

အရောင်းရလျှော့စာအုပ်

Dr. Paul R. Timm.Ph.D.
**50- WAYS
TO WIN NEW CUSTOMERS**
ဖောက် သည် သစ် ရှာ ဖွေ နည်း
နိ သ ရည်း ၅၀



တက္ကသိုလ်မင်းသူ
B.A. (B.Litt); D.J.



ဒို့တာဝန်အရေးသုံးပါး

ပြည်ထောင်စုမပြိုကွဲရေး	ဒို့အရေး
တိုင်းရင်းသား စည်းလုံးညီညွတ်မှုမပြိုကွဲရေး	ဒို့အရေး
အချုပ်အခြာအာဏာ တည်တံ့ခိုင်မြဲရေး	ဒို့အရေး



တပ်မတော်ဖြိုခွဲသူ ဒို့ရန်သူ။

တပ်မတော်ဖြိုခွဲမည့်အကြံ ဒို့လက်မခံ။

ဘယ်သူခွဲခွဲ ဒို့မကွဲ အမြဲစည်းလုံးမည်။

နိုင်ငံတော်ဖွဲ့စည်းပုံအခြေခံဥပဒေပေါ်ပေါက်ရေးသည်

ပြည်ထောင်စုသားအားလုံး၏ ပဓာနကျသောတာဝန် ဖြစ်သည်။



ပြည်သူ့သဘောထား

- ◆ ပြည်ပအားကိုး ပုဆိန်ရိုး အဆိုးမြင်ဝါဒီများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ◆ နိုင်ငံတော်တည်ငြိမ်အေးချမ်းရေးနှင့် နိုင်ငံတော်တိုးတက်ရေးကို နှောင့်ယှက်ဖျက်ဆီးသူများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ◆ နိုင်ငံတော်၏ ပြည်တွင်းရေးကို ဝင်ရောက်စွက်ဖက် နှောင့်ယှက်သော ပြည်ပနိုင်ငံများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ◆ ပြည်တွင်းပြည်ပ အဖျက်သမားများအား ဘုံရန်သူအဖြစ် သတ်မှတ်ချေမှုန်းကြ။

ဒါရိုက်တာချုပ်

Dr. PAUL R. TIMM. Ph.D.

50 WAYS

TO WIN NEW CUSTOMERS

ပေါက်သည့်သစ်ရာဖွဲ့ရန်
နိဿရည်း ၅၀

တက္ကသိုလ်မင်းသူ
B.A. (B.Litt.); D.J.

ပုံနှိပ်မှတ်တမ်း

စာမူကြိုတင်ခွင့်ပြုချက်အမှတ် ၁၉၀/၂၀၀၁ (၃)
 မျက်နှာဖုံးကြိုတင်ခွင့်ပြုချက်အမှတ် ၁၉၆/၂၀၀၁ (၃)

ပုံနှိပ်ခြင်း

ပထမအကြိမ်၊ ၂၀၀၁-ခုနှစ်၊ မတ်လ၊
 အုပ်ရေ (၁၀၀၀)

မျက်နှာဖုံးပုံနှိပ်၊ အတွင်းပုံနှိပ်
 ပွင့်ဦးပုံနှိပ်တိုက်
 ဒေါ်နွဲ့နွဲ့ရီ၊ မြ (၀၂၉၃၄)
 အမှတ်-၆၅၊ ၁၃-လမ်း၊ ရန်ကုန်မြို့။

ထုတ်ဝေသူ

ဒေါ်ခင်နွဲ့ရင်၊ မြ (၀၁၆၃၄)
 အမှတ်-၁၈၈၊ ၃၈-လမ်း၊
 ကျောက်တံတားမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။

ကွန်ပျူတာစာပီ

နှင်းရွှေလီ

ဒီဇိုင်း

ဖေညွန့်ဝေ

စာအုပ်ချုပ်

စွယ်တော်

တန်ဖိုး

၄၀၀-ကျပ်

မာတိကာ

ပေါက်သည်မရရှိ၍ စီးပွားရေးကျဆုံးခြင်း

နှင့်

ပေါက်သည်သစ်ရှာဖွေနည်း နိဿရည်းများ

(ပမာဏ)

စီးပွားရေးဘာကြောင့် ဆုံးရှုံးရသလဲ

၃

အပိုင်း(၁)

ဆွဲဆောင်မှုပြုလုပ်ခြင်း

- ၁။ ကျေးဇူးသိတတ်သည့်စိတ်ဓာတ်ဖြင့် လုပ်ငန်းစတင်ပါ ၁၇
- ၂။ လူကိုချစ်တတ်သူကိုသာ အလုပ်တာဝန်ပေးပါ ၁၉
- ၃။ သင့်အဖွဲ့အစည်းတွင် မှန်ကန်သော
သဘောထားရှိပါရဲ့လား ၂၂
- ၄။ အကောင်းဆုံးကိုမျှော်လင့်ပါ။ မဆုံးဖြတ်ပါနှင့် ၂၆
- ၅။ သပ်ရပ်စွာဝတ်စားဆင်ယင်ပါ ၃၀

၆။ သင်၏လုပ်ငန်းဝန်းကျင် အသွင်အပြင်ကိုစစ်ဆေးပါ ၃၃

၇။ နည်းလမ်းကောင်းများ ရရှိရေးအတွက်
စုံစမ်းသူများအဖွဲ့ ဖွဲ့၍ ဆောင်ရွက်ပါ ၃၅

အပိုင်း(၂)

အစရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း

၈။ သင်၏အောင်မြင်မှုများကို လူများသိအောင်လုပ်ပါ ၃၉

၉။ နိုင်ငံသားကောင်း ပီသပါစေ ၄၁

၁၀။ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ စိတ်ကူးစိတ်သန်းများနှင့်
အကောင်းအထည်ဖော်မှုများ အမြဲရှင်သန်နေပါစေ ၄၃

၁၁။ ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာသစ်များကို
ကောင်းစွာအသုံးပြုပါ ၄၅

၁၂။ မိမိဖောက်သည် အစစ်အမှန်များကို သိအောင်လုပ်ပါ ၄၇

၁၃။ လုပ်ငန်းကံပြားပေးခြင်းထက်ပိုပါစေ ၅၀

၁၄။ ကြော်ငြာသည့်အခါ မိမိလုပ်ငန်း၏
သရုပ်သကန်ပေါ်လွင်ပါစေ ၅၃

၁၅။ သင်၏ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှု
အကြောင်းကို လူအများမြင်သာအောင် ပြသထားပါ ၅၅

၁၆။ ကုန်စည်ပြပွဲ၊ ပုံမှန်ဈေးစသည်တို့တွင် ပြသပါ	၅၇
၁၇။ စာအုပ်ထုတ်ဝေပါ	၆၀
၁၈။ ဖောက်သည်အလားအလာရှိသူများအား သင်ကြားပြသပေးပါ	၆၂
၁၉။ Yellow Page ခေါ် စီးပွားရေးလမ်းညွှန် စာအုပ်များတွင် ထည့်သွင်းပါ	၆၄
၂၀။ အခြားပစ္စည်းတစ်ခုနှင့်တွဲ၍ အရောင်းမြှင့်တင်ပါ	၆၆
၂၁။ သင်၏ဝန်ထမ်းများကို ကောင်းစွာလေ့ကျင့်ပေးပါ	၆၈
၂၂။ ချွတ်ယွင်းအားနည်းမှုရှိလျှင် ရဲဝံ့စွာပြုပြင်ပါ	၇၀
၂၃။ ဖောက်သည်ကျေနပ်မှုရှိအောင် ဆောင်ရွက်သူများကို ဂုဏ်ပြုပါ	၇၃
၂၄။ အလှူဒါနပြုပါ	၇၆

အပိုင်း(၃)

ဖိတ်ခေါ်ခြင်းနှင့်မက်လုံးပေးခြင်း

၂၅။ မကြာခဏလာရောက်သည့် ဖောက်သည်အားကူပွန် စာအုပ် သို့မဟုတ် အထူးကတ်ပြား ထုတ်ပေးထားပါ	၈၀
၂၆။ တစ်အိမ်တက်ဆင်း ရောင်းချသည့်နည်းကို စဉ်းစားအသုံးပြုပါ	၈၂
၂၇။ စာဖြင့်ဆက်သွယ်အကြောင်းကြားပါ	၈၄

- ၃၅။ မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
 (အဆင်ပြေမှုရှိအောင် ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း) ၁၁၅
- ၃၆။ ဖောက်သည်အဟန့်အတားဖြစ်စေမည့် အချက်များကို
 စိစစ်ဆောင်ရွက်ပါ ၁၁၇
- ၃၇။ ဖောက်သည်၏လိုအပ်ချက်ကို ကြိုတင်တွက်ဆပါ ၁၂၁
- ၃၈။ ဖောက်သည်များအား မိမိအိမ်ကဲ့သို့ ရင်းနှီးခံစားမှု
 ရှိပါစေ ၁၂၅
- ၃၉။ ကော်မရှင်ပေး၍ အရောင်းသမားထား ဆောင်ရွက်
 ခြင်းကို ရှောင်ရှားပါ ၁၂၇
- ၄၀။ သာမန်နားထောင်မှုထက် ပိုပါစေ ၁၂၉
- ၄၁။ သင်၏ရုံးခန်းအား ဖောက်သည်များနှင့် ရင်းနှီးမှု
 ရှိအောင် ဆောင်ရွက်ပါ ၁၃၂
- ၄၂။ နှုတ်စည်းကမ်းရှိအောင် ကြိုးစားပါ ၁၃၅
- ၄၃။ တယ်လီဖုန်းကို ကောင်းစွာအသုံးပြုပါ ၁၃၇

အပိုင်း(၅)

ကွန်ရက်ပြန်ရောင်းချခြင်း

- ၄၄။ ဆင့်ပွားဖောက်သည်ရရှိရေး စူးစမ်းမေးမြန်းပါ ၁၄၃
- ၄၅။ Girard ၏ နည်း ၂၅၀ ကို အမှတ်ရပါ ၁၄၆

၂၈။ ဖောက်သည်အလားအလာ ရှိသူများစာရင်းကို
ပြုစုထိန်းသိမ်းထားပါ

၈၈

အပိုင်း(၄)

ရှိရင်းခွဲဖောက်သည်ကိုထိန်းသိမ်းထားရှိခြင်း

- ၂၉။ ဖောက်သည်မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည် ဖောက်သည်ကျေနပ်မှုအတွက် သော့ချက်ဖြစ်သည် ၉၃
- ၃၀။ မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း (အပိုဆောင်းပေးခြင်း) ၁၀၄
- ၃၁။ မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း (ပြည့်စုံစွာရှင်းလင်းပြောကြားခြင်း) ၁၀၆
- ၃၂။ မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း (ပိုမိုမြန်ဆန်စွာဆောင်ရွက်ပေးခြင်း) ၁၀၈
- ၃၃။ မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း (မျှော်လင့်သည့်ဈေးထက် လျော့နည်းခြင်း) ၁၁၀
- ၃၄။ မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း (တစ်စုံတစ်ခုအပိုပေးခြင်း) ၁၁၃

အပိုင်း(၆)

ဆုံးရှုံးမည့်ဖောက်သည်အား ပြန်လည်ထိန်းသိမ်းခြင်း

- ၄၆။ သင့်ထံမှထွက်သွားသည့် ဖောက်သည်၏စကားကို
နားထောင်ပါ ၁၅၂
- ၄၇။ ဖောက်သည်ကောင်းများကို လက်မလွတ်ပါစေနှင့် ၁၅၄
- ၄၈။ တောင်းပန်းပါ ၁၅၉
- ၄၉။ သင်မည်သို့ဖြေရှင်းပြီးကြောင်း ပြောပြပါ ၁၆၁
- ၅၀။ ကျွန်တော်ကောင်းအောင် ဘယ်လိုလုပ်ရမလဲဟူသော
ထူးဆန်းသည့် မေးခွန်းကို မေးပါ ၁၆၃
- နိဂုံးအမှာစကား ၁၆၆

ဤစာအုပ်ရေးသားသူ
ဒေါက်တာပေါလ်အာရ်တင်း
(Dr. Paul R. Timm Ph.D)

Dr. Paul R. Timm သည် ဖေါက်သည် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း၊ လူ့ဆက်ဆံရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းတို့အပြင်၊ ကိုယ်တိုင်အုပ်ချုပ်မှုနည်းပညာ စသည့်အကြောင်းအရာများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ စာအုပ်ပေါင်း ၁၈-အုပ်နှင့်ဆောင်းပါးပေါင်း ၂၀-ကျော် ရေးသားခဲ့သူဖြစ်သည်။

သူသည် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စု၊ ဖလော်ရီဒါပြည်နယ် တက္ကသိုလ်မှ အဖွဲ့အစည်းများဆိုင်ရာ ဆက်ဆံရေးဘာသာရပ်တွင် ဒေါက်တာဘွဲ့ ရရှိခဲ့သူဖြစ်ပြီး၊ ယခုအချိန်တွင်မူ ဘရစ်ဟမ်ရမ်း တက္ကသိုလ် (**Brigham Young University**) တွင် ဆက်ဆံရေးဆိုင်ရာ အုပ်ချုပ်မှုဌာန၏ ဥက္ကဋ္ဌအဖြစ် တာဝန်ထမ်းဆောင်လျက် ရှိသည်။

သူသည် တက်ကြွသော အတိုင်ပင်ခံတစ်ဦး၊ ထို့ပြင် သင်

ကြားပေးသူတစ်ဦးအနေဖြင့် မြောက်အမေရိကတစ်ခွင်ရှိ၊ အဖွဲ့
အစည်းပေါင်းစုံမှ၊ လူထောင်သောင်းများစွာဖြင့် အလုပ်လုပ်ကိုင်ခဲ့
သူဖြစ်သည်။

သူသည် တစ်ကမ္ဘာလုံးသို့ ဖြန့်ချိခဲ့သည့် သင်တန်းပို့ချ
မှုဆိုင်ရာ ဝိဒီယိုအခွေ ၃-ခွေတွင် ကိုယ်တိုင်ရေးသား၍ ကိုယ်တိုင်
ပါဝင်ခဲ့သည်။ ယင်းတို့မှာ “ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်မှုလုပ်ငန်း၏
စွမ်းအင်” “အောင်မြင်စွာ ကိုယ်တိုင်အုပ်ချုပ်မှုနည်းပညာ”
နှင့် ယခု ဤစာအုပ်ဖြစ်သော “ဖောက်သည်သစ်ရှာဖွေနည်း
နိဿရည်း ၅၀” တို့ ပင်ဖြစ်သည်။

Dr. Paul R. Timm သည် “သင့်လုပ်ငန်းကယ်တင်
ရေးနည်းလမ်း ၅၀” အမည်ရှိ ထင်ရှားသော အသက်မွေးဝမ်း
ကြောင်းမှု ဆိုင်ရာ စာအုပ်ရေးသားခဲ့သူတစ်ဦးလည်း ဖြစ်ပေသည်။

ဘာသာပြန်သူ

မူရင်းစာရေးဆရာ၏

အမှာ

ကျွန်ုပ်သည် အဖွဲ့အစည်းအချို့၏ အနှစ်သာရပိုင်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ သူတို့၏လျော့ရိလျော့ရဲဖြစ်နေသော ပုံရိပ်သဏ္ဍန်များ ကိုမြင်ရသောအခါ များစွာအံ့ဩခြင်းဖြစ်ရပါသည်။

များစွာသော အဖွဲ့အစည်းတို့သည် ဖောက်သည်၏အရေး ပါမှုအကြောင်းကို များစွာအကျယ်ချဲ့ ပြောတတ်ကြပါသည်။ “ဖောက်သည်၊ သည် နံပါတ်တစ်” “ဖောက်သည်၊ သည်အမြဲမှန်ကန် သည်” ဟူသောကြွေးကြော်သံများကိုလည်း အသံကုန်ဟစ်၍ ကြွေးကြော်တတ်ကြပါသည်။

သို့သော် ယင်းကြွေးကြော်သံများအတိုင်း အကောင် အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်သည့် အဖွဲ့အစည်းမည်မျှရှိပါသလဲ။ များများမရှိပါ။

အနည်းအကျဉ်းသာ ရှိပါသည်။ မည်သို့ဆိုစေ လူများနှင့် ကုမ္ပဏီများကမူ ဖောက်သည်ရရှိမှုအပေါ် များစွာစိတ်ဝင်စားကြ

ပါသည်။ စင်စစ်ဖောက်သည်အပေါ် အလေးဂရုပြုသည်နှင့်အမျှ
ဖောက်သည်ကလည်း အံ့မခန်းကြီးမားသည့် ဆုလာဘ်များစွာကို
ပေးစွမ်းနိုင်ပါသည်။

ယခုဤစာအုပ်နှင့် ယခင်စာအုပ်ဖြစ်သော “ဖောက်သည်
ဆွဲဆောင်ဆောင်နည်း နိဿရည်း ၅၀” တို့သည်၊ ဖောက်သည်
ကျေနပ်မှုရရှိရေးအတွက် အခြေခံအကြောင်းတရားများ ဖြစ်သလို၊
စီးပွားရေး အောင်မြင်ခြင်း၏ စစ်မှန်သော အကြောင်းခြင်းရာများ
လည်း ဖြစ်ပါသည်။

