

د یو ویشتمې پېړۍ
تجارت

رابرټ کیوساکی



Ketabton.com

د یو ویشتمې پېړۍ تجارت

لیکوال

رابرټ کیوساکی

ژباړن

علي الله متوکل

د مطالبو لیکلې

- ۸ د لیکوال خبرې
- ۱۱ د ژباړن سریزه

لومړۍ برخه

د راتلونکي واگې په لاس کې واخله!

- ۱۴ لومړۍ خپرکۍ
- ۱۴ ۱. قوانین بدل شوي دي!
- ۱۸ ایا د ملکیت ارزښت تل زیاتېږي؟
- ۱۹ دا نوې پېړۍ ده!
- ۲۳ اقتصاد اصل نه دی، ته اصل یې!
- ۲۴ دویم خپرکۍ
- ۲۴ ۲. د هیلو څرک
- ۲۸ د گومارلو افسانه
- ۳۱ درېیم خپرکۍ
- ۳۱ ۳. ته چېرته ژوند کوي؟
- ۳۱ پیسې څنگه گټې؟



د یوویشتمی پېړۍ تجارت

لیکوال: رابرت کیوساکی

ژباړن: علي الله متوکل

بیاکنه: احمدشاه ویاړ

خپرنډوی: اکسوس کتابپلورنځی

ډیزاین: حسیب الرحمن ساحل

چاپځی: وایگل چاپ

چاپ کال: ۱۳۹۸ / ۲۰۲۰

بیه: ۱۴۰ ₪

پته: افغانستان-کابل، درېیمه ناحیه، د دهبوري پارک جنوبي دروازې ته مخامخ

ISBN: 978-9936-653-32-0

☎ 0202 504 652, 0798 98 96 96

✉ aksosbookstore@gmail.com

📘 aksos book store 📖 aksosbookstore

www.aksosbookstore.af

د دې کتاب د هر ډول چاپ او خپرولو حقوق له خپرنډوی سره خوندي دي.

- خلورم خپرکی ۳۹
۴. ستا اصلي مالي ارزښتونه ۳۹
- پنځم خپرکی ۴۸
- د یوه متشبت ذهنیت ۴۸
۵. د متشبت کېدو لپاره کومې ځانگړتیاوې اړینې دي؟ ۵۰
- شپږم خپرکی ۵۵
۶. د واک اخیستلو وخت رارسېدلی دی! ۵۵
- سخت کار کول مو نه شتمنوي! ۵۶
- ستونزه څه ده؟ ۵۸

دویمه برخه

یو کاروبار او اته شتمنۍ جوړوونکې دارایی

- اووم خپرکی ۶۴
۷. زما د تجارت کلونه ۶۴
- د بازار موندنې شبکه څه شی ده؟ ۶۸
- نور خلک د بازارموندنې په اړه څه نظر لري؟ ۷۱
- اتم خپرکی ۷۳
۸. پیسې گټل اصل نه دی، اصل هغه شتمني ده چې ۷۳
- ستا په اړه حقیقت ۷۴
- نهم خپرکی ۸۱
- لومړۍ دارایی: د رښتیني ژوند کاروباري زده کړه ۸۱
- درې ډوله زده کړه ۸۲
- اړین مهارتونه ۸۳
- د ماليې گټې او ترې اخیستل شوی درس ۸۴

- د ژوند مهارتونه ۸۶
- لسم خپرکی ۸۹
۱۰. د شخصي پرمختگ گټوره لار ۸۹
- د پیلوټۍ ښوونځی ۹۶
- تجارتی مهارتونو مې ژوند څنگه بدل کړ؟ ۹۷
- یوولسم خپرکی ۱۰۰
۱۱. درېیمه دارایی: له هغو ملگرو سره یو ځایوالی چې له تاسو سره گډ ارزښتونه او موخې لري ۱۰۰
- دوولسم خپرکی ۱۰۵
۱۲. څلورمه دارایی: د خپلې شبکې درلودلو وړتیا ۱۰۵
- شبکې تجارتی نړۍ ته ننوزي ۱۰۸
- دیارلسم خپرکی ۱۱۳
۱۳. پنځمه دارایی: هغه تجارت چې د څو برابره کېدو او پرمختگ وړتیا لري ۱۱۳
- د زیات پرمختگ لپاره د اطلاعاتو او معلوماتو اړین توکي ۱۱۶
- څوارلسم خپرکی ۱۲۲
۱۴. شپږمه دارایی: د مشرۍ بې پرتلې او غوره مهارتونه ۱۲۲
- ډېر ځانگړی مشر ۱۲۶
- د مشرۍ څلور اړین توکي ۱۲۸
- پنځلسم خپرکی ۱۳۱
۱۵. د شتمنۍ پیدا کولو میکانیزم ۱۳۱
- د مالي ازادۍ لپاره زما څلور ساده گامونه ۱۳۲
۱. د خپل تجارت رامنځته کول ۱۳۳
۲. پر تجارت بیا پانگونه کول ۱۳۴
۳. پر ملکیتونو پیسې لگول ۱۳۶

۴. له دارایی څخه په گټه اخیستنه د ښو او لوکسو شیانو پېرل ۱۳۸
- شپاړسم څپرکی** ۱۴۰
۱۶. اتمه دارایی: لویې هیلې او هغو ته د رسېدلو وړتیا ۱۴۰
- هغه خلک چې هیلې یې په تېرو وختونو کې وې ۱۴۳
- هغه خلک چې کوچنۍ هیلې لري ۱۴۳
- هغه خلک چې خپلو هیلو ته رسېدلي؛ خو خواشیني ژوند لري ۱۴۴
- هغه خلک چې له هیلو لاس اخلي ۱۴۵
- هغه خلک چې د تر هیلو پوره کېدو وروسته نورې لویې هیلې لري ۱۴۵
- اوولسم څپرکی** ۱۴۸
۱۷. هغه تجارت چې مېرمنې پرمختگ پکې کوي ۱۴۸
- د ښځو د شتمنېدو لاملونه ۱۴۹
- د وخت کنټرول ۱۵۱

درېیمه برخه

ستاسو راتلونکې اوس پیلېږي!

- اتلسم څپرکی** ۱۵۴
۱۸. په هوښیاری ټاکنه وکړئ! ۱۵۴
- د بازار موندنې د شبکې اړوندې پوښتنې ۱۵۸
- څوک یې مخ ته بیايي؟ ۱۵۸
- ایا شرکت عملي کېدونکې ثابت پلان لري؟ ۱۶۰
- د شرکت لخوا تعلیمي پلان ۱۶۱
- د شرکت تولیدات ۱۶۲
- نولسم څپرکی** ۱۶۴
۱۹. څه شي اړین دي؟ ۱۶۴

- د غوره پلورنکي کېدو اړتیا نشته ۱۶۴
- د دندې پرېښودو اړتیا نشته ۱۶۵
- شتمنېدو او د کور په گروهۍ ورکولو ته اړتیا نشته ۱۶۶
- د خبرو نابغه توب او په حسابونو کې تکره توب ته اړتیا نشته ۱۶۷
- له ځان سره رښتیني اوسه ۱۶۷
- سالم برخورد ته اړتیا ده ۱۶۸
- رښتیني ودې ته اړتیا ده ۱۶۹
- وخت ته اړتیا ده ۱۷۱
- پنځه کلن پلان ۱۷۲
- زه تر اوسه د پنځه کلن پلان له پالیسۍ څخه کار اخلم. ۱۷۴
- د هېرولو لپاره وخت ته اړتیا ده ۱۷۵
- هرڅه عملي کولو ته اړتیا لري ۱۷۷
- شلم څپرکی** ۱۷۸
۲۰. له ژونده گټه واخلي! ۱۷۸
- زما طلايي درس ۱۷۸
- یو: د زیاتو پیسو گټلو پوهه ۱۷۹
- دوه: د پیسو ساتلو پوهه ۱۸۰
- درې: له پیسو څخه د گټې اخیستنې پوهه ۱۸۰
- یوویشتم څپرکی** ۱۸۵
۲۱. د یوویشتمی پېری تجارت ۱۸۵
- د ډیموکراتیکې شتمنۍ جوړول ۱۸۶
- د سولې لپاره اقتصادي بنسټ ۱۸۹

ما چې کور پرېښود، ډېرې تجربې مې لرلې. په ویتنام کې مې د سمندري ځواکونو په لیکو کې د پیلوټ دنده ترسره کړې وه. په زیروکس شرکت کې مې د خورا کمزوري پلورونکي په توګه کار پیل کړ او څلور کاله وروسته په داسې حال کې له زیروکس شرکت نه ولاړم چې د دوی تر ټولو غوره پلورنکی و.

تر زیروکس شرکت وروسته مې ځینو څو میلیونې تجارتونو ته پراختیا ورکړه او په ۴۷ کلنۍ کې تقاعد شوم چې د خپلې خوښې کار ته ادامه ورکړم. زما نورو خلکو ته د غربت او استعفا ورکولو پر ځای پانګونه او د ایډیال ژوند جوړولو زده کړه خوښېږي.

په (۱۹۹۷م) کې مې د خپلو تجربو په اړه کوچنی کتاب ولیکه. حتماً به ځینې خلک د هغه کتاب تر اغېز لاندې راغلي وي. ځکه د «شتمن پلار او نېستمن پلار» کتاب د نیویارک ټایمز د زیاتو پلورل شوو کتابونو د نوملړ په سر کې راغی. څه باندې څلور کاله په دې نوملړ کې پاتې شو او په تجارت کې د خورا زیات پلورل شوي کتاب په نوم و پېژندل شو.

تر هغه وروسته مې د «شتمن پلار» په نوم د کتابونو بشپړه لړۍ پیل کړه. که څه هم هر کتاب یې پر یوه بېله موضوع را څرخي؛ خو ټول کتابونه د لومړي هغه یو پیغام له ځانه سره لري. کوم کتاب چې ستاسو په لاس کې دی، اصلي پیغام یې دا دی:

د پیسو ګټولو مسئولیت پر خپله غاړه واخلي، که داسې ونه کړئ، د ژوند تر پایه به د نورو تر امر لاندې یئ. تاسو به یا د پیسو مشر یئ، یا د پیسو غلام. ټاکنه ستاسو په لاس کې ده.

د لیکوال خبرې

اقتصاد مخ په ځوړ دی. اوسنۍ دنده مو له خطر سره مخ ده. ښايي همدا اوس هم بېکاره یاست. تاسو څه خبر یاست، زه له کلونو د دې بحران د راتګ نارې وهم.

د دې اقتصادي بحران د راتګ خبرونه د هر چا تر غوږو رسېدلي دي. موږ په دې کتاب کې د اقتصاد د خرابېدو او ناوړین پر لاملونو نه غږېږو، بلکې د دې کتاب په مټ درنښو چې بد خبرونه په ښو هغو بدل کړئ.

ما تجارت له دوو تنو زده کړ، زما پلار، چې د ښې پوهې څښتن لوړ پوړی دولتي کارمند و او بل زما د نژدې ملګري پلار، چې په اتم ټولګي کې له ښوونځي شړل شوی و او بیا یې خپله ځان میلیونر کړی و. پلار مې ټول ژوند له مالي ستونزو سره تېر کړ او په داسې حال کې ومړ چې په ټول ژوند کې له سخت کار سره سره یې بیا هم ډېره لږه شتمني په میراث پرېښوده. زما د ملګري پلار بیا د هاوایی «Hawaii» ایالت له تر ټولو شتمنو کسانو و.

دوی دوه ما د خپل ژوند «شتمن پلار» او «نېستمن پلار» بللي. ما له خپل پلار سره مینه لرله او ډېر مې ستایه. ژمنه مې وکړه چې زه به تر خپله وسه له خلکو سره مرسته کوم، او کومې ستونزې او ناکامۍ چې زما پلار ګاللې وې، نور خلک به د هغو له لارې سمې لارې ته رهبري کوم.

زه ډېر بختور وم چې د رښتینې شتمنۍ د لاسته راوړلو لپاره مې تجربې او لارښوونکي لرل. د دې پایله دا شوه چې د تل لپاره له کار کولو څخه تقاعد شوم. هغه وخت مې د خپلې کورنۍ راتلونکي جوړاوه او تر تقاعد کېدو وروسته ستاسو راتلونکي جوړوم.

د تېرو لسو کلو راهیسې مې ژوند د هغو اغېزناکو او ګټورو لارو موندلو ته وقف کړی چې په وسیله یې خلک په یوویشتمه پېړۍ کې شتمنېږي.

ما او زما همکارانو د «شتمن پلار» د کتابونو د لړۍ له لارې د زیاتو تجارتونو او پانګونو پر بېلابېلو ډولونو لیکنې کړې دي. د څو کلونو پراخې څېړنې او مطالعې په مرسته مې یو تجارت و موند چې په وسیله یې زیات خلک د خپل ژوند مالي چارې، راتلونکي او د ژوند واګي په لاس کې اخیستلای شي.

یوه بله خبره، کله چې زه د «رښتینې شتمنۍ» خبره کوم، موخه مې یوازې پیسې نه دي. پیسې یوازې د شتمنۍ برخه ده، ټوله شتمني نه ده. اصلاً رښتینې شتمني هغې پانګې ته وايي چې پیسې لاس ته ترې راځي.

غواړم په دې کتاب کې در ونسیم چې د خپل تجارت جوړولو ته څه اړتیا ده او کوم تجارت غوره تجارت دی. په دې کې یوازې ستاسو د تجارت بدلېدل نه راځي، بلکې ستاسو بدلېدل هم پکې دي. زه تاسو ته د تجارت پراخېدل درښودلای شم؛ خو د تجارت له پرمختګ سره تاسو هم باید پرمختګ وکړئ.

د یوویشتمې پېړۍ تجارت ته ښه راغلاست!

رابرټ کیوساکي

د ژباړن سریزه

له تېرو څو کلو راهیسې مو په ګران هېواد کې د خلکو اقتصادي حالت له ګواښ سره مخ دی، خلک په فقر کې ژوند کوي، څوک بې کوره دي، څوک بې خوراکه او څوک ان د یوې ډوډۍ د موندلو لپاره وحشت ته مخه کوي. زموږ د اقتصادي کمزورۍ یو لوی لامل پر موږ را ټپل شوې جګړه ده. دا خبره تر ډېره سمه ده. خو که بل لوري ته وګورو، ځینې خلک د شتمنېدو پر لور روان دي. هغوی د شتمنېدو فکر لري او د کار لپاره د کلکو متو تر څنګ له خپلې پخې ارادې او مالي فکر او پوهې څخه کار اخلي.

رابرټ کیوساکي د شبکه یي بازارموندنې «Network marketing» خورا نادر لیکوال دی. ده او مېرمنې یې ډېرې ستونزې ګاللې دي. دی وايي: ((په (۱۹۸۴م) کې مې زه او مېرمن د کور نه درلودلو په خاطر په خپل زاړه موټر کې ویدېدلو؛ خو په (۱۹۸۹م) کې میلیونران وو.))

رابرټ په دې کتاب کې موږ ته د زر او همېشه پیسو موندلو اسانه لارې رابښي. د کتاب په لومړیو دوو څپرکو کې په ټوله نړۍ کې د اقتصادي بحران په اړه خبرې کوي. د دې څپرکو په پای کې وايي: ((کله چې حالات سخت شي، نو سختي له منځه وړل کېږي. که دا خبره رښتیا وي - چې رښتیا هم ده - نو دوې پوښتنې پیدا کېږي: ایا غواړئ د سختۍ له منځه وړونکي کس شئ؟ که مو ځواب هو وي، نو دویمه پوښتنه پیدا کېږي. څه باید وکړو؟ د لومړۍ پوښتنې ځواب باید تاسو ورکړئ او دویم ځواب زما ښه زده دی. دا ټول کتاب د دویمې پوښتنې په ځواب کې لیکل شوی دی.

په افغانستان کې هر کال زرگونه ځوانان له پوهنتونو فارغېږي. ټول په دې فکر وي چې په دولت یا کوم لوی شرکت کې به دنده پیدا کړم؛ خو حقیقت دا دی، موږ چې څومره کسان لرو، هغومره دندې نه لرو. رابرت په دې کتاب کې په خورا ټینګار وایي چې دا کتاب د هغه چا لپاره نه دی چې په تنخوا د کار کولو فکر ورسره وي، بلکې د هغه چا لپاره دی چې غواړي خپل کار جوړ کړي او شتمن شي. هغو خلکو ته هم اشاره کوي چې له دندې سترې شوي او اوس غواړي خپل کار جوړ کړي. دی وایي: ((دا کتاب د هغه چا لپاره دی چې له دندې سترې شوی وي او اوس غواړي خپل کاروبار ولري. له میاشتنۍ تنخوا سترې شوی وي او اوس غواړي میلیونونه وګټي.))

رابرت په یوه هېواد کې د جنگ ختمول د اقتصادي بنیادونو په جوړولو پورې تړلي بولي او وایي: ((ما د ویتنام د ځنګلونو پر سر چورلکې ګرځولې دي. دا چې جنگ څه شی دی، زه یې ښه تجربه لرم. موږ کولای شو د سولې لپاره لاریونونه وکړو، ویناوې وکړو، د سولې په اړه د مطالعې لپاره کمېټې جوړې کړو او سولې ته پرمختګ ورکړو؛ خو سوله په دې نه راځي، بلکې میلیونونو انسانانو ته د اقتصادي فرصتونو په برابرولو را تلای شي.)) دولت په یوازې ځان میلیونونو انسانانو ته اقتصادي فرصتونه نشي برابرولای. نو دا کتاب لږ تر لږه د ځان لپاره د فرصتونو په برابرولو کې مرسته راسره کوي. دا کتاب مې څو ځله لوستی. زموږ ټولنې ته خورا اړین دی. ځکه مې یې ژباړې ته زړه ښه کړ.

علي الله متوکل

۲۰۱۹ اکتوبر

لومړۍ برخه

د راتلونکي واګې په لاس کې واخله!

لومړۍ خپرکۍ

۱. قوانین بدل شوي دي!

موږ په ستونزمنو حالاتو کې اوسېږو. په تېرو څو کلونو کې په امریکا کې د خبرونو په سرتېکو، د مدیرانو په کنفراس خونو او ټولو کورونو کې وېره او دوامداره وارخطايي خپره ده. نړیوالتوب، له بهرنیو سرچینو څخه ګټه اخیستنې، د شرکتونو کوچني کول، د کورونو لیلان، د شرایطو خلاف خلکو ته ځایونه په کرایه ورکول، د اعتبار ستونزه، د وال سټریټ^۱ سقوط، اقتصادي تاوانونه او ... د ناوړه اقتصادي حالت خبرونه دي.

د (۲۰۰۹م) په لومړیو څو میاشتو کې هره میاشت ۲۵۰ زره خلک د امریکایي شرکتونو له لوري بېکاره شوي دي. د (۲۰۰۹م) په ورستیو کې - چې د دې کتاب په لیکلو لګیا یم - د بېکارۍ کچه ۱۰،۲ سلنه ده او لا زیاتېږي. تر بېکاره خلکو د هغو کچه زیاته ده چې دنده لري؛ خو تنخوا یې ورځ په ورځ کمېږي. له ځینو کسانو پرته نور ټول خلک د دندې د له لاسه ورکولو په ساري ناروغۍ اخته دي. له رییسانو او مدیرانو نیولې تر عادي کارګرو او کارمندانو، له بانکي مامورینو تر پلورونکو ټول له خطر سره مخ دي. ان روغتیايي صنعتونو - چې ډېر خوندي ګڼل کېدل - خپل کارکوونکي کم کړي دي.

۱. وال سټریټ: په نیویارک کې د مشهورو بانکونو او سرمایه دارانو کوڅه ده. د نړۍ له هغو تجارتونو او خلکو سره یې کار دی چې یا په وال سټریټ کې ترسره کېږي او یا په دې ځای پورې اړه ولري.

په (۲۰۰۹م) کې د یو اس ای ټوډي^۲ په نظر پوښتنه کې ۶۰ سلنه امریکایان په دې باور وو چې نننۍ ناوړه اقتصادي حالت د دوی په ژوند کې خورا بحراني حالت دی.

د (۲۰۰۸م) په مني کې د زیاتو خلکو د تقاعد پانډو نیم یا تر هغه زیات ارزښت له لاسه ورکړ. د املاکو کاروبار په ځمکه ووېشل شو. څه چې خلکو ته ثابت او د اعتبار وړ وو، ټول له منځه ولاړل. کاري مصئونیت^۳ او حفاظت له منځه ولاړ. هغه نظر پوښتنه چې په (۲۰۰۹م) کې د یو اس ای ټوډي لخوا شوې وه، ۶۰ سلنه امریکایان په دې باور وو چې اوسنۍ اقتصادي حالت د دوی په ژوند کې تر ټولو بحراني او ویروونکۍ حالت دی.

البته تاسو ټول پر دې پوهېږئ؛ خو ښایي پر دې خبر نه یاست چې نوې خبرې څه دي. اصلاً ستاسو ګټه په یوه ورځ له خطر سره نه مخ کېږي، بلکې هر وخت په خطر کې ده. یو لوی اقتصادي بحران او تاوان خلک د هغوی د ژوند خطر ته متوجه کړي دي.

په امریکا کې زیاتره خلک په کلو کلو د چرې پر تېره څوکه ژوند کوي. هغوی د بد حالت او د پیسو د ورکړې ترمنځ دي. هره میاشت د پیسو راتلونکي بېل ته انتظار وي چې تحویل یې کړي.

د پیسو د بېل مانا «ستا وخت په پیسو بدلېدل» او د لوېدلي اقتصاد په زمانه کې هغه تر ټولو لږه ګټه ده چې خلک وخت مصرفوي او دومره پیسې ګټي چې یوازې یې شپه پرې تېرېږي. سپما بیخي لږه یا هېڅ نه کوي. ولې؟

۲. USA Today survey.

۳. کاري مصئونیت: چې کار ثابت، محفوظ او له کاره د لرې کولو یا د کار د پای ته رسېدلو وېره نه وي.

ځکه کله چې خلک بېکاره شي، نو ستا وخت په لږو پیسو حسابل کېږي. یانې په لږو پیسو کار درکول کېږي.

وگوره، درته ومې ویل

له کلونو چيغې وهم چې د محفوظې او ساتلې دندې په نوم هېڅ نشته. په خصوصي برخه کې کار کول د شلمې پېړۍ ډایناسور دی. د ښه راتلونکي یوازینی لاره د خپل راتلونکي په لاس کې اخیستل دي. په (۲۰۰۱م) کې مې په خپل کتاب «The Business School for people who like helping others» کې لیکلي: ((زما په نظر امریکا او زیات لوېدیځ هیوادونه باید د یوه اقتصادي بحران په تمه واوسي. دا بحران زده کوونکو ته د ښو اقتصادي زده کړو د نه ورکولو پایله ده.))

په همدغه کال مې نایتینګېل کونانت «Nightingale-Conant» ته په مرکه کې وویل: ((که فکر کوې چې ګډه پانگونه او بسپنه به ستا لپاره وي، یا خپل ژوند د پلور د بازار پر ښکته او پورته کېدو عیاروې، نو پر خپل تقاعد لوبې کوې. زه نه وایم چې ګډې بسپنې «Mutual Funds» بدې دي؛ خو که د پلور بازار «Stock Market» پورته شي، بېرته راولوېږي او ته په دغه وخت کې د ۸۵ کلو یې، نو څه به وکړې؟ زه یوازې دا وایم چې دا هرڅه ثابت، ښه او محفوظ نه دي. زه پر خپل مالي راتلونکي لوبي نشم کولای. په نړۍ کې کله هم داسې نه دي شوي چې ټول خلک دې خپل تقاعد د پلور بازار ته په لاس ورکړي. دا لېونتوب دی. ایا ټولنیز خوندیتوب به تا وساتي؟))

د (۲۰۰۵م) په مارچ کې مې په یوه مرکه کې وویل: ((د دارایی او ثروت تر ټولو لویه وړتیا په پیسو د هغو بدلېدل دي او تر ټولو لویه کمزوري یې هم

همدا ده. موږ ټول پوهېږو چې د پلور پر بازار بحران را روان دی او موږ به بیا په ځمکه ووږي، موږ ولې داسې وکړو؟))

ښه، څه پېښ شول؟ یو بل قوي بحران راغلی او ډېرو خلکو خپلې سرمایې له لاسه ورکړې، ولې؟ ځکه موږ د خپلو عادتونو او ذهنیت په دام کې راگیر وو او بلې خوا ته مو فکر نه کاوه.

په (۱۹۷۰م) کې د امریکا اقتصاد د کانګرس له اجازې پرته د سرو زرو له معیار (Gold Standard) څخه ووت. دې کار موږ ته لاره هواره کړه چې پرته له دې چې د پیسو د چاپ رښتیني، سخت او حقيقي ارزښت ته پام وکړو، دومره پیسې چاپ کړو چې زړه مو وي.

له دې واقعیت څخه مخ اړولو په تاریخ کې اقتصادي پرمختګ ته لارې پرانیستې. د درې نیمو لسیزو په اوږدو کې د امریکا منځنۍ طبقې خلکو پرمختګ وکړ. د ډالر په سقوط کېدو د ملکیتونو او نورو توکو ارزښت اسمان ته وخوت او له عادي خلکو میلیونران جوړ شول. ناڅاپه هر چا، هر چېرې او هر وخت د اعتبار کارټونو (Credit Cards) ته لاسرسی وموند. د کړېدیت کارټونو د پور ادا کولو لپاره یې له خپلو کورونو څخه ګټه واخیسته. څومره چې یې کولی شوای، دومره پور یې واخیست.

ایا د ملکیت ارزښت تل زیاتېږي؟

بلکل نه، تر (۲۰۰۷م) پورې موږ دې مالي بوغۍ ته دومره گرمه هوا ورکړه چې ارزښت مو یې ډېر کم کړ. په میلیونونو خلکو د تقاعد حقوق، دندې او د ۴۰۱ سپما له لاسه ورکړه.

د هغو خلکو شمېر ورځ په ورځ زیاتېږي چې له بېوزلۍ سره مخ دي او د هغو خلکو شمېر هم خورا په چټکۍ پورته ځي چې تر ۶۵ کلنۍ وروسته کار کوي.

د شلمې پېړۍ په پنځمه لسیزه کې جنرل موټرز د امریکا تر ټولو لوی او قوي شرکت و. رسنیو د دې شرکت د مشر له خولې یوه خبره واخیسته چې بیا په شعار بدله شوه: «که جنرل موټرز شرکت جاري وي، نو امریکا به روانه وي.» دغه شرکت په (۲۰۰۹م) کې دیوالیه او لیلام ته ورکول شو. په همدغه کال کلیفورنیا ایالت خپل پورونه د پیسو پر ځای په «IOUS» ادا کړل، یانې د پیسو پر ځای به یې ضمانت لیکونه ورکول. همدا اوس د هغو امریکایانو شمېر ورځ په ورځ کمېږي. دوی خپل کورونه پلوري. اوس تر بل هر وخت کرایې لوړې شوې دي. د برابر اقتصاد لرونکې کورنۍ کمېږي. د منځنۍ طبقې کورنۍ له منځه ځي. خلک بېخي لږ یا هېڅ سپما (Saving) نه کوي. کورنۍ په پورونو کې ډوبې دي. د هغو خلکو شمېر ورځ په ورځ زیاتېږي چې په بېوزلۍ کې ژوند کوي. د هغو خلکو شمېر هم خورا په چټکۍ ډېرېږي.

۴. ۴۰۱: د تقاعد لپاره یو طرحه وه چې د نولسمې پېړۍ په پای کې رامنځته شوه. کار ورکوونکو (Employers) یې ملاتړ کاوه. کارگر به د مزدورۍ یو څه اندازه سپموله او پانگونه به یې کوله او بیا به یې د تقاعد په وخت کې ژوند پرې کاوه.

چې تر ۶۵ کلنۍ وروسته کار کوي. د دیوالیه توب گراف پورته شوی او زیات امریکایان د تقاعد لپاره هېڅ هم نه لري.

ایا دغه منفي خبرونه ستاسو پام را اړوي؟

خامخا به یې را اړولی وي. امریکایان چې هر چېرته وو، بالاخره متوجه شول. له لټې څخه یې توبه ایستلې. دا ډېره ښه خبره ده! اوس له خوبه را پاڅېدلي او پوهېږي چې څه کیسې دي. راځئ ژور فکر وکړو او حللاره ومومو.

دا نوې پېړۍ ده!

چې ماشوم وم، مور او پلار مې د بريالیتوب هغه فارموله راوښوده چې ستاسو هم زده ده. «ښوونځي ته ولاړ شه. سخت درس ووايه او ښه نومرې واخله، نو ښه، ډاډه او ثابته دنده به ترلاسه کړې. ښه امتیازات به لري او همدغه دنده به دې ژوند ساتي.» اصلاً دغه د صنعتي انقلاب (Industrial Revolution) د وختونو فکر دی.

موږ نور په هغه وخت کې نه اوسېږو. ستا دنده، ستا ساتونکي نه ده. دولت ستا ساتونکی نه دی. موږ په یوه نوې پېړۍ کې اوسېږو. قوانینو تغیر کړی دی. موږ او پلار مې د دندې پر مصئونیت، تقاعد، ټولنیز محافظت (Social Security) او روغتيايي بیمې باور لاره. خو اوس دا ټول منسوخ او له منځه تللي دي. ناکاره او زړې نظریې په تېرو وختونو کې پاتې شوې دي. د دندې

۵. صنعتي انقلاب د اتلسمې پېړۍ په نیمايي کې له انګلیستانه شروع شو. په دې انقلاب کې د صنعت، کرنې، تولید او ترانسپورت په برخه کې ستر بدلونونه شامل دي. د بخار ماشین، د اورګاډی لارې او نور تولیدات وشول. صنعتي انقلاب له هره اړخه نړۍ ته بدلون ورکړ. د کلیو او بانډو خلک په ښارونو کې مېشت شول، اقتصاد پرمختګ وکړ او ورځنی ژوند اسانه شو. له زیانو څخه یې د کثافاتو او هوا د خرابېدو یادونه کولای شو. (ژباړن)

مصنویت اوس مسخره ښکاري. لکه څوک چې اوس د ټایپ له ماشین نه اخلې، همداسې ټول عمر د یوه شرکت لپاره کار کول له منځه تللي دي. زیاتو خلکو فکر کاوه چې ۴۰۱ د تقاعد پلانونه ښه او خوندي دي. څه ستونزه نشي پېښېدای؛ خو ومو لیدل چې هرڅه له ستونزو سره مخ شول، ځکه د ټولو سهامې او پلور شرکتونو او پانګونو شا ته یوه ګډه سرمایه پرته وه، کله چې تاوان راغی، ټول له ستونزو سره مخ شول. د تقاعد حق، د دندې خوندیتوب او د تقاعد تامین ټول د صنعتي انقلاب د وخت فکرونه وو. اوس د اطلاعاتو او معلوماتو وخت دی. موږ باید د معلوماتو د وخت فکر ولرو.

له ښه مرغه، اوس خلک غوږ نیسي او زده کړه کوي. تر سختۍ او درد ګاللو وروسته درس اخیستل ډېر د مایوسۍ وړ دی؛ خو له بله اړخه خبرو ته غوږ اېښودلو او له ناخوالو او تېروتنو څخه زده کړې د درس اخیستلو اغېز زیات کړی دی. هروخت چې لوی بحرانونه او زیانونه پېښېږي، لکه د ډاټ کام (Dot-Com) شرکتونو تاوان، د سمپټمبر تر یوولسمې وروسته اقتصادي بحران، د (۲۰۰۸م) مالي تاوانونه او د (۲۰۰۹م) اقتصادي سقوط، نو خلک دې ته متوجه کېږي چې د دندې خوندیتوب بیخي نشته.

د خصوصي شرکتونو کیسه نوره ختمه ده. په خصوصي شرکتونو کې د زیات کار او پرمختګ پر وخت یوه شي ته متوجه شوي یاست؟ تاسو چې هرڅومره پرمختګ وکړئ، بیا به هم د یو چا شا ته ولاړ یاست. د شرکت مشر تل تر تاسو مخکې روان وي او د ټولو ګټو، شهرت او لاسته راوړنو کړېدیت هغه اخلې.

څو لسیزې وړاندې په افغانستان کې خلکو په نساجۍ، وړیو، غالی اوبدلو او نورو خصوصي فابریکو کې کار کاوه، دوی او کورنۍ یې په دې فکر وو چې تل به خوشاله کوچنی ژوند ولري؛ خو د جنگونو پیل د هر څه پای شو. خلکو په فابریکو او شرکتونو کې کار کاوه او دندې یې خوندي وې، د شرکت لخوا وعده ورکړل شوې وه چې د ژوند تر وروستیو به هلته کار کوي. دوی په همدې خوشاله وو. هرڅه یې د شرکت او د هغه د څښتن لپاره کول. د کارګر پرمختګ یوازې څښتن ته ګټه کوله. کله چې جنگونه پیل شول، د شرکتونو خاوندانو زیان ولید. شرکتونه یې چور، تالا او وسوځول شول. څه چې یې لرل یا ور پاتې وو، هغه یې پر اوږو بار کړل او نورو هېوادو ته کډه شول. هلته یې له خپل کاروباري فکر او پیسو څخه کار واخیست. ښه کاروبارونه یې شروع کړل. هغه خلک پاتې شول چې د شرکت او د شرکت د څښتن لپاره یې کار کاوه. هغوی هر څه له لاسه ورکړل. له مرګ، فقر او غربت سره مخ شول. ځینو د کډوالۍ خوا ونیوله او هلته بیا د هغو شرکتونو له خاوندانو سره په کار شول چې کاروبارونه یې شروع کړي وو. تر کلونو کلونو خواړیو، سټریاوو او بې خوبو وروسته هم هغه ژوند کوي. ((لیکوال دلته په زغرده وايي، که د بل چا لپاره کار کول او د نورو تر شا پرمختګ خوښوې، نو دا کتاب ستا لپاره نه دی: ژباړن))

بیا مه ساده کېږه!

اوس چې دا کتاب لیکم، د بېکارۍ کچه په زیاتېدو ده. کله چې تاسو دا کتاب لولئ، معلومه نه ده چې هغه وخت به حالاتو څومره تغیر کړی وي؛ خو تاسو مه ساده کېږئ. کله چې کارونه ډېر شي، د ملکیتونو ارزښت لوړ شي او کړېدیت کارونه اسانه شي - چې دا خامخا کېدونکې هم ده - نو پام

کوی چې ساده نشی او د نورې نړۍ په څېر پر دروغجن خوندیتوب باور ونه کړی.

د (۲۰۰۸م) په اوړي کې د تېلو یو گیلن ۴ ډالرو ته پورته شو، د موټرو قیمتونه ټیټ شول او خلکو کوچني او کم مصرفه موټرونه واخیستل. خو وروسته څه وشول. کله چې په (۲۰۰۹م) کې د تېلو بیه تر دوو ډالرو هم کمه شوه، خلکو بېرته لوی او ښایسته موټرونه واخیستل.

څه وشول؟ ایا د تېلو قیمت به همداسې ټیټ پاتې شي؟ ایا ضروري ده چې د تېلو د ارزانی په خاطر لوی او پرمصرغه موټرونه استعمال کړو؟ ایا دومره به کم عقل یو؟

له بده مرغه ځواب مثبت دی. موږ یو ځل سادگي نه ده کړې، بلکې څو ځله مو تکرار کړې ده. د ملخ غوندې نن د سبا لپاره هېڅ فکر نه کوو. ښایي په ماشومتوب کې مو د مېړي او ملخ کیسه اورېدلې وي.

مېړی د راتلونکي لپاره خوراک ټولوي، شپه او ورځ یې پر ځان یوه کړې وي، درانه بارونه وړي، د ژوند تر پایه سخت کار کوي او ځان ساتي. بل لور ته بې مسئولیتۍ او بد خرڅه ملخ دی. دی دلته هلته غورځي او نڅاگانې کوي، پرته له دې چې د راتلونکي په اړه فکر وکړي. د دوی له ژونده باید یو څه زده کړو.

د خبرونو سرتکي دې ساده نه کړي. هغوی تل په احمقانه خبرو پسې گرځي چې تا له خپل اصلي هدف څخه - چې د ژوند جوړول دي - را وگرځوي. خبرونه یوازې بې ځایه نارې دي. ښایي د خبرونو سرتکي تروریزم (ترهگري)،

اقتصادي سقوط یا انتخاباتي کش مکش وي؛ خو دا ستا له ژوند جوړولو سره هېڅ اړیکه نه لري.

دې ته گوره، ان د اقتصادي بحران په حالت کې په امریکا کې ځینې خلک شتمن شول. بل لور ته د شلمې پېړۍ په اتمه لسیزه کې - چې د ملکیتونو ارزښت پورته کېده - خلک شتمن کېدل؛ خو په میلیونونو خلک چې د خپل راتلونکي په کېسه کې نه وو، همغسې غریب پاتې شول. هغه کسان چې د ژوند په سختیو کې پاتې شول، هغه څه ته یې فکر نه و کړی چې زه یې اوس په دې کتاب کې تاسو ته لیکم. هغه خلک اوس هم یا دیوالیه دي، یا په ډېره سختی ژوند کوي.

اقتصاد اصل نه دی، ته اصل یې!

ایا د شرکتونو په نړۍ کې له فساد څخه یې؟ ایا بانکونو ته چې د اقتصادي بحران سبب گرځي څه یې؟ ایا دولت ته غوسه یې چې ولې د بحران مخه نه نیسي یا ولې ډېر ناسم او لږ سم کارونه کوي؟ ایا خپل ځان ته غوسه یې چې ولې دې د ځان واک زر په لاس کې نه دی اخیستی؟

ژوند سخت دی؛ خو اصلي پوښتنه دا ده چې باید څه وکړې؟ خواشینی او زگېروی ستا راتلونکی نشي خوندي کولای او د لویو بانکونو، خصوصي شرکتونو او دولت ملامتول هم ستونزه نشي حل کولای.

که شتمنېدل غواړې، نو خپله ځان شتمن کړه. یوازې هغه وخت خپل راتلونکی جوړولای شې چې د خپلې گټې د سرچینې (Income Source) واک په لاس کې واخلي. ته خپل کاروبار (Business) ته اړتیا لرې.

دویم څپرکی

۲. د هیلو څرک

د (۲۰۰۹م) د جولای په دیارلسمه ټایم مجلې په خپله دویمه پاڼه کې د «له رابرت کیوساکی څخه لس پوښتنې» په نوم عنوان لاره. په هغو پوښتنو کې یوه دا وه «ایا د اقتصادي بحران په ننني حالت کې د یوه نوي شرکت د رامنځته کولو امکان شته؟» لومړۍ څه چې زما فکر ته راغلل دا وو چې «تاسو ټوکې کوئ؟» دې پوښتنې ته مې داسې ځواب ورکړ: ((همدا اوس بهترین وخت دی. په بدو حالاتو کې رښتیني متشبثین (Entrepreneurs) پرمختګ کولای شي. دوی د بازار خرابوالي او سموالي ته نه گوري، بلکې په داسې وختونو کې غوره تولیدات او اغیزناکې لارې رامنځته کوي. د حالاتو په داسې ناوړه وخت کې هغه څوک مات دی چې وایي «اوس ښه موقع او فرصت نشته»

تاسو به ناوړه اقتصادي خبرونه اورېدلي وي. ایا د ښه خبر اورېدو ته آماده یاست؟ په حقیقت کې هر بد خبر یو ښه خبر دی. کوم ځواب چې ما ټایم مجلې ته ورکړی و، تاسو ته یې هم وایم: ((د اقتصاد لوېدل د تجارت د شروع کولو خورا ښه وخت دی. کله چې اقتصاد خرابېږي، متشبث دومره په چټکۍ پرمختګ کوي لکه د ژمي په شپه چې اور وچ لرگي سوځوي.))

پوښتنه: د دوو پرمختللو او بیلیون ډالري شرکتونو (مایکروسافټ او ډیزني) ترمنځ څه مشترک دي؟

ځواب: دواړو شرکتونو د لوېدلي او ناوړه اقتصاد په وخت کې کار پیل کړی دی.

په حقیقت کې د ډاټو جونز^۱ د سهامي شرکتونو تر نیم زیات شرکتونه د لوېدلي اقتصاد په وختونو کې منځته راغلي دي.

دا ولې؟ ډېر اسانه، کله چې دا نه وي معلومه چې اقتصاد کوم لوري ته ځي، نو خلک له نوښت څخه کار اخلي. د استراحت او آرام له دایرې راوځي او یوه هدف ته د رسېدو لپاره نوښت کوي. کله چې حالات سخت شي، نو سختۍ له منځه وړل کېږي.

اول دا چې بازار په سختو حالاتو کې نوو فرصتونو ته لاره هواروي. پنځه کاله وړاندې په (۲۰۰۴م) کې چې د کورونو ارزښت پورته کېده او ټولو کریډیټ کارټونه لرل، هغه وخت هېڅوک هم وېرې نه وو. خلک ماږه وو، د امنیت احساس یې کاوه، بیخي لږ خلک د پیسو گټلو په فکر کې وو. کارگرو هم له دندې څخه د ایستل کېدو او د شرکت د خاوندانو د مالي حالت د خرابېدو چندان فکر نه لاره.

