

# उद्यमिता परिवेश एवं दृष्टिकोण का नवीन युग (नीव)

सोच से सृजन तक - उद्यमिता की उड़ान

शिक्षक निर्देशिका  
कक्षा 8-10  
2025



राज्य शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद, दिल्ली  
वरुण मार्ग, डिफेंस कॉलोनी, नई दिल्ली – 110024



## सीखने के प्रतिफल

इस अध्याय का अध्ययन करने के बाद, विद्यार्थी सक्षम होंगे:

- ⇒ बड़े सपने देखने और अपनी कमजोरियों को चुनौती देने की शक्ति को समझने में।
- ⇒ साहसी सपनों को अरबों डॉलर के विचारों में बदलने वाले वास्तविक/असली उद्यमियों की विशेषताओं और उनकी कहानियों की पहचान कर पाने में।
- ⇒ स्वयं के सपनों पर चिंतन और बड़ी संभावनाओं की कल्पना करने में।
- ⇒ एक यूनिकॉर्न उद्यमी बनने हेतु आवश्यक बुनियादी जागरूकता प्राप्त करने में।



### कहानी 1.1

आइए, डेमंड जॉन के जीवन से प्रेरणा प्राप्त करें।

जब डेमंड जॉन ने लोगों से कहा कि वह घर पर बनी टोपियों को वैश्विक फैशन साम्राज्य में बदल देंगे, तो वे हँस पड़े।

लोगों ने क्वींस के एक गरीब लड़के को देखा और उसका मजाक भी बनाया, लेकिन उसी लड़के ने 'FUBU – For Us, By Us' ब्रांड की कल्पना की; एक ऐसा ब्रांड जो पूरी संस्कृति की पहचान बना।

**“**  
"लोगों ने उसके सपने की हँसी उड़ाई...  
जब तक कि उसने उस सपने को 6 अरब  
डॉलर के ब्रांड – FUBU (For Us By Us)  
– में न बदल दिया।"



### पैसों के बिना बड़े सपने देखना

जब डेमंड ने \$40 (1990 के शुरुआती दशक में लगभग ₹700), एक सिलाई मशीन और एक साहसी सपना लेकर शुरुआत की, तब यह दूसरों को हास्यास्पद लगा।

वह रात में रेड लॉब्स्टर में काम करते और दिन में टोपी सिलते। उनकी माँ ने उन्हें अवसर देने के लिए अपना घर तक गिरवी रख दिया। लोग हँसते रहे।

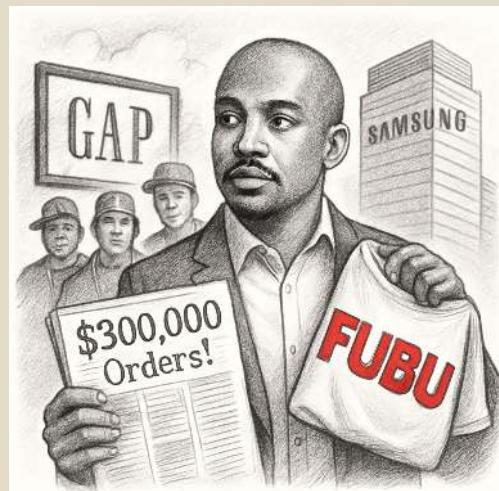
- रैप गायक उसके कपड़े क्यों पहनेंगे ?
- वह टॉमी हिलफिगर जैसे दिग्गजों के साथ मुकाबला कैसे करेगा ?

## अनुमति से पहले प्रमाण

स्वीकृति का इंतज़ार करने के बजाय, उसने स्वयं हलचल उत्पन्न की :

- » उभरते हिप-हॉप सितारों जैसे एल एल कूल जे को कपड़े भिजाए।
- » FUBU को एक GAP के विज्ञापन में शामिल कर दिया — और दुनिया उन्हें देखने लगी।
- » अखबार के एक ही विज्ञापन से \$300,000 (लगभग ₹52,50,000) के ऑर्डर प्राप्त हुए।

वह तब तक मेहनत करता रहा, जब तक कि सैमसंग ने उससे साझेदारी कर उसे वैश्विक स्तर तक नहीं पहुँचाया।



## संघर्ष से निवेशक तक

आखिरकार FUBU की बिक्री \$6 अरब तक पहुँची और डेमंड, जिन पर लोग कभी संदेह करते थे, अब वह शार्क टैक के निवेशक बन गए, जहाँ वे नए सपने देखने वालों को अवसर दिलाने में मदद करते हैं।

## जरा सोचिए

- » क्या लोगों के हँसने के डर से आपने कभी खुद को कोई सपना देखने से रोका है? वह सपना क्या था?
- » अभी आपके पास कौन-सा क्रांतिकारी विचार या लक्ष्य है जो "बहुत बड़ा" लगता है?
- » बड़े सपने देखने की बजाय आप अभी किन तरीकों से जोखिम रहित सपने देख रहे हैं?



## कक्षा की शुरुआत

(फैसिलिटेटर कक्षा की शुरुआत निम्नलिखित प्रश्न से कर सकते हैं)

## हमें कितने बड़े सपने देखने की अनुमति है?



"मैं आपसे कुछ पूछना चाहती/चाहता हूँ – हमें कितने बड़े सपने देखने की अनुमति है ?"

हम अक्सर विद्यार्थियों से कहते हैं कि अपने सपनों को पूरा करने के लिए ऊँचे लक्ष्य रखें।

लेकिन सच तो यह है –

हमारे सपने इन बातों पर निर्भर करते हैं -

अ. हम अपने आसपास क्या देखते हैं

ब. हमारे साथी या लोग क्या विश्वास करते हैं?



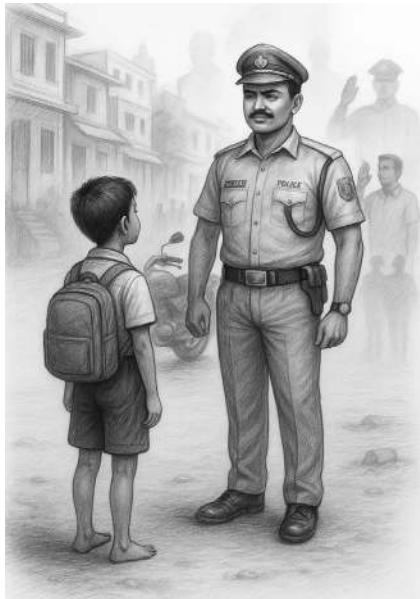
हम अपने माता-पिता, रिश्तेदारों और यहाँ तक कि शिक्षकों से भी यह सुनते हुए बड़े हुए हैं कि तुमसे न हो पाएगा।

वे ऐसा निर्दयता से नहीं बल्कि इसलिए कहते हैं क्योंकि उनकी कल्पनाओं की इतनी ही सीमा है।

हमें व्यावहारिक बनने को कहा जाता है। बहुत ऊँचा लक्ष्य न रखने को कहा जाता है। अपनी सीमाओं में रहने को कहा जाता है।



### आइए एक कहानी सुनते हैं ...



दिल्ली के एक सरकारी विद्यालय में शिक्षक ने एक विद्यार्थी से पूछा —

“आप बड़े होकर क्या बनना चाहते हैं?”

लड़के ने कहा — “दिल्ली पुलिस में सिपाही।”

शिक्षक ने हैरान होकर पूछा — “सिर्फ सिपाही ही क्यों? इंस्पेक्टर, एसीपी या डीसीपी क्यों नहीं?”

लड़के ने जवाब दिया : “मुझे नहीं पता वे कौन हैं। लेकिन मैंने एक सिपाही को हमारी कॉलोनी में आते देखा है। सब उसे सलाम करते हैं। सभी उसका सम्मान करते हैं। मैं वही बनना चाहता हूँ।”

अपने जीवन लक्ष्य के संबंध में उसका यह उत्तर व महत्वाकांक्षा छोटी नहीं अपितु ईमानदार थी।

वह उतना ही सपना देख सकता था जितना उसने अपनी आँखों से देखा था।

यह महत्वाकांक्षा की कमी की कहानी नहीं अपितु अनुभव की कमी की कहानी है।



### कहानी 1.2 फ़िल्म “12वीं फेल” का एक दृश्य

यह दृश्य बिल्कुल वैसा ही है जैसा फ़िल्म 12th फेल हमें दिखाती है।

मनोज, एक छोटे से गाँव का लड़का है, जिसे परीक्षा में असफल होने की उम्मीद है। भ्रष्टाचार, गरीबी और निराशा उसे धेरे हुए है।

यहाँ तक कि उसके विद्यालय की व्यवस्था भी भ्रष्टाचार से ग्रसित है - जहाँ शिक्षक विद्यार्थियों को नकल करवाते हैं, और पढ़ने वालों का मज़ाक उड़ाया जाता है।

शुरू में, मनोज ने कभी आईपीएस अधिकारी बनने का सपना भी नहीं देखा था।

वह सिर्फ राज्य लोक सेवा आयोग (PSC) की परीक्षा पास करना चाहता था, जो उसकी नज़र में एक सुरक्षित और सम्मानजनक मार्ग था।



जब उसकी राज्य PSC परीक्षा स्पृहित हो गई, और उसने भारतीय पुलिस सेवा (IPS) के बारे में बातचीत सुनी, तो वह उत्सुक हुआ।

उसने पूछा — “IPS क्या होता है?”

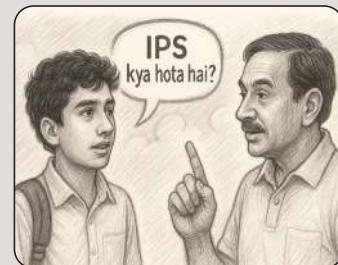
और जब उसने जाना कि शक्ति, ज़िम्मेदारी और दूसरों की ज़िंदगी बदलने की क्षमता के रूप में इसका क्या अर्थ है — तब उसने अपना सपना बदल लिया।

उसने अपना लक्ष्य कम नहीं किया — उसे ऊँचा कर दिया।

उसी क्षण से, उसने दृढ़ निश्चय के साथ IPS की तैयारी शुरू कर दी।

उसके पास कोचिंग नहीं थी, संपर्क नहीं थे। वह एक दो बार नहीं, बल्कि बार-बार असफल हुआ।

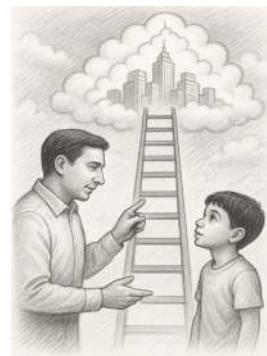
परंतु वह तब तक नहीं रुका जब तक उसने खाकी वर्दी नहीं पहनी — सिपाही के रूप में नहीं, यहाँ तक कि इंस्पेक्टर के रूप में भी नहीं, बल्कि एक IPS अधिकारी के रूप में।



## सीख

अगर हम अपने बच्चों को सीढ़ी का सिर्फ निचला पायदान ही दिखाएँ, तो हम उनसे शीर्ष तक पहुँचने का सपना देखने की उम्मीद कैसे कर सकते हैं?

इसलिए आज यह ज़रूरी है कि हम न केवल बड़े सपनों की बात करें, बल्कि ऐसा इकोसिस्टम (ecosystems) बनाएँ जहाँ ऐसे बड़े सपने विद्यार्थियों के लिए साक्षात् हो, संभव हो और अनुकूल हो क्योंकि कभी-कभी एक बच्चे और उसके भविष्य के बीच खड़ी सबसे बड़ी बाधा केवल यही होती है कि किसी ने उसे कल्पना करने की अनुमति दी है या नहीं।



### गतिविधि 1.1

“ सपनों की दीवार : देखने से बनने तक का सफर ”

**उद्देश्य:** परिवेश में विद्यार्थियों की कल्पनाशक्ति का विकास करने में सहायता करना।

#### कक्षा 8

##### कैसे करें:

- प्रत्येक विद्यार्थी को दो (sticky notes) स्टिकी नोट या कार्ड दें।
- वे पहले स्टिकी नोट या कार्ड पर लिखें — वे वर्तमान में क्या बनना चाहते हैं और क्यों (उन्होंने जो देखा या अनुभव किया है, उस आधार पर)।
- दूसरे स्टिकी नोट पर वे अपना **एक बड़ा सपना**, पेशा या लक्ष्य लिखें जो उन्होंने पहले कभी नहीं सोचा था, पर किसी कहानी या चर्चा (जैसे 12th फेल, FUBU आदि) से प्रेरित होकर सोचा हो।
- कक्षा के बोर्ड पर “जो मैंने देखा” और “जो मैं बन सकता हूँ” नामक दो हिस्सों में एक सपनों की दीवार तैयार करें।

**चर्चा:** इस पर विचार करें कि सीमित अनुभव हमारे लक्ष्यों को कैसे प्रभावित करते हैं और जागरूकता इन्हें कैसे बदल सकती है।



## गतिविधि 1.2

### “तुमसे हो पाएगा!” जार

**उद्देश्य:** कक्षा में विश्वास और प्रोत्साहन की संस्कृति का निर्माण करना।

#### कक्षा – IX

कैसे करें:

