

মানি মেকিং স্কিল

ওয়াহিদ তুসার

ওয়ারেন বাফেটের বিলিয়ন ডলার সিক্রেট

কপিরাইট নোটিশ

বইয়ের নাম: মানি মেকিং স্কিল | ওয়ারেন বাফেটের বিলিয়ন ডলার সিক্রেট

মূল রচনা: ওয়াহিদ তুয়ার

প্রথম প্রকাশ: ডিসেম্বর, ২০২৫

প্রকাশক: ইবুক বাজার

স্বত্ব © [২০২৫] ওয়াহিদ তুয়ার / ইবুক বাজার দ্বারা সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত।

লেখক বা প্রকাশকের লিখিত পূর্বানুমতি ব্যতীত এই বইয়ের কোনো অংশ, অধ্যায় বা অনুচ্ছেদ ছবছ বা আংশিক পুনর্মুদ্রণ, ফটোকপি, রেকর্ডিং, ইলেকট্রনিক বা যান্ত্রিক কোনো মাধ্যমে সংরক্ষণ, প্রচার বা অন্য কোনো উপায়ে ব্যবহার করা সম্পূর্ণ নিষিদ্ধ। এই শর্ত লঙ্ঘন করা কপিরাইট আইনের আওতায় শাস্তিযোগ্য অপরাধ।

সূচিপত্র

লেখকের কথা: শুধু ইনভেস্টর না, বস!.....	৬
টাকার রহস্য: সঠিক ব্যবসা চেনা	৭
ব্যবসায়ের বিপদসংকেত ও বাঁচার কৌশল.....	১০
সঠিক ব্যবসা চেনার উপায়.....	১২
টাকা-ছাপানো মেশিন চেনার সূত্র.....	১২
শুধু টাকা ঢাললে হবে না, বস হতে হবে!.....	১৩
উদাহরণ দেই, মাথা ঠাণ্ডা হবে.....	১৫
শুধু ব্র্যান্ড নয়, অনুভূতি: ‘অনন্য পণ্য’ বিক্রির খেলা	১৬
কোকাকোলা: লাল রঙের সেই জাদু (The Magic)	১৭
পেপসিকো এবং তার ‘ডিফারেন্সিয়েশন’ কৌশল	২১
মার্লবোরো: ব্র্যান্ডের নেশা, টাকার পাহাড়!	২৬
বিয়ার, ব্লেড এবং চকোলেট: যখন আসক্তিও টাকা বানায় ...	২৯
রিগ্লি (Wrigley): অভ্যাসকে পুঁজি করে কোটি টাকা কামাই	৩৪
মুডি’স কর্পোরেশন: বিশ্বস্ততার অন্য নাম.....	৩৮
এইচ অ্যান্ড আর ব্লক (H&R Block): ট্যাক্স সহজ করার জাদু.....	৪০
আমেরিকান এক্সপ্রেস: যখন ‘বিশ্বাস’ হয়ে ওঠে টাকা	৪২

সার্ভিস মাস্টার গ্লোবাল হোল্ডিংস: অপরিহার্য সেবার রাজা ..	৪৫
ওয়েলস ফার্গো অ্যান্ড কোম্পানি: ব্যাংকিংয়ের পুরনো ঘোড়া.	৪৭
কম দামে কেনা-বেচা: বাজারের একচ্ছত্র রাজা	৪৯
মিসেস বি'র রাজত্ব: দর কষাকষি আর সততার গল্প (NFM)	৫৩
বোরশেইমস জুয়েলারি কোম্পানি: বিশ্বাস যেখানে হীরা!	৫৭
বার্লিংটন নর্দার্ন সান্তা ফে (BNSF) কর্পোরেশন: একচেটিয়া রেললাইন	৫৮
অধ্যায় ১-এর উপসংহার: কিসে উন্নতি, কিসে কম!	৫৯
ব্যবসার অর্থনৈতিক পরীক্ষা	৬১
ওয়ানেন বাফেটের 'পিনবল' ব্যবসা: শুরুতেই ধাক্কা!.....	৬৪
ক্রমবর্ধমান মুনাফার ম্যাজিক: ধনী হওয়ার আসল উপায়.....	৭৪
মুনাফার পুনর্বিনিয়োগ শক্তি: ট্যাক্স ফাঁকি দেওয়ার বুদ্ধি!	৭৮
সঠিক ব্যবসা চেনার ৯টি আর্থিক প্রশ্ন	৮১
সঠিক ম্যানেজার নির্বাচন	১০৩
ক্ষমতা হস্তান্তরের শিল্প: ম্যানেজারকে বস বানাও	১০৫
বিনিয়োগকারী বাফেটের প্রাথমিক সফলতা: ওমাহাতে প্রত্যাবর্তন	১১৩
বাফেট যেভাবে 'সঠিক ম্যানেজারের' গুরুত্ব বুঝলেন.....	১১৯
ভিডের মধ্যে 'নেতা' চেনার দক্ষতা: ভেতরের স্কোরকার্ড ..	১২৩

একজন ম্যানেজারের প্রয়োজনীয় গুণাবলি: বাফেটের অনুসন্ধান	১২৯
কর্মীবাহিনীকে অনুপ্রাণিত করার কৌশল	১৩৬
প্রথম দেখাই শেষ দেখা	১৩৭
মানবিক ব্যবস্থাপনায় প্রশংসার জাদু.....	১৪১
মর্যাদা নিয়ে বাঁচার গুরুত্ব: শ্রেষ্ঠত্বের প্রতি আবেদন.....	১৪৩
নিজের লোকেদের সমালোচনা করার মারাত্মক বিপদ.....	১৪৭
নামে প্রশংসা, বিভাগে সমালোচনা.....	১৫২
সংঘাত ও বিতর্ক এড়িয়ে চলাই বুদ্ধিমানের কাজ	১৫৫
অন্যের চাওয়া-পাওয়ার কথা বলুন.....	১৫৬
ঝুঁকি, চ্যালেঞ্জ এবং সুযোগ.....	১৬০
অতিরিক্ত ঋণ মানেই জুয়া খেলা	১৬১
ভালো ধারণাও খারাপ হতে পারে: লেম্যান ব্রাদার্সের পতন	১৬৫
আইনের সীমার মধ্যে প্রচুর টাকা আছে.....	১৬৯
ভুল নয়, সাফল্যই প্রধান: অভিজ্ঞতা থেকে শিক্ষা	১৭২
কেনার সময় দৌল্যমানতা নয়	১৮২
সমাপ্তি: মানি মেকিং স্কিলস	১৮৪

লেখকের কথা:

শুধু ইনভেস্টর না, বস!

শুনে মিয়া ভাই, এই যে ওয়ারেন বাফেটকে আপনারা শুধু ‘দীর্ঘমেয়াদী ইনভেস্টর’ বলে ডাকেন, এতেই কিন্তু সব কথা শেষ না। ব্যাপারটা এতো সহজ না। বাফেটকে যদি খালি শেয়ার মার্কেটের লোক মনে করেন, তবে আপনার চিন্তায় বিরাট গোলমাল আছে!

একটু চোখ বুলান: বাফেটের কোম্পানি, যেটার নাম ‘বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে’, তার ব্যবসার লিস্টটা দেখলে আপনার চোখ কপালে উঠবে। এরা যে শুধু অন্যের কোম্পানিতে টাকা ঢালে তা না, ৬৭টা কোম্পানির ৯৯% থেকে ১০০% মালিকানাই তাদের হাতে! সোজা বাংলায়, এইগুলো তাদের নিজের পকেট!

এই সাবসিডিয়ারি কোম্পানিগুলো আমাদের নিত্যদিনের বাজার থেকে শুরু করে সবকিছুতে রাজত্ব করে। ২০১৭ সালের হিসাবে, এরাই কামাইছিল ১০৯ বিলিয়ন ডলার (প্রায় ১১ হাজার কোটি টাকা!)। এর বাইরেও আরও ৪২টা কোম্পানিতে তাদের শেয়ার আছে—কেউ ০.০১% তো কেউ ২৭%।

সব মিলিয়ে কী দাঁড়াইলো? ২০১৬ সালে ২২ হাজার ৩৬০ কোটি ডলারের (USD 223.60 billion) টোটাল বিজনেসে তাদের নিট মুনাফা ছিল ২ হাজার ৪০৭ কোটি ডলার (USD 24.07 billion)।

বুঝলেন কিছু? এই বিপুল পরিমাণ মুনাফা দেখেই বোঝা যায়, বাফেট শুধু একজন ইনভেস্টর নন, তিনি হচ্ছেন একজন অসাধারণ ম্যানেজমেন্ট গুরু!

টাকার রহস্য: সঠিক ব্যবসা চেনা

কড়া কথা হলো: ইনভেস্টর হওয়ার অনেক আগে থেকেই বাফেট একটা রহস্যের চাবি খুঁজে বের করে ফেলেছিলেন। কী সেই চাবি?

“সব ব্যবসার পেট একরকম না, বস!”

কিছু ব্যবসা আছে যাদের জন্মগত অর্থনীতি (Inherent Economics) এতটাই শক্তিশালী যে তাদের পেছনে বাড়তি পুঁজি ঢালতে হয় না। অল্প খরচে তারা পাহাড়সমান টাকা বানায়।

কেমন ব্যবসা?

১. ব্র্যান্ডেড জিনিস: যে প্রোডাক্ট একবার কিনলে আর বদলাতে হয় না, বা যার কোনো বিকল্প নেই। ধরেন, আপনার নিত্যপ্রয়োজনীয় এমন কিছু, যেটা কেনার জন্য আপনি অন্য দোকানে যাবেন না। ২. অপরিহার্য সেবা: এমন সার্ভিস, যার কোনো প্রতিদ্বন্দ্বী বা বিকল্প বাজারে নেই।

সোজা কথায়, এইগুলো হলো অনেকটা ‘একাধিপত্যের ব্যবসা’ (Monopoly Business)। এই ধরনের ব্যবসাগুলো পণ্যের দাম নিজের ইচ্ছেমতো ধার্য করার স্বাধীনতা পায়। ফলস্বরূপ, তাদের মুনাফার মার্জিনও থাকে আকাশছোঁয়া।

লক্ষ্য শুধু ইনভেস্ট করা নয়, দখল করা!

বাহেট জীবনে সব সময় এমন ব্যবসাকেই খুঁজেছেন, যার ভেতরের অর্থনীতি মজবুত। এদেরকেই তিনি ডাকেন ‘সঠিক ব্যবসা’।

কিন্তু শুধু ইনভেস্ট করে বসে থাকা তার উদ্দেশ্য নয়।

“আরে ভাই, শুধু প্রেম করে কী হবে? ঘর বাঁধতে হবে না?”

বাহেট শুধু ‘সঠিক ব্যবসা’-তে টাকা ঢালেন না, তিনি সেই ব্যবসার মালিকানা পুরোপুরি নিতে চান! শুধু মালিকানা নিয়েই ক্ষান্ত হন না—তিনি সেই ব্যবসার ভেতরে ঢুকে তার সর্বোচ্চ সম্ভাবনা বের করে আনার জন্য কাজও করতে চান।

তবে, কেবল মুনাফা কামানোই শেষ কথা না। বাহেট বিশ্বাস করেন, একটা ‘সঠিক ব্যবসা’ শুধু টাকা দেয় না, এটা তার কর্মীদের জন্য সেরা ক্যারিয়ার আর কাজের সুযোগও তৈরি করে দেয়। তাই তিনি যতদিন সম্ভব সেই কোম্পানিতে নিজের অংশীদারি ধরে রাখতে চান।

সংক্ষেপে, বাহেটের চোখে সেই কোম্পানিগুলোই সেরা—যা কর্মীদের ক্যারিয়ারের উন্নতি, চাকরির নিরাপত্তা এবং টেকসই উপার্জনের সেরা সুযোগ দিতে পারে। এই কারণেই এসব কোম্পানিকে তিনি ‘টেকসই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা’ সম্পন্ন মনে করেন।

এরপর কী? এরপরই শুরু হয় কঠিন খেলা! এই ‘সঠিক ব্যবসা’ খুঁজে পাওয়ার পর বাহেট তাদের ফাইন্যান্সিয়াল ডেটা নিয়ে বসেন। সেই কঠিন হিসাব-নিকাশের পদ্ধতি নিয়েই আমরা দ্বিতীয় অধ্যায়ে কথা বলবো।

দ্য ম্যানেজার: আসল জাদু এখানেই!

আচ্ছা, একটা জিনিস খেয়াল করেছেন? আজ থেকে প্রায় ৫৩ বছর আগে, ১৯৬৫ সালের মে মাসে বাফেট বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ারে নিয়ন্ত্রণ নেন। সেই সময় থেকে আজ পর্যন্ত তাদের শেয়ারের বাজার মূল্য বছরে ২১% হারে বেড়েছে! আর ডাও জোন্স ইন্ডাস্ট্রিয়াল এভারেজের (DJAI) গড় বার্ষিক রিটার্ন কত ছিল? মাত্র ২.০৭৫%।

কীভাবে সম্ভব হলো এই ম্যাজিক?

অনেকে বলবে—‘আরে বাবা, বাফেট তো পৃথিবীর সেরা ইনভেস্টর!’ ঠিক, তাতে কোনো সন্দেহ নেই। কিন্তু এটা পুরো উত্তর না।

“শুধু টাকা হাতে ধরিয়ে দিলেই হয় না, সেটাকে সামলানোর ক্ষমতাও লাগে!”

আসল কথাটা হলো—ওয়ারেন বাফেট একজন অসাধারণ সফল ‘ম্যানেজার’ও!

একটাবার ভাবুন, গত ৫৩ বছর ধরে এই বিশাল মাল্টিন্যাশনাল সাম্রাজ্যকে তিনি একাই ধরে রেখেছেন। কিন্তু দুঃখের বিষয় হলো, বাফেটের অনেক ভক্তই তার ম্যানেজমেন্টের কৌশলগুলো বোঝার চেষ্টা করেননি। যদি করতেন, তাহলে পৃথিবীতে কর্পোরেট কাজের সংস্কৃতিই বদলে যেত।

তৃতীয় অধ্যায়ে আমরা দেখবো, কীভাবে বাফেট তার ব্যবসার জন্য ‘সঠিক ম্যানেজার’ খুঁজেছেন এবং তাদের হাতে ক্ষমতা তুলে দেওয়ার শিল্পটা তৈরি করেছেন।

আর চতুর্থ অধ্যায়ে থাকবে আরও কঠিন জিনিস: কীভাবে বাফেট তার ম্যানেজারদের অনুপ্রাণিত করার এক জাদুকরী কৌশল আবিষ্কার করেছিলেন। বাফেট ডেলে কার্নেগির মতো মানুষের কাছ থেকে শিখেছেন—প্রথম দেখায় কীভাবে মন জয় করতে হয়, কীভাবে প্রশংসা করতে হয়, সমালোচনা করা কেন বিপদজনক আর পরামর্শ কখন দিতে হয়। আধুনিক যুগের সেরা নেতাদের মধ্যে অনুপ্রেরণা দেওয়া আর প্রভাবিত করার দিক থেকে বাফেট সবার শীর্ষে।

ব্যবসায়ের বিপদসংকেত ও বাঁচার কৌশল

কিন্তু ভাই, ব্যবসা বাড়লে সুযোগ যেমন বাড়ে, তেমনি ঝামেলা আর বিপদও পিছু নেয়।

বাফেট মনে করেন, ব্যবসার পথঘাট গর্তে ভরা। এই গর্তগুলো থেকে বাঁচতে হলে ‘দুর্যোগ পরিকল্পনা’ দরকার।

বিপদগুলো কী?

- বেশি বেশি ঋণ নেওয়া।
- কর্মচারীদের নিয়মের বাইরে চলে যাওয়া।
- ভালো চিন্তা থেকে সরে যাওয়া।
- ভুল করে ফেলা।
- চাটুকারদের সামলাতে না পারা।
- সঠিক সুযোগ হাতছাড়া করা।

বাফেট তার অভিজ্ঞতা দিয়ে এই বিপদগুলো থেকে বাঁচার কৌশল তৈরি করেছেন। পঞ্চম ও শেষ অধ্যায়ে আমরা সেই অমূল্য

অভিজ্ঞতাগুলো নিয়ে কথা বলবো, যা একজন নেতাকে এই ম্যানেজমেন্টের ফাঁদগুলো থেকে বাঁচতে সাহায্য করবে।

আমি নিশ্চিত, এই ‘মানি মেকিং স্কিলস’ বইটি আপনাকে শুধু পৃথিবীর সেরা ইনভেস্টরের ‘টাকা কামানোর বুদ্ধি’ই দেবে না, এই ম্যানেজমেন্টের কৌশলগুলো আপনার ব্যক্তিগত ও পেশাগত জীবনেও সাফল্যের গ্যারান্টি দেবে।



সঠিক ব্যবসা চেনার উপায়

শোনেন ভাইসব, শুরুতে একটা কথা বলেছিলাম—বাফেট শুধু ইনভেস্টর না, তিনি একজন বস, একজন দুর্দান্ত ম্যানেজার। আর এই দুই ক্ষেত্রেই তার সাফল্যের একটাই মন্ত্র: সঠিক ব্যবসা চেনা!

শেয়ার বাজারে নামার বহু আগেই বাফেট বুঝে গিয়েছিলেন যে, দুনিয়ার সব ব্যবসার পেট এক না। কিছু ব্যবসা এমন আছে, যাদের ভাগ্য জন্মগতভাবেই ভালো! তাদের ভেতরের অর্থনীতি এমনভাবে কাজ করে যে, টাকা শুধু চলতেই থাকে।

টাকা-ছাপানো মেশিন চেনার সূত্র

এই ধরনের কোম্পানির বৈশিষ্ট্য কী জানেন?

১. কম ইনভেস্ট, বেশি কামাই: তাদের আয়ের তুলনায় পুঁজি খুব কম লাগে। অর্থাৎ, অল্প দিলেই বেশি ফলন হয়।
২. ব্র্যান্ডের ম্যাজিক: এরা এমন জিনিস বানায় বা বিক্রি করে, যা সহজে বদলানো যায় না। ধরেন, একটা নির্দিষ্ট ব্র্যান্ডের সাবান বা লবণ—আপনার মা বা দাদী যেটা ছাড়া অন্যটা ভাবতেই পারেন না।
৩. অপরিবর্তনীয় সার্ভিস: এরা এমন জরুরি সেবা দেয় যার কোনো প্রতিদ্বন্দ্বী বাজারে নেই।

সোজা বাংলায়, এদের হাতেই বাজারের ‘মনোপলি’ বা একচেটিয়া ক্ষমতা থাকে। আর মনোপলি মানেই তো রাজা! রাজা যখন তখন দাম বাড়াতে পারে, তাই তাদের লাভের মার্জিনও হয় অন্যদের চেয়ে বহুগুণ বেশি।

বাহেট তার সারা জীবন শুধু এমন স্বর্ণডিম দেওয়া হাঁস খুঁজেছেন, যাদের ভেতরের অর্থনীতি তাদের পক্ষেই থাকে। এদেরকেই তিনি ডাকেন—‘সঠিক ব্যবসা’।

শুধু টাকা ঢাললে হবে না, বস হতে হবে!

বাহেটের কৌশলটা শুধু ইনভেস্টমেন্ট করে নিয়মিত টাকা কামানো নয়।

শুনেন, এটা সিরিয়াস কথা:

“আপনি যখন একটা সঠিক ব্যবসার খোঁজ পেলেন, তখন শুধু শেয়ার কিনে সামান্য লাভ নিলেন? এইটা তো রিকশাওয়ালাও করে! বাহেট চান সেই ব্যবসার মালিকানা নিজের হাতে নিতে! শুধু মালিকানা না, তিনি সেই ব্যবসার ভেতরে ঢুকে তার সেরাটা বের করে আনতে চান!”

আর শুধু মুনাফা তুলে সরে পড়াও তার কাজ না। বাহেট চান যতদিন সম্ভব সেই শেয়ার ধরে রাখতে! কেন? কারণ তিনি বিশ্বাস করেন, একটা ‘সঠিক ব্যবসা’ কর্মীদের জন্য সেরা ক্যারিয়ার আর চাকরির সুযোগ দেয়।

টেকসই সুবিধা: এই ব্যবসা কেন অমর?

ব্যাফেটের মতে, সেই কোম্পানিগুলোই সেরা—যা কর্মীদের ক্যারিয়ারে উন্নতি, চাকরির নিরাপত্তা এবং দীর্ঘমেয়াদী উপার্জনের সুযোগ এনে দিতে পারে। এই কোম্পানিগুলোই হলো ‘দুর্যাবল কম্পিটিটিভ অ্যাডভান্টেজ’ বা টেকসই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা সম্পন্ন কোম্পানি।

এদের প্রোডাক্ট বা সার্ভিসগুলো মৌলিক, যা সবসময় ডিমান্ডে থাকে। কিন্তু এদের ডিজাইন বা কোয়ালিটি সহজে বদলাতে হয় না।

এর ফল কী হয়? আসল ম্যাজিকটা দেখেন!

➤ **যন্ত্রপাতির খরচ নেই:** এদের প্ল্যান্ট বা মেশিনারি আপগ্রেড করতে, নতুন গবেষণা করতে, বা ডিজাইনে পরিবর্তন আনতে লক্ষ লক্ষ ডলার খরচ করতে হয় না। পুরনো মেশিনও সামান্য মেইনটেন্যান্সে বছরের পর বছর চলে।

➤ **ভেতরে টাকা জমা:** এই বিশাল সেভিংসের টাকা তারা ব্যবসা বড় করার কাজে লাগায়। তাদের ব্যাংক থেকে মোটা সুদে ঋণ নিতে হয় না, বা নতুন শেয়ার ছেড়ে বাজার থেকে টাকা তুলতে হয় না।

➤ **ব্র্যান্ডের জোর:** এদের জিনিস বিক্রি করাও সহজ। বিজ্ঞাপনে কোটি টাকা না ঢাললেও চলে, কারণ ব্র্যান্ডের ইমেজ মানুষের মাথায় গেঁথে আছে।

এরা এত বেশি নগদ টাকা নিজেরা তৈরি করে যে, ব্যবসার সব খরচ মিটিয়েও নিজেদের টাকায় ব্যবসা বাড়াতে পারে।

উদাহরণ দেই, মাথা ঠান্ডা হবে

ধরেন, কোকাকোলা। তাদের পণ্যের ডিজাইন কি প্রতি বছর বদলায়? তাদের ফ্যাক্টরি কি প্রতি বছর বিলিয়ন ডলার খরচ করে আপগ্রেড করতে হয়? না। তাদের শুধু একটাই কাজ—ফ্লেভারটা ঠিক রাখা।

ফলে কোকাকোলার কাছে সবসময় পর্যাপ্ত নগদ টাকা জমা থাকে। এই টাকা দিয়ে তারা অন্যদের কিনে নিতে পারে, বাজার বাড়াতে পারে। ব্যাংক থেকে লোন বা শেয়ার বিক্রি করে পুঁজি জোগাড় করতে হয় না।

এবার তাকান জেনারেল মোটরস-এর দিকে।

গাড়ির ডিজাইন প্রতি বছর বদলাতে হয়। প্ল্যান্ট আর মেশিন আপগ্রেড করতে বিলিয়ন বিলিয়ন ডলার খরচ করতে হয়, নয়তো টয়োটা বা ফোর্ডের সাথে টিকতে পারবে না। এই খরচ মেটাতে তাদের শেয়ার বিক্রি করতে হয়, বন্ড ছাড়তে হয়, আর ব্যাংক থেকে লোন নিতে হয়।

এবার বলুন তো, এই দুই ধরনের কোম্পানির মধ্যে কোনটাতে কাজ করলে আপনার বা আপনার সন্তানের ক্যারিয়ার নিরাপদ?

১. যে কোম্পানি নিজে নিজে পাহাড় সমান টাকা বানাচ্ছে, নাকি ২. যে কোম্পানি প্রতি বছর বিলিয়ন বিলিয়ন ডলার পুড়িয়ে ফেলছে?

উত্তর একদম সহজ! যে কোম্পানি প্রচুর ক্যাশ তৈরি করে, তাদের ম্যানেজমেন্ট শক্তিশালী, বোনাস উদার, এবং তাদের কর্মীদের চাকরিও সুরক্ষিত।

সুতরাং, বাফেটের চোখে সেই তিন ধরনের ব্যবসাই হলো ‘সঠিক ব্যবসা’ যা টেকসই সুবিধা দিতে পারে:

- যারা অনন্য পণ্য বিক্রি করে (যেমন ব্র্যান্ডেড প্রোডাক্ট)।
- যারা অনন্য সেবা দেয় (যেমন মনোপলি সার্ভিস)।
- যারা কম দামে এমন মৌলিক পণ্য বা সেবা বিক্রি করে যা মানুষের সবসময়ের প্রয়োজন (Low Cost Necessities)।

শুধু ব্র্যান্ড নয়, অনুভূতি: ‘অনন্য পণ্য’ বিক্রির খেলা

বাফেট যে ধরনের কোম্পানি খোঁজেন, তার প্রথম ক্যাটাগরি হলো— যারা ‘অনন্য পণ্য’ (Unique Products) বিক্রি করে।

এই লিস্টে কারা আছে? কোকাকোলা, পেপসিকো, মার্লবোরের ফিলিপ মরিস, বাডওয়াইজার (বিয়ার), জিলেট (P&G), হার্শি চকোলেট, জন্সন অ্যান্ড জন্সন, ইত্যাদি।

এই কোম্পানিগুলোর প্রোডাক্টগুলো কেন অনন্য? কারণ, এদের পণ্য নয়, বিক্রি হয় ব্র্যান্ডের প্রতি মানুষের অন্ধ বিশ্বাস ও অভ্যাস!

আসুন, আমরা আমাদের দেশি পানীয়ের চেয়েও বেশি পরিচিত, কোকাকোলা কোম্পানির গল্পটা শুনি:

কোকাকোলা: লাল রঙের সেই জাদু (The Magic)

আপনি কি এমন কাউকে পাবেন যিনি কোকাকোলার নাম শোনেননি? একদম না! এই লাল রঙের ট্রেডমার্কটা ছোট বাচ্চা থেকে শুরু করে ৯০ বছরের বৃদ্ধ পর্যন্ত সবাই চেনে।

২০১৬ সালে ‘ফোর্বস’ ম্যাগাজিন কোকাকোলার ব্র্যান্ড ভ্যালু ধরেছিল ৫৮.৫ বিলিয়ন মার্কিন ডলার! এইটা কিন্তু প্রতি বছর ৪% করে বাড়ছে! বিশ্বের সেরা ১০০ মূল্যবান ব্র্যান্ডের মধ্যে এটা ছিল ৪ নম্বরে। এই এক ‘কোকাকোলা’ ব্র্যান্ডই আয় করেছিল ২১.৯ বিলিয়ন ডলার, অথচ কোম্পানি বিজ্ঞাপনসহ সব মিলিয়ে খরচ করেছিল মাত্র ৪ বিলিয়ন ডলার।

বুঝলেন অবস্থা? খরচের চেয়ে আয় কতো গুণ বেশি!

কোকাকোলা হলো পৃথিবীর নন-অ্যালকোহলিক পানীয়ের বাজারের আসল প্লেয়ার। এদের হেডকোয়ার্টার আমেরিকার জর্জিয়ায় আটলান্টায়। সেখান থেকেই পৃথিবীর প্রায় ৩০০টি বোতলজাতকরণ প্ল্যান্টের বিশাল নেটওয়ার্ক তারা নিয়ন্ত্রণ করে।

মজার ইতিহাস: কোকেন থেকে কোকাকোলা!

আপনি শুনলে অবাক হবেন—কোকাকোলা কিন্তু কোকা পাতা দিয়ে বানানো প্রথম পানীয় নয়। কোকা গাছ মূলত দক্ষিণ আমেরিকার ফসল। এই কোকা পাতা থেকেই কোকেন আসে (যদিও এর পরিমাণ খুবই কম, ০.২৫% থেকে ০.৭৭% মাত্র)। তাই পাতা চিবালে বা চা পান করলে কোকেনের মতো উত্তেজনা আসে না।

- ১৮৬৩ সালের কথা: ফরাসি কেমিস্ট মারিয়ানি ‘কোকো ওয়াইন’ নামে একটা পানীয় তৈরি করেন, যা অভিজাত মহলে খুব জনপ্রিয় হয়। নাম ছিল ‘ভিন মারিয়ানি’। এটা দারুণ সুস্বাদু হলেও, নেশা তৈরি করত।
- ২৩ বছর পর: যখন ‘ভিন মারিয়ানি’ ইউরোপে হিট, তখন আমেরিকার জর্জিয়ার এক অবসরপ্রাপ্ত আর্মি অফিসার, ফার্মাসিস্ট জন পেন্সারটন এর বিকল্প খুঁজছিলেন। তিনি আরও কিছু পাতা মিশিয়ে ‘পেন্সারটনস ফ্রেঞ্চ ওয়াইন কোকা’ বানালেন।

কিন্তু এরপরেই কপাল ফেরে! তখন আমেরিকায় মদ্যপানের বিরুদ্ধে আন্দোলন (Temperance Movement) চলছিল, তাই লোকাল প্রশাসন সব ধরনের অ্যালকোহল নিষিদ্ধ করল।

জন পেন্সারটন দমে যাওয়ার লোক না। তিনি তখন ১৮৯৬ সালে সেই ওয়াইনের ফর্মুলা পাতে, কোকা পাতা, কোলা ফল আর সাত রকমের সিরাপ মিশিয়ে একটা মিষ্টি ঠান্ডা পানীয় বানালেন। ফর্মুলাটা আজও গোপন। এটা অ্যালকোহলমুক্ত হলেও, প্রাথমিকভাবে এতে কোকেন ছিল এবং বাজারে এটা ‘ব্রেন টনিক’ হিসেবে এসেছিল!

নামটা ‘কোকাকোলা’ কে দিয়েছিল জানেন? পেন্সারটনের বুককিপার ফ্র্যাঙ্ক রবিনসন! আর পৃথিবীর সবচেয়ে বেশি পরিচিত যে হাতে লেখা ট্রেডমার্কটা আপনারা দেখেন, সেটাও রবিনসনের হাতে তৈরি।

মার্কেটিংয়ের আসল খেলা

প্রথম বছর পেন্সারটন কিন্তু কোকাকোলার উৎপাদন খরচও তুলতে পারেননি। আটলান্টার একটা ওষুধের দোকান থেকে প্রতি গ্লাস পাঁচ সেন্টে এটা বিক্রি শুরু হয়েছিল। প্রথম দিকে দিনে মাত্র ছয় গ্লাস বিক্রি হতো! ‘ভিন মারিয়ানি’-এর মতো জমেনি।

কিন্তু পেন্সারটনের মাথা ছিল মার্কেটিংয়ে!

শোনে তরুণ প্রজন্ম, টাকা কামানো শিখতে হলে এটা মন দিয়ে শোনে! যখন আপনার পণ্য ভালো কিন্তু বিক্রি হচ্ছে না, তখন থেমে যাওয়া যাবে না। প্রচার! প্রচার! প্রচার!

পেন্সারটন আবিষ্কারের মাত্র তিন সপ্তাহ পরেই লোকাল পেপার ‘দ্য আটলান্টা জার্নাল’-এ প্রথম বিজ্ঞাপন দিলেন। অ্যাঞ্জেলা মারিয়ানি যেখানে প্রচারের অভাবে বাজার থেকে হারিয়ে গেলেন, সেখানে কোকাকোলা বিজ্ঞাপনের জোরে বিশাল লাফ দিল।

পেন্সারটন মারা যাওয়ার এক সপ্তাহ আগে তার ব্যবসা স্থানীয় ফার্মাসিস্ট আসা গ্রিগস ক্যাডলারের কাছে বিক্রি করে যান। ক্যাডলার ১৮৯২ সালে কোকাকোলা কোম্পানি প্রতিষ্ঠা করেন। তিনিই বোতলজাত কোকাকোলা সারা আমেরিকায় ছড়িয়ে দিলেন।

তবে মজার কথা হলো, ১৮৯৩ সালেই কোকাকোলার প্রতিদ্বন্দ্বী পেপসি কোলা কোম্পানি জন্ম নিয়েছিল। কোকেন উপাদানও অনেক আগেই কোকাকোলা থেকে বাদ দেওয়া হয়েছিল।

তা সত্ত্বেও কোকাকোলা আজও এক নম্বর কেন? কারণ, তারা বাজারে নিজেদের বিশ্বাস ধরে রাখতে সব সময় চেষ্টা করেছে।

বিজ্ঞাপনের ইতিহাস, প্রসূন জোশীর হিট ফর্মুলা

কোকাকোলা সবসময় বিজ্ঞাপনে শক্তিশালী ট্যাগলাইন ব্যবহার করেছে:

- ১৯০৬: ‘দ্য গ্রেট ন্যাশনাল টেম্পারেন্স ড্রিংক’
- ১৯৪২: ‘দ্য রিয়েল থিং’
- ১৯৯৩: ‘অলওয়েজ কোকাকোলা’

কিন্তু সবচেয়ে বড় হিট কোনটা জানেন? ভারতের গ্রামীণ বাজারে ঢোকানোর জন্য ২০০২ সালের ক্যাম্পেইন—”ঠাণ্ডা মতলব কোকাকোলা”।

এই ট্যাগলাইনটা লিখেছিলেন একজন সাধারণ কপিরাইটার প্রসূন জোশী। বিজ্ঞাপনে অভিনয় করেছিলেন আমির খান। এই ক্যাম্পেইন এত জনপ্রিয় হলো যে, প্রসূন জোশী তার প্রায় ১০ বছরের চাকরি ছেড়ে প্রতিদ্বন্দ্বী বিজ্ঞাপনী সংস্থায় এক্সিকিউটিভ ভাইস প্রেসিডেন্ট পদে যোগ দেওয়ার সুযোগ পান!

কোকাকোলা শুধু এই একটা ব্র্যান্ডের জন্য ২০১৪ সালে ৩.৫ বিলিয়ন ডলার খরচ করেছিল বিজ্ঞাপনে। তাদের দ্বিতীয় বৃহত্তম ব্র্যান্ড ‘স্প্রাইট’-এর জন্যও একই পরিমাণ টাকা খরচ করেছিল। এই কারণেই ২০১৫ সালে বিশ্বের সবচেয়ে মূল্যবান ১০০টি ব্র্যান্ডের মধ্যে কোকাকোলাই ছিল বিজ্ঞাপনে সবচেয়ে বেশি খরচ করা কোম্পানি।

সারকথা: কোকাকোলার আসল শক্তি তার পানীয়তে নয়, কাস্টমারের মনে স্থায়ীভাবে গেঁথে থাকা বিশ্বাসে—যা তারা ক্রমাগত বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে তৈরি করেছে।

পেপসিকো এবং তার ‘ডিফারেন্সিয়েশন’ কৌশল

শুনুন ভাই, পৃথিবীতে কোকাকোলার মতো সফল ব্র্যান্ড আর একটাও নেই। এটা একদম ধ্রুব সত্য।

তবে কোকাকোলার এই ‘রাজকীয়’ অবস্থানই পেপসিকে স্পেশাল বানিয়েছে! কারণ, এই পেপসিই একমাত্র পানীয়, যে গত এতগুলো বছর ধরে কোকাকোলার পাশে, কাঁধে কাঁধ মিলিয়ে নিজেদের আলাদা একটা পরিচয় ধরে রেখেছে।

আপনি কোকাকোলা আর পেপসিকে স্পষ্ট আলাদা করতে পারবেন—আর এই আলাদা পরিচয়টাই তাদের ব্র্যান্ডের মূলমন্ত্র। তাই পেপসিকে বলা হয় ‘ডিফারেন্সিয়েশন ব্র্যান্ড’।

মজার ব্যাপার হলো, ম্যাকডোনাল্ডসের পাশে বার্গার কিং আছে বটে, কিন্তু তাদের সাফল্যের পার্থক্যটা অনেক বিশাল। কিন্তু পেপসি আর কোকাকোলার লড়াইটা যেন একদম গায়ে গা লাগিয়ে! এমন হাড্ডাহাড্ডি প্রতিদ্বন্দ্বী পৃথিবীর আর কোথাও খুঁজে পাওয়া যায় না।

পেপসির বাজার, বিজ্ঞাপনের ফাঁকফোকর

২০১৬ সালের হিসাবে, ‘ফোর্বস’ ম্যাগাজিন পেপসির ব্র্যান্ড ভ্যালু ধরেছিল ১৯.৩ বিলিয়ন ডলার (৩% বার্ষিক বৃদ্ধি সহ), যা বিশ্বের সবচেয়ে মূল্যবান ব্র্যান্ডের তালিকায় ২৯ নম্বরে ছিল।

ওই সময় শুধু ‘পেপসি’ ব্র্যান্ডের আয় ছিল ১১.৮ বিলিয়ন ডলার। অর্থাৎ, কোকাকোলার প্রধান ব্র্যান্ডের চেয়ে এটা ৩৯.১০ বিলিয়ন ডলার কম!

পেপসিকো তাদের সব ব্র্যান্ডের প্রচারের জন্য খরচ করেছিল ২.৪ বিলিয়ন ডলার।

এবার হিসাবটা দেখেন, এখানেই আসল রহস্য:

কোকাকোলা মাত্র ১৬ মিলিয়ন ডলার বেশি খরচ করে পেপসির চেয়ে প্রায় ৩৯ বিলিয়ন ডলার অতিরিক্ত আয় করেছিল! কোকাকোলা তাদের ব্র্যান্ড আয়ের মাত্র ৬.৮% বিজ্ঞাপনে খরচ করত, আর পেপসিকে খরচ করতে হতো ১২.৬%!

কথা পরিষ্কার: এক নম্বর হতে পারলে খরচের চাপ কম থাকে। আর দুই নম্বরে থাকলে সব সময় এক নম্বরকে টক্কর দিতে দ্বিগুণ শক্তি খরচ করতে হয়!

জন্মকথা: কোকাকোলার ৭ বছর পর আগমন

পেপসি কিন্তু কোকাকোলার চেয়ে সাত বছর পরে জন্মেছিল।

১৮৯৩ সালে একজন ফার্মাসিস্ট, কালের ডেভিস ব্র্যাডহ্যাম, তার ওষুধের দোকানে ‘ব্র্যাড’স ড্রিংক’ নামে একটা ঠান্ডা পানীয় বিক্রি শুরু করেন।

কোকাকোলার জন্ম হয়েছিল কোকা পাতা থেকে, যার হালকা কোকেন উপাদান পানকারীকে একটা ‘জোশ’ বা উদ্দীপনা দিত।

অন্যদিকে ‘ব্র্যাড’স ড্রিংক’-এ ব্যবহার করা হতো ‘পেপসিন এনজাইম’, যা হজম শক্তি বাড়াতো এবং একই সাথে একটা চনমনে ভাবও দিত।

স্বাদে ও উপাদানে ভিন্নতা থাকলেও, ততদিনে কোকাকোলা নিজেদের বাজারে ‘আসল পানীয়’ হিসেবে প্রতিষ্ঠা করে ফেলেছে।

ইমিটেশন আর ‘কিচেন কোলা’র তকমা

১৮৯৮ সালে ব্র্যাডহ্যাম তার পানীয়টির নাম দিলেন ‘পেপসি কোলা’ (কোকাকোলার অনুকরণে!)। তিনি স্লোগান দিলেন: ‘দ্য অরিজিনাল ফুড ড্রিংক’।

কিন্তু জনগণ এটাকে পাত্তা দিল না!

“আরে বাবা! আসল জিনিস তো কোকাকোলা। পেপসি নিশ্চয়ই তার সস্তা নকল!”—সাধারণ মানুষের মনে এই ধারণা গেঁথে গেল।

১৯৫০ সাল পর্যন্ত পেপসি তাদের প্রধান কৌশল হিসেবে ব্যবহার করত ‘কম দাম’। তারা ভাবত, সস্তায় দিলেই মানুষ কিনবে। এই কৌশল পেপসির ব্র্যান্ড ইমেজের মারাত্মক ক্ষতি করল। লোকে এটাকে ডাকতে শুরু করল—‘কিচেন কোলা’ বা ‘রান্নাঘরের কোলা’। অর্থাৎ, ‘আসল কোলা’র একটা সস্তা বিকল্প!

ব্র্যান্ডের মোড় ঘুরলো: ইয়াং জেনারেশন ধরো!

পেপসির ম্যানেজাররা বুঝলেন, এই ‘সস্তা’ তকমা নিয়ে আর টেকা যাবে না।

- ১৯৫৮ সালে: তারা ব্র্যান্ড ইমেজ পাল্টানোর দিকে মনোযোগ দিল। স্লোগান এলো: ‘বি সোসিয়েবল, হ্যাভ পেপসি’। টার্গেট—তরুণ প্রজন্ম।
- ১৯৬১ সালে: আরও জোরালো স্লোগান: ‘নাউ ইট ইজ পেপসি, ফর দোজ হু থিঙ্ক ইয়ং’। এখানে ‘নাউ’ (এখন) এবং ‘ইয়ং’ (তরুণ) শব্দ দু’টি ছিল পেপসির পরিচয়। সবচেয়ে মজার ছিল, তারা ‘তারুণ্য’-কে আসল বয়সের সাথে না জুড়ে ‘মনের অবস্থার’ সাথে জুড়ে দিল। এই কৌশলটা দারুণ ছিল, কারণ ততদিনে পেপসির নিজেরই ৬০ বছর বয়স পার হয়ে গেছে।
- ১৯৬৩ সাল: এই বছরটি পেপসির ব্র্যান্ডিং-এর জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। শুরু হলো ‘পেপসি জেনারেশন’ অ্যাড ক্যাম্পেইন। এখানে তারা আর দাম, মান বা স্বাদের কথা না বলে, মানসিকতার ওপর ভিত্তি করে বিজ্ঞাপন তৈরি করল।

যখন পেপসির ভয়ে কোকাকোলা কেঁপে উঠলো!

পেপসিকে ইতিহাসে আসল পরিচিতি এনে দেয় ১৯৭৫ সালের ‘পেপসি চ্যালেঞ্জ’ ক্যাম্পেইন।

এই ক্যাম্পেইনে তারা কাস্টমারদের চ্যালেঞ্জ জানায়—স্বাদ পরীক্ষা করে দেখতে! পেপসি খোলাখুলি চ্যালেঞ্জ জানায়—পেপসির স্বাদ কোকাকোলার চেয়ে ভালো!

‘পেপসি চ্যালেঞ্জ’-এর ক্রেজ এত ছড়িয়ে পড়ে যে, কোকাকোলা ভয় পেয়ে যায়। কী করবে ভেবে না পেয়ে তারা তাদের ‘কেমিক্যাল ফর্মুলা’ বদলে ফেলে! বাজারে নিয়ে আসে ‘নিউ কোক’ (New Coke)।

কিন্তু কোকাকোলা বরাবরই ছিল বাজারের নেতা, আর এখন তারা হয়ে গেল ‘অনুসারী’ (Follower)! এই রক্ষণাত্মক কৌশল বাজারে একদম মার খেল—‘নিউ কোক’ বাজেভাবে ফ্লপ হলো!

পেপসি যেন এই সুযোগেরই অপেক্ষায় ছিল! তারা দ্রুত এবং অত্যন্ত আক্রমণাত্মকভাবে ‘নিউ জেনারেশন’ ক্যাম্পেইন চালু করল। এই ক্যাম্পেইনে তারা বিশ্বজুড়ে তখন জনপ্রিয়তার শীর্ষে থাকা মাইকেল জ্যাকসনকে নিয়ে এলো!