ဤစာအုပ်ကို ဖတ်ရှုသည့်အခါ မိမိမျှော်မှန်းသည့်
ရည်မှန်းချက်တစ်ခုကို ပစ်မှတ်ထား၍၊ ဤစာအုပ်ပါ နိဿရည်း
၅ ခု၊ ၆ ခု မျှကို ရှေးဦးစွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်သင့်
ပါသည်။ နောက်လ၊ သို့ ရောက်သည့်အခါ၊ နောက်ထပ်နိဿရည်း
များကို ဆက်လက်အကောင်အထည်ဖော်သည့်စနစ်ကို ကျင့်သုံး
သင့်ပါသည်။

တစ်ချိန်တည်းတွင် မှတ်စုစာအုပ်ထား၍၊ အောင်မြင်မှု၊
မအောင်မြင်မှုကို မှတ်သားထားရပါမည်။ နည်းလမ်းသစ်များ ရရှိ

လျင်လည်း၊ လေ့လာမှတ်သား၍ လက်တွေ့ အသုံးချကြည့်သင့်
ပါသည်။ ယင်းသို့ ပြုလုပ်ခြင်းဖြင့် စဉ်ဆက်မပြတ်သော၊ ခိုင်မြဲ
သော၊ တိုးတက်မှုကို ရရှိရုံမက၊ လူကိုယ်တိုင်အတွက်ရော၊ အဖွဲ့
အစည်းအတွက်ပါ ကြီးမားသော အောင်မြင်မှုကို ရရှိလာမည်
ဖြစ်ပါသည်။

ဤနေရာတွင် စကားပုံတစ်ခုကို အမှတ်ရပါဟု ပြောလို
ပါသည်။ အခြားမဟုတ်ပါ။

“ဘုရားသခင်သည်၊ ငှက်များအတွက် အစားအစာကို
ဖန်တီးပေးပါသည်။ သို့ရာတွင် သူသည် အသိုက်အတွင်းသို့ ထည့်
ပေးခြင်းကား၊ မရှိပါ။”

ဤစာအုပ်သည်၊ ထူးခြားသော အောင်မြင်မှု တစ်စုံ
တစ်ခုအတွက်၊ လွယ်ကူမှုမရှိဟူသော အချက်ကို အသိအမှတ်
ပြုသူများ နှင့်၊ ယင်းပန်းတိုင်သို့ ခြေလျှင်ဖြစ်စေ၊ မရောက်၊ ရောက်
အောင်သွားမည်ဟု ဆုံးဖြတ်သူများအား၊ ရည်ညွှန်းပါသည်။

ဒေါက်တာ ပေါလ် အာရ်တင်း

(Dr. Paul R. Timm)

ဘာသာပြန်ဆိုသူ၏

အမှာ

ယခုဤစာအုပ်၏ ညီအစ်ကိုတော်ဟု ခေါ်လိုရသည့် “ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်နည်းနိဿရည်း ၅၀” စာအုပ်ကို ၁၉၉၉ ခုနှစ် နှစ်ကုန်ပိုင်းလောက်က ပထမအကြိမ်ထုတ်ဝေခဲ့ပါသည်။ ဈေးကွက် စီးပွားရေးနှင့် အညီအညွတ်ဖြစ်သည့် အလျောက်၊ ယင်းစာအုပ် သည် အရောင်းတွင်ကျယ်ခဲ့ရာ၊ ယခုဆိုလျှင် နှစ်ကြိမ် သုံးကြိမ်မျှ ရိုက်နှိပ်ခဲ့ရပြီးဖြစ်ပါသည်။

အချို့ကုမ္ပဏီများဆိုပါက မိမိတို့ဒါရိုက်တာ အဖွဲ့ဝင် များနှင့် ဝန်ထမ်းများဖတ်ရှုရန်အတွက်၊ စာပေတိုက်သို့ တိုက်ရိုက် မှာကြားဝယ်ယူမှုများရှိရာ၊ ယင်းသို့တိုက်ရိုက် ဆက်သွယ်ဝယ် ယူသည့် အရေအတွက်သည်ပင် မနည်းလှပါ။

သို့ရာတွင် ကျွန်ုပ်တို့၏စီးပွားရေးဈေးကွက်သည် ဖောက်သည် အပေါ်ဥပေက္ခာပြုမှုများမှာ အချို့အစိတ်အပိုင်း များတွင်၊ ရှိမြဲရှိနေသေးသည်ကို ဝမ်းနည်းဖွယ်ရာ တွေ့ရပါသည်။

အပြုသဘောဖြင့် ဥပမာတစ်ခုပြုပါမည်။

ရန်ကုန်မြို့လမ်းကြီးလမ်းကျယ်တစ်ခုတွင် စာအုပ်စာပေ မျက်နှာဖုံးများကို ကာလာခွဲ၍ ဖလင်ထုတ်သည့်လုပ်ငန်း ဌာန

ဘာသာပြန်ဆိုသူ၏

အမှာ

ယခုဤစာအုပ်၏ ညီအစ်ကိုတော်ဟု ခေါ်လိုရသည့် “ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်နည်းနိဿရည်း ၅၀” စာအုပ်ကို ၁၉၉၉ ခုနှစ် နှစ်ကုန်ပိုင်းလောက်က၊ ပထမအကြိမ်ထုတ်ဝေခဲ့ပါသည်။ ဈေးကွက် စီးပွားရေးနှင့် အညီအညွတ်ဖြစ်သည့် အလျောက်၊ ယင်းစာအုပ် သည် အရောင်းတွင်ကျယ်ခဲ့ရာ၊ ယခုဆိုလျှင် နှစ်ကြိမ် သုံးကြိမ်မျှ ရိုက်နှိပ်ခဲ့ရပြီးဖြစ်ပါသည်။

အချို့ကုမ္ပဏီများဆိုပါက မိမိတို့ဒါရိုက်တာ အဖွဲ့ဝင် များနှင့် ဝန်ထမ်းများဖတ်ရှုရန်အတွက်၊ စာပေတိုက်သို့ တိုက်ရိုက် မှာကြားဝယ်ယူမှုများရှိရာ၊ ယင်းသို့တိုက်ရိုက် ဆက်သွယ်ဝယ် ယူသည့် အရေအတွက်သည်ပင် မနည်းလှပါ။

သို့ရာတွင် ကျွန်ုပ်တို့၏စီးပွားရေးဈေးကွက်သည် ဖောက်သည် အပေါ်ဥပေက္ခာပြုမှုများမှာ အချို့အစိတ်အပိုင်း များတွင်၊ ရှိမြဲရှိနေသေးသည်ကို ဝမ်းနည်းဖွယ်ရာ တွေ့ရပါသည်။

အပြုသဘောဖြင့် ဥပမာတစ်ခုပြပါမည်။

ရန်ကုန်မြို့လမ်းကြီးလမ်းကျယ်တစ်ခုတွင် စာအုပ်စာပေ မျက်နှာဖုံးများကို ကာလာခွဲ၍ ဖလင်ထုတ်သည့်လုပ်ငန်း ဌာန

တစ်ခုသည်၊ မိမိနမူနာထုတ်တော့တစ်မျိုး၊ ဖလင်ခွဲတော့တစ်မျိုးဖြင့် ပေါ့ဆသည့်အမှားအယွင်း တစ်ခုပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ယင်းကို မသိပဲ အလုပ်ရှင်က ပုံနှိပ်သူကိုအပ်ရာ၊ ပုံနှိပ်သမားကလည်း လုပ်ငန်းအပ် သူပေးသည့်နမူနာအတိုင်း မဖြစ်သည်ကို သိလျက် နှင့် ပြန်လှန်မေး မြန်းစိစစ်မှုမရှိပဲ (ဖောက်သည်ကို လေးစားစိတ် မရှိပဲ) ပြီးဆုံးသည် အထိရိုက်နှိပ်ရာ၊ အလွန်မနှစ်မြို့ဘွယ်ကောင်းသည့်အမှားတစ်ခု ပေါ်ပေါက်ခဲ့သည်။

နောက်ဆုံးစိစစ်တော့ နှစ်ဦးလုံးတွင် တာဝန်ရှိကြောင်း ပေါ်လွင်သည်။ သို့သော် မည်သူကမှတာဝန်ယူကြောင်း၊ တောင်းပန်ကြောင်းစကားမဆို၊ တစ်နပ်စားစီးပွားရေး အကျင့် အကြံမျိုးကို ဖက်တွယ်ပြီး သူ့ကြောင့်ငါ့ကြောင့်ဟု အငြင်းပွားရင်း လုပ်ငန်း အပ်သူမှာ နစ်နာမှုနှင့်ကြုံရလေသည်။

ပထမစာအုပ်ဖြစ်သည့် “ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်နည်း နိဿရည်း၅၀” စာအုပ်၊ စာမျက်နှာ ၂၄ တွင် “စိတ်ပျက်သွားသည့် ဖောက်သည်တစ်ယောက်၏ ဆင့်ပွားအကျိုးသက်ရောက် မှုသည်၊ လူပေါင်း ၆၇ ဦးအထိ၊ မကောင်းသတင်းကို သယ် ဆောင်သွားနိုင် သည်ဟုဆိုရာ၊” ယင်းနည်းစနစ်အရဆိုပါက ရေရှည်တွင်မိမိ စီးပွားရေးမည်မျှ ထိခိုက်နိုင်ကြောင်း သတိပြုသင့်လှပေသည်။

ဖော်ပြပါစာအုပ်နိဿရည်း ၂၁ တွင် “ဖောက်သည်သစ်

တစ်ယောက်ရရှိရန် မည်မျှကုန်ကျစရိတ် ကြီးမားပါသလဲ၊ ထို့ကြောင့် ဆုံးရှုံးတော့မည့်ဖောက်သည်တစ်ယောက်ကို ဘာကြောင့် မကယ် တင်သင့်သလဲ” ဟူသော ဆွေးနွေးချက်ကို ဖတ်မိလျှင် လည်း ထိုလုပ်ငန်းလုပ်သူတို့သည် (မိမိလုပ်ငန်းအပေါ် တကယ် အလေးထားလျှင်၊ တစ်နည်း မိမိ၏ဖောက်သည် အပေါ်အမှန် လေးစားလျှင်) မည်မျှနောင်တကြီးစွာ ရလိမ့်မည်လဲဟု စဉ်းစားတွယ်ဖြစ်ပါသည်။

ယခုစာအုပ်ဖြစ်သည့် “ဖောက်သည်သစ်ရှာဖွေနည်း နိဿရည်း၅၀” ၏ နည်း၂၂ ကို လည်းကြည့်ပါ။ “ချွတ်ယွင်းအား နည်းမှုရှိလျှင် ရဲဝံ့စွာပြုပြင်ပါ” ဟူသော အကြံပြုချက်သည်၊ ရေရှည် စီးပွားရေးကို မျှော်မှန်းသူတိုင်းအတွက်၊ ရှေ့ဆောင်လမ်းပြ ဖြစ်သည်။ နိဿရည်း ၄၈ “တောင်းပန်ပါ” ဟူသောခေါင်းစဉ် အောက်တွင် “တောင်းပန်ခြင်းကြောင့်၊ ဖောက်သည်၏အပြုစိတ်ကို ပြန်လည်ရရှိ ရန်မျှော်လင့်နိုင်သော်လည်း၊ တောင်းပန်ခြင်းမပြု လျှင်မူ၊ သင်ဘာ ကိုမျှ မျှော်လင့်ရန် အကြောင်းမရှိချေ” ဟူ၍ ဖော်ပြထားရာ တစ်နပ်စါး စီးပွားရေးသမားများ မှတ်သားတွယ် ကောင်းလှပါသည်။

ယခုကဲ့သို့ ရေးသားခြင်းမှာ မကောင်းမြင်သဘောကို ရှုမြင် စေလို၍မဟုတ်၊ မြန်မာ့စီးပွားရေးတစ်ခုလုံး၊ အတွေးအခေါ်

ဟောင်းမှသည် ခေတ်သစ်တစ်ခုဆီသို့၊ ပြောင်းလဲတိုးတက်စေ
လိုသော စိတ်စေတနာအရင်းခံဖြင့် ထောက်ပြဆွေးနွေးခြင်းသာ
ဖြစ်သည်ဟု ရှုမြင် စေလိုပါသည်။

စီးပွားရေးလုပ်သူမှန်သမျှ၊ တစ်နည်းဖောက်သည်နှင့်
မကင်းသူမှန်သမျှ၊ ဤ “ဖောက်သည်သစ်ရှာဖွေနည်း” စာအုပ်ကို
လည်း၊ ဖတ်ကြည့်ပါဟု တိုက်တွန်းလိုပါသည်။

ပထမခေါင်းစဉ်ကြီးတွေကို အရင်ကြည့်ပါ။ “ဆွဲဆောင်
မှုပြုလုပ်ခြင်း” “အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း” “ဖိတ်ခေါ်ခြင်းနှင့် မက်လုံး
ပေးခြင်း” “ရှိရင်းစွဲဖောက်သည်ကို ထိမ်းသိမ်းထားရှိခြင်း”
“ကွန်ရက်ဖြန့်ရောင်းချခြင်း” “ဆုံးရှုံးမည့်ဖောက်သည်အား
ပြန်လည်ထိန်းသိမ်းခြင်း”

သင့်လုပ်ငန်းနှင့် တစ်ခုမျှဖြစ်စေ၊ အသုံးတည့်မည့် အ
ကြောင်းအရာကို မလွဲမသွေ တွေ့ရပါလိမ့်မည်။ သည့်နောက်
နိဿရည်းတစ်ခုစီကို အကြမ်းဖျင်းမျှဖြစ်စေ၊ လှန်လှောကြည့်ပါ။
နိဿရည်း ၁ တွင် “ဖောက်သည်များကို ရွှေတွင်းကြီးများသဖွယ်
သဘောထား၍ ကောင်းမွန်စွာဆက်ဆံပါ” ဟူသော စကား
တစ်ခွန်းတည်းကပင်၊ မည်မျှတန်ဖိုးရှိကြောင်း သတိပြုဆင်ခြင်
မိမည် ဖြစ်ပါသည်။

နိဿရည်း ၂ “လူကိုချစ်တတ်သူကိုသာ တာဝန်ပေးပါ”။

နိဿရည်း ၄ “အကောင်းဆုံးကို မျှော်လင့်ပါ။ မဆုံးဖြတ်ပါနှင့်”

နိဿရည်း ၂၁ “သင်၏ဝန်ထမ်းများအား ကောင်းစွာလေ့ကျင့်ပေးပါ” ဟူသော နိဿယများသည်လည်း လူ့အခန်းကဏ္ဍ၏ အရေးပါမှုကို ဖော်ပြသော အကြံပြုချက်များဖြစ်ပေသည်။

ဤလောကတွင် လူသည်အရေးပါဆုံးဖြစ်ရာ၊ လူကိုမချစ်တတ်ပဲ၊ လူကိုလေးစားရမှုန်းမသိပဲ၊ လူ့ဆက်ဆံရေးသည် အစစအရာရာ၏ အထွတ်အထိပ်ဖြစ်သည်ဟူသော သဘောသဘာဝကို နားမလည်ပဲ၊ လုပ်သည့်စီးပွားရေးသည် အနှစ်သာရမပါ။ အကာသက်သက်ဖြင့် မကြာမီချည့်နဲ့ပြိုလဲမည့် စီးပွားရေးသာ ဖြစ်လိမ့်မည်ဟု ဆိုလိုခြင်းဖြစ်ပေသည်။

ချုပ်၍ဆိုရလျှင် ဤစာအုပ်ပါ နည်းလမ်းများသည် လွယ်ကူပြီးသဘာဝကျသည့် နည်းလမ်းများဖြစ်သည်။ တစ်ချိန်တည်းတွင် ပညာသားပါပြီး စံတင်လောက်သည့် နိဿယများလည်းဖြစ်ရုံမက၊ အကောင်အထည်ဖော်ရာတွင်လည်း၊ ငွေကုန်ကြေးကျသက်သာသည်နှင့်အမျှ၊ အကျိုးကျေးဇူးအရာတွင်မူ အဖိုးအနုဂ္ဂကြီးမားလှသည့် နိဿယများဖြစ်သည်ဟု ယုံကြည်စိတ်ချစွာဖြင့် လိုက်နာ ကျင့်သုံးကြပါဟု တင်ပြလိုပါသည်။

တစ်ချိန်တည်းတွင်

“စီးပွားရေးမှန်သမျှကို အကြီးအကျယ်ဆုံးနှင့် တစ်ခု

တည်းသော ဒီဝိန်ချုပ်စေသည့် အရာမှာ ဖောက်သည်မရရှိမှုပင်
ဖြစ်သည်” ဟူသော အဆိုကိုလည်း နှစ်နှစ်ကာကာ ယုံကြည်သင့်
ပါသည်ဟု ဖော်ပြလိုပါသည်။

“ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်နည်း” နှင့် ယခု “ဖောက်သည်သစ်
ရှာဖွေနည်း” စာအုပ်နှစ်အုပ်သည် သင့်ဘဝတစ်သက်တာ အသက်
မွေးဝမ်းကြောင်းအတွက် အမှန်ပင် မီးရှူးတန်ဆောင် ဖြစ်ပါ
လိမ့်မည်။

၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဒီဇင်ဘာ ၁၀ ရက် တက္ကသိုလ်မင်းသူ

ပေါက်သည်မရရှိ၍ ၊ စီးပွားရေး ကျဆုံးရခြင်း
နှင့်

ပေါက်သည်သစ် ဌာပေ့ရည်း နိဿရည်းများ

(ပဏာမ)