- एक जार या डिब्बा तैयार करें और उसका नाम रखें “तुमसे हो पाएगा!” जार।
- विद्यार्थी उस बॉक्स में अपने या दूसरों के लिए उत्साहवर्धक पर्चियाँ डालें।

उदाहरण:

“जो विद्यार्थी गणित में संघर्ष कर रहा है – तुमसे हो पाएगा।”

“मैं पायलट बनना चाहता हूँ – तुमसे हो पाएगा।”

- हफ्ते में एक दिन, कुछ पर्चियाँ निकालकर ज़ोर से पढ़ी जाएँ।

**प्रतिफल :** यह गतिविधि एक सकारात्मक और सपनों को प्रोत्साहित करने वाला माहौल तैयार करेगी।



## गतिविधि 1.3

### “रोल मॉडल रिसर्च एवं टॉक शो”

**उद्देश्य :** विद्यार्थियों को ऐसे वास्तविक व्यक्तित्वों से परिचित कराना जिन्होंने बाधाओं को पार कर सफलता प्राप्त की।

#### कक्षा : X

कैसे करें :

- विद्यार्थियों के लिए विभिन्न प्रेरणादायक व्यक्तित्व निर्धारित करें (जैसे – मनोज कुमार शर्मा (फ़िल्म 12th फेल से), डेमंड जॉन, कल्पना चावला, दीपा करमाकर आदि।)
- विद्यार्थी उनकी जीवन यात्रा पर रिसर्च करेंगे और 1-2 मिनट का “टॉक शो” साक्षात्कार तैयार करेंगे, जिसमें एक विद्यार्थी साक्षात्कारकर्ता की भूमिका निभाएगा और दूसरा रोल मॉडल की भूमिका निभाएगा।
- यह प्रस्तुति कक्षा के सामने की जाएगी।

**चर्चा :** इन व्यक्तियों ने अपनी परिस्थितियों को कैसे पार किया? उन्हें लगातार आगे बढ़ते रहने की प्रेरणा कहाँ से मिली?

## यूनिकॉर्न की घटना को समझना

यह विषय इस बात को समझाने का प्रयास करता है कि यूनिकॉर्न क्या होता है, उनकी सफलता में योगदान देने वाले कारक कौन से हैं? यह विद्यार्थियों को इस महत्वाकांक्षी मार्ग पर आगे बढ़ने के लिए एक रणनीतिक रूपरेखा प्रदान करता है।

## भारतीय यूनिकॉर्न जो कभी असंभव लगते थे:

आइए कुछ ऐसे लोगों की बात करें जिन्होंने कहा "मैं एक यूनिकॉर्न बनाना चाहता हूँ" – और वे बन भी गए :

**OLA**

(भाविश अग्रवाल) – उबर और ऑटो रिक्षा को चुनौती देने के कारण लोग उन पर हँसे, लेकिन आज Ola अरबों की कंपनी है।



(राजल अलघ/ वरुण अलघ) - अपने बेटे के लिए सुरक्षित बेबी प्रोडक्ट्स खोजने के व्यक्तिगत संघर्ष से शुरू हुई एक दंपति की कहानी, जिसने एक टॉक्सिन-फ्री ब्रांड और उद्देश्यपूर्ण नवाचार के विचार को जीवंत किया।

**Mamaearth**

**FLIPKART**

(सचिन और बिन्नी बंसल) – उन्होंने अमेज़ॅन की नौकरी छोड़कर ऑनलाइन किताबें बेचनी शुरू की। सबको यह बेवकूफी लगी। लेकिन आज यह भारत के सबसे बड़े ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म में से एक है।



(पीयूष बंसल) - भारतीय चश्मा बाज़ार में क्रांति लाकर उन्होंने किफायती, सभी के लिए सुलभ और आकर्षक चश्मों की ज़रूरत को पूरा किया।

**Lenskart**

**RAZORPAY**

(हर्षिल माधुर और शशांक कुमार) – दो इंजीनियर्स जिन्होंने ऑनलाइन भुगतान को सरल बनाया और भारत के सबसे तेज़ी से बढ़ते फिनेटेक यूनिकॉर्स में से एक की स्थापना की



## गतिविधि: 1.4 "अपना खुद का यूनिकॉर्न बनाओ"

"**QUICK  
TIPS**"



### विद्यार्थियों से पूछें:

1. अगर आप दुनिया की एक समस्या हल कर सकते, तो वह क्या होती?
2. वह एक कौन-सा अजीबोगरीब विचार है जिसमें आप विश्वास करते हैं, भले ही दूसरे इस पर हँसे?
3. अपने यूनिकॉर्न को नाम दें – आपके 100 करोड़ के विचार का नाम क्या होगा?



### विद्यार्थियों द्वारा दिए गए कुछ संभावित उत्तर:

- "मैं एक ऐसा ऐप बनाना चाहता हूँ जो होमवर्क को मजेदार बना दे।"
- "मैं ऐसी सेवा शुरू करना चाहता हूँ जो हर गाँव में साफ़ पानी पहुँचाए।"
- "मैं भारत की पहली ज़ीरो-वेस्ट डिलीवरी कंपनी बनाना चाहता हूँ।"

### अब पूछें:

- "कौन अब भी यूनिकॉर्न बनना चाहता है?"
- "अगर कोई आपके सपने पर हँसे तो आप क्या करोगे?"



**साथ में उत्तर दें:** "अच्छा, इसका मतलब है कि मैं बड़ा सपना देख रहा हूँ।"

"मैं एक यूनिकॉर्न बनना चाहता हूँ" यह केवल एक मजेदार कथन नहीं है – यह क्षमताओं से परे सोचने का एक शक्तिशाली रूपक है। स्टार्टअप की दुनिया में, यूनिकॉर्न वह कंपनी होती है जो सभी बाधाओं को पार करके 100 करोड़ की वैल्यू तक पहुँचती है। लेकिन जीवन में यूनिकॉर्न बनने का मतलब है:

- ऐसा सपना देखना जो दूसरों को असंभव लगे
- तय खाँचों में बंधने से इंकार करना
- कुछ इतना अनोखा बनाना कि जो हर स्थान पर अलग पहचान बनाए

प्रत्येक नवोन्मेषी (groundbreaking) व्यापार एक सरल सपने से शुरू होता है। दुनिया की कुछ सबसे बड़ी कंपनियाँ – जैसे Flipkart, Paytm, Ola और BOAT – युवा स्वप्रदृष्टाओं के मस्तिष्क में उपजी एक परिकल्पना से शुरू हुईं। इन स्वप्रदृष्टाओं ने अपने विचारों को 100 करोड़ की कंपनियों में बदला, जिन्हें यूनिकॉर्न कहा जाता है।

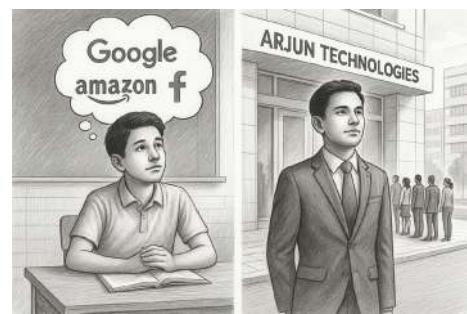
यूनिकॉर्न केवल एक मिथकीय जीव नहीं है; व्यापार की दुनिया में यह उन स्टार्टअप्स का प्रतीक है जो \$1 बिलियन से अधिक मूल्य हासिल करते हैं। एक यूनिकॉर्न उद्यमी बनना केवल बड़ा सपना देखने तक सीमित नहीं है, बल्कि ऐसे समाधान तैयार करना भी है जो करोड़ों लोगों के जीवन को प्रभावित करें।



## बड़े सपने क्यों देखें ?

बड़ा सपना देखना नवाचार (innovation) की दिशा में पहला कदम है। जब आप अपने मस्तिष्क को साधारण से आगे की संभावनाओं की खोज करने देते हैं, तब आप रचनात्मकता में प्रवेश करते हैं और उन अवसरों को खोज निकालते हैं जिन्हें अन्य लोग अनदेखा कर देते हैं। बड़े सपने जुनून को जन्म देते हैं, और जुनून सपनों को हकीकत में बदलता है।

जब हम विद्यार्थियों से उनके सबसे बड़े सपने के बारे में पूछते हैं, तो उनमें से ज्यादातर अक्सर कहते हैं: "मैं Google, Netflix, Facebook या Amazon जैसी कंपनियों में काम करना चाहता/ चाहती हूँ।"



ये लक्ष्य सराहनीय हैं, लेकिन इसका यह भी अर्थ है कि हमारे कई प्रतिभाशाली सोच रखने वाले युवा / विद्यार्थी, नई चीज़ें बनाने की बजाय पहले से स्थापित कंपनियों में योगदान देना चाहते हैं।

पर कल्पना कीजिए अगर उनमें से कोई कहे: "मैं एक ऐसी कंपनी बनाना चाहता/ चाहती हूँ जहाँ पूरी दुनिया से लोग काम करने का सपना देखें।" सिर्फ वैश्विक लीडर्स के साथ जुड़ने के स्थान पर, क्यों न खुद एक लीडर बना जाए और एक ऐसी कंपनी विकसित करें जो दुनिया की सबसे अच्छी प्रतिभाओं को आकर्षित करे और यहाँ से नवाचार को जन्म दे।

सिर्फ महानता का हिस्सा बनने का नहीं, बल्कि खुद महान बनने का सपना देखो।

### भारत से विश्व तक: विकसित भारत का स्वप्न

भारत ने 1947 में स्वतंत्रता प्राप्त की। दशकों तक हमें एक "विकासशील राष्ट्र" कहा जा रहा है।



यह केवल एक राजनीतिक दृष्टि नहीं है। यह आप सभी युवाओं के लिए आह्वान है — बड़ा सोचने का, मज़बूती से निर्माण करने का और स्वयं पर अत्यधिक विश्वास करने का।

यह सिर्फ सपना नहीं है; यह एक शक्तिशाली मिशन है जो प्रत्येक नागरिक को प्रेरित करता है कि वे एक समृद्ध और आत्मनिर्भर भारत के निर्माण में योगदान दें।

### यूनिकॉर्न एंटरप्रेन्योर बनने के कदम:

#### 👁️ एक साहसिक (crazy) परन्तु स्पष्ट दृष्टिकोण से शुरूआत करें

- यूनिकॉर्न सामान्य विचारों से नहीं बनते।
- लोगों द्वारा सामना की जाने वाली कोई **असली समस्या** पहचाने
- **बड़ा सोचो:** खुद से पूछो — "लोगों के यात्रा करने, सीखने, खरीददारी करने या जीने के तरीके में मैं क्या बदल सकता हूँ
- **उदाहरण:** ओला ने एक साधारण विचार से शुरूआत की - टैक्सी बुक करना उतना आसान होना चाहिए जितना एक बटन दबाना।



### अपने विचार को मान्य करें (तीव्रता और सादगी से)

- परिपूर्णता का इंतजार न करें- परीक्षण शुरू करें।
- वास्तविक उपभोक्ता से बातचीत करें।
- एक **MVP (Minimum Viable Product)** बनाएँ - बेशक उत्पाद छोटा हो लेकिन काम करें।
- उपभोक्ताओं की प्रतिपुष्टि के आधार पर उसमें सुधार करें।
- **उदाहरण:** फ़िलपकार्ट ने केवल ऑनलाइन किताबें बेचने से शुरुआत की थी, फिर यह आगे चलकर एक विशाल ई-कॉमर्स कंपनी बन गई।



### निरन्तर आगे बढ़ने वाला, स्केलेबल बिज़नेस मॉडल बनाएँ

- यूनिकॉर्न केवल 10 लोगों को उत्पाद बेचने से नहीं बनता - यह लाखों की समस्या हल करके बनता है।
- खुद से पूछें: "क्या यह कई शहरों या देशों में काम कर सकता है?"
  - ऐसी तकनीक और व्यवस्था का इस्तेमाल करें जो ज़्यादा खर्च किए बिना आपकी से प्रगति करने में आपकी मदद कर सके।
  - **उदाहरण:** रेज़रपे ने सरल एपीआई के माध्यम से हज़ारों भारतीय व्यवसायों के लिए डिजिटल भुगतान को अधिक सुविधाजनक और आसानी से विस्तार योग्य बना दिया।



### एक ऊर्जावान टीम बनाएँ

- विभिन्न क्षेत्र के योग्य/प्रतिभाशाली लोगों को टीम में शामिल करें।
- ऐसी संस्कृति बनाएँ जो इनोवेशन, गति और उद्देश्य को महत्व दे।
- **उदाहरण:** पोर्टर ने उत्साही इंजीनियरों, तकनीकी विशेषज्ञों और लॉजिस्टिक्स अधिकारियों की एक समर्पित टीम के साथ विस्तार किया है।



### स्मार्ट निवेश (Smart Money) जुटाना

- यूनिकॉर्न बनने के लिए फ़ंडिंग चाहिए - लेकिन सही लोगों से।
- उन निवेशकों से संपर्क करें जो आपकी सोच को समझे और आपको प्रगति करने में मदद करें।
- धन का उपयोग अपने उत्पाद को बेहतर बनाने, प्रतिभाशाली लोगों को जोड़ने और विस्तार के लिए करें—न कि बेवजह खर्च करने के लिए।
- **उदाहरण:** Airbnb ने वैश्विक फ़ंडिंग उठाई और उसका उपयोग विभिन्न देशों में व्यापार का विस्तार करने में किया।



