहीं होता। कुछ में हिम्मत तो होती है, लेकिन वे बिजनेस शुरू करने के लिए तैयार नहीं होते। कुछ के प्रोजेक्ट आधे-अधूरे रह जाते हैं, जबकि कुछ के हाथ में पैसे नहीं होते, इसलिए प्रोजेक्ट पूरा नहीं होता। अगर कोई प्रोजेक्ट शुरू भी हो जाता है, तो सवाल उठता है कि मार्केट का क्या करें। वे लगातार अपने मन में सोचते रहते हैं कि बिजनेस चलेगा या नहीं और उनकी आधी जिंदगी निकल जाती है। कुछ में सोच की अमीरी होती है लेकिन उन्हें कोई मदद नहीं मिलती। ग्रामीण इलाकों के लोगों को कई दिक्कों का सामना करना पड़ता है।

बिज़नेस के लिए ज़रूरी कैपिटल, विदेश में इन्वेस्टमेंट, टेक्नोलॉजी, मार्केटिंग, नेटवर्किंग, प्रोडक्ट ब्रांड, एडवर्टाइजिंग, ह्यूमन रिसोर्स, विदेशी सरकारी कॉन्ट्रैक्ट, इंपोर्ट एक्सपोर्ट लाइसेंस, नई कंपनी के इंडस्ट्रियल कॉन्ट्रैक्ट वगैरह ग्रामीण इलाकों के लोगों और इंडस्ट्रियलिस्ट के सवाल हैं। रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया ग्रामीण इलाकों के युवाओं, बिजनेसमैन, इंडस्ट्रियलिस्ट को एक छत के नीचे लाकर और ऑर्गनाइजेशन के ज़रिए उनके अपने सवालों को हल करने की कोशिश कर रहा है। आज ग्लोबल मार्केट में हैंडीक्राफ्ट की बहुत ज़्यादा डिमांड है।

भारतीय बाज़ार दुनिया का सबसे बड़ा बाज़ार है। देश में १४५ करोड़ कंज्यूमर हैं। उनका इंटरनेट ही रोजगार का ज़रिया है। ग्लोबलाइजेशन की वजह से बना इंडस्ट्रियल कॉम्पिटिशन आज एक जानलेवा कॉम्पिटिशन है। आज समय की ज़रूरत है कि हम ऑर्गनाइज़ हों और सवालों को हल करें। आज युवा पीढ़ी खेती में नए इनोवेशन इन्वेस्टमेंट कर रही है। यह इंडस्ट्रियल सेक्टर में इनोवेशन करने की ताकत रख रही है। भारतीय बाज़ार में विदेशी देशों का असर ज़्यादा है। इसे कम करने के लिए युवा पीढ़ी को एक साथ आना होगा। हमारे गांव के सामान को भारतीय बाज़ार में दिखाना समय की ज़रूरत है, तभी ग्रामीण इलाके तरकी करेंगे। गांव एम्पावर होगा, तभी देश एम्पावर होगा। देश आर्थिक रूप से एम्पावर होगा। आइए, ज़्यादा से ज़्यादा मेंबर बनाकर रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया को मज़बूत करें।



भारतीय बाजार, ग्रामीण चुनौतियाँ और संगठन की आवश्यकता

“

आज वैश्विक बाजार में हस्तशिल्प और पारंपरिक उत्पादों की मांग निरंतर बढ़ रही है। भारत जैसे देश में लगभग १४५ करोड़ उपभोक्ताओं का विशाल बाजार मौजूद है। यदि इस बाजार की आवश्यकताओं को समझकर स्थानीय उत्पादों को विकसित किया जाए, तो यह रोजगार का एक बड़ा स्रोत बन सकता है। वैश्वीकरण के इस दौर में प्रतिस्पर्धा तीव्र होती जा रही है। ऐसे में संगठित होकर कार्य करना ही सफलता का मार्ग है। आज की युवा पीढ़ी नवीन तकनीकों को अपनाकर कृषि और उद्योग दोनों क्षेत्रों में नए प्रयोग कर रही है। इस ऊर्जा और नवाचार को सही दिशा देना अत्यंत आवश्यक है।

