

SUCCESS SECRETS OF

బి  
జి  
నె  
క్

మా  
రె  
టింగ్



మండ్రి

డా॥ సల్మాని రాఘవరావు

M.B.B.S., N.L.P.(USA),

650.1  
18989  
3.68



# బిజినెస్ మైండ్స్ & మార్కెటింగ్ మైండ్స్

సేల్స్ రంగాన్ని ఎన్నుకున్న వారందరూ గొప్ప సేల్స్ పర్ఫామన్స్ పరిణితి చెందవచ్చు.....కొద్దిపాటి చర్యలు చేపడితే....

చిన్న వ్యాపారమైనా పెద్ద పరిశ్రమ అయినా పోటీని అభిగమించి అభివృద్ధికోసం నిరంతరం కృషి చేయాలి.....ఇది రేపటితరం అవసరం.

బిజినెస్ రంగంలో, సేల్స్ రంగంలో స్థిరపడాలనుకొనేవారు అభివృద్ధి సాధిస్తూ ఉన్నత శిఖరాలను చేరాలనుకొనేవారు ఈ పుస్తకంలో వివరించిన విషయాలను అవగాహన చేసుకుని అవలంబిస్తే చాలు.

**వారే బిజినెస్ & మార్కెటింగ్ రంగాలలో  
నెంబర్ వన్ అవుతారు.**

**డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు**

M.B.B.S., NLP (USA)

Pub shed By :

**Saraswathi Publications**

S N Puram, Tadank var St.,  
V JAYAWADA-11 Ph : 0866-2530170

ప్రతులకు :

**V.L. COMMUNICATIONS,**

Opp : R.T.C. Depot, Beside Namineni Dental Hospital  
Kurnool Road, ONGOLE  
Ph : 9849349082

# BUSINESS & MARKETING MINDS

By: *Dr. Nalluri Raghava Rao* కె.బి.బి.సి. ఎం.బి.ఎ. (ఎస్.ఎ)

Nalluri's Counseling & Guidance Centre  
Nalluri Nursing Home, K.P. Road, Ongole.  
Ph : 98481 52501

C.12333V

First Edition

Jan 2005

Designing

Saraswathi Graphics

Cover Design

Ramana

Printed At

Swamy Offset Printers

Gandhi Nagar,

Vijayawada-3

Published By

Saraswathi Publications

S.N.Puram, Tadankivuri St.,

VIJAYAWADA-11

Ph : 0866-2530170

**Price : Rs. 50/-**

ఈ పుస్తకం కోసం ఎన్నో జాగ్రత్తలు తీసుకోవటం జరిగింది అయినా పొరపాట్లు జరగడానికి అవకాశం ఉండవచ్చు. మాకు తెలిపిన మలిముద్రణలో సవరించగలము

“మంచికి మారుపేరు  
క్రియేటివిటీకి మరో పేరు ”



కీర్తినేషనులు. టి. కృష్ణ గారికి

అంకితం

ఈ పుస్తకం

**ముందుమాట**

“సాధించిన దానికి సంతృప్తి చెంది,

అదే విజయమనుకుంటే పారపోతోయి”.....

అన్న శ్రీశ్రీగారి మాటల్ని మననం చేసుకుంటే మనం మరిన్ని విజయాల్ని సాధించగలం. ప్రస్తుత సమాజంలో ఎంతోమంది వ్యాపారవేత్తలు కృషి, పట్టుదలతో విజయాల్ని సాధిస్తున్నారు. ఆ విజయ సాధనతో సంతృప్తి చెంది, “అంతా సాధించామనే” భావనతో వుంటారు. తత్ఫలితంగా తర్వాతి కాలంలో వెనుకబడిపోయే అవకాశముంది. అందుకే అంటారు...

“విజయమనేది మార్గమే కాని గమ్యం కాదు”

కాబట్టి మనం సాధించిన విజయాల్ని మెట్టుగా చేసుకుని, ఆ వునాదులపై నూతన సాధాల్ని నిర్మించుకుని జీవితంలో నమున్నత శిఖరాలకు ఎదగాలి. అలా ఎదుగుతూ, ఎదిగేకొద్దీ ఒడుగుతూ వుంటే, ఆ బాటలో విజయపు బావుటాల్ని ఎగురవేయగలం. మన తర్వాతి తరాల వారికి స్ఫూర్తిగా నిలిచి మార్గదర్శకులం కాగలం.

అలా జీవితంలో తమతమ రంగాలలో మరింత ఎదగాలనుకునే వ్యాపార, మార్కెటింగ్ రంగాల్లోని వారికి ఈ పుస్తకం ఎంతగానో ఉపయోగపడగలదు. వ్యాపారవేత్తలకు, మార్కెటింగ్ ఎగ్జిక్యూటివ్స్ కు, సీనియర్ యువతకు ఈ పుస్తకం ఒక “వరం”లాంటిదని నా భావన.

ఈ పుస్తకంలో మనం తెలుసుకుని, ఆచరించవలసిన ఎన్నో మెళుకువల్ని విశ్లేషణాత్మకంగా పొందుపరచిన డా॥నల్లూరి రాఘవరావుగారికి హృదయపూర్వక అభినందనలు.....

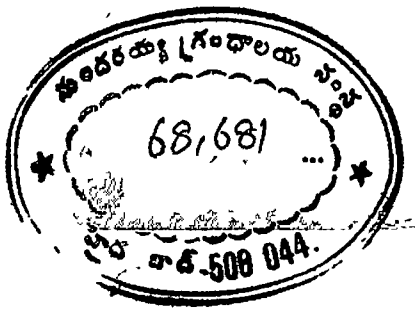
650.1

**ఆర్. సురేష్**

“ఈనాడు”

యూనిట్ ఇన్ ఛార్జ్

శ్రీకాకుళం



## విషయసూచిక

1.	బజనెన్ మైండ్స్	6
2.	పోటీ...పోటీ...పోటీ	11
3.	సాంప్రదాయబజనెన్ సూత్రాలు-పరిధులు	23
4.	బజనెన్ స్టైల్స్	35
5.	టేకెఇట్ ఈజీ పాలస్	42
6.	మార్పు-చేర్చూ పరిణామ క్రమం	46
7.	మైండ్ రిస్టింగ్ రేస్	50
8.	కాన్సెప్ట్ సమాచారం.	59
9.	ఏది ముఖ్యం	64
10.	కమ్యూనికేటింగ్ మైండ్స్	71
11.	తరతరాల బజనెన్ మైండ్	76
12.	లైయిన్ మాజక్	81
13.	జీవనశైలి విలువల విలీనం	86
14.	పోటీ- పరిమితులు	91
15.	విలువల తయారీ	96
16.	రకరకాల విలువలు	101
17.	సృజనాత్మకత	106
18.	క్రియేటివ్ టెక్నిక్స్	114
19.	కాన్సెప్ట్ రూపకల్పన	120
20.	ప్రత్యేక విభాగం	127
21.	పరస్పర సహకారం- ఉమ్మడి బాధ్యత	135
22.	మన లెవల్ వేరు	138
23.	మార్పు అవసరం	142
1.	మార్కెటింగ్ మైండ్స్	146
2.	సేల్స్ పర్సన్స్	152
3.	సూపర్ సేల్స్ పర్సన్స్	158
4.	చలాకీగా- చిరునవ్వుతో వుంటే	166
5.	కస్టమర్స్ తో రాపోర్ట్	173
6.	కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్	179
7.	మీ కంటూ ఒక లక్ష్యం వుండాలి	187
8.	కస్టమర్స్ ని కలిసే ముందు	193
9.	కొనుగోలుదారులు- విశ్లేషణ	197
10.	మైండ్ మేనేజ్మెంట్	199
11.	స్ట్రాట్జీ మార్కెటింగ్ మైండ్ సూత్రాలు	202
12.	ఔత్సాహిక పారిశ్రామికవేత్తల ఆలోచనాసూత్రం	205
13.	మీ ఓటు ఎవరికి?	208



## బజనెస్ మైండ్స్

.....లిప్టన్ కంపెనీ అధినేత లిప్టన్, అతని చిన్న తనంలో వారి కుటుంబానికి చిన్న వ్యాపారం ఉండేది. నిత్యావసర వస్తువులను, కిరాణా సామానులను అమ్మే షాపు అది. స్కూల్లో చదువుకొనే రోజులలో లిప్టన్ తల్లి తండ్రులతో షాపులో కూర్చోని చూస్తుండేవాడు. ఒక రోజు తన తండ్రి కోడిగుడ్లను అమ్మడం గమనించాడు. కస్టమర్ వెళ్ళిపోయిన తరువాత తన తండ్రితో “నాన్నగారు ఇక పై కోడిగుడ్లను మీరు ఇవ్వవద్దు. అమ్మతో ఇప్పించండి” అని సలహా ఇచ్చాడు. తండ్రి నవ్వి “ఎవరమ్మితే ఏమిరా! అవే కోడిగుడ్లు, అదే ధర. తేడా ఏమోస్తుంది” అన్నాడు.....



..... “మీ చేతులు పెద్దవి. మీ చేతిలో ఈ గుడ్లు చిన్నవిగా కనిపిస్తాయి. అమ్మ చేతులు మీచేతుల కంటే బాగా చిన్నవి. అమ్మ చేతిలో ఈ గ్రుడ్లు పెద్దవిగా కనిపిస్తాయి. పెద్ద సైజు గ్రుడ్లు తక్కువ ఖరీదుకే కొన్నామన్న సంతోషంతో కష్టమర్లు తృప్తిపడతారు. అమ్మకాలు పెరుగుతాయి” అంటూ వయసుకు మించిన విశ్లేషణ ఇచ్చాడు. భవిష్యత్తులో బిజినెస్ మాగ్నెట్ కాబోయే లిప్సన్

### **అది బిజినెస్ మైండ్ అంటే**

#### **అవే బిజినెస్ ఆలోచనలంటే**

శ్రీ కృష్ణభగవానుడు అర్జునుడికి గీతోపదేశం చేస్తున్నాడు. ‘అర్జునా’ ఈ యుద్ధంలో నీవు గెలిచావనుకో ధర్మ యుద్ధంలో అపార విజయం సాధించిన ఘనకీర్తి నీకు లభిస్తుంది. ఓడిపోయావనుకో ధర్మయుద్ధంలో ఓడిన వీరునిగా నీకు స్వర్గలోక ప్రాప్తి లభిస్తుంది. ఎలాగైనా నీవు లాభం పొందుతావు. యుద్ధంచేయి. అంటూ కార్యోన్ముఖుడిని చేశాడు.

### **అది గుడ్ బిజినెస్ మైండ్ అంటే**

ధామస్ అల్వా ఎడిసన్ ఇంటికో పాత గేటు వుండేది. దాని వెనక ఏవో గోలుసులు పళ్ళచక్రాలు వుండేవి. సులువుగా తెరుచుకొనేది. ఈజిగా మూసుకొనేది. సౌలభ్యంగా ఉండేది. చూడటానికి చాలా పాతదానిలా ఎబ్బెట్టుగా కనపడేది.

బాగా చనువున్న మిత్రుడు ఎడిసన్ ను “ఇంత మంచి ఇంటికి ఇలాంటి పాత మోడల్ గేటు పెట్టించావెందుకని” అని అడిగాడు.

“ఈ చైన్లు, పళ్ళ చక్రాలు తలుపుతీసినపుడు వేసినపుడు కదులుతాయి. వీటికి అమర్చిన పైపుల ద్వారా భావిలోని నీరు ప్రతిసారి ఇంటి పైనున్న ట్యాంకులోకి చేరుకోంటూ వుంటాయి” అని వివరించి ఆవిధానాన్ని చూపించాడు ఎడిసన్

శూన్య శక్తి నుంచి కూడా లాభపడవచ్చు.

### **అది బిజినెస్ మైండ్ తత్వం**

ఆలోచించి ఆలోచించి హిమాలయా పర్వతాలలో కూడా ఐస్ క్రీమ్ అమ్ముడయ్యేలా చేస్తుంది.

## Business & Marketing Minds

“చిన్నీ! టిఫెన్ చేసి హోమ్ వర్క్ చేస్తావా? లేక హోమ్ వర్క్ చేసి నాక టిఫెన్ తింటావా?” ప్రశ్నించింది వాసంతి తన కొడుకుని

కొడుకు ఆలోచనలో పడ్డాడు. ఏది ఎంచుకుందాం. టిఫెన్ ముందు చేద్దామా. హోమ్ వర్క్ చేసినాక తిందామా?. ఏది ఎంచుకున్నా వాసంతి లక్ష్యం నెరవేరినట్లే.

తన ఆలోచనలకు పదును పెట్టిన వాసంతి తనమాటల గారడీతో పిల్లవాడికి ఛాయిస్ ఇచ్చినట్లు స్వతంత్రం ఇచ్చింది. నేను హోమ్ వర్క్ చేయను అన్న ఆలోచనేవాడి దరిచేరకుండా చేయ గలిగింది.

### షీమీన్స్ బిజినెస్

#### అది బిజినెస్ మైండ్

అలోచించ గలగడం,మానవుని మెదడుకున్న అపూర్వ వరం. ఆఅలోచనలు అలోచించడం ఒక స్కిల్ అని ఆ నైపుణ్యాన్ని కూడా అభివృద్ధి చేసుకోవచ్చని విస్వృతంగా మానవాళికి విశదపరిచిన ఘనకీర్తి ఎడ్వర్డ్ డిబెనో గారిది.

ప్రప్రథమంగా ఇండియాకు వచ్చిన ఆయన నాలుగు ప్రముఖ పట్టణాలలో శిక్షణ నిర్వహించారు. మనరాష్ట్రంలో ఆయన వర్క్ షాప్ జరుగక పోయినా పొరుగు రాష్ట్రాం కర్నాటకలో బెంగుళూరులో జరిగిన వర్క్ షాప్ కి ఆంధ్రానుంచి వెళ్ళిన బదుగురిలో నేనొకడిని కావడం నా అదృష్టంగా భావిస్తున్నాను. పెద్దలు B.V పట్టాభిరామ్ గారు, మిత్రుడు N.V. వర్లుగారు, సహ డాక్టర్ శ్రీ ప్రభాకర్ గారు, హైద్రాబాద్ సెంట్రల్ ఎక్స్ జే ఉన్నతాధికారి ఆశిబిరంలో శిక్షణపొందారు.

ఆయన శిక్షణ నాలో ప్రేరణ కలిగించింది. ఈనాడు ఎక్కువమంది బిజినెస్ రంగంలో వున్నారు ఆలోచనలకు పదును పెట్టి తమ బిజినెస్ ను, తమ సర్వీసును ఎలా మెరుగు పరచాలో తెలియజేసే పుస్తకానికి శ్రీకారం చుట్టాలని ఆలోచించాను. అమలు పరిచాను. సేవతో కూడుకొన్నదైనా హాస్పిటల్ ఒకరకమైన బిజినెస్. విద్యార్థులు భోదింప బడుతున్నా, స్కూల్స్, కాలేజీలు మరోరకమైన బిజినెస్. ఇతరుల ఆర్థిక అవసరాలు తీరుస్తున్న చిట్ ఫండ్ కంపెనీలు, ఫైనాన్స్ కంపెనీలు చేసేది బిజినెస్ వీలన్నిటిలో ప్రత్యక్షంగా పరోక్షంగా సంబంధాలు కలిగిన నేను నా అనుభవాల సారాంశాన్ని ఎడ్వర్డ్ డి బెనో గారి యాంగిల్ లో విశ్లేషించి పొందుపరచడమేనా ఉద్దేశం.

ఒక విషయం గురించి చర్చించాలని ఇరు వర్గాలు కూర్చుంటే జరిగింది చర్చ అనేకంటే వాదోపవాదాలు అన వచ్చేమో. ఒక వర్గం అవును అనే మైండ్‌సెట్‌తో పాల్గొంటే రెండో వర్గం కాదు అనే మైండ్ సెట్‌తోవుంటే ఎవరిదివారు రైట్ అన్న ధోరణిలో ఎదుటి వారిని ఒప్పించే ప్రయత్నం చేస్తారు ఒక అంగీకారానికి వచ్చేసరికి చాలా సమయం పట్టవచ్చు అసలు అంగీకారమే కుదరకపోవచ్చు. ఎడ్వర్టైజి బెనోగారు రూపొందించిన పారలల్ థింకింగ్ ప్రక్రియ ఇరువర్గాలు ఒక అంగీకారానికి అతి తక్కువ సమయంలో వచ్చేలా చేస్తుంది. అలాగే లేటరల్ థింకింగ్ సిస్ట్ థింకింగ్ హేట్స్, సర్ఫిటిఫైడ్... ఇలా అనే ప్రక్రియలకు, శిక్షణకు సంబంధించిన ఎన్నో పుస్తకాలు వ్రాశారు. అయిన కొన్ని పుస్తకాలను అధ్యయనం చేయగా వచ్చిన మానసిక ప్రేరణే ఈ పుస్తకానికి నాంది.

అతను ఒక త్రాగుబోతు. త్రాగడానికి డబ్బులు దొరకక సముద్ర తీరాన కూర్చుని ఆలోచిస్తున్నాడు. అంతలో సముద్రంలోనుంచి ఒక సీసా ఒడ్డుకు కొట్టుకొని వచ్చింది దాని మూత బిగించివుంది. కుతూహలంతో ఆ త్రాగుబోతు ఆ సీసామూతను ఓపెన్ చేశాడు.

అంతే పొగతోబాటు భూతం ప్రత్యక్షం

“కొన్ని యుగాలుగా బంధీగావున్న నన్ను రక్షించావు ఏవైనా రెండు కోర్కెలు కోరుకో తీరుస్తానంది. వెంటనే అతను “నాకు ఎంతపోసుకుని త్రాగినా ఖాళీ కాకుండా నిండుగా విస్కీతో వుండే అక్షయపాత్రలాంటి విస్కీసీసా కావాలి” అని అడిగాడు.

క్షణంలో ఆ భూతం అలాంటి విస్కీసీసా తెచ్చి ఇచ్చి “నీ రెండో కోరిక ఏమిటి” అని ప్రశ్నించింది. కాసేపు ఆలోచించిన ఆ త్రాగుబోతు “నాకు ఇలాంటిదే మరో సీసా తీసుకొనిరా” అన్నాడు.

అతనిని వింతగా చూసింది ఆ భూతం. ఏమిటి ఈ పిచ్చివాడు ఎంత త్రాగినా తరగని విస్కీసీసావుంటే మరలా అలాంటిదే రెండోది కోరుకుంటాడు అని ఆలోచిస్తూ అలాంటిదే మరోసీసా ఇచ్చి అతనితో “పిచ్చివాడా, రెండోకోరికగా మేడలు, మిడ్డెలు, కాడ్లు, డబ్బు అడుగవచ్చుకదా. ఎంతత్రాగినా తరగని విస్కీసీసా

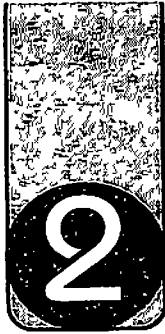
నీ జీవితాంతం త్రాగినా ఖర్చుకాదు. ఎంత అవివేకంగా అలాంటి రెండో సీసాకావాలని కోరుకున్నావు నీవోమూర్ఖుడివి" అంది.

దానికి వాడు "ఓసీ పిచ్చిదానా, మేడలు, కార్లు, డబ్బు కోరుకుంటే నీవు ఇస్తావు. అవికొన్నాళ్ళకే ఖర్చయిపోతాయి. పాతబడిపోతాయి. ఈ రెండు సీసాలలో ఒక దానిని నేను త్రాగడానికి వుంచుకొని రెండోదానిని విస్మృతయారు చేసే ఫాక్టరీకి ఇచ్చి నిరంతరం రాయల్టీ వచ్చేలా లాభాలలో వాటా అడిగి నాకు కావాల్సినవన్నీ సమకూర్చుకుని జల్సాగా జీవిస్తాను" అన్నాడు చిరునవ్వుతో.

అదే "లేటరల్ థింకింగ్" అంటే సృజనాత్మక ఐడియాలను ఈ రకం థింకింగ్ అందిస్తుంది. ఈ రకం థింకింగ్, సృజనాత్మకత ఏ బిజినెస్కైనా, సర్వీస్కైనా అవసరం.

కొనుగోలుదారుల అభిరుచిలో సంభవిస్తున్న మార్పులేవి?  
ఇతర దేశాలలో బిజినెస్ పరంగా వస్తున్న మార్పులేవి? ప్రజల  
అలవాట్లలో వస్తున్న మార్పులేవి? వ్యాపార అభివృద్ధికి క్రొత్త  
అవకాశాలు ఏమి వున్నాయి?

ఆ అవకాశాలను ఎలా మనం ఉపయోగించుకోవచ్చు.  
ఇలా కొనసాగుతుంటాయి బిజినెస్ మైండ్స్ ఆలోచనలు.



## వారి...వారి...వారి

.....ఇద్దరు స్నేహితులు అడవిలోకి వెళ్తుంటారు. మాట్లాడుకుంటూ మాట్లాడుకుంటూ మైమరచి మరింత లోనికి వెళ్ళారు. దూరంగా పెద్ద పులి వారి వైపుకి వస్తూ కనిపించింది. వెంటనే ఒకడు తన బూటు లేసులు టైట్ చేసుకున్నాడు. పరిగెత్తే ప్రయత్నంతో ఆశావాదంతో రెండో వాడు నిరాశావాదంతో “పరిగెత్తి లాభం ఏముంది? ఎంతైనా పులి అంత స్పీడుగా పోటీ పడి పరిగెత్తలేంకదా” అంటాడు దిగులుగా.....

.....“పులికంటే వేగంగా నేను పరిగెత్తలేక పోవచ్చు. నీకంటే రెండడుగులు ముందుంటే చాలు కదా. పులి నిన్ను మింగుతుంది. దాని ఆకలి తీరుతుంది. తిరిగి ఆకలివేసేదాకా మరోకరిజోలికి పోదు. జంతువులలో ఆ నీలి వుంది” అంటూ పరుగెత్తాడు. ప్రాణాలు కాపాడుకున్నాడు. చిరకాలం జీవించాడు. జీవచ్ఛవంలా అంతరంగిక మనసులో అపరాధ భావనతో తెలిసి తెలియని దిగులు తో జీవిస్తూ నిజ జీవితంలో ఓడిపోయాడు.

**పోటీ.... పోటీ... పోటీ**

**ఎత్తులు..... పై ఎత్తులు**

**స్వార్థం .... స్వార్థం**

వ్యాపార రంగంలో - జీవితంలో - ప్రతిక్షణం - ప్రతి నిత్యం ప్రతిమానవుడు పరుగెత్తిపోటి పడుతున్నాడు. పోటీ కేవలం జీవించడానికి పనికి వస్తుందే తప్ప పైపైకి ఎదగడానికి అది సరిపోవడం లేదన్న వాస్తవాన్నిగమనించడం లేదు. గుర్రెరిగి ప్రవర్తించడంలేదు

ఇద్దరు మునులు మధ్య సువ్వా - నేనా అన్నంతపోటీ. ఒక ముని దేవుడికోసం తపస్సు ప్రారంభించాడని తెలిసి హడావిడిగా రెండోముని మరింత శ్రద్ధగా తానూ తపస్సుప్రారంభించాడు. రెండో వాని భక్తి శ్రద్ధలకుమెచ్చి ముందుగా ఆయనకు ప్రత్యక్షమై “ఏమీ కావాలో కోరుకో” అని అడిగాడు దేవుడు. “నాకంటే ముందు తపస్సు ప్రారంభించింది ఆయన. ఆయన ఏమి కోరుకున్నా దానికి రెట్టింపు నాకు ప్రసాదించండి. అదే నా కోరిక స్వామి”. అని విన్నవించుకున్నాడు ఆ రెండో ముని. తప్పేది ఏముంది ఆ భగవంతుడు మొదటి ముని దగ్గర ప్రత్యక్షమై ‘నీకేం కావాలి నాయనా’ అని అడిగాడు. “స్వామీ మీరుముందుగా ఆరెండోమునికి వరమిచ్చారు కదా. ఆయన ఏమని కోరుకున్నాడో సెలవీయండి” అని ప్రార్థించాడాముని.

“నీవు కోరుకో బోయోదానికి రెట్టింపు ప్రసాదించమన్నాడు నాయనా” అని సమాధానం ఇచ్చాడు దేవుడు.

తీవ్రంగా ఆలోచించి ఆలోచించి ‘అలాగైతే నాకు ఒక కన్ను తీసివేయండి. అదే నాకోరిక’ అన్నాడు ఆ మొదటి ముని. “అలాగే జరుగుగాక!” అంటూ అదృశ్యమైనాడు దేవుడు.

మొదటి మునికి ఒకకన్ను - రెండోమునికి రెండు కళ్ళుపోయాయి.

పోటీ... పోటీ... పోటీ... తోటీ వారిత్ పోటీ పడి నష్టపోతున్నవారు ఎందరో ..... మరెందరో. వాళ్ళు టీ.వి కొంటే అప్పు చేసి మనం కూడా కొనాలి. వాళ్ళ అబ్బాయిని పట్నంలో చదివిస్తే, స్థోమత లేకున్నా మనం అక్కడే అదే ఖర్చుతో చదివించాలి.

నా వ్యాపారంలో కొంత నష్టం వచ్చినా ఫరవాలేదు. ఎదుటి వ్యాపారిని దివాలా తీయించాలి. నిరంతరం ఈ పోటీ ఆలోచనతో అభివృద్ధి పరంగా ఆలోచించడమే సన్నగిల్లుతుంది.

అదో బెల్లం అమ్మే అంగడి. సరకు అమ్మడానికి ఇద్దరు అమ్మాయిలను నియమించాడు యజమాని. రద్దీ పెరిగింది. వచ్చే కస్టమర్లలో ఎక్కువ మంది ఒక అమ్మాయి దగ్గరకే వచ్చి కొనడానికి ఇష్టపడుతున్నారు. ఇద్దరు ఇచ్చేది ఒకే సరుకు, ఒకే నాణ్యత, ఒకే ధర. పైగా ఆ రెండో అమ్మాయి అందంగా వుంటుంది. అయినా ఆమెదగ్గర కొనడానికి ఎక్కువ మంది ఇష్టపడటం లేదు. ఇద్దరి పని తీరును పరిశీలించి చూశాడు అయజమాని ఏ లోపం కనిపించలేదు. అలా ఎందుకు జరుగుతుందో ఎంత ఆలోచించినా అర్థంకాలేదు

మొదట అమ్మాయిని తన ఆఫీసు రూముకు పిలిచారు. “అమ్మా, ఇద్దరూ అమ్మేది ఒకే రకం బెల్లం అయినా అందరూ నీ దగ్గరే కొనడానికి ఇష్టపడుతున్నారు. ఆ అమ్మాయి దగ్గరకే వెళ్ళడం లేదు. ఎందుకని, కారణం ఏమిటి?” అని ప్రశ్నించాడు.

దానికి ఆ అమ్మాయి “సర్. నేను అమ్మేటప్పుడు కష్టమర్ ఒక కే.జి బెల్లం అడిగితే కేజికంటే కొంచెం తక్కువ బెల్లాన్ని త్రాసులోవేసి తూస్తూ బెల్లంముక్కలు అదనంగా వేస్తూ తూచి ఇస్తాను. ఆ అమ్మాయి కేజి బెల్లం అడిగితే కేజి కంటే కొంచెం ఎక్కువ వుండే గడ్డ వేసి త్రాసునుంచి కొంచెం కొంచెం తీసి వేస్తూ తూచి ఇస్తుంది. నా దగ్గర కొనేవారికే లాభపడుతున్నాం అనే భావన, ఆమె దగ్గర కొనేవారికి నష్టపోతున్నాం అనే భావన వస్తూ వుండవచ్చు” అని సమాధానం చెప్పింది.

**సైకాలజి... కోనగోలుదారు సైకాలజి...**

**విచిత్రమైన సైకాలజి....**

**రోజు రోజుకీ మారుతున్న సైకాలజి.**

జీవించడానికే పరిమిత మవుతున్న పోటీలో నిమగ్నమైన మనసుకు మారుతున్న సైకాలజీని గమనించే తీరికేది. దానికి అనుగుణంగా అభివృద్ధి పదంలో కృషి చేసే తీరికేది.

అమెరికాలో అద్ పెద్ద హోటలు. దానిలో పనిచేసే అన్నిస్థాయిల ఉద్యోగులకు వ్యక్తిత్వ వికాసంలో శిక్షణ ఇప్పించారు. అందరిని మరింత శ్రద్ధగా పని చేయాలని సూచించారు. ఎక్కువమందికి శ్రద్ధ పెరిగింది. రెస్టారెంట్స్ దగ్గరగా వుండే టాయిలెట్స్ బాగా మెరుగుపడ్డాయి. మరింతసేట్గా వుంచసాగారు ఆ పనివారు. నెల తిరిగే సరికి ఆ హోటల్లోని రెస్టారెంటుకు వచ్చి బీరు సేవించే స్త్రీలు అధికంగా బీరు సేవిస్తున్నారని స్టాటిస్టిక్స్ డిపార్టుమెంటు వారు లెక్కచెప్పారు. జనరల్ టాయిలెట్స్లో పరిశుభ్రత మెరుగుపడితే బీరు అమ్మకాలు ఎక్కువవుతాయని ఏ మార్కెట్ సర్వే తెలియచేయలేదు. బిజినెస్ స్కూలులో భోదించరు.

అభివృద్ధి.... అభివృద్ధి ప్రతినిత్యం ఏదో కోణంలో అభివృద్ధి సాధిస్తే పరోక్ష లాభాలు వుంటాయన్న సత్యం గమనించే తీరిక మనకెక్కడుంది. సమయమంతా ఎదుటి వాడితో పోటీపడి బ్రతకడానికి సతమతమవుతూవుంటే .. **పోటీ అవసరమే, అదొక్కటే ధ్యేయం కారాదు.**

అన్నంలోకి 'రసం' తయారుచేయాలంటే నీళ్ళు అవసరమే; ఎక్కువ నీరు అవసరం. అయితే రసం అంటే నీళ్ళు మాత్రమే కాదు. మరికొన్ని దినుసులు కూడా కావాలి. నీరు లేకుండా రసం చేయలేం కాబట్టి అదే ముఖ్య అవసరమని భావించి మిగిలినవాటిని గురించి పట్టించుకోకపోతే రసం తయారవుతుందా? రుచిగా వుంటుందా?

పరంగంలో నైనా పోటీ అవసరమే. అదొక్కటే సరపోతుండనుకుంటే కేవలం జీవించగలం. అభివృద్ధి సాధించలేం, అందలమెక్కలేం. సగటు మానవుడిగా నిర్ణీతంగా జీగస్తూ వుంటాం. అభివృద్ధిలేని వ్యాపారాన్ని చావనీయకుండా లాగుతూ జీవిస్తూ వుంటాం.

పోటీ అనేది ప్రతిరంగంలో నిత్యావసరం. జీవించడానికి ముఖ్య అవసరం. అదొక్కటే సరిపోతుందనుకుంటేనే ప్రమాదం దానితో పాటు అభివృద్ధి సాదిస్తూ పోతేనే ఇతరులకు అందనంత ఎత్తుకు ఎదుగుతారు. అదే బిజినెస్ సీక్రెట్

ఇతరులతో పోటీ పడుతున్నాం అంటే పరోక్షంగా గానుగెద్దులా ఇతరులతో కలిసి అదే పరుగు పందెంలో పరుగెత్తుతూ వుండటం లాంటిది. ఆ పోటీలో ఏ మాత్రం ఏమరుపాటుగావున్నా వెనుకబడి నష్టపోతాం అదే వ్యాపారంలో అదే రంగంలో జీవిస్తు వుండటానికే ఈ పోటీ సరిపోతుంది. సహచరులకంటే, తోటి వ్యాపారస్తులకంటే ఉన్నతమైన స్థితిలో వుండటానికి పోటీ కొనసాగిస్తునే మెళకువలు నేర్చుకోవాలి. సమకూర్చుకోవాలి అభివృద్ధిచెందాలి అంతెత్తుకు ఎదగాలి. నెంబర్ వన్ గా వుండాలి



**సాన అవసరం**

కోటయ్యది అడవిలో కట్టెలు కొట్టే ఉద్యోగం. చాలా నమ్మకంగా పని చేస్తాడు. రావాల్సిన సమయానికి ముందే వస్తాడు. ఆలస్యంగా పనిముగిస్తాడు. అతి తక్కువ సమయం మాత్రమే పని మధ్యలో విశ్రాంతి తీసుకుంటాడు. పని పెరగడంతో కోటయ్య యజమాని రాముడు అనే మరోక కట్టెలుకొట్టే వాడిని పనిలో పెట్టుకున్నాడు. కోటయ్యలా రాముడు రావాల్సిన సమయానికంటే ముందే రావడం లేదు. కరెక్టుగా టైమ్ కు వస్తున్నాడు సరిగ్గా 5 గంటలు కాగానే వెళ్ళిపోతున్నాడు. భోజన విరామంలో కోటయ్యకంటే ఎక్కువ సేపు విశ్రాంతి తీసుకుంటున్నాడు.

ఒక్క నెలగడిచింది. ఆ రోజు జీతాలు ఇచ్చారు. కోటయ్య కంటే క్రొత్తగా చేరిన రాముడికి ఎక్కువ జీతం లభించింది. అది చూసిన కోటయ్య జీర్ణించుకోలేక పోయాడు. తానెంత కాలంగానో నమ్మకంగా పనిచేస్తున్నాడు కష్టపడుతున్నాడు. ఎక్కువ సమయముపనిచేస్తున్నాడు అయినా నిన్నుగాక మొన్న వచ్చిన రాముడికి తనకంటే తక్కువ సమయం పని చేస్తున్న వాడికి ఎక్కువ జీతం ఇవ్వడమా ! ఇదేమి న్యాయం?

వెళ్ళి యజమానిని అదే విషయాన్ని ప్రశ్నించాడు. దానికి ఆ యజమాని! నీవు అడగటంలో తప్పు లేదు. నా సమాధానాన్ని వినే ముందు రేపు పని చేసిరా. వచ్చేముందునీవు ఎక్కువ చెట్లు కొట్టావా, రాముడు ఎక్కువ కొట్టాడా అనేది లెక్క చూసి వచ్చి చెప్పుమన్నాడు. అలాగే ఆ రోజు పనిపూర్తి చేసి ఇద్దరు కొట్టిన చెట్లను విడివిడిగా లెక్కించి యజమాని దగ్గరకొచ్చాడు.

“ఎవరు ఎక్కువ చెట్లు కొట్టారు” అడిగాడు యజమాని.

“ఏమిటోనండి. నాకంటే తక్కువ సమయం పని చేశాడు ఎక్కువ టైము విశ్రమించాడు. అయినా రాముడు కొట్టిన చెట్లే ఎక్కువ” ఆశ్చర్యంతో చెప్పాడు కోటయ్య.

“ అలా ఎక్కువచెట్లను ఎలా కొట్టగలుగుతున్నాడో రాముడిని అడిగావా” అన్నాడు యజమాని “లేదు” నసిగాడు కోటయ్య

“సరే రేపు ఆ రహస్యం ఏమిటో అడిగి కనుక్కొనిరా” అన్నాడు యజమాని.

అదే విషయాన్ని ఆ మరుసటిరోజు అడిగాడు రాముడిని కోటయ్య.

“కోటయ్య ప్రతిరోజు పనికి వచ్చేముందు నేను నా గొడ్డలికి పదును పెడతాను. మరినీవో. “అడిగాడు రాముడు”.

“ సరేలే. నా కంత తీరిక ఎక్కడుంది. ఆ సమయంలో ఇంకోచెట్టును కొట్టవచ్చు కదా అమాయకంగా అన్నాడు ఎదగడం చేతకాని కోటయ్య.

ఇతరులతోనో... పనితోనో... తోటివారితోనే... పోటీ....  
పోటీ పడుతూ మరింత కష్టపడి పని చేసేవారు తీలకగా మల్లిపోతున్నారు  
అభివృద్ధి కావడానికై

“అందరూ కళ్ళతో చూస్తున్నారు  
కొందరే కళ్ళతో పరిశీలిస్తున్నారు  
వారికే అవకాశాలు కనిపిస్తున్నాయి.  
వారికే భవిష్యత్ ప్రజా అవసరాలు కనిపిస్తున్నాయి.  
వారు మాత్రమే ఆ దిశలో అభివృద్ధి చెందుతున్నారు  
వారే నెంబర్ వన్ స్థానానికి చేరుతున్నారు”.

“అందరూ చెవులతో వింటారు.  
కొందరు చెవులతో పాటు కళ్ళతో కూడా ఇతరులను పరిశీలిస్తూ వింటారు.  
ఇతరులు చెప్పేది వృద్ధయంతో వింటారు.  
నమ్మకంతో వింటారు, గౌరవంతో వింటారు  
అలాంటివారికి అవకాశాలు వినిపిస్తువుంటాయి.  
ఏ ఏ చర్యలు తీసుకోవాలో వినిపిస్తువుంటాయి.  
వారే. అలాంటివారే ఒకటోనెంబర్ అవుతున్నారు”.

“అందరూ అవకాశాలను ఫీలవుతారు.  
కొందరే వాటిని హృదయపూర్వకంగా ఫీలవుతారు.  
వారే విజేతలు. రేపటి విజేతలు”.

## గ్రోబలైజేషన్

ప్రపంచమంతా ఓ పెద్ద పందిరి క్రిందకు రాబోతుంది.  
రుచులు మారుతున్నాయి  
అభిరుచులు మారుచున్నాయి.  
అవసరాలు మార్పుచెందుతున్నాయి  
విజ్ఞానం విస్తృతం చెందుతుంది.  
నేటి సేవ రేపటికి పాత బడుతుంది.  
క్రోత్తదనానికి ప్రపంచసైకాలజీ స్వాగతిస్తుంది.  
తోటివారితో పోటీలో మునిగిపోదామా! లేక  
అభివృద్ధి సాధించిన వారిలా దిన దినాభివృద్ధి,  
క్షణక్షణాభివృద్ధికి కృషిచేయాలా?

అందుకే అంటున్నాం, పోటీ పడాల్సిందే. పోటీ అవసరమే. అదే లేకపోతే మనగడేలేదు. కాని అదొక్కటే సరిపోదు. మరెన్నో విలువలు దానికి కలపాలి.

### పరిపూర్ణమైన విలువలు

కారు ప్రయాణ సాధనమే, ఏ కంపెనికారు అయినా నడిచేది ఆ ఇంజనీరింగ్ మెకానిజంతోటే. మరి ఏదైతే ఏమిలే అని ఏదో ఒక కారు కొంటున్నారా. ఎవరి అభిరుచిని బట్టి వారికి నచ్చిన అంశాలు, విలువలు వున్న కారునే ఎంపిక చేసుకుంటున్నారా? ఏ వ్యాపారంలో నైనా ఏ రంగంలోనైనా సరే విలువలు సముచిత స్థానాన్ని సంపాదిస్తాయి. ఒక వస్తువును తయారుచేయడం, అమ్మడం లేదా ఒక సర్వీసును ఇవ్వడం- అలాంటి వాటినే అందిస్తున్న వారితో పోటీపడి నిలదొక్కుకోవడం- మనదైన వస్తువుకు, సర్వీసుకు పూర్తివిలువను కొనుగోలు దారుకు అందించడం- ఇలా మూడు అంచెలుగా ఏ బిజినెస్ అయినా నడుస్తుంది.

“బాబాయి హోటలు” అనే సినిమా వచ్చింది. స్టార్ హోటల్లో బస చేసిన వారు కూడా ఆ హోటలకే వచ్చి టిఫిన్ చేసి వెళ్తుంటారు. రకరకాల పేర్లతో మీ ఊర్లో లేదా మీ సమీప పట్టణంలో అలాంటి చిన్న హోటలు వుండే వుంటుంది. మీరు వినే ఉంటారు. ఎందుకు ఈ హోటలుకు వస్తున్నారని అడిగితే అక్కడ పెట్టెది అనురాగం, ఆస్వాదనంతో కలిపిపెడతారని చెబుతారు. రుచి అత్యంత మధురంగా వుంటుందని చెబుతారు. ఈ విలువలే ఆ హోటల్ లోని పదార్థాలకు మరింత రుచినిస్తాయి పరోక్షంగా. బజారు భోజనం ఒక రోజు బాగుంటుంది, రెండో రోజు బాగుంటుంది. అలా అని ప్రతిరోజు తింటే వెగటనిపిస్తుంది. అదే ఇంట్లో ఆత్మీయ అభిమానాలతో రంగరించి చేసిన వంటకాలు ఎన్ని సంవత్సరాలు తిన్నా రుచిగానే వుంటాయి.

“జీవితభీమా” ఎంతో కాలం నుంచి వుంది. చాలా వరకు ప్రజాధరణ పొందింది. భీమా చేయించిన వ్యక్తి జీవించి వున్న కాలంలోనే కొంత ధనం అప్పుడప్పుడు చేతికందేలా నూతనపాలనీకి శ్రీకారం చుట్టడంతో దానిని ప్రజలు అమితంగా ఆదరించారు. అదోరకం విలువ ఇచ్చింది. విలువలు లేని ఏ వ్యాపారమైనా క్రమేపి అంతరిస్తుంది. సేల్స్లో విజయం సాధించిన సేల్స్పర్సన్స్ విజయ రహస్యం వారందించే సర్వీస్ విలువేనని ఋజువైంది. వారు ఏమి అమ్ముతున్నారో దానినే అమ్ముటానికి ప్రయత్నించకుండా ఇతరులకు ఏమి కావాలో తెలుసుకుని దానిని వారికి అందించడంలో సహకరించినవాడిదే అంతిమవిజయం. తాము అమ్మిన వస్తువును చూసుకుని వారిలో మంచి ఫీలింగ్ రప్పించగలగడం తద్వారా తాము మంచి ఎంపిక చేశామన్న గొప్పతలంపులతో ఉండేలా అమ్మకాలు సాగించిన వాడే నెంబర్ వన్ సేల్స్పర్సన్ అయితీరుతాడు.

**సృజనాత్మకత - క్రొత్త కాన్సెప్ట్**

చాలా చాలా సంవత్సరాల క్రితం చొక్కాకి జేబు ఎడం చేతివైపు కాక కుడి వైపు వుండేది. అదే సౌకర్యంగా వుండేది. అందరు దర్జీలు అలానే కుట్టేవారు. కొంత కాలం పోయినాక ఒక దర్జి మరో కోణంలో ఆలోచించాడు. 'సాధారణంగా చొక్కా జేబులో పెన్ను పెట్టుకుంటారు. నూటికి 95 మంది కుడి చేత్తోనే వ్రాస్తారు. అదే చేతిని జేబుకి తగిలించిన పెన్నును తీయడానికి వాడుతారు. కుడిచేత్తో కుడి వైపు జేబులో వున్న పెన్ను తీయడంకంటే ఎడం వైపు జేబుంటే దానినుంచి పెన్ను తీయడం మరింత సౌకర్యంగా వుంటుందని, అలా తీయడానికి అతి తక్కువ సమయం పడుతుందని ఆలోచించాడు. తన ఆలోచనని కార్యరూపంలో పెట్టాడు. అందరికీ ఎడం వైపు జేబే నచ్చింది. అతనికి ఆదరణ పెరిగింది. అతనిని గొప్పవాడిని చేసింది.

ఆలోచించకుండా పని చేస్తూపోవడం తక్కువ ప్రతిఫలాన్ని మాత్రమే ఇస్తుంది. క్రొత్త కోణంలో ఆలోచించి ఒక కాన్సెప్ట్ను మరింత సౌకర్యవంతమైన విలువలు కలిపి అందిస్తేనే అధిక ప్రతిఫలాన్ని ఇస్తుంది. క్రొత్త ఆలోచన, క్రొత్త విధానం, ఖర్చు లేనిది మంచి ప్రస్తుతం వున్న వ్యవస్థకు అది అధిక విలువల నిస్తుంది.

మమారు వంద సంవత్సరాల కంటే పూర్వం రోగ చికిత్సా నిలయాలైన ఆసుపత్రులు అంత శుభ్రంగా వుండేవికావు రోగుల రక్తసిక్తమైన గాయాలను శుభ్రంచేసే వైద్యులు-వైద్య సిబ్బంది తమ చేతులను శుభ్రం చేసుకోవడంలో అక్రద్ధ వహించేవారు. ఒకరోగి నుంచి మరొక రోగికి వైద్య సిబ్బంది చేతుల ద్వారా రోగక్రిములు చేరడంతో రోగాలు ముదిరి ఎక్కువ మంది చనిపోయేవారు.

సమ్మోల్ వెస్ అనే డాక్టర్ మరో కోణంలో ఆలోచించి రోగాలకు కొన్ని సూక్ష్మక్రిములు కారణమని ఒక వ్యక్తినుంచి మరో వ్యక్తికి ఆ క్రిముల ద్వారా జబ్బులు వస్తాయని కనుగొన్నారు రోగులను డాక్టర్లు పరీక్షించే విధానాన్ని క్షణంగా పరిశీలించాడు. జబ్బులకు కారణమైన సూక్ష్మక్రిములు వైద్యులు, వైద్య సిబ్బంది ద్వారానే ఇతరులకు చేరుతున్నాయన్న కోణంలో ఆలోచించాడు.

సూక్ష్మక్రిములను నాశనం చేసే సబ్బుతో వైద్యసిబ్బంది, డాక్టర్లు తమ చేతులను శుభ్రం చేసుకున్న తర్వాతనే మరోరోగిని చూడాలని సూచించాడు. ఆ రోజులలో దైవం శిక్షించడం వలనే రోగాలు వస్తాయని ప్రజలు నమ్మేవారు దానిని ఏమార్చి మరో రకంగా ప్రచారం చేస్తున్న ఈ డాక్టర్ను తోటి డాక్టర్లు, ప్రజలు పిచ్చివానిగా చూశారు.

అంతలో ఒక అద్భుతం జరిగింది. ఆయన పని చేస్తూ తన సిద్ధాంతాన్ని అమలులో పెట్టిన ఆ డాక్టర్ వార్డ్ లో మరణాల సంఖ్య గణనీయంగా తగ్గడం మొదలైంది ఆ డాక్టర్ ఘన కీర్తి పొందాడు. మహనీయుడిగా గుర్తింపు పొందాడు. తోటి డాక్టర్లకి కనువిప్పు కలిగింది. మానవాళికి మేలు జరిగింది.

**నేను సైతం**

ఇంగ్లీషు ట్యూన్స్ తెలుగులో కాపీ  
 తమిళ సినిమాను తెలుగులోకాపీ  
 తెలుగులో హిట్టైన సినిమా హిందీలో కాపీ  
 మన వాళ్ళు కాఫీ త్రాగడం కూడా మరచిపోయి  
 కాపీ చేస్తూ మనుగడ సాగిస్తున్నారు.

ఈ విశ్వంలో మానవాళి ఉద్భవించినప్పటి నుంచి ఎవరో ఒకరు ఏదో ఒక దానిని కనిపెడుతూనేవున్నారు. కొత్త విధానాలని అవలంభిస్తూనే వున్నారు. వాటినే ఇతరులు యధాతదంగా అనుకరిస్తున్నారు.

ఒకరు చెప్పాల పాపు పెట్టి విజయం సాదిస్తే అదే బజారులో దాని ప్రక్కనే మరో చెప్పాల పాపు పెట్టడం పోటీపడటం. ఉన్న మార్కెట్‌నే పంచుకోవడం మనం గమనిస్తున్న విషయమే

ఒక షాపురాయితీ ఇస్తే మరోషాపు అంత కంటే ఎక్కువ రాయితీ. ఒక వ్యాపారి ఒక స్కీమ్ పెడితే అలాంటి స్కీములు పెట్టి అకర్షించే ఇతర వ్యాపారస్తులు.

లేదంటే మొదలు ఒకరిని చూసి మరొకరు పోటీతో కాపీ కొట్టడంకోసం నరికి పోతుంది. మరో కోణంలో ఆలోచించే తీరికే వుండటంలేదు. ఇది మంచి అలవాటు కాదు. ఇతరులు అవలంభిస్తున్న విధాన విషయాలను పమాచారాన్ని సేకరించే మనం నిర్ణయాలు తీసుకోవడం పూర్తిగా చాలదు. అది మనం ఇతరుల స్థాయిలో నిలవడానికి, పరునించడానికి మాత్రమే పనికి వస్తుంది. విషయాన్ని సేకరించాల్సిందే. దానిని విశ్లేషించాల్సిందే. మరో కోణంలో ఆలోచించగలగాలి. అప్పుడే అభివృద్ధి సాధ్యమవుతుంది. మరో కోణంలో ఆలోచించాలంటే నృజనాత్మక శక్తిని పెంపొందించుకోవాలి. అది నేటి నిత్యావసరం

**విలువల తయారీ**

పోటీకిమించి, పోటీని దాటి అభివృద్ధి చెందడం అంటే ఒక రకంగా అధిక విలువలు అందించడం. మరో కోణంలో ఆలోచించేది అదే విలువల కోసం.

కాబట్టి ఏ వ్యాపారానికైనా ఏ రంగానికైనా కావాల్సింది విలువలను తయారుచేయడం. వీటిని కస్టమర్స్ కి అందించడం. కొన్ని కంపెనీలు లేదా సంస్థలు తాత్కాలిక ప్రయోజనాలనాశించి బూటకపు విలువల పట్ల ఆకర్షణ కలిగేలా చేసి

కొద్దికాలం ప్రజలని మోసపుచ్చినా దీర్ఘకాలంలో నష్టపోతుంది. కొనుగోలుదారే దేవుడు అన్న ఆరాధనా భావంతో, నిజాయితీతో, మంచివిలువలని తయారు చేసి అందివ్వ గలిగిన సంస్థే దీర్ఘకాలం కొనసాగుతూ విజయం సాధిస్తూ వుంటుంది.

**కుదింపు**

అదో రోడ్ నైట్ హోటలు. దాని యజమాని మంగీలాల్. బ్రతుకు తెరువుకోసం పొరుగు రాష్ట్రం నుంచివచ్చి రోడ్ ప్రక్కన కాకాహోటల్ ప్రారంభించాడు. రుచికరమైన వంటకాలు చిరునవ్వుతో సరసమైన ధరకే అందిస్తాడని పేరు తెచ్చుకొన్నాడు. విపరీతమైన రద్దీతో రాబడితో సాగుతుంది అతని వ్యాపారం. తాను చదువుకోలేదు కాబట్టి తన ఏకైక కొడుకుని పై చదువులు చదివించాడు. ఆర్థిక శాస్త్రంలో ఉన్నత విద్యపూర్తి చేసి ఉద్యోగాన్వేషణలో ఇంటి దగ్గరే వుంటున్నాడు. ఆ రోజు పేవరు చదువుచున్న ఆ కొడుకు దృష్టిని రాష్ట్రంలోని ఆర్థిక తిరోగతి గురించి రాబోయే ఆర్థిక సంక్షోభం గురించి దేశం ఎదుర్కోబోతున్న క్లిష్ట కరువు పరిస్థితుల గురించి వచ్చిన వార్తలు అకర్షించాయి.

ఆ సాయంత్రమే అతని తండ్రికి ఈ విషయాలన్ని భోధించాడు. తమ వ్యాపారంలో ఖర్చులు తగ్గించుకోవాలని సూచించాడు. ముందు జాగ్రత్తపడితేనే రాబోయే సంక్షోభంలో నిలదొక్కుకోగలవని విడమరచి చెప్పాడు. తనకొడుకు ముందు చూపుకు మురిసిపోయిన ఆ తండ్రి ఆ సూచనలు మరుసటి రోజు నుంచే ప్రారంభించాడు. ఖర్చులు తగ్గించాడు. వాడే దినుసుల మోతాదు తగ్గించాడు. ఆటో మాటిక్ గా వంటకాల రుచి తగ్గింది. రోజులు గడిచేకొలది రద్దీ తగ్గిపోయింది. కేవలం నామ మాత్రపు వ్యాపారం మాత్రమే కొనసాగింది. కొడుకు ముందు చూపు నిజమైందని తాను ఖర్చులు తగ్గించుకోవడం మంచిదైందని సంతోషించాడు ఆ అమాయకపు తండ్రి.

దేశ ఆర్థిక పరిస్థితికి తన వ్యాపార తగ్గుదలకు ఎలాంటి సంబంధం లేదని, తాను పొదుపు చేసి అన్నిటిని తగ్గించడంతో రుచి తగ్గి జనం పలచ బడ్డారన్న నగ్గు సత్యాన్ని ఏమరచాడు.

నేటి వ్యాపార ధోరణి ఆ తండ్రిలాగే అతని వ్యాపారంలాగానే సాగుతుంది. ఖర్చులు తగ్గించడం, కొంతమంది ఉద్యోగులను తీసివేసి ఉద్యోగస్తుల సంఖ్య తగ్గించడం, తక్కువ ధరకు ప్రజలకు తమ సర్వీసును, వస్తువును ఇస్తూ నాణ్యత కోల్పోకుండా చూడాలనే ధోరణి తో సంస్థలు నడుస్తున్నాయి.

ఈ చర్యలని తమ సంస్థ నిలకడగా వుండాలనే తపనతో, నష్టం రాకూడదూ, మూతపడకూడదు అని చేస్తున్నవే

అంటే సజావుగా సాగుతున్న వ్యాపారంలో పోటీదారులతో పోటీ పడి కొంత క్రిందకు జారిన సంస్థను యధాస్థానానికి తీసుకొచ్చే ప్రయత్నమే ఈ చర్యలు.

చేతికి పెద్ద గాయం అయింది. లోపల శుభ్రం చేయకుండా బ్యాండ్‌వయిడ్ అతికించారు. లేదా కట్టుకట్టారు. రక్తస్రావం ఆగింది. కాని లోపల తెగిన భాగాలు అతుక్కోలేదు. చీముపట్టింది సెప్టిక్ అయింది. చివరకు చేయి తీసేయాల్సిన పరిస్థితి దాపురించింది.

అతి తక్కువ ఖర్చుతో మంచి వస్తువును తయారు చేసి అతి స్వల్ప ధరకే వినియోగదారునికి అందుబాటులో వుంచినా ఆ వస్తువు ఆ వినియోగ దారునికి కావాలనిన విలువను ఇవ్వకుంటే ఉపయోగం ఏమిటి? ఆ వస్తువు సేల్స్ పెరగనే పెరగవు.

వినియోగ దారునికి కావాల్సిన విలువలను - అందించగలగడమే నిజమైన బిజినెస్ ముఖ్యలక్ష్యం. వినియోగ దారుడు - విలువలు - ఉపయోగాలు మొదలగు వాటిని మించి ఖర్చులను కుదించాలి. పోటీదారుని కంటే తక్కువ ధరకు అందించాలనుకునే ఈనాటి కుదింపు చర్యలు అసలు వ్యాపార ధర్మ సూత్రాలను కనుమరుగయ్యేలా చేస్తున్నాయనడంలో అతిశయోక్తి లేనే లేదు. ఏ వ్యాపారమైనా, ఏ సర్వీస్ అయినా.....

- ✱ నాణ్యతలో, పనితీరులో మిగిలిన వాటి కంటే మెరుగుడలతో వుండాలి.
- ✱ దాని ఖరీదు కంట్రోలులో వుండాలి. జరిగే విధానం పై కంట్రోల్ వుండాలి.
- ✱ కస్టమర్ గురించి, పనిచేసే ఉద్యోగుల గురించి, సంఘాన్ని గురించి జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి.
- ✱ అన్నింటిని మించి వ్యాపారానికి సృజనాత్మకత వుండితీరాలి.

వ్యాపారమునకు ఇదే ముఖ్యమైన అంశం. అదే విలువలను సృష్టిస్తుంది.

కుదింపు చర్యలు అవసరమే. పై లక్షణాలకు న్యాయం చేకూర్చ గలిగేలా చేపట్టే చర్యలుండాలే తప్ప వీటికి లోపం చేసి ఏదో రకంగా తక్కువ ధరకు అంతగా ఉపయోగించబడని వస్తువుని, విలువలేమిత్ అందించాలని చూడటం మంచి లక్షణం కానేరదు.

**కొత్త దృక్పథం**

అందరికీ తెలిసిన చెప్పుల కంపెని కథ, మన దేశంలో అత్యంత ప్రజాధారణ పొందిన ఒక చెప్పుల కంపెని ఆస్ట్రేలియా దేశంలో కొత్తఫాక్టరీ స్థాపించాలనే ఆలోచనతో అక్కడ మార్కెట్ ప్లడీ చేయడానికి ఒక బిజినెస్

21 డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు

## Business & Marketing Minds

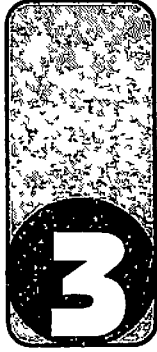
ఎగ్జిక్యూటివ్‌ని సర్వేకి పంపింది. ఆయన సర్వేచేసి 'ఈ ప్రాంతంలో నివశించేవారికి చెప్పులు వేసుకొనే అలవాటే లేదు, కాబట్టి ఫాక్టరీ స్థాపించడం అవివేకమవుతుందని నివేదిక ఇచ్చాడు. మరొక ఎగ్జిక్యూటివ్‌ని పంపి అతని సర్వేరిపోర్టును పరిశీలించాలని భావించిన ఆ కంపెని మరోకరిని ఆ దేశం పంపించింది. ఆయన సర్వే చేసి 'ఇక్కడ ప్రజలు అసలు చెప్పులే వాడరు కాబట్టి ఇక్కడ ఫాక్టరీ పెట్టి చెప్పుల ఉపయోగాన్ని ప్రజలకు తెలియజేస్తే విపరీతంగా అమ్ముకాలుంటాయని రిపోర్టు ఇచ్చాడు. ఏ దృక్పథంతో చూస్తున్నారు లేదా పరిశీలిస్తున్నారు అన్నదానిని బట్టి ఫలితాలుంటాయి. కాబట్టి క్రొత్త దృక్పథంతో మరో స్థాయి నుంచి తమ బిజినెస్ మైండ్స్‌ని వినియోగించాల్సిన అవసరంవుంది.

- ✱ ఇతర ప్రాంతాలలో ఏమి జరుగుతుందో స్పష్టంగా వీక్షించగలగాలి.
- ✱ ప్రపంచీకరణ లేదా గ్లోబులైజేషన్ దృష్టితో చుడగలగాలి.
- ✱ నాణ్యమైన ఆలోచనలకు నాంది పలకాలి.
- ✱ విశ్లేషణాత్మకంగా, నిర్మాణాత్మకంగా, సృజనాత్మకంగా, క్రొత్త కాన్సెప్ట్స్‌కోసం ఆలోచించాలి.
- ✱ "అంతా బాగుంది, మా వ్యాపారం ఫరవాలేదు, మాకంతా తెలుసు, ఇంక అభివృద్ధి ఏ ముంది, ఇంతకంటే ఏం చేయగలం", అన్నవాదనను విడనాడాలి.
- ✱ "పోటీనిదాటి అభివృద్ధి పదంలో పయనించడానికి, విలువలు కూర్చుకు విలువల తయారీకి, క్రొత్త కాన్సెప్ట్స్‌కు, సృజనాత్మకత ఆలోచనలకు", స్వాగతం పలకాలి.

### మా రెస్టారెంట్‌లో భోజనం దొరకదు.

ఆ హోటల్‌లో అమరికలన్నీ వున్నాయి. టేబుల్స్, కుర్చీలు, ఫ్లేట్లు, గ్లాసులు. వంటసామాన్లు, విశాలమైన హాలు, అన్నీ బాగున్నాయి. కాని అక్కడ వండి వడ్డించరు. మీరే వండుకోవాలి. లేదా మీ భోజనం మీరే తెచ్చుకోవాలి. అదొక పిక్నిక్‌కు వెళ్ళినట్లుగా వుంటుంది. మీకు కావాలంటే మీరు ఏ హోటల్ నుంచి తీసుకు రమ్మంటే ఆ హోటల్ నుంచి పార్కింగ్ తెచ్చి ఇస్తారు సిబ్బంది. అంతా వింతగా అనిపించవచ్చు. భవిష్యత్‌లో ఇలాంటి హోటల్స్ రావచ్చు.





## సాంప్రదాయ ఆజనెస్ సూత్రాలు-పరుధులు

.....ఆవు ఒక బుజ్జి దూడకు జన్మనిచ్చిందంటే దాని  
యజమానికి ఆ కుంటుంభానికి అమితానందం. ఆ  
దూడకు రక్షణ కల్పిస్తారు. నీడ ఇస్తారు. ఆహారం  
అందిస్తారు. నలతగా వుంటే పశువుల డాక్టర్ కి  
చూపిస్తారు, వైద్యం చేయిస్తారు. నయమవుతుంది.  
దూడ ఎదిగి పెద్దదవుతుంది. ఎదుగుదల అనేది ప్రకృతి  
సిద్ధంగా జరిగే చర్య. జరుగుతూనే ఉంటుంది.....

## Business & Marketing Minds

ఒక కుటుంబంలో జన్మించిన బిడ్డకు తోడూ, నీడూ, రక్షణ ఆహారం సమకూర్చబడతాయి. అవి ఎదుగుదలకు సహకరిస్తాయి. బిడ్డకు జబ్బు చేస్తే చికిత్స చేయిస్తారు. బిడ్డ పెరిగి పెద్దవాడవుతాడు.

వ్యాపారం కూడా కొన్ని ముఖ్యసూత్రాల పై ఆధారపడి అనాదిగా నడుస్తుంది. ఆ ముఖ్యసూత్రాలు చాలా పురాతన కాలంలో ఆపాదించబడ్డాయి. ఆ సూత్రాలన్నీ మంచివే, తప్పు పట్టడానికిలేదు. ఆ రోజులలో ఇంత కాంపిటీషన్ లేని సమయంలో దేశ ఆర్థిక స్థితి గతులు పెరుగుతున్న తరుణంలో ప్రజల అవసరాలు పెరుగుతున్న సమయంలో ఏ వ్యాపారమైనా, ఏ సర్వీస్ అయినా ప్రజావసరాల దృష్ట్యా ఆధరణ పొందింది. ఎగురుతున్న కెరటంలా వున్న ఆర్థిక ఎదుగుదలా టతరుణంలో స్థాపించిన వ్యాపారం లేదా అందించిన సర్వీసు ఆటోమెటిక్ గా అభివృద్ధి పథంలో పయనించాయి. ఆ పరిస్థితులలో

- ✱ చేయగల సమర్థత
- ✱ సమస్యలను పరిష్కరించగల శక్తి
- ✱ సమాచార విశ్లేషణ
- ✱ తోటి వ్యాపారాలతో పోటీ

ఈ నాలుగు మూల స్థంభాలుంటే చాలు. వ్యాపారం మూడు పూవులు - ఆరు కాయలులా అభివృద్ధి చెందిన మాట వాస్తవమే. అన్ని వ్యాపారాలు తక్కువ కాంపిటీషన్ లో పెరుగుతున్న ఆర్థిక రేఖతో పాటు అభివృద్ధి చెందుతూవుంటే, ఆ రేఖపై నిలబడగలగడం. చిన్న చిన్న సమస్యలను పరిష్కరించుకోగల సమర్థత వ్యాపారాభివృద్ధికి సరిపోయేవి

ప్రస్తుతం ఈ ఆర్థిక రేఖా సమాంతరంగా పయనిస్తుంది లేదా కొన్నిసార్లు క్రిందికి పడుతూ వెళ్తుంది. పైగా పోటీ పెరిగింది. ప్రజల సైకాలజీ మారింది. సమాచార యుగంలో పయనిస్తున్న ప్రజానీకపు అవసరాలు మార్పుచెందాయి. ప్రతి ఆరు నెలలకు సమాచారం రెట్టింపు అవుతుంది. ప్రతిది ప్రతివానికి తెలిసేలా అందరికి అందుబాటులో మీడియా ద్వారా సమాచారం ముంగిటనేవుంది. ఈ రోజు వున్న టెక్నాలజీ, పరికరాలు రెండెళ్ళకు పనికిరానివవుతున్నాయి. వెనుకబడిపోతున్నాయి.

ఈ పరిస్థితులలో ఆనాదిగా వ్యాపారాలకు మూలస్థంభాలుగా వున్న పైనాలుగు మెలుకువలు నేటి తరానికి ఈనాటి అవసరాలకు పూర్తిగా సరిపోతాయా!

అతనొక బీదవాడు. అయినా ఇతరులకు సహాయపడాలనేది అతని ధ్యేయం. అతనికి కొద్దిపాటి స్థలం ఒక్కటే ఆస్తి. దానిలో కొంత భాగంలో గుడిసె వేసుకొని మిగిలినదానిలో గోంగూర పెంచేవాడు. కొంత తను ఉపయోగించుకొని మిగిలిన

గోంగూరను వచ్చిన వారందరికి దానం చేస్తుండేవాడు. అతని జీవిత కాలం అంతా అలా దానం చేస్తునేవున్నాడు. ఆ ధర్మగుణం భగవంతునికి నచ్చింది. అతను తనువు చాలించినాక మరుసటి జన్మలో అతనిని ఒక పెద్ద జమిందారుగా పుట్టించాడు. గత జన్మ జ్ఞాపకాలను వుంచితే ఈ జన్మలో కూడా దానధర్మాలు చేస్తూ పేద ప్రజలకు ఉపయోగపడతాడన్న ఉద్దేశ్యంతో అతనికి గత జన్మ స్మృతిని ఇచ్చాడు. తాను గత జన్మలో గోంగూరని దానం చేసినందు వల్లనే తనకు ఇంత మంచి స్థితి ఈ జన్మలో వచ్చిందని గుర్తించిన అతను తనకున్న వేలాది ఎకరాల భూమిలో ఓ వంద ఎకరాలు గోంగూర పెంచి అందరికి దానం చేయసాగాడు. దానం ఇచ్చే ప్రతిసారి.

“అంతకు ఇంతైతే, ఇంతకు ఎంతో!” అంటూ ఇచ్చేవాడు. గత జన్మలో కొద్దిపాటి గోంగూరదానం చేస్తేనే ఈ జన్మలో జమిందారుగా పుట్టాను కదా. ఇప్పుడు దాని కంటే ఎన్నో రెట్లు గోంగూరను దానం చేస్తున్నాను కాబట్టి దీని ప్రతి ఫలం ఎంత ఉంటుందో... వచ్చే జన్మలో ఎంతగొప్పవానిగా పుడతానో అని అతని భావన. ఈ తంతుచూసిన భగవంతునికి చిరాకు వేసింది. తానునుకున్నదొకటైతే అతను చేస్తున్నది మరొకటి. అతనికి గుణపాఠం చెప్పాలనుకున్నాడు. మారువేషంలో ఆ జమిందారు దగ్గరకు దానానికి వచ్చాడు. జమిందారు ఆయనకు దానం ఇస్తూ

“అంతకు ఇంతైతే, ఇంతకు ఎంతో” అన్నాడు దానికి భగవంతుడు అంతకు ఇంతైతే ఇంతకు ఇంతే, అధోగతే.

అన్నాడు. జమిందారుకు తన తప్పు తెలిసింది. భగవంతుడు సంకల్పించినట్లుగా తన స్థాయికి తగ్గట్టు ఇతరులకు దానం చేయడం ప్రారంభించాడు. ఈ జన్మలో చేస్తున్న గోంగూరదానం మా మంచిదే. అయితే అదిమాత్రమే సరిపోదు.

సాంప్రదాయ వ్యాపార సూత్రాలు ఆనాడే కాదు. ఈ నాడు అవసరమే కాని అవి మాత్రమే సరిపోవడం లేదు. సరిపోవుకూడా. “రసం” చేయడానికి నీరు అవసరమే అలా అని నీరే రసం అనుకోకూడదు. దానితోపాటు మరికొన్ని ఉండి తీరాలి. అప్పుడే రుచికరమైన ‘రసం’ తయారవుతుంది.

తరతరాలుగా వస్తువు వ్యాపారాన్ని అలాగే మెయిన్ టెయిన్ చేస్తే ఆ రోజులలో లాగే ఈ రోజులలో కొనసాగిస్తే ఆనాటి ఆదరణ పొంద గలుగుతుందా? పూర్తిగా వెనకబడి నష్టాలబారిన పడి మూసివేయాల్సి వస్తుంది.

ఇటీవల నా దగ్గరకు కౌన్సిలింగ్ కోసం కిరణ్ అనే అతను డిప్రెషన్ తో వచ్చాడు. అతనికి అన్నీ సమస్యలేనని ఏకరువు పెట్టాడు. ఇంటినిండా అప్పులు.

## Business & Marketing Minds

ఇల్లు తనఖాలోవుంది. వ్యాపారం సరిగా నడవడం లేదు. రాబడితగ్గింది. ఖర్చులు పెరిగాయి. తిండికి కూడా ఇబ్బంది. అప్పుల వాళ్ళ ఒత్తిడి. బ్యాంకు వాళ్ళ నోటీసులు. ఏమి తోచడంలేదు. ఆత్మహత్యే శరణ్యం. ఇది అతని స్థితి. పరిస్థితి.

‘మీరు చేసేది ఏ వ్యాపారం’ అని ప్రశ్నించాను.

తరతరాలుగా మా కుటుంబీకుల నుంచి చేస్తున్న వ్యాపారం. అదే ఫోటోలకి ఫ్రేములుకట్టే వ్యాపారం’ అని చెప్పాడు.

తన తాత, తనతండ్రి అదే వ్యాపారం చేసారని ఆస్థలు కూడగట్టారని, వారి ద్వారా తనకు సంక్రమించిన ఆ వ్యాపారాన్ని గత 20 సంవత్సరాలుగా ఎంతో శ్రద్ధతో చేస్తున్నా రాబడి తగ్గుతూ ఉందని చెప్పివాపోయాడు.

తీరా విచారిస్తే అతను చేసేది పాతరోజులలో అందరు ఇష్టపడి ప్రతిఫోటోకు కట్టించుకొనే ఫోటో ఫ్రేమ్స్. చూట్టు చెక్కముక్కలు, ముందు వైపు అద్దం, వెనక వైపు అట్ల లేదా రేకు, అద్దం వెనక గ్రూఫ్ ఫోటో లేదా దేవుని ఫోటో. ఒకప్పుడు అందరూ ప్రతి ఫోటోకి ఫ్రేము కట్టించి గోడకు తగిలించేవారు. ఇప్పుడు అలా చేయడంలేదు. తగిలించే ఫోటోలను కూడా ‘లామినేషన్’ చేయించి తగిలిస్తున్నారు. “ప్రజాధరణకోల్పోయిన పాత పద్ధతిని ఎంత చక్కగా చేసినా ఏం లాభం?”

ఒక పనిని చేయడానికి మనం చేస్తున్న పద్ధతే సరైనది అని భావించడం సబబు కాదు. గత అనుభవాల ప్రభావం వల్ల అలవాటైన మన ప్రస్తుత పని విధానం పూర్తి స్థాయిలో వుండనుకోవడం అపోహ. కాస్త త్రమిస్తే ఆలోచిస్తే ఆచరిస్తే మనం అదే పనిని మరింత మెరుగుగా చేయగల కొత్త మార్గాలు, విధానాలు కనిపిస్తాయి. అవి మనం ప్రస్తుతం చేస్తున్న విధానానికంటే సులువుగా వుంటాయి. చౌకగా వుంటాయి. సమర్థవంతంగా వుంటాయి. మన పని విధానాన్ని మార్చుకోవాల్సిన అవసరం కనిపించకున్నా మార్చుకోవడానికి అనేక మంచి కారణాలుంటాయి ఆలోచించే బజినెస్ మైండ్స్ కి.

### మూల స్తంభాలు - తీరుతెన్నులు

బిజినెస్ కి మూలస్తంభాలైన సమర్థత - సమస్య పరిష్కారశక్తి - సమాచార విశ్లేషణ - పోటీ - వీటిని పరిశీలిద్దాం.

#### 1. సమర్థత :

సామర్థ్యం అంటే ఉత్పత్తి చేయగలగడం. పదార్థాలని వృధాపోనివ్వకుండా వుండటం. మన శక్తి యుక్తులు వినియోగించి మంచి ఫలితాలు పొందడం. పెట్టినదానికి వచ్చేదానికి వున్న నిష్పత్తే సమర్థత. పెట్టుబడి ఎక్కువ - రాబడి డా॥ నల్లారి రాఘవరావు

తక్కువ వుంటే వ్యాపార సమర్థత లేనట్లు రాబడి ఎక్కువగా వుంటే సమర్థవంతంగా వ్యాపారం చేస్తునట్లు. ఒక్క మాటలో “తక్కువ పెట్టుబడి - ఎక్కువ రాబడి” ఈ సూత్రంలో కొనుగోలు దారుని మరచి ప్రవర్తించే అవకాశం వుంది.

తక్కువ ఖరీదుకు కారు అందివ్వాలనుకొని కొన్ని కంపెనీలు కారుకు వుండే ఎక్సెట్రా ఫిటింగ్లను తగ్గించాయి. సమర్థ వంతంగా పనిచేసినట్లే ఆ కంపెనీలన్నీ ఒక జపాన్ కంపెనీ అదే ఖరీదుకు కారును అన్ని ఎక్సెట్రా ఫిటింగ్స్ తో బాటు అందించగలిగి అత్యధికంగా అమ్మి ప్రజా మన్ననలను పొందింది.

తక్కువ ఖరీదుకు కారు ఇవ్వడం అనే లక్ష్యంతో సమర్థవంతంగా మిగిలిన కంపెనీలు అన్ని వసతులు తగ్గిస్తే సత్ఫలితాలను పొందడం ముఖ్యమనే సూత్రంతో ప్రజలను దృష్టిలో పెట్టుకున్న జపాన్ కంపెనీ విజయం సాధించింది.

“రాజుకు మంచి సమర్థతవుంది. పైగా జర్నలిజంలో పట్టభీద్రుడు. కొత్తగా రిపోర్టర్ గా చేరాడు. చెప్పినపని తు. చ. తప్పకుండా చేస్తాడని కొద్దిరోజులకే పేరు తెచ్చుకున్నాడు. ఆ పట్టణంలో ఆ రోజు ఓ పెళ్ళిజరుగునున్నది. ప్రతిపక్ష రాజకీయపార్టీకి చెందిన ఒక యం.పి కొడుకుకు, అధికార పార్టీకి చెందిన మంత్రి కూతురునిచ్చి జరిగే వివాహం. పైగా పెళ్ళికొడుకు, పెళ్ళికూతురు ప్రేమించు కోవడంతో వేరేవేరే పార్టీలకు చెందినప్పటికీ విధిలేక వారి తల్లిదండ్రులు ఒప్పుకున్నారు.

ఈ పెళ్ళికి వెళ్ళి వార్త వ్రాసుకుని రమ్మని రాజును పంపించాడు ఎడిటర్. వెళ్ళిన రాజు ఆరోజంతా రాలేదు. మరునటిరోజు వచ్చాడు. వార్త వ్రాసుకొనిరాలేదేమని ప్రశ్నించాడు ఎడిటర్. “నర్. అసలు పెళ్ళి జరగనే లేదు. ఇక పెళ్ళి గురించి వ్రాయడానికేముందని వ్రాసుకురాలేదు సమాధానం ఇచ్చాడు రాజు.

‘పెళ్ళిండుకని జరగలేదు’ ప్రశ్నించాడు ఎడిటర్.

“ఉరేగుతూ పెళ్ళికొస్తున్న పెళ్ళికొడుకుని విరోధులు చంపివేశారు. ఆవార్త విన్న పెళ్ళికూతురు ఆత్మహత్య చేసుకొని చనిపోయింది. పెళ్ళి రద్దయింది. ఎటువాళ్ళు అటు వెళ్ళిపోయారు. పెళ్ళే జరగంది. వార్త ఎలా వ్రాయగలను. “సమాధానం ఇచ్చాడురాజు”.

ఇచ్చిన పనిని తు.చ. తప్పకుండా చేసే సామర్థ్యం వున్నరాజు మనసుకు అంతకంటే మంచి వార్త వ్రాయాలనితట్టలేదు. హత్య ఉదంతం- ఆత్మహత్య విధానం- పేపరు చదివేవారికి ఉత్తేజాన్ని కలిగిస్తుందన్న సంగతే మరచాడు.

ఎంత తక్కువ వసరులతో ఆ వస్తువును తయారు చేస్తాను. ఆ సర్వీసును అందించగలను అన్నది సామర్థ్యంతో పని చేసే వారు ప్రశ్నించుకునే ప్రశ్న.

చేస్తున్న పని విధానాన్ని మరింత సమర్థవంతంగా తీర్చిదిద్ది మంచి ఫలితాలను ఎలా రాబట్టవచ్చు అన్నది విశాగూలు సాధించే వారు తమని తాము ప్రశ్నించుకొనే ప్రశ్న. మొదటి తరహాలో వినియోగదారుని గురించిన ఆలోచనే వుండదు. రెండోదానిలో వినియోగదారుని అవసరాలను గుర్తించి ఆ దిశలో కృషి చేయడం జరుగుతుంది. ముందుగా ఏమి కావాలో నిర్ణయించుకొని అది సాదించడానికి అవసరమైన అన్ని వనరులను వినియోగించి సాధించడం. ఆ తదుపరి ఆ పని విధానాన్ని మెరుగుపరచడం ద్వారా వనరుల ఖర్చును తగ్గించే ప్రయత్నం చేయడం సమర్థతలోపరిస్థితులకనుగుణంగా దారిమరల్చుకొనే అవకాశం తక్కువ. సత్ఫలితాల సాధనే ముఖ్యమైతే అవకాశాన్ని బట్టిమార్పులు చేర్పులు చేసుకొనే వీలుంటుంది.

సైకిళ్ళు తయారు చేసే కంపెనీ మీదనుకోండి. సమర్థవంతంగా తయారు చేసే కర్మాగారంవుంది. నెంబర్వన్ సైకిల్స్ని తయారుచేస్తున్నారు. సైకిల్స్ వాడకం తగ్గి బిజినెస్ తగ్గుముఖం పడితే కంపెనీ సమర్థతను కొంత వ్యాయామాన్ని చేసే సైకిల్స్ తయారు చేయడానికి వినియోగించుకోవచ్చు. అది మంచి లాభాలను అందిస్తుంది.

“ధామన్ అల్వావిడిసన్ ఎలక్ట్రిక్ బల్బ్ కనిపెట్టినప్పుడు దానిని తయారు చేయడానికి అతనికి ఒక్కో బల్బుకు ఒక డాలర్ పదిసెంట్లు ఖర్చయింది. ప్రజలందరికి ఆ బల్బు వెలుతురును అందించాలనే ఉద్దేశ్యంతో దానిని కేవలం 40 సెంట్లకు అమ్మాడు. నష్టానికే అమ్మాడు. ఒక్క సంవత్సరం దాటేసరికి కృషి చేసిదాని తయారీ ఖర్చును 80 సెంట్లకే తగ్గించాడు. కాని ప్రజలకు 40 సెంట్లకే అమ్మాడు. మరో సంవత్సరం కృషి చేసి బల్బుతయారీ ఖర్చును 50 సెంట్లకు తగ్గించి ప్రజలకు మాత్రం 40 సెంట్లకే అమ్మి తిరిగి నష్టాన్ని చవిచూశాడు. మరో సంవత్సరకాలం ప్రయత్నించి బల్బును 37 సెంట్లకే తయారు చేయగలిగాడు. దానిని 40 సెంట్లకు అమ్మాడు ఎనలేని లాభాలను పొందగలిగాడు.

అలా కాకుండా ఆయన మొదటి సంవత్సరం తన తయారీకి అయిన ఖర్చుకే బల్బుని అమ్మివుంటే అతి తక్కువమందికే అది అందుబాటు ధరగావుండేది. బిజినెస్ పెరిగేదికాదు తయారీ ఖర్చును తగ్గించే కోణంలో తక్కువగా కృషి చేసేవాడు. నా బల్బ్ అందరూ వినియోగించాలి, అందరికీ మేలు జరగాలి అన్నకోర్కె అతని కంపెనీని లాభాల బాటలోకి తీసుకువెళ్ళింది. వినియోగ దారుల కోణంలో ఎడిసన్ ఆలోచించాడు. ఎంత ఖర్చయినా సరే మంచి బల్బును తయారుచేశాడు ఆ తరువాత తయారీ విధానాన్ని మెరుగుపరచాడు. అలా మనం నష్టానికి అందించాలనే సూచన ఇవ్వడం నా ఉద్దేశ్యం కాదు. వినియోగదారులను దృష్టిలో

పెట్టుకుని వ్యాపారం చేయాలని, సత్ఫలితాలు సాధించే దశలో అవసరమైన మార్పులు చేర్పులు చేసుకుంటూ సనిచేయాల్సిన అవసరం వుందనేదే నాభావన.

2. సమస్య పరిష్కారం :

స్కల్లర్ మోటివేషనల్ లీడర్. ఆయన దగ్గరకు సమస్యలతో సతమత మవుతున్న యువకుడు సలహాకోసం వచ్చాడు.

“స్కల్లర్ గారూ నాకు అన్నీ సమస్యలే ఎడ తెగని అనేక సమస్యలతో పిచ్చిపడుతుంది. కొన్నాళ్ళు ఎక్కడికైనా వెళ్ళి ప్రశాంతంగా, హాయిగా ఈ సమస్యలకి దూరంగా విశ్రాంతి తీసుకోవాలని వుంది. అలాంటి ప్రశాంతతని ఇచ్చే ప్రదేశం ఏదైనా వుంటే సూచించండి” అని అడిగాడు.

స్కల్లర్ ఆలోచించి నిజమే కొన్ని సంవత్సరాలుగా అలాంటి ప్రదేశం కోసం నేను వెతుకుతున్నాను. ఇటీవల ఒక ప్రదేశాన్ని చూశాను. అక్కడ వున్నవారికి ఎలాంటి సమస్యలులేవు. ఆ ప్రదేశానికి నీవు వెళ్తావా అని ప్రశ్నించాడు.

“చెప్పండి. చెప్పండి... ఆ ప్రదేశం ఎక్కడవుందో చెప్పండి. వెంటనే వెళ్తాను” ఆత్రుతతో అడిగాడు ఆ యువకుడు.

“ఊరికి ఉత్తరాన వుంటుందది. దాని పేరు స్మశానవాటిక. అక్కడ వున్నవారు ఏ సమస్యలు లేకుండా ప్రశాంతంగా జీవిస్తున్నారు.” అంటూ నవ్వుతూ సమధానం చెప్పాడు.

విశ్రాంతి కోసం ఏ ఊటికెళ్ళినా, అమెరికా వెళ్ళినా, మన మనస్సులో ఆ సమస్య మెదులుతూనే ఉంటుంది. జీవించాలంటే సమస్యలతో సహజీవనం చేయాలి. సహజీవనం చేస్తూ లభించే మనస్థితి కాటు వేయకుండా చూసుకోవడమే విజేతలు చేసే పని అన్న భావాన్ని స్కల్లర్ ఆ యువకుడికి భోదించాడు.

ఉన్న సమస్యను గురించే ఆలోచిస్తూ దాని పరిష్కార మార్గాలకోసం వెదుకుతూ మనసంతా అదే ఆలోచనలను నింపుకొని పనిచేస్తున్నప్పుడు పని సామర్థ్యం తగ్గుతుంది. ఒక సమస్య పరిష్కారం కాగానే మరో సమస్య దానినే ఒక పిద్ధ భూతంగా చూస్తూ దానిని పరిష్కరించాలనే ఆలోచనలు ... ఇలా కొనసాగితే లభిస్తున్న సాధించేదెలా?

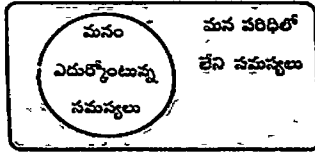
సమస్యలుంటాయి. వస్తునేవుంటాయి వాటిని పరిష్కరించాల్సిందే కాదనడానికి లేదు. మనం సమస్యను పరిష్కరించి వ్యాపారాన్ని తిరిగి యధాస్థానానికి తీసుకొని వస్తాం సమస్య ఉత్పన్నంకాక ముందు దశకు వచ్చిపనిచేస్తుంటాము. మన ప్రత్యర్థులు.... వారికి కూడా సమస్యలుంటాయి వాటిని పరిష్కరిస్తూనే, సమస్యలు కాని వాటిని అభివృద్ధికి దోహదపడేచర్యల గురించి ఆలోచిస్తూ వుంటారు. మనం అందుకోలేనంత ఎత్తుకు ఎదుగుతారు.