မြို့ကျော်သူစာပေ

စီးပွားရေးဘာကြောင့်ဆုံးရှုံးရသလဲ

၁။ ဖေါက်သည်လုံလောက်စွာမရရှိမှု ၈၀ ရာခိုင်နှုန်း

၂။ မှန်ကန်သောဖေါက်သည်မရရှိမှု ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း

၃။ မှန်ကန်သောကုန်ပစ္စည်းမဖြစ်မှု ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း

အောက်ဖော်ပြပါဖြစ်စဉ်များတွင်
မည်သည့်ဈေးကွက်များရှိနေပါသလဲ

ဖြစ်စဉ် ၁

ဂျွန်နှင့်မေရီ (Jon and Marie)သည် စီးပွားရေး
လုပ်ငန်းတစ်ခု စတင်လုပ်ကိုင်ရန် ဆုံးဖြတ်ခဲ့ကြသည်။ သူတို့
နှစ်ဦးလုံးသည် စာဖတ်ဝါသနာပါသူများဖြစ်သည့်အလျောက်၊
စာအုပ်ဆိုင်တစ်ဆိုင်ဖွင့်ကြသည်။

သူတို့သည် ထုတ်ဝေသူများနှင့် ဆက်သွယ်၍၊ သူတို့
ရောင်းချလိုသည့် စာအုပ်အမျိုးအစားများကို ရွေးချယ်ကြသည်။
ထို့နောက်သူတို့ကုမ္ပဏီ၏အမည်ကိုတတ်သည်။

စီးပွားရေးဘာကြောင့်ဆုံးရှုံးရသလဲ

၁။ ဖေါက်သည်လုံလောက်စွာမရရှိမှု ၈၀ ရာခိုင်နှုန်း

၂။ မှန်ကန်သောဖေါက်သည်မရရှိမှု ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း

၃။ မှန်ကန်သောကုန်ပစ္စည်းမဖြစ်မှု ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း

အောက်ဖော်ပြပါဖြစ်စဉ်များတွင်
မည်သည့်ဓါးယွင်းချက်များရှိနေပါသလဲ

ဖြစ်စဉ် ၁

ဂျွန်နှင့်မေရီ (Jon and Marie)သည် စီးပွားရေး
လုပ်ငန်းတစ်ခု စတင်လုပ်ကိုင်ရန် ဆုံးဖြတ်ခဲ့ကြသည်။ သူတို့
နှစ်ဦးလုံးသည် စာဖတ်ဝါသနာပါသူများဖြစ်သည့်အလျောက်၊
စာအုပ်ဆိုင်တစ်ဆိုင်ဖွင့်ကြသည်။

သူတို့သည် ထုတ်ဝေသူများနှင့် ဆက်သွယ်၍၊ သူတို့
ရောင်းချလိုသည့် စာအုပ်အမျိုးအစားများကို ရွေးချယ်ကြသည်။
ထို့နောက်သူတို့ကုမ္ပဏီ၏အမည်ကိုတတ်သည်။

သူတို့သည် ဆိုင်တစ်နေရာကို ငှားရမ်းပြီး၊ ဆိုင်းဘုတ် လှလှတစ်ခုတင်သည်။ ပြီးလျှင် သတင်းစာတွင် ကြော်ငြာထည့်၍ စာအုပ်တွေ့နောက်မှာထိုင်စောင့်ကြလေသည်။

အကောင်းဆုံးစာအုပ်များ ဝယ်ယူရန် ဖောက်သည်များ သည်၊သူတို့ဆိုင်သို့ ဥဒဟိုရောက်ရှိလာကြလိမ့်မည်ဟူ၍လည်း မျှော်လင့်ကြသည်။

လ အတန်ကြာအောင် နံနက် ၉ နာရီ မှ ည ၉ နာရီ အထိ ထိုင်သော်လည်း၊ ဝှန် နှင့် မေရီသည် သူတို့ မျှော်မှန်းသလို အလုပ်မဖြစ်ကြောင်း သိရှိလာလေသည်။

သူတို့ဆိုင်သည် ဖောက်သည်အနည်းငယ်မျှသာ ရရှိလေသည်။

ဖြစ်စဉ် ၂

စင်ဒရာ နှင့် ရာဖ် (Sandra and Ralph) က မူ တစ်မျိုး တစ်ဘာသာဖြစ်သည်။ သူတို့သည် ဖက်ဖရက်ဒီ(Fat Freddy) ဟမ်ဘာဂါစားသောက်ဆိုင်၏ သဘောတူညီချက်ကို ရယူပြီး၊ ဟမ်ဘာဂါဆိုင်တစ်ဆိုင် ဖွင့်ကြသည်။

သူတို့အား ဖက်ဖရယ်ဒီလုပ်ငန်းရှင်များက အကောင်းဆုံးသော သင်တန်းများပေးခဲ့ကြသည်။ ထို့နောက် ကုန်ကျစရိတ်



ကို လျော့ချ၍ အကျိုးအမြတ်ရရှိအောင် မည်သို့ ပြုလုပ်ရမည်တို့ကို ကောင်းစွာ သင်ကြားပေးသည်။

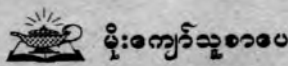
သို့ရာတွင် လမ်းတစ်ဘက်ရှိ၊ ဝင်ဒယ် (Wendel)၏ ဟမ်ဘာဂါ ဆိုင် နှင့် မည်သို့မည်ပုံယှဉ်ပြိုင်ရောင်းရမည်ဆိုသည်ကို မူ သူတို့ကောင်းစွာ မသိချေ။

သို့ဖြင့် ဝင်ဒယ်၏ဆိုင်သို့ ဖေါက်သည်များ လူးလှိမ့် ဝင်လာသည့်အချိန်တွင်၊ စင်ဒရာနှင့် ရှာဖွေတို့၏ ဟမ်ဘာဂါ များသည် အရောင်းစင်များပေါ်တွင် ပုပ် သိုးကုန်ကြလေသည်။

ဖြစ်စဉ် ၃

လင်း(Lynn) ၏ ပြဿနာကလည်း တစ်မျိုးဖြစ်သည်။ သူမ၏ ကုန်မျိုးစုံဆိုင်သည် ပထမ ၆ နှစ်လောက်က၊ အရောင်းအဝယ် အလွန်ကောင်းခဲ့သည်။ သို့ရာတွင် ဂေါ်လီဝါးလ် (Wally World) ခေါ် အလွန်ကြီးမားသည့် ကုန်စုံဆိုင်ကြီးတစ်ဆိုင်၊ သူတို့အနီးတွင် လာရောက်ဖွင့်လှစ်သော အခါ ၊ အခြေအနေမှာ တစ်မျိုးတစ်ပုံပြောင်းလဲသွားခဲ့လေသည်။

ဂေါ်လီဝါးလ်သည် အလွန်ကြီးမားသည့် ကုန်ပစ္စည်းမျိုးစုံကို အလွန်သက်သာသည့်ဈေးဖြင့် ရောင်းချရာတွင်၊ နာမည်



ကြီးသည့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုဖြစ်သည်။ သူသည် ပြိုင်ဘက်များ နှင့် ယှဉ်ပြိုင်ရာတွင် အလွန်အောင်မြင်သည့် အတွက်ယှဉ်ပြိုင်သူမှန် သမျှကို။ ကုန်သည်သင်္ချိုင်းသို့ ပို့ခဲ့သူဖြစ်သည်။

သို့ဖြစ်ရာ လင်း၏ စတိုးဆိုင်သေးသေးကလေးသည် ဆိုင် ဘီလူးကြီးနှင့် မည်သို့ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်ပါမည်နည်း။

ဖြစ်စဉ် ၄

နောက်ဆုံး တွန် (Tom)၏ အခြေအနေကို ကြည့်ကြည့်စို့။ သူသည် လူသိများသည့် ရုံးသုံးပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်သည့် ကုမ္ပဏီ တစ်ခု၏ အရောင်းကိုယ်စားလှယ်ဖြစ်သည်။

သူ၏ ပစ္စည်းများ အထူးသဖြင့် ကွန်ပျူတာဆော့ဝဲယား (Computer Software) များ ရောင်းချရမှုမှာ အများအပြား ကျဆင်းလျက်ရှိသည်။ ဖောက်သည်များကမူ အရောင်းအဝယ် မကောင်း၍ ဟု အကြောင်းပြကြသည်။ သူကမူ ဖောက်သည် များသည် အခြားတစ်နေရာရာမှ ဝယ်ယူနေကြသည်ဟု သံသယ ဖြစ်သည်။

မည်သူကမှ သူ့ကို အမှန်အတိုင်း မပြောကြချေ။ သူတို့ သည် စင်စစ် တွန်၏အဓိကပြိုင်ဘက်ထံမှ ပိုမိုကောင်းမွန်သော



ဝန်ဆောင်မှုကို ရရှိနေကြလေသည်။

ထို့ကြောင့် ဖေါက်သည်များသည် တွန်၏ အဓိကပြိုင်ဘက်ထံသို့ သွားနေကြခြင်း ဖြစ်ပေသည်။

ချမှတ်ရမည့် အဓိဋ္ဌာန် ၄ - ရပ်

အထပ်ဖော်ပြပါတို့သည် လက်လီ အရောင်းသမားများ တွေ့ကြုံရသည့် ဒုက္ခများအနက်မှ အချို့သာ ဖြစ်သည်။ ယင်းသို့ဖေါက်သည်မရရှိခြင်းသည်၊ စီးပွားရေးတွင် ရေသောက်မြစ် မရရှိခြင်းပင်ဖြစ်ရာ ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှန်သမျှ ကျဆုံးခြင်း၏ အကြောင်းရင်း ဖြစ်ပေသည်။

တစ်နည်းဆိုသော် စီးပွားရေး မှန်သမျှကို အကြီး အကျယ် ဆုံး နှင့် တစ်ခုတည်းသော ဇီဝိန်ချုပ်စေသည့် အရာမှာ ယင်း ဖေါက်သည်မရရှိမှု ပြဿနာပင် ဖြစ်ပေသည်။

ဖေါက်သည်များသည် သင် နှင့် စီးပွားရေးလုပ်ရန် ၊ စဉ်းစားမှုပင် မပြုကြခြင်း ၊ တစ်ကြိမ်နှစ်ကြိမ်မျှဖြစ်စေ ၊ သင်နှင့် စီးပွားရေး မလုပ်ခြင်းတို့ကြောင့်ဖြစ်သည်။ စင်စစ်တစ်ကြိမ် နှစ်ကြိမ် မဟုတ် ၊ သင်နှင့်ရေရှည်စီးပွားရေး လုပ်သူများရှိရပေမည်။ သို့မှသာ သင့်စီးပွားရေးသည် အောင်မြင်သည်ဟု တံဆိပ် ခတ်နိုင်နိုင်မည် ဖြစ်ပေသည်။

ထို့ကြောင့် ဤစာအုပ်ပါ နည်းလမ်းများကို သင်ကျင့်သုံးကြည့်ပါ။ ထိုအခါ ဖောက်သည်ရရှိမှုတွင် သင်သည် အခြားသူများထက် နှစ်များစွာ ရှေ့သို့ရောက်နေသည်ကို တွေ့ရပါလိမ့်မည်။

ဤနည်းလမ်းများသည် ရိုးရိုးသာဖြစ်ပါသည်။ သို့ရာတွင် မလွယ်ကူဟုလည်း ဆိုနိုင်ပါသည်။ ယင်းတို့ကို မည်သည့် အဖွဲ့အစည်းမျိုးတွင် မဆို အသုံးပြုနိုင်ပါသည်။

ထို့ကြောင့် သင် အမှန်တကယ် အောင်မြင်လိုပါက အောက်ဖော်ပြပါ အဓိဋ္ဌာန် ၄-ရပ်ကို ချမှတ်ရန်သာ ရှိပါသည်။
ယင်းတို့မှာ -

- ၁။ အောင်မြင်ရေးနည်းစနစ်များ အမှန်တကယ်ရှိသည်ဟု ယုံကြည်ခြင်း။
- ၂။ နည်းလမ်းသစ်များကို ကျင့်သုံးရန် စိတ်အားထက်သန် မှု ရှိခြင်း။
- ၃။ အသေးအဖွဲ့များအပေါ် ဝရပြုခြင်း။
- ၄။ နည်းလမ်းများကို စဉ်ဆက်မပြတ်ကျင့်သုံးခြင်း။

အတိုချုပ်မှာ အမြင့်ဆုံးသော အကျိုးအမြတ်ရရှိရေးအတွက်၊ ဖောက်သည်နှစ်ဆါသုံးဆတိုးပွားစေရန် မည်သို့ပြုလုပ်ရမည်ကို ဤစာအုပ်က သင့်အားညွှန်ပြသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

မည်သည့် စီးပွားရေးဗျူဟာကို ကျင့်သုံးမည်လဲ

ကျွန်ုပ်တို့သည် ဤစာအုပ်ပါ အသေးစိတ်နည်းစနစ်များကို မလေ့လာမီ ၊ ပိုမိုကျယ်ပြန့်သည့် အတွေးအခေါ် ပိုင်းတစ်ခုသို့ ဦးစွာ သွားသင့် ပါသည်။ ယင်းမှာ အခြားမဟုတ် စီးပွားရေးတစ်ခုလုံးကို ခြုံငုံရုပ်လုံးဖော်သည့် စီးပွားရေးနည်းဗျူဟာပင် ဖြစ်ပါသည်။

၁၉၉၀ ပြည့်နှစ်များမှစ၍ ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွင် နည်းဗျူဟာ နှစ်ခုရှိသည့်အနက် တစ်ခုကိုသာ ရွေးချယ်လုပ်ကိုင်သင့်သည်ဟု စီးပွားရေးပါရဂူများက သဘောတူညီခဲ့ကြပါသည်။

နည်းဗျူဟာ တစ်ခုမှာ **High Quality, High Service (HQ/HS)** ဟုခေါ်ဆိုသော အရည်အသွေးမြင့်မားသည့် ပစ္စည်းသို့မဟုတ် အဆင့်မြင့်သည့် ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း လုပ်ငန်းမျိုးကို လုပ်ကိုင်သည့်နည်းဗျူဟာ ဖြစ်ပါသည်။

နောက်တစ်မျိုးမှာ **Low-cost Provider (LCP)** ဟုခေါ်သည့် တန်ဖိုး နည်းသော ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှု ပေးခြင်း လုပ်ငန်းမျိုး လုပ်ကိုင်ခြင်းကို ဆိုလိုပါသည်။

ယင်းနှစ်မျိုးအနက် တစ်မျိုးမျိုးကို လုပ်ကိုင်မည်ဆိုပါက အောင်မြင်နိုင်ပါသည်။ သို့ရာတွင် လေန့်နှစ်ဖက်နင်းလျှင်မူ



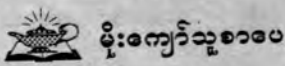
သေချာပေါက် ရုံးနိမ့်မည် ဖြစ်ပါသည်။

အကောင်းဆုံး ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့် စတိုးဆိုင်ကြီးများ သည် တစ်နှစ်ထက်တစ်နှစ်ကြီးပွား တိုးတက်နေသည်ကို မြင် တွေ့နိုင်ပါသည်။ သူတို့သည် လုံးဝ အလှည့်အပြောင်း မရှိဟူ ချ်ကား မဆိုလိုပါ။ သို့ရာတွင် အကောင်းဆုံး အရည်အသွေး နှင့် ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း (HQ/HS) နည်းဗျူဟာကို ကျင့်သုံးနေ သမျှ ရေရှည်တွင် အောင်မြင်နေမည်သာ ဖြစ်ပါသည်။

ထိုနည်းတူ တန်ဖိုးနည်း လုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်သူများ သည် လည်း၊ ယင်း (LCP) နည်းဗျူဟာကို ကျင့်သုံးနေသမျှ အောင်မြင် မည်သာ ဖြစ်ပါသည်။

အကောင်းဆုံး အရည်အသွေး နှင့် ဝန်ဆောင်မှု ပေးသူ များသည် အကောင်းဆုံးဈေးကို တောင်းခံနိုင်ကြသည်။ ဖောက် သည်များကလည်း အကောင်းဆုံးဈေးကို လိုလိုလားလား ပေးကြရုံမက၊ ထိုက်တန်သည်ဟု ချီးကျူးကြသည်။ တန်ဖိုးနည်း သမားများကမူ ၊ ပစ္စည်းပမာဏ ၊ လုပ်ငန်းပမာဏ များပြားမှုကို သာ ဦးတည်ကြရလေသည်။

မည်သို့ဆိုစေ ပုံမှန်အရည်အသွေးရှိသော ပစ္စည်းကို ပုံမှန်ဈေး ၊ ပုံမှန်ဝန်ဆောင်မှုဖြင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်လျှင်မူ သင်သည် အရှုံးနှင့်သာရင်ဆိုင်ရပေလိမ့်မည်။



ထို့ပြင် တန်ဖိုး နည်း ၊ နည်းဗျူဟာသည် နေရာတိုင်းတွင် ကျင့်သုံး၍ မရသည်ကိုလည်း သတိပြုသင့်ပေသည်။ ဥပမာ ကျန်းမာရေး စောင့်ရှောက်မှု လုပ်ငန်းမျိုးနှင့် ငွေကြေးဆိုင်ရာ အဖွဲ့အစည်းများတွင် တန်ဖိုးနည်း ၊ နည်းဗျူဟာသည် အကျိုး ဝင်ခြင်း မရှိချေ။