مگر اوس چې بېکاري ډېره شوه او هېڅوک نه پوهېږي چې کومه پانگونه خوندي ده، نو په میلیونونو خلک پر خپل مالي حالت بیا کتنه کوي. هغوی پوهېږي چې د خپل راتلونکي د خوندي کولو لپاره باید پر دویم کار فکر وکړي. که یې اول کار له لاسه ووت، نو یو بل پلان به ورسره وي. اوس خلک تر بل هر وخت د اضافي او زیاتو پیسو د گټلو وېرې دي، نو ځکه یې نوو لارو ته فکر او لېوالتیا زیاته شوې ده.

۱. Dow Jones Industrial Average: د امریکا د متحده ایالاتو د ۳۰ لوړو شخصي شرکتونو د گټې او تاوان گراف

په اتلایډ ډول ښیي.

دا کار تر ناوړه اقتصادي بحرانونو پخوا هم موجود و. له اتیایمو کلونو او د یوویشتمی پېړۍ له پيله خلک غواړي خپل راتلونکی په خپل لاس کې واخلي. د امریکا د سوداګرۍ د خونو رییس د (۲۰۰۷م) په یوه راپور کې وايي: ((میلیونونه امریکایان د خپلو کوچنیو شرکتونو په رامنځته کولو تشبث کوي)).

په امریکا کې ۷۲ سلنه ځوانان غواړي ځان ته کار وکړي، یانې خپل کار ولري او ۶۷ سلنه یې په دې فکر دي چې په ورځني یا دایمي شکل خپل کار ته تغیر ورکړي.

زه خپله اقتصادپوه نه یم؛ خو تکره اقتصاد پوه پاول زین پیلز پېژنم. پاول په سیتي بانک کې د خپل وخت تر ټولو ځوان مرستیال و؛ خو خپل کار بې ځکه پرېښود چې میلیونونه ډالر وگټي. د ده کتابونه د نیویارک ټایمز د زیاتو پلورل شوو کتابونو په لیکه کې راځي. هغه د پور او سپما د بحران او خطرونو وړاندوینه وکړه او د امریکا د دوو ولسمشرانو اقتصادي سلاکار پاتې شوی دی. دا سړی رښتیا هم په اورېدلو ارزې.

پاول د کارونو د کلتوري ارزښت ۱۸۰ درجې بدلون ته اشاره کوي. دی وايي چې د کارګر او کار ورکونکي جوړښت به نور په تشبث او شخصي کار کولو بدلېږي.

پاول وايي: ((د شلمې پېړۍ په دویمه نیمایي کې ښوونځي ته تلل، ښه تعلیم ترلاسه کول او په یوه لویه کمپنۍ کې کار کول د ټولو خلکو عمومي نظر و. ازاد کار لرل نامطمئن بلل کېدل، د شاباسي وړ وو؛ خو نامطمئن ... او ان

خپل ازاد کار لرل کم عقلي هم بلل کېده. نن دغه خبره بیخي برعکس شوې ده.))

پاول رښتیا وايي. د امریکا د سوداګرۍ خونو د رییس راپور د ګالوپ (Gallup) له نظر پوښتنې سره سرخوړي چې ۶۱ سلنه امریکایان دا خوښوي چې خپله د خپل ځان رییس شي. یوه بله نظر پوښتنه چې د ډیسایفر (Decipher) لخوا شوې وايي، ۷۲ سلنه امریکایي ځوانان غواړي ځان ته خپل کار وکړي او ۶۷ سلنه یې په دې فکر دي چې په ورځني یا دایمي شکل خپل کار ته تغیر ورکړي.

دلته یوازې د ژوند جوړولو خبره نه ده، بلکې خلک په دې فکر دي چې څنگه ژوند وکړو. خلک ورځ په ورځ د خپل ژوند د واک اخیستلو لپاره را وینښېږي. غواړي له خپلو کورنیو سره زیات نژدې پاتې شي، د خپل وخت واک په لاس کې واخلي، له کوره کار وکړي او خپل برخلیک په خپله و ټاکي. د ډیسایفر په نظر پوښتنه کې ۸۴ سلنه ګډونوال په دې باور وو، که موږ خپل ازاد کار درلودای، نو په ډېره لېوالتیا به مو کاوه. د دې سوال په ځواب کې یې چې دوی ولې غواړي خپل شخصي کار ولري، وویل: ((د دې لپاره چې خپل کاري ژوند ته ډېره لېوالتیا ولرو.))

حقیقت دا دی چې په شلمه پېړۍ کې د کاري مصئونیت او د بل چا لپاره د کار کولو د اوږدمهاله، خوشاله او بشپړ ژوند وعدې زموږ په مخکې ټوټه ټوټه شوې.

د گومارلو افسانه

زموږ د اکثر دماغونه په دې نظریه مینځل شوي چې د بل چا لپاره کار کول د انسان د ژوند یوه برخه ده. له تاریخي اړخه د بل تر لاس لاندې کار کول عادي نه دي، بلکې نسبتاً نوې پدیده ده.

په زراعتي زمانه کې خلکو د ځان لپاره کار کاوه. زیات خلک متشبثین وو. دغو کروندگرو د پاچا په ځمکو کې کار کاوه؛ خو د پاچا لپاره یې کار نه کاوه. دوی له پاچا څخه پیسې نه اخیستې. برعکس، د پاچا له ځمکو یې ګټه اخیسته او په مقابل کې یې پاچا ته مالیه ورکوله. کروندگرو خپل ژوند د کوچنیو شرکتونو د خاوندانو په څېر اداره کاوه. قصاب، نانواۍ او شمع جوړوونکي نه وو او دغه کسبونه او هنرونه په امریکا کې نوي نسل ته د تخلص په توګه را نقل شول. مثلاً، سمیت اهنګر، بیکر نانواۍ، تیلر خیاط او کوپېر بیلر جوړوونکي. دغه تخلصونه به چې د کوم نوم په پای کې وو، پخوا به یې نیکونو همدا کار کاوه.

د بل چا تر لاس لاندې کار کول او د کارګر او کار ورکونکي د موجودیت تقاضا د صنعتي وختونو په رارسېدو منځته راغله. په پای کې دولت د ښوونې او روزنې دنده په غاړه واخیسته او د پروشیایانو نظام یې رامنځته کړ چې تر اوسه په ډېرو غربي هېوادونو کې ګټه ترې اخیستل کېږي.

ایا کله مو فکر کړی چې په ۶۵ کلنۍ کې د تقاعد کېدو نظریه له کومه شوه؟ زه به درته ووايم. د پروشیا ولسمشر اوتو فون بېسمارک په (۱۸۸۹م) کې دا طرحه وړاندې کړه. اصلاً بېسمارک ۶۵ کلنې نه، بلکې ۷۰ کلنې

۷. پروشیا پخوا په شمالي اروپا کې یو سلطنت او ایالت و.

ټاکلې وه. د بېسمارک په اند ۶۵ کلنۍ له اقتصادي ګواښونو څخه وتلې وه، ځکه په هغو وختونو کې ۴۵ کاله د یو انسان اوسط ژوند و. اوس خو زیات خلک تر ۸۰ او ۹۰ کلونو پورې ښه تندرسته وي. تر دغه عمر پورې د تقاعد پیسې ورکول به فدرال دولتونه دیوالیه کړي.

که د پروشي زده کړې فلسفه مطالعه کړئ، نو پوه به شئ چې د تعلیم او روزنې موخه سرتېري او دولتي کارکوونکي وو. د هغوی داسې خلک پکار وو چې امرونه ومني او هغه څه وکړي چې بل څوک ورته وایي. د پروشي نظام غوښتنه د کارګرو تولیدول وو. د تېرې پېړۍ په شپږمه او اوومه لسیزه کې IBM شرکتونو د ژوند تر پایه خلک پر کار گومارل. دا یو ښه کاري مصئونیت و؛ خو په ۸۵ میلادي کال کې دوی خپلې وروستۍ اندازې ته ورسېدل. له هغه راهیسې په یوه شرکت کې د ثابت، ډاډه او مطمئن کار کولو نظریه له صفر سره برابر ده.

کېدای شي ډېر خلک په دې ورځو کې له اقتصادي اړخه په سختۍ کې وي؛ خو هغه نوي سوداګر چې ذهن یې د دې کتاب راتلونکو لارښوونو ته تیار دی، په دې سختو ورځو کې هم له اقتصادي اړخه د پرمختګ نظریه لري. دا وخت یوازې د نوې سوداګرۍ د پیلولو وخت نه دی، بلکې د سوداګرۍ د پیلولو لپاره تر نن ورځې بل هېڅ ښه فرصت نشته.

مخکې مو یادونه وکړه چې کله حالات سخت شي، نو سختی له منځه وړل کېږي. که دا خبره رښتیا وي - چې رښتیا هم ده - نو دلته دوی پوښتنې پیدا کېږي.

لومړۍ. ایا غواړئ د سختۍ له منځه وړونکې کس شئ؟ که مو ځواب هو وي، نو دویمه پوښتنه پیدا کېږي.

دویم. څه باید وکړو؟ د اول سوال ځواب باید تاسو ورکړئ او د دویم سوال ځواب زما ښه زده دی. دا ټول کتاب مې د دویم سوال په ځواب کې لیکلی دی.

درېیم څپرکی

۳. ته چېرته ژوند کوي؟

کلونه دې د پرمختګ پر زینو د ختلو لپاره کار وکړ. ښايي اوس هم په وروستۍ زینه کې یې. دا هم کېدای شي چې د پرمختګ لوړو زینو ته لا نه یې رسېدلی. دا چې د زینې په کومه پورې کې یې، دومره اړینه نه ده. اړینه دا ده چې د پرمختګ پر زینو تر پورته کېدو مخکې دې دا معلومه کړې وای چې دا زینې پر کوم ځای پای ته رسېږي او پر څومره زینو باید پورته شم؟

لکه سټیفن کووي چې وايي: ((دا ضروري نه ده چې ته پر یوه زینه څومره چټک او لوړ ختلی یې، اړینه دا ده چې زینه غلط دېوال ته نه وي درېدلې.)) په دې کار دې ستریاوې او خوارۍ بې رنگه کېږي.

د دې څپرکي موخه همدا ده چې تاسو د یو څو شېبو لپاره پر زینې له ختلو راوگرځو او دا معلومه کړئ چې زینه خو به غلط ځای نه وي اېښې. که غلط ځای وه، نو سم ځای به ورته پیدا کړئ.

پیسې څنګه ګټې؟

د هر خلک فکر کوي چې د دوی مالي مقام (Financial Standing) له هغو پیسو معلومېږي چې دوی یې ګټي یا د هغې شتمنۍ له مخې معلومېږي چې دوی یې همدا اوس په لاس کې لري، یا د دواړو له یو ځای کولو معلومېږي. فوربز مجله «شتمن» داسې راپېژني: هغه کس چې په کال کې یو میلیون ډالره ګټي، شتمن بلل کېږي. یانې د میاشتې ۸۳۳۳۳ ډالره یا په اونۍ کې ۲۰۰۰۰ ډالره ترلاسه کوي. او «نېستمن» هغه کس دی چې

په کال کې تر ۲۵۰۰۰ ډالرو لږه گټه کوي. ((په افغانستان کې دا مساله بېل حساب لري. دا یوازې د پرمختللو هېوادونو لپاره ده. زموږ او د دوی د شتمنۍ معیار او د پیسو اندازه توپیر لري: ژباړن))

اصلي خبره داده چې د پیسو گټلو تر اندازې، د پیسو گټلو کیفیت ضرور دی. یانې خومره چې گټې، تر دې دا ضرور ده چې څنگه او چېرته یې گټې. په حقیقت کې د پیسو گټلو څلور لارې دي. هره لاره له بلې سره ډېر توپیر لري او که دې ته پام ونه کړو چې خومره پیسې گټو، نو هره لاره د ژوند یو بېل ډول دی.



د «شتمن پلار، نه‌شتمن پلار» په نوم کتاب تر لیکلو وروسته مې یو کتاب ولیکه چې په نړۍ کې د پیسو پیدا کولو څلور لارې (کونجونه) پکې ښودل شوي وو. کومو خلکو چې دغه کتاب لوستی و، زیاتو یې راته وویل چې «د پیسو څلور کونجونه» په نوم ستا دغه کتاب ډېر اړین دی. ځکه په دې کې هغو خلکو ته اشاره شوې چې په رښتیا په خپل ژوند کې بدلون غواړي.

«د پیسو څلور کونجونه» د گټې کولو څلور بېلې لارې تشریح کوي. پورته شکل ته وگورئ، هر کونج د پیسو د گټلو یوه لار ده. مثلاً:

د E کونج د Employee لپاره، یانې کارگر یا په تنخوا کار کول: یو څوک د پیسو گټلو لپاره یوه دنده لري. د بل کس یا کمپنۍ لپاره کار کوي. لکه، دولتي مامور، ښوونکی، د شرکتونو کارگران او ...

د S کونج د Self-employed لپاره، یانې د کوچني کاروبار لرونکی یا ازاد کارکونکی: دا خلک د ځان لپاره کار کوي او د خپل کوچني کاروبار خښتن وي. لکه، مدافع وکیل، لیکوال، کوچنی شرکت یا دوکاندار او ...

د B کونج د Business Owner لپاره، یانې د تجارت خښتن: یو څوک د کاروبار لپاره لوی شرکتونه او کاروبارونه لري چې سلگونه کارگر ورسره کار کوي.

د I کونج د Investor لپاره، یانې پانگوال: پانگوال یا سرمایه دار په پیسو پیسې گټي.

ته په کوم کونج کې یې؟ یا په بله اصطلاح، په دې څلورو لارو کې له کومې یوې پیسې ترلاسه کوې؟

د پیسو گټلو څلور لارې

د پیسو گټلو څلور لارې به ښه روښانه کړو:

لومړی د E کونج یانې کارگري او مزدوري:

زموږ زیاتره د E کونج زده کوو، لېوالتیا ورسره لرو، ژوند پکې کوو او خپل ټول ژوند مو په دې کونج کې ځای کړی دی.

زموږ پوهنیز نظام او کلتور موږ ته له زانگو څخه تر قبره ښوونه کوي چې څنگه په دې کونج کې ژوند وکړو. دا له ځان سره یوه عملي فلسفه لري چې ما ته مې پلار راښودلې ده. ښایي تاسو ته یې هم ویلي وي چې ښوونځي ته ولاړ شه، سخت درسونه ولوله، ښې نومرې واخله او په یوه لویه کمپنۍ کې په ښه تنخوا کار وکړه.

دویم د S کونج یانې ازاد کار کول یا کوچنی کاروبار درلودل:

ډېر خلک د ځاني ازادۍ او ثبات په هیله د کارگرۍ له کونجه د ازاد کار خوا ته ځي. دا هغه ځای دی چې دوی خپل برخلیک ټاکي.

په دې کې د زیاتو پیسو گټل معلوم دي. د فریلانس کارونو او طبعي منظرو له تصویر اخستلو تر زیاتو پیسو گټونکو کارونو لکه وکالت، مشوره ورکولو او ویناکولو پورې ټول په دې کونج کې راځي.

دا توپیر نه لري چې ته په ساعت کې ۸ ډالره گټې او که په کال کې ۸۰۰۰۰ ډالره، اصلاً د S کونج د تلک غوندې دی. ته خلکو ته لنډمهاله کارونه کوې. ته یوازې په پرلپسې توگه هغه څوک بدلوي چې تا ته کار درکوي، یانې نن د یوه او سبا د بل تر لاس لاندې کار کوې. ته فکر کوې چې ما ځان د بل تر لاس لاندې کار کولو څخه خلاص کړ؛ خو حقیقت دا دی چې ته اوس هم کارگر یې. کله چې خپل مشر ملامتوي، نو په دې نه پوهېږې چې ستا مشر ته خپله یې.

په دې برخه کې کار کول له ستونزو ډک وي. له هر چا سره به لاس او گریوان یې. د ماليې د تحویل لپاره به څو ورځې منډې وهې. له کارگر او مشتریانو سره به سرگردانه یې. ان له کورنۍ سره به په ستونزو کې یې. هغوی به له تا سره مجلس او کېناستل غواړي؛ خو ته به تر غوږو په کارو کې ډوب یې. که هغوی ته وخت ورکړې، نو تجارت او گټه به دې له لاسه وځي.

اصلاً د کار دغه کونج یو ډول غلامي ده. تجارت ستا په لاس کې نه وي؛ ته د تجارت په لاس کې یې.

د B کونج یانې تجارت درلودل:

لوی لوی شرکتونه د دې خلکو په مټ جوړېږي. د گټې په برخه کې د دغه او مخکیني کونج توپیر دا دی چې ته د تجارت لپاره کار نه کوې، بلکې تجارت ستا لپاره کار کوي. زه ډېر تولیدي او د ملکیتونو د پېر وېلور شرکتونه لرم. هغه خلک چې په دغه کونج کې کار کوي، یانې لوی شرکتونه لري، هغوی کله هم له اقتصادي زیان سره نه مخ کېږي، ځکه د گټې د ترلاسه کولو سرچینې یې په خپل لاس کې وي.

د i کونج یانې پانگونه یا سرمایه گزاری:

دا دومره سخت کار نه دی. «شتمن پلار» د مونوپلي لوبې په مرسته راوښودل چې په دغه کونج کې و اوسېږم. موږ ټول پوهېږو چې هغه څنگه کار کوي. **مونوپلي:** دا لوبه پر خپله تخته باندې کېږي. د لږو لوبې په څېر شپږ اړخیزه د قمار دانه غورځول کېږي او لوبغاړی کوښښ کوي، له مخالف لوري څخه ملکیتونه، کورونه او هوټلونه اخلي او تر هغو لوبه ور سره اوږدوي چې هغه

یې ښه دیوالیه کړی نه وي. دا یوه نړیواله لویه ده، په ۱۰۳ هېوادونو کې لایسنس ورکول شوې ده او په ۳۷ ژبو ژباړل شوې ده. (ژباړن)

د دندې بدلول د پیسو موندلو د کونج د بدلولو په مانا نه دي:

زه به یې لږ درته روښانه کړم چې ولې د پیسو گټلو په هر لاره ځان پوهول اړین دي. خو ځله مو داسې خلک لیدلي چې له خپلو دندو شکایت کوي او بیا چې دنده بدله کړي، خو کاله وروسته له دې دندې هم سر ټکوي.

له دې خلکو به مو دغه مایوسه کونکې جملې اورېدلې وي:

- چې هرڅومره سخت کار وکړم، بیا هم پرمختګ نشم کولای.
- هر ځل چې یو څه اضافه پیسې پیدا کړم، په مالیه یا عبث مصارفو رانه ولاړې شي.
- غواړم یو نوی کار وکړم؛ خو د زده کړو پیسې نه لرم او د ژوند په دې برخه کې د یوې نوې دندې د زده کړې لپاره هم چمتو نه یم.
- دنده، مشر او ژوند مې ټول خراب دي.

دا او دې ته ورته مایوسه کونکې خبرې هغه خلک کوي چې د بل لپاره د کارکولو په تلک کې را ګیر وي. اصلاً دوی د دندې په تلک کې نه دي بند، بلکې د پیسو گټلو غلط کونج یې انتخاب کړی دی. ستونزه داده، کله چې خلک د ژوند د تغییرولو اراده وکړي، نو غواړي یو نوښت وکړي. دوی یوازې دنده تغییر کړي. که غواړي په ژوند کې تغییر راولي، نو د دندې پر ځای مو د پیسو گټلو کونج تغییر کړي.

د عامو دندو او په تنخوا کار کولو پرېښودل او ځان ته د پیسو گټلو یوه ښه لاره پرانیستل به تا د اقتصادي بحران مقابله ته قوي کړي، ځکه داسې به په یوه مشر یا د کلنۍ گټې لپاره په یوه اقتصاد پورې تړلی نه یې. اوس به ته خپله گټه په خپله ټاکي.



په شکل کې چې په اړخ یا د E او S کونجونو هغه ځایونه دي چې زیات خلک ژوند پکې کوي. دا هغه ځای دی چې موږ ورته روزل شوي او ور ټېل وهل شوي یو. موږ ته هر وخت ویل شوي: «د زده کړې پر وخت ښې نومرې واخله، نو ښه دنده به پیدا کړي.» خو په B کونج کې لوړو زده کړو او ښو نومرو ته هېڅ اړتیا نشته. د بانک خاوند ته ستا نومرې مهمې نه دي، بلکې ستا پیسې، مالي راپور او حساب ورته مهم دي.

د عامو دندو او په تنخوا د کار کولو پرېښودل او د پیسو گټلو د یوې ښې لارې پرانیستل به تا د اقتصادي بحران مقابله ته قوي کړي، ځکه داسې به ته په یوه مشر یا د کلنۍ گټې لپاره په یوه اقتصاد پورې تړلی نه یې اوس. به ته خپله گټه په خپله ټاکي.

لږ تر لږه ۸۰ سلنه خلک د دې شکل په چپ اړخ کې اوسېږي. د E کونج یانې په تنخوا کار کول بیا هغه کونج دی چې موږ ته د پیسو گټلو لپاره ډاډه او خوندي راپېژندل شوی دی. له بل لوري په شکل کې راسته اړخ یا د S او I کونجونو ازاد اړخونه دي. که غواړئ په دې اړخ کې ژوند وکړئ، نو کولای یې شئ. که تاسو چپ اړخ یانې په تنخوا کارکول یا کوچنی کار درلودل خوښوئ، نو زما راتلونکې خبرې ستاسو لپاره نه دي. دا پرېکړه یوازې تاسو کولای شئ چې؛

د پیسو گټلو په کوم کونج کې اوسېږئ؟

او د پیسو گټلو په کوم کونج کې ژوند کول غواړئ؟

څلورم څپرکی

۴. ستا اصلي مالي ارزښتونه

د پیسو گټلو دغه څلور لارې اصلاً بېل تجارتي جوړښتونه نه دي، بلکې څلور بېلې فکري لارې دي. له کومې لارې چې ته د پیسو گټل غواړې، دا ستا په شاوخوا لکه پوهنې، روزنه او اقتصادي وضعیت پورې چندان اړه نه لري، بلکې ستا په اصل یانې داخلي څرنگوالي لکه وړتیا، کمزورۍ او لېوالتیا پورې اړه لري.

دلته خبره ستا د «اصلي مالي ارزښتونو» ده. دا هغه اصلي توپيرونه دي چې تا د پیسو گټلو له یوه کونجه بل ته بیایي.

پام مو وي، دا ډېره اړینه مساله ده، ځکه د پیسو گټلو لاره بدلول مثلاً له E یا S کونج څخه B کونج ته اوښتل په یوه فورمه کې د پټې بدلولو په څېر اسانه نه دي. د پیسو گټلو د لارې له بدلولو سره نه یوازې ستا کار بدلېږي، بلکې د ځان او فکر بدلول هم خامخا دي.

موږ اکثره داسې یو، د ځینو په تنخوا کار کول خوښېږي او ځینې بیا هېڅ لېوالتیا نه ورسره لري، ځینو ته د شرکتونو لرل خوند ورکوي؛ خو د هغو مخ ته بېول نه خوښوي. ځینې بیا پانگونه خوښوي؛ خو ځینې د پیسو له تاوانه وېرېږي. د پیسو گټلو په څلورو لارو کې موږ بېل بېل ذهنیتونه لرو. دا خبره هم باید یاد وساتو چې په دې څلورو لارو کې شتمنېدل او د بېوزلۍ پر تېر کېناستل دواړه شوني دي. ځینې خلک د شتمنۍ اسمان ته وختل، ځینې په ځمکه ووېشل شول او دیوالیه شول. پایله دا چې له مالي اړخه د پیسو گټلو هېڅ کونج تاسو ته د حتمي بریالیتوب ضمانت نشي درکولای.

د خلکو خبرو ته په غوړ نیولو دسټي پوهېدلای شئ چې هغوی پیسې له کومې لارې گټلې دي. لا د نهو کلو وم، د هغو خلکو خبرو ته به مې غوړ نیوه چې د کار موندنې په نیت به یې زما شتمن پلار ته انټرویوگانې ورکولې. په دې انټرویوگانو کې به مې د خلکو اصلي ارزښتونو ته غوړ نیوه چې زما د پلار په وینا د دوی په ژبه بیان شوې خبرې ټولې د دوی له داخلي جوهر او وړتیا څخه دي.

د پیسو گټلو د هر کونج اصلي ارزښت اوس ستاسو په مخکې ږدم.



د E کونج مصئونیت، د S کونج خپلواکي، د B کونج شتمني او د I کونج مالي آزادي.

لومړۍ. د E کونج ارزښتونه

«د مصئونې او ډاډه دندې په لټه يم چې ښه تنخوا او امتيازونه ولري.»

هغه خلک چې په E کونج کې اوسېږي، هغوی ته د دندې «مصئونیت» اصلي ارزښت دی. کېدای شي تاسو د شرکت د اجرايیه مرستیال په توگه تر ټولو لوړه تنخوا اخلئ؛ خو ستا او د شرکت د چوکیدار هېڅ توپیر نشته - که څه هم هغه به ستا لسمه برخه تنخوا اخلي. ځکه ستا او د هغه اصلي ارزښت سره شریک دی او هغه دا چې دواړه د دندې مصئونیت غواړي. په یوه شرکت کې له رییس نیولې تر چوکیدار پورې ټول دغه یو فکر کوي: «د مصئونې او ډاډه دندې په لټه يم چې ښه تنخوا او امتيازونه ولري.» یا «د اضافه کارۍ لپاره به څومره پیسې راکړي؟» او یا دا فکر کوي «خو ورځې رخصتي به لرم؟» کله چې زه له داسې چا سره خبرې کوم چې په E کونج کې اوسېږي، او په دې اړه خبرې ورسره کوم چې زه غواړم نوي تجارتونه پیل کړم، نو هغه راته وايي: «ښه، ایا دا خطرناک نه دي؟»

موږ هر یو ژوند ته د خپل اصلي ارزښت له زاوېې گورو؛ څه چې موږ ته خوښي بښونکي وي، نورو ته ډاروونکي وي. په همدې خاطر کله چې زه د E او S کونجونو له اوسېدونکو سره یوځای کېږم، نو د هوا، ورزش او تلویزیوني خپرونو په اړه خبرې ورسره کوم. د تجارت په اړه خبرې نه ورسره کوم.

دویم. د S کونج ارزښتونه

«که غواړې یو کار په ښه ډول سرته ورسوې، نو خپله یې وکړه.»

دې خلکو ته اصلي ارزښت «خپلواکي» ده. کله چې یو څوک ووايي: «غواړم کار پرېږدم او ځان ته خپل کار پیل کړم.» دا له E کونج څخه S کونج ته اوښتل دي. دوی د داسې ازادۍ په لټه دي چې څه یې زړه غواړي، هغه وکړي. هغه خلک چې په دې برخه کې کار کوي، د کوچنیو تجارتونو خاوندان مسلکي خلک یا مشاورین دي. مثلاً: زه یو ملگری لرم، هغه د شتمنو خلکو په کورونو کې تلویزیونونه، د تلیفون سیستم او امنیتي سیستمونه جوړوي. درې کارگر کار ورسره کوي. هغه په دې ډېر خوشاله دی چې د درېیو کسانو مشري کوي. مسلکي خلک، دلالان، مدافع وکیلان، ډاکټران، ځانگړي محاسبه کوونکي، د بیمې استازي، پلورونکي او ورته نور خلک له دې ډلې څخه دي. اصلاً د دوی کار خورا سخت دی.

دغه ډله خلک له خپل لاس او دماغ څخه په کار اخیستلو خورا ویاړي. که دوی شعار درلودای، نو شعار به یې دا و: «هېڅوک یې تر ما ښه نشي کولای.» یا: «زما د کار کولو خپله طریقه.» له تجارتي اړخه د دې خلکو د خپلواکۍ تر شا اوس هم یوه بې باوري موجوده ده، چې دا بې باوري پر ټول ژوند د بې باورۍ په مانا ده. ځکه په کوم ارزښت چې موږ خپل تجارت ته گورو، په هغه ارزښت د ژوند ټولو چارو ته گورو.

د دې خلکو زیاته گټه د کمېشن یا پر ساعت پیسو اخیستلو څخه لاس ته راځي. له داسې خلکو څخه به مو اورېدلي وي: «د ټول قیمت ۶ سلنه

کمېشن زما دی» یا «زه پر ساعت ۱۰۰ ډالره اخلم» یا «۱۰» سلنه تر اصلي قیمت زیات زما حق کېږي.»

کله چې د E یا S کونج له هغو خلکو سره وینم چې غواړي د B کونج ته ولاړ شي، یانې د تنخوا او ازاد کار پر ځای تجارت شروع کول غواړي، هغوی په ستونزه کې وي. د دوی ستونزه دا وي چې تخنیکي او مدیریتي مهارتونه لري؛ خو د مشرتوب او رهبرۍ لخوا یو څه خوار وي. زما شتمن پلار وایي: ((که تاسو د خپلې ډلې مشر او په ډله کې تر ټولو هوښیار یاست، نو ستاسو کاري ډله له ستونزو سره مخ ده.)) د S کونج خلک په یوه ډله کې په همکارۍ کار نشي کولای، ځکه په دوی کې یو څه غرور وي او هر څوک ځان ته یو څوک وایي. هر یو یې من وي.

که غواړئ چې له S کونج څخه B ته تغیر وکړئ، یانې له ازاد کار څخه تجارت ته واوړئ، نو تخنیکي مهارتونو ته نه، بلکې د مشرتوب او رهبرۍ مهارتونو ته اړتیا لرئ. لکه څنگه چې مې مخکې هم وواړه ویلي: «A درجه یانې تکړه زده کونکي د C درجې یانې کمزور زده کوونکو تر لاس لاندې کار کوي او B یانې منځنۍ درجه زده کوونکي د دولت لپاره کار کوي.»

درېیم. د B کونج ارزښتونه

«زه په تکړه خلکو پسې گرځم چې زما له کاري ډلې سره یوځای شي.»

د دې خلکو لپاره اصلي ارزښت «شتمنېدل» دی. هغو خلکو چې له صفر څخه کار پیل کړی او اوس لوی تجارتونه او شرکتونه لري، هغوی په ژوند کې

لویې موخې لري. هغوی ډله ییز کار او کاري ډلې ته ارزښت ورکوي او تر خپله وسه خلکو ته کار او خدمت کوي. یو ازاد کارکونکی غواړي په خپله ډله کې تر ټولو بهترین واوسي؛ خو په تجارت کې بیا کوښښ کېږي چې د داسې خلکو کاري ډله برابره کړي چې هر یو یې په خپل مسلک کې تر ټولو بهترین وي. هنري فورډ په خپل کاري چاپیریال کې داسې خلک را ټول کړي وو چې ټول تر ده هوښیار او تکره وو. ازاد کارکونکی یا د S کونج اوسېدونکی تل په دې لټه کې وي چې ځان تر ټولو تکره ثابت کړي؛ خو په B کونج یا تجارت کې دا شی چندان ښه نشي ثابتېدای.

کله چې ته په B کونج کې اوسېږې، یانې لوی شرکت لري، نو له داسې خلکو سره به لگیا یې چې تر تا هوښیار، تجربه لرونکي او تکره وي. زما شتمن پلار رسمي تعلیم نه لاره؛ خو له لوړو زده کړو لرونکو مدافع وکیلانو، حساب کوونکو، د پانګونې مشاورینو، بانک لرونکو او ماهرینو سره یې سر و کار و. د شرکت د سرمایې د راټولولو لپاره یې داسې کسان ګومارلي وو چې تر ده یې څو برابره زیاتې پیسې لرلې. که یې د دې شعار په رڼا کې ژوند کولای «که غواړې یو کار په ښه ډول سرته ورسوې، نو خپله یې وکړه» اوس به له ښې درنې او لویې ماتې سره مخ و.

که د گټې خبرې ته راشو، نو د شرکت خاوندان که کار پرېږدي، بیا به هم گټه ورته راروانه وي. زیات وخت د S کونج اوسېدونکی یانې ازاد کارکونکی که کار پرېږدي، نو گټه یې هم درېږي. په همدې خاطر باید دغه یو سوال همدا اوس له ځانه وکړئ «که په کومه ورځ کار پرېږدم، نو تر څه وخته به مې گټه جاري وي؟» که کار پرېږدې، خو بیا هم شپږ میاشتې یا تر دې لږ وخت گټه درته راځي، نو ته د E یا S په کونجونو کې اوسېږې. او که کار پرېږدې؛

خو گټه دې کلونه کلونه درته راروانه وي، نو ته د B یا I په کونجونو کې اوسېږې.

خلورم. د I کونج ارزښتونه

«پانګونه به مې څومره گټه وکړي؟»

د دې خلکو اصلي ارزښت «مالي ازادي» ده. پانګوال د دې نظریې پلویان دي چې د دوی پر ځای باید د دوی پیسې کار وکړي.

پانګوال پر خورا ډېرو شیانو پانګونه کوي. دوی په سرو زرو، د ملکیتونو په پېرلو او خرڅولو، بېلا بېلو تجارتونو، سټاک بازارونو او مشترکو برخو کې پانګونه کوي.

خلک چې تر تقاعد وروسته کومې پیسې ترلاسه کوي، فکر کوي چې دا یې پانګونه کړې ده. یانې خپل تقاعد پانګونه ګڼي؛ خو دوی تېروتنه کوي. اصلي خبره داسې ده، که ستا د پیسو گټل د شخصي پانګونې پر ځای د کومې کمپنۍ یا دولت له لوري په تقاعد کې درکول کېږي، نو ته په E کونج کې ژوند کوې. د پانګونې په کونج کې ژوند نه کوې، ځکه ستا مشر یا د هغه شرکت ستا د تېرو کلونو خدمت کولو په خاطر تا ته پیسې درکوي. ستا د پیسو گټه نه درکوي او گټه یوازې په پانګونه کې درکول کېږي.

بېل کونجونه، بېل پانگوال

که څه هم موږ ته په ښوونځي کې د پانگونې په اړه هېڅ زده کړه نه راکول کېږي؛ خو په نننۍ نړۍ کې موږ ټول باید پانگوال واوسو.

کلونه وړاندې مې شتمن پلار راته ویل چې زیات خلک په مشترکه یا د سپما په پانگونه کې پانگونه کوي. ده به دا هم ویل: ((که د E، S یا B په یوه کونج کې بریالی یې، نو دا په دې مانا نه ده چې ته یو ښه پانگوال یې. په پانگونه کې ډاکټران ډېر وخت تاوانی کېږي.))

زما شتمن پلار ما ته ښودلې چې د هر کونج اوسېدونکي د پانگونې لپاره بېلې لارې لري. مثلاً، هغه څوک چې د S په کونج کې ژوند کوي، یانې خپل ازاد کار کوي، هغوی ښايي ووايي: «زه پر ملکیتونو پانگونه نه کوم، ځکه نه غواړم چې د خلکو تشابونه جوړ کړم.»

که شتمنېدل غواړئ، نو حرکت وکړئ. د دندې بدلولو اړتیا نشته، بلکې د پیسو پیدا کولو «ادرس» مو بدل کړئ.

بېلابېل خلک بېلابېل ذهنیتونه لري. بېل کونجونه او بېل ارزښتونه لري. تاسو باید زما په هدف پوه شئ چې زه څه وایم. خبره ډېره ساده ده. که غواړئ شتمن شئ، نو حرکت وکړئ. د دندې بدلولو ته اړتیا نشته، بلکې د پیسو گټلو ادرس مو بدل کړئ.

که غواړئ د خپل ژوند او برخلیک واک ترلاسه کړئ. که داسې رښتیني ازادي غواړئ چې پرېکړه کوونکی ته یې، ورځني کارونه ته مشخصوي، د ځان او کورنۍ لپاره وخت ولرئ، د خوښې وړ کارونه دې وکړئ، خپل جوړ

شوي ژوند ته دې ادامه ورکړئ، ښه او اغېزناک ژوند ولرئ او بالاخره که غواړئ شتمن شئ او شتمن ژوند ولرئ، نو کله دې ټوله کړه، د حرکت وخت دې را رسېدلی دی.

د شکل له چپ اړخ څخه ښي اړخ ته د اوښتلو وخت دې رارسېدلی دی، یانې له تنخوا او ازاد کار څخه تجارت او پانگونې ته د اوښتو وخت دی.

پنځم خپرکی

د یوه متشبت ذهنیت

د پوهنتون تر بشپړلو وروسته مې د تجارت په پوهنتون کې MBA شروع کړه چې یو باتجربه روزل شوی متشبت شم. نهه میاشتې مې زده کړې وکړې او وروسته مې پوهنتون پرېښود. البته ماسټري مې ونه کړه.

د حیرانتیا ځای دا دی چې په دې ورځو کې زیات پوهنتونونه له ما غوښتنه کوي چې د دوی زده کوونکو ته په ټولګي کې د تشبث په اړه خبرې وکړم. زه نه غواړم دا ووايم؛ خو کله کله دا یو پیغور راته ښکاري.

هغه پوښتنه چې زیات وخت یې زده کوونکي کوي دا ده: «سرمایه دار یا پانګوال څنګه پیدا کړو؟» او «څنګه اصلي او لومړنۍ پانګه زیاته کړو؟» زه د دوی پوښتنې درک کولای شم، ځکه کله مې چې له عادي تنخوا لرونکو دندو سره مخه ښه وکړه او د تشبث او نوي کار خوا ته ولاړم، نو له ما سره هم دغسې پوښتنې وې.

نه مې پیسې لرلې او نه چا پانګونه راسره کوله. لویو شرکتونو هم خپله پانګه زما دروازې ته نه راوړله.

نو دې زده کوونکو ته مې څه ځواب ورکړی وای؟ ورته ومې ویل: «(مخ ته ولاړ شی او لاس په کار شی. که لاس په کار نشی، له تجارته ایستل کېږی.)»

د کاروبار د جوړولو لپاره د پانګې راټولولو ته اړتیا نه لرئ، ځکه دا کار ستاسو لپاره مخکې شوې دی. اوس یوازې د کاروبار د رامنځته کولو اړتیا ده.

که څه هم زه اوس کافي پیسې لرم؛ خو بیا مې هم ټوله هڅه دا ده چې پانګه مې زیاته کړم. د یوه متشبت لومړۍ دنده دغه ده. موږ له درېیو ډلو خلکو څخه پانګه راټولوو چې هغه مشتریان، پانګوال او کارګر دي. د یوه متشبت په توګه ستا دنده دا ده چې خپلو تولیداتو ته مشتریان ومومې. که بریالی شوې چې د تولیداتو د پلور په بدل کې له مشتریانو پیسې ترلاسه کړې، نو پانګوال ډېره پانګه درکوي. که کارګر لرې، نو ستا دنده دا ده چې دوی داسې تولید درته وکړي چې ته د دوی د تنخوا لس چنده زیاتې پیسې وګټې. ګڼې کاروبار دې غرقېږي او د نورو پیسو راټولولو ته هېڅ اړتیا نشته.

د MBA زده کونکي د دې ځواب په لټه کې نه وو. دوی د هغه جادويي فارمول یا پټو نسخو او کاروباري پلان په لټه وو چې دوی زر تر زره شتمن کړي. د دوی د استادانو هم له ما نه د دغسې ځوابو تمه نه وه، ځکه زما خبرې پرې وغمېدې، د درس په جریان کې نارامه وو. دا ولې؟ ځکه چې دوی تشبث تدریسوي؛ خو متشبتین نه دي. دوی یوازې ثابت درس ورکوي چې ثابتنه تنخوا واخلي او هیله یې داوي چې یو رسمي تنخوا لرونکی کارګر شي.

زما موخه دا نه ده چې تاسو پیسې راټولي کړئ. په حقیقت کې هغه کاروباري جوړښت چې زه یې په دې کتاب کې له تاسو سره شریکوم، دا دی چې تاسو د کاروبار جوړولو لپاره د پانګې راټولولو ته اړتیا نه لرئ، ځکه دا کار ستاسو لپاره یو بل چا مخکې کړی دی. ستاسو لخوا یوازې د کاروبار جوړولو ته اړتیا ده.

متشبت يانې هغه څوک چې کار کوي. د مسافرو له وروستۍ چوکۍ څخه راپورته شه، د موټر مخ ته راشه، شټرېنگ ته کېنه او د خپل ژوند ټول واک په لاس کې واخله. دې ته تشبت وايي.

۵. د متشبت کېدو لپاره کومې ځانگړتياوې اړينې دي؟

متشبتين د نړۍ تر ټولو شتمن خلک دي. هغه مشهور يې هم پېژنو لکه، ريجارډ برانسون، ډونالډ ټرمپ، اوپرا وينفري، سټيو جابز، رابرټ مرډاک او ټېډ ټرنر. خو تر ټولو شتمن متشبتين هغه دي چې ما او تا يې نوم نه دی اورېدلی، ځکه نه غواړي د مطبوعاتو پام ځان ته راواړوي. دوی په ارامه خپل شتمن ژوند کوي.

زياتره وخت له خلکو دا پوښتنه اورم: «ايا متشبتين د تشبت له ځانگړتياوو سره زېږي که تر زېږېدو وروسته پرمختگ کوي؟» ځينې خلک فکر کوي چې متشبتين استثنا خلک دي يا د متشبت کېدو لپاره يوه ځانگړي جادو ته ضرورت دی. زما په نظر متشبت کېدل دومره ستونزمن نه دي؛ يوازې لاس په کار شه.