## Business & Marketing Minds

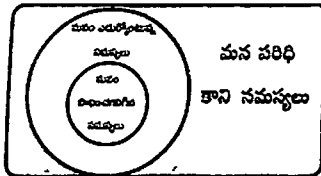
ఎక్కువ మంది మైండ్ సెట్ సమస్యలపై దృష్టి కేంద్రీకరించేదిగా వుంటుంది. అతి తక్కువ మందికి మాత్రం సమస్య పరిష్కార మార్గాలతోపాటు అభివృద్ధి పై కేంద్రీకరించేలా వుంటుంది

“ది సెవెన్ హేబిట్స్ ఆఫ్ హైలీ ఎఫెక్టివ్ ఫీపుల్” అను పుస్తకంలో స్టీఫెన్ కోవే “సర్కిల్ ఆఫ్ కన్ఫర్మ్”, “సర్కిల్ ఆఫ్ ఇన్ ఫ్లూయెన్స్” అని రెండు చక్రాలలో ఏదో ఒక దానికి ప్రాముఖ్యత ఇస్తారని వివరించారు.

ప్రపంచమంతా సమస్యలమయం రాబోయే ప్రళయాల నుంచి, న్యూక్లియర్ యుద్ధం నుంచి, మన ఆరోగ్యం, పిల్లల అనారోగ్యం, ఆర్థిక ఇబ్బందులు, పని చేసే చోట సమస్యలు, ఎన్నో... ఎన్నో సమస్యల చక్రంలో జీవిస్తున్న మనం మన ప్రమేయం లేని వాటిని మనకు సంబంధించని వాటిని వదలి మనదైన వాటిని మనం ఇరుక్కున్న సమస్యలన్నింటిని కలిపి మనదైన “సర్కిల్ ఆఫ్ కన్ఫర్మ్” ఏర్పరచుకుంటాం.



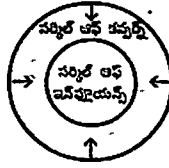
మన సమస్యల వృత్తాంతం తిరిగి బేరీజు వేసుకుంటే వాటిల్లో కొన్ని మనం పరిష్కరించలేనివి వుంటాయి. మరి కొన్ని మనం ఎదో ఒకటి చేయగలిగేవిగా గోచరిస్తాయి. ఈ రెండో వృత్తాని “సర్కిల్ ఆఫ్ ఇన్ ఫ్లూయెన్స్” అంటారు



మన శక్తి - యుక్తి - సమయం ఈ రెండు సర్కిల్స్ లో దేనిపై ఎక్కువగా వినియోగిస్తామో దానిని బట్టే మనిషి జయ-విజయాలు ఆధారపడి వుంటాయి.

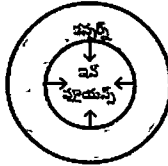
మనుష్యులు రెండు రకాలుగా వుంటారు. రియాక్టివ్ మనుష్యులు - ప్రోయాక్టివ్ మనుష్యులు. రియాక్టివ్ మనుష్యులు తమ కృషినంతా సర్కిల్ ఆఫ్ కన్ఫర్మ్ పై కేంద్రీకరిస్తారు. తమ ఆధీనంలో లేని వాటిపై కేంద్రీకరించడం ద్వారా వారిలో నెగిటివ్ ఎనర్జీ ఎక్కువవుతుంది.



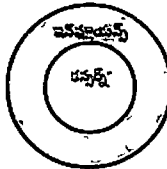


త ద్వారా వారు కొద్దోగాప్తో చేయగలిగిన వారి ఆధీనంలో వున్న సర్కిల్ ఆఫ్ ఇన్ఫ్లూయన్స్ పనులు కుదించుకుపోయోలా చేసుకుంటారు.

ప్రోయాక్టివ్ మనుష్యులు వారి కృషినంతా, శక్తినంతా వారి ఆధీనంలో వుండి కొద్దోగాప్తో చేయగల సర్కిల్ ఆఫ్ ఇన్ ఫ్లూయన్స్ పనుల పట్ల, సమస్యల పట్ల కేంద్రీకరిస్తారు. అది వారిలో పాజిటివ్ ఎనర్జీని ఉత్పత్తి చేస్తుంది. దాని ప్రభావంతో సర్కిల్ ఆఫ్ కన్సర్న్స్ కుదించుకుపోతుంది.



అదే కోణంలో కృషి చేస్తూ వెళ్తే సర్కిల్ ఆఫ్ ఇన్ఫ్లూయన్స్ పెరిగి పెరిగి సర్కిల్ ఆఫ్ కన్సర్న్స్ లోని సమస్యలను కూడా ఇన్ ఫ్లూయన్స్ చేసే స్థితికి చేరుతారు.



**3. సమాచార విశ్లేషణ :**

ఇది సమాచార యుగం. ఒకనాడు అతి తక్కువ సమాచారం లభ్యమయ్యేది. నేడు సమాచారం విస్తృతమైన చెందుతుంది. ప్రపంచంలో ఏ మూల క్రొత్త విషయం కనుగొనబడినా అది మారుమూల గ్రామలకీ సైతం క్షణాలలో తెలిసేలా ఇంటర్ నెట్, మీడియా మొదలగు సౌలభ్యాలు ఈనాడు ఉన్నాయి.

తక్కువ సమాచారం వున్న ఆ రోజులలో ఏ వ్యాపారానికైనా సమాచారాన్ని సేకరించడం- దాన్ని విశ్లేషించడం, నిర్ణయాలు తీసుకోవడం మార్గదర్శిగా నిలచేవి. వ్యాపారానికి మూలస్థంభంగా వుండేవి. ప్రస్తుతం పుష్కలంగా సమాచారం లభ్యమవుతుంది. దానిని విశ్లేషించి నిర్ణయాలు తీసుకోవడమే పరమావధి అనుకుంటే ఆ పనిని కంప్యూటర్ కూడా చేసిపెడుతుంది.

## Business & Marketing Minds

“వందనుంది పురుషులు చాలా దూరాన వున్న అడవికి వెళారు. ఆరు నెలల కాలంపాటు అక్కడే ఆ అడవిలోనే వుండి కట్టెలు కొట్టే పని వారికి అప్పుగించబడింది. వెళ్తువెళ్తు వారివెంట వంట చేసిపెట్టడానికని ఇరువురు అవివాహితస్త్రీలు, లెక్కాజమా చూడడానికి ఏ రోజు సమాచారం ఆ రోజు కంపెనీకి తెలియజేయడానికి ఒక కంప్యూటర్ మరియు దాని అపరేటర్ కమ్ ఎకౌంటెంట్ వారి వెంట వెళ్ళాడు. కొద్ది రోజులకే ప్రేమలో పడ్డ ఇద్దరు పురుషులు ఆ ఇరువులు స్త్రీలని వివాహమాడారు. అంతా బాగుంది. ఈ సమాచారాన్ని సేకరించి విశ్లేషించి. తన కంప్యూటర్ ద్వారా ఈమెయిల్ పంపాడు ఈ విధంగా ఆ అకౌంటెంట్.

“రెండే రెండు శాతం పురుషులు నూరుశాతం స్త్రీలను పెళ్ళాడారు”

తక్కువ సమాచారం వుంటే విలువ ఎక్కువ. సమాచారం పెరిగే కొలదీ దాని విలువ తగ్గుతూవుంటుంది. సరైన సమాచారం దొరక్కపోవడం ఆరోజుల్లో వ్యాపారాలకు అవరోధమే దొరికిన విలువైన సమాచారాన్ని విశ్లేషించి నిర్ణయాలు తీసుకోవడం నూటికి నూరుశాతం ఆరోజుల్లో సరైన పద్ధతి. ఇప్పుడు ఆ అవరోధం లేదు. అందరికీ అందుబాటులోనున్న సమాచారాన్ని కేవలం విశ్లేషించి నిర్ణయాలు తీసుకోవడం ఈ రోజుకి మంచిదే కాని సరిపోదు. ఆలోచించాలి. ఆలోచనలకు పదునుపెట్టాలి. సృజనాత్మకత అలవరచుకోవాలి. క్రొత్త విధానాలకు స్వాగతం పలకాలి. అలా ఆలోచించకపోవడమే ఈనాటి వ్యాపారుల అవరోధం.

మీతోపోటీ పడుతున్న వ్యాపారీ, అమ్మకాలలో 20 శాతం లిబేటు ప్రకటించాడన్న సమాచారాన్ని సేకరించారు. వెంటనే మీరులియాక్ట్ అయ్యారు. నిర్ణయం తీసుకున్నారు. అతనితో పోటీపడ్డారు. 25 శాతం లిబేటు ప్రకటించాలని నిర్ణయించారు. ప్రకటించారు. ఆ సమాచారం అవసరమే. దాన్ని విశ్లేషించాలి. అది మాత్రమే ఈనాడు సరిపోతుంది. ఆలోచించాలి. క్రొత్త క్రొత్త విధియాల పచ్చేలా ఆలోచించాలి. విధియాలను క్రియేట్ చేయాలి. మరొకరంగా నిర్ణయాలు తీసుకోగలగాలి. ఇది ఈనాటి వ్యాపార అవసరం.

ఉప్పు తక్కువైతే కూర రుచించదు. చప్పగా వుంటుంది. ఉప్పు ఎక్కువైతే కూర ఉప్పు కషాయంలా వెగటుగా వుంటుంది. ఉప్పు సరిమోతాదులో వుంటేనే ఆ కూరకి రుచి.

సమాచార యుగంలో నివసిస్తున్న మనకు సమాచారం తక్కువైనా ఇబ్బందే మరి ఎక్కువైనా ఇబ్బందే. కావాల్సిన మోతాదు సమాచారాన్నే తీసుకోవాలి. దానిని గురించి ఆలోచించాలి. ఆలోచనలకి పదును పెట్టాలి. బిజినెస్ మైండ్స్ చేసేది ఇలానే.

**4. కాంపిటిషన్ పోటీ :**

“బాంబేలో ఒక మురికివాడలో రాహుల్ అనే డాక్టర్ షుమారు 7 సంవత్సరాలుగా ప్రాక్టీస్ చేస్తున్నాడు. పేరు ప్రతిష్టలతో పాటు డబ్బుకూడా గడించాడు. ఆ ఏరియాలో ఒక్కరే డాక్టర్ పోటీ లేడు. ప్రాక్టీస్ చాలా బాగుంది. నేనా భావంతో సరసమైన ధరకే వైద్యం అందించడంతో ప్రజాధరణ లభించింది. మంచి డాక్టర్ గా పేరుపొందాడు. కొన్నాళ్ళకు శరత్ అనే మరో డాక్టర్ అదే ఏరియాలో ప్రాక్టీస్ పెట్టాడు. రాహుల్ తో పోటీపడ్డాడు. ఎంత కృషి చేసినా శరత్ ప్రాక్టీస్ పెరగలేదు. ఒక రోజు ప్రొద్దుపోయాక ఇంటికి వచ్చి కారు అపి గేటు తీస్తున్న డాక్టర్ రాహుల్ పై దుండగులు దాడి చేశారు. హతమార్చారు. హత్య ఎవరు చేశారు? ఎందుకు చేశారు అన్నది పోలీసులు ఈనాటికీ తేల్చలేకపోయారు.

డాక్టర్ శరత్ కి ఇప్పుడు పోటీలేదు ఒక్కరే డాక్టర్. మొదట్లో కాస్త ప్రాక్టీసు పెరిగింది. అలాగే ఆగిపోయింది. రాహుల్ ప్రాక్టీస్ స్థాయికి చేరనేలేదు. రోగులు దూర ప్రాంతాలకు వెళ్ళి ఇతర డాక్టర్లచే చికిత్స చేయించుకోవడానికి ఇష్టపడుతున్నారు. శరత్ వైఖరి వారికి పూర్తిగా నచ్చలేదు. గురి కుదరలేదు. పోటీలో అడ్డు తప్పించడానికి ఈహత్య జరిగిందనే వదంతి ఆ ప్రాంతంలో వ్యాపించింది.

ఆ రోజులలో వ్యాపారంలో పోటీ పడుతున్న తోటి వ్యాపారి-మనకు శత్రువు. అతన్ని జయించాలి. ఈ దృష్టి వుంటే పూర్తి ప్రగతి కుంటు పడుతుంది. సహచర వ్యాపారస్తులతో కొన్ని విషయాలలో కలిసి కట్టుగా పనిచేయడం మంచిదని ముందుగా గుర్తించి అవలంబించినది జపాన్ లోని ఫుడ్ కంపెనీలు. ఎవరికివారే వారు తయారు చేసిన పదార్థాలను నరఫరా చేయడానికి ట్రైక్ లు ఉపయోగించేవారు. చాలా సందర్భాలలో సగానికంటే తక్కువలోడుతో సరకువెళ్తుండేది. అందరూ కలిసి చర్చించుకొని ఒక నిర్ణయానికి వచ్చారు. అందరి సరుకు కలిపి ఒకే బండిలో సరఫరా చేయాలని నిర్ణయించి అమలుపరచారు. తద్వారా ఒక్కొక్కరు తమ తమ రవాణా ఖర్చులో 80 శాతం ఆదా చేసుకోవడం ప్రారంభించారు.

వారికి తెలుసు ఏ ఏ అంశాలలో స్నేహంగా మెలగాలో ఏ అంశాలలో పోటీపడాలో.

జపాన్ లో ఆటో మొబైల్ క్లబ్ లో కార్ల కంపెనీ యజమానులందరూ భోంచేస్తూ తమ తమ సమస్యలను పరస్పరం చర్చించుకొని వాటికి పరిష్కార మార్గాలు కలిసివెతుకుతారట. ఎవరిఫాక్టరీకి వారు వెళ్ళి అభివృద్ధి కోసం పోటీపడతారట. వారి అభివృద్ధికి అదో ముఖ్య కారణమని పరిశీలకులు చెబుతారు.

ఒకరు ఒక ఊర్లో రిసార్ట్స్ కట్టిస్తే మరికొందరు అలాంటి రిసార్ట్స్ను కట్టిస్తేనే ఆ ఊరు రిసార్ట్స్కి మారుపేరు గా ప్రసిద్ధి చెందుతుందని తద్వారా వచ్చే యాత్రికులు పెరుగుతారనేది నేటి లేదా రేపటి నిజం. మనం పెట్టిన షాపే మరోకరు పెట్టారు అనిచింతించడం నిన్నటి లేదా నేటి అవివేకం అని మేధావులు సూచిస్తున్నారు.

సంప్రదాయకంగా వస్తున్న పోటీ ఈనాటికి పని చేస్తుంది. అయితే మన ఆలోచనాసరళిని దానికే పరిమితం చేస్తే మాత్రం ప్రమాదం. ఏ ఏ సమయాలలో లేదా విషయాలలో కలిసివుండాలి ఎక్కడ పోటీ పడాలి అన్న విచక్షణతో వ్యవహరిస్తే మంచిది.

అన్ని వృత్తులలో తోటివారిని శత్రువుగా చూడటం తగ్గింది. కలిసి చర్చించు కోవడం అసోసియేషన్లు స్థాపించుకోవడం గమనిస్తూనేవున్నాం.

### **ఎవరికి వారే పోటీ- నిన్నటికి ఈ రోజుకు పోటీ**

మీ ఊర్లో మీరొక్కరే వ్యాపారం చేస్తున్నారు. అలాంటి బిజినెస్ మరెవరూ చేయడం లేదనుకోండి. అప్పుడు పోటీవుంటుందా? అభివృద్ధి వుంటుందా ? ఇతరులతో పోల్చుకుంటే ప్రమాదం కావచ్చు మనతోనే మనల్ని పోల్చుకుంటే, మన నిన్నటి పనితనంతో పోటిపడి ఈ రోజు మెరుగుదల. ఈ రోజు పనితీరు తోనో నాణ్యతతోనో పోటి పడి రేపు మెరుగుదల ఇలా అంచలంచలుగా ఎదిగితే మనమే నెంబర్ వన్ స్థానానికి చేరుకోమా? ఆలోచించండి. దీనినే “సెల్ఫ్టు సెల్ఫ్ కంపారిజన్” అంటారు. ఒకరి కోసం కాదు. మీ కోసం, మీ నైపుణ్యం, అభివృద్ధి కోసం, మీ వస్తువులో నాణ్యత మెరుగు కోసం, మీసేవలలో మెరుగుదల కోసం ప్రయత్నించడని సూచిస్తున్నారు మానసిక శాస్త్రవేత్తలు.

# 4

## అజినెస్ సైల్స్

.....సైల్ లేదా ఫ్యాషన్ అంటే మనం ఆలోచిస్తున్నట్లే మన తోటి వారంతా ఆలోచిస్తావుంటే ఆటో మెటిక్ గా అది అందరి అమోదయోగ్యమైన సరళి లేదా వైఖరి అవుతుంది. సాధారణ ఫ్యాషన్ మారుతున్నట్లే వ్యాపారం చేసేవారి ఆలోచనా సరళి కాలక్రమంలో మారుతూవుంటుంది. ఒక్కోసారి విస్తరిస్తూ వుండటం మరోసారి కుదింపు చేసుకుంటూ వుండటం. ప్రపంచ మరియు స్థానిక ఆర్థిక పరిస్థితి. మారుతున్న ప్రజల అవసరాలు మొదలగు వాటిని బట్టి ఆలోచనలు మారుతూవుంటాయి. నేటి ఆలోచనలు.....

- ఖర్చులు తగ్గించడం- ధరతగ్గించడం
- క్రొత్త ఆకృతులు- విలీనాలు- పునర్ నిర్మాణాలు
- నాణ్యత కాపాడటం
- మానవ వనరుల అభివృద్ధి
- ప్రకృతితో సమతుల్యత

### ఖర్చులు తగ్గించడం :

“అదొక వ్యాపార సంస్థ. దానిలో చేపల నుంచి మాంసాన్ని వేరుచేస్తారు. ఖర్చులు తగ్గించాలి- లాభాలు పెంచాలి అనే ఉద్దేశ్యంతో కొంతమంది పనివారిని తొలగించి మిగిలినవారితోనే పనిచేయించడం ప్రారంభించారు. అయితే దాని వలన చేప అస్థిపంజరంతో కొంత మాంసం అతుక్కొనివుండి వృధాఅవుతున్నట్లు కనుగొన్నారు. పనివారు కావాలని వదలి వేయడం కాదని పని ఒత్తిడి వలన ఎక్కవ మంది చేసేవని తక్కువ మంది అదే నమయకాలంలో చేయాల్సిరావడంవలననే అలా జరుగుతుందని తెలుసుకొన్న యాజమాన్యం తిరిగి కొంతమందిని పనిలోకి పెట్టుకోవాల్సి వచ్చింది.

— ఈ మధ్య కొన్ని సంవత్సరాల నుంచి వ్యాపార సంస్థలన్నీ ఖర్చులు తగ్గించు కోవడం పట్ల కృషిచేస్తున్నారు

- స్థానిక మార్కెట్లో, విదేశీ మార్కెట్ ఎగమతులు దిగుమతులతో పోటీ పడాలంటే ఖర్చులు తగ్గించాల్సిందే.
- రానురానూ ఉద్యోగస్తుల జీత భత్యాలు ఎక్కువవుతున్నాయి
- వ్యాపారం విస్తరింపజేసిన తరువాత అన్ని చర్యలలో ఖర్చులలో బిగింపు చర్యలు చేపట్టడం అవసరం
- జనరల్ గా అన్ని బిజినెస్లు తక్కువగా వున్నప్పుడు లాభాలు గతంలో లాగే వుండాలంటే ఖర్చు తగ్గించడమే మార్గం.

ఖర్చులు తగ్గించే పని యాజమాన్యానికి ఇష్టంగా వుంటుంది. క్రొత్త బిజినెస్ లేదా పరిశ్రమ పెట్టి దానిలో లాభాలు అర్జించడం కంటే ఖర్చు తగ్గించి ఆదాయం పెంచుకోవడం సులువనిపిస్తుంది. ఖర్చులు తగ్గించాలంటే ఉద్యోగస్తుల సంఖ్య తగ్గించడం ప్రాముఖ్యత వహిస్తుంది. దాదాపు అన్ని పెద్దకంపెనీలు ఉద్యోగులను తొలగించడం, ఈ మధ్య కాలంలో విరివిగా జరిగింది, జరుగుతోంది.

బిజినెస్ బాగున్నప్పుడు, పెరుగుతున్నప్పుడు ఖర్చుల మీద కాస్త కంట్రోలు తప్పుతుంది. అనవసరపువ్యయం తడిసి మోపెడవుతుంది. కాబట్టి ఖర్చులు తగ్గించే చర్యలు ప్రారంభించగానే లాభం ఎక్కువ కనిపిస్తుంది. ఆ తదుపరి ఆ లాభం తగ్గుతూ వుంటుంది.

కాస్త ముందో వెనుకో మనతోపోటి పడుతున్న వారు కూడా ఇలాంటి చర్యలే చేపడుతారు కాబట్టి వారితో పోలిస్తే పోటీపరంగా మనకొచ్చే ప్రయోజనం శూన్యం. పైగా ఈ కుదింపు చర్యల వలన భవిష్యత్లో జరగాల్సిన అభివృద్ధి కుంటుపడుతుంది. ఖర్చులు తగ్గించే ప్రయత్నంలో కమ్యూనికేషన్ ఖర్చులు, ట్రైనింగ్ కు అయ్యే ఖర్చులు తగ్గించటం తాత్కాలిక ఆర్థిక లాభం చేకూరినట్లు కనిపిస్తుంది. అది నిజమే కాని అలాంటి చర్యలు పరోక్షంగా ఆ బిజినెస్ అభివృద్ధిని భవిష్యత్ అవకాశాలను సన్నగిల్లేలా చేస్తుంది.

కాబట్టి ఖర్చులు తగ్గించడం అనేది అందరు భావించేటట్లు సులువైన చర్యకాదు. సృజనాత్మకంగా ముందు చూపుతో అన్ని విధాలా ఆలోచించి చేయాల్సిన చర్య.

అంత పెద్దగా రిస్క్ తీసుకొని భవిష్యత్లో ముందు కెళ్ళాల్సిన అవసరంలేని బిజినెస్ సంస్థలు శాశ్వత ప్రాతిపదికమీద ఖర్చులను గట్టిగా అదుపులో పెట్టే చర్యలు చేపట్టడం మంచిది. భవిష్యత్లో ధైర్యంతో క్రొత్తవి ఉత్పత్తి చేయాల్సిన అవసరం వున్న వ్యాపార సంస్థలు అవసరాన్ని బట్టి క్రమానుగతంగా ఖర్చు తగ్గించే చర్యలు చేపట్టడం మంచిది. ఇలాంటి అవసరాలున్న సంస్థలు శాశ్వత ప్రాతిపదిక మీద ఖర్చులను నియంత్రిస్తే క్రొత్త ఉత్పత్తులకు అవరోధం ఏర్పడి బిజినెస్ లో వెనుక బడి తెరమరుగవుతారు.

### **క్రొత్త ఆకృతులు, విలీనాలు లేదా పునర్ నిర్మాణం**

అమెరికాలో ఒక “డేటా” సేకరించారు. ప్రతిదాని జీవితం మూడు సంవత్సరాలేనని తేలింది.

జనం ఇళ్ళు పూళ్ళు మూడు సంవత్సరాలకొకసారి మారుతుంటారు ఫ్యాషన్స్ మూడు సంవత్సరాలలో మారిపోతున్నాయి. ఏ ఉద్యోగంలోనూ ఎవరూ నిలకడగా మూడు సంవత్సరాలు వుండరు. వివాహాలు మూడు సంవత్సరాలలో విడాకులకు దారితీస్తాయి. మూడు సంవత్సరాలకు క్రొత్త కలయికలు, క్రొత్త పరిసరాలు.

ఇది ఆనాటి డేటా, ఈనాడు ఇంకా వేగంగానే జరుగుతుండవచ్చు.

చూపిస్తున్నది లేనిది గమనించకపోతే ఇబ్బంది. విజయం దిశలో వున్న సంస్థలను విలీనం చేసుకుంటే విజయాన్ని డైరెక్ట్ గా కొనటమే ననిపిస్తుంది. అదే నిజంకూడా లేకుంటే ఒడుదుడుకులనేదుర్కొని ఎప్పుడో సాదించ బోయే విజయాన్ని వెంటనే చవిచూడవచ్చు. ఇదంతా సరైన ధరకు కొంటేనే సాధ్యపడుతుండన్న విషయం గుర్తెరిగి వ్యవహరించాలి. విలీనం జరిగినప్పుడు రెండు వివిధ కంపెనీలలో వివిధ పరిస్థితులలో, సాంస్కృతిక పని చేసిన ఉద్యోగులు కలిసి పని చేయడంలో ఇబ్బందులు రావడానికి అవకాశం వుంది.

## Business & Marketing Minds

మేరితో ఆమె మూడో భర్త అంటున్నాడు, “మేరి మేరి.... నీ పిల్లలు నా పిల్లలు కలిసి మన పిల్లల్ని కొడుతున్నారు”

దాదాపు 1980 నుంచి సంస్థలు పునర్ నిర్మాణ ప్రక్రియను కొనసాగించడం ఒక దానితో మరోకటి విలీనంకావడం, సంస్థలను కొని కలుపుకోవడం చాలా మరుగుగా జరిగింది. 1990 నాటిని అది కాస్త తగ్గుముఖం పట్టింది.

కొత్త బిజినెస్ మొదలుపెట్టి దానిని అభివృద్ధి చేసేదాని కంటే అలాంటి బిజినెస్ను కొనుగోలు చేసి విలీనం చేసుకోవడం ఉత్తమమైనదన్న అభిప్రాయం సహజంగానే కలుగుతుంది. కొనే కంపెని లేదా సంస్థ అసలు విలువ కంటే దాని విలువను పెద్దది చేసి కొనేవారు.

### నాణ్యతను కాపాడటం

స్వీడియాల్లో “అప్లెస్ వీ క్రంపల్ సిస్ట్ మ్యూర్ సెస్” అనే మానసిక రుగ్మత వుంది. దీనికి లోనైనవారు చేసిన పనినే మరింత నాణ్యంగా చేయాలనే తలంపులకు లోనై అదే పనిని తిరిగి చేస్తూవుంటారు. ఒక వస్తువును శుభ్రంగా కడిగే పెడతారు. తిరిగి అదే వస్తువును ఇంకాస్త ముఖ్యంగా వుండనే భావనతో తిరిగి శుభ్రపరుస్తారు. తిరిగి అదే అలోచనా. తిరిగి కడగడం. మరింత బాగా శుభ్రం చేయడం. అలా చేస్తూనే వుంటారు. చేస్తునే వుంటారు. బాగుండని మనసుకు తెలిసినా తిరిగి శుభ్రం చేయాలనే అలోచనలతో సతమతమవుతూ అవంధితంమైన జీవితానికి దూరం అవుతారు.

రజనికాంత్ ది టైపు మిషన్లు తయారుచేసే ఫ్యాక్టరీ. నాణ్యతకు ప్రాముఖ్యత నిచ్చే తను మరింత నాణ్యమైన టైపు మిషన్లు తయారు చేసి విక్రయించసాగాడు. మార్కెటులో అతని ఉత్పత్తులకీ గిరాకి తగ్గడం గమనించాడు శ్రమించి తన మిషన్లనాణ్యత బాగా పెంచాడు చాలా బాగా పెంచాడు. పెంచుతూనే వున్నాడు. అమ్మకాలు తగ్గుతూనే వున్నాయి. బాగా తగ్గాయి చివరకు ఎవరూ కొనడం లేదు ఫ్యాక్టరీ నిష్టాలను చవిచూసింది రజనికాంత్ దివాలాతీసాడు. తను ఉత్పత్తి చేసేవాటిని మరింత మెరుగుగా తీర్చిదిద్దాలని తాపత్రయపడుతూ ప్రజలను వివరీతంగా ఆకర్షిస్తన్న ఎలక్ట్రానిక్ టైపు మిషన్ల ఆగమనాన్ని గమనించలేకపోయాడు.

చేత్తోరాయడం- టైపు మిషన్లు - ఎలక్ట్రానిక్ టైప్ మిషన్లు - కంపూటర్స్ అభివృద్ధి- పురోభివృద్ధి. దానిని గమనించకుండా క్వాలిటీ క్వాలిటీ అంటూ చేస్తున్నదానికే షోకులు చేయడం అవివేకం అవుతుంది.

క్వాలిటీ మేనేజ్ మెంట్ అవసరమే. దీని వలన పనిచేసేవారికి ఉత్సాహం ప్రేరణ కలుగుతాయి; నాణ్యత గురించి శిక్షణ ఇవ్వవచ్చు చర్చించవచ్చు. అతిథి



దేవోభవ అన్నసూక్తిని గుర్తుంచుకొని కొనుగోలుదారుడే దేవుడుకాబట్టి మనకివచ్చే జీతభత్యాలు పరోక్షంగా అతని నుంచే వస్తున్నాయని అతనిని తృప్తి పరచేలా నాణ్యమైన సేవ అందించాల్సిన అవసరాన్ని సులువుగా అందరిమనసులోకి ఎక్కించవచ్చు ఎక్కువ సంస్థలు మంచి సర్వీసు అందించడం ద్వారా కస్టమర్స్ ని తృప్తి పరచవచ్చని భావిస్తాయి. అలాగే మంచి సర్వీసు ఇస్తుంటాయి. నెంబర్వన్ స్థానానికి ఎదిగిన కంపెనీలు మాత్రం కస్టమర్స్ ని మేజిక్ చేస్తాయి. ఆకర్షిస్తాయి. దీనిని కార్పొరేట్ భాషలో “ఛార్మ్” అంటున్నారు.

అందరికీ తెలియంది కొందరికే తెలిసింది :

- “సర్వీస్” అనేది ఎదైనా చెడినపుడు ఇచ్చేదని
  - “ఛార్మ్” అనేది కస్టమర్స్ తో మర్యాదగా మీరే రైట్ అనే భావన తో వ్యవహరించటమని.
- విమానంలో సిబ్బంది ఇచ్చేది సర్వీస్ మాత్రమేనా లేక ఛార్మ్ అని అనవచ్చుంటారా?

బజినెస్ కి క్వాలిటీ అవసరమే. దేనిలో నాణ్యత . దేని కోసం నాణ్యత? అని ప్రశ్నించుకోవాల్సిన అవసరం వుంది. సర్వీస్ కు ఛార్మ్ కి ఉన్న తేడా గుర్తించాలి. మారుతున్న పరిస్థితులను బట్టి ప్రజా అవసరాలను బట్టి ఉత్పత్తులను మార్చుకుంటూ ఏ రోజు చేస్తున్నప్పటిలా ఏ క్షణం చేస్తున్నప్పటిని మలించినాణ్యత ఉట్టిపడేలా కృషి చేయడం నేటి బజినెస్ మైండ్స్ ముఖ్యలక్ష్యం. అలా అయితేనే అభివృద్ధి.

**మానవ వనరుల అభివృద్ధి**

వ్యాపార సంస్థలకు, కంపెనీలకు నిజమైన ఆస్తి విలువైన సంపద ఏమిటి? అని ప్రశ్నిస్తే ఆయా సంస్థలలో పని చేసే మనుష్యులే అని చెప్పాలి. నెంబర్వన్ కావడానికి కావలసిన శక్తి యుక్తులన్నీ ప్రతిమనిషి మనసులో ఇమిడివున్నాయని శాస్త్రజ్ఞులు ఋజువు చేశారు. సరైన రీతిలో ప్రేరణ కలిగితే ప్రతి మనిషిలో నిద్రిస్తున్న మేధావి నిద్రమేల్కొని అద్భుతాలు సాధించగలడన్న నిజాన్ని గుర్తించిన సంస్థలు ఉద్యోగుల మానసిక ప్రేరణ కోసం కృషి చేస్తున్నాయి ఈనాడు. అనుభవం కలవారిచే పర్యవేక్షణ, గైడెన్స్ శిక్షణ, ప్రేరణ కలిగించే చర్యలు, నాయకత్వ లక్షణాలలో శిక్షణ, పొగుడుతూ పనిచేయించుకోవడం మొదలైన వాటికి ప్రాముఖ్యత పెరిగింది.

వైజాగోలోని గ్రీన్ పార్క్ హోటల్ సిబ్బందికి ఇటీవల నేను శిక్షణ ఇవ్వడం జరిగింది. ఆ హోటల్ అల్ ఇండియా బెస్ట్ ఎకానమి బజినెస్ హోటల్ అవార్డును స్వీకరించింది తెలిసింది. సిబ్బందికి ఇలాంటి శిక్షణా కార్యక్రమములు ఎన్నాళ్ళ నుంచో ఇప్పిస్తున్నారని తెలిసింది. వారికి

## Business & Marketing Minds

వ్రత్యేకంగా మానవ వనరుల అభివృద్ధి డిపార్ట్‌మెంట్ వుంది. అది పూర్తి స్థాయిలో పనిచేస్తుంది. ఏ ఏడు నక్షత్రాల హోటల్స్ లోనో వుండే ఈ విభాగం ఈ హోటల్ లో వుండడం వారి ముందు చూపుకు నిదర్శనం. ఆ స్థాయిలో వున్న మిగిలిన హోటల్స్ ఆలోచించని రీతిలో ఆలోచించి అమలుపరుస్తున్నారు. తోటివారికి అందనంత ఎత్తుకు ఎగురుతున్నారు. అలా ఎగురుతూనే వుంటారు. ఇలాగే ఆలోచిస్తాయి నిజమైన బజినెస్ మైండ్స్.

“జపాన్ దేశంలో భర్తలు ఉద్యోగ విరమణ చేసిన తరువాత భార్యలు వారికి విదాకులు ఇవ్వడం ఎక్కడయిందట. కారణాలు ఏమిటని ఆరాతీస్తే వారు పనిచేసే తీరు - అలవాట్లు కారణమని తేలిందట. జపాను కంపెనీలలో పనిచేసే ఉద్యోగులు తమ పని దినాన్ని రెండుగా విభజించుకుంటారు. మొదటి భాగంలో ఎవరికివారు వారికి అప్పగించిన పనిని శ్రద్ధా శక్తులతో చురుకుగా చేస్తారు. పనివేశ పూర్తయినాక అందరూ కలిసి మధ్యం సేవిస్తూ ముచ్చటించుకుంటారు. మేనేజ్‌మెంట్ వారు కూడా ఆసంభాషణలో పాలుపంచుకొని అనుభవం పంచుకుంటారు. ఆ సమయంలోనే క్రొత్త క్రొత్త ఐడియాలు వెల్లువలా ప్రవహిస్తాయి. అందరూ స్వేచ్ఛగా చర్చిస్తారు. ఇది రోజూబరిగే కార్యక్రమం కాబట్టి ప్రతిరోజూ అలస్యంగా ఇంటికి వెళ్ళడం జరుగుతుంది. భార్యలు దానికి అలవాటు పడిపోతారు.

ఉద్యోగ విరమణ చేసిన తర్వాత భర్త ఇంటి పట్టునే వుండటం, ప్రతిదానిలో వేలుపెట్టడం, ముక్కు దూర్చడం, తమకు చిరాకు తెప్పిస్తుందని భార్యల వాదన.

పరిపాలనలో అన్ని స్థాయిలకు చెందిన ఉద్యోగులు పాలు పంచుకోవడం జరుగుతుంది. సీనియర్ ఉద్యోగులపని ఇతరులు వెలుబుచ్చే ఐడియాలను జాగ్రత్తగా వినడం, విశ్లేషించడం. మంచివాటిని అమలులో పెట్టడం.

సంస్థలలో పని చేసేవారికి జపాన్ కంపెనీలు వ్యక్తిత్వ వికాసానికి పూర్తిస్థాయి శిక్షణ ఇస్తాయి. మిగిలిన దేశాలలో ఈ శిక్షణా కార్యక్రమాలకు అన్ని సంస్థలు శ్రీకారం చుడుతున్నాయి. ఇది అవసరమే కాని సరిపోదు. దానితో పాటుగా సిబ్బందిని పటిష్టతృక వ్యూహంతో ముందుకు నడిపించే నాయకత్వ లక్షణాన్ని యజమాన్యం అలవరచు కుంటేనే అభివృద్ధి సాధ్యపడుతుంది.

వ్యజనాత్మకమైన ఆలోచనలు అందరు కలిసి కట్టుగా ఆలోచిస్తే అందరి మేధస్సును ముధనం చేస్తే ఉద్ధవిస్తాయని అపోహ వుంది. గ్రూపులో కూర్చున్నప్పటికంటే ఒంటరిగా ఆలోచిస్తేనే క్రొత్త ఐడియాలు ఎక్కువగా వస్తాయి. గ్రూపులో ఇతరులు చెప్పేది ఎక్కువగా వినాలి. అదే డైరెక్షన్ లో ఆలోచనలు సాగడానికి అవకాశాలు ఎక్కువ. ఈసాటి సాంప్రదాయంలో పై అధికారి ఐడియా వచ్చినట్లు నటించాల్సిన పరిస్థితులు కొన్ని సందర్భాలలో రావచ్చు. అందుకని ఒంటరిగా ఆలోచించి వచ్చిన ఐడియాని గ్రూపులో చర్చించడం మేలైన పద్ధతి.

**ప్రకృతితో సమతుల్యత**

ప్రకృతితో స్నేహాన్ని పరిసరాలతో మంచి సంబంధాలను కలిగివుండాలన్న స్పృహ ఇటు ప్రజలలోనూ, అటు వ్యాపార సంస్థలలోనూ మొదలైంది. కాలుష్య నివారణకు కృషి జరుగుతుంది. రసాయనాలు వాడటం కంటే ప్రకృతి పరంగా లభించే వాటిని వినియోగించడం మేలని గుర్తించిన కంపెనీలు వాటిని ఆచరణలో పెడుతున్నాయి.

ఇది మారిన విలువలకు అద్దంపడుతుంది. విలువైన జీవితం కోసం ప్రజలు కుతూహల పడనున్నారు. పనిచేసే ప్రదేశం ఎలావుంది. ఎన్ని గంటలు పని చేయాల్సివుంది. ఎన్ని గంటలు కుటుంబంతో గడిపే వీలుంది. పని చేసే చోటవున్న నిబంధనలు ఏమిటి? మొదలైన ఆలోచనలు ప్రాముఖ్యం వహించనున్నాయి.

కంప్యూటర్స్, ఇంటర్నెట్ మొదలైన పరికరాల సౌలభ్యంతో ఇంటి దగ్గర నుంచే పని చేసే విధానం అమలులోకి రావడం మొదలైంది. అన్ని బీజినెస్ సంస్థలు ఈ కోణంలో ఆలోచించాలి. అమలు పరచాలి. అభివృద్ధి సాధించాలి. ఇది నేటి అవసరం కాకున్నారేపటి అవసరం.

**షెర్లాక్ హోమ్, అతని అసిస్టెంట్ వాట్సన్ ఓ కేసు విచారణ నిమిత్తం జీవ్లో ప్రయాణం చేస్తూ వుంటారు. రాత్రి సమయానికి అడవి దగ్గరకు చేరారు. రాత్రి సమయాలలో ప్రయాణం మంచిది కాదని తమ జీవులోని టెంట్ మెటీరియల్తో టెంటు వేసుకుని నిద్రలోకి జారుకున్నారు. చాలా సమయం గడిచింది. షెర్లాక్ హోమ్కి మెలుకువ వచ్చింది. వాట్సన్ను నిద్రలేపి 'చూడు ఏమి కనిపిస్తున్నాయో? అని అడిగాడు. వాట్సన్ 'చుక్కలు కనిపిస్తున్నాయి సార్' అన్నాడు. 'దానిని బట్టి ఏమని ఊహించవచ్చు?' ప్రశ్నించాడు షెర్లాక్. 'ఆ ఏముంది తెల్లవారుజామున ఏ 2 లేక 2-30 గంటల టైమ్ అయివుండవచ్చు వడుకోండి సార్' అంటూ నిద్రలోకి జారాడు వాట్సన్.**

**కానీవు అయ్యాక తిరిగి అదే ప్రశ్న వేశాడు. 'ఏం కనిపిస్తుందో చూడమని'. కళ్ళు మలుముకొని మరీ చూశాడు వాట్సన్. 'ఏముందండీ చుక్కలు క్రిందకు వాలాయి' అన్నాడు. "దీనిని బట్టి ఏమనుకోవచ్చు" అడిగాడు షెర్లాక్ హోమ్.**

**"ఏముంది సార్ 3 గంటలో నాలుగు గంటలో అయి వుంటుంది. ఎందుకు సార్ నిద్రపోనివ్వకుండా విసిగిస్తారు." బాగా విసుగు ప్రదర్శించాడు వాట్సన్. "మైడియర్ వాట్సన్-నీకు చుక్కలు కనిపిస్తున్నాయి అంటే మనం వేసుకున్న టెంట్ దొంగలెచ్చుకెళ్ళారు. గమనించావా" అన్నాడు షెర్లాక్.**

**అలాగే- అలాగే బిజినెస్ మైండ్స్ చూడనే చూడవు పరిశీలిస్తాయి. పరిశీలిస్తూనే వుంటాయి.**



## లిక్ ఇట్ ఈజ్ మాలసి

వికాస్ ఇంజనీరింగ్ కోర్సులో చేరాడు. క్లాసులు ఎగగొట్టడం పరిక్షలు రాయకపోవడం, హాయిగా జల్సాగా తిరగడం, తినడం, విశ్రాంతి తీసుకోవడం- అలా చేస్తూ సంతోషంగా గడపడం. ఇదే అలవాటైంది.

అతని మిత్రుడు విశేష్ ఆలోచించాడు. వికాస్‌ని మోటివేట్ చేయాలని సంభాషణ ప్రారంభించాడు.

“బాగా చదువుకుంటే మంచిదిరా” అన్నాడు విశేష్.

“చదువుకుంటే ఏం మంచి జరుగుతుందని” అడిగాడు విశేష్.

“పాసవుతావు” విశేష్ సమాధానం.

“అయితే ఏమి లాభం” ప్రశ్నించాడు వికాస్.

“మంచి ఉద్యోగం వస్తుంది” వివరించాడు విశేష్.

“ఆ వస్తే?” ప్రశ్నించాడు వికాస్.

“డబ్బులు సంపాదించవచ్చు” విశేష్ వివరణ.

“అయితే ఏమి లాభం” అడిగాడు వికాస్.

“హాయిగా సంతోషంగా కాలుమీద కాలు వేసుకుని ఆనందంగా జీవించ వచ్చు” అన్నాడు విశేష్.

“వికాస్ నవ్వి! ఇప్పుడు నేను చేస్తున్నది. అదేగా” అంటూ హాయిగా కాలుమీద కాలేసుకుని మరి విశ్రాంతి తీసుకొన్నాడు.

## Business & Marketing Minds

“ప్రెంచి వారు 97 అనే సంఖ్య చెప్పాల్సిన ప్రతिसారి నాలుగు ఇరవైలు మరియు పది మరియు ఏడు” అని చెబుతుంటారు. మనకి ఎబ్బెట్టుగా వుంది. వాళ్ళకి దాంట్లో ఏమీ ఎబ్బెట్టుగా కనపడదు ఏ కాలం నుంచో అలా అలవాటైపోయింది వారికది అది నార్మల్ గానే భావిస్తారు. దాన్ని అలాగే కదా చెప్పేది అనుకుంటారు. ఈ స్థితినే “కాంప్లెసెన్సీ” అంటారు ఆంగ్లంలో. అంటే ఒకదానీకి బాగా అలవాటు పడ్డాం కాబట్టి అదే నార్మల్. అది అంతే కదా అనుకునేస్థితి అదే టేక్ ఇట్ ఈజ్ పాలసీ

రామారావుకు సబ్బులు తయారు చేసి అమ్మాలనే ఐడియా వచ్చింది. అది నచ్చింది కూడా. అనేక మందితో కూడా పెట్టుబడి పెట్టించాడు. తానూ పెట్టుబడిపెట్టాడు. ఆ ఐడియా సఫలమవడానికి.

- ముడి పదార్ధాలు
- మూలధనం
- పర్యవేక్షించే ఉద్యోగులు పనిచేసే ఉద్యోగులు
- కూలీలు
- యంత్ర సముదాయం
- కరెంటు
- నీటి వసతి
- బిల్లింగ్

మొదలగు రిసోర్స్ ను సమకూర్చుకున్నాడు ఉత్పత్తి ప్రారంభించాడు. సబ్బులు ఉత్పత్తి చేశారు. అమ్మసాగాడు లాభాలు వచ్చాయి. కాబట్టి వ్యాపారం ముందు కెళ్తుంది. పెట్టుబడి పెట్టినవారు సంతోషంగా వున్నారు.

బిజినెస్ అనేది ఒక ఐడియా యంత్రం అనే కంటే దానిలోనికి కావాల్సిన పదార్ధాలను అందిస్తే- సమకూరిస్తే ఆ యంత్రం పనిచేసి వస్తువులను లేదా సర్వీసులు వెలువరిస్తుంది.

యాజమాన్యం చేయాల్సిందల్లా ఆ ఐడియా మిషన్ ను మెయిన్ టెయిన్ చేయడమే. నిజమే. అది అవసరమే. అదే సరిపోయేది పాతరోజులలో. ఈ రోజులలో అదోక్కటే సరిపోదు దానితోపాటుగా క్రొత్త ఐడియాలను వూహించాలి. క్రొత్త విలువలను తయారుచేయ గలగాలి. ముందు చూపు గల నాయకత్వం నేటి వ్యాపార అవసరం. అలా కాకుండా శక్తి యుక్తులను ఆ బిజినెస్ ఐడియా మెషిన్ ను నడపడానికే వినియోగించి క్రొత్త ఐడియాలు ఆలోచించే శక్తి, తీరిక లేక మారుతున్న సైకాలజీలని, అవసరాలను గుర్తించాక అంతా బాగుంది కదా అని సంతృప్తి పడటమే “టేక్ ఇట్ ఈజ్ పద్ధతి”. దానిద్వారా వెనకబడటం భాయం. అభివృద్ధి శూన్యం అవుతుంది.

మేనేజ్మెంటు ఇంటిని శుభ్రపరచడం లాంటిది. చేయాల్సిన పనిని ఎంతబాగా చేయవచ్చు అన్న ఆలోచనలతో పనిచేయించడం. మేనేజ్ చేయడం అంటే చేసేపనిని కరెక్ట్గా చేయడం, చేయించడం. లీడర్షిప్ లేదా నాయకత్వం అంటే కరెక్టుపనులు చేయడం. చేయించడం.

**ఒక గొడకు నిచ్చామేసి వుంది. అది సక్సెస్ నిచ్చామే. ఆ నిచ్చామేక్కే పనిని కరెక్టుగా చేయడం చేయించడం మేనేజ్ మెంటు క్రిందకు వస్తుంది. అసలు ఆ విజయవునిచ్చామే సొంత గొడకు వేయబడి వుండా లేదా అనేది నిర్ణయించేదే నాయకత్వం.**

“అనేక మంది కూలీలు ఆ అడవిని కొడుతూ అవరోధాలు తొలగిస్తూ దారి ఏర్పరచుకొని ముందుకువెళ్తూ అభివృద్ధి సాధిస్తున్నారు.

వారి వెనుకే మేనేజర్లువున్నారు. వారు కూలీలకు ప్రేరణ కలిపిస్తున్నారు. వారి పనిముట్లకు పదును పెట్టిస్తున్నారు. కులీల చేత వ్యాయామాలు చేయించి బాగా శక్తి వంతులుగా తయారు చేస్తున్నారు. మంచి ఆహారం అందిస్తున్నారు. క్రొత్త పథకాలకు రూప కల్పన చేస్తున్నారు. చర్చిస్తున్నారు. అభివృద్ధిని లెక్కించి ఆనందిస్తున్నారు.

వారి వెనుక ఓ లీడర్వున్నాడు. అతను ఒక ఎత్తైన చెట్టు ఎక్కి పరిసరాలను క్షుణ్ణంగా పరిశీలించాడు. దిక్కులను ఆనవాలు పట్టాడు. “ఆపండి మనం కొట్టాల్సింది వేరే అడవి ప్రాంతం” ఇది కాదు అన్నాడు.

“ఎంతో ముందుకెళ్ళాం. అభివృద్ధి సాధిస్తున్నాం. కష్టపడి ముందుకెళ్తున్నాం” “మీరువూరుకోండి” అంటూ మేనేజర్లు, వర్కర్లు, ముందుకెళ్తూనే వుండి. ఆహా! అభివృద్ధి సాధిస్తున్నాం అని ఆనందించడం ఎంతవరకు సమంజసం. బిజినెస్ మార్కెట్లో మార్పులు చాలా త్వరగా జరుగుతుంటాయి. మన ప్రొడక్ట్ కాని సర్వీస్కాని కొద్ది సంవత్సరాల క్రితం ప్రజలకు నచ్చి వారి మన్ననలు పొందినప్పటికీ ఈనాడు ఆదరణ కోల్పోవచ్చు. మనసర్వీస్ లేదా ప్రొడక్ట్ పనికిరాకుండా పోవచ్చు.

నాయకత్వ లక్షణం లేని బిజినెస్ దెబ్బతింటుంది. ఆ నాయకత్వం జరుగుతున్న మార్పులను అభిరుచులను గమనిస్తువుండాలి, పరిశీలిస్తువుండాలి, తమ సంస్థలోని శక్తి యుక్తులను సరైన మార్గానికి నడిపించే సామర్థ్యం వుండాలి. అదే పోటీని అధిగమించి పని చేయడం. పోటీ వున్నారేకున్నా అభివృద్ధి చెందడం. సహచర వ్యాపారస్థులు మేనేజ్ చేస్తుంటే మీరు కూడా వాళ్ళతో పోటీపడి మేనేజ్ చేస్తూ సంతృప్తి పడకనాయకత్వ లక్షణాలతో గమ్యాన్ని అనుకూలంగా మార్చుకొని ముందుకుసాగాలి. మీ సేవలకు విలువలను ఆపాదించాలి. విలువలు ఆపాదించా అంటే ఆలోచించాలి. ఆలోచనా సరళికి పదును బెట్టాలి. సృజనాత్మకతను అభివృద్ధి

చేయాలి. చుట్టు ప్రక్కల ఏమి జరుగుతున్న దేనినీ తేలికగా తీసుకోకూడదు. మారాలి, మార్పుకు స్వాగతం పలకాలి.

ఒకప్పుడు ప్రైవేటు బస్ల పోటీలేనప్పుడు ఆర్.టి.సి సంస్థ సౌకర్యంగా వుండేది. అంతా బాగుంది అనుకుంటూ వుండగా, ప్రైవేటు బస్లు రావడం, వారు మరింత మర్యాదతో మెరుగైన సేవలు అందించడం, మొదలైన మార్పులను ఆ సంస్థ గమనించకపోయి వుండవచ్చు గమనించినా సులువుగా తీసుకొని “బేక్ ఇట్ ఈజీ పాలసీస్” అవలంబించివుండవచ్చు. ప్రయాణీకులకు మరిన్ని సౌకర్యాలు కలిగించడం వారు దిగాలన్నచోట బస్ ఆపడం, మొదలైన విలువలు ప్రజలని ఆకర్షించడంలో ప్రైవేటు బస్లకీ అధరణ పెరిగింది. ప్రస్తుతం ‘చెయిత్తితే చాలు బస్ ఆగుతుంది’ అన్ననినాదంతో ఆర్.టి.సిలో మార్పులు వచ్చినా అది చేతులుకాలిన తర్వాత ఆకులు పట్టుకున్న చందం అయింది. ప్రస్తుతం సౌకర్యంగా సాగుతుంది కాబట్టి “బేకిట్ ఈజీ పాలసీస్” అవలంబించడం మంచిదికాదు.

**ఏడుకొండలు ఒక భిక్షగాడు. రోజూ భిక్షాటన చేస్తేనే తిండి గడవని పరిస్థితి. చలికాలం వచ్చింది బాగా చలిఎక్కువైంది. తనగుడిసెలోనే ముడుచుకుని వడుకున్నాడు, చిన్న చలిమంటవేసుకుని వీలైనంత సౌకర్యంగా వున్నాడు. బాగా ఎండెక్కిన తర్వాత భిక్షాటనకు బయలు దేరాడు. గతంలో కంటే అతి తక్కువ భిక్షం మాత్రమే లభ్యమయింది.**

తమ బిజినెస్ మూడు పువ్వులు ఆరుకాయలుగా జరుగుతుంటే సౌకర్యంగా వుంటుంది. ఎందువల్లనో అమ్మకాలు తగ్గాయనుకోండి. ఖర్చులు తగ్గించుకొని అభివృద్ధి పథకాలను వారు వేసి మరేమి ఆలోచించకుండా ఉన్నంతలో సౌకర్యాన్ని చవిచూస్తూ చాలా సులువుగా తీసుకోంటారు. అమ్మకాలు తగ్గడానికి కారణం కొనేవారికి మనపై విశ్వాసం తగ్గివుండవచ్చు. వారి ఆర్థిక పరిస్థితి అనుకూలంగా వుండకపోవచ్చు. కారణాలు ఏమైనా “ బిజినెస్ మార్కెట్ ఒక చక్రంలా తిరుగుతూంటుంది. మళ్ళీ ఎప్పుడో మంచి రోజులోస్తాయి అప్పటి దాక కాస్త సర్దుకొని, కొత్తవాటిని ఉత్పత్తి చేయాలనే ఆలోచనను వాయిదావేద్దాం” అని తమకితాము నచ్చచెప్పుకుంటుంటారు.

ఈ రంగంలో మేమే గొప్ప. మాకు పోటీ లేదు. ఎవరి కోసం కొంటారు. ఖచ్చితంగా మా దగ్గరే కొనాలి అని విప్రవీగే వారు కూడా కాలక్రమంలో వెనకబడిపోతారు. ‘చేయాల్సిందంతా చేశాం ఇంకా చేయడానికి ఏముంది’ అంటు ముందు చూపు లేక దెబ్బతింటారు.



## మార్పు చేర్పు పరిణామక్రమం

.....జీవపరిణామక్రమంలో ఎలాంటి కృషి లేకుండానే కోతి నుంచి మనిషి పరిణామం చెందాడు. అలాగే కాలం గడిచేకొద్ది మారుతున్న కాలాన్ని బట్టి ఆటోమెటిక్ గా బిజినెస్ కూడా మారుతూ వుంటుంది. కాబట్టి మనం కాలంతో పాటు వయనిస్తూ సమస్యలన్నీ పరిష్కరించుకుంటు ఇబ్బందులను ఎదుర్కొని నిలదొక్కు కుంటూ వుంటే మార్కెట్ అవసరాలు, తోటివారిపోటీ, మొదలగు పరిస్థితుల ప్రభావం వలన మన వ్యాపారం మారుతుంది కదా? దానికి ప్రత్యేకంగా కృషి చేయాల్సిన అవసరం ఏమిటి? అని ఆలోచించే వారు, ప్రశ్నించేవారు, నమ్మేవారు వున్నారు. క్రొత్త ఆలోచనలను అమలుపరచి లిస్కేతీసుకోవడం కంటే కాలంతోపాటు మారడంలో ఎలాంటి లిస్కే లేదని భావించడం పొరపాటు.....



“గాలి వీస్తుంది. తెరచావలేదంది. పడవ ముందుకు వెళ్తుంది. వెళ్ళవెళ్ళి సుడిగుండంలో పడిపోయింది. పడవను నడిపేవాడు చేసిన పొరపాటు వీస్తున్న గాలి కనుగుణంగా తెరచావను మార్చాలని ఆలోచించక పోవడం. ఆలోచనే ప్రగతికి నాంది.

మారాలి. మార్పును ఆహ్వానించాలి. అది అభ్యుదయ పదం. పురాణాలలో మానవాళికి మంచి సేవ చేయడానికి, దుష్టులను శిక్షించడానికి దేవుడు కూడా ఆలోచించి. వ్యూహ రచన చేసి సృజనాత్మకతతో మేధస్సును ఉపయోగించి ఒకటి కాదు రెండు కాదు పది అవతారాలు ఎత్తాడు.

ఆలోచనా ధోరణిని మార్చుకొని ఆలోచనలకు పదును పెట్టకుండా మారకుండా కాలం చేసే మార్పులకోసం ఎదురుచూస్తూ, మారకుండా వుంటే వచ్చే నష్టం ఏమీలేదు. మీరు మారకున్నా మీ చుట్టూవున్న ప్రపంచం మారుతుంది. మారుతూనే వుంటుంది. అది మారి మనల్ని మారుస్తుంది. అది మనకు మంచి చేయదు. కీడు చేస్తుంది.

అనలు మార్పు అంటే ఏమిటి అని ప్రశ్నించాడు ఓ మిత్రుడు “మారడం అంటే చేస్తున్నపనులనే క్రొత్త విధానంతో చేయడం. చేస్తున్నపనిలేదా తయారు చేస్తున్న వాటిని అభివృద్ధి పరచుకోవడం- తద్వారా కొనుగోలు దారునికి సంఘానికి మలినం తో మేలు కలిగేలా చూడటం” అని సమాధానం చెప్పడం జరిగింది.

టెలిఫోన్ కనిపెట్టిన తర్వాత దాని వినియోగదారుల సంఖ్య ఒక మిలియన్ కు చేరడానికి 38 సంవత్సరాలు పట్టింది ఆ రోజుల్లో. ఇంటర్నెట్ కనిపెట్టాక దానిని ఉపయోగించే వారు ఒక మిలియన్ కు చేరడానికి కేవలం 2 సంవత్సరాలు మాత్రమే పట్టింది వేగంతో శరవేగంతో మార్పులు సంభవిస్తున్నాయి. సమాచారం అందరికీ అందుబాటులోవుంది. ఎవరు ఆలోచిస్తారో, ఆలోచనలకు పదును పెట్టుకుంటారో, మరో రకంగా సృజనాత్మకతను ఆపాదించి ఆలోచిస్తారో, వారే ముందుటారన్నది నిర్వివాదాంశం.

- ఆలోచనలను మార్చుకుంటే నష్టకాలు మారుతాయి.
- నష్టకాలు మారినప్పుడు ఆశలు, ఆశయాలు మారుతాయి.
- ఆశలు మారినప్పుడు వైఖరి మారుతుంది.
- వైఖరి మారినప్పుడు ప్రవర్తన మారుతుంది.
- ప్రవర్తన మారినప్పుడు ఫలితం మారుతుంది.
- ఫలితం మారినప్పుడు విజయం సాంతమవుతుంది.

మీ జీవనాని గమ్యాన్ని మారుస్తుంది.

**క్రాంత్ర ఆలోచనలు ఎలా వస్తాయి?**

“రాజుగారింట్లో పెద్ద విందు జరుగబోతుంది. రుచికరమైన వంటకాలు తయారుచేయాలి. కాబట్టి పాలు ఎక్కువ అవసరమని దండోరా వేయించాడు. “నగర నడిబొడ్డులో పెద్ద పెద్ద గిన్నెలు వుంచుతారు. ఉదయం చీకటితోనే పాలిచ్చే గేదెవున్న ప్రతి ఒక్కరూ ఒక లీటరు పాలు అందులో పోయాలని హుక్కుం జారి చేశారు. రాజు గారి ఆజ్ఞను అందరూ శిరసావహించారు. అందరూ పాలుపోస్తారు కాబట్టి నేనొక్కడినే నీళ్ళు పోస్తే సరిపోతుందని ఎవరికివారు ఆలోచించి అందరూ నీళ్ళే పోశారు”

ఒక సంస్థలోని ఉద్యోగస్తులనందరిని కూర్చోబెట్టి ఒక మంచి ప్రణాళికను ఆలోచించండి. అంటే ఎవరో ఒకరు చేస్తారు కదా మనకెందుకు అనే భావనతో తమ తమ ఆలోచనలకు తక్కువ పదును పెడతారు. సృజనాత్మక ఆలోచనలు అంతగా రావు. అలాగని మనిషిమైండ్ కు శక్తి లేదనికాదు. అమోఘమైన శక్తి ఉంది. అది వినియోగంలోకి రావాలంటే ప్రేరణ ఉండాలి. కొందరిలో సడన్ గా గొప్ప ఐడియాలు రావడం మనం గమనిస్తున్న విషయమే.

“ఆ రోజుల్లో నిప్పు, నీళ్ళు, బొగ్గుతో, రైళ్ళు నడిచేవి. రైల్లో ప్రయాణం చేసినాక తలనిండా బొగ్గుపొడి వుండేది. ప్రయాణానంతరం విధిగా తలస్నానం చేయాల్సిన అవసరం ఉండేది. అప్పట్లో ప్లాస్టిక్ సీసాలులేవు. షాంపొ పాకెట్స్, చిన్ననబ్బులు లేవు. రైల్లో ప్రయాణించేవారు వారి టాయిలెట్ కిట్ తో షాంపూ సీసా గాజుసీసా తీసుకు వెళ్ళేవారు. పని మీద మద్రాసు వెళ్ళిన ఓ డాక్టర్ అలాగే షాంపూ సీసాను సూట్ కేసులో పెట్టుకొని ప్రయాణం చేశాడు. రైలు దిగేటప్పుడు పొరపాటున సూట్ కేస్ క్రింద పడింది. హోటల్ లో దిగిన తర్వాత తీసిచూస్తే షాంపొసీసా పగిలింది. బట్టలన్నీ ఖరాబయినాయి. అందరిలా కాకుండా అతను మరోలా ఆలోచించాడు. ఇలాంటి ఇబ్బంది చాలా మందికి ఎదురై వుంటుంది. ఎదురవచ్చు. మరో మార్గం ఏమైనా వుందా? అని ఆలోచించాడు. ఒక్కపొడి పొట్లాలులాగా షాంపొని ప్లాస్టిక్ పాకెట్స్ లో అమ్మితే ఎలా వుంటుంది. అన్న ఆలోచనే షాంపొ పాకెట్లు తయారికి నాంది అయింది. ఆ ఫ్యాక్టరీ స్థాపించి అతను విజయం సాధించాడు.

ఆలోచించడానికి, ఐడియాలు సృష్టించడానికి ఒకరిని, కొందరిని ఎంపిక చేస్తే? భాద్యతలు అప్పగిస్తే? వారి పని అదొక్కటే అయితే? ఈ భాద్యతలను కాలక్రమం ప్రకారం రోటేషన్ లో అందరికి అప్పగిస్తే? మంచి మంచి ఐడియాలు వెల్లువలా ప్రవహిస్తాయి.

**లేకుంటే**

ప్రతిమనిషి మొదడులోనూ నిశ్చింతంగావుండే అమోఘమైన మేధస్సు నిరుపయోగమవుతుంది. సంస్థ “టేక్ ఇట్ ఈజీ పాలసీ”లో పడిపోతుంది. వ్యాపారం సస్యగిల్లుతుంది. కనుమరుగవుతుంది.

“రాముడి రెడీమేడ్ దుస్తులు అమ్మేషాపు. షాపింగ్ కాంప్లెక్స్ లో అతని షాపుంది. ఆ కాంప్లెక్స్ లో ఒక దానినంటుకొని మరోషాపు. అలా వరుసగావుంటాయి. రాము షాపు కిరువైపుషాపులు కూడా రడీమేడ్ దుస్తులనే అమ్ముతాయి. రాముడి టేక్ ఇట్ ఈజీ మనస్తత్వం. నడుస్తుందికదా! భాగుందికదా అనుకుంటూ కొత్త విధానాలకు స్వాగతం పలికే రకంకాదు. అతనికి కొట్టుకు ఇరువైపున ఉన్నవారు దానికి విరుద్ధం. ఎప్పుడూ కస్టమర్స్ ని ఎలా ఆకర్షించాలని పథకాలపై పథకాలు వేస్తుంటారు, పండుగ సీజన్ వచ్చింది. వాళ్ళిద్దరు ఎవరికి వారుగా అనేక రాయితీలు వున్నాయని క్రొత్త సరుకు వచ్చిందని షాపు ద్వారాలకు అడ్డంగా ప్రక్కలన నిలువుగా బోర్డులు కట్టారు ఆ సాయంత్రం. అంతకు ముందు ఆదివారము రాము ఫర్ననాలిటీ డవలప్ మెంట్ బిజినెస్ ఇంప్రూమెంట్ కోర్సు తీసుకున్నాడు. తాను నేర్చుకున్న దానిని అమలులో పెడదామనుకునేలోపే ఇరు ప్రక్కలషాపు వారు భారీగా బోర్డులుకట్టారు. తాను అలాంటి పథకాలు పెట్టాలన్నా బోర్డులు కట్టాలన్నా సమయంపడుతుంది. ఈలోగా ప్రక్కషాపుల వారికి రద్దీ పెరుగుతుంది. ఇన్నాళ్ళు ఈజీగా తీసుకొన్నాడు. ఇప్పుడు ప్రేరణపొంది ఆలోచించసాగాడు. ప్రశాంతంగా ఆలోచిస్తూ వుంటే ఒక ఐడియా వచ్చింది. వెంటనే వెళ్ళి ఫీజు అధికంగా ఇచ్చి ఒకే ఒక బోర్డు వ్రాయించాడు. చీకటితోనే వెళ్ళి తన షాపు ద్వారంపై ఆ పెద్ద బోర్డు తగిలించాడు. దానిపై “మెయిన్ ఎంట్రన్స్” అని వుంది. అంటే ప్రక్క షాపు బోర్డులలో వ్రాసివున్న రాయితీలతో క్రొత్త సరుకు అమ్మే షాపులోకివెళ్ళడానికి ఇదే ముఖ్యద్వారం. రండి అని ఆహ్వానిస్తున్నట్లుగా కస్టమర్స్ భావించారు. ఇది మంచి? చెదా అన్నది కాకుండా ఆలోచిస్తే ఐడియాలు ఎలా వస్తాయో చెప్పడమే దీని అర్థం.

ఈ రెండు చెక్కముక్కలు కలిపి అతికించాలి. నాకు ఫివికాల్ కావాలి. అనుకున్నాడొక యువకుడు. ఇంట్లో వెదికాడు ఫివికాల్ లేదు. ఇరుగు పొరుగువాళ్ళను అడిగాడు. వాళ్ళింట్లోకూడా లేదు. పనిని వాయిదా వేశాడు. “ఏదో రకంగా ఈ రెండు చెక్క ముక్కలను అతికించాలి” అని ఆలోచించాడు రెండో వాడు ఇంట్లో వెతికితే గ్లాజు బాటల్, చిన్న చిన్న మేకులు, స్త్రాాలు, తాడు, తీగ..... ఎన్నో కనిపించాయి. ఏ ఒక్కటి వినియోగించినా ఆ రెండు చెక్కలను అతికించవచ్చు. పని పూర్తి చేశాడు రెండో వాడు. బజెసినీ మైండ్స్ ఎప్పుడూ అవసరాన్ని బట్టి చేయాల్సివే పని ఇది! దీనిని చేయడానికి ఎన్నెన్ని మార్గాలున్నాయి? వాటిల్లో ఏది ఉపయోగించవచ్చు. ఇలా ఆలోచిస్తుంటాయి.



## మైండ్స్ రన్న్యంగ్ రేస్

....“అన్నిటి కంటే వేగంగా వయనించేది ఏది” ప్రశ్నించాడు క్విజ్ మాస్టర్.

అనేక సమాధానాలు వచ్చాయి. ఒకడు మాత్రం ఆలోచించి “మనసు” అని సమాధానం ఇచ్చాడు. అందరూ చపట్లుకొట్టారు అనుకున్నదే తడవుగా ఎక్కడికి వెళ్ళాలంటే అక్కడికి వెళ్తుంది. వస్తుంది. ఆలోచనలు వస్తూవుంటాయి. వయనిస్తూ వుంటాయి. ఒకటి గుర్తుకొస్తే మరొకటి గుర్తుకొస్తుంది. చూసిన సంఘటనతో తనపాత సంఘటన ను గుర్తుకు తెచ్చుకుంటుంది. ఎంతవాడినా తరగని సంపద ఈ మనసుకుంది. కంప్యూటర్ కంటే మనిషి మైండ్ గొప్పది. కంప్యూటర్ ని కనిపెట్టింది మనిషి మనసే. అది నాలుగు చక్రాల విధానాలతో నడుస్తుంది.....

**సాంప్రదాయ మార్గాలు**

పదకొండు జతల డ్రస్లను కాంబినేషన్లు మారుస్తూ ఎన్ని రకాలుగా వేసుకోవచ్చా తెలుసుకోవడానికి ఆ సమస్యను కంప్యూటర్ కి అందించి విశ్లేషించారట అమెరికాలో.

ఆ కంప్యూటర్ విశ్రాంతి లేకుండా 45 గంటలు పని చేసి 39 మిలియన్స్ కాంబినేషన్స్ తో వేసుకోవచ్చని తేల్చి చెప్పిందట అన్ని రకాలుగా డ్రస్ చేసుకోవడానికి మనం మొలుకువుగా వున్న ప్రతి నిమిషానికి ఒక కాంబినేషన్ చొప్పున వేసుకున్నా 80 సంవత్సరాలు పడుతుందని లెక్కించి చూపించిందట.

మన మనసు అలా లెక్కగట్టి ఆలోచించదు. తన దరిచేరిన సమాచారం ఆటోమాటిక్ గా కొన్ని విధానాలుగా అనుక్రమంగా వర్గీకరించబడుతుంది.

వాన కురవగానే వర్షపు నీరు కాలువలుగా, నదులుగా, ఎలా ప్రవహిస్తుంటుందో, అలోచనలు కూడా అలాగే న్యూరోలాజికల్ మార్గాల ద్వారా గుర్తెరిగినట్లుగా ప్రవహిస్తాయి.

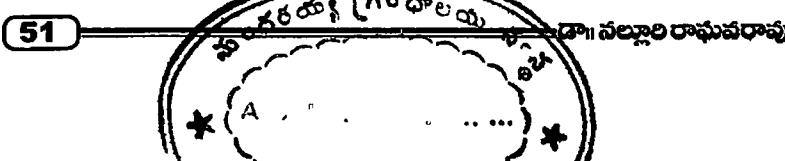
“ఒక అడవిగుండా ఒక అర్డిస్ట్, ఒక బోటనీ మాస్టారు, మరొక వడ్రంగి కలిసి ప్రయాణిస్తున్నారు. ఎదురుగా ఒక క్రొత్త రకం చెట్టు కనిపించింది. దానిని చూడగానే “ ఇది చాలా అందంగా ఉంది. రేపు నేను చిత్రించబోయే పెయింటింగ్ లో దీనిని బ్యాక్ డ్రావ్ లా చిత్రిస్తే ఎలా వుంటుంది అని ఆలోచించసాగాడు అర్డిస్ట్.

వడ్రంగి! ఈ చెట్టు నాణ్యమైన జాతిదిలావుంది. కైవారం పెద్దదిగా వుంది. దీనిని ఉపయోగించి ఎన్ని దూలాలు చేయవచ్చు. ఎన్నివాకిళ్ళు తయారు చేయవచ్చు అని ఆలోచించసాగాడు.

అదే బోటనీ మాస్టారు! ఇది ఏ జాతికి చెందింది, ఏ వృక్ష కుటుంబానికి చెందింది, అంటూ ఆలోచించ సాగాడు.

మీ ముంగిటలో కురిసిన వర్షపు నీరు అక్కడే ఇంకుతుంది. అక్కడ మట్టివుంది కాబట్టి. ఇంకైన తర్వాత తూర్పు వైపుకు నీరు ప్రవహించి కాలువలో కలుస్తుంది. ఎందుకంటే కుడివైపు పల్లంగా వుంది కాబట్టి.

మా ఇంట్లో ముంగిట పడ్డనీరు ఇంకదు. అక్కడ గచ్చు చేసివుంది కాబట్టి. పడమరవైపు ప్రవహిస్తూ కాలువలో కలుస్తుంది. అలా వాటం పెట్టబడి వుంది. కాబట్టి పుట్టినప్పటినుంచి ఎదురయే అనుభవాలన్నీ అంతర్ మనసులో నమోదవుతుంటాయి



- కళ్ళద్వారా చూసినది
- చెవుల ద్వారా విన్నది
- చర్మం ద్వారా ఫీలయినది.
- ముక్కు ద్వారా వాసన చూసింది.
- నాలుక ద్వారా రుచి చూసింది.

అంతా మనసులోకి చేరుతుంది. ఈ జ్ఞాపకాలన్నీ న్యూరలాజికల్ మార్గాలుగా కణాల మధ్య ఏర్పడతాయి. ముందు ముందు రాబోయే తత్ సంబంధిత సమాచారం ఈ మార్గం ద్వారానే వదబోసి స్వీకరించబడతాయి.

“చెట్టు అనే పదానికి అర్థం ఆ పిల్లవాడి మనసులో చోటు చేసుకుంది. ఆ రోజు నుంచి ఆ పిల్లవాడు కనిపించిన ప్రతి చెట్టుని ఆ అర్థంతోనే చూస్తాడు. ఎంత పెద్ద చెట్టైనా, చిన్న చెట్టైనా, పళ్ళ చెట్టయినా, ముళ్ళయినా, పూలచెట్టయినా చెట్టు అని తనకు తెలిసిన కేటగిరి క్రింద అన్ని చెట్లును జమకడతాడు. జ్ఞానం పెరిగే కొలది క్రొత్త జ్ఞానమార్గాలు ఏర్పడిన తర్వాత ఆ చెట్లలోని రకాలను విడివిడిగా వర్గీకరించుకో గలుగుతాడు” ఇది మెదడు మనసు పని చేసే విధానం.

మైండ్స్ ఆ విధంగా డిజైన్ చేయబడివుంటాయి. కాబట్టి మనం అన్ని విషయాలను మన సాంప్రదాయం ప్రకారం చూస్తాం. అలాగే ఆలోచిస్తాం.

**సమాచార స్వీకరణ**

చందు విజయవాడ నుండి కారులో హైద్రాబాద్ వెళ్తున్నాడు ఒంటరిగా వెళ్తున్నాడు. మొదటిసారి వెళ్తున్నాడు దారి తెలియదు. “మ్యాప్” తీసుకొని దానిని బట్టి ముందుకు పయనిస్తున్నాడు. రోడ్ ప్రక్కన వున్న డైరెక్షన్స్ చదివి ప్రయాణిస్తున్నాడు. కారులో వున్నవెట్రోలు స్థాయిని చూస్తున్నాడు. ఎంత స్పీడ్లో వెళ్తున్నది గమనిస్తున్నాడు. అంతే కాదు అవసరమైనప్పుడు అడిగి దారి తెలుసుకుని వెళ్తున్నాడు.

మనం వెళ్ళాల్సిన గమ్యం చేరడానికి సమాచారాన్ని ఉపయోగించుకొని వెళ్తాం. లేకుంటే దారి తప్పుతాం. ఒక నిర్ణయం తీసుకోవడానికి ముఖ్యమైన అవసరం సమాచారం. ఎంచుకోవడానికి ఏ ఏ అవకాశాలు వున్నవో తెలుసుకోవాలి. ఎంచుకున్న విధానం వల్ల వచ్చే ఫలితాలపై అవగాహన వుండాలి.

“రాత్రి వేళ ప్రయాణిస్తున్న చందూ విశ్రాంతి తీసుకుంటే మంచిదని భావించాడు. మంచి హోటల్ దగ్గరలో ఎక్కడదొరుకుతుందో కనుగొన్నాడు. అక్కడ విశ్రాంతి తీసుకొని వెళ్లేమంచిదా? లేక అలాగే ముందుకు వెళ్లే మంచిదా? అని ఆలోచించి వెళ్ళాలని నిర్ణయించుకున్నాడు.

డా॥ వల్లూరి రాఘవరావు

సమాచార సేకరణ ఏ బిజినెస్ ముందే కలిగి ఉండాలి. ప్రాజెక్టును ప్రారంభించే ముందు బిజినెస్ చదివేవారు. కమ్యూనికేషన్ పని గడుతుంటే సమాచారానికి కొరత లేదు. ఏమి కావాలి, ఎంత కావాలి, ఎప్పుడు కావాలి, అనే దానిపై అవగాహన వుంటే వర్తమానిర్ణయం తీసుకోవడం సాధ్యమవుతుంది.

మాంసాహారం తినే వారి సంఖ్య ఆ ఊరిలో చాలా తక్కువ అనే సమాచారం వున్నప్పుడు మంచి వెజిటేరియన్ రెస్టారెంటు పెట్టాలనే నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు. ఎడ్వర్ట్ డిజేన్ గారి "సెక్స్ హేట్స్ థింకింగ్"లో తెల్ల రంగు బోటిని సమాచారాన్ని సేకరణ గూర్చి ఆలోచించడానికి వినియోగించమంటారు.

అందరూ తెల్లబోటి ధరించినట్లుగా ఊహించాలి. ఆ బోటి తలపై వున్నంత సేపు అందరూ వారివారి ఆలోచనలను సమాచారం గురించి ఆలోచించడానికే పరిమితం చేయాల్సి వుంటుంది. "ఈ విషయం పై మనం తెల్ల బోటి ఆలోచనలను చేద్దాం" అంటే సమాచారం గురించే ఆలోచించడం జరుగుతుంది.

ముందుగా ఒక ఐడియా వస్తుంది. సమాచారాన్ని ఆ ఐడియాని అమలు పరచడానికి వినియోగిస్తాం. మద్రాసు వెళ్ళాలనే ఐడియా వస్తే ఎలా వెళ్ళవచ్చు? రైలులోనా? బస్లోనా, కారులోనా? ఏ హోటలులో దిగాలి? మొదలైన సమాచారం సేకరించి నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు!

అయితే బిజినెస్లో సమాచారం సేకరించి ఐడియా లేదా పథకం వేయడం జరుగుతుంది. సాంప్రదాయకంగా సమాచారం నుంచే ఐడియాని తెచ్చుకోవాలనే ధోరణిలో మనం నేర్చుకున్నాం. మనమైండ్స్ అలా అలవాటు పడ్డాయి.

"పేరొందిన కార్డియాలజిస్ట్ గుండె జబ్బులు నివారణ గురించి ప్రసంగిస్తున్నాడు. చాలా సమాచారాన్ని సభికులకు అందిస్తూ వున్నాడు. ప్రతిరోజూ 30ML విన్కీ తీసుకుంటే గుండెకు మంచిది. ఈ విషయాన్ని ఫలానా మెడికల్ కాలేజీలో నిర్దారించారు అని. వ్యాయామం చేయడం, జీవన సరళిని మార్చుకోవడం, క్రొవ్వు పదార్థాలు తగ్గించడం, గుండెజబ్బుల నివారణకు తోడ్పడుతుందని కూడా వివరించాడు. అది విన్న ఒక విన్కీ ప్రియుడికి రోజూ విన్కీతాగాలనే ఐడియా వస్తే అలాంటి అలవాటులేని మరొకడు వ్యాయామం చేయాలని నిర్ణయించుకున్నాడు.

మనసు ఏమి చూడాలనుకుంటుందో దాన్నే చూస్తుంది.

యుద్ధం వస్తే ధరలు పెరుగుతాయా? లేదా అన్న దానిపై ఎంత సమాచారం సేకరించిన మన మనస్సుకున్న ఐడియా ద్వారానే ఆ సమాచారాన్ని చూసి తన ఐడియాని చెబుతుంది. మనసులో ఏర్పడిన జ్ఞాన మార్గాల ద్వారానే మన మనసు సమాచారాన్ని చూస్తుంది. కాబట్టి ఆ పాత గుర్తు ఐడియానే మనకు అందిస్తుంది.

కాబట్టి మనకంటూ ఒక కాన్సెప్ట్ వున్నప్పుడే సమాచారం వల్ల మనకు ప్రయోజనం. కాన్సెప్ట్ లేకుంటే నిరుపయోగం.

“బ్యాంకు ఎకౌంట్ సమాచారాన్ని అందించే ఏ.టి.యమ్. యంత్రాలను అమర్చడం మంచిదా? కాదా? అన్న దానిపై అభిప్రాయాలను సేకరిస్తే 90 శాతం మంది మెషిన్ కంటే మనిషి చెబితేనే బాగుంటుంది అని అభిప్రాయాన్ని వెలిబుచ్చారు.

యంత్రాలు సమాధానం చెబుతాయి. డబ్బును డ్రాచేసి ఇస్తాయి. అన్న సమాచారాన్ని ప్రతివారు తమ గత అనుభూతుల ద్వారా రిసీవ్ చేసుకొని పాత పద్ధతే బాగుందని అభిప్రాయానికి వచ్చారు. మెక్సికన్స్ మాత్రం యంత్రం వైపే మొగ్గు చూపారు. కారణం అమెరికాలో వుండే మెక్సికన్స్ కు ఇంగ్లీషు భాష సరిగ్గా రాక బ్యాంకు లావాదేవీలలో ప్రశ్నించి తెలుసుకోవడానికి ఇబ్బంది పడేవారు. వారికి మెషిన్ తో అలాంటి ఇబ్బందులుండవనిపించింది.

అందుకనే మెదడు తనకేం కావాలో దాన్నే చూస్తుంది అని చెప్పడం.

### **విశ్లేషణ తర్కం**

విశ్లేషించి తార్కికంగా ఆలోచించడం మనసాంప్రదాయపు ఆలోచనా, అలవాట్లు.

“జలుబు, జ్వరం, గొంతునొప్పి, దగ్గు లక్షణాలతో పిల్లవాడిని డాక్టర్ దగ్గరకు తీసుకువచ్చారు. నోరు పరీక్షించాడు డాక్టర్. టాన్సిల్స్ వాచివున్నాయి. టాన్సిలైటిస్ అని నిర్ధారణ చేశాడు. చికిత్స మొదలుపెట్టాడు మనసు ఏ స్థితిలో వున్నది గుర్తించ గలిగితే వెనువెంటనే స్పందించి తగు చర్య తీసుకొనేలా చేస్తుంది కొన్ని సందర్భాలలో పరిస్థితిని బట్టి సాధారణంగా ఆ స్థితిలో తీసుకొనే చర్యలు ఆ ప్రత్యేక సందర్భాలలో ఎలా పనిచేస్తాయన్న విషయాన్ని ఆలోచించాల్సి వుంటుంది.

“రావ్ గారు తన స్థలాన్ని తాకట్టుపెట్టి బ్యాంక్ లో లోన్ తీసుకున్నాడు. చేస్తున్న వ్యాపారంలో బాగా నష్టం రావడంతో బ్యాంకు అప్పు చెల్లించ లేకపోయాడు. వ్యాపారం మూసివేశాడు కుటుంబంతో సహా ఎటో వెళ్ళిపోయాడు. బ్యాంకు తమ డబ్బును రాబట్టుకోవడానికి తాకట్టులోనున్న ఆస్తిని అమ్ముడమ్ముకట్టే మార్గం. వెంటనే వేలం వేసి అమ్మాలి. మామూలు పరిస్థితులలో అలాగే స్పందిస్తారు. ఆ సమయంలో రియల్ ఎస్టేట్ వ్యాపారం నత్తనడక నడుస్తుంది. ధరలు బాగా తగ్గాయి. కొనుగోలుదారులు తగ్గారు.

బ్యాంకు వారు అప్పుడే అమ్మడం మంచిదా? కొంతకాలం ఆగి రియల్ ఎస్టేట్ రంగం తిరిగి పుంజుకొన్న తర్వాత అమ్మడం మంచిదా? ఏ విధానంలో లాభపడతారు?

డా. నల్లారి రాఘవరావు



విశ్లేషణ అంటే పరిస్థితిని చిన్న చిన్న భాగాలుగా విభజించి గమనించడం, గుర్తించడం తెలియని వాటిని తెలిసిన వాటితో బేరీజు వేసి గుర్తించడం.

“తెలియని మోటారు గురించి తెలుసుకోవాలనుకొన్నాడు మెకానిక్ దానిలో భాగాలను విడదీశాడు. వాటి అనుసంధానాన్ని పరిశీలించాడు. తిరిగి వాటన్నింటిని యధాస్థానంలోవుంచాడు.” “అదే మెకానిక్ ఇంట్లో టీ.వి. పని చేయడంలేదు దానిలోని యంత్ర అమరణ క్లిష్టంగా వుంది లోపం ఏమిటో విశ్లేషించాలంటే అన్ని భాగాలను విడదీసి తిరిగి పెట్టాలని ప్రయత్నిస్తే ఆ టీ.వి పనిచేసే విధానానికి ముప్పు కలిగే ప్రమాదముంది అది తెలుసుకున్న ఆ మెకానిక్ తనకున్న జ్ఞానంతో ఒక కాన్సెప్టుతో ఆలోచించాడు. బహుశా ఇది లోపం అయివుండవచ్చు అనుకొన్నాడు. సంబంధిత టీ వి మెకానిక్ దగ్గరకు తీసుకువెళ్ళాడు. అతను అన్ని కనెక్షన్ల వాటి సంబంధాలు అనుసంధానాలను పరికరాల ద్వారా విశ్లేషించి రిపేరు చేశాడు”.