ထို့ကြောင့် သင်သည် မည်သည့်နည်းဗျူဟာကို ကျင့်သုံး မည်ဟု ဦးစွာ ဆုံးဖြတ်ရပါမည်။ အကယ်၍ သင်သည်အကောင်း ဆုံး အရည်အသွေး နှင့် အကောင်းဆုံး ဝန်ဆောင်မှုနည်းဗျူဟာ (HQ/ HS) ကို ရွေးချယ်မည်ဆိုပါက ဤစာအုပ်သည် သင့်ကို ထူးခြားစွာ ကူညီမှုပြုပါလိမ့်မည်။

အကယ်၍ သင်သည် တန်ဖိုး နည်းပစ္စည်း သို့မဟုတ် တန်ဖိုး နည်းဝန်ဆောင်မှု (LCP) နည်းဗျူဟာကို ရွေးချယ်သည် ဆိုလျှင်မူ ဤစာအုပ်က အကျိုးပြုနိုင်မည်မဟုတ်ပါ။ ထို့ကြောင့် သင်ဝယ်ထားမိလျှင် ပြန်ရောင်းပစ်ပါဟူ၍သာ တိုက်တွန်းပါရစေ။

ဖေါက်သည်ရရှိနိုင်သည့်နည်းလမ်းများ

ဖေါက်သည်ရရှိရန်မှာ အဆင့်ဆင့်သော နည်းလမ်းများ ရှိပေသည်။ ပထမဦးစွာ ကျွန်ုပ်တို့၏ အရည်အသွေးမြင့်မားသော ပစ္စည်း သို့မဟုတ် အကောင်းဆုံးဝန်ဆောင်မှုကို ပြသနိုင်ရန်



ဖောက်သည်ရှိရမည်။ ယင်းဖောက်သည်ရရှိနိုင်သည့် နည်းလမ်းမှာ
၆-မျိုးရှိသည်။

၁။ ဆွဲဆောင်မှုပြုခြင်း ။ ။ သင့်ကိုသော်လည်း
ကောင်း၊ သင်၏စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကိုသော်လည်း
ကောင်း၊ စိတ်ဝင်စားမှုရှိစေရန် ပြုလုပ်ခြင်းဖြစ်ပါ
သည်။

၂။ အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း ။ ။ သင့် ကုမ္ပဏီ၏
အရည်အသွေးကောင်းများကို လူထုဆက်သွယ်ရေး
နည်းလမ်းများဖြင့်၊ ပြန့်နှံ့အောင် ပက်ဖြန်းခြင်းဖြစ်
ပါသည်။ သို့မှသာ လူအများသည် သူတို့လို
အပ်သည့်အခါ သင့်ကို အမှတ်ရကြမည်ဖြစ်ပါ
သည်။

တစ်ခါတစ်ရံ သင့်ထံသို့ မယောင်မလည်
ရောက်ရှိလာသည့် ဖောက်သည်သည်ပင် သင်၏
ကြော်ငြာတန်ခိုးကြောင့် ဖြစ်ရပါမည်။

၃။ ဖိတ်ခေါ်ခြင်းနှင့် မက်လုံးပေးခြင်း ။ ။ အထူး
ရောင်းချပွဲများ ပြုလုပ်ခြင်းဖြင့် ဖောက်သည်များ
ရရှိနိုင်ပါသည်။

အထူးဈေးနှုန်းဖြင့် ရောင်းချသည့် ယင်းအ



ရောင်းပွဲသို့ ဖေါက်သည်ဖြစ်နိုင်ခြေရှိသူများအား ကူပွန်လက်မှတ်များပေး၍ ဖိတ်ကြားခြင်း၊ နှုတ်ဖြင့် ဖြစ်စေ၊ ဖုန်းဖြင့်ဖြစ်စေ ဖိတ်ကြားခြင်း၊ သို့တည်း မဟုတ် တစ်စုံတစ်ယောက်၏ ထောက်ခံချက်ဖြင့် ဖိတ်ကြားခြင်း စသည့်နည်းလမ်းများဖြင့် ဖေါက် သည်ရရှိနိုင်ပါသည်။

၄။ လက်ရှိဖေါက်သည်အား ထိန်းသိမ်းထားခြင်း။

ဖေါက်သည်ရရှိမှုတွင် ကုန်ကျမှုအနည်းဆုံး နည်းလမ်းဖြစ်ပါသည်။ ဖေါက်သည်သည် သင်နှင့် သင့်ထုတ်ကုန်ကို သိရှိပြီးဖြစ်ပါသည်။

အကယ်၍ သင်သည် မှန်ကန်ကောင်းမွန် စွာဆက်ဆံပါက၊ ယင်းဖေါက်သည်သည် သင့်အပေါ် ထာဝရ သစ္စာရှိနေမည်ဖြစ်ပါသည်။

၅။ ဖေါက်သည်မှ ဖေါက်သည်သို့ ဖြန့်ချိခြင်း။

သင့်ဖေါက်သည်ကပင် သင့်ပစ္စည်းများကို ရောင်းချပေးပါလိမ့်မည်၊ ကျေနပ်မှုရှိသော ဖေါက် သည်သည် သူ၏ ထူးခြားစွာ ကျေနပ်မှုများ အကြောင်းကို အခြားသူများအား ပြောပြပါလိမ့် မည်။



မကျေနပ်သည့် ဖေါက်သည်ပြောကြားသည့် အရေအတွက်လောက် မများသော်လည်း ကျေနပ်သည့် ဖေါက်သည်သည် သင်၏ အကောင်းဆုံးသော ကြော်ငြာပေးသူဖြစ်နိုင်ပါသည်။

နှုတ်စကားလုံးသည် ယခုရော၊ နောက်နောင်အတွက်ပါ။ အကောင်းဆုံးသော ကြော်ငြာအဖြစ်တည်ရှိနေဦးမည်သာ ဖြစ်ပါသည်။

၆။ ဖေါက်သည်ဆုံးရှုံးမှုကို ကာကွယ်ခြင်း။ ။ဖေါက်သည်ကိစ္စသည် ဒဏ္ဍာရီဆန်ပါသည်။ ပြာပုံထဲမှ မမျှော်လင့်ပဲ ဖေါက်သည်ထွက်လာနိုင်ပါသည်။ မည်သို့မည်ပုံ ထွက်လာနိုင်ကြောင်း ဤစာအုပ်က ပြောပြမည်ဖြစ်ပါသည်။



အပိုင်း (၁)

ဆွဲဆောင်မှုပြုလုပ်ခြင်း



မိုးကျော်သူစာပေ

၁

**ကျေးဇူးသိတတ်သည်
စိတ်ဓာတ်ဖြင့်
လုပ်ငန်းစတင်ပါ**

သင့်ထံမှပစ္စည်းဝယ်သူ သို့မဟုတ်သင်နှင့်စီးပွားရေးလုပ်သူ ဖေါက်သည်ကို၊ သင်အမှန်တကယ် ကျေးဇူးတင်ပါ။ ဖေါက်သည် ဆိုသည်မှာ အလွန်ထူးခြားသူများဖြစ်ကြပါသည်။

ဤကမ္ဘာတွင် လူပေါင်းကုဋေကုဋေရှိသည့်အနက်၊ သင်နှင့် စီးပွားရေးလုပ်ရန် ရွေးချယ်သူမှာ အနည်းငယ်မျှသာ ရှိပါသည်။ ထို့ကြောင့် သင်သည်ဖေါက်သည်များကို ရွှေတွင်းကြီးများသဖွယ်၊ သဘောထား၍ ကောင်းမွန်စွာ ဆက်ဆံပါ။

သင်သည် ယခုလို အမြဲတန်း ဆက်ဆံပါရဲ့လား။

အကယ်၍သင် သို့မဟုတ် သင်၏ ဝန်ထမ်းများက ယခုကဲ့သို့ ဖေါက်သည်အား ဆက်ဆံခြင်းကို အလွန်ကြီးကျယ်သည်ဟု ယူဆပါက၊ သင်သည် အမှန်တကယ် စိုးရိမ်ဖွယ်ကောင်းသည့် စိတ်ဓါတ်ကို မွေးမြူခြင်းပင် ဖြစ်ပါသည်။

၁

**ကျေးဇူးသိတတ်သည့်
စိတ်ဓာတ်ဖြင့်
လုပ်ငန်းစတင်ပါ**

သင့်ထံမှပစ္စည်းဝယ်သူ သို့မဟုတ်သင်နှင့်စီးပွားရေးလုပ်သူ ဖေါက်သည်ကို၊ သင်အမှန်တကယ် ကျေးဇူးတင်ပါ။ ဖေါက်သည် ဆိုသည်မှာ အလွန်ထူးခြားသူများဖြစ်ကြပါသည်။

ဤကမ္ဘာတွင် လူပေါင်းကုဋေကုဋေရှိသည့်အနက်၊ သင်နှင့် စီးပွားရေးလုပ်ရန် ရွေးချယ်သူမှာ အနည်းငယ်မျှသာ ရှိပါသည်။ ထို့ကြောင့် သင်သည်ဖေါက်သည်များကို ရွှေတွင်းကြီးများ သဖွယ်၊ သဘောထား၍ ကောင်းမွန်စွာ ဆက်ဆံပါ။

သင်သည် ယခုလို အမြဲတန်း ဆက်ဆံပါရဲ့လား။

အကယ်၍သင် သို့မဟုတ် သင်၏ ဝန်ထမ်းများက ယခုကဲ့သို့ ဖေါက်သည်အား ဆက်ဆံရခြင်းကို အလွန်ကြီးကျယ်သည် ဟု ယူဆပါက၊ သင်သည် အမှန်တကယ် စိုးရိမ်ဖွယ်ကောင်းသည့် စိတ်ဓာတ်ကို မွေးမြူခြင်းပင် ဖြစ်ပါသည်။



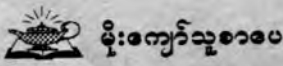
လူများမှာ ထူးခြားသည့် အာရုံရှိကြပါသည်။ အကယ်၍ သင့်အဖို့ ဖောက်သည်နှင့် တွေ့ဆုံခြင်းသည် အဆင်မပြေဖွယ် သို့မဟုတ် ဝန်ထုပ်ဝန်ပိုးသဖွယ် ဖြစ်သည်ဆိုပါက သူတို့သိကြပါ သည်။

သို့ဆိုပါက မည်သူမှသင်နှင့်စီးပွားရေး လုပ်ကြမည် မဟုတ်ပါ။ သူတို့သည် အခြားတစ်နေရာသို့ သွားရန် ရွေးချယ် ကြပါမည်။ စင်စစ် သို့ကလိုရွေးချယ်ခွင့်ရှိသဖြင့်လည်း၊ သင်နှင့် စီးပွားရေးလုပ်ခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် သင်သည် သူအလို ရှိသည့် ပစ္စည်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုကိုပေးခြင်းဖြစ်ရာ များစွာကျေးဇူးတင်ဖွယ်ဖြစ်ပါသည်။

ထို့ပြင် ကျွန်ုပ်တို့သည် လွတ်လပ်သောနိုင်ငံတစ်ခုတွင် ဖောက်သည်၏ သဘောဆန္ဒအလျောက် လွတ်လွတ်လပ်လပ် ယှဉ်ပြိုင်ခွင့်ရှိသည် ဆိုသောအချက်ကိုလည်း နားလည်လက်ခံ ရမည်ဖြစ်ပါသည်။

ထို့ကြောင့် ဖောက်သည်အောင်မြင်စွာ ရရှိရေး လုပ်ငန်း သည် သင့်ဘဝတော်၏ ဝါသနာလုပ်ငန်းဖြစ်ရပါမည်။ တစ်ချိန် တည်းတွင် သင့်အတွက် ပျော်စရာလုပ်ငန်းလည်း ဖြစ်ရပါမည်။

သို့ဖြစ်ရာ သင်၏ဖောက်သည်များအား ချစ်ခင်မြတ်နိုး သည့် စိတ်ဓါတ်မွေးမြူရန် ယနေ့မှစတင်၍ မိမိကိုယ်ကို မိမိ ကတိပြုပါဟု တိုက်တွန်းပါရစေ။



၂

**လူကိုချစ်တတ်သူကိုသာ
အလုပ်တာဝန်ပေးပါ**

အကယ်၍ သင်သည် ဖေါက်သည်အပေါ် ကျေးဇူးသိ
တတ်သည့် စိတ်ဓါတ်မရှိလျှင်သော်လည်းကောင်း၊ သို့မဟုတ်
သင်သည်လူများကို မချစ်ခင်တတ်လျှင်သော်လည်းကောင်း၊
ဤစာအုပ်ကို သင်လေ့လာရန် မလိုပါ။

သင်သည် မည့်သည့်အခါမှ အောင်မြင်မည်လည်းမဟုတ်။
ဖေါက်သည်လည်းရရှိလိမ့်မည် မဟုတ်ပါ။ စိတ်မပျက်ပါနှင့်။ မိမိ
လက်ရှိဘဝကိုသာ လက်ခံ၍ (အကယ်၍ ရှာတွေ့နိုင်ခဲ့လျှင်)
လူများနှင့်မဆက်ဆံရသည့်အလုပ်ကိုသာသွားရောက်လုပ်ကိုင်ပါ။

ထိုနည်းတူ သင်သည် အခြားသူများအား အလုပ်ခန့်
ထားမည်ဆိုလျှင်လည်း၊ သူတို့သည် လူများကို ချစ်ခင်
တတ်သူများဖြစ်ရန် သေချာပါစေ။

သူတို့သည် လူအမျိုးမျိုးအပေါ် မည်သို့ တုံ့ပြန်ဆက်ဆံ

သည်ကို သေချာစွာလေ့လာပါ။ သင်သည် သင့်အဖွဲ့အစည်းကို ကိုယ်စားပြုနိုင်သူများအား သေချာစွာရွေးချယ်နေခြင်း ဖြစ်သည် ဟုလည်း သဘောပေါက်ပါ။

အလုပ်ခန့်ထားသည့်ကိစ္စကို ပေါ့ပေါ့တန်တန် သဘော မထားပါနှင့်။ သို့မဟုတ် ဆွေမျိုးဖြစ်လို့၊ သူငယ်ချင်း၏ သူငယ် ချင်းဖြစ်လို့ ဟူသော အကြောင်းပြချက်ဖြင့် လွယ်လွယ်ကူကူ မခန့်ထားပါနှင့်။

မည်သူမဆို မိမိ၏အပြုအမူများကို ခေတ္တခဏသာ ဟန်ဆောင်နိုင်ကြပါသည်။ အကယ်၍ သင်သည် အလားအလာ ရှိသူများကို သေချာစွာလေ့လာမည်ဆိုလျှင်၊ သူတို့မှာရှိသည့် အားသာချက်များကို သင်မြင်တွေ့ရမည်သာ ဖြစ်ပါသည်။

ထိုပုဂ္ဂိုလ်များသည် သင်နှင့်ရှည်ကြာစွာ အလုပ်လုပ်မည့် သူများလည်း ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် မှန်ကန်သောပုဂ္ဂိုလ် များကိုသာ ရွေးချယ်မိရန် အထူးဂရုစိုက်ရပါမည်။

ကျွန်ုပ်သည် နှစ်အတန်ကြာက ဒီးရော့စ် (Zerex) ကုမ္ပဏီ တွင် အရောင်းကိုယ်စားလှယ်အဖြစ် လျှောက်ထားစဉ်၊ လူတွေ့ မေးမြန်းမှုအကြောင်းကို ပြန်ပြောင်းတင်ပြလိုပါသည်။

လူတွေ့မေးမြန်းမှုပြုတိုင်း သူတို့သည် ကျွန်ုပ်အား ခန့်ထား ရန် ဆုံးဖြတ်မှုပြုကြသည်ဟု ကျွန်ုပ်ယူဆပါသည်။ သို့သော်

တစုံတယောက်က နောက်ထပ်လူတွေ့မေးမြန်းမှု တစ်ခုထပ်မံ ပြုလုပ်လိုသည်ဟု ဆိုပါသည်။

ဤနည်းဖြင့် ရက်သတ္တပတ်အတန်ကြာ သံသရာလည် လျက်ရှိရာ ကျွန်ုပ်သည် အဘယ်ကြောင့်ဟူသော အကြောင်းချင်း ရာကို သိချင်စိတ်အလွန်ပြင်းပြလာခဲ့ပါသည်။ စင်စစ် ကျွန်ုပ်သည် စိတ်မရှည်နိုင်တော့သည့် အဆင့်သို့ရောက်ရှိလုနီး ဖြစ်ရာ၊ ကျွန်ုပ် အား ခန့်လိုလျှင်ခန့်၊ မခန့်လိုလျှင်လည်း ရှိစေတော့ဟုပြော ထုတ်မည့်အခြေအနေပင် ဖြစ်ပေသည်။

နောက်ဆုံး ကျွန်ုပ်ဘာသိရှိခဲ့ရပါသလဲ။

အခြားမဟုတ်၊ သူတို့သည် ကျွန်ုပ်၏စိတ်ရှည်နိုင်မှုစွမ်း ရည်ကို စမ်းသပ်နေခြင်းပင် ဖြစ်ပေသည်။ ဖေါက်သည်တစ် ယောက်သည် ပစ္စည်းတစ်ခုကို ဝယ်ယူရန် ချီတုံချီတုံဖြင့် တဝဲလည်လည် ဖြစ်နေသည့်အခါမျိုးတွင်၊ သင်မည်သို့ တုံ့ပြန်မည် ဟူသော အနေအထားကို သူတို့သိလိုသောကြောင့် ဖြစ်ပေသည်။

၃

**သင့်အဖွဲ့အစည်းတွင်
မှန်ကန်သော
သဘောထားရှိပါရဲ့ဟား**

ဖောက်သည်သည် ဦးစားပေး (၁) ဖြစ်သည်ဟု ကုမ္ပဏီ အများစုက ပြောကြပါသည်။ သို့ရာတွင် သင်သည် ဤယုံကြည်မှုဖြင့် သတင်းထုတ်ပြန်မှုသော်လည်းကောင်း၊ ကြော်ငြာခြင်းသော်လည်းကောင်းမပြုလုပ်မီအောက်ပါမေးခွန်းများကိုဖြေဆိုပါ။

ယင်းမေးခွန်းများသည် သင့်အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့် ဖောက်သည်အား ဦးစားပေးအဖြစ် သတ်မှတ်ကာ ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့်လုပ်ငန်းတွင် အရေးပါသော တစ်ချိန်တည်းတွင် အဓိကကျသော မေးခွန်းများဖြစ်ပါသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်းသည်

- (၁) ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှု အကြောင်းကို ပြောနေသော်လည်း၊ သင်၏ရှေ့တန်းပုဂ္ဂိုလ်များဖြစ်သည့်



အရောင်းဝန်ထမ်းများအား နည်းပါးသည့် ပုတ်ပြတ်
လစာကိုသာ ပေးထားပါသလား ?