### ग्राहक-केंद्रित बनें (Customer Centered)

- महान उद्यमी 100 करोड़ की वैल्यूएशन के पीछे नहीं भागते – वे ग्राहकों का विश्वास और प्यार जीतते हैं।
- ग्राहकों की समस्याओं को दूसरों से बेहतर तरीके से हल करें।
- उत्तरदायी, स्पिर और नवाचारी बनें।
- **उदाहरण:** Zomato ने रेस्तरां और ग्राहकों दोनों की बात सुनकर प्रगति की – और भोजन वितरण अनुभव के हर चरण को बेहतर बनाया।



## परिस्थितियों के अनुसार स्वंय/उत्पाद को बदलें, आगे बढ़ें और टिके रहें

- यूनिकॉर्न बनने की राह असफलताओं, बाधाओं और अप्रत्याशित घटनाओं से भरी होती है।
- ज़रूरत पड़ने पर दिशा बदलने के लिए तैयार रहें।
- असफलताओं से सीखें एवं लचीले रहें।
- **उदाहरण:** Daymond John ने कई बार बिजनेस में बदलाव किए – वैन में टोपी बेचने से लेकर फैशन सामाज्य बनाने तक।



## सिर्फ पैसे के लिए नहीं, प्रभाव (Impact) के लिए काम करें

आज के यूनिकॉर्न प्रभाव-केन्द्रित होते हैं।

- सोचिए कि आप कौन-सा सामाजिक, पर्यावरणीय या आर्थिक मूल्य जोड़ रहे हैं।
- यूनिकॉर्न बनने का मतलब सिर्फ ऊँचे धन संबंधी वैल्यूएशन (Valuation) से नहीं है – यह वास्तविक मूल्य निर्माण (Value Creation) से है।
- **उदाहरण:** Zerodha यूनिकॉर्न इसलिए बना क्योंकि उसने लाखों लोगों के लिए शेयर बाज़ार में निवेश को आसान और किफ़ायती बना दिया।

चिंतनीय  
विचार



“यूनिकॉर्न उद्यमी जादूगर नहीं होते – वे समस्याओं के समाधान खोजने वाले होते हैं, जो अटूट एकाग्रता, रचनात्मकता और असंभव को संभव बनाने में विश्वास रखते हैं।”



तो आपको क्या रोक रहा है?

आइए अगला भारतीय यूनिकॉर्न बनने की अपनी यात्रा शुरू करें। कल नहीं – बल्कि आज ही।

निष्कर्ष

हर महान यात्रा एक साधारण सपने से शुरू होती है, भले ही वह दूसरों को पागलपन लगे। चाहे आप डेमंड जॉन की मेहनत से प्रेरित हों या मनोज शर्मा के साहस से, याद रखें: आपका भविष्य, आपका माइंडसेट तय करता है। बड़े सपने देखने के लिए किसी की अनुमति की ज़रूरत नहीं है। आप वो बनें जो कुछ नया करने का साहस रखता है, नव निर्माण और नेतृत्व करता है। यूनिकॉर्न जन्म से नहीं बनते – वे बनते हैं, आप ही के जैसे उन विद्यार्थियों से, जो असंभव पर विश्वास करते हैं और उसे सच करने का साहस रखते हैं। तो सपने ऊँचे देखो, हिम्मत से कदम बढ़ाओ और दुनिया को अपनी उड़ान देखने दो। हाँ! तुमसे हो पाएगा।



## चिंतन प्रश्न

1. वह कौन-सा सपना है जो मुझे "बहुत बड़ा" लगता है – और उसे पूरा करने से मुझे क्या रोक रहा है?
2. अगर मुझे असफलता का डर न हो, तो मैं दुनिया के लिए कौन-सी अनूठी समस्या हल करना चाहूँगा/चाहूँगी?
3. आज मैं ऐसा कौन-सा छोटा कदम उठा सकता/सकती हूँ जो मुझे मेरे यूनिकॉर्न बनने के सपने के करीब ले जाए?



## सीखने के प्रतिफल

इस अध्याय का अध्ययन करने के बाद, विद्यार्थी सक्षम होंगे:

- उद्यमिता का वास्तविक अर्थ समझने में (संकेतः यह केवल पैसे तक सीमित नहीं है)।
- यह जानने में कि एक उद्यमी बनने के लिए किन बातों की आवश्यकता होती है—विचार, जोखिम और क्रियान्वयन।
- अपने रोचक विचारों को वास्तविक और उपयोगी रूप में ढाल पाने में।
- उद्यमी बनने और नौकरी करने का अंतर पहचानने में।
- यह समझने में कि लोग वास्तव में किस प्रकार उद्यमी बनते हैं।
- बड़ा सोचने, जिजासु बने रहने और कभी हार न मानने वाला माइंडसेट विकसित करने में।
- यह परखने में कि उद्यमिता का मार्ग उनके लिए भी उपयुक्त विकल्प हो सकता है।

निखिल कामत कहते हैं कि “मैंने जो कुछ भी सीखा है, वह केवल असफलताओं से ही सीखा है।” उनका मानना है कि “सफलता हमें ज्यादा नहीं सिखाती, बल्कि अक्सर एक ऐसा वातावरण बना देती है जहाँ हम आसानी से आत्मसंतुष्ट हो जाते हैं।”

उद्यमिता उन व्यक्तियों के संकल्प में बसती है जो अपने जीवन और समाज को बेहतर बनाने के लिए जोखिम उठाते हैं — चाहे पैमाना कितना ही छोटा क्यों न हो। यह व्यापक और अधिक मानव-केंद्रित दृष्टिकोण हमें समझाता है कि उद्यमिता का मूल सार पहल, दृढ़ता और मूल्य निर्माण में है।

इसलिए, पाठ्यपुस्तकों या बिज़नेस प्लान्स में उद्यमिता को परिभाषित करने से पहले, हमें यह समझना चाहिए कि वास्तविक जीवन में इसका क्या अर्थ है — और आज के समय में यह पहले से भी अधिक महत्वपूर्ण क्यों है।

उद्यमिता को अक्सर नया व्यवसाय शुरू करने या स्वतंत्र रूप से कार्य करने से जोड़ा जाता है, लेकिन इसकी परिभाषा इससे कहीं अधिक व्यापक है। वास्तव में उद्यमिता का मूल तत्व अवसरों को पहचानने, सोच-समझकर जोखिम उठाने और समाज के लिए उपयोगी नवाचार प्रस्तुत करने की क्षमता में निहित है। उद्यमी पारंपरिक ढाँचों को चुनौती देकर नए विचारों को जन्म देते हैं और कई बार पूरे उद्योग के स्वरूप को बदल देते हैं। तो, वास्तव में उद्यमिता क्या है? क्या यह सिर्फ मुनाफे और बड़े-बड़े आइडिया के बारे में है या इसके पीछे कोई बड़ा उद्देश्य भी है?

उद्यमिता के लिए एक बिल्कुल अलग सोच की आवश्यकता होती है। यह एक कौशल है जिसे विकसित और पोषित करना पड़ता है।

निखिल कामत





## कक्षा की शुरुआत

उद्यमिता को समझने का सबसे अच्छा तरीका कक्षा में हो रही बातचीत सुनना है।

फैसिलिटेटर इच्छुक विद्यार्थियों के साथ इस रोल प्ले को पहले ही करवा सकते हैं।

आइए एक ऐसी कक्षा में शामिल हों जहाँ विद्यार्थी अपने शिक्षक के साथ इसी प्रश्न पर गहन विचार-विमर्श कर रहे हैं।



"सुप्रभात बच्चो ! इन दो तस्वीरों को देखिए। एक तस्वीर में मोमोज बेचने वाला व्यक्ति है और दूसरी में ऑफिस में काम करने वाला। आप क्या सोचते हैं, ये दोनों क्या कर रहे हैं?"

"ये दोनों पैसे कमा रहे हैं?"



"हाँ! अब बताइए—क्या आपको लगता है कि दोनों अपने-अपने स्तर पर कुछ कर रहे हैं?"



"हाँ, मुझे ऐसा ही लगता है। वे किसी और के लिए कार्य नहीं कर रहे हैं।"



"रोचक है। क्या आपको लगता है कि यह उन्हें किसी रूप में विशेष बनाता है?"

"शायद... दोनों ने कुछ नया काम शुरू किया है?"



"सही कहा! उन्होंने स्वयं पहल की और यही हमारा आज का विषय है—'वास्तविक उद्यमिता क्या है?' जब आप उद्यमी शब्द सुनते हैं, तो पहला विचार क्या आता है?



"जो कोई व्यवसाय शुरू करता है?"



"बहुत अच्छा। हाँ, कई उद्यमी व्यवसाय शुरू करते हैं, लेकिन क्या हर व्यवसाय का मालिक उद्यमी होता है?"



"शायद नहीं। जैसे कुछ लोग अपने परिवार का पुराना व्यवसाय ही चलाते रहते हैं और कुछ नया नहीं करते।"



"सही कहा। उद्यमिता सिर्फ व्यवसाय चलाना नहीं है—यह कुछ नया बनाने और मूल्य जोड़ने के बारे में है। जब मैं कहती हूँ 'उद्यमी', तो आपको किसका नाम याद आता है?"



"मार्क जुकरबर्ग? उन्होंने कॉलेज में फेसबुक शुरू किया था।"



"बहुत अच्छा उदाहरण। कोई और नाम?"



"एन.आर. नारायण मूर्ति।"



"सही। उन्होंने इन्फोसिस जैसी बड़ी कंपनी बनाई, लेकिन जरा सोचो—क्या आपके आसपास कोई उद्यमी है?"



"मेरी चाची इंस्टाग्राम पर हस्तनिर्मित बैग (Handmade Bags) बेचने का एक छोटा व्यवसाय चलाती है। क्या यह भी उद्यमिता में शामिल होगा?"



"बिल्कुल! उद्यमिता सिर्फ बड़ी तकनीकी कंपनियों तक ही सीमित नहीं है। यह कोई घरेलू व्यवसाय चलाने वाला व्यक्ति भी हो सकता है, कोई किसान जो जैविक खेती अपना रहा हो, या फिर मोमोज़ बेचने वाला व्यक्ति भी हो सकता है। यह अवसरों की पहचान करने, पहल करने और समस्याओं का समाधान करने के बारे में है।"

"तो छोटे व्यवसाय या ऑनलाइन व्यवसाय भी उद्यमिता कहलाते हैं?"



"जी हाँ, छोटे बड़े का पैमाना मायने नहीं रखता—सोच मायने रखती है। उद्यमिता नवाचार, मूल्य निर्माण और जोखिम लेने का नाम है। आप किसी ऐसे उद्यमी का नाम बताइए, जिसने हमारी जिंदगी बदल दी हो?"

"स्टीव जॉब्स?"



स्टीव जॉब्स ने केवल उत्पाद नहीं बनाए, बल्कि यह भी समझा कि तकनीक के साथ हमारा संबंध कैसे होना चाहिए। यही दृष्टिकोण उद्यमिता का वास्तविक स्वरूप है। उद्यमिता केवल क्या करने में नहीं, बल्कि कैसे और क्यों करने में निहित है।

उद्यमिता केवल व्यवसाय तक सीमित नहीं है, उद्यमिता का अर्थ सिर्फ नया व्यवसाय शुरू करना या वस्तुएँ बनाना नहीं है। यह एक दृष्टिकोण है—दुनिया को अलग नज़रिए से देखना, समस्याओं को अवसर में बदलना और सकारात्मक बदलाव लाना।

अब, इस बारे में सोचें: आपके विचार से उद्यमियों को किस प्रकार के गुणों या कौशलों की आवश्यकता होती है?

"रचनात्मकता? और शायद जोखिम उठाने की क्षमता?"



"सही—रचनात्मकता, जोखिम लेना, ढढ़ता और समस्याओं का समाधान करना बहुत जरूरी है। आखिरी सवाल—क्या उद्यमी पैदा होते हैं या ये योग्यताएँ सीखी जा सकती हैं?"



"मुझे लगता है, सही सोच और अनुभव से ये योग्यताएँ सीखी जा सकती हैं।"



"बहुत बढ़िया! इसी विषय को हम आगे और गहराई से सीखेंगे—चलिए शुरू करते हैं कि उद्यमिता कैसे काम करती है, कैसे विकसित होती है और कैसे आप इसमें अपनी जगह बना सकते हैं।"

## उद्यमशीलता की आवश्यकता

हर सफल व्यवसाय की शुरुआत एक छोटे से **विचार** (spark) से होती है। यह विचार तब आता है जब हम किसी समस्या को देखते हैं, कुछ कमी महसूस करते हैं, या चीजों को बेहतर बनाने का तरीका सोचते हैं। उद्यमशीलता का मतलब है उस छोटे विचार को बड़ा रूप देना। इसमें चुनौतियों को रुकावट नहीं, बल्कि अवसर माना जाता है—ताकि समस्याओं को हल किया जा सके और लोगों के जीवन में असली बदलाव लाया जा सके।

उद्यमी “आइडिया सुपरहीरो” जैसे होते हैं—वो अपने आस-पास जो देखते हैं, उसे बेहतर, तेज़ या स्मार्ट बनाने की कोशिश करते हैं।

तो कोई आइडिया “ये तो अच्छा हो सकता है” से “अरे, ये तो हो रहा है!” कैसे बनता है? यह सब मूल बातों (Essentials) पर निर्भर करता है।

उद्यमियों का काम है नए और अलग तरह के विचार सोचना, ऐसी समस्याएँ पहचानना जो अक्सर दूसरों को नज़र नहीं आतीं, और फिर उन विचारों को सही समाधान या कामयाब प्रयासों (Actionable Ventures) में बदलना। क्या आप तैयार हैं यह समझने के लिए कि उद्यमिता को इतना खास और रोमांचक क्या बनाता है?

