

उ द्य म शी ल ता

एक
परिचय

इमन् बट्लर

अनुवाद
निशान्त दुङ्गाना



इमन् बट्लर

उद्यमशीलता : एक परिचय

अनुवाद
निशान्त ढुङ्गाना



उद्यमशीलता : एक परिचय

(विचारधारा तथा सिद्धान्त)

लेखक : इमन् बट्लर
अनुवादक : निशान्त ढुङ्गाना

प्रकाशन तथा
विक्री वितरक :



काठमाडौं, फोन नं. : ०१-५३५००७६
weread@kathalaya.com.np

लेआउट : समन श्रेष्ठ
संस्करण : पहिलो २०८२ (१००० प्रति)
मुद्रक : एपोलो अफसेट प्रेस प्रा.लि., काठमाडौं
ISBN : 978-9937-9867-3-1

नेपाली अनुवाद सर्वाधिकार © विकल्प - एन अल्टरनेटिभ

यस नेपाली अनुवाद प्रतिलिपि अधिकारअन्तर्गत संरक्षित छ । सन् २०२१ मा इन्स्टिच्युट अफ इकोनोमिक अफेयर्स, लन्डनले प्रकाशन गरेको तथा प्रसिद्ध लेखक इमन् बट्लरद्वारा लिखित 'आन इन्ट्रोडक्सन टु इन्टरप्रेनरशीप' नामक पुस्तकलाई नेपालीमा अनुवाद गरी प्रकाशित गर्न आवश्यक सम्पूर्ण प्रतिलिपि अधिकार विकल्प - एन अल्टरनेटिभले सम्बन्धित व्यक्ति तथा संस्थाहरूबाट प्राप्त गरेको छ । विकल्प - एन अल्टरनेटिभको पूर्व अनुमतिविना यस पुस्तकको आंशिक वा पूर्णरूपमा छापा अथवा विद्युतिय माध्यममा प्रतिलिपि निकाल्न वा पुनः प्रकाशन गर्न पाइने छैन ।

विषयवस्तु

लेखकबारे	छ
एआईईआरबारे	ज
१ परिचय	१
• किताब के हो, के होइन् ?	१
• किताब कसको लागि हो ?	१
• उद्यमशीलता र लेखक	२
• किताबको ढाँचा	४
२ उद्यमशीलताप्रति चासो राख्न किन आवश्यक छ ?	७
• उत्पादनको अदृश्य कारक	७
• आविष्कार र आर्थिक वृद्धि	८
• उद्यमशीलता कसरी प्रवर्द्धन गर्न सकिन्छ ?	१०
• प्रयोगलाई प्रोत्साहन	१२
• कसरी अर्थशास्त्रीहरू उद्यमशीलतालाई उपेक्षा गर्छन् ?	१४
• प्रतिस्पर्धाको महत्त्व	१७
• उद्यमशीलता र विविधता	२०
३ उद्यमशीलताका विभिन्न विचारहरू	२३
• संरचनाहरू, भूमिकाहरू र व्यक्तित्वहरू	२३
• संस्थाको आकार र उद्यमशीलता	२९
• उद्यमीका प्रकारहरू	३३
• उद्यमीहरू असामान्य व्यक्ति हुन्	३५
• उद्यमी मनोवृत्ति	३८
• सामाजिक कारक	४१
४ उद्यमशीलताको आर्थिक भूमिका	४५
• अर्थशास्त्र र अनिश्चितता	४५
• पाठ्यपुस्तकीय दृष्टिकोण	४७
• उद्यमी सिर्जनात्मक विघटनकारीको हुन्	५०

• उद्यमी खोजकर्ता हुन्	५२
• उद्यमी सूचना प्रशोधनकर्ता हुन्	५४
• उद्यमी र अनिश्चितता	५६
• उद्यमी र निर्णय	५७
५ उद्यमशीलताको महत्त्व	६१
• आर्थिक लाभहरू	६१
• उत्पादकता वृद्धि	६४
• मानवीय लाभहरू	६६
• सामाजिक लाभहरू	६७
• नाफाको सामाजिक भूमिका	६९
६ उद्यमशीलताको विस्तार	७३
• वैश्विक उपस्थिति	७३
• देशका समानता र भिन्नताहरू	७४
• विकासोन्मुख देशहरू	७६
• उद्यमशीलता र प्रवासन	७८
• उद्यमशीलताका लागि उपयुक्त उद्योगहरू	७९
• उद्यमशीलताको भविष्य	८१
७ उत्पादक र अनुत्पादक उद्यमशीलता	८५
• के उद्यमशीलता सधैं उत्पादनशील हुन्छ ?	८५
• उत्पादक, अनुत्पादक र विनाशकारी	८६
• उत्पादक उद्यमशीलता	८६
• अनुत्पादक उद्यमशीलता	८७
• विनाशकारी उद्यमशीलता	८८
• नियमहरूको महत्त्वपूर्ण प्रभाव	८९
• नियमसँग खेलबाड	९०
• व्यावसायिक इजाजतपत्र	९२
• राजनीतिक उद्यमशीलताको उदय	९४
• उद्यमशीलता र संस्थाहरू	९६

८ के सरकारले उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न सक्छ ?	९९
• टुटेको स्वप्न मार्ग (Boulevard of Broken Dreams)	९९
• नीति असफलता	१००
• अन्य रणनीतिहरू	१०२
• उद्यमशील सरकार	१०२
• किन राजनीतिज्ञ संलग्न हुन्छन् ?	१०४
• सार्वजनिक लगानी साधनहरू	१०५
• सरकारी हस्तक्षेपको पक्ष र विपक्ष	१०६
• सरकार र आईटी	१०७
• विरोधी पक्ष	१०८
• सही वातावरण तयार गर्दै	१११
• सही वातावरण	१११
• गलत वातावरण	११३
• उद्देश्य-केन्द्रित प्रोत्साहन ?	११५
• अनुभवबाट पाठ	११८
९ उद्यमशील वातावरण	१२१
• किन अमेरिका धेरै उद्यमशील छ ?	१२१
• शिक्षा ?	१२१
• बजारको आकार ?	१२२
• अन्य तत्त्वहरू ?	१२२
• सम्पत्ति, स्वतन्त्रता र संस्कृति	१२२
• सम्पत्ति र पुँजी	१२२
• स्वतन्त्रता	१२३
• खुलापन	१२४
• अनुमतिरहित आविष्कार	१२५
• भिन्न कानुनी परम्पराहरू	१२५
• फैलिँदो प्रशासनतन्त्र	१२६
• वृद्धिको कार्यसूची	१२७

- करको महत्त्व १२८
- कर संवेदनशीलता १२९
- आकस्मिक लाभ करहरू १३१
- स्टक अप्सन करहरू १३२
- अन्य कर समस्याहरू १३३
- नियामकको भार १३४
- सही अवस्था १३८
- सम्पत्ति र न्याय १३९
- खुलापन १४०
- संस्कृति १४१
- व्यवस्थापनको महत्त्व १४२
- सिकाइहरू १४४

References

१४७

लेखकबारे

इमन् बट्लर विश्व चर्चित पोलिसी थिङ्क ट्याङ्क एडम स्मिथ इन्स्टिच्युटका निर्देशक हुन् । अर्थशास्त्र र मनोविज्ञानमा डिग्री र दर्शनशास्त्रमा पीएचडी गरेका बट्लरसँग मानार्थ डि. लिट. (डक्टर अफ लेटर्स) को उपाधि समेत छ । उनीसँग सन् १९७० को दशकमा वाशिंगटनमा अमेरिकी संसद्को तल्लो सदन हाउस अफ रिप्रेजिन्टेटिभ्स र मिचिगनको हिल्सडेल कलेजमा दर्शनशास्त्रको अध्यापन गरेको अनुभव छ । उनी अमेरिकाबाट बेलायत फर्केर एडम स्मिथ इन्स्टिच्युटसँग स्थापनाकालदेखि नै जोडिएर काम गरिरहेका छन् । उनले फ्रिडमस् फाउन्डेशन अफ भ्याली फोर्जबाट फ्रिडम मेडल र युके नेशनल फ्री एंटरप्राइज अवार्ड प्राप्त गरेका छन् भने हाल मोंट पेलेरिन सोसाइटीका सचिवका रूपमा कार्य गरिरहेका छन् ।

बट्लरले शास्त्रीय उदारवाद, सार्वजनिक छनोट, म्याग्नाकार्टा र अष्ट्रियाली स्कुल अफ इकोनमिक्समा आधारित किताबहरू लेखेका छन् । उनको The Condensed Wealth of Nations, The Best Book on the Market र School of Thought: 101 Great Liberal Thinkers जस्ता किताब विश्व चर्चित छन् । उनले "Foundations of a Free Society" का लागि सन् २०१४ को फिशर पुरस्कार जितेको थिए । उनले एडम स्मिथ, एफ. ए. हायक, लुडविग भोन मिसेस र आयन रैंडजस्ता अर्थशास्त्री र विचारकहरूको परिचयात्मक किताब समेत लेखेका छन् ।

एआईईआरबारे

'उद्यमशीलता : एक परिचय' इकोनोमिक अफेयर्स इन्स्टिट्युट (आईईए) र अमेरिकन इन्स्टिट्युट फर इकोनोमिक रिसर्च (एआईईआर) बीचको सह-उत्पादन हो । सन् १९३३ मा म्यासाचुसेट्सको ग्रेट ब्यारीङ्टनमा स्थापना भएको एआईईआर संयुक्त राज्य अमेरिकामा सबल अर्थशास्त्रको वकालत गर्ने पहिलो स्वतन्त्र संस्था हो । आजको दिनमा यस संस्थाले निरन्तर रूपमा अनुसन्धान प्रकाशन, शैक्षिक कार्यक्रमहरूको आयोजना, पुस्तकहरू प्रकाशन, विद्यार्थी र विद्वानहरूको अध्ययन तथा अनुसन्धानमा आर्थिक सहायता प्रदान गर्दछ । यो संस्था विश्व प्रसिद्ध बास्टियाट सोसाइटी र अत्यन्त सम्मानित साउण्ड मनी प्रोजेक्टको गृहसंस्था हो । अमेरिकन इन्स्टिट्युट फर इकोनोमिक रिसर्च एक सार्वजनिक परोपकारी संस्था हो ।

परिचय

किताब के हो, के होइन ?

'उद्यमशीलता : एक परिचय' सफल उद्यमी बन्न आवश्यक पर्ने व्यवस्थापन सम्बन्धी किताब होइन । यो किताब उद्यमशीलताको सामान्य परिचय दिने, उद्यमशीलताको आवश्यकता दर्शाउने र उद्यमशीलतालाई कसरी प्रोत्साहन गर्न सकिन्छ भनेर बुझ्न सहयोग पुऱ्याउने दस्तावेज हो ।

किताबले उद्यमशीलताको महत्त्व र विशेषताको व्याख्यासँगै उद्यमशीलताले नवीनता, प्रोत्साहन, प्रगति, उत्पादनशीलता र आर्थिक विकासमा खेल्ने भूमिकालाई प्रष्ट पार्ने जमर्को गरेको छ । थप, किताबले कामदार, उपभोक्ता र सर्वसाधारणको जीवनमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्ने तर मूलधारका अर्थशास्त्रका किताबहरूमा बेवास्ता गरिएको उद्यमशीलताको अत्यावश्यक योगदानलाई प्रकाश पार्ने प्रयत्न गरेको छ ।

किताब कसको लागि हो ?

यस किताबभित्र व्यवसाय व्यवस्थापकहरूले पक्कै पनि आफूलाई फाइदा पुऱ्ने बृहत् आर्थिक, संस्थागत र नीतिगत सन्दर्भ

भेट्न सक्छन् । तथापि, यस किताबको मुख्य पाठक आर्थिक विकासमा नवीनता र उद्यमशीलताको भूमिका बुझ्न इच्छुक सर्वसाधारण नागरिक र मूलधारका अर्थशास्त्रका किताबलाई यान्त्रिक र मानवीय यथार्थसँग बेमेल रहेको बुझ्ने विद्यार्थीहरू हुन् ।

मैले मानिसहरूलाई के चाहिन्छ भनेर सोधेको भए, उनीहरूले अझै तीव्र दौडने घोडा भन्ने थिए । - हेनरी फोर्ड, अमेरिकी कार निर्माता

यो किताब विकासोन्मुख देशका पाठकहरू जो आफ्नो देशको अर्थतन्त्रलाई थोरै केन्द्रीकृत र धेरै स्वतन्त्र, खुला, विविधतायुक्त, गतिशील, उत्पादनमूलक र समृद्ध बनाउने इच्छा राख्छन् तिनका लागि महत्त्वपूर्ण अध्ययन सामग्री हुनसक्छ । विकसित देशहरूमा यो किताब सार्वजनिक नीति निर्माणमा संलग्न तर उद्यमशीलताको भूमिका र महत्त्व नबुझेकाका लागि आफ्नो बुझाइ परिष्कृत बनाउनमा सहयोग गर्ने अध्ययन सामग्री हुनसक्छ ।

उद्यमशीलता र लेखक

मैले दूरदर्शी उद्यमीहरूले नयाँ अवसर सिर्जना गरेर मानिसको जीवनमा परिवर्तन ल्याएको देखेको छु । सन् १९७० मा फ्रेडी लेकरको स्काइट्रेनले पुरानो हवाई कम्पनीहरूको एकाधिकार तोडेर हामी जस्ता लाखौँ मान्छेहरूलाई एटलान्टिक महासागर पार गरेर नयाँ अवसर खोज्ने मौका दियो जसलाई हामी धेरैले सदुपयोग गर्यौँ । क्लाइभ सिनक्लेरले गोजीमा अट्ने क्यालकुलेटर र डिजिटल घडी बनाए । सोनीले गोजीमा बोकेर हिँड्न मिल्ने वाक-म्यान बनायो ।

बिल गेट्सले कम्प्युटरलाई घर-घर पुऱ्याए । टिम बर्नर्स लिले हामीलाई वेबको माध्यमबाट विश्वको ज्ञानसँग जोडे र स्टिभ जब्स्को आइफोनले यी सबै कुरालाई थप प्रविधिसहित २० लाख व्यक्तिको गोजीमा पुऱ्याएको छ ।

हामी सीमित उद्यमीहरूसँग मात्र परिचित छौँ तर केही हदसम्म हामी सबै उद्यमी हौँ । मैले आफ्नै जीवनका घटनाक्रमलाई उदाहरणको रूपमा लिने गरेको छु । मैले स्नातक सकेसँगै केही समय देश छाडेर आफूलाई आर्थिक मन्दीबाट जोगाए । त्यसको केही समयपछि जति बेला समाजमा नवीनतम विचारहरूको अति आवश्यकता थियो, त्यस बेला एउटा गैर नाफामूलक नीति समूह निर्माण गर्न फर्किए । अहिले म उद्यमको महत्त्व बुझाउने किताब लेखेर अर्को महत्त्वपूर्ण अवसर सटुपयोग गर्न खोज्दै छु । म व्यापारी नभए पनि उद्यमी जसरी काम गर्ने गर्छु ।

सामान्य अर्थमा उद्यमी भनेको अरू व्यक्तिको जीवनमा परिवर्तन ल्याउन चाहना राख्ने व्यक्ति हो । - सर रिचार्ड ब्रान्सन, संस्थापक, भर्जिन ग्रुप

मूलधारको अर्थशास्त्रको अध्यापनले अर्थतन्त्रलाई अनुमान र नियन्त्रण गर्न सकिने संयन्त्रको रूपमा कल्पना गर्छ । तर, मेरो अनुभवमा मूलधारको अर्थशास्त्रीय सिकाइ र वास्तविकताबीच एकदमै दूरी छ । वास्तविक आर्थिक जीवनलाई व्यक्ति र व्यक्तिहरूको एक अर्कासँगको सम्बन्धले निर्धारण गर्ने गर्दछ । आर्थिक जीवनलाई व्यक्तिको उद्देश्य र क्रियाले प्रोत्साहन गर्दछ । त्यस्ता व्यक्तिहरूको उद्यमशीलताले मानवीय समृद्धि र विकासलाई बल पुऱ्याउँछ । तर, मूलधारको अर्थशास्त्रीय विचारधारामा उद्यमशीलताको भूमिकालाई नजरअन्दाज गरिएको छ भने

नजानिँदो किसिमले खराब सार्वजनिक नीतिको माध्यमबाट उद्यमशीलताको अन्त्य गर्ने कोसिस गरिएको छ ।

हामीले उद्यमशीलतालाई मूलधारको अर्थशास्त्र र राजनीतिमा पुनर्स्थापित गराउनु पर्नेछ । विश्वभरि, कला, सङ्गीत, सिनेमाको पाठ्यक्रम पढाई हुन्छ । अब हामीले हाम्रो जीवनमा उद्यमशीलताको योगदानको अध्ययन र कदर गर्नु जरुरी छ ।

किताबको ढाँचा

यो किताब उद्यमशीलताको कदर गर्ने दिशातर्फको सानो योगदान हो । सुरुआतमा, किताबले हामीलाई किन उद्यमशीलताप्रति चासो राख्न आवश्यक छ भन्ने कुराको व्याख्या गर्छ साथै उद्यमशीलताले नयाँ आविष्कार र समृद्धिमा के अर्थ राख्छ र उद्यमशीलतालाई कसरी प्रचार गर्न सकिन्छ भन्नेमा जोड दिन्छ । त्यसपछिको अध्यायले हामी कसरी सामान्य रूपले उद्यमशीलताको विषयमा धारणा व्यक्त गर्छौं, उद्यमशीलताको मुख्य विचार के हो र कुन कुराले उद्यमीलाई प्रोत्साहन गर्छ जस्ता विषयमा विचार प्रष्ट पार्ने जमर्को गरेको छ ।

चौथो अध्यायले उद्यमशीलताको वास्तविक आर्थिक भूमिका र यसका विभिन्न सिद्धान्तको बारेमा प्रष्ट पार्छ भने पाँचौँ र छैटौँ अध्यायले उद्यमशीलताको आर्थिक, सामाजिक महत्त्व र विश्वका विभिन्न पेशामा उद्यमशीलताको आश्चर्यजनक व्यापकताको बारेमा प्रष्ट पार्ने कोसिस गरेको छ ।

सातौँ अध्यायले सबै किसिमको उद्यमशीलता उत्पादनशील नहुने र उद्यमशीलताले आफ्नो ग्राहकलाई सेवा सुविधा प्रदान गर्नुको साटो नियमनलाई अनावश्यक प्रभावमा पार्न खोजे के कस्तो खतरा उत्पन्न हुन्छ भन्ने बारे विचार व्यक्त गरेको छ ।

आठौँ अध्यायले के सरकारले उद्यमशीलतालाई साँच्चै विकासकै लागि प्रोत्साहन गर्छ र ? भन्ने प्रश्न सोधेको छ । प्रश्नको जबाफ सकारात्मक पनि हुन सक्छ तर धेरै अवस्थामा जबाफ नकारात्मक हुन सक्ने सम्भावना रहन्छ । सरकारले के कुरा बिर्सन्छ भने उद्यमशीलता खुला र प्रतिस्पर्धात्मक अर्थतन्त्रमा मात्रै विकसित हुन सक्छ ।

अन्तिम अध्यायमा किताबले उद्यमशीलताबाट फाइदा लिन कसरी उपर्युक्त नीति निर्माण गर्ने वातावरण बनाउनु पर्छ भन्ने कुराको व्याख्या गरेको छ ।

उद्यमशीलताप्रति चासो राख्न किन आवश्यक छ ?

उत्पादनको अदृश्य कारक

उद्यमशीलताको महत्त्व हामीले सोचेको भन्दा अधिक छ । हामी धेरैलाई जीवनयापन गर्न र जीवनस्तर उकास्न आवश्यक पर्ने वस्तु उत्पादन गर्न जमिन, जनशक्ति र पुँजीको आवश्यकता पर्छ भन्ने थाहा छ । तर, हामीलाई उत्पादनको अदृश्य कारक उद्यमशीलता हो भन्ने कुरा थाहा छैन । जमिन, जनशक्ति र पुँजीबीच समन्वय भएन भने वस्तु उत्पादन गर्न असम्भव हुन्छ । उत्पादनका यी तीन कारकलाई उद्यमशील सोचले मात्र एकीकृत र निर्देशित गरेर वस्तुको उत्पादन र उपयोगिता निर्माण गर्न सक्छ ।

शास्त्रीय अर्थशास्त्रले उत्पादनका चार आधारभूत कारकको रूपमा जमिन, जनशक्ति, पुँजी र उद्यमशीलतालाई स्थापित गर्‍यो । केही अपवादबाहेक उद्यमशीलतालाई योजनाबद्ध तरिकाले २० औँ शताब्दीको सुरुबाट अर्थशास्त्रीय सिद्धान्तबाट अदृश्य पारियो । - फ्रेडरिक सटे

वास्तवमा, उद्यमशीलतालाई यसरी नजर अन्दाज गरियो कि यसको तुलनात्मक अध्ययन समेत हालैको वर्षहरूमा मात्रै सम्भव भयो । उद्यमशीलताको अङ्ग्रेजी शब्द Entrepreneurship १३ औँ शताब्दीको फ्रेन्च शब्द Entreprenre बाट उत्पत्ति भएको मानिन्छ जसको अर्थ 'केही गर्नु' वा 'केही जिम्मेवारी ग्रहण गर्नु' हुन्छ । १६ औँ शताब्दीसम्म आइपुग्दा सो शब्दले 'व्यापार गर्ने व्यक्तिहरू' भनेर अर्थ दिन थालेको थियो । तर, सन् १७३० मा आइपुग्दा आइरिस-फ्रेन्च अर्थशास्त्री रिचार्ड क्यान्टिलोन (१६८०-१७३४) ले उद्यमी भनेको 'व्यवसायमा आर्थिक जोखिम लिन सक्ने व्यक्ति' भनेर अर्थ लगाए भने सन् १८०३ मा फ्रेन्च अर्थशास्त्री जीन ब्याटिस्ट सेले उद्यमीको मुख्य भूमिका भनेको स्रोतहरूको थप उपयोगिता पत्ता लगाउनु हो भनेर व्याख्या गरे ।

अझ, उद्यमशीलता सम्बन्धी सुसज्जित विचार सन् १८४८ मा बेलायती दार्शनिक तथा अर्थशास्त्री जोन स्टुवार्ट मिल (१८०३-७३) ले दिए । मिलले उद्यमीलाई 'व्यवसायको जोखिम बहन र व्यवस्थापन गर्ने' व्यक्तिको रूपमा व्याख्या गरे । आजका अर्थशास्त्रीहरू उद्यमीलाई आविष्कारक वा अवसर पत्ता लगाउने र अनिश्चित भविष्यको संसारमा जोखिम उठाउने व्यक्तिको रूपमा व्याख्या गर्छन् । यद्यपि, यस धारणालाई थप प्रष्ट पार्ने प्रयास जारी छ ।

आविष्कार र आर्थिक वृद्धि

उद्यमशीलताको विविध पक्षमध्ये मानवीय तथा आर्थिक वृद्धिको लागि सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण पक्ष नै आविष्कार हो । विकास र आर्थिक वृद्धि उत्पादनका देखिने कारकहरूको प्रयोगले मात्रै सम्भव नभएर मुख्यतः आविष्कारको कारणले हुन्छ जसले मानवीय

आर्थिक जीवनलाई थप उत्पादनमूलक बनाउँछ । उद्यमीलाई पूर्ण प्रतिस्पर्धात्मक अर्थतन्त्रमा सधैं आफ्ना उत्पादनलाई पहिले भन्दा सस्तो, राम्रो, छरितो र थप परिष्कृत बनाएर बजारमा पठाउनु पर्ने दबाव हुन्छ । उदाहरणको निम्ति मोबाइल र अटो-मोबाइल क्षेत्रमा भइरहेको विकासलाई लिन सकिन्छ । ग्राहकहरूको नवीन प्रविधि तथा उत्पादनको चाहनाले वस्तुको उत्पादकत्व बढाउन दबाव दिइरहेको हुन्छ । यसका कारण हाम्रो जीवनस्तरमा सुधार आइरहेको छ । सन् १९५० मा, अमेरिकी अर्थशास्त्री रोबर्ट सोलोले गरेको एक अनुसन्धान अनुसार झन्डै ८७ प्रतिशत भन्दा बढी आर्थिक विकासको कारण आविष्कार रहेको पत्ता लागेको थियो । यद्यपि, बेलायती लेखक म्याट रिड्लेले भने आफ्नो अनुसन्धानमा आर्थिक विकासमा आविष्कारको योगदान ८७ प्रतिशत मात्रै नभएर अझ बढी हुने विश्वास व्यक्त गरेका छन् । आजको समयमा नयाँ वस्तु, मेसिन र विकसित प्रविधि तथा कार्य गर्ने तरिकाका कारण उपभोक्तालाई आफ्नो आवश्यकता र मागलाई पूरा गर्न सहज भएको म्याट रिड्लेको निष्कर्ष छ ।

अमेरिकी व्यवस्थापनविद् पिटर् डुकरले आविष्कारले उत्कृष्ट वस्तुहरूको उत्पादन मात्र गर्दै न थप स्रोतको समेत सिर्जना गर्छ भन्ने धारणा व्यक्त गरेका छन् । डुकरले उद्यमीले महत्त्वहीन बालुवाका कणलाई महत्त्वपूर्ण सिलिकन कम्प्युटर चिपमा परिणत गर्न सक्ने बताउँछन् । यसरी महत्त्वहीन वस्तुबाट निर्मित चिपहरूले दैनिक प्रयोग हुने थप महत्त्वको स्मार्ट फोन, रोबोट तथा ड्राइभर नचाहिने स्वचालित गाडीको निर्माणमा भूमिका खेल्छ ।

तर, आविष्कार भन्ने कुरा नयाँ ग्याजेटहरूमा मात्र सीमित छैन । म्याट रिड्लेले आविष्कारलाई 'महान समानतावादी' भन्ने

गर्छन् । आज, धनी राष्ट्रमा प्रयोग हुने मोबाइल फोनहरू अविकसित राष्ट्रका नागरिकले समेत प्रयोग गर्न थालिसकेका छन् । आविष्कारकै कारणले निरपेक्ष गरिबीको रेखा मुनि रहेको जनसङ्ख्या घटी रहेको छ भने थप घट्ने सम्भावना देखिन्छ ।

आविष्कारले हाम्रो जीवनस्तर त उकास्छ नै साथै हरेक वर्ष सञ्चालनमा आउने नयाँ व्यवसाय र आविष्कारबीच घनिष्ठ सम्बन्ध रहेको छ । तीव्र गतिमा विकसित औद्योगिक क्षेत्र (आइटी, एआई, भीआर, वायोटेक, टेलिहेल्थ, फिनटेक) मा अधिकांश नयाँ उद्योगहरूले प्रगति गरिरहेका छन् (सनान्दाजी एण्ड सनान्दाजी) । सोनीजस्ता ठूला व्यापारिक संस्थानहरू प्रशस्त पुँजी तथा मानवीय जनशक्तिको बलले उद्यमशील हुन सक्छन् तर मूलत नयाँ, सानो तथा प्रगतिशील व्यापारिक संस्थानहरूले आविष्कार तथा रोजगारी सिर्जनामा भूमिका खेल्नसकेका हुन्छन् ।

उद्यमशीलता कसरी प्रवर्द्धन गर्न सकिन्छ ?

केही पश्चिमाहरू उद्यमशील व्यवसायको घटिरहेको गतिशीलताप्रति चिन्तित छन् । नयाँ स्टार्टअपहरूको सङ्ख्या घटिरहेको छ, थोरै उत्पादन गर्ने स्टार्टअपहरू लामो समयसम्म चलिरहेका छन् र राम्रो गतिमा सञ्चालन भइरहेका फर्महरूले जनशक्तिभन्दा बढी प्रविधिमा लगानी गरिरहेका छन् (डेकर) । उद्यमीहरूले नयाँ उत्पादन तथा प्रक्रियाद्वारा उत्पादकत्व बढाउने र हाम्रो जीवन उन्नत बनाउने सामाजिक उत्तरदायित्वलाई ख्याल गर्दा यसले एउटा महत्वपूर्ण प्रश्न उठान गर्दछ : के पश्चिमी नीति निर्माताहरूले उद्यमशीलताको प्रवर्द्धनका लागि सही कदम चालिरहेका छन् र यसको प्रवर्द्धनका लागि थप के गर्न सक्छन् ?

दुर्भाग्य, माथिका प्रश्नको उत्तर सरल छैन । उत्तर सरल नभए पनि केही कठोर तथ्य भने छ किनभने 'उद्यमशीलता' लाई व्याख्या गर्न र पहिचान गर्न कठिन छ । उद्यमशीलताको झिल्लो मुख्यतः नयाँ र सानो कम्पनीमा देख्न सकिन्छ तर कुनैपनि देशमा नयाँ र सानो कम्पनीको सङ्ख्या धेरै हुनुलाई मात्रै उद्यमशीलताको मानक मान्न सकिँदैन । हाम्रो वरिपरि घरमा रङ लगाउने वा ट्याक्सी चलाउने धेरै स्वरोजगार मानिसहरू छन् तर सामान्यतया हामी उनीहरूलाई उद्यमी मान्दैनौं । हामी सधैं गतिशील र सिर्जनशील व्यक्तिहरूलाई उद्यमी मान्छौं जसले उत्पादनको तरिकालाई पुनःसङ्गठित गरेर केही नयाँ वस्तुको उत्पादन गर्ने गर्छन् । पिटर डुकरले सोही कुरालाई उदाहरणका साथ 'अमेरिकाका थुप्रै सहरहरूमा साना रेस्टुरेन्टहरू छन् तर म्याक डोनल्ड्सका मालिक रे क्रोकले उक्त उत्पादनलाई विशिष्टीकरण गरी, उत्पादन प्रक्रियामा क्रान्तिकारी परिवर्तन ल्याएर, नयाँ बजार स्थापना गर्न सफल भएकोले क्रोक उद्यमी हुन्' भनेर भन्ने गर्छन् ।

पतिपत्नी मिलेर अमेरिकाको कुनै एक सहरमा नयाँ बेकरी स्टोर खोल्दा वा अर्को मेक्सिकन रेस्टुरेन्ट खोलिरहँदा सो व्यापारमा केही जोखिम हुन्छ तर के उनीहरू उद्यमी हुन् ? उनीहरू त्यही कुरा गरिरहेको हुन्छन् जुन पहिलेदेखि गरिँदै आइएको छ । तर म्याक डोनल्ड्सजस्तै व्यवस्थापनको नवीन अवधारणा र व्यवस्थापनको नयाँ उपाय लगाएर (ग्राहकलाई वस्तुको मूल्य के हो भनेर सोधेर ?), उत्पादनको विशिष्टीकरण गरेर, नयाँ प्रक्रिया र उपाय अवलम्बन गरेर, गर्नुपर्ने कार्यको विश्लेषण गरेर, तालिम उपलब्ध गराएर र उत्पादनलाई विशेष बनाउन मापदण्ड तय गरेर उत्पादनमा प्रयोग हुने सामग्रीको राम्रो व्यवस्था र नयाँ बजार तथा ग्राहकको निर्माण तीव्र रूपमा सम्पन्न भए त्यसलाई उद्यमशीलता हो भनेर मान्न सकिन्छ । (डुकर)

नीति निर्माताहरूले उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्नका लागि सबै नयाँ व्यापारलाई अनुदान र अन्य किसिमको सहयोग गर्नुपर्छ भन्ने योजना बनाउँन सक्दछन् । त्यस्ता योजना केही उद्यमीका लागि फलदायी समेत हुनसक्छ तर त्यस्ता योजनाले करदाताहरूको पैसा त्यस्ता थुप्रै किसिमका व्यवसायमा जान सक्छ जसलाई कुनै पनि किसिमले उद्यमको रूपमा ग्रहण गर्न सकिँदैन । सामान्यता पाँचमध्ये एक नयाँ व्यवसाय स्थापना भएको एक वर्षमा असफल हुन्छ भने एक तिहाइ स्थापनाको दुई वर्ष र बाँकी रहेको आधा व्यवसाय भने पाँच वर्षभित्रै बन्द हुने गर्छन् (युएस स्मल बिजनेस एडमिनिस्ट्रेसन् अफिस अफ एड्भोकेसी २०१४) । स्थापना भएका केही व्यवसाय मात्र सफल हुन्छ बाँकी असफल भएका व्यवसायहरू भने धेरै र व्यापक कारणले असफल भएका हुन्छन् । त्यस्ता असफल व्यवसायहरू कति उद्यमशील छ वा छैनन् अथवा तिनका उत्पादनहरू कति नयाँ छ भन्ने कुराले केही फरक पर्दैन । यदि करदाताहरूको पैसा नयाँ व्यवसायलाई अनुदान दिनका लागि खर्च भएमा त्यसले केही उद्यमीलाई फाइदा त गर्छ तर अनुदानको धेरै भाग चाहिँ असफल ठाउँमा पुग्छ । अझ ठूलो विडम्बना के छ भने कुन व्यवसाय कति बेला सफल हुन्छ भनेर अनुमान गर्ने कुनै विधि निर्माण भएको छैन त्यसैले सरकारलाई उद्यम क्षेत्र चयन गर्न पनि कठिन हुन्छ ।

प्रयोगलाई प्रोत्साहन

केही अर्थशास्त्रीहरू सही परिस्थितिको निर्माणलाई उद्यमशीलताको उत्थान र विकासका लागि आवश्यक रणनीति मान्छन् (लेर्नर) । उद्यमशील प्रक्रियाको प्रयोगले आविष्कारक कम्पनी र वस्तु कि सफल कि असफल हुन्छन् । यस प्रक्रियालाई प्राकृतिक चयनको

सिद्धान्त अनुसार जैविक प्राणीहरू जीवित रहने प्रक्रियासँग तुलना गर्न सकिन्छ । हामी प्रयोगलाई जति महत्त्व दिन्छौं त्यति नै सफल हुने अवसर बढ्दै जान्छ । 'परीक्षण र त्रुटि' को विधि अनुसार जुन प्रक्रियाबाट सजिलै असफलता प्राप्त हुन्छ त्यसबाट सफल हुने प्रक्रिया उति नै उर्वर देखिन्छ । वास्तवमा, सफल उद्यमीका विगत असफलताको सङ्ग्रह हुने गर्दछ । धेरै सफल उद्यमीको जीवन असफलताले भरिएको हुने गर्छ । थोमस एडिसन पनि १ हजार पटकको असफलतापछि मात्र बल्ब बनाउन सफल भएका थिए । स्टिभ जब्बले एप्पल कम्पनीको लाखौं रकम एप्पल १ र एप्पल लिसामा डुबाएर आफ्नै कम्पनीबाट समेत बाहिर निकालिनु परेको थियो । सर जेम्स डाइसन् ५ हजार पटक प्रोटोटाइप बनाएपछि मात्र ब्याग नभएको भ्याकुम क्लिनर बनाउन सफल भएका थिए । पिटर थिएलले सञ्चालन गरेको हेज फण्डले कुल सम्पत्तिको ९५ प्रतिशत घाटा बेहोर्नु परेको थियो । * जेफ बेजोसले खरिद गरेको १० लाख खेलौनाहरू मध्ये आधा मात्र बिक्री भएको थियो । असफलताले उद्यमीहरूलाई कस्तो प्रक्रिया र कस्ता उत्पादनहरू बजारमा चल्दैन भन्ने सिकाउँछ भने उद्यमीहरूलाई विगतको असफलताले बजारले के माग गर्छ भनेर बुझ्न सहयोग गर्छ । बेजोसको अनलाइन अक्सन वेबसाइट पनि असफल भएको थियो तर त्यही असफलताको अनुभवले एमेजोन मार्केटप्लेस बनाउन सहयोग गरेको थियो ।

म असफल भइन् । मैले मात्र १ हजार वटा काम सफल नहुने तरिका पत्ता लगाए । - थोमस एडिसन

वैज्ञानिक आधारले केही हदसम्म उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहित गर्न सकिन्छ तर धेरै हदसम्म उद्यमशीलता अनुमानको खेल पनि हो ।

'सिलिकन भ्याली', संसारका केही ठूला उच्च-प्रविधि कम्पनीहरू र हजारौँ स्टार्टअपहरूको घर रहेको दक्षिण सान फ्रान्सिस्को बे एरियालाई चिनाउने नाम हो । सिलिकन भ्यालीलाई उद्यमशीलताको प्रतिष्ठित र सफल कथाको रूपमा ग्रहण गर्ने गरिन्छ । धेरै देशले उस्तै उद्यम केन्द्र बनाउन प्रयास गरेपनि हालसम्म अनुकरण गर्न सकेका छैनन् । कसैले पनि यसको स्थापना कसरी भयो भनेर निश्चित रूपमा बुझ्न सकेका छैनन् । विज्ञहरू बीच सो स्थान सार्वजनिक कि निजी लगानीमा स्थापना भएको थियो भन्ने विवाद छ । सिलिकन भ्यालीको स्थापनामा बलियो 'एंकर' कम्पनीहरू जसले सार्वजनिक पूर्वाधार र रक्षा सेवासम्बन्धी काम पनि गर्थे तिनको निःसन्देह सहयोग रहेको छ (माज्जुकेटो २०१३) । साथै, स्ट्यानफोर्ड विश्वविद्यालयजस्तो निजी संस्थासँगको निकटताले पनि महत्त्वपूर्ण भूमिका खेलेको थियो । एकातर्फ यस क्षेत्रले अस्थायी, अत्यधिक शिक्षित र सीपयुक्त कामदारहरू आकर्षित गर्न सक्षम भएको थियो भने अर्कोतर्फ स्थानीय व्यावसायिक वातावरणको लाभसमेत राम्रोसँग उठाएको थियो, जहाँबाट स्टार्टअपहरूले भन्चर क्यापिटालिस्टहरूबाट लगानी र सल्लाह प्राप्त गर्न सक्थे । त्यस्तै, समान प्रकृतिका प्राविधिक कम्पनीहरूको यस क्षेत्रमा आगमनले समग्र प्रविधि क्षेत्रमा 'क्लस्टरिङ' निर्माण गर्‍यो जसले विभिन्न कम्पनीहरूबीच को अनुभव आदानप्रदानलाई महत्त्वपूर्ण बनायो र विशिष्टीकरण रोजगारमा वृद्धि गर्‍यो । यो सम्भवतः भाग्यशाली संयोग थियो जसलाई पुनः निर्माण गर्नु अरू क्षेत्र वा देशका लागि कठिन भयो ।

कसरी अर्थशास्त्रीहरू उद्यमशीलतालाई उपेक्षा गर्छन् ?