“స్పెషలిస్ట్ డాక్టర్ రోగిని పరిక్షించాడు. మానవ శరీర పనితీరు మనకు అందని చిత్ర విచిత్రాల సమ్మేళనం. రోగ నిర్ధారణకు పరీక్షలు చేయించాడు. వాటన్నిటిని విశ్లేషించి తన వైద్య పరిజ్ఞానంలో వున్న కాన్సెప్టును బట్టి వ్యాధి నిర్ధారణ చేసి, చికిత్స చేశాడు అంతకుముందు అదే రోగి మామూలు డాక్టర్ వద్దకి వెళ్తే ఆ డాక్టర్ మనసులో ఆ కాన్సెప్టు లోపించడంతో విశ్లేషించలేక స్పెషలిస్ట్ డాక్టర్ వద్దకు పంపాడు బిజినెస్ రంగంలో కూడా కొంతమంది చాలా సక్సెస్ సాధిస్తూ వుంటారు హఠాత్తుగా తెల్లవారేసరికి బోర్డ్ తిప్పేస్తారు. దివాలా ప్రకటిస్తారు

వారికి వారిమనసులో చుట్టుప్రక్కల వున్న ప్రపంచం గురించి ఒక కాన్సెప్టు మోడల్ వుంటుంది దానిని ప్రయోగించి పరిస్థితిని విశ్లేషిస్తూ వ్యాపారం చేస్తారు. వారి మానసిక మోడల్ మార్కెట్లో సరిపోయినప్పుడు విజయం సాధిస్తారు. ఆ మోడల్ పని చేయకపోతే నష్టపోతారు క్రొత్త కాన్సెప్టుకు వారి మనసులో చోటులేక పోవడమే ఓటమికి కారణం.

ఆ ఇంట్లో హత్య జరిగింది ఆ రాత్రి.  
 షెర్లాక్ హోమ్ డిటెక్టివ్ పరిశోధిస్తున్నాడు. హత్య జరిగిన రాత్రి ఆ ఇంటి పెంపుడు కుక్క ఎందుకని మొరగలేదు?  
 ఆలోచించాడు షెర్లాక్ హోమ్. కుక్కకు బాగా తెలిసినవారే ఆ హత్య చేసి వుంటారు.  
 తెలిసిన వారే కాబట్టి కుక్క మొరగలేదు. హంతకుడెవరో తేలిపోయింది.  
 ఇదే సమాచారాన్నుంచి విలువైన దాన్ని రాబట్టే ఆలోచనా సరళి.  
 అదే బిజినెస్ మైండ్స్ ఆలోచనా సరళి.

డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు

**తర్కం**

అనేక విషయాలను సమీకరించి ఒక నిర్ణయానికి రావడమే తర్కం. ఈ బిజినెస్ లో రామ్ గారు నష్టపోయారు. విజయ్ గారు దెబ్బతిన్నారు. కాబట్టి ఈ బిజినెస్ చేపడితే మనం నష్టపోతాం అన్నది సాంప్రదాయ తర్కం.

బిజినెస్ పరిస్థితి- అవగాహన ముందుచూపు, పోటీ, మొదలగు అంశాలమీద ఆధారపడివుంటుంది. కాబట్టి సాంప్రదాయ తర్కంతో చేసే నిర్ణయాలు అంత మంచిని చేకూర్చవు.

“అడవిలో ఆవు- పులి వున్నాయి. ఆవు సాదుజంతువు. పచ్చగడ్డేదాని ఆహారం చుట్టూ కావాల్సినంత గడ్డివుంది. పొదల్లో చిన్న శబ్దం వచ్చినా, అరుపు వినపడినా పరిగెత్తి దాగి వుండేలా అది ప్రాగ్రామ్ చేయబడింది. పులి వేటాడే జంతువు, పొదల నుంచి ఏ శబ్దం వచ్చినా వెంటనే స్పందిస్తుంది. వేటాడి ఆహారాన్ని సంపాదించుకోవడానికి తయారవుతుంది.

బిజినెస్ ఎర్దిక్యూటివ్స్ లో ఎక్కువమంది అవులాగా ఆలోచిస్తే అతి తక్కువమంది పులిలా ఆలోచిస్తారు. అలాగని ఎలాంటి పరిస్థితులున్నా ముందుకు దూకాలనుకోకూడదు. ఆ మనస్తత్వంతో ఆలోచించి నిర్ణయం తీసుకోవాలి.

ఎడ్వర్డ్ డిబెనో గారి “సిక్స్ హెట్స్ ఫింకింగ్” లో తెల్లటోపి ధరించి అందరు సమాచారాన్ని గురించి ఆలోచించాల్సివుంటుంది.

నల్లటోపి జడ్డీలకు ప్రతిరూపం ప్రతివారు నల్లటోపి ధరించినట్లు భావించి జడ్డీలాగా పరిస్థితిని అంచనా వేసి విశ్లేషించి తర్కించి “తీర్పు” ఇవ్వాలి.

**సృజనాత్మకత :**

“కట్టెలు కొట్టేవాడు అడవికి వెళ్ళి కట్టెలుకొట్టి ఇంటికి వస్తూ దప్పిక తీర్చుకోవడానికని దిగుడుబావి ఒడ్డున గొడ్డలిపెట్టి మంచినీళ్ళు తాగి వస్తుండగా పొరపాటున గొడ్డలి బావిలో పడుతుంది. అతని బ్రతుకు తెరువుకు అదే ఆధారం. బావి ఒడ్డున కూర్చోని భోరున విలపిస్తూ వుంటే బావి నుంచి జలదేవత ప్రత్యక్షమై ఎందుకేడుస్తున్నావు అని అడుగుతుంది. నా జీవనాధారమైన గొడ్డలి బావిలో పడింది అంటాడు. జలదేవత వెంటనే ఒక బంగారు గొడ్డలి తెచ్చి ఇదేనా, అనడం వాడు కాదనడం, తిరిగి ఆమె వెండిగొడ్డలి చూపించి ఇదేనా, అంటే అది నాది కాదని వాదనడం, ఆఖరిసారి అతని ఇనుప గొడ్డలి తీసి చూపిస్తే ఆనందంతో నాది ఇదే నంటూ గుర్తించడం అతని నిజాయితీ చూసి ఆ దేవత ఆ మూడు గొడ్డళ్ళు అతని కివ్వడం అందరికీ తెలిసిన కథ నీతికథ అందరూ విన్న కథ.

అది మనమనసులో సాంప్రదాయ మార్గాల ద్వారా నమోదైన కథ.

సడెన్ గా ఒక కవి మనసులో అది తన రూపాన్ని కొంచెం మార్చుకుంది. నేటి కాలమున్న రాజకీయ పరిస్థితుల నేపథ్యంలో అది రూపాంతరం చెందింది. కథ పెరిగింది ఇలా-

“ఆ కట్టెలుకొట్టే వాడు అమూడు గొడ్డళ్ళూ తీసుకొని ఇంటికి వస్తాడు అవి ఎక్కడివని భార్య అడిగితే జరిగిందంతా పూసగుచ్చినట్లు వివరిస్తాడు, బంగారమంటే మోజున్న ఆమె, భర్త తెలివి తక్కువతనాన్ని వెక్కిరిస్తుంది. అన్నీ బంగారు గొడ్డళ్ళు ఇవ్వమని అడగనందుకు ఈసడించుకుంటుంది. నేనే ఆ బావి దగ్గరకు వెళ్ళి అడుగుతాను అంటూ వెళ్ళింది. బావి చుట్టూ తిరుగుతూ ఏడుస్తూవుంది. జలదేవత ప్రత్యక్షంకాలేదు. ఇంకా తొందరగా తిరుగుతూ పొరపాటున కాలుజారి బావిలో పడింది. భార్య ఎంతకీ తిరిగి రాకపోయేసరికి కట్టెలుకొట్టేవాడు భావి దగ్గరకు వస్తే ఆమె బావిలో పడిన ఆనవాళ్ళు కనిపించాయి. అయ్యో నా భార్య బావిలో పడింది అని ఏడుస్తుంటే జలదేవత ప్రత్యక్షమై నీటిలోకి వెళ్ళి సీమ్రాన్ లాంటి అమ్మాయిని తీసుకొచ్చి ఈమేనా నీ భార్య అని అడుగుతుంది. అవునమ్మా ఈమేనాభార్య అంటాడు. జలదేవతకి కోపం వస్తుంది. గొడ్డలి విషయంలో నిజాయితీగా వున్న నీవు ఆడవారి విషయంలో అత్యాశ చూపావు. నిన్ను శపిస్తా అంటుంది. దానికి వాడు ఆమె కాళ్ళు పట్టుకొని అమ్మా శిక్షించే ముందు నేను చెప్పేది విను తల్లి. విన్న తరువాత నాది తప్పయితే శిక్షించండి అంటూ వేడుకొంటాడు.

‘సరే చెప్పు’ అంటుంది ఆ దేవత “అమ్మా ఈమె నా భార్యకాదు అన్నాను అనుకో నీవు మరలా భూమిక లాంటి మరో అమ్మాయిని తెచ్చి చూపిస్తావు. ఆమె కూడా నా భార్యకాదు అంటే అప్పుడు వెళ్ళి నా భార్యను తెచ్చి ఇచ్చి నా నిజాయితీకి మెచ్చి ముగ్గురిని నాకు బహుమానంగా ఇస్తావు. ఈ కరువు కాలంలో ఒక భార్యతోటే ఇబ్బందులు పడుతున్న నేను ముగ్గురు భార్యలతో ఎలా నెట్టుకురాగలను ఆలోచించండి. అందుకనే మొదట చూపించినామే నా భార్య అని తీసుకు వెళ్ళామనుకొన్నాను అంటూ అమాయకంగా వివరించాడు. దేవత శాంతించింది. అతని భార్యని మాత్రమే అతనికి ఇచ్చింది.

సాంప్రదాయ జ్ఞాన మార్గాలలో ఇమిడిన విషయం సడెన్ గా రూపాంతరం చెందడం వల్ల హాస్యం పుట్టింది. అదే క్రియేటివిటీ లేదా సృజనాత్మకత.

మన అనుభవం, అనుభూతులు కొన్ని విధానాలను మార్గాలను మనసులో ఏర్పరిస్తే వాటి ద్వారా చూస్తున్నాం. కొన్ని కొన్ని ప్రకృమార్గాలు కూడా ఏర్పడి వుంటాయి. సాధారణంగా వాటి ద్వారా మనం పరిశీలించడం జరుగుదు. సడెన్ గా

కాబట్టి మనకంటూ ఒక కాన్సెప్ట్ వున్నప్పుడే సమాచారం వల్ల మనకు ప్రయోజనం. కాన్సెప్ట్ లేకుంటే నిరుపయోగం.

“బ్యాంకు ఎకౌంట్ సమాచారాన్ని అందించే ఏ.టి.యమ్. యంత్రాలను అమర్చడం మంచిదా? కాదా? అన్న దానిపై అభిప్రాయాలను సేకరిస్తే 90 శాతం మంది మెషిన్ కంటే మనిషి చెబితేనే బాగుంటుంది అని అభిప్రాయాన్ని వెలిబుచ్చారు.

యంత్రాలు సమాధానం చెబుతాయి. డబ్బును డ్రాచేసి ఇస్తాయి. అన్న సమాచారాన్ని ప్రతివారు తమ గత అనుభూతుల ద్వారా రిస్క్ చేసుకొని పాత పద్ధతే బాగుందని అభిప్రాయానికి వచ్చారు. మెక్సికన్స్ మాత్రం యంత్రం వైపే మొగ్గు చూపారు. కారణం అమెరికాలో వుండే మెక్సికన్స్ కు ఇంగ్లీషు భాష సరిగ్గా రాక బ్యాంకు లావాదేవీలలో ప్రశ్నించి తెలుసుకోవడానికి ఇబ్బంది పడేవారు. వారికి మెషిన్ తో అలాంటి ఇబ్బందులుండవనిపించింది.

అందుకనే మెదడు తనకేం కావాలో దాన్నే చూస్తుంది అని చెప్పడం.

### **విశ్లేషణ తర్కం**

విశ్లేషించి తార్కికంగా ఆలోచించడం మనసాంప్రదాయపు ఆలోచనా, అలవాట్లు.

“జుబు, జ్వరం, గొంతునొప్పి, దగ్గు లక్షణాలతో పిల్లవాడిని డాక్టర్ దగ్గరకు తీసుకువచ్చారు. నోరు పరీక్షించాడు డాక్టర్. టాన్సిల్స్ వాచివున్నాయి. టాన్సిలైటిస్ అని నిర్ధారణ చేశాడు. చికిత్స మొదలుపెట్టాడు. మనసు ఏ స్థితిలో వున్నది గుర్తించ గలిగితే వెనువెంటనే స్పందించి తగు చర్య తీసుకొనేలా చేస్తుంది. కొన్ని సందర్భాలలో పరిస్థితిని బట్టి సాధారణంగా ఆ స్థితిలో తీసుకొనే చర్యలు ఆ ప్రత్యేక సందర్భాలలో ఎలా పనిచేస్తాయన్న విషయాన్ని ఆలోచించాల్సి వుంటుంది.

“రావ్ గారు తన స్థలాన్ని తాకట్టుపెట్టి బ్యాంక్ లో లోన్ తీసుకున్నాడు. చేస్తున్న వ్యాపారంలో బాగా నష్టం రావడంతో బ్యాంకు అప్పు చెల్లించ లేకపోయాడు. వ్యాపారం మూసివేశాడు. కుటుంబంతో సహా ఎటో వెళ్ళిపోయాడు. బ్యాంకు తమ డబ్బును రాబట్టు కోవడానికి తాకట్టులోనున్న ఆస్తిని అమ్మడమొక్కటే మార్గం. వెంటనే వేలం వేసి అమ్మాలి. మామూలు పరిస్థితులలో అలాగే స్పందిస్తారు. ఆ సమయంలో రియల్ ఎస్టేట్ వ్యాపారం నత్తనడక నడుస్తుంది. ధరలు బాగా తగ్గాయి. కొనుగోలుదారులు తగ్గారు.

బ్యాంకు వారు అప్పుడే అమ్మడం మంచిదా? కొంతకాలం ఆగి రియల్ ఎస్టేట్ రంగం తిరిగి పుంజుకొన్న తర్వాత అమ్మడం మంచిదా? ఏ విధానంలో లాభపడతారు?

## Business & Marketing Minds

విశ్లేషణ అంటే పరిస్థితిని చిన్న చిన్న భాగాలుగా విభజించి గమనించడం, గుర్తించడం తెలియని వాటిని తెలిసిన వాటితో బేరీజు వేసి గుర్తించడం.

“తెలియని మోటారు గురించి తెలుసుకోవాలనుకొన్నాడు మెకానిక్. దానిలో భాగాలను విడదీశాడు. వాటి అనుసంధానాన్ని పరిశీలించాడు. తిరిగి వాటన్నింటిని యధాస్థానంలోవుంచాడు.” “అదే మెకానిక్ ఇంట్లో టీ.వి. పని చేయడంలేదు దానిలోని యంత్ర అమరణ క్లిష్టంగా వుంది. లోపం ఏమిటో విశ్లేషించాలంటే అన్ని భాగాలను విడదీసి తిరిగి పెట్టాలని ప్రయత్నిస్తే ఆ టీ.వి పనిచేసే విధానానికి ముప్పు కలిగే ప్రమాదముంది అది తెలుసుకున్న ఆ మెకానిక్ తనకున్న జ్ఞానంతో ఒక కాన్సెప్టుతో ఆలోచించాడు. బహుశా ఇది లోపం అయివుండవచ్చు అనుకొన్నాడు. సంబంధిత టీ.వి మెకానిక్ దగ్గరకు తీసుకువెళ్ళాడు. అతను అన్ని కనెక్షన్ల వాటి సంబంధాలు అనుసంధానాలను పరికరాల ద్వారా విశ్లేషించి రిపేరు చేశాడు”.

“స్పెషలిస్ట్ డాక్టర్ రోగిని పరిక్షించాడు. మానవ శరీర పనితీరు మనకు అందని చిత్ర విచిత్రాల సమ్మేళనం. రోగ నిర్ధారణకు పరీక్షలు చేయించాడు. వాటన్నిటిని విశ్లేషించి తన వైద్య పరిజ్ఞానంలో వున్న కాన్సెప్ట్ ను బట్టి వ్యాధి నిర్ధారణ చేసి, చికిత్స చేశాడు. అంతకుముందు అదే రోగి మామూలు డాక్టర్ వద్దకి వెళ్తే ఆ డాక్టర్ మనసులో ఆ కాన్సెప్ట్ లోపించడంతో విశ్లేషించలేక స్పెషలిస్ట్ డాక్టర్ వద్దకు పంపాడు బిజినెస్ రంగంలో కూడా కొంతమంది చాలా సక్సెస్ సాధిస్తూ వుంటారు. హఠాత్తుగా తెల్లవారేసరికి బోర్డ్ తిప్పేస్తారు. దివాలా ప్రకటిస్తారు.

వారికి వారిమనసులో చుట్టుప్రక్కల వున్న ప్రపంచం గురించి ఒక కాన్సెప్ట్ మోడల్ వుంటుంది. దానిని ప్రయోగించి పరిస్థితిని విశ్లేషిస్తూ వ్యాపారం చేస్తారు వారి మానసిక మోడల్ మార్కెట్ లో సరిపోయినప్పుడు విజయం సాధిస్తారు. ఆ మోడల్ పని చేయకపోతే నష్టపోతారు. క్రొత్త కాన్సెప్ట్ కు వారి మనసులో చోటులేక పోవడమే ఓటమికి కారణం.

ఆ ఇంట్లో హత్య జరిగింది ఆ రాత్రి.  
 షెర్లాక్ హోమ్ డిటెక్టివ్ పరిశోధిస్తున్నాడు. హత్య జరిగిన రాత్రి ఆ ఇంటి పెంపుడు కుక్క ఎందుకని మొరగలేదు?  
 ఆలోచించాడు షెర్లాక్ హోమ్. కుక్కకు బాగా తెలిసినవారే ఆ హత్య చేసి వుంటారు.  
 తెలిసిన వారే కాబట్టి కుక్క మొరగలేదు. హంతకుడెవరో తేలిపోయింది.  
 ఇదే సమాచారాన్నించి విలువైన దాన్ని రాబట్టే ఆలోచనా సరళి.  
 అదే బిజినెస్ మైండ్స్ ఆలోచనా సరళి.

**తర్కం**

అనేక విషయాలను సమీకరించి ఒక నిర్ణయానికి రావడమే తర్కం. ఈ బిజినెస్లో రావ్ గారు నష్టపోయారు విజయ్ గారు దెబ్బతిన్నారు. కాబట్టి ఈ బిజినెస్ చేపడితే మనం నష్టపోతాం అన్నది సాంప్రదాయ తర్కం.

బిజినెస్ పరిస్థితి- అవగాహన ముందుచూపు, పోటీ, మొదలగు అంశాలమీద ఆధారపడివుంటుంది. కాబట్టి సాంప్రదాయ తర్కంతో చేసే నిర్ణయాలు అంత మంచిని చేకూర్చవు.

“అడవిలో ఆవు- పులి వున్నాయి. ఆవు సాదుజంతువు. పచ్చగడ్డేదాని ఆహారం చుట్టూ కావాల్సినంత గడ్డివుంది. పొదల్లో చిన్న శబ్దం వచ్చినా, అరుపు వినపడినా పరిగెత్తి దాగి వుండేలా అది ప్రొగ్రామ్ చేయబడింది. పులి వేటాడే జంతువు, పొదల నుంచి ఏ శబ్దం వచ్చినా వెంటనే స్పందిస్తుంది.. వేటాడి ఆహారాన్ని సంపాదించుకోవడానికి తయారవుతుంది.

బిజినెస్ ఎక్స్క్యూటివ్స్ లో ఎక్కువమంది అవులాగా ఆలోచిస్తే అతి తక్కువమంది వులిలా ఆలోచిస్తారు. అలాగని ఎలాంటి పరిస్థితులున్నా ముందుకు దూకాలనుకో కూడదు. ఆ మనస్తత్వంతో ఆలోచించి నిర్ణయం తీసుకోవాలి.

ఎడ్వర్డ్ డిబెన్ గారి “సిక్స్ హెట్స్ థింకింగ్” లో తెల్లబోపి ధరించి అందరూ సమాచారాన్ని గురించి ఆలోచించాల్సివుంటుంది.

నల్లబోపి జడ్డీలకు ప్రతిరూపం ప్రతివారు నల్లబోపి ధరించినట్లు భావించి జడ్డీలాగా పరిస్థితిని అంచనా వేసి విశ్లేషించి తర్కించి “తీర్పు” ఇవ్వాలి.

**సృజనాత్మకత :**

“కట్టెలు కొట్టేవాడు అడవికి వెళ్ళి కట్టెలుకొట్టి ఇంటికి వస్తూ దప్పిక తీర్చుకోవడానికని దిగుదుబావి ఒడ్డున గొడ్డలిపెట్టి మంచినీళ్ళు తాగి వస్తుండగా పొరపాటున గొడ్డలి బావిలో పడుతుంది. అతని బ్రతుకు తెరువుకు అదే ఆధారం. బావి ఒడ్డున కూర్చోని భోరున విలపిస్తూ వుంటే బావి నుంచి జలదేవత ప్రత్యక్షమై ఎందుకేడుస్తున్నావు అని అడుగుతుంది. నా జీవనాధారమైన గొడ్డలి బావిలో పడింది అంటాడు. జలదేవత వెంటనే ఒక బంగారు గొడ్డలి తెచ్చి ఇదేనా, అనడం వాడు కాదనడం, తిరిగి ఆమె వెండిగొడ్డలి చూపించి ఇదేనా, అంటే అది నాది కాదని వాదనడం, ఆఖరిసారి అతని ఇనుప గొడ్డలి తీసి చూపిస్తే ఆనందంతో నాది ఇదే నంటూ గుర్తించడం అతని నిజాయితీ చూసి ఆ దేవత ఆ మూడు గొడ్డళ్ళు అతని కివ్వడం అందరికీ తెలిసిన కథ నీతికథ అందరూ విన్న కథ.

అది మనమనసులో సాంప్రదాయ మార్గాల ద్వారా నమోదైన కథ.

సడెన్ గా ఒక కవి మనసులో అది తన రూపాన్ని కొంచెం మార్చుకుంది నేటి కాలమున్న రాజకీయ పరిస్థితుల నేపథ్యంలో అది రూపాంతరం చెందింది. కథ పెరిగింది ఇలా-

“ఆ కట్టెలుకొట్టే వాడు ఆమూడు గొడ్డళ్ళూ తీసుకొని ఇంటికి వస్తాడు అవి ఎక్కడివని భార్య అడిగితే జరిగిందంతా పూసగుచ్చినట్లు వివరిస్తాడు, బంగారమంటే మోజున్న ఆమె, భర్త తెలివి తక్కువతనాన్ని వెక్కిరిస్తుంది. అన్నీ బంగారు గొడ్డళ్ళు ఇవ్వమని అడగనందుకు ఈసడించుకుంటుంది. నేనే ఆ బావి దగ్గరకు వెళ్ళి అడుగుతాను అంటూ వెళ్ళింది. బావి చుట్టూ తిరుగుతూ ఏడుస్తూవుంది. జలదేవత ప్రత్యక్షంకాలేదు. ఇంకా తొందరగా తిరుగుతూ పొరపాటున కాలుజారి బావిలో పడింది. భార్యఎంతకీ తిరిగి రాకపోయేసరికి కట్టెలుకొట్టేవాడు భావి దగ్గరకు వస్తే ఆమె బావిలో పడిన ఆనవాళ్ళు కనిపించాయి. అయ్యో నా భార్య బావిలో పడింది అని ఏడుస్తుంటే జలదేవత ప్రత్యక్షమై నీటిలోకి వెళ్ళి సిమ్రాన్ లాంటి అమ్మాయిని తీసుకొచ్చి ఈమేనా నీ భార్య అని అడుగుతుంది. అవునమ్మా ఈమేనాభార్య అంటాడు. జలదేవతకి కోపం వస్తుంది. గొడ్డలి విషయంలో నిజాయితీగా వున్న నీవు ఆడవారి విషయంలో అత్యాశ చూపావు. నిన్ను శపిస్తా అంటుంది. దానికి వాడు ఆమె కాళ్ళు పట్టుకొని అమ్మా శిక్షించే ముందు నేను చెప్పేది విను తల్లి. విన్న తరువాత నాది తప్పయితే శిక్షించండి అంటూ వేడుకొంటాడు.

‘సరే చెప్పు’ అంటుంది ఆ దేవత “అమ్మా ఈమె నా భార్యకాదు అన్నాను అనుకో నీవు మరలా భూమిక లాంటి మరో అమ్మాయిని తెచ్చి చూపిస్తావు. ఆమె కూడా నా భార్యకాదు అంటే అప్పుడు వెళ్ళి నా భార్యను తెచ్చి ఇచ్చి నా నిజాయితీకి మెచ్చి ముగ్గురిని నాకు బహుమానంగా ఇస్తావు. ఈ కరువు కాలంలో ఒక భార్యతోటే ఇబ్బందులు పడుతున్న నేను ముగ్గురు భార్యలతో ఎలా నెట్టుకురాగలను ఆలోచించండి. అందుకనే మొదట చూపించినామే నా భార్య అని తీసుకు వెళ్ళామనుకొన్నాను అంటూ అమాయకంగా నివరించాడు. దేవత శాంతించింది. అతని భార్యని మాత్రమే అతనికి ఇచ్చింది.

సాంప్రదాయ జ్ఞాన మార్గాలలో ఇమిడిన విషయం సడెన్ గా రూపాంతరం చెందడం వల్ల హాస్యం పుట్టింది అదే క్రియేటివిటీ లేదా సృజనాత్మకత.

మన అనుభవం, అనుభూతులు కొన్ని విధానాలను మార్గాలను మనసులో ఏర్పరిస్తే వాటి ద్వారా చూస్తున్నాం. కొన్ని కొన్ని ప్రకృతమార్గాలు కూడా ఏర్పడి వుంటాయి. సాధారణంగా వాటి ద్వారా మనం పరిశీలించడం జరుగదు. సడెన్ గా

ఆ ప్రకృ మార్గాలు తెరుచుకుంటే ఆ ప్రకృ మార్గాలద్వారా అవగాహన చేసుకుంటే హాస్యం వుడుతుంది. సృజనాత్మకత పెరుగుతుంది.

సృజనాత్మకతతో వచ్చే ఐడియాలు ముందుచూపు తర్కంతో వచ్చే అవగాహన మంచిగా అనిపిస్తేనే విలువనిస్తాయి. లేకుంటే పిచ్చి ఆలోచన అని కొట్టిపార వేయబడుతుంది.

“రెస్టారెంటుకు ఎక్కువ మంది కస్టమర్స్ రావాలి అంటే క్రొత్త రెస్టారెంట్ ప్రారంభించి “రౌడి” సర్వర్లతో సర్వీ చేయించే రెస్టారెంట్ అంటూ ప్రచారం చేయండని ఒక క్రొత్త సృజనాత్మకతతో కూడుకున్న ఐడియాని ఇస్తాడు ఎడ్వర్డ్ డిజేన్. తార్కిక జ్ఞానంతో ముందుచూపుతో ఆలోచిస్తే అది పిచ్చి ఐడియా అనిపిస్తుంది. నిజమే కదా మర్యాద పూర్వకంగా సర్వీసు ఇస్తుంటేనే వంకలు పెట్టే కస్టమర్స్ రౌడి సర్వర్లను ఇష్టపడతారా? అదే ప్రశ్నను ఆయన ఇలా విశ్లేషించాడు.

‘రెస్టారెంట్ పెట్టి అలాగే ప్రచారం చేయండి. సర్వర్లకి వివిధ రౌడీల ఆకృతి కల్పిస్తూ వేషం వేయండి. ఒకరు వీరపున్ లాగా, మరొకరు బిళ్ళా రంగాలా , రకరకాల వేషాలతో సర్వర్లు వుంటారు. వచ్చే కస్టమర్స్ ముఖ్యంగా పిల్లలు ఏ సర్వర్ కావాలని కోరుకుంటారో ఆవేశగాడి చేతనే సర్వీ చేయించండి. ఆదరణ పెరుగుతుంది’ అంటాడు.

ముందుగా పిచ్చిగా అనిపించిన ఐడియా మరోకోణం నుంచి ఆలోచిస్తే- తర్కిస్తే మంచిగానే కనిపిస్తుంది.

సాంప్రదాయపు ఆలోచనల పరుగులో మన కొచ్చే ఐడియా చూడగానే బాగుందాలి అన్న ఒరవడికి అలవాటు పడ్డ మనసు సృజనాత్మకతకు పెద్ద పీట వేయలేదు.

అదే అలవాటు వ్యాపారాలలో చోటు చేసుకుంది. క్రియేటివిటి అవసరాన్ని గుర్తించిన సంస్థలు దానిని మార్కెటింగ్ డిజైన్ మొదలగు కొన్ని చోట్ల మాత్రమే వినియోగిస్తున్నాయి. విద్యాభ్యాసం నుంచి క్రియేటివిటి అంటే అది కళకు సంబంధించినదన్న అపోహకి గురైన మనసు దానికి దూరమవుతుంది.

అన్ని ఆలోచనలలో సృజనాత్మకత వుండాలి. అవగాహన చేసుకోవడం, కాన్సెప్ట్ను అభివృద్ధి చేసుకోవడం ఒకటనేమిటి, వ్యాపారానికి సంబంధించిన అన్ని విభాగాలలో సృజనాత్మక ఆలోచన ముఖ్యఅవసరం. ఎడ్వర్డ్ డిజేన్ గారి సిక్స్ హాట్స్ థింకింగ్ లో గ్రీన్ హాట్ ధరించినట్లు భావించి అందరూ దీనికి ప్రత్యామ్నాయ ఏర్పాట్లు, విధానాలు ఏమున్నాయి అన్న ఒక్క ఆలోచనతో సృజనాత్మకంగా అందరూ ఆలోచించాలని భోదిస్తారు.





పోపులర్ షూ మార్కు  
సన్యాసిరాజు రోడ్,  
గాంధీనగరం,  
విజయవాడ-520 00,

## కాన్సెప్ట్ సూచిక

.....రోడ్ మీద ప్రయాణం చేస్తూ గమ్యంచేరాలి అన్నది కాన్సెప్ట్ అయితే కారులో వెళ్ళాలా, నడిచివెళ్ళాలా, సైకిల్ పై వెళ్ళాలా, అన్నది ప్రాక్టికల్ ఐడియా.

పిక్నిక్ వెళ్ళి రిలాక్స్ కావడం అనేది కాన్సెప్ట్. ఏ ప్రదేశానికి వెళ్ళాలన్నది ఐడియా. ఐడియా అనేది మనం ప్రత్యేకంగా చేయగలిగినదానిని సూచిస్తుంది. కాన్సెప్ట్ స్థూలంగా ఏదో ఒక ఐడియా ద్వారా చేయాల్సిన దానిని సూచిస్తుంది.

ఈతరం యువకులకు ఒక కాన్సెప్ట్ వుంది. బిజినెస్ చేయాలి. సంపాదించాలి. ఏమి బిజినెస్ చేయాలో స్పష్టమైన అవగాహన వుండదు. ఐడియా వుండదు. కష్టపడకుండా ఎక్కవ డబ్బు సంపాదించవచ్చు అనుకుంటారు. ఆ వ్యాపారంలో ఎంత కష్టపడాలో, ఎలా ఆలోచించాలో, ఏలా మార్కెటింగ్ చేయాలో.... మొదలగు వాటి వైపు చూడరు.....

కాస్నెట్స్ ఎప్పుడుకూడా సందిగ్ధంగా అనిశ్చితంగా, కనపడి కనపడనట్లుగా అస్పష్టతతోవుండాలి. అలా వుంటేనే అవి శక్తిని కలిగివుంటాయి. మరినేటి యువతరం చేయాలనుకుంటున్న బిజినెస్ కాస్నెట్స్కి ఈ లక్షణాలున్నాయికదా. ఏ బిజినెస్ చేయాలన్న స్పష్టమైన అవగాహన లేక పగటి కలలు కంటుంటారని పైనే చెప్పడం జరిగింది. వారి లోపమల్లా క్రియేటివ్గా ఆలోచించిక పోవడం, ప్రాక్టికల్గా ఆలోచించక పోవడం. క్రియేటివ్గా ఆలోచిస్తే ఆ కాస్నెట్స్ ప్రత్యేకత గోచరిస్తుంది. డైరెక్షన్ కనబడుతుంది.

విషయాన్ని గ్రహించి అవగాహన చేసుకోవడానికి మనసులో కాస్నెట్స్ ఏర్పడటానికి తేడావుంది.

మన మనసుకు చేరిన సమాచారం అది వరకే ఏర్పడివున్న న్యూరలాజికల్ మార్గాల ద్వారా గత అనుభవాల నేపథ్యంలో గ్రహించడం జరుగుతుంది. ఒక విషయాన్ని పరిశీలించినప్పుడు గ్రహించిన వాటిని మనసులో వున్న గ్రూపులలో చేర్చడాన్ని అవగాహన చేసుకోవడం అనవచ్చు. అంతర్గతంగా పరిశీలించి మన అనుభవంతో విషయాలని ఒక గ్రూపు చేయడాన్ని కాస్నెట్స్ అనవచ్చు. గ్రహించినదానికి ఒక పేరుపెడతాం.

ఉదా : పువ్వు, రెస్టారెంటు, కొండ, రైలు, గుఱ్ఱం.

అంతర్గతంగా ఆలోచించి విషయాలను సమీకరించి గ్రూప్ చేసి ఒక ఉద్దేశ్యం లాభం వుండేలా చేసేదే కాస్నెట్స్.

ఉదా : ట్రాఫిక్ కంట్రోల్, రెస్టారెంట్ కు బ్రాంచీలు, సేల్స్ టాక్స్, ఇన్ కమ్ టాక్స్.

“సాయంకాలం షికారుకెళ్ళడం నవీన్ కు అలవాటు. అలవాటుగా తను వెళ్ళే మార్గాన వెళ్తుంటే ఎదురుగా నలుగురు రౌడీలు తన వైపు వస్తున్నారు. వారితో పాటు తన క్లాస్ మెట్ కూడా వున్నాడు. ఆ క్లాస్ మేట్ కి నవీన్ కి ఉదయం గొడవయింది కాలేజీలో. కాలేజీ వదిలి నాక వాడికి సారి చెప్పినా వినిపించుకోకుండా కోపంతో వెళ్ళిపోయాడు.

నవీన్ కు కనిపించిన దృశ్యం అతని మనసులో గత జ్ఞానమార్గాల ద్వారా సమీకరించబడి విషయగ్రహణ జరిగింది. వాళ్ళు తనని కొట్టటానికి వస్తున్నారు అని. పారిపోయినా వెంటాడి పట్టుకొని కోడతారు. అక్కడే వుండి వారితో తానొక్కడే పోట్లాడలేడు. ఎలాగైనా సరే దెబ్బలు తప్పించుకోవాలి.

నవీన్ మనసులో తన్నులు తినకుండా వుండాలి అన్న కాస్నెట్స్ ఏర్పడింది. అది అస్పష్టం. ఎలా తన్నులను ఆపవచ్చు అన్న దానిపై స్పష్టత లేకున్నా కాస్నెట్స్ ఏర్పడింది

## Business & Marketing Minds

బడియాల కోసం నవీన్ మనసులో ఆలోచించడం ప్రారంభించాడు. సృజనా తృకంగా ఆలోచించడం మొదలుపెట్టింది. అంతలో వాళ్ళ దగ్గరకు రానే వచ్చాడు. వెంటనే నవీన్ మనసులో ఒక ఐడియా వచ్చింది. దానిని అమలుచేశాడు. ఒక చిన్న కర్ర ముక్కతో తనముందు రోడ్పై ఒక గీత గీచాడు. బిగ్గరగా ఇలా అన్నాడు, గీత దాటారా.... జాగ్రత్త! అనే ఫీలింగ్ వారికి కలిగేలా అన్నాడు.

అంతేవాళ్ళు షడన్ గా ఆగారు, బిత్తరపోయారు. వాడొక్కడు తాము నలుగురు. గీతదాటితే ఏమవుతుందో... ఆలోచనలో పడ్డారు.

ఆ రోడ్ ల మీదకు పరువు ప్రతిష్టల సమస్య. ధైర్యాన్ని కూడగట్టుకొని ఒక్కడే ఆ గీత దాటి “దాటాను రారా” అన్నాడు.

నవీన్ నవ్వుతూ మనిద్దరం గీతకు ఈ వైపున వున్నాం. వారు ఆవైపున ఉన్నారు. మనిద్దరిది ఒకే జట్టు అన్నా అంటూ కరచాలనం చేశాడు.

అది ఐడియా అంటే.

రోడ్ కి నవ్వువచ్చింది. అతని సమయస్ఫూర్తికి అవును తమ్ముడు అంటూ స్నేహం కలిపాడు.

“బాటా” కంపెనీని ఒక కాన్సెప్ట్. అనుబంధ సంస్థలు ఏర్పరచే వారికి తానే డైరెక్ట్ గా లైసెన్స్ ఇచ్చి వారి నుంచి రాయల్టీ పొందడం

“ఆమ్స్” కంపెనీని ఒక కాన్సెప్ట్ అనుబంధ సంస్థ తాను లైసెన్స్ తీసుకున్న తర్వాత ఇండిపెండెంటుగా తాను మరికొందరికి అనుబంధాలుగా లైసెన్స్ లు ఇవ్వవచ్చు. ఈచైన్ సిస్టమ్ లో టైమ్ కాంపౌండింగ్ జరుగుతుంది. అందరికీ లాభాలలో తగు వాటా వస్తూ వుంటుంది.

అమెరికాలో ఉదయం హడావిడిగా ఆఫీసుకు వెళ్ళాలి. ఇంట్లో టిఫిన్ తయారుకాదు. బైటతివాలి. అలాంటి వారికి అతిత్వరగా వేగంగా టిఫిన్ అందించాలి అనేది ఆ రోజుల్లో కొందరికొచ్చిన అంతర్గత ఆలోచన. అదే కాన్సెప్ట్. వారికి వచ్చిన ఐడియా ఫాస్ట్ ఫుడ్ సెంటర్స్.

అదే కాన్సెప్ట్ ను మనరాష్ట్రంలో ఆ రోజులలో హోటల్ వ్యాపారం చేసేవారు చూశారు. వారి వారి అనుభవం “మనవాళ్ళు తాపీగా కూర్చుని సర్వర్ సర్వ్ చేస్తే తినడం ఇష్టపడతారు” ఆ అనుభవంతో అమెరికాలో అమలైన కాన్సెప్ట్ ఇక్కడ పనికిరాదనుకున్నారు.

మరి కొన్ని సంవత్సరాలకు కొందరు సృజనాత్మకంగా ఆలోచించారు. ప్రజల అవసరాలను గుర్తించారు. ఊరువాడా ఎక్కడ చూసినా ఫాస్ట్ ఫుడ్ సెంటర్లు వెలిసాయి. సక్సెస్ అయినాయి.

రోమన్స్ ఈజిప్టువారు నాగరికతలో ముందుండేవారు. వారికి టెక్నాలజీ వుండి టైమ్ కొలవడానికి నీటి గడియారాలు, హవర్ గ్లాసులు వాడేవారు. ఆ రోజులలో వారు పగటి వేళను 12 గంటలుగా, రాత్రివేళను 12 గంటలుగా విభజించాలనుకున్నారు. కాన్సెప్ట్లేదు.

రేయి పగలు సమానంగా వుండవు. వారికి భూమధ్యరేఖ ప్రభావంతో ప్రతిరోజూ రాత్రి సమయానికి పగటి సమయానికి వ్యత్యాసం రోజుకో రకంగా వుండేది. జూన్ 21న పగలు ఎక్కువ సేపువుంటే డిసెంబర్ 21న రాత్రి ఎక్కువగా వుంటుంది. కాబట్టి ఒక్కొక్కదాన్ని 12 సమభాగాలు చేయడం సాధ్యపడలేదు.

13 శతాబ్దంలో ఆరేబియాకు చెందిన హసాన్ అనేగణిత శాస్త్రజ్ఞుడుకి ఒక బడియా వచ్చింది. ఈరోజు సూర్యుడు నడినెత్తిన ఉన్నప్పటినుండి రేపు సూర్యుడు నడినెత్తికి వచ్చేదాకా ఒక రోజునుకుంటే దాన్ని 24 గంటలుగా విభజిస్తే సరిపోతుందని తేల్చాడు. ఈ క్రొత్త కాన్సెప్టు విలువ 1863 దాకా జపాను వారు గమనించ లేదు.

బెనటీన్ కార్పోరేషన్ బట్టల డిజైన్ను కాకుండా బట్టల రంగులను అమ్మవచ్చు అన్న కాన్సెప్ట్తో విజయం సాధించింది.

దుస్తులను కలర్ లేకుండా తయారుచేసేవారు. కొన్నిటికి వివిధ రంగులువేసి షాప్లో పెట్టేవారు. ఏ రంగు బాగా అమ్ముడవుతుంటే తయారైన బట్టలకు ఆరంగు డై వేసి పంపేవారు. అతి తక్కువ ఖర్చుతో నిరాడంబరంగా షాపులు ప్రారంభించడం ఒక కాన్సెప్ట్. కంప్యూటరైజేషన్తో తక్కువ మంది సిబ్బందితో బ్యాంక్ లావాదేవీలు ఒక కాన్సెప్ట్.

శరీర ఆరోగ్యం మీద అవగాహన పెరుగుతున్న తరుణంలో ప్రకృతి నుంచి లభించే వాటితో సౌందర్య సాధనాలు, పోషక ఆహారాలు అందివ్వడం ఒక కాన్సెప్ట్.

తక్కువ ఖర్చుతో విమానయానాన్ని అందించడం ఒక కాన్సెప్ట్

### **కాన్సెప్ట్ ఏర్పడేవిధానం**

ఒక పెద్ద ట్రేలో ఇసుకవుందనుకోండి. దానిలో ఇసుకగోలీలు పెద్దవి. అనేక ఎత్తులనుండి వేశారు. ఆ గోలీలు ఎక్కడైతే పడ్డాయో అక్కడే వుంటాయి. కొన్ని లోతుగాను, కొన్ని పై పైనేవుంటాయి. అదే ఒక పెద్ద కోడిగ్రుడ్లను వుంచే ట్రేవుంచి దానిలో పైనుంచి గోలీలను అనేక ఎత్తులనుండి వేశారనుకోండి. అవన్నీ ఆ గుంటలలో సమాంతరంగా అన్నీ ఒకే లెవెల్లో వుంటాయి.

## Business & Marketing Minds

సమాచారాన్ని స్వీకరించినపుడు ఆ సమాచారం మనమనసులో ఏర్పడివున్న అలాంటి సమాచార మార్గంలో పడుతుంది. క్రొత్త దనం ఏమీ లేదనిపిస్తుంది. కాబట్టి సాధారణంగా సమాచారం గ్రహించినంత మాత్రానే కాన్సెప్ట్స్ ఏర్పడటానికి అవకాశాలు తక్కువ ధైర్యంతో, ఊహాశక్తిని వినియోగించి సృజనాత్మకతతో ఆలోచించగల నేర్పరితనాన్ని ఏర్పరచుకోగలిగితే సేకరించిన సమాచారంతోనే కాన్సెప్ట్స్ ఏర్పడతాయి ప్రస్తుతం అవలంబిస్తున్న కాన్సెప్ట్లలో మార్పులు చేర్పులు తేవాలనే ఆలోచనతో క్రొత్తవి రూపుదిద్దుకుంటాయి.

పరిస్థితులను బట్టి కాన్సెప్ట్స్ మారుతుంటాయి.

ప్రభుత్వ ఆసుపత్రులలో ఫరిసరాల పరిశుభ్రతకోసం ఉద్యోగ నియామకాలు పాత కాన్సెప్ట్. దాని వలన వచ్చే ఇబ్బందులను దృష్టిలో పెట్టుకొని కాంట్రాక్టు ఇవ్వడం వలన టాయిలెట్లలో శుభ్రత పెరిగింది.

ఎల్.ఐ.సి వారి లివింగ్ టెనిస్ ఫిట్స్ పాత కాన్సెప్ట్ నుంచి సృష్టించిన క్రొత్తకాన్సెప్ట్.

కంపెనీ అవుట్లెట్ పెట్రోలు బంకులలో వసతి, భోజన తదితర సదుపాయం అమెరికా క్రొత్త కాన్సెప్ట్

అవసరాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకుని వివరాలను పరిశీలిస్తేనే కావాల్సిన సమాచారం వస్తుంది. కాన్సెప్ట్ ఏర్పడుతుంది

అది ఎరువురంగు- ట్రాఫిక్ లైట్లు నేపథ్యంలో ఆగమని, రైల్వేజండాలు నేపథ్యంలో అపాయమని, రాజకీయ పార్టీల దృష్ట్యా కమ్యూనిస్ట్ అని గుర్తు.



## వీటి ముప్పు

జీవించడమా?

గుర్తింపు పొందడమా?

పోటీతో సతమతమవాలా?

పోటీవున్నా లేకున్నా అభివృద్ధి సాధిస్తూనే వుండాలా?

అసలు పోటీ దేని కోసం

- కొనుగోలు ధర పెరగకుండా కస్టమర్స్ కు మేలు చేస్తుంది ఈపోటీ.
- నాణ్యతలో లోపం రాకుండా చూస్తుందిపోటీ.
- వీటికి భిన్నంగా అందించిన ఉత్పత్తి దారుడిని బజినెస్ లో నుంచి వైదొలగిస్తుంది ఈ పోటీ.

## Business & Marketing Minds

పోటీ అవసరమే రసంలోకి నీళ్ళు లాగా వ్యాపారానికి పోటీ ముఖ్య అవసరమే. అదొక్కటే సరిపోదు. తోటివారితో పోటీపోటీ అంటూ బిజినెస్ బ్రతుకు తెరువుకోసం పోరాడుతుంటే క్రొత్త తరం వారు సరికొత్త ఐడియాలతో, పోకడలతో, నాణ్యతలతో మార్కెట్లో రంగ ప్రవేశం చేసి “మరి కొంత పోటీ” ఇస్తున్నారు.

ఈ పోటీలో లాభాలు తగ్గుతాయి. ఉత్పత్తి దారునకు చాలా తక్కువ లాభం వుంటుంది. పనిచేసే వారికి కూడా అధిక ప్రయోజనాలు వుండవు. కాబట్టి అసంతృప్తితో పని చేసే అవకాశం ఉంది.

ఉత్పత్తి దారునిమీద పోటీవత్తిడి. ఖర్చులు, వత్తిడి, ప్రకృతి పరమైనవత్తిడి, చివరకు జీవన పోరాటం చేస్తూ నెట్టుకురావాల్సి వస్తుంది.

అందరూ జీవనపోరాట సమరం కొనసాగిస్తుంటే ఆ రేఖనుంచి పైకెదగడానికి కృషి చేసి ముందుకు సాగితేనేమనగడ. కండబలంతో మార్కెట్లో ఏకఛత్రాధిపత్యం చేసి తన బిజినెస్ పెంచు కోవడం చట్టవిరుద్ధమేకాక అసాధ్యం.

విలువల ద్వారా బిజినెస్లో ఏకఛత్రాధిపత్యం చేయవచ్చు. అది కొనుగోలు దారుని అవసరాలు తీరుస్తుంది. వ్యాపారస్తునికి లాభంచేకూరుస్తుంది. విలువల నందివ్వడం అంటే కొనేవారు తమకు నచ్చిన దానిని కొనుగోలు చేయడానికి వీలుగా వుంచడం.

“బంగారంతో వజ్రాలతునకలు పొదగబడిన రోలెక్స్ వాచీని లక్షలాది రూపాయలు వెచ్చించి కొనుక్కున్నాడు కోటీశ్వరుని ఏకైక పుత్రుడు దిలీప్. అది టైమ్ చూపిస్తుంది.

గుమస్తా గురునాదం రెండోదలు పెట్టి మామూలు వాచీని కొనుక్కున్నాడు. అదీ టైమ్ చూపిస్తుంది. దిలీప్ విలువ దిలీప్దే. జీవితంలో జీతంతో పోరాడే గురునాథం విలువ గురునాథానిది. డబ్బుండి అది ఖర్చుచేయడానికి వీలు లేకుండా మామూలు వస్తువులతో మార్కెట్ నిండివుంటే డబ్బుఎందుకు. ఎవరి ఆర్థిక పరిస్థితి తగ్గట్టు ఖర్చుపెట్టుకొనే అవకాశాలువుంటేనే ఆర్థిక పరిస్థితి మెరుగవుతుంది.

కాంపిటీషన్ రేఖదాటి పైపైకి అభివృద్ధి చెందడం వ్యాపారస్తునికి కొనుగోలు దారుకు దేశ ఆర్థిక పరిస్థితికి మంచి చేకూరుస్తుంది.

“రేడియోల తరం పోయి టేప్ రికార్డుల తరం వచ్చింది. దాని సైజు తగ్గే తగ్గే వాక్ మెన్ వాడుకలోకి వచ్చింది. ఎన్ని కంపెనీలు వాక్ మెన్లు తయారుచేసినా సోనీ కంపెనీ తన స్థానాన్ని నిలబెట్టుకుంటూనే వస్తుంది.

జపాన్ లో<sup>o</sup> ఎక్కువమంది చిన్న చిన్న ఆపార్ట్ మెంట్ లలో నివసిస్తారు. అందుకోసం టేప్ రికార్డర్ సైజ్ తగ్గిస్తూ పోర్టబుల్ మోడల్ తయారైంది. అలా చిన్నసైజు ఫ్యాషనయ్యింది. షడన్ గా చిన్నటేపురికార్డర్ విలువ అమెరికాలో

పెరిగింది. అందరు విపరీతంగా ఎక్కువ సేపు టి.వి చూడటం ఆమెరికాలో అలవాటైంది మెదడుకు ప్రేరణ లేకుండా పోయింది. ఆలోచించడం తగ్గింది. మెదడుకు చురుకుదనాన్ని, ప్రేరణను ఇవ్వడానికి బయటకు వెళ్ళేటప్పుడు ఈ చిన్న టేవ్రికార్డర్ ఉపయోగపడుతుందని గ్రహించడంతో దానిపై మక్కువ పెరిగింది. ఈ నేపథ్యంలో సోనీ కంపెనీ వాక్మెన్ని విడుదల చేసి సంచలనాత్మక అమ్మకాలు సాగించింది.

అంతటాతో సోనీకంపెనీకి పోటీగా అనేక కంపెనీలు వాక్మెన్లను తయారుచేశాయి. సోనీ కంపెనీ తన మోడల్ సక్సెస్ అయిందని మిగిలిన వాటితో పోటీపడుతూ కూర్చోకుండా ఒక మోడలు తర్వాత మరోమోడల్ను తయారు చేయసాగింది. మొదటి మోడల్కు అమ్మకాలు బాగా వున్న సమయంలోనే అవసరం లేకున్న మరిన్ని మెరుగులతో రెండో మోడల్ తయారు చేసింది. మూడో మోడల్, నాలుగో మోడల్... ఎవరికి అందనంత ఎత్తైన విలువలతో అగ్రగామిగా నిలబడగలిగింది పోటీలేకున్నా తనతో తానే పోటీపడి ఒక మోడల్ తర్వాత మరో మెరుగైన మోడల్ తయారు చేస్తూ వెళ్ళింది.

నేను సైతం' అంటూ అదే బిజినెస్ చేపట్టిన ఇతర కంపెనీలు పోటీతో వాక్మెన్లు తయారుచేసి విడుదల చేశాయి. మెరుగులు దిద్ది మార్పులు చేసి విలువలను పెంచే ప్రయత్నం చేయలేదు. “కాంపిటీషన్” నిన్నటిమాట, “సర్విటీషన్” నేటి మాట అంటారు ఎడ్వర్టైజింగ్. సర్విటీషన్ అనే పదాన్ని ఆయన సృష్టించారు.

## **విలువలతో ఆక్రమణ**

విలువలు ఆపాదించి మార్కెట్ను ఆక్రమించి కైవసం చేసుకోవడానికి అనాదినుండి కొన్ని సాంప్రదాయపు విలువల అభివృద్ధి గతంలోవుంది. వాటిల్లో కొన్ని ఈనాటికి పని చేస్తుంటే మరి కొన్ని విలువలు తెరమరుగైనాయి.

### **1. భౌతిక అసమానత :**

తాజ్మహల్ ఈనాటికి ఒక్కటే. అందమైనది, విలువైనది వెలకట్టలేనంత విలువైనది.

“హోటల్ కట్టాలంటే అతి ముఖ్యం అది కట్టే ప్రదేశం. ఆ ప్రదేశంలో కడితేనే హోటల్ విలువగలదొళుంది. కట్టిన ప్రదేశం కాలక్రమంలో హోటల్ విలువను మారుస్తుంది. ఉదాహరణకు, పూర్వపుదోజులలో విలువకలవిగా చెలామణి అయిన హోటల్స్ రైల్వేస్టేషన్, బస్స్టేషన్ సమీపంలో కట్టబడి ఆరోజులలో విలువల వైలుగునొందాయి. కాని ఆ స్థలాలలో కట్టబట్టి ఈనాడు వాటికి విలువలేదు



### 2. సాంకేతిక అసమానత :

ఔషధాలు తయారుచేసే మెడికల్ కంపెనీలు పెటెంట్ హక్కులు కలిగి వుండటంతో విలువలు ఆపాదించుకుంటాయి. కొత్తమందును తయారుచేయడానికి కోట్లాది రూపాయలు రీసెర్చికి ఖర్చవుతుంది. దాదాపు అమ్మకాలలో 17 శాతాన్ని ఆ కంపెనీలు రీసెర్చికి ప్రయోగాలకు కొత్తమందులు కనిపెట్టడానికి ఖర్చు పెడతాయి. కాబట్టి ఆ కాంబినేషన్ వెరెవరూ వాడకూడదన్న అంక్షలు రూల్స్ కొన్ని సంవత్సరాలపాటు ఆకంపెనీలకు ఇస్తారు. ఆ సమయంలో ఆమందును అమ్మేది ఆ ఒక్క కంపెనీ కాబట్టి ప్రయోగాలకైనా ఖర్చు జమ అవుతుంది. క్రొత్త ప్రయోగాలకు తిరిగి కొంత ఖర్చుబెట్టే వీలుంటుంది.

### పేరుకు గుర్తింపు రావడం

“బాటా, రీబాక్ షూస్, చరగ్ దిస్ వస్త్రాలు, గుస్సీ” మొదలైనవి వాటి పేరునుబట్టి కొనే స్థాయికి చేరాయి. పేరు తెచ్చుకొన్న వ్యక్తులు వ్రాసిన పుస్తకాలు బాగా అమ్ముడవడం, ఒక హీరో నటించిన చిత్రానికి ప్రజాధరణవుండటం, వ్యక్తుల అసమానత వల్ల జరుగుతుంది. మైఖేల్ జాక్సన్ సిడిలుపేరు గుర్తింపుతోనే ప్రపంచ మార్కెట్ లో అసమానతను సంపాదించాయి. ఆస్థానాన్ని నిలబెట్టుకోవడానికి వాళ్ళు నిరంశరం కృషి చేస్తూవుంటారు. పేరుతెచ్చుకున్న క్రీడాకారుడు ఆపేరు నిలబెట్టు కోవడానికి ప్రాక్టీస్ చేస్తూ వుండాలి. లేకుంటే వెనుకబడిపోతాడు.

### డామినేషన్

కొన్ని కంపెనీలు ముందుగా మార్కెట్ లో ప్రవేశించి క్రొత్తవారు ఆ రంగంలో ప్రవేశించేలోపే విస్తరించి పోవడం జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు ఐ.బి యమ్. కంప్యూటర్స్, టాటా కంపెనీ అధికపెట్టుబడి అవసరమైన ప్రాజెక్టులను త్వరగా క్రొత్త వారు స్థాపించ లేరు. కాబట్టి ముందునెలకొన్న వారికి పోటీవడే వారుండకపోవచ్చు అలాగే తమదైన శైలిలో ఒక బ్రాండ్ ఇమేజి సృష్టించుకున్న వారికి పోటీతక్కువగా వుంటుంది.

### అభిరుచులలో మార్పు

రోజులు మారుతున్నాయి. అభిరుచులు మారుతున్నాయి. శరవేగంతో మారుతున్న ప్రాపంచిక మార్పులతో పెరుగుతున్న సమాచారంతో విలువలు మారుతున్నాయి. నిన్న ఆ వ్యాపార సంస్థని అగ్రగామిగా నిలబెట్టిన ఆ విలువ ఆనాటిది. ఈనాటిది కాదు. ఈనాటిది రేపు పనికిరాదనవచ్చు. ఈ రోజువున్న బ్రాండ్ రేపు పనికిరాకపోవచ్చు రాజులు పోయినట్లు నేటి గుత్తాధిపత్యం వహిస్తున్న సంస్థలు రేపు మూసివేయబడవచ్చు.

విలువలను కలపుకుంటూ పెంచుకుంటూ పోతే ఆ సంస్థ అన్నిటికంటే ముందువుంటుంది. నృజనాత్మకతతో ఆలోచించి నిర్ణయాలు తీసుకునే సంస్థలు అగ్రగామిగా వుంటాయి. కాన్సెప్ట్లను కనుగొంటూ అభివృద్ధి చేస్తూ ఉపయోగిస్తున్న సంస్థలు ఎల్లకాలం నెంబర్ వన్ గా నిలుస్తాయి.

“విమాన సంస్థలన్నీ పోటీపడి ఒకేరకమైన సర్వీసు అందిస్తున్న సమయంలో సౌత్ వెస్ట్ ఎయిర్ లైన్స్ అన్నిటికంటే అధికృత సంపాదించింది. లాభాల బాటలలో నడుస్తూ ప్రజల తృప్తి మేరకు సర్వీసు అందిస్తూ పేరుగడించింది.

ఖచ్చితంగా ప్రయాణీకులు ఏమికోరుకుంటారో వాటిని అందించడమే ధ్యేయం అనే కాన్సెప్ట్ తో జేరవలసిన సమయానికి సురక్షితంగా చేరుస్తూ ఆ ప్రయాణ సమయాన్ని అప్లోకరమైన వారి సముదాయంతో గడపడం ముఖ్యం అని మిగిలిన సంస్థలు కంటే భిన్నంగా వ్యవహరించడం ప్రారంభించింది.

టికెట్ ధర తగ్గిస్తే ప్రయాణం సరదాగా వుంటుందని భావించే అనేక మంది క్రొత్త కస్టమర్స్ ను, ఇంతవరకు గతంలో విమాన ప్రయాణం చేయని వారిని కూడా ఆకర్షించవచ్చు అనే ఉద్దేశ్యంతో ప్రయాణపు ఖర్చును అందరికీ అందుబాటులోకి తెచ్చింది.

కస్టమర్స్ ని సంతృప్తి పరచడమే లక్ష్యంగా ఆసంస్థ తన ఉద్యోగులకు బాధ్యతలు - వాటితో పాటు అధికారం - పనిమెరుగును బట్టి పారితోషకాలు ఇచ్చి కస్టమర్స్ ని తృప్తిపరచడాన్ని పాటించడానికి పూర్తి అధికారాలు ఇచ్చింది. సాంప్రదాయక విమాన మార్గాలు కాకుండా చిన్న చిన్న పట్టణాల మధ్య కూడా విమానాలు నడపడం ప్రారంభించింది. అన్ని చిన్న చిన్న రూట్లు, పెద్ద రూట్లలో ఎక్కువ దూరం ప్రయాణించాల్సివస్తే అనుబంధ విమానాల ప్రయాణీకులను చేరవేసే ఇతర విమానాల కోసం నేలపై వుండే సమయం ఎక్కువవుతుంది. ఈ సంస్థ చిన్న రూట్లలోనే ఎగురుతుంది కాబట్టి విమానం ప్రయాణించిన కాలాన్ని బట్టి లాభాలు వస్తాయి కాబట్టి మిగిలిన విమాన సంస్థల విమానాలు సగటున 8-9 గంటలు మాత్రమే ఎగురుతుంటే ఈ సంస్థ విమానాలు 11-12 గంటలు ప్రయాణిస్తూ వుండటాని ఈ చిన్నరూట్లు సహకరించాయి. దూరప్రయాణీకులు కూడా ఈ సంస్థ ద్వారా ప్రయాణించవచ్చు. విమానాలు అక్కడక్కడ మారాల్సి వుంటుంది. అయినప్పటికీ అతి తక్కువ ఖర్చుతో ప్రయాణం చేయవచ్చు.

ప్రయాణ సమయంలో మిగిలినవారు ఐదుడాలర్ల ఖరీదైన అందమైన చిరుతిండ్లు ఇస్తుంటే ఈ సంస్థ 20 సెంటులను మాత్రమే ఖరీదు చేసే వేయించిన వేరు శనగపప్పు అందిస్తూ ప్రయాణ ఖర్చును తగ్గించింది. మొదటవచ్చిన వారికి మొదటి సీట్లు అన్నట్లు సీట్ నెంబర్లు ముందే కేటాయించడం ఆ ప్రకారం

కూర్చబెట్టడం మొదలగు వాటిని నిలిపి వేయడంతో సిబ్బంది ఖర్చుతగ్గి ప్రయాణపు ఖర్చును తగ్గించారు. భోజనాలను ఎలా విమానంలో కాక ప్రయాణానికి ముందే ఎయిర్పోర్ట్లో అందించడం మొదలైన చర్యలు ప్రయాణపు ఖర్చు తగ్గించడానికి ఉపయోగపడ్డాయి. టికెట్స్ను మధ్యవర్తి లేకుండా కస్టమర్స్ కొనుగోలు చేసే సాంప్రదాయాన్ని ప్రవేశపెట్టారు.

సంస్థలో ఉద్యోగుల ఎంపికలో మంచి వైఖరి కలవారికే ప్రాధాన్యత ఇవ్వడం వారిని మంచిగా చూడటంతో వారు ప్రయాణీకులనీ చాలా బాగా చూసుకోవడానికి దోహదపడింది. ఇలా ప్రయాణీకులకు తక్కువ ధరలో ఉత్తమమైన సర్వీసు అందించడంతో వారిద్వారానే ఈ సంస్థకు “నోటి ప్రచారం” జరిగింది.

సమయాన్ని పాటించడం, లగేజీ పట్ల జాగ్రత్త వహించడం, కస్టమర్స్ తృప్తి మున్నగు అంశాలను పరిగణలోకి తీసుకొని అమెరికా ప్రభుత్వం “ట్రీపుల్ క్రాస్” అవార్డుకు వరుసగా ఐదు సంవత్సరాల నుంచి ఎంపిక అవుతునేవుంది.

“కోళ్ళకు ఇచ్చే ఆహారంలో బియ్యపుపొట్టు, ఆల్పాల్సా, విటమిన్-ఇ, మొదలగునవి కలిపి ఇవ్వడం ద్వారా ఆ కోళ్ళు నుంచి ఉత్పత్తి అయ్యే గ్రుడ్లు తిన్న వారికి కోలెస్టరాల్ పెరగదని ఒక సంస్థ నిరూపించింది. కోలెస్టరాల్, క్రొవ్వుపదార్థాలు తక్కువగా వుండే ఆహారాన్ని తీసుకుంటూ అసలు కోడిగ్రుడ్లు తిననివారికి అలాంటి ఆహారమే తీసుకుంటూ, పైకంపెని వారి గ్రుడ్లు వారానికి దజన్ చొప్పున తిన్నవారికి కోలెస్టరాల్ శాతం ఒకేరకంగా వుందని గ్రుడ్లు తిన్నా పెరగలేదని ఋజువుపరచడంతో ఆ సంస్థకోడిగ్రుడ్లను 60 శాతం గ్రుడ్లవాడకందార్లు వీటినే వాడటం ప్రారంభించారు.

“డామినోపిజ్జా” ప్రప్రథమంగా హోమ్ డెలివరీ ప్రారంభించడంతో దానికి ప్రజాదరణ లభించింది. పిజ్జా తినాలనివుంటుంది. కాని తయారై బయటకి వెళ్ళాలంటే విసుగు అనిపించేవారికి ఈ హోమ్ డెలివరీ విధానం నచ్చింది.

పార్కింగ్ సౌకర్యంవున్న వ్యాపార సంస్థలకు ప్రజలు వెళ్ళటానికి ఇష్టపడుతుంటారు. ఒకే చోటఅన్ని వస్తువులు లభ్యమవుతుంటే కొనుగోలు దారునికి సౌకర్యం. అక్కడే పిల్లలకు ఆడుకునే వసతి వుంటే. ఇలా ఒకదానితో ఒకటి విలువలు పెంచుకుంటుపోవాల్సిన అవసరంవుంది. కేవలంపోటీ పడుతూ కూర్చోవడం సరిపోదు. నిరంతరం శక్తి వంతమైన ఆలోచనలు ప్రవహిస్తునేవుండాలి. క్రొత్త కాన్సెప్ట్ సృష్టిస్తునే వుండాలి. సంస్థపనితీరును క్షణక్షణం చక్కదిద్దుకుంటూ వుండాలి. అవే పనులు చేస్తుంటాయి నిజమైన బిజినెస్ మైండ్స్

## Business & Marketing Minds

“అతను వ్యాపారస్తుడు. అవూరిలో అతనిదే కిరాణాదుకాణం. అతను జబ్బుచేసి ఆసుపత్రిలో వున్నాడు. చాలా సీరియస్ గావుంది. అతని భార్య ముగ్గురు కొడుకులు కోడళ్ళు అంతా అతని అంతిమ ఘడియలలో అతని ప్రక్కనే వున్నారు. అతనికి స్పృహవచ్చింది. దొప్పుతూవున్నాడు. ‘అమ్మేదిరా’ అన్నాడు ‘ఏమండీ’ అంటూ కన్నీటితో పలుకరించింది ఆమె. “పెద్దబ్బాయి” అన్నాడు వ్యాపారి.

“ఇక్కడున్నా నాన్నగారు” అన్నాడు పెద్దోడు “మీకు బాగవుతుంది మామగారు” అంటూ తానువున్నట్లు తెలియజేసింది పెద్దకొడలు.

“రెండోవాడు”? అడిగాడు వ్యాపారి. మేము ఇక్కడేవున్నాం అంటూ అతనికి కనిపించారు రెండో కొడుకు, కోడలు.

“మూడోవాడు”? అన్నాడు వ్యాపారి. నేనిక్కడున్నా నాన్న అన్నాడు మూడో కొడుకు, నేనిక్కడేవున్నాను మామగారు అంది మూడో కొడలు.

“అంతా ఇక్కడే తగలడితే అక్కడ కొట్టెవరు తెరుస్తారురా మన కొట్టు తెరవకపోతే మరో కొట్టు లేని మన ఊరి ప్రజల ఇబ్బంది పడతారు కదరా! అంటూ అనేదనతో కన్నుమూశాడు ఆ వ్యాపారి.

రవికాంత్ ఆ ఊరిలో భోజన హోటల్ ప్రారంభించాడు. అది వరికే అనేక భోజనశాలలు ఆ వూరిలో వున్నాయి. త్వరగా తన వ్యాపారం అభివృద్ధి చేయాలని రవికాంత్ ఆశగా ఆలోచించాడు. మిత్రులంతా కూర్చోని క్రియేటివ్ ఐడియాను డిజైన్ చేశారు.

మామూలు ఆలోచన : అందరికీ వచ్చే ఆలోచనే రవికాంత్ కి వచ్చింది. ప్రజలు విలువను గుర్తిస్తారు. మంచి రుచికరమైన భోజనం అందిస్తాను. సరసమైన ధరకే అందిస్తాను. ఈ విషయాలు తెలుసుకున్న జనం నా భోజనశాలకే వస్తారు. ప్రచారం కోసం ఒక ఏజెంట్ ను పెడతాను.

క్రియేటివ్ ఆలోచన : కేటరింగ్ సర్వీసు కూడా అందిస్తాను. ఫంక్షన్స్ కి భోజనం సరసమైన ధరకి అందించడం, సర్వర్స్ ను పంపడం చేస్తాను. అవసరమైన వారి ఇళ్ళకు కావాల్సిన ఐటమ్స్ డోర్ డెలివరీ ఇచ్చే ఏర్పాట్లు చేస్తాను. దానికి అదనపు చార్జ్ తీసుకోను.

మరో క్రియేటివ్ ఆలోచన : ఆ వూరిలో ప్రసిద్ధి కెక్కిన వి.ఐ.పి.లను తను ఏదో విధంగా తన హోటల్ లో భోజనం చేసేలా చేస్తే త్వరగా పేరు వస్తుంది. లేదా అందరూ ఆడపిల్లలే సర్వీ చేస్తారు.

ఇంకో క్రియేటివ్ ఐడియా : ఈ భోజనశాలలో భోజనం చేసిన ప్రతివారికి ఒక అందమైన గిఫ్ట్. ప్రతినిత్యం వాడే గిఫ్ట్. అందరూ చూసి ఇది ఫలానా భోజన హోటల్ లో ఇస్తారు అని తెలిస్తే, మంచి గిఫ్ట్ ఇస్తే, ఐడియాల పుట్టలు అసలైన బిజినెస్ మైండ్స్.



## కమ్యూనికేటింగ్ మైంట్స్

“నేను సాధించగలను”

“నేను సాధించలేను”

ఈ రెండురైట్, ఒక విజయాన్ని “నేను సాధించగలను” అనుకుంటే మెదడు మరియు నాడీవ్యవస్థలో క్రొత్త క్రొత్త మార్గాలు తెరుచుకుని ఆ పని సాధించడానికి సృజనాత్మకతతో ఆలోచిస్తాయి. ఐడియాలను ఇస్తాయి. “సాధించలేను” అనుకుంటే నాడీవ్యవస్థ, మెదడులో వున్న మార్గాలన్నీ మూసుకునిపోతాయి. ఆలోచనలకు అడ్డుగోడ వడుతుంది.

మనం కమ్యూనికేషన్ ఇతరులతో చేస్తాం. మనతో మనం కమ్యూనికేట్ చేసుకుంటాం. దీనిని “ఇంటర్నల్ కమ్యూనికేషన్” అంటారు.....

## Business & Marketing Minds

.....“20/6/69న టీవీలు వున్న వారంతా టి.వి. లో చూస్తున్నారు. టి.వి.లు లేనివాళ్ళు రేడియోలో వింటున్నారు.నీల్ అర్బ్యస్ట్రాంగ్ చంద్రుడి ఉపరితలంపై తొలిసారి కాలుపెట్టిన అద్భుత క్షణాలు.

“నేను వేస్తున్న ఈ చిన్న అడుగు మానవాళి పురోగతికి ఒక పెద్ద మలుపు” అని ఆయన అన్నారు.

అర్బ్య స్ట్రాంగ్ తో పాటు వెళ్ళిన ఆల్డ్రీన్ తాలి రెండో వ్యక్తిగా చంద్రమండలంపై కాలు మోపాడు. అతనిది కూడా విజయమే. అయినప్పటికీ ఆల్డ్రీన్ కృంగిపోయాడు. తాను ఒకటోవ్యక్తిగా చంద్రమండలంపై కాలు మోపలేకపోవడానికి అతను ‘తాను ఫెయిల్ అయినట్లుగా కమ్యూనికేట్ చేసుకున్నాడు. నిరాశచెందాడు. తన జీవితం వృధా అనుకున్నాడు. బంగారు భవిష్యత్ ను వదిలివేశాడు. తన కెరియర్ ను వదిలివేశాడు. త్రాగుడుకు బానిస అయ్యాడు. చరిత్రలో అనామకుడిగా నిలబడిపోయాడు. తనదికూడా విజయమేనని తనకు తాను కమ్యూనికేట్ చేసుకుంటే అభివృద్ధి చెందాలన్న ఆశతో మెళుకువలు నేర్చుకొనేవాడు. అభివృద్ధి పథంలో పయనించేవాడు.

మనతో మనం సంభాషించుకొనే మాటలు మన మైండ్ ని ప్రోగ్రామ్ చేస్తాయి. విన్న ఇతరుల మాటల ప్రభావం కూడా మన మైండ్ పై పడుతుంది. ‘వ్యాపారం మన ఇంటా వంటాలేదు. అది ఎంతో వ్యయప్రయాసలతో కూడుకుంది. మనం చేయలేం’. అంటూ చిన్నప్పటి నుంచి వింటూ వచ్చిన యువకుడు బిజినెస్ చేయాలని సంకల్పించినా,తాను విన్నమాటలద్వారా ప్రోగ్రామ్ కాబడిన అతని మనసుకు బిజినెస్ అవకాశాలు కనిపించనే కనిపించవు.

దేనినైతే మనమైండ్ చూడటానికి తయారుగా వుందో వాటినే మనం చూస్తాం. “కొంతమంది సమాన తెలివి తేటలు కలిగిన 20మంది యువకులను రెండు గ్రూపులుగా విభజించారు. ఒక గ్రూపుకు ఉదయం టిఫిన్, మధ్యాహ్నం భోజనం, రాత్రి డిన్నర్ ఏర్పాటు చేశారు. రెండో గ్రూపువారిని పస్తులుంచారు. మూడు రోజుల తర్వాత మొదటి గ్రూపులోని వారికి ఒక మోడరన్ అర్డ్ ని చూపించి ఇదేమిటని ప్రశ్నిస్తే వారు అది ఒక మెడ్రన్ ఆర్ట్ అని చెప్పారు. దానినే రెండోగ్రూపులో వారికి చూపిస్తే దానిలో వారికి పలావ్, కోడిగ్రుడ్లు, చికెన్, రకరకాల ఆహారపదార్థాలు కనిపించాయి. అదే మైండ్ గత మూడు రోజులుగా ఆహారం గురించే ఆలోచిస్తూ వుండటంతో కళాఖండాలు కూడా ఆహారంగా కనిపించాయి. వారు వారి మనసులకు ఆహారాన్ని గురించే కమ్యూనికేట్ చేస్తూవున్నారు. వారి వారి పరస్పర సంభాషణలు కూడా తిండి గురించిన చర్చలే జరిగి వుంటాయి. వారి మైండ్స్ ఆహారాన్ని చూడటానికి ప్రోగ్రామ్ కాబడివుంది. డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు

“కమ్యూనికేట్” అనేది మానవ సంబంధాల అభివృద్ధిలో అత్యంత విలువైనది. కొన్ని మాటలు మనుష్యుల మనసులను మన వైపు మరల్చితే మరి కొన్ని మాటలు మన నుంచి వారిని దూరం చేస్తాయి.

“మాటా మాటా పెరిగింది” “అడిన మాట తప్పాడు” “అన్నీ అబద్దాలే చెబుతాడు” “వాడినోరు మంచిది కాదు”. మొదలగున వన్ని మాటల ప్రభావాన్ని చాటి చెబుతున్నాయి.

నిత్యం మనతో మనం- కమ్యూనికేట్ చేసుకుంటూ వుంటాము. ఈ పనిని నేను చేయలేనేమో, నష్టం వస్తుందేమో, అందరూ నా గురించి ఏమనుకుంటారో, ఈ రోజు ఎందుకో డల్ గావుంది, చికాకుగా వుంది, నమస్యలతో సతమతమవుతున్నాను, ఎట్టినా పారిపోదామని వుంది, మొదలైనవి భావాల రూపంలో గాని మనలోగొంతుకతో కాని మనకి మనమే కమ్యూనికేట్ చేసుకుంటూ వుంటాము. ఇతరులు మనతో చెప్పేమాటలు, మనం మనతో చెప్పుకునే భావనలు లేదా మాటలు, మన ఫ్లెండ్స్ ని ప్రోగ్రామ్ చేస్తాయి. అలా ప్రోగ్రామ్ అయిన మైండ్ తో ఆ తదుపరి వినేమాటలు గమనించే విషయాలు మొదలగునవి, మనలో జరిగిన ప్రోగ్రామ్ ని అనుసరించే అవగాహన చేసుకుంటాము. కొన్ని మాటలు మనల్ని శక్తివంతంగా చేస్తాయి. కొన్ని మాటలు మనల్ని శక్తిహీనులుగా చేస్తాయి నెగిటివ్ సోసైటీలో నివశిస్తున్న మనం ఎక్కువగా నెగిటివ్ ప్రోగ్రామింగ్ కి గురవుతాము

## పోటీ అవసరం లేదా?

పోటీ గురించి పదే పదే ప్రస్తావించటం జరిగింది పోటీ నూరు శాతం అవసరమే. అది ముఖ్యమైనది, రసంలోనీళ్ళులాగా, కేవలం నీళ్ళను వేడిచేసినంత మాత్రాన రసం తయారుకాదు. కేవలం పోటీ బిజినెస్ ను చావనీయకుండా బ్రతికిస్తుంది. విజయం సాధించాలంటే పోటీ పడుతూనే రసంలోకి వేసే మిగిలిన దినుసులలో విలువల సముదాయాన్ని సృజనాత్మకతను. క్రొత్త కాన్సెప్టును సమీకరించుకొని ముందుకు సాగాలి. అసలు బిజినెస్ లో పోటీదారుడే లేకపోతే ? పోటీ అనేది ఇతరులతో పోలిస్తేనే కదా! ప్రస్తుతం రామోజిఫిల్స్ సీటికి మన రాష్ట్రంలోనే కాదు ప్రక్క రాష్ట్రాలలో కూడా పోటీలేదు. అయినా అభివృద్ధి జరుగుతుందా లేదా, విలువలను అందిస్తున్నారా, లేదా.

పోటీయే కదా ముఖ్యం అని ఇన్నాళ్ళు ఎక్కువ మంది మైండ్స్ లో జరిగిన ప్రోగ్రామింగ్ ను మార్చుకొని అవగాహన పొందాల్సిన అవసరం వుంది.

డా. నల్లారి రాఘవరావు

**మొత్తంగా చూసేవారు, విశ్లేషించి చూసేవారు**

కొంత మంది వివిధ రకాలుగా వున్న అనేక విషయాలను గమనించి వాటన్నిటిలోనూ కామన్ గా కొన్ని లక్షణాలున్నాయన్న అభిప్రాయానికి వస్తుంటారు. ఉదాహరణకు జబ్బులు రకరకాలుగా వున్న అన్నీ వారి వారి శరీర రోగనిరోధక శక్తి తగ్గడం వలన వచ్చాయని అంటారు. విశ్లేషించి చూసేవారు పైకి ఒకే రకంగా కనిపిస్తున్న వాటిలోని తేడాలను విశ్లేషించి చూస్తారు. ఉదాహరణకు ఇద్దరు రోగులలో ఒకరిది బాక్టీరియా క్రిములవలన వచ్చింది. కాబట్టి యాంటిబయాటిక్స్ వాడాలి అంటారు. మరో రోగికి వైరస్ క్రిముల వల్ల వచ్చిన రోగం కాబట్టి యాంటిబయాటిక్స్ పని చేయవు అంటారు. ఈ రెండో వర్గానికి చెందిన మనస్తత్వంతో నేటి బిజినెస్ తీరుతెన్నులు, రేపటి అవసరాలు మొదలగు వాటిని విశ్లేషించి అవగాహన చేసుకోవటం కోసమే ఈ పుస్తకం.

**ఇలాంటివి ఎన్ని వినలేదూ!**

“అంతా నాకు తెలుసు” అనే వైఖరి కొందరిలో వుంటుంది. వింటున్న ఏ విషయమైనా, చదువుతున్న ఏ సంగతయినా, తెలిసిన దానిలాగా వుంటుంది. లేక తెలిసిన వాటిని పోలి వుంటుంది. అంతా ఇంతే కదా అనే భావనకు లోనైతే అసలు విషయంపై అవగాహన కొరవడుతుంది. మేము నిర్వహించే వర్చువైపుల్లో అప్పుడప్పుడు ఇలాంటి వ్యక్తులు తటస్థపడుతుంటారు. వారి అభిప్రాయాన్ని పరోక్షంగా పోగొట్టడానికి ఇలా చేస్తాం. ఇక ఖాళీ గాజుగ్లాసు తీసుకుని దానినిండా చిన్న చిన్న న్యూస్ పేపర్ ముక్కలు నింపి ఇందులో ఇంకేమన్నా పడుతుందా? అని అడిగితే సాధారణంగా పట్టడు అనే సమాధానం వస్తుంది. నెమ్మదిగా ఆ పేపరు ముక్కలతో పూర్తిగానిండి వున్న గ్లాసులో కొద్ది కొద్దిగా నీరు పోస్తూంటే అవి గ్లాసులో నిండుతాయి. ఇంకా ఏమన్నా పడతాయా? అని అడిగితే ‘అందరూ ఏక కంఠంతో పట్టవు అని సమాధానం ఇస్తారు. అప్పుడు చిన్న పొట్లంలో వున్న పంచదార నెమ్మదిగా వేస్తే అది కరుగుతుంది. ఆ తర్వాత సాబ్బు. ఇలా “అంతా తెలుసు అన్న బుర్ర ఇంకా తెలుసుకోగలడు” అని వివరిస్తాము.

“జన్ మాస్టర్ దగ్గరకు నాకంతా తెలుసు, చాలా విషయాలు చదివాను. మీరు ఇంకే మన్నా చెబుతారా. అని ఓ వ్యాపారి వస్తాడు”. “సర్లే కూర్చోండి” అని చెప్పి ఆయనకి టీ కప్పు ఇచ్చి దానినిండా ఫ్లాస్కు నుండి టీ పోస్తాడు జన్ మాస్టర్. కప్పు నిండినా అలా పోస్తూనే వుంటాడు. అలా పోసిన టీ క్రిందకు ప్రవహిస్తూ వుంటుంది. ఆ వ్యాపారి అయ్యా కప్పు నిండినా టీ పోస్తున్నారు. వృధా అవుతుంది స్వామి” అన్నాడు. దానికి ఆ మాస్టర్ నవ్వి “నాకు అంతా తెలుసు అన్న భావనతో నీ మనసు నిండిపోయి వుంది. దానిని ఖాళీ చేస్తేనే గాని నేను చెప్పే విషయాలు నీ మనసులో చోటు చేసుకోవు”. అని చెబుతాడు.



మికాక క్రొత్త ఐడియా వచ్చిందనుకోండి. మీ సంస్థలో సహచరులకు చెబితే అది మనం చేస్తున్న దాని లాంటిదేగా అని తీసి పారవేస్తారు. ఆ అనుభవాన్ని చవిచూసిన వారితోపాటు ఆ సంఘటనలో పాలు పంచుకొన్నవారికి, విన్న వారికి తమకి క్రొత్త ఐడియాలు వస్తే వెల్లడించాలనిపించదు. అలా అలా సంస్థలలో సృజనాత్మకత లోపిస్తూ వుంటుంది.

### విలువలు దేనికి

అతడు అమ్మేదానికంటే నేనందిస్తున్న వస్తువు నాణ్యమైనది. ఆ వస్తువుకు, మేమందించే వస్తువుకు చాలా తేడావుంది. ఇది విలువలను ఇవ్వడమేకదా అన్న ధోరణి హాస్యదృష్టిని సూచిస్తుంది. వస్తువుకు సంబంధించిన విలువలు లేదా కేవలం కస్టమర్స్ కున్న అభిప్రాయాలు అందిస్తే అది విలువలను సమీకరించి ఇచ్చినట్లు కాదు. కొనుగోలుదారుకు, ఆ వస్తువుకు, ఆ కొనుగోలుదారు చుట్టూ వుండే ప్రపంచానికి వున్న సంబంధాల గురించిన విలువలే నిజమైన విలువలు.

