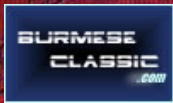


ဖောင်ပေါ်ထွန်း



စံပြုအရောင်းသမား

(အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ)

Up -to-date Salesmanship

HARBERT N. CASSON



မောင်ပေါ်ထွန်း

ရခိုင်ပြည်နယ်၊ မာန်အောင်မြို့နယ်၊ ရေမျက်ဝရွာတွင် အဘ ဦးမောင်ပု၊ အမိ ဒေါ်အေးသာတို့မှ ၁၉၃၅ ခုနှစ် တွင် မွေးဖွားသည်။ အမည်ရင်းမှာ ဦးခင်မောင်စိုး ဖြစ်သည်။

၁၅နှစ်သားတွင် ရန်ကုန်မြို့သို့ ရောက်လာခဲ့ပြီး အလွတ် ပညာသင်ကျောင်း တက်သည်။ ၁၉၅၅ တွင် စာပေ ဝိဇ္ဇာနှင့် လက်နိပ်စက် စာရေးအဖြစ် အမှုထမ်းသည်။ ၁၉၇၃ တွင် ဝိဇ္ဇာ(သမိုင်း) ဘွဲ့ ရသည်။ ၁၉၇၉ တွင် စာပေဝိဇ္ဇာစာအုပ်အသင်း ကြီးကြပ်ရေးမှူး အဖြစ်မှ အငြိမ်းစား ယူခဲ့သည်။ ငွေတာရီမဂ္ဂဇင်းတွင် စာအုပ် လောက ကဏ္ဍကို ၁၉၆၇ ခုနှစ်မှ စ၍ ခြောက်နှစ်နီးပါး ဆက်တိုက် ရေးသားခဲ့သည်။ စာအုပ်လောကစာစောင်၊ ပန်မဂ္ဂဇင်း၊ ချယ်ရီမဂ္ဂဇင်း နှင့် ဓနမဂ္ဂဇင်းတို့တွင် အယ်ဒီတာ၊ အယ်ဒီတာချုပ် လုပ်ခဲ့သည်။ ဓနမဂ္ဂဇင်း တွင် အတိုင်ပင်ခံ အယ်ဒီတာ အဖြစ်လည်း ဆောင်ရွက် ခဲ့သည်။

ဘာသာပြန် လုံးချင်းစာအုပ် သုံးဆယ်ကျော် ပြန်ဆို ရေးဆွဲခဲ့သည်အနက် ခိုင်းမြစ်ဝှမ်းမှ တော်လှန်ရေး၊ ကျွန်ုပ်ချစ်တဲ့ ဆူကာနီ၊ ယက်ဗတူရှင်ကို၊ မောင်ဘက်တန်နှင့် အိန္ဒိယလွတ်လပ်ရေးတိုက်ပွဲ၊ ကမ္ဘာ့ ရန်၊ တစ်ဘဝ၊ မာယာ၊ မဟာဒီလိုင်၊ ငွေဂျာနယ်၊ ငွေသုံး နည်း၊ စံပြ အရောင်းသမား၊ ကမ္ဘာ့ အအောင်မြင်ဆုံး စီးပွားရေးသူရဲကောင်းများ(၁)(၂)၊ ဟားဗတ် စီးပွား ရေးတက္ကသိုလ်မှာ မသင်ခဲ့ရသမျှ၊ အဆင့်မြင့် အောင် မြင်သူတို့၏ အလေ့အထများ၊ ရန်ကုန်သား ကျားဘမ်း သူငွေကြီး၏ စီးပွားရေးစွန့်စားခန်းများနှင့် အမြန်ဆုံး သူငွေဖြစ်နည်း (၁)(၂) တို့မှာ ထင်ရှားသည်။



ရာပြည်စာအုပ် ၅၅

ဒို့တာဝန် အရေးသုံးပါး

ပြည်ထောင်စု မပြိုကွဲရေး ဒို့အရေး
 တိုင်းရင်းသား စည်းလုံးညီညွတ်မှု မပြိုကွဲရေး ဒို့အရေး
 အချုပ်အခြာအာဏာ တည်တံ့ခိုင်မြဲရေး ဒို့အရေး

“နိုင်ငံတော် ပွဲ စည်းပုံ အခြေခံဥပဒေ ပေါ်ပေါက်ရေးသည်
 ပြည်ထောင်စုသား အားလုံး၏ ပဓာနကျသော တာဝန်ဖြစ်သည်”

စံပြ အရောင်းသမား
[အရောင်းကွဲသွား ရောက်ပါက]

မောင်ပေါ်ထွန်း

Up-to-date Salesmanship
Herbert N. Casson

- ပြည်သူ့သဘောထား**
- ပြည်ပအားကိုး ပုဆိန်ရိုး အဆိုပြင်ဝါဒီများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
 - နိုင်ငံတော် တည်ငြိမ်အေးချမ်းရေးနှင့် နိုင်ငံတော် တိုးတက်ရေးကို နှောင့်ယှက် ဖျက်ဆီးသူများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
 - နိုင်ငံတော်၏ ပြည်တွင်းရေးကို ဝင်ရောက်စွက်ဖက် နှောင့်ယှက်သော ပြည်ပနိုင်ငံများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
 - ပြည်တွင်း-ပြည်ပ အဖျက်သမားများအား ဘုံရန်သူအဖြစ် သတ်မှတ် ချမှန်ကြ။



၁၉၉၇ ဒီဇင်ဘာနှင့် ခန့်နပ်ဝါရီတွင် ထုတ်ဝေမည့် စာအုပ်များ

- ၅၇။ ဒဂုန်တာရာ၏ ဖျတ်ခနဲ တွေ့ရသော စုပုံပုံလွှာ ကားချပ်များ
- ၅၈။ မာန်မြင့်၏ မြန်မာပြည်မှာ လှုပ်သည်နှင့် အခြားဝတ္ထုတိုများ
- ၅၉။ ဦးရွှေအောင်၏ အတ္ထုဝါဒမှ အနုတ္ထုဝါဒသို့ ခရီးစဉ်
- ၆၀။ ပါရဂူ၏ အမွေပါလီ
- ၆၁။ ကျော်အောင်၏ မောရစ်ကောလစ်၏ နေဝင်ဘုရင်များ
- ၆၂။ မောင်သာနိုး၏ ထင်းရှူးပင်ရိပ်



ရာပြည်စာအုပ်တိုက်

အမှတ် ၃၈၊ ၁၀၉ လမ်း၊ မင်္ဂလာတောင်ညွန့်၊ ရန်ကင်းမြို့။

ဖုန်း-၀၁၊ ၂၉၆၆၇၁

[၁၊ နိုဝင်ဘာ၊ ၁၉၉၇]

စာမူခွင့်ပြုချက်အမှတ် [၅၉၂ / ၉၇ (၉)]
 မျက်နှာပုံးခွင့်ပြုချက်အမှတ် [၅၅၀ / ၉၇ (၁၀)]

စီစဉ် ထုတ်လုပ်မှု
 ရာပြည့် ဦးစိုးညွန့်

ပုံနှိပ်ခြင်း

ပထမအကြိမ် - (၁၉၉၂) မြဝတီရည်စာပေ
 ဒုတိယအကြိမ် - (၁၉၉၇) ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်
 ဘုရား [၁၀၀၀]

မျက်နှာပုံးရိုက်

ဦးကျော်စိန် [၁၂၉၁၉၂]၊ ကျောက်စိမ်းပုံနှိပ်တိုက်
 အမှတ် ၁၇၁၊ ၃၃ လမ်း၊ ကျောက်တံတားမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။

ပုံနှိပ်သူ

ဒေါ်တင်တင်ဌေး [၁၅၂၄၀]၊ သင်းလှဝင်း ပုံနှိပ်တိုက်
 အမှတ် ၁၊ ဗိုလ်ရာညွန့်လမ်း၊ ၁၃၇မြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။

ထုတ်ဝေသူ

ဦးရဲမြင့် [၁၀၁၀၄၉]၊ တက်လမ်းစာပေ
 အမှတ် ၉၆၇၊ ပဒေသာရပ်၊ ဇော်ဘွားကြီးကုန်း၊ အင်းစိန်၊ ရန်ကုန်မြို့။

စာအုပ်ချုပ်

ကိုမြင့်

မျက်နှာပုံး ပန်းချီ

ဝင်းမြင့်ဦး

တန်ဖိုး

၈၀၀ ကျပ်



မာဏီက

- ပြန်ဆိုသူ၏ အမှာ	၆
- မူရင်း နိဒါန်း	၇
၁။ အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ	၁၀
၂။ ကြံ့ဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း	၂၂
၃။ စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်း	၃၆
၄။ ကုန်ကို ပြသခြင်း	၆၀
၅။ ရွေးချယ် ပေးခြင်း	၇၁
၆။ ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း	၈၆
၇။ ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း	၉၇
၈။ စက်ရုပ် ဈေးသည်	၁၀၆
၉။ အရမ်း ဈေးမချပါနှင့်	၁၀၈
၁၀။ အရောင်းသမား သင်တန်း	၁၂၇

ပြန်ဆိုသူ၏ အမှာ

ဤစာအုပ်သည် ကမ္ဘာကျော် ကနေဒီယန် ရောင်းဝယ်ရေး ပါရဂူကြီး ဟားဘတ် ကက်ဆင်၏ Up-to-date Salesmanship: The R. I. D. S. A. C Formula for Sales Efficiency စာအုပ်ကို ဆီလျော်အောင် မြန်မာပြန်ဆိုထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

ဟားဘတ်ကက်ဆင်သည် ရောင်းဝယ်ရေး၊ စီမံခန့်ခွဲရေးနှင့် ကြီးပွားချမ်းသာရေး ကျမ်းပေါင်း နှစ်ရာနီးပါး ရေးသားခဲ့သော ကမ္ဘာကျော် တက်ကျမ်းဆရာကြီး ဖြစ်ပါသည်။ သူ့စာအုပ်တိုင်းကို ကမ္ဘာအရပ်ရပ်၌ ဘာသာမျိုးစုံဖြင့် ထုတ်ဝေ ဖတ်ရှုနေကြပါသည်။ ဤစာအုပ်မှာလည်း ရောင်းဝယ်တာ လုပ်ငန်း၌ အလွန် အသုံးဝင်သောကြောင့် လူကြိုက်များသော စာအုပ်ဖြစ်၍ ဘာသာပေါင်းစုံဖြင့် ပြန်ဆိုထုတ်ဝေခဲ့ရပြီး ဖြစ်ပါသည်။

ကျွန်တော်တို့ နိုင်ငံတွင် စီးပွားရေး လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ စာအုပ် စာတမ်းများ အထွက်အပြု အလွန်နည်းနေပါသည်။ ထို့ကြောင့် ဤစာအုပ်ကို ဘာသာပြန်ဆို ထုတ်ဝေကာ ထိုကွက်လပ်ကို တတ်အားသလောက် ဖြည့်ပါသည်။

၁၉၉၁၊ ဩဂုတ် ၁၆။

မောင်ပေါ်ထွန်း



မူရင်း နိဒါန်း

‘ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်တဲ့ အရောင်းသမားဆိုတာ ရှိပါသလား။ အရောင်းသမား တစ်ယောက်ရဲ့ အရည်အချင်းကို အတိအကျ တိုင်းတာလို့ ရနိုင်တဲ့ နည်းလမ်း။ ဒါမှမဟုတ် ဖော်မြူလာ (ပုံသေနည်း) ရှိပါသလား’

ဟု ကုန်သည်ကြီး တစ်ယောက်က ကျွန်ုပ်အား မေးမြန်းဖူးသည်။ သူ့မေးခွန်းမှာ ဖြေရခက်သော မေးခွန်းဖြစ်သည်။ သို့သော် အမေ့ဦးက အဖြေရှိရမည် ဆိုသည်အတိုင်း ကျွန်ုပ်အနေဖြင့် မလွဲမရှောင်သာ ဖြေလိုက်ရတော့သည်။

‘ဟုတ်ကဲ့....ရှိပါတယ်။ ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်တဲ့ အရောင်းသမားဆိုတာ ရှိပါတယ်။ ဒါပေမယ့် အဲဒီအချက်ကို တိုင်းတာသိရှိနိုင်တဲ့ ပုံသေနည်းဆိုတာ ကျွန်တော်ရော တခြားပုဂ္ဂိုလ်တွေရော မသိကြသေးပါဘူး’

ကျွန်ုပ်၏ အဖြေမှာ ကိုယ့်ကိုယ်ကို သိက္ခာချသော အဖြေပင်ဖြစ်သည်။ ကျွန်ုပ်သည် ‘အရောင်းပါရဂူ’အဖြစ် နှစ်ပေါင်း ၂၀ ကျော် လုပ်ကိုင်ခဲ့ပြီး ကမ္ဘာပေါ်တွင် အကြီးဆုံး စီးပွားရေး ကုမ္ပဏီကြီးနှစ်ခု ဖြစ်သော ‘ထင်းဒတ်’ ရေနံကုမ္ပဏီနှင့် ‘ဘဲလ်’ တယ်လီဖုန်း ကုမ္ပဏီတို့တွင်လည်း အရောင်း အတိုင်ပင်ခံ’ အဖြစ် သုံးနှစ်တိတိ လုပ်ကိုင်ခဲ့ဖူးသည်။

သို့သော်လည်း ကျွန်ုပ်သည် ရောင်းချမှု စွမ်းရည်ကို ဘယ်ပုံဘယ်ပုံဖြင့် တိုင်းတာရမည် ဆိုသည်ကို လုံးဝ မသိသေးပါ။

ရက်စွဲအင်္ဂါနေ့

ကျွန်ုပ်သည် အထက်ပါမေးခွန်းကို အမေးမခံရမီကလေးက ဗြိတိသျှ ကုမ္ပဏီ တစ်ခုအတွက် အရောင်းစာရေးရာထူး လျှောက်ထားသူ လူငယ်တစ်ယောက်ကို လူတွေ့စစ်ဆေး ခဲ့ဖူးသည်။

‘အရောင်းသမား အရည်အချင်းကို သိသလား’ ဟု ကျွန်ုပ်က မေးသောအခါ သူက ‘ဟုတ်ကဲ့... သိပါတယ်။ အရောင်းသမား အရည်အချင်းကို ကကြီးကနေပြီး အ အထိ ကျွန်တော် အားလုံး သိပါတယ်’ ဟု ဖြေသည်။

ဤတွင် အခြေအနေမှာ အကြီးအကျယ် ကွာခြားသွားသည်။ အရောင်းသမား အရည်အချင်းနှင့် ပတ်သက်သော စာအုပ်စာတမ်းဟူ၍ တစ်သက်လုံး တစ်အုပ်တလေမျှ မဖတ်ဖူးသော ဤလူငယ်က သူ အားလုံး သိသည်ဟု ခံယူထားသည်။

သို့သော် ဤဘာသာရပ်နှင့် ပတ်သက်၍ စာအုပ် ကိုးအုပ်တိတိ ရေးသားခဲ့ပြီးသော ကျွန်ုပ်ကမူ ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်သော အရောင်းသမားဆိုတာ ဘာလဲ ဆိုသည်ကို အဓိပ္ပာယ် ဖွင့်ဆိုရန် ဘယ်လိုမှ မတတ်နိုင် ဖြစ်နေသည်။

အမှန်ဆိုလျှင် အရောင်းသမား၏ အရည်အချင်းကို သိပါသည်ဟု ပြောနေကြသော ကျွန်ုပ်တို့အားလုံးပင် ကိုယ် မသိသော အရာကို သိသည်ဟု ပြောနေကြခြင်းသာ ဖြစ်သည်။ အမှန်ဆိုလျှင် ကျွန်ုပ်တို့သည် အရောင်းသမား အရည်အချင်းကို လေ့လာကြရဦးမည်။ အရောင်းသမား အရည်အချင်းကို အတိအကျ အဓိပ္ပာယ် ဖွင့်ဆိုနိုင်ရန် ရှာဖွေ ဆည်းပူး ကြရဦးမည်။

ကျွန်ုပ်တို့၏ လက်ရှိ ဈေးရောင်းခြင်း နည်းစနစ်များသည် ရှေးရိုးအဆင့်တွင်သာ ရှိနေသေးသည်။ အပျော်တမ်း အဆင့်တွင်သာ ရှိနေသေးသည်။ အတတ်ပညာတစ်ရပ် သို့မဟုတ် သက်မွေးမှုပညာတစ်ရပ် အဆင့်သို့ မရောက်ရှိသေးချေ။ အဆိုးစွန်ဆိုးရသော် လုံးဝ ခေတ်မမီသေးချေ။ တခြားသော ကုန်သွယ်ရေးနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို သိနားလည်သလောက်

မရှိသေးနိုင်

ရောင်းချမှု အတတ်ပညာကို သိနားလည်ခြင်း မရှိသေးချေ။ တကယ်ဆိုသော် ကျွန်ုပ်တို့ လက်ရှိကျင့်သုံးနေသော ရောင်းချမှု နည်းစနစ်များသည် အိဗွီနည်းကျ မဖြစ်သေးချေ။

ဤအချက်ကို သိရှိရသောအခါ ကျွန်ုပ်သည် များစွာပင် တုန်လှုပ်သွားမိသည်။ ထို့ကြောင့် ထိုအချိန်မှစ၍ အရောင်းသမားကောင်း အရည်အချင်းများကို ကျွန်ုပ် လေ့လာဆည်းပူးခဲ့သည်။ ကျွန်ုပ်သည် ရောင်းချမှု နည်းစနစ်များကို ဝယ်ယူတက်မှ နေ၍ လေ့လာခဲ့သည်။

ဤစာအုပ်သည် ယင်းလေ့လာမှု၏ ရလဒ်ဖြစ်သည်။ ကျွန်ုပ်သည် အထက်က ဖော်ပြခဲ့သော ကုန်သည်ကြီး၏ မေးခွန်းကို ဤစာအုပ်ဖြင့် အပြေပေးလိုက်ပါပြီ။ ပုံနှိပ်စက်မှ ပထမဆုံး ထွက်လာသောစာအုပ်ကို သူ ဝယ်မဦးစွာ ဖတ်ရပါလိမ့်မည်။

ဤစာအုပ်တွင် ကျွန်ုပ် ရှာဖွေတွေ့ရှိသော ‘အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်မျိုး’ ကို ရှင်းလင်း ဖော်ပြထားသည်။ ယင်း ခြောက်မျိုးထဲတွင် ရာနှုန်းပြည့် အရောင်းသမားကောင်းတစ်ဦး၏ အရည်အချင်းကို အတိအကျ တိုင်းတာသိရှိ နိုင်ပါလိမ့်မည်။

ဟားဘတ်ကက်ဆင်

အခန်း [၁]

အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ

ရာနှုန်းပြည့် စံပြ အရောင်းသမားကောင်း၏ နည်းစနစ်များကို ဖွင့်ဆိုပါမည်။ ဤနည်းစနစ်များသည် အသစ်အဆန်း ဖြစ်သည်။ ယခင်က လုံးဝ မပေါ်ခဲ့ဖူးသေး။ ယခုအခါ အရောင်းသမား အရည်အချင်းနှင့် ပတ်သက်သော စာအုပ်ပေါင်း ရှစ်ရာကျော်ကို ထုတ်ဝေခဲ့ကြပြီးပြီ။ သို့သော် အကောင်းဆုံး ရောင်းချနည်းကို ဆုံးဖြတ်နိုင်သည့် 'စံ' တစ်ရပ်ကို ဘယ်စာအုပ်ကမျှ မဖော်ထုတ်နိုင်သေး။

ပထမဆုံး ကြိုးပမ်းခဲ့သူမှာ ရှယ်လ်ဒန် ဖြစ်သည်။ သူသည် ရောင်းချမှု၏ စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ ဥပဒေသ- အာရုံစိုက်မှု၊ စိတ်ဝင်စားမှု၊ လိုချင်မှု၊ ပြုလုပ်မှု ဟူသော သူ၏ နာမည်ကျော် ဥပဒေသကို ဖော်ထုတ်ပေးခဲ့သည်။

သို့သော် သူ့ဥပဒေသည် မရှင်းလင်း။ ဆိုင်ထိုင်အရောင်းစာရေးတစ်ယောက် သို့မဟုတ် နယ်လှည့် အရောင်းကိုယ်စားလှယ် တစ်ယောက် အတွက် တိကျပြတ်သားသော လမ်းညွှန်ချက်မဟုတ်။ ရောင်းချမှု လုပ်ငန်းကို တကယ်ဆောင်ရွက်ရာတွင် မရှင်းလင်း မရေရာသော ပြဿနာများနှင့်သာ ရင်ဆိုင်ကြရသည်။ ယင်းဥပဒေသည် 'အာရုံစိုက်မှု' ကို ဘယ်လို ဖန်တီးယူမည်ဟု အတိအကျ မဖော်ပြ။ ဝယ်သူ ကျေနပ်အောင် ဘယ်လို လုပ်ရမည်ဟု အတိအကျ ရှင်းမပြ။

ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်

မိမိ အရောင်းသမား

ထိုပြင် ဝယ်သူ ထပ်ဆင့် ဝယ်ချင်အောင် ဘယ်လို လုပ်ရမည်၊ သို့မဟုတ် ရောင်းချမှုလုပ်ငန်း အောင်မြင်ပြီးဆုံးအောင် ဘယ်လို ဆောင်ရွက်ရမည်ဟု ရှင်းရှင်းလင်းလင်း မဖော်ပြ။

အောင်မြင်မှု အတိုင်အတား

တကယ်လိုအပ်သည်မှာ ပြီးပြည့်စုံသော ရောင်းချမှု နည်းစနစ်ကို အတိအကျ ဖွင့်ဆိုပြရန် ဖြစ်သည်။ သို့မှသာလျှင် အရောင်းသမားကောင်း တစ်ယောက်၏ အရည်အချင်းကို တိတိကျကျ တိုင်းတာ သိရှိနိုင်မည် ဖြစ်သည်။

ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုကို ရောင်းချသောအခါ ရောင်းချမှု နည်းစနစ်သည် ဘယ်အတိုင်းအတာအထိ အောင်မြင်သနည်း။ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း အောင်မြင်သလား၊ ၃၀ ရာခိုင်နှုန်း အောင်မြင်သလား၊ ၆၀ ရာခိုင်နှုန်း အောင်မြင်သလား၊ ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်သလား ဟူသော အချက်ကို အတိအကျ သိချင်သည်။

ဝမ်းနည်းစရာ ကောင်းသည်မှာ လက်ရှိ ကျွန်ုပ်တို့၏ ရောင်းချနည်းစနစ်သည် ၂၀ ရာခိုင်နှုန်းမျှသာ အောင်မြင်နေခြင်း ဖြစ်သည်။ အရောင်းသမားတစ်ယောက်၏ ငါးပုံတစ်ပုံသာ အောင်မြင်သော အလုပ်ကို အောင်မြင်သော အလုပ်ဟု မဆိုနိုင်။

ဝယ်သူများ တစ်ခါလာပြီးနောက် နောက်ထပ် ဘယ်တော့မှ ပြန်လာခြင်းမှာ ဤအချက်ကြောင့် အဓိက ဖြစ်သည်။ ရောင်းချနည်းစနစ် ချွတ်ယွင်းနေသည်။ ဝယ်သူကို ထိုက်ထိုက်တန်တန် မဆက်ဆံ။ လုပ်စရာ အားခိုက်ကို မလုပ်ဘဲ ဖြစ်နေသည်။

ကုန်တိုက်ကြီးတစ်ခုသို့ ပစ္စည်းဝယ်ရန် ဝင်လာသော အမျိုးသမီး သုံးယောက်အနက် တစ်ယောက်သာ ပစ္စည်းဝယ်လေ့ ရှိသည်ဟု ပြောကြသည်။ ကျန်နှစ်ယောက်မှာ ပြန်ထွက်သွားပြီး တခြားတွင် သွားဝယ်ကြသည်။ ဤကုန်တိုက်မျိုးသည် ရောင်းချရာတွင် ၃၃ သုံးပိုင်းတစ်ပိုင်း ရာခိုင်

ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်

မောင်ပေါ်ကျွန်း

နှုန်းသာ အောင်မြင်သည်။ စွမ်းရည်ပြည့် ရောင်းချမှုစနစ်ဖြင့် ရောင်းချလျှင် ရာခိုင်နှုန်း သုံးဆ တိုးအောင် ရောင်းချနိုင်မည်သာ ဖြစ်သည်။

ဘယ်ကုန်တိုက်တွင်မဆို တိုးတက်အောင် လုပ်နိုင်စရာတွေ အများကြီး ရှိသည်ကို ကုန်သည်တိုင်း သိကြသည်။ ရောင်းချနည်းစနစ် မှန်ကန် ပြည့်စုံလျှင် အချိန်တိုင်း ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်အောင် ရောင်းချနိုင်မည်သာ ဖြစ်သည်။

နေရာတိုင်းတွင် အပျော်တမ်း အရောင်းသမားတွေ ရှိကြသည်။ သူတို့သည် လုပ်သင့်တာကို မလုပ်ဘဲ မလုပ်သင့်တာတွေကိုသာ လုပ်နေကြ သည်။ ပစ္စည်း ၁၀၀ ရောင်းရမည့် နေရာတွင် ပစ္စည်း ၂၀၊ ၃၀ မျှသာ ရောင်းချနေကြသည်။

ထို့ကြောင့် အရောင်းစွဲနည်းများကို လွယ်ကူစွာ မှတ်သားထားရန် လိုအပ်သည်။ ဤနည်းများသည် အရောင်းသမားများအား မှန်ကန် ပြည့်စုံ သော ဈေးရောင်းနည်း၏ အဓိပ္ပာယ် အမှန်ကို သိရှိစေပြီး ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်သော အရောင်းသမား ဖြစ်လာအောင် ပို့ဆောင်ပေးနိုင်မည် ဖြစ်သည်။

မှန်ကန် ပြည့်စုံသော ရောင်းချမှုနည်းစနစ်နှင့် ပတ်သက်၍ အောက် ပါအတိုင်း အချက်ခြောက်ချက် သို့မဟုတ် 'အရောင်းစွဲနည်း ခြောက် ဂါထာ' ရှိသည်။

- ၁။ ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း
- ၂။ စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်း
- ၃။ ကုန်ကို ပြသခြင်း
- ၄။ ရွေးချယ်ပေးခြင်း
- ၅။ ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း
- ၆။ ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း

ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်

ပြောရောင်းသမား

အတိုကောက်အားဖြင့် 'ကြို၊ စုံ၊ ကုန်၊ ရွေး၊ ဆင့်၊ ကျေး' ဟူ၍ နှုတ်သားနိုင်သည်။

ဤသည်မှာ အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ ဖြစ်သည်။ ဈေးရောင်း သော လူတိုင်း၏ စွမ်းရည်ကို ဤခြောက်ဂါထာဖြင့် စမ်းသပ် စစ်ဆေးနိုင် သည်။ ဈေးရောင်းရာတွင် ဤခြောက်ဂါထာကို မှန်မှန်ကန်ကန် ကျင့်သုံးလျှင် ဝယ်သူသည် ကျေနပ်စွာဖြင့် ပစ္စည်း ဝယ်ယူသွားပြီးနောက် နောက်ထပ် လည်း လာဝယ်လိမ့်ဦးမည်။ ဤနည်းဖြင့် ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်သော ရောင်းချမှုကို ရရှိနိုင်သည်။

ဝယ်သူသည် ရောင်းချနည်းစနစ်များကို သိမည် မဟုတ်။ သို့သော် သူသည် ရောင်းချပုံ နည်းလမ်း အဆင်ပြေသည် မပြေသည် ဆိုသည်ကိုတော့ ကောင်းကောင်း သိသည်။ မည်သည့် လုပ်ငန်းတွင်မဆို နည်းလမ်းကျခြင်းကို လူတိုင်း နှစ်သက်ကြသည်။

ပရိသတ်သည် တယော မထိုးတတ်သော်လည်း တယောဆရာ၏ လက်သံ ကောင်း မကောင်းကိုတော့ အကဲဖြတ်တတ်သည်။ ပရိသတ်သည် ရုပ်ရှင်ဇာတ်ဆောင်ကဲ့သို့ သရုပ် မဆောင်တတ်သော်လည်း သရုပ်ဆောင်၏ သရုပ်ဆောင်မှု ဟန် မဟန်ကိုတော့ ကောင်းကောင်းသိသည်။ ထို့အတူ ဈေးဝယ်သူများသည် ဈေးရောင်းနည်းအကြောင်း မသိသော်လည်း ဈေး ရောင်းသူ၏ ဆက်ဆံရေး ကောင်း မကောင်းကိုတော့ အလွန်သိသည်။

အမျိုးသမီး ဈေးဝယ်သူတစ်ယောက်သည် မိမိအား ဈေးရောင်းသူက ကောင်းကောင်း ဆက်ဆံသလား၊ မချေမငံ ဆက်ဆံသလား ဆိုသည်ကို အလွန် သတိထားသည်။ သူသည် အပျော်တမ်း အရောင်းသမားနှင့် သက် မွေးဝမ်းကျောင်း အရောင်းသမားကို ကောင်းစွာ ခွဲခြားနိုင်သည်။ မိမိ လိုချင် သော ပစ္စည်းကို ဆိုင်တိုင်းတွင် ဝယ်ယူ ရရှိနိုင်သောကြောင့် မိမိအား ကောင်း စွာ ဆက်ဆံသော ဆိုင်တွင်သာ သွားဝယ်ပေလိမ့်မည်။

ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်

အရောင်းစွဲနည်း၊ ခြောက်ဂါထာအတိုင်း ပြီးပြည့်စုံသော ရောင်းချနည်း အဆင့်များမှာ အကျဉ်းအားဖြင့် အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

(၁) ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း

‘ကြွပါရှင်.....ဒီမှာ ထိုင်နိုင်ပါတယ်၊ ဘာပစ္စည်းများ လိုချင်ပါသလဲ’

(၂) စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်း

‘အကောင်းစားဖိနပ် ဝယ်ချင်လို့ပါလား၊ အလျင်ကခုန်ရာ ဒီမှာ လာဝယ်ဖူးပါလား၊ ဘာအရောင်များ ကြိုက်ပါသလဲ၊ ဝတ်စုံနဲ့ လိုက်ဖက်တဲ့ အရောင်ကို ကြိုက်ပါသလား’

(၃) ကုန်ကို ပြသခြင်း

‘ဒီဖိနပ်က မမနဲ့ အတော်ပါပဲ၊ ဟုတ်ကဲ့.... ခုံမြင့် လိုချင်ရင်တော့ ဒီအမျိုးအစားက ပိုကောင်းပါတယ်၊ ဒီဖိနပ်တွေက စီးလို့လည်း အလွန် ကောင်းပါတယ်၊ ဟောဒီ အရောင်က မမနဲ့ အလိုက်ဆုံးပါပဲ’

(၄) ရွေးချယ်ပေးခြင်း

‘မမခြေထောက်က အနေတော်ကလေးဖြစ်လို့ နံပါတ် ခုနစ်က နည်းနည်း ကြီးနေပါလိမ့်မယ်၊ ဟောဒီက ခြောက်ခွဲလောက်ဆိုရင် အတော်ပဲ နေမှာပါ၊ ခုစီးလာတဲ့ ဖိနပ်နဲ့လည်း ဆိုက်တူပါပဲ၊ ကြီးသေး၊ ကြီးကြီး ကြိုက်ရာ ရနိုင်ပါတယ်၊ ကြိုက်တာသာ အေးအေးဆေးဆေး ရွေးပါ၊ အားမနာပါနဲ့’

(၅) ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း

‘နောက်ထပ် အကြမ်းစီးမယ့် အမျိုးအစား လိုချင်ရင်လည်း ရှိပါသေးတယ်၊ ဒီအမျိုးအစားက ပစ္စည်း ပိုကောင်းပါတယ်’

(၆) ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း

‘မမက တော်တော် ဈေးဝယ်တတ်တာပဲ၊ ခုရွေးထားတဲ့ ပစ္စည်းတွေ

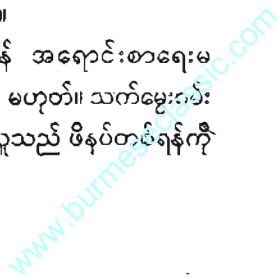
က အမျိုးအစား ကော်ဇင်းတို့အပြင် လှလည်း လှပါတယ်၊ မမ သုံးကြည့်တဲ့အခါ ကျေနပ်မှာ သေချာပါတယ်၊ ဒါနဲ့ ဒီပစ္စည်းတွေ အားလုံးကို ကျွန်မ ပေါင်းပြီး ထုတ်ပေးလိုက်ရမလား၊ ယူသွားရတာ လွယ်တာပေါ့၊ ခုလို လာ အားပေးတာ အများကြီး ကျေးဇူးတင်ပါတယ်၊ နောင်လည်း လာပါဦး၊ ပစ္စည်းကောင်း ဈေးမုန်ရပါစေမယ်’

ဤသည်မှာ ရာခိုင်နှုန်းပြည့် အရောင်းသမား တစ်ယောက်၏ ရောင်းချနည်း နမူနာ အချုပ်သဘောပင် ဖြစ်သည်။

ရာနှုန်းပြည့် အရောင်းသမားကောင်းသည် ဆိုင်ထဲသို့ ဝင်လာသူအား လိုက်လံပျူငှာ ကြိုဆိုသည်။ ဝယ်သူ၏ လိုအပ်ကို မေးမြန်းစုံစမ်းသည်။ ဝယ်သူ လိုချင်သော ပစ္စည်းများကို စုံလင်အောင် ပြသသည်။ ဝယ်သူ အရွေးချခက်နေသောအခါ ကိုယ်တိုင် ကူညီရွေးချယ်ပေးသည်။ ဖိနပ် အကောင်းစား တစ်ရန်သာ ဝယ်လိုသော ဝယ်သူအား အကြမ်းစား တစ်ရန်ကိုလည်း ဆင့်လောင်း ရောင်းချလိုက်သေးသည်။ နောက်ဆုံးတွင် ဝယ်သူအား ကျေးဇူးတင်စကားပြောပြီး ရောင်းချမှုကိုစွဲကို ပြီးပြည့်စုံအောင် ဆောင်ရွက်လိုက်သည်။

အဆိုပါ ဝယ်သူသည် ဒီဆိုင်က ငါ့ကို ကောင်းကောင်း ဆက်ဆံလိုက်တာပဲ ဟူသော အတွေးနှင့်အတူ စိတ်ကျေနပ်စွာ အိမ်သို့ ပြန်သွားသိမ့်မည်။ နောက်တစ်ကြိမ် ဖိနပ်ဝယ်လိုလျှင် ထိုဆိုင်သို့ ပြန်လာမည်မှာ သေချာသည်။ ယခင် တစ်ခေါက်က ရောင်းချလိုက်သော အရောင်းစာရေးမကလေးကိုလည်း ပြန်လည် သတိရမိ ပေလိမ့်မည်။

အဆိုပါ စာရေးမကလေးသည် သာမန် အရောင်းစာရေးမတစ်ယောက် မဟုတ်။ အပျော်တမ်း အရောင်းသမား မဟုတ်။ သက်မွေးဝမ်းကျောင်း အရောင်းစွမ်းရည် ပြည့်ဝသူ ဖြစ်သည်။ သူသည် ဖိနပ်တစ်ရန်ကို



သာမကဘဲ ထပ်ဆင့်ပစ္စည်းများကိုလည်း ရောင်းချလိုက်နိုင်သေးသည်။ ထို့ကြောင့် သူသည် အရောင်းစာရင်းတွင် ခြောက်ဆယ်ရာခိုင်နှုန်း ထပ်ဖြည့် လိုက်နိုင်သည်။

သစ်ရွေးဝမ်းကျောင်း ဈေးဆောင်ဘွဲ့

တကယ်ဆိုသော် သူ၏ ဆောင်ရွက်ချက်သည် ယင်းထက်ပင် ပိုပါသေးသည်။ သူသည် မိမိဆိုင်အတွက် အခြံတမ်း ဖောက်သည်တစ်ယောက် ရှာပေးလိုက် နိုင်ခြင်းမှာ အဓိကအချက် ဖြစ်သည်။

တန်ဖိုးများသော ကုန်ကို ရောင်းသည်ဖြစ်စေ၊ တန်ဖိုးနည်းသော ကုန်ကို ရောင်းသည် ဖြစ်စေ အရောင်းသမားကောင်း တစ်ယောက်၏ ရောင်း ချနည်းမှာ အထက်ပါ ရောင်းချနည်း နမူနာအတိုင်းပင် ဖြစ်သည်။ အချိန် ပေးရခြင်းသာလျှင် ကွာခြားပေလိမ့်မည်။

သို့သော် အချို့ပစ္စည်းများကို ရောင်းချမှုပညာ မလိုဘဲ လွယ်ကူစွာ ရောင်းရတတ်သည်။ စီးကရက်တစ်ဘူး ဝယ်ချင်သော လူတစ်ယောက်သည် ဆိုင်ထဲသို့ ကမန်းကတန်း ဝင်လာနိုင်သည်။ နို့ဆီတစ်ဘူး လိုချင်သော အမျိုးသမီး တစ်ယောက်သည် ဆိုင်ထဲသို့ သုတ်သီးသုတ်ပျာ ဝင်လာနိုင် သည်။ ထို့အတူ ကော်ဖီ၊ သကြားလုံး ဝယ်ချင်သော ကလေးငယ်သည် ဆိုင်ထဲသို့ ပြေးဝင်လာနိုင်သည်။ ဤအဖြစ်မျိုးတွင် ရောင်းချမှုနည်းပညာ လိုချင်မှ လိုအပ်မည်။ မလိုအပ်ဘဲလည်း ကိစ္စပြီးနိုင်သည်။

မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ယင်းသို့သော အလျင်စလို မဝယ်မဖြစ် လာဝယ် သော ကိစ္စရပ်များတွင်ပင် အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာကို အလျဉ်းသင့် သလို အသုံးချနိုင်သည်။ အလျင်စလို စီးကရက် လာဝယ်သူအား အချိန် အနည်းငယ် ရလျှင် မီးခြစ်တစ်ဘူး ထပ်ရောင်းလိုက်နိုင်ပါသေးသည်။ နို့ဆီ လာဝယ်သော အမျိုးသမီးကိုလည်း စည်သွတ်ပဲ တစ်ဘူး ထပ်ဆင့် ရောင်း နိုင်သေးသည်။

ထို့အတူ တော်ဖီ၊ သကြားလုံး လာဝယ်သော ကလေးငယ်အား လည်း နောက်ထပ် သကြားလုံးတစ်မျိုးကို နမူနာအဖြစ် လက်ဆောင် ပေးလိုက်နိုင်သေးသည်။

တကယ်ဆိုသော် ရောင်းချခြင်း အမှုကို ပြုတိုင်း 'ကြိုဆို နှုတ်ဆက် ခြင်း' ကို ပြုနိုင်သည်။ ဝယ်သူအား ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း ဆိုသည်မှာ 'စကား' ဖြင့် ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်းကိုသာ ခေါ်သည် မဟုတ်။ 'အပြုံး' ဖြင့် ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်းသည်လည်း အလားတူပင် ထိရောက်သည်သာ ဖြစ်သည်။

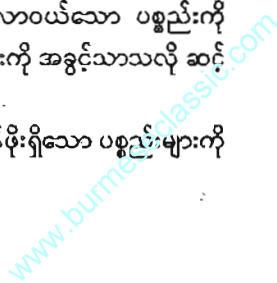
အထက်က ဆိုခဲ့သော စီးကရက် ဝယ်သူ၊ နို့ဆီ ဝယ်သူနှင့် တော်ဖီ ဝယ်သူတို့သည် ဈေးရောင်းသူ၏ စကားဖြင့် ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်းကို မရရှိ သည်တိုင်အောင် အပြုံးဖြင့် ဆီးကြို နှုတ်ဆက်ခြင်းကိုတော့ မေ့နိုင်လိမ့်မည် မဟုတ်။

သေချာပေါက် ဝယ်မည်ဟု သိရသော ကုန်ပစ္စည်းများကို ရောင်းချ ရာတွင် စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်းနှင့် ရွေးချယ်ပေးခြင်း ပြုလုပ်ရန် လိုအပ်မည် မဟုတ်။

သို့သော် ဝယ်သူကလည်း ချက်ချင်း မပြန်သေးလျှင်၊ ဆိုင်ထဲမှာ လည်း ဝယ်သူတွေက ပြည့်ကျပ်မနေလျှင် နောက်ထပ် ပစ္စည်းတစ်ခုခုကို ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း ပြုနိုင်သေးသည်။ ပစ္စည်း မရောင်းရသည့်တိုင် အောင် ဝယ်သူအား တစ်စုံတစ်ရာ အကြံပေးခြင်းမျိုးကိုလည်း ပြုလုပ်နိုင် သည်။

ဈေးရောင်းသူသည် ကိန်းသေပေါက် လာဝယ်သော ပစ္စည်းကို ရောင်းချပေးသူမျှသာ မဟုတ်။ တခြား ပစ္စည်းများကို အခွင့်သာသလို ဆင့် လောင်း ရောင်းချပေးသူလည်း ဖြစ်သည်။

ဈေးရောင်းသူသည် ထူးထူးခြားခြား တန်ဖိုးရှိသော ပစ္စည်းများကို



ရောင်းချသောအခါ ထိုပစ္စည်းများ၏ အရည်အသွေး ကောင်းပုံကိုလည်း ဝယ်သူအား ပြောပြရပေမည်။ ဝယ်ယူသော ပစ္စည်းများ အလွန်ကျေးဇူးကြီးသည်ဟု ဝယ်သူက မထင်မိစေရန် ဖြစ်သည်။

မိမိ ရောင်းလိုက်သော ပစ္စည်းကို အမွမ်းတင်လိုလျှင် ပစ္စည်းကို ဝယ်သူသို့ ရောင်းပြီးသောအခါမှသာ ထိုပစ္စည်းကောင်းကြောင်း အမွမ်းတင်စကား ပြောပါ။

ထိုအချိန်သည် ဝယ်ယူသူ စိတ်ကျေနပ်မှုရရန် အထိရောက်ဆုံး အချိန် ဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ထိုအချိန်တွင် ဝယ်သူသည် ပစ္စည်းကို ပိုင်ဆိုင်သွားပြီ ဖြစ်၍ ပစ္စည်းကို ချီးမွမ်းခြင်းဖြင့် သူ့ကိုလည်း ဂုဏ်တင်ရာ ရောက်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

အချုပ်ဆိုသော် ဤ အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာကို ကုန်ပစ္စည်း ရောင်းချသော ဌာနတိုင်းတွင်၊ ဆိုင်တိုင်းတွင် ကျင့်သုံးနိုင်သည်။

သို့သော် ခြွင်းချက်တော့ ရှိသည်။ စားကုန် သောက်ကုန် ရောင်းသော ကုန်စုံဆိုင်များတွင် ဤနည်းလမ်း အားလုံးကို သုံးစရာ လိုမည် မဟုတ်။ ဝယ်သူသည် မိမိလိုအပ်သော ပစ္စည်းကို မဖြစ်မနေ ဝယ်ယူရန် ဆုံးဖြတ်ထားပြီး ဖြစ်သည်။

သို့ရာတွင် အလှကုန် စသော အခြားပစ္စည်းများ ရောင်းသည့် ဆိုင်တိုင်းတွင်မူ ဤနည်းများကို အဆင့်ဆင့် စုံလင်စွာ အသုံးချ၍ ရသည်။

ဈေးဆိုင်ဟူသည် ကုန်ပစ္စည်းများကို သက်မွေးဝမ်းကျောင်း ရောင်းချသောဌာန ဖြစ်သည်။ သို့သော် ဈေးဆိုင်တိုင်းသည် သက်မွေးဝမ်းကျောင်း ပုံစံမျိုး မကျင့်သုံးကြ။ မကျွမ်းကျင်သော အရောင်းသမားများဖြင့် ဖြစ်ကတတ်ဆန်း ရောင်းချနေသည့် ဆိုင်တွေသာ များသည်။ ပိုင်ရှင်ဖြစ်သူ ကုန်သည်ကိုယ်တိုင် ဈေးရောင်းခြင်း နည်းပညာကို လုံးဝ လေ့လာခြင်း မရှိဘဲ စခန်းသွားနေတတ်ကြသည်။

‘ကြို နှို၊ တုန်၊ ရွှား ဆင့်၊ ထွေး’

ဝယ်ယူသော အရောင်းဆိုင်မျိုးတွင် ဈေးဝယ်သူသည် အရေးတယူ ကြိုဆိုခြင်းကို မခံရ။ ဝယ်ယူစိတ်ထဲတွင် ဘယ်လိုဆန္ဒ ရှိသည်ကို ရောင်းသူက မမြန်း စုံစမ်းရန် လုံးဝ စိတ်မကူးမိ။

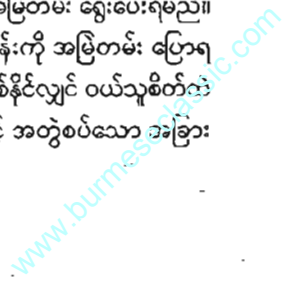
ဝယ်ယူ မေးသော ပစ္စည်းကို ထုတ်ပြသည်။ ဈေးကို ပြောသည်။ ဆိုအခါ သူ ဝယ်ချင်လျှင် ဝယ်မည်၊ မဝယ်ချင်လျှင် ပြန်ထွက်လာမည်။ ဝယ်ဖြစ်လျှင် ပစ္စည်းပေး၍ ပိုက်ဆံယူပြီးလျှင် ရောင်းချမှုကိစ္စ ပြီးပြည့်စုံပြီဟု သဘောထားတတ်ကြသည်။ ရောင်းသူသည် ဝယ်သူကို လုံးဝ သတိမရဘော။

ဤနည်းဖြင့် ဖြစ်ကတတ်ဆန်း စခန်းသွားနေကြသော အရောင်းဆိုင်တွေသာ အများဆုံး ဖြစ်သည်။

ကုန်ထုတ်လုပ်ရာတွင် ထုတ်လုပ်မှု အဆင့်ဆင့် ချောမောစေရန် နှစ်ကန်သော ဆောင်ရွက်မှု ရှိသည်။ လုပ်ငန်းအဆင့်ဆင့်ကို စံနှုန်းထား၍ သို့ယူဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် သက်သာအောင် လုပ်နိုင်သည်။

ထိုအတူပင် ရောင်းချမှုလုပ်ငန်းတွင်လည်း မှန်ကန်သော နည်းလမ်း ရှိသည်။ အကောင်းဆုံးနည်းလမ်း ရှိသည်။ လုပ်ငန်း အဆင့်ဆင့် ရှိသည်။ ထိုအဆင့်ကို ပထမဦးစွာ လုပ်ဆောင်ရသည်။

ဆိုင်ထဲသို့ ဝယ်သူ ဝင်လာလျှင် အမြဲတမ်း ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ရမည်။ အမြဲတမ်း မေးမြန်း စုံစမ်းရမည်။ ရောင်းကုန်များကို စုံလင်အောင် အမြဲတမ်း ပြသရမည်။ ဝယ်သူ မရွေးတတ်လျှင် ရောင်းသူက အမြဲတမ်း ရွေးပေးရမည်။ ပစ္စည်း၏ အရည်အသွေးကို ပြောပြီးတော့မှ ဈေးနှုန်းကို အမြဲတမ်း ပြောရမည်။ အရည်အသွေး မပြောခင် ဈေးနှုန်း မပြောရ။ ဖြစ်နိုင်လျှင် ဝယ်ယူစိတ်ထဲသို့ ရည်ရွယ်မလာသော၊ ဝယ်ယူသည့် ပစ္စည်းနှင့် အတွဲစပ်သော အခြား



ပစ္စည်း တစ်ခုခုကို အမြဲတမ်း ထပ်လောင်း ရောင်းချရမည်။ နောက်ဆုံးတွင် ဝယ်သူအား ကျေးဇူးတင်စကား အမြဲတမ်း ပြောရမည်။

ဤနည်းသည် အကောင်းဆုံးသော ဈေးရောင်းနည်း ဖြစ်သည်။ ဤနည်းဖြင့်ရောင်းလျှင် ဝယ်သူ စိတ်ကျေနပ်မှု ရှိမည်။ အမြဲတမ်း ဖောက်သည်ကောင်း တစ်ယောက် ဖြစ်လာလိမ့်မည်။

ဤနည်းကို အသုံးပြုသော ဈေးဆိုင်တိုင်းသည် အမှန်တကယ် ကြီးပွားတိုးတက် လာလိမ့်မည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ဤနည်းသည် ဝယ်သူအား စိတ်ချမ်းသာမှုကို ပေးနိုင်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

ဤနည်းကို ဆိုင်ထိုင် အရောင်းစာရေးများ၊ နယ်လှည့် အရောင်းကိုယ်စားလှယ်များပါ အသုံးပြုနိုင်သည်။ စီးကရက်ရောင်းသူလည်း အသုံးပြုနိုင်သည်။ စိန်ရွှေရတနာရောင်းသူလည်း အသုံးပြုနိုင်သည်။ မီးရထားအင်ဂျင် ရောင်းသူလည်း အသုံးပြုနိုင်သည်။

ဤနည်းကို 'အောင်မြင်သော ရောင်းချမှု ဥပဒေသ' ဟုလည်း ခေါ်နိုင်သည်။ ဤနည်းသည် ရောင်းကုန်များကို ထိထိရောက်ရောက် အစွဲထုတ်နိုင်သောကြောင့် ရောင်းသူ ဝယ်သူ နှစ်ဦးနှစ်ဖက် ကျေနပ်နှစ်သက်သောနည်း ဖြစ်သည်။

ဤနည်းလမ်းများကို စာအုပ်ပေါင်းများစွာဖြင့် ချဲ့ထွင်ရေးသားနိုင်သည်။ ဖွင့်ဆို၍ ရေးသားနိုင်သည်။

သို့သော် ဤစာအုပ်တွင်ကား မှတ်သားရလွယ်အောင် ရိုးရိုးကလေးဖြင့် အကျဉ်းချုပ် ဖော်ပြထားသည်။ တစ်ခါ မှတ်မိလျှင် ဘယ်တော့မှ မေ့နိုင်တော့မည် မဟုတ်။

တရုတ်ပညာရှိကြီး ကွန်ဖြူးရှပ်သည် သူ၏အတွေးအခေါ်များကို စကား သုံးလုံးတည်းဖြင့် အကျဉ်းချုပ် ဖော်ပြခဲ့သည်။

ကျွန်ုပ်သည် ရောင်းချမှု အတတ်ပညာကို တစ်ဖက်ကမ်းခတ် တတ်

ကြောက်သူ တစ်ယောက် မဟုတ်ပါ။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ကျွန်ုပ်သည် ခက်ခဲစေနိုင်သော ထိုပညာရပ်ကို စကားခြောက်လုံးတည်းဖြင့် အကျဉ်းချုပ် ဖော်ပြလိုက်ပါပြီ။

- (၁) ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း
- (၂) စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်း
- (၃) ကုန်ကို ပြသခြင်း
- (၄) ရွေးချယ်ပေးခြင်း
- (၅) ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း
- (၆) ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း

'ကြို-စုံ-ကုန်-ရွေး-ဆင့်-ကျေး'

အခန်း [၂]

ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း

ကိုင်း.....ယခုအချိန်ကစပြီး ကုန်ပစ္စည်းမျိုးစုံ ရောင်းချရေး လုပ်ငန်းတွင် 'အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ'ကို တစ်ချည်း တစ်ခု၊ တစ်ဆင့်ပြီး တစ်ဆင့် တယ်လို လက်တွေ့ အသုံးချသွားမလဲ ဆိုသည်ကို အသေးစိတ် ရှင်းပြသွားမည်။

ပထမဆုံး ဂါထာက 'ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း.....'။

'ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်း (Reception) ဆိုသည်မှာ အရောင်းဆိုင် တံခါးဝမှာ ရှိသည့်လူ၊ သို့မဟုတ် အရောင်းကောင်တာမှာ ရှိသည့် အရောင်းသမား၊ သို့မဟုတ် နယ်လှည့် ကိုယ်စားလှယ် တစ်ယောက်က ဝယ်သူကို ပထမဦးစွာ လှမ်းကြည့်ပြီး ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း ဖြစ်သည်'