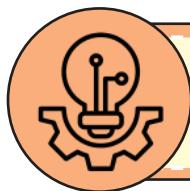
- क्या कभी आपने सोचा कि स्कूल की कैटीन की लाइन इतनी धीमी क्यों चलती है?
- या फिर बस हमेशा देर से क्यों आती है?
- अगर आप इसको ठीक कर पाते तो क्या बदलते?

इसी प्रकार के सवाल अक्सर एक उद्यम की शुरुआत बनते हैं। उद्यमी रोजमर्रा की समस्याएँ देखते हैं और सोचते हैं, “मैं इसके लिए क्या कर सकता हूँ?”

अब इस प्रक्रिया को 5 मुख्य हिस्सों में बाँटते हैं:



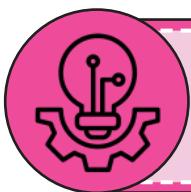
1. **समस्या को पहचानना:** उद्यमशीलता अवलोकन (Observation) से शुरू होती है। ये समस्या छोटी ही सकती है (जैसे बाइक पार्किंग की जगह न होना) या बड़ी (जैसे मोहल्ले में खाने की बर्बादी)।
  - अगर आपको कोई चीज़ प्रेरणा करती है, तो हो सकता है दूसरों को भी करती हो।



2. **अलग सोचना सीखें :** “अगर इसे बेहतर तरीके से किया जाए तो?”  
यहाँ आपकी क्रिएटिविटी (रचनात्मकता) काम आती है। उद्यमी केवल शिकायत नहीं करते, वो समाधान खोजते हैं।
  - नवाचार एक नई सोच से शुरू होता है।



3. **स्मार्ट समाधान बनाना :** यह परफेक्ट नहीं होना चाहिए, बस काम करना चाहिए। चाहे स्केच हो, प्लान हो या मॉडल—शुरुआत करें।
  - छोटे से शुरू करें। टेस्ट करें। सीखें और सुधारें।



5. **बदलाव लाना** : चाहे पाँच लोगों की मदद करना हो या पचास लाख की, उद्यमिता का असली मक्कसद मूल्य निर्माण करना है। सच्चे उद्यमी वही होते हैं जो ज़रूरी समस्याओं को हल करने की परवाह करते हैं।
- उद्देश्य विचारों को आंदोलन में बदल देता है।

आपने अभी-अभी उन पाँच आवश्यकताओं को समझा है जो वास्तविक दुनिया में उद्यमिता की सोच जगाती हैं—समस्याओं को पहचानना, अलग तरह से सोचना, स्मार्ट समाधान बनाना, कार्रवाई करना और मूल्य पैदा करना। लेकिन असल जिंदगी में ये कैसे दिखते हैं? आइए, कुछ साहसी परिवर्तनकर्ताओं की कहानियों को पढ़ते और समझते हैं, जिन्होंने इन सभी का प्रयोग कर रोज़मरा की चुनौतियों से कुछ असाधारण बना दिया।

## कहानी 2.1 – आइए प्रेरणा लेते हैं: रितेश अग्रवाल की कहानी से "एयर मैट्रेस से हॉस्पिटैलिटी साम्राज्य तक का सफर"

कल्पना कीजिए कि आप किराया चुकाने की आखिरी तारीख से बस कुछ दिन दूर हैं, बैंक खाता बिल्कुल खाली है, और आप सोच रहे हैं कि गुज़ारा कैसे होगा।

2007 में, सैन फ्रांसिस्को में रहने वाले दो रूममेट, ब्रायन चेस्की और जो गेब्बिया, स्वयं को ठीक इसी मुश्किल में पाते हैं। शहर में एक बड़ा डिज़ाइन कॉम्प्लेक्स हो रहा था और सभी होटल पूरी तरह बुक थे। तभी उन्होंने एक अवसर देखा—क्यों न हम अपने लिविंग रूम को एक ऐसे कमरे में बदल दें जहाँ "बेड-एंड-ब्रेकफ़ास्ट" की सुविधा उपलब्ध हो।

उन्होंने हवा से भरे कुछ गद्दे (एयर मैट्रेस) लगाए, सुबह नाश्ता देने का प्रस्ताव रखा, और "एयर बेड एंड ब्रेकफ़ास्ट" नाम से एक साधारण वेबसाइट शुरू कर दी।

यह छोटा सा प्रयोग आगे चलकर Airbnb कंपनी की नींव बना। एक ऐसा प्लेटफ़ॉर्म जिसने वैश्विक आतिथ्य (हॉस्पिटैलिटी) उद्योग में क्रांति ला दी, और जो आज 190 से अधिक देशों में ठहरने का बेहतरीन अनुभव प्रदान करता है।

**अब हम आपसे पूछना चाहते हैं — क्या आप किसी ऐसे व्यक्ति को जानते हैं, जिसने भारत में इसी तरह का साम्राज्य खड़ा किया हो?**

सिर्फ़ 19 साल की उम्र में रितेश अग्रवाल ने देखा कि भारत के हॉस्पिटैलिटी सेक्टर में एक बड़ी कमी है—यहाँ किफायती और एक समान गुणवत्ता वाले होटल आसानी से नहीं मिलते।

एक साहसिक विचार और उसके निरंतर क्रियान्वयन के साथ, उन्होंने गुरुग्राम के एक छोटे से होटल से ओयो रूम्स की शुरुआत की।

ओयो कम्पनी ने तेज़ी से विस्तार किया और आज यह दुनिया की सबसे बड़ी होटल चेन में से एक बन चुकी है, जो 80 से अधिक देशों में फैली हुई है।

ध्यान देने वाली बात यह है कि कोविड-19 ने ओयो के बिज़नेस मॉडल के लिए एक अभूतपूर्व और कड़ी परीक्षा का काम किया। इसने ओयो को अधिक परिपक्व, तकनीक-आधारित और वित्तीय रूप से अनुशासित कंपनी बनने की ओर अग्रसर किया। यह साबित करता है कि बड़ी मुश्किलें अक्सर ज़रूरी और गहरे बदलावों का कारण बन जाती हैं।

यह कहानी बताती है कि उद्यमशीलता हमेशा किसी बड़ी योजना से नहीं, बल्कि ज़रूरत, विचार और हिम्मत से शुरू होती है। कई बार यह सिर्फ़ एक तकाल आवश्यकता, एक नया आइडिया और उसे पूरा करने के साहस से जन्म लेती है।



क्या आपको इस कहानी से प्रेरणा मिली? एक उद्यमी की तरह सोचने की अब आपकी बारी है। जिस तरह ब्रायन, जो और रितेश ने रोज़मर्रा की समस्याओं को पहचाना और उन्हें बड़े विचारों में बदल दिया, उसी तरह आपके पास भी ऐसा करने की ताकत है। अब समय है अपने खुद के स्टार्टअप विचारों को खोजने का!

## गतिविधि 2.1



### स्टार्टअप ऑफ द डे

(समय: 20–25 मिनट)

**उद्देश्य:** विद्यार्थी अपने आसपास की समस्याओं की पहचान करने और उद्यमशील समाधान खोजने का अभ्यास करेंगे — ठीक वैसे ही जैसे ब्रायन चेस्की, जो गेब्बिया और रितेश अग्रवाल ने किया था।

निर्देश:

➤ **वार्म-अप (5 मिनट)**

शुरुआत Airbnb और OYO की कहानियों को संक्षेप में दोहराकर करें। यह जोर दें कि दोनों उद्यम एक साधारण, रोज़मर्रा की समस्या को देखने और समझने से शुरू हुए थे।

➤ **छोटे समूह में विचार मंथन (Brainstorming) (10 मिनट):**

विद्यार्थियों को 3–5 के समूहों में बॉटें।

**उनसे पूछें:**

"सोचिए, आप अपने स्कूल, कॉलेज, मोहल्ले या शहर में रोज़ किन समस्याओं का सामना करते हैं। क्या चीज़ आपको परेशान करती है? क्या असुविधाजनक या अक्षम (inefficient) लगता है?"

प्रत्येक समूह को कम से कम 3 समस्याएँ लिखनी होंगी, जो उन्होंने देखी हों।

➤ **विचार विकास (Idea Development) (7 मिनट)**

अपनी सूची में से प्रत्येक समूह एक समस्या चुने। फिर तेज़ी से विचार-विमर्श करके एक रचनात्मक समाधान या व्यावसायिक आइडिया तैयार करें, जो उस समस्या का हल दे सके।

➤ **प्रस्तुति और चर्चा SHARING AND DISCUSSIONS (5–10 मिनट):**

प्रत्येक समूह अपनी समस्या और समाधान 1 मिनट में साझा करें।

सहपाठियों से प्रतिपुष्टि लें:

"क्या आप इस समाधान का उपयोग करेंगे? क्यों या क्यों नहीं?"

### मुख्य सीख :

इस गतिविधि ने यह दिखाया है कि उद्यमिता केवल बड़े विचारों के बारे में नहीं है, यह रोज़मर्रा की समस्याओं को पहचानने और उन पर कार्रवाई करने के बारे में है। बिल्कुल ब्रायन, जो और रितेश की तरह, जिन्होंने साधारण अवलोकनों को वैश्विक सफलताओं में बदल दिया।

उद्यमिता की बुनियाद है अवसरों को पहचानना, नवाचारी समाधान बनाना और जोखिम उठाना। इन सिद्धांतों को ध्यान में रखते हुए अगला कदम स्पष्ट है: उन विचारों को कार्य में बदलना और उन्हें जीवन में उतारना।

## विचारों को क्रियान्वित करना

हर सफल व्यवसाय एक साधारण विचार से शुरू होता है, लेकिन यह केवल शुरूआत है। उद्यमी उस विचार को वास्तविकता में बदलते हैं और उनकी यही क्षमता उन्हें दूसरों से अलग करती है। यह अवसरों को पहचानने, साहसिक कदम उठाने और चुनौतियों का डटकर सामना करने के बारे में है, ताकि एक दृष्टि को वास्तविकता में बदला जा सके। चाहे वह एक मोबाइल ऐप हो, एक स्थानीय बेकरी हो या कोई समुदायिक सेवा—हर सफल उद्यम की शुरूआत एक विचार से ही हुई थी। परंतु उस विचार को व्यवसाय में बदलने के लिए केवल सोचना ही नहीं, बल्कि कार्रवाई करना, योजना बनाना और समस्याओं का समाधान करना भी आवश्यक है।



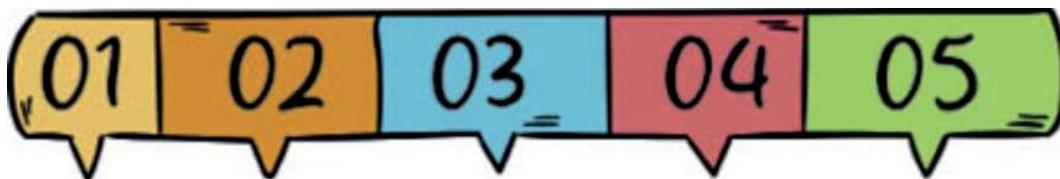
मूल रूप से, उद्यमिता रचनात्मक अवधारणाओं को ठोस परिणामों में बदलने की प्रक्रिया है। यह केवल विचार उत्पन्न करने के बारे में नहीं है, बल्कि उन्हें रणनीतिक रूप से लागू करने, बाधाओं को पार करने और समाधानों को सुधारने के बारे में है। उद्यमी वे होते हैं जो जोखिम उठाते हैं और अपना समय, संसाधन और ऊर्जा निवेश करते हैं ताकि मूल्य निर्माण कर सकें, केवल अपने लिए नहीं, बल्कि पूरे समाज के लिए। यही जज्बा विचारों को प्रभावशाली उद्यमों में बदलता है, उद्यमिता की यात्रा को ऊर्जा देता है।

किसी विचार को सफल उद्यम में बदलने के लिए एक सुव्यवस्थित दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है। इसकी शुरूआत एक रचनात्मक अवधारणा से होती है, जहाँ उद्यमी वास्तविक समस्याओं के लिए नवाचारी विचार या समाधान पहचानते हैं। जब अवधारणा स्पष्ट हो जाती है, तो रणनीतिक योजना बनती है, जिसमें आवश्यक कदमों, संसाधनों और समय सीमाओं का खाका तैयार किया जाता है ताकि विचार को वास्तविकता में बदला जा सके। इसके बाद आता है क्रियान्वयन का चरण, जहाँ वास्तविक काम शुरू होता है—योजनाओं को अमल में लाना, बाधाओं को पार करना और विचारों को उनके विकसित होने के साथ परिष्कृत करना।



