

ISTINE I ZABLUDE O MREŽNOM POSLOVANJU

Zasto se mrežno poslovanje cesto povezuje sa sektama?

Ponekad pojedini mediji i publicisti povezuju ovu privrednu delatnost sa različitim sektama i zatvorenim grupama.

U velikom broju slučajeva radi se o kampanjama konkurentskih kompanija iz klasične trgovine, marketinških i medijskih kuća sa ciljem da se kompromituje galopirajući razvoj i širenje industrije mrežnog poslovanja širom sveta.

Kao najčešći argumenti spominju se "zatvorenost sistema (registrovani potrošač), manipulisanje sa članovima koji vrbuju nove kandidate u mrežu. Sponzori se poistovećuju sa guruima koji ispiraju mozak sledbenicima na masovnim skupovima i navode ih da rade za njihove interese. Okupljanja i seminari se nazivaju masovnom hipnozom. Motivaciona obuka i programi razvoja ličnosti i podsticanje pozitivnog životnog stava udaljavaju pojedinca od realnog života i njegovog socijalnog okruženja".

Uvidevši besmislenost povezivanja sa verskim sektama hiljade kompanija koje se svakodnevno u svetu opredeljuju za plasman svojih proizvoda ili usluga putem mrežnih sistema, poslednjih godina kritičari uvode termin "finansijska sekta". Njeni članovi su "zatvoreno društvo opčinjeno boljim životom, profitom i pozitivnim razmišljanjem koje manipulise sa pojedincima navodeći ih da kupuju proizvode od čega imaju interesa samo uske grupe, a zajednica je u celosti oštećena"(!?)

Neka sledeće činjenice ukažu na opravdanost ovakvih tvrdnji:

- Mrežno poslovanje je legalna privredna grana koja se izučava na svim univerzitetima i poslovnim školama u svetu. · Veliki broj kompanija posluje na ovaj način. Tu spadaju i neki od najpoznatijih svetskih proizvođača, čiji su brendovi sastavni pratilac gotovo svakog domaćinstva. Da li su rukovodioci ili vlasnici nekih od kompanija pripadnici pojedinih sektu ili zatvorenih društava to je već njihov licni problem. Da li se zabranjuju ili kritikuju kompanije iz tradicionalne trgovine, ili se ne gledaju filmovi i sportske manifestacije čiji su protagonisti dokazano pripadnici različitih sektu? Naravno, značajno je uvek proveriti da kompanija sa kojom se želi uspostaviti saradnja pod plastom mrežnog poslovanja ne krije neke ilegalne i sumnjive delatnosti.
- Kritikovani sistem obuke i motivacije u mrežnom poslovanju nije nikakva novina niti specifičnost ove privredne grane. Na istovetan način velike kompanije obučavaju svoje radnike, primenjuje se u ministarstvima, sportu, prosveti. Da li postoje velike kompanije koje ne proslavljaju svoje uspehe na zajedničkim druženjima?
- Da li postoji sistem zatvorenosti i staleškog organizovanja u drugim profesijama poput političkih stranaka, lekara, advokata, inženjera, malih preduzetnika koji se okupljaju na svojim seminarima i kongresima?
- U mrežnom poslovanju ne postoji sistem obaveze, hijerarhije i vodja. Svako je sam sebi gazda i opredeljuje se za obuku koju želi i saradnju sa sponzorom koji mu odgovara. Ako se sponzor poštuje i veliča onda je verovatno razlog u njegovom iskrenom angažovanju

na obuci i pomoći svojim saradnicima. A, ima li ičega prirodnijeg od toga, jer je uspeh i zarada sponzora direktno zavisna od uspeha saradnika.

- Timski rad, koji je osnov mrežnog poslovanja, ključna je karika savremene civilizacije.
- Slobodna volja i ostvarivanje ličnih ciljeva svakog pojedinca osnovni je pokretač izgradnje mreže. Za čije ciljeve i sa kakvim slobodama savremene kompanije motivišu svoje zaposlene da iscrpljujući dokazuju svoju konkurentnost i odanost firmi?
- Da li postoji nešto prirodnije od želje da se bude uspešan, bogat i slobodan. Mrežno poslovanje je jedinstvena privredna grana gde se uspeh i sopstveni ciljevi ostvaruju jedino ako se pomogne dovoljnom broju osoba da oni ostvare svoje lične ciljeve. To je jedini poslovni sistem u kome na vrhu ima dovoljno mesta za svakoga sa dovoljno velikim snovima, istrajnošću i ljubavlju prema ljudima.

Na kraju, "ekonomske sekte" omogućavaju izuzetno rasterećivanje i bogaćenje svakoga društva. One mogu rešiti problem nezaposlenosti i niskog standarda, podstičući porodični posao "iz kuće", koji svako može da započne i obavlja bez prethodne obuke. Savremeni način marketinga povećava industrisku proizvodnju jer ubrzava prodaju, puni poreske kase i sve to kroz negovanje veštine dobrih međuljudskih odnosa, pomaganja i razumevanja. Samo veliki broj, bogatih i uspešnih pojedinaca može stvoriti bogatu i prosperitetnu zajednicu. Strah od toga mogu da imaju samo monopolisti.