زه به يو بېلگه درکړم. زموږ په گاوندیانو کې يوه پېغله ده. د ماشومانو د روزنې کار يې پيل کړی دی. يو څو نورې ټولگيوالې يې هم له ځان سره په تنخوا نيولې دي. دا يوه متشبت ده. يو بل هلک تر ښوونځي وروسته په پاتې نيمه ورځ کې د خلکو د کورونو خراب شوي سامانونه ترميموي. دی هم متشبت دی. دا دواړه کم عمر لري. زياتره ماشومان وېره نه لري؛ خو لويان بيا وېرېږي.

د خپل نبوغ موندنې، پرمختگ او کارونې ته زړورتيا اړينه ده!

نن ميلیونونه خلک هيله لري چې خپلې تنخوا لرونکې دندې پرېږدي. تشبت وکړي او خپل کاروبار ولري. د ډېرو خلکو هيلې يوازې هيلې پاتې شوې. څه يې ونه کړل. اوس پوښتنه دا ده چې ولې ډېر خلک د متشبت کېدو په هيلو کې ناکامېږي؟

يوه ملگرې مې تکړه سلمان ده. په سينگارولو کې يې وړې. له ډېرې مودې وايي چې د وېښتانو جوړولو سالون پرانيزم. ښه لوی لوی پلانونه هم ورته لري؛ خو بېچاره اوس هم د بل چا تر لاس لاندې د هغه په سالون کې يوې چوکۍ ته ولاړ ده او د خلکو وېښتان جوړوي.

يو بل ملگری لرم. مېرمن يې په الوتکه کې له خدمت کولو سترې شوې وه. دوه کاله وړاندې يې دنده پرېښوده. د وېښتانو جوړولو کورس ته لاړه چې سلمان شي. يوه مياشت مخکې يې د سلمانې د سالون پرانيسته وه. ډېر ښايسته چاپېريال يې جوړ کړی او تکړه کسان يې گومارلي دي.

کله چې مې لومړۍ ملگرې د دې د وېښتانو له سالونه خبره شوه، وېي ويل: «(سالون يې څنگه پرانيستی دی؟ دا استعداد نه لري. وړتيا نه لري. زما په خبر يې په نيويارک کې د وېښتانو جوړولو مسلکي زده کړې نه دي کړې او تر ټولو غټه خبره دا چې هېڅ تجربه نه لري. د دې کار يو کال هم دوام نه کوي او زر ناکامېږي.))»

دا خو د دې خبرې وې؛ خو زما په اند ښايي برعکس، د هغې پر ځای دا ناکامه شي. شمېرنو ښودلې چې ۹۰ سلنه کاروبارونه په لومړيو پنځو کلو کې ناکامېږي. خو دا هم ويلاى شو چې کېدای شي دا بريالی شي. اصلي خبره دا ده چې دا لاس په کار شوه. د دې زړورتيا د دې د ژوند په جوړولو

کې رول لري. په نړۍ کې د خپل نبوغ د موندنې، پرمختګ او کارونې لپاره زړورتیا اړینه ده.

هغه خلکو چې په لاتړۍ کې یې درې میلیونه ډالره ګټلې، ۸۰ سلنې یې خپلې ټولې پیسې په درېیو کلو کې بایللې دي. ولې؟ ځکه یوازې پیسې لرل څوک نشي شتمنولای. دغه پیسې یوازې د دوی په بانکي حسابونو کې زیاتېږي. دوی یوازې پیسې پیدا کوي، فکر یې تغیر نه کوي. د شتمنېدو لپاره شتمن دماغ اړین دی.

ستاسو فکر ډېر پراخ دی؛ خو شک او وېرې مو محدود کړی دی. د Atlas Shrugged کتاب لیکوال این رانډ لیکي: ((شتمني د فکر کولو لپاره د انسان ځواک دی)). اوس که ته د ژوند بدلولو په فکر کې یې، نو داسې چاپېریال به در وپېژنم، چې ذهن ته به دې د فکر کولو زمینه برابره کړي او ډېر به شتمن شي.

چې لوی شي، څه کول غواړي؟

کله چې ماشوم وم، اصلي پلار به مې راته ویل: ((ښونځي ته ولاړ شه او ښې نومرې واخله، نو ډاډه او مصنونه دنده به ومومي)). پلار مې زه د E کونج ته پورې وهلم او مور مې غوښتل چې ډاکټر یا وکیل شم. ویل یې: ((که ډاکټر یا وکیل شي، نو داسې کار به دې وي چې کله به هم له منځه نه ځي)). مور مې زه د S کونج ته برابرولم. خو شتمن پلار مې راته ویل، که غواړې شتمن شي، نو باید تجارت یا پانگونه وکړې. ده بیا زه B یا I کونج ته ورللم.

کله چې له ویتنام څخه راوگرځېدم، باید د یوې مشورې په اړه مې پرېکړه کړې وای. ښایي تاسو هم له دې شي سره مخ یاست.

د خپل تجارت جوړولو یو دلیل وقار او درنښت لرل دي. د دې دلیل ارزښت ته په کمه سترګه مه ګوره. دا نړۍ له ځورونکو او تنګ نظره خلکو څخه ډکه ده، هغه که ستا مشر وي، که دې مدیر، ګاونډی او ان ملګری. تاسو باید د نورو خلکو تر فشار لاندې را نشئ. تاسو په ځان کې یو داسې همت پیدا کولو ته اړتیا لرئ چې د ځورونکو خلکو په کیسه کې نشئ. تاسو د ځان لپاره د فکر او کار کولو ازادي غواړئ.

ماسراتي^۸ فکر

اوس هغه پوښتنه بیا کوم: ((چېرته ژوند کوي؟)) اوس به تاسو د پیسو ګټلو له یوه کونجه بل کونج ته په بدلېدو پوهېدلې یئ. دا یوازې د پیسو ګټلو بېل جوړښت نه دی، دا د ژوند یو بېل عمل دی.

هو، دا ټوله د کاروبار په اړه ده. خو یوازې کاروبار هم نه دی. کاروبار یې بهرنی اړخ دی. ټانګه چلوونکي که د سیالۍ په ماسراتي موټر کې کېنوي، نو سیالي نشي ګټلای. مهارت، زده کړې او تر ټولو زیات د سیالۍ فکر درلودلو ته اړتیا ده.

د یوویشتمی پېړۍ د تجارت یو ښه والی دا دی چې ټولې تجارتي زمينې درته برابري شوې دي.

د ټولو کارونو د سرته رسولو مسئولیت ستاسو په لاس کې دی، تاسو باید له ځانه پرته بل څوک ملامت ونه ګڼئ. ټول کار هم باید یوازې خپله ونه کړئ،

^۸ ماسراتي یو ایټالوي د موټرونو کمپنۍ ده، ورزشي موټرونه جوړوي او په ۱۹۱۴ کې تاسیس شوې. په نړۍ کې د ارام، ښایسته او داخلي او بیروني جوړښت موټرونو په تولیدولو کې یوه منل شوې کمپنۍ ده. لیکوال دې ورزشي موټر ته ځکه اشاره کړې ده چې دا موټر په سیالیو کې استعمالېږي. ژوند او کاروبار هم یوه سیالي ده.

لکه ما چې خپل تجارت یوازې په خپله راپورته کړ. د یوویشتمی پېړۍ د تجارت یو ښه والی دا دی چې ټولې تجارتي زمينې درته برابري شوې دي او ستاسو د بريالیتوب لپاره ښه تجربه لرونکي مشران شته.

خو پام چې تېروتنه ونه کړئ. که ستا د بريالیتوب امکان وي، نو یوازینی کس ته یې چې بریا ته به ځان رسوي او د دې لپاره د یوه متشبث په څېر فکر کولو ته ضرورت لري. که داسې فکر ونه لري، نو که کاروبار دې هرڅومره بريالی وي یا هرڅومره ښه ښوونکي ولري، پایله به خورا ستونزمنه وي.

د دې کتاب په دویمه برخه کې چې پر کوم کاروباري جوړښت بحث کوو، هغه د ماسراتي موټر په څېر دی او ته یې موټروان یې. ته تر ټولو لومړی او اړین یې. ایا د موټر چلولو ته تیار یې؟ څه چې اړین دي، ایا ته هغه په ځان کې لري؟

شپږم څپرکی

۶. د واک اخیستلو وخت رارسېدلی دی!

(۱۹۸۵م) کال و. زه او مېرمن مې (کېم) بې کوره او بېکاره وو او د سپما ساتلې پیسې مو هم بیخي لږ را پاتې وې. کريدیت کارتونه مو هم ټول مصرف کړي وو. په خپل زاړه نسواري رنگه موټر کې اوسېدو، د هغه چوکۍ زموږ د ویدېدلو ځایونه وو. وروستی اونۍ چې په خپل موټر کې ویدېدلو، دغه ترخه حقیقت ورو ورو اغېز راباندې وکړ چې موږ څوک یو، څه کوو او کوم لوري ته ځو.

کله چې مو یوه ملگرې له دې بد حالت څخه خبره شوه، د کور په تلخونه کې یې یوه کوټه راکړه. دوستان مو چې خبر شول، هر یوه به لومړی دغه خبره کوله: ((ولې ځان ته یو کار نه پیدا کوی؟)) اول مو هڅه کوله چې هغوی پوه کړو؛ خو زموږ په دلایلو د خوش باوره خلکو قانع کول ډېر سخت وو. یو داسې کس چې دندې لرلو ته ارزښت ورکوي، په دې د هغه پوهول چې ولې باید دنده ونه لرو، ډېر سخت دي.

یو دوه ځله مو د یو څو ډالرو گټلو لپاره لنډمهاله کارونه وکړل. له دې کارونو مو موخه یوازې د گېډو ډکول وو او هغه موټر ته مو تېل پیدا کړل چې د کور گټه مو ترې اخیسته.

دا خبره باید ومنم، د ډېر سخت شک پر مهال به د یوې ډاډه او مصونې میاشتنۍ تنخوا لرونکې دندې فکر راته پیدا کېده؛ خو مصونه او ډاډه دنده زموږ موخه نه وه، نو مقاومت مو کاوه. موږ هر وخت یوه ډاډه، مصونه او ښه تنخوا لرونکې دنده پیدا کولی شوای. ځکه زه او مېرمن مې دواړه له پوهنتونه

فارغ، د کاري وړتیا خاوندان او د ښه کاري وجدان لرونکي وو. خو موږ خوندي او ډاډه دنده نه غوښته، بلکې د اقتصادي ازادۍ په لټه وو.

موږ په (۱۹۸۹م) کې میلیونران وو.

ډېر خلک وايي: «پيسې، پيسې گټي». موږ په څلورو کلو کې له بې کورۍ څخه میلیونران شوو او په وروسته پنځو کلو کې مو اقتصادي ازادي ترلاسه کړه. په پيل کې مو هېڅ پيسې نه درلودې. پوروي هم وو او چا پيسې هم نه راکولې. لوړو زده کړو هم مرسته نشو کولای. لوړې زده کړې يوازې د عمومي کارونو لپاره په درد خوري. دا زده کړې د هغو خلکو لپاره نه دي چې د شتمنېدو په لټه کې وي.

که د پيسو گټلو لپاره پيسې او لوړې زده کړې اړينې نه دي، نو څه شی اړين دي؟ هيله، اراده، د زر زده کړې هيله او پر دې پوهېدل چې د گټې لپاره له هغو څلورو کونجونو څخه کوم کونج زما لپاره دی. بس، دغه اړين شيان دي.

سخت کار کول مو نه شتمنوي!

زموږ په کلتور کې يو عجيبه باور شته چې وايي: «که دې سخت کار کاوه، نو بريالی به يې». دا بې مانا خبرې دي. مصيبت دا دی چې د ډېرو خلکو ذهنونه دې ته اماده شوي چې دا خبره ومني او منلې يې هم ده. که څه هم د نه منلو لپاره به يې زرگونه ثبوتونه ويني.

کوم ثبوتونه؟ يوازې خپل شا و خوا وگوره. ايا داسې څوک پېژنې چې ټول عمر يې سخت کار کړی وي او په ستړيا او مات زړه يې يوازې خپل ژوند پای ته رسولی وي؟ هو، خامخا به مو ليدلی وي. موږ ټولو ليدلي. دا نړۍ له هغو

خلکو ډکه ده چې سخت کار کوي؛ خو ښه اقامت نه لري. تر ټولو بده دا ده چې دا خلک دې پايلې ته رسېدلي چې ځان ملامت او ناکام وگڼي. دوی ټولو ښه او سخت کار کړی دی. دغسې نه ده؟ خو بيا يې هم نتيجه نه ده ورکړې.

ځينې خلک بې مانا خبرې کوي او وايي: «کېدای شي ښه سخت کار يې نه وي کړی، ښه بخت يې نه لاره، يا اصلاً دوی د برياليتوب لپاره نه وي پيدا شوي».

دا ټولې بې مانا خبرې دي. اصلاً د سخت کار کولو کيسه هسې افسانه ده.

پر ما غلط گومان ونه کړئ. زما د خبرو هدف دا نه دی چې شتمنېدل يا اقتصادي ازادي سخت کار ته ضرورت نه لري، بلکې خامخا سخت کار غواړي. هيله لرم تاسو به دومره بې تجربې هم نه ياست چې پر دغو کم عقلانه خبرو باور وکړئ چې وايي پيسې اسانه، زر او بې زحمته گټل کېږي.

سخت کار کول اړين دي. خو پوښتنه دا ده چې سخت کار څه شي ته وايي؟ غواړم ستاسو اواز واورم: «څه شی دی؟» بېرته مه کوئ، ځکه زموږ د کلتوري باور تر شا دغه تريخ حقيقت دی چې «د پيسو گټلو لپاره سخت کار کول کله هم شتمني نه پيدا کوي».

خلک چې د گټې لپاره هر څومره سخت کار کوي، هغومره ډېره ماليه به ورکوي. د پيسو گټلو لپاره سخت کار مه کوئ، هر څومره چې گټې، درنه مصرف به شي. بيا به د نورو په گټلو اخته شئ.

کېدای شي پوښتنه وکړئ چې څه وکړو؟

کنټرول په لاس کې واخلي!

د څه شي کنټرول؟ څومره کونښن چې وکړئ، د ژوند ټول شيان په واک کې نشئ راوستلای. د بازار، کارگرو او اقتصاد واک کله هم ستاسو په لاس کې نه دی. یوازینی څه چې تاسو یې په واک کې درلودلای شئ، ستاسو د گټې او لاسته راوړنې سرچینې دي.

ستونزه څه ده؟

زیاتره شتمن، تجارت شتمن کړي دي. بیل گېټس مایکروسافټ او مایشیل ډیل، ډیل کمپیوټر په خپل اطاق کې جوړ کړ. په تاریخ کې ډېر کم خلک په B کونج کې اوسېدلي دي، یانې لوی شرکتونه یې لرلي دي. تجارت د پیسو گټلو تر ټولو ښه لاره ده؛ خو په دې لاره کې ځینې خنډونه خامخا شته چې د خلکو مخه یې نیولې ده.

لومړی، زیاتره خلک د تجارت پیل کولو لپاره پیسو ته اړتیا لري. نن په منځني ډول د یوه تجارت د شروع کولو لپاره پنځه میلیونه ډالره ضرور دي. دویم دا چې له صفر څخه د تجارت شروع کول خورا خطرناک کار دی. په لومړیو پنځو کلو کې د ناکامېدو ۹۰ سلنه امکان شته او که ستا دغه نوی شرکت ناکامه شي، نو پنځه میلیونه ډالره زیان چا ته ورسېد؟ په لومړیو کې ما هم په تجارت کې دوه ځله ناکامي لیدلې ده. که څه هم دیوالیه شوی نه يم؛ خو په میلیونونو ډالره تاواني شوی يم. ((د نوي تجارت د پیل لپاره پنځه میلیونه ډالره په امریکا او نورو پرمختللو هېوادونو کې ضرور دي. دلته په افغانستان کې د یوه شرکت جوړول او خپل کاروبار لرل یوازې څو زرو یا څو لکه ډالرو ته ضرورت لري: ژباړن))

کله چې تجارت شروع کوې، نو د ځای کرایې، د کارکوونکو تنخوا، اوبو، برېښنا او نورو ته باید حساب وکړې. که دې دا نشوې ورکولای، نو بیخي د تجارت پیلولو ته ضرورت نشته. د تجارت په پیل کې یوازینی کس چې له تنخوا پرته کار کوي، هغه ته خپله یې. که ستا تجارت وروسته کامیاب هم شي؛ خو د پنځو یا لسو کلو لپاره ته هېڅ تنخوا نه لرې.

ما او میرمن مې (کېم) له یاده مه باسئ. موږ په خپل زاړه موټر کې ویدېدلو. موږ یو کار موندلی او سمدستي مو تر یوه چټ لاندې ژوند کولی شوای. خو دا هغه څه نه وو چې موږ غوښتل. د تنخوا لرلو پر ځای مو بې کوري انتخاب کړه، ځکه موږ هیله لرله چې د تجارت خاوندان وو او په B کونج کې ژوند وکړو.

ډېر خلک ښايي د دې حالاتو لپاره رواني، احساساتي، جسمي او مالي حوصله ونه لري. ښايي دا ډېر بې رحمه حالات وي او عموماً بې رحمه هم وي.

د امتیاز حق ۹ «Franchise»

د امتیاز حق د خطر زیاته برخه له منځه وړي. په مک ډونالډ یا سبویب غونډې لویو شرکتونو کې د امتیاز حق اخیستل ستاسو بریالیتوب خورا ډېروي او په دې کې ستاسو لپاره اساسي کارونه هم شوي وي. خو بیا هم له لومړۍ درجې ستونزې سره مخ یاست؛ تاسو باید پیسې ولرئ. ځکه په یوه

^۱ دا یو ځانگړی امتیاز، حق یا صلاحیت دی چې یوه لویه کمپنۍ یا دولت یې یوه شخص یا کمپنۍ ته ورکوي چې یو ځانگړی سوداگریز فعالیت/فعالیتونه وکړي.

لوی شرکت کې د امتیاز حق اخیستل له سل زرو تر ۱،۵ میلیونه ډالرو یا تر دې هم زیات ارزښت لري. دا یې یوازې قیمت دی. د مرکزي څانګې لخوا چې د روزنې، بازارموندنې او مرستې لپاره میاشتنۍ پیسې غوښتل کېږي، هغه بېله خبره ده.

له دې ټول ملاتړ سره سره د ګټې کولو ضمانت نشته. ډېر ځله به ستاسو د امتیاز حق په تاوان کې روان وي؛ خو تاسو به مرکز ته په پیسو ورکولو مجبور یاست. ښایي ستاسو د امتیاز په حق کې ښې پیسې جمع کېږي؛ خو بیا هم په لومړیو څو کلو کې هغه پیسې نشي ترې را ایستلای. دا هم یاد ساتئ چې د امتیاز د حق په اخیستلو کې په هرو درېیو کې یو ناکامېږي. زما نېستمن پلار چې پنځوس کلن و، دومره بېباکه و چې د هاوایی انتخاباتو ته یې ځان نوماند کړ. د انتخاباتو سیال یې د ده رییس و. کله چې زما پلار په انتخاباتو کې ناکام شو، نو له شرکت څخه یې هم وایست. ده هم خپلې ټولې سمپولې پیسې راواخیستې او په هغه شرکت کې یې چې د ناکامېدو چانس یې کم و، د امتیاز حق واخیست.

هغه شرکت چې د ناکامېدو امکان یې نه و، ناکام شو. پلار مې یوازې ناکام نه، بلکې له پیسو هم خلاص شو او هرڅه یې ولاړل.

د تیوري له نظره، د لویو شرکتونو د امتیاز حق اخیستل ښه خبره ده؛ خو دا اصلاً د قمار غوندې دی. د هغه قمار په څېر چې ټوله شتمني پر مېز کېږدي او قمار پیل کېږي.

د نافعاله پیسو ګټلو (Passive income) وړتیا

ایا تر اوسه مو له هغو نلکو څخه کار اخیستی چې د لږو اوبو د کارولو لپاره جوړې شوې دي؟ هغه نلکه ښیم چې اوبه ترې کاروې، په لاس به یې نیسې. که دې خوشي کړه، اوبه یې بندېږي. د ډېرو خلکو د پیسو ګټل د دغو نلکو په څېر وي. که کار کوي، یو څه پیسې ورته راځي؛ خو که یې کار پرېښود، نو پیسې بندې شي. اقتصادي ازادي داسې نه تر لاسه کېږي. د پیسو ګټلو لپاره هغې نلکې ته ضرورت دی چې یو وار اوبه راخوښې کړې، بیا تر هغو ترې بهېږي چې تا بندې کړې نه وي.

یوازې نن، سبا یا بله اونۍ نه، بلکې هر وخت ثابت او دوامداره ګټه اړینه ده. دغې ګټې ته غیرفعاله یا روانه دایمي ګټه وایي چې د کار تر پرېښودلو زیات وخت وروسته هم درته راځي.

B کونج یا تجارت ته اوښتل د غیرفعالو پیسو ګټلو یوه ښه لار ده؛ خو هر تجارت د غیرفعالې ګټې ضمانت نشي درکولای. که یو رستوران ولرې، نو ترڅو چې مشتریانو ته خواړه تیاروې او پلورې یې، ګټه کولای شې. که د ایرکنډیشنونو د جوړولو کار کوې، نو تر هغو به ګټه کوې چې دا خدمات جاري وي. ان زیاتې پیسې ګټونکي ډاکټران او وکیلان تر هغو پیسې ګټي چې له ناروغانو او مراجعه کوونکو سره ویني. که په کومه اونۍ کې ډاکټر ته ناروغان او وکیل ته مراجعین را نشي، نو ګټه یې د هغې نلکې د اوبو په څېر درېږي.

موږ د غیر فعاله پیسو گټلو ته اړتیا لرو. ما او ډونالد ترمپ دواړو د غیر فعاله پیسو گټلو تجارتونه وکتل او بیا مو د «موږ غواړو تاسو شتمن شی» په نوم کتاب ولیکه.

البته دا یوازې د یوه کتاب نوم نه دی، بلکې موږ رښتیا غواړو چې تاسو شتمن شی. شتمنېدل لوبه نه ده. که یو کس شتمن شو، نو هغه بل به خپلې پیسې له لاسه ورکوي. که تاسو شتمن شی، نو زما، ډونالد ترمپ یا کوم بل چا پیسې نه کمېږي. په کومه نړۍ کې چې موږ اوسېږو خورا حیرانوونکې ده او په دې نړۍ کې د هر چا د شتمنېدو لپاره کافي انرژي، وسایل، هوښیاري، نوښت او موخې شته.

تر دې ځایه څه شي ته متوجه شوو؟

متوجه شوو چې یو ډول تجارت شته چې تر ټولو لوړ او ښه دی. دا هغه تجارت دی چې د غیرفعال پیسو لاره راته برابروي؛ خو د پیلولو لپاره یو څه نغدو پیسو ته ضرورت لري. ډېر لږ څه ته اړتیا لري او د دې لپاره چې یو متشبث خپله تنخوا لرونکې دنده ورته پرېږدي، تر هغو نیم وخت (Part-time) ته ضرورت لري.

د تجارت دې ډول جوړښت ته شبکه یي بازار موندنه «Network Marketing» وایي او د دې کتاب پاتې برخه د دې جوړښت په اړه ده.

دویمه برخه

یو کاروبار او اته شتمنۍ جوړوونکې دارایی

اته دلایل چې د بازار موندنې شبکه به ستاسو راتلونکې خوندي او ډاډه کوي.

اووم خپرکی

٧. زما د تجارت کلونه

دا موضوع باید ښه روښانه کړم. کله هم د بازارموندنې په کومه شبکه کې نه يم پاتې شوی. نه يې خپروونکي يم او نه د بازارموندنې د کومې شبکې خښتن. نه په کوم شرکت کې مالي گټه لرم او نه د کوم ځانگړي شرکت بازار موندنه کوم. خو په کلو کلو د دې تجارت اتل او مدافع پاتې شوی يم او په دې خپرکي کې به يې سبب درته روښانه کړم.

لومړی ځل مې په (١٩٧٥م) کې يوه ملگري يوې غونډې ته وروبللم چې موضوع يې د نوي تجارت فرصتونه وه. د کاروبار او پانگونې په اړه خبرې مې عادت وې، نو د ده بلنه مې ومنله. خو يوه کاروباري ناسته د دفتر پر ځای په کور کې جوړېده، دې خبرې لږ حيران کړم.

پرلپسې درې ساعته يې پر دې خبرې وکړې چې خپل کاروبار تر دندې ښه دی. له ډېرو خبرو سره يې موافق هم وم. په وروستيو کې مې ملگري زما نظر وپوښت. و مې ويل: ((ډېره په زړه پورې وه؛ خو ما ته نه.))

زه هغه وخت د يوه تجارت په جوړولو ډېر بوخت وم. ولې مې بايد له بل چا سره تجارت جوړ کړی وای؟ د شبکه يي بازارموندنې په مانا نه پوهېدم؛ خو له ځانه سره مې فکر کاوه چې پرې پوهېږم. او ډاډه وم چې زما په درد نه خوري.

د شبکه يي بازارموندنې له لومړۍ ناستې مې زيات وخت نه کېده چې هغه ورزشي کاروبار چې له دوو نورو ملگرو سره مې پيل کړی و، په چټکۍ

پرمختگ وکړ. دوه کلن سخت کار ښه پایله ورکړه. بریا، شهرت او پیسو ما او زما دوو ملگرو ته مخه کړه. لوړه مو کړې وه چې تر دېرش کلنۍ مخکې به میلیونران کېږو. سخت کار او زیاتې قربانۍ خپلې موخې ته ورسولو. د نولسمې پېړۍ اوومه لسيزه وه، یو میلیون ډالر خورا لوی شی وو. زموږ د کمپنۍ او تولیداتو په اړه Surfer, Runner's World او Gentlemen's Quarterly مجلو لیکنې کولې. زموږ ورزشي لباسونه په نړۍ کې وپېژندل شول او زموږ جامې په ټوله نړۍ کې وغوښتل شوې. دا یوه بشپړه بریا وه.

ما کله هم د شبکه يي بازارموندنې په اړه فکر ونه کړ، یا لږ تر لږه یوه لسيزه يې په کیسه کې نه وم.

ذهن خلاصېدل

کلونه وروسته مې ورو ورو ذهن خلاص شو او پوه شوم. ښه بريالي کاروبار مو ماتې خوړلې وه. دا یوه ډېره بې خونده خو مثبت تجربه وه. ځکه سترگې مې خلاصې شوې چې خپل شاوخوا ته وگورم او زیاتې پوښتنې وکړم. هغه څه ته مې پام شو چې شتمن پلار مې رانښودلي وو او یو مالي لید مې وموند. زيات وخت نه و تېر شوی چې یو بريالی کاروبار مې پيل کړ. تر هغه وروسته بل او بيا بل. او تر دې وروسته مې هېڅ کاروبار نه دی ناکام شوی.

متوجه شوم چې شخصي بریا د خوښۍ سبب کېږي؛ خو له نورو خلکو سره بریا ته په رسېدو کې مرسته کول سړی تر دې هم زیات خوشالوي.

په هغو کلونو کې دې نظریې ته خورا ښه متوجه شوی وم چې یوازې باید ځان شتمن نشي، بلکې له نورو سره هم باید په شتمنېدو کې مرسته وشي.

پام مې شو چې شخصي بريا د خوښۍ سبب کېږي؛ خو له نورو سره بريا ته په رسېدو کې مرسته کول سړی تر دې هم زيات خوشالوي.

پنځلس کاله مې له نږدې کسانو د شبکه يي بازارموندنې په اړه منفي خبرې واورېدې. بالاخره مې تصميم ونيو چې خپله يې وڅېرم.

د شلمې پېړۍ په وروستۍ لسيزه کې مې يوه ورځ له ملگري «بېل» سره ناست وم. هغه ميليونونه پيسې گټلې وې او اوس تقاعد و. په خبرو کې ورته متوجه شوم چې په شبکه يي بازار موندنه کې يې کار کړی دی.

بېل ډېر تېز او هوشيار دی. د يو ميليارډ بودجې لرونکې پروژې له تازه بشپړېدو يې هم خبر وم. ترې ومې پوښتل چې ولې په شبکه يي بازارموندنه کار کوې؟

ده وويل: «کلونه کېږي چې خلک ترې غواړي چې د ملکيتونو په کاروبار کې پانگونه ورسره وکړي. دوی غوښتل پوه شي چې ايا له ما سره پانگونه کولای شي؟ خو دوی نشوی کولای، ځکه د پانگونې لپاره يې پنځوس زره يا سل زره ډالر نه درلودل. په حقيقت کې دوی هېڅ پيسې نه لرلې. د ځينو ديواليه توب ته بيخي دوې مياشتې پاتې وې. په داسې معاملو پسې گرځېدل چې پانگې ته اړتيا ونه لري، يوه ناسمه پانگونه ده. ما له دوی سره مرسته نشوی کولای؛ خو د شبکه يي بازارموندنې په مټ مې مرسته ورسره کولی شوای چې د نورو کارونو لپاره لازمه پانگه پيدا کړي. څومره چې د خلکو شمېر زياتېږي، څومره پانگوال زياتېږي.»

بېل زياتوي: «(له هغو خلکو سره مې کار کول خوښېږي چې د کار زده کولو او پرمختگ ترې وي. له داسې خلکو سره کار کول بې گټې دي چې فکر کوي په هر څه پوهېږي. داسې ستونزې د ملکيتونو د کاروبار پر وخت ډېرې رامنځته کېږي او له کومو خلکو سره چې زه په شبکه يي بازارموندنه کې کار کوم، د نوو نظريو په اورېدلو خوشالېږي.)»

زه بايد څو دقيقې وروسته هوايي ډگر ته تللی وای. خو د شبکه يي بازارموندنې په اړه مو راتلونکې څو مياشتې خبرې سره وکړې او څومره مجلسونه چې مې ورسره کول، څومره مې دې تجارت ته توجه زياتېده.

په (۱۹۹۴م) کې مې د دې کاروبار په اړه جدي څېړنه پيل کړه. د دې کاروبار په اړه به چې له کوم مجلس څخه خبرېدم، ټولو ته تلم او ښه په څېر مې غوړ ورته نيوه. هغه کاروبارونه څېرم چې پانگونه پکې کوم، همداسې مې پرلپسې شرکتونه مطالعه کړل سوانح مې وکتلې او له نژدې مې وڅېړل. ان له ځينو سره يو ځای شوم چې کارونه يې له نژدې وگورم او له دننه يې تجربه کړم.

په لومړي ځل چې په (۱۹۷۵م) کې د دې شرکتونو په اړه تېروتي وم او فکر مې ترلی و. اوس مې شل کاله وروسته نظر کاملاً بدل شوی دی.

خلک له ما پوښتنه کوي: «ته ولې خلکو ته شبکه يي بازارموندنه د پيسو گټلو د وسيلې په توگه ورپېژنې، په داسې حال کې چې ته خپله د شبکه يي بازار موندنې په مرسته نه يې شتمن شوی؟»

رنیتیا هم، ما خپله شتمني د دې کاروبار له لارې نه ده پیدا کړې. خو دا کاروبار له بهره په عيني او افقي شکل خپرلی شم. ما خپله شتمني او اقتصادي ازادي ترلاسه کړې ده، نو د یوه بهرني کس په توګه د دغه کاروبار ستاینه کوم.

که ما نن خپل کاروبار یو ځل بیا له صفره شروع کولای، نو د کاروبار د پخوانیو طریقو پر ځای به مې په شبکه یي بازارموندنې پیل کړی وای.

د بازار موندنې شبکه څه شی ده؟

مخکې مې وویل چې ما کله هم د شبکه یي بازار موندنې په کاروبار کې ونډه نه ده اخیستې؛ خو داسې څوک پېژنم چې ونډه یې پکې اخیستې. له هغه نه مې د دې لپاره پوښتنې وکړې چې د کتاب په دې برخه کې یې نظرونه راوړم.

جان فلمینګ زما له ملګرو څخه دی چې په لومړیو کې د ودانیو جوړولو مهندس و او د Mie van der Rohe لپاره یې کار کړی. دی د ودانیو جوړوونکي یا مهندس و، نو دې کار ته یې عملي نقشه جوړه کړه، په بله وینا دی هغه کس دی چې د یوې ودانۍ زیات وخت پاتې کېدو ته ارزښت ورکوي. په همدې خاطر په شبکه یي بازارموندنه کې د ده شتون ستايم.

جان د کتاب په دې پاڼو کې د خپلې شبکه یي بازارموندنې څلویښت کلنه تجربه درسره شریکوي. هغه د خپل شرکت مالک او رییس دی. په اجرايوي اړخ کې له مشهورو او بریالیو کمپنیو سره پنځلس کاله د رییس د مرستیال او د خرڅلاو، روزنې او پرمختګ د مرستیال په توګه پاتې شوی دی. هغه په فعاله توګه له بېلو کاروباري ډلو سره کار کړی. او په (۱۹۹۷م) کې

یې له Direct Selling Education Foundation څخه جایزه اخیستې. جان اوس خپرندوی او د Direct Selling News مجلې چلوونکی دی.

رابرټ: جان! هغه لوستونکو ته چې شبکه یي بازارموندنه او د هغې ارزښت نه پېژني معلومات ورکړئ.

جان: شبکه یي بازارموندنه له تېرې نیمې پېړۍ څخه بېل شکلونه لري. اصلي نظریه ډېره ساده او خورا ښه ده او وایي: «د دې پر ځای چې د تولیداتو او خدماتو د بازارموندنې لپاره بېلو مسلکي نمایندګیو او د بازارموندنې کانالونو ته زیاتې پیسې ورکړو، ولې داسې چا ته پیسې ورنه کړو چې هم پلور غواړي او هم یې نورو ته رسوي؟

دا هغه کار دی چې د شبکه یي بازارموندنې یو شرکت یې کوي. د پلور یوه برخه بېرته ټولو هغو خپلواکو نمایندګیو ته ورکوي چې د تولیداتو لېواله او ترټولو ښې پېرودونکې وي.

رابرټ: د موضوع د ښه روښانولو لپاره به څو شېبې مخالف واقع شم. دا څنګه کار کوي؟ زما مطلب دا دی یوه ډله خلک چې د بازارموندنې هېڅ مهارت نه لري، کولای شي په پلور کې سیالي وکړي او د پام وړ تولیدات وپلوري؟

جان: د دې کار ښکلا همدا ده. د بازارموندنې هر مسلکي، د هالیووډ تولیدوونکي او پیاوړي شرکتونه پر دې پوهېږي چې د تولید په اړه د خلکو لخوا یو بل ته معلومات ورکول د بازارموندنې تر ټولو ښه لاره ده.

په همدې خاطر په تلویزیوني اعلانونو کې داسې خلک گوماري چې ستاسو د مور، پلار، میرمنې، خاوند، ښه ملگري یا ماشومانو په شان خبرې وکړي چې خلک نورو ته د دوی په خبر خبرتیا ورکړي.

په شبکه یي بازار موندنه کې له رښتینو کارونو څخه ګټه اخلو. رابره! اصلي قدرت هغه دی چې تا اشاره ورته وکړه. د یوه استازي په توګه نه یوازې په هغه پلور کې برخه اخلي چې تا پلورلي دي، بلکې د هغو خلکو په پلور کې هم په مستقیم یا نامستقیم ډول ونډه اخلي چې ستا له پېرودونکو څخه شیان اخلي.

ایا دا په حقیقت کې کار کوي؟ تا ته یې ځواب ښه معلوم دی چې مستقیم پلور یا شبکه یي بازار موندنه اوس په کال کې تر ۱۱۰ میلیارده ډالره هم زیاته ده. دا دومره ډېرې پیسې دي چې د نیوزیلنډ، پاکستان او فیلیپین له ټول اقتصاد سره برابرې دي. ډېر وخت د کاروبار دغه ډول، د مستقیم پلور یا شبکه یي بازارموندنې په نومونو یادوم، ځکه نن ډېر شرکتونه پر شبکه یي بازارموندنه په تمرکز مستقیم پلور کوي. په دې کتاب کې به یوازې د شبکه یي بازارموندنې له نومه استفاده کوو.

د شبکه یي بازارموندنې د ټول پلور د پرمختګ یو دلیل د دواړو اړخونو ګټه ده، یانې هم د شرکت او هم د پېرودونکي ګټه. د پخوانیو تجارتونو په طریقه بازار ته د کمپنۍ ننوتل او د پېرودونکي پوهاوی خورا سخت دی.

دا څنګه کار کوي؟ د شبکه یي اشخاصو د تړاو او د خلکو له لوري یو بل ته د تولیداتو د اخیستلو د مشورې په مټ موږ تولیدات او خدمات وړاندې کولای شو.

رابرټ! ته وایې لوی شرکت هغه دی چې لږ تر لږه ۵۰۰ کارکوونکي ولري. په شبکه یي بازار موندنه کې ته یو څوک په کار نه گومارې، بلکې د ازادو استازو په توګه د هغوی ملاتړ کوي. که ستا استازي ۳۰۰، ۴۰۰ یا ۵۰۰ ته ورسېږي، نو یوه قوي او د پام وړ اداره به جوړه شوې وي.

نور خلک د بازارموندنې په اړه څه نظر لري؟

لکه څنګه چې جان وایي: ((د کاروبار دا جوړښت خورا پیاوړی دی، ځکه چې ښه پایله لري.)) یوازې موږ دا خبره نه کوو، بلکې نور هم په همدې نظر دي.

د مدیریت مشهور مسلکي او د زیات پلورل شوي کتاب In Search of Excellence لیکوال ټام پیټرز شبکه یي بازارموندنه داسې راپېژني: ((په بازارموندنه کې دا لومړۍ انقلابي حرکت پنځوس کاله وړاندې د هاروارډ بازارموندنې په پوهنتون او د پراکټر او ګیمبل په شرکت کې پیل شوی دی. «د شبکه یي بازارموندنې بریا په فوربز، فرچون، نیوزویک، ټایم، یو اس نیوز، یو اس ای ټوډې، نیویارک ټایمز او وال سټریټ ژورنال کې لیکل شوې. پنځلس کاله وړاندې تاسو له پورته ډلو یوه هم نشوۍ قانع کولای چې د شبکه یي بازارموندنې په اړه لیکنه وکړي.

نن د بازارموندنې شبکې د مسلکي او کاروباري خلکو لخوا د زیاتو پرمختګ کوونکو کاروباري لارو په توګه پېژندل شوې دي.

د فرچون مجلې وروستی ګڼه د شبکه یي بازارموندنې په اړه وایي: «شبکه یي بازارموندنه د پانګونې هیله، د نړۍ پټ کاروباري راز، د کلنۍ ګټې لرونکې

صنعت، ښه گټه، د پانگې پر وړاندې لویه لاسته راوړنه او نړیواله اوږدمهاله مثبتې هيله ده.»

وارن بافی او ریچارد برانسون زیات توپیر لري. وارن په موټر کې گرځي او په اوماها کې اوسېږي. برانسون د خپل شرکت په الوتکه کې سفر کوي او په برېټانوي ویرژن جزیرو کې په خپله جزیره کې اوسېږي. خو د دوی درې شیان ګډ دي. دوی دواړه میلیاردران دي، دواړه ډېره گټه کوي او دواړه د بازارموندنې شبکې لري.

ایا یو څه ته متوجه شوی؟

سیتي گروپ، جاکي، لوریل، مارز، رمینگټن او یوني لېور کوم ګډ څه لري؟ دوی ټولو د شبکه یي بازارموندنې په اوبو کې لاسونه ننوښتلي او ځینې بیخي پکې ډوب شوي دي.

نن د بازارموندنې شبکې د مسلکي او کاروباري خلکو لخوا د زیاتو پرمختګ کوونکو کاروباري لارو په توګه پېژندل شوي دي.

اتم خپرکی

۸. پیسې گټل اصل نه دی، اصل هغه شتمني ده چې پیسې پرې گټل کېږي.

د شبکه یي بازارموندنې په ارزښت د خلکو نه پوهېدل د حیرانتیا خبره نه ده. زیات خلک چې پرې اخته هم دي، په ارزښت یې نه پوهېږي.

کله چې خلک د شبکه یي بازارموندنې په اړه اوري، نو ډېر ځله دغه پوښتنه کوي: «که زه دغه کاروبار پیل کړم، څومره گټه به وکړم؟» همدا دلیل دی، کله چې د دې کاروبار له ګډون کوونکو سره خبرې کوی، د میاشتنۍ گټې پوښتنه درنه کوي.

هغه خلک چې میاشتنۍ گټه غواړي، هغوی اوس هم د E او S کونجونو په فکر کې ژوند کوي.

هغوی غواړي دغه تجارت د تنخوا یا ازاد کار په څېر میاشتنۍ گټه ورته وکړي. خو دغه د شبکه یي بازارموندنې ارزښت نشي کېدای.

کومه گټه چې له کاره ترلاسه کېږي، ډېره محدوده او د منحنی خط په څېر وي. یو ساعت کار یو ډالر، دوه ساعته کار دوه ډالره. یانې په تا پورې اړه لري چې څومره کار کوي، خو دنده به نه پرېږدي. که دې پرېښوده، غرق شوې. یانې دنده به کله هم نه پرېږدي. ما مخکې هم درته وویل، دنده بیخي د تلک غوندې ده. ډېر خلک دغه ستونزه درک کوي او زیاتې پیسې گټل له دغې ستونزې څخه د خلاصون لاره ګڼي. خو زیاته گټه کول مو د پیسو گټلو

له تلک څخه نشي خلاصولای. په حقیقت کې ډېرې پیسې گټل کله کله په تلک کې ځان بندول دي.