इस पूरी यात्रा में जोखिम उठाना बेहद ज़रूरी है, क्योंकि उद्यमियों को अनिश्चितताओं से जूझना पड़ता है और आत्मविश्वास के साथ अवसरों का लाभ उठाना होता है। अंततः इसका लक्ष्य ऐसे मूल्य (Value) का निर्माण करना है जो केवल मुनाफ़े से आगे जाकर समुदायों और उद्योगों पर सकारात्मक प्रभाव डाल सके। विचार उत्पत्ति से लेकर मूल्य निर्माण तक की यह यात्रा, दृढ़ निश्चय और गतिशील परिस्थितियों में स्वयं को ढालने की क्षमता पर आधारित होती है।

यह प्रक्रिया 5 चरणों में होती है:



रचनात्मक  
अवधारणा

योजनाबद्ध  
रणनीति

क्रियान्वयन

जोखिम  
लेना

मूल्य  
निर्माण

## 1. रचनात्मक विचार

हर उद्यमशील यात्रा एक रचनात्मक विचार से शुरू होती है। यह किसी ऐसे नए समाधान, उत्पाद या सेवा की पहचान करने के बारे में है जो किसी ज़रूरत या समस्या को हल करता है। उद्यमी नवोन्मेषी ढंग से सोचते हैं और ऐसी संभावनाएँ देखते हैं जिन्हें अन्य लोग आमतौर पर देख भी नहीं पाते।

- रचनात्मकता का अर्थ है वहाँ अवसर देखना जहाँ बाकी लोग केवल समस्याएँ देखते हैं।



## 2. रणनीतिक योजना

जब विचार स्पष्ट हो जाता है, तब योजना बनाना आवश्यक होता है। रणनीतिक योजना यह समझने में मदद करती है कि विचार को क्रियान्वित कैसे किया जाए। उद्यमी कदम तय करते हैं, स्पष्ट लक्ष्य बनाते हैं, और सफलता के लिए आवश्यक संसाधनों और समर्थन की पहचान करते हैं।

- एक अच्छी योजना आपको दिशा देती है और ज़रूरी बातों पर ध्यान केंद्रित करने में मदद करती है।



## 3. क्रियान्वयन

विचार केवल विचार ही रहते हैं जब तक कि उन्हें अमल में न लाया जाए। क्रियान्वयन वह चरण है जहाँ सारी योजना वास्तविक बनती है। उद्यमी ठोस कदम उठाते हैं—प्रोटोटाइप बनाना, ग्राहक प्रतिपुष्टि लेना—जिससे विचार जीवन्त हो सकें।

- छोटे स्तर से शुरू करें, प्रयोग करें और जो कारगर हो, उसी को दोहराएँ।



## 4. जोखिम लेना

प्रत्येक उद्यमशील प्रयास में जोखिम होता है—चाहे वह वित्तीय हो, समय का निवेश हो या असफलता का डर, लेकिन उद्यमी साहसिक कदम उठाने के लिए तत्पर रहते हैं। उद्यमी जानते हैं कि विकास करने में चुनौतियाँ आती हैं और वे इस अनिश्चितता का सामना करने के लिए तैयार होते हैं।

- जोखिम से डरना नहीं चाहिए—यह सीखने, आगे बढ़ने और विकसित होने का अवसर है।

## 5. मूल्य निर्माण

उद्यमशीलता का अंतिम उद्देश्य केवल मुनाफा नहीं, बल्कि ग्राहकों, समुदायों और समाज के लिए मूल्य निर्माण है। चाहे वह किसी समस्या का समाधान हो, जीवन को बेहतर बनाना हो या अर्थव्यवस्था में योगदान देना—उद्यमी अपने कार्यों से प्रभाव डालने पर ध्यान केंद्रित करते हैं।

- मूल्य निर्माण, एक विचार को दुनिया के लिए सार्थक योगदान में बदल देता है।



विचारों को कार्य में बदलने के लिए केवल रचनात्मकता ही पर्याप्त नहीं होती—इसके लिए एक क्रमबद्ध प्रक्रिया की आवश्यकता होती है, जो किसी अवधारणा को जीवन देती है। इस प्रक्रिया का हर चरण महत्वपूर्ण है—समस्या पहचानने से लेकर समाधान को क्रियान्वित करने तक—ताकि कोई विचार केवल सोच तक सीमित न रह जाए, बल्कि वास्तविकता का रूप ले सके। सोचिए, यह प्रक्रिया वास्तविक जीवन में कैसे काम करती है: एक सामान्य विचार, जैसे विद्यार्थियों के लिए आसानी से नोट्स साझा करने वाले ऐप की शुरुआत किसी प्रकार की आवश्यकता (रचनात्मक विचार) को पहचानने से होती है, और फिर ऐप की विशेषताओं और डिज़ाइन की योजना बनाने की ओर आगे बढ़ती है (रणनीतिक योजना)। उसके बाद आता है आता है ऐप का परीक्षण करना और प्रतिपुष्टि के आधार पर सुधार करना (क्रियान्वयन)।

बेशक, इसमें जोखिम भी हैं—जैसे समय या पैसे का नुकसान— परंतु अगर यह ऐप वास्तविक मूल्य जोड़ता है, तो यह एक सफल उद्यम बन सकता है (मूल्य निर्माण)। यहीं वो नींव है, जिन पर हर उद्यमी अपने सफ़र का निर्माण करता है।

अब आपका समय है—रचनात्मक बनने और इन अवधारणाओं को क्रियान्वित करने का! अगली गतिविधि में, आप अपना खुद का उद्यमी अवतार डिज़ाइन करेंगे, जो आपको यह कल्पना करने में मदद करेगा कि अपनी उद्यमशील यात्रा में आप किन गुणों और विशेषताओं को अपनाना चाहते हैं।

## गतिविधि 2.2

### कक्षा VIII - IX



अपना उद्यमी अवतार तैयार करें

**The Startup Playground (LEARNING WITH FUN!!!!!!)**

**उद्देश्य:** दृश्य माध्यमों की मदद से उद्यमशील सोच, मूल्य और क्षमताओं को समझना और पहचानना।

**समय:** 25–30 मिनट

**प्रारूप:** व्यक्तिगत या जोड़ी में

**आयु समूह:** 13 से 15 वर्ष

**निर्देश:**

- एक सुपरहीरो-शैली का उद्यमी अवतार डिज़ाइन करें जिसमें निम्नलिखित शामिल होंः
  - एक नाम
  - सुपरपावर (उदाहरण: आइडिया स्पार्क – जो हमेशा शानदार विचार लाता है, समस्या बस्टर – जो समस्याओं को तुरंत पहचान लेता है, योजना मास्टर – जो किसी भी विचार को छोटे-छोटे कदमों में बाँट सकता है, एक्शन हीरो – जो बातें नहीं करता, सीधे कार्रवाई करता है)
  - एक संकल्प (वह समस्या जिसे वे हल करना चाहते हैं)
  - एक चुनौती (जो उसे रोकती है)
- विद्यार्थी इसे चित्रित कर सकते हैं या डिजिटल रूप से भी बना सकते हैं
- कक्षा में या समूह में साझा करें



**परिणाम:** यह गतिविधि आत्म-चिंतन, रचनात्मक अभिव्यक्ति और उद्यमशील गुणों से व्यक्तिगत जुड़ाव को बढ़ाव देती है।

### मुख्य सीख :

अपने उद्यमी अवतार बनाकर आपने उन गुणों और क्षमताओं को समझा, जो किसी उद्यमी को खास बनाती हैं। अब समय है उस सोच को मजेदार और चुनौतीपूर्ण तरीके से आज़माने का। अगली गतिविधि में आप टीम बनाकर रोज़मरा की चीज़ों को एक नए व्यावसायिक विचार में बदलेंगे—ठीक वैसे ही जैसे उद्यमी साधारण जगहों में भी नए अवसर खोज लेते हैं।

## गतिविधि 2.3

### कक्षा X



#### बिज़नेस इन ए बॉक्स - ऐपिड फायर चौलेंज

**उद्देश्य:** त्वरित सोच और सीमाओं में नवाचार को प्रोत्साहित करना

**समय:** 30 मिनट

**समूह आकार:** 3-4 विद्यार्थी

**आयु समूह:** 15-17 वर्ष

**निर्देश:**

- प्रत्येक समूह को एक लिफाफा मिलेगा जिसमें:
  - कोई भी तीन चीजें या विचार (जैसे: पेपरक्लिप, पानी की बोतल, शब्द "Rainy Day")
  - एक ग्राहक प्रोफाइल (जैसे: विद्यार्थी, व्यस्त माता-पिता, पशु प्रेमी)
- सभी वस्तुओं या विचारों का उपयोग करके एक नया बिज़नेस आइडिया बनाएँ जो ग्राहक की समस्या हल करे।
- इसे प्रस्तुत करें:
  - एक आकर्षक ब्रांड नाम
  - एक मजेदार और छोटा टैगलाइन
  - एक त्वरित मार्केटिंग योजना

**परिणाम:** यह गतिविधि रचनात्मकता, संसाधनशीलता और टीमवर्क को बढ़ावा देती है और असली उद्यमशीलता की चुनौतियों का अभ्यास कराती है।

#### मुख्य सीख :

एक विचार का क्रियान्वयन रोमांचक यात्रा की शुरुआत है। इसमें रचनात्मकता, योजना निर्माण, साहसिक निर्णय और बदलाव लाने की इच्छा चाहिए। आपने इन गतिविधियों के ज़रिए सीखा कि कैसे उद्यमी जोखिम लेते हैं और वास्तविक समस्याओं के व्यावसायिक समाधान खोजते हैं। अब एक बड़ा सवाल सामने आता है: क्या उद्यमी वाकई कर्मचारियों से अलग होते हैं? आइए अब समझते हैं कि उनका दृष्टिकोण और सोच उन्हें कार्यस्थल में किस तरह विशिष्ट बनाती है।

## क्या उद्यमी कर्मचारी से अलग होते हैं?

उद्यमी विशेष प्रकार की रचनात्मकता, दृष्टि और संकल्प से प्रेरित होते हैं। उन्हें पारंपरिक कर्मचारियों से जो अलग करता है, वह सिर्फ काम करने की इच्छा नहीं, बल्कि कुछ नया, बेहतर या अधिक कुशल बनाने की प्रेरणा है। उद्यमी तब जोखिम उठाते हैं जब बाकी लोग झिझकते हैं, और वे ऐसे वातावरण में पनपते हैं जहाँ नवाचार की माँग होती है। आज की तेज रफ्तार दुनिया में व्यापार शुरू करना पहले से कहीं आसान हो गया है, तकनीक और वैश्विक बाज़ार की बदौलत जो एक अच्छे विचार को पूरी दुनिया तक पहुँचा सकता है।



प्रसिद्ध अर्थशास्त्री जोसेफ शम्पीटर ने उद्यमी को वह व्यक्ति बताया जिसने “नई संयोजनाएँ” बनाई। इसका अर्थ हो सकता है: नए उत्पाद बनाना, उत्पादन विधियों को बेहतर बनाना, नए बाज़ारों में जाना या बिल्कुल नए व्यापार मॉडल बनाना। अब हम देखेंगे कि भारत में उद्यमियों ने वास्तव में कैसे इन विचारों को अपनाया और बदलाव लाए।

**नई संयोजनाएँ इस प्रकार हैं :**

### 1. एक नए उत्पाद का परिचय

उद्यमी अक्सर बाज़ार में नए उत्पाद लाते हैं, जो किसी अपूर्ण आवश्यकता को पूरा करते हैं या पुराने उत्पाद को बेहतर बनाते हैं।



**उदाहरण :** Zomato ने भारत में फूड डिलीवरी के तरीके को पूरी तरह बदल दिया। फूड डिलीवरी कोई नया विचार नहीं था, लेकिन Zomato ने इसे एक नए रूप में प्रस्तुत किया – एक स्मार्ट ऐप के जरिए जिसमें रेस्टोरेंट रिव्यू आसान ऑर्डरिंग और डाइनिंग कम्युनिटी जैसी सुविधाएँ थीं। इसने बाजार में एक नया उत्पाद और अनुभव दिया।



### 2. उत्पादन की नई विधि

नई उत्पादन विधि का मतलब है माल या सेवाओं को बेहतर या प्रभावी बनाना।

BYJU'S ने सीखने सिखाने के पुराने तरीकों को बदल दिया। पारंपरिक कक्षा की जगह उसने डिजिटल शिक्षा की शुरुआत की। इसमें विद्यार्थियों के लिए ऐसे वीडियो लेक्चर, इंटरैक्टिव किंज़ और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) का प्रयोग किया गया, जो उनकी सीखने की गति के अनुसार संचालित होते हैं। इस तरीके ने पढ़ाई को अधिक आसान, रोचक और बेहतर बना दिया। यही कारण है कि BYJU'S ने न केवल भारत में बल्कि अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर भी लोकप्रियता हासिल की।