ဘယ် အရောင်းဆိုင်မျိုးတွင်မဆို ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်းက အလျင်လာရမြဲ ဖြစ်သည်။ ဝယ်သူကို အထူး ဧည့်သည်လို သဘောထားရမည်။ လိုက်လံစောင့်ကြည့် ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ရမည်။

ဤတွင် အရောင်းသမား၏ မျက်နှာပေး၊ အမူအရာနှင့် ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ပုံ နှုတ်ဆက်နည်းသည် အလွန် အရေးကြီးသည်။

အပြုနှင့် ပြု

'ကြွပါရှင်၊ တွေ့ရတာ ဝမ်းသာပါတယ်၊ မလာတာ နည်းနည်း ကြာသွားပြီ

ရပြန်တာပဲဟိုက်

စံပြု အရောင်းသမား

နော်၊ ကြိုက်တဲ့ပစ္စည်း စိတ်ရှိ လက်ရှိ ကြည့်နိုင်ပါတယ်၊ ပစ္စည်းတွေကလည်း စုံပါတယ်'

ဟူသော စကားသည် ကောင်းသော ကြိုဆိုခြင်း ဖြစ်သည်။

ဝယ်သူတိုင်းတွင် လိုက်လံစောင့်ကြည့်မှုကို ရပိုင်ခွင့်ရှိသည်။ ဝယ်သူသည် အရောင်းဆိုင် ဝန်ထမ်းအား ပိုက်ဆံလာပေးနေသူ ဖြစ်သည်။ အရောင်းဆိုင်တိုင်းသည် ဝယ်သူကို လုံးဝ ဥသံ အားထားမိခို နေရသည်။ ဝယ်သူ၏ ထင်မြင်ချက်၊ ခံစားချက်ကြောင့် အရောင်းဆိုင်များ ရပ်တည်နေကြရသည်။ ပျက်စီးသွားကြရသည်။

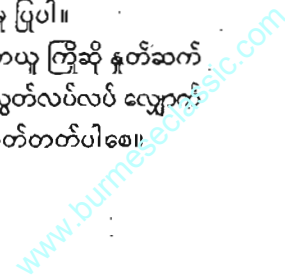
ဝယ်သူ၏ ပထမဆုံး ထင်မြင်ချက်သည် အလွန် အရေးကြီးသည်။ ပထမ မိနစ်ဝက်အတွင်းတွင် အရောင်းအဝယ် ဖြစ်သွားနိုင်သလို ပျက်လည်း ပျက်သွားနိုင်သည်။ ဝယ်သူ စိတ်ခုသွားလျှင် ကုန်ပစ္စည်းကို ဖြစ်စေ၊ ဈေးနှုန်းကို ဖြစ်စေ လိုချင်ဆန္ဒ ရှိတော့မည် မဟုတ်။

အချို့သော ကုန်တိုက်ကြီးတွေက ဝယ်သူကို လိုအပ်သည်ထက် ပိုပြီး တခမ်းတနား ကြိုဆို နှုတ်ဆက်တတ်ကြသည်။ ယင်းသို့သော ကုန်တိုက်ကြီးများထဲသို့ ဝင်လာသောအခါ အမျိုးသမီး တော်တော်များများသည် ကုန်တိုက်ကြီး၏ ခမ်းနားမှုကြောင့် ရှိုးတိုးရှုန်တန် ဖြစ်သွားတတ်ကြသည်။

အထူးသဖြင့် တောက တက်လာသော ဝယ်သူတွေနှင့် ဈေး အဝယ် အပြု အလေ့အထ နည်းသော ဝယ်သူတွေ ယင်းသို့ ဖြစ်တတ်ကြသည်။ ဆွဲကြောင့် ဝယ်သူကို လိုအပ်သည်ထက် ပို၍ အလွန်အကျွံ လိုက်လံပျံ့ငှာ ဗျာဗျာသလဲ ကြိုဆိုခြင်းမျိုး မလုပ်မိပါစေနင့်။ ဝယ်သူ၏ မျက်နှာရိပ် မျက်နှာတံကို ကြည့်၍ ထိုက်သင့်သလောက်သာ ကြိုဆိုသမှု ပြုပါ။

အချို့ ဝယ်သူများသည် သူတို့အား အရေးတယူ ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်းကို မကြိုက်ကြဘဲ ကုန်ပစ္စည်းများကိုသာ လွတ်လွတ်လပ်လပ် လျှောက်ကြည့်ချင် တတ်ကြသည်။ ထို ပုဂ္ဂိုလ်မျိုးကို အကဲခတ်တတ်ပါစေ။

ရပြန်တာပဲဟိုက်



မည်သို့ပင်ဆိုစေ မိမိဆိုင်ထဲသို့ ဝင်လာသူအား သက်သောင့် သက်သာ ရှိစေပြီး ကိုယ့်အိမ် ကိုယ့်ရာထဲ ရောက်နေရသလို ထင်ရအောင် ရောင်းသူက ကိုယ်အမူအရာ၊ နှုတ်အမူအရာဖြင့် သင့်တင့်လျောက်ပတ်စွာ ဆက်ဆံတတ်ရန် အရေးကြီးသည်။ ဝယ်သူ၏ ကိုယ့်ကိုယ်ကို လေးစားမှုနှင့် ကြည်လင်မှု ယုတ်လျော့သွားလျှင် အရောင်းအဝယ် ပျက်သွားနိုင်သည်။ ထိုဆိုင်သို့လည်း နောက်ထပ် လာချင်စိတ် ရှိတော့မည် မဟုတ်။

အသေးအကြီးမဟူ အရောင်းဆိုင် အများစု၏ ဆက်ဆံမှုသည် များသောအားဖြင့် ရုံးဆန်လွန်းတတ်သည်။ ဟန်များပြီး ကြီးကျယ်တတ်လွန်းသည်။ ဤအချက်သည် ဈေးဆိုင် ပျက်စီးရာ ပျက်စီးကြောင်း ဖြစ်သည်။

အရောင်းသမားသည် ဝယ်သူတိုင်းကို အပြုံးနှင့် ကြိုဆိုရမည်။ ဤအချက်သည် ဘယ်လို အကြောင်းကြောင့်မျှ မချိုးဖောက်ရသော သံမဏိဥပဒေစည်းကမ်း ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ဈေးရောင်းသူသည် 'အပြုံးမျက်နှာ ရှိရမည်' ဟု တရုတ်စကားပုံ တစ်ခုက ဆိုခဲ့ခြင်း ဖြစ်သည်။

အရောင်းဆိုင် များစွာတို့တွင် ဟိတ်ဟန်အပြည့်နှင့် ကိန်းကြီးခန်းကြီးနိုင်သော အရောင်းသမားတွေ ရှိကြသည်။ သူတို့သည် ဝယ်သူများအား အထက်လေနှင့် ပြောဆို ဆက်ဆံကြသည်။ ယင်းသို့သော လူစားမျိုးကို အရောင်းကောင်တာနောက်တွင် မထားသင့်။ ဝယ်သူလည်း မရှိ၊ ကုန်လည်း မရောင်းရ၊ အမြတ်လည်း မရှိသော နေရာများတွင်သာ ထားသင့်သည်။

အရောင်းဆိုင်သည် စာတိုက်မဟုတ်၊ ရုံးခန်း မဟုတ်၊ စံအိမ်ကြီး မဟုတ်။ ဝယ်သူအား စိတ်ချမ်းသာအောင် ပြုစုပြီး ကုန်များများ စွဲအောင် ရောင်းချရသော နေရာသာ ဖြစ်သည်။ ဤနေရာမျိုးကို အိမ်စေဆန်သော အရောင်းသမားများနှင့် လွှတ်ပေးထား၍ မရ။

ဝယ်သူ မုန့်ဆီဆေး ထလပ်

ယနေ့အရောင်းဆိုင် များစွာတို့တွင် ဝယ်သူများအား ကြိုဆိုနေကြပုံကို

ရုပ်ပြုစာပေတိုက်

ထက်တွေ့ လေ့လာကြည့်လျှင် မယုံကြည်နိုင်လောက်အောင် ဖြစ်ရသည်။ ထိုသူ ဝင်လာလျှင် မျက်နှာ ပုပ်သိုးနေကြသည်။ ဝယ်သူကို မတူမတန်သလို ဆက်ဆံကြသည်။ ရိုင်းစိုင်းစွာ ပြောဆိုကြသည်။ တစ်ခါတစ်ရံ ရန်စကားပင် ခြောက်တတ်ကြသေးသည်။ ယင်း အရောင်းသမားများသည် 'ဝယ်သူ မုန့်တီး နေကလပ်' ဝင်များ ဖြစ်ကြလေရောသလားဟု ထင်မှတ်ရသည်။

ကျွန်ုပ်သည် စမ်းသပ်လေ့လာမှု သဘောဖြင့် လန်ဒန်မြို့မှ ကုန်တိုက်ကြီးတစ်တိုက်သို့ သွားရောက်ပြီး တကယ် ကြုံတွေ့ရသော ဖြစ်ရပ်များကို နှုတ်စုစာအုပ်တွင် ရေးမှတ်ထားခဲ့သည်။

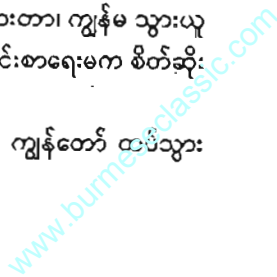
ပထမအကြိမ်တွင် နံနက် ဆယ်နာရီတိတိ၌ ဆိုင်ထဲသို့ ဝင်လာခဲ့သည်။ ကျွန်ုပ်အား တစ်ယောက်မျှ ဂရုမစိုက်။ မိန်းကလေး တစ်ယောက် အနီးသို့ လျှောက်သွားပြီး လိုချင်သည့် ပစ္စည်းကို မေးကြည့်သည်။ သူက 'ခရီးကူး' ဟု တုံးတိတိ ပြန်ပြောသည်။

သို့နှင့် ကျွန်ုပ်သည် ကိုယ်လိုချင်သည့်ပစ္စည်း ရှိမည် အရောင်းကောင်တာကို ကိုယ့်ဘာသာကိုယ် လိုက်ရှာသည်။ တွေ့သည်။ အရောင်းစာရေးမထလေးသည် အခြား မိန်းကလေးနှစ်ယောက်နှင့် စကားပြောနေသည်။ ကျွန်ုပ်ကို လားလားမျှ ဂရုမစိုက်။ တစ်ချက်သာ လှည့်ကြည့်ပြီး စကားဆက်ပြောနေသည်။ ကျွန်ုပ်အား ဆိုင်သို့ မကြာခဏ လာရောက် နှောင့်ယှက်သူ အဖြစ်သာ ဆက်ဆံသည်။

ထိုနေ့ မွန်းလွဲသုံးနာရီတွင် ကျွန်ုပ် ထိုဆိုင်သို့ ဒုတိယအကြိမ် ပြန်သွားသည်။ မုန့်ပြတင်းတွင် ပြထားသည့် ဦးထုပ်ကို ကြည့်ပါရစေဟု ကျွန်ုပ်က တောင်းလိုက်သည်။ 'အဲဒါက ပြတင်းမှာ ပြထားတာ၊ ကျွန်မ သွားယူနေဖို့ အချိန်မရှိဘူး' ဟု လူလတ်ပိုင်းအရွယ် အရောင်းစာရေးမက စိတ်ဆိုးတန်ဖြင့် ပြန်ပြောသည်။

နောက်တစ်နေ့တွင် ကလေးဝတ်စုံဝယ်ရန် ကျွန်တော် ထပ်သွား

ရုပ်ပြုစာပေတိုက်



ပြန်သည်။ အထက်စီးလေနှင့် လူငယ်တစ်ယောက်က အပေါ်စားဝတ်စုံများကို ထုတ်ပြသည်။ ကျုပ်က အညံ့စား မလိုချင်ဘူး၊ အကောင်းစား ကြည့်ပါရစေ' ဟု ကျွန်ုပ်က ပြောလိုက်သည်။

ထိုလူငယ်သည် ချက်ချင်း နှာကောက်သွားသည်။ သူသည် မျက်နှာကြီး ရှစ်ခေါက်ချိုးဖြင့် အကောင်းဆုံး အမျိုးအစားတွေကို ထုတ်ပြသည်။ ကျွန်ုပ်က မေးတော့မှသာ မပြောချင် ပြောချင် ဟန်ဖြင့် စကားပြန်ပြောသည်။ ခပ်ပြတ်ပြတ် ပြောတတ်သော၊ မေးတတ်သော ဝယ်သူကို အဖက်မလုပ်ရဟု ဤဆိုင်တွင် စည်းကမ်း ထုတ်ထားသလား မသိ။

စိတ်ဓာတ်မကျဘဲ နောက်တစ်ကြိမ် ထိုဆိုင်သို့ ကျွန်ုပ် လာခဲ့ပြန်သည်။ အမေရိကန် မိတ်ဆွေတစ်ယောက်လည်း ပါလာသည်။ သူက သူ့သားလေးအတွက် ဝတ်စုံ ဝယ်ချင်သည်။ သူ့တွင် တခြား ချိန်ဆိုထားချက် တစ်ခု ရှိသောကြောင့် အချိန် ၁၀ မိနစ်ခန့်သာ ပေးနိုင်သည်။ တခြား အရေးကြီး ကိစ္စတစ်ခု ရှိနေ၍ ကျွန်ုပ်တို့အား ခပ်သုတ်သုတ်ကလေး ရောင်းချပေးရန် စာရေးမကလေး နှစ်ယောက်အား ကျွန်ုပ်က ပြောပြသည်။

နှစ်ယောက်စလုံးကပင် မကျေနပ်သဖြင့် 'ဒီမှာ အလုပ်ရှုပ်နေတာ မမြင်ဘူးလား' ဟု ပြန်ပြောသည်။ ကျွန်ုပ်တို့သည် ဘာပစ္စည်းမှ မဝယ်တော့ဘဲ စိတ်မချမ်းသာစွာနှင့် ပြန်ထွက်လာခဲ့ကြသည်။

ထိုဆိုင်တွင် ဤကဲ့သို့သော ဖြစ်ရပ်မျိုးများ နာရီတိုင်း ပေါ်ပေါက်နေမည်မှာ သေချာသည်။ ဝယ်သူများအား ဇော်ကားပြီး မောင်းထုတ်နေကြသည်။ အရောင်းသမားများတွင် ဝယ်သူကို မုန်းသည် နာတာရှည်ရောဂါ စွဲကပ်နေကြပုံ ရသည်။

ထိုဆိုင်သည် လန်ဒန်မြို့တွင် အစည်ကားဆုံး လမ်းတစ်လမ်းထဲတွင် တည်ရှိသော်လည်း ထိုဆိုင်၏ ဝင်ငွေမှာ အနည်းဆုံး ဖြစ်နေသည်။ စီမံခန့်ခွဲမှု စနစ်ကို အချိန်မီ မပြုပြင်လျှင် အမြတ်ဝင်ငွေ တစ်ပြားမှပင် ရှိလိမ့်မည် မဟုတ်။

ဝယ်သူကို အရောင်းစာရေးများ ဂရုမစိုက်နိုင်သည့် အချိန် သုံးချိန် ဖြစ်သည်။ ယင်းတို့မှာ ကုန်ပစ္စည်းများ သန့်ပြီး ဆိုင်ခင်းနေချိန်၊ အလုပ်အများဆုံးဖြစ်သည့် မွန်တည့် ၁၂ နာရီနှင့် ညနေ ၄ နာရီကြား အချိန်နှင့် ဆိုင်ခင်းဝင် နာရီဝက်အချိန်တို့ ဖြစ်သည်။

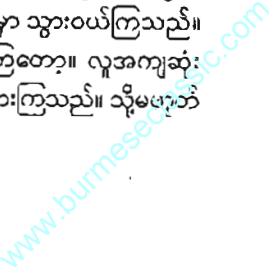
ထန်စိုအပူဆုံး ပုဂ္ဂိုလ်

ဆိုင်များစွာတို့တွင် နံနက် ၁၀ နာရီ မထိုးမီ ရောက်လာသည့် ဝယ်သူများကို အနှောင့်အယှက် လာဖေးသူများလို သဘောထားကြသည်။ ထိုအချိန်သည် အရောင်းစာရေးများ စကားတပြောပြောနှင့် ပစ္စည်းများ ခင်းကျင်းနေချိန် ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် သူတို့ အလုပ်ကို နှောင့်ယှက် မခံလိုကြ။ အစောကြီး ဆောက်လာသော ဝယ်သူများကို မကြိုက်ကြ။ ယင်းသို့ မကြိုက်ကြောင်းကို သူတို့က ပြောင်ပြောင်ပင် ဖော်ပြကြသည်။

အလုပ်အများဆုံး အချိန်တွင် အရောင်းစာရေးများအတွက် အကြောင်းပြချက် အများကြီး ရှိသည်။ သို့သော်လည်း ဘယ်လိုပင်ဖြစ်ဖြစ် သူတို့အား ဝယ်သူများကို စိတ်ဆိုးရွှင် မပေးသင့်။ ဈေးဆိုင်ကြီးတစ်ဆိုင်တွင် ဆောင်းရကုန် အားလုံး၏ ၇၀ ရာခိုင်နှုန်းကို ၁၂ နာရီမှ ၄ နာရီ အချိန်ကာလအတွင်း ရောင်းရသည်ကို လေ့လာတွေ့ရှိရသည်။ ၁၁ နာရီ မထိုးမီ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းသာ ရောင်းရသည်။ ၁၁ နာရီနှင့် ၁၂ နာရီ အတွင်းတွင် ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းသာ ရောင်းရသည်။ လေးနာရီ ထိုးပြီးနောက် ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းသာ ရောင်းရသည်။

အရောင်းရဆုံး အချိန်တွင် ဝယ်သူတွေ အများကြီးကို လက်လွတ် ဆုံးရှုံး ခဲ့လိုက်ရသည်။ ၎င်းတို့သည် တခြားဆိုင်တွေမှာ သွားဝယ်ကြသည်။ သို့မဟုတ် ဝယ်ဖို့ စိတ်ကူးလာသလောက် မဝယ်ကြတော့။ လူအကျဆုံး အချိန်တွင် ၎င်းတို့အား အရောင်းစာရေးတွေက ပစ်ထားကြသည်။ သို့မဟုတ် ခိုင်းခိုင်းစွာ ဆက်ဆံခံကြရသည်။



မောင်ပေတို့

ထိုကြောင့် ဆိုင်ထဲတွင် လူတွေများနေလျှင် အရောင်းစာရေးများ အနေဖြင့် မျက်စိကို ကောင်းစွာ အသုံးချတတ်ရန်၊ အပြုံးကို ဖြန့်ပေးတတ်ရန် သင်ကြားပေးသင့်သည်။ အလုပ်များသောကြောင့် စိတ်မတိုရ၊ ရိုင်းစိုင်းစွာ မဆက်ဆံရ။ လုံးဝ မဖြစ်နိုင်လျှင် ဝယ်သူအား နောက်တစ်နေ့မှာ လာခဲ့ပါရန် လေးလေးစားစား မေတ္တာရပ်ခံလိုက်ပါ။

တစ်နေ့တာ၏ နောက်ဆုံးပိုင်း ကာလများတွင် ဝယ်သူလာလျှင် လည်း အရောင်းသမားတွေ စိတ်တိုတတ်ကြသည်။ ဤသည်မှာ သဘာဝ ဖြစ်သည်။ သူတို့တစ်တွေ တစ်နေ့လုံး အလုပ်များပြီး ဝင်ပန်းနွမ်းနယ် နေကြပြီ။ ဤကိစ္စသည် အရေးကြီးသည်။

ဆိုင်ပိတ်ချိန်နီးမှ ကပ်ရောက်လာသော ဝယ်သူသည် အရေးကြီး၍ ရောက်လာခြင်း ဖြစ်နိုင်သည်။ သူသည် အကောင်းဆုံး ဖောက်သည် တစ်ယောက် ဖြစ်လာနိုင်သည်။ သို့သော် သူ့အား ဟောက်လွှတ်လိုက်လျှင် ကား ထိုဆိုင်သို့ တစ်သက်လုံး ခြေဦးလှည့်တော့မည် မဟုတ်ချေ။

ထိုကြောင့် နောက်ဆုံး မိနစ်ပိုင်းတွင်မှ ရောက်လာသော ဝယ်သူသည် သုံးနာရီတွင် ရောက်လာသော ဝယ်သူထက် ကုန်ဝယ်ရန် သေချာသည် ဟူသော အချက်ကို အမြဲတမ်း သတိရပါ။

အရောင်းစာရေးများသည် အလုပ်ဆင်းရန် နာရီထိုးသံ ပေါ်ထွက် လာသည်နှင့် တစ်ပြိုင်နက် အိမ်ပြန်လိုကြသည်မှာ ဓမ္မတာ ဖြစ်သည်။ သည် တော့ ဘယ်လိုလုပ်မှာလဲ။

အကောင်းဆုံးမှာ အလုပ်ဆင်းချိန် မတိုင်မီ နောက်ဆုံး နာရီဝက် အတွင်း ရောင်းရလျှင် အပိုကော်မရှင် အနည်းငယ်ဖြစ်စေ၊ ဆုငွေ ဖြစ်စေ ချီးမြှင့်ခြင်း ဖြစ်သည်။ သို့မဟုတ် အခြားတစ်နည်းနည်းဖြင့် အမှတ်တရ ချီးမြှင့်သင့်သည်။

အလုပ်ချိန် ကုန်ခါနီးတွင် အရောင်းစာရေးတွေ စိတ်ကူးထွေပြားလာ

မပြု အရောင်းသမား

သည်။ ဤအချက်ကို ကုန်သည်တွေ၊ ပိုင်ရှင်တွေ သတိပြုသင့်သည်။ နောက် ဆုံး အလုပ်ချိန်အတွင်း ရောင်းချပေးမှုအတွက် ၎င်းတို့အား အထူးဆုပေးလျှင် ရောင်းချမှု ရာခိုင်နှုန်း နှစ်ဆတိုးလာမည်မှာ သေချာသည်။

ဘယ်အချိန်တွင် ရောက်လာသော ဝယ်သူကိုမဆို မျက်လုံးသေကြီး ဖြင့် လည်းကောင်း၊ ရှစ်ခေါက်ချိုး မျက်နှာကြီးဖြင့် လည်းကောင်း၊ မတူ မတန် ဟန်မျိုးဖြင့် လည်းကောင်း၊ မကျေနပ်သည့် အမူအရာဖြင့် လည်း ကောင်း အရောင်းစာရေးများက လုံးဝ ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်း မပြုသင့် ဆိုသည်ကတော့ ရှင်းနေသည်။

ဝယ်သူသည် ဒုက္ခပေးဖို့ လာခြင်း မဟုတ်ပါ။ ကုန်ဝယ်ရန် လာခြင်း သာ ဖြစ်သည်။ ဝယ်ရန် မဟုတ်ဘဲ အပျင်းပြေ ဝင်ကြည့်သော ပုဂ္ဂိုလ် သည်ပင်လျှင် ကောင်းစွာ ဆက်ဆံခံရလျှင် ဝယ်သူ ဖြစ်လာနိုင်သည်။

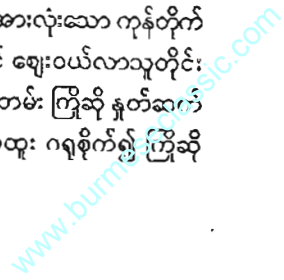
ထို့ကြောင့် ဝယ်သူဟူသည် ဈေးဆိုင်အတွက် တန်ဖိုးအရှိဆုံး ပုဂ္ဂိုလ် ဖြစ်သည်။

မိမိဆိုင်သို့ ဝယ်သူ များများလာလေ ကောင်းလေပင်။

အမျိုးသမီး ဝယ်သူတစ်ယောက်သည် သူ့အား ဈေးဝယ်သူအဖြစ်သာ ဆက်ဆံခြင်းကို မကြိုက်တတ်ချေ။ သူ့အနေဖြင့် ပုဂ္ဂိုလ်ရေး အရေးပေးမှုကို နည်းနည်းဖြစ်စေ လိုချင်သည်။ အထူး အရေးပေးခံရလျှင်ကား ဝမ်းသာ ဈေးနှပ်၍ ဆုံးနိုင်တော့မည် မဟုတ်။

အထောင်းဆိုး ဖြိုဖျက်ခြင်း

ဤကိစ္စတွင် 'မာရှယ်ဖီးလ်ဒ်' အမည်ဖြင့် ကမ္ဘာကျော် အထည်တိုက်ကြီး ဖြစ်ခဲ့ရသည်။ ထိုကုန်တိုက်သည် အမေရိကန်ပြည်ရှိ အားလုံးသော ကုန်တိုက် များအနက် အကြီးဆုံး ဖြစ်သည်။ ထိုကုန်တိုက်တွင် ဈေးဝယ်လာသူတိုင်း အား ဦးဆိုင်ပီ(အရေးပါသောပုဂ္ဂိုလ်)များအဖြစ် အမြဲတမ်း ကြိုဆို နှုတ်ဆက် ကြသည်။ အမျိုးသမီး ဈေးဝယ်လာသူတိုင်းအား အထူး ဂရုစိုက်၍ ကြိုဆို



ဆက်ဆံသည်။ ဤအချက်သည် ထိုကုန်တိုက်အား အမျိုးသမီးတွေ အလွန် နှစ်သက်ခြင်း၏ အဓိကသော့ချက် ဖြစ်သည်။ ထိုကုန်တိုက်တွင် အကောင်း ဆုံးသော ကြိုဆို နှုတ်ဆက်ခြင်း အမြဲတမ်း ရှိသည်။

ဝယ်သူတစ်ယောက်အား အကောင်းဆုံး ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်းမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သင့်သည်။

‘နေကောင်းတယ်နော်...ဒေါ်ဒေါ်၊ မလာတာ နည်းနည်းကြာပြီ နော်၊ ကျွန်မက ဒေါ်ဒေါ်ကို မျှော်နေတာ၊ လွန်ခဲ့တဲ့ တစ်လလောက်က လက်ကိုင်အိတ်ကောင်းကောင်း လိုချင်တယ်လို့ ဒေါ်ဒေါ် ပြောသွားတာ ကျွန်မ မှတ်မိနေပါတယ်၊ ဟော့ဒီမှာ ဒေါ်ဒေါ်အတွက် ကျွန်မ စပယ်ရှယ် မှာထားတယ်၊ ဒေါ်ဒေါ်အကြိုက် နေမှာပါပဲ၊ ဒီပစ္စည်း မကြိုက်သေးရင်လည်း နောက်ထပ် မှာလို့ ရပါတယ်’

ဝယ်သူသည် ဤသို့ ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်းမျိုးကို ဘယ်တော့မှ မေ့နိုင် တော့မည် မဟုတ်။ ဤသည်မှာ မမျှော်လင့်သော ကြိုဆိုမှု ဖြစ်သည်။ ပုဂ္ဂိုလ် ရေး ဂရုစိုက်မှု ဖြစ်သည်။ အရောင်းစာရေးမသည် ဝယ်သူ၏ လိုအင်ကို မှတ်မိနေသည်။

ထိုအချိန်တွင် ထိုဆိုင်သည် ဝယ်သူ၏ ဆိုင် ဖြစ်သွားပြီ။ ထိုဆိုင် သည် ဝယ်သူ၏ စကားကို နားထောင်သည်။ ဝယ်သူ၏ လိုအင်ကို ဖြည့်ပေး သည်။ ဤလုပ်ရပ်မှာ အသေးအဖွဲကလေးသာ ဖြစ်သော်လည်း ဝယ်သူ အနေဖြင့် ကြီးစွာသော ကျေနပ်မှု ရရှိသွားသည်။ ထို့ကြောင့် သူသည် ထိုဆိုင်၏ အမြဲတမ်းဖောက်သည် ဖြစ်လာမည်မှာ သေချာသည်။

ဤတွင် အထူး သတိချပ်စရာ တစ်ချက်ရှိသည်။ ဝယ်သူများ၏ နာမည်ကို မသိလျှင် အရွယ်အလိုက် အစ်ကိုတန် အစ်ကို၊ အစ်မတန် အစ်မ ခေါ်၍ နှုတ်ဆက် ပြောဆိုရန် ဖြစ်သည်။ သို့သော် အသက် ၄၀ လောက်ရှိ သူကို ဘကြီးတို့၊ အဘတို့ မခေါ်မိစေရန် အထူး သတိချပ်ရမည်။

အရောင်းစာရေးမ၏ ပထမဆုံး စကားအသုံးအနှုန်းသည် ဈေး ဆောင်းရာတွင် အလွန် အရေးကြီးသည်။

‘ဘာယူမှာလဲ’ ဟူသော မာဆတ်ဆတ် အမေးမျိုးကို အမြဲတမ်း ဆောင်ပါ။ ‘ဘာ လိုချင်လို့ပါလဲ ရင်’၊ ‘ကျွန်မ ဘာ ကူညီရပါမလဲရှင်’ ဟူသော အသုံးအနှုန်းမျိုးကို ဝယ်သူများ ကြိုက်ကြသည်။

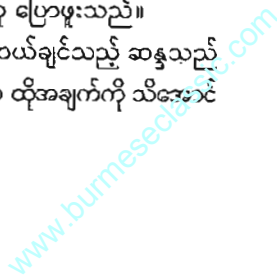
ဝယ်သူက အင်္ကျီတစ်ထည် ကောက်ကိုင်လျှင် အရောင်းစာရေး ဆ ဈေးကို အရင် သွားမပြောလိုက်ပါနှင့်။ ဤစကားသည် အမြဲတမ်း ဆောက်ဆုံးမှ လာရမည်။ ရောင်းသူအနေဖြင့် ‘ဒါက နောက်ဆုံးပေါ် ဒီဇိုင်းပါ၊ ဆိုက်စုံ အရောင်စုံ ရှိပါတယ်၊ အေးအေးဆေးဆေး စိတ်ကြိုက် ရွေးနိုင်ပါ တယ်’ ဟူ၍သာ ပြောသင့်သည်။

ဒါမှမဟုတ်လျှင် ထိုအင်္ကျီ၏ ကောင်းပုံ ကောင်းနည်းများကို ပြောနိုင်သည်။ ယင်းသို့ဖြင့် ဝယ်သူသည် အင်္ကျီအရည်အသွေးနှင့် စွန့်ဖို့ကို နှိုင်းယှဉ်နိုင်ခွင့် ရသည်။

ကောင်းမွန်စွာ ကြိုဆိုဆက်ဆံခြင်းသည် ကောင်းမွန်သော အရောင်း အဝယ်ကို ဖြစ်စေသည်။ အရင်းအနှီး အသေးအဖွဲ ဆက်ဆံမှုကလေးပင် ဖြစ်သော်လည်း အရေးကြီးသော ရလဒ်ကောင်းများကို ရစေနိုင်သည်။ အရောင်းစာရေးကိုရော၊ ကုန်ပစ္စည်းကိုပါ ဝယ်သူအနေဖြင့် ကျေနပ်သွား စေနိုင်သည်။ ဝယ်သူ၏ ဥပေက္ခာစိတ်ကို ဖယ်ရှားပစ်စေနိုင်သည်။

အလွန်ဈေးရောင်းတော်သော စံပြုအရောင်းသမား တစ်ယောက်က ဝယ်သူ၏ မတင်မကျ ဖြစ်နေသော အချက်ကို သိအောင် လုပ်နိုင်လျှင် ဝယ်သူတိုင်းကို မလွတ်တမ်း ရောင်းချနိုင်သည်ဟု ပြောဖူးသည်။

သူ ဆိုလိုသည်မှာ ဝယ်သူ၏ စိတ်ထဲတွင် ဝယ်ချင်သည့် ဆန္ဒသည် အမြဲတမ်း ရှိနေသည်ဟု ဆိုလိုခြင်း ဖြစ်သည်။ မိမိက ထိုအချက်ကို သိအောင် လုပ်ဖို့သာ လိုသည်။



မောင်ပေါ်ဖွန်း

ဝယ်သူသည် ဆိုင်ထဲသို့ ဝင်လာခြင်းမှာ ဝယ်ချင်ဆန္ဒ ရှိ၍ ဝင်လာခြင်း ဖြစ်သည်။ သို့သော် တစ်ခါတစ်ရံ ယင်းဆန္ဒသည် အကြောင်းကြောင်းကြောင့် တုံ့ဆိုင်းနေတတ်သည်။ ထိုအချက်ကို ရောင်းသူက သိရှိပြီး ဝယ်သူဆန္ဒကို နှိုးဆွပေးရမည်။ အကောင်းဆုံး နှိုးဆွနည်းမှာ လှိုက်လှဲစွာ ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

အရောင်းသမားကောင်းဖြစ်ရန် အရောင်းစာရေးများတွင် လူမှုရေးအရည်အချင်းများ ရှိဖို့လိုသည်။ ရှက်တတ်သူ၊ ထုံထိုင်းသူ၊ တွေ့ဆုံသူ မဖြစ်ရ၊ လူတွေနှင့် တွေ့ဆုံဆက်ဆံခြင်းကို နှစ်သက်သူ၊ လူမှုဆက်ဆံရေး ကျွမ်းကျင်သူ၊ မျက်နှာစိမ်းတစ်ယောက်နှင့် အဆင်ပြေပြေ ဆက်ဆံ ပြောဆိုတတ်သူ ဖြစ်ရမည်။

ပုဂ္ဂိုလ်ရေး အရင်းအနှီးများ

အမေရိကန်နိုင်ငံ ဘရွတ်ကလင်မြို့ရှိ 'အောဘရာဟမ်နှင့် စထရော့' ကုန်ပဒေသာတိုက်တွင် အရောင်းစာရေး အားလုံးအတွက် ပိုမို အရောင်းစွဲနည်းစာအုပ်ကလေးတစ်အုပ် ထုတ်ဝေဖြန့်ဖြူး ပေးထားသည်။ ဈေးရောင်းကောင်းရန်အတွက် အရောင်းစာရေးများတွင် ရှိအပ်သော 'ပုဂ္ဂိုလ်ရေး အရင်းအနှီး' များကို ထိုစာအုပ်တွင် ဖော်ပြထားသည်။ ယင်းတို့တွင် အောက်ပါတို့ပါဝင်သည်။

(၁) ကောင်းသော စိတ်နေစိတ်ထား။ ။ စိတ်ရှည်ခြင်း၊ သည်းခံခြင်း၊ ပါးနပ်လိမ္မာခြင်း၊ ကြည်လင်ရွှင်ပျိုခြင်းနှင့် ဟာသဉာဏ် ရှိခြင်းတို့သည် အရောင်းစွဲ အရည်အချင်းများ ဖြစ်သည်။

(၂) ကိုယ့်ကိုယ်ကို ယုံကြည်မှု ။ ။ မိမိ၏ ရောင်းကုန်များ အကြောင်းကို ကျွမ်းကျင်စွာ သိခြင်းဖြင့် ဤအရည်အချင်းကို ရရှိနိုင်သည်။ သို့မှသာ ဝယ်သူ၏ မေးမြန်းချက်များကို ကျေနပ်အောင် ဖြေနိုင်မည်။

ရုရှားကုန်သည်

အရောင်းသမား

(၃) ကျန်းမာရေး ပြည့်စုံမှု ။ ။ ခေါင်းကိုက်နေသော၊ ကိုယ်လက်မသော ဖြစ်နေသော အရောင်းစာရေးသည် အရောင်းအဝယ် အောင်မြင်အောင် လုပ်နိုင်မည် မဟုတ်။ ထို့ပြင် ညက အိပ်ရေးပျက်လာသူသည်လည်း အလုပ်ကို စိတ်ဝင်စားနိုင်မည် မဟုတ်။

(၄) သပ်ရပ်မှု ။ ။ အရောင်းသမားသည် တခြား အရည်အချင်းများ ပြည့်စုံလျှင် ရုပ်ရည်ချောမောသူ ဖြစ်ခြင်းသည် အကောင်းဆုံး ဖြစ်သည်။ သို့သော် ရုပ်မချောသည်တိုင်အောင် ရုပ်ရည်သွင်ပြင် သပ်ရပ်မှု ရှိဖို့တော့မို့သည်။ အထူးသဖြင့် ဝတ်စားဆင်ယင်မှု သပ်ရပ်ခြင်း ရှိရမည်။

ထို့အတူ မိမိ၏ ရောင်းကုန်များကိုလည်း သူ့နေရာနှင့်သူ နေသားဆကျ သပ်သပ်ရပ်ရပ် ခင်းကျင်းပြသသွားရန် လိုသည်။

(၅) ဝေါဟာရ ကြွယ်မှု။ ။ အရောင်းသမား အတော်များများသည် စကားနည်းကြသည်။ ဝေါဟာရကြွယ်ကြွယ်နှင့် ဝေဝေဆာဆာလည်း မပြောထတ်ကြ။ ထို့ကြောင့် ဝေါဟာရကြွယ်၍ စကားပြောကောင်းရန် အရေးအသားကောင်းသော ကြော်ငြာများကို လေ့လာပါ။ မိမိကုန်ပစ္စည်းကို လူဝယ်ချင်အောင် အမွမ်းတင်နည်းကို လေ့လာပါ။

(၆) စိတ်အား ထက်သန်မှု။ ။ ဤအရည်အချင်းသည် အလွန်အရေးကြီးသည်။ မျက်စိ မရှင်ခြင်း၊ တွေ့ဆုံပေးနိုင်ခြင်းတို့ကြောင့် ဝယ်သူတွေ သက်လွတ်ကုန်သည်မှာ မနည်းကြတော့ပြီ။

အထက်ပါအချက် ခြောက်ချက်သည် ဝယ်သူအား ကြိုဆိုဆက်ဆံရာတွင် အောင်မြင်မှု အပြည့်အဝ ရစေနိုင်သည်။ ထိုအရည်အချင်း အားလုံးကို ခေါင်းလိုက်လျှင် ဝယ်သူအနေဖြင့် ယုံကြည်စိတ်ချမှု တိုးပွားလာမည်။ ဆိုင်ထဲတွင် ရက်အမ်းမှု မရှိတော့ဘဲ နေသာထိုင်သား ရှိလာမည်။

ဝယ်သူနှင့် တယ်လီဖုန်းဖြင့် စကားပြောရာတွင်လည်း အထက်ပါ အရည်အချင်းများကို အသုံးပြု၍ ရသည်။

ရုရှားကုန်သည်

‘အခု ဆက်နေတာ ဘယ်သူလဲ’၊ ‘ဘာလိုချင်လို့လဲ’၊ ‘ဒီဆိုင်နဲ့ အလျင်က အဆက်အသွယ် ရှိဖူးလို့လား’ စသည့် စကားမျိုးကို အထူး ရှောင်ပါ။

‘အခု ဆက်နေတာ ဘယ်သူပါလဲရှင်’၊ ‘ကျွန်မ ဘာများ ကူညီရပါ မလဲရှင်’၊ ‘ဘယ်သူနဲ့ တွေ့ချင်လို့ပါလဲရှင်’ စသည့် စကားမျိုးကိုသာ အမြဲတမ်း သုံးပါလေ။

ဝယ်သူအား အရေးတယူ ကြိုဆို ဆက်ဆံခြင်းကို အရောင်းသမား တွေ၊ ကုန်သည်တွေ အများစုက အရေးမကြီးသလို ပစ်ထားခြင်းမှာ တော် တော် အံ့ဩစရာကောင်းသည်။ ဝယ်သူကို ဒါလောက်မှ အသိအမှတ် မပြုနိုင် လျှင်လည်း ဘာကြောင့် ကုန်သည် လုပ်နေကြသေးသနည်း။ ဝယ်သူထံမှ ပိုက်ဆံကို ဘာကြောင့် လိုချင်ကြသေးသနည်း။

တကယ်တော့ ဤစည်းကမ်းကို လိုက်နာရန် ဘာမျှ မခက်ပါ။ ဘာမျှ အပန်းမကြီးပါ။ ကိုယ်ချင်းစာ စိတ်ကလေး နည်းနည်း ရှိဖို့သာ လိုသည်။

အချို့အရောင်းသမားများသည် ပင်ကို သဘာဝအားဖြင့် ဝယ်သူ အပေါ် လောကဝတ် ဖျူငှာ ဆက်ဆံတတ်ကြသည်ကို တွေ့ရသည်။ သို့သော် အများစုကတော့ လုံးဝ မလိုအပ်သလို ပစ်ပယ်ထားကြသည်။ ဤသို့ လုံးဝ မဖြစ်ထိုက် မဖြစ်သင့်ပါ။ ထို့ကြောင့် ဤအချက်ကို ကုန်သည်တွေ၊ ကုန်တိုက် ပိုင်ရှင်တွေ၊ အုပ်ချုပ်သူတွေနှင့် မန်နေဂျာတွေက အထူး သတိပြုပြီး အရောင်း သမားများအား သင်ပြသင့်သည်။ လိုအပ်လျှင် သင်တန်းပေးသင့်သည်။

ကျွန်ုပ် အတွေ့အကြုံအရ ဆွစ်ဇာလန်နိုင်ငံမှ ဟိုတယ်များက လွဲလျှင် တခြားနိုင်ငံများမှ ဟိုတယ်ကြီးများပင် ဤအချက်ကို လျစ်လျူထားကြ သည်ကို တွေ့ရသည်။ ဟိုတယ်ပိုင်ရှင်များနှင့် မန်နေဂျာများ၏ မျက်နှာ ကိုပင် မမြင်ရ။ ဟိုတယ်ဆိုပြီး ဧည့်ကြိုမရှိ။ တံခါးစောင့်၊ စားပွဲထိုး၊ ဧည့်ခံ စာရေးနှင့် ငွေကိုင်တွေနှင့်သာ လွတ်ပေးထားတတ်ကြသည်။ ထို့ကြောင့်

ရရှိထားရန်

ဟိုတယ်များမှာ ဟိုတယ်နှင့် မတူဘဲ အိပ်ခန်းများ၊ စားသောက်ခန်းများ နှိမ့်သော ဝိုင်းခေါင်ကြီးနှင့်သာ တူနေတော့သည်။

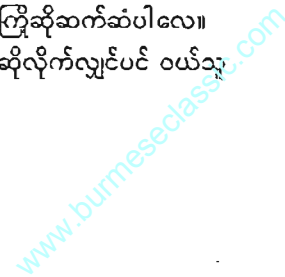
ပိုက်ဆံ ကလေးက ‘ကျေးဇူး’

အဖုန်ကို ဝန်ခံရလျှင် ယခင်က ကျွန်ုပ် ရေးခဲ့သော စာအုပ်များနှင့် အရောင်း သမား သင်တန်းတွင်ပင် ကြိုဆို ဆက်ဆံခြင်း ကဏ္ဍကို အသားပေးခြင်း မရှိပါ။ ယနေ့ အရောင်းအဝယ်လောကတွင် အများခံယူထားသည့် အချက် မှာ ‘ဝယ်သူ ရောက်လာလျှင် လိုချင်သည့် ကုန်ပစ္စည်းကို ချက်ချင်း ရောင်း ထုတ်’ ဟူသော ဥပဒေသ သာ ဖြစ်သည်။

ဤဥပဒေသထက် လွဲမှားသော ဥပဒေသ မရှိတော့။ ဤအပြုအမူ သည် ယဉ်ကျေးသော အပြုအမူ မဟုတ်။ လောကဝတ် ကျေပွန်သော အပြုအမူ မဟုတ်။ ဝယ်သူ၏ စိတ်ထဲတွင် ခံပြင်းမှုကိုသာ ဖြစ်ပေါ်စေနိုင်သော ထုပ်ရုပ်ဖြစ်သည်။ ဤလုပ်ရပ်သည် ရောင်းချခြင်း အတတ်ပညာ၏ ကောင်း သော အစ မဟုတ်။ ဝယ်ချင်စိတ်ကို ဖျက်ဆီးပစ်နိုင်သော လုပ်ရပ်သာ ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်တွင် ဝယ်သူအား လောကဝတ် ကျေပွန်စွာ ကြိုဆိုဆက်ဆံခြင်းသည် အမြဲတမ်း ရှိရမည်။ ဝယ်သူကို ပစ္စည်း ထပ်မံ လိုချင်၍ ရောက်လာသော လူတစ်ယောက် ဟူ၍သာ သဘော ထားရ။

မိမိတို့ဆိုင်မှ ကုန်တွေ ရောင်းစွဲအောင် ကူညီဖို့ ရောက်လာသော ‘အထူး ဧည့်သည်တော်’၊ မိမိတို့အား ပိုက်ဆံလာပေးသော ‘ကျေးဇူးရှင်’ ဟူ၍ သဘောထားပြီး အမြဲတမ်း ဧည့်ဝတ်ကျေပွန်စွာ ကြိုဆိုဆက်ဆံပါလေ။ မဖြစ်နိုင်ဆုံး အပြုံးမျက်နှာလေးဖြင့် ကြိုဆိုလိုက်လျှင်ပင် ဝယ်သူ အနေဖြင့် ကျေနပ် ဝမ်းသာလှပါပြီ။



အခန်း [၃]

စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်း

စံပြအရောင်းသမား၏ အရည်အချင်း သို့မဟုတ် လက်နက်ဖြစ်သော 'အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ' အနက် 'စုံစမ်းမေးမြန်းခြင်း' သည် ဒုတိယဂါထာ ဖြစ်သည်။

'စုံစမ်း မေးမြန်းခြင်း (Enquiry) ဟူသည် အရောင်းစာရေး ရောင်းလိုသော ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ ဝယ်သူ၏ စိတ်တွင် မည်သို့သော ခံစားချက် ရှိကြောင်း သိရှိအောင် စူးစမ်းရှာဖွေခြင်းကို ဆိုလိုသည်'

မှန်ကန်သော ဈေးရောင်းနည်း၏ ဒုတိယအဆင့်သည် (အရောင်း အဝယ် လုပ်နေသည့် အခိုက်အတန့်တွင်) အရောင်းစာရေး သို့မဟုတ် နယ်လှည့် အရောင်းဝန်ထမ်းအနေဖြင့် ဝယ်သူဘက်မှ ရပ်၍ ဝယ်သူ၏ ကိုယ်စားလှယ် သို့မဟုတ် 'အဝယ်တော်' အဖြစ် ဆောင်ရွက်ရန် ဖြစ်သည်။

ဤသို့ ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ဝယ်သူနှင့် ရောင်းသူအကြား တင်းမာမှု၊ မပြေလည်မှု မဖြစ်စေရန် တစ်မှဟုတ်ချင်း ကြိုတင်ကာကွယ်ပြီး ဖြစ်သွားသည်။ ထို့ပြင် ဝယ်သူ၏ ဆန့်ကျင်လိုမှုကိုလည်း တားဆီးပြီး ဖြစ်သွားသည်။

ရန်ကင်းစာရင်းစစ်

အနိုင်ထွန် ခံရသလို

ထွန်ပံသည် ဤနည်းကို ဗြိတိသျှကျွန်းစုများတွင် တွင်တွင်ကျယ်ကျယ် ထွန်သုံးရန် လမ်းညွှန် သင်ပြခဲ့သည်။

ဤနည်းသည် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် ကျင့်သုံးနေသော 'အတင်း တွန်းရောင်းနည်း' နှင့် လုံးလုံးလျားလျား ကွဲပြားခြားနားသည်။ ဆောင်းသူက မိမိကုန်ပစ္စည်း စွဲဖို့ တစ်ခုတည်းကိုသာ ဦးတည်ပြီး အပိုစကား မှ တအားပြော ရောင်းချသောနည်းနှင့် လုံးဝ ဆန့်ကျင်ဘက် ဖြစ်သည်။ အရောင်းအဝယ် လုပ်ငန်းကို ငြင်းခုံပွဲအဖြစ်မှ ဆွေးနွေးပွဲအဖြစ်သို့ ပြောင်းလဲ သွားစေသည်။

အရောင်းသမားသည် ဝယ်သူ၏ အလိုဆန္ဒကို စုံစမ်းလေ့လာခြင်း မပြုဘဲ ပစ္စည်းစွဲရောက်သော အဓိကထားပြီး အတင်းတွန်းရောင်းခြင်း အလုပ် မှုကို လုံးဝ ရှောင်ရမည်။ ဝယ်သူအနေဖြင့် ကိုယ့်ဘက် ကိုယ်ယက် သဘော သားမျိုး ပိုက်သွားစေနိုင်သော ပြောဆိုဆက်ဆံမှု မှန်သမျှကို ရောင်းသူက အထူးရှောင်ရမည်။

ကုန်ပစ္စည်းကို အတင်း တွန်းရောင်းခြင်းသည် ရောင်းသူ ဝယ်သူ ခြည့်ဖြူစွာ ဆက်ဆံရေးကို ပျက်စီးသွားစေနိုင်သည်။ ဝယ်သူအနေဖြင့် အနိုင်ကျင့် ခံလိုက်ရသလို မကျေမချမ်း ဖြစ်သွားစေနိုင်သည်။ မဝယ် ဝယ် ဆောင် အတင်းတိုက်တွန်းခြင်း၊ ပြားယောင်းခြင်းကို လူတိုင်း ရှံ့မှန်းသည်။

တွန်းရောင်းသောနည်းဖြင့် အရောင်းအဝယ် ဖြစ်ကောင်း ဖြစ်သွား နိုင်ပါ၏။ သို့သော် ဝယ်သူအနေဖြင့် မဝယ်ချင်ဘဲ အောင်သက်သက်ဖြင့် သိမ်းခဲ့ရသောကြောင့် ဘယ်နည်းနှင့်မျှ စိတ်ချမ်းသာစရာ ရှိလိမ့်မည် မဟုတ်။ ထို့ကြောင့် ဤနည်းသည် လုံးဝ မကောင်း။ အမြဲတမ်း ဖောက်သည်ကောင်း ဖြစ်သော ဆုံးရှုံးသွားနိုင်သောနည်းသာ ဖြစ်သည်။

ကုန်တိုက်များ၊ ဈေးဆိုင်များတွင် အများဆုံး ကျင့်သုံးနေပုံရှိသည်

ရန်ကင်းစာရင်းစစ်

အမှားဆုံး လုပ်ရပ်တစ်ခုမှာ ဝယ်သူအား ဂရုမစိုက်၊ အလေးမထားခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

သူ ဝယ်ချင်တာ ဝယ်ဖို့ လာတာ၊ ငါက ဘာလို့ အထူး ဂရုစိုက် နေစရာလိုလဲ ဟူသော သဘောထားမျိုး၊ အမူအရာမျိုးကို ရောင်းသူက ပြလိုက်သည်နှင့် တစ်ပြိုင်နက် ဝယ်သူသည် တီကောင်ကို ဆားနှင့် တို့လိုက် သလို တွန့်ဆုတ်သွားတော့သည်။ ဝယ်ချင်စိတ် ကုန်ခန်းသွားတော့သည်။

ရှင်းရှင်းပြောရလျှင် မဝယ်မဖြစ်၍ ဝယ်ရသော်မှ ဝယ်သူ၏ စိတ် သည် ပျော်ရွှင်မှု မရှိတော့။ မကျေနပ်နိုင်တော့။ အရောင်းသမားသည် ဝယ်သူ၏ လိုအင်ကို ကိုယ်ချင်းစာစိတ်ဖြင့် စုံစမ်းလေ့လာမှု မပြုဘဲ ကိန်းကြီး ခန်းကြီး ဆက်ဆံလျှင် ထိုအရောင်းအဝယ်သည် ပျက်စီးခြင်း ငါးပါးတိုင် မည်မှာ မြေကြီးလက်ခတ်မလွဲ ဟူ၍သာ မှတ်ပေတော့။