”



भारत आज विश्व की सबसे बड़ी और संभावनाशील बाजारों में से एक है। विश्व की अर्थव्यवस्थाओं का ध्यान भारतीय बाजार पर केंद्रित है और अनेक देश सुनियोजित रणनीतियों के माध्यम से भारतीय बाजार का गहन अध्ययन कर रहे हैं। विशेष रूप से भारतीय संस्कृति, परंपराएं और त्योहार इस बाजार की एक विशिष्ट पहचान हैं। प्रत्येक त्योहार के अवसर पर उपयोग होने वाली अनेक वस्तुएँ विदेशी बाजारों से आकर भारतीय बाजार में स्थान बना लेती हैं, जिसके परिणामस्वरूप देश की आर्थिक शक्ति का एक बड़ा हिस्सा बाहर चला जाता है और अन्य देशों के युवाओं को रोजगार प्राप्त होता है।

आज समय की मांग है कि इस आर्थिक प्रवाह को रोका जाए और भारतीय बाजार की शक्ति का उपयोग अपने ही देश के युवाओं और उद्यमियों के लिए किया जाए। तभी हम अपने युवाओं को स्थायी रोजगार और आर्थिक सशक्तीकरण प्रदान कर सकते हैं। महात्मा गांधी जी ने 'गांव की ओर चलो' का संदेश दिया था, किंतु हमने इस विचार को गंभीरता से आत्मसात नहीं किया। परिणामस्वरूप आज ग्रामीण भारत की सामाजिक और आर्थिक स्थिति अत्यंत चिंताजनक हो चुकी है।

इसके बावजूद भारतीय युवाओं में ग्रामीण क्षेत्रों को सशक्त बनाने की अपार क्षमता है। इसी दृष्टि के साथ रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया (RCCI) ने ग्रामीण भारत के वास्तविक समस्याओं का अध्ययन कर उन्हें समाधान की दिशा में संगठित प्रयास प्रारंभ किए हैं। RCCI का मुख्य उद्देश्य ग्रामीण उद्योगों, व्यवसायियों, किसानों और युवाओं को एक मंच पर लाकर उन्हें संगठित करना और उनकी सामूहिक शक्ति के माध्यम से समस्याओं का समाधान करना है।

यदि ग्रामीण औद्योगिक परिदृश्य का विश्लेषण करें, तो स्पष्ट होता है कि संसाधनों की कमी नहीं है, बल्कि उनके समुचित उपयोग और समन्वय का अभाव है। किसी के पास उत्कृष्ट उत्पाद हैं, तो किसी के पास नए उत्पाद विकसित करने की कला है; किसी के पास तकनीकी ज्ञान है, तो किसी के पास उत्पादन का अनुभव; कहीं पारंपरिक हस्तकला और कारीगरी है, तो कहीं आधुनिक मशीनों का ज्ञान। कुछ लोगों के पास ब्रांड हैं, तो कुछ के पास नवाचार की क्षमता; कुछ के पास पूंजी है, तो कुछ के पास श्रम, जिद और परिश्रम की शक्ति।

फिर भी इन सभी क्षमताओं के बीच समन्वय का अभाव होने के कारण ये संसाधन पूर्ण रूप से विकसित नहीं हो पाते। अनेक लोग अपने व्यवसाय को आगे बढ़ाना चाहते हैं, परंतु उन्हें बाजार, विपणन, नेटवर्किंग और विस्तार की सही दिशा नहीं मिल पाती। कई लोगों के पास परियोजनाएं हैं, लेकिन उन्हें क्रियान्वित करने का मार्ग स्पष्ट नहीं होता। कुछ के पास पूंजी है परन्तु व्यवसाय की समझ नहीं; वहीं कुछ के पास विचार हैं परन्तु संसाधनों का अभाव है।