मूलधारका अर्थशास्त्रीहरूले उद्यमशीलताको विकासबारे आवश्यक पहलको विषयमा न्यून मात्रामा मार्गदर्शन प्रदान गर्न

सकछन् किनभने उनीहरूले उद्यमशीलता पूर्णरूपमा उपेक्षा गर्ने गरेका छन् ।

उद्यमशीलता आर्थिक वृद्धि र समृद्धिलाई निर्देशित गर्ने महत्त्वपूर्ण शक्ति हो (क्रितिकोस २०१४) । उद्यमशीलताले उत्पादनका अन्य कारकहरूलाई उपयोगिता सिर्जनामा प्रेरित, निर्देशित र सङ्गठित गर्छ । यद्यपि मूलधारका अर्थशास्त्रीहरूले यस्तो महत्त्वपूर्ण उत्प्रेरक कार्यको थोरै मात्र कदर गर्ने गरेका छन् । यसको प्रमाण मूलधारका अर्थशास्त्रका पाठ्यपुस्तकहरूमा स्पष्ट रूपमा पाइन्छ । मूलधारका अर्थशास्त्रका पाठ्यपुस्तकमा 'फर्म' भनेको केवल अमूर्त विचार हो । त्यहाँ फर्महरू किन अस्तित्वमा छन्, तिनीहरू कसरी जन्मिन्छन्, तिनीहरूको फरकपना र विविधता (साइज बाहेक), तिनीहरू कसरी परिवर्तन हुन्छन् र विकास गर्छन्, तिनीहरूका संस्थापकहरू, कामदारहरू र ग्राहकहरूको लागि फर्महरूको के अर्थ छ वा तिनीहरू किन असफल हुन्छन् भन्ने कुनै कुराको व्याख्या छैन । अर्को शब्दमा भन्नु पर्दा, त्यहाँ मानव र उद्यमशील विचारलाई पूर्ण रूपमा उपेक्षा गरिएको छ । सामान्य रूपमा मानिस र विशेष रूपमा उद्यमीहरू सम्पूर्ण आर्थिक जीवन बुझ्नको लागि महत्त्वपूर्ण कडी हुन् । मानिसले नै काम र व्यवसायलाई उत्प्रेरित गर्छन् । मानव मस्तिष्कले कुनै उद्देश्यका लागि निर्देशित नगरेसम्म जमिन, जनशक्ति र पुँजीले केही पनि उत्पादन गर्दैन । मानिसहरूले कङ्क्रिट वा कम्प्युटर चिप्स बनाउन प्रयोग नगरेसम्म बालुवा केवल बालुवा हो, पुँजीगत वस्तुहरू जबसम्म मूल्यवान् वस्तुहरू उत्पादन गर्न प्रयोग गरिँदैन त्यस बेलासम्म निष्क्रिय रहन्छन् । मानिसले यदि खेतीलाई सिँचाइ गर्न सहयोग गर्दैन, भवनहरूको जग खडा गर्न वा अन्य कुनै मानवीय उद्देश्य पूरा गर्दैन भने खाल्डो खन्नु व्यर्थ हुन्छ । हामीले अर्थशास्त्र बुझ्नुअघि मानवीय प्रेरणा र अन्तर्क्रियालाई बुझ्नुपर्छ ।

दुर्भाग्यवश, मानिसहरू यस्ता समृद्ध मानव व्याख्याहरूभन्दा अर्थतन्त्रको एक सरल 'मेकानिकल' मोडेललाई सजिलै बुझ्न सक्छन् । पाठ्यपुस्तकका 'पूर्ण प्रतिस्पर्धात्मक बजार' जस्ता सजिला अवधारणाहरू जहाँ एक काल्पनिक संसारमा समान खरिदकर्ता र विक्रेताहरूले समान वस्तुहरू निःशुल्क खरिद गरिरहेका छन् ती वास्तविक बजारहरूका परिवर्तन र विविधता भन्दा सरल छन् । तर त्यस्ता पाठ्यपुस्तकका अवधारणाहरू काल्पनिक र अवास्तविक हुन्छन् ।

अझ दुर्भाग्यवश, 'पूर्ण प्रतिस्पर्धात्मक बजार' अवधारणाले के सङ्केत गर्दछ भने जहाँसुकै वास्तविक बजार 'अपूर्ण' छन्, हामीले (विशेष गरी सरकारी नीति निर्माताहरू) तुरुन्त हस्तक्षेप गर्नुपर्छ र तिनलाई 'पूर्णता'मा ल्याउन प्रयास गर्नुपर्छ । तर बजारहरू कहिल्यै 'पूर्ण' हुन सक्दैनन् । यदि हाम्रो आर्थिक जीवन पूर्ण हुने थियो भने कसैले कुनै पनि वस्तुमा सुधार गर्ने कारण नै पाउने थिएनन् । कुनै बजारको आवश्यकता हुने थिएन, कुनै बजार अस्तित्वमा रहन सक्ने थिएन । वास्तविकतामा, आर्थिक जीवनका अपूर्णताहरूले नै मानिसहरूलाई उत्पादन गर्न र एकअर्कोकाबीच वस्तुहरूको व्यापार गर्न बाध्य बनाउँछ । परिस्थितिहरू बदलिँदो समयसँगै बदलिन्छ । बजारले त्यस्ता परिवर्तनशील परिस्थितिहरूमा प्रतिक्रिया जनाउँछ । अनगिन्ती वस्तु र सेवाहरूको बदलिँदो माग र आपूर्ति चलिरहने स्थानमा बजार गतिशील हुन्छ । त्यो प्रवाहले पहाडी खोल्सोमा भुमरीहरू उत्पन्न भए जसरी नयाँ अभाव र अवसरहरू उत्पन्न गर्छन् । यस्ता भुमरीहरूसँग जुध्न उद्यमीहरूले नयाँ प्रक्रियाहरू र उत्पादनहरू सिर्जना गर्छन्, नयाँ वस्तु आविष्कार गर्छन् । नवीनताको माध्यमबाट उद्यमीहरूले मानिसहरूलाई नयाँ वस्तु, सेवा र

विकल्पहरू उपलब्ध गराउँछन् जसको केही समय अधिसम्म कल्पना पनि गरिएको हुन्न ।

उद्यमीहरू यस्ता सबै काम पाठ्यपुस्तकमा रहेको 'पूर्ण ज्ञानको' अभावमा नै गर्छन् । उद्यमीहरू कुन प्रक्रिया व्यावहारिक र लाभदायक हुन्छ वा कुन गुणस्तर र कुन मूल्यमा जनताले कस्तो उत्पादन चाहन्छन् भन्ने कुरा पहिल्यै थाहा पाउँदैनन् । उनीहरू सबै कार्य अनुमानको भरमा गर्ने गर्छन् । यद्यपि धेरै सफल उद्यमीहरूको हकमा भने सो अनुमान प्रेरणादायी र विचारशील हुन जान्छ । उद्यमीहरूले अनुमानको भरमा जोखिम उठाउँछन् । अनिश्चित प्रतिफलका लागि उद्यमीहरू लगानी गर्ने निर्णय लिन्छन् र आफ्नो परियोजनामा समय, प्रयास, पुँजी र अन्य स्रोतहरू लगानी गर्छन् । उद्यमीहरू भविष्यले के ल्याउनेछ र भावी उपभोक्ताहरूका आवश्यकता र रोजाइहरू कस्ता हुनेछन् भन्ने अनुमान गर्छन् । उदाहरणसहित भन्नु पर्दा लगभग आधा विश्वको जनसङ्ख्यालाई स्मार्टफोन चाहिन्छ र स्मार्टफोनका लागि पैसा खर्च गर्छन् भन्ने कुरा कसले सोच्न सकेको थियो होला र ? के कुनै विश्वकोश, एटलस, सन्दर्भ पुस्तक, डायरी, समाचारपत्र, गणना मेशिन, क्यामेरा, सङ्गीतप्लेयर वा डिपार्टमेन्ट स्टोरका उत्पादकले सोचेका थिए कि तिनीहरूका व्यवसायहरू कुनै खल्तीको उपकरणले बर्बाद हुनेछन् ? तर अनिश्चितताको पृष्ठभूमिमा जोखिम उठाउनु नै केही सिद्धान्तकारहरूको अनुसार उद्यमशीलताको परिभाषा हो (म्याकमेकन २०१४) ।

प्रतिस्पर्धाको महत्त्व

पाठ्यपुस्तकीय दृष्टिकोणमा प्रतिस्पर्धालाई धेरै हदसम्म समान खरिदकर्ता र विक्रेताहरू उपस्थित भएको एक निश्चित अवस्था भनेर

व्याख्या गरिएको छ । बेलायती -अस्ट्रियन नोबेल पुरस्कार विजेता अर्थशास्त्री एफ. ए. हायेक (१८९९-१९९२) ले प्रतिस्पर्धा उद्यमी र उद्यमशीलताले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्ने सक्रिय र निरन्तर प्रक्रिया हो भनेर व्याख्या गरेका छन् । (हायेक १९७८) ।

हायेकले प्रतिस्पर्धालाई खोज प्रक्रिया भनेका छन् । उद्यमीले ग्राहकको बदलिँदो माग र उत्पादनका स्रोतहरूको मूल्य तथा आपूर्तिमा भएका भिन्नताहरूको सहयोगले नयाँ जानकारी पत्ता लगाउँछन् । उनीहरूले वस्तु र सेवा उत्पादन गर्न सस्ता र प्रभावकारी तरिकाहरू पत्ता लगाउँछन् र ग्राहकको आवश्यकता, चाहना र रुचिलाई थप स्पष्ट रूपमा पहिचान गर्छन् ।

प्रतिस्पर्धाले उद्यमीहरूलाई ग्राहकका चाहनाहरूलाई सकेसम्म छिटो पूरा गर्नुपर्ने दबाव दिन्छ । बजारमा वस्तुको अधिक मात्रा, अभाव र अवसरहरू सधैं उत्पन्न भइरहन्छन् । यस्ता अवस्थाहरू बजारको गतिशीलता र जटिलताको स्वाभाविक परिणाम हुन् । बजारमा आपूर्ति, माग तथा मूल्यका दैनिक उतारचढाव र असन्तुलनहरूले अपरिहार्य रूपमा नयाँ अवसरहरू खुला गर्छन् । उद्यमीहरू ती बढ्दो मात्रा रोक्न, अभावपूर्ति गर्न र भएका अवसरहरू छोप्रे काम गर्छन् र भविष्यका अतिरिक्त अभावको पूर्वानुमान गर्दै पहिलेदेखि नै समाधानको प्रयास गर्छन् । बजार प्रतिस्पर्धामा उद्यमीहरूले छिटो काम गर्नुपर्छ नत्र प्रतिस्पर्धीहरूले ती अवसरलाई प्रयोग गरी सफलता प्राप्त गर्न सक्छन् । प्रतिस्पर्धात्मक बजारमा देखिएको असन्तुलनको समाधान छिटो हुन्छ, जुन सरकारी योजनाकारहरू वा एकाधिकारकर्ताहरूले गर्दा सम्भव हुँदैन किनभने सरकारी मान्छेलाई बजार असन्तुलनप्रति त्यति चासो हुँदैन । जति बढी प्रतिस्पर्धा हुन्छ उद्यमीले त्यति छिटो र छरितो किसिमले अवसर पहिचान गर्न र अभाव

पूर्ति गर्न कुशल हुनुपर्छ र सटीक रूपमा निकट भविष्यमा हुने मागको अनुमान गर्न सक्नु पर्छ । जति छिटो उद्यमीहरूले जनताको वास्तविक आवश्यकतालाई पूरा गर्छन् त्यति उनीहरूको कार्यले सम्पूर्ण समाजलाई राम्रो बनाउँछ ।

कसैले पनि उद्यमशीलतालाई अस्तित्वको रूपमा स्वीकार गर्दैनन् तर यसको अस्तित्वले नै रचनात्मक सोचलाई अघि बढाउने गर्छ ।

– अनिता रोडिक, संस्थापक, बडी सप

प्रतिस्पर्धालाई छनोटको विकासशील प्रक्रियाको रूपमा पनि हेर्न सकिन्छ । छनोट भने उत्पादक, व्यवसाय र उद्यमीले नभएर उपभोक्ताले गर्छन् । उपभोक्ताले आफ्नो आवश्यकता सबैभन्दा राम्रोसँग पूरा गर्ने वस्तुलाई न्यूनतम शुल्कमा उच्चतम उपयोगिता प्रदान गर्छ । यदि कसैले उपभोक्ताका लागि थोरै मूल्यमा अधिक राम्रो वा सस्तो उत्पादन प्रदान गर्न सक्छ भने तिनले आफ्नो पुरानो आपूर्तिकर्ता छोडेर नयाँ उत्पादन तथा आपूर्तिकर्तामा आफ्नो पैसा खर्च गर्न सक्छन् । संसारलाई आफ्नो दैलो अगाडी ल्याउनु छ भने बलियो रणनीति बनाउनु पर्छ । यद्यपि उद्यमशीलताको सफलतामा रणनीतिको अतिरिक्त पनि थुप्रै कुरा छन् ।

प्रतिस्पर्धात्मक बजारमा छनोट प्रक्रियामार्फत उत्पादकका स्रोतहरू आफ्नो सेवा वा उत्पादनलाई राम्रो बनाउनमा खर्च हुन्छ, जसले उपभोक्ताको पैसालाई सबैभन्दा बढी उपयोगिता प्रदान गर्छ । उपभोक्ताहरूले दैनिक लेनदेनमा खर्च गर्ने एक-एक पैसाले निरन्तरको मतदान जस्तै काम गर्छ । उपभोक्ताले खर्च गर्ने प्रत्येक पैसाले उद्यमीलाई प्रत्येक वस्तु र सेवा कति मात्रामा उत्पादन गर्नु पर्छ भनेर सङ्केत गर्दछ । यस प्रक्रियाले उद्यमीलाई आफ्नो स्रोत तथा उत्पादन

प्रक्रियाहरूलाई मूल्यवान वस्तु वा सेवाको उत्पादनतिर मोड्न प्रेरित गर्छ । यसले उद्यमीहरूलाई उत्पादन र आपूर्तिका लागि नयाँ विधि खोज्न र नवीनतालाई उत्प्रेरणा प्रदान गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ । यसको परिणामको स्वरूप उपलब्ध स्रोतहरूलाई सबैभन्दा प्रभावकारी रूपमा प्रयोग गरिन्छ भने वस्तुले प्रदान गर्ने उपयोगिताको वृद्धिले सम्पूर्ण समाज लाभान्वित हुन्छ ।

लोकतन्त्रमा बहुमत प्राप्त गर्ने उम्मेदवार वा रणनीतिले मात्र नीति निर्माणमा भूमिका खेल्न सक्छ । अल्पमतले राजनीतिमा प्रत्यक्ष प्रभाव पार्दैनन् । तर, बजारमा कुनै मत बेकार हुँदैन । उपभोक्ताले खर्च गरेका प्रत्येक पैसाले उत्पादन प्रक्रियामा असर पुऱ्याउन सक्छ । – लुडविग भोन मिसेस, ह्युमन एक्सन

उद्यमशीलता र विविधता

मूलधारको अर्थशास्त्रीय दृष्टिकोणमा अर्को कमजोरी पनि छ । यसले विविधताको महत्त्वलाई कम आँकलन वा बेवास्ता नै गर्दछ । तथाकथित 'पूर्ण प्रतिस्पर्धा' मा उत्पादनहरू एकै प्रकारका हुन्छन् । तर, वास्तविकतामा उत्पादनहरू निश्चित रूपमा समान हुँदैनन् । हामीसँग दैनिक उपभोग्य सामान र उपभोग गर्ने सेवाहरूमा विभिन्नता र विकल्पहरू छ । 'पूर्ण प्रतिस्पर्धा' मोडेल मात्र एक सैद्धान्तिक अवधारणा हो जुन हाम्रो सोच्ने क्षमतालाई सहयोग गर्न डिजाइन गरिएको हो । तर, यस अवधारणाले वास्तविक विविधता र आर्थिक क्रियाकलापको जटिलतालाई बेवास्ता गर्छ जसले हामीलाई केही गलत धारणा निकट पुऱ्याउँछ । 'पूर्ण प्रतिस्पर्धा'को अवधारणाले धेरै मानिसहरूलाई कुनै पनि वस्तुको दुई भन्दा बढी उत्पादक हुनु 'व्यर्थ'

हो भन्ने निष्कर्षमा पुऱ्याउँछ । आखिर, 'इकोनोमिक्स अफ स्केल 'को अर्थ भनेको एउटै ठूलो कम्पनीले धेरै साना कम्पनीहरू भन्दा सस्तोमा वस्तुहरू उत्पादन गर्न सक्षम हुनु हो । सोही समयमा, वितरण प्रणालीहरू एकीकृत गर्न सकिन्छ र प्रतिस्पर्धात्मक विज्ञापनको आवश्यकता हुँदैन ।

वास्तविक प्रतिस्पर्धाले एकै उत्पादकको व्यर्थ दोहोरो उत्पादनलाई प्रोत्साहन नगरेर उद्यमीहरूलाई फरक उत्पादनहरू सिर्जना गर्न प्रेरित गर्छ । उत्पादकहरूले आफ्ना प्रतिस्पर्धीहरूबाट ग्राहकलाई उस्तै नभएर राम्रो र सस्तो वा राम्रो र सस्तो दुवै उत्पादन उपलब्ध गराएर जिल चाहन्छन् । उत्पादकहरू भीडबाट फरक देखिने, ग्राहकहरूको ध्यान र कल्पनालाई आकर्षित गर्ने र ग्राहकहरूको खर्च गर्ने बानीलाई परिवर्तन गराउने उत्पादनहरू सिर्जना गर्न चाहन्छन् । उत्पादकको प्रयत्नको परिणामस्वरूप उपभोक्ताहरूले छनोट गर्नका लागि विभिन्न विशेषताहरू र भिन्न मूल्य तथा गुणस्तरका उत्पादनहरूको व्यापक विविधता पाउँछन् । कुनै दुई कार, कम्प्युटर वा कस्मेटिकका मोडेलहरू समान हुँदैनन् । यद्यपि सामान्य देखिने साबुन, सुन्तलाको जुस वा ह्याम्बर्गरजस्ता उत्पादनहरू पनि विभिन्न तरिका र शैलीमा बनाइन्छ, प्याकेज गरिन्छ र बजारमा प्रस्तुत गरिन्छ । हामी उस्तै कपडा, जुता, घडी वा हेयर स्टाइल चाहँदैनौ । तर 'पूर्ण प्रतिस्पर्धा' अवधारणाले यस्तो विविधतालाई बेवास्ता गर्छ र सिर्जना गर्ने उद्यमशीलताको भूमिका र महत्त्वलाई नजरअन्दाज गर्छ जसले नवीनता र मानव प्रगतिमा समेत प्रभाव पार्छ ।

वास्तविक संसारमा प्रशस्त प्रतिस्पर्धा छ । प्रतिस्पर्धामा समेत उद्यमीहरूले हामी सबैलाई एउटै उत्पादन दिन खोजिरहेका हुँदैनन् । उद्यमीहरू हामी कस्तो प्रकारका उत्पादनहरू रुचाउँछौ भनेर पत्ता

लगाउन प्रयासरत हुन्छन् । यसले तिनीहरूको सिर्जनशीलता र नवीनतालाई मानिसको वास्तविक चाहना पूरा गर्नमा प्रयोग गर्न प्रेरित गर्छ । यस प्रक्रियामा उनीहरूले नयाँ खोजहरू गर्छन्, प्रणालीहरू विकास गर्छन्, उत्पादकत्व सुधारछन्, वस्तुको मूल्य बढाउँछन् र विकास प्रवर्द्धन गर्छन् ।

यस्ता महत्त्वपूर्ण कारणहरूले गर्दा हामीले उद्यमशीलताप्रति चासो राख्नुपर्छ र यसलाई बुझ्न र प्रोत्साहन गर्न प्रयास गर्नुपर्छ (सेठ २०१९) ।

* = विकिपिडिया

उद्यमशीलताका विभिन्न विचारहरू

संरचनाहरू, भूमिकाहरू र व्यक्तित्वहरू

धेरै मानिसले उद्यमशीलतालाई विशिष्ट व्यवसाय, पेशा र मानसिकताको रूपमा (क्लाइन र मारीओटी २०१३) कल्पना गर्छन् । यी तीन सामान्य दृष्टिकोणहरूलाई विस्तृत रूपमा अन्वेषण गर्नु आवश्यक छ ।

व्यापारको प्रकार : प्रायः मानिसहरूले उद्यमशीलतालाई स्टार्ट-अप व्यवसायसँग तुलना गर्छन् । केही अर्थशास्त्रीहरूले स्टार्ट-अप व्यवसायको सङ्ख्याको आधारलाई कुन देशमा कति उद्यमशीलता छ भन्ने मानकको रूपमा प्रयोग गर्ने गर्छन् । तर, यस्तो तुलना सही होइन । पहिलो, हामीले देखौं, स्टार्ट-अप व्यवसाय सधैं उद्यम हुँदैन । प्रत्येक वर्ष साना क्याफे, टाटु पार्लर, साइकल मर्मत पसल, ड्राई क्लिनर र पुस्तक पसलहरू उल्लेखनीय सङ्ख्यामा खुल्ने गर्छन् तर ती मध्ये कुनै पनि व्यवसायलाई वास्तविक रूपमा उद्यम भनेर परिभाषित गर्न

सकिँदैन । दोस्रो, उद्यमीले सधैं नयाँ व्यवसाय सुरु गर्छ भन्ने अनिवार्य छैन । धेरै उद्यमीहरू आफ्ना व्यवसायलाई आफ्नै तरिकामा अघि बढाउनमा रुचि राख्छन् । उद्यमीहरू व्यवसायको माध्यमबाट आफ्नो विचारलाई आफ्नै किसिमले अघि बढाउन सजिलो अनुभव गर्छन् । यसो गर्दा उद्यमीहरूले कुनै व्यापारिक साझेदार अथवा हाकिमलाई खुसी बनाई राख्नु पर्दैन । साथै, आफैले साँचेर राखेको नवीन योजना अघि बढाउन कसैको दबाब सहनु पर्दैन । उद्यमीहरू व्यवसायबाट आशा गरिएको सफलताको सम्पूर्ण प्रतिफल स्वयम् उठाउने लक्ष्य राख्छन् । तर, पुराना र स्थापित कम्पनीहरूमा पनि उद्यमशीलता हुन सक्छ । उदाहरणको लागि: फोर्डले कार सेयरिङ्ग र पार्किङ्ग स्थान खोज्ने एपहरू विकास गर्दैछ, एमेजोनले अन्य देशहरूका लागि वेब सेवाहरू सिर्जना गर्दैछ, आईबीएमले कृत्रिम बौद्धिकतालाई हार्डवेयर वा सफ्टवेयरको रूपमा नभएर सेवाको रूपमा सोचिरहेको छ, गुगलले स्व-चालित कारहरू, अन्तरिक्ष अनुसन्धान र अन्य कुराहरूको अनुसन्धान गर्दैछ । वास्तवमा ठूलो व्यवसायहरू उद्यमशील आविष्कारको विकासका लागि धेरै प्रभावकारी हुन सक्छन् किनभने ठूला व्यवसायसँग अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा समेत उद्यमशीलतालाई आवश्यक पर्ने स्रोत र विस्तारका लागि आकार हुन्छ ।

स्व-रोजगार पनि उद्यमशीलता मापन गर्ने सही सूचकाङ्क होइन (हेनरेक्सन र सानन्दाजी २०१४) । धेरै मानिसले स्वरोजगार व्यक्तिहरूलाई 'उद्यमी' भनेर बुझ्ने र सबै उद्यमीहरू स्व-रोजगार हुन् भनेर कल्पना गर्छन् । तर, दुई मध्ये कुनै पनि कुरा अनिवार्य रूपमा सत्य होइन । स्वतन्त्र रूपमा काम गर्ने प्लम्बर वा ट्याक्सी चालक सामान्यतया 'उद्यमी'को व्याख्या भित्र पर्दैनन् । त्यस्तै, स्वतन्त्र पर्यटन गाइड, गहना डिजाइनर, खेल प्रशिक्षक, पत्रकार, सफाइकर्मी, माली,

जनावर हेरचाह गर्ने वा सङ्गीत प्रशिक्षकलाई पनि उद्यमीको रूपमा गणना गरिँदैन । तसर्थ, स्वतन्त्र रूपमा व्यवसाय गर्नेहरूको सङ्ख्यालाई देखाएर उद्यमशीलता बढेको भनेर भन्न मिल्दैन । त्यसो भनेमा त्यो एकदमै गलत व्याख्या हुन्छ ।

ग्लोबल उद्यमशीलता मोनिटरले उद्यमशीलता स्व-रोजगारसँग नकारात्मक किसिमले सम्बन्धित छ भन्ने देखाउँछ ।*१ यसका पछाडि अनेक कारणहरू छन् । उदाहरणको लागि : कुनै स्थानमा स्व-रोजगार व्यक्तिको सङ्ख्या धेरै छ भने त्यस स्थानका व्यक्तिहरूमा आफ्नो व्यवसायलाई विस्तार गरेर सफल बनाउन प्रेरणा, ऊर्जा, स्रोत वा अवसर छैन भन्ने सङ्केत गर्दछ । अझ, त्यहाँका स्व-रोजगार व्यक्तिहरूले आफ्नै व्यवसाय बढाउने बारे सोच पनि सक्दैनन् किनभने त्यस स्थानमा व्यवसाय विस्तार गर्नका लागि पर्याप्त पुँजी उपलब्ध हुँदैन । खराब पूर्वाधारले (सञ्चार र यातायात) स्थानीय क्षेत्रबाट व्यवसायलाई विस्तार गर्न गाह्रो बनाउँछ । त्यस्ता स्थानमा अन्य व्यक्तिलाई रोजगार दिनका लागि निर्माण गरिएको प्रावधानहरूले रोजगारदातालाई फाइदा भन्दा घाटा गर्छ भन्ने बुझाइको प्रचार गर्छ । विश्वका केही अत्यन्त गरिब देशहरूमा स्व-रोजगारको सङ्ख्या अधिक देखिन्छ । त्यस्ता देशहरूमा जीविकोपार्जनका लागि कृषि वा घरमा आधारित हस्तकला व्यापारको प्रचलनले स्व-रोजगारको सङ्ख्या बढाई रहेको हुन्छ जुन मूलतः उद्यमशीलता होइन । यो तथ्यलाई तथ्याङ्कले पनि पुष्टि गर्दछ कि जुन देशमा बढी स्व-रोजगार व्यक्ति छन् त्यहाँ अर्बपतिको सङ्ख्या थोरै हुन्छ । (सानन्दाजी र लिसन २०१३) ।

उद्यमशीलता र स्टार्ट-अप वा स्व-रोजगारलाई समान बुझ्ने सोचबाट धेरै खराब सार्वजनिक नीतिको खाका कोरिएको छ

(हेनरेक्सन र सानन्दाजी २००८) । उद्यमशीलताको मापन गर्ने तुलनात्मक राम्रो सूचकाङ्कको रूपमा भने गजेलहरूको सङ्ख्या (नयाँ र तीव्र वृद्धि गर्ने उद्यमहरू जसको ठूलो कारोबार र राजस्व वृद्धिको रेकर्ड हुने गर्छ)*2 वा युनिकर्नहरू (एक अर्ब डलर भन्दा बढीको मूल्यका निजी दुर्लभ स्टार्ट-अपहरू) हुन सक्छ । तर, यस्ता मापनहरूले केवल उद्यम प्रक्रियाबाट उदाउने केही सफलतामा मात्रै ध्यान आकृष्ट गर्छ । यस्ता मापनहरूले उद्यमशीलताको परिमाणलाई ठूलो मात्रामा कम गर्छ किनकि मापनले स्थापित कम्पनीहरूमा हुने उद्यम गतिविधिको मात्रा र व्यक्तिगत उद्यमी प्रयासहरूको ठूलो भागलाई बेवास्ता गर्छ जसमा अधिकांश उद्यमी असफल हुन्छन् । यस्ता मापनहरूले विभिन्न देशहरू वा विभिन्न समयबीचको उद्यमशीलता दरको सही तुलना गर्न सक्दैनन् । तुलना गर्न किन पनि कठिन हुन्छ भने विभिन्न देशहरूमा भिन्न कानून, कर, नियम, संस्था, पूर्वाधार र पुँजी बजारहरू छन् । यस्ता कारकहरू एउटै देशभित्र पनि समयको साथ परिवर्तन हुन्छन् । फरक समय र देशमा धेरै उद्यमहरू हुन्छन् तर तिनीहरूको गजेल वा युनिकर्नमा परिवर्तन हुने सम्भावना अन्य धेरै कुरामा पनि निर्भर गर्दछ ।

पेशा : उद्यमीको अर्को परिभाषा भनेको सानो कम्पनीको मालिक-प्रबन्धकको हो । त्यसैले, मालिक-प्रबन्धकहरूको सङ्ख्यालाई उद्यमीहरूको सङ्ख्याको रूपमा मापन गर्ने गरिन्छ । यो परिभाषाले केही उद्यमी व्यवसाय र स्रोतहरूको व्यवस्थापन र सङ्गठन गर्दै काम गरिरहेको छन् भन्ने अर्थ दिन्छ र सत्य के पनि हो भने अधिकांश उद्यमीहरू मालिक-प्रबन्धक वा व्यवसाय साझेदार हुन्छन् ।

तर, फेरि यो परिभाषा धेरै व्यापक जस्तो पनि लाग्न सक्छ ।

हामी साना क्याफे वा किराना स्टोरको मालिक-प्रबन्धकलाई उद्यमीको रूपमा स्वीकार गर्दैनौं जसले आफ्नो व्यवसाय विस्तार गर्ने बारे सोच्दैनन् । हामी त्यस्ता व्यक्तिलाई उद्यमीको रूपमा स्वीकार गर्छौं जसले आफ्नो व्यवसायको स्वामित्व ग्रहण र व्यवस्थापन गर्दछन् र आफ्नो उत्पादनलाई ठूलो र राम्रो बनाउन सुधार गर्दै नयाँ बजारहरूको विकास र वृद्धि व्यवस्थापन गर्दछन् । यद्यपि, सबै उद्यमीहरू मालिक-प्रबन्धक हुँदैनन् । केही उद्यमी ठूलो कम्पनीका कर्मचारी हुन सक्छन् भने केही सृजनात्मक व्यक्ति हुन सक्छन् जसले आफ्नो व्यवसायको व्यवस्थापन अरूलाई छाडेका हुन्छन् ।

कसैले भने उद्यमीलाई त्यस्ता व्यक्तिको रूपमा परिभाषित गर्छन् जसका लागि नवीन सिर्जना, उत्पादन गर्नु र बजारमा लगानी गर्नु पेशा हो । त्यस्ता उद्यमी एकपछि अर्को सिर्जना, व्यवसाय सञ्चालन गर्न र नयाँ व्यवसायहरू पनि सुरु गर्न सक्छन् । हामी यीनलाई क्रमिक उद्यमी भन्छौं । हामी क्रमिक उद्यमीको उदाहरणका रूपमा स्टिभ जब्स (एप्पल, नेक्स्ट पिक्सर), इलन मस्क (स्पेस एक्स, टेस्ला, सोलारसिटी), सर रिचार्ड ब्रान्सन (भर्जिन म्यूजिक, भर्जिन एटलान्टिक, भर्जिन रेल) र सर जेम्स डाइसन (भ्याक्यूम क्लिनर, एयर प्युरिफायर, वासिङ्ग मेसिन, हेयर ड्रायर) हरू लाई लिन सक्छौं । यस्ता व्यक्तिहरू धेरै छन् । यसमा अमेरिकी टिभी च्याट शोका लागि चर्चित ओप्रा विनफ्रेलाई पनि समावेश गर्न सकिन्छ जसले उद्यमी अधिकारको लाभ उठाउनका लागि हार्पो प्रोडक्शनको स्थापना, ओप्रा विनफ्रे नेटवर्क लन्च गरिन् र केबल च्यानल अक्सिजनको सह-संस्थापक बनिन् । यस्ता क्रमिक उद्यमीहरू जो पहिलेदेखि नै अर्बपति छन् तिनका लागि आर्थिक फाइदाको विषय त्यति महत्त्वपूर्ण हुँदैन । उनीहरू नयाँ प्रयोग गर्नका लागि प्रेरित रहन्छन् ।

मानसिकता : के उद्यमशीलता भनेको उद्यमीलाई अन्य व्यक्तिबाट भिन्न बनाउने मानसिकता हो ? जब उद्यमीहरूको कुरा आउँछ, प्रायः मानिसले उद्यमीको रचनात्मकता, नवीनता, अवसरहरूको खोजी गर्ने खुबी, यथास्थितिलाई चुनौती दिने निर्णय, व्यवसाय र त्यसका उत्पादनहरूसँगको व्यक्तिगत पहिचान, शैली, गुणस्तर र व्यवस्थापनप्रतिको एकाग्र प्रतिबद्धता सम्झन्छन् । यी विशेषतासँगै आत्मविश्वास, अनुभव, बहुकार्य गर्ने क्षमता र जोखिम लिन तयार हुने इच्छाशक्ति पनि महत्त्वपूर्ण छन् (फसर र क्लाइन २०१०) ।

तर, सबै उद्यमीमा माथि उल्लिखित न त सबै गुण न क्षमता, दुवै हुँदैनन् । कोही उद्यमी उत्कृष्ट आविष्कारक र अवसर पहिल्याउने हुन्छन् तर तिनको व्यवस्थापन पक्षमा उति दखल हुँदैन । कोही प्रेरणादायक व्यवस्थापकहरू हुन्छन जसले बजारलाई पूर्ण रूपमा गलत अर्थमा बुझेका हुन्छन् । सिलिकन भ्यालीमा पढन्ते र उत्साही व्यक्तिको कमि छैन तर तिनीहरू अन्य मानिसलाई व्यवस्थापन गर्न सक्दैनन् र त्यहाँ भएका अत्यधिक सक्षम व्यवस्थापकहरू पनि आफ्ना उत्पादन र बजारलाई गलत रूपमा बुझ्छन् । पहिलोको उदाहरण स्तिभ जब्स हुन सक्छन् र दोस्रोको जोन स्कुली जसले जब्सलाई छोटो समयका लागि एप्पलबाट निकालेको थिए ।

म विश्वास गर्दछु कि सफल उद्यमी र असफल उद्यमीहरू बीचको फरकको आधा कारण पूर्ण दृढता हो । - स्तिभ जब्स, सह-संस्थापक, एप्पल

यसबाहेक गुणहरू मापन गर्न पनि गाह्रो हुन्छ । हामी 'चेतना', 'रचनात्मकता' वा 'निर्णय' को मापन कसरी राख्न सक्छौं ? यी गुणहरूले हामीमा कति उद्यमशीलता छ भनेर जान्नका लागि वा

सार्वजनिक नीतिले उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्दछ या रोक्दछ भनेर बुझ्नकालाई त्यति धेरै सहयोग गर्दैनन् । मानिसमा यी गुणहरू छन् कि छैनन् भन्ने मापनले तिनीहरू उद्यमीको रूपमा सफल हुने सङ्केत गर्दैन । केही मानिस साहसी, स्वप्निल र रचनात्मक विचार भएका हुन सक्छन् तर तिनीले कहिल्यै आफ्नो व्यवसायलाई स्टार्ट-अप माध्यमबाट बाहिर निकाल्न सक्दैनन् । तिनीहरूले आफ्नो कम्पनीलाई त बढाउँछन् तर सफलतामा आत्मसन्तुष्ट हुँदा अन्य साहसी, स्वप्निल र रचनात्मक व्यक्तिले तिनीहरूलाई पछि पार्छन् (म्याकमेकन २०१४) । प्रतिस्पर्धात्मक अर्थतन्त्रमा उद्यमीहरूलाई शीर्षमा रहनका लागि हर समय र विषयमा चनाखो हुनु आवश्यक छ ।

संस्थाको आकार र उद्यमशीलता

टूलो विरुद्ध सानो : अष्ट्रियाली राजनीतिक अर्थशास्त्री जोसेफ शम्पिटरले (१८८३-१९५०) सुरुमा टूला कम्पनीहरूसँग कुनै नयाँ उत्पादन सफल बनाउनका लागि आवश्यक पुँजी, दक्ष र जानकार कर्मचारी, मार्केटिङ र वितरण प्रणालीहरू छन् जसको प्रयोगले त्यस्ता कम्पनीले उद्यमशीलताको विकासमा योगदान दिन सक्छन् भन्ने विचार राखेका थिए । उनले यो लेखिरहेको बेला (शम्पिटर १९११) फलाम, कपडा, विद्युतीय र तेललगायतको उद्योगलाई टूलो व्यवसायहरूले उपलब्ध गराउन सक्ने टूलो आकारको आर्थिक सहायता आवश्यकता थियो ।

शम्पिटरपछि के निष्कर्षमा पुगे भने टूला कम्पनीहरूको तुलनामा साना कम्पनीहरू बढी लचिला र फुर्तिलो हुन सक्छन् र त्यहाँ टूलो कम्पनीहरूभन्दा सम्भवतः बढी उद्यमशीलताको झल्को पाइन्छ ।

यसमा, अमेरिकी अर्थशास्त्री विलियम बाउमोल (१९२२-२०१७) ले सबैभन्दा क्रान्तिकारी र विघटनकारी आविष्कारहरू स्टार्ट-अप कम्पनीहरूबाट आएको तर्क गर्दै सहमति जनाए । ठूला कम्पनीहरू पनि उद्यमी हुन सक्छन् तर तिनीहरू सामान्यतया बढी क्रमिक नवीनतामा झुकाव राख्छन् (बाउमोल २००२) । यसका केही कारणहरू हुन सक्छन् । ठूला कम्पनीहरूले विद्यमान उत्पादन प्रक्रियामा धेरै पुँजी लगानी गरेको हुन सक्छन् जसले तिनीहरूलाई नवीन प्रक्रिया स्वीकार गर्नमा भन्दा विद्यमान उत्पादन र त्यसका प्रक्रियाहरू सुधार गर्नमा ध्यान केन्द्रित गर्न प्रेरित गर्दछ । विद्यमान उत्पादन प्रविधिमा प्रतिबद्ध हुँदा तिनीहरू नयाँ तरिकाहरू अपनाउन गाह्रो महसुस गर्न सक्छन् । यस्ता समस्याहरूले ठूलो कम्पनीका 'इन्ट्राप्रेन्योर'का जीवनलाई गाह्रो बनाउन सक्छ । त्यति भएता पनि उद्यमीहरूले ठूलो व्यवसायमा आफ्नो सुरुआत पाउँछन् जहाँ तिनीहरूले विशेष उद्योगको बारेमा थाहा पाउँछन् र स्वतन्त्र रूपमा उद्यम गर्दा उपयोग गर्न सकिने सम्भावित अवसरहरू देख्न सक्छन् । ।

जटिल कारकहरू : उद्यमशीलताको स्थिति त्यति सजिलो पनि छैन । अधिकांश स्टार्ट-अपहरू असफल हुन्छन् । अन्तर्राष्ट्रिय परामर्शदाताहरू बैन एण्ड कम्पनीको अनुसार अमेरिकामा १७ हजार कम्पनीहरू मध्ये केवल एक मात्र पचास मिलियन डलरको कम्पनीको रूपमा विकसित हुन्छ (जुक र एलेन २०१६) । यसको विपरीत स्थापित कम्पनीहरूले आफ्नो प्रमुख व्यवसायलाई उपयोग गरेर ठूलो-स्केलको व्यवसाय सिर्जना गर्ने सम्भावना लगभग आठ भागको एक भाग रहन्छ । यसले ठूलो कम्पनीले स्टार्ट-अपको भन्दा सफलता पाउने सम्भावना करिब २ हजार गुणा उच्च रहेको देखिन्छ ।

स्टार्ट-अपको जीवन उकालो र ओरालोको उतारचढावले भरिएको हुन्छ । तपाईंले आफ्नो सम्पूर्ण करियर कुनै एक संस्थानमा बिताउनु भएको छ यो भावनात्मक रोटेपिडको यात्रा कल्पना गर्न सक्नु हुन्न । - हार्भे म्याक्के, अमेरिकी व्यवसायी र स्तम्भकार

शम्पिटर (१९३९) ले पछि के महसुस गरे भने ठूलो कम्पनीमा काम गरेर तलब खाने कर्मचारी पनि उद्यमी हुन सक्छन् । तर, ठूलो कम्पनीहरूले त्यस्ता कर्मचारीलाई सहयोग गर्नका लागि रणनीति बनाउनु पर्छ । कर्पोरेट इन्ट्राप्रेन्योरले आफ्नो कार्यालयको दैनिक गतिविधिबाट ग्राहकहरूको आवश्यकताको गहिरो ज्ञान राख्न सक्छन् र नयाँ उत्पादन खोज्न र विकास गर्नको निम्ति दृढ हुन पनि सक्छन् । तर, कर्पोरेट इन्ट्राप्रेन्योरले सर्वप्रथम आफ्नो कम्पनीलाई आफ्ना विचारप्रति समर्थन गराउन आवश्यक छ । ठूलो कम्पनीहरूले दुवै हात प्रयोग गर्नुपर्छ (मार्च १९९१) । ठूला कम्पनीहरूले उत्पादन र मार्केटिङमा प्रयोग गर्ने प्रक्रियाहरूलाई नवीनतासँग जोड्नु पर्छ । ठूला कम्पनीहरूले संरचना, परियोजनाहरू र कर्मचारीहरूको समन्वय गर्न सक्नु पर्छ । ठूला कम्पनीले विचार र प्रयोगहरूको विविधतालाई स्वागत गर्ने संस्कृति सिर्जना गर्नु पर्छ । प्रायः आकारसँग जोडिएको जडताको कारणले गर्दा यो कार्य सधैं सजिलो हुँदैन ।

ठूलो-सानो साझेदारीहरू : यस रणनीतिलाई दृष्टिगत गर्दै धेरै ठूला कम्पनीहरूले साना उद्यम-व्यवसायसँग साझेदारी विकास गर्छन् । केही ठूला कम्पनीले स्टार्ट-अप वा स्नातक सक्न लागेका विद्यार्थीहरूका लागि नवीनता प्रवर्द्धन गर्ने प्रतियोगिता आयोजना गर्छन् (शेफर २०१५) । यसले ठूला कम्पनीहरूलाई भविष्यका प्रविधि पहिचान गर्न र नवप्रवर्तकहरूलाई आफ्नो क्षेत्रमा आकर्षित गर्न

सहयोग गर्दछ । उदाहरणका लागि : क्लाउड र बिग डेटाजस्ता अनन्त सम्भावना रहेका नव प्रविधिका प्रयोगहरूको क्षेत्रमा कुनै एक विशेष कम्पनीको दृष्टिकोण र विचारमा प्रतिबद्ध हुनु भन्दा यस क्षेत्रमा काम गरिरहेका जनशक्तिको सङ्ख्या अधिक हुनु धेरै महत्त्वपूर्ण छ ।

तर, भविष्यमा प्रविधिको क्षेत्रमा लगानी गर्ने नवप्रवर्तकहरूको पहिचान गर्ने प्रयास गर्नु जुवा खेलनु जस्तै हुन सक्छ । ठूलो कम्पनीहरूले कम जोखिममा बजारमा उत्पादन ल्याउनको लागि नजिकका कम्पनीहरूको खोजी गर्न सक्छन् जसले तिनीहरूको आफ्नै व्यवसायलाई वृद्धि गर्न वा पूरक बनाउन सक्छन् ।

केही ठूला कम्पनीहरू 'एक्सलेरेटर' का रूपमा साना उद्यमशील कम्पनीहरूको वृद्धि गति बढाउन सल्लाह र पुँजी प्रदान गर्ने गर्छन् । यसले ठूला कम्पनीहरूलाई आफूले पाउन सक्ने भन्दा राम्रोसँग आफ्ना उत्पादन प्रक्रियाहरू वा उत्पादनहरूलाई सुधार गर्न सल्लाह, लगानी, तयार मार्केटिङ प्रणाली र ग्राहक चासो बुझ्नको लागि नवप्रवर्तकहरूबाट सहयोग प्राप्त हुन्छ ।

केही अन्य ठूला कम्पनीहरू 'इनक्यूबेटर'का नवीन सिर्जनाले ठूला कम्पनीका विद्यमान उत्पादनहरूलाई पूर्ण वा परिष्कृत गर्न सहयोग हुने आशाले सहायता गर्छन् । उदाहरणका लागि : पिएसए प्यूगोट-सिट्रोएनले कार बनाउनेको सट्टा मोबिलिटी समाधान प्रदान गर्नेमा भविष्य देखेर यस उद्देश्यका लागि नयाँ विचारको विकासलाई प्रोत्साहित गर्दछ । आईबीएम पनि आफ्नो भविष्यलाई मेसिन निर्माताको रूपमा नभएर व्यवसायका लागि सेवा प्रदायकको रूपमा हेर्छ । यस्ता साझेदारीहरूले ठूला कम्पनीलाई नवीन विकासलाई छनोट गर्न र विचारलाई व्यापक रूपमा प्रयोग गर्न अनुमति दिन्छ जसले गर्दा यस्ता कामहरू तिनीहरू आफै गर्न सक्ने भन्दा कम लागत र जोखिममा हुन्छ ।

उद्यमीका प्रकारहरू

व्यक्तिहरू र समूहहरू : उद्यमी सधैं एकलै काम गर्ने मालिक-व्यवस्थापक हुँदैनन् । जस्तो कि हामीले देख्यौं, उद्यमीहरू ठूलो कम्पनीहरूमा काम गर्ने 'इन्ट्राप्रेन्योर' पनि हुन सक्छन् साथै साना र विकास गरिरहेका व्यवसायहरूमा नवप्रवर्तकहरू पनि हुन सक्छन् जसले परस्पर फाइदाका लागि ठूलो कम्पनीहरूसँग सहकार्य गर्छन् ।

स्वतन्त्र उद्यमीहरू सधैं एकलै काम गर्दैनन् । धेरैजसो उद्यमीहरू साझेदारीमा स्थापित हुन्छन् । गुगलका ल्यारी पेज र सर्जेइ ब्रिन, एप्पलका स्तिभ जब्स र स्तिभ वोज्नियाक, ह्यूलेट -प्याकरडका बिल ह्यूलेट र डेव प्याकरड, बेन र जेरीका बेन कोहेन र जेरी ग्रीनफिल्ड र प्रोक्टर एण्ड ग्याम्बलका विलियम प्रोक्टर र जेम्स ग्याम्बल लगायत साझेदारीमा स्थापित भएका उद्यमीका उदाहरण हुन् । यस्तो साझेदारीको फाइदा पूरक क्षमता भएको महत्त्वपूर्ण साथी प्राप्त गर्नु पनि हो जसले एक अर्काको कमजोरी ढाक्नका लागि र एक अर्काको विचारलाई परीक्षण गर्न महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ । केही अवस्थामा व्यक्तिहरू ठूलो समूह बनाएर एकसाथ आउँछन्, कम्पनीहरू स्थापना गर्दछन् र बढाउँछन् । यहाँसम्म कि कम्पनीहरूले नयाँ उद्यमशील विचारलाई साझेदार समेत बनाउन सक्छन् । एप्पलले मास्टरकार्डसँग साझेदारी गर्दै नयाँ उद्यमशील अवधारणा एप्पल पे सिर्जना गर्न सफल भयो ।

नवप्रवर्तक र व्यवस्थापक : सफल हुनका लागि उद्यमीले केवल नवीन विचारहरू राख्न वा बजारका अवसरहरूप्रति सचेत हुनु मात्र पर्याप्त हुँदैन । उद्यमीले आफ्नो दृष्टिलाई वास्तविकतामा परिणत गर्नुपर्छ । उद्यमको सुरुआत गर्नु मात्र नभएर उद्यमलाई सफलतासम्म

मार्गनिर्देशन गर्नु अधिक महत्त्वपूर्ण हो जसमा पर्याप्त व्यवस्थापकीय पहलहरू पनि आवश्यक हुन्छ । उद्यमलाई सफल बनाउन कम्तीमा पनि उद्यमीले पुँजी र जनशक्ति जस्ता स्रोतहरू जुटाउन र स्रोतहरूलाई आफ्नो दृष्टिलाई सफल बनाउन केन्द्रित गर्न आवश्यक छ ।

उद्यमीले व्यवस्थापन क्षमताका लागि अन्य व्यक्तिको सेवा करारमा लिन र करारमा रहेका त्यस्ता व्यक्तिलाई व्यवस्थापनको जिम्मा छोड्न सक्छन् । त्यस्ता व्यवस्थापकहरूले कम्पनी दर्ता, अनुमति प्राप्त, नियमहरूको पालना, बजारको अनुसन्धान, पुँजी प्रदायकहरू, घरबेटी र कर्मचारीहरूसँग सम्झौता गर्ने लगायत कार्यमा सहयोग गर्न सक्छन् । तर, उद्यमीले अझै त्यस्ता व्यवस्थापकहरूलाई निर्देशन, आफ्ना लगानीहरूको व्यवस्थापन, स्रोतहरूको संयोजन र आफू संलग्न हुन खोजी रहेको बजारबारे बुझाउनु पर्छ । यस अर्थमा पनि उद्यमी आफै व्यवस्थापक हुनुपर्छ ।

गैर-व्यावसायिक उद्यमी : अर्थशास्त्रीहरूले स्वाभाविक रूपमा उद्यमी र उद्यमशीलतालाई व्यवसाय, व्यापार र व्यावसायिक प्रणालीको रूपमा कल्पना गर्छन् । केही अर्थशास्त्रीले उद्यमशीलताको परिभाषाको प्रमुख अङ्ग आर्थिक लाभको खोजी हो भन्ने तर्क गर्छन् ।

हामी गैर-व्यावसायिक प्रणालीमा पनि उद्यमशीलताबारे कुरा गर्छौं । हामी 'सामाजिक उद्यमी'को कुरा गर्छौं जो लाभको आवश्यकता बेगर सामाजिक, सांस्कृतिक वा वातावरणीय समस्याहरूको समाधान खोज्छन् । सामाजिक उद्यमीहरूले खाद्य बैंकहरूको स्थापना र निःशुल्क खाद्य सामग्री उपलब्ध गराएर गरिबी घटाउने तरिकाहरू खोज्ने, कम लागतमा निर्माण गर्न सकिने आवासको मोडेल आविष्कार गर्न, स्वास्थ्य सेवा र शिक्षामा पहुँच निर्माण गर्न राम्रो उपायहरू पत्ता

लगाउन सक्छन् । उनीहरूले राम्रो उद्देश्यका लागि पैसा उठाउने नयाँ प्रणालीहरू विकास वा दाताका आर्थिक सहयोग अझ प्रभावकारी रूपमा खर्च गर्न सहयोग गर्न सक्छन् । त्यस्तै 'शैक्षिक उद्यमी'ले आफ्नै हितभन्दा सामाजिक हितलाई बढावा दिँदै अनुसन्धानका नयाँ क्षेत्रहरू सिर्जना गर्छन् र 'नीति उद्यमी'ले सार्वजनिक बहसमा नयाँ विचारहरू समावेश गराउन भूमिका खेल्न सक्छन् ।