পরে ম্যাডোনা সহ আরও অনেক জনপ্রিয় তারকাকে দিয়ে তারা বিজ্ঞাপন করিয়েছিল। যদিও ম্যাডোনার একটি বিজ্ঞাপন বিতর্কিত হওয়ায় তাদের তুলে নিতে হয়েছিল।

সারকথা: পেপসি তার তারকাখচিত ক্যাম্পেইন দিয়ে কোকাকোলার ‘ক্লাসিক’ ইমেজের বিপরীতে নিজেদের ‘যুব সমাজের প্রিয় ব্র্যান্ড’ হিসেবে প্রতিষ্ঠা করে। তারা প্রমাণ করে দিল—প্রতিদ্বন্দ্বীর চেয়ে পিছিয়ে থাকলেও, সঠিক ‘ডিফারেন্সিয়েশন’ কৌশল দিয়ে চ্যালেঞ্জ ছুড়ে দেওয়া যায়।

মার্লবোরো: ব্র্যান্ডের নেশা, টাকার পাহাড়!

শুনে, এটা একটু স্পর্শকাতর বিষয়। তামাক পণ্য সমাজের জন্য ভালো না হলেও, ব্যবসার দিক থেকে মার্লবোরো হলো একটা ‘সোনার ডিম পাড়া হাঁস’। বাফেট কেবল ‘ভালো’ পণ্য দেখেন না, তিনি দেখেন—কোন ব্যবসা গ্রাহকের মনে স্থায়ীভাবে গেঁথে আছে এবং নিয়মিত নগদ টাকা তৈরি করে!

মার্লবোরো হলো বিশ্বের সবচেয়ে বেশি বিক্রি হওয়া সিগারেট ব্র্যান্ড। শুধু আমেরিকাতেই গত ৩৫ বছর ধরে তারা এক নম্বর অবস্থানে আছে। তাদের বাজার অংশীদারিত্ব ৪৪%। বাকি ১০টা আমেরিকান সিগারেট ব্র্যান্ডের মোট বিক্রি যোগ করলেও মার্লবোরোর চেয়ে বেশি হয় না!

২০১৬ সালে ‘ফোর্বস’ তাদের ব্র্যান্ড ভ্যালু ধরেছিল ২১.৯ বিলিয়ন মার্কিন ডলার। সেই বছর মার্লবোরো আয় করেছিল ২৩.১০ বিলিয়ন ডলার।

আসল চমকটা দেখেন: তামাকজাত পণ্যের বিজ্ঞাপন পৃথিবীতে প্রায় সব দেশেই নিষিদ্ধ। তাই পরোক্ষভাবে প্রচারের জন্য ফিলিপ মরিসকে ২০১৫ সালে খরচ করতে হয়েছিল মাত্র ৪৭৩ মিলিয়ন ডলার। বিজ্ঞাপনে এত কম খরচ করেও যে কোম্পানি বিলিয়ন বিলিয়ন ডলার আয় করে, সেই কোম্পানিকে বাফেট কেন ‘রাইট বিজনেস’ বলবেন না?

জন্ম থেকে ‘মার্লবোরো ম্যান’ হওয়ার গল্প

- **শুরুর কথা (১৮৪৭):** লন্ডনে এক জার্মান পরিবার থেকে আসা ফিলিপ মরিস তার তামাকের দোকান খুলেছিলেন।
- **১৮৮৫ সালে:** কোম্পানি পাবলিক লিমিটেড হলো।
- **১৯২৪ সালে:** ফিলিপ মরিস নিজের নাম থেকে সরে এসে নতুন ব্র্যান্ড আনলেন—‘মার্লবোরো’। এটা ছিল মূলত নারীদের জন্য তৈরি করা ‘মুদু’ সিগারেট। স্লোগান ছিল: ‘মাইল্ড অ্যাজ মে’ (**Mild as May**)।

ঠাণ্ড পরিবর্তন: যখন ক্যান্সার আতঙ্ক এলো

১৯৫০-এর দশক: যখন বিজ্ঞানীরা নিশ্চিত করলেন যে ধূমপান ফুসফুসের ক্যান্সারের কারণ। ঠিক তখনই ফিলিপ মরিস একটা বিরাট ঝুঁকি নিলেন। তারা এতদিনকার নারীদের জন্য তৈরি করা মার্লবোরোকে রাতারাতি পুরুষদের সিগারেটে পরিণত করার সিদ্ধান্ত নিলেন।

কারণ কী? ফিল্টার সিগারেট এতদিন শুধু নারীরাই খেত বলে মনে করা হতো। কিন্তু এখন তারা পুরুষদের জন্যেও ফিল্টারযুক্ত মার্লবোরো বাজারে ছাড়ল।

আর তখনই এলো সেই ঐতিহাসিক মোড়! শিকাগোর লিও বার্নেট নামের এক বিজ্ঞাপন সংস্থা চালু করল বিশাল ক্যাম্পেইন—‘মার্লবোরো ম্যান’!

জাহাজের ক্যাপ্টেন, ওয়েট লিফটার, যুদ্ধ সাংবাদিক, নির্মাণ শ্রমিক—এদের মতো ‘শক্তিশালী পুরুষদের’ অ্যাডগুলোতে দেখানো হতে লাগলো।

কোম্পানি শুরুতে দ্বিধা করলেও, এই ক্যাম্পেইন চালু হওয়ার এক বছরের মধ্যে মার্লবোরের মার্কেট শেয়ার ১% থেকে লাফ দিয়ে সরাসরি ৪ নম্বরে উঠে এলো!

ম্যানেজমেন্টের শিক্ষা:

যখন বাজার আপনার বিরুদ্ধে, তখন বসে থাকা যাবে না! ঝুঁকি নিন! নিজের পণ্যকে এমন একটা ইমেজে বদলে দিন, যা মানুষের আকাঙ্ক্ষার প্রতীক হয়ে ওঠে! মার্লবোরো শুধু একটা সিগারেট নয়, এটা হয়ে উঠলো স্বাধীনতা, সাহস আর কঠিন পুরুষত্বের প্রতীক!

২০১৬ সালে তামাক পণ্যের বিজ্ঞাপন পুরোপুরি নিষিদ্ধ হওয়ার পর কোম্পানি মটর স্পোর্টস বা রেসের মাধ্যমে পরোক্ষভাবে ‘মার্লবোরো’ ব্র্যান্ডের প্রচার শুরু করল।

সারকথা হলো: বিজ্ঞাপন সীমিত হলেও মার্লবোরোর বিক্রি সারা বিশ্বে বেড়েছে শুধু এই ব্র্যান্ডের লিগ্যাসি (ঐতিহ্য) আর পণ্যের অসাধারণ মানের কারণে, যা তার ভক্তদের ধরে রেখেছে।

এটাই বাফেটের পছন্দের ব্যবসার সূত্র—এমন প্রোডাক্ট, যা একবার ক্রেতার মন জয় করলে, হাজারো বাধা সত্ত্বেও টিকে থাকে এবং কম খরচে বিপুল পরিমাণ নগদ টাকা তৈরি করে।

বিয়ার, ব্লেড এবং চকোলেট: যখন আসক্তিও টাকা বানায়

ক. বাডওয়াইজার (**Budweiser**): ‘কিং অফ
বিয়ার্স’-এর দাপট

শুনে, দুনিয়ার সবচেয়ে বড় অ্যালকোহল কোম্পানি হলো
আনহাইজার বুশ ইনবেভ গ্রুপ (**Anheuser Busch
InBev**)। এদের কাছে ২০০-রও বেশি ব্র্যান্ড আছে, আর পুরো
বিশ্ব বাজারের ২৫%-এর বেশি এদের দখলে।

এই কোম্পানির সেরা ব্র্যান্ডগুলোর মধ্যে একটা হলো
বাডওয়াইজার। এর স্লোগান—‘কিং অফ বিয়ার্স’। শুধু
আমেরিকাতেই ৫০%-এর বেশি লাইট বিয়ার বিক্রি হয় এই
ব্র্যান্ডের।

২০১৬ সালে ‘ফোর্বস’ তাদের ব্র্যান্ড ভ্যালু ধরেছিল ২৩.৪০
বিলিয়ন ডলার। তারা সেই বছর আয় করেছিল ১০.৯০ বিলিয়ন
ডলার।

বাডওয়াইজার ১৮৭৬ সালে আমেরিকায় আসে। ধান এবং
বার্লি দিয়ে তৈরি এই বিয়ার আজ ৮০টিরও বেশি দেশে বিক্রি হয়
(যদিও ট্রেডমার্কের কারণে বিভিন্ন দেশে নাম আলাদা)।

বাস্তবতা হলো: গত কয়েক বছর আমেরিকায় এর বিক্রি
কিছুটা কমলেও, চীন, রাশিয়া আর ব্রাজিলের মতো বড়
বাজারগুলোতে ক্রমাগত বাড়ার কারণে এর মোট বিক্রি এখনও
উর্ধ্বমুখী। এদের বিজ্ঞাপনের খরচটা জানা যায় না বটে, তবে এত

বড় ব্র্যান্ড টিকে আছে কেবল এর ঐতিহ্য এবং ব্র্যান্ড পরিচিতি দিয়ে। বাফেট দেখেন—লোকে এই পণ্যটি বারবার কিনছে কি না!

খ. জিলেট (Gillette): একবার রেজর কিনুন, বারবার ব্লেড কিনুন!

জিলেট হলো সেফটি রেজরের জগতে বস। এটা মূলত প্রক্টর অ্যান্ড গ্যাম্বল (P&G) গ্রুপের অংশ। ২০০৫ সালে ৫৭ বিলিয়ন ডলারে পি অ্যান্ড জি জিলেটকে কিনে নেয়।

২০১৬ সালে এর ব্র্যান্ড ভ্যালু ছিল ২০.২০ বিলিয়ন ডলার। ঐ সময় জিলেট ব্র্যান্ডের আয় ছিল ৭ বিলিয়ন ডলার।

এবার চমকটা দেখেন!

➔ ঐ ৭ বিলিয়ন ডলার আয় করার জন্য পি অ্যান্ড জি-কে বিজ্ঞাপনেই খরচ করতে হয়েছিল ৮.৩ বিলিয়ন ডলার! অর্থাৎ, জিলেটের আয় থেকে বিজ্ঞাপন খরচই ১.৩ বিলিয়ন ডলার বেশি!

➔ ঠিক একই সময়ে, পি অ্যান্ড জি-এর অন্য ব্র্যান্ড প্যাম্পার্স একই পরিমাণ (৮.৩ বিলিয়ন ডলার) বিজ্ঞাপনে খরচ করে আয় করেছিল ১০.৪০ বিলিয়ন ডলার!

জিলেটের ব্র্যান্ড ভ্যালু বেশি হলেও (২০.২ বিলিয়ন), নগদ টাকা আয়ের দিক থেকে কিন্তু প্যাম্পার্স এগিয়ে ছিল। এই তথ্যগুলো পি অ্যান্ড জি-এর ব্যবসার একটা কঠিন সত্য তুলে ধরে—তারা দু'টো প্রোডাক্ট ব্র্যান্ডের জন্য এক বছরে ১৬.৬ বিলিয়ন ডলার খরচ করে!

জিলেটের আবিষ্কারের গল্প: হতাশা থেকে বিপ্লব

শুনের, বড় আইডিয়া কোথা থেকে আসে? আসে চরম বিরক্তি থেকে!

আমেরিকার বোস্টনের এক সেলসম্যান, নাম কিং ক্যাম্প জিলেট। তিনি তার পুরনো ব্লেন্ড পাল্টাতে পাল্টাতে এত বিরক্ত হতেন যে, ১৮৯৫ সালে তার মাথায় নতুন ধরনের একটা সেফটি রেজর এবং ডাবল এজড ব্লেন্ড তৈরির চিন্তা এলো।

তিনি ছয় বছর ধরে তার রেজরকে নিখুঁত করার চেষ্টা করলেন। সবাই বলল, তার ডিজাইন অবাস্তব, এটা হবে না! কিন্তু তিনি দমে গেলেন না।

১৯০১ সালে: জিলেট ম্যাসাচুসেটস ইনস্টিটিউট অফ টেকনোলজি (MIT)-এর একজন বিশেষজ্ঞ, উইলিয়াম নিকারসনের সাথে হাত মেলালেন। অবশেষে তার স্বপ্ন বাস্তবে রূপ পেল।

- ১৯০৩ সালে: প্রথম বছর বিক্রি হলো মাত্র ৫১টি রেজর এবং ১৬৮টি ব্লেন্ড। দাম ছিল প্রতি রেজর ৫ ডলার!
- ১৯০৪ সালে: তিনি রেজর ও ব্লেন্ডের পেটেন্ট নিলেন। বিক্রি এক লাফে বেড়ে দাঁড়ালো ৯০,৮৮৪টি রেজর এবং ১,২৩,৬৪৮টি ব্লেন্ড!
- প্রথম বিশ্বযুদ্ধ (১৯১৪-১৮): আমেরিকান আর্মি একাই অর্ডার দিল ৩.৫ মিলিয়ন রেজর এবং ৩৬ মিলিয়ন ব্লেন্ড! এই একটা অর্ডার জিলেটকে বিশ্বের দরবারে স্থায়ীভাবে বসিয়ে দিল।

বাহফেটের সূত্র: জিলেটের পণ্য কেন ‘রাইট বিজনেস’? কারণ রেজর আপনি একবার কিনবেন, কিন্তু ব্লেড আপনাকে বারবার কিনতে হবে! জিলেট জানে, একবার ডিভাইসটা হাতে তুলে দিতে পারলে, আজীবন নগদ টাকা আসতে থাকবে। এটাই হলো ‘অনন্য পণ্যের’ কৌশল।

গ. হার্শি কোম্পানি (Hershey Company): দুধের স্বাদে বিপ্লব

চকোলেটের কথা বললেই প্রথমে যার নাম আসে, সে হলো ‘হার্শি’।

২০১৬ সালে হার্শি কোম্পানি ৪৪.৩% মার্কেট শেয়ার নিয়ে আমেরিকার সেরা চকোলেট উৎপাদনকারী ছিল। এর প্রতিদ্বন্দ্বী মার্স (Mars) অনেক পিছিয়ে। হার্শি বিশ্বের ৭০টিরও বেশি দেশে ৮০টিরও বেশি ব্র্যান্ড নামে তাদের পণ্য বিক্রি করে।

২০১৬ সালে এর ব্র্যান্ড ভ্যালু ছিল ৬.৭ বিলিয়ন ডলার, আর আয় ছিল ৪.৭ বিলিয়ন ডলার। এই আয়ের জন্য তাদের বিজ্ঞাপনে খরচ করতে হয়েছিল ৫৬২ মিলিয়ন ডলার।

স্বপ্ন ভাঙা আর সফল হওয়ার গল্প

হার্শির প্রতিষ্ঠাতা মিল্টন স্নেভেলি হার্শি। মাত্র ১৪ বছর বয়সে স্কুল ছেড়ে দিয়ে তিনি একজন কনফেকশনারের কাছে কাজ শেখা শুরু করেন।

➡ প্রথম ব্যর্থতা: ফিলাডেলফিয়ায় প্রথম ব্যবসা শুরু করলেন, কিন্তু ছয় বছর পর ব্যর্থ!

- দ্বিতীয় চেষ্টা: ডেনভারে গিয়ে নতুন করে কাজ শিখলেন, শিখলেন টাটকা দুধ দিয়ে ক্যান্ডি (কারামেল) বানানো।
- তৃতীয় ব্যর্থতা: নিউইয়র্কে চেষ্টা করেও ব্যর্থ হলেন।

আরে ভাই! বারবার ব্যর্থ হয়েও কি কেউ থামে? না! এটাই হলো জেদ!

- সাফল্য (১৮৮৬): তিনি নিজের শহর পেনসিলভানিয়ায় ফিরে এসে ল্যান্ডস্টার ক্যারামেল কোম্পানি প্রতিষ্ঠা করলেন। এবার টাটকা দুধ ব্যবহার করার কৌশল কাজে লাগে গেল! ব্যবসা এত দ্রুত বাড়লো যে, ১৪০০ কর্মী কাজ করত, আর কারামেল ইউরোপ পর্যন্ত রপ্তানি হতো।

- নতুন স্বপ্ন: ১৮৯৩ সালে শিকাগোর এক প্রদর্শনীতে জার্মান চকোলেট তৈরির মেশিন দেখে তিনি মুগ্ধ হলেন। তিনি সাথে সাথে দুটো মেশিন কিনে নিলেন!

চকোলেটের ডিম্বাঙ্ক দেখে হার্শি তার পুরো উৎপাদন ব্যবস্থাকে মিল্ক চকোলেট তৈরির উপযোগী করে তুললেন। ১৯০০ সালে তিনি তার সফল কারামেল কোম্পানিটি ১ মিলিয়ন ডলারে (যা আজকের দিনে প্রায় ২৮৭ মিলিয়ন ডলার!) আমেরিকান ক্যারামেল কোম্পানির কাছে বিক্রি করে দিলেন।

এই পুরো টাকাটা তিনি ঢেলে দিলেন চকোলেট কোম্পানিতে!

১৯০৩ সালে তিনি তার জন্মস্থান ডেয়ারি চার্চে (যা পরে হার্শি শহর নামে পরিচিত হয়) চকোলেট কারখানা তৈরি করলেন। সেখানে কর্মীদের জন্য কম খরচে থাকার জায়গা তৈরি করলেন।

এই কারখানার ‘হার্শিস মিল্ক চকোলেট বার’ দ্রুত জনপ্রিয় হয়ে উঠলো।

রিগ্লি (Wrigley): অভ্যাসকে পুঁজি করে কোটি টাকা কামাই

চুইংগাম বললেই সবার আগে যে নামটা মাথায় আসে, তা হলো ‘রিগ্লি’। উইলিয়াম রিগ্লি জুনিয়র ১৮৯১ সালের ১ এপ্রিল আমেরিকার শিকাগো শহরে এই কোম্পানি প্রতিষ্ঠা করেন।

এই কোম্পানিটি ২০০৮ সালে ২৩ বিলিয়ন মার্কিন ডলারে বিশ্বখ্যাত বহুজাতিক কোম্পানি মার্স ইনকর্পোরেটেড কিনে নেয়। রিগ্লি এখন বিশ্বের ১৮০টিরও বেশি দেশে তাদের পণ্য বিক্রি করে।



এক সাবান বিক্রেতার অদ্ভুত কৌশল

রিগ্লি কোম্পানির গল্পটা কিন্তু খুব শিক্ষামূলক।

- **শুরুর যাত্রা:** উইলিয়াম রিগ্লি জুনিয়র ২৯ বছর বয়সে মাত্র ৩২ ডলার পকেটে নিয়ে ফিলাডেলফিয়া থেকে শিকাগো এসেছিলেন। শুরু করেছিলেন সাবান বিক্রির ব্যবসা।
- **ফ্রি গিফটের ম্যাজিক:** সাবানের বিক্রি বাড়াতে তিনি ক্রেতাদের ব্রেকিং পাউডার ফ্রি দিতে শুরু করলেন। তিনি জানতেন, মানুষ এখন বেকিং পাউডারের প্রতি বেশি আগ্রহী।

➤ মূল পণ্য পাল্টানো: তিনি তখন সাবান ছেড়ে বেকিং পাউডার বিক্রি শুরু করলেন, আর এর বিক্রি বাড়াতে নতুন ফ্রি গিফট দিলেন—চুইংগামের স্ট্রিপ!

“মানুষের মনোযোগ কোথায়? কোন পণ্যটা ফ্রি পেলেও লোকে খুশি হয়? রিগ্লি ঠিক এই প্রশ্নের উত্তর খুঁজে পেয়েছিলেন। তিনি দেখলেন, বেকিং পাউডারের চেয়ে চুইংগামই বেশি হিট! তখনই তিনি বুঝে গেলেন—ব্যবসা পাল্টাও, ফোকাস করো চুইংগামে!”

তখন চুইংগাম কেবল মহিলাদের মধ্যেই জনপ্রিয় ছিল। রিগ্লি তখন ‘সুইট সিক্সটিন অরেঞ্জ’ এবং ‘লট্টা গাম’ নামে দুটি ব্র্যান্ড আনলেন, যা দ্রুত পুরো বাজারে বিপ্লব নিয়ে এলো।

 জুসি ফ্রুট ও চরম ঝুঁকি

রিগ্লি আসল সফলতা পায় ১৮৯৩ সালের অর্থনৈতিক মন্দার সময়। এই সময়ে তিনি কোম্পানির প্রতীক হয়ে ওঠা দুটি ব্র্যান্ড আনলেন—‘রিগ্লিস স্পিয়ারমিন্ট’ এবং ‘জুসি ফ্রুট’।

কিন্তু এরপরেই এলো চরম অর্থনৈতিক মন্দা। এমন পরিস্থিতিতে উইলিয়াম রিগ্লি জুনিয়র এমন একটা কাজ করলেন, যা ছিল অকল্পনীয় ঝুঁকি!

ইমোশনাল পাথঃ: “যখন চারিদিকে ব্যবসার কঙ্কালসার দশা, সবাই টাকা গোছাতে ব্যস্ত—তখন রিগ্লি নিজের সবকিছু বন্ধক রেখে বিশাল আকারের বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইন চালু করলেন! হয় জিতবো, না হয় সব হারাবো—এই ছিল তার পণ।”

এই চরম ঝুঁকির ফল ছিল দারুণ। খুব দ্রুত রিল্লি একটি জাতীয় স্তরের কোম্পানিতে পরিণত হলো। রিল্লি বুঝে গিয়েছিল— বিজ্ঞাপনই বাজার সম্প্রসারণের আসল চাবিকাঠি! এর পর থেকে তাকে আর পেছনে ফিরে তাকাতে হয়নি।

ব্যাফেটের মন্ত্র: গ্রাহকের মনের মালিকানা!

এই ধরনের কোম্পানিগুলোকে (যেমন কোকাকোলা, মার্লবোরো, রিল্লি) ব্যাফেট কেন এত পছন্দ করেন?

ব্যাফেট সব সময় বলেন, একজন ইনভেস্টর যখন এই কোম্পানিগুলোর শেয়ার কেনেন, তখন আসলে তিনি ‘গ্রাহকের মনের একটা অংশের মালিকানা’ কেনেন।

এই কথার সারমর্ম হলো:

- ▶ পণ্য পাল্টাতে হয় না: একবার যখন কোনো কোম্পানি ‘গ্রাহকের মনের মালিক’ হয়ে যায়, তখন তাদের বারবার পণ্যের ডিজাইন বা ফর্মুলা বদলাতে হয় না।
- ▶ বেশি দাম ও বেশি বিক্রি: তারা পণ্যের জন্য ভালো দাম নিতে পারে এবং বেশি পরিমাণে বিক্রিও করতে পারে।
- ▶ বিশাল লাভ: এর ফলে তাদের প্রফিট মার্জিন অনেক উন্নত হয়, আর কোম্পানির আয়-ব্যয়ের হিসাবে ‘বটম লাইন’ বা নিট মুনাফা বিশাল দেখায়।
- ▶ কম ঋণ: এই কোম্পানিগুলোর বার্ষিক আয়ের সংখ্যাটা সব সময় শক্তিশালী থাকে এবং এদের ঋণ হয় খুব কম, নয়তো শূন্য।

ম্যানেজারদের জন্য সুযোগ

ব্যাফেট জোর দিয়ে বলেন, এই বিশেষ ধরনের কোম্পানিগুলো, যারা টেকসই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা দেয়, তারা তাদের ম্যানেজারদের জীবনে সেরা এবং সবচেয়ে সহজ উপায়ে উন্নতি করার সুযোগ এনে দেয়।

➤ **বেশি বেতন ও বোনাস:** যেহেতু এই কোম্পানিগুলোতে নগদ টাকার প্রবাহ (Fast Cash Flow) খুব দ্রুত, তাই তারা ম্যানেজার ও কর্মীদের উদার পরিমাণে বেতন, ভাতা এবং বার্ষিক বোনাস দিতে সক্ষম।

➤ **নতুন সুযোগ:** এই কোম্পানিগুলোর হাতে প্রচুর তহবিল জমা থাকে। এই টাকা দিয়ে তারা নতুন ব্যবসা শুরু করতে পারে বা অন্য কোম্পানি কিনে তাদের ব্যবসা বাড়াতে পারে।

সুতরাং, এই কোম্পানিগুলোতে কাজ করা তরুণ ম্যানেজারদের জন্য পেশাগত জীবনে উন্নতি করার দারুণ সুযোগ থাকে।

ইউনিক সার্ভিস বিক্রির কোম্পানি:

টাকার নদী যেখানে বইতে থাকে

ওয়ারেন বাফেট মনে করেন, যে কোম্পানিগুলো একদম মৌলিক, অপরিহার্য এবং বিশেষায়িত সেবা দেয়, তাদের কাছেই থাকে টেকসই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা।

এমন কিছু কোম্পানি হলো: মুডি'স কর্পোরেশন (রেটিং সংস্থা), এইচ অ্যান্ড আর ব্লক (ট্যাক্স তৈরি), আমেরিকান এক্সপ্রেস (আর্থিক সেবা), ইত্যাদি।

মুডি'স কর্পোরেশন: বিশ্বস্ততার অন্য নাম

শুনুন, 'মুডি' নামটা গত এক শতাব্দীরও বেশি সময় ধরে আর্থিক জগতে বিশ্বস্ততার প্রতীক হয়ে আছে। এই কোম্পানি পুরো বিশ্বের আর্থিক বাজারের নাড়ির খবর রাখে।

জানেন কি? নিউইয়র্ক স্টক এক্সচেঞ্জে তালিকাভুক্ত এই পাবলিক কোম্পানিটি ২০১৬ সালে ১৩০টিরও বেশি সার্বভৌম দেশ, ১১,০০০ কর্পোরেশন, এবং ২১,০০০ আর্থিক প্রতিষ্ঠানের রেটিং ও বিশ্লেষণ করত! তাদের বার্ষিক আয় ছিল ৩.৬০ বিলিয়ন ডলার!

ব্যর্থতা থেকে সাফল্যের দ্বিতীয় ইনিংস

শুরুর যাত্রা (১৯০০): জন মুডি নিউইয়র্কে 'মুডি'স ম্যানুয়াল' প্রকাশ করেন, যেখানে বিভিন্ন আর্থিক প্রতিষ্ঠানের পরিসংখ্যান

থাকত। খুব দ্রুতই এটা বিনিয়োগকারীদের জন্য ‘অবশ্য পাঠ্য’ হয়ে উঠল।

- **বিপর্যয় (১৯০৭):** শেয়ার বাজারে বিশাল ধস নামলো। জন মুডি এবং তার অনেক পাঠক ক্ষতিগ্রস্ত হলেন। বাধ্য হয়ে মুডি তার ব্যবসাও বিক্রি করে দিলেন।

“ব্যর্থতা মানে শেষ নয়! একবার পড়ে গেলে আরেকবার উঠতেই হবে! প্রথমবার ভুল করেছিলেন বলে মুডি হাল ছাড়েননি।”

- **নতুন জন্ম (১৯০৯):** মাত্র দু’বছরের মধ্যে মুডি নতুন দৃষ্টিভঙ্গি নিয়ে ফিরে এলেন। এবার তিনি শুধু তথ্য দিলেন না, কোম্পানির সম্পদ ও পারফরম্যান্সের পূর্বাভাস দিতে শুরু করলেন! তিনি তখনকার দ্রুত বর্ধনশীল রেলওয়ে শিল্প নিয়ে গবেষণা করলেন এবং রেটিং পদ্ধতি ব্যবহার করে বিশ্লেষণ প্রকাশ করলেন।

- **আধিপত্য বিস্তার:** তার রেটিংগুলো বিনিয়োগকারীদের মধ্যে জনপ্রিয় হতে শুরু করলো। ১৯১৪ সালে তিনি ‘মুডি’স ইনভেস্টর সার্ভিসেস’ প্রতিষ্ঠা করলেন। এর পরের দশকে তিনি স্টক থেকে শুরু করে পুরো ঋণ বাজার পর্যন্ত সব কিছুর রেটিং দেওয়া শুরু করলেন।

- **২১৯৯ সালের মন্দা:** ১৯২৯ সালের শেয়ার বাজার ধসের সময়ও জন মুডিকে আর ব্যবসা বিক্রি করতে হয়নি। তার রেটিং সার্ভিস টিকে রইল। কারণ আর্থিক খাতে ধস নামলেও, মুডি’স-এর বিশ্লেষণ ও রেটিং ছিল সবার কাছে অমূল্য সম্পদ!

➤ **টেকসই ব্যবসা:** ৭০-এর দশকে মুডি'স কোম্পানিগুলোর কাছ থেকে ফি নেওয়া শুরু করলো। কোম্পানিগুলো দ্রুতই বুঝতে পারলো, মুডি'স-এর ভালো রেটিং পাওয়া মানে ভালো ব্যাংক ব্যালেন্স থাকার মতোই গুরুত্বপূর্ণ! অবশেষে ড্যান অ্যান্ড ব্র্যাডস্ট্রিট মুডি'স-কে নিউইয়র্ক স্টক এক্সচেঞ্জে তালিকাভুক্ত একটি পাবলিক কোম্পানি হিসেবে আলাদা করে দিল।

ব্যাফেটের সূত্র: মুডি'স একটি অনন্য সেবা। কারণ আর্থিক বাজারে কোনো বড় সিদ্ধান্ত নেওয়ার আগে সবাই মুডি'স-এর রেটিং দেখেই। এই নির্ভরতা তাদের ব্যবসা টিকিয়ে রাখে, এটাই তাদের টেকসই সুবিধা।



এইচ অ্যান্ড আর ব্লক (H&R Block): ট্যাক্স সহজ করার জাদু

আমেরিকায় একজন সাধারণ মানুষ বা ছোট ব্যবসায়ী যখন ট্যাক্স রিটার্ন ফাইল করার কথা ভাবে, সবার আগে তাদের মনে আসে এইচ অ্যান্ড আর ব্লক-এর নাম।

এরা মূলত ট্যাক্স প্রস্তুত করার বিশেষায়িত সেবা দেয়। আপনার পরিচিত চার্টার্ড অ্যাকাউন্ট্যান্ট যা করেন, এনারাও তাই করেন। কিন্তু এই সাধারণ সেবাটিকে তারা একটি বিশাল আন্তর্জাতিক ব্র্যান্ডে পরিণত করেছে। এটি আজ বিশ্বের বৃহত্তম ট্যাক্স সার্ভিস কোম্পানি।

২০১৬ সালে তাদের ১১,৯৩৩টি অফিস ছিল বিশ্বজুড়ে। সেই বছর তারা মোট ২ কোটি ৩১ লাখ ৬৯ হাজার ট্যাক্স রিটার্ন তৈরি করে দিয়েছিল! তাদের আয় হয়েছিল প্রায় ৩ বিলিয়ন ডলার (নিট মুনাফা ছিল ৩৭৪.২০ মিলিয়ন ডলার)।

দুই ভাইয়ের মাথা খাটিয়ে ব্যবসা

শুরুর উদ্যোগ (১৯৪৬): হেনরি ও লিওন ব্লক নামে দুই ভাই 'ইউনাইটেড বিজনেস কোম্পানি' শুরু করেন। তারা সাধারণ মানুষ ও ছোট পেশাদারদের জন্য ট্যাক্স রিটার্ন তৈরি ও বুককিপিং সেবা দিতেন। প্রথম বছর ব্যবসা তেমন জমল না, তাই লিওন আইন পড়তে চলে গেলেন।



তৃতীয় ভাই যোগ দিলেন: ব্যবসা কিছুটা জমতে শুরু করলে হেনরি তার ছোট ভাই রিচার্ডকে নিলেন, যিনি তখন অর্থনীতিতে গ্র্যাজুয়েশন শেষ করেছেন।

টার্নিং পয়েন্ট (১৯৫৫): আমেরিকায় সরকারিভাবে বিনামূল্যে ট্যাক্স রিটার্ন তৈরি করার সার্ভিস বন্ধ হয়ে গেল।

উদ্যোক্তা হতে হলে সুযোগ চিনতে হবে! এই সময়টাই ছিল হেনরির জন্য সোনার সুযোগ। তিনি স্থানীয় পেপারে বিজ্ঞাপন দিলেন—এবং ক্লায়েন্টদের ভিড় হঠাৎ করে কয়েক গুণ বেড়ে গেল!

নাম বদল: চাহিদা দেখে হেনরি তার কোম্পানির নাম দিলেন 'এইচ অ্যান্ড আর ব্লক' (Bloch-কে উচ্চারণ সহজ করার জন্য Block)।

বিশাল উন্নতি: ১৯৫৬ সালে তিনি এক লাফে সাতটি অফিস খুললেন! আয় গত বছরের চেয়ে তিন গুণ হয়ে

গেল! ১৯৬২ সালে যখন তাদের অফিসের সংখ্যা ২০৬-
এ পৌঁছালো, তখন হেনরি কোম্পানিটিকে পাবলিক
লিমিটেড করে নিউইয়র্ক স্টক এক্সচেঞ্জে তালিকাভুক্ত
করলেন।

ব্যাফেটের সূত্র: ট্যাক্স তৈরি একটি অপরিহার্য সেবা। আইন
যতই জটিল হবে, মানুষ ততই এমন কোম্পানির ওপর নির্ভরশীল
হবে। এই অপরিহার্যতা আর নির্ভরযোগ্যতাই এইচ অ্যান্ড আর ব্লক-
এর টেকসই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা।

আমেরিকান এক্সপ্রেস: যখন ‘বিশ্বাস’ হয়ে ওঠে টাকা

আমেরিকান এক্সপ্রেসকে বলা হয় ‘সততার ব্র্যান্ড’ (**Integrity Brand**)। এটাই তাদের সবচেয়ে বড় সম্পদ। ২০১৭ সালে এর
ব্র্যান্ড ভ্যালু ছিল ২৪.৫০ বিলিয়ন মার্কিন ডলার, এবং তাদের
আয় ছিল ৩৩.৮০ বিলিয়ন ডলার।

ব্র্যান্ড ধরে রাখার জন্য তাদের বিজ্ঞাপন খরচও কম নয়—
৩.৭ বিলিয়ন ডলার। কিন্তু কেন তারা এত টাকা খরচ করে? কারণ,
তাদের পণ্য দৃশ্যমান নয়, তাদের পণ্য হলো ‘ভরসা’। ভরসা ধরে
রাখতে চাই নিরবচ্ছিন্ন প্রচার।

ঘোড়ার গাড়ি থেকে ক্রেডিট কার্ড

আমেরিকান এক্সপ্রেসের ইতিহাসটা কিন্তু সিনেমাটিক!

- **শুরু (১৮৫০):** এটা শুরু হয়েছিল এক্সপ্রেস ফ্রেইট কোম্পানি বা ঘোড়ার গাড়িতে পণ্য পরিবহনের ব্যবসা হিসেবে।
- **সুনাম অর্জন:** ১৮৬১ থেকে ১৮৬৫ সালের আমেরিকার গৃহযুদ্ধের সময় তারা বিজয়ী ইউনিয়ন আর্মির কাছে পণ্য সরবরাহ করে বিরাট সুনাম ও বিশ্বাসযোগ্যতা অর্জন করে।

পণ্য পরিবহন করার পাশাপাশি ১৮৮০ সালের দিকে তারা আর্থিক সেবার দিকে হাত বাড়ায়। তখন ইউরোপ থেকে অনেকে আমেরিকায় আসত, আর আমেরিকান এক্সপ্রেস তাদের দেশে টাকা পাঠানোর ব্যবস্থা করে দিত।

- **বিপ্লবী আবিষ্কার (১৮৯১):** আর এইভাবেই তারা আবিষ্কার করে ফেলে ‘ট্রাভেলার্স চেক’! এটা ছিল এক যুগান্তকারী আবিষ্কার, যা ভ্রমণ ও আর্থিক শিল্পে বিপ্লব এনে দেয়। এখন আর পকেটে নগদ টাকা রাখার ঝুঁকি নেই!

স্ট্যাটাস সিম্বল থেকে সর্বজনীন কার্ড

ট্রাভেলার্স চেকের পর তাদের দ্বিতীয় সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ উদ্ভাবন আসে আরও পরে, ১৯৫৮ সালে—সবুজ রঙের প্লাস্টিকের ‘চার্জ কার্ড’, যা আমেরিকান এক্সপ্রেস কার্ড নামে পরিচিত।

ট্রাভেলার্স চেকের মতোই এই কার্ডও মানুষকে পকেটে নগদ টাকা রাখার ঝামেলা থেকে মুক্তি দিল।

কিন্তু একটা সমস্যা ছিল: যেহেতু এই কার্ড সবাই পেত না, তাই খুব দ্রুতই ‘আমেরিকান এক্সপ্রেস কার্ড’ আমেরিকান অভিজাতদের মধ্যে স্ট্যাটাস সিম্বল হয়ে উঠলো।

সারা বিশ শতক ধরে তাদের বিজ্ঞাপনের স্লোগান ছিল: ‘মেম্বারশিপ হ্যাজ ইটস প্রিভিলেজেস’ (সদস্য হওয়ার নিজস্ব সুবিধা আছে)। এই স্লোগান বিশ্বজুড়ে এত জনপ্রিয় হয়েছিল যে, ধনী এবং অভিজাতরা এই কার্ডের মালিক হওয়ার জন্য উদগ্রীব থাকত।

ঝুঁকি নিলেন: যখন ‘অভিজাত’ তকমা ভাঙতে হলো!

আজ আমেরিকান এক্সপ্রেস একটি বিশাল বহুজাতিক কোম্পানি— তারা ভ্রমণ, আর্থিক ও নেটওয়ার্ক সেবাসহ সব দেয়। কিন্তু আজও অনেকে তাদের শুধু ‘চার্জ কার্ড কোম্পানি’ হিসেবেই চেনে।

কিন্তু কোম্পানি সাম্প্রতিক দশকগুলোতে নিজেদের বদলেছে। তারা ‘এক্সক্লুসিভ ব্র্যান্ড’ থেকে সরে এসে ‘সর্বজনীন ব্র্যান্ড’ হওয়ার চেষ্টা করছে।

- **পরিবর্তন:** তারা শুধু চার্জ কার্ড নয়, ‘ক্রেডিট কার্ড’ দেওয়াও শুরু করলো, যাতে আরও বেশি মানুষ ব্যবহার করতে পারে। মানুষ এখন স্ট্যাটাস সিম্বলের চেয়ে দৈনন্দিন সুবিধার জন্য এই কার্ড কেনে।

কড়া কথা ও ঝুঁকি: “একটি ‘সততার ব্র্যান্ড’ থেকে বেরিয়ে এসে ‘জনপ্রিয় ব্র্যান্ড’ হওয়ার চেষ্টা করাটা ছিল খুবই ঝুঁকিপূর্ণ ব্যবসা কৌশল! কিন্তু আমেরিকান এক্সপ্রেস তাদের দীর্ঘ অভিজ্ঞতা, আর্থিক সততা এবং নিরাপত্তার জন্য ‘বিশ্বের সবচেয়ে সম্মানিত সেবা ব্র্যান্ড’ হিসেবে নিজেদের প্রতিষ্ঠা করতে সফল হয়েছে।”

এই দীর্ঘদিনের সুনাম আর বিশ্বাসই হলো তাদের ব্যবসার মূল ভিত্তি। আর এই ভিত্তি ধরে রাখার জন্যই তারা এত বিশাল অঙ্কের টাকা বিজ্ঞাপনে খরচ করে। এই বিশ্বাসই বাফেটের কাছে সবচেয়ে দামি সম্পদ!

সার্ভিস মাস্টার গ্লোবাল হোল্ডিংস: অপরিহার্য সেবার রাজা

বিশেষ করে আমেরিকায়, বাড়ি বা অফিসের কাজের জন্য ‘সার্ভিস মাস্টার’ হলো সবচেয়ে জনপ্রিয় নাম।

এরা কী করে? এদের মূল সেবাগুলো হলো: পোকা ও কীট নিয়ন্ত্রণ, হোম ওয়ারেন্টি, দুর্ঘোণ মোকাবেলা ও মেরামত, ঝাড়ু দেওয়ার সেবা, ঘর পরিষ্কার এবং আসবাবপত্র মেরামত।

এদের বিশ্বজুড়ে ৭,০০০-এর বেশি শাখা আছে। ২০১৬ সালে তাদের মোট আয় ছিল ২.৭৪৬ বিলিয়ন ডলার এবং নিট মুনাফা ছিল ১৫৫ মিলিয়ন ডলার।

পিয়ন থেকে ব্যবসায়ী: মারিয়ন ই. ওয়েডের গল্প

সার্ভিস মাস্টারের প্রতিষ্ঠাতা মারিয়ন ই. ওয়েড। পারিবারিক কারণে তাকে অষ্টম শ্রেণি থেকেই স্কুল ছাড়তে হয়েছিল এবং পরিবারকে সাহায্য করার জন্য পিয়নের চাকরি নিতে হয়েছিল।

পাশাপাশি তিনি বেসবল খেলতেন এবং সেমি-প্রফেশনাল দল ‘শিকাগো ব্রেভস’-এও যোগ দেন। প্রথম বিশ্বযুদ্ধে তার ভাই মারা যাওয়ার পর তিনি নিজেও ১৯১৮ সালে নৌবাহিনীতে যোগ দেন। যুদ্ধ শেষ হওয়ার পর, ১৯২০ সালে তিনি বিয়ে করে বেসবল ছেড়ে একজন সেলসম্যান হিসেবে পেশা শুরু করেন।

➤ **টার্নিং পয়েন্ট (১৯২৯):** যখন বিশ্বজুড়ে মন্দা শুরু হয়, তখন ওয়েড বাড়ি ও অফিসের মথ প্রুফিং (পোকা থেকে সুরক্ষা) সেবা দেওয়া শুরু করেন।

➤ **বিশাল বৃদ্ধি:** ১৮ বছর পর, ১৯৪৭ সালে তিনি কার্পেট পরিষ্কার করার সেবাও যুক্ত করলেন। ব্যবসা দ্রুত গতিতে বাড়তে শুরু করলো। ১৯৫৪ সালে কোম্পানির নাম পাঁটে হলো ‘সার্ভিস মাস্টার’।

ব্যাফেটের সূত্র: সার্ভিস মাস্টার কেন ‘রাইট বিজনেস’? কারণ, আপনার ঘরে হাঁদুর ঢুকলে বা কার্পেটে ময়লা জমলে আপনি আর অপেক্ষা করবেন না! এই সেবাগুলো জরুরি এবং এর কোনো বিকল্প নেই! আপনার আর্থিক অবস্থা খারাপ হলেও আপনি পোকা মারবেনই। এই কারণেই এই ব্যবসাগুলো টিকে থাকে।

ওয়েলস ফার্গো অ্যান্ড কোম্পানি: ব্যাংকিংয়ের পুরনো ঘোড়া

ওয়েলস ফার্গো হলো বিশ্বের অন্যতম প্রধান আর্থিক সেবাদানকারী ব্যাঙ্ক।

২০১৭ সালের হিসাবে এর ব্যাল্ড ভ্যালু ছিল ১৩.২ বিলিয়ন ডলার। ঐ সময় তাদের আয় ছিল ৯৪.২ বিলিয়ন ডলার এবং তারা ব্যাল্ড প্রমোশনের জন্য ৫৯৫ মিলিয়ন ডলার খরচ করেছিল।

‘ফোর্বস’ ম্যাগাজিনের ২০১৭ সালের ‘বিশ্বের ২০০০ বৃহত্তম পাবলিক কোম্পানির’ তালিকায় ওয়েলস ফার্গো ছিল পঞ্চম অবস্থানে। মজার বিষয় হলো, ২০১৫ সালে একবার তারা বাজার মূলধনের দিক থেকে বিশ্বের সবচেয়ে বড় আর্থিক প্রতিষ্ঠান ICBC-কে (ইন্ডাস্ট্রিয়াল অ্যান্ড কমার্শিয়াল ব্যাংক অফ চায়না) ছাড়িয়ে গিয়েছিল!