အရောင်းသမား အများစုတို့သည် ဝယ်သူ ရောက်လာချိန်တွင် နားပင်းနေသူတွေလို၊ ဆွဲအ နေသူတွေလို နေတတ်ကြသည်။ သူတို့သည် ဝယ်သူနှင့် စကားရှည်ရှည် ပြောရမှာကို မကြိုက်သလို ထင်ရသည်။ သူတို့ သည် ဈေးနှုန်းကိုသာ တိုတောင်းစွာ တစ်ခွန်းပြောပြီး နှုတ်ပိတ်နေတတ် ကြသည်။ ဝယ်သူက စကားကြောရှည်နေလျှင် မကျေနပ်သည့် အမူအရာကို ထင်ထင်ရှားရှား ပြတတ်ကြသည်။

တစ်ကြိမ်က ကျွန်ုပ်သည် လည်စည်းဝယ်ရန် လန်ဒန်မြို့ထဲက ကုန် တိုက်တစ်တိုက်ထဲသို့ ဝင်သွားသည်။ ကျွန်ုပ် ဝယ်လိုသည်မှာ ပိုးသားနုနုဖြင့် ရက်လုပ်ထားသော နီညိုရောင် လည်စည်း ဖြစ်သည်။

ယခင်က ထိုလည်စည်းမျိုးကို နယူးကာစယ်မြို့မှ ဝယ်သူ သုံးစွဲခဲ့ဖူး သည်။ ထိုလည်စည်းသည် ရှည်လည်၊ ရှည်၊ လှလည်း လှသည်။ ရင်ထိုး ကလစ် ညှပ်ရာလည်း မပေါ်သည့်အပြင် အခြား လည်စည်းတွေလို တွန့်လိမ် ၍လည်း မသွားချေ။

ပြီးတော့ ကျွန်ုပ်သည် ပေါ်ပလင် လည်စည်းတွေကိုလည်း ကြည့်ချင် သေးသည်။ တစ်ကြိမ်က ဘဲလ်ဖတ်စ်မြို့မှ ဝယ်ယူခဲ့သော ပေါ်ပလင် လည် စည်းကို ကျွန်ုပ် အလွန်ကြိုက်သည်။ ပေါ်ပါးသောကြောင့် နွေရာသီအတွက် အကောင်းဆုံး ဖြစ်သည်။

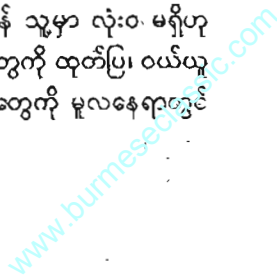
သို့ဖြင့် ကျွန်ုပ်သည် ကုန်တိုက်ထဲ ဝင်လာခဲ့ပြီး ကုလားထိုင်တွင် ဝင်ထိုင်ကာ ကျွန်ုပ် ဝယ်ခဲ့ဖူးသော လည်စည်းစာတ်လမ်းကို အရောင်းစာရေး အား စတင် ပြောပြတော့သည်။ သို့သော် ကျွန်ုပ် မျှော်လင့်သလို အလုပ် မဖြစ်ပါ။

အရောင်းကောင်တာနောက်မှ အရောင်းစာရေး လူငယ်သည် ကျွန်ုပ် ပြောပြချက်များကို နားထောင်နေစရာ အကြောင်းမရှိဟု သဘောပိုက်ဟန် တူသည်။ သူသည် 'လည်စည်း' ဟူသော စကားကို ကြားလိုက်ရသည်နှင့် အစီမံနိုင်နက် ကောင်တာပေါ်သို့ လည်စည်းဘူးတွေ တစ်ဘူးပြီး တစ်ဘူး ဝင်တင်ပါလေတော့သည်။

ကျွန်ုပ်က နီညိုရောင် ပိုးလည်စည်းကိုသာ လိုချင်ကြောင်း ထပ်ပြော ထိုက်သည်။ သို့သော် အရောင်းစာရေးက ဂရုမစိုက်။ သူက လည်စည်းဘူး ဆွဲ နောက်ထပ် ပစ်တင်ပြီး 'ဒါ နောက်ဆုံးထုတ်တွေပဲ' ဟု အပြီးသတ် ဘန်ဖြင့် ပြောသည်။

နာသင်အုသော ချေချိုင်

ဤလူငယ်သည် ဝယ်သူ၏ စကားကို နားမထောင်ချင်။ တကယ်တော့ သူသည် နားဝင်းချင်ယောင် ဆောင်နေခြင်း ဖြစ်သည်။ ဝယ်သူ၏ စကား၊ ဝယ်သူ၏ ထင်မြင်ချက်ကို နားထောင်ရန် တာဝန် သူ့မှာ လုံးဝ မရှိဟု ချစ်ယူထားသည်။ သူ့တာဝန်မှာ လည်စည်းဘူးတွေကို ထုတ်ပြ၊ ဝယ်ယူ သော လည်စည်းကို ထုတ်ပေးပြီး လည်စည်းဘူးတွေကို မူလနေရာတွင် ပြန်ထားရန်သာ ဖြစ်သည်ဟု ခံယူထားသည်။



ထိုကြောင့် ကျွန်ုပ်သည် ဘာမှ မဝယ်တော့ရန် ချက်ချင်းပင် ဆုံးဖြတ်လိုက်သည်။ နားပင်းနေသော ဆိုင်ကို အားမပေးသင့်။

သို့သော် ကျွန်ုပ်သည် လည်စည်းဘူးတွေထဲမှ လည်စည်းပေါင်းများစွာကို ဆွဲထုတ်ပြီးနောက် စမ်းသပ်မှုတစ်ခု လုပ်ကြည့်သည်။ ဤလူငယ်သည် 'နားကောင်းသူ' (နားထောင်တတ်သူ) တစ်ယောက် မဟုတ်သော်ငြားလည်း 'ပါးစပ်ကောင်းသူ' (အပြောကောင်းသူ) တစ်ယောက်တော့ ဖြစ်ကောင်း ဖြစ်လိမ့်မည်ဟု ကျွန်ုပ် တွေးမိသည်။

သူ့ထံမှ လုံးဝ ဝယ်ချင်စိတ် မရှိတော့သော ကျွန်ုပ်အား မလွဲသာမရှောင်သာဘဲ အားနာပါးနာဖြင့် လည်စည်းတစ်ခုလောက်တော့ ဝယ်ဖြစ်အောင် သူတို့ဆိုင်မှ လည်စည်းတွေ အရည်အသွေးကောင်းကြောင်း အာဘောင်အာရင်းသန်သန်ဖြင့် ပြောကောင်း ပြောနိုင်ပါလိမ့်မည်။

သို့သော် 'ဒီလည်စည်းက ဘယ်က လုပ်တာလဲ' ဟု ကျွန်ုပ်က မေးလိုက်သောအခါတွင်ကား အရောင်းစာရေးသည် စိတ်ဆိုးသော အမူအရာဖြင့် 'အဲဒါတော့ ကျုပ် ဘယ်သိမလဲ' ဟု၍ တုံးတိတ် ပြန်ပြောပါလေတော့သည်။

သူ့ပုံကို ကြည့်ရသည်မှာလည်း ကျွန်ုပ်က သူ့ထံသို့ လည်စည်းဝယ်ရန် လာခြင်း မဟုတ်ဘဲ ပိုက်ဆံတောင်းဖို့ လာသည့်ပုံမျိုး ဖြစ်နေသည်။

ရှင်းရှင်းပြောရလျှင် ဤအရောင်းစာရေးသည် အပြန်အလှန် အပေးအယူရှိသော အရောင်းအဝယ် လုပ်ငန်းသဘောကို မသိ။ သူ့ပစ္စည်းများနှင့် ပတ်သက်၍ အပြန်အလှန် ဆွေးနွေးပြောကြားရန် အခွင့်အရေး ကျွန်ုပ်မှာ လုံးဝမရှိ ဟူသော အချက်ကိုသာ သူ သိသည်။

သူသည် ထိုဆိုင် ထိုနေရာသို့ ရောက်နေသည်မှာ ဝယ်သူ၏ စကားကို နားထောင်ရန် ရောက်နေခြင်း မဟုတ်။ ဝယ်သူအား ရှင်းပြရန် ရောက်နေခြင်း မဟုတ်။ သူသည် ဝယ်သူနှင့် အပြန်အလှန် စကားပြောဆိုလိုစိတ် လုံးဝမရှိ။ သူသည် နားပင်း ဆွဲအ ဟန် ဆောင်နေသူ ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ကျွန်ုပ်သည် ဘာမှ မဝယ်တော့ဘဲ ပြန်ထွက်လာခဲ့တော့သည်။

ဈေးဆိုင်ပေါင်း မြောက်မြားစွာတွင် ဤသို့သော ဖြစ်ရပ်မျိုး နေ့စဉ် နေ့တိုင်း ပေါ်ပေါက်နေသည် မဟုတ်ပါလော။ ဝယ်သူကိုလည်း လုံးဝ

အလေးမထား။ ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်းကိုလည်း လုံးဝ မသိသော 'နားပင်းဆွဲအ' ဈေးဆိုင်ပေါင်း ထောင်သောင်းချီ၍ ရှိနေသည် မဟုတ်ပါလော။

အမှန်အတိုင်း ပြောရလျှင် ထိုသို့သော ဆိုင်မျိုးသည် 'ဈေးဆိုင်' လုံးဝ မဟုတ်ပါ။ ၎င်းတို့သည် ကုန်လှောင်ဌာနများ၊ ဂိုဒေါင်များသာ ဖြစ်ကြသည်။

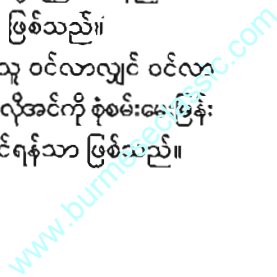
ဤသို့သော ဆိုင်မျိုးသည် အရောင်းအဝယ်လုပ်သော ဈေးဆိုင်များ မဟုတ်ကြပါ။ ဝယ်ယူသော ပစ္စည်းကို အထုပ်ထုပ်ပေးပြီး ပိုငွေ ပြန်အမ်းပေးရုံ ထုပ်ကိုင်ပေးသော ဌာနများသာ ဖြစ်ကြသည်။ ဤဆိုင်မျိုးတွင် ဈေးရောင်းခြင်း အတတ်ပညာ မရှိ။ ယဉ်ကျေးပျူငှာ လောကဝတ် မရှိ။ လူမှုရေးအကျိုးဆောင်မှု မရှိ။

စစ်မှန်သော အရောင်းဈေးဆိုင်တွင် ရောင်းသူ ဝယ်သူ နှစ်ဦးနှစ်ဝကြည့်ဖြူ ရင်းနှီးစွာ အပြန်အလှန် ဆွေးနွေးညှိနှိုင်းမှု ရှိသည်။ အရောင်းဆောင်တာ နောက်တွင်လည်း နားပင်းဆွဲအ နေသော အရောင်းစာရေးများ မရှိ။ ဝယ်သူက သိလျက်နှင့်သော်လည်းကောင်း၊ မသိ၍သော်လည်းကောင်း အပြန်အလှန် စုံစမ်းသော အခါတွင်လည်း ရောင်းသူက စိတ်ရှည်စွာ နားထောင်သည်။ ရောင်းသူကလည်း ဝယ်သူကျေနပ်အောင် စိတ်ရှည်လက်ရှည် နှင်းလင်းပြောပြသည်။

စိတ်ရှည်စွာ နားထောင်ပါ

ဤအချက်သည် စံပြအရောင်းသမား၏ အရောင်းစွဲကြောင်း နည်းလမ်းဆောင်းများတွင် ပါဝင်သော အစိတ်အပိုင်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။

စံပြအရောင်းသမား၏ တာဝန်သည် ဝယ်သူ ဝင်လာလျှင် ဝင်လာခြင်း ကုန်ပစ္စည်းကို ထုတ်ပြရန် မဟုတ်။ ဝယ်သူ၏ လိုအင်ကို စုံစမ်းေးဖြန်းပြီး ဝယ်သူ ပြောပြချက်ကို စိတ်ရှည်စွာ နားထောင်ရန်သာ ဖြစ်သည်။



အရောင်းအဝယ်များစွာကို နားနှင့် လုပ်ကြသည်။ ပါးစပ်နှင့် လုပ်ကြသည်။ သာမန်ထက် ပို၍တောင် အလုပ်ဖြစ်ကြသည်။ လောကဝတ် ဖျာဉာစွာ ဆက်ဆံခံရသော ဝယ်သူသည် ဆိုင်ထဲမှ စိတ်ချမ်းသာစွာဖြင့် ထွက်ခွာသွားသည်။ ထို့ကြောင့် သူသည် ထိုဆိုင်ကို တစ်သက် မမေ့နိုင်တော့။

အကယ်၍ အရောင်းစာရေးသည် သူတစ်ပါးစိတ်ကို လေ့လာတတ်သူသာ ဖြစ်ခဲ့မည်ဆိုပါက သူ၏အလုပ်သည် ပို၍ လွယ်ကူပေလိမ့်မည်။ သူ၏ အောင်မြင်မှုသည်လည်း အံ့ဩရလောက်အောင် ကြီးကျယ်ပေလိမ့်မည်။

အရောင်းစာရေးသည် သူတစ်ပါး၏စိတ်ကို မလေ့လာတတ်ပါက သူ့အနေဖြင့် ဝယ်သူအား စုံစမ်းမေးမြန်းခြင်း ပြုလုပ်ရမည်။ ဝယ်သူဟူသမျှ အနည်းနှင့်အများ ဆိုသလို လျှို့ဝှက်နက်နဲကြသည်သာ ဖြစ်သည်။ တကယ်တော့ ဝယ်သူသည် သူ့စိမ်းတစ်ရံဆံ ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ဝယ်သူရောက်လာလျှင် အရောင်းစာရေးအနေဖြင့် ဆက်ဆံရေး မှားယွင်းမှု မရှိစေဘဲ ဝယ်သူ၏ ဆန္ဒကို သိအောင် စုံစမ်းမေးမြန်းသင့်သည်။

ဘယ် စိတ်ဆန္ဒကြောင့် ဝယ်သူသည် မိမိဆိုင်သို့ ရောက်လာခြင်း ဖြစ်သည်ကို သိရှိအောင် ကြိုးစားသင့်သည်။

စာရေးက ဝယ်သူထံ ထောက်

ကံအားလျော်စွာပင် ဝယ်သူတိုင်းလိုလို သူတို့ကြိုက်သောအရာ၊ သူတို့ မကြိုက်သော အရာများနှင့် ပတ်သက်၍ စုံစမ်းမေးမြန်းသည်ကို လိုလိုချင်ချင် ဖြေဆိုချင်ကြသည်။ ဤလုပ်ရပ်ကြောင့် ဝယ်သူ၏ စိတ်သည် ချက်ချင်း ကြည်လင် ပျော်ရွှင်သွားသည်။ စိတ်ရှည်စွာ နားထောင်တတ်သောသူကို လူတိုင်း နှစ်သက်တတ်သည်မှာ သဘာဝ ဖြစ်သည်။

လူမှုဆက်ဆံရေး လောကတွင် အချို့လူများကို ကျွန်ုပ်တို့က

ရှာပြန်တတ်တိုက်

“လေအိုး”၊ ‘လေသေတ္တာ’ ဟူ၍ ကင်ပွန်းတပ် ခေါ်ဝေါ်လေ့ ရှိကြသည်။ ဤသို့သော လူစားမျိုးသည် သူ့အကြောင်းကိုသာ မဆုံးနိုင်အောင် လေကြောညှိစွာ ပြောဆိုတတ်ပြီး သင်က သင့်အကြောင်းကို ပြောပြသောအခါ နားထောင်ချင်စိတ် မရှိသူ ဖြစ်သည်။

ဝယ်သူများစွာတို့တွင် ပြောချင်စရာတွေ အများကြီး ရှိကြသည်။ သူတို့ ပြောချင်တာကို ပြောကြပါစေ၊ ကိုယ်က စိတ်ရှည်စွာ နားထောင်နေဖို့သာ အရေးကြီးသည်။ ကောင်းစွာ နားထောင်နေသော အချိန်ကာလသည် ကောင်းစွာ အသုံးချလိုက်သော အချိန်ကာလပင် ဖြစ်သည်။

ဈေးဝယ်ပြုပြီး၍ အိမ်ပြန်လာသော အမျိုးသမီးများထံမှ မကြာခဏ ကြားရတတ်သော စကားမှာ

‘ကျွန်မက ရှင်းပြဖို့ အချိန်တောင် မရလိုက်ဘူး၊ အရောင်းစာရေးမက ကျွန်မကို ဟောကံလွတ်လိုက်တယ်၊ ကျွန်မတော့ သူ့ဆီက မဟုတ်တာ အယ်လာခဲ့မိပြီ’

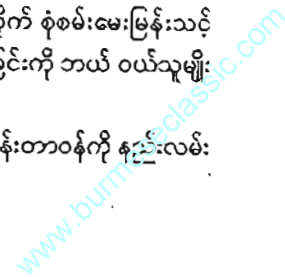
ဟူ၍ ဖြစ်သည်။

တကယ်ဆိုသော် ဝယ်သူတိုင်းသည် မိမိ ဘာပစ္စည်း၊ ဘာအမျိုးအစား အယ်လာသည်ကို အတိအကျ သိကြသည် မဟုတ်။ တချို့က မိမိဝယ်လိုသည့် ပစ္စည်းအကြောင်း ကောင်းကောင်း နားလည်သည်၊ ကောင်းကောင်း သိသည်။ တချို့က ဝိုးတဝါးလောက်သာ သိသည်။ တချို့ကျတော့ ပစ္စည်းကိုသာ လိုချင်သည် အမျိုးအစားနှင့် အရည်အသွေးကို ဘာမျှ မသိကြ။

မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ အဆိုပါ ဝယ်သူ သုံးမျိုးစလုံးကို တစ်မျိုးတစ်စား နည်းထားပြီး ရောင်းသူက သူတို့လိုအပ်ကို ဂရုစိုက် စုံစမ်းမေးမြန်းသင့်သည်။ အရေးတယူ တလေးတစား စုံစမ်းမေးမြန်းခြင်းကို ဘယ် ဝယ်သူမျိုး ဆို နှစ်သက်ကြသည်သာ ဖြစ်သည်။

ဤသို့ဖြင့် ဈေးရောင်းသူသည် သူ၏ လုပ်ငန်းတာဝန်ကို နည်းလမ်း

ရှာပြန်တတ်တိုက်



မှန်ကန် ကျွမ်းကျင်စွာ ဆောင်ရွက်နေသည်ဟူ၍ ချက်ချင်း သဘောပေါက် သွားစေနိုင်သည်။

လက်တွေ့အားဖြင့် ဝယ်သူတိုင်းတွင် ကြိုက်သောအရာနှင့် မကြိုက် သောအရာများ ရှိသည်။ လူတိုင်းလိုလိုတွင်ပင် ယခင် အတွေ့အကြုံများ ရှိသည်။ 'ဒီပစ္စည်းမျိုး ငါ တစ်ခါ ဝယ်သုံးဖူးပြီးပြီ' စသည်ဖြင့် လူတိုင်းလိုလို ပြောတတ်သည်။

ဤအချက်သည် လောလောဆယ် ကုန်ပစ္စည်းဝယ်ရာတွင် ဝယ်သူ အတွက် အထောက်အကူ ဖြစ်စေသည်။ လောလောဆယ် ဝယ်ယူသော ပစ္စည်းနှင့် ပတ်သက်၍ တစ်မိနစ်၊ နှစ်မိနစ်ခန့် ပြောစရာ ရစေနိုင်သည်။ ယင်းသို့ ပြောလာလျှင် ရောင်းသူက စိတ်ရှည်စွာ နားထောင်နေဖို့သာ လို သည်။ ဤနည်းဖြင့် ရောင်းသူအတွက်လည်း အကျိုးရှိသည်။ ဝယ်သူအတွက် လည်း ဝယ်ဖြစ်ဖို့ သေချာသည်။

အချို့ အရောင်းစာရေးများသည် ဝယ်သူရောက်လာလျှင် ပထမဦး စွာ လွဲမှားသော ပစ္စည်းကို ထုတ်ပြတတ်သည်။ ထိုအပြုအမူသည် ဝယ်သူ၏ ဝယ်လိုစိတ်ကို ဖျက်ဆီးနိုင်သည်။ ဝယ်သူက အပြာရောင်ကို တောင်းသော အခါ ရောင်းသူက အညိုရောင်ကို ထုတ်ပြသည်။

ဤအပြုအမူသည် 'မကောင်းသော အစ' ဖြစ်သည်။ (အစမကောင်း တော့ အနှောင်းလည်း မသေချာ ဖြစ်တတ်သည်။)

ဤအပြုအမူအကြောင့် ဝယ်သူ စိတ်ပျက်သွားနိုင်သည်။ မိမိအား ရောင်းသူက နည်းလမ်းမှန်ကန်စွာ အကျိုးဆောင်နေခြင်း မဟုတ် ဟူ၍ ထင်မှတ်သွားတတ်သည်။

လူတစ်ယောက်သည် အိမ်ထောင်ပရိဘောဂဆိုင်သို့ ဝင်လာသည်။ ဒေါ်လာ ၉၀ တန် စားပွဲ ကုလားထိုင် တစ်စုံ ဝယ်လိုသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ မကြာမီက သူ ကြည့်ထားခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။ တကယ် ဝယ်မည်ဟုလည်း ဆုံးဖြတ်ထားပြီး ဖြစ်သည်။

သို့သော် ရောင်းသူက ၆၅ ပေါင်တန်ကိုသာ ပြသည်။ ထိုပရိဘောဂ နား အလွန်ကောင်းကြောင်းကိုလည်း ကရားရေလွတ် ချိုးမွမ်းခန်း ဖွင့်နေ သည်။ ဆယ်မိနစ်ခန့် ကြာသွားသည်။ ဝယ်သူ ဝင်ပြောကွက် မရှိ။ နောက်ဆုံး သွင်မှ ဝယ်သူက ပြောလိုက်သည်။

'ကျုပ်က ပေါင် ၉၀ တန်ကို ဝယ်မလို ဆုံးဖြတ်ထားပြီးပြီ' ရောင်းသူ နောက်ဆံတွန့်သွားသည်။ ပေါင် ၉၀ တန်မှာ ဈေးကြီး သွန်းကြောင်း သူက ပြောသည်။

သူ နောက်ကျသွားပြီ။ ဝယ်သူသည် ဘာမျှ မပြောတော့ဘဲ ဆိုင်ထဲမှ ပြန်ထွက်သွားတော့သည်။ ဘာပစ္စည်းမှ မရောင်းလိုက်ရ။ ပေါင် ၉၀ ကို ဆက်လွှတ်လိုက်ရသည်။ ဤကား ဈေးရောင်းနည်းပညာကို မသိသော ကြောင့် ခံလိုက်ရသော ဆိုးကျိုးပင်တည်း။

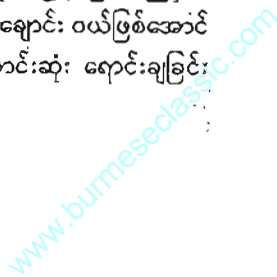
ဝယ်လိုစိတ်ထို သတ်ဝန်တန်နှင့် တူ

တစ်ခါတစ်ရံ မည်သည့်ပစ္စည်းမျှ ဝယ်ရန် မရည်ရွယ်သော မဝယ်လိုသူအား တစ်ခုခု ဝယ်သွားအောင် ရောင်းသူက ဖန်တီးလိုက်တတ်သည်။ သို့သော် ဤနည်းသည် ကောင်းသောနည်း မဟုတ်ချေ။ အရောင်းသမားကောင်း တစ်ယောက်၏ လုပ်ရပ် မဟုတ်ချေ။ ယင်းနှင့် ပြောင်းပြန်ဖြစ်သော အဆိုးဆုံး နည်းနည်းမျိုးသာ ဖြစ်သည်။

အမေရိကန် ဝတ္ထုတစ်ပုဒ်တွင် အဓိကဇာတ်ကောင်သည် အရောင်း စာရေး ဖြစ်သည်။ အောင်မြင်သော စံပြ အရောင်းသမားအဖြစ် ၎င်း၏ အကောင်းဆုံး ရောင်းချနည်းကို မေးသောအခါ သူက ပြန်ပြောသည်မှာ

'မှန်လုပ်သူ တစ်ယောက်ကို ထွန်သွားတစ်ချောင်း ဝယ်ဖြစ်အောင် နှောင်းချနိုင်ရင် ကျွန်တော်ကတော့ အဲဒါ အကောင်းဆုံး ရောင်းချခြင်း အတတ်ပညာလို့ ထင်တာပဲ'

ဟူ၍ ဖြစ်သည်။



စာဖတ်သူ သိသည့်အတိုင်း ဤနည်းသည် စံပြုအရောင်းသမား၏ နည်း လုံးဝ မဟုတ်ချေ။ ဘာပစ္စည်းမှ မဝယ်ချင်သော လူတစ်ယောက်ကို အတင်း တွန်းရောင်းခြင်းသည် ကောင်းသောရောင်းနည်း မဟုတ်ချေ။ မှန်ကန်သော ရောင်းချနည်း မဟုတ်ချေ။ ညစ်ပတ်သော ရောင်းချနည်းဟု သာ ကျွန်ုပ် ဆိုချင်သည်။

ထို့ပြင် အမြင်ကျဉ်းသော၊ မိုက်မဲသော လုပ်ရပ်ဟုသာ ကျွန်ုပ် ဆိုချင် သည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် ထိုဝယ်သူသည် နောင်အခါတွင် ထိုဆိုင်မှ ဘာပစ္စည်းမှ ဝယ်တော့မည် မဟုတ်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

အတင်းတွန်းရောင်းခြင်းသည် ဝယ်သူ၏ ဝယ်လိုစိတ်ကို သတ်ပစ် သည်နှင့် တူသည်။ ယင်းသို့ လုပ်မည့်အစား ဘာပစ္စည်းမှ မရောင်းလိုက်ခြင်း က ပို၍ ကောင်းသေးသည်။

ထို့ကြောင့် ဝယ်သူ စိတ်ထိခိုက်စေမည့် အပြုအမူ မှန်သမျှကို အမြဲ တမ်း ရှောင်ကြဉ်ပါ။

သိပ္ပံနည်းကျ လှေကား

အရောင်းသမားသည် လူတွေကို လေ့လာရမည်။ ဝယ်သူ၏ မျက်နှာနှင့် ဝတ်စားဆင်ယင်ပုံကို အထူးဂရုစိုက်၍ အကဲခတ်တတ်ရမည်။ ရိုးရိုးကြီး ဝတ်စားလာသောသူသည် ရှေးရိုးပုံစံ ပစ္စည်းများကိုသာ လိုချင်လိမ့်မည်။ ခေတ်ဆန်ဆန် လည်စည်းတပ်လာသော ပုဂ္ဂိုလ်သည် ခေတ်ဆန်ဆန် လည် စီးကိုသာ ဝယ်ချင်လိမ့်မည်။ အပျံ့စား ဝတ်စားလာသော ၁၈ နှစ်အရွယ် မိန်းကလေးသည် ခေတ်အမီဆုံး နောက်ဆုံးပေါ် ပုံစံများကိုသာ လိုချင်လိမ့် မည်။

ဈေးဝယ်သူ၏ စိတ်ဓာတ် အနေအထားကို သုတေသနပြု၍ လေ့လာ ရေးသားထားသော အခိုင်အမာ စာအုပ်ဟူ၍ ယနေ့အထိ တစ်အုပ်မျှ မရှိသေး ပါ။ ကက်သရိန်းဘလက်ဖို (Katherine Blackford) ရေးသားသည့်

အထွဋ်စရိုက် စစ်တမ်း (Course of Study on Character Analysis) သူ့သော စာအုပ်တစ်အုပ်တော့ ရှိသည်။

သူမသည် လူပေါင်း ၁၂,၀၀၀ ကို တွေ့ဆုံမေးမြန်းပြီးမှ ထိုစာအုပ်ကို ရေးသားခဲ့ခြင်း ဖြစ်သည်။ သို့သော် ဈေးဝယ်သူပေါင်း ၁၂,၀၀၀ တို့၏ စိတ်ဓာတ် အခြေအနေကိုမူ ယနေ့အထိ မည်သူ တစ်ဦးတစ်ယောက်မျှ သုတေသနပြုခြင်း မပြုသေးပါ။

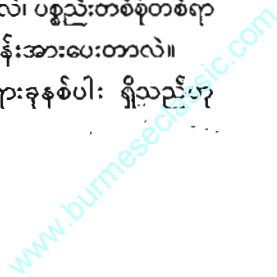
တစ်နေ့နေ့တွင်တော့ ဖြစ်ကောင်း ဖြစ်လာနိုင်ပါလိမ့်မည်။ ယင်းသို့ ဖြစ်လာလျှင် ပေါ်ထွက်လာသော ရလဒ်မှာလည်း အလွန် တန်ဖိုးရှိမည်မှာ သေချာသည်။

အရောင်းအဝယ်ပြုခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ ဝယ်သူများ၏ စိတ်တွင် ညီညို ခံစားချက်များရှိကြောင်း၊ ပစ္စည်းတစ်ခုကို ဝယ်ဖြစ်အောင် ဘယ်အရာ က ဖေ့ဆော်၍ ဘယ်လို ဆုံးဖြတ်ချက်ချကြောင်း စသည်တို့ကို သိပုံနည်းကျ သိရှိရလျှင် ကျွန်ုပ်တို့အဖို့ အလွန် အကျိုးရှိပေလိမ့်မည်။

ယခုအချိန်တွင် ကျွန်ုပ်တို့သည် ဤအချက်ကို တစ်စိတ်တစ်ပိုင်း သောက်သာ သိကြသည်။ အပြည့်အစုံ မသိကြသေးချေ။ ဈေးဝယ်သူများ၏ စိတ်ဓာတ်အခြေအနေကို အတိအကျ သိရှိသူ ဟူ၍ တစ်ကမ္ဘာလုံးတွင် တစ်ယောက်မျှ မရှိသေးပါ။ ကျွန်ုပ်တို့သည် ဤဘာသာရပ်ကို မကြာမီကမှ စတင် လေ့လာခါစ ရှိသေးသည်။

ကိုင်း၊ ယခုအချိန်မှ စ၍ ဈေးဝယ်သူများ၏ စိတ် ဖေ့ဆော်မှုကို သုတေသနပြုကြရအောင်။ ဝယ်ချင်စိတ်ကို အဓိက ဖေ့ဆော်ပေးသော အရာ သည် ဘာလဲ၊ လူတွေ ဘာကြောင့် ဈေးဝယ်ကြတာလဲ၊ ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာ အတွက် ပိုက်ဆံ သုံးချင်အောင် ဘယ်အရာက တွန်းအားပေးတာလဲ။

လူတွေ ဈေးဝယ်ရခြင်း အကြောင်းတရားခုနစ်ပါး ရှိသည်ဟု သိခော့က ပြန်ကလပ်က ဆိုပါသည်။ ယင်းတို့မှာ



- ၁။ ငွေကြေး။ ။ လူတစ်ယောက်သည် မိမိအတွက် ငွေကြေးရလိုသောကြောင့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
 - ၂။ ပျော်ရွှင်မှုနှင့် ကျေနပ်မှု ။ ။ မိမိ၏ စိတ်ချမ်းသာမှု၊ ကျန်းမာမှု၊ ကျေနပ်မှု ရရှိရေးအတွက် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
 - ၃။ ချစ်ခင်မှု ။ ။ မိမိ ချင်ခင်မြတ်နိုးသော အခြားသူများ၏ အကျိုးအတွက် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
 - ၄။ ကြွားဝါလိုမှု ။ ။ ဝယ်သူသည် မိမိ၏ အကျင့်စရိုက်နှင့် အသိဉာဏ်ကို လိုက်၍ တန်ဖိုးရှိသော ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် သို့မဟုတ် မိုက်မဲစွာ ကြွားဝါလိုမှုဖြင့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
 - ၅။ စွဲလမ်းမှု ။ ။ ဝယ်သူသည် စွဲလမ်းမှုကြောင့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
 - ၆။ ဆန်းကြယ်မှု ။ ။ အဆန်းတကြယ် ပြုလုပ်ထားသောကြောင့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
 - ၇။ ကောင်းမွန်မှု ။ ။ ကောင်းမွန်မှုကြောင့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာကို ဝယ်သည်။
- ထို့ကြောင့် ဝယ်သူအား ပစ္စည်းတစ်ခုကို ဘယ် ဖေ့ဆော်ချက်က ဝယ်ခိုင်းကြောင်း သိရှိအောင် ရောင်းသူက ဖုံစမ်းမေးမြန်းရမည်။ အကြောင်းရင်းကိုသိလျှင် ဖေ့ဆော်မှုကို ပို၍ အားဖြည့်ပေးနိုင်မည်။ ဖေ့ဆော်မှုသည် ရောင်းသူဘက်တွင် ရှိနေရမည်။
- ဤအချက်ကို သိရသည်နှင့် တစ်ပြိုင်နက် ရောင်းသူသည် စမ်းတဝါဝါ အခြေအနေတွင် မရှိတော့။ ဝယ်သူအား ဘယ်ပစ္စည်းကို ပြသပြီး ဘယ်စကားကို ပြောရမည် ဆိုသည်ကိုပါ သိရှိသွားတော့သည်။

ချေးကွယ် သုဏ္ဍာန်

‘စုံစမ်းမေးမြန်းခြင်း’ ၏ အနှစ်သာရတွင် ဝယ်သူတစ်ဦးချင်း၏ စရိုက်

ဝါသနာကို လေ့လာရုံတွင်မက ဈေးကွက်ကို လေ့လာရန် အချက်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ယခုအခါ အကြီးအကျယ် ကုန်ထုတ်လုပ်သူများသည် ‘ဈေးကွက် သုတေသန’ လုပ်ငန်းအတွက် ငွေကြေး အမြောက်အမြား အကုန်ခံ၍ ဆောင်ရွက်နေကြသည်။ ဤနည်းဖြင့် ဈေးရောင်းနည်း အတတ်ပညာ၏ အကဲခံသော ပြဿနာများကို အောင်မြင်စွာ ဖြေရှင်းနိုင်ကြသည်။

ဝယ်လိုသူများနှင့် ကိုယ်စားလှယ်များထံသို့ မေးခွန်းလွှာများ ပေးပို့၍ ၎င်းတို့၏ ဆန္ဒကို စူးစမ်းလေ့လာ နေကြသည်။ အိမ်ရှင်မတို့၏ သဘောထား ဆန္ဒကို သိရှိရန် နယ်လှည့်ကိုယ်စားလှယ်များ စေလွှတ်၍ လေ့လာစူးစမ်း နေကြသည်။

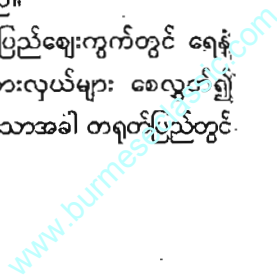
ဤလုပ်ရပ်များသည် အလွန် အကျိုးရှိစေသည်။ ကုန်ထုတ်လုပ်သူများအား ၎င်းတို့၏ အမှားများကို ပြုပြင်စေသည်။ ကုန်ပစ္စည်းများ ပို၍ ဆွဲဆောင်မှုရှိအောင်၊ ပို၍ စွဲအောင် များစွာ အထောက်အကူပြုသည်။

တစ်ခါက အဝတ်လျှော်စက် ထုတ်လုပ်သူ တစ်ဦးသည် အရောင်းတွင်သောကြောင့် နယ်လှည့်ကိုယ်စားလှယ်များ စေလွှတ်၍ အကြောင်းရင်းကို လေ့လာစေသည်။ လျှော်ဖွပ်ရန် ခက်ခဲသောကြောင့် သူ့စက်များကို အိမ်ရှင်မများ မကြိုက်ကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။

ထိရောက်သော ရုဏ်း

သို့ဖြင့် သူသည် အဝတ်လျှော်စက်ကို ဒီဇိုင်းသစ် ပြန်လည် ပြုလုပ်သည်။ အလိုအလျောက် အဝတ်လျှော်စက်အဖြစ် ပြန်လည် တီထွင်လိုက်ရာ နေ့ချင်း ညချင်း အရောင်းတွင်ကျယ် သွားလေတော့သည်။

စတင်ဒတ် ရေနံကုမ္ပဏီသည် တရုတ်ပြည်ဈေးကွက်တွင် ရေနံအရောင်းမသွက်ဘဲ ဖြစ်နေသောအခါ ကိုယ်စားလှယ်များ စေလွှတ်၍ အကြောင်းရင်းကို စုံစမ်းစေသည်။ ယင်းသို့ စုံစမ်းသောအခါ တရုတ်ပြည်တွင်



အသုံးပြုသည့် မီးခွက်များမှာ မီးခိုးအုန်းသော ရှေးရိုးပုံစံများ ဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရှိကြရသည်။

ထိုမီးခွက်များသည် အနံ့ဆိုးထွက်၍ မီးညွှန် မပြင်သည့်အပြင် ဘယ်ရေခဲဆီ အမျိုးအစားနှင့်မျှ မီး ကောင်းစွာ မတောက်ချေ။ ထို့ပြင် တရုတ်ပြည်သူများသည် မီးခွက်ထွန်းရန် ပိုက်ဆံ လေးပဲနိထက် ပို၍ မသုံးနိုင်ကြောင်းကို လည်း စုံစမ်း သိရှိကြရသည်။

ထို့ကြောင့် စတင်ဒတ် ရေနံကုမ္ပဏီသည် အမျိုးအစား ပိုမိုကောင်းမွန်ပြီး ဈေးချိုသော မီးခွက်သစ် ခုနစ်သိန်းခွဲကို လျင်မြန်စွာ ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ယင်းမီးခွက်တစ်လုံး၏ ထုတ်လုပ်မှု ကုန်ကျစရိတ်မှာ ခြောက်ပဲနိ နီးပါးခန့် ဖြစ်သော်လည်း တရုတ်ပြည်သူများအား လေးပဲနိအောက် ဈေးလျှော့၍ ရောင်းချသည်။

ကုမ္ပဏီသည် ပုံမှန်ဖောက်သည် ခုနစ်သိန်းခွဲ ရရှိရန် ပေါင် ၅,၀၀၀ ကျော် အရှုံးခံ၍ ရောင်းချခဲ့ရသည်။ ယင်း လုပ်ငန်းအတွက် ပေါင် ၅,၀၀၀ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံခဲ့ရပြီး မီးခွက်တစ်လုံးလျှင် နှစ်ပဲနိလျော့လျော့ အရှုံးခံကာ ဖောက်သည် ခုနစ်သိန်းခွဲကို ထိန်းထားခဲ့သည်။

ဤသည်မှာ စုံစမ်းခြင်း (၁၂) ဈေးကွက်သုတေသန လုပ်ငန်း၏ ထိရောက်သော ရလဒ်တစ်ခု ဖြစ်သည်။

စူးစမ်းလေ့လာခြင်း (၁၂) ဈေးကွက်သုတေသန လုပ်ငန်း၏ အရေးပါပုံကို အလေးအနက် မထားသော မော်တော်ကားထုတ်လုပ်ရေး ကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် တောင်အာဖရိက ဈေးကွက်သို့ အနက်ရောင်နှင့် အပြာရောင်ကားများကို တင်ပို့လိုက်သည်။ သို့သော် တောင်အာဖရိကသားများသည် အနီရောင်ကားများကိုသာ ကြိုက်နှစ်သက်ကြောင်း သိရှိရသည်။

ထိုအခါ ကုမ္ပဏီ၏ အရောင်းကိုယ်စားလှယ်များက အနီရောင်သည် ကားများအတွက် သင့်တော်ကောင်းမွန်သော အရောင် မဟုတ်ကြောင်း၊

အနက်ရောင်နှင့် အပြာရောင်ကားများသာလျှင် ပို၍ ကောင်းမွန်ကြောင်း နှိုင်းပြကြသည်။

ကြိတ်ရင် ဝမ်း၊ မကြိတ်ရင် နှ

ရလဒ်ကား တောင်အာဖရိကသားများသည် အနက်ရောင်နှင့် အပြာရောင်ကားများကို မဝယ်ဘဲ အခြားကုမ္ပဏီတစ်ခုမှ ထုတ်လုပ်သော အနီရောင်ကားများကိုသာ ဝယ်ယူကြလေသည်။ ဤသည်လည်း စူးစမ်းလေ့လာခြင်း (၁၂) ဈေးကွက်သုတေသန ပြုခြင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု တစ်ရပ်ပင် တည်း။

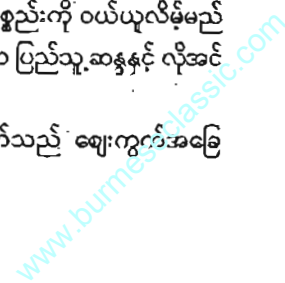
နိုင်ငံခြားကုန်သွယ်ရေး လုပ်ငန်းအားလုံးတွင် အောင်မြင်မှု၏ သျှိုဏ်ချက်သည် ဈေးကွက် လေ့လာခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ယခုအခါ ကုန်ထုတ်လုပ်သူများ ယခင်ကထက် တိုးတက်များပြားလာသည်နှင့် အမျှ ဈေးကွက်လေ့လာရေး လုပ်ငန်းသည်လည်း အလွန် အရေးကြီးလာသည်။

ယနေ့ နိုင်ငံခြားသားများအား 'ကြိုက်ရင်ဝယ်၊ မကြိုက်ရင်နေ' ဟု ခြာလျှင် မဝယ်ဘဲ လှည့်ထွက်သွားမည်မှာ သေချာသည်။ သူတို့သည် သူတို့ ဘာကို အလိုရှိသည် ဟူသော အချက်ကို စူးစမ်းလေ့လာပြီး ရောင်းချသော သူများထံမှသာ ဝယ်ယူကြပေလိမ့်မည်။

မေးမြန်းစုံစမ်းခြင်း မပြုဘဲနှင့် တခြားလူတစ်ယောက်၏ သဘောထား ဆန္ဒကို ဘယ်သူမျှ မသိနိုင်ချေ။ ကုန်ထုတ်လုပ်သူ တစ်ယောက်သည် မိမိ၏ အလုပ်ရုံ ကြီးကြပ်ရေးမှူးနှင့် အလုပ်သမားများ နှစ်သက်သော ကုန်ဇနည်း တစ်ခုကို ထုတ်လုပ်ကောင်း ထုတ်လုပ်နိုင်ပါလိမ့်မည်။

သို့သော် အများပြည်သူများကတော့ ထိုပစ္စည်းကို ဝယ်ယူလိမ့်မည် မဟုတ်ချေ။ ထို့ကြောင့် အဆုတ်ဆုတ် နည်းလမ်းမှာ ပြည်သူ့ဆန္ဒနှင့် လိုအင်ဗို ပထမဆုံးသိအောင် ပြုလုပ်ရန် ဖြစ်သည်။

သဘောဆေး ထုတ်လုပ်သူ တစ်ယောက်သည် ဈေးကွက်အခြေ



အနေကို လေ့လာစုံစမ်းခြင်း မပြုဘဲ နှစ်ပေါင်းများစွာ ထုတ်လုပ်နေခဲ့သည်။ သူသည် စုံစမ်းမေးမြန်းခြင်း အတတ်ပညာကို လုံးဝ လေ့လာခြင်း မရှိဘဲ အမူမဲ့ အမှတ်မဲ့ နေလာခဲ့သည်။

စုံစမ်းခြင်း၏ ရလဒ်

နောက်ဆုံးတွင် စုံစမ်းလေ့လာခြင်း အကျိုးကျေးဇူးကို သိရှိလာသောအခါမူ စက်မှုကုမ္ပဏီကြီးပေါင်း တစ်ထောင်သို့ မေးခွန်းများမေး၍ စုံစမ်းခဲ့သည်။

ကုမ္ပဏီပေါင်း ၅၇၂ ခုတို့ထဲမှ အဖြေလွှာများ ရရှိခဲ့သည့်အနက် ကုမ္ပဏီ ငါးခုသည် လွန်ခဲ့သောနှစ်က သင်္ဘောဆေး ပေါင် နှစ်သောင်းဖိုး ဝယ်ယူခဲ့သည်ကို အံ့ဩဖွယ် တွေ့ရှိရသည်။

ထို့ပြင် ကုမ္ပဏီနှစ်ခုက ပေါင် တစ်သောင်းကျော်ဖိုး ဝယ်ယူခဲ့ပြီး ကုမ္ပဏီ ၁၃ ခုတို့က ပေါင် ငါးထောင်ကျော်ဖိုး ဝယ်ယူခဲ့ကြသည်။ ကုမ္ပဏီ ၅၇၂ ခုတို့၏ တစ်နှစ်အတွင်း စုစုပေါင်း ဝယ်ယူခဲ့သည့် ငွေပေါင်းမှာ ပေါင် ငါးသိန်းနီးပါး ဖြစ်သည်။

အဆိုပါ ကုမ္ပဏီ ၅၇၂ ခုအနက် ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းသည် အသင့် ရောစပ်ပြီးသား သင်္ဘောဆေးကို ဝယ်ယူခဲ့ကြသည်။ ခုနစ်ရာခိုင်နှုန်းသည် ကိုယ့်ဟာကိုယ် ရောစပ်ကြသည်။ ၃၃ ရာခိုင်နှုန်းသည် နှစ်မျိုးစလုံးကို အသုံးပြုကြသည်။ ကုမ္ပဏီ အနည်းငယ်သာလျှင် ဆေးသုတ်စက်ကို အသုံးပြုကြသည်။ ကုမ္ပဏီတိုင်းလိုလိုတွင်ပင် သင်္ဘောဆေးအကြောင်း ကျွမ်းကျင်သော အဝယ်တော်များ ရှိကြသည်။

အထက်ပါအချက်များကို သိရှိရပြီးနောက် သင်္ဘောဆေး ထုတ်လုပ်သူသည် သင်္ဘောဆေး အသုံးပြုမှုနှင့် ပတ်သက်သော လေ့လာစူးစမ်းမှုကို ကျယ်ပြန့်စွာ ဆက်လက် ပြုလုပ်ရာတွင် သင်္ဘောဆေး ၄၆ ရာခိုင်နှုန်းကို စက်မှုလုပ်ငန်းများက အသုံးပြုကြောင်း သိရှိရသည်။

ထို့နောက် သူသည် သင်္ဘောဆေးများ တွင်တွင်ကျယ်ကျယ် ရောင်းစွဲရေးအတွက် 'အရောင်းစီမံကိန်း' တစ်ရပ်ကို အကောင်အထည်ဖော်သည်။

နယ်လှည့် အရောင်းကိုယ်စားလှယ် အားလုံးကို ခေါ်ယူပြီး သူတို့၏ သိရှိရသော အချက်အလက်သစ်များကို ပြောပြသည်။ အရောင်းကိုယ်စားလှယ်များအား မွမ်းမံသင်တန်း ပေးသည်။

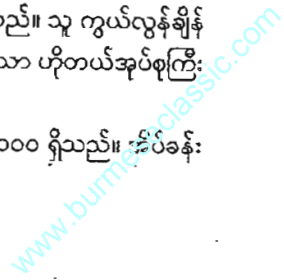
မြို့ကြီးများတွင် အထူးသင်္ဘောဆေး ပြပွဲများ ပြုလုပ်သည်။ ကျွမ်းကျင်သော သင်္ဘောဆေးဝယ်သူများ၏ ရှုထောင့်မှ မြင်ရသည့် အချက်အလက်များဖြင့် သင်္ဘောဆေး အဝယ်လမ်းညွှန် စာစောင်များ ပြုစုသည်။ ထို့ပြင် စာမျက်နှာ ၂၅၀ ရှိ 'သင်္ဘောဆေးလက်စွဲ' စာအုပ်ကိုလည်း ပြုစုသည်။ စာအုပ်တန်ဖိုးမှာ ဆယ်ရှိလင် ဖြစ်သည်။ သို့သော် ထိုစာအုပ်ကို စက်မှုကုမ္ပဏီကြီးများသို့ အခမဲ့ ပေးပို့သည်။

ထို့နောက် ဆေးသုတ်စက်တစ်ခု ဝယ်သည်။ ထိုစက်ကို ခေတ်မီအောင် ပြန်လည် ပြုပြင်ပြီးနောက် ဈေးကွက်တွင် ချရောင်းသည်။ ဝယ်သူများအား အထူးအခွင့်အရေး ပေးသည့်အနေဖြင့် ဆေးသုတ်စက်ကို အထူးလျှော့ချဖြင့် ရောင်းချသည်။

ဤနည်းဖြင့် သင်္ဘောဆေးဘူးများ အကြီးအကျယ် အရောင်းတွင် ကျယ်လောင်လာခဲ့လေသည်။ ယခုအခါ ယင်းကုမ္ပဏီသည် ကမ္ဘာပေါ်တွင် အောင်မြင်ဆုံး သင်္ဘောဆေး ထုတ်လုပ်ရေး ကုမ္ပဏီကြီးတစ်ခု ဖြစ်နေလေပြီ။ ယင်းသို့ အောင်မြင်ခြင်းမှာ 'စုံစမ်းခြင်း' ၏ တန်ဖိုးကို ရှာဖွေတွေ့ရှိလာကြောင်းပင် ဖြစ်သည်။

ကမ္ဘာကျော် ဟိုတယ်လုပ်ငန်းပိုင်ရှင်ကြီး မစ္စတာ အီးအမ်စတက်လာ၏ အောင်မြင်မှုသည်လည်း စုံစမ်းခြင်း၏ ရလဒ်ပင် ဖြစ်သည်။ မစ္စတာအီအမ်စတက်လာသည် ၁၉၂၇ ခုနှစ်က ကွယ်လွန်သွားခဲ့သည်။ သူ ကွယ်လွန်ချိန်တွင် ပေါင်စတာလင်ငွေ ၁၀ သန်းကျော် တန်ဖိုးရှိသော ဟိုတယ်အုပ်စုကြီးကို ပိုင်ဆိုင်နေပြီ ဖြစ်သည်။

သူ၏ ဟိုတယ်များတွင် အိပ်ခန်းပေါင်း ၁၂,၀၀၀ ရှိသည်။ အိပ်ခန်း



တိုင်းတွင် ရေချိုးခန်းရှိသည်။ ထိုမျှသာမက သူ၏ ဟိုတယ်များသည် အမေရိကန် ပြည်ထောင်စုတွင် ဧည့်ဝတ်အကျွပ်နှင့်ဆုံး ဟိုတယ်များအဖြစ် နာမည်ကျော်ကြသည်။

မစ္စတာ စတက်လာက ဟိုတယ်တစ်ခုသည် တည်းခိုသူများအတွက် မိမိတို့ အိမ်ကဲ့သို့ ဖြစ်စေရမည်ဟု ဆိုသည်။ တည်းခိုသူတိုင်းအား မိသားစု သဖွယ် ရင်းနှီးစွာ နာမည်ထုတ်၍ ခေါ်ဝေါ်ဆက်ဆံသည်။

ဏှာနှင့်မ အကြိတ်ချင်း မထူ

ဟိုတယ်တိုင်းတွင် မိမိတို့ဆိုင်ရာ စည်းကမ်းများ ရှိကြသည်ချည်း ဖြစ်သည်။ သို့သော် တည်းခိုသူများ ဆန္ဒပြည့်စေရန် မစ္စတာစတက်လာက ယင်းစည်းကမ်းများကို လိုအပ်သလို ချိုးဖောက် ပြင်ဆင်ပေးသည်။

‘ဟိုတယ်တစ်ခု အောင်မြင်တယ်ဆိုတာ စည်းကမ်း မလိုက်နာတဲ့ လူတွေ ကျေနပ်အောင် လုပ်ပေးနိုင်တဲ့ အဝေါ်မှာ တည်တယ်’

ဟု သူက ပြောဖူးသည်။

သူ၏ ဟိုတယ်များတွင် တည်းခိုသူများသည် နံနက်တိုင်း သတင်းစာ တစ်စောင်စီ ရရှိကြသည်။ တည်းခိုသူများ သဘောကျ သက်သောင့်သက်သာ ထိုင်နိုင်သည့် ကုလားထိုင်များ ထားရှိသည်။ အိပ်ခန်းတိုင်းတွင် သောက်ရေ သုံးရေ သွယ်ပေးထားသည်။ အပံ၊ အပံချည်နှင့် ကြယ်သီးများ ထားပေးသည်။ မီးခြစ်နှင့် ဆေးလိပ်ခွက် ထားပေးသည်။ အစားအသောက် စာရင်းကို အင်္ဂလိပ်ဘာသာ၊ ပြင်သစ်ဘာသာများဖြင့် ပုံနှိပ်ထားသည်။ တည်းခိုသူများအား ဧည့်ဝတ်ကျွပ်နှင့်စွာ ပြုစုတတ်ရန် ဟိုတယ် အမှုထမ်းအားလုံးကို သင်တန်းပေးသည်။