उद्यमशीलतालाई केवल पवित्र कार्यको रूपमा सीमित गर्न मिल्दैन । कोही नियम वा कर कानूनहरूको छिद्रमा खेलेर व्यक्तिगत फाइदा उठाउनेहरू पनि हुन्छन् । त्यस्ता व्यक्तिलाई हामी 'चतुर उद्यमी' भन्न सक्छौं । यद्यपि हामी यस्ता कार्यका लागि तिनीहरूको प्रशंसा गर्न सक्दैनौं । तथापि, सरल भाषामा भन्नु पर्दा 'उद्यमशीलता' व्यापक रूपमा हाम्रै वरिपरि छ ।

उद्यमीहरू असामान्य व्यक्ति हुन्

अधिकांश अर्थशास्त्रीका लागि उद्यमशीलता अति दुर्लभ कुरा हो । व्यावसायिक उद्यमीहरूले गर्नु पर्ने सङ्घर्ष देख्दा यसको दुर्लभतालाई सामान्य मान्नु पर्छ । उद्यमीले के उत्पादन गर्ने र कसरी उत्पादन गर्ने जस्ता जटिल निर्णय गर्नु पर्ने हुन्छ । सफलता हासिल गर्न आवश्यक पर्ने यस्ता गुणहरू सबैमा हुँदैनन् ।

उद्यमशील अभिमुखीकरण : उद्यमशीलताले चलनमा रहेको उत्पादन र तरिकाबाट क्रमभङ्ग गर्ने योजना राख्दछ । यसका लागि नवीनता मात्र नभएर स्रोतहरूको व्यवस्थापन पनि आवश्यक छ । उद्यमीहरू केवल बजारलाई पछ्याउने काम मात्र गर्दैनन् । उनीहरूले यस सन्दर्भमा अरूले के गर्दछन् भनेर नक्कल गर्न सक्दैनन् तर आफ्नै

नयाँ संरचना आविष्कार गर्न लगानी भने गर्छन् । उद्यमीहरू आफ्नो उत्पादन भविष्यका ग्राहकहरूलाई आकर्षक लागोस् भनेर अनिवार्य रूपमा जोखिम लिन्छन् र नयाँ संरचनाहरूमा काम गर्छन् । अर्थशास्त्रीहरूले नवीनता, अतिरिक्त सक्रियता र जोखिम लिने गुणको संयोजनलाई उद्यमशील अभिमुखीकरण (मिलर १९८३) भन्ने गर्छन् । उद्यमीहरूका निम्ति यी तीन गुण अति आवश्यक हुन्छन् । एउटा कम्पनी जसले धेरै उधारो लिन्छ तर नयाँ केही उत्पादन गर्दैन भने सामान्यतया त्यस्तालाई कार्यलाई उद्यम भन्न मिल्दैन । एउटा कम्पनी जुन केवल अरूको नक्कल मात्र गर्छ र सचेत रूपमा केही नवीन उत्पादन वा प्रविधिको सिर्जना गर्दैन त्यस्ता कम्पनीलाई समेत उद्यमशील कम्पनीको रूपमा गणना गरिदैन ।

उद्यम प्रक्रिया : केही अर्थशास्त्रीले उद्यमशीलतालाई एउटा प्रक्रियाका रूपमा हेर्दछन् । यस प्रक्रियामा केवल जटिल विकल्पहरू मात्र नभएर जटिल विकल्पहरूको लामो शृंखला पनि समावेश छ जसलाई एक सफल उद्यमीले सही ढंगबाट सम्बोधन गर्न सक्नु पर्दछ । यो प्रक्रिया कुनै पनि विषयमा चासो राख्नबाट सुरु हुन्छ र त्यसपछि अवसरहरू पहिचान गर्ने चरणमा प्रवेश गर्दछ (प्राविधिक, सामाजिक, नियामक वा बजार परिवर्तनहरूबाट उत्पन्न हुने अवसर) । त्यसपछि त्यस्ता अवसरहरू उपयोग गर्न लायक छन् कि छैनन् भन्ने बारेमा दृष्टिकोण बनाउनु, भविष्यको बजारको अवस्थाबारे र ग्राहकको मागको बारेमा अनुमान लगाउनु, जोखिमको छिटो मूल्याङ्कन गर्दै अवसर उपयोग गर्नका लागि लागतहरू (समय, मानसिक र शारीरिक प्रयास र पैसा) पर्याप्त छन् कि छैनन् भन्ने जाँच गर्ने चरणमा प्रवेश गर्छन् । त्यसपछि यसमा सबैभन्दा राम्रो उत्पादन र प्रक्रियाहरूको

विकास गर्ने क्रम हुन्छ त्यसपछि आवश्यक स्रोतहरू पहिचान, अधिग्रहण र सङ्कलन गरेर नयाँ उद्यम सिर्जना गर्नु र स्रोतहरूको प्रयोग गरि उत्पादन डिजाइन र मार्केटिङ गरेर आफ्नो दृष्टि लागू गर्ने प्रयास हुन्छ । एक स्वतन्त्र उद्यमीले सफलता हासिल गर्दै उद्यमको आकार बढाएर र उद्यमको वृद्धि प्रक्रिया व्यवस्थापन गरेर विस्तार गर्नु जरुरी छ । हरेक नयाँ कम्पनीले आफ्ना परिणामहरू, बजार, आपूर्ति र मागको अवस्थाहरू, कर, नियम र संस्थाहरूमा परिवर्तनहरूप्रति प्रतिक्रिया देखाउनु पर्छ भने स्रोतहरू राम्रोसँग लगानी गरिएको र व्यवस्थित छन् कि छैनन् भनेर प्रत्येक चरणमा जाँच गर्नुपर्छ । यो कुनै छिटो र सजिलो काम होइन । यसको सबै चरणहरूमा दक्षता हासिल क्षमता सामान्यतया भेटिँदैन ।

यही कारणले श्रमको बलमा प्रति वर्ष केवल एक, दुई प्रतिशत मानिसहरूले नयाँ व्यवसाय सुरु गर्छन् र त्यसमा पनि धेरै असफल हुन्छन् । तथापि, जति थोरै मानिसहरू उद्यमीको रूपमा सफल भएका छन् तिनीहरूको महत्त्व अधिक छ । सफल उद्यमीहरूले सम्पूर्ण अर्थतन्त्रको प्रतिस्पर्धात्मकता र उत्पादकता वृद्धि गर्छन् । उद्यमीहरूले नयाँ प्रविधिहरू र राम्रो र सस्तो उत्पादनहरूको विकास गरेर आर्थिक वृद्धिमा सहयोग गर्छन् । उद्यमीहरूले विद्यमान आपूर्तिकर्ताहरूलाई कि आफ्नो व्यापारमा सुधार गर कि बजार छोड भनेर चुनौती दिन्छन् । नयाँ उत्पादनशील कम्पनीहरू बजारमा प्रवेश गर्ने र कम उत्पादनशील कम्पनीहरू बजारबाट बाहिरिने क्रमले कम्पनीहरूको समग्र प्रणालीलाई थप उत्पादनशील र व्यापारिक यथार्थतासँग मिल्दो बनाउँछ । यसले उत्पादकता वृद्धिमा ध्यान केन्द्रित गर्दै सबैका लागि समृद्धि बढाउँछ ।

उद्यमी मनोवृत्ति

त्यसो भए के कुराले मानिसहरूलाई दीर्घ र जटिल उद्यमशीलता प्रक्रियामा अनिश्चित परिणामका लागि समय, प्रयास र पैसा जोखिममा राख्न प्रेरित गर्दछ ? यसको सामान्य उत्तर भनेको आर्थिक लाभप्रतिको उत्प्रेरणा हो । तर, सधैं त्यस्तो हुँदैन । केही 'जीवनशैली' उद्यमीहरू केवल आफै मालिक बन्न चाहन्छन् र यसले ल्याउने स्वतन्त्रताको आनन्द लिन चाहन्छन् । उनीहरू नयाँ उद्यमहरू सुरु गर्ने र आफ्नो विचारहरू सही साबित भएको मन पराउँछन् ।

व्यक्तित्व : उद्यमी मनहरूले प्रायः जोखिमभन्दा अवसरमा बढी ध्यान केन्द्रित गर्छन् । वास्तवमा उद्यमी र सम्भावित उद्यमीहरू धेरै आशावादी हुन्छन् । ग्लोबल उद्यमशीलता मोनिटरको एक रिपोर्ट अनुसार अमेरिकामा ४० प्रतिशत मानिसहरूले व्यवसाय सुरु गर्न सजिलो ठान्छन् र करिब आधा (४९ प्रतिशत) ले व्यवसाय चलाउन सकिन्छ भन्ने सोच्दछन् (बोस्मा र केली २०१९) । नयाँ व्यवसायहरूको उच्च असफलता दरलाई ध्यानमा राख्दा तिनीहरू सम्भवतः दुवै कुरामा गलत छन् ।

सृजनात्मकता महत्त्वपूर्ण हो तर सफल उद्यमीहरू सामान्यतया आफ्नो कामप्रति बलियो नैतिकता, प्रेरणा र महत्त्वाकाङ्क्षा पनि राख्छन् । धेरैमा आत्मविश्वास, ऊर्जा र बलियो नेतृत्व क्षमता हुन्छ । उनीहरू सकारात्मक, लचिला, असफलता र तनावसँग सामना गर्न सक्षम हुन्छन् । अमेरिकी अर्थशास्त्री डियरड्रे म्याक्लोस्कीका अनुसार उद्यमीहरूलाई अन्य व्यक्तिहरू जस्तै आपूर्तिकर्ता, लगानीकर्ता, सहकर्मी र ग्राहकहरूमा विश्वास जगाउन र प्रेरित गर्नका लागि राम्रो सामाजिक कला पनि आवश्यक पर्दछ । (म्याक्लोस्की १९९४; म्याक्लोस्की र क्लामर १९९५) ।

उत्तराधिकार : अधिकांश उद्यमीहरू स्वनिर्मित हुन्छन् । बेलायतमा अन्य ठाउँहरूभन्दा बढी सामाजिक वर्ग र उत्तराधिकारलाई धनको मुख्य स्रोत मानिन्छ । सन्डे टाइम्स पत्रिकाद्वारा प्रकाशित वार्षिक धनीहरूको सूचीमा १ हजार धनी बेलायतीमध्ये करिब ९५ प्रतिशत धनी स्वनिर्मित हुन् । मार्केट रिसर्च कम्पनी वेल्थ-एक्सद्वारा विश्वका थुप्रै देशबाट सङ्कलित वार्षिक खर्बपति जनगणनाले विश्वका खर्बपतिहरूमा सात जनामध्ये एक जनाले (१३ प्रतिशत) आफ्नो धन पैत्रिक सम्पत्तिको रूपमा प्राप्त गरेका छन् । जबकि ५६ प्रतिशत पूर्ण रूपमा स्वनिर्मित हुन् भन्ने देखिएको छ । त्यसमध्ये धेरैले एउटा सानो पारिवारिक व्यवसायको उत्तराधिकार पाएका छन् तर त्यसको पहिचानमा भने परिवर्तन गरेका छन् । *३ वार्षिक धनीहरूको सूची निकाल्ने फोर्ब्सले पनि यसमा समान आँकडा प्रस्तुत गरेको छ ।

आर्थिक लाभ : आर्थिक लाभको चाहना उद्यमीहरूको सोचमा भन्दा बढी अर्थशास्त्रीहरूको सिद्धान्तमा महत्त्व राख्दछ । अधिकांश उद्यमीहरूको मुख्य ध्येय पैसा नभएर आफूले मन पराएको काम गर्न पाउनु हो । धेरैका लागि आर्थिक लाभ केवल व्यक्तिगत सफलताको चिह्न वा सामाजिक स्थिति हो । धेरै सफल-उद्यमीहरूले कम्तीमा सबै कमाएको पैसा खर्च गर्न सक्दैनन् तर तिनीहरू नयाँ उत्पादनहरू सिर्जना गर्न र नवीन उत्पादन विकास गर्न उत्साहसाथ सक्रिय रहन्छन् । उनीहरूको लागि यो आर्थिक लक्ष्यभन्दा बढी खेलजस्तो हुन्छ र खेलको उत्साह र सफलताको सन्तोष नै उनीहरूको पुरस्कार हो ।

शिक्षा : उद्यमशीलताको सफलता ज्ञान प्रविधि, बजार, संस्थाहरू र मानिसहरूको बुझाइको आधारमा निर्भर गर्दछ । सृजनात्मकता,

नवीनता र व्यवस्थापन सबैले तथ्य र अनुभवमा आधारित बौद्धिक क्षमताको माग गर्छ । त्यसैले, शिक्षा उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न र उद्यमीहरूलाई सफल बनाउन सकारात्मक कारक हुन सक्छ ।

तथाङ्कहरूले देखाउँछन् कि अत्यधिक सफल उद्यमीहरू धेरै शिक्षित छन्, औसतभन्दा बढी उच्च डिग्री भएकाहरू छन् । अमेरिकामा त उद्यमीहरू औसत जनसङ्ख्या भन्दा पाँच गुणा अधिक पीएचडी भएका हुन्छन् र यसले सिलिकन भ्याली र त्यसको अन्य भागहरूमा सृजित ज्ञानको आधारमा प्रविधि उद्योगहरूको स्वभावलाई दर्शाउँछ । केवल एक तिहाइ (३३ प्रतिशत) अमेरिकी साना व्यवसायका मालिकहरूसँग मात्रै कुनै उच्च शिक्षा छैन (सानन्दाजी र सानन्दाजी २०१४) ।

अनुभव : यद्यपि अनुभव औपचारिक शिक्षाभन्दा बढी महत्त्वपूर्ण हुन सक्छ । अमेरिकी साना व्यवसाय मालिकहरू मध्ये नौ प्रतिशतसँग मात्र व्यवसाय डिग्री छन् । धेरै अत्यधिक सफल उद्यमीहरूले विश्वविद्यालय छोडेका छन् (जस्तै फेसबुकका मार्क जुकरबर्ग, फेसन डिजाइनर राल्फ लरेन, कम्प्युटर उद्यमी माइकल डेल, माइक्रोसफ्टका संस्थापक बिल गेट्स, एप्पलका सह-संस्थापक स्टीभ जब्स र उबरका सह-संस्थापक ट्राभिस कालानिक) । फोर्ब्सको धनी व्यक्तिको सूचीमा रहेका प्रत्येक आठ जना मध्ये एक जनाले विश्वविद्यालय छोडेका छन् भने अरू त विश्वविद्यालय नै गएका छैनन् (आविष्कारक सर क्लाइव सिनक्लेयर, डिजाइनर कोको सनेल, उद्यमी सर रिचर्ड ब्रान्सन र आइकियाका संस्थापक इडवार क्याम्प्राड) ।

यसको पछाडि धेरै कारणहरू हुन सक्छन् । केही अत्यधिक सफल उद्यमीहरूले विश्वविद्यालयमा यति मात्र सिक्छन् जसले

तिनीहरूलाई व्यवसाय नाफामा परिणत गर्न सक्ने राम्रो विचार दिन्छ । तर, विश्वविद्यालयबाट स्नातक गर्ने व्यक्तिहरू प्रायः अन्यहरू भन्दा जोखिमबाट धेरै टाढा रहन्छन् । शैक्षिक क्षमता मात्र उद्यमशील सोचको विकास गर्न र कम्पनी सञ्चालन गर्नको निम्ति पर्याप्त हुँदैन । अझ शैक्षिक क्षमताले उद्यमशील सोचलाई अवरुद्ध गर्न सक्दछ जसको परिणाम शैक्षिकहरू सामान्यतया उद्यमीमा परिणत हुँदैनन् (यद्यपि केही छन्) । शैक्षिक क्षमताको तुलनामा अधिकांश सफल उद्यमीहरू जीवनको धेरै अनुभव भएका व्यक्तिहरू हुन्छन् । अमेरिकामा सफल उद्यमीहरू मध्ये ६० प्रतिशतभन्दा बढी ४० वर्षभन्दा माथिका छन् र धेरैले असफल व्यवसाय वा डिभोर्स जस्ता व्यक्तिगत कठिनाइहरू भोगेका छन् । बेलायतमा कम्ती एक लगानीकर्ताले डिभोर्स (एकभन्दा बढी होइन) व्यवसायका संस्थापकको व्यापारिक सफलता मापन गर्न राम्रो मापक हो भन्ने विश्वास गर्छन् ।

सामाजिक कारक

धेरै विश्लेषकहरूले संस्कृति, धर्म र जनसङ्ख्या जस्ता सामाजिक कारकले उद्यमशीलतालाई प्रवर्द्धन गर्न सक्छ भन्ने तर्क गरेका छन् । उदाहरणका लागि : एउटा समाज जसले आत्म-सहायता, कडा मेहनत, आकाङ्क्षा र साहसलाई उच्च मूल्याङ्कन गर्छ, त्यस समाजले अन्यभन्दा बढी उद्यमीहरू उत्पादन गर्न सक्छ । त्यस्तै एउटा समाज जसले विजेताहरूलाई सम्मान गर्छ वा मानिसहरूलाई सफल बनाउन प्रेरित गर्छ, त्यस्तो समाजले सम्भावित उद्यमीहरूमा आफूले गरेको काममा उत्कृष्ट हुने चाहना उत्पन्न गर्न सक्छ । एउटा समाज जो परिवर्तनबाट डराउँदैन र परिवर्तनमा खतरा नभएर अवसरहरू देख्छ

त्यस्तो समाजले उद्यमीहरूले सिर्जना गर्ने परिवर्तनलाई प्रवर्द्धन गर्नसक्छ (कम्तीमा प्रतिरोध गर्दैन) ।

मूल्यहरू : इमानदारी, न्यायको भावना र मानिसहरूको सम्पत्ति अधिकारप्रति सम्मानजस्तै साझा नैतिक सिद्धान्तहरूले पनि उद्यमशीलतालाई प्रवर्द्धन गर्न सक्छ । पारिवारिक मूल्यहरूले पनि सहयोग गर्न सक्छ । एक बलियो परिवारले उद्यमीलाई जोखिमपूर्ण व्यवसाय सञ्चालन गर्न आवश्यक सहयोग प्रदान गर्छ भने आवश्यक परेको खण्डमा 'व्यापारको हेरचाह' गर्न समेत सघाउँछ । धार्मिक मूल्यहरू पनि महत्त्वपूर्ण हुन सक्छन् । जर्मन समाजशास्त्री म्याक्स वेबर (१८६४ -१९२०) ले उत्तर युरोपका प्रोटेस्टेन्ट देशहरू आर्थिक रूपमा सफल हुनुको कारण उनीहरूले संसारका स्रोतहरूलाई लाभकारी तरिकामा प्रयोग गर्नको महत्त्व दिएका थिए भन्ने तर्क गरेका छन् । प्रोटेस्टेन्टलाई अर्को संसार (स्वर्ग) निःसन्देह महत्त्वको थियो तर तिनको धर्मशास्त्रले यस संसारको स्रोतहरूलाई लाभकारी तरिकामा प्रयोग गर्दा अरूलाई सहयोग पुग्छ र धार्मिक पनि हुन्छ भन्ने कुरामा बढी जोड दिएको छ । (वेबर १९०५) ।

प्रवासन : अल्पसङ्ख्यक समूहहरूले प्रायः राम्रो उद्यमी बनाउँछन् । बेलायतमा स्टार्ट अप उद्यमीहरूको सात मध्ये एक भाग (१४ प्रतिशत) विदेशी मूलका छन् र छिटो बढ्ने नयाँ व्यवसायहरू मध्ये करिब आधा व्यवसाय (४९ प्रतिशत) मा कम्तीमा एक विदेशी मूलको सह-संस्थापक जोडिएका छन् (डुमिट्रिउ र स्टेवर्ट २०१९) । अमेरिकामा पनि उच्च सङ्ख्यामा आप्रवासीहरू उद्यममा छन् । सन् २०१६ को एक अध्ययनले अमेरिकाका एक अर्ब डलर वा यसभन्दा बढी मूल्यका

स्टार्टअप कम्पनीहरूको आधाभन्दा बढीको स्थापना आप्रवासीहरूले गरेका हुन् भन्ने पत्ता लगायो (आन्डरसन २०१६) ।

यसको लागि विभिन्न व्याख्याहरू प्रस्तुत गरिएको छ । केही पर्यवेक्षकहरूले अल्पसङ्ख्यक समूहहरूले आफूलाई प्रमाणित गर्न आवश्यक हुन्छ जसले उनीहरूलाई सफल बनाउन प्रोत्साहित गर्दछ भन्ने तर्क गरेका छन् । अन्यले भने 'सांस्कृतिक सीमा' का बारेमा जोड्दै आप्रवासीहरू भिन्न विचारहरूसँग आउँछन् र स्थानीयहरूले पहिचान गर्न नसकेका अवसरहरूलाई पहिचान गर्न सफल हुन्छन भन्ने तर्क गरेका छन् ।

- *1 = Global Entrepreneurship Monitor (<https://www.gemconsortium.org>), London Business School: Global Entrepreneurship Research Association
- *2 = प्राविधिक रूपमा १ मिलियन डलर भन्दा बढी अथवा चार वर्षको भित्र २० प्रतिशत राजस्व वृद्धि भएको
- *3 = Wealth -X billionaire census 2019

उद्यमशीलताको आर्थिक भूमिका

अहिलेसम्म हामीले उद्यमशीलतालाई सामान्य मानिसले हेर्ने सामान्य तरिकाले हेरिरहेको छौं । यद्यपि, अर्थशास्त्रका विद्वानहरूले उद्यमशीलतालाई भिन्न किसिमले हेर्ने र उद्यमशीलताको आर्थिक भूमिकाबारे बेग्लै दृष्टिकोण राख्ने गरेका छन् । उद्यमशीलताको विषयमा सोच्ने व्यक्तिहरूले यसलाई भिन्न तरिकामा व्याख्या गर्छन् ।

अर्थशास्त्र र अनिश्चितता

माथि उल्लेख गरिए अनुसार मूलधारका अर्थशास्त्रका पाठ्यपुस्तकहरूमा उद्यमशीलताको विषयमा तुलनात्मक रूपमा कम पढाइने गरिएको छ । यसको प्रमुख कारण सायद अर्थशास्त्रका विद्वानहरूले प्राकृतिक विज्ञानहरूको सफलताको ईर्ष्याबाट अर्थशास्त्रलाई पनि भौतिकशास्त्र जस्ता प्राकृतिक विज्ञानहरूको मोडेलमा निर्माण गरेर अध्यापन गराउनु हो । यसैको परिणामस्वरूप अर्थशास्त्रीहरू आर्थिक गतिविधिलाई स्वार्थ नभएका शक्तिहरूको अन्तरक्रिया भनेर व्याख्या गर्ने गर्छन् । अर्थशास्त्रीहरू प्राकृतिक विज्ञानबाट प्रभावित भएरै सङ्ख्यात्मक मापदण्डहरू, ग्राफ र

सूत्रहरूको प्रयोग गरेर नतिजाहरूको व्याख्या गर्ने, सङ्ख्या तोक्ने र भविष्यवाणी गर्ने प्रयास गर्छन् ।

आर्थिक जीवन वास्तविकतामा भने यस्तो हुँदैन । विशेषज्ञ लगानीकर्ताहरूले पनि दैनिक सेयर मूल्यहरू वा साप्ताहिक विनिमय दरहरूलाई सटीक रूपमा भविष्यवाणी गर्न सक्दैनन् । केन्द्रीय बैङ्कहरूले आफूहरूसँग उपलब्ध सबै स्रोतहरूको बाबजुद अर्को चौमासिकको आर्थिक वृद्धिको सही आँकलन गर्न सक्दैनन् । यस्ता कुरा असम्भव छन् किनभने आर्थिक जीवन एकदमै व्यक्ति केन्द्रित हुन्छ । आर्थिक जीवन अनभिज्ञ व्यक्तिगत उद्देश्य र विभिन्न व्यक्तिका अनगिन्ती क्रियाकलापहरूको जटिल परिणाम हो जहाँ हरेक व्यक्तिले भिन्न र परिवर्तनशील परिस्थितिको सामना गर्छन् । यसलाई सुनामी र अल्पवृष्टि जस्ता प्राकृतिक र नवीन खोज जस्ता अन्य घटनाहरूले पनि असर गर्छन् जसको विश्वासका साथ पूर्वानुमान गर्न कठिन हुन्छ ।

बजार निरन्तर तलमाथि हुने गर्छ । सामान्य मान्छेले बजारलाई के कुराले चलायो भन्ने कुरा पूर्ण रूपमा बुझ्न नसकिरहेको अवस्थामा पनि बजारमा सक्रिय रहेका उद्यमीहरूले आफ्नो अनुमानको भरमा अत्यधिक राम्रो कार्य गर्न सक्छन् । सिकागोका अर्थशास्त्री फ्रान्क नाइटले बजारका खेलाडीहरूले जोखिम र अनिश्चितता दुवैको सामना गर्नुपर्छ भनेर भनेका छन् । जोखिम, हामीले निश्चित घटनाहरूको सम्भावनालाई मात्रात्मक रूपमा मापन गर्न सकिने अवस्था हो (जस्तै, क्यासिनो अपरेटरले विभिन्न टेबुलमा नाफा कमाउने दीर्घकालीन सम्भावनाहरू गणना गर्न सक्छ) । अनिश्चितता कुनै पनि किसिमको भविष्यवाणी गर्नको लागि शून्य जानकारी भएको अवस्था हो (राजनीतिक परिदृश्यमा परिवर्तन वा नैतिक दृष्टिकोणले क्यासिनोलाई पूर्णरूपमा व्यवसायबाट बाहिर निकाल्न सक्छ) ।

उद्यमीहरूले भविष्यको बारेमा सबैभन्दा सटीक अनुमान गर्न सक्नु पर्छ । उद्यमीहरूले सटीक अनुमान गर्दा गर्दै सफल हुन आवश्यक भिन्न विचार निकट पुग्न सक्छन् ।

यसै क्रममा, केही अर्थशास्त्रीहरू उद्यमीलाई जोखिम र अनिश्चितताको सामना गर्दै स्रोतहरूलाई निर्देशित गर्ने व्यक्तिको रूपमा हेर्ने गर्दछन् । अन्य व्यक्तिहरूले पनि बेला-बेला उद्यमीहरूले आफ्नो भविष्यप्रति दृष्टिकोणलाई अनुसरण गर्दा जोखिम र लाभको जिम्मेवारी लिन्छन् भनेर भन्ने गरेको सुन्न पाइन्छ । केहीले भने उद्यमीहरूको विघटनकारी स्वभावलाई जोड दिएका छन् किनभने उद्यमीहरूले विद्यमान प्रणालीलाई चुनौती दिने नवीन आविष्कारको सिर्जना गर्ने गर्छन् । केहीले भने उद्यमीलाई अवसरको बारेमा सचेत र बजारमा व्यवस्था पुनर्स्थापित गर्ने व्यक्तिको रूपमा हेर्छन् (क्लेन २००९, व्हाज कुराडो र मुलर २०१९) । यस विषयमा विभिन्न व्याख्याहरूको जानकारी लिनु उचित होला जसको सुरुआत पाठ्यपुस्तकको दृष्टिकोण बाट गर्नु पर्ने हुन्छ ।

पाठ्यपुस्तकीय दृष्टिकोण

मूलधारका पाठ्यपुस्तकहरूमा 'पूर्ण प्रतिस्पर्धा' र 'सन्तुलन'को विचारलाई बढावा दिइएको छ भने नवप्रवर्तन र परिवर्तनलाई उपेक्षा गरिएको छ । यस्ता यान्त्रिक पाठ्यपुस्तकीय मोडेलहरूमा कुनै मानवीय प्रेरणा, नयाँ उत्पादन वा प्रक्रियाको आवश्यकता, नयाँ कम्पनीहरू किन सिर्जना गरिन्छ वा विफल हुन्छन् भन्ने कुनै व्याख्या छैन र उद्यमशीलताको कुनै अर्थ छैन । यस्ता मोडेलमा आपूर्ति र मागमा देखिएको क्षणिक अवरोध आफै स्व-चालित रूपमा पूर्व गतिमा फर्किन्छ र स्व-चालित रूपमा सन्तुलनमा आउँछ ।

अर्थशास्त्री लुडविग भोन मिसेसले भने यस्ता कुरामा विश्वास गर्नको लागि कुनै कारण नभएको बताएका छन् । मानिसहरूले गल्ती गर्छन् र त्यस्ता अनुमानहरूमा कार्य गर्छन् जुन गलत प्रमाणित हुन्छन् । मानिसहरूको गल्ती र गलत अनुमानका कारण बजार कहिल्यै पूर्ण र स्वसंशोधित हुने छैन । बजारलाई सन्तुलनमा राख्न, बजारमा देखिएको अपूर्णताको खाडल पुर्न थप समय र उद्यमजन्य क्रियाकलाप आवश्यक पर्छ । बजारमा देखिएको समस्यालाई समाधान गर्न एउटा कदम चाले पनि भोलिको दिनमा बजारमा पुनः असन्तुलनको समस्या देखिन थाल्छ ।

यदि बजार पूर्ण अवस्थामा भएको भए उद्यमीहरू वा अन्य कसैले पनि केही गर्नु पर्दैन थियो । पूर्णतामा थप सुधारको आवश्यकता नपर्ने हुनाले सुधारको निम्ति कोही किन सङ्घर्ष गरोस् ? बजारहरूको अपूर्णताले नै मानिसलाई क्रियाशील हुनका लागि प्रेरित गर्दछ । उद्यमीहरू उपभोक्ताको जीवन सुधार गर्ने आशामा आफ्ना क्रियाकलाप गर्छन् । उद्यमीहरू आपूर्ति र मागका बेमेल पत्ता लगाएर, नयाँ र राम्रो प्रविधिहरू र उत्पादनहरू सिर्जना गरेर र जोखिम साथ स्रोतहरू व्यवस्थापन गरेर उपभोक्ताको जीवन सुधार गर्नमा भूमिका खेल्ने गर्छन् । यसका लागि उद्यमीहरूले श्रम र पुँजीलाई सक्रिय र सजग रूपमा मिश्रण गर्न, उत्पादन व्यवस्थापन गर्न र सटीक अनुमान अनुसार आफ्नो उत्पादन बजारमा पठाउन आवश्यक छ ।

उद्यमीका लागि वस्तु उत्पादन गर्न आवश्यक स्रोतहरूको व्यवस्थापन कठिन काम हो । कुनै पनि दुई स्थानका घडेरी, दुई कामदारका सीपहरू समान छैनन् । कुनै दुई पुँजी उपकरणहरू अनिवार्य रूपमा साटासाट हुन सक्दैनन् । मूलधारका पाठ्यपुस्तकहरूमा यस्ता विविधतालाई नजरअन्दाज गरिन्छ ।

मूलधारको पाठ्यपुस्तकले 'श्रम र पुँजी' स्टकको अवधारणा अघि साँछ जुन अवधारणाले सबै प्लम्बर, किसान र नर्तक वा सबै टूक, मुद्रण प्रेस र कम्प्युटरहरू समान छन् भनेर भन्छ । यस्ता स्रोत 'श्रम वा पुँजी' स्टक अवधारणा अनुसार नभएर एकको बनावट वा संरचना अर्को भन्दा भिन्न छ भन्ने कुराले स्रोतको संयोजन तथा व्यवस्थापनलाई गाह्रो बनाउँछ । उद्यमीहरूले आफ्नै समय, ऊर्जा र मानवीय पुँजी सीपहरूमा लगानी गर्नुपर्छ र उनीहरूले अरूलाई थप विश्वास दिलाउन र आफूसँग सामेल गर्न आवश्यक छ ।

धेरै उद्यमीहरू भविष्यलाई सही रूपमा पूर्वानुमान गर्न सक्दैनन्, स्रोत व्यवस्थापन गर्न सङ्घर्ष गर्छन् र अरूलाई समावेश गर्न असफल हुन्छन् तसर्थ उनीहरूको व्यवसाय विफल हुन्छ । विफलताहरूले उद्यमीहरू र अन्यका लागि उपयोगी पाठ प्रदान गर्छ भने थोरै सफलताले देशको समग्र जनताको समृद्धिलाई प्रोत्साहित गर्छ । यो खुला र प्रतिस्पर्धात्मक अर्थव्यवस्थामा मात्र सम्भव छ जहाँ आर्थिक नाफाको एकमात्र स्रोत ग्राहकहरू हुन् जसले स्वेच्छिक रूपमा आफूलाई आवश्यक पर्ने उद्यमीको उत्पादनका लागि पैसा खर्च गर्छन् ।

आखिर दुवै पक्षले वस्तु र रकम आदानप्रदान गर्न लायक महसुस गर्दैन भने किन कसैले एकल सङ्घर्ष गर्नु ? स्कटिस अर्थशास्त्री एडम स्मिथले २ सय ५० वर्ष अघि नै जति व्यापक वस्तुको खुला आदानप्रदान हुन्छ त्यति बढी मूल्य सिर्जना हुन्छ र समुदायमा फैलिन्छ भन्ने कुरा लेखेका छन् ।

तपाईं नियमहरू पालन गरेर हिँड्न सिक्नुहुन्न । तपाईं गर्नुस् र लड्नुस् अनि सिक्नुहुन्छ । – सर रिचर्ड ब्रान्सन, संस्थापक, भर्जिन समूह

उद्यमी सिर्जनात्मक विघटनकारीको हुन्

जोसेफ शम्पिटर उद्यमीलाई आविष्कारक र विघटनकारीको रूपमा स्वीकार गर्नुपर्ने विचारधाराका प्रमुख विचारक हुन् । शम्पिटरका अनुसार उद्यमीको मुख्य भूमिका आविष्कार गर्नु थियो । आविष्कार केवल नौलो कुरा वा खोज गर्नु मात्र होइन । आविष्कारले नवीन व्यापारिक विचारहरू राख्ने र त्यसको केन्द्रमा विकासमुखी कम्पनीहरू सिर्जना गर्ने कुरालाई पनि जनाउँछ । यस प्रक्रियाले नयाँ र राम्रो प्रविधिहरू वा उत्पादनहरू सिर्जना गर्न स्रोतहरूको संयोजन र प्रयोगलाई समावेश गर्न सक्छ । थप, नयाँ सूचना प्रयोग गरेर नयाँ उत्पादन गर्न थप खोज गर्ने र नयाँ सूचनामा काम गर्न सक्छ । उद्यमीहरूले नवीन र भिन्न वस्तु वा सेवा उत्पादन गर्ने यो प्रक्रिया सामान्य र सबैले जस्तै सोचेर मात्र सम्भव हुन्छ ।

उद्यमशीलताले सामान्य विचारलाई परित्याग गर्दै नयाँ र भिन्न कुराहरू सिर्जना गर्ने कुरालाई जनाउँछ । त्यसैले, उद्यमीले सपना देख्न र त्यसलाई साकार गर्ने क्षमता प्रदर्शन गर्न आवश्यक छ ।

शम्पिटरले उद्यमशीलता र उद्यमीलाई एक विघटनकारी शक्ति मानेका छन् । निरन्तर नवीन सिर्जनाले निरन्तर विघटन ल्याउँछ जुन आर्थिक विकासक लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छ । यसले ग्राहकहरूलाई उपलब्ध उत्पादनहरूको दायरा र गुणस्तर विस्तार मात्रै नगरेर नयाँ उत्पादन विधिहरूलाई प्रेरित गर्छ र सम्पूर्ण नयाँ उद्योग र उद्योगका समूहहरू पनि सिर्जना गर्छ । त्यसरी निर्माण भएका नयाँ विधिहरू र उत्पादनहरू भविष्यका उद्यमीहरूले अन्य उत्पादनहरू सिर्जना गर्न प्रयोग गर्न सक्छन् ।

एउटा बुझी राख्नु पर्ने महत्त्वपूर्ण बुँदा के हो भने, पुँजीवादसँग सम्झौता गर्नु भनेको विकासको प्रक्रियासँग सम्झौता गर्नु हो ।
- जोसेफ ए. शम्पिटर (क्यापिटालिज्म, सोशलिज्म एण्ड डेमोक्रेसी)

सृजनात्मक विनाश : नयाँ कार्यको थालनी गर्ने व्यक्तिलाई जसरी अरूले पछ्याउने गर्छन् त्यसरीनै नयाँ प्रक्रिया र उत्पादनहरू फैलिन्छन् भन्ने कुरा शम्पिटरले सोचेका थिए । नयाँ प्रक्रिया र उत्पादनसँग प्रतिस्पर्धा गर्न नसक्दा पुराना कम्पनीको सङ्ख्या घट्ने थियो भने पुरानो रोजगारी समेत हराएर जाने थियो । पुरानो कम्पनी र रोजगारीको सङ्ख्या घट्नुको पनि फाइदा छ । यस प्रक्रियाबाट बाँचेको जनशक्ति र अरू स्रोतलाई पुनः एकीकृत गर्दै अधिक मूल्यको उत्पादन र प्रक्रियामा लगानी गर्न सहज हुन्छ । शम्पिटरले यस प्रक्रियालाई "सृजनात्मक विनाश" भनेको छन् ।

यो शब्दावली दुर्भाग्यपूर्ण पनि छ किनकि यसले 'विनाश'मा ध्यान केन्द्रित गर्छ जसले पुँजीवाद र उद्यमशीलता रोजगारको लागि खतरा हो भन्ने विचार सञ्चार गर्दछ । यस प्रक्रियालाई 'सृजनात्मक विनाश' नभनेर 'सृजनात्मक अवरोध' भनेको भए केही सकारात्मक अर्थमा बुझ्न सजिलो हुन्थ्यो होला तर शम्पिटरको जोड उद्यमीको गतिशीलता, उत्पादन गर्न उपयोगी स्रोतहरूको स्थानान्तरणमा अधिक रह्यो ।

यद्यपि उद्यमशील परिवर्तन प्रायः विनाशकारी नभएर विघटनकारी हुन्छ । अझ विशेष रूपमा जहाँ कट्टर परिस्थितिहरूमा पूर्णतया नयाँ प्रविधिहरूले पुराना उद्योगहरूलाई अचानक अनुपयुक्त बनाउँछन् त्यस्ता स्थानमा उद्यमशील परिवर्तन विघटनकारी हुन्छ । रिल फोटोलाई डिजिटल क्यामेराले विस्थापन गरेको घटना यसको प्रमुख उदाहरण हो । यो परिवर्तन धेरै अवस्थामा चाँडो हुँदैन र उत्पादकहरूलाई मूल्य समायोजन गर्न बढी समय हुन्छ । उदाहरणका लागि : मोटर

सवारीहरूले घोडाले तान्ने सवारीहरूलाई छिटो विस्थापित गर्न सकेनन् किनभने ती मोटरहरू महँगो विलासिताका वस्तु थिए । हेनरी फोर्डको बृहत् उत्पादनले मात्र मोटर गाडीको मूल्यलाई सस्तो बनाइ दिएको थियो । निश्चित रूपमा धेरै देशहरूको औद्योगिक परिदृश्य पुराना खानी, कारखाना र गोदामको भद्दा स्वरूपमा देख्न सकिन्छ जसले शम्पिटरको 'सृजनात्मक विनाश' मा निहित विनाशको झझल्को दिन्छ । आर्थिक प्रगतिको स्पष्ट सिर्जनात्मक फाइदाहरूले हानिहरूलाई सन्तुलित गर्नुपर्छ ।

कुनै पनि व्यक्तिले आफ्नो जीवनको धेरै समय भोजन, पानी र इन्धन फेला पार्न र ल्याउनमा खर्च गर्नका लागि समृद्धि र आराम दिने थुप्रै आविष्कारलाई त्याग्न चाहँदैन ।

उद्यमी खोजकर्ता हुन्

उद्यमीको आर्थिक भूमिकाबारेको अर्को (सायद असङ्गत) दृष्टिकोण प्रसिद्ध बेलायती-अमेरिकी अर्थशास्त्री इज्रायल किर्ज्नेरबाट आएको छ । किर्ज्नेरका अनुसार उद्यमशीलता भनेको हालसम्म प्राप्त नभएको फाइदाको अवसरहरूप्रति सचेत रहनु र ती फाइदाहरूलाई प्राप्त गर्न प्रयास गर्नु हो । उद्यमीहरू सजग भएर अरूले अहिलेसम्म नदेखेका अव्यक्त माग वा बजारको अवस्थालाई पूर्ण रूपमा प्रतिविम्बित नगरेका मूल्यहरूको अन्तर र असङ्गतिहरूलाई चिन्न सक्छन् र ती खोजहरूमा क्रियाशील भएर लाभ लिन सक्छन् (किर्ज्नेर १९७३) ।

उद्यमीले परिवर्तनलाई सामान्य र स्वास्थ्य रूपमा हेर्छ । सामान्यतया उद्यमीले परिवर्तन आफै ल्याउँदैनन् तर के कुराले उद्यमी र उद्यमशीलतालाई परिभाषित गर्छ भने उद्यमीले सधैं

परिवर्तनको खोजी गर्छ, परिवर्तनमा प्रतिक्रिया दिन्छ र परिवर्तनलाई अवसरको रूपमा उपयोग गर्छ । - पिटर एफ. डुकर, इनोभेसन एण्ड एन्टरप्रेनरशिप

यस प्रकारको उद्यमशीलता शम्पिटरका सृजनात्मक विघटनकर्ताहरूभन्दा बढी सामान्य देखिन्छ । यस प्रक्रियाको उद्यमशीलता केही व्यक्तिमा रहेको आविष्कारात्मक प्रतिभाप्रति निर्भर रहदैन । वास्तवमा सबै जना अवसरहरूको खोजीमा हुन्छन् । प्रायः सबैलाई राम्रो कामको खोजी गर्छु वा आफूलाई थप रोजगारयोग्य बनाउन तालिम लिन्छु भन्ने हुन्छ । व्यक्ति अवसर प्राप्त गर्न सधैं सजग रहनु पर्दैन । कहिलेकाहीं अवसरलाई छोप्न सही स्थानमा उपस्थित भएर मात्रै पनि हुन्छ तर अवसरलाई छोप्न निश्चित रूपमा निर्णयमा पुगनु आवश्यक हुन्छ । किर्जरको उद्यमी मुख्यतः अवसर पहिचानकर्ता र निर्णयकर्ता हुन् ।

उद्यमी र समन्वय : उद्यमी बजारलाई बिथोल्ने शक्ति नभएर बजारमा लयलाई पुनर्स्थापित गर्ने व्यक्ति हो । बजार सामान्यतया राम्रोसँग काम गरिरहेको हुन्छ तर कहिल्यै पूर्ण हुँदैन र त्यहाँ गल्तीहरू हुन्छन् । केही मानिसको नयाँ प्रविधिहरूको सम्भावना बारेको ज्ञानमा कमी हुन सक्छ । केही मानिस आपूर्ति र मागको वास्तविक अवस्थाबारे भ्रमित हुन सक्छन् जसले चीजहरूलाई असङ्गत बनाउन सक्छ भनेर भन्न सकिन्छ । किर्जरको उद्यमीले यस्ता कमी र असङ्गतिहरूलाई समस्या होइन लाभको अवसरको रूपमा देख्छ । उद्यमीले त्यो लाभलाई पछ्याउदै वास्तवमा बजारमा देखिएको खाडलहरूलाई पुनः सहयोग गर्दछ । एउटा उदाहरण के हुन सक्छ भने उद्यमीहरूले बजार मूल्यहरू आपूर्ति या मागको वास्तविक अवस्थासँग नमिल्दो

देखे भने उनीहरूले विश्वास गर्ने कम मूल्यका वस्तु किन्न र बढी मूल्यका वस्तु बिक्री गर्न सक्छन् ।

यो प्रक्रिया ठ्याक्कै सेयर कारोबारीले हरेक दिन गर्ने काम जस्तै हो । उद्यमीहरूको एक मात्र उद्देश्य आर्थिक लाभ हो तर उनीहरूको क्रियाले कम मूल्याङ्कन गरिएका वस्तुहरूको मूल्यलाई बढाउन र महङ्गो वस्तुहरूको मूल्यलाई घटाउन भूमिका खेलिरहेको हुन्छ । यस्तो प्रक्रियाले मूल्यहरूलाई पुनः सन्तुलनमा ल्याउन प्रोत्साहन गर्दछ र जब अरू व्यक्तिले उद्यमीहरूको काम देख्छन् त्यसलाई अझ बढी अनुकरण गर्न खोज्छन् ।

यस्ता कारणले किर्जरले उद्यमीलाई वस्तुहरूलाई विघटन गर्ने र आर्थिक स्रोतहरूको समन्वय र प्रवर्द्धन गर्ने व्यक्तिको रूपमा देख्छन् । किर्जरको भनाई अनुसार बजार असङ्गत हुनुको कारण बजारका खेलाडीहरूलाई केही थाहा नहुनु र खेलाडीहरूले गल्तीलाई सुधारन अवसरलाई चिन्न नसक्नु हो । उद्यमीहरूको सचेतता र क्रियाले वास्तविक तथ्यहरूको बारेमा ठूलो जागरुकता फैलाउन सहयोग गर्दछ । जब उद्यमी र तिनका समर्थकहरूले मूल्यहरूलाई माथि या तल लग्छन् त्यस बेला उत्पादनका स्रोतहरू कम मूल्यको प्रयोगबाट टाढा भएर धेरै मूल्यका प्रयोग निकट पुग्छन् ।