د B او I کونجونه یا د تجارت او پانګونې کونجونه د پیسو گټلو لپاره نه دي، بلکې په دې کونجونو کې پیسې تولیدېږي، یانې دلته د پیسو گټل اصل نه دی، اصل هغه ثروت دی چې پیسې پرې گټل کېږي.

ستا په اړه حقیقت

د زیاتو خلکو په نظر ځینې شیان شتمني ده؛ خو هغه په حقیقت کې شتمني نه، بلکې تاوان وي. پر دې څنگه پوه شو چې دا شتمني ده که تاوان، پانګه ده که یو بې ارزښته څیز. یا په بله وینا، دا هغه پیسې دي چې زموږ جیبونو ته راځي که هغه پیسې دي چې زموږ له جیبونو څخه وځي؟ هر کار یا پیسې زېږوي یا یې له منځه وړي. څه چې پیسې نه تولیدوي، هغه شتمني نه، بلکې تاوان دی.

خلکو له کلونو راهیسې خپل کورونه په گروهی وړکړي چې د خپلو اعتبار کارتونو پور پرې ادا کړي، رخصتی وکړي، ګرانېه موټرونه واخلي او ورته نور کارونه وکړي. ښایي تاسو هم داسې کړي وي. ښایي تاسو هم د هغو خلکو له ډلې یاست چې خپل کورونه، ثروت او دارایی گنې او د پیسو د کارتونو په څېر یې استعمالوي.

دا خبره به لږ درته روښانه کړم چې ثروت یا دارایی (Asset) څه شی ده. خلک د دې په اړه دومره گډوډېږي چې له زړه نا زړه توبه قاموس ته سر وړښکاره کوي او هلته یې دا مانا تر سترگو شي: «هر هغه شی دارایی ده چې

ارزښت یا قیمت ولري.» ښایي دا مانا سمه وي. خو دلته اصلي ستونزه د «ارزښت او قیمت» کلیمو جوړه کړې ده. زه به پوښتنه درنه وکړم:

«ستاسو کور څومره بیه لري؟»

مخکې تر دې چې تاسو ځواب راکړئ، زه به خپله پوښتنه په بله طریقه هم وکړم:

«ستاسو کور د میاشتي څومره گټه درته کوي؟»

ستاسو ځواب به دا وي: «هېڅ گټه نه کوي. د هغه په تغیر، ترمیم او ساتنه هره میاشت زیات مصرف هم کوم.» بلکل. نو موږ ویلای شو چې ستاسو کور ستاسو لپاره گټه نه ده، بلکې تاوان دی. ځکه هره میاشت پیسې پرې مصرفوي.

که تاسو وایئ: «زما کور زرگونه ډالره ارزښت لري.»

رښتیا؟ څه وخت؟ ایا د یوه نامعلوم وخت قیمت اوس پرې ږدې؟ که کور خرڅ کړې، چېرې ژوند کوې؟ ایا د دې کور له پلورولو ترلاسه شوې پیسې په بل کور مصرفوي؟ که تاسو خپل کور وپلورئ او هغه پیسې په بل کور بندې کړئ، نو پانګونې او کاروبار ته پیسې له کومه کوی؟ اصلاً ستاسو کور ستاسو دارایی او ثروت نه دی، بلکې په ځمکه کې هغه سوری دی چې ستاسو پیسې ور لوېږي.

۹. د دارایی او د ځمکې د هغه سوري چې پیسې ورلوېږي، توپیر څنگه وکړو؟

د دارایی کومه مانا چې په قاموس کې راغلې، یوه گړۍ به یې له یاده وباسو. راځئ چې له حقیقي نړۍ څخه خبرې وکړو.

Asset یا دارایی هغه څه ته ویل کېږي چې ستا لپاره کار کوي او تا نه مجبوروي چې په خپل پاتې ژوند کې کار کولو ته اړ شې. نېستمن پلار به مې ویل: «د دندې لپاره کار وکړه» او شتمن پلار به مې ویل: «دارایی پیدا کړه».

B کونج یا تجارت په اړه پیاوړې خبره دا ده؛ که کاروبار جوړ کړې، نو دارایی منځته راځي.

د «Rich Rad» په نوم یوه تجارت کې په نړۍ کې ادارې لرم. که کار کوم، که ویده یم او که د گلف لوبه کوم؛ په ټولو وختونو کې پیسې راروانې وي. دا غیرفعاله گټه؛ پاتېدونکې گټه ده. د دندې لپاره کار نه کوم، د دارایی رامنځته کولو لپاره یې کوم، ځکه له ما سره د شتمنو خلکو فکر دی، نه د کارگر.

د تجارت لرل د دارایی لرل دي. که شبکه یې بازار موندنه جوړه کړئ، نو یوازې به مو د ژوند اړین مهارتونه نه وي زده کړي، بلکې رښتینې دارایی به مو هم رامنځته کړې وي. په شبکه یې بازارموندنه کې د پیسو گټلو پر ځای هغه دارایی رامنځته کوئ چې تاسو ته پیسې گټي.

زه یوازې په هغه څه کې پانگونه کوم چې پیسې راته گټي. که یې پیسې راته وگټلې دارایی ده او که یې پیسې رانه وړې، تاوان دی. دوه پورش موټرونه لرم، دواړه تاوان دی. زه د دواړو مالک یم، هغه ما ته پیسې نه گټي، بلکې له جیبه مې پیسې باسي. دا ډېره ساده خبره ده، په دې خبره پوهېدل ساینس ته اړتیا نه لري.

هغه خلک چې په دې خبره پوهیږي، هغوی ته لومړنۍ دارایی تجارت او دویمه دارایی ملکیت دی. په ملکیت کې باید له گټې او پانگې څخه د ترلاسه کېدونکو پیسو توپیر وکړئ. ډېر خلک پر دې نه پوهیږي. کله چې دوی پانگونه کوي، نو له پانگې څخه په ترلاسه شوو پیسو یې کوي. دوی وايي: «زما د کور قیمت لوړ شو. زما د موټر قیمت لوړ شو.» د قیمت دغه لوړوالی له پانگې څخه ترلاسه شوې پیسې دي، دا خالصه گټه نه ده. د اصلي پانگې او گټې ترمنځ توپیر شته.

د ملکیت د کاروبار لرلو موخه داده چې هغه د دارایی په توگه وساتې، د گټې لپاره یې ونه پلورې. که ته یو ملکیت په سل زره ډالرو وپېږي او په دوه سوه زره ډالرو یې وپلورې، دا دارایی نه ده، بلکې تا یوازې سل زره ډالره اضافه پانگه ترلاسه کړه. تا دارایی یانې ستا ملکیت د پیسو لپاره له منځه یووړ. دا داسې ده، لکه یو څوک چې غوا وپلوري. زه بیا د غوا تر پلورلو د غوا شیدې پلورل خوښوم. دغه اصلي گټه ده، ځکه له دارایی څخه لاس ته راځي. که غوا په گټه وپلورئ، نو خپله دارایی مو وپلورله.

په تنخوا د کار کولو لویه ستونزه هم همدا ده. دنده دارایی نه ده. نه یې په eBay ویپاڼه کې پلورلای شې. نه یې په کرایه او شراکت چا ته ورکولای

شې. ولې باید د ژوند لسگونه کلونه پر داسې څه تېر کړو چې هغه دارايي نه ده؟ که رښتیا ووايم، نو د بل چا د دارايۍ جوړولو لپاره کار کوې.

تېروتنه مه کوه. که ته دنده کوې، نو یوه دارايي رامنځته کوې. هغه دارايي ستا نه ده، بلکې د هغه چا ده چې ته کار ورته کوې. یانې ستا د مالک یا د هغه د شرکت ده.

ښه دنده لرل موږ ته په ذهن کې راکړل شوي دي؛ خو دنده هېڅ ارزښت نه لري، ارزښت یې بیخي صفر دی. د پیسو گټلو د څلورو لارو په یوه کې هم د تنخوا هومره مالیه نشته ده. مالیه ستا تنخوا کموي. په حقیقت کې ټول چل تا ته جوړ دی. خو بیا هم زیات خلک دې ته چمتو دي چې په E کونج کې پاتې شي، یانې په تنخوا کار وکړي او مالیه ورکړي.

شبکه یي بازارموندنه د تولیداتو پلور یا د گټې ترلاسه کول نه دي.

دا ناسمه انګېرنه ده چې خلک شبکه یي بازارموندنه د تولیداتو د پلور تجارت ګڼي. د تولیداتو په پلور کې خالصه گټه لاس ته درځي. که دې کومه ورځ تجارت ودرې، په هماغه ورځ گټه هم له منځه ځي.

که په یوه شرکت کې پلورونکی یې، نو ستا دنده په E کونج کې ده او که د ځان لپاره ازاد کار کوې، بیمه، کورونه یا زیورات پلورې، نو ستا دنده په S کونج کې ده. ته په دواړو صورتونو کې دنده لرې او دنده دې د شیانو پلورل دي. که دې کومه ورځ خپل تجارت بس کړ، نو گټه هم لاس ته نه درځي. خو د شبکه یي بازارموندنې په مټ داسې تجارت جوړولای شې چې تا ته دایمي گټه وکړي.

ته بلې دندې، اړتیا نه لرې، بلکې یوازې ادرس دې بدل کړه او د B کونج یانې د تجارت لړ ته راشه.

جان: رابړته! ډلکل سمه خبره ده. خلک ډېر وخت فکر کوي چې زیات پلور درلودل، شبکه یي بازارموندنې په کاروبار کې بریالیتوب دی. دا کاروبار کله هم د یوه شي پر زیات پلور ولاړ نه دی. که هر څومره ښه پلورونکی شې بیا هم د ورځې ساعتونه کم دي، د نورو په څېر به فکر کوې چې زه ښه پلورنکی نه يم.

د شبکه یي بازارموندنې اصلي مطلب د تولیداتو پلور نه، بلکې د یوې شبکې جوړول دي. دې شبکه چې یو لښکر خلک د یوه ځانګړي تولید یا خدمت د پلور استازي اوسي.

د زیاتو تولیداتو پلورل تا یا کوم بل کس ته اړین نه دي، بلکې ډېرو داسې خلکو ته اړتیا ده چې د خپل ځان ښه مشتریان وي. ځینو خلکو ته ښه تولیدات او خدمات وړاندې کړي، ویې ګوماري او دا ورزده کړي چې څنګه د دوی په څېر کار وکړي.

د یوه لوی لښکر خپلواکو استازو د شبکې جوړولو دلیل هم همدا دی چې د پیسو گټلودارايي به ولرې، دې ته غیرفعاله پیسې گټل (Passive income) وايي.

په دیارلسم څپرکي کې به جان وپوښتم چې دا راته روښانه کړي چې شبکه یي بازارموندنې ولې پلور او پلورونکې نه ده. په دې هیله چې ښه پام ورته وکړئ. ځکه دا هغه اړین څه دي چې زیات خلک ورته متوجه نه دي.

اوس پر دې ډېر ټینگار کوم چې «په شبکه یي بازارموندنه کې د پیسو گټل اړین نه دي، بلکې هغه دارايي یا ثروت اړین دی چې پیسې پرې گټل کېږي».

په حقیقت کې شبکه یي بازارموندنه په یوه وخت کې د اتو ثروتونو (Assets) رامنځته کول دي. په راتلونکو څپرکو کې به پر هر ثروت بحث وکړو.

نهم څپرکی

لومړۍ دارايي: د رښتیني ژوند کاروباري زده کړه

دا باید ومنم چې په لوستلو کې ډېر ورو یم. که څه هم زیاته مطالعه کوم؛ خو په لوستلو کې بیخي ورو یم. زیات وخت د کتاب ځینې برخې دوه یا درې ځله لولم چې پرې پوه شم. بله دا چې په لیکلو کې هم ډېر کمزوری یم. په ښوونځي کې دوه ځلې په لیکنه کې ناکام شوی یم.

یو کمزوری زده کوونکی چې په ښوونځي کې په لیکلو کې ناکام شوی او تر اوسه هم ښه لیکوال نه دی؛ خو بیا یې هم اووه کتابونه د نیویارک ټایمز د زیاتو پلورل شوو کتابونو په لیست کې شامل دي. ستاسو په نظر دا ډېره حیرانوونکې نه ده؟

زما مطلب دا دی چې په درس کې ښې نومېرې ترلاسه کول هرڅه نه دي. البته ما غلط درک نه کړی. زه نه غواړم زده کړې یې ارزښته وبولم. زه پر پوهه او تربیه باور لرم او د ترلاسه کولو لېوالتیا یې هم لرم. خو زه پر هغه زده کړه باور لرم چې په ژوند کې مو د بریا سبب کېږي.

زه چې د شبکه یي بازارموندنې په رامنځته کولو کې خلکو ته لومړنی دلیل وړاندې کوم، هغه دا نه دی چې دوی دې ژوند بدلونکي ښه تولیدات وکړي. د زیاتو پیسو گټلو یا د اقتصادي ازادۍ د رامنځته کولو دلیل هم نه ورته وړاندې کوم. سمه ده، دا منم چې د دې کاروبار تولیدات خامخا ښه دي او ستاسو په شتمنېدو کې رغنده رول لري. خو دا د دې تجربې اړینې گټې نه دي، بلکې د دې تجربې اړینه گټه د رښتیني ژوند کاروباري زده کړه ده.

درې ډوله زده کړه

که غواړئ له اقتصادي اړخه بريالي شئ، نو دغو درې ډوله زده کړو ته اړتیا لري:

۱. د ښوونځي زده کړه (Scholastic)

۲. مسلکي زده کړه (Professional)

۳. اقتصادي زده کړه (Financial)

د ښوونځي زده کړې تاسو ته لیکل، لوستل او ریاضیات درښيي. دا زده کړې په نننۍ نړۍ کې خورا زیات ارزښت لري. زه خپله په دې زده کړو کې چندان لایق نه وم. لکه څنگه چې مې مخکې وویل، د کمزورو زده کوونکو له جملې څخه وم. ځکه څه چې یې راښودل، لیوالتیا مې ورسره نه وه.

مسلکي زده کړې تاسو ته د پیسو گټلو لاره درښيي. په بله وینا، په E او S کونجونو کې مو ژوند کولو ته چمتو کوي. زما د ځوانۍ په وختو کې به له تکره زده کونکي څخه ډاکټر، وکیل او محاسب جوړېده. پاتې کسان مسلکي ښوونځیو ته تلل چې نرسان، پپ کاران، برقیان او د موټرو مستریان شي.

په مسلکي زده کړو کې هم ښه نه وم. د ښوونځي په درسونو کې تکره نه وم، نو ډاکټرۍ، وکالت او محاسبۍ ته مې زړه نشو ښه کولای. په لومړیو کې د بېړۍ افسر او وروسته پیلوټ شوم. په ویتنام کې مې امریکایي جنگیالي وړل راوړل. په ۲۳ کلنۍ کې د دوو کسبونو مسلکي وم؛ د کښتۍ افسري او د الوتکې پیلوټي. خو په پیسو گټلو کې مې له دې دواړو گټه نه ده اخیستې.

اقتصادي زده کړې د پیسو کارول در زده کوي. دا کله هم نه درښيي چې د پیسو لپاره کار وکړې. ښایي دا فکر کوی چې اقتصادي زده کړې تاسو ته

د اقتصاد په پوهنځیو کې در زده کېږي. داسې نه ده. کله هم داسې نه ده. هلته تاسو ته د شتمنو خلکو په شرکتونو کې د اجراییه مدیر په توگه دنده ترسره کول در زده کوي. په بله وینا، تاسو ته په E یا S کونج کې د ښه ژوند کولو لاره درښيي.

کله چې له ویتنامه راوگرځېدم، غوښتل مې په مدیریت او بازارموندنه کې ماسټري وکړم؛ خو شتمن پلار مې راته وویل: ((که ماسټري واخلي، نو د دې لپاره به دې زده کړه کړې وي چې له شتمنو خلکو سره دنده ولري. که غواړې شتمن شې، نو د ښوونځیو زده کړو ته اړتیا نه لري، بلکې د حقیقي ژوند اقتصادي زده کړو ته اړ یې.))

اړین مهارتونه

متشبت کېدل او شرکت جوړول اسانه نه دي. زه باور لرم چې تجارت جوړول د یو کس لپاره تر ټولو ستونزمن کار او ننگونه ده. په همدې خاطر زیات خلک ازاد یا په تنخوا کار کوي. که د خپل تجارت جوړول اسانه کار وای، نو ټولو به کړی و.

که غواړئ په خپل تجارت کې بريالي شئ، نو یو لړ داسې فني او تخنیکي مهارتونو ته اړتیا ده چې په ښوونځي کې نه دي درښودل شوي. مثلاً، د منظمېدو وړتیا او د کارونو ترتیبول له دې جملې څخه دي. دا تر دې ډېر ارزښت لري چې تاسو فکر کوئ.

کوم خلک چې شبکه یي بازارموندنې ته ننوځي، حیرانېږي. ځکه دوی یوازې له هغه څه سره اشنا وي چې مخکې یې زده کړي وي او په شبکه یي

بازارموندنه کې نوي شيان ويني. که په E کونج يانې تنخوا لرونکي کار کې هرڅومره هڅه وکړي، بيا به هم د موخې په درلودلو، د عملي کولو په ترتيب، د کاري اجندا په ترتيب، د وخت په مدیریت او د يوې ښې او اغېزمنې کړنې په سرته رسولو کې کامياب نه يې.

د دغه لومړنيو مهارتونو نه درلودل کمزوري ده. دا کمزوري ده؛ خو د حيرانتيا خبره نه ده. په E کونج کې تاسو دې مهارتونو ته هېڅ اړتيا نه لرئ. خو که B کونج يانې تجارت ته ننوځئ، بيا نو دا مهارتونه د بانکي چيک د کنټرول، مالي پلان د ترتيب او د کلني راپور د ليکلو په څېر اړين دي.

د ماليې گټې او ترې اخيستل شوی درس

هغه خلک چې نوي شبکه يي بازارموندنې ته راځي، زيات يې د مالياتي گټې د ارزښت او کورني تجارت ورته والي ته گوته په غاښ کېږي.

شتمن خلک معمولاً ځينې مالياتي گټې لري چې نور خلک يې نه لري. ډېرو خلکو د دې گټو په اړه اورېدلي؛ خو دوی ټول عمر په تنخوا لرونکې دنده اخته وي، نو د دې گټې په ځانگړي مفهوم او څرنگوالي نه پوهېږي. کله چې وپوهېږي چې موږ هم د شتمنو په څېر د دې تجارت له پيل کېدو سره سم گټه کولای شو، نو حيران شي.

د مالياتي پاليسيو له وروستيو بدلونونو سره، د کوچنيو او ازادو کاروبارونو لپاره بېلا بېلې بيمې منځته راغلې. ستاسو شخصي گټې تر بل هر وخت ښې شوې. ان د لويو شرکتو تر گټې هم زياتې شوې. د خپلې دندې ترڅنگ په اضافي وخت کې د شبکه يي بازارموندنې د کاروبار په پيل کولو به د شتمنو خلکو په څېر مالي گټې وکړئ. څوک چې په خپل اضافي وخت

کې کاروبار ولري، کولای شي تر تنخوا لرونکو هم په خپلو مالياتو کې زيات کموالی راولي.

که تاسو په خپل کور کې شبکه يي بازارموندنه پيل کړئ، نو د کور او دفتر، د موټر او تېلو، د کور د کمپيوټر، انټرنېټ او ټليفون، د سفر او هوټل او شخصي توليداتو قانوني مالیه به مو کمه شي. دا شيان مې دلته يوازې د بېلگې لپاره ذکر کړل، که تاسو غواړئ مالیه مو کمه شي، نو خپله له مسلکي کسانو سره په تماس کې شئ.

مثلاً، تاسو کولای شئ چې د موټر مصرف، تېل، خواړه او تفريحگانې له مالياتو کم کړئ. البته يو مسلکي محاسب ته اړتيا لرئ چې مشوره درکړي. تر مشورې وروسته به پوه شئ چې د محاسب د پيسو په مالیه کې به هم کمښت راغلی وي.

د شبکه يي بازارموندنې د کاروبار يوه گټه دا ده چې پټ رازونه راسپړي او د B کونج يانې د شرکتونو د خاوندانو په خوا کې ژوند کول درښيي.

زما موخه دا نه ده چې د يوه نوي جوړ شوي کاروبار د مالي کمښتونو د گټو په اړه معلومات درکړم، بلکې غواړم دې نکتې ته مو متوجه کړم چې زيات خلک په B کونج کې د ژوند کولو فکر نه لري.

زياتره خلک فکر کوي چې د B کونج خلک يا د لويو شرکتونو خاوندان په بله سياره کې ژوند کوي. په همدې خاطر، کله چې د دوی له مالي گټو څخه خبر شي، نو حيران پاتې شي. ټکان وځوري. د شبکه يي بازارموندنې

د کاروبار یوه گټه دا ده چې پټ رازونه راسپړي او د B کونج یانې د شرکتونو د خاوندانو په خوا کې ژوند کول درنښيي. د رښتیني ژوند کاروباري زده کړې ته ښه راغلي!

د ژوند مهارتونه

کله چې د کاروباري بریا خبرې کوو، نو د تخنیکي مهارتونو اړتیا نه لیدل کېږي. د ژوند هغه مهارتونه تر دې ډېر اړین دي چې د لویو شرکتونو د خاوندانو ژوند پکې اټکل کېږي. د ژوند مهارتونه تر تخنیکي مهارتونو اړین دي. په ژوند کې د اوږدمهاله بریا لپاره زده کړه، مهارتونه، د ژوند تجربې او تر ټولو زیات ستا ځاني کړه وړه اړین دي.

مثلاً، ما باید پر ځان شک کول، شرمېدل او د وېرې له منځه وړل زده کړي وای. تر ناکامۍ وروسته بېرته پر پښو درېدل د شخصي پرمختګ یو بل مهارت و چې باید زده کړی مې وای. تر هرې ماتې وروسته باید راپورته شم. تاسو د B کونج یا تجارت په کوم کار اخته یاست؛ په شبکه یي بازارموندنه، فرنچایز او که په تشبث، دا هېڅ اړینه نه ده. هرڅوک چې په B کونج کې بریا غواړي، دغه شخصي مهارتونه باید ولري.

که دغه شیان تا ته په ښوونځي کې نه درښودل کېږي، په کار کې یې هم نه زده کوې او د کور په چاپېریال کې هم نه یې ورسره اشنا شوی، نو چېرته یې زده کوې؟ د نړۍ په کومه گوښه کې به داسې تجارت پیدا کړې چې هم ستا زده کړه او شخصي پرمختګ زیات کړي او هم دې تجارت بریالی کړي؟ مه وارخطا کېږه! د بازارموندنې شبکې دغه مرسته خامخا درسره کوي.

جان: رابړته! دا ډېره جالبه ده چې ته په خپل تجارت کې کاروباري زده کړې تر ټولو اړینې گڼې. فکر کوم په دې برخه کې زیاته وړتیا هم لرې. ډېر خلک په شبکه یي بازارموندنه کې هغه مهارتونه او شخصي وړتیاوې ترلاسه کوي چې په بل هېڅ شي کې یې نشي ترلاسه کولای.

شبکه یي بازار موندنه تاسو ته د وېرې له منځه وړل، اړیکې ساتل، د هغو خلکو روان چې د «نه» منفي ځواب وايي او د ردولو او ننګونو په مقابل کې د درېدو لاره درنښيي.

دغه مهارتونه د شبکه یي بازارموندنې په مټ حقيقي ژوند درنښيي:

- د برياليتوب فکر او کړه وړه
- برياليتوب ته هڅوونکی لباس
- ځاني وېره، شک او د باور نه درلودلو له منځه وړل
- د ردولو او نه منلو له وېرې خلاصېدل
- د اړیکو نیولو مهارتونه
- انساني مهارتونه
- د وخت منظمولو مهارتونه
- د مسئولیت منلو مهارتونه
- د عملي موخو ټاکنه
- د پیسو منظمولو مهارتونه
- د پانګونې مهارتونه

د بازار موندنې ښه شبکه د زده کړو ښه پروګرام وړاندې کوي. د دې ارزښت دومره زیات دی چې هېڅ قیمت نشو ورته ټاکلای.

رښتیا هم، داسې ځای به پیدا نه کړئ چې دا هر څه په پیسو در زده کړي؛ خو دلته د زده کړې ترڅنگ پیسې هم لاس ته درځي.

موږ په شبکه یي بازار موندنه کې یوه جمله لرو چې دا هغه تجارت دی چې د پیسو گټلو تر څنگ زده کړه هم پکې کېږي. «دا ډېره جالبه خبره ده، ځکه د تجارت اصلي ټکی پکې ویل شوی. په دې کې هرڅه په عملي ډول کوې، داسې نه ده لکه د ټولګي درس چې کلونه کلونه دې بل چا ته غوږ نیولی وي.

شبکه یي بازارموندنه د ژوند د حقيقي زده کړې ښوونځی دی چې خلکو ته د کارکوونکي کېدو مهارتونه نه، بلکې د تشبث مهارتونه وربښودل کېږي. په شبکه یي بازارموندنه کې تر تیوريکي او نظري درس، عملي درس ډېر وي. که له کاروباري اړخه ټاکلې برنامه ترسره نه کړې یا پیسې ونه گټې، نو څه مو چې په دې کاروبار کې زده کړل، د پاتې ژوند لپاره مو ډېره لویه لاسته راوړنه ده. ډېرو خلکو چې په شبکه یي بازار موندنه کې کومه تجربه او زده کړه ترلاسه کړې، د هغو په مټ په نورو تجارتونو کې هم بريالي شوي دي. له تېرو لسو کلو راهیسې چې زه خلکو ته د دې کاروبار مشوره ورکوم، یو دلیل یې همدا دی. که تاسو د شبکه یي بازارموندنې له یوه ښه شرکت سره یو ځای شئ، نه یوازې ستاسو د ژوند کولو مسیر به در برابر کړي، بلکې د بريالیتوب لپاره به د مهارتونو او وړتیاوو په غښتلي کولو کې هم مرسته درسره وکړي.

شبکه یي بازارموندنه د ژوند د حقيقي زده کړې ښوونځی دی چې خلکو ته د کارکوونکي کېدلو مهارتونه نه، بلکې د تشبث مهارتونه وربښيي.

لسم خپرکی

۱۰. د شخصي پرمختګ ګټوره لار

زه پوهېږم چې تاسو څه فکر کوئ. تاسو وایئ: «کیوساکي! ته ساده یې؟» دا احساساتي بحثونه څه شی دي او له ځاني پرمختګ څخه دې مرغه څه ده؟ «تاسو به دا وایئ چې «جنگي ډلې ته اړتیا نه لرو، بلکې هدف ته رسېدل غواړو او غواړو شتمن شو.»

تېزي او توندي مه کوئ! ما سادګي نه ده کړې. اصلاً زه رښتینی یم. شتمنېدل یوازې دا نه دي چې ته خپله د پنځوسو واحدو سیکه په قمار ولګوې او ګټه وکړې. او پوهېږم چې د ګټې کولو په داسې اسانه لار، پیسې نه ګرځي. په خپلو اصلي ارزښتونو کې باید بدلون راوستل شي. تاسو باید نه یوازې خپل کار بدل کړئ، بلکې خپل فطرت او ځان هم باید بدل کړئ. زما ملګری ډونالد ټرمپ میلیاردر دی. کله چې د ملکیتونو بازار خراب شو، نژدې وه چې دی هرڅه له لاسه ورکړي. ټرمپ د نهه میلیارده او دوه سوه میلیونو ډالرو د پور کیسه کوي: «زه له یو بېوزله سره تېرېدم. ومې لیدل چې هغه نهه میلیارده او دوه سوه میلیونه ډالر تر ما زیات لري، یانې فقیر هېڅ نه درلودل او زه دومره زیات پور وروړی وم. نو فقیر تر ما شتمن و. ځکه هغه پور وروړی نه و. پر فقیر د چا پور نه و. څه چې یې گټل، هغه یې ګټه وه؛ خو تېرېد نهه میلیارده او دوه سوه میلیونه پور وروړی و. حیرانوونکې ده. ډېر وخت نه کېده چې ډونالد ټرمپ بېرته زیاته شتمني پیدا کړه. دا پوهه، د پیسو گټلو چل او هر څه د ده په فطرت کې وو. هغه فطرت او ماهیت چې ده د عمر په اوږدو کې خپل کړي وو.

زه هم همداسې تجربه لرم. تر دېرش کلنۍ مخکې میلیونر وم؛ خو دوه کاله وروسته مې هر څه له لاسه ورکړل. زما شرکت کاملاً ناکام شو. شرکت او شتمني له لاسه ورکول د خوښۍ زیری نه دی؛ خو ډېره ښه تجربه ده. له هغو کلونو څخه مې ډېر څه زده کړل. د تجارت په اړه ښه پوه شوم، ان خپل ځان مې ښه وپېژانده.

تر دې ماتې وروسته شتمن پلار راته وویل: ((ته پیسو او بریالیتوب مغروره او کم عقل کړی یې. اوس چې له فقر او ماتې سره مخ شوی یې، نو کولای شې ښه زده کوونکی واوسې او له هر څه زده کړه وکړې.)) دی رښتیا وایي. کوم درسونه چې ما له هغو تجربو زده کړل، رښتیا هم خورا ارزښتمن وو. د نړۍ په کچه تجارت جوړول او بیا د هغه له لاسه ورکول ما ته د حقیقي ژوند درس را کړ او شتمن یې کړم. تر دې مهمه دا چې ما ته یې ازاد اوسېدل را زده کړل او په دې جریان کې ما ته تر ټولو مهم درس د پیسو یا تجارت په اړه نه و، بلکې زما د خپل ځان په اړه و.

له جان څخه به یوه پوښتنه وکړم. که یې ځوابونه هغه څه وو چې زما په ذهن کې هم گرځي، نو پوه به شئ چې زما مطلب څه دی.

رابرټ: جان! دا ښکاره خبره ده، کوم کسان چې شبکه یي بازارموندنې ته ننوزي، ټول یو ډول بریالي نه وي. ستا په اند د بازارموندنې په شبکو کې د ناکامۍ تر ټولو لوی لامل څه دی؟

جان: بریا د خلکو له انده بېل تعریفونه لري. یو څه چې یوه کس ته مهم وي، بل ته هېڅ ارزښت نه لري. ځینې کسان د موجوده گټې په زیاتولو خوښ وي او ځینې د کاروباري موقع په لټه دي چې د خپلې گټې امکانات

هغه خلک چې پر شبکه یي بازارموندنه ټینګار کوي، ورځ په ورځ ښه کېږي. اصلاً د دغه تجارت پرېښودل خلکو ته ناکامي ده.

د ښه پوهېدلو لپاره ښې پاملرنې او دقت ته اړتیا ده. که څوک له شرکت څخه استعفا وکړي او رسماً د تجارت د پرېښودو اعلان وکړي، نو په حقیقت کې یې تجارت پرېښود، بلکې تسلیم شو.

د جان ځواب بلکل هغسې دی، لکه ما چې ما فکر کاوه. داسې لکه ما چې د کتاب په پیل کې وویل: «ستاسو تجارت بدلول اړین نه دي، بلکې ستاسو د ځان بدلول اړین دي. زه کولای شم تا ته یو تجارت در وښیم؛ خو د تجارت د پرمختګ لپاره مجبور یې چې پرمختګ وکړې.» هر څوک تجارت در ښودلای شي؛ خو پرمختګ خورا سخت دی.

ته خپله گټونکی او بایلونکی یې

جان پورته په خپلو خبرو کې دوې کلیمې وکارولې؛ یوه ناکامي او بل تسلیمېدل.

موږ هر یو په خپل ځان کې بریالي او ناکام اړخونه لرو. زه هم همداسې یم. زما په وجود کې هم بریالی اړخ شته او هم ناکام. دا دواړه له یو بل سره

سیالي او مقابله کوي. دا چې زیات خلک په ژوند کې نه بریالي کېږي او یوازې ژوند تېروي، یو دلیل یې دا دی چې دوی په خپل ځان کې ناکام اړخ ته وخت ورکړی دی. زه داسې نه کوم. زه په خپل ځان کې پر بریالي اړخ ټینگار کوم چې ما بریالی ونیسي.

دا به څنگه درته معلومه شي چې ستاسو ناکام اړخ خبرې کوي؟ لاندې خبرې ټولې د ناکام اړخ دي: «زه یې توان نه لرم» «دا ډېر خطرناک دی» یا «که زه ناکام شوم».

بريالي خلک خطر مني او ناکام خلک یوازې د دندې او ځان ساتنې په لټه کې وي.

دا حیرانوونکي ده. ناکام خلک د کاري امنیت او ساتنې خبرې کوي؛ خو په هغه دنده او ژوند کې پاتې کېږي چې هېڅ مصئونیت نه لري، یانې هر وخت کېدلای شي دنده له لاسه ورکړي.

ایا هغه دنده مصئونه ده چې په اونۍ کې ۴۰ ساعته کار کوي او اخر دې له دندې لرې کوي؟ او که هغه د ۴۰۱ سپما مصئونه ده چې د گډې پانگونې صندوقونه بلل کېږي؟

زموږ په ځان کې بریالی او ناکام انسان شته. شتمن او نېستمن انسان شته، هغه څوک چې ورزش کوي او هغه چې ټنبلي کوي ټول زموږ په ځان کې دي. دغه جنگ زموږ په وجود کې روان دی. د شبکه یي بازارموندنې له تجارت سره د یو ځای کېدو دلیل هم دا دی چې هغه به ستا په وجود کې د شتمن انسان ملاتړ وکړي چې پر پنبو دې ودروي او حساب درباندي

وشي. ستا ناکام ملگري غواړي چې ته په کوچ کې پرېوزې، ارام وکړې او په اونۍ کې څلوېښت ساعته کار ته ولاړ شي. دا کار دوی ځکه درباندي کوي چې دوی یوې نوې ننگونې ته را ونه بولي. بل لور د شبکه یي بازارموندنې ډله ستا د پرمختګ غوښتونکې ده او ته چې اوس څوک یې، دوی غواړي تر دې لوړ شي. تر خپل مخکیني ژونده نور هم ښه شي، د عا دي انسان پر ځای یو بې ساري، خاص او ځانگړی انسان شي.

دا خبرې کله هم مه کوئ چې: «نه یې شم کولای» «دا کار سخت دی» یا «زه یوازې گټه غواړم؛ زه سخت کار کول او خطر پر غاړه اخیستل نه غواړم» دغسې خبرې کول اسانه دي؛ خو دا د ناکامو خلکو خبرې دي.

ته باید په دې حقیقت خپه نشې، ځکه موږ ټول په ځان کې دغه خبرې لرو. زما په وجود کې هم یو ناکام او منفی کس ژوند کوي. هره ورځ یو ساعت زما واک په لاس کې اخلي. مجبور یم چې هر سهار باید یو انتخاب کړم چې له ما سره له خوبه کوم یو راپاڅېدلی، شتمن که نېستمن؟ ناکام، که بریالی؟ دغه زما سهارنۍ جنگ وي. یانې زه هر سهار په خپل وجود کې ناکام او نېستمن کس ویده پرېږدم او د وجود له بریالي او شتمن کس سره را پاڅېږم.

په حقیقت کې موږ هر یو په ځان کې بېلې ځانگړنې لرو او غواړو چې څوک واوسو. ما غوښتل خوشاله گډ ژوند ولرم، په نړۍ کې رول ولرم او له رواني اړخه ازاد واوسم.

دې خبرې ته ښه غور ونیسئ. هر وخت چې زموږ وېره، شک او نفسي کمزوري پر موږ بریالی شي، نو په وجود کې مو ناکام اړخ را ښکاره شي. که گډې موخې زده کړو او اغېزناکې او پیاوړې کیسې سره وکړو، نو د ځان پر

ناکام اړخ بریالي کېږو او ځاني بریا مو څرگندېږي. که د اغېزناکو کيسو ويل زده کړو، اصلاً به مو د بريالي اړخ را ښکاره کول زده کړي وي.

زيات خلک د کار جاري ساتلو، د مايوسيو د حل او د اصلي موخو د تعقيبولو وړتيا نه لري. دوی کله هم دغه مهارت نه دی زده کړی. د دې مهارت زده کړه خورا اړينه ده. دا هغه مهارت دی چې په B کونج يا تجارت کې زده کېږي. مثلاً، تشبث تر ټولو تر ټولو غوره څيز دی چې په شبکه يي بازارموندنه کې يې ترلاسه کوئ.

کله چې مې په زیرکس شرکت کې کار کاوه، پوره دوه کاله وخت يې ونيو چې خپلې توانايي ته ننوږم او د ځان بريالی اړخ را برسېره کړم. نژدې وو چې د دې دوو کلو په وروستيو کې مې له شرکت څخه لرې کړي؛ خو له نېکه مرغه پر خپل نفس پر باور کولو بريالی شوم. پلور مې زيات شو او په راتلونکو دوو کلو کې د شرکت لومړی يا دويم کس شوم.

شبکه يي بازار موندنه تاسو ته له وېرې سره د مخامخ کېدو، مقابلي او پر هغې د بريالي کېدو موقع درکوي او ستاسو په ځان کې بريالی اړخ څرگندوي.

پر ځان باور لرل تر تنخوا گټلو ډېر راته مهم وو. پر ځان بيا باور پيدا کول دومره اړين وو چې هيڅ قيمت يې نشم ټاکلی او د ميليونونو ډالرو په گټلو کې يې مرسته راسره وکړه. زه به د زیرکس شرکت او د هغه د کارکوونکو تل ميندوی يم، ځکه ما ته يې پر وېره او شک بريالي کېدل را زده کړل.

زه نن د شبکه يي بازارموندنې سپارښتنه ځکه کوم چې دا بازارموندنه پر نفس باور پياوړی کوي، لکه زیرکس چې په ما کې پياوړی کړ.

شبکه يي بازارموندنه تاسو ته له وېرې سره د مخامخ کېدو، مقابلي او پر هغې د بريالي کېدو موقع درکوي او ستاسو په ځان کې بريالی اړخ څرگندوي.

تېروتنه ونه کړئ. له شبکه يي بازارموندنې سره يو ځای کېدل او د خپل تجارت رامنځته کول په ځان کې ناکام اړخ ته د ماتې ورکولو په مانا نه دي، بلکې کلونه وخت غواړي چې خپله رښتينې ازادي ترلاسه کړي. موږ د رښتينې ازادۍ خبرې کوو؛ خو تر هغو به ازادي ونه لرو چې مالي ازادي ته ونه رسېږو. د دې د موندلو لپاره زيات وخت ته اړتيا ده.

زه نړۍ ته راغلم چې هېڅ مې هم نه لرل. څو ځله مې شتمني لاسته راغله او بېرته ولاړه، نو پر دې پوهېږم چې د هرڅه له لاسه ورکولو په وخت کې احساس څنگه وي. په دغسې ستونزمنو وختونو کې زموږ د ځان ناکامه اړخ هرڅه په لاس کې اخلي. دا هغه وخت دی چې موږ ازمویل کېږو. ستاسو ملگري وايي: «ما درته وويل» او د کورنۍ غړي درته وايي: «فکر نه کوې دا به ښه وي چې په يوه مناسبه کوچنۍ دنده ځان اخته کړې او دا شبکه پرېږدې؟»

باور لرم داسې ورځې به راشي چې وايي به: «کاشکې مې د ځان واک خپل ناکامه اړخ ته ورکړی وای.» خو دا کار ونه کړئ. بريالي اوسئ!

د پیلوټۍ ښوونځی

ټول بوراگان مخکې تر دې چې په بوراگانو بدلې شي، د ورېښمو د چنچو غوزې جوړوي. د پیلوټۍ ښوونځی زما لپاره همداسې و. زه د عالي لېسې د فارغ په توګه هلته داخل شوم او د یوه چمتو پیلوټ په توګه ویتنام ته ولاړم.

که ما په غیرنظامي ښوونځي کې پیلوټي زده کړې وای، فکر نه کوم چې د پیلوټ په توګه به جنگ ته تللی وای. څه چې موږ د نظامي پیلوټانو په توګه زده کول، له هغه څه سره یې ډېر توپیر لاره چې غیرنظامي پیلوټان یې باید زده کړي. مهارتونه بېل وو، د زده کړې سختوالی بېل و او په جنگ کې ګډون کول هر څه بدلوي.

د فلوریدا د الوتکو په لومړني ښوونځي کې مې دوه کاله تېر کړل. د درجې تر لاسه کولو وروسته د کلیفورنیا د پیلوټۍ د زده کړې پنډلټون کمپ ته ولاړم. دا خورا سختې زده کړې وې. د الوتکې تر زده کولو جنگ ډېر راښودل کېده.

د زده کړو تر خلاصولو وروسته مو یوازې یو کال وخت درلود چې ویتنام ته د تګ لپاره چمتووالی ونیسو. پرلپسې پروازونه مو کول چې رواني، فکري، فزیکي او احساساتي حالتونه مو وکتل شي.

د اتو میاشتو په تېرولو مې یو بدلون وکړ. په یوه الوتنه کې ځان ته متوجه شوم چې جنگ تللو ته چمتو یم. تر دې وروسته مې له رواني، فزیکي او احساساتي پلوه په پوره توګه د الوتکې پیلوټي کولی شوی. ځینې خلک دې ته میخانیکي الوتنه وايي. په هغه یوه روزنه کې زه له فکري اړخه بدل شوم. زما کار دومره سخت او وېروونکی و چې نابېره مې ټوله وېره او شک له زړه

ووتل او انساني روح مې ټول واک په لاس کې واخیست. پرواز کول زما د ځان یو برخه شوه. ما په الوتکه کې آرام او د کور په څېر احساس لاره. الوتکه زما یوه برخه ګرځېدلې وه او زه د ویتنام تګ ته چمتو وم.