ग्रामीण क्षेत्रों में व्यवसाय से जुड़े अनेक जटिल प्रश्न सामने आते हैं। जैसे पूंजी की उपलब्धता, तकनीक का अभाव, विपणन और ब्रांडिंग, नेटवर्किंग, मानव संसाधन प्रबंधन, निर्यात-आयात की जानकारी, सरकारी नीतियों की समझ और वैश्विक बाजार से जुड़ाव। इन चुनौतियों के कारण अनेक संभावनाएं प्रारंभ होने से पहले ही समाप्त हो जाती हैं या अधूरी रह जाती हैं।

रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया इन सभी बिखरी हुई क्षमताओं को एक मंच पर लाने का कार्य कर रहा है। इसका उद्देश्य है कि ग्रामीण युवाओं, उद्यमियों और व्यवसायियों को एक संगठित संरचना के अंतर्गत जोड़कर उन्हें मार्गदर्शन, सहयोग और अवसर प्रदान किए जाएं, ताकि वे अपने ही क्षेत्र में आत्मनिर्भर बन सकें।

आज वैश्विक बाजार में हस्तशिल्प और पारंपरिक उत्पादों की मांग निरंतर बढ़ रही है। भारत जैसे देश में लगभग १४५ करोड़ उपभोक्ताओं का विशाल बाजार मौजूद है। यदि इस बाजार की आवश्यकताओं को समझकर स्थानीय उत्पादों को विकसित किया जाए, तो यह रोजगार का एक बड़ा स्रोत बन सकता है।

वैश्वीकरण के इस दौर में प्रतिस्पर्धा तीव्र होती जा रही है। ऐसे में संगठित होकर कार्य करना ही सफलता का मार्ग है। आज की युवा पीढ़ी नवीन तकनीकों को अपनाकर कृषि और उद्योग दोनों क्षेत्रों में नए प्रयोग कर रही है। इस ऊर्जा और नवाचार को सही दिशा देना अत्यंत आवश्यक है।

यह समय की मांग है कि भारतीय बाजार में विदेशी वस्तुओं का प्रभाव कम किया जाए और उसकी जगह भारतीय, विशेष रूप से ग्रामीण उत्पादों को बढ़ावा दिया जाए। जब भारतीय बाजार में भारतीय गांवों के उत्पाद दिखाई देंगे, तभी वास्तविक ग्रामीण विकास संभव होगा।

गांव सशक्त होगा तो देश सशक्त होगा, और देश सशक्त होगा तो अर्थव्यवस्था भी मजबूत होगी।

आइए, हम सभी अधिक से अधिक संख्या में जुड़कर रूरल चैंबर ऑफ कॉमर्स ऑफ इंडिया को सशक्त बनाएं और ग्रामीण भारत के आर्थिक पुनर्जागरण की इस यात्रा का हिस्सा बनें।



संचालक मंडल तज्ञ

» कृषि तज्ञ

» कृषि प्रक्रिया उद्योग

» सेवा उद्योग

» टेसटाइल्स उद्योग

» शेती प्रक्रिया उद्योग

» शेती विज्ञान तज्ञ

» क्रीडा तज्ञ

» हरितक्रांति तज्ञ

» हस्त कारीगरी तज्ञ

» युवा अभ्यास तज्ञ

» लकडी तज्ञ

» बाजारपेठ तज्ञ

» आयात/निर्यात धोरण

» वैश्विक बाजार

» शेयर मार्केट तज्ञ

» ट्रान्सपोर्ट तज्ञ

» अर्थतज्ञ

» बैंकिंग तज्ञ

» खाद्य संस्कृति तज्ञ

» प्रिंटिंग तज्ञ





चित्र झलकियां





रूरल चेंबर ऑफ
कॉमर्स ऑफ इंडिया