उद्यमी सूचना प्रशोधनकर्ता हुन्

कम मूल्यमा किन्ने र उच्च मूल्यमा बिक्री गर्ने कुरा सजिलो होइन । उद्यमीहरूले वर्तमानका सबै कुरा थाहा पाउँदैनन् र भविष्य झनै अनिश्चित छ । यस बाहेक उत्पादनहरूलाई निर्माण गर्न, उत्पादन गर्न र बजारमा ल्याउन समय लाग्छ । त्यसैले उद्यमीहरूले भविष्यमा आपूर्ति र मागमा हुने खाडलहरूको अनुमान गर्न र खाडल पुर्न लाग्नु

पर्दछ । कसैले पनि भविष्यको कुरा निश्चित रूपमा पूर्वानुमान गर्न सक्दैन । उद्यमीहरूले परिस्थिति कस्तो हुन्छ भन्नेमा फरक धारणा बनाउनु आवश्यक छ । केही कुरामा ठ्याक्कै 'सही' दृष्टिकोण' भन्ने हुन्छ । उद्यमीहरूले आफ्नो भिन्न इच्छार भविष्यका अनिश्चितताहरूको मूल्याङ्कनमा आधारित रहेर जोखिम लिन्छन् ।

निश्चय पनि यदि उद्यमीहरूको दृष्टिकोण सही सूचनामा आधारित छ भने उनीहरू सफल हुने सम्भावना बढी हुन्छ । सही सूचनाको आधारमा उद्यमीहरूले सम्भावित ग्राहकहरूले के चयन गर्न सक्छन् भन्ने कुरा बुझ्नका लागि अनुसन्धान र परीक्षणमा लगानी गर्न सक्छन् । त्यस्तै, उद्यमीहरू उत्पादनका के विकल्पहरू उपलब्ध छन् भनेर स्थापित गर्न र आफ्ना व्यावसायिक विचारको व्यवहार अन्वेषण गर्न सक्छन् । तर उनीहरूले अझै पनि अनिश्चित, अधुरो, छरिएर र प्रायः प्राप्त गर्न र व्याख्या गर्न गाह्रो सूचनाको आधारमा निर्णय गर्नुपर्छ ।

मुनाफा कमाउने कुरा भनेको भविष्यको मूल्यलाई अन्य मानिस भन्दा बढी सही रूपमा मूल्याङ्कन गर्ने उद्यमीले उत्पादनका केही कारकहरूलाई वा सबैलाई अत्यधिक कम मूल्यमा किन्ने कुरा हो । यस्ता कारकको मूल्यलाई भविष्यको बजारको अवस्थाबाट हेर्दा धेरै नै कम हुने गर्दछ । — लुडविग भोन मिसेस, प्रोफिट एण्ड लस

उद्यमीहरूले आफ्ना समय, ऊर्जा र पुँजीका अन्य अनगिन्ती प्रयोगहरूलाई पनि विचार गर्नुपर्छ जसलाई अर्थशास्त्रले अवसर लागत भन्छ । उद्यमीले थुप्रै सम्भावित रणनीतिहरू मध्ये कुन बढी फलदायी हुन सक्छ भनेर मूल्याङ्कन गर्नुपर्छ । तर, जर्मन अर्थशास्त्री लुडविग लाचमान (१९०६-९०) का अनुसार मानव उद्देश्यहरू विविध हुन्छन्,

तिनीहरूलाई पूरा गर्नका लागि उत्पादन गर्न सकिने वस्तुहरूको विविधता हुन्छ र ती वस्तुहरू उत्पादनका तरिकाहरूमा समेत विविधता हुन्छ (लाचमान १९८६) । विविधताबीच कुनै एक उद्देश्य, वस्तु वा तरिकाको चयन गर्नु कठिन कार्य हो ।

विविध विकल्पको कारण उद्यमीहरूले नयाँ उत्पादनहरू मात्र होइन, नयाँ उत्पादनका प्रविधिहरू र प्रक्रियाहरूमा पनि प्रयोग गर्नुपर्छ । उनीहरूले विभिन्न सूचनाहरू संयोजन गर्छन्, परिणामहरूको मूल्याङ्कन गर्छन् र त्यसपछि ग्राहकहरूले वास्तवमा चाहने कुराहरू उत्पादन गर्न आफ्ना सञ्जाललाई यथासम्भव उत्पादनशील र लागत-प्रभावकारी बनाउन प्रयास गर्छन् । यस्ता प्रक्रियाहरूमा पुनः हेरफेर हुने सम्भावनाहरू हुन्छ र धेरै गल्तीहरू गरिन्छन् । यो आश्चर्यजनक पनि छैन । तर, धेरै उद्यमीहरू प्रतिस्पर्धात्मक रूपमा विभिन्न उत्पादन र प्रक्रियामा प्रयोग गर्दै ज्ञान अर्जित गर्छन् र फैलिन्छन् । यसकै फलस्वरूप सम्पूर्ण अर्थतन्त्रको दीर्घकालीन उत्पादकता बढ्छ जसले सबैलाई लाभ दिन्छ ।

हामी अनपेक्षित परिवर्तनको संसारमा बाँचिरहेका छौं त्यसैले पुँजीको संयोजनहरू सधैं परिवर्तनशील रहनेछन्, विस्थापित र पुनर्स्थापित हुनेछन् । यस क्रियाकलापमा, हामी उद्यमीको वास्तविक कार्य पाउँछौं । — लुडविग लाचमान, द मार्केट एस एन इकोनोमिक प्रोसेस

उद्यमी र अनिश्चितता

यो एक निरन्तर प्रक्रिया हो । उद्यमीले कहिल्यै 'पूर्ण' उत्पादन र 'पूर्ण उत्पादन विधि' बनाउन सक्दैनन् । एकले अर्कोलाई पछि पार्ने

सम्भावना सधैं रहन्छ । यद्यपि प्रतिस्पर्धात्मक बजारमा थोरै सफल उत्पादन र प्रक्रियाले धेरै सफल उत्पादनलाई स्थान दिन्छ (मिसेस १९५१) । उद्यमीहरू पूर्ण र सर्वकालिक हुनु आवश्यक छैन । उद्यमीहरू केवल बजारमा जुन अवस्था विद्यमान छ त्यहीसँग बढी उपयुक्त हुनुपर्छ । तर, अवश्य नै बजारका अवस्थाहरू पनि परिवर्तन हुनेछन् । तेल या खाद्यान्नको आपूर्ति युद्धबाट प्रभावित हुन सक्छ । शारीरिक रूपले अशक्तहरूले प्रयोग गर्ने स्कुटरहरूको माग वृद्धि कुनै स्थानको जनता बुढो र धनी भएको कारणले बढ्न सक्छ । यस्ता बजारका परिवर्तनहरूले अन्य उद्यमीहरूलाई आउन र खाडल पुर्नका लागि अवसर खोल्छन् ।

बजार कहिल्यै स्थिर हुँदैन । उद्यमीहरूले धेरै जोखिमपूर्ण र अनिश्चित वातावरणमा आफ्नो उत्पादनका विकल्पहरू बनाउनुपर्छ । तर, किर्जर (उनका आलोचकहरूले भन्छन्) यस जोखिम र अनिश्चितता भन्दा बेखबर छन् । उनका उद्यमी खाडलहरू भर्नेमा सजग छन् तर खाडलहरूको पहिचान गर्नु सजिलो पक्ष हो । वास्तविक समस्या भनेको फेरि समस्याहरूलाई समन्वय गर्नको लागि समाधानको डिजाइन, उत्पादन र बजारमा ल्याउन लाग्ने समय हो । त्यसपछि अन्य परिवर्तनहरू हुन सक्छन् र उद्यमीको अनुमान सही हुनुअघि पुरानो हुन्छ ।

उद्यमी र निर्णय

अमेरिकी अर्थशास्त्री पिटर जी. क्लाइनले सुझाव दिएका छन् कि उद्यमशीलताको परिभाषित विशेषता भनेको अनिश्चिततामा निर्णय गर्नु हो (क्लाइन र फस २०१४) । उद्यमीले अनिश्चित भविष्यको सामना गर्छ र घटनाहरू कसरी हुन्छन् भन्ने बारेमा दृष्टिकोण लिनुपर्छ ।

कुनैपनि परिणाम निश्चित रूपमा थाहा पाउँदैन त्यसैले निर्णय लिनुपर्ने आवश्यकता हुन्छ । अनुसन्धान र अनुभवले उद्यमीलाई सहयोग गर्न सक्छ तर मिसेसको भनाइ अनुसार उद्यमशीलताको निर्णय कुनै नियम र प्रणालीको अधिनमा हुँदैन । यसलाई न त पढ्न सकिन्छ न त सिक्न सकिन्छ (मिसेस १९४९) । उद्यमीहरूले योजना बनाउनुपर्छ, स्रोतहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्नुपर्छ र आफ्नो विशेष दृष्टिकोणमा आधारित भएर सफल हुन्छ भन्ने विश्वास भएका वस्तुहरू उत्पादनमा लगानी गर्नु पर्दछ ।

त्यो दृष्टिकोणको विविधताले नै उद्यमशीलतालाई सम्भवतः लाभदायक बनाउँछ । यदि सबैले न्यूक्लियर फ्यूजनले विश्वलाई सुरक्षित र लगभग निःशुल्क ऊर्जा ल्याउनेमा एकै किसिम सोच्ने भने उनीहरू सबै यसमा लगानी गर्नको लागि झगडा गर्थे र सम्भावित मुनाफा तिनीहरू बीचमा थोरै मात्रमा बाँडिने थियो । उद्यमीहरूले अन्यले गलत निर्णय लिइरहेको समयमा सही निर्णय गर्न सकेमा मात्र उल्लेखनीय मुनाफा प्राप्त गर्न सक्छन् । पुनः मिसेसको भनाइमा उद्यमीले भविष्यलाई अरूभन्दा भिन्न रूपमा देख्दछ । यही कारणले उद्यमीहरूले आज कम मूल्यका स्रोतहरू किनेर भविष्यमा उच्च मूल्यका सेवाहरू उत्पादन गर्न सक्षम छन् । उद्यमीहरू सेवा वा वस्तुको मूल्य वृद्धि नगरेरै सेवा उपलब्ध गराउने सोचि रहेका हुन्छन ।

आईबीएमका पूर्व प्रमुख थोमस वाट्सनले सायद सन् १९४३ मा 'मलाई लाग्छ कि विश्व बजारका लागि पाँचवटा कम्प्युटर पर्याप्त छ ' वाक्य सायद फेरि कहिले दोहाराएर बोलेका छैनन् । तर, सन् १९४०/५० का दशकहरूमा यस्तो कुरा कुनै असाधारण धारणा थिएन । त्यस समय कम्प्युटरहरू एउटा सिङ्गै तल्ला ओगट्ने र महङ्गो थिए र केवल ठूलो संस्थाहरूले मात्र एक थान खरिद गर्न सक्थे । कम्प्युटरको

उपयोगिता विशेष गणितीय समस्याहरू समाधान गर्नमा मात्र सीमित मानिन्थ्यो । तर प्रविधिले उन्नति गर्दै गएका कारण एप्लका स्टीभ जब्स जस्ता अन्यले एकदम भिन्न दृष्टिकोण लिएका थिए कि सबैले विभिन्न दैनिक कार्यहरूमा सहयोग गर्ने सुलभ, मित्रवत् होम कम्प्युटरको माग गर्नेछन् । उनले यो गर्नका लागि सिर्जना र प्रेरणा पनि पाएका थिए । जसमार्फत आईबीएमले आफ्नो बजारको प्रभुत्व गुमाएको बेला, जब्सले आफ्नो दृष्टिकोणबाट धेरै धन कमाए । 'उद्यमी' भनेको के हो भन्ने कुरामा यसभन्दा राम्रो उदाहरण पाउन गाह्रो छ ।

उद्यमशीलताको महत्त्व

उद्यमशीलताका केही आर्थिक लाभहरूको (जस्तै : उत्पादकता वृद्धि र स्रोतहरूको प्रयोग गरेर अधिक मूल्यको वस्तु निर्माण गर्ने) बारेमा यस अधिको अध्यायहरूमा उल्लेख गरिएको छ । यसको अतिरिक्त उद्यमशीलताले सिर्जना गर्ने अन्य लाभहरू (आर्थिक र सामाजिक) पनि छन् ।

आर्थिक लाभहरू

उत्पादन सुधार : हामीले उद्यमशीलताले मानिसलाई थप उत्पादन गर्न सक्षम बनाएर आर्थिक वृद्धिमा योगदान पुऱ्याएको देखिरहेको छौं । उद्यमशीलताले थप उत्पादन मात्र नभएर गुणस्तर उत्पादन गर्न सक्षम बनाएर आर्थिक विकासमा पनि योगदान पुऱ्याउँदछ । उद्यमीहरू उत्पादनको उत्पादकता बढाउन र उत्पादनको गुणस्तर सुधार्नका लागि नयाँ र राम्रो उत्पादन प्रविधिहरू खोज्छन् ।

यसका परिणाम स्पष्ट छन् । हाम्रो कार अहिले कम बिग्रिन्छ । आधुनिक कारले कारमा देखिएको समस्याका बारेमा सचेत पार्छ, इन्धन कुशलता बढाउँछ र आफै पार्क हुन्छ । हाम्रा कम्प्युटर सानो,

छिटो र राम्रो नेटवर्क भएका छन् । हाम्रा सुटकेस हल्का र बलियो छन् र तिनमा भएका पोलियुरोथिनका चक्काहरूले सुटकेस बोक्ने सङ्घर्षबाट छुटकारा दिन्छन् । हाम्रो कलममा हरेक दिन मसी भर्नु पर्दैन जसले हाम्रो औंलाहरूमा दाग लाग्नबाट जोगाउँछ । ठूला र भारी ग्रामोफोनले साना आइपोडलाई स्थान दिएका छन् जसले हामीलाई संसारका उत्कृष्ट सङ्गीतकारहरूको उत्कृष्ट सिर्जनामा सहज र छिटो पहुँच दिन्छन् । हाम्रा टेलिभिजन ठूलो, पातलो, स्पष्ट र स्मार्ट छन् । हाम्रा दाँत माइने ब्रस विद्युतीय भएको छ र त्यस्ता विद्युतीय ब्रसले हामीलाई दाँत सफा गर्न, सही तरिकामा गरिरहेका छौं कि छैनौं भनेर बताउँछन् । हाम्रा पुस्तकहरू हाम्रो गोजीमा अट्ने भएका छन् । स्याम्पुले अब हाम्रो आँखा पोल्दैन । हाम्रा कारहरू छिट्टै स्व-चालित हुने छन् र सँगै अन्य सबै उत्पादनहरू पनि सुधारिनेछन् ।

उद्यमीहरूले ग्राहकहरूलाई यस्ता उत्पादनहरू प्रदान गर्छन् जसले उनीहरूको जीवनमा सुधार ल्याउँछ । एक औद्योगिक रोबोटले एक निर्माता लागि, बबल र्यापले एक रिटेलरका लागि, हेयरिङ एडस्ले कान न सुन्ने व्यक्तिको जीवनमा सुधार ल्याउँछ । त्यस्तै, स्मार्ट फोनले हामी सबैको जीवनमा सुधार ल्याएको छ । यो प्रगति निरन्तर जारी रहन्छ ।

परिष्कृत जानकारी : उद्यमीहरूका गतिविधिहरूले कुन उत्पादन प्रक्रिया राम्रो र कुन उत्पादनहरू सबैभन्दा मूल्यवान छन् भन्ने बारेमा जानकारी दिन्छन् । उद्यमीहरू लागत घटाउने र उत्पादनको गुणस्तर सुधार्ने नयाँ तरिकाहरूको प्रयोग गरेर अरूलाई राम्रो काम गर्ने तरिकाहरूको जानकारी उपलब्ध गराउँछन् । उनीहरूले सोच्दै

नसोचेका स्रोतहरू किन्ने र अधिक मूल्यमा बेच्ने कार्य गरेर अरूलाई ती अवसरहरूको बारेमा सचेत बनाउँछन् । ग्राहकहरूले अधिक मात्रामा खपत गरेको उत्पादनहरू आपूर्ति गरेर उद्यमीहरूले अन्यलाई कुन स्थान बाट माग भइरहेको छ भनेर सो स्थान देखाउँछन् ।

राम्रो र पूर्ण जानकारीको सम्प्रेषणले बजारको सञ्चालन र दक्षतामा सुधार गर्दछ । जब उद्यमीहरूले अन्य सफल उद्यमीहरूको नक्कल गर्न प्रयास गर्छन् तिनीहरूले कम मूल्य भएका वस्तुबाट पुँजी र श्रम जस्ता स्रोतहरूलाई उच्च मूल्यको वस्तुको निर्माणमा लगानी गर्छन् जसले कम पुँजीमा बढी मूल्यको वस्तु उत्पादन गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ ।

सहयोगी विकास : कहिलेकाहीँ उद्यमीहरूको उत्पादनहरूले अन्य उत्पादनहरू वा सम्पूर्ण उद्योगहरूको विकासमा सहयोग पुऱ्याउँदछ । माइक्रोप्रोसेसर र टचस्क्रिनले ट्याब्लेट र स्मार्ट फोनहरूको निर्माणलाई सम्भव बनायो जसले राइड सेयरिङ्ग एप र पेपरलेस टिकेटिङ्गको सम्भावनालाई साकार बनायो ।

भारतमा सन् १९९० को दशकमा सूचना प्रविधि र सञ्चार उद्योगहरूको विकासले समान प्रकारको विकासलाई सहयोग पुऱ्यायो जसको परिणाम स्वरूप कल सेन्टर जस्ता नयाँ व्यवसायहरू सम्भव भयो । कल सेन्टरको बढ्दो सङ्ख्याले नयाँ निर्माण, नेटवर्क, हार्डवेयर, सफ्टवेयर र मर्मतको लागि माग सिर्जना गर्‍यो । एउटा क्षेत्रको विकासले अर्को क्षेत्रको विकासलाई टेवा पुऱ्याउँदा यसले रोजगारी वृद्धि गर्‍यो ।

सञ्चार तथा इन्टरनेट क्षेत्रको विकासले राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा मानिसहरूलाई आफ्ना समुदाय बाहिरका बजारको अवस्थाबारे जानकारी हासिल गर्न सहयोग गर्‍यो, जसले नयाँ उद्यमी पुस्तालाई

स्थानीय मात्र नभएर विश्वव्यापी अवसरहरू देख्न र उपयोग गर्न अवसर दियो ।

यो विकास केवल आर्थिक मात्र थिएन । भारतमा नयाँ रोजगारीका अवसरहरूले मानिसहरूलाई कठोर कृषि जीवनबाट शहरहरूमा समृद्ध र आरामदायी जीवनप्रति आकर्षित गर्‍यो । नयाँ कामदारहरूलाई सीप दिनका लागि शिक्षा र तालिम केन्द्रहरूको स्थापना भयो । नयाँ उद्योगहरूले जात व्यवस्थालाई तोड्न थाले किनभने ति उद्योगहरूलाई जातको सरोकार नभएर सीप र बुद्धि भएका कर्मचारीहरू मात्रै आवश्यक थियो । यसैबीच जो जमिनमा थिए तिनले पनि आईटी क्रान्तिको लाभ उठाए । महिलाहरूले आफ्ना गाउँका अन्य व्यक्तिहरूलाई मोबाइल फोन भाडामा दिने नयाँ व्यवसाय खोल्न थाले । कृषकहरूले इन्टरनेट चल्ने फोनबाट चामल, गहुँ, कपास, चिनी, प्याज वा चियाको मूल्य पत्ता गर्न र स्थानीय एजेन्टहरूको मूल्यको सट्टा आफ्नो लागि राम्रो मूल्य तोक्न थाले ।

उत्पादकता वृद्धि

दीर्घकालीन सुधार : नयाँ र बढी उत्पादन गर्ने उत्पादकहरूले सस्ता र राम्रो उत्पादनहरू सिर्जना गरेर ग्राहकसम्म प्रभावकारी रूपमा पुऱ्याउँदै गर्दा पुराना र कम उत्पादन गर्ने उत्पादकहरूले आफ्नो बजार हिस्सा गुमाउँछन् । पुराना उत्पादकहरू सम्पूर्ण रूपमा बजार बाहिर निस्कन पनि सक्छन् । सोही क्रममा नयाँ फर्महरू पनि अन्य नयाँ उद्यमहरूद्वारा प्रतिस्थापित हुन सक्छन् जसले अझ राम्रो उत्पादनहरू थप प्रभावकारी रूपमा उत्पादन गर्छन् । यस प्रक्रियाको परिणाम स्वरूप आर्थिक उत्पादकता र मूल्य सिर्जनामा प्रणालीगत र दीर्घकालीन सुधार हुन्छ । श्रम र पुँजी जस्ता

स्रोतहरू बढी मूल्यवान वस्तुको लगानीमा प्रयोग हुन्छ जसले कम र सस्तो जनशक्तिको प्रयोग गरेर बढी र राम्रो वस्तु उत्पादन गर्न सजिलो हुन्छ ।

अन्तर्राष्ट्रियता: यो अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा पनि हुन्छ । वित्तीय पुँजी अत्यधिक गतिशील हुन्छ । अहिलेको समयमा उद्यमीहरूले आफ्नो व्यवसाय फैलाउनुका लागि आफ्नो पैसा बचत गर्नु पर्दैन अथवा साथी, परिवार वा स्थानीय लगानीकर्ताहरूको पैसामा भर पर्नु पर्दैन । यदि उद्यमीहरूको विचार आशाजनक, राम्रो व्यवस्थापन सीप र व्यावसायिक विषय बलियो छ भने उद्यमीहरूले संसारभरका पुँजी बजारमा पहुँच राख्न, आवश्यक पुँजी उधारो लिन वा आफ्नो व्यवसायको सेयर बेचेर पुँजी प्राप्त गर्न सक्छन् । यो विशेष गरी गरिब देशका उद्यमीहरूको लागि महत्त्वपूर्ण छ जहाँ स्थानीय रूपमा लगानी पाउन कठिन छ । यसले तिनीहरूलाई विश्वका सबैभन्दा धनी देशका उद्यमीहरूलाई प्राप्त समान वित्तीय स्रोतमा पहुँच दिन्छ ।

यही अन्तर्राष्ट्रियता व्यवस्थापनमा पनि लागू हुन्छ । वित्तीय पुँजी जस्तै मानव पुँजी पनि गतिशील छ । व्यवस्थापक र परामर्शदाताहरूले आफ्नो सीपलाई त्यस देशमा लैजान सक्छन् जहाँ उनीहरूको उच्च मूल्याङ्कन गरिन्छ । यसले गरिब देशका उद्यमीहरूका लागि विशेष अवसर दिन्छ जहाँ व्यवस्थापन शिक्षा र तालिम कम विकसित हुन्छ र राम्रो व्यवस्थापकहरू फेला पार्न गाह्रो हुन सक्छ । पुँजीमा पहुँचजस्तै राम्रो व्यवस्थापन र परामर्शमा भएको पहुँचले उद्यमीहरूको उत्पादकता बढाउन सहयोग गर्नुका साथै तिनीहरूको समुदाय र देशको उत्पादकता र समृद्धिमा पनि टेवा पुऱ्याउँदछ ।

अनुसन्धान र विकास: त्यहाँ अन्य आर्थिक लाभहरू पनि छन् । उत्पादन र प्रक्रियाहरूलाई सुधार गर्नमा केन्द्रित हुँदा उद्यमीहरू अनुसन्धान र विकासको केन्द्रमा हुन्छन् । उद्यमीहरू नवीन विचार, उद्यम, प्रविधिहरू र उत्पादनहरू सिर्जना गर्दै अनुसन्धानमा समेत सक्रिय रहन्छन् । स्थापित उद्योगहरू आफ्नो उत्पादनको बजारबाट हुने मागबाट सन्तुष्ट भएपछि आर्थिक रूपमा सफल हुन्छन् । नयाँ, राम्रो वा सस्तो उत्पादकहरूले आफ्ना उत्पादनका लागि बजारको माग खुलाउँछन् । राम्रो उत्पादनहरू धेरै सङ्ख्यामा र सस्तो हुँदा उपभोक्ताहरूले आफ्नो सम्पत्ति वृद्धि भएको अनुभव गर्दछन् भने नयाँ उत्पादन प्रक्रियाले नयाँ रोजगारीका अवसरहरू र उच्च आमदानीको सम्भावना सिर्जना गर्दछ । अधिकांश नयाँ रोजगार सिर्जना साना व्यवसाय र स्टार्ट-अपहरूबाट हुन्छ ।

मानवीय लाभहरू

उद्यमशीलताबाट आर्थिक लाभका साथै मानवीय र सामाजिक लाभहरू पनि प्राप्त हुन्छन् । उद्यमीहरूको सम्पूर्ण ध्यान नयाँ र राम्रो उत्पादन प्रदान गर्नमा केन्द्रित हुनुका कारण हामी पुराना, ढिला र अत्यधिक मानवीय श्रम प्रयोग हुने प्रविधिहरूमा कम निर्भर हुन्छौं । हाम्रो हजुरआमाहरू हरेक दिन घरमा कोइला ल्याउन, आगो बाल्न, जुठो भाँडा सफा गर्न र त्यसलाई पखाल्नुमा घण्टौं समय खर्च गर्नु हुन्थ्यो । अहिले आधुनिक तवरले घर न्यानो बनाउन समय लाग्दैन । हाम्रो हजुरआमाहरूलाई हरेक हप्ता कपडा धुन, धोएर सुकाउन र त्यसपछि आगोमा तातो गरिएका आयरनले कपडा स्त्री गर्न दिनभरिको समय लाग्दथ्यो । अहिले हामीसँग अटोमेटिक लुगा धुने र सुकाउने मेसिनहरू छन् । यस्ता सुधारहरूले प्रविधिको स्व-विकास मात्रै सङ्केत

गर्देनन् किनभने यस्ता उत्पादनहरू उद्यमीहरूले गहन सोच र अनुसन्धान गरेर सिर्जना गरेका कारण अस्तित्वमा छन् ।

कृषि, स्वास्थ्य सेवा, खुद्रा व्यापार, यातायात र अन्य क्षेत्रका धेरै सुधारहरूको परिणाम स्वरूप आज हामीसँग छनोटका लागि विविध उत्पादनहरू उल्लेखनीय सङ्ख्यामा छन् । आज हामीले आधारभूत आवश्यकताहरू र आरामका बारेमा धेरै समय बर्बाद गर्नुपर्ने कुनै कारण छैन । उद्यमीहरूको नवीन आविष्कारले हाम्रो कामलाई उत्पादनशील र सजिलो बनाउँछ, अधिक मानवीय श्रम घटाउँछ र चोटपटक लाग्ने जोखिमलाई न्यूनीकरण गर्छ । नवप्रवर्तनले हामीलाई थप फुर्सदिलो र प्रभावकारी हुने समय दिन्छ ।

नयाँ उद्यमी कम्पनीहरूले रोजगारीका अवसरहरू खोल्छन् । यो विशेषगरी आप्रवासी, अल्पसङ्ख्यक, युवा र महिलाहरूका लागि लाभदायक हुन्छ जसलाई ठूला, स्थापित उद्योगका कामदार र व्यवस्थापकहरूले भेदभाव गर्न सक्छन् । यसले कामदारहरूलाई आफ्नो जीवन सुधार गर्न आवश्यक बचत र पुँजी सञ्चित गर्न अवसर दिन्छ र उनीहरूको 'मानवीय पुँजी' र रोजगार प्राप्त गर्ने योग्यतालाई थप सुधार गर्नका लागि शिक्षा प्राप्त गर्न प्रेरित गर्छ । यी सबै व्यक्तिगत र मानवीय लाभहरू हुन् केवल 'आर्थिक' लाभ होइन ।

सामाजिक लाभहरू

उद्यमशीलताको सामाजिक लाभहरू पनि छन् । उद्यम-व्यवसायहरूको विविधता भएको समुदाय कुनै ठूलो उद्योग हाबी भएको समुदाय भन्दा बढी स्थिर र शान्त हुन्छ । परिवर्तन र विकास त्यसपछि क्रमिक रूपमा हुन्छ । व्यवसायहरू आउँछन् र जान्छन् र कामदारहरू आफूलाई मनपरेको अनुसार कम्पनी सर्न सक्छन् ।

कामदारहरूलाई ठूलो रोजगारदाताको व्यापार धरासायी भए बेरोजगार भएर बस्नुपर्ने डर हुँदैन ।

सफल उद्यमीहरू परोपकारी र सामुदायिक परियोजनामा ठूला लगानी गर्ने गर्छन् । यसमा निश्चित रूपमा व्यावसायिक उद्देश्य हुन्छ ।

सायद परोपकारी अभियानमार्फत उनीहरूले आपूर्तिकर्ता, कामदारहरू र ग्राहकहरूबीच आफ्नो राम्रो छवि विस्तार गर्ने आशा गर्छन् । स्थानीय विद्यालय र अस्पताललाई सहयोग गरेर उनीहरूले स्वास्थ्य र अधिक सीपयुक्त श्रमिक वर्ग भर्ना गर्न सक्छन् । स्थानीय वातावरण सुधार गरेर सफल उद्यमीहरूले आफ्ना कामदारहरूको मनोबल सुधार गर्न र लामो समयसम्म तिनीहरूलाई आफूसँग राख्न सफल हुन्छन् । उद्यमीहरूले उच्च शिक्षा, अनुसन्धान र विकासका परियोजनाहरूलाई प्रवर्द्धन गर्न पनि सक्छन् जसले उनीहरूको व्यवसायलाई सम्भवतः नयाँ अवसरहरू खोज्नका लागि सहायता पुऱ्याउँछ ।

यद्यपि उद्यमीहरूको गतिविधि प्रायः परोपकारी नै हुन्छ । स्कटिस-अमेरिकी स्टिल उद्योगी एन्ड्र्यू कार्नेगी (१८३५-१९१९) ले आफ्नो धनको ठूलो हिस्सा निःशुल्क सार्वजनिक पुस्तकालय स्थापना र सुधार गर्न खर्च गरे । माइक्रोसफ्टका प्रमुख बिल गेट्सले बिल र मिलिन्डा गेट्स फाउन्डेसनमार्फत गरिब देशहरूमा अरबौँ डलर लगानी गर्छन् साथै अरू उद्यमीहरू कृषि सुधार, स्वच्छता, पोषण, खोप, मलेरिया नियन्त्रण र अन्यमा ध्यान केन्द्रित गर्दै काम गर्छन् ।

धेरै उद्यमीहरू उच्च शिक्षालाई केवल व्यावसायिक रूपमा नहेरेर सहयोग गर्छन् किनभने अत्याधुनिक विज्ञान र प्रविधिले उनीहरूलाई उत्साहित गर्छ । यस्ता कुराले किन आजका सफल उद्यमीहरू अन्तरिक्ष अन्वेषणमा आकर्षित छन् भनेर बुझ्न सहयोग गर्दछ किनभने

यस्तो क्षेत्रका लगानीलाई सामान्य व्यावसायिक परियोजनाको रूपमा व्याख्या गर्नका लागि धेरै अठ्यारो छ ।

उद्यमीहरू दशक र शताब्दीदेखि मानिसहरूको जीवनमा ठूलो परिवर्तन ल्याउने नवीनताहरूका लागि जिम्मेवार छन् । यी नवीनताहरूमा मुद्रण प्रेस, स्टीम इन्जिनहरू, कार्डिड, स्पिनिड र वेभिड मेसिनहरू, टेलिफोन, रेलवे, ग्रामोफोन, हवाईजहाज, प्लोट ग्लास र घरेलु कम्प्युटर जस्ता कुरा समावेश छन् तर सूची अन्तहीन छ । प्रायः आविष्कारकहरू अन्य वस्तुको अनुसन्धान गरिरहेको बेला नवीन वस्तु फेला पार्छन्, जस्तै: माइक्रोवेभ ओभन, पेन्सिलिन, कर्न फ्लेक्स र सुपर ग्लू आदि । उद्यमीहरूको समय-समयको आविष्कारले नयाँ उद्योगको सिर्जना, अर्थतन्त्रलाई आधुनिकीकरण र जीवन र संस्कृति परिवर्तन गर्ने घटनाको सुरुआत गरेका छन् ।

नाफाको सामाजिक भूमिका

धेरै उद्यमीहरू व्यक्तिगत आर्थिक लाभको सम्भावनाबाट प्रेरित हुन्छन् तर यसको अर्थ उनीहरू अरूलाई लुटेर मात्र सफल हुन सक्छन् भन्ने होइन । खुला र प्रतिस्पर्धात्मक अर्थतन्त्रमा उनीहरूले वस्तुको मूल्य स्थापना गरेर मात्र पनि पैसा कमाउन सक्छन् । उद्यमीहरूको आर्थिक लाभ केवल ग्राहकहरूबाट आउँछ जसको जीवन उनीहरूको उत्पादनहरूले सुधार ल्याएको हुन्छ र ग्राहकहरूले त्यस्ता उत्पादनहरूका लागि पैसा खर्च गर्नु उचित ठान्छन् । यस प्रक्रियामा उद्यमीहरूले मानिसको माध्यमबाट वस्तुको मूल्य फैलाउँछन् जसबाट सबैलाई लाभ हुन्छ ।

नाफा भनेको केवल आर्थिक लाभ होइन । उद्यमीका ग्राहकहरूले लाभ त्यस बेला प्राप्त गर्छन् जब उनीहरूले प्रयोग गर्ने उत्पादनको

उपयोगिता तिनीहरूले तिर्ने पैसाको मूल्य भन्दा बढी हुन्छ । नाफाले लगानी गरेका मूल्यभन्दा बढी लाभ प्राप्त गर्नुलाई जनाउँछ, जस्तै : बेकार र मूल्यहीन बालुवालाई उपयोगी, उत्पादनशील र मूल्यवान कम्प्युटर चिप्समा परिवर्तन गर्दा लगानी गरेको भन्दा बढी मूल्य प्राप्त हुन्छ । नाफा कुनै कुरा वा वस्तुको निन्दा नभएर त्यसको आर्थिक र सामाजिक लाभको कारण हो । यदि हामी थोरै स्रोत प्रयोग गरेर बढी उपयोगिता सिर्जना गर्न सक्छौं भने हामी सबैलाई फाइदा हुन्छ ।

जति उद्यमीहरूले वित्तीय नाफाको खोजी गर्छन्, (सामाग्री र निर्माणमा खर्च गरिएको रकमभन्दा बढी कमाउने) त्यति नाफाको प्रेरणाले वस्तुको उपयोगितालाई वृद्धि गर्ने, छनोटको अवसर बढाउने र सबैका लागि उत्पादन सुधार गर्ने सकारात्मक सामाजिक प्रभाव पार्छ । वास्तवमा नाफा जति ठूलो हुन्छ त्यसले सिर्जना गर्ने सामाजिक लाभ पनि त्यति नै धेरै हुने सम्भावना हुन्छ । वित्तीय नाफा भनेको उद्यमीले सिर्जना गरेको अतिरिक्त उपयोगिताको एक प्राथमिक सङ्केत हो । यसले उद्यमीले लागत घटाउने तरिका खोजेको सङ्केत गर्छ । यसले उद्यमीलाई महङ्गो स्रोतहरूलाई अधिक उत्पादनशील प्रयोगमा पुनः निर्देशित गर्न अनुमति दिन्छ भने सस्तो मूल्यमा उच्च गुणस्तरका उत्पादनहरूको प्रचुर आपूर्तिले उपयोगितालाई बढाउँछ । वास्तवमा अर्थतन्त्र जति खुला र प्रतिस्पर्धात्मक हुन्छ त्यति नै बजारका प्रतिस्पर्धीलाई बजारमा प्रवेश गर्न र बाहिर जान सजिलो हुन्छ । यसले उद्यमीहरूलाई वस्तुको लागत घटाउन र उत्पादनको मूल्य नबढाउन बढी दबाव हुन्छ । यदि उद्यमीहरूले त्यसो गर्न ढिलाइ गर्छन् भने बजारमा अर्को प्रतिस्पर्धीले फाइदा उठाउँछन् ।

निष्कर्षमा, यसको परिणामले निरन्तर रूपमा उत्पादकता र वस्तुको उपयोगिता सुधार गर्न सहयोग पुग्छ । जसै सुधार हुँदै जान्छ

विलासिता भनिएका र केवल थोरै जनसङ्ख्याले उपभोग गर्ने गाडी, वाशिंग मेसिन, कम्प्युटर जस्ता वस्तु सस्तो र राम्रो हुँदै जानेछ । तालमा लहर फैलिएझैं त्यस्ता वस्तुमा ठूलो जनसङ्ख्याको पहुँच फैलिँदै जान्छ । सस्तो उत्पादनहरूको अर्थ, सबैसँग त्यस्ता वस्तुमा खर्च गर्न अतिरिक्त पैसा हुन्छ भने गुणस्तर सुधारले सबैलाई समान मूल्यमा वस्तुको थप उपयोगिता प्राप्त गर्न दिन्छ ।

हामी उद्यमीहरूलाई यस्ता सुधारहरूको लागि धन्यवाद दिन सक्छौं । उनीहरूले यसबाट वित्तीय लाभ उठाउन सक्छन् तर हामी सबैले अन्य तरिकामा लाभ उठाउँछौं । उनीहरू वित्तीय नाफा तर्कपूर्ण निर्णय र कडा मेहनतबाट भन्दा बढी राम्रो भाग्यको रूपमा पाउन सक्छन् तर सामाजिक लाभ सबैका लागि समान नै हुन्छ ।

वास्तवमा, कुनै उद्यमीको सफलता कति भाग्य, कति निर्णय र प्रयास हो भन्ने कुरा छुट्याउन गाह्रो छ । राम्रो भाग्यलाई पनि लाभमा बदल्नका लागि उत्पादनशील रूपमा अवसरलाई समाउन र दिशानिर्देश गर्नु जरुरी छ । धेरै मानिसहरूले राम्रो भाग्यका साथ आएका 'सुदृढ लाभहरू' लाई ईर्ष्या गर्छन् र यसलाई कर लगाउनु पर्ने माग गर्छन् । तर यसले केही सीमित केवल अवसरहरूमा चुकेका भरमा उद्यमीहरूको सङ्ख्या घटाउन वकालत गर्छ जुन समग्र समाजको लागि हानि र क्षति हो । हामी धेरै मानिसहरूलाई उद्यमशीलताका साथ सोच्न र कार्य गर्न प्रोत्साहित गरेर उनीहरूलाई आफ्नो उत्पादनको उपयोगिता सिर्जनाको गरेर प्राप्त गर्ने पुरस्कारको आनन्द लिने वातावरण सिर्जना गर्न सफल भए समाजले थप प्रगति गर्ने छ ।

उद्यमशीलताको विस्तार

वैश्विक उपस्थिति

संसारभरमा उद्यमशीलताको मात्रा कति छ भनेर मापन गर्न गाह्रो छ । उद्यमशीलताको मापन गर्न स्व-रोजगार वा स्टार्ट-अपका सङ्ख्या जस्ता स्पष्ट सूचकहरू समेत पूर्ण रूपमा उपयोगी छैनन् । 'उद्यमशीलता'को परिभाषा के हुनुपर्छ भन्ने कुरामा पनि थप विवाद छ । उद्यमशीलता केवल व्यावसायिक गतिविधि हो वा 'सामाजिक उद्यमशीलता' वा अन्य गतिविधि हो भन्नेमा पनि मत-अभिमत छ । यद्यपि, त्यस्ता व्यक्ति जो निरन्तर आफ्नो सीप, क्षमता र स्रोतहरूलाई प्रयोग गरेर आफ्ना लागि सबैभन्दा कम समय, पैसा र प्रयासको लागतमा बढी उपयोगी वस्तु उत्पादन गर्न प्रयासरत छन् ती सबै उद्यमी हुन्, त्यस्ता सबैलाई उद्यमी मान्न सकिन्छ । यस अर्थमा उद्यमशीलताका गतिविधि विश्वका हरेक कुनामा पाइन्छ ।

व्यावसायिक उद्यमशीलताको कुरा पनि सर्वव्यापी रूपमा सत्य हो । यसको उपस्थिति धनी, विकासशील र गरिब देशमा पनि पाइन्छ । अमेरिकादेखि नर्वे, टर्की, दक्षिण अफ्रिका, एङ्गोला र ग्वाटेमालाजस्ता देशमा उद्यमशीलताले उन्नति गरेको छ । नियन्त्रित अर्थतन्त्रमा पनि उद्यमशील सोचको उपस्थिति देखिन्छ तर अधिकतर त्यस्ता बजारमा

उद्यमशीलताको उपयोग भ्रष्टाचारलाई कानुनी रूपमा नियन्त्रण गर्न वा कालो बजारीमार्फत बजारको नियन्त्रण गर्नमा देखिन्छ । खुला बजारमा दैनिक प्रयोग हुने पैसाको भूमिका निकै प्रभावकारी हुन्छ तर त्यस्ता गैरकानुनी बजारले अभावलाई रोक्न, आपूर्ति र माग समन्वय गर्न समान तरिकामा काम गर्छ । यस्ता नियन्त्रित बजारका उद्यमीहरूले कानून तोड्न सदैव तयार हुनुपर्छ ।

देशका समानता र भिन्नताहरू

उद्यमशीलताको उपस्थिति विश्वको सबै स्थानमा देखिन्छ, तर केही देशमा भने उद्यमशीलताको उपस्थिति विशेष रूपमा देख्न सकिन्छ । विश्वका केही देशहरूले अधिक सङ्ख्यामा अर्बपति र अति सफल उद्यमी उत्पादन गर्छन् जसले सामान्य रूपमा ती देशहरू उद्यमशीलताको लागि राम्रो ठाउँ हो भन्ने सङ्केत गर्दछ । हङ्कङ, इजरायल, अमेरिका, स्विजरल्याण्ड, सिंगापुर, नर्वे, आयरल्याण्ड, ताइवान, क्यानडा र अस्ट्रेलियालगायत देशहरू यस विषयमा अगाडि छन् । यस्ता देशहरूमा स्वतन्त्र मूल्य-मान्यता र संस्थाहरू हुन्छन् जसले उद्यमीलाई सफलताका लागि प्रोत्साहन गर्दछन् । यस किसिमको प्रोत्साहनले सामान्य मानिसलाई उनीहरू सफल र आफ्ना प्रयासहरूको लागि पुरस्कृत हुन सक्छन् भन्ने विश्वास दिलाउँछ । उद्यमशीलताका लागि राम्रो स्थान मानिने यी देशहरूमा कानूनको शासन, सीमित सरकार र सम्पत्ति अधिकारप्रतिको बलियो प्रतिबद्धता पनि पाइन्छ जसले यस्ता कारकहरू उद्यमशीलताको विकासका लागि महत्त्वपूर्ण हुन् भन्ने सङ्केत गर्छ ।

यस्ता अधिकांश देशहरूमा रहेको सहज कानुनी प्रणालीले उद्यमीहरूलाई कानुनी झन्झट र कानून पालना गराउने अधिकारीको

अनुमति बिना प्रयोग तथा प्रशिक्षण गर्न अनुमति दिन्छ । यस्ता कुराहरूले माथि उल्लिखित देशहरू (अमेरिकाको हकमा : धेरै गुणा बढी उद्यमशील) युरोपका अधिकांश देशहरू भन्दा बढी उद्यमशील किन छन् भन्ने प्रश्नको उत्तर समेत दिन्छ । युरोपका अधिकांश देशहरू साझा अवधारणाको आधारमा शासन भइरहेका छन् भने उद्यमशील देशहरू कानूनले सञ्चालन भइरहेका हुन्छन् । अमेरिकी अर्थशास्त्री एडम थिएरेरका अनुसार अमेरिका माइक्रोसफ्ट, याहु, युट्युब, अमेजन, गुगल, पेपल, ट्विटर, ड्रपबक्स, फेसबुक, स्यापच्याटलगायत आविष्कारात्मक कम्पनीहरूले भरिएको छ तर युरोपका यस्ता कम्पनीका समकक्षी एक वा दुई आविष्कारकहरूको नाम दिन गाह्रो छ । थिएरेर यस अवस्थालाई युरोपको तुलनामा अमेरिकाको अनुमति बिना आविष्कार गर्न पाउने नीतिको प्रतिफलको रूपमा स्वीकार गर्छन्, जहाँ आविष्कार सुरु गर्न अनुमति आवश्यक हुँदैन जुन युरोपले परिवर्तनप्रति राख्ने दृष्टिकोण भन्दा ठ्याक्कै विपरीत हो (थिएरेर २०१४) :