မစ္စတာစတက်လာသည် လုပ်ငန်းရှင်ကြီး တစ်ဦးသာ မဟုတ်၊ ကျွမ်းကျင်သော စည်းရုံးရေးမှူး တစ်ယောက်သာ မဟုတ်၊ လေ့လာစူးစမ်း သူလည်း ဖြစ်သည်။ သူသည် သူ၏ ဧည့်သည်များကို အမြဲတမ်း လေ့လာနေသည်။

သူ တစ်သက်လုံး လုပ်သွားသောအလုပ်မှာ မိမိဟိုတယ်များ၌ တည်းခိုသူများ စိတ်ချမ်းသာအောင် ဘယ်လို ပြုစုဆောင်ရွက်ပေးရမည်လဲ ဟူသော အချက်ကို အမြဲတမ်း လေ့လာစုံစမ်းခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် တည်းခိုသူ၏ ဟိုတယ်များတွင် တည်းခိုသူတွေ အမြဲတမ်း ပြည့်နေခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

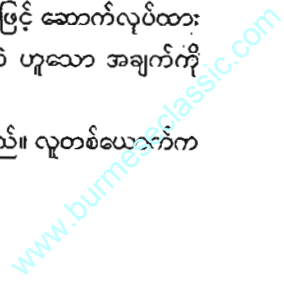
နောက်ထပ် နမူနာတစ်ခုမှာ အိမ်ပွဲစား မစ္စတာ ဖရန့်မက်ဂျိုင်းယား ဆိုသူအကြောင်း ဖြစ်သည်။ မစ္စတာမက်ဂျိုင်းယားသည် အိမ်အရောင်းအဝယ် ပွဲစားလုပ်ရာတွင် စုံစမ်းခြင်းနည်းလမ်းကို ကောင်းစွာ အသုံးချသူ ဖြစ်သည်။ သူသည် အိမ်ဝယ်လိုသူများ၏ စိတ်နေစိတ်ထားကို လေ့လာစုံစမ်းသည်။ မေးခွန်းများမေးပြီး အဖြေများကို သေသေချာချာ စစ်ဆေးလေ့လာသည်။ ယင်းသို့ လေ့လာသောအခါ စိတ်ဝင်စားစရာ ကောင်းပြီး တန်ဖိုးရှိသော အချက်အလက်များကို သိရှိလာရသည်။

မစ္စတာ မက်ဂျိုင်းယား၏ လေ့လာတွေ့ရှိချက်အရ ယောက်ျားတစ်ယောက်သည် အိမ်ဝယ်သောအခါ ‘သွားရေးလာရေး လွယ်ကူမှု’ ကို ထိုအခါမှစ၍ ဦးစားပေး စဉ်းစားသည်ဟု ဆိုသည်။ မိမိဝယ်ယူမည့် အိမ်သည် အလုပ်ရှိရာအရပ်နှင့် မည်မျှနီးသနည်း ဆိုသည့်အချက်ကို အလေးအနက် ထားသည်။ မိန်းမတစ်ယောက်ကမူ ဤအချက်ကို အဓိက မထားချေ။

ဒုတိယအချက်မှာ ‘တန်ဖိုး’ ဖြစ်သည်။ အိမ်ဝယ်သူသည် မိမိပေးရသော ပိုက်ဆံ၏ တန်ဖိုး အပြည့်အဝကို ရလိုသည်။

တတိယအချက်မှာ ‘အိမ်၏ ဆောက်လုပ်မှု အခြေအနေ’ ဖြစ်သည်။ အိမ်ဝယ်မည့် အိမ်သည် သစ်ကောင်းဝါးကောင်းများဖြင့် ဆောက်လုပ်ထားသော၊ ဘယ်ပုံဘယ်နည်း ဆောက်လုပ်ထားသလဲ ဟူသော အချက်ကို အလေးထား၍ စဉ်းစားသည်။

စတုတ္ထအချက်မှာ ‘ပြင်ဆင်မှုစရိတ်’ ဖြစ်သည်။ လူတစ်ယောက်က



မောင်ပေါ်ထွန်း

ကျယ်ဝန်းသော ဥယျာဉ်ကြီး လိုချင်သော်လည်း တစ်ယောက်ကမူ ဥယျာဉ် သေးသေးကလေးကိုသာ လိုချင်သည်။

ပဉ္စမအချက်မှာ 'သီးသန့်နေရာ' ဖြစ်သည်။ မိမိဝယ်မည့်အိမ်တွင် လွတ်လွတ်လပ်လပ် အနားယူနိုင်သော သီးသန့်နေရာ၊ သို့မဟုတ် စာကြည့်ခန်း၊ သို့မဟုတ် အလုပ်ခန်း ပါ မပါ ဟူသော အချက်ကို ထည့်တွက်သည်။

ဒဋ္ဌမအချက်မှာ 'တိုးချဲ့နိုင်မှု' ဖြစ်သည်။ လိုအပ်လျှင် အိမ်ကို တိုးချဲ့ ဆောက်လုပ်နိုင်မည်လား ဟူသော အချက်ကိုလည်း အလေးထား၍ စဉ်းစားသည်။

မစ္စတာ မက်ဂျိုင်ယား၏ လေ့လာချက်အရ မိန်းမတစ်ယောက်သည် အိမ်ဝယ်ရာတွင် ယောက်ျားနှင့် မတူဘဲ တစ်မျိုးတွေ့သည်ဟု ဆိုသည်။

မိန်းမတစ်ယောက်သည် ပထမဦးစွာ 'ပတ်ဝန်းကျင်' ကို စဉ်းစားသည်။ အိမ်နီးချင်းတွေ ဘယ်သူတွေလဲ၊ ဘယ်လို အိမ်နီးချင်းတွေနှင့် နေရမည်လဲ ဆိုသည်ကို စဉ်းစားသည်။ ယောက်ျားတစ်ယောက်သည် ဤအချက်ကို အလေးအနက်ထား၍ မစဉ်းစားချေ။

ဒုတိယစဉ်းစားသော အချက်က 'သန့်ရှင်း' ကိစ္စ ဖြစ်သည်။ ဤကိစ္စကို တချို့ယောက်ျားများ လုံးဝ ထည့်မတွက်ချေ။ မိမိဝယ်ယူမည့်အိမ်သည် သန့်ရှင်းရေးကိစ္စ ပြုလုပ်ရန် လွယ်ကူမည်လား ဟူသော အချက်ကို မိန်းမတွေက အလေးထား စဉ်းစားသည်။ ထို့ကြောင့် မိန်းမတစ်ယောက်ကို ရောင်းမည့်အိမ် မပြုမီ မိမိအိမ်ကို အတတ်နိုင်ဆုံး သန့်ရှင်းထားသင့်သည်ဟု မစ္စတာ မက်ဂျိုင်ယားက ဆိုသည်။

တတိယအချက်မှာ 'အိမ်ခန်းဖွဲ့စည်းပုံ' ဖြစ်သည်။ ကလေးရှိသော မိန်းမများသည် အိပ်ခန်းချင်းကပ်၍ ဖွဲ့စည်းထားခြင်းကို နှစ်သက်သည်။ လှေကားရှိလျှင် လှေကား ကောင်း မကောင်း၊ ခိုင် မခိုင်ကို အလေးအနက်ထားသည်။

မြဲအရောင်သား

စတုတ္ထအချက်မှာ 'နံရံကပ် ကြောင်အိမ်များများ ရှိခြင်း' ဖြစ်သည်။ တချို့ အိမ်ဆောက်သူများသည် ဤအချက်ကို ထည့်တွက်လေ့ မရှိတတ်ကြချေ။ အိမ်ရှင်မတစ်ယောက် အနေဖြင့် တံခါးနှင့် လျှပ်စစ်မီး တပ်ထားသော ကြောင်အိမ်ကို အလွန်သဘောကျသည်။

ပဉ္စမအချက်မှာ 'အိမ်၏ အကျယ်အဝန်း' ဖြစ်သည်။ မိသားစုအားလုံး ချောင်ချောင်ချိချိ နေလောက်မည်လား၊ အိမ်ထောင် ပရိဘောဂများ ထုံလုံလောက်လောက် ထားနိုင်ပါ့မလား ဟူသော အချက်ကို စဉ်းစားသည်။

ဆဋ္ဌမအချက်မှာ 'တန်ဖိုး' ဖြစ်သည်။ ဈေးဆစ်လိုသည်။ ထို့ကြောင့် ကော်ပိုင်းယားသည် ၉၉၅ ပေါင်တန် အိမ်တစ်လုံးကို ပေါင် ၁၀၀၀ ဈေးတင်၍ ကြော်ငြာလေ့ ရှိသည်။ ဆင်းရဲသား ရပ်ကွက်ထဲမှ အိမ်ကောင်းရာကောင်းသည် အရောင်းရအခက်ဆုံး ဖြစ်သည်ဟု မစ္စတာမက်ဂျိုင်ယားက ပြောသည်။ မိန်းမတစ်ယောက်သည် ထိုအိမ်မျိုးကို ဘယ်ဈေးနှင့်မျှ မဝယ်ချင်ပေ။

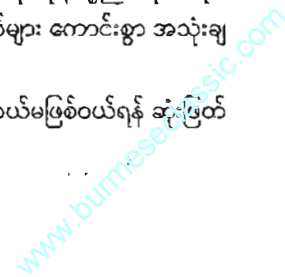
မစ္စတာမက်ဂျိုင်ယားသည် အိမ်ဝယ်လိုသူများ၏ ဆန္ဒသဘောထားကို စုံစမ်းလေ့လာပြီးနောက် အိမ်အရောင်းအဝယ် အေဂျင်စီ ကုမ္ပဏီကြီးတစ်ခု တည်ထောင်သည်။ အရောင်းကိုယ်စားလှယ် တစ်ရာလောက် ခန့်ထားသည်။

ပြဿနာဖို ဖြေရှင်းသင်္ခါ

သူ၏ အေဂျင်စီသည် ရှစ်နှစ်ကာလအတွင်း မိသားစု ၁၂,၀၀၀ တို့အား ဆိုင်စတာလင်ငွေပေါင်း ခုနစ်သန်းကျော် တန်ဖိုးမျှ အိမ်များ ရောင်းချပေးခဲ့ရသည်။

ထို့ကြောင့် 'စမ်းမေးမြန်းခြင်း' နည်းလမ်းကို ကုန်ပစ္စည်း ထုတ်လုပ်သူများ၊ ကုန်သည်များနှင့် အရောင်းကိုယ်စားလှယ်များ ကောင်းစွာ အသုံးပြုနိုင်သည်။

ဝယ်သူက နာမည်အတိအကျ ဖော်ပြ၍ မဝယ်မဖြစ်ဝယ်ရန် ဆုံးဖြတ်



ထားပြီးသော ပစ္စည်းမှတစ်ပါး အခြား မည်သည့် အရောင်းအဝယ် လုပ်ငန်းမျိုးတွင်မဆို ဤနည်းကို သုံး၍ရသည်။ ကားရောင်းရာတွင် ဖြစ်စေ၊ သင်္ကြာလုံး ရောင်းရာတွင် ဖြစ်စေ သုံး၍ရသည်။

ခေတ်မီ တိုးတက်သည့် ကုန်ထုတ်လုပ်သူ တစ်ဦးသည် ဝယ်သူအား 'လူကြီးမင်းရဲ့ ပြဿနာကို ကျွန်တော်တို့ ဖြေရှင်းပေးပါရစေ' ဟု ပြောသည်။ နယ်လှည့် အရောင်းကိုယ်စားလှယ်များကိုမူ 'ဝယ်သူရဲ့ ဆန္ဒသဘောထားကို လေ့လာစုံစမ်းပါ။ သူ့ကို ရိုးသားမှန်ကန်စွာ အကြံဉာဏ်ပေးပါ။ အတင်းတွန်းရောင်းဖို့ မကြိုးစားပါနဲ့။ မဝယ်ချင်တဲ့ပစ္စည်း အတင်း ဖိမရောင်းပါနဲ့။ အမြဲတမ်း ဖောက်သည်တစ်ယောက် ဆုံးရှုံးသွားတတ်တယ်။ သူ့ပြဿနာကို သိအောင် စုံစမ်းပါ။ ကူညီဖြေရှင်းပါ' ဟု ညွှန်ကြားသည်။

အမြင်ဆုံး ချွဲဒီဝန်

ခေတ်မီ တိုးတက်သည့် ကုန်သည်တစ်ယောက်သည် သူ၏ အရောင်းစာရေးများအား 'ဝယ်သူစိတ်ထဲ ဘယ်လိုဆန္ဒရှိတယ် ဆိုတာ အမြဲတမ်း လေ့လာပါ။ မေးမြန်းစုံစမ်းပါ။ ဝယ်သူပြောတာကို စိတ်ဝင်စားစွာ နားထောင်ပါ။ ဂရုမစိုက် အလေးမထားတဲ့ အမူအရာမျိုး ဘယ်တော့မှ မပြပါနဲ့။ ဝယ်သူကို အကြံဉာဏ်ပေးပါ။ ဒါပေမယ့် ဝယ်သူရဲ့ ဆန့်ကျင်ဘက် မဖြစ်ပါစေနဲ့။ ဝယ်သူနဲ့ ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်ပါ။ ဝယ်သူရဲ့ ရှုထောင့်ကနေပြီး အရောင်းအဝယ်ကို အမြဲတမ်း စတင်ပါ'

ဟူ၍ နည်းလမ်းပေးသည်။ ဤနည်းအားဖြင့် စံပြအရောင်းသမားတစ်ယောက်၊ သို့မဟုတ် စံပြဈေးသည်တစ်ယောက်သည် အမြဲတမ်း ဖောက်သည်များစွာကို ရရှိလာနိုင်သည်။ ဤနည်းအားဖြင့် သူသည် ဝယ်သူ၏ 'အကြံပေးပုဂ္ဂိုလ်' ဖြစ်လာ

ရရှိကြောင်းကို

နိုင်သည်။ ဤရာထူးသည် အရောင်းသမားများအတွက် အမြင့်ဆုံးရာထူးဖြစ်သည်။

ဝယ်သူတွေက သူ့လံတွင် အကြံဉာဏ် တောင်းကြမည်။ သူတို့က သူ့ကို ယုံကြည်သည်။ သူ အကြံပေးသည့်အတိုင်း သူတို့က ဝယ်ယူကြမည်။ သူတို့က သူ့အား စီးပွားဖက် မိတ်ဆွေတစ်ဦး အနေဖြင့် ဆက်ဆံကြမည်။ အရောင်းသမား တစ်ယောက်အနေဖြင့် ဤအဆင့်အထိ ရောက်ရှိရန် တော်တော် အချိန်ယူရသည်။ သို့သော်လည်း စံပြအရောင်းသမား များစွာတို့သည် ဤအဆင့်သို့ ရောက်ရှိနေကြလေပြီ။

အရောင်းသမားတစ်ယောက်သည် ဝယ်သူ၏ အကြံပေးပုဂ္ဂိုလ်အဆင့်သို့ ရောက်သွားပြီဆိုလျှင် အရောင်းအဝယ် လုပ်ငန်းသည် အလွန်အွယ်ကူချောမောပြီး ပျော်စရာကောင်းသော လုပ်ငန်း ဖြစ်လာသည်။

ဤအဆင့်သို့ ရောက်လာသောအခါ ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူကြားတွင် သာပြဿနာမှ မရှိတော့ချေ။ ဘာပဋိပက္ခမျှ မပေါ်ပေါက်တော့ချေ။ ဝယ်သူကြီးဆန်ခြင်းလည်း မရှိတော့ချေ။

ပန်းရံပညာရပ်တွင် ဒီဂရီပွဲ ရှိသလို ရောင်းချမှု ပညာရပ်တွင်လည်း ဒီဂရီပွဲ ရှိသည်။ ဝယ်သူများက အရောင်းသမားအား ၎င်းတို့၏ အကြံပေးပုဂ္ဂိုလ်အဖြစ် အသိအမှတ်ပြု၍ အရောင်းသမားက အကြံပေးသည့်အတိုင်း နည်းတစ်စုံတစ်ရာ ဝယ်ယူလျှင် ထိုအရောင်းသမားသည် အမြင့်ဆုံး ဒီဂရီပွဲကို ရရှိသွားပြီ ဟူ၍သာ မှတ်ပေတော့။

အခန်း [၄]

ကုန်ကို ပြသခြင်း

‘ကြို၊ နံ၊ ကုန်၊ ရွေး၊ ဆင့်၊ ကျေး’ ဟူ၍ ဈေးရောင်းကောင်းနည်း ခြောက်ဂါထာ ရှိသည့်အနက် ‘ကုန်ကို ပြသခြင်း’ သည် တတိယမြောက်ဂါထာ ဖြစ်သည်။

‘ကုန်ကို ပြသခြင်း (Display) ဟူသည် ရောင်းကုန်ပစ္စည်းကို ဝယ်သူ စိတ်ဝင်စားပြီး ဝယ်ချင်လာအောင် ရောင်းသူကိုယ်တိုင် ယူငင်ပြသခြင်း၊ သို့မဟုတ် ခင်းကျင်းပြသခြင်းကို ဆိုလိုသည်’ ရောင်းသူသည် ဝယ်သူအား ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ပြီးသောအခါ ‘အို ဟုတ်ကဲ့၊ မမ လိုချင်တဲ့ပစ္စည်း ကျွန်မတို့ဆိုင်မှာ ရှိတယ်’ ဟု တစ်ခါတစ်ရံ ပြောခွင့်ကြံရတတ်သည်။ ဤစကားတစ်ခွန်းဖြင့် ဝယ်သူ ကျေနပ်သွားပြီး ချက်ချင်း အရောင်းအဝယ် ဖြစ်သွားနိုင်သည်။

တစ်ခါတစ်ရံ ဝယ်သူသည် ဘာကို ဝယ်ရမှန်းမသိဘဲ မဝေခွဲနိုင် ဖြစ်နေတတ်သည်။ ထိုအခါ သင့်တော်ရာ ပစ္စည်းမျိုးစုံကို ထုတ်ပြနိုင်သည်။ ဝယ်သူအား တစ်ချိန်တည်းတွင် ပစ္စည်းမျိုးစုံကို စုပြုံပြသခြင်းသည် ကောင်းသော အလုပ်တော့ မဟုတ်။ ဝယ်သူသည် ဘာကိုမှ မရွေးတတ်ဘဲ တွေ့ရသွားတတ်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

အရည်အသွေးထားဖုံ အဝိထာ၌ ပြော

သို့သော် ဝယ်သူ ဆက်လက် တွေ့ဝေနေဆဲဖြစ်လျှင် ပစ္စည်းတွေကို အမျိုးမျိုး သာ ထုတ်ပြပါ။ သို့မှသာ သူသည် စိမ်မြေနပြေ ရွေးခွင့်ရလိမ့်မည်။

ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်

ဈေးအရောင်းသမား

ကုန်ကို ပြသရာတွင် ပစ္စည်းအရည်အသွေးနှင့် တန်ဖိုးကို ဝယ်သူ ကျေနပ်မှု ရရှိရေးသည် အဓိကဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ရောင်းသူသည် ကိုယ့် ပစ္စည်းအကြောင်း ကောင်းစွာသိပြီး ပစ္စည်းကို ပြသရာတွင်လည်း စိတ်ပါ ထက်ပါ ရှိဖို့လိုသည်။ ရောင်းသူ စိတ်မပါလျှင် ဝယ်သူလည်း ဝယ်ချင်စိတ် နှီးတော့မည် မဟုတ်။

ပစ္စည်းကို ပြသောအခါ ပစ္စည်းအရည်အသွေး ကောင်းပုံကို အဓိက ထား၍ ပြောပါ။ ဈေးနှုန်းကို အလျှင် မပြောပါနှင့်။ နောက်ဆုံးမှ ပြောပါ။ ဒါမှမဟုတ် ဝယ်သူက မေးတော့မှ ပြောပါ။ ယေဘုယျအားဖြင့် ဈေးနှုန်းများ တို့ မော်ပြထားသောကြောင့် ဝယ်သူအား ဈေးနှုန်းအကြောင်း အတင်း ဖိပြော နေရာ မလိုပါ။

အဆင့်မြင့် ကုန်ပစ္စည်းမှန်သမျှ အရည်အသွေးကောင်းများ ရှိကြ သည်ချည်းပင်။ ယင်းအချက်များကို မပြောပြလျှင် အရမ်းဈေးကြီးတာပဲဟု ဝယ်သူက ယူဆ သွားလိမ့်မည်။

ရောင်းသူများက မိမိတို့ကုန်ပစ္စည်း၏ အရည်အသွေး ကောင်းခြင်း အင်္ဂါရပ်များကို မသိသောကြောင့် နေ့စဉ်နေ့တိုင်း အရောင်းအဝယ်ပေါင်း ဆောင်သောင်းချိ၍ ပျက်သွားကြရသည်။ ဤအချက်ကို သူတို့အား ပြောပြ နည်းလူလည်း မရှိ။ သူတို့ကိုယ်တိုင်ကလည်း သိအောင် မကြိုးစားကြ။

အကယ်၍ မိမိပစ္စည်းသည် အညံ့စားဖြစ်နေလျှင်၊ အရည်အသွေး ဆောင်းပစ္စည်း မဟုတ်လျှင် တခြား ဘာမျှ ပြောမနေပါနှင့်။ ဈေးသက်သာ ခြင်းနှင့် ပေါပေါများများ သုံးစွဲနိုင်ခြင်းကိုသာ ပြောပြပါ။

တစ်ခါတစ်ရံ ရောင်းကုန်တစ်ခု၏ ‘တစ်ကွက်ကောင်း’ အရည် အသွေးနှင့်ပင် ထိုပစ္စည်း ဈေးတန်နေပြီဟု ယူဆရသော အခြေအနေမျိုး နှိုတတ်သည်။

ဥပမာ ရောင်းသူက ဝယ်သူအား စာအုပ်တစ်အုပ် ယူပြရင်း

ရာပြည့်စာအုပ်တိုက်

‘ဒီစာအုပ်က အခန်း (၅) တစ်ခုတည်းနဲ့ပဲ ဝယ်ရကျိုး နပ်ပါတယ် ရှင်’

ဟု ပြောလိုက်လျှင် ထိုစာအုပ်ကို ဝယ်ဖြစ်ဖို့ များသည်။
ထိုနည်းတူစွာပင် ခေါင်းအုံးစွပ် ရောင်းလျှင်လည်း
‘ဒီခေါင်းအုံးစွပ်က ဇာထိုးပန်းထိုးနဲ့ပဲ ဝယ်ရကျိုးနပ်နေပါပြီ’

ဟု ပြောလိုက်လျှင် ဝယ်သူက ဈေးကြီးတာကို စဉ်းစားနေတော့မည် မဟုတ်ချေ။

သို့သော် ရောင်းသူက မိမိကုန်ပစ္စည်းအကြောင်းကို ပြောပြခြင်းထက် ထိုပစ္စည်းကို ဝယ်ချင်လာအောင်၊ ဆွဲဆောင်မှုရှိအောင် ‘ပြသခြင်း’ က ပို၍ အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသည်။

‘နား’ တို့ ဖောင်းဆဲ ‘မျက်စိ’ တို့ဘာ ဖောင်း

နားဝင်အောင် ပြောပြဖို့ထက် မြင်သာအောင် ပြသဖို့က ပို၍လွယ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် အမြင်အာရုံသည် နားမှတစ်ဆင့် ဦးနှောက်သို့ သွားရသော အကြားအာရုံထက် ၂၂ ဆ ပို၍ သန်စွမ်းသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

တစ်ခါတစ်ရံ ဝယ်သူသည် ရောင်းသူပြောတာကို စိတ်ဝင်စားချင်မှ စိတ်ဝင်စားတတ်သည်။ ယုံချင်မှ ယုံတတ်သည်။ သို့သော် သူကိုယ်တိုင် မျက်စိနှင့် မြင်ရတာကိုတော့ ပို၍ ယုံကြည်စိတ်ချတတ်သည်။

ထို့ကြောင့် ရောင်းကုန်ကို ဆွဲဆောင်မှုရှိအောင် ခင်းကျင်းပြသခြင်း သည် အလွန်အရေးကြီးသည်။ ကျွန်ုပ်တို့သည် ‘နား’ ကို မရောင်းဘဲ ‘မျက်စိ’ ကိုသာ ရောင်းရမည်။

ဈေးဆိုင်သည် အလင်းရောင် ကောင်းစွာ ရရှိရမည်။ များသောအားဖြင့် နေ့အလင်းရောင် ရရှိသော ဈေးဆိုင် အလွန်နည်းသည်။ ဆိုင်ထဲတွင် အလင်းရောင် မေးမှိန်တတ်ပြီး တစ်ဝက်သာ လင်းသည်။

ပြတင်းပေါက်မှ အလင်းရောင်ရသော ဆိုင်လည်း အလွန်နည်း

သည်။ ပြတင်းပေါက်များတွင် ကုန်ပစ္စည်းများ ပိတ်ဆို့ ပြည့်ကျပ်နေသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ဤဆိုင်မျိုးတွင် လျှပ်စစ်မီး အလင်းရောင် အများကြီး ဖြစ်သည်။ ရောင်းကုန်ကို ပြသရာတွင် အလင်းရောင်သည် အများကြီး ထောက်အကူပြုသည်။

မှန်လုံကောင်တာတွေ၊ ရှိုးကော်စံတွေ အများကြီး ရှိကြသည်။ အထူးဖြင့် ကျောက်မျက်ရတနာနှင့် ရွှေဆိုင်တွေ ဖြစ်သည်။ ယင်း ရတနာများကို ခရမ်းရောင် ကတ္တီပါသားပေါ်တွင် တင်၍ ပြသထားလျှင် ပို၍ မြင်သာပြီး ပို၍ ဆွဲဆောင်မှုရှိသည်။

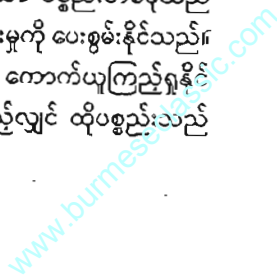
ဆီဆေးပန်းချီကားများကို လေလံတင် ရောင်းချသော ဆိုင်များသည် အလင်းရောင်ကို အကောင်းဆုံး အသုံးချတတ်ကြသည်။ ပန်းချီကားကို ဆေးချောင်းထောက်ပေါ်တွင် တင်၍ အပေါ်မှ အလင်းရောင်ဆလိုက် ထိုးထားသည်။ အခန်းက အလင်းရောင် မှိန်မှိန်သာ ရှိပြီး ပန်းချီကားပေါ်တွင် သာ အလင်းရောင် စုပြုံပေးထားသည်။

သရုပ်ပါအောင် ရောင်း

ထို့ကြောင့် ခပ်မှောင်မှောင် အခန်းထဲတွင် ပန်းချီကားမှာ အထင်းသားသိလွင် နေတော့သည်။ ဤအချက်သည် ပန်းချီကားကို အများကြီး တန်ဖိုးထားစေသည်။

အလွန်ထိရောက်သော နောက်တစ်နည်းမှာ ရောင်းကုန်ကို တစ်နေရာတည်းတွင် ‘အဆေ’ မထားဘဲ ရွှေလျား လှုပ်ရှားနေအောင် ‘အရှင်’ ပြသခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ရွှေလျား လှုပ်ရှားနေသော ပစ္စည်းတစ်ခုသည် မျက်စိအာရုံကို ဒက်ခနဲ ဆွဲဆောင်နိုင်ပြီး စိတ်ဝင်စားမှုကို ပေးစွမ်းနိုင်သည်။

ရွှေလျားနေသော ပစ္စည်းများကို ဝယ်သူ ကောက်ယူကြည့်လျှင် အဆင်ပြေသော ရမည်။ ဝယ်သူ ကောက်ယူကြည့်လျှင် ထိုပစ္စည်းသည် အလင်းစွဲရန် သေချာသွားပြီ။



ရောင်းသူကလည်း

‘ယူကြည့်ပါရှင်၊ ရပါတယ်၊ အားနာစရာ မရှိပါဘူး’

ဟူ၍ နှုတ်မှ ပြောပေးရမည်။ ရောင်းကုန်ကို လက်တွေ့သရုပ်ပြသရာတွင် ဝယ်သူကိုယ်တိုင် အမြဲတမ်း ပါဝင်ပါစေ။

ကုလားထိုင်တစ်လုံးကို ပြသောအခါ ရောင်းသူက

‘ထိုင်ကြည့်လို့ ရပါတယ် ဆရာ၊ ထိုင်ကြည့်ပါ။ တွေ့ရတဲ့အတိုင်း အနေတော်ပါပဲ၊ သိပ်ပြီး သက်သောင့်သက်သာ ရှိပါတယ်၊ တွန်းလို့ ရွေ့လို့လည်း ပေါ့ပေါ့ပါးပါး ရှိပါတယ်’

ဟု ပြောပေးလျှင် အလွန်ကောင်းသည်။



ဈေးရောင်းလျှင် ဘယ်တော့မဆို သရုပ်ပါပါ ရောင်းပါ။ သုံးမိနစ်လှုပ်ရှားမှုသည် ဆယ်မိနစ် စကားပြောခြင်းထက် တန်ဖိုးရှိသည်။ တကယ်ဆိုသော် အရောင်းသမားဟူသည် များသောအားဖြင့် သရုပ်ဆောင်တစ်ယောက်ပင် ဖြစ်သည်။ မော်တော်ကား၊ ငွေစာရင်းစက်နှင့် ဖုန်းမူန့်စုပ်ကိရိယာ စသည် ရောင်းသောသူများသည် ဤအချက်ကို ကောင်းစွာ လေ့လာသင့်သည်။

အရောင်းအဝယ်လုပ်လျှင် ‘အက်ရှင်’ (action) ပါရမည်။ ရောင်းသူသည် ထုံထိုင်းလေးလံ မနေသင့်။ ဖျတ်လတ်သွက်လက် နေရမည်။ ရောင်းသူက ထုံထိုင်းနှေးကွေးနေလျှင် ဝယ်သူကလည်း ထုံထိုင်း နှေးကွေးနေလိမ့်မည်။ ရောင်းသူက နမောန်မဲ့ လုပ်နေလျှင် ဝယ်သူလည်း နမောန်မဲ့ပင် နေလိမ့်မည်။ နမောန်မဲ့ နေခြင်းနှင့် စိတ်အားထက်သန်ခြင်းတို့သည် ကူးစက်တတ်သည့် သဘာဝ ရှိသည်။

အရောင်းသမားက ဘာမှလည်း မပြော၊ ဘာမှလည်း မလုပ်ဘဲ နေနေလျှင် ဝယ်သူသည် ‘ကြောင်’ နေတတ်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းအပေါ်တွင် စိတ်ဝင်စားမှု လျော့ပါးသွားတတ်သည်။

ရပြည့်ထုပ်ဖိုက်

ထိုအပြုအမူသည် ဝယ်သူကို ‘မြင်တဲ့အတိုင်းပဲ၊ ကျွန်မတို့ဆိုင်မှာ ဘာ ဒါတွေပဲ ရှိတယ်၊ ကြိုက်ရင် ဝယ်သွား၊ မကြိုက်ရင် ကြိုက်တဲ့ဆိုင်ကို သွားဝယ်’ ဟု ပြောလိုက်သည်နှင့် အတူတူပင် ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ဘယ်တော့မဆို ဖြစ်နိုင်လျှင် ရောင်းကုန်ကို လက်တွေ့အသုံးချ ပြသပါ။ ဤနည်းသည် ရောင်းကုန်ကို အကောင်းဆုံး ပြသနည်း ဖြစ်သည်။ ဤနည်းကို အမျိုးမျိုး ချဲ့ထွင် အသုံးချနိုင်သည်။

ပြန်ခွင့်၍ ဆင်း

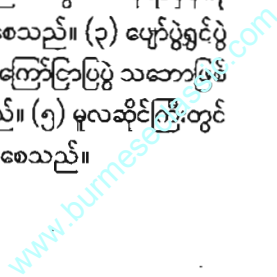
အံ့ချုပ်ဆိုင်များတွင် စံပြုရုပ်တုများထား၍ အဝတ်အစားများကို လက်တွေ့သရုပ်ပြ ဝတ်ဆင်ပြသနိုင်သည်။ ကုန်ခြောက်ဆိုင်များတွင်လည်း ဤနည်းကို အသုံးချ၍ ရသည်။ ယိုးဘူး လာဝယ်လျှင် ဘူးကိုဖွင့်၍ ဝယ်သူ ကိုယ်တိုင် လက်တွေ့ မြည်းကြည့်စေနိုင်သည်။

ကာလီဖိုးနီးယားပြည်နယ်မှ ကုန်ပဒေသာတိုက်ကြီး တစ်ခုတွင် မြေညီထပ်၌ ကြမ်းခင်းမြင့်တစ်ခု လုပ်ထားပြီး ဝယ်သူလာလျှင် ရောင်းကုန်များကို လက်တွေ့ သရုပ်ပြ ခင်းကျင်းပြသသည်။

ကြမ်းခင်းမြင့်ကို လေးတိုင်စင် မဏ္ဍပ်ပြခန်းသဖွယ် အလှဆင်ထားသည်။ ကြမ်းခင်းပေါ်တွင် ကော်ဇောခင်းထားသည်။ စင်မြင့်တစ်ခုလုံး ဆိန်ထိန်လင်းနေသည်။ နဖူးစည်းတွင် ‘ကုန်ပစ္စည်းပြခန်း’ ဟူ၍ ဆိုင်းဘုတ် တပ်ထားသည်။

ဤပြခန်း၏ အကျိုးကျေးဇူးများမှာ (၁) ပင်မ ဆိုင်ခန်းထဲတွင် ထူကျပ်ခြင်းမှ ကင်းရှင်းပြီး သီးသန့် ကုန်ပစ္စည်းအတွက် နေရာမှန်ကို ခုခံသည်။ (၂) ပြခန်းကို လူအများ စိတ်ဝင်စားစေသည်။ (၃) ပျော်ပွဲရွှင်ပွဲ အစီအစဉ်သို့ လူအများကို ဆွဲဆောင်နိုင်သည်။ (၄) ကြော်ငြာပြပွဲ သဘောဖြစ်၍ ကုန်ပစ္စည်းစွဲရေးအတွက် အလွန် ထိရောက်သည်။ (၅) မူလဆိုင်ကြီးတွင် နောက်ထပ် ဆိုင်ဖွင့်ထားသလို ထူးခြားမှုကို ဖြစ်စေသည်။

ရပြည့်ထုပ်ဖိုက်



ဘယ်နေရာ ဘယ်မြို့တွင်မဆို ဤသို့ ပြခန်းဖွင့်၍ ကုန်ရောင်းနိုင်သော ကုန်သည် သည် အခြားပြိုင်ဘက်များကို အပြတ်အသတ် အနိုင်ရမည်မှာ ကျိန်းသေဖြစ်သည်။

ဝယ်သူထိုက်ထိုင် လုပ်ပါစေ

ဆိုင်ထဲတွင် ပြုလုပ်သော ကုန်ပစ္စည်း သရုပ်ပြပွဲကို ဆိုင်မန်နေဂျာကသာ ကြီးကြပ်ကွပ်ကဲသင့်သည်။ ထုတ်လုပ်သူက တာဝန်ပေးသည့် တခြားတစ်ယောက်ယောက်က ကြီးကြပ်လျှင် တစ်မျိုးဖြစ်သွားတတ်သည်။ သူက ပစ္စည်းကို ပြသဖို့ထက် ရောင်းရဖို့ကိုသာ ပို၍ အာရုံထားတတ်သည်။ ဤအပြုအမူသည် ဖောက်သည်အနေဖြင့် စေတနာ ပျက်သွားစေနိုင်သည်။

ဖြစ်နိုင်လျှင် ကုန်ပစ္စည်း လက်တွေ့သရုပ်ပြပွဲကို ဝယ်သူကိုယ်တိုင် လုပ်ကိုင်ပါစေ။ ကုန်ပစ္စည်းများကို မှန်စီရီများနှင့် ရှိုးကော်စများထဲတွင် မထားဘဲ ယူငင်ကြည့်ရှုလွယ်အောင် ခင်းကျင်းထားပါ။ ကုန်ပစ္စည်းများအား ယူငင်ကြည့်ရှုလွယ်အောင် ခင်းကျင်းထားသော ဆိုင်ကို ဝယ်သူတိုင်း နှစ်သက်ကြသည်။ ရောင်းကုန်များအား ဝယ်သူ လက်လှမ်းမမီအောင် လုံခြုံစွာ သိမ်းဆည်းထားသော 'ပြတိုက်' လို ဆိုင်မျိုးကို မည်သူမျှ မကြိုက်ပါ။

တစ်ကြိမ်က သံထည်ပစ္စည်း ရောင်းသူတစ်ဦးသည် စမ်းသပ်မှုတစ်ခု ပြုလုပ်ဖူးသည်။ သူသည် မှန်စီရီများနှင့် ရှိုးကော်စများ ဝယ်ယူပြီး ပစ္စည်းတွေကို သေသေချာချာထည့်ကာ ရောင်းချသည်။ ရလဒ်ကား ခါတိုင်းထက် အရောင်းကျသွားလေ၏။

ထို့နောက် တစ်မျိုးစမ်းကြည့်ပြန်သည်။ ဗီရီနှင့် ရှိုးကော်စထဲမှ ပစ္စည်းတွေကို အကုန်ပြန်ထုတ်ပြီး စားပွဲများနှင့် ကောင်တာများပေါ်တွင် ဖြန့်ခင်းရောင်းချသည်။ ရလဒ်ကား အရောင်းနှစ်ဆ တိုးလေ၏။

'အခုဆိုရင် ကျုပ်တို့က ပစ္စည်းတွေကို ဝယ်သူ အလွယ်တကူ ကိုင်ပူကြည့်ရှုနိုင်အောင် ခင်းကျင်းပြသ ထားပါတယ်။ ဒီနည်းဟာ ဝယ်သူ အကြိုက်ဆုံး နည်းပါပဲ။ ပစ္စည်းစွဲတဲ့ နည်းပါပဲ'

ရရှိသူအားပိုင်

ဟု သူက ပြောသည်။

အရေးကြီးသည့် နောက်တစ်ချက်မှာ ကုန်ပစ္စည်းကို လှပသေသပ်သော အထုပ် သို့မဟုတ် အိတ်များဖြင့် ထည့်ပေးခြင်း ဖြစ်သည်။ ဤနည်းကို အလန်တွင် ကက်ဘရီကုန်တိုက်က လည်းကောင်း၊ အမေရိကတွင် ရောဘတ်ကလဲယား ကုန်တိုက်က လည်းကောင်း ပထမဦးစွာ အသုံးချခဲ့ကြသည်။ ရောင်းကုန်ကို အထုပ်ကောင်းကောင်း အိတ်ကောင်းကောင်းဖြင့် ထည့်ပေးခြင်းသည် အရောင်းစွဲကြောင်း နည်းကောင်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ဤသည်လည်း ကုန်ပစ္စည်းကို ဝယ်သူ စွဲမက်အောင် 'ပြသခြင်း' တစ်မျိုးပင် ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ရောင်းပြီးသော ပစ္စည်းများကို သင့်တင့်လျောက်ပတ်သော ထည့်စရာ ဘူး၊ အိတ်၊ စက္ကူပတ်များဖြင့် သေသပ်လှပစွာ ထည့်ပေးပြီး ထုတ်လျှင် ထိုဆိုင်ကို ဝယ်သူ တစ်သက် မမေ့တော့ချေ။



အရည်အသွေး ထပ်ပြော

ဝယ်ယူခြင်းများစွာတို့တွင် ပစ္စည်းများကို အမြင်မကောင်းသော ဘူးဟောင်း၊ စက္ကူပတ်များနှင့် ထည့်၍ လည်းကောင်း၊ စက္ကူစုတ်များဖြင့် ပတ်၍ လည်းကောင်း စင်များ၌ တင်ထားတတ်ကြသည်။ ဤအချက်သည် ရောင်းကုန်ကို အလှပျက်ပြီး တန်ဖိုးလျော့စေသည်။

အချို့ ခေတ်စီသော ကုန်ထုတ်လုပ်သူများသည် မိမိတို့၏ ထုတ်ကုန်များတွင် 'အရည်အသွေးပြ ကတ်ပြားကလေးများ' (quality cards) ထည့်ဆွဲထားကြသည်။ ဤအချက်သည်လည်း ပစ္စည်းရောင်းစွဲအောင် အထောက်အကူပြုသည်။

တချို့က ယင်းကတ်ပြားပေါ်တွင် ပစ္စည်းအရည်အသွေးကို ဖော်ပြသည့် သာမက အာမခံလည်း ပေးထားသည်။ တာရှည်ခံကြောင်းကိုလည်း ထည့်သွင်းထားသည်။

ရရှိသူအားပိုင်

အချို့ကလည်း ကုန်တိုက်၏ ဆောင်ပုဒ်ကို ဖြစ်စေ၊ သို့မဟုတ် အခြား ကြော်ငြာစာသား တစ်ခုခုကို ဖြစ်စေ ဖော်ပြထားကြသည်။ အရည်အသွေးပြ ကတ်သည် အရောင်းစာရေးအား အကူအညီ ပေးသည်။ ဝယ်သူအား ဩဇာလွှမ်းသည်။ ကုန်ပစ္စည်း ခင်းကျင်းပြသခြင်းကို တိုးတက်စေသည်။

တစ်ခါက ကုန်တိုက်ကြီးတစ်ခုတွင် ခန်းဆီး ကန်လန့်ကာများကို ပြတင်းပေါက် အတုများ၌ သရုပ်ပြ တပ်ဆင်ပြီး ရောင်းချရာ တစ်နေ့တည်းတွင် ခန်းဆီးပေါင်း နှစ်သောင်းအထိ ရောင်းချရသည်။

ထိရောက်သော နည်းစနစ်မျိုး



နောက်တစ်ဆိုင်ကမူ လျှပ်စစ်မီးလုံးများကို ရောင်းစုံထွန်းညှိ ရောင်းချသောအခါ အရောင်းရာခိုင်နှုန်း ၂၅၀ အထိ တိုးတက်ရောင်းချရသည်။

အလားတူပင် အိမ်ထောင်ပရိဘောဂဆိုင် တစ်ဆိုင်တွင် စားပွဲကုလားထိုင်၊ ဗီဂျီ၊ မှန်တင်ခုံ၊ ရေဒီယိုအိမ်၊ တီဗွီအိမ် စသည်တို့ကို အိမ်ခန်းထဲမှာကဲ့သို့ လက်တွေ့ ခင်းကျင်းပြသ ရောင်းချရာ ယခင်ကထက် ပို၍ ရောင်းရသည်။ ပစ္စည်းများ ပြသရာတွင် လျှပ်စစ်အလင်းရောင် လှဲလောက်စွာ ပေးထားသည်။

လျှပ်စစ်ကမ္ဘာလုံး ရောင်းသူတစ်ဦးသည် ဆိုင်ထဲတွင် မုခ်ခုံးပြခန်းပြုလုပ်၍ လျှပ်စစ်ကမ္ဘာလုံးများကို ဆွဲချိတ်ခင်းကျင်း ရောင်းချသောကြောင့် ဝယ်သူ စိတ်ဝင်စားပြီး အရောင်းတိုးတက်လာသည်။

မွေ့ရာရောင်းသူ တစ်ဦးသည် မိမိပစ္စည်းများ အရောင်းထိုင်းသဖြင့် အကြောင်းရင်းကို စုံစမ်းလေ့လာသောအခါ လူတွေက မွေ့ရာသစ် မဝယ်ဘဲ မွေ့ရာဟောင်းများကို အကြာကြီး သုံးစွဲနေကြောင်း သိရှိရသည်။ မွေ့ရာဟောင်းများတွင် ရောဂါပိုးများ ကိန်းအောင်းနိုင်သည်ကို လူတွေ မသိကြ

ထို့ကြောင့် သူက မွေ့ရာဟောင်း ၇၅ ရာခိုင်နှုန်းကို မီးရှို့ပစ်သင့်

ကြောင်း၊ မိမိဆိုင်မှ မွေ့ရာသစ်ဝယ်လျှင် မိမိကလည်း မွေ့ရာဟောင်းများကို အကြီး ရှိလင် ၂၀၊ အသေး ၁၀ ရှိလင် ပေး၍ ဝယ်ယူမည် ဖြစ်ကြောင်း ကြေညာလိုက်သည်။

ဤနည်းဖြင့် သူသည် မွေ့ရာဟောင်း ၇၀၀ ခန့် ဝယ်ယူရရှိသည်။ သစ်ညတွင် သူသည် မွေ့ရာဟောင်းများကို မြို့ပြင်ရှိ တောင်ကုန်းပေါ်သို့ ရွာရွာပြီးနောက် ဓာတ်ဆီလောင်း၍ မီးရှို့သည်။ လူပေါင်း ၄,၁၀၀ ကျော် ထောက်ကြည့်ရှုကြရာ မီးပုံပွဲကြီး ကျင်းပနေသလား ထင်ရသည်။ မွေ့ရာများကို မီးပုံပွဲပြီးနောက် မီးရှူးမီးပန်း ပြပွဲလည်း ဆက်လက်ကျင်းပသည်။

ဤသည်ကား အလွန်ထိရောက်သော ကြေညာနည်း တစ်ရပ်ပင် ဖြစ်သည်။ ပညာလည်း ရသည်။ မွေ့ရာဟောင်း မွေ့ရာစုတ်များကို တာရှည်ထားဘဲ ဖျက်ဆီးပစ်ရန် လိုအပ်ကြောင်း လူထုကို လမ်းညွှန်ပြသည်။

ဤလုပ်ရပ်သည် ရောင်းကုန်ကို အထိရောက်ဆုံး ခင်းကျင်းပြသခြင်းနည်းတစ်မျိုးဟု ဆိုသင့်သည်။

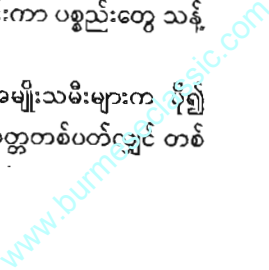
ထုန်ထို မပြုတတ်လျှင် ခံပြုအပျောင်းသမား ဖမည်

သေသည်ပစ္စည်း ရောင်းသူတစ်ဦးကလည်း အမျိုးသမီးများ စိတ်ဝင်စားမည့် ခင်းကျင်းပစ် ခင်းကျင်းပြသခြင်းနည်း တစ်မျိုးကို တီထွင်လိုက်သည်။

စုံစမ်းလေ့လာကြည့်သောအခါ သူ၏ ကုန်ပစ္စည်း ၈၅ ရာခိုင်နှုန်းကို အမျိုးသမီးများက ဝယ်ယူကြောင်း သိရှိရသည်။

ထို့နောက် သူသည် အမျိုးသမီးတစ်ယောက်ကို ငှားရမ်း၍ ကြော်ငြာရေးသေသည်။ အခြားတစ်ယောက်ကိုမူ ဆိုင်ပြတင်းများကို အလှဆင်စေသည်။ တစ်ဆိုင်လုံး လျှပ်စစ်မီးရောင် ထိန်ထိန်လင်းကာ ပစ္စည်းတွေ သန့်ရှင်းပြောင်လက် နေကြသည်။

ကုန်ပစ္စည်း လက်တွေ့သရုပ်ပြခြင်းကို အမျိုးသမီးများက ပို၍ ချစ်သောကျကြောင်း သိရှိရသည်။ အလျောက် ရက်သတ္တတစ်ပတ်လျှင် တစ်



ကြိမ်စီ လက်တွေ့ သရုပ်ပြပွဲ ပြုလုပ်သည်။ အဝတ်လျှော်စက်ကို အမျိုးသမီး တစ်ဦးအား လက်တွေ့ သရုပ်ပြစေသည်။ အလားတူပင် ဓာတ်ငွေ့မီးဖိုကို လည်း အမျိုးသမီး တစ်ဦးကပင် လက်တွေ့သရုပ်ပြစေသည်။

ဤနည်းဖြင့် သူသည် အမျိုးသမီးပရိသတ်ကို ဆွဲဆောင်နိုင်ခဲ့သည့် အလျောက် သူ့ဆိုင်မှ ပစ္စည်းတွေလည်း လက်မလည်အောင် ရောင်းစွဲခဲ့ သည်။

သူသည် ကုန်ပြသခြင်း အတတ်ပညာကို ကောင်းစွာ ကျွမ်းကျင် နားလည်သူ ဖြစ်သည်။

အထက်တွင် ဖော်ပြခဲ့သော နမူနာ ခြောက်မျိုးကို ထောက်ရှုခြင်း အားဖြင့် ဈေးရောင်းခြင်း အတတ်ပညာတွင် ကုန်ကို ပြသခြင်းသည် အသေး အဖွဲ့လုပ်ငန်း မဟုတ်ကြောင်း သိသာ ထင်ရှားသည်။

ကုန်ကို ပြသခြင်းသည် ရောင်းကုန်ပစ္စည်းကို စင်ပေါ်မှ လှမ်းယူပြီး နောက် ကောင်တာပေါ် တင်ပြခြင်း မဟုတ်ချေ။

ဤအလုပ်ကို တတ်သိနားလည်ရန် စိတ်ကူးလိုသည်၊ ကျွမ်းကျင်မှု လိုသည်၊ 'အက်ရှင်' လိုသည်၊ စွမ်းရည် လိုသည်။

'ကုန်ကို ပြသခြင်း' အတတ်ပညာကို မတတ်ကျွမ်းသော အရောင်း သမားသည် 'စံပြ အရောင်းသမားကောင်း' တစ်ယောက် ဘယ်တော့မှ မဖြစ်နိုင်ပါချေ။

အခန်း [၅]

ရွေးချယ်ပေးခြင်း



ပြအရောင်းသမားကောင်း၏ အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာအနက် တတိယမြောက် ဂါထာမှာ 'ရွေးချယ်ပေးခြင်း' ဖြစ်သည်။

'ရွေးချယ်ပေးခြင်း (Section) ဆိုသည်မှာ ကုန်ပစ္စည်း တစ်ခုကို ဝယ်သူက ကျေကျေနပ်နပ်ဖြင့် ဝယ်ယူနိုင်စေရန်၊ ဝယ်ယူ သွားပြီးသော ပစ္စည်းကို ပြန်မပို့စေရန် ရောင်းသူက ဝယ်သူအား ကူညီရွေးချယ်ပေးခြင်း ဖြစ်သည်'

တကယ်ဆိုသော် 'ရွေးချယ်ပေးခြင်း' သည် 'ရောင်းချခြင်း' ထက် ပိုအရေးကြီးသည်။ ရောင်းချခြင်းတွင် ဝယ်သူအား အတင်းတွန်းမှု ပါသည်။ ရောင်းချခြင်းသည် ဝယ်သူဘက်မှ မကြည့်၊ ဆိုင်ဘက်မှသာ ကြည့်သည်။ ရောင်းသူဘက်မှသာ ကြည့်သည်။

ရာနှုန်းပြည့် အောင်မြင်သော ရောင်းချခြင်းတွင် အတင်းတွန်းမှု မပါ။ အခြင်းပွားမှု မပါ။ အရောင်းအဝယ် လုပ်ရာတွင် ဝယ်သူနှင့် ရောင်းသူ နှစ်ဦးလုံး၏ ရှုထောင့်မှကြည့်၍ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သည်။

ရပြည့်စာတမ်းစီရင်

ဝယ်သူ အာရုံစူးစိုက်စွာ နားထောင်

ဝယ်သူသည် သူ ဘာပစ္စည်းကို လိုချင်သည်ကို သိသည်။ ရောင်းသူသည် ထိုပစ္စည်း၏ အရည်အသွေးကို သိသည်။

