



INSIGHT

An E-Magazine of the Department of Commerce

1st Edition • 2024



DEPARTMENT OF COMMERCE
JHANJI HEMNATH SARMA COLLEGE

WELCOME

The Department of Commerce of Jhanji Hemnath Sarma College was started in the session 1972-73 with the motto “Transformation of knowledge into Reality”. The department started offering Accountancy as major course from the session 1984-85 and Business Management from the session 1988-89 in order to meet the demand of the students. In the year 1992, the department was brought under deficit grant-in-aid system by the Government of Assam as a separate Stream of the college. Commerce plays a pivotal role in the fabric of the society, serving as vital engine of economic growth and social development. At its core, commerce facilitates the efficient allocation of resources and meeting diverse societal needs. Commerce, is not only a means of generating employment opportunities but also enhances income distribution, thereby contributing to social stability and reducing poverty levels.

Commerce education holds immense significance in today’s interconnected world. It plays a crucial role in preparing individuals to navigate and contribute effectively to the global economy. It encompasses a broad spectrum of disciplines like economics, business studies, accounting, finance, and marketing, providing students with essential knowledge and skills to understand the principles of trade, finance and entrepreneurship. Moreover, commerce education fosters ethical awareness and social responsibility among the future business leaders by emphasizing on the importance of sustainable practices and corporate governance. Emergence of digital commerce have made the commerce education very dynamic and relevant. Thus, enabling the commerce graduates to engage themselves in varied career opportunities that is constantly evolving with the ever-changing business environment.

The objective of INSIGHT is to provide valuable information and insights on the latest trends and developments in commerce. Our e-magazine features photos, articles, poems, and updates from the department, aiming to educate, inspire, and connect students, educators, and professionals. Through our diverse content, we strive to enhance understanding and spark curiosity in the field of commerce.

EDITOR-IN-CHIEF

Bidyadhar Baruah

Vice-Principal & HoD
Department of Management

EDITORS

Bidisha Sarmah

Assistant professor & HoD
Department of Accountancy

Manisha Buragohain

Assistant Professor,
Department of Management

Rabisankar Gogoi

Assistant Professor
Department of Accountancy

Robina Chetri

Assistant Professor
Department of Accountancy

STUDENT MEMBERS

Bonoshree Gogoi

FYUGP 3rd Semester

Dipankar Dutta

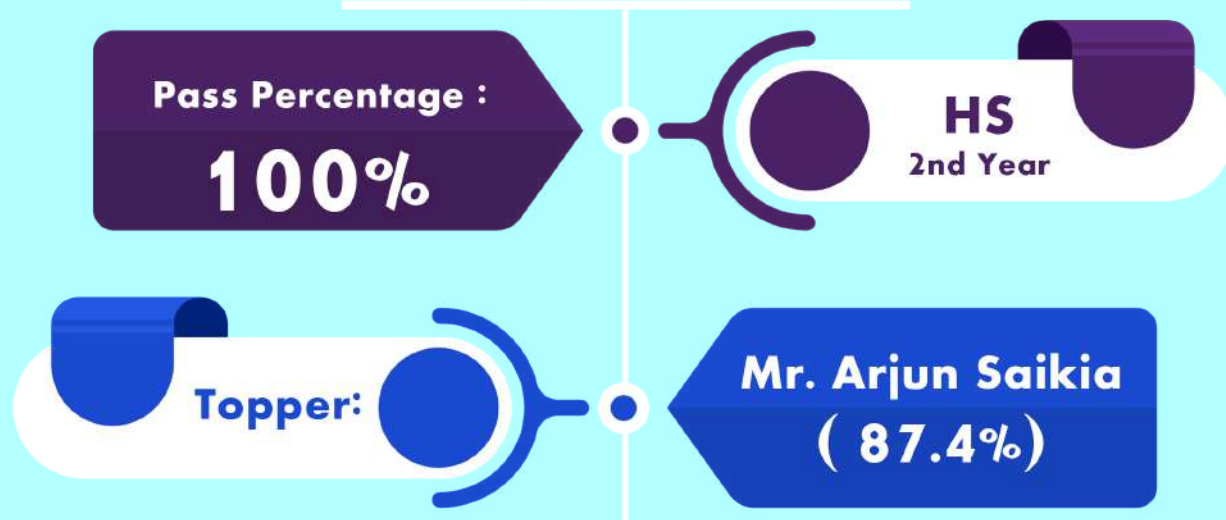
FYUGP 3rd Semester

DESIGN & LAYOUT

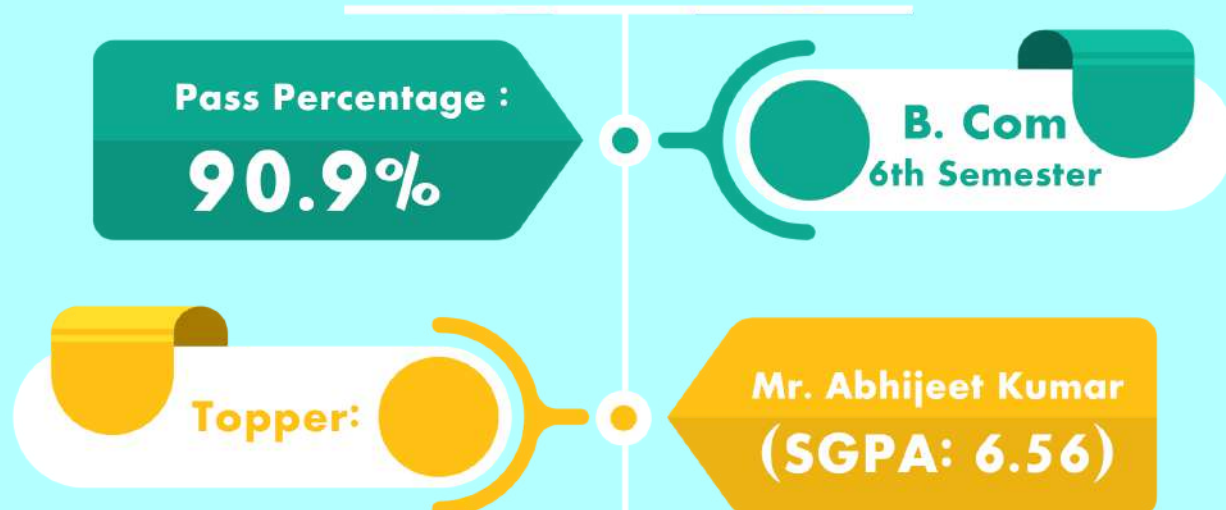
Abhinandan Konwar

NEWS

Result (2023-24)



Result (2023-24)



Upcoming Add on/Certificate Courses

Six-months Certificate Course on
'Transforming Waste into Unique Décor'
will be started for the session 2024-25

MESSAGE FROM

PRINCIPAL



OFFICE OF THE PRINCIPAL
JHANJI HEMNATH SARMA COLLEGE

(NAAC ACCREDITED WITH 'B +' GRADE)

Established – 1964

JHANJI – 785683

Dist. – Sivasagar (Assam)

Dr. Manjit Gogoi, M. Sc., Ph. D.

Principal

Jhanji H. N. S. College

Website – www.jhanjihnscollege.edu.in

e-mail – jhnscollege@gmail.com

Ph.– 9435703394

শুভেচ্ছা বাণী

জাঁজী হেমনাথ শৰ্মা মহাবিদ্যালয়ৰ বাণিজ্য বিভাগৰ উদ্যোগত “INSIGHT” নামেৰে এখনি E-Magazine ৰ প্ৰথম সংস্কৰণ প্ৰকাশ কৰিবলৈ লোৱাৰ বাবে অতি আনন্দিত হৈছো। আশাকৰো মহাবিদ্যালয়ৰ বাণিজ্য বিভাগৰ শিক্ষক-শিক্ষয়িত্ৰী আৰু ছাত্ৰ-ছাত্ৰীৰ সমন্বিত প্ৰচেষ্টাত এই E-Magazine খনীয়ে ছাত্ৰ-ছাত্ৰীসকলৰ সৃষ্টিমূলক প্ৰতিভা প্ৰকাশত সহায়ক হ’ব।

এই আলোচনীৰ লগত জড়িত সংশ্লিষ্ট সকলো পক্ষলৈ শুভেচ্ছা জনালোঁ।


(ড° মানজিৎ গগৈ)

অধ্যক্ষ

জাঁজী হেমনাথ শৰ্মা মহাবিদ্যালয়

২৪-০৭-২০২৪

Principal
Jhanji H.N.S. College

CONTENTS

ভাৰতত ঐতিহাসিক পটভূমিত বাণিজ্য শিক্ষা : প্ৰসাৰ আৰু গুৰুত্ব

Statistics in Commerce

Career option in Commerce Education

Sustainability and Business: Building a thriving future

Future of Android Phones

Artificial Intelligence and Education in present day

The role of Technology in Modern Commerce Education

Business Mind

Impact of online advertising

The Evolution of AI : A Journey Through Time

Impact of Internet in the Business World

এটি সংস্থাপন

Cake

স্বাস্থ্য ৰক্ষাৰ এক উপায় কিছু জানিবলগীয়া কথা

জাঁজী হেমনাথ শৰ্মা মহাবিদ্যালয় আৰু মোৰ জীৱনৰ দুটা বছৰ

বিত্তৰ আলমত গঢ় লৈ উঠা ব্যৱসায় বাণিজ্যৰ এক পৰ্যালোচনা

পৰ্যটনৰ প্ৰভাৱ

ধীৰুভাই আশ্বানী

ঠিকনা বিহীন হৃদয়

অনুভৱৰ দলিচা

ব্যৱসায়ত বিজ্ঞাপনৰ গুৰুত্ব

নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং

Commerce Quiz

- জ্যোতি প্ৰসাদ গগৈ

- Torun Phukon

- Bidyadhar Baruah

- Bidisha Sarmah

- Manisha Buragohain

- Rabisankar Gogoi

- Robina Chetri

- Sourav Tanti

- Pol Dutta

- Arup Majhi

- Biswajyoti Borah

- অংশুমান চলিহা

- Aanchal Todi

- অংকিতা ফুকন

- অৰ্জুন শইকীয়া

- জয়শ্ৰী ফুকন

- শিখামণি শইকীয়া

- জ্যোতিস্মান দাস

- বনশ্ৰী গগৈ

- বনশ্ৰী গগৈ

- দিব্যজ্যোতি দত্ত

- দিপাংকৰ দত্ত

- Simpi Gogoi



ভাৰতত ঐতিহাসিক পটভূমিত বাণিজ্য শিক্ষা : প্ৰসাৰ আৰু গুৰুত্ব

জ্যোতি প্ৰসাদ গগৈ
অৱসৰপ্ৰাপ্ত অধ্যাপক, বাণিজ্য বিভাগ তথা
প্ৰাক্তন সভাপতি আৰু সম্পাদক,
অসম কলেজ শিক্ষক সংস্থা



সমাজৰ আৰ্থ-সামাজিক বিকাশ আৰু উন্নয়নৰ বাবে শিক্ষা অপৰিহাৰ্য। প্ৰকৃত শিক্ষাৰ অবিহনে বিকাশ আৰু উন্নয়ন সম্ভৱ নহয়। সময়ৰ তাগিদা, সমাজৰ আৰ্থ-সামাজিক ব্যৱস্থা আৰু চিন্তা-চৰ্চাৰ লগত সংগতি ৰাখি শিক্ষা ব্যৱস্থাৰ পৰিৱৰ্তন কৰা প্ৰয়োজন যাতে সময়ৰ লগত মানৱ সমাজক খাপ-খোৱাকৈ আগবঢ়াই লৈ যাব পৰা যায়। সমাজ বিজ্ঞানৰ অবিচ্ছেদ্য অংগ বাণিজ্য শিক্ষা পৰিৱৰ্তনশীল আৰ্থ-সামাজিক ব্যৱস্থাত ইয়াৰ ভূমিকা অতি গুৰুত্বপূৰ্ণ। সময়ৰ অগ্ৰগতি, উদ্যোগিক আলোড়ন, বিকাশ, বাণিজ্যৰ সম্প্ৰসাৰণ, বিজ্ঞান আৰু প্ৰযুক্তি বিদ্যাৰ দ্ৰুত বিকাশ আৰু ৰাষ্ট্ৰই গ্ৰহণ কৰা নতুন আৰ্থ-সামাজিক ব্যৱস্থাই বাণিজ্য শিক্ষাৰ প্ৰসাৰতা আৰু গুৰুত্ব ক্ৰমাৎ দ্ৰুত গতিত বৃদ্ধি কৰিছে। বাণিজ্য শিক্ষাৰ এই প্ৰসাৰতা তথা সময়ৰ গুৰুত্বৰ প্ৰতি লক্ষ্য আৰু সংগতি ৰাখি বাণিজ্য শিক্ষাৰ ব্যাপক প্ৰসাৰ আৰু গাঁথনিৰ পৰিৱৰ্তনৰ বিশেষ চিন্তা-চৰ্চাৰ প্ৰয়োজন কিন্তু বাণিজ্য শিক্ষা অদ্যপৰিমিত অৱহেলিত হৈ থকাহে দৃষ্টি গোচৰ হয়।

বৰ্তমান যুগটো অস্ত্ৰৰ যুগ নহয়, মগজুৰ যুগ। সেয়েহে বিশ্বৰ আৰ্থিকভাৱে স্বচ্ছল উন্নত দেশসমূহ পাৰমাণৱিক অস্ত্ৰৰে বিশ্ব জয়ৰ সপোন পৰিহাৰ কৰি গেট চুক্তিৰ জৰিয়তে বিশ্ব অৰ্থনীতি গোলকীকৰণৰ নীতিৰে বাণিজ্যৰ মাধ্যমেৰে বিশ্ব জয়ৰ সপোন ৰচনা কৰিছে। ভাৰতবৰ্ষটো কেইবাখনো উন্নত ৰাজ্যত বাণিজ্য শিক্ষাৰ উন্নয়নৰ ক্ষেত্ৰত কেইবাদশকৰ আগৰ পৰাই যথেষ্ট গুৰুত্ব আৰোপ কৰিছে। সেয়েহে সেই ৰাজ্যসমূহত কলা আৰু বিজ্ঞান শাখাতকৈ ক্ৰমাগতভাৱে বাণিজ্য শিক্ষাৰ প্ৰতি ছাত্ৰ-ছাত্ৰীৰ আগ্ৰহ আৰু সংখ্যা সন্তোষজনকভাৱে বৃদ্ধি পাইছে। কিন্তু অসমত এই উৎসাহৰ বিপৰীতে বাস্তৱত বিপৰীত ছবি এখনহে পৰিলক্ষিত হয়। এই ক্ষেত্ৰত চৰকাৰ, শিক্ষাৰ গুৰি ধৰা অনুষ্ঠান আৰু জনসাধাৰণৰ সমূলি গুৰুত্ব নাই।

বাণিজ্য শিক্ষাৰ আৰম্ভণি :

বাণিজ্য শিক্ষাৰ ইতিহাসৰ পাত লুতিয়াই চালে দেখা যায় যে ভাৰতবৰ্ষত স্বাধীনতাৰ পূৰ্বে ১৮৮৬ চনত মাদ্ৰাজত বাণিজ্য শিক্ষাৰ শুভাৰম্ভ হয় আৰু ১৯১৫ চনত বৃটিছ আমোলত কেৰেলাত বাণিজ্য বিদ্যালয় স্থাপন কৰে। ১৯০৩ চনত Presidency college-ত বাণিজ্য শিক্ষাৰ শ্ৰেণী আৰম্ভ হয় যদিও প্ৰকৃততে বোম্বাই বিশ্ববিদ্যালয়ৰ Sydonham college of commerce and Economics-ত বাণিজ্য উচ্চ শিক্ষাৰ ফেকাল্টি (Faculty) খোলা হয়। কাৰ্যতঃ ১৯৩০ চনত দেশৰ কিছু বিশ্ববিদ্যালয় আৰু মহাবিদ্যালয়ত বাণিজ্য শিক্ষাৰ শ্ৰেণী আৰম্ভ কৰিলেও পিছৰ কেইবাদশকো বাণিজ্য শিক্ষাক স্বতন্ত্ৰীয়া আৰু সুকীয়া শিক্ষা ব্যৱস্থা হিচাপে গণ্য কৰা হোৱা নাছিল। ১৯৬১ চনত বাণিজ্য শিক্ষাৰ বাবে গঠিত V.K.R.V. Rao committee য়ে বাণিজ্য শিক্ষাৰ শাখা (Stream) হিচাপে চিনাক্ত কৰাৰ পাচত বাণিজ্য শিক্ষাক স্বতন্ত্ৰীয়া আৰু সুকীয়া শিক্ষা ব্যৱস্থা হিচাপে স্বীকৃতি প্ৰদান কৰা হয়।

অসমত প্ৰাক-স্বাধীনতাৰ কালত ১৯৪৪ চনত বাণিজ্য শিক্ষা আৰম্ভ কৰা হয় যদিও পৰৱৰ্তী দুটা দশকত যৎসামান্য গুৰুত্ব দিয়াহে পৰিলক্ষিত হয়। সত্তৰ আৰু নব্বৈ দশকত বাণিজ্য শিক্ষাই কিছু প্ৰসাৰতা লাভ কৰিলেও উচ্চ মাধ্যমিক শিক্ষা পৰিষদ, উচ্চতৰ মাধ্যমিক শিক্ষা সংসদ, চৰকাৰ তথা জনসাধাৰণে কলা আৰু বিজ্ঞান শিক্ষাত যিদৰে গুৰুত্ব আৰু মনোযোগ দিয়ে বাণিজ্য শিক্ষাৰ প্ৰতি সামান্যতম গুৰুত্ব আৰু মনোযোগ দিয়া দৃষ্টিগোচৰ হয়।

বাণিজ্য শিক্ষাৰ গুৰুত্ব :

