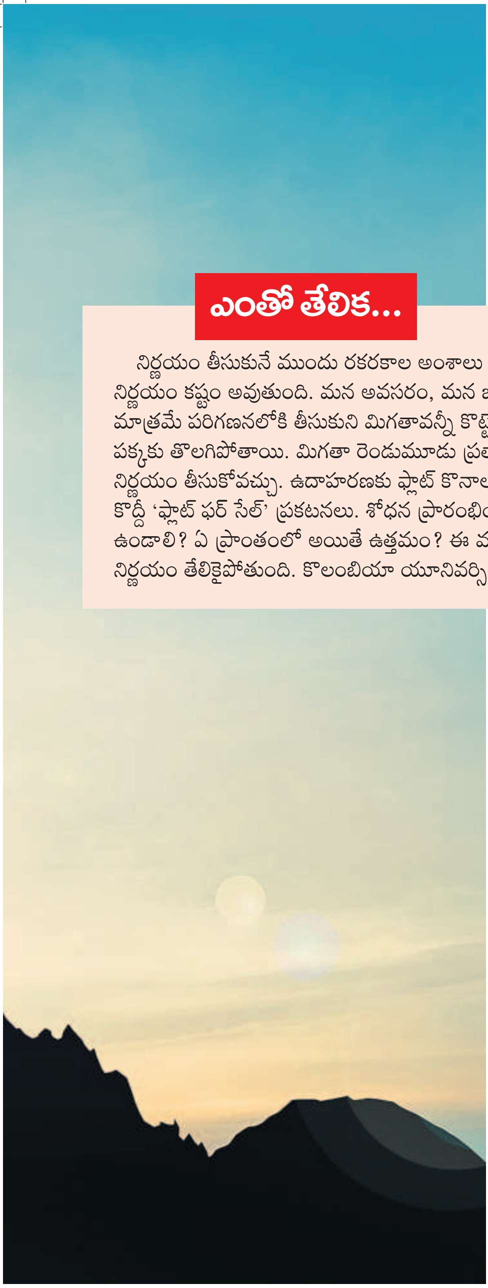
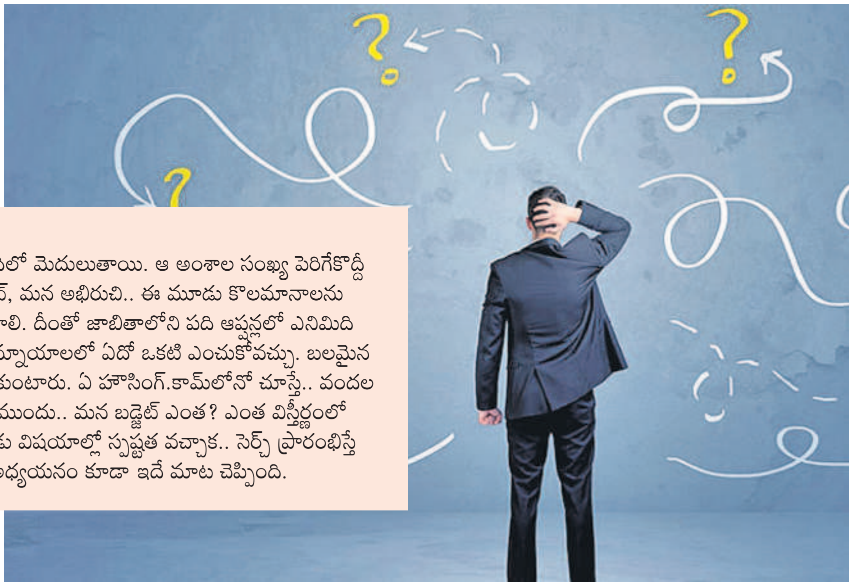




ఎంతో తేలిక...