အရောင်းအဝယ် လုပ်နေသည့် အခိုက်အတန့်တွင် အရောင်းသမားသည် ဝယ်သူ၏ 'အကူအညီ ပုဂ္ဂိုလ်' ဖြစ်သွားသည်။ ဦးခေါင်းနှစ်လုံး ပူးပေါင်းခြင်းသည် တစ်လုံးတည်းထက် ပို၍ ကောင်းသည်။ သူတို့သည် ဈေးဆိုင် အမြတ်ရဖို့နှင့် ဝယ်သူ ကျေနပ်မှု ရဖို့အတွက် အကျိုးတူ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ကြခြင်း ဖြစ်သည်။ ဤသည်ပင်လျှင် ရွေးချယ်ပေးခြင်း၏ အဓိပ္ပာယ် ဖြစ်သည်။

ဈေးရောင်းရာတွင် ပဋိပက္ခ မရှိရ။ အငြင်းသန်သော အရောင်းသမားသည် ဤခေတ်တွင် အသုံးမဝင်တော့ချေ။

တစ်ခါက လန်ဒန်မြို့ ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်တွင် အရောင်းသမားက ဝယ်သူအား 'ဒါတော့ ရှင် ငြင်းလို့ မရပါဘူး။ ကျွန်မက အမှန်ကို ပြောတာ' ဟု ပြောလိုက်သံကို ကျွန်ုပ် ကြားခဲ့ရဖူးသည်။ ထိုစကားသည် ဝယ်သူနှင့်လွတ်သောစကား ဖြစ်၍ ထိုစကားမျိုးကို အရောင်းသမားများ လုံးမသုံးသင့်ချေ။

များစွာသော အရောင်းသမားများနှင့် ကုန်သည်များသည် မိမိတို့ လုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ လွဲမှားစွာ ခံယူထားတတ်ကြသည်။ သူတို့သည် ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်း အလုံးစုံ သိကြသည်ဟု ယူဆထားကြသည်။ သူမသည် တစ်ဖတ်သတ် နိုင်လွန်းကြသည်။

ရောင်းချခြင်းဟူသည် ဝယ်သူအား စကားနိုင်လှ၍ အပေါ်စီး အနိမ့်ယူခြင်း အလုပ်ဟူ၍ သဘောထားကြသည်။ ပစ္စည်းတစ်ခု ရောင်းလိုက်ရလျှင် စစ်ပွဲတစ်ပွဲ အနိုင်ရလိုက်သလောက် ထင်မြင်တတ်ကြသည်။ တကယ်တော့ သော် အရောင်းသမားအနေဖြင့် ဤထက် ဆိုးရွားသော အခြားအပြုအမူ မရှိတော့ချေ။

ရုရှားအုပ်စု

ရုရှားအုပ်စု

ရွေးချယ်ခြင်းဟူသည် ဝယ်သူ အကျေနပ်ဆုံး ပစ္စည်းတစ်ခုကို ပူးပေါင်းရွေးချယ်ပြီးနောက် သင့်တင့်သော ဈေးနှုန်းဖြင့် ရောင်းချခြင်း ဖြစ်သည်။

ဤအဆင့်သို့ ရောက်ဖို့အတွက် ပထမဦးစွာ 'စုံစမ်းမှု' နှင့် 'ကုန်ကို ပြသမှု' လိုသည်။ ဝယ်သူအား မေးမြန်းစုံစမ်းခြင်း၊ ကုန်ကို ပြသခြင်း မရှိလျှင် ရွေးချယ်ရောင်းချခြင်း အဆင့်သို့ အဘယ်မှာ ရောက်နိုင်ပါတော့မည်နည်း။

ရောင်းချမှု လုပ်ငန်းတစ်ခု အောင်မြင်ချောမွေ့မှု ရှိ မရှိ စစ်ဆေးရန် အကောင်းဆုံးနည်းမှာ ဝယ်သူ အိမ်သို့ ပြန်ရောက်သွားသောအခါ ဘာစကား ပြောသလဲ ဆိုသည်ကို နားထောင်ခြင်း ဖြစ်သည်။

ဤအချက်သည် ပစ္စည်းရောင်းလိုက်ရခြင်းထက် အရေးကြီးသည်။ သောလောဆယ် ပစ္စည်းရောင်းလိုက်ရခြင်းသည် တစ်ဒဂံ အကျိုးတရားကိုသာ ရစေသည်။ ကျေနပ်မှု ရသွားသော ဝယ်သူသည်သာလျှင် ထာဝရအကျိုးတရား ဖြစ်သည်။

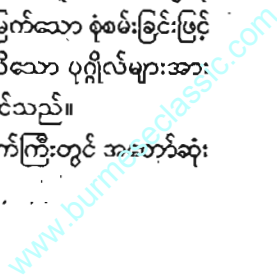
ဝယ်သူ လိုချင်သောပစ္စည်း ဆိုင်တွင် မရှိလျှင် တခြားပစ္စည်း တွန်းရောင်းပါနှင့်။ ထိုပစ္စည်း ရရှိနိုင်သော နေရာကို စေတနာဖြင့် ညွှန်လိုက်ခြင်းသည် စံပြအရောင်းသမား၏ ကောင်းသော အရည်အချင်း ဖြစ်သည်။

ဝယ်သူလိုအင်ဖို သီ၊ ဈေးနှုန်းအောင် ရွေးဆ

အကောင်းဆုံး ရွေးချယ်မှု ဖြစ်ဖို့အတွက် အရောင်းသမားသည် မိမိ ကုန်ပစ္စည်း အကြောင်းကိုလည်း ကောင်းစွာ သိရမည်။ ဝယ်သူ၏ စိတ်ဆန္ဒကို သိပြီး ကောင်းစွာ သဘောပေါက်ရမည်။ စူးရှထက်မြက်သော စုံစမ်းခြင်းဖြင့် ဝယ်သူအကြောင်းကို သိရှိနိုင်သည်။ ကိုယ်ထက်သိသော ပုဂ္ဂိုလ်များအား မြှန်းခြင်းဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်းကို သိရှိနိုင်သည်။

တစ်ခါက နယူးယောက်မြို့ရှိ မေစီ ကုန်တိုက်ကြီးတွင် အသော်ဆုံး

ရုရှားအုပ်စု



အရောင်းသမားအား ငွေဖလားနှင့် ပေါင် ၃၀ ချီးမြှင့်ပွဲတစ်ခု လုပ်ခဲ့ဖူးသည်။ ထိုဆုကို မစ္စဖရန်စက်ရှုဒါ ဆိုသူက ရရှိသွားသည်။ အရောင်းသမား ၉,၀၀၀ ရှိသည်အနက် မစ္စရှုဒါက အတော်ဆုံးဖြစ်သည်။

သူမ၏ အောင်မြင်မှု လျှို့ဝှက်ချက်မှာ ဝယ်သူ၏ အလိုဆန္ဒကို သိခြင်းနှင့် ဝယ်သူ ကျေနပ်အောင် ရွေးချယ်ပေးခြင်း ဖြစ်သည်။

သူမသည် မှတ်ဉာဏ်လည်း အလွန်ကောင်းသည်။ သွက်လည်း အလွန် သွက်သည်။ တစ်ခါ လာဝယ်ဖူးသူ၏ နာမည်ကို နောက်တစ်ကြိမ် တွင် ကောင်းကောင်းမှတ်မိသည်။ တစ်ချိန်တည်းတွင် ဝယ်သူ တစ်ပြိုင်တည်း ကိုလည်း တစ်ပြိုင်တည်း ရောင်းချနိုင်သည်။ သို့သော် သူမသည် လူတိုင်းအား အပြိုးမပျက်၊ စကားပြောမပျက် ရောင်းချသွားနိုင်သည်။

သူမသည် အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာကို လက်တွေ့ အသုံးချ သွားခြင်း ဖြစ်သည်။ 'ကြို၊ စုံ၊ ကုန်၊ ရွေး၊ ဆင့်၊ ကျေး' တည်းဟူသော စံပြ အရောင်းသမားကောင်း ကျင့်စဉ်များကို တစ်ဆင့်ပြီးတစ်ဆင့် အသုံးချ သွားခြင်း ဖြစ်သည်။

အရောင်းသမားသည် လူ့သဘာဝကို နားလည်လေလေ၊ 'ရွေးချယ် ပေးခြင်း' ကို အကောင်းဆုံး လုပ်နိုင်လေလေ ဖြစ်သည်။ လက်ဆောင်ပစ္စည်း ပေးရန် ရွေးချယ်လျှင် ယောက်ျားများသည် သူတို့အတွက် အသုံးချ၍ရသော ပစ္စည်းကိုသာ ပို၍ ကြိုက်နှစ်သက်တတ်ကြသည်။ မိန်းမများကမူ အလှဆင် သော ပစ္စည်း သို့မဟုတ် လက်ဝတ်လက်စားများကိုသာ ပို၍ ကြိုက်နှစ်သက် တတ်ကြသည် ဆိုသည်ကို သိထားရမည်။

ထို့ကြောင့် ယောက်ျားတစ်ယောက်အတွက် ဒိုင်ယာရီ၊ ဖောင်တိုက်၊ လည်စည်း၊ လက်ကိုင်ပဝါ တို့သည် အကောင်းဆုံး လက်ဆောင်ဖြစ်သည်။ မိန်းမတစ်ယောက် အတွက်ကတော့ နှင်းဆီပန်း၊ ပန်းအိုး၊ ပုလဲရင်ထိုး စသည်တို့မှာ အကောင်းဆုံးဖြစ်သည်။ ယောက်ျားများသည် အသုံးဝင်ပစ္စည်း

များကို နှစ်သက်ပြီး မိန်းမများသည် မမျှော်လင့်သော ပစ္စည်းဆန်းများကို နှစ်သက်တတ်ကြသည်။

ယောက်ျားတစ်ယောက်သည် အကျိုးသက်ရောက်မှုနှင့် စီးပွားရေး တို့ တွက်သည်။ မိန်းမတစ်ယောက်သည် မိသားစု၊ အိမ်နှင့် မိမိအကျိုးကို ဆွက်သည်။ ပျိုရွယ်သူများဆိုလျှင် ပျော်ရွှင်မှု၊ အားကစား၊ မိတ်ဆွေအပေါင်း အသင်းနှင့် ဖက်ရှင်ဆန်းတို့ကို အများဆုံး ဦးစားပေးကြသည်။

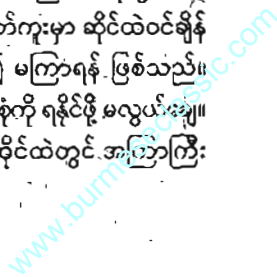
နီးထိုဝါ ခါဒါဝါ

အလွန်အောင်မြင်နေသော အမျိုးသားဝတ်စုံဆိုင် တစ်ဆိုင်က ကြေညာရာတွင် 'အိတ်ဆွေ၏ ဇနီးကိုပါ ခေါ်လာခဲ့ပါ' ဟူသော စာတန်းကို အမြဲတမ်းထည့်၍ ကြေညာသည်။ ဆိုင်အခင်းအကျင်းကိုလည်း အမျိုးသမီးတွေကို ဆွဲဆောင် နိုင်အောင် စီစဉ် ခင်းကျင်းထားသည်။ ဆိုင်သို့လာသော အမျိုးသမီးတိုင်းအား ခေါ်ဒါဘူးလှလှလေး တစ်ဘူးစီ လက်ဆောင်ပေးသည်။

ယောက်ျားအတွက် ဝတ်စုံဖြစ်စေ၊ လည်စည်းဖြစ်စေ ဝယ်ရာတွင် မိန်းမဖြစ်သူက ဝင်ရွေးပေးလျှင် ယောက်ျားက ပို၍ သဘောကျ ကျေနပ်တတ် သည်။

မိန်းမများသည် ယောက်ျားများထက် ဈေးဝယ်တော်ကြသည်။ မိန်းမ များစုသည် သူတို့ လင်ယောက်ျားများ၏ အသွင်အပြင်ကို သူတို့ ယောက်ျားတွေကိုယ်တိုင်ထက် စိတ်ဝင်စားကြသည်။ ထို့ပြင် မိန်းမများသည် ဤဆိုင် ဖိတ်ခေါ်ခံရခြင်းကို အလွန် နှစ်သက်ကြသည်။

ယောက်ျားတစ်ယောက်သည် သူတစ်ယောက်တည်း ဝတ်စုံသွားဝယ် တွင် အမြန်ဆုံး ဝယ်ပြီး ပြန်လာလိမ့်မည်။ သူ၏ စိတ်ကူးမှာ ဆိုင်ထဲဝင်ချိန် တွင် ဆိုင်မှ ပြန်ထွက်ချိန်သည် ၁၀ မိနစ်ထက် ပို၍ မကြာရန် ဖြစ်သည်။ မိန်းမများသည် ဤဆိုင်ဖြင့် ဝတ်စုံဝယ်လျှင် သူသည် စိတ်ကြိုက်ဝတ်စုံကို ရနိုင်ဖို့ မလွယ်အံ့။ သို့သော် မိန်းမ ပါသွားလျှင်တော့ သူက ဆိုင်ထဲတွင် အကြာကြီး



နေသည်။ ဝတ်စုံဝယ်ရတာလည်း လူမှုရေး လုပ်ငန်းတစ်ရပ် ဆောင်ရွက်ရသလို ပျော်စရာ ကောင်းသွားသည်။ နောက်တစ်ကြိမ် တစ်စုံသွားဝယ်လျှင်လည်း သူ့မိန်းမကို ခေါ်သွားမည်မှာ သေချာသည်။

ဈေးဝယ်ရာတွင် မိန်းမများသည် ယောက်ျားများထက် သတိရှိသည်။ အသိရှိသည်။ သူတို့ကိုယ်သူတို့ မိသားစုဝင်ငွေကို စောင့်ထိန်းရသူအဖြစ် ခံယူကြသည်။

သူတို့သည် ပစ္စည်းတစ်ခုကို တန်ရာတန်ဖိုးနှင့် ဝယ်လာကြောင်း မိသားစု အသိုက်အဝန်းတွင် ထုတ်ဖော် ပြောပြတတ်ကြသည်။ ဤအကြောင်းကြောင့်ပင် သူတို့ ဈေးဝယ်သောအခါ အရောင်းသမားက ကူညီ ဝင်ရွေးပေးခြင်းကို နှစ်သက်ကြခြင်း ဖြစ်သည်။

ဝယ်ပြီးပစ္စည်း အကြောင့် ပြန်ပို့

ရွေးချယ်မှုမှာလျှင် ဝယ်ပြီးပစ္စည်း ပြန်လာပို့တတ်သည်။ အမေရိကန်တွင် ဝယ်ပြီးပစ္စည်း လာပို့မှု လေးရာခိုင်နှုန်း ရှိသည်။ ပစ္စည်း နှစ်ဆယ့်ငါးမျိုး ရောင်းရလျှင် တစ်မျိုးကို ပြန်လာပို့တတ်သည်။ ဤအတွက် ရောင်းချမှု ကုန်ကျစရိတ် ပိုလာသည်။ သို့မျှသာမက ဝယ်သူ၏ ယုံကြည်မှုကိုလည်း ယုတ်လျော့စေနိုင်သည်။

ဝယ်ပြီးပစ္စည်းများ ဘာကြောင့် ပြန်ပို့သလဲ ဟူသည်ကို သိရှိရန် ကုန်ပဒေသာတိုက်ကြီးတစ်ခုက စုံစမ်းလေ့လာမှု တစ်ရပ်ကို မကြာမီက ပြုလုပ်ခဲ့ရာ အဖြေမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

ရောင်းပြီးပစ္စည်း ၃၈ ရာခိုင်နှုန်းသည် အရွယ်အစား လွဲမှား၍ ပြန်လာသည်။ ၃၅ ရာခိုင်နှုန်းသည် ဝယ်သူ စိတ်တစ်မျိုး ပြောင်းသွား၍ ပြန်လာသည်။ ငါးရာခိုင်နှုန်းမှာ ပစ္စည်းချွတ်ယွင်းချက် ရှိမှုကြောင့် ပြန်လာသည်။ ခြောက်ရာခိုင်နှုန်းသည် အရောင်းမှား၍ ပြန်လာသည်။ နှစ်ရာခိုင်နှုန်းသည် ထုပ်ပိုးရာတွင် တစ်ခုခု မှားယွင်း၍ ပြန်လာသည်။

ခြေခံကြည့်လျှင် တစ်ဝက်မှာ ဆိုင်ဘက်မှ အမှား တစ်စုံတစ်ရာကြောင့် ခြင်းပြီး ကျန်တစ်ဝက်မှာ ဝယ်သူဘက်မှ စိတ်အပြောင်းအလဲကြောင့် ဖြစ်သည် ဟု တွေ့ရှိရသည်။

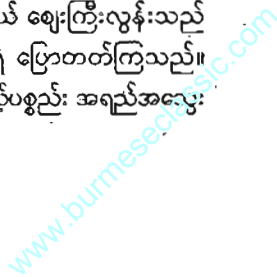
မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ရောင်းပြီးပစ္စည်းများ ပြန်လာခြင်း အဓိက အကြောင်းရင်းမှာ 'ရွေးချယ်မှု' မှားယွင်းခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ရောင်းဝယ်မှုကို သုံးလောက်သည့်အချိန် မပေးဘဲ ကမန်းကတမ်း ပြုလုပ်ကြသည်။ အရောင်းပစ္စည်း ခြောက်ပါးအတိုင်း ရောင်းဝယ်ခြင်း မပြုကြ။ လုံလောက်သော စုံစမ်းမှု မရှိ။ လုံလောက်သော 'ကုန်ကို ပြသမှု' မရှိ။ ထို့ကြောင့် 'ရွေးချယ်မှု' မှားကာ ဝယ်ပြီးပစ္စည်းများကို ပြန်ပို့ကြခြင်း ဖြစ်သည်။

ဝယ်ပိုင်ပစ္စည်း မိန်းမတွေ

ရောင်းချမှု လုပ်ငန်းအစတွင် အရောင်းသမားက ဝယ်သူအား မေးမြန်းစုံစမ်းသည်။ ပစ္စည်းရွေးချယ်သည့် အဆင့်တွင်မူ ဝယ်သူက ရောင်းသူအား မေးမြန်းသည်။ ထို့ကြောင့် အရောင်းသမားတွင် အဖြေ အဆင်သင့် ပြုနေရမည်။ မိမိပစ္စည်းအကြောင်း ကောင်းစွာ သိထားရမည်။

အရည်အသွေးမြင့်သော ပစ္စည်းကို ပြုလျှင် ဘာကြောင့် ဈေးကြီးရသည်ကို ရောင်းသူက အကြောင်းပြနိုင်ရမည်။ ဈေးနှိမ့်သည့် ပစ္စည်းပြုလျှင် ဘာကြောင့် ဈေးသက်သာရကြောင်း ပြောပြနိုင်ရမည်။ သို့မဟုတ်လျှင် ဝယ်သူက သူ့အား ပစ္စည်းအပေါ်စား တမင်ရောင်းလိုက်သည်ဟု ထင်မှတ် သွားတတ်သည်။ ထို့ကြောင့် ဘာပစ္စည်းပဲ ရောင်းရောင်း ဈေးနှုန်းမြင့်ရခြင်း၊ ဈေးနှိမ့်ရခြင်းကို အမြဲတမ်း ရှင်းပြရမည်။

တချို့ဈေးသည်များသည် ကိုယ့်ပစ္စည်းကိုယ် ဈေးကြီးလွန်းသည် ဟု ထင်ကာ မရောင်းရမည် စိုး၍ ဈေးကို မဝံ့မရဲ ပြောတတ်ကြသည်။ ဤသည်မှာ အလွန်မှားသော လုပ်ရပ်ဖြစ်သည်။ ကိုယ့်ပစ္စည်း အရည်အသွေး မြင့်မည်ဟု ယုံကြည်ခြင်း ဖြစ်သည်။



တစ်ခါက ကျွန်ုပ်သည် ပန်းဆိုင်တစ်ဆိုင်သို့ ရောက်သွားသည်။
 'ဒီပန်းတွေ တစ်ခါဇင် ဘယ်လောက်လဲ'
 ဟု မေးလိုက်သောအခါ ပန်းသည်က
 'လေးရှိလင်ပါ'
 ဟု ခပ်ဆိုင်းဆိုင်း ပြောပြီးမှ ဆက်လက်ပြီး
 'တစ်ပွင့်ကို လေးပဲနီနဲ့ ရမယ်'
 ဟု ပြောသည်။
 အမှန်က သူ ပြောသင့်သည်မှာ
 'ပန်းတွေက လှလည်းလှ လတ်လည်းလတ် ပါတယ်၊ ခုလေးတင်ပဲ
 မြဲက ရောက်လာခါစ ရှိပါသေးတယ်၊ တစ်ခါဇင်မှ လေးရှိလင်တည်းပါ'
 ဟူသော စကားသာ ဖြစ်သည်။
 ဤမိန်းကလေးသည် မိမိကိုယ်ပိုင် ပန်းကို ရောင်းနေသူနှင့်ပင် မတူ
 သူသည် သူ့ဈေး သူမယုံ ဖြစ်နေပုံ ရသည်။ ဤအတိုင်းသာဆိုလျှင်
 တစ်ခါဇင် မပြောနှင့်၊ တစ်ပွင့် ရောင်းရဖို့ပင် မလွယ်ချေ။
 ဈေးရောင်းသူသည် ကုန်ပစ္စည်း၏ တန်ဖိုးကို သတိပြုရမည်။ ဆိုင်ထဲ
 ရှိပစ္စည်းတိုင်းတွင် သူ့ဟာနှင့်သူ စိတ်ဝင်စားစရာ နောက်ကြောင်း ရှိကြသည်
 ချည်းပင်။

တစ်ခါတစ်ရံ ဈေးဝယ်သူသည် ဈေးရောင်းသူထက် ကုန်ပစ္စည်း
 အကြောင်းကို သိနေတတ်သည်။ ဤအချက်သည် ဆိုင်အတွက် အကျိုးမရှိ
 နိုင်။

ထို့ကြောင့် အရောင်းသမားသည် ခေတ်မီ ဗဟုသုတရှိဖို့ လိုသည်။
 ဈေးကွက်သို့ လောလောလတ်လတ် ရောက်လာသော ပစ္စည်းများအကြောင်း
 ကို သိထားရမည်။ ဖက်ရှင်ပုံစံသစ်နှင့် နောက်ဆုံးပေါ် စတိုင်များကို သိထား
 ရမည်။

အဝတ်အထည်ဆိုင်များတွင်သာမက ဘယ်ဆိုင်မျိုးတွင်မဆို စတိုင်
 သည် အကောင်းဆုံး အရောင်းစွဲကွက် ဖြစ်သည်။ ဤခေတ်တွင် ပစ္စည်းတစ်ခု
 သည် အသုံးဝင်ရုံ၊ လှပရုံနှင့် မလုံလောက်တော့ချေ။ အရောင်အသွေးနှင့်
 ခေတ်မီပုံစံ စတိုင်ကျနမှုသည်သာ အဓိက ဖြစ်လာသည်။

မော်တော်ကားမှာလည်း စတိုင်ရှိသည်။ အဝတ်အစားမှာလည်း
 စတိုင် ရှိသည်။ ဘာလ်ပင်မှာလည်း စတိုင်ရှိသည်။ လူတွေ ဝတ်ဆင်နေ
 သော အရာအားလုံးနှင့် အိမ်သုံးပစ္စည်းတိုင်းတွင်လည်း စတိုင်ရှိသည်။

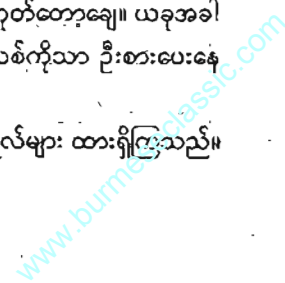
အရောင်းသမားသည် ယင်းတို့ကို ကောင်းစွာ သိထားသင့်သည်။
 ဤအချက်သည် ဈေးနှုန်းကိုလည်း ထိန်းထားနိုင်ပြီး အရောင်းစွဲကွက်ကိုလည်း
 အထောက်အကူပြုသည်။

'မိန်းမတွေဟာ ဖက်ရှင်ရူးတွေပဲ'
 ဟု ကုန်သည်တစ်ယောက်က ပြောဖူးသည်။
 သူတို့သည် ဖက်ရှင် အသစ်အဆန်းကို ရှေးခေတ်ကထက် ပို၍
 စိတ်ဝင်စားလာကြသည်။ ဖက်ရှင်အသစ်များကို လိုချင်သောကြောင့် သတင်း
 စာ၊ မဂ္ဂဇင်း ကြော်ငြာများကို အမြဲတမ်း ရှာဖွေဖတ်ရှုကြသည်။

'စတိုင်' နှင့် 'စတီလ်' ထိုသဘာဝအတိုင်း

စတိုင်သည် ဆင်းရဲချမ်းသာမရွေး လူတိုင်း နှစ်သက်သောအရာ ဖြစ်
 သည်။ တာရှည်ခံခြင်းသည် ယခုခေတ်တွင် အရောင်းစွဲကွက် မဟုတ်တော့
 ချေ။ အရည်အသွေး ကောင်းရုံနှင့်လည်း မလုံလောက်တော့ချေ။ အရောင်
 အသွေး နှင့် လှပခြင်းသည်ပင် အဓိကအချက် မဟုတ်တော့ချေ။ ယခုအခါ
 စတိုင်ပင်လျှင် စတိုင် သို့မဟုတ် ဖက်ရှင်ပုံစံသစ်ကိုသာ ဦးစားပေးနေ
 ကြသည်။

ဆိုင်ကြီးတိုင်းတွင် ဖက်ရှင် အကြံပေးပုဂ္ဂိုလ်များ ထားရှိကြသည်။



ဖက်ရှင်ကို စိတ်မဝင်စားသော ဆိုင်များသို့ ဝယ်သူ အနည်းငယ်ခန့်သာ လာကြလိမ့်မည်။

အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည် ဈေးဆိုင် မှန်ပြတင်းပေါက်ကို ကြည့်လျှင် အချက်နှစ်ချက်ကိုသာ အဓိကထားသည်။ ပထမအချက်က ဖက်ရှင် စတိုင်၊ နောက်တစ်ချက်က ဈေးနှုန်း။

ထို့ကြောင့် ယခုခေတ်တွင် 'တာရှည်ခံသည်'၊ 'လက်တွေ့ အသုံးဝင်သည်'၊ 'လိုက်ဖက်သည်' စသော ကြော်ငြာများသည် လုံးဝ ခေတ်မမီတော့ချေ။ အမျိုးသမီးများသည် ခေတ်နောက်ကျခြင်းကို လုံးဝ မကြိုက်။

'စမတ်ကျသည်'၊ 'မြူးသွက်သည်'၊ 'သစ်ဆန်းသည်'၊ 'ဖက်ရှင်ကျသည်'၊ 'စတိုင်ကျသည်' စသော အသုံးအနှုန်းများကိုသာ ကြိုက်နှစ်သက်ကြသည်။

ထို့ကြောင့် 'စတိုင်' သို့မဟုတ် 'ဖက်ရှင်' ကိုသာ ရောင်းပါ။

ဤသည်မှာ ခေတ်မီ ပုံသေနည်းသစ် ဖြစ်သည်။

တချို့ ကုန်တိုက်ကြီးများကမူ ရွေးချယ်ခြင်း လုပ်ငန်းစဉ်၏ ဆင့်ပွားလုပ်ရပ် တစ်ခုအဖြစ် ကုန်ပစ္စည်း ထိန်းသိမ်းနည်းကိုပါ ဝယ်သူအား လမ်းညွှန်ပြောပြကြသည်။ ခေတ်မမီသော ကုန်တိုက်များက ဤနည်းကို မသုံးကြ။

သူတို့က ပစ္စည်း မြန်မြန် ဟောင်းနွမ်းသွားမှ နောက်ထပ် လာဝယ်မည်ဟု သဘောထားကြသည်။ ဤသဘောထားသည် ကိုယ်ကျိုးကြည့် သဘောထားဖြစ်၍ ဝယ်သူဘက်မှ ကြည့်ရသော စံပြုအရောင်းသမား စိတ်ဓာတ်နှင့် လုံးဝဆန့်ကျင်သည်။

တိုးတက်သော ဖိနပ်ဆိုင်များတွင် ဖိနပ်ပြင်ဌာနများ ဖွင့်ထားသည်။ ခြေအိတ်ဆိုင်များက ခြေအိတ် တာရှည်ခံအောင် လျှော်ဖွပ်နည်းကို ဝယ်သူများအား ပြောပြကြသည်။ မော်တော်ကား အရောင်းဌာနများက မော်တော်ကား ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းရေး လမ်းညွှန်များကို ဝယ်သူများအား ပေးကြသည်။

ပရိယောဂ အင်အထူး ပြိုင်ပွဲ

ဝတ်အထည် ဆိုင်ကြီးတစ်ဆိုင်ကမူ 'သားမွေးအထည်များ ထိန်းသိမ်းဆေး' စာအုပ်ငယ်ကို လက်ဆောင်ပေးသည်။ ထိုစာအုပ်ငယ်တွင် သားမွေးအထည်များ တာရှည်ခံအောင် ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းနည်း ၁၀ ချက်ကို အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ပြထားသည်။

(၁) သားမွေးအထည်များကို ဦးထုပ်အနား၊ သို့မဟုတ် မာသော မျက်နှာပြင်ဖြင့် မပွတ်တိုက်ရ။

(၂) လက်ရာ အကောင်းဆုံးများပင် တွန့်ကြေတတ်ကြသည်။ ချုပ်ရိုးပြုတ်တတ်ကြသည်။ ထိုသို့ဖြစ်လျှင် ချက်ချင်း ပြုပြင်ပါ။

(၃) ပြုပြင်လျှင် စိတ်ချရသော၊ ကျွမ်းကျင်သော ပြုပြင်ရေး ဌာနနှင့်သာ ပြုပြင်ပါ။

(၄) သားမွေးအထည် အားလုံးလိုလို အမွှေးထွက်တတ်သည်။

(၅) အတွင်းခံလိုင်နင်များ စုတ်ပြုလာခြင်းသည် အညံ့စား ဖြစ်၍မဟုတ်။

(၆) အညစ်အကြေးနှင့် ဖုန်မှုန့်ကြောင့် ပိုးမွှားကပ်တတ်သည်။ အထည်ကို တုတ်နှင့် ရိုက်ပါ။ နူးညံ့သော ဝက်မင်ဘီးဖြင့် မကြာမကြာ ပွတ်ပေးပါ။

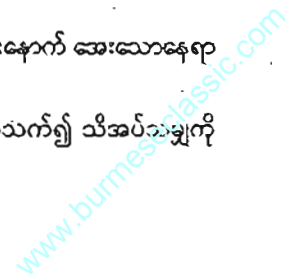
(၇) သားမွေးအထည်များကို မဝတ်ခင်နှင့် ဝတ်ပြီးတိုင်း လှုပ်ခါပေးပါ။

(၈) လုံးဝ မခြောက်လျှင် သားမွေးအထည်များ အစိုပြန်ပြီး ပျက်စီးတတ်သည်။ ထို့ကြောင့် လုံးဝခြောက်သည်အထိ နေရိပ်တွင် လှန်းထားပါ။

(၉) လွန်ကဲသော အပူရှိန်နှင့် နေရိန်တို့ကြောင့်လည်း သားမွေးအထည်များ ပျက်စီးတတ်သည်။

(၁၀) သားမွေးအထည်များကို သေချာစွာ သန့်စင်ပြီးနောက် အေးသောနေရာတွင် အမြဲတမ်း သိမ်းထားပါ။

ရောင်းချလိုက်သော ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ပတ်သက်၍ သိအပ်သူချွန်ကို



ဝယ်သူအား အသိပေးခြင်းသည် ပစ္စည်းပြန်လာဖို့ခြင်းကို ကာကွယ်နိုင်သည်။
ဝယ်သူ၏ စိတ်ချယုံကြည်မှုကိုလည်း ရရှိနိုင်သည်။

ထို့ကြောင့် အရောင်းသမားများအား မိမိ ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်းကို သိအပ်သမျှ သိအောင် လေ့လာစေရမည်။ မသိကျိုးကျွန် လုပ်နေခြင်းကို လုံးဝ ခွင့်မပြုသင့်။ ဝယ်သူအားလည်း သိသင့်သမျှ အမြဲတမ်း အသိပေးပါစေ။

တိုးတက်သော အိမ်ထောင်ပရိဘောဂ ဆိုင်ကြီးတစ်ဆိုင်တွင် လေ့လာရေး ကလပ်တစ်ခု ဖွင့်ထားသည်။ ထိုဆိုင်တွင် အရောင်းသမား ၄၀ ရှိသည်။ ကလပ်၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ အရောင်းသမားများ အနေဖြင့် မိမိတို့၏ ရောင်းကုန်အပေါ် စိတ်ဝင်စားမှု တိုးပွားလာစေရန်နှင့် ရောင်းချခြင်း ပညာ တိုးတက်လာစေရန် ဖြစ်သည်။

သတ်မှတ်ထားသော နေ့တွင် အရောင်းသမားနှစ်ယောက်အား ပရိဘောဂ အခင်းအကျင်း ပြိုင်စေသည်။ မီးဖိုခန်း၊ အိပ်ခန်း၊ စားသောက်ခန်း စာကြည့်ခန်းနှင့် ဧည့်ခန်း ခင်းကျင်းပုံ ပြိုင်ကြသည်။

နှစ်ယောက်စလုံးအား အချိန် ရက်သတ္တတစ်ပတ် ပေးသည်။ အကဲဖြတ်လျှင် သုံးယောက်ခန့်ထားပြီး ပရိဘောဂ ခင်းကျင်းထားပုံ နှစ်မျိုးကို တခြားအရောင်းသမား အားလုံးတို့ကပါ လေ့လာကြသည်။

ပြိုင်ပွဲဝင်နှစ်ဦးတို့သည် သူတို့၏ ခင်းကျင်းပုံနှင့် ပတ်သက်၍ ရှင်လင်းပြကြသည်။ နှစ်ယောက်သား အပြန်အလှန် ငြင်းခုံကြသည်။ တခြားအရောင်းသမားများကလည်း မိမိတို့ ကြိုက်သည့်လူဘက်မှ လိုက်၍ ထောက်ခံ အားပေးကြသည်။ နောက်ဆုံးတွင် အကောင်းဆုံး ခင်းကျင်းနိုင်သူအား ကုမ္ပဏီမှ ဆုချသည်။

ဤနည်းဖြင့် အရောင်းသမားများသည် မိမိတို့၏ ရောင်းကုန်များကို စိတ်ဝင်စားလာကြသည်။ အလုပ်ခွင်ကို ပျော်စရာအဖြစ် ဖန်တီးပြီး ရောင်းအားတိုးအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်ကြသည်။

ရှာပါသော အရည်အချင်း

အခြင့်ဆုံး စံပြုအရောင်းသမားသည် မိမိကုန်ပစ္စည်းများအကြောင်း နားလည်သူမက ကုန်ပစ္စည်းများကို ချစ်လည်း ချစ်သည်။ ဤအရည်အချင်းမျိုး သူကား ရှားပါးလှသည်။

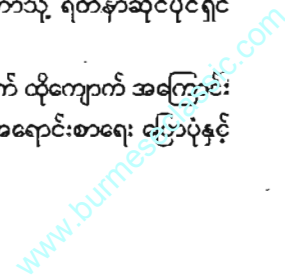
ဤရှားပါးသော အရည်အချင်းသည် ကုန်ပစ္စည်း 'ရွေးချယ်ခြင်း' အဆင့်တွင် အလွန် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသည်။ ယင်းအကျိုးသက်ရောက်မှုကို ဝယ်သူအနေဖြင့် အမှတ်ထင်ထင် ခံစားရသည်။ ဤအချက်သည် ဝယ်သူအား ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်း ရှင်းပြနေခြင်းထက် ပို၍ တာသွားသည်။ တစ်ခါသော် ဘဏ်သူဌေးကြီး တစ်ဦးသည် ခေတ်မီကျောက်မျက်ရတနာဆိုင် တစ်ဆိုင်ထဲသို့ ဝင်လာသည်။

သူ၏ တောင်းဆိုချက်အရ အရောင်းစာရေးက မသွေးရသေးသည့် အိန်ဒိုင်းတုံးကလေးများကို ဗန်းနှင့်အပြည့် ထုတ်ပြသည်။ ထို့နောက် ကျောက်တစ်လုံးစီတွင် ရတီ ဘယ်လောက်ရှိကြောင်း၊ ဈေးနှုန်းက ဘယ်မျှဖြစ်ကြောင်း ပြောပြသည်။

အဆိုပါ စိန်တုံးများအနက် အတန်ကြီးသော ဖြူပြာရောင် စိန်တစ်တုံးမှာ ထူးထူးခြားခြား အရောင်တောက်လှသည်။ ထိုစိန်ကို ဘဏ်သူဌေးကြီး အလွန် သဘောကျနေမိပြီ။ သို့သော် ဈေးနှုန်းက အဟန့်အတား ဖြစ်နေသည်။ အရောင်းစာရေးကလည်း စွဲလို့စောဖြင့် သူ့ပစ္စည်း၏ တန်ဖိုးကြီးပုံကို သစ္စာရှိရှိ ပြောပြနေသည်။

သို့သော် ဘဏ်သူဌေးကြီးက မဝယ်ဘဲ လှည့်ထွက်သွားမည် အလုပ်ဆွင်ပင် တိုက်တိုက်ဆိုင်ဆိုင် အရောင်းကောင်တာသို့ ရတနာဆိုင်ပိုင်ရှင် ဆောက်လာခဲ့သည်။

သူက အကျိုးအကြောင်း မေးမြန်းပြီးနောက် ထိုကျောက် အကြောင်း တို့ပင် ပြောပြသည်။ သို့သော် သူ ပြောပုံက သူ့အရောင်းစာရေး ပြောပုံနှင့်



မတူ၊ ထိုကျောက်ကို ချစ်ခင်မြတ်နိုးလှသော အမူအရာနှင့် ပြောပြသည်။

သူသည် ထိုကျောက်ကို အလင်းရောင်တွင် မြောက်ပြလိုက်သည်။ အတွင်းထဲမှ ရောင်စဉ်များကို ဘဏ်သူဌေးကြီးလည်း ပီပီပြင်ပြင် မြင်ရသည်။

ထို့နောက် ဆိုင်ရှင်က ထိုကျောက်ကို လက်ဝါးတစ်ဖက်ပေါ်တင်ကာ တစ်ဖက်လက်ဝါးနှင့် ခပ်ရွရွ အုပ်လိုက်သည်။ အပြာရောင်၊ အနီရောင်နှင့် အစိမ်းရောင်များ လက်ကြားထဲမှ ဖြာထွက်လာကြသည်။

ဤတွင် ဆိုင်ရှင်က ဤကျောက်၏ ရာဇဝင်ကို စိတ်ပါလက်ပါ ဝေဝေဆာဆာ ပြောပြသည်။ စိန်ရတနာအကြောင်းနှင့် ပတ်သက်၍လည်း သူ သိသမျှကို စိတ်ရှည်လက်ရှည် ပြောပြသည်။

နောက်ဆုံးတွင် ဘဏ်သူဌေးကြီးသည် ထိုကျောက်ကို ဝယ်ယူလိုက်လေသည်။

ထို့နောက် သူက ဆိုင်ရှင်ကို မေးလိုက်သည်။

‘ဘယ်လိုဖြစ်တာလဲဗျ၊ ခင်ဗျား အရောင်းစာရေး ရောင်းလို မစွဲတဲ့ ပစ္စည်းကို ခင်ဗျားက ကျုပ်ကို ဘာကြောင့် ရောင်းနိုင်တာလဲ’

ဤတွင် ဆိုင်ရှင်က အပြုံးကလေးဖြင့်

‘ဘာကြောင့်လဲဆိုတော့ ကျွန်တော့်အရောင်းစာရေးက စိန်အကြောင်း လောက်ပဲ သိပါတယ်။ ကျွန်တော်ကတော့ သိရုံတွင်မက ချစ်လည်း ချစ်ပါတယ် ခင်ဗျား’

ဟူ၍ ပြန်ပြောလိုက်လေသည်။

ကိုင်း၊ မြင်တဲ့အတိုင်းပါပဲ။ စံပြုအရောင်းသမားအတွက် ‘ရွေးချယ်ခြင်း’ လုပ်ငန်း အဆင့်တွင် ဦးနှောက်ပါမက အသည်းနှလုံးပါ လိုအပ်ကြောင်း အထက်ပါ သာဓကဖြင့် သိသာပါပြီ။ ရွေးချယ်ခြင်း အဆင့်တွင်

လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အရည်အချင်းနှင့်တကွ လူမှုရေး အရည်အချင်းပါ လိုအပ်သည်။

ထို့ကြောင့် ဝယ်သူအနေဖြင့် မှန်ကန်သော ပစ္စည်းကို ရွေးမိအောင်၊ အပြုအမူသည် ပစ္စည်းကို ကျေနပ်မှုရှိအောင်၊ ထိုပစ္စည်းပိုင်ရှင်အဖြစ် သူ့ကိုယ်သူ့ ဂုဏ်ယူစွာဖြင့် အိမ်သို့ ပြန်သွားနိုင်အောင် ကူညီခြင်းသည် အသေးအဖွယ်လုပ်ငန်းကလေး မဟုတ်ချေ။

ခေတ်မီ စံပြုအရောင်းသမားအတွက် မရှိမဖြစ်သော ပဓာန အရည်အချင်းကြီးတစ်ခုဟူ၍ မမှီတ်မသုန် မှတ်ယူကြပါကုန်။

အခန်း [၆]

ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း

စံပြအရောင်းသမားကောင်း၏ 'လက်နက်' ဖြစ်သော 'အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာ' (ကြိုး၊ စုံ၊ ကုန်း၊ ရွေး၊ ဆင့်၊ ကျေး) အနက် 'ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း' သည် ပဉ္စမမြောက် ဂါထာဖြစ်သည်။

'ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း (Addition) ဟူသည် ဝယ်သူက မူလပစ္စည်းကို ဝယ်ယူပြီးသောအခါ ထိုပစ္စည်းနှင့် အတွဲဖက် လိုက်ဖက်သော အခြားပစ္စည်း တစ်ခုခုကို နောက်ထပ် ဝယ်ယူရန် အရောင်းစာရေးက ဝယ်သူအား တိုက်တွန်း အကြံပေးခြင်းကို ဆိုလိုသည်'

ဈေးရောင်းသူသည် ဈေးဝယ်သူ၏ အကြံပေးပုဂ္ဂိုလ် ဖြစ်ကြောင်း ပြီးခဲ့သော အခန်း (၅) တွင် တင်ပြခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ကျွမ်းကျင်သော အရောင်းသမားတစ်ယောက်၏ စေတနာဖြင့် အကြံပေးချက်ကို ဝယ်သူအနေဖြင့် ဝမ်းသာစွာ အမြဲတမ်း လက်ခံမည်သာ ဖြစ်သည်။

ဝယ်သူအား လေးလေးနားနား ချစ်ခင်

ဝယ်သူအား အကြံပေးခြင်းသည် ရောင်းသူအနေဖြင့် ဆရာလုပ်ခြင်း မဟုတ်။ ဝယ်ချင်သည့် ပစ္စည်းကို အတင်းတွန်းရောင်းခြင်း မဟုတ်။ တွန်းရောင်းလျှင်လည်း ဘယ်သူမှ ဝယ်လိမ့်မည် မဟုတ်ချေ။

ရရှိသည့်အချက်

အရောင်းသမား

၈၇

ဝယ်သူက ပစ္စည်းတစ်ခုကို ဝယ်ယူပြီးသောအခါ ရောင်းသူက 'နောက်ထပ် ဘာများ ယူဦးမှာလဲ'

ဟု မေးတတ်သည်မှာ ယေဘုယျသဘော ဖြစ်သည်။

သို့သော် စံပြအရောင်းသမားကောင်း၏ ရှုထောင့်မှ ကြည့်လျှင် ဆင့်လောင်းရောင်းချခြင်းသည် ဘာမျှ မထိရောက်ပါ။ သာမန် အရောင်းသမားတိုင်း၏ ချီးမွမ်းစဉ် လောကဝတ် စကားမျှသာ ဖြစ်သည်။

အမှန်တကယ် ပြောရမည့် စကားမှာ

'ဒါနဲ့ ဟောဒီ ပိုက်ဆံအိတ်က နောက်ဆုံးပေါ် ဒီဇိုင်းသစ်ပဲ မမ၊ မမဝယ်တဲ့ ထီးနဲ့ဆိုရင် သိပ်ပြီး လိုက်ဖက်တာပဲ၊ ဟောဒီမှာ ကြည့်ပါ'

သားရေကလည်း အိနေတယ်၊ အတွင်းအိတ်ကလည်း သုံးခုတောင်၊ လှုပ်လှုပ် လုပ်ပုံ လက်ရာကလည်း သိပ်ကောင်းတာပဲ'

ဟူ၍သာ ဖြစ်သင့်သည်။

အများအားဖြင့် အရောင်းသမားများသည် နမော်နမဲ့ နိုင်ကြသည်။

ပစ္စည်းတစ်ခု ရောင်းလိုက်ပြီးသည့်နောက်တွင် ဝယ်သူကို လုံးဝ စိတ်မဝင်စားဘက်ကြံတော့။ ဤအပြုအမူသည် အရောင်းသမားကောင်း၏ အပြုအမူ မဟုတ်ချေ။

ဆိုင်ထဲတွင် ဝယ်သူ ရှိနေသေးသမျှ၊ ဝယ်သူ ဆိုင်ထဲမှ ပြန်လည် ခြွင်းသွားသေးသမျှ နောက်ထပ်ပစ္စည်း တစ်ခုခု ဆင့်လောင်း ရောင်းချ သေးသည့် အခွင့်အရေး ရှိနေသေးသည်။

စံပြ အရောင်းသမားသည် ယင်းအခွင့်အရေးကို အရယူတတ်သည်။

အဆိုင်မှ နောက်ထပ် ပစ္စည်းတစ်ခုလည်း စွဲ၍ ဝယ်သူလည်း နောက်ထပ် ပစ္စည်းတစ်ခု ရသောကြောင့် ကျေနပ်ဝမ်းသာခြင်း ဖြစ်ရသည်။

ဤအခြေအနေမျိုးကို ဖန်တီးတတ်သူသည်သာလျှင် စံပြ အရောင်း သမားကောင်း မည်ပါသည်။

ရရှိသည့်အချက်

အရောင်းသမားဟူသည် ဝယ်သူကောင်းသော ပစ္စည်းကို ထုတ်လုပ်ပြီး ငွေလက်ခံသူ သက်သက်သာ မဟုတ်ပါ။ ထိုအတူ ဈေးဆိုင်ဟူသည်မှာ လည်း ကုန်ပစ္စည်းများ သိုလှောင်ထားရှိရာ ဝိုင်းဝန်းစွာ မဟုတ်ပါ။

စံပြုအရောင်းသမားသည် ဝယ်သူအား လေးလေးစားစား ဆက်သွယ်ကာ သင့်တင့်လျောက်ပတ်စွာ အကြံပေးခြင်းဖြင့် နောက်ထပ် ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုခုကို ဆင့်လောင်း ရောင်းချတတ်သူ ဖြစ်သည်။

များသောအားဖြင့် အရောင်းသမား၏ အရောင်းစွမ်းရည်ကြောင့် ကုန်ပစ္စည်းများ အရောင်းစွဲခြင်း မဟုတ်ပါ။ ဝယ်သူက ဝယ်ကို ဝယ်မည်ဟု ကြိုတင်ဆုံးဖြတ်လာပြီး ဖြစ်သောကြောင့်သာ အရောင်းစွဲခြင်း ဖြစ်သည်။

သို့သော် ရောင်းသူ လိမ္မာပါးနပ်ပြီး အရည်အချင်း ပြည့်ဝလှသော ဝယ်သူ ကြိုတင်ဆုံးဖြတ်လာသည်ထက် ပို၍ ဝယ်လိမ့်မည်။ ထီးတစ်လုံးသာ ဝယ်မည်ဟု မူလက ဆုံးဖြတ်လာသည် ဝယ်သူသည် စံပြုအရောင်းသမား၏ အကြံပေးမှုကြောင့် နောက်ထပ် ဒီနပ်တစ်ရုံနှင့် ပိုက်ဆံအိတ်တစ်ခုပါ ဝယ်ဖြစ်သွားသည်။

ဝယ်သူများသည် သူတို့ လိုချင်သည့် ပစ္စည်းအားလုံးကို တစ်ဆင့်တည်းတွင်သာ စုဝယ်ကြသည် မဟုတ်။ မိမိ နှစ်သက်ရာဆိုင်မှ နှစ်သက်ပစ္စည်းကို ရွေးဝယ်တတ်ကြသည်။

ထို့ကြောင့် အရောင်းသမားများ အလေးအနက် ထားရမည်မှာ တို့ဆိုင်တွင် ဝယ်သူ လိုချင်သည့် ပစ္စည်းစုံ ရှိနေလျှင် အကုန်လုံး မဝယ်သော်မှ အများဆုံး ဝယ်ဖြစ်အောင် စည်းရုံးရောင်းချရန် ဖြစ်သည်။

အချို့ဝယ်သူများသည် မိမိတို့ လိုချင်သော ပစ္စည်းကို မိမိတို့ဆိုင်တွင် မဝယ်ဘဲ တခြားမြို့သို့ သွားဝယ်တတ်ကြသည်။ တချို့လူလူကြိုဖြင့် လည်းကောင်း၊ စာတိုက်မှ တစ်ဆင့်သော်လည်းကောင်း ဝယ်ယူကြသည်။

ဤသို့ ဖြစ်ရသည်မှာ ဒေသခံဆိုင်များကို ဝယ်သူများက အထင်ကြီးသောကြောင့်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ရောင်းသူ၏ ဆက်ဆံရေး ညံ့ဖျင်းကြောင့်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။

အကယ်၍ ဝယ်သူတစ်ယောက်က ဒေသခံဆိုင်ရှင်အား 'ရှင်တို့ဆိုင်မှာ ဒီပစ္စည်းတွေ ရှိနေမှန်း ကျွန်မ လုံးဝ မသိဘူး' ဟူ၍ ပြောလျှင် ဤကိစ္စတွင် ဝယ်သူညံ့၍ မဟုတ်။ ရောင်းသူညံ့ခြင်းသာ ဖြစ်သည်ဟုပင် ဆိုရလိမ့်မည်။

ထခြားမှာ အကြောင်း သွားသယ်

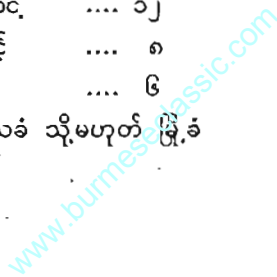
သူတွေ ဘာကြောင့် ဒေသခံဆိုင်များမှ မဝယ်ကြတာလဲ ဟူသော ကိစ္စနှင့် ဆက်သက်၍ တစ်ခါက အမေရိကန် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဌာနက သုတေသန စစ်တမ်းတစ်ရပ် ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ဤသို့သော စစ်တမ်းမျိုး ယခင်က မပြုလုပ်ခဲ့ဖူးချေ။ စစ်တမ်းမှ ပေါ်ထွက်လာသော ရလဒ်မှာ စိတ်ဝင်စားစရာ ကောင်းသည်။ ဗဟုသုတလည်း ရသည်။

အောက်ပါ အကြောင်းအရာများမှာ ဝယ်သူများ ဘာကြောင့် ရပ်ဝေးဆိုင်များတွင် ဝယ်ယူကြခြင်း၏ အကြောင်းရင်းများ ဖြစ်သည်။