সোনা খোঁজার দিন থেকে জন্ম

সময়কাল (১৮৪৮): ক্যালিফোর্নিয়ার সাটার’স মিলে যখন সোনা পাওয়া গেল, তখন সারা পৃথিবী থেকে উদ্যোক্তা ও অর্থলব্ধিকারীরা লাভের আশায় ভিড় জমিয়েছিল।

- ❖ **ধীরেসুস্থে শুরু:** হেনরি ওয়েলস এবং উইলিয়াম জি. ফার্গো নামে দুই ব্যবসায়ী ক্যালিফোর্নিয়ার এই অর্থনীতিকে কাছ থেকে দেখছিলেন। কিন্তু তারা ছুট করে সেখানে গেলেন না।

- সঠিক সময়ে সিদ্ধান্ত: ১৮৫২ সালের ১৮ মার্চ তারা মাত্র ০.৩০ মিলিয়ন ডলার মূলধন নিয়ে ওয়েলস ফার্গো অ্যান্ড কোম্পানি প্রতিষ্ঠা করলেন। উদ্দেশ্য ছিল ক্যালিফোর্নিয়ায় ব্যাংকিং সেবা দেওয়া।

পরবর্তীকালে অনেক উত্থান-পতনের পর ১৯৯৮ সালে অন্য একটি ব্যাংকের (Norwest Corporation) সাথে একীভূত হয়ে আজকের ওয়েলস ফার্গো তৈরি হয়। কিন্তু পুরোনো ব্র্যান্ডের ঐতিহাসিক সুনাম বজায় রাখার জন্য তারা ‘ওয়েলস ফার্গো’ নামটাই ধরে রাখলো।

নগদ টাকা তৈরির সুবিধা: সেবা বনাম পণ্য

এই ‘অনন্য সেবা’ বিক্রি করা কোম্পানিগুলোর অর্থনীতি কেন এত চমৎকার, সেটা বাফেটের চোখ দিয়ে দেখা যাক:

- উৎপাদন খরচ নেই: তাদের পণ্যের ডিজাইন পাল্টাতে বা বিশাল কারখানা বসাতে টাকা খরচ করতে হয় না।
- কম ঝুঁকি: পণ্য উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠানের মতো যন্ত্রপাতির আপগ্রেড বা গুদামঘরে মাল রাখার চিন্তা তাদের করতে হয় না।
- স্থির লাভ: এই কোম্পানিগুলো (যারা মানুষের মনের একটা অংশের মালিক) পণ্য বিক্রিতে কোম্পানির চেয়ে বেশি লাভের মার্জিন তৈরি করতে পারে।
- কর্মচারীর সুবিধা: এই কোম্পানিগুলোর ম্যানেজাররা তাই অনেক বেশি পারিশ্রমিক পান। তাদের পেশাগত

জীবনও অনেক স্থিতিশীল, কারণ অন্য ব্যবসার মতো আর্থিক অস্থিরতা এদের ওপর তেমন প্রভাব ফেলে না।

মন্দা এদের কিছুই করতে পারে না!

একটা উদাহরণ দেখুন: ট্যাক্স প্রস্তুতকারী কোম্পানি এইচ অ্যান্ড আর ব্লক আর গাড়ি নির্মাতা জেনারেল মোটরস।

“অর্থনৈতিক মন্দা যত ভয়াবহই হোক না কেন, মানুষকে ট্যাক্স রিটার্ন ফাইল করতেই হবে! তাই এইচ অ্যান্ড আর ব্লকের ব্যবসায় কোনো মন্দা আসে না।”

অন্যদিকে, সামান্য মন্দা শুরু হলেও মানুষ সবার আগে নতুন গাড়ি কেনা বন্ধ করে দেয়! ফলে জেনারেল মোটরসের মতো কোম্পানির আর্থিক অবস্থা খারাপ হতে খুব বেশি সময় লাগে না।

শুধু তাই নয়, এইচ অ্যান্ড আর ব্লকের ম্যানেজারদের রাতে ঘুমাতে যাওয়ার আগে শ্রমিক ইউনিয়নের দাবি বা ঋণের বোঝা নিয়ে বা ক্রেতার আচমকা মন পরিবর্তন নিয়ে জিএম-এর বসের মতো গভীর চিন্তা করতে হয় না!

কম দামে কেনা-বেচা: বাজারের একচ্ছত্র রাজা

ওয়ারেন বাফেটের মতে, তৃতীয় ধরনের কোম্পানিগুলো, যাদের টেকসই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা আছে, তারা একদম সহজ একটি নীতি মেনে চলে: খুব কম দামে জিনিস কেনা এবং ক্রেতাদের কাছে সর্বনিম্ন দামে বিক্রি করা!

ব্যাফেটের পছন্দের এই ধরনের কোম্পানিগুলো হলো: ওয়ালমার্ট, কস্টকো, নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্ট, ইত্যাদি।

এই কোম্পানিগুলো অনেক বেশি বিক্রি করে। যেহেতু তারা বিশাল পরিমাণে পণ্য কেনে, তাই তাদের কেনার খরচ অনেক কম পড়ে। এই কম দামেই তারা বাজারে অন্যদের চেয়েও কম দামে বিক্রি করে বেশি লাভ করতে পারে।

এই সর্বনিম্ন দামই কিন্তু তাদের ‘গুডউইল’! এই কারণেই ক্রেতারা বারবার তাদের দোকানে আসে।

ওয়ালমার্ট স্টোর্স: আকারই যেখানে শক্তি!

ওয়ালমার্টকে বলা হয় ‘স্কেল বিজনেস’ ব্র্যান্ড।

দাপট দেখুন: ১৯৮০ ও ৯০-এর দশকে ওয়ালমার্ট শুধু আমেরিকায় নয়, জাতীয় পর্যায়েও তাদের আধিপত্য প্রতিষ্ঠা করে। ১৯৮৮ সালে তারা সবচেয়ে বেশি লাভ করা এবং ১৯৮৯ সালের মধ্যে সবচেয়ে বেশি আয় করা রিটেইল চেইন হয়ে ওঠে।

- ২০০২ সাল: ওয়ালমার্ট আমেরিকার বৃহত্তম কোম্পানি হয়।
- ২০১১ সাল: ৪২২ বিলিয়ন ডলারের মোট আয় নিয়ে ওয়ালমার্ট বিশ্বের বৃহত্তম কোম্পানি (আয়ের দিক থেকে) হিসেবে নিজের অবস্থান পাকাপোক্ত করে।

২০১৭ সালে ‘ফোর্বস’ তাদের ব্র্যান্ড ভ্যালু ধরেছিল ২৪.১০ বিলিয়ন ডলার। এই তালিকায় অন্য সবার চেয়ে তাদের আয় ছিল সর্বোচ্চ—৩২৬.৩০ বিলিয়ন ডলার!

ফাইন্যান্সিয়াল পারফরম্যান্স (২০১৭):

- মোট আয়: ৪৮৫.৮৭৩ বিলিয়ন ডলার
- নিট মুনাফা: ১৪.২৯৩ বিলিয়ন ডলার
- নেটওয়ার্ক: বিশ্বের ২৮টি দেশে ৬৫টি ব্র্যান্ড নামে ১১,৫০০টি স্টোর!

স্যাম ওয়ালটনের রহস্য: গ্রাহককে চেনো, সম্মান করো

ওয়ালমার্টের প্রতিষ্ঠাতা স্যাম ওয়ালটন মাত্র ২৭ বছর বয়সে ১৯৪৫ সালে একটি সাধারণ রিটেইল ব্যবসা শুরু করেছিলেন। কীভাবে এটা বিশ্বের সবচেয়ে বড় রিটেইল ব্র্যান্ড হলো?

স্যাম ওয়ালটন তার আত্মজীবনী ‘মেইড ইন আমেরিকা মাই স্টোরি’তে বলেছেন, তার ব্যবসার মূল দর্শন হলো গ্রাহকের সাথে দৃঢ় সম্পর্ক তৈরি করা।

তিনি তার ব্যবসায়িক নিয়মের অষ্টমটিতে লিখেছেন: ‘তাদের (গ্রাহকদের) জানতে দিন যে আপনি তাদের মূল্যায়ন করেন।’

ব্যবসার শিক্ষা: “আপনার স্টোর যত বড়ই হোক না কেন, গ্রাহকের সাথে সম্পর্কটা হতে হবে একদম পারিবারিক, প্রতিবেশীর মতো! এটাই ওয়ালমার্ট করেছে। তারা তাদের স্টোরগুলোতে ‘রিসেপশনিস্ট’ রেখেছিল, যাতে কেনাকাটার অভিজ্ঞতাটা ব্যক্তিগত মনে হয়।”

ওয়ালমার্ট প্রথম থেকেই বিশেষ সফটওয়্যার ব্যবহার করত, যা ক্রেতাদের খরচের ধরন পরিমাপ করত। এই তথ্যের ভিত্তিতেই

ওয়ালমার্ট বুঝতে পারতো, কোন দোকানে কোন জিনিস কী পরিমাণে দরকার।

মূল কৌশল: আকারই যেখানে অস্ত্র!

ওয়ালমার্টের সাফল্যের আসল চাবিকাঠি হলো তাদের ব্যবসার বিশাল আকার।

- কম দাম: আকারের কারণেই ওয়ালমার্ট যেকোনো পণ্য সবচেয়ে কম দামে এবং বিশাল পরিমাণে কিনতে পারে।
- সর্বনিম্ন মূল্যে বিক্রি: আর এই সুবিধাটাই তাদের ক্রেতাদের ‘প্রতিদিনের সর্বনিম্ন দাম’ (**Every Day Low Prices**) দিতে সাহায্য করে। অন্য যেকোনো দোকানের চেয়ে তাদের দাম সব সময় কম থাকে।

এই ক্রমাগত বড় হতে থাকার কারণেই ওয়ালমার্ট ভারতসহ অনেক দেশে সরাসরি রিটেইল ব্যবসার অনুমতি পায়নি। কারণ ভারত সরকারের আশঙ্কা ছিল, ওয়ালমার্ট এলে ছোট ও মাঝারি ব্যবসায়ীরা বাজারে টিকতে পারবে না এবং তাদের ব্যবসা বন্ধ হয়ে যাবে।

কিন্তু এই কারণেই ওয়ালমার্ট তার গ্রাহক-কেন্দ্রিক ব্যবসায়িক দর্শন ছাড়তে পারে না। তাদের দর্শন একটাই—কম দামে সেরাটা দাও!

মিসেস বি'র রাজত্ব: দর কষাকষি আর সত্তার গল্প (NFM)

নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্ট (NFM) হলো উত্তর আমেরিকার সবচেয়ে বড় আসবাবপত্রের দোকান।

ওয়ারেন বাফেটের নিজের শহর ওমাহাতে অবস্থিত এর প্রধান শাখাটি। মিসেস বি. (Rose Blumkin) নামের এক দৃঢ়চেতা নারী ১৯৩৭ সালে এটি প্রতিষ্ঠা করেন।

১৯৮৩ সালে, যখন মিসেস বি-র বয়স ৮৯, তখন তিনি তার কোম্পানির ৮০% অংশীদারি ৬০ মিলিয়ন ডলারে বাফেটের কাছে বিক্রি করে দেন। মজার ব্যাপার হলো, বাফেটের অনুরোধে মিসেস বি. তার প্রায় পুরো জীবনই দোকানটি পরিচালনা করেছেন।



দারিদ্র ও জেদ: মিসেস বি.-র উত্থান

রোস ব্লুমকিন (মিসেস বি.) ছিলেন বেলারুশের এক দরিদ্র পরিবারে আট সন্তানের একজন। তার বাবা ছিলেন ধর্মীয় শিক্ষক (রাব্বি), আর মা চালাতেন মুদি দোকান। রাতে তাদের সবাইকে একই রুমে খড়ের ওপর ঘুমাতে হতো।

“যে বাবা তার সন্তানদের একটা তোষকও দিতে পারেননি, তার প্রার্থনা দেখে রোজের মনে কষ্ট হতো। রাতে যখন মাকে কৃতদাসের মতো রুটি সৈঁকতে দেখতেন, তখন তিনি ঠিক করলেন—ভিক্ষা করা সবচেয়ে খারাপ কাজ, আর তাই তিনি জীবন দিয়ে পরিশ্রম করবেন।”

- **শৈশব:** রোজ স্কুলে যাওয়ার সুযোগ পাননি। তবে এক ধনী পরিবারে কাজ করতে গিয়ে লেখা, পড়া ও অঙ্ক শিখেছিলেন।
- **১৩ বছর বয়সে কাজ:** মাত্র ১৩ বছর বয়সে তিনি একটি কাপড়ের দোকানে কাজ নেন।
- **১৬ বছর বয়সে ম্যানেজার:** তিন বছর পর, ১৬ বছর বয়সে তিনি ছয়জন পুরুষ কর্মীর ম্যানেজার হয়ে গেলেন!

রোজ যখন আমেরিকায় এলেন, তখনো ইংরেজি জানতেন না। কিন্তু ১৯১৯ সালে ওমাহাতে এসে তার স্বামী কাপড় বিক্রির দোকান খুললেন আর রোজ শুরু করলেন বেসমেন্টে আসবাবপত্র বিক্রি!



ব্যবসার মন্ত্র: সস্তা বেচো, সত্যি বলো!

৪৪ বছর বয়সে, ১৯৩৭ সালে, রোজ মাত্র ৫০০ ডলার জমিয়ে একটি দোকান ভাড়া নিলেন এবং তার নাম দিলেন ‘নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্ট’।

তার ব্যবসার মন্ত্র ছিল মাত্র দু’টি: “কম দামে বেচো এবং সত্য কথা বলো!” **(Sell cheap and tell the truth!)**

ব্র্যাণ্ডেড ফার্নিচার কোম্পানিগুলো মিসেস বি-র এই সস্তা বিক্রির পদ্ধতির ঘোর বিরোধী ছিল এবং তাকে জিনিস দেওয়া বন্ধ করে দিল। কিন্তু মিসেস বি. ছিলেন চোরাকারবারিতে (ইললিজিটিমেট গুডস) পটু! তিনি শিকাগো বা কানসাসে গিয়ে

রিটেইলারদের অতিরিক্ত পণ্য প্রায় কেনা দামেই কিনে আনতেন এবং ওমাহাতে সবচেয়ে কম দামে বিক্রি করতেন।

ব্যাংকের মতো মানুষও যার কাছে হার মানে!

একবার ব্যবসায় সম্প্রসারণের জন্য রোজ ব্যাংকের কাছে লোন চাইলেন। ব্যাংক কর্মকর্তারা তাকে উপহাস করে ফিরিয়ে দিল।

“বড় মানুষের প্রতি তার মনে চিরস্থায়ী ঘৃণা তৈরি হলো সেদিন। কিন্তু তিনি দমে যাননি! বরং নিজের সংকল্পের জোরে ব্যবসা এগিয়ে নিলেন।”

তিনি বছরে ৫২ সপ্তাহ, সপ্তাহে ৭ দিন, একটানা কাজ করতেন, কোনো ছুটি নিতেন না। কেন? কারণ, তিনি তার কাজ এবং মধ্যবিত্ত ক্রেতাদের ভালোবাসতেন। এই বিশ্বস্ত গ্রাহকরাই তাকে ‘মিসেস বি’ নামে জনপ্রিয় করে তুলল।

কোর্টেও জয়ী

১৯৪৯ সালে মোহাক কার্পেট মিলস তাকে কোর্টে টেনে নিয়ে গেল। কারণ তারা কার্পেটের সর্বনিম্ন খুচরা মূল্য ঠিক করেছিল ৭.২৫ ডলার, কিন্তু মিসেস বি. বিক্রি করছিলেন ৪.৯৫ ডলারে!

জজ সাহেব উল্টো মোহাকের আইনজীবীকে জিজ্ঞেস করলেন, “তাহলে সমস্যা কী?”—এবং তাদের অভিযোগ খারিজ করে দিলেন। শুধু তাই নয়, জজ সাহেব পরের দিন নিজেই NFM-এ এসে ১৪০০ ডলারের কার্পেট কিনে নিয়ে গেলেন!

বাহেট কেনেন, কিন্তু রাজত্ব ছাড়েন না

ওয়ারেন বাহেট দীর্ঘদিন ধরেই NFM কেনার জন্য আগ্রহী ছিলেন। ১৯৮৩ সালে যখন মিসেস বি. বিক্রি করতে রাজি হলেন, তখন কোম্পানির কর-পূর্ব আয় ছিল ১৫ মিলিয়ন ডলার।

বাহেটের অস্বাভাবিক চুক্তি:

বাহেট দোকানের সম্পত্তির খোঁজ না নিয়েই, আয়ের পাঁচ গুণ দামে—অর্থাৎ ৬০ মিলিয়ন ডলারে—৮০% মালিকানার প্রস্তাব দিলেন। মিসেস বি. সাথে সাথেই তা মেনে নিলেন।

কেন এত সহজে বাহেট রাজি হলেন? কারণ তখন NFM-এর বার্ষিক বিক্রি ছিল ১০০ মিলিয়ন ডলার এবং ওমাহার মোট আসবাবপত্র বিক্রির দুই তৃতীয়াংশ ছিল এই দোকানের দখলে। ডি লর্ডসের মতো ৪ বিলিয়ন ডলারের চেইনও ওমাহাতে দোকান খোলেনি, কারণ তারা মিসেস বি.-র দামের সাথে পাল্লা দিতে পারত না!

এই কারণেই বাহেট কেনা সত্ত্বেও মিসেস বি. এবং তার পরিবারের হাতেই দোকানের ম্যানেজমেন্টের দায়িত্ব রেখেছিলেন।

৯৫ বছরে নতুন দোকান!

১৮৯৯ সালে, যখন পরিবারের লোকেরা মিসেস বি.-কে ৯৫ বছর বয়সে অবসর নিতে বাধ্য করলেন, তিনি মন খারাপ করলেন। মাত্র তিন মাস পরই তিনি মূল দোকানের ঠিক সামনেই “মিসেস বি’স ক্লিয়ারেন্স অ্যান্ড ফ্যাক্টরি আউটলেট” নামে নতুন দোকান খুলে ফেললেন!

“বয়স কোনো বাধা নয়, যদি জেদ থাকে! ৯৫ বছর বয়সে শুরু করা এই নতুন দোকান দু’বছরের মধ্যেই ওমাহার তৃতীয় বৃহত্তম ফার্নিচার স্টোর হয়ে গেল।”

পরের বছর বাফেট সেই দোকানটিও কিনে পুরনো দোকানের সাথে একীভূত করে দিলেন।

১৯৯৮ সালে ১০৪ বছর বয়সে মিসেস বি. মারা যান। তিনি আমেরিকার সবচেয়ে বড় ফার্নিচার স্টোর রেখে গিয়েছিলেন।

বোরশেইমস জুয়েলারি কোম্পানি: বিশ্বাস যেখানে হীরা!

মিসেস বি-র (NFM-এর প্রতিষ্ঠাতা) ব্যবসার ধরনে ওয়ারেন বাফেট এত মুগ্ধ হয়েছিলেন যে, নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্ট কেনার মাত্র ছয় বছর পর তিনি ওমাহাতে অবস্থিত বোরশেইমস জুয়েলারি কিনে নেন।

এই অলংকারের দোকানটি ১৮৭০ সালে প্রতিষ্ঠিত। তবে যখন মিসেস বি-র বোন রেবেকা এবং ভগ্নিপতি লুই ফ্রাইডম্যান ১৯৪৮ সালে এটি কেনেন, তখন তারাও মিসেস বি-র নীতি গ্রহণ করেন: “কম দামে বেচো এবং সত্য কথা বলো!”

এই নীতির ফলেই দোকানটি দ্রুত জনপ্রিয় হতে শুরু করে।

- **বিশাল আকার:** ১৯৮৬ সালে ওমাহার সিটি সেন্টারে অবস্থিত ৮,০০০ বর্গফুটের দোকানটি ছোট হয়ে যাওয়ায়, তারা শহরের সবচেয়ে দামি শপিং সেন্টার রিজেন্সি কোর্টে ২৩,০০০ বর্গফুটের নতুন জায়গায় চলে যায়। খুব দ্রুতই

তারা টিফানি অ্যান্ড কোম্পানির পর আমেরিকার দ্বিতীয় বৃহত্তম অলংকারের দোকান হয়ে ওঠে। পরে এর আয়তন আরও বাড়িয়ে ৬২,৫০০ বর্গফুট করা হয়।

- **কেন সেরা?:** এই একটি দোকান থেকেই বোরশেইমস বিশ্বের ৫০টিরও বেশি দেশের আন্তর্জাতিক ক্রেতাদের চাহিদা পূরণ করে। এর কারণ সেই একটাই—বিশ্বাস! কম দামে আসল পণ্য পাওয়ার বিশ্বাস।

বাকেটের সূত্র: গহনা একটা বিলাসী পণ্য। কিন্তু যখন আপনি বিলাসী পণ্যেও কম দাম ও সততার গ্যারান্টি দেন, তখন তা একচেটিয়া সুবিধা এনে দেয়।

বার্লিংটন নর্দার্ন সান্তা ফে (BNSF) কর্পোরেশন: একচেটিয়া রেললাইন

এটি হলো **BNSF** রেলওয়ের মূল কোম্পানি, যা উত্তর আমেরিকার সবচেয়ে বড় মালামাল পরিবহনকারী রেল নেটওয়ার্কগুলোর মধ্যে অন্যতম।

- **বিশাল সাম্রাজ্য:** এদের আছে ৪৪,০০০ কর্মী, ৩২,৫০০ মাইল (৫২,৩০০ কিমি) রেললাইন এবং ৮,০০০-এরও বেশি ইঞ্জিন। এদের তিনটি ট্রান্সকন্টিনেন্টাল রুট আছে যা পশ্চিম এবং পূর্ব আমেরিকার মধ্যে সংযোগ রক্ষা করে।
- **বাকেটের সবচেয়ে বড় চুক্তি:** ২০০৯ সালের ৩ নভেম্বর বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে এই কোম্পানির বাকি ৭৭.৪%

অংশীদারি ২৬ বিলিয়ন ডলারে কেনার প্রস্তাব দেয়। বার্লিংটন নর্দার্নের ঋণ ও অন্যান্য দায় মিলিয়ে এই চুক্তির মোট মূল্য দাঁড়ায় ৪৪ বিলিয়ন ডলার। ২০১০ সালের ১২ ফেব্রুয়ারি সম্পন্ন হওয়া এই চুক্তিটি ছিল বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ারের ইতিহাসে সবচেয়ে বড় অধিগ্রহণ।

রেললাইন হলো একধরনের ‘ভৌগোলিক মনোপলি’! একবার লাইন পাতা হয়ে গেলে আর কেউ চাইলেও একই পথে লাইন পাততে পারে না। এই অপরিহার্যতা এবং একচেটিয়া নিয়ন্ত্রণই হলো বাফেটের চোখে টেকসই ব্যবসার চূড়ান্ত উদাহরণ।

অধ্যায় ১-এর উপসংহার: কিসে উন্নতি, কিসে

কম!

এই অধ্যায়ে আমরা টেকসই ব্যবসায়িক সুবিধা প্রদানকারী তিন ধরনের ব্যবসা দেখলাম:

ব্যবসার ধরণ	উদাহরণ	প্রধান সুবিধা	ক্যারিয়ারের সুযোগ
১. অনন্য পণ্য (কোকাকোলা, মার্লবোরো)	ব্র্যান্ড ও অভ্যাস	সর্বোচ্চ মুনাফার মার্জিন, কম আপগ্রেড খরচ।	ভালো ও দ্রুত প্রবৃদ্ধি।
২. অনন্য সেবা (মুডি’স, এইচ অ্যান্ড আর ব্লক)	নির্ভরশীলতা ও বিশ্বাস	অর্থনৈতিক মন্দাতেও ব্যবসা স্থির থাকে, কম ইনভেস্টমেন্ট।	খুবই স্থিতিশীল এবং উৎপাদনশীল।

৩. কম দামে কেনা-বেচা (ওয়ালমার্ট, NFM)	বিশাল আকার ও কম দাম	বিক্রির পরিমাণ বেশি হওয়ায় বেশি লাভ।	গড় মানের চেয়ে ভালো, তবে বেতন কম রাখার চাপ থাকে।
---	------------------------	---	---

বাহফেট এই তিনটি মডেলের কোম্পানিকেই ‘সঠিক ব্যবসা’ মনে করেন। তবে কম দামে কেনা-বেচা করা কোম্পানিগুলোর ম্যানেজমেন্ট সবসময় খরচ নিয়ন্ত্রণে রাখতে চায়, তাই কর্মীদের বেতনও তুলনামূলকভাবে কম রাখার চেষ্টা করা হয়। তবুও, সাধারণ ব্যবসার চেয়ে এই কোম্পানিগুলোতে চাকরির সুযোগ এবং ম্যানেজমেন্টের ক্ষেত্রে ভালো সম্ভাবনা থাকে।

তবে এদের মধ্যে সেরাটা বেছে নিতে বাহফেট এদের আর্থিক দিকগুলো কঠোরভাবে পরীক্ষা করেন।

ব্যবসার অর্থনৈতিক পরীক্ষা

ব্যবসা মানেই জুয়া নয়!

আগের অধ্যায়ে আমরা পড়েছি, ওয়ারেন বাফেটের চোখে সেই কোম্পানিগুলোই সেরা, যা কর্মীদের জন্য সেরা ক্যারিয়ার, চাকরির নিরাপত্তা এবং দীর্ঘমেয়াদী উপার্জনের সুযোগ এনে দেয়। আর এই কোম্পানিগুলোই হলো সেই ‘সঠিক ব্যবসা’, যাদের জন্মগত অর্থনীতি তাদের পক্ষেই কাজ করে। আমরা এই ‘টেকসই সুবিধা’ দেওয়া কোম্পানিগুলোর তিনটি মডেলও দেখেছি।

এখন দেখবো, বাফেট এই ‘সঠিক’ কোম্পানিগুলোর মধ্যেও সেরাটা বেছে নিতে কী পদ্ধতি ব্যবহার করেন, যাকে তিনি বলেন—
ব্যবসার অর্থনৈতিক পরীক্ষা (**Economic Test**)!

শুনুন, বাফেট সবসময় ইনভেস্টমেন্টকে একটি খাঁটি ব্যবসা হিসেবে দেখেছেন। পেশাদার পরিভাষায় এই দর্শনকে বলা হয়—
‘বিজনেস পার্সপেক্টিভ ইনভেস্টিং’।

বাফেট বলেন: “আসল ইনভেস্টমেন্ট সেটাই, যা ব্যবসার মৌলিক নীতি মেনে চলে। এখানে আন্দাজ বা জুয়া খেলার কোনো জায়গা নেই!”

ব্যবসার প্রাথমিক লক্ষ্য কী? লাভ করা। লাভ কীসের ভিত্তিতে হয়? চাহিদা ও সরবরাহের অর্থনীতির মৌলিক সূত্রের

ওপর ভিত্তি করে। বাফেটের ঐতিহাসিক সাফল্যের রহস্য লুকিয়ে আছে এই ‘বিজনেস পার্সপেক্টিভ ইনভেস্টিং’-এর মধ্যেই।

ভয় আর লোভের খেলা: বোকারা যেখানে নাচে

এই ধারণাটা শুনতে সহজ মনে হলেও, বাস্তবে এটা অত্যন্ত চ্যালেঞ্জিং। কারণ, এই ব্যবসায়িক দৃষ্টিভঙ্গিতে বিনিয়োগ করতে বিশাল আর্থিক জ্ঞান লাগে না—কিন্তু পুঁজিবাজারে প্রচলিত ধ্যানধারণা থেকে সম্পূর্ণ আলাদা হতে হয়!

বাফেটের ‘বিজনেস পার্সপেক্টিভ ইনভেস্টিং’ হলো এক ধরনের বিশেষ পেশাদার দক্ষতা, যা ব্যবসার ‘দর্শন’-এর চেয়েও বেশি নির্ভর করে ‘শৃঙ্খলা’ (**Business Discipline**)-এর ওপর। আপনি যখন এই ধারণাটা বুঝবেন, তখন বুঝবেন—এই দক্ষতার জন্য পরম নিষ্ঠা প্রয়োজন।

এই পরম নিষ্ঠাই আপনাকে আর্থিক জগতে টিকে থাকতে সাহায্য করে। সামান্য বিচ্যুতি ঘটলেই আপনি ‘ভয়’ এবং ‘লোভ’-এর অর্থহীন তালে নাচতে শুরু করবেন—এবং আপনি আর বুদ্ধিমান বিনিয়োগকারী থাকবেন না, চিরতরে একজন নির্বোধ ফটকাবাজ হয়ে যাবেন।

সিরিয়াস সতর্কবার্তা: মনে রাখবেন, বিশ্বের সব পুঁজিবাজারেই প্রচুর নির্বোধ ফটকাবাজ আছে। তারা আন্দাজের ভিত্তিতে উল্টাপাল্টা আচরণ করে ভয় আর লোভের পরিবেশ তৈরি করে। যারা রাতারাতি ধনী হওয়ার স্বপ্ন দেখে, তারা সহজেই এদের জালে ধরা পড়ে। কারণ তারা ফটকাবাজির এই পথটাকে সহজ মনে করে। এরা কঠোর পরিশ্রমী বুদ্ধিমান বিনিয়োগকারীদের

সাধনা উপভোগ করতে পারে না। হয় তারা ফটকাবাজদের দলে ভিড়ে যায়, নয়তো সব হারিয়ে বাজার থেকে উধাও হয়ে যায়।

অন্যের ভুল থেকে লাভ করার সুযোগ

এর উল্টোটা ঘটে বুদ্ধিমান বিনিয়োগকারীর ক্ষেত্রে: “আপনি যদি ব্যবসার দৃষ্টিকোণ থেকে বিনিয়োগ করেন, তবে অন্যদের বোকামি আপনার জন্য মুনাফার ফসল তোলার উর্বর জমি হয়ে ওঠে!”

অর্থাৎ, নির্বোধ ফটকাবাজরা ভয় আর লোভের মানসিকতার কারণে যখন ভুল করে, তখন শৃঙ্খলাপরায়ণ বিনিয়োগকারীরা সেই ভুলগুলো থেকে লাভ করার সুযোগ পান।

কিন্তু শুধু অন্যদের বোকামির ফলেই সুযোগ আসে না। আসল কথাটা হলো: তারা এই সুযোগগুলো কাজে লাগাতে পারেন, কারণ তাদের নিজেদের মধ্যে শৃঙ্খলাবদ্ধ ব্যবসায়িক আচরণ আছে!

আপনার কাজ: ব্যবসা মূল্যায়ন

ওয়ারেন বাফেটের এই মৌলিক বিনিয়োগ দর্শন গ্রহণ করতে হলে, আপনাকে অবশ্যই ব্যবসা মূল্যায়নের শিল্প শিখতে হবে। তা না হলে আপনার বিনিয়োগ সিদ্ধান্তগুলো বিচক্ষণ হবে না এবং আপনিও পুঁজিবাজারের জুয়াড়ীদের দলে যোগ দেবেন, জড়িয়ে পড়বেন ফটকাবাজিতে।

এবং যেকোনো ব্যবসার প্রকৃত অবস্থা নির্ধারণ করতে হলে, সেই ব্যবসায়িক ব্যালেন্স শীট বিশ্লেষণ করতে হবে এবং এর আড়ালে থাকা সংখ্যাগুলোর অর্থ পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে বুঝতে হবে।

ওয়ারেন বাফেটের ‘পিনবল’ ব্যবসা: শুরুতেই ধাক্কা!

শুনে মিয়া ভাই, একটা কথা মনে রাখবেন—ব্যবসা শুরু করার আগে তরুণ ওয়ারেন বাফেট কিন্তু কখনো ভাবেননি যে, তিনি আমেরিকা বা পৃথিবীর সবচেয়ে ধনী ব্যক্তি হবেন! এই ধরনের আকাশছোঁয়া স্বপ্ন তার ছিল না।

তবে হ্যাঁ, তার মধ্যে একটা তীব্র আকাঙ্ক্ষা ছিল: অনেক টাকা কামাতে হবে! আর সেই জন্য তিনি সিদ্ধান্ত নিয়েছিলেন—একটি ব্যবসা শুরু করবেন।

বাফেট চক্রবৃদ্ধি সুদের অসাধারণ ক্ষমতা সম্পর্কে ছোটবেলা থেকেই জানতেন। তিনি জানতেন, যত তাড়াতাড়ি ব্যবসা শুরু করা যায়, ফলাফল তত ভালো হবে। তিনি আরও জানতেন, মরে গেলে চক্রবৃদ্ধি সুদ আর আসবে না, উল্টো ট্যাক্স ডিপার্টমেন্ট দরজায় কড়া নাড়বে!

শৈশবের বিজনেস জিনিয়াস

ওয়ারেন ছোটবেলা থেকেই ব্যবসা আর ইনভেস্টমেন্টে সহজাত আগ্রহ দেখাতেন।

- চুইংগাম ও কোকাকোলার বোতল বিক্রি।
- সপ্তাহে সপ্তাহে পত্রিকা পৌঁছে দেওয়া।
- দাদার মুদি দোকানে কাজ করা।
- হাইস্কুলে থাকতেই গম্বফ বল ও স্ট্যাম্প বিক্রি, গাড়ি পরিষ্কার করা এবং খবরের কাগজ দিয়ে বেশ ভালো টাকা কামানো।

১৯৪৪ সালে, যখন তিনি প্রথম ইনকাম ট্যাক্স রিটার্ন ফাইল করেন, তখন তিনি সাইকেল ও ঘড়ি ব্যবহারের খরচ বাদ দিয়ে তার আয় রিপোর্ট করেছিলেন। সেই বয়সেই খরচ কমানোর এই বুদ্ধি!

৩৫ ডলারে প্রথম সম্পদ

১৯৪৫ সালে, হাইস্কুলের ছাত্র থাকা অবস্থাতেই, বাফেট উচ্চ আয়ের ব্যবসার ওপর অনেক গবেষণা করেন।

অবশেষে, তিনি ৩৫ মার্কিন ডলারে ভালো অবস্থায় থাকা একটি পুরনো ‘পিনবল মেশিন’ (কয়েন দিয়ে খেলার এক ধরনের মজার গেম মেশিন) কিনলেন।

এটাই ছিল তার ব্যবসার প্রথম সম্পদ!

এখন তার কাজ ছিল এমন একটা জায়গা খুঁজে বের করা, যেখানে সবচেয়ে বেশি মানুষ এটি ব্যবহার করবে। প্রথমে তিনি স্থানীয় বিলিয়ার্ড হলের মালিকের কাছে গেলেন। সেই মালিক তাকে সরাসরি ফিরিয়ে দিলেন। কারণ তার নিজেরই চারটি পিনবল

মেশিন ছিল। তিনি চাননি বাফেট এসে তার ব্যবসার একচেটিয়া বাজার ভেঙে দিক।

বাফেটের প্রথম শিক্ষা: “ব্যবসা করতে এসে এই প্রথম বাফেট বাজারের কঠিন বাস্তবের মুখোমুখি হলেন। টাকা কামানোর এই সুযোগ হাতছাড়া হওয়ায় তিনি হতাশ হলেন, কিন্তু হার মানতে রাজি ছিলেন না।”

মেশিন কেনার আগেই লাভ-ক্ষতির পুরো বিশ্লেষণ করা ছিল, তাই পেছনে ফেরার প্রশ্নই ওঠে না। তিনি মনস্থির করলেন—এই ব্যবসা দিয়েই টাকা কামাবেন। তিনি বুঝলেন, খুচরা ব্যবসার সাফল্যের জন্য স্থান সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ।

মাথায় ক্লিক করলো ‘সের্গে’র দোকান!

যেখানে সবচেয়ে বেশি কাস্টমার আসে, সেখানে ঢুকতে না পেরে বাফেট বিকল্প খুঁজতে লাগলেন। আর তখনই মাথায় এলো একটা দারুণ বুদ্ধি!

তিনি খেয়াল করলেন, যেসব ছেলে পিনবল খেলে, তাদের বেশিরভাগেরই চুল ‘ক্রু কাট’ স্টাইলে কাটা। তিনি খোঁজ নিয়ে জানলেন, স্থানীয় এক নাপিত—যার নাম ‘সের্গে’—এই স্টাইলের চুল কাটে।

বাফেট যখন সের্গের দোকান পরিদর্শন করলেন, তখন দুটো জিনিস দেখলেন:

১. দোকানে কোনো পিনবল মেশিন নেই। ২. দোকানে অনেকটা ফাঁকা জায়গা আছে, যেখানে তরুণরা চুল কাটানোর জন্য অপেক্ষা করার সময় পিনবল খেলতে পারবে।

ঠিক তখনই বাফেটের মাথায় জীবনের প্রথম ‘যৌথ উদ্যোগের’ (Joint Venture) ধারণা এলো। তিনি সের্গে-কে প্রস্তাব দিলেন, যদি তাকে মেশিন বসাতে দেওয়া হয়, তবে মোট আয়ের ২০% সের্গে পাবেন।

সের্গে যেন এই প্রস্তাবের অপেক্ষাতেই ছিলেন, তিনি সাথে সাথে রাজি হয়ে গেলেন।

পরের দিনই বাফেট মেশিন বসিয়ে দিলেন। তার পরের দিন দোকানে এসে দেখলেন মেশিনের মধ্যে ১০ ডলার জমা হয়েছে! তিনি সের্গে-কে ২০% (২ ডলার) দিলেন এবং নিজের পকেটে ঢোকালেন ৮০% (৮ ডলার)। দোকান থেকে বের হওয়ার সময় বাফেট বুঝতে পারলেন—এই ব্যবসাটা দারুণ লাভজনক হতে চলেছে!

অর্থনৈতিক বিশ্লেষণ জরুরি

কিন্তু বাফেটের এই পিনবল ব্যবসার মূল্য কত হবে, সেটা বলা জটিল। এর জন্য আমাদের ব্যবসার অর্থনীতি বা আর্থিক বিশ্লেষণ করতে হবে।

এই কাজটি করার জন্য সবার আগে আমাদের দেখতে হবে ব্যবসার ব্যালেন্স শীট বা এর আর্থিক অবস্থা।

এক দিনের হিসাব: পিনবল ব্যবসার অর্থনৈতিক পরীক্ষা

ক. ব্যালেন্স শীট: কোম্পানির আর্থিক স্বাস্থ্য

ব্যবসার ব্যালেন্স শীট হলো আসলে কোম্পানির আর্থিক অবস্থানের একটি রিপোর্ট। এটা একটা নির্দিষ্ট দিনে কোম্পানির হাতে কী আছে, আর কী দিতে হবে—তার হিসাব।

বাহফেটের পিনবল ব্যবসার এক দিনের ব্যালেন্স শীট দেখলে কী দেখা যায়?

সম্পদ	পরিমাণ
নগদ সম্পদ	\$ 8.00
স্থায়ী সম্পদ	\$35.00
মোট সম্পদ	\$43.00
দায় ও মালিকানা স্বত্ব	পরিমাণ
দেনা	\$ 0.00
মালিকানা স্বত্ব	
মূলধন	\$35.00
ধরে রাখা আয়	\$ 8.00
মোট দায় ও মালিকানা স্বত্ব	\$43.00

হিসাবের সরল ব্যাখ্যা:

১. সম্পদ: বাহফেটের মোট সম্পদ ৪৩ ডলার। এর মধ্যে ৩৫ ডলার হলো মেশিনের দাম, আর ৮ ডলার হলো এক দিনের নগদ আয়। ২. দেনা: বাহফেট যেহেতু কোনো ঋণ নেননি, তাই দেনা

শূন্য। ৩. মালিকানা স্বত্ব: এই স্বত্ব বা বুক ভ্যালু হলো সেই টাকা যা কোম্পানি শুরু করতে ব্যবহার করা হয়েছিল (মূলধন: \$35) এবং ব্যবসা থেকে যা আয় হয়েছে (ধরে রাখা আয়: \$8)। দুটো মিলে হয়: $\$35 + \$8 = \$43$ ।

মনে রাখবেন: এই মোট সম্পদ (\$43) আর মোট দায় ও মালিকানা স্বত্ব (\$43) সব সময় সমান হবে। এটাই হিসাবশাস্ত্রের প্রধান নিয়ম।

খ. ইনকাম স্টেটমেন্ট: আয়-ব্যয়ের হিসাব

ব্যবসা মূল্যায়নের জন্য আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ দলিল হলো ইনকাম স্টেটমেন্ট বা আয়-ব্যয়ের হিসাব। এটা ব্যবসার লাভ বা ক্ষতির হিসাব দেখায়।

ওয়্যারেন বাফেটের পিনবল ব্যবসার এক দিনের ইনকাম স্টেটমেন্ট ছিল এমন:

বিবরণ	পরিমাণ
রাজস্ব (Revenue)	\$ 10.00
বাদ: খরচ (Expenses)	\$ 2.00
নিট আয় (Income)	\$ 8.00

হিসাবের সরল ব্যাখ্যা:

- **রাজস্ব (Revenue):** ব্যবসার মূল কার্যক্রম থেকে যে টাকা আসে। পিনবল মেশিন থেকে এক দিনে যে \$10.00 এসেছিল, সেটাই রাজস্ব।
- **খরচ (Expenses):** ব্যবসা চালাতে যে টাকা খরচ হয়। এখানে সের্গে-কে যে \$2.00 কমিশন দেওয়া হয়েছিল, সেটাই খরচ।
- **নিট আয় (Income):** রাজস্ব থেকে খরচ বাদ দেওয়ার পর বাফেটের পকেটে যে \$8.00 ঢুকেছিল, সেটাই হলো ব্যবসার নিট আয়।

বাফেটের শিক্ষা: এই সামান্য হিসাব থেকেই বোঝা যায়, পিনবল ব্যবসাটি কেন এত আকর্ষণীয় ছিল। ব্যবসার মডেলটা দারুণ ছিল—কম পুঁজি, কিন্তু খুব দ্রুত নগদ প্রবাহ! এটাই ছিল বাফেটের প্রথম ‘রাইট বিজনেস’ চেনার হাতেখড়ি।

পিনবল ব্যবসার মূল্যায়ন: বুক ভ্যালু নাকি ভবিষ্যতের লাভ?

আগের হিসাবে আমরা দেখেছি, বাফেটের পিনবল ব্যবসার বুক ভ্যালু বা নেট ওয়র্থ ছিল মাত্র \$43.00 (মেশিনের দাম \$35 + এক দিনের লাভ \$8)।

ব্যাফেট কি এই \$43-এ তার ব্যবসা বিক্রি করতেন? নিশ্চয়ই না! আপনিও করতেন না। কারণ, এই ব্যবসার প্রতিদিনের নিট লাভ ছিল \$8।

- এক বছরের লাভ: যেহেতু নাপিতের দোকান বছরে ৩৬৫ দিনই খোলা থাকত এবং গ্রাহকদের ভিড় নিশ্চিত ছিল, তাই এই ব্যবসা বছরে লাভ করত:

$$\text{\$8} \times 365 \text{ দিন} = \text{\$2,920}$$

যদি কোনো নির্বোধ বিনিয়োগকারী \$43.00 দিয়ে এই ব্যবসা কিনতেন, তবে প্রথম বছরেই তার প্রায় \$2,920 লাভ হতো। এটা বিনিয়োগের ওপর বিশাল রিটার্ন!