ته وا ما نو وېره نه درلوده. زه له جنگ، وژل کېدو او تر وژل کېدو بیا له معلولیت څخه ډېر وېرېدم. توپیر دا و چې جنگ ته چمتو وم. تر وېرې مې پر ځان باور زیات و.

زما تجار او پانګوال کېدل کېدای و چې داسې وو لکه په پیلوټ کې چې جنگ ته چمتو شوم. مخکې تر دې چې د تشبث روحیه را پکې پیدا شي، دوه ځله مې په تجارت کې سخته ماتې وخوړه. دغې روحیې زه د پیسو ګټلو په نقشه کې د B او I یانې د تجارت او پانګونې په کونجونو کې ځای کړم. یو څه سخته ده؛ خو پر وایې نه لرم. زه د E او S تر آرام او هوسا ژوند یانې تر تنخوا لرونکې دندې او ازاد کوچني کاروبار دا ډېره ښه ګڼم چې د B او I په کونجونو کې پاتې شم.

په B کونج کې د آرام او هوسا ژوند باور پیدا کولو پوره پنځلس کاله وخت وغوښت. تاسو تر ما بختور یاست. زما په څېر ناکامیو او ستونزو ګاللو ته اړتیا نه لرئ. تاسو کولای شئ د شبکه یي بازارموندنې په مرسته زما په څېر ژوند بدلونکې زده کړې وکړئ.

تجارتی مهارتونو مې ژوند څنګه بدل کړ؟

اوس مې چې د نظامي زده کړو، په جنگ کې د الوتکو د چلولو او د ویتنام د ځنګلونو په اړه خبرې درسه وکړې، غواړم د شخصیت جوړونې یو بله کیسه

هم درسره شریکه کړم. دا د جنگ په اړه نه ده، بلکې د لېوالتیا او مینې په اړه ده.

که ما د واقعي نړۍ تجارتي زده کړې نه وای کړې، نو اوس به مې د خپلو خوبونو له شهزادګۍ سره واده نه و کړی. کله چې مې په لومړي ځل له «کېم» سره وپېژندل، فکر مې وکړ چې د نړۍ تر ټولو ښایسته ښځه ده. زه د خبرو کولو نه وم او نه دې ته د خبرو کولو لپاره ور نژدې کېدی شوای. خو زما تجارتي روزنې دا را ښودلې وه چې د ناکامۍ له وېرې او ردېدو سره څنګه مقابله وکړم او دغه روزنه ګټوره تمامه شوه. د دې پرځای چې د اطلاق په کونج کې پټ شم او له لرې ورته وګورم - چې دا کار مې کلونه وړاندې کاوه - په زړورتیا ورغلم او سلام مې ورته واچاوه.

کېم مخ را واړاوه او نرمه موسکا یې وکړه. هغه وخت پوه شوم چې پېرې مین یم او دا مې د خوبونو ښځه ده. کله چې مې د خبرو کولو لپاره د بهر وتلو غوښتنه ترې وکړه، نو «نه» یې راته وویل.

که زه هغه مخکینی رابرت کیوساکي وای، نو ماتې به مې منلې وای او روان شوی به وم. خو په تجارتي زده کړو کې ډېر سخت شوی وم او پر ذهن مې واک لاره. بیا ورغلم او غوښتنه مې ترې وکړه. دې بیا منفي ځواب راکړ. دا ځل مې پر ځان باور یو څه کم شوی و او غرور مې د بیا غوښتنې مخالفت کاوه؛ خو زه بیا ورغلم او غوښتنه مې ترې وکړه. د دې ځواب بیا منفي و او زه یې رد کړم.

شپږ میاشتې تېرې شوې. هر ځل چې به یې منفي ځواب راکاوه، نو د څه مودې لپاره به پټېدم چې زخموڼه مې ورغېږي. زه په ځان کې دننه زخمي

کېدم. که مې پر دننه شکونو او وېرو بریا نه وای زده، نو ما به کله هم شپږ میاشتې پرلپسې غوښتنه نه ترې کولای. بالاخره یې یوه ورځ د «هو» ځواب راکړ. دا دی تر اوسه ګډ ژوند کوو.

دا کیسه مې په دې خاطر درته ونه وکړه چې تاسو د رابرت او کېم له گرمې او نرمې کیسې څخه خبر کړم، بلکې په دې کیسه کې مهم ټکی دی. دا په پیسو او تجارت پورې اړه نه لري. په دې کیسه کې ستاسو ژوند دی چې پیسې څنګه ترلاسه کوي، خپل کار ته وده څنګه ورکوي او څنګه خپل برخلیک او میراث ټاکي.

یوولسم خپرکی

۱۱. درېیمه دارایی: له هغو ملگرو سره یو ځایوالی چې له

تاسو سره ګډ ارزښتونه او موخې لري

ښایي د دې اورېدل ستونزمن درته ښکاره شي؛ خو که غواړې په ژوند کې بېل اقتصاد ولرې، نو د نوې دندې تر درلودلو نوي ملګري مهم دي. ولې؟ ځکه ستا اوسني ملګري که مینه هم درسره ولري او درسره په چل کې هم نه وي؛ خو تا ته یې ګټه نه رسېږي او تا کمزوری کوي.

ښایي دا دې اورېدلي وي چې ستا ګټه په منځني ډول ستا د پنځو نژدې ملګرو د ګټې په اندازه ده. یانې ستا پنځه نژدې ملګري چې څومره ګټي، ته هم هغومره ګټې او ښایي دا دې هم اورېدلي وي چې مرغان هغه سره کېني چې بڼکې یې سره ورته وي. دا خبره د شتمنو، نېستمنو او متوسطو خلکو په اړه بلکل سمه ده. په بله وینا، شتمن له شتمنو، نېستمین له نېستمینو او متوسط خلک له متوسطو خلکو سره ناسته ولاړه لري.

زما شتمن پلار به ویل: «که غواړې شتمن شي، نو له شتمنو خلکو سره ناسته ولاړه کوه، یا له داسې خلکو سره ملګرتیا غوره کړه چې شتمن کولای دي شي.»

زیات خلک له داسې چا سره ناسته ولاړه یا ملګرتیا کوي چې له مالي اړخه دوی شا ته ټېله کوي. د شبکه یي بازارموندنې په تجارت کې به له داسې چا سره ملګری کېږي چې په شتمنېدو کې مرسته درسره کوي. له ځانه وپوښته: «له کومو خلکو سره چې وخت تېروم، ایا زما د شتمنېدو په لټه دي؟ او که زه سخت کار کوونکی یم، نو دوی لېوالتیا راسره لري؟»

په پنځلس کلنۍ کې پر دې پوه شوم چې مالي ازادي غواړم. د دې لپاره یوه ښه لار دا وه چې له داسې کسانو ملګری شم چې له ما سره په مالي ازادۍ کې مرسته وکړي. نو پرېکړه مې وکړه چې له داسې ملګرو سره یاري وکړم چې زما د شتمنېدو لېوالتیا ولري، نه داسې ملګري چې غواړي زه د یوه شتمن کس وفادار کارکوونکی واوسم.

دا مې ژوند بدلوونکې شېبه وه. په پنځلس کلنۍ کې داسې پرېکړه کول ساده کار نه و، ځکه ما باید ډېر احتیاط کړی وای چې له چا سره وخت تېروم او کومو لارښوونکو ته غوږ نیسم. که غواړې خپل تجارت ولرې، نو دې ته به پام کوې چې له چا سره وخت تېروم او کوم لارښوونکي ته غوږ نیسم. دا یوه حیاتي نکته ده.

یوازیني ستونزمن څه چې زه یې د زیروکس شرکت پرېښودلو ته مجبور کړم، له ځینو ملګرو څخه د ځان لرې کول وو. زیات ملګري او د کورنۍ غړي مې د E کونج اوسېدونکي یا په تنخوا کار کوونکي وو. د دوی ارزښتونو زما له هغو سره توپیر درلود. دوی د دندې ساتنې او میاشتني تنخوا ته ارزښت ورکاوه او ما مالي ازادۍ او خپلواکۍ ته. دا ډېره دردوونکې پرېکړه وه؛ خو زما د پرمختګ په خاطر ډېره اړینه وه.

ښایي تاسو هم د بازارموندنې په شبکو کې له ورته تجربې سره مخ شئ. ملګري او کورنۍ ښایي له شبکه یي بازارموندنې سره ستا د یو ځای کېدو پرېکړه درک نه کړي یا ښایي ځینې مو په ښکاره ترې را وگرځوي. ښایي ځینې ملګري مو فکر وکړي چې تاسو لیوني شوي یئ او لویه تېروتنه کوئ.

ښايي ځينې ملگري له لاسه ورکړي. نه غواړم په دې اړه څه وليکم، ځکه دا سخته ده؛ خو واقعيت دی.

پام مو وي چې دا په شبکه يي بازارموندنه پورې اړه نه لري، بلکې ستاسو د ژوند په تغيير پورې اړه لري. تاسو غواړئ چې له E او S کونجونو څخه B کونج ته ځان تغيير کړئ، يانې له تنخوا لرونکې دندې او ازاد کار څخه لوی تجارت ته ولاړ شئ. دا يوازې د دندې بدلول نه دي، بلکې د هېواد يا سياسي گوند د بدلولو غوندې لوی کار دی.

شبکه يي بازارموندنه تاسو ته يوازې ښه تجارتي پوهه نه درکوي، بلکې نوي ملگري هم درکوي چې له تا سره پر يوه لوري روان دي او گډ ارزښتونه درسره لري.

انگريز شاعر جان ډون ليکي: «هېڅ انسان بشپړه جزيره نه ده، بلکې د لويې وچې يوه برخه ده او اصلاً يوه ټوټه ده.» ده دا خبره په (۱۶۲۳ م) کې کړې؛ خو په نننۍ تړلې او د اړيکو په نړۍ کې بيخي سمه او پر ځای ده. ځکه په يوازېتوب او گوشه نشينۍ کې شتمنېدای نشي. څومره مو چې له خلکو سره ناسته ولاړه، کار، مجلس او تفريح دېرېږي، هومره به بريالي يئ.

جان: د ژوند په هره برخه کې دا منل شوی حقيقت دی؛ خو په شبکه يي بازارموندنه کې بيخي مناسب او ځانگړی دی، ځکه د شبکه يي بازارموندنې د تجارت په پيل کولو د نويو او تکړه ملگرو دايرې ته ننوزئ چې ستاسو په خبر ارزښتونه او د حقيقي کاروباري ژوند مهارتونه زده کوي.

د شبکه يي بازارموندنې د تجارت يوه بله گټه دا ده چې له داسې ملگرو سره نه يئ يو ځای شوي چې په ترفيع او پرمختگ کې له تاسو سره سيالي کوي، بلکې د داسې ملگرو دايرې ته ننوتي يئ چې ستا د پرمختگ لېواله دي. ځکه ستا بريا د دوی بريا ده. دا هم کېدای شي چې ځينې يې ستا ښه ملگري شي.

د DSA يا مستقيم پلور د ادارې له نظره، هغه خلک چې د بازارموندنې له شبکو سره يو ځای کېږي او ادامه ورکوي، په حقيقت کې له داسې خلکو سره پېژندنه او ملگرتيا پيدا کوي چې د پيسو تر گټلو هم ارزښتناک دي.

شبکه يي بازارموندنه تاسو ته يوازې ښه تجارتي پوهه نه درکوي، بلکې نوي ملگري هم درکوي چې له تا سره پر يوه لوري روان دي او گډ ارزښتونه درسره لري.

زما په نظر جان چې په شبکه يي بازارموندنه کې د کومو ملگرو د موندلو خبره کوي، دا ملگري تر تجارتي زده کړې هم ارزښتناک دي. دومره ارزښتناک چې هېڅ قيمت يې نشو ټاکلی.

نن زه د پيسو گټلو په څلورو واړو کونجونو کې ملگري لرم؛ خو هغه اصلي ملگري چې زه ډېر وخت ورسره تېروم او دغه وخت تېرولو ته زيات ارزښت ورکوم، هغه ملگري مې د B او I کونجونو اوسېدونکي يانې تجاران او پانگوال دي.

او هغه ملگري چې ما په زيرکس شرکت کې پرېښي وو، اوس هم زما ښه ملگري دي او تل به زما ملگري وي. ځکه هغوی زما د ژوند د بدلېدلو او

انتقال په وخت کې له ما سره وو. هغه زما د پرمختګ وخت و. که اوس ستا د پرمختګ وخت وي او B کونج یانې تجارت کول بلنه درکوي، نو ښايي شبکه یې بازارموندنه پیل کړې او نوي ملګري پیدا کړې.

دوولسم څپرکی

۱۲. څلورمه دارايي: د خپلې شبکې درلودلو وړتیا

یو شی چې د نولسمې پېړۍ په وروستی لسیزه کې د دې تجارت د مطالعې پر وخت یې په لټه کې شوم، د «شبکې» کلیمه وه. په یاد مې دي چې زما شتمن پلار هم دې کلیمې ته خورا زیات احترام کاوه.

توماس اډیسن زما د شتمن پلار لپاره یو اتل و. زیات خلک اډیسن د برښنایي څراغ د مخترع په توګه پېژني؛ خو دا غلطه ده. هغه برښنایي څراغ نه دی اختراع کړی، بلکې هغه یې غوره او بشپړ کړی دی. ان له هغه څخه یې د پیسو ګټلو لاره ومونده.

کله چې اډیسن له ښوونځي څخه وایستل شو (ښوونکو یې فکر کاوه چې دی دومره څیرک نه دی چې په ښوونځي کې پرمختګ وکړي) نو د اورګاډي پر لارو د مجلو او خوړو شیانو پلور شروع کړ. لږ وروسته یې د خپلې ورځپانې چاپ پیل کړ. کال وروسته یې د ورځپانې او خوړو د پلور لپاره یوه ډله هلکان و ګومارل. سړی له تنخوا لرونکي کار څخه د شخصي شرکت خاوند شو.

وړتیا په تولیداتو کې نه ده، په شبکه کې ده. که غواړې شتمن شي، نو د پیاوړې، فعالې او پرمختګ کونکې شبکې د رامنځته کولو لاره پیدا کړه.

ځوان اډیسن له ارام او استراحت پرته ورځپاڼه پلورله. د دې لپاره چې د ټلګراف کوونکي دنده ونیسي، د مورس د کوډ استول او را استول یې زده کړل. ډېر زر د خپلې شاوخوا تر ټولو ښه ټلګراف کوونکي شو او دې د میلیونر کېدو لاره ور وښوده. د یوه ټلګراف کوونکي په توګه دې ته متوجه شو چې

د بريا سبب يې د کرنو، پایو، ستنو، مسلکي خلکو او خبر خپرولو د سټېشن سیستم دی. دا اصلاً د شبکې وړتیا وه.

که څه هم اډیسن د برېښنايي څراغ په ښه کولو یا په هغه کې د برېښنايي سیم په بشپړلو مشهور دی؛ خو د ده اصلي نابغه توب د برېښنايي څراغ د روښانولو لپاره د سیمانو جوړولو شرکت او په ټولنه کې هغه ته نفوذ پیدا کول وو. د دغه شرکت جوړولو د ده سرمایه څو میلیونې کړه. دغه شرکت جنرل الکتریک نومېده.

د اډیسن په اقتصاد کې بدلون برېښنايي څراغ نه، بلکې برېښنايي سیم او د ریلې خپرولو سټېشن راوست چې په مرسته یې برېښنايي څراغ ته وړتیا ورکول کېده. دا اصلاً «شبکه» وه.

شتمن پلار مې راته ویل: «تر ټولو شتمن خلک شبکې جوړوي او پاتې نور په کار پسې گرځي.»

د ترانسپورتي بهریو او د اورگاډي د لارو له مشرانو څخه تر بیل گېټس، سم والتون او جف بزوس پورې د نړۍ تر ټولو لویې شتمنۍ د هغو کسانو لاسو ته ورغلې چې د بازارموندنې د شبکو په رامنځته کولو پوهېږي. سم والتون شیان نه تولیدول، بلکې خلکو ته د تولیداتو رسولو لپاره یې شبکه جوړه کړه. بیل گېټس کمپیوټرونه نه جوړول، بلکې هغه اداره کوونکي (اپریټینګ) سیستم یې جوړ کړ چې په وسیله یې کمپیوټرونو کار کاوه. جف بزوس کتابونه نه چاپول، بلکې د کتابونو د پلورلو شبکه یې جوړه کړه.

وړتیا په تولیداتو کې نه، په شبکه کې ده. که غواړې شتمن شې، نو د قوي، فعالې او پرمختګ کوونکې شبکې د رامنځته کولو لاره پیدا کړه.

ښکاره خبره ده چې مور توماس اډیسن، سم والتون او بیل گېټس نه یو او نه د هغوی په څېر کېدای شو. دا سمه خبره ده چې په هر نسل کې یو څو داسې کسان پیدا کېږي چې له صفر څخه څو میلیارد ډالري شبکې جوړوي؛ خو دا چې سلگونه زره یا میلیونونه کسان به داسې وکړای شي، مناسبه خبره نه ده.

په همدې خاطر د تجارت لپاره شبکې جوړول تر ټولو ښې دي. هغه شرکتونه چې ستاسو په څېر میلیونونو خلکو ته د شبکه یي بازارموندنې تجارت رامنځته کوي، موخه یې دا ده چې تاسو د بل تر لاس لاندې د هغه په شبکه کې له دندې څخه د ځان خلاصولو موقع پیدا کړئ.

د میت کالف قانون

د ۳com او Ethernet بنسټګر رابرټ میت کالف لاندې فارمول اختراع کړ چې د شبکو ارزښت پکې معلومېږي:

$$V=N^2$$

په بله وینا، د اقتصادي شبکې ارزښت د شبکې د غړو له دوه توان سره مساوي دی. که تر دې هم په ساده ژبه ووايم، څومره چې غړي زیاتوي، ارزښت په هندسي شکل پورته کېږي.

د تلیفون یوه شبکه په پام کې ونیسئ. که په یوه اداره کې یوازې ته تلیفون ولرې، دا هېڅ اقتصادي ارزښت نه لري. که یوازې ته تلیفون ولرې او نور یې

ونه لري، نو چا ته زنگ وهي؟ د میت کالف د قانون پر اساس، که په اداره کې یو بل تلیفون زیات شي، اقتصادي ارزښت ډېر پري. ارزښت له صفر څخه دوو او څلورو ته رسېږي. یانې ته هغه ته زنگ وهي او هغه تا ته. هغه ستا تلیفون ته ځواب ورکوي او ته د هغه تلیفون ته. که درېیم تلیفون زیات کړي، ارزښت نهو ته پورته کېږي. نو شبکه د توان په شکل ځي. له حسابي پلوه نه پورته کېږي، یانې د دوو تلیفونو لږل دوه ارزښتونه نه، بلکې څلور ارزښتونه لري.

شبکې تجارتي نړۍ ته ننوزي

د پخواني صنعتي عصر تجارتونه د امپراطورۍ په توګه اداره کېدل. که به هرڅومره قوي وو، بیا به هم د مرکزي دولت په واک کې وو.

د نولسمې پېړۍ په شپږمه لسیزه کې د تجارت یوه نوي ډول پرمختګ وکړ چې ټولې برخې به یې د یوې ادارې لخوا نه اداره کېدې، بلکې د شبکې له جوړښت څخه به یې کار اخیست. دا نظریه دومره انقلابي وه چې زیاتو انتقاد پرې وکړ او د امریکا کانګرس یوازې د یوولسو رایو په اخیستلو نا قانونه اعلانولې شوای. په لومړیو کلو کې له منځه ولاړه نه، اوس د امریکا د پلور درې سلنه برخه جوړوي. مشهورې یې Subway، Ace Hardware او McDonald's دي.

دغه اساسي تجارت ته فرنچایز^{۱۰} یا د امتیاز حق وایي. فرنچایز د تجارت یو ډول دی چې د یوه تجارت د بېلو برخو خاوندان په یوه ډول کار کوي. له

منطقي اړخه ویلای شو چې دوی ټول یو ډول ارزښتونه لري. خو فرنچایز په نړیوال بازار کې د شبکې د پرمختګ یو ګام دی. پاتې خبرې به «جان» درته واضح کړي.

جان: رابرت په خپلو خبرو کې رښتینی دی. دلته یوازې کمیسیون ته په بېله طریقه د پیسو ورکولو یا بېلې ډلې ته د بازارموندنې د مسئولیت بدلولو خبره نه ده، بلکې دا د تجارت یوه نوې طریقه ده. د اقتصاد په معلوماتي عصر کې دا تجارت د شبکو په مرسته کېږي. د هغو تبلیغاتو له مخې نه کېږي چې د مرکز لخوا وي.

تر فرنچایز وروسته د شبکه یي تجارت د پرمختګ بل ګام د شلمې پېړۍ په اوومه، اتمه او نهمه لسیزه کې واخیستل شو. د تجارت په دې ډول کې د دې پر ځای چې په شبکه کې فرنچایز تجارتونه جوړ شي، فرنچایز افراد جوړ شول. یانې افرادو د تجارتونو ځای ونیو. دې ته شخصي فرنچایز هم ویلای شو.

د فرنچایز د لومړي ډول په څېر دا هم له زیاتو انتقادونو سره مخ شو. پر انتقادونو سربېره بیا هم سقوط نشو او پرمختګ یې وکړ. دا ډول بازار موندنه، شبکه یي بازار موندنه ده.

رابرت: البته واقعیت دا دی چې په فرنچایز تجارت کې ته د شبکې یوه برخه یې، ټوله شبکه ستا نه ده. ته یوازې د خپلې برخې کاروبار خاوند یې.

^{۱۰} فرنچایز یا د امتیاز حق: دا یو ځانګړی امتیاز، حق یا صلاحیت دی چې یوه لویه کمپنۍ یا دولت یې یوه شخص یا کمپنۍ ته ورکوي چې یو ځانګړی سوداګریز فعالیت/فعالیتونه وکړي.

جان: د شبکه یي بازار موندونکي په توگه ته نه یوازې خپله شبکه جوړوې، بلکې د خپلې شبکې مالک هم یې. رابره! لکه څنگه چې تا وویل، دا مالي توان خورا پیاوړی کوي.

په بله وینا، د یو شبکه یي بازار موندونکي په توگه، ته د میت کالف د قانون وړتیا او واک ترلاسه کوي. مثلاً، لکه یوازې چې ته تلیفون ولرې او نور څوک یې ونه لري. د میت کالف له قانون څخه د گټې اخیستنې لپاره مجبور یې چې ستا غوندې یو بل څوک هم د شبکې د پرمختگ لپاره پیدا کړې، یانې شریک پیدا کړه. که دوه تنه شئ، نو د میت کالف د قانون له مخې څلور کسان شوی. که درې شئ، نو ارزښت به مو نهو ته پورته شي. که ستا دوه تنه، نور دوه تنه پیدا کړي، نو د شبکې اقتصادي ارزښت به دې سپورمۍ ته د توغېدونکي راکټ غوندې په چټکۍ زیات شي. تاسو د ریاضي له مخې کار کوئ؛ خو ستاسو اقتصادي ارزښت په بالقوه توگه مخ په زیاتېدو دی.

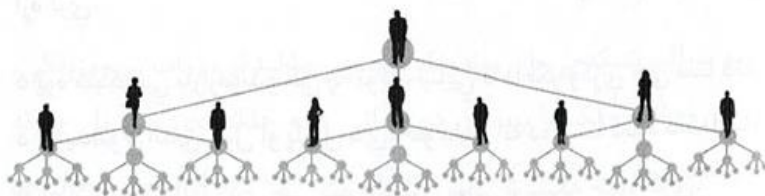
د میت کالف قانون په ساده ژبه وایي چې شبکه د لیور^{۱۱} (Lever) په توگه کار کوي. اجازه درکوي چې په خپلو هڅو او وخت کې زیاتوالی راولی.

د پخواني یونان یو انجینیر اریکیمېدیس د لیور اصول کشف کړي او وایي: ((ما ته د درېدلو لپاره یو ځای راکړئ، زه نړۍ ته حرکت ورکوم.)) د دغه وړتیا د ښکاره کولو لپاره یې د یونان ټولې جنگي بېړۍ په رسو او څرخونو وتړلې او بیا یې د ټولو رسو سر په لرگي پورې وتاړه. د هر څه تر چمتو کېدو وروسته یې - چې زیاتو خلکو یې په خاموشۍ ننداره کوله - په

یوازې ځان لرگي ته حرکت ورکړ او ورسره ټولو جنگي بېړیو د اوبو پر مخ حرکت پیل کړ.

دا د شبکې وړتیا ده. اریکیمېدیس له رسو څخه د یوې شبکې په جوړولو په یوازې ځان هغه ټولې بېړۍ پر حرکت راوستې چې د روانولو لپاره یې زرگونو کسانو ته ضرورت دی. د رسو دغه یو ځای کول څه شی وو؟ دا یوه شبکه وه.

دا یو حیرانوونکی قوت دی چې په انګېزو او ګنګوسو خپرېږي. یو کس درېیو کسانو ته وایي، هغه درې کسان نورو درېیو کسانو ته او هر یو و درېیو نورو کسانو ته. درېیو درېیو کسانو ته په ویلو ډېر زر ټول ښار خبر شي. موږ او فیشن هم په دغه طریقه خپرېږي. او دغه د شبکه یي بازار موندنې اصلي ستراتیژي ده. د میت کالف د قانون وړتیا د ترلاسه کولو لپاره د خلکو له شبکو څخه گټه واخلي.



شبکه یي بازارموندنه اوس په نړۍ کې ترټولو چټک پرمختگ کوونکی تجارت دی؛ خو بیا یې هم خلک نه ویني، ولې یې نه ویني؟ ښایي تولیدات ویني. د ژوند کولو او روغتیايي تولیدات، مخابراتي تولیدات، دوی په اصل کې پر دې نه پوهېږي چې دا کاروبار دی. اصلي تجارت تولیدات نه دي، بلکې هغه

^{۱۱} یوه اله چې د رافعي په توگه استعمالېږي لکه جېل یا اړم.

شبکه ده چې په مرسته یې تولیدات پلورل کېږي. د اډیسن برېښنايي چراغ ارزښت نه لاره، بلکې د ده برېښنايي شرکت ارزښت درلود.

خلک اوس هم د شبکه یي بازارموندنې تجارت نه ویني، ځکه هغه د لیدلو وړتیا نه لري. دا تجارت مادي نه، مجازي دی. هر څوک یې د لیدلو توان نه لري، ډېر لږ کسان یې ویني. دا د رښتینو اطلاعاتو د وخت تجارت دی. د دې د لیدلو لپاره خلاصو سترگو ته نه، خلاص دماغ ته ضرورت دی. شبکه یي بازارموندنه په ټوله نړۍ کې غځېدلې ده؛ خو بیا یې هم ډېر خلک د لیدلو توان نه لري.

د جنرل موټرز او جنرل الکتریک په څېر تجارتونه د صنعتي وخت تجارتونه دي. فرېنچایز شرکتونه لکه مک ډونالډ، سب وې، UPS ستور، ایس هارډوېډ او نور د صنعت او اطلاعاتو د وخت ترمنځ پول ګرځېدلي. ځکه له ځمکې، موادو، کارځای او کارکوونکو سره کار نه لري، بلکې یوازې په اطلاعاتو پورې اړه لري.

د یوه شبکه یي بازارموندونکي په توګه، ښایي ته دا فکر وکړې چې ستا دنده د تولیداتو وړاندې کول او پلورل دي؛ خو داسې نه ده. ستا دنده د معلوماتو او اطلاعاتو انتقالول دي چې ښه داستان ووايي او شبکه جوړه کړي.

دیارلسم څپرکی

۱۳. پنځمه دارايي: هغه تجارت چې د څو برابره کېدو او

پرمختګ وړتیا لري

د شبکه یي بازارموندنې په اړه یو حیرانوونکی حقیقت دا دی چې دا تجارت د هغو خلکو لپاره نه دی چې په پلور کې تکره وي. څو پانې مخکې مې وعده درکړې وه چې «جان» به ډېر معلومات درکړي، دا دی اوس یې وار را ورسېد.

رابرت: جان! ایا له دې سره موافق یې چې په شبکه یي بازارموندنه کې هغه خلک بریالي دي چې ښه پلورونکي نه دي؟

جان: یوازې موافق نه یم، بلکې دا هم ویلای شم چې بیخي دې په پلور کې نه وي تکره. د هغو خلکو لپاره چې د ښو پلورونکو په توګه نړۍ ته راغلي دي، که په شبکه یي بازارموندنه کې بریا غواړي، نو لومړی دې د پلور په اړه ټول زده کړي شيان له ذهنه و باسي.

له کومو بریاليو شبکه یي بازار موندونکو سره چې ما لیدلي، زیات یې روزونکي، میندې، روحاني خلک یا ښوونکي دي. یانې هغه خلک دي چې بل چا ته د خپلو تجربو له انتقالولو، کیسو او مرسته کولو څخه خوند اخلي. شبکه یي بازارموندنه نورو خلکو ته د شخصي کیسو، تجربو او اطلاعاتو رسول دي، د شیانو پلورل نه دي. د بازار موندنې د شبکو بریا په هغو خلکو پورې هم اړه لري چې ته یې دې شبکې ته راولې.

په نړۍ کې په هرو شلو کسانو کې یو یې ښه پلورنکی دی. په پلورلو کې سخت کار کول بریا ده او د شبکه یي بازار موندنې بریا د هر څه په دوه برابره کولو کې ده.

رابرت: کله کله چې زه خلکو ته وایم چې شبکه یي بازارموندنه د پلورلو تجارت نه دی، دوی شکمن شي او وایي: «فکر نه کوې کوچنۍ خبره لویوې؟ د پلورلو او اطلاعاتو رسولو ترمنځ څه توپیر دی؟ دا هر څه یوازې د الفاظو لوبه ده.»

جان: نه، نه د الفاظو لوبه ده او نه له کوچنۍ خبرې څخه لویه خبره جوړوې. دلته خبره د څو برابره کولو او زیاتولو ده چې د پلورلو او شبکه یي بازارموندنې ترمنځ لوی توپیر رابښي. داسې خلکو ته زه دغه ځواب ورکوم: «که غوره، پوره، ماهره او فوق العاده پلورونکي یی، نو ښه پلور کولای شی او دا تاسو ته ښه چانس هم دی؛ خو امکان لري چې په شبکه یي بازارموندنه کې بریالي ونه اوسئ.

ولې؟ ځکه ښایي تاسو ډېر شیان وپلورئ؛ خو شبکه مو دا وړتیا ونه لري چې ستاسو په څېر ښه پلور وکړي، نو ستاسو شبکه پرمختګ نه کوي او په پیل کې له منځه ځي.

رابرت: ځکه چې ته یې په زانګو کې سا ور بندوې او خپه کوې یې.

جان: بلکل همداسې ده، ما څو ځله لیدلي دي. په شبکه یي بازارموندنه کې ډېر خلک وینو چې دا تجارت پیلوي او له ناکامۍ سره مخ کېږي، ځکه دوی فکر کوي چې د دې تجارت وړتیا په نبوغ، وړتیا او لوړو مهارتونو کې نغښتې ده.

دلته خبره دا نه ده چې ته څه کولای شي، بلکې دا اړینه ده چې ته او نور خلک دواړه څه کولای شي.

ډېر شرکتونه مې لیدلي چې د خلکو پر شخصي پلور تکیه کوي؛ خو د خلکو پر زده کړه ټینګار نه کوي چې د نورو خلکو په کارونو کې د دوی هڅې او خواري څو چنده شي. د دې تجارت د بریا کیلي په څو برابره کولو کې ده، په ښه پلورنکي کېدو کې نه ده. کله چې د شبکه یي بازارموندنې شرکتونه دې ته توجه نه کوي، نو د دوامداره پرمختګ مخه یې نیول کېږي او زیاتوالی په سم ډول نه رامنځته کېږي.

رابرت: دا ډېره حیرانونکې ده چې ډېر خلک زیات پلور اړین بولي. دا په اصل کې د S کونج اوسېدونکو یانې د ازاد کاروبار لرونکو فکر دی. د B کونج اوسېدونکو یانې لویو تجارانو فکر نه دی. په S کونج کې نوښت، نبوغ او وړتیا اړینه ده؛ خو په B کونج کې دا ټول د ناکامۍ سبب ګرځي.

د هنري فورډ هغه طرحه چې په وسیله یې د نړۍ پیاوړی شرکت رامنځته کړ او نړۍ ته یې تغیر ورکړ، د کارکوونکو مهارت او وړتیا نه وه. ده کولی شوای تکره او ماهر کسان وګوماري چې غوره موټرونه جوړ کړي؛ خو په داسې کولو به یوازې په کال کې یو څو سوه دانې پلورل کېدل. خو فورډ داسې طرحه جوړه کړه چې په وسیله یې میلیونونو کسانو کولی شوای موټرونه جوړ کړي او ده ته میلیونونه ګټه ورسېږي.

فورډ د B کونج د اوسېدونکو په څېر فکر لاره.

جان: د دې موضوع د روښانه کولو لپاره زما دې بېلگې ته فکر نه و. تا ډېره ښه بېلگه وویلې. بلکل، که غواړې په شبکه یي بازارموندنه کې بریالی شي، نو دغسې فکر به لرې.

یو ځل بیا وایم، کوم کار چې ته کولای شي، په شبکه یي بازارموندنه کې بریالیتوب نه دی، بلکې بریالیتوب د هر څه په څو برابره کولو او زیاتولو کې نغښتی دی. په بله وینا، خپل تجارت داسې جوړ کړه چې خلک یې په اسانۍ کاپي کولای او تقلید کولای شي. ولې؟ ځکه کاپي کول ستا بریالیتوب او هغه څه دي چې ته یې غواړې.

د زیاتولو او څو برابره کولو په اړه به بیا هم خبرې وکړو؛ خو اوس به د پرمختګ په اړه یو څه وضاحت درکړو.

د زیات پرمختګ لپاره د اطلاعاتو او معلوماتو اړین توکي

د زیاتولو د راز په اړه د جان خبرې په بل ډول هم واضح کولای شو. ستاسو د تجارت وړتیا د هغه په توازن کې ده. متوازن تجارت څه شی دی؟ متوازن تجارت یانې هغه تجارت چې په هر حالت کې دوام ولري.

د تشبث ناکامي او کامیابي هم له همدې خبرې څخه ده. په نړۍ کې ډېر داسې خلک شته چې غواړي تشبث واوسي. له نېکه مرغه، په دې کار کې بریالي هم شي او لوی تجارتونه رامنځته کړي؛ خو تر کومه وخته چې د دوی تجارتونه کوچني وي، نو د تجارت ټولې چارې یې په خپل لاس کې وي. خو زیات متشبثین د خپل تجارت پرمختګ او څو برابره کولو ته وخت نه ورکوي، بلکې یوازې موجوده تجارت ته ادامه ورکوي.

«مک ډونالد په بریالیتوب کې د «رای کراک» د بري یو راز همدا و چې دی د خپلو رستورانټونو د ادارې لپاره په وړتیا او کارپوه خلکو پسې نه گرځېده، بلکې خلک یې په کار کې روزل او مسلکي کول.

د شبکه یي بازارموندنې څیرک شرکتونه کټ مټ دغه کار کوي. د دې پر ځای چې تکره او مسلکي ویناوال، وړاندې کوونکي او پلورونکي وګوماري، د اېزارو او توکو په توګه اطلاعات او معلومات په خپل لاس کې اخلي او ځان پېژندنه پرې کوي. خو لکه څنګه چې «جان» وایي، د اطلاعاتو او معلوماتو دا سیستم په یوه شپه نشي جوړېدلی.

جان: د شبکه یي بازارموندنې په لومړیو کې هرڅوک له ستونزو سره مخ وو. دا سمه ده چې هر څوک یو شرکت رامنځته کولای ش؛ خو دا به منو چې هرڅوک نشي کولای په اغېزناکه او ګټوره توګه یو شرکت رامنځته کړي. یانې له نظري اړخه ویلای شو چې هر څوک په دې تجارت کې بریالي کېدای ش؛ خو د عمل په میدان کې یې بیا مژه نه وي.

دې تجارت په لومړیو کې پر هغو کسانو تکیه کوله چې د پریزنټېشن (پېژندنې) ښه مهارتونه یې درلودل او د ښې پېژندنې او پریزنټېشن وړاندې کول د دې تجارت د زده کړې یوه لویه برخه ګرځېدلې وه. خو ډېرو کمو خلکو له ستونزې پرته او په مسلکي توګه خپل کنفرانس وړاندې کولی شول. په همدې خاطر د دې تجارت د پرمختګ پر لاره محدودیتونه پراته وو.

راپرت: همدا خبره ده چې د کنفرانس وړاندې کولو توکي اړین دي.

جان: بلکل همداسې ده. کلونه وړاندې خلکو د خپل تجارت پېژندنه د بروشور، کتالوگ او کتابو په مرسته کوله. تر یو ځایه پورې دا لاره بریالۍ هم وه. کوم خلک چې خپل تجارت د کنفرانس او پرېزینټېشن په مرسته نشي راپېژندلای، کولای شي نورو خلکو ته د خپل تجارت د ور پېژندلو لپاره له بروشور، کتالوگ یا کتابو څخه کار واخلي؛ خو بروشور او کتالوگ په یوازې ځان دومره اغېزناک نشي واقع کېدای شومره چې په ژوندۍ بڼه کنفرانسونه د خلکو توجه را جذبوي. ((زموږ په هېواد کې د تجارت د بازارموندنې لپاره یوازې د راډیو او تلوویزیون له اعلاناتو څخه کار اخیستل کېږي، بروشور او کتالوگ ډېر کم رواج دی او کنفرانسونه او پرېزینټېشنونه خو بیخي نشته: ژباړن))

د تېرو څو لسیزو په اوږدو کې د کنفرانس په وړاندې کولو کې خورا لوی بدلونونه راغلي دي. د ډیجیټل ټکنالوژۍ انقلاب د CD, DVD او انټرنیټ په مرسته د ژونديو کنفرانسونو جوړولو ته پاملرنه نوره هم زیاته کړه.

رابرټ! د دې کتاب نوم «د یوویشتمی پېړۍ تجارت» اېښودل خورا په زړه پورې کار دی. ځکه، که څه هم دا تجارت له څو لسیزو راهیسې روان دی؛ خو اوس ارزښتمن او پیاوړی شو او دا ده موږ یې په اړه خبرې کوو.

د شبکه یي بازارموندنې لپاره ښه ویناوال کېدل اړین نه دي. په حقیقت کې د دې لپاره هڅه کول ستاسو په تاوان تمامېدای شي. ځکه ویناوال کېدل یو ځانگړی مهارت دی، داسې مهارت چې زیاتوالی او پرمختگ یې تر ډېره سخت دی.

د دې پر ځای چې د ښه ویناوال کېدو هڅه کوې یا غواړې ښه کنفرانس ورکړې، غوره دا ده چې تجارتي توکي دې د تجارت د پېژندنې لپاره وکاروې چې نور خلک دا کار ستا لپاره وکړي.

د تجارت دا توکي په دوو علتونو د لاسرسي وړ دي؛ یو د شرکتونو د گټې په خاطر او بل ټکنالوژۍ اوس دا هر څه اسانه کړي دي.

کم مصرفه او ښه کیفیت لرونکو سي دي گانو، دي وي دي گانو او انلاين کنفرانسونو - چې زیاتره یې غږیز او تصویری دي - د شبکه یي بازارموندنې د خوبونو او هیلو رښتیا کول او پرمختگ خورا اسانه کړي دي.

ایا پوهېږئ چې پورته خبره څه مانا لري؟ یانې کله چې د شبکه یي بازارموندنې تجارت رامنځته کوې، په حقیقت کې یوه پراخېدونکې شتمني رامنځته کوې. په ساده ژبه به داسې ووايم، شومره چې غواړې، هومره خپل تجارت غټولای شې.

رابرټ: جان! پر دې تجارت له شک کوونکو څخه مې اورېدلي چې وایي: «که د دې تجارت لپاره ښه پلورنکی، ښه ویناوال او ښه کنفرانس ورکوونکی اړین نه وي، نو ته څه کار کوې؟ شرکت ولې باید تا ته اړتیا ولري؟»

جان: تا ته اړتیا شته. ځکه ته شبکه جوړوونکی یې. په همدې خاطر یې شبکه یي بازارموندنه بولي. په همدې خاطر تا ته اړتیا لري او په همدې خاطر پیسې درکوي.

د یوه شبکه یي بازارموندونکي په توگه ستا دنده دا ده چې له خلکو سره اړیکې ولرې. هغوی د خپلو تولیداتو پېژندنې ته را جذب کړې. ستا معلوماتو او

اطلاعاتو ته غوړ ونیسي او هغوی تعقیب کړې. وروسته چې هغوی له تا سره د تجارت کولو پرېکړه وکړي، نو خپله لېوالتیا او تجربه ور انتقال کړه او هغه څه چې تا زده کړي، له هغوی سره یې په زده کولو کې مرسته وکړه. ټکنالوژيکي توکي د هغوی په زده کړه کې مرسته در سره کولای شي.