ဝယ်သူ ရာခိုင်နှုန်း

- ၁။ ပစ္စည်းစုံသောကြောင့် ၃၀
- ၂။ ဖက်ရှင် ဆန်းသစ်မှုကြောင့် ၁၅
- ၃။ ဆိုင်ကြီးသောကြောင့် ၁၅
- ၄။ ဈေးနှုန်း မှန်သောကြောင့် ၁၄
- ၅။ ခမ်းနားမှုနှင့် အခြား ဆွဲဆောင်မှုများကြောင့် ၁၂
- ၆။ ပစ္စည်းအရည်အသွေး ကောင်းသောကြောင့် ၈
- ၇။ ဆက်ဆံမှု ပိုကောင်းသောကြောင့် ၆

ဤစစ်တမ်းကို ကြည့်ခြင်းအားဖြင့် ဒေသခံ သို့မဟုတ် မြို့ခံ



ဆိုင်များသည် မိမိတို့၏ ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ဆက်ဆံရေး ကောင်းမွန်မှုကို အထူးဂရုစိုက်ရန် လိုအပ်ကြောင်း သိသာထင်ရှားနေသည်။

ယခုအခါ နိုင်ငံတိုင်းတွင် ဒေသခံ သို့မဟုတ် မြို့ခံ စတိုးဆိုင်ကလေးတွေ အမြောက်အမြား ရှိကြသည်။ အကြမ်းအားဖြင့် ပြောရလျှင် ယင်းဆိုင်များသည် မိမိတို့၏ အမှန်တကယ် ရောင်းနိုင်အား၏ ငါးဆယ်ရာခိုင်နှုန်းမျှကိုသာ ရောင်းချနေကြရသည်။

ထောင်ပေါင်းများစွာသော ဈေးဆိုင်များမှာ ဝယ်သူ မလာသောကြောင့် ကုန်ပစ္စည်းများ ပုန်တက် နှိုတက်ပြီး တဖြည်းဖြည်းနှင့် လုံးပါးပါးသွားကြရသည်သာ ဖြစ်သည်။

ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်၏ အဓိကအလုပ်သည် တစ်နေ့ထက်တစ်နေ့ အရောင်းတိုးလာအောင် ဘာလုပ်မလဲ ဟူသော အချက်ကို ဦးထိပ်ပန်ဆင်ရမည်။

ဤသို့ မဟုတ်လျှင် တစ်နေ့တခြား ဝယ်သူ ခြောက်ခန်းပြီး ရောင်းအားလည်း ကျပြီးရင်း ကျရင်း ကျလာမည် ဖြစ်သည်။ ယင်းသို့ဆိုလျှင် ဆိုင်တစ်ခါပိတ်ပြီး 'လုပ်ငန်း ရပ်လိုက်ပြီ' ဟု ကြော်ငြာ ကပ်လိုက်ရန်သာ ရှိတော့သည်။

ယခုအခါ ပစ္စည်းစုံသော၊ ဆက်ဆံရေး ပိုကောင်းသော ကုန်တိုက်ကြီးတွေ၊ မိနီမတ်ကက်တွေ တစ်နေ့တခြား တိုးပွားလာနေသည်။ ဤအချက်ကို သမားရိုးကျ လုပ်ကိုင်နေကြသည့် ဆိုင်ကလေးများအနေဖြင့် အထူးသတိပြုရမည်။

မိမိတို့ဆိုင်များတွင် အရည်အသွေးကောင်း၍ ဈေးနှုန်းမှန်သော ပစ္စည်းများကို မတင်နိုင်လျှင် အရောင်းသမားများ ဆက်ဆံရေး ညံ့ဖျင်းလျှင် ဒေသခံ ဆိုင်ကလေးတွေ တစ်နေ့ မဟုတ် တစ်နေ့ ပြုတ်ရမည်မှာ ဗေဒနာမေးစရာ မလိုချေ။

တချို့ စက်ရုံတွေက ကုန်ပစ္စည်းတွေ လိုအပ်သည်ထက် အလျှံပယ် ဆုတ်လုပ်တတ်ကြသည်။ ထိုနည်းတူစွာ တချို့ ဒေသများတွင် လက်လီ ဈေးဆိုင်တွေ လိုအပ်သည်ထက် အလျှံပယ် ဖွင့်လှစ်တတ်ကြသည်။

ယင်းတို့အနက် 'အသန်မာဆုံးသည်သာလျှင် သက်ရှည်ရပ်တည်နိုင်လိမ့်မည်'။

ဝယ်သူ ကျေနပ်မှု ရှိ မရှိ၊ ရောင်းအား တိုးတက်မှု ရှိ မရှိ ဟူသော အချက်ပေါ်တွင် မူတည်၍ ဈေးဆိုင်အားလုံး ရပ်တည်ကြသည်၊ ပျက်စီးကြသည်။

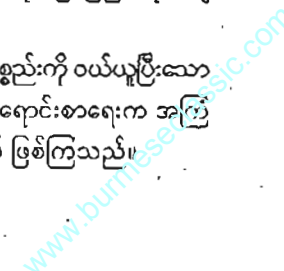
ထို့ကြောင့် ကုန်တိုက်တစ်တိုက်၊ ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်သည် သက်ရှည် ရပ်တည်လိုလျှင် ဝယ်သူက ဝယ်ကိုဝယ်ရန် ကြိုတင် ဆုံးဖြတ်လာပြီး ဝယ်ယူသော ပစ္စည်းများနှင့် ကျေနပ် တင်းတိမ် မနေသင့်၊ 'ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း' လုပ်ငန်းကို အမြဲမသွေ အာရုံစိုက်၍ ဆောင်ရွက်ရမည်။

သို့မဟုတ်လျှင် အပြိုင်အဆိုင် လောကတွင် နောက်တန်းကနေ အမြဲအစား လိုက်နေရလိမ့်မည်။

ကုန်တိုက်ကြီး တစ်တိုက်သည် နေ့စဉ် အကြံပြုလွှာစနစ်ဖြင့် အကြီးအကျယ် အရောင်းတိုးတက်ခဲ့သည်။

ယင်းစနစ်မှာ ကုန်တိုက်ဖွင့်သည်နှင့် အရောင်းစာရေးများအား အကြံပြုလွှာ တစ်ရွက်စီ ဖြန့်ဝေထားသည်။ ယင်းစာရွက်ပေါ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းအမျိုးအမည်ကို ရေးထားသည်။ တစ်နေ့တာအတွင်း လာရောက်ဝယ်ယူသူများအား ထိုပစ္စည်းများ အကြောင်းကို ပြောပြ၍ ရောင်းချခြင်း ဖြစ်သည်။

ဝယ်သူသည် မူလက ရည်ရွယ်လာခဲ့သော ပစ္စည်းကို ဝယ်ယူပြီးသော နောက် ဆိုခဲ့သော ပစ္စည်းတစ်ခုခုကို ထပ်ဝယ်ရန် အရောင်းစာရေးက အကြံပြုသည်။ ဤသို့ဖြင့် မကြာခဏ အရောင်းအဝယ် ဖြစ်ကြသည်။



ကိုယ်လျော့ညီထွေ ဖြစ်ပါစေ

ဥပမာ လက်ကိုင်ပုဝါ လာဝယ်သူအား စာရေးမတစ်ယောက်က ကက်ဆက် တစ်လုံးနှင့် ပါရှန်းကော်ဇောတစ်ထည် ဆင့်လောင်း ရောင်းချလိုက်ခြင်းမျိုး ဖြစ်သည်။

သို့သော် ကျွန်ုပ် သင်ပြသော 'ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း' နည်းက 'နေ့စဉ် အကြံပြုလွှာ' နည်းထက် ပို၍ ထိရောက်သည်။ လက်ကိုင်ပုဝါ ဝယ်သူအား ကက်ဆက်နှင့် ကော်ဇောတို့ကို ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်းသည် 'ပညာပါသော' ရောင်းချခြင်းမျိုး မဟုတ်ချေ။

အမှန်က နောက်ထပ် ရောင်းချလိုက်သော ပစ္စည်းများသည် ယခင် ဝယ်ယူထားပြီးသော ပစ္စည်းများနှင့် တစ်နည်းနည်းဖြင့် လိုက်ဖက်ခြင်း အပ်စပ်ခြင်း ရှိမှသာလျှင် စံပြအရောင်းသမား၏ အရည်အချင်း ပြည့်ဝသော လုပ်ရပ်ဖြစ်သည်။

ဥပမာ စားပွဲခင်း လာဝယ်သူအား လက်သုတ်ပဝါများ ထပ်ဆင့် ရောင်းချခြင်း၊ ဇာထိုး ပန်းထိုး လက်ကိုင်ပုဝါ လာဝယ်သူအား နောက်ထပ် အဆင်တစ်မျိုး ထပ်ဝယ်ရန် အကြံပြု တိုက်တွန်းခြင်းမျိုးသာလျှင် သဘာဝ ကျသော လိုက်လျော့ညီထွေဖြစ်သော ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်းမျိုး ဖြစ် သည်။

ဝယ်သူသည် သူ မလိုချင်သော ပစ္စည်းနှင့် အမျိုးအစားကို အတင် ထုတ်ပြလျှင် စိတ်ဆိုးတတ်သည်။ ဥပမာ ထီး လာဝယ်သော အမျိုးသမီး အား ပိုက်ဆံအိတ် ထပ်ဝယ်ရန် တိုက်တွန်းခြင်းသည် သဘာဝကျသည် ယင်းသို့ မဟုတ်ဘဲ ရေမွှေးပုလင်း သို့မဟုတ် ဆွဲကြိုး ထပ်ဝယ်ရန် အကြံပြု လျှင် ဝယ်သူ ဘယ်နည်းနှင့်မျှ သဘောကျလိမ့်မည် မဟုတ်ချေ။

ရောင်းချခြင်း အတတ်ပညာသည် အရေးကြီးသော လူမှုရေးကိစ္စ တစ်ရပ် ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အခြား လူမှုရေးကိစ္စများကဲ့သို့ပင် လောက

တတ် ကျင့်ထုံးများကို သင့်တင့်လျှောက်ပတ်စွာ လိုက်နာ ကျင့်သုံးတတ်ကြ လိုအပ်သည်။

အပ်ချုပ်ဆိုင်ရှင်သည် ဆောင်းဘီတစ်ထည် လာချုပ်သူအား နှစ်ထည် ချုပ်ရန် ယဉ်ကျေးစွာ အကြံပြုနိုင်သည်။ မျိုးစေ့ရောင်းသူသည် နှင်းဆီပင် သာဝယ်သူအား အခြား အသစ်ရောက်လာသော ပန်းမျိုးစေ့များကိုပါ ထပ် ဆင့် ရောင်းချနိုင်သည်။

အဝတ်အထည်ဆိုင် တစ်ဆိုင်တွင် အောက်ပါ စာတန်းကို မှန် ကောင်တာပေါ်တွင် ကပ်ထားသည်။

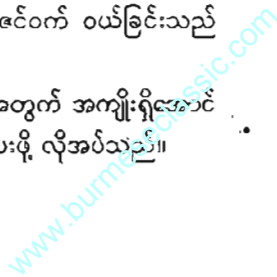
'ခြေအိတ်ဝယ်လျှင် တစ်စုံတည်း ဝယ်ခြင်းထက် နှစ်စုံဝယ်ခြင်း က ပို၍ တွက်ခြေကိုက်သည်။ နှစ်စုံ လဲလှယ် ဝတ်ခြင်းသည် တာရှည် ခြေသည်'

ယင်းစာတန်း ကပ်သည်နေ့မှစ၍ အရောင်း ၂၅ ရာခိုင်နှုန်း တက်လာ သည်။

ကမ္ဘာပေါ်တွင် အကောင်းဆုံး ဝယ်သူများမှာ မက်ဆီကိုမှ 'ယူက ဘန်' အမေရိကန် အင်ဒီးယန်းလူမျိုးစု ကြီးကျယ်သမား သူဌေးကြီးများ ဖြစ်သည်။ သူတို့သည် မျိုးရိုးစဉ်လာအရ ဘယ်ပစ္စည်းကိုမဆို နှစ်ခုစီ ဝယ် သလိုကြသည်။ စန္ဒရာနစ်လုံးလက်စွပ်နှစ်ကွင်း၊ ဓာတ်စက်နှစ်လုံး စသည်ဖြင့် ဖြစ်သည်။

သို့သော် ဥရောပတိုက်သားတွေကတော့ များသောအားဖြင့် ဘာ ပစ္စည်းကိုမဆို တစ်ခုစီသာ ဝယ်ယူတတ်ကြသည်။ တတ်နိုင်လျှင် ဘာပစ္စည်း ကိုမဆို နှစ်ခု၊ သို့မဟုတ် သုံးခု၊ သို့မဟုတ် ဒါဇင်ဝက် ဝယ်ခြင်းသည် ဝယ်သူအတွက် အများကြီး အကျိုးရှိသည်။

ထို့ကြောင့် ဈေးဝယ်သူများအား မိမိတို့အတွက် အကျိုးရှိအောင် ဝယ်တတ်ရန် အရောင်းစာရေးများက လစ်ညွှန်ပေးဖို့ လိုအပ်သည်။



ဝယ်သူ ဝင်ထာချိန်မှစ၍ ပြန်ထွက်သွားချိန်အထိ ဝရမိုက်ပါ

ဝယ်သူအား လိုအပ်တာထက် ပိုဝယ်အောင် အတင်းဖိရောင်းခြင်းမျိုးသည် လုံးဝ မကောင်း။ သို့သော် များသောအားဖြင့် ဝယ်သူအား ပိုရောင်းခြင်းထက် လျော့ရောင်းခြင်းသာ ပြုလုပ်နေကြသည်ကို တွေ့မြင်နေရသည်။ ဝယ်သူဟူသည် သူတောင်းတာထက် ပို၍ လိုချင်တတ်သည်ကို အမြဲ သတိရပါ။

ဝယ်သူတစ်ယောက်သည် ငါးကျပ်တန် ပစ္စည်းတစ်ခု ဝယ်ရန် ဆိုင်ထဲသို့ ဝင်လာသည်။ သူ ဆိုင်ထဲမှ ပြန်ထွက်လာသောအခါ အခြားပစ္စည်းတွေ အပါအဝင် စုစုပေါင်း ၅၀ ကျော်ဖိုးမျှ ဝယ်ယူလာခဲ့ကြောင်း သိရသည်။ သူသည် သူလိုချင်တာထက် ပိုရလာသောကြောင့် သူ့ကိုယ်သူ ကျေနပ်သွားသည်။

ဤသည်ပင်လျှင် 'ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း'၏ မှန်ကန်သော နည်းစနစ် ဖြစ်သည်။

ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ အဓိက မှတ်သားရန် ဝယ်သူများသည် ဝယ်ယူသော ပစ္စည်းအားလုံး၏ အထွေထွေ ပုံပန်းသဏ္ဍာန်နှင့် အကျိုးသက်ရောက်မှု အားလုံးကို တစ်စုတစ်ပေါင်းတည်း သိုင်းခြံစဉ်းစားတတ်သည် ဟူသော အချက်ဖြစ်သည်။

ဤကိစ္စသည် အိမ်ခန်း မွမ်းမံခြင်း၊ အဝတ်အစား ဝယ်ခြင်း၊ လက်ဝတ်ရတနာ ဝယ်ခြင်း စသည်တို့ အကျုံးဝင်သည်။

အဖိုးတန် ဝတ်စုံဝတ်သော အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည် ဝတ်စုံနှင့် လိုက်လျောညီထွေဖြစ်မည့် ဖိနပ်၊ လက်အိတ်၊ ထီး၊ ပိုက်ဆံအိတ်၊ ဦးထုပ်နှင့် လက်ဝတ်ရတနာ စသည်တို့ကိုလည်း လိုချင်လိမ့်မည်။

ထိုအမျိုးသမီးသည် သူ့အိမ်ခန်းကို မွမ်းမံပြင်ဆင်လိုလျှင် ပထမဆုံး အရောင်အသွေးကို စဉ်းစားလိမ့်မည်။ ထို့နောက် အိမ်ခန်းနှင့် လိုက်လျောညီ

အရောင်သမား

ပြန်သော ကော်ဇော၊ ခန်းဆီး၊ ပန်းအိုး၊ စားပွဲ၊ ကုလားထိုင်နှင့် ပန်းချီကားတို့ကို ဝယ်ယူလိမ့်မည်။

အမျိုးသမီးသည် လိုက်လျောညီထွေ ဖြစ်မှုနှင့် ပသာဒ လှပမှုကို နှစ်သက်သည်။ ဖက်ရှင်ပုံဆန်းများကို ကြိုက်ကြသည်။ ဈေးရောင်းသူသည် ဤသဘောကို သိထားလျှင် နှစ်ဦးနှစ်ဖက် အကျိုးရှိသော ရောင်းဝယ်မှုကို အောင်မြင်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်လိမ့်မည်။

နောက်တစ်ချက်မှာ အမျိုးသမီးများသည် အရောင်အသွေးကို အလွန် ချစ်ကြသည်။ အရောင်တစ်ခုသည် နောက်အရောင်တစ်ခုကို ဖျက်ဆီးနိုင်သည်ကို သိကြသည်။

ထို့ကြောင့် အရောင်အသွေး ရွေးသောအခါ ရောင်းသူက ဝယ်သူအား ဘေးမွန် မှန်ကန်စွာ လမ်းညွှန် ကူညီတတ်ဖို့ လိုသည်။

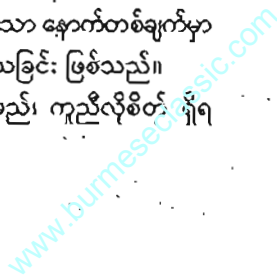
အဝတ်အထည်၊ ကျောက်မျက်ရတနာနှင့် အိမ်သုံးပစ္စည်း ရောင်းသော အရောင်းသမားများသည် အရောင်အသွေး သဘောသဘာဝကို သတိထားသင့်သည်။ ဘယ်အရောင်နှင့် ဘယ်အရောင်က သဟဇာတဖြစ်၍ ဘယ်အရောင်နှင့် ဘယ်အရောင်က ပဋိပက္ခ ဖြစ်ကြသည်ကို သိထားရမည်။

ယခုအခါ ဖက်ရှင်လောကတွင် တောက်ပ စူးရဲသော အရောင်များ အလွန် ခေတ်စားလာသည်။

ဤသဘောကို သိပြီး ဝယ်သူ နှစ်သက်မည့် အရောင်အသွေးကို ရွေးချယ်ရန် လိုအပ်သည်။

'ဆင့်လောင်း ရောင်းချခြင်း'၏ အရေးကြီးသော နောက်တစ်ချက်မှာ အရောင်သစ်သော နောက်ဆုံးပေါ် ကုန်ပစ္စည်းကို ပြသခြင်း ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ရောင်းသူသည် ဖျတ်လတ်ရမည်၊ ကူညီလိုစိတ် ရှိရမည်။



အဓိကအချက်မှာ ဆိုင်ထဲသို့ ဝယ်သူ ဝင်လာချိန်မှစ၍ ပြန်ထွက်သွား
ချိန်အထိ ဝယ်သူအား အထူးဂရုစိုက်၍ ဆက်ဆံ ရောင်းချရန် ဖြစ်သည်။

ဆိုလိုသည်မှာ ဆိုင်ထဲတွင် ဝယ်သူရှိနေခိုက် အချိန်အခါကို အကျဉ်း
ရှိစွာ အသုံးချတတ်ဖို့ ဖြစ်သည်။ ဝယ်သူလိုချင်သော မူလပစ္စည်းကို ရောင်း
ချပြီးသည်နှင့် ငါ့တာဝန်ကျေပြီ ဟူ၍ သဘောမထားပါနှင့်။

နောက်ထပ် သင့်လျော်သော ပစ္စည်းတစ်ခုခု ထပ်မံ ရောင်းချနိုင်ရ
ကြိုးစားပါ။

ယခင် ဝယ်ယူထားပြီးသော ပစ္စည်းနှင့် လိုက်လျောညီထွေရှိလျှင်
သဟဇာတဖြစ်လျှင် ဝယ်သူအနေဖြင့် ကြည်ကြည်ဖြူဖြူ ဝယ်ယူလိမ့်မည်
သာတည်း။

အခန်း [၇]

ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း

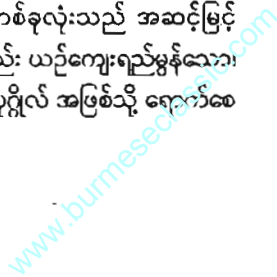
စံပြအရောင်းသမား၏ အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ဂါထာအနက် 'ကျေးဇူး
စကား ဆိုခြင်း' သည် ဆဋ္ဌမမြောက် နောက်ဆုံးဂါထာ ဖြစ်သည်။

'ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း (Commendation) ဟူသည်
ပစ္စည်းတစ်ခု ရောင်းလိုက်ပြီးနောက် ထိုပစ္စည်းနှင့် ပတ်သက်၍
သော်လည်းကောင်း၊ ပစ္စည်းကောင်း၊ ရွေးတတ်ခြင်းအတွက် ဝယ်သူ
အား သော်လည်းကောင်း၊ ချီးကျူးစကား ဆိုခြင်း၊ ကျေးဇူးတင်ခြင်း
ဖြစ်သည်'

ဤသည်မှာ စံပြရောင်းချမှု၏ နောက်ဆုံး အပြီးသတ် အချောကိုင်
အရောင်တင်ခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

အရောင်းအဝယ်တစ်ခုသည် ရင်းနှီးစွာ ပြောဆိုဆက်ဆံမှုဖြင့် စတင်
ပြီး ရင်းနှီးစွာ ပြောဆို ဆက်ဆံမှုဖြင့်ပင် အဆုံးသတ်ရမည်။ 'ကြိုဆို နှုတ်
ဆက်ခြင်း'ဖြင့် အမြဲတမ်း စတင်ပြီး 'ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း'ဖြင့် အမြဲတမ်း
အဆုံးသတ်ရမည်။

ဤလုပ်ရပ်ကြောင့် အရောင်းအဝယ် တစ်ခုလုံးသည် အဆင့်မြင့်
လုပ်ငန်း ဖြစ်သွားသည်။ အရောင်းသမားအားလည်း ယဉ်ကျေးရည်မွန်သော၊
သူတစ်ပါး အကျိုးဆောင်တတ်သော အဆင့်မြင့်ပုဂ္ဂိုလ် အဖြစ်သို့ ရောက်စေ
သည်။



စဉ့်မရဲ ယဉ်ကျေးမှုစာပေ

ဝယ်သူသည် အသိအမှတ်ပြုခြင်း၊ ကျေးဇူးတင်ခြင်းကို တကယ်ပင် ခံယူ ထိုက်သည်။ သူသည် သူလိုချင်သော ပစ္စည်းကို သူစိတ်ကြိုက် ရွေးဝယ်ကာ ဆိုင်ကို ပိုက်ဆံလာပေးသူ ဖြစ်သည်။ သူသည် ဆိုင်၏ ကျေးဇူးရှင် ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် ရောင်းသူအနေဖြင့် အနည်းဆုံး 'ဒီပစ္စည်းကို မမ တကယ် သဘောကျမှာပါ' သို့မဟုတ် 'မမ ဒီအဆင် ရွေးလိုက်တာ သိပ်ကောင်း တာပဲ' လောက်တော့ ပြောသင့်သည်။

လောကတွင် ယောက်ျား မိန်းမ မဟူ လူတိုင်း အသိအမှတ်ပြု ခံချင်ကြသည်။ ချီးကျူးခံချင်ကြသည်။

ထို့ကြောင့် အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည် အိမ်ပြန်ရောက်၍ မိမိ ဝယ်လာသော ပစ္စည်းကို မိသားစုအား ထုတ်ပြသောအခါ ပစ္စည်းကောင်း ရလာကြောင်း တစ်ယောက်ယောက်က ပြောစေချင်သည်။ ထောက်ခံစေချင် သည်။ (အမျိုးသမီးများသာ မဟုတ်၊ အမျိုးသားတွေလည်း ဤအတိုင်းပင် ဖြစ်သည်။)

သို့သော် များသောအားဖြင့် ထောက်ခံချက်မရဘဲ ချွတ်ယွင်းချက် တစ်ခုခုကို ထောက်ပြပြီး ဝေဖန်ခံရသည်ကသာ များတတ်သည်။ ထို့ကြောင့် ဝယ်သူသည် ရောင်းသူ၏ စေတနာမှန်ဖြင့် ထောက်ခံ ချီးကျူးခြင်းကို ရသင့်သည်။ ခံယူသင့်သည်။

သူသည် ပစ္စည်းမှန် ဈေးမှန် ရလျှင် ဆုရသူပမာ ဝမ်းသာစွာဖြင့် အိမ်သို့ ပြန်လိမ့်မည်။ ထိုသူသည် ထိုဆိုင်၏ အမြဲတမ်း ဖောက်သည် ဖြစ်သွားပြီ ဆိုသည်ကို အထူး ပြောနေစရာပင် မလိုတော့ချေ။

ချီးကျူးခြင်းကို လူတိုင်း နှစ်သက်သည်။ ဤသည်မှာ လူသဘာဝ၏ အမှန်တရားတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ချီးကျူးခြင်းအတွက် ပိုက်ဆံတစ်ပြားမှ ကုန်စရာ မလို၊ ကုန်ကျစရိတ် လုံးဝ မရှိ။ တစ်ဖက်သား၏ ခံစားချက်ကို

ရာပြည့်အထုပ်ဖိုက်

ထိုယ်ချင်းစာစိတ်ဖြင့် သိနားလည်ကာ တစ်ဖက်သား ကျေနပ်မှုရအောင် ရင်းရင်းနှီးနှီး ဆက်ဆံ ပြောဆိုရုံမျှသာ ဖြစ်သည်။

ချီးကျူးခြင်းသည် လူမှုရေးဘဝတွင် နက်ရှိုင်းစွာ အမြစ်တွယ်နေ သော ယဉ်ကျေးမှုတစ်ရပ် ဖြစ်သည်။ လူယဉ်ကျေးမှုတွင် မရှိမဖြစ်သော လေထုံးစံ တစ်ခုလည်း ဖြစ်သည်။

သို့ဆိုလျှင် ရောင်းသူက ဝယ်သူကို ဘာကြောင့် မချီးကျူးဘဲ နေရ သလဲ။ ပစ္စည်းတစ်ခု ရောင်းလိုက်ပြီးနောက် ရောင်းသူသည် ဝယ်သူနှင့် ဘာမှ မဆိုင်တော့သလို ဘာကြောင့် တည်တည်ကြီး နေရသလဲ။ အရောင်း အဝယ် လုပ်ပြီးသည်နှင့် ဘာကြောင့် နှုတ်ပိတ်သွားရသလဲ။ ရောင်းသူသည် ခွဲအ နေသူပမာ ဘာကြောင့် စကားမပြောဘဲ နေရသလဲ။

တစ်ခါတစ်ရံ ပစ္စည်းတစ်ခု ရောင်းလိုက်ပြီးသောအခါ အရောင်း သမားသည် ဝန်ထုပ်ဝန်ပိုးကြီးတစ်ခု ကျသွားသလို ခံစားရတတ်သည်။

'တော်ပါသေးရဲ့၊ ဝမ်းသာလိုက်တာ၊ ဒီပစ္စည်း ထွက်သွားလို့ ခုမှပဲ ဒီတံအေးရတော့တယ်' ဟု တွေးတတ်ကြသည်။

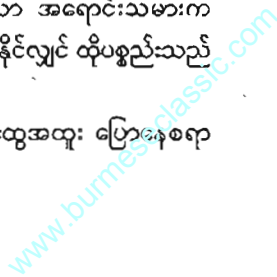
ဤအတွေးကို ဝယ်သူက အကဲခတ်မိတတ်သည်။ ထို့ကြောင့် ထို အတွေးမျိုးသည် ဆိုင်အတွက် ကောင်းသောအတွေး မဟုတ်ချေ။

တစ်ခါတစ်ရံ ဝယ်သူသည် ဆိုင်အပြင် ရောက်သွားသည်နှင့် တစ် ဖြိုင်နက် 'ငါတော့ ခဲလိုက်ရပြီ ထင်တယ်၊ ဒီပစ္စည်း ဝယ်လာမိတာ မှား သွားပြီလား မသိ' ဟူ၍ တွေးမိတတ်သည်။

ပျမ်းမျှအားဖြင့် အဝတ်အထည်ဆိုင်များမှ ပစ္စည်း ၂၅ ခု ရောင်း ရလျှင် တစ်ခု ပြန်လာတတ်သည်။ အကယ်၍သာ အရောင်းသမားက 'ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း' ကျင့်စဉ်ကို အသုံးချလိုက်နိုင်လျှင် ထိုပစ္စည်းသည် ဆိုင်သို့ ပြန်ရောက်လာမည် မဟုတ်ချေ။

'ပစ္စည်းရောင်းပြီးရင် ပြီးတာပဲ၊ ဘာ အထွေအထူး ပြောနေစရာ

ရာပြည့်အထုပ်ဖိုက်



လိုသေးသလဲ'ဟု အရောင်းသမား အများစုက ထင်တတ်ကြသည်။ တကယ်တော့ ပစ္စည်း ရောင်းပြီးသည်နှင့် မပြီးပါ။ ပြောစရာ လိုကို လိုအပ်သည်။

ဂျာနီအရင်း

အရောင်းအဝယ် မဖြစ်ခင် ပြောသောစကား အခွန်းတစ်ရာထက် ရောင်းပြီးပြောသော စကားတစ်ခွန်းက ဝယ်သူကို ပို၍ ဆွဲဆောင်နိုင်သည်။

ယင်းစကားတစ်ခွန်းကြောင့် ကုန်ပစ္စည်း အရည်အသွေးနှင့် ပတ်သက်၍ ဝယ်သူ၏ သံသယစိတ်ကို ပြေပျောက်စေနိုင်သည်။ အရောင်းသမား၏ စိတ်စေတနာကို သိသာစေနိုင်သည်။

'ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း'သည် ဝယ်သူကို အရေးတယူ ဂရုစိုက်ရာ ရောက်သည်။ ဝယ်သူက မိမိကိုယ်ကို သာမန် ဝယ်သူတစ်ယောက်ဟု မထင်တော့ဘဲ လေးစားခံထိုက်သော ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ယောက်ဟု အထင်ရောက်လာသည်။ အထူးတလည် ကြိုဆို ဆက်ဆံထိုက်သည့် ပုဂ္ဂိုလ်ဟု ထင်မှတ်လာသည်။

ဝယ်သူသည် အရောင်ကောင်းတာမှ ထွက်လာပြီးနောက် ဘယ်လိုခံစားရမလဲ။

ဤအချက်သည် စံပြု ရောင်းချခြင်း၏ စမ်းသပ်ခဲမေးခွန်းဖြစ်သည်။ ရောင်းသူက ဝယ်သူအား အေးတီ အေးစက်ဖြင့် ခေါင်းတစ်ချက် ညှိတ်ရုံလောက်သာ ဆက်ဆံလိုက်လျှင် ထိုအချက်ကို ဝယ်သူက မှတ်ထားသည်။ ရောင်းသူက ထိုက်ထိုက်တန်တန် ဆက်ဆံလိုက်လျှင် ဝယ်သူသည် ဆိုင်ထဲမှ ပျော်ရွှင် ဝမ်းမြောက်စွာ ထွက်သွားလိမ့်မည်။

ဝယ်သူ ဆိုင်သို့ ပြန်လာဦးမှာလား၊ ဒါမှမဟုတ် မိမိတို့ဆိုင်ထဲ 'အညံ့ဆုံးဆိုင်' စာရင်းထဲ တေးမှတ်သွားပြီလား ဆိုသည့်အချက်သည် အဓိက ပြဿနာဖြစ်သည်။

ဝယ်သူတိုင်းသည် 'နောက်ထပ် ဘယ်တော့မှ မသွား' တော့သည်

ရုဏ်းအုပ်စု

ဆိုင်စာရင်း ရှိသည်။ ဤသို့ 'လူဆိုးစာရင်း' သွင်းခံရခြင်းမှာ ပစ္စည်းညံ့၍ သည်း မဟုတ်၊ ဈေးကြီးလွန်း၍လည်း မဟုတ်၊ အထူးသဖြင့် အရောင်းအရေးများ၏ ဆက်ဆံရေး ညံ့ဖျင်းမှုကြောင့်သာ ဖြစ်သည်။

ဇွေးဆိုင်တစ်ဆိုင်တွင် ဝယ်သူအား ရောင်းသူက တရင်းတနှီး ဆက်ဆံ ပြောဆိုခြင်းသည် ဘယ်တော့မှ ပိုသည်ဟူ၍ မရှိချေ။ ဈေးနှုန်းပြောပစ္စည်းထုတ်ပေးရုံသာ လုပ်တတ်သော အရောင်းသမားသည် အရောင်းအကောင်အထည်ကောင်းတွင် မနေသင့်ဘဲ ဖြစ်သည်။

ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်သည် သိသိသာသာ လောကဝတ် ကျော့ပွန်ရမည်။ ဝယ်သူ အမှတ်မထင် အံ့ဩသွားရမည့် ဆက်ဆံမှုကလေးတွေ ရှိစေရမည်။ ဤအချက်တွေကို အသေးအဖွဲ့တွေပါဟု ထင်ကြလိမ့်မည်။

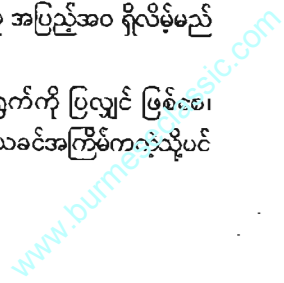
သို့သော် ယင်းအသေးအဖွဲ့ ကလေးများသည် အောင်မြင် တိုးတက်လာအတွက် လှေကားထစ်ကလေးများပင် ဖြစ်သည်။

လန်ဒန်မြို့၊ ဘွန်းလမ်းထဲမှ "ရီး" အုပ်ချုပ်ဆိုင်က အသေးအဖွဲ့ ဝယ်ရပ်ကလေးတစ်ခု တီထွင်ထားသည်။ ဘောက်ချာစာရွက်တိုင်းတွင် အောက်ပါအတိုင်း ရေးသားထားသော စာရွက်ကို ကော်နှင့် ကပ်ပေးလိုက်ခြင်း ဖြစ်သည်။

'မိတ်ဆွေ၏ အော်ဒါကို လက်ခံသော အမှုထမ်းသည် နောင်အခါ အသုံးချနိုင်ရန် လိုအပ်ချက် အားလုံးကို အသေးစိတ် မှတ်သားထားလိုက်ပြီး ဖြစ်ပါသည်။ ကျွန်တော်များထံမှ ဝယ်ယူသော ပစ္စည်းအတွက်လည်းကောင်း၊ ကျွန်တော်များ၏ ဝန်ဆောင်မှုအတွက်လည်းကောင်း မိတ်ဆွေအနေဖြင့် ကျေနပ်မှု အပြည့်အဝ ရှိလိမ့်မည်ဟုလည်း ကောင်းစွာ ယုံကြည်ပါသည်။

'နောင် လိုအပ်သည်အခါ ဤစာရွက်ကို ပြုလျှင် ဖြစ်စေ၊ အမှုထမ်း၏ အမည်ကို ပြောပြလျှင်ဖြစ်စေ ယခင်အကြိမ်ကလဲ့သို့ပင်

ရုဏ်းအုပ်စု



ကျွန်တော်များက အထူးတလည် စိတ်ဝင်စားစွာဖြင့် ဂရုတစိုက် ဆောင်ရွက်ပေးမည်ဖြစ်ကြောင်း စိတ်ချ ယုံကြည်စေလိုပါသည်။ ဤစာရွက်ပေါ်တွင် အော်ဒါ လက်ခံသော စာရေးက လက်မှတ်ထုတ်ထားသည်။

ဤစိတ်ကူး၏ တန်ဖိုးမှာ အရောင်းအဝယ်တစ်ခုကို ဘယ်သူက တာဝန်ယူ၍ ဘယ်သူ့ကို ရောင်းလိုက်ကြောင်း အတိအကျ သိရှိနိုင်ခြင်း ဖြစ်သည်။ ဤအချက်သည် ပုဂ္ဂိုလ်ရေး အာရုံစိုက်မှုကို ဖန်တီးပေးသည်။ လုပ်ရပ်တစ်ခုလုံးကို နျောမောပြေပြစ်စေသည်။ ဤသည်မှာ အရောင်းအဝယ် မဖြစ်မီ လုပ်သော အလုပ် မဟုတ်။ အရောင်းအဝယ် ဖြစ်ပြီးနောက်မှ လုပ်သော အလုပ် ဖြစ်သည်။ ဤအလုပ်၏ တန်ဖိုးကား ကြီးမားလှပေစွ။

ထုပ်ပိုးမှု တွစ်တင်ပါဇာ

ရောင်းပြီးသော ပစ္စည်းကို ထုပ်ပိုးပေးသော အခါတွင်လည်း ဝယ်သူ ပိုမို ကျေနပ်သွားအောင် အဆစ်သဘောဖြင့် လုပ်ပေးနိုင်သေးသည်။ ဝယ်သူတို့ အခြား ပစ္စည်းထုပ်တွဲလည်း ပါလာလျှင် အရောင်းသမားက အလိုက်သိစွာ ဖြင့်

'အဲဒါတွေ အားလုံး တစ်ထုပ်တည်း ပေါင်းထုပ်ပေးရမလား မဟုတ်ဟု မေးမြန်းကာ ဝယ်သူ သဘောကျ ဆောင်ရွက် ပေးသင့်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းများ ထုပ်ပိုးရာတွင်လည်း ကျွမ်းကျင်မှု လိုအပ်သည်။ အရောင်းသမားတိုင်း စနစ်တကျ မထုပ်ပိုးတတ်ကြ။ ပစ္စည်းထုပ်ပိုးရာတွင် ထောင့်ချိုးကို အထူး သတိထားရသည်။ ထောင့်ချိုး သေသပ်မှုကို ကြည့်၍ ပါဆယ်ထုပ်၏ လှပမှုကို ဆုံးဖြတ်ကြသည်။

ပါဆယ်ထုပ်ရာတွင် စက္ကူအရွယ်အစားကို ဂရုစိုက်ရသည်။ စက္ကူအရွယ် သိပ်ကြီးနေလျှင် စက္ကူ ပုပ်ရုံသာမက ပါဆယ်ထုပ်လည်း ပွရောင်းရောင်းနှင့် အလှပျက်သည်။

ပစ္စည်းကို စက္ကူနှင့် ပတ်သောအခါ လေးဘက်လေးတန် ဘေးသားများ ကျစ်ကျစ်လျစ်လျစ် ရှိရမည်။ ထို့နောက် ထောင့်တွေကို သပ်သပ်ရပ်ရပ် နှိပ်လျှင် အလယ်က သူ့အလိုအလျောက် အလိုက်သင့် ဖြစ်သွားလိမ့်မည်။

ပါဆယ်ထုပ်ကို ကြီးစည်းသောအခါတွင်လည်း တင်းတင်းရင်းရင်း ခြိမ်းခြောက်စေ၊ ချည်သော အထုံးအဖုတိုင်း မြဲပါစေ။ ဈေးဝယ်သူတိုင်း သေသပ်သော ပါဆယ်ထုပ်ကို အလွန်သဘောကျ တတ်ကြသည်။

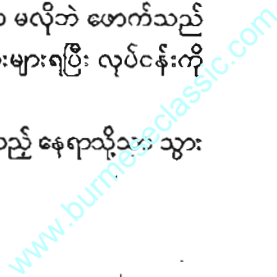
ကျွမ်းကျင်မှုနှင့် အဆင်အပြင် ကောင်းမှု၊ ဤနှစ်ခုသည် ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်ကို နာမည်ကောင်း ရစေသည်။ သို့သော် ဤအရည်အချင်းများနှင့် ပြည့်စုံသောဆိုင် နည်းလှသည်။ ဈေးဆိုင်များ၏ တစ်ဆိုင်နှင့် တစ်ဆိုင် ခြားနားချက်သည် ဝယ်သူအား ဆက်ဆံမှု အရည်အသွေးပေါ်တွင် အဓိက ထင်ရသည်။

စွမ်းဆောင်ရည် ပြည့်ဝသော ဈေးဆိုင်၏ ရည်ရွယ်ချက်သည် ကုန်ပစ္စည်းကို ထုပ်ပေးပြီး ပိုက်ဆံယူရန် မဟုတ်။ ဝယ်သူအား အကောင်းဆုံး ဆက်ဆံပြီး ရာသက်ပန် ဖောက်သည် ဖြစ်လာအောင် ကျေနပ်မှုပေးခြင်း ဖြစ်သည်။ ဤအချက်ကို ဘယ်တော့မှ မမေ့အပ်။ ဤအချက်သည် စံပြ အရောင်းသမားကောင်း၏ စမ်းသပ်ခံ အရည်အချင်း ဖြစ်သည်။

တစ်သစ်လုံး ရေခဲခိုင်တော

ရေခဲခိုင်တစ်ဆိုင်သည် ဆက်ဆံရေးကောင်းသည်ဟု နာမည်ထွက်လာလျှင် ဆက်ဆံသည် ဘယ်တော့မှ မပြတ်တော့။ မြို့တိုင်း မြို့တိုင်းတွင် ကုန်ခြောက်ခြောက်တွေ၊ စတိုးဆိုင်တွေ၊ အထည်ဆိုင်တွေ ရှိကြသည်။ သူတို့သည် ဆက်ဆံရေး ကောင်းကြသည်။ ဖောက်သည်သစ်ကို ရှာစရာ မလိုဘဲ ဖောက်သည်သောင်းနှင့်ပင် အလုပ်ဖြစ်နေကြသည်။ အမြတ်များများရပြီး လုပ်ငန်းကို ကြီးကြီးကျယ်ကျယ် တိုးချဲ့နိုင်ကြသည်။

ဝယ်သူများသည် သူတို့နှင့် သဟဇာတဖြစ်သည့် နေရာသို့သာ သွား



ချင်ကြသည်။ ကိန်းကြီးခန်းကြီး ဆိုင်များ၊ ဘဝင်ကိုင်သော ဆိုင်များ၊ မသိ
ကျိုးကျွန်ပြုသော ဆိုင်များကို လုံးဝ ရှောင်ကြသည်။

ယုန်သည် ချုံထဲသို့ ပြေးသည်။ ဝမ်းဘဲသည် လတာပြင်သို့ သွား
သည်။ လင်းယုန်သည် တောင်ထိပ်သို့ ပျံသည်။ သက်ရှိ သတ္တဝါတိုင်းမှာ
မိမိတို့ အကြိုက်ဆုံး ပတ်ဝန်းကျင်ကို ရှာဖွေကြသည်။ ဈေးဝယ်သူသည်လည်း
ထိုအတိုင်းပင် ဖြစ်သည်။ ကိုယ့်အိမ် ကိုယ့်ရာသဖွယ် ဆက်ဆံခံရသော
ဆိုင်မျိုးကို ဈေးဝယ်သူတိုင်း ကြိုက်ကြသည်။

ဝယ်သူအား အပို လောကဝတ် စကားကလေးတစ်ခွန်း ပြောလိုက်
ခြင်းသည် ဘာမျှ တာဝန်မကြီး၊ ရောင်းသူအတွက် အသေးအဖွဲ့ အလှူ
ကလေးမျှသာ ဖြစ်သည်။ သို့သော် ထိုစကားတစ်ခွန်းသည် အလွန် တ
သွားသည်။

လွန်ခဲ့သော နှစ်ပေါင်း အတော်ကြာကြာက ကျွန်ုပ်သည် အမေ
ကန်နိုင်ငံ၊ ဖိလာဒဲလ်ဖီးယားမြို့ရှိ 'ဘယ်လီဗျူး စထရတ်ဖီဒ်' ဟိုတယ်ကြီး
တွင် တစ်ညတာ တည်းခိုခဲ့ဖူးသည်။

ထိုနေ့က ကျွန်ုပ်သည် ည ၁၀ နာရီအထိ အလုပ်များနေခဲ့သည်။
ကျွန်ုပ်၏အခန်းသို့ ရောက်သောအခါ ကိုယ်လက်တွေ့ ကိုက်ခဲပြီး
မကောင်း ဖြစ်တော့သည်။ သို့နှင့် တယ်လီဖုန်းကို ကောက်ကိုင်ပြီး လှူ
ပြောလိုက်သည်။

'အခန်း ၇၄၆ ကပါ၊ ကျုပ်ကို မနက် ခုနစ်နာရီမှ ခေါ်ပါ'

တစ်ဖက်မှ ချိုသာလှသော အသံဖြင့်

'အခန်း ၇၄၆ ၊ မနက် ခုနစ်နာရီမှခေါ်၊ ကောင်းပါပြီရှင်၊ စိတ်ချ
မင်္ဂလာညပါရှင်' တဲ့။

စကားက နည်းနည်းကလေးပါ။ သို့သော် ထိရောက်မှုကလေး
အများကြီး။ ကျွန်ုပ်သည် ချက်ချင်း နေကောင်းသွားသည်။ ကိုယ်

တော်ရော လန်းဆန်းသွားပြီး လေကလေး တဖြဲဖြဲ ချွန်ကာ သီချင်းပင်
ညည်းလိုက် မိလေသည်။

တကယ်တော့ ဤသည်မှာ အသေးအဖွဲ့ ကိစ္စကလေးမျှသာ ဖြစ်
ညည်း သို့သော်လည်း ကျွန်ုပ်၏ သက်တမ်း တစ်ဝက်ခန့်မျှ ဟိုတယ်များတွင်
ညည်းခို နေထိုင်ခဲ့ဖူးရာတွင် ယခုလို ဆက်ဆံမှုမျိုး ဘယ်တုန်းကမှ မခံခဲ့
ဖူးချေ။

ကျွန်ုပ်သည် အဆိုပါဟိုတယ်သို့ နောက်ထပ် လုံးဝ မရောက်တော့။
သို့သော်လည်း ဆိုခဲ့သည့် ဖြစ်ရပ်ကိုမူ ကျွန်ုပ် တစ်သက်လုံး မမေ့နိုင်တော့ပါ။

အချုပ်ဆိုသော် ရောင်းချခြင်းဟူသည် တစ်ဖက်သားကို ခင်မင်
အားဖြင့် တစ်ဖက်သား စိတ်ချမ်းသာမည် ပစ္စည်းကို ဝယ်ဖြစ်အောင် ကူညီ
ခြင်း အတတ်ပညာပင် ဖြစ်သည်။

အရောင်းစွဲနည်း ခြောက်ပါတာသည် အသစ်အဆန်း နည်းလမ်းများ
ဆုတ်ချေ။ ကျွမ်းကျင်သော စံပြုအရောင်းသမား တစ်ယောက်၏ လုပ်ရိုး
လုပ်စဉ် နည်းလမ်းများသာ ဖြစ်သည်။ ပစ္စည်းတစ်ခုကို အရောင်းအဝယ်
ဖြစ်ခြင်းသည် လူမှုရေးလုပ်ငန်း တစ်ခုကို ဆောင်ရွက်ခြင်း ဖြစ်သည်။

ယင်းသို့ ဆောင်ရွက်ရာတွင် 'ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်း' ဖြင့် အမြဲတမ်း
ဆင်ပြီး 'ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်း' ဖြင့် အမြဲတမ်း အဆုံးသတ်ရပေမည်။



အခန်း [၈]

စက်ရုပ် ဈေးသည်

ကုန်ပစ္စည်း ရောင်းချရေး လုပ်ငန်းတွင် အထင်ရှားဆုံး တိုးတက်မှု သုံးမျိုးမှာ အောက်ပါတို့ ဖြစ်သည်။

- (၁) အလိုအလျောက် ဈေးရောင်းစက်များ (Automatic Selling Machines) သုံးစွဲလာခြင်း၊
- (၂) ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင်များ (Self-serve Shops) တိုးတက်လာခြင်း၊
- (၃) ကုန်ပစ္စည်း တိုက်ကြီးများထဲမှ အရောင်းခန်းများကို သီးသန့်ငှားရမ်းခြင်း (Leased Departments)။

ဤအရောင်းဆိုင် သုံးမျိုးသည် အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် စတင် ပေါက်ခဲ့ပြီး ယခုအခါ ကမ္ဘာတစ်ဝန်း အခြားနိုင်ငံများကလည်း ကျင့်သုံးနေကြပြီ ဖြစ်သည်။ ကျွန်ုပ်၏ အယူအဆကို ပြောရလျှင် ဤတိုးတက်မှုများမှာ တန်ပြန် ဖြစ်ပေါ်ခြင်းသာ ဖြစ်သည်။

ယင်းတို့သည် စံပြုအရောင်းသမား ဖြစ်စဉ်ထက် ပို၍ တိုးတက်သော သဘောလက္ခဏာကို မဆောင်၊ စံပြုအရောင်းသမားဘဝကို အထင်အမြင် သေးသော၊ နိမ့်ချသော သဘောကိုသာ ဆောင်သည်။

လူ့စင်္ဂယ်များ

ကုန်သည်များသည် ကုန်ပစ္စည်းများအား အထိရောက်ဆုံး နည်းဖြင့် ရောင်းချခြင်းကို

ရရှိစေရန်

အရောင်းသမား

ခြင်း အတတ်ပညာကို လေ့လာဆည်းပူးခြင်း မပြုဘဲ သူတို့၏ လုပ်ငန်း လွယ်ကူမှုနှင့် တာဝန်ကျဉ်းမှုတို့ကို လိုလားကြသောကြောင့် အဆိုပါ ဈေးရောင်းစက်များနှင့် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုနေကြခြင်း ဖြစ်သည်။

ယင်းစက်များနှင့် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုခြင်းသည် တစ်စုံတစ်ခုသာ အတိုင်းအတာအထိ အကျိုးရှိကောင်း ရှိလိမ့်မည်။ သို့သော် ၎င်းတို့သည် စံပြုအရောင်းသမားကောင်း တစ်ယောက်၏ ပြဿနာကိုကား လုံးဝ ဖြေရှင်း မပေးနိုင်ကြ။

စက်ယန္တရား ရောင်းနည်း

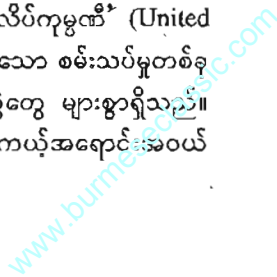
အမေရိကန် ဥရောပတွင် အလိုအလျောက် ဈေးရောင်းစက်များ ခေတ်စားလာသည်နှင့်အမျှ ဈေးရောင်းစက် ထုတ်လုပ်သော ကုမ္ပဏီများလည်း အလျှို့အသွယ် ပေါ်ပေါက် လာခဲ့ကြသည်။ အလိုအလျောက် ဈေးရောင်းစက်များ တစ်ခေတ်ဆန်းလာသည့် သဘောပင် ဖြစ်သည်။

အဆိုပါစက်များကို 'စက်ရုပ်ဈေးသည်' ဟူ၍ နာမည်ပေးထားကြသည်။ စက်ရုပ်ဈေးသည်များ အလွန် ရေပန်းစားနေကြသည်။ ၎င်းတို့ကို အိတ်ဆိတ်ရိတ် ဆပ်ပြာ၊ ခေါင်းလိမ်းဆီမွှေး၊ ဓာတ်ပုံ ဖလင်၊ လက်ကိုင်ပဝါ၊ ကွက်လက်နှင့် စီးကရက် စသည့် ပစ္စည်းများ ရောင်းချရာတွင် အသုံးပြုနေကြသည်။

၎င်းတို့သည် 'စက်ယန္တရား ရောင်းနည်း' အားလုံးကို ပြုလုပ်ကြသည်။ ဝယ်ယူအနေဖြင့် လိုချင်သည့်ပစ္စည်းကို အမြန်ဆုံး ဝယ်ယူရရှိနိုင်ရန် ဆောင်ရွက် ပေးနေကြသည်။

အမေရိကန်နိုင်ငံ 'ယူနိုက်တက် ဆေးပြင်းလိပ်ကုမ္ပဏီ' (United Drug Company) က စိတ်ဝင်စားစရာ ကောင်းသော စမ်းသပ်မှုတစ်ခု ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ဤကုမ္ပဏီတွင် ဆေးလိပ်ဆိုင်ခွဲတွေ များစွာရှိသည်။ အဆိုပါဆိုင်များမှ အရောင်းစာရေးများသည် တကယ့်အရောင်းအဝယ်