నిర్ణయం తీసుకునే ముందు రకరకాల అంశాలు మదిలో మెదులుతాయి. ఆ అంశాల సంఖ్య పెరిగేకొద్దీ నిర్ణయం కష్టం అవుతుంది. మన అవసరం, మన బడ్జెట్, మన అభిరుచి.. ఈ మూడు కొలమానాలను మాత్రమే పరిగణనలోకి తీసుకుని మిగతావన్నీ కొట్టేయాలి. దీంతో జాబితాలోని పది ఆప్షన్లలో ఎనిమిది పక్కకు తొలగిపోతాయి. మిగతా రెండుమూడు ప్రత్యామ్నాయాలలో ఏదో ఒకటి ఎంచుకోవచ్చు. బలమైన నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు. ఉదాహరణకు ఫ్లాట్ కొనాలనుకుంటారు. ఏ హౌసింగ్.కామ్‌లోనో చూస్తే.. వందల కొద్దీ 'ఫ్లాట్ ఫర్ సేల్' ప్రకటనలు. శోధన ప్రారంభించే ముందు.. మన బడ్జెట్ ఎంత? ఎంత విస్తీర్ణంలో ఉండాలి? ఏ ప్రాంతంలో అయితే ఉత్తమం? ఈ మూడు విషయాల్లో స్పష్టత వచ్చాక.. సెర్చ్ ప్రారంభిస్తే నిర్ణయం తేలికైపోతుంది. కొలంబియా యూనివర్సిటీ అధ్యయనం కూడా ఇదే మాట చెప్పింది.

ఏడు అంచెలు..

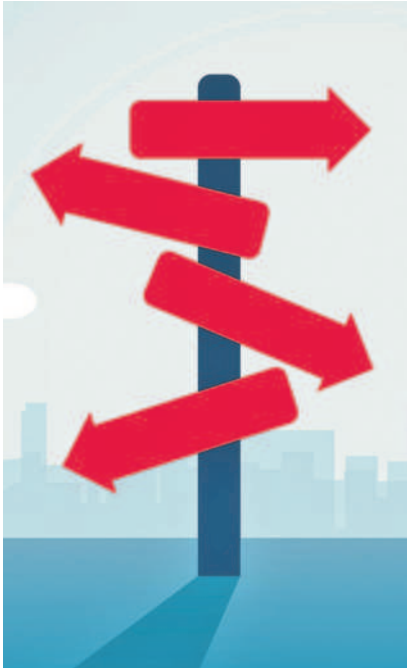
మసాచుసెట్స్ విశ్వవిద్యాలయం ప్రకారం నిర్ణయం తీసుకోవడంలో మొత్తంగా ఏడు అంచెలు ఉంటాయి.

- నిర్ణయం తీసుకోవాల్సిన సందర్భం.
- దానికి సంబంధించిన సమాచారాన్ని సేకరించడం.
- ఆ సమాచారం ఆధారంగా ఎన్ని మార్గాలు ఉన్నాయో అన్వేషించడం.
- ప్రతి ఎంపికతో ముడిపడిన బలాబలాలను గమనించడం.
- వాటిలో సరైనదాన్నే ఎంచుకోవడం.
- ఆ దిశగా అడుగులు వేయడం.
- ఫలితాన్ని బట్టి మనం తీసుకున్న నిర్ణయాన్ని సమీక్షించుకోవడం.

నిజానికి ఈ అంచెలు చెప్పేందుకు విశ్వవిద్యాలయమే అవసరం లేదు. మనందరికీ తెలిసిన విషయాలే ఇవన్నీ. కానీ ఈ క్రమంలో మన విచక్షణను ప్రభావితం చేసే అంశాల పట్ల కొంత జాగ్రత్త అవసరం.

సమాచారం... విశ్లేషణ!