यदि हामी हाम्रो अधिकांश समय निरन्तर नराम्रो परिदृश्यको डरमा बिताउँछौं र सार्वजनिक नीतिलाई यस्ता डरको परिवेशमा निर्माण गर्छौं भने यस्तो अवस्थामा कहिले राम्रो परिदृश्य उत्पन्न हुँदैन । ज्ञान र प्रगति अनुभवबाट जन्मिन्छन् जसमा जोखिम र यदाकदा गल्ती र असफलताहरू समावेश हुन्छन् ।

संस्कृतिको भूमिका पनि स्पष्ट रूपमा महत्त्वपूर्ण हुन्छ । सायद उद्यमी उत्पादन गर्ने देशहरूको संस्कृति व्यक्तिगत सफलताप्रति कम शत्रुतापूर्ण र अधिक स्वागतयोग्य, व्यक्तिगत महत्त्वाकाङ्क्षालाई प्रोत्साहन गर्ने किसिमको हुन्छ । तर, गरिब र कम उदार देशहरूमा पनि यस्ता गुणहरू पाइन्छ । मध्य पूर्व र उत्तर अफ्रिकाका मानिसहरूले

एक सर्वेक्षणमा उद्यमी बन्नु राम्रो पेशा हो भन्ने बताएका छन् जबकि क्यारेबियन र ल्याटिन अमेरिकाका मानिसहरूले एक सर्वेक्षणमा उद्यमी हुनुलाई उच्च प्रतिष्ठाको रूपमा लिएका छन् । त्यस्तै, ल्याटिन अमेरिकीहरूले आफूहरूमा असफलताप्रतिको डर कम रहेको र जहाँ व्यापार असफलता उच्च हुन्छ त्यहाँ उद्यमशीलता सबभन्दा बलियो हुन्छ भन्ने बताएका छन् र असफलतालाई सांस्कृतिक रूपमा स्वीकार गर्नुले मानिसहरूलाई जोखिम लिन र सम्भावित अवसरहरू उपयोग गर्न प्रोत्साहन गर्छ भन्ने विश्वास व्यक्त गरेका छन् ।

यस विषयमा अर्को रोचक तथ्याङ्क के छ भने अधिकांश उद्यमी पुरुष छन् । यद्यपि विकसित व्यापारिक राष्ट्रहरूमा उद्यमीहरूको सङ्ख्यामा लैङ्गिक समानता बढी छ । मध्य पूर्व र उत्तर अफ्रिकाका देशहरू आफ्नो व्यापार मार्गको भौगोलिक अवस्थाका कारण अन्तर्राष्ट्रिय उद्यमशीलतामा उच्च अङ्क प्राप्त गर्न सफल छन् । चीनमा माओको निधन पश्चात उद्यमशीलता गतिविधि बढेको तर अहिले उद्यमशीलताको रेखा समतल जस्तो देखिन्छ । यसका विपरीत अमेरिकामा सन् २००८ को वित्तीय सङ्कटपछि उद्यमशीलता घटेको थियो । तर, छिट्टै पुनः उक्लिन सफल रहेको थियो । उद्यमशीलताका यी प्रवृत्तिहरूलाई सटीकता साथ मापन गर्न गाह्रो छ ।

विकासोन्मुख देशहरू

विकासोन्मुख देशहरू उद्यमशीलताका लागि आदर्श र उपयुक्त स्थान जस्तो देखिन्छन् । विकासोन्मुख देशका जनता र तिनको परिवारसँग नयाँ व्यवसाय स्थापना र विस्तार गर्नका निम्ति आवश्यक पुँजी हुने सम्भावना कम हुन्छ । स्थानीय बैङ्किङ र वित्तीय संस्थाहरूसँग पनि आवश्यक पुँजी नहुन सक्छन् । अन्तर्राष्ट्रिय लगानीकर्ताहरूले

स्थानीय अवस्थालाई समग्र रूपमा नबुझ्न सक्छन् र सुरुबाटै लगानीकर्ताहरू सशङ्कित हुने अवस्था समेत रहन्छ । उक्त स्थानहरूमा व्यवस्थापन सीप र शिक्षाको अवस्था पनि कमजोर हुन सक्छ । पूर्वाधार र वितरण प्रणालीहरू समेत विकसित भइसकेको हुँदैन ।

तर, कमजोरीका फाइदाहरू पनि छन् । उदाहरणका लागि: विकासोन्मुख देशहरूमा जीवनयापनको लागत कम हुन्छ त्यसैले धनी देशका व्यवसाय र व्यक्तिहरूलाई कल सेन्टर, लेखा, इन्टरनेट र अन्य ब्याक अफिस सेवा प्रदान गर्ने कार्यहरूको क्षेत्रमा अवसरहरू हुन्छ । सस्तो र साधारण प्रविधिमा पहुँचले विकसित अर्थतन्त्रको उत्पादकत्वमा भन्दा बढी वृद्धि प्रदान गर्न सक्छ । स्मार्टफोनको प्रयोगले स्थानीय व्यापारीहरूलाई तात्कालिक मूल्यहरूको जानकारी लिन सहयोग पुऱ्याउँछ । आईटी क्षेत्रले पूर्ण रूपमा नयाँ उद्योगहरूको सिर्जनामा इन्धनको काम गर्छ ।

विकासोन्मुख देशका केही क्षेत्रहरू पूर्ण रूपमा परिपक्व नभएको र त्यहाँ बजार र सेवा दिने व्यवसायहरू विशिष्टीकृत नभएको कारणले विविधताको अधिक अवसर हुन्छ । विशिष्टीकृत सेवा वा व्यवसाय नभएको कारणले विकासोन्मुख देशका उद्यमीहरूलाई खानी, सिमेन्ट र निर्माण जस्ता क्षेत्रहरूमा लगानी गर्दै जोखिम लिने अवसर रहन्छ ।

विकासोन्मुख देशका उद्यमीहरूको लागि अर्को सम्भावित फाइदा भनेको अवसरहरू अधिक सामान्य हुन्छन् । किर्जरले भनेको जस्तै त्यस्ता स्थानहरूमा अझै धेरै कुराहरू पत्ता लगाउन बाँकी छ र थोरै कुराहरू मात्रै पहिलेदेखि पत्ता लगाइएको छ । त्यहाँका धेरै बजारहरूमा उद्यमीहरूको सहभागिता समेत भएको हुन्न जुन पुँजीमा बढी पहुँच भएको अन्य धनी देशमा चाँडै हुने हुन्छ ।

उद्यमशीलता र प्रवासन

वैश्विक उद्यमशीलता सम्बन्धी कुनै पनि सर्वेक्षणबाट आउने एउटा निष्कर्ष भनेको विदेशी प्रतिभाप्रति खुलापन विशेष रूपमा महत्त्वपूर्ण छ (लोफ्तस्ट्रोम र बांग २०१९) । 'उद्यमी नेटवर्क'को एक समीक्षाले देखाएको छ कि युकेका बासिन्दाहरू मध्ये सात जनामा एक जना मात्र (१४ प्रतिशत) विदेशमा जन्मेका छन् तर युकेका छिटो बढ्ने स्टार्ट-अपहरूमा लगभग आधामा (४९ प्रतिशत) कम्तीमा एक विदेश जन्मेका सह-संस्थापक छन् जो अमेरिका, जर्मनी, रुस, भारत, अस्ट्रेलिया, मेक्सिको र भियतनामजस्ता २९ वटा भिन्न देशहरूबाट आएका हुन् । युकेमा जन्मेका व्यक्तिहरूको तुलनामा आप्रवासीहरूले व्यवसाय सुरुआत, स्वामित्व ग्रहण र सञ्चालन गर्ने सम्भावना डेढ गुणा बढी छ (दुमिट्रिउ & स्टेवर्ड २०१९) ।

यस्तो हुनु पछाडिको कारण भने एक देशबाट अर्को देशमा जाँदा परिवार र साथीहरूको अभावमा गर्नुपर्ने जोखिम बहन र अनिश्चिततासँग जुध्दा नै आप्रवासीहरू स्वाभाविक रूपले उद्यमी भइसकेका हुन्छन् । नयाँ जीवन जिउन चाहने उनीहरूको इच्छाले उनीहरूमा साहस र महत्त्वाकाङ्क्षा भएको दर्शाउँछ । आप्रवासीहरू सामान्यतया युवा र ऊर्जावान हुन्छन् । एकपटक पुनर्स्थापित भएपछि उनीहरूले नयाँ देशलाई स्थानीय मानिसहरू भन्दा भिन्न तरिकाले हेर्छन् र यसले कसरी काम गर्छ भन्ने कुरामा प्रश्न गर्न बढी इच्छुक र सम्भावित अवसरहरू देख्न बढी सक्षम हुन्छन् । उदाहरणका लागि : उनीहरूले स्थानीय मानिसहरूले स्वाभाविक मान्ने बजारमा देखिने असमानता र अभावलाई देख्न सक्छन् ।

सांस्कृतिक अल्पसङ्ख्यकहरूले प्रायः उद्यमशीलता विकासमा नेतृत्व गर्दछन् । समाजको पिँधमा रहनु र भिन्न तरिकाले सोच्नु र

सम्भवत गुमाउने कुरा धेरै नहुनुले उनीहरूलाई स्थानीयहरू भन्दा बढी सिर्जनात्मक समायोजन गर्न सक्षम र इच्छुक बनाउँछ । उनीहरूले प्रचलित संस्कृति र वर्ग व्यवस्थालाई चुनौती दिने समाधानहरू परीक्षण गर्न सक्छन् र सुधारिएको समाधान दिन सक्छन् । उनीहरूले स्थानीयहरूले भन्दा पहिले र स्पष्ट रूपमा परिवर्तनहरू देख्न सक्छन् जसले उनीहरूलाई भीडभन्दा अघि बढ्नको लागि सहयोग पुऱ्याउँदछ ।

यी र अन्य कारणहरूले गर्दा युके र अमेरिका (सम्भवतः अन्य धेरै देशहरूमा) आप्रवासीहरूले आफै व्यवसाय सुरु गर्ने सम्भावना स्थानीय नागरिकहरूको तुलनामा बढी हुन्छ । उदाहरणका लागि : सिलिकन भ्यालीका ५० प्रतिशत इन्जिनियरिङ र प्राविधिक कम्पनीहरूमा आप्रवासी संस्थापक छन् जसमा गुगल, फेसबुक र टेस्ला पनि समावेश छन् । सन् २०१७ को 'फर्च्युन ५००' सूचीमा रहेका कम्पनीहरूमध्ये ४३ प्रतिशत कम्पनीहरू आप्रवासी वा आप्रवासीका सन्तानहरूले स्थापना गरेका थिए, जसमा एप्पल, अमेजन, बोइङ, जेनेरल इलेक्ट्रिक, भेरिजोन, जेपी मोर्गन र फोर्ड लगायतका कम्पनी समेत पर्छन् ।

उद्यमशीलताका लागि उपयुक्त उद्योगहरू

केही उद्योगहरू उद्यमशीलताका लागि अरू भन्दा बढी उपयुक्त देखिन्छन् । उद्यमीहरू विशेष गरि त्यस्ता क्षेत्रहरूमा सक्रिय हुन्छन् जहाँ स्टार्ट-अप सुरु गर्न थोरै पुँजी पर्याप्त हुन्छ, जस्तै : इन्टरनेट र डेटा सेवाहरू (जस्तै साझेदारी एप, सफ्टवेयर र साइबर सुरक्षा), लगानी परामर्श, परामर्श र लेखा सेवाका क्षेत्रहरू । स्पष्ट रूपमा एक उद्यमीका लागि कार बनाउने, जहाज निर्माण, एयरलाइन, स्वास्थ्य सेवा र

ऊर्जाजस्ता अत्यधिक पुँजी आवश्यक पर्ने क्षेत्रमा नयाँ व्यवसाय स्थापना गर्न गाह्रो हुन्छ, यद्यपि केहीले भने लगानी गर्छन् । आजका अत्यधिक सफल उद्यमी र सबैभन्दा छिटो बढ्ने कम्पनीहरू प्रायः आईटी, बायोटेक, वित्त र खुद्रा व्यापार हुन्छन् । यस्ता कम्पनीहरूको पनि आफ्नो व्यवसायलाई छिटो बढ्ने र ठूलो बनाउन हेज फण्ड र सामाजिक सञ्जाल जस्ता व्यवसायहरूमा लगानी गर्ने गर्छन् ।

ग्लोबल उद्यमशीलता मोनिटर अनुसार गरिब देशका उद्यमीहरू प्रायः थोक र खुद्रा वस्तुको बिक्री व्यवसायहरूमा संलग्न रहन्छन् । धनी देशहरूमा उद्यमीहरू वित्त, सम्पत्ति र व्यापार सेवामा संलग्न हुन्छन् । विश्वव्यापी उद्यमशीलता प्रवृत्तिहरूमा थोक र खुद्रा व्यवसायहरूको अनुपात घटेको छ भने सेवा र प्रविधि कम्पनीहरूको वृद्धि भएको छ । यसले सरल रूपमा संसार धनी हुँदैछ र सेवाको लागि माग बढ्दो छ भन्ने देखाउँछ । पहिले जस्ता वस्तुलाई विलासिताको वस्तुको रूपमा गणना गरिन्थ्यो पछिल्लो समय त्यस्ता वस्तुको माग बढेको देखिएको छ । यो ट्रेन्डले पहिलेका गरिब देशका मानिसहरूले पर्याप्त पुँजी निर्माण गरेका कारण उनीहरूलाई आफ्नो स्थायी बसोबासका क्षेत्रहरूबाट बाहिर निस्कन र अधिक परिष्कृत क्षेत्रहरूको अन्वेषण गर्न, विश्वव्यापी रूपमा बजारमा बिक्री गर्न अनुमति छ भन्ने बुझाउँछ । उदाहरणका लागि सन् १९५० को दशकमा संसारका सबैभन्दा गरिब देशहरू मध्येको एक तर वर्तमानमा सबैभन्दा धनी देशको रूपमा गणना गरिने दक्षिण कोरियामा हाल 'गिग अर्थतन्त्र उद्यमशीलता' विशेष रूपमा बलियो छ । सम्भवतः भविष्यमा यो सफल उद्यमीहरूको बढ्दो सङ्ख्याको लगानी क्षेत्र हुने देखिन्छ ।

अन्तर-उद्यमशीलतामा नवीन विचार पहिलेदेखि स्थापित कम्पनीहरूको भित्रबाट आउँछ । अन्तर-उद्यमशीलता हालको

समयमा सबै भन्दा बलियो रूपमा युरोपमा अझ स्वीडेन, जर्मनी र साइप्रसमा देखा परिरहेको छ । यसका कारण संस्थाहरू र संरचनाहरू (जस्तै कर र कम्पनीको शासकीय कानून, नियामक भार, वा सेयर स्वामित्वको सट्टा बैङ्क र बण्ड लगानी) हुन सक्छन् जसले ठूलो कम्पनीहरूलाई स्टार्ट-अपहरू भन्दा बढी प्राथमिकता दिने गर्दछ । उद्यमी सोच भएका व्यक्तिहरूले थोरै जोखिममा ठूलो कम्पनीहरूमा काम गरेर सन्तोष पाउन सक्छन् ।

उद्यमशीलताको भविष्य

पहिले उल्लेख गरिए अनुसार केही पाश्चात्य पर्यवेक्षकहरू व्यवसायको गतिशीलतामा ठूलो कमी देखिरहेका छन् । ब्रुकिङ्स संस्थानले यही विषयमा गरेको सर्वेक्षणको अनुसन्धानले अमेरिकी बजारमा नयाँ स्टार्ट-अपको घट्दो प्रवृत्ति र विद्यमान कम्पनीहरूले बजारबाट बाहिर जाने दरमा देखिएको गिरावटलाई सूचित गर्दछ । सोही समयमा भर्खरै स्थापित भएका अमेरिकी युवा कम्पनीले प्रदान गर्ने रोजगारको हिस्सा समेत घटिरहेको छ । सन् १९८० को दशकदेखि स्टार्ट-अपहरूबाट प्राप्त हुने रोजगारको हिस्सा २० प्रतिशतबाट १० प्रतिशतमा घटेको छ जबकि ठूला, परिपक्व कम्पनीहरूले दिने रोजगारी ४० प्रतिशतबाट बढेर ५० प्रतिशतमा पुगेको छ ।

यद्यपि यस्ता सूचकहरू पूर्ण छैनन् । यदि व्यवसायको गतिशीलता वास्तवमै घटीरहेको छ भने त्यसको विभिन्न कारण हुन सक्छ । गतिशीलता घट्नुमा स्थानीय, अस्थायी, गैर-उत्पादक 'जोम्बी' कम्पनीहरूलाई सञ्चालन गराई राख्न कम ब्याजदरलगायत विभिन्न कारणहरू हुन सक्छ । तर, समग्रमा अध्ययनले घट्दो व्यवसाय गतिशीलताका कारण अमेरिका, बेलायत, जर्मनी र अन्य

विकसित अर्थतन्त्रहरूमा उत्पादकत्वको वृद्धि घटीरहेको प्रष्ट सङ्केत गर्दछ ।

त्यसैले यो गिरावट किन ? यसका वैकल्पिक उत्तरहरू छन् (डुमिट्रिउ २०१९) । केही व्यक्तिहरूले उन्नत अर्थतन्त्रहरूमा जनसङ्ख्या वृद्धि कम भएकोले सम्भावित उद्यमीहरूको सङ्ख्या थोरै भएको तर्क गरेका छन् तर उद्यमीहरूले उत्पादक क्षेत्रमा स्टार्ट-अप गर्छन् भने यो तर्कले त्यति वजन राख्दैन । केहीले भने ब्रान्डिङको बढ्दो महत्त्व र महङ्गो आईटी प्रणालीहरूले स्टार्ट-अपहरूलाई प्रतिस्पर्धा गर्न गाह्रो बनाएको भनेर तर्क गर्छन् (सर्च इन्जिनहरू, कार्यालयलाई आवश्यक सफ्टवेयर वा अनलाइन किनमेल प्लेटफर्महरू) । तर, वास्तवमा सो स्केलको फाइदा धेरै बढेको छैन किन भने आईटीले धेरै साना व्यवसायहरूको लागतलाई महत्त्वपूर्ण रूपमा घटाएको छ ।

यसको अर्को गम्भीर कारक आकारसँग जोडिएर आउने नियमन हो । उत्पादन (जस्तै: लेबलिङ नियमहरू), प्रक्रिया (जस्तै: उत्पादन विधिहरू) वा रोजगार (जस्तै: न्यूनतम ज्यालादारी, कार्य घण्टा, सुत्केरी बिदा) मा नियमनको बोझ साना व्यवसायहरूमा पर्छ । ठूला कम्पनीहरूले नियमनले ल्याउने लागतलाई ठूलो सङ्ख्यामा उत्पादन बिक्री गरेर व्यवस्थापन गर्न सक्छन् तर साना स्टार्ट-अपहरूले भने सक्दैनन् । यस्तै नियमनको वृद्धिले ठूला कम्पनीहरूको नाफा वृद्धिमा सहयोग गर्दछ भन्ने कुरा अमेरिकाको सन् २०१० को डड-फ्र्यांक वित्तीय सेवाहरूको नियन्त्रणले देखाइ सकेको छ । त्यस्तै हामीले तुलनात्मक रूपमा सामान्य किसिमले नियमन गरिएका दक्षिण कोरिया, ताइवान, हङ्कङ, थाइल्याण्ड र सिङ्गापुरजस्ता अर्थतन्त्रले उद्यमीहरू र सफल उद्यमीहरूको सङ्ख्या बढाउँदै गएको देखेको

छौँ । यसको विपरीत, अत्यधिक नियमन गरिएका युरोप जस्ता स्थानहरूमा नवीन विचार र आविष्कारहरू अधिकतम ठूला कम्पनीहरू भित्रको अन्तर उद्यमशीलतामार्फत आउने गर्दछ (स्टिग्लर १९७१) :

नियमन उद्योगद्वारा सक्रिय रूपमा खोजी गरिएको हुन सक्छ, वा उद्योग माथि थोपरिएको हुन सक्छ ... नियमको रूपमा नियमन सामान्यतया उद्योगले प्राप्त गर्छ र उद्योगको लाभका लागि मुख्यतः निर्माण र सञ्चालित गरिएको हुन्छ ।

ठूला कम्पनीहरूले त्यस्ता पैरवीकर्ताहरूको सेवा खरिद पनि गर्न सक्छन् जो प्रति कानून निर्माताहरू अनिवार्य रूपमा जटिल नियमहरूको विषयमा विशेषज्ञ जानकारीको लागि निर्भर रहन्छ । तर ती पैरवीकर्ताहरूले प्रतिस्पर्धीलाई बाहिर राख्नको लागि आफ्नो समय खर्च गर्ने गर्छन् । पैरवीकर्ताहरूको चासो स्टार्ट-अप उद्यमीहरूलाई कठिन नियमहरूको सामना गर्न बाध्य परिरहँदा सम्बोधन हुन्छ ।

तर, जनताको चासोहरूलाई सम्बोधन गर्ने र संरक्षण गर्ने काम अत्यधिक नियमन गरिएका, सुस्त, प्रतिक्रिया नदिने उद्योगमा भन्दा खुला, गतिशील, प्रतिस्पर्धी उद्योगहरूले गर्दछ । बेलायतको वित्तीय सञ्चालन प्राधिकरणको 'नियामक स्यान्डबक्स' जस्ता नीतिहरू जसले नियमन, दण्डको व्यवस्था बेगर फिनटेक स्टार्ट-अपहरूलाई नयाँ व्यापार मोडेलहरू प्रयोग गर्न अनुमति दिन्छ त्यस्ता नीतिहरू सही दिशातर्फको पहलकदमी जस्तो देखिन्छ ।

७

उत्पादक र अनुत्पादक उद्यमशीलता

के उद्यमशीलता सधैं उत्पादनशील हुन्छ ?

मानव जातिमा आफूलाई फाइदा पुऱ्याउने अवसरहरूलाई चिन्ने र अवसरहरूको उपयोग गर्ने क्षमता प्राकृतिक र सर्वव्यापी विशेषताको रूपमा रहेको देखिन्छ । अर्थशास्त्री एडम स्मिथले सन् १७७६ मा हरेक व्यक्तिमा आफ्नो अवस्था सुधार गर्ने एक किसिमको निरन्तर र अविच्छिन्न प्रयासलाई उल्लेख गर्नुका साथै वस्तु भेला गर्ने, एक वस्तुसँग अर्को वस्तु साटासाट गर्ने प्रवृत्ति मानव प्रकृतिका मौलिक सिद्धान्तहरू मध्ये एक हो भनेर तर्क गरेका थिए । यस तर्कलाई प्रमाणित गर्न कुनै विशेष व्याख्या आवश्यक नरहेको स्मिथको जोड रहेको थियो । बजारमा वस्तु साटासाट र मोलमोलाइको प्रक्रियाबाट हाम्रो स्वार्थले अनपेक्षित रूपमा पारस्परिक लाभ सिर्जना गर्छ जुन मानौँ कुनै 'अदृश्य हात' बाट निर्देशित भइरहेको छ ।

यस्ता घटना खुला र प्रतिस्पर्धात्मक बजारमा हुन सक्छ । तर, जिन्दगीले मानिसलाई सुधारका निम्ति धेरै अवसरहरू प्रदान गर्छ तर

सो अवसरहरूले सधैं पारस्परिक लाभ सिर्जना गर्दैन । उदाहरणका लागि : चतुर वकिलहरूले कानूनमा भएको छिद्रहरूको प्रयोगबाट फाइदा उठाएर आफ्नो ग्राहकलाई जरिबानाबाट बचाउँन सक्छन् तर यसले समाजलाई हित गर्दैन । इमान्दार उद्यमी नयाँ अवसरप्रति सचेत रहे जस्तै चोर र ठगहरू पनि आपराधिक अवसरहरूप्रति सचेत रहन्छन् । तर, इमान्दार उद्यमी अवसरप्रति सचेत रहँदा तिनको पहलले समाजमा कुनै वस्तु वा सेवाको उपयोगिता सिर्जना गर्छ भने आपराधिक अवसरवादीले फाइदा उठाउँदा समाजको अन्य पक्षको हित समेत खोस्छ ।

उत्पादक, अनुत्पादक र विनाशकारी

सबै उद्यमशीलता उत्पादनशील र सामाजिक रूपमा लाभकारी हुँदैन भन्ने कुरा स्पष्ट छ । बाउमोलका अनुसार उद्यमशीलता उत्पादनशील मात्र नभएर अनुत्पादक वा विनाशकारी पनि हुन सक्छ (बाउमोल १९९०) । यी तीन किसिमका उद्यमशीलता छुट्याउने स्पष्ट सीमाहरू छैनन् । तर, उत्पादनशील उद्यमशीलताले समाजमा सबै पक्षका लागि उपयोगिता सिर्जना गर्दछ, अनुत्पादक उद्यमशीलताले केवल एक पक्षका लागि मात्र उपयोगिता सिर्जना गर्छ र विनाशकारी उद्यमशीलताले सबै पक्षको अहित गर्दछ ।

उत्पादक उद्यमशीलता

उत्पादक उद्यमीहरूले आफ्नो र आफ्ना ग्राहकहरू दुवैका लागि उपयोगिता सिर्जना गर्छन् । सिर्जित उपयोगिता हेर्ने व्यक्तिको दृष्टिकोणमा निर्भर गर्छ । उत्पादक उद्यमशीलतामा ग्राहकहरूले

उद्यमीका उत्पादनलाई आफूले भुक्तानी गर्ने नगदभन्दा बढी मूल्यवान मान्छन् भने उद्यमीहरूले ग्राहकहरूबाट प्राप्त गर्ने मूल्यलाई (जस्तै : समय, प्रयास र सामग्री) उत्पादन सामग्री आपूर्ति गर्न खर्च लाग्ने स्रोतहरू भन्दा बढी मूल्यवान मान्छन् । यस लेनदेन प्रक्रियामा सम्बन्धपूर्ण रूपमा स्वेच्छिक हुन्छ । दुवै पक्षले आफूलाई फाइदा भएको अनुभव गर्न सकेको समयसम्म व्यापार गर्छन् अन्यथा दुवै पक्ष सम्झौताबाट टाढा जान सक्छन् । ग्राहकले वस्तु तथा सेवा चाहन्छ, उत्पादक पैसा चाहन्छ । दुवै पक्ष आफ्नो हितको लागि व्यापार गर्छन् । यो प्रक्रियाले धेरै व्यापक लाभ सिर्जना गर्छ । ग्राहकलाई आकर्षित गर्न खोज्दा उत्पादनशील उद्यमीहरूले थप आविष्कार गर्छन्, उत्पादकत्व बढाउँछन्, प्रगतिको गति अघि बढाउँछन्, विकल्पहरू विस्तार गर्छन् र अन्ततः सम्पूर्ण समाजलाई फाइदा पुऱ्याउँछन् ।

अनुत्पादक उद्यमशीलता

उद्यमशील हुनु भनेको सधैं अरूका लागि उपयोगिता सिर्जना गर्नु मात्र होइन । उद्यमीले आफू बाहेकका व्यक्तिका लागि उपयोगिता सिर्जना नगर्न नि सक्छन् । यस किसिमको उद्यमशीलताको सामान्य उदाहरण उद्यमीले करबाट बच्न खोज्ने उपायहरू हुन् जहाँ चतुर करदाता र तिनका सल्लाहकारहरूले कर कम गर्नका लागि 'रचनात्मक' लेखा-उपायहरू खोज्छन् । उनीहरूले आफ्नो पैसालाई तलबको रूपमा स्वीकार गर्दा थप कर तिर्नु पर्ने हुनसक्छ भनेर त्यस्ता पैसा कर तिर्नु नपर्ने अवकाश योजनामा हाल्न सक्छन् । त्यस्ता, कर्मचारीले जागिर छोड्न सक्छन् र त्यही सेवा प्रदान गर्न एउटा कम्पनी स्थापना गर्न सक्छन् जसले उनीहरूलाई कर कटौती वा व्यावसायिक अनुदानहरूको फाइदा उठाउन अनुमति दिन्छ ।

उनीहरूले आफ्नो कम्पनीको कर दायित्व कम गर्न कम्पनीको मुख्यालय मुनाफामा उच्च-कर लिने देशबाट थोरै कर लिने देशमा सार्न सक्छन् । स्टारबक्स, एप्पल, अमेजन, नेटफ्लिक्स र जनरल मोटर्सलाई यस्तै आरोप बेला-बेलामा लाग्ने गर्छ ।

अनुत्पादक उद्यमशीलताको अर्को उदाहरण भनेको नियम र नियामक निर्णयहरू आफ्नो पक्षमा बनाउने उद्देश्यले दबाव दिनु हो । यसको अर्थ राजनीतिज्ञहरूलाई आफ्नो व्यावसायिक क्षेत्रका लागि कर वा व्यापार नियमहरू अनुकूल राख्न विश्वस्त बनाउन, व्यापार इजाजतपत्र वा भवन अनुमति पाउनको लागि अधिकारीहरूलाई प्रभावित पार्न प्रयास गर्नु जस्ता क्रियाकलाप गर्नु हो । सरकारी शक्ति विस्तार भएसँगै 'लबिङ्ग' ठूलो उद्योग बनेको छ, जसमा अमेरिकी कम्पनीहरूले (प्रमुखतः औषधि, बीमा, इलेक्ट्रोनिक्स, तेल र युटिलिटीज) वार्षिक रूपमा ३ अर्ब डलर भन्दा बढी खर्च गर्छन् (एभर्स-हिलस्ट्रम २०१८) । यस्ता स्व-प्रचारको कार्यमा कोही पीडित हुँदैनन् तर पैरवीकर्ताहरू (लबिस्टहरू) यस्ता कार्यबाट उनीहरूलाई फाइदा हुन्छ भनेर सोच्छन् ।

विनाशकारी उद्यमशीलता

केही अन्य उद्यमशील गतिविधिहरू बाट भने मानिसहरू साँच्चै पीडित हुन्छन् । तर, त्यस्ता गतिविधिलाई उद्यमशील गतिविधि भन्न मिल्छ कि मिल्दैन भन्नेमा विवाद हुनसक्छ । अमेरिकी अर्थशास्त्री ग्यारी बेकर (१९३०-२०१४) ले अपराधीहरू इमानदार उद्यमीहरू जस्तै काम गर्छन्, सम्भावित पुरस्कार र सफल हुने सम्भावनाको मूल्याङ्कन गर्छन्, पक्राउ र सजायको जोखिमको तुलनामा अरूलाई लुट्ने वा ठग्ने अवसरहरू प्रति सतर्क हुँदै, तिनीहरूले ब्याकमेल गर्न

सकछन् वा ठगी र ठूला अपराधका योजना चलाउन सकछन् भन्ने तर्क गरेका छन् (बेकर १९६८) । उनीहरूले अन्य व्यवसायहरूलाई जबरजस्ती सुरक्षा शुल्क तिर्न बाध्य गराउन सकछन् ।

यी स्वेच्छिक लेनदेनहरू होइनन् । उनीहरूले पीडितहरूको इच्छाबिना शुल्क लिन्छन् । यस्तो शोषण जति फैलिन्छ त्यति अराजकता बढ्छ, विकल्प र स्वतन्त्रता कम हुन्छ, उत्पादकत्व घट्छ र समाजलाई अहित गर्छ ।

नियमहरूको महत्त्वपूर्ण प्रभाव

कुनै उद्यमशील कार्य उत्पादनशील, अनुत्पादक वा विनाशकारी हुन्छ कि हुँदैन भन्ने कुरा त्यस समयका नियम-कानूनहरू माथि निर्भर हुन्छ ।

उदाहरणका लागि : सबै अवैध क्रियाकलापहरू विनाशकारी हुँदैनन् । कुनै पनि अधिकार प्राप्त निकायले औपचारिक स्वीकृति नदिएको कुनै औषधीले यदि अन्तिम अवस्थामा पुगेको बिरामीको जीवन बचाउन सकछ भने त्यस्तो औषधी उपलब्ध गराउनु विनाशकारी देखिँदैन । तानाशाही शासनहरूमा प्रतिबन्ध लगाएका किताबहरू वितरकले गोप्य रूपमा ग्राहकलाई उपलब्ध गराउँदा शासकलाई मात्रै घाटा हुन्छ । यस्ता लेनदेन सचेत र स्वेच्छिक हुन्छन् र अन्य कुनै व्यक्तिमा यसले असर गर्दैन ।

उस्तै गरी, केही कानुनी क्रियाकलापहरू विनाशकारी हुन सकछन् । उदाहरणका लागि कुनै चिकित्सकले बिरामीलाई आफ्नो स्वास्थ्य स्थितिबारे पूर्ण जानकारी नदिई अनावश्यक र नाफामूलक शल्यक्रिया गर्न सकछ । बिरामीले शल्यक्रियामा सहमति दिन सकछ, तर यो सधैं जानकारीमूलक सहमति हुन्छ भन्ने हुँदैन ।

नियम र कानूनहरूले उद्यमशीलताको दिशा उत्पादनशील उद्देश्यतर्फ जाने वा अनुत्पादक र विनाशकारी उद्देश्यतर्फ जाने भन्ने कुराको निर्णय गर्न ठूलो भूमिका खेल्न सक्छ । उदाहरणका लागि यदि करका दरहरू उच्च र जटिल छन् भने उद्यमीको ठूलो ऊर्जा (कानुनी रूपमा) राम्रो र सस्तो उत्पादनहरू उपलब्ध गराएर उपयोगिता सिर्जना गर्न भन्दा करबाट बच्न वा (अवैध रूपमा) कर छल्न केन्द्रित हुनेछ । यदि श्रमिकहरूलाई रोजगार न्यायाधिकरणहरूमा मुद्दा हाल्न कुनै लागत नलाग्ने तर मालिकहरूले ठूलो क्षतिपूर्ति दिनुपर्ने भएमा श्रमिकहरूलाई झुटा दाबी गर्न उत्प्रेरित गरिनेछ र मालिकहरूको ऊर्जा त्यसबाट बचतर्फ मोडिनेछ । यदि नियमहरूले नाफामा खतरा निम्त्याउँछन् भने उद्यमीको सम्पूर्ण ऊर्जा खतरा पार गर्न वा बदल्न दबाब दिने दिशातर्फ मोडिनेछ । यसै गरि, यदि विशेष क्रियाकलापहरूलाई अनुदान दिइन्छ भने व्यक्तिहरूले त्यस अनुदानलाई आफ्नो पक्षमा ल्याउन उपायहरू सिर्जना गर्नेछन् चाहे त्यसले अनुदानको उद्देश्य पूरा गरेको होस् वा नहोस् ।

नियमसँग खेलबाड

जटिल वा अयोग्य कानून, नियम, अनुदान र अनुदानको दुःखद परिणाम भनेको उद्यमीहरूले इन्जिनियर, डिजाइनर, प्रबन्धक र अन्य उत्पादनशील श्रमिकहरूभन्दा वकिल, लेखापाल र दबाब दिने व्यक्तिहरूलाई जागिरमा राखेर बढी पैसा कमाउन वा ठूला खर्चहरूबाट बच्न सक्छन् । नियमहरूलाई प्रभावित गर्न, दबाब दिने, अदालतमा मुद्दा हाल्ने, अनुकूल राजनीतिज्ञलाई वित्तीय सहयोग गर्नु वा अधिकारीहरूलाई घुस दिनुजस्ता कार्य धेरै नाफामूलक हुन्छ जस कारण यसमा धेरै स्रोत खर्च गरिन्छ ।

प्राचीन रोममा पनि धन आर्जन गर्ने बाटो व्यापार र वाणिज्यभन्दा शक्ति र प्रभावमा निर्भर थियो जस कारण शक्ति र प्रभाव भएका व्यक्तिहरूले व्यापारीहरूलाई हेप्थे । सम्राटहरूले आफ्ना सहयोगी र प्रिय व्यक्तिहरूलाई निर्माण, ढुवानी, नुन र खानी जस्ता व्यवसायहरूमा एकाधिकार दिएका थिए । इङ्गल्यान्डका मध्ययुगीन गिल्डहरूले सरकारका आफ्ना निकटवर्तीहरूलाई आफ्नो व्यवसायमा प्रवेश गर्ने प्रशिक्षार्थीहरूको सङ्ख्या सीमित गर्न र अन्य सहरबाट आएका प्रतिस्पर्धीहरूलाई प्रतिबन्ध लगाउन आग्रह गरेका थिए । व्यापारी, किसान र उत्पादकहरूले सस्ता अन्न वा छापिएको कपडाजस्ता 'अन्यायपूर्ण' प्रतिस्पर्धाबाट जोगिन राजा तथा रानीहरूलाई दबाब दिए, श्रम बचत गर्ने नयाँ मेसिनहरूलाई समेत प्रतिबन्ध लगाइयो । रोममा जस्तै, राजकीय अधिकारीहरूले व्यक्तिहरू र कम्पनीहरूलाई एकाधिकार दिए ।

यस्ता विशेषाधिकारहरूले सर्वसाधारणले गर्ने खर्चले केवल भाग्यशाली उत्पादकहरूलाई मात्र फाइदा पुऱ्याउँथ्यो । त्यस्ता उत्पादकहरू अनुत्पादक मात्र थिएनन् विनाशकारी पनि थिए । तिनीहरूले अन्य व्यक्तिहरूलाई उद्यमशील अवसरबाट वञ्चित गरे, नवप्रवर्तनलाई दमन गरे, उत्पादकत्व घटाए, सर्वसाधारणलाई बढी मूल्य तिर्न र कम गुणस्तर स्विकार्न बाध्य पारे ।

तर, जब इङ्गल्यान्डमा सत्रौँ र अठारौँ शताब्दीमा राजकीय संरक्षण, अनुदान र एकाधिकारहरू अन्ततः कम गरियो साँठगाँठबाट प्राप्त हुने फाइदाहरू घट्यो । परिणामस्वरूप, उद्यमीहरूको ध्यान अनुत्पादक प्रयोगबाट उत्पादक प्रयोगतर्फ मोडियो, जसले नवप्रवर्तन, कृषि सुधार र औद्योगिक क्रान्तिमा तीव्रता ल्यायो ।

व्यावसायिक इजाजतपत्र

यद्यपि, अनुत्पादक र विनाशकारी उद्यमशीलता अझै जीवित छ । अमेरिकी अर्थशास्त्री मिल्टन फ्राइडम्यान (१९१२-२००६) ले चिकित्सक र लेखापाल जस्ता व्यावसायिक व्यक्तिहरूको व्यावसायिक इजाजतपत्रको समीक्षा गरे (फ्राइडम्यान १९६२) । यद्यपि यो सर्वसाधारणको सुरक्षाको लागि बनाइएको थियो । फ्राइडम्यानले यसको उल्टो प्रभाव पत्ता लगाए । इजाजतपत्रले व्यावसायिक व्यक्तिहरूलाई उच्च शुल्क लिन अनुमति दियो र सीमित व्यक्तिहरूलाई काम गर्न दिएको कारण सेवाको गुणस्तरमा हास आयो । आज, व्यावसायिक इजाजतपत्र फ्राइडम्यानले अध्ययन गरेको समय भन्दा अझ धेरै व्यापक भएको छ ।

आजको अमेरिकामा आधाभन्दा बढी व्यवसाय गर्नलाई इजाजतपत्र आवश्यक पर्छ भन्ने अनुमान गरिन्छ जसमा कपाल काट्ने, अन्तिम संस्कार गर्ने, आन्तरिक डिजाइनर, घोडा दौडाउने जक्की र नेलआर्ट सेवा दिने व्यक्ति लगायतको व्यवसाय समावेश छन् । यसले ठूलो सङ्ख्यामा व्यावसायिक व्यक्तिहरूलाई प्रतिस्पर्धाबाट बच्न अनुमति दिन्छ । यस्तो अवस्थाको फाइदा डाक्टर र इन्जिनियर जस्तै यस्ता व्यक्तिहरूले आफ्नो लागि आफै नियम बनाउन पाउँछन् ।

उदाहरणका रूपमा उत्तरी क्यारोलिनाको दाँत सेतो बनाउने घटनालाई लिन सकिन्छ । दाँत सेतो बनाउने प्रक्रिया निकै सरल छ । सो प्रक्रियामा साना प्लास्टिकका ट्रेहरूमा केही तरल पदार्थ राखेर सो तरल पदार्थ ग्राहकका दाँतमा राख्ने गरिन्छ । । यसका लागि कुनै ठूलो तालिम आवश्यक पर्दैन । तर जब सपिड मल र सैलुनमा दाँत सेतो बनाउने क्लिनिकहरू बढ्न थाले, इजाजतपत्र प्राप्त दन्त चिकित्सकहरू जसले सो कामका लागि बढी शुल्क लिइरहेका थिए तिनले विरोध गरे ।

अन्ततः इजाजतपत्र बोर्डले ती क्लिनिकहरूलाई 'अनधिकृत दन्त चिकित्सा' रोक्न आदेश जारी गर्‍यो । आदेश सजिलै जारी किन भयो भने इजाजत प्रदान गर्ने बोर्डमा त्यस्ता क्लिनिकका मान्छे भन्दा दन्त चिकित्सकहरूको हालीमुहाली थियो जसले बोर्डको अधिकार प्रयोग गरेर प्रतिस्पर्धालाई रोक्न र उपभोक्ताको अधिकार माथि धावा बोले । (एनपीआर २०१८)

ट्याक्सी सञ्चालन गर्ने लाइसेन्स संसारभरि प्रचलनमा छन् । लाइसेन्स दिनुको अर्थ यात्रुहरूलाई थप सुरक्षा प्रदान गर्न हो किनभने यसले ट्याक्सी चालक 'योग्य र उपयुक्त' व्यक्ति हुन् भन्ने सुनिश्चित गर्छ तर यसको प्रभाव भने चालकहरूको सङ्ख्या सीमित गर्नु र ट्याक्सीको भाडा बढाउनमा पर्यो । उदाहरणका लागि, सन् १९३७ मा न्यूयोर्कले ट्याक्सी चालकहरूले ग्राहकहरू आकर्षित गर्न गाह्रो भएको र 'वाइल्ड क्याट'हरूबाट प्रतिस्पर्धामा परेका कारण नयाँ लाइसेन्सहरू जारी गर्न बन्द गर्‍यो । आज, त्यहाँ १३ हजार ५ सय लाइसेन्स मात्र छन्, जुन सन् १९३० को दशकको शिखरको दुई तिहाइ हो, यद्यपि ट्याक्सीको माग निकै बढेको छ । तर यी 'मेडलियन'का मालिकहरू (जसले घण्टाको आधारमा चालकलाई भाडामा दिन्छन्) यसलाई यसै रही रहोस् भन्ने चाहन्छन् । अहिले नयाँ राइड-शेयरिङ एपहरू ट्याक्सी बजारमा प्रवेश गर्न थालेका छन् तर तिनीहरूको स्थापित सेवा प्रदायकहरूले प्रतिरोध गर्छन् जो प्रायः लाइसेन्स दिने निकायहरूमा उपस्थित हुन्छन् । यसैले, राइड-शेयरिङ एपहरू, जसले कम मूल्य र सम्भवतः राम्रो सेवा प्रदान गर्छन्, धेरै पटक बाहिर निकालिएका छन् । फ्रान्सले त उबरका कार्यकारीहरूलाई जेलसम्म हालेको छ । राजनीतिज्ञहरूमाथि स्थापित व्यवसायहरूको यतिसम्म प्रभाव परेको छ ।

धेरै नियम कानूनहरू ठूलो स्थापित व्यवसायीहरूले सुरु गर्छन् जसले यस्ता कानूनलाई सार्वजनिक सुरक्षाको रूपमा बढावा दिन्छन् तर जसले (जानाजान वा अनजानमा) प्रतिस्पर्धामा परेको प्रभावबाट फाइदा उठाउँछन् । सञ्चालन नियमहरू जस्तै न्यूनतम पुँजीको आवश्यकता, न्यूनतम र अधिकतम मूल्यका कानून र उत्पादन मापदण्ड वा प्रक्रियाहरूले उद्यमशील स्टार्ट-अपहरूलाई सस्तो र नवीन उत्पादनहरू प्रदान गर्न कठिन बनाउँछन् । वास्तवमा, नियम कानूनहरू के हुन् भनेर पत्ता लगाउनु नै सानो व्यवसायका लागि खर्चिलो र चुनौतीपूर्ण कार्य हुन सक्छ । ठूलो कम्पनीहरूले तिनीहरूका ग्राहकहरू तान्ने नयाँ कम्पनीहरूकालागि कठिन परिस्थिति बनाउन कानुनी चुनौतीहरू निर्माण गर्न सजिलै खर्च गर्न सक्छन् र तिनीहरूले प्रतिस्पर्धीहरूको विरुद्धमा नियामक निर्णयहरूलाई विकृत गर्न सहयोग गर्न नियामकहरूसँग साँठगाँठ विकास गर्न र पैरवीमा बढी खर्च गर्न सक्छन् ।