ရရှိစေရန်



လုပ်ငန်းကို ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းသာ လုပ်ကြပြီး ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းမှာ တာဝန်ထမ်းဆောင်ရန် စက်ရုပ်အလုပ်မျိုးသာ ဖြစ်နေကြသည်။

ထို့ကြောင့် ကုမ္ပဏီသည် အရောင်းအဝယ် အကောင်းဆုံး ဆိုင်ကြီး တစ်ဆိုင်တွင် အချိန်နှင့်ငွေကို အလဟဿ ဖြန့်တီးပစ်နေသော အရောင်း စာရေးများအား မသုံးတော့ဘဲ ဈေးရောင်းစက်များကိုသာ အစားထိုး သုံးတော့သည်။ ဈေးရောင်းစက်များသည် ပစ္စည်းတန်ဖိုးကို အပေါက်ထဲ ထည့်လိုက်လျှင် အစွန်းထွက် ပိုငွေကိုလည်း ပြန်အမ်းပေးကြသည်။

ပထမတွင် ဈေးရောင်းစက်များသည် တစ်နေ့လျှင် ပျမ်းမျှအားဖြင့် အကြိမ်ပေါင်း ၈၀၀ အထိ ရောင်းချပေးကြသည်။ သို့သော် နောက်ထပ် သစ်ဆန်းမှ ပြယ်ပျောက်သွားသောအခါ တစ်နေ့လျှင် အကြိမ် ၄၀၀ မျှသာ ရောင်းချပေးကြတော့သည်။

ဈေးရောင်းစက်များကို အသုံးပြုခြင်းကြောင့် အရောင်းစာရေးများ အတွက် သာမန် ကုန်ပစ္စည်းကလေးများအစား အမြတ်များသော ကုန်ပစ္စည်းများကို ရောင်းချရာတွင် အချိန်ပို ပေးနိုင်ကြသည်။

ဆေးလိပ်ဆိုင်သို့ လာဝယ်သူများမှာ အများအားဖြင့် အလျင်စမြန် သုတ်သီးသုတ်ပျာ ဝင်လာကြသူများသာ ဖြစ်သည်။ ၎င်းတို့သည် ဆိုင်ထဲထဲ အကြာကြီး စောင့်ဆိုင်း မနေရဘဲ လိုချင်သည်ပစ္စည်းကို မြန်မြန်ဆန်ဆန် ရနိုင်သောကြောင့် ဈေးရောင်းစက်ကို အလွန်သဘောကျကြသည်။

ဈေးရောင်းစက်ဖြင့် ရောင်းသည့်နေ့မှစ၍ အရောင်းတိုးတက်လာသည်။ အရောင်းစာရေးများ အနေဖြင့်လည်း ဝယ်သူအား အချိန်များစွာ ပေး၍ ရောင်းချမည့် နေရာများတွင် အချိန်ပို၍ ရစေသည်။

သို့သော် ဆေးပြင်းလိပ်ကိုမူ ဈေးရောင်းစက်ဖြင့် ရောင်း၍ မဖြစ်ကြောင်း တွေ့လာရသည်။ ဝယ်သူသည် ဆေးပြင်းလိပ်၏ အရွယ်အစား အရောင်အသွေးနှင့် လိပ်ပုံပြုပုံ အပြင်အဆင်ကို ရွေးပြီးမှ ဝယ်သည်။

ရောင်းစက်ကမူ ဆေးလိပ်ထုပ်ကိုသာ ပေးသည်။ ထို့ကြောင့် ဤသည်ကို ဝယ်သူ မကြိုက်။

ဤတွင် ကုမ္ပဏီက ဆိုင်တိုင်း၌ ဈေးရောင်းစက်များ မထားရန် ဆုံးဖြတ်လိုက်သည်။ အချို့ဆိုင်တွေက ဈေးရောင်းစက် ထားနိုင်လောက်အောင် နေရာမကျယ်ကြ။ အချိန်ပိုင်းအားဖြင့် ဝယ်သူ ကျသော အချို့ဆိုင်များအတွက်သာ ဈေးရောင်းစက်များ အသုံးကျသည်ကို တွေ့ရှိရသည်။

ဤကား စမ်းသပ်မှုတစ်ရပ် ဖြစ်သည်။ ဈေးရောင်းစက်တွေ အသစ်ဆန်းအဖြစ်မှ ရိုးသွားသည်နှင့် တစ်ပြိုင်နက် အရောင်းစွမ်းအားလည်း နည်းစွာ ရာခိုင်နှုန်းသို့ ထိုးကျသွားတော့သည်။

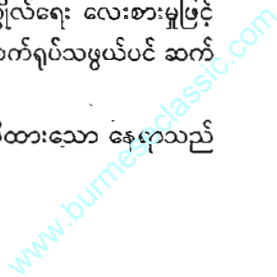
ထပ်လောင်းဆန် လူငို ဆက်ဆံသောဆိုင်

ထို့ကြောင့် စက်ရုပ်ဈေးသည်များသည် မြန်ဆန်မှုအတွက်လောက်သာ အသုံးဝင်သည်မှာ ထင်ရှားသည်။ မြေအောက် မီးရထားလက်မှတ်၊ သကြား၊ ငှက်၊ တံဆိပ်ခေါင်း၊ ဆေးလိပ်၊ မီးခြစ် စသည့် အသေးအဖွဲ့ ပစ္စည်းများ ရောင်းချရာတွင်သာ အသုံးပြုနိုင်သည်။

သို့သော် ကုန်ပစ္စည်းတိုင်းကို မီးရထားလက်မှတ် ရောင်းချသလို အရောင်းချ၍ မဖြစ်။ ကုန်ပစ္စည်းကို စက်ရုပ်ဖြင့် ရောင်းချလျှင် စံပြအရောင်းစာရေး၏ မေတ္တာ စေတနာမှ ပေါက်ဖွားလာသော ကြိုဆိုနှုတ်ဆက်ခြင်း၊ စုစမ်းခြင်း၊ မြန်းခြင်း၊ ကုန်ကို ပြသခြင်း၊ ကုန်ကို ရွေးချယ်ပေးခြင်း၊ ဆင့်လောင်းခြင်း၊ ချခြင်းနှင့် ကျေးဇူးစကား ဆိုခြင်းတို့ကို ဝယ်သူအနေဖြင့် လုံးဝ မရှိနိုင်။ မခံစားနိုင်။

လူသားဈေးသည် သည် ဝယ်သူအား ပုဂ္ဂိုလ်ရေး လေးစားမှုဖြင့် ဆက်ဆံသည်။ စက်ရုပ်ဈေးသည်က ဝယ်သူအား စက်ရုပ်သဖွယ်ပင် ဆက်ဆံသည်။

ထို့ကြောင့် စက်ရုပ်ဈေးသည်များ တန်းစီထားသော နေရာသည်



ဈေးဆိုင်မဟုတ်၊ စက်ရုပ်ဈေးသည်ဖြင့် ရောင်းချသည့် ဆိုင်များသို့ အပထမတွင် အသစ်အဆန်းဖြစ်၍ ဝယ်သူတွေ အများကြီး လာကြသည် နောက်တော့ ရိုးသွားသည်။ ထိုအခါ ဝယ်သူများသည် သူတို့အား စက်ရုပ် မဆက်ဆံသော၊ လူလို ဆက်ဆံသော ဆိုင်များသို့သာ သွားကြတော့သည်။

အရောင်းအဝယ်လုပ်ငန်းသည် စက်ရုပ် မဆန်လေ ပို၍ ကောင်းလေဖြစ်သည်။ ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်၏ စိတ်စေတနာနှင့် ရောင်းဝယ်မှု လုပ်ငန်းကို တည်ဆောက်ပေးသော ကျွမ်းကျင်မှု၊ ခင်မင်မှု၊ ပုဂ္ဂလိက အကျိုးဆောင်တို့ကို မည်သည့်အရာနှင့်မျှ အစားထိုး၍ မရနိုင်။

ယခုအခါ အရောင်းစာရေးများ အနေဖြင့် စက်ရုပ်ဆန်သော အမှုတွေ အများကြီး ရှိနေသည်။ အရောင်းကောင်တာ နောက်တွင် လူစက်ရုပ်တွေ အများကြီး ရှိနေကြသည်။ စက်ရုပ်တစ်ခုထက် ဘာမှ ပိုမာမစွမ်းဆောင်နိုင်သော ကျောက်ရုပ်မျက်နှာများဖြင့် 'ဈေးနှုန်းပြော-ပစ္စည်းပေး- ငွေရှင်း' အရောင်းစာရေးတွေ အများကြီး ရှိနေသည်။

များစွာသော ဈေးဆိုင်များ၊ များစွာသော ရုပ်ရှင်ရုံလက်မှတ်ကောင်တာများနှင့် များစွာသော ရထားလက်မှတ် ကောင်တာများတွင် စကားတစ်ခွန်းမျှ မပြောသော 'စက်ရုပ်' အရောင်းစာရေးတွေ ထိုင်ပြီး စက်ရုပ်လို အလိုအလျောက် လှုပ်ရှားနေကြသည်။ ဝယ်သူက တစ်ခုစုံစမ်းလိုက်လျှင် ယုတ်ညံ့သောစကားကို ကြားရသလို ပြန်ဟောကြသည်။

ထို့ကြောင့် ထိုသို့သော လူ့ စက်ရုပ်များအစား ဈေးရောင်းစက်ရုပ်ထားခြင်းက ပို၍ အကျိုးရှိသေးသည်။ သို့သော် စက်ရုပ်နှင့် လူ့ဘယ်လို မတူနိုင်။

ထို့ကြောင့် အရောင်းဆိုင်များ အနေဖြင့် ဝယ်သူကို ယဉ်ကျေးဆက်ဆံတတ်အောင် အရောင်းစာရေးများအား သင်ကြားပေးရမည်။

ခြေတံသော ရောင်းချခြင်း အတတ်ပညာကို ဖျက်ဆီးပစ်မည့်အစား ပို၍ အောက်လာအောင် နည်းလမ်းကောင်းများ ရှာဖွေရမည်။

ထိုက်တိုင်သူ အရောင်းဆိုင်များ

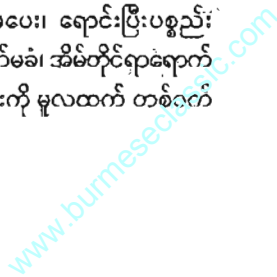
ထိုက်တိုင်သူ အရောင်းဆိုင်များလည်း အပထမက အမေရိကတွင် အလွန်တတ်စားခဲ့သည်။ သို့သော် အမေရိကတွင် နည်းသစ်တစ်ရပ် အောင်မြင်လျှင် အလွန် နာမည်ကျော်လာပြီး မအောင်မြင်လျှင်မူ ဘယ်သူမျှ မသိဘဲ ပျောက်ကင်းတတ်သည်။

ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင်စနစ်ကို အသုံးပြုသော ကုန်ပဒေသာအင်္ကျီကြီးများ အနက် 'ပစ်ဂလီ-ဝစ်ဂလီ' ဆိုင်ကြီးသည် နာမည်ကျော်သည်။ ဤဆိုင်သည် အဆိုပါစနစ်ကို သုံးရာတွင် မအောင်မြင်သောကြောင့် နည်းသည် ဖွဲ့စည်းခဲ့ရသည်။ ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင်စနစ်သည် အောင်မြင်သော အရောင်းစနစ် မဟုတ်ကြောင်း ဤအချက်ဖြင့် သိသာသည်။

အယ်လ်မီရာမြို့က ကိုယ်တိုင်ယူ ကုန်စုံဆိုင်တစ်ခုသည် ပထမနေ့တွင် ကုန်မျိုးစုံ ပေါင် ၂၀၀ ဖိုး ရောင်းရသည်။ ဤဆိုင်မှာ ဆိုင်ကလေးဖြစ်၍ နေ့လျှင် သုံးကြိမ်လောက် ကုန်ပစ္စည်း ထပ်မံ ပြည့်တင်းရသည်။ ဆိုင်ရှင်သည် ထိုမြို့၌ပင် နောက်ထပ်ဆိုင်ခွဲ သုံးဆိုင်ဖွင့်သည်။ အကြီးဆုံးဆိုင်မှာ ပေ ၄၀ x ပေ ၁၂၀ သာ ကျယ်သည်။

ဝီလကီ ဘားမြို့မှ ကုန်ပဒေသာစတိုးဆိုင်သည် ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းစနစ်ကို စတင်သောနေ့၌ အရောင်းအင်အား ၅၀၀ ရာခိုင်နှုန်းအထိ အောက်သွားခဲ့သည်။ ထိုဆိုင်တွင် အရောင်းစာရေး ၁၅၀ အစား ငွေကိုင်၊ ဤကြပ်ရေးမှုနှင့် စစ်ဆေးသူ ၄၀ သာ ထားရှိသည်။

ဤဆိုင်သည် အကြွေးမပေး၊ လျှော့ဈေးမပေး၊ ရောင်းပြီးပစ္စည်း ဝယ်ယူခွင့် မပြု၊ တယ်လီဖုန်းဖြင့် မှာကြားခြင်း လက်မခံ၊ အိမ်တိုင်ရာခရောက်သေး။ စရိတ်သက်သာစေရန် ဝန်ဆောင်စရိတ်များကို မူလထက် တစ်ဝက်အထိ လျှော့ချပစ်သည်။



ရိုချက်စတာမြို့မှ ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင် တစ်ဆိုင်သည် တစ်နှစ်လျှင် ဝင်ငွေပေါင် ၁၀၀, ၀၀၀ ဖြင့် အလုပ်ဖြစ်နေသည်။ ဤဆိုင်တွင် ကုန်ပစ္စည်းတန်ဖိုး ပေါင် ၄,၀၀၀ သာရှိပြီး အမှုထမ်းလည်း ၁၁ ယောက်သာ ရှိသည်။ အကြွေးမရောင်း၊ အိမ်တိုင်ရာရောက် ပို့မပေး။ ဝန်ဆောင်စရိတ်မှာ ရောင်းရငွေအားလုံး၏ နှစ် ရာခိုင်နှုန်းထက် လျော့နည်းသည်။

ရိုချက်စတာမြို့မှ နောက်တစ်ဆိုင်မှာ အဝတ်အထည်နှင့် ဖိနပ်ဆိုင်ဖြစ်သည်။ တစ်နှစ်လျှင် ဝင်ငွေ ပေါင် ၁၅၀ ,၀၀၀ ရှိသည်။ ငွေကို ခုနစ်ယောက်၊ အဝယ်တော် သုံးယောက်၊ ကြီးကြပ်ရေးမှူး ၁၆ ယောက် တို့ဖြင့် ဆောင်ရွက်နေသည်။ တစ်နေ့တည်းတွင် ဖိနပ်အရန်ပေါင်း ၁၅၀၀ ရောင်းရသည်။

နောက်ထပ် ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင် တစ်ဆိုင်ကို အမေရိကန်နိုင်ငံ မန်စီမြို့ရှိ ဗေလျူ၊ အေ၊ မက်နော်တန် ကုမ္ပဏီမှ ဖွင့်လှစ်သည်။ ဤဆိုင်၏ စည်းကမ်းများမှာ အိမ်တိုင်ရာရောက် မပို့၊ ဝယ်ပြန်ရက်ကြာလျှင် ပြန်လဲမပေး။

နံရံပေါ်မှ စာတန်းများမှာ
 'ကိုယ်တိုင်ကြည့်၍ ဝယ်နိုင်သည်'
 'ကိုယ်တိုင်ဝယ်တော့ စိတ်ချရသည်'
 'ကိုယ်တိုင်သယ်တော့ အမြန်ရသည်'
 'အလိုရှိသည့်ပစ္စည်း ထားသည်နေရာကို မေးပါ'
 'ဈေးသက်သာဆုံး ရောင်းနေ၍ အရောင်းသမား မထားနိုင်ပါ'
 ဟူ၍ ဖြစ်သည်။

တစ်ညချင်း ကရိုရိုက်မှု ခွဲမက်

အမေရိကန် ဈေးဆိုင်အချို့သည် ဝယ်သူအား ဆွဲဆောင်ရန် ကိုယ်တိုင် အရောင်းစနစ်ကို သုံးနေကြသည်။ တကယ်တော့ ဤသည်မှာ ကိုယ်တိုင်

အရောင်းစနစ် စစ်စစ်မဟုတ်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် ဝယ်သူများ၏ ဝယ်အင်ကို ဖြည့်ဆည်းရန် အရောင်းစာရေးများက အဆင်သင့် စောင့်ကြည့်ကြသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

အမေရိကန် အထည်ဆိုင်တစ်ဆိုင်သည် ဤစနစ်ဖြင့် အထူး အောင်မြင်သည်ဟု ဆိုသည်။ ရက်သတ္တတစ်ပတ်လုံး ဆိုင်ထဲတွင် ဝယ်သူတွေ ဖြည့်ကျပ်နေသည်။ အခြား ရောင်းချနည်းစနစ်ထက် ငါးဆပို၍ ရောင်းရသည်။

ရောင်းကုန်တွေကို စားပွဲနှင့် ကောင်တာများပေါ်တွင် ဖြန့်ပြထားသည်။ ဝယ်သူများက သူတို့စိတ်ကြိုက် ရွေးကြသည်။ ပစ္စည်းအားလုံးကို အထင်းစနစ်ဖြင့်သာ ရောင်းသည်။ ဝယ်ပြီးပစ္စည်း ပြန်လဲခွင့်မပြု။ အိမ်တိုင်ရာရောက် ပို့မပေး။

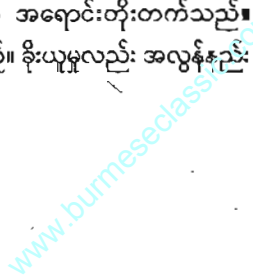
ဝယ်သူသည် သူ့စိတ်ကြိုက် ပစ္စည်းကို ရွေး၍ ငွေကိုင်ထံ ယူသွားသည်။ ပြီးလျှင် ထုပ်ပိုးပြီး ယူသွားရုံပင်။

ဤစနစ်ကို လူတွေ ကြိုက်ကြခြင်းမှာ စနစ်သစ်ဖြစ်ခြင်းနှင့် ဈေးကော်သာခြင်းတို့ကြောင့် ဖြစ်သည်။ အဝေးမှ ဝယ်သူတွေ လာဝယ်သောကြောင့် ဖောက်သည်သစ် တိုးသည်။

အရောင်းဆိုင်၏ အထူးအစီအစဉ်များကို ပုံမှန်ဖောက်သည်များထံသို့ ဖြေတင်ပေးပို့သည်။ နေ့စဉ် သတင်းစာများတွင် မျက်နှာပြည့် ကြော်ငြာများ ထည့်သည်။ ရောင်းအား ကောင်းလာသည်နှင့်အမျှ ကြော်ငြာစရိတ်ကို လျှော့ချသွားသည်။

ဤစနစ်ကြောင့် ဈေးဆိုင်များဘက်မှ အရောင်းတိုးတက်သည်။ ဝယ်သူတွေဘက်မှ ကိုယ်ကြိုက်ရာ ရွေးခွင့်ရသည်။ ခိုးယူမှုလည်း အလွန်နည်းသည်။

သို့သော် ပြဿနာကတော့ ရှိသည်။



ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းစနစ်သည် ပုံမှန်ဖောက်သည်များအပေါ် ဘယ်လို အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသလဲ။ ဤစနစ်ဖြင့် ရောင်းချသည့် တစ်ပတ် အတွင်း အရောင်းအင်အား ကျဆင်းသွားသလား။ ဈေးနှုန်းမှန်ဖြင့် ပြန်ရောင်း နိုင်ရန် ခက်ခဲသွားသလား။ ဈေးဆိုင်၏ သိက္ခာအပေါ် ဘယ်လို အကျိုး သက်ရောက်မှု ရှိသလဲ။ အရောင်းစာရေးများအပေါ် ဘယ်လို အကျိုးသက် ရောက်မှု ရှိသလဲ။

ဤသည်တို့မှာ ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းစနစ်၏ အသားတင်တန်ဖိုးကို မသိရမီ ပထမဦးစွာ မလွဲမသွေ ကြုံတွေ့ရမည့် ပြဿနာများ ဖြစ်သည်။

တကယ်တော့ ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းစနစ်သည် ယခုမှ ပေါ်ပေါက် သော အသစ်အဆန်း မဟုတ်။ လွန်ခဲ့သော နှစ်ပေါင်းများစွာ ကတည်းက ပင် နယူးယောက်မြို့တွင် ကိုယ်တိုင်ယူ စားသောက်ဆိုင်တစ်ဆိုင် ရှိခဲ့သည်။

ဆိုင်ခွဲပေါင်းများစွာ ရှိသော်လည်း ယင်းတစ်ဆိုင်သာ ဤစနစ်ကို ကျင့်သုံးသည်။ သို့သော် ယင်းဆိုင်သည် အမြတ်အစွန်းလည်း မရှိခဲ့။ ထင်ပေါ် ကျော်ကြားခြင်းလည်း မရှိခဲ့။

အလားတူပင် ဘာလင်မြို့တွင်လည်း ကိုယ်တိုင်ယူ စားသောက်ဆိုင် တစ်ဆိုင် ဖွင့်လှစ်ခဲ့ဖူးသည်။ သို့သော် ထိုဆိုင်သည် အပြိုင်အဆိုင်များကို ဘယ်တော့မှ ကျော်မတက်နိုင်ခဲ့။

အမှန်ဆိုသော် ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင်များသည် ဝယ်သူ အချို့ ကိုသာ ဆွဲဆောင်နိုင်ခဲ့သည်။ ပစ္စည်းတစ်ခုကို မြန်မြန်ဆန်ဆန် ဝယ်ယူလိုသူ များ၊ ဈေးချိုချိုနှင့် ရလို့သူများနှင့် အသစ်အဆန်း မက်သူများကိုသာ ဆွဲဆောင်နိုင်ခဲ့သည်။

အဓိက အချက်ကား ဝယ်သူ အများစုသည် အရောင်းစာရေးများနှင့် စားပွဲထိုးများ၏ တစ်ဦးချင်း ပုဂ္ဂလိက ဂရုစိုက်မှုကိုသာ ထာဝစဉ် စွဲမက်ကြ သည်ဟူသော အချက်ပင် ဖြစ်သည်။

သိသန့်ငှား အရောင်းခန့်များ

ကုန်ပစ္စည်းတိုက်ကြီးများထဲမှာ အရောင်းခန်းများကို အခြားသူများအား သိသန့် ငှားရမ်းရောင်းချခြင်းသည်လည်း အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် အလွန် အသုံးများသော စနစ်တစ်ရပ် ဖြစ်သည်။

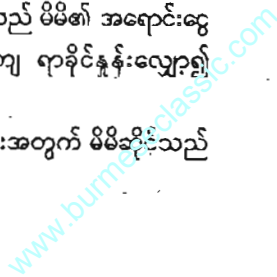
နယူးယောက်မြို့မှ ကုန်ပစ္စည်းတိုက်ကြီး ၈၈ ဆိုင်အနက် ၅၇ ဆိုင် သည် ၎င်းတို့၏ အမျိုးသမီး အသုံးအဆောင်ပစ္စည်း ရောင်းခန်းများကို အခြား သူများအား ငှားရမ်းထားသည်။ ၅၇ ဆိုင်သည် အလှပြင်ခန်းများကို ငှားရမ်း ထားသည်။ ၃၃ ဆိုင်သည် ဖိနပ်ရောင်းခန်းများကို ငှားရမ်းထားသည်။

နယူးယောက်မြို့ရှိ ဆိုင်ကြီးများအနက် ၂၀ ရာခိုင်နှုန်းသည် သကြား ခန်း ရောင်းခန်းများကို လည်းကောင်း၊ ၁၈ ရာခိုင်နှုန်းသည် မျက်မှန် ရောင်း ခန်းများကို လည်းကောင်း၊ ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းသည် အခြား အဓိက အရောင်း ခန်းများကို လည်းကောင်း အသီးသီး ငှားရမ်းထားကြသည်။ ဆိုင်ကြီး ထားပုံ တစ်ပုံသည် အရောင်းခန်း ၀ါးခန်းထက် ပို၍ ငှားရမ်းထားသည်။

ယင်းသို့ ငှားရမ်းထားသော ဆိုင်ခန်း အမျိုးအစား စုစုပေါင်းမှာ ၃၀ မျိုးခန့် ရှိသည်။ ငှားရမ်း ရောင်းချသော အသင့်ချုပ် အဝတ်အထည် ဆိုင်ပင် သုံးဆိုင်ရှိသည်။

ငှားရမ်းခမှာ များသောအားဖြင့် ရောင်းရငွေပေါ်တွင် ရာခိုင်နှုန်း သတ်မှတ်၍ ယူကြသည်။ အမျိုးသမီး အသုံးအဆောင် အရောင်းဆိုင်ကို ရောင်းရငွေ စုစုပေါင်း၏ ၁၅ ရာခိုင်နှုန်း၊ အလှပြင်ဆိုင်ကို ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းမှ ၂၀ ရာခိုင်နှုန်း၊ ဖိနပ်ဆိုင်ကို ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း ယူသည်။ အချို့လည်း အချို့ကျ နှစ်ပုံဖြင့် ငှားရမ်းကြသည်။ ဤစနစ်အရ ငှားရမ်းသူသည် မိမိ၏ အရောင်းငွေ ခြောက်လာသည်နှင့်အမျှ ငှားရမ်းခကို အချို့ကျ ရာခိုင်နှုန်းလျှော့၍ ရသည်။

ကုန်သည်တစ်ဦး အနေဖြင့် မိမိ အရင်းအနှီးအတွက် မိမိဆိုင်သည်



အလွန်ကြီးနေလျှင် ဤငှားရမ်းသော စနစ်သည် အလွန် အကျိုးရှိသည်မှာ ထင်ရှားသည်။ သူ့ အဆောက်အအုံသည် ကုန်တိုက်ကြီး အဖြစ်မှ ဈေးဆိုင် တန်း ရပ်ကွက်ကြီး အဖြစ်သို့ ပြောင်းလဲသွားသည်။

ဤစနစ်ကို နယူးယောက်မြို့မှ ကုန်သည်ကြီး တစ်ဦးက စတင် အသုံးပြုခဲ့သည်။ သူသည် ဆိုင်ခန်းပေါင်းများစွာ ပါဝင်သော ကုန်တိုက်ကြီး တစ်တိုက် ဆောက်သည်။ ထို့နောက် ဆိုင်ခန်းတွေကို ငှားစားသည်။ ဤလုပ်ရပ်သည် ငွေဈေးစားခြင်းထက် ကောင်းကြောင်း သိရှိရသည်။ သူ့တွင် သူ့ အသုံးပြုနိုင်သည်ထက် ဆိုင်ခန်းတွေ ပိုနေသောကြောင့် ငှားရမ်း ထားခြင်းသည် ယာယီအားဖြင့် အလွန် အဆင်ပြေသော လုပ်ရပ်ဖြစ်သည်။

အချုပ်ဆိုသော် ဈေးရောင်းစက်၊ ကိုယ်တိုင်ယူ အရောင်းဆိုင်နှင့် ဆိုင်ခန်းငှား အရောင်းဆိုင် သုံးမျိုးစလုံးသည် 'စံပြ အရောင်းသမား' နှစ် တခြားစီ ဖြစ်သည်။ ဝယ်သူများ၏ သစ္စာရှိမှုနှင့် စိတ်စေတနာတို့ကို ရယူရာတွင် သုံးမျိုးစလုံး မအောင်မြင်။

အခွံပြမည်မှာ မေဒင်မေစရာ မလို

ယင်း သုံးမျိုးစလုံးသည် အရောင်းစာရေးလခ သက်သာအောင် ချွေတာခြင်း ဖြစ်သည်။ သို့သော် အခြား ချွေတာရေးလုပ်ငန်း များစွာကဲ့သို့ပင် ရေရှည် တွင် ၎င်းတို့လည်း ကုန်ကျစရိတ်တွေ တက်လာသည်။ အလေးအနက် အဓိက စဉ်းစားရန်မှာ ရင်းနှီး ဖော်ရွေစွာ ပုဂ္ဂိုလ်ရေး ဆက်ဆံမှုပေးသော ဈေးဆိုင် ဂုဏ်သိက္ခာနှင့် ဝယ်သူ၏ စိတ်ထား အပေါ်တွင် အကျိုးသက် ရောက်မှုပင် ဖြစ်သည်။

ဆိုင်ခန်းငှား အရောင်းဆိုင်များမှ အရောင်းစာရေးများသည် ဝယ် သူများအား ကုန်ပစ္စည်းတွေကို အတင်းတွန်းရောင်း တတ်ကြသည်။ သူတို့သည် လခစား မဟုတ်ဘဲ ကော်မရှင်စားများ ဖြစ်သောကြောင့် ယင်းသို့ ကျ သုံးများစွဲအောင် တွန်းရောင်းကြခြင်း ဖြစ်သည်။ ဤသို့သော အရောင်း

စာရေးများသည် ဈေးဆိုင်၏ ဂုဏ်သိက္ခာနှင့် အကျိုးကျေးဇူးကို ဘယ်တော့မှ မသိရှိလိမ့်မည် မဟုတ်။

ဈေးဆိုင်ရှင်တစ်ဦးသည် မည်သို့သော ရောင်းချနည်းကိုပင် ကျင့်သုံး ကျင့်သုံး၊ ဝယ်သူများအပေါ် ထားရှိအပ်သော တာဝန်နှင့် ဝတ္တရားများကိုတော့ ဘယ်သောအခါမှ ရှောင်လွှဲ၍ မရနိုင်။ ရှောင်လွှဲရန် ကြိုးစားလျှင် သူ့ ဆိုင်၏ 'သက်ကျန် ရှင်းတမ်း' (Balance Sheet) တွင် အရှုံးပြမည်မှာ ဗေဒင်မေး နေရာ မလို။

ထို့ကြောင့် ဈေးရောင်းဈေးဝယ် လုပ်ငန်းတွင် 'စံပြအရောင်းသမား' နှစ်ဦးကဏ္ဍသည် အမြဲတမ်း ရှိနေစေရမည်။ ဝယ်သူ ကျေနပ်အောင် ဆောင် နားပေးမှုသည် ပြီးပြည့်စုံသည် ဟူ၍ ဘယ်တော့မှ မရှိ၊ ပို၍ ပို၍ တိုးတက် ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်အောင် အမြဲတမ်း ကြိုးစားနေရမည်။

ဝယ်သူများက အရောင်းစာရေးများအား လခပေးသည်။ ထို့ကြောင့် အရောင်းစာရေးများက ဝယ်သူ စိတ်ချမ်းသာအောင် အစွမ်းကုန် ကျေးဇူးပြန် ပေးကြရမည်။ ဝယ်သူနှင့် ခင်မင်အောင်၊ ဝယ်သူ ယုံကြည်မှုကို ရရှိအောင် ကြိုးစားရမည်။

ဤနည်းသည် ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်အား လမ်းမှားသို့ မရောက်စေဘဲ လမ်းမှန်သို့ ပို့ဆောင်သောနည်း ဖြစ်သည်။ ဤနည်းသည် ထာဝစဉ် နေထိုင်ကြီးပွားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်း တစ်ခုကို တည်ဆောက်ပေးသော နည်း ဖြစ်သည်။

အခန်း [၉]

အရမ်း လျှော့ပျောက်နှင့်

ဈေးရောင်းခြင်း အတတ်ပညာကို မကျွမ်းကျင်သောကြောင့် လည်းကောင်း၊ ဈေးနှုန်းသဘောတရားကို နားမလည်သောကြောင့် လည်းကောင်း အရောင်း အဝယ်လောကတွင် ကုန်ပစ္စည်း ဈေးချရောင်းခြင်းများ အရမ်း ပြုလုပ်ကြသည်။

ထုတ်ကုန် လုပ်ငန်းရှင်များရော၊ ကုန်သည်များပါ အချင်းချင်း အပြိုင်အဆိုင် လည်လှီးနေကြပြီး အချင်းချင်း အသေသတ် နေကြသည်။

ဤလုပ်ရပ်သည် အမျိုးသား အန္တရာယ်ကြီးလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ နိုင်ငံတကာ အန္တရာယ်ကြီးလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ဤလုပ်ရပ်ကြောင့် ကုမ္ပဏီတွေ ပျက်စီးသွားကြရသည်။ ကုန်သွယ်ရေး လုပ်ငန်းကြီး တစ်ခုလုံး ယိုယွင်းယိမ်းယိုင်သွားရသည်။ ဤလုပ်ရပ်ကြောင့် ဝါဂွမ်းရောင်းဝယ်ရေး လုပ်ငန်းကြီး တစ်ခုလုံး ဒေဝါလီ ခံသွားခဲ့ရသည်။ သံနှင့် သံမဏိ လုပ်ငန်းကြီး တစ်ခုလုံး အရှုံးပေါ်ခဲ့ရသည်။

ရောင်းချခြင်း အတတ်ပညာကို မသိသော လုပ်ငန်းရှင်များ အဆုံးအမဆုံး အထိနာခဲ့ရသည်။

စီးပွားရေး ဖြိုခွဲချခြင်း

ကြွေးလက်ကျန် ကုန်ပစ္စည်းများ စုပုံနေလျှင် ဘာလုပ်မည်နည်း။

ဤမေးခွန်း၏ အဖြေမှန်ကို မသိသောကြောင့် ကုမ္ပဏီပေါင်း ထောင်ချီသိန်းများစွာ ဒေဝါလီ ခံသွားခဲ့ကြရသည်။

ယင်းမေးခွန်း၏ အဖြေမှန်သည် ကုန်ပစ္စည်းကို အရမ်းဈေးချခြင်းပင်။ လက်ကျန်ပစ္စည်းများ စုပုံနေလျှင် ဈေးချခြင်းသည် လူတိုင်း လုပ်ကြံ အလွယ်ဆုံး အလုပ်တစ်ခုသာ ဖြစ်သည်။

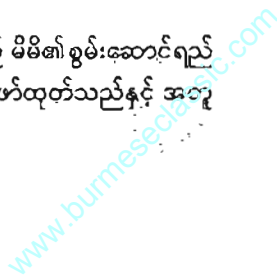
ဈေးကွက်တွင် မှန်မှန်စွဲနေသော စံချိန်စိ ကုန်ပစ္စည်းများကို ဈေးချရောင်းခြင်းအတွက် ဘာမှ အသိဉာဏ်ရှိဖို့ မလိုအပ်ပါ။ အမှန်တကယ် အသိအမှတ်မရှိသော ပစ္စည်းတစ်ခုကို ရှစ်ကျပ်ဖြင့် ဈေးချ ရောင်းခြင်းဖြင့် ဈေးကွက်ကို လှည့်ပတ် ထိခိုက်စေသည်။ မိမိအနေဖြင့် ထိုပစ္စည်း၏ တန်ဖိုးကို မသိဘဲ ဈေးကွက်တွင် ဖော်ထုတ်နိုင်သည့် စွမ်းရည် မရှိခြင်းကိုလည်း ဖော်ပြရာ ဖြစ်သည်။

ဈေးချခြင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း လုံးဝ မဟုတ်၊ စီးပွားရေး ဖြိုခွဲချခြင်းသာ ဖြစ်သည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဟူသည် ကုန်ပစ္စည်းများကို အရှုံးမပေါ်စေဘဲ အမြတ်သင့်သော အမြတ်အစွန်းရရှိအောင် ရောင်းဝယ်ခြင်းသာ ဖြစ်သည်။

တစ်ခါတုန်းက လန်ဒန်မြို့တွင် သုံးနှစ်လုံးလုံး ဈေးချရောင်းသော ကုမ္ပဏီတစ်ခု ရှိခဲ့ဖူးသည်။ နောက်တော့ သဘာဝအတိုင်း ထိုဆိုင် ပြုတ်ပိတ်ခဲ့သည်။ အမြတ်အစွန်းရအောင် ရောင်းဝယ်ခြင်း မလုပ်တတ်လျှင် အမြတ်အစွန်းရနိုင်မှ တာရှည် မရပ်တည်နိုင်။

အဆက်မပြတ် ဈေးချရောင်းနေခြင်းသည် မိမိ၏ စွမ်းဆောင်ရည် မရှိခြင်းနှင့် အပျင်းကြီးခြင်းတို့ကို လူသိအောင် ဖော်ထုတ်သည်နှင့် အတူ ဖြစ်သည်။



တစ်သက်လုံး ဘယ်တော့မှ ဈေးမချရဟု မဆိုလိုပါ။ အချိန်အခါ အခြေအနေ အလျောက် မလွဲမသွေ ဈေးချရမည့် ကိန်းမျိုး ကြုံရတတ်သည် သို့သော် ထိုလုပ်ရပ်သည် အကြံကုန် ဂဠုန်ဆားချက်သည် နောက်ဆုံး လုပ်ရပ်မျိုးသာ ဖြစ်သည်။ ဘယ်လိုမှ ရောင်းမစွဲနိုင်တော့သည် ပစ္စည်းမျိုး ရသလောက်ဈေးဖြင့် ချရောင်းရမည့် နောက်ဆုံးအဆင့်မျိုးသာ ဖြစ်သည်။

မတီအပ်ဘဲနှင့် အထွင်စေ့ပစ်သင့်

ရန်သူ၏ ထိုးစစ်ကြောင့် ဆုတ်ပြေးနေရသော စစ်တပ်တစ်တပ်သည် စစ်တပ်၏ လက်နက်များကို ဖျက်ဆီးပစ်ခဲ့ပြီး ခံတပ်များကိုလည်း ဖောက်ပစ်ခဲ့ရမည် အဖြစ်မျိုးနှင့် တစ်ခါတစ်ရံ ကြုံရတတ်သည်။ သို့သော် အခြေရွေးစရာ နည်းလမ်း မရှိတော့မှသာ ဤနည်းလမ်းကို ကျင့်သုံးသင့်သည်။ ဤနည်းလမ်းကို မလိုအပ်ဘဲနှင့် 'အကျင့်' မလုပ်သင့်ချေ။

ဈေးချခြင်းသည် အမြဲတမ်း အန္တရာယ်ရှိသည်။ ယင်းသည် 'ကိုက်' နှင့် တူသည်။ ပထမဦးစွာ နည်းနည်း စားမိလျှင် နောက်တော့ တစ်ကြိမ်ထက် တစ်ကြိမ် ပို၍ ပို၍ စားချင်လာသည်။ နောက်ပိတ်ဆုံး အသက်ပါ ဆုံးရှုံးတော့သည်။

ဈေးချခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ မှတ်ထားသင့်သော အချက် လေးချက် ရှိသည်။

(၁) ဈေးချခြင်းကြောင့် ဘယ်တော့မှ အရှုံးကို မထေမိနိုင်။ မိမိတို့ ဈေးကြီးကုန် ၂၅ ရာခိုင်နှုန်းရှိ၍ ဈေးနှုန်း ငါးရာခိုင်နှုန်း လျှော့ချလိုက်လျှော့ချသော ငွေတန်ဖိုးကို ရရှိရန် အရောင်းကို ၁၈.၇၅ ရာခိုင်နှုန်းအမြင့်တင်နိုင်မှ ဖြစ်မည်။ အကယ်၍ ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းအထိ ဈေးချလျှင် ကုန်ပစ္စည်းများကို ၁၁၂.၅ ရာခိုင်နှုန်းအထိ တိုးတက် ရောင်းချနိုင် ဖြစ်မည်။

(၂) ဈေးချခြင်းကြောင့် ရောင်းကုန်ပစ္စည်း အရည်အသွေးကို ထိခိုက်စေသည်။ အပေါစား ကုန်ပစ္စည်းဘဝကို ရောက်စေသည်။ ဤအချက်ကို ကုန်သည်တိုင်း သိသည်။

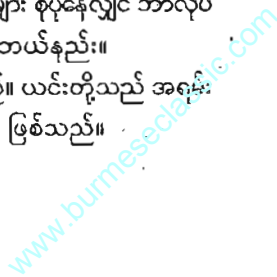
မိမိတွင် အရှုံးပေါ်သောကြောင့် ထုတ်ကုန်လုပ်ငန်းရှင်ဘက်မှလည်း ထိုကံအလျောက် အရှုံးခံပါဟု ပြောကြည့်စမ်းပါ။ သူ့အရှုံးခံပါမည်လား။ မိမိမှမဟုတ် သူက အရည်အသွေး ညံ့သော ကုန်ပစ္စည်းတွေကို မိမိအား ချွတ်လုပ်ရောင်းချပါမည်လား။

(၃) ဈေးချခြင်းကြောင့် ပိုက်ဆံ ချမ်းသာသော ဝယ်သူများ လက်ချွတ်ကုန်သည်။ ပိုက်ဆံရှိသော ဝယ်သူတစ်ယောက်သည် ဈေးဆစ်ရမှ အဆင်ပြေသည့် ဝယ်သူ တစ်ခါဇင်ထက် တန်ဖိုးရှိသည်။ အပေါစား ကြိုက်သူများသည် အပေါစားကိုမှ ဝယ်ချင်ကြသည်။ တစ်ကျပ်တန် ပစ္စည်းသာ ရောင်းသောဆိုင်ကို မကြာမီတွင် 'တစ်ကျပ်တန်ဆိုင်' ဟူ၍သာ လူတွေက ခေါ်လာကြလိမ့်မည်။

(၄) ဈေးချခြင်းသည် လွယ်ကူသည်။ ဈေးထိန်းခြင်းသည် ခက်ခဲသည်။ တစ်ကြိမ် ဈေးချလိုက်လျှင် နောက်လည်း ဈေးချချင်လာတတ်သည်။ အရောင်းသမားများကိုလည်း စိတ်ဓာတ်ကျစေသည်။ ပစ္စည်းဈေးနှုန်း ပြောပြသူလောက်သာ ဖြစ်စေသည်။ ဝယ်သူက ဈေးနှုန်းကြီးသော အဆင့်မြင့်ကုန်ပစ္စည်းများကို တောင်းလျှင် သူတို့မှာ ဆုံ့အ နေကြရတော့သည်။ သူတို့သည် 'လျှော့ဈေး' လောက်သာ ပြောတတ်ကြသည်။ ထိုထက် ပို၍ ဘာစကား မပြောတတ်ကြတော့။

ထို့ကြောင့် 'မိမိတွင် လက်ကျန် ကုန်ပစ္စည်းများ စုပုံနေလျှင် ဘာလုပ်သင့်နည်း' ဟူသော မေးခွန်း၏ အဖြေမှန်သည် အဘယ်နည်း။

အောက်ပါတို့သည် အဖြေမှန်များ ဖြစ်သည်။ ယင်းတို့သည် အရမ်းအရေးကြီးသော အဖြေချခြင်းထက် ပို၍ ကောင်းသော အဖြေမှန်များ ဖြစ်သည်။



(၁) ပို၍ ကောင်းသော မှန်ပြတင်း ပြခန်းအဖြစ် အလှဆင်ပါ။

ဈေးချ၍ ငွေတစ်ဆယ် ရှုံးငြင်းထက် ငွေတစ်ဆယ် အကုန်ခံကာ မှန်ပြတင်းပြခန်း အလှဆင်ခြင်းက ပို၍ ကောင်းသည်။ ဝယ်သူများ မျက်စိပသာဒ ဖြစ်စေမည့် မှန်ပြတင်းပြခန်းအဖြစ် အလှဆင်ပါ။

မှန်ပြတင်း ပြခန်းသည် နမူနာပစ္စည်း ပြခန်းသက်သက်သာ မဖြန့်စေပါနှင့်။ အနားမှ ဖြတ်သွားသူများ ရပ်ကြည့်ချင်အောင် ထူးထူးခြားခြား ဖြစ်နေပါစေ။

အရောင်းဆိုင် မှန်ပြတင်းပြခန်းကို အကောင်းဆုံး အသုံးချတတ်သူ ပြခန်းကို တစ်ပတ်တစ်ခါ ပြောင်းလဲ ပြင်ဆင်ပေးတတ် သူတို့သည် ဈေးချရောင်းနေစရာ မလိုပါ။ သူတို့သည် ပုံမှန်ဈေးနှုန်းကို ထိန်းထားခြင်းဖြင့် မိမိတို့၏ လုပ်ငန်းကို မြှင့်တင်နိုင်ကြလိမ့်မည်။

(၂) ဈေးနှုန်းကပ်ပြားအစား အရည်အသွေး ကတ်ပြားကိုသာ သုံးပါ။

ဈေးဆိုင်၏ မှန်ပြတင်း ကတ်ပြားများကို ပြီးစလွယ် မကပ်ပါနှင့်။ စဉ်းစဉ်းစားစားဖြင့် အချိန်ယူ၍ ဖန်တီးပါ။ ဆိုင်ပစ္စည်း အရည်အသွေး ဖော်ပြသော ကတ်ပြားများကို ချိတ်ဆွဲထားပါ။ ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းထက် ကုန်ပစ္စည်း၏ အရည်အသွေးကိုသာ အထူး ဖော်ပြပါ။

(၃) ဝယ်သူများကို နမူနာ ပေးပါ။

အဝတ်အထည် ရောင်းလျှင် နမူနာ ပေး၍ မဖြစ်နိုင်ပါ။ သို့သော် မှန်မျိုးစုံ ရောင်းလျှင်တော့ နမူနာပေး၍ ရသည်။

‘ဒါကလေး နည်းနည်း မြည်းကြည့်ပါလား ခင်ဗျာ၊ အနံ့ကလေးထဲ သင်းနေတာပဲ’

ဟု ပြော၍ ဝယ်သူအား နမူနာ ပေးကြည့်ပါ။

အဓိက အချက်ကတော့ ဝယ်သူ ကျေနပ်အောင် ပြောဆိုဆက်ဆံရမိပင် ဖြစ်သည်။ သို့မှသာ ဝယ်သူသည် မိမိဆိုင်သို့ နောက်တစ်ကြိမ် ပြန်လာ

ပြန်လိမ့်မည်။ နောက်ထပ် ပြန်လာသော ဝယ်သူများကြောင့်သာလျှင် မိမိဆိုင် နည်းနားလာနိုင်သည်ကို အမြဲတမ်း နှလုံးသွင်းပါလေ။

(၄) မိမိအား စိတ်ဝင်စားပြီး ကုန်ရောင်းစွဲအောင် ကူညီနိုင်သော လုပ်ငန်းရှင်များထံမှသာ ကုန်ပစ္စည်း ဝယ်ယူပါ။

အချို့ ထုတ်ကုန်လုပ်ငန်းရှင်များသည် လက်လီအရောင်းဆိုင်များ ကူညီတတ်ကြသည်။ သူတို့သည် မှန်ပြတင်းပြခန်းအတွက် ကူညီပေးကြသည်။ အထူးအဆန်း ကတ်ပြားများနှင့် အခင်းအကျင်း ပစ္စည်းများ သောက်ပုံနိုင်ကြသည်။

သူတို့သည် လက်လီဆိုင်များ ဈေးချရောင်းခြင်းမှ အကောင်းဆုံး အထိတင်နိုင်ကြသည်။

(၅) ထက်မြက်သော ကြော်ငြာကို အသုံးပြုပါ။

ကိုယ်ဆိုင်ကြော်ငြာသည် လူတိုင်းပါးစပ်များ ရောက်နိုင်အောင် ကြော်ငြာခြား ထက်မြက် ထိမိပါစေ။ အဓိက စာသားများကို ဝယ်သူရှုထောင့်မှ ကြော်ငြာပြီး ရေးပါ။ ကုန်ပစ္စည်း အရည်အသွေးကို ပြည့်ပြည့်စုံစုံ ဖော်ပြပါ။ ကုန်ပစ္စည်း အရည်အသွေးကို အရောင်းစာရေးများအား သင်ပြပါ။

ကိုယ် ဘာပစ္စည်း ရောင်းနေမှန်း မသိသော အရောင်းစာရေးတွေ ကျားသည်။ သူတို့သည် ပစ္စည်းတစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းလောက်ကိုသာ သိကြသည်။

တစ်ဆယ်တန်ပစ္စည်းနှင့် ရှစ်ကျပ်တန်ပစ္စည်းများကို ကြည့်ပြီး သူက ‘ဒါတွေက ဘယ်လိုကွာသလဲ’ ဟု မေးလျှင် ရောင်းသူက ‘နှစ်ကျပ် ဘယ်လိုကွာသလဲ’ ဟု ပြန်ဖြေတတ်သည်။ ဘာမှ အသုံးမဝင်သော အလကား ပစ္စည်းမျိုး ဖြစ်သည်။

ဈေးကြီးပစ္စည်းတစ်ခု၏ အရည်အသွေးကို အရောင်းစာရေးများအား မပြောထားလျှင် သူတို့အနေဖြင့် ဝယ်သူများကို ဘယ်လိုလုပ်ပြီး ခည်းရုံး

နိုင်ပါမည်နည်း။ ဝယ်သူများ ယုံကြည်အောင် သူတို့ ဘာလုပ်နိုင်ကြမည်နည်း။

(၇) ဝယ်သူကို အပို အကျိုးဆောင်မှု ပေးပါ။

ဝယ်သူများ ကြိုတင် မျှော်လင့်မထားသော အပိုဆက်ဆံမှု၊ ဝယ်ဆောင်မှုမျိုးကို တတ်နိုင်သမျှ ပေးပါ။ အမြန်ဆုံး ထုတ်ပိုးပေးခြင်း၊ မကြိုက်လျှင် အချိန်မရွေး ပြန်ယူလာနိုင်ကြောင်း ပြောပြခြင်း၊ ဈေးဝယ်အိတ် လက်ဆောင်ပေးခြင်း၊ ကလေးများနှင့် သင့်လျော်မည့် လက်ဆောင်ကလေးများ ပေးခြင်း၊ တံခါးဝမှ အမျိုးသမီးကလေးက လောကဝတ် ပျူငှာ ကြိုဆိုခြင်း နှုတ်ဆက်ခြင်း စသည့် အပိုဝန်ဆောင်မှုများသည် အလွန် ခရီးရောက်တတ်သည်။

ကုန်ကုန် ပြောရလျှင် ဝယ်သူ ပြန်ထွက်မသွားခင် ကိုယ့်ဘက် အရင်းများများ မစိုက်ရဘဲနှင့် ဝယ်သူ ကျေနပ်သွားစေမည့် အပြောအဆို အပြုအမူမျိုးကို အထူး ဂရုစိုက်၍ လုပ်ပါ။

(၈) အဆင့်မြင့် ကုန်ပစ္စည်းများအတွက် ပုံမှန်ဖောက်သည် ရနိုင်အောင် အထူး အားထုတ် ဆောင်ရွက်ပါ။

မှန်ပြတင်းပြခန်းတွင် အဆင့်မြင့် ကုန်ပစ္စည်းအချို့ကို ပြသထားပါက မှန်ပြတင်းတွင် ဈေးချိုပစ္စည်းများကိုသာ ပြသထားလျှင် အဆင့်မြင့်ပစ္စည်း လိုချင်သူများက ရပ်ကြည့်မနေတော့ဘဲ ဖြတ်ကျော် သွားကြလိမ့်မည်။

ငါးကြီးကြီး ရလိုလျှင် သင့်တော်သော ငါးစာကို တပ်ရသည် သူဌေးရပ်ကွက်တွင် အပေါစား ကုန်ပစ္စည်းများကို ရောင်းချရန် မကြိုးစားပါနှင့်။ ဆင်းရဲသားများပင်လျှင် အဆင့်အတန်းမီသော ပစ္စည်းများကို ဝယ်ချင်ကြသည်။

ဈေးသက်သာမှ ကုန်စွဲမည်ဟု ယုံကြည်တတ်ကြသည်။ ဤသည်မှာ မှားသော ယုံကြည်ချက်သာ ဖြစ်သည်။

(၉) အရောင်းစာရေးများအား ရောင်းချခြင်း အတတ်ပညာ သင်ပေးပါ။ ဈေးနှုန်းကို ထိန်းထားလိုလျှင်၊ ဈေးကြီးပစ္စည်းများ ဆက်လက် ရောင်းချရလျှင် ဤအလုပ်ကို လုပ်ရမည်။