কেন্দ্ৰীয় চৰকাৰে শিক্ষা দপ্তৰ বা বিভাগক মানৱ সম্পদ উন্নয়ন দপ্তৰ বা বিভাগ (Ministry of Human Resource Development) হিচাপে নামকৰণ কৰিছে। অৰ্থাৎ চৰকাৰে মানৱক সম্পদৰূপে চিনাক্ত কৰিছে আৰু শিক্ষাৰ জৰিয়তে মানৱ সম্পদৰ উন্নয়ন কৰা হ'ব। এইটোও সত্য যে দেশৰ আৰ্থ-সামাজিক উন্নয়নৰ বাবে মানৱ সম্পদক সকলো দিশতে উন্নয়ন সাধন কৰা আৱশ্যক। আধুনিক যুগৰ উন্নত, সজাগ ৰাষ্ট্ৰসমূহে পৰিকল্পিত আঁচনি, চিন্তা-চৰ্চাৰ মাজেৰে মানৱ সম্পদৰ সকলো দিশতে বিকাশ আৰু উন্নয়ন সাধনৰ প্ৰচেষ্টা চলোৱাটো প্ৰথম আৰু প্ৰধান

দায়িত্ব আৰু কৰ্তব্য। তেহে উন্নত দেশসমূহৰ লগত সমানে খোজ মিলাই যাব পাৰিব।

যোগ্য আৰু কৌশলী(skill) লোকৰ সৃষ্টিৰ বাবে পদ্ধতিগত বহুমুখী ব্যৱস্থাপনা আৰু কাৰিকৰী শিক্ষা আৰু প্ৰশিক্ষণৰ আৱশ্যক। বৰ্তমান প্ৰতিযোগিতাৰ যুগত যোগ্য নেতৃত্বৰ বাবে ৰাজহুৱা তথা ব্যক্তিগত খণ্ডৰ উদ্যোগ প্ৰতিষ্ঠান আৰু প্ৰকল্পসমূহে নিৰ্দিষ্ট কামৰ বাবে নিৰ্দিষ্ট বিষয়ত যথোপযুক্ত শিক্ষা আৰু প্ৰশিক্ষণপ্ৰাপ্ত লোকৰ মকৰলত গুৰুত্ব আৰোপ কৰে। ক্ৰমাগতভাৱে চৰকাৰকো এই ক্ষেত্ৰত গুৰুত্ব দিয়া পৰিলক্ষিত হৈছে।

এটা জাতিক স্বাৱলম্বী কৰি গঢ়ি তুলিবলৈ গতানুগতিক শিক্ষাৰ লগতে বৃত্তিমূলক, কাৰ্যমুখী ব্যৱহাৰিক আৰু কাৰিকৰী শিক্ষা আৰু প্ৰশিক্ষণৰ প্ৰয়োজন। প্ৰাকৃতিক সম্পদৰাজিৰে ভৰপূৰ অসমত সম্পদৰাজিৰ ভিত্তিত গঢ়লৈ উঠা আৰু উঠিব লগা ক্ষুদ্ৰ আৰু বৃহৎ উদ্যোগসমূহত নিয়োগ আৰু উদ্যোগ প্ৰতিষ্ঠাৰ বাবে নিৰ্দিষ্ট বিষয়ত অৰ্হতাসম্পন্ন লোকৰ আৱশ্যক। বৃহৎ উদ্যোগ প্ৰতিষ্ঠাৰ লগে লগে বৃহৎ উদ্যোগৰ ভিত্তিত গঢ় লৈ উঠিব লগা ক্ষুদ্ৰ উদ্যোগ স্থাপনৰ বাবেও উপযুক্ত প্ৰশিক্ষণপ্ৰাপ্ত লোকৰ দৰকাৰ। এই ক্ষেত্ৰত চৰকাৰক দুৰদৰ্শিতা আৰু পৰিকল্পিত চিন্তাৰে বিশেষ পদক্ষেপ লোৱা দেখা পোৱা নাযায়।

বাণিজ্য শিক্ষা এক ব্যৱহাৰিক আৰু কাৰিকৰী শিক্ষা। অদ্যপৰিমিত বাণিজ্য শিক্ষাক এই দৃষ্টিভংগীৰে চোৱা হোৱা নাই। উচ্চতৰ মাধ্যমিক শিক্ষা সংসদ আৰু বিশ্ববিদ্যালয় সমূহে তাত্ত্বিক(Theory) শিক্ষা ৰূপে চলাই থকা বাণিজ্য শিক্ষাৰ ব্যৱহাৰিক দিশৰ প্ৰতি গুৰুত্ব দি সময়ৰ লগত সংগতি ৰাখি তাত্ত্বিক আৰু ব্যৱহাৰিক দুয়োটা দিশৰে উন্নতি ঘটোৱাৰ লগতে কৰ্মমুখী শিক্ষা কৰাত গুৰুত্ব দিয়া উচিত।

শিক্ষা আয়োগসমূহৰ পৰামৰ্শৱালী :

প্ৰাক-স্বাধীনতা আৰু স্বাধীনোত্তৰ কালত বিভিন্ন সময়ত গঠিত শিক্ষা আয়োগ সমিতিসমূহৰ প্ৰতিবেদন পৰ্যালোচনা কৰি চালে বিভিন্ন আয়োগ আৰু সমিতিসমূহে কলা আৰু বিজ্ঞান শিক্ষাৰ লগতে বাণিজ্য শিক্ষাৰ ক্ষেত্ৰতো গুৰুত্ব আৰোপ কৰিবলৈ পৰামৰ্শ আগবঢ়ায়। ১৮৫৪ চনৰ উড্ ডেচপাউচ, ১৮৮২ চনৰ হান্টাৰ আয়োগ, ১৯১৩ চনৰ ভাৰত চৰকাৰৰ শিক্ষা নীতি প্ৰস্তাৱ,

১৯২৯ চনৰ হাৰ্টিং কমিটীৰ প্ৰতিবেদন, ১৯৩৭ চনৰ উড্ এণ্ড প্ৰতিবেদন, ১৯৪৪ চনৰ চাৰ্জেণ্ট কমিটীৰ প্ৰতিবেদন, ১৯৫২ চনৰ মোডেলীয়া আয়োগ, ১৯৫২-১৯৫৩ চনৰ মাধ্যমিক শিক্ষা আয়োগ, ১৯৬৪-১৯৬৬ চনৰ কোঠাৰী আয়োগৰ পৰামৰ্শাৱলী পৰ্যালোচনা কৰি চালে বাণিজ্য শিক্ষা, কৰ্মমুখী শিক্ষা আৰু প্ৰযুক্তি বিদ্যা প্ৰতিষ্ঠান, উদ্যোগিক উন্নয়নৰ যোগেদি নিবনুৱা সমস্যা সমাধান, মাধ্যমিক স্তৰৰ পাঠ্যক্ৰমত বাণিজ্য বিষয় অন্তৰ্ভুক্তি, দেশৰ উৎপাদিত শক্তি বৃদ্ধিৰ বাবে যোগ্যতা অনুসৰি বাণিজ্য শিক্ষাত ছাত্ৰ অন্তৰ্ভুক্তি, বাণিজ্য, ভকেছনেল আৰু উদ্যোগিক শিক্ষা মাধ্যমিক শিক্ষাৰ নিৰ্ধাৰিত পাঠ্যক্ৰমত অন্তৰ্ভুক্তিত গুৰুত্ব দিয়া হৈছে।

১৯৩৭ চনৰ উড্ এণ্ড কমিটীয়ে উদ্যোগিক উন্নয়নৰ যোগেদি নিবনুৱা সমস্যা সমাধান কৰিব পাৰি বুলি অনুভৱ কৰিব পাৰি বুলি কৈছিল-
“The immediate purpose of Education in relation to industry is to secure to the industry the services of better qualified men and achievement which does not by itself and at once result in more employment.”

উক্ত কমিটীয়ে উদ্যোগিক স্কুল (school of industry) স্থাপনৰ কথাও কৈছিল। ১৯৮২ চনত হান্টাৰৰ অধ্যক্ষতাত গঠিত ভাৰতীয় শিক্ষা আয়োগে মাধ্যমিক বিদ্যালয়ৰ পাঠ্যক্ৰম দুটা শ্ৰেণীত (A ক’ৰ্ছ আৰু B ক’ৰ্ছ) ভাগ হ’ব লাগে বুলি পৰামৰ্শ আগবঢ়াইছিল। A ক’ৰ্ছৰ শিক্ষাৰ্থীক এণ্ট্ৰেঞ্চ পৰীক্ষা পাছ কৰি বিশ্ববিদ্যালয়ত প্ৰৱেশৰ বাবে প্ৰস্তুত কৰিবলৈ আৰু B ক’ৰ্ছৰ শিক্ষাৰ্থীক বাণিজ্যিক, ব্যৱহাৰিক আৰু সাহিত্য বৰ্হিভূত বিষয়ত শিক্ষাদানৰ পৰামৰ্শ আগবঢ়ায়। ১৯২৯ চনৰ হাৰ্টিং কমিটীৰ প্ৰতিবেদনত মজলীয়া বিদ্যালয়ৰ পাঠ্যক্ৰমৰ পিচত ছাত্ৰসকলক বাণিজ্যিক, উদ্যোগিক আদি বৃত্তিমূলক বিষয়ত ভৰ্তিকৰণৰ পৰামৰ্শ দিয়ে। ১৯৪৪ চনৰ চাৰ্জেণ্ট কমিটীক প্ৰতিবেদনত কোৱা হৈছে যে মাধ্যমিক শিক্ষা ব্যৱস্থাত (১১-১৭ বছৰীয়া ছাত্ৰ-ছাত্ৰী) দুই প্ৰকাৰৰ বিদ্যালয় থাকিব- [১] সাধাৰণ উচ্চ বিদ্যালয়, [২] কাৰিকৰী উচ্চ বিদ্যালয়। সাধাৰণ উচ্চ বিদ্যালয়ত কলা আৰু বিজ্ঞান থাকিব আৰু কাৰিকৰী উচ্চ বিদ্যালয়ত প্ৰয়োগ বিজ্ঞান, শিল্প বাণিজ্য বিষয় থাকিব।

পৰাধীন ভাৰতৰ বৃত্তিমূলক আৰু কাৰিকৰী শিক্ষাৰ সমস্যাসমূহ আৰু সমূহীয়া বিস্তাৰৰ গতি ধাৰালৈ লক্ষ্য কৰিলে এই শিক্ষা বিস্তাৰৰ অন্তৰায় হিচাপে চৰকাৰৰ উদাসীন মনোভাৱকে জগৰীয়া কৰিব পাৰি। বিভিন্ন সময়ৰ শিক্ষা আয়োগসমূহৰ পৰামৰ্শাৱলীকো আওকাণ কৰিছিল চৰকাৰে। ১৯০৭ চনত এনে শিক্ষাৰ প্ৰতি আকৰ্ষণ বঢ়াবলৈ মৰিছন কমিটীয়ে ছাত্ৰ-ছাত্ৰীকে বৃত্তি দিবলৈ পৰামৰ্শ দিছিল। সেইকালত বংগ দেশৰ জাতীয় শিক্ষা সমাজে (National Education society) আৰু ১৯৪৫ চনত সৰ্বভাৰতীয় উদ্যোগ আৰু কাৰিকৰী পৰিষদ (All India council of Industrial and Technical Education) গঠন কৰি এক সবল পদক্ষেপ আগবঢ়াইছিল যদিও বাণিজ্য শিক্ষাৰ প্ৰতি বিশেষ মনোনিবেশ চৰকাৰে নকৰিলে।

স্বাধীনোত্তৰ কালত ভাৰত চৰকাৰৰ দ্বাৰা গঠিত আয়োগ, সমিতিসমূহেও বৃত্তিমূলক, কৰ্মমুখী, বাণিজ্য শিক্ষাৰ ক্ষেত্ৰত বিভিন্ন পৰামৰ্শ আগবঢ়াইছে। ১৯৪৮ চনত সৰ্বপল্লী ৰাধাকৃষ্ণণৰ অধ্যক্ষতাত গঠিত ভাৰতীয় বিশ্ববিদ্যালয় আয়োগে মন্তব্য কৰে যে ব্যৱসায়িক শিক্ষা এনে এক ব্যৱস্থা বা পদ্ধতি ইয়াৰ মাজেদি পুৰুষ মহিলা সকলোকে প্ৰকৃত ব্যৱসায়িক ভাৱনাৰে নিজকে প্ৰস্তুত কৰি তুলিবলৈ সক্ষম হয়। চমু অৰ্থত ব্যৱসায়িক শিক্ষাৰ অৰ্থ হ’ল সৰ্বতথ্য সম্বলিত ব্যৱসায়িক ক্ষেত্ৰৰ প্ৰস্তুতিত উচ্চ কৰ্ম ক্ষমতাৰ প্ৰয়োগ আৰু শৃংখল অন্তৰ্ভুক্তি ইয়াৰ সৰ্বদিশৰ নিৰীক্ষা কৰিবলৈ শিকা। বাণিজ্য শিক্ষাৰ পুথিগত শিক্ষাৰ লগতে ব্যৱহাৰিক দিশত বিশেষ গুৰুত্ব আৰোপ কৰা আৰু স্নাতক উপাধি পোৱাৰ পিছত স্নাতকোত্তৰ শ্ৰেণীলৈ যোৱাতকৈ হিচাপ বিজ্ঞান বা অন্য কোনো তেনে বিষয়ত বিশেষ পাৰদৰ্শিতা লাভ কৰাৰ অৰ্থে ব্যৱহাৰিক প্ৰশিক্ষণৰ কাৰণে অনুপ্ৰাণিত কৰাত গুৰুত্ব প্ৰদান কৰে।

১৯৫২-৫৩ চনত মাধ্যমিক শিক্ষা আয়োগে উচ্চ আৰু উচ্চতৰ মাধ্যমিক স্তৰৰ পাঠ্যক্ৰম বিভিন্ন সমষ্টি আৰু ভাগত ভাগ কৰি চতুৰ্থ ভাগত বাণিজ্য শিক্ষাৰ বিষয় ১) বাণিজ্য (Commerce) ২) হিচাপৰক্ষা (Book Keeping) ৩) বাণিজ্যিক ভূগোল (Commercial Geography) ৪) অৰ্থবিজ্ঞান আৰু পৌৰতত্ত্ব (Economics and Civics) ৫) দ্ৰুতলিখন (Short-Hand) আৰু মুদ্ৰালিখন (Type-writing) ঐচ্ছিক বিষয়

হিচাবে অন্তৰ্ভুক্তিৰ পৰামৰ্শ দিছিল। আয়োগে পাঠ্যক্ৰম সম্পৰ্কত মন্তব্য কৰিছিল যে, “A curriculum cannot be regarded as fixed for all times; it should be a matter of constant experimentation with a revising it from time to time according to changing needs. The bonds of human knowledge are constantly expanding and therefore, it is essential to go on examining and evaluating the contents of the curriculum adding to it, significant new item and weeding out from it, whatever has created to have direct significance for all pupil and his immediate future life.”

অলাগতিয়াল বিষয়ৰ বিলুপ্তি আৰু সময়োপযোগী জ্ঞান সম্বলিত বিষয়সমূহ অন্তৰ্ভুক্তিৰ ক্ষেত্ৰত আয়োগে এনেদৰে মন্তব্য কৰিছে। আয়োগে ছাত্ৰ-ছাত্ৰীৰ ৰুচী-অভিৰুচি, ব্যক্তিগত চিন্তা-ভাৱনাৰ পাৰ্থক্য, আগ্ৰহ আৰু দক্ষতাৰ ভিন্নতাৰ প্ৰতি লক্ষ্য ৰাখি একেমুখী পাঠ্যক্ৰমৰ পৰিবৰ্তে ভিন্নমুখী পাঠ্যক্ৰম প্ৰবৰ্তন কৰিবলৈ আৰু মাধ্যমিক বিদ্যালয়ত অষ্টম শ্ৰেণী অন্তৰ্গত অৰ্থাৎ নৱমমান শ্ৰেণীৰ পৰাই এনে ভিন্নমুখী পাঠ্যক্ৰম প্ৰবৰ্তনৰ পৰামৰ্শ আগবঢ়ায়। বহুমুখী বিদ্যালয় স্থাপনৰ পৰামৰ্শ এই ক্ষেত্ৰত উল্লেখযোগ্য।

১৯৬৪-৬৬ চনত অধ্যাপক ড° ডি. এচ. কোঠাৰীৰ অধ্যক্ষতাত গঠিত ভাৰতীয় শিক্ষা আয়োগে বাণিজ্য শিক্ষাৰ ক্ষেত্ৰত বিশেষ পৰামৰ্শ আগবঢ়ালেও মাধ্যমিক পৰ্যায়ত ছাত্ৰ-ছাত্ৰীক পৰ্যায়ক্ৰমে ব্যৱসায়িক বিষয়সূচীত ভৰ্তি কৰাৰ আয়োজন সম্পূৰ্ণ কৰাৰ পৰামৰ্শ দিছিল। ১৯৮৫ চনত ৰাষ্ট্ৰীয় শিক্ষানীতি আৰু ২০২০ চনত নতুন শিক্ষানীতিতো বৃত্তিমূলক শিক্ষাৰ গুৰুত্ব প্ৰদান কৰা হৈছে।

মাধ্যমিক আৰু উচ্চতৰ মাধ্যমিক পৰ্যায়ত বাণিজ্য শিক্ষা :

সাধাৰণ শিক্ষাত কলা, বিজ্ঞান আৰু বাণিজ্য তিনিটা শাখা। মাধ্যমিক শিক্ষা পৰিষদৰ পাঠ্যক্ৰমত কলা আৰু বিজ্ঞান শাখাৰ বিষয় অন্তৰ্ভুক্ত হৈ আছে যদিও সদ্য পৰিচিত বাণিজ্য শাখাৰ কোনো বিষয় পাঠ্যক্ৰমত অন্তৰ্ভুক্ত কৰা হোৱা নাই। নব্বৈ দশকৰ পৰাই অসম কমাৰ্চ