ফিউচার ভেল্যু: চক্রবৃদ্ধি সুদের জাদু

ব্যাফেট কি তবে বলতেন যে তার ব্যবসার দাম \$2,920 বা \$29,200 (১০ বছরের লাভ)? না, সেটাও নয়!

ব্যাফেট জানতেন, শুধু লাভ তুলে নিলে হবে না। সেই লাভটাকেও আবার বিনিয়োগ করতে হবে। এটাই চক্রবৃদ্ধি সুদের জাদু।

যদি কেউ দৈনিক \$8 করে লাভ হওয়া এই ব্যবসা থেকে বছরে \$2,920 লাভ করে এবং সেই টাকা কোনো আর্থিক প্রতিষ্ঠানে ৮% চক্রবৃদ্ধি সুদে (Compound Interest)

জমা রাখে, তবে ১০ বছর পর সেই ক্রেতা মোট কত টাকা লাভ করতে পারত?

১০ বছর পর মোট জমানো লাভ \$44,516

ব্যাফেটের সূত্র: “ব্যবসার আসল মূল্য কেবল বর্তমানের লাভ দিয়ে মাপা যায় না, মাপা হয় ভবিষ্যতে সেই লাভ দিয়ে কত টাকা কামানো সম্ভব—তা দিয়ে!”

প্রেজেন্ট ভেল্যু: দর কষাকষির মূলনীতি

ব্যবসার দাম \$44,516 হবে না। কারণ, সেই টাকা পেতে ক্রেতাকে ১০ বছর অপেক্ষা করতে হবে। তাই ক্রেতা এখন যে টাকা দেবে, তা হতে হবে ভবিষ্যতের \$44,516-এর আজকের মূল্য। একেই বলে বর্তমান মূল্য (Present Value)।

যদি ক্রেতা তার বিনিয়োগের ওপর ৮% বার্ষিক রিটার্ন প্রত্যাশা করে, তবে সে ব্যাফেটের ব্যবসার আজকের মূল্য ধরবে:

প্যারামিটার	মান
FV (ভবিষ্যত মূল্য)	\$44,516
N (বছর)	10
I/Y (সুদের হার)	10%
PV (বর্তমান মূল্য)	\$17,165.85 (প্রায়)

ক্যালকুলেশন (ফিন্যান্সিয়াল ক্যালকুলেটর ব্যবহার করে):

PV \$17,165.85

ফল: যদি ক্রেতা \$17,165.85 দেন, তবে তিনি তার
বিনিয়োগের ওপর ১০% চক্রবৃদ্ধি সুদ পাবেন।

বিনিয়োগের প্রথম পাঠ: দামই রিটার্ন ঠিক করে

বাহফেটের চরম শিক্ষা: “আপনি যে দাম দেন, শেষ পর্যন্ত সেটাই
আপনার বিনিয়োগের রিটার্ন নির্ধারণ করে। কেনার দাম যত কম
হবে, আপনার লাভ তত বেশি হবে।”

ওয়ারেন বাহফেটের মতে, এই পিনবল ব্যবসার দাম
অন্ততপক্ষে \$20,619.52 হওয়া উচিত। কিন্তু চূড়ান্ত মূল্য
নির্ভর করে ক্রেতা কত রিটার্ন প্রত্যাশা করে তার ওপর।

- যদি ক্রেতা মনে করে, সে এর চেয়ে কম বাঁকিতে ১০%
রিটার্ন পেতে পারে, তবে সে \$20,619.52-এ কিনবে
না। সে দাম কমিয়ে \$17,165.85-এর দিকে যেতে
চাইবে।

এইভাবে যারা প্রতিটি বিনিয়োগ প্রস্তাবের উপযুক্ত বর্তমান
মূল্য বের করে, বাহফেট তাদেরই ‘বিচক্ষণ বিনিয়োগকারী’ বলেন।
আর যারা আন্দাজে টাকা ঢালে, তারাই হলো ফটকাবাজ।

ক্রমবর্ধমান মুনাফার ম্যাজিক: ধনী হওয়ার আসল উপায়

বাহফেট ও ক্রমবর্ধমান মুনাফা

ওয়ারেন বাহফেট ক্রমবর্ধমান মুনাফার ক্ষমতা দেখে এতটাই বিস্মিত ছিলেন যে, তিনি সবসময় তার প্রাথমিক অংশীদারদের এই অসাধারণ সুবিধার কথা বলতেন।

আজ বাহফেটের বিনিয়োগ সাম্রাজ্য যে কোম্পানি পরিচালনা করে—সেই বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ের অভূতপূর্ব সাফল্যের ইতিহাস আসলে ‘ক্রমবর্ধমান মুনাফার অলৌকিকতা’-এরই এক উজ্জ্বল উদাহরণ।

➤ শুরু গল্প: বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে ১৮৩৯ সালে একটি কাপড়ের মিল হিসেবে শুরু হয়েছিল।

➤ বাহফেটের আগমন: ১৯৬৫ সালের ১০ মে তিনি কোম্পানিটি অধিগ্রহণ করে নেন। প্রতিটি শেয়ারের গড় দাম দাঁড়িয়েছিল \$14.86। মজার কথা হলো, সেই সময় কোম্পানির বুক ভ্যালু অনুসারে প্রতিটি শেয়ারের মূল্য ছিল প্রায় \$19। অর্থাৎ, বাহফেট কেনার সময়ই শেয়ারের আসল দামের চেয়ে কমে কিনতে পেরেছিলেন!

মুনাফার পুনর্বিনিয়োগ শক্তি

প্রথম থেকেই বাফেট চেয়েছিলেন ক্রমবর্ধমান মুনাফা অর্জন করতে। এই কারণেই তিনি তার সব অংশীদারকে দীর্ঘমেয়াদী বিনিয়োগের জন্য রাজি করিয়েছিলেন।

তিনি কী করলেন?

১. শেয়ার বিভক্ত না করা: তিনি তার মূল শেয়ারগুলোকে (ক্লাস এ) কখনোই বিভক্ত হতে দেননি। ২. লভ্যাংশ না দেওয়া: তিনি কখনোই লভ্যাংশ দেননি (শুধু একবার ১৯৬৭ সালে ছাড়া)।

কেন? কারণ তিনি শেয়ারহোল্ডারদের হাতে টাকা ফেরত না দিয়ে, সেই অর্জিত মুনাফা আবার আরও বেশি লাভজনক উদ্যোগে পুনরায় বিনিয়োগ করতেন। এটাই হলো মুনাফার পুনর্বিনিয়োগ শক্তি!

ফলাফল দেখুন:

৫২ বছরে: বাফেটের কঠোর শৃঙ্খলার কারণে ২০১৭ সালের ১ মার্চ পর্যন্ত বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার একটি শেয়ারের দাম বেড়ে দাঁড়িয়েছিল \$2,66,013। অর্থাৎ, ১৯৬৫ সাল থেকে ২০১৭ সাল—এই ৫২ বছরে শেয়ারের দাম ১৪,০০০ গুণ বেড়েছে!

ধনী হওয়ার সহজ মন্ত্র

ওয়ারেন বাফেট সব সময় তার অংশীদারদের বলতেন, সত্যিকারের ধনী হওয়ার সবচেয়ে নিখুঁত উপায় হলো—তাদের বিনিয়োগের ওপর সর্বোচ্চ ক্রমবর্ধমান মুনাফা অর্জন করা!

এই ক্রমবর্ধমান মুনাফা কৌশলটি বোঝার জন্য নিম্নলিখিত সারণীটি ব্যবহার করা যেতে পারে, যা তার বিনিয়োগ কৌশলকে সহজে তুলে ধরে।



১ লক্ষ ডলার বিনিয়োগে ক্রমবর্ধমান মুনাফার ক্ষমতা

ধরুন আপনি ১,০০,০০০ মার্কিন ডলার বিনিয়োগ করেছেন। নিচের সারণীটি দেখাবে, বার্ষিক ক্রমবর্ধমান মুনাফার হার বাড়লে বা সময় বাড়লে আপনার রিটার্ন কেমন হতে পারে।

বার্ষিক লাভের হার	সময়	মোট রিটার্ন	মন্তব্য
৫%	১০ বছর	\$১,৬২,৮৮৯	সাধারণ প্রবৃদ্ধি।
১০%	১০ বছর	\$২,৫৯,৩৭৪	হার দ্বিগুণ হওয়ায় রিটার্ন দ্বিগুণেরও বেশি!
২০%	১০ বছর	\$৬,১৯,১৭৩	উচ্চ প্রবৃদ্ধির শক্তি।
২০%	৩০ বছর	\$২,৩৭,৩৭,৬৩১	এইটাই আসল ম্যাজিক! সময় তিনগুণ হওয়ায় রিটার্ন প্রায় ৪০ গুণ বেশি!

ট্যাক্সে সঞ্চয়: অন্য এক কৌশল

ওয়ারেন বাফেটের ক্রমবর্ধমান মুনাফার কৌশলের আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ দিক হলো—তিনি লভ্যাংশ জারি না করে বিনিয়োগকারীদের ব্যক্তিগত কর থেকে বাঁচান।

কড়া কথা: “লভ্যাংশ নিলে আপনাকে সেটার ওপর কর দিতে হবে। কিন্তু লভ্যাংশ না নিয়ে যদি সেই টাকা কোম্পানিতেই রেখে দেওয়া হয়, তবে আপনার মূলধনের মূল্য বাড়বে, আর আপনি সেই টাকা না তোলা পর্যন্ত কর দিতে হবে না!”

এই কৌশলটি বোঝার জন্য এবার আমরা নিচের ‘অর্জিত ও ধরে রাখা মুনাফার ওপর ক্রমবর্ধমান রিটার্ন (৮%)’ সারণীটি দেখব।

মুনাফার পুনর্বিনিয়োগ শক্তি: ট্যাক্স ফাঁকি দেওয়ার বুদ্ধি!

ওয়্যারেন বাফেটের ক্রমবর্ধমান মুনাফা কৌশলের আরেকটি দিক হলো, তিনি লভ্যাংশ জারি না করে বিনিয়োগকারীদের ব্যক্তিগত আয়কর থেকে বাঁচাতেন।

লভ্যাংশ দিলে কী হয়?

ধরুন, আপনি একটি কোম্পানিতে টাকা ঢেলেছেন। কোম্পানি বছর শেষে আপনাকে মুনাফার একটা অংশ লভ্যাংশ হিসেবে দিল।

কড়া বাস্তবতা: লভ্যাংশ যেই আপনার পকেটে ঢুকবে, সরকার সাথে সাথে সেটার ওপর কর (Tax) চাইবে। আপনাকে সেই কর পরিশোধ করতেই হবে। এই কর দেওয়ার পর আপনার হাতে যে টাকাটা থাকবে, আসল লাভ কিন্তু সেটাই।

ধরুন, আপনি ৫ বছর ধরে \$1,000 বিনিয়োগ করে মোট \$469.31 লাভ করলেন। কিন্তু প্রতি বছর এই লাভের ওপর

৩৩% কর দিতে হলে, ৫ বছর শেষে আপনার আসল লাভ থাকবে মাত্র \$314.44।

ব্যাফেটের কৌশল: কর বাঁচাও, মুনাফা বাড়াও!

ব্যাফেট ঠিক এর উল্টোটা করতেন। তিনি লভ্যাংশ দিলেন না।

- ❖ লাভ পুনর্বিনিয়োগ: তিনি অর্জিত মুনাফা বিনিয়োগকারীদের না দিয়ে সেই টাকা বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার ভেতরেই রেখে দিতেন এবং আরও লাভজনক ব্যবসায় খাটাতেন।
- ❖ করমুক্ত সুবিধা: যেহেতু বিনিয়োগকারীরা হাতে নগদ লভ্যাংশ পেতেন না, তাই তাদের প্রতি বছর কর দিতে হতো না! তারা করমুক্ত অবস্থায় তাদের পুরো \$469.31-এর ওপর ক্রমবর্ধমান মুনাফা উপভোগ করতে পারতেন।
- ❖ শেয়ারের দাম বৃদ্ধি: এই মুনাফা পুনর্বিনিয়োগ করার কারণে কোম্পানির শেয়ারের দাম ক্রমাগত বাড়তে থাকত। বিনিয়োগকারী যখন শেয়ারটি বিক্রি করবেন, শুধু তখনই তাকে একবার কর দিতে হবে। দীর্ঘ সময় কর দেওয়া থেকে বেঁচে যাওয়ায়, তাদের লাভ অনেক বেশি হতো।

ব্যাফেট আরও জানতেন, অনেক বিনিয়োগকারীর কাছে লভ্যাংশের টাকা পুনরায় ৮% বা তার বেশি হারে বিনিয়োগ করার

মতো ভালো সুযোগ নেই। তাই সেই টাকা কোম্পানির কাছে রাখাই ছিল বুদ্ধিমানের কাজ।

ভুল দামে কেনা: সর্বনাশ!

বেশিরভাগ বিনিয়োগ বিশ্লেষক শুধু এটাই বলেন যে, ভালো কোম্পানির শেয়ার কিনে দীর্ঘ সময়ের জন্য ধরে রাখো।

কিন্তু তারা একটা গোপন কথা বলে না: “কোন দামে শেয়ার কিনবেন?”

ব্যাফেট কিন্তু এই ধরনের বিশ্লেষকদের কথায় কান দিতে মানা করেন। ব্যাফেট বলেন, আপনি কেনার জন্য যে দাম দেবেন, সেটাই আপনার রিটার্নের হার ঠিক করে দেবে! দাম কম হলে লাভ বেশি।

একটা সহজ উদাহরণ:

ধরুন ১৯৮৭ সালে একটি ভালো কোম্পানির শেয়ারের দাম ছিল দুই রকম: কেউ কিনল \$6.07 দরে, আর কেউ কিনল \$10.36 দরে। ১০ বছর পর ১৯৯৭ সালে শেয়ারের দাম বেড়ে \$44 হয়ে গেল।

- যারা কম দামে (\$6.07) কিনেছিল, তাদের বার্ষিক লাভ (রিটার্ন) হলো প্রায় ২১.৯%।
- কিন্তু যারা বেশি দামে (\$10.36) কিনেছিল, তাদের বার্ষিক লাভ হলো মাত্র ১৫.৫৬%।

যদি আপনি \$1,00,000 বিনিয়োগ করতেন:

- কম দামে কিনলে ১০ বছর পর আপনার পুঁজি হতো প্রায় \$7,24,497।
- বেশি দামে কিনলে ১০ বছর পর আপনার পুঁজি হতো মাত্র \$4,24,693।

দেখলেন তো? কেনার দামে সামান্য পার্থক্য থাকার কারণে ১০ বছর পর লাভের পার্থক্য প্রায় ৩ লক্ষ ডলার!

বাস্ফেটের চূড়ান্ত শিক্ষা: যারা এমনভাবে বিনিয়োগ সিদ্ধান্ত নেয়, অর্থাৎ কেনার দাম হিসেব করে লাভ নিশ্চিত করে, বাস্ফেট তাদেরই 'বিচক্ষণ বিনিয়োগকারী' বলেন। আর যারা আন্দাজে দাম দেয়, তারা হলো ফটকাবাজ। আপনার কেনার দাম যত কম, আপনার লাভ তত বেশি!

 **Ebookbazar**
সঠিক ব্যবসা চেনার ৯টি আর্থিক প্রণ

আমাদের লক্ষ্য পরিষ্কার: বিনিয়োগে সর্বোচ্চ ক্রমবর্ধমান মুনাফা অর্জন করা। আর এর জন্য দরকার, কম দামে অসাধারণ ব্যবসা চিহ্নিত করা।

ওয়ারেন বাস্ফেট তার গুরু বেঞ্জামিন গ্রাহাম-এর দর্শনের সাথে প্রখ্যাত বিনিয়োগকারী ফিলিপ আর্থার এবং তার সঙ্গী চার্লি টমাস মাস্কার-এর দর্শন যোগ করে একটি নিখুঁত পদ্ধতি তৈরি করেছেন।

বাস্ফেটের সিদ্ধান্ত একটাই: তিনি শুধুমাত্র সেই কোম্পানিগুলোতে বিনিয়োগ করবেন, যাদের অর্থনৈতিক ভিত্তি শক্তিশালী এবং যাদের ভবিষ্যৎ আয় সঠিকভাবে অনুমান করা যায়।

এই মূল্যায়নের জন্য বাফেট যে প্রশ্নগুলো ব্যবহার করেন, তার প্রথমটি হলো:

প্রশ্ন ১: এই ব্যবসার কি গ্রাহক মনোপলি আছে?

আগের অধ্যায়ে আমরা দেখেছি, বাফেট এমন অনেক কোম্পানি খুঁজে বের করেছেন, যারা বাজারে অনন্য পণ্য বা সেবা সরবরাহ করে এবং তাদের গ্রাহক মহলে একচেটিয়া অধিকার (Monopoly) ভোগ করে। বাফেট এদেরকেই ‘গ্রাহক মনোপলি’ বলেন।

সহজ উদাহরণ: এটা অনেকটা টোল ব্রিজের মতো।

➤ আপনি যদি সাঁতার না কেটে বা নৌকা ছাড়া নদী পার হতে চান, তবে নির্দিষ্ট জায়গায় সেই টোল ব্রিজকে টাকা দিতেই হবে! কারণ ওই জায়গায় ব্রিজের প্রায় একচেটিয়া অধিকার আছে।

➤ একই কথা খাটে কোনো বড় শহরের একমাত্র প্রভাবশালী সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে। আপনি যদি সেই শহরে বিজ্ঞাপন দিতে চান, তবে আপনাকে বাধ্য হয়ে সেই পেপারেই দিতে হবে।

স্পষ্টতই, একটি নির্দিষ্ট স্থানের টোল ব্রিজ হোক বা একটি শহরের একচেটিয়া সংবাদপত্র হোক—গ্রাহক মনোপলি তাদের ইচ্ছেমতো দাম বাড়ানোর স্বাধীনতা দেয়।

একচেটিয়া আধিপত্য বোঝার কনসেপচুয়াল পরীক্ষা

বাহেট যে কোনো কোম্পানির ‘গ্রাহক মনোপলি’ আছে কি না, তা নিশ্চিত করার জন্য দুটো মৌলিক প্রশ্ন নিজে থেকে করতেন:

১. টাকার জোরের পরীক্ষা: আমার কাছে যদি শত শত কোটি টাকা থাকত এবং আমি যদি ৫০ জন সেরা ম্যানেজারকে নিয়োগ দিতে পারতাম, তবুও কি আমি এই কোম্পানির মতো একই ব্যবসা সফলভাবে শুরু করতে পারতাম? * যদি উত্তর হয় ‘না’, তবে বাহেট ধরে নিতেন—কোম্পানিটি কোনো বিশেষ ধরনের গ্রাহক মনোপলি দ্বারা সুরক্ষিত।
২. প্রতিযোগীর আঘাত: একটি ‘গ্রাহক মনোপলি’ কোম্পানির আসল পরীক্ষা হলো, কোনো প্রতিযোগী তার আয়ের কথা চিন্তা না করেও কোনোভাবে এই কোম্পানিকে ক্ষতি করতে পারবে কি না?

কিছু উদাহরণ দেখা যাক:

- ওয়াল স্ট্রিট জার্নাল: বাহেট দেখেছেন, বিলিয়ন বিলিয়ন ডলার খরচ করেও কোনো সংবাদপত্র তাদের পাঠকের ওপর প্রভাব ফেলতে পারবে না।
- রিগ্লি (Wrigley): ওয়ারেন ভেবেছিলেন, তিনি কি খুব সুস্বাদু চুইংগাম তৈরি করে রিগ্লির সাথে প্রতিযোগিতা করতে পারবেন? তিনি দেখলেন, অনেকেই চেষ্টা করেছে, কিন্তু বেশিরভাগই বাজেভাবে ব্যর্থ হয়েছে। যারা টিকে আছে, তারাও রিগ্লির তুলনায় সামান্য বাজার দখল নিয়ে সন্তুষ্ট থাকতে বাধ্য হয়েছে।

- কোকাকোলা (Coca Cola): একবার কল্পনা করুন, কোকাকোলা কোথায় বিক্রি হয়! রাস্তার প্রতিটি মোড়ে, ছোট-বড় দোকানে, রেস্টোরাঁ—সব জায়গায়। কোনো দোকান বা রেস্টোরাঁ কোকাকোলা না রাখলে তাদের ব্যবসায় প্রভাব পড়তে পারে। কেন? কারণ ক্রেতারা অন্য কোনো পানীয়র চেয়ে কোকাকোলাই চাইবে।

ব্যাফেটের চ্যালেঞ্জ: কোকাকোলার সাথে প্রতিযোগিতা করতে হলে আপনাকে জেনারেল মোটরসের মতো দুটি কোম্পানির সমান পুঁজি নিয়ে নামতে হবে! তবুও আপনি নিশ্চিত করে বলতে পারবেন না যে আপনি কোকাকোলার গোপন ফর্মুলার সাথে প্রতিযোগিতা করতে পারবেন। পেপসিকো ছাড়া আর কেউ পারেনি।



Ebookbazar

মনোপলির সুবিধা: কম খরচ, স্থিতিশীলতা

ব্যাফেট গবেষণার মাধ্যমে দেখেছেন, গ্রাহক মনোপলি ভোগ করা কোম্পানিগুলো তাদের বিশাল নগদ প্রবাহের (Cash Flow) কারণে সাধারণত প্রায় ঋণমুক্ত থাকে।

- টাকা খাটানো: ঋণ না থাকায় তারা নতুন উদ্যোগে বিনিয়োগ করতে পারে বা নিজেদের শেয়ার কিনে (Buyback) নিজেদের অংশীদারি বাড়াতে পারে।
- কম টেকনোলজি: সাধারণত এদের পণ্য তৈরিতে খুব উন্নত প্রযুক্তির প্রয়োজন হয় না। তাই তাদের দামি হাই-টেক প্ল্যান্ট তৈরি করতে হয় না।

- দীর্ঘ ব্যবহার: বাজারে প্রতিযোগিতা কম থাকায় তারা বছরের পর বছর পুরনো প্ল্যান্ট ব্যবহার করতে পারে। প্ল্যান্ট আপগ্রেড করার জন্য নিয়মিত বিশাল খরচ করতে হয় না।

অন্যদিকে, গাড়ি প্রস্তুতকারী কোম্পানিগুলোর কথা ভাবুন:

- তারা পণ্যের দাম নিয়ে খুবই সংবেদনশীল।
- প্রতিযোগিতায় টিকে থাকতে তাদের নতুন ডিজাইন, পুরনো যন্ত্রপাতি আপগ্রেড এবং নতুন উৎপাদন সুবিধা স্থাপনের জন্য নিয়মিত বিলিয়ন বিলিয়ন ডলার খরচ করতে হয়।

সারসংক্ষেপ: মনোপলি কোম্পানিগুলো নিশ্চিত্তে লাভ করে এবং খরচ কমায়। আর অন্যরা প্রতিযোগিতার চাপে খরচ বাড়াতেই থাকে।

প্রশ্ন ২ : কোম্পানির আয় কি শক্তিশালী এবং উর্ধ্বমুখী

একটি কোম্পানির ‘গ্রাহক মনোপলি’ থাকতেই পারে, কিন্তু সেই কোম্পানির শীর্ষ ম্যানেজমেন্ট কি ক্রমাগত তার আয় বাড়াতে সক্ষম?

ব্যাফেট এইটা জানার জন্য সেইসব কোম্পানির কমপক্ষে ১০ বছরের ব্যালেন্স শীট দেখতেন এবং শেয়ার প্রতি আয়ের হিসাব করতেন।

- যদি দেখেন আয় শক্তিশালী এবং উর্ধ্বমুখী প্রবণতা দেখাচ্ছে, তবে ব্যাফেট ধরে নিন—শীর্ষ ম্যানেজমেন্ট

কোম্পানির এই অনুকূল মনোপলি স্ট্যাটাসকে কাজে লাগিয়ে শেয়ারহোল্ডারদের জন্য সত্যিই মূল্য তৈরি করতে পারছে।

প্রশ্ন ৩: কোম্পানির দীর্ঘমেয়াদী ঋণের অবস্থা কী? এটা কি রক্ষণশীলভাবে অর্থায়ন করা?

ব্যাফেট সেইসব কোম্পানি পছন্দ করেন, যারা ভারী দীর্ঘমেয়াদী ঋণ নিতে ইতস্তত করে।

➤ যদি কোম্পানির গ্রাহক মনোপলি থাকে, তবে তাদের ক্যাশ ফ্লো খুব ভালো হবে এবং তাদের দীর্ঘমেয়াদী ঋণের বোঝা নেওয়ার প্রয়োজনই হবে না।

➤ ব্যাফেটের প্রিয় কোম্পানি, যেমন রিঙ্কি এবং ইন্টারন্যাশনাল ফ্লেভারিস অ্যান্ড ফ্র্যাগরেন্সেস, তাদের হিসাবে দীর্ঘমেয়াদী ঋণ থাকেই না, বা থাকলেও তা নগণ্য।

➤ কোকাকোলা বা জিলেটের মতো উচ্চ লাভজনক কোম্পানিগুলো তাদের ‘বর্তমান নিট আয়ের’ চেয়ে বেশি দীর্ঘমেয়াদী ঋণ নিতে দেয় না।

ঋণের সহজ সূত্র: কখন ঋণ ভালো, কখন খারাপ?

১. ভালো ঋণ: যদি কোনো গ্রাহক মনোপলি কোম্পানি অন্য একটি গ্রাহক মনোপলি কোম্পানিকে কেনার জন্য ঋণ নেয়, তবে সেটা ঠিক আছে। কারণ দুটি কোম্পানির বিশাল নগদ প্রবাহ মিলে ঋণের প্রভাবকে নাকচ করে দেয়।

২. খারাপ ঋণ: যদি কোনো গ্রাহক মনোপলি কোম্পানি ঋণ নিয়ে একটি সাধারণ কমোডিটি কোম্পানি কিনে, তবে লাভজনকতা কমতে পারে।

৩. বিপদজনক ঋণ: যদি একটি কমোডিটি কোম্পানি (যার নগদ প্রবাহ নিশ্চিত নয়) শুধু বাজার বাড়ানোর জন্য একই ধরনের অন্য একটি কোম্পানি কিনতে ঋণ নেয়, তবে সেটা সবচেয়ে বিপজ্জনক!

প্রশ্ন ৪: কোম্পানি কি ধারাবাহিকভাবে

শেয়ারহোল্ডারদের ইকুইটির ওপর উচ্চ হারে রিটার্ন

দেয়?

বাস্ফেট শুধুমাত্র সেই কোম্পানিগুলোতে বিনিয়োগ করেন, যারা ধারাবাহিকভাবে ইকুইটির ওপর উচ্চ হারে রিটার্ন অর্জন করতে পারে। কারণ এই কোম্পানিগুলোই শেয়ারহোল্ডারদের জন্য সম্পদ তৈরি করতে পারে।

শেয়ারহোল্ডার ইকুইটি কী?

শেয়ারহোল্ডার ইকুইটি হলো মোট সম্পদ থেকে মোট দেনা (Liability) বাদ দেওয়ার পর যে অর্থ অবশিষ্ট থাকে, অর্থাৎ, ব্যবসায় শেয়ারহোল্ডারদের আসল মূলধন বিনিয়োগ।

সহজ উদাহরণ:

- ধরুন, আপনি ৬০ লাখ টাকা দিয়ে একটি বাড়ি কিনলেন। এর জন্য ৪৫ লাখ টাকা ব্যাংক ঋণ নিলেন

এবং ১৫ লাখ টাকা আপনার নিজের পকেট থেকে দিলেন।

- এখানে আপনার শেয়ারহোল্ডার ইকুইটি হলো ১৫ লাখ টাকা ($\text{\$}\{৬০ \text{ লাখ}\} - \text{\$}\{৪৫ \text{ লাখ}\}$)।
- এখন আপনি যদি এই বাড়ি ভাড়া দেন (ধরুন বছরে ৩ লাখ টাকা), আর আপনার খরচ হয় ২.৫০ লাখ টাকা (ইএমআই, রক্ষণাবেক্ষণ ইত্যাদি), তবে আপনার নিট লাভ হলো ৫০ হাজার টাকা।

এই ৫০ হাজার টাকা আপনার ১৫ লাখ টাকা বিনিয়োগের ওপর ৩.৩৩% রিটার্ন। এটাই হলো আপনার (শেয়ারহোল্ডারের) জন্য বাড়ির (ব্যবসার) রিটার্ন অন ইকুইটি (ROE)।

ব্যাফেটের ROE-এর মানদণ্ড

- যদি কোনো ভারতীয় কোম্পানি সম্মিলিতভাবে ১২% ROE অর্জন করে, তবে আপনার কোম্পানি ৩.৩৩% ROE নিয়ে ‘গড়পড়তা’ (Below Average) বিবেচিত হবে।
- ব্যাফেট সেই কোম্পানিগুলোকেই সেরা মনে করেন, যারা বিগত ১০ বছর ধরে গড়ে কমপক্ষে ১৫% ROE অর্জন করতে সক্ষম হয়েছে।

ব্যাফেটের পছন্দের ROE উদাহরণ: লাভের মাপকাঠি

ওয়ারেন ব্যাফেট কেবল সেই কোম্পানিগুলোতেই বিনিয়োগ করতেন, যারা বিগত ১০ বছর ধরে গড়ে কমপক্ষে ১৫% ROE

অর্জন করতে সক্ষম হয়েছে। এই ১৫%-এর মানদণ্ডটিই বাফেটের কাছে ছিল ‘গড়পড়তার চেয়ে বেশি’ লাভের নিশ্চিত প্রমাণ।

বাফেট যখন কোনো কোম্পানি কেনা বা তাতে বিনিয়োগের সিদ্ধান্ত নিতেন, তখন তিনি সেই কোম্পানির আয়ের হারগুলো খুঁটিয়ে দেখতেন:

- **কোকাকোলা** : বাফেট যখন কোকাকোলার শেয়ার কেনা শুরু করেন, তখন কোম্পানিটি **৩৩% ROE** অর্জন করছিল, আর তার গত ৫ বছরের গড় আয় ছিল প্রায় **২৫%**। এই বিশাল লাভজনকতা বাফেটকে আকৃষ্ট করেছিল।
- **ফিলিপ মরিস** : এই কোম্পানিটিও ছিল বাফেটের প্রিয়। কারণ, বিনিয়োগের সময় এর গত ১০ বছরের গড় **ROE ছিল ৩০.৫%**।
- **হার্শি** : চকোলেটের এই কোম্পানিটির প্রতিও বাফেটের দুর্বলতা ছিল। এর গত দশ বছরের গড় **ROE ছিল ১৬.৭%**।
- **ক্যাপিটাল সিটিজ** : যখন বাফেট এখানে প্রধান অংশীদারিত্ব নেন, তখন এর **ROE ছিল ১৮%**।
- **জেনারেল ফুড কর্পোরেশন** : এই কোম্পানিতে বাফেট যখন শেয়ার কিনতে শুরু করেন, তখন এর গড় **ROE ছিল ১৬%**।
- **অন্যান্য কোম্পানি**: এছাড়াও, সার্ভিস মাস্টার গ্লোবাল হোল্ডিংস-এর **৪০% ROE** ছিল এবং গ্যানেট

কর্পোরেশনের **ROE** ছিল ২৫%—যখন বাফেট এই কোম্পানিগুলোতে শেয়ার কিনেছিলেন।

সারকথা: বাফেট তার মূল্যবান মূলধন কেবল সেই কোম্পানিগুলোতেই বিনিয়োগ করতেন, যারা নিশ্চিতভাবে উচ্চ এবং ধারাবাহিক **ROE** অর্জন করত। কারণ, তাদের ব্যবসার চরিত্র এমন ছিল যে, সামান্য পুঁজি ব্যবহার করেও তারা পাহাড়সমান মুনাফা তৈরি করতে পারত।

প্রশ্ন ৫: ব্যবসা কি তার অর্জিত আয় ধরে রাখতে পারে?

ওয়ারেন বাফেট বিশ্বাস করেন, যেসব কোম্পানি উচ্চ হারে লাভ্যাংশ না দিয়ে, তাদের নিট প্রফিট নিজেদের কাছে ধরে রাখে এবং সেই টাকা আরও লাভজনক উদ্যোগে পুনর্বিনিয়োগ করতে পারে, তারাই তাদের শেয়ারহোল্ডারদের আসল মূল্যে প্রবৃদ্ধি এনে দেয়। এই প্রবৃদ্ধিই হলো ক্রমবর্ধমান মুনাফা।

বাফেট তার নিজের কোম্পানি বার্কশায়ার হ্যাথাওয়েতে ঠিক এই কাজটিই করেছেন।

কেন ধরে রাখা লাভ গুরুত্বপূর্ণ?

- ▶ যখন একটি কোম্পানি ধারাবাহিকভাবে উচ্চ হারে **ROE** (রিটার্ন অন ইকুইটি) অর্জন করে (যা আমরা আগের প্রশ্নে দেখেছি), তখন সেই মুনাফা শেয়ারহোল্ডারদের মধ্যে বিতরণ না করে কোম্পানিতে ধরে রাখলে সেই টাকা আবার উচ্চ হারে মুনাফা তৈরি করতে পারে। এটাই হলো বাফেটের মুনাফার পুনর্বিনিয়োগ শক্তি।

- বাফেট মনে করেন, লভ্যাংশ হিসেবে সেই টাকা যদি শেয়ারহোল্ডারদের হাতে চলে আসে, তবে তারা সেই টাকার ওপর কর দেবে। এরপর সেই টাকা পুনর্বিনিয়োগের জন্য তারা বাফেটের মতো ভালো কোনো সুযোগ নাও পেতে পারে।
- কোম্পানি যখন লাভ ধরে রাখে, তখন তার **নেট ওয়ার্থ (Net Worth)** বা বুক ভ্যালু প্রতি বছর বাড়তে থাকে। ফলে বিনিয়োগকারীর শেয়ারের মূল্যও বাড়তে থাকে।

সতর্কতা: তবে বাফেট এটাও স্বীকার করেন যে, সব কোম্পানি লাভ ধরে রাখলেই কিন্তু ভালো ফল আসে না! যেসব কোম্পানির গ্রাহক মনোপলি নেই বা যাদের ROE কম, তারা যদি লাভ ধরে রাখে, তবে সেই টাকা অলাভজনক প্রকল্পে নষ্ট হওয়ার সম্ভাবনা থাকে। তাই বাফেট বলেন, এমন কোম্পানিগুলোর ইতিহাস পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে খতিয়ে দেখতে হবে, যাতে নিশ্চিত হওয়া যায়—তারা লাভ ধরে রেখে সেই টাকা সঠিকভাবে খাটাচ্ছে কি না।

প্রশ্ন ৬: ব্যবসা বর্তমান কার্যক্রম সচল রাখতে কত টাকা খরচ করে?

মুনাফা অর্জন করা, সেই মুনাফা ধরে রাখা, এবং সেই ধরে রাখা মুনাফা বর্তমান কাজ চালানোর জন্য খরচ না করা—এই তিনটি জিনিস সম্পূর্ণ আলাদা!

ওয়ারেন বাফেট বিনিয়োগ করার আগে এই তিনটি হিসাব পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে বিশ্লেষণ করেন। কারণ:

কড়া কথা: “যদি কোম্পানি তার অতিরিক্ত লাভ আবার বর্তমান কাজ চালিয়ে যাওয়ার পেছনেই খরচ করে ফেলে, তবে সেই টাকা লাভজনক নতুন ব্যবসায় বিনিয়োগ করার জন্য বা শেয়ারহোল্ডারদের সম্পদ বাড়ানোর জন্য আর অবশিষ্ট থাকে না।”

শূন্য লাভজনকতার উদাহরণ

ধরুন, একটি কোম্পানি প্রতি বছর ১ কোটি টাকা নিট লাভ করছে এবং লভ্যাংশ দিচ্ছে না, পুরো টাকাই ধরে রাখছে। কিন্তু সমস্যা হলো, এই কোম্পানিটিকে প্রতি দুই বছর অন্তর তার যন্ত্রপাতি ও প্ল্যান্ট পাল্টানোর জন্য ২ কোটি টাকা খরচ করতে হয়।

তাহলে কী দাঁড়ালো?

- প্রথম বছর লাভ: ১ কোটি টাকা।
- দ্বিতীয় বছর লাভ: ১ কোটি টাকা (মোট ২ কোটি)।
- দ্বিতীয় বছর প্ল্যান্ট বদলাতে খরচ: ২ কোটি টাকা।

দেখা যাচ্ছে, দুই বছর শেষে কোম্পানির নিট লাভ আসলে শূন্য!

বাফেট শুধুমাত্র সেইসব ব্যবসাকেই দুর্দান্ত মনে করেন, যাদের বর্তমান কাজ চালিয়ে যাওয়ার জন্য বা যন্ত্রপাতি পাল্টানোর জন্য লাভের টাকা থেকে কোনো খরচ করতে হয় না।

এটিঅ্যাভটি (AT&T) বনাম থমসন পাবলিশিং

ওয়ারেন বাফেট তার বিনিয়োগের ক্লাসগুলোতে কোম্পানিগুলোর মূলধনের চাহিদা এবং তার প্রভাব নিয়ে বলতেন। এই বিষয়ে তিনি এটিঅ্যাভটি (AT&T) এবং থমসন পাবলিশিং-এর উদাহরণ দিতেন।

➤ **এটিঅ্যাভটি (AT&T):** এই কোম্পানিটি তার ভাঙনের আগে বিনিয়োগকারীদের জন্য একটি খারাপ বিনিয়োগ ছিল। কারণ, এটি ভালো আয় করলেও, গবেষণা ও উন্নয়ন (R&D) এবং অবকাঠামোর মতো মূলধনের চাহিদা মেটাতে তাদের আয়ের চেয়েও বেশি অর্থের প্রয়োজন হতো। AT&T প্রায়শই এই সম্প্রসারণের জন্য নতুন শেয়ার বা বন্ড ইস্যু করত।

➤ **থমসন পাবলিশিং:** এই কোম্পানিটি, যারা একচেটিয়া সংবাদপত্র প্রকাশ করত, তারা শেয়ারহোল্ডারদের জন্য প্রচুর টাকা কামাত। কেন? কারণ একবার প্রেসের প্রাথমিক অবকাঠামো তৈরি হয়ে গেলে, তাদের মূলধনের চাহিদা ছিল ন্যূনতম। শেয়ারহোল্ডারদের টাকা তাদের ব্যবহার করতে হতো না। ফলে তাদের হাতে নতুন সংবাদপত্র অধিগ্রহণ এবং শেয়ারহোল্ডারদের সম্পদ বাড়ানোর জন্য প্রচুর নগদ অর্থ থাকত।

বাফেট এই উদাহরণ দিয়ে বোঝাতেন: এক ব্যবসা সামান্য মূলধন দিয়েই মূল্য বাড়াতে পারে, আর অন্য ব্যবসাটি অতিরিক্ত মূলধনের কারণে বাড়তেই পারে না।

জেনারেল মোটরসের সর্বনাশ: পুঁজি গিলে খাওয়া!

আমেরিকান গাড়ি কোম্পানি জেনারেল মোটরস এই খারাপ ব্যবসার একটি অন্যতম উদাহরণ।

- ১০ বছরের হিসাব (১৯৮৫-১৯৯৫): এই সময়ে জেনারেল মোটরস শেয়ার প্রতি গড়ে \$17.92 লাভ করেছিল, আর লভ্যাংশ দিয়েছিল গড়ে \$20.60।
- মূলধনের চাহিদা: কিন্তু এই ১০ বছরে ব্যবসা টিকিয়ে রাখা, আপগ্রেড করা এবং সম্প্রসারণের জন্য তাদের শেয়ার প্রতি মোট \$102.34 খরচ করতে হয়েছিল!

তাহলে এই বিশাল টাকা GM কোথেকে পেল?

১. ঋণ: এই সময়ে কোম্পানিটি তাদের ঋণের বোঝা প্রায় ৩৩ বিলিয়ন ডলার বাড়িয়েছিল (শেয়ার প্রতি \$43.70 অতিরিক্ত ঋণ)।
২. নতুন শেয়ার ইস্যু: তারা ১৩২ মিলিয়ন নতুন শেয়ার ইস্যু করেছিল!

ফলাফল কী হলো?

- এই নতুন শেয়ার ইস্যু করার কারণে কোম্পানির শেয়ার প্রতি বুক ভ্যালু \$45.99 থেকে কমে মাত্র \$11.70-এ নেমে গিয়েছিল!

কিন্তু অবাক করা বিষয় হলো, তাদের শেয়ারের বাজার মূল্য ১০ বছর পরও প্রায় \$40-এই ভাসছিল! অর্থাৎ, ১০ বছর ব্যবসা করেও জেনারেল মোটরস শেয়ারহোল্ডারদের মূলধনের কোনো মূল্যই যোগ করেনি!

প্রাথমিক শেয়ারহোল্ডাররা তাদের বিনিয়োগে শুধু ৫.৮% প্রাক্কর ক্রমবর্ধমান রিটার্ন পেয়েছিল। এর থেকে কর ও মূল্যস্ফীতি বাদ দিলে দেখা যাবে, আসলে তাদের আসল পুঁজির মান কমে গিয়েছিল!

কারণ: গাড়ি ব্যবসার মূলধনের চাহিদা বিশাল। ডিজাইন পরিবর্তনের সাথে সাথে GM-কে প্ল্যান্ট আপগ্রেড করতেই হতো। এই অতিরিক্ত মূলধনের চাহিদার কারণেই তাদের নতুন ঋণ নিতে ও নতুন শেয়ার ইস্যু করতে হয়েছিল। ব্যবসা টিকিয়ে রাখার জন্য তারা শেয়ারহোল্ডারদের মূলধন গিলে ফেলেছিল!

ব্যাফেটের সিদ্ধান্ত: ওয়ারেন ব্যাফেট কখনোই জেনারেল মোটরসের মতো কোম্পানিতে বিনিয়োগ করেননি। অর্থাৎ, সেইসব ব্যবসায় বিনিয়োগ করা যাবে না, যারা নিজেদের কাজ চালিয়ে যাওয়ার জন্য ক্রমাগত শেয়ারহোল্ডারদের টাকা খরচ করায়। কারণ, এই ধরনের ব্যবসার ম্যানেজমেন্ট যতই দক্ষ হোক না কেন, তারা শেয়ারহোল্ডারদের জন্য ক্রমবর্ধমান মুনাফার সুযোগ এনে দিতে পারে না।

প্রশ্ন ৭: কোম্পানি কি ধরে রাখা আয় লাভজনক বিকল্পে পুনর্বিনিয়োগ করতে পারে?