ဝယ်သူ ကျေနပ်စေသော ကြိုဆို နှုတ်ဆက်နည်းကို အရောင်းစာရေးများအား သင်ပေးပါ။ ဝယ်သူ၏ လိုအင်ကို နှိုးဆွ ဖော်ထုတ်ပေးနိုင်သည့် အရမ်းမေးမြန်းနည်းကို သင်ပေးပါ။ ဝယ်သူများအပေါ် တစ်ဦးချင်း စိတ်ဝင်စားမှု ပေးတတ်သည့် အလေ့အကျင့်ကို သင်ပေးပါ။

အမြဲတမ်း နှော့ထုတ်လုပ်ရန် ဖြစ်ပါစေ

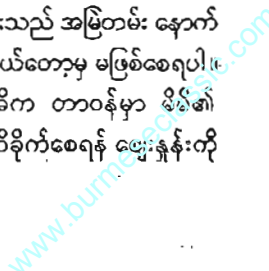
ပစ္စည်း အရည်အသွေး မပြောမီ ဈေးနှုန်းကို အလျင်ပြောခြင်းမျိုး ဘယ်တော့မှ လုပ်ရန် သင်ပေးပါ။ ဈေးနှုန်းကို နောက်ဆုံးမှ ပြောပါစေ။ ဘယ်တော့မှ ပထမဆုံး မပြောပါစေနှင့်။

ပစ္စည်း အရည်အသွေးကို မပြောခင် ဈေးနှုန်းကိုသာ အလျင် ပြောလျှင် ဈေးကြီး ကုန်ပစ္စည်းများသည် ပို၍ ဈေးကြီးသွားသလို ဖြစ်သွားလိမ့်မည်။ သို့သော် ပစ္စည်းအရည်အသွေးကို အလျင် ပြောပြလိုက်လျှင်မူ ဈေးနှုန်းသည် ပစ္စည်း အရည်အသွေးထက် နိမ့်သွားသလို သတ်မှတ်လိမ့်မည်။

ထို့ကြောင့် အရမ်းဈေးချခြင်းသည် အများထင်သလို မလွဲမသွေ ဖြစ်ပေသော လုပ်ရပ်မျိုး မဟုတ်ပါ။ ဈေးရောင်းခြင်း အတတ်ပညာကို စိတ်ဝင်စားပြီး ရနိုင်သည့် အခွင့်အရေးကို မလွှတ်တမ်း ရယူတတ်လျှင် ဝယ်ပစ္စည်းရောင်းရောင်း သင့်တော်သော အမြတ်အစွန်းကို ရနိုင်သည်ချည်း ဖြစ်သည်။

မလွဲမရှောင်သာ၍ အမြတ်ကို စွန့်လွှတ်ခြင်းသည် အမြဲတမ်း နောက်ဆုံး လုပ်ရပ်သာ ဖြစ်ရသည်။ ပထမဆုံး လုပ်ရပ် ဘယ်တော့မှ မဖြစ်စေရပါ။

စီးပွားရေးသမားတိုင်း၏ ပထမဆုံး အဓိက တာဝန်မှာ မိမိ၏ ဘက်များနှင့်တကွ မိမိ၏အကျိုးစီးပွားကို မထိခိုက်စေရန် ဈေးနှုန်းကို



အတတ်နိုင်ဆုံး ထိန်းထားရမည် ဖြစ်သည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အားလုံး
အခြေခံ ရည်မှန်းချက်မှာလည်း ရောင်းကုန်များအပေါ်မှ သင့်တင့်မျှတသော
အမြတ်အစွန်း ရရှိရန်ပင် ဖြစ်သည်။

ဆိုခဲ့သမျှ အကြံပြုချက် အားလုံးကို ခြုံငုံ၍ အနှစ်ချုပ်လိုက်သော
တတ်သိကျွမ်းကျင်သော၊ သင်ခန်းစာကုန် သင်တန်းတက်ထားသော
အရောင်းသမားများ မရှိမဖြစ် လိုအပ်ကြောင်း သိသာထင်ရှားနေသည့်
မည်သည့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကိုမဆို အပျော်ထမ်းသမား တစ်စုဖြင့် ဖြစ်သော
ဆောင်ရွက်၍ မရနိုင်ပါ။

ထို့ကြောင့် 'အမှုထမ်းသင်တန်း' သည် မလွဲမသွေ လိုကို လိုအပ်
သည်။ အမှုထမ်းသင်တန်းသည် အလွန်အရေးကြီးသည်။ ထို့ကြောင့်
ကိစ္စကို သီးခြား အခန်းတစ်ခန်း ရေးသား၍ တင်ပြပါဦးမည်။

အခန်း [၁၀]

အရောင်းသမား သင်တန်း

လက်နိုင်ငံတွင် အရောင်းသမားများအား သင်တန်းပေးခြင်းကို အလေး
နက်ထားသော ကုမ္ပဏီ အလွန်နည်းသည်။ အရည်အချင်း ပြည့်ဝသော
အရောင်းနည်းပြဆရာများ ငှားရမ်းပြီး လုပ်သက်ရင့် အရောင်းဝန်ထမ်း
များအား သင်တန်းပေးခြင်းမျိုးလည်း အလွန်ရှားပါးသည်။

ငင်းတိုက် အရောင်းနည်းပြသင်တန်းသည် အမှုထမ်းသစ်များ
တွက်လောက်သာ လိုအပ်သည်ဟု သဘောထားကြသည်။

အရောင်းနည်းပြသင်တန်း ပေးခြင်းဖြင့် ဈေးနှုန်းချခြင်းကို ကာကွယ်
နိုင်သည်။ အရောင်း တိုးတက်နိုင်သည်။ ကုန်ကျစရိတ် လျော့နည်းစေနိုင်သည်။

ဆုံးသု၏ ကျေနပ်မှုကို ရစေနိုင်သည်။

ဤအချက်ကို ရောင်းဝယ်ရေးကုမ္ပဏီ အများစုက သဘောမပေါက်
ကြောင်းသည် အတော်ဝမ်းနည်းစရာ ကောင်းသည်။

တစ်ကြိမ်က လန်ဒန်မြို့မှ ကုန်သည်ကြီးတစ်ဦးက သူ့ကုမ္ပဏီတွင်
အရောင်းသမား သင်တန်းကျောင်း ဖွင့်ထားကြောင်း ပြောပြ၍ ကျွန်ုပ်
ကြည့်သည်။ အဆောက်အအုံဟောင်းကြီး တစ်ခု၏ ထပ်ခိုးခန်းကလေး
၁ ခန်း ထပ်ကလေး ဖွင့်ထားသော သင်တန်းသာ ဖြစ်သည်။

ပို့တော ပို့သည်၊ ဆိုသော် နားသည်

အဆောက်အအုံတည်းသော သင်တန်းဆရာမှာ ကိုယ်တိုင်ကလည်း ကျွမ်းကျင်

ကျင့်ကြံအောင်မြင်

သော အရောင်းသမားတစ်ယောက် မဟုတ်။ စုစုပေါင်းမှ မိန်းကလေး သိသော သင်တန်းကို ဂဏန်းသင်တန်း သင်ပြနေသူသာ ဖြစ်သည်။ ဤသည်ကို အရောင်းသမား သင်တန်းကျောင်းဟု ခေါ်သည်မှာ ရှက်စရာ ကောင်းသေးသည်။

သင်ပြခဲ နည်းနည်းသာ ယူသော သင်တန်းဆရာတွေ အများကြီး ရှိသည်။ လူ့ အထင်ကြီးအောင် အပြင်ပန်း ရှိပြီး ကောင်းသော ကောလိပ်တွေ သိပ္ပံတွေလည်း အများကြီး ရှိသည်။ ထို့ပြင် အတုအယောင် ဘဏ်တိုက်တွေ အတုအယောင် အရင်းအနှီး မြှုပ်နှံရေး ကုမ္ပဏီတွေကလည်း အများကြီး ရှိသည်။

အရောင်းသမားသင်တန်းသည် အရေးလည်း ကြီးသည်၊ ခက်လည်း ခက်ခဲသည်။ ဤသင်တန်းကို အာဝဇ္ဇန်း ကောင်းသော သင်တန်းနည်း ဆရာဖြင့် ဖွင့်၍မရ။ အတွေ့အကြုံနည်းသော လူသစ်များဖြင့် ဖွင့်၍မရ။ ကုမ္ပဏီက ခန့်ထားသော အထူးကျွမ်းကျင်သူများ၊ သို့မဟုတ် ပြင်ပမှ ပါရမီ များဖြင့်သာ ဖွင့်လှစ်ရမည်။

ဤလုပ်ငန်းသည် အဆင့်မြင့် ကျွမ်းကျင်မှု လိုအပ်သည်။ အဆင့်မြင့် အတွေ့အကြုံ လိုအပ်သည်။ ဤလုပ်ငန်းကို ကောင်းမွန်စွာ လုပ်နိုင်လျှင် ကုမ္ပဏီအတွက် စရိတ်ကုန်ကျသလောက် ကုန်ရကျိုး နှပ်သည်။

အရောင်းသမားသင်တန်းသည် လက်တွေ့ကျသည်။ တိကျသည်။ ထို့ကြောင့် ဤသင်တန်းကို နားထောင်၍ ကောင်းသော ဟောပြောချက်များ ဖြင့်သာ ဖွင့်လှစ်၍ မရ။ 'ပစ္စည်းများများ ရောင်းချရန်' အတင်းတွန်း သင်ကြားခြင်းမျိုးဖြင့်သာ ဖွင့်လှစ်၍ မရ။ ဤသင်တန်းသည် အရောင်းစာရေး များအား ကုန်များများ ရောင်းရအောင် အတင်း တွန်းအားပေးရသော သင်တန်းမျိုး မဟုတ်။

အရောင်းသမား အများစုသည် ဘယ်လို ရောင်းချရမည် ဆိုသည်ကို မသိကြ။ ဤအချက်ကို တစ်လျှောက်လုံး ကျွန်ုပ် ပြောလာခဲ့သည်။

'ကိုင်း...ကြိုးစားလိုက်ကြစမ်း၊ ပြီးခဲ့တဲ့ အပတ်က အရောင်းနှုန်း အကဲခံချိန်တင်လိုက်ကြစမ်း၊ များများ စွဲအောင်သာ အစွမ်းကုန် ကြိုးစားပြီး ရောင်းကြ၊ စံချိန်တင်နိုင်တဲ့လူကို ဆုချမယ်'

ဤသို့သော သင်ကြားခြင်းမျိုးသည် ပညာသား မပါသော အလောင်း စကားများသာ ဖြစ်သည်။ အရောင်းစာရေးများအား ပညာမပေးဘဲ ခြိမ်းဆော်၍ အတင်းစေခိုင်းသော နည်းလမ်းမျိုးသာ ဖြစ်သည်။ တကယ် ပြောရတာက အရောင်းစာရေး သင်တန်းမျိုးသည် ဤသို့ မဟုတ်။

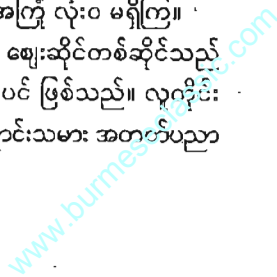
ရောင်းချခြင်း အဆင့်ဆင့်နှင့် ရောင်းချခြင်းအင်္ဂါ ခြောက်ရပ်ကို သိသော အရောင်းသမား ဘယ်နှစ်ယောက်ရှိသလဲ။ အရောင်းစွနည်း ခြောက် ခါထက် သို့မဟုတ် တစ်ခါထက် ပြောနိုင်သော အရောင်းသမား ဘယ်နှစ် ယောက် ရှိသလဲ။ ရှိတော့ ရှိသည်၊ သို့သော် ရှားသည်။

အပျော်တစ်သမား မရှိစေရ

အပျော်တစ်သမားဆိုတာ ရောင်းကုန် ရှိရမည်၊ ရောင်းသူ ရှိရမည်၊ ဝယ်သူ ရှိရမည်။ အပျော်တစ်သမား ကုန်ပစ္စည်း ရှိရမည်၊ ဝယ်သူ ကျေနပ်မှုရအောင် ရောင်းတတ် သော အရောင်းစာရေး ရှိရမည်။ ကောင်းသော ကုန်ပစ္စည်းနှင့် မကျွမ်းကျင် သော အရောင်းသမား ရှိခြင်းထက် သာမန်ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ကျွမ်းကျင်သော အရောင်းသမား ရှိခြင်းက ပို၍ ကောင်းသည်။

တစ်နည်းဆိုသော် ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်တွင် အပျော်တမ်း အရောင်း အရေးများ မရှိစေရ။ သက်မွေးဝမ်းကျောင်း အရောင်းသမားများသာ ရှိစေ ရမည်။ အရောင်းသမား အများစုသည် အပျော်တမ်းသမားတွေသာ များ သည်။ သူတို့တွင် တိကျသော သင်တန်းအတွေ့အကြုံ လုံးဝ မရှိကြ။

တကယ်ဆိုလျှင် တိုးတက်ခေတ်မီသော ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်သည် အရောင်းသမားများအတွက် 'သင်တန်းကျောင်း' ပင် ဖြစ်သည်။ လူကိုင်း နေလာဆည်းပူးနေကြသည်။ ထိုဆိုင်ထဲတွင် အရောင်းသမား အတတ်ပညာ



ကို ကကြီးမှ အ အထိ တတ်ကျွမ်းနားလည်သူ ဟူ၍မရှိ။ သူတို့သည် တတ်
ဘဝလုံး အမြဲမပြတ် လေ့လာဆည်းပူးကြသော ပညာသင်များသာ ဖြစ်သည်။
အရောင်းသမားသင်တန်း၏ အကျိုးကျေးဇူးတစ်ရပ်မှာ အချင်းချင်း
အပြန်အလှန် သင်ကြားပေးခြင်း ဖြစ်သည်။ သင်တန်းမတက်လျှင် ဤ
အချက်ကို သူတို့အနေဖြင့် ဘယ်တော့မှ မရရှိနိုင်။

ဥပမာ၊ ဈေးဆိုင်တစ်ဆိုင်တွင် ဝယ်သူများက ၎င်းတို့၏ ထင်မြင်
ချက်များကို အရောင်းစာရေးများအား ပြောပြသည်။ အရောင်းစာရေးများ
ကလည်း သူတို့၏ ထင်မြင်ချက်များကို ပြောပြကြသည်။ ကြော်ငြာသမားနှင့်
မှန်ပြတင်းပြခန်း ပြင်ဆင်သူများကလည်း ဝယ်သူများနှင့် အပြန်အလှန်
အမြင်ချင်း ဖလှယ်ကြသည်။

ဤသို့ဖြင့် တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ဆက်သွယ်မှုရပြီး ဈေးဆိုင်အကျိုး
အတွက် အများကြီး ဆောင်ရွက်နိုင်ကြသည်။

တကယ်ဆိုသော် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဟူသည် အများအားဖြင့်
သင်ကြားခြင်း လုပ်ငန်းပင် ဖြစ်သည်။ အလုပ်ရှင်က မိမိကုန်ကို ဝယ်သူ
အောင် ဝယ်သူအား သင်ပြသည်။ ဤသည်မှာ ရောင်းချခြင်းပညာ ဖြစ်သည်။
အလုပ်သမားများအား ဝယ်သူကြိုက်သော ပစ္စည်းမှန်ကို လုပ်ပေးရန် သင်
သည်။ ဤသည်မှာ ထုတ်လုပ်ခြင်းပညာ ဖြစ်သည်။ အမှုထမ်းများအား
ပေါင်းလုပ်ကိုင်ရန် သင်ပြသည်။ ဤသည်မှာ စီမံခန့်ခွဲခြင်းပညာ ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် စွမ်းဆောင်ရည် ပြည့်ဝသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှာ
တစ်ယောက်သည် သူ့လုပ်ငန်းသဘာဝအလျောက် အမြဲတမ်း သင်တန်း
ဆရာ ဖြစ်နေသည်။

သင်တန်းပေးခြင်းသည် လုပ်ငန်းတစ်ခုအတွက် များစွာ အကျိုး
သည်။ အမှုထမ်းများ အချင်းချင်း စုပေါင်းစိတ်ဓာတ်ဖြင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်
မှုကို တိုးပွားစေနိုင်သည်။

‘ဂွဏ်ထော်အမတ်များ’ လို

လုပ်ငန်းဌာန အများစုတွင် အဆင့်အတန်း ခွဲခြားမှုနှင့် ဌာနစွဲ စိတ်ဓာတ်များ
မရှိကြပါ။ မန်နေဂျာတိုင်းပင် အနည်းနှင့်အများ ဘဝင်မြင့်ကြသည်။ သူတို့
ကိုယ်သူတို့ အခြားအမှုထမ်းတွေထက် အဆင့်မြင့်သည်ဟု ထင်တတ်ကြ
သည်။ အမှုထမ်း အချင်းချင်းလည်း အကြောင်းမဲ့သက်သက် အချင်းချင်း
အထင်သေးတတ်ကြသည်။

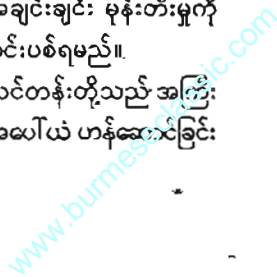
လူတိုင်းပင် မိမိက အခြားလူများထက် ပို၍ အရေးပါသည်ဟု
ထင်တတ်ကြသည်။ ထို့ကြောင့်လည်း အုပ်ချုပ်ရေးအဖွဲ့ဝင် ပုဂ္ဂိုလ်များမှာ
‘ခွတ်တော်အမတ်များ’ လို ဖြစ်နေကြသည်။ ဤအချက်ကြောင့် လုပ်ငန်း
တစ်ခုလုံး ပျက်စီးနိုင်သည်။

အုပ်ချုပ်ရေးအဖွဲ့ဝင် လူကြီးများသည် မန်နေဂျာနှင့် သော်လည်း
သောင်း၊ သာမန်အမှုထမ်းများနှင့် သော်လည်းကောင်း ရောနှော ယှက်တင်
အရမည်။ ၎င်းတို့သည် ဇာတ်ခုံပေါ်မှ ဝန်ကြီးတွေလို မပြုမူဘဲ တကယ်
သူ့သားစစ်စစ်တွေလို ပြုမူလျှင် လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ပြဿနာတွေ အများကြီး
ဖြေလည်သွားလိမ့်မည်။

ထို့ကြောင့် သင်တန်းပေးခြင်းသည် မရှိမဖြစ် လိုအပ်သည်။ လုပ်ငန်း
တစ်ခုတွင် အုပ်ချုပ်ရေးအဖွဲ့ဝင် လူကြီးမှအစ တံခါးစောင့်အထိ အမှုထမ်း
အားလုံးသည် လူတန်းစား တစ်ခုတည်းသာ ဖြစ်သည်။

သူတို့အားလုံးသည် ကြားဝါသူများအဖြစ် ပူးပေါင်းကြခြင်း မဟုတ်၊
သူ့လာသူများအဖြစ် ပူးပေါင်းကြခြင်းသာ ဖြစ်သည်။ လူတန်းစား ခွဲခြား
ခြင်းနှင့် ဌာနစွဲဝါဒကို မောင်းထုတ်ပစ်ရမည်။ အချင်းချင်း မုန်းတီးမှုကို
အချင်းချင်း လေးစားမှု၊ အကျိုးလိုလားမှုသို့ ပြောင်းပစ်ရမည်။

အမှုထမ်းသင်တန်းနှင့် ရိုးရိုးတက္ကသိုလ် သင်တန်းတို့သည် အကြီး
အကျယ် ကွာခြားသည်။ အမှုထမ်းသင်တန်းသည် အပေါ်ယံ ဟန်ဆောင်ခြင်း



မဟုတ်၊ လက်တွေ့ကျသည်။ အပျင်းပြေလုပ်ခြင်း မဟုတ်၊ တကယ် လုပ်ခြင်း ဖြစ်သည်။

အမူထမ်းသင်တန်းသည် အချင်းချင်း ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်စေသည် ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်စေသည်။ တက္ကသိုလ်သင်တန်း ဘွဲ့ ရသူသည် ပညာ တတ် ဖာန်ဝင်ကာ တခြားလူတွေနှင့် အဆက်ပြတ်သွားတတ်သည်။ အမူ ထမ်းသင်တန်း ဘွဲ့ ရသူကား ထိုသို့မဟုတ်၊ အမူထမ်းအချင်းချင်း ပိုမို ခင်မင်ရင်းနှီး လာစေသည်။

အရောင်းသမားများအား သင်တန်းပေးခြင်းဖြင့် ၎င်းတို့၏ ပင်ကို အရည်အသွေးများကို ကောင်းစွာ သိရှိနိုင်သည်။ တချို့က တတ်လွယ် သိလွယ်ကြသည်။ တချို့က ထုံထိုင်းကြသည်။ အနည်းစုကတော့ ပင်ကိုကို ကိုက် အလွန်တော်ကြသည်။ မွေးရာပါ တော်သူများပင် ဖြစ်သည်။

တစ်ကြိမ်က မော်တော်ကား အရောင်းကိုယ်စားလှယ် ၂၁ ဦး ပါဝင် သော အဖွဲ့တစ်ခုက ၎င်းတို့၏ အရောင်းသမားများအား လေ့လာရေးတစ် ဖွဲ့လုပ်ရာ စိတ်ဝင်စားစရာ အချက်များကို တွေ့ရှိရသည်။



ထိထွင် ဝန်ထီးမှု ခွံ့ဘုတွေ

ဈေးအကြီးဆုံး ကားများကို ရောင်းချသော အရောင်းသမား ၅၉ ရာခိုင်နှုန်း ၏ ရောင်းရနှုန်းသည် ၈၃ ရာခိုင်နှုန်း ဖြစ်သည်။ ဤပုဂ္ဂိုလ် အားလုံးလိုလို သက်ဆိုင်ရာ ကုမ္ပဏီများတွင် လုပ်သက် တစ်နှစ်ထက်ပို၍ လုပ်ကိုင်ခဲ့ သူများ ဖြစ်ကြသည်။

အလတ်စားနှင့် အနိမ့်စား တန်ဖိုးရှိသော ကားများကို ရောင်းချ သူများအနက် ၂၄ ရာခိုင်နှုန်း၏ ရောင်းရနှုန်းသည် ၅၆ ရာခိုင်နှုန်း ဖြစ်သည်။ ၎င်းတို့အားလုံးသည် လုပ်သက်တစ်နှစ်ထက် ကျော်သူများချည်း ဖြစ်ကြသည်။

အတော်ဆုံး အရောင်းသမား နှစ်ယောက်ကမူ မတော်ဆုံး အရောင်း

သမား ၁၈ ယောက် ရောင်းရသည်။ ကားအရေအတွက်လောက် ရောင်းချ ခြင်းရသည်။ ဤသည်မှာ မတော်ဆုံး အရောင်းသမား ကိုးယောက်ပေါင်းမှ အတော်ဆုံး အရောင်းသမားတစ်ယောက် ဖြစ်လာသည်ဟူသော အချက်ကို ဖြည့်စွက်သည်။

ထို့ပြင် ရောင်းရသမျှအပေါ်မှာ ရာခိုင်နှုန်းဖြင့် ကော်မရှင်စား အရောင်းသူများက ကားအရေအတွက် အများဆုံး ရောင်းရပြီး လခစား အရောင်းသမားများက အရေအတွက် အနည်းဆုံး ရောင်းရသည်။

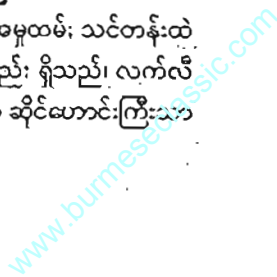
ဤအချက်ဖြင့် ကျွမ်းကျင်သော အရောင်းသမား တစ်ယောက်သည် မတော်ဆုံး အရောင်းသမား ကိုးယောက်နှင့် ညီမျှကြောင်း သိရှိရသည်။

ယခုအခါ စီးပွားရေး တိုးတက်သော နိုင်ငံကြီးများတွင် အရောင်း နှုတ်စာများနှင့် အရောင်းစာရေးများအား လခကောင်းကောင်း ပေးပြီး ထားကြသည်။ ၎င်းတို့သည် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်း အရောင်းသမား တွင် ဖြစ်ကြသည်။ တီထွင်ဖန်တီးနိုင်စွမ်း ရှိသူတွေ ဖြစ်ကြသည်။ ဝယ်သူ တွင် နိုင်သူတွေ ဖြစ်ကြသည်။ ဈေးကွက်သစ် ဖွင့်ပေးနိုင်သူတွေ ဖြစ်ကြ သည်။ ဈေးနှုန်းကို ထိန်းထားနိုင်သူတွေ ဖြစ်ကြသည်။ သက်ဆိုင်ရာ ကုမ္ပဏီ အတွက် အမြတ်ရှာပေးသူတွေ ဖြစ်ကြသည်။

ကောင်းစွာ သင်တန်းပေးထားသော လူငယ်အရောင်းသမားများ သည် အတွေ့အကြုံဖြင့် ကိုယ်တိုင် သင်ယူလာရသော သက်ကြီး အရောင်း သမားများထက် ပို၍ ရောင်းပေးနိုင်ကြသည်ကို တွေ့ရသည်။

လုပ်ငန်းရှင်တွေ ကြွယ်ဝသော ဝိဇ္ဇာစွမ်းရည်

အခြားက ကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းရှင် တစ်ယောက်သည် အမူထမ်း သင်တန်းထဲ သို့မဟုတ် ဝမ်းသပ်မှုတစ်ခု ပြုလုပ်သည်။ သူ့မှာ စက်ရုံလည်း ရှိသည်၊ လက်လီ ရောင်းဆိုင်လည်း ရှိသည်။ သို့သော် ခေတ်မမီသော ဆိုင်ဟောင်းကြီးသာ ဖြစ်သည်။



ဤတွင် အရောင်းသမားများအား ယခင်က တစ်ကြိမ်မျှ သင်တန်းမပေးခဲ့ဖူး။ အရောင်းသမားများမှာ ရောင်းချခြင်းပညာကို အတွေ့အကြုံအရသာ အထိုက်အလျောက် တတ်သိလာကြခြင်း ဖြစ်သည်။

သို့ဖြင့် လုပ်ငန်းရှင်သည် လူငယ်ခြောက်ယောက်ကို ရွေးချယ်ပြီး အရောင်းသမားသင်တန်း ပေးသည်။ ထို့နောက် ကုန်ပစ္စည်းတွေအကြောင်း အပြည့်အစုံ သိရှိရန် စက်ရုံတွင် သုံးလတိတိ လေ့လာစေသည်။ ပြီးတော့မှ လက်လီရောင်းဆိုင်တွင် ရောင်းချစေသည်။

ရလဒ်ကား ယခင်က လက်လီ ရောင်းချခြင်း အတွေ့အကြုံ လုံးဝ မရှိခဲ့သော အဆိုပါ လူငယ်ခြောက်ယောက်သည် ပထမသုံးလအတွင်း လက်ရှိဆိုင်မှ လက်လီအရောင်းသမား ခြောက်ယောက်ထက် ကုန်ပစ္စည်း ပို၍ ရောင်းချခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

လူသစ် ခြောက်ယောက်တို့သည် လုပ်သက် ၂၅ နှစ်ရှိ လူဟောင်း ခြောက်ယောက်တို့အား အပြတ်အသတ် ကျော်တက်နိုင်ခဲ့ကြသည်။

လူသစ်တစ်ယောက်ဆိုလျှင် ယခင် အရောင်းစံချိန် အားလုံးကိုပင် ချိုးနိုင်ခဲ့လေသည်။

လူသစ်များတွင် 'အားသာချက်' သုံးခု တွေ့ရသည်။ (၁)ငယ်ရွယ်ကြသည်၊ တက်ကြွကြသည်။ (၂) ရောင်းချနည်းပညာသင်တန်း တက်ထားကြသည်။ (၃) ကုန်ပစ္စည်း ထုတ်လုပ်မှု အဆင့်ဆင့်ကို လေ့လာထားသောကြောင့် မိမိတို့၏ ရောင်းကုန်အကြောင်း ကောင်းစွာ သိရှိကြသည်။

ရောင်းချခြင်း ပညာကို မသိသောသူများအား လခနည်းနည်းသာ ပေးပြီး ခန့်ထားသောကြောင့် စရိတ်ကြီးခြင်း၊ အမှားအယွင်း ကြုံရခြင်း အရောင်းကျခြင်း၊ ဝယ်သူ လက်လွတ်ကုန်ခြင်းနှင့် ဆိုင်သိက္ခာကျခြင်းတို့ကို သိရလျှင် ဘယ်လုပ်ငန်းရှင်မဆို ကြက်သီး ထမိကောင်း ထမိလိမ့်မည်။

အပေါ်စား အရောင်းသမားများသည် သူတို့အား ပေးသောလခကိုပင် ကျေအောင် ရောင်းချပေးနိုင်ခြင်း မရှိကြ။ အရောင်းစာရေး တစ်ယောက်အား

တစ်လ ၁၀၀ ပေး၍ ခန့်ထားလျှင် နှစ်ချုပ်လိုက်သောအခါ သူ့စရိတ်သည် သူ၏ မကျွမ်းကျင်မှုကြောင့် ထောင်သောင်းချီ၍ တက်သွားနိုင်သည်။



တန်ခိုးကြီးသော အမှား

တစ်ခါက ကုန်သည်တစ်ဦးသည် သူ့ လုပ်ငန်းတွင် ဘယ်လို အမှားတွေ လုပ်နေပြီ ဘယ်လောက် စရိတ် တက်နေကြောင်း လေ့လာမှု ပြုလုပ်သည်။

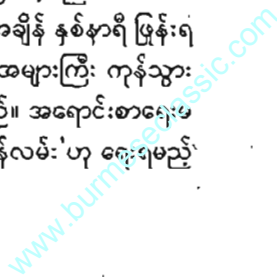
အရောင်းစာရေး ၄၀ တို့သည် လေးလအတွင်းတွင် အမှားပေါင်း ၁၅၇ မျိုးကို လုပ်မိခဲ့ကြသည်။ ပိုက်ဆံနှင့် တွက်လျှင် အမှားတစ်ခုသည် အစွဲခံမှု သုံးပေါင် ဆယ်ရှိလင်အထိ တန်ဖိုးရှိသည်။ လုပ်သက်ရင့် အရောင်းသမားတစ်ဦးပင်လျှင် တစ်ပေါင် ၁၃ ရှိလင်တန် အမှားပေါင်း များစွာကို လုပ်ခဲ့ကြောင်း တွေ့ရသည်။

အမှားတစ်ခု၏ ပျမ်းမျှတန်ဖိုးမှာ တစ်ပဲနီ ဖြစ်သည်။ ဤနည်းဖြင့် တွက်သော် တစ်နေ့လျှင် ရောင်းကြိမ် ရှစ်ဆယ် ရှိသော အရောင်းစာရေး တစ်ယောက်သည် တစ်နှစ်တာအတွင်း ပေါင် ၁၀၀ တန်ဖိုးရှိသော အမှားများ ပြုလုပ်ခဲ့ကြောင်း သိရှိရသည်။

နောက်ကုန်သည် တစ်ယောက်ကလည်း သူ့ဆိုင်တွင် အမှား ဘယ်လောက် ရှိပြီး ပိုက်ဆံဘယ်လောက် နှစ်နာကြောင်း သိလို၍ လေ့လာမှုတစ်ခု ပြုလုပ်ကြည့်သည်။

အရောင်းစာရေးမှလေး တစ်ယောက်က ဝယ်သူ၏ လိပ်စာကို မှား၍ လှူလိုက်မိသည်။ ဤသည်မှာ မဆိုစလောက် သာမန် အမှားကလေးသာ ဖြစ်သည်။ လူတိုင်းကလည်း ဤအတိုင်းပင် ထင်ကြလိမ့်မည်။

ကုန်သည်ကြီးသည် ဤအမှားကို သိရှိရန် အချိန် နှစ်နာရီ ဖြန်းရသည်။ လူပေါင်း ၃၅ ယောက်အတွက် အချိန်တွေ အများကြီး ကုန်သွားသည်။ ဝယ်နေကျ ဖောက်သည် ဆုံးရှုံးသွားရသည်။ အရောင်းစာရေးမှ လေးသည် အကြွေးရောင်း ပြေစာတွင် 'ပျက်စတန်လမ်း' ဟု ရေးရမည်



အစား 'ဂျပန်ဆင်လမ်း' ဟု မှားယွင်း ရေးသားလိုက်မိခြင်းဖြစ်၏ အကျွန်ုပ်
ဆက်ပင် ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် အရောင်းစာရေးများ ပေါ့လျော့လျှင်၊ မကျွမ်းကျင်လျှင်
ဆိုရှင် နှစ်နာရတတ်သည်။ ဆိုရှင်အနေဖြင့် ဘယ်လောက်ပင် တော်တော်
ဘယ်လောက်ပင် ချမ်းသာ ချမ်းသာ သူ့အတွက် အမြတ်အစွန်းဟူသည်
ရေရှည်တွင် စွမ်းဆောင်ရည် ပြည့်ဝသော အရောင်းစာရေးများ၏ အထက်
တွင်သာ လုံးဝတည်နေသည်။

ပျမ်းမျှအားဖြင့် အရောင်းဆိုင်များသည် နှစ်စဉ် ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းခန့်
ရောင်းအား ကျဆုံးနေသည်ကို လေ့လာ တွေ့ရှိရသည်။ ဝယ်သူ ခုနစ်ယောက်
တွင် အမြဲတမ်း တစ်ယောက် လက်လွှတ်ရသည်။ ဤအချက်သည် ဘယ်ဆို
အတွက်မဆို အရေးကြီးသော ဆုံးရှုံးမှုပင် ဖြစ်သည်။



ဝယ်သူ ဘယ်နှစ်ယောက် သစ်ခဲအစ

ယခုခေတ်တွင် ဈေးဆိုင်များအနေဖြင့် ဝယ်သူ ဆုံးရှုံးမှုနှုန်းသည် ယခင်
ထက် ပို၍ များသည်။ ဝယ်သူကို ထိန်းထားရန် အလွန်ခက်သည်။ အရောင်း
သမားဘက်မှ မဆိုစလောက် ချွတ်ယွင်းမှုကလေးကြောင့်ပင် အခြားဆိုင်
များသို့ ပြောင်းသွားတတ်ကြသည်။

အလွန်အောင်မြင်နေသော ကုန်သည်ကြီး တစ်ယောက်သည် သူ့ဆိုင်
မှ အရောင်းစာရေးများနှင့် လစဉ် အစည်းအဝေး လုပ်လေ့ရှိသည်။ တစ်
တွင် အစည်းအဝေး၌ သူက မေးလိုက်သည်။

'မောင်တို့ မယ်တို့ မနေ့က ဝယ်သူ ဘယ်နှစ်ယောက် သတ်ပင်
ကြသလဲ'

ထို့နောက် သူက ဆက်ပြောသည်။

'ကိုယ့်ဆိုင်ကို မကျေနပ်ချက်နဲ့ ရောက်လာတဲ့ ဝယ်သူဟာ ဒဏ်ရာ
နေတဲ့ လူနာနဲ့ တူတယ်။ မောင်တို့ မယ်တို့က သူ့ကို ကောင်းကောင်းစွာ
စောင့်ရှောက်ရမယ်။'

ပြောလိုက်ရင် နောက်ထပ် သူ ဘယ်တော့မှ လာတော့မှာ မဟုတ်ဘူး၊
ဒေါ်ဆိုရင် တို့ဆိုင်အတွက်တော့ သူဟာ သေသွားတာနဲ့ အတူတူပဲပေါ့၊
ဒကာမတော့ သေသွားတာထက်တောင် ပိုဆိုးသေးတယ်၊ သူဟာ ဘယ်
ဘာမှ မလာတော့ရုံသာမက တို့ဆိုင်နဲ့ ပတ်သက်ပြီး သေတဲ့လူ မလုပ်နိုင်တဲ့
အလုပ်ကိုလည်း လုပ်လိမ့်ဦးမယ်၊ အဲဒါက ဘာလဲဆိုတော့ အဲဒီဆိုင်က
သိပ္ပံပြီး အပေါက်ဆိုးတယ်၊ ဘယ်တော့မှ သွားမဝယ်ကြနဲ့ ဆိုပြီး သူ့မိတ်ဆွေ
အပေါင်းအသင်းတွေကို သူက တစ်ဆင့် ပြန်ပြောပြလိမ့်မယ်။

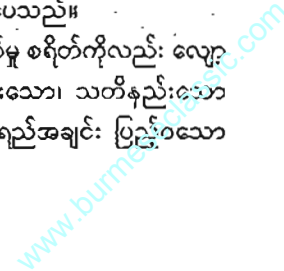
'...ဒါကြောင့် ကိုယ့်ဆိုင်ကို မကျေနပ်ချက်နဲ့ ရောက်လာတဲ့ လူကို
ဒဏ်ရာနဲ့ လူနာလို သဘောထားကြပါ။ သူဟာ မေတ္တာလိုနေတယ်၊ ရှေးဦး
သူနာပြု လိုနေတယ်၊ အဲဒါကို မောင်တို့ မယ်တို့က စေတနာနဲ့ အကူအညီ
ပေးဖို့ပါပဲ။ အဲဒီတော့ နောက်ဆုံး အလေးအနက် ပြောချင်တာက ကိုယ့်ဆိုင်ကို
ပိုင်ဆိုင်ဆဲလာပေးတဲ့ ဝယ်သူတစ်ယောက်ကို ဘယ်တော့မှ မသတ်ကြပါနဲ့။'

မေတ္တာထားနှင့် သစ္စာရှိမှုတို့ ခေါ်ဆောင်

အရောင်းသမားများ၏ ခွင့်မလွှတ်နိုင်သော ရိုင်းစိုင်းမှုနှင့် မကျွမ်းကျင်မှုတို့
ကြောင့် စတိုးဆိုင်ပေါင်း များစွာတို့တွင် ဝယ်သူပေါင်း ထောင်ပေါင်း များစွာ
ဆုံးရှုံးသည် ဘာပစ္စည်းမှ မဝယ်ဘဲ ဒဏ်ရာကြီး တန်းလန်းနှင့် နေ့စဉ်နေ့တိုင်း
ပြန်ထွက်သွားကြရသည်။

အကယ်၍ အရောင်းသမားများအား စနစ်တကျ သင်တန်းပေးထား
နိုင်သော် ဤသို့သော ဆုံးရှုံးနစ်နာမှုများ ဘယ်တော့မှ ပေါ်ပေါက်နိုင်စရာ
မရှိချေ။ အရောင်းသမား သင်တန်းသည် ဈေးဆိုင်အတွက် အမြတ် တိုးစေ
နိုင်သည်သာမက နှာမည်ကောင်းလည်း ရရှိနိုင်ပေသည်။

သင်တန်းပေးခြင်းသည် ကြီးကြပ်အုပ်ချုပ်မှု စရိတ်ကိုလည်း လျော့
နည်းစေသည်။ သင်တန်း မရှိသော၊ အသိနည်းသော၊ သတိနည်းသော
အသိုက်အခန်းမှ အရောင်းသမားများသည် အခြား အရည်အချင်း ပြည့်ဝသော



အရောင်းသမားများ၏ အချိန်ကိုလည်း ပြုန်းပစ်ကြသည်။ ကုမ္ပဏီအတွက်လည်း အကျိုးအမြတ် မရှိချေ။

အရောင်းသမားများအား သင်တန်းပေး၍ ကုန်ကျသော စရိတ်သည် ၎င်းတို့အား နေ့စဉ် ကြီးကြပ် အုပ်ချုပ်ရသော စရိတ်ထက် သက်သာသည်။ သင်တန်းပေးခြင်းသည် အမှားကို ကြိုတင်ကာကွယ်သည်။ ကြီးကြပ် အုပ်ချုပ်ခြင်းက ကျူးလွန်ပြီးသော အမှားကို ရှာဖွေသည်။ သင်တန်းပေးခြင်းက စိတ်ကောင်း စေတနာကောင်းနှင့် သစ္စာရှိမှုကို ဖော်ဆောင်သည်။ ကြီးကြပ်အုပ်ချုပ်ခြင်းက မကျေနပ်မှုကို ဖော်ထုတ်သည်။

သင်တန်းပေးခြင်းသည် ကုမ္ပဏီတစ်ခုအား ကြော်ငြာစရိတ်များစွာ မကုန်ကျဘဲနှင့် ပြိုင်ဘက်များကိုလည်း ကောင်းစွာ ယှဉ်နိုင်သည်။ လန်ဒန်မြို့မှ အဝတ်အထည် တုန်တိုက်ကြီးတစ်ခုသည် ကြော်ငြာအတွက် တစ်ပြားအကုန်အကျမခံဘဲ အရောင်းသမား သင်တန်းအတွက်သာ အများကြီး အကုန်အကျခံသည်။ ထိုကုန်တိုက်ကြီးသည် လန်ဒန်မြို့တွင် အရောင်းရဆုံး ကုန်တိုက် ဖြစ်သည်။

ထိုနည်းတူစွာ အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် အရောင်းသမား သင်တန်းအတွက် ပိုက်ဆံ အများကြီး အကုန်အကျခံသော ကုန်တိုက်ကြီးမှာ ဝါနာမေကာ ကုန်တိုက်ကြီး ဖြစ်သည်။ အမှုထမ်းပေါင်း ၁၇,၀၀၀ ရှိပြီး ကမ္ဘာတွင် အကြီးဆုံး ကုန်တိုက်ကြီးတစ်ခု ဖြစ်သည်။

ကုန်တိုက်ကြီးထဲတွင် သီးခြား ကုန်ရောင်းဌာနပေါင်း ၈၀ ရှိသည်။ ဌာနတစ်ခုစီအတွက် သီးသန့် 'လက်စွဲစာအုပ်' များ ရေးသားပေးထားသည်။ အရောင်းစာရေးများအား ထိုစာအုပ်များကို ဖတ်ရှုလေ့လာစေပြီးမှ ကုန်ပစ္စည်း ရောင်းချခွင့် ပြုသည်။

ထန်စိုး မပြတ်နိုင်သော 'လက်နက်'



အင်္ဂလန်တွင်လည်း အော်စတင်ရိဒ် လီမိတက်သည် အရောင်းစာရေးများ

ရရှိခဲ့သည်ကို

အတွက် အလားတူ 'လက်စွဲစာအုပ်' ပြုစုပေးထားသည်။ ထိုစာအုပ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုစီ၏ အရည်အသွေးများနှင့် ဝယ်သူကျေနပ်အောင် ဆက်ဆံရန်အတွက် ရောင်းချနည်းများကို ပြည့်စုံစွာ ရေးသားထားသည်။

သင်တန်းပေးခြင်းသည် အလွန်တန်ဖိုးရှိသည်။ အပျော်တမ်းသမားများအား သက်မွေးဝမ်းကျောင်းသမားများ ဖြစ်အောင် လုပ်ပေးနိုင်သည်။ အရောင်းသမားများအား အထူးကျွမ်းကျင်သည့် အရောင်းသမားဖြစ်အောင် လုပ်ပေးနိုင်သည်။

တကယ်ဆိုသော် အရောင်းသမားတိုင်းသည် အရောင်းဆိုင် တစ်ခုခု၏ 'ကိုယ်စားလှယ်များ' ပင် ဖြစ်သည်။ သူတို့သည် ဆိုင်ကို 'နာမည်ကြီး' ဆောင်လည်း လုပ်နိုင်ကြသည်။ 'နာမည်ပျက်' ဆောင်လည်း လုပ်နိုင်ကြသည်။

ထို့ကြောင့် ကုန်သည်တိုင်းသည် မိမိလုပ်ငန်း တည်တံ့ပြီး တိုးတက်အောင်မြင်လိုလျှင် အမှုထမ်းများအား သင်တန်း ပေးကို ပေးရလိမ့်မည်။

ဤတွင် 'စံပြ အရောင်းသမား' အကြောင်း ပြီးဆုံးပါပြီ။ ဘဖတ်သူသည် စံပြ အရောင်းသမားတွင် နည်းပညာရှိကြောင်း နှစ်ဦးစွာ သိခဲ့ရပြီ။ ဖော်မြူလာရှိကြောင်း သိခဲ့ရပြီ။

'ကြို၊ ခုံ၊ ကုန်၊ ရွေး၊ ဆင့်၊ ကျေး' တည်းဟူသော အရောင်းစွဲနည်းအတိုင်း ဖြစ်ကြောင်း သိခဲ့ရပြီ။ စံပြ အရောင်းသမား၏ တန်ဖိုးမဖြတ်နိုင်သော အရောင်းစွဲနက် ဖြစ်ကြောင်း သိခဲ့ရပြီ။

ယင်းတို့ကို အမြဲတမ်း ကျင့်သုံးသွားလျှင် မည်သည့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမဆို ရောင်းပန်း ဝယ်ပန်း ပွင့်လန်း၍ ဒီရေအလား တစ်နေ့တခြား ဖြစ်ကြီးပွား လာမည်သာတည်း။

မောင်ပေါ်ထွန်း



မီးရထားဖြင့် ခရီးသွားသောအခါ ပြတင်းပေါက်မှ မြင်ကွင်းများ တစ်ရပ်ရပ် ဖြတ်သန်း သွားကြသည်ကို မြင်ရပေမည်။ ပြတင်းပေါက် ဘောင်အတွင်းမှ ပုံကားချပ်တို့သည် ဖျတ်ခနဲ ဖျတ်ခနဲ ပြေးလွှားဖြတ်သန်းလျက် ရှိကြသည်။ ကြည့်၍ မငြိုး။ အရထိ အနီရောင်၊ ရွှေရောင်။ နေ့လယ် ငွေရောင်။ ညနေဆည်းဆာ ပန်းနုရောင်၊ ပုစွန်ဆီရောင်။ နက်ပြာည၊ စိန်ပြက်ည၊ စိမ်းမြည....။

မြင်ကွင်းများကို နောက်ခံကား ပြောင်းလဲ၍ တွေ့ရတတ်သည်။ နှစ်ကာလတို့သည် နောက်တွင် ကျန်ရစ်ကာ ကုန်လွန်ခဲ့ကြသော်လည်း ဖျတ်ခနဲ ဖျတ်ခနဲ မြင်တွေ့ခဲ့ရသော ပုံကားချပ်တို့မှာ စိတ်ကူးမှန်ရိပ်တွင် ပျောက်ကွယ်၍ မသွား။ တချို့ ပိုးတဝါး၊ တချို့ ထင်ရှား။



ခံစားမှုစိတ်မှန်သားတွင် ခွဲထင်နေသည်

စာပေ၊ အနုပညာနှင့် နိုင်ငံရေး နယ်ပယ်များမှ သဘောတရားရှင်ပုံကားချပ်များ

(သို့မဟုတ်)

ဦးဘောင်ဆန်း၊ သခင်ဗဟိန်း၊ အိုးဆေဦးဥပြု၊ ဦးတင်အေး(ရှမ်းပြည်)၊ ပါမောက္ခဦးမျိုးမင်း၊ ရှုမဝဦးကျော်၊ ဗန်းမော်တင်အောင်၊ တင့်တယ်၊ ဂျာနယ်ကျော်မမလေး၊ လင်းယုန်နီ၊ မြတ်ထန်၊ မလှကျော့၊ ဗဂျီအောင်စိုး၊ ဟေမာနေဝင်း တို့၏ ရုပ်ပုံလွှာ အဖွဲ့အဖွဲ့များ

ထိုပြင်

ဂရိတ်ဦးဖိုးစိန်၊ ရွှေညောင်၊ သူကြီးဂေဇက် ဦးခင်မောင်၊ ဦးခင်ဇော်၊ ဦးဖေမောင်တင်၊ သံအမတ်ကြီး ဦးမြစိန်၊ သံအမတ်ကြီး ဦးအုန်း၊ ပန်းချီဦးအုန်းလွင်၊ ပန်းချီဦးဘကြည်၊ ချစ်သူကွဲဦးဘညွန့်၊ စောင်ဦးဘသန်း၊ ဦးအလီ၊ ဒေါ်စောမြအေးကြည်၊ စန္ဒရာ့ချစ်ဆွေ၊ ချိုပြုံး၊ ဦးညို၊ အေဝမ်းဦးတင်မောင်၊ စတန့်မင်းသာ၊ ချစ်ဆွေကြီး၊ ကောလိပ်ဂျင်နေဝင်း တို့၏ ရုပ်ပုံကားချပ်များ

ယင်းတို့ကို စုစည်းထားသည့်

ဒဂုန်စာပေ

၏

ဖျတ်ခနဲ တွေ့ရသော ရုပ်ပုံလွှာ ကားချပ်များ

[အရွယ်ကြီး၊ ဆိုက်ကြီး၊ အတွင်းပုံများစွာဖြင့် နိုင်ငံခြားစက္ကူသုံး၍ ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်း]

(ပုဂံစာအုပ်တိုက်ထုတ် 'ရုပ်ပုံလွှာ' တွင် မပါရှိသည့် စာရများ)

ဆက်လက် ထုတ်ဝေမည့် စာအုပ်များ

- ဦးမြင့်ဆွေ စာတော်တော် ငါးရာငါးဆယ်
- အုန်းဦးထွန်းမြင့် ဂေါတမ ဗုဒ္ဓ
- မိမိရူ နောင်ကြီးမဲ့ အတွေးအခေါ်
- မိမိရူ နိုင်ငံရေး ဒဿန
- မိမိရူ ထေရကထာ
- မိမိရူ သားတော်ရာဟုလာ
- အညွန့်တာရာ ဖျတ်ခနဲ တွေ့ရသော ရုပ်ပုံလွှာ ကားချပ်များ
- ဦးနုအမြင့် ဝတ္ထုတိုပေါင်းချုပ်သစ်
- ခင်ပျို(မြန်မာပြန်) နိဗ္ဗာန်ဆရာ စာရေးဆရာများနှင့် သူတို့၏ ဝတ္ထုတိုများ(သုံးတွဲ)
- နောင်ထင် ဝတ္ထုတိုပေါင်းချုပ်
- နောင်ထင် ကမ္ဘာ့ ဝတ္ထုတိုများ
- နောင်တာခင်မောင်ဝင်း လူ့ ကိုယ်ကျင့်တရားနှင့် ဒဿနရှုထောင့်
- ဦးနုသန်းထွန်း ရှေးမြန်မာမင်းတို့၏ အဓိဋ္ဌာန်များ
- နောင်နယ် မိမိနှင့် စာရေးဆရာများ
- နောင်ခန့် လူ့သဘော လူ့သဘာဝ
- နောင်ဆီအိထွန်း လုပ်ငန်းအောင်မြင်ရေး လျှို့ဝှက်ချက်များ
- နောင်ညွန့် (Success Secrets by Mark H. Mc Cormack)
- နောင်ညွန့် အောင်မြင်ရေး အတွေးအမြင်ကြွယ်ဝချမ်းသာမှု ကျင့်စဉ်
- နောင်ရာများ (Here's Help! by M. R. Koppmeyer)
- နောင်ညို(ဘောဂဗေဒ) ရှိမ်းဂျွဲကံ(စံ)၏ ဝတ္ထုတိုများ
- နောင်နီ(တက္ကသိုလ်) ကိုယ့်နောက်က လိုက်နေသည့် ငွေ
- နောင်နီ(တက္ကသိုလ်) လှတောသား၏ စကားအလင်္ကာပေါင်းချုပ်
- နောင်နီ အိပ်မက်နှင့်ဖြူ ဝတ္ထုတိုစု
- နောင်နီ လွမ်းမောဖွယ် ကမ္ဘာ့စ
- နောင်နီ မရဏ အိပ်မက်တစ်ခု၏ မှတ်တမ်း
- နောင်နီ [Chronicle of Death Foretold by Gabriel Garcia Marquez]
- နောင်နီ နောင်တာခင်မောင်ညို ဆွေးတိုး၊ လူခြောက်နှင့် ကြောက်စရာ ရောဂါများ
- နောင်နီ အောင်သန်း(စိတ်ပညာ) ဆယ်ကျော်သက် စိတ်ပညာ
- နောင်နီ ခေါင်းဆောင်ကမ္ဘာ့ ရုပ်ပုံလွှာ