### 3. नए बाजार का खुलना :

उद्यमी अक्सर उन बाजारों तक पहुँचते हैं जो अब तक अछूते या कमज़ोर रहे हैं।



उद्यमी अक्सर वहाँ से काम शुरू करते हैं जहाँ अब तक किसी का ध्यान नहीं गया हो या उस क्षेत्र में सेवाएँ सीमित उपलब्ध हों। इससे विकास के नए अवसर पैदा होते हैं। उदाहरण के लिए, ओला, जो पहले सिर्फ राइड-बुकिंग सेवा के लिए जानी जाती थी, ने ओला इलेक्ट्रिक लॉन्च करके इलेक्ट्रिक वाहन उद्योग में कदम रखा। उन्होंने भारत में इलेक्ट्रिक दोपहिया वाहनों का एक नया बाजार बनाया। यह खास तौर पर उन उपभोक्ताओं को ध्यान में रखकर शुरू किया गया जो पर्यावरण को लेकर सचेत हैं और पेट्रोल वाहनों का किफायती विकल्प चाहते हैं। ओला इलेक्ट्रिक का उद्देश्य केवल नया बाजार खोलना नहीं था, बल्कि टिकाऊ विकल्प देकर भारत के परिवहन क्षेत्र में सकारात्मक बदलाव लाना भी था।

### 4. आपूर्ति का नया स्रोत :

इसका अर्थ है नए संसाधनों या आपूर्ति श्रृंखला का उपयोग करना जिससे उत्पाद या सेवाएँ ज्यादा प्रभावी तरीके से दी जा सकें।

नेशनल पेमेंट्स कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया (NPCI) द्वारा यूपीआई (UPI) की शुरूआत ने डिजिटल भुगतान के लिए एक नए आपूर्ति स्रोत का मार्ग खोला। यूपीआई ने भारतीयों के धन से जुड़ने के तरीके को पूरी तरह बदल दिया, जिससे मोबाइल फोन के माध्यम से तुरंत बैंक-से-बैंक स्थानांतरण संभव हो गया। इसने लोगों को—विशेषकर ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में—डिजिटल लेनदेन और बैंकिंग में शामिल होने का एक नया, सरल और सुलभ तरीका दिया, जिसमें पारंपरिक बैंक जाने की आवश्यकता नहीं रही।



### 5. नए संगठन



कभी-कभी उद्यमिता का अर्थ पूरी तरह से नए संगठन या व्यापार मॉडल बनाना होता है, जो मौजूदा उद्योगों को बदलकर रख देते हैं। उदाहरण के लिए Swiggy, जिसने एक साधारण फूड डिलीवरी सेवा के रूप में शुरूआत की थी, आज एक बहु-उद्देश्यीय प्लेटफॉर्म बन चुका है। अब यह Swiggy Genie (ऑन-डिमांड डिलीवरी) और Swiggy Instamart (प्रॉसरी डिलीवरी) जैसी सेवाएँ भी प्रदान करता है। अलग-अलग क्षेत्रों में यह विस्तार इस बात को दर्शाता है कि कैसे Swiggy ने नए-नए संगठन बनाने और अपनी प्रारंभिक फूड डिलीवरी सेवा से कहीं आगे समाधान प्रदान करने का विचार अपनाया है।

शुम्पीटर (Schumpeter) की उद्यमिता की परिभाषा आज के तेज़ी से बदलते बाज़ार में भी पूरी तरह प्रासंगिक है। उद्यमी लगातार नए अवसरों की पहचान कर रहे हैं—नए उत्पाद बनाने, प्रक्रियाओं में सुधार लाने, अनछुए बाज़ारों को खोजने और ऐसे तरीकों से नवाचार करने में, जो पारंपरिक व्यापार मॉडलों को चुनौती देते हैं।

जैसा कि आप देख सकते हैं, भारत में उद्यमिता जीवंत और समृद्ध है। लोग और कंपनियाँ अपने उद्योगों में नई राहें खोज रहे हैं और नवाचार तथा नेतृत्व के नए अवसर पैदा कर रहे हैं। यही नवाचार और समस्याओं का समाधान ढूँढने की भावना अनगिनत लोगों को उद्यमिता की दुनिया में कदम रखने के लिए प्रेरित करती है।

लेकिन कोई व्यक्ति इस राह को क्यों चुनता है? क्या कारण है जो उन्हें जोखिम उठाने और शून्य से कुछ बनाने के लिए प्रेरित करते हैं? वास्तव में, उद्यमी बनने के पीछे की प्रेरणाएँ विविध और जटिल होती हैं। यह समझना कि कौन-से कारक लोगों को जोखिम लेने, अपने जुनून का पीछा करने और व्यापार की दुनिया में प्रवेश करने के लिए प्रेरित करते हैं, हमें उद्यमिता की यात्रा और एक सृजनकर्ता बनने के वास्तविक अर्थ को समझने में मदद करता है।

## एक उद्यमी बनने की प्रेरणा कैसे मिलती है?

सिर्फ महत्वाकांक्षा नहीं उससे भी बढ़कर:

उद्यमिता की चौकाने वाली जड़ें

अब जब आप उद्यमी की भूमिका में प्रवेश कर चुके हैं, तो यह सोचना आवश्यक है कि वास्तव में किसी व्यक्ति को उद्यमिता की ओर बढ़ने के लिए क्या प्रेरित करता है। क्या इसका आधार केवल बड़े सपने और महत्वाकांक्षाएँ होती हैं, या इसके पीछे व्यक्तिगत अनुभव, सामाजिक परिस्थितियाँ और समस्याओं के समाधान की आकांक्षा जैसी गहरी वजहें भी होती हैं?

एक पल सोचिए—आपमें से कितनों के पास कभी ऐसा विचार रहा है, जिसे आप दुनिया बदलने वाला मानते थे? शायद वह कोई नया ऐप हो, कोई उत्पाद हो, या कोई सेवा। लेकिन किस वजह से आप उसे वास्तविकता में बदलना चाहते थे? क्या यह सिर्फ नाम और धन कमाने की चाह थी, या इसके पीछे कुछ और था—जैसे किसी समस्या का समाधान करना, दूसरों की मदद करना, या फिर केवल अपने जुनून का पीछा करना?

इस अगले हिस्से में हम उद्यमिता की अनपेक्षित जड़ों का पता लगाएँगे—वे अनुभव, चुनौतियाँ और व्यक्तिगत प्रेरणाएँ जो लोगों को जोखिम उठाने और अपना व्यवसाय शुरू करने की ओर ले जाती हैं।

एक छोटा-सा संकेत (spoiler alert): यह केवल महत्वाकांक्षा की बात नहीं है! तो चलिए जानते हैं वे चौकाने वाले कारण, जिनकी वजह से लोग उद्यमी बनने का रास्ता चुनते हैं।

### मुख्य सीख :

सोचिए कि कौन-सी विशेषताएँ और अनुभव आपकी उद्यमिता यात्रा को आकार दे सकते हैं—कौन सा विचार आपको यह कदम उठाने पर मजबूर करेगा?



## वरुण अग्रवाल की आत्मकथा

शौक से कारोबार तक – जब जुनून बन जाता है व्यवसाय

बहुत से उद्यमी कभी योजना बनाकर उद्यमी नहीं बनते — यह तब होता है जब जुनून अवसर से टकराता है।

वरुण अग्रवाल, जिन्होंने किताब "How I Braved Anu Aunty and Co-Founded a Million Dollar Company" लिखी, एक आदर्श उदाहरण है। वह इंजीनियरिंग, MBA और सुरक्षित नौकरी की राह पर चलने वाले थे, लेकिन उन्होंने अपना जुनून चुना और कॉलेज मर्चेंडाइज़ कंपनी शुरू की, जो अनपेक्षित रूप से सफल रही। इससे यह सिद्ध होता है कि उद्यमिता हमेशा योजना से नहीं, बल्कि कुछ अलग करने की हिम्मत से शुरू होती है। वरुण अग्रवाल अपनी किताब में इसका बेहतरीन उदाहरण है। उनसे उम्मीद की जा रही थी कि वे पारंपरिक रास्ते पर चलेंगे—इंजीनियरिंग, एमबीए और फिर एक सुरक्षित नौकरी लेकर अपनी माँ की अच्छी दोस्त अनु आंटी की राय मानेंगे। लेकिन वरुण ने इसके बजाय अपने जुनून का पीछा करने का निर्णय लिया और कॉलेजों के लिए एक मर्चेंडाइज़ कंपनी शुरू की, जो अप्रत्याशित रूप से बहुत सफल हो गई। जो एक छोटे से विचार के रूप में शुरू हुआ था, जिसमें कोई ठोस बिज़नेस प्लान नहीं था, वही आगे चलकर एक सफल उद्यम में बदल गया। उनकी कहानी यह दिखाती है कि उद्यमिता अक्सर किसी बड़ी योजना से नहीं, बल्कि परंपराओं को चुनौती देने और कुछ नया आजमाने के साहस से शुरू होती है।

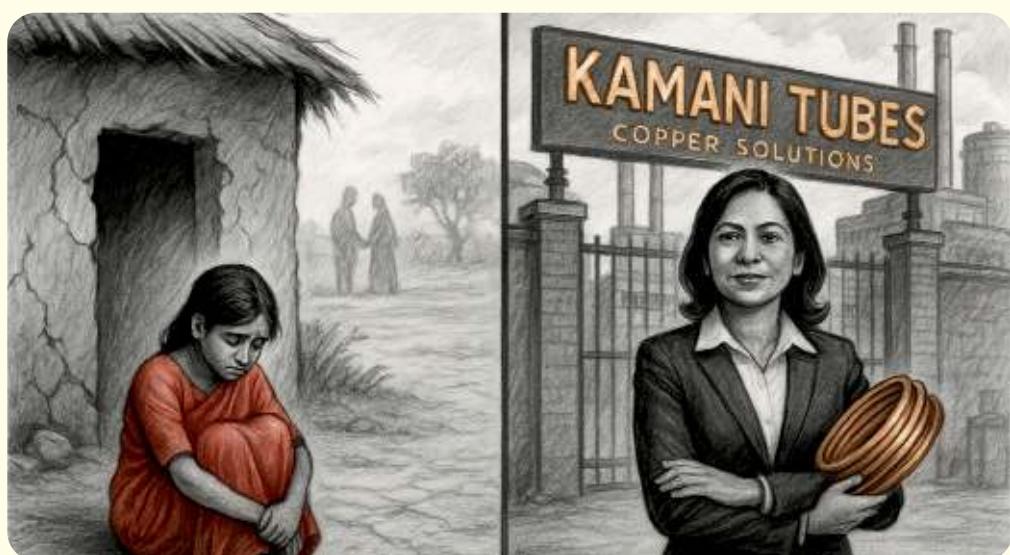
कई उद्यमियों का शुरू में उद्यमी बनने का कोई इरादा नहीं होता। तो फिर वे क्यों उद्यमी बन जाते हैं?

### कहानी 2.2 – आइए प्रेरणा लेते हैं कल्पना सरोज से

**जब जीवित रहने की ज़द्दोजहृद बन जाए स्टार्टअप की चिंगारी आवश्यकता-प्रेरित उद्यमिता**

अक्सर लोग उद्यमी बनने की योजना नहीं बनाते—यह परिस्थितियों और आवश्यकता से प्रेरित होता है। जब किसी को नौकरी नहीं मिलती या आय इतनी नहीं होती कि बुनियादी ज़रूरतें पूरी कर सके, तब एक छोटा-सा कारोबार शुरू करना ही एकमात्र विकल्प बन जाता है।

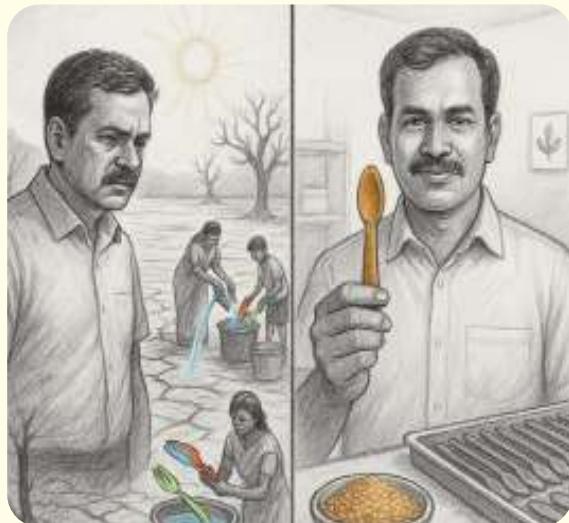
**कल्पना सरोज**, जिन्हें अक्सर "स्लमडॉग मिलियनेयर" कहा जाता है, भारत में आवश्यकता-प्रेरित उद्यमिता का एक शक्तिशाली उदाहरण हैं। दलित परिवार में जन्मी कल्पना सरोज का मात्र 12 वर्ष की उम्र में विवाह कर दिया गया। उन्होंने गरीबी और शोषण का सामना किया। विवाह के बाद और मुंबई में जीवनापन के संघर्ष के दौरान उन्होंने दर्जी का काम शुरू किया। बाद में उन्होंने एक छोटा सरकारी ऋण लेकर फ़र्नीचर का व्यवसाय शुरू किया। अपनी हिम्मत और मेहनत के बल पर उन्होंने धीरे-धीरे एक असफल होती कंपनी कमानी ट्यूब्स को संभाला और उसे लाभदायक उद्यम में बदल दिया। आज वे भारत की सबसे प्रेरणादायक उद्यमियों में से एक हैं—और उनकी यह यात्रा महत्वाकांक्षा से नहीं, बल्कि जीवित रहने की आवश्यकता से शुरू हुई थी।