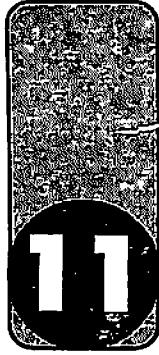
'అందరూ తమ కంపెనీ వర్కులకు డబ్బు,' బోనస్ గా ఇస్తున్నారు. ఇది ఏనాటి నుంచో వస్తున్న సాంప్రదాయం. బోనస్ మరో రకంగా ఆలోచించాడు. సృజనాత్మకంగా ఆలోచించాడు. డబ్బు బదులు కూపన్లు ఇచ్చాడు. వాటి మీద వాటి విలువ ముద్రించి వుంది. ఆ కూపన్లును కొన్ని షాపులలో కొన్ని వస్తువులను మాత్రమే తీసుకొనేలా సూచనలున్నాయి. కార్మికులకు దీని బదులు డబ్బిస్తే బాగుండేది కదా అని అనిపించినా చేసేది లేక ఆ కూపన్లతో వస్తువులను సమకూర్చుకున్నారు. ముందుకంటే అంకిత భావం వారిలో కనిపించింది బోనస్ గారికి.

ఆలోచించండి. ప్రతి వారికి సమస్యలే, డబ్బు అవసరమే. బోనస్ డబ్బురూపాన ఇస్తే అది ఏదో ఒకదానికి ఖర్చయిపోతుంది. ప్రతి వానికి కొన్ని కోరికలుంటాయి. అవి ఇన్నటికి నెరవేరని కోరికలుగా మిగిలిపోతాయి. ఎప్పుడు అవికొని కోరిక నెరవేర్చుకుందామన్నా ఏదో ఒక ఆర్థిక అడ్డంకులు ఎదురవుతుంటాయి. బోనస్ గారు ఈ విషయాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకుని వారికి అవసరమైనవి వారు సాధారణంగా కొనుక్కోలేని వస్తువులు మాత్రమే ఇచ్చేలా ఆ కూపన్లను ఏర్పాటు చేశారు.

అదే నిజమైన విలువను వారి కందించింది.

### విశ్లేషించి చూడండి

రసాన్ని విశ్లేషించండి. నీటితోపాటు, మిగిలిన దినుసులు కనిపిస్తాయి. పోటీని, విలువల ద్వారా వచ్చే అభివృద్ధిని కలిపి ఒకే దానిలా చూస్తే వాటిలో ముఖ్యప్రాత్ర వహించేది పోటీనే. దాని ఆదిపత్య జోరుకు మిగిలినవి కనిపించవు. కనిపించినా ప్రాముఖ్యతనాపాదించవు. విశ్లేషించి చూడటం ప్రారంభించండి. నిజమైన విలువలు అందివ్వండి.



## తరతరాల అజనెస్ మెండ్

...ముప్పై సంవత్సరాలను ఓ తరంగా లెక్కిస్తారు. తరంతరంకి వ్యత్యాసాలు, ఆలోచనా ధోరణిలో మార్పులు, అవసరాలలో మార్పులు, కావాల్సిన విలువలలో మార్పులు, జరిగాయి. జరుగుతున్నాయి, జరగబోతున్నాయి.

ఒకప్పుడు జట్కాబండిలో ప్రయాణం చేయటం లగ్జరీ. ఆ తదుపరికాలంలో కారు ప్రయాణం లగ్జరీ. ఈనాడు విమానయానం లగ్జరీ. మరి రేపో.....

## Business & Marketing Minds

...“సుబ్బారావు బస్ కోసం ఎదురు చూస్తున్నాడు. రోడ్పై బస్లన్నీ రద్దీతో వెళ్తున్నాయి. బస్లు ఆ స్టేజీలో ఆగకుండా వెళుతున్నాయి. ఒక్క బస్ అపిలే కనీసం నిలబడి ప్రయాణం చేయవచ్చునుకున్నాడు సుబ్బారావు. అతని అదృష్టం బాగుండి ఒక బస్ అగింది. నిలబడి ప్రయాణించడం ఇష్టమైతే ఎక్కండి అన్నాడు కండక్టర్. సుబ్బారావు బస్ ఎక్కాడు. బస్ కదిలింది. కాసేపటికి సుబ్బారావు సీట్ల వంక చూస్తున్నాడు. ఇద్దరు కూర్చొన్న సీట్లో ఎవరైనా కాస్త జరిగి చోటిస్తే కాస్త అనుకోని కూర్చొని ప్రయాణం చేయవచ్చు అనుకున్నాడు. అదృష్ట జాతకుడు సుబ్బారావుకు సీట్లో కూర్చున్న ఒక ముఖ పరిచయస్తుడు “రండి సర్దుకొని కూర్చుందాం” అంటూ కాస్త జాగా ఇచ్చాడు. కాస్త ప్రయాణం చేయగానే పూర్తి సీటు దొరికితే బాగుండును కదా అనుకుంటున్నాడు. ఒక స్టేజీలో బస్ ఆగటంతో ఒక సీటు ఖాళీ అయింది. వెంటనే దానిపై కర్చీఫ్ విసిరి దానిని ఆక్రమించాడు. అది విండో సీటు కాదు. ఎండాకాలంతది “బాగా ఉక్కగా వుంది రండి గాలి తగలటం లేదు అనుకుంటూ అటూ ఇటూ పరికించి చూస్తున్నాడు సుబ్బారావు. మరో స్టేజీలో బస్ అగింది. కొందరు దిగారు. ఖాళీ అయిన విండో సీటును ఆక్రమించుకున్నాడు. కాని అది బస్ వెనక భాగంలో వుంది. బస్ ప్రయాణం కొనసాగింది. ముందు సీటు ఖాళీ అవుతుందేమోనని ఎదురుచూస్తున్నది సుబ్బారావు మనసు.

కొద్దిల జంతువే మనిషి. ఒకటి సమకూరగానే మరొకటి. అది సమకూరితే ఇంకొకటి. ప్రతి దానికి ఛాయిస్ వుండాలి. వాటిలో మంచిని ఎన్నుకుంటాడు. సర్వీస్ బాగుండాలి. తనని మర్యాదగా చూడాలి. గుర్తించాలి. గౌరవించాలి. తనకో విలువనివ్వాలి. ఇది సగటు మనిషి ఆలోచించే తీరు.

దానికి తగ్గట్టే బిజినెస్ మైండ్స్ పని చేస్తున్నాయి. వ్యాపారం ప్రారంభమయిన రోజులలో మార్కెట్లో ఆ వస్తువు దోరకడమే కష్టం. ఆ వస్తువు తన దగ్గరుంటేనే తనకు విలువ. 1960 ప్రాంతంలో వెస్పా స్కూటర్ చాలా అరుదుగా లభించేది. ఈ రోజు పేరు నమోదు చేసి అడ్వాన్స్ చెల్లిస్తే పది సంవత్సరాల్లో ఆ స్కూటర్ వచ్చేది. హనుమంతుని తోక సాగినట్లు ఆ వెయిటింగ్ లిస్ట్ వుండేది. డాలర్లు కడితే 2 సంవత్సరాలకు అందేలా ప్రత్యేక కోటా వుండేది. ఆ రోజులలో స్కూటర్ వుండటమే విలువ. కాబట్టి ఆనాటి బిజినెస్ మైండ్స్కి వస్తువులు తయారు చేసి మార్కెట్లో విడుదల చేయడమొక్కటే ధ్యేయం. అవి కాస్త ఏవరేజ్ గా పని చేసినా చాలు. 30సంవత్సరాలు గడిచే సరికి పోటీ ఎక్కువయింది. అనేక మంది అలాంటి వాటినే తయారు చేస్తున్నారు. వస్తువులు సమకూర్చుకుంటే చాలు అన్న ఆలోచన జనానికి మారింది. ఛాయిస్ వుంది కాబట్టి అవసరమైన వాటిని నాణ్యత, మన్నిక

చూసి కొనటం ప్రారంభమయింది, సాంకేతిక పరమైన పోటీ, తయారు చేసేవారిలో ఆ కాలం బిజినెస్ మైండ్స్, పోటీపడి నాణ్యత గలవాటిని తయారు చేయటం, నాణ్యతతో, తోటి వారితో పోటీ పడి తన వస్తువులు ఎక్కువ మంది కొనేలా చేయటం గురించి ఆలోచించాయి. ధరలో పోటీ, నాణ్యతలో పోటీ, మధ్య తరగతి అవసరాలు, ధనిక వర్గ అవసరాలు, ఎవరికి తగ్గట్టు వారికి తమ వస్తువులను అందించడంలో పోటీ, మరో 30 సంవత్సరాలు అవబోతున్నాయి. పరిపూర్ణమైన విలువలకు ప్రాధాన్యత పెరిగింది. ఆ విలువలు ఏమిటో కస్టమర్స్ కి తెలియదు. బిజినెస్ మైండ్స్ ఫలనాది కూడా అందుబాటులోవుందని వివరించేవరకు తెలియదు.

ఫ్రెంచి వారు ఇతరదేశాలకు వెళ్ళడానికి పెద్దగా ఇష్టపడేవారుకాదు. వారికి ఫ్రెంచి తప్ప మరో భాష తెలియకపోవటం, ఇంగ్లీషు సరిగ్గా మాట్లాడలేకపోవటం ఒక కారణమైతే తమ దేశపు ఆహారపు అలవాట్లే మంచివని వారి నమ్మకం. ఆ విషయాలను గమనించిన ఒక బిజినెస్ మైండ్ - “ఫ్రెంచి క్లబ్ మీడేట్రీయన్స్” పేరుతో అమెరికాలాంటి దేశాలలో క్లబ్ ప్రారంభించింది. ఫ్రెంచివారు ఏ దేశంలో వున్నా ఫ్రెంచి మాట్లాడవచ్చు. ఫ్రెంచి వంటకాలు తినవచ్చు ఆ క్లబ్ విజయం సాధించింది.

ఇదే తరహాలో కర్నాటకలో బెంగుళూరులో నంది హోటల్స్ ఆంధ్రా రుచులను అందిస్తూ ప్రజాదరణపొంది అనేక శాఖలను ప్రారంభించింది ఆంధ్రా క్లబ్ మద్రాస్ ఎప్పుడు రష్యన్లు వుంటుంది.

క్లబ్ కల్చర్ కూడా ఈ విలువలకు ఉదాహరణ. స్టార్ హోటల్ లాంటి వసతి, మంచి ఆహారం, వినోదం, ఇవన్నీ అందుబాటు ధరలో మెంబర్స్ కు లభిస్తాయి. నేను ఫలనా క్లబ్ సభ్యుడనని చెప్పుకోవటం గొప్పతన్నాన్ని అపొదిస్తుంది, సభ్యులకు ఇలాంటి విలువలు పోటీలో ముందుండేలా చేస్తాయి. ఇదే మాదిరి విలువలను పోటీదారుడు అందించే సరికి పోటీ పడటం, పోటీమీదే దృష్టి నిలపడం జరుగుతుంది. విలువల ఏకచిత్రాధిపత్యంకోసం కృషి చేయాలి. మన సేవ వలన, మనం అందిస్తున్న ప్రొడక్ట్ వలన కొనుగోలు దారుకు చేకూరే ప్రతక్ష్య పరోక్ష విలువలు మరెవరూ అందిచలేనంత పైకి పైపైకి ఎదగాలి. అది రేపటి పరిస్థితి, అలాంటి ఐడియాలు చేయగలిగిన బిజినెస్ మైండ్స్ వే రేపటి రోజులు. బిజినెస్ మైండ్స్ కు పదునుపెట్టి క్రొత్త కాన్సెప్ట్స్ కు రూపం కల్పించాల్సిన అవసరం వుంది.

కాబట్టి మొదటి తరం బిజినెస్ అవసరాలు క్రొత్త వస్తువులను, క్రొత్త సర్వీసులను ఉత్పత్తి చేయటం, రెండోతరం బిజినెస్ పోటీపడి ఉత్పత్తులను/సర్వీసులను నాణ్యపరచబడటం, మూడో తరం బిజినెస్ కొనుగోలు దారుల యొక్క అంతర్గత విలువలసముదాయంలోకి చొచ్చుకొని పోయాలా పరిపూర్ణవిలువలు అందివడం. ఈ మూడు దశలలోకి అభివృద్ధిచెందిన, చెందుతున్న వివిధ వ్యాపార రంగాలను విశ్లేషిద్దాం.

### కార్ల పరిశ్రమ

మొదట్లో కారు తయారు చేసి అందిస్తే సరిపోయేది. కారు కోసం పేరు నమోదు చేసి అది వెయిటింగ్ లిస్ట్ ప్రకారం మనకు వచ్చేదాకా ఎదురు చూసేవరిస్థితి. తయారీదారుల దృష్టి త్వరగా ఎక్కువ కార్లను ఉత్పత్తి చేయాలి అనే దాని పట్ల ఆలోచించేవారు. అది ఆనాటి అవసరం. అనేక కార్ల కంపెనీలు ఉత్పత్తిని ప్రారంభించడం. షోరూమ్ కు వెళ్ళికారు కొనుక్కనేలా ఉత్పత్తి కావడంతో పోటీ మొదలైంది. పోటీపడి నాణ్యతలకు, వసతులకు, మెరుగులుదిద్ది మార్కెట్ లో పట్టు సాధించాలని పోటీ. మూడో దశ ఇప్పుడిప్పుడే ప్రారంభమవుతుంది. లెక్కాన్ కారు కంపెనీవలె, టాటా కంపెనీ, టాటా ఇండికా కొన్న వారి కోసం క్లబ్ స్టార్ట్ చేయటం, ఆ క్లబ్ సభ్యులకు కొన్ని కార్యక్రమాలు, పోటీలు కొన్ని ఇతర సంస్థలతో ఒప్పందాలతో అవి తయారు చేసే వాటిపై రాయితీలు ఇటీవల కాలంలో ప్రారంభంకావటం గమనించవచ్చు

### విమాన సర్వీసులు

మొదటి దశ విమానంలో ప్రయాణంచేయటమే గొప్ప. రెండోదశలో పోటీ కాస్త ఆలస్యంగా మొదలైంది. ఎయిర్ సర్వీస్ నెలకొల్పాలంటే వున్న రూల్స్, రెగ్యులేషన్స్ అందుకు కారణాలు. పోటీవచ్చాక ప్రయాణపు ధర తగ్గడం మొదలైంది. అధికంగా ప్రయాణం చేసేవారికి బోనస్ లు, రాయితీలు మొదలైనాయి. మూడో దశ సూచన ప్రాయంగా మొదలైందని చెప్పవచ్చు. కంప్యూటర్ ద్వారా రిజర్వేషన్. విమానం నుంచే ఫోన్ చేసుకొనే సౌకర్యం మొదలైన కొద్ది పాటి విలువలనందిస్తున్నాయి.

### కంప్యూటర్లు

మొదటి దశలో తయారు చేస్తేనే అమ్ముడయ్యేవి. రెండో దశలో పోటీ ప్రారంభమయి అనేక వసతులు కల్పించబడ్డాయి. కంప్యూటర్లు అతి వేగంగా అభివృద్ధి చెందాయి. ప్రస్తుతం మూడోదశ కొనసాగుతుంది. లేప్ టాప్ లతో ఎక్కడనుంచైనా పనిచేసి సమాచారాన్ని చేరవేసేలా నెట్ వర్క్ అభివృద్ధి చెందింది.

## Business & Marketing Minds

ఇంటి దగ్గర నుంచే ఆఫీసు పని చేసే వెసులు బాటు కలిగింది ఇంకా ఎన్నెన్నో వాడే వారికి పరిపూర్ణ విలువలు చేకూరేలా కృషి జరుగుతున్నావుంది.

**బ్యాంకులు**

చాలా కాలం క్రితం దగ్గరలో బ్యాంకు వుండటమే అదృష్టంగా వుండేది అప్పుకోసం కష్టమర్లు బ్యాంకుల దగ్గర పడిగాపులు కాసేవారు.

ఆ తదుపరికాలంలో అనేక బ్యాంకులు, వాటి శాఖలు ఎక్కువై పోటీపడ్డాయి, అప్పు తీసుకోవటం ప్రజలకు సులువైంది. అప్పు లివ్వడానికి బ్యాంకులతో పాటు ఇతర సంస్థలు ముందుకు రావటంతో పోటీ పెరిగింది.

ప్రస్తుతం మూడో దశనడుస్తోంది. ఏ.టి.యమ్. కౌంటర్లు, బ్యాంకు క్రెడిట్ కార్డులు; ఇంటిదగ్గరకొచ్చి లోన్ ఇవ్వడం, 0% వడ్డీతో వాహనాలకు ఋణాలు ఇవ్వడం కష్టమర్స్ కి అధిక విలువలనిచ్చాయి

ఏ రంగమన్నాకావచ్చు. వ్యాపారం వ్యాపారమే, బిజినెస్ మెండ్స్ బిజినెస్ మెండ్స్, రాబోయే అవసరాలను ముందే గుర్తించి అందించగలవారే ముందుంటారు. న్యూనత్యక తను పెంపొందించాలి. కాన్వెన్యూకు రూపకల్పన చేయాలి. తద్వారా పరిపూర్ణ విలువను కష్టమర్స్ కి అందించాలి.



# బ్రెయిన్ మజిక్

.....“దేనినైతే మన మైండ్ చూడటానికి తయారుగా వుంటుందో వాటినే మనం చూస్తాం”.

కమ్యూనికేటింగ్ మైండ్స్ అనేభాగంలో ఈ వాక్యం వ్రాయడం జరిగింది. ఈ భాగాన్ని దాని తరువాత భాగం “తరతరాల బిజినెస్ మైండ్స్” శనివారం అంటే 23/10/04 ఉదయం, రాత్రి వ్రాయడం జరిగింది. ఆ తరువాత ఏమి వ్రాయాలి, అని ఆలోచిస్తే “జీవనశైలి విలువల విలీనం” గురించి వ్రాయలన్నది ప్లాన్, 24/10/04 ఆదివారం ఉదయం లేచిన తరువాత ఈనాడు పేపర్లో ఈ క్రింది వార్త నాదృష్టిని ఆకర్షించింది. ఇది చూడటానికి నామైండ్ తయారుగా వుండబట్టేనాకు కావలసిన ఇన్ఫర్మేషన్ నాముందుకు వచ్చినట్లు ఫీల్ అయ్యాను. ఈనాడు లో ప్రచురించబడిన ఐట్మ్ని యథాతథంగా అందిస్తున్నాను. ఈనాడు 24/10/04.....

అన్నీచాక్ ధరలకే

నేటి కంపెనీల ధోరణి ఇది

పోటీ ప్రపంచంలో వినియోగదారుడే రాజు. ఇందులో ఎలాంటి సందేహం లేదు. ఒక వైపు అంతర్జాతీయ విపణిలో చమురుధరలు పెరిగి ద్రవ్యోల్బణం పెరుగుతుంటే.... మరోవైపు తక్కువ ధరలతో వినియోగదారులను ఆకట్టుకునేందుకు పలు కంపెనీలు యత్నిస్తున్నాయి. 'విలాసా'నికి తావు లేకుండా అవసరమైన సౌకర్యాలతో వస్తువులు, సేవలను నమ్మశక్యంకాని తక్కువ ధరలకు అందిస్తున్నాయి. ఇంత వరకూ లగ్జరీపైనే దృష్టి సారించి కనీస సౌకర్యాలతో ఎక్కువ మందికి ఉపయోగపడే వస్తువుల తయారీని కంపెనీలు విస్మరించాయి సగటు మనిషికి కావలసిన వస్తువుల తయారీ లాభదాయకం కాదన్న భావన. అన్ని కంపెనీలు ఇప్పుడిప్పుడే బయటపెడుతున్నాయని మార్కెటింగ్ పండితులు పేర్కొంటున్నారు. పెరుగుతున్న పోటీలో మార్కెట్ వాటాను కాపాడుకోవటానికి కూడా తక్కువ ధరల్లో వస్తువులను అందిస్తున్నాయి. అలాగే మార్కెట్లో వస్తువుల శ్రేణి విస్తృతమవుతోంది వినియోగదారులను ఆకర్షించటానికి తక్కువ ధరలే ఉత్తమమైన మార్గమని కంపెనీలు భావిస్తున్నాయి. మధ్య తరగతి వర్గానికి అనుకూలమైన ఇటువంటి వాతావరణం గతంలో ఎన్నడూ లేదని నిపుణులు వ్యాఖ్యానిస్తున్నారు. వ్యయాలు తగ్గించుకోవడంతో పాటు, ఎక్కువ పరిమాణంలో అమ్మకాలు జరిపి తగ్గిన లాభాలను సర్దుబాటు చేసు కోవటం ద్వారా కంపెనీలు తక్కువ ధరలకే వస్తువులను విక్రయించగలుగుతున్నాయి. విమాన ప్రయాణం, టెలిఫోన్ సేవలు, కంప్యూటర్ల నుంచి హోటళ్ళు, ఎయిర్ కండిషనర్లు, త్వరగా అమ్ముడయ్యే వినియోగ వస్తువుల (ఎఫ్ఎంసిజీ) వరకూ అనేక రంగాల్లో 'నోప్రైట్' హవా సాగుతోంది. ఒక్కసారి వాటిని సమగ్రంగా పరిశీలిస్తే

విమానయాన సంస్థలు

విమానయాన రంగంలో తక్కువ ఛార్జీలను ఆఫర్ చేస్తూ విమానయాన సంస్థలు కొత్త ఒరవడిని సృష్టిస్తున్నాయి. అనవసరమైన హంగులు, ఆర్బాటాలకు స్పెన్డి చెప్పి సామాన్యులకు విమాన ప్రయాణ సౌలభ్యాన్ని కల్పిస్తున్నాయి. ఎయిర్ దక్కన్ "షేకెన్ ఆఫ్ డిబిజీ" పథకం క్రింద రూ. 500/-కే (కొన్ని పరిమితులతో) మహానగరాల మధ్య ప్రయాణం చేసే సౌకర్యాన్ని కల్పించింది. కింగ్ ఫిషర్ మొదలైన బడ్జెట్ విమానయాన సంస్థలు త్వరలో రెక్కలు విప్పనున్నాయి. తక్కువ ఛార్జీల విమానయాన సంస్థల నుంచి ఎదురయ్యే పోటీని దృష్టిలో పెట్టుకుని సాధారణ విమానయాన సంస్థలు రేట్లను తగ్గించాయి.

డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు



**హోటళ్ళు**

“తక్కువ ధరల” విజయాన్ని గుర్తించిన తాజ్గ్రూప్ “ఇండివన్” పేరుతో బడ్జెట్ హోటళ్ళును ఏర్పాటు చేస్తోంది. స్టార్ హోటళ్ళలో ఉండే ఎయిర్ కండిషన్, వైఫై సాంకేతిక పరిజ్ఞాన ఆధారిత ఇంటర్నెట్ కనెక్షన్తో సహా అన్ని సౌకర్యాలు ఈ హోటళ్ళలో ఉంటాయి. అద్దె మాత్రం ఒక రాత్రికి కేవలం రూ.900/-మాత్రమే. తొలి ఇండివన్ హోటల్ ఇటీవల బెంగుళూరు నమీవంలో ప్రారంభమైంది. వచ్చే అయిదేళ్ళలో దేశ వ్యాప్తంగా ఇటువంటి హోటళ్ళను 100 నుంచి 150 వరకూ ఏర్పాటు చేయాలని కంపెనీ భావిస్తోంది. ‘బడ్జెట్ హోటల్’ భావన అతిధ్య రంగంలో కొత్త మార్పును తీసుకురాగలదని తాజ్గ్రూప్ ఆఫ్ హోటల్స్ ఎం డీ. రేమండ్ బిక్సన్ అభిప్రాయ పడుతున్నారు.

**కారు**

భారత్ మార్కెట్ కోసం రూపొందించిన ఐకాన్ కారు ధరను ఫోర్డ్ ఇండియా ఇటీవల దాదాపు రూ. 60,000 తగ్గించింది. తగ్గించిన ధర మేరకు వ్యయాన్ని నియంత్రించడానికి కంపెనీ పవర్ విండోస్, లగ్జరీ సీటింగ్, స్పోర్టి బంబర్లు వంటి వాటిని తొలగించింది.

విడిభాగాల సరఫరాదారులు, నాణ్యతను పరీక్షించే సిబ్బంది సంఖ్యను తగ్గించి తద్వారా లభించిన ఆదాతో ఆల్టో కారు ధరను మారుతీ ఉద్యోగ్ రూ 2.3 లక్షలకు అందిస్తోంది. దీంతో గత 20 ఏళ్లుగా అమ్మకాలలో ప్రథమ స్థానంలో ఉన్న మారుతీ 800’ ను ఆల్టో అమ్మకాలు అధిగమించాయి. ప్రత్యేక అల్యూమినియం రంగులను వినియోగించి ఉత్పత్తివ్యయాన్ని దాదాపు 15 శాతం తగ్గించి నోఫ్రీల్ మోడల్ ‘సీడీ డాస్’ మోటార్ సైకిల్ను రూ.39,900కే హీరో హోండా విక్రయిస్తోంది. అనుసరమైన అన్ని సౌకర్యాలు, ప్రమాణాలతో లక్షరూపాయల కారును టాటా మోటార్స్ ప్రవేశపెట్టేయల్లో ఉన్న విషయం తెలిసిందే. వెల్డింగ్ కు బదులు అంటుకునే పదార్థాలను వినియోగించి వ్యయాన్ని తగ్గించవచ్చని రతన్ టాటా పేర్కొంటున్నారు. మొత్తం కంపెనీలలో ధరల తగ్గింపు వ్యూహాన్ని అనుసరించాలని టాటా గ్రూప్ భావిస్తోంది.

**టెలికామ్**

టెలికామ్ రంగంలో తక్కువ ధరల ‘ట్రెండ్’ను రిలయన్స్ ఇన్ఫోకామ్ ప్రవేశపెట్టింది. సీ.డి.ఎం.ఎ. సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో నిమిషానికి 40 పైసలకే డా సర్జిల రాసుకురావు

మొబైల్ సేవలను ప్రారంభించింది. ఒక్క రూపాయికే దూర ప్రాంత కార్లను చేసుకునే ప్యాకేజీలను ప్రవేశపెట్టింది రూ.5,000కే కలర్ హ్యాండ్ సెట్లను వినియోగదారులు పొందే అవకాశం కల్పించింది. ప్రస్తుతం రూ. 2,999 లకే ప్రపంచంలో అత్యంత నాణ్యమైన సీ.డి.ఎం.పి. బ్లాక్ అండ్ వైట్ సెట్ ను ఇస్తోంది ఇతర కంపెనీలు కూడా వినియోగదారులను ఆకర్షించడానికి కొత్త కొత్త పథకాలను ప్రవేశపెడుతున్నాయి.

**ఐటీ కంపెనీలు**

ప్రముఖ సమాచార సాంకేతిక (ఐటీ) రంగ కంపెనీలు కూడా ఈ వ్యూహాన్ని అనుసరిస్తున్నాయి. ఆపరేటింగ్ సిస్టమ్ విండోస్ ఎక్స్ పీని తక్కువ ధరకు మైక్రోసాఫ్ట్ అందిస్తోంది. వివిధ ఆసియా దేశాలలో దీన్ని ప్రవేశపెట్టాలని నిర్ణయించింది. జెనిట్ వంటి కంపెనీలు, ల్యాప్ ట్యాప్, పీసీలపై ధరలను తగ్గిస్తున్నాయి ఆసెంబిల్ కంప్యూటర్ల కన్నా తక్కువ ధరకు కంపెనీ కంప్యూటర్లు లభిస్తున్నాయి.

అన్ని రంగాలకు ధరల తగ్గింపు వ్యూహం విస్తరిస్తున్నా ఇది మార్కెటింగ్ రంగంలో కొత్త పోకడని, కంపెనీలు జాగ్రత్తగా వ్యవహరించాలని కొంత మంది మార్కెటింగ్ నిపుణులు హెచ్చరిస్తున్నారు. ఎంతో కాలం క్రితమే బడ్జెట్ హోటళ్ళను ప్రవేశపెట్టి అశోక్ గ్రూప్, మహేంద్రాలు విఫలమయ్యాయని గుర్తుచేస్తున్నారు. ఎనిమిదో దశంలో అశోక్ యాత్రీ నివాస్ తక్కువ ఖర్చు హోటళ్ళను ఏర్పాటు చేసి ఆ తర్వాత భరించలేక రేట్లను పెంచింది. అలానే సెల్యూలార్ ఫోన్ల రంగంలో నోక్రిల్ సేవలకు తావు లేదని హచ్ చీఫ్ మార్కెటింగ్ ఆఫీసర్ హరినాగ్ పాల్ అభిప్రాయపడుతున్నారు. మహానగరాల మధ్య అయిదు వందలకే ప్రయాణించే సౌకర్యాన్ని ఎయిర్ డెక్కన్ కల్పించినప్పటికీ అది ఒక్కొక్క విమానంలో అయిదు మందికే పరిమితం కావడం గమనార్హం. 'అదీ ఆన్ లైన్ లో మూడు నెలల ముందు టికెట్ బుక్ చేసుకోవాల్సి ఉంటుంది. ఇలాంటి పరిమితులను దృష్టిలో పెట్టుకుంటే ఈ 'తగ్గింపు' వ్యవహారం పూర్తి స్థాయిలో పొదుకుని విజయవంతంగా ముందుకు సాగడానికి చాలా కాలము పట్టవచ్చని మార్కెట్ నిపుణులు అంటున్నారు

-ఈనాడు బిజినెస్ డెస్క్-

## Business & Marketing Minds

ట్రయిన్ కున్న పవరు అమోఘమైంది. బస్ స్టాండ్ లోనో, రైల్వే స్టేషన్ లోనో, నిలబడి వున్న సందర్భాలలో కొన్నిసార్లు కొందరికి వెనక నుంచి ఎవరో చూస్తున్న భావన మనసులో కలుగుతుంది. వెనుతిరిగి అటువైపు చూస్తే మన మిత్రుడో, చుట్టమో కనిపిస్తాడు. చాలా రోజులు గుర్తుకు రాని మిత్రుడు మదిలో మెదులుతాడు. అతని వార్తలు ఏమి తెలియటం లేదు అని అతని గురించి ఆలోచిస్తుంది మైండు. అతను రావడమో లేదా ఫోన్ చేయడమో లేక మరో మిత్రుని ద్వారా అతని సమాచారం అందడమో జరుగుతుంది. విశ్వానికి ప్రతిరూపం మన మైండ్.

దీనికి సమాచారాన్ని తగ్గించి అందించే ఫిల్టర్స్ వుంటాయి మనకు అవసరములేని సమాచారాన్ని వదిలివేసి అవసరమైన దాన్ని అందించే ఆప్తమిత్రుడిలా ఈ ఫిల్టర్స్ పని చేస్తాయి.

బిజినెస్ మైండ్స్ కు ఇదే మాదిరి అవసరమైనవి కనిపిస్తూనే వుంటాయి మైండును సరిగా నడిపించటం నేర్చుకోండి. మెడిటేషన్ దానికి సులువైన మార్గం.

బస్ లో ప్రయాణం చేసేటప్పుడు ఎదురుగా వచ్చే కార్లలో మారుతీ కార్లు ఎక్కువగా వుంటాయి అని మీ మనసులో ఒక ఆలోచన ఇచ్చి వచ్చే కార్లను చూస్తూండండి. ఎక్కువ మారుతీ కార్లే కనిపిస్తాయి. మైండ్ దేనిని చూడాలనుకోని సిద్ధంగా వుంటుందో అవే కనిపిస్తాయి. బిజినెస్ మైండ్స్ విజయాలను చూడాలనుకొంటాయి.

13

## జవనశైలి విలువల విలీనం

.....అదోగొప్ప చర్చి ఆ చర్చిలో ఒక పెళ్ళిజరిగింది.

'ఫీజు ఎంతివ్వమంటారు' అడిగాడు పెళ్ళి కొడుకు.

'ఆమె నీభార్యగా నీ జీవితంలో ప్రవేశిస్తుంది. అది మీకెంత విలువ అనిపిస్తే అంత ఇవ్వండి. ఈ డబ్బును మేము సేవాకార్యక్రమాలకు వినియోగిస్తాం' అన్నారు చర్చిఫాదర్

పెళ్ళి కొడుకు ఆలోచించి ఒక రూపాయిఇచ్చాడు. 'సంతోషం' అంటూ స్వీకరించాడు ఆయన. కాసేపు లోపల కి వెళ్ళి పని చూసుకొని వచ్చిన ఆ ఫాదర్ ఆ పెళ్ళి కొడుకు అక్కడే తచ్చాడటం గమనించాడు. 'ఏమిటి ఇంకా ఇక్కడేవున్నావ్' అనడిగాడు "చిల్లర ఇస్తారేమోనని చూస్తున్నా" మెల్లగా చెప్పాడు పెళ్ళికొడుకు.....

ఎవరి అంచనాలు వారికి, ఎవరి విలువలు వారివి. “అల్పామా పట్టణంలోని ఒక చర్చిలో ఓ వింత ఆచారం వుంది. అక్కడ జరిగే పెళ్ళిలో పెళ్ళికూతురుని చర్చి పూజారి ముద్దు పెట్టుకోవటం ఆచారం.

ఆ చర్చికి ఒక జంట పెళ్ళి చేసుకోవడానికి వచ్చారు. ఆ పెళ్ళి కూతురుకి అలా ముద్దు పెట్టించుకోవటం సుతారాము ఇష్టం లేదు.

తనకు కాబోయే భర్త చెవిలో గొణిగింది “పెళ్ళి చెప్పండి ఆయనకు నాకు ముద్దు పెట్టించుకోవటం ఇష్టం లేదని” అని.

సరేనని పెళ్ళి కొడుకు వెళ్ళి అదే విషయం ఆ పూజారికి చెప్పి వచ్చాడు.

“ఏమన్నాడు! అత్యతగా అడిగింది పెళ్ళి కుమార్తె.

“సరేనన్నాడు. అలాగయిన పక్షంలో తాను సాధారణంగా తీసుకునే ఫీజులో సగం తగ్గించి తీసుకుంటానని సంతోషంగా చెప్పాడు” వివరించాడు పెళ్ళికొడుకు.

ఎవరి విలువలు వారివి మరి.

పాశ్చాత్యదేశాలలో వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసే సంస్థలు వారికి సరుకు సరఫరా చేసేవారిని శత్రువులలాగా చూసేవి. సరుకు నాణ్యత కోసం ధర నియంత్రణ కోసం యాజమాన్యం సరుకు సరఫరాదారులను ఒత్తిడి చేసేది. నచ్చక పోతే సప్లయర్ని మార్చేవారు.

ఆ తరువాత తయారు చేసేవారు, వారికి ముడి సరుకును సప్లైచేసేవారు, కలిసికట్టుగా మిత్రులలాగా భాగస్వాములలాగా ఒకటిగా పని చేసేవారు. ఇది జపానువారి నుంచి అనుకరించిన పద్ధతిగా చెప్పుకోవచ్చు ఆ తరువాత ఇటీవల కాలంలో తయారుదారుడు కొనుగోలుదారుని గౌరవించడం అతనిని మిత్రునిగా అతిధిగా గౌరవించడం మొదలైంది.

కొనుగోలు దారుల అడ్రెస్లు తీసుకుని కొన్న తర్వాత యోగక్షేమాలు అడగటం దగ్గర నుంచి మొదలుకొని మంచి సర్వీసు ఇవ్వడం మొదలైంది. క్రొత్త కస్టమర్లను ఆకర్షించడానికి అయ్యే ఖర్చుకంటే తక్కువ ఖర్చుతో పాత కస్టమర్లను నిలుపుకోవచ్చని తెలుసుకొన్నారు కొనుగోలు దారులు విలువను గుర్తించాయి. బిజినెస్ మైండ్స్. కస్టమర్ అవసరాలు క్షణాలమీద తీర్చేలా ఆప్టైండ్స్ ఆలోచించి కృషి చేశాయి.

ప్రస్తుతం కస్టమర్స్ కి విలువివ్వడమే కాకుండా వారి జీవితపు విలువలలోనికి చొచ్చుకుపోయి అతని జీవన సరళిపై ప్రభావించే దిశలో సంపూర్ణ విలువలు అందించడానికి కొన్ని బిజినెస్ మైండ్స్ ఆలోచించి నిర్ణయాలు తీసుకొని విలువల నందిస్తూ ప్రగతి పథంలో ముందుకు సాగుతున్నాయి. రోజు రోజుకు మారే విలువలతో అత్యంత విలువైన విశ్వంలో మనం జీవిస్తున్నాం.

జంతువులను, పక్షులను పెంచుకునేవారు తాము ఊరు వెళ్ళేటప్పుడు వాటిని సంరక్షించే వసతులుంటేనే పెంచుతున్నారు. ఈ ఆలోచనలతో అలాంటి వాటికోసం హోటల్స్ ప్రారంభించారు. విజయం సాధించారు. స్విస్ కంపెనీ గడియారాలు తయారుచేసేవి. ఆనాటి గడియారాలకు అవసరమైన సున్నితమైన స్ప్రింగ్లు, చక్రాలు తయారుచేయడం ఆ కంపెనీకి అగ్రగామిగా వుండేది. ఎలక్ట్రానిక్స్ అభివృద్ధి చెందినాక క్వార్ట్జ్ వాచీలు తయారుచేసే టెక్నాలజీని ముందుగా స్విస్ కంపెనీ కనిపెట్టినప్పటికీ దానిని వినియోగించలేదు. దానికి కారణం ఆ కంపెనీకి వున్న గిరాకి తగ్గకూడదని. కాని జపాన్ వాచ్ కంపెనీలు, క్వార్ట్జ్ వాచీలను తయారుచేయడం ప్రారంభించి ఈ స్విస్ కంపెనీ అందించే వాచీల మార్కెట్ ను దెబ్బతీసింది స్విస్ కంపెనీ క్వార్ట్జ్ వాచీలను తయారుచేయడం ప్రారంభించి మార్కెట్ లో అధిక శాతం అమ్మకాలను చేయగలగటమే కాకుండా గతంలో తయారుచేసే స్విస్, మామూలు వాచీలకు సమీకృత విలువలను కలిపి మార్కెట్ చేయడం ద్వారా తన ఆధిపత్యాన్ని నిలుపుకుంది. వాచీలు పని కేవలం టైమ్ తెలుసుకోవడానికే కాదు. అదోక అలంకారంగా మగవారు భావించేలా చేయడంలో ఆ కంపెనీ సఫలీకృతమైంది. ఆడవారు బంగారు నగలు ధరిస్తారు. మగవారు కూడా వాచీ రూపంలో బంగారు ఆభరణాలు ధరించవచ్చు అన్న విలువలను అందవ్వడంతో ఆ కంపెనీ అగ్రగామిగా నిలబడింది

చాలా సంవత్సరాల క్రితం పాకిస్తాన్ లో నిస్తార్ అనే ఆయన నష్టాలలో నడుస్తున్న ఒక వ్యవసాయ బ్యాంకుకు ముఖ్యఅధికారిగా బాధ్యతలు చేపట్టారు. ఆయన వ్యవసాయదారులకు ఋణాలు ఇచ్చే ఫీల్డ్ ఆఫీసర్లకు మోటారు సైకిల్స్ ఇచ్చి వారికి వ్యవసాయ పద్ధతులపై శిక్షణ ఇప్పించి వారిని రైతుల పద్ధకు పంపి వ్యవసాయ రుణాలు ఇప్పించి వ్యవసాయం చేయడంలో నూతన పద్ధతులను వారికి చెప్పించాడు. పంటకాలంలో ఆ ఆఫీసర్స్ వెళ్ళి రైతులకు గిట్టుబాటు ధర వచ్చేలా చూసేవారు. ఆ విధంగా ఆ బ్యాంకు లాభాల బాటకు చేరుకుంది.

ఏటియమ్ మిషన్ల గురించి ఇంతకు ముందు ప్రస్తావించడం జరిగింది. కస్టమర్స్ ను సర్వే చేస్తే వాటికంటే మనుష్యుల సర్వీసే బావుంటుందని రిపోర్టు వచ్చింది. అయినా వాటిని ముందుగా అమెరికా బ్యాంకులు అమర్చాయి. బిజీగా వుండేవారు, ధనికులు వాటిని వినియోగించుకుంటారని బ్యాంకులు భావించాయి.

డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు

తీరా పరిశీలిస్తే అమెరికాకు వలస వచ్చిన మెక్సికన్ దేశస్తులు సాధారణ జీతగాళ్ళు వాటిని వినియోగించటం బ్యాంకువారిని ఆశ్చర్యంకలిగించింది. అసలు విషయాన్ని విశ్లేషిస్తే మెక్సికన్లు ఇంగ్లీషు అంతబాగా మాట్లాడలేరు బ్యాంకులోకి వెళ్ళి అక్కడ ఉద్యోగులతో మాట్లాడటం కష్టంగా వుండేది పైగా అది వారికి సీగ్గు, బిడియాన్ని కలిగించేది. దాంతో ఈ మిషన్లు వాడటం వారికి ఎంతో విలువల నందించినట్లుగా అయింది. వాళ్ళ సమస్య తీరింది. ఇదే జీవన సరళిలో విలువల విలీనం అంటే.

ఈ మధ్యకాలంలో ఆరోగ్యం పట్ల అవగాహన పెరిగింది.

డైట్కోక్, తక్కువ క్యాలరీలు వుండే ఆహారం, మొలకెత్తే గింజలుతినటం, చక్కెరకు బదులు తేనెవాడడం, నీరు అధికంగా తీసుకోవటం, వెజిటబుల్ సలాడ్ తినడం, ఇలా ఆహారపు అలవాట్లు మారిపోయాయి. జివ్వచాపల్యంతో అధిక క్యాలరీలు అందించే ఆహారం చిరుతిండ్లు తిన్నా అపరాధన భావనకు గురవడం, వేదనపడడం మామూలు అయింది.

ఈ నేపథ్యంలో క్యేడ్బరీస్ వారి విస్సా పేరుతో విడుదల అయిన చాక్లెట్ విదేశాలలో బాగా ప్రజాదరణ పొందింది. “విస్సా” అన్న పేరు లోపల “గాలితో గడ్డిపోచలాగా” వుంటుందని పెట్టారేమో. ఆ క్యాండిండా గాలివుంటుంది. దాని ఖరీదు ఇంచు మించుగా మామూలు చాక్లెట్తో సమానంగా వున్నా ప్రజలు అధిక ధర చెల్లించి ఈ చాక్లెట్ తినటానికి ఇష్టపడ్డారు

అపరాధభావం లేకుండా చాక్లెట్ను తృప్తిగా తినవచ్చనే విలువను ఆ కంపెనీ కస్టమర్స్ కి అందించింది.

మరికొన్ని కంపెనీలు “టిన్ క్యాండిబార్” ను ప్రవేశపెట్టాయి. రెండు చిన్న బార్స్ వుంటాయి ఆ ప్యాక్ లో. వీటికి విపరీతమైన ప్రజాదరణ విదేశాలలో లభించింది. చిన్నది కాబట్టి ఒక బార్ తినవచ్చును. ఎలాంటి “గిట్టి ఫీలింగ్” వుండదు. రెండో బార్ ను తరువాత ఎప్పుడైనా తినవచ్చు. అది ఆరోజే మరో సమయంలో తింటున్నా “చిన్నదే కదా తింటున్నాం” అన్న భావనతో ఎక్కువ కేలరీలు తినటం లేదు అన్న భావన తినే వారికి కలుగుతుంది అది అలా ప్రజాదరణ పొందాయి.

ప్రజలు వారి చుట్టూ వున్న ప్రపంచంతో పూర్తిగా కలిసిపోయారు. బిజినెస్మైండ్స్ కస్టమర్స్ని గమనిస్తాయి. అ కస్టమర్ తన చుట్టూ వున్న సంబంధాలను గమనిస్తాడు వీటి రెంటికీ అది వరకే వున్న విలువలను గుర్తించి వాటితో క్రొత్త విలువలను మిళితం చేస్తాయి.

అదొక బిల్స్ కట్టించుకునే కౌంటర్ అందరూ క్యూలో నిలబడి బిల్లులు కడుతుంటారు. బాగా రద్దీగా వుంది. ఆలస్యం అవుతుందని కస్టమర్స్ విసుక్కోవడాన్ని గమనించిన మేనేజ్మెంట్ మరింత చురుకుగా పనిచేసే సమర్థవంతమైన గుమస్తాను పెట్టారు. అయినా కొద్దిమంది ఆలస్యం అవుతుందని విసుక్కుంటున్నారు. మరొక కౌంటరు తెరిచినా అక్కడ కూడా సమర్థవంతుడ్డీ కూర్చోబెట్టినా కొందరు కస్టమర్స్ అసౌకర్యానికి గురవుతున్నారు. తమ తమ బిజీ పనులలో అలావెళ్ళి వెంటనే చెల్లించి వెళ్ళి ఇతర పనులు చేసుకోవచ్చు అన్న వారి భావనను కనిపెట్టారు.

మూడో కౌంటరుని ప్రారంభించారు. కొంచెం అధికచార్జీలు చెల్లించేవారు ఆ కౌంటరును ఉపయోగించుకోవచ్చు అని బోర్డు పెట్టారు. సర్వీసు చార్జి ఇంత చెల్లించాలి అని వ్రాసారు. కావాలంటే క్యూలో నిలబడవచ్చు. త్వరగా పని కావాలంటే కాస్త మూల్యం చెల్లించి ఈ సర్వీసును ఉపయోగించుకోవచ్చు

పాస్పోర్టు వెంటనే కావాలనుకునే వారి కోసం “తత్కాల్ పథకం” వారి అవసరాలు తీర్చింది. టెలిఫోన్ బూత్స్లో కూడా ఒకే ఫోన్ వుంటుందనుకోండి. ఒకరే ఎక్కువ సేపు మాట్లాడుతుంటే మరొక కస్టమర్ వేచి వుండాలి. అలా వేచి వున్న కస్టమర్ అత్యవసరంగా మాట్లాడాల్సిన అవసరం వుందనుకోండి. ఎంత ఆసహనంగా వుంటాడో ఊహించండి. అదే అక్కడ మరో ఫోన్ వుంది. అది ఎమర్జెన్సీ సర్వీస్ ఫోన్ అది వాడాలంటే మామూలు చార్జీ కంటే ఎక్కువ చెల్లించాలి. ఇలాంటి ఏర్పాటు వున్నట్లయితే అవసరమనుకున్నవారు వేచివుండలేనివారు దబ్బుకాస్త ఎక్కువైనా ఈ ఫోన్ వాడుకుంటారు.

కొందరు ఆర్దిస్టులు వేసే చిత్రాలలో రెండు బొమ్మల మధ్య స్పష్టత కనిపించేలా చిత్రీకరిస్తారు రంగులను అద్దుతారు. అలా విలువలు స్పష్టంగా, వాటిలో వున్న సంబంధాలు మరింత స్పష్టంగా కస్టమర్ అంతర్ మనసుకు కనిపించేలా విలువల కల్పన జరగాల్సిన అవసరం వుంది. దీనికై సృజనాత్మకత ప్రతి సంస్థకు అవసరం.





# వనలే - పరిమితులు

.....ఒంగోలులో "నల్లారి నర్సింగ్ హోమ్" పేరుతో నడిచే మా హాస్పిటల్ వుంది. శుభ్రం చేయడానికి అవసరమయ్యే సోపు ఆయిల్, సింబెడ్ ఫినాయిల్, మొదలైనవి కిరణ్ అనేవ్యక్తి విజయవాడ నుంచి వచ్చి సరఫరా చేసేవాడు. ఒకసంవత్సరం అతనే సప్లై చేస్తూ వుంటే పోటీదారులు వచ్చినా మా హాస్పిటల్ యాజమాన్యం "మేము ఫలానా వారి దగ్గరే అలవాటుగా కొంటున్నాము మీ సర్వీసు మాకు అక్కరలేదు" అని వచ్చినవారికి చెప్పి పంపేవారు. సుభీర్ అనే మరో సప్లైర్ వరుసగా మూడు నెలలు వచ్చి హాస్పిటల్ మేనేజర్ ని కలిసి అదే సమాధానం విని వెళ్ళేవాడు. నాలుగో నెలలో కూడా కలిసి "ఆ కిరణ్ ఎంతకు ఇస్తున్నాడు" అని అడిగి ధర తెలుసుకుని "అంతకంటే చాలా తక్కువకి నేను సరఫరా చేస్తాను, అంతకంటే మంచి క్వాలిటీ ఇస్తాను" అని నమ్మబలకటంతో మా మేనేజరు అతనికే ఆర్డరు ఇచ్చాడు. ఆపై నెల కిరణ్ ఆర్డర్ కోసం వస్తే ఇన్నాళ్ళు ఎక్కువ ధర తీసుకున్నందుకు కోప్పడ్డాడు. ప్రస్తుతం మేము చాలా తక్కువ ధరకు తీసుకున్నాము. మీ నరుకుమాకు అక్కరలేదు అని చెప్పాడు. కాసేపు ఆలోచించిన కిరణ్ అవి తయారు చేయటం చాలా సులువండి. మీ సిబ్బంది చేతనే తయారు చేయించుకోవచ్చును. ఏవి ఏవి ఎంత వేసి ఎలా కలపాలో నేర్పిస్తాను. నాకు రెండు వందలు ఇవ్వండి. మీరే తయారు చేసుకుంటే ఆ సుభీర్ ఇచ్చే రేటు కన్నా సగానికి సగం ఖర్చు అవుతుందని చెప్పగా మా మేనేజరు ఒప్పుకుని ఆ విధానాన్ని తెలుసుకున్నాడు. సిబ్బందికి శిక్షణ ఇప్పించాడు. అప్పటి నుండి ఇప్పటి వరకు మా సిబ్బందే తయారు చేసుకుంటున్నారు. పోటీ వడి ఇద్దరూ నష్టపోయారు.....

ప్రకాష్ హోటల్ కట్టించాలనుకున్నాడు. ఆ వూరిలో స్థాయిగల హోటల్స్ రెండే వున్నాయి. రెండు బాగా పాశబడిపోయాయి. వాటిలో పద్దతులు కూడా చాలా పురాతనంగా వుంటాయి. ఖచ్చితంగా అక్కడే తన హోటల్ ప్రజాదరణపొందు తుందనిపించింది. లోన్స్ తీసుకుని అన్నివసతులతో సదుపాయాలతో హోటల్ కట్టాడు. తన హోటల్ కు పెద్దగా రాబడి పెరగలేదు. పాత హోటల్స్ రెండు వ్యాపారంలో అంతకు ముందు కంటే మెరుగ్గా నడుస్తున్నాయి. ఎక్కువ మంది ఆ హోటల్స్ లో బసచేయడానికి ఇష్టపడుతున్నారు.

పోటీ మనస్థత్వంతో హోటల్ కట్టిన ప్రకాష్ ఒక విషయాన్ని గమనికలోనికి తీసుకొనలేదు అవి రెండూ చాలా పాతవి కాబట్టి వాటిమీద అప్పుతీరిపోయి వుంటుందని, వసతులు మెరుగుపరచటం, పోటీ పడ్డ ప్రతి ఒక్కరూ చేసే వీలున్న విలువఅని దాంతో తప్పుకుండా ప్రత్యర్థులు పోటీ పడతారని.

ప్రకాష్ ఆ ప్రదేశంలోనే కాకుండా మరొక చోట మరొక రకం అవసరాలు తీర్చేరీతిలో హోటల్ కట్టించి వుంటే? వసతులు అమర్చి లగ్జరీలను తగ్గించి ఆ పరిసర పట్టణాల వారి బడ్జెట్ పరిధిలో తక్కువ అడ్డెతో మంచి సర్వీసు ఇవ్వగలిగితే వ్యాపార సంస్థలు, ఆఫీసులు వున్న చోట ఒక కాన్సెరెన్స్ హాలుతో నిర్మించినట్లయితే బాగుండేది.

పరిపూర్ణమైన విలువలు అందించినంత మాత్రానే నెంబర్ వన్ స్థానానికి ఎదగగలరా? గ్యారంటీగా మొదట్లో లాభం వుంటుంది. ఇదే సంపూర్ణవిలువలను పోటీదారులు నేడో రేపో అవలంభిస్తారు అప్పుడు లాభం తక్కువ. క్రొత్త క్రొత్తవిలువలను ఎలా అందించాలి అన్న ఆలోచనలతో రీసెర్చి కొనసాగుతుండాలి.

కొన్ని రోగాలకు రక్తం ఎక్కించాల్సిన అవసరం వుంటుంది. ఎయిడ్స్ భయం రక్త మార్పిడి సమయంలో భయపెడుతూనే వుంటుంది. ఎన్ని పరీక్షలు చేసినా అనుమానం పెనుభూతం అవుతుంది. అదే కృత్రిమరక్తం తయారుచేస్తే దాని పల్ల ఎయిడ్స్ లాంటి వ్యాధులు వస్తాయన్న భయం వుండదు. ఈ ఆలోచనలతో జపాన్ లో రక్తంతయారు చేస్తున్నారు. పరీక్షలు నిర్వహిస్తున్నారు. అది విజయం వంతం అయితే..

పోటీ అవసరమే- అది ఒక్కటే సరిపోదు. పరిపూర్ణమైన జీవితపు విలువలను అందించడంతో పోటీని అదిగమించి పైపైకి ఎదగవచ్చు. క్రొత్త క్రొత్త విలువలను కల్పిస్తూ వెళ్ళాల్సిన అవసరం రేపటి అవసరంగా కనిపిస్తుంది. రేపటి అవసరాన్ని ఈ రోజే గమనించి అందించగలగాలి. అలా నిరంతర అన్వేషణ జరుగుతూనే వుండాలి.

“జాన్సన్ ఆ బజారులో పురాతన కళాఖండాలను అమ్మే షాపు పెట్టాడు. ఫరవాలేదు బాగానే సాగుతుంది. అతని మిత్రుడు క్రిష్ణ. ఆ వూరిలోనే అలాంటి షాపు పెట్టాలనే ఉద్దేశ్యంతో జాన్సన్ దగ్గర సమాచారం సేకరించడానికి వచ్చి అడిగాడు. జాన్సన్ తనకు పోటీ వస్తుందని తలపోశాడు.

“ఈ వ్యాపారం అంతబాగా నడవటం లేదు, ఖర్చులు కూడా రావటంలేదు, అంటూ నిరుత్సాహపరిచాడు. క్రిష్ణ తన అభిప్రాయాన్ని మార్చుకున్నాడు. ఇది పరోక్షంగా జాన్సన్ అభివృద్ధికి ఆటంకం అన్న విషయాన్ని మరిచాడు.

తన దొక్కటే ఆ ప్రాంతంలో అలాంటి షాపు వుండటం తనకి తాత్కాలిక ప్రయోజనమే. ఇంకా రెండు మూడు షాపులు అలాంటివే అక్కడ మొదలైతే ప్రజలకు ఆ ప్రాంతానికి వెళితే అలాంటి షాపులు చాలా వున్నాయి. కావాల్సింది దొరుకుతుంది అనే భావనతో సేల్స్ పెరిగే అవకాశం పోయింది మిగతా షాపుల వారి ప్రచారం పరోక్షంగా ఆ వీధిని అందరికి తెలిసేలా చేస్తుంది. అక్కడికి వచ్చిన వారు తన షాపును కూడా చూసే అవకాశం వుండేది అన్నింటికంటే ముఖ్యం పోటీ వుంటేనే, జాన్సన్ మైండ్ వ్యాపార అభివృద్ధికి ఆలోచనలు చేసేది ఎక్కడ పరస్పర సహకారం వుండాలి, ఎక్కడ పోటీ వుండాలి అన్న దానిని గురించి కూడా ఆలోచిస్తాయి బిజినెస్ మైండ్స్.

ఇంజనీరింగ్ మెడికల్ నీట్లు సాధించాలనే లక్ష్యం అటు పిల్లలలో ఇటువారి తల్లిదండ్రులలో ప్రారంభంకావటంతో ఇంటర్మీడియట్ విద్యాభ్యాసానికి రెసిడెన్షియల్ కాలేజీల పట్ల ఆకర్షణ పెరిగింది. మనరాష్ట్రంలో మా పట్టణంలో రెసిడెన్షియల్ కాలేజీలు పట్ల ఆకర్షణ పెరిగింది. మనరాష్ట్రంలో మా పట్టణంలో మేము ఒక కాలేజీని భవననిర్మాణం గావించి మొదలుపెట్టాము. స్థానికంగా పోటీ మొదలయ్యింది ఆ పోటీ వికృత రూపం దాల్చి ఒకరిని మించి మరొకరు విద్యార్థి కట్టాల్సిన ఫీజును తగ్గించి చేర్చుకోవటంతో అందరికీ ఇబ్బందులు మొదలుఅయినాయి ఈ లోపు రాష్ట్రంలో కొన్ని కార్పొరేట్ కళాశాలల వారు ముఖ్యపట్టణాలలో బ్రాంచీలు పెట్టటం, బిజినెస్ పెంచుకోవటం చేశారు

రానున్న ప్రమాదాన్ని వసిగట్టి మా పట్టణంలోని కాలేజీలన్నింటినీ సమావేశపరచి అసోషియేషన్ ఏర్పరచి కొన్ని విషయాలతో సహకారంతో వ్యవహరిద్దాం అని ఒప్పించగలిగాము. అంతా ప్రణాళిక సిద్ధంఅయింది అడ్మిషన్ల సీజను మొదలు కాబోతుంది అనగానే కొందరు ఈ ప్రతిపాదనను వ్యతిరేకించి పోటీ పోటీనే అంటూ మార్కెట్లో పడ్డారు. అప్పటిదాకా వరుసగా 1997, 1998, 1999, 2000 సంవత్సరాలలో వరుసగా ఎమ్. సెట్లో స్టేట్ ఫస్ట్ ర్యాంక్ సాధించుకున్న ఈ పట్టణం లోని కాలేజీలలో అనారోగ్యకరమైన పోటీ వికృత రూపం దాల్చి అతి తక్కువ ఫీజుతీసుకుని విద్యార్థుల సంఖ్యను

డా. నల్లల రాఘవరావు

పెంచుకోవాలని అత్యంతో పనిచేశారు. ఈ నేపథ్యంలో కార్పొరేట్ కళాశాలలు మా పట్టణంలో కూడా బ్రాంచి పెడుతున్నారు అన్న సమాచారం. ఉన్న పోటీకి తోడు సరికొత్త పోటీ మొదలుఅవనున్నదని అవురూపంగా సుందరంగా నిర్మించిన మా భవనాలను శ్రీ చైతన్యకళాశాలలకు లీజుకు ఇచ్చివేశాము.

1996 ప్రాంతం నుంచే శ్రీ చైతన్యకాలేజీ స్థానిక కాలేజీలతో పోటీ పడుతూనే అన్ని ముఖ్యపట్టణాలలో బ్రాంచీలు పెడుతూ తన విలువను పెంచుకుంది. దూర ప్రాంతాలకు తమ పిల్లలను పంపలేనివారికి ఆ ప్రాంతంలో కాలేజీ పెట్టడం ఆనందాన్ని ఇచ్చింది. వారి మనసుకు విలువను ఇచ్చినట్లు ఫీలయివుంటాయి. ఎక్కడా ఇవ్వనంత జీతం శ్రీచైతన్య ఆధ్యాపకులకు ఇస్తారని ప్రచారం వుండటంతో బాగా చెప్పే అనుభవం వున్న ఆధ్యాపకులు శ్రీచైతన్యలో చేరి తమ విలువలను పెంచుకున్నారు.

ఇంతింత జీతాలు ఇస్తున్న సంస్థకాబట్టి మంచి లెక్చరర్స్ వుంటారనే భావం ప్రజల మనసులలో నాటుకుంది. అంతేకాకుండా ఒక అడుగుముందుకు వేసి ఐ.ఐ.టి, ఆల్ ఇండియా మెడికల్ ప్రవేశ పరీక్షలకు శిక్షణ ఇవ్వడం ఇతర రాష్ట్రాలకు విస్తరించడం మొదలగు అభివృద్ధి చర్యలతో అగ్రగామిగా నిలిచింది.

మా పట్టణంలోని వివిధ కాలేజీలు వరుసగా నష్టపోవటం, దివాళాతీయడం, అప్పులపాలుఅవ్వడం, మూతపడటం జరిగింది. అభివృద్ధిలో పోటీపడాలి. మిగిలిన వాటిలో సహకారంతో వ్యవహరించాలి. ఇదే జపనీస్ బిజినెస్ మైండ్స్ వ్యాపార విజయ రహస్యం.

**అసలు పోటీయే లేకుంటే?**

మీరు ఒక్కరే వ్యాపారం చేస్తున్నారు. మరో పోటీదారుడు లేడు. “బేకిట్ ఈజీ పాలసీ” వచ్చేస్తుంది. అహం పెరుగుతుంది. కళ్ళు మూసుకుపోతాయి. అవకాశాలు కనిపించవు. అభివృద్ధిని మరిచిపోతారు. అది మానవనైజం. వీరప్పన్ లో అదే ప్రవేశించింది. వీరప్పన్ మరణానంతరం పత్రికలన్నీ కథనాలతో పేర్కొన్నాయి. నాకేమి ఎదురులేదు అన్నభావనతో తక్కువ జాగ్రత్తలు తీసుకోవటానికి అలవాటుపడ్డాడు వీరప్పన్. దాదాపు మనకు స్వాతంత్ర్యం రాక ముందు ఒక సంవత్సరం ముందుగా జపాన్ ముఖ్యపట్టణాలపై బాంబుదాడి జరిగి సర్వనాశనం అయిపోయాయి. మనకి స్వాతంత్ర్యం వచ్చే సరికి మనం కొంత అభివృద్ధి చెందే

వున్నాము. ఆ సమయములో జపాన్ అభివృద్ధి 0% వెళ్ళింది. లాజికల్ గా ఆలోచిస్తే ఈనాటికి మనం సాంకేతికంగా వారికంటే ముందువుండాలి కాని వారు మన కంటే ముందు వుండటానికి కారణం?

వారిలో దేశభక్తి ఎక్కువ, సమైఖ్యతాభావం ఎక్కువ. దేశాన్ని ముందుకు తీసుకువెళ్ళాలని ప్రతినపూనారు. ప్రతి రోజు ప్రతి పౌరుడు ఏదో ఒక దానిలో కనీసం ఒక శాతం అభివృద్ధి సాధించాలి అని నియమం పెట్టుకున్నారు- ఆచరించారు- అభివృద్ధిని సాధించారు. రోజూ ఆరుగంటలకు నిద్రలేచే వారు కాస్త ముందుగా లేస్తే అభివృద్ధి. ఒక వస్తువు తయారు చేయటానికి రెండు గంటలు పడితే మరుసటిరోజు 1గంట 59 నిమిషాలకే పూర్తి చేయగలగటం అభివృద్ధి. నిన్నటి కంటే పని చేసే స్థలాన్ని శుభ్రంగా నీట్ గా వుంచటం అభివృద్ధి. దీనినే “ఫైజాన్” అంటారువారు.

ఇతరులతో పోటీ పడితే ప్రమాదం, మనతోనే మనం పోటీ పడితే ఆనందం.

వనిచేయడం ద్వారా ఆనందం పొందుతాయి బిజినెస్ వైండెస్. కోట్లాదిరూపాయల ఆస్తి, అనేక రాయితీలు, తరతరాలు కాలుమీద కాలువేసుకుని కూర్చోగలిగిన స్థితిలో వున్న టాటా, బిర్లా, రామోజీరావు, మొదలైనవారంతా శ్రమిస్తున్నారంటే వారికి పనిచేయడంలో ఆనందం. వారా పనిని ప్రేమించడమే కారణం. నిరంతర అభివృద్ధి అసలైన కారణం. ఆలోచించండి. విలువలని రూపొందించాలి అనే కోణంలో ఆలోచించండి. విలువలను తయారు చేయడం అలవాటు చేసుకోండి. మీ మానసిక కర్మాగారంలో.....



## విలువల తయారీ

.....మండులను తయారు చేస్తారు.  
వీటన్నిటి కంటే ముందు నుంచే మనిషి మనసు  
విలువల సృష్టికి శ్రీకారం చుట్టింది.  
ఇంగ్లీషును “మాన్యుఫాక్చర్” అంటే “తయారు  
చేయడం”. విలువల తయారీకి ఓ క్రొత్త పదాన్ని  
తయారుచేశారు ఎడ్వర్డ్ డిబేనో. అదే వాల్యూఫాక్చర్.  
ఇవి మనసులో తయారుకావాలి. ఆలోచనలే వీటిని  
తయారుచేసే పరికరాలు.....

“హమ్ తుమ్ ఏక్ కమరే మె బంధ్ హో” ఆర్జున్ బాబిసినిమాలోని హిట్ సాంగ్, మనం ఇద్దరం ఈ రూమ్ లో బందీలుగా వున్నాం అనుకోండి. ఎలాగైనా బయటపడాలి అనే కోరిక. కోరిక చాలా బలంగా వుంది. బయటపడటానికి ఆ రగులుతున్న కోరిక పూర్తిగా సరిపోదు. రూమ్ ను తెరిచే తాళం ముఖ్యం. కోరికలను నెరవేర్చుకునే మార్గం కోసం అన్వేషించకుండా కోర్కెలు కోరుకోవటం, ఫీల్ కావటం అవివేకం. అలాగే తాళం మన దగ్గరే వున్న బయట పడాలనే కోరిక లేకపోయినా ప్రయోజనం తక్కువ మనిషికి కోర్కెలు, ఫీలింగ్స్ వుండాలి. ఆలోచించగలగాలి. విలువలు వుండాలి. కోర్కెలుండటం- ఆలోచించటం ఒకటికాదు. ఆలోచించాలి. విలువలు లేని ఆలోచనలు గమ్యంలేని ప్రయాణంతో సమానం. ఆలోచనలకు పదును పెట్టాలి. విలువతో ఆలోచించాలి. విలువల కోసం ఆలోచించాలి. ఆలోచనల ద్వారా విలువలను తయారు చేయాలి అలా పని చేయాలి నేటి బిజినెస్ మైండ్స్.

గమ్యం చేరడానికి సైకిల్ ఉపయోగపడుతుంది. తక్కువ శక్తిని ఖర్చు చేస్తుంది. గమ్యానికి తొందరగా చేరుస్తుంది ఇంకాముందుకు, ముందుకు తీసుకువెళ్ళడానికి కూడా సహకరిస్తుంది. ఆలోచనలు విలువల దగ్గరకు మిమ్మల్ని తీసుకువెళ్తాయి. ఇంకా మెరుగైన విలువల దగ్గర చేరవేస్తాయి. అందుకనే బిజినెస్ మైండ్స్ కి ముఖ్య అవసరం ఆలోచించడం.

“ప్రశాంత్ చాలా తెలివైనవాడు. ఇంటిలిజంట్ గా పేరు ప్రఖ్యాతులు గడించాడు. వ్యాపారం ప్రారంభించాడు. అతని అపార తెలివితేటలతో విజయపథాన నడుస్తాడని అందరూ భావించారు. రెండు సంవత్సరాలకే విపరీతమైన నష్టాల ఊబిలో కూరుకుపోయాడు. తెలివి తేటలు- ఆలోచనలు ఒకటికాదు. వేరువేరు నైపుణ్యాలు- తెలివితేటలు కారుకో మోటారు సైకిల్ కో వున్న హార్వీ పవరులాంటివి. ఆలోచనలు డ్రైవ్ చేసేవారి కుండే నిపుణత. డ్రైవరు నైపుణ్యాన్ని బట్టి ఆ కారు స్పీడుగా సురక్షితంగా వెళ్తుంది. అవి లేనప్పుడు అది ఎంత ఎక్కువ హార్వీ పవర్ గల బండి అయినా గమ్యాన్ని చేరలేదు. కారునడపటం నేర్చుకోవచ్చు. ప్రాక్టీసు చేసి నైపుణ్యాన్ని పెంచుకోవచ్చు. ఇది స్కూల్స్ లోనో, కాలేజీలలోనే నేర్చని విద్య ఆలోచించడం మైండుకున్న నైపుణ్యం. ఆలోచనా సరళిని బట్టే జీవితం వుంటుంది. ఆలోచనలను బట్టే ఫీలింగ్స్ తీసుకునే చర్యలు వుంటాయి. ప్రణాళికలు రచించడానికి ఆలోచించాలి. సమస్య పరిష్కారానికి ఆలోచించాలి. క్రొత్త అవకాశాల కోరకు ఆలోచించాలి. అభివృద్ధి కోసం ఆలోచించాలి. విలువలు అందివ్వడానికి ఆలోచించాలి.

**డిబేనోగారి ఆరుటోపీలు**

ఒక సందర్భాన్ని సవీన్ నీలిమలు చెరోవైపునుంచి చూస్తున్నారు. వాడోపవాదాలు జరుగుతున్నాయి. ఎవరూ తగ్గడం లేదు. సమయం గడుస్తోంది. ఒక నిర్ణయానికి రాలేకపోయారు. అది సాధారణ ఆలోచనా శైలి. పెద్దగా ఫలితాలను ఇవ్వదు. ఇరువురు ఒకే వైపు మార్గంలో ఆలోచిస్తూ వెళితే ఎలా వుంటుంది? సమాంతరంగా ఆలోచిస్తారు. ఆలోచించే మార్గం మారుతూ వుంటుంది. అనేక మార్గాల ద్వారా ఇద్దరూ కలిసి ఆలోచిస్తారు. నిర్ణయానికి రాగలుగుతారు.

ఆరు టోపీలు ఆరు మార్గాలను సూచిస్తాయి.

**1. తెల్లటోపి:**

అందరూ తెల్లటోపి ధరించినట్లు భావిస్తారు. తెల్లటోపి తెల్ల పేపరుకు గుర్తు. వైట్ పేపర్ అంటే సమాచారం. ఏ సమాచారం మన దగ్గరుంది? ఇంకా ఏ సమాచారం మనకవసరం? ఏ సమాచారం మిస్ అయింది? అలా ఆలోచించాలి. సమాచారాన్ని విరుద్ధ స్వభావాలున్న సమాచారం వచ్చిన సమాంతరంగా వ్రాసుకోవాలి.

**2. ఎర్రటోపి:**

అందరూ ఎర్రటోపిని ధరించినట్లు ఊహిస్తారు. ఎరుపంటే నిప్పు, వేడి, రక్తం, విప్లవం. ఈటోపిని ధరించి ఎవరు మనసుకు వచ్చిన ఫీలింగ్స్, భావాలు. సిక్స్ సెన్స్ సూచనలు ఎలాంటి సంకోచం లేకుండా వెల్లడించాలి. మంచి అనిపించిందా? చెడు అనిపించిందా? కుతూహలంగా అనిపించిందా? నిర్భయంగా వెలబుచ్చుతారు?

**3. నల్లటోపి:**

అందరూ నల్లటోపి ధరించినట్లు భావించాలి. నలుపు అంటే జడ్డిగారు వేసుకునే గౌను అపాయాన్ని కలిగించే పనులు చేయకూడదు. కాబట్టి ఆ దృష్టితో ఆలోచించాలి. రిస్క్ ని ఆలోచించాలి. ఎందుకని ఇవి పని చేయవు అన్నధోరణితో ఆలోచనలు సాగతాయి.

**4. పసుపురంగుటోపి:**

ఇది ఉదయస్తున్న సూర్యకాంతి మెరుపుకు గుర్తు. ఆశావాదానికి మరో రూపం. ఇది ధరించినట్లు భావించి ఆలోచిస్తే లాజికల్ మరియు పాజిటివ్ ఆలోచనలు వస్తాయి. ఏది ఉపయోగించవచ్చు అని ఆలోచిస్తారు. విలువలు లేని విషయాలు దండుగ. అలాంటి ఐడియాలు సమయాన్ని పాడుచేస్తాయి. పరస్పర చర్చలలో ఐడియాల విలువ తేటతెల్లమవుతుంది.



**5. గ్రీన్ టోపి:**

ఆకు పచ్చ సృజనాత్మకతకు, పెరుగుదలకు, శక్తికి గుర్తు. ఈ టోపిని ధరించినట్లు భావించి అందరు ప్రత్యామ్నాయలకోసం క్రియోటివిటీతో ఆలోచిస్తారు వచ్చిన ఐడియాలకు విలువలకు మార్పులు చేర్పులు చేస్తారు.

**6. బ్లూ టోపి :**

బ్లూకలర్ ఆకాశాన్ని పై నుంచి చూసే విధానాన్ని సూచిస్తుంది. ఇది కంట్రోల్ చేసే టోపి. ఈ రంగు టోపిని ధరించి సమస్యల పరిష్కారం. అన్ని విషయాలను క్రోడీకరించడం, తదుపరి చర్య మున్నగు వాటిని సూచిస్తుంది. సర్కస్ లో రింగ్ మాస్టర్ లా ఇది ఆలోచనలను క్రమబద్ధంగా నడిపిస్తుంది

**విలువల తయారీ టోపీలు**

తెలుపు, గ్రీన్, యల్లో రంగుల టోపీలు విలువల తయారీకి ఉపయోగపడతాయి. తెల్ల టోపి ధరించడం ద్వారా సమాచారం, విలువలు, అవసరాలు, మొదలగు వాటిని గురించి ఆలోచించాలి గ్రీన్ టోపి ధరించి సృజనాత్మకతా దృష్టితో ప్రస్తుతం వున్న కాన్సెప్ట్ ను ఆలోచించి ప్రత్యేకమైన ఐడియాలను వీటికి ఆపాదించడం మున్నగు అంశాలను సృజనాత్మకంగా ఆలోచించాలి. విలువలు తయారు చేయడంలో పనుపుపచ్చలేదా ఎల్లో టోపి ప్రముఖపాత్ర వహిస్తుంది. ఈ టోపి ధరించి తర్కంతో ఆశావాదంతో రాబోయే లబ్ధిని దృష్టిలో పెట్టుకుని ఆలోచించాలి

ఆ విలువు ఎవరిపై ప్రభావం చూపిస్తుంది?

నివారు లబ్ధి పొందుతారు?

ఎవరికి అసౌకర్యం కలిగిస్తుంది?

దేనిని ఎలా స్వీకరిస్తారు, గ్రహిస్తారు?

వెనువెంటనే వచ్చే ఫలితాలు ఎలా వుంటాయి?

దీర్ఘకాలిక ఫలితాలు ఎలా వుంటాయి?

అందించే విలువను గుర్తించగలుగుతారా? గుర్తింపు పొందుతుంది?.

ఏవి పరిస్థితులలో ఈ విలువలు వివిధ రకాలుగా పని చేస్తాయి?

ప్రజలు లేనిదే విలువలు లేవు. విలువ అంటే ప్రత్యక్షంగాగానీ పరోక్షంగాగానీ ఎవరికో ఒకరికి లబ్ధి చేకూర్చేలా వుండాలి. అందుకుని ప్రజలను దృష్టిలో పెట్టుకుని విలువలను తయారు చేయాలి. ఈ ప్రశ్నలు పదే పదే వేసుకుంటూ ఆలోచించాలి.

సగటు మనుష్యులలో ఒక్కొక్కరి అవసరాలు వేరు, రుచులు వేరు, అభిరుచులు వేరు, నివశించే పరిసరాలు వేరుకావచ్చు. విలువల తయారీలో వ్యక్తి అవసరాలను విలువలతో బాటుగా వ్యక్తిత్వపు విలువల అవసరాలు గుర్తించగలగాలి.

బిజినెస్ స్కూల్లో శిక్షణపొందిన వెంకట్ వ్యాపారం ప్రారంభించాడు. టెలికమ్యూనికేషన్ నెట్వర్క్ నూతన ఆఫీసులో ఏర్పరచి దాని ఆవరేటర్ ఉద్యోగానికి ఇంటర్వ్యూకి పిలిచాడు. అనేక మంది అభ్యర్థులు ధర్మకాస్తు చేసుకున్నారు. ఒక అప్లికేషన్ పక్షవాతం వచ్చి కోలుకున్న రోగిది. అతను తన కుడి చేయి మాత్రం పని చేస్తుందని దానిని ఉపయోగించి బటన్స్ నొక్కగలనని టెలికమ్యూనికేషన్ సిస్టమ్లో తాను ఉపయోగపడగలనని పేర్కొన్నాడు. అతని అప్లికేషన్ వెంకట్ దృష్టిని ఆకర్షించింది. ఇంటర్వ్యూకి పిలిచాడు. సెలక్టు చేసుకున్నాడు. వెంకట్ నాన్నగారు సంప్రదాయపు వ్యాపారం చేసినవాడే. ఇదేమిటి ఈ అవిటివాడి బదులు మరో మంచి కుర్రాడిని ఎంపికచేసుకోవచ్చుకదా! అని ప్రశ్నించాడు. దానికి వెంకట్ “ఇతనికి ఉద్యోగం అవసరం. తక్కువ జీతానికైనా పనిచేస్తాడు. అవిటితనం అతనిని ఎక్కువగా కదలనీయదు. కాబట్టి కాఫీలకు, టిఫెన్లకు, లంచ్ కి అంటూ సమయాన్ని వృధా చేయదు. ఎక్కువకాలం సీటులోనే వుంటాడు. అది సంస్థకు ఎంతో విలువ చేకూరుస్తుంది. అతని దృష్టిలో ఆలోచిస్తే ఈ ఉద్యోగం అతనికెంతో విలువనిస్తుంది. విలువ పెరుగుతుంది. ఇతరులతో స్నేహాలు చేయగలడు. కాబట్టి అతని జీవన సరళికి, వ్యక్తిత్వానికి ఎంతో విలువలు అందిస్తుంది. అతను మరింత భక్తి శ్రద్ధలతో పనిని జాగ్రత్తగా చేస్తూ మెరుగైన రీతిలో సేవలందిస్తాడు” అంటూ వివరణ ఇచ్చాడు.

చర్చ మొదలుపెడితే ఇరు పక్షాలు వారి అహం, గెలవాలనే తపన పెరిగి ప్రాముఖ్యత వహిస్తాయి. దాంతో అసలు విషయం వెలుపలికి రాదు. వాస్తవాలు వెలుగు చూడవు.

వాదన మొదలైతే ఎవరిస్థానాల్లో వాళ్ళు స్థాణువుల్లా నిలబడతారు. వారి వాదనలకు కట్టుబడి వాదిస్తారు. మంచి మరుగున పడుతుంది.

అదే పారలల్ థింకింగ్ లో అందరి ఐడియాస్ ను ప్రక్క ప్రక్కననే వుంచి చూస్తారు. వాదనలుండవు. ముందుగానే ఇది రైటు ఇది తప్పు అని భావించడం జరగదు. విషయం వెలుగులోకి వస్తుంది.

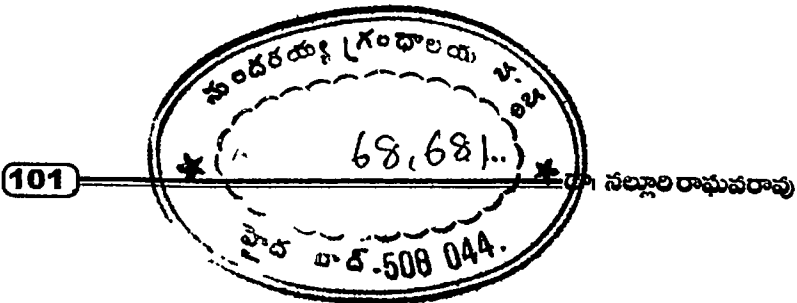


పోపులర్ షూ మార్కు  
 సన్మార్కెటర్స్ రోడ్,  
 గాంధీనగరం,  
 విజయవాడ-520 001

**చక్కచక్కల విలువలు**

.....ఒకానొకప్పుడు టైప్ మిషన్ ను గ్రుడ్డివాళ్ళకు వ్రాయడానికి సహకరించే యంత్రంగా విలువ ఇచ్చారు. ఎందుకంటే కళ్ళున్నవాళ్ళు చూస్తూ వరుసక్రమంలో చేతితో వ్రాయగలరు కాబట్టి విమానయానం చేసే వారికి విమానంలో వ్రాసుకోవాలంటే ఆ తక్కువ వాతావరణ పీడన ప్రభావానికి మామూలు పెన్నులు పని చేయవు కనుక బాలిపెన్ ఆ విమానప్రయాణికుల కోసం అని భావించారు.

కంప్యూటర్ వినియోగం అతి తక్కువగా వుంటుందని మార్కెట్ లెక్కల సర్వే తేల్చింది.....



ఆరోజులలో గ్రహంబెల్ ఫోనును కేవలం అడుకోవడానికి ఉపయోగపడే బొమ్మలా భావించిన వెస్ట్రన్ ఎలక్ట్రానిక్స్ దాని పేటెంట్ హక్కులు కొనడానికి నిరాకరించింది ఏ.టి.ఎమ్ మెషిన్లు ఉపయోగపడవని మార్కెట్ సర్వే తేల్చింది.

బ్యాంకు మేనేజర్లకు క్యాలిక్యులేటర్లను ఇస్తే వాటి వలన ఉద్యోగస్తులకు భద్రతా ముప్పు అని భావించి వాటిని వాడటానికి నిరాకరించాయి ఉద్యోగసంఘాలు.

మనం మన సాంప్రదాయసిద్ధంగా వెనుకకు చూస్తూ విశ్లేషించడానికే అలవాటు పడ్డాం అలాగే ఆలోచించడం అలవాటు అయింది. ఒకటి బాగుంది అంటే “నేనుకూడా” అంటూ అదే రకంగా పని చేయడం అలాంటి వాటినే ఉత్పత్తి చేయడం ఇది అలవాటుగా మారింది. ఆ అలవాటునే మార్చుకోవాలి. ఆలోచనలకు పదునుపెట్టాలి. ఆనాదిగా ఏ ఏ సౌకర్యాలు విలువలు ఇస్తున్నవాటిని పరిశీలించి అవి ఏ సందర్భంలో ఎలా పనిచేస్తాయోగుర్తించి వాటి నేపథ్యంలో క్రొత్త విలువలను సృష్టించవచ్చు

**“ఐ” ప్రాముఖ్యత:**

ఈతరం అంతానేను’ అనే దానికిప్రాముఖ్యత ఇస్తారు. ముందుగా సెల్ఫ్ ప్రాముఖ్యత ఆ తదుపరేమరేదైనా గుర్తింపు కోసం పరితపించే తరం ఇది. రాబోయోతరం దీనికి మరింత ప్రాముఖ్యతనిస్తారు. లైన్స్ క్లబ్ లో సభ్యత్వం, రోటరీక్లబ్ లో సభ్యత్వం. జూనియర్ ఛాంబర్ లో సభ్యత్వం ఇవన్నీ సేవాభావం ఉన్నప్పటికీ గుర్తింపు కోసం చేసేవే

ఫలనా క్లబ్ సభ్యుడు అనుకోవడంలో, చెప్పుకోవడంలో గుర్తింపు. లిమిటెడ్ ఎడిషన్ అంటూ ఒక వెయ్యి కార్లను స్పెషల్ గా తయారుచేసింది. టాటా కంపెనీ సఫారి కారుకే కొన్ని హంగులు సమకూర్చి, అవేయి మందిలో నేను ఒకడిని అనే గుర్తింపు అనే విలువ ఆ కారు కొనుగోలుదారుకు అందించింది. మెడల్స్, కప్పులు, మెమెంటోలు ఇవ్వడం “మిమ్మల్ని ప్రత్యేకంగా గుర్తించబట్టి” అని చెప్పుకోనే చెబుతాయి. డాక్టరేట్ బిరుదులు, రావుబహద్దూర్ బిరుదు, పద్మశ్రీ... ఇవన్నీ గుర్తింపు నిస్తాయి. డబ్బుకంటే విలువైనవి కాబట్టే ఇవివస్తే గుర్తింపు. వీటికోసం ఆరాటం.

**సౌకర్యం**

పరుగుపందెంలో పరుగులిడే జీవిత గమనంలో ఫోరాటంలో సౌకర్యవంతంగా పనిచేసేవి అతి తక్కువగా ఆపరేట్ చేస్తేనే పనిచేసే పరికరాలు విలువనిస్తాయి.

విడియోకేసెట్ రికార్డ్ ప్లేయర్ లో అన్ని సిస్టమ్స్ లో రికార్డ్ కాబడిన క్యాసెట్స్ పని చేసేలా వుంటే సౌకర్యవంతంగా వుంటుంది.

డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు

“రావుగారు వి.సి.పి కొన్నారు. దానిలో పి.వి.యల్. సిస్టమ్లో రికార్డు కాబడిన క్యాసెట్స్ మాత్రమే పనిచేస్తాయి. రావుగారి అమ్మాయి అమెరికాలో వుంది. ఆమెకో కుమారుడు జన్మించాడు. వాడి ఆటపాటలను రికార్డు చేసి పంపించింది ఆ క్యాసెట్ రావుగారి వీడియో ప్లేయర్ లో రావటం లేదు అసౌకర్యం. విచారిస్తే అది ఎన్.టి.ఎస్.ఇ. సిస్టమ్లో రికార్డయిందని ఆ రకం ప్లేయర్ అయితేనే ఇది పని చేస్తుందని, ఎంతో విలువైన ఆ వి.సి.పి కి అసలు విలువే లేకుండా పోయింది జీరో విలువకు చేరుకుంది.

ఆర్.టి.సి వారి “చెయ్యొత్తీతేచాలు బస్ అవుతాం.” నినాదం గ్రామీణప్రాంత ప్రయాణీకులకు విలువలను పెంచింది. అది వారికి సౌకర్యకరంగా వుందికాబట్టి. సెల్ఫోన్ వినియోగం సౌకర్యంతో పాటు వ్యక్తిగత విలువను పెంపొందించింది.

### నాణ్యమైన జీవితం

ఆరోగ్యం, వ్యాయామం, పరిసరాలు, జీవనశైలి, కుటుంబం పనివేళలు, మొదలగు వాటి పట్ల ప్రజలకు అవగాహన పెరిగింది. ఆహారం విషయంలో క్రొత్తపోకడలు ఆరోగ్యకరమైన వంటలు పోషకపదార్థాలు వున్నవి తినడం, తక్కువ కాలరీల ఆహారం మొదలగు వాటికి ఆదరణ పెరిగింది. పంచదార లేకుండా తీపిపదార్థాలు, క్రొవ్వులేకుండా రుచికర వంటకాలు, డ్రింక్ మొదలగు విలువలు ఆకట్టుకున్నాయి. వాకింగ్ ఘాష్, వ్యాయామపరికరాలు నాణ్యమైన జీవితపు విలువల నందించాయి.

అలాగే వాతావరణ కాలుష్యం పట్ల అవగాహన, రిసైకిల్డ్ పేపరు వాడకం, తక్కువ కాలుష్యం వచ్చే పెట్రోలు, అలాగే కార్లు నాణ్యమైన జీవితపు విలువలను పెంచాయి. కుటుంబంతో ఎక్కువ గడిపే అవకాశం వున్న ఉద్యోగాలు, ఇంటి దగ్గర నుంచే ఆఫీస్ పని చేసే అవకాశాలు మొదలగునవి జీవితపు విలువను పెంచుతాయి.

### డిస్ట్రాక్షన్

జగమంతా టి.వి మయంఅయిపోతుంది. అది చూడటం మనసుకు రెడీమేడ్ ఫుడ్ తినడంలాంటిది. రడీమేడ్ గా ఆహారం అందుతుంటే స్లోగా వంట చేయడంలో నైపుణ్యం తగ్గుతుంది.

టి.వి చూస్తూ వుంటే ఆలోచనలు మందగిస్తాయి ఆలోచించే నైపుణ్యం తగ్గుతుంది, చురుకుదనం తగ్గుతుంది, వినోదాన్ని, ఆనందాన్ని ఇచ్చే ప్రత్యామ్నాయాలు ప్రజల జీవితవిలువలను పెంచుతాయి.

డా. నల్లారాఘవరావు

**మీరో కారుకొనాలి**

ఊహించండి మీరు కారుకొనాలనుకుంటే ఏఏవిలువలను పరిగణలోకి తీసుకుంటారు. (1) ఆ కారు అసలు ఖరీదు (2) ఆ కారు మీరు అమ్మాలను కుంటే వచ్చే ఖరీదు. (3) సౌకర్యం. (4) తోటివారిలో గుర్తింపు (5) కారు అందం, కలరు. (6) పిల్లలు అభిరుచి, భార్య అభిరుచి. (7) లీటరుకు ఎన్ని మైళ్ళు నడుస్తుంది. (8) రిపేర్లకు ఖర్చు ఎంతవుతుంది. (9) తక్కువ వడ్డీతో లోన్ అవకాశం వుందా. (10) తోటివారు వాడుతున్న కార్లతో బేరీజు.

**మీరో ఇల్లుకొనాలి**

(1) దాని ఖరీదు. (2) కొన్నాళ్ళకు దాని విలువ పెరుగుతుందా? లేదా?. (3) ఇల్లువున్న లోకేషన్, స్కూల్స్ కి, ఆఫీసులకి దగ్గరా? దూరమా? (4) చూడటానికి ఎలా వుంది. (5) లోపల ఎన్ని పడకగదులున్నాయి. (6) ఎంత ఖాళీ స్థలం వుంది. (7) నీటివసతి (8) ఇరుగుపొరుగువారు. (9) కారు నిలపటానికి పోర్టికో. (10) దీనిపై అప్పుఇస్తారా? వాటి ఆకర్షణ విలువుదే పై చేయి అవుతుంది. మీ ఆర్థికస్థితి అనుకూలినై ఆకర్షించినదానినే కోంటారు.

**గ్రహించే విలువ**

“నేను క్రొత్త వాచీకొన్నాను. ఇదివాటర్ ఫ్రూఫ్ గడియారం. నీళ్ళల్లో పడినా పాడవదు” గొప్పగా చెప్పాడు తోటిగుమస్తాతో రామారావు రామారావు ఆ వాచీపెట్టుకుని నీటిలో మునిగేదిలేదు. అయినా తనవాచీకి ఆ లక్షణం వుండటం అతని మనసు ఒక ప్రత్యేక విలువగా గుర్తించింది

**అసలు విలువ**

“సుధీర్ కు ఒక పెంపుడు కుక్క వుంది. క్యాడ్లివర్ ఆయిల్ ఇస్తే కుక్క ఆరోగ్యంగా వుంటుందని పశువుల డాక్టర్ చెప్పాడు. రోజు ఆ కుక్కని బలవంతంగా పట్టుకోని కాళ్ళమధ్య దాని తలను బిగించిపట్టుకుని, దానినోరు తెరిచిపట్టుకొని న్యూన్ తో ఇచ్చేవాడు సుధీర్. ఒక రోజు సుధీర్ పట్టుకోగానే కుక్క పట్టువిడిపింపమకుంది. ఆ పెనుగులాటలో క్యాడ్లివర్ ఆయిల్ సీసా ఆయిల్ అంతా కారిపోయింది. కాసేపటికి ఆ కుక్క వచ్చి అవ్యాయంగా క్రింద ఒలికిపోయిన ఆయిల్ ను నాకుతూ కనిపించింది. నాకడం పూర్తయినాక స్పూన్ నికూడానాకి అనందించసాగింది ఆకుక్క

సుధీర్ కు అర్థమయింది. ఆయిల్ దానికి విలువ (రుచి) లేనిది ఆ కుక్కకు విలువలేనిది (ఇష్టంలేనిది) ఆయిల్ ఇచ్చే పద్ధతని గ్రహించాడు సుధీర్.

తల్లికి పోషకాహారపదార్థాల విలువ తెలుసు. అదీ అసలు విలువ. అది పిల్లలకి ఆహారంగా ఇవ్వజూపితే వాళ్ళు ఇష్టపడటం లేదు వాళ్ళకి ఆపీజాలోని రుచే విలువనిస్తుంది అదేవారికి అసలైన విలువ.

డా. నల్లాల రాఘవరావు

50శాతం డిస్కౌంట్ తో లభించే వాటిల్లో నాణ్యత తక్కువ వుంటుందని తెలుసు నాణ్యత లోపం లేకపోతే తగ్గించాల్సిన అవసరం ఏముంది. అది కొనడం కొనకపోవడం అన్నది వారి అవసరాన్ని బట్టి ఆర్థికవనరులను బట్టి వుంటుంది

కంప్యూటర్ ఎన్నో అద్భుతాలు చేయడానికి పనికి వస్తుంది. కాని ఎక్కువ మంది ఆ టెక్నాలజీలన్నిటిని ఉపయోగించారు. అది చేయగలవనులన్నీ దానితో చేయారు. వారికి అవసరం కూడా వుండదు. ఎక్కువమంది కంప్యూటర్ ను టైపు చేయడానికి వాడుతుంటారు. కంప్యూటర్ లో వున్న మిగతా సౌకర్యాలు అవసరంలేకున్నా తక్కువ ధరకు కంప్యూటర్స్ వస్తున్నాయి. అవి వుండటం విలువ. కాబట్టి దాని అవసరం పూర్తిగా లేకున్నాకొంటున్నారు

### **గేట్ వే వాల్యూ**

సాధారణంగా పురుషులు నగలు ధరించరు. పులిగోరు విలువ గొలుసు ధరించడానికి ఒక మార్గం. అలాగే టైం చూసుకోవటానికి వాచీ వంకతోబంగారపు చైన్ ధరించవచ్చు

### **సందర్భపు విలువ**

“ఇంగ్లీషు బాగావచ్చు రాజుగారికి అతను ఆంధ్రప్రదేశ్ లోనో, ఇండియాలోని, మరి ఏ ఇతరరాష్ట్రంలోనో ఇంగ్లీషు క్లాసులు నిర్వహిస్తే విలువ వుంటుంది ఏకంగా లండన్ వెళ్ళి ఇంగ్లీషు కోచింగ్ సెంటర్ పెడితే దానికివిలువ తక్కువ వుంటుంది నీకృదొరకని ప్రదేశంలో సురక్షితనీరు అత్యంత విలువ నీటిబుగ్గలుండి పరిశుభ్రమైననీరు దొరికే చోట వాటి విలువ తక్కువ

### **రక్షణవిలువ**

గ్యారంటీ కాలం, వస్తువులు మార్పిడి. బైబ్యాక్ పాలసీ, ఇన్సూరెన్స్ పాలసీ ఇవన్నీ రక్షణ విలువను అందిస్తాయి అలాగని మనం కట్టాల్సిన ప్రీమియం ఎక్కువయితే వీటి విలువ తగ్గుతుంది.

### **ఫ్యాషన్ విలువ**

ఫ్యాషన్స్, ప్రత్యేకించి దుస్తులఫ్యాషన్స్ విలువ అందరికీ తెలిసిందే. ఒకప్పుడు ఆడవారే ఫ్యాషన్స్ కు విలువని ఇచ్చేవారు ఇటీవల కాలంలో పురుషులకూడా ఫ్యాషన్స్ కు విలువనిస్తున్నారు. ఫ్యాషన్స్ సెల్ఫ్ ఇమేజీని పెంచుతాయి దానిని ఇలా రకరకాల విలువలు ఈ విలువలు మారుతూవుంటాయి.

గుర్తించాలి. గట్టి విలువలతో ముందుడిజైన్ చేయాలి. ఆ తర్వాత విలువలను పెంచుతూపోవాలి. విలువల తయారీ సులువే. మెడడుకువదునుపెడితే కొనుగోలుదారు విలువలు గుర్తించగలిగితే విలువలు తయారు చేయవచ్చు.

డా॥ నల్లాల రాఘవరావు



# స్వజనాత్మకత

.....“క్రియేటివ్ గా ఆలోచించాలి. అలా ఆలోచించినవారే విజయం సాధిస్తారు”... ఇలా ఒక సారి కాలేజి విద్యార్థుల మోటివేషన్ క్లాసులో క్రియోటివిటీ గురించి నొక్కినొక్కి చెప్పడం జరిగింది.

క్లాస్ అయిపోయిన తరువాత ఒక విద్యార్థినను కలిసాడు.

“సార్ మీరేమి అనుకోకపోతే నాకొచ్చిన ఒక ఐడియా చెబుతాను” అన్నాడు. సరే చెప్పమన్నాను.

“ప్రస్తుతం ప్రతి ఇంట్లో పనిమనిషి అవసరం వుంది. పనిమనుషులు దొరకడం లేదు. కుదినా ఏదో ఒక కారణం చెప్పి మానేస్తున్నారు. అమ్మా వాళ్ళకి ప్రతి ఇంట్లో వారికి ఇదో సమస్యసార్” అన్నాడు.

“నిజమే దాని కోసం నీ కొచ్చిన ఐడియా ఏమిటి” ప్రశ్నించాను నవ్వుతూ.

“కోతులు ఆడించేవారు కోతులకు ట్రైనింగ్ ఇచ్చి కొన్ని వనులు చేయిస్తున్నారు కదా. అలాగే వాటికి ఇల్లు ఊడవటం, శుభ్రం చేయడం మొదలగు ఇంటిపనులలో శిక్షణ ఇచ్చి ఇంట్లో వుంచుకుంటే ఖర్చులేకుండా పనిమనిషి అవసరాలను అవి తీరుస్తాయి కదా!” అని సిగ్గుపడుతూ చెప్పాడు ఆ విద్యార్థి. స్వజనాత్మకంగానే ఆలోచించాడు ఆవిద్యార్థి మరి.....



## Business & Marketing Minds

.....“మద్రాస్ స్కూల్ ఆఫ్ సోషల్ వర్క్”. ఈ స్కూలు విద్యార్థులకు ప్రాక్టికల్ వర్క్ షిప్ లో చేయాల్సివుంది. ఒక బ్యాచ్ విద్యార్థులకు ఒక మురికివాడలకు సౌకర్యాలు కలిపించడం ప్రాక్టికల్ వర్క్ గా ఇవ్వబడింది. ఆ విద్యార్థులు ఆ మురికివాడకి వెళ్ళి పరిశీలిస్తే అక్కడ నివశించేవారికి అన్నీ సమస్యలే వసతులు లేవు. త్రాగునీరులేదు, రోడ్లు లేవు, మరుగుదొడ్లు లేవు, ఏ ఒక్క అవసరం వారికి నెరవేర్చాలన్నా డబ్బుకావాలి. ప్రభుత్వం దగ్గర నిధులు లేవు. వుంటేమేమే చేస్తాంగా అన్నారు. పోని చందాలు వేసుకుందామంటే ఎక్కువ డబ్బులు ఇంట్లో ఇవ్వరు. ఎలా - ఎలా? సేవచేయాలన్న పట్టుదల వుంది. వచ్చిన సమస్య డబ్బు ఎలా వస్తుంది. అందరూ కూర్చోని ఆలోచించసాగారు. ఒక విద్యార్థిలేచి “నాకొక ఐడియా వచ్చిందన్నా” అన్నాడు చెప్పమన్నారు మిత్రులు.

“మన స్కూలులో రెండువేలమంది విద్యార్థులున్నారు. డబ్బుకావాలంటే ఇవ్వకపోవచ్చు. ప్రతి విద్యార్థిని వారానికి ఒక పాత న్యూస్ పేపర్ తెచ్చి డౌనేషన్ గా ఇవ్వమని అడుగుదాం. అది పెద్దకష్టంకాదు. ఇంట్లోవారు కూడా ఏమీ అనరు. అలా వారానికి రెండు వేలు నెలకు ఎనిమిదివేల పేపర్లు సమకూరుతాయి. వాటిని అమ్మి వచ్చిన డబ్బుతో సేవాకార్యక్రమాలు చేయవచ్చుఅన్నాడు.

అది అందరికీ నచ్చింది. మన స్కూలేకాదుఅన్ని స్కూలు విద్యార్థులను అడుగుదాం. ఇచ్చినవారు ఇస్తారు. ఇలా కొనసాగిన ఆలోచనలతో టన్నుల కొద్ది పేపర్లు సమకూరడం వాటిని డైరెక్ట్ గా రీ సైకిలింగ్ యూనిటీకి అమ్మడం ఆ డబ్బుతో ఒక్కొక్కటిగా ఆమురికివాడలకి వసతులు కల్పించడం జరిగింది.

క్రియోటివిటీ లేకపోతే రాజీయుగం నాటి మానవుడు చంద్రుడు ఉండేలా ప్రయోగం చేసేవాడుకాదు. అడవిలో జీవనం వుండేవాడు. మనిషి మనుషుకున్న ప్రత్యేకత ఆలోచించడం. సృజనాత్మకంగా ఆలోచించడం. ఊహించగలగడం. ఊహలకు రూపురేఖలని కలిపించగలగడం. మనిషి మనుషుకున్న మహత్తరచెత్తి క్రియోటివిటీ.

క్రియోటివిటీ లేకుండా ఏసంస్థా పనిచేయలేదు. ప్రతి వ్యాపారి క్రియోటివ్ గానే ఆలోచిస్తారు. కొందరికి కొన్ని సందర్భాలలో క్రియోటివ్ ఐడియాలు వస్తూంటాయి. వాటిని అమలుపరుస్తారు. అది చూసి తోటివారు అనుకరిస్తారు. పోటీపడతారు.

అందరికీ క్రియోటివిటీ వున్నా దానికి అంతప్రాముఖ్యత ఇవ్వరు. సీరియస్ గా తీసుకోరు. అది ఒక ప్రత్యేకమైన పని అని తలపోయరు.

సృజనాత్మక ఆలోచనల అవసరాలపట్ల కొన్ని అపోహలున్నాయి.

- మారుతున్న ప్రపంచంలో మారే అవసరాలను బట్టి క్రొత్త క్రొత్త ఐడియాలు వాటంతటవే వస్తూంటాయి. అలా రావాలి. ఆ చాన్స్ మనకు రావాలి. ఇది పొరపాటు ఆలోచన. ఆలోచనలకు పదును పెడితే ఆలోచించడాన్ని ఒక కళలా భావించి అభివృద్ధి చేసుకుంటే క్రియోటివిగ్గా ఆలోచించవచ్చు.
- కొందరు కారణజన్ములకే సృజనాత్మకత వుంటుంది అలాంటివారిని తమతో చేర్చుకోవడం కంటే మనం చేయగలిగింది ఏమీలేదు

- ఇదికూడా అపోహ

- ప్రతి క్రియేటివ్ ఐడియాకూడావెనుకకు చూడగానే లాజికల్ గా వుండాలి. కాబట్టి లాజికల్ గా ఆలోచిస్తే సృజనాత్మకమైన ఐడియాలు వస్తాయి - ఇదికూడా అపోహమాత్రమే.
- మన మనసులో గత అనుభవాల దృష్ట్యాకొన్ని న్యూరలాజికల్ మార్గాలు ఏర్పడి ఉంటాయి. వీటిద్వారానే సమాచారాన్ని స్వీకరించడం జరుగుతుంది కాబట్టి లాజికల్ ఆలోచనల వల్ల ఫలితం తక్కువ క్రియేటివిటీ చిత్రకారులకు, ఆర్టిస్టులకు, సంబంధించినదిగా అపోహ. ఇది అడ్వర్టైజ్ మెంట్స్ ఇచ్చేవారికి, ప్యాకేజీ చేయడానికి మాత్రమే, ఉపయోగపడుతుందనేది. -మరో అపోహ.
- ఇంజనీరింగ్-ఘెనాన్స్ మొదలగు విభాగాల అభివృద్ధికి సమాచార విశ్లేషణ మాత్రమే అవసరమన్నది -మరో పెద్ద అపోహ.

“ఆ వూరిలో ఒక అందమైన హోటల్ నిర్మించారు. ఆర్కిటెక్ట్ కుమార్ అద్భుతమైన క్రియోటివ్ ఐడియాలతో చాలా గొప్పగా తయారైంది. బాగా రద్దీ పెరిగింది. రెస్టారెంట్లు పెంచారు. వచ్చిన సమస్య ఆహోటల్ కు ఒకటే లిఫ్ట్. అది చాలడం లేదు. వచ్చే వారికి అసౌకర్యంగా వుంది. యాజమాని, ఆర్కిటెక్ట్ ఆలోచించి మరో లిఫ్ట్ ఏర్పాటు చేయాలని నిర్ణయించారు. వెయిటింగ్ హాలులో నిలబడి ఎక్కడ లిఫ్ట్ పెట్టాలి అని ఆలోచిస్తూంటే ఆర్కిటెక్ట్ గారు “ఈరూమ్, దీనిపైనున్న రూములన్ని స్లాబులు పగులగొట్టి ఈ గోడ ఓపెన్ చేసి లిఫ్ట్” అమర్చవచ్చు అని చెబుతున్నాడు.

అటువెళ్తున్న సర్వర్ అది విన్నాడు. “సార్ ఈ గది పగలకొడతారా? దానివల్ల వెయిటింగ్ హాల్ అందం పోతుంది. మీరేమి అనుకోకపోతే నాకో ఐడియా వచ్చింది చెప్పమంటారా?” అన్నాడు ఆర్కిటెక్ట్ చికాకు పడ్డాడు. హోటల్ యజమాని కుతూహలంతో చెప్పు” అన్నాడు.

సార్ అదిగో ఈ కారిడార్ చివర గోడ ఓపెన్ చేసి అవతల ఖాళీస్థలంలో పిల్లలు వేసి అక్కడ లిఫ్ట్ ఏర్పాటు చేస్తే అందంగా వుంటుంది. అని వివరించాడు'

ఆ సర్వర్ కివచ్చిన ఐడియానే ఆనాడు "క్యాపుల్ లిఫ్ట్" స్పష్టికీ కారణమయింది. ఆ రోజులలో దానిని "వెస్టిబ్యుల్ లిఫ్ట్" అనేవారు. "సాదారణ వ్యక్తికి వచ్చిన అద్భుతమైన ఐడియా" లిఫ్ట్ రంగాన్ని మరో మలుపు తిప్పిన ఐడియా. స్వతహాగా క్రియోటివిటీ వున్న ఆర్కిటెక్ట్ కి రాని ఐడియా - ప్రతి మనసు ఒక అక్షయపాత్రలాంటిది. దానికి అన్ని శక్తులున్నాయి. సరైన రీతిలో ప్రేరణ కలిగిస్తే ఆ శక్తులు మేల్కొంటాయి. అని మెదడు మీద జరిగిన పరిశోధనలు తేల్చిచెప్పాయి.

మెదడులోని కణాలమధ్య ఏర్పడి వుండే న్యూరలాజికల్ మార్గాలు "నెట్" లాగా వుంటాయి. విషయాలను ఆటోమేటిక్ గా క్రమబద్ధీకరించుకోనే విధంగా ఈ మార్గాల అమరిక వుంటుంది. స్వయంగా ఆటోమేటిక్ గా క్రమబద్ధీకరించుకోనే మెదడులోని విధానాలు అసౌష్ఠవంగా వుంటాయి.

మెదడులో అలాంటి అమరిక వుండటం వలననే ఏదో ఒక తప్పుద్వారానో, యాక్సిడెంటల్ గానో కొంత ప్రేరణకలిగి అప్పుడప్పుడు మనకి కొన్ని క్రియేటివ్ ఐడియాలు వస్తూనే వుంటాయి.

క్రియేటివిటీ గురించి మనం ఏమి చేయకపోతే అది సహజంగా వచ్చేటాలెంటలా వుండిపోతుంది. అలాకాకుండా మనం కొన్ని ఆలోచించే విధానాల ద్వారా క్రియేటివిటీ కళను అభివృద్ధి చేయవచ్చు.

మెదడు సృజనాత్మకంగా ఆలోచించడానికి వీలుగా డిజైన్ చేయబడలేదు. కాబట్టి ఆ దిశలో ప్రేరణ కలిగేలా చేయడానికి మన ఆలోచనా సరళిని మార్చుకోవాలి.

క్రియేటివిటీ అభివృద్ధి చెందాలంటే మనకు నాలుగు లక్షణాలు అవసరంజ అవి వున్నవారికే ఈ కళ అభివృద్ధి చెందుతుంది

1. స్వయంప్రేరణ
2. పాజిటివ్ వైఖరి
3. దృష్టి-ఫోకస్
4. క్రొత్త టెక్నిక్స్ నేర్చుకోవటం

## స్వయంప్రేరణ

సృజనాత్మకంగా ఆలోచించేవారికి ఆలోచించలేని వారికి వున్నదేదా ప్రేరణ. స్వయం ప్రేరణే ముఖ్యకారణం దానినే కుతూహలం అని కూడా అనుకోవచ్చు.

ప్రేరణవున్నవారు ప్రత్యామ్నాయమార్గాల కోసం వీక్షిస్తూ వుంటారు. అందుబాటులో వున్న మార్గాలకు మించి క్రొత్త మార్గాల కోసం అన్వేషిస్తూ వుంటారు. ఇతరులు గమనించని విషయాలను వీరు నిశితంగా పరిశీలిస్తారు.

స్వయం ప్రేరణ లేనివారు అవసరం వుంటే క్రియేటివిటి అవసరమన్న విషయంలాజికల్ గా అనిపిస్తే, దాని వల్ల లాభం వుంటుందని భావించిన తర్వాతే ప్రేరణ పొందుతారు.

దీని వలన ఉపయోగం అని నమ్మిన వారికే ప్రేరణ కలుగుతుంది. ముందు చూపులేని వారు ఊహశక్తి తక్కువగా వినియోగించేవారు క్రొత్త ఐడియాల గురించి ఆలోచించలేరు.

“అతనో గొప్ప సైంటిస్ట్. ఆఫీసుకు వెళ్తూ బూట్ పాలిష్ స్టాండ్ సైకాలు పెట్టి పాలిష్ చేయించుకుంటూ పేపరు చదువుతున్నాడు.

ఒక నల్లటి నీగ్రో కుర్రవాడు పాలిష్ చేస్తూ

“మీరేం చేస్తారు, సార్” అన్నాడు.

“నేనొక కెమికల్ సైంటిస్ట్ ని” చెప్పాడు సైంటిస్ట్

“మా ఈ ఉంగరాల జట్టు బాగాలేదు. దీన్ని సాఫీగా చేయడానికి మంచి రసయనాలతో క్రీమ్ తయారు చేయకూడదా” ఆశగా అడిగాడు కుర్రవాడు.

ఆ సైంటిస్ట్ కు ఆ మాటతో ప్రేరణ కలిగింది. అదే అతని మనసులో మొదలుతుంది. ఆ స్వయం ప్రేరణతో కొద్ది నెలలకే “అల్ట్రాషెరెన్” పేరుతో జట్టును సాఫీగా చేసే క్రీమును కనుగొన్నాడు.

సంస్థలో సాంప్రదాయ పద్ధతులు మారితేనే, సీనియర్ అధికారులు లేదా సంస్థ యజమానులు ఈ విషయాలను నమ్మి టైనింగ్ తీసుకొంటేనే ఆ సంస్థ క్రియేటివిటికి నిలయమవుతుంది.

“ఎడ్వర్టైజింగ్” గారి ఆరుటోపీల ఆలోచనలలో గ్రీన్ బోపి ధరించి అందరు సృజనాత్మకంగా ఆలోచించాలి. ఈ టోపి ధరించినట్లు భావించి అందరూ ఆ కోణంలో క్రొత్త ఆలోచనలు చేసి వచ్చిన ఐడియాలను చెప్పమనడం ద్వారా పాజిటివ్ గా ఆలోచించేవారు స్పందిస్తారు. క్రియేటివిటికి అంకురార్పణ జరుగుతుంది నెగిటివ్ గా ఆలోచించేవారు, తాత్కాలికంగా నోరు మెదపరు. నెమ్మదిగా వీరిలో కూడ మార్పు వస్తుంది.

హైప్రిఫోర్ట్-పోర్ట్ కార్ల కంపెనీ అధినేత. అతనికి ఒక ఆలోచన వచ్చింది. ఒకే బ్లాకోలో 8 పిన్స్ లను అమర్చి ఇంజన్ తయారుచేస్తే ఎలా వుంటుంది అని. అతను తన దగ్గరపని చేసే ఇంజనీర్లను సమావేశపరచి తన కొచ్చిన ఐడియాను చెప్పి “మీరంతా దాని రూపకల్పన కోసం ప్రయోగాలు చేయండి. వృషి చేయండి” అని చెప్పాడు. ఆ ఉద్యోగులు “అది సాధ్యం కాని పని, అసాధ్యం అన్నారు. ఏక కరంతో. కాని ఫోర్ట్ గారు పాజిటివ్ గా ఆలోచించే వైఖరికలవాడు. తలచుకుంటే అసాధ్యమన్నది ఏదీ లేదు ప్రయత్నించండి ఆరునెలలపాటు అని ఆర్డర్ వేశాడు.

ఆరు నెలలు నెగిటివ్ వైఖరితో వున్న ఇంజనీర్లకు ఎంత కృషి చేసినా అది సాధ్యపడలేదు. ఆరు నెలల తర్వాత సమావేశంలో 'ఇది అసాధ్యం అనవసరంగా దబ్బుఖర్చు పెడుతున్నారు ఇది సాధ్యపడదు అన్నారు ఆ ఇంజనీర్లు. ఫోర్ట్ గారికి నచ్చ చెప్పే ప్రయత్నం చేశారు. కాని ఫోర్ట్ మన కంపెనీ అలాంటి ఇంజనీని తయారు చేయబోతుంది అలాంటి ఇంజనీ తయారైతే ఈ రంగంలో మనమే వుంటాం. మీరు వెళ్లి డిజైన్ చేయండి. అన్నాడు. అలా రెండు మూడు సమావేశాల తరువాత అదే ఇంజనీర్లచే ఆయన కోరుకున్న ఇంజనీ డిజైన్ చేయడం జరిగింది. ఫోర్ట్ గారి పాజిటివ్ వైఖరే జయించి ఆయనను అగ్రస్థానాన నిలబెట్టింది.

### పాజిటివ్ వైఖరి

మనుషులలో కొందరు పాజిటివ్ మెంటల్ యాటిట్యూడ్ తో వుంటే మరికొందరు నెగిటివ్ మెంటల్ యాటిట్యూడ్ తో వుంటారు.

పాజిటివ్ వైఖరి కలవారు.

ఎ) ఛాలెంజ్ వైఖరితో వుంటారు.

- దీనిని మరో రకంగా ఎందుకు చేయలేము
- దీనిని ఎలా పూర్తి చేయాలి.?
- దీనిని ఇలాగే చేయాల్సిన అవసరం వుందా?

ఇలా వారి ఆలోచనలు కొనసాగి క్రియేటివిటీకి దారితీస్తాయి.

బి) అవ్వడానికి అవకాశం వుందనే వైఖరితో వుంటారు.

- ఇంకా ఏమైనా ప్రత్యామ్నాయ మార్గాలు వున్నాయా?
- దీనికి మరోకారణం ఏమైవుంటుంది?

ఇలా ఏదైనా సాధ్యమేనన్న ధోరణి సృజనాత్మకతకు స్వాగతం పలుకుతుంది

సి) కేంద్రీకరించి చూసే వైఖరితో వుంటారు.

- దీనిపై మన అటెన్షన్ ఫోకస్ చేద్దాం'
- ఇంతకుముందు ఈ కోణంలో చూడలేదు ఇప్పుడు చూద్దాం ఇలాఫోకస్ చేయడం క్రియేటివిటీని ఇస్తుంది.

డి) కోపప్రేరణను స్వీకరించే వైఖరిలో వుంటారు.

- అది పిచ్చి ఐడియాలా వుంది-అయినా ప్రయత్నిద్దాం.
- ఈ ఐడియా విచిత్రంగా అనిపించినా దీనిలో కొన్ని మంచి పాయింట్లు వుంటాయి.
- ఈ ఐడియా బాగా లేదు అయినా చేసి చూద్దాం.

ఇలాంటి వైఖరితో క్రియేటివిటీ సృష్టించబడుతుంది.

ఈ వైఖరులన్నీ సృజనాత్మకతతో ఆలోచించడం వల్ల అభివృద్ధి సాధ్యమేనని నమ్మిన వారికే వుంటాయి. మనం చేసే పని విధానం అన్నిటికంటే బెస్ట్ కాదు, కాలగమనంలో అలవాటుగా ఏర్పడిన ఒక మంచి విధానం-దానిని మార్చవచ్చు. అన్ని నమ్మాలి. క్రియేటివిటీ వల్ల మేలుందని త్రికరణశుద్ధిగా నమ్మాలి. దానికోసం శ్రమించడానికి ఉపక్రమించాలి.

టైమ్ కేటాయించాలి. అప్పుడే ఫలితాలు వుంటాయి. ఏదో ఒక దానికోసం కాకుండా నిరంతర యజ్ఞంలో ఇది కొనసాగాలి.

యధారాజా తథావ్రజా: సీనియర్ అధికారి లేదా సంస్థ యజమానికి ఇష్టం వుంటేనే ఇది సాధ్యపడుతుంది.

### **దృష్టి-పోకస్**

సాధారణంగా అందరి దృష్టి సమస్యలమీద వుంటుంది

“మెమరీ మేధావి” “టోనిబుజాన్” గారి వర్క్ షాపులో పాల్గొన్నాను కొన్ని సంవత్సరాల క్రితం ఒక జమ్ క్లిప్ చూపించి ఇవి ఏ ఏ పనులకు పనికిరాదో వ్రాయమన్నారు అందరం చాలా పాయింట్లు వ్రాసాము.

ఇది వ్రాయడానికి పనికిరాదు.

కళ్ళు తుడుచుకోవడానికి పనికిరాదు.

గోడకు పరం తగిలించడానికి పనికిరాదు

సూదిలా ఉపయోగించడానికి పనికిరాదు.

వాచీ తయారు చేయడానికి పనికిరాదు.

ఇలా అందరం ఎవడికి తోచినట్లు వాళ్ళు రెండునిమిషాల వ్యవధిలో అతి త్వరగా వ్రాశాం. ఆ తరువాత దానిని ఏలా ఉపయోగించవచ్చో అదే టైమ్ లో వ్రాయమంటే, వెంటనే వ్రాయడం ప్రారంభించాము.

పేపర్లకు పెట్టుకోవడానికి వినియోగించవచ్చు.

ఎంత ఆలోచించినా పెన్నుకదలలేదు. అందరం ఒకటో రెండో పాయింట్లు మాత్రమే వ్రాశాము. అప్పుడు వారు

1. దీనిని సాగదీసి ఇంకులోముంచి వ్రాయడానికి ఉపయోగించవచ్చు
2. కొనకు బాగా దూది చుట్టి కళ్ళు తుడవవచ్చు.
3. దీన్ని ముక్కలుగా చేసి గడియారం ముల్లుగా వాడుకోవచ్చు
4. L షేపులో గోడకు బిగిస్తే క్యాలెండర్లు తగిలించుకోవచ్చు.
5. గొలుసు తెగిపోతే లింక్ లా వాడవచ్చు.
6. చెప్పు తెగితే తాత్కాలికంగా దీనితో తెగిన వాటిని చుట్టవచ్చును.

అలా వరుసగా ఒక పెద్ద లిస్ట్ పనులన్నీ చేయవచ్చని చెప్పారు.

మనం ముందుగా నెగిటివ్ ని చూస్తాం. పాజిటివ్ ని తక్కువగా చూస్తాం. ఒక సంస్థలో వల్ల చేసే వాలివి సమస్యలు వ్రాయండి అంటే చికాచికా వ్రాస్తారులేదా చెబుతారు. అదే మందని వ్రాయకుంటే అంత త్వరగా ఐడియాలు రావు. మన ఫోకస్ అంతా సమస్యలు వాటి పరిష్కారాలు చూస్తూ తిరుగుతుంటే క్రియేటివిటీకి అవకాశం వుండదు. సమస్యలను వరిష్కరించడం అవసరమే. ఆ పరిష్కారమార్గాల అన్వేషణకు కూడా క్రియేటివిటీకి ఉపయోగపడుతుంది.

ప్రతి సంస్థలోని వారందరు కలిసి క్రియేటివ్ హిట్ లిస్ట్ తయారు చేసుకోవాల్సిన అవసరం వుంది దానిలోనివి స్పష్టంగా వుండాలి. మూడు వర్గాలుగా ఆలిస్ట్ ని విభజించవచ్చు

1. ప్రత్యేకమైన సమస్యలు: ఉదా.- మిగిలిన కంపెనీ పెయింట్స్ కంటే మనవి త్వరగా ఆరిపోవాలంటే ఏమి చేయాలి.
2. అభివృద్ధి కోసం: ఉదా.- క్రొత్తవాటి సమాచారం ప్రజలకు ఎంత త్వరగా అందించగలం?
3. “జనరల్ అవసరాలు: ఉదా:- పేకేజీ చేయడంలో క్రొత్త ఐడియాలు రూపొందిద్దాం

ఈ లిస్ట్ ను అందరికీ కనిపించేలా వుంచవచ్చు.

- \* ఈ లిస్ట్ లోని పాయింట్స్ ను మరింత మెరుగైన పాయింట్స్ తో మార్చవచ్చు.
- \* అనవసరమనుకుంటే కొన్ని పాయింట్స్ ను తీసివేయవచ్చు. \* సంస్థలోని ప్రతివారు కూడా వ్యక్తిగతంగా ఆ పాయింట్స్ ని గురించి ఆలోచించవచ్చు. \* వివిధ రంగాలలో ప్రయోగాలు చేసేవారు, ఆలోచించే వారు, వారి సమయాన్ని ఈ లిస్ట్ గురించి ఆలోచించడానికి కాస్త వినియోగించాలి. \* ట్రైనింగ్ సమయములో వీటిని ఉపయోగించవచ్చు. \* ప్రతి విభాగం ఈ విధానాన్ని అవలంబించవచ్చు. \* సమయానుసారం ఈ లిస్ట్ పై ఐడియాలు ఏం వచ్చాయి అన్న సమాచారం తీసుకోవాలి. \* ఈ లిస్ట్ ను ఛాలెంజ్ గా తీసుకోవాలి. \* ఇదోక అవకాశంగా భావించాలి.

ఐడియాలకు క్రియేటివిటీకి దీని తరువాత ఇవ్వబడిన చాప్టర్ లోని టెక్నిక్ ని వినియోగించవచ్చును.



# క్రయబివ బిక్విక్

.....భగవాన్ దాసుకో “ఇంపోర్టెడ్ రెడ్ వైన్ బాటిల్” బహుమతిగా వచ్చింది. “రెడ్ వైన్” గుండెకు, గుండె రక్త నాళాలకు మేలు చేస్తుందని చదివాడు ఎక్కడో భగవాను దాసు. ఆ బాటిల్ కు చెక్క బరడా బిగించి వుంది. దానిని తొలగించాలంటే కార్క్ స్ట్రూ లేదు. అయినా ఎలాగో ఒకలా తొలగించాలి, బైటకు లాగాలి అని అనేక రకాలుగా ప్రయత్నించి చూశాడు. అది బైటకు రాలేదు. వెలుపలికి రాలేదు. కాబట్టి లోపలికి నెట్టి వేద్దాం అని నొక్కి నొక్కి ప్రయత్నించాడు. అది లోపలికి వెళ్ళలేదు. తిరిగి బైటకి లోపలికి ఎలాగో ఒకలా ఆ కార్క్ ని తీయాలని దీర్ఘంగా ఆలోచిస్తూ అనేకరకాలుగా అవస్థ పడుతున్నాడు.

అప్పుడే వచ్చాడు దేవదాసు. నాకివ్వు నేను చూస్తూ అని నీసా తీసుకున్నాడు. ఒక స్ట్రూ డ్రైవర్ తీసుకుని ఆ కార్కు మధ్యలో రంధ్రం చేశాడు. రెండు గ్లాసులు తీసుకోనిరా ఇద్దరం పోసుకుని తాగుదాం అన్నాడు.

దేవదాసు దృష్టి ఆలోచనా ఆ వైన్ ము ఎలా తాగాలి అని, భగవాన్ ఆలోచన దృష్టి ఆ కార్కును ఎలాగైనా తీయాలని.

అంతిమ ఫలితంపై దృష్టిని వుంచి ఆలోచిస్తాయి జిజిఎస్ మైండ్స్.....



ప్రణవ భండ.

పాజిటివ్ సైఖరి భండ.

అనసరమైన దాన్ని ఫోకస్ చేస్తున్నారు.

ఒక కానార్లింది ఆలోచించే టెక్నిక్ సృజనాత్మక ఆలోచనా సరళి.

## లేటరల్ థింకింగ్

ఎడ్వర్డ్ డిజేనో గారి “లేటరల్ థింకింగ్ టెక్నిక్స్ వర్క్ షాపు”లో పాల్గొన్న తర్వాత అవి ఎంతవరకు ఉపయోగిస్తాయో పరీక్షించాలనుకున్నాను. వారు చెప్పిన టెక్నిక్ మనం ఫోకస్ చేసిన అంశాన్ని గురించి క్రొత్త ఐడియాల కోసం ఏదో ఒక పదాన్ని తీసుకొని దాని నుంచి ఐడియాలు క్రియేట్ చేయడం. ఒక యాభై అరవై పదాల పట్టిక తయారు చేసుకోవాలి. ఒక సంఖ్యను ఎంపిక చేసి ఆ సంఖ్య ఎదురుగా వున్న పదాన్ని గమనించి ఆ పదానికి మనం ఫోకస్ చేసిన దానికి సంబంధాన్ని ఆపాదించి క్రియేటివ్ ఐడియాలు వచ్చేలా ఆలోచించాలి.

దీనిని పరీక్షించడానికి మా “నల్లూరినర్సింగ్ హోమ్” సంస్థను తీసుకున్నాను. ఫోకస్ ఏరియాగా ఎక్కువ ప్రజాదరణ పొందేలా చేయడం. అనే అంశాన్ని తీసుకున్నాను. ఇంగ్లీషు తెలుగు డిక్షనరీలో పెన్ గుచ్చి వచ్చిన పేజీలో వున్న మొదటి పదాన్ని తీసుకున్నాను. ఆ పదం EYE.... కన్ను. కంటికి హాస్పిటల్ పట్లినటికి సంబంధం ఏమిటి? అని కాసేపు ఆలోచించాను. కంటి విభాగం ప్రారంభించడం. ఆ విభాగం అదివరకే వుంది. ఉచిత కంటి ఆపరేషన్లు కూడా నిర్వహిస్తున్నాం ఇంకా కంటి గురించి ఆలోచించడానికి ఏముంది? కాసేపు ఆలోచనలు అలా నెగిటివ్ గా సాగాయి. వెంటనే పాజిటివ్ వైఖరితో ఆలోచించడం ప్రారంభించాను.

కన్ను.

అది చేసే పని చూడటం.

ఎక్కువమంది ఈ సంస్థను చూస్తే.

అలా చూడగలిగేలా చేయగలిగితే.

రోగులు, బంధువులు ఎలాగూ వస్తుంటారు.

ఇతరులు రావడానికి ఏంచేయాలి.

ఏవైనా మీటింగ్ లు పెడితే.

ఎప్పుటినుంచో ప్రారంభించాలనుకున్న “పాజిటివ్ థింకర్స్ క్లబ్ మీటింగ్ లు” ఇక్కడ పెడితే. క్రొత్తవారు వస్తారు. చూస్తారు. అలాగే ఘరికొన్ని ఆరోగ్య విషయాలను చర్చిస్తే - మీటింగ్స్ పెడితే. ఆరోగ్య విషయాలు ప్రింట్ చేసి ఇతరులు చదివేలా చేస్తే ఇలా సాగినాయి ఆలోచనలు. క్రియేటివ్ ఆలోచనలు.

ఎడ్వర్టైజ్మెంట్ గారు “సిగరెట్”. ను తీసుకుని రిస్ట్ వాచీల్ సెకండ్స్ హేండ్ 21 మీద వుండడాన్ని గమనించి లిస్ట్ లో 21వ పదాన్ని చూస్తే అది ట్రాఫిక్ సిగ్నల్స్. రెండింటికి ఎలా సంబంధాన్ని కుదర్చడం? కాసేపటికి ఆలోచనలు వచ్చాయి. నోటిలో పెట్టుకొనే కొన నుంచి కాస్త దూరంలో రెడ్ కలర్ రింగ్ ప్రింట్ చేస్తే.

అంతవరకు మాత్రమే త్రాగాలని సూచిస్తే. తక్కువ మోతాదులో నికోటిన్ శరీరంలోకి చేరుతుందని, పొగత్రాగవద్దు అని త్రాగే వాళ్ళుంటారు. వారికి ఎక్కువ హాని చేస్తుంది ఈ పద్ధతి.

ఇది ఎలా పనిచేస్తుంది:

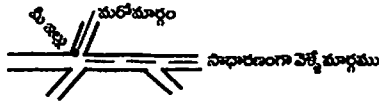
మనం తీసుకొనే పదం ఏది దొరికితే అది.

ఆ పదానికి మనం అభివృద్ధి కోసం ఎంపిక చేసినదానికి సంబంధం వుండదు.

ఏ పదమైనా ఏ పాయింటుకయినా సూటవుతుంది.

ఇదంతా లాజికల్ గా సాధ్యమేనా.

మెదడులో న్యూరలాజికల్ మార్గాల అమరిక వాటి స్వీయ విశ్లేషణం గుణం - విధానంలో ఇది సాధ్యమే.



పై బొమ్మలోలా మీ వూరి రోడ్లు వున్నాయనుకోండి. మీరు సాధారణంగా మామూలుగా స్కూటరుపై ఒక మార్గాన వెళ్తూ వుంటారనుకోండి. అదే మార్గాన ఏళ్ళ తరబడి అలవాటుగా వెళ్తూ వుంటారు. మీ స్కూటర్ చెడిపోయింది. ఇంటికొచ్చేటప్పుడు. ఎవరో స్కూటర్ పై లిప్ట్ కాస్త దూరం వరకు ఇచ్చి మిమ్మల్ని మీ ఇంటికి కాస్త దూరంలో ఒక ప్రదేశంలో మిమ్మల్ని దింపారు. అక్కడ నుండి మీరు రావడానికి ఎప్పుడూ వాడని దారిగుండా మీరు ఇంటికి నడిచి వస్తారు.

మెదడులోని కనెక్షన్స్ గజిబిజిగా అల్లుకొని వుంటాయి. ఆలోచనలు ఎక్కడ నుంచి బయలుదేరతీసినా మనం ఫోకస్ చేసిన విషయం ఆలోచించడానికి సాధారణంగా మన మెదడులో స్వీయ విశ్లేషణ న్యూరలాజికల్ మార్గంలో ఎక్కడనుంచి ప్రారంభమవుతామో అక్కడికే చేరుకుంటాం. మీరు ఇంటికి చేరినట్టుగా మరో దారిలో ఆ ప్రారంభ స్థానానికే చేరుతాం.



మెదడులోని స్వీయవిశ్లేషణా మార్గాలు గజిబిజిగా నెట్‌వర్క్‌లా వుంటాయి. అందువలన A నుంచి B వెళ్ళేమార్గం చుట్టు తిరిగి వెళ్ళడం - దూరంగా వుండటానికి అవకాశం వుంది. కాని B నుంచి A కి డైరెక్ట్ మార్గం అతి దగ్గర మార్గం వుంటుంది.

ఇలా గజిబిజిగా వుండే మార్గాలే క్రియేటివిటికి, హాస్యానికి పునాది అని చెప్పవచ్చు హాస్యాన్ని అందించేవారు మన ఆలోచన త్రోవను ప్రకృధారికి మళ్ళించడం గమనించవచ్చు.

ఉదా . ప్రశ్న : రావుగారి ఇల్లెక్కడా ?

ఆయన ఇల్లు ఎక్కడండి.

మామూలు సమాధానం : ఫలానా వీధిలో వుంది.

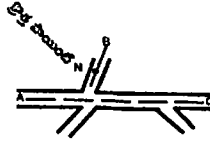
హాస్యం : ఆయనది పెంకుటిల్లు, ఇంటి పైకి ఎందుకెక్కుతాడండి బాబు.

పైన్స్ ప్రయోగాలలో కొన్ని విషయాలతో ప్రేరణ కలిగి గొప్ప గొప్ప ఐడియాస్ రావడం మనం గమనించవచ్చు.

ఉదా : ఏపిల్ క్రిందపడటం

అందరికీ మామూలు విషయమే

న్యూటన్‌కు భూమ్యాకర్షణ శక్తి ఐడియా వచ్చింది.



మనం ఒక ప్రదేశం నుంచి ఆలోచనలను పయనింపచేస్తే అలవాటు పడ్డ మార్గానే వెళ్తాయి. A దగ్గర ప్రారంభమై C వరకు అలవాటుగా వెళ్తాయి. అలాకాకుండా మనం ఏదో ఒక క్రొత్త పాయింట్ దగ్గర మొదలై N దగ్గర మొదలైతే ప్రకృ మార్గాల గుండా A దగ్గరకు రావడానికి అవకాశం వుంది. అదే లేటరల్ థింకింగ్

ఏపిల్ చెట్టు క్రింద కూర్చుని పళ్ళు పడే వరకు ఎదురు చూడవచ్చు. ఇది మామూలు పద్ధతి ఎప్పుడో ఒకసారి జరగవచ్చు.

చెట్టును బాగా కదిల్పించి పండ్లు పడేలా చేయవచ్చు. ఇది లేటరల్ థింకింగ్ పద్ధతి. ఎప్పుడైనా చేయవచ్చు. ఎన్నిసార్లయినా చేయవచ్చు. ఎవరైనా చేయవచ్చు.

ఎప్పుడో అరుదుగా కొందరికే లభ్యమయ్యే ఛాన్స్ కోసం ఎదురుచూడటం అవివేకం. లేబరల్ థింకింగ్ లో ఆలోచించబోయే వాటికి సంబంధించిన మనం క్రొత్త పాయింట్ తో ఆలోచనలు ప్రారంభించినా అవి అలవాటు ఆలోచనాక్రమంలో నడుస్తాయి. అందుకు ఈ క్రొత్త పదాన్ని తీసుకుని దాని దగ్గర నుంచి ప్రారంభం కావడం.

జిరాక్స్ మెషిన్స్ లో జనరల్ ఇంప్రూవ్ మెంట్ కోసం క్రియేటివ్ గా ఆలోచించాలి అనుకుందాం పదాల లిస్ట్ తయారుగా వుంది. షడన్ గా వాచీ చూస్తే 17 సెకండ్స్ మీద వుంది. 17వపదం ముక్కు ముక్కుకి జిరాక్స్ మిషన్ తో సంబంధం ఏమీ కనిపించదు.

ముక్కు అంటే వాసన. వాసనకి జిరాక్స్ మెషిన్ కి సంబంధం ఏమిటి? ఆలోచించండి. మీ ఆలోచనలకు పదునుపెట్టండి సమాధానం కోసం రాబోయే పేజీలలో చదవండి

### **రెచ్చగొట్టే మాటలు - ప్రోవోకేషన్.**

మనం మాట్లాడే మాటలకు కారణాలు వుండాలి. లేకుంటే అసందర్భంగా వుంటుంది. అద్దం పర్తంలేని పిచ్చివాడి మాటలలా అనిపిస్తాయి. ఇలాంటి చెప్పేదాకా కారణాలు లేని మాటలు క్రియేటివ్ గా ఆలోచించడానికి ప్రేరణ కలిగిస్తాయి.



అలవాటు ప్రకారం అలవాటైన మార్గాల ద్వారా ఆలోచనలు వెళ్ళకుండా ప్రక్కదారుల వెంట ఆలోచనలు నడవడానికి కారణాలు లేని మాటలు పై బొమ్మలో చూపిన విధంగా పనికొస్తాయి. ప్రక్క దారిలోకి ఆలోచనా సరళి మరలడానికి ఈ మాటలు ఒక మధ్యలోని మెట్లుగా సహకరిస్తాయి.

హైపోథిసిస్ అంటే ఊహాప్రమేయం కొన్ని ఐడియాస్ ని లేదా సంఘటనలను ఊహించి వాటి ద్వారా ఉన్న సమాచారాన్ని విశ్లేషించడం. ప్రోవోకేషన్ ఆ ఊహ ప్రమేయపు విధానం కంటే గొప్పగా పనిచేస్తుంది.

ఒకదాని నుండి మరొక దానిని తయారుచేయడానికి మధ్యలో ఇంకొక స్థితిని తెప్పించడం సైన్స్ లో వున్నదే. అలవాటుగా సాగే ఆలోచనాక్రమాన్ని తికమక పరచి త్రోవ మళ్ళించి క్రొత్త ఐడియా తీసుకురావచ్చు

హైద్రాబాద్ లో ఆటో ఎక్కి మనం వెళ్ళాల్సిన ప్రదేశాన్ని చెబుతాం. కొంతమంది కరెక్ట్ గా తీసుకువెళ్తారు. కొంతమంది మనకి తెలిసి వుంటుందిలే అనే ఉద్దేశ్యంతో తీసుకుని వెళ్ళి వాళ్ళు తికమకపడతారు. మనకుదారి తెలియదనుకోండి ఇబ్బందిపడాలి. ఇలాంటి సంఘటనల్లో రెచ్చగొట్టే మాటలు:

“అటోడ్రైవర్లకి సరైనదారి తెలియదు”. ఈ మాటకు పూర్తి అర్థంలేదు. దారి తెలియకపోతే అటో ఎలా నడుపుతూ ఆ వృత్తిలోవున్నాడు. అటోడ్రైవర్లకు దారితెలిసి వుంటుంది అన్న మామూలు ఆలోచనను పై మాటలు తికమక పెట్టాయి. ఆ మాటను మధ్యలో వున్న ఆలోచనా మెట్లులాగా తీసుకొందాము.

“కొందరికి దారి తెలుసు”, “కొందరు డ్రైవర్స్ కి తెలియదు”

ఎవరికి దారి తెలుసో, ఎవరికి దారి తెలియదో, మనకెలా తెలుస్తుంది.

రెండురకాల అటోలు వుంటే..... ఒకరకం ఎక్కితే డ్రైవర్లకు రూట్ తెలుసు, రెండో రకం ఎక్కితే రూట్ తెలియదని హైదరాబాద్ లో నివసించేవారు వారికి రూట్ తెలుసుకాబట్టి రూట్ తెలియని అటోలు కూడా నిర్భయంగా వాడుకోవచ్చు. క్రొత్తవారు, రూట్స్ సరిగా తెలియని వారు, బాగా రూట్ తెలిసిన అటోడ్రైవర్లు నడిపే అటోఎక్కవచ్చు. రూట్స్ బాగా తెలిసినా డ్రైవర్ నడిపే అటోకి పసుపు పచ్చరంగు మాత్రమే వుంటుంది. రూట్స్ బాగా తెలియని డ్రైవర్లు నడిపే అటోలకు ఎర్రటి బార్డర్ కొట్టాచ్చినట్లు వుంటుంది.

క్రొత్త ఐడియా సమస్యను తీర్చింది.

“పని ఆలస్యం అవుతుంది అని కోప్పడిన భర్తతో భార్య ఇలా అని వుండవచ్చు. ఈ పనులన్నీ చేయాలంటే నాకు ఆరు చేతులు వుండాలి” అని. దానిని మధ్యలో వుండే మెట్లుగా తీసుకొన్నవాడు అన్ని పనులు ఒక వేలితో మీట నొక్కితే చేసే రోబోట్ ను తయారుచేయవచ్చు అన్న ఆలోచన వచ్చి వుండవచ్చు. ఇవన్నీ విచిత్రంగా అనిపించవచ్చు. పిచ్చి ఆలోచనలు అనిపించవచ్చు. పురాతన కాలంలో ఒక సైంటిస్ట్ నేను చంద్రమండలం వెళ్తాను అన్నాడుట. లాటిన్ లో “లూనా” అంటే చంద్రుడు. అందరు అతనిని లూనాగాడు లూనేటిక్ అని ఎగతాళి చేశారట. అదే పదం సిచ్చివాడు అనడానికి ఈరోజు ఉపయోగిస్తున్నాం. ఆనాటి పిచ్చి మాట నేడు నిజమైంది. ఆలోచించండి. ఆలోచించడం నేర్చుకోండి. ఐడియాలను సృష్టించండి.

(వాసనకి జిరాక్స్ మిషన్ కు సంబంధం)

జిరాక్స్ మెషిన్ ఆగిపోయింది. ఎందుకు ఆగిపోయిందో చెక్ చేయాలి. పేపరు అయిపోయి వుండవచ్చు. ఫీజ్ పోయి వుండవచ్చు. ఒక్కొక్క డిఫెక్ట్ కు ఒక్కో వాసన విడుదలయ్యేలా ఏర్పాటు వుంచితే! ఆపరేటర్ మిషన్ దగ్గరే వుండనక్కరలేదు పనిచేసేటప్పుడు తన పని చేసుకుంటు వుంటే వాసన వస్తే వెంటనే వెళ్ళి పేపరు రోల్ పెట్టవచ్చు. మరో వాసన ఫీజుపోయిందికి గుర్తుగా వుంటే ఆ వాసన వస్తూంటే ఫీజు సరిచేయవచ్చు మరో వాసన సర్వీస్ ఇంజనీర్ ని పిలవడం అనివార్యం అని తెలియజేయడం కావచ్చు.



## కాన్సెప్ట్-రూపకల్పన

.....కాకినాడలో రంగరాయ వైద్య కళాశాలలో 1968 - 74 వరకు M.B.B.S డిగ్రీ పూర్తి చేశాను. అప్పట్లో ఉదయం న్యూస్ పేపరు చదివే అవకాశమే వుండేదికాదు. దూరప్రాంతాలలో ప్రింట్ అయిన పేపరు కాకినాడ ఆ పరిసర ప్రాంతాలకు చేరాలంటే ఏ మధ్యాహ్నం సమయమో అయ్యేది. ఉభయగోదావరి జిల్లాలో శ్రీకాకుళం, విజయనగరం, వైజాగ్ తదితర ప్రాంతాలకు కూడా ఈ ఇబ్బంది వుండేదనుకుంటా. ఈ ప్రాంతపు వాసులకు కూడా ప్రొద్దున్నే సూర్యోదయంతో పాటు పేపరు అందిస్తే ఎలా వుంటుంది అన్న కాన్సెప్ట్ న్యూస్ పేపరు రంగంలోకి అడుగుపెడదామన్న విడియాతో వున్న ఒక వ్యక్తి కి వచ్చి వుండవచ్చు. తన విడియా తద్వారా వచ్చిన కాన్సెప్ట్ రూపకల్పన చేసి అమలుపరచి వైజాగ్ కేంద్రంగా నాకు తెలిసినంత వరకు ముందుగా ఆయన తన పేపర్ ప్రింటింగ్ ను మొదలుపెట్టారు. ముందుగా ఆయా జిల్లాల అభిమానాన్ని చూరగొనడం తర్వాత రాష్ట్ర ప్రజల అభిమానాన్ని పొందగలిగింది. ఈనాడు పేపరు. ఆ సంస్థ అధినేత రామోజీరావుగారు.....

జిల్లా ప్రజలు ఆయాప్రాంతాలవారల పట్ల మక్కువ చూపుతున్నారు. ఏమి చేయాలి అన్న ఆలోచనే జిల్లా వారీగా చిన్న పత్రిక జత చేయాలనే కాన్సెప్ట్ వచ్చి వుండవచ్చు.

తెలుగువారు అమితంగా ఇష్టపడేది పచ్చళ్లు. ఆమెరికాలో తెలుగువారు పెరుగుతున్నారు. వారికి మనలాగా ఇంట్లో పెద్ద వారుండి పచ్చళ్ళు పెట్టడం వీలుకాని పని పచ్చళ్ళను తయారు చేసి ఎగుమతి చేయవచ్చన్న కాన్సెప్ట్ కు అసలు కారణం అయివుండవచ్చు.

“కాన్సెప్ట్ అనేది ఒకదానిని చేయడానికి రూపొందించిన ఒక మార్గం దానికో ఫలితం వుంటుంది. అది విలువలను అందిస్తుంది.” అవసరాలు కాన్సెప్ట్ రూపకల్పనకు ప్రారంభదశ అని చెప్పవచ్చు

అవసరం : పట్టణంలో ట్రాఫిక్ జామ్స్ - ఇబ్బంది.

- ఎలా : 1) రోడ్లపై నడిచే వాహనాలు తగ్గితే.  
 2) రోడ్లపై వాహనాలను మరింత మెరుగుగా నడపగలిగితే  
 3) ఎక్కువ రోడ్లు లేదా వెడల్పయిన రోడ్లు వుంటే

అసలు అవసరం ట్రాఫిక్ జామ్స్ వల్ల ఇబ్బంది పడకుండా వుండడం. రకరకాల మార్గాలు ఆలోచనల రూపంలో వచ్చాయి. ఒక్కోదాన్ని గురించి ఆలోచిస్తే.

- 1) రోడ్లపై నడిచే వాహనాలు తగ్గించాలంటే  
 a) కారు వాడే వారిని డిస్కరేజ్ చేయడం  
 B) కొన్ని రకాల వాహనాలకు ప్రవేశంలేకుండా చేయడం  
 C) వసతులు గల రవాణా సౌకర్యాలు బస్లు, లోకల్ రైళ్ళు మొదలగునవి ఏర్పాటు చేయడం.  
 2) రోడ్లపై వాహనాలు మరింత మెరుగ్గా నడపగలగడం  
 a) ట్రాఫిక్ కానిస్టేబుల్స్ ను అధికంగా వుంచడం  
 B) స్పీడును రెగ్యులేట్ చేయడం  
 C) స్పీడ్ లిమిట్ ను అతిక్రమిస్తే ఎక్కువ ఫైన్ వేయడం  
 d) విదేశాలలో వలే పర్యవేక్షించడం.

అలా ఒక్కొక్క దానిని గురించి ఆలోచించవచ్చు. ఈ పాయింట్స్ ని కూడా ఒక్కోదానిని విశ్లేషించడం

ఉదా : కారు నడిపేవారిని డిస్కరేజ్ చేయడం.

- 1) ఆ రోడ్లపై వెళ్ళే ప్రతిసారి రుసుము పనులు చేయడం.  
 2) ఆ రోడ్లలో పార్కింగ్ కు అవకాశం లేకుండా చాలా దూరంగా పార్క్ చేసి తిరిగి నడిచి వచ్చేలా చేయడం.

- 3) పొరపాటుగా పార్కింగ్ చేస్తే చాలా ఎక్కువ ఫైన్ విధించడం.
- 4) బస్ వేలను చాలా ఎక్కువగా ఏర్పాటుచేసి కారులో వెళ్ళటం కంటే సూట్లర్ సైకిల్, బస్లోన్ వెళ్ళడం ఉత్తమం అనే అభిప్రాయాన్ని కలుగజేయడం.

ఇలా ఒక్కొక్కదానికి రూపకల్పన చేస్తూ వెళ్ళవచ్చు

వెంకటేశ్వరరావుగారు మిలియన్లకు అధిపతి. ఇంటికి సెక్యూరిటీ వారిని కాపలాగా పెట్టారు. రాత్రివేళ ఎక్కువమంది కాపలాకాస్తూ వుంటారు. రాత్రివేళ అతిథులు వస్తే బెల్ కొట్టేలా ఏర్పాటును అతి గోప్యంగా వుంచాడు. రాత్రి సెక్యూరిటీ వారికే అది ఎక్కడ వుందో తెలుసు. అంతేకాదు ముందు జాగ్రత్త కోసం ఎవరెవరు రావడానికి అవకాశం వుందో పేర్లు ఫోటోలు వారికి అందుబాటులో వుంచాడు. వచ్చినవారిని పరిశీలించి సెక్యూరిటీ వాళ్ళు ఆ రహస్యపు స్పిచ్ నొక్కితేనే లోపలివారు తలుపులు తీస్తారు.

అయినా దోపిడికి గురైంది ఆ ఇల్లు. వచ్చిన అగంతకులు సెక్యూరిటీ వారిని బెదిరించి బెల్ కొట్టించి తలుపులు లోపలివారు తీసేలా చేసి దోపిడిచేశారు.

ఆ ఇంట్లోకి అముఖ్యద్వారం ద్వారా కాకుండా మరే ఇతర మార్గాల ద్వారా కాని కిటికీల ద్వారాకాని, పైపులు పట్టుకొని పైకి ఎక్కే మార్గంగాని లేనేలేవు.

ఆ రహస్యపు కాలింగ్ బెల్ సౌకర్యాన్ని తీసివేస్తే పోతుంది. సెక్యూరిటీ వారు ఫోన్ ద్వారా అడిగి తలుపు తీయిస్తారు. అన్నాడు వెంకటేశ్వరరావు తన కుటుంబ సభ్యులతో.

ఆయన కొడుకు ఎలక్ట్రానిక్ ఇంజనీరింగ్ చదివి ఫ్యాక్టరీ నడుపుతున్నాడు. అతనికి తండ్రి ఆలోచన నచ్చలేదు. ఎలక్ట్రానిక్ యుగంలో మరో పరికరాన్ని సృష్టించలేమా అని ఆలోచించాడు.

ఒక చిన్న ఎలక్ట్రానిక్ పరికారాన్ని తయారుచేస్తే .....అది కంటిపాప మార్పులను కనిపెట్టేదిగా వుంటే.....దానికి సాధారణ కంటిపాప మార్పులరేంజిని ఫీడ్ చేస్తే.....దానిని ఆ బెల్ దగ్గరలో అమరిస్తే .....బెల్ కొట్టేవారి కంటిపాపని అది చదవగలిగితే టెన్షన్ లేకుండా బెల్ కొడితే కొట్టేవారి కంటిపాపను గమనించిన ఆ ఎలక్ట్రానిక్ పరికరం బెల్ ఇంట్లో మ్రోగేట్లు చేస్తుంది.

భయంతో, ఒత్తిడితో, టెన్షన్తో ఆ బెల్ నొక్కితే ఆ మానసిక ఒత్తిడితో వచ్చే కంటిపాప సైజులో వచ్చే అసాధారణ మార్పులను పసిగట్టిన ఆ పరికరం చగ్గరలోని పోలీస్ స్టేషన్లో అలారాన్ని మ్రోగేలా చేస్తుంది.

కంటిపాపలో వచ్చే మార్పులను రాకుండా చేయడం ఎవరి వల్లా కాదు. అదే బిజినెస్ మైండ్స్కి వచ్చే క్రొత్త కాన్సెప్ట్



లేచింది మొదలు బిజిబిజి పిల్లల దగ్గరనుంచి పెద్దల వరకు పరుగులే పరుగులు.కొన్ని అత్యవసర వస్తువులు కొనడం మర్చిపోతాం. విదేశాలలో ఏ వస్తువైనా కాటలాగోల్ చూసి మీ క్రెడిట్ కార్డు నెంబర్ ఇచ్చి ఆర్డర్ చేయవచ్చు మీ పర్సనల్ గుర్తింపు కార్డు నెంబర్ కూడా ఇవ్వాలి వుంటుంది. క్రెడిట్ కార్డుకు 16 అంకెలు పైగా వుంటాయి. కొనే వస్తువు కోడ్ కు 10-12 అంకెలు వుంటాయి.

మీ ఐ.డి కార్డుకు 5-8 అంకెలు వుంటాయి. కంప్యూటర్ లో అయితే చూస్తూ తప్పులు సరిదిద్దుకొంటూ కొట్టవచ్చు. ఫోనులో ఇన్ని నెంబర్లు చెప్పడం కాస్త తికమకగా వుండి పొరపాట్లు జరుగవచ్చు, రాబోయే రోజులలో మరింత బిజిగా తయారై ఇలా చూడడం, టైపు కొట్టడం, సరి చూసుకోవడం విసుగుగా వుండవచ్చు. ఇలా ఆలోచించింది ఒక బిజినెస్ మైండ్

చిన్న రిమోట్ కంట్రోలంత పరికరం- దానికో చిన్న స్క్రీన్, కీపాడ్.

ప్రయాణిస్తూనో, గుర్తుకొచ్చినపుడో దాని ద్వారా నెంబర్లు సరిచూస్తే అదే వైర్ లెస్ మెకానిజం ద్వారా ఫోన్ లైన్ ద్వారా ఆ నెంబర్లను పంపగలిగితే.....ఎంత సౌకర్యం. అదే ఆ నెంబర్లను స్కాన్ చేసి పంపేలా సౌకర్యం వుంటే

కేటలాగ్ లోని వస్తువుకు ఒక కోడ్ నెంబర్ మన కొక కోడ్ నెంబర్ వుండి వాటిని స్కాన్ చేసే ఆటోమాటిక్ గా పంపే చిన్న పెనెలాంటి పరికరం జేబులో వుంటే రకరకాల కాన్సెప్ట్స్ అవసరాన్ని బట్టి రూపొందించవచ్చు.

### **ఉన్న ఆస్తులను బట్టి**

ఎక్కువ టూరిస్టులను ఆకర్షించే సింగపూర్, ధాయిలాండ్ మొదలగుదేశాలలో ఎయిర్ పోర్ట్ లో జరిగే అమ్మకాల ద్వారా మంచి ఆదాయం వుంటుంది ఎక్కువమంది విమానం ఎక్కడానికి ముందు మిగిలిన సమయాన్ని అక్కడ కొనుగోలు చేయడానికి ఉపయోగిస్తారు. ఆ టైమ్ లిమిటెడ్ గానే వుంటుంది.

ప్రయాణికులు ఎక్కువ సమయం షాపింగ్ చేస్తే.....గ్యారంటీగా ఎక్కువ వ్యాపారం జరుగుతుంది.....ప్రయాణికులు ఎక్కువ సమయం షాపింగ్ చేయాలంటే అది కేవలం ప్రయాణికులు ముందుగా ఎయిర్ పోర్ట్ కౌన్సేనే సాధ్యపడుతుంది.

వారిని ముందుగా రప్పించగలిగితే జరుగుతున్న బిజినెస్ ఇంకా ఎక్కువగా జరుగుతుంది. అయితే ముందుగా రప్పించడం ఎలా?

ఎయిర్ పోర్ట్ లో ఎంబ్రీ టీకెట్ విమానం బయలుదేరే 2 గంటల ముందు కొన్నవారికి లోపలిషాపులలో వస్తువుల పై 10 శాతం తగ్గింపు.

మూడు గంటల ముందొస్తే 20 శాతం తగ్గింపు. కొనే వస్తువుల ధరపై టాక్స్ వుండదు.

గ్యారంటీగా ముందు రావడానికి ప్రయత్నిస్తారా లేదా? టౌనులో కొని మోసుకురావడం కంటే తక్కువ ధరకు ఎయిర్పోర్ట్లో కొనడం మేలు కాదా?

“ఎయిర్పోర్ట్కి రావడమంటే దూరప్రయాణీకులు పెద్ద పెద్ద సూట్ కేసులు విమాన సర్వీసులు నిర్ణయించిన కొలతలతో బరువుతో ప్యాక్ చేసుకొని వస్తారు. అలాగే వచ్చింది వనజ. ఆ సూట్ కేసులు చెక్ ఇన్ చేసింది. క్యారీ బ్యాగ్ కూడా నిండుగా వుంది.

ప్లయిట్ లేటుగా బయలుదేరుతుందని అనౌన్స్ చేశారు. షాపులలో తిరుగుతుంది.

ఎన్నో మంచి వస్తువులు కనిపించాయి. ధర తక్కువ ....తన దగ్గర దబ్బుంది.....పెద్ద పెద్ద సైజు వస్తువులు ఎలా తీసుకువెళ్ళగలదు. అలా కొనుగోలు చేసిన వాటిని షాపువారే అతితక్కువ ఖర్చుతో తర్వాత పంపించే ఏర్పాటు వుంటే బిజినెస్ పెరుగుతుందా? లేదా?

“క్రిష్ణకు తెలుసు ఆ ఎయిర్ పోర్ట్లో దిగే పాసింజర్స్ కొంత దబ్బుకు వస్తువులు కొంటే 25శాతం తగ్గిస్తారని. సాధారణంగా దిగిన వెంటనే లగేజ్ కలెక్షన్ కస్టమ్, ఇమ్మిగ్రేషన్ చాలా టైమ్ పడుతుంది. ఇంకా షాపింగ్ కోసం ఎవరు ఆగరు. ఆగుతారనే అంత డిస్కాంట్ ఇస్తున్నారు. పైగా క్రిష్ణ ఆ వూరు చూసి పనిచూసుకుని రెండు రోజులలో తిరిగి వెళ్ళాలి. ఆ ఎయిర్పోర్ట్లో దిగేసరికి రాత్రి 12 గంటలు దాటింది ఎయిర్ పోర్ట్లోనే కావాల్సినవన్నీ కొన్నాడు. అన్నింటినీ హోటల్కి మోసుకు వెళ్ళాడు తిరుగు ప్రయాణంలో మోసుకు వచ్చాడు.

అదే దిగగానే కొన్న వాటిని ఒక ప్రదేశంలో డిపాజిట్ చేసేవీలుంటే అలా డిపాజిట్ చేసిన వాటిని వారు నీట్గా పాక్ చేయించి వుంచితే కస్టమర్స్కి సౌకర్యంగా వుండదా!

### **ఉన్న విధానాల నుంచే సరికొత్త కాన్సెప్ట్**

ఒక ఐడియాను ఎవరైనా సరే అమలు పరుస్తున్నారు అంటే దానికో కాన్సెప్ట్ తయారై వుంటుంది. దాన్ని వాడేవారు అభివృద్ధి చేసి వుండవచ్చు లేక దానంతట అదే అభివృద్ధి చెంది వుండవచ్చు. దానిని వాడే వారి కాన్సెప్ట్ను తీసుకొని మరో నూతన కాన్సెప్ట్ను అభివృద్ధి పరచవచ్చు

ఉదాహరణకు పాస్ట్ ఫుడ్ బిజినెస్ తీసుకుందాం. దాని కాన్సెప్ట్ :

- 1) ధరలు తక్కువ. మిగతా హోటల్స్ కంటే తక్కువ ధర.
- 2) పరిశుభ్రంగా వుంటాయి.
- 3) త్వరగా తినడం వూర్తి అవుతుంది. సౌలభ్యం వుంది.
- 4) ఏమేమి దొరుకుతాయో తెలిసేవుంటుంది.

5) యువతీయువకులు కలుసుకొనే స్థలంలో ఇది ఒకటి.

పై వాటినుంచి

3) త్వరగా తినడం సౌలభ్యం.

4) ఏమేమి దొరుకుతాయో తెలిసే వుండటం.

5) యువతీయువకులు కలుసుకొనే స్థలం.

ఈ మూడింటిని పరిగణనలోకి తీసుకుని ఖరీదైన ఫాస్ట్ ఫుడ్ సెంటర్ కాన్సెప్ట్ అభివృద్ధి చేయవచ్చు.

1) వాటిలో రెండో మూడో వెరైటీ ఫుడ్ లభ్యమయ్యేలా చూడవచ్చు. ఉదా సీఫుడ్స్, రకరకాల దోశలు.

2) సర్వీస్ త్వరగా వుంటుంది. స్టాండర్డ్ బాగుంటాయి.

3) యువతీయువకులు కలిసే స్థలం - నీట్ గా కస్టోమియంట్ గా వుంటుంది. ఇలాంటి వాటికి అధికంగా మూల్యం చెల్లించాలి.

నేను అమెరికా వెళ్ళినపుడు మా తమ్ముడు దా|| క్రిష్ణారావు అతని స్నేహితుడు జాన్ కలిసి ఫ్రెంచి కాఫీ షాపుకు తీసుకువెళ్ళారు. అది చాలా పెద్ద పురాతన భవనం. పెద్ద హాల్స్ వున్నాయి. వరండాలు వున్నాయి. ఓపెన్ లాన్స్ వున్నాయి. టేబుల్స్ చైర్స్ చాలా సౌకర్యంగా వున్నాయి. కాఫీలో వివిధ రకాలు దొరుకుతాయి. కాఫీ కూర్చోన్నంతసేపు సర్వీస్ చేస్తూనే వున్నారు. తీరా బిల్ చూస్తే ఎక్కువ అనిపించింది. అక్కడ కాఫీతో పాటు కూర్చున్న టైమ్ మరియు ఆ ప్రదేశపు విలువ కూడా ఆ ధరలో కలిసి వుంటుంది. కాఫీ త్రాగుతూ కబుర్లు చెప్పుకోవచ్చు.

ఈ కాన్సెప్ట్ నుంచి మరికొన్ని కాన్సెప్ట్స్ ఎలా డిజైన్ చేయవచ్చో చూద్దాం.

1) తినేదాని ఖరీదుతోపాటు వినియోగించుకునే స్థలం మెయిన్ టెనెన్స్ ఖర్చు, ఎంత సమయం వినియోగించుకుంటున్నారో దాని ఖర్చు మొత్తం కలిపి వసూలు చేయవచ్చు. కాబట్టి ఈ టేబుల్ వినియోగించుకుంటే ఇంత ఖరీదు చెల్లించాలి అని నిర్ణయించవచ్చు. అదే టేబుల్ బిజి రష్ అవర్స్ లో ఎక్కువ రేటు ఖాళీసమయంలో తక్కువ రేటు వుంచవచ్చు.

2) టైమ్ వినియోగాన్ని బట్టి చార్జి చేస్తాం. కాబట్టి వచ్చే కస్టమర్ తాను ఎంతసేపు అక్కడ కూర్చోవాలో నిర్ణయించుకుంటాడు.

3) టైమ్ ను బట్టి - ధరను నిర్ణయించే ఒక పద్ధతిని అమలుపరచవచ్చు మెనూకార్డ్ లో ప్రింట్ చేయవచ్చు.

4) రాగానే కస్టమర్ కూపన్ కొంటాడు. దానిపై వచ్చిన టైమ్ వుంటుంది. వెళ్లేటపుడు టైమ్ చూసి ఆ కూపన్ వెలలో బిల్ ఖరీదు తీసివేసి మిగిలిన దబ్బు వాపస్ ఇచ్చే ఏర్పాటు చేయవచ్చు.

5) దేనికెంత చెల్లిస్తున్నారో తెలిసేలా చేయవచ్చు

6) ఒక రకంగా ఇది కార్ పార్కింగ్ లాంటిది. మనుష్యుల పార్కింగ్ కౌన్సిల్ బేబుల్స్ కి పార్కింగ్ మీటర్స్. కుర్చీగానే మీటర్ స్టార్ట్ అవుతుంది. లేచేటప్పుడు ఆ మీటర్ లో వచ్చిన డబ్బు చెల్లించవచ్చు.

అలాంటప్పుడు కస్టమర్లు వాళ్ళ భోజనాలు తెచ్చుకొని తినేలా చేయవచ్చు ప్రశాంతంగా సౌకర్యంగా కూర్చుని ఇంట్లో భోజనం చేస్తారు. ఆ టైమ్ ని బట్టి బిల్ చెల్లించాలి. ఆ బేబుల్స్ పై ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా ద్వారా ప్రకటనలు వచ్చేలా ఏర్పాటు, చేయగలిగితే ఆ ప్రకటనదారుల నుంచి డబ్బు వస్తుంది. ఇలా ఇలా ఉన్న ఐడియాల నుంచి నూతన ఐడియాలను అభివృద్ధి చేయవచ్చు. కాన్సెప్ట్ ని డిజైన్ చేయవచ్చు.

సృజనాత్మకతను అభివృద్ధి చేయడమంటే ఐడియాల నుండి కాన్సెప్ట్స్ - కాన్సెప్ట్స్ నుండి ఐడియాల మధ్య అటూ ఇటూ ఆలోచనలు ప్రయాణిస్తూ వుండేలా చేయాలి. ఒక కాన్సెప్ట్ ను ప్రాక్టికల్ గా అమలు పరచి దానినుంచి మరో దానిని అభివృద్ధి చేసే దశలో ఆలోచనలు కొనసాగాలి అలాచేస్తే పోటీని మించి పైపైకి అభివృద్ధి చెందుతారు.

మీరొక టూత్ పేస్ట్ ను తయారుచేశారు. అది పళ్ళకు చిగుళ్ళకు ఎంత లాభం చేకూర్చాలో అంత చేకూరుస్తుంది. మార్కెట్ బాగుంది. అంతలో మరో కంపెనీ పళ్ళను మెరిసేలా తమ టూత్ పేస్ట్ చేస్తుందని వాగ్దానాలు కురిపించారనుకోండి. ఈ క్రొత్త టూత్ పేస్ట్ విలువైనదవుతుంది కస్టమర్ మనసులో.

ఆ గుణం మీ టూత్ పేస్ట్ లో కూడా వుంటుంది. పోటీని అధిగమించి పైపైకి వెళ్ళడమంటే ఒక్కొక్క రకం లాభం వుందని ప్రామిస్ కురిపించాలి. వాటిని ప్రత్యేకతలుగా అందివ్వాలి. ఆ చిన్న చిన్న ప్రత్యేకతలన్నీ కలిపి పెద్ద లాభం వచ్చేలా కస్టమర్ గమనించగానే మరలా చిన్నచిన్న స్పెషల్ విధులను అభివృద్ధి చేయాలి. కస్టమర్ కి అందించాలి. ఇదొక యజ్ఞంలా నిరంతరం ముందుకు మూలదాకా వెళ్ళాలి. ప్రక్క పోటీదారునికి అందనంత ఎత్తులో ఎగురుతూ వుండాలి. అదే నేటి బిజినెస్ అవసరం.

### **నిరంతరాభివృద్ధి**

ఒక విధానాన్ని అభివృద్ధి చేయగానే దానిలో చిన్న చిన్న లోపాలు కనిపించవచ్చు. సాధారణంగా మన సాంప్రదాయ ఆలోచన ఆ లోపాలను సరిదిద్దడం మీద కొనసాగేలా చేస్తుంది. కాన్సెప్ట్ డిజైనింగ్ విషయంలో లోపాలు కనిపించిన కాన్సెప్ట్ ను వెంటనే వుంచి దానికి సమాంతరంగా వుండే మరో కాన్సెప్ట్ తయారుచేయాలి. అదే నిజమైన అభివృద్ధి. అదే నిరంతరాభివృద్ధి పరంలో ఆలోచనలు కొనసాగడానికి దోహదపడుతుంది.



## ప్రత్యేక విభాగం

.....ఔషధతయాలి పరిశ్రమ, రసాయనిక పరిశ్రమ, కార్ల తయారి పరిశ్రమ....అన్ని పరిశ్రమలలో టెక్నాలజీని అభివృద్ధి చేయడానికి ఒక విభాగం వుంటుంది. దాని పని పరిశోధనలు చేయడం, క్రొత్త దానిని డెవలప్ చేయడం. వీటికి డబ్బు ఖర్చుపెడతారు. ఈ సాంకేతికపరమైన పరిశోధనలు కుంటువడితే తోటి పోటీదారులతో వెనుకబడిపోతారు. బజినెస్లో నిలబడాలంటే ఈ రీసెర్చి మరియు డెవలప్ మెంట్ విభాగం పనిచేస్తూ వుండాలి. ఇది అన్ని సంస్థలకు అవసరమే. కాని ఇదొక్కటే సరిపోదు. దీనితోపాటుగా కాన్సెప్ట్ కోసం రీసెర్చి, డెవలప్ మెంట్ జరగాలి. అది ఈనాటి, రేపటి అవసరం.....

సాంకేతిక అభివృద్ధి కోసం ఇతరులు అభివృద్ధి చేసిన వాటిని కాఫీ చేయవచ్చు. నేను సైతం అంటూ అదే విధానాన్ని అవలంబించవచ్చు. ఇతరులు అభివృద్ధి చేస్తారు. దానిని నేను అనుకరిస్తాను అనే పాలసీని అవలంబించవచ్చు. విజయం సాధించిన వాటిని చూసి అనుకరించవచ్చు. అయినప్పటికీ వారేవరో తయారు చేసి కమ్యూన్స్ సాంకేతిక అభివృద్ధిని అమలుపరచడానికి మనకంటూ ఒక వైలి వుండాలి. ఒక పద్ధతం వుండాలి. ఒక సిస్టమ్. అభివృద్ధి కావాలి. అప్పుడే విజయం సాధిస్తాం.

**మోడలింగ్**

మనం ప్రతిది ఇతరులను చూసి నేర్చుకుంటాం ఇది మానవనైజం తల్లిలాగా మాట్లాడాలని అనుకరించి బిడ్డ మాట్లాడడం నేర్చుకుంటుంది. పెద్దలు నడుస్తున్నట్లు తనూ నడవాలని అనుకరించి నడక నేర్చుకుంటుంది దీనినే మోడలింగ్ అంటారు.

ఆ నేర్చుకునే ప్రయత్నంలో పడుతుంది తిరిగి ప్రయత్నిస్తుంది మరలా పడుతుంది. పడటాన్ని అపజయంలా భావించకుండా మెకుకువలు నేర్చుకుంటూ ఇంకా బాగా ప్రయత్నించి నడక నేర్చుకుంటుంది.