চচাইটি (Assam Commerce Society) তৰফৰ পৰা স্মাৰক পত্ৰ আলোচনা বিলোচনা কৰা হয়। যদিও এতিয়ালৈকে মাধ্যমিক শিক্ষা পৰিষদে বাণিজ্য শাখাৰ কোনো বিষয় পাঠ্যক্ৰমত অন্তৰ্ভুক্ত কৰা নাই। মাজতে এক গুৰুত্বপূৰ্ণ ওলাইছিল যদিও কাৰ্যতঃ পৰিলক্ষিত হোৱা নাই। ফলত বাণিজ্য শিক্ষাৰ লগত উচ্চ মাধ্যমিক পৰ্যায়ত ছাত্ৰ-ছাত্ৰী পৰিচয় হোৱাৰ পৰা বঞ্চিত হৈ আহিছে।

উচ্চতৰ মাধ্যমিক শিক্ষা সংসদে উচ্চতৰ মাধ্যমিক পৰ্যায়ৰ বাণিজ্য পাঠ্যক্ৰমত ১৩ টা বিষয় অন্তৰ্ভুক্ত কৰিছিল। উচ্চতৰ মাধ্যমিক প্ৰথম আৰু দ্বিতীয় দুয়োটা বৰ্ষ সংলগ্ন কৰি চূড়ান্ত পৰীক্ষা অনুষ্ঠিত কৰাৰ সময়ত ইংৰাজী, অসমীয়া, অৰ্থনীতি বিজ্ঞান বাদ দি বাণিজ্য বিষয়ৰ ৪টা বিষয় আৰু অতিৰিক্ত দুটা বিষয় ধৰিলে মুঠ ৬টা বিষয় ছাত্ৰ-ছাত্ৰীয়ে পঢ়িবলৈ সুবিধা পাইছিল, কাৰণ তেতিয়া বাণিজ্য বিষয়ৰ এটা বিষয়ত এখন কাকত আছিল। পিছত আজি কিছু বছৰৰ পৰা উচ্চতৰ মাধ্যমিক শিক্ষা সংসদে উচ্চতৰ মাধ্যমিক প্ৰথম বাৰ্ষিক আৰু চূড়ান্ত পৰীক্ষা দুয়োটাই অনুষ্ঠিত কৰিবলৈ লোৱাত একেটা বিষয়ত দুখন কাকত কৰি পাঠ্যক্ৰমৰ প্ৰথম বাৰ্ষিকত কিছু অংশ আৰু দ্বিতীয় বাৰ্ষিকত কিছু অংশ সন্নিবিষ্ট কৰা হ’ল। ফলত ছাত্ৰ-ছাত্ৰী নতুন ব্যৱস্থাত পঢ়িবলৈ সুবিধা পোৱা সংখ্যা কমি আহিল। সেয়েহে সাদৃশ্য থকা বিষয় সমূহ একেলগ কৰি ছাত্ৰ-ছাত্ৰীক অধিক অধ্যয়নৰ সুবিধাৰ বাবে বিষয়ৰ সংখ্যা হ্ৰাস কৰাৰ চিন্তা চৰ্চা কৰা উচিত।

স্নাতক, স্নাতকোত্তৰ পৰ্যায়ঃ

বাণিজ্য এটা বিভাগ নহয়, ফেকাল্টিহে (Faculty) কলা, বিজ্ঞান, বাণিজ্য সাধাৰণ শিক্ষাৰ তিনিটা শাখা (Faculty) বা ফেকাল্টিৰ বিষয়সমূহ একোটাকৈ বিভাগ (Department) Assam Commerce Society আৰু সদৌ অসম বাণিজ্য ছাত্ৰ সন্থাৰ অশেষ চেষ্টাৰ ফলত স্নাতক পৰ্যায়ত বাণিজ্য বিভাগক (পূৰ্বৰ পৰা চলাই থকা) কলা আৰু বিজ্ঞান শাখাৰ দৰে শাখাৰ মৰ্যদা দিয়া হৈছে যদিও আসোঁৱাহমুক্ত নহয়। ফলত শিক্ষক নিযুক্তিৰ গাঁথনি তদুপ আসোঁৱাহ ৰৈ গৈছে।

সত্তৰ দশকৰ শেষ ভাগলৈকে দুবছৰীয়া স্নাতক পাঠ্যক্ৰমৰ সময়ত বাণিজ্য ছাত্ৰই সন্মানৰ ৩ খন কাকতত শতকৰা ৪৫ নম্বৰ পালেহে ‘সন্মান (Honours) পাইছিল। এই নিয়ম গুৱাহাটী আৰু

ডিব্ৰুগড় দুয়োখন বিশ্ববিদ্যালয়তেই প্ৰবৰ্তন হৈ আছিল। সদৌ অসম বাণিজ্য ছাত্ৰ সন্থাই এনে নিয়মৰ অৱসান ঘটাই এক সুনিৰ্দিষ্ট নিয়ম স্থিৰ কৰিবলৈ দাবী জনাই পদক্ষেপ গ্ৰহণ কৰাৰ পিচত তিনিখন সন্মানৰ কাকত আৰু বাণিজ্যৰ মূল বিষয় কেইটা লৈ ৮ খনত শতকৰা ৪৫ নম্বৰৰ পৰিবৰ্তে কলা আৰু বিজ্ঞান শাখাৰ দৰে শতকৰা ৪০ নম্বৰ পালেই সন্মান দিয়াৰ ব্যৱস্থা প্ৰবৰ্তন হ'ল। তথাপি সম্পূৰ্ণ আসোঁৱাহমুক্ত নহ'ল।

স্নাতক তিনিবছৰীয়া পাঠ্যক্ৰম প্ৰবৰ্তন হোৱাৰ পৰা কলা আৰু বিজ্ঞান শাখাৰ প্ৰতিটো বিষয়ত ৮ খন “মেজৰ” কাকত কৰা হ'ল আৰু ৮ খন “মেজৰ” কাকতৰ ওপৰত ভিত্তি কৰিয়েই পৰীক্ষাৰ ফলাফলো ঘোষণা কৰা হ'ল।

কিন্তু বাণিজ্য শাখাৰ এটা বিষয়ত মেজৰ কাকত গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয়ত ৪ খন আৰু ডিব্ৰুগড় বিশ্ববিদ্যালয়ত ৫ খন আৰু পৰীক্ষাৰ ফলাফল মেজৰ কাকত কেইখনৰ ওপৰিও Core আৰু Applied বিষয়ৰ কেইখনমান কাকত যোগ কৰি মুঠ ১২ খনৰ ওপৰত ভিত্তি কৰি ফলাফল ঘোষণা কৰা হয়। বৰ্তমান CBCS আৰু নতুন শিক্ষানীতি ২০২০ত পাঠ্যক্ৰমত কিছু পৰিবৰ্তন হলেও সম্পূৰ্ণ ফলাফল ঘোষণা হোৱা নাই।

উল্লেখযোগ্য যে, গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয়ে আশীদশকলৈকে কলেজসমূহত তিনিটা শাখা খোলাটো বন্ধ ৰখাত সাধাৰণতে কলেজসমূহস বিশেষকৈ আগশাৰীৰ কলেজসমূহ কলা আৰু বিজ্ঞান শাখা থকাত দিবা শাখাত বাণিজ্য শাখা খোলাৰ বাবে কিছু কলেজ নৈশ শাখা বা চেমি কমাৰ্ছ খুলি পাঠদান কৰিব লগা হৈছিল। সদৌ অসম বাণিজ্য ছাত্ৰ সন্থাই তিনিটা শাখা খোলা বন্ধ ৰখা আৰু চেমি কমাৰ্ছৰ প্ৰতিবাদ জনাই এই ব্যৱস্থা উঠাই লবলৈ দাবী জনোৱাত গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয়ৰ কতৃপক্ষৰ লগত আলোচনা মৰ্মে এনে নেতিবাচক ব্যৱস্থা বিশ্ববিদ্যালয়ে উঠাই লয়।

স্নাতকোত্তৰ পৰ্যায়ত ডিব্ৰুগড় বিশ্ববিদ্যালয়ত বাণিজ্য এটা বিভাগ হিচাবেহে চলাই থকা হৈছে। আনহাতে গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয়ত বাণিজ্য শাখাক ফেকাল্টীৰ মৰ্যদা দিলেও আমিও পূৰ্ণাঙ্গ ফেকাল্টী হৈ উঠা নাই। দুয়োখন বিশ্ববিদ্যালয়ত পৰীক্ষাৰ ফলাফল বিষয় অনুযায়ী প্ৰকাশ নকৰি M.Com

হিচাবে ফলাফলহে ঘোষণা কৰে। ১৯৮০-৮১ বৰ্ষত গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয়ত আমি সন্মানীয় কৰ্ত সভাৰ ছাত্ৰ সদস্য থকাৰ সময়ত বাণিজ্য বিভাগক পূৰ্ণাঙ্গ ফেকাল্টীৰ মৰ্যদা দি বিষয় অনুযায়ী বিভাগ কৰা, পৰীক্ষাৰ ফলাফল ঘোষণা কৰা, আমাৰ দ্বাৰা উৎসাহপন কৰা প্ৰস্তাৱ সন্মানীয় কৰ্ত সভাই সৰ্বসন্মতি ক্ৰমে গ্ৰহণ কৰে। কিন্তু দুৰ্ভাগ্যৰ বিষয় যে ই অদ্যপৰিমিও কাৰ্যকৰী হোৱা নাই।

মাধ্যমিক শিক্ষা পৰিষদ, উচ্চতৰ মাধ্যমিক শিক্ষা সংসদ, কেউখন বিশ্ববিদ্যালয় আৰু চৰকাৰে বাণিজ্য শিক্ষাৰ ক্ষেত্ৰত সুনিৰ্দিষ্ট নীতি গ্ৰহণ কৰা উচিত। ক্ৰমাগতভাৱে বাণিজ্য শিক্ষাৰ গুৰুত্ব বৃদ্ধি পোৱাৰ প্ৰতি লক্ষ্য ৰাখি বিশ্ববিদ্যালয় আৰু চৰকাৰক বাণিজ্য শিক্ষাৰ শিক্ষাবিদসকলে স্পষ্ট আৰু সুনিৰ্দিষ্ট পৰামৰ্শ আগবঢ়াই বাণিজ্য শিক্ষাৰ উত্তৰণ ঘটাব লাগে।

পৰামৰ্শ :

১) মাধ্যমিক শিক্ষা পৰিষদে “বাণিজ্য পৰিচয়” Elements of Commerce বাধ্যতামূলক আৰু Book Keeping ঐচ্ছিক বিষয় হিচাবে নৱম আৰু দশম শ্ৰেণীত অন্তৰ্ভুক্ত কৰিব লাগে।

২) উচ্চতৰ মাধ্যমিক শিক্ষা সমসদে উচ্চতৰ মাধ্যমিক শ্ৰেণীত বিষয়ৰ সংখ্যা কমাই ছাত্ৰ-ছাত্ৰীক অধিক অধ্যয়নৰ সুবিধা বাবে সাদৃশ্যযুক্ত বিষয়সমূহ একেলগে কৰাৰ এক ফলপ্ৰসু চিন্তা কৰিব লাগে।

৩) বাণিজ্য যিহেতু এটা বিষয় বা বিভাগ নহয়, সেয়েহে বাণিজ্যিক স্নাতক পৰ্যায়ত পূৰ্ণাঙ্গ শাখা (Stream) আৰু স্নাতকোত্তৰ পৰ্যায়ত পূৰ্ণাঙ্গ ফেকাল্টীৰ (Faculty) মৰ্যদা দি বিষয় অনুযায়ী বিভাগ (Department) কৰিব লাগে।

৪) “মেজৰ”ৰ নিৰ্দিষ্ট বিষয়ত অধিক অধ্যয়ন আৰু জ্ঞান আহৰণৰ সুবিধা দিবলৈ লগতে অযথা মেজৰ বিষয়ৰ লগত সম্পূৰ্ণ মিল থকা Core আৰু Applied বিষয়ৰ বিষয়-মেজৰৰ নম্বৰৰ লগত সংযোগ কৰা ব্যৱস্থা আঁতৰাই মেজৰ কাকত কলা আৰু বিজ্ঞানৰ গৰে কৰিব লাগে। ●●●



STATISTICS IN COMMERCE

Torun Phukon

Associate Professor (Retd.)
Jhanji Hemnath Sarma College



WHY STUDY STATISTICS?

Statistics in commerce are important because they can help forecast the future of a business and show how to keep ahead of competitors. It can be used to predict sales volume and check if a business venture is attainable. Statistics are necessary for decision making in any business enterprise. Indeed, statistics is required to manage internal as well as external factors of business. In broader meaning, internal factors are measuring and keeping stock, budgeting, finance and accounting whereas, in external factors competitors, product reviews etc. are considered. Statistics improves company performance. Using past data, it can improve

the accuracy of future sales which is known as forecasting. Investors trade stocks, invest in funds or rashly exit the market based on predictions about stock prices, interest rates or broader market moves. Today, forecasting blends data analysis, machine learning, statistical modelling and expert judgement. It provides benchmarks for firms, which need a long-term perspective of operations.

Operational planning is carried out for a specific project or used as a blueprint for executing future projects. A well-planned operational planning is very important since it help teams understand their own status of performance. With the help of operational planning, one can adjust their workflow as needed. All employees can see their daily work and the connections to the broader goals of the company. Statistics in business serve as a control measure to ensure mistakes are avoided and the business does not regress in mission statement. Consumer's behaviour can be understood using descriptive statistics. For example, a grocery store can calculate the mean number of consumers who come each day, median sales order

per customer, standard deviation of the age of the customers who come to the store and the sum of sales made each month. Using the mentioned metrics, the store can gain a strong understanding of who their customers are and how they behave. Another use of statistics in business is through data visualization such as line charts, histogram, boxplots, pie charts etc. These charts are helpful in business spot trends. Statistics is used in business settings in the form of linear regression models. There are models that allow a business to understand the relationship between one or more predictor variables and a response variable. Cluster analysis is another form in which statistics is used in business. This is a machine learning technique that allows a business to group together similar people based on different attributes.

The availability of statistics in business helps to make better decisions as stated by Shiksha. They stressed that the collection and analysis of data show trends and specific patterns that guide business to make more confident decisions. ●●●



CAREER OPTION IN COMMERCE EDUCATION

Bidyadhar Baruah

Vice-Principal & Head of Department
Department of Management
Jhanji Hemnath Sarma College



Commerce education is now-a-days an important field of study to cater knowledge and skills needed for success in the global business world. It involves a broad range of study linked with managerial procedure, financial accounting, marketing, entrepreneurship management, secretarial practice and office procedure, banking, taxation, etc. Commerce education covers a diversified field of study in various aspects of business and industrial environment. It plays an important role in growth and development of a country. Commerce education provides a platform to the students who pursue different career opportunities in business, finance and industrial sector. Gone are the days of acquiring traditional knowledge of accounting procedure, business transactions, theoretical principles and practice of management through commerce education. But in recent time, the modern concept of these elements is based on practical knowledge with advanced technology. Now-a-days, the study of commerce is not only the exposure of excellent avenues of career but also prepare the students with

mathematical and accounting acumen, leadership and analytical skills.

Opportunities of commerce education:

There are various opportunities to choose and amazing career option in the growing field of commerce with and without the combination of mathematics.

Career options in commerce with mathematics:

Chartered Accountant: A chartered accountant can involve in a diverse role and responsibilities in the field of budget management, auditing, tax consulting for both public and private sector organisations, service sector, autonomous and semi-autonomous bodies.

Investment Banker:

It is one of the demanding career options to help their clients ranging from governments to different corporations and institutions for raising their capital investment through different modes and acquisition process. “Business Analyst Certification Training Course” is provided to acquire basic knowledge for these career option.

Cost Accountant:

It provides job opportunities in

both public and private sector companies with crucial responsibilities in respect of budget preparation, profitability analysis, inventory control, cost benefit analysis and so on.

Chartered Financial Analyst:

It is considered as one of the best careers in commerce attached to the competency with financial analyst. The candidates must successfully complete the three examination levels to enrol in the Chartered Financial Analyst course. A Chartered Financial Analyst assist companies and private clients with portfolio planning and investment guidance.

Company Secretary:

It is also an important career option that students can choose the programme after HS examination. The company secretary equips the students with knowledge and skills to advise the companies on legal, financial and governance matters. A company secretary is engaged in the works of executive level such as legal and regulatory requirements, filing tax returns, business planning, office management, administrative decision and so on.

Cost Accountant:

It is one of the lucrative career options for commerce students. Students after completion of HS standard in commerce stream are eligible to apply for the foundation course. After completing the course, they are eligible to enter into the subsequent two levels. A cost accountant is responsible for analysing, auditing and scrutinising financial data and helps the management in budget preparation.

Career options in commerce without mathematics:

There are plenty of career options for commerce students. The following are a few areas to engage themselves after completion of HS and bachelor degree in commerce stream.

Marketing:

There is a wider scope of job opportunity in the field of marketing for HS students in commerce stream. The simplest way to enter in this segment would be to undertake a certificate programme in digital marketing. There is also the scope to enter in post-graduation course in marketing after completion of bachelor degree to get the highest level of job opportunity.

Entrepreneurship:

It is an emerging career option for commerce students. Entrepreneurship skills may develop a person to make him success in interested field of work. It considers a competence for self-employment and well-being. The entrepreneurial intention of people has become a specific construct to assess the impact of various courses. There are a huge number of vocational and certificate courses open for the students to opt as a career and give them opportunities of self-dependent, bear responsibility, develop personality and leadership skill and ability.

Retail Management:

The students from commerce stream have very much potential in the field of retail management. Now-a-days, the concept of retailing is enormously developed with new and diversified way.

Hence, it needs people with up-to date skills and knowledge of retailing strategy. Therefore, it is one of the most potential field of engagement for the commerce students with required qualification.

Hotel Management:

Hotel Management is now a popular career option for commerce students. It is a blooming industry that has become an important part of the economy of the country. It is closely concerned with tourism sector for which it needs persons with efficient knowledge and language skill for communication and attraction of clients. After HS or bachelor program, the students can opt the course of Hotel Management in any recognised Management Institution.