- (၂) ဖေါက်သည်နှင့်ဆက်ဆံရသည့် ဝန်ထမ်းများ
ကောင်းမွန်စွာ ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်ရေးအတွက်
သင်တန်းပေးရာတွင်၊ အနည်းငယ်လောက်သာ
ပေးပါသလား။ သို့မဟုတ် စဉ်ဆက်မပြတ်သော
သင်တန်းပေးမှုများ မပြုလုပ်ဘူးလား?
- (၃) ဖေါက်သည်အား အလေးထားကာ ဂရုပြုဆက်ဆံ
ရမှုအတွက် အထူးမက်လုံးပေးသည့် အစီအစဉ်
မရှိဘူးလား?
- (၄) ဖေါက်သည်အပေါ် ညံ့ဖျင်းစွာ ဆက်ဆံသည့်အခါ
အပြစ်ပေးခြင်း သို့မဟုတ် ပြင်းထန်စွာ သတိပေး
ခြင်းမျိုးပြုလုပ်သော်လည်း။ ကောင်းသောဝန်
ဆောင်မှုအတွက် အာမခံချက်မရှိဘူးလား?
- (၅) မိမိတွင်ရှိသော ဖေါက်သည်ထိန်းသိမ်းထားရှိရေး
ထက်၊ ဖေါက်သည်သစ်ရရှိရေးကို အလွန်အလေး
အနက်ထားပါသလား?
- (၆) ဖေါက်သည်အား ကောင်းစွာ ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်
ရန် ကြိုးပမ်းအားထုတ်သည့် ဝန်ထမ်းများအား



အသိအမှတ်ပြုခြင်း သို့မဟုတ် ဆုချီးမြှင့်ခြင်း
မပြုလုပ်ဘူးလား ?

(၇) “ ဖေါက်သည်ကိုကောင်းစွာဆက်ဆံပါ” ဟူသော
အစီအစဉ် သို့မဟုတ် လှုံ့ဆော်မှုမျိုးကို ဆောင်ရွက်
သော်လည်း ရက်သတ္တပတ်အတန်ကြာ သို့မဟုတ်
လအနည်းငယ်ကြာ ဆောင်ရွက်ပြီးနောက် မေ့ပစ်
လိုက်ပါသလား?

(၈) သင်၏ထိပ်တန်းတာဝန်ရှိ မန်နေဂျာများသည် မိမိ
၏ လက်ရှိဖေါက်သည်များအား တွေ့ဆုံးဆွေးနွေး
မှုမရှိဟု ဆိုနိုင်ပါသလား သို့မဟုတ် ဖေါက်သည်၏
ပြဿနာကို ကူညီဖြေရှင်းရေးအတွက် ၎င်းတို့၏
ဖွင့်ဟချက်များကို နားထောင်ရန် ကြိုးပမ်းမှု မပြုဟု
ဆိုနိုင်ပါသလား ?

(၉) ဖေါက်သည်များ တွေ့ကြုံခံစားရသည့်အတိုင်း
မှန်ကန်ခြင်း ရှိ၊ မရှိ စုံစမ်းလေ့လာမှုမပြုဟု ပြော
နိုင်ပါသလား?

(၁၀) မန်နေဂျာများသည် ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့်
ဝန်ထမ်းအဆင့်အားလုံး တာဝန်ကျေပွန်မှု ရှိ၊ မရှိ
ကြီးကြပ်မှုမရှိဘူးလား?



သင်သည်အထက်ပါမေးခွန်းများကို ဖြေဆိုရာတွင် “မှန်ပါသည်။ မိမိအဖွဲ့အစည်း၏ အနေအထားသည် မေးခွန်း များ၏ အခြေအနေအတိုင်းသာ ဖြစ်ပါသည်” ဟုဖြေဆို ရမည်ဆိုပါက သင့်အဖွဲ့အစည်းသည် အန္တရာယ်တစ်ခု နှင့် ရင်ဆိုင်ရမည်ဟု မှတ်ယူရပါမည်။

များစွာသော အဖွဲ့အစည်းများ ကုမ္ပဏီများသည် “ဖေါက်သည် ကျေနပ်မှုရှိရေး” စကားကို များစွာပြောကြသော်လည်း၊ အထက်မေးခွန်းပါလုပ်ငန်းရပ်များကိုမူလစ်လျှုပြုထားကြလေသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်းသည် မည်သို့သော အချိန်အနေတွင် ရပ်တည်နေပါသလဲ ?



၄

**အကောင်းဆုံးကို
မျှော်လင့်ပါ။
မဆုံးဖြတ်ပါနှင့်**

ကမ္ဘာ၏အကြီးကျယ်ဆုံးသော အရောင်းသမားဖြစ်သူ “ဂျိုးဂျီရတ်” (Joe Girard) က လူအားလုံးအပေါ် အပြုစိတ်ထား ရှိခြင်းသည် မည်မျှအရေးကြီးကြောင်း ပြောပြဖူးပါသည်။

သင်သည် လူအများနှင့်ဆက်ဆံသည်အခါ သူတို့ အပေါ်ကြိုတင် ဆုံးဖြတ်ချက်မချပါနှင့်။ သို့မဟုတ် သူတို့ သည် မည်သို့သော အမျိုးအစားဖြစ်သည်ဟု မသတ်မှတ်ပါနှင့်။ သူတို့သည် သင်၏ဖောက်သည်များ ဖြစ်လိမ့်မည် ဟူ၍သာ မှတ်ယူပါ။

ဂျိုးပြောပြပုံမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်။

“ကျွန်ုပ်သည် မည်သို့ခံစားနေရသည်ဖြစ်စေ၊ သို့မဟုတ် ကျွန်ုပ်သည် မည်သူနှင့်အတူ ရှိနေသည်ဖြစ်စေ၊ ကျွန်ုပ်၏ခံစား ချက်များအား ဖောက်သည်အပေါ် မည်သည့်အခါမှ ထိခိုက်မှု

မဖြစ်စေရပါ။ ဤအရောင်းလုပ်ငန်းသည် ဤမျှလောက် အရေးကြီးသော အသက်မွေးဝမ်းကြောင်းလုပ်ငန်းဖြစ်ပါသည်။”

“ ကျွန်ုပ်တို့၏ ရည်မှန်းချက်ဖြစ်သော ထိုလူများနှင့် ဖေါက်သည်များသည်၊ ဤကမ္ဘာတွင် ကျွန်ုပ်တို့အတွက် အရေးအကြီးဆုံးသော ပုဂ္ဂိုလ်များ ဖြစ်ကြပါသည်။ သူတို့သည် အနှောင့် အယှက်ပေးသူများ၊ ဒုက္ခပေးသူများမဟုတ်ကြပါ။ သူတို့သည် ကျွန်ုပ်တို့ အသက်ရှင်နေထိုင်ရေးအတွက် အရေးပါသူများ ဖြစ်ကြပေသည်။”

“အကယ်၍ သင်သည် ဤအချက်ကို သဘောပေါက် လက်ခံခြင်း မပြုပါက၊ သင်ဘာလုပ်နေသည်ကို သင်နားလည် လိမ့်မည်မဟုတ်ပါ။ ကျွန်ုပ်သည် လူအချို့ကိုသာ ရည်ညွှန်းပြော ဆိုခြင်းမဟုတ်၊ လူအများစုကိုလည်း ရည်ညွှန်းပြောဆိုခြင်းမဟုတ် လူအားလုံးကို ရည်ညွှန်းပြောဆိုခြင်း ဖြစ်ပါသည်။”

အရောင်းသင်တန်းပို့ချသူများသည် သူတို့၏သင်တန်း သားများအား၊ လူများအပေါ် အကောင်းမြင်ရန် သင်ကြားပို့ချ လေ့ရှိကြသည်။ သင်သည် လူတစ်ယောက်ကိုတွေ့လျှင် သူသည် သင့်ထံမှ ပစ္စည်းဝယ်ယူလိမ့်မည်ဟု အမှန်တကယ်ယုံကြည် မှုရှိရန် လိုပါသည်။ ယင်းသို့ယုံကြည်မှု ရှိသည့်အတိုင်းလည်း ထိုပုဂ္ဂိုလ်အား ပြုမူဆက်ဆံရပါမည်။

ယင်းသို့ အကောင်းဘက်မှ ရှုမြင်ယုံကြည်မှုရှိခြင်း၏ တန်ဖိုး အာနိသင်သည်၊ အမှန်ပင်ရှိပါသည်။ ယင်းမှာ အပြု စိတ်ထားရှိခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ဤနည်းဖြင့် ဖောက်သည်အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှုဖြစ်ကာ၊ မိမိ၏လိုအင်ဆန္ဒသည်လည်း ပြည့်ဝလာမည်ဖြစ်ပေသည်။

ဂျေဒီစလင်ဂျာ (J.D.Salinger) က ယခုကဲ့သို့ ပြောဆိုခဲ့ဘူးပေသည်။ “ကျွန်ုပ်သည် စိတ်မမှန်သူမဟုတ်ပါ။ သို့ရာတွင် လူများက ကျွန်ုပ်အား ပျော်ရွှင်အောင် ကြံစည်နေကြသည် ဟု အမြဲထင်မြင်ယူဆနေသူဖြစ်ပါသည်။ ဤစိတ်ဓါတ်ဖြင့် ကျွန်ုပ်သည် မည်သည့်ဖောက်သည်ကိုမဆို တွေ့ဆုံရန် အမြဲစိတ်အား ထက်သန်လျက်ပါသည်” ဟု ပြောဆိုခြင်းကိုလည်း သတိပြုသင့်ပါသည်။

စင်စစ်ဖောက်သည်တိုင်းသည် ကျွန်ုပ်တို့အား ပျော်ရွှင်စေခြင်းမပြုပါ။ အများစုကြီးသည် အလွန်နှစ်သက်ဖွယ်ကောင်းပါသည်။ အချို့မှာမူ တစ်မှုထူးခြားပါသည်။ အနည်းငယ်မှာ ခက်ခဲကြပြီး၊ တစ်ခါတစ်ရံတွင်မူ ငရဲပြည်မှဖောက်သည် နှင့် တွေ့ရသလား ဟု အောက်မေ့ရပါသည်။

လူများသည် တစ်ယောက်နှင့်တစ်ယောက် မတူကြပါ။ လူတိုင်းမှာထူးခြားချက်ရှိကြပါသည်။ သို့ရာတွင် ကျွန်ုပ်တို့အား ဒုက္ခပေးသူများသည် လူအများနှင့် မတူကြသူများ ဖြစ်ကြပါသည်။

ဤအချက်ကိုလက်ခံပါ။ တစ်ချိန်တည်းတွင် ပျော်ရွှင်မှုကို ရအောင်ရှာပါ။

မည်သို့ဖြစ်စေ လူများ၏အခြေခံလိုအပ်ချက်သည် တစ်စုံ တစ်ခုသောအတိုင်းအတာအထိ တူညီကြသည်သာ ဖြစ်သည်ဟု နားလည်ပါ။ ယင်းသို့နားလည်ခြင်းနှင့်အတူ ၎င်းတို့အား ဧည့်ကောင်းစေါင်ကောင်း ကဲ့သို့ ဆက်ဆံခြင်းသည် စင်စစ် မသွေ ကောင်းသောအကျိုးတရားများ ရရှိမည်သာဖြစ်ပေသည်။



၅

သပ်ရပ်စွာဝတ်စား ဆင်ယင်ပါ

ကျွန်ုပ်တို့သည် လူများကိုတွေ့လျှင် အကဲခတ်လေ့ ရှိကြသည်။ ထိုပုဂ္ဂိုလ်အပေါ် ယုံကြည်စိတ်ချရမှုနှင့် သူ၏လုပ်ရည် ကိုင်ရည်ကို သူ့အားပထမဆုံး တွေ့ရှိရသည့် “အမြင်” ဖြင့် ဆုံးဖြတ် ကြသည်။ ထို့ကြောင့် ပထမဆုံးမြင်ကွင်းကောင်းစေရန် သင့်တွင် အခွင့်အရေးတစ်ရပ်သာ ရှိပါသည်ဟု ရှေးစကားပုံများ က ဆိုခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

ယင်းကိစ္စနှင့်ပတ်သက်၍ ကားပြင်စက်ရုံပိုင်ရှင် တစ်ဦး သည် စမ်းသပ်မှုတစ်ခုပြုလုပ်ခဲ့သည်။ သူသည် စက်ပြင်ဆရာများ အား၊ သူတို့၏အဝတ်အစားကို ပြောင်းလဲဝတ်ဆင်ရန်နှင့် သပ်ရပ်စွာ ဝတ်စားဆင်ယင်ရန် တောင်းဆိုခဲ့သည်။

စက်ပြင်ဆရာများက သဘောတူညီစွာဖြင့် ဆံပင်ရှည်များ

ကို ဖြတ်ကြသည်။ နေ့စဉ် မုတ်ဆိတ်ရိတ်၍ သန့်ရှင်းသော ယူနီဖောင်းများဖြင့် အလုပ်လုပ်ကြသည်။

အဖြေကား သန့်ရှင်းစွာဝတ်စားဆင်ယင်သူများ သည် အခြားသူများထက် ပို၍ အလုပ်ရကြသည်ကို တွေ့ ရှိခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ဖေါက်သည်များသည် ကောင်းမွန် သပ်ရပ်စွာ ဝတ်စားထားသည့် စက်ပြင်ဆရာများကိုသာ မေးမြန်း ကြသည်။ ရှေးပုံစံအတိုင်းဖြစ်သလို ဝတ်စားသူများမှာမူ အလုပ်အနည်း ငယ်သာ ရရှိကြလေသည်။

ဝတ်စားဆင်ယင်မှု၏ 'သော့ချက်' မှာ 'လျော်ကန်သင့် မြတ်မှု' ဖြစ်သည်။ ပင်လယ်လှိုင်းစီး ပစ္စည်းများရောင်းချသည့် ဆိုင်ဝန်ထမ်းများသည် သုံးမျိုးစပ်ဝတ်စုံကို ဝတ်ဆင်မည်ဆိုပါက လူရယ်စရာဖြစ်ပါလိမ့်မည်။ ထိုနည်းတူ သုဘရာဇာ တစ်ဦးက ဟာဝေယံရှပ်ဝတ်ထားမည် ဆိုပါကလည်း မိုက်မဲရာကြပေမည်။

သပ်ရပ်စွာ ဝတ်စားဆင်ယင်မှု၏ အရေးပါမှုကြောင့် အချို့ သော့အဖွဲ့အစည်းများသည် ၎င်းတို့၏ ဝန်ထမ်းများအား တူညီ ဝတ်စုံများ ဝတ်ဆင်စေခြင်းဖြစ်ပေသည်။ သူနာပြုများ၊ ပစ္စည်း လိုက်လံပေးအပ်သူများနှင့် ဘဏ်ဝန်ထမ်းများသည် တူညီဝတ်စုံ များဝတ်ဆင်ထားခြင်းဖြင့် ၎င်းတို့လုပ်ငန်းကို ဖော်ပြရာကြသည့် ပြင်၊ သူတို့ကိုယ်တိုင်ကလည်း နှစ်ခြိုက်ကြပေသည်။

စင်စစ် ယင်းသို့ဝတ်စားခြင်းသည် အလုပ်ခွင်တွင် အကွဲကွဲ
 အပြားပြားဝတ်စားခြင်းထက် ငွေကုန်ကြေးကျများစွာ သက်သာ
 စေသည်။ လုပ်ငန်းခွင်၏ သရုပ်၊ သဏ္ဍာန်ကိုလည်း ပီပြင်စွာဖော်
 ဆောင်နိုင်ပေသည်။



၆

**သင်၏လုပ်ငန်းဝန်ကျင်
အသွင်အပြင်ကို
စစ်ဆေးပါ**

“ရှုပ်ထွေးသော စားပွဲသည်၊ ရှုပ်ထွေးသော စိတ်၏ လက္ခဏာဖြစ်သည်” ဟုစားပွဲတင် ဆိုင်းဘုတ်များတွင် ရေးထိုး လေ့ရှိပေသည်။ ထိုနည်းတူ ရှုပ်ထွေးသော လုပ်ငန်းဝန်ကျင် သည် စနစ်တကျမရှိမှုနှင့် အဆင့်အတန်းနိမ့်ကျမှုကို ဖော်ပြလျက် ရှိပေသည်။