ఇతరులు విజయం సాధించిన వ్యాపారాన్ని చూసి మనం అదే వ్యాపారం చేస్తే లాభపడవచ్చు అని మోడల్ చేస్తారు. అన్నిటిని మోడల్ చేస్తారే కాని వారి ఆలోచనా సరళిని, ధోరణిని మోడల్ చేయరు. అందుకనే ఒకే వ్యాపారంలో ఒకరు విజయం సాధిస్తే మరొకరు అపజయం సాధిస్తున్నారు.

1990 ప్రాంతంలో ఫైనాన్స్ కంపెనీ పెడితే లాభాలు సాధించిన వారిని చూసి అనేకమంది ఆ వ్యాపారంలో దిగారు. ఇతరుల డబ్బును డిపాజిట్ గా తీసుకుని వారికి తక్కువ వడ్డీ చెల్లించడం, ఆ డబ్బును ఇతరుల అవసరాలకు ఎక్కువ వడ్డీకి అప్పు ఇచ్చి వసూలు చేసుకోవడం. చాలా సులవైన వ్యాపారంలా కనిపిస్తుంది. పేపరు మీద లెక్కిస్తే ఖచ్చితంగా మంచి లాభాలు వస్తాయి. ఎంతోమంది నిరుద్యోగులు గ్రామాలలోని యువకులు పట్టణాలలో ఈ వ్యాపారాలు ప్రారంభించారు. అతికొద్ది కంపెనీలు మాత్రమే నిలిచాయి. మిగిలినవన్నీ నష్టాలు చవిచూశాయి. కారణం సరైన కాస్టెస్ట్ తమవైన ఐడియాలు సృష్టించకపోవడం. ఆ కోణంలో ఆలోచించకపోవడం. తిరిగి వసూలు ఎలా చేయాలి? సెక్యూరిటీ ఎలా పెట్టించుకోవాలి? మొదలగు విషయాలపై అవగాహన పెంచుకొని వ్యూహారచన చేసుకోనివాళ్ళు నష్టపోయారు.

ఈనాటి సమాచారయుగంలో సాంకేతిక పరిజ్ఞానం, అభివృద్ధి అన్నీ అందరికీ అందుబాటులో వుండే వస్తువులాగా తయారయింది పరిస్థితి దానిని ఎలా వినియోగించుకోవాలి అన్న దాంట్లోనే అసలు కీలకం దాగుంది. సర్వీస్....

సర్వీస్.....సర్వీస్....ఇది అందరి అవసరం అయింది. ఎవరైతేమంచి సర్వీస్ ఇచ్చే కాన్సెప్ట్ను రూపొందించుకున్నారో వారే విలువైన సర్వీసును అందించ గలుగుతున్నారు.

ఒక వ్యాపారసంస్థకు, ఫ్యాక్టరీకి, డబ్బు, ముడిపదార్థాలు, కూలీలు, కరెంట్ మొదలగునవి ఎంత అవసరమో అందరికీ తెలిసిందే. ఆ వ్యాపారం నడవాలంటే కాన్సెప్ట్ అవసరమన్న విషయం. వాటి ప్రాముఖ్యత గుర్తించాలి. గౌరవించాలి. తీక్షణంగా ఆలోచించాలి. కృషిసల్పాలి.

సృజనాత్మకమైన ఐడియాలు కాన్సెప్ట్లు గతంలో వచ్చినట్టే ఇప్పుడు ఎవరికో ఒకరికి వస్తూనే వుంటాయి. కొంత క్రియేటివిటీ వున్న ప్రముఖులకో సంస్థ యజమానికో రావచ్చు. కార్పొరేట్ సంస్థలు కొన్ని కాన్సెప్ట్స్ను డెవలప్ చేస్తుండవచ్చు చివరికి ఏదో ఒకదానిని చూసి కాపీకొట్టడం ఆనవాయితీగా అవుతుంది.

క్రియేటివిటీ ఓ ఒక్కరికో వున్న అరుదైన లక్షణం కాదు. అందరిలోను అన్ని శక్తులు సమానంగా వుంటాయి అన్నది ఋజువైంది. ప్రేరణ వుంటే ఆ శక్తులకు ప్రేరణ కలుగుతుంది

విదేశాలలో ప్రత్యేకించి అమెరికాలో పిల్లలు శలవులలో పనిచేసి సంపాదించుకోవాలి. ఒక అబ్బాయి శలవులకు తన వూరిలో వున్న ఒకే ఒక మెడికల్ షాప్లో పని సంపాదించాలనుకుని వెళ్ళి షాపు యజమానిని అదే విషయం అడుగుతాడు. షాపు యజమాని ఇక్కడ అంత పనిలేదు. ఉన్న పనివాళ్ళే ఎక్కువ. నీకు ఉద్యోగం ఇవ్వలేను అని చెబుతాడు. ఆ పిల్లవాడు నిరుత్సాహంతో మరో ఉద్యోగాన్వేషణలో తిరుగుతుంటాడు. రెండురోజుల తర్వాత ఆ మెడికల్ షాపు వున్న వీధిలో వెళ్తూ అటు చూస్తే అదే షాపులో తన క్లాస్మేటు పనిచేస్తూ కనిపించాడు. ఈ అబ్బాయికి బాధ వేసింది. నాకు ఉద్యోగం లేదని ఖాళీలేదని చెప్పి తన క్లాస్మేట్కు ఎలా ఇచ్చాడు? అనుకుంటూ వ్యధ చెందాడు. ఎందుకలా చేశారు? అని వెళ్ళి షాపు యజమానిని అడిగాడు. 'నాకు లేదన్న ఉద్యోగం అతనికెలా ఇచ్చారు' అని దానికి ఆ షాపు యజమాని ఈ అబ్బాయికి కూడా నీకు చెప్పినట్లే లేదు అనే చెప్పాను. దానికి ఆ అబ్బాయి "సర్ నాకు ఒక సైకిల్ వుంది మీరు నీకు ఉద్యోగం ఇవ్వండి. మీ షాపుమందులను అవసరమైతే డోర్ డెలివరీ ఇస్తాం అని ప్రకటించండి. అలాంటి ఆర్డర్లు వస్తే వాటిని నేను సైకిల్ పై వెళ్ళి వారి వారి ఇళ్ళలో ఇచ్చి వస్తాను. నేను చెప్పిన విధానం వలన మీరాబడి పెరిగితే దానిలో నాకో కొంత జీతంగా ఇవ్వండి అన్నాడు. ఆ ఐడియా నాకు వచ్చింది. కాబట్టి ఆ అబ్బాయిని ఉద్యోగంలోకి తీసుకున్నాను . అని చెబుతాడు.

మొదటి అబ్బాయికి సైకిల్ వుంది. కాని ఐడియా రాలేదు. కాన్సెప్ట్ తట్టలేదు. కాన్సెప్టును పరిశోధించడానికి అభివృద్ధి చేయడానికి ఒక ప్రత్యేక డిపార్ట్మెంట్ వుంటేనే వారికి అదే పనిగా వుండి ఆలోచిస్తూ వుంటేనే ఆ ఆలోచనలను సీరియస్ గా చేస్తేనే మంచి మంచి కాన్సెప్ట్స్ కీ రూపకల్పన జరుగుతుంది.

అలాంటి గ్రూపులోని సభ్యులు, పథకాల వ్యూహారచన..... ఉత్పత్తిలో మెరుగుదల.... కమ్యూనికేషన్ లో మెరుగుదల..... పబ్లిసిటీ.....

### **మార్కెటింగ్**

ఇలా ఒక సంస్థలోని వివిధ భాగాలు చేసే పనిలో నూతన కాన్సెప్టు కోసం ఆలోచిస్తారు, పరిశోధిస్తుంటారు. మీరు చేసేది చిన్న వ్యాపారమే కావచ్చు. వాణ్యమైన సరుకు, సర్వీసు, అందించడం. కస్టమర్లతోటి, సహఉద్యోగుల మధ్య మంచి కమ్యూనికేషన్స్, మార్కెట్ చేసుకోవడంలో కొత్త పథకాలు మొదలైన వాటి కోసం నిరంతరం అన్వేషించాలి. అభివృద్ధి చెందేలా చూడాల్సిన అవసరం వుంది.

గ్లోబలైజేషన్ నేపథ్యంలో కార్పొరేట్ వ్యాపారాలన్నీ కొన్ని పథకాలు వేయడం కాన్సెప్ట్ కిందే వస్తుంది. కార్పొరేట్ వ్యాపారం దృష్టి అంతా బయట ప్రపంచంలో వున్న అవకాశాలను గమనించడం. వాటిలో ఒకదానిని అవలంబించేలా వ్యూహారచన. దాన్ని అవలంబిస్తూ తక్కువ శ్రమతో ఎక్కువ చర్యలు చేపట్టడం.

సాంకేతికపరమైన పరిశోధన అభివృద్ధిని కొనసాగించే విభాగం తన పరిశోధనలను కార్పొరేట్ పథకానికి అందించినట్లే కాన్సెప్ట్ గురించి పరిశోధించి అభివృద్ధి చేసే విభాగం కూడా తన పరిశోధనలను ఆ సంస్థకే అందించాలి. ఆ సంస్థ వీరందించిన వాటినుంచి మంచివి సెలెక్టు చేసుకుని అవలంబించాలి. కార్పొరేట్ సంస్థ వ్యూహం తెలుపు టోపి - నమాచారం, నల్లటోపి - జడ్జిమెంట్ - ఆలోచనలను కొనసాగించాలి.

అదే కాన్సెప్టు అభివృద్ధి పరిశోధన విభాగం గ్రీన్ హేట్ - క్రియేటివిటి, ఎల్లోహేట్ - ప్రేరణ, అశావాదం - మొదలగు ఆలోచనలు కొనసాగించాలి. కాబట్టి దీనికో ప్రత్యేకవిభాగం అవసరం

మార్కెటింగ్ విభాగం, సాంకేతిక పరిశోధన మరియు అభివృద్ధి విభాగం, క్రొత్త వస్తువుల ఉత్పత్తి, అభివృద్ధి కోసం పనిచేసే విభాగం - ఈ మూడు చేసే పని విధానంలో కాన్సెప్టు వెలువడతాయి. అయితే ఈ మూడు విభాగాల ముఖ్యపని కాన్సెప్టును అభివృద్ధి చేయడం కానేకాదు. దీనికో ప్రత్యేక విభాగం వుండాలి. ఈ విభాగంలో పై మూడు విభాగాలకు చెందిన వారు రొబోషన్ పద్ధతిలో వస్తూ వుండాలి.



ఈ క్రొత్త విభాగం చేయాల్సిన పనులు నాలుగు రకాలుగా వుంటాయి. అవి :

- 1) నమోదు - క్యాటలాగ్ తయారీ
- 2) ఉత్పత్తి
- 3) అభివృద్ధి
- 4) ప్రయోగించి చూడటం.

### **నమోదు**

నేడు నడుస్తున్న బిజినెస్ సంస్థలు అవలంబిస్తున్న కాన్సెప్ట్స్, గతంలో లేని సంస్థలు అవలంబించిన కాన్సెప్ట్స్ ని గుర్తించి వాటిని నిర్వచించి విపులంగా రికార్డులో నమోదు చేసుకోవడం. వాటిని ఈ క్రింది విధంగా వర్గీకరించవచ్చు:

ఎ) సాంప్రదాయకంగా వస్తున్నవి :

అనాదిగా బ్యాంకింగ్ వ్యాపారం నడుస్తున్న తీరు, డిపాజిటర్ల డబ్బును అప్పుకావాల్సిన వాళ్ళకి ఇవ్వడం, దానికి ఫీజు తీసుకోవడం. రిస్క్ తీసుకొంటున్నట్లే బ్యాంకు. ఈ కాన్సెప్ట్ సాంప్రదాయంగా వస్తున్నది. జనరల్ గా ఈ పరిశ్రమలలో సాంప్రదాయంగా అనుసరిస్తూ వస్తున్న కాన్సెప్ట్ ఏది? పరిశ్రమ తీరు మొత్తం మీద ఎలా వుంది?

బి) ప్రస్తుతం అమలులో వున్నది :

ఈ సంస్థలో ప్రస్తుతం అమలువుతున్న అమలులో వున్న కాన్సెప్ట్ ఏవి. ఇలాంటి పరిశ్రమలలో సాంప్రదాయ సిద్ధంగా వస్తున్న వాటికి 'తేడా' ఏమిటి ఛాంస్ పాయింట్స్ లో మార్పు వచ్చింది. వీటిలో కాలంతో పాటు వచ్చిన మార్పులేమిటి? ఈ కాన్సెప్ట్ గురించి అందరికీ తెలుసా అందరి ఆమోదం వీటికి వుందా ?

సి) చారిత్రాత్మకమైనవి :

గ్రెండర్ లో రుబ్బినపప్పు కంటే రుబ్బురోలులో రుబ్బిన పిండికి రుచి ఎక్కువ. వ్యాపార చరిత్రలో ముఖ్యమైనవైయుండి నేడు మీ సంస్థలు అమలుపరచబడని కాన్సెప్ట్స్ వున్నాయా?

ఓల్డ్ ఈజ్ గోల్డ్ అని కాలచక్రప్రమణంలో పాతవి. చాలా బాగా పనికి వచ్చే అవకాశం రావచ్చు.

డి) అంతరించిపోతున్నవి:

వ్యాపార రంగంనుంచి, లేదా మీ సంస్థ నుంచి నిరుపయోగంగా తయారైన కాన్సెప్ట్స్ ఏవి? టెలివిజన్ వచ్చినాక న్యూస్ పేపర్ నిరుపయోగం కావచ్చు ఆటోలు వచ్చినాక రిక్షాలు నిరుపయోగం అవుతున్నాయి.

ఇ) వెలుగులోకి వస్తున్నవి.:

రెండు సంస్థలు కలిసి మార్కెట్ చేసుకోవడం, పరిశోధనలను కలసి చేపట్టడం. ఇచ్చిపుచ్చుకునే ధోరణి మొదలైనవి ఇప్పుడిప్పుడే వస్తున్న కాన్సెప్ట్లు.

అలాంటివి మీ సంస్థలో - వ్యాపార రంగంలో ఏమేమి ఉన్నాయి

ఎఫ్) పోటీదారులు అవలంభిస్తున్నవి :

మీలాంటి వ్యాపారం చేస్తున్న మీ పోటీదారుడు క్రొత్తగా అవలంభించబోతున్న వి ఏవి? అవి ఆలోచించి అభివృద్ధి చేశారా? మామూలుగానే అభివృద్ధి అయినవా. వాటి బలమెంత? వాటి పరిధులు ఏవి? అవి మనం అవలంభిస్తే లాభమా? నష్టమా? వాటిని ఇంకా అభివృద్ధి చేయగలమా.

జి) పరోక్ష పోటీదారులు అవలంభిస్తున్నవి :

అమెరికాలో బీరు, వైనులకు బదులు మినరల్ వాటరు వాడటం ఎక్కువైంది బీరు వైను తయారుచేసే కంపెనీలతో అలాంటివే తయారుచేసే కంపెనీల పోటీతో పాటు మినరల్ వాటర్ తయారుచేసే కంపెనీల పోటీ పరోక్షంగా మొదలైంది ఖరీదైన వాచీలను బహుమతి ఇచ్చే దానికి బదులు ఫౌంటెన్ పెన్నులను బహుమతిగా ఇస్తున్నారు. పరోక్షపోటీని వాచ్ కంపెనీలు ఎదుర్కొంటున్నాయి. ఇలా పరోక్షపోటీ ఇస్తున్న కంపెనీల కాన్సెప్ట్లు ఎలా వున్నాయి. గమనించాలి? మిగిలిన రంగాలవి :

కంప్యూటర్ కంపెనీలు బెంగుళూరు, హైద్రాబాద్ లోని నిపుణులతో శాటిలైట్ కనెక్షన్ ద్వారా సాఫ్ట్వేర్ తయారు చేయించుకుంటున్నాయి. కరీంనగర్ లో 20-30 వేలకు ట్రాక్టర్ తయారుచేసి చూపించాడు ఒక మెకానిక్. ఇలాంటి కాన్సెప్ట్లను కూడా పొందుపరచుకోవాలి. ఈ రికార్డు ఒక కరదీపికలా ఈ విభాగంలో పనిచేసే వారికి ఉపయోగపడుతుంది.

### ఉత్పత్తి

ఈ క్రొత్త విభాగం చేయాల్సిన రెండో పని మూడు కోణాలలో క్రొత్త కాన్సెప్ట్లను ఉత్పత్తి చేయటం.

ఎ) పిన్ పాయింటింగ్ :

తరచుగా ఇబ్బందులు ఎదురౌతున్న విభాగాలు, ఎక్కువ ఖర్చు అవుతున్న భాగాలు, పోటీలో వెనకపడుతున్నాయి. ఏరియాలు మొదలుగువాటిపై ప్రత్యేకించి కృషిచేయాలి. కాన్సెప్ట్లను అభివృద్ధి చేయాలి. ప్రతి డిపార్ట్మెంట్ లక్ష్యాలను తీసుకొని వాటి సాధనకోసం కాన్సెప్ట్లను అభివృద్ధి చేయాలి.

బి) మార్పులు - చేర్పులు

బయట ప్రపంచంలో ఎన్నో మార్పులు జరుగుతుంటాయి. కరెంటు చార్జీలు - ఆయిల్ చార్జీలు పెరగవచ్చు. వాతావరణ కాలుష్యానికి సంబంధించిన పాలసీలు మారివుండవచ్చు.

డా. నల్లూరి రాఘవరావు

సంస్థ లోపల ప్రపంచలో కొన్ని మార్పులు జరిగివుండవచ్చు. క్రొత్త సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అభివృద్ధి చెంది వుండవచ్చు. ఒకే విభాగంలో ఖర్చులు బాగా పెరిగి వుండవచ్చు

వీటన్నిటిని గుర్తించి తగినట్లుగా వ్యూహారచన జరగాలి. ఉన్నకాన్సెప్ట్లో మార్పులు చేర్పులు జరపాలి

సి) పునః పరిశీలన :

సాధారణంగా ఒడుదుడుకులు, సమస్యలు ఎదుర్కొంటున్న విభాగాల కాన్సెప్ట్ను పునఃపరిశీలిస్తుంటారు. మిగిలిన వాటిని గురించి పట్టించుకోరు ఈ క్రొత్త రీసెర్చి విభాగం అమలులో వున్న కాన్సెప్ట్ను కూడా పరిశీలించడానికి సమయాన్ని వినియోగించాలి. అలాంటివాటికి కూడా మెరుగులు దిద్దే ప్రయత్నం చేయాలి. సృజనాత్మకతతో ఆలోచించి క్రొత్త వాటిని పరిశోధించాలి, అభివృద్ధి చేయాలి. లేటరల్ థింకింగ్, ప్రవోకేషన్, ఆరుటోపీల థింకింగ్ను, విరివిగా వినియోగించాలి.

సమస్యలు వస్తూనే వుంటాయి. వాటిని పరిష్కరించడానికి కృషి చేస్తారు. దానికోసం ఒక కాన్సెప్ట్ తయారైంది ఆ విధానంలో ఆ సమస్య పరిష్కారం అయింది అంతటితో ఈ డిపార్ట్మెంట్ ఆ సమస్యను వదిలివేయకూడదు ఆ సమస్యను పరిష్కరించిన కాన్సెప్ట్ను అలాగే వుంచి దానికి సమాంతరంగా కొన్ని కాన్సెప్ట్ను అభివృద్ధి చేయాలి. ముందు దానికంటే ఇది ఇంకా బాగా పనిచేయవచ్చు అలా పరిశోధనలు ముందుకు సాగాలి.

నూతన కాన్సెప్ట్కి నాందీ వచనం ఈ క్రొత్త విభాగంలో జరిగినా మిగిలిన విభాగాలలో కూడా జరుగుతూ వుండాలి. ఆయా విభాగాలలో లోని వ్యక్తులు వారి అవసరాల పరంగా నూతన కాన్సెప్ట్ కోసం కృషి చేయాలి. కొందరు వ్యక్తులకు ఆ పని అప్పగించవచ్చు. ఏది ఏమైనా అన్నిటిని పర్యవేక్షించే బాధ్యత, ఈ క్రొత్త విభాగానికి మాత్రమే వుండాలి. అందరూ కలిసి చేయాల్సిన పని ఇది అన్న భావన సంస్థలో రావాలి.

### **అభివృద్ధి**

క్రొత్త విధానాలు - కాన్సెప్ట్ ఈ విభాగంలో తయారుకావచ్చు. మిగిలిన విభాగాల లో కూడా వారి వారి అవసరాలకు తగ్గట్టు ఉత్పత్తి అయి వుండవచ్చు కాన్సెప్ట్ని పరిశోధన మరియు అభివృద్ధి విభాగం పని అలాంటి వాటిని గుర్తించడం. మెరుగులు దిద్దడం - అభివృద్ధి చేయటం. కాన్సెప్ట్ని తయారు చేసిన వారిని ప్రోత్సాహిస్తూ వారి సేవలను కూడా ఈ క్రొత్త డిపార్ట్మెంటు వినియోగించుకోవాలి.

అభివృద్ధి పరిచిన వాటిని ఆయా విభాగాలకు అందించాలి. అది అమలు పరిచేలా చూడాలి. దానివలన వస్తున్న మార్పులను అభివృద్ధిని గమనిస్తూ వుండాలి. ఫలితమివ్వని కాన్సెప్ట్స్ను విశ్లేషించి దానికి గల కారణాలను కనుగొనాలి క్రొత్తదానికి కాకుండా అవి అందించే విలువలకు పెద్ద పీట వేయాలి.

### ప్రయోగించి చూడటం

“జపాన్లో ఒక పెద్ద కర్మాగారంలో పనిచేస్తున్న కార్మికులలో మానసిక ఒత్తిడి, అంతర్గత అసంతృప్తి వుండటాన్ని గమనించారు. అది పోగొట్టడానికి ఒక కాన్సెప్ట్ను అభివృద్ధి చేశారు. ఆ కంపెనీ యజమాని వాడే కారు లాంటి రబ్బరు కారును తయారుచేయించి ఫ్యాక్టరీ గేటు బయట వుంచారు. కార్మికులు ఇళ్ళకు వెళ్ళేటప్పుడు విధిగా ఆ కారును కొట్టి వెళ్ళాలని సూచించారు. అలాగే చేయించారు. ఇలా ఒక నెలరోజులు చేయించిన తర్వాత ఆ కార్మికుల ఇళ్ళకు వెళ్ళి వారి భార్యలను ‘మీ వారిలో ఏమైనా మార్పు వచ్చిందా’ అని ప్రశ్నించారు. దానికి వారు ఈ మధ్య కోపం తగ్గింది. మమ్మల్ని ఏమీ అనడం లేదు. ప్రశాంతంగా వున్నాడు’ అని చెప్పారు. వారి కోపం అంతా ఆ రబ్బరు కారును కొట్టడంతో మటుమాయమయింది.

కాన్సెప్ట్ను తయారుచేయడం ఎంత ముఖ్యమో దాని వినియోగించి పరీక్షించి చూడడం అంతే ముఖ్యం. తయారుచేసేటప్పుడే దానిని పరీక్షించడానికి అనుకూలంగా తయారుచేయాలి. ప్రయోగించి చూడకుండా అవలంబించడం మూర్ఖత్వం అవుతుంది. పరీక్షించినపుడు లాభాలు కనిపించాయంటే అమలుపరచినపుడు ఇంకా మంచి ఫలితాలనిస్తుంది.

అగ్గిపెట్టెకు రెండువైపులా కాకుండా ఒక వైపునే వెలిగించే మెటీరియల్ అతికిస్తే సరిపోతుంది” ఇలాంటి కాన్సెప్ట్స్ ఖర్చును తగ్గిస్తాయి కాబట్టి వాటిని విడిగా పరీక్షించి చూడాల్సిన పనిలేదు.

మిగిలిన వాటిని పరీక్షించేటప్పుడు కుతూహలంతో వ్యవహరించేవారిని వినియోగించుకోవాలి. నెగటివ్ యాటిట్యూడ్లో వ్యవహరించేవారిని దూరంగా వుంచాలి. కాన్సికాన్సెప్ట్స్కు కొద్ది కాలం మరికొన్నిటికి ఎక్కువకాలం పరిక్ష అవసరం. ఈ క్రొత్త డిపార్ట్మెంట్ పర్యవేక్షణలో ఇతర డిపార్ట్మెంట్లలోనే ఈ పరీక్షలు జరగాలి.

**పరిస్పృహ నివారణం  
ఉమ్మడిబాధ్యత**

.....అనగనగా ఒకప్పడు, చాలాకాలం క్రితం ఈ భూమి మీద వున్న ప్రజలంతా ఒక్కసారి 'బో' అని అంటే ఎంత శబ్దం వస్తుందో విందాం అని ఒక రాజుగారికి ఆలోచన వచ్చింది. కష్టపడి భూమిమీదవున్న మానవాళికంతా ఈ విషయాన్ని తెలియజేశారు. ఒక శుభముపాపార్థం కూడా నిర్ణయించబడింది. అందరూ ఎంతో కుతూహలంతో ఈ రోజు కోసం ఎదురుచూశాడు. అందరి గడియారాలు ఒకేలా వుండేలా ఒకే సమయానికి ప్రతి వూరిలో గంట మోగేలా అది మోగగానే అందరూ ఒక్కసారిగా 'బో' అని అరిచేలా ఏర్పాట్లు చేశారు. కట్టుదిట్టమైన ప్రణాళిక, పర్యవేక్షణ ఏర్పాటు చేశారు. అందరు ఆ అద్భుతఘడియ కోసం అత్యతగా ఎదురుచూశారు.

ఆ సమయం రానే వచ్చింది. ప్రతి ఒక్కరు కూడా 'తాము మాత్రం త్రేడ్గా విందాం' అనే ఉద్దేశ్యంతో తమ గొంతులు ఆ శబ్దంతో కలుపలేదు. చివరికి ఆ అద్భుతఘడియలే భూమివుట్టిన తర్వాత ఏనాడు లేనంత నిశబ్దంతో గడిచాయి".....

నిన్నైనా, నేడైనా రేపైనా మనుష్యుల మనస్తత్వాలు ఒక్కటే క్రొత్త విభాగాన్ని ఏర్పాటు చేయగానే ఆ సంస్థలోని మిగిలిన వారంతా 'ఐడియాలు మాకు రావా' అని నిష్కారపడవచ్చు. 'క్రొత్త పోకడల గురించి ఆలోచించేదివారు మనం కాదు' అని గిరిగీసుకొని కూర్చోవచ్చు ఏదైనా క్రొత్తవిధానం ముందుగా విమర్శలను అవరోధాలను ఎదుర్కొంటుంది ఈ నూతన విభాగం పని కేవలం క్రొత్త కాన్సెప్ట్స్ తయారీ మీద కేంద్రీకరించి ఏకాగ్రత నిలిపి సంస్థలోని మిగిలిన వారి క్రియేటివిటీకి అండగా తోడుగా నీడగా సహకరించే విధంగా వుంటుందనే దానిపై స్పష్టత వుండాలి. ఇది అందరి సమిష్టికార్యక్రమం. ఇది నేటి అవసరం అన్న భావన రావాలి

- 1) సంస్థను బట్టి దీనిలో సభ్యులు వుండవచ్చు.
- 2) ఒకరిని ముఖ్య అధికారిగా పేర్కొనాలి అతని స్థాయి మిగిలిన విభాగాల అధిపతుల స్థాయి వుండాలి.
- 3) ఈ వ్యక్తి కొంతమంది సభ్యులను గ్రూప్ సభ్యులుగా తీసుకోవాలి.
- 4) వారు నిర్ణీత సమయానికి కాలక్రమంగా కలుస్తూ కాన్సెప్ట్స్ ను తయారుచేయాలి.
- 5) చిన్న సంస్థలలో ఈ సభ్యులు తమ ఇతర విధులను నిర్వహిస్తూ ఆ నిర్ణీత సమయంలో ఈ విభాగం పనిలో పాలుపంచుకోవాలి.
- 6) పెద్ద సంస్థలలో ఒకే పూర్తిస్థాయి ప్రత్యేకవిభాగం ఏర్పాటుచేయవచ్చు.
- 7) వారు పద్ధతిప్రకారం పనిచేసే ఏర్పాటు వుండాలి.
- 8) కాన్సెప్ట్స్ తయారీ విలువైనదని గుర్తించాలి.
- 9) కొందరు నైపుణ్యవంతులు క్రొత్త కాన్సెప్ట్స్ తయారుచేస్తుంటే మరికొందరు శిక్షణా కార్యక్రమాలు నిర్వహించవచ్చు.
- 10) సంస్థలోని అన్ని విభాగాలకు సంబంధించిన వారిని ఈ విభాగంలోకి రోటేషన్ పద్ధతిపై తీసుకొంటూ అందరికీ భాగస్వామ్యం కలిపించాలి.
- 11) అలా వచ్చిన వారు వారి వారి విభాగాల అవసరాలను ఈ డిపార్ట్మెంటుకు తీసుకువస్తారు. చర్చిస్తారు. వారు కూడా కాన్సెప్ట్స్ నిర్మించడానికి కృషి చేస్తారు.
- 12) అలా వచ్చి కొన్ని రోజులు పనిచేసే తమ డిపార్ట్మెంటుకి వెళ్ళి వారు దీని ప్రాముఖ్యతను వారి వారి విభాగాలలో తెలియజేస్తారు. ఆ విభాగం లోనే కొందరు లేక అందరు, కలిసి వారికి కావాల్సిన కాన్సెప్ట్స్ ను తయారుచేసి ఈ క్రొత్త డిపార్ట్మెంటు సహకారంతో అభివృద్ధి చేయవచ్చు.

- 13) ఇలా ఈ క్రొత్త విభాగానికి వచ్చినపారంతా ఉత్సాహంతో పనిచేస్తూ రనుకోవడం పొరపాటు. మొదట్లో ఇదంతా శుద్ధ దండగని ట్రైము వేస్ట్ అనే భావన వుంటుంది. ఈ నూతన డిపార్ట్మెంట్ పని అలాంటి వారందరికీ థింకింగ్ స్పిల్స్ తో నైపుణ్యాన్ని పెంచేలా శిక్షణ ఇచ్చి అవగాహన పెంచాలి.
- 14) వారి వైఖరి మార్పునకు శిక్షణ ఇవ్వాలి.
- 15) అలా చేస్తూ సంస్థ మొత్తం ఉద్యోగులలో ఆశావాదం వుండి, క్రియేటివిటీ వున్న వారిని ఎంపిక చేసి వారిని కూడా ఈ డిపార్టుమెంట్ గౌరవ 'సభ్యులుగా తీసుకోవాలి. వారి సేవలను వినియోగించుకోవాలి.

### ఎంపిక

వ్యక్తులను బట్టి కాకుండా వ్యక్తిత్వాన్ని పరిగణనలోకి తీసుకుంటే ఈ విభాగం విజయవంతంగా పనిచేస్తుంది.

శక్తివంతంగా వుండేవారు.

సంభాషణా చాతుర్యం కలవారు.

క్లిష్ట పరిస్థితులలో సమయస్ఫూర్తితో వ్యవహరించేవారు.

బాధ్యతతో వ్యవహరించేవారు.

ఫాజిటివ్ వైఖరితో చేద్దాం అనే దృక్పథం వున్నవారు.

భరునవ్యూతో పనిచేసేవారు.

చూడగానే ఆకర్షించదగిన పర్సనాలిటీ వున్నవారు.

ఇతరులతో సత్ సంబంధాలు కలిగి వుండేవారు.

పనిచేస్తూ వుండడమే సంతోషంగా భావించేవాళ్ళు.

చేస్తున్న పనిని ప్రేమించేవారు.

ఏ పనైనా తృప్తిగా చేసేవారు.

అన్నిటినీ మించి స్వజనాత్మకత కలవారు.

సరైన నిర్ణయాలు తీసుకునేవారు.

కలిసిమెలిసి పనిచేసేవారు.

చొరవతో ముందుకు వెళ్ళేవారు.

ఇలాంటి లక్షణాలు కలవారి సమ్మేళనంతో క్రొత్త డిపార్టుమెంట్ కు రూపకల్పన జరిగితే అందరి సమిష్టి కృషితో ఆ సంస్థ ముందుకెళ్తుంది.



## మన దివలె వేరు

.....బిజినెస్ మైండ్స్ ఆలోచనా ధోరణి కాన్సెప్ట్ లీసెల్లి అండ్ డెవలప్ మెంట్ - ఇవన్నీ మాకెందుకు. ఏ పెద్ద పెద్ద కంపెనీలు చేయాలన్న పని. ఇవన్నీ అసలు మనదేశంలో మన రాష్ట్రంలో మా వూరిలో పనికొస్తాయా? ఏదో చిన్న బిజినెస్ పెట్టుకున్న నేను ఇవన్నీ ఆచరించడం సాధ్యమేనా? మంత్రాలకే చింతకాయలు రాల్తాయా? ఈ తరహా ఆలోచనలు రావడం సహజం.....



**నెగిటివ్ ముందుగా వస్తుంది.**

ఫోటో ఫీయగానే నెగిటివ్ ముందు వస్తుంది. చూడటానికి బాగుండదు. దెయ్యంలాగా కనిపిస్తాం. దానిని డెవలప్ చేస్తే అందంగా కనిపిస్తుంది. సునకంట్ మన ఫోటో అందంగా కనిపిస్తుంది. నెగిటివ్ ఆలోచనలని చాలెంజ్ చేస్తే మీ మైండ్ ఈ విషయాలు నాకు పనికి వస్తాయి అని ప్రిపేర్ అయితే ఆ దృష్టితో చదివితే మీకే పనికొచ్చే విధంగా మారి మీకే అవగాహన కొస్తాయి. ఇదే మైండ్ చేసే మ్యాజిక్.

**మీ ఊర్లోను ఉంటారు**

మా ఒంగోలు చాలా చిన్న టౌన్. సుబ్బారావు అనే వ్యక్తి డిగ్రీ పూర్తయినాక క్రియేటివ్ గా ఆలోచించాడు. వ్యాపారస్తులు తమ షాపు గురించి మరో రకంగా ప్రచారం చేసుకోవచ్చు అన్న భావనని చిన్న చిన్న షాపు వాళ్ళకే కలిగించాడు. షుమారు 20 సంవత్సరాలనాడే అతని ఆలోచనలని అమలుపరిచాడు. ఒంగోలు వ్యాపార ప్రకటనకు ఒక ట్రెండ్ క్రియేట్ చేశాడు. అతనికి పెద్ద సంస్థ లేదు. అనేకమంది ఉద్యోగులు లేరు. అంతా ఒక్కడే. సినిమాకి ముందు గతంలో ప్లెజ్స్ వేసేవారు ఆ రోజుల్లో వాటిని ప్రత్యేకంగా డిజైన్ చేసి సోఫ్ట్ సైజులో మ్యూజిక్ తో పాటు ఫిల్మ్ రూపంలో ప్రదర్శించేలా చేశాడు. వ్యాపారస్తులను క్రొత్త కాన్సెప్ట్ తో ఆకర్షించుకున్నాడు. విజయవంతంగా బిజినెస్ చేశాడు. కళాప్రియ సుబ్బారావు అని పిలువబడుతున్నాడు.

కప్ప కంటి అమరిక కేవలం ఎగిరే వాటిని చూడడానికి పీలుగా వుంటుంది. ఎగిరే కీటకాలు కనిపిస్తాయి. ఎగిరి గంతేసి వాటిని ఆరగిస్తుంది.

అనేక కీటకాలను చంపి ఒక అట్టపెట్టెలో వేసి దానికి గాలి వచ్చే ఏర్పాటు చేసి ఆ పెట్టెలో ఒక కప్పను వుంచి మూతపెడితే నాలుగైదు రోజులలో ఆహారం లేక ఆ కప్ప చచ్చిపోతుంది. కప్ప చుట్టూ అదే పెట్టెలో ఎంతో ఆహారం వుంది. అయినా దాని కంటికి వున్న లిమిటేషన్స్ వలన ఆ ఆహారం కనపడదు. తినలేదు.

ఈ ప్రపంచంలో ఎన్నో అవకాశాలు మన చుట్టూ వున్నాయి. ఆ అవకాశాలు నూటికి ఒక్కడికి మాత్రమే కనిపిస్తాయి. మిగిలిన 99 మందికి వాళ్ళ మనసులో వున్న లిమిటేషన్స్ ఆత్మనూన్యతా భావన ఆ అవకాశాలను కనపడకుండా చేస్తాయి.

ఆ ఒక్కడే బిజినెస్ మైండ్

ఆ ఒక్క మైండ్ వ్యాపారం పెడితే 99 మంది అందులో పని చేస్తారు.

ఆ ఒక్క మైండ్ ఉత్పత్తి చేస్తే 99 మంది వాటిని వినియోగిస్తారు.

ఆ ఒక్క మైండ్ నాయకుడైతే మిగిలిన వారు అనుచరులు.

మనసులోని లిమిట్స్ తొలగిస్తే మీది బిజినెస్ మైండ్, మీరూ నాయకులే.

డా. నల్లారి రాఘవరావు

అలాంటి కళాప్రియ సుబ్యారావులు మీ వూర్లోను వుండేవుంటారు వారిలాంటి పుస్తకాలు చదివి వుండరు. శిక్షణలు తీసుకుని వుండరు వారి ఆలోచనలే వారికి మార్గం చూపాయి. అలాంటివారికి ఇలాంటి టెక్నిక్స్ మీద అవగాహన పెరిగితే ఇంకా అభివృద్ధి చెందుతారు. లేకుంటే టేక్ ఇట్ ఈజీ పాలీసీతో పడిపోయి అదే స్థాయిలో వుండే అవకాశం వుంది.

**మీ స్వంత కాన్సెప్ట్ డెవలప్ మెంట్ మరియు అభివృద్ధి డిపార్ట్ మెంట్**

మీరు ఒక్కదే చిన్న బిజినెస్ చేస్తున్నా మీరు కూడా ఒక కాన్సెప్ట్స్ లను డిజైన్ చేసి అభివృద్ధి చేసి డిపార్ట్ మెంట్ నెలకొల్పుకోవచ్చు

చాలామంది ఎగ్జిక్యూటివ్స్ వారి ఆఫీసు గదిలోనే ఒక చిన్న గదిని - చాలా చిన్న గదిని - కేవలం ఒక కుర్చీ చిన్న టేబుల్ పట్టేదిగా పర్సనల్ గది ఏర్పాటు చేసుకుంటారు. కీలక నిర్ణయాలు తీసుకోవాలని అనుకున్నప్పుడు ఆ రూమ్ లో కూర్చుని ప్రశాంతంగా ఆలోచించి నిర్ణయాలు తీసుకుంటారు. అలా చేయడం వల్ల వారి మనసులో ఆ రూమ్ కు డివోట్ మెంట్ వుంటుంది. ఆ రూమ్ లోకి వెళ్ళగానే ఆటోమాటిక్ గా మైండ్ ఆ తరహా ఆలోచనలకు వీలుగా రంగాన్ని సిద్ధం చేసుకునేలా కండిషన్ కాబడుతుంది. దానినే వారు క్రియేటివ్ థింకింగ్ కి, కాన్సెప్ట్స్ అభివృద్ధికి ఉపయోగిస్తారు అలా ఆ రూమ్ ప్రత్యేకంగా చార్జ్ అవుతుంది. అదే మీ క్రియేటివ్ ఆఫీస్. అదే మీ కాన్సెప్ట్స్ ను అభివృద్ధి చేసే ఆఫీస్. అదే మైండ్ చేసే మ్యాజిక్.

నమ్మకం కలగడం లేదా ! ఆలోచించండి ఇది చాలామంది అనుభవం. టాయిలెట్ లోనో బాత్ రూమ్ లోనో మంచి ఆలోచన లొస్తుంటాయి. అప్పుడు మనసు క్రియేటివ్ గా ఆలోచిస్తుంది. అదేవిధంగా కొన్ని రోజులు ప్రొద్దున్నే మార్నింగ్ వాక్ చేయండి చేస్తూ వుండండి. ఆలోచనలు వస్తాయి. అలా ఆలోచిస్తుంటే క్రియేటివ్ ఐడియాల ఎన్నో వస్తాయి. ప్రేరణ కలుగుతుంది. కాన్సిడెన్స్ వస్తుంది. నూతనంగా ఆలోచించాలి. అనుకోండి అలాంటి ఆలోచనలనే అందిస్తుంది మీ మనసు. అలా అలా ఆలోచననే పదును పెట్టండి.

ఫాలెంజ్ గా తీసుకోండి.  
 పిల్లల శక్తి మీతో పోలిస్తే చాలా తక్కువ. మిమ్మల్ని చూస్తేనే భయపడుతుంది. దానిని ఒక రూమ్ లో బంధించండి అన్ని మార్గాలు మూసివేసి దానిని కొట్టడానికి భయంతోనో పారిపోవడానికి మార్గాల కోసం వెతుకుతుంది. అన్ని మూసివేసి వున్నాయి. దాని నాడీ వ్యవస్థకు పారిపోవాలి అది అవసరం అనిపిస్తుంది. మరో మార్గం లేనపుడు ఆ పిల్లి పులి అవుతుంది. మీపైకి దూకి మిమ్మల్ని భయపెడతుంది.

అభివృద్ధి అవసరం అని మీ మనసుకు అనిపిస్తే దానికోసమే అది ఆలోచిస్తుంది. సృష్టిస్తుంది. మనం అంత అవసరాన్ని అరుదుగా కలిపిస్తాం. అవసరమైన వాటి కోసం కలిపిస్తాం.

**ఎవరోవస్తారని**

నేటియువతకు ఏదో చేయాలనే తపన. ఏమి చేయాలో తెలియని స్థితి. ఏదో జరుగుతుందిలే అనే ఆశ. టివి మైకంలో పగటి కలలు కంటున్నారు. స్వంతగా ఆలోచించే శక్తి హారించుకునిపోయి శక్తిహీనులౌతున్నారు. ఆలోచించే శక్తి తగ్గుతుంటే క్రియేటివ్ గా ఆలోచించే అవకాశం ఏది. ఇది నేటి సమాజ సమస్య. ఆలోచించేసే సంస్థలు వుట్టుకురావాలి. ఆలోచనలకు పదును పెట్టే దిశలో అవి కృషి చేయాలి. లేకుంటే మందులు లేని మరో వ్యాధి ప్రబలబోతుంది. అదే .I.D.S

**I.D.S అంటే :**

ఐడియా డెఫిషిట్ సిండ్రోమ్. ప్రస్తుతం సమాచారానికి కొదవలేదు. అందరికీ అది క్షణాల మీద లభ్యం అవుతుంది ప్రజలు దేనిని ఇష్టపడుతున్నారు? ఏ వ్యాపారం చేయాలంటే ఏమేమి అవసరం? మార్కెటింగ్ అవకాశాలు ఎలా వున్నాయి? అన్నీ వివరాలు అందరికీ లభ్యమవుతున్నాయి. అన్నీ వున్నా అల్పడి నోట్లో శని వుంటే లాభం ఏమిటి. ఏ వ్యాపారాన్నైనా చూడండి. 90 శాతానికి పైగా వ్యాపారాలను విశ్లేషిస్తే ప్రతి ఒక్క వ్యాపారంలో లాభపడినవారు వున్నారు. అదేవ్యాపారం చేసి నష్టపోయిన వారు వుంటారు. ఇద్దరూ చేసింది ఒకే వ్యాపారం. లాభం వచ్చేలా వ్యాపారం చేస్తు ఇంకా అలాగే కొనసాగే వాడిని అదృష్టవంతుడు అంటారు వాడికి అన్నీ కలిసివచ్చాయి. అని నచ్చ చెప్పుకుంటాము కలిసిరాలే దనుకుంటాం. వారిద్దరికీ తేడా అదృష్టంలో లేదు. ఐడియాలలో ఆలోచనలలో ఇవి చదువువల్ల వచ్చేవి కావు. ఆలోచనలనే పదును బెట్టేలా విద్యారంగం లేదు. దీనికోసం ప్రత్యేకంగా కృషి చేయాలి.

కొన్నాళ్ళ క్రితం ఎలక్ట్రానిక్ ఇంజనీరింగ్ చదివే విద్యార్థులకు ఒక ప్రాక్టికల్ పరీక్ష పెట్టారు. ఒక చిన్న సర్క్యూట్ ఇచ్చి దానిని పూర్తి చేయమన్నారు. నూటికి 97 మంది ఆ సర్క్యూట్ ను పూర్తి చేయడానికి సరిపడనంత వైరు లేదని పూర్తి చేయలేకపోయారు. మూడు శాతం మాత్రమే పూర్తి చేశారు. 97 శాతం విద్యార్థులకు 'వైరు' వుంటేనే ఆ రెండు పాయింట్స్ ని కలిపి సర్క్యూట్ పూర్తి చేయవచ్చు అనే విషయము తెలుసు. నిజమే మరి వైరు లేకపోతే ఎలా? మిగిలిన 3 శాతం విద్యార్థులకు వైరు ఇవ్వలేదు. వారికి ఆ రెండు పాయింట్లను కలపడానికి ఒక విద్యుత్ ప్రవాహకము వుంటే చాలు అనిపించింది. వెంటనే స్కూలైవర్ తో ఆ రెండు పాయింట్లను కలిపారు. వైరు లేదని కూర్చోకుండా వారికిచ్చిన పనిముట్లలో కండక్టర్ గా ఉపయోగపడే స్కూలైవర్ వారి దృష్టి నాకర్పించింది.

బజినెస్ మైండ్స్ ఎప్పుడూ ప్రత్యమ్నాయ మార్గాలను వెదుకుతుంటాయి.



## మార్పు అవసరం

.....ప్రపంచంలో శరవేగంతో మారుతుంది. సృజనాత్మకతతో మారుతుంది. మారుతున్న ప్రపంచంలో మనం మారకుండా వుంటే మనకోసం ప్రపంచ గమనం ఆగదు. అదిముందు కెళ్తుంది. మనం వెనకబడి పనికీరాకుండా పోతాం.

ఓడలు బండ్లవుతాయి - బండ్లు ఓడలౌతాయి.

ధనవంతులు బీదవారవుతారు - బీదవారు ధనవంతులైతారు.

ఎందుకౌతారు?

ఆలోచించడం చేతకాక పోతే అలా అవుతారు.

కాలాన్ని బట్టి మారలేకపోతే అలా అవుతారు.

టేక్ ఇట్ ఈజీ పాలసీతో తింటూ వుంటే అలా అవుతారు.

మీ మనసే మీ దేవుడు.....

మిర్రే నెంబర్ వన్ అనే పేరుతో నేను వ్రాసిన పుస్తకంలోని కథ గుర్తుకొస్తుంది. ఒకరాజుగారు అడవిలో దారి తప్పుతాడు. సైనికులతో విడిపోతాడు.

ఒంటరిగా వెళ్తూ వుంటాడు.

ఆ ప్రయాణంలో అతని రాజరికం మాసిపోయింది.

అయిన రాజుగారు అనే గర్భవట్టలేనంతగా అలసి సొలసి నడుస్తున్నాడు.

అలా వెళ్తూ గట్టుమీద కూర్చుని వున్న కుర్రవాడిని చూశాడు.

“నీవెవరవు” రాజరికంతో ప్రశ్నించాడు.

“మిర్రెవరు” బదులు ప్రశ్నించాడు ఆ కుర్రవాడు.

“నేను రాజుని” చెప్పాడు రాజుగారు

“నేనూ రాజునే ” నవ్వుతూ ఓదులు చెప్పాడు కుర్రవాడు.

“ఏ దేశానికి” ప్రశ్నించాడు రాజు వ్యంగ్యంగా.

“నా దేహానికి నా మనో సామ్రాజ్యానికి” వినయంగా బదులిచ్చాడు కుర్రవాడు.

“ఏమున్నాయిరా నీ సామ్రాజ్యంలో, అదే నా సామ్రాజ్యంలో అనేకమంది ప్రజలు, నదులు, రవాణా వ్యవస్థ, మందులు గాలి, వెలుతురు ఒకటేమిటి అన్నీ వున్నాయి. ఏమున్నాయి నీ మనో సామ్రాజ్యంలో దేహసామ్రాజ్యంలో” కోపంగా అన్నాడు రాజుగారు.

“మీ సామ్రాజ్యంలో వున్నట్టే కోట్లాది జీవిస్తూ వున్న తెలివిగల కణాలున్నాయి. ఎడతెగక పారే రక్తం, మీ నదుల కంటే గొప్పది. నా మెదడులోని ప్రతికణం నాకు సలహాలనిచ్చే మంత్రవర్గం. నా మనసులో వెలుతురుంది. చీకటి వుంది. ఊపిరితిత్తులలో గాలి వుంది. నిరంతరం గాలి రక్తం ద్వారా ఆహారపదార్థాల రవాణా జరుగుతుంది. వీటన్నిటికీ నేనే రాజుని మహారాజు.

మరో విషయం. మీరు ఇక్కడ వున్నారు. అక్కడ మీ రాజ్యంలో ప్రజలు విప్లవం చేయవచ్చు. సైనికులు తిరుగుబాటు చేయవచ్చు. శత్రురాజులు దండెత్తి మీ రాజ్యాన్ని కైవసం చేసుకోవచ్చు. మీర్లు ఆ రాజు పదవిని కోల్పోవచ్చు.

నాకు ఆ భయాలు లేవు. వుండవు. జరగవు. నా దేహంలో మనసులో అంతా నా ఇష్ట ప్రకారమే జరుగుతుంది”. అంటూ చెప్పిరాజుగారికి జ్ఞానోదయం చేసి మాయం అయ్యాడు.

### **విశ్వానికి ప్రతిరూపం మనసు.**

చిత్ర విచిత్రాలకు నిలయమై కనపడిన కొన్ని నియమ నిబంధనలతో నడుస్తున్న ఈవిశ్వానికి సూక్ష్మరూపమే మనిషి మెదడు. కాబట్టే ఆ మనసును ఉపయోగించి అద్భుతాలను చేస్తున్నాడు. రాతీయుగం నాటి అడవిమనష్యుడు మారి మారి ఆకాశంలో మేడలుకట్టే స్థాయికి ఎదిగాడు. దానికి కారణం ఆలోచన.

**ఆలోచించడం మనుష్యులకున్న స్వీల్.**

భీరీ ఆఫ్ టెలివిజన్ ప్రతిపాదించిన ఆల్టర్నెట్వైజ్ మహా మేధావి. కాదనడానికి ఏలు లేదు. "మా టెలిఫోన్ నెంబర్ చెప్పండి. అని అడిగాడు ఒక అభిమాని. "ఒక్క నిమిషం! అంటూ జేబులోని పాకెట్ డైరీ తీసి చూసి 281-4488-8162 అని చెప్పాడు.

ఆ అభిమాని నవ్వి "మా స్వంత టెలిఫోన్ నెంబర్ కూడా మీరు గుర్తుపెట్టుకోలేరా" అని అడిగాడట. దానికి ఐన్ స్టీన్ "రెడీమేడ్ గా ఎప్పుడు కావాలంటే అప్పుడు సమాచారాన్నిచ్చే ఈ డైరీలో ఆ నెంబర్ వ్రాసి వుంటే దానిని గుర్తుపెట్టుకోవాల్సిన అవసరం ఏముంది? ఎందుకు నా బ్రెయిన్ ను సులభంగా లభ్యమయ్యే సమాచారాన్ని దాయదానికి గుర్తు పెట్టుకోవడానికి ఉపయోగించాలి" అని ప్రశ్నిస్తూ వివరించాడట.

ఆ రోజులతో పోలిస్తే ఈ రోజులలో ఎంతో సమాచారం కంప్యూటర్- ఇంటర్ నెట్ ఆన్ చేస్తే లభ్యమవుతుంది. విలువైన మెదడును ఆలోచనలకు ఉపయోగించడం మంచిదా? దాచుకోనే పెట్టెలా ఉపయోగిస్తే మంచిదా?

బిజినెస్ మైండ్స్ ఎప్పుడూ ఆలోచనలకు పదునుపెడుతూనే వుంటాయి.

**ఆలోచనల ద్వారా ఊహించగలడం**

**మంచి చెడులను విశ్లేషించడం,**

**మనపట్ల మనకు అవగాహన**

**పట్టుదల శక్తి ఇవన్నీ గొప్ప లక్షణాలు.**

**ఆలోచించగలగడం ఒక వరం. అది ఒక నైపుణ్యం.**

**ఆ ఆలోచనే మన జీవితాన్ని విజయవంతునిగా చేస్తుంది.**

**నైపుణ్యాన్ని అభివృద్ధి చేసుకోవాలి.**

**ఆలోచనలవి అభివృద్ధి చేసుకోవాలి. పదునుపెట్టాలి.**

**నేను గాలి పీలుస్తున్నారు.**

**నేను నడుస్తున్నాను.**

**నేను ఆలోచిస్తున్నాను.**

ఇవన్నీ సహజంగా జరిగేవే ఇంకా క్రొత్తగా చేసేది ఏముంది అనే విచండవాదం వద్దు.

చెడ్డగాలిని పీల్చే కీడు.

గాలి తీసుకునే ప్రక్రియను మెరుగుపరచి ప్రాణాయామం చేస్తే ప్రయోజనం.

ఎటువదితే అటు నడిస్తే ఎటో వెళ్ళపోతారు.

గమ్యం నిర్ణయించుకుని జాగ్రత్తగా నడిస్తేనే గమ్యం చేరుతారు.

ఏదో ఒకటి మాట్లాడితే అది పిచ్చితనం.

మంచి పదజాలాన్ని నేర్చుకోని మాట్లాడితే మేధావితనం.

ఆరోచనలు ఎటు తీసుకు వెళ్తే అటు ఆరోచిస్తుంట్ వచ్చేది అవివేకం.

ఆరోచనలను క్రమబద్ధీకరించి పదును పెడితే వెలువడేదే వివేకం.

నేర్చుగా ఆలోచించడం నేర్చుకోండి.

ప్రాక్టీస్ చేయండి.

విజేతలు కండి.



# మార్కెటింగ్ వైండ్స్

సేల్స్-సేల్స్-సేల్స్  
టార్గెట్స్- టార్గెట్స్- టార్గెట్స్  
అమ్మబోతే అడవి-  
కొనబోతే కొరివి  
ఇది నేటి పరిస్థితి.....



ఆనంద్ మార్కెటింగ్ లో డిగ్రీ తీసుకున్నాడు. చదివేటప్పుడు మార్కెటింగ్ చేయడం చాలా సులువనిపించేది. మార్కెట్ సర్వే చేయడం, ప్రజలకు ఏమి కావాలో తెలుసుకోవడం, వారికి కావలసిన వస్తువులు సర్వీసు అందించడం, అది కూడా సరసమైన ధరలకు అందించడం- ధీరీ బాగానే వుంది.

ఒక కంపెనీలో చేరి పనిచేయడం ప్రారంభించి ప్రాక్టికల్ గా ధగంంలో దిగేసరికి అసలు విషయం అర్థమయింది. కొనుగోలుదారులెవరు కొనడానికే ఇష్టపడడం లేదనే అభిప్రాయానికి వచ్చాడు. గట్టిగా కృషి చేసే కొద్ది అతని అభిప్రాయం బలపడసాగింది. కంపెనీ తనకిచ్చిన టార్గెట్ పూర్తి చేయడం కష్టమనిపించింది. ఈ ఉద్యోగం లాభం లేదని మానివేశాడు.

స్వంతంగా వ్యాపారం పెట్టాలంటే పెట్టుబడికావాలి. ఎలా? ఇలా నిరాశ నిస్పృహలతో కాలం గడుపుతుండగా వారి వూర్లో ఏదో బిజినెస్ మీటింగ్ జరుగుతుందని మిత్రుడు చెబితే వెళ్ళాడు. మీటింగ్ చాలా బాగుంది. ఆ కంపెనీ డీలర్ షిప్ కోసం పెట్టుబడి కొన్నివేలే. ఆ కంపెనీ తయారుచేసే ప్రాడక్ట్స్ నాణ్యత గలవే. బిజినెస్ చేస్తూ ఆ వేల పెట్టుబడితో ప్రారంభించినెలకు లక్షలాది రూపాయలు గడిస్తూ దర్జాగా జీవిస్తున్న సీనియర్ డిస్ట్రిబ్యూటర్ల విజయగాధలు విన్నాడు. పులకించింది శరీరం. వెంటనే డిస్ట్రిబ్యూషన్ తీసుకున్నాడు. తాను ఆ ప్రాడక్ట్స్ ను ప్రమోట్ చేస్తూ తన క్రింద కొంత మందికి డీలర్ షిప్ ఇస్తూ వ్యాపారాన్ని అభివృద్ధి చేసుకోవాలి. రెండు మూడు నెలలు కష్టపడి ప్రమోషన్ కోసం ప్రజల దగ్గరకి, స్నేహితుల దగ్గరకి తిరిగాడు. నిరాశే మిగిలింది.

కొన్ని నెలలు కృషి చేసి నిరుత్సాహపడ్డాడు.

ఒక్క ఆనందే కాదు. అనేక మంది ఆనందుల జీవితాలు మాత్రం ఆనందంగా లేవు. అనుకొన్నదొకటైతే జరుగుతున్నది మరొకటి. తిరిగి కొన్నాళ్ళకే శిక్షణ తీసుకుని (ఎల్ ఐ.సి) ఏజెంట్ గా చేరాడు. కొన్ని నెలలు కృషి చేశాడు. అందని ద్రాక్షపళ్ళు పుల్లగా అనిపించాయి.

ఒక ప్రక్క ఆనంద్ వెనకబడి నిరుత్సాహపడుతుంటే అదే కంపెనీలో సేల్స్ టార్గెట్స్ సాధించిన ఆనాటి సహచరులలో కొందరు అభివృద్ధిచెందుతూనే వున్నారు. బిజినెస్ ప్లాన్ లో డీలర్ షిప్ తీసుకున్న వారిలో కూడా కొందరు లక్షలుకాకున్నా నెలకు వేలు ఆర్జిస్తున్నారు. L.I.C పాలసీలు కూడా చురుకుగా చేయిస్తున్నవారు వున్నారు. వారిని చూసి వారికి అదృష్టం కలిసివస్తుందను కుంటున్నారు ఆనంద్ లాంటి అభాగ్యులు.

చేసుకున్నవారికి చేసుకున్నంత మహాదేవా! అన్నట్లు పుష్కలంగా అవకాశాలు పున్న సేల్స్ రంగంలో విద్యాలయాలలో చదవకున్నా విశ్వంలోని మనుషుల మనసులను చదవడం నేర్చుకున్న వారు విజయాలు సాధిస్తున్నారు. ప్రభుత్వ ఉద్యోగాలు లేవు. వ్యాపారానికి పెట్టుబడి లేదు. ప్రైవేటు సంస్థలలో పున్న ఉద్యోగాలలో ఎక్కువ భాగం ఈ అమ్మకాలకు సంబంధించినవే. దానిలో కూడా వెళ్ళుకురాలేకుంటే నిరుద్యోగిగా జీవితం గడపాల్సిందే. ఇదే నేటి యువత పరిస్థితి. సేల్స్ రంగంలో మెళుకువలు నేర్చుకుంటే మంచి సేల్స్ మెన్ గా పరిణతి చెందితే పుణ్యం పురుషార్థం అంటున్నారు పెద్దలు. అమ్మడం అంటే కొనుగోలు దారుకు సేవ చేయడం అని మానవసేవే మాధవసేవని ఈ రంగం చిరకాలం వర్ణిస్తుంటుందని పురుగుతూనే వుంటుందని సూచిస్తున్నారు.

**అతిథి దేవోభవ**

వెన్నెలో “అన్నలక్ష్మి” అనే రెస్టారెంటు వుంది. అక్కడ పనిచేస్తూ మీకోక సర్వీస్ కనిపించవచ్చు, లేదా ఒక కంపెనీ యం.డిగాని, ఎగ్జిక్యూటివ్ గాని తారసపడవచ్చు. మరో బిజినెస్ మాగ్నెట్ వడ్డించడం చూడవచ్చు. ఆశ్చర్యపోయి ఎందుకు మీరిలా పనిచేస్తున్నారు. అని ప్రశ్నిస్తే వచ్చే సమాధానం “అతిథిని సత్కరించడం! అతిథికి సేవచేయడం సేవాభావాన్ని అలవాటు చేసుకోవడం కోసం” అనే సమాధానం వస్తుంది. ఆ రెస్టారెంట్ లో వచ్చే ఆదాయం సమాజసేవకే పరోక్షంగా వినియోగిస్తున్నారు. అది వేరే సంగతి. ఏ వృత్తి ద్వారా వైనే సరే మనం సేవ చేస్తున్నాం అంటే అది మనం నివసిస్తున్న ఈ అందమైన ప్రపంచానికి, యూనివర్సిటీ మనం కడుతున్న అద్దెలాంటిదని పెద్దలంటారు. కొనుగోలుదారుడే నిజమైన దేవుడు అన్న సిద్ధాంతం మికు నచ్చినా, నచ్చకున్నా వాస్తవపరిస్థితులను ఒక్కసారి గమనించండి. తమ ఖాతాదారులకు మెరుగైన సేవలు అందించి వారిని తృప్తి పరచాలని ఎత్తులతోపై ఎత్తులతో కంపెనీలు, వ్యాపార సంస్థలు పోటీపడడం కళ్ళకు కట్టినట్లు కనిపిస్తుంది.

**అతిపెద్ద పరిశ్రమ- సెల్లింగ్**

ప్రపంచం మొత్తంలో పనిచేసే వారిలో 10 నుండి 12 శాతం మందికి ఉపాధి కలిపిస్తున్న అతిపెద్ద పరిశ్రమగా “అమ్మడాన్ని” పేర్కొనవచ్చు. అయితే ఈ సేల్స్ రంగంలో పనిచేస్తున్న వారిలో 80 శాతం వ్యక్తులు ఈ వృత్తికి సరైనవారు కాదని ఒక సర్వేలో తేలింది. మరో మార్గం లేక అవకాశం లేక, ఉపాధికానరాక బ్రతుకు తెరువుకోసం యాంత్రికంగా ‘సేల్స్ మెన్’ పాత్రను పోషిస్తున్నవారు వెనకబడి నిరాశకు గురి అవుతున్నారు. కేవలం 20 శాతం మంది మాత్రమే దీనిని ఒక

గౌరవప్రదమైన వృత్తిలా భావించి తమ నైపుణ్యాన్ని పెంచుకుంటూ ఖాతాదారుల మనస్తత్వాన్ని బట్టి నడుస్తూ విజయాలు సాధిస్తూ వున్నారు. గౌరవం పొందుతున్నారు. చేస్తున్న వృత్తిని గౌరవించడం నేర్చుకుంటే, మక్కువ పెంచుకుంటే ఈ రంగంలో మెళకువలు నేర్చుకుంటూ అభివృద్ధి సాధించవచ్చు.

ఒకవైపు విపరీతంగా పెరుగుతున్న నిరుద్యోగ సమస్య, మరోకవైపు ప్రైవేటీకరణల నేపథ్యంలో తన మంచితనం, మంచలక్షణాలే పెట్టుబడిగా వ్యాపారం చేయడానికి ఇంతకంటే మంచి రంగం మరొకటి వుండదని చెప్పవచ్చు. చిన్న చిన్న రిటైల్ షాపులలో సేల్స్మెన్ తప్పిస్తే మిగిలినవారంతా సర్వస్వతంత్ర్యంగా వ్యవహరిస్తూ ఈ వృత్తి చేయవచ్చు. L.I.C ఏజెంట్స్ నే ఉదాహరణగా చెప్పుకోవచ్చు. చేసుకున్న వాళ్ళకు చేసుకున్నంత అన్న తీరాన స్వతంత్రంగా పనిచేస్తూ సంపాదించవచ్చు. ఎందుకనో మన రాష్ట్రంలో ఎక్కువమంది కుటుంబాలకు భారంగా నిరుద్యోగులుగా వుండటానికి ఇష్టపడుతున్నారు. ఎవరో వస్తారని ఏదో చేస్తారని పగటి కలలు కంటూ కాలం వెళ్ళబుచ్చుతున్నారు.

ఈ సేల్స్ రంగంవైపు మొగ్గుచూపకపోవడానికి కారణం: ఒకనాడు స్కూలులో ఈ వృత్తి పట్ల వున్న చిన్న చూపుకావచ్చు. యువతకు వ్యక్తిత్వ వికాసం లేకపోవడం, రాపోర్ట్, కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్ మొదలగువని బాగా లోపించడం మరో కారణం కావచ్చు. మంచి సేల్స్మెన్ కు కావాల్సిన లక్షణాలను అలవాటు చేసుకుని నైపుణ్యాన్ని పెంచుకుంటే అర్థిక భద్రతకు, కుటుంబవ్రేయస్సుకు ఈ రంగాన్ని ఎంచుకోని జీవనాన్ని ఆనందమయం చేసుకోవచ్చని నిపుణులు సలవిస్తున్నారు.

**“అందరు సేల్స్వర్సెస్”**

ఒక డాక్టర్ తన వద్దకు వచ్చే రోగుల మనసెరిగి ప్రవర్తించాలి. అప్పుడే ఆయన ప్రాక్టీసు పెరుగుతుంది పరోక్షంగా తన నాలెడ్జిని కొన్ని స్కిల్స్ పెంచుకొని మార్కెటింగ్ చేస్తున్నట్లుగా భావించవచ్చు ఒక లాయర్, ఒక బిజినెస్ మాగ్నెట్, ఒక ఆర్కిటెక్ట్... ఒక్కరే ఇలా ఏ వృత్తి వారిని చూసినా వారిలో అంతర్గతంగా ఒక సేల్స్మెన్ వుంటున్నాడు. అలా వున్నవారే పేరుప్రఖ్యాతులు తెచ్చుకుంటున్నారు. ఎంతో నాలెడ్జి వుండి కేవలం సేల్స్మెన్ షిప్ లోపించడం వలన పరాజయంపాలైన వారెందరో వున్నారు. ఏ వృత్తిలోనైనా సరే విజయం సాధించిన వారిలో 99 శాతం తమ వద్దకు వచ్చే కస్టమర్స్ ని పరోక్షంగానో ప్రత్యక్షంగానో ‘దేవుళ్ళ’లాగా చూస్తూ వారిని సంతృప్తిపరిచేదశలో తమ నైపుణ్యాన్ని వినియోగించి పని చేస్తుంటారు. కాబట్టి ఈ పుస్తకంలో చర్చించోయే అంశాలు కేవలం సేల్స్ రంగంలో వున్నవారికే కాకుండా అన్ని రంగాలవారికి ఉపయోగిస్తాయనడంలో సందేహమేలేదు.

**సేల్స్మెన్ అంటే చిన్నచూపు**

అందరూ సేల్స్ పర్సన్స్. కొందరు వస్తువులను అమ్ముతారు. మరికొందరు సర్వీస్ను అమ్ముతారు. ఇంకొందరు ఐడియాస్ను అమ్ముతారు. అయినప్పటికీ ప్రత్యేకించి సేల్స్మెన్ అంటేనే అందరికీ చిన్నచూపు. వ్యతిరేకభావం. సంఘంలో వీరంటే “పట్టుకుంటే వదలరనే” నెగటివ్ ఫీలింగ్. నిలకడలేని వుద్యోగంగా వృత్తిగా పెద్దల భావన. దీనికి కొంత కారణం ఆ రంగంలోనే వుంటూ నైపుణ్యాన్ని పెంచుకోకుండా ఏదోరకంగా సంపాదించాలని తపనపడే ఇంతకుముందు చెప్పిన ఆ 80 శాతం సేల్స్మెన్ యొక్క వైఖరి అని చెప్పవచ్చు.

ఇద్దరు సేల్స్మెన్ కలిసి తమ అమ్ముకాలను పెంచుకోవడానికి ఒక పథకం పన్నారు. దాని ప్రకారం వారిలో ఒకరు ఇంటింటికివెళ్ళి ఒక ప్రముఖ కంపెనీచే తయారుచేయబడిన వంట ఇంటి వస్తువులను అతి తక్కువ ధరకు అమ్మేవాడు. కారుచౌకగా వస్తున్నాయని అందరు తెగకొనేవారు కొన్న మరుసటిరోజు కొన్నవారింటికి ఆరెండో సేల్స్మెన్ వెళ్ళి నిన్న తమ కంపెనీ వస్తువులను అతి తక్కువ ధరకు అమ్మిన వ్యక్తికి మత్స్థిమితం లేదని దయచేసి ఆ వస్తువుల అసలు ఖరీదు కాని లేదా ఆ వస్తువులను కాని ఇవ్వమని లేకుంటే అమ్మిన వాని కుటుంబం వీదిన పడతుందని' దయార్థంగా చెప్పి మిగిలిన డబ్బులు వనూలు చేసేవాడు. ఈ మోసం కొద్ది కాలమే చేయగలిగారు. తర్వాత వారు కటకటాలపాలయ్యారు. అది వేరే విషయం. వృత్తి మీద గౌరవం లేనివారు తాత్కాలిక లాభాల కోసం వేసే ఎత్తుగడల వలన, సేల్స్మెన్ని చూస్తేనే పనికిమాలిన వస్తువులనీ అంటగట్టడానికి, మోసం చేయడానికో చూస్తున్నాడనే భావనతో వ్యవహరించడం అలవాటుగా మారింది.

**ప్రపంచం పరుగెడుతుంది**

శరవేగంతో ప్రపంచ మార్కెట్ రంగం పయనిస్తుంది. ఇంటర్నెట్ ద్వారా మార్కెటింగ్ చేయడం ఫ్యాషన్ అయింది, పనిచేసేవారికి క్షణం తీరిక లేకుండా పోయింది. ఇంతకుముందులా మార్కెట్కి వెళ్ళే అలవాటు తప్పింది. అన్నీ ఒకేచోట లభ్యమయ్యేలా వుండే నూవర్ మార్కెట్స్ గిరాకీ పెరిగింది ధ ర స్వల్పం-నాణ్యతమెండు అనే దానికి ప్రజలు పట్టకట్టడం ప్రారంభించారు. కొనే దానికన్నా కొన్న తర్వాత లభించే సర్వీసింగ్ కే ప్రాముఖ్యత పెరిగింది. నమ్మకమైన సేల్స్ పర్సన్స్ ద్వారా కొనుగోలు చేయడం మొదలు అయింది. కస్టమర్స్ ని మెప్పించే వైఖరితోపాటు తాత్కాలిక ప్రయోజనాన్ని కాకుండా దీర్ఘకాలిక సంబంధ బాంధవ్యాలు నెలకొల్పుకోగలిగిన సేల్స్మెన్ నెంబర్ వన్ స్థానానికి ఎదగడం

అనే నగ్గుసత్యాన్ని అనేక మంది గుర్తించారు. ప్రముఖ కంపెనీలన్నీ తమ సేల్స్ ఫోర్స్ కు నిపుణులచేత శిక్షణ ఇప్పించడం ప్రారంభమయింది. మాటలను తగురీతిలో ఎప్పుడు ఎక్కడ ఎలా మాట్లాడాలో తెలుసుకోవడం, మంచి కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్ ఏర్పరచుకోవడం, ఇతరులతో సత్సంబంధాలు ఏర్పరచుకోవడం విలువలకు ప్రాధాన్యత ఇవ్వడం మొదలగు అంశాలలో పట్టు సాధిస్తే ప్రతివారు ఈ రంగంలో ప్రవేశించవచ్చు.

### పెరుగుతున్న కస్టమర్స్ అవేర్నెస్

ఈనాటి కస్టమర్స్ కు ఎంతో నాలెడ్జి పెరిగింది. వార్తాపత్రికల ద్వారా, టి.వి ల ద్వారా కొనుగోలుదారుని హక్కుల గురించి ప్రతివానికీ తెలిసింది. వినియోగదారులకు కోర్టులు వచ్చాయి. మోసాన్ని ఎలా ఎదుర్కోవాలో అందరికీ తెలిసింది. అందుకని సేల్స్ రంగంలో వున్నవారికి శిక్షణ అవసరమయింది.

అమ్మే వస్తువు లేదా సర్వీసు యొక్క నాణ్యతతో బాటు అమ్మకం జరిగినాక ఇచ్చే సర్వీసుకు ప్రాముఖ్యత పెరిగింది. ఎప్పుడు కూడా “కస్టమరే రైట్” అన్న సూక్తి అక్షరాల అమలుపరచాల్సి వస్తుంది.

### బిఎవేర్

ఎన్ని విపత్కర పరిస్థితులున్నప్పటికీ మంచి భవిష్యత్ వున్న రంగం సేల్స్ రంగం, సమస్యలను చాకచక్యంతో పరిష్కరించుకుంటూ తమ ఆత్మగౌరవాన్ని కాపాడుకుంటూ, తన ఆరోగ్యాన్ని తన కుటుంబాన్ని సంరక్షించుకుంటూ సేల్స్ మెన్ మెలుకువతో ప్రవర్తించాల్సిన అవసరం వుంది.

### ఎన్నెనో

సెంబర్ వన్ సేల్స్ మెన్ గా తీర్చిదిద్దటానికి ఎన్నెనో పుస్తకాలు వెలువడ్డాయి. మరెన్నో వర్క్ షాప్స్ మోటివేషన్ క్లాసులు జరుగుతున్నాయి. మరింత సులువుగా కస్టమర్ మనస్తత్వాన్ని పసిగట్టి వారితో దీర్ఘకాలిక సంబంధాలు నెలకొల్పుకునే దిశలో వ్రాయబడిన ఈ పుస్తకం సేల్స్ మెన్ కు కరదీపికలా ఉపయోగపడుతుందనడంలో సందేహం లేదు.



## సేల్స్ పర్సన్స్

.....అమ్మది సేల్స్మెన్ కాదు సేల్స్ పర్సన్. ప్రతి సేల్ వెనుక ఇద్దరు వ్యక్తులుంటారు. ఒకరు అమ్మే పర్సన్. రెండోవారు కొనే పర్సన్. ఇద్దరూ మనసున్న పర్సన్స్ వ్యక్తితం పున్నవారే.

కరీం ఒక కార్లు అమ్మే సంస్థకు సేల్స్ మేనేజరు. చాలా చాకచక్యంగా కస్టమర్స్ ని డీల్ చేస్తాడు. అతని ద్వారా ఆ సంస్థ కార్లు ఎక్కువ అమ్ముడౌతుంటాయి. ఆ పూర్లో రామారావు ది చిటీఫండ్ కంపెనీ. కరీం రామారావును కలిసి కారు గురించి చెప్పాడు. లోన్ గురించి చెప్పాడు. అంతా బాగుంది. రామారావుకు కారు కొనాలనిపించింది. పరోక్షంగా తన సమ్మతిని తెలియజేశాడు రామారావు.

కరీం వెళ్ళబోతూ “నిన్ననే బాలసుబ్బారావు గారికి ఇలాంటి మోడల్ ఇచ్చాం” అని చెప్పి వెళ్తాడు. మరుసటి రోజు అన్ని పేపర్లు ఫైనాన్స్ ఇచ్చే వారిని తీసుకోని రామారావు గారి ఆఫీసుకొచ్చిన కరీంకు రామారావులో ఏదో మార్పు కనిపించింది. “సర్ ఫార్మాలిటీస్ పూర్తి చేద్దాం” అని కరీం అనగానే “వద్దులేండి మా కుటుంబ సభ్యులు వేరే కంపెనీ కారు కొందామన్నారు” అని నమగుతూ తిరస్కరించారు. కుటుంబ సభ్యులు వద్దనడం నిజం లేదని తెలుస్తుంది కరీంకు. ఎందుకు రామారావు మనసు మార్చుకున్నాడో అర్థం కాలేదు కరీంకు.....

డా॥ నల్లారి రాఘవరావు

బాలసుబ్బారావుకి కూడా చిట్‌ఫండ్ వ్యాపారం వుంది. ఆ వ్యాపారలావాదేవీలలో రామారావుకి బాలసుబ్బారావుకి తీవ్రమైనపోటీ. కరీం చేసిన పొరపాటల్లా తన పోటీదారుడు అలాంటి కాదు కొన్నాడని రామారావుకి యధాలాపంగా చెప్పడం. అదే కామన్‌సెన్స్ లోపం.

- సేల్స్ పర్సన్‌కు కామన్‌సెన్స్ అవసరం
- తను అమ్మేదాని పూర్తి వివరాలు తెలిసి వుండడం అవసరం.

ఈ మధ్యనే “అమ్మే” డీలర్ షిప్ తీసుకున్న ఓ యువకుడు మా ఇంటికి వచ్చాడు. బట్టలు ఉతికే లిక్విడ్ చాలా బాగా పనిచేస్తుందని చెప్పి దానిని ప్రాక్టికల్‌గా చూపించడానికి ఏదైనా మాసినగుడ్డ ఇవ్వమన్నాడు. బాల్‌పాయింట్‌పెన్ ఇంకు అంటి మరకకాబడిన చొక్కా ఇచ్చారు మా ఇంట్లో వారు. ఎన్ని విధాలా ప్రయత్నించినా ఆ మరక పెద్దగా పోలేదు. వెంటనే సెల్‌ఫోన్‌లో ఆ విషయం ఎవరితోనో మాట్లాడాడు. సార్ ఇంకు మరకలు పోగొట్టడానికి ఇది పనికి రాదంట వేరే లిక్విడ్ వుందట. ఇది మామూలు మరకలను మాత్రమే పోగొడుతుంది’ అని చెప్పాడు. ఆ యువకుడిని హేళన చేసినట్లుగా నవ్వారు అందరు. ‘అవసరం లేదు లే’ అని చెప్పి పంపారు. ప్రస్తుతం మా ఇంట్లో అదే లిక్విడ్ బట్టలు శుభ్రం చేయడానికి వాడుతున్నారు. ఆ యువకుడి ద్వారా తీసుకుని మాత్రం కాదు.

**ఎక్కువ మందిని కలవాలి.**

**అందరిని కొనమని అడగాలి.**

సాంప్రదాయకంగా సేల్స్ జరగాలంటే సేల్స్‌మెన్ ఎక్కువమందిని కలవాలని, కలిసిన ప్రతివారిని అడగాలని, - అలా చేస్తేనే అమ్మకాలు పెరుగుతాయనుకోవడం ఆనవాయితీ.

**కేవలం ఎక్కువమందిని కలిసినంత మాత్రానే అమ్మకాలు జరగవు. మనం అమ్మే వాటిని కొనగల సామర్థ్యం, అవసరం వున్న వారిని కలవడం వివేకమైన చర్య. ఎక్కువమందిని కాకుండా ఎక్కువసార్లు కలిసినందువలనే అమ్మకాలు జరుగుతాయి.**

### అమ్మకాలు జరిగేతీరు

అమ్మకాలు ఎలా జరుగుతాయి? అసలు కొనేవారు ఎలా కొంటారు? ఎందుకని కొంటారు? వీటిని విశ్లేషించేందుకు ఒక సర్వే నిర్వహించారు. ఇంటింటికివెళ్ళి వస్తువులు అమ్మేవారిని వారి అమ్మకాల తీరునుపరిశోధించారు

**మొత్తం అమ్మకాలలో**

5 నుంచి 10 శాతం అమ్మకాలు సేల్స్మెన్ యొక్క తొలి ప్రయత్నంలో జరుగుతున్నాయని, 10 నుంచి 15 శాతం అమ్మకాలు రెండు లేదా మూడుసార్లు ప్రయత్నిస్తేగాని జరగవని దాదాపు 80 శాతం అమ్మకాలు ఐదుసార్ల కంటే ఎక్కువగా ప్రయత్నిస్తేగాని జరగడం లేదని వెల్లడయింది.

**అయితే అమ్మేవాళ్ళలో**

50 శాతం సేల్స్మెన్ ఒక్కసారి ప్రయత్నించి లాభం లేదని వదిలేస్తారని, 25 శాతం రెండవసారి కూడా ప్రయత్నించి వదిలివేస్తారని, 12-15 శాతం మూడు దఫాలు ప్రయత్నించి విరమిస్తారని, కేవలం 10 శాతం సేల్స్మెన్ మాత్రమే ఐదు అంతకంటే ఎక్కువసార్లు ప్రయత్నించి విజయం సాధిస్తారని వెల్లడయ్యింది.

**అందని డ్రాక్ట్ పక్క పుల్లన**

తానువెళ్ళి అడగగానే కొనలేదు కాబట్టి ఆ కస్టమర్ ఒక కొరకరాని కొయ్య అనుకొని, అతనిని మళ్ళీ అడగినా ప్రయోజనం వుండదని భావిస్తారు. మరోసారి ప్రయత్నించాలన్న ఆలోచనే రాదు ఎక్కువమందికి. తమ ప్రయత్నం ఫెయిల్ అయిందని భావించి నిరుత్సాహపడిపోతారు. ఆ నిరుత్సాహంతోనే మరో ఇంటికి మరో కస్టమర్ దగ్గరికి వెళ్తారు. అక్కడా అదే పరిస్థితిని చవిచూస్తారు.

**నోఫెయిల్యూర్**

'నో ఫెయిల్యూర్ ఓన్లీ ఫీడ్బ్యాక్' జరిగింది. ఫెయిల్యూర్కాదు దానిని విశ్లేషించి లోపాలను సరిదిద్దుకొని మరోసారి ప్రయత్నించి విజయం సాధించవచ్చు అనేది N.L.P మౌలిక సూత్రాలలో ఒకటి. చేసిన ప్రతిపని సఫలీకృతం కాదు. ఎక్కడో ఏదో లోపం జరిగి వుంటుంది. దాన్ని సరిచేసుకోవాలి అనే ధోరణిలో ఆలోచించాలి. ఒకసారి 'వద్దు' అన్న కస్టమర్ మనసు మార్చుకోడు అనడానికి వీలు లేదు. ఒక ప్రయత్నం సఫలీకృతం కానప్పుడు ఆ బేరసారాలు జరిగిన తీరు- మీరు ఆ వస్తువు నాణ్యతను ఎలా వివరించింది. మీరు చెబుతున్నప్పుడు ఎదుటి వ్యక్తిలో చోటు చేసుకున్న మార్పులు, అతనిమూడ్, మొదలైన వాటిని పునశ్చరణ చేసుకుని లోపాలని గమనించి వాటికి బాధ్యతవహించి సరిదిద్దుకొని తిరిగి ప్రయత్నించడం నేర్చుకోవాలి.

ఒక ఆఫీసర్ తన పనిలో చాలా బిజిగా వున్నాడు. మధ్య మధ్యలో వచ్చే విజిటర్స్ని చూస్తున్నాడు. ఒక సేల్స్మెన్ తన వంతు రాగానే లోపలికి వెళ్ళాడు. తాను ఒక ప్రఖ్యాత కంపెనీ తయారు చేసే "టైలు" అమ్మే సేల్స్ రిప్రజంటేటివ్ నని చెప్పి ఆ ఆఫీసర్ మానసిక స్థితిని గమనించకుండా ఒక్కొక్కటిగా టైలు చూపించడం

డా నల్లారి రాఘవరావు



ప్రారంభించాడు. బిజీగా వున్న ఆ ఆఫీసర్ చిరాకుపడుతూనే సభ్యతకోసం చిరునవ్వు నవ్వుతూ 'నాకవసరంలేదని' సౌమ్యంగానే చెప్పాడు. అయినప్పటికీ సేల్స్మెన్ తన ధోరణి మార్చుకోకుండా 'ఇంకోరకం వున్నాయని' వాటిని చూడమని చూపించసాగాడు. ఒక్కటైనా కొనమని వట్టువదలని విక్రమార్కుడిలా బ్రతిమిలాడుతూ విసిగిస్తూ 'టైలు' చూపించడాన్ని కొనసాగించాడు. ఎంతసేపటికీ వదలకపోవడంతో ఆ ఆఫీసర్ కోపం తారాస్థాయికి చేరుకుంది. తన సీట్లోంచి లేచి సేల్స్మెన్ చెయ్యి పట్టుకుని బయటకు పంపడానికి దోరుడాకా తీసుకువెళ్ళాడు. సార్, సారో అంటూ విసిగించడం వదలని ఆ సేల్స్మెన్ ని బలవంతంగా తలుపుతీసి బయటకు నెట్టాల్సి వచ్చింది. కాస్త విసురుగా నెట్టాడేమో పాపం ఆ సేల్స్మెన్ బయట క్రింద పడ్డాడు. బ్రీఫ్ కేస్ నుంచి టైలు చెల్లాచెదురుగా పడ్డాయి. తలుపుమూసి వచ్చి తన సీటులో కూర్చొని ఆఫీసర్ కోపం తగ్గి పశ్చాత్తాప భావన కలిగింది. 'తాను అంత స్పీడుగా అతనిని బయటకు నెట్టాల్సింది కాదు అనుకుంటూ ఫీల్ కాసాగాడు.