সেরা ব্যবসা বাছাই করার প্রক্রিয়ায় ওয়ারেন ব্যাফেট সব সময় খতিয়ে দেখতেন, সংশ্লিষ্ট কোম্পানিটি তার ধরে রাখা মুনাফা আরও লাভজনক বিকল্পগুলোতে পুনরায় বিনিয়োগ করতে সক্ষম কি না।

বাহফেটের মৌলিক দর্শন: বিনিয়োগ এমন হতে হবে, যা মূলধনের ওপর গড়পড়তার চেয়ে বেশি রিটার্ন দেওয়ার সুযোগ তৈরি করে।

‘গড়পড়তার চেয়ে বেশি’ বলতে বাহফেট বোঝান: এমন রিটার্ন, যা কোনো ঝুঁকি ছাড়াই ব্যাংক বা সরকারি বন্ডে পাওয়া সুদের হারের চেয়েও বেশি।

ক্রমবর্ধমান মুনাফার ক্ষমতা: বাহফেটের জাদু

ধরুন, আপনি প্রতি বছর ১০০০০ টাকা করে সঞ্চয় করেন।

- **সাধারণ সঞ্চয়:** যদি সেই টাকা আপনি শ্রেফ আলমারিতে রাখেন, তবে ১০ বছর পর আপনার হবে ১০০০০০ টাকা।
- **ব্যাংকে রাখলে:** যদি আপনি ৫% সুদের হারে ব্যাংকের ডিপোজিটে রাখেন, তবে ১০ বছর পর তা বেড়ে হবে ১৩২০৬৭ টাকা।
- **বাহফেটের কৌশল:** আর যদি আপনি সেই টাকা বাহফেটের মতো ২৩% ক্রমবর্ধমান রিটার্ন এনে দিতে পারে এমন বিনিয়োগের সুযোগে খাটান, তবে ১০ বছর পর তা বেড়ে হবে ৩৭০৩৮৮ টাকা!

আসল জাদু: যদি আপনি একই হারে (২৩%) ২০ বছর ধরে টাকা রাখেন, তবে আপনার ২০০০০০ টাকা সঞ্চয় ২০ বছর শেষে বেড়ে ৩৩০৬০৫৯ টাকা হতে পারত!

ওয়ারেন বাফেটের চোখে, কেবল সেই কোম্পানিই ‘দুর্দান্ত ব্যবসা’—যা আপনার দীর্ঘমেয়াদী বিনিয়োগের ওপর এমন জাদুকরী ক্রমবর্ধমান মুনাফা অর্জন করতে পারে।

বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ের উদাহরণ

বাফেট তার প্রধান কোম্পানি বার্কশায়ার হ্যাথাওয়েতে ঠিক এই কাজটিই করেছেন।

তিনি বিনিয়োগকারীদের প্রতি বছর লভ্যাংশ দেননি; বরং সেই মুনাফা আরও লাভজনক উদ্যোগগুলোতে বিনিয়োগ করে গেছেন। এর ফলে বিনিয়োগকারীরা তাদের শেয়ারের ওপর গড়ে ২৩%-এরও বেশি হারে ক্রমবর্ধমান মুনাফা অর্জনের সুযোগ পেয়েছেন।

ক্যাপিটাল সিটিজ-এর কৌশল

বাফেট তার এই জাদুকরী বিনিয়োগ দর্শন প্রয়োগ করতেন এমন কোম্পানিতেও, যেখানে তার স্বল্প অংশীদারি ছিল। যেমন, ক্যাপিটাল সিটিজ।

ডিজনির সাথে একীভূত হওয়ার আগে ক্যাপিটাল সিটিজ কী করেছিল?

১. তারা তাদের ক্যাবল টিভি ব্যবসা থেকে আসা উচ্চ নগদ প্রবাহের মুনাফা ধরে রেখেছিল।
২. সেই মুনাফা ব্যবহার করে তারা এবিসি গ্রুপ-এর টিভি নেটওয়ার্ক অধিগ্রহণ করেছিল। এবিসি গ্রুপ নিজেও ছিল উচ্চ নগদ প্রবাহের ব্যবসা।

অর্থাৎ, ক্যাপিটাল সিটিজ তার শেয়ারহোল্ডারদের ধরে রাখা মুনাফা আরও লাভজনক বিকল্পে পুনরায় বিনিয়োগ করেছিল।

গ্রাহক মনোপলি সুবিধা: সেই সময়ে টিভি ব্যবসার বাজার ফেডারেল আইন দ্বারা সুরক্ষিত ছিল। ফলে আজকের মতো তীব্র প্রতিযোগিতা ছিল না। টিভি সেন্টার তৈরি করতে কেবল প্রাথমিক মূলধন দরকার হতো এবং তা ৪০ বছর পর্যন্ত চলতে পারত। অর্থাৎ, এবিসি গ্রুপের মূলধনের চাহিদা কম থাকায়, তারা তাদের শেয়ারহোল্ডারদের ধরে রাখা মুনাফা নিজেদের কাজে না লাগিয়ে আরও লাভজনক কাজে ব্যবহার করতে পারত।

মিডিয়া ব্যবসায় প্রতিযোগিতা বাড়লেও, বাফেট দীর্ঘদিন একে ‘দুর্দান্ত ব্যবসা’ হিসেবে গণ্য করেছেন। কারণ আমেরিকায় প্রধান প্রতিদ্বন্দ্বী কোম্পানির সংখ্যা (ABC, CBS, NBC) মাত্র তিনটিই ছিল এবং সবাই বিজ্ঞাপনের ভাগ পেত। যেহেতু এই ব্যবসার মূলধনের চাহিদা সীমিত, তাই এটি শেয়ারহোল্ডারদের ধরে রাখা মুনাফা দিয়েই তাদের বাজার সম্প্রসারণ করতে পারে এবং দীর্ঘ সময়ের জন্য ক্রমবর্ধমান মুনাফা এনে দিতে পারে।

প্রশ্ন ৮: কোম্পানি কি মূল্যস্ফীতির সাথে তাল মিলিয়ে দাম বাড়াতে পারে?

আমরা সবাই জানি যে, মূল্যস্ফীতি বা মুদ্রাস্ফীতি (**Inflation**) হলো পণ্য ও সেবার দাম বাড়ার একটি প্রধান কারণ। কিন্তু ব্যবসার দুনিয়ায় সব কোম্পানি কিন্তু এই মূল্যস্ফীতির সাথে তাল মিলিয়ে তাদের পণ্যের দাম বাড়াতে পারে না।

সাধারণ ব্যবসার সর্বনাশ: দাম কমানোর চাপ

যদি আমরা একটি কমোডিটি ব্যবসার কথা ভাবি:

- শ্রমিকের খরচ বাড়লো, কাঁচামালের দামও বাড়লো (অর্থাৎ, খরচ বাড়লো)।
- কিন্তু বাজারে যখন সরবরাহ বেড়ে গেল বা তীব্র প্রতিযোগিতা শুরু হলো, তখন কোম্পানিগুলো দাম বাড়াতে পারলো না। উল্টো, তাদের প্রতিযোগিতা করার জন্য দাম কমাতে বাধ্য হলো!

কড়া বাস্তবতা: “ব্যবসা টিকিয়ে রাখার জন্য তারা উৎপাদন খরচের চেয়েও কম দামে পণ্য বিক্রি করতে বাধ্য হয়। এই ক্ষতি তারা কীভাবে পোষায়? শেয়ারহোল্ডারদের ধরে রাখা লাভ ব্যবহার করে!”

- যখন ধরে রাখা লাভও যথেষ্ট হয় না, তখন তারা ঋণের বোঝা বাড়ায় বা নতুন শেয়ার ইস্যু করে টাকা তোলে। এর ফলে কোম্পানির বুক ভ্যালু (Net Worth) কমে যায় এবং শেয়ারহোল্ডারদের মূলধনের মূল্য আর বাড়ে না।

এভিয়েশন (বিমান) ব্যবসার উদাহরণ

এভিয়েশন ব্যবসা বা বিমান সংস্থাগুলোর ক্ষেত্রেও একই পরিস্থিতি হয়।

- তাদের ফিক্সড খরচগুলো (যেমন জ্বালানি, রক্ষণাবেক্ষণ, বিমানবন্দর চার্জ) মূল্যস্ফীতির সাথে সাথে বাড়তে থাকে।

- কিন্তু যখন বাজারে প্রতিযোগিতা বাড়ে, তখন ব্যবসা টিকিয়ে রাখার জন্য তারা তাদের আসল খরচের চেয়েও কম দামে টিকিট বিক্রি করতে বাধ্য হয়।

ফল:

- তাদেরও শেয়ারহোল্ডারদের ধরে রাখা মুনাফা ব্যবহার করতে হয়।
- ঋণের বোঝা বাড়ে, নতুন শেয়ার ইস্যু করতে হয়।

এইভাবে তাদের হাতে লাভজনক উদ্যোগে পুনর্বিনিয়োগের জন্য আর কোনো মূলধন থাকে না। ফলে শেয়ারহোল্ডারদের মূলধনের মূল্য আর বাড়ে না।

ব্যাফেটের সিদ্ধান্ত: ওয়ারেন ব্যাফেট সেইসব ব্যবসা থেকে নিজেকে দূরে রাখেন, যারা মূল্যস্ফীতির সাথে তাল মিলিয়ে দাম বাড়াতে পারে না। কারণ, এই কোম্পানিগুলো তাদের শেয়ারহোল্ডারদের ধরে রাখা মুনাফা আরও লাভজনক পথে খাটাতে পারে না। গ্রাহক মনোপলি ছাড়া এমন স্বাধীনতা পাওয়া অসম্ভব।

প্রশ্ন ৯: ধরে রাখা মুনাফার মূল্য কি কোম্পানির বাজার মূল্যে প্রতিফলিত হবে?

ব্যাফেটের গুরু বেঞ্জামিন গ্রাহাম তার জীবনের শেষ বছরগুলোতে বলেছিলেন যে, পুঁজিবাজারের দুটো অংশ থাকে:

১. দীর্ঘমেয়াদী বিনিয়োগ কেন্দ্র: যেখানে দীর্ঘমেয়াদে একটি শেয়ারের বাজার মূল্য তার আসল অভ্যন্তরীণ মূল্য (Intrinsic Value) প্রতিফলিত করে।

২. জুয়া খেলার ঘর: যেখানে মানুষজন শেয়ারের দামের স্বল্পমেয়াদী ওঠানামা নিয়ে বাজি ধরে।

গ্রাহাম বিশ্বাস করতেন, এই জুয়া খেলার অংশটি এমন ফটকাবাজদের দ্বারা নিয়ন্ত্রিত হয়, যারা দৈনিক খবর বা গুজব শুনে শেয়ারের দামে বাজি ধরে।

ধৈর্যশীল বিনিয়োগকারীদের সুযোগ: তবে গ্রাহাম আরও বলতেন, বাজারের এই ‘জুয়া খেলার ঘর’ অংশটিই ধৈর্যশীল বিনিয়োগকারীদের তাদের দক্ষতা পরীক্ষার সুযোগ দেয়। যখন ফটকাবাজরা ভয় আর লোভের বশে অযৌক্তিকভাবে দাম কমিয়ে দেয়, তখন ধৈর্যশীল বিনিয়োগকারীরা সেই কোম্পানির শেয়ারগুলো তার আসল মূল্যের চেয়েও কম দামে কেনার সুযোগ পেয়ে যান।

বাস্ফেটের অতিরিক্ত সংযোজন: বুক ভ্যালুই পথ দেখায়

ওয়ারেন বাস্ফেট তার গুরুত্ব এই দর্শনে আরও একটি বিষয় যোগ করেছেন। বাস্ফেট সবসময় বলেছেন:

“যদি কোনো কোম্পানি তার মূলধনকে সঠিকভাবে বরাদ্দ করে এবং ধারাবাহিকভাবে তার বুক ভ্যালু/নেট ওয়র্থ উন্নত করে যায়, তবে বাজারের দীর্ঘমেয়াদী বিনিয়োগ প্রবণতা শেষ পর্যন্ত সেই উন্নতিকে শেয়ারের বাজার মূল্যে প্রতিফলিত করবে।”

বাস্ফেটের নিজের কোম্পানি বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার ফেব্রুয়ারি ঠিক এটাই হয়েছিল। বার্কশায়ার শেয়ারহোল্ডারদের মুনাফা

লাভজনক উদ্যোগে বিনিয়োগ করে তার বুক ভ্যালু ক্রমাগত বাড়িয়েছে, আর সেই বাড়তি মূল্যই শেয়ারের দামে দেখা গেছে।

অতএব, সেরা কোম্পানি খোঁজার সময় বাফেট নিশ্চিত করতেন যে, কোম্পানিটি ধরে রাখা মুনাফা দিয়ে যে মূল্য বাড়াচ্ছে, সেই মূল্যবৃদ্ধি বাস্তবেই তার বাজার মূল্যে প্রতিফলিত হচ্ছে কি না।

এই নয়টি প্রশ্নই ওয়ারেন বাফেটকে সেরা কোম্পানিগুলো বেছে নিতে এবং সেগুলোতে দীর্ঘমেয়াদী বিনিয়োগের মাধ্যমে জাদুকরী ক্রমবর্ধমান মুনাফা অর্জনের সুযোগ এনে দিতে সাহায্য করেছে। এই পরীক্ষাগুলোই একটি ব্যবসার চরিত্র উন্মোচন করে দেয়।



সঠিক ম্যানেজার নির্বাচন

ভূমিকা: টাকার ম্যাজিক নাকি ম্যানেজমেন্টের জোর?

২০১৬ সালের ডিসেম্বরের মাঝামাঝিতে যখন ডোনাল্ড ট্রাম্প আমেরিকার ৪৫তম প্রেসিডেন্ট হিসেবে নির্বাচিত হলেন, আর শেয়ার বাজার সূচক (DJIA) ২০,০০০-এর কাছাকাছি পৌঁছালো, তখন সারা বিশ্বে রাজনীতি নিয়ে আলোচনা তুঙ্গে।

কিন্তু খুব কম মানুষই তখন ওয়ারেন বাফেটের দিকে নজর দিয়েছিল। সে সময় তার কোম্পানি বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার শেয়ারের দাম প্রথমবার \$249,711 ছুঁয়েছিল এবং পরে তা \$266,013-এ পৌঁছেছিল।

আসল চমকটা দেখেন!

আজ থেকে ৫২ বছর আগে, ১৯৬৫ সালের মে মাসে বাফেট যখন বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার নিয়ন্ত্রণ নেন, তখন থেকে ২০১৭ সাল পর্যন্ত তাদের শেয়ারের দাম বছরে ২১% হারে বেড়েছে! অথচ একই সময়ে প্রধান স্টক মার্কেট সূচক (DJIA)-এর গড় বার্ষিক রিটার্ন ছিল মাত্র ২.০৭৫%!

কড়া প্রশ্ন: “এমন অবিশ্বাস্য পারফরম্যান্স কীভাবে সম্ভব হলো? অনেকে সোজাসাপটা উত্তর দেবে—তিনি পৃথিবীর সেরা

বিনিয়োগকারী। হ্যাঁ, এতে কোনো সন্দেহ নেই। কিন্তু এটাই কি পুরো উত্তর?”

ব্যাফেটের ক্ষেত্রে সবচেয়ে বেশি উপেক্ষা করা হয় যে বিষয়টি, তা হলো: তিনি একজন অসাধারণ সফল ম্যানেজারও! আর এই দৃষ্টিভঙ্গিটিই ব্যবসায়িক বিশ্বের সব নেতার জন্য সবচেয়ে উপযোগী এবং অনুপ্রেরণামূলক।

একটানা ৫২ বছর রাজত্ব!

ওয়ারেন ব্যাফেট একমাত্র ব্যক্তি, যিনি একটি বিশাল বহুজাতিক সাম্রাজ্য—বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে—টানা ৫২ বছর ধরে নেতৃত্ব দিয়েছেন। এই দিকটায় আমাদের বিশেষ মনোযোগ দিতে হবে।

➤ আমেরিকার বাণিজ্যিক ইতিহাসে সবচেয়ে বেশি আলোচিত সিইও-রা কতদিন ছিলেন? জেনারেল মোটরসের জন ডি. রকফেলার ২৭ বছর এবং মাইক্রোসফটের বিল গেটস ২৫ বছর। ব্যাফেট তাদের সবাইকে ছাড়িয়ে গেছেন!

কিন্তু আশ্চর্যের বিষয় হলো, বিশ্বের বিনিয়োগকারীরা ব্যাফেটের বিনিয়োগ কৌশল অনুসরণ করার চেষ্টা করলেও, তার ম্যানেজমেন্ট মডেল কর্পোরেট সংস্কৃতিতে কোনো প্রভাব ফেলেনি।

ব্যাফেটের দীর্ঘদিনের বন্ধু এবং বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ের ভাইস চেয়ারম্যান চার্লি মাস্কার ২০১৬ সালে শেয়ারহোল্ডারদের কাছে লেখা এক চিঠিতে বলেছিলেন:

“বার্কশায়ারের এই পদ্ধতি এর সাফল্যের জন্য অপরিহার্য। আমার জানা নেই, অন্য কোনো কর্পোরেট হাউসে এর অর্ধেক উপাদানও আছে কি না।”

অর্থাৎ, বাফেটের সফল হওয়ার রহস্য শুধু তিনি কোন শেয়ার কিনতেন, তাতে নেই—বরং কার হাতে তিনি তার ব্যবসা তুলে দিতেন, তাতেও আছে!

ক্ষমতা হস্তান্তরের শিল্প: ম্যানেজারকে বস বানাও

বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে যখন দ্রুত বড় হতে লাগলো এবং একের পর এক ব্যবসা অধিগ্রহণ করতে থাকলো, তখন ওয়ারেন বাফেট ‘ক্ষমতা হস্তান্তরের’ প্রয়োজনীয়তা অনুভব করলেন।

এটা শুধু তার মানসিক সুস্থতার (অর্থাৎ, স্বাভাবিক ও যৌক্তিক চিন্তা করার ক্ষমতার) জন্য জরুরি ছিল না, বরং কোম্পানিগুলো যেন সঠিকভাবে পরিচালিত হয় এবং ম্যানেজাররা খুশি মনে কাজ করেন—সেটাও নিশ্চিত করার জন্য দরকার ছিল।

বাফেটের সবচেয়ে অনন্য দক্ষতা: “যদি বাফেটের কোনো একক ম্যানেজমেন্ট দক্ষতা থাকে, তবে তা হলো তার দ্রুত ও স্বেচ্ছায় ক্ষমতা হস্তান্তর করার সাহস।”

অধিকাংশ সিইও (CEO) যেখানে ক্ষমতা ছাড়তে ভয় পান, সেখানে বাফেট তার ম্যানেজারদের অসীম ক্ষমতা দিতে এতটুকুও ভয় পাননি। আর এটাই ছিল বার্কশায়ার হ্যাথাওয়েকে একটি আঞ্চলিক টেক্সটাইল কোম্পানি থেকে বিশাল বহুজাতিক সাম্রাজ্যে পরিণত করার সবচেয়ে বড় কারণ।

বাক্ষেটের ম্যানেজাররা কেন কাজ করেন?

বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে হলো এমন একটি পাবলিক হোল্ডিং কোম্পানি, যার অধীনে ৮৮টিরও বেশি ভিন্ন ভিন্ন ব্যবসা রয়েছে। এই সব কোম্পানি পরিচালিত হয় সম্পূর্ণ ক্ষমতাপ্রাপ্ত ম্যানেজারদের দ্বারা। বাক্ষেট নিজে ওমাহাতে বসে ৩,৬৭,৭০০ জন কর্মচারীকে উপর থেকে গাইড করেন।

১৯৯৯ সালের বার্ষিক রিপোর্টে বাক্ষেট তার এই ম্যানেজেরিয়াল দক্ষতার বর্ণনা দিয়েছেন, যা অন্য কোথাও পাওয়া কঠিন:

বাক্ষেটের জবানবন্দী:

“বার্কশায়ারের ম্যানেজাররা কয়েকটি কারণে অন্যরকম। যেমন, এদের একটি বড় অংশই স্বাবলম্বী ধনী—তারা যে ব্যবসা চালান, তা থেকেই তারা প্রচুর অর্থ কামিয়েছেন। তারা অর্থের প্রয়োজনে কাজ করেন না, বা চুক্তিবদ্ধও নন—কারণ বার্কশায়ারে কোনো চুক্তি নেই।”

“বরং তারা কঠোর পরিশ্রম করেন, কারণ তারা তাদের নিজস্ব ব্যবসাটিকে ভালোবাসেন। আমি সজ্ঞানে ‘তাদের’ শব্দটি ব্যবহার করছি, কারণ এই ম্যানেজাররাই সত্যিকারের দায়িত্বে আছেন। ওমাহাতে কোনো ‘দেখাও এবং বলো’ (Show and Tell) প্রেজেন্টেশন নেই, হেডকোয়ার্টার থেকে বাজেট অনুমোদনের কোনো চাপ নেই, বা মূলধনী ব্যয়ের কোনো নির্দেশ জারি করা হয় না।”

“আমরা শুধু আমাদের ম্যানেজারদের বলি: ‘কোম্পানিটিকে এমনভাবে চালাও, যেন এটি আগামী ১০০ বছরের জন্য তোমার পরিবারের একমাত্র সম্পদ।’“

বিল চাইল্ডের অবিশ্বাস্য সততা

ব্যাফেট একটি উদাহরণ দিয়ে বুঝিয়েছেন, কেন তিনি এমন ম্যানেজারদের সাথে কাজ করতে পছন্দ করেন। এটি হলো ইউটাহর ফার্নিচার ব্যবসা আর.সি. উইলির প্রতিষ্ঠাতা বিল চাইল্ডের গল্প:

আর.সি. উইলি তাদের ধর্মীয় বিশ্বাসের কারণে রবিবারে দোকান বন্ধ রাখত। ব্যাফেট যখন তাকে উটাহর বাইরে বইসে (Boise) একটি নতুন দোকান খোলার কথা বললেন, তখন ব্যাফেট সন্দেহান ছিলেন—কারণ সেখানে প্রতিদ্বন্দ্বীরা সপ্তাহে সাত দিন দোকান চালাত।

তবুও ব্যাফেট বিল চাইল্ডকে বললেন: “এই ব্যবসা তোমার। তোমার ব্যবসায়িক বিচার এবং তোমার ধর্মীয় বিশ্বাস দুটোই অনুসরণ করো।”

বিল চাইল্ড তখন অবিশ্বাস্য এক প্রস্তাব দিলেন:

বিল চাইল্ড: “যদি দোকান সফল হয়, তবে আমি জমি ও ভবন (যা তৈরি করতে ৯ মিলিয়ন ডলার লেগেছিল) আমার কেনা দামে বার্কশায়ারের কাছে বিক্রি করব। আর যদি সফল না হয়, তবে আপনারা কোনো টাকা না দিয়েই ব্যবসা ছেড়ে দিতে পারবেন। পুরো ক্ষতিটা আমি ব্যক্তিগতভাবে নেব!”

বাহ্ফেট এই প্রস্তাব মানতে চাইলেন না, বললেন—লাভ যদি বার্কশায়ার নেয়, তবে ক্ষতিও নেবে। কিন্তু বিল চাইল্ড বললেন, ধর্মীয় বিশ্বাসের কারণে যদি ব্যর্থতা আসে, তবে তিনি ব্যক্তিগতভাবে সেই ধাক্কা সামলাতে চান।

অবশেষে দোকানটি সফল হলো। বিল চাইল্ড তখন জমিসহ ভবনটি বাহ্ফেটের হাতে তুলে দিলেন।

বাহ্ফেটের চমক: “সবচেয়ে বড় কথা, বিল চাইল্ড এই দুই বছর ধরে তার মূলধন আটকে রাখার জন্য এক পয়সাও সুদ নিতে অস্বীকার করলেন!”

বাহ্ফেট বলেন, এমন ম্যানেজারের সাথে অংশীদার হওয়ার সুযোগ থাকলে, প্রতিদিন সকালে তিনি নাচতে নাচতে কাজে যেতে চান।



সার্কাসের খেলা বনাম ক্ষমতা হস্তান্তর

ওয়ারেন বাহ্ফেট মুহূর্তের মধ্যে বুঝেছিলেন, ব্যবসা চালাতে ও এর টেকসই বৃদ্ধি নিশ্চিত করতে হলে একজন নেতাকে অবশ্যই ‘ক্ষমতা হস্তান্তরের’ দক্ষতা শিখতে হবে।

সতর্কতা: “একজন নেতার স্বাভাবিক প্রবণতা হলো—নিজের কাজ, ব্যবসা বা এর সাথে জড়িত সবকিছুর খুঁটিনাটি নিয়ন্ত্রণ করা। কিন্তু এতগুলো ব্যবসার সবকিছুকে মাইক্রো ম্যানেজ করার চেষ্টা করা হলো সার্কাসের একজন খেলোয়াড়ের মতো অনেকগুলো বল শূন্যে ছুড়ে দিয়ে সেগুলো মাটিতে পড়তে না দেওয়ার চেষ্টা করা।”

এর ফলে নেতার সামান্য মনোযোগ হারালেই সবকিছু ভেঙে পড়তে পারে। শুধু তাই নয়, শীর্ষ নেতা সবকিছু নিয়ন্ত্রণ করতে গেলে তার অধিক গুরুত্বপূর্ণ কাজগুলো উপেক্ষিত হয়।

বাহ্ফেট এর বিপরীতে দক্ষ ম্যানেজারদের হাতে ক্ষমতা দিয়ে দিতেন এবং নিজে পুরো ব্যবসার তত্ত্বাবধান ও গাইড করতেন। ফলে সব কাজ মসৃণভাবে চলত এবং তিনি গুরুত্বপূর্ণ কাজ থেকে মনোযোগ হারাতেন না।

➤ **খোলামেলা স্বাধীনতা:** ২০০৫ সালে বার্কশায়ার যখন একটি আমেরিকান কোম্পানি অধিগ্রহণ করে, বাহ্ফেট তখন এর সিইও পিটার লিগলকে স্পষ্ট করে দেন—বছরে একবারের বেশি তার কাছ থেকে ফোন আসার আশা না করতে!

➤ **ট্রাস্টের চূড়ান্ত প্রমাণ:** ২০০৩ সালে যখন ম্যাকলেন কোম্পানিকে অধিগ্রহণ করা হয়, তখন এর সিইও উইলিয়াম গ্র্যাডি রসিয়ার কোম্পানির ব্যবহারের জন্য কিছু জেট বিমান কেনার অনুমোদনের জন্য বাহ্ফেটকে ফোন করলেন। বাহ্ফেট তাকে বললেন: “এই সিদ্ধান্ত আপনার। এটা আপনার কোম্পানি, আপনিই পরিচালনা করবেন।”

ওয়ারেন বাহ্ফেটের একটি বিখ্যাত উক্তি আছে: “আমরা ক্ষমতাকে প্রায় বর্জন-এর পর্যায়ে নিয়ে গিয়ে হস্তান্তর করি।”

বাহ্ফেট মনে করতেন, প্রতিটি ব্যবসা নিজেই পরিচালনা করার কথা ভাবা তার জন্য চরম নিবুদ্ধিতা হবে। তাই তিনি তার সব

ম্যানেজারকে তাদের ব্যবসার জন্য সম্পূর্ণ দায়িত্ব ও সব ধরনের সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষমতা দিয়েছেন।

এই ক্ষমতা হস্তান্তরের জন্য বাফেট কিছু নিয়ম তৈরি করেছিলেন, যা নিচে আলোচনা করা হবে।

১. প্রতিটি ব্যবসার সংস্কৃতি অনন্য

ওয়ারেন বাফেট খুব ভালোভাবেই জানতেন যে, ছোট-বড় প্রতিটি ব্যবসারই নিজস্ব কর্ম সংস্কৃতি থাকে।

➤ **বিশেষ দক্ষতা:** প্রতিটি ব্যবসার কর্মী ও ম্যানেজারদের নিজস্ব বিশেষ দক্ষতা থাকে, যা তাদের দক্ষতার সাথে কাজ সম্পন্ন করতে সাহায্য করে।



➤ **অহস্তক্ষেপ:** বাফেট দ্রুতই বুঝেছিলেন যে, তিনি নিজে এই দক্ষ ম্যানেজারদের মতো কাজ করতে পারবেন না। তাই তিনি সেই বিশেষ দক্ষ কর্মীদের কোনো হস্তক্ষেপ ছাড়াই তাদের কাজ করতে দিতেন।

বাফেটের ভূমিকা: ওয়ারেন নিজেই সব সময় একজন ‘উত্সাহদাতা’র ভূমিকায় রাখতেন, কখনোই ‘চাবুক মারা কর্তা’ হতেন না। তিনি বিশ্বাস করেন, তার কর্মীরাই সেই কাজের বিশেষজ্ঞ। তাদের সেই বিশেষজ্ঞের কাজটি করতে দেওয়াই কোম্পানির স্বার্থে তাদের পুরো সম্ভাবনা ব্যবহার নিশ্চিত করে।

২. যোগ্য ম্যানেজাররা নিজেদের মতো চলতে পছন্দ করেন

ওয়ারেন বাফেট ম্যানেজমেন্ট সাইকোলজির এমন একটি রহস্য দ্রুত আবিষ্কার করেছিলেন, যা বেশিরভাগ ব্যবসায়ী মালিকরা বুঝতেই পারেন না:

“যেসব ম্যানেজার সত্যিই যোগ্য, তারা নিজেদের ব্যবসা নিজেদের মতো করে চালাতে পছন্দ করেন। তারা কাজে কোনো হস্তক্ষেপ একদম সহ্য করতে পারেন না।”

তারা মনে করেন, তারা যেভাবে সঠিক মনে করেন, সেভাবেই ব্যবসা চালাবেন। আর যদি তাদের ব্যবসায়টিকে নিজেদের সম্পত্তি মনে করার সুযোগ দেওয়া হয়, তবে তারা অবিশ্বাস্য ফল এনে দিতে পারেন।

বাফেট ঠিক এটাই করতেন। ম্যানেজার নির্বাচন শেষ হওয়ার পর, তিনি তাদের ওপর ১০০% আস্থা রাখতেন এবং তাদের ‘নিজের ব্যবসা’ ‘নিজের মতো করে’ পরিচালনা করতে উৎসাহিত করতেন। ছোট-বড় সব ধরনের ভুলত্রুটির ক্ষেত্রেই তিনি তাদের পাশে থাকার গর্ব বোধ করতেন। এর ফলস্বরূপ, বার্কশায়ারের সহযোগী কোম্পানিগুলোর ম্যানেজাররা মালিকের মতোই কঠোর পরিশ্রম করেন এবং তাদের ‘নিজস্ব’ ব্যবসার জন্য সেরা পারফরম্যান্স নিশ্চিত করেন। এটা তাদের কাছে গর্বের বিষয়।

৩. সততাই সবচেয়ে বড় গুণ

যোগ্যতা, কঠোর পরিশ্রম আর আবেগের সাথে অবশ্যই সততা থাকতে হবে।

ম্যানেজারকে সম্পূর্ণ ক্ষমতা দেওয়ার আগে বাফেট নিশ্চিত করতেন যে, তিনি কেবল যোগ্য, কঠোর পরিশ্রমী এবং উৎসাহী নন, বরং তার মধ্যে প্রচুর পরিমাণে সততাও আছে।

বাফেটের উপলব্ধি: বাফেট বুঝতে পেরেছিলেন, যে ম্যানেজার কঠোর পরিশ্রমী, উৎসাহী এবং তার কাজে বিশেষজ্ঞ, কিন্তু যার মধ্যে সততা নেই, সে তার সমস্ত দক্ষতা ব্যবহার করে কোম্পানিকে চরমভাবে লুট করতে পারে।

এই কারণেই বাফেট অন্য সব গুণ (যা ব্যবসা চালানোর জন্য অবশ্যই প্রয়োজন) থাকা সত্ত্বেও তার ম্যানেজারদের মধ্যে সততার ওপর সবচেয়ে বেশি মনোযোগ দেন।

উদাহরণ: নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্চ কেনার সময় তিনি মিসেস বি.-কে সর্বোচ্চ গুরুত্ব দিয়েছিলেন এবং তাকেই সারা জীবন ব্যবসা চালানোর অনুমতি দিয়েছিলেন। কারণ মিসেস বি.-র মূলমন্ত্র ছিল: “কম দামে বেচো এবং সত্য কথা বলো!”—আর এই সততার প্রতিই বাফেট মুগ্ধ ছিলেন।

বিনিয়োগকারী বাফেটের প্রাথমিক সফলতা: ওমাহাতে প্রত্যাবর্তন

গুরুর বিদায়, শিষ্যের উত্থান

১৯৫৬ সালের দিকে বাফেটের গুরু বেঞ্জামিন গ্রাহাম তাঁর কোম্পানি ‘গ্রাহাম নিউম্যান কর্পোরেশন’-এর রাশ তুলে দিলেন এবং বিলাসবহুল জীবনযাপনের জন্য বেভারলি হিলসে চলে গেলেন।

গ্রাহাম তার ২০ বছরের শিক্ষকতা ও ব্যবসায়িক জীবনে স্ট্যান্ডার্ড অ্যান্ড পুওর্স ৫০০ সূচকের ১৪% বৃদ্ধির বিপরীতে গড়ে ১৭% আয় করেছিলেন। শুধু তাই নয়, তার সেরা বিনিয়োগ GEICO (সরকারি কর্মচারী বীমা কোম্পানি)-এর শেয়ার ধরে রাখলে বিনিয়োগকারীরা দ্বিগুণ লাভ পাচ্ছিলেন।

এদিকে ১৯৫০ সালে কলান্সিয়া ইউনিভার্সিটি থেকে পড়াশোনা শেষ করার পর ওয়ারেন বাফেট নীরবে নিজের বিনিয়োগ চালিয়ে যাচ্ছিলেন। ১৯৫৬ সালের মধ্যে তার ব্যক্তিগত মূলধন \$9,800 থেকে বেড়ে \$1,40,000 হয়ে গেল। নিজের পকেটে এখন যথেষ্ট টাকা!

গুরু গ্রাহাম চলে যাওয়ার পর জেরী নিউম্যানের অনুপ্রেরণাহীন নেতৃত্বে কাজ করতে ভালো লাগছিল না বাফেটের। তাই নিজের শহর ওমাহাতে ফেরার জন্য তিনি অস্থির হয়ে উঠলেন।

ওমাহাতে শুরু: \$100 মূলধনের এক নতুন উদ্যোগ

১৯৫৬ সালের বসন্তে বাফেট তার স্ত্রী সুসানকে নিয়ে ওমাহাতে ফিরলেন। এবার তিনি বাবার ব্রোকারেজ ফার্মে বা অন্য কারও অধীনে কাজ করার জন্য ফেরেননি।

১ মে, ওমাহাতে পৌঁছানোর দিনই তিনি পরিবার ও বন্ধুদের নিয়ে একটি ঘরোয়া সভার আয়োজন করলেন।

অবিশ্বাস্য সূচনা: সেই সভায় বাফেটের বোন, ভগ্নিপতি, খালা এবং বন্ধুসহ মোট সাতজন সীমিত অংশীদার মিলে \$1,05,000 তুলে দিলেন। আর বাফেট স্বয়ং সাধারণ অংশীদার (General Partner) হিসেবে দিলেন মাত্র \$100!

এই সামান্য \$100 পুঁজি নিয়ে বাফেট প্রতিষ্ঠা করলেন তার নিজের প্রস্তাবিত অংশীদারি ফার্ম ‘বাফেট অ্যাসোসিয়েটস লিমিটেড’।

এই সময়েই গ্রাহাম নিউম্যানের একজন পুরোনো বিনিয়োগকারী, চিকিৎসক হোমার ডোজ, গ্রাহামকে জিজ্ঞেস করলেন: “কে এখন আপনার ‘মেধাস্বত্ব’ (Intellectual Legacy) বহন করবে?” গ্রাহাম উত্তর দিলেন: “ওয়ারেন বাফেট।” হোমার ডোজ গরমের ছুটিতে পশ্চিমে যাওয়ার পথে ওমাহাতে থেমে বাফেটের সাথে কথা বললেন—এবং সাথে সাথেই বাফেটের ফার্মে \$1,20,000 বিনিয়োগ করার সিদ্ধান্ত ঘোষণা করলেন!

এভাবে বাফেট তার বেডরুম থেকে তিনটি ছোট অংশীদারি ফার্ম পরিচালনা শুরু করলেন।

শর্তের খেলা: আমিই হব বস!

১৯৫৭ সালের শুরুর দিকে বাফেট প্রায় \$3,00,000 বিনিয়োগ তহবিল পরিচালনা করছিলেন। ওমহাতে নাম না জানা অন্যান্য স্টক পিকারে চেয়ে আলাদা কিছু করতে বাফেটের এখন বড় মূলধনের দরকার।

কিন্তু বড় বিনিয়োগকারীদের বিশ্বাস জেতার জন্য বাফেটের হাতে কী ছিল? তার আত্মবিশ্বাস ছাড়া আর কিছুই না। স্বাধীনভাবে কাজ করার কোনো ট্র্যাক রেকর্ড বা কাগজে কলমে বিশ্বাসযোগ্যতা দেখানোর মতো কিছু তার ছিল না।

তবুও বাফেট জনগণের টাকার ওপর শুধু বিবেচনা ক্ষমতা চাননি; তিনি চেয়েছিলেন সম্পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ! কেউ যেন তার বিনিয়োগ সিদ্ধান্ত নিয়ে প্রশ্ন তুলতে না পারে। গ্রাহাম নিউম্যানের মতো তিনি আর কোনো বস চাননি।

বাফেট তখন ওয়াল স্ট্রিট নিয়ে এমনভাবে চিন্তা করতেন, যেন তার মস্তিষ্কে পুরো বাজারের একটি ছবি আঁকা আছে। মুডি'স ম্যানুয়াল এবং আর্থিক প্রতিবেদন পড়ে তিনি প্রতিটি শেয়ার ও ঋণের তথ্য সম্পর্কে ওয়াকিবহাল ছিলেন।

আত্মবিশ্বাসের জোর: সবচেয়ে বড় কথা, তিনি কেবল নিজের বিশ্লেষণকেই বিশ্বাস করতেন। ওয়াল স্ট্রিটের কোনো আর্থিক বিশ্লেষকের বিশ্লেষণকে তিনি ভরসা করতেন না। এমন পরিস্থিতিতে, বাফেটের আত্মবিশ্বাস এবং স্পষ্ট চিন্তা ছাড়া আর কীই বা মানুষের আস্থা জেতার জন্য দরকার ছিল?

ডেভিস পরিবারের পরীক্ষা

১৯৫৭ সালের গ্রীষ্মে ওমাহার একজন প্রখ্যাত ইউরোলজিস্ট ডা. এডউইন ডেভিস বাফেটকে ফোন করলেন। ডেভিস পরিবারের বিনিয়োগ পরামর্শক নিউইয়র্ক থেকে বাফেটের নাম রেফার করেছিলেন।

নির্দিষ্ট রবিবারে বাফেট যখন ডেভিসের বাড়িতে পৌঁছালেন, তখন পুরো পরিবার সেখানে জড়ো হয়েছিল। এটা ছিল বাফেটের পেশাগত জীবনের এক দুর্দান্ত মুহূর্ত।

কিন্তু বাফেট ডেভিস পরিবারের সদস্যদের খুশি করার মতো কোনো কথা বললেন না। বরং তিনি স্পষ্ট করে দিলেন:

১. আমি কোথায় বিনিয়োগ করব, তা আপনাদের জানাবো না।
২. আমি আপনাদের কাছে শুধুমাত্র বছরের শেষে, ৩১ ডিসেম্বর, ফলাফল নিয়ে আসব।
৩. যদি আপনারা আরও বিনিয়োগ করতে চান বা মূলধন তুলে নিতে চান, তবে তখনই তা করতে পারবেন। অন্যথায়, বিনিয়োগ করা মূলধন আমার সম্পূর্ণ নিয়ন্ত্রণে থাকবে।

বাফেট ধৈর্য ধরে তার কথাগুলো বললেন, কিন্তু তার উদ্দেশ্য পরিষ্কার ছিল: তিনি ডেভিস পরিবারের মূলধন চাইছিলেন, তবে তা তার নিজের শর্তে!

বাফেট তার ব্যবসার শর্তগুলো তুলে ধরলেন: সীমিত অংশীদার হিসেবে ডেভিস পরিবার মোট লাভের একটি অংশ পাবে। বাকি লাভের ৭৫% ডেভিস পরিবার পাবে এবং ২৫% বাফেট

পাবেন। তবে যদি ফলাফল গড়পড়তার চেয়ে কম হয় বা খারাপ হয়, তবে বাফেট কোনো কিছুই পাবেন না—না বেতন, না ফি, না খরচ।

এভাবে বাফেট বোঝালেন যে, তিনি ডেভিস পরিবারকে শুধু জুয়া খেলতে বলছেন না; তিনি নিজেও ঝুঁকি নিচ্ছেন।

আলোচনার শেষে বেশিরভাগ পরিবার কোনো ঠাস কারণ খুঁজে পাচ্ছিল না একজন নবীনকে বিশ্বাস করার জন্য। কিন্তু ডা. ডেভিসের স্ত্রী ডরোথি একতরফাভাবে ঘোষণা করলেন যে, তার এই তরুণ বাফেটকে সব দিক থেকেই ভালো লেগেছে। অবশেষে ডা. এডউইন ডেভিস \$1,00,000 বিনিয়োগ করার সিদ্ধান্ত নিলেন।

বাফেটের প্রথম বড় লাফ

১৯৫৭ সালের শেষে বাফেট পাঁচটি ছোট অংশীদারি ফার্ম পরিচালনা করছিলেন, যার মোট মূল্যমান ছিল \$5,00,000। প্রথম বছরে তার বিনিয়োগ পোর্টফোলিও ১০% লাভ করেছিল, যখন ডিজেআইএ (DJIA) সূচক আটকে ছিল মাত্র ৮%-এ।

এই সময়ে বাফেট ওমাহাতে \$31,500 দিয়ে একটি পাঁচ বেডরুমের বাড়ি কিনলেন। মাস্টার বেডরুমটিকে তিনি অফিস বানিয়ে সেখান থেকেই সব কোম্পানি পরিচালনা করতেন।

১৯৫৮ সালে বাফেটের বিনিয়োগ পোর্টফোলিও ৪১% লাভ করেছিল, যেখানে ডিজেআইএ-এর রিটার্ন ছিল ৩৯%। অর্থাৎ, তিন বছর শেষে মূল অংশীদারি মূলধন দ্বিগুণ হয়ে গিয়েছিল।

স্যানবর্ন ম্যাপ কোম্পানি: ঝুঁকি ও সাফল্যের চূড়ান্ত পরীক্ষা

বাহফেটের পরবর্তী লক্ষ্য ছিল স্যানবর্ন ম্যাপ কোম্পানি (Sanborn Map Company), যারা আমেরিকার শহরগুলোর মানচিত্র তৈরি করত। এক সময়ের লাভজনক এই ব্যবসার অবস্থা মন্দার কারণে খারাপ হয়েছিল।

কোম্পানির বইয়ের মূল্য (Book Value) ছিল প্রায় \$65, কিন্তু বাজারে দাম নেমে এসেছিল \$45-এ। বাহফেটের গুরু গ্রাহামের শিক্ষা অনুযায়ী, এটা ছিল একটি সোনালী সুযোগ, কারণ আজ হোক কাল হোক, বইয়ের মূল্য তার বাজার মূল্যে প্রতিফলিত হবেই!