राजनीतिक उद्यमशीलताको उदय

यो सत्य हो कि नियमन नगरिएका व्यवसायहरूले समाजमा झुटा आश्वासन दिने, उत्पादन र गुणस्तर मापदण्डहरूमा कमी गर्ने, एकतर्फी सम्झौताहरू गर्ने वा असुरक्षित काम गर्ने अवस्था सिर्जना गर्नेजस्ता ग्राहकहरूका लागि हानिकारक परिणामहरू निम्त्याउन सक्छन् । तर, त्यसपछि ग्राहकका खराब समीक्षाहरूले (विशेष गरी अनलाइन युगमा) खराब अभ्यास र उत्पादनहरू भएका कम्पनीलाई बजारबाट हटाउँछन् । अधिकांश उद्यमीहरू कुनै पनि अवस्थामा ग्राहकहरूले माया गर्ने, महत्त्व दिने, उत्कृष्ट, नवप्रवर्तित उत्पादनहरू सिर्जना गर्न चाहन्छन् । नयाँ उद्यमीका ठूलो खतरा भनेको निःसन्देह

अत्यधिक नियमन हो र ठूला उत्पादकहरूले त्यसबाट लाभ लिनै पर्ने दबाबका कारण नियमन बढाउन खोज्छन् । त्यस्ता नियमहरूको विस्तारले नयाँ व्यवसायहरूलाई बढ्न र फस्टाउन गाह्रो बनाउँछ, ग्राहकलाई पुराना प्रविधिहरूमा बाँधेर राख्छ, आर्थिक प्रगतिको गति घटाउँछ र अझ बढी धुपौरे पुँजीवाद (क्रोनी क्यापिटालिज्म)लाई प्रोत्साहन गर्छ ।

यो संसारभरि नै उस्तै छ । दक्षिण कोरियाका चेबोलहरूले सरकारी नियम र अनुदानहरूबाट फाइदा लिएर वर्षौंदेखि त्यस बेलासम्म दक्षिण कोरियाको अर्थतन्त्रलाई चलाए जबसम्म तिनीहरूको घुसखोरी र भ्रष्टाचारको पर्दाफास भएन । रुसका ओलिगार्कहरू राजनीतिक संरक्षकत्व मार्फत धनी भए तर सामान्य रुसीहरूले उनीहरूको क्रियाकलापबाट थोरै मात्र फाइदा पाए । पोल्यान्डमा गरिएको एक सर्वेक्षणले उद्यमीहरूले उत्पादनशील भन्दा अनुत्पादक गतिविधिहरूमा बढी ध्यान दिएको देखाएको थियो (डोमिनियाक र वासिल्चुक २०१७) । पूर्वी युरोपका अन्य देशहरूका कथा पनि उस्तै छन् । अमेरिकी कम्पनीहरूले केवल दबाब दिने कार्यमा अरबौँ खर्च गर्दैन् तिनीहरूले आफ्नो बोर्डमा पूर्व-नियामक र पूर्व-मन्त्रीहरू राख्न ठूलो रकम पनि तिर्छन् । सरकारी शक्तिले तिनलाई आकर्षित गर्छ जसले सरकारी शक्तिको दुरूपयोग गर्न चाहन्छन् ।

संयुक्त राज्य अमेरिका र युरोपजस्ता धेरै विकसित देशहरूमा सुस्त आर्थिक वृद्धिदरको कारण उद्यमशीलतामा कमी वा व्यापार सुरु गर्ने दरको गिरावट होइन । यस्तो किन पनि भयो भने उद्यमशील ऊर्जा उत्पादनशील गतिविधिहरूबाट हटेर अनुत्पादक गतिविधिहरूतर्फ मोडिएको छ, राम्रो र सस्तो उत्पादनहरू सिर्जना गर्नबाट हटेर दबाब दिने काम, धुपौरे पुँजीवाद र मुद्दा मामिलातर्फ मोडिएको छ ।

व्यक्तिगत स्वार्थले समाजलाई त्यस बेला मात्र लाभ दिन्छ जब संस्थाहरू सकारात्मक रूपमा संयोजन गरिएका हुन्छन् । यदि त्यस्ता संस्थाहरूको संयोजन गरिएको छैन भने धनी देशहरू पनि धुपौरे पुँजीवाद र अनुत्पादक गतिविधिहरूको वृद्धिका कारण कमजोर हुन्छन् जस्तै प्राचीन रोम र प्राचीन चीन सदियौं अघि भएका थिए ।

उद्यमशीलता र संस्थाहरू

त्यसो भए उद्यमशीलतालाई उत्पादनशील बनाइ राख्न कस्ता संस्था र प्रोत्साहन सिर्जना गर्ने भन्ने प्रश्न कायम नै छ ? यसको एउटा उत्तर स्थिर राजनीतिक वातावरण र पुँजीमा राम्रो पहुँचले निःसन्देह सहयोग पुऱ्याउँछ भन्ने आउँछ । अर्को, सुरक्षित सम्पत्तिको अधिकार, न्याय प्रणालीको भरपर्दो उपस्थिति र राजनीतिक शक्तिको सीमा यस विषयमा महत्त्वपूर्ण देखिन्छ ।

तर यस्ता सर्तहरू सिर्जना गर्नु सजिलो छैन । पुराना संस्थाहरूले गलत प्रोत्साहनहरू सिर्जना गर्न सक्छन् यद्यपि इतिहास, संस्कृति र विश्वास प्रणालीमा गहिरो रूपमा जरा गाडिएका हुन्छन् । प्रायः तिनीहरू जो गलत क्रियाकलापबाट लाभ उठाउछन् त्यस्ता व्यक्ति गलत प्रोत्साहनलाई कठोर रूपमा रक्षा गर्छन् जसमा प्रायः सत्तामा रहेका व्यक्तिहरू हुन्छन् । संस्थागत परिवर्तन साधारण रूपमा केही अधिक तार्किकता तर्फको सिफ्ट होइन जस्तो पाठ्यपुस्तकीय अर्थशास्त्रले सङ्केत गर्न सक्छ । यो राजनीतिक र भावनात्मक हुन्छ । उदाहरणका लागि, सन् १९८९ मा बर्लिन पर्खाल ढलेपछि, अतीतको दमनबाट मुक्त हुने जनभावना थियो । अधिकांश पश्चिमी अर्थशास्त्रीहरूले बजारका संस्थाहरू र नैतिकताले चाँडै विजय प्राप्त गर्ने अपेक्षा गरे । केही स्थानहरूमा, मुख्यतया जहाँ सोभियत युगअघि

नै उदार संस्थाहरू थिए (जस्तै एस्टोनिया र चेक गणराज्य), मुख्य रूपमा त्यस्तो भयो । तर, अधिकांशमा सङ्क्रमण समस्याग्रस्त थियो । केही (जस्तै युक्रेन) एकपल्ट उता र फेरि अर्कोतर्फ गए । अरू (जस्तै रसिया, जहाँ बजार व्यवस्थाको इतिहास थिएन) वास्तवमा सुधारिएनन् तर ओलिगार्क र अपराधीहरूको नयाँ शक्ति वर्गको निर्माण गरे । संस्कृति, इतिहास, धर्म र शक्तिका यथार्थहरू बलियो हुन्छन् ।

सुधारको अधिक आवश्यकता भएका देशले उद्यमीहरूलाई उत्पादनशील उत्पादनमा पुनः निर्देशित गर्ने सुधारहरू प्रायः कहिल्यै गर्दैनन् किनभने सत्ताधारीहरूले यसले उनीहरूको शक्तिमा असर पर्छ भनेर डराउँछन् । अन्य देश जहाँ सत्ताधारी बजारलाई व्यवस्थापन गर्न र उत्पादन वा रोजगार लक्ष्यहरू निर्देशित गर्न सकिन्छ भन्ने सोचमा अडिग रहन्छन् तिनलाई सुधारको विशालता थाहा नहुन सक्छ । त्यस्ता स्थानमा सुधार अवरुद्ध गर्ने भ्रष्टाचार (यहाँसम्म कि प्रहरी र न्याय अधिकारीहरूमा पनि) हटाउन गाह्रो हुन सक्छ । त्यस्ता स्थानमा पुरानो विनाशकारी उद्यमशीलता कायमै रहन्छ ।

उद्यमशील भावना बलियो र व्यापक छ । यो समृद्धि र प्रगतिका लागि शक्तिशाली बल हो । तर हामीले यो शक्तिले समाजलाई दिशानिर्देशित गर्ने स्वास्थ्य संस्थाहरू सिर्जना गर्न आवश्यक छ । त्यस कार्यको महत्त्वलाई कम आँक्नु बुद्धिमानी हुँदैन (हेनरेकसन र सनन्दाजी २०११) ।

८

के सरकारले उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न सक्छ ?

विश्वका विभिन्न देशका सरकारले समाज र देशको अर्थतन्त्रमा उद्यमशीलताको महत्त्वलाई स्वीकार गर्दै उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्ने नीतिहरू बनाउने प्रयास गरेका छन् । तर प्रायः नीति असफल हुन्छन् । असफलताका विभिन्न कारणमध्ये पहिलो कारण सरकारले कस्तो नीति निर्माण गर्न चाहेको भन्ने अस्पष्टता हो भने थप कारणहरू अल्पकालीन रणनीतिको निर्माण, प्रशासनिक किसिमको नीतिको निर्माण, बजारको वास्तविकताप्रति अनभिज्ञ र आर्थिक भन्दा राजनीतिक लक्ष्यमा बढी केन्द्रित हुनु हो । हार्वर्ड युनिभर्सिटीका अर्थशास्त्री जश लेर्नर (२००९) ले सरकारको उद्यमशीलता प्रवर्द्धनको प्रयासलाई 'टुटेको स्वप्न मार्ग' भन्दै कटाक्ष गरेका छन् ।

टुटेको स्वप्न मार्ग (Boulevard of Broken Dreams)

सन् २००२ मा युरोपेली सङ्घ(इयु)ले 'लिस्बोन रणनीति' नामक नीतिको अवलम्बन गर्‍यो । इयुले यस नीति अनुरूप आर्थिक वृद्धि र रोजगारीजस्ता विषयहरू व्यवसाय र उद्यमशीलताको रचनात्मक

भावनामा निर्भर गर्ने र सो भावनाको वृद्धिका लागि सुधारहरूको प्रस्ताव गर्‍यो । यस नीतिमार्फत सन् २०१० सम्म युरोपलाई 'विश्वकै प्रतिस्पर्धात्मक र गतिशील ज्ञान-आधारित अर्थतन्त्र' बनाउनका लागि 'वृद्धिका लागि नवीनता', 'अनुसन्धानमा लगानी' र 'प्रतिस्पर्धात्मक व्यावसायिक वातावरणभित्र उद्यमशीलताको विकास' उद्देश्य तय गर्‍यो । तर, सन् २०१० भन्दा धेरै अघि नै इयुका अधिकारीहरूले यो नीति असफल भएको स्वीकार गरे ।

नीति असफलता

'लिस्बोन रणनीति' असफल हुनुको मुख्य कारण यस नीतिले साना कम्पनीहरू र उद्यमशील कम्पनीहरूबीचको भिन्नतालाई छुट्याउन नसक्नु थियो । यो रणनीतिले साना र मध्यम आकारका व्यापारिक संस्था सिर्जना तथा सङ्ख्या थप गर्ने विचार राख्यो तर हामीले अगाडिको अध्यायमा पढिसकेका छौं व्यापारिक संस्था र उद्यमशीलता एकै कुरा होइन । यी दुई कुरा एकदमै विपरीत पनि हुन सक्छन् भन्ने हामीलाई थाहा भइसकेको छ ।

युरोपका ग्रीस, इटली, स्पेन, र पोर्चुगलजस्ता देशहरूमा नव आविष्कारत्मक उद्यमशीलता दर कम छ तर स्व-रोजगार दर भने उच्च छ । त्यस्तै, संसारकै उपयुक्त उद्यमशील वातावरण भएको स्थानहरू मध्येको एक सिलिकन भ्यालीको स्व-रोजगार दर क्यालिफोर्नियाको औसतभन्दा आधा छ । (सनान्दाजी एण्ड सनान्दाजी २०१४)

अनुदान, सब्सिडी र कर छुटले स्व-रोजगारलाई आकर्षक बनाउन सक्छ तर स्व-रोजगार बढाउने नीति उद्यमशीलता बढाउन उपयुक्त नहुन सक्छ । यस्ता आर्थिक छुटका नीतिहरूले यदाकदा

सानो व्यवसायलाई लाभ प्रदान गर्ने र सम्भावित उद्यमीहरूलाई विस्तारबाट रोक्न सक्ने सम्भावना राख्छन् । उद्यमशीलता विज्ञहरू टिनो र निमा सनान्दाजी, 'हामीलाई गुगल र वालमार्टहरूको आवश्यकता छ कि धेरै प्लम्बर र खुद्रा पसलहरूको सङ्ख्या वृद्धिको' भन्ने प्रश्न सोध्छन् ?

'लिस्बोन रणनीति'ले युरोपेली युनियनको सार्वजनिक अनुसन्धान तथा विकास खर्चलाई जीडीपीको तीन प्रतिशतसम्म बढाउने योजना पनि राखेको थियो । तर अनुसन्धान खर्च र उद्यमशीलताबीच पनि स्पष्ट सम्बन्ध छैन । अनुसन्धान आविष्कार होइन र आविष्कार उत्पादनको नवीनता होइन । अनुसन्धानले आविष्कारका लागि आवश्यक सामग्री दिन सक्छ र आविष्कारहरूले नवीन उत्पादनका लागि सामग्री दिन सक्छ । त्यस्ता उत्पादनहरू आर्थिक प्रगति र वृद्धिमा योगदान गर्ने सक्ने किसिमको हुनुपर्छ र उत्पादनलाई यस्तो बनाउन उद्यमशील सीप आवश्यक हुन्छ ।

अनुसन्धानमा जतिसुकै सरकारी (व्यक्तिगत) रकम खर्च गरिए पनि उद्यमीहरू संलग्न नभएसम्म मूल्यवान उत्पादनहरूको सिर्जना हुँदैन ।

अन्त्यमा, लिस्बोन रणनीतिले उद्यमशीलतामा कर र नियमहरू जस्ता आर्थिक नीतिहरूको महत्त्वलाई बेवास्ता गर्‍यो । उद्यमीहरूले प्राप्त गर्ने आर्थिक लाभ सुरुबाटै अनिश्चित हुन्छन् र उच्च करले उनीहरूको सम्भावित लाभलाई खाइदिन्छ र उद्यमको जोखिम बढाइदिन्छ । नियमनहरूले पनि साना र हुर्कंदै गरेको कम्पनीहरूमा 'समय कर' थोपार्छन् जसले यस्ता कम्पनीको वृद्धिमा नकारात्मक असर गर्छ । साथै, यस्ता नियमनहरूले पुराना प्रक्रिया मापदण्डलाई अनिवार्य गरेर नवीन प्रविधिहरूको प्रयोगलाई पनि रोक्न सक्छन् ।

अन्य रणनीतिहरू

जश लेर्नरले संसारका विभिन्न देशका सरकारहरूले उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न लिएका पहलकदमीहरूको समीक्षा गरेका छन् । उनले धेरैजसो सरकारहरूले अगाडिकै गल्ती दोहोर्याएका कारण असफल भएको पाए । उदाहरणका लागि : धेरै देशहरूले सिलिकन भ्यालीको जस्तै उद्यमशील गतिशीलतालाई आफ्नो स्थानमा पुनः निर्माण गर्ने प्रयास नगरेका होइनन् तर त्यसैस्तरको कुनै उपलब्धि हासिल भएको छैन । दुबई लगायत केही मध्यपूर्वका राज्यहरूले आफ्नो प्राकृतिक बन्दरगाहलाई विशाल व्यापारिक केन्द्रमा परिणत गरेर हासिल गरेको ठूलो सफलतालाई अरू नक्कल गर्ने प्रयास नगरेका होइनन् । तर, सबै घाटामा गए । जहाँ उद्यमशील केन्द्रहरू पहिल्यै बाटै छैनन् त्यहाँ नयाँ सिर्जना गर्नु सजिलो छैन । उद्यमशील केन्द्रहरूको सफलता प्रायः भौगोलिकता, परिस्थितिहरू र त्यहाँका मानिसहरूको विशेष मिश्रणले निर्धारित गर्दछ ।

उद्यमशील सरकार

सरकारहरूले पनि आफ्नो निजामती सेवालार्ई 'उद्यमशील' बनाउन प्रयास गरेका छन् तर यस्ता प्रयासहरू पनि प्रायः असफल हुन्छन् (क्लेन २०१७) । सन् २००० को सुरुतिर बेलायतका प्रधानमन्त्री टोनी ब्लेयरले 'उद्यमशील निजामती सेवा' को कुरा गरेका थिए । ब्लेयरलाई उत्तर दिँदै इजिजेटका उद्यमी स्तेलिओस हाजी-आइओनुले, ' प्रतिस्पर्धा बिना उद्यमशील निजामती सेवा प्राप्त गर्न असम्भव हुने' बताएका थिए । प्रतिस्पर्धा र ठूलो सफलताको लागि ठूलो पुरस्कारको सम्भावना बिना निजामती कर्मचारीहरू सार्वजनिक

उद्यमी बन्न सम्भव छैन । ब्लेयरले कुरा राखेको दशकपछि पनि हाउस अफ कमन्सको समितिले अझै 'नवप्रवर्तनशील र उद्यमशील निजामती सेवा' को लागि चाहना व्यक्त गरिरहेको थियो । (युके सरकार २०११) ।

प्रतिस्पर्धाको महत्त्व किन पनि छ भने, यदि ग्राहकहरू व्यवहारिक रूपमा अर्को आपूर्तिकर्तातर्फ गएनन् भने सार्वजनिक होस् या निजी एकाधिकार प्राप्त संस्थाहरूलाई समेत थप उत्पादनलाई राम्रो र सस्तो बनाउन आवश्यक प्रोत्साहनको कमी हुन्छ । यस्तोमा निजामती कर्मचारीहरूले व्यक्तिगत रूपमा सफल नवप्रवर्तनहरूबाट वास्तवमै फाइदा लिन सक्दैनन् । उनीहरूको बढीमा पदोन्नति हुन सक्छ तर उनीहरू व्यावसायिक उद्यमीहरूले सपना देख्ने गरेको सम्पत्तिको निर्माण गर्न सक्दैनन् । परियोजना असफल भएमा निजामती कर्मचारीहरूलाई दोष लगाइने र पदोन्नति गुम्ने सम्भावना धेरै हुन्छ । यसले उनीहरूको नवीन सिर्जना गर्ने र जोखिम लिने प्रेरणा सीमित हुन्छ । तिनीहरूको प्रमुख प्राथमिकता परियोजनाबाट सकेसम्म धेरै जोखिम हटाएर आफ्नो बचाउ गर्नु हुन्छ ।

त्यसै पनि सार्वजनिक पैसासँग जोखिम लिनु विवादास्पद कुरा हुन जान्छ । राष्ट्रिय र स्थानीय सरकारहरूले आपत्तिजनक लगानीहरू गर्दा आलोचना गरिन्छन् तर लगानी राम्रो भएमा थोरै प्रशंसा मात्र पाउँछन् । वास्तवमा निजामती सेवा नियमहरूद्वारा बाँधिएको छ जुन कर्मचारीहरूलाई सार्वजनिक पैसा ठूलो जोखिममा राख्नबाट रोक्ने उद्देश्यले बनाइएको हो । निजामती कर्मचारीहरू आफै सामान्यतया जोखिम लिन चाहँदैनन् । उनीहरूले पेशा रोज्नुको कारण नै सुरक्षालाई महत्त्व दिने भएकाले हो ।

किन राजनीतिज्ञ संलग्न हुन्छन् ?

राजनीतिज्ञहरू उद्यमशीलता प्रोत्साहन गर्न किन प्रयास गर्छन् भन्ने केही कारणहरू पहिले नै उल्लेख गरि सकिएको छ । उद्यमशीलताले उत्पादनमा नवीनता, उत्पादनको मूल्यमा वृद्धि, उत्पादकत्वको वृद्धि, आर्थिक वृद्धि र प्रगति, रोजगारीको सिर्जना, उत्पादनको गुणस्तरमा सुधार र थप सामाजिक फाइदाको सिर्जना गर्दछ । उद्यमशीलताले एउटा उत्पादनको विकासले गर्दा अर्को उत्पादन विकासतर्फ अग्रसर हुन्छ जसले समुदायको आर्थिक अवस्था सुधार र आर्थिक वृद्धि ल्याउँछ । यस्ता कारणहरूले सरकारहरूको उद्यमशीलता र उद्यमीहरूलाई प्रोत्साहन गर्ने चाहनालाई स्पष्ट पार्दछ ।

सरकारले गतिशील उद्यमशील क्षेत्र विशेष गरी कृत्रिम बौद्धिकता वा दिगो ऊर्जा जस्ता अत्याधुनिक प्रविधिहरूको प्रयोग हुने क्षेत्रलाई राष्ट्रिय प्रतिष्ठाको विषय मान्न सक्छ । सरकारले उद्यमी र विकासको लागि आवश्यक पुँजीका स्रोतहरू बीचको सेतु बन्ने सोच राख्न सक्छ जसले अन्ततः समुदायमा थप फाइदा पुऱ्याउने विश्वास राख्छ । यस्ता विचारका साथ सरकारले विकासका निम्ति उद्यमलाई आवश्यक पर्ने पुँजी उपलब्ध गराउने योजना पनि बनाउँन सक्छ । सरकारलाई स्टार्टअप उद्यमीहरूलाई आफ्नो प्रविधिबारे त ज्ञान होला तर व्यवसाय चलाउन वा थप व्यक्तिगत लगानीलाई आकर्षित गर्न, उत्प्रेरित गर्न सहयोग, जानकारी वा परामर्शको आवश्यक पर्न सक्छ भन्ने लाग्न सक्छ ।

सरकारले आफूलाई स्थानीय उद्यमी तथा विदेशी पुँजीबीचको सेतुको रूपमा प्रस्तुत गर्न सक्छ । सरकारले उद्यमीहरूलाई विदेशी पुँजी लगानीकर्ताहरूसँग चिनाउने मात्र नभई लगानी भित्र्याउने प्रक्रियालाई सजिलो र कागजी झन्झट रहित बनाउन सहयोग पुऱ्याउन सक्छ ।

सरकारले यस्तो सहयोगलाई वर्तमान र भविष्यका पुस्ताहरूलाई फाइदा पुग्ने र धेरै विविध र बलियो अर्थतन्त्र निर्माणमा योगदान पुऱ्याउने कदमको रूपमा ग्रहण गर्न सक्छ । सरकारले उद्यमशीलता र नवीनताको उच्च सङ्ख्यालाई राष्ट्रिय प्रतिष्ठाको चिन्हको रूपमा ग्रहण गर्न सक्छ । सरकारले नवीनतालाई प्रोत्साहित गर्न र उद्यमीहरूलाई गम्भीरतापूर्वक लिन चाहन्छौँ भन्ने सन्देश समेत दिन चाहन्छ । सरकारले नयाँ व्यवसाय क्षेत्रमा अगुवा हुने सुरुआतका पहलकर्ताले अनुसन्धान र विकासमा धेरै समय र ऊर्जा खर्च गर्नुपर्नेमा विश्वास राख्छ जसका प्रयासहरूले समाजलाई ठूलो फाइदा मिल्छ । त्यसैले, सरकारहरूले अग्रणीलाई प्रोत्साहन गर्न थप सहयोग दिन चाहन्छन् जसले समाजलाई अझ बढी फाइदा पुऱ्याउन सकिने थप नव प्रवर्तनात्मक सोचलाई प्रोत्साहित गर्न सकियोस् ।

सार्वजनिक लगानी साधनहरू

माथि उल्लिखित कुराहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्दै गर्दा पनि विश्वका धेरै देशका सरकारले उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न धेरै ठूलो लगानी गरेका छन् । धेरै देशहरूमा राज्यको स्वामित्वका 'सार्वभौम कोष' वा 'सामाजिक सम्पत्ति कोष' जस्ता कोषहरू छन् जसलाई राज्यले सेयर, ऋणपत्र, सुन वा विदेशी मुद्रा, निजी इक्विटी र हेज फण्डहरूमा लगानी गर्न प्रयोग गर्दछ । यस्ता कोषहरू होल्डिङ कम्पनीका रूपमा स्थापना गरिन्छन् जुन भावी पुस्ताहरूका लागि अक्सर रणनीतिक लगानीका दीर्घकालीन पुँजी निर्माण गर्न वा उड्डयन वा उपयोगिता व्यवसायहरूका लागि प्रयोग गरिन्छ । (जस्तै: नर्वेले तेल वा अन्य प्राकृतिक सम्पत्ति स्रोतहरूको राजस्वबाट उठेको रकम निश्चित समयको लागि राखेको हुन्छ) । उपयोगिता व्यवसायमा केन्द्रित देशले यस्तो राजस्व वस्तुको

मूल्य घटबढ हुँदा बजारको गतिशीलता कायम गर्न र आकस्मिक राजस्व लाभको फाइदा अन्य पक्षले नपाओस् भन्नेमा प्रयोग गर्न राखेको हुन्छ ।

यस्ता कोषहरूका रकमहरू अनुसन्धान, विकास, शिक्षा र उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न आवश्यक खर्चका लागि प्रयोग गर्न सकिन्छ । तर, यस्ता कोषहरू ठूला र शक्तिशाली (सरकारी) हुने भएकाले यसको उपयोगले बजारमा विकृति ल्याउन र निजी उद्यमशीलता पुँजीलाई विस्थापित गर्न सक्छन् । सरकारी कोषहरू प्रायः प्रशासनिक, अपारदर्शी र अस्पष्ट उद्देश्यका हुन्छन् । निजी कोषहरूले नाफा कमाउने लक्ष्य राखेका हुन्छन् तर सरकारी कोषका उद्देश्य भने अपरिभाषित र परिवर्तनशील राजनीतिक उद्देश्यहरूलाई सहयोग पुर्याउने किसिमका हुन्छन् । यस्ता समस्याहरू उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्नका लागि उपलब्ध गराइने अनुदान, सब्सिडी, पूर्वाधार परियोजना र कर छुटजस्ता सरकारी आर्थिक सहायताले सिर्जना गर्ने देखिन्छ । ' लिस्बोन रणनीति' अन्तर्गत पनि सरकारहरूले न पूर्ण रूपले कुन किसिमको उद्यमशीलताको प्रवर्द्धन गर्न खोजेको प्रष्ट पार्न सकेका थिए न त रणनीतिको सफलताको मापन गर्न सकेका थिए ।

सरकारी हस्तक्षेपको पक्ष र विपक्ष

सबै कुराको मूल्याङ्कन गर्दा उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्न गरिएको सरकारका अधिकांश प्रयासहरूले नवीनता र उद्यमलाई खासै बढावा नदिने किसिमका र अधिकांश प्रयासहरू असफल देखिन्छन् । तर पनि सरकारी हस्तक्षेपका समर्थकहरू के सबै कुरा बजारमा छोड्न सकिन्छ र भन्ने प्रश्न गर्ने गर्छन् ?

सरकार र आईटी

सरकारी हस्तक्षेपका पक्षधरहरू सिलिकन भ्यालीलाई शुद्ध खुला बजार अर्थतन्त्रको उत्पादनका रूपमा स्वीकार गर्दैनन् । उनीहरू आईटी परियोजनाहरूको लागि सरकारले थुप्रै ऋण र अनुदान दिएका र रक्षालगायत अन्य सरकारी परियोजनाहरूले आईटी उद्यमीहरूलाई आफ्नो व्यवसाय सुरु गर्न र बढाउन पैसा दिए भन्ने धारणा राख्छन् । स्ट्यानफोर्ड विश्वविद्यालय निजी भए पनि सन् १९५० को दशकमा यो विश्वविद्यालय कोल्ड वारको समयमा सैन्य र गुप्तचर सेवाका लागि चुनौतीहरू सामना गर्न सहयोग गर्ने अनुसन्धानकर्ताहरू फेला पार्नको लागि उत्तम ठाउँ बन्यो र नासालाई समेत स्पेस रेस जिल सहयोग गर्‍यो । अमेरिकी सरकार यसको सबैभन्दा ठूलो ग्राहक बन्यो र त्यसको प्रतिफलको रूपमा आईटीको हार्डवेयर र सफ्टवेयर निर्माण गर्ने फर्महरू उत्पन्न भए । जब न्यूयोर्कका लगानीकर्ताहरूले त्यहाँ के भइरहेको थियो देख्न थाले त्यसपछि 'जोखिम न्यूनीकरण पुँजी' कोषहरू आउन थाले (मेडिरोस २०१९) ।

यसको अतिरिक्त, सरकारले हाल सिलिकन भ्यालीका प्रमुख आईटी कम्पनीहरूले सञ्चालन गरिरहेको बजारलाई आकार दिन समेत भूमिका खेलेको छ । इन्टरनेटकै सुरुआत सैन्य सञ्चार परियोजनाको रूपमा भयो त्यसपछि क्रमशः शैक्षिक क्षेत्रमा र घरका कम्प्युटरहरूमा पुग्यो । ग्लोबल पोजिसनिङ वाइ स्याटेलाइट (जीपीएस) पनि सरकारको नेतृत्वमा सुरु भएको थियो । गुगलको सर्च एल्गोरिदम सरकारी अनुदानद्वारा फण्ड गरिएको थियो भने विन्डोज, गुगल म्याप्स, क्लाउड र भिडियो-कन्फरेन्सिङलाई पनि प्रारम्भिक सहयोग सरकारी पक्षबाट भएको थियो । टेस्लाले अमेरिकी ऊर्जा विभागबाट आधा अर्ब डलर ऋण प्राप्त गर्‍यो भने एलोन मस्कका अन्य

उद्योगहरूले झन्डै ५ अर्ब डलर सार्वजनिक समर्थन बाट प्राप्त गरे (ऐजन) । सिलिकन भ्यालीका कम्पनीहरूले आफ्नो आविष्कारको रक्षा गर्न प्रयोग गर्ने पेटेन्ट प्रणाली पनि सरकारी संरचना हो । केही आलोचकहरू 'सिलिकन भ्याली' स्वतन्त्र बजारको नतिजा हो भन्ने धारणा कर घटाउन र नियमनलाई सजिलो बनाउन लबिङ गर्न बनाइएको बहाना हो भन्ने टिप्पणी गर्छन् ।

विरोधी पक्ष

माथिका तर्कका विपरीत आर्थिक उद्यमलाई प्रोत्साहन दिनु संसारको कुनै पनि सरकारको न त प्रमुख दायित्व हो न त यस क्षेत्रमा सफलता प्राप्त गर्न कुनै पनि सरकार दक्ष र सक्षम छ । फ्रान्स जस्ता राष्ट्रहरूले सिलिकन भ्यालीजस्तै आफ्नो प्राविधिक क्षेत्र बनाउने प्रयास गरेका छन् तर त्यस्ता प्रयासमा करदाताको पैसा खर्च गरिए पनि स्पष्ट नतिजा प्राप्त भएको देखिँदैन । निजी भेन्चर लगानीकर्ताहरूले स्टार्ट-अप कम्पनीहरूको सम्भावनालाई दैनिक रूपमा परीक्षण गर्छन्, त्यसका लागि अनुभव र ज्ञान हासिल गरेका छन् र चाँडै र सही निर्णयहरू गर्ने प्रोत्साहन पनि प्राप्त गरेका हुन्छन् । यसका विपरीत निजामती कर्मचारीहरूको कार्यभार जहिले बढी हुन्छ र कर्मचारीहरू आर्थिक लाभभन्दा राजनीतिक विषयहरूमा बढी केन्द्रित हुन्छन् । निजामती कर्मचारीहरूले विशेष सार्वजनिक नीतिका उद्देश्यहरू प्राप्त गर्न सरकारका कार्यक्रमलाई थप परिष्कृत बनाउने उद्देश्य राख्छन् चाहे यो नीतिले व्यापारिक अर्थ राखोस् या नराखोस् ।

सरकारी कर्मचारीहरूसँग लगानीकर्ता जस्तै सम्भावित लगानीको समीक्षा गर्ने सीप र अनुभवको अभाव हुन्छ । कर्मचारीहरूलाई सार्वजनिक रकमको सही उपयोग कसरी गर्ने थाहा हुँदैन जसका

कारण सार्वजनिक पुँजी बर्बाद हुन जान्छ । अझ महत्त्वपूर्ण, सरकारी कर्मचारीहरू अत्यन्तै आशावादी हुन्छन् । उनीहरू आफू असफल हुने कुरा सोचिसम्म नि सक्दैनन् जबकि अधिकांश स्टार्ट-अपहरू असफल हुन्छन् ।

सरकारका र व्यवसायीहरूका अपेक्षा समेत मेल खादैनन् । उद्यमीहरू आफ्ना उद्यमहरूको दीर्घकालीन मूल्यमा ध्यान केन्द्रित गर्छन्, लामो समय लिएर काम र उत्पादन गर्छन् जसको प्रतिफल प्राप्त गर्न समेत धेरै वर्ष अझ भनी कयौँ दशक लाग्न सक्छ । राजनीतिज्ञहरूले भने आगामी निर्वाचन चक्रभन्दा पर हेर्दैनन् । राजनीतिज्ञहरू सम्भावना भएको उद्यम व्यवसायलाई आगामी निर्वाचनमा उपलब्धिको रूपमा देखाउन तत्काल केही रकम उपलब्ध गराएर झट्टै सफलताको आशा गरिरहेका हुन्छन् । तर, त्यो हतारमा लगानी गर्ने संरचनामा पर्याप्त ध्यान पुगेको हुन्न, उद्यम वा व्यवसायको बलियो र कमजोर पक्षको विश्लेषणमा ध्यान पुगेको हुन्न, बजारको सम्भावनाको अध्ययन गरिएको हुन्न र त्यस उद्यम वा व्यवसायलाई साँच्चै सहयोग आवश्यक छ कि भन्नेमा समेत ध्यान पुगेको हुन्न ।

सरकारहरू पनि कब्जामा पर्न सक्छन् र सरकारी कार्यक्रमहरूलाई दुरुपयोग गर्न सकिन्छ जसले गलत लगानी निर्णय र प्रतिकूल परिणामहरू जन्माउन सक्छ । सन् १७७६ मा जब बेलायती सरकारले जहाजहरूको आकारका आधारमा माछा मार्नेलाई अनुदान दिने निर्णय गरेको थियो सो समयमा एडम स्मिथले धेरैजसो जहाजहरू माछा मार्न नभएर अनुदान पाउनकै लागि मात्र पानीमा पस्छन् भनेर तर्क गरेका थिए । 'पोर्क-ब्यारल कानून' बनाएर निर्वाचित प्रतिनिधिहरू आफ्नै निर्वाचन क्षेत्रतिर सरकारी बजेट पार्न खोज्नुलाई साधारण ठाने पनि यसले राम्रो निर्णयलाई प्रोत्साहन गर्दैन । सरकारले रोजगारी

सिर्जना गर्ने उद्देश्यले अक्सर प्रभावकारी उद्यम प्रवर्द्धनमा खर्च गर्नुभन्दा अनावश्यक काममा पैसा खर्च गर्छ । साना र मध्यम आकारका उद्यमहरूका लागि लक्षित अनुदान र सहायता ठूलो खेलाडीहरूले हडपछन् । ठूला खेलाडीले त्यसका लागि लबिङ्ग गर्न, निवेदन हाल्नु, आवश्यक प्रतिवेदन व्यवस्थापन गर्न समर्पित छुट्टै टिमहरू राख्न सक्छन् जुन साना तथा मध्यम उद्यमहरूले सक्दैनन् । धुपौरैवादले असमानतालाई झन् जटिल बनाउँछ । जब सरकारले उद्यम व्यवसायलाई सहयोग दिन निर्णय गर्न योजना निर्माण गर्न व्यावसायिक समूहको सहयोग खोज्छ त्यस्तो योजनाको ठूलो हिस्सा लक्षित समूहको हातमा नपुगेर सल्लाहकारहरूको हातमा पुग्छ ।

आलोचकहरूले सरकारको पुँजीको आवश्यकता किन छ र भनेर प्रश्न उठाउने गरेका छन् । पछिल्लो दशकहरूमा निजी उद्यम लगानीकर्ताहरू राम्रो प्रतिफलको आशामा सम्भावना रहेको नयाँ उद्यमहरूमा लगानी गरेर ठूलो जोखिम लिन इच्छुक हुन्छन् जसको सट्टामा लगानीकर्ताहरू व्यवसायको हिस्सेदारीको माग गर्दछन् (नन्दा २०१६) । अहिले भेन्चर क्यापिटल उद्योग विश्वव्यापी भइसकेको छ । यस्तो समयमा के एक राष्ट्रको सरकारले उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गर्न साँच्चै योगदान गर्छ कि उद्यमशीलतालाई अवरोधमात्र गर्छ भन्ने प्रश्न उठ्ने नै देखिन्छ ?

निजी भेन्चर क्यापिटलबाट सहयोग प्राप्त गर्ने नयाँ फर्महरूले अरूभन्दा राम्रो प्रदर्शन गर्छन् भने प्रमाण देखिन थालेको छ । आश्चर्यजनक रूपमा अमेरिकामा आईपीओ निष्कासन गर्न सफल भएका कम्पनीहरूको झन्डै दुई-तिहाइ (६३ प्रतिशत) शून्य दशमलव एक प्रतिशत मात्र भेन्चर क्यापिटल प्राप्त गर्ने साना समूहबाट हुन्छन् (सनन्दाजी र सनन्दाजी २०१४) । त्यसको कारण के हुन सक्छ भने भेन्चर

क्यापिटालिस्टहरूले ती कम्पनीहरूमा लगानी गर्नुअघि गहिरो रूपमा अध्ययन गर्छन्, व्यवस्थापनमा संलग्न रहन्छन् र कम्पनीको प्रदर्शनलाई निरन्तर अनुगमन गर्छन् । यस्तै किसिमको सहयोग, निगरानी र अनुगमनबिनाका कम्पनीहरूले राम्रो प्रदर्शन नगर्नु अस्वाभाविक होइन । सरकारले यस्ता कार्यहरू कुशलतापूर्वक गर्न सक्दैनन् ।

एउटा महत्त्वपूर्ण काम सधैं गर्नुपर्ने हुन्छ । बिक्रीको ढोका खोल्नुपर्ने हुन्छ, क्रेडिट लाइन स्थापना गर्नुपर्ने हुन्छ, नयाँ महत्त्वपूर्ण कर्मचारी खोज्नुपर्ने हुन्छ वा व्यावसायिक सीप सिक्नुपर्ने हुन्छ । भन्चर लगानीकर्ता सधैं सल्लाह दिन, विश्वस्त बनाउन, हतोत्साहित गर्न, प्रोत्साहन दिन तर सधैं निर्माणमा सहयोग गर्न तयार रहनुपर्छ । त्यसपछि मात्र भन्चर क्यापिटल साँचो अर्थमा कम्पनीको वृद्धिका लागि र लगानी गरिएको सङ्गठनको आर्थिक सफलताका लागि रचनात्मक पुँजी बन्छ । — जर्जेस डोरियोट, भन्चर क्यापिटलिस्ट

सही वातावरण तयार गर्दै

लेर्नरले उद्यम र व्यवसायको विकासलाई प्रोत्साहन दिने धेरै सरकारी प्रयासहरूको अध्ययन गर्दा के निष्कर्ष निकाले भने उद्यम र व्यवसायलाई फस्टाउनका सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण कुरा भनेको यसका लागि सही आर्थिक र नीतिगत वातावरण आवश्यक छ भन्ने कुराको बोध हुनु हो ।

सही वातावरण

उद्यमशीलताको प्रवर्द्धनका लागि सबै भन्दा महत्त्वपूर्ण कुरा साक्षरता र विद्यालय शिक्षा हुन् । शिक्षाले मान्छेलाई नयाँ विचार दिन्छ ।

शिक्षाले अरूसँग व्यवहार गर्न, व्यवसाय सञ्चालन गर्न र पैसाको व्यवस्थापन गर्न आवश्यक सीपहरू प्रदान गर्छ । कहिलेकाहीँ स्थानीय शैक्षिक, वैज्ञानिक र अनुसन्धानात्मक आधारले नवीनतालाई आकर्षित गर्न ज्ञान र विचारहरू सिर्जना गर्नुका साथै उद्यमीहरूले व्यावहारिक प्रयोगमा परिणत गर्न सक्ने कच्चा पदार्थ प्रदान गर्न उपयोगी हुन सक्छ । उदाहरणका रूपमा स्ट्यानफोर्ड विश्वविद्यालयले सिलिकन भ्यालीको लागि गरेको सहयोगलाई लिन सकिन्छ ।

लचिलो श्रम बजार पनि महत्त्वपूर्ण हुन्छ (हेनरेकसन २०२०) । यदि नियमहरूले मानिसहरूलाई जागिरमा राख्न वा हटाउन प्रक्रियालाई महङ्गो बनाउँछ भने रोजगारदाताहरूले सतर्कताका साथ रोजगार दिनेछन् र कर्मचारीहरू धेरै समय एउटै काममा अड्किएर बस्नेछन् । यसको विपरीत मानिसहरूले सजिलै एक ठाउँबाट अर्को स्थानमा जागिर गर्न र नयाँ अवसरहरू खोज्न सक्नेछन् भने नयाँ व्यवसायीहरूले बजारबाट आवश्यक प्रतिभा सजिलै पाउनेछन् । लचिलो सम्पत्ति बजारले पनि कामदारहरूलाई जागिरहरू फेर्न सक्षम बनाउँछ र नयाँ व्यवसायहरू त्यस्ता स्थानहरूमा सर्न सक्छन् जहाँ उनीहरूले विचार र प्रतिभा साटेर फाइदा लिन सफल हुन्छन् ।

उद्यमशीलतालाई विश्वव्यापी मापदण्डहरूको पालना गर्दा पनि फाइदा हुन्छ जसले संसारका अन्य भागहरूबाट लगानी आकर्षित गर्न सजिलो बनाउँछ (लेर्नर २००९) । यसबाहेक अन्तर्राष्ट्रिय लगानीलाई अनावश्यक सर्तहरू बिना स्वीकार गर्ने इच्छाशक्ति पनि हुनुपर्छ । विदेशीहरूले कुन उद्योगमा लगानी गर्न सक्छन्, कति धेरै वा थोरै लगानी गर्न सक्छन् वा अनावश्यक कागजी प्रक्रिया (जो धेरै देशहरूमा सामान्य हुन्छ) जस्ता सर्तले विदेशी लगानीकर्ताहरूलाई बाध्य पार्नु हुन्न । त्यस्तै कानुनी शासनले सम्झौताहरूलाई स्वतन्त्र न्यायिक

प्रक्रियामार्फत कार्यान्वयन गर्न सम्भव बनाउनु पर्छ जसले विदेशी लगानीकर्ताहरूलाई आफ्ना पुँजी सम्भावना भएको व्यवसायमा लगानी गर्न प्रोत्साहित हुन्छन् । अन्त्यमा, उत्पादन बजारहरू खुला हुनुपर्छ ताकि उद्यमीहरूले आफ्नो उत्पादनहरू संसारभर बेच्न सक्नु ।

गलत वातावरण

उद्यमीहरूका लागि गलत राजनीतिक र आर्थिक वातावरण सिर्जना गर्नु सजिलो छ । खास गरेर उद्यमीका लागि उतार-चढावका चक्रहरू हानिकारक हुन्छन् । यसले व्यापार राम्रो भएको वर्षहरूमा व्यवसायको अत्यधिक विस्तारलाई प्रोत्साहित त गर्छ तर त्यसलाई कायम राख्न नसक्दा वास्तविक घाटा, बन्द र कर्मचारी घटाउनुपर्ने अवस्था आउँछ । यस्तो चक्र प्रायः सरकारी केन्द्रीय बैङ्कहरूले पैसाको अत्यधिक विस्तार र कृत्रिम रूपमा सस्तो ऋणमार्फत उत्पन्न गर्छन् जुन प्रायः बजारमा उत्साह ल्याउने उद्देश्यले गरिन्छ । यस्तो कृत्रिम उत्साह सधैं उत्साहजनक ड्रगको सेवनपछि हुने ह्यांगओभर जस्तै वास्तविक र महङ्गो पुनर्संरचनामा परिणत हुन्छ । उद्यमीहरू उत्पादनशील रूपमा लगानी गर्न र भविष्यका बजार अवस्थाहरूको सटीक अनुमान गर्न चाहना राख्छन् जसका लागि दीर्घकालीन आर्थिक स्थिरता चाहिन्छ ।

कर, नियम, लाइसेन्स र दर्ताको आवश्यकताले कम्पनी सुरु गर्न र सञ्चालन गर्न गाह्रो बनाउँछ । यस्ता नियमनहरूले आविष्कारको चाहना राख्ने उद्यमीलाई नयाँ व्यवसाय स्थापना गर्न गाह्रो बनाउँछ । त्यस्तै केही कम्पनीहरू र क्षेत्रहरूलाई विशेष फाइदा दिन निर्माण गरिने कर वा नियमहरूले पनि उद्यमीका लागि चुनौतीपूर्ण अवस्था सिर्जना गर्छन् । यस्तो किसिमको पक्षपातपूर्ण व्यवहारले नयाँ स्टार्ट-अपहरूलाई फाइदा

नभएर प्रायः स्थापित कम्पनीहरूलाई र त्यस्ता कम्पनीका लागि काम गर्ने समूह र प्रशासकहरूलाई हुन्छ । उद्यमीले नयाँ आउने सरकारले कुन र कस्तो प्रकारको व्यवसायलाई समर्थन वा विरोध गर्छ भन्ने अनुमान गर्न नसके यथार्थ परक लगानी गर्न कठिन हुन्छ ।

सरकारहरूले विभिन्न पक्षहरूले एक अर्कासँग गर्ने खुला सम्झौताहरू रोक्ने नीतिहरू निर्माण गर्ने कुरामा पनि सचेत रहनुपर्छ । सरकारले व्यवसाय र आपूर्तिकर्ताहरू, व्यवसाय र लगानीकर्ताहरू, व्यवसाय र ग्राहकहरू तथा रोजगारदाता र कर्मचारीहरूबीच हुने सम्झौता र मोलमोलाइ रोक्नु हुँदैन । ब्राजिलले सन् १९८० मा गरेको गल्तीलाई हामी उदाहरणको रूपमा लिन सक्छौं । ब्राजिलले सन् १९८० को दशकमा घरेलु कम्प्युटर हार्डवेयर उत्पादनलाई बढावा दिन आयातमा प्रतिबन्ध र विदेशी उत्पादकहरूसँगको संयुक्त प्रयासलाई अवरोध गरेको थियो । तर, यसले देशका अन्य व्यवसायहरूलाई पुरानो प्रविधिको कार्यालय उपकरणको लागि विश्वमा चलिरहेको मूल्यको दोब्बर तिर्न बाध्य बनायो जसले ब्राजिलको समग्र प्रतिस्पर्धामा असर गऱ्यो (ब्लुक १९९०) ।

यस्तै, उत्पादन मापदण्ड र बजार नियमहरू प्रायः पुरानो प्रविधिहरूमा आधारित हुन्छन् जसले नयाँ प्रविधिलाई प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा बन्देज गर्छ । भेपिड र विद्युतीय धुम्रपान उपकरणहरू निकोटिन चुरोटभन्दा धेरै सुरक्षित छन् र धुम्रपान छोड्नलाई सहयोग गर्छन् तर भेपहरूलाई निकोटिन चुरोट सरह मानेर नियमन गरिन्छ ।

जानकारीको अभावमा सरकारले सम्पूर्ण बजार प्रक्रिया अवरोध र सजिलै व्यवसायको क्षमतालाई तहसनहस गर्न सक्छ । आजको अत्यन्तै विशिष्टीकृत अर्थतन्त्रमा स्रोतहरूको उचित व्यवस्थापन गर्नु,

अधिक मात्राका स्रोतहरूलाई कुन तरिकाले, कुन वस्तु उत्पादन गर्दा धेरै उपयोगिता बढाउन र लागत घटाउनका लागि प्रयोग गर्ने भन्ने निर्णय गर्नु अत्यन्तै कठिन हिसाब मिलाउनु सरह हो । यो समस्याको समाधान मूल्यहरू स्वतन्त्र रूपमा चलायमान भएमा, उद्यमीलाई कुन स्रोतहरू र उत्पादनहरू बढी मूल्यवान छन् भनेर पत्ता लगाउन र उत्पादनलाई त्यस दिशामा निर्देशित गर्ने स्वतन्त्रता प्राप्त भएमा मात्र सम्भव हुन्छ । राजनीतिक हस्तक्षेपको माध्यमबाट मूल्य नियन्त्रण गर्दा (खाद्य र उपयोगिताहरू जस्ता अनिवार्य उत्पादनहरूको बजारमा सामान्य हुन्छ) वा न्यूनतम पारिश्रमिक तोक्नुले (सबैतिर सामान्य हुन्छ) बजारको मूल्य सूचनालाई बिगार्छ वा दबाउँछ जसले उद्यमीहरूलाई बजारमा अतिरिक्त वा अभावको अवस्थाको मूल्याङ्कन गरेर उत्पादनलाई फेरि सोही दिशामा लैजान कठिन बनाउँछ ।

यस्ता धेरै नीतिहरू राम्रो उद्देश्यबाट आउँछन् तर तिनीहरूलाई स्थापित उद्योगहरू जस्ता स्वार्थ समूहहरूले सजिलै आफू अनुकूल बनाउँछन् । दुर्भाग्यवश, त्यस्ता समूहहरूले छोटो अवधिमा पाउने फाइदाहरू कुनै पनि आर्थिक क्षेत्रमा उत्साही वातावरणले दिन सक्ने दीर्घकालीन र समग्र फाइदाभन्दा साना हुन्छन् ।

उद्यमीहरूले आर्थिक स्रोतहरूलाई कम उत्पादकता भएका क्षेत्रहरूबाट अधिक उत्पादकता र बढी प्रतिफल दिने क्षेत्रहरूमा सार्दछन् । - जीन ब्याप्टिस्ट से, ट्राइटे डि'इकोनोमी पॉलिटिक

उद्देश्य-केन्द्रित प्रोत्साहन ?