Human Resource Management:

Human Resource Management is concerned with specialised knowledge of proper maintenance and control of manpower engaged in business and industrial concern. The demand of human resource specialist is in increasing trend day by day. In addition to a formal B.Com. degree, the students can choose the diploma or certificate course on Human Resource Management or Personnel Management in any Management Institute. Such course provides expertise knowledge with planning and controlling the manpower, employee compensation, leave facilities, promotion, law and legislation, welfare measures, etc.

Product Management:

It is a lucrative and typical career option for those who want to play a critical role in the development of product design, product modification and product

technology considering the demand and utility of the product among the customers. The product managers play a vital role in driving innovation of products for extending demand and potentiality with diverse opportunity. There are a lots of professional certificate courses of product management provided by the institutions recognised by the Ministry of Commerce and Industry, Bureau of Indian Standards, Food Safety and Standard Authority of India and so on. The product management career provides the opportunity for professionals associated with fundamental belonging to the field of marketing.

Besides all the above, there are lots of opportunities to choose the career option for commerce students that needs to analyse and find out the familiarity with their interest. The general perception among students and their parents is that the commerce education offers limited opportunities as compared to other streams such as medical, engineering, etc. These perception needs to be changed by highlighting the various career opportunities in the field of commerce education. The situation and environment are changed day by day. Although, nothing is impossible for human being to overcome the critical situation and make it easy with unique efforts and keen attention. Considering the economic liberalisation the international trade is putting a deep impact on global economy, the commerce education plays a significant role to meet the challenges of competitive business world. Therefore, the commerce education needs more practical exposure rather than acquiring theoretical knowledge. ●●●



SUSTAINABILITY AND BUSINESS: BUILDING A THRIVING FUTURE

Bidisha Sarmah
Assistant professor & HoD
Department of Accountancy
Jhanji Hemnath Sarma College



The idea of sustainability has changed over the past few decades from being a specialized issue to becoming a key component of corporate strategy. It is no longer just a catchphrase but rather a vital structure that directs how companies' function, develop, and expand.

Companies are now integrating the idea of sustainability with their own business practices. Sustainability in business refers to the integration of environmental, social, and governance factors into corporate strategy and

decision-making. It includes proactive steps that minimize negative effects and increase beneficial contributions to society and the environment, going beyond simple regulatory compliance. Adopting sustainable practices helps

businesses mitigate risks associated with climate change, resource scarcity, regulatory changes, and shifting consumer preferences. Companies that fail to address these risks may face increased costs, operational disruptions, and reputational damage. Sustainability also confers a competitive advantage by enhancing brand reputation, attracting environmentally and socially conscious consumers, and fostering innovation. Now-a-days, investors, consumers and other stakeholders of businesses are increasingly conscious about the role of business towards the environment and society as a whole. And as such they expect businesses to demonstrate commitment to sustainability. Companies that align their values with stakeholder expectations are better positioned to build trust and long-term relationships.

Sustainability in business practices is the result of top-level management of businesses' strong commitment and governance structures to embed sustainability into business policies and goals. In order to incorporate sustainability, businesses primarily focus on developing products or services that minimise environmental impact. In addition to this, they implement sustainable supply chain practices such as responsible sourcing, supplier diversity, ethical labour practices and reducing carbon footprints through efficient logistics and transportation.

However, in integrating sustainability, businesses pose certain challenges in front of them. Undertaking sustainable initiatives are perceived to be costly

especially for small and medium sized businesses, though the benefits will outrun the cost in the long-run. Another obstacle that is faced by the businesses is in terms of measurement of its sustainable initiative impact which can be a complex process. Rapidly changing business landscapes also calls for evolving regulations of sustainability standards and reporting requirements which in turn requires the businesses to be well informed and stay adaptable to regulatory challenges.

Various companies in India as well as around the world have embraced sustainable business practices. Unilever, a multinational consumer goods company, has been at the forefront of sustainable business practices globally. The company has set ambitious goals under its Sustainable Living Plan, aiming to decouple growth from environmental impact and increase positive social impact. Unilever's approach focuses on three main areas: improving health and well-being, reducing environmental footprint, and enhancing livelihoods. In terms of environmental sustainability, Unilever has committed to sourcing 100% of its agricultural raw materials sustainably by 2023, thereby promoting responsible sourcing practices across its extensive supply chain. The company has also made significant strides in reducing water and energy consumption in its operations and product formulations, contributing to mitigating climate change and conserving natural resources. Socially, Unilever prioritizes enhancing livelihoods through various initiatives, including promoting

fair wages and working conditions for farmers and workers in its supply chain. The company's brands, such as Dove and Lifebuoy, actively support community development projects focused on health, hygiene, and education, positively impacting millions of people worldwide. Furthermore, Unilever has been transparent about its progress, regularly publishing sustainability reports and engaging stakeholders in dialogues to foster accountability and collaboration.

Leading Indian e-commerce site Myntra, which specializes in fashion and lifestyle goods, has taken the initiative to incorporate sustainable business principles into its daily operations. The platform's promotion of sustainable and eco-friendly fashion firms is one of its main goals. Myntra promotes customers to choose products that are ecologically friendly by collaborating with companies that value fair trade standards, organic materials, and ethical production methods. Myntra has also taken steps to lessen its carbon impact and improve sustainability across its supply chain. This entails implementing eco-friendly packaging options and streamlining operations to reduce transportation emissions. In keeping with its August 2019 pledge, Myntra has successfully integrated 100% plastic-free packaging throughout the whole supply chain as of 2021. Apart from its own supply chain, Myntra has encouraged its merchants to

follow its guidelines for environmentally friendly packaging. In order to save trees, Myntra has also teamed up with Canopy, a globally recognized and award-winning non-profit environmental organization. Myntra and Canopy investigated ways to lessen their paper packaging footprint by utilizing recycled materials and clever design to limit the use of old and vulnerable forests for packaging. By giving these practices top priority, Myntra not only lessens its impact on the environment but also establishes a standard for ethical business practices in India's e-commerce industry. The Indian Green Building Council awarded the Myntra office in Bangalore the Platinum Certification for their eco-friendly workplace initiatives at the end of 2023. It cultivates trust and participation among partners and customers by actively communicating to stakeholders its efforts and advancements towards sustainable goals. Sustainability is no longer an option but a necessity for businesses aiming to thrive in the 21st century. By embracing sustainability, companies can enhance resilience, drive innovation, and create long-term value for stakeholders while contributing to a more equitable and sustainable future. As businesses navigate the complexities and opportunities of integrating sustainability into their strategies, those that lead with purpose and vision will set new standards of success in a rapidly changing global landscape. ●●●

F
U
T
U
R
E

OF ANDROID PHONES

Manisha BuragohainAssistant Professor
Department of Management
Jhanji Hemnath Sarma College

The future of Android phones promises to be exciting, with various technological advancements on the horizon, sophisticated software and cutting-edge hardware advancements. Android phones anticipate becoming smarter, more connected, and more integrated into our daily lives as these advancements take hold and push the limits of what mobile technology can accomplish. The newest form factors in smartphone technology—Android smartphones with foldable and roll able features—offer unique benefits to users by enhancing functionality and versatility. Flexible

OLED display technology enables smartphones to fold. They come in two versions with screens that can be bent. Book-style foldables are able to fold inward like a book and show a large tablet-sized display when unfolded. However, Clamshell Foldables fold vertically, just like a traditional flip phone in order to reduce the overall size of the phone while not in use making it a compact device.

The rapid breakthroughs in machine learning (ML) and artificial intelligence (AI) have led to a significant increase in the capabilities of Android mobile devices. The Android experience is increasingly incorporating AI and ML improving everything from device speed to user experience. It's expected that Google Assistant, a powerful tool now, will see even more developments. The assistant can help before being requested to by anticipating user needs. The following phase will see the widespread use and optimisation of 5G technology. Furthermore, the goal of early 6G research is to provide even faster and more dependable wireless communication, which has the potential to revolutionize mobile internet usage.

Newer Android handsets will come with more advanced 3D facial recognition technology, which maps the user's face in three dimensions. This system is more secure than traditional 2D facial recognition since it is harder to fake

with images or masks. Rather than using optical in-display fingerprint sensors, the technology to be used is ultrasonic sensors, which use sound waves to build a detailed 3D map of the fingerprint. This technology works better on moist or dirty hands and offers increased security. Future in-display sensors will undoubtedly cover a larger portion of the screen, making it easier for users to unlock their smartphones without needing to precisely align their fingertips with a small sensor zone. Moreover, by evaluating the pressure, speed, and pattern of users' keyboard strokes, devices will offer an additional layer of security based on keystroke dynamics. A user's gait will be measured by sensors built into some gadgets, resulting in a unique, difficult-to-copy biometric identity. By identifying anomalous biometric patterns that might point to fraudulent attempts, advanced AI systems will improve security in general. Developments in voice recognition technology, devices will be able to identify users based solely on their speech, even in noisy environments. Iris and retinal scanning technologies will become more accurate and reliable, offering an additional biometric option that is very secure and difficult to forge. Thus, android phones will be in the front of technological development, propelling innovation in a number of industries and improving our relationship with technology. ●●●



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND EDUCATION IN PRESENT DAY

Rabisankar Gogoi

Assistant Professor
Department of Accountancy
Jhanji Hemnath Sarma College



The education system which was prevailing in “Guru Tool” has seen a drastical change in today’s time. With the development of various Information and Communication Technology (ICT) tools and machines, the traditional teaching-learning method has been transformed into blended learning system. The physical existence of an institution is no longer compulsory with the revolution of digitisation into every perspective of our lives. Technology has reached the nook and corner of the country. Everyone has access to the internet and various technologies, either it is for learning or business. In that case, students of this generation do not find any difficulty in understanding or using the digital devices and the e-learning portals as they are all made to be user-friendly.

One of the primary benefits of integrating ICT into education is the ability to create interactive learning experiences for students. With the help of educational apps, software, and online platforms, students now have access to a large number of engaging multimedia content. These digital resources not only capture students’ attention but also cater to different learning styles, allowing for a more personalized educational experience.

E-modules are, now-a-days, becoming more of a popular concept. These are basically self-paced, web-based instructional materials such as texts, pdf learning materials, videos etc which can be accessed from any place with a smart device having internet connectivity. An educational institution can develop a

portal where all the learning e-contents can be stored and students can access those e-resources through logins. Various higher educational institutions of India and other parts of the World are using such platforms to cater education to the learners. E-Learning modules are significantly more affordable than traditional classroom-based learning. By eliminating the need for physical infrastructure and transportation costs, eLearning reduces the financial burden on educational institutions and students.

The use of Artificial Intelligence (AI) in the field of education has brought significant number of changes in the teaching-learning process. Artificial Intelligence in education caters to each student's needs and adapts to their unique learning styles. It helps students learn at their own pace by identifying when a student is ready to move on to more advanced concepts. Machine Learning algorithm analyses their understanding and offers extra practice or reinforcement to ensure concept clarity. It helps improve their understanding and retention of the material. AI in education benefits not only students but also educators. Educators integrate it into different aspects such as teaching methods, assessment tools, curriculum development and personalised learning experiences. It automates administrative tasks, provides data-driven insights, and assists in creating personalised lesson plans.

While AI can potentially transform education, it also presents various challenges and ethical considerations.

Students are using AI powered platforms like ChatGPT etc to write answers, assignments which may have an impact on their analytical capacity in the future. On the other hand, AI-powered tools and platforms may not be designed with all students in mind, leading to accessibility issues for students with disabilities. It is essential to consider accessibility from the early stages of development and ensure that AI is used inclusively to provide equal opportunities for all students.

One of the biggest dangers of AI in education is that it can dehumanize learning. AI algorithms create content and dictate the pace of lessons, so students may miss the nuanced approach a teacher provides. In addition, AI algorithms can contain biases, which means they may not deliver a well-rounded and comprehensive curriculum tailored to each student's needs.

Though the integration of ICT and AI have brought various negative perspectives to the infrastructure of education, however, we cannot ignore or avoid these two. The technologies and machines are developed for the smoothness of mankind and everything has its own pros and cons. Therefore, the users have to be very much ethical and cautious while utilizing technology and machines. There is no doubt that educational system will go through revolutionary changes with the developments of various AI-powered tools like QuillBot, ChatGPT, NovelAI, Grammarly, Gemini, etc. ●●●



THE ROLE OF TECHNOLOGY IN MODERN COMMERCE EDUCATION

Robina Chetri

Assistant Professor

Department of Accountancy
Jhanji Hemnath Sarma College



The landscape of commerce education has undergone a significant transformation over the past few decades. Traditionally confined to textbooks and classroom lectures, commerce education now embraces a plethora of technological advancements that enhance learning experiences and prepare students for the dynamic business world. The integration of technology in commerce education is not just a trend but a necessity, as it equips students with the necessary skills and knowledge to thrive in a tech-driven economy. In the past, commerce education was predominantly delivered through conventional methods such as face-to-face lectures, printed textbooks, and written

assignments. These traditional methods, while effective to a certain extent, often lacked the interactive and practical elements necessary for a comprehensive understanding of commerce concepts. However, with the advent of the internet and digital technologies, there has been a paradigm shift towards more interactive and engaging forms of learning. Digital learning platforms have revolutionized the way commerce subjects are taught, making education more accessible and flexible for students worldwide. Today, commerce education leverages a variety of technological tools and platforms to enhance the learning experience. Online courses and e-learning platforms, such

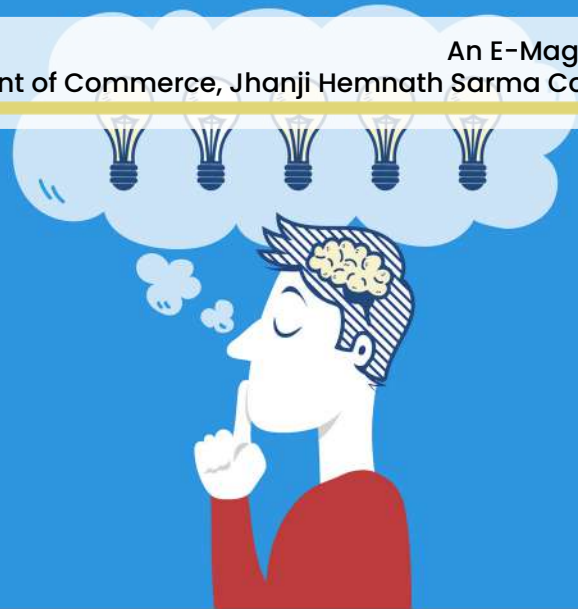
as Coursera and edX, offer students the flexibility to learn at their own pace and from any location. These platforms provide a wide range of courses in areas such as accounting, finance, marketing, and business management, often featuring content from top universities and industry experts. Software tools play a crucial role in modern commerce education. Accounting software like QuickBooks and Xero, data analysis tools like Microsoft Excel and Tableau, and customer relationship management (CRM) systems like Salesforce are integral to the curriculum. These tools offer students practical experience and hands-on training, preparing them for real-world business scenarios. For instance, QuickBooks has over 7 million users globally and generates approximately \$2 billion in annual revenue, indicating its widespread adoption and importance in commerce education. Virtual classrooms and webinars have become increasingly popular, especially in the wake of the COVID-19 pandemic. Platforms like Zoom, Microsoft Teams, and Google Meet facilitate live lectures, discussions, and group projects, replicating the traditional classroom experience in a virtual setting. These platforms also support recorded sessions, allowing students to revisit lectures and discussions as needed. The global market for virtual classrooms was valued at \$10.71 billion in 2020 and is expected to reach \$25.04 billion by 2027, growing at a CAGR of 13.9% from 2020 to 2027. The incorporation of technology in commerce education offers numerous

benefits. One of the most significant advantages is enhanced accessibility and flexibility. Students can access learning materials, participate in discussions, and complete assignments from any location with an internet connection. This flexibility is particularly beneficial for working professionals and students with other commitments, enabling them to balance their studies with other responsibilities. Interactive learning is another key benefit of technology in commerce education. Digital tools and platforms offer a range of interactive features, such as quizzes, simulations, and gamified learning modules, which make learning more engaging and enjoyable. These interactive elements help reinforce concepts and improve retention, leading to a deeper understanding of the subject matter. For example, studies have shown that gamified learning can increase student engagement by up to 60%. Technology also equips students with real-world skills that are highly valued in the business world. By using industry-standard software and tools, students gain practical experience and develop technical competencies that are directly applicable to their future careers. This hands-on training bridges the gap between theoretical knowledge and practical application, enhancing students' job readiness and employability. According to a survey by PwC, 79% of CEOs believe that a skilled and educated workforce is essential for economic growth. Despite the numerous benefits, the integration of technology in commerce education also presents several

challenges. One of the primary challenges is the digital divide, which refers to the gap between those who have access to technology and those who do not. Students from disadvantaged backgrounds may lack access to the necessary devices and internet connectivity, hindering their ability to participate in digital learning. To address this issue, educational institutions and governments must work together to provide affordable devices and internet access to all students. For example, the U.S. government allocated \$7.17 billion in funding through the Emergency Connectivity Fund to help schools and libraries provide devices and internet access to students during the COVID-19 pandemic. Another challenge is the need for training and adaptation for educators. Teachers and instructors must be proficient in using digital tools and platforms to effectively deliver their courses. Professional development programs and training workshops can help educators develop the necessary skills and confidence to integrate technology into their teaching practices. The global market for teacher training is projected to grow from \$1.95 billion in 2020 to \$3.64 billion by 2027, at a CAGR of 9.6%, highlighting the increasing demand for professional development in this area. Ensuring academic integrity in online assessments is also a concern. With the rise of online exams and assignments, there is a risk of cheating and plagiarism. To mitigate this risk, institutions can implement measures such as plagiarism detection software, secure online proctoring services, and

randomized question banks. Turnitin, a popular plagiarism detection tool, is used by over 30 million students and 15,000 institutions worldwide, underscoring its importance in maintaining academic integrity. Looking ahead, the role of technology in commerce education is expected to continue evolving. Emerging technologies such as artificial intelligence (AI), virtual reality (VR), and augmented reality (AR) hold great potential to further enhance the learning experience. AI-powered tools can provide personalized learning paths and real-time feedback, helping students identify their strengths and areas for improvement. The AI in education market was valued at \$1.1 billion in 2019 and is expected to reach \$25.7 billion by 2030, growing at a CAGR of 32.9%. VR and AR technologies can create immersive learning environments, allowing students to simulate real-world business scenarios and practice their skills in a safe and controlled setting. The global market for VR in education is projected to grow from \$656 million in 2018 to \$13 billion by 2026, highlighting the increasing adoption of these technologies in educational settings. While there are challenges to overcome, the potential for technology to transform commerce education is immense. By embracing technological advancements and addressing the associated challenges, educational institutions can provide students with a high-quality, future-ready education that equips them for success in the dynamic world of commerce. ●●●

Business Mind

**Sourav Tanti**

Ex-Student

Department of Commerce



A business begins with a generation of new ideas to introduce the world with a new discovery of something new. To build a successful business, you need more than good, outstanding and even or a great idea. An entrepreneur should be well organized, creative, flexible and develop a sharp close attention to the details while never losing a sight of the big picture. A person if he/she wants himself/herself to introduced the world with a successful startup he/she should be prepared to make some personal sacrifices. A good and positive mind with skills, passion and hard-work helps growing a startup. A simple way to get and stay positive towards a constant work is to create a positive thinking rather than the negative thoughts come to you. A person with a business mind should be ready to tackle the failures and keep moving to achieve the top. An entrepreneur should always be ready to accept the loss, as business is all about loss and profit, losses break

you down and profits take you to the top. One's skills, passion, hard-work and ideas makes successful business. Understanding the risk of business to get the rewards includes being smart about the timing of starting a business. Business means a work with a risk management to get freedom in life from the job cycle. In the field of business, one cannot afford to ignore their competitors at every step of business. The person will find, with an experience and knowledge, that every new entrepreneur has to compete with others to survive and thrive. Quality is always better than the quantity in obtaining a competitive edge over competition in the market place. A well-run startup will always understand, be able and be ready to take advantages of opportunities that come to them at any moment. Growing a successful business is not easy and not everyone succeeds at it, but creative ideas, risk-bearing attitude, hard-work and sacrifices can make it happen. ●●●



Impact of

Online Advertising

Pol Dutta

H.S. 2nd Year (Commerce)
Department of Commerce



The impact of online advertising has been profound and has significantly transformed the marketing landscape. Here are some key points to consider when discussing the impact of online advertising:

1. Reach and Targeting:

Online advertising allow businesses to reach a global audience and target specific demographics, interests, and behaviours with a high degree of precision. This targeting capability enables advertisers to tailor their messages to specific consumer segments, increasing the relevance and effectiveness of their campaigns.