বাহফেট পুরো ১৯৫৮ এবং ১৯৫৯ সাল ধরে স্যানবর্নের শেয়ার কিনতে থাকেন। কোম্পানির পরিচালকদের হাতে ছিল মাত্র ৪০০টি শেয়ার, তাই বাজারের দাম কমা নিয়ে তাদের কোনো মাথা ব্যথা ছিল না। তারা গত আট বছরে মাত্র পাঁচবার লভ্যাংশ দিয়েছিল, কিন্তু নিজেদের ফি কমায়নি।

বাহফেট তার শেয়ারহোল্ডিং-এর জোরে কোম্পানির পরিচালকদের বোর্ডে চাপ সৃষ্টি করতে সফল হলেন। তিনি বিনিয়োগ পোর্টফোলিওর আসল মূল্য প্রকাশ করার জন্য ম্যানেজমেন্টকে চাপ দিতে লাগলেন।

অবশেষে ১৯৬০ সালে, স্যানবর্ন ম্যানেজমেন্ট তাদের বিশাল বিনিয়োগ পোর্টফোলিও ব্যবহার করে ‘বাই ব্যাক অফার’ আনতে রাজি হলো। এর ফলে বাহফেট তার বিনিয়োগে ৫০% রিটার্ন অর্জনের সুযোগ পেলেন! বাহফেট তার বিনিয়োগকারীদের মোট

সম্পদের ৩৫% স্যানবর্ন ম্যাপসের শেয়ারে বিনিয়োগ করেছিলেন।
স্পষ্টতই, তিনি যে ঝুঁকি নিয়েছিলেন, তার ফল পেলেন।

ব্যাফেট যেভাবে ‘সঠিক ম্যানেজারের’ গুরুত্ব বুঝলেন

১. ডেস্টার মিল: যখন ম্যানেজমেন্টের ঝামেলা শুরু হলো

দশজন পেশাজীবী মিলে ব্যাফেটের কাছে মাত্র \$1,00,000
বিনিয়োগ করেছিলেন। কিন্তু ব্যাফেট এতে সন্তুষ্ট ছিলেন না। তাঁর
দক্ষতা কাজে লাগাতে আরও বড় পুঁজির দরকার ছিল।

১৯৬১ সালে ব্যাফেট তাঁর সবচেয়ে বড় ঝুঁকিটি নিলেন:
নেব্রাস্কার বিয়াক্রিসে অবস্থিত ডেস্টার মিল ম্যানুফ্যাকচারিং
কোম্পানি-তে \$১ মিলিয়ন বিনিয়োগ করলেন।

- কোম্পানি: ডেস্টার ছিল ৮০ বছরের পুরোনো উইন্ডমিল
(বাতাসকল) ও কৃষি সরঞ্জাম প্রস্তুতকারক।
- সমস্যা: বিক্রি স্থির থাকায় এবং লাভজনকতা প্রায় না
থাকায় কোম্পানিটি অসুস্থ ছিল। কিন্তু ব্যাফেট শেয়ারের
বাজার মূল্যকে খুব আকর্ষণীয় মনে করলেন।
- অধিগ্রহণ ও নিয়ন্ত্রণ: তিনি তাঁর বিনিয়োগকারীদের
পুঁজির ২০% ব্যবহার করে ডেস্টারের ৭০% মালিকানা
নিলেন এবং নিজেকে চেয়ারম্যান হিসেবে নিযুক্ত
করলেন।

সাধারণত বিনিয়োগকারীরা ম্যানেজমেন্টের ঝামেলা থেকে দূরে থাকেন, কিন্তু বাফেট যেন এক ভবিষ্যদ্বক্তার মতো অজানা পথে হেঁটে চলছিলেন।

ম্যানেজারদের দিয়ে কাজ না হওয়ার তিক্ত অভিজ্ঞতা

বাফেট তাঁর বিশ্বস্ত আইনজীবী ও বন্ধু ড্যান মোনেনকে ডেস্টারের পরিচালনা পর্ষদে নিয়ে এলেন। প্রতি মাসে বাফেট মোনেনকে নিয়ে ১৫০ কিলোমিটার পথ পাড়ি দিয়ে বিয়াক্রিসের ধুলা-ধূসরিত শহরে যেতেন, কিন্তু ডেস্টারকে নিয়ন্ত্রণ করতে পারছিলেন না।

কোম্পানিতে বড় ধরনের পরিবর্তন দরকার ছিল, কিন্তু তা বাফেটের দক্ষতার বাইরে ছিল।

বাফেটের হতাশা: তিনি ম্যানেজারদের প্রতি মাসে খরচ কমাতে বলতেন, ইনভেন্টরি কমাতে বলতেন। ম্যানেজাররা মাথা নেড়ে সম্মতি দিত। বাফেট ওমাহাতে ফিরে আসতেন, কিন্তু পরেরবার গিয়ে দেখতেন—সমস্যা আগের মতোই রয়ে গেছে!

বাফেট এরপর কোম্পানিটিকে বিক্রির জন্য প্রস্তুত করলেন। এই ঘটনার মধ্য দিয়ে তিনি বুঝলেন—সবকিছু টাকা আর ফাইন্যান্স দিয়ে হয় না!

২. চার্লি মাক্সার ও নিউইয়র্কের জয়

এই ম্যানেজমেন্টের ঝামেলা চললেও, অন্যান্য বিনিয়োগ থেকে বাফেটের অভাবনীয় লাভ আসছিল। তাঁর প্রথম পাঁচ বছরে (১৯৫৭ থেকে ১৯৬১) তাঁর পোর্টফোলিও ডাও জোন্স ইন্ডাস্ট্রিয়াল ইন্ডেক্স

(DJIA)-কে ধারাবাহিকভাবে পরাজিত করে আড়াই গুণ লাভ এনে দিয়েছিল।

ওমাহাতে তাঁর সাফল্যের খবর দাবানলের মতো ছড়িয়ে পড়ল। কিন্তু বাফেট লোকজনের সাথে শেয়ার নিয়ে আলোচনা করতে স্বচ্ছন্দ ছিলেন না। তিনি ছিলেন এমন একজন শিল্পী, যিনি কাজ শেষ না হওয়া পর্যন্ত ক্যানভাস গোপন রাখেন।

নিউইয়র্কে বাফেট তখন তাঁর গুরু বেঞ্জামিন গ্রাহামের নেটওয়ার্ক ব্যবহার করে বড় বিনিয়োগকারীদের দৃষ্টি আকর্ষণ করছিলেন। তিনি মার্সাল ওয়াইনবার্গ, লরেন্স টিশ, এবং ডেভিড স্ট্র্যাসলারের মতো বড় বিনিয়োগকারীদের থেকে ছয় অঙ্কের চেক সংগ্রহ করতে সফল হলেন।

→ **স্ট্র্যাসলারের চমক:** হার্ভার্ড বিজনেস স্কুল ও এমআইটি থেকে পড়া ডেভিড স্ট্র্যাসলার ডেস্টার কেনার জন্য ওমাহাতে এসেছিলেন। বিমানবন্দর থেকে ফেরার পথে বাফেট তাঁর পারিবারিক ব্যবসার খুঁটিনাটি জানতে চাইলেন। বাফেট স্ট্র্যাসলারের পারিবারিক কোম্পানি বিলিংস অ্যান্ড স্পেন্সার সম্পর্কে সব জানতেন—যার মাত্র ২% শেয়ার ছিল বাজারে! স্ট্র্যাসলার বাফেটের জ্ঞানের গভীরতা দেখে এতটাই মুগ্ধ হলেন যে, সাথে সাথেই তাঁর অংশীদারিত্বে বিনিয়োগ করার সিদ্ধান্ত নিলেন।

৩. মুঙ্গার ও হ্যারি বটল: সঠিক ম্যানেজারের ম্যাজিক

১৯৬২ সালের মধ্যে বাফেটের অংশীদারি কোম্পানিগুলোর মোট মূলধন দাঁড়ালো \$৭.২ মিলিয়ন, যা গ্রাহাম নিউম্যান

কর্পোরেশনের চেয়েও বেশি ছিল। এই সময় বাফেট তাঁর নতুন অফিসে (Kiewit Plaza) চলে এলেন।

এই সময়ে তাঁর সাথে বন্ধুত্ব হলো তাঁর চেয়ে ছয় বছরের বড়, আইনজীবী চার্লি মাস্কারের। বাফেটেরই একজন বিনিয়োগকারী তাঁদের পরিচয় করিয়ে দেন। বাফেট মাস্কারের বুদ্ধি ও আত্মবিশ্বাসে মুগ্ধ হলেন।

১৯৬২ সালে বাফেট ডেস্টারের সমস্যা নিয়ে আলোচনা করার জন্য লস অ্যাঞ্জেলেসে মাস্কারের সাথে দেখা করলেন। মাস্কার, যিনি গ্রাহামের শিষ্য ছিলেন না, তিনি বাফেটকে স্পষ্ট উপদেশ দিলেন:

মাস্কার: “সমস্যাগ্রস্ত কোম্পানির সমস্যা সমাধান করা খুব কঠিন। ডেস্টারকে লোকসানে হলেও বিক্রি করে দাও।”

কিন্তু মাস্কার হ্যারি বটল নামে একজন যোগ্য ম্যানেজারের নাম জানতেন। বাফেট হ্যারি বটলের সাক্ষাৎকার নিলেন এবং ছয় দিন পর বটল ডেস্টারের কাজে যোগ দিলেন।

➤ **বটলের কাজ:** বাফেটের নির্দেশনা কঠোরভাবে অনুসরণ করে বটল ওভারহেড খরচ কমালেন, লোকসানে চলা প্ল্যান্টগুলো বন্ধ করলেন এবং ইনভেন্টরি সর্বনিম্ন পর্যায়ে নিয়ে এলেন।

এক বছর পর, ডেস্টার যখন আরও লাভজনক হয়ে উঠলো এবং তার আর্থিক অবস্থা শক্তিশালী হলো, তখন বাফেট \$২.৩ মিলিয়ন লাভে এটি বিক্রি করে দিলেন। এইভাবে বাফেট তিন বছরের মধ্যে তার বিনিয়োগ তিন গুণ করতে সক্ষম হলেন!

ব্যাফেটের চূড়ান্ত শিক্ষা

ব্যাফেট এই সাফল্য অর্জন করতে পেরেছিলেন কারণ:

১. তিনি ডেস্টারকে তার বুক ভ্যালুর চেয়ে অনেক কম দামে কিনেছিলেন।
২. তিনি আতঙ্কে বিক্রি না করে ধৈর্য ধরে অপেক্ষা করেছিলেন।
৩. তিনি হ্যারি বটলের মতো ‘সঠিক ম্যানেজার’ খুঁজে বের করেছিলেন।

এই ঘটনাই ব্যাফেটকে ব্যবসার সাফল্যের জন্য ‘সঠিক ম্যানেজারের’ গুরুত্ব বুঝতে সাহায্য করেছিল।

অপরিবর্তনশীলতা: ব্যাফেট পরবর্তীতে বুঝতে পারেন, সঠিক ম্যানেজারকে যত বেশি দিন ধরে রাখা যায়, ততই ভালো। কারণ বৈবাহিক সম্পর্কের পরিবর্তনের মতো ম্যানেজমেন্টেও পরিবর্তন ঝামেলাপূর্ণ, সময়সাপেক্ষ এবং অপ্রত্যাশিত।

ভিড়ের মধ্যে ‘নেতা’ চেনার দক্ষতা: ভেতরের স্কেরকার্ড

ওয়ারেন ব্যাফেটের একটি দারুণ উক্তি আছে:

“আপনি কি পৃথিবীর শ্রেষ্ঠ প্রেমিক হতে চান, কিন্তু সবাই আপনাকে সবচেয়ে খারাপ প্রেমিক ভাবুক? নাকি আপনি

পৃথিবীর সবচেয়ে খারাপ প্রেমিক হতে চান, কিন্তু সবাই আপনাকে শ্রেষ্ঠ প্রেমিক ভাবুক?”

বাহেট এই উক্তির মাধ্যমে একটি নীতি তৈরি করেছেন: প্রত্যেকেরই হয় ‘ভেতরের স্কোরকার্ড’ না হয় ‘বাইরের স্কোরকার্ড’ থাকে। হয় সে নিজের প্রতি সত্য থাকে, না হয় পৃথিবী তাকে যা দেখতে চায়, সে তাই হওয়ার চেষ্টা করে।

একজন প্রকৃত নেতা তার নিজের ভেতরের বাদ্যযন্ত্রের তালে হাঁটে, যখন অন্যরা বাধার ভয়ে সমাজে প্রচলিত আকাঙ্ক্ষার কাছে মাথা নত করে।

বাহেটের ধনী হওয়ার রহস্য: ভিড়ের বিরুদ্ধে হাঁটা

জনপ্রিয় জনমত যখন আপনার বিরুদ্ধে থাকে, তখন একা দাঁড়িয়ে থাকা কঠিন। কিন্তু বাহেটের এই দক্ষতাই তাকে এত ধনী করেছে।

- তিনি তখনই শেয়ার কেনেন, যখন সবাই ভয়ে থাকে।
- তিনি সব সময় ‘পালের ভিড়ের আচরণের’ বিপরীতে নিজের জীবন যাপন করেন।

তিনি সব ধরনের ভুল ধারণা এবং বিশ্বাস থেকে মুক্ত। তিনি একজন স্বাধীন চিন্তাবিদ। এই কারণেই তিনি কখনো চূড়ান্তভাবে পরাজিত হননি, সব সময় বিজয়ী হয়েছেন।

বিবেকানন্দের কথা: স্বামী বিবেকানন্দের বিখ্যাত উক্তি, “তুমিই তোমার নিয়তির নির্মাতা” (You are the maker of your own destiny)—এই একই ধারণাকে বোঝায়।

স্বাধীন চিন্তাবিদরা কখনোই ভুল ধারণা বা বিশ্বাসের শিকার হন না; তারা নিজেদের নিয়তির কর্তা।

হারু এবং জয়ীর মনস্তত্ত্ব: নিয়ন্ত্রণের উৎস

মনোবিজ্ঞানীরা বিশ্বাস করেন, হারু (Loser) এবং জয়ী (Winner) মানসিকতার মধ্যে পার্থক্য শুধু ‘নিয়ন্ত্রণের উৎসের’ মধ্যেই নিহিত।

➤ **অভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণ :** যদি আপনার নিয়ন্ত্রণের উৎস অভ্যন্তরীণ হয়, তবে কিছু ভুল হলে আপনি নিজেকে দোষ দেন। আপনি বিশ্বাস করেন, আপনিই আপনার ভাগ্যের নিয়ন্ত্রক এবং আপনিই আপনার ফলাফল নিয়ন্ত্রণ করতে পারেন। ব্যর্থ হলে আপনি আপনার কাজকেই ব্যর্থতার জন্য দায়ী করেন।

➤ **বাহ্যিক নিয়ন্ত্রণ :** আর যদি নিয়ন্ত্রণের উৎস বাহ্যিক হয়, তবে কিছু ভুল হলে আপনি নিজেকে নয়, অন্যদের দোষ দেন।

বাবা হাওয়ার্ড বাফেট: বাফেটের নিয়ন্ত্রণের উৎসের মূলে

ওয়ারেন বাফেটের চিন্তাভাবনা তার বাবা হাওয়ার্ড হোমান বাফেট-এর দ্বারা ভীষণভাবে প্রভাবিত হয়েছিল।

ওয়ারেনের প্রথম জন্মদিনের মাত্র দুই সপ্তাহ আগে, ১৯৩১ সালের ১৩ আগস্ট, তার বাবা কাজ থেকে ফিরে খবর দিলেন যে

তার ব্যাংক বন্ধ হয়ে গেছে। গ্রেট ডিপ্ৰেশনের সেই defining মুহূর্তটি ছিল বিশ্বাস ভেঙে যাওয়ার মতো।

হাওয়ার্ডের চাকরি চলে গেল, সঞ্চয় দ্রুত ফুরিয়ে গেল। যদিও হাওয়ার্ডের বাবা আর্নেস্টের মুদি দোকান ছিল, কিন্তু তিনি ছেলেকে তাঁর মুদির বিল পরিশোধের জন্য সামান্য সময় দিয়েছিলেন। আর্নেস্ট ধার করা পছন্দ করতেন না। তিনি বলতেন, “তোমার ক্রেডিট বাঁচাও, কারণ তা টাকার চেয়েও ভালো।”

➤ **সাহস:** কঠিন পরিস্থিতি সত্ত্বেও, হাওয়ার্ড শীঘ্রই ‘ব্যাফেট, স্ক্রেনিকা অ্যান্ড কোং’ নামে একটি নতুন ব্রোকারেজ ফার্ম চালু করার ঘোষণা দিলেন। অবাক করা বিষয়, এই ফার্মের অফিস ছিল ফার্মাম স্ট্রিটে, যেখানে ওয়ারেন ব্যাফেট পরে তার জীবন শুরু করবেন।



পারিবারিক শিক্ষা ও হাওয়ার্ডের চরিত্র

ওয়ারেনের দাদা আর্নেস্টও ছিলেন স্বাধীনচেতা। তিনি পারিবারিক মুদি দোকান ছেড়ে শহরের পশ্চিমে ‘ব্যাফেট অ্যান্ড সন্স’ নামে নিজের দোকান প্রতিষ্ঠা করেছিলেন—যেখানে শহর সম্প্রসারিত হচ্ছিল। তিনি ধারে বিক্রি এবং হোম ডেলিভারি শুরু করে দ্রুত সফল হন।

কিন্তু বাবা হাওয়ার্ড এই মুদি দোকানের ব্যবসা নিয়ে আগ্রহী ছিলেন না। তিনিও বাবার মতো স্বাধীনচেতা ছিলেন, তবে তুলনামূলকভাবে নম্র ছিলেন—কাউকে বকাঝকা করতে অভ্যস্ত ছিলেন না।

হাওয়ার্ড আসলে সাংবাদিকতায় ক্যারিয়ার গড়তে চেয়েছিলেন। তিনি ইউনিভার্সিটি অফ নেব্রাস্কায় ‘ডেইলি নেব্রাস্কান’-এর সম্পাদক ছিলেন। তিনি তার স্বপ্ন ছেড়ে বাবার বন্ধু এবং বাবার ইচ্ছাকে সম্মান করে একটি ইন্স্যুরেন্স কোম্পানিতে চাকরি নেন। এটি ছিল সময়ের চাহিদা।

হাসপাতালের সেই দৃশ্য

ওয়ারেনের যখন সাত বছর বয়স, তখন রহস্যজনক জুরে তাকে হাসপাতালে ভর্তি করা হয়। ডাক্তাররা আশঙ্কা করেছিলেন, তিনি মারা যেতে পারেন।

যখন তার বাবা তার প্রিয় নুডল সুপ এনে দিলেন, ওয়ারেন খেতে চাইলেন না। কিন্তু একা ঘরে তিনি পেন্সিল তুলে একটি পাতা সংখ্যা দিয়ে ভরে ফেললেন। নার্সকে তিনি বললেন, এই সংখ্যাগুলো তার ভবিষ্যতের মূলধন!

ওয়ারেন হাসিমুখে বললেন, “এখন আমার বেশি টাকা নেই, কিন্তু একদিন হবে, এবং আমার ছবি কাগজে বের হবে!”

মনে করা হয়, মৃত্যুর কাছাকাছি থেকেও ওয়ারেন সান্ত্বনা খুঁজছিলেন সুপে নয়, টাকার স্বপ্নে!

এই ঘটনার পর বাবা হাওয়ার্ড সিদ্ধান্ত নেন, তিনি ওয়ারেনকে তার মতো কঠিন অভিজ্ঞতার মুখোমুখি হতে দেবেন না। এরপর থেকে বাবা হাওয়ার্ড সবসময় ওয়ারেনের ওপর আস্থা প্রকাশ করতেন এবং তার সব কাজে সমর্থন দিতেন।

হাওয়ার্ড বাফেট একজন অত্যন্ত রক্ষণশীল, নীতিবান এবং ধর্মীয় ও রাজনৈতিক বিষয়ে সাহসী ব্যক্তি ছিলেন। তিনি তার সম্ভানদের সবসময় মনে করিয়ে দিতেন: “তুমি নিজেই তোমার জীবনের নিয়ন্ত্রক; তাই তুমিই ঠিক করবে, কীভাবে তুমি তোমার জীবন যাপন করবে।”

নেতার দায়িত্ব: নিজের ব্যর্থতা স্বীকার করা

অভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণ কেন্দ্রে থাকা কিন্তু সহজ নয়। কারণ আপনি সফল হলে সেটা আপনার কৃতিত্ব, আর ব্যর্থ হলে সেটাও শুধু আপনারই ব্যর্থতা! আপনি অন্য কাউকে দোষ দিতে বা বলির পাঁঠা বানাতে পারবেন না।

কিন্তু একজন প্রকৃত নেতা তার সাফল্য ও ব্যর্থতা—উভয়েরই দায়িত্ব গ্রহণ করেন।

- বাফেটের স্বীকারোক্তি: ওয়ারেন বাফেটের আয়ারল্যান্ডের দুটি ব্যাংকে বিনিয়োগ যখন ব্যর্থ হয়েছিল, বা যখন তিনি কনোকো ফিলিপস কোম্পানির শেয়ার চড়া দামে কিনেছিলেন—তখন তিনি প্রকাশ্যেই সেই ভুলগুলো স্বীকার করেছিলেন।

এই কারণেই ওয়ারেন বাফেট সবসময় এমন ম্যানেজার/সিইও নির্বাচন করেন, যারা তাদের সাফল্য এবং ব্যর্থতা—উভয়েরই দায়িত্ব নিতে প্রস্তুত থাকেন।

একজন ম্যানেজারের প্রয়োজনীয় গুণাবলি: ব্যাফেটের অনুসন্ধান

ওয়ারেন ব্যাফেট কেবল যোগ্যতা দেখেন না; তিনি একজন ম্যানেজারের ভেতরের চরিত্র এবং তার জীবনের প্রতি দৃষ্টিভঙ্গি পরীক্ষা করেন।

১. সে কি তার কাজ ভালোবাসে?

ব্যাফেট নিশ্চিত করেন, তিনি যার হাতে ব্যবসা তুলে দিচ্ছেন, সেই ব্যক্তি তার কাজটি ভালোবাসেন কি না।

ব্যাফেটের বিখ্যাত উক্তি: “এমন এক সময় আসে, যখন তোমার পছন্দের কাজটি শুরু করা উচিত। যে কাজ ভালোবাসো, সেটাই করো। তাহলে তুমি সকালে লাফ দিয়ে বিছানা থেকে উঠবে। তোমার যদি এমন চাকরি করার ধারণা থাকে, যা তোমার পছন্দ নয়, শুধু এই ভেবে যে তা তোমার জীবনবৃত্তান্তে ভালো দেখাবে—তবে আমি মনে করি তুমি পাগল! এটা কি তোমার বুড়ো বয়সের জন্য যৌনতা জমিয়ে রাখার মতো নয়?”

আমরা প্রায়ই টাকার জন্য এমন কাজ করি, যা আমাদের ভালো লাগে না। কিন্তু দিন শেষে সেই অপ্রিয় কাজটিই আমরা করে যাই। এটি হলো লোভের কারণে সৃষ্ট এক ধরনের যন্ত্রণা। ব্যাফেট বিশ্বাস করেন, লোভের নামে আমরা যা ভালোবাসি না, তা করা আমাদের জীবনের দুর্বল ব্যবস্থাপনা। এটি কাজকে কঠিন শ্রমে পরিণত করে, আমাদের মনকে নষ্ট করে দেয়।

ব্যবসায়িক বিশ্বে তারাই সবচেয়ে সফল, যারা নিজেদের কাজ ভালোবাসেন। তাদের মূল প্রেরণা টাকা নয়, বরং কাজের প্রতি ভালোবাসা। আপনি যেই হোন না কেন—ছুতোর, নাপিত, ডাক্তার বা হিসাবরক্ষক—যদি আপনি আপনার কাজ ভালোবাসেন, তবে আপনি চূড়ান্ত সাফল্য পাবেন এবং সবচেয়ে বেশি অর্থ ও খ্যাতি অর্জন করবেন।

ব্যাফেট তাই নিশ্চিত করেন, তার ম্যানেজারদের তিনি সেই কাজই দিয়েছেন, যা তারা ভালোবাসেন। এমন মানুষরাই কাজে আনন্দ ও গর্ব বোধ করেন এবং পুরো ব্যবসার চালিকা শক্তি হন।

২. সে কি তার পণ্যকে বিশ্বাস করে?

ব্যাফেট তাঁর পেশাগত জীবনের শুরুতেই শিখেছিলেন, যে বিক্রেতা তার পণ্যকে বিশ্বাস করে, সেই সেরা।

যারা তাদের পণ্য নিয়ে উৎসাহী, তারা আনন্দের সাথে বিক্রি করেন এবং তাদের বিক্রির পরিমাণ সবসময় উচ্চ হয়। তারা কাঁচামাল, উৎপাদন প্রক্রিয়া এবং সর্বোত্তম ব্যবহার নিয়েও আগ্রহী থাকেন।

- ❖ **দীর্ঘমেয়াদী আস্থা:** বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার বেশিরভাগ সিইও তাদের পেশাগত জীবনের দীর্ঘ সময় ধরে একটি মাত্র কোম্পানি পরিচালনা করেছেন। ব্যাফেট এমন মানুষকেই দলে ভিড়িয়েছেন, যারা তাদের পণ্য ও ব্যবসাকে বিশ্বাস করেন।

- **স্ট্যানফোর্ড লিপসি:** বাফেলো নিউজ পত্রিকার এই প্রকাশক বাফেটের সাথে চার দশক কাজ করেছেন। তিনি ৩২ বছর একই দায়িত্বে ছিলেন।
- **আরভিন ব্লুমকিন:** নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্টির এই সিইও মাত্র আট বছর বয়সে দাদীর (মিসেস বি.) দোকানে কাজ শুরু করেন এবং এখনও পরিবারসহ ব্যবসা পরিচালনা করছেন।

এই ম্যানেজাররা ব্যক্তিগতভাবে ধনী হওয়া সত্ত্বেও কাজ ছাড়েননি, কারণ তারা তাদের কাজকে ভালোবাসতেন এবং পণ্যকে বিশ্বাস করতেন।

৩. সে কি তার কাজ নিয়ে আবেগপ্রবণ?

ওয়ারেন বাফেটের মতে, “সেই সেরা ম্যানেজার, যে সকালে বিছানা ছেড়ে ওঠার সময় ব্যবসা নিয়ে ভাবে এবং রাতে ঘুমানোর সময়ও ব্যবসা নিয়ে স্বপ্ন দেখে।”

বাফেটের উক্তি: “আবিষ্টতাই হলো পূর্ণতার দাম (Obsession is the price of perfection)।”

বাফেট শুধু ম্যানেজারদের কাছ থেকে নয়, নিজের জীবনভর আবিষ্টতা দেখিয়েছেন। তিনি মুডি’স ম্যানুয়াল মুখস্থ রাখতে পারতেন এবং আজও তার সব ব্যবসার হিসাব তাঁর নখদর্পণে।

- **টনি নাইসলি (GEICO):** মোটর ভেহিকেল বীমা কোম্পানি GEICO-এর চেয়ারম্যান টনি নাইসলি মাত্র ১৮ বছর বয়সে ক্লার্ক হিসেবে কাজ শুরু করে ৫৬ বছর

ধরে একই কোম্পানিতে কাজ করছেন। তিনি ব্যক্তিগতভাবে কোটিপতি হলেও অবসর নেননি। বাফেট এমন ম্যানেজারদেরই পছন্দ করেন, যারা শরীর ও মন সচল থাকা পর্যন্ত কাজ করে যেতে চান।

➤ আল ইউল্টশি (FlightSafety International): বিশ্বের সেরা এভিয়েশন প্রশিক্ষণ সংস্থা ফ্লাইট সেফটি ইন্টারন্যাশনালের প্রতিষ্ঠাতা আল ইউল্টশি ছোটবেলা থেকেই উড়োজাহাজ নিয়ে আবেগে আবিষ্ট ছিলেন। বাফেট যখন তার কোম্পানি কেনেন, তখন ইউল্টশির সম্পর্কে বাফেটের মন্তব্য ছিল, “টাকা তার কাছে তুচ্ছ ছিল। তিনি তার পেশাকে ভালোবাসতেন এবং আমার এমন মানুষকেই দরকার।”

বাফেট বিশ্বাস করেন, শৈশবের ভালোবাসা একজন ম্যানেজারকে সফল হওয়ার জন্য আবেগপ্রবণ করে তোলে। শিক্ষা বা অন্যান্য দক্ষতা হলো সেই কেকের ওপরের আইসিংয়ের মতো।

৪. সে কতখানি বিশ্বস্ত এবং সৎ?

বাফেট বিশ্বাস করেন, কর্মী বা ম্যানেজার যদি অন্যদের প্রতি বিশ্বস্ত ও সৎ হন, তবে অন্যদের কাছ থেকে ভুল শুধরে নেওয়ার সম্ভাবনা তাদের বেশি থাকে।

অন্যদিকে, যে ম্যানেজার নিজের ভুল এড়িয়ে যায় বা অন্যদের দোষ দেয়, তার পক্ষে অন্য গুরুত্বপূর্ণ বিষয়েও মিথ্যা বলা স্বাভাবিক।

বাহফেটের বিশ্বাস: “যে ম্যানেজাররা সবসময় ‘নির্দিষ্ট হিসাব মেলাতে’ প্রতিশ্রুতিবদ্ধ, তারা কোনো এক সময় সেই হিসাবগুলো ‘বানিয়ে প্রলুব্ধ হবে।”

এই কারণেই বাহফেট এমন ম্যানেজারদের এড়িয়ে চলেন, যারা কাজ নিয়ে আলোচনার চেয়ে তাদের চুক্তি নিয়ে বেশি কথা বলেন। বাহফেটের চোখে, দিনের আলোর মতো সং একজন ম্যানেজার হলো আপনার ব্যাংক অ্যাকাউন্টে থাকা ব্যালেন্সের মতো।

৫. সে কি খরচ নিয়ন্ত্রণ করতে পারে?

ব্যবসার প্রাণ হলো লাভ (Profit)। রক্তের প্রবাহ বন্ধ হলে জীবন শেষ হয়, তেমনি লাভের প্রবাহ বন্ধ হলে ব্যবসা থেমে যায়। লাভ ধরে রাখার একমাত্র উপায় হলো—উৎপাদন খরচ যত সম্ভব কম রাখা।

➤ লাভের সূত্র: লাভের মার্জিন হলো:

বিক্রয় মূল্য- উৎপাদন খরচ

➤ খরচ নিয়ন্ত্রণ: একজন ম্যানেজারের প্রধান কাজ দুটো: বিক্রি বাড়ানো এবং উৎপাদন খরচ সর্বনিম্ন রাখা।

বাহফেটের কথা: যে ম্যানেজার ছোট বিষয়ে শৃঙ্খলাপরায়ণ নয়, সে বড় বিষয়েও শৃঙ্খলাপরায়ণ হবে না।

- টম মারফি : সিইও টম মারফি খরচের বিষয়ে এতটাই সচেতন ছিলেন যে, তিনি তার অফিস ভবনের পেছনের দেয়ালে রং করার অনুমতি দেননি, কারণ সেটা কেউ দেখতে পেত না! তিনি পিআর বা আইনি বিভাগও তৈরি

করেননি, কারণ তার বিশ্বাস ছিল—এই সেবাগুলো ফ্রিল্যান্স পেশাদারদের কাছ থেকে কম খরচে পাওয়া যায়।

৬. তার কি দীর্ঘমেয়াদী দৃষ্টিভঙ্গি আছে?

বাহফেট বলেন, “ম্যানেজিং এবং ইনভেস্টিং-এর মধ্যে অনেক মিল রয়েছে। ম্যানেজিং আমাকে আরও ভালো বিনিয়োগকারী করেছে এবং ইনভেস্টিং আমাকে আরও ভালো ম্যানেজার করেছে।”

বাহফেট সব সময় দীর্ঘমেয়াদী বিনিয়োগকারী ছিলেন। কিন্তু কর্পোরেট জগতের বেশিরভাগ ম্যানেজার ত্রৈমাসিক এবং বার্ষিক ফলাফলের ভিত্তিতে কাজ করেন—যা বাহফেটকে অপছন্দ।

বাহফেটের অভিমত: ম্যানেজমেন্টের এই স্বল্পমেয়াদী দৃষ্টিভঙ্গি ব্যবসার দীর্ঘমেয়াদী সম্ভাবনাকে নষ্ট করে। তিনি এটাকে ‘প্রতিক্রিয়াশীল ব্যবস্থাপনা’ বলেন।

- ❖ **বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার পরিবর্তন:** বাহফেট যখন বার্কশায়ার অধিগ্রহণ করেন, তখন এটি বস্ত্রশিল্পে ক্রমাগত মূলধন বিনিয়োগ করে যাচ্ছিল (যা লাভজনক ছিল না)। তিনি দ্রুত খরচ বন্ধ করেন এবং সেই মূলধন বীমা কোম্পানিতে বিনিয়োগ করেন, যেখানে দীর্ঘমেয়াদে মুনাফা বেশি।
- ❖ **কারণ:** বাহফেট জানতেন, বস্ত্রশিল্প ক্রমাগত পুঁজি দাবি করে, কিন্তু বীমা ব্যবসায় প্রিমিয়ামের মাধ্যমে অবিচ্ছিন্ন নগদ প্রবাহ বজায় থাকে এবং দাবি পরিশোধ তুলনামূলকভাবে কম। বীমা নেটওয়ার্ক তৈরি করতে একবারই সামান্য মূলধন লাগে।

এই কারণেই বাফেট তার ম্যানেজারদের নিয়োগের পর প্রথম নির্দেশনাই দেন: স্বল্পমেয়াদী উত্থান-পতন নিয়ে চিন্তা না করে দীর্ঘমেয়াদে ব্যবসাটিকে শক্তিশালী ও লাভজনক করার দিকে মনোনিবেশ করো।

৭. পারফরম্যান্স ভিত্তিক পারিশ্রমিক

বাফেট বলেন, “যদি আপনার একজন দুর্দান্ত ম্যানেজার থাকে, তবে তাকে ভালো বেতন দিতে হবে।”

➤ বাফেটের সূত্র: তিনি তার ম্যানেজারের পারফরম্যান্সকে সংশ্লিষ্ট শিল্পের গড় পারফরম্যান্সের সাথে তুলনা করেন। যদি ম্যানেজার শিল্পের গড়ের চেয়ে ভালো পারফর্ম করেন, তবেই তিনি বোনাসের যোগ্য।

➤ ব্যবসার সম্ভাবনা অনুযায়ী বেতন: ঠিক যেমন প্রতিটি খেলার অর্থনীতি ভিন্ন (এবং সব কোচের বেতন এক নয়), বাফেটও তার বিভিন্ন ব্যবসার আর্থিক সম্ভাবনা অনুযায়ী ম্যানেজারদের পারিশ্রমিক নির্ধারণ করেন।

কর্মীবাহিনীকে অনুপ্রাণিত করার কৌশল

১. কেন অনুপ্রেরণা জরুরি?

ওয়ারেন বাফেট তাঁর পেশাগত জীবনের শুরুতেই বুঝেছিলেন, একবার সঠিক ব্যবসা বেছে নিয়ে এবং তার পরিচালনার জন্য সঠিক ম্যানেজারদের হাতে সম্পূর্ণ ক্ষমতা তুলে দেওয়ার পর, একজন মালিক ও নেতা হিসেবে তাঁর একটাই কাজ বাকি থাকে: অসাধারণ পারফরম্যান্সের জন্য ম্যানেজারদের ক্রমাগত অনুপ্রাণিত করা।

বার্কশায়ার হ্যাথাওয়েক একটি আর্থিক শক্তিকেন্দ্রে পরিণত করার পেছনে বাফেটের এই ম্যানেজমেন্টের অনুপ্রেরণামূলক দক্ষতা একটি প্রধান ভূমিকা পালন করেছে।

২. বাফেটের প্রেরণার উৎস: ডেল কার্নেগি

এই অধ্যায়ে আমরা বাফেটের সেই কৌশলগুলো দেখব, যা তিনি স্ব-উন্নয়নের জনক ডেল কার্নেগি এবং অন্যদের কাছ থেকে শিখেছিলেন এবং নিজের বিজয়ী ম্যানেজমেন্ট স্টাইলে প্রয়োগ করেছিলেন।

অনুপ্রেরণা, উৎসাহ প্রদান এবং প্রভাবিত করার ক্ষেত্রে বাফেট এই যুগের সবচেয়ে দক্ষ নেতাদের মধ্যে শীর্ষে স্থান পেয়েছেন। এর

কারণ, তিনি মানুষের মনস্তত্ত্ব খুব ভালো বুঝতেন এবং কিছু মৌলিক নীতি মেনে চলতেন:

- প্রথম সাক্ষাতে মুগ্ধ করার শিল্প: কীভাবে প্রথম দেখাতেই মানুষকে মুগ্ধ করা যায়।
- প্রশংসা ব্যবহারের জাদু: প্রশংসা বা কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করার মাধ্যমে কীভাবে কর্মীকে তার সেরাটা দিতে উৎসাহিত করা যায়।
- সমালোচনার ঝুঁকি: সমালোচনা করার বিপদ কী এবং কেন তা পরিহার করা উচিত।
- পরামর্শের সঠিক ব্যবহার: কখন এবং কীভাবে কার্যকরভাবে পরামর্শ দিতে হয়।

এই দক্ষতাগুলো ব্যবহার করেই বাফেট তার ম্যানেজারদের এমনভাবে উৎসাহিত করতেন, যেন তারা তাদের ব্যবসাটিকে নিজেদের সম্পত্তি মনে করে ভালোবাসে এবং সর্বোচ্চ ফল নিশ্চিত করে।

প্রথম দেখাই শেষ দেখা

ওয়ারেন বাফেট একটি বহুল প্রচলিত সত্যকে কাজে লাগিয়েছেন: “প্রথম দেখাই শেষ দেখা।” (First impression is the last impression)। তবে তিনি এই পুরোনো কথাটি এমনভাবে ব্যবহার করেন, যাতে তাঁর ম্যানেজারদের ওপর এক জাদুকরী প্রভাব ফেলে।

ব্যাফেটের সূত্র: “কারও সাথে প্রথমবার দেখা হলে আপনার উচিত বন্ধুত্বপূর্ণ ভঙ্গিতে কথা শুরু করা।”

বেরিল রাফ: ওমাহার বিমানবন্দরে বিস্ময়

বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার সহযোগী সংস্থা হেলজবার্গ ডায়মন্ড শপসের চেয়ারপারসন ও সিইও বেরিল বি. রাফ-এর সাথে ব্যাফেটের প্রথম সাক্ষাতের গল্পটি শুনুন:

২০০৯ সালের কথা। বেরিল রাফ তখন আমেরিকার ডিপার্টমেন্টাল স্টোর চেইন জে সি পেনি-এর জুয়েলারি ডিভিশনের এক্সিকিউটিভ ভাইস প্রেসিডেন্ট। তার খ্যাতি ছিল জুয়েলারি রিটেইল ব্যবসায় সুদীর্ঘ অভিজ্ঞতার জন্য। যখন তাকে হেলজবার্গ ডায়মন্ডের সিইও পদের জন্য সাক্ষাতকারের প্রস্তাব দেওয়া হলো, তখন তিনি জানতেন—এটা এক বিশাল সুযোগ।

বেরিল ব্যাফেটের দীর্ঘদিনের ভক্ত। ব্যাফেটের সাথে কিছুক্ষণ কথা বলার সুযোগ পাওয়াটাও তার কাছে জীবনের বড় অর্জন মনে হচ্ছিল।

আসল চমক: বেরিল যখন ওমাহার বিমানবন্দরে নামলেন, তখন তিনি স্বপ্নেও ভাবেননি—ওয়ারেন ব্যাফেট নিজে তার সোনার ক্যাডিলাক নিয়ে তাকে রিসিভ করার জন্য অপেক্ষা করছেন!

স্বাভাবিকভাবেই বেরিল হতবাক হয়ে গেলেন। কিন্তু ব্যাফেট তার সহজ-সরল আচরণে দ্রুতই তাকে শান্ত করে দিলেন। বেরিল ব্যাফেটকে প্রাণবন্ত এবং আকর্ষণীয় একজন মানুষ হিসেবে দেখলেন, আর তার ভয় দ্রুত দূর হয়ে গেল।

‘এটা আপনার কোম্পানি, আপনিই চালাবেন’

বার্কশায়ারের হেডকোয়ার্টারে বাফেট কয়েক ঘণ্টা ধরে বেরিলকে জুয়েলারি ব্যবসা নিয়ে নানা প্রশ্ন করলেন। এরপর তাকে তার প্রিয় ওমহা ক্লাবে দুপুরের খাবার খেতে নিয়ে গেলেন। শহর ঘুরে দেখালেন এবং অবশেষে হেলজবার্গ ডায়মন্ড শপসের সিইও পদের প্রস্তাব দিলেন।

বেরিলের কাছে পুরোটা ছিল স্বপ্নের মতো। তিনি নিজেকে সামলে নিয়ে বাফেটকে জিজ্ঞেস করলেন:

বেরিল: “আমাকে কি আপনাকে রিপোর্ট করতে হবে?”

বাফেট উত্তর দিলেন: “না, আপনাকে সরাসরি আমাকে রিপোর্ট করতে হবে না। আপনাকে কারো কাছেই রিপোর্ট করতে হবে না। এটা আপনার কোম্পানি। আপনিই এটি চালাবেন। আর যদি কখনো কিছু নিয়ে কথা বলতে চান, কেবল আমাকে ফোন করবেন।”

বেরিল রাফ বাফেটের সরলতায় এতটাই হতবাক হয়ে গিয়েছিলেন যে, তৎক্ষণাৎ তিনি কিছুই বলতে পারেননি। ডালাসে ফেব্রার ফ্লাইটে তার কানে কেবল বাফেটের কথাই বাজছিল। দুই-তিন দিন পর তিনি সুস্থির হয়ে বাফেটকে তাঁর প্রস্তাব গ্রহণের কথা জানালেন।

বাহফেটের মনোবিজ্ঞান: আন্তরিকতা কেন জরুরি?

বাহফেট খুব ভালো করেই মানুষের মনস্তত্ত্ব বুঝতেন:

কল্পনা করুন, যদি বাহফেট নিজে বেরিলকে রিসিভ না করতেন, বা আন্তরিকতা না দেখাতেন, কিংবা ব্যক্তিগতভাবে তাকে শহর ঘুরিয়ে বা দুপুরের খাবার খেতে না নিয়ে যেতেন, তবে বেরিলের মনে কী ছাপ পড়ত?