केही अर्थशास्त्रीहरू सरकारले नवीनता र उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्न अझै प्रभावकारी भूमिका खेल्न सक्छ भन्ने कुरामा

विश्वास गर्छन् । अर्थशास्त्रीहरू सरकारले विशेष व्यवसाय वा प्रविधिको समर्थनमा ध्यान केन्द्रित गर्नुको सट्टा समाजका लागि निकै व्यापक उद्देश्यहरू तोक्नुपर्छ जसले आविष्कारकहरूलाई ती लक्ष्यहरूमा पुग्न आफ्नै तरिका विकास गर्न प्रोत्साहन गर्छ भन्ने धारणा राख्दछन् । यस्ता उद्देश्यहरूमा अन्तरिक्ष अन्वेषण, कृत्रिम बुद्धिमत्ता वा स्वच्छ ऊर्जा प्रविधिको विकास, स्वास्थ्य सेवा वा खाद्य गुणस्तर र वितरणमा सुधार, शहरमा जीवनशैलीको पुनर्विचार, महासागरको सफाइ आदि समावेश हुन सक्छ । समर्थकहरू 'उद्देश्यद्वारा व्यवस्थापन' नीति व्यवसायमा राम्रोसँग काम गर्ने र जटिल व्यवस्थापन वा उत्पादन समस्याहरूको समाधान गर्न नवीन सोचलाई प्रोत्साहित गर्ने हुनुपर्ने बताउँछन् ।

आविष्कार र उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहित गर्ने धेरै भिन्न तरिका हुन्छन् । यो छोटो अवधिको सोच, अत्यधिक नियम, कठोर नीतिहरू, जड नीति, अत्यधिक आशावाद र व्यापारिक उद्देश्यहरूको सट्टा राजनीतिक उद्देश्यमा ध्यान केन्द्रित गर्ने सामान्य समस्याहरूबाट बच्न सक्छ । यद्यपि, अझै समस्या बाँकी नै रहन्छ ।

उदाहरणका लागि यस्ता सामाजिक उद्देश्यहरूको निर्धारक को हो भन्ने प्रश्न रही रहन्छ ? बजार अर्थव्यवस्थाको एउटा विशेषता व्यक्तिहरूले आफ्नै उद्देश्यहरूको निर्णय आफै गर्न सक्छन् । उनीहरूलाई यसका लागि राजनीतिज्ञहरू र सरकारी अधिकारीहरूको आवश्यकता हुँदैन । स्वतन्त्र र खुला अर्थतन्त्रमा उद्यमीहरूले जनताको रोजाइलाई पछ्याउँछन् र धेरै कुशलतापूर्वक काम गर्छन् । अन्तरिक्ष अन्वेषण जस्ता प्रस्तावित उद्देश्यहरू प्रेरणादायी हुन सक्छ तर विस्तृत लागत-लाभ विश्लेषण बिना ती समय, पैसा र मेहनतको लायक छन् कि छैनन् भन्ने के हामीलाई थाहा छ ? सन् १९६० को दशकको चन्द्रमा

दौडबाट केही व्यावसायिक लाभहरू हुन सक्छन् तर हामी यस कुरामा निश्चित हुन सक्दैनौँ (त्यो अवस्थामा पनि, ती लाभहरू ठूलो लागतको लायक थिए कि थिएनन् भन्ने प्रश्न उठ्छ) ।

सामान्यतया सरकारले नवीनतालाई प्रवर्द्धन गर्ने प्रयास गर्नुको पक्षमा के तर्क हुन सक्छ भने यो उद्देश्य-केन्द्रित रणनीति कम्तीमा फरक छ, जुन विभिन्न प्रविधि, क्षेत्र वा व्यक्तिगत कम्पनीहरूमा 'विजेता छान्ने' असफल पुराना प्रयासहरू भन्दा फरक छ । तर, अझै पनि यस्ता उद्देश्यहरू तय गर्ने र कुन उद्यमशील प्रयासमा ध्यान केन्द्रित गर्ने निर्णय सरकार नै लिइरहेको छ, व्यक्तिगत ग्राहकहरूले होइन । वास्तविकता यो हो कि यस्ता महान उद्देश्यहरू आर्थिक उद्देश्यहरू होइनन्, सायद व्यवहार र उपयोगी उद्देश्यहरू पनि होइनन्, तर केवल एक मूल्यहीन इच्छा-सूची हो, जसलाई बौद्धिक र राजनीतिज्ञहरूले तयार पारेका छन् जसका महत्वाकाङ्क्षा र छनोटहरू सम्भवतः सामान्य जनताको भन्दा भिन्न हुन्छन् । के थोरै प्रतिष्ठित व्यक्तिहरूका सपना अन्य सामान्यजनको सपना भन्दा महत्त्वपूर्ण हुनुपर्छ ?

'विजेता छान्ने' जस्तै यी उद्देश्यहरू विशेषगरी सामाजिक र राजनीतिक मुद्दाहरूको 'प्रचार'को आधारमा छनोट गरिने सम्भावना छ । यस्ता उद्देश्यले वास्तविक व्यक्तिको आवश्यकता र उद्देश्यहरू पूरा गर्न असमर्थ छन् । राजनीतिक वास्तविकता जे भए पनि बढी उपयोगिता प्रदान गर्ने साना, लक्षित र सामान्य परियोजनाहरू भन्दा ठूला, आकर्षक र महङ्गो परियोजनाहरू सरकारको रोजाईमा पर्न सक्छन् । यदि सरकारले वास्तवमा उद्यमीहरूको चातुर्यलाई मानव लाभ सिर्जना गर्न केन्द्रित गर्न चाहन्थ्यो भने सरकारले उद्यमशीलताका लागि सही वातावरण सिर्जना गर्नु पर्थ्यो र त्यसपछि बाहिर बस्नु पर्थ्यो ।

अनुभवबाट पाठ

जश लेर्नरले प्रायः सरकारले उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन दिनका लागि गरेको प्रयासमा पुरानै गल्ती दोहोर्याउने निष्कर्ष निकालेका छन् । एक देशले अर्को देशको जति अनुदान र कर सब्सिडीहरूको नक्कल गर्न बाट बच्नु पर्छ । किनभने भने नक्कल गरिएको देशका नीतिहरू पनि सम्भवतः गलत छन् । अन्य देशमा भएको सफल कामको नक्कल गर्दा पनि असफल हुने सम्भावना हुन्छ, किनकि हरेक देशको इतिहास, भूगोल, जनता, संस्कृति र बजारहरू महत्त्वपूर्ण रूपमा फरक हुन्छन् ।

स्थानीय कुरामा अत्यधिक ध्यान दिनु पनि अर्को समस्या हो । सरकारले बुझ्नुपर्छ कि भेन्चर क्यापिटलको अन्तर्राष्ट्रिय बजार छ । सरकारले आफ्नो राजनीतिक पक्षधरता ध्यानमा राखेर लगानी गर्ने प्रयास गर्नुको सट्टा यसलाई बुझेर र मिलेर काम गर्नु पर्छ ।

परामर्शकर्ता र वित्तीय मध्यस्थकर्ताहरूको प्रयोग गर्नु महङ्गो र असफल रणनीति पनि हुन सक्छ । प्रायः उपलब्ध सरकारी कोषको ठूलो हिस्सा परामर्शकर्ताहरूको हातमा पुग्छ जुन उद्यमीहरूका लागि आवश्यक हुन्छ ।

लेर्नरका अनुसार लगानीकर्ताहरूलाई कर छुट र आर्थिक सहायता दिनु अर्को गल्ती हो । राजनीतिज्ञहरूको अस्थिर भाग्यलाई हेर्दा यसको फाइदा लामो समयसम्म हुँदैन । एक पटक ती प्रोत्साहनहरू समाप्त भएपछि लगानीकर्ता र उद्यमीहरू त्यस्ता समान सुविधाहरूको खोजीमा अन्य स्थानतर्फ जान्छन् ।

ठूला अग्रिम कर प्रोत्साहन र आर्थिक सहायताहरू विशेष रूपमा हानिकारक हुन्छन् । त्यस्ता सहायताले उद्यमीलाई ग्राहकमा ध्यान केन्द्रीत गर्नु भन्दा विस्तार र महङ्गो उत्पादन प्रविधिहरूमा लगानी गर्न

प्रोत्साहित गर्छन् । यस्तो घटनाको उदाहरण सन् १९७० को दशकमा बेलायती सरकारले डेलोरियन मोटर कम्पनीलाई उच्च बेरोजगारी भएको उत्तरी आयरल्याण्डमा यसको प्रसिद्ध 'गुल विड' मोडेल उत्पादन गर्न १ सय २० मिलियन डलर (यसको स्टार्टअप लागतको आधा भन्दा बढी) उपलब्ध गराउनु हो । त्यहाँ त्यस करको माग थिएन त्यसैले कम्पनी असफल भयो र करदाताको पैसा र रोजगारी दुवै गुम्यो । यस घटनाको अर्को रोचक पक्ष बेलायत सरकारले आफूलाई डेलोरियनको अर्को प्रस्तावक आयरल्याण्ड सरकारले उपलब्ध गराएको सहायता रकम जतिकै वा त्यो भन्दा पनि बढी प्रस्ताव गर्नुपर्छ भन्ने महसुस गर्‍यो । अन्य सरकारहरूले प्रदान गरेको खराब सहायता जतिकै वा त्यसलाई पार गर्न प्रयास गर्नु सार्वजनिक पैसा खेर फाल्ने निश्चित तरिका हो ।

उद्यमशील वातावरण

त्यसो भए सकारात्मक रूपमा उद्यमशीलताको प्रवर्द्धन र उद्यमशीलताले सामाजिक र आर्थिक जीवनमा ल्याउने लाभलाई थप गतिशील बनाउन के गर्न सकिन्छ ? यसको उत्तरको सुरुआत विश्वका केही देशमा उद्यमशील मानिने संस्थाहरूको अध्ययन र त्यस अध्ययनबाट प्राप्त अनुभवका आधारमा गर्न सकिन्छ ।

किन अमेरिका धेरै उद्यमशील छ ?

जुनसुकै मापदण्डबाट हेर्दा अमेरिका निश्चय नै एउटा उद्यमशील देश हो । त्यसो भए अमेरिकाका संस्थाहरूले हामीलाई के सङ्केत गर्छन् ?

शिक्षा ?

के कुनै देशको शिक्षा र अनुसन्धानको बलियो आधारले नवीनता र उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्न महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छ ? अमेरिकामा विश्वका धेरै उच्चस्तरका विश्वविद्यालयहरू र अनुसन्धान संस्थाहरू छन् तथापि विश्वभरिको चलन हेर्दा अनुसन्धानमा गरिएको खर्च र उद्यमशीलताबीच स्पष्ट सम्बन्ध देखिँदैन ।

बजारको आकार ?

के स्थानीय बजारको आकार महत्त्वपूर्ण कुरा हो ? के ठूलो घरेलु बजारले उद्यमीहरूलाई ग्राहक आकर्षित र व्यवसाय विस्तार गर्न सहयोग गर्छ ? अमेरिका ३३ करोड बढी जनसङ्ख्या भएको देश निश्चय नै हो तर पनि घरेलु बजारको आकार र उद्यमशीलताको दरबीच कुनै स्पष्ट सम्बन्ध छैन । जनसङ्ख्या, बजारको आकार र उद्यमशीलताबीच कुनै स्पष्ट सम्बन्ध नभएको युरोपियन युनियन (इयु) को उदाहरणले समेत पुष्टि गर्छ । इयुको जनसङ्ख्या ४४ करोड बढी छ जुन अमेरिकाको भन्दा धेरै हो । थप, यसका सदस्य राष्ट्रहरूका उत्पादन र केही सदस्य राष्ट्रका जनताहरूलाई इयु भित्रका देशमा स्वतन्त्र आवागमनको सुविधा छ । यद्यपि, अधिकांश मापदण्डहरूले इयु उद्यमशीलतामा अमेरिका भन्दा पछाडि रहेको देखाउँछ ।

अन्य तत्त्वहरू ?

यद्यपि अन्य तत्त्वहरू झन् महत्त्वपूर्ण देखिन्छन् । यस्ता तत्त्वहरूमा पुँजीसम्मको पहुँच, नवीनता र कार्य गर्ने स्वतन्त्रता, संस्कृति, कर, नियमन, व्यवस्थापनको गुणस्तर र देशका कानुनी तथा अन्य संस्थाहरू समेत सामेल छन् । त्यसैले यी पक्षहरूलाई थप विस्तारमा अध्ययन गर्नु महत्त्वपूर्ण हुनेछ ।

सम्पत्ति, स्वतन्त्रता र संस्कृति

सम्पत्ति र पुँजी

अमेरिका गुणस्तरीय शिक्षा र जनकल्याणकारी प्रणाली भएको

एक सम्पन्न राष्ट्र हो । अमेरिकामा प्रायः सबै जनतासँग व्यवसाय सुरु गर्न आवश्यक पर्ने शैक्षिक आधार, साथी, परिवार अथवा बचतको माध्यमबाट पुँजीसम्मको पहुँच हुन्छ । पुँजीसम्मको राम्रो पहुँचले सम्भवतः धनी देशहरू किन बढी उद्यमशील छन् भन्ने प्रश्नको उत्तर दिन्छ । (यद्यपि यस तर्कको विपक्षमा उद्यमशील देशहरूले बढी सम्पत्ति उत्पन्न गर्छन् भन्ने कुरा पनि सत्य हुन सक्छ) ।

स्वतन्त्रता

अमेरिकामा विश्वका अधिकांश देशहरूको तुलनामा भन्दा व्यक्तिगत स्वतन्त्रता अधिक छ । के स्वतन्त्रताले उद्यमीहरूलाई नयाँ उत्पादन र व्यवसाय गर्ने तरिकाहरूमा प्रयोग गर्न स्वतन्त्रता दिन्छ ? तथ्याङ्कहरूले के देखाउँछन् भने जस्तोसुकै कारण भएपनि स्वतन्त्रता र उद्यमशीलता एकै लयमा जान्छन् । फ्रेजर इन्स्टिट्युटको इकोनोमिक फ्रिडम अफ द वर्ल्डको सूचकाङ्कको शीर्ष स्थानमा रहेका देशहरू उद्यमशीलताका मापनहरूमा पनि शीर्ष स्थानमा छन् (क्रेफ्ट र सोबेल : २००५) । हेरिटेज फाउन्डेसन इन्डेक्स अफ इकोनोमिक फ्रिडमको सन् २०१९ मा शीर्षमा रहेका देशहरूको स्वतन्त्रता स्कोर र Legatum Institute Prosperity Index को व्यवसाय वातावरण मापन स्कोरबीच (शून्य दशमलव ८७ प्रतिशत) बलियो सम्बन्ध देखिन्छ (किम २०२०) । साथै, इन्डेक्स अफ इकोनोमिक फ्रिडममा देशहरूले प्राप्त गर्ने अङ्क र कोर्नेल विश्वविद्यालय, INSEAD र विश्व बौद्धिक सम्पत्ति संस्थाले संयुक्त रूपमा प्रकाशन गर्ने ग्लोबल इनोभेसन इन्डेक्सको उच्च अङ्क प्राप्त गर्ने देश बीचको सम्बन्ध (शून्य दशमलव ७७ प्रतिशत) पनि कसिलो देखिन्छ ।

त्यो समाज जसले सबैभन्दा धेरै आविष्कार गर्छ त्यस समाजका व्यक्तिहरूमा विचार आदानप्रदान गर्न सबैभन्दा बढी स्वतन्त्रता हुन्छ । त्यो राज्यको निर्देशन नभएर स्वतन्त्रता थियो जसले भिक्टोरियन बेलायत र आधुनिक क्यालिफोर्नियालाई आविष्कारको केन्द्र बनायो । राज्यको अधिक नियन्त्रणले स्टालिनको रसिया, माओको चीन र मुगाबेको जिम्बाब्वेलाई यस्तो केन्द्र बन्न दिएन ।
– म्याट रिड्ले, freemarketconservatives.org

सरल शब्दमा भन्दा धनसम्पत्तिमात्र नभएर स्वतन्त्रताको पनि उत्तिकै महत्त्व छ । करिब ३५ वटा देशहरू एस्टोनियाभन्दा धनी छन् तर एस्टोनिया स्वतन्त्रता र उद्यमशीलता दुवैको मापनमा उच्च स्थानमा छ ।

यसो हुनुको पछाडि राम्रो कारणहरू छन् । म्याट रिड्लेका (२०२०) अनुसार राज्यले अपवाद बाहेक नयाँ आविष्कारहरू र नवीनताका लागि श्रेय पाउनु हुँदैन । उनले लेखेका छन्, 'धेरै जसो अवस्थामा आविष्कार र खोजहरू अनायास र विचारहरूको आदान-प्रदानबाट उत्पन्न हुन्छन् र त्यस्ता खोज र विचारलाई अघि बढाउने, परिमार्जन तथा रूपान्तरण गर्ने र अन्त्यमा जीवनमा ल्याउने काम व्यक्तिगत तबरबाट, फर्म, बजार र यदाकदा मात्र सरकारी कर्मचारीहरूले गरिरहेका हुन्छन् ।' आविष्कार एक विकासशील प्रक्रिया हो जुन मानिसहरूले नवीन र उत्कृष्ट तरिकाहरूको खोजी गर्न स्वतन्त्र हुँदा सबभन्दा राम्रोसँग गर्न सक्छन् ।

खुलापन

खुला संस्कृति उद्यमशीलताका लागि अर्को महत्त्वपूर्ण कारक जस्तो देखिन्छ । संयुक्त राज्य अमेरिका उद्यमीका लागि स्वागतयोग्य

ठाउँ हो । डिएर्ड्रे म्याक्लोस्कीका अनुसार व्यवसायप्रतिको सकारात्मक दृष्टिकोणले उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहित गर्छ र सधैं गरेको छ । म्याक्लोस्कीका अनुसार यस्ता 'बुर्जुवा मान्यताहरू' ले औद्योगिक क्रान्तिको अवधिमा र त्यस पूर्व पनि इङ्गल्यान्डमा व्यवसायको विस्तार गर्न सहयोग गरेको थियो र यी मूल्यहरू आज पनि संयुक्त राज्य अमेरिकामा जीवित छन् (२००७) । यही अमेरिकी संस्कृतिको प्रभावले त्यहाँका जनताहरू स्व-सुधारलाई सकारात्मक मान्छन् र अन्य धेरै ठाउँहरूमा जस्तै राज्यले दिने सुविधाप्रति न्यून झुकाव राख्छन् । उद्यमी र ठूला उद्यमीहरूलाई समाजवादी देशहरूमा जस्तै तिरस्कार नगरेर सामान्यतया प्रशंसा गरिन्छ । कसैको विगतका असफलतालाई गम्भीर रूपमा लिने र व्यक्तिको फेरि कोसिस गर्ने बाटो बन्द गर्दैन ।

अनुमतिरहित आविष्कार

केही कानुनी प्रणालीहरूले उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहित गर्न अरू प्रणाली भन्दा उत्कृष्ट भूमिका खेल्छन् । उदाहरण सहित भन्नु पर्दा अङ्ग्रेजी कानुनी परम्परामा उद्यमशीलताको व्यापकता जर्मन कानुनी परम्पराको भन्दा दोब्बर हुन्छ । अझ रोचक कुरा के छ भने अङ्ग्रेजी कानुनी परम्परामा स्क्वान्डिनेभियन कानुनी परम्पराको भन्दा तीन गुणा र फ्रेन्च कानुनी परम्पराको भन्दा पाँच गुणा बढी उद्यमशीलताको व्यापकता छ । (सानन्दाजी र सानन्दाजी २०१४) ।

भिन्न कानुनी परम्पराहरू

यस्ता आश्चर्यजनक कानुनी परम्पराको सम्भावित स्पष्टीकरण अङ्ग्रेजी कानून निर्माणको प्रक्रिया हुन सक्छ । अङ्ग्रेजी कानून, कानून

निर्माणको सामान्य विधिमा आधारित' तलबाट माथि' भन्ने सिद्धान्तमा आधारित भएर निर्माण गरिएको हुन्छ । यस्ता कानुनी परम्परा भएको देशमा अधिकांश निर्णयहरू राजनीतिज्ञहरूले राय, विचार र पूर्वाग्रहका आधारमा नभएर अदालतहरूले मुद्दाहरूको प्रतिक्रिया र फैसलामा गर्छन् । जबसम्म त्यस्ता स्थानहरूमा कस्ता कार्यहरू गर्न कानुनी रूपले उचित छ भन्ने विषयमा व्यापक सिद्धान्तहरू छन् त्यहाँ अरूलाई हानि नगरेर कार्य गर्ने छुट सधैं रहन्छ । यस्तो प्रणालीले आविष्कारकहरूलाई फाइदा पुऱ्याउँछ । यस्ता स्थानमा विवाद उत्पन्न भएमात्र अदालतलाई निर्णय गर्न बोलाइन्छ ।

रोमन वा नेपोलियन कानून परम्पराबाट अनुसरण गरिएको कानुनी प्रणाली 'माथिबाट तल' भन्ने सिद्धान्तमा आधारित रहेको हुन्छ । यस्ता प्रणालीमा सरकारी अधिकारीहरूले स्पष्ट रूपमा अनुमति दिएपछि मात्र कामहरू गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता हुन्छ । यो प्रणालीको एउटा उदाहरणको रूपमा भिटामिनका क्याप्सुलको विषयलाई लिन सकिन्छ । भिटामिनका सप्लिमेन्टहरूले कसैलाई कुनै हानि नगर्न सक्छ तर पनि यस्ता कानुनी प्रणालीले उत्पादकहरूलाई आपूर्ति गर्न विशेष अनुमति लिन आवश्यक पार्छ र यदि यसका लागि कुनै नियम छैन भने ती नियमहरू सिर्जना गर्नुपर्छ भन्ने धारणा राख्दछ । यो थप प्रशासनिक काम स्पष्ट रूपमा आविष्कारकहरूका लागि राम्रो होइन । नयाँ व्यवसायलाई हजारौँ पृष्ठका नियम पालना गर्नु भन्दा केही व्यापक सिद्धान्तहरू पालना गर्न सजिलो हुन्छ ।

फैलिँदो प्रशासनतन्त्र

यथार्थमा यस्ता प्रणालीहरूले अझ बढी (अझ विस्तृत) नियामक नियमहरू उत्पादन गर्छन् । यदि नियामकहरूले झन्झटिलो

प्रशासनिक नियमनको बोझ घटाएर सरल बनाए भने नियामकहरू आफै बेरोजगार हुन सक्छन् । यसको विपरीत प्रशासनतन्त्रलाई अझ विस्तारित र गहिरो बनाएर उनीहरूले आफूलाई जोगाउन थप परिश्रम र महत्त्व देखाउन सक्छन् । कानुनी प्रणालीहरूले उत्पन्न गर्ने नियम पुस्तिकाहरूका कारणले आविष्कारकहरूले व्यवसाय सञ्चालन गर्न होइन व्यवसाय सुरु मात्रै गर्न पनि नियामकहरूको फौजलाई सामना गर्नुपर्ने हुनसक्छ । जसरी अधिनायकवादी सरकारले धुपौरवाद र भ्रष्टाचारलाई जन्म दिन्छ त्यसरी नै प्रतिबन्धात्मक कानुनी प्रणालीहरूले अझ बढी र विस्तृत नियम र अधिकारीहरू जन्माउँछन् ।

विश्वका धेरै देशहरूले 'पूर्व-सावधानी सिद्धान्त' अङ्गीकार गर्दै गइरहेका छन् । सबै देशका लागि 'खतरा बेहोर्नु भन्दा सुरक्षित रहनु' जरुरी पनि छ । प्रायः वातावरणीय उत्सर्जनको प्रभाव वा जैविक खाद्यान्नका सम्भावित खतराहरूको बारेमा चिन्तित लबिङ्ग समूहहरूको प्रतिक्रियामा सरकारहरूले आविष्कार र नवीनतामा 'पूर्व-नियन्त्रण' लगाउँछ जसले आविष्कारकहरूलाई आफ्नो उत्पादन हानि रहित छ भनेर प्रमाणित गर्न बाध्य बनाउँछ । यसले आविष्कार र जोखिम लिने प्रवृत्ति, दुवैलाई प्रोत्साहन गर्दैन ।

वृद्धिको कार्यसूची

सामान्य कानून विधि (कमन ल) परिपालन गर्ने देशहरूको खुला प्रणालीले नवीनता र जोखिम लिने संस्कृतिलाई प्रोत्साहन गर्दछ । त्यसैले प्राय यस्ता प्रणाली भएका देशहरू केवल 'इज अफ डुइङ्ग बिजनेस' र 'स्वतन्त्रता सूचकाङ्क'हरूमा मात्रै नभएर उद्यमशीलता र नवीनता सूचकाङ्कहरूमा पनि अगाडि देखिन्छन् ।

नवीनतालाई प्रोत्साहित गर्ने यस्तो नीतिगत कार्यक्रम 'तल बाट माथि' जाने कानुनी परम्परामा आधारित हुन्छ र 'अनुमति रहित आविष्कार' (अमेरिकी अर्थशास्त्री एडम थिएरेरको शब्दमा) लाई पूर्व-निर्धारित कार्यक्रमको रूपमा लिइन्छ । यस्तो कार्यक्रमले अन्य अवरोधहरू हटाएर प्रतिस्पर्धालाई स्वागत गर्दछ । यसले अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता र स्वतन्त्र कार्यलाई समर्थन गर्दछ । यस्ता नीतिगत कार्यक्रमले विस्तृत नियम, अनुमति र लाइसेन्सहरूको सट्टा सिद्धान्तमा आधारित सामान्य कानून विधिलाई प्राथमिकता दिन्छ र कुनै पनि प्रतिबन्धहरू वस्तुगत लागत र लाभको आधारमा मात्र लागू गरिन्छ (थिएरेर २०१४) ।

करको महत्त्व

यसअघि उल्लेख गरिएका सांस्कृतिक, नैतिक, र कानुनी मान्यताहरूलाई सजिलै अन्य देशहरूमा स्थानान्तरण गर्न सकिन्छ कि सकिँदैन भन्ने कुरामा प्रश्न गर्न सकिन्छ । यद्यपि, केही पूर्ण समाजवादी देशहरूमा उद्यमशीलताको तीव्र वृद्धिले यी मान्यताहरू जहाँ पनि विकास गर्न सकिन्छ भन्ने देखाउँछ । तर, अरू मूल्य तथा मान्यताहरू सर्लक्कै सार्न नसके पनि अमेरिकाको कर र नियामक प्रणाली अनुकूल व्यवस्थाको भने अरू देशले सजिलै अनुसरण गर्न सक्छन् । तुलनात्मक रूपमा न्यून कर दर भएको अमेरिकामा उद्यमशीलताको दर उच्च हुनुले उद्यमशीलताका लागि कर नीतिको महत्त्वलाई दर्शाउँछ ।

मूलधारको अर्थशास्त्रले उद्यमशीलतालाई कि त बेवास्ता गर्छ अथवा गलत रूपमा बुझेको छ । त्यस्तो शिक्षाबाट उत्पन्न मूलधारको कर नीतिहरूले उद्यमशीलतालाई अझ राम्ररी सम्बोधन गर्न सक्दैनन् ।

मूलधारका कर नीतिले राम्रो गरेमा पनि उद्यमशीलताका विशेषता र आवश्यकताहरूलाई बेवास्ता गर्छ र खराब अवस्थामा अझ क्षति पुऱ्याउँछ ।

कर संवेदनशीलता

पाठ्यपुस्तकीय दृष्टिकोणले कम्पनीलाई स्थायी र निश्चित मान्छ । यस्तो दृष्टिकोणले कम्पनीहरू कसरी स्थापित हुन्छन्, विकास गर्छन्, बन्द हुन्छन् र कम्पनी जीवनको विभिन्न चरणमा कम्पनीहरूको के आवश्यकता हुन्छ भन्ने कुरा बेवास्ता गर्छ । पाठ्यपुस्तकको 'कम्पनी' लामो समयदेखि स्थापित उपयोगी कम्पनी जस्तै छ । पाठ्यपुस्तकको धारणा के हुन्छ भने कम्पनीले पुँजी लगानी गर्छ र पूर्वानुमान लाभ सिर्जना गर्छ । यस्तो अवस्था भएको भए करको दरले धेरै फरक पार्दैन थियो तर पाठ्यपुस्तकको कम्पनीले कर वृद्धिलाई ग्राहक र कामदारहरूमाथि उच्च मूल्य वा थोरै ज्यालामार्फत अघि सारेर जायज देखाउन खोज्छ ।

वास्तविकका कम्पनीहरू विशेष गरी उद्यमशील कम्पनीहरू त्यस्ता हुँदैनन् । उद्यमशील कम्पनी अनिश्चयको संसारमा बाँचिरहेका हुन्छन् । त्यस्ता कम्पनीले आफ्नो लगानी लाभ दिने किसिमका हुन् कि हैनन् भन्ने पूर्वानुमान गर्न सक्दैनन् । नयाँ प्रतिस्पर्धा, ग्राहकको माग परिवर्तन, आपूर्ति अभाव, व्यवस्थापन त्रुटिहरू जस्ता असङ्ख्य घटनाले सम्भावित भविष्यका नाफालाई वास्तविक र वर्तमानको घाटामा परिवर्तन गर्न सक्छन् । त्यसैले करले उद्यमीहरूको सङ्ख्यामा ठूलो प्रभाव पार्छ । कम्पनीहरूमा, कम्पनीका पुँजीमा, सामग्रीमा, उत्पादनमा, कामदारमा वा ग्राहकहरूमाथि करले घाटा र असफलताको जोखिम बढाउँछ । सम्भावित उद्यमीहरू आफ्ना

व्यावसायिक योजनाहरूमा झन् धेरै सावधान हुनुपर्ने हुन्छ किनभने कर तिरेपछि पनि लाभ कमाउन निश्चित हुनका लागि उद्यमीहरूले उच्च आमदानी गर्नु आवश्यक हुन्छ । तर, आमदानी र फाइदा कहिल्यै निश्चित हुँदैन । यसको परिणामस्वरूप सम्भावित उद्यमीहरू मध्ये केहीले मात्रै आफ्नो योजना अघि बढाउने निर्णय लिन्छन् र जोखिमपूर्ण नवीन आविष्कारहरू हुन सक्दैनन् (ब्लक २०१६) ।

उद्यमीहरूले करलाई आफूले सामना गर्ने मुख्य समस्याको रूपमा सूचीबद्ध गर्छन् । उद्यमीहरू ठूला कम्पनीहरूको तुलनामा कर दरप्रति धेरै संवेदनशील हुन्छन् । ट्याक्स फाउन्डेसनको अनुमान अनुसार अमेरिकी कर्पोरेट करमा एक प्रतिशत वृद्धिले नयाँ कम्पनी दर्ताको सङ्ख्यामा ३ दशमलव ७ प्रतिशत गिरावट ल्याउँछ जहाँ आयकर दरमा १० प्रतिशत कटौतीले नयाँ कामदारहरू भर्ना गर्ने दरमा १२ प्रतिशत वृद्धि ल्याउँछ (वाटसन र केडिङ २०१९) ।

केही देशहरूले यस संवेदनशीलतालाई कम गर्ने र साना कम्पनीहरूको वृद्धिलाई प्रोत्साहित गर्न प्रयास गर्छन् र पुँजी माथि श्रमभन्दा बढी कर लगाउँछन् जसका कारण करको बोझ ठूला पुँजी आधारित कम्पनीहरूमा बढी पर्छ (हेनरेकसन र सनान्दाजी २००८) । यस्तो अतिरिक्त बोझले ठूला कम्पनीहरूको नवीनतालाई क्षति पुऱ्याउँन सक्छ । यसले साना व्यवसायहरूलाई पनि असर गर्न सक्छ ।

साना व्यवसायहरूको कमाइ श्रम र पुँजीबाट हुने आमदानीको रूपमा स्पष्ट रूपमा छुट्याउन सकिँदैन । नयाँ व्यवसायीहरूको आमदानी नै धेरैजसो उनीहरूको पुँजी हो किनभने उनीहरूले आफ्नो आमदानी पुनः लगानी गर्नका लागि प्रयोग गर्छन् । त्यसैले यस्तो करले प्रोत्साहन दिन खोजेको कुरामा थप बोझ पार्न सक्छ ।

आकस्मिक लाभ करहरू

आकस्मिक लाभ करको सन्दर्भमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ । मूलधारको आर्थिक सिद्धान्तले यदि नाफा केवल संयोगवश राम्रो भाग्यको कारणले आएको हो भने त्यसलाई कर लगाउँदा कम्पनीहरूको व्यवहारमा कुनै असर पर्दैन भन्ने गर्छ । उदाहरणका लागि, सन् २००७-८ मा जब मध्यपूर्वको राजनीतिक अस्थिरताका कारण कच्चा तेलको मूल्य ६० डलरबाट १ सय ४० डलरप्रति ब्यारेलसम्म बढ्यो, त्यतिबेला बेलायतका 'नर्थ सी आयल कम्पनी'हरूले छोटो अवधिमा 'आकस्मिक लाभ' कमाए । त्यस बेला बेलायती सरकारले त्यस लाभमाथि कर लगाउने विचार गरेको थियो । तर, तेलको मूल्य छिट्टै घटेर पुरानै अवस्थामा फर्कियो र त्यो नीति त्यागियो । त्यस बेला बेलायतको ट्रेजरी (अर्थ) अधिकारीहरूले यो कर उद्यमशीलतामाथि नभएर भाग्यमाथि भएकोले कर तटस्थ हुने सोच राखेका थिए ।

तर, आकस्मिक लाभ करहरू तटस्थ हुँदैनन् । उद्यमीहरूलाई आफूहरू भाग्यमानी र अभागी पनि हुन सक्ने कुरा थाहा छ । यदि उद्यमीहरूले आफ्नो खराब भाग्यको नोक्सान बोक्नुपर्छ तर आफ्नो राम्रो भाग्यको नाफा गुमाउनुपर्छ भने यसले उनीहरूको जोखिम बढाउँछ (र, आकस्मिक लाभ करहरू मनोमानी हुने भएकाले अस्थिरता पनि बढाउँछ) । यसले उद्यमीहरूलाई उद्यमशीलताका कदम चाल्नबाट निरुत्साहित गर्छ । उनीहरू भविष्यमा तेल आपूर्तिमा हुने कुनै पनि राजनीतिक अवरोधबाट नाफा कमाउने आशामा वैकल्पिक इन्धन विकास गर्न कम उत्सुक हुन सक्छन् । यसले सर्वसाधारणलाई त्यो विकल्प र सुरक्षा प्राप्त गर्नबाट वञ्चित गरिदिन्छ ।

साथै, राम्रो भाग्य पनि निःशुल्क आउँदैन । कुनै ठाउँमा आपूर्ति समस्याले अन्यत्रबाट नयाँ उत्पादन ल्याउनुपर्ने र वितरण सञ्जाललाई

त्यस अनुसार मोडनुपर्ने हुन्छ । आकस्मिक लाभ करहरूले यी अतिरिक्त लागतहरू बेवास्ता गर्छन् र यस्ता समस्याहरूको समाधानका लागि तयारी गर्न उद्यमीहरूलाई निरुत्साहित गर्छन् जसले उपभोक्ताहरूलाई हानि पुऱ्याउँछ ।

आकस्मिक लाभ करले ठूलो व्यवसायहरू भन्दा साना व्यवसायहरूलाई धेरै निरुत्साहित गर्छ । उद्यमशील स्टार्ट-अपहरू ज्ञानमा धनी र अवसरहरू पत्ता लगाउन सक्षम हुन सक्छन् तर तिनीहरूसँग सामान्यतया ठूला कम्पनीहरूभन्दा थोरै पुँजी र नगद प्रवाह गर्ने क्षमता हुन्छ । ठूला कम्पनीहरूसँग अप्रत्याशित कर तिर्न बेच्ने सकिने सम्पत्ति वा बचतबाट रकम निकालेर सजिलै सम्हाल्न सकिने क्षमता हुन्छ तर साना व्यवसायहरूसँग बेच्न मिल्ने सम्पत्ति वा तत्काल उपलब्ध नगद नहुन सक्छ । सानो उद्यमीबाट प्रवाह भएको पुँजी र नगद सामान्यतया उद्यमीको आफ्नै बचतबाट आएको हुन्छ र व्यवसायमै पुनः लगानी गरिएको हुन्छ ।

त्यसैगरी, नयाँ वा साना व्यवसायहरूसँग अप्रत्याशित करहरू सामना गर्न बैङ्क वा सेयरधनीबाट रकम जुटाउने क्षमता पनि कम हुन्छ । साथै, तिनीहरूलाई ठूला व्यवसायहरूले जस्तै कम कर पर्ने व्यवसायमा सरेर उद्यम सञ्चालन गर्न गाह्रो हुन्छ । साना व्यवसायीहरूसँग अन्य व्यापारिक विकल्पहरू पनि नहुन सक्छ र तिनीहरू सम्भवतः अन्य कुनै पनि व्यवसाय गर्न चाहँदैनन् ।

स्टक अप्सन करहरू

हामीले भन्चर क्यापिटलले उद्यमी सोच र स्टार्टअपहरूलाई दीर्घकालीन व्यवसायमा रूपान्तरण गर्न महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्ने विषयमा चर्चा गरिसकेका छौं । युरोप भन्चर क्यापिटल गतिविधिमा

अमेरिकाभन्दा पछाडि छ जसको परिणाम स्वरूप युरोपमा स्टार्टअप र उद्यमशील व्यवसायहरूको वृद्धि दर कम छ । यद्यपि युरोपेली वित्तीय बजार बलियो छ । युरोपेली वित्तीय बजार बलियो हुनुको एउटा कारण कर्मचारीहरूलाई स्टक अप्सनको फरक कर व्यवस्था हुन सक्छ (हेनरेकसन र सानन्दाजी, २०१८) ।

नयाँ र नवीनतायुक्त व्यवसायहरूमा असफलताको जोखिम उच्च हुन्छ । यस्ता जोखिम व्यवस्थापन गर्न भन्चर क्यापिटल प्रदायकहरूले प्रायः संस्थापक र मुख्य कर्मचारीहरूलाई नगद मात्र नभइ स्टक अप्सनको माध्यमबाट क्षतिपूर्ति दिन्छन् । यदि यी स्टक अप्सनहरूमा थोरै करको दरले उद्यमशील फर्महरूमा लगानी थप आकर्षक बनाउँछ जसले ती क्षेत्रहरूमा पुँजी र प्रतिभा भित्र्याउँछ र नवीनतालाई बढावा दिन्छ । अमेरिकामा स्टक अप्सनबाट प्राप्त हुने आयलाई पुँजीगत लाभको रूपमा व्यवहार गरिने भएकाले करको दर कम छ र स्टक बेचेपछि मात्रै कर तिर्नुपर्छ । स्टक अप्सनमा थोरै कर दरको कारण भन्चर क्यापिटल गतिविधि अमेरिकामा युरोपभन्दा बढी सक्रिय रहेको पाइन्छ जसले नवीनतामा लगानी गर्ने कम्पनीहरूले उच्च वृद्धि हासिल गर्न सक्ने सम्भावना बढाउँछ । यसको परिणाम स्वरूप उद्यमशील वृद्धिबाट उत्पन्न व्यापक फाइदाहरू अर्थतन्त्रभरि फैलिन्छन् । तर, उद्यमशील क्षेत्र तुलनात्मक रूपमा सानो छ । सरकारले उद्यमशीलता क्षेत्रका लागि थोरै करको दर घटाए पनि सरकारी ढुकुटीमा धेरै असर पर्दैन ।