ستا دنده د اړیکو جوړول، له خلکو سره خبرې، د فرصتونو لټول، د خلکو پېژندل او له هغوی سره د دې تجارت په پېژندلو کې همکاري کول دي.

په دې تجارت کې ځینې برخې شته چې ستا کارکوونکي یې تر تا ښې کولای شي. لکه، کنفرانس او روزنه ورکول. ځینې برخې باید یوازې ته وکړې، لکه د خلکو ترمنځ اړیکه او شبکه جوړول.

اصلي نظریه دا ده چې په شبکه یي بازارموندنه کې ته پیغام نه یې، بلکې پیغام رسوونکي یې. هغه ورځې ولاړې چې د اوسېدو په اطاق کې به د تولیداتو نمونو ته ناست وې یا به دې د تولیداتو د اوږدو لیستو بیې او ځانگړتیاوې یادولې. دا یوویشتمه پېړۍ ده. په شبکه یي بازارموندنه کې سامان الات او کارکوونکي هر څه ترسره کوي. ستا دنده د اړیکو ساتل او بلنه ورکول دي.

په هر صورت، د پورته خبرو مانا دا نه ده چې ته باید مهارتونه ونه لرې. ته باید مهارتونه ولرې. هغو مهارتونو ته اړتیا لرې چې موږ په لومړۍ دارایی کې ذکر کړل. مثلاً، پر ځان باور درلودل، له ردېدو سره مقابله کول، د اړیکو ساتل، نورو ته د خپلو تجربو د انتقالولو وړتیا، خلکو ته ارزښت ورکول، د خلکو روزل او نور.

دا مهارتونه هر څوک لري. که تاسو د فوټبال سیالۍ جوړې کړې وي، د والدينو ټولنه مو جوړه کړې وي، د سطرنج سیالۍ مو جوړې کړې وي، د یوه سیاسي

گوند غړي پاتې شوي وي، یا مو د لوبو د یوې کوچنۍ ډلې مشري کړې وي، نو هرو مرو پر دې پوهېږې چې شبکه څنگه جوړه کړې.

د تجارت د زیاتوالي او پرمختګ لپاره مسلکي او تکره پلورونکو ته اړتیا نشته، بلکې داسې خلک باید و گومارې چې له اساسي تجارت او اړیکو له زده کړې سره علاقه ولري چې په تثبیت او کاري ډله جوړولو کې پرمختګ وکړې.

په پلور کې ډېر کم خلک مهارت لري. مګر په شبکه جوړونه، مشرۍ او ټیم جوړولو کې هر څوک مهارت لري. نو د دغه تجارت مخه ستاسو میلیونونو گاونډیانو ته خلاصه ده. یانې دا تجارت د څو برابره کېدو، پرمختګ او توازن موندلو وړتیا لري. که یو ځل له شلو تنو څخه پنځوسو ته ورسېږي، تاسو د پرمختګ هغه لومړي مهارتونه ترلاسه کړل چې په مرسته به یې پنځه سوه، پنځه زره او تر دې هم زیاتو کسانو ته ورسېږي.

دا ټوله رهبري ده.

خوارلسم خپرکی

۱۴. شپږمه دارايي: د مشرۍ بې پرتلې او غوره مهارتونه

کله چې مې په لومړي ځل د شبکه يي بازارموندنې نړۍ خپله، نو په دې اړه زياتو غونډو او کنفرانسونو ته ولاړم او لسگونو هغو ويناوالو ته غور شوم چې د خلکو د شخصي پرمختگ لپاره ويناوې کوي.

کله مې چې غور ورته ونيو، دوی په تش لاس تجارت پيل کړی و او اوس تر خپلې ټاکلې موخې او اندازې زيات شتمن وو. نو متوجه شوم چې دا خو خلکو ته هغه څه وربښي چې ما ته زما شتمن پلار را ښودلي وو. يوازې يې د تجارت اصول نه وربښودل، بلکې له هغوی څخه يې مشران جوړول.

داسې به ښکارېدل چې دوی د پيسو په اړه خبرې کوي؛ خو اصلاً به دوی نور خلک هڅول چې له پټېدو را ووزي، پر وېره غالب شي او په خپلو موخو او خوبونو پسې ولاړ شي. د دغسې وينا لپاره بايد يو ويناوال د مشرۍ مهارتونه ولري. دغسې ويناوې ځکه مشرۍ ته ضرورت لري چې د ډېرو غونډو وينا له موخو او خوبونو، له کورنۍ سره وخت تېرولو او ازادۍ څخه اخلي او ډېر لږ خلک په خپلو ويناوو کې د نورو خلکو د هڅولو لپاره له باور او الهام څخه کار اخلي.

دلته خبره دا نه ده چې دوی د وينا ټولې جملې يادوي او بيا يې د وينا پر وخت تکراروي، بلکې دوی سيده د خلکو له دروني اړخ سره خبرې کوي. دا ځانگړنه تر الفاظو ډېره لوړه ده. دغه واقعي مشري ده.

مشري هغه وړتيا ده چې ټول له يو بل سره نښلوي. مشري هغه څه ده چې لوی تجارتونه جوړوي.

ښايي فکر کوئ چې د مشرۍ مهارتونه بايد په لومړۍ دارايۍ «د رښتيني ژوند کاروباري زده کړه» يا دويمه دارايۍ «د ځاني پرمختگ گټوره لار» کې ځای شوي وای. خو واقعيت دا دی چې د مشرۍ مهارت دومره اړين، پياوړي او کامياب دي چې بايد يو بشپړ خپرکی ورته ځانگړی شي.

مشري هغه وړتيا ده چې ټول له يو بل سره نښلوي. مشري هغه څه ده چې لوی تجارتونه جوړوي.

له داخلي اړخ او روان سره مستقيمې خبرې کول

د شلمې پېړۍ په شپږمه او اوومه لسيزه کې را لوی شوم. په هغه وخت کې چې ما اورېدل، تر ټولو غوره ويناوال جان اف کېنډي و. د (۱۹۶۱م) په مې مياشت کې يې په وينا کې خلکو ته وويل چې په دې لسيزه کې به سپوږمۍ ته انسان ولېږو. زموږ ساينسپوهان هغه وخت پر دې هېڅ نه پوهېدل چې څنگه به دوی داسې يو لوی کار وکړي. دا کار د خلکو تر هيلو لوی او په رښتيا د زړورتيا خبره وه. خو دا کار وشو. د دې لسيزې درې کاله نه وو پوره شوي چې جان اف کېنډي ووژل شو. د ده مشري دومره قوي وه چې د ده تر مرگه وروسته يې هم دوام وکړ. دی چې ووژل شو، د ويتنام پېښه رامنځته سوه، ولس په شور کې شو او پر څو برخو ووېشل شو او سره له چې په (۱۹۶۸م) کې ولسمشري د جان اف کېنډي له مرستيال څخه د ده سيال ريچارډ نيسکو ته په لاس ورغله، بيا هم موږ بريالي شوو چې په همدغه لسيزه کې په (۱۹۶۹م) کې انسان سپوږمۍ ته واستوو.

دا مشري ده، هغه وړتیا چې په مرسته یې خپلې موخې او لید په حقیقت بدلوي. حقیقي مشران غرونه په حرکت راولي.

په ویتنام کې دې ته متوجه شوم چې حقیقي مشران سخت نه وي، هغوی نورو ته شور نه کوي او نه یې له جسمي اړخه تکلیفوي. پوه شوم چې زړور مشران ډېر وخت چوپ وي؛ خو کله چې غږېږي، نو د خلکو له روح او روان سره خبرې کوي.

په هغه تجارت کې پیسې لاس ته نه راځي چې ښه تولیدات او خدمات وړاندې کوي. پیسې په هغو تجارتونو کې وي چې ښه مشران لري.

ټول لوی مشران د خپلو تجربو او کیسو ښه بیانوونکي وو. دوی خپل هدف او لید په ډېره اسانۍ او روښانه ډول له خلکو سره شریکولی شول. حضرت عیسی، حضرت محمد، مادر ترسا او گاندي ته وگورئ. دوی ټول ښه مشران وو، مانا دوی ټولو خپلې تجربې او کیسې ښې واضح کولی شول.

په هغه تجارت کې پیسې لاس ته نه راځي چې ښه تولیدات او خدمات وړاندې کوي. پیسې په هغو تجارتونو کې وي چې ښه مشران لري. هغه تجارت چې د خپلو تجربو انتقال او له نورو سره د هغو شریکول یې هېر کړي وي، ناکامېږي، که څه هم زرگونه ډوله تولیدات ولري. کله چې یو تجارت له مالي ستونزې سره مخ کېږي، زیات وخت یې ستونزه په مشر کې وي. ځکه دوی نشي کولای چې خپله موخه او لید له نورو سره شریک کړي. ښايي دوی هوښیار او ځیرک وي؛ خو په اړیکو او خبرو کې کمزوري وي.

د تجارت لپاره چې د مشرۍ کوم مهارتونه اړین دي، د E کونج یانې کارمندی او S کونج یانې ازاد کار د مدیریت له مهارتونو سره خورا ډېر توپیر لري. تېروتنه ونه کړئ. مدیریتي مهارتونه اړین دي؛ خو د مشرۍ او مدیریت د مهارتونو ترمنځ ځمکه او اسمان توپیر شته. ښايي یو مدیر ښه مشر نه وي او کېدای شي یو مشر ښه مدیر ونه اوسي.

د ازاد کاروبار او کوچنیو تجارتونو زیات ماهرین مې لیدلي. دوی غواړي خپل کاروبار ته پرمختګ ورکړي؛ خو نه یې شي کولای. یو دلیل یې د مشرۍ د مهارتونو نه درلودل دي. څوک یې خبرو ته غوږ نه ږدي. کارکوونکي یې نه باور پرې لري او نه کومه هڅونه ترې ترلاسه کوي. ما د منځنۍ کچې ډېر مدیران لیدلي چې د لویو شرکتونو په رامنځته کولو کې ناکام شوي دي. ځکه له خلکو سره یې د اړیکو او خبرو وړتیا نه لرله. نړۍ له داسې خلکو ډکه ده چې د اړیکو او خبرو د وړتیاوو نه درلودلو په خاطر یې د ژوند ملګری/ملګرې نه ده موندلې.

اړیکې د ژوند پر هره برخه اغېز کوي او د بازارموندنې شبکې تر ټولو وړاندې دغه مهارت در زده کوي.

د شبکه یي بازارموندنې مشران ځانونه «زیاتې پیسې گټونکي، تجربه شریکوونکي او کیسې کوونکي» ګڼي. په رښتیا هم دوی تر ټولو زیاتې پیسې گټي او دلیل یې دا دی چې دوی په ډېر ښه ډول خپلې تجربې له نورو سره شریکوي او ور انتقالوي یې.

کله مې چې د شبکه یي بازارموندنې غونډو او مجلسونو ته تګ پیل کړ، نو د واقعي ژوند بریالي تجاران مې ولیدل چې هرڅه یې له صفر پیل کړي وو.

زیاتره یې ښوونکي وو، له خپلو ښوونو یې گټه اخیستې وه، له تیوري څخه نه. کله چې به په تجارتي سمینارونو کې ورسره کېناستم، د دوی له سیده او ښکاره خبرو سره به موافق وم او دغه د تجارت په حقیقي نړۍ کې د بریا سبب گرځي.

تر سیمینار وروسته به له ویناوالو سره کېناستم. د دوی زیاتو پیسو گټلو ته به حیران شوم. دوی پیسې یوازې په تجارت نه گټلې، بلکې له پانگونې څخه یې هم زیاتې پیسې ترلاسه کولې. ځینو د امریکایي شرکتونو تر رییسانو هم ډېرې گټلې.

د ویناوالو یوه بل کار ډېر حیران کړی وم. هغه دا چې که څه هم دوی ډېر شتمن وو، خو بیا یې هم نورو ته د ښوونې او لاسنیوي لېوالتیا لرله.

لږ لږ متوجه شوم چې د شبکه یي بازارموندنې مشران د خلکو د لوړولو او پرمختګ هڅه کوي، په داسې حال کې چې پخواني او دولتي شرکتونه یوازې ځینې خلک لوړوي او ټاکلې میاشتني تنخوا ورکوي. دغو ویناوالو په شبکه یي بازارموندنه کې دا نه ویل چې «که دې سم کار ونه کړ، دنده له لاسه ورکوي» بلکې دوی ویل «غواړم مرسته درسره وکړم، چې ورځ په ورځ غوره شي. تر کومه وخته چې د زده کړې تکل لرې، تر هغه دې په خدمت کې یم. موږ د یوه ټیم یا ډلې غړي یو.»

ډېر ځانگړی مشر

ډېر خلک د مشرۍ ځانگړتیاوې لري؛ خو تر اوسه نه دي ښکاره شوې. دوی ته هېڅ موقع په لاس نه ده ورغلی. زما شتمن پلار په دې پوهېده. د امریکا

سمندري ځواکونو او د ویتنام جنگونو ته زما د لېږلو یو دلیل همدا و چې ده غوښتل زما د مشرۍ مهارتونه پیاوړي شي.

خو د دې لپاره چې د مشرۍ مهارتونه مو وغوړېږي، په سمندري ځواکونو یا د ویتنام په جنگ کې گډون کول حتمي نه دي. دا موقع په شبکه یي بازارموندنه کې موندلای شئ. د شبکه یي بازار موندنې د مشرۍ په زده کړه کې یوازې مشري نه زده کوئ، بلکې د مشرۍ یو ځانگړی ډول درېکې پیدا کېږي.

شبکه یي بازارموندنه د داسې مشر د جوړولو هڅه کوي چې درس او لارښوونې یې پر نورو هم اغېز وکړي او هغوی ته په ښوونه د نورو خلکو موخو ته رسولو له لارې خپلې موخې هم ترلاسه کړي.

پوځ داسې مشر جوړوي چې نارینه او ښځې د خپل هیواد دفاع ته وهڅوي. د تجارت نړۍ بیا داسې مشر جوړوي چې د نورو شرکتونو د ماتولو لپاره ټکره ډلې رامنځته کړي.

خو شبکه یي بازارموندنه د داسې مشر د جوړولو هڅه کوي چې درس او لارښوونې یې پر نورو هم اغېز وکړي او هغوی ته په ښوونه د نورو خلکو موخو ته رسولو له لارې خپلې موخې هم ترلاسه کړي.

د شبکه یي بازارموندنې زیاتره مشران کونښن کوي چې د دښمن یا سیال د ماتولو پر ځای خلکو ته داسې درس او الهام ورکړي چې د مالي توان د موندلو په وخت نورو ته زیان او تکلیف ونه رسوي.

د مشرۍ کوم ارزښتونه چې په شبکه یي بازار موندنه کې غښتلي کېږي، بې ساري دي. هو، دا سمه ده چې له پوځ څخه نیولې تر دولت او شخصي شرکتونو هر یو مشران روزي او جوړوي. خو په شبکه یي بازارموندنه کې چې کوم واقعي مشران جوړیږي، په نورو کې دومره نه لیدل کېږي. «جان» په دې اړه د ویلو جالب څه لري.

جان: د سل سلنه رضا کارو خلکو یوځای کېدل د شبکه یي بازارموندنې په اړه بې ساری څیز دی. ان یو توزیع کوونکی هم کار ته د تگ راتگ لپاره وخت نه ټاکي. کوم خپلواک استازی نه څوک په کار گومارلی او نه لرې کولای شي. هېڅوک هم تاسو ته نشي ویلای چې دا کار وکړه. څوک امر نشي درباندې کولای.

که هرڅه داسې دي، نو بیا ولې دا تجارت بریالی دی؟ داسې څه شته چې هرڅه ته حرکت ورکوي؟ ځواب یوه کلیمه ده او هغه «رښتینې مشري» ده.

د شبکه یي بازارموندنې مشري ستاسو د ژوند په هر ځای کې ځان را ښکاره کوي او مرسته مو کوي.

د مشرۍ څلور اړین توکي

په ښوونځي کې یوازې ښه کارکوونکی اوسېدل در ښودل کېدل. هغوی یوازې پر یوه شي تمرکز کاوه چې هغه ستا ذهني وړتیا وه. که مو ښې معادلې حلولای او په امتحان کې مو ښې نومرې اخیستلای، نو د یوې ادارې د مشرۍ لپاره غوره گڼل کېدئ.

دا د خدا خبره ده.

دا چې زه نن یو بریالی متشبث یم، یو دلیل یې د امریکا په سمندري ځواکونو کې زده کړه کول دي. نظامي زده کړه له تاسو څخه ښه مشر جوړوي. هغه مشر نه چې یوازې ذهني وړتیا لري، بلکې هغه مشر چې د ذهني وړتیا تر څنگ احساساتي، بدني او روحي وړتیا هم لري. دوی در ښیي چې څنگه تر سختو فشارونو لاندې ښه پریکړه وکړئ.

په ویتنام کې مې د څرخي الوتکې د پرواز زده کړه درلودله؛ خو له روحي وړتیا پرته مې نشوی کولای چې الوتکه هوا ته پورته کړم. که مې دغه وړتیا نه لرلای، نو وېرې او احساساتو به غلبه راباندې کوله او له بدني اړخه به مې د جنگي الوتکې د پرواز کنټرول لاسه ورکړی وای. د دغه څلورو عناصرو (ذهني، احساساتي، بدني او روحي وړتیا) په لرلو سره د دغه اړین ماموریت په ترسرولو بریالی شوم.

د تجارت په نړۍ کې د ښه مشر کېدو اړینه تجربه او زده کړه هم دې څلورو عناصرو را وښوده. دماغ، روح، بدن او احساسات د هر تجارت د مشرۍ اړین توکي دي.

که د دغو څلورو شیانو واک نه لرئ، ناکامېږئ. ډېره ساده خبره ده. که غواړئ له کارکوونکو مو اغېزناک مشران جوړ کړئ؛ خو دغه څلور شیان نشئ پکې پیاوړی کولای، نو ناکام یئ.

په پوځي زده کړو او د جنگ په لومړیو لیکو کې اوسېدل دا مانا نه لري چې که خلک تا خوښوي او که نه، ته یې پروا مه لره. بلکې موږ ټول غواړو چې د خلکو د خوښې وړ وگرځو. خو که غواړې چې لوی مشر شې، نو حدود وټاکه، د کارکوونکو کړو وړو ته پام کوه او که ضرورت و، تغیر راوله. ځینې

وخت بله هېڅ لاره نه وي. خلک ستا له لاسه غوسه شي. پرېږده چې غوسه شي. د دې یوه گټه داده چې داسې کاري ډله به جوړه کړې چې ستا غوښتنې به پېژني او ورته معلومه به وي چې ته څه غواړې او څه نه.

پنځلسم څپرکی

۱۵. د شتمنۍ پیدا کولو میکانیزم

توماس جفرسن او جان ادمز د امریکا د ازادۍ د اعلاميې خپروونکو درېیو کسانو څخه هغه دوه دي چې له زیاتو اختلافونو سره سره د ژوند تر پایه ښه ملګري وو. یو د بل سخت سیاسي مخالفین وو او په ډېرو نظرونو کې یې سخت ټکر درلود. کلونه کلونه یې خبرې نه سره کولې. د ژوند په وروستیو کلو کې پخلا شول او د دوی اوږدې لیکنې نن د امریکا لپاره خزانه ده. د (۱۸۲۶م) د جولای په څلورمه دواړه په یوه ورځ مړه شول.

د دوی دوو په اړه د شتمنۍ په باره کې یو نادر حقیقت موجود دی.

جفرسن د ویرجینیا ایالت یو اشرافي شتمن و. زرگونه جریبه ځمکه یې لرله. ادمز مدافع وکیل او د ماساچوسټ له یوې بېوزلې کورنۍ څخه و. د ژوند ډېره برخه یې په نادارۍ کې تېره کړې. خو ادمز د مرګ په ورځ ۱۰۰۰۰۰ ډالره شتمني درلوده او جفرسن ۱۰۰۰۰۰ ډالره پورې و.

پیسې او شتمني یو ډول نه دي. شتمني د پیسو په گټلو نه اندازه کېږي، بلکې په وخت اندازه کېږي.

جفرسن پیسې او ملکیت لرل؛ خو له لاسه یې ووت. ادمز ډېرې پیسې نه لرلې او ساده ژوند یې کاوه؛ خو د شتمنۍ گټلو لاره ورته معلومه وه.

د دې کتاب له لیکلو څخه مې یوه موخه دا ده چې د پیسو او شتمنۍ توپیر ته متوجه شئ. د څو میلیونه ډالرو لاتري گټونکو څخه ولې میلیونونه ډالره

ما او کبم په ځوانۍ کې د تقاعد کېدو او شتمنېدو لپاره څلور ساده گامونه پورته کړل. له (۱۹۸۵م) څخه تر (۱۹۹۴م) پورې یې پوره نهه کاله وخت ونیو چې له صفر او هېڅ څخه یې پیل کړو او ځانونه شتمن، له مالي اړخه ازاد او تقاعد کړو. هغه څلور ساده گامونه دا دي:

۱. د خپل تجارت رامنځته کول

۲. په خپل تجارت کې بیا ځلي پانگونه

۳. په ځمکو او ملکیتونو کې پانگونه

۴. له دارایی څخه په گټه اخیستنه د ښو او لوکسو شیانو پېرل

راځئ وگورو چې دې ټولو څنگه پرله پسې کار وکړ.

۱. د خپل تجارت رامنځته کول

د تجارت رامنځته کول د زیاتې شتمنۍ د ترلاسه کولو امکانات درته برابر وي. د امریکا د ماليې قوانین له تجارانو سره خورا ښه کوي؛ خو هغه کسان چې په تنخوا کار کوي، خورا ډېره مالیه ترې اخلي.

((دا خبره یوازې په امریکا کې نه، بلکې دلته په افغانستان کې هم صدق کوي. هره میاشت د خپلې تنخوا لس سلنه مالیه ورکوم؛ خو تجاران په میلیونونو پیسو او تجارت کې ډېره لږ مالیه ورکوي. دا خو تاسو ته هم ښکاره ده چې پیسې ډېرې او تجارت پراخېږي، نو مالیه کمېږي: ژباړن))

تجارت د ماشوم په څېر دی. د پراخېدو او غټېدو لپاره وخت ته اړتیا لري. عموماً یو تجارت د دې لپاره چې بریالی شي، نو پنځه کاله وخت ته اړتیا

په درېیو کلو کې ولاړ شي؟ دلیل یې دا دی چې پیسې داسې کس ته په لاس ورشي چې د شتمنۍ په مانا نه پوهېږي.

پیسې او شتمني یو ډول نه دي. شتمني د پیسو په گټلو نه اندازه کېږي، بلکې په وخت اندازه کېږي. که زه زر ډالره ولرم او سل ډالره مې ورځنۍ مصرف وي، نو زما شتمني په لسو ورځو مساوي کېږي. شتمني هغه وړتیا ده چې د ژوند پاتې ورځې پرې ژغورل کېږي. له ځانه و پوښته «که نن کار پرېږدم، له مالي پلوه څومره وخت نور ژوند کولای شم؟» دې پوښتنې ته په ځواب ورکولو خپله شتمني معلومولای شي.

راځئ شتمني نوره هم ښه و پېژنو. شتمني د ژوند د تجربې د بډایه کولو او دا چې څومره ورځې نور ژوند کولای شو، له مخې اندازه کېږي.

د شتمنو خلکو د زیات شتمنېدو یو دلیل دا دی چې دوی په یوه بېله طریقه پیسې پیدا کوي. دوی د پیسو گټلو لپاره کار نه کوي، بلکې د شتمنۍ جوړولو لپاره کار کوي. د دې دوو په منځ کې خورا لوی توپیر شته.

د شبکه یي بازارموندنې یو ډېر لوی ارزښت - چې زیات خلک نه پرې پوهېږي - دا دی چې شبکه یي بازارموندنه د شخصي شتمنۍ د جوړولو ماشین دی.

د مالي ازادۍ لپاره زما څلور ساده گامونه

ما او مېرمنې مې «کبم» کولی شوای چې د ژوند په لومړیو کې له دندې، دولتي مرستې، پېرلو او پلورلو او په سهامې شرکتونو کې له پانگونې پرته ځانونه تقاعد کړو. ځکه موږ پوهېدو چې له خطر سره مخ کېږو. په سهامې شرکتونو او گډه پانگونه کې پانگونه له خطر خالي نه وي.

لري. ښايي لږ يا ډېر وخت ونيسي؛ خو اصلي خبره دا ده چې وخت ته اړتيا لري.

۲. پر تجارت بيا پانگونه کول

ډېر شبکه يي بازارموندونکي يوه لويه تېروتنه کوي. کومې پيسې چې دوی ته له نوي تجارت څخه لاس ته ورځي، د تنخوا په توگه گټه نه ترې اخلي، بلکې د ژوند پر بې ځايه لگښتونو يې لگوي. د يوه پر ځای د دوو موټرو اخيستل، د لوی کور اخيستل، زيات لگښت کوونکې مېلې کول او دې ته ورته نورو کارونو ته ملا وتړي.

دا خبره نه ده چې دوی کم عقلان دي. ما ډېر هوښيار او پوه خلک ليدلي چې دا کار کوي. د دې يوازینی دليل دا دی چې دا خلک اوس هم د تنخوا لرونکې دندې په فکر کې دي. که شتمنېدل غواړي، نو د تجارانو او پانگونکو په څېر فکر وکړي.

لومړی خپل ورځنی کار له لاسه مه ورکوي. د تجارت کولو موخه دا نه ده چې تجارت دې ستاسو د ورځنۍ دندې ځای ونيسي او ستاسو ورځنۍ دنده دې شي. په دې کار کله هم شتمني لاس ته نه راځي. د دې پر ځای داسې وکړي: کله چې ستاسو تجارت دومره شو چې تاسو ته يو څه گټه په لاس درکوي، نو هغه گټه واخلي او دويم ځل په خپل تجارت کې پانگونه وکړي چې تجارت مو ښه پراخ شي.

ډېر خلک په دې خاطر له تجارت څخه زياته گټه نه ترلاسه کوي چې په خپل تجارت کې بيا بيا پانگونه نه کوي.

نو تاسو غواړئ له E کونج يا تنخوا لرونکې دندې سره مخه ښه وکړئ او خپل تجارت رامنځته کړئ. ښايي له خپلې دندې څخه دې بد کېږي يا کېدای شي داسې ياست لکه نور مسلکي خلک چې ما ليدلي. هغوی له خپلې دندې سره مينه لري؛ خو نه غواړي په اونۍ کې څلوېښت، پنځوس يا شپېته ساعته کار وکړي. توپير نه لري، هر دليل چې وي. خو واقعيت دا دی، که تاسو له تجارت څخه لاس ته راغلې گټه د ژوند په مياشتنيو لگښتونو کې ولگوي، نو تاسو تجارت نه جوړوي، بلکې ځان ته بل کار پيدا کوي.

يو ښه تجار د تجارت جوړولو لپاره هېڅکله پانگونه او بيا ځلې پانگونه نه بس کوي. تل په خپل تجارت کې بيا بيا پانگونه کوي. ډېر خلک په دې خاطر له تجارت څخه زياته گټه نه ترلاسه کوي چې په خپل تجارت کې بيا بيا پانگونه نه کوي.

جان: پخواني تجارتونه ښايي د گودامونو په جوړولو، په ملي کچه اعلاناتو، نوو توليداتو او د توليداتو د وېش پر نوو کانالونو کار وکړي. خو د يوه شبکه يي بازارموندونکي په توگه تاسو دې لگښتونو ته هېڅ اړتيا نه لرئ. دا پانگونه د شبکه يي بازارموندنې شرکتونه ستاسو لپاره کوي.

په خپل تجارت کې بيا ځلي پانگونه څنگه وکړي؟ ځينې برخې شته چې تاسو په هوښياري پانگونه پکې کولای شئ. لکه، ځان روزل او د شبکه يي بازارموندنې د پراختيا په موخه نورو ښارونو ته سفر کول. د تجارت د پرمختگ او زده کړې توکي او سرچينې ټول په بيا ځلي پانگونه کې شاملېږي.

تر ډېره د شبکه يي بازارموندنې اصلي پانگه ستا پيسې نه، بلکې ستا هڅه او وخت دی.

د شبکه یي بازارموندنې د گټې ډېره برخه تا ته راځي چې د شتمنی جوړولو پروسه ښه سرته ورسوې. پام دې وي، ما د «شتمنی جوړول» درته وویل د «شتمنی بریادول نه». ځینې خلک له دې تجارت څخه راغلې گټه غنیمت گڼي او بریادولو او تس نس کولو ته یې ناست وي.

تېروتنه مه کوئ. ما ډېر خلک لیدلي چې گټلې پیسې پر لویو موټرو، کورونو او د ژوند پر بې ځایه لگښتونو لگوي. په بې ځایه مصرفونو د خپل تجارت سپکاوی مه کوه. د خپلې نوې گټې احترام وکړه او په هغې بیا ځلي پانگونه وکړه.

۳. پر ملکیتونو پیسې لگول

د تجارت د گټې په زیاتېدو دې اضافي پیسې د ملکیتونو په پېرلو ولگوه. په دې کې گډه پانگونه، سهامی ونډه او نور ارزښتمن کاغذونه نشته. نو ځکه د پېرلو لپاره خورا اسانه شتمني ده. په سهامی تجارتونو او د گډې پانگونې په صندوقونو کې خطر یو څه زیات وي او گټه له مالیې سره یو ځای پر پانگه اضافه کېږي. نو د پانگونې پر وخت د خطرونو د کمولو لپاره مالي پوهې ته اړتیا ده. دلته پلان دا دی چې په لاس ته راغلو نوو اضافي پیسو باید داسې پانگونه وکړو چې گټه لاسته راوړنکې شتمني ترې جوړه شي. د گټې لپاره ډېرې شتمنی شته؛ خو زما په اند د گټې لپاره ملکیت تر ټولو غوره دی او دا خبره دوه دلیل لري:

لومړی، پر ملکیتونو د پانگوالو لپاره د مالیې قوانین په گټه دي. دویم دا چې بانکونه پر ملکیت د پانگونې لپاره پور درکوي.

خلک ډېر وخت بیا پوښتنه کوي چې «څنگه به ملکیت وپېرلای شم، په داسې حال کې چې د کرایې پیسې نه لرم؟» دا ښه پوښتنه ده. تر څو چې اضافي پیسې ولرئ، ملکیت نشي پېرلای. په همدې خاطر وایو چې تاسو هغه وخت ملکیت پېرلای شئ چې تجارت رامنځته کړئ او په هغه کې بیا ځلي پانگونه وکړئ. د شبکه یي بازارموندنې په مرسته تاسو په لږو امکاناتو خپل تجارت جړئ او اضافي پیسې موندلای شئ.

زه به «پر ملکیت پانگونه» خبره یو ځل درته تشریح کړم. ډېر خلک پر دې نه پوهېږي چې ملک او ملکیت څنگه د شتمنی په توگه کارېدای شي. زیات خلک دا فکر کوي چې د ملکیتونو شتمني مانا یو ملکیت ارزانه اخله او بیا یې په لوړ قیمت خرڅوه. داسې نه ده. دا داسې مانا ورکوي لکه څوک چې غوا واخلي بیا یې د کباب د غوښو لپاره یو څو روپۍ گرانه خرڅه کړي. زموږ موخه دا ده چې غوا واخلي او بیا یې د شیدو له پیسو څخه گټه واخلي.

د ملکیت له پېر څخه موخه دا نه ده چې ملکیت دې په گټه د خرڅولو لپاره واخیستل شي، بلکې موخه دا ده چې ملکیت دې په شتمنی او دارایی بدل شي او داسې گټه په لاس درکړي.

د داسې گټې کولو لپاره وخت، زده کړې، تجربې او پیسو ته ضرورت دی. د نوو شیانو په زده کولو کې له تېروتنو ځان ساتل خورا سخت دي او د ملکیتونو په کاروبار کې تېروتنه ډېره درنه او گرانه تمامېږي. ترڅو له تجارت څخه اضافي اړد مالیې گټه ونه لرئ، د ملکیتونو کاروبار هم خطرناک او هم ورو دی.

دا چې ځینې خلک د ملکیت په کاروبار کې ناکامېږي، یو دلیل یې د نغدو پیسو نه درلودل دي. رښتیا خو دا ده چې د ملکیتونو ګټورې معاملې ډېرو پیسو ته اړتیا لري.

۴. له دارايۍ څخه په ګټه اخیستنې د ښو او لوکسو شیانو

پېرل

له کافي پیسو سره سره ما او مېرمنې مې (کېم) ډېر کاله د ګروۍ په یوه ۴۰۰ ډالریز وړوکی کور کې ژوند کاوه او په معمولي موټرو کې ګرځېدو. په دې وخت کې مو د خپل تجارت اضافي ګټه د ملکیت په کاروبار کې لګوله. نن موږ په یوه لوی کور کې اوسېږو او شپږ لوکس موټرونه لرو. دا هرڅه موږ نه دي پېرلي. دا هرڅه موږ ته زموږ دارايۍ او شتمنۍ پېرلي دي. موږ یوازې مزې پرې کوو.

کله چې زه د لوکسو شیانو یادونه کوم، موخه مې اسراف او ځان ښودنه نه ده، بلکې موخه مې د هغو شیانو درلودل دي چې ستاسو تر غوښتنې زیات دي او خوند ترې اخلي.

زه یوه بېلګه درته وایم. داسې یو کس په نظر کې ونیسئ چې دنده لري؛ خو له خپلې دندې خوښ نه دی. که تاسو هغه ته ووايئ: «که دې دنده نه ده خوښه، نو پرې یې ډډه» هغه به څه درته ووايي؟

هغه به ووايي: «زه غواړم چې پرې یې ږدم؛ خو د پرېښودلو خوند مې نشته.»

بلکل سم وایي. ځینو خلکو ته د دندې پرېښودل یو خوند او لوکس څیز ښکاري. خو دندې ته مجبور دي، څه وکړي. څنګه کولای شې چې دغه

د دندې پرېښودو خوند او لوکس څیز ترلاسه کړي؟ اسانه ده. که ته تجارت یا ملکیت ولري، نو تجارت او ملکیت به دې د نورو شیانو په څېر دا خوند (د دندې پرېښودل) درکړي. د دې لپاره باید داسې شتمني او دارايي رامنځته کړې چې دا هرڅه په اسانۍ درته وپېږي.

اوس دې ولیدل چې د ملکیتونو کاروبار څنګه کار کوي؟

ته په خپله ګټه د ژوند خوند او لوکس شیان نه پېږي. ته د خپلې ګټې په وسیله داسې څه رامنځته کوي چې تا ته نوره ګټه په لاس درکوي. ستا تجارت او د ملکیت کاروبار له همدې جملې څخه دي. کله چې هغه ګټې ته ورسېږي، نو تا ته د ژوند خوند او لوکس شیان پېږي، کټ مټ لکه د غوا بېلګه. د تجارت په ګټه غوا واخله. کله چې غوا تا ته شیدې درکوي، دا ستا لپاره ګټه ده. او په دې ګټه د ژوند لوکس شیان اخله.

اوس نو خوبونو او هیلو ته ورسېدو.

شپاړسم څپرکی

۱۶. اتمه دارايي: لويې هيلې او هغو ته د رسېدلو وړتيا

د شبکه يي بازارموندنې يو ډېر ارزښتناک اړخ هيلو او خوبونو ته رسېدل دي. پام مو وي، ما ونه ويل چې «هيلې لرل ارزښتناک دي» ما وويل چې «د هيلو لاسته راوړل ارزښتناک دي».

دغه تجارت مو د لويو هيلو او موخو لرلو ته هڅوي. د شبکه يي بازارموندنې د څېړنې پر مهال يو ډېر غوره څيز چې زه ورسره مخ شوم، زما د هيلو او خوبونو پراخېدل وو. پخواني تجارتونه ستا د هيلو او موخو له لويېدو سره چندان له‌والتيا نه لري. په کوچنيو تجارتونو کې چې هيلې او موخې څومره کوچنۍ وي، دوی هومره خوشاله وي. مثلاً، دوی په لنډ سفر، يو ساعت گډ وخت تېرولو، ساعتېري کولو يا د رخصتۍ په ورځو کې په تفريح کولو خوشالېږي. زه نه وایم چې د کوچنيو هيلو لرل بد دي. زه وایم چې دا کوچنۍ ژوند دی. د لوی ژوند لپاره بايد لويې موخې او هيلې ولرو. موږ و پلار به مې ويل: ((د ساعتېريو او تفريحي کارونو د پيسو توان نه لرو.)) خو شتمن پلار او زوی يې هغوی له دې خبرو راغړخول. ځکه هغو ويل: ((څنگه د ساعتېري او تفريحي کارونو لپاره پيسې پيدا کړو؟))

که څه هم د دې دوو خبرو ترمنځ توپير ډېر کم ښکاري؛ خو په حقيقت کې داسې نه ده. بلکې خورا لوی توپير لري. تاسو په خپل فکر کې دغه کوچنۍ توپير د تجربو، موخو او د ژوند د لويو پرېکړو په مرسته کولای شئ چې تاسو له خپل اوسني حالت څخه په ميليونونو ميله لرې د پرمختگ خوا ته وهڅوي.

که ځان په دې خبره عادت کړې چې «څنگه د تفريحي کارونو لپاره پيسې پيدا کړم؟» نو د لويو هيلو او موخو د لرلو لپاره ځان چمتو کوې. نه يوازې ځان چمتو کوې، بلکې د هغو د لاسته راوړلو باور هم په ځان کې پيدا کوې. له بلې خوا «د دې ساعتېري او کارونو د پيسو توان نه لرو» جمله ويل ستاسو د لويو هيلو او خوبونو لگېدلې شمع مړه کوي. هسې هم په نړۍ کې ډېر داسې خلک شته چې ستاسو لويې هيلې او خوبونه له منځه وړي. تاسو د خپلو هيلو په له منځه وړلو کې له هغوی سره مه يو ځای کېږئ. ښايي هغوی نه غواړي هيلې او خوبونه مو له منځه يوسي؛ خو دا خبرې ځانځا له منځه وړونکې دي.

لاندې ټولې خبرې د هيلو او خوبونو وژونکې دي. او جالبه دا ده چې دا خبرې هغه خلک درته کوي چې خپلې هيلې او خوبونه يې سرته نه دي رسولي.

✓ «نه يې شې کولای.»

✓ «دا ډېر خطرناک دی، ايا پوهېږې چې ډېر خلک د دې په سرته رسولو کې ناکام شوي دي؟»

✓ «کم عقلي مه کوه! دا بې مانا نظريې دي له کومه کړې؟»

✓ «که دا ښه نظريه وي، نو نورو خلکو ولې تر اوسه نه ده عملي کړې؟»

✓ «کلونه مخکې مې د دې هڅه وکړه. زه به درته ووايم چې ولې مې عملي

نه کړی شوی.»

کور اخیستل د ځاني پرمختگ هڅې، پوهې او سخت کار ته اړتيا لري؛ خو تر دې هم دا ډېره ارزښتناکه ده چې ځاني پرمختگ له تا څوک جوړوي.

کله چې زه او زما مېرمن کېم له پیسو خلاص او مفلس شوو، یو بل ته مو وویل، که مو هر وخت یو میلیون ډالر وگټل، لوی کور به پرې اخلو. موږ همداسې وکړل. کور مو واخیست. موږ په کور کې خوشاله وو؛ خو موږ ته نه د کور اخیستل ارزښتناک وو او نه د دې کور د اخیستلو توان درلودل. بلکې موږ ته هغه لاره ارزښتناکه وه چې موږ د کور اخیستلو لپاره پرې ولاړو. موږ ته دا ارزښتناکه وه چې د کور اخیستلو هڅې له موږ څخه څوک جوړ کړل. کور اخیستل د ځاني پرمختګ هڅې، پوهې او سخت کار ته اړتیا لري؛ خو تر دې دا ډېره ارزښتناکه ده چې د ځاني پرمختګ دا هڅې له تا څوک جوړولای شي.

شتمن پلار مې ویل: ((څوک چې کوچنۍ هیلې او خوبونه ولري، کوچنۍ ژوند به لري.))

هر څوک هیلې لري؛ خو د ټولو هیلې یو ډول نه دي. شتمن پلار مې را ښودلې چې پنځه ډوله هیلې لرونکي شته:

۱. هغه خلک چې هیلې یې په تېرو وختونو کې وي (په تېر وخت کې پلانونه جوړوي).

۲. هغه خلک چې کوچنۍ هیلې لري.

۳. هغه خلک چې خپلو هیلو ته رسېدلي؛ خو خواشینۍ ژوند لري.

۴. هغه خلک چې لویې هیلې لري؛ خو دې هیلو ته د رسېدلو لپاره کوم پلان نه لري. نو له هیلو لاس اخلي.

۵. هغه خلک چې لویې هیلې لري؛ خپلو هیلو ته رسېږي او د نورو لویو لویو هیلو خوبونه ویني.

هغه خلک چې هیلې یې په تېرو وختونو کې وي

دا خلک فکر کوي چې د دوی لویې لاسته راوړنې په تېرو وختونو کې وې. دا خلک د پوهنتون د وختونو، د عسکری، د ښوونځي د فوټبال او ماشومتوب د باغچو کیسې درته کوي. که د راتلونکي په اړه خبرې ورسره کوي، نو سر درته ښوروي او وایي: «نړۍ اوس په دوزخ بدله شوې.»