2. Cost-Effectiveness:

Compared to traditional advertising methods such as print, radio, or TV, online advertising can be more cost-effective. Advertisers can set specific budgets, pay-per-click or pay-per-impression, and have greater control over their spending. This allows businesses of all sizes to participate in online advertising and reach their target audience without the need for a large upfront investment.

3. Data and Analytics:

Online advertising provides access to a wealth of data and analytics that can be used to measure the performance

of ad campaigns. Advertisers can track metrics such as click-through rates, conversion rates, and return on investment (ROI), allowing them to optimize their campaigns in real time and make data-driven decisions to improve their results.

4. Engagement and Interactivity:

Online advertising offers opportunities for interactive and engaging ad formats, such as video ads, interactive banners, and social media ads. These formats can capture the attention of consumers and provide a more immersive brand experience, leading to higher engagement and brand recall.

5. Personalization:

Online advertising allows for personalized messaging based on user behavior, preferences, and past interactions with a brand. This level of personalization can create a more relevant and tailored experience for consumers, increasing the likelihood of conversion and customer loyalty.

6. Mobile Advertising:

With the widespread use of smartphones

and mobile devices, online advertising has expanded to reach consumers on-the-go. Mobile advertising formats such as in-app ads, mobile search ads, and location-based targeting have opened up new opportunities for brands to connect with consumers in a highly personalized and contextually relevant manner.

7. Influence on Purchase Decisions:

Online advertising has a significant influence on consumer purchase decisions. Through targeted messaging, retargeting campaigns, and social proof (such as user reviews and influencer endorsements), online ads can guide consumers through the purchase journey and influence their buying decisions.

Overall, the impact of online advertising has been transformative in how businesses promote their products and services, engage with consumers, and measure the effectiveness of their marketing efforts. As technology continues to evolve, online advertising is likely to play an even greater role in shaping the future of marketing and consumer engagement. ●●●

The Evolution of AI A Journey Through Time

Arup Majhi

H.S. 2nd Year (Commerce)
Department of Commerce



Artificial Intelligence (AI) has come a long way since its inception. From humble beginnings to revolutionary advancements, AI has transformed the way we live and work.

1950s: The Dawn of AI

The concept of AI was born in the 1950s, with computer scientists like Alan Turing and Marvin Minsky exploring ways to create machines that could think like humans.

1960s-1980s: AI Winter

Despite initial excitement, AI research faced significant challenges, leading to a decline in interest and funding. This period was dubbed the “AI winter.”

1990s-2000s: AI Resurgence

The advent of the internet and advances in computing power revived AI research. This led to breakthroughs in machine learning, natural language

processing, and computer vision.

2010s: AI Revolution

The 2010s saw AI become a mainstream technology, with applications in healthcare, finance, transportation, and more. Deep learning techniques and large datasets enabled AI to achieve unprecedented accuracy and capabilities.

Today and Beyond

AI continues to evolve, with ongoing research in areas like explainability, ethics, and human-AI collaboration. As AI advances, it's transforming industries and improving lives.

The Future is Here

AI's journey is a testament to human innovation and perseverance. As we continue to push the boundaries of what's possible, AI will undoubtedly shape the future of humanity. ●●●

Impact of **INTERNET** in the Business World

Biswajyoti Borah

H.S. 2nd Year (Commerce)
Department of Commerce



The impact of the internet in the Business world has been significant and transformative. Here are some key ways in which the internet has influenced Business:

Global Reach: The internet has enabled Businesses to reach a global audience like never before with a website or online store, Businesses can sell their products or services to customers around the world. This has opened up new markets and opportunities for growth.

E-commerce: The rise of e-commerce has revolutionized the way businesses operate. Online shopping has become increasingly popular and Businesses have adapted by setting up online stores to cater to customer demand. This has led to increased convenience for consumers and expanded revenue streams for Business.

Marketing and Advertising: The internet has provided Businesses with numerous digital marketing channels,

such as social media, search engine optimization and email marketing. These platforms allow Businesses to target specific audiences, track campaign performance, and engage with customers in real - time.

Communication and collaboration: The internet has greatly improved communication and collaboration within Businesses. Tools like email, instant messaging, video conferencing, and project management software have made it easier for employees to connect and work together, regardless of their physical location.

Data Analysis and insights: The internet has generated vast amounts of data and Businesses can now leverage this data to gain valuable insights in to consumer behaviour, market trends, and Business performance. This data driven approach allows Businesses to make more informed decisions and optimize their operations.

Cost savings: The internet has also helped Businesses reduce costs in various ways. For- example, online advertising tends to be more cost - effective than traditional advertising methods. Additionally, cloud computing has enabled Businesses to store and on - premises infrastructure.

Customer service and support: The internet has transformed customer service by providing Businesses with various channels for customer support, such as live chat, social media, and email. This allows Businesses to respond quickly to customer inquiries and provide personalized assistance.

Overall, the internet has had a profound impact on the business world by expanding market reach, enabling e- commerce, enhancing communication and collaboration, providing valuable data insights, reducing costs, and improving customer service. Businesses that embrace the internet and leverage its capabilities are better positioned for success in today's digital age.



স্বাস্থ্যৰ ৰক্ষাৰ এক উপায়

কিছু জানিবলগীয়া কথা

অংকিতা ফুকন

FYUGP তৃতীয় শাণ্মাসিক, বাণিজ্য বিভাগ



মানুহৰ যেতিয়া হাৰ্ট এটাক হয় তেতিয়া আমি মানুহ জনক হস্পিটেললৈ যাওঁ বা এজন ভাল ডাক্তৰৰ লগত যোগাযোগ কৰোঁ। যদিহে হঠাতে নিজৰ তেনেকুৱা এটা অৱস্থা হয় য'ত কোনো বেলেগ মানুহ নাই, এডোখৰ নিজান ঠাই য'ত অকল আপুনি হে, তেতিয়া কি কৰিব?

ধৰি লওক, আপুনি নিজৰ অফিচৰ পৰা ঘৰলৈ যাওঁতে দেৰি হ'ল অলপ মানে প্ৰায় ১০ মান বাজিলে। ঘৰ গৈ থাকোঁতে এখন গছ গছনিৰে ভৰা নিজান ঠাই দুখোৰৰ মাজেৰে গাড়ী চলাই গৈ আছে। হঠাতে আপুনি বুকুত এক ভাবিব নোৱাৰা বিষ অনুভৱ কৰিলে। ঠাইডোখৰ নিজান আৰু তাতে ইমান দেৰি হোৱাৰ বাবে তাত কোনো মানুহো পাবলৈ নাই। যিখন চিকিৎসালয় আছে তাত, সেইখনলৈও কিছু দূৰ যাব লাগে। আপুনি উশাহ নিশাহ লবলৈ খুব কষ্ট অনুভৱ কৰিছে। তেতিয়া আপুনি লাহে লাহে অনুভৱ কৰিব ধৰিছে যে আপোনাৰ হাৰ্ট এটাক হব ধৰিছে। আৰু এইটোও জানে যে হৃদপিণ্ডৰ স্পন্দন বন্ধ হৈ গলে আপুনি নিজৰ প্ৰাণটোক হেৰুৱাব লাগিব। এতিয়া আপুনি কৰিব কি? ইমান সোনকালে তো এটা সোণালী জীৱন হেৰুৱাই দিব নোৱাৰে ন।

আপুনি অকণো ভই নকৰি ধৈৰ্য আৰু সাহসেৰে সৰ্ব শক্তিয়ে কাহিবলৈ আৰম্ভ কৰক। সেই কাহ টো এনেকুৱা হব লাগিব যে সম্পূৰ্ণ শক্তিয়ে সৃষ্টি হোৱা আৰু দীঘলীয়া হব লাগিব যেন আপুনি বুকুৰ ভিতৰৰ পৰা কফ উলিয়াব চাইছে। প্ৰতিটো কাহৰ আগত এটাকৈ দীঘলীয়া উশাহ লব লাগিব। এটা দীঘলীয়া উশাহ তাৰ পৰা এটা

শক্তিশালী কাহ। এইদৰে আপুনি কৰি থাকিব যেতিয়া লৈকে আপুনি বিষৰ পৰা সকাহ নাপায় বা বেলেগ কোনো মানুহৰ সহায় নাপায়।

এনেকৈয়ে যদি আপুনি প্ৰচেষ্টা কৰি থাকে তেতিয়া আপোনাৰ অমূল্য জীৱন টো বাচি যাব পাৰে। তাতে আৰু এটা প্ৰশ্ন মনত নহয় নে? ই আকৌ কেনেকৈ সম্ভৱ?

আপুনি লোৱা প্ৰতিটো দীঘলীয়া উশাহৰ লগতে হাওঁফাওঁ লৈ অক্সিজেন সোমাই যায় আৰু প্ৰতিটো সজোৰ কাহে হৃদপিণ্ডত চাপৰ সৃষ্টি কৰি তাৰ পৰা তেজ ওলাই যোৱাত সহায় কৰে। তাৰ ফলত তেজ চলাচল নিয়মীয়া হৈ যায়। আৰু হৃদপিণ্ডৰ ওপৰত বাৰে বাৰে পৰা চাপে ইয়াক সবল আৰু সক্ৰিয় কৰাত সহায় কৰে। ফলত আপুনি নিশ্চয় কৈ ওচৰৰ সেই চিকিৎসালয় পাবলৈ সক্ষম হব।

এই হৃদপিণ্ডৰ স্পন্দন ঘূৰাই অনাৰ কৌশল টো সকলো মানুহৰ বাবেই প্ৰয়োজন। কাৰণ কোনোও নাজানে যে কেতিয়া, ক'ত, কেনেকৈ, কাৰ জীৱনলৈ এনেধৰণৰ দুৰ্ভাগ্য আহি পৰে। যদিহে আমি এই বিষয়ত নিজৰ লগতে আনকো সজাগ কৰোঁ, কোনে জানে তেতিয়া কিজানি আমি আমাৰ অতি প্ৰিয়/ আপোনজনৰো জীৱন ৰক্ষাত সহায়ক হব পাৰোঁ। সকলোৱে বিচাৰে যে নিজৰ আপোন জন / আপোন বোৰ সদায় সুস্থ হৈ থাকক বুলি অৰ্থাৎ হেৰুৱাব ভয়।

সেয়েহে এনে কিছুমান সৰু সুৰা উপায় সকলোৱে জানি থোৱা উচিত। ●●●

জাঁজী হেমনাথ শৰ্মা মহাবিদ্যালয়

WELCOME
TO
JHANJI HEMNATH SARMA COLLEGE

আৰু মোৰ জীৱনৰ দুটা বছৰ

অৰ্জুন শইকীয়া
প্ৰাক্তন ছাত্ৰ, বাণিজ্য শাখা

সপোন
আৰু সিদ্ধান্ত-
বহুত আচৰিত
শব্দ এই দুটা।
সপোনে জীৱনত
এ নৈ কুৰা
কিছুমান সিদ্ধান্ত
লবলৈ বাধ্য
কৰে যিবোৰ
মূঠেও সহজ
নহয়। আৰু
কেতিয়াবা মাত্ৰ
এটা সিদ্ধান্তই



কিছুমান সপোন তহচ-নহচ কৰি পেলায়। মোৰ
বাৰেও সহজ নাছিল এখন কলেজৰ বিজ্ঞান
শাখাত নামভৰ্তি কৰি প্ৰায় এমাহ দিন ক্লাছ কৰাৰ
পিছত এইটো সিদ্ধান্ত লোৱাটো যে মই বাণিজ্য
শাখাত নামভৰ্তি কৰিম আৰু সকলো নতুনকৈ
আৰম্ভ কৰিম। তথাপি লৈ পেলাইছিলো তেনেকুৱা
এটা সিদ্ধান্ত, হয়তো বাধ্য কৰিছিল মোক মোৰ
সপোনবোৰে। কিন্তু এটা কথা সঁচা যে মোৰ
সেই এটা সিদ্ধান্তই মা-দেউতাই মোক লৈ দেখা
সপোনবোৰ শেষ কৰি পেলাইছিল। এটা সপোনৰ
শেষত আন এটা সপোনৰ আৰম্ভণি। আচৰিত,,
যিকিনহওক, মোৰ সেই সিদ্ধান্তই মোক উপহাৰ
দিছিল তিতা-মিঠা অভিজ্ঞতাৰে ভৰা দুটাকৈ বছৰ
আৰু এখন মহাবিদ্যালয় “জাঁজী হেমনাথ শৰ্মা
মহাবিদ্যালয়”।

যুদ্ধক্ষেত্ৰৰ
পৰা পলাই
অহাৰ দৰে
অৱস্থা হৈছিল
মোৰ। হয়তো
যুদ্ধক্ষেত্ৰত গৈ
হে বুজিছিলো
যে সেইখন
যুদ্ধ মোৰ
নাছিল। মনত
এসোপামান
সপোন আৰু
সাহস লৈ মই

কলেজলৈ গলো। সকলো শিক্ষক-শিক্ষয়ত্ৰীৰ লগত
চিনাকি হলো। মোৰ ইতিমধ্যে বৈ যোৱা সকলো
পাঠ মোক পৃথককৈ বুজাই দিয়া হৈছিল। চিন্তা
এটা কমিছিল। কিন্তু মোৰ অৱস্থা ভাল নাছিল।
এখন কলেজৰ পৰা আহি আন এখন কলেজত
নামভৰ্তি কৰিছিলো, শাখাটোও সলনি কৰিছিলো।
মানুহে কি ভাবিব, সুধিলে কি কম একো ভাবি
পোৱা নাছিলো। এইবোৰ চিন্তাই হয়তো পঢ়াত
প্ৰভাৱ পেলাইছিল। প্ৰথম বছৰৰ ছমহীয়া পৰীক্ষাৰ
ৰিজাল্ট একেবাৰে বেয়া আছিল। বেয়া মানে
মই ভাবিব নোৱাৰা এটা ৰিজাল্ট। অসমীয়াত
ফেইল। মোৰ অৱস্থা আৰু বেয়া হৈ পৰিছিল। এনে
সময়তে মোৰ বন্ধু বোৰে আৰু মই আগতে পঢ়ি
অহা স্কুলৰ মোৰ আটাইতকৈ ভাল লগা ছাৰজনে
মোক বাৰুকৈয়ে সহায় কৰিছিল। কাকো একো

কোৱা নাছিলো যদিও হয়তো তেওঁলোকে বুজিছিল।
লাহে লাহে পঢ়াত মন কমি আহিছিল। মন নগলে
ক্লাছলৈও যোৱা নাছিলো। কলেজত হোৱা নিৰ্বাচনত
খুব লাগিছিলো। পৰীক্ষাৰ আগদিনাহে কিতাপখন
মেলি কিবা এটা চাই গৈছিলো। আগতে কেতিয়াও
এনেকুৱা হোৱা নাছিল। যিবোৰ হৈছিল আৰু
যিবোৰ কৰিছিলো সকলোবোৰ একেবাৰে নতুন
আছিল। এনেকৈ এটা বছৰ পাৰ হৈ গৈছিল।