ఏ నిర్ణయానికైనా సమాచారం పునాది అయితే.. విశ్లేషణ నిర్మాణం. రెండూ కీలకమైనవే. 'అనాలసిస్ పెరాలసిస్' అనేది సరైన నిర్ణయం తీసుకునేటప్పుడు అతిపెద్ద అడ్డంకి. విశ్లేషణ సరైన దిశలో సాగకపోవడం వల్ల జరిగే నష్టమిది. ఎక్కడ తప్పుడు నిర్ణయం తీసుకుంటామో అని పదేపదే అదే సమాచారాన్ని విశ్లేషించుకోవడం ఫక్తు చాదస్తమే. నిర్ణయం తీసుకునే దిశగా అడుగులు వేస్తున్న ప్రతిసారీ ఏదో ఒక కొత్త అనుమానంతో మళ్లీ మొదటికి వచ్చేస్తాం. మన దగ్గర ఉన్న సమాచారంలో కచ్చితత్వం లేకపోవడమే విశ్లేషణా పక్షవాతానికి దారితీస్తుంది. నిర్ణయం తీసుకునేందుకు ఎలాంటి సమాచారం, ఎంత మేరకు అవసరం అనే స్పష్టత లేకపోవడం ఇందుకు ప్రధాన కారణం. వీలైనంత ఎక్కువ సమాచారాన్ని సేకరిస్తే, దానినుంచి ఏదో ఒక నిర్ణయం తీసుకోవచ్చనే అపోహ వల్లే ఇలా జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు ఓ కారు కొనాలని అనుకున్నాం. సవాలక్ష బ్రాండ్‌లు, మోడల్స్ ఇప్పుడు అందుబాటులో ఉన్నాయి. వాటిలో ప్రతి కంపెనీ మోడల్ గురించీ ఇంటర్నెట్‌లో అంతులేని సమాచారం దొరుకుతున్నది. ఇలాంటి నేపథ్యంలో మన అవసరం ఏమిటి అన్న స్పష్టత లేకపోతే... అనాలసిస్ పెరాలసిస్‌లో ఏదో ఒక సమస్య మనల్ని తప్పుదోవ పట్టించి, చివరికి తప్పుడు నిర్ణయానికి దారితీస్తుంది. అనాలసిస్ పెరాలసిస్‌కు విరుద్ధమైన పరిస్థితి కూడా ఒకటుంది. అదే Extinction by instinct! సరైన సమాచారం అందుబాటులో లేకుండానే, తగినంత విశ్లేషణ చేయకుండానే నిర్ణయం తీసుకునే దుందుడుకు మనస్తత్వం.



పద్ధతిగా..

నిర్ణయం తీసుకునేందుకు చాలా పద్ధతులే ఉన్నాయి. దాదాపు వందేళ్ల క్రితమే రూపొందించిన 'డెసిషన్ అనాలసిస్' పద్ధతిని చాలామంది నిపుణులు పాటిస్తూ ఉంటారు. దేని గురించి నిర్ణయం తీసుకోవాలి, దాని పరిమితులు ఏమిటి, ఎలాంటి మార్గాలున్నాయి, వాటిని సాధించడానికి ఏం చేయాలి, వాటిలో ఏ నిర్ణయం తీసుకుంటే ఎలాంటి ఫలితం రావచ్చు.. మొదలైన విషయాలన్నీ డెసిషన్ అనాలసిస్‌లో భాగంగా ఉంటాయి. ఇందుకోసం ప్రత్యేక సాఫ్ట్‌వేర్లు కూడా వచ్చేశాయి. ఇలాంటి మరికొన్ని పద్ధతులు ఇవీ...

- ప్రాధాన్యాల ఆధారంగా ప్రత్యామ్నాయాలను ఎంచుకోవడం. ఉదాహరణకు పెట్టుబడి పెట్టేటప్పుడు తక్కువ రిస్క్ ఉండాలా, ఎక్కువ రిస్క్ ఉండాలా అనే విషయంలో మన ఆసక్తి, రిస్క్ తీసుకునే శక్తి ఆధారంగా నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు. బండి కొనేటప్పుడు మైలేజ్, హోటల్‌కు వెళ్లేటప్పుడు సర్వీస్ రేటింగ్... ఇలా ఏదో ఒక అంశానికి ప్రాధాన్యం ఇచ్చి ఎంపికను ఖరారు చేయవచ్చు.
- అన్నిటికంటే తృప్తినిచ్చే నిర్ణయం తీసుకోవడం కూడా ఒకానొక ఉత్తమ మార్గం. ఈ పద్ధతిలో మనసు చెప్పిన మాటే వింటాం. ఎప్పటినుంచో ఫలానా ప్రాంతంలో డూప్లెక్స్ బంగళా తీసుకోవాలన్నది మన కల. అలాంటి అవకాశం కనుక వస్తే... వాస్తు, రీసేల్ విలువ లాంటి వివరాలనూ పెద్దగా పట్టించుకోం.
- కొన్ని సందర్భాలలో మనకంటే అనుభవజ్ఞులనో, పెద్దలనో సంప్రదించి వారి సూచన ప్రకారం నిర్ణయం తీసుకోవడం మేలనిపిస్తుంది. ఉమ్మడి కుటుంబాల్లో ఈ తరహా పద్ధతి అమలులో ఉండేది. ఇప్పుడు ఆ స్థానంలో మార్గదర్శి (మెంటర్) సూచనలు పాటిస్తున్నారు.
- ఎవరైనా మనల్ని తప్పుదోవ పట్టిస్తున్నారు, మోసం చేస్తున్నారు, బలవంతం పెడుతున్నారు అనే భావన కలి