هغه څوک چې د تېرو وختونو خوبونه ویني، په حقیقت کې ژوندي نه دي. ښایي مړه نه وي؛ خو سم ژوندي هم نه دي. د دوی د را ژوندي کېدلو یوازینی لاره د دوی د هیلو او خوبونو بیا را وینول دي.

هغه خلک چې کوچنۍ هیلې لري

ځینې خلک ځانونه په کوچنیو هیلو پورې محدودوي. ځکه چې دوی پر دې باور لري چې دوی یوازې په دغو کوچنیو هیلو کې بریالي کېدای شي. جالبه د اده چې ډېر وخت دوی په خپلو هیلو کې بریالي کېږي هم نه. ښایي لامل یې داوي چې دوی به په دې پوهېږي چې د دې هیلو رښتیا کول د ژوند موخه نه ده.

یا په بله وینا، دوی تر خطرناک او حیرانوونکي لوی ژوند، کوچنۍ ژوند غوره ګڼي. د ژوند په وروستیو کې به وایي: «کاشکې مې کلونه وړاندې دا کار کړی وای؛ خو ما یې هېڅ هڅه ونه کړه.»

له یو چا مې و پوښتل: ((که د نړۍ ټولې پیسې ستا وای، نو چېرته دې سفر کاوه؟))

یې د هغو هیلې لرلې. ستونزه دا ده چې د ښوونځي د پای ته رسېدو اوس لسگونه کلونه کېږي. اوس د یوې نوې کارنامې وخت را رسېدلی دی.))

هغه خلک چې له هیلو لاس اخلي

دا هغه خلک دي چې لویې هیلې لري؛ خو دې هیلو ته د رسېدلو لپاره پلان نه لري. نو له هیلو لاس اخلي.

فکر کوم موږ ټول د دغې ډلې یو څوک پېژنو. دا خلک لویې هیلې لري؛ خو هیلو ته د رسېدو لپاره هېڅ پلان نه لري او یوازې دا خبرې کوي: «لوی پرمختګ مې کړی. زه به خپل نوی پلان درته تشریح کړم.» یا وايي: «دا ځل به هرڅه بل ډول وي.» یا وايي: «زه د ژوند په یوه نوي اړخ کې یم.» یا وايي: «زه سخت کار کوم، د پیسو حسابونه مې خلاصوم او پانگونه کوم» یا وايي: «خبر شوی یم چې یو نوی شرکت فعالیت پیلوي او زما د وړتیاوو مطابق خلک یې پکار دي. دا به زما لپاره طلايي چانس وي.»

زما شتمن پلار ویل: «(داسې خلک غواړي ډېر څه ترلاسه کړي. هڅه کوي چې هر څه په خپله وکړي. حال دا چې ډېر لږ خلک هر څه په یوازې ځان ترسره کولای شي. دا خلک باید لویې هیلې ولري، پلانونه جوړ کړي او یوه ډله خلک پیدا کړي چې د هیلو په رښتیا کولو کې مرسته ورسره وکړي.))

هغه خلک چې د تر هیلو پوره کېدو وروسته نورې لویې

هیلې لري

دا هغه خلک دي چې لویې هیلې لري؛ خپلو هیلو ته رسېږي او د نورو لویو هیلو خوبونه ویني.

ځواب یې راکړ: «(کلیفورنیا ته د خور لیدو ته تللم. څوارلس کاله کېږي نه مې ده لیدلې. غواړم مخکې تر دې چې اولادونه یې لوی شي، هغه وویښم. د کلیفورنیا دغه رخصتي زما هیله او خوب دی.))

په هغو وختونو کې دې سفر یوازې ۵۰۰ ډالره غوښتل. پوښتنه مې وکړه: «(ولې تر اوسه نه یې تللی؟)» ویې ویل: «(اممم تللم؛ خو په دې ورځو کې سخت مصروف یم.)) دا رخصتي د ده د ژوند یوه هیله او خوب و. ده کولی شوی سهار له خوبه پاڅي او کلیفورنیا ته ولاړ شي؛ خو ده دا لویه هیله او خوب د یوه خوب په څېر په خپل دماغ کې ویده پرېښی و.

زما شتمن پلار ویل، دا خلک ډېر خطرناک دي. «دوی د کیشفانو په څېر دي. تر خپلې کاسې لاندې ستومانه وي. که یې د ملا کاسه ترې لرې کوي، نو غوسه کېږي. ښايي ومو چیچي.»

له دې څخه دا درس اخلو: دا کیشف غوندې خلک پرېږدئ چې د کیشف په څېر هیلې ولري. دوی چېرته نه ځي او د دوی په اند دا غوره کار وي.

هغه خلک چې خپلو هیلو ته رسېدلې؛ خو خواشیني ژوند

لري

یو ملګری مې وايي: «(شل کاله مخکې مې د ډاکټر کېدو هیله لرله. ډاکټر شوم. له ژونده مې خوند اخیست؛ خو اوس خواشیني یم. یو څه مې کم دي.))

خواشیني عموماً د نوې هیلې د پیدا کېدو نښه وي. زما شتمن پلار راته ویل: «(ډېر خلک په هغو برخو کې کارونه کوي چې د ښوونځي په وختو کې

فکر کوم موږ ټول غواړو همداسې خلک واوسو. زه خو دغسې یم. تاسو څنگه؟

شتمن پلار مې ویل: ((لوی خلک لویې هیلې لري او کوچني خلک کوچنۍ. که غواړئ ځان تغیر کړئ، لومړی مو هیلې او خوبونه تغیر کړئ.))

تاسو پوهېږئ چې زه بیخي مفلس او دیوالیه وم. له مېرمنې سره مې په موټر کې ژوند کاوه. پوهېږم چې دا څومره سخته ده. خو مفلسي لنډمهاله او تېرېدونکې وي. مفلس او فقیر ډېر توپیر لري. فقیر یو بېل کس او یو فکري طرز دی. ښايي مفلس او دیوالیه یی؛ خو په معنویاتو، لوړو هیلو، جرات او ټینګه اراده کې شتمن یی. هیلې لرل بیه نه لري، ان لویې لویې هیلې لرل او خوبونه لیدل هم وړیا دي. مهمه نه ده چې څومره مفلس یی؛ خو له خپلو هیلو او خوبونو له رښتیا کولو لاس اخیستل به مو هرو مرو نېستمن او فقیر کړي.

د شبکه یي بازارموندنې د ژوند ډول په دې خاطر خورا ارزښتناک دی چې ستاسو هیلې په یوه ځانګړي وخت پورې محدودې نه وي. له دې تجارت سره په یو ځای کېدو تاسو د خپلو هیلو په حقیقت بدلول شروع کوئ. ان له لومړۍ ورځې کوچني ګامونه پورته کوئ.

شبکه یي بازارموندنه له «نه یې شم کولای» څخه «کولای یې شم» لوري ته بدلېدل دي. د زر سوي له حالت څخه د ژوند واګي د په لاس کې اخیستلو لوړته حرکت دی. له غلامۍ څخه د ازادۍ لوري ته د پرمختګ ګامونه دي.

د ژوند په اختیار کې درلودلو په اړه، مشهور فیلسوف «تورو» وايي: ((له خپلو تجربو مې لږ تر لږه دا زده کړل، که څوک د خپلو هیلو په رښتیا کولو کې پرمختګ وکړي او د خپل فکر مطابق د ژوند کولو هڅه وکړي، ناڅاپه او سمدستي بریا به ومومي.))

اوولسم څپرکی

۱۷. هغه تجارت چې مېرمنې پرمختگ پکې کوي

لیکواله: کېم کیوساکي

زما د مېرمنې (کېم) په اړه څو ځله وغږېدم. زموږ د پېژندنې په اړه مو ولوستل. زموږ لومړنۍ سترپاوې، مبارزې، موخې او تگلارې مو ولیدې او پر دې هم پوه شوی چې موږ څنگه تغیر وکړ. د کتاب د دې برخې تر پوره کېدو مخکې مې دا ښه موقع و گټله چې مستقیماً د کېم خبرې واورئ. رابرت کیوساکي

((دلته چې رابرت یا د هغه مېرمن د ښځو د کار په اړه کومې خبرې کوي، هغه زموږ د ټولنې لپاره نه دي. یوازې په لوېدیځه ټولنه کې د پلي کولو وړ دي. د ده مېرمن کېم وایي: [که ښځې زړې شي یا یې اولادونه پرېږدي، نو څه به خوري او څښي؟] زموږ په ټولنه کې دا هېڅ شونې نه ده. دلته تر هر چا د مور ډېر خیال ساتل کېږي او عزت یې کېږي. دلته موږ یوازې د دې څپرکي لنډیز را اخلو چې د دوی له حاله خبر شو او تر یوه ځایه د ژباړې حق هم ادا کړو: ژباړن))

کېم وایي: ((رابرت تاسو ته د شبکه یي بازارموندنې په اړه معلومات درکړل، ښایي له بېلابېلو اړخونو څخه درته ارزښتناک وي. زه یې پر یو بل اړخ خبرې کوم، او هغه دا چې «شبکه یي بازارموندنه د مېرمنو لپاره غوره تجارت دی.» د ښځو لپاره د خپلو پیسو درلودل اړین دي. څو کاله وړاندې یوه ځوانه خبریاله راته راغله. ویل یې چې ښځې باید خپلې پیسې په خپل واک کې

ولري. اصلاً خبره داسې وه چې د دې ۵۴ کلنه مور تر طلاق وروسته د ژوند کولو لپاره د دې کره ورغلې وه. کومې میاشتني پیسې یې چې ترلاسه کولې، نه یې بس کېدې. او که بس کېدې یې، نو سپما یې نشو ترې کولای. که کومه ورځ دا بېکاره شوې وای، نو دې او مور به یې د خوړلو لپاره څه نه درلودل.)) کېم زیاتوي: ((شکر! زه او رابرت د دې ښځې په حالت کې نه یو. که له اقتصادي اړخه هر څومره لوړې ژورې راشي، موږ د خپل پاتې ژوند غم خوړلی دی. هرڅوک بېل ژوند لري. موږ نور زموږ د میندو په څېر ژوند نه کوو.))

د ښځو د شتمنېدو لاملونه

دا چې ولې باید ښځې شتمني شي، کېم یو څو لاملونه بیانوي:

شمېرنه او احصایه

دا په امریکا کې د ښځو او شتمنۍ په اړه شمېرنه ده. نور هېوادونه یا امریکا ته ورته دي، یا بیخي لږ توپیر ورسره لري:

- ۴۷ سلنه ښځې تر پنځوس کلنۍ وروسته یوازې وي، یانې له مالي اړخه باید ځان خپله سمبال کړي.
- د ښځو د تقاعد پیسې تر نارینه وو کمې دي. ځکه نارینه دکور نفقه برابر وونکي بلل کېږي.
- ښځې تر نارینه وو ۷-۱۰ کالو پورې زیات ژوند لري. د پاتې ژوند لپاره اضافي پیسو ته اړتیا ده.
- په ډېر عمر لرونکو نېستمونو کې، په هرو څلور کې درې یې ښځې وي.

• په هرو لسو ښځو کې اوو هغو یې د ژوند په اوږدو کې بېوزلي گاللې
د.

د ترلاس لاندې توب څخه ډډه

ښځې د طلاق په موخه نه، بلکې د گډ ژوند په موخه واده کوي. دنده کوي؛ خو دا فکر یې نه وي چې یو ورځ به مې له کاره لرې کړي. په ژوند کې یې یوه ورځ داسې راشي چې خاوند یې طلاقه کړي او مشر یې له کاره ایسته کړي.

ښځې ډېر وخت خپل ژوند په خاوند، پلار، رییس یا مشر پورې تړي او د هغه تر لاس لاندې ژوند کوي؛ خو کله چې زړه شي، په دغو ټولو کې یو هم نه وي، نو یوازې پاتې شي.

ناټاکلې گټه

ښځو ته کاري فرصتونه نه دي برابر. که په کوم ځای کې دنده هم پیدا کړي، نو تنخوا کمه اخلي. خو په شبکه یې بازارموندنه کې داسې نه ده. په شبکه یې بازارموندنه کې هرڅوک کار کولای شي او د خپل کار په اندازه گټه کوي.

د نفس د عزت لوړوالی

ښځو ته په کار کولو کې چندان عزت او درنښت نه ورکول کېږي. خو په شبکه یې بازارموندنه کې دا د یوې ازادې کارگرې په توگه کار کوي، ځان ته گټه او عزت ترلاسه کوي. د عزت له ترلاسه کولو سره یې د بریا چانسونه هم خورا زیاتېږي.

د وخت کنټرول

د ښځو د وخت کمښت خورا اړینه مساله ده. کېم وايي: ((ځینې ښځې شکایت کوي چې کله له کاره سترې راشو، نو د ماښامنۍ په تیارولو اخته شو. وروسته د ماشومانو په درسونو کې مرسته کوو او لوښي مینځو. کله چې د کور ټول غړي ویده شي، نو موږ لږې اوزگارې شو؛ خو هغه وخت زیاتې ستومانه یو.

په شبکه یې بازارموندنه کې ستاسو د وخت د کمښت ستونزه حل کېږي. تاسو کولای شئ بشپړه یا نیمه ورځ کار وکړئ. کولای شئ له کوره په تلیفون یا کمپیوټر، سهار، ماښام او رخصتیو کې، هر کله او له هره ځایه کار وکړئ.

د ښځو د شتمنېدو په اړه پورته دلایل دا روښانه کوي چې ولې باید ښځې کار وکړي. د ښځو لپاره عزت او مالي ازادي د شبکه یې بازارموندنې نور ښه امتیازونه دي. نه پوهېږم چې له پورته دلایلو څخه به کوم یو اړین وي. زما په نظر یوازې هغه دلیل تر ټولو غوره دی چې تاسو ته قناعت درکړي.

کومه ورځ چې شبکه یې بازارموندنه پیل کړئ، همغه ورځ به مو د ژوند خوند پیل شي. ځان ته د گټې ترلاسه کولو دلایل ومومئ. له څه سره چې لیوالتیا لرئ، هغه ټینگ کړئ.

ستاسو په ژوند کې څه شی اړین دي چې د گټې ترلاسه کولو لپاره یې ترسره کړئ. دا اړین څیز و پېژنه او خپل ژوند پرې جوړ کړه. ما او زما خاوند رابرت د واده په لومړنیو شپو ورځو کې د خپل تجارت پرانیستلو اراده لرله. موږ نه غوښتل نور خلک لارښوونې راته وکړي او راته ووايي چې څه وکړو او څه ونه

کړو. کلونه کلونه وخت یې ونیو. ښایي لس کاله وخت یې نیولی وي. ځینې وخت د گټې نه کولو فشار هم ځورولو. ملگرو او دوستانو مو ویل، تاسو لیونی شوي یئ. هغوی موږ ته د یوې عادي دندې او میاشتنۍ تنخوا سپارښتنه کوله؛ خو موږ دا خبرې نه ورسره منلې.

د تشبث لپاره باید خپله لاس په کار شې. او دا هغه وخت کولای شې چې هغه وپېژنې، ارزښت یې درته معلوم شي او په دې پوه شې چې د دې کار د سرته رسولو لپاره له تا پرته هېڅوک نشته چې دا کار درته وکړي. یوازې ته یې کولای شې.

درېیمه برخه

ستاسو راتلونکی اوس پیلېږي!

اتلسم خپرکی

۱۸. په هوښیاری ټاکنه وکړئ!

نو تاسو پرېکړه کړې ده چې خپل د شبکه یي بازارموندنې تجارت پیل کړئ.

مبارک مو شه! اوس له یوې ټاکنې سره مخ شوی. په زرگونو د بازارموندنې شبکې شته. له کومې یوې سره یو ځای کېږئ او څنگه یې انتخابوئ؟

د بازارموندنې شبکو ته نوي راغلي خلک ډېر وخت اټکلي انتخاب کوي. هر څه چې یې لومړی مخ ته راغلل، ورسره یو ځای کېږي. ښايي لومړۍ کمپنۍ چې تاسو ته یې ستاينه شوې، ښه ټاکنه وي؛ خو دا باید تر معلوماتو او پلټونو وروسته په خورا غور او احتیاط و ټاکئ. دلته موږ ستاسو د راتلونکي په اړه خبرې کوو.

نو انتخاب څنگه کوئ او کوم معیارونه په نظر کې نیسئ؟

کله مې چې د بېلابېلو شبکه یي بازارموندنو په اړه پلټنه کوله، ډېر وخت مې دا جمله اورېده: «زموږ کمپنۍ د تاوان ورکولو ښې طرحې لري، ښه گټه لرلای شي!»

هغوی غوښتل د خپلو شرکتونو د فرصتونو په اړه ما ته خبرې وکړي او د هغو کسانو کیسې به یې راته کولې چې د دوی په شرکت کې یې هره میاشت سلگونه زره ډالره گټل. له هغو خلکو سره مې لیدلي وو چې د بازارموندنې په شبکو کې هره میاشت سلگونه زره ډالر گټې، نو د دوی د گټې د وړتیا په اړه چندان شک نه راته پیدا کېده. که څه هم زه تاسو ته سپارښتنه نه کوم چې د شبکه یي بازارموندنې لپاره لومړنۍ معیار پیسې وگنئ.

د بازارموندنې له شبکو څخه مې دا خبرې هم ښې واورېدلې: «موږ غوره کیفیت لرونکي تولیدات وړاندې کوو. هغه تولیدات چې د خلکو ژوند یې تغیر کړی دی.»

د پیسو تر وړاندیز وروسته دویم وړاندیز د دې شرکتونو لخوا د غوره تولیداتو وړاندې کول وو چې زیات خلک ورسره یوځای کېدل. په دې وړاندیز کې مې هم شک نه لاره. د خپلو تولیداتو په اړه ډېره مبالغه کوي او بیخي زیات تعریف یې کوي؛ خو ډېر یې داسې تولیدات وو چې ما اوس هم استفاده ترې کوله. د دې تولیداتو د کیفیت د لوړوالي یو لامل په خپله شبکه یي بازارموندنه ده.

خو تولیدات هم د دې تجارت ضروري اړخ نه دی.

زه خپله خبره تکراروم: «کله چې د شبکه یي بازارموندنې شرکت انتخابوئ، نو تولیدات یې خورا اړین معیار نه دی.»

زما د ټینګار دلیل دا دی، ډېر خلک داسې ادعا کوي چې ګواکې تولیدات په تجارت کې اړین دي.

دا یاد لرئ چې تاسو پلورونکي نه یئ. تاسو د ځان لپاره کار کوئ او شبکه جوړوئ. کله چې بېلې شبکې ګورئ، نو دا پوښتنه په ذهن کې ولرئ: «ایا دا شرکت به له ما سره مرسته وکړي چې ښه شبکه جوړوونکی شم؟»

د دې تجارت د سپارښتنې لومړنی دلیل دا دی چې د شبکه یي بازارموندنې جوړښت پر تجارتي زده کړو او ځاني پرمختګ ولاړ دی.

کوي او په تجار کېدو کې مرسته درسره کوي، نو دا هغه شرکت دی چې باید کار ورسره پیل کړي.

ایا خومره پیسې چې تاسو تر لاسه کوئ، مهمې دي؟ هو، بلکل. ایا د تولیداتو کیفیت اړین دی؟ ولې نه، خامخا اړین دی. خو ستاسو لپاره ما ته تر پیسو او تولیداتو دا اړین دي چې ایا شرکت ستاسو زده کړې ته پاملرنه کوي، یا په تجار کېدو کې مرسته درسره کوي، که نه. له کومې شبکې سره چې ته کار پیلوي، دا یې هغه اړینه ځانگړنه ده. رښتیا هم باید د بازار موندنې شبکه د تجارت زده کولو ښوونځی وي.

که مو په اساسي توگه سیمینارونو ته غوړ نیولو ته زړه کېږي، نو د هغو کسانو لیدنې ته وخت ورکړئ چې د دغو سیمینارونو تعلیمي او روزنیزې چارې یې په لاس کې وي.

د پیسو گټې او د تولیداتو د کیفیت کتلو ته وخت ورکړئ او شرکت داسې ښه سم وگورئ چې ایا رښتیا هم ستاسو له زده کړې او روزنې سره لېوالتیا لري؟ دا هر څه یوازې په نیم ساعت مجلس یا د هغوی د رنګا رنګ ویبپاڼو په کتلو او د خلکو د پیسو گټلو د کیسو په اورېدلو نه کېږي. د شرکت د ښې پېژندنې لپاره باید له ځایه پاڅې او د هغوی په تعلیمي، روزنیزو او بېلو سیمینارونو کې گډون وکړي.

که مو په اساسي توگه سیمینارونو ته غوړ نیولو ته زړه کېږي، نو د هغو کسانو لیدنې ته وخت ورکړئ چې د دغو سیمینارونو تعلیمي او روزنیزې چارې یې په لاس کې وي.

د شبکه یي بازارموندنې جوړښت داسې طرحه شوی چې هر څوک په شتمنۍ کې شریکېدای شي. د دې تجارت دروازه د هغو خلکو پر مخ خلاصه ده چې انرژي، کلکه اراده او ټینګار ولري. دا تجارت له دې سره هېڅ کار نه لري چې تاسو څوک یئ، کوم پوهنتون مو لوستی، ورځنۍ گټه مو خومره ده، په کوم قوم پورې تړلي یئ، جنسیت مو څه دی، څنګه ښکاری، خومره مشهوره یا خومره هوښیار یاست. په دې تجارت کې دا مسایل هېڅ اړین نه دي.

د شبکه یي بازارموندنې زیات شرکتونه تر ډېره دې ته ارزښت ورکوي چې تاسو له زده کړې، بدلون او پرمختګ سره خومره لېوالتیا لرئ. او دې ته گوري چې ایا ستاسو د تجارت پر خپلو پښو درېدو پورې په ښو او ناوړه حالاتو کې خپل ژوند ته ادامه ورکولای شئ که نه.

ایا د بازارموندنې ټولې شبکې همداسې دي؟ نه، کله هم نه. په هرڅه کې ښه، بد او بدرنګه شته او غوره هم پکې شته.

د بازارموندنې ټولې شبکې د زده کړې ملاتړ نه کوي. ځینې یوازې د تولیداتو پر پلورلو ټینګار کوي او ستاسو زده کړې ته چندان توجه نه کوي. دوی غواړي ستاسو ملګري او کورنۍ شبکې ته ننوزي او پلور وکړي. دوی ستاسو پر پرمختګ تمرکز نه کوي او نه ډېر وخت دوام کوي.

خو ښه شرکتونه ستاسو د تجارت زده کړې ته خورا ډېره پاملرنه کوي. دوی اوږدمهاله کار ته ژمن وي او ستا د مهارتونو او وړتیاوو پیاوړي کول ورته اړین وي. که مو داسې شرکت پیدا کړ چې مشران یې ستاسو زده کړې ته پاملرنه

پام مو وي، د بازارموندنې زیاتې شبکې د ښوونیزو پروگرامو خبرې کوي؛ خو د عملي کولو پلان یې نه لري. یوازې د کتابونو د یوه فهرست سپارښتنه درته کوي او بس. بیا مو پوهوي چې څنگه خپل ملګري او دوستان دې تجارت ته راولی.

په همدې خاطر له وخته ګټه واخلي، ښه په احتیاط د شبکه یي بازارموندنې یو شرکت انتخاب کړی. ځکه یوازې د ګوتو په شمار شرکتونه ښوونیز او روزنیز پلانونه لري. که رښتیا شي، ځینې شرکتونه خورا ګټور تعلیمي پروگرامونه پلي کوي.

د بازار موندنې د شبکې اړوندې پوښتنې

د بازارموندنې د شبکې په اړه باید له ځانه دغه پوښتنې وکړې:

څوک یې مخ ته بیايي؟

ایا شرکت عملي کېدونکی ثابت پلان لري؟

ایا شرکت په خپل ښوونیز او روزنیز پلان کې تجارتي مهارتونه او ځاني پرمختګ لري؟

ایا شرکت قوي، باکیفیته او وړ تولیدات لري چې تاسو د هغو له بازارموندنې سره لیوالتیا وښیئ؟

څوک یې مخ ته بیايي؟

هغه بې تجربې کسان چې د S او E کونجونو په فکر تجارت پیلوي، نو د یوه شرکت پیاوړتیا د تولیداتو، پیسو ګټلو او پرمختګ په تله تلي. زه دغو ټولو ته

چندان ارزښت نه ورکوم، زه هغه خلک څارم چې د شرکت واګي یې په لاس کې دي.

زه نه وایم چې تولیدات، پیسې ګټل او دې ته ورته څیزونه اړین نه دي. خو هېڅ داسې شرکت به ونه مومي چې یوه نه یوه ستونزه دي ونه لري. ستونزې هر وخت وي. خو که تاسو داسې شرکت انتخاب کړئ چې د تکره خلکو په لاس کې وي، نو د ستونزې پېښېدو پر مهال به هغوی ستونزه سمدستي حل کړي. رښتیا هم، که شرکت د ښو خلکو په لاس کې وي، نو هغوی په ډېره اسانۍ د هرې ستونزې حل راباسي. او که د شرکت واګي له کمزورو کسانو سره وي، نو د ستونزو د حل لپاره به هېڅ هم ونه کړای شي.

د یوه کتاب ارزښت د هغه له پښتۍ څخه نشي معلومولای. باید د شرکتونو د پرمختګ ویدیوګانې او ویبپاڼې وګورئ، پر اصولو یې غور وکړئ، د هغوی په شالید، تجربه، پخواني حالت او ځانګړنو ځان خبر کړئ. هغوی په ځانګړې توګه وپېژنئ. که کولای شئ، نو په مستقیم ډول کار ورسره وکړئ، ځکه دوی ستا د تجارت شریکان دي.

جان: غواړم د شرکتونو له لوري یو نا درک شوی څیز روښانه کړم. دوی وایي: «که غواړئ ډېرې پیسې وګټئ، نو باید همدا اوس لاس په کار شئ.» دا خبره بلکل ناسمه ده.

رابرټ: دا خبره نه یوازې غلطه ده، بلکې بیخي کم عقلي ده. زیات تجارتونه تر پیلېدو وروسته په لومړي یا دویم کال ناکامېږي. د بازارموندنې شبکې هم همداسې دي. ولې باید سخت کار، وخت او انرژي په داسې شرکت کې په پانګونه ولګوو چې هېڅ شالید او سابقه نه لري.

جان: د بازارموندنې پیاوړې، مناسبې او غوره شبکې پېژنم چې د رامنځه کېدو یې درې کاله کېږي او د ځینو بیا دېرش کاله کېږي. دا خبره سمه ده چې له داسې خلکو سره یو ځای کېدل چې نوی یې په کار پیل کړی وي، په کار کې د حیرانتیا او انرژۍ سبب ګرځي. خو له هغو شبکو سره یوځای کېدل چې لسیزې یې کار کړی وي د پیاوړتیا او اعتبار موندلو سبب کېږي. له هغو شبکو سره په یو ځای کېدو کې باید ډېر احتیاط وشي چې نوی یې په کار پیل کړی وي.

د دې لپاره چې وپوهېږې په څه شي پسې ګرځې او له چا سره باید تجارت وکړې، سخت کوښښ ته اړتیا ده.

د خلکو په دې خبرو تېر نه وزې چې وایي: «شتمنېدل له نوي شرکت سره په یوځای کېدو کې دي، یا له پنځه کلن یا پنځه دېرش کلن شرکت سره په یوځای کېدو کې دي.» د شتمنېدو لپاره هېڅ چل او جادو ته اړتیا نشته. ستاسو لپاره یوازې هغه شرکت غوره دی چې کار کوي او اوږدمهاله ښکاري.

ایا شرکت عملي کېدونکی ثابت پلان لري؟

د بازارموندنې شتمني او پر ځای پاتې شبکې ستا په وسیله نوې اختراع او نوښت نه کوي، بلکې د هغې بریا پلان په لاس درکوي چې ته یې په لټه کې یې. مثلاً، د ورځنیو او اونیزو فعالیتونو لپاره روزنیز لارښود درکوي. د بازارموندنې ځینې شبکې د پېرودونکو د پوهېدو، تولیداتو شریکولو او فرصتونو لپاره ویبپاڼه درته جوړوي. مسلکي او لومړۍ درجه ابزار لکه سي دي او ځینې چاپي شیان د همدې شبکو له لارې وړاندې کېږي.

د شرکت لخوا تعلیمي پلان

ایا شرکت په خپل ښوونیز او روزنیز پلان کې تجارتي مهارتونه او ځاني پرمختګ لري؟

مخکې مې دا خبره روښانه کړه چې په شبکه یې بازارموندنه کې تر ټولو غوره دا ده چې تاسو ته زده کړه او روزنه درکول کېږي او دا ان تر پیسو ګټلو اړین دي. نو د زده کړې په درکولو باید ډاډه واوسئ.

پر دې باید ډاډه یاست چې ستاسو شبکه د تجارتي مهارتونو او ځاني پرمختګ پر زده کړه زیات ټینګار کوي. د دې تجارت مشران له لسګونو کلونو راهیسې پوهېږي چې په دې کار کې دایمي زده کړې او هڅونې ګټورې دي. پخوا د زده کړې لپاره کتاب او غریز مواد غوره بلل کېدل؛ خو په یوویشتمه پېړۍ کې CD, DVD انلاین کنفرانسونه او کتابونه غوره بلل شوي. کتابونه کله هم له لیسته نه ایستل کېږي.

جان: رابړته! ژوندی او مخامخ ناستې هم له دې جملې څخه دي. ان د انټرنېټ په عصر کې هم په مخامخ ناستو کې ګډون خورا زیات رول لري. دومره زیات رول بل شی نشي درلودای.

په دې ورځو کې چې یوه شبکه څومره د انټرنېټ او ټلیفون په وسیله جوړېږي، همدومره د مخامخ ناستو په مټ جوړېږي. د بازارموندنې پیاوړې شبکې د تعلیمي، تربیوي او ځاني پرمختګ په خاطر په هر کال، شپږو میاشتو، څلورو میاشتو او هره میاشت کې په ژوندۍ بڼه غونډې جوړوي.

البته تاسو ته زده کړه او روزنه درکول یوازې د بازارموندنې د شبکو کار نه دی، بلکې یو لړ نور کسان او کړۍ شته چې په دې کې لاس لري. هغه کسان چې ستاسو نوم ثبتوي، (Sponser) بلل کېږي، هغه د خپل سپانسر په مرسته، مستقل استازي او خپله د شرکت مدیران تا ته د زده کړې او روزنې درکولو او ستا د پرمختګ لېواله دي.

د شبکه یي بازارموندنې توپیر له نورو تجارتونو سره دا دی چې په هغو کې خلک یو بل پورې وهي چې خپله پرمختګ وکړي. په پخوانیو تجارتونو کې ان ستا غوره ملګری هم تا پر ځمکه غورځوي او ځان لوړو پوړیو ته رسوي.

د بازارموندنې په شبکو کې سیالي نشته. د شرکت د مسئولینو او مدیرانو بریا ستا په بریا پورې تړلې ده. هغه خلک چې ستا له پرمختګ څخه ګټه پورته کوي، هغوی ستا د پرمختګ په لټه دي.

د شرکت تولیدات

ایا شرکت پیاوړي، باکیفیته او وړ تولیدات لري چې تاسو د هغو له بازارموندنې سره لېوالتیا وښیئ؟

که څه هم د شبکې د ټاکنې لپاره لومړی شرط تولیدات نه دي؛ خو بیا هم ویلای شو چې تولیدات د خپل شهرت په خاطر زښته زیات اړین دي. د شبکه یي بازارموندنې شرکتونه ډېر وخت له رسنیو اعلانونه نه کوي. تاسو به د ښار پر لویو بیلبورډونو او تلویزیونونو کې د هغوی اعلانونه ونه وینئ. دا ځکه چې د دوی د اعلانونو طریقه بېله ده. د دې پر ځای چې پر اعلانونو پیسې ولګوي، پر تاسو یې لګوي.

جان: د بازارموندنې د شبکو پرمختګ د خولې په خبرو کې دی. خلک یو بل ته د تولیداتو، خدماتو او فرصتونو په اړه معلومات ورکوي.

په همدې خاطر کوم خدمات او تولیدات چې د بازارموندنې په شبکو کې بریالي کېږي، هغه د خلکو لیوالتیا له ځان سره لري. یانې خدمات او تولیدات د هغو استعمالوونکو ته عمده ګټې لري. ځینې یې ښه ښه وړاندې کوي، ځینې یې له ښو موادو جوړ شوي وي، ځینې یې ښه شالید لري او ځینې یې تر نورو ورته تولیداتو او خدماتو غوره وي.

اوازه او شهرت د تولیداتو او خدماتو لپاره خاصه ځانګړنه ده.

تېروتنه ونه کړئ. زه د تولیداتو په اړه مبالغه نه کوم، بلکې موخه مې د هغوی کیفیت او ځانګړنه ده. د کیفیت له مخې ستاسو پر تولیداتو باید حساب وشي.

دا باید یاد ولرو چې د «غوره» تولیداتو په نوم څه نشته. زرګونه تولیدات او خدمات د غوره والي ځانګړنه لرلای شي. په تولیداتو او خدماتو کې د غوره والي خبره تر ډېره موضوعي او ځاني ده. ځینې خلک به د فیشن تولیدات خوښوي، ځینې به د ټکنالوژۍ او ځینې غذايي. که ستاسو کوم تولیدات خوښ شي، نو نورو خلکو ته هم وایئ او هغوی ستاسو په څېر کېږي. یانې تاسو د یوه تولید ښېګڼه ورته بیانوي، هغوی یې استعمالوي او بیا نورو خلکو ته وایي.

نولسم خپرکی

۱۹. څه شي اړین دي؟

د یوې بريالۍ شبکه یې بازارموندنې د تجارت لپاره څه شی اړین دي. راځئ لومړی به و گورو چې څه ته اړتیا ده.

MBA او د تجارت کاري تجربې ته اړتیا نه لری

د مخکینیو خپرکو د «څو برابره کولو» خبره در په یاد کړئ. په شبکه یې بازارموندنه کې هغه ستراتیژي تر ټولو غوره ده چې د څو برابره کېدو وړ وي. شبکه یې بازارموندنه له تجارانو سره هغه څه کوي چې هنري فورډ د موټرو له صنعت سره وکړل. یانې ستاسو د تولیداتو د بهیر په کرارولو تاسو ته د هغه د برخو د پراخ تولید چانس درکوي.

جان: د شبکه یې بازارموندنې تجارت د یوه مسلکي کس په لاس جوړ او بازار ته وړاندې شوي څه نه دي، بلکې دا یو ډله ییز ساده کار دی چې د سلگونو زره لاسونو په مرسته جوړ شوی دی.

د غوره پلورنکي کېدو اړتیا نشته

یو ځل بیا وایم، هغه خلک چې له شبکه یې بازارموندنې څخه بهر دي، د یوه ناسم پوهاوي او تېروتنې ښکار دي. دوی وایي، په شبکه یې بازارموندنه کې د بريالي کېدو لپاره باید له ازله ښه پلورنکی واوسې.

دا بلکل غلط نظر دی. که رښتیا ووايم، د شبکه یې بازارموندنې په اړه داسې فکر لرل تاسو ته زیان لري. ولې؟ ځکه هغه کسان چې له ازله ښه پلورونکي

وي، یانې د پلور له غوره مهارتونو سره نړۍ ته راغلي وي، هغوی ځان څو برابره نشي کولای.

جان: یوه یادونه کوم. د بازارموندنې شبکې په اصل کې د پلور تجارت نه دی، بلکې دا د ښوونې، ټیم جوړولو او مشرۍ تجارت دی. د ډېرو تولیداتو پلورل ستاسو دنده نه ده او نورو خلکو ته د زیاتو تولیداتو پلور ور زده کول هم ستاسو دنده نه ده.

ستاسو دنده د خلکو مشري، روزنه او چمتو کول دي. دا د شبکه یې بازارموندنې لومړنی او اړین اصل دی. رابرت: د توکو پلور اړین نه دی، د شبکې جوړول اړین دي. جان: بلکل همداسې ده.

د دندې پرېښودو اړتیا نشته

په حقیقت کې د شبکه یې بازارموندنې د پیلولو لپاره د دندې پرېښودو ته هېڅ اړتیا نشته. دې خبرې ته مو پام وي چې خپل تجارت رامنځته کول د نوې دندې د پیلولو په څېر نه دی چې له لومړۍ ورځې تاسو ته میاشتني تنخوا شروع شي. د تجارتي شبکې جوړول وخت غواړي، نو تاسو چې اوس کوم ځای په تنخوا دنده کوئ، هغه دنده مو مه پرېږدئ.

جان: دنده باید یوازې د مالي دلیلونو په خاطر ټینګه نه کړئ. یانې که څه هم له مالي اړخه د دندې پرېښودلو توان ولرئ، بیا مو هم دنده مه پرېږدئ. ځکه زیات نوي شبکه جوړوونکي د همکارانو د اړیکو له لارې شبکه جوړوي.

زیات شبکه یې بازارموندونکي دا تجارت په خپل اضافي وخت کې کوي. د Direct Sales Association د (۲۰۰۸م) یوه پلټنه ښيي چې د شبکه یې بازارموندنې په اتو کسانو کې یوازې یو کس په اونۍ کې شل ساعته یا تر دې یو څو ساعته زیات دې تجارت ته ورکړي وو.

شتمنېدو او د کور په گروهۍ ورکولو ته اړتیا نشته

د بازارموندنې زیاتې شبکې په پېل کې تر ۵۰۰ ډالرو زیاتو پیسو ته اړتیا نه لري. تېروتنه مه کوئ. ستاسو اصلي سرمایه ستاسو ستریا، خولې تویول او کاري استقامت دی. په شبکه یې بازارموندنه کې لویه پانگونه ستاسو خپل ځان لگول دي. د دې تجارت د پیلولو لپاره د پیسو بندل ته اړتیا نشته، بلکې ستاسو وخت، تمرکز او ټینګار ته سخته اړتیا ده.

جان: که څه هم ستاسو سرمایه لږه ده؛ خو د نشت په مانا نه ده. دا په خپل ذات کې یو تجارت دی او د تجارت په توګه مخ ته بهولو ته یې اړ یی، نو په همدې خاطر به میاشتنی لګښتونه ولري.

میاشتنی لګښتونه به مو کم وي. یوازې د تولیداتو د نمونو د لېږد را لېږد، د اړیکو نیونې او د توکو نندارې ته وړاندې کول (لکه ویبپاڼې، CD او نور) همدارنګه د تجارت د ودې او ځاني پرمختګ لپاره ځینو لګښتونو ته اړتیا ده. نو تاسو د تجارت د پیل لپاره زیاتو پیسو ته اړتیا نه لرئ؛ خو د میاشتنیو کوچنیو لګښتونو لپاره یوې مناسبې بودجې ته اړتیا لرئ.

د خبرو نابغه توب او په حسابونو کې تکره توب ته اړتیا نشته تاسو ډېرې لېوالتیا ته چې له ټینګ عزم څخه سرچینه اخلي، اړتیا لرئ. زما ملګری ډونالډ ټرمپ وايي: ((له خپل کار سره مینه ولری. له زیاتې مینې او لېوالتیا پرته لویه سخته ده. د یوه متشبث په توګه، که له پوره زغم او قوت څخه برخمن نه وی، نو له سختو حالاتو سره مخامخ کېدای شی.))

په پورته څو کرښو کې هغه شیان بیان شول چې د شبکه یې بازارموندنې په یوه بریالي تجارت کې چندان اړین نه وو. اوس به پر هغو شیانو بحث وکړو چې د دې تجارت د بریا لپاره خورا اړین دي:

له ځان سره رښتیني اوسه

شخصي تجارت جوړول اسانه کار نه دی. له ځانه باید و پوښتی: «د دې تجارت لپاره چې څه اړین دي، ایا زه هغه لرم؟ ایا دې ته چمتو یم چې له هوسا اوسېدو تېر شم؟ ایا دا منلای شم چې بل څوک مې رهبري کړي یا زه رهبري زده کړم؟ ایا زما په وجود کې شتمن کس شته چې را څرګند یې کړم؟» که مو ځواب «هو» وي، نو د خپلې تجارتي شبکې د جوړولو په لټه کې شی.

جان: زه به یو څه پرې زیات کړم. دا باید درته معلومه وي چې چېرته یاست او په ژوند کې څه کول غواړئ. د هر څه تر سرته رسولو وړاندې یو معلوم لیدلوری درلودل اړین دي. بیا مو خپلې هیلې ځان ته روښانه کړئ. دا ځان ته واضح کړئ چې څه شي ته به اړتیا وي. خپل وخت، پیسې، مهارتونه او سرچینې مو په سم ډول وکاروئ. دا خبرې ځان ته ښې واضح کړئ چې

د تجارت د بريالي کېدو لپاره باید کوم کارونه وکړئ. دا ټول کارونه مو د وخت په دایره کې دننه ترسره کړئ.

د «Why We Want You to Be Rich» په نوم کتاب ما او ډونالد ترمپ په دواړو لیکلي. ډونالد لیکي: «شبکه یي بازارموندنه د تثبیت روحیې ته اړتیا لري. یانې تمرکز او ټینګار. زه هغو خلکو ته چې پر خپلو ځانونو باور نه لري، د بازارموندنې د شبکې مشوره نه ورکوم.»

ډونالد بیخي سم وایي.