కాసేపటికీ తలుపుకొద్దిగా తెరిచి తల మాత్రమే లోపలికిపెట్టి ఆ సేల్స్మెన్ 'ఓ.కె.సార్, కొన్ని ఇంపోర్టెంట్ టైలు వున్నాయి చూపించమంటారా, మరోసారి రమ్మంటారా' అంటూ నవ్వు మొహంతో అడిగాడు. అంతే లోపలికిరా అన్నట్లు సైగచేసి ఆ ఆఫీసర్ అతని దగ్గర నాలుగుటైలు కొని పంపించాడు.

**మరోరకంగా**

మీరు చేస్తున్న పనివల్ల అనుకున్న ఫలితం రాకుంటే ఇంతకుముందు లాగానే ప్రయత్నించకుండా ఇంకోపద్ధతిలో ప్రయత్నించాలి, మరోరకంగా ప్రయత్నించాలి.

ఎంతగా కృషి చేస్తున్నా ఫలితం రాకపోతే మరింత కష్టపడి అదే విధంగా ఇంకా గట్టిగా ప్రయత్నించడం సామాన్య మానవుని నైజం. చేసే విధానంలో కొంత మార్చి మరికొంత నైపుణ్యాన్ని జోడిస్తే ఫలితముంటుందనే నగ్గు సత్యాన్ని సులువుగా మరచి ప్రవర్తిస్తుంటారు. పరాజయం పొందుతుంటారు.

ఆ రూము కిటికీ మూసి వేసి వుంది. ఆ కిటికీ తలుపులకు అద్దాలు బిగించి వున్నాయి. రూములోని ఈగ ఆ అద్దాల గుండా బయటికి వెళ్లాలని ప్రయత్నిస్తూవుంది. వెనక్కి వస్తుంది. తిరిగి వేగంగా అద్దంవైపుకు వెళ్తోంది. అద్దం అడ్డువచ్చి కొట్టుకుని ఆగుతుంది. కాసేపు దానిమీద నడుస్తుంది. తిరిగి వెనక్కి వచ్చి మరింత కష్టపడి అద్దం గుండా వెళ్ళే ప్రయత్నం చేస్తోంది. అలా అలా తిరిగి తిరిగి ప్రయత్నిస్తుంది. ప్రయత్నించిన ప్రతిసారి పరాజయం పొందడమే కాకుండా తన శక్తిని హరించి వేసుకుంటుంది. ఆయుష్షుని తగ్గించుకుంటుంది. ఆ కిటికీకి

సమీపంలోనే పెద్ద వాకిలి దాని తలుపు బార్లా తెరిచి వుంది. కనీసం కర్డెన్ కూడా అడ్డంగా లేదు. ఆ ఈగే కనుక తన దారిని కాస్త ప్రక్కకు మళ్ళించి ప్రయత్నించినట్లయితే సునాయాసంగా బయటపడేదే. శక్తి వృధా అయ్యేదేకాదు. కాని అలా ప్రయత్నించదు. మనం కూడా ఆ ఈగలాగే ప్రయత్నిస్తూంటాం.

జరిగిపోయింది హెస్టరీ. అది తిరిగి జరగదు. జరగబోయేది మిస్టరీ- ఎన్నో అద్భుతాలు జరగవచ్చు. జరుగుతున్నది- మన కొచ్చిన వ్రజెంట్, గిఫ్ట్ పాస్- వ్రజెంట్- ప్యూచర్ లలో మన చేతిలో వుంది మనకనుకూలంగా మలచుకో గలిగినది వ్రజెంట్ ఒక్కటే. జరిగిపోయిన దాని అనుభవాలతో జరుగబోయేదానిని వూహిస్తూ జరుగుతున్న కాలంలో ప్రతి క్షణాన్ని సద్వినియోగం చేసుకుంటూ వెళ్ళే వారే విజేతలు.

బజినెస్ మైండ్స్ అలా ఆలోచిస్తాయి.

**“హార్డ్ వర్క్ కాదు స్మార్ట్ వర్క్ కావాలి”**

కష్టపడితేనే, మరింతగా కష్టపడితేనే విజయం సాధ్యమవుతుందనేది నిన్నటి మాట స్మార్ట్ గా పని చేస్తేనే, చురుకుదనంతో పనిచేస్తేనే సక్సెస్ వశమవుతుందనేది నేటి యదార్థం. ఒక రిక్షా కార్మికుడు చేసేది హార్డ్ వర్క్. ఎంతో కష్టపడి శారీరక శక్తిని వినియోగించి రిక్షా త్రొక్కుతాడు. అదే రిక్షా ఎక్కిన మీరు గీచిగీచి బేరం అడుగుతారు. దుబ్బలు ఇస్తారు. ఒక సర్జన్ చేసేది స్మార్ట్ వర్క్. అడిగినంత ఫీజు మాట్లాడకుండా ఇచ్చి పైగా నమస్కరిస్తారు. కాని రిక్షావాడు హార్డ్ వర్కర్ నుంచి మారి డాక్టర్ లా స్మార్ట్ వర్కర్ కాబోడు. అయితే కొద్దిగా శిక్షణ పొంది ఆటో రిక్షా డ్రైవర్ గా మారితే మీటర్ ప్రకారం మాట్లాడకుండా డబ్బులిస్తారుమీరు. అదే స్మార్ట్ వర్క్ చేసే పనిలో కొత్త టెక్నిక్ ను నేర్చుకోవడం ఉపయోగించడం.

**మరొకరకంగా అంటే**

అమ్మకాలు పెరగాలంటే మీ అలవాట్లను మార్చుకోవచ్చు. మీరు వాడే మాటల పొందికను మార్చుకోవచ్చు. మీ వైఖరిని మార్చుకోవచ్చు. ఆశావాదాన్ని అలవాటు చేసుకోవచ్చు. మంచి కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్ ని పెంచుకోవచ్చు. ఎదుట వ్యక్తిని వరిశీలించి చూస్తూ అతని మనోభావాలను పసిగట్టే నేర్పరితనాన్ని అలవరుచుకోవచ్చు ఎదుటి వ్యక్తికి మీ పైన నమ్మకం కుదిరేలా మీ ప్రవర్తనను మార్చుకోవచ్చు. వ్యక్తిత్వాన్ని అభివృద్ధి చేసుకోవచ్చు. ఆత్మవిశ్వాసాన్ని పెంచుకోవచ్చు ఒకటనేమిటి నెంబర్ వన్ సేల్స్ మెన్ గా పరిణితి చెందడానికి అవసరమైన అన్ని లక్షణాలను ఏర్పరచుకోవచ్చు.

డా॥ పల్లాల రాఘవరావు

ఒక ప్రముఖ దినపత్రిక వారి రెండు జిల్లాల ఆఫీసులలో ఆ పత్రిక అమ్మకాలను పెంచే ఏజెంట్స్ కి నేను శిక్షణ ఇవ్వడం జరిగింది. మీ పేపర్ ను ప్రమోటు చేయడానికి ఏ సమయంలో ఇళ్ల దగ్గరకు వెళ్తాడు అని అడిగితే అందరూ ఉదయం పూట అని సమాధానం ఇచ్చారు. సాధారణంగా ఉదయాన్నే ఇంట్లో హడావిడిగా వుంటుంది. ఆమెకు పిల్లల హోమ్ వర్క్ లో సహాయపడడం, వంట పని, ఇంటిపని, ఆయన తయారవడం, ఆఫీసుకెళ్ళే హడావుడ, ఇంట్లో వాళ్లు అది కావాలి, ఇది కావాలి, అని అడగడం.. అలాంటి సమయంలో సార్ మేడమ్ మా పేపర్ కొంటారా' అంటూ మీరు వెళ్తే చికాకనిపిస్తుండా, సంతోషంగా వుంటుందా? అదే మీరు సాయంత్రం ఆమె తీరికగా వున్నప్పుడు వెళ్తే ఎలా వుంటుందో ఆలోచించండి అని చెప్పడం జరిగింది.

ఎప్పుడు కలిస్తే బాగుంటుందో ఆలోచించి వెళ్ళి తలుపు తట్టాలే తప్ప మన వీలును బట్టి వెళ్తే అమ్మకాలు జరగవు కలిసిన అందరిని కొనమనే అడుగుతారు. అయితే అలా అడిగేటప్పుడు కొనుగోలుదారు మూడునుబట్టి వ్యవహరించాలి. కొనుగోలుదారు మనసు ఆలోచించే వ్యవధి కావాలనుకుంటూ వుండవచ్చు తర్వాత కొనవచ్చుగా అంటూ వాయిదా వేసే ఆలోచనలతో వుండవచ్చు. అవి కనిపెట్టాలంటే అతని శారీరక ముఖభాషలను గమనించాలి అలాంటి వారిని అప్పుడే అడిగేకంటే మరోసారి కలిసి అడగడం మంచిదని గుర్తించాలి.



## నూమర్ సెల్స్ పర్సన్స్

.....అతనిదొక పురాతన వస్తువులు అమ్మే వ్యాపారం. మొత్తం మూడువార్షికోల్లో 12 రూములుగా తన షాపును విస్తరింపచేశాడు. వచ్చిన కస్టమర్స్ ని ఆ 12 రూములలోకి టూర్ తీసుకువెళ్తాడు. వారితో తాను కూడా నడుస్తూ ఒక్కొక్క రూములోని బొమ్మల విశిష్టతను వాటిని తాను ఎలా సంపాదించింది మొదలైన వివరాలు చెప్పేవాడు. వాటి ధరను మాత్రం అతను చెప్పేవాడుకాదు. వాటిపైనే దాని ఖరీదుచీటి వుండేది. తిరిగి అదే రూముల గుండా క్రిందకి రావాలి. క్రిందకి వచ్చే కస్టమర్స్ తిరిగి అన్ని రూములలోని వస్తువులు చూస్తూవచ్చేవారు. అలా వచ్చేటప్పుడు ఏదో ఒకటి కొని తీరాలి అనే భావన వచ్చేస్తుంది వారికి. ఫలಾನాది తమ దగ్గర వుండే తీరాలి అన్న భావన వారిని కొనేలా చేస్తుంది.

అమ్మకాలు జరగాలంటే మీరు అమ్మే వస్తువు నాణ్యమైన వని మీకు గట్టి నమ్మకం వుండాలి. అమ్మగలనని మీపై మీకు నమ్మకం వుండాలి. మాట తీరుబాగుండాలి. కొనుగోలుదారుకు ఆ వస్తువు అవసరం అనేభావన కలిగించగలగాలి.....

ఎందుకు కొంటారు

రాజు అద్దె ఇంట్లో వుంటున్నాడు. అది అతని ప్రస్తుత స్థితి. స్వంత ఇల్లు కావాలనుకుంటున్నాడు. అది అతనికి కావాల్సిన స్థితి మనిషి ఆశాజీవి. ప్రస్తుత స్థితి నుంచి కావాలి అనుకుంటున్న స్థానానికి వెళ్ళాలనే కోరిక పెరుగుతూనే వుంటుంది. కావాలి అనే ఆశ వుంటుంది సాధించుకునే మార్గం ఎక్కువమందికి తెలియదు. అయినా కోర్కె చావదు. రాజు కూడా అలాంటి సగటు మానవుడే తనకు వచ్చే ఆదాయంతో పొదుపుచేసి ఎన్నాళ్ళకు ఇల్లు కొనవచ్చో అవగాహన లేదు. అపార్ట్‌మెంట్‌లో ఇళ్ళు అమ్మే సేల్స్‌మెన్ రాజును కలిశాడు. దాని వెల చెప్పాడు. కొనడానికి అతి తక్కువ వడ్డీతో ఋణ నడుపాయాన్ని చూపించాడు నెల నెలా అద్దె ఇంటికి చెల్లించే మొత్తంతో దాదాపు నెలవారీగా బ్యాంకుకు చెల్లించాల్సింది చెల్లించవచ్చు అని లెక్కలేసి చూపించాడు అంతే రాజు సముఖత వ్యక్తం చేశాడు. డీల్ కుదిరింది రాజు కోరిక తీరింది- తాను ఆశించని స్థితికి చేరుకోగలిగాడు

సేల్స్ పర్సన్ అమ్మజూపుతున్న వస్తువును చూసి కొనడం జరగదు. కొనేవారి దృష్టి వారి అవసరంపైనే కేంద్రీకరించబడి వుంటుంది ఆ అవసరాన్ని తీర్చగల వస్తువు దొరుకుతుందనే భావన వుంటేనే దానిని కొంటారు. కస్టమర్స్ అవసరాలు రెండురకాలుగా వుంటాయి. మొదటిది కస్టమర్స్‌కి ఏది అవసరమో, సృష్టమైన అవగాహన వుంటుంది. ఉదాహరణకు ఇంట్లో వాడే నిత్య వస్తువులు. ఫలానాది కావాలి అని ఖచ్చితంగా తెలుసు కాబట్టి వారే చొరవతీసుకుని కొనే ప్రయత్నం చేస్తారు. ఈ రకం అవసరం తీర్చడానికి సాధారణ సేల్స్‌మెన్‌కు కూడా సులువు, పెద్దగా నైపుణ్యం, వాక్యాతుర్యం మొదలైనవి అంతగా అవసరం కూడా వుండదు మరోరకం అవసరం-కస్టమర్స్‌కు ఏదో మార్పుకావాలనే ఫీలింగ్ వుంటుంది ఏది వుంటే ఆ మార్పు వస్తుందో అవగాహన కరెక్ట్‌గా వుండదు ఈ రకం కస్టమర్స్‌తో వ్యవహరించాల్సిన సేల్స్‌మెన్‌కి నేర్పరితనం అవసరం ఎదుటి వ్యక్తి యొక్క ప్రస్తుతపు స్థితిని, వారు కావాలి అనుకుంటున్న స్థితిని వివరంగా తెలియజేయగలగాలి. ఈ స్థితి నుంచి కావాలనుకున్న స్థితికి చేరాల్సిన అవసరాన్ని పోషించాలి అలా చేరుకోవడానికి అయ్యే ఖర్చు గురించిన వివరణ అందించాలి. అప్పుడు తాను అమ్మడలచుకొన్న వస్తువును చూపించి, అది తన అవసరాన్ని తీరుస్తుందో లేదో బేరీజు వేసుకునేలా ప్రేరణ కలిగించగలగాలి.

కిరణ్ ఎడారిలో దారి తప్పాడు. వెంట తెచ్చుకున్న నీళ్ళు అయిపోయాయి. చాలా దప్పికగా వుంది. లేని ఓపిక కొని తెచ్చుకుని ఆశతో నడుస్తున్నాడు. జేబునిండా దబ్బుంది. ఒక్క గ్లాసు నీళ్ళకు ఎంత దబ్బుడిగినా ఇచ్చి కొనుక్కునే డా నల్లారి రాఘవరావు

స్థితిలో వున్నాడు. చాలా సేపు నడిచిన తర్వాత ఒక సేల్స్మెన్ ఎదురయ్యాడు. 'సార్ నా దగ్గర టైలు వున్నాయి. ఒక్కొక్కటి 300 రూపాయలు కొనండిసార్' అంటూ వెంటపడ్డాడు. 'అవసరం లేదు పో నా దగ్గర చాలా వున్నాయి" అంటూ కసరి కొట్టి వేగంగా నడవసాగాడు. మరో 30 నిమిషాలు నడిచేటప్పటికి దగ్గరలో పెద్ద ఫైవ్ స్టార్ హోటల్ కనిపించింది. ఆత్రంగాలోనికి వెళ్ళబోతుంటే వాచ్మెన్ అపి బోర్డు చూపించాడు. దానిపై టైకట్టుకున్న వారికి మాత్రమే ప్రవేశము" అని వ్రాసివుంది. ఎదురవబోయే అవసరాన్ని విడమరచి చెప్పకుండా టైలు అమ్మాలని ప్రయత్నించిన ఆ సేల్స్మెన్ని కనీతీరా తిట్టుకున్నాడు.

**అవసరాలు- కోరికలు**

ఇది వుంటే బాగుంటుంది అనిపించేది అవసరం ఫలానాది కొని తీరాలి అన్నది కోరిక. కోరికలు భావోద్వేగాలకు సంబంధించినవి. ఉదాహరణకు మీ ఇంట్లో బట్టలు దాచుకోవడానికి సరైన వసతులు లేక ఎక్కడంటే అక్కడ అడ్డదిడ్డంగా బట్టలు వున్నాయనుకోండి- వాటిని దాచడం మీ అవసరం. ఆ అవసరం తీర్చుకోవడం అనేక మార్గాలు కనిపించవచ్చు. ఒకటి ఖరీదైన గాడ్రేజ్ బీరువా కొనడం. మరొకటి స్థానికంగా తయారయ్యే బీరువా తీసుకోవడం. ఇంకోకటి ఇంట్లో కొయ్యలుంటే వడ్రంగిని పిలిచి చెక్కబీరువా తయారుచేయించుకోవడం లేదా ఒక గోడకు చెక్కలు బిగించి అల్మారాలా చేయించడం. ఈ నాలుగైదు రకాలలో ఏదిమీకు మనసుకు సచ్చుతుందో చూడడానికి గాని, ఖరీదుని బట్టిగాని మీ మనసు దేనివైపు మొగ్గుచూపుతుందో దానినే కొంటారు? అదే మీ కోరిక. కస్టమర్ తన అవసరాన్ని భర్తీ చేసుకోవడానికి ఎన్నుకునేదే అతని కోరిక. అది అతను ఇచ్చే విలువను బట్టి దానిని పొందితే బాగుంటుందనిపించే ఫీలింగ్స్ ననుసరించి వుంటుంది.

కాబట్టి కస్టమర్స్ అవసరాలను, అతను ఇచ్చే విలువలను అతనికి కావాల్సిన ఫీలింగ్స్ ను ఇవ్వగలిగిన వస్తువును మీరు ఇవ్వగలిగితేనే అతను కొనడం జరుగుతుంది.

హిమాలయ పర్వతాలలో కూడా ఐస్ క్రీమ్స్ అమ్మే చాకచక్యం వున్న వాళ్ళు వుంటే వుండవచ్చు. అలాంటి అమ్మకాలు తాత్కాలిక ప్రయోజనాన్ని చేకూరుస్తాయే తప్ప దీర్ఘకాలిక సంబంధాలు కొనసాగించడానికి పనికిరావు. మీరు అమ్మిన వస్తువు వల్ల లాభాన్ని సౌకర్యాన్ని పొందినవారు మీ గురించి ఇతరులకు చెప్పకపోవచ్చేమోకాని, మీ దగ్గరకొని 'అరె నేను మోసపోయానే' అన్న భావనకి గురైన వారు మాత్రం మీ గురించి అడగనివారికి కూడా చెప్పి చెప్పి తమ అక్కసు తీర్చుకుంటారు.

ఎవరు మీ వస్తువును కొనరు. దానినికొంటే వస్తాయి అని భావించి ఆలోచించే మంచి ఫీలింగ్స్ ని కొంటారు. ఆ ఫీలింగ్స్ కలకాలం వుండాలని కోరుకుంటారు. కొన్న దానివలన సంతృప్తికలగాలి, ఆత్మగౌరవం పెరగాలి. కొత్తకారు కొంటే స్టేటస్ పెరిగిందన్న తృప్తి హోదా లభిస్తాయి. జీవిత భీమాపాలసీ కడితే రక్షణ వుందన్న భరోసా వస్తుంది. మనుషులందరికి మంచి ఫీలింగ్స్ కావాలి. సంతోషం కావాలి. సౌకర్యం కావాలి. మనిషి తాను ఖరీదు చేసే ప్రతి దాని నుంచి ఇలాంటి ఫీలింగ్స్ రావాలని కోరుకుంటారు. ప్రకటనలను పరిశీలించి చూస్తే ఈ విషయం పూర్తిగా బోధపడుతుంది. రెడీమేడ్ దుస్తులు కావాలంటే మావి కొనండి అంటూ అడ్వర్టైజ్ మెంట్ వుండదు. ఆత్మ విశ్వాసంతో పనిచేయడానికి ఈ దుస్తులు సహకరిస్తాయనో, ఇవి ధరిస్తే మిమ్మల్ని చూసిన ప్రతివారు గౌరవిస్తారనో, ఆదరిస్తారనో, అడ్వర్టైజ్ మెంట్స్ వుంటాయి. క్రొత్త కారు కొన్నమిమ్మల్ని అమ్మాయిలంతా ఆరాధనా భావంతో చూస్తున్నట్లుగానో వుండే ప్రకటనలను గమనించవచ్చు.

ప్రతి దానికి లాగానే మీరు అమ్మే వాటికి కూడా కొన్ని ఫీచర్స్ వుంటాయి. వాటి వలన వచ్చే ప్రయోజనాలు సదుపాయాలువుంటాయి. కస్టమర్ కు ఒసగూరే లాభాలు వారి సమస్యకు పరిష్కార మార్గాలు వుంటాయి. కేవలం లాభాలను దృష్టిలోవుంచుకునే కొంటారు. తప్ప మిగిలిన వాటిని పరిగణలోకి తీసుకోరు.

సెల్ ఫోన్ కి ఎన్నో ఫీచర్స్ వుండవచ్చు. కెమెరా వుండవచ్చు. రికార్డింగ్ సౌకర్యం వుండవచ్చు. వాటి వలన ఫోటోలు ఎప్పుడంటే అప్పుడు అవసరమైతే రహస్యంగా తీయవచ్చు. ఎన్నో ఫోన్ నెంబర్లు నోట్ చేసుకోవచ్చు. ఎక్కడ నుంచైనా మాట్లాడవచ్చు. ఎన్నో ప్రయోజనాలను సమకూర్చే మీరు అమ్మే సెల్ ఫోన్ కొంటే కస్టమర్ కి ఏమి లాభం? అతను నివశించే వూరిలో సెల్ ఫోన్ కనెక్షన్ ఇచ్చే సౌకర్యమే లేదు. మరెందుకు కొనాలి? కొంటే దానికి ఎన్ని గొప్ప లక్షణాలున్నా అతనికి అదొక మ్యూజియం లోని వస్తువులాగే వుండిపోతుంది.

జత చెప్పులు కొంటే మరొ కుడికాలు చెప్పు ప్రీగా ఇచ్చే సౌకర్యం మీ కంపెనీకి వుందని మీరెంతగా చెప్పినా కొనేవారు, ఎంతవరకు కొంటారో ఆలోచించండి. కొన్నా ఆ మూడోది నిష్ప్రయోజనంగా వుంటుంది. కొనుగోలుదారు అవసరాలకు కోరికలు - మీరు అమ్మే వస్తువు లక్షణాలకు - దానివలన అతనికి వచ్చే లాభాలకు సరైన లింక్ లభిస్తేనే అమ్మకాలు సఫలీకృతమౌతాయి.

**సూపర్ సెల్స్ పర్ఫామన్స్ పాతకస్టమర్స్ ని నిర్లక్ష్యం చేయడు.**

క్రొత్త కస్టమర్స్ ని అభివృద్ధి చేసుకోవడం ముఖ్యమే. అయితే పాత కస్టమర్స్ ని నిర్లక్ష్యం చేస్తే పరోక్షంగా నష్టపోతారు. క్రొత్త వారిని కస్టమర్స్ గా చేసుకోనేదానికంటే

పాతవారితో సంబంధాలు కొనసాగించడం సులువైన పని. పైగా పాత కస్టమర్లకు మీకు వున్న పరిచయాన్నిబట్టి మీపై వారి నమ్మకాన్ని బట్టి వారుమీరు అమ్మ మరో వస్తవు ధర కాస్త ఎక్కువైనా పెద్దగా ఫీలుకారు. ఒకసారి మీ దగ్గర కొని తృప్తి చెందితే రెండోసారి తప్పక కొంటారు. మీ గురించి ఇతరులకు చెబుతారు. ఇంటింటికి వచ్చి కురగాయలు అమ్మే వారిని గమనించండి. పాత కస్టమర్స్ ఇంటిముందు కాసేపు నిలబడి అడుగుతారు. 'మీ బోణీ మంచిదండి' కొనండి అంటూ పరోక్షంగా మనల్ని గొప్పగా ఫీల్ అయ్యేలా చేసి మనకవసరం లేకున్నా కొనేలా చేస్తారు. మీ దగ్గర ఎక్కువ తీసకుంటానా నేకొన్న ధరే ఇది' అంటూ బేరం కొనసాగనివ్వరు. మన ముందరికాళ్ళకు బంధం వేస్తారు.

### **నచ్చితేనే కొంటారు**

గాయత్రి తన స్నేహితురాలు పెళ్ళికి రిస్టోవాచ్ బహుమతిగా ఇద్దామని అనుకొని వాచ్ షాప్ కి వెళ్ళింది. ఫలానా బ్రాండ్ వాచీ కావాలని సేల్స్మెన్ ని అడిగింది. అతను ఒక వాచీని చూపించి అది ఎలా పనిచేసేది మొదలుకొని ఆ కంపెనీ గొప్పదనం దాకా దాదాపు 15 నిమిషాలు గొప్పగా చెప్పాడు. అంత ఉపోద్ఘాతం అవసరమా? అన్న సందేహం కలిగింది గాయత్రికి. తిరిగి మరలా వస్తానని చెప్పి మరో షాపుకువెళ్ళి అదే కంపెనీ వాచీని ఇంతకుముందా షాపువాడు చూపించిన దాన్ని కావాలని అడిగింది. ఈ షాపులోని సేల్స్మెన్ వినయంగా ఆ గడియారాన్ని చూపించి దానిని గురించి అతి క్లుప్తంగా వివరించాడు. ఆ షాపులోనే దానిని కొనుక్కోని వెళ్ళింది సంతోషంతో గాయత్రి.

83 శాతం అమ్మకాలు వస్తువు అవసరాన్ని నాణ్యతని ఉపయోగాలను చూసే కాకుండా అమ్మేవారు నచ్చితే ఆటోమేటిక్ గా కొంటారని ఒక సర్వేలో వెల్లడయింది. ఎంతోమంది ఏజెంట్స్ L.I.C పాలసీలను అమ్ముతున్నా కొద్దిమంది మాత్రమే ఎక్కువపాలసీలు చేయించడానికి ఇదొక కారణం కావచ్చు

మీ దగ్గర కొనకుండా అదే వస్తువును వేరొక సేల్స్మెన్ దగ్గర కొన్నారంటే ఆ కొనుగోలుదారునికి అంతర్గతంగా ఆ సేల్స్మెన్ నచ్చినట్లుగా భావించాలి. ఆ సేల్స్మెన్ తో పరిచయం ఆ కస్టమర్ కు మంచిఫీలింగ్స్ కచ్చి వుంటాయి. కస్టమర్స్ ని ఆకర్షించే విధంగా... వారిని మెప్పించే ధోరణిలో మీ వేషభాషలు ప్రవర్తన... మాటలతీరు మొదలగునవి వుండాలి.

### **మిమ్మల్ని మీరు అభిమానిస్తున్నారా?**

ఇతరులు మిమ్మల్ని అభిమానించాలి ఇష్టపడాలి అనుకునేముందు అసలు మిమ్మల్ని మీరు ప్రేమిస్తున్నారా? మీరు చేసే వృత్తిని మీరు ప్రేమిస్తున్నారా? మిమ్మల్ని మీరే ప్రశ్నించుకోండి. ఒక డాక్టర్ కావచ్చు, మాస్టరు కావచ్చు.



**Business & Marketing Minds**

ఇంజనీరుకావచ్చు. 'చొరుగింటి పుల్లకూర రుచి' అన్నట్లు తాము చేసే పనికంటే ఇతరుల పనే బాగుంది అని పిస్తుంది ఎక్కువ మందికి తమ వృత్తిలో అన్ని సమస్యలలాగానే కనిపిస్తాయి నూటికి 80 మంది ఏదో తెలియని ఆంతరంగిక అసంతృప్తితోనే పనిచేస్తూ వుంటారు. ఈలో లోపలి అసంతృప్తి చదువుకునే రోజుల నుంచే అబ్బుతుంది. యాంత్రికంగా కొందరు పిల్లలు స్కూలుకు వెళ్ళినట్లు పనికి వెళ్తుంటారు. మొక్కుబడిగా చదివినట్లు అసంతృప్తితో పనిచేస్తుంటారు. మిగిలినవారంతా హాయిగా వున్నట్లు తాము మాత్రమే సమస్యల వలయంలో సతమతమవుతున్నట్లు ఫీలవుతారు. డాక్టర్ల కంటే ఇంజనీర్లకంటే తక్కువ కష్టంతో ఎక్కువగా సంపాదించే కమిషన్ ఏజెంట్స్ వున్నారు. అమ్మకం దార్లు వున్నారు. ఏ రంగానైనా పరిశీలించిచూడండి. తారాస్థాయికి చేరుకున్నవాళ్ళు కనిపిస్తున్నారు. అలా ఎదగాలని ప్రయత్నించాలే తప్ప ప్రతి దానిని సమస్యగా తలపోసి అసంతృప్తిగా పనిచేస్తే వచ్చేవి మరికొన్ని సమస్యలే,

“ఎంత చెట్టుకు అంతగాలి”లా ఎవరి సమస్యలు వారి కుంటూనే వుంటాయి. సమస్యలతో సహజీవనం చేస్తూనే చురుకుగా చలాకీగా చిరునవ్వుతో వాటిని పరిష్కరించుకుంటూ వుండగలిగిపోవడమే రోజులన్నీ

**మీకేం తక్కువ**

ఎంతో మంది ఉద్యోగం ఉపాధిలేక ఇతరులపై ఆధారపడి నిరుత్సాహంతో డిప్రెషన్తో సతమతమవుతున్నారు. మరికొందరు సంఘ విద్రోహశక్తులుగా మారి దినదినగండంలా జీవిస్తున్నారు. వారందరి కంటే మీరెంతో ఉన్నతమైన స్థితిలో వున్నారు. ఒకవిధంగా చూస్తే మీది ఇండిపెండెంటు వ్యాపారం. ఒకరి అజమాయిషీలేదు. మీకు మీరే బాసు. పెద్ద హంగు ఆర్కాటాలు ఖర్చులేని ఆఫీసు మీది.

ఎదగడానికి ఎన్నెన్నో అవకాశాలువున్నాయి “చేసుకున్నోడికి చేసుకున్నంత” అన్నట్లు శక్తి కొలది పనిచేసి అభివృద్ధిని సాధించవచ్చు మీకు ఉపాధి రక్షణ వుంది.

మీరొక సంస్థ తరుపున అమ్మకాలు సాగిస్తుంటే ఆ సంస్థ ద్వారా మీ గౌరవం మరియు నిరుగుతుంది. ఆలోచించండి. ఆ సంస్థ తయారు చేసే వస్తువులు మీలాంటి సర్వీసులే అనలు లేరమికొంటే ఎలా అమ్ముదవుతాయి? అంత పెద్ద సంస్థ మీకునే మీలాంటి సర్వీసులే ఈజీ ఈక్వైట్ టు జిరో అవుతుంది. ఎంతటి అమ్మకాలిస్తే పాత్ర పోతున్నారో ఆలోచించండి.

ఒక సంస్థలో పనిచేస్తున్న షుమారు 20 మంది సేల్స్మెన్స్కి ఆ యాజమాన్యం సేల్స్ పెంపుదల గురించి నాలుగు రోజుల పాటు ట్రైనింగ్ ఇప్పించింది. ట్రైనింగ్ పూర్తయినాక ఆ ట్రైనర్ సేల్స్మెన్స్కి ప్రతిరోజు చేయాలని ఒక వ్యాయామాన్ని సూచించారు.

ప్రతి రోజు నిద్రలేవగానే ప్రతి ఒక్కరు అద్దంలో తమని తాము చూసుకుంటూ- బలవ్ మై సెల్ఫ్- ఐలైక్ మై సెల్ఫ్- ఐయూమ్ ది గ్రేట్ సేల్స్ ఫర్షన్ ఇన్ మై కంపెనీ- అని పది సార్లు తమ ప్రతి రూపం కళ్ళలో కళ్ళు పెట్టి చూస్తూ చెప్పుకోవాలని సలహా ఇచ్చాడు. తాను తిరిగి రెండు నెలల తర్వాత వచ్చి వారి వారి అభివృద్ధిని అంచనా వేసి సమీక్షిస్తానని చెప్పి వెళ్ళాడు.

చెప్పినట్లుగానే రెండు నెలల తర్వాత ఆ ట్రైనర్ వచ్చి సమీక్షిస్తే ఆ ఇరవై మందిలో 19 మంది సేల్స్మెన్స్కి వారి వారి అమ్మకాలు బాగా పెరిగి వున్నాయి. అసలు అభివృద్ధి సాధించని ఆ 20వ సేల్స్మెన్స్ని 'మీరు నేను చెప్పిన వ్యాయామాన్ని చేసినట్లుగా లేదు' అని ప్రశ్నించాడు. దానికి ఆ సేల్స్మెన్ 'సార్ ప్రతిరోజు లేవగానే నాతోనేను వచ్చి అబద్ధాని ఎలా చెప్పుకోమంటారు' అని సమాధానం ఇస్తాడు. దానికి ఆ ట్రైనర్ 'నీవు ఆ రంగంలోనే వుండాలని కోరుకుంటున్నావా? అని అడిగితే 'అవును' అని చెబుతాడు ఆ సేల్స్మెన్

"అలా అయితే అబద్ధమైనా సరే ప్రతిరోజు అద్దంలో చూసుకుంటూ 20 సార్ల చొప్పున చెప్పుకుంటూ వుండు తిరిగి మూడు నెలల తర్వాత చూద్దాం' అని సలహా ఇస్తాడు.

సరిగ్గా మూడు నెలల తర్వాత ఆ ట్రైనర్ వచ్చి సమీక్షిస్తే అందరి కంటే ఎక్కువ స్టాయిలో ఈ సేల్స్మెన్ 'అమ్మకాలు అభివృద్ధి చెంది కనిపించాయి. 'ఎలా సాధించావు' అన్న ట్రైనర్ ప్రశ్నకు 'నా గురించి ఏమనుకుంటున్నారో సార్. ఈ కంపెనీలోనే కాదు ఈ రాష్ట్రం మొత్తంలో నేనే నెంబర్ వన్ సేల్స్మెన్స్' అని ఆత్మ విశ్వాసంతో చెబుతాడు.

మనం సినిమాలు చూస్తుంటాం. అవాస్తవాలను చిత్రీకరించి చూపిస్తుంటే ఆ సినిమా చూస్తున్నంతసేపు అది నిజమేనన్నట్లుగా భ్రాంతి చెందుతాం. దాని ఎఫెక్ట్ పరోక్షంగా మీ అంతర్ మనసులో స్థానం సంపాదిస్తుంది. 'ఒక బక్కగా వుండే హీరో వుంటాడు. అనేక మంది విలన్లు కత్తులతో గండ్రగొడ్డళ్ళతో తుపాకీలతో పోరాటం సాగిస్తుంటారు. ఈ హీరో ఒంటరిగా ఉత్తి చేతులతో వారందరిని హతమారుస్తాడు. అది వాస్తవంలో సంభవం కాదని బాగా తెలిసినా అది నిజమేనన్నట్లు భావావేశాలు మనలో చోటు చేసుకుంటున్నాయా? లేదా? మీరు ఉత్తేజం పొందుతున్నారా? లేదా? ఆలోచించండి. మనసుని అతి తేలికగా

నమ్మించవచ్చు. మనల్ని ప్రయోజకులుగా తీర్చిదిద్దే స్ట్రాటజీని అంతర్ మనసుకు ఇవ్వవచ్చు ఆత్మ విశ్వాసం పెరిగేలా చేసుకోవచ్చు. మీరు పై వ్యాయామాన్ని చేసి చూడండి.

**“సేల్స్మెన్ కాదు సేల్స్పర్సన్ మీరు”**

పేరులో ఏముంది ఎలా పిలిచినా ఒకటే అన్న నిరాశే వదపు భావనకు స్వస్తి చెప్పండి. మీరు చేసే వృత్తికి ఇచ్చిన పేరే మానసికంగా మిమ్మల్ని గొప్పవారుగా ఫీల్ అయ్యేలా చేస్తుంది. ఉత్సాహంతో ఉరకలు వేస్తూ పనిచేసేలా చేస్తుంది.

**అమెరికాలో శవాలను కాలే కాటికాపర్షని 'ప్యూవర్ల డైరెక్టర్స్' అని పిలుస్తారు. అదే మనం వెట్టివాడు; కాటికాపరి అని హీనంగా పిలుస్తారు. పాకీ పని చేసేవారిని అక్కడ 'శానిటరీ ఇంజనీర్స్' అని సంభోదిస్తారు. ఆ పేరే వారి వృత్తిని ప్రేమించేలా చేస్తుంది.**

సేల్స్మెన్ అనడానికి సేల్స్పర్సన్ అనడానికి చాలా తేడా వుంది. సేల్స్పర్సన్లో గౌరవం వుంది. ఆలోచించండి. ప్రతి సేల్ వెసుక కనీసం ఇద్దరు పర్సన్ వుంటారు. ఒకరు మీరు. మరొకరు కొనుగోలుదారు. ఈ ఇరువురి మధ్య జరిగేదే సేల్. అందుకనే చాలా కంపెనీలు వారి సేల్స్ఫోర్స్ని సేల్స్పర్సన్స్ అని వ్యవహరిస్తూ వుంటారు

మిమ్మల్ని మీరు ప్రేమించడం మీ వృత్తిని గౌరవించడం ప్రారంభించండి

**కస్టమర్స్ మీ సంస్థ తయారుచేసే వస్తువులను కొనరు. ఊహశక్తి ద్వారా వాటిని ఉపయోగిస్తే ఎంత గొప్పగా ఫీలవుతాం అన్న దానిని బట్టి కొంటారు. వారు అలా ఫీల్ అయ్యే రీతిలో నేను ఇచ్చే వస్తువు సర్వీస్ వుండాలి. ఈ యాంగిల్లో ఆలోచిస్తాయి బిజినెస్ మైండ్స్.**



## చిరునవ్వుతో మౌనం

.....డిప్రెషన్ తో బాధపడుతున్న వ్యక్తి ఎన్ని మందులు వాడినా తగ్గక N.L.P ప్రాక్టీషనర్ దగ్గరకి వచ్చాడు. “నీకు వారం రోజులు సెలవు దొరుకుతుందా?” అడిగాడు ప్రాక్టీషనర్. “దొరుకుతుంది”, డిప్రెషన్ కి శలవుకి ఏమీ పంపంభమో అర్థం కాక అయోమయంగా బదులిచ్చాడు ఆ వ్యక్తి. “నీకు గాలివరాలు ఎగరవేయడం వచ్చా?” రెండో ప్రశ్నను సంభించాడు ఆ ప్రాక్టీషనర్.

“వచ్చు” సమాధానం ఇచ్చాడు ఆ వ్యక్తి.

“వారం రోజులు సెలవు పెట్టు. ప్రతిరోజు ఉదయాన్నే మీ వూరి చెరువు గట్టుకు వెళ్లి వెళ్తూ గాలి వరాలు పట్టుకెళ్ళు. సాయంకాలం వరకు గాలి వరాలు ఎగరవేస్తూ గడిపిరా. అలా వారం రోజులు చేసి వచ్చి కనిపించు” చిరునవ్వుతో సలహా ఇచ్చాడు ప్రాక్టీషనర్.

ఇదేంపాడు సలహారాబాబూ అనుకుంటూ వెనుదిరిగాడు ఆ వ్యక్తి. తెల్లవారినాక వెళ్తూ వచ్చా అనుకుంటూ “సరే ప్రయత్నిద్దాం” అనుకొని సెలవుపట్టి గాలివరాలు ఎగరవేయడానికి వెళ్ళాడు. ఆ రోజు కాస్త ఉపశమనంగా కనిపిస్తే ఫరవాలేదే అనుకుంటూ వారం రోజులు అలాగే చేశాడు. వారం తర్వాత ‘నాకిప్పుడు డిప్రెషన్ లేదు’ అంటూ ప్రాక్టీషనర్ దగ్గరకు చిరునవ్వుతో వచ్చి ‘థాంక్స్’ చెప్పి వెళ్ళాడు.....

శరీరం, మనసు ఒక అంశంలోని రెండు భాగాలు. శరీరం నుంచి మనసుకు, మనసునుంచి శరీరానికి ప్రతినిత్యం అటూ ఇటూ మెసేజెస్ చేరవేయ బడుతుంటాయని శాస్త్రజ్ఞులు కనుగొన్నారు. ఏ ఒక్కదానిని యాక్టివ్ గా వుంచినా రెండవది ఆటివేటిక్ యాక్టివ్ గా తయారవుతుంది.

మీరు మామూలుగా కూర్చోని ఈ పుస్తకం చదువుతున్నారు. మరికొస్త నిటారుగా ఇంకా ఎత్తుగా కనపడేలా కూర్చోండి. తలకాస్త పైకి ఎత్తండి. ఛాతి నిండుగా గాలి పీల్చుకొని వదిలి నేను గొప్ప సేల్స్ మెన్ నవుతాను' అని మనసులో అనుకోండి. మీ ఫీలింగ్స్ ఎలా వున్నాయో గమనించండి.

మామూలుగా రిలాక్స్డ్ గా చాలా ఈజీగా లేజీగా కూర్చోండి. నేను గొప్ప సేల్స్ మెన్ ని అవుతాను' అని తిరిగి మనసులోనే అనుకోండి. భావాలెలా వున్నాయి. నిటారుగా కూర్చోవి అనుకున్నప్పుడు గొప్పగా అనిపిస్తుంది. కాగలను అనిపిస్తుంది. మామూలుగా కూర్చున్నప్పుడు అసాధ్యం అన్నట్లు ఫీలింగ్స్ వుంటాయి. శరీరం నిటారుగా యాక్టివ్ గా వున్నప్పుడు యస్ ఏదైనా చేయగలను అనిపిస్తుంది మనసుకి.

మామూలుగా నిలబడటంకంటే నిటారుగా ఇంకొస్త పొడవుగా నిలబడటం, నడిచే వేగాన్ని మరికొస్త కనీసం 10 శాతం పెంచడం మొదలైన చర్యలు మీ శరీరాన్ని తద్వారా మీ మనసుని ఉత్తేజపరచి చురుగ్గా వుండేలా చేస్తాయి.

L.I.C ఏజెంట్ గా ఘోరంగా ఫెయిలయిన ఓ యువకుడు 'స్ట్రెల్లర్' గారి మోటివేషనల్ క్లాసు విని ప్రేరణ పొందుతాడు. వెంటనే బజారుకు వెళ్ళి క్రొత్త డ్రస్, టై, బూట్లు కొనుక్కొని వచ్చి ప్రశాంతంగా నూతన ఉత్సాహంతో నిద్రించాడు. ఉదయాన్నే లేచి బాగా రుద్దుకొని శరీరాన్ని బాగా శుభ్రపరుచుకుంటూ తలస్నానం చేశాడు. క్రొత్త బట్టలు వేసుకుని నీట్ గా తయారై ఉత్సాహంగా పాలసీల కోసం బయలుదేరాడు. ఆ రోజు చక్కగా వ్యాపారం చేయగలిగాడు. అలా అలా అంచెలంచెలుగా ఎదిగానని కృతజ్ఞతలు తెలియజేస్తూ ఉత్తరం వ్రాశాడని స్ట్రెల్లర్ గారు తెలియజేశారు ఆయన పుస్తకంలో.

## **చిరునవ్వు**

చిరు మందహాసం మేలు చేస్తుందని నవ్వురాకున్నా నవ్వునటించమని ఆధునిక శాస్త్రజ్ఞులు తెలియజేస్తున్నారు. నవ్వు ముఖం మనసుకు మంచి సూచనలు పంపుతుంది. దాని వలన మనకు ఎంతో మేలుచేసే రసాయనాలు విడుదలౌతాయి. ఎండార్ఫిన్స్ అనే హార్మోన్స్ విడుదల శరీరాన్ని మనస్సుని ఉల్లాసంగా వుంచుతుంది. "లా ఆప్ గింవింగ్ అండ్ రిసీవింగ్" అనే సూత్రంపై ఈ యూనివర్స్ నడుస్తూ వుంటుంది. "మనం ఇస్తూవుంటే మనకి వస్తూవుంటుందని" దీనర్థం. ఈ సారి

మీరు బజారున నడివివేళ్ళేటప్పుడు అపరిచితుడు ఎదురైనాసరే ఒక చిరునవ్వు నవ్వండి అతని ముఖంలో కూడా సంతోషాన్ని నవ్వుని చూడగలుగుతారు. మీవైపు నవ్వుతూ చూస్తాడు. అది మీకు హాయిని ఇస్తుంది.

నవ్వడం వలన నమయస్పూర్తితో వ్యవహరించే శక్తి, ఎంత జిల సమస్యలనైనా సులువుగా పరిష్కరించగలిగే నేర్పరితనం మనసుకు వస్తుంది. ఆరోగ్యం కూడా చక్కబడుతుందని శాస్త్రజ్ఞులు చెబుతున్నారు. ఇతరులతో నతనంబంధాలకు ఇదొక ఆయుధంగా పనిచేస్తుంది. విడిపోయిన సంబంధాలను కలుపుతుంది. మనసును రిలాక్స్డ్ గా వుంచి మానసిక ఒత్తిడిని తగ్గిస్తుంది. హుషారుగా పనిచేసే శక్తినిస్తుంది.

కానీ ఖర్చేలేని ఈ అద్భుతమైన టానిక్ కు ఎక్కువమంది దూరమవుతున్నారు. వినియోగించుకోలేకపోతున్నారు. బహుశా అనాదినుంచి ఆచారంగా చెప్పబడిన “ఇప్పుడు నవ్వుతే తర్వాత ఏడవవలసి వస్తుందనీ, నవ్వు నాలుగు విధాలుగా చేటు తెస్తుందనీ” డైలాగులను విని విని నవ్వుకు నోచుకోని విధంగా మనసులు ప్రాగ్రామ్ కాబడి వుంటాయి. వాటిని “లీ ప్రాగ్రామింగ్” చేసుకోండి.

ఫోటోలు తీసే ఫోటోగ్రాఫర్ని చూడండి. ‘స్మైల్ ప్లీజ్, స్మైల్ ప్లీజ్’ అంటూ ప్రాధేయపడుతుంటాడు అలా బ్రతిమాలగా బ్రతిమాలగా ఏ కొద్ది మందో నవ్వు ముఖంతో ఫోటో దిగుతారు మీరు నవ్వుతున్న ఫోజులో ఫోటో వస్తేనే మీకు బాగుంటుంది నచ్చుతుంది. మీరు నవ్వకపోతే ఫోటో బాగుండదు. దానిని చూసి ఫోటోబాగా తీయలేదని ఆ ఫోటో గ్రాఫర్ని తిడతారు. ఆ భయంతోనే వాడు నవ్వండి, నవ్వండి అంటూ బ్రతిమలాడి భంగపడి మిమ్మల్ని నవ్వించడానికి శతవిధాలా ప్రయత్నిస్తాడు. నవ్వడం నేర్చుకోండి. ఇంగ్లీషులో మొదటి మూడక్షరాలైన ABC ని సదా గుర్తుంచుకోండి. **A** అంటే “ఆల్వేస్” **B** అంటే “బీ” **C** అంటే “చీర్ ఫుల్”- ఆల్వేస్ బీ చీర్ ఫుల్.

### సెల్స్ ఇమేజ్

ఆత్మ విశ్వాసం వున్నవారు ఆత్మ గౌరవాన్ని నిలుపుకుంటూ మెలుకువలు నేర్చుకుంటూ అభివృద్ధి బాటలో పయనిస్తుంటారు. ఎవరి సెల్స్ ఇమేజ్ బాగుంటుందో వారికే ఆత్మ విశ్వాసం, ఆత్మగౌరవం వుంటాయి. ఈ మూడు ఒకదానితో ఒకటి కలిసే వుంటాయి. వీటిల్లో ముఖ్య పాత్ర వహించేది సెల్స్ ఇమేజ్. అంటే వారి వారి మనసులో వారి వారి ప్రతి రూపాలను చూడగలగడం సెల్స్ ఇమేజ్ అనేది మనపై మన అంతర్ మనసులో వున్న ‘అంచనాని బట్టి దా నల్లారిరాఘవరావు

అభిప్రాయాన్ని బట్టి వుంటుంది. బాల్యంలో మన ప్రమేయం లేకుండా తనలో జరిగిన ప్రోగ్రామింగ్ను బట్టి అంతర్ మనసు అంచనా వేస్తుంది. ఎక్కువ మందిలో ఈ సెల్స్ ఇమేజ్ పలుచగా వుంటుంది.

ఉదాహరణకు చంద్రబాబు నాయుడుగారో, వాణ్ పేయ్ గారో ఎలా వుంటారో వూహించమంటే వారి రూపం మనసులో స్పష్టంగా కనిపిస్తాయి ఎవరికైనా. అదే మీరు ఎలా వుంటారో మనసులో చూడండి. అంటే అంత స్పష్టంగా కనిపించదు లేదా మసక మసకగా కనిపిస్తాయి. మీ ప్రకృత కూర్చోన్న వానిని గుర్తుకు తెచ్చుకోవాలన్నా సులువుగానే అంతర్గతంగా చూడగలుగుతారు. మీ అంతర్ మనసులో ఇతరులంతా మీ కంటే గొప్ప వాళ్ళని మీరు తక్కువ వాళ్ళనే భావన లోలోన రిజిస్టర్ అయి వుంది. దానిని తొలగించుకోకుంటే ఎంతమంచి డ్రస్ వేసుకున్నా, చిరునవ్వును ఆపాదింపుకొన్నా ఏదో తెలియని వెలితి కనిపిస్తూనే వుంటుంది.

ఆత్మ రూపం లేదా సెల్స్ ఇమేజ్, ఆత్మ విశ్వాసం లేదా సెల్స్ కాన్ఫిడెన్స్ ఆత్మ గౌరవం అంటే సెల్స్ ఎస్టీమ్, - ఈ మూడు ఒకదానితో ఒకటి కలిసి వుంటాయి. ఈ మూడింటిలో సెల్స్ ఇమేజ్ ముఖ్య పాత్ర వహిస్తుంది.

స్పష్టమైన సెల్స్ ఇమేజ్ విజయాన్ని ఇస్తుంది.

అస్పష్టమైన సెల్స్ ఇమేజ్ ఫెయిల్యూర్ ని ఇస్తుంది.

సెల్స్ ఇమేజ్ అనేది మన అంతర్మనస్సు మనల్ని గురించి, ఎలా ఫీలవుతుంది అన్న దాన్ని బట్టి వుంటుంది. అది నిజం కాదు అపోహ. సెల్స్ ఇమేజ్ చాలా డెలికేట్ గా వుంటుంది. మెచ్చుకోలు, విజయం, పొగడ్డలు మొదలైనవి చవిచూస్తే పెరుగుతుంది. ఫెయిల్యూర్ ని చవి చూసినా విమర్శలను ఎదుర్కొన్నా అది నలిగిపోతుంది. కృశించిపోతుంది. సెల్స్ ఇమేజ్ మెరుగుపడాలంటే ప్రతి రోజు అర్థంముందు నిలబడి దానిలో మీ ప్రతిరూపాన్ని చూడండి. వెంటనే కళ్ళు మూసుకుని మీ మనసులో ఆ ప్రతిరూపాన్ని చూడండి. మీ మనసులో కనిపించిన ప్రతిరూపం అర్థంలో కనిపించిన ప్రతిరూపం ఒకేలా కనిపించేదాకా ప్రతిరోజూ చేస్తూ వుండండి. "నేను మంచి సెల్స్ పర్సన్ ని" 'నేను విజయం సాధిస్తాను' అని మనసులో ఆటో సజెషన్స్ చెప్పుకోండి.

అంతేకాక- అవసరం వున్నవారికి అడగకుండా సహాయపడితే సెల్స్ ఇమేజ్ పెరుగుతుంది. ఇతరుల కోసం నటించకుండా వుండడం, అన్నిటిలోను పాజిటివ్ నే చూడడం, మంచి మెసేజ్ ని ప్రచారం చేయడం, మనకు లేనిదానికోసం ఏడవకుండా, ఉన్నదానిని అభివృద్ధి చేసుకోవడం, మనకు వున్న బలాలను అభివృద్ధి చేసుకోవడం, మనలోవున్న అవరోధాలు తొలగించుకోవడం, మిగతా విజయాలను గుర్తుకు తెచ్చుకోవడం వలన సెల్స్ ఇమేజ్ పెరుగుతుంది.

**డ్రస్ కోడ్**

ఆ వీధిలో జనం ఒక చుట్టె ముందు గుమికూడి వున్నారు. అటుగా వెళ్తున్న అచారిగారికి అక్కడ ఏం జరుగుతుందో తెలుసుకోవాలన్న కుతూహలం వేసింది. నిలబడి వున్న ఒక అతన్ని “ఎందుకు అందరు ఇలా నిలబడివున్నారు” అని ప్రశ్నించాడు. దానికి ఆ యువకుడు నెలరోజుల క్రితం ఈ ఇంట్లో ఒక లేడీ ఆఫీసర్ దిగారు. ఉదయాన్నే మార్నింగ్ వాక్ కు వెళ్ళేటప్పుడు ఫాంటు- టీషర్ట్ ధరించి వెళ్తుంది. ఆఫీసుకు వెళ్ళేటప్పుడు అఫీషియల్ సూట్ లో వెళ్తుంది. సాయంకాలం షికారుకు వెళ్ళే సర్వార్ కమీజ్ ధరిస్తుంది. ఏ పేరంటానికో, ఫంక్షన్ కో వెళ్తుంటే మాత్రం పట్టు చీరకట్టుకొని వెళ్తుంది. ట్రెబల్ ఏరియాకు క్యాంపుకు వెళ్ళే కోయస్తీలా దుస్తులు ధరిస్తుంది. మరి ఈ రోజు ఆమె పుట్టినరోజు. బర్త్ డే సూట్ తో (దిగంబరంగా) వస్తుందేమోనని....” అంటూ ఇకిలిస్తూ చెప్పాడు.

కస్టమర్ మిమ్మల్ని చూసిన తొలి 10-15 సెకండ్లలోనే సేల్స్ పర్సన్ మీద ఒక అభిప్రాయానికి వస్తాడట. అలా అభిప్రాయం ఏర్పడడంలో డ్రస్ ముఖ్యపాత్ర వహిస్తుందని పరిశోధకులు వెల్లడించారు. “ఫస్ట్ ఇంప్రెషన్ ఈజ్ ది బెస్ట్ ఇంప్రెషన్” అంటారు. మనిషిని చూడగానే మంచి అభిప్రాయం ఏర్పడటానికి “డ్రస్” ప్రముఖ పాత్ర పోషిస్తుంది. గమనిస్తే వేసుకున్న దుస్తులను బట్టి ఉత్సాహ నిరుత్సాహాలలో తేడా వుంటుంది. ఏ పండుగకో, ఫంక్షన్ కో మంచి దుస్తులు వేసుకున్నప్పుడు మీరెంత హుషారుగా సంతోషంగా ఫీలవుతారో గుర్తుకు తెచ్చుకోండి.,

మీరు చేస్తున్న పనిని మీరు గౌరవిస్తే దానిని ఒక ప్రాఫిషన్ గా భావిస్తే దానికి అర్హతగా వేస్తుంటారు. డ్రస్ చేసుకుంటారు. ప్రాక్టీస్ లేని లాయర్లు నల్లకోటు ధరించి గుర్తింపు పొందుతారు. డాక్టర్స్ నలగవి దుస్తులతోనో, తెల్లకోటుతోనో తమకు నమో వృత్తికి గుర్తింపు తెచ్చుకుంటారు. మీరు కూడా ఒక పెద్ద బిజినెస్ మ్యాన్ అవుతుంటే వాటి వాటికి వెళ్ళేటప్పుడు ఒక రకంగా, ఒక రైతును పాలిస్ కోసం కలవడానికి వెళ్ళిన మఠో రకంగా డ్రస్ చేసుకోవడం ఎంత సౌకర్యంగా వుంటుందో తమోచండి.

**అత్త విశ్వాసం**

నరైన డ్రస్ వేసుకుని పైకి గంభీరంగా కనిపించినా కొంత మందికి లోలోన కాన్ఫిడెన్స్ తక్కువగా వుంటుంది. “మీరు కమ్యూనికేట్ చేయకుండా వుండలేరు” అన్నది మరో ప్రీ సపోజిషన్. దీని అర్థం ఒక రకంగా చెప్పాలంటే మనసు మాట్లాడుతుంది అని. నాకు కాన్ఫిడెన్స్ లేదు అని మీరు మీ మాటలతో దా|| నంబర్ల తా|| పువరా||



చెప్పాల్సిన పనిలేదు. మాట్లాడకుండా గంభీరంగా వున్నా సరే మనసు తనలోని నిజాన్ని దాచుకోలేక ఏదో రకంగా ఎదుటివారికి వెల్లడిస్తూనే వుంటుంది. ముఖ భావాల ద్వారానో, శారీరవాలకం ద్వారానో నేను కాన్సిడెంట్ గా లేను' అని బహిర్గతం చేస్తూనే వుంటుంది. సూచనలు ఇస్తూనే వుంటుంది. ఎదుటి వ్యక్తి ఏ కొంచెం పరిశీలనగా చూసినా అతని అంతర్మనసుకు మీ విషయం అర్థం అవుతుంది.

### **కాన్సిడెన్స్ పెంచుకోవడానికి**

గతంలో మీరెన్నో విజయాలు సాధించి వుంటారు. గుర్తుకు తెచ్చుకోండి. అతి తక్కువ వ్యవధిలో సేల్ చేయగలిగి వుంటారు. చదువుకునే రోజుల్లో మంచి గ్రేడ్ తెచ్చుకొని వుండవచ్చు. ఒక ఆటలో విజయం సాధించివుండవచ్చు. అద్భుతంగా మాట్లాడివుండవచ్చు అలాంటివాటిని గుర్తుకు తెచ్చుకోండి. ఆయా సంఘటనలు ఇప్పుడే జరుగుతున్నట్లుగా మీ మనసులో మీ ఊహాద్వారా చూడండి. ఆనాటి ఆ సంఘటనను మీరు మీ మనసులో చూడగలుగుతారు. వినగలుగుతారు. ఆ గొప్ప ఫీలింగ్స్ ఆటోమేటిక్ గా వస్తాయి. అలా మీకు గుర్తుకు వచ్చినన్ని గొప్ప సంఘటనలను మనసులో చూడండి. ప్రత్యేకించి కస్టమర్ ను కలవడానికి వెళ్ళేటప్పుడు మనసులో ఇలా చూడండి. ఆత్మ విశ్వాసంతో మెలగ గలుగుతారు.

### **యాంకర్ చేసుకోవచ్చు కూడా**

ఈ “కావాలి” అనుకున్నప్పుడు మంచి ఉత్తేజకరమైన మానసిక స్థితి వచ్చేలా ఉపయోగపడతాయి ఈ యాంకర్స్. దీనికి కావలసిందల్లా కనీసం మూడు వారాలకు తగ్గకుండా ప్రాక్టీసు చేయడమే.

మీ ఇంట్లో ఏ ‘ఫ్రీజ్’ వుంది అని అడిగితే అల్విన్ అనో గోడ్రెజ్ అనే కెల్వీన్ టర్ అనో చెబుతారు. నిజానికి మీ ఇంట్లో వున్నది రిఫ్రిజరేటర్. తొలిసారిగా రిఫ్రిజరేటర్ పరికరాన్ని ‘ఫ్రీజ్’ అనే కంపెనీ తయారు చేసింది. అది బాగా ప్రాచుర్యం పొంది ప్రజల మనసులలో ఫ్రీజ్ అనే కంపెనీ పేరు యాంకర్ గా మారి అది వినగానే రిఫ్రిజరేటర్ మనసులో మెదిలేలా కండిషన్ కాబడింది. అలాగే కాలుతున్న రబ్బర్ వాసన చవిచూడగానే ‘ఎలక్ట్రిక్ షార్ట్ సర్క్యూట్’ మదిలో మెదిలేలా యాంకర్ కాబడింది. పరిశీలనగా చూస్తే క్రీడాకారులు. తమ ప్రావీణ్యత ప్రదర్శించే ముందు తమ శరీరభాగాన్ని లేదా ఆయా క్రీడా పస్తువులను ఒక పద్ధతిలో అసంకల్పితంగా పట్టుకోవడం లేదా కొట్టు కోవడం గమనించవచ్చు. వాడు ఆయా క్రీడలలో ఖాగా రాణించాలనే ప్రయత్నంలో పైకదలికలు “యాంకర్” లాగా ఏర్పడి వుంటాయి. అలా విర్యధ్ యాంకర్స్ ను తిరిగి ‘ఫైర్ చేస్తే’ వారిలో మానసిక స్థితి ఉత్తేజమై అటకు తయారుగా వుంటుంది. కాన్సిడెన్స్ స్థితికి వచ్చి చక్కగా ఆడగలుగుతారు.

**వ్యాయోయం**

- రిలాక్స్డ్గా కు-ర్చెని నెమ్మదిగా కళ్ళుమూసుకోండి., నెమ్మదిగా లోతుగా గాలి పీల్చుకొంటూ మరికాస్త రిలాక్స్ కండి, గత జీవితంలో ఎన్నో సార్లు చాలా కాన్సిడెంట్గా పని చేసి వుంటారు, అలాజ్ఞాపకాలలో వెనక్కు వెళుతూ అలాంటి సంఘటనను ఒక దానిని గుర్తుకు తెచ్చుకోండి. అది సేల్స్ గురించి కావచ్చు. లేదా మరి ఏపనైనా కావచ్చు. ఎంత చిన్న పనైనా కావచ్చు. కావలసిందల్లా ఆ సంఘటనలో మీరు కాన్సిడెన్స్ తో పాల్గొనడం విజయవంతంగా పూర్తి చేయడం, ఆ సంఘటనను ఇప్పుడే జరుగుచున్నట్లుగా స్వయం అనుభూతి పొందుతూ చూడండి. వినండి. ఫీల్ కండి. గతంలో జరిగిన ఆ సంఘటన కళ్ళకు కట్టినట్లు కనిపిస్తుంది. ఆ సంఘటనలో పాల్గొన్న మీరు స్వయంఅనుభూతి పొందుతున్నారు మాటలు వింటున్నారు, నేరుగా మాట్లాడుతున్నారు. అలా ఆ సంఘటన మొత్తం తిరిగి జరిగినట్లు బ్రాంతిపొందుతున్నారు. ఆత్మవిశ్వాసంతో చేసిన ఫీలింగ్స్ గొప్పగా వున్నాయి, అలా ఆ ఫీలింగ్స్ గొప్పగా వుండి తారాస్థాయికి చేరుకోబోతున్నాయి అనిపించ గానే ఫీలింగ్స్ ని యాంకర్ చేసుకోండి. యాంకర్ చేసుకోవడం అంటే ఏదో ఒక శరీర కదలికను ఆ అనుభూతులకు గుర్తుగా చేయాలి. ఉదాహరణకు ఎడమచేతి పిడికిలి బిగించడం, అలా ఆ ఫీలింగ్స్ ని యాంకర్ చేసుకున్న మీరు గాలి పీల్చినదులుతూ రిలాక్స్ అవుతూ పిడికిలి వదిలివేయండి, తిరిగి అలాంటిదే అలాగే కాన్సిడెన్స్ తో చేసిన మరో విషయాన్ని గుర్తుకు తెచ్చుకోండి, ఆ రోజుల్లో వున్నదీవిస్తున్న అనుభూతితో ఆనాటి దృశ్యాలను మనుషులను చూడండి. ఆనాటి శబ్దాలను వినండి. టోటల్ గా ఆనాటి అనుభూతిని తిరిగి పొందండి, ఆ ఫీలింగ్స్ పతాకస్థాయికి చేరేకొన్ని క్షణాలముందు వాటిని తిరిగి అదే యాంకర్ ద్వారా పదిలపరచి యాంకర్ ని బలోపేతం చెయ్యండి, గుర్తించుకోండి అదే శారీరక కదలికను (గుప్పిట బిగించడం) అదే చోట (ఎడం చేతిలోని) అదే ఫోర్స్ తో చేయాలి. అప్పుడే ఆ యాంకర్ సరిగ్గా నమోదు అవుతుంది, ఇలా 4,5 సార్లు ఇదే మాదిరిగా చేయండి, ఇలా కనీసం 21 రోజులు చేస్తే “మీ కాన్సిడెన్స్ యాంకర్” తయారవుతుంది.

మీరు కస్టమర్ ని కలవడానికి కొద్ది సెకండ్ల ముందు మీ యాంకర్ ను ఫైర్ చేస్తే మీ మానసిక స్థితిలో అద్భుతమైన మార్పు వచ్చి కాన్సిడెంట్ గా వ్యవహరించగలుగుతారు. యాంకర్ ఫైర్ చేయడమంటే అదే శారీరక కదలికను అదే ఫోర్స్ తో చేయడం. అంటే అదే ఎడం చేతి పిడికిలిని అదే ఫోర్స్ తో బిగించడం.

అలా ప్రాక్టీసు చేసే కొలది ఇది అలవాటుగా మారి ఆ తర్వాత అలాంటి సందర్భాలలో మీరు అప్రయత్నంగా యాంకర్ ఫైర్ చేసుకుని ఆటోమేటిక్ గా కాన్సిడెన్స్ తో వుండే మానసిక స్థితికి చేరుకుంటారు.



## కనకమర్చితో రావణార్జు

...వ్యాపార రంగంలో వస్తువుల అమ్మకం కోసం పనిచేసే సేల్స్ పర్సన్ అందరూ వినయోగదారులను సమానంగా ప్రభావితం చేయలేరు. ఇతరులతో సత్సంబంధాలు రాపోర్ట్ అధికంగా ఉన్న సేల్స్ పర్సన్ ఏ సంస్థలో వుంటారో. ఆ సంస్థ ఉత్పత్తులు అధికంగా అమ్ముడవుతాయి.

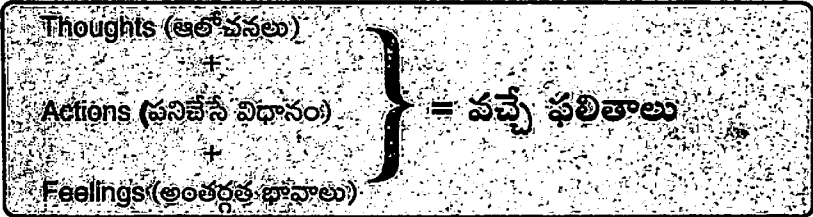
ఫిల్మ్ ఇనిస్టిట్యూట్లో చేరిన విద్యార్థులకు కళ్ళతో వప్పడం అలవాటు చేసుకోమని సలహా ఇస్తారు. నిన్ను నేను అభిమానిస్తున్నాను అనే భావన ఆ చూపులతోనే ఎదుటి వ్యక్తికి అందించగలగాలి. చిన్ననాటి స్నేహితుడు బాగా కలిసిపోయిన దగ్గరి బంధువు కనపడినపుడు మనలో ఎలాంటి భావోద్వేగం కనిపిస్తుందో, ఎలాంటి గొంతుతో పలకరిస్తామో, ఎలా షేక్ హాండ్ ఇస్తామో, ఎలా ఆప్యాయంగా చూస్తామో అలాగే ప్రతి కన్యమర్చితో చేయగలిగిన సేల్స్ పర్సన్ నెంబర్ వన్ స్థానానికి ఎదుగుతాడు. నిజంగా అతిథిదేవోభవ, కౌనుగోలు దారుడే మనదేవుడు. మన బాస్ అనేది వాక్యాలలో కాకుండా మనసులో వుంటే అంతట గొప్ప వారి దగ్గర మనం ఎలా ప్రవర్తిస్తామో ఆలోచించండి.....

అలా కాకుండా ఏదో చిట్కాలాగా అవసరం తీరడానికి కృత్రిమంగా నవ్వడం, అధికంగా పొగడిమొహమాటపెట్టి పబ్లింగడుపుకోవడం, మాయమాటలు చెప్పి అమ్మడం, మొదలైనవి తాత్కాలికంగా ఉపయోగపడతాయోమోగాని దీర్ఘకాలం మనల్ని ఆ రంగంలో వుంచవు.

ఇతరులతో రాపోర్ట్ కుదరాలంటే మండు మనలో మార్పు తెచ్చుకోవాలి. మన ఆలోచనల్లో మార్పుతెచ్చుకోవాలి. మన ప్రవర్తనను మార్పుకోవాలి. అంతర్విజయం తర్వాతనే బాహ్య విజయం సాధ్యమవుతుంది.

**అందరు చక్కగానే పని చేస్తారు**

ఈ భూమి మీద పుట్టిన ప్రతి వ్యక్తి చాలా చక్కగా పని చేస్తాడు. ఇది ముమ్మాటికి నిజం. అలాగైతే అందరికీ ఒకే రకంగా ఫలితాలు రావాలి కదా అనే అనుమానం మీకు కలగవచ్చు.



ఆలోచనా సరళిని మార్చుకోకుండా, చేసే పని విధానంలో మెళుకువలు నేర్చుకుని పని విధానాన్ని మార్చుకోకుండా, ఫీలింగ్స్ లో మార్పురాకుండా మంచి ఫలితాలకోసం ఎంతగానో కష్టపడతారు. ఫలితం మాత్రం శూన్యం.

ఆలోచనా సరళిని మార్చుకోండి  
 పనిచేసే విధానాన్ని మార్చుకోండి  
 ఫీలింగ్స్ ని మార్చుకోండి  
 ఫలితాలలో అభివృద్ధిని సాధించండి.

ఆలోచనలు ఆశావాదంతో నిండివుండాలి.

యాక్షన్ ఎదుటి వారిని ఆకట్టుకునేలా వుండాలి.

విజయం సాధించినప్పుడు వుండే ఫీలింగ్స్ ఉత్సాహం, కష్టమర్చిని డీల్ చేసేటప్పుడు వుండాలి.

విజయం సాధించాలి అనుకునేవారు ఇతరుల గురించి ఎక్కువగా ఆలోచిస్తారు. ఎదుటవారికి ఆ సౌకర్యంగా ఉండకూడదని భావిస్తారు. ఇతరుల అభిప్రాయాలకు విలువనిస్తారు. ఇతరుల ఇష్టా ఇష్టాలను పరిగణలోనికి తీసుకుంటారు. వారిని గౌరవిస్తారు. ఇతరుల మనసులో చోటు సంపాదిస్తారు. వారిచేత

అభిమానింపబడతారు. చివరకు తమ అభిప్రాయానికి అనుగుణంగా ఎదుటివారు ఆటోమేటిక్ గా ప్రవర్తించేలా చేసుకుంటారు.

బలమైన వేర్లు లేనిదే చెట్లు ఎడగవు పండ్లు పొందలేము. అలాగే భావోద్వేగం, అనురాగం ఆప్యాయతలు, సంబంధ బాంధవ్యాలు ఎంత ఎక్కువగా వుంటాయో. వారి మధ్య రాపోర్ట్ అంత గాఢంగా వుంటుందని వారే విజయం సాధిస్తారని చెప్పవచ్చు. తాత్కాలికంగా ఎక్కువ వస్తువులు అమ్మడం ధ్యేయమైతే తాత్కాలిక రాపోర్ట్ సరిపోతుంది. కాని ఆ బంధం కొన్నాళ్ళకు బెడిసికొడుతుంది. మోసం చేశాడు అనే భావన కొనుగోలుదారునిలో అంకురిస్తుంది. అలా కాకుండా దీర్ఘకాలిక రాపోర్ట్ పెంచుకోవాలంటే

ఇద్దరిని తృప్తిపరిచే లక్ష్యాలు- కోర్కెలు-సంభాషణ ఏర్పరచుకోవాలి.

శరీర భంగిమల ద్వారా రాపోర్ట్ ను అభివృద్ధి చేసుకోవడం

ఇతరులలో ఆశాభావాలు కలిగేలా ప్రవర్తించడం.

ఇద్దరి ఆత్మభిమానం కాపాడబడే విధంగా ప్రవర్తించడం

### **ఇద్దరిని తృప్తిపరిచే గోల్స్**

నేను వీరికి నా వస్తువును అమ్మాలి అని మనం గోల్ పెట్టుకుంటాం. సాధారణంగా ఇతరులను పరిగణలోకి తీసుకోము. అలా కాకుండా ఇతరులు కూడా మన గోల్ వలన లాభం పొందాలి అనే భావన మనలో వుండి గోల్ ఏర్పాటు చేసుకుంటే విజయం సాధించడం సులువవుతుంది ఈ రోజు నేను ఇన్ని వస్తువులు అమ్మాలి అని నిర్ణయించుకోవడంతో పాటు నా దగ్గర కొన్నవారు కూడా సంతోషంగా వుండాలి. తమకుమంచి జరిగింది అనుకోవాలి' అంటూ గోల్ పెట్టుకోవడం మంచిది.

- ఇతరులతో అనుబంధం పెంచుకోవడంలో నా లక్ష్యం అని ఏమిటి? ప్రశ్నించుకుంటే 'నా వస్తువు అమ్మగలగాలి' అనే సమాధానం వస్తుంది.
- ఆ గోల్ సాధించడానికి నేను చేయాలి?' అని ప్రశ్నించుకుంటే కొనుగోలుదారుని వెళ్ళింపే విధంగా ప్రయత్నించాలి అని సమాధానం వస్తుంది.
- నా లక్ష్యం నెరవరబోతుంది అని నాకెలా తెలుస్తుంది? అని ప్రశ్నించుకోండి?

కొనేవారిని నిశితంగా గమనించి వాళ్ళ హావభావాలు శారీరక భాష తృప్తిగా ఉన్నట్లు వున్నది లేనిది తెలుసుకోవడం వలన అనే సమాధానం వస్తుంది.

- ఈ గోల్ నేను సాధించడం వల్ల ఎదుటివారికి కలిగే లాభం ఏమిటి? అని ప్రశ్నించుకుంటే

ఒక మంచి వ్యక్తి పరిచయమయ్యాడు. అతని ద్వారా మంచి వస్తువును, సర్వీసును పొందగలిగాను అనే ఆనందం కొనుగోలుదారునికి వచ్చేలా చేయడం అన్న సమాధానం వస్తుంది.

**తృప్తి**

సుబ్బారావు కన్నీ గొప్ప ఆలోచనలే

చాలా చక్కగా రెస్టారెంట్‌ను తీర్చిదిద్దాడు. అందమైన టేబుల్స్. సౌకర్యవంతమైన కుర్చీలు. చైనా గ్లాసులు, అమెరికా కర్చెన్లు, ఇండోర్ ఫ్లాంట్స్, చూడడానికి చక్కగా వుంది.

మనిషికున్న ఐదు స్పర్శ అవయవాలలో కన్ను ముఖ్యమైంది దానికి తృప్తి కలిగేలా చూడముచ్చటగా వుండేలా తీర్చి దిద్దాడు.

ఇంపోర్టెడ్ సౌండ్ సిస్టమ్ స్టీరియోతో చక్కటి సంగీతం అతి తక్కువ సౌండ్‌తో వినిపించే ఏర్పాటు చేశాడు.

మనిషికున్న ఐదు స్పర్శ అవయవాలలో రెండో పాత్ర వహించే చెవులకు తృప్తి కలిగేలా చేశాడు.

అసలు శబ్దం చేయని సెంట్రల్ ఎయిర్ కండిషనింగ్ బిగించాడు. కస్టమర్స్ రాగానే అతిథి మర్యాదలు చేసేలా సర్వర్స్‌ను వుంచాడు. తద్వారా

మరో స్పర్శ అవయవం చర్మాన్ని శీతలపరచి ఆకట్టుకోవడంతో పాటు మర్యాదలతో మనసును ఆకట్టుకున్నాడు.

మంచి పరిమళాన్ని ఇచ్చే సెంట్ వాసనలు వచ్చేలా ఇంపోర్టెడ్ స్ప్రేలు చల్లించాడు.

దాంతో నాలుగో స్పర్శ అవయవము ముక్కు తృప్తి పడింది.

ఇక ఒకటే మిగిలిన ఐదో స్పర్శ అవయవం. అది నాలుక. నాలుగు సహచర అవయవాల తృప్తి దీనికి వ్యాపించింది. ఆ రెస్టారెంట్ భోజనం పూర్తితృప్తిని, సంతృప్తిని ఇచ్చింది.

మనసు తృప్తి పడే విధానం ఇదని బిజినెస్ మైండ్స్‌కి తెలుసు.

**నాన్ వెర్బల్ రాపోర్ట్ అభివృద్ధి చేసుకోవటం**

కొందరితో మాట్లాడుతున్నప్పుడు మనం హాపీగా ఫీలవుతాము. మరికొందరితో మాట్లాడేటప్పుడు అసౌకర్యంగా ఫీలవుతాము. మీకు అత్యంత సన్నిహితుడైన మిత్రునితో ఈ సారి మాట్లాడుతున్నప్పుడు ఆ మిత్రుడి శరీర భంగిమకి ఆపోజిట్‌గా మీ శరీర భంగిమ వుంచి, అతను నవ్వుతుంటే మీరు సీరియస్‌గా వుండి మాట్లాడండి. అతను ఎంత అసౌకర్యంగా ఫీలవుతాడో గమనించండి, రాపోర్ట్‌లో శరీర భంగిమల ఆవశ్యకత అర్థం అవుతుంది మీకు.

సంభాషణలో మనం మాట్లాడే మాటలు 7%, మన గొంతుస్థాయి 38%, మన శరీర భంగిమ 55% ఎదుటివారిపై ప్రభావాన్ని చూపుతుంటాయి. ఆ నిష్పత్తిలోనే అర్థం చేసుకుంటాయి ఎదుటివారి మనసులు. సంభాషణలో 55 శాతం పాత్రను పోషించే మీ శరీర భంగిమను ఎదుటి వ్యక్తి శరీర భంగిమకు మ్యూచ్ అయేలా వుంచడమే నాన్ వెర్బల్ రాపోర్ట్. ఇది మనకి బాగా తెలిసిన వాళ్ళతో అయితే అలవాటై ఆటోమేటిక్ గా ఏర్పడుతూ వుంటుంది. క్రొత్తవారితో మొదట్లో కాస్త కష్టం అనిపిస్తుంది. ప్రాక్టీసు చేసే కొలది అదొక అలవాటుగా మారుతుంది.

శారీరక భంగిమను, ముఖ కవళికలను, శ్వాసతీసుకునే తీరును, చేతులు కదిలించే తీరును, గొంతు స్థాయిని, భావ వ్యక్తీకరణను వీటిల్లో ఏదైనా మ్యూచ్ చేయవచ్చు. అలాగని కదలికలను మ్యూచ్ చేయడం మంచిది కాదు. క్వాస్టిటీ ముఖ్యంకాదు. కేవలం క్వాలిటీయే ముఖ్యం. ఏదో ఒక దానిని ఎదుటివ్యక్తి గమనించలేనంత నెమ్మదిగా అనుకరించడం అలవాటుగా మార్చగలిగితే అది ఆటోమేటిక్ గా చేసే చర్యలా తయారవుతుంది.

### క్రాస్ మేచింగ్

ఎదుట వ్యక్తి మనకంటే గొప్పవారు అయినప్పుడు, లేదా మనం ఏ ఆఫీసులో ఆఫీసర్ కో మన వస్తువు అమ్మాలనుకొన్నప్పుడు మేచింగ్ కు బదులు క్రాస్ మేచింగ్ చేయడం మంచిది. వారు కాలు మీద కాలు వేసుకుంటే మనం చేతులపై చేతులు వేసుకోవడం, వారు వెనక్కి వాలి కూర్చోని వుంటే మనం ముందుకు వాలి కూర్చోవడం బాగుంటుంది. కామన్ సెన్స్ ఉపయోగించాల్సిన అవసరం సందర్భాన్ని బట్టి వ్యక్తులను బట్టి వుంటుందని గుర్తించాలి.

ఫోనులో మాట్లాడేటప్పుడు బాడీ లాంగ్వేజీని మాచ్ చేయడం వీలవదు కాబట్టి, గొంతుస్థాయి ఉచ్చరించే తీరు, వాడే మాటలు మొదలగు వానిని మేచ్ చేయవచ్చు.

### ఇతరులతో ఆశావాద భావాలు కలిగేలా ప్రవర్తించడం.

సిన్సియర్ గా మీ రూమ్ చాలా బాగుంది అని మెచ్చుకోవడం ద్వారా ఎదుటి వ్యక్తిలో పాజిటివ్ భావాలు కలిగించవచ్చు. అలా చెప్పేటప్పుడు మన ముఖ కవళికలు, గొంతుస్థాయి, చెప్పే మాటలకు సపోర్ట్ గా వుండాలి.

ముందు చెప్పకుండా హఠాత్తుగా మీ చుట్టాలింటికి వెళ్ళారనుకోండి. వాళ్ళ ముఖంలో కళ్ళలో ఆశ్చర్య ఆనందాలతో కూడిన మెరుపు కనిపిస్తుంది. అది వారిలో కలిగే పాజిటివ్ స్పందన. అది చూసిన మీకు అలాంటి స్పందనే కనిపిస్తుంది.

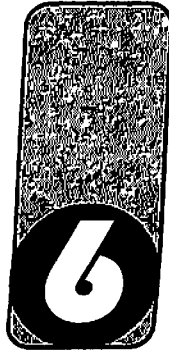
ప్రతి మనిషి పోగిడించుకోవడానికి ఇష్టపడతారు. అయితే ఆ పోగడ్డ భట్టాజ్ పోగడ్డలా వుండకూడదు. పోగిడినట్లు కనిపించకుండా అవతలివారిలో మంచి భావాలు కిమి కుర్రాగలగటం విజయవంతుల లక్షణం.

### ఇద్దరి అభిమానం కాపాడబడే విధంగా ప్రవర్తించడం

- మనం మర్యాదగా ప్రవర్తించాలి.
- దయాహృదయంతో వుండాలి.
- నిజాయితీని ప్రదర్శించాలి.
- అన్న మాట నిలబెట్టుకోవాలి.
- ఏ మాత్రం ఎదుటివారికి కష్టం కలిగించకుండా వుండాలి.
- అతనికి అర్థమయ్యేలా వివరించాలి.
- మనది తప్పైనప్పుడు సారీ చెప్పాలి.
- కష్టమర్ మనకు దేవుడు అన్నదానిని నిజం చేస్తూ ప్రవర్తిస్తే ఎదుట వారి ఆత్మాభిమానం దెబ్బతినదు. వారి ఆత్మ గౌరవం పెరుగుతుంది. వారూ మిమ్మల్ని గౌరవించడం ప్రారంభిస్తారు.

ఎమోషన్ తో పెనవేసిన రాఫోర్డ్ ఏర్పరుచుకోవడాన్ని అలవాటుగా మార్చుకోవడం అవసరం.





## కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్

.....మీ వస్తువు నాణ్యతను వివరించాలన్నా మీ బజినెస్ ప్లానును బోధపరచాలన్నా మంచి కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్ అవసరం. కమ్యూనికేషన్లో “మాటల” ప్రభావం కేవలం 7 శాతమేనని “టోన్ డి” 38 శాతమని, 55 శాతం పాత్ర “శారీరక భాష” వహిస్తుందని తెలుసుకున్నాం. కమ్యూనికేషన్ అంటే మనం చెప్పాల్సినది చెప్పాం కాబట్టి పూర్తయినట్లే అనుకోవడం పొరపాటు. మనం చెప్పింది ఇతరులకు బోధపడినట్లుగా మనకు ఎదురీ వారి నుంచి పరోక్ష సూచన వస్తేనే మన కమ్యూనికేషన్ పూర్తయినట్లు అలాగా మన మనసు కమ్యూనికేట్ చేయకుండా వుండలేదు. సభ్యత కోసం మీరు నచ్చకున్నా మీ సర్వీస్ నచ్చకున్నా మాటల ద్వారా ‘బాగుంది’ అని చెప్పినా సరే వారి మనసు వారి అసలు భావాన్ని మరో విధంగా తెలియజేస్తూనే వుంటుంది. అది శారీరక భాష ద్వారా కావచ్చు. గొంతు స్థాయిలో మార్పు ద్వారా కావచ్చు. అది మీరు ఎదుట వ్యక్తిని పరిశీలిస్తేనే అర్థం అవుతుంది.....

