



WALL STREET کی فرنجائز

زیادہ تر لوگ سمجھتے ہیں کہ کمپنی وہ ہے جو وہ بیچتی ہے۔

وہ غلط ہیں۔

کمپنی وہ ہے جو پروڈکٹ کے بدل جانے کے بعد باقی رہتا ہے۔

منڈی کو پروڈکٹس سے پیار ہے کیونکہ پروڈکٹس کو گننا آسان ہے۔

بیچی گئی اکائیاں۔

حاصل ہوئی آمدنی۔

جیتا ہوا مارکیٹ شیئر۔

تجزیہ کار انہی اعداد کے گرد ماڈل کھڑے کرتے ہیں کیونکہ اعداد یقین کا سراب پیدا کرتے ہیں۔

مگر پروڈکٹس پیدا ہوتی ہیں اور مر جاتی ہیں۔

پوری پوری کیٹیگریاں غائب ہو جاتی ہیں۔

ٹیکنالوجیاں متروک ہو جاتی ہیں۔

صارفین کی عادتیں ہجرت کر جاتی ہیں۔

شیلف بدل جاتا ہے۔

فرنجائز باقی رہتی ہے۔

یہ بات مجھ پر کسی بیلنس شیٹ کو سرمایہ کار کی نظر سے دیکھنے سے بہت پہلے کھل چکی تھی۔

ریزرو کاروبار نہیں۔

قلم کاروبار نہیں۔

لائٹر کاروبار نہیں۔

یہ محض چیزیں ہیں جو ایک نظام میں سے گزر رہی ہیں۔

اصل اثاثہ عادت ہے۔

تقسیم کاری۔

اعتماد۔

وہ نادیدہ شاہراہ جو لاکھوں اجنبیوں کو ایک ہی فیصلے سے جوڑتی ہے۔

ہر صبح۔

ہر ہفتے۔

ہر سال۔

Wall Street نے آخر کار مجھے سکھایا کہ دنیا کے سب سے قیمتی کاروبار شاذ ہی سب

سے شاندار پروڈکٹس کے مالک ہوتے ہیں۔

وہ سب سے پائیدار رویوں کے مالک ہوتے ہیں۔

جب یہ فرق میری سمجھ میں آ گیا تو میں نے کمپنیوں کو اُس نظر سے دیکھنا چھوڑ دیا جس

سے صارف دیکھتے ہیں۔

صارف مال دیکھتے ہیں۔

سرمایہ کار تکرار دیکھتے ہیں۔

صارف چیزیں خریدتے ہیں۔

سرمایہ کار نظام خریدتے ہیں۔

چیز ایک سودا پیدا کرتی ہے۔

نظام ایک تہذیب پیدا کرتا ہے۔

اسی لیے کچھ کمپنیاں نسلوں تک قائم رہتی ہیں جبکہ کچھ تالیوں کے ایک موسم کے بعد مٹ جاتی ہیں۔

منڈی اسے قدر کہتی ہے۔
مجھے ایک اور لفظ پسند ہے۔

ورثہ۔

کیونکہ ہر پائیدار فرنچائز بالآخر ایک ورثہ ہے جو گاہکوں کی ایک نسل سے اگلی نسل کو منتقل ہوتا ہے۔

خون کے ذریعے نہیں۔
عادت کے ذریعے۔

اور عادت، ایک بار پڑ جائے، تو اسے بدلنا اکثر خود پروڈکٹ کو بدلنے سے زیادہ مشکل ہوتا ہے۔

فرڈیننڈو فریگا

BLADEFREGA

Wall Street کی داستان