သင့်လုပ်ငန်းဝန်ကျင်ကို ကြည့်ပါ။ ထို့နောက် ဖေါက်သည် မြင်နိုင်သည့် အရာများကို စစ်ဆေးကြည့်ရှုပါ။ ကုန်ပစ္စည်းများ ခင်းကျင်းပြသထားပုံမှာ ဆွဲဆောင်မှုရှိပါ့မလား။ အလုပ်ခွင် သည် စုစုစည်းစည်းဖြင့် စွမ်းဆောင်မှုရှိသည့် သွင်ပြင် လက္ခဏာရှိပါ့မလား စသည်များကို စစ်ဆေးကြည့်ရှုပါ။

အချို့သူများမှာမူ အရှုပ်အပွများကြားတွင် ကောင်းစွာ

အလုပ်လုပ်တတ်သူများလည်း ရှိကြပါသည်။ ကျွန်ုပ်သိသည့် စတုခန်းမျိုးတစ်ဦး၏ အလုပ်အခန်းသည် ရုတ်တရက် လေမုန်တိုင်း ဝင်တိုက်ထားသလားဟု ထင်ရလောက်အောင် မြန်ကျရှုပ်ပွလျက် ရှိပါသည်။ သို့ရာတွင် သူသည် သူလိုချင်သည့်ပစ္စည်းဘယ်အရာ ကိုမဆို ကောက်ကာငင်ကာ ရယူပြနိုင်သူဖြစ်သည်။

ထိုနည်းတူအချို့ပါမောက္ခများ၏ စာပွဲသည်လည်း၊ ရှုပ်ပွနေသည်ကိုတွေ့ရတတ်ပါသည်။ သို့ရာတွင် ဤသည်တို့မှာ ရှားပါးပုဂ္ဂိုလ် များဖြစ်ကြပါသည်။

အတုယူရန်မဟုတ်ပါ။ အကယ်၍ သင်သည်တစ်စုံတစ်ခုကို ရှာဖွေရာတွင် အချိန်များစွာ ကြာမြင့်ခဲ့သော်၊ သို့မဟုတ် ဖောက်သည် အလိုရှိသည့်ပစ္စည်း အထားမှားပြီး၊ ရှာတွေ့ခြင်း မရှိခဲ့သော်၊ သင်၏လုပ်ငန်းသည် လမ်းဆုံးပြီဟု မှတ်ယူ ရပါမည်။



၇

**နည်းလမ်းကောင်းများ
ရရှိရေးအတွက်
စုံစမ်းသူများအဖွဲ့ ဖွဲ့၍
ဆောင်ရွက်ပါ**

အကယ်၍ သင်သည်၊ အခြားသော စီးပွားရေးအဖွဲ့၊ အစည်းတစ်ခုက၊ နည်းလမ်းကောင်းများကို သုံးစွဲကျင့်သုံးနေသည် ဟု ကြားသိရလျှင်။ ယင်းအခြေအနေကို လေ့လာသုံးသပ်နိုင်ရန် အတွက်၊ အဖွဲ့တစ်ခုကို ဖွဲ့စည်း စေလွှတ်ပါ။

ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတွင် ထူးခြားစွာအောင်မြင်မှု ရသည့် စူပါမတ်ကက်ကြီးတစ်ခုသည်၊ အခြားတစ်နေရာတွင် ပို၍ကောင်းမွန်သောဝန်ဆောင်မှုတစ်ရပ်ကို ပေးအပ်ကျင့်သုံးနေသည်ဟု သိရှိရသည်နှင့်၊ မိမိဝန်ထမ်းများအား ကုမ္ပဏီကားကိုယူစေလျက်၊ ထိုနေရာသို့ အမြန်ဆုံးသွားရောက်စေလေ့ရှိသည်။ ထို့နောက် သူတို့သည် မှတ်သားလေ့လာခဲ့ကြပြီး၊ ရုံးသို့ ရောက်သောအခါ၊ မိမိလုပ်ငန်းနှင့် လိုက်လျောညီထွေရှိမည့် ဖြစ်နိုင်ဘွယ်သော



လုပ်ငန်းအကောင်အထည်ဖော်မှုများကို စဉ်းစားဆွေးနွေးကြလေ့ ရှိပေသည်။

အခြားစူးစမ်းလေ့လာသည့် အဖွဲ့တစ်ခုမှာ ဖောက်သည် များကိုယ်တိုင်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ သို့မဟုတ် ဝန်ထမ်းများ လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ သူတို့သည် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ပိုမိုကောင်း မွန်ရေးနှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ သူတို့သိရှိကြားသိသမျှကို အုပ်ချုပ်ရေး အဖွဲ့သို့ တင်ပြအစီရင်ခံကြရခြင်း ဖြစ်ပေသည်။

ဤကိစ္စအတွက် ကျွန်ုပ်တို့သည် ကောင်းသော အကြံ ဉာဏ်မှန်သမျှကို ရယူသင့်ပါသည်။ အကြံဉာဏ်သစ် အတွက် မျက်စိနှင့်နားကို အစဉ်ဖွင့်ထားရပါမည်။

တစ်ခါတစ်ရံတွင် ယင်းကဲ့သို့သော အကြံဉာဏ် ကောင်းများသည် မမျှော်လင့်သည့်နေရာက ပေါ်ထွက် လာတတ်ပါသည်။



အပိုင်း (၂)

အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း



၈

သင်၏

အောင်မြင်မှုများကို

လူများသိအောင်လုပ်ပါ

ဖေါက်သည်များအား သင်မည်သို့မည်ပုံ ကူညီပံ့ပိုးမှုပြုသည်ကို လူအများသိရှိအောင် ဆောင်ရွက်ပါ။ ထူးခြားသည့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း တစ်စုံတစ်ရာရှိခဲ့လျှင်၊ ယင်းကို အမျိုးအမည် ခွဲခြားပြ၍၊ ဖေါက်သည်များအား မည်သို့မည်ပုံ အကျိုးပြုသည်ကို လူအများသိရှိအောင် ပြုလုပ်ပါ။

စီးပွားရေးဆိုင်ရာ သတင်းထုတ်ပြန်ခြင်း၊ ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်း စသည့်နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုပါ။ နယ်မြေသတင်းစာများတွင် ရေးသားနေကြသည့် ပုံမှန်ဆောင်းပါးရှင်များသည် ထုတ်ကုန်သစ်များကို အမြဲတစ်စေ့ရှာဖွေနေကြသူများ ဖြစ်ပါသည်။ အကယ်၍ သင့်မှာစိတ်ဝင်စားဘွယ် ဇာတ်လမ်း ရှိလျှင်၊ သူတို့ကို ဆက်သွယ်ပါ။ တယ်လီဖုန်းတစ်ချက်ဆက်ကြည့်လျှင်၊ သူတို့ စိတ်ဝင်စားမှုရှိ မရှိသိရှိရပါမည်။



၈

သင်၏

အောင်မြင်မှုများကို

လူများသိအောင်လုပ်ပါ

ဖေါက်သည်များအား သင်မည်သို့မည်ပုံ ကူညီပံ့ပိုးမှုပြုသည်ကို လူအများသိရှိအောင် ဆောင်ရွက်ပါ။ ထူးခြားသည့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း တစ်စုံတစ်ရာရှိခဲ့လျှင်၊ ယင်းကို အမျိုးအမည် ခွဲခြားပြ၍၊ ဖေါက်သည်များအား မည်သို့မည်ပုံ အကျိုးပြုသည်ကို လူအများသိရှိအောင် ပြုလုပ်ပါ။

စီးပွားရေးဆိုင်ရာ သတင်းထုတ်ပြန်ခြင်း၊ ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်း စသည့်နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုပါ။ နယ်မြေသတင်းစာများတွင် ရေးသားနေကြသည့် ပုံမှန်ဆောင်းပါးရှင်များသည် ထုတ်ကုန်သစ်များကို အမြဲတစ်စေ့ရှာဖွေနေကြသူများ ဖြစ်ပါသည်။ အကယ်၍ သင့်မှာစိတ်ဝင်စားဘွယ် ဇာတ်လမ်း ရှိလျှင်၊ သူတို့ကို ဆက်သွယ်ပါ။ တယ်လီဖုန်းတစ်ချက်ဆက်ကြည့်လျှင်၊ သူတို့ စိတ်ဝင်စားမှုရှိ မရှိသိရှိရပါမည်။



သတင်းသမားများသည် ရေးကွက်ကိုရှာနေကြသူများ ဖြစ်ကြပါသည်။ သင့်မှာရေးစရာရှိလျှင်၊ သို့မဟုတ် ထုတ်ကုန်သစ် ရှိလျှင်၊ သို့တည်းမဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကောင်းရှိလျှင်၊ သူတို့ စိတ်ဝင်စားကြပါသည်။

သင်သည် ဖုန်းနှင့် ပြောဆိုခြင်းကို ၊ စိတ်တိုင်း မကျလျှင် သတင်းထုတ်ပြန်ချက်တစ်ခု ရေး၍ ၊ သတင်းထုတ်ပြန်ပါ။ ပြီးမှ ဖုန်းဖြင့် ဆက်သွယ်ပါ။

အကယ်၍ သင်သည် ကိုယ်တိုင်ရေးသားခြင်းကို မနှစ် သက်လျှင် သို့မဟုတ် အချိန်မရှိလျှင် ၊ အနီးဆုံး တက္ကသိုလ် တစ်ခုခုမှ စာနယ်ဇင်းဌာန သို့မဟုတ် ဆက်သွယ်ရေးဌာန နှင့် ညှိနှိုင်းပါ။ ထိုဌာနမျိုးတွင် ယင်းလုပ်ငန်းမျိုးကို လုပ်ချင်သူ ၊ လုပ် တတ်သူများရှိရာ ၊ အခကြေးငွေ အနည်းငယ်ပေး၍ ၊ သတင်း ထုတ်ပြန်မှုကို ရေးစေနိုင်ပါသည်။

သင့်လုပ်ငန်း အောင်မြင်မှုများကို အသံလွှင့်ခြင်းဖြင့်လည်း၊ ဖောက်သည်သစ်များကို ရှာဖွေနိုင်ပါသည်။ သို့ရာတွင် ပိုမို ကျယ်ပြန့်ခိုင်မာမှုရှိစေရန် သတင်းလွှာများ ထုတ်ဝေခြင်းကို လည်း ဆောင်ရွက်သင့်ပါသည်။

သတင်းလွှာတွင် ဖောက်သည်သစ်များ၏ ဓါတ်ပုံများ နှင့် တက္ကသိုလ် သစ်၏ထုတ်ကုန်များကိုပါ ဖော်ပြပါရှိရန် လိုအပ်ပါသည်။



၉

နိုင်ငံသားကောင်း

ပီသပါစေ

နိုင်ငံသားကောင်းပီသအောင် ကြိုးစားပါ။ သင်၏ ကြိုးစားမှုအတွက် သင်အကျိုးကျေးဇူးခံစားရမည် ဖြစ်ပါသည်။ မိမိ၏ လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းကို အလှူဒါနပြုခြင်းသည်၊ တစ်နည်းအားဖြင့် ဖောက်သည်သစ်ရှာခြင်းပင် ဖြစ်ပါသည်။

ကျွန်ုပ်၏ မိတ်ဆွေကောင်းတစ်ဦးဖြစ်သူ ဂျက်(Jack) သည် လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းအား အလှူဒါနပြုခြင်း၏ တန်ဖိုးကို ကောင်းစွာနားလည်သူဖြစ်သည်။ သူသည် အရည်အသွေး မြင့်မားသည့် ကုန်ပစ္စည်းများကို ထုတ်လုပ်ပြီး၊ သင့်တင့်မျှတ သည့် ဈေးနှုန်းဖြင့် ဖြန့်ချိလျှက်ရှိသူဖြစ်သည်။ တစ်ချိန်တည်းတွင် သူ ရရှိသည့် အကျိုးအမြတ်၏ အချို့အဝက်ကို သူ၏ အသိုင်းအဝိုင်းများအား ပေးအပ်လှူဒါန်းနေသူလည်း ဖြစ်ပေသည်။



ဂျက်သည် ဒေသနယ်မြေအတွင်း မည်သို့သော အလှူဒါန မျိုးပြုလုပ်ရမည်ကို အစဉ်လေ့လာကြည့်ရှုနေသူဖြစ်သည်။ ခရစ်စမတ်ကာလမျိုးဆိုလျှင် သူသည် သူ၏ဖောက်သည်များ ပစ္စည်းထောက်ပံ့သူများနှင့် စီးပွားဘက်မှန်သမျှထံသို့ နှုတ်ဆက် ဆုတောင်းလွှာများ ပေးပို့လေ့ရှိသည်။ ယင်းစာတွင် မည်သို့ သော လူမှုအဖွဲ့အစည်းသို့ ၊ ၎င်းတို့၏ အမည်ဖြင့် ငွေ မည်မျှ လှူဒါန်းထားကြောင်းလည်း ဖော်ပြထားလေ့ရှိပေသည်။

ရက်အနည်းငယ်ခန့် ကြာသောအခါ သူတို့သည် သက်ဆိုင်ရာ လူမှုအဖွဲ့အစည်းများထံမှ စာများကို လက်ခံရရှိ ပြန်သည်။ ယင်းစာတွင် ၎င်းတို့၏ အမည်ဖြင့် အလှူ ငွေမည်၍ မည်မျှကို ရရှိသဖြင့် ကျေးဇူးတင်ရှိကြောင်းထိုအဖွဲ့အစည်းများက ဖော်ပြထားရာ ၊ ဂျက်သည် သူ့အား နှစ်ကြော့နှစ်ပြန် သတိရ စေသည့် နည်းလမ်းပင် ဖြစ်ပေသည်။

တစ်နည်းအားဖြင့် မွန်မြတ်သော စိတ်ဓါတ်ထားရှိခြင်း သည်၊ မွန်မြတ်သော ဆုလားဘ်ရရှိခြင်းပင် ဖြစ်ပေသည်။

၁၀

စီးပွားရေးဆိုင်ရာ
စိတ်ကူးစိတ်သန်းများနှင့်
အကောင်အထည်ဖော်မှုများ
အမြဲရှင်သန်နေပါစေ

စီးပွားရေးဆိုင်ရာ စာပေစာတမ်းများကို ၊ အမြဲဖတ်ရှုပါ။ တစ်ချိန်တည်းတွင် စိတ်ကူးစိတ်သန်းအသစ်များ ရရှိရေးအတွက် မျက်စိကို အမြဲဖွင့်ထားပါ။

ဥပမာ အဆောက်အဦအတွင်းရှိ 'လေအရည်အသွေး' ကောင်းမွန်ရေးကဲ့သို့သော လုပ်ငန်းမျိုးဖြစ်သည်။ ယင်းလုပ်ငန်းသည် သန့်ရှင်းရေးနှင့် ပတ်သက်သည်။ အဆောက်အဦများအတွင်း ဝန်းကျင်သန့်ရှင်းရေးဟူ၍လည်း ဆိုနိုင်သည်။

ယင်းအဆောက်အဦအတွင်း ဝန်းကျင်တွင် ဖုံး၊ ဖွံ့များနှင့် မှိုကဲ့သို့ သော ပိုးမွှားများရှိရာ ၊ အပူပေးခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ လေကို အေးအောင် လေအေးစက်များ တပ်ဆင်ခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ ဖယ်ရှားနိုင်သည်။



ယင်းကဲ့သို့သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမျိုးရှိသည်ကို ၊ ကျွန်ုပ်
 ယခင်က လုံးဝသိရှိခဲ့ခြင်း မရှိပေ။ စီးပွားရေးစာစောင်တစ်ခု တွင်
 ဖော်ပြထားသည့် လေကောင်းလေသန် ရရှိရေး နှင့် ကျန်းမာရေး
 ပြဿနာအကြောင်း ဖတ်မိသည့် အခါတွင်မှ ၊ ယားယံခြင်းနှင့်
 ဝန်းကျင်ညစ်ညမ်းခြင်းတို့ ဆက်စပ်လျက်ရှိပြီး ၊ ယင်းမှာ စီးပွား
 ရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုလည်း ဖြစ်သည်ဟု သဘောပေါက်လာမိ
 ပါသည်။

ထို့ကြောင့် သင့်မှာ ဝန်ဆောင်မှုအသစ်အသစ်ရှိနေ
 သင့်သည်။ သို့မဟုတ် ထုတ်ကုန်အသစ် အသစ်များရှိနေခြင်း
 သည် လက်ရှိဖောက်သည်ကို ထိန်းထားနိုင်ရုံမက ၊ ဖောက်သည်
 သစ်များကိုလည်း ဖိတ်ခေါ်ခြင်းမည်ပေသည်။



၁၁

ဆက်သွယ်ရေး
နည်းပညာသစ်များကို
ကောင်းစွာအသုံးပြုပါ

ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု အရောင်းစွဲရန် ၊ ဈေးကွက်ရှာရန်
အတွက် ကြော်ငြာခြင်း နည်းလမ်းအပြင်၊ အခြားသော နည်းလမ်း
များလည်း ရှိပါသည်။