డా. సల్లాది రాఘవరావు

**L.A.W సూత్రం :**

కమ్యూనికేషన్ లో ఈ సూత్రం పాటిస్తే నేర్పరితనం పెరుగుతుంది. ఎల్ అంటే “లుక్స్” ఎ అంటే “యాక్షన్”, డబ్ల్యు అంటే “వర్డ్” మాటలు.

**లుక్స్**

ఇతరులకు మీరు నచ్చాలి అంటే వారి దృష్టికి మీరు నచ్చాలి. వారి “లుక్స్”కి మీరు భాగా కనిపించాలి. అంతేకాకుండా మీ లుక్స్ కు పదునుపెట్టాలి. చూపులు పరిశీలనాత్మకంగా వుండాలి. ఐకాంటాక్ట్ వుండాలి మీరు ఇతరులకు నచ్చాలంటే మీ డ్రెస్, మీ నీట్ నెస్, మీ యాక్టివ్ నెస్ మొదలైనవి అవసరమని ఇంతకుముందే వివరించబడింది. డ్రెస్ కోడ్ ప్రాముఖ్యత కూడా తెలుసుకున్నారు.

ఎదుటి వారితో సంభాషించేటప్పుడు మీ కళ్ళు ఎటుచూస్తుంటాయో గుర్తించండి. సంభాషణలో ఎదుటివారి కళ్ళవైపు ముఖంవైపుచూడాలి. అలాగని కళ్ళల్లో కళ్ళు బెట్టి చూడడం జరగనిపని.

ఎదుటివారి కుడి లేదా ఎడమకన్నువైపు మన చూపులను మార్చవచ్చు మన చూపులు సాధారణంగా ముఖం చుట్టూ తిరుగుతుంటాయి. అలా తిరిగి ఏదో ఒక ప్రదేశంలో నిలకడగా వుండవచ్చు. అది ఎబ్బెట్టుగా అనిపించవచ్చు. ఎదుటివాని రెండు కళ్ళ మధ్య నుదుటి భాగాన చూడడం అలవాటు చేసుకుంటే మంచిది. ఐకాన్టాక్ట్ వున్నట్లుగా వుంటుంది. సూటిగా కళ్ళల్లో కళ్ళు పెట్ట లేదు కాబట్టి సౌకర్యంగా వుంటుంది. నుదురు కళ్ళముక్కు ప్రాంతాలు కాకుండా మాట్లాడేటప్పుడు మీ చూపులు ఎలా పయనిస్తున్నాయో గమనించి వాటిని మార్చి నిలకడగా నుదుటి భాగంపై కేంద్రీకరించడాన్ని అలవాటుగా మార్చాలి.

మిత్రులతో సంభాషించేటప్పుడు, ప్రత్యేకించి కుతూహలంగా హుషారుగా మాట్లాడేటప్పుడు సాధారణంగా మనం అతని వంక 5 లేదా 10 సెకండ్లు చూస్తూ మాట్లాడిన తర్వాతనే మన చూపులను మరోవైపుకు మరల్చి మాట్లాడతాం అదే సరైన విధానం. ఇతరులతో మాట్లాడేటప్పుడు కంటి సంబంధాన్ని 5 నుంచి 15 సెకండ్లు వుండేలా ప్రాక్టీసు చేయాలి. ఒక గ్రూపు సభ్యులతో మాట్లాడేటప్పుడు ఒక్కక్కరితో 4 నుండి 5 సెకండ్ల సంబంధాన్ని కొనసాగిస్తే చాలు.

**యాక్షన్స్**

“యాక్షన్స్ స్పీక్ లవుడర్ దేన్ వర్డ్స్”. మాటల కంటే మనం చేసే యాక్షన్స్ పెద్దగా మాట్లాడుతాయంటారు. మన కదలికలు మేనరిజమ్స్ ఎదుటివారిపై ఎక్కువ ప్రభావాన్ని చూపుతాయి. అవి వారి మనసులో మనపై ఒక అభిప్రాయం ఏర్పడటానికి దోహదపడతాయి.

రైల్వే విచారణ కేంద్రంలోగాని, ఆర్.టి.సి. సమాచార కేంద్రంలోగాని పైన బోర్డు 'మే ఐ హెల్ప్ యూ' అని మర్యాదగా వ్రాసి వుంటుంది. అక్కడ కూర్చోని సమాచారాన్ని తెలియజేసేవారి యాక్షన్స్ మాత్రం అందుకు భిన్నంగా వుంటాయి. చికాకుగా ముఖం పెడతారు. కసురుకున్నట్లు మాట్లాడుతారు. అదే చిరునవ్వుతో మర్యాదగా చెబితే ఎలా వుంటుందో ఊహించండి.

- రీవీగా నిలబడటం
- నిటారుగా కూర్చోవడం
- రెండు కాళ్ళమీద బరువు ఆనేలా నిలబడడం
- చిరునవ్వులు చిందించడం
- చలాకీగా వుండడం
- శక్తి వంతంగా వుండడం
- ఇనమ్మీ ఎదుట వారిని ఆకర్షిస్తాయి. అభిప్రాయాన్ని కలిగిస్తాయి. గౌరవాన్ని పెంచుతాయి.

### అభినయం

కమ్యూనికేషన్ లో అభినయం ముఖకవళికలు ముఖ్య పాత్ర వహిస్తాయి. వీటిని పెంపొందించుకోవాలి మీరు మాట్లాడేటప్పుడు ఇతరులకు మీరెలా కనిపిస్తారో తెలుసుకోవాలి ఇది మీ మిత్రులనడిగి తెలుసుకోవచ్చు. అనహజంగా, ఎబ్బెట్టుగా కనిపించే కదలికలను గుర్తించి వాటి స్థానాన సహజంగా వుండే కదలికలను నేర్చుకుని ప్రాక్టీసు చేసి అలవాటుగా మార్చుకోవాలి. వీలునుబట్టి మీరు మాట్లాడే సన్నివేశాన్ని వీడియో తీయించి చూసుకుని సరిదిద్దుకోవచ్చు.

### విషయాన్ని సూచించే కదలికలు

ప్రతి ఒక్కరికి కొన్ని కదలికలు అలవాట్లుగా మారి వుంటాయి. మన భయాన్ని టెన్షన్ అధిగమించేందుకు మనకు తెలియకుండానే కొన్ని కదలికలు యాక్షన్స్ ఏర్పడి వుంటాయి. రెండు చేతులు వెనక్కి పెట్టుకుని గట్టిగా నడవడం, తలగోక్కోవటం మొదలైనవి ఈ కోవకు చెందినవే. అలాంటివాటిని గుర్తించి వదిలివేయాలి. వాటి స్థానంలో ఆమోదయోగ్యమైన కదలికలను అలవాటు చేసుకోవాలి?

కదలికలను ముఖభావాలను ఎక్కువస్థాయిలో చేస్తే బాగా వుండడమోనన్న భావన వుండవచ్చు. సినిమాలలో, డ్రామాలలో నటీనటులు చేసినట్లుగా ఆయా కదలికలను అభినయాలాన్ని వారిలాగా మనం చేస్తే అనహజంగా వుంటుందనుకోవడం అపోహ. ఎదుటవారిని అవి పరోక్షంగా ఆకట్టుకుంటాయి.

**నవ్వు**

నవ్వు ముఖం లేనిదే బేరసారాలు సాగించవద్దని, నవ్వుడం చేత కాకపోతే షాపు తెరవద్దని చైనాలో సామెతలున్నాయి. చిరునవ్వులుచిందిస్తూ మాట్లాడేవారు మంచి కమ్యూనికేటర్ గా పేరుతెచ్చుకుంటారు. చిరునవ్వులు చిందించడం ప్రాక్టీసుచేసి అలవాటుగా మార్చుకోండి

**W (వర్క్)**

కరెక్టు పదాలను ఉపయోగించడం వలన వినేవారికి మీమీద గౌరవాభిమానాలు కలుగుతాయి. సందర్భానుసారంగా పదజాలాన్ని వినియోగించగలనైపుణ్యం వున్నవారు మంచి సేల్స్ పర్ఫార్మింగ్ గా నిలుస్తారు మాటలతో పాటు వాడే ఊతపదాలు వినేవారికి నవ్వును తెప్పిస్తాయి ఓ.కె. యూనో, కాబట్టి, ఉమమ్.... ఇలాంటి పదాలు విరివిగా వాడుతుంటారు కొందరు. వినేవారి అటెన్షన్ వీటిని లెక్కించడంలో వుంటుంది. మీరు చెప్పేది ఆలకించరు.

మాట్లాడేకొలది మాటల పొందిక వస్తుంది. న్యూస్ పేపర్ లో వున్నకాలలో వాడే మాటలను ఉపయోగించడం ప్రారంభించండి.

కస్టమర్స్ అడిగిన వివరణకు మీ దగ్గర సమాధానం లేకుంటే ' కనుక్కోని చెబుతాను' అనడం కంటే 'చెక్ చేసి మీకు ఫోన్ చేస్తాను లేదా చెబుతాను' అనడం మంచిది.

మధ్య మధ్యలో 3-4 సెకండ్లు మాటల మధ్య వ్యవధి ఇస్తూ ఆపడం మంచిది.

ప్రతిరోజు ఒక క్రొత్త పదాన్ని నేర్చుకోవచ్చు.

మీ గొంతు స్థాయి కమ్యూనికేషన్ లో 38 శాతం పాత్ర పోషిస్తుంది. గొంతు పరోక్షంగా శక్తిని వెలువరుస్తుంది. మీ కుతూహలం, సంతోషం, గొంతుద్వారానే ఇతరులకు చేరుతాయి. ప్రత్యేకించి టెలిఫోన్ లో సంభాషించేటప్పుడు మీ గొంతు స్థాయి ఇతరులపై 84 శాతం ప్రభావం చూపిస్తుంది. ఇలా మాట్లాడి చూడండి.

**అదే మన తక్షణ కర్తవ్యం**

ఈ వ్యాక్యాన్ని నాలుగుసార్లు చదవండి. చదివే ప్రతిసారి నాలుగు మాటల్లో ఒక్కో మాటను ఒక్కోసారి నొక్కి పెద్దగా పలుకుతూ మిగిలిన మాటలను మామూలుగా పలుకుతూ చదవండి. అర్థం ప్రాముఖ్యత మారడాన్ని గమనించండి.

కొన్ని ప్రముఖ కంపెనీలకు ఫోన్ చేసి ఫోన్ లో వారు మాట్లాడే పద్ధతిని వినండి. టేపురికార్డర్ లో మీ గొంతు రికార్డు చేసుకొని వినండి. అలా అభివృద్ధి కోసం ప్రాక్టీసు చేయండి.

**Kiss ఫార్ములా**

తక్కువ మాట్లాడాలి ఎక్కువ వినాలి. తక్కువ సమయంలోనే చెప్పాల్సింది క్లుప్తంగా చెప్పాలి. పూర్తి వివరణ సమాచారం ఇవ్వగలగాలి. అదే నేర్పరితనం ఈ విషయాన్నే Kiss ఫార్ములా అంటారు.

**K అంటే “కీప్” | అంటే “ఇట్” S అంటే “షార్ట్”, మరొక “S” “సింపుల్”, “కీప్ ఇట్ షార్ట్ & సింపుల్” మనం మాట్లాడాలి అని ఎలా కోరుకుంటామో వారికి అవకాశం ఇచ్చి మాట్లాడనివ్వడం వారు మాట్లాడేటప్పుడు శ్రద్ధగా వినడం క్రానుగోలుదారునికి తృప్తినిస్తుంది.**

వినడం కేవలం చెవులపనేకాదు. కళ్ళతో వినాలి. కళ్ళతో వినడం అంటే వినేటప్పుడు మాట్లాడేవారిపై కళ్ళు ఫోకస్ చేసి వినాలి. దాని ద్వారా వారి శారీరకభాష భోదపడుతుంది. చెప్పేది పూర్తిగా అర్థం అవుతుంది. అలాగే వారి మాటలను మనం గౌరవంతో వినాలి. శ్రద్ధతో వినాలి. నమ్మకంతో వినాలి. అలా వింటున్నట్లు వారికి భావన వచ్చేలా మన ప్రవర్తన వుండాలి..

**సరిగ్గా నడవడం నేర్చుకోవాలి.**

కొంతమంది నడుస్తుంటే చూడముచ్చటగా వుంటుంది. మరికొందరు కాళ్ళు ఈడుస్తూ నీరసంగా నడుస్తారు. కస్టమర్ దగ్గరకు వెళ్ళడం కూడా బాడీలాంగ్వేజ్. కాబట్టి సరిగ్గా నడవడం నేర్చుకోవాలి. ఇది చాలా సులువు.

కాలి మడెములు, పిరుదులు, వీపు, తలవెనుక భాగం గోడకు ఆని వుండేలా నిలబడండి. అలా నిలబడి ముందుకు 4-5 అడుగులు వేయండి. ఇలా రోజుకు 10 సార్లు ప్రాక్టీస్ చేయండి. మీ నడకే మారుతుంది.

**మాట్లాడేటప్పుడు లిలాక్స్ డేగా వుండటానికి**

శక్తిని విడుదల చేసేలా మాట్లాడే గొంతును అభివృద్ధి చేసుకోవడానికి కొన్ని ట్రీఫింగ్ వ్యాయామాలు చేయడం మంచిది.

- 1) - ఛాతి క్రింద భాగాన ప్రకృటముకలపై మీ చేతుల నుంచి నిలబడండి.
- ముక్కుతో లోతుగా గాలి పీల్చండి. భుజాలు కదల్చకూడదు. అలా పీల్చడం ద్వారా ప్రకృటముకలు వ్యాకోచం చెందుతాయి. ఉదరవిధానం వ్యాకోచించడం క్రిందకి నెట్టి వేయడం జరుగుతుంది. నోటిని కొద్దిగా తెరచి గాలిని వదిలివేయుట ప్రకృటముకలపై వున్న చేతులు ఆ ఎముకలు సంకోచించడాన్ని ఫీల్ అవుతాయి. ఉదరవిభాగం ఉబ్బెత్తుగా అవుతుంది.
- అసలు గాలి తీసుకునే విధానం ఇది. పొట్టతో గాలి పీల్చుకోవడం అంటారు.

2) ఉచ్చారణ అభివృద్ధి కోసం :

పైన చెప్పిన విధంగా గాలిపీల్చి వదులుతూ 'ఆ' అనే శబ్దం చేయండి. క్రింద దవడని లూజ్గా వుంచి నోరు తెరచి 'ఆ' అంటూ గట్టిగా లయబద్ధంగా వచ్చేదాకా అనండి.

3) తల మెడ కండరాల రిలాక్సేషన్ కోసం :

నోటిని కొద్దిగా తెరచి క్రింద దవడని రిలాక్స్డ్గా వుంచండి. నెమ్మదిగా తలను ముందుకు ఛాతికి గడ్డం తగిలేలా వాల్చండి. మామూలు పొజిషన్కి తీసుకువచ్చి కుడి భుజాన్ని తాకేలా వుంచండి. తిరిగి మామూలు పొజిషన్కి వచ్చి వెనక్కి వాల్చి మామూలు పొజిషన్కి తీసుకురండి. నెమ్మదిగా కుడివైపుకి ఎడంవైపుకు తలను రెండేసిసార్లు ఆడించండి. సాధారణంగా మెడ భుజభాగాలలో టెన్షన్ వుంటుంది. ఈ వ్యాయామం చేయడం వలన ఆ టెన్షన్ తొలగిపోతుంది. ఈ వ్యాయామం చేసేటప్పుడు గాలిని బిగపట్టకూడదు.

4. భుజాల రిలాక్సేషన్ కోసం :

నిటారుగా చేతులు ప్రక్కన వుంచి నిలబడండి. రెండు పిడికిళ్ళు బిగించండి. భుజాలను చెవులకు తాకించేలా ఎత్తండి. భుజాలను దించుతూ, పిడికిళ్ళు సడలిస్తూ నిట్టూర్చువిడిచేలా గాలి వదలండి. ఈ వ్యాయామం భుజాలలో వుండే టెన్షన్ తగ్గిస్తుంది. టోన్ అభివృద్ధికి తోడ్పడుతుంది.

5. భుజాల రిలాక్సేషన్ కోసం !

రెండు భుజాలను ఒకేసారి వెనక్కి కనీసం 6 నుంచి 10 సార్లు రోల్ చేయండి. అలా చేస్తున్నప్పుడు ఛాతి పెరగడాన్ని గమనించండి. అలాగే భుజాలను 6-10 సార్లు ముందు రోల్ చేయండి.

6. ముఖం రిలాక్స్డ్గా వుండటానికి

ముఖాన్ని బాగా చిన్న బుచ్చుకున్నట్లు చేయండి. కళ్ళను గట్టిగా మూసుకోండి. పెదాలని బిగపట్టి వుంచండి. ముఖం కండరాలనీ వీలైనంత టైట్గా వుంచండి. ముఖాని విప్పాల్సింది. నవ్వు ముఖం పెట్టండి.

## Business & Marketing Minds

తిరిగి ముఖాన్ని టైట్ గా పెట్టి ముఖ కండరాలని ఎడం వైపుకీ కుడివైపుకీ రెండు మూడు సార్లు బిగించి కదిలించి ముఖాన్ని విప్పార్చి నవ్వు ముఖం పెట్టండి.

### 7. పెదాల రిలాక్సేషన్ కోసం :

గట్టిగా గాలి పీల్చి పెదాలను భిగించండి.

అలా బిగించిన పెదాల ద్వారా గాలిని 'బర్' మని శబ్దం చేస్తూ వదలండి.

ఇలా 4-5 దఫాలు చేయడం వలన పెదాలు శక్తివంతమవుతాయి.

### 8. గొంతుస్థాయి కోసం :

దవడను వదులుగా వుంచండి.

పొట్టను ఉబికిస్తూ ముక్కు ద్వారా లోతుగా గాలి పీల్చండి.

గాలిని వదిలేటప్పుడు

కింగ్ కాంగ్, డింగ్ డాంగ్, బింగ్ బాంగ్

అని చెబుతూ ప్రతిసారి రెండో పదం పలికేటప్పుడు గొంతు స్థాయిని తగ్గిస్తూ చెప్పండి. స్వర తంత్రుల పై ఒత్తిడి లేకుండా స్థాయిని తగ్గిస్తూ ప్రాక్టీస్ చేయండి.

అలాగే గాలిని వదిలేటప్పుడు నోరు తెరిచి ఓం అని పెద్దగా మొదలుపెట్టి గొంతు స్థాయిని తగ్గిస్తూ తగ్గిస్తూ పూర్తిగా తగ్గించేదాకా చేయవచ్చు.

### 9. శబ్దం, సృష్టత కోసం

ఒక వాక్యాన్ని పలకండి, పొట్టతో గాలి పీల్చండి

గాలి వదులుతూ ఆ వాక్యాన్ని బాగా వెనక కూర్చున్న ప్రేక్షకులకు వినిపించేలా చెప్పండి.

వదిలేగాలి మీ మాటలకు సపోర్ట్ గా వుండేలా చూడండి. గాలితో

పోటీపడి మాటలు రానివ్వకుండా గాలి వదలడాన్ని ఒక సపోర్ట్ గా మాత్రమే తీసుకోవాలి.

### హెచ్చు తగ్గుల కోసం :

ఒకే వాక్యాన్ని గొంతస్థాయిలో మార్పులు తెస్తూ పలికి చూడండి. పాటలు పాడడం పద్యాలు పాడడం కూనిరాగాలు తీయడం వలన కూడా గొంతు సాంద్రతలో మార్పులు తీసుకువస్తూ మాట్లాడటానికి ఉపయోగ పడతాయి.

పదాల మధ్య వ్యవధికోసం :

మాట్లాడుతూ పదాల సముదాయం తరువాత కొన్ని సెకండ్ల వ్యవధినిస్తూ మాట్లాడడం అలవాటు చేసుకోండి. అలా మాట్లాడుతూ రికార్డ్ చేసుకుని వినండి. వ్యవధి అక్కడ అవసరమా లేదా అవసరం అయితే అంతసేపు సరిపోతుండా ఎక్కువవుతుండా మొదలైన అంశాలను పరిశీలించి సరిచూసుకోండి.

### మాట్లాడే మాటలు

- మధురంగా వుండాలి.
- అక్షరం స్పష్టంగా వినిపించాలి.
- పదాలు విస్పష్టంగా ఆగాలి.
- ఒక దాని వెంటనే ఒకటి దూసుకురావాలి.
- గంభీరత్వం వుండాలి.
- అయాన్వితంగాసాగాలి.
- అంతేకాని
- సంగీతంలా వుండరాదు.
- సాగతీతలు పనికిరావు.
- తల విసుర్లుండరాదు.
- అర్థం మారిపోయేలా వుండరాదు.
- కీచుకంతం పనికిరాదు.

ఎప్పుడు ఎక్కడ ఎవరితో ఏ విధంగా ఎంత మాట్లాడాలో తెలిసిన నేర్పరే సేల్స్లో విజయం సాధిస్తాడు.





## బాకంటూ ఒక లక్షం వుంటాలి

.....“బ్రతకలేక బడిపంతులు” అనే సామెత లాగానే ఏ ఉపాధి లేకపోతే సేల్స్ మెన్ అవతారం ఎత్తడంలా భావించడం వలన ఎక్కువ మంది సేల్స్ మెన్ ఒక లక్షం లేకుండా పనిచేస్తూవుంటారు. అంతర్గత అసంతృప్తితో వ్యాపార జీవనం కొనసాగిస్తూ వుంటారు. విద్యార్థులను చక్కటి భావిభారతపారులుగా తీర్చిదిద్ది గురుతర బాధ్యతలు గల అధ్యాపకవృత్తి ఎంత పవిత్రమైనదో, కొనేవారికి సరైన గైడెన్స్ ఇచ్చి మంచి సర్వీస్ ఇవ్వడం కూడా ఆత్మగౌరవాన్ని పెంచుతుంది. “చేసేవనిని ప్రేమిస్తేనే అనలైన విజయమన్న నగ్న సత్యాన్ని గుర్తించాలి. విధిలేక ఈ వృత్తిలోకి వచ్చినా దీనినే ప్రేమించడం, అభిమానించడం నేర్చుకోవాలి.....

**గోల్ సెటింగ్**

స్పష్టమైన గోల్స్, ఏర్పరచుకోవడంలోనే అసలైన విజయం దాగివుంది. గోల్ లేకుంటే అంతా అగమ్య గోచరంగా వుంటుంది. ఏమీ సాధించాలో ఏ స్థానంలో వుండాలో ఎప్పటికీ ఆపోజిషన్ లో వుండాలో ముందుగా అనుకొని నిర్ణయించుకోవడమే గోల్ సెటింగ్. మీరున్న ప్రస్తుతపు స్థితి నుంచి భవిష్యత్ లో మీరు కోరుకున్న స్థితికి తీసుకువెళ్తూ ఆ గమ్యంలో వెళ్ళే మీ ప్రయాణాన్ని సౌకర్యంగా వుండేలా ఈ గోల్ సెటింగ్ సహకరిస్తుంది. గోల్స్ ను మేనేజ్ చేసుకోగలిగితే సమయపాలన సక్రమంగా వుంటుంది. టైమ్ తన వేగంతో తాను పయనిస్తూ అందరికీ సమాన అవకాశాలను ఇస్తూ వుంటుంది. గోల్స్ ఏర్పరచుకుని వాటిని సాధించే దిశలో కృషి చేసే వ్యక్తికే టైమ్ కలిసి వస్తుంది. అలా గోల్స్ లేని వ్యక్తులు “టైమ్” కలిసి రాలేదని వాపోతూ కలిసి వస్తుండనుకునే టైమ్ కోసం ఎదురుచూస్తూ కాలయాపన చేస్తూ అపజయం పాలవుతారు.

**గోల్స్ ను వ్రాసుకోవాలి**

గోల్స్ సెట్ చేసుకోవడం శాస్త్రీయ పద్ధతిలో జరగాలి. గోల్ సెటింగ్ విధానాన్ని పేపర్ పై వ్రాసుకోవడం అవసరం వ్రాయడం అనేది సైకో న్యూరో మ్యూజికల్ ట్రానిన్సిషన్ మనస్సు ఆలోచించి నిర్ణయించుకున్నదాన్ని మెదడులోని నూరాన్స్ ఆజ్ఞల ద్వారా చేతి కండరాలు కదిలి వ్రాయడమనే పని పూర్తవుతుంది. మెదడులో శరీరంలో ఇంతటి చర్యలు జరుగుతాయి. కాబట్టి గోల్స్ ను పేపర్ పై వ్రాస్తూ ఏర్పరచుకోవాలి. మీరు ఏమీ సాధించాలనుకుంటున్నారో ఆలోచించండి. అవి వెను వెంటనే సాధించేవి కావచ్చు. కొద్ది వారాలలో, నెలలలో సంవత్సరాలలో సాధించేవి కావచ్చు, లేదా దీర్ఘకాలంలో సాధించేవి కావచ్చు. ఏమీ సాధించాలని మీరు ప్రయత్నిస్తున్నారో వ్రాసుకోండి. ప్రతి దానికి సాధించాల్సిన సమయాన్ని సంవత్సరాన్ని లేదా కాలాన్ని గుర్తుకి వ్రాసుకోండి ఒక్కొక్కదాన్ని గురించి పాజిటివ్ గా ఆలోచిస్తూ వ్రాసిన గోల్ వాక్యంలో నెగెటివ్ లేకుండా చూసుకోండి.

**(SMART) స్మార్ట్ ఫార్ములా ఉపయోగించండి :**

మీ ప్రతి గోల్ ని స్మార్ట్ ఫార్ములాతో చెక్ చేయండి.

- S - అంటే గోల్స్ “స్పెసిఫిక్” గా వున్నాయా?
- M - అంటే మెజర్బుల్ గా వున్నాయా?
- A - అంటే “అచీవబుల్” గా వున్నాయా? - సాధించగలిగేవేనా?
- R - అంటే రికార్డిడ్ & రియూబిల్లిక్. వాస్తవానికి దగ్గరగా వున్నాయా.
- T - టైమ్ లోండ్ - ఏనాటికీ సాధించాలో స్పష్టంగా పేపరుపై వ్రాసుకోవటం వుందా?

**గోల్స్ ని చిన్న చిన్న అంశాలుగా చేసుకోండి**

ఒక్కసారిగా ఒక కర్రలకట్టను విరిచి వేయాలంటే కష్టమే. అదే ఒక్కొక్క కర్రను విడివిడిగా తీసి సులువుగా విరిచివేయవచ్చు. అలాగే గోల్ సాధన కార్యక్రమాన్ని ఏడు లోపు సంఖ్యలో చిన్న చిన్న అంశాలుగా విభజించి సునాయాసంగా ఒక్కోదానిపై విజయం సాధించి అంచెలంచెలుగా మీ లక్ష్యాన్ని చేరుకోవచ్చు.

**ఇలా ప్రశ్నించుకోండి**

మీరు వ్రాసుకున్న గోల్స్ ను చూస్తూ వీటిని సాధించాలంటే నాలో ఏమీ మార్పులు జరగాలి. ఈరోజు నేనున్న స్థితితోనే వాటిని సాధించలేకపోవడానికి నాలో వున్న అవరోధాలు ఏమిటి? ఏమి మార్పులు నాలో సంభవించాలి? నేను ఎలా తయారైతే నా లక్ష్యాన్ని సాధించగలను?

ఇలా ఆలోచిస్తూ మీ ఊహాశక్తి ద్వారా భవిష్యత్ లో మీరు మీ గోల్ సాధించినట్లుగా చూడండి. ఆ స్థానానికి చేరుకోవడానికి మీరు అధిరోహించాల్సిన అనేక మెట్లను పరిశీలించి గుర్తుంచుకుని మీరు అనుకున్నది సాధించి విజయం పొందినట్లుగా భావిస్తూ ఆనందిస్తూ వెనకకు తిరిగి మీరు పడ్డ శ్రమను గమనించండి. ఎలా అభివృద్ధి చెందారో గమనించి ప్రతి అంశాన్ని గుర్తించుకోండి. ప్రయత్నించండి మీ ఊహా శక్తి చాలా గొప్పది. మీ అంతర్ మనసు అంతకన్నా గొప్పది. దానికి అన్నీ తెలుసు విజయం సాధించాలంటే ఎలా కృషి చేయాలో తెలుసు. అలా చేయాల్సిన కృషినే మీరు చిన్న చిన్న అంశాలుగా విభజించి ఒక ప్రణాళికను రఫ్ గా తయారుచేసుకోండి.

నా గోల్

ఈ సంవత్సరాంతానికి 100 పాలసీలు అమ్మాలి.

గోల్ సాధించినట్లు చెప్పే సాక్ష్యాదారాలు ఏమిటి:

మా ఆఫీసర్స్ నన్ను పొగుడుతారు పాలసీదార్లు చిరునవ్వుతో నాకు సమ్మతిని తెలియజేస్తారు. కొంతమంది ఫోన్ ద్వారా సంతోషంతో అంగీకారాన్ని తెలియజేస్తుంటారు.

నాలో వున్న శక్తియుక్తులు :

నాలో కలుపుగోలుతనం వుంది, సంభాషణ చాతుర్యం వుంది, నాపై ఆఫీసర్ల అండ వుంది, సపోర్ట్ వుంది. ఎప్పుడు? ఎక్కడ? ఎవరితో కలిసి? : నాపై అధికారితో కలిసి కస్టమర్ ఇంటి దగ్గర పాలసీల గురించి చర్చించడం జరుగుతుంది. దీనిని షేనువెంటనే అవలంబిస్తాను. కొనసాగిస్తాను?

## దీనివల్ల వచ్చే లాభాలు

నేను నెంబర్ వన్ సేల్స్ మెన్ ను లేదా ఏజెంటు అవుతాను. నాకు గౌరవ ప్రతిష్టలు పెరుగుతాయి, గుర్తింపు వస్తుంది. ఆదాయం పెరుగుతుంది. ప్రమోషన్ వస్తుంది.

## నేనేమి త్యాగం చేయాలి

నా గోల్ సాధించాలంటే నేను కొన్ని పనులకు స్వస్థి చెప్పాలి. శుభకార్యాలకు, ఇతర అవ్వనాలకు వెళ్ళడం తగ్గుతుంది. కుటుంబంతో గడిపే సమయాన్ని కొంత కోల్పోవాల్సి వుంటుంది? నా కుటుంబసభ్యులతో నా గోల్ గురించి దానిని సాధించడంలో వచ్చే సాదకబాధకాల గురించి చర్చించి వాళ్ళ ఆమోదాన్ని తీసుకోవాలి.

## నా గోల్ వాస్తవానికి దగ్గరేనా

నా గోల్ సాధన సంభవమే. ఎందుకంటే నాకు ఎదుటివారిని నొప్పించక ఒప్పించే నేర్పరితనం వుందని అందరు అంటారు. ఇతర ఏజెంట్స్ కంటే/ సేల్స్ మెన్ కంటే మంచి సర్వీస్ ఇవ్వగలను. గతంలో నేను పొందిన వ్యాపార అపజయాలు నాలోటుపాట్లవల్ల వచ్చిన వి వాటిని సరిచేసుకున్నాను. నా లోపాలు సరిదిద్దుకున్నాను, కొత్త నైపుణ్యాన్ని నేర్చుకున్నాను అనేక పుస్తకాలు చదివాను, ఇంకా చదువుతాను,

## చిన్న చిన్న అంశాలుగా విభజన

1. కుటుంబ సభ్యులతో చర్చ గోల్స్ సాధనలో వారి సహకారం కోరడం, పరస్పర అవగాహన.
2. పై అధికారులతో చర్చించడం - వారి సలహాలను సంప్రదింపులను, సహాయాన్ని కోరడం.
3. మీలో వున్న శక్తి యుక్తులను బేరీజు వేసుకోవడం, నెగెటివ్ అంశాలను, అలవాట్లను మార్చుకోవడం, కొత్త నైపుణ్యాన్ని పెంచుకోవడం.
4. పరిచయం పెంచుకోవడం, కస్టమర్ ఎంపిక చేసుకోవడం, వారిని కలవడం రాఫోర్ట్ పెంచుకోవడం.
5. గతంలో ఎక్కువ సేల్స్ చేసిన వారి అనుభవాలను అడిగి తెలుసుకోవడం.
6. ఇతరుల మనోభావాలను పసిగట్టడం వారి అభిరుచికి అనుగుణంగా మాట్లాడుతూ మీ ప్రొడక్టు గురించి స్పష్టంగా అర్థమయే రీతిలో వివరించడం.

దైనందిన జీవితంలో ఎదురయే కొన్ని అనుకోని పనులు, సంఘటనలు కొంత నిరుత్సాహాన్ని కలిగించవచ్చు. వాటిని ఫెయిల్యూర్ గా స్వీకరించకుండా ఫీడ్ బ్యాక్ గా తీసుకుని గోల్ సాధన దిశలో కృషి చేయాలి.

**ప్రాధాన్యతలు**

ప్రతి రోజూ అనేక పనులు చేస్తుంటారు. కొన్ని అత్యవసరంగా చెయ్యాలి నవి మరికొన్ని అంతగా తొందర లేనివి.

అర్జంట్ గా చేయాల్సినవి మీ గోల్ కీ వ్యాపారానికి సంబంధించినవి. అవిగాక మిగిలినవన్నీ అర్జంట్ లేనివి.

ఈ రెండింటిలోను కొన్ని ముఖ్యమైనవి వుంటాయి. మరి కొన్ని ముఖ్యం కానివి వుంటాయి. ముఖ్యమైన, తిరిగి మీ గోల్ సాధనకు సంబంధించినవవి.

	అర్జంట్	నాట్ అర్జంట్
ముఖ్యమైనవి		
అర్జంట్లు		
అంత ముఖ్యం కానివి		

**1. అర్జంట్లు మరియు ముఖ్యమైన పనులు**

వ్యాపారరీత్యా చేయాల్సిన పనులన్నీ ఈ కేటగిరి క్రిందకు వస్తాయి. ఎక్కువ మంది మొత్తం సమయాన్ని వీటికే కేటాయిస్తూ వుంటారు. ఆదుర్దా టెన్షన్ కు పనులు గురిచేయడానికి అవకాశమున్నదైన సమయమంతా వాటిని గురిచే ఆలోచిస్తూ మిగిలిన పనులను వాయిదా వేస్తుంటారు. ముఖ్యంగా అంత అర్జంట్లుకాని ముఖ్యమైన పనులను నిరవధికంగా వాయిదా వేస్తారు. కొన్నాళ్ళు వాయిదా పడ్డ ఈరకం పనులన్నీ ఏదో ఒకనాడు అర్జంట్లై కూర్చుంటాయి. యుద్ధ ప్రాతిపదిక మీద ఈ పనులు చేయాల్సి రావడం దాని వలన మానసిక టెన్షన్ గురి అవడం జరుగుతాయి. అర్జంట్లు మరియు ముఖ్యమైన పనులు ఎక్కువ అయ్యే కొద్దీ ఒక్కదానికి ప్రణాళిక వేసుకుని చేసే అవకాశమే వుండదు. సరైన ప్లానింగ్ లేకుంటే హడావిడిగా అదుర్దాగా చేయడం వలన ఫలితాలు సరిగావుండవు. పని చేస్తున్నా ఫలితాలు రాకపోవడం నిరుత్సాహాన్ని కలిగిస్తుంది. పనులను క్రమబద్ధీకరించుకోవడంచేత కాక వీలుకాక గోల్స్ ను సాధించలేరు.

**2. ముఖ్యమైనవి మరియు అంత అర్జంట్లుకానివి :**

ఒక వ్యక్తి అభివృద్ధికి తోడ్పడి వెనువెంటనే ఫలితాలిచ్చేవేళ పనులు. అంత అర్జంట్లు కాలేదు కాబట్టి నిరాదరణకు గురౌతుంటాయి. తక్కువ శ్రమతో ఎక్కువ లబ్ధిని పొందగలిగే ఈ పనులకు విజేతలు మాత్రమే ప్రాముఖ్యతనిస్తుంటారు. వీటిని చేయడం వలనే గోల్ సాధన విజేతలకు అతిసులువవుతుందనేది నగ్గు సత్యం.

డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు

గోల్డ్ ఏర్పరచుకోవడం, సంబంధ బాంధవ్యాన్ని మెరుగుపరుచుకోవడం, క్లయింట్స్ తో సత్సంబంధాలు మొదలైనవి, నైపుణ్యాన్ని పెంచుకొనే కార్యక్రమం, ఈ కేటగిరి క్రిందకువస్తాయి.

### **3. అర్డెంట్ కాని అంత ముఖ్యమైనవి కానివి**

సమయాన్ని వృధాచేసే నిరుపయోగమైన పనులన్నీ దీని క్రిందకు వస్తాయి. మీ పనిని చేసుకోనివ్వకుండా ఇతరుల కోసం మీ సమయాన్ని వెచ్చించాల్సిన పనులు ఇవి. ఉదాహరణకు ఫోన్ మ్రోగితే అర్డెంటుగా ఆన్సర్ చేయాల్సింది. చేయకపోతే అవతల వ్యక్తి మి కస్టమర్ అయితే బిజినెస్ కోల్పోతారు లేదా ఏదైనా అత్యవసర పరిస్థితిని తెలియజేస్తే ఫోన్ కాల్ కావచ్చు. అలా అనుకోని ఫోన్ ఆన్సర్ చేస్తే ఏదో పిచ్చాపాటి మాట్లాడే మిత్రుడు 15 నిమిషాలు మాట్లాడవచ్చు. అందుకనే వీలైనంత వరకు ఫోన్స్ ను మరొకరు ఆన్సర్ చేసేలా ఏర్పాటు చేసుకోవడం మంచిది. లేదా ఆన్సరింగ్ మెషిన్ అమర్చుకొని అవసరమైన వారితోనే మాట్లాడవచ్చు.

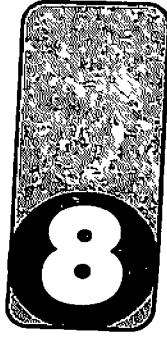
### **4. అంతముఖ్యము మరియు అంత అర్డెంటుకానివి**

రిలాక్సేషన్ అంటూ బార్లకు వెళ్ళడం, క్లబ్ మీటింగ్స్ కు వెళ్ళడం, ప్రయాణం చేసే సమయం మొదలైనవి ఈ రకం క్రిందకు వస్తాయి. వారి సమయాన్నంతా అర్డెంట్, ఇంపార్టెంట్ పనులతో సతమతమయ్యేవారు ఆ టెన్షన్ తగ్గడానికి పై పనులకు ప్రాముఖ్యత ఇస్తూ సమయాన్ని వృధా చేస్తారు. ఇలా వారు వారి లక్ష్యాన్ని చేరుకోలేరు.

### **మొహమాటం వద్దు**

కొన్ని సందర్భాలలో పై అధికారులు ఇతర పనులను పురమాయిస్తూ వుంటారు. అవన్నీ నెత్తిన వేసుకుని చేయడంతో అసలు మీ పని వాయిదాపడుతుంది. అలాగని పైవారు చెప్పిన దానికి 'కాదు' 'చేయను' అనడానికి వీలు లేదు. అలాంటప్పుడు మాటలను కళాత్మకంగా వాడి మీ పనిభారాన్ని వారికి పరోక్షంగా తెలియజేయాలి.

“తప్పకుండా చేస్తానండి. ప్రస్తుతం నేను చేస్తున్న పనిని గురించి మీకు క్లుప్తంగా వివరిస్తాను” అంటూ మీరు చేపట్టిన పనిని చూపండి. ‘మీరు చెప్పిన పని చేయాలంటే ఈ పనులలో ఏదో ఒకటి వాయిదా వేయాలి. దేనిని వాయిదా వేయమంటారో మీరే చెప్పండి” అంటూ వినయంగా అడగడంతో విషయం పై వారికి అర్థం అవుతుంది.



## కస్టమర్స్ కలవసేముండు

....కస్టమర్ను కలవాడానికి వెళ్ళేముండు మనం ఏమీ చెప్పాలి? ఎలా చెప్పాలి? ఏ ప్రశ్నలు ఎదురువచ్చు, మొదలైన అంశాలను గురించి ఆలోచించి మానసికంగా రిహార్సల్స్ వేసుకుని వెళ్ళాలి.

### ఈ సేల్ దేని కోసం

డబ్బు అవసరమే. దానిపైనే దృష్టి కేంద్రీకరించి ' ఈసేల్ జరిగితే నాకు డబ్బు వస్తుంది.' అన్న ఆలోచనతో వెళ్ళడం పెద్దగా ప్రయోజనాన్ని చేకూర్చదు.

“క్రాన్లవారికి తామొక విలువైన దానిని కొన్నాం” అన్న గొప్ప ఫీలింగ్ వచ్చేలా చేయడానికి నేనొక సంధాన కర్తలా వెక్తున్నాను. ఈ ఉద్దేశ్యంతో వెళ్ళినవారు సేల్ జరగకున్నా నిరుత్సాహపడరు.

'ఇంత మంచి వ్యక్తి పరిచయం లభించింది. మనం ఆ వస్తువు కొనలేకపోయాం' అన్న భావనను ఎదుటి వారిలో కలిగించేలా ప్రవర్తించిన వారే ఈ రంగంలో నిలబడగలుగుతారు.....

## పాజిటివ్ విజువలైజేషన్

ఒక నాటకం రక్తి కట్టలంటే అనేకసార్లు రిహార్సల్స్ వేస్తారు. లేకుంటే సహజంగా నటించలేరు సేల్స్ కోసం వెళ్ళేవారు కూడా ముందుగానే మనసులో ఊహిస్తూ ముందుగానే చూడవచ్చు. ప్రశాంతమైన మనసుతో కాసేపు కళ్ళు మూసుకుని కస్టమర్స్ తో చురుకుగా చలాకీగా నవ్వుతూ వ్యవహరిస్తూ వివరిస్తున్నట్లుగానూ, దానికి వారు తృప్తి చెందినట్లుగా వున్నట్లు మనసులో చూడవచ్చు.

## పాజిటివ్ ఆటోసజిషన్

“నేనొక మంచి సేల్స్ పర్సన్”

“ కస్టమర్స్ కుంచిఫీలింగ్స్ వచ్చేలా చేయగలను”

“నేను సక్సెస్ ఫుల్ సేల్స్ పర్సన్”

ఇలా పదే పదే ఆటో సజిషన్ ఇచ్చుకోవడం వల్ల అంతర్ మనసులోని ఆత్మనూన్యతా భావాలు తుడిచివేయబడతాయి. అంతర్ మనసు శక్తివంతంగా తయారవుతుంది ఉత్సాహంగా పని చేస్తారు.

## ఆశావాదం

కొంతమంది సేల్స్ పర్సన్స్ కు ఆశావాదపు ఆవశ్యకతను విశిదపరచి అలవరచి ఆ వైఖరితో అమ్మకాలు కొనసాగించేలా చేశారు. వారి అమ్మకాలు మిగిలినవారి అమ్మకాల కంటే వారి గత అమ్మకాలకంటే 20 శాతం పెరిగాయి.

పాజిటివ్ థింకింగ్ వ్యక్తిత్వం అభివృద్ధికి తోడ్పడే తొలిమెట్టుగా భావించవచ్చు. గతంలో “పాజిటివ్ థింకింగ్” ప్రభోదించేవారు. కాలక్రమాన అది కాస్తా మార్పు చెంది “పాజిటివిటీ థింకింగ్” అవలంబించబడింది. ఆ తదుపరి మెరుగుదలే “ప్రో-యాక్ట్ థింకింగ్”

P	-	అంటే ‘ప్రిపరేషన్’
R	-	అంటే ‘రెస్ట్’
O	-	అంటే ‘ఆర్గనైజ్’
A	-	అంటే ‘టేకింగ్ యాక్షన్’
C	-	అంటే ‘క్యాలిక్యులేట్’
T	-	అంటే ‘ట్రై ఎగైన్, ట్రై డిఫరెంట్లీ’

సేల్స్ కోసం వెళ్ళే వ్యక్తి ముందుగా ఏమి చెప్పాలి. ఎలా చెప్పాలి తన వస్తువు నాణ్యత ఏమిటి? ఇతర వాటికంటే ఇదిఎలా మేలైనది మొదలైన సమాచార సేకరణతో తయారవ్వాలి. కంగారుపడకుండా మానసిక ప్రశాంతతతో డీల్ ప్రారంభించాలి ధన ఆలోచనలను క్రమబద్ధీకరించుకుంటూ వ్యవహరించాలి.

డా॥ నల్లూరి రాఘవరావు



తన వస్తువును కొనమని అభ్యర్థించాలి. ఎదుట వ్యక్తి బాడీ లాంగ్వేజ్‌ని గమనిస్తూ అతని మనసును అంచనావేయాలి. సానుకూలస్పందన లభించకపోతే మరో యాంగిలోల్ లేదా మరోసారి తిరిగి ప్రయత్నించాలి.

ప్రొయాక్ట్ ధింకింగ్ తర్వాత వచ్చినది “స్యూరోలింగ్విస్టిక్ ప్రోగ్రామింగ్”. - విజయం సాధించడానికి అనుకూలంగా అంతరీమనసులోని ప్రోగ్రామింగ్‌ని సెల్ఫ్‌కమ్యూనికేషన్ ద్వారా ఇమాజినేషన్ విజువలైజేషన్ ద్వారా మార్చుకోని తమలోని అడ్డంకులను తొలగించుకొని నూతన అలవాట్లను నేర్పరితనాన్ని పొందుపరచుకుని ఖచ్చితంగా విజయం సాధించే సులభమార్గంగా దీనిని పేర్కొనవచ్చు.

బాస్కెట్‌బాల్ ఒక స్టోయిల్ అడగల ఆటగాళ్ళను తీసుకుని మూడు గ్రూపులుగా విభజించారు. మొదట గ్రూపు వారిని 20 రోజుల పాటు హాయిగా విశ్రాంతి తీసుకోమని చెప్పారు. రెండో గ్రూపుని ప్రతి రోజు ప్రతి ఒక్కరు 20 నిమిషాలు ఆటను ప్లే గ్రౌండ్‌లో ప్రాక్టీస్ చేయమన్నారు. మూడవ గ్రూపుని ప్రతి రోజు ప్రతి ఒక్కరు 20 నిమిషాల సేపు మనసులో ఊహాద్వారా ఆట ఆడుతున్నట్లు విజయం సాధిస్తున్నట్లు చూడమని చెప్పారు. 20 రోజుల అనంతరం పరీక్షిస్తే మొదటి గ్రూపులో ఆటలో ఎలాంటి అభివృద్ధి కనిపించలేదు. రెండు మూడు గ్రూపులలో దాదాపు ఒకే రకమైన అభివృద్ధి కనిపించింది. రెండు గ్రూపుల మధ్య తేడా ఒక పర్సెంట్ మాత్రమే.

ఊహాశక్తి చిన్న పిల్లల్లో ఎక్కువగా వుంటుంది అది వాడకపోవడంతో పెరిగే కొలది నిస్తేజంగా తయారవుతుంది. తిరిగి ప్రాక్టీస్ చేస్తే పదునెక్కుతుంది

కొంత మంది పిల్లలను తీసుకుని ఒక ప్రయోగం చేశారు ఖాళీరూమ్ మధ్యలో వేస్ట్ పేపర్ బాస్కెట్ వుంచి పిల్లవానికి ఒక కాగితపు ఉండను ఇచ్చారు. ఆ పిల్లవాడు తన మనసులో తానూ పేపర్ బంతిని విసిరినట్లుగా అది సూటిగా ఆ బుట్టలో పడ్డట్లు అనేక మార్లు మనసులో చూడమని సూచించి ఆ తర్వాత దూరంగా నిలబడి ఆ బంతిని బాస్కెట్‌లో వేయమని చెప్పారు అలా ప్రయత్నించిన 10 ప్రయత్నాలలో 9 సఫలీకృతమైనాయి.

మరో పిల్లవానికి తన మనసులో తాను పేపర్ బాల్ వినరగా అది బుట్టలో పడకుండా వెలుపల పడినట్లు ఊహా చిత్రాలను అనేక సార్లు చూడనిచ్చి పేపర్ బంతి విసిరించగా 10 ప్రయత్నాలలో 9 విఫలమైనాయి.

డా. సల్లూరి రాఘవరావు

**వారి అభిరుచులను గౌరవించాలని నిర్ణయించుకోవాలి**

ఎవరి నమ్మకాలు వారివి. ఎవరి విలువలు వారివి. మీరు అమ్మే వస్తువు కంటే మీ పోటీ కంపెనీ వస్తువు తక్కువ ధర కావచ్చు. దాని కంటే మీరు అమ్మేదే విలువైనది, నాణ్యమైనది కావచ్చు. రెంటికి వున్న తేడా వివరించడం మీ ధర్మం. అన్నీ విన్న తర్వాత ఆ తక్కువ ధరకే లభించేదేకొనాలని నిర్ణయాన్ని వారు తీసుకోవచ్చు. వారి అభిరుచిని గౌరవించాలే తప్ప కించపరచకూడదు.

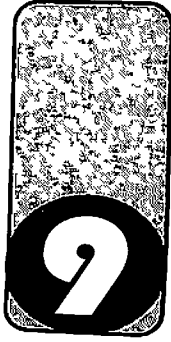
**పరిశీలించి చూడటం అవసరం**

కంటితో కేవలం చూడడం కాదు. పరిశీలించడం నేర్చుకోవాలి. ఒక ఆర్టిస్ట్ గమనించే ప్రతి దానిని కళాత్మక దృష్టితో పరిశీలనగా చూస్తాడు. డ్రాఫ్ రీడింగ్ చేసేవారికి తప్పులు మనకంటే స్పష్టంగా కనిపిస్తాయి. వారి అవసరం వారి కళ్ళకు ఆ పరిశీలనా దృష్టి నిచ్చింది. మరి మీ అవసరం మీ కొనుగోలు దారునిలో వస్తున్న శారీరక మార్పులు పసిగట్టగలిగేలా తయారుకావాలి” నిశిత పరిశీలనాదృష్టి అలవాటు చేసుకోవడం తేలికే. మన చుట్టు ప్రక్కల వుండేవాటిని పరిశీలనగా చూడడం అలవాటు చేసుకోవాలి.

ఇతరుల దుస్తుల రంగులు, ఫాషన్స్, వాటిలో తేడాలు, వివిధ వ్యక్తులు కూర్చొనే తీరులో తేడాలు వీటిని గమనించడం ప్రాక్టీస్ చేయవచ్చు. ఆ తదుపరి మీ సహచరులతో మాట్లాడేటప్పుడు వారి ముఖకవళికలు, గొంతులో మార్పు మొదలైన వాటిని పరిశీలించడం ప్రారంభిస్తే అదే అలవాటుగా మారుతుంది.

**సమయస్ఫూర్తి**

కిరణ్ ఆ ఇంటికి వెళ్ళి ఇంట్లో వారితో తన ప్రాడక్ట్ గురించి వివరిస్తూనే ఇంటిని పరిశీలించాడు. గొడకు వున్న ఫోటో అతని దృష్టిలో పడింది. ఆ ఫోటోలో ఆమె లావుగా వుంది. ఇప్పుడు చాలా సన్నగా కనిపిస్తూ వుంది. వెంటనే మీరు దాదాపు 25 కేజీలు ఎలా తగ్గగలిగారు. అని ప్రశ్నించాడు. అంతే ఆమె సంతోషంగా తాను ఎలా డైటింగ్ చేసింది. వ్యాయామాలు చేసింది మొత్తం వివరించసాగింది. కిరణ్ కు తెలుసు ఖచ్చితంగా తాను అమ్మగలనని.



## కొనుగోలుదారులు - విశ్లేషణ

.....సరైన వ్యక్తులను కనుగొనగలిగిన వారు సేల్స్ రంగంలో విజయం సాధిస్తారు. మనం అమ్మేదాని అవసరం వున్న వారు, దానిని తమ స్వంతం చేసుకోవాలి అనే తపన వున్నవారు, కొనాలని నిర్ణయం తీసుకోగలిగి దానికి అవసరమయే డబ్బును సమకూర్చుకోగల శక్తి గలవారు ఎక్కువమంది తారసపడిన సేల్స్ పర్సన్ విజయం సాధిస్తాడు. కాబోయే కస్టమర్స్ ని మూడు వర్గాలుగా చూడవచ్చు.

గతంలో మీ దగ్గర కొన్నవారు ఒక వర్గం

కొనాలనే కోరిక వుండి ప్రస్తుతం కొనలేనివారు రెండో వర్గం

కొనాలని వున్నా కొనలేని వారు మూడో వర్గం.

మొదట వర్గం వారితో డీల్ చేయడం సులువవుతుంది. గతంలో మీరు నచ్చి మీ దగ్గర కొని వున్నవారు వారికి అవసరం అయితే సులువుగా కొంటారు. వారికి అవసరం లేకున్నా మీరు కలవడం వారితో సంతోషాన్నిస్తుంది. వారికి మీ సర్వీస్ అందించవచ్చు. మీ గురించి వారి బంధుమిత్రులకు సిఫార్సు చేయమని అడగవచ్చు. అలాంటి క్రొత్తవారి పరిచయం మీ వ్యాపార అభివృద్ధికి తోడ్పడుతుంది. అలా మీ పాత కస్టమర్స్ దగ్గర మంచి సేకరించిన లిస్ట్ లోని వ్యక్తులను కలవడం మంచిది.....

రెండో వర్గం వారికి మీరు అమ్మేదాని అవసరం వుంటుంది. కాని వెంటనే నిర్ణయం తీసుకోలేరు. 'నాదగ్గర డబ్బులు లేవు' అని ఎవరూ చెప్పలేరు. చెప్పరు కూడా. అలాంటి వారిని పరిశీలించి చూస్తేనే అర్థం అవుతుంది. కొనాలనే కాంక్ష కళ్ళలో కనిపిస్తుంది. మాటలు అవసరం లేదని సూచిస్తుంటాయి 'నేను కాదు నిర్ణయం తీసుకునేది మా ఆవిడ' అంటూ ఏ కొద్ది మందో చెప్పగలుగుతారు. వారికి మీ ప్రొడక్టు నచ్చినట్లుగా వారి ముఖ కవళికలు వారి చర్యలు తెలియజేస్తాయి. పదే పదే చూపులు వాళ్ళ ఆవిడ ఆమోదం కోసం అటు చూస్తూ వుంటాయి. నిశిత పరిశీలనా దృష్టి కలవారికి మాత్రమే ఈ భావన అర్థం అవుతుంది. వారు వెంటనే ఆమెను కూడా ఉద్దేశించి మాట్లాడడం ప్రారంభిస్తారు. కొనుగోలుదారుని వెంట ఎంతమంది వున్నా వారినందరిని సంభాషణలో కలుపుకోవడం మంచిది. మూడో వర్గం వారికి మీరు అమ్మేదానిని కొనేశక్తి, ఆర్థికవనరులు లేవు. ఇలాంటివారు తారసపడినపుడు వారిని నిర్లక్ష్యం చేయకుండా మిగిలిన వారితో ఎలా మాట్లాడుతారో అలాగే వీరితో కూడా మాట్లాడడం, విషయాలను వివరించడం చేస్తే పరోక్షంగా వారు మీ గురించి ఇతరులకే చెప్పే అవకాశం వుంటుంది.

### రెండో వ్రయత్నంలో

వెళ్ళగానే పనిజరగదు మరోసారి వెళ్ళి కలవాల్సిన అవసరం వుంటుంది. అలాంటపుడు మొదటి సారి వెళ్ళినప్పుడు చెప్పినదే చెప్పకుండా వేరే యాంగిల్ లేదా ఇతర లాభాల గురించి చెప్పడం మంచిది. మీరో కారు అమ్మడానికి వెళ్ళారు. మొదటిసారి దానిలో ఎక్కించి వారిచే ఆ కారు నడిపించారనుకోండి. రెండోసారి కూడా మళ్ళీ ఎక్కి పరీక్షించండి, అనడం కంటే మీ కారు కున్న ఫైనాన్స్ సౌకర్యం, సర్వీసింగ్ సౌలభ్యం, మొదలైనవాటిని వివరించేలా వుండాలి.

### నిలీక్షణ

పెద్ద ఆఫీసర్ని కలవడానికి వెళ్ళారు. మీ విజిటింగ్ కార్డ్ పంపించారు. వెంటనే మీకు పిలుపువస్తే సాధారణంగా ఆయన వినే మూడోలో వున్నట్లు అలస్యంగా పిలిస్తే కాస్త బిజిగా వున్నట్లుగా భావించి మీ వివరాలను సింపుల్ గా తక్కువ వ్యవధిలో వివరించగలగాలి. కొంతమంది ఆఫీసర్ల రూములలో ఆఫీస్ టేబులు- కుర్చీలతోపాటు కాస్త దూరంగా సోఫా వుంటుంది. మిమ్మల్ని ఆ సోఫాలో కూర్చోబెట్టారంటే మీ ప్రొడక్ట్ గురించి తెలుసుకోవాలనే కుతూహలం, కొనాలనే ఆసక్తి వున్నట్లుగా భావించవచ్చు. దానికి తోడు కాఫీ, టీలు అందించారంటే మీ పని సంభవమవుతుందని భావించవచ్చు. అదే సమయంలో వారికి ఫోన్ వస్తే ఇప్పుడేకాదు తర్వాత మాట్లాడతాను అన్నారంటే ఖచ్చితంగా కొనే వుద్దేశ్యం వున్నట్లుగా భావించవచ్చు.



## వైట్ మేనేజ్మెంట్

.....ఉదయం లేవగానే సుబ్బారావు మైండ్ చాలా ఉత్సాహంగా వుంది. క్రొత్త క్రొత్త ఆలోచనలతో ప్రేరణ పొందింది అతని మనసు. అంతలో ఫోన్ మ్రోగింది. అతని సూపర్ వైజర్ ఫోన్ చేశాడు. 'నీ టార్గెట్ పూర్తికాలేదు' అంటూ బాగా కోపపడ్డాడు. సుబ్బారావు మనసు చికాకుపడింది. దిగులుపడింది. సుబ్బారావుకీ తనపై తనకే కోపం వచ్చింది. అలా నిరుత్సాహంగానే తయారై తన పనిమీద బయలుదేరాడు. వెళ్ళని వారితో సేల్ పూర్తి కాలేదు. నిరాశగా ఇంటికి వచ్చాడు. అంతలో పోస్ట్ మాన్ ఉత్తరం ఇచ్చాడు. అది చదివిన సుబ్బారావు ఆనందానికి అవధులు లేవు. కారణం అతను ఏనాడో దరఖాస్తు చేసుకున్న ఉద్యోగంలో చేరమని ఆ ఉత్తరం.....

మనసు లేచింది మొదలు నిద్రించేవరకు ఉత్సాహ నిరుత్సాహాల మధ్య ఊగినలాడుతూ వుంటుంది. ఉత్సాహంలో, సంతోషంతో మనసు ఉన్నప్పుడు పనిచరుకుగా చేస్తాం. చాచక్యంగా చేస్తాం. ఎదుటివారిని ఆకట్టుకుంటాం. అదే నిరుత్సాహంగా వున్నప్పుడు పనితనం నీరసంగా వుంటుంది. పేలవంగా వుంటుంది. కస్టమర్స్ కు మీ వాలకం ఎబ్బెట్టుగా వుంటుంది.

సాధారణ మనిషి మనసు ఇలా ఒడుదుడుకులకు లోనవుతూ వుంటే సూపర్ సేల్స్ మెన్ మనసు నిశ్చలంగా వుంటుంది. ఉత్సాహంతోనే వుంటుంది నిరుత్సాహ పరిస్థితులు ఎదురైనా చలించని మనస్తత్వాన్ని అభివృద్ధి చేసుకుంటారు. వారు వారి మైండ్ ను మేనేజ్ చేసుకొనే నైపుణ్యాన్ని అభివృద్ధి చేసుకుని వుంటారు.

సుబ్బారావుకి వచ్చిన సూపర్ వైజర్ ఫోన్ కాలి, సుబ్బారావు మనసుకు ప్రేరణ కలిగించింది. అతని మనసువెంటనే స్పందించింది. ప్రేరణకు స్పందనకీ మధ్య మనిషికి ఎలా స్పందించాలి అని నిర్ణయించుకునే స్వాతంత్ర్యం వుంది. ఆ స్వాతంత్ర్యాన్ని వినియోగించుకోనివారు ప్రేరణకు వెనువెంటనే స్పందించి మనసుని పాడుచేసుకొని విలువైన కాలాన్ని నష్టపోతారు.

సెల్ఫ్ ఎవేర్ నెస్, మంచి చెదూ విచక్షణ, ఊహాశక్తి, ఇండిపెండెంట్ విల్ పవర్ ఇవి మానవజాతికున్న అతి విలువైన లక్షణాలు. వీటిని ఉపయోగించుకుని ప్రేరణకు వెను వెంటనే స్పందించకుండా వుండగలిగిన వారే విజేతలౌతారు.

నేనొక గిప్సెని మీకందించా నుకోండి. దానిని మీరు తీసుకుంటే అది న మీదవుతుంది. తీసుకోనని భీష్మించుకోండి అది నీదవుతుంది. అలాగే నిరాదరణ ఇతరుల కోపం మనం తీసుకుంటేనే మన మనస్సు చలించిపోతుంది. తీసుకోకుండా వుండటమే గొప్పతనం

రావుగారు ఎన్.ఎల్.పిలో శిక్షణ పొందారు. పై అధికారి తనను కోప్పడుతున్నప్పుడు ఆ అధికారిని చిత్ర విచిత్ర రూపంలో మనస్సులో చూడడం, ఆయన మాటలను కీచు గొంతుతో వస్తున్నట్లు వినడం వలన, ఆ అధికారి తిడుతుంటే రావుగారికి కోపం రావడం లేదు. లోలోన నవ్వువస్తుంది. రావుగారు తన ఊహాశక్తిని వినియోగించుకున్నాడు. ఆ అధికారి ఇచ్చే నెగెటివ్ ప్రేరణకు తాను చలిస్తే తన ముఖ కవళికలు ఎంత హీనంగా దిగులుగా వుంటాయో రావుగారికి తెలుసు. ఆ ముఖ కవళికలతో ఆ మనస్తత్వంతో పనిచేయడం వలన సత్ఫలితాలు రావని తెలుసు. ఎందుకు స్పందించాలి? అనుకున్నాడు రావుగారు. అతని విల్ పవర్ అతనికి సహకరించింది.

## Business & Marketing Minds

మెడిటేషన్ ప్రాక్టీసు చేసేవారు వారి మైండ్‌ను చక్కగా మేనేజ్ చేసుకోగలుగుతారు. ఎన్.ఎల్.పి శిక్షణలోని కొన్ని వ్యాయామాలు కూడా ఉపయోగపడతాయి. ఉదాహరణకు

- ప్రశాంతంగా కళ్ళు మూసుకొని కూర్చోండి.
- మీపై అధికారి కోపగించుకున్న దృశ్యాన్ని ఒక ఫోటోమాదిరిగా మీ మనసులో చూడండి.
- ఆ ఫోటో కలర్‌ఫుల్‌గావుంటే బ్లౌక్ & వైట్‌గా తయారు చేయండి.
- అలా మసక మసకగా తయారైన ఫోటో సైజ్‌ను తగ్గించండి. అలా తగ్గిస్తూ చాలా చిన్నదిగా చేయండి.
- అతి చిన్నదిగా తయారైన ఆ ఫోటోను చాలా దూరంగా నెట్టేయండి.
- ఇప్పుడు మీ మనసులో మీకు బాగా సంతోషాన్నిచ్చే సంఘటనను ఫోటోలాగా చేయండి.
- ఆ ఫోటోను బాగా దగ్గరగా చూడండి.
- మీ మనోశక్తి ద్వారా దానిని పెద్దదిగా చేయండి.
- అలా పెద్దదైన ఫోటోను రంగులతో ఆకర్షణీయంగా తయారుచేయండి.
- మీ మనసులో మీకు నచ్చిన మంచి మ్యూజిక్ వినండి.
- మీ మనసు ఉత్తేజంగా ఉరకలువేయడాన్ని గుర్తించండి.
- ఆ ఫీలింగ్స్‌తో కళ్ళు తెరవండి.

అలాగే గతంలో మీరు విజయవంతంగా ముగించిన సేల్ డీల్ సంఘటనను గుర్తుకు తెచ్చుకోని దానిని దగ్గరగా పెద్దదిగా రంగులతో చూడడం మరింత ఆనందాన్ని పనిచేసే శక్తిని ఇస్తుంది.



## స్వార్థమాత్మలింగీ వైండింగ్ సూత్రాలు

1. డబ్బును తక్కువగా అంచనా వేయకూడదు :

ముందు గుడ్విల్ సంపాదించాలి అనే ధైర్యంతో నష్టానికి ఎవరూ బిజినెస్ చేయరు. “డబ్బు దానంతట అదే వస్తుంది వ్యాపారం చేసుకుంటూ పోతే అనే మనస్తత్వం వదలాలి. లెక్కలు వేసుకోవడం సరిచూసుకోవడం అవసరం.

2. డబ్బు విలువను మరీ ఎక్కువగా అంచనా వేయకూడదు :

వ్యాపారం అంటే ఒక్క లాభనష్టాలే కాదు. ధనార్జన ధ్యేయం కారాదు. ఇతరులను గౌరవించడం, వారి అభిరుచి మేరకే ప్రవర్తించడం, వారికి విలువలు అప్పుడం వారి స్థానంలో నిలబడి ఆలోచించడం మొదలైన లక్ష్యాలను నెరవేర్చుకుంటూ వెళ్తే డబ్బు వస్తూనే వుంటుంది.



**3. “నాకు తెలియదు” అని చెప్పడానికి సిగ్గుపడవద్దు**

అన్ని విషయాలు అందరికీ తెలిసుండాలని లేదు. స్పష్టమైన అవగాహన లేనప్పుడు ఏదో ఒకటి చెప్పడం కంటే నాకే తెలియదు. చెక్ చేసి చెబుతాను’ అని మర్యాదపూర్వకంగా చెప్పడంలో తప్పులేదు.

**4. తక్కువ మాట్లాడాలి**

K’ss ఫార్ములా గురించి వివరించడం జరిగింది. ఎక్కువ మాట్లాడితే నష్టపోయేది మీరే. వినేవారిలో వచ్చే మార్పులు గమనించలేరు. క్లుప్తంగా పూర్తి వివరాలు తక్కువ వ్యవధిలో అందివ్వాలి’.

**5. తక్కువ మంది మాత్రమే నిజమైన మిత్రులుంటారు.**

మీ విజయాన్ని మనసారా కాంక్షించే మిత్రులు తక్కువ మంది వుంటారు. మిమ్మల్ని ప్రోత్సహించేవారు కూడా తక్కువే వుంటారు. అలాంటి నిజమైన మిత్రుల సాన్నిత్యం మిమ్మల్ని అభివృద్ధి పదంలో నడిపిస్తుంది.

**6. చేసిన వాగ్దానాలను నిలబెట్టుకోవాలి**

ఆడినమాట తప్పడం మంచి వ్యాపారి లక్షణం కాదు. చేయలేనప్పుడు మాట ఇవ్వడం పొరపాటు. ఇచ్చిన మాట మీద నిలబడేవాడిదే నిరంతర విజయం.

**7. కలిసిన ప్రతివారు ఉపయోగపడతారు**

మీ వస్తువు లేదా సర్వీసు కొననంత మాత్రాన ఆ వ్యక్తి మీకు ఉపయోగపడలేదను కోవటం పొరపాటు. కొనినా, కొనకున్నా ఒక విధమైన మర్యాద ఇవ్వగలిగితే కొననివారు కూడా పరోక్షంగా మీ అభివృద్ధికి తోడ్పడతారు.

**8. క్యాంటిటీ ముఖ్యం కానేకాదు. క్వాలిటీ కావాలి.**

“గంగిగోవు పాలు గరిటడైనను” చాలు అన్నట్లు ఎంత ఎక్కువమందితో బిజినెస్ చేసింది ముఖ్యంకాదు. ఎంత నాణ్యమైన వ్యాపారం చేసామన్నది ముఖ్యం.

**9. ఇతరులతో సామ్యంగా వ్యవహరించాలి :**

వారి అవసరాలను గుర్తించి ప్రవర్తించడం సరైన టైముకి సర్వీస్ అందివ్వడం. విపత్కర పరిస్థితులలో సమయస్ఫూర్తితో వ్యవహరించి ఇతరుల గౌరవాన్ని కాపాడడం మొదలైనవి చాలా ముఖ్యం.

**10. మీరే గొప్ప అనుకోరాదు**

ఇలాంటి పుస్తకాలు చదివినంత మాత్రాన కొంత నాలెడ్జ్జీ వున్నంత మాత్రానా అంతా నాకు తెలుసు అనుకోవడం పొరపాటు. అలాంటి అభిప్రాయం తలకెక్కితే అభివృద్ధి కుంటుపడుతుంది.

## Business & Marketing Minds

11. ఎంత నాణ్యమైన వస్తువును ఆ పారిశ్రామికవేత్త ఉత్పత్తి చేయగలిగినా దానిని అమ్మేవారు లేకుంటే అది వ్యర్థ పదార్థమే. సేల్స్మెన్ లేని ఉత్పత్తి పనికిరాని సామానుతో సమానం. కాబట్టి సేల్స్మెన్ ది చాలా ముఖ్యమైన పాత్ర. అందుకనే సేల్స్మెన్ అని అనుకోకుండా సేల్స్ పర్సన్ అనుకోవడంలో గౌరవం ఇమిడి వుంది.
12. కొనడానికి వచ్చిన వ్యక్తిని ఒక మనసున్న వ్యక్తిగా చూడాల్సిన అవసరం వుంది. అతను తాను గౌరవించబడాలని కోరుకుంటాడు. తనవాదనే రైట్ అనుకుంటాడు. అతనిని నొప్పించకూడదు.
13. వారి అవసరాలు ఏమిటో తెలుసుకొని అవి నెరవేరడానికి తన వంతు సహాయ సహకారాలు అందించగలిగినవారే నిజమైన సేల్స్ పర్సన్స్ ఈనాడు ఏర్పడిన పరిచయం ఇంతటితో ఆగకూడదు ఇది కలకాలం కొనసాగే ఒక విధానం అని భావించినవారే గొప్ప వారవుతారు.
14. మనదగ్గర చేసిన కొనుగోలు వలన తాను లబ్ధిపొందాను అనే ఫీలింగ్స్ను కొన్నవారిలో తెప్పించగలిగిన సేల్స్ పర్సన్ కలకాలం ఈ రంగంలో నిలుస్తారు. 'నాకొక మంచి మిత్రుడు దొరికాడు' అనే భావన ఇతరులలో కనిపించేలా సేల్స్ పర్సన్ ప్రవర్తన వుండాలి.
15. ఇతరుల అవసరాలకు సహాయపడుతున్నాం అన్న ఆలోచనతో వ్యవహరించే సేల్స్ పర్సన్ టెన్షన్ కు గురికాడు.
16. సక్సెస్ ఫుల్ సేల్స్ పర్సన్ తన మనసులో పాజిటివ్ దృశ్యాలను చూసి స్ఫూర్తి పొందుతాడు. విజయం సాధించలేనివారు మనసులో నెగెటివ్ ఆలోచనలతో నెగెటివ్ దృశ్యాలను చూస్తూ వ్యవహరించి అపజయాన్ని చవిచూస్తారు.
17. ఇతరుల యాంగిల్ నుంచి ఆలోచించే సేల్స్ పర్సన్స్ ది కొనుగోలు జరిగినా విజయమే- జరుగకున్నా విజయమే. మనం కొనేటప్పుడు ఎలా ఆలోచిస్తాం అన్న స్ఫూర్తితో వ్యవహరించాలి.
18. కొనుగోలు దారునికి విలువలను నమ్మకాన్ని అందివ్వగలిగినవాడే అసలైన సేల్స్ పర్సన్.
19. అడిగినా అడగకున్నా కొన్నవారికి ఆతర్వాత కావాల్సిన సర్వీస్ అందించడం వలన పరోక్షంగా లాభపడవచ్చు.
20. ఆలోచనలకు పదునుపెట్టి సృజనాత్మకతతో ఆలోచించగలిగే నేర్పరితనాన్ని అలవాటు చేసుకోవాలి.



## భిక్షాహిక వారి ప్రాణకవేత్తలు ఆలోచనాసరళి

.....ఎవరికివారు స్వతంత్రంగా పరిశ్రమను స్థాపించవచ్చు అనే భావన యువతరంలో వుంది. ఇది మంచి ఆలోచనే. అది చిన్న తరహా కావచ్చు. పెద్ద పరిశ్రమ కావచ్చు. దేనిని పరిశీలించిన కొందరే విజయం సాధిస్తారు. మిగిలిన వారు వెనకబడి తెరమరుగవుతారు. క్రొత్త పరిశ్రమలు పెట్టే వారిలో గత అనుభవం కలవారు వుంటారు. అసలు అనుభవం లేనివారూ వుంటారు. అనుభవంలేని క్రొత్తవారు విజయం సాధించడం అనుభవస్తులు నష్టపోవడం కూడా జరుగుతుంది. ఆలోచనలు- నిర్ణయాలు దీనికి కొంత కారణం కావచ్చు. క్రొత్త పరిశ్రమ లేదా వ్యాపారం చేయాలనుకున్నవారు ఈ క్రింది పాయింట్ గురించి ఆలోచించి నిర్ణయం తీసుకోవడం మంచిది.....

**ఎంత లోతుగా దిగుతున్నారు.**

కొంత మంది చేస్తున్న ఉద్యోగాన్ని లేదా చేస్తున్న చిన్న వాపారాన్ని వదిలివేసి దాచుకొన్న దబ్బుఅంతా పెట్టుబడి పెట్టి లోన్లు తీసుకుని ఒకేసారి క్రొత్తదానిలో దిగుతారు. ఇది కుతూహలంగా వున్నప్పటికీ మంచిదనిపించినా 'ఏ వ్యాపారం పెట్టగానే లాభాలు ఆర్జించకడానికి అవకాశాలు ఎక్కువ అన్న విషయాలు గుర్తుంచుకోవాలి. మీరు కంఫర్ట్ గా వుండే విధంగా ఆర్థికవనరులు లభించే వసతి చూసుకుని క్రొత్త బిజినెస్ లో దిగడం మంచిది. ఒకేసారి సముద్రంలో దూకి ఈదే ప్రయత్నం చేయకుండా ముందు కాళ్ళు పెట్టి నిలబడిన తర్వాతే ఈదే ప్రయత్నం చేయాలి. లేకుంటే మునిగిపోయే ప్రమాదం వుంది.

మీరు చేస్తున్న వ్యాపారాన్ని ఉద్యోగాన్ని పూర్తిగా వదిలివేయకుండా క్రొత్త దానిని ప్రారంభించడం శ్రేయస్కరం. అప్పుడు మీకు ఛాయిస్ వుంటుంది. "ఛాయిస్ ఈజ్ బెటర్ దేన్ నో ఛాయిస్".

**పూర్తి స్థాయిలో పనిచేయడం అంటే మీ ఆభిప్రాయం?**

బిజినెస్ చేసేవారు సాధారణంగా రకరకాల మనస్తత్వాలతో ఆలోచిస్తారు.

1. వున్న సమయాన్ని పూర్తిగా బిజినెస్ కే వినియోగించాలి.
2. చేయగలిగినంత ఛేదాలి. సాధించగలిగినంత సాధించాలి.
3. వీలైనంత ఎక్కువ లాభం పొందాలి.
4. సృజనాత్మకంగా బిజినెస్ చేయాలి.
5. విజయం సాధించానన్న తృప్తి కావాలి.

ఎలా ఆలోచించే వారైనా విజయం సాధించగలుగుతారు. కాని నెంబర్ వన్ కాలేరు. వీటన్నింటితోపాటు కుటుంబానికి, సొసైటీకి తన శరీర ఆరోగ్యానికి, తన మానసిక ప్రశాంతతకు, న్యాయం చేయగలిగిన వారే ప్రథమ స్థానానికి వెళ్తారు.

**ఇతరుల కోసం పూర్తి సామర్థ్యాన్ని వినియోగించగలరా?**

పరస్పర సహకార అవసరాన్ని గుర్తించినవారు తన ఐడియాలను ఇతరులతో పంచుకోగలవారు చేస్తున్నపని ఎవరిదన్న విషయాన్ని మరచి ఏకాగ్రతతో పూర్తి శక్తియుక్తులు వినియోగించి చేయగలిగేవారికే భవిష్యత్ లో మంచిరోజులుంటాయి.

**ఆర్థికవనరుల గురించి పూర్తి అవగాహన వుందా?**

ఏ బిజినెస్ ప్లాన్ అయినా పేపర్ పై వ్రాసి చూస్తే బాగుంటుంది. ఇంత రాబడి వుంటుంది. ఇన్ని ఖర్చులు వుంటాయి. ఇంత లాభం రావచ్చు. పెట్టుబడి కొంత మనం, మరికొంత బ్యాంక్ లోను.... మొదలైనవన్నీ ప్లాన్ లో చక్కగా వుంటాయి. ప్రాక్టికల్ గా కొన్ని అవరోధాలు వుంటాయి. వాటిని అదిగమించే విధంగా వనరులు సమీకరించుకోవాల్సిన అవసరం వుంటుంది. బ్యాంక్ అప్పు ఒకేసారి

## Business & Marketing Minds

ఇవ్వకపోవచ్చు. కొద్ది కొద్దిగా ఇవ్వవచ్చు. అలాగని ఎక్కువ వడ్డీలకి ఇతరత్రాడబ్బు సమకూర్చుకొని ఆర్థిక ఇబ్బందులు ఎదుర్కొనే ఆర్థికవనరులు లేక నష్టాలబాటలో నడుస్తున్న వ్యాపారాలు వున్నాయి. ఆర్థిక వనరుల గురించి ప్రాక్టికల్ గా ఆలోచించాలి. రాబోయే అవరోధాలను ఎదుర్కొనగలిగేలా ఇతర ఆర్థిక వనరులను సమకూర్చుకోగల అవకాశాలను కూడా ఆలోచించుకుని తయారుగా వుండాలి.

### ఒకరోకాదు అనేక నెంబర్ వన్ లు!!

విజయం సాధించిన వారిలో 75 నుండి 80 శాతం మంది రోజుకు 7 రోజుల చొప్పున గత 20 లేదా 30 సంవత్సరాలనుండి శ్రమిస్తున్న 50 సంవత్సరాల వయసువారని తేలింది. నెంబర్ వన్ పొజిషన్ కి రావడానికి అంత సమయం, అంత శ్రమ అవసరమని తెలుసుకోవాలి. ఆ 75 లేదా 80 శాతం వారికంటే కాస్త వెనుకగా ప్రారంభించి అభివృద్ధి పథంలో నడుస్తున్న వారు వేలాదిమంది వున్నారని వుండి వుంటారని వారు నేడో రేపో నెంబర్ వన్ పొజిషన్ కి రావడానికి అవకాశం వుందని గ్రహించాలి.

### పూర్తిస్థాయి ప్రణాళిక :

“పూర్తిస్థాయి అవగాహనతో ప్రణాళిక సిద్ధం చేసుకోవాలి. అది ఊహలతో కాక వాస్తవాలకు దగ్గరగా వుండాలి. బిజినెస్ చేయడానికి ధైర్యం ఆత్మవిశ్వాసం అవసరమేకాదు ముఖ్యం కూడా. అయితే నాణేనికి రెండు వైపున వుండే ఫెయిల్యూర్ అనే అవకాశాలను కూడా దృష్టిలో వుంచుకుని ప్లాన్ చేయాలి. అదే వ్యాపారం చేస్తున్న వారితో పోటీ అసలు లక్ష్యంకాదని గుర్తించాలి. నాణ్యతను విలువలను ఎక్కువగా అందిస్తూ ముందుకు వెళ్ళాలనే ధ్యేయంతో వుండాలి. “డబ్బుంటే కొండమీద కోతైనా వస్తుందన్న” పాతనానుడికి స్వస్తి చెప్పి డబ్బుకు బదులు ఐడియాలు ముఖ్యమని, ఐడియా వుంటే కొండమీద కోతి కూడా వస్తుందన్న విషయాన్ని గుర్తించాలి.

### సమయస్ఫూర్తి సముచిత నిర్ణయాలు

ఏ బిజినెస్ అభివృద్ధికైనా సముచిత నిర్ణయాలు తీసుకోవడం, సమయస్ఫూర్తితో వ్యవహరించడం ముఖ్యం ఇది కేవలం సృజనాత్మకతతో ఆలోచిస్తేనే సాధ్యం అన్న విషయాన్ని గుర్తు పెట్టుకుని ఆలోచనలకు పదును పెట్టాలి.

### ఒక్కరోజులోనే అద్భుతాలు జరగవు

నిరంతర కృషి పట్టుదల ముందుచూపు, నాణ్యతల అభివృద్ధి, విలువలసృష్టి, సమిష్టికృషి, పరస్పర సహకారం, మానవవనరుల అభివృద్ధి మొదడుకు పదును... ఇలాంటివి ఈపుస్తకాల రెండు భాగాలలో వివరించబడినవి. ఇలాంటివి మరెన్నో పుస్తకాలలో వ్రాయబడినవి. వీటన్నిటిని అభివృద్ధి పరుచుకుంటూ పోవాల్సిన అవసరాన్ని గుర్తెరిగి అవలంబించాలి. అద్భుతాలు సాధించాలి అదే నిజమైన విజయం.



# మీ ఓటు ఎవరికి

పుట్టిన ప్రతి మనిషి గెలుపు సాధించాలనే అనుకుంటాడు. అయితే కొందరే విజయం సాధించడానికి మిగిలినవారు ఓడిపోవడానికి కారణం ఏమిటి అని విశ్లేషిస్తే అది ప్రతి మనిషిలో జరిగే ఎలక్షన్ గెలుపు ఓటుమిని నిర్ణయిస్తాయని తేలింది- ప్రతి విశ్వం ప్రతి మనిషిలో జరిగే ఈ ఎలక్షన్ లో తేవలం మూడు ఓట్లు మాత్రమే వుంటాయి.

ఒకటి ఈ విశ్వానిది. ఈ విశ్వం తనలో వున్న ప్రతివాడు గెలవాలని కోరుకుంటుంది. కాబట్టి దాని ఓటు మీకే పడుతుంది.

రెండవది దుష్టశక్తి లేదా ఈవిల్ వవర్ ది- అది ప్రతివాడు ఓడిపోవాలనే కోరుకుంటుంది అది మీకు వ్యతిరేకంగానే పడుతుంది.

ఇక మిగిలినది మూడవది మీ ఓట్. ఆ మీ ఓటు మీకు అనుకూలంగా పడితే గెలుపుమీదే. అది మీకు ప్రతికూలంగా పడితే ఓటమి మీదే.

మీ గెలుపు ఓటుమిలను నిర్ణయించేది మీ ఓట్ నని గుర్తించండి. మీ ఓటు హక్కును మీకు అనుకూలంగా పడేలా చూసుకోండి.

**ఇంతవరకు చర్చించిన అంశాలను అమలు పరిస్తే మీ ఓటు మీకు అనుకూలంగా వున్నట్లే.**

# మీరు విజయం సాధించినట్లే

డా. నల్లూరి రాఘవరావు

సంకర య: గ్రంథాలయ

\* A. 68 68... \*

208



# Business Minds

By Nalluri Raghava Rao, M.B.B.S., N.I.P. (USA)

సేల్స్ రంగాన్ని ఎన్నుకున్న  
వారందరూ గొప్ప సేల్స్ పర్సన్ గా  
పరిణితి చెందవచ్చు - కొద్దిపాటి  
చర్యలు చేపడితే ...

చిన్న వ్యాపారమైనా పెద్ద పరిశ్రమ  
అయినా వోటీని అధిగమించి  
అభివృద్ధి కోసం నిరంతరం కృషి  
చేయాలి - ఇది రేపటితరం  
అవసరం.

బిజినెస్ రంగంలో, సేల్స్  
రంగంలో స్థిరపడాలనుకొనేవారు  
అభివృద్ధి సాధిస్తూ ఉన్నత  
శిఖరాలను చేరాలనుకొనేవారు  
ఈ పుస్తకంలో వివరించిన  
విషయాలను అవగాహన  
చేసుకొని అవలంబిస్తే చాలు