अन्य कर समस्याहरू

मूलधारको अर्थशास्त्रीय सिद्धान्तले उद्यमशील व्यवसाय र व्यवसायका विशेष आवश्यकताहरूलाई पर्याप्त ध्यान दिन सकेको

छैन । त्यस्ता सिद्धान्तको परिपालन गर्ने नीति निर्माणकर्ताहरूले व्यक्तिगत र कर्पोरेट करहरू त्यसस्तरमा राख्छन् जसले उद्यमशील जोखिम लिने प्रक्रियालाई निरुत्साहित गर्छ । उच्च (र, अप्रत्याशित) करहरूले उद्यमीहरूले सामना गर्नुपर्ने जोखिमलाई धेरै बढाउँछ र नगद अभाव भएका नयाँ व्यवसायहरूले आवश्यक प्रतिभा र उपकरण प्राप्त गर्ने क्षमता घटाउँछ । यस्ता करहरूले स्टार्ट-अपहरूलाई आवश्यक लगानीसम्म पहुँच पुऱ्याउन कठिन बनाउँछ । यस्ता जोखिमहरूको कारण भन्चर क्यापिटल उपलब्धता अपेक्षित लगानी फिर्तीमा धेरै निर्भर हुन्छ । उच्च र अप्रत्याशित करहरूले लगानी उठ्ने सम्भावनालाई घटाउँछन् र यसले ठूलो निरुत्साहनको काम गर्छन् ।

उच्च कर दरहरूले कर नतिर्ने बानी र छलीलाई बढाउँछ । साना व्यवसाय र स्टार्ट-अपहरूमा लेखा प्रणाली र वित्तीय नियन्त्रणहरू कमजोर हुने भएकाले यो समस्या अझ व्यापक हुन सक्छ । साथै, उद्यमीहरू, अनुसन्धानकर्ता र वैज्ञानिकहरू गतिवान हुन्छन् । उनीहरू उच्च करबाट बच्न न्यून कर तिर्नु पर्ने देशमा पलायन भएर 'ब्रेन ड्रेन' मा सहभागी हुन समय लगाउँदैनन् । उनीहरूको पलायनले देशलाई उनीहरूको कल्पना, प्रयास र नवीनता विहीन बनाउँछ जसले गर्दा देशको आर्थिक वृद्धिमा योगदान गर्न सक्ने कल्पनाशील, परिश्रमी जनशक्ति अभावको समस्या देखिन सक्छ ।

नियामकको भार

उद्यमहरूमा करहरूको प्रभाव मापन सजिलो छ तर नियमनको भार मापन गर्न त्यति सजिलो छैन । यद्यपि केही सरल मापनहरूले केही मोटामोटी सङ्केतहरू प्रदान गर्न सक्छन्, जस्तै: नयाँ व्यवसाय दर्ता गर्न लाग्ने समय, कागजात, लागत आदि । यदि नयाँ व्यवसाय

कानुनी रूपमा स्थापना गर्न कठिन छ भने थोरै व्यक्तिले मात्र व्यवसाय दर्ता गर्छन् । नियमनको अधिक बोझले गर्दा नयाँ व्यवसाय सञ्चालन गर्नेहरूले अनौपचारिक रूपमा व्यवसायहरू स्थापना गर्न सक्छन् । यद्यपि त्यस्ता व्यवसायहरू कानून बाहिर रहेर प्रभावकारी रूपमा सञ्चालन गर्न कठिन हुन्छ । यस्ता व्यवसाय सञ्चालन गर्नेहरूले कानुनी रूपमा दर्ता नहुँदा जुनै दिन पनि बन्द हुनसक्ने कारण देखाएर व्यवसायको लागि आवश्यक न्यूनतम लगानी नगर्ने र उक्त स्थानमा काम गर्ने कामदारहरूको जोखिम बढाउन सक्छन् ।

सौभाग्यवश, सन् २००३ मा व्यवसाय सुरु गर्न लाग्ने औसत समय ५० दिनबाट हाल २० दिनभन्दा कममा झरेको छ । तर यसमा विश्वका विभिन्न देशमा अझै पनि ठूलो भिन्नता छ ।*१ भनेजुएलामा नयाँ व्यवसाय सुरु गर्न २ सय ३० दिन लाग्छ भने लाओसमा १ सय ७३ दिन र कम्बोडियामा ९९ दिन लाग्ने गरेको छ । त्यस्तै, अमेरिकामा भने व्यवसाय सुरु गर्न चार दिन, अस्ट्रेलिया, क्यानडा, हङकङ र सिंगापुरमा दुई दिन र जर्जिया र न्यूजिल्यान्डमा एक दिनमा काम हुने गरेको छ । एस्टोनियामा व्यवसायहरू अनलाइन मार्फत तुरुन्तै सुरु गर्न सकिन्छ ।

माथि उल्लिखित भएका देशका नामबाट एउटा स्पष्ट भिन्नता देख्न सकिन्छ । उद्यमशील र अधिक स्वतन्त्रता भएको देशहरूमा व्यवसाय सुरु गर्न छोटो समय लाग्छ भने कम स्वतन्त्र र कम उद्यमशील देशहरूमा धेरै समय लाग्ने गरेको छ । त्यस्तै, उच्च आय भएका देशहरूमा अन्य ठाउँको तुलनामा व्यवसाय सुरु गर्न लाग्ने समय दुई गुणा छोटो हुन्छ । हामीले देखिसकेको कुरा के हो भने उच्च आय भएका देशहरू बढी उद्यमशील हुन्छन् ।

नियमनहरूको वित्तीय वा आर्थिक भारको सङ्ख्या मापन गर्न कठिन छ । युरोपियन युनियनको *acquis communautaire* (कम्पनी,

च्यारिटी र व्यक्तिहरूलाई समेट्ने इयुको नियामक निकायको नियमपुस्तिका) मा ३५ अध्यायहरू छन् । आधिकारिक रूपमा यो १ लाख १० हजार पृष्ठ ठूलो छ र वार्षिक रूपमा यसमा ५ हजार पृष्ठ थपिन्छ । कसैलाई पनि यसको वास्तविक पृष्ठ सङ्ख्या यकिन छैन र केही अनुमानहरूले यसको पृष्ठ सङ्ख्या दोब्बर रहेको देखाउँछन् । यस्ता ठूला नियामकको नियमनले साना र स्टार्ट-अप व्यवसायहरूलाई बढी दबाव दिन्छ । साना र स्टार्ट-अप व्यवसायले ठूला कम्पनीजै कानून विभाग राखेर काम गर्न सक्दैनन् जसले तिनीहरूलाई कानूनको पालना गर्न कठिन बनाउँछ ।

सानो व्यवसायहरूप्रति धेरै र जटिल नियमनले भ्रष्टाचारलाई प्रोत्साहन दिन्छ । नेपालमा सन् २०१३ मा समृद्धि फाउन्डेसन(द प्रोसपरिटी फाउन्डेसन) ले गरेको एक सर्वेक्षणमा स्थानीय पसलेहरूले एउटा सामान्य पसल चार वटा सरकारी निकायमा दर्ता गर्नुपर्ने, ६ वटा निकायले अनुगमन गर्ने र १५ भन्दा बढी विशिष्ट कानूनहरू पालना गर्नुपर्ने देखिएको थियो । सर्वेक्षण गरिएको २ सय ६८ वटा पसलमध्ये कुनैले पनि पूर्ण रूपमा आवश्यक दर्ता प्रक्रिया पूरा गरेका थिएनन् किनकि साना व्यवसायहरू यति धेरै नियमहरूको पालना गर्न सक्ने अवस्थामा थिएनन् । कागजात अभावले साना पसलहरूलाई व्यवसाय विस्तार गर्नका लागि ऋण लिन कठिन हुने गर्दछ जसले गर्दा तिनीहरूको व्यवसाय सधैं सानो र कम उत्पादक रहन्छ । यसैबीच सर्वेक्षणमा स्थानीय प्रहरी र सरकारी अधिकारीहरूले नियमित रूपमा घुस नदिएको खण्डमा पसल बन्द गर्दिने धम्की दिने गरेको समेत पाइएको थियो (समृद्धि फाउन्डेसन, २०१३) ।

यो समस्या केवल विकासशील देशहरूको मात्र होइन । उदाहरणका लागि : सान फ्रान्सिस्कोमा रेस्टुरेन्ट खोल्न १४ वटा

विभिन्न अनुमतिहरू चाहिन्छ जसमा योजना, निर्माण, आगो नियन्त्रण, सार्वजनिक सुविधा र अन्य कागजातहरू समावेश छन् । १४ मध्ये केही नियमको पालनामा धेरै समय, श्रम र खर्च लाग्छ । यदि रेस्टुरेन्टमा मदिरा बिक्री गर्ने योजना छ भने इच्छुक रेस्टुराँ व्यवसायीले ५ सय फिटभित्रका सबै स्थानीयलाई पत्र पठाएर जानकारी दिनुपर्छ । यस्तो सबै प्रक्रियाहरू पूरा गर्न ९ महिना लाग्न सक्छ र प्रायः व्यवसायीलाई त्यो क्रममा हजारौँ डलर खर्च भइसकेको हुन्छ । त्यो बेलासम्म पनि अनुमति दिने अधिकारीहरूले अन्तिम हस्ताक्षर नगरेसम्म भाडामा लिएको भवन पनि प्रयोग गर्न सकिँदैन (टुडर, २०१७) ।

नियमनहरू नभएको अवस्थामा उपभोक्ताहरूले कम गुणस्तरको वा असुरक्षित उत्पादन पाउँछन्, उत्पादकहरूको एकाधिकारहरू बन्छ, व्यवसायीहरूले कर्मचारीहरूलाई न्यूनतम पारिश्रमिक दिन्छन् वा वातावरणलाई प्रदूषित गर्छन् भन्ने चासो पनि देखिन्छ । विभिन्न अध्ययनहरूले पनि सुझबुझले निर्माण गरिएको नियमहरूको पालनले उल्लिखित सबै क्षेत्रमा सुधार आउने र आर्थिक वृद्धिमा सहयोग पुऱ्याउने देखाउँछन् । तर, तिनै अध्ययनहरूले धेरै नियमन भएका अर्थतन्त्रहरूको आर्थिक वृद्धि तुलनात्मक रूपमा कम नियमन भएका अर्थतन्त्रहरू भन्दा थोरै रहेको देखाउँछन् । (गर्गेन्स एण्ड अल, २००३ साथै इजान्कोभ एण्ड अल, २००६) ।

सुझबुझसाथ निर्माण गरिएको नियमनहरू अपवाद हुन्, नियमितता होइन । अधिकांश नियमनहरू प्रमाण र आर्थिक व्यावहारिकताबाट निर्देशित नभएर राजनीतिक उद्देश्यद्वारा प्रेरित हुन्छन् । ठूला कम्पनीहरूसँग नीति निर्माण प्रभावित गर्न लबिङ बजेटहरू हुन्छन् जसले कस्तो नियमहरू निर्माण गर्ने कुरामा

असीमित प्रभाव राख्छन् । यसले ठूला कम्पनीहरूलाई बजारका नयाँ प्रतिस्पर्धीहरूविरुद्ध आफ्नो व्यवसाय सुरक्षित गर्न सक्षम बनाउँछ । यस्ता कुराले प्रतिस्पर्धा घटाउँछ जसको परिणामस्वरूप ग्राहकहरूले कम नवीनतायुक्त र गुणस्तरिय उत्पादनहरू उच्च मूल्यहरूमा खरिद गर्नुपर्छ । यस्तो अवस्थाले ग्राहकहरूको अन्यायपूर्ण वा गैरजिम्मेवार रूपमा व्यापार गर्ने कम्पनीहरूलाई बहिष्कार गर्ने क्षमतामा पनि कमी आउँछ । धेरै नियमनले नागरिकहरूलाई आर्थिक रूपमा कमजोर बनाउँछ जसका कारण उनीहरूसँग आवश्यकताहरू (जस्तै, खाना, आवास, लुगा, उपयोगिता र स्वास्थ्य सेवा) पूरा गरेपछि वातावरणीय मापदण्डहरू सुधारका लागि आवश्यक, जस्तै : सस्तो कोइला-इन्धनयुक्त उर्जाबाट महङ्गो नवीकरणीय स्रोततर्फ रूपान्तरण गर्नको निम्ति खर्चको अभाव हुन्छ । तसर्थ, प्रतिस्पर्धात्मक उद्यमशीलताले मात्र वस्तुको उच्च मूल्य र आर्थिक वृद्धि सिर्जना गर्दछ जसले हामीलाई यस्ता समस्याहरू समाधान गर्न सक्षम बनाउँछ ।

सही अवस्था

उद्यमशीलतालाई सफल बनाउन केवल उद्यमीहरूका लागि मात्र नभई उनीहरूका लगानीकर्ता, कामदार, र ग्राहकहरूका लागि पनि सही अवस्था हुनु आवश्यक छ । उद्यमीहरूलाई पुँजीमा सहज पहुँच, व्यवस्थापन सीप र सल्लाह आवश्यक पर्छ साथै उनीहरू र उनीहरूका ग्राहकहरूलाई स्थिर राजनीतिक र आर्थिक वातावरण चाहिन्छ । यसरी मात्रै मानिसहरूले विश्वासका साथ भविष्यको लागि योजना बनाउन र लगानी गर्न सक्छन् ।

सम्पत्ति र न्याय

कुनै-कुनै देशमा सम्पत्ति अधिकारको बलियो सुरक्षा र उद्यमशीलताबीच सकारात्मक सम्बन्ध हुन्छ (सानन्दाजी र लिसन, २०१३) । व्यवसाय, उद्यममा हुने अनिश्चितताका कारण सुरक्षात्मक सम्पत्ति अधिकार र कानुनी शासन मानिसहरूको समय, पैसा र मिहिनेत लगानी गर्ने निर्णयको लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छ । उदाहरणका लागि : किसानहरूले आफ्नो बाली जबरजस्ती खोसिने थाहा पाएमा खेती गर्नुमा कुनै अर्थ भेटाउने छैनन् ।

उद्यमीहरूको हकमा सम्पत्ति अधिकारमध्ये पनि प्रतिलिपि अधिकार, पेटेन्ट, ब्रान्डहरू र अन्य बौद्धिक सम्पत्तिको झनै महत्त्व हुन्छ । अधिकांश व्यवसाय असफल हुन्छन् र धेरैजसो लगानीबाट प्रतिफल प्राप्त हुँदैन । त्यसैले उद्यमशील जोखिम लिनका निम्ति मानिसहरूलाई विश्वस्त गराउनुपर्छ कि सफल हुने थोरै प्रयासबाट लाभ प्राप्त गर्न सकिन्छ ।

सम्पत्तिलाई केवल निजी स्वार्थबाट मात्र नभइ सरकारबाट पनि सुरक्षित गर्नुपर्छ । यदि उद्यमीहरूलाई सरकारद्वारा मनमानी रूपमा कर लगाइने, व्यापार बन्द गरिने वा कर्मचारीहरूबाट हुने ठगीबाट डर हुन्छ भने व्यवसाय सुरु गर्ने वा त्यसलाई नाफामा पुऱ्याउने सम्भावना कम हुन्छ । विधिको शासनलाई महत्त्व दिँदै राजनीतिकर्मी र सरकारी कर्मचारीले गर्ने चोरी र शोषणलाई पनि व्यक्तिगत वा आपराधिक समूह निर्माण गरेर गरेको गैरकानुनी कृत्य जतिकै कारबाही गर्नुपर्छ । साथै, न्याय प्रणाली बलियो र स्वतन्त्र हुनुपर्छ । यदि न्याय प्रणाली कमजोर वा भ्रष्ट छ भने मानिसहरूले त्यसमा विश्वास गर्दैनन् । यो सामान्य मानिसका लागि ठूलो जोखिमयुक्त विषय हुन सक्छ ।

मानिसहरूले निश्चित रूपमा कमजोर कानुनी अवस्थालाई ठूलो सम्भावित जोखिमको रूपमा हेर्न सक्छन् । चोरले वस्तुहरू चोर्न सक्छन् तर चोरले व्यापार व्यवसाय गर्न प्रतिबन्ध लगाउन वा जेलमा हाल्न सक्दैनन् । यस्ता गतिविधिले उनीहरूलाई उद्यमशील लगानी गर्न अत्यन्त अनिच्छुक बनाउनेछ । यस्तै कारणले राजनीतिक र सरकारी शक्तिलाई सीमित गर्नुपर्छ ताकि सत्तामा रहेका व्यक्तिहरूले मनमानी रूपमा अरूमाथि शोषण गर्न नसकुन् (विपक्षी समूहहरूको सम्पत्ति कब्जा नगर्न सकुन्) र व्यक्तिगत तथा नागरिक अधिकारहरूको अवमूल्यन गर्न नसकुन् । (बट्लर, छिट्टै प्रकाशित हुने) ।

खुलापन

विदेशी पुँजी र प्रवासनप्रति देशले सधैं खुलापनको दृष्टिले हेर्नु महत्त्वपूर्ण हुन्छ । हामीले माथि धेरै उद्यमीहरू आप्रवासी हुन्छन् भनेर चर्चा गरिसकेका छौं । उनीहरू आफ्नो मातृभूमि छोडेर नयाँ ठाउँमा सुरुआत गर्ने साहस, ऊर्जा र लगनशीलता भएका मानिसहरू हुन् । नयाँ ठाउँमा साहस, उर्जा र लगनशीलताको छुट्टै महत्त्व हुन्छ । यस्ता गुणहरूका कारण अप्रवासीहरू स्थानीय बासिन्दाले नदेखेका अवसरहरू पत्ता लगाउन सक्षम हुन्छन् ।

उद्यमशील आप्रवासीहरूलाई आकर्षित गर्न (रोक्न) आवश्यक नीति मध्ये सरकारले विद्यार्थीहरूका लागि काम गर्ने भिसाहरू समावेश गर्न सक्छन् जसले गर्दा उनीहरू आगन्तुक देशमा अध्ययन गर्न र आफ्नो रुचिको क्षेत्रसँग सम्बन्धित कम्पनीमा काम गर्नका लागि बस्न सक्ने अवस्था रहन्छ । सरकारले आप्रवासीहरूलाई आफ्नै उद्यम सुरु गर्न प्रोत्साहन गर्न सक्नु पर्दछ । धेरै देशहरूले विदेशी उद्यमीहरूका लागि विशेष भिसा प्रदान गर्दछन् । अझ धेरै देशहरूले

लगानीकर्ताहरूलाई स्थायी बसोबासका लागि विशेष भिसा दिन्छन् । खुला आप्रवासन नीतिले दक्ष वा अदक्ष कामदारलाई आकर्षित र रोक्न भूमिका खेल्छ नै त्यस मध्येमा पनि उद्यमशील भावना भएका व्यक्तिहरूलाई अधिक रूपमा आकर्षित गर्ने उच्च सम्भावना राख्दछ । यसले समग्रमा समृद्धि प्रवर्द्धन गर्न र गरिबी घटाउन पनि सहयोग गर्दछ (कप्लान, छिट्टै प्रकाशित हुने) ।

संस्कृति

देशभित्र रहेको कानुनी परम्परा, सम्पत्ति अधिकारको प्रकृति र सुरक्षा, न्यायपालिका स्वतन्त्रता, सरकारका सीमाहरू, अधिकारको रक्षा वा आप्रवासनप्रतिको दृष्टिकोणस्ता संस्थाहरू त्यस देशको सामान्य सांस्कृतिक सिद्धान्त, नैतिकता र विश्वासको हिस्सा हुन् । यस्ता गहिरो सिद्धान्तहरू एक संस्कृतिबाट अर्कोमा पुनरुत्पादन गर्नु कठिन कार्य हो ।

तर, उद्यमशील भावना हरेक ठाउँमा बलियो हुन्छ । अत्यधिक नियमन भएका देशहरूमा पनि त्यहाँका जनताहरूले नियमनहरूको सीमाभन्दा बाहिर गएर आफ्ना जीवनलाई सुधार गर्न अद्वितीय चातुर्य देखाउँछन् । मानिसहरू समस्याहरूलाई सामना गर्न र अवसरहरूलाई उपयोग गर्न असाधारण रूपले सक्षम हुन्छन् । उनीहरूमा उद्यमशील विचारले सजिलै डेरा जमाउन सक्छ । त्यसैले, यस्तो कुनै पनि काम जसले उद्यमशीलतालाई फक्रिन र अनुपयोगीबाट उपयोगितातर्फ बदल्न सहयोग गर्छ त्यसले समुदायलाई ठूलो फाइदा पुऱ्याउन सक्छ ।

सरकारका लागि यसको अर्थ भन्चर क्यापिटल बजारको वास्तविकतालाई बुझ्ने, उद्यमीहरूको विशेष आवश्यकताहरू पहिचान गर्ने, शिक्षा र अनुसन्धानको लाभ उठाउने, आप्रवासीहरू र

विदेशी पूँजीलाई स्वीकार गर्ने, छोटो समयको समाधान खोज्नुभन्दा दीर्घकालीन दृष्टिकोण अपनाउने, सहयोग कार्यक्रमहरूलाई अत्यधिक जटिल नबनाउने, सुरुआतमै अनुदान र कर छुट प्रदान गर्नबाट जोगिने, सल्लाहकारहरूप्रति सतर्क रहने र अन्यहरूले गरेका गल्तीहरू दोहोर्याउनबाट बच्ने आदि-इत्यादि हुन सक्छ ।

व्यवस्थापनको महत्त्व

यस्तो दृष्टिकोणले सिर्जनशीलता, विचार उत्पादन, नवीनता, र जोखिम उठाउने क्षमता बढाउन सक्छ (दुमित्रिउ २०१९) । तर, विचारहरूलाई नाफामूलक व्यवसायमा परिवर्तन गर्नका लागि उद्यमीहरूलाई प्राविधिक सीप र सङ्गठनात्मक क्षमताहरू पनि आवश्यक पर्दछ (वार्ड २००५) ।

कम्पनीहरू विभिन्न कारणले सफल वा असफल हुन सक्छन् । पउल ग्राहम (२००६) ले असफलताको १८ वटा कारण पहिचान गरेका छन् । तर ति १८ वटा कारणमध्ये राम्रो वा नराम्रो व्यवस्थापन महत्त्वपूर्ण कारण हो । प्रायः उद्यमीहरू व्यवसाय सञ्चालन, लागत नियन्त्रण, तीव्र व्यावसायिक वृद्धि मिलाउन वा ग्राहकसम्म पुग्नका लागि सङ्घर्ष गर्छन् । राम्रो विचारलाई व्यावसायिक सफलतामा परिणत गर्न राम्रो व्यवस्थापन आवश्यक हुन्छ ।

व्यवस्थापकहरू आफै पनि उद्यमशील हुन्छन् । उनीहरू ग्राहकहरूको सन्तुष्टि बढाउने र ग्राहकहरूले उद्यमीको उत्पादनबाट अझ बढी उपयोगिता प्राप्त गरेको महसुस गर्ने नवीन तरिकाहरू पत्ता लगाउन सक्छन् । उनीहरू पुराना र कम मूल्याङ्कन गरिएका उत्पादनलाई थप आकर्षक वा उपयोगी बनाउने तरिकाहरू खोज्न सक्छन् । जसरी उद्यमीहरूले उत्पादनशक्ति स्रोतहरू नयाँ तरिकाले

संयोजन गरी राम्रो वा सस्तो उत्पादन सिर्जना गर्छन् त्यसैगरी व्यवस्थापकहरूले मानव स्रोतलाई संयोजन गरेर ती उत्पादनलाई ग्राहकहरूको लागि थप आकर्षक बनाउँछन् ।

उच्च र न्यून उत्पादकता भएका कम्पनीबीचको ठूलो अन्तरका कारण न्यून ब्याजदरले 'जोम्बी' कम्पनीहरूलाई जीवित राख्नु सम्भावित रूपमा नियमन, कमजोर प्रतिस्पर्धा वा कमजोर शिक्षा आदि हुन सक्छन् । तर, मुख्यतः यो अन्तर व्यवस्थापनको गुणस्तरसँग धेरै सम्बन्धित हुन सक्छ । उत्कृष्ट कम्पनीहरूले आफ्नो व्यवसायको अनुगमन र प्रदर्शन सुधार्ने प्रयास गर्छन्, सफल वस्तु तथा सेवा र व्यक्तिहरूलाई प्रोत्साहन दिन्छन् र असफल हुँदा सुधार गर्छन् । कमजोर उत्पादकता भएका कम्पनीहरूले भने यस्तो गर्दैनन् (दुमित्रिउ २०१९) ।

राम्रो व्यवस्थापनको सम्भावित फाइदाहरूको मूल्याङ्कन गरि रहुँदा समेत राम्रो अभ्यास सजिलै विस्तार नहुनु अचम्म लाग्दो कुरा हो । कमजोर प्रदर्शन गर्ने कम्पनीहरूले आफूले गलत गरिरहेको पनि बुझ्न सक्दैनन् । सम्भवतः खराब प्रदर्शन गर्नेहरू उत्पादनका मुख्य कार्यमा ध्यान केन्द्रित गरिरहेका हुन्छन् र व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित व्यापक मुद्दाहरूबारे सोच्न समय पाउँदैनन् । सम्भवतः उनीहरूले आफ्ना कार्यहरू सजिलै सुधार गर्न सकिने पक्षहरू कल्पना गर्न सक्दैनन् । उनीहरूसँग फरक तरिकाले काम गर्न प्रेरणा नहुन सक्छ वा परिवर्तनको डरले उनीहरूलाई रोकेको हुन सक्छ । उनीहरूले सुधारका प्रयास गर्न सक्छन् तर तिनलाई परिणाम दिने बनाउँन सङ्घर्ष, थप सङ्घर्ष गर्नुपर्ने हुनसक्छ ।

नयाँ व्यवसायमा उद्यमशील व्यवस्थापनका चार आवश्यकताहरू छन्: पहिलो, बजारमा ध्यान केन्द्रित गर्नुपर्छ । दोस्रो, वितीय दूरदृष्टि आवश्यक छ, विशेष गरी नगद प्रवाह र आवश्यक पर्ने

पूँजीको योजना बनाउनु जरुरी छ । तेस्रो, नयाँ व्यवसायलाई तत्काल आवश्यक नपर्दा र त्यसको लागत धान्न नसक्ने अवस्थामा पनि शीर्ष व्यवस्थापन टोली निर्माण गर्नुपर्छ । अन्ततः, संस्थापक उद्यमीले आफ्नै भूमिकासँग सम्बन्धित कामको क्षेत्र र सम्बन्धहरू बारे निर्णय गर्नुपर्छ ।— पिटर एफ डुकर, इनोभेसन एण्ड एंटरप्रेन्योरशिप

उद्यमशीलतासँग सम्बन्धित सञ्जाल (The Entrepreneurs Network) नामक बेलायती थिङ्क ट्याङ्कका अनुसार, भारतमा साना व्यवसायलाई निःशुल्क व्यवस्थापन परामर्शका कारण व्यवस्थापन उत्पादकता ११ प्रतिशतले बढेको देखिन्छ (ऐजन) । सरकारहरूले उद्यमीहरूको सफलताका लागि व्यवस्थापन सम्बन्धी परामर्शमा पहुँच सुनिश्चित गर्न सक्नु प्रभावकारी कदम हुन सक्छ ।

सञ्जालले सरकारहरूले विभिन्न व्यवस्थापन प्रशिक्षण प्रणाली र प्रविधिहरूको तालिमलाई प्रोत्साहित गर्नु पर्ने सुझाव समेत दिन्छ । यसबाहेक, व्यवसायहरूलाई सम्भवतः शिक्षार्थी कार्यक्रमहरू मार्फत आफ्ना व्यवस्थापन क्षमता सुधार्नका निम्ति लगानी गर्न प्रोत्साहन गर्नुपर्छ । राम्रो अभ्यास साझा गर्नका लागि सहकर्मी-प्रति-सहकर्मी नेटवर्कहरू पनि महत्त्वपूर्ण छन् । यस प्रविधिमार्फत चीनका कम्पनीहरूको आमदानी आठ प्रतिशतले बढाएको थियो जसले व्यवस्थापकहरूको उत्पादकता र नाफा वृद्धि गर्‍यो (ऐजन) ।

सिकाइहरू

यस पुस्तकको सुरुआतमा दिइएका उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन गर्ने कारणहरूप्रति निश्चय नै हामीले ध्यान दिनुपर्छ र सरकारको यसमा भूमिका हुन सक्छ । तर यो कर छुट, अनुदान, सहूलियत, र

अन्य प्रकारका सुविधाहरूको प्रवाह हुनुभन्दा थप 'गहिरो माया' हुनु पर्छ भनेर उद्यमशीलता सञ्जालले भन्छ ।

यद्यपि उद्यमीहरूले प्रायः अरू सबैले गर्ने जस्तै रकम अभावको गुनासो गर्छन् तर व्यवसाय सुरु गर्न पुँजी सबैभन्दा ठूलो बाधा होइन किनभने व्यवसाय सुरु गर्न धेरै पुँजी आवश्यक हुँदैन । सरकारी अनुदानले भने हदै भन्दा ठूलो व्यवसाय निर्माण गर्न प्रेरित गर्छ जुन आर्थिक रूपमा असम्भव र उद्यमीहरूलाई आवश्यकता भन्दा बढी आशावादी बनाउँछ । उत्कृष्ट र दीर्घकालीन व्यवसायहरू 'बनाइने' होइनन् तिनीहरू साना स्टार्ट-अपबाट प्राकृतिक रूपमा ग्राहकहरूको मागअनुसार विकसित हुन्छन् ।

सरकारले शिक्षा, तालिम, र सीप विकासलाई सुधार गर्नुपर्छ भने सामान्य विचार प्रचलित छ । यी सबै कुराहरूले निश्चित रूपमा उद्यमशील फर्महरू सिर्जना गर्न र मलजल गर्न सहयोग गर्छन् । तर, यी सेवाहरू सरकारले उपलब्ध गराउनु पर्दैन किनभने सरकारले प्रायः बजारको आवश्यकतासँग मेल नखाने गरी निजामती शैलीमा उपलब्ध गराउँदछ । उद्यमीहरूलाई सरकारी तालिम कार्यक्रमको आवश्यकता हुँदैन । मानिसहरूले कक्षा वा तालिम केन्द्रभन्दा काममा व्यवसायबारे बढी सिक्छन् ।

उद्यमीहरूलाई कसलाई, कुन तरिकाले, र के उद्देश्यले तालिम दिनुपर्छ भन्ने कुरा टाढाका सरकारी अधिकारीहरूभन्दा राम्रोसँग थाहा हुन्छ । सरकारले तालिम दिनुभन्दा मानिसहरूलाई आफ्नै जनशक्ति विकास गर्न अनुमति दिनुपर्छ । यसको अर्थ तालिम र जनशक्ति विकासलाई समर्थन गर्ने कर प्रणाली संरचना गरेर पनि हुन सक्छ ।

व्यवसाय र व्यवसायको उदारीकरण र खुला प्रतिस्पर्धात्मक व्यावसायिक वातावरण पनि उद्यमशीलताको फैलावट र सफलताका

लागि अत्यन्त महत्त्वपूर्ण छ । यसका लागि सरकारले साना व्यवसाय सम्बन्धी निजामती तन्त्र निर्माण गर्नु आवश्यक छैन । यसको सट्टा सरकारले अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारमा अवरोध हटाउन, आप्रवासीहरूलाई स्वागत गर्न, महिलाहरू र अल्पसङ्ख्यकहरू माथिको भेदभाव अन्त्य गर्न, रोजगार कानून, कर, सामाजिक शुल्क र लोडसेडिङ्गलाई सरलीकृत गर्न कदम चाल्नु पर्छ जसले विशेषगरी साना फर्महरूका लागि ठूलो प्रभाव पार्दछ । यसमा एकाधिकार (विशेषगरी सरकारी एकाधिकार) हटाउने र नयाँ बजार प्रवेश वा सिर्जना गर्न अवरोधहरू कम गर्ने कुरा पनि समावेश हुनु पर्दछ ।

जब सिकन्दरको भेट महान् ग्रिक दार्शनिक डायोजिनिससँग (जसले सांसारिक सुविधा त्यागेका थिए र एउटा ड्रममा बस्दथे) भयो, उनले सोधे, 'महान डायोजिनिस, मेरो सबै धन र सेनासहित म तपाईंका लागि के गर्न सक्छु ?' डायोजिनिसले माथि हेरे र उनलाई टाढा जान भन्दै भने, 'कृपया, मेरो घाम नछेकिदिनुस् ।'

यदि सरकारले साँच्चै उद्यमशीलता र यसको फाइदाहरूलाई वृद्धि गर्न चाहन्छ भने उद्यमशीलताको 'घाम' नछेक्ने कुरा सरकारका लागि राम्रै सुझाव हुन्छ जस्तो लाग्छ ।

1 = विश्व बैङ्कको डुइङ्ग बिजनेस रिपोर्ट

REFERENCES

- Anderson, S. (2016) Immigrants and billion-dollar startups. National Foundation for American Policy, Policy Brief, March.
- Baumol, W. (1990) Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy* 98(5), Part 1: 893–921.
- Baumol, W. (2002) *The Free-Market Innovation Machine: Analysing the Growth Miracle of Capitalism*. Princeton University Press.
- Becker, G. (1968) Crime and punishment: an economic approach. *Journal of Political Economy* 76 : 169–217.
- Block, J. (2016) Corporate income taxes and entrepreneurship. IZA World of Labor (<https://wol.iza.org/articles/corporate-income-taxes-and-entrepreneurship>).
- Bosma, N. and Kelley, D. (2019) 2018/2019 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor. London Business School: Global Entrepreneurship Research Association (<https://www.gemconsortium.org>).
- Brooke, J. (1990) Brazil backing computer imports. *New York Times*, 9 July.
- Butler, E. (forthcoming) *An Introduction to Democracy*. London: Institute of Economic Affairs.
- Caplan, B. (forthcoming) *Poverty – Who’s to Blame ?*
- De Ridder, M. (2019) Market power and innovation in the intangible economy. Centre for Macroeconomics,

Discussion Paper.

- Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. and Miranda, J. (2016) Declining business dynamism: implications for productivity ? Brookings Institution, Hutchins Centre Working Paper 23, 19 September (<https://www.brookings.edu/research/declining-business-dynamism-implications-for-productivity/>).
- Djankov, S., McLeish, C. and Ramalho, R. (2006) Regulation and growth. World Bank, Working Paper 40722.
- Dominiak, P. and Wasilczuk, J. (2017) Formal institutions: the source of unproductive entrepreneurship in Poland. GUT FME Working Paper Series A, 1/2017(44), Faculty of Management and Economics, Gdansk University of Technology, Gdansk.
- Drucker, P. (1985) Innovation and Entrepreneurship. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Dumitriu, S. (2019a) What's really driving our productivity slump ? CapX, 5 July.
- Dumitriu, S. (2019b) Management matters. The Entrepreneurs Network, 23 January (<https://www.tenentrepreneurs.org/research/management-matters>).
- Dumitriu, S. and Stewart, A. (2019) Job creators: the immigrant founders of Britain's fastest growing companies. The Entrepreneurs Network (<https://www.tenentrepreneurs.org/immigrantfounders>).
- Evers-Hillstrom, K. (2018) Lobbying spending reaches \$3.4 billion in 2018, highest in 8 years. OpenSecrets: Centre for Responsive Politics, 25 January.

- Foss, N. and Klein, P. (2010) Alertness, action, and the antecedents of entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise* 25(2): 145–64 (https://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2010/07/fk_jope_2010.pdf).
- Friedman, M. (1962) *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Gorgens, T., Paldam, M. and Würtz, A. (2003) How does public regulation affect growth ? Department of Economics Working Paper 2003-14, University of Aarhus.
- Graham, P. (2006) The 18 mistakes that kill startups (<http://paulgraham.com/startupmistakes.html>).
- Gutiérrez, G. and Philippon, T. (2019) The failure of free entry. National Bureau of Economic Research, Working Paper 26001, June.
- Hathaway, I. and Litan, R. (2014) What's driving the decline in the firm formation rate ? A partial explanation. Brookings Institution, *Brookings Economic Studies*, November (https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/driving_decline_firm_formation_rate_hathaway_litan.pdf).
- Hayek, F. A. (1978) *Competition as a discovery procedure*. In *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Henrekson, M. (2020) How labour market institutions affect job creation and productivity growth. *IZA World of Labor* 38 (<https://wol.iza.org/articles/how-labor-market-institutions-affect-job-creation-and-productivity->

growth/long).

- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2008) Entrepreneurship and the theory of taxation. IFN Working Paper 732, Research Institute of Industrial Economics (SSRN-id1089367.pdf).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2011) The interaction of entrepreneurship and institutions. *Journal of Institutional Economics* 7(1): 47–75 (<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-institutional-economics/article/interaction-of-entrepreneurship-and-institutions/DD9AF1A1BFA6DC0714066B09E9D52E0C>).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2014) Small business activity does not measure entrepreneurship. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 111(5): 1760–65 (<https://www.pnas.org/content/111/5/1760.short>).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2018) Stock option taxation: a missing piece in European innovation policy ? *Small Business Economics* 51: 411–24.
- Kim, A. (2020) Economic freedom: promoting economic opportunity and prosperity. Presentation to the Mont Pelerin Society, Stanford University, January.
- Kirzner, I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Klein, D. (2009) Let's be pluralist on entrepreneurship. In *Knowledge and Coordination: A Liberal Interpretation*, chapter 9. Oxford University Press (<https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof>:

osob1/9780199355327.001.0001/acprof
-9780199355327-chapter-9).

- Klein, P. (2017) Why government cannot be run like a business. Mises Institute, Mises Wire, September 4 (<https://mises.org/wire/why-government-cannot-be-run-business>).
- Klein, P. and Foss, N. (2014) The right way to view entrepreneurship. Mises Institute, Mises Daily Articles, July 19 (<https://mises.org/library/right-way-view-entrepreneurship>).
- Klein, P. and Mariotti, S. (2013) Looking at entrepreneurship from a theoretical perspective, with leading expert Peter Klein. HuffPost, 30 December (https://www.huffpost.com/entry/looking-at-entrepreneursh_b_4505632).
- Knight, F. (1921) Risk, Uncertainty and Profit. Boston and New York: Houghton Mifflin Company.
- Kreft, S. and Sobel, R. (2005) Public policy, entrepreneurship and freedom. *Cato Journal* 25(3): 595–616.
- Kritikos, A. (2014) Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor* 8 (<https://wol.iza.org/articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth>).
- Lachmann, L. (1986) *The Market as an Economic Process*. New York: Basil Blackwell.
- Lerner, J. (2009) *Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed – and What to Do About It*. Princeton University Press.
- Lofstrom, M. and Wang, C. (2019) Immigrants and entrepreneur

- ship. IZA World of Labor 85 (<https://wol.iza.org/subject-areas/entrepreneurship>).
- March, J. (1991) Whither exploration and exploitation. *Organization Science* 2(1): 71–87.
- Masnik, M. (2017) The dangerous rise of unproductive entrepreneurship. *Techdirt*, August 18 (<https://www.techdirt.com/articles/20170818/00183838020/dangerous-rise-unproductive-entrepreneurship.shtml>).
- Mazzucato, M. (2013) *The Entrepreneurial State*. London: Anthem Press.
- McCloskey, D. (1994) *Knowledge and Persuasion in Economics*. Cambridge University Press.
- McCloskey, D. (2007) *The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce*. University of Chicago Press.
- McCloskey, D. and Klamer, A. (1995) One quarter of GDP is persuasion. *American Economic Review, Papers and Proceedings* 85(2): 191–95.
- McMaken, R. (2014) Extended version of Peter Klein's interview on entrepreneurship. Mises Institute, Mises Wire Interview Transcription, 8 April (<https://mises.org/wire/extended-version-peter-kleins-interview-entrepreneurship>).
- Medeiros, J. (2019) This economist has a plan to fix capitalism. It's time we all listened. *Wired*, 8 October (<https://www.wired.co.uk/article/mariana-mazzucato>).
- Miller, D. (1983) The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29(7): 770–91.
- Mises, L. von (1949) *Human Action*. Yale University Press.
- Mises, L. von (1951) Profit and loss. In *Planning for Freedom*.

South Holland, IL: Libertarian Press.

Nanda, R. (2016) Financing high-potential entrepreneurship. IZA World of Labor (<https://wol.iza.org/articles/financing-high-potential-entrepreneurship>).

NPR (2018) Rigging the economy. No. 829, 9 March.

Ridley, M. (2020) How Innovation Works. London: Fourth Estate.

Samriddhi Foundation (2013) Economic freedom matters: does economic freedom affect Kirana Pasals in Nepal ?

Sanandaji, T. and Leeson, P. (2013) Billionaires. Industrial and Corporate Change 22(1): 313–37 (<https://academic.oup.com/icc/article/22/1/313/885637>).

Sanandaji, T. and Sanandaji, N. (2014) Super Entrepreneurs – and how your country can get them. London: Centre for Policy Studies (<https://www.cps.org.uk/research/superentrepreneurs-and-how-your-country-can-get-them/>).

Schaeffer, V. (2015) Corporate entrepreneurship and creativity in large firms: the practice of start-up contests. Journal of Innovation Economics & Management 3(18): 25–51 (<https://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2015-3-page-25.htm#>).

Schumpeter, J. (1911) The Theory of Economic Development. New Brunswick and London: Transaction Publishers.

Schumpeter, J. (1939) Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. New York: McGraw-Hill.

Seth, S. (2019) Why entrepreneurship is important to the

- economy. Investopedia, 22 July (<https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/101414/why-entrepreneurs-are-important-economy.asp>).
- Smith, A. [1776] (1981) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Indianapolis, IN: Liberty Fund.
- Solow, R. (1956) A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics* 70(1): 65–94.
- Stigler, G. (1971) The theory of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science* 2(1): 3–21.
- Thierer, A. (2014) *Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom*. Arlington, VA: Mercatus Centre at George Mason University.
- Tuder, S. (2017) What it actually costs to open a restaurant in San Francisco. *SF Eater*, 2 June.
- UK Government (2011) *Change in government: the agenda for leadership*. Public Administration Select Committee: Report 13, Session 2010–2012. House of Commons.
- US Small Business Administration Office of Advocacy (2014) *New Business Statistics 2004–14*.
- Vaz-Curado, S. and Mueller, A. (2019) The concept of entrepreneur of Schumpeter in comparison to Kirzner. *Mises Interdisciplinary Journal of Philosophy, Law and Economics* 7(3) (<https://www.revistamises.org.br/misesjournal/article/view/1223/656>).
- Ward, T. (2005) *An integrated model of entrepreneurship and intrapreneurship*. Paper delivered to the 13th Annual

High Technology Small Firms Conference.

Watson, G. and Kaeding, N. (2019) Tax policy and entrepreneurship: a framework for analysis. Washington, DC: Tax Foundation, 3 April (<https://taxfoundation.org/tax-policy-entrepreneurship/>).

Weber, M. (1905) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.

Zook, C. and Allen, J. (2016) *Barriers and Pathways to Sustainable Growth: Harnessing the Power of the Founder's Mentality*. Bain & Co., 19 July

लोकतन्त्रमा बहुमत प्राप्त गर्ने उम्मेदवार वा रणनीतिले मात्र नीति निर्माणमा भूमिका खेल्न सक्छ । अल्पमतले राजनीतिमा प्रत्यक्ष प्रभाव पार्दैनन् । तर, बजारमा कुनै मत बेकार हुँदैन । उपभोक्ताले खर्च गरेका प्रत्येक पैसाले उत्पादन प्रक्रियामा असर पुऱ्याउन सक्छ । - लुडविग भोन मिसेस, ह्युमन एक्सन

यो किताब विकासोन्मुख देशका पाठकहरू जो आफ्नो देशको अर्थतन्त्रलाई थोरै केन्द्रीकृत र धेरै स्वतन्त्र, खुला, विविधतायुक्त, गतिशील, उत्पादनमूलक र समृद्ध बनाउने इच्छा राख्छन् तिनका लागि महत्त्वपूर्ण अध्ययन सामग्री हुनसक्छ ।

उद्यमशीलताको विविध पक्षमध्ये मानवीय तथा आर्थिक वृद्धिको लागि सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण पक्ष नै आविष्कार हो । विकास र आर्थिक वृद्धि उत्पादनमा देखिने कारकहरूको प्रयोगले मात्रै सम्भव नभएर मुख्यतः आविष्कारको कारणले हुन्छ जसले मानवीय आर्थिक जीवनलाई थप उत्पादनमूलक बनाउँछ ।

Udhyaamsheelta
Ek Parichaya
(Ideological and
Theoretical Book)



www.kathalaya.com.np

ISBN 978-9937-9867-3-1



Rs. 3 5 0.0 0



9 789937 986731