এতিয়া আহি পৰিছিল এই মহাবিদ্যালয়ত
মোৰ দ্বিতীয়টো বছৰ। বছৰটোৰ শেষৰফালে বৈ
আছিল উচ্চতৰ মাধ্যমিকৰ পৰীক্ষা। তাৰমানে
অলপ “serious” হ’বৰ সময় আহি পৰিছিল।
ডিপাৰ্টমেণ্টৰ সকলো ছাৰ-বাইদেৱে যথেষ্ট সহায়
কৰিছিল মোক। আজৰি সময়ত কিছুমান “extra”
ক্লাছ আৰু প্ৰতিটো পাঠৰ অন্তত একো একোটা
“class test”ৰ ব্যৱস্থা কৰিছিল। লাহে লাহে পঢ়া
লৈ মনটো ঘূৰি আহিছিল। কিন্তু কিবা এটা যেন
অভাৱ আছিল। বুজা নাছিলো কি। এদিন “final”
পৰীক্ষাৰ কিছুদিন আগতে এগৰাকী বাইদেৱে
প্ৰথমবাৰৰ বাবে পাঠ্যক্ৰমৰ পৰা কিছু আঁতৰি
মোক মোৰ বিষয়ে সুধিছিল। মোৰ ঘৰত কোন
কোন আছে, মই কি হ’ব বিচাৰো - এনেকুৱাই
আছিল প্ৰশ্নবোৰ। আৰু শেষত মোক কৈছিল -
“মই জানো তুমি পাৰিবা। তোমাৰ মাজত সিমান
খিনি “potential” দেখো মই।” সেইদিনাহে
বুজিছিলো ইমানদিনে অনুভৱ কৰি অহা অভাৱবোৰ
কি আছিল। বুজাছিলো যে অভাৱ আছিল কেৱল
স্কুলীয়া পৰিৱেশৰ আৰু স্কুলৰ ছাত্ৰসকলে মোক
বাৰে বাৰে কৈ অহা এনেকুৱা কিছুমান কথাৰ লাহে
লাহে অলপ পঢ়িবলৈ লৈছিলোঁ। পৰীক্ষাও ওচৰ
চাপিছিল। অৱশ্যে অৱশেষত পৰীক্ষাৰ ৰিজাল্ট ইমান
এটা বেয়া হোৱা নাছিল। ডিষ্টিংশ্যন প্ৰথম বিভাগত
উত্তীৰ্ণ হৈছিলো। ইতিমধ্যে মই পৰীক্ষাৰ নম্বৰক
লৈ নিজকে বিবেচনা কৰিবলৈ এৰিছিলো। তথাপি
সুখী আছিলো, কাৰণ মা-দেউতা সুখী আছিল। যি
কি নহওক এই কলেজত মোৰ দুবছৰীয়া যাত্ৰাৰ
অন্ত পৰিছিল। এইখন কলেজে বহুত দিলে মোক।
মহাবিদ্যালয় আৰু মহাবিদ্যালয়ৰ শিক্ষাগুৰুসকলক
কৃতজ্ঞতা জনাবৰ বাবে ধন্যবাদ শব্দটো তেনেই
সৰু হৈ পৰিব। কিন্তু ধন্যবাদৰ বাহিৰে হয়তো দিব
পৰাকৈ মোৰ হাতত আৰু একো নাই। সেয়ে মই
সকলো শিক্ষাগুৰুক মোৰ অন্তৰৰ পৰা ধন্যবাদ
জ্ঞাপন কৰিছোঁ। ●●●

তথাপি সুখী আছিলো,
কাৰণ মা-দেউতা সুখী
আছিল। যি কি নহওক এই
কলেজত মোৰ দুবছৰীয়া
যাত্ৰাৰ অন্ত পৰিছিল।
এইখন কলেজে বহুত
দিলে মোক। মহাবিদ্যালয়
আৰু মহাবিদ্যালয়ৰ
শিক্ষাগুৰুসকলক
কৃতজ্ঞতা জনাবৰ বাবে
ধন্যবাদ শব্দটো তেনেই
সৰু হৈ পৰিব। কিন্তু
ধন্যবাদৰ বাহিৰে হয়তো
দিব পৰাকৈ মোৰ হাতত
আৰু একো নাই। সেয়ে
মই সকলো শিক্ষাগুৰুক
মোৰ অন্তৰৰ পৰা ধন্যবাদ
জ্ঞাপন কৰিছোঁ।

বিহুৰ আলমত গঢ় লৈ উঠা ব্যৱসায় বাণিজ্যৰ এক পৰ্যালোচনা

জয়শ্ৰী ফুকন

FYUGP তৃতীয় শাণ্মাসিক, বাণিজ্য বিভাগ



বিহু আমাৰ জাতীয় উৎসৱ। সাম্প্ৰতিক কালত বিহুৰে পূৰ্বৰ ৰং হেৰুৱাই পেলাইছে। বৰ্তমান সময়ত মানুহ ইমানেই বস্তুবাদী হৈ পৰিছে যে জীৱনটো ভোগ বিলাসত পাৰ কৰি দিবৰ বাবে সদায়েই ধন, টকা পইছাৰ সন্ধানত থাকে। মানুহৰ এনে সন্ধানী দৃষ্টিয়ে ধৰ্ম, কলা সংস্কৃতি একোৱেই বাদ দিয়া নাই। আমাৰ জাতীয় উৎসৱ বিহুক কেন্দ্ৰ কৰিও ব্যৱসায় বাণিজ্য কৰিবলৈ লৈছে। বহাগ বিহু বা ৰঙালী বিহুৰ বতৰত বসন্তৰ আগমন ঘটাৰ লগে লগে গছ বিৰিখত কুঁহি পাত ওলায়। বনৰীয়া ফুল ফুলি চৌদিশ জকমকাই উঠে। প্ৰকৃতিৰ এনে বিনন্দীয়া ৰূপত অসমীয়া সকলে প্ৰকৃতিৰ লগত খাপ খুৱাই নতুন সাজ-পোছাক পিন্ধি বিহু উদযাপনত ব্যস্ত হৈ পৰে। সেই সময়ত অনা অসমীয়া বস্ত্ৰ ব্যৱসায়ীসকলে অসমৰ গামোচা, মেখেলা চাদৰ, মুগাৰ ৰিহা মেখেলা আদিৰ অনুকৰণত বহিঃৰাজ্যৰ কলঘৰত প্ৰস্তুত বস্ত্ৰ আনি অসমৰ বজাৰত কম মূল্যত বিক্ৰী কৰিছে। বিহু নাচিবলৈ পৰিধান কৰা গাম খাৰু, গলপতা আদি আ-অলংকাৰ সমূহ নকল ধাতুৰে প্ৰস্তুত কৰি বজাৰত বিক্ৰী কৰে। বিহুৰ সময়ত গাঁৱৰ মহিলা সকলে আগতে নানা ধৰণৰ পিঠা পনা, জলপান প্ৰস্তুত কৰা দেখা গৈছিল কিন্তু বৰ্তমান সময়ত তেওঁলোকে পিঠা পনা বনোৱাৰ সলনি বজাৰত বিক্ৰী কৰা পিঠা, জলপান কিনি অনা দেখা যায়। বজাৰত বিক্ৰী কৰা দৈৰ টেকেলীত গাখীৰতকৈ বেছি পানীৰ পৰিমাণ হৈ পোৱা যায়। বিহুৰ দিনা

আমৰলি টোপ খাবৰ বাবে আগতে হাবিলৈ গৈ আমৰলি বাহ বিচাৰি ভাঙি আনে কিন্তু আজি কালি বজাৰত বিচাৰিলেই আমৰলি টোপ কিনিবলৈ পোৱা যায়। বৰ্তমান সময়ত নাচনী সকলে গছত লাগি থকা কপৌ ফুল পাহ ব্যৱহাৰ কৰাৰ সলনি বজাৰত বিক্ৰী কৰা কপৌ ফুল পাহ হৈ ব্যৱহাৰ কৰা দেখা যায়। আজিকালি মঞ্চত বিহু-গীত আৰু বিহু-নৃত্যৰ প্ৰতিযোগিতাত অংশগ্ৰহণ কৰিবলৈ প্ৰশিক্ষণ প্ৰাপ্ত হ'ব লাগিব। বিহু প্ৰতিযোগিতাৰ বাবে আগ বঢ়োৱা আকৰ্ষণীয় পুৰস্কাৰৰ আশাত প্ৰতিযোগীৰ সংখ্যা বৃদ্ধি পাইছে। সেয়ে প্ৰশিক্ষণ কেন্দ্ৰৰ সংখ্যাও বাঢ়ি গৈছে আৰু যাৰ যোগেদি প্ৰশিক্ষক সকলৰ বাবে ই এক ব্যৱসায়ত পৰিণত হৈছে। স্থানীয়ভাবে আয়োজন কৰা বিহু মঞ্চত গীত পৰিৱেশন কৰিবৰ বাবে শিল্পীৰ সৈতে আগতীয়াকৈ চুক্তি কৰা হয়। মঞ্চলৈ বিহুৰ আগমন ঘটাব লগে লগে বিহু এক উদ্যোগলৈ ৰূপান্তৰিত হবলৈ ধৰিলে। মঞ্চত বিহু পৰিৱেশন কৰা শিল্পী আৰু আয়োজকৰ মধ্যস্থতাকাৰীৰ ভূমিকা লৈ এচাম লোকে কমিশ্যন লোৱা দেখা যায়। বিহু প্ৰতিযোগিতাৰ পুৰস্কাৰৰ ক্ষেত্ৰতো এইসকল লোকৰ প্ৰবেশ ঘটিছে। এনেবোৰ কামক নিজৰ ব্যৱসায় হিচাপে লৈ এচাম লোকে ধন ঘটাবলৈ লোৱাৰ লগে লগে আমাৰ বাপতিসাহোন বিহুৰ মৰ্যাদা হানি হ'ব ধৰিছে। আমাৰ বিহুৰ স্বকীয়তা হেৰাই যোৱা নাই যদিও আধুনিকতাৰ প্ৰভাৱ বাৰুকৈয়ে পৰিছে। ●●●

পৰ্যটনৰ প্ৰভাৱ

শিখামণি শইকীয়া
FYUGP তৃতীয় ষাণ্মাসিক, বাণিজ্য বিভাগ



পৰ্যটনে পৰ্যটন স্থলীসমূহক ইতিবাচক আৰু নেতিবাচক দুয়োটা দিশতে প্ৰভাৱিত কৰে, ই অৰ্থনৈতিক, ৰাজনৈতিক, আৰ্থ-সাংস্কৃতিক, পৰিৱেশ, আৰু মানসিক মাত্ৰাসমূহ সামৰি লয়।

অৰ্থনৈতিক প্ৰভাৱঃ পৰ্যটনৰ অৰ্থনৈতিক প্ৰভাৱ হৈছে কৰ ৰাজহ বৃদ্ধি, ব্যক্তিগত আয় বৃদ্ধি, পৰ্যটনৰ প্ৰভাৱ বৃদ্ধি, আৰু অতিৰিক্ত নিয়োগৰ সুযোগ সৃষ্টি আদি। ২০১৯ চনত প্ৰায় ১.৪ বিলিয়ন লোকে আন এখন দেশ ভ্ৰমণ কৰিছিল, পৰ্যটকৰ ব্যয়ে বিশ্ব অৰ্থনীতিত প্ৰায় ১.৪৫ ট্ৰিলিয়ন মাৰ্কিন ডলাৰ অৰিহণা যোগাইছিল। ইউৰোপ বহু দূৰলৈকে পৰ্যটকৰ বাবে প্ৰধান উৎপত্তি আৰু আগমনৰ অঞ্চল, ২০১৯ চনত ৫১ শতাংশ আৰু ৪৮ শতাংশ ভ্ৰমণকাৰী।

সামাজিক-সাংস্কৃতিক প্ৰভাৱঃ বিভিন্ন সাংস্কৃতিক পটভূমি, মনোভাৱ আৰু আচৰণৰ লোকৰ মাজত হোৱা পাৰস্পৰিক ক্ৰিয়া-কলাপ আৰু বস্তুগত সামগ্ৰীৰ সৈতে সম্পৰ্ক। চৰকাৰী নীতিক প্ৰভাৱিত কৰি আৰু দেশসমূহৰ মাজত কূটনৈতিক সম্পৰ্কক প্ৰসাৰিত কৰিও পৰ্যটনৰ যথেষ্ট ৰাজনৈতিক প্ৰভাৱ পৰিব পাৰে।

পৰিৱেশৰ প্ৰভাৱঃ পৰিৱেশৰ ক্ষতি, বন্যাগ্ৰাণী ধ্বংস, বনাঞ্চল ধ্বংস, জল প্ৰদূষণকে ধৰি প্ৰত্যক্ষ প্ৰভাৱ। পৰোক্ষ প্ৰভাৱ, যেনে খাদ্য যোগান ধৰিবলৈ প্ৰাকৃতিক সম্পদৰ চপোৱা বৃদ্ধি, পৰোক্ষ বায়ু আৰু পানী প্ৰদূষণ (বিমান, পৰিবহণ আৰু পৰ্যটকৰ বাবে খাদ্য আৰু স্মৃতিগ্ৰন্থ নিৰ্মাণকে ধৰি)।

স্বাস্থ্যজনিত প্ৰভাৱঃ পৰ্যটনৰ স্বাস্থ্যৰ ক্ষেত্ৰতো ইতিবাচক আৰু নেতিবাচক ফলাফল পোৱা যায়। পৰ্যটনৰ হুস্মাদী নেতিবাচক প্ৰভাৱ বাসিন্দাসকলৰ স্বাস্থ্যৰ ওপৰত পৰ্যটকৰ আগমনৰ ঘনত্ব, ৰোগ সংক্ৰমণৰ আশংকা, পথ দুৰ্ঘটনা, অপৰাধৰ মাত্ৰা অধিক হোৱাৰ লগতে যান-জুট, ভিৰ, আৰু অন্যান্য মানসিক চাপৰ কাৰকৰ সৈতে জড়িত। ইয়াৰ উপৰিও বাসিন্দাসকলে মৃত্যুৰ হাৰ, খাদ্যৰ অসুৰক্ষিততা, সংক্ৰমিত পৰ্যটকৰ সংস্পৰ্শ আদিৰ বিষয়ে তেওঁলোকৰ বিপদৰ ধাৰণাৰ সৈতে জড়িত উদ্বেগ আৰু হতাশাৰ সন্মুখীন হ'ব পাৰে। একে সময়তে স্বাস্থ্যসেৱাৰ সুবিধা, ইতিবাচক আৱেগ, নতুনত্ব, আৰু সামাজিক পাৰস্পৰিক ক্ৰিয়াৰ উন্নতিৰ জৰিয়তে বাসিন্দাসকলৰ স্বাস্থ্য আৰু মংগলৰ ফলাফলত পৰ্যটনৰ ইতিবাচক দীৰ্ঘম্যাদী প্ৰভাৱ আছে। ●●●

ধীৰুভাই আম্বানী

জ্যোতিষ্মান দাস
উঃ মাঃ প্ৰথম বৰ্ষ, বাণিজ্য শাখা



ভাৰতবৰ্ষৰ সৰ্বতোকালৰ এজন সফল উদ্যোগী ধীৰুভাই আম্বানী। ধীৰুভাই আম্বানী জন্ম হৈছিল ১৯৩২ চনৰ ২৮ ডিচেম্বৰত। ধীৰুভাই আম্বানীয়ে মেট্ৰিক পৰীক্ষাতে শিক্ষা সমাপ্ত কৰে। তাৰ পাছত এটা পেট্ৰল ডিপোত তেল ভৰোৱা কাম কৰিছিল সম্পূৰ্ণ নিষ্ঠাৰে কাম কৰা বাবে তেওঁ মেনেজাৰ পদলৈ পদোন্নতি লাভ কৰিছিল। তেওঁ হাবিয়াস আছিল ব্যৱসায় কৰা। কিন্তু তেওঁ হাতত মূলধনৰ অভাৱ আছিল বাবে ৰাইজৰ পৰা ধন লৈ কাপোৰ তৈয়াৰ কৰি পুনৰ ৰাইজকে বেচি মুনাফা অৰ্জন কৰিছিল। আৰু তাৰ লাভাংশৰ ভাগ অংশীদাৰসকলৰ মাজত বিতৰন কৰিছিল। আৰু তাৰ পিছত তেওঁ নিজে মুম্বাইত এটাৰ ৩৫০ বৰ্গফুটৰ কোঠাৰ পৰা ধীৰুভাই আম্বানীয়ে কাপোৰৰ ব্যৱসায় আৰম্ভ কৰে। কোঠাটোত সম্বল বুলিবলৈ এখন টেবুল তিনিখন চকী আৰু এটা টেলিফোন আছিল। ধীৰুভাই আম্বানীয়ে ১৯৭৭ চনত ৰিলায়েন্স ইণ্ডাষ্ট্ৰীজ প্ৰতিষ্ঠা কৰিছিল। ধীৰুভাই আম্বানীয়ে কৈছিল নতুন ধাৰনা বা চিন্তাৰ ওপৰত কাৰো একোধিপত্য নাই। ডাঙৰকৈ ভাবা খৰতকীয়াকৈ ভাৱা, আনতকৈ আগতকৈ ভাবা তেওঁ নিজকে প্ৰতিষ্ঠা কৰা আৰু নিজৰ ওপৰত অত্যাধিক বিশ্বাস, ইচ্ছাশক্তি, আগ্ৰহ দক্ষতা স্বাধীনচিন্তা আৰু সৃষ্টিশীল মন। ধীৰুভাই আম্বানীয়ে পেনচিলভেনিয়া বিশ্ববিদ্যালয়ৰ ৱাৰ্টন স্কুলৰ ডীন পদক লাভ কৰা প্ৰথমজন ভাৰতীয় হিচাপে পৰিগণিত হয়। এছিয়া উইক আলোচনীৰ ‘পাৱাৰ ৫০ – দ্য মষ্ট পাৱাৰফুল পিপল ইন এছিয়া’ তালিকাতো তেওঁক সন্নিবিষ্ট কৰা হৈছিল।

ধীৰুভাই আম্বানীৰ মৃত্যু হৈছিল ২০০২ চনৰ ০৬ জুলাই তাৰিখে মুম্বাইৰ কেণ্ডি হাস্পাতালত। তেওঁ এসপ্তাহতকৈও অধিক সময় কামত আছিল।

২০১৬ চনত মৰণোত্তৰভাৱে তেওঁ ভাৰতৰ দ্বিতীয় সৰ্বোচ্চ অসামৰিক সন্মান পদ্ম বিভূষণ বঁটা লাভ কৰে।