বেরিল হয়তো পেশাগত সুযোগ এবং বার্কশায়ারের মতো মেগা আর্থিক সাম্রাজ্যের অংশ হওয়ার জন্য হেলজবার্গে কাজ করতেন। কিন্তু তিনি ওয়ারেন বাহফেটকে এমন একজন বিলিয়নিয়ার ছাড়া আর কিছু মনে করতেন না, যিনি কেবল ব্যবসার লাভ নিয়ে আগ্রহী।

বাহফেটের বিজয়: বাহফেটের এই ম্যানেজমেন্টের অনুপ্রেরণামূলক দক্ষতা বেরিলকে প্রথম সাক্ষাতেই মুগ্ধ করে দিয়েছিল। তিনি প্রথম দিনেই নিজেকে বাহফেটের বর্ধিত পরিবারের সদস্য হিসেবে ভাবতে শুরু করেন।

বাহফেট জানতেন, আপনি যদি নিজের পথে চলতে চান এবং অন্যদের কাছ থেকে সর্বোচ্চ সহযোগিতা চান, তবে আপনাকে অবশ্যই বন্ধুত্বপূর্ণ মনোভাব নিয়ে তাদের সাথে আলোচনা শুরু করতে হবে। আর এই কৌশলটিই বাহফেটকে বিশ্বের সেরা পেশাদারদের একটি দল জড়ো করতে সাহায্য করেছে।

মানবিক ব্যবস্থাপনায় প্রশংসার জাদু

ওয়াল্ট বাফেট বলেন, “আমাদের সবার মধ্যেই প্রশংসিত হওয়ার একটি গভীর এবং খাঁটি আকাঙ্ক্ষা রয়েছে।”

বাফেট মানবসম্পদ ব্যবস্থাপনায় প্রশংসার মনস্তাত্ত্বিক গুরুত্ব সবসময়ই ভালোভাবে বুঝেছেন। তিনি সেই মনস্তাত্ত্বিক সত্যটি জানেন যে, গুরুত্বপূর্ণ বোধ করার একটি মৌলিক প্রয়োজন আমাদের সবারই আছে।

আমেরিকান মনোবিজ্ঞানের জনক উইলিয়াম জেমসের বিখ্যাত উক্তি: “মানুষের প্রকৃতির গভীরতম নীতি হলো প্রশংসিত হওয়ার আকাঙ্ক্ষা।”

চার্লস মাইকেল সোয়াব: ইম্পাত জগতের কিংবদন্তি

বাফেট এই প্রশংসার অসাধারণ ক্ষমতা সম্পর্কে শিখেছিলেন আমেরিকার স্টিল শিল্পের কিংবদন্তি চার্লস মাইকেল সোয়াব-এর ম্যানেজমেন্ট দক্ষতা পর্যবেক্ষণ করে।

সোয়াব কাজ শুরু করেছিলেন স্টিল ব্যবসায়ী অ্যান্ড্রু কার্নেগির কারখানায় একজন সাধারণ শ্রমিক হিসেবে। কার্নেগি তার পরিশ্রম, অধ্যবসায় এবং নেতৃত্বগুণে মুগ্ধ হয়ে তাকে ক্রমাগত গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব দিয়েছিলেন। সোয়াব মাত্র ৩৫ বছর বয়সে কার্নেগি স্টিল কোম্পানির প্রেসিডেন্ট হন এবং কোম্পানিটিকে বিশ্বের বৃহত্তম স্টিল কোম্পানিতে পরিণত করেন।

সোয়াবই ছিলেন প্রথম অত্যন্ত সফল ম্যানেজার, যিনি বছরে ১ মিলিয়ন ডলার পারিশ্রমিক পেতেন।

সোয়াব শুধু ইম্পাত শিল্পের বিশেষজ্ঞ হিসেবে নয়, বরং কর্মীদের উৎসাহিত করার অসাধারণ ক্ষমতার কারণে সম্মানিত ছিলেন। আর তিনি এই কাজটি করতেন প্রশংসা এবং উৎসাহ ব্যবহার করে।

সোয়াবের মন্ত্র: সমালোচনা নয়, প্রশংসা

চার্লস মাইকেল সোয়াব একবার বলেছিলেন: “আমার কর্মীদের মধ্যে উৎসাহ জাগানোর ক্ষমতাকে আমি আমার সবচেয়ে বড় সম্পদ মনে করি। আর একজন মানুষের মধ্যে থাকা সেবা জিনিসটি বের করে আনার একমাত্র উপায় হলো প্রশংসা ও উৎসাহ। উর্ধ্বতনদের কাছ থেকে সমালোচনার চেয়ে বেশি কিছু কোনো ব্যক্তির আকাঙ্ক্ষাকে মেরে ফেলে না। আমি কখনো কারও সমালোচনা করি না। আমি বিশ্বাস করি মানুষকে কাজের জন্য অনুপ্রেরণা দিতে। তাই আমি প্রশংসা করতে উদগ্রীব থাকি, কিন্তু ক্রটি খুঁজে বের করতে অনিচ্ছুক।”

সোয়াব এই শিক্ষা পেয়েছিলেন তার বস অ্যান্ড্রু কার্নেগির কাছ থেকে। কার্নেগি কখনোই তার কর্মীদের ব্যক্তিগতভাবে বা প্রকাশ্যে প্রশংসা করতে দ্বিধা করতেন না।

বাকেটের কৌশল: ধর্মীয় আচারের মতো প্রশংসা

ওয়ারেন বাকেট সোয়াবের এই পরামর্শকে মেনে চলেন যেন এটি এক ধর্মীয় আচারের মতো।

বাহেট ছোট ছোট জিনিসের জন্যও কর্মীদের ও ম্যানেজারদের প্রশংসা করেন এবং বড় সাফল্যের ক্ষেত্রে তাদের নিয়ে খুব উৎসাহী হন। তিনি তার কর্মীদের সবচেয়ে বড় ভক্ত এবং তাদের অকুণ্ঠ প্রশংসা করেন।

তিনি কখনই ব্যক্তিগতভাবে বা বার্কশায়ারের বার্ষিক মিটিং ও বার্ষিক রিপোর্টে তার ম্যানেজারদের প্রশংসা করার সুযোগ হাতছাড়া করেন না।

বাহেটের শিক্ষা: “আপনি যদি ছোটখাটো জিনিসের জন্যও মানুষের প্রশংসা করেন, তবে তারা আপনার কাছ থেকে প্রশংসা পাওয়ার জন্য ভবিষ্যতে আরও অনেক বড় অর্জন নিয়ে আসবে।”

বাহেটের চোখে, প্রশংসা হলো এমন এক মূল্যহীন উপহার, যা বিনিময়ে সব সময় অনেক বড় কিছু ফিরিয়ে দেয়। যদি আপনি আপনার কর্মীদের কাছ থেকে ক্রমাগত দুর্দান্ত কিছু পাওয়ার প্রত্যাশা করেন, তবে আপনাকে নিয়মিত তাদের ওপর প্রশংসার বৃষ্টি ঝরিয়ে যেতে হবে।

মর্যাদা নিয়ে বাঁচার গুরুত্ব: শ্রেষ্ঠত্বের প্রতি

আবেদন

ওয়্যারেন বাহেট বিশ্বের সেরা ইম্পাত ব্যবসায়ী অ্যাড্জু কার্নেগির কাছ থেকে শিখেছিলেন—কর্মীদের মর্যাদা নিয়ে বাঁচতে দেওয়া কতটা গুরুত্বপূর্ণ। বাহেট প্রায়ই কার্নেগির বলা একটি গল্প দিয়ে তার ম্যানেজারদের বোঝান যে, শুধু নিজেদের নয়, বরং তাদের অধীনে থাকা কর্মীদেরও মর্যাদা নিশ্চিত করতে হবে।

কান্নেগির গল্প: মর্যাদা ফিরিয়ে আনা

এক ম্যানেজার তার একজন বিশ্বস্ত পুরনো কর্মীর সাথে কাজ করতেন। একঘেষেমির কারণে কর্মীটি কাজে টিলেমি দিতে শুরু করলেন, ফলে তার কাজের মান ও উৎপাদনশীলতা কমে গেল।

ম্যানেজার তার পারফরম্যান্স পর্যালোচনা করলেন। তিনি চাইলে কর্মীটিকে চাকরি থেকে বরখাস্ত করতে পারতেন, কিন্তু তাতে তাকেই সেই কাজ করতে হতো। তিনি চাইলে হুমকিও দিতে পারতেন, কিন্তু এতে পুরনো কর্মীটি মনঃক্ষুব্ধ হতেন।

ম্যানেজার তখন কী করলেন?

ম্যানেজার: তিনি অভিজ্ঞ কর্মীদের সাথে বন্ধুত্বপূর্ণভাবে কথা বললেন। কথা বলার সময় তিনি বললেন—এই কর্মীটিই সেরা, এবং তিনিই অন্য কর্মীদের অনুপ্রেরণা জোগান। ম্যানেজার আরও বললেন, অনেক গ্রাহকও তার কাজের প্রশংসা করেন।

সব শেষে, ম্যানেজার শান্তভাবে বললেন যে—তিনি গত কয়েক দিন ধরে কাজে পিছিয়ে পড়ছেন। ম্যানেজার জানালেন, তিনি কর্মীদের জন্য চিন্তিত এবং তিনি ভাবছেন তাকে কোনোভাবে সাহায্য করা যায় কিনা।

ম্যানেজার এভাবে কর্মীটিকে তার পুরনো মর্যাদা ফিরে পাওয়ার সুযোগ করে দিলেন। প্রত্যেকেই মর্যাদা নিয়ে বাঁচতে চায়—এটাই ছিল তার মনস্তত্ত্ব। এর ফল হলো ইতিবাচক। সেই কর্মীটি এরপর কাজে হঠাৎ উন্নতি দেখাতে শুরু করলেন। তার একঘেষেমি দূর হলো, তিনি আবার পুরনো উৎসাহ নিয়ে কাজ শুরু করলেন এবং তার কাজের মান আবার প্রশংসিত হতে শুরু করল।

একটি বিশাল ব্যবসায়িক সাম্রাজ্যের শীর্ষে বসে ওয়ারেন বাফেট যখন প্রকাশ্যে তার সিইওদের প্রশংসা করেন, তখন তিনি আসলে তাদের মর্যাদা নিয়ে বাঁচতে উৎসাহিত করেন। বাফেট জানেন, যখন একজন ম্যানেজার মর্যাদা নিয়ে বাঁচতে চান, তখন তিনি তার কর্মীদেরও একই কাজ করতে অনুপ্রাণিত করবেন।

বোনোকে বাফেটের পরামর্শ: বিবেক নয়, শ্রেষ্ঠত্ব

বাফেট একবার আয়ারল্যান্ডের রক ব্যান্ড U2-এর প্রধান গায়ক বোনো-কে (Bono) একটি মূল্যবান পরামর্শ দিয়েছিলেন। বোনো তখন আফ্রিকায় দারিদ্র্য দূরীকরণের জন্য আমেরিকানদের আর্থিক সহায়তা এবং উৎসাহ খুঁজছিলেন।

বোনোর আবেদন ছিল: আমেরিকানদের ‘বিবেককে’ (Conscience) জাগানো নয়, বরং তাদের ‘শ্রেষ্ঠত্বের’ (Greatness) প্রতি আবেদন জানানো উচিত।

বোনোর প্রচারণায় যখন প্রত্যাশিত সাড়া মিলছিল না, তখন তিনি ওয়ারেন বাফেটের কাছে পরামর্শ চান। ২০০৩ সালে ‘ইউএস টুডে’ পত্রিকায় প্রকাশিত এক সাক্ষাৎকারে বোনো বাফেটের পরামর্শটি প্রকাশ করেছিলেন:

বাফেট: “আমেরিকার বিবেকের প্রতি আবেদন করো না, আবেদন করো তার শ্রেষ্ঠত্বের প্রতি—তাহলেই তোমার কাজ হয়ে যাবে।”

বাফেট কেন এমন পরামর্শ দিয়েছিলেন?

কারণ, আমরা যখন কারও বিবেককে জাগানোর চেষ্টা করি, তখন আমরা পরোক্ষভাবে তাকে তার ‘সঠিক’ এবং ‘ভুল’ এর বোধকে জাগিয়ে তুলি।

- বোনো যখন আমেরিকানদের বিবেকের প্রতি আবেদন জানাচ্ছিলেন, তখন পরোক্ষভাবে বলছিলেন, “তোমরা কেমন মানুষ, যদি আফ্রিকার গরিবদের সাহায্য না করো?”
- ফলে, না জেনেও বোনো আমেরিকানদের মধ্যে অপরাধবোধ জাগিয়ে তুলছিলেন এবং একরকম তিরস্কার করছিলেন। কেউ তাকে পছন্দ করে না, যে তার অপরাধবোধ জাগিয়ে তোলে ও তিরস্কার করে।

বাকেটের পরামর্শের পর বোনো তার আবেদনের ধরণ পাল্টালেন:

বোনের পরিবর্তিত আবেদন: “তোমরা পৃথিবীর সবচেয়ে বুদ্ধিমান জাতি। তোমরা দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধে বিজয়ী হয়েছে এবং চাঁদে মানুষ নামিয়ে স্বর্গে একটি গর্ত তৈরি করেছো। আফ্রিকাবাসীর এই কঠিন সমস্যা সমাধানের জন্য আমি কার কাছে যাবো? তখন আমার মনে হলো—আমার বিশ্বের সেরা জাতির কাছে যাওয়া উচিত, যারা সত্যিই কঠিন সমস্যা সমাধান করতে পারে, যে জাতি অসম্ভবকে সম্ভব করতে পারে।”

স্পষ্টতই, বোনো বাকেটের পরামর্শে আমেরিকার শ্রেষ্ঠত্ব ও বিশেষ সুনামের প্রতি আবেদন জানিয়েছিলেন। এবং এরপরই তার কাজে সত্যিই সাড়া মেলে। মেলিন্ডা গেটস ফাউন্ডেশনসহ অনেক

ব্যক্তি ও সামাজিক সংস্থা উদারভাবে বোনের এই প্রচারণায় দান করেন।

ব্যাফেটের প্রয়োগ: ম্যানেজারের শ্রেষ্ঠত্ব

ওয়ারেন ব্যাফেট তাঁর আর্থিক সাম্রাজ্য বাড়ানোর জন্য একই মনোবিজ্ঞান ব্যবহার করেছেন।

ব্যাফেটের মনোবিজ্ঞান: তিনি তার ম্যানেজারদের অপরাধবোধ জাগানোর পরিবর্তে তাদের শ্রেষ্ঠত্বের প্রতি আবেদন জানান। কারণ ব্যাফেট জানেন—আপনি যদি অন্যদের শ্রেষ্ঠত্বের প্রতি আবেদন জানান, তবে তারা সব সময় আপনার স্বার্থে কাজ করবে।

আর ব্যাফেটের ম্যানেজার ও কর্মীরা ঠিক এই কাজটিই তার জন্য করে এসেছেন।

নিজের লোকেদের সমালোচনা করার মারাত্মক বিপদ

ওয়ারেন ব্যাফেট বলেন, “অনুপ্রেরণার জন্য সমালোচনার ব্যবহার অর্থহীন, কারণ এটি একজন ব্যক্তিকে রক্ষণশীল করে তোলে, তার মূল্যবান আত্মমর্যাদাকে আঘাত করে, তার গুরুত্বের অনুভূতি নষ্ট করে এবং অসন্তোষ জাগিয়ে তোলে।”

ব্যাফেট এই মনস্তাত্ত্বিক সত্যটি জানেন যে, অযাচিত সমালোচনা আমরা কেউই শুনতে পছন্দ করি না।

- এই সমালোচনা অসন্তোষ সৃষ্টি করে।
- এর ফলে দাম্পত্য সম্পর্ক ভেঙে যেতে পারে, এমনকি মানুষ বাবা-মায়ের ঘরও ছেড়ে যেতে পারে।

তবুও, আমাদের বেশিরভাগই, বিশেষ করে কর্মক্ষেত্রে, অযাচিত সমালোচনা করেই চলি। ম্যানেজাররা প্রায়শই তাদের কর্মীদের প্রকাশ্যে সমালোচনা করার ভুলটি করেন এই ভেবে যে, এতে তারা আরও বেশি কাজ করবে।

ব্যাফেটের উপলব্ধি: অযাচিত সমালোচনা কখনোই কাউকে অনুপ্রাণিত করতে পারে না। এটি কোনো ব্যক্তির মধ্যে স্থায়ী পরিবর্তন আনতে পারে না এবং ফলপ্রসূ কাজের সম্পর্ককে ধ্বংস করে দেয়।

ম্যানেজার ভুল করলে ব্যাফেট কী করেন?

বার্কশায়ারে যখন কোনো ম্যানেজার ভুল করেন, তখন ওয়ারেন ব্যাফেট প্রথমে বোঝার চেষ্টা করেন—কী কারণে সেই ম্যানেজার ভুলটি করলেন।

- তিনি নিজেকে ম্যানেজারের জায়গায় বসিয়ে পরিস্থিতি বোঝার চেষ্টা করেন।
- তিনি সেই ঝুঁকিপূর্ণ সিদ্ধান্তের আসল উদ্দেশ্য কী ছিল, তা খতিয়ে দেখেন।

যদি ম্যানেজার কোনো ভালো উদ্দেশ্য নিয়ে ভেবেচিন্তে ঝুঁকি নিয়ে থাকেন, তবে ব্যাফেট সেই ভুলের কারণে হওয়া বিশাল ক্ষতিও মেনে নিতে অসাধারণ সক্ষমতা দেখান।

ডেভিড এল. সোকল: উত্থান ও পতন

বার্কশায়ারের সহযোগী সংস্থা মিড আমেরিকান এনার্জি কোম্পানির চেয়ারম্যান ও সিইও ডেভিড এল. সোকল-এর উত্থান-পতন এই প্রসঙ্গে গুরুত্বপূর্ণ। তাকে একসময় ওয়ারেন বাফেটের সম্ভাব্য উত্তরাধিকারী হিসেবে দেখা হতো।

সোকল ছিলেন এক অসাধারণ দক্ষ ম্যানেজার। তিনি মাত্র ৩২ বছর বয়সে একটি পাবলিক লিস্টেড কোম্পানির সিইও হয়েছিলেন। যদিও ব্যক্তিগত দ্বন্দ্ব বা অ্যাকাউন্টিং ইস্যুতে তিনি দুটি কোম্পানি থেকে বিতাড়িত হয়েছিলেন।

পরে সোকল, বাফেটের বন্ধু ওয়াল্টার স্কটের অনুরোধে ওমাহাতে ফিরে আসেন এবং মিড আমেরিকান এনার্জি প্রতিষ্ঠা করেন। ২০০০ সালে বার্কশায়ার মিড আমেরিকান-এর ৮০% মালিকানা অধিগ্রহণ করে।

ভুলের জন্য শাস্তি নয়, পুরস্কার!

সোকল অত্যন্ত কঠোর পরিশ্রমের মাধ্যমে ১০ বছরে বাফেটের জন্য অসাধারণ লাভ এনে দেন। কিন্তু এর মাঝে সোকলের ভুলও ছিল:

- ❖ ফিলিপাইনের মামলা: ২০১০ সালে একটি সেচ প্রকল্পের শেয়ারহোল্ডারদের সাথে লেনদেনে মিড আমেরিকান ‘অনুপযুক্ত, ভুল ও নীতিহীনভাবে’ কাজ করার জন্য দোষী সাব্যস্ত হয়। কোম্পানিকে প্রায় ৮৪ মিলিয়ন ডলার ক্ষতিপূরণ দিতে হয়।

- **বিশাল ক্ষতি:** ২০০২ থেকে ২০০৪ সালের মধ্যে সোকল একটি বড় বিনিয়োগ ভুল করেন, যার ফলে বাফেটকে মিদ আমেরিকান-এর জিঙ্ক পুনরুদ্ধার প্রকল্পে \$340 মিলিয়ন লোকসান লিখতে হয়েছিল।

বাফেটের সিদ্ধান্ত: উভয় ক্ষেত্রেই বাফেট সোকলকে কোনো শাস্তি দেননি! কারণ তিনি তার তদন্তে এমন কোনো প্রমাণ পাননি যে সোকল ইচ্ছাকৃতভাবে ভুল করেছেন। সোকলের উদ্দেশ্য ভালো ছিল, কিন্তু সিদ্ধান্ত ভুল প্রমাণিত হয়েছে।

নেট জেটসের উদ্ধারকর্তা

ক্ষতি হলেও, বাফেট সোকলের ওপর আস্থা রেখেছিলেন। তিনি সোকলকে তার লোকসানে চলা কোম্পানি নেট জেটসের (Net Jets) সিইও হিসেবে নিয়োগ দেন। সোকল এক বছরের মধ্যে বড় আকারের কর্মী ছাঁটাই, সম্পদ বিক্রি এবং মৌলিক পরিবর্তন এনে কোম্পানিটিকে লোকসান থেকে \$207 মিলিয়ন প্রাক্কর মুনাফায় নিয়ে আসেন। বাফেট publicly সোকলকে এই সাফল্যের জন্য কৃতিত্ব দেন।

ইনসাইডার ট্রেডিং: যখন সততা হার মানে

সোকল বাফেটের জন্য প্রচুর টাকা কমিয়েছিলেন এবং বাফেটের প্রতিনিধি হিসেবে ২০০৮ সালের অর্থনৈতিক বিশৃঙ্খলার সময় গোল্ডম্যান স্যাক্স এবং জেনারেল ইলেকট্রিকের মতো বড় বড় ডিলগুলোতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করেছিলেন।

কিন্তু ২০১১ সালের ৩০ মার্চ ওয়ারেন বাফেট সবাইকে অবাক করে ঘোষণা করলেন—ডেভিড সোকল বার্কশায়ার থেকে পদত্যাগ করতে যাচ্ছেন।

পরে তদন্তে জানা গেল, সোকল বাফেটের কাছে লুব্রিজল (Lubrizol) নামে একটি রাসায়নিক প্রস্তুতকারক কোম্পানি অধিগ্রহণের প্রস্তাব দেওয়ার ঠিক আগেই ব্যক্তিগতভাবে \$1 মিলিয়ন মূল্যের লুব্রিজলের শেয়ার কিনেছিলেন।

অডিট কমিটির উপসংহার: কমিটি সিদ্ধান্ত নেয় যে, সোকল কোম্পানিকে ভুল তথ্য দিয়ে ব্যক্তিগত লাভের জন্য ইনসাইডার ট্রেডিং (ফেডারেল আইনের অধীনে অপরাধ) করেছেন।

বাফেটের চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত: সোকল এর আগেও ভুল করেছিলেন এবং বাফেট তাকে ক্ষমা করেছিলেন, কারণ ভুলগুলো ইচ্ছাকৃত ছিল না। কিন্তু এই প্রথমবার সোকল ব্যক্তিগত লাভের জন্য ভুল করলেন—যা বার্কশায়ারের ঐতিহাসিক সুনামকে আঘাত করল। সততা যখন প্রশংসিত হলো, তখন বাফেট কঠিন সিদ্ধান্ত নিলেন—তাকে সরিয়ে দিতে হলো।

এই ঘটনা প্রমাণ করে, বাফেটের কাছে দক্ষতা, পরিশ্রম, এমনকি সাফল্যও সততার চেয়ে বড় নয়। যতক্ষণ পর্যন্ত ম্যানেজার তার ভালো উদ্দেশ্য নিয়ে ভুল করেন, বাফেট ক্ষমা করেন। কিন্তু যখন ম্যানেজার নিজের লাভের জন্য অসততা দেখান, তখন বাফেট কোনো আপস করেন না।

নামে প্রশংসা, বিভাগে সমালোচনা

ওয়ারেন বাফেট খুব ভালো করেই জানেন যে, ‘প্রশংসা’ এবং ‘সমালোচনা’ হলো একজন ম্যানেজারের হাতে থাকা দুটি সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ অস্ত্র। এই অস্ত্রগুলো সঠিকভাবে ব্যবহার করতে পারলে, তিনি তার কর্মীদের পরিশ্রমী, সৃজনশীল এবং দুর্দান্ত অর্জনকারী করে তুলতে পারেন। আর ভুল ব্যবহার করলে তা কর্মচারীদের উৎসাহ, আকাঙ্ক্ষা ও সৃজনশীলতাকে ধ্বংস করে দিতে পারে।

বাফেটের বিশ্বাস: “কীভাবে কার্যকরভাবে ‘প্রশংসা’ এবং ‘সমালোচনা’ ব্যবহার করতে হয়, তা শেখা একজন ম্যানেজারের প্রাথমিক কাজ।”

বাফেট এই সরঞ্জামগুলো ব্যবহারে একজন বিশেষজ্ঞ। তাঁর সহজ নিয়মটি হলো: “নামে করো প্রশংসা, বিভাগে করো সমালোচনা।”

কেন প্রশংসা বন্ধু তৈরি করে, সমালোচনা শত্রু?

আমরা সবাই প্রশংসা পেতে চাই। শিশুকালে বাবা-মায়ের কাছ থেকে, ছাত্রজীবনে শিক্ষকের কাছ থেকে এবং পরে উর্ধ্বতনদের কাছ থেকে প্রশংসা আমাদের প্রয়োজন। এই প্রশংসা আমাদের জানায়—আমরা সঠিক পথে আছি কি না, এবং আরও ভালো করার জন্য অনুপ্রেরণা জোগায়।

এর বিপরীতে, কেউ তার নিজের সমালোচনা শুনতে চায় না। এটি আমাদের উৎসাহকে নষ্ট করে দেওয়ার জন্য যথেষ্ট।

ছোটবেলায় যেমন সমালোচনা সহ্য করতাম না, বড় হয়েও তা সহ্য করতে পারি না, কারণ সমালোচনা প্রমাণ করে যে আমরা ভুল!

ব্যাফেটের উপলব্ধি: যে ব্যক্তি আমাদের সমালোচনা করে, তাকে আমরা শ্রদ্ধা করতে পারি না এবং তার কথা এড়িয়ে চলতে শুরু করি। স্পষ্টতই, ‘প্রশংসা’র চেয়ে বন্ধু তৈরি করার আর কোনো বড় অস্ত্র নেই, এবং ‘সমালোচনার’ চেয়ে শত্রু তৈরি করার আর কোনো বড় কারণ নেই।

ব্যাফেটের প্রয়োগ: সেল্ফ এস্টিম বাড়ানো

ওয়ারেন ব্যাফেট তার কথোপকথনে ‘প্রশংসা’ ও ‘সমালোচনা’ অত্যন্ত নিখুঁতভাবে ব্যবহার করতে পারদর্শী।

ব্যাফেট তার লোকেদের প্রশংসা করার কোনো ছোট বা বড় সুযোগই হাতছাড়া করেন না। তিনি তার কর্মীদের নাম মনে রাখতে পারদর্শী এবং সব সময় নাম ধরে তাদের প্রশংসা করেন!

- **বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ের বার্ষিক রিপোর্ট:** আপনি বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ের যেকোনো বার্ষিক রিপোর্ট নিন, ব্যাফেটের দীর্ঘ চিঠিটি পড়লে দেখবেন, তিনি বিভিন্ন ব্যবসার পারফরম্যান্স পর্যালোচনার পাশাপাশি সেইসব ক্ষেত্রে অসাধারণ কাজ করা কর্মীদের নাম ও কাজের উল্লেখ করেছেন।

ফলাফল: ব্যাফেট এইভাবে প্রকাশ্যে তাদের কৃতিত্বের প্রশংসা করে কর্মীদের আত্মসম্মান বাড়িয়ে তোলেন এবং তাদের উন্নত সুনাম নিয়ে জীবন যাপন করতে অনুপ্রাণিত করেন।

ব্যাফেট শুধু প্রশংসাই করেন না, বরং তাদের প্রত্যাশার চেয়েও বেশি পদোন্নতি এবং বিশাল আর্থিক সুবিধাও দেন। এভাবে তিনি তার কর্মীদের ‘বিশেষ’ অনুভব করান এবং আরও ভালো করতে উৎসাহিত করেন। এই কারণেই বার্কশায়ারের ম্যানেজাররা যেন অর্থের জন্য নয়, বরং তাদের ‘আত্মমর্যাদার’ জন্য লড়াই করেন।

সমালোচনার ক্ষেত্রে কার্নেগির নিয়ম

যদিও ওয়ারেন ব্যাফেট ব্যক্তিগত সমালোচনাকে বিযাক্ত মনে করেন, তবুও তিনি একজন বাস্তববাদী। তিনি স্বীকার করেন, কিছু পরিস্থিতিতে সমালোচনা অপরিহার্য এবং তা বাদ দেওয়া যায় না।

তবে যখন ব্যক্তিগত সমালোচনা জরুরি হয়ে পড়ে, তখন তিনি ডেল কার্নেগির পরামর্শ অনুসরণ করেন:

পরামর্শ: সমালোচনার আগে একজন ব্যক্তির প্রশংসা করা উচিত। কার্নেগির মতে, প্রশংসা ছাড়া মানুষ সমালোচনা সহ্য করতে পারে না এবং তা গ্রহণ করে না। কিন্তু যখন কথোপকথনের শুরুতে একজন ব্যক্তির ভালো কাজের প্রচুর প্রশংসা করা হয় এবং তারপর তার ভুল তুলে ধরা হয়, তখন সে তা শোনে, মেনে নেয় এবং পুনরাবৃত্তি না করার চেষ্টা করে।

অতএব, আপনি যদি কারও সমালোচনা থেকে ইতিবাচক ফল পেতে চান, তবে সব সময় তার প্রশংসা দিয়ে কথোপকথন শুরু করুন।

সংঘাত ও বিতর্ক এড়িয়ে চলাই বুদ্ধিমানের কাজ

ওয়ালেন বাফেট ডেল কার্নেগির কাছ থেকে শিখেছিলেন যে, কারও সাথে বিতর্ক করার চেয়ে তার সাথে একমত হওয়া বুদ্ধিমানের কাজ। কেন? কারণ এতে আপনি তার আস্থা অর্জন করতে পারবেন এবং সে আপনার কথা শুনতে আগ্রহী হবে।

বাফেট তার পেশাগত জীবনের শুরু থেকেই এই দর্শন গ্রহণ করেন এবং তিনি সংঘাত ও বিতর্ক এড়িয়ে চলার জন্য বিখ্যাত।

বাফেটের উপলব্ধি: “বিতর্কে জেতার জন্য আপনাকে উঁচু পদে থাকতে হয় না। কিন্তু যখন আপনি কাউকে বিতর্কে হারানোর চেষ্টা করেন এবং তার ভুল ধরিয়ে দেন, তখন সে অপমানিত বোধ করতে পারে। আর এই পরিস্থিতিতে আপনার কথায় রাজি না হয়ে, সে আপনার ওপর অসন্তুষ্ট হতে পারে।”

বাফেটের চালাকি: আগে মানো, পরে বোঝাও

বাফেট যখন সংঘাত বা বিতর্ক এড়াতে অন্যদের মতামতের সাথে একমত হন, তখন তার প্রধান উদ্দেশ্য থাকে—তাদের মতামতের প্রতি শ্রদ্ধা দেখানো, যদিও সেই মতামত তার নিজের মতামতের বিপরীতও হতে পারে।

বাফেট যখন বিতর্ক না করে অন্যদের বিপরীত মতামত গ্রহণ করেন, তখন তারা স্বস্তি বোধ করেন এবং স্বাভাবিকভাবেই তাঁর নিজস্ব ধারণাগুলো শুনতে আগ্রহী হন।

এটাই বাফেটের আসল চালাকি: তিনি খুব ভালো করেই জানেন—কারও আস্থা অর্জনের প্রথম ধাপ হলো তাকে আপনার ধারণাগুলো শুনতে আগ্রহী করে তোলা!

তিনি যখন কর্মজীবনের শুরুতে শেয়ার বিক্রেতা ছিলেন, তখনও তিনি সম্ভাব্য গ্রাহকদের উত্থাপিত বিষয়গুলোর সাথে দ্রুত একমত হতেন।

বেঞ্জামিন ফ্র্যাঙ্কলিনের প্রভাব

আমেরিকার প্রতিষ্ঠাতা জনকদের মধ্যে অন্যতম বেঞ্জামিন ফ্র্যাঙ্কলিনের অমূল্য ধারণাগুলো বাফেট এবং তার বন্ধু চার্লি ম্যান্ডারের ব্যক্তিগত ও পেশাগত জীবনে ব্যাপক প্রভাব ফেলেছিল।

আপনি বার্কশায়ারের যেকোনো বার্ষিক রিপোর্ট হাতে নিলেই বেঞ্জামিন ফ্র্যাঙ্কলিনের কিছু উক্তি সেখানে অবশ্যই দেখতে পাবেন। ফ্র্যাঙ্কলিনও বিতর্ক এড়াতে এবং অন্যদের মতামতের প্রতি শ্রদ্ধাশীল হতে খুব পারদর্শী ছিলেন। সম্ভবত বাফেট এই কৌশলটি ফ্র্যাঙ্কলিনের জীবন থেকেও গ্রহণ করেছেন।

অন্যের চাওয়া-পাওয়ার কথা বলুন

ওয়ারেন বাফেট বলেন, “যখন আপনি চান লোকেরা কিছু করুক, তখন আপনি কী চান তা না ভেবে, তারা কী চায় তা নিয়ে ভাবুন।”

একজন নেতা এবং ব্যবসার মালিক হিসেবে বাফেটের সাফল্যের চাবিকাঠি নিহিত আছে এই সত্যের মধ্যে যে, তিনি সর্বদা

তার ম্যানেজার/সিইও-দের চাহিদা ও আকাঙ্ক্ষা বুঝতে পেরেছেন এবং সেই বিষয়ে আলোচনা করেছেন।

এই ক্ষেত্রে বাফেট ২০ শতাব্দীর মহান শিল্পপতি এবং ফোর্ড মোটর কোম্পানির প্রতিষ্ঠাতা হেনরি ফোর্ড দ্বারা প্রভাবিত হয়েছিলেন। হেনরি ফোর্ড তার আত্মজীবনীতে লিখেছিলেন:

হেনরি ফোর্ড: “সাফল্যের যদি কোনো একটি গোপন রহস্য থাকে, তবে তা হলো অন্য ব্যক্তির দৃষ্টিভঙ্গি বোঝার ক্ষমতা এবং সেই ব্যক্তির দৃষ্টিকোণ থেকে, সেইসাথে নিজের দৃষ্টিকোণ থেকেও জিনিসগুলো দেখতে পারা।”

বাফেটের ব্যক্তিগত ও ব্যবসায়িক প্রয়োগ

বাফেট এই ধারণাটি তাঁর ব্যক্তিগত জীবনেও ব্যবহার করতেন:

- **সন্তানদের ক্ষেত্রে:** যখন তিনি তার সন্তানদের স্বাস্থ্য নিয়ে সচেতন করতে চাইতেন, তখন সরাসরি মন্তব্য না করে তাদের চাহিদার কথা বলতেন—যেমন, ওজন নিয়ন্ত্রণে রাখলে পুরস্কার দেওয়ার প্রস্তাব করতেন। বাফেট জানতেন, নগদ অর্থের চাহিদা পূরণ না হলে কিশোর-কিশোরীরা কথা শুনবে না।

মালিকের চাহিদা: টাকা ও সুনাম

যখন বাফেট কোনো পারিবারিক মালিকানাধীন ব্যক্তিগত কোম্পানি অধিগ্রহণ করার চেষ্টা করতেন, তখন তিনি প্রথমত মালিকের প্রতিপত্তি ও সম্মান নিয়ে কথা বলতেন।

বাহফেট খুব ভালো করেই বুঝতেন যে, মালিক সর্বোচ্চ দামে কোম্পানি বিক্রি করার পাশাপাশি এটাও নিশ্চিত করতে চান যে, কোম্পানিটি এমন কারও হাতে যাচ্ছে, যে তার সুনাম ধরে রাখতে সক্ষম।

এই কারণেই অধিগ্রহণের পরও বাহফেট আগের মালিকদের হাতেই ব্যবসার দায়িত্ব তুলে দিতেন, যারা এটিকে পরিচালনা করতে গর্ববোধ করতেন:

➤ **নেব্রাস্কা ফার্নিচার মার্ট:** ৮০% মালিকানা পাওয়ার পরও বাহফেট মিসেস বি. ও তার পরিবারের হাতেই ম্যানেজমেন্ট রেখেছিলেন।

➤ **ফ্লাইট সেফটি:** এটি কেনার পর বাহফেট এর প্রতিষ্ঠাতা আল ইউল্টশিকে আজীবন কোম্পানি চালানোর সুযোগ দেন।

বাহফেট এইভাবে সেই মালিকদের চাহিদা ও আকাঙ্ক্ষা পূরণ করতেন। এর বিনিময়ে, তাঁর বিনিয়োগ এবং উদারতার ফলস্বরূপ, তারা বাহফেটের জন্য অসাধারণ আর্থিক ফলাফল এনে দিতেন।

লক্ষ্য নির্ধারণ: নীরব আদেশ

ওয়ারেন বাহফেট তাঁর ম্যানেজারদের তাদের নিজের লক্ষ্য ও মানদণ্ড সেট করার সুযোগ দেন। তিনি ম্যানেজারদের কাজে নিযুক্ত করেন, কিন্তু কী করতে হবে তা সরাসরি বলে দেন না। এভাবে তিনি ম্যানেজারদের তাদের নিজস্ব ধারণা নিয়ে আসতে উৎসাহিত করেন।

- **উচ্চ মানদণ্ড:** ম্যানেজাররা যখন নিজেদের লক্ষ্য সেট করার স্বাধীনতা পান, তখন তারা বসের চোখে ভালো ইমেজ তৈরির জন্য সব সময় উচ্চ লক্ষ্য নির্ধারণ করার চেষ্টা করেন।
- **নীরব প্রত্যাশা:** ম্যানেজাররা জানেন, বাফেট কিছু না বললেও তার নীরবতার অনেক অর্থ আছে। তিনি কাজের জন্য সম্পূর্ণ স্বাধীনতা ও ক্ষমতা দিলেও, তাদের কাছ থেকে তার প্রত্যাশা থাকে অসাধারণ পারফরম্যান্সের।

মনস্তাত্ত্বিক সত্য: বাফেট বিশ্বাস করেন, কাউকে কিছু করতে বলার মানেই হলো পরোক্ষভাবে ‘আদেশ’ দেওয়া। আর মনস্তাত্ত্বিকভাবে কেউই আদেশ পছন্দ করে না, আর আদেশ পারফরম্যান্সের সম্ভাবনাকে সীমিত করে দেয়।

এই কারণেই বাফেট ম্যানেজারদের সরাসরি ‘আদেশ’ না দিয়ে, তাদের সামনে একের পর এক প্রশ্ন তুলে ধরেন। ম্যানেজাররা এই প্রশ্নগুলো থেকেই বাফেটের প্রত্যাশা বুঝে নেন। বাফেটের প্রশ্নগুলো আসলে ‘নীরব আদেশ’ হিসেবে কাজ করে, যা তিনি সরাসরি দিতে চান না।

ভুলের গুরুত্ব: দ্রুত মেনে নিন

ওয়ারেন বাফেট বিশ্বাস করেন যে, প্রত্যেকেই ভুল করে। তাই নিজের ভুল দ্রুত মেনে নেওয়ার অভ্যাস তৈরি করা উচিত, যাতে সময়মতো তা শুধরে নেওয়া যায়।

ঝুঁকি, চ্যালেঞ্জ এবং সুযোগ

ব্যবসার পথ গর্তে ভরা, বাঁচতে হলে চাই পরিকল্পনা!

ওয়ারেন বাফেট বিশ্বাস করেন, ব্যবসার পথগুলো বিপদ বা গর্তে ভরা, আর সেগুলোকে এড়িয়ে যাওয়ার জন্য পরিকল্পনা দরকার। বাফেট এই পরিকল্পনাকে ‘দুর্যোগ পরিকল্পনা’ (Plan of Disaster) বলে ডাকেন।

এইসব বিপদ বা গর্তের উদাহরণগুলো হলো:

- অতিরিক্ত ঋণের ঝুঁকি : ঋণের বোঝা যদি নিয়ন্ত্রণের বাইরে চলে যায়।
- কর্মচারীর প্রতারণা : কর্মীদের দ্বারা নিয়ম ভঙ্গ বা অসততা।
- ভালো চিন্তা বিচ্যুতি: সঠিক পথ থেকে সরে যাওয়া।
- অনিচ্ছাকৃত ভুল : না চাইতেও ভুল হয়ে যাওয়া।
- চাটুকারদের সামলানো : যারা শুধু হ্যাঁ বলে, তাদের নিয়ন্ত্রণে রাখা।
- সুযোগ হাতছাড়া করা : সঠিক সময়ে সঠিক সুযোগটি ধরতে না পারা।

বাহফেটের মতে, এই ঝুঁকিগুলো এবং চ্যালেঞ্জগুলো সামলানোর জন্য বিশেষ ম্যানেজমেন্ট কৌশল দরকার। বাহফেট মনে করেন, যখন আমরা এই ঝুঁকিগুলো সঠিকভাবে সামলাতে পারি, তখনই কেবল সেই ব্যবসার আসল সুযোগগুলো দেখতে পাই।

বাহফেট এই শিক্ষাগুলো সহজে পাননি, বরং কঠিন অভিজ্ঞতার মাধ্যমে অর্জন করেছেন। এই অধ্যায়ে আমরা বাহফেটের সেই অমূল্য অভিজ্ঞতাগুলো দেখব, যা একজন নেতাকে সব ধরনের ম্যানেজেরিয়াল ঝুঁকি থেকে বাঁচতে এবং কঠিন পরিস্থিতি থেকে বেরিয়ে আসতে সাহায্য করবে।

অতিরিক্ত ঋণ মানেই জুয়া খেলা

ওয়ারেন বাহফেটের মতে, যে ম্যানেজাররা অতিরিক্ত ঋণের ওপর নির্ভর করে ব্যবসা পরিচালনা করেন, তারা আসলে জুয়া খেলছেন। এই ম্যানেজারদের মধ্যে প্রায়ই একটা ভুল ধারণা থাকে যে, ব্যবসার দীর্ঘ পথে তারা কোনো আর্থিক বিপদে পড়বেন না।

কিন্তু অভিজ্ঞতা থেকে বাহফেট সতর্ক করে দেন:

বাহফেটের সতর্কবার্তা: “যদি কোনো ব্যবসা, যতই ভালো পরিচালিত হোক না কেন, ঋণের জন্য অতিরিক্ত ‘নিভারেজ’ ব্যবহার করে লাভে থাকার প্রত্যাশা করে, তবে সে সব সময় তার আর্থিক সমস্যাগুলো এড়াতে বা ফাঁকি দিতে পারে না।”

লিভারেজের জাদু এবং ব্যাংকিংয়ের ঝুঁকি

ব্যাংক মনে করেন, অতিরিক্ত ‘লিভারেজ’ বা ঋণনির্ভরতার কারণেই বিশ্ব অর্থনীতিতে প্রতি ২০ বছর অন্তর ব্যাংকিং বিপর্যয় আসে।

- ▶ **ব্যাংকিংয়ের জুয়া:** ব্যাংকগুলো হলো লিভারেজের মাস্টার। তারা আমানতকারীদের কাছ থেকে অল্প সময়ের জন্য ধার নেয়, কিন্তু সেই টাকা দীর্ঘমেয়াদী ঋণ হিসেবে খাটিয়ে দেয়।
- ▶ **বিপর্যয়:** যতক্ষণ নতুন আমানতকারী আসতে থাকে, ততক্ষণ এই খেলা চলে। কিন্তু যখন বেশিরভাগ আমানতকারী একই সাথে তাদের টাকা ফেরত চায় এবং ব্যাংক সেই চাহিদা মেটাতে পারে না, তখনই ব্যাংকিং সংকট সৃষ্টি হয়।

এই অর্থনৈতিক পরিবর্তনগুলো অনেক সুযোগ তৈরি করে। কিন্তু এই সুযোগের সদ্ব্যবহার কেবল তখনই সম্ভব, যখন আমাদের হাতে যথেষ্ট নগদ টাকা (Cash) থাকে। যদি আমরা অতিরিক্ত ঋণের বোঝায় ডুবে থাকি, তবে অর্থনৈতিক পরিবর্তন আমাদের জন্য বিপর্যয় ডেকে আনে।

অতিরিক্ত ঋণের লোভ: কীভাবে ফাঁদে পড়েন ম্যানেজাররা

লিভারেজ বা ঋণনির্ভরতা খুব লোভনীয়। কেন? কারণ এটা নাটকীয়ভাবে একজন ম্যানেজারের পারফরম্যান্স বাড়িয়ে দিতে পারে।

উদাহরণ দেখি:

- ধরুন, আপনার ব্যবসা ঋণ ছাড়াই বছরে ১ কোটি টাকা লাভ করে।
- আপনি অনুমান করছেন, অতিরিক্ত ১০ কোটি টাকা বিনিয়োগ করলে লাভ আরও ২ কোটি টাকা বাড়বে। এই পরিস্থিতি খুব লোভনীয়।
- আপনি বিনিয়োগকারীদের কাছ থেকে সহজেই ১০ কোটি টাকা ঋণ নিলেন, যা আপনি বছরে ১ কোটি টাকা সুদ দেবেন বলে চুক্তিবদ্ধ হলেন।

ম্যানেজারের লাভ:

১. নতুন লাভ: ২ কোটি টাকা। ২. সুদ পরিশোধ: ১ কোটি টাকা। ৩. নিট লাভ (নতুন ব্যবসা থেকে): ১ কোটি টাকা। ৪. কোম্পানির মোট নিট লাভ (পুরোনো লাভ + নতুন লাভ): ২ কোটি টাকা।

আপনার কোম্পানির পারফরম্যান্স গত বছরের তুলনায় ১০০% বৃদ্ধি দেখাবে এবং আপনি ম্যানেজমেন্টের কাছ থেকে মোটা অঙ্কের বোনাস দাবি করতে পারবেন!