အလွန်ရိုးသားသည့် ဥပမာအနည်းငယ်ကို ပြပါမည်။
များစွာသော အဖွဲ့အစည်းများသည် ယခုအခါ သတင်း ပေးခြင်း၊
သတင်းရယူခြင်းစသည့် လုပ်ငန်းများကို ဖက်စ် (Fax)ခေါ် Fac-
simile စက်ဖြင့်ပေးပို့ရယူကြသည်။ ဒီလီ (Deli) အမည်ရှိ
စားသောက်ဆိုင်များသည် ၊ နေ့လည်စာအတွက် မှာကြားချက်
များကို ဖက်စ်ဖြင့် လက်ခံရယူသည်။

ထိုနည်းတူ ကုမ္ပဏီများစွာတို့သည် ဖေါက်သည်များ သိရှိ
လိုသည့် သတင်းအချက်အလက်များကို ဖက်စ်ဖြင့်ပင် ပေးပို့
လျှက် ရှိကြသည်။



အခြားသော နည်းပညာသစ်တစ်ခုမှာ တယ်လီဖုန်းလိုင်း ၉၀၀ ထူထောင်ထားသည့် စနစ်ဖြစ်သည်။ ယင်းသီးခြား ဖုန်းလိုင်းများသည် သတင်းအချက်အလက် ဖလှယ်ခြင်းလုပ်ငန်းအတွက် သီးသန့်သုံးစွဲသည်။ ဖုန်းခေါ်သူသည် ကုမ္ပဏီက စနစ်တကျ ပြင်ဆင်ထားသည့် သတင်းအချက်အလက်များကို အသံဖမ်းစက်မှ တဆင့် ရယူနိုင်သည်။ သို့မဟုတ် အော်ပရိတ်တာမှ တဆင့် ရရှိနိုင်သည်။

ဤစနစ်အရ ဖုန်းခေါ်သူသည် ဖုန်းခေါ်ခငွေကို ကျခံရသော်လည်း ၊ ရရှိသည့် သတင်း အချက်အလက်မှာမူ အထူးတလည် ပြုစုထားသည့် သတင်းအချက်အလက်များဖြစ်ပေသည်။

ထိုနည်းတူ အင်တာနက် ခေါ် ကွန်ပျူတာ အချင်းချင်း ဆက်သွယ် သတင်းဖလှယ်သည့် စနစ်သည်လည်း ၊ ကုမ္ပဏီများ၏ ထုတ်ကုန် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ အတွက် အလွန်အကျိုးရှိသည်ဖြစ်ရာ ၊ မိမိလုပ်ငန်း အောင်မြင်မှု အတွက် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်သင့်သည်သာ ဖြစ်သည်။



၁၂

**မိမိ၏ဖောက်သည်
အစစ်အမှန်များကို
သိအောင်လုပ်ပါ**

၈၀-၂၀ ဥပဒေသ ဟူ၍ လူသိများသည့် ဆိုရိုးစကားရှိပါသည်။ သင့်စီးပွားရေး၏ ၈၀ ရာခိုင်နှုန်းသည် ၊ ဖောက်သည် ၂၀ ရာခိုင်နှုန်းထံမှ ရရှိသည်ဟူသော စကားပင်ဖြစ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် သင့်စီးပွားရေးကို အများဆုံးအောင်မြင်မှု ပြု သည့် ယင်း ၂၀ ရာခိုင်နှုန်းသော ဖောက်သည်များကို သင်သိရှိရန် လိုအပ်ပါသည်။

အချို့သော စီးပွားရေးသမားများသည် မိမိတို့၏ တကယ့် အစစ်အမှန်ဖြစ်သော ဖောက်သည်များကို အလေးဂရုပြုခြင်း မရှိကြပါ။ ဥပမာဘဏ်အရာရှိများသည် ဘဏ်မှ ကြွေး အမြောက်အများ ရယူထားသည့် ကြွေးရှင်များကိုသာ အလေး ဂရုပြုကြပြီး ဘဏ်၏ငွေလုံးငွေရင်းများကို ပိုင်ဆိုင်သည့် ဖောက်သည်

F.5 .A



များကိုမူ သိရှိကြခြင်း မရှိပေ။

သကြားလုံးဆိုင်ပိုင်ရှင် သို့မဟုတ် ကလေးကစားစရာ ပစ္စည်းများ ရောင်းသည့် စတိုးဆိုင်ရှင်သည် ကလေးဒုက္ခကြောင့် ကလေးများအပေါ် ငြိုငြင်နေလေ့ရှိသည်။ ထိုနည်းတူ လက်လီ အရောင်းသမားတစ်ဦးသည်၊ လူတစ်ယောက်ကို ဒီပစ္စည်း ဝယ်ယူနိုင်မှာမဟုတ်ဟု၊ ကြိုတင်တွက်ချက်မိရာမှ အံ့ဩလောက်အောင်၊ ထိုသူသည်မိမိ၏ ပထမတန်း ဖောက်သည် ဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရတတ်ပေသည်။

ကျွန်ုပ်သည် နယ်မြေဘဏ်တစ်ခုတွင် ဒေါ်လာသန်း ၄၀၀ မျှ ပေးအပ်ထားသည့် လူတစ်ယောက် နှင့် မကြာမီက စကားပြောခွင့် ရခဲ့ပါသည်။ သူသည် အဝတ်အစားကိုသန့်ပြန် သပ်ရပ်စွာ ဝတ်ထားခြင်းမရှိ။ စင်စစ်စုတ်စုတ်ပြတ်ပြတ်ဝတ်သူဟုဆိုနိုင်သည်။

သူသည် ဘဏ်စာရေးမအား သူ၏မြေးများကို ပေးရန် အတွက် ငွေ ၁၀ ပေါင်ထုတ်ပေးရန် ပြောဆိုသောအခါ၊ စာရေးမသည် အချိန်အများကြီးကြန့်ကြာပြီးမှ ထုတ်ပေးသည်။ သူသည် ခံလိုက်သည်။ သို့ရာတွင် သူ့ကားရပ်လက်မှတ်တွင် ဘဏ်တံဆိပ်ထုပေးရန် ပြောဆိုရာ၌၊ သူမက ငြင်းဆိုသည့် အခါတွင်မူ ၊ သူသည် အနီးဆုံး အရာရှိထံသွားပြီး သူ၏ ငွေများကို ပြန်ထုတ်ရန် တောင်းဆိုတော့သည်။

ထိုအခါတွင်မှ ထိုသူမည်သူမည်ဝါဖြစ်ကြောင်း သိကြတော့
သည်။ သိသည်နှင့် အားလုံးက ဝိုင်းဝန်းပြောဆိုကြသဖြင့် သူပြန်
ထုတ်မည့်ငွေမှာ မထုတ်ဖြစ်တော့ပေ။

သို့ရာတွင် မိမိဘဏ်၏အဓိကဖေါက်သည်ကို မသိသည့်
အပြင်၊ ဝန်ဆောင်မှုညံ့ဖျင်းလှသည့် စာရေးမမှာမူ အလုပ်မှ
ထုတ်ပစ်ခြင်းခံရပေသည်။



၁၃

လုပ်ငန်းကတ်ပြား
ပေးခြင်းထက်ပိုပါစေ။

ကျွန်ုပ်တို့သည် မိတ်ဆွေသစ်တစ်ယောက်နှင့် တွေ့သည့် အခါ၊ လုပ်ငန်းကတ်ပြားများ လဲလှယ်လေ့ရှိကြသည်။ ဤသည်မှာ ဖန်တစ်ရာတေနေသည့် နည်းစနစ်ဟောင်းတစ်ခုသာဖြစ်သည်။ အများအားဖြင့် ကတ်ပြားကို မည်သူမျှဂရုမပြုပဲ ပစ်ထားလေ့ရှိ သောကြောင့်ဖြစ်ပေသည်။

အောက်ပါတို့မှာ လုပ်ငန်းကတ်ပြားပေးအပ်ရာတွင် ပိုမို အကျိုးရှိစေသည့် နည်းလမ်းများဖြစ်ပေသည်။

- ၁။ ကတ်ပြားတွင် သင်၏ဓါတ်ပုံထည့်သွင်းထားပါ။
- ၂။ ကျောဘက်တွင် ဖောက်သည်နှစ်သက်၊ အမှတ်ရနိုင်သည့် စကားပုံ သို့မဟုတ် အကိုးအကားတစ်ခုကိုဖော်ပြပါ။
(ကျွန်ုပ်၏မိတ်ဆွေတစ်ယောက်သည် သူ၏လုပ်ငန်းနှင့်

ဆက်စပ်သော ကာတွန်းတစ်ခုကို ကတ်ပြား၏ကျောတွင်
ဖေါ်ပြထားသည်ကို တွေ့ရဖူးပါသည်။)

၃။ မိမိလုပ်ငန်းကိုဖေါ်ပြပါ။

၄။ အိမ်ဖုန်းနံပါတ်ကို ဖေါ်ပြပါ။ (ဤသည်မှာ မိတ်ဆွေအား
ကူညီရန် အချိန်မရွေး အသင့်ရှိသည်ဟု ဆိုလိုခြင်း
ဖြစ်ပါသည်။)

၅။ မိမိလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်သည့် လက်ကမ်းစာစောင်
စာအုပ်ငယ် သို့မဟုတ် ပစ္စည်းနမူနာဖြင့် ပူးတွဲပေးပါ။
ပန်းငယ်တစ်ပွင့်ဖြင့် ပူးတွဲပေးခြင်းသည်ပင် ထူးခြားမှု
ရှိပါသည်။

၆။ လူအများစိတ်ဝင်စားသည့် သတင်းစာ၊ သို့မဟုတ်
မဂ္ဂဇင်း၊ ဆောင်းပါးနှင့် အတူပူးတွဲပေးပါ။

၇။ ကတ်ပြားကို အခမဲ့ပေးပါ။ ကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် မိမိ၏
စာများကို ပေးပို့သည့်အခါတိုင်း လုပ်ငန်းကတ်ပြားများ
ကို ပူးတွဲပေးပို့လေ့ရှိပါသည်။
တစ်ဦးကမူ မိမိအိမ်ရှင်ဘောလုံးအသင်း ဂိုးဝင်သည့်
အခါ၊ မိမိကတ်ပြားကို မြှောက်၍ အားပေးလေ့ရှိသည်။
လုပ်ငန်းကတ်ပြားသည် စားပွဲ၊ အံ့ဆွဲထဲတွင်သိမ်းထားရန်
မဟုတ်ပါ။ အပြင်ထုတ်သုံးမှသာ အကျိုးရှိမည် ဖြစ်ပါ
သည်။

၈။ လုပ်ငန်းကတ်ပြားများကို သင့်စားပွဲပေါ်တွင် မြင်သာ ထင်ရှားမှုရှိအောင် ပြင်ဆင်ပြသထားပါ။ သို့မဟုတ် လက်ကမ်းစာစောင်များနှင့်အတူ ပူးတွဲပြသထားပါ။ တွေ့သည့်လူများ ယူသွားပါစေ။

တစ်ခုတလေမဟုတ် သူတို့နှင့်သိသူ စိတ်ဝင်စားသူများ ကို ထပ်ဆင့်ပေးနိုင်ရန် များများစားစားယူသွားပါစေ။

၉။ သင့်လုပ်ငန်းကတ်ပြားအား ထပ်ဆင့်ပေးသူကို ဆုပေး သည့်စနစ်ကျင့်သုံးပါ။ သင့်ကတ်ပြား၏ကျောဘက်တွင် သူ၏နာမည်ကိုရေးပါစေ။ အကယ်၍ ထိုကတ်ပြားကိုင် ဆောင်ပြီး ဖောက်သည်သစ်တစ်ယောက်ရောက်ရှိလာ လျှင် ထပ်ဆင့်ပေးသူ (ကျောဘက်တွင် အမည်ရေး ထားသူ) အား ဆုပေးပါ။



၁၄

ကြော်ငြာသည်အခါ

မိမိလုပ်ငန်း၏

သရုပ်သကန်ပေါ်လွင်ပါစေ

ကြော်ငြာခြင်းသည်၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကိုများစွာ ထိရောက်အောင်မြင်စေပါသည်။ ကြော်ငြာသည့်အခါ မိမိကုမ္ပဏီ၏ အမှတ်တံဆိပ်၊ ကြွေးကြော်သံ၊ အရောင်အသွေးနှင့် ရည်ရွယ်ချက်အတိုင်း ကြော်ငြာသင့်ပါသည်။ ယင်းအင်္ဂါလက္ခဏာများကို မကြာခဏပြောင်းလဲခြင်းသည်၊ ဖေါက်သည်များအား ရှုပ်ထွေးမှုကို ဖြစ်စေပါသည်။

ကြော်ငြာသည့် ရည်ရွယ်ချက်သည်လည်း၊ ရိုးစင်းရန်လိုပါသည်။ သင့်လုပ်ငန်း သို့မဟုတ် ကုမ္ပဏီ၏ရပ်တည်ချက်ကို ရိုးရိုးလေးဖော်ပြသည့် ကြွေးကြော်သံ သို့မဟုတ် ဆောင်ပုဒ်တစ်ခုခုကို ရွေးချယ်ရပါမည်။ ရွေးချယ်ရာတွင် စာလုံးနည်းလေကောင်းလေဖြစ်ပါသည်။

ကုမ္ပဏီကြီးအချို့၏ ကြော်ငြာကို ကြည့်ပါ။ ဥပမာ-
 ကိုကာကိုလာပက်(စီ)တို့၏ကြော်ငြာသည် ခိုးစင်းပြီးတိုရှင်းသည်
 ကိုတွေ့ရပါမည်။ လက်လီရောင်းချသည့် ကုမ္ပဏီကြီးတစ်ခု၏
 “ကျေနပ်မှုရှိရန် အာမခံသည်” ဟူသောကြော်ငြာသည် များစွာ
 ထိရောက်ပါသည်။ စကားလုံးနည်းပြီး၊ အဓိပ္ပာယ်များစွာရှိသည့်
 ကြော်ငြာမျိုးဖြစ်သည်။

အကယ်၍ သင်သည် ယင်းသို့သော ကြွေးကြော်သံမျိုး
 သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းဦးတည်ချက်မျိုးမရှိသေးလျှင်၊ သင်၏လူများ
 နှင့်တိုင်ပင်၍ တစ်ခုခုရအောင် ဆွေးနွေးပြုစုပါ။



၁၅

**သင်၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း
သို့မဟုတ်
ဝန်ဆောင်မှုအကြောင်းကို
လူအများ မြင်သာအောင်
ပြသထားပါ**

သင်၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသည် ဆုပ်ကိုင်မရသည့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းမျိုး ဖြစ်သည့်တိုင်၊ ဆုပ်ကိုင်ရနိုင်သည့် အကြောင်းအရာတစ်ခုခုကိုရှာ၍ ခင်းကျင်းပြသပါ။ ထို့ပြင် သင်သည် သင်၏ပစ္စည်းများကို တယ်လီဖုန်းဖြင့်သော်လည်းကောင်း၊ စာဖြင့် ကိုယ်တိုင်ဆက်သွယ်၍သော်လည်းကောင်း၊ သို့မဟုတ် ဖြန့်ချိသူမှတစ်ဆင့်သော်လည်းကောင်း ရောင်းချသူ ဖြစ်ကောင်းဖြစ်ပါမည်။

မည်သို့ဆိုစေ သင်၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများကို သင့်ရုံးရှိ လူမြင်သာသည့်နေရာတွင် သပ်ရပ်စနစ်ကျစွာ ပြသထားပါ။

လူအများဆုံဆည်းရာ၊ အချိန်ယူ စောင့်ဆိုင်းရာနေရာ များဖြစ်သည့် လေယာဉ်ကွင်း၊ ဘတ်စ်ကားဂိတ် စသည့်များတွင်



လည်း သင်၏ ကုန်ပစ္စည်းများအား ကြော်ငြာနိုင်မည့် နည်းလမ်းများကို ရှာကြံပါ။ အခွင့်အရေးရလျှင် သပ်ရပ်ကျနစွာ ကြော်ငြာပါ။ ဤနေရာများသည် လူအများ၏ စိတ်အာရုံကို အကောင်းဆုံး ဆွဲဆောင်နိုင်သည့်နေရာများ ဖြစ်ပါသည်။

ထို့ပြင် ဖြစ်နိုင်ပါက စိတ်ဝင်စားဘွယ်ကောင်းသည့် အခြားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းခွင်များတွင်လည်း၊ သင်၏ပစ္စည်းများကို ပြသထားပါ။ ဥပမာ အိမ်အလှဆင်သည့် ကုမ္ပဏီသည် အိမ်ရာစီမံကိန်းရုံးတွင်၊ ၎င်း၏လက်ရာများအား ပြသထားခြင်း၊ အလှပြင်ခန်းမဆောင်တွင်၊ ကျန်းမာရေး အထောက်အကူပြုပစ္စည်း သို့မဟုတ် အားကစားပစ္စည်းများ ပြသထားခြင်းမျိုး ဖြစ်သည်။



၁၆

ကုန်စည်ပြပွဲ ၊ ပုံမှန်ဈေး
စသည်တို့တွင်
ပြသပါ

ကုန်စည်ပြပွဲများ၌ မိမိ၏ ပစ္စည်းများကို ပြသရာတွင် လျှို့ဝှက်ချက်ရှိပါသည်။ များစွာသောလူများသည်၊ ကုန်စည်ပြပွဲတွင် စားပွဲတစ်လုံးချပြီး၊ မိမိပစ္စည်းများကို ခင်းကျင်းပြသထားလျှင် လူများအံ့၍ လာကြလိမ့်မည်ဟု ယူဆကြသည်။ လုံးဝမဟုတ်ပါ။ ဤကိစ္စ၊ ဤမျှ မလွယ်ပါ။