তেওঁৰ দুটা পুত্ৰ সন্তান অনিল আম্বানী আৰু মুকেশ আম্বানী বৰ্তমান ভাৰতবৰ্ষৰ সফল ব্যৱসায়ী ৰূপে পৰিচিত। ●●●



ঠিকনা বিহীন হৃদয়

তুমি আহিছিলো ন-বাৰিষাৰ
ৰিমজিম বৰষুণজাকৰ দৰেই।।
য'ত তিতি বুৰি মতলীয়া হৈছিলো মই
জীপাল হৈছিল মোৰ ধূসৰ হৃদয়
সেউজীয়া হৈ ধৰা দিছিল
এটা জীয়া সপোন।।
কিন্তু।। এয়া কি কৰিলা তুমি
মোৰ সেউজীয়া সপোনটো
মোহাৰি কজলা কৰিলা
মোৰ ভগ্ন হৃদয় টুকুৰাবোৰৰ
হিয়া ভগা বিননি।।
অসহ্য লাগে মোৰ এতিয়া
হৃদয়ত এক অচিনাকি ৰিজতা
দুচকুত বিষন্নতা
ভগ্ন হৃদয়ৰ তিজ
মোৰ হৃদয় আজি দেখোন মোৰেই
ঠিকনাবিহীন।।

অনুভৱৰ দলিচা

চাৰিওফালে যেন অন্ধকাৰ
সেয়া অদূৰত ভাহি আহিছে
অচিন চৰাই অদূত চি-চিয়নী...
কৰবাত বাটৰুৱা কুকুৰৰ ভুক-ভুকনি
কৰবাত কোনোবা আত্মাৰ চিৎকাৰ
চাৰিওফালে যেন অন্ধকাৰ, অন্ধকাৰ...
পোহৰ বিচাৰি হাবাখুৰি খাইছো
যেন বুকুখন বাৰে বাৰে কপিছে
দুচকুৰ চকুলো বৈ গৈছে...
দুচকুত অলেখ সপোন, কিন্তু
উজুটি খাইছো বাৰে বাৰে
ভাগি যোৱা সপোন যেন জোৰা
লগাব বিচাৰো...
মাথো সেই অজাত সপোনৰ
হিয়া ভৰা অব্যক্ত বেদনা।

বনশী গগৈ
FYUGP তৃতীয় সন্মানসিক, বাণিজ্য বিভাগ



এটি সংস্থাপন

অংশুমান চলিহা
প্রাক্তন ছাত্র, বাণিজ্য বিভাগ



জীৱন জীয়াবলৈ একান্তই প্ৰয়োজন
এটা সংস্থাপন।
কিমান যে সংগ্ৰাম
এটা সংস্থাপনৰ বাবে।
চৰকাৰীয়ে হওঁক বা বেচৰকাৰীয়ে হওঁক
সঁচাকৈ লাগে এটা সংস্থাপন।
জীৱন জীয়াবলৈ
সপোনবোৰক পূৰ্ণতা দিবলৈ, আৰু
নিজৰ পৰিচয় পাবলৈ।
কত যে দাম্পত্যৰ সুখৰ ঘৰ
জহিছে-খহিছে
কত যে সংসাৰ জ্বলি মৰিছে
মাতৃৰ চকনো মটি
কত ডেকা-গাভৰু বিষন্নতাত ভুগিছে
মাথো এটা সংস্থাপন

কোনোবাই কান্দিছে
কোনোবাই হাঁহিছে
মানুহে টহল মৰা উশৃংখল ডেকা বুলি
ঠাট্টা-মস্কৰা কৰিছে।
তথাপি ২০ ইঞ্চি বুকুখনত সাহ গোটাই
জীৱন জীয়াইছে।
বৰষুণত তিতি ব'দত শুকাইছে।
বাৰে বাৰে ব্যৰ্থ হোৱাৰ পাছতো
নিৰাশ নহৈ status ত লিখিছে
I will try again
মৃত্যুৰ বাহিৰে যে মাৰিব
নোৱাৰে বুলি সংগ্ৰাম কৰিছে।
মাথো এটা সংস্থাপনৰ বাবে
মাথো এটা সংস্থাপনৰ বাবে। ●●●

CAKE

Aanchal Todi
B.Com 5th Semester
Department of Commerce



*There went some flour and baking powder...
With some milk, choco, butter and sugar...
Sieving and mixing, beating and folding...
The bowl was quite appealing that I was holding...
Into the baking tray it went and then into the pre-heated oven...
Setting the time, with fear in my mind and eyes wide open...
And this is the beauty of making a cake, with melting my hearts.
All my cakes are overflowed my love and my passion
The true beauty of a perfect cake is its softness...
Soft as soft as the mouth litches, every piece is of softness
Cooled and stored all my icing cakes with sweetness*



ADVERTISE



ব্য ৰ সা য় ত

বিজ্ঞাপনৰ গুৰুত্ব

দিব্যজ্যোতি দত্ত

উঃ মাঃ প্রথম বর্ষ, বাণিজ্য শাখা



ব্যৱসায়ীসকলে বিভিন্ন লক্ষ্যত উপনীত হ'বলৈ বিজ্ঞাপন ব্যৱহাৰ কৰে আৰু কোম্পানীসমূহে সেই বিজ্ঞাপনসমূহ বিভিন্ন মাধ্যমত প্ৰকাশ কৰে। বাতৰি কাকত আৰু সাধাৰণ স্বার্থৰ আলোচনী আদি পৰম্পৰাগত স্থানত সামগ্ৰীৰ বিজ্ঞাপনৰ উপৰিও ব্যৱসায়ীসকলে নিৰ্দিষ্ট বজাৰত উপনীত হোৱা সংবাদ মাধ্যমত বিজ্ঞাপন দিয়ে। উদাহৰণস্বৰূপে, এটা ছ'চিয়েল মিডিয়া চাইটত এটা পৰ্টেবল যোগাযোগ ডিভাইচৰ বিজ্ঞাপন দিয়া হয় যিয়ে কম বয়সীয়া গ্ৰাহকৰ ওচৰলৈ যায়। ঘৰৰ আচবাব আৰু সজ্জাৰ বিজ্ঞাপন এটা হোম এণ্ড গাৰ্ডেন শ্ব' প্ৰগ্ৰেম গাইডত দিয়া হৈছে। ফলপ্ৰসূতাৰে প্ৰস্তুত কৰা বিজ্ঞাপনসমূহে ব্যৱসায়িক লক্ষ্যসমূহ আগুৱাই নিয়াত সহায় কৰে।

পণ্যৰ পৰিচয় আৰু সজাগতাঃ

যেতিয়া কোনো ব্যৱসায়ীয়ে নতুন সামগ্ৰীৰ প্ৰৱৰ্তন কৰে, তেতিয়া বিজ্ঞাপনে বৃহৎ বজাৰখনক সামগ্ৰীটোৰ বিষয়ে সচেতন কৰাৰ এক উপায় প্ৰদান কৰে। বিজ্ঞাপনসমূহে প্ৰায়ে এটা সাধাৰণ সমস্যাৰ সমাধানৰ ওপৰত প্ৰডাক্টটোৰ ওপৰত গুৰুত্ব আৰোপ কৰে, যেনে নতুন চেল ফোন এটাৰ “ড্ৰপড কল” সমস্যা সমাধানৰ ক্ষমতাৰ প্ৰচাৰিত। এটা অতি দৃশ্যমান উদাহৰণত, এণ্টি-ফ্ৰিজ চুলিৰ

চিকিৎসাৰ বিজ্ঞাপনত “আগত আৰু পিছৰ” ফটো দেখুৱাব পাৰি যাতে প্ৰডাক্টটোৰ ফলপ্ৰসূতা দেখুওৱা হয়।

পণ্য বিক্ৰীৰ অনুষ্ঠানঃ

বিজ্ঞাপনে সীমিত সময়ৰ পণ্য বিক্ৰীৰ অনুষ্ঠানৰ বিষয়ে বজাৰক অৱগত কৰাৰ এক ফলপ্ৰসূ উপায় প্ৰদান কৰে। বিক্ৰী ভিত্তিক বিজ্ঞাপনসমূহ স্থানীয় খুচুৰা বিপণীসমূহে সৃষ্টি কৰিব পাৰে, বা পণ্যৰ ৰাষ্ট্ৰীয় নিৰ্মাতাৰ পৰা উৎপত্তি হ’ব পাৰে। বহু ক্ষেত্ৰত ৰাষ্ট্ৰীয় নিৰ্মাতাই বিজ্ঞাপনৰ খৰচ স্থানীয় খুচুৰা বিক্ৰেতাৰ সৈতে ভাগ কৰে। এই ধৰণৰ বিজ্ঞাপনক কো-অপাৰেটিভ বিজ্ঞাপন বোলা হয়, আৰু ইয়াত সাধাৰণতে নিৰ্মাতাই যোগান ধৰা গ্ৰাফিক্স আৰু বিজ্ঞাপনৰ সাঁচ ব্যৱহাৰ কৰা হয়। স্থানীয় খুচুৰা বিক্ৰেতাৰ নাম স্থানীয় সামগ্ৰীৰ বিপণী হিচাপে দেখা যায়।

প্ৰতিযোগীৰ পৰা পণ্যৰ পাৰ্থক্যঃ

ব্যৱসায়ীসকলে সঘনাই বিজ্ঞাপন ব্যৱহাৰ কৰি দেখুৱায় যে তেওঁলোকৰ সামগ্ৰীৰ অনুৰূপ প্ৰতিযোগীৰ সামগ্ৰীতকৈ কেনেকৈ অধিক সুবিধা আছে, বা অধিক ফলপ্ৰসূ। কিছুমান ক্ষেত্ৰত খুচুৰা বিক্ৰেতাই বিজ্ঞাপন দিয়াটো প্ৰয়োজনীয় বুলি অনুভৱ কৰে কাৰণ প্ৰতিযোগিতাখনে বাতৰি কাকতৰ পৃষ্ঠা বা টেলিভিছনৰ এয়াৰৱেভক নিজৰ বিজ্ঞাপনেৰে আবৃত কৰি ৰাখিছে। যদিহে আন বজাৰৰ খুচুৰা বিক্ৰেতাসকলে নিজৰ সামগ্ৰীক আক্ৰমণাত্মকভাৱে উজ্জ্বল কৰি তোলে, তেন্তে গ্ৰাহকৰ মনত সেইবোৰক উপেক্ষা কৰাৰ সম্ভাৱনা থাকে।

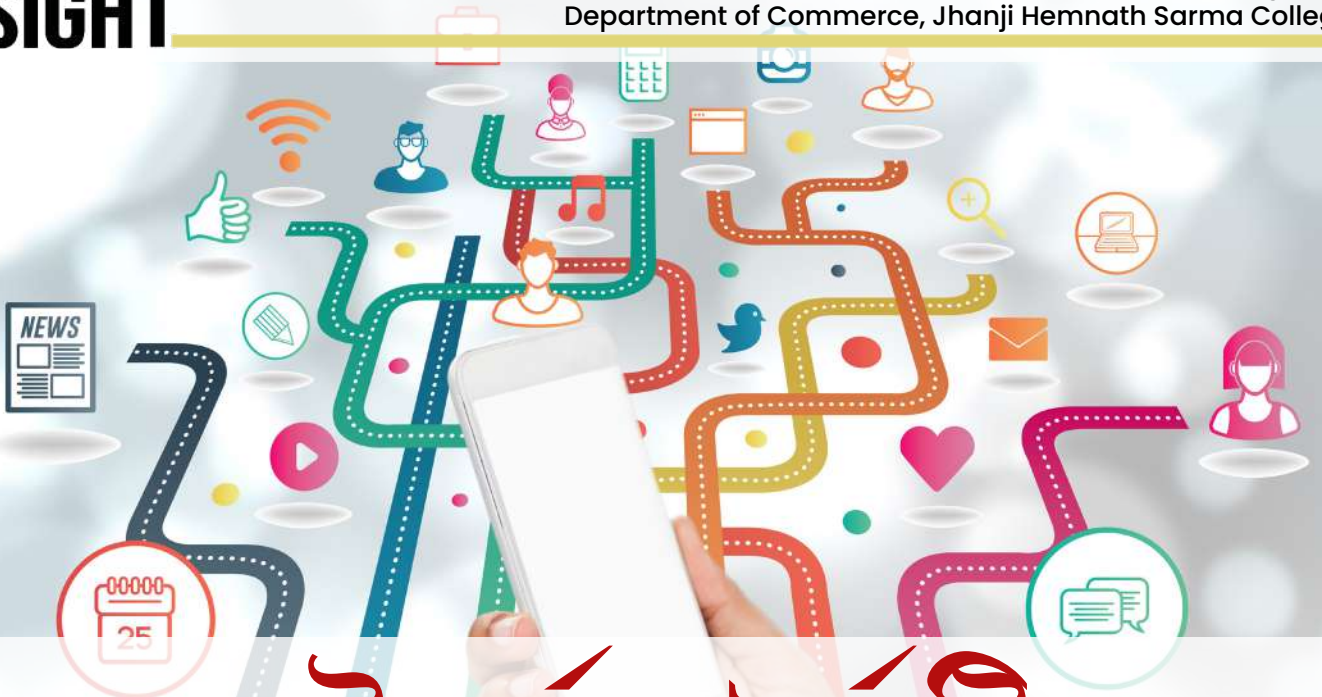
প্ৰডাক্টৰ ব্ৰেকথ্ৰু আৰু উন্নতিঃ

বিজ্ঞাপনৰ সহায়ত নাটকীয় সামগ্ৰীৰ অগ্ৰগতিৰ যোগাযোগ কৰা হয়। ২০০৩ চনৰ ছেপ্টেম্বৰ মাহত “বিজ্ঞাপন যুগ”ত “চাবোন যুদ্ধ”ৰ এক দীঘলীয়া ইতিহাস চিত্ৰিত কৰা হৈছিল য’ত বাৰ চাবোন নিৰ্মাতাসকলে নিজৰ নিজৰ সামগ্ৰীৰ প্ৰচাৰ কৰিছিল। ১৯৮০ চনত প্ৰথমবাৰৰ বাবে তৰল হাতৰ চাবোনৰ প্ৰৱৰ্তনৰ লগে লগে এটা সামগ্ৰীৰ অগ্ৰগতি ঘটে। এই ৰিফিল কৰিব পৰা চাবোনটোৱে চিঞ্চৰ অগোছাল অৱশিষ্টৰ সমস্যা সমাধান কৰিলে। এই তৰল চাবোন সামগ্ৰীটো এটা ৰাষ্ট্ৰীয় ব্ৰেণ্ড ক্ৰয় কৰাৰ বিপৰীতে প্ৰতিযোগীসকলৰ তৰল চাবোন সামগ্ৰীও উত্থান ঘটিছিল।

এটা ভাল ভাবমূৰ্তি প্ৰচাৰৰ বাবে প্ৰতিষ্ঠানিক বিজ্ঞাপনঃ

যেতিয়া কোনো ব্যৱসায়ীয়ে নিজৰ কাৰ্যকলাপৰ বিষয়ে তথ্য যোগাযোগ কৰে, বা ইয়াৰ সামগ্ৰী গ্ৰাহকৰ বাবে কিয় সৰ্বোত্তম পছন্দ সেই কথা দেখুৱায়, তেতিয়া কোম্পানীয়ে প্ৰতিষ্ঠানিক বিজ্ঞাপন ব্যৱহাৰ কৰে। বিক্ৰী বিশেষজ্ঞ জিগ জিগলাৰে লক্ষ্য কৰিছে যে এই ধৰণৰ বিজ্ঞাপন প্ৰকৃততে বিক্ৰী বৃদ্ধিৰ বাবে ডিজাইন কৰা হোৱা নাই, বৰঞ্চ কোম্পানী বা সামগ্ৰীৰ ভাল ভাবমূৰ্তি প্ৰচাৰৰ বাবে গঠন কৰা হৈছে। এই ধাৰণাটোৱে আশাকৰোঁ ভৱিষ্যতে বিক্ৰীলৈ ৰূপান্তৰিত হ’ব। জিগলাৰে জোৰ দি কয় যে গ্ৰাহকে বৰ্তমানে সামগ্ৰীটো ক্ৰয় নকৰিলেও কোম্পানীটোৱে নিজৰ নাম গ্ৰাহক বজাৰৰ সন্মুখত ৰাখিছে।





নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং

দিপাংকৰ দত্ত

FYUGP তৃতীয় ষাণ্মাসিক, বাণিজ্য বিভাগ



নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং হৈছে গ্ৰাহকক মুখৰ পৰা মুখলৈ, বন্ধুৰ পৰা বন্ধুৰ জৰিয়তে এটা সামগ্ৰী বা সেৱা বিতৰণ কৰাৰ এক কাৰ্যক্ষম পদ্ধতি। নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং এনেকুৱা এটা ব্যৱসায় য'ত আমি টকা বিনিয়োগ নকৰোঁ কিন্তু সময় বিনিয়োগ কৰোঁ। যি উদ্যোগে বিশ্বত সৰ্বাধিক কোটিপতিৰ সৃষ্টি কৰিছে। নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং হৈছে একবিংশ শতিকাৰ ব্যৱসায়ৰ ভৱিষ্যত। সকলো সকলো ভাল কথাত কবলৈ গ'লে সময়ৰ লগে লগে ইয়াৰ বিকাশ হোৱাতো সঠিক। অংশকালীন চাকৰি হিচাপে আৰম্ভ কৰা প্ৰত্যক্ষ বিক্ৰীয়ে এতিয়া কেৰিয়াৰ গঢ়ি তোলাত সুযোগৰ সঠিক পথ লাভ কৰিছে। ভাৰতত নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং বৃদ্ধি শেহতীয়া সময়ত ভয়ংকৰ ভাৱে বৃদ্ধি পাইছে।