**जब ज़िंदगी अचानक मोड़ ले:** उद्यमिता की दिशा बदलना - कभी-कभी उद्यमिता कोई सोचा-समझा निर्णय नहीं होती, बल्कि जीवन की परिस्थितियों में आए बड़े बदलाव से जन्म लेती है। यह उन लोगों की कहानी है जो जीवन के दोहरे रास्ते (crossroads) पर खड़े होते हैं—शायद नौकरी छूट जाने के कारण, किसी बड़े उद्योग में मंदी के कारण, या फिर किसी अनदेखे निजी बदलाव के कारण। ऐसे समय में, सिर्फ़ नई नौकरी खोजने के बजाय, वे एक अवसर (या आवश्यकता) को पहचानते हैं और अपनी खुद की राह बनाने का साहस करते हैं। ये वही उद्यमी हैं जिन्होंने हमेशा व्यवसाय शुरू करने का सपना नहीं देखा था, लेकिन उन्होंने अपनी सहनशीलता (resilience) और संसाधनशीलता (resourcefulness) के बल पर, परिस्थितियों से ही एक नया उद्यम खड़ा कर दिया।

### कहानी 2.3 - आइए प्रेरणा लें नारायण पीसपटी से

**नारायण पीसपटी**, एक शोधकर्ता से उद्यमी बने। आंध्र प्रदेश में आए अकाल (सूखे) के दौरान, नारायण ने प्लास्टिक बर्तनों और कटलरी के उत्पादन व सफाई में पानी की अत्यधिक खपत को देखा। पर्यावरणीय स्थिरता को लेकर बढ़ती चिंताओं और खाद्य उद्योग की अक्षमताओं से उनकी निराशा ने उन्हें एक नए रास्ते की ओर मोड़ा। बिना किसी निर्माण या व्यापारिक पृष्ठभूमि के, उन्होंने Bakeys नामक कंपनी शुरू की, जो बाजार से बनी खाने योग्य कटलरी (edible cutlery) बनाती है। जो शुरुआत पर्यावरण और आजीविका की चुनौतियों का समाधान खोजने के प्रयास के रूप में हुई थी, वही आगे चलकर एक अग्रणी सतत (sustainable) उद्यम बन गई। नारायण ने उद्यमी बनने की योजना नहीं बनाई थी—बल्कि ज़रूरत, समझ और अनुकूलन क्षमता ने उन्हें इस राह पर ला खड़ा किया।



उद्यमी बनने की यात्रा शायद ही कभी सीधी होती है। यह अक्सर जुनून, आवश्यकता और जीवन के अप्रत्याशित मोड़ों के मिश्रण से आकार लेती है। चाहे यह किसी समस्या को हल करने की गहरी इच्छा से प्रेरित हो, जीने की ज़रूरत से या फिर किसत के अचानक मोड़ से—उद्यमिता सिर्फ़ महत्वाकांक्षा नहीं है। यह मुश्किलों में अवसर पहचानने, सामाजिक अपेक्षाओं को चुनौती देने, और अनिंश्त रास्ते पर भी अपने विज़न का साहसपूर्वक पीछा करने की बात है। जैसा कि हमने वरुण अग्रवाल, कल्पना सरोज और नारायण पीसपटी की कहानियों से देखा, उद्यमिता का अर्थ है—निजी अनुभवों और चुनौतियों को विकास और प्रभाव के अवसरों में बदलना। यह एक गतिशील और निरंतर विकसित होने वाली यात्रा है, जिसमें लचीलापन (resilience), रचनात्मकता (creativity) और जोखिम उठाने का साहस आवश्यक है। अगला कदम है—उस माइंडसेट को समझना, जो उद्यमियों को अनोखा बनाता है।

### माइंडसेट

जीवन भर हम असंख्य ऐसे लोगों से मिलते हैं, जो हमें सेवाएँ, मार्गदर्शन या सहयोग प्रदान करते हैं। इनमें से कुछ लोग हमारे मन पर अमिट छाप छोड़ जाते हैं, जबकि कुछ पृष्ठभूमि में खो जाते हैं। तो आखिर क्या चीज़ है जो किसी व्यक्ति को उसकी भूमिका में यादगार और विशिष्ट बनाती है?



अपने विद्यार्थी जीवन को ही लीजिए: जिन अनगिनत शिक्षकों से आपने पढ़ाई की, उनमें से कोई एसा भी रहा होगा जिसका पढ़ाने का जुनून, सहानुभूति, या ज्ञान बांटने का अनोखा तरीका आपके मन पर गहरी छाप छोड़ गया। इसी तरह, जिन डॉक्टरों से आपने कभी परामर्श लिया होगा, उनमें कोई एसा भी रहा होगा जिसने न केवल आपकी बीमारी का इलाज किया, बल्कि आपको समझा और देखभाल भी की—और इसी वजह से वे बाकी डॉक्टरों से अलग और खास बन गए।

अंतर पैदा करने वाला सबसे बड़ा कारण अक्सर माइंडसेट ही होता है। यह केवल कौशल या ज्ञान की बात नहीं है, हालाँकि वे भी महत्वपूर्ण हैं, बल्कि यह उस रवैये, दृष्टिकोण और उद्देश्य पर निर्भर करता है, जिसके साथ कोई व्यक्ति अपना कार्य करता

है। एक शिक्षक/शिक्षिका, जिसके पास ग्रोथ माइंडसेट है, विद्यार्थियों में जिज्ञासा और आत्मविश्वास जगाता है। एक डॉक्टर, जिसके पास सहानुभूतिशील (compassionate) माइंडसेट है, रोगियों में भरोसा और सुकून पैदा करता है। यहाँ तक कि एक सब्जी बेचने वाला भी, अगर उसके पास उपभोक्ता-केंद्रित माइंडसेट हो, तो वह खरीदारी के अनुभव को विचारशील और व्यक्तिगत बना सकता है।

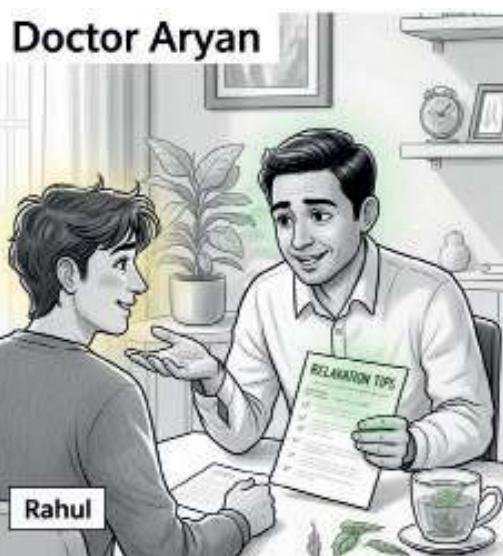
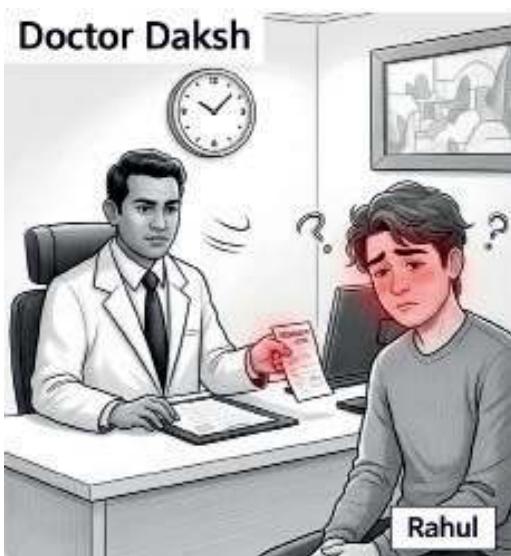
आखिरकार, माइंडसेट ही तय करता है कि व्यक्ति अपने काम को कैसे करता है और दूसरों के साथ कैसे जुड़ता है। यह मूल्यों, दृष्टिकोण और उद्देश्य का संगम है, जो किसी साधारण व्यक्ति को असाधारण बनाता है।

आप इस दृष्टिकोण के बारे में क्या सोचते हैं?

## केस स्टडी

### दो डॉक्टर

राहुल ने लगातार हो रहे सिरदर्द के लिए दो डॉक्टरों से मुलाकात की।



**डॉक्टर दक्ष** बहुत योग्य और प्रतिष्ठित थे। परामर्श के दौरान उन्होंने राहुल की बात सुनी, जल्दी से एक प्रिस्क्रिप्शन लिखा और बिना अधिक बातचीत या स्पष्टीकरण दिए उन्हें भेज दिया।

**डॉक्टर आर्यन** ने राहुल का गर्मजोशी से स्वागत किया और उनके लक्षणों को समझने के लिए समय लिया। उन्होंने राहुल की जीवनशैली और तनाव के स्तर के बारे में सवाल किए। डॉक्टर आर्यन ने साधारण भाषा में सिरदर्द के संभावित कारण समझाए और दवा के साथ-साथ व्यावहारिक सुझाव भी दिए—जैसे रिलैक्सेशन तकनीक और भोजन में बदलाव।

दोनों डॉक्टरों के पास राहुल की समस्या का इलाज करने का ज्ञान था, लेकिन राहुल जब डॉक्टर आर्यन की क्लिनिक से निकले, तो उन्हें अधिक देखभाल और अपने उपचार को लेकर आत्मविश्वास महसूस हुआ।

अंतर कहाँ था? यह था **डॉक्टर आर्यन का माइंडसेट**। उनकी रोगी-केंद्रित सोच ने उन्हें अलग बना दिया और यह साबित किया कि कौशल के साथ सही माइंडसेट मिलकर ही स्थायी प्रभाव पैदा करता है।

यह उदाहरण दिखाता है कि किसी भी पेशे में असाधारण सेवा और साधारण व्यवहार के बीच का अंतर माइंडसेट ही तय करता है।

जब हम दुनिया के बड़े बदलाव लाने वाले और सबसे ऊँचाई पर पहुँचने वाले सफल लोगों के बारे में सोचते हैं, तो एक बात साफ़ नज़र आती है, उन सबमें एक समान गुण होता है। यह गुण है उद्यमी माइंडसेट (Entrepreneurial Mindset)। लेकिन वास्तव में इसका अर्थ क्या है?

उद्यमी माइंडसेट का अर्थ सिफ़र नया व्यवसाय शुरू करना या कोई नया उत्पाद तैयार करना नहीं है। इसका मतलब है, जहाँ दूसरे लोग बाधाएँ देखते हैं वहाँ अवसर देखना, असफलताओं से बिना डरे, चुनौतियों को अपनाना।

उद्यमी सोच का लाभ हर कोई उठा सकता है—चाहे आप अपना कारोबार चला रहे हों, दफ़तर में किसी प्रोजेक्ट का नेतृत्व कर रहे हों, या फिर रोज़मर्रा की ज़िंदगी की जटिलताओं से जूझ रहे हों।

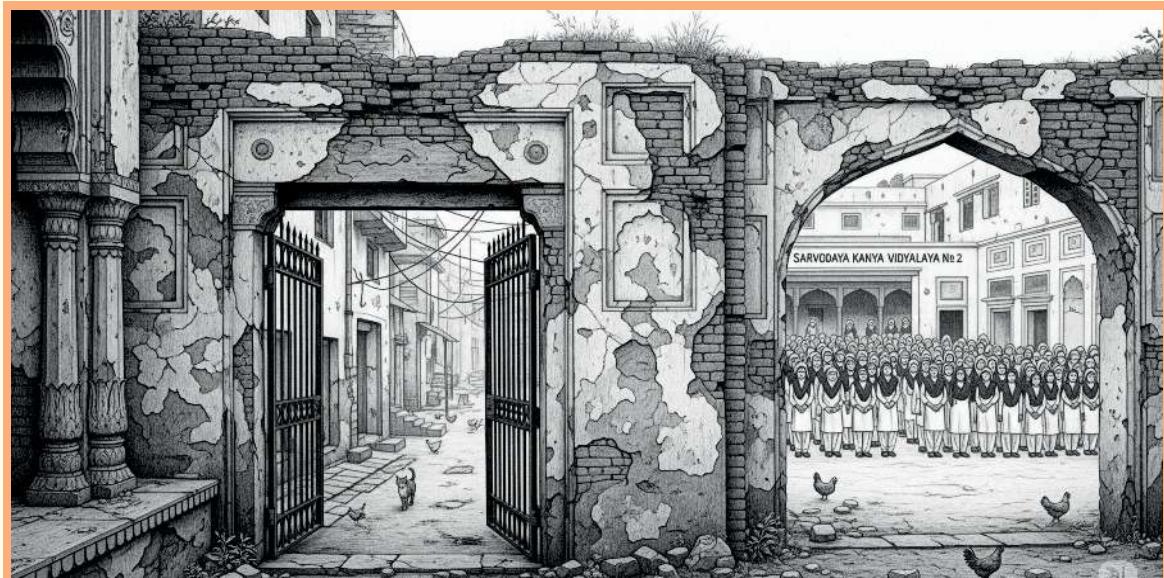
यह सोच किसी भी क्षेत्र में लागू की जा सकती है—यहाँ तक कि शिक्षण में भी। आइए अब सुनते हैं हमारे अपने दिल्ली सरकार के स्कूल की कहानी।