အောက်ပါတို့မှာ အကြံပြုချက်အချို့ဖြစ်ပါသည်-

- ၁။ ဖေါက်သည်ဖြစ်နိုင်ခြေရှိသူများအား ကြိုတင် ဖိတ်ကြားထားပါ။ ဖြစ်နိုင်လျှင် ကုန်စည်ပြပွဲ အစည်း အဝေးသို့ တက်ရောက်မည့်သူများ၊ ကိုယ်စားလှယ်များ စာရင်းကို ကြိုတင်ရယူထားပါ။ ထိုသူများထံသို့ ဖိတ်စာ နှင့်တကွ လုပ်ငန်းကတ်ပြား ပူးတွဲပေးပို့လျက်၊ အကယ်၍



သင့်ပြခန်းသို့ လာရောက်မည်ဆိုပါက၊ ဆုသို့မဟုတ် လက်ဆောင်ပစ္စည်း တစ်စုံတစ်ခု ချီးမြှင့်ရန် အစီအစဉ် ရှိကြောင်း ဖော်ပြပါ။

ကျွန်ုပ်သည် သင်တန်းပို့ချမှုဆိုင်ရာ ကုမ္ပဏီတစ်ခု ၏ ဥက္ကဋ္ဌတာဝန် ယူစဉ်က၊ ပြပွဲသို့ တက်ရောက်လာသူ များအား၊ ကျွန်ုပ်တို့ပေးပို့လိုက်သည့်စာနှင့်အတူ၊ ကျွန်ုပ် တို့၏ ပြခန်းသို့ ရောက်ရှိလာပြီး၊ ၇-မိနစ်မျှသာကြာ သည့် “လုပ်ငန်းမိတ်ဆက်” ဝီဒီယိုခွေကို ကြည့်ရှုမည် ဆိုပါက၊ ဝဏန်းတွက်စက်တစ်လုံး လက်ဆောင်ပေးလို ပါသည်ဟု ဖော်ပြဖိတ်ကြားခဲ့ပါသည်။

ပြပွဲပွင့်သည့်အခါ လူများသည် အပြေးအလွှား ရောက်ရှိလာကြလေသည်။

၂။ သင်လက်ဆောင်ပေးသည့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ခု သည် ထင်ရှားပေါ်လွင်မှုရှိပါစေ။ ဥပမာ ကွန်ပျူတာ ဆော့ဖ်ဝဲများထုတ်လုပ်သည့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုသည်၊ မီးခံသေတ္တာပုံစံ ဖော်ထားသည့် ကလေးကစားစရာ ဘဏ်တိုက်အရုပ်ကလေးများကို ရောက်ရှိလာသူ များအား လက်ဆောင်ပေးသည်။

အရွယ်အစားမှာ ၆-လက်မမျှရှိပြီး လှပသပ်ရပ်



သည်ဖြစ်ရာ၊ တွေ့မြင်သူအားလုံးက စိတ်ဝင်တစ်စား
မေးမြန်းကြသည်။ သို့ဖြင့် ကုမ္ပဏီပြခန်းရှိရာ ရောက်ရှိ
လာကြပြီး၊ ကုမ္ပဏီ၏ ထုတ်ကုန်များကိုပါ စိတ်ဝင်
တစ်စားရှိလာကြသည်။

၃။ တက်ကြွကြိုးစားသည့် ပြခန်းဖြစ်ပါစေ။ ပြခန်းရှိ
ဝန်ထမ်းအားလုံးသည် မလှုပ်မရှား ငြိမ်သက်နေရန်
မဟုတ်။ တက်ကြွစွာ လှုပ်ရှားသက်ဝင်နေရန် လိုအပ်
ကြောင်း ကြိုတင်ညွှန်ကြားထားရပါမည်။

မည်သူမှ မထိုင်ပါနှင့်၊ ရောက်ရှိလာသည့်ဧည့်သည်
အားလုံးကို နှုတ်ဆက်ပါ။ အားလုံး၏ စိတ်ဝင်စားမှုရရှိ
စေရန်အတွက် ဖွင့်ပွဲတွင် တစ်စုံတစ်ခုပြုလုပ်ရန် ကြိုတင်
စီမံထားပါ။

၄။ လမ်းစ၊ ရလျှင် အမြန်ဆောင်ရွက်ပါ။ ပြခန်းတွင်
မိမိပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ခုအတွက် ရောင်းဝယ်မှု လမ်းစ
တစ်စုံတစ်ရာ ပေါ်သည်နှင့် လျှင်မြန်စွာ ချက်ချင်း
ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ပါ။

ဤလိုနေရာမျိုး၏ အဓိသော့ချက်မှာ “လျှင်မြန်မှု”
ဖြစ်သည်။ ဖေါက်သည်သစ်တစ်ယောက်၏ လိုအင်ဆန္ဒ
ကို ချက်ချင်း ဖြည့်ဆည်းပေးရပါမည်။ အနည်းငယ်
နှောင့်နှေးသည်နှင့် ပျက်ပြယ်သွားတတ်ပါသည်။



၁၇

စာအုပ်ထုတ်ဝေပါ

ကျွန်ုပ်၏မိတ်ဆွေတစ်ဦးသည် သူ၏လုပ်ငန်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ စာအုပ်ရေးသားထုတ်ဝေပါသည်။ ဈေးနှုန်းမှာ မများလှပါ။ ထို့ပြင် လျှော့နှုန်းဖြင့်ရောင်းရုံမက၊ အသုံးဝင်သည့် လမ်းညွှန်မှု အများအပြားပါရှိပါသည်။ သို့ရာတွင် စာအုပ်၏အဓိက အကြောင်းအရာမှာ သူ့ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ၏ အရေးပါမှုကို ဖော်ပြခြင်း ဖြစ်ပေသည်။

လူများသည် တစ်စုံတစ်ရာ ပုံနှိပ်ရေးသားထားခြင်းအပေါ် ယုံကြည်မှုရှိကြပါသည်။ ထို့ကြောင့် ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်းသည် လေးစားမှုနှင့် ယုံကြည်မှုကို ဖြစ်ထွန်းစေသည်။

စာအုပ်ရေးသားရခြင်းသည် ကြီးလေးသည့် တာဝန် မဟုတ်ပါလားဟု မေးစရာရှိပါသည်။ မှန်ပါသည်။ သို့ရာတွင်



သင့်အား ကူညီနိုင်မည့်လူ အများအပြားရှိပါသည်။ အထူးသဖြင့် တက္ကသိုလ်တစ်ခုခု၏ သတင်းစာပညာဌာန သို့မဟုတ် လူထု ဆက်သွယ်ရေးဌာနနှင့် ဆက်သွယ်၍ စာရေးသားမှု ကျွမ်းကျင်သည့် ကျောင်းသားကို စုံစမ်းမေးမြန်းရန်ဖြစ်ပါသည်။ အချို့သည် တစ်စုံတစ်ခု ထုတ်ဝေသည့် စာရေးဆရာအဖြစ် ခံယူလိုသူ အများအပြားရှိကြပါသည်။

ယင်းသို့သော ကျောင်းသား၏ နမူနာရေးသားချက်ကို သင်ကြိုက်ပြီဆိုလျှင်၊ သူ့အား ပုတ်ပြတ်စွေးပေးရန် သူနှင့်ညှိနှိုင်းရပါမည်။ အများအားဖြင့် စွေးများခြင်းမရှိပါ။ တစ်ခုပြုလုပ်ရန်မှာ သူ့အား ပူးတွဲစာရေးဆရာအဖြစ်သာ ဖော်ပြမည်ဖြစ်ကြောင်း ကြိုတင်ပြောကြားထားရန် ဖြစ်ပါသည်။

ထို့နောက် သင်သည် အသံဖမ်းစက်တစ်လုံးဖြင့် ထိုင်၍ သင်ပါဝင်လိုသည့် အကြောင်းအရာများကို ပြောချရန်ဖြစ်ပါသည်။ ယင်းတိတ်ခွေကို ကျောင်းသားသို့ ပေးအပ်သည့်အခါ သင်လိုချင်သည့်စာမူ ရရှိလာမည်ဖြစ်ပါသည်။

၁၈

ဖေါက်သည်
အလားအလာ
ရှိသူများအား
သင်ကြားပြသပေးပါ

ကားပြင်အလုပ်ရုံတစ်ခုသည် ကားများမည်သို့ အလုပ်လုပ်ပုံနှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ သင်တန်းများကို အခမဲ့အဆက်မပြတ် သင်ကြားပေးသည်။ တက်ရောက်လိုသူ မည်သူ့ကိုမဆို ဖိတ်ခေါ်သည်။ ထို့ကြောင့် ရက်သတ္တပတ်ကုန်တိုင်း သင်တန်းတိုးအမျိုးမျိုးကို ရွေးချယ်တက်ရောက်ခွင့်ပြုသည်။

စက်မှုဆိုင်ရာ ပညာရှင် (Mechanic) သည် ကား၏ "ဘရိတ်" ဆိုင်ရာ အလုပ်လုပ်ပုံများအကြောင်း၊ စက်လည်ပတ်မှုအကြောင်း၊ အပူငွေ့ထိန်းသိမ်းမှုအကြောင်းများနှင့်တကွ၊ ကားတစ်စီးမည်သို့ အလုပ်လုပ်ပုံများကို ရှင်းလင်းပြောပြသည်။ သင်တန်းပြီးသည့်အခါ အားလုံးကို ကော်ဖီ၊ မုန့်တို့ဖြင့်ဧည့်ခံကျွေးမွေးလေသည်။

ဤဝန်ဆောင်မှုသည် ဖေါက်သည်အလားအလာရှိသူ (ဧည့်သည်)များအား၊ သက်တောင့်သက်သာ ဖြစ်စေရုံမက၊ ဝန်ထမ်းများနှင့် ချစ်ခင်ရင်းနှီးမှုကို ရရှိစေသည်။

အခြားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများသည်လည်း ၊ ယင်းပုံစံအတိုင်း ဆောင်ရွက်နိုင်သည် သာဖြစ်သည်။ မိမိပစ္စည်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ အခမဲ့သင်ကြားပြသ ခြင်း သို့မဟုတ် သရုပ်ပြခြင်း စသည်တို့သည် ဖေါက်သည်သစ် ရှာဖွေခြင်းအတွက် သော့ချက်များပင်ဖြစ်ပေသည်။

F.6 .A



၁၉

Yellow Page ခေါ်
**စီးပွားရေးလမ်းညွှန်
 စာအုပ်များတွင်
 ထည့်သွင်းပါ**

Yellow Page ခေါ် စီးပွားရေးလမ်းညွှန်စာအုပ်များသည် လူများစုကြီးနှင့် များစွာဆက်စပ်မှုရှိသဖြင့်၊ မည်သည့်စီးပွားရေး မျိုးမဆို၊ ပါဝင်ကြော်ငြာသင့်ပါသည်။ ငွေများစွာအကုန်ခံ၍၊ အကြီးအကျယ် ကြော်ငြာရမည်ဟု မဆိုလိုပါ။ သို့ရာတွင် သင့် ကုမ္ပဏီ၊ သင့်လုပ်ငန်းအမည် စာရင်းပါဝင်ရန်မူ အထူးလိုအပ် ပါသည်။

ထိုနည်းတူ သင်၏ အသက်မွေးဝမ်းကြောင်းလုပ်ငန်း နှင့် စပ်လျဉ်း၍ ပြုစုသည့် သီးခြားလမ်းညွှန်စာအုပ်မျိုးတွင်သော် လည်းကောင်း၊ သို့တည်းမဟုတ် ယင်းအဖွဲ့အစည်း၏ အသင်း ဝင်အဖြစ်လည်းကောင်း ပါဝင်ရန် လိုအပ်ပါသည်။

ထို့ပြင်လမ်းညွှန်စာအုပ်များကို အသုံးပြု၍၊ သင်၏ပေါက် သည်များကို ရှာဖွေတတ်ရန်လည်း လိုပါသည်။ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ



စာကြည့်တိုက်သို့ သွားရောက်လေ့လာခြင်းသည် တန်ဖိုးရှိသည့် လုပ်ရပ်ဖြစ်ပါသည်။

စာကြည့်တိုက်တွင် မည်သို့သော လမ်းညွှန် စာအုပ်မျိုး ရရှိနိုင်သည်ကို ကြည့်ပါ။ အချို့သောစီးပွားရေး လမ်းညွှန်စာအုပ် များသည် နိုင်ငံ၏ အပိုင်းအလိုက်၊ ဒေသအလိုက်၊ လုပ်ငန်းရှင် အမျိုးမျိုး၊ လူပုဂ္ဂိုလ်အမျိုးမျိုး၏ အမည်စာရင်းနှင့်တကွ ဖော်ပြ ထားပါသည်။ ကုန်ပစ္စည်းဝယ်ယူရေး ဆိုင်ရာ ကိုယ်စားလှယ်များ ၏ အမည်စာရင်းလည်း ပါဝင်ပါသည်။

ထိုအခါ သင့်ကုမ္ပဏီ၏ ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်းကို သူတို့ အား သင်မိတ်ဆက်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။ သို့တည်းမဟုတ် သင်ရရှိ သည့် သတင်းအချက်အလက်များများအပေါ် မူတည်၍ ယင်းတို့ ၏ လိုအပ်ချက်ကို သင်ခန့်မှန်းနိုင်မည်ဖြစ်ပေသည်။

ထို့ပြင် အခြားသောလမ်းညွှန်စာအုပ်တစ်မျိုးလည်း ရှိပါသည်။ ယင်းမှာ အိမ်ထောင်စုအလိုက်၊ နေ့ရပ်လိပ်စာနှင့် တကွ၊ အလုပ်အကိုင်ကိုပါ ဖော်ပြသော လမ်းညွှန်စာအုပ်မျိုးဖြစ် ပါသည်။ အကယ်၍ အိမ်ထောင်စုသစ်၊ အိမ်ရှင်သစ် ပြောင်းလဲ ရောက်ရှိလာလျှင်လည်း၊ မှတ်ချက်နှင့်တကွ ဖော်ပြထားပါသည်။

ဤစာရင်းများရလျှင် သင်ဖေါက်သည်သစ်ရရန် မခဲယဉ်း တော့ပါ။

၂၀

**အခြားပစ္စည်း
တစ်ခုနှင့်တွဲ၍
အရောင်းမြှင့်တင်ပါ**

ကားတာယာများရောင်းချသည့် လက်စ်စီဝက်ဘ် (Les Schwab) ဆိုသူသည်၊ ၎င်း၏ စီးပွားရေးကို အလွန်အောင်မြင်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့သူတစ်ဦးဖြစ်သည်။ ၁၉၆၀ပြည့်နှစ်များက သူသည် အကြံဉာဏ်တစ်ခုရခဲ့သည်။

ကားတာယာဝယ်သူများအား၊ အမဲသားလက်ဆောင်ပေးရန် အတွက် လက်မှတ်ထုတ်ပေးသည့် စနစ်ကျင့်သုံးရန် ဖြစ်သည်။

သူကိုယ်တိုင် ရေးသူ၏ အတ္ထုပ္ပတ္တိတွင် အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ပြခဲ့သည်-

“ဤစနစ်သည် ကျွန်ုပ်တို့အတွက် အလွန်အောင်မြင်သည့် ရောင်းအားမြှင့်တင်ခြင်း လုပ်ငန်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ ဤနည်း



ဖြင့် ကျွန်ုပ်တို့သည် အမဲသားများသာမက၊ ကားတာယာများကိုပါ ပို၍ ရောင်းချရသည်”

“ဤလုပ်ငန်းကို စ, တင်ရာတွင် ကျွန်ုပ်သည် ဆုံးဖြတ်ချက် တစ်ခုကို ချခဲ့သည်။ နှစ်ပေါင်း ၃၄-နှစ်တာမျှ ဆောင်ရွက်ခဲ့သည့် ကျွန်ုပ်၏ စိုက်ပျိုးမွေးမြူရေးလုပ်ငန်း အောင်မြင်မှုသည် အဓိကဟု မှတ်ယူခဲ့သည်။ ထိုနည်းတူ ကားတာယာလုပ်ငန်းသည်လည်း၊ ကားအမျိုးမျိုး၏ တာယာများကို လေ့လာ၍ ကျွန်ုပ်အထူးပြုလုပ်ဆောင်ထားသည့် လုပ်ငန်းတစ်ခုဖြစ်ပေသည်။”

“ထို့ကြောင့် ကားတာယာဝယ်သူများသည် သူတို့ဝယ်အားအပေါ် မူတည်၍ ၇-ဒေါ်လာခွဲမှသည်၊ ၁၅-ဒေါ်လာအထိ တန်သည့် အမဲသားလက်ဆောင်လက်မှတ်များ ထုတ်ပေးရာ၊ ဖေါက်သည်များသည် သူတို့အခမဲ့ရသည့် အရေအတွက်ထက်၊ အမဲသားများကို ပိုမိုဝယ်ယူကြသည်ကို တွေ့ရှိရသည်”

“ဤနည်းဖြင့် ကားတာယာများသာမက၊ အမဲသားများပါ အရောင်းတွင်ကျယ်ခဲ့ခြင်းဖြစ်ပေသည်။”

၂၁

သင်၏
ဝန်ထမ်းများကို
ကောင်းစွာ
လေ့ကျင့်ပေးပါ

ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ ဝန်ထမ်းများသည်၊ အမှန်တကယ် အားဖြင့် အကောင်းဆုံးသော ကြော်