ভাৰতত প্ৰায় ব্যক্তিয়ে নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিঙৰ লগত জড়িত কিন্তু প্ৰশ্ন হয় যে এই ব্যৱসায়ৰ পথ প্ৰদৰ্শক কোন? প্ৰকৃততে নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং কেতিয়া আৰম্ভ হৈছিল? ১৯৪৫ চনত কালবহেনবগে তেওঁৰ পুষ্টিৰ সামগ্ৰীৰ বজাৰৰ ক্ষতিপূৰণ পৰিকল্পনা প্ৰৱৰ্তন কৰা প্ৰথমজন ব্যক্তি হিচাপে জনা গৈছিল। তেওঁৰ কোম্পানী নাম আছিল প্ৰথমে কেলিফৰ্নিয়া ভিটামিন কোম্পানী, কিন্তু পিছলৈ ইয়াৰ নাম সলনি

কৰা হয় নিউ ট্ৰিলাইন প্ৰডাক্টছ ইনকপৰেশ্যন। এই ব্যৱস্থাৰ জৰিয়তে, পুৰণি “ডাইৰেক্ট-চেলিং” পদ্ধতিৰ তুলনাত নিউট্ৰিলাইটে আচৰিত সফলতা লাভ কৰে। ১৯৫৯ চনত দুজন ভাল বন্ধু ৰিচ ডিভ'আৰু জে ভ্যান এণ্ডেলে-এম্বে কৰ্প'ৰেশ্যন নামৰ এটা নতুন কোম্পানী আৰম্ভ কৰে যিয়ে বায়'ডিথেডেবল অৱ-পাপজ ক্লিনাৰ বিক্ৰী কৰে নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং ক্ষতিপূৰণ পৰিকল্পনা ব্যৱহাৰ কৰি এই ক্ষুদ্ৰ উদ্যোগ টোৱে সমগ্ৰ আমেৰিকাত বিক্ৰী বাহিনীৰ সৈতে উল্লেখযোগ্য সফলতা লাভ কৰে। ডাঃ ফাৰেষ্ট শ্বেকলীয়ে ১৯৫৯ চনত শ্বেকলীৰ সামগ্ৰীৰে পুষ্টিৰ সামগ্ৰী ক্ষেত্ৰতো একে কাম কৰিছিল।

বছৰৰ পাছত বছৰ ধৰি নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিঙৰ বিকাশ আৰু বৃদ্ধি পাই বিস্তৃত পৰিসৰৰ সামগ্ৰী আৰু সেৱালৈ পৰিণত হৈছে কাৰণ অধিক কোম্পানীয়ে এই বিপণন পদ্ধতি গ্ৰহণ কৰিছে। নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং হিচাপে আপুনি কোম্পানীটোৰ বাবে কাম নকৰে আপুনি কোম্পানীটোৰ সৈতে কাম কৰে। ব্যৱসায়িক সম্পৰ্ক এটা স্পষ্ট আৰু গতিশীল অংশীদাৰীত্ব য'ত কোম্পানীয়ে প্ৰদান কৰে পণ্য পেকেজিং, গৱেষণা আৰু উন্নয়ন,

মূলধনীকৰণ, বিত্তীয় ব্যৱস্থাপনা, আইনী আৰু নিয়ন্ত্ৰণ, অনুসৰণ, তথ্য প্ৰক্ৰিয়াকৰণ প্ৰশাসন অৰ্ডাৰ লোৱা, ক্ৰয় আৰু উৎপাদন, গুণগত নিয়ন্ত্ৰণ, পণ্য সন্তোষ্টিৰ নিশ্চয়তা, গুদাম, বিপণন সামগ্ৰীৰ সৃষ্টি আৰু উৎপাদন ইত্যাদি। কল্পনা কৰক যে আপুনি এটা বৃহৎ ডিপাৰ্টমেন্ট ষ্টৰত বিক্ৰেতা আৰু আপোনাৰ প্ৰতিজন গ্ৰাহকে আপুনি বিক্ৰী কৰা সামগ্ৰীৰ বিক্ৰেতা হৈ পৰে, আৰু তেওঁলোকে বিক্ৰী কৰা সামগ্ৰীৰ শতাংশ লাভ কৰিবলৈ সক্ষম হয়। আপোনাৰ সময়ৰ লাভ উঠাওক-সময়ৰ স্বাধীনতা আৰু সীমাহীন আয়ৰ সম্ভাৱনা উপভোগ কৰক। জীৱনৰ আমি আটাইতকৈ ভালপোৱা মানুহবোৰৰ সৈতে আমি আটাইতকৈ ভালপোৱা কামবোৰ কৰি মান সম্পন্ন সময় কটাবলৈ পোৱা আনন্দৰ সমান নহয়। ২৫-৬৫ বছৰ বয়সৰ মানুহ এজনৰ বা ৪০ বছৰীয়া পৰিকল্পনাৰ প্ৰধান সমস্যাটো হৈছে আমাক নিজৰ বাবে আবন্তিত সময়ৰ অভাৱ, পৰিয়ালৰ সৈতে সময় কটাবলৈ সময়ৰ অভাৱৰ লগতে অভাৱ এজন ভাল মানুহ হ'বলৈও, ৪০ বছৰীয়া পৰিকল্পনাটোৱেই হৈছে পৰম্পৰাগত ব্যৱসায়ত বেছিভাগ লোকে আশা কৰা শ্ৰেষ্ঠ। ২৫ বছৰ বয়সলৈকে বেছিভাগ মানুহৰে এটা ধাৰণা হয় যে তেওঁলোকে কি বৃত্তিত প্ৰৱেশ কৰিব। কিন্তু ৪০ বছৰ পাছতো সাধাৰণ ১০০ জন মানুহৰ ভিতৰত ৫ জন এতিয়াও কাম কৰি আছে, ৩৬ জন মৃত, ৫৪ জন ডেডৱেক (বা অন্ততঃ কৰ্মৰত হোৱাৰ সময়ত যিমান উপাৰ্জন কৰিছিল তাতকৈ কম উপাৰ্জন কৰা), ৪ জন ভাৱে আছে আৰু ১ জন ধনী।

প্ৰতিযোগিতামূলক কৰ্মক্ষেত্ৰত যেতিয়া আপুনি আন কাৰোবাৰ বাবে কাম কৰে, আৰু আপুনি এটা ডাঙৰ কাম কৰে, তেতিয়া আপুনি আপোনাৰ চৌপাশৰ আনৰ বাবে ভাবুকি হৈ পৰিব পাৰে। বা যদি আপুনি সেই নিৰ্দিষ্ট ব্যৱসায়টোৰ বিষয়ে জ্ঞান আহৰণ কৰে আৰু সেইটো আন কাৰোবাক শিকাই, বহু সময়ত সেই ব্যক্তিজনে আপোনাৰ চাকৰিটো ল'ব পাৰে বা আপোনাৰ কোম্পানীটো এৰি নিজৰ এটা আৰম্ভ কৰিব পাৰে - যিকোনো ক্ষেত্ৰতে, আপুনি মূলতঃ যি কৰিছে সেয়া হ'ল “নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং যেতিয়া আপুনি নিজকে ডুপ্লিকেট কৰে, আৰু আপোনাৰ সৈতে কাম কৰা সকলে পইচা ঘটাই আপুনি টকা উপাৰ্জন কৰে। যেতিয়া তেওঁলোক জয়ী হয়। তেতিয়া আপোনিও জয়ী হয়। মই বিশ্বাস কৰো যে আপুনি জীৱনত

বিচৰা যিকোনো বস্তু পাব পাৰে, যদিহে আপুনি কেৱল আন মানুহক তেওঁলোকে বিচৰাখিনি দিবলৈ যথেষ্ট চেষ্টা কৰিব। নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং এটা মজাৰ ব্যৱসায়, ই পৃথিৱীৰ একমাত্ৰ ব্যৱসায় য'ত বাহিৰলৈ ওলাই গৈ আনক তেওঁলোকে বিচৰাখিনি পোৱাত সহায় কৰি আৰু আনৰ জীৱনক ভালৰ দিশত সলনি কৰি, আপুনি এই প্ৰক্ৰিয়াত যি বিচাৰে তাকে পাব পাৰে। সফলতাৰ সৰ্বোত্তম উপায় আনক সহায় কৰাৰ পৰাহে আহে, আৰু নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিঙে আপোনাক ঠিক সেইটোৱেই কৰিবলৈ অনুমতি দিয়ে।

সময় স্বাধীনতামুখী, আপুনি ক'ব পাৰিবনে ২০০১ চনত আমাৰ পিতৃ মাতৃ ডাঙৰ হোৱা সময়ত কথাবোৰ যিদৰে আছিল বৰ্তমান ২০২৪ চনতো সম্পূৰ্ণ পৃথক দেখা যায় কাৰণ এই কেইটা বছৰৰ ভিতৰত নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিঙে প্ৰায় সম্পূৰ্ণ ৰূপে সলনি কৰিছে আজিৰ আমাৰ পৃথিৱীখনৰ জীৱনৰ আটাইতকৈ মৌলিক তথ্যটো হ'ল পৰিবৰ্তন। তাৰ সৰ্বোত্তম উদাহৰণ আমাৰ ভাৰতবৰ্ষ। ভাৰত, নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং কোম্পানী সমূহে আকৰ্ষণীয় সম্প্ৰসাৰণৰ সম্মুখীন হৈছে। উদ্যোগৰ প্ৰতিবেদন অনুসৰি ২০২৫ চনৰ ভিতৰত ভাৰতৰ প্ৰত্যক্ষ বিক্ৰীৰ ব্যৱসায় ৬৪৫০০ কোটি টকালৈ সম্প্ৰসাৰিত হ'ব পাৰে। ভাৰত নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং উদ্যোগটো শেহতীয়া বছৰ বোৰত যথেষ্ট বৃদ্ধি পাইছে। KPMG ৰ এক প্ৰতিবেদন অনুসৰি এই উদ্যোগটো ১৬% CAGR ৰে বৃদ্ধি পাইছে। প্ৰতিবেদনত আৰু কোৱা হৈছে যে ২০২৫ - ২৬ চনৰ ভিতৰত এই উদ্যোগটোৱে ২৫ হাজাৰ কোটি টকাৰ বজাৰ আকাৰ লাভ কৰাৰ সম্ভাৱনা আছে। বৰ্তমান অৱস্থাত বিজ্ঞান যিটো অৱস্থাত আহি পৰিছে কবলৈ গলে ২০৩১ চনৰ ভিতৰত বৰ্তমানৰ ১০০% চাকৰিৰ ১০% মান হে থাকিবগৈ পাৰে। প্ৰত্যেক কাম ৰবট ৰ যোগেদি কৰাব, যদি প্ৰত্যেক কাম ৰবটে কৰিব তেন্তে প্ৰশ্ন হয় মানুহে কি কৰিব? মানুহে কৰিব নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং, ৰবটে নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং কৰিব নোৱাৰে, কাৰণ নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিঙৰ বাবে স্কিল লাগে, সন্মুখৰ মানুহ জনক বুজিব লাগিব তেওঁক বুজাব লাগিব।। এই বোৰ কাম ৰবটৰ দ্বাৰা সম্ভৱ নহয়, কেইবছৰমান পাছত পৃথিৱীৰ প্ৰতিটো অংশতে এটাই নাম হ'ব সেইটো হ'লঃ “নেটৱৰ্ক মাৰ্কেটিং”। ●●●

Founder Teacher : Cheniram Borah sir visit to the department

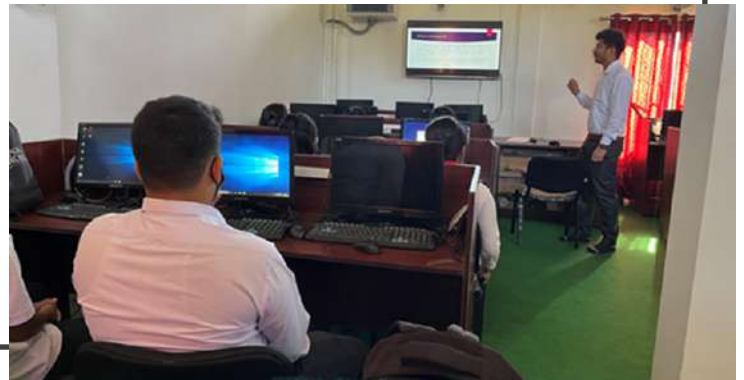


Retirement Day of Mr. Torun Phukon, HoD, Department of Commerce

Certificate Course: Tea Nursery Management: At Borsilla Tea-Estate



DIGITAL CLASS
by faculty



FAREWELL...





TRIP 2023

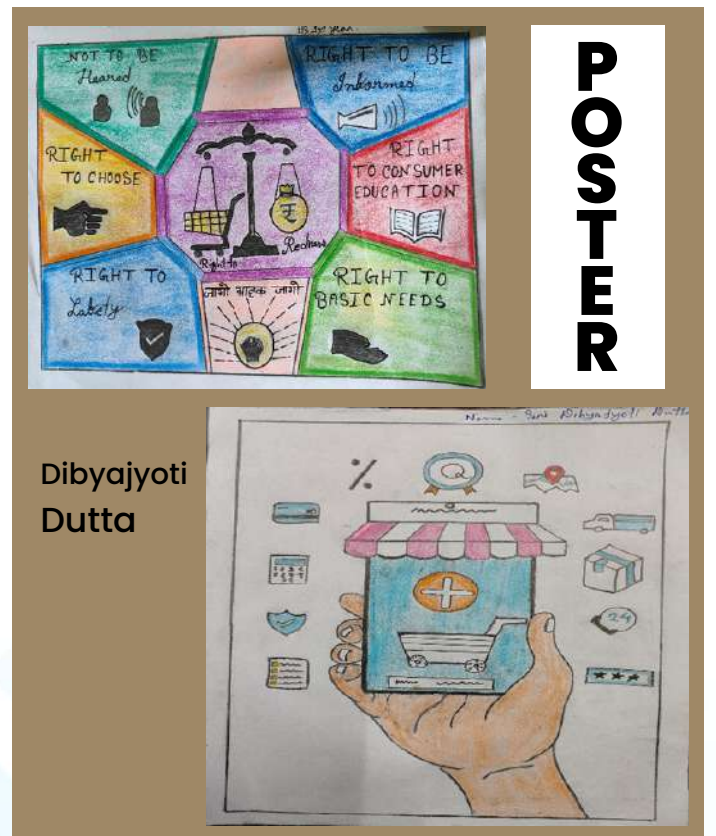
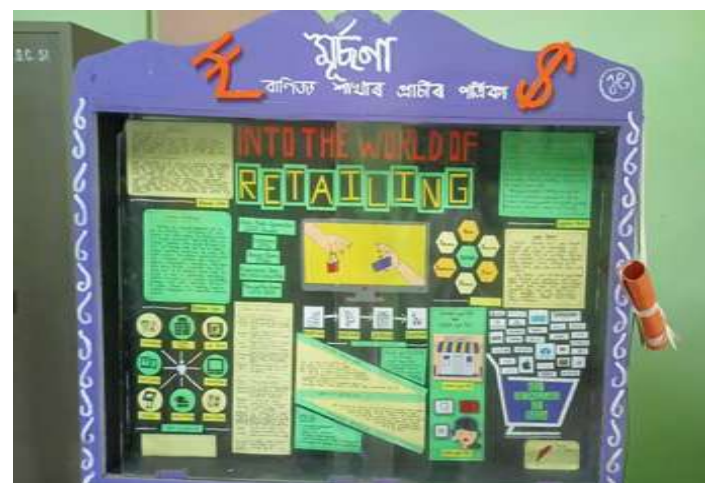


TRIP 2021



TRIP 2022







Teachers' Day CELEBRATION



PARENT - TEACHER MEET

H.S. 2nd Year External Visit



Student Exhibition cum Sale : 2023



Student Exhibition cum Sale : 2024



Student Participation : **Wall Magazine**

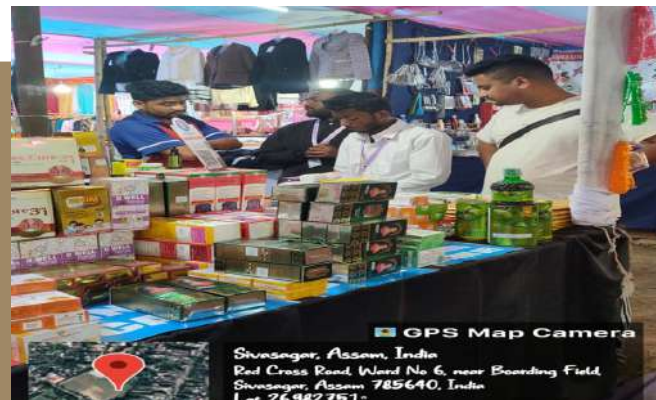




ENTREPRENEURSHIP DAY CELEBRATION

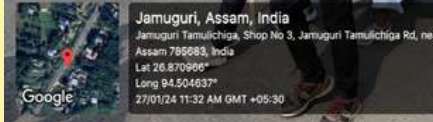


VISIT TO 4TH INTERNATIONAL SIVASAGAR TRADE EXPO AND BOOK FAIR





Student Participation: COLLEGE WEEK- CULTURAL RALLY



GPS Map Camera



Student Participation: NSS ACTIVITIES





Commerce QUIZ

Simpi Gogoi

FYUGP1st Semester (Commerce)

- Q1. Who is the father of Commerce?
Q2. Who is father of accounting?
Q3. Who is father of Accounting in India?
Q4. Who is founder of E-commerce in India?
Q5. Who is father of Modern Economics?
Q6. Who is founder of Neoclassical Economics?
Q7. Who is father of General Management?
Q8. Who is father of Marketing?
Q9. Who is father of Statistics?
Q10. Who is father of Indian Statistics?

ANSWERS

- Q1. Poseidon
Q2. Luca Pacioli
Q3. Shri Kalyan Subramani Aiyar.
Q4. K. Vaitheeswaran
Q5. Adam Smith.
Q6. Alfred Marshall.
Q7. Henri Fayol
Q8. Philip Kotler.
Q9. Sir Ronald Alynmer Fisher.
Q10. Prof. Prasanta Chandra Mahamamnobis.