سالم برخورد ته اړتیا ده

زما په فکر متشبث کېدل یوه روانه پروسه ده. په کومه پروسه کې چې زه تر اوسه لګیا یم، باور لرم چې تر پایه به د تثبیت په زده کړه اخته یم. زه له تجارت سره لېونی مینه لرم او د تجارتي ستونزو حلول مې خوښېږي. دا د ژوند هغه پروسه ده چې زه یې غواړم. که څه هم کله کله دا پروسه ډېره سخته وي؛ خو په سختۍ ارزې.

زما د کار جاري ساتلو یو لامل فکر دی. هغه فکر چې زه یې هر ځل په تاریکیو کې ځلولی یم. ان په تر ټولو سختو حالاتو کې یې هم مرسته راسره کړې. زموږ د دفتر پر تلیفون د چینایي کلچو یوه ټوټه کاغذ نښتی و، پرې لیکلي وو: «د تسلیمېدو لپاره هر وخت، وخت شته، نو بیا ولې اوس تسلیمېږي؟»

څو ځله داسې تلیفونونه راته شوي چې د تسلیمېدو او کار پرېښودو سبب مې ګرځېدل؛ خو چې تلیفون به مې قطع کړ، هغې جملې ته به مې وکتل

چې پر تلیفون نښتی وه، او له ځان سره به مې وویل: «هر څومره چې د تسلیمېدو لیاواله یم، بیا هم نن نه تسلیمېږم، نن مې کار پای ته رسوم. سبا ته تسلیمېږم او هرڅه پرېږدم.»

زما شتمن پلار به ویل: «که شتمنېدل اسانه وای، نو هر یو به شتمن و. په همدې خاطر به چې کله له ما څخه خلکو زما د شتمنېدو اصلي لامل وپوښت، داسې ځواب به مې ورکړ: [ما نه غوښتل چې څوک دې لارښوونه راته وکړي چې څه وکړه. زه په خپله ازادۍ پسې لیونی وم. زه د دندې د مصئونیت او ساتنې په کیسه کې نه وم. ما مالي ازادي غوښته او دا هغه څه دي چې شبکه یي بازارموندنه یې در کولای شي.]»

که تاسو دا غوره گڼئ چې د دفتر مشر مو درته ووايي: «څومره باید وگټې، څه وخت باید کار ته راشې او څه وخت بېرته ولاړ شې، بیا نو د شبکه یي بازارموندنې تجارت جوړول ستا کار نه دی.»

رښتیني ودې ته اړتیا ده

ښايي د شبکه یي بازارموندنې تجارت یو لوی او پراخ تجارت واوسي. که څه هم دا خبره حتمي نه ده. تر ډېره په تاسو پورې اړه لري.

شبکه یي بازارموندنه د هغو خلکو لپاره یوه ښه وسیله ده چې غواړي B کونج یا لوی تجارت ته ننوزي. په E کونج یانې تنخوا لرونکي کار او S کونج یانې ازاد کار کې مو گټه تر تاسو پورې محدوده ده؛ خو په شبکه یي بازارموندنه کې گټه د شبکې په لویوالي پورې تړلې ده. دا په دې مانا ده، که یو ځل لویه شبکه رامنځته کړئ، نو په لږ وخت کې به خورا ډېرې پیسې ترلاسه

کړی. یوازې د بازارموندنې له یوې ساده شبکې سره په یو ځای کېدو گټه نشی کولای. شبکه باید لویه وي.

جان: له تخنیکي اړخه لوی تجارت هغه تجارت ته ویل کېږي چې ۵۰۰ یا تر دې زیات کارکوونکي ولري. که تاسو د ۵۰۰ یا تر دې زیاتو خلکو شبکه جوړه کړئ، نو دا اصلاً یو لوی تجارت شو. د شبکه یي بازارموندنې جوړښت داسې طرحه شوی چې په اسانۍ ۵۰۰ کسانو ته پراخېدای شي.

دا یوه ساده خبره ده چې د یوه کس د بازارموندنې شبکه دې زرگونو یا سلگونه زره کارکوونکي ولري.

دې تجارت ته نوي راغلي کسان یوه تېروتنه کوي. کومه گټه چې ترلاسه کوي، دمفتو پیسو گومان پرې کوي او له لومړۍ ورځې پیسې جیب ته اچوي. که تاسو ۵، ۱۰، ۵۰، ۱۰۰ یا ۲۰۰ کسان هم په خپله شبکه کې ولرئ، بیا به هم ډېر احتیاط کوئ. ستاسو تجارت تر اوسه د جوړېدو په حال کې دی. تر اوسه لویه شبکه نه ده رامنځته شوې.

که یو ځل مو شبکه تر ۵۰۰ کسانو زیاته شوه او زرو کسانو ته نژدې شوه، نو تجارت مو هغه ځای ته ورسېد چې گټه ترې ترلاسه کړئ. دا اوس تجارت نه دی، بلکې د پیسو گټولو یوه سرچینه شوه. مانا دا چې د شبکې له پرانیستې څخه تر هغه وخته ستاسو شبکه د جوړښت په حال کې ده چې د کارکوونکو شمېر یې تر ۵۰۰ اوږي. دا ستاسو د شبکې د بنسټ اېښودولو وخت دی. دې ته مو باید پام وي او پر خپله اصلي موخه - چې د شتمنۍ جوړول دي - باید پوره تمرکز وکړئ.

وخت ته اړتیا ده

که تاسو د شبکه یي بازارموندنې د تجارت د پیلولو په فکر کې یئ او هیله مو دا وي چې زر تر زره باید گټه ترې واخلي، نو اصلاً تاسو اوس هم د تجارت نه، بلکې د تنخوا لرونکو په څېر فکر کوئ. تنخوا لرونکي خلک د زر گټې په فکر کې وي او سوداگر خلک کله هم زر گټه نه غواړي، بلکې دایمي گټه غواړي.

جان: په شبکه یي بازارموندنه کې د زر شتمنېدو په نوم څه نشته. که څه هم د دې تجارت چارې اسانه دي؛ خو وخت او هڅو ته ډېره اړتیا لري.

د Direct Sales Association په وینا، په شبکه یي بازارموندنه کې په لسو کې یوازې یو کس له تاسو سره هوکړه کوي. ښایي له لسو کسانو سره په لیدنه کې هېڅوک هم هوکړه درسره ونه کړي؛ خو که له سلو کسانو سره ووينئ، ښایي دغه شمېره پوره کړي. اصلاً د ډېرو کسانو ملاتړ موندل د شبکې د مسئول په تجربه پورې هم اړه لري.

په تېرو کلو کې خلکو دا تجارت د پیسو گټلو د چټکې لارې په توګه پېژندلی و؛ خو دا بې ځایه خبره ده. کومو خلکو چې په شبکه یي بازارموندنه کې د مشرۍ مهارتونه قوي کړي، خپل تجارتونه یې جوړ کړي او رښتیني شتمني یې ترلاسه کړي، ده، هغوی خورا سخت او ډېر کاله کار کړی دی.

نو د هغو خلکو په خبره باور مه کوئ چې وايي زر به شتمن شی. دا چټک، شپږ میاشتني یا د چانس ترلاسه کولو تجارت نه دی. دا جدي تجارت دی. د کوم تجارت په اړه چې موږ خبرې کوو، دا اصلاً ستاسو ژوند دی.

د حقيقي نړۍ په تجارت کې که تاسو په درېيو يا شپږو مياشتو کې گټه رامنځته نه کړئ، نو له دندې مو لرې کوي. زیرکس شرکت له ما سره ډېر ښه وکړه. يو کال يې د زده کړې او يو کال يې ازمايښتي دوره راکړه. که دغه دوه کاله نه وای، زه به يې وختي له شرکتو ايستلای شم.

تاسو په بېل حالت کې یاست. ستاسو د بازارموندنې شبکه تاسو له دندې نه لرې کوي، ترڅو تاسو هغه له ځانه لرې نه کړئ. شبکې ته مو يو څو مياشتې يا کال وخت مه ځانگړی کوی چې دسټي ووايي: «امممم ښه، دا خو بريالی نشوه.» هغې ته دومره وخت ورکړئ چې ضرورت ورته لري.

رابرټ: جان! کله چې زه خلکو ته ووايم: «شبکې ته مو وخت ورکړئ.» هغوی تل دا پوښتنه کوي: «څومره وخت؟ تاسو دې پوښتنې ته څه ځواب وایئ؟»

جان: زه ورته وایم، پنځه کاله وخت ورکړئ.

رابرټ: زه هم بلکل همداسې ځواب ورکوم. په حقيقت کې د هر تجارت د جوړولو لپاره همدغه يو ځواب دی. زه دې ته «پنځه کلن پلان» وایم.

پنځه کلن پلان

که تاسو د پنځه کلن سفر پر پیلولو ټینګار کوی، نو لږ تر لږه د راتلونکو پنځو کلو لپاره د زده کړې، پرمختګ، په اصلي ارزښتونو کې بدلون او له نوو ملګرو سره د لیدني سپارښتنه درته کوم. ولې؟ ځکه دې موخې ته د رسېدو لپاره دا خورا غوره کار دی.

له هاوورډ شولټز څخه سټارباکس، له ری کراک څخه ماکډونالډ او له مایکل ډیل څخه ډیل کمپیوټرز جوړولو کلونه کلونه وخت ونيو. لوی شرکتونه او

تجارتی مشران جوړېدل وخت ته اړتیا لري. د خپل تجارت څښتن کېدو له ما څخه هم کلونه کلونه وخت ونيو. تاسو هم د شبکه یي بازارموندنې د تجارت جوړولو لپاره زیات وخت ته اړتیا لرئ. زموږ او ستاسو ترمنځ څه توپیر شته؟ هیڅ.

ځینې خلک کلنۍ گټې ته فکر نه کوي. په میاشتني تنخوا عادت شوي وي، نو په شبکه یي بازارموندنه کې هم د زر گټې په تمه وي. ایا دا به حیرانوونکې نه وي چې په B کونج یانې تجارت کې په پښه اېښودو سره دې سمدستي د زر گټې په فکر کې وي؟ دوی وایي: «زه له دې تجارت سره یوه اونۍ مخکې یوځای شوم، څه وخت به ډېرې پیسې وگټم؟»

زر شتمنېدل دوی مخالفې خبرې دي. «زر» او «شتمنېدل» دواړه نشي کېدای. د شتمنۍ پنځول وخت ته اړتیا لري. همدا لامل دی چې ډېر لږ خلک په B کونج یا تجارت کې دي. ډېر خلک پیسې غواړي؛ خو وخت ورکولو ته چمتو نه دي.

لس زره ساعته: حساب وکړه، که په اونۍ کې پنځه ورځې او هره ورځ اته ساعته کار وکړې، نو د لس زره ساعته کار لپاره پنځه کاله زحمت گالي.

مایکل ګلاډویل په خپل کتاب The Story of Success کې لیکي: ((په هر کار کې د ښې بریا لپاره لس زره ساعته سخت کار کولو ته اړتیا ده. د زده کړو پر مهال بیل گېټس پروگرامینګ ته لس زره ساعته وخت ورکړ. بېټل برېټانوي د موسیقۍ ډلې د ځان مشهورولو لپاره د همبورګ په یوه کلب کې په اونۍ کې اووه ورځې هره ورځ اووه ساعته او ټولټال لس زره ساعته موسیقۍ وغږوله او بیا مشهوره شو.))

ګلادویل وایي: ((د لس زره ساعته په اړه جالبه خبره دا ده چې دا قانون هر ځای د عملي کولو وړ دی. تر هغو د سطرنج لوبې غوره لوبغاړی نشي کېدای چې لس زره ساعته تمرین ونه کړي. بوریس بکر لومړنی جرمنی دی چې د ویمبلډن د سیالیو اتلولي یې خپله کړې ده. بوریس له شپږ کلنۍ تر اوولس کلنۍ پورې د ټینیس لوبې تمرین وکړ، بیا یې د اتلولۍ لقب وگاټه.))
لس زره ساعته، حساب وکړه. که په اونۍ کې پنځه ورځې او هره ورځ اته ساعته کار وکړي، نو د لس زره ساعته کار لپاره پنځه کاله زحمت گالي.

له نېکه مرغه، شبکه یي بازارموندنه د سطرنج په څېر وخت نه غواړي او نه بوریس بکر یا یل گېټس کېدو ته اړتیا شته. ضرور نه ده چې د نړۍ غوره کس شي؛ خود تجارتي مهارتونو زده کړې ته خامخا اړتیا لري. دا پوره پنځه کاله یا په اونۍ کې هره ورځ اته ساعته کار نه غواړي؛ خو که نافعاله گټه درکوونکې لویه کمپنۍ غواړي، نو د وخت ځانگړي کولو له لارې له ځان سره مرسته وکړه.

زه تر اوسه د پنځه کلن پلان له پالیسۍ څخه کار اخلم.

کله چې وغواړم پر ملکیتونو د پانگونې په څېر نوي څه زده کړم، نو ځان ته د زده کړې لپاره پنځه کاله وخت ورکوم. کله چې وغواړم په سهامی شرکتونو یا سټاک مارکېټ کې پانگونه وکړم، نو بیا هم ځان ته د زده کړې لپاره پنځه کال وخت ورکوم. ډېر خلک یو ځل پانگونه وکړي، یو څو ډالره تاوان ووبښي او بیا له دې کاره لاس په سر شي. دوی تر لومړۍ تېروتنې وروسته هرڅه پرېږدي. همدا لامل دی چې دوی د دې کار په زده کړه کې ناکام دي. ناکامي د بريالیتوب د پروسې برخه ده. ناکام خلک فکر کوي چې بريالي

خلک کله هم نه ناکامېږي او په دې فکر هم وي چې له تېروتنو څخه باید ځان وساتل شي. تېروتنې د اړینې زده کړې لپاره خورا ارزښتناک فرصت دی.

زه اوس هم د تېروتنو لپاره ځان ته پنځه کاله وخت ورکوم. زه پوهېږم، څومره تېروتنې چې وکړم او له هغو درس واخلم، هغومره هوښیارېږم. که په پنځو کلو کې تېروتنه ونه کړم، تر تېرو پنځو کلو به هېڅ نه یم هوښیار شوی. یوازې به پنځه کاله عمر راباندې تېر شوی وي.

د هېرولو لپاره وخت ته اړتیا ده

په دې تجارت کې چې د زده کړې لپاره څومره وخت ته اړتیا ده، د هېرولو لپاره هم هغومره وخت ته اړتیا ده. له تنخوا لرونکې دندې او ازاد کار سره د خلکو د لېوالتیا یو دلیل له خپل کار سره ورو ورو عادت کېدل او په هغه کې د ارامۍ احساس کول دي. که رښتیا شي، په دې کې هېڅ د ارامۍ احساس نشته. له تا مالیه اخیستل کېږي، ستا وخت، ستا نه دی. ډېر وخت له داسې خلکو سره کار کوي چې تا ته هېڅ خوند نه درکوي... له خورا ډېرو اړخونو څخه تنخوا لرونکې دنده او ازاد کار د ارامۍ احساس نه لري. خو خلک ځکه د ارامۍ احساس پکې کوي چې کلونه کلونه یې دلته وخت تېر کړی وي او اوس یې دا زده کړې وي چې څنگه په دې کونجونو کې له خلکو سره واوسي.

شبکه یي بازارموندنې ته په ننوتو دا هرڅه بدلېږي. هغه تجربه چې تاسو په تنخوا لرونکې دنده یا ازاد کار کې ترلاسه کړې وي، په شبکه یي بازارموندنه کې چندان ارزښت نه لري. مشخص کاري ساعتونه، د ساعتونو په اندازه

تنخوا، د مدیرانو او رییسانو سلسله مراتب، محدود کاري صلاحیتونه، مشخص پېرودونکي، کاري محدودیت او د کار ځانګړې ځای هغه تلکونه دي چې یوازې په تنخوا لرونکې دنده کې تر سترګو کېږي. دا هرڅه په دې تجارت کې نشته.

مخکې مې وویل، که مو د پلور په برخه کې کار کړی وي، نو پخوانۍ زده کړې له یاده وباسئ. ځکه په شبکه یي بازارموندنه کې هغه څه نه دي مهم چې تاسو یې کوئ، بلکې د هغه څه کول مهم دي چې د څو چنده کېدو امکان ولري.

که د کارګرو په منظمولو کې تجربه لرئ، مجبور یئ یو څه تجربې مو هېرې کړئ. ځکه د بازارموندنې په شبکو کې نه خلک په کار ګومارئ او نه یې له کاره لرې کوئ. او نورو ته دا لارښوونه هم نه کوئ چې څه وکړه او څه مه کوه. دا بیخي نوی څیز دی. دا د یوویشتمې پېړۍ تجارت دی. د پرمختګ لپاره باید ځینې پخواني عادتونه هېر کړئ.

له وخت څخه مو د زده کولو او هېرولو لپاره ګټه واخلي. ځینو خلکو ته د تجارت او پانګونې لور ته د تللو لپاره تر ټولو سخت کار د تنخوا لرونکې دندې یا ازاد کار د زړو عادتونو پرېښودل وي. په دې دوو برخو کې چې مو څه زده کړي وي، د هغو په هېرولو به بدلون را وستل ډېر اسانه او چټک شي.

هرڅه عملي کولو ته اړتیا لري

څه چې غواړئ، هغه طرحه کولای، مطالعه کولای او زده کولای شئ. خو په شبکه یي بازارموندنه کې یوازې هغه څوک بریالي وي چې نن، سبا او هره ورځ لاس په کار وي او هرڅه عملي کوي.

شلم خپرکی

۲۰. له ژونده گټه واخلي!

خه شی مو شتمنوي؟ ډېر خلک وايي: «پيسې» د دوی ځواب غلط دی. پيسې تاسو نشي شتمنولای، ځکه پيسې هر وخت ستاسو له لاسه وتلای شي. د ملکیت درلودل مو هم په رښتیا نه شتمنوي، ځکه ملکیت هر وخت خپل ارزښت له لاسه ورکولای شي.

نو خه شی دې شتمنولای شي؟ پوهه. پوهه کولای شي تاسو شتمن کړي.

زما طلايي درس

د يوه ځوان په توگه مخکې تر دې چې په ملکیت او املاکو کې پانگونه وکړم، په سرو زرو مې پانگونه وکړه. ځان ته مې ويل: «(سره زر غوره پانگونه ده. څنگه کېدای شي تېروتنه وکړم؟)» په (۱۹۷۲م) کې مې د سرو زرو پېرل پيل کړل. په هغه وخت کې د سرو زرو يو اونس تقريباً په ۸۵ ډالره و. زه پنځه ویش کلن وم. کله چې دوه دېرش کلنۍ ته ورسېدم، د سرو زرو يو اونس په ۸۰۰ ډالره و او زما پيسې تقريباً لس چنده زیاتې شوې.

په هيچانې حالت کې وم او د پيسو تمې مې پر احتياط غلبه وکړه. داسې اوازې وې چې د زرو د يوه اونس بيه به ۲۵۰۰ ډالرو ته پورته شي. د پيسو وړو سره زر اخيستل. ان هغو خلکو هم زر اخيستل چې په ژوند يې نه وو اخيستي. ما کولی شوای خپل سره زر ټول خرڅ کړم؛ خو په دې هيله چې نور به هم گران شي، نو خرڅ مې نه کړل. يو کال وروسته سره زر تر ۵۰۰ ډالرو هم ارزانه شول او ما خپل زر خرڅ کړل. د سرو زرو د دغو ارزانه کېدو

ته متوجه وم چې په (۱۹۹۶م) کې د سرو زرو د يوه اونس قيمت ۲۷۵ ډالره ته را ټيټ شو.

ملکیت، زر، شراکت، سخت کار کول او پيسې دې نه شتمنوي، بلکې د ملکیت، زرو، شراکت، سخت کار کولو او پيسو په اړه پوهه درلودل دې شتمنوي. اقتصادي پوهه دې د شتمنېدو سبب گرځي.

په زرو کې مې زیاته شتمني پيدا نه کړه؛ خو يو اړين درس مې ترې زده کړ. کله چې مې په «ارزښتناکه شتمنۍ» کې د پيسو گټل وليدل، نو پوه شوم چې ليدل کېدونکې او لمسېدونکې دارايي کله هم ارزښت نه لري. يانې اقتصادي پوهه چې ليدل کېدونکې او لمسېدونکې نه ده، غوره ده. دا اقتصادي پوهه ده چې خلک شتمن او نېستمن کوي.

ملکیت، زر، شراکت، سخت کار کول او پيسې دې نه شتمنوي، بلکې د ملکیت، زرو، شراکت، سخت کار کولو او پيسو په اړه پوهه درلودل دې شتمنوي. اقتصادي پوهه دې د شتمنېدو سبب گرځي.

اقتصادي پوهه له پوهنتوني او علمي پوهې سره يا بيخي اړيکه نه لري، يا ډېره کمه اړيکه لري. ښايي په پوهنتون او علمي اړخ کې نابغه يی؛ خو په اقتصادي مسايلو کې په هېڅ نه پوهېږي.

يو: د زياتو پيسو گټلو پوهه

خومره چې ډېرې پيسې گټي، هومره مو اقتصادي پوهه زیاته ده. څوک چې په کال کې يو ميلیون ډالره گټي، اقتصادي پوهه يې تر هغه چا ډېره ده چې په کال کې ۳۰۰۰ ډالره گټي.

دوه: د پیسو ساتلو پوهه

ټوله نړۍ تاسو ته په کمین کې ده چې پیسې مو لوټ کړي. ستاسو د پیسو تر ټولو لوی لوټ مار حکومت دی. په قانوني ډول خورا ډېرې پیسې درنه وړي. دوه داسې خلک چې هر یو یې په کال کې دوه میلیونه ډالره گټې، په نظر کې ونیسه. یو شل سلنه مالیه ور کوي او بل پنځه دېرش سلنه. په دې دواړو کې د لومړي کس مالي پوهه خورا زیاته ده.

درې: له پیسو څخه د گټې اخیستنې پوهه

ډېر خلک په گټلو پیسو کې سپما نشي کولای. دا ځکه چې دوی د شتمنو په څېر نه، بلکې د نېستمنو په څېر سپما یا د پیسو بودجه جوړوي. د پیسو مصرفول هم اقتصادي پوهې ته اړتیا لري.

دوه کسان په نظر کې ونیسئ. لومړی په کال کې ۱۲۰۰۰۰ ډالره گټې او دویم ۶۰۰۰۰ ډالره. کوم یو زیاته اقتصادي پوهه لري؟ لومړی کس؟ تلوار مه کوئ. ښایي ستاسو ځواب لومړی کس وي. لومړی کس په کال کې ۱۲۰۰۰۰ ډالره گټه کوي او د یوه کال مصرف یې بېرته ۱۲۰۰۰۰ ډالره دی. دویم کس په کال کې ۶۰۰۰۰ ډالره گټي. خپل کلنی لگښت ښه پلانوني. له پیسو سمه گټه اخلي او په ۵۰۰۰۰ ډالرو ټول کال ښه ارام ژوند کوي. په پاتې پیسو پانگونه کوي. اوس ووايئ د کال په پای کې به څوک ډېرې پیسې ولري؟ ښکاره خبره ده چې لومړي کس خپله ټوله گټه مصرف کړه او دویم کس سپما وکړه.

که د پیسو د مدیریت او مصرفولو مهارتونه مو کمزوري وي، نو که د ټولې نړۍ پیسې درکړل شي، بیا به هم درباندي لري وي. که مو پیسې په خورا

هونښیاری ولگوي او د تجارت او پانگونې په اړه معلومات ولري، نو د لویې شتمنۍ خاوندان به شئ او د مالي ازادۍ خوا ته به حرکت وکړئ.

د ښه ژوند کولو وړتیا او ورسره پانگونه کول - که څه هم لږ وي - زیاتي اقتصادي پوهې ته اړتیا لري.

څلور: له گټې څخه د څو چنده زیاتي گټې اخیستنې پوهه

تر سپما کولو وروسته ستاسو بل اقتصادي فعالیت د سپما څو چنده کول دي. له پانگونې گټه اخیستل د اقتصادي پوهې بل معیار دی. څوک چې د خپلو پیسو پنځوس سلنه گټه ترلاسه کوي، تر هغه کس یې مالي پوهه زیاته ده چې پنځه سلنه گټه پرې کوي. او هغه کس چې پنځوس سلنه گټه ترلاسه کوي او هېڅ مالیه نه ورکوي، تر هغه کس یې مالي پوهه بیخي زیاته ده چې پنځه سلنه گټه کوي او ۳۵ سلنه مالیه ورکوي.

ځینې خلک خپلې سپمولې پیسې په بانک کې ساتي یا یې د څو چنده کولو په نیت د پانگونې گډو شرکتونو ته ورکوي. دا ښه نه ده. ځکه په بانک کې تر پیسو اېښودلو او په گډه پانگونه کې تر شریکېدلو نورې ښې او گټورې لاري شته.

د برم او ښکلا ژوند

د شبکه یي بازارموندنې له تجارت څخه موخه د پیسو گټل نه دي، بلکې دا تا ته هغه مهارتونه او اقتصادي پوهه درکوي چې په وسیله یې خپلې سپمول شوې او اضافي پیسې په رښتیني شتمنۍ بدلوي.

خو د دې شتمنۍ وروستۍ موخه دا هم نه ده. وروستۍ موخه يې دا ده چې له برمه ډک پرتمين ژوند ولري.

په بېلو حالتونو کې د خلکو تر ليدلو وروسته ويلای شم چې خلک په درې ډوله دي. دغه درې ډوله د درېيو بېلو احساسونو پر بنسټ دي چې درې مالي او رواني حالتونه ښيي:

يو. په وېره کې ژوند کول

پوهېږم چې د ماتې احساس څنگه وي. مخکې مې وويل چې (۱۹۸۵م) د څو لاملونو په خاطر زما د ژوند تر ټولو ناوړه کال و. زه او زما ميرمن «کېم» له مالي اړخه په خورا سخت حالت کې وو. ان بې کوره شوي وو او په خپل زاړه ټيوټا موټر کې مو ژوند کاوه. هغه مو کور و. په هغو ورځو کې د وېرې احساس فلجوونکی او دومره سخت و چې زموږ بدنونه يې بې حسه کړل.

دا احساس ښه سم پېژنم. دا احساس زما د ماشومتوب د وخت په څېر و. په داسې کورنۍ کې لويېدم چې د غربت او فقر تېر پکې هوار و. زما په ماشومتوب کې تر ډېره زموږ پر کورنۍ د «پيسو نه درلودلو» توره ورېځ غوړېدلې وه. د ژوند کولو لپاره پيسې نه لرل خورا وېروونکې تجربه ده. يوازې له مالي اړخه نه، بلکې له نورو اړخونو دې هم زخمي کوي. پر ځان باور او د ځان د عزت احساس دې کموي او د ژوند هر اړخ دې ويجاړوي.

دوه: په ناهيلۍ او خپگان کې ژوند کول

په ژوند کې دوهم څيز له ورځنۍ دندې څخه پېښېدونکی د ناهيلۍ او خپگان احساس دی. په ځانگړي ډول هغه دنده چې لېوالتيا هم نه ورسره لرې. کوم کس چې له داسې احساس سره ژوند کوي، ښايي ښه دنده او

تنخوا هم ولري؛ خو بيا هم ځان له دې کاره نشي ايستلای. په همدې خاطر ناهيلي منځته راځي. دوی پوهېږي که له دغې دندې ووځي، نو نړۍ به يې گډه وډه شي.

داسې خلک وايي: «کار مې نشم پرېښودای. که داسې وکړم، نو د بانک خاوند به راشي او هر څه به مې له ځان سره يوسي.» دوی ډېر وخت وايي: «راتلونکو رخصتيو ته انتظار يم.» يا وايي: «يوازې لس کاله مې تقاعد ته پاتې دي.» يانې دا لس کاله به له دغې دندې، ناهيلۍ او خپگان سره ژوند وکړم او وروسته به تقاعد شم. خپگان او ناهيلي به مې ختمه شي. خو اصلاً داسې نه ده.

درې: خوښ، ارام او قانع ژوند

درېيمه لاره له فکري ارامۍ سره ژوند کول دي. داسې فکري ارامي چې که کار وکړې او که يې ونه کړې؛ خو پيسې درته را روانې وي. له (۱۹۹۴م) راهيسې مې او مېرمن «کېم» په دغه احساس کې ژوند کوو. دا هغه وخت و چې موږ خپل تجارت خرڅ کړ او تقاعد شوو. کېم د ۳۷ او زه د ۴۷ کلو وم.

موږ کار کولو ته هېڅ مجبور نه يو. ان که هېڅ وخت هم کار ونه کړو، موږ ته د ژوند تر پايه گټه راځي. دا ښه او خوشالوونکی احساس دی. موږ ته پکې د دې اجازه راکول کېږي، چې د خپل زړه او علاقې کارونه وکړو.

موږ يوځای يو. که وغواړو، نو د گلف لوبه کوو، د نړۍ سفر کوو او ډېر ساعتونه په کنفرانس خونو کې يو. دا هر څه موږ ته د لوبې، تفريح او خوبونو په څېر

دي. دا هغه ژوند دی چې موږ غوښتی او له هرې شېبې څخه یې خوند اخلو.

مېړۍ، ملخ او انسان

وړاندې مو د ملخ او مېړي کیسې ته اشاره وکړه. موږ ټول له دې فکرونو سره را لوی شوي یو چې دوه ډوله ژوند شته. یو ښه، کم خرڅه، کارگر او سپما لرونکی ژوند لکه د مېړي چې د راتلونکي لپاره خوراک ټولوي. او بل د بې مسئولیتۍ او بد خرڅه ملخ په شان ژوند چې دلته هلته غورځي او نڅاگانې کوي، پرته له دې چې د راتلونکي په اړه فکر وکړي.

له ځینو اړخونو دا کیسه تر گټې زیان ډېر لري. بلکل، مسئولیت درلودل، کم لگښت کول او راتلونکي ته تیاری ښه خبره ده؛ خو تاسو د مېړي ژوند ته وگورئ! ایا غواړئ د مېړیانو د لویې مستعمرې یوه کوچنۍ برخه واوسئ او د ژوند تر پایه هره ورځ چټل خوراکونه یوسئ؟

راشئ وگورو! موږ نه مېړیان یو او نه ملخان. موږ انسانان یو.

که د شتمنۍ په بنسټونو پوه شئ؛ که له پیسو، وخت او توجه څخه په هوښیاری گټه واخلي؛ که لویې هیلې او خوبونه ولری او هغوی ته د رسېدلو جرات ولری، نو بیا د داسې بریالي ژوند وړتیا لری چې له بلې کومې لارې په لاس نه درځي.

یوویشتم خپرکی

۲۱. د یوویشتمی پېړۍ تجارت

شبکه یي بازارموندنې ته زما د احترام یو لامل دا دی چې دا تجارت ټولو ته یو ډول فرصت ورکوي. شبکه یي بازارموندنه له خورا ډېرو کسانو جوړه ده. شپېته میلیونه خلک پکې لگيا دي. که له نژدې ورته وگورئ، نو د بېلابېلو نژادونو، مذهبونو، عمرونو، تجربو او مهارتونو خلک به پکې ومومئ.

دغه ځانگړنې له دې تجارت څخه د راتلونکو وختونو تجارت جوړ کړی دی او تر بل هر وخت په یوویشتمه پېړۍ کې دې ته متوجه کېږو چې شتمني له محدودو پیسو سره لویه نه ده چې یو کس ډېرې او بل لږ ولري. داسې نه ده چې یو کس شتمن شي، نو بل دې نېستمن شي. رښتینې شتمني پر داسې لارو رامنځته شوې چې د انسانانو مالي حفاظت او خوندیتوب زیاتوي. یانې په شبکه یي بازارموندنه کې که یو کس شتمن کېږي، دا په دې مانا نه ده چې بل دې نېستمن شي، بلکې دوی دواړه به گټه کوي. شبکه یي بازارموندنه له مالي زیان څخه ستاسو خوندیتوب زیاتوي.

د تجارت لپاره دا زما شخصي ارزښتونه دي او شبکه یي بازارموندنه دغه ارزښتونه لري. پر دغو ارزښتونو تکیه کول نه یوازې ښه احساس درکوي، بلکې غوره تجارت هم دی.

د ډیموکراتیکې شتمنۍ جوړول

د شبکه یي بازارموندنې پر ملاتړ او پر مخ ته بهولو زما د زیاتې انرژۍ لگولو یو دلیل دا دی چې د شبکه یي بازار موندنې لارې د شتمنۍ موندلو تر نورو عادلانه لارې دي.

د شبکه یي بازارموندنې نظام داسې جوړ شوی چې هرڅوک په شتمنۍ کې ونډه لري. دا د شتمنۍ گټلو ډیموکراتیکه لاره ده. دروازه یې د ټولو هغو کسانو پر مخ خلاصه ده چې وړتیا، عزم او ټینګار ولري. د پوهنتون لوستل یا نه لوستل په دې تجارت کې هېڅ ارزښت نه لري. په دې تجارت کې دا هېڅ اړینه نه ده چې د کوم نژاد خاوندان یې، نارینه یې که ښځینه، څنګه رنګ مو دی، مور او پلار مو څوک دي او څومره مشهوره یې. د شبکه یي بازارموندنې ډېر شرکتونه د دې تجارت د زده کړې لپاره ستا لېوالتیا، بدلون او پرمختګ ته ارزښت ورکوي. د هغوی لپاره په ښو او بدو حالاتو کې د تجارت د خاوند په توګه ستا جرات اړین دی.

شبکه یي بازارموندنه د تجارت خورا غوره نظریه ده. له بېلابېلو اړخونو دا د راتلونکو وختونو تجارت ښکاري. ولې؟ ځکه نړۍ ورو ورو د صنعتي وختونو پای ته رسېدو ته متوجه کېږي.

په داسې نړۍ کې چې خپل پخوانی خوندیتوب له لاسه ورکوي، شبکه یي بازارموندنه د پرمختګ او خوندیتوب د ماشین حیثیت لري. همدا شبکه یي بازارموندنه د نړۍ په هره ګوښه کې میلیونونو خلکو ته د ژوند د کابو کولو او غوره مالي راتلونکي فرصتونه برابر وي. په همدې خاطر زوړ فکره خلک دې

ته چندان ارزښت نه ورکوي؛ خو بیا هم دا تجارت په خورا چټکۍ پرمختګ کوي.

په راتلونکو کلو کې په دې تمه یم چې د شبکه یي بازارموندنې د شرکتونو پرمختګ، ډېروالی، نفوذ، څرګندتیا او پوځوالی ووينم.

مخکې مې درته وویل چې توماس اډیسن څنګه شتمن شو. هغه برېښنايي څراغ اختراع نه کړ، بلکې د څراغ د ملاتړ او ساتنې لپاره یې شبکه جوړه کړه. اډیسن د هنري په نوم یو کارګر درلود. هغه په عین اختراع د اډیسن په څېر کار وکړ؛ خو په هغه وخت کې داسې ښکارېده چې د هغه اختراع د ګټې اخیستنې وړ نه ده. که هنري د خپلې اختراع لپاره د اډیسن په څېر شبکه جوړه کړې وای، هغه به هم شتمن شوی و.

د ماهیت او طرحې له مخې شبکه یي بازارموندنه یو عادلانه او ډیموکراتیک نظام دی او له ټولنیزه پلوه د شتمنۍ جوړولو مسئلانه نظام دی.

د اډیسن او برېښنايي څراغ په څېر، ځوان هنري فورډ اتومات موټرونه اختراع نه کړل، بلکې داسې بنیادي کار یې وکړ چې د تل لپاره یې د موټرونو او میلیونونو خلکو برخلیک بدل کړ. د تېرې پېړۍ په لومړیو کې موټرونه یوازې له شتمنو خلکو سره وو. دومره ګران وو چې یوازې شتمنو خلکو اخیستلی شوای. خو د فورډ د دې بنیادي نظریې په وسیله ټولو خلکو وکړای شول چې موټر ولري.

د تولیداتو د لګښت په کمولو او د معیاري ارزانه موټرونو په جوړولو فورډ په نړۍ کې د موټرونو تر ټولو لوی تولیدونکی شو. یوازې یې موټرونه ارزانه نه

وو، بلکې و کارگرو ته یې تر ټولو لوړه تنخوا ورکوله، کارگرو ته یې له شرکت څخه اضافي گټې ورکولې او هر کال یې د دویم ځل لپاره دېرش میلیونه ډالره بیا پر هغوی وېشل. دېرش میلیونو ډالرو د تېرې پېړۍ په لومړیو کې تر اوس وخته خورا ډېر ارزښت درلود.

د فورډ موخه «د موټرونو ډیموکراتیک کول» وه او د دې موخې په ترلاسه کولو ډېر بریالی او شتمن شو.

شبکه یي بازارموندنه د تجارت انقلابي او اوبښتې بڼه ده. په تاریخ کې د لومړي ځل لپاره ټولو خلکو ته دا موقع برابره شوې چې په شتمنۍ کې ونډه واخلي. په هغې شتمنۍ کې چې تر اوسه د ځینو محدودو او بختورو خلکو په لاسو کې وه.

پر دې تجارت انتقاد کوونکي او گوته نیوونکي هم شته. د هر تجارت په څېر په دې تجارت کې هم ځینې نامناسب او ناوړه خلک شته چې غواړي زر او په اسانۍ پیسې وگټي. خود ماهیت او طرحې له مخې شبکه یي بازارموندنه خورا عادلانه او ډیموکراتیک نظام دی او له ټولنیز پلوه د شتمنۍ جوړولو مسئولانه نظام دی.

انتقاد کوونکي که هرڅه درته ووايي؛ خو شبکه یي بازارموندنه د ورو او تمه کوونکو خلکو لپاره نه ده. اصلاً که غواړئ په شبکه یي بازارموندنه کې شتمن شئ، نو د شتمنېدو یوازینی لاره مو له نورو سره په شتمنېدو کې مرسته کول دي. د جوړښت له مخې شبکه یي بازارموندنه د هغو خلکو لپاره غوره تجارت دی چې غواړي له نورو سره مرسته وکړي، کټ مټ لکه د توماس اډیسن او

هنري فورډ انقلابي جوړښت. هغوی په خپل تجارت کې له نورو خلکو سره مرسته کوله.

زه تمه بده نه گڼم. لږه تمه او ځان خوښونه تل ښه وي. خو کله چې ځاني گټه تر اندازې واورې او خلک یې د نورو خلکو د له منځه وړلو په بیه خپلول غواړي، نو بیا بیخي بده ده. زما په اند ځینې خلک بیا ذاتاً سخاوتمن دي. او زموږ لاسته را وړنې او رضایت مرسته را سره کوي چې د نورو خلکو د را پرځولو پر ځای له هغوی سره مرسته وکړو.

په شبکه یي بازارموندنه کې د سخاوت احساس ته ارزښت ورکول شوی. د ځاني پرمختګ، د شتمنۍ پیدا کولو او د اقتصادي ازادۍ د پنځولو یوازینی لاره د تجارت له ملگرو سره بریالی مرسته ده.

په سپکېدو، وړیتوب او تمه شتمنېدای شې. په سخاوت او ښې هم شتمنېدای شې. په دغو دوو لارو کې چې کومه لاره انتخابوې، ستا له داخلي ارزښتونو سره به خورا ډېره ورته وي. یانې ته چې په باطن کې څه ډول یې، هغسې لاره به انتخاب کړې.

د سولې لپاره اقتصادي بنسټ

ما د ویتنام پر ځنگلونو الوتکې گرځولې دي. دا چې جنگ څه شی دی، زه یې ښه تجربه لرم. په دې هم پوهېږم چې د جنگ یو لوی لامل بې عدالتي ده. څومره چې د شتمن او نېستمن ترمنځ فاصله زیاته وي، هومره به د سولې امکانات کم وي. موږ کولای شو د سولې لپاره لاریونونه وکړو، ویناوې وکړو، د سولې په اړه د مطالعې لپاره کمېټې جوړې کړو او سولې ته پرمختګ ور

کړو؛ خو سوله په دې نه راځي. سوله میلیونونو انسانانو ته د اقتصادي فرصتونو په برابرولو را تلای شي.

میلیونونو انسانانو ته اقتصادي فرصتونه که هر څومره لویه موخه هم وي، د شبکه یي بازارموندنې په مرسته دا کار هرو مرو کېدای شي.

اوس د شبکه یي بازارموندنې زیات شرکتونه د اقتصادي فرصتونو په برابرولو په ټوله نړۍ کې سوله خپروي. د شبکه یي بازارموندنې شرکتونه یوازې په لویو پلازمېنو کې پرمختګ نه دی کړی، بلکې زیاتره یې په هغو هېوادونو کې دي چې د پرمختګ په حال کې دي او د میلیونونو خلکو د اقتصادي هیلو د پوره کولو لپاره په بېوزلو هېوادونو کې پرانیستل شوې دي. له بله اړخه، پخوانیو کمپنیو یوازې په هغو ځایونو کې کار کاوه چې شتمن خلک به اوسېدل.

هغه وخت را رسېدلی چې د ټولې نړۍ خلک یو ډول پرمختګ وکړي او یو ډول او شتمن شي. دا هغه وخت نه دی چې خلکو به سخت کار کاوه، شتمن به یې نور هم شتمن کاوه او خپله به نېستمن پاتې کېدل.

اوس هغه وخت دی چې باید ته هم له دې فرصته ګټه واخلي.

یوویشتمې پېړۍ ته ښه راغلاست!

Get more e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library