## कहानी 2.4 - आइए चित्रा गुप्ता जी से प्रेरणा लें

### पुरानी दिल्ली की गलियों में फिर से जागे सपने

पुरानी दिल्ली की रौनक से भरी गलियों में, जहाँ कभी सिफ़र बिल्लियों की म्याऊँ और मुर्गियों की बांग सुनाई देती थी, अब एक नई उमंग महसूस होती है। सर्वोदय कन्या विद्यालय न. 2, ज़ीनत महल की सुबह की प्रार्थना सभा में ढोलक की थाप पूरे स्कूल के आँगन में गूँजती है। यह सिफ़र संगीत नहीं, बल्कि उस यात्रा की शुरुआत का संकेत है, जहाँ हर छात्रा को अपने सपनों का पीछा करने और बाधाओं को पार करने की शक्ति मिल रही है।

जब आप ज़ीनत महल हवेली के जर्जर अवशेषों के बाहर खड़े होते हैं, तो यह कल्पना करना कठिन होता है कि इसके पुराने दरवाज़ों के भीतर, दिल्ली की मुस्लिम समुदायों की 1200 से अधिक लड़कियाँ चुपचाप एक क्रांति लिख रही हैं।



यह 100 साल पुराना उर्दू-माध्यम विद्यालय कभी दिल्ली के सबसे पिछड़े 200 सरकारी स्कूलों में गिना जाता था। यहाँ निम्न पास प्रतिशत, उच्च अनुपस्थिति दर और लड़कियों की शिक्षा को लेकर समुदाय का विरोध जैसी चुनौतियाँ थीं। लेकिन आज यह विद्यालय परिवर्तन का एक आदर्श मॉडल बन चुका है, और इस बदलाव के केंद्र में हैं प्रिंसिपल चित्रा गुप्ता।

## एक उद्यमी सोच वाली लीडर

जब चित्रा गुप्ता ने 2007 में यह स्कूल संभाला, तब यहाँ समस्याओं का अंबार था:

- छात्राएँ ऐसे परिवारों से आती थीं, जहाँ शिक्षा, खासकर लड़कियों की शिक्षा की प्राथमिकता नहीं थी।
- कई लड़कियाँ अंशिक समय पर कढ़ाई, पतंग बनाने या मोमबत्ती बनाने का काम करती थीं ताकि परिवार की आय में योगदान दे सकें।
- स्कूल की इमारत जर्जर थी, टीबी जैसी बीमारियाँ आम थी, और बच्चों की अनुपस्थिति बहुत ज़्यादा थी।
- अक्सर लड़कियाँ माता-पिता के साथ काम पर जाने या इलाज के लिए स्कूल से अनुपस्थित रहती थीं।

लेकिन निराश होने के बजाय, चित्रा ने इस अंधेरे में भी संभावनाएँ देखीं—ठीक वैसे ही जैसे एक सच्चा उद्यमी संकट में भी अवसर देखता है।

## समस्या की जड़ पहचानना

चित्रा ने गहराई से पता लगाया कि अनुपस्थिति की असली वजह क्या है। उन्होंने पाया कि कई लड़कियाँ टीबी के इलाज के लिए स्कूल से अनुपस्थित रहती हैं। तब उन्होंने स्थानीय स्वास्थ्य केंद्र से साझेदारी की और चिकित्सा सुविधाएँ स्कूल के नज़दीक ले आईं।

समस्या-समाधान और संसाधनों का जुटाव, ये दोनों उद्यमी कौशल उनके दृष्टिकोण का मूल हिस्सा थे।



## समुदाय से जुड़ाव

चित्रा जानती थी कि असली बदलाव तभी संभव है जब माता-पिता साथ दें। उन्होंने ओपन-हाउस मीटिंग्स की और रूढ़िवादी विचारों वाले परिवारों को धैर्यपूर्वक समझाया कि लड़कियों की शिक्षा में निवेश क्यों ज़रूरी है।

यहाँ तक कि उन्होंने सांस्कृतिक आपत्तियों का भी संवेदनशीलता से समाधान किया—जैसे वंदे मातरम गाने या योग करने पर होने वाले विरोध को इस तरह समझाया कि ये धार्मिक नहीं बल्कि स्वास्थ्य और देशभक्ति से जुड़े कार्य हैं।



## शिक्षा से आगे बढ़कर सशक्तीकरण

उन्होंने छात्राओं को इंटर-स्कूल प्रतियोगिताओं में भाग लेने के लिए प्रेरित किया। शुरुआत में कड़ा विरोध हुआ, लेकिन धीरे-धीरे जब लड़कियाँ पुरस्कार और पहचान लेकर लौटीं, तो सोच बदलने लगीं।

जो माता-पिता कभी बेटियों को दिल्ली-6 से बाहर भेजने से डरते थे, उन्होंने अब उन्हें अमृतसर और डलहौज़ी जैसी शैक्षणिक यात्राओं पर जाने की अनुमति देना शुरू कर दिया।

**आशा का एक उपवन बनाना :** (Oasis of Hope) पुरानी दिल्ली की भीड़-भाड़ और प्रदूषित गलियों के बीच चित्रा ने एक नया वातावरण बनाया:

- साफ-सुथरा, टाइलों वाला प्रार्थना-सभा का आँगन।
- एक सुव्यवस्थित और पोषण देने वाला वातावरण।
- प्रेरणादायक चित्रों और दृढ़ता के संदेशों से सजा एक गलियारा।

### शैक्षणिक और सामाजिक सफलता:

- 2008 में, SKV ने **100% उत्तीर्णता दर** हासिल की।
- 2010 में, इसने दिल्ली के गैर-RPVV सरकारी स्कूलों में **औसत छात्र अंक** के मामले में शीर्ष स्थान प्राप्त किया।
- SKV ने विज्ञान और प्रौद्योगिकी विभाग द्वारा दिए गए **INSPIRE पुरस्कार, अमूल विद्याश्री पुरस्कार**, और **दिल्ली पैरेंट्स काउंसिल पुरस्कार** जैसे प्रतिष्ठित सम्मान जीते।
- स्कूल इतना सफल हो गया कि प्रवेश की मांग क्षमता से कहीं अधिक हो गई।

### नेतृत्व की परिभाषा बदलना:

चित्रा गुप्ता ने यह साबित किया कि नेतृत्व केवल सीईओ या राजनेताओं के लिए ही नहीं है—यह उतना ही ज़रूरी हमारे स्कूलों, समुदायों और रोज़मर्रा की संस्थाओं में भी है। उनकी कहानी उद्यमिता की संकीर्ण परिभाषा को चुनौती देती है और यह सिद्ध करती है कि जो भी व्यक्ति किसी समस्या को पहचानकर रचनात्मक तरीके से संसाधनों का उपयोग करके उसका समाधान करता है, वह वास्तव में एक उद्यमी है।

### बड़ा दृष्टिकोण: सोच को बदलना

स्कूल की एक प्रिय शिक्षिका नाहिद असलम कहती हैं: “यह हिंदू और मुस्लिम की बात नहीं है। एक बच्चे को उस व्यापक दुनिया के बारे में बताया जाना चाहिए, जिसका वह हिस्सा है।”

चित्रा गुप्ता की सफलता केवल रिपोर्ट कार्ड्स से नहीं आँकी जाती। उनकी असली सफलता उन लड़कियों के सपनों के विस्तार से मापी जाती है, जिनके परिवार अब कमाई से ज़्यादा शिक्षा को महत्व देने लगे हैं, और उस समुदाय से, जिसने एक नए भविष्य पर विश्वास करना शुरू किया है।

जैसे उद्यमी बाज़ार को बदलते हैं, वैसे ही चित्रा ने सामाजिक अपेक्षाओं को बदला। यह साबित किया कि असली नवाचार अक्सर जड़ों (grassroots) से शुरू होता है।

उद्यमी माइंडसेट केवल व्यापार में सफलता का साधन नहीं है; यह जीवन की चुनौतियों को रचनात्मकता (creativity), लचीलापन (resilience) और समाधान-उन्मुख दृष्टिकोण (solution-oriented attitude) से देखने का तरीका है।

चाहे आप व्यापार, शिक्षा, या स्वास्थ्य सेवा में हों—जैसा कि हमने डॉक्टरों के उदाहरण में देखा—आपका माइंडसेट तय करता है कि आप कैसे काम करेंगे, लोगों से कैसे जुड़ेंगे और मुश्किलों से कैसे जूँड़ेंगे।

चित्रा गुप्ता की कहानी यह और स्पष्ट करती है कि उद्यमी माइंडसेट केवल संस्थाओं को ही नहीं, बल्कि पूरे समुदायों को बदल सकता है। इसका मूल है—समस्याओं में अवसर पहचानना और उपलब्ध संसाधनों का उपयोग करके सार्थक बदलाव लाना। माइंडसेट की ताक़त इसमें है कि यह किसी भी क्षेत्र में नवाचार को प्रोत्साहित करता है और लोगों को कार्रवाई के लिए प्रेरित करता है।

जब हम इन उदाहरणों पर विचार करते हैं, तो यह साफ़ होता है कि यह सोच विकसित करना केवल परंपरागत उद्यमियों तक सीमित नहीं है। यह ऐसी सोच है जिसे कोई भी नेतृत्व करने, नवाचार करने और अपने आस-पास की दुनिया पर प्रभाव डालने के लिए अपना सकता है।

आगे हम गहराई से समझेंगे कि इस सोच को सक्रिय रूप से कैसे विकसित किया जा सकता है और यह किस तरह किसी की उद्यमी यात्रा को आकार देती है।



चित्रा गुप्ता ने बिना कोई टेक कंपनी शुरू किए या अरबों डॉलर का स्टार्टअप बनाए, पुरानी दिल्ली के बीचों बीच आशा, सहनशीलता और शिक्षा का साम्राज्य खड़ा कर दिया।

## निष्कर्ष

इस अध्याय ने आपको उद्यमिता का सार समझाया। यह केवल अच्छे विचार रखने की बात नहीं है, बल्कि उन विचारों को अर्थपूर्ण कार्यों में बदलने की क्षमता है। उद्यमिता का अर्थ है—जहाँ अन्य लोग बाधाएँ देखते हैं, वहाँ अवसर पहचानना, जोखिम लेने का साहस रखना, संसाधनों का बुद्धिमानी से उपयोग करना, और चुनौतियों को हल करने के लिए जुनून और अनुकूलनशीलता (adaptability) के साथ आगे बढ़ना। हमने सीखा कि उद्यमी केवल नौकरी के पदनाम से नहीं पहचाने जाते, बल्कि उनके माइंडसेट से पहचाने जाते हैं—नई राहें खोजने, परंपरागत ढाँचे को चुनौती देने और लगातार संभावनाओं की सीमाओं को आगे बढ़ाने की उनकी क्षमता ही उन्हें विशिष्ट बनाती है।

उद्यमी बनने की यात्रा सीधी रेखा जैसी नहीं होती। इसे जुनून, ज़रूरत और परिस्थितियों का मिश्रण आकार देता है। कई बार यह यात्रा व्यक्तिगत चुनौतियों को अवसर में बदलने का साधन भी बन जाती है। इसके लिए चाहिए—लचीलापन (resilience), रचनात्मकता (creativity), जोखिम उठाने की इच्छा, और सबसे बढ़कर—अनिश्चित भविष्य में भी अपने सपनों पर कार्य करने का साहस। असली अंतर पैदा करता है उनका माइंडसेट—यह दृढ़ विश्वास कि वे बदलाव ला सकते हैं, चुनौतियों को पार कर सकते हैं और दुनिया पर अपनी छाप छोड़ सकते हैं। यही सोच नवाचार को बढ़ावा देती है, विकास को गति देती है और समुदाय व उद्योगों में वास्तविक परिवर्तन लाती है।

आगे बढ़ते हुए, सोचिए कि आप इस उद्यमी माइंडसेट को अपने जीवन में कैसे अपना सकते हैं। याद रखें, यह केवल विचारों की बात नहीं है, बल्कि साहसिक कार्यवाही, चुनौतियों पर विजय और कुछ सार्थक बनाने के संकल्प की बात है।

अगला अध्याय “Think Like an Entrepreneur!” आपको अपनी सोच की पूरी क्षमता खोलने और भविष्य के मार्गदर्शकों (trailblazers) की तरह सोचने में मदद करेगा। दुनिया अवसरों से भरी हुई है—क्या आप पहला कदम उठाने के लिए तैयार हैं?



## चिंतन प्रश्न

1. आपके समुदाय या विद्यालय में ऐसी कौन-सी एक समस्या है जिसे आप हल करना चाहेंगे?
2. किसी विचार को कार्य में बदलने के लिए आप कौन-से छोटे-छोटे कदम उठा सकते हैं?