যখন মন্দা আসে: পতন অনিবার্য

এই খেলা ততক্ষণই চলবে, যতক্ষণ অর্থনৈতিক পরিস্থিতি স্বাভাবিক থাকে এবং আপনি প্রত্যাশিত লাভ করতে পারেন।

কিন্তু বিপদ শুরু হয়: যখন অর্থনৈতিক পরিস্থিতি পাল্টে যায় এবং মন্দা আসে। আপনি প্রত্যাশিত লাভ করতে পারবেন না। এমনও হতে পারে যে, আপনি সুদের টাকাও দিতে পারছেন না!

তখন আপনার পারফরম্যান্সের বুদ্ধি ফেটে যাবে এবং ব্যবসাটি আর্থিক সংকটে পড়বে, যা দেউলিয়াত্বের দিকে নিয়ে যেতে পারে। বোর্ড অফ ডিরেক্টরস তখন আপনাকে বরখাস্ত করে নতুন ম্যানেজমেন্ট আনবে।

ব্যাফেটের নীতি: নগদই রাজা

এই কারণেই ওয়ারেন ব্যাফেট অতিরিক্ত ঋণকে জুয়া খেলা বলেন এবং এমন কোম্পানিতে বিনিয়োগ করেন না, যাদের দীর্ঘমেয়াদী ঋণের বোঝা বেশি।

- ▶ ব্যাফেট কখনোই বার্কশায়ারকে ঋণের জালে জড়াতে দেননি।
- ▶ তিনি ঋণ করা টাকা দিয়ে কোনো ব্যবসা কেনেন না।
- ▶ তিনি কেবল তখনই নগদ টাকা জমিয়ে রাখেন, যতক্ষণ না তিনি একটি নিশ্চিত আকর্ষণীয় ডিল খুঁজে পান।

এই দিক থেকে ওয়ারেন ব্যাফেট একজন রক্ষণশীল ব্যবসায়ী, যিনি ধার করা মূলধন ব্যবহার করে নিজের আয় বাড়ানোর চেষ্টা কখনোই করেন না।

ভালো ধারণাও খারাপ হতে পারে: লেগ্যান ব্রাদার্সের পতন

ওয়ারেন বাফেট তাঁর গুরু বেঞ্জামিন গ্রাহামের একটি কথাকে সত্য বলে মনে করতেন: “ভালো ধারণাও খারাপ ধারণার চেয়ে খারাপ ফল দিতে পারে।”

গ্রাহাম বিশ্বাস করতেন, ম্যানেজাররা ইচ্ছাকৃতভাবে খারাপ ধারণার ওপর কাজ করেন না, কারণ খারাপ ধারণা শুরুতেই বাতিল হয়ে যায়। কিন্তু ভালো ধারণাগুলো কাজে লাগানো হয়।

➤ **ঐতিহ্যে পরিণত হওয়া:** যখন একটি ভালো ধারণা সফল হয়, তখন তা ঐতিহ্যে পরিণত হয়। আর যখন কোনো ধারণা ঐতিহ্যে পরিণত হয়, তখন কেউ ভাবেও না যে এটি ব্যর্থ হতে পারে!

➤ **অপব্যবহার:** এমন পরিস্থিতিতে ভালো ধারণাগুলোর অপব্যবহার শুরু হয়। যেহেতু কেউ সতর্ক থাকে না, তাই এই অপব্যবহার বাড়তেই থাকে, যতক্ষণ না পুরো সিস্টেমটি ভেঙে পড়ে।

সাবপ্রাইম লোনের ভালো ধারণা, খারাপ পরিণতি

সাবপ্রাইম মর্টগেজ লোন মূলত একটি ভালো ধারণা ছিল। এর মাধ্যমে সীমিত ক্রেডিট থাকা যোগ্য ব্যক্তির বাড়ি কেনার সুযোগ পেয়েছিল।

- **লোভ:** কিন্তু কমিশন বেশি পাওয়ার লোভে, এই মর্টগেজ লোন বিক্রেতারা অযোগ্য ব্যক্তিদেরও যোগ্য দাবি করে ঋণ দিতে শুরু করলো।
- **বিস্ফোরণ:** অযোগ্য ঋণগ্রহীতাদের সংখ্যা বাড়তে থাকলো। তারা একাধিক বাড়ি কিনছিল, আর দালালরা আরও বেশি কমিশন পাচ্ছিল। ব্যাংকগুলো উচ্চাভিলাষী লক্ষ্য পূরণের জন্য চোখ বন্ধ করে এই প্রস্তাবগুলো গ্রহণ করতে থাকলো। ফলে সাবপ্রাইম মর্টগেজ লোনের বার্ষিক প্রবৃদ্ধির হার ২০০৬ সালের মধ্যে ২০%-এ পৌঁছে গেল!

২০০০-এর দশকে আমেরিকান পরিবারের ঋণের পরিমাণ এতটাই বেড়ে গেল যে, ২০০৭ সালের শেষে তা তাদের মোট ব্যক্তিগত আয়ের ১২৭%-এ পৌঁছে গেল!

যখন ২০০৬ সালের মাঝামাঝি সময়ে রিয়েল এস্টেটের দাম কমতে শুরু করলো, তখন ঋণগ্রহীতারা আর ঋণ পরিশোধ করতে পারলেন না। উচ্চ সুদের হারে ঋণ পুনর্গঠন করতে গিয়ে ডিফল্ট হতে থাকলো।

লেম্যান ব্রাদার্সের ট্রাজেডি

জার্মান অভিবাসী হেনরি লেম্যান কর্তৃক ১৮৪৪ সালে প্রতিষ্ঠিত লেম্যান ব্রাদার্স ছিল একসময় আমেরিকার চতুর্থ বৃহত্তম বিনিয়োগ ব্যাংক। লেম্যান ব্রাদার্স অতীতের বহু সংকট (যেমন গ্রেট ডিপ্রেশন, দুটি বিশ্বযুদ্ধ) সফলভাবে পার করেছিল।

কিন্তু তাদের সাবপ্রাইম মর্টগেজ বাজারে মাথা নত করা ছিল সবচেয়ে বিপর্যয়কর পদক্ষেপ।

- **ঝুঁকিপূর্ণ বিনিয়োগ:** ২০০৩ ও ২০০৪ সালে রিয়েল এস্টেট বাজার যখন চাঙ্গা, তখন লেম্যান পাঁচটি মর্টগেজ ঋণদানকারী সংস্থাকে অধিগ্রহণ করে, যারা সবচেয়ে ঝুঁকিপূর্ণ ‘Alt A’ ক্যাটাগরির লোন দিত (যেখানে ডকুমেন্টেশন পুরোপুরি ছিল না)।
- **মুনাফার অন্ধ দৌড়:** এই অধিগ্রহণগুলোর কারণে ২০০৬ সাল নাগাদ লেম্যানের রাজস্ব দ্রুত বাড়লো। ২০০৬ সালে তারা \$146 বিলিয়ন মর্টগেজ সিকিউরিটাইজড করেছিল। ২০০৭ সালে তারা রেকর্ড \$4.2 বিলিয়ন নিট লাভ দেখালো।

পতনের শেষ সুযোগ হারানো
২০০৭ সালের ফেব্রুয়ারিতে লেম্যানের শেয়ারের দাম রেকর্ড \$86.18-এ পৌঁছায়।

কিন্তু আগস্ট ২০০৭-এ যখন ক্রেডিট সংকট শুরু হলো, তখন লেম্যানের শেয়ার তীব্রভাবে পড়তে শুরু করলো। এই সময়ে কোম্পানি তাদের মর্টগেজ-সম্পর্কিত অনেক চাকরি ছাঁটাই করে।

- **বিশাল ঝুঁকি:** বাজার খারাপ হওয়া সত্ত্বেও লেম্যান মর্টগেজ বাজারে একটি প্রধান প্লেয়ার হিসেবে রয়ে গেল। তারা \$85 বিলিয়ন মূল্যের মর্টগেজ-ব্যাকড সিকিউরিটির পোর্টফোলিও তৈরি করেছিল—যা তাদের শেয়ারহোল্ডারদের ইকুইটিটির চার গুণেরও বেশি ছিল!

- শেষ সুযোগ হাতছাড়া: ২০০৭ সালের শেষের দিকে যখন শেয়ারের দাম কিছুটা বাড়ে, তখন লেম্যান তাদের বিশাল মর্টগেজ পোর্টফোলিও কমিয়ে আনেনি। এভাবেই তারা নিজেদের বাঁচানোর শেষ সুযোগটাও হারালো। ২০১৭ সালের শেষে লেম্যানের ঋণের মাত্রা (লিভারেজ অনুপাত) ছিল ৩১ গুণ।

দেউলিয়াত্বের ঘোষণা

- ২০০৮ সালের মার্চ: যখন বেয়ার স্টার্নস ধসের কাছাকাছি, তখন সবাই ধরে নিল—পরের শিকার লেম্যান ব্রাদার্স। তাদের শেয়ারের দাম ৪৮% কমে গেল।



- ২০০৮ সালের জুন: লেম্যান \$2.8 বিলিয়ন ঐতিহাসিক ক্ষতির রিপোর্ট দিল—যা ১৯৯৪ সালে আমেরিকান এক্সপ্রেস থেকে আলাদা হওয়ার পর তাদের প্রথম লোকসান।

- ২০০৮ সালের সেপ্টেম্বরের প্রথম সপ্তাহ: শেয়ারের দাম ৭৭% কমে গেল।

- ১৫ সেপ্টেম্বর ২০০৮: হাতে মাত্র \$1 বিলিয়ন নগদ টাকা নিয়ে লেম্যান ব্রাদার্স দেউলিয়াত্ব ঘোষণা করতে বাধ্য হলো। এটি ছিল ইতিহাসের সবচেয়ে বড় দেউলিয়াত্ব।

ফলাফল: এই পতনের কারণে মাত্র এক মাসে (অক্টোবর ২০০৮) বিশ্বজুড়ে শেয়ার বাজারের মার্কেট ক্যাপিটালইজেশনে \$১০,০০০ বিলিয়ন ডলারের ঐতিহাসিক ক্ষতি হয়েছিল।

ব্যাফেটের শিক্ষা: ভালো ধারণাও যখন লোভ এবং অসতর্কতার কারণে ঐতিহ্যে পরিণত হয়, তখন তার অপব্যবহার হয় এবং তা পুরো আর্থিক ব্যবস্থার ধ্বংস ডেকে আনতে পারে। ব্যবসা টিকিয়ে রাখার জন্য ম্যানেজারদের অবশ্যই অতিরিক্ত ঝুঁকি এবং ভুল ধারণা থেকে দূরে থাকতে হবে।

আইনের সীমার মধ্যে প্রচুর টাকা আছে

ওয়ারেন ব্যাফেট তার ম্যানেজারদের কাছে পরিস্কার করে দেন যে, আইনের সীমার মধ্যে থেকেই প্রচুর টাকা কামানো সম্ভব।

ব্যাফেটের নির্দেশ: “টাকা কামানোর জন্য আগ্রাসী হওয়া প্রয়োজন, কিন্তু সেই আগ্রাসন অবশ্যই আইনের সীমা মেনে চলতে হবে।”

ব্যাফেটের অভিজ্ঞতা বলে: কোনো ম্যানেজার যদি খুব দ্রুত বেশি টাকা বানানোর লোভে আইন ভাঙে, তবে তার একটি মাত্র পদক্ষেপ পুরো ব্যবসাতিকে চরম ঝুঁকিতে ফেলে দেয়।

স্যালমন ব্রাদার্সের পতন ও ব্যাফেটের প্রবেশ

১৯৯১ সালের ইউএস ট্রেজারি বন্ড কেলেঙ্কারির উদাহরণ এখানে উল্লেখ করার মতো। এই কেলেঙ্কারির কারণে ওয়াল স্ট্রিটের বিখ্যাত ইনভেস্টমেন্ট ব্যাংকিং ফার্ম স্যালমন ব্রাদার্সের অস্তিত্বই বিপন্ন হয়েছিল, কারণ তাদের দুই জন বন্ড ট্রেডার আইন ভেঙেছিলেন।

- **শুরুর গল্প (১৯৮৭):** দক্ষিণ আফ্রিকার এক মেগা-গ্রুপের সহযোগী প্রতিষ্ঠান স্যালমন ব্রাদার্সের ১২% শেয়ার কিনে

নিয়েছিল, আর বিখ্যাত ‘টেকওভার বিশেষজ্ঞ’ রোনাল্ড ওয়েন পেরেলম্যান স্যালমন ব্রাদার্সকে অধিগ্রহণ করার চেষ্টা শুরু করেন।

- ❖ **বাহফেটের হস্তক্ষেপ:** স্যালমন ব্রাদার্সের চেয়ারম্যান ও সিইও জন গুটফ্রেড তখন ওয়ারেন বাহফেটের সাথে যোগাযোগ করলেন। ১৯৮৭ সালের ২৭ সেপ্টেম্বর বাহফেট বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার মাধ্যমে \$700 মিলিয়ন দিয়ে স্যালমন ব্রাদার্সের ১২% শেয়ার কিনে নেন। এটি ছিল বাহফেটের সেই সময় পর্যন্ত সবচেয়ে বড় একক বিনিয়োগ।

বাহফেট এই বিনিয়োগ করেছিলেন স্যালমন ব্রাদার্সকে পেরেলম্যানের দখল থেকে বাঁচানোর জন্য। তিনি বাজারের দামের চেয়ে কম দামে এবং রূপান্তরযোগ্য পছন্দের শেয়ার (Convertible Preferred Shares) হিসেবে এই বিনিয়োগ করেছিলেন।

বাহফেট, যিনি সব সময় ওয়াল স্ট্রিটের ‘লোভী সম্প্রদায়’ এড়িয়ে চলতেন, বন্ধুর অনুরোধে প্রথমবারের মতো সেখানে পা রাখলেন।

Black Monday এবং বাহফেটের প্রজ্ঞা

এই চুক্তির এক মাসেরও কম সময়ের মধ্যে, ১৯৮৭ সালের ১৯ অক্টোবর, শেয়ার বাজারে Black Monday আঘাত হানল। ডিজেআইএ সূচক ২২.৬% পড়ে গেল।

ব্যাফেটের শেয়ারের দাম একদিনে \$4,230 থেকে \$3,170-এ নেমে গেল, বার্কশায়ার একদিনেই \$৫ বিলিয়ন বাজার মূলধন হারাল।

ব্যাফেটের প্রজ্ঞা: মজার বিষয় হলো, ব্যাফেট আগে থেকেই বাজারের অপ্রত্যাশিত উত্থানের আঁচ পেয়ে তাঁর পোর্টফোলিওর বেশিরভাগ শেয়ার সবচেয়ে বেশি দামে বিক্রি করে প্রচুর নগদ টাকা জমিয়ে রেখেছিলেন, যা তিনি পরে চরম কম দামে বিনিয়োগের জন্য ব্যবহার করবেন।

আইন ভাঙার মূল্য: \$২৯০ মিলিয়ন জরিমানা

স্যালমন ব্রাদার্সের জন্য আসল সফট এলো ১৯৯১ সালে। তাদের ট্রেডার পল মোজার আইন ভেঙে ট্রেডারি বন্ড কেনার জন্য মিথ্যা বিড জমা দিচ্ছিলেন।

- ❖ **ফলাফল:** এই কেলেঙ্কারির কারণে চেয়ারম্যান ও সিইও জন গুটফ্রেন্ডকে চাকরি হারাতে হলো। তাকে \$1,00,000 জরিমানা করা হলো এবং বিনিয়োগ ব্যাংকিং বা ব্রোকারেজ ফার্মের সিইও পদ থেকে আজীবনের জন্য নিষিদ্ধ করা হলো।

জন গুটফ্রেন্ডের অনুপস্থিতিতে, বৃহত্তম বিনিয়োগকারী হিসেবে ওয়ারেন ব্যাফেট স্যালমন ব্রাদার্সের দায়িত্ব নিলেন এবং এসইসি (SEC)-এর তদন্তে সব ধরনের সহায়তা করলেন।

ব্যাফেটের পূর্বের সুনাম এবং তাঁর সং সহায়তার কারণে এসইসি স্যালমন ব্রাদার্সকে ট্রেডারি সিকিউরিটিজ কেনা থেকে

পুরোপুরি নিষিদ্ধ না করলেও, \$290 মিলিয়ন ডলার জরিমানা করল—যা ছিল সেই সময়ে একটি ঐতিহাসিক শাস্তি।

নয় মাস স্যালমন পরিচালনা করার পর বাফেট যোগ্য ম্যানেজারদের হাতে দায়িত্ব তুলে দিলেন। শেষ পর্যন্ত, ১৯৯৭ সালে ট্রাভেলার্স গ্রুপ স্যালমনকে \$৯ বিলিয়ন দিয়ে কিনে নেয়। বাফেটের \$700 মিলিয়ন বিনিয়োগ তখন \$1.70 বিলিয়নে পরিণত হয়েছিল।

ম্যানেজারদের জন্য শিক্ষা

এই তিন্ত অভিজ্ঞতাটি ওয়ারেন বাফেটের জন্য অমূল্য শিক্ষায় পরিণত হয়েছিল। এই উদাহরণটি ব্যবহার করে তিনি তাঁর ম্যানেজারদের সতর্ক করেন:

“তাৎক্ষণিক লাভের জন্য আইন ভাঙা আপনার ব্যক্তিগত পেশাগত জীবন এবং আপনার ব্যবসার অস্তিত্ব—উভয়ের জন্যই মারাত্মক ক্ষতিকর হতে পারে।”

ভুল নয়, সাফল্যই প্রধান: অভিজ্ঞতা থেকে শিক্ষা

ওয়ারেন বাফেটও আকাশ থেকে পড়েননি! তিনিও ভুল থেকে শিখে নিজের সম্পদ তৈরি করেছেন।

বাফেটের স্বীকারোক্তি: “আমি প্রচুর ভুল করি এবং ভবিষ্যতে আরও অনেক ভুল করব। এটা খেলারই একটা অংশ। তোমাকে

শুধু নিশ্চিত করতে হবে যে, সঠিক কাজগুলো ভুল কাজগুলোকে ছাপিয়ে যায়।”

আপনি ভুল করা থেকে হয়তো পুরোপুরি বাঁচতে পারবেন না, তবে সেই ভুলগুলো থেকে শিখে আপনি অবশ্যই আরও বড় সাফল্য অর্জন করতে পারেন। সুতরাং, প্রজ্ঞা হলো—আপনার সাফল্য যেন আপনার ভুলগুলোকে ছাড়িয়ে যায়, সেটা নিশ্চিত করা। যদি এই সমীকরণ উল্টে যায়, তবে নিশ্চিতভাবেই আপনি বিপদে পড়বেন।

বাহফেটের অভিজ্ঞতা থেকে বাঁচতে হলে আমাদের নিম্নলিখিত সতর্কতাগুলো অবলম্বন করতে হবে:

তাড়াহুড়ো করে সিদ্ধান্ত নেবেন না

ওয়ারেন বাহফেটের অভিজ্ঞতা থেকে আমাদের প্রথম এবং সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ শিক্ষাটি নেওয়া উচিত—তা হলো তাড়াহুড়ো করে সিদ্ধান্ত নেওয়া এড়িয়ে চলা। বাহফেট নিজেও এই ভুল করেছেন এবং সেই ভুলটির জন্য তাঁকে অনুশোচনা করতে হয়েছে।

২০১১ সালের বার্ষিক রিপোর্টে বাহফেট অকপটে তাঁর এক বিশাল ভুলের কথা বলেন। তিনি এনার্জি ফিউচার হোল্ডিংস (EFH)-এর বন্ড কিনতে প্রায় ২ বিলিয়ন ডলার বিনিয়োগ করেছিলেন। এই বিনিয়োগটি ছিল একটি বড় ভুল, কারণ EFH-এর ভাগ্য প্রাকৃতিক গ্যাসের দামের ওপর নির্ভরশীল ছিল, আর বন্ড কেনার পরপরই গ্যাসের দাম দ্রুত কমে যায়। বাহফেট তখন স্বীকার করেছিলেন যে, তিনি লাভ/ক্ষতির সম্ভাবনা সম্পূর্ণ

ভুলভাবে অনুমান করেছিলেন। এটিকে তিনি ‘অবাধ্য ভুল’ (Unforced Error) হিসেবে অভিহিত করেন।

দুই বছর পর, ২০১৩ সালের বার্ষিক রিপোর্টে তিনি এই ভুলের চূড়ান্ত পরিণতি জানান। বন্ডগুলো বিক্রি করে দেওয়ার পর সব মিলিয়ে বাফেটের প্রায় ৮৭৩ মিলিয়ন ডলার প্রাক্কর লোকসান হয়েছিল। এই লোকসানের চেয়েও বাফেটের বেশি অনুশোচনা ছিল তার পুরনো বন্ধু এবং বার্কশায়ারের ভাইস চেয়ারম্যান চার্লি মাক্সারের সাথে কোনো পরামর্শ না করেই এই বিশাল সিদ্ধান্ত নেওয়ার জন্য। তাঁর সরল স্বীকারোক্তি ছিল: “পরের বার আমি চার্লিকে ফোন করব।”

বাফেটের এই অভিজ্ঞতা থেকে আমাদের শিক্ষা নেওয়া উচিত—ব্যক্তিগত জীবনে হোক বা ব্যবসায়িক জীবনে, গুরুত্বপূর্ণ বিনিয়োগের সিদ্ধান্ত কখনোই তাড়াহুড়ো করে নেওয়া উচিত নয়। সিদ্ধান্ত নেওয়ার আগে কিছুটা সময় নেওয়া এবং একজন বিশ্বস্ত পরামর্শকের সাথে আলোচনা করা সব সময়ই বুদ্ধিমানের কাজ। যদিও বাফেটের এই লোকসান তার বিশাল সম্পদের তুলনায় নগণ্য ছিল, কিন্তু সাধারণ মানুষের জন্য এটি মারাত্মক হতে পারে।

কোম্পানি ও শিল্পকে পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে বিশ্লেষণ করুন

বাফেটের দ্বিতীয় সাবধানতা হলো: যেখানে বিনিয়োগ করছেন, সেই কোম্পানি এবং সংশ্লিষ্ট শিল্পকে পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে বিশ্লেষণ করা অত্যাবশ্যিক।

২০১৫ সালে বার্কশায়ারের শেয়ারহোল্ডারদের কাছে লেখা চিঠিতে বাফেট তাঁর অধীনে থাকা বিভিন্ন ব্যবসা (ম্যানুফ্যাকচারিং,

সার্ভিসেস এবং রিটেইল)গুলোর পারফরম্যান্স নিয়ে আলোচনা করেন। বেশিরভাগের ফল ভালো হলেও কিছু কোম্পানি খারাপ করছিল। যে কোম্পানিগুলো সফল হতে পারেনি, তার কারণ হিসেবে বাফেট প্রায় সব ক্ষেত্রেই কোম্পানি এবং সংশ্লিষ্ট শিল্পকে মূল্যায়ন করার ক্ষেত্রে নিজের ভুল স্বীকার করে নিয়েছিলেন।

সম্ভবত বাফেটের শিল্প মূল্যায়নের সবচেয়ে বড় এবং আলোচিত ভুল ছিল তাঁর মূল কোম্পানি বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ায়ে।

বাফেটের সবচেয়ে বড় ভুল: একটি মরে যাওয়া ব্যবসায় ২০ বছর

বার্কশায়ার যখন একটি বস্ত্র প্রস্তুতকারক (Textile Manufacturer) ছিল, তখন বাফেটের হাতে শেয়ারগুলো বিক্রি করে ভালো টাকা কামানোর দারুণ সুযোগ ছিল। কিন্তু তিনি তা করেননি। উল্টে, সেই ‘মরে যাওয়া ব্যবসা’-টিতেই বিনিয়োগ চালিয়ে গিয়েছিলেন। বাফেট ১৯৬৫ সালে বার্কশায়ারকে অধিগ্রহণ করেন, কিন্তু বস্ত্র উৎপাদন কার্যক্রম পুরোপুরি বন্ধ করতে তাঁর ২০ বছর (১৯৮৫ সাল পর্যন্ত) লেগে গিয়েছিল।

কঠিন বাস্তবতা: “এই ঘটনা প্রমাণ করে যে, বাফেটের মতো বুদ্ধিমান বিনিয়োগকারীও সময় এবং অর্থ উভয়ই নষ্ট করতে পারেন।”

এই ভুলটি প্রমাণ করে, কেউই সব সময় সঠিক হতে পারে না।

তবে এই ভুলের মানে এই নয় যে, আমরা সত্যকে উপেক্ষা করে কঠিন পদক্ষেপ নেওয়া এড়িয়ে যাবো। তাই বাফেট জোর দিয়ে বলেন—বিনিয়োগ করার আগে কোম্পানি এবং সংশ্লিষ্ট শিল্পের

ভবিষ্যৎ সম্ভাবনা ও চ্যালেঞ্জগুলো নিয়ে একটি পুঙ্খানুপুঙ্খ বিশ্লেষণ করা অপরিহার্য। শিল্পের গতিপথ (Industry Trend) যদি ধ্বংসের দিকে যায়, তবে সেখান থেকে দ্রুত সরে আসাই বুদ্ধিমানের কাজ, যতই আবেগ থাকুক না কেন।

প্রতিযোগিতা পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে যাচাই করুন

বাহফেটের আরেকটি বড় সাবধানতা হলো—প্রতিযোগিতা যাচাই না করে বিনিয়োগ করা চরম ভুল।

২০১৫ সালের বার্কশায়ারের বার্ষিক চিঠিতে বাহফেট উল্লেখ করেছিলেন যে, ডেক্সটার শুজ (Dexter Shoes) কেনার আগে প্রতিযোগিতা ভালোভাবে যাচাই না করা ছিল তাঁর এ যাবৎকালের ‘সবচেয়ে ভয়াবহ ভুলগুলোর’ মধ্যে অন্যতম।

১৯৯৩ সালে যখন তিনি কোম্পানিটি কিনেছিলেন, তখন সবকিছু ভালো মনে হচ্ছিল। কিন্তু বাহফেট বিদেশি প্রতিযোগিতার আগমন দেখতে পাননি। এর ফলে ডেক্সটার শুজে তাঁর প্রাথমিক \$৪৪৩ মিলিয়ন ডলারের বিনিয়োগ শূন্যে পরিণত হয়েছিল।

বাহফেটের শিক্ষা: এই ঘটনা আমাদের শেখায় যে, আপনি যে কোম্পানির শেয়ারই কিনুন না কেন, সেটি যে শিল্পেই থাকুক বা আপনার বিনিয়োগের আকার যেমনই হোক—আপনার প্রথম কাজ হলো সেই বাজারের প্রতিযোগিতার পরিস্থিতি খতিয়ে দেখা।

মনে রাখবেন, প্রতিটি বাজার এমন কোম্পানিতে ভরা, যারা একসময় খুব শক্তিশালী ছিল, কিন্তু উন্নত মান, দ্রুত সরবরাহ এবং কম দামে পণ্য সরবরাহকারী প্রতিদ্বন্দীদের সাথে পাল্লা দিতে না

পেরে শেষ হয়ে গেছে। তাই প্রতিযোগিতাকে গুরুত্ব না দেওয়া মানেই ব্যবসার পথে বড় একটি গর্তে পড়ে যাওয়া।

সু-বিনিয়োগ সরিয়ে নতুন বিনিয়োগ নয়

ডেক্সটার শুজ কেনার আগে প্রতিযোগিতা যাচাই না করার ভুলটির চেয়েও বাফেট আরেকটি ভুলের জন্য বেশি অনুশোচনা করেছিলেন—আর তা হলো এই লেনদেনের জন্য বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ার শেয়ার ব্যবহার করা!

২০১৪ সালে যখন বাফেট শেয়ারহোল্ডারদের কাছে এই তথ্য প্রকাশ করেন, ততদিনে ডেক্সটার কিনতে ব্যবহৃত সেই শেয়ারগুলোর মূল্য \$৫.৭ বিলিয়ন-এ দাঁড়িয়েছিল, যা পরবর্তীতে আরও ৪০% বেড়ে গিয়েছিল। অর্থাৎ, একটি খারাপ বিনিয়োগের জন্য তিনি তাঁর সেরা বিনিয়োগের অংশ ব্যবহার করেছিলেন।

মূল শিক্ষা: এই ঘটনা একটি গুরুত্বপূর্ণ শিক্ষা দেয় যে, একটি সু-বিনিয়োগকৃত তহবিল অন্য কোথাও বিনিয়োগের জন্য ব্যবহার করা উচিত নয়।

এই প্রসঙ্গে প্রাচীন ভারতীয় অর্থনীতিবিদ আচার্য চাণক্যের সেই কথাটি খুব প্রাসঙ্গিক:

“যে ব্যক্তি নিশ্চিতভাবে সম্পন্ন করার মতো কাজ ছেড়ে অনিশ্চিত কাজের পেছনে ছোটে, তার নিশ্চিত কাজটিও নষ্ট হয় এবং অনিশ্চিত কাজটিও নষ্ট হয়ে যায়।”

সংস্কৃতের এই কথাটির মতোই, এমনকি বিচক্ষণ বিনিয়োগকারীরাও অনেক সময় মারাত্মক ভুল করেন—তাঁরা

নিশ্চিত লাভজনক স্টক বিক্রি করে অনিশ্চিত সম্ভাবনায় অর্থ বিনিয়োগ করেন।

ব্যাফেটের বার্তা: যদি কোনো শেয়ার আপনাকে ভালো আয় দিতে থাকে এবং সেই ব্যবসার মৌলিক ভিত্তি মজবুত থাকে, তবে সেই বিনিয়োগে লেগে থাকাটাই শ্রেয়। নিশ্চিত লাভজনক বিনিয়োগ সরিয়ে নতুন ঝুঁকিপূর্ণ বিনিয়োগ করা মানে নিজের হাতে নিজের পায়ে কুড়াল মারা।

নিজেকে বেশি সন্দেহ করবেন না

ওয়ারেন ব্যাফেট প্রায়শই তাঁর বিনিয়োগকারীদের মনে করিয়ে দেন, নিজের সিদ্ধান্তকে অতিরিক্ত সন্দেহ করা ঠিক নয়।

১৯৯৮ সালে বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ে যখন জেনারেল রি-ইন্স্যুরেন্স কর্পোরেশন (Gen Re) অধিগ্রহণ করে, তখন স্বয়ং ব্যাফেটও তাঁর নিজের সিদ্ধান্ত নিয়ে সন্দেহ করতে শুরু করেন। বাইরে থেকে অনেক বিশ্লেষক এবং পর্যবেক্ষক প্রশ্ন তুলেছিলেন যে, এবার হয়তো বিলিয়নিয়ার ব্যাফেট বড় ভুল করে ফেলেছেন।

আসল ভুল: ব্যাফেট Gen Re কিনে কোনো ভুল করেননি। বরং তিনি যে ভুলটি করছিলেন, তা হলো বাইরের সমালোচকদের কথা শুনে নিজের সিদ্ধান্তকে ‘সন্দেহ’ করা!

তবে ব্যাফেট সেই সন্দেহকে তাঁর সিদ্ধান্তকে ছাপিয়ে যেতে দেননি। তিনি দ্রুতই সিদ্ধান্তটি পুনর্মূল্যায়ন করেন। পুনর্মূল্যায়ন করার পর তিনি আত্মবিশ্বাসী হন যে, তাঁর সিদ্ধান্তটি মৌলিক

বিনিয়োগ নীতি অনুসারে একেবারে নিখুঁত ছিল এবং বাইরের মতামতের প্রতি কান দেওয়ার দরকার নেই।

ব্যাফেট তাঁর সেই সিদ্ধান্তকে ধরে রেখেছিলেন। আর পরবর্তীতে, ব্যাফেটের নিজের ভাষায়, Gen Re তাঁর জন্য ‘রত্ন’ (gem) প্রমাণিত হয়েছিল।

এই ঘটনাটি আমাদের শেখায় যে, নিজের ওপর অতিরিক্ত সন্দেহ করা উচিত নয়:

➤ যদি আপনি সুচিন্তিত বিনিয়োগ নীতি অনুসারে কোনো শেয়ার কেনেন, তবে বাইরের মন্তব্য শুনে আপনি অবশ্যই আপনার সিদ্ধান্তটি পর্যালোচনা করতে পারেন।

➤ কিন্তু সেই সিদ্ধান্তটি নিয়ে বারবার অতিরিক্ত সন্দেহ করা ঠিক নয়।

মনে রাখবেন, আপনি আপনার নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি এবং বিশ্লেষণ অনুসারে সিদ্ধান্ত নিয়েছেন, যা অন্যদের দৃষ্টিকোণের সাথে নাও মিলতে পারে। অন্যের সমালোচনার কারণে নিজের প্রতি বিশ্বাস হারানো উচিত নয়।

বিক্রির সময় লোভ করবেন না

সাধারণ মানুষের ধারণা হলো, ওয়ারেন ব্যাফেট একবার কোনো স্টক কিনলে তা ‘চিরতরে’ ধরে রাখেন। কিন্তু এই ধারণাটি পুরোপুরি সত্য নয়। কিছু ব্যতিক্রম ছাড়া, তিনি তার বিনিয়োগ পোর্টফোলিওর বাকি অংশ ক্রমাগত পরিবর্তন (Churning) করতে থাকেন।

২০১৩ সালে ব্রিটিশ বহুজাতিক রিটেইল কোম্পানি টেস্কো (Tesco) বার্কশায়ারের সবচেয়ে বড় হোল্ডিংগুলোর তালিকায় ছিল, কিন্তু পরের বছরই তা তালিকা থেকে উখাও হয়ে যায়।

➤ **বাকেটের ভুল:** বাফেট ২০১৩ সালেই টেসকোর ম্যানেজমেন্টের সমস্যা সম্পর্কে জানতে পেরেছিলেন এবং সে সময় কিছু শেয়ার বিক্রি করে লাভও করেছিলেন। কিন্তু বাকি শেয়ারগুলো ‘পরিস্থিতি হয়তো পাল্টাবে’ এই আশায় বিক্রি করতে তিনি অনেক দেরি করে ফেলেন।

বাকেটের দুর্বলতা: বিক্রির সময় এসে, বাফেটও ভবিষ্যতের আরও ভালো রিটার্নের লোভে (Greed) আক্রান্ত হয়েছিলেন। এর ফলস্বরূপ, ২০১৪ সালের শেষে বার্কশায়ারকে সেই ডিল থেকে \$444 মিলিয়ন ডলারের নিট লোকসান বহন করতে হয়।

বাকেটের স্বীকারোক্তি: ‘আঙুল চোষা’

২০১৪ সালের বার্ষিক রিপোর্টে শেয়ারহোল্ডারদের কাছে লেখা চিঠিতে বাফেট এই ঘটনাটির বর্ণনা দিয়েছিলেন:

বাকেটের বক্তব্য: “সজাগ পাঠকরা দেখবেন, টেসকো, যা গত বছর আমাদের বৃহত্তম সাধারণ স্টক বিনিয়োগের তালিকায় ছিল, তা এখন অনুপস্থিত। আমি সজাগ বিনিয়োগকারী ছিলাম না, যা জানাতে আমার লজ্জা হচ্ছে—আমার উচিত ছিল আগেই টেসকো শেয়ার বিক্রি করে দেওয়া। দেরি করার মাধ্যমে আমি একটি বড় ভুল করেছি।”

বাহ্ফেট যখন ২০১৩ সালে টেসকোর ম্যানেজমেন্টের প্রতি কিছুটা অসন্তুষ্ট হন, তখন তিনি কিছু শেয়ার বিক্রি করে \$43 মিলিয়ন ডলার লাভ করেছিলেন। কিন্তু সেই বিক্রির গতি ছিল খুবই ধীর।

চার্লি মাস্কারের মন্তব্য: “আমার এই ধীর গতি আমাদের যে লোকসান ঘটিয়েছে, তার জন্য চার্লি মাস্কার এই আচরণকে ‘আঙুল চোষা’ বলেছেন। (যে ক্ষতি হয়েছে, তার তুলনায় তিনি দয়া করে হালকা শব্দ ব্যবহার করেছেন।)”

২০১৪ সালে টেসকোর সমস্যা আরও বাড়ল—বাজার অংশীদারিত্ব কমল, মার্জিন কমলো, এমনকি হিসাবের সমস্যাও সামনে এলো।

বাহ্ফেটের বিখ্যাত উক্তি: “ব্যবসায়িক জগতে খারাপ খবর প্রায়শই ধারাবাহিকতায় আসে: আপনি রান্নাঘরে একটি তেলপোকা দেখলেন; দিন যেতে না যেতেই তার আত্মীয়দের সাথে আপনার দেখা হবে।”

বাহ্ফেট পুরো বছর ধরে টেসকো শেয়ার বিক্রি করে দেন। এই বিনিয়োগ থেকে করের পরে বার্কশায়ারের \$444 মিলিয়ন ডলার লোকসান হয়েছিল।

এই ঘটনা আমাদের শেখায় যে, যখন আমাদের শেয়ার বিক্রি করার সময় আসে (অর্থাৎ, যখন আমরা বুঝতে পারি বিনিয়োগটি নিরাপদ নয়), তখন ভবিষ্যতে আরও ভালো লাভের আশায় দেরি করা বা ভয় পাওয়া উচিত নয়। লোভকে নিয়ন্ত্রণ করে সঠিক সময়ে কঠিন সিদ্ধান্ত নেওয়াই একজন বিচক্ষণ বিনিয়োগকারীর কাজ।

কেনার সময় দৌল্যমানতা নয়

ওয়ারেন বাফেটের আরেকটি বড় ভুল ছিল ভিন্ন ধরনের দৌল্যমানতা (Vacillation)। ২০১৪ সালে তিনি শেয়ারহোল্ডারদের কাছে বলেছিলেন যে, তাঁর প্রায় সব বড় ভুলই ছিল—যখন তাঁর কেনার উচিত ছিল, তখন ‘না কেনা’।

এই প্রসঙ্গে তিনি ওয়ালমার্টের শেয়ার কেনার ক্ষেত্রে তাঁর গুরুতর দ্বিধার কথা উল্লেখ করেছিলেন।

মজার বিষয় হলো, বাফেট তাঁর ১৯৯০ সালের বার্ষিক চিঠিতে লিখেছিলেন—ওয়ালমার্টের কম পরিচালন ব্যয়ের কারণে কীভাবে তারা এমন দামে বিক্রি করতে পারত যা তাদের প্রতিযোগীরা ছুঁতেও পারত না এবং কীভাবে তারা ক্রমাগত তাদের বাজার দখল বাড়িয়ে চলত।

কিন্তু এই স্পষ্ট ধারণা থাকা সত্ত্বেও ওয়ারেন বাফেট চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত নিতে পনেরো বছর সময় নিয়েছিলেন; তিনি ২০০৫ সালের আগে ওয়ালমার্টের কোনো শেয়ার কেনেননি।

- ২০১৬ সালের মাঝামাঝি সময়ে বাফেটের হাতে ওয়ালমার্টের \$৩ বিলিয়ন ডলার মূল্যের শেয়ার ছিল। কিন্তু তিনি এরপরেই তা বিক্রি করা শুরু করেন এবং ২০১৭ সালের ফেব্রুয়ারিতে তাঁর হাতে মাত্র \$১০০ মিলিয়ন ডলারের শেয়ার অবশিষ্ট ছিল। কারণ বাফেট বুঝতে পেরেছিলেন যে, ওয়ালমার্টের মতো বড় রিটেইল কোম্পানিগুলোর দিন শেষ এবং ভবিষ্যৎ এখন আমাজনের মতো ই-কমার্স কোম্পানিগুলোর হাতে।

বাহফেটের অনুশোচনা: বাহফেট স্বীকার করেছিলেন, যদি তিনি দ্বিধা না করে ১৯৯০ সালেই ওয়ালমাটে বিনিয়োগ করার সুযোগ নিতেন এবং শেয়ার কিনতেন, তবে ২০১৪ সাল নাগাদ বার্কশায়ার হ্যাথাওয়ারি নিট ওয়র্থ কমপক্ষে \$৫০ বিলিয়ন ডলার বেড়ে যেত।

ওয়ারেন বাহফেটের এই গুরুতর ভুলটি আমাদের শেখায় যে, যখন আমরা জানি কোনো নির্দিষ্ট কোম্পানির শেয়ারের ভবিষ্যৎ সম্ভাবনা দুর্দান্ত, তখন কেনার ক্ষেত্রে দেরি করা বা দ্বিধা করা উচিত নয়।

বাহফেটের বার্তা: “যখন একটি সোনার ব্যাগ টেবিলের ওপর পড়ে আছে, তখন সেটা তুলে না নেওয়ার ভুলের মতো—যখন আমরা কেনার সুযোগ পাই, তখন আমাদের তা দ্রুত লুফে নেওয়া উচিত।”



Ebookbazar

চাটুকর থেকে দূরে থাকুন

এবং সবশেষে, ওয়ারেন বাহফেট তাঁর ম্যানেজারদের আরও একটি গুরুত্বপূর্ণ পরামর্শ দেন: চাটুকরদের কাছ থেকে সব সময় দূরে থাকুন। চাটুকররা নেতার চারপাশে মিথ্যা প্রশংসা করে এমন পরিবেশ তৈরি করে, যা সঠিক সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষমতাকে নষ্ট করে দেয়।

সমাপ্তি: মানি মেকিং স্কিলস

ওয়ারেন বাফেটের এই ‘মানি মেকিং স্কিলস’ শুধু বিনিয়োগ কৌশল নয়, বরং ব্যবস্থাপনার দক্ষতা, মানবিক সম্পর্ক এবং জীবনযাত্রার নীতির একটি সংমিশ্রণ। সঠিক ব্যবসা নির্বাচন, যোগ্য ম্যানেজার নিয়োগ এবং ঝুঁকি এড়ানোর এই শিক্ষাগুলো অনুসরণ করে, যেকোনো নেতা তার জীবনে অসাধারণ সম্পদ এবং সাফল্য অর্জন করতে পারেন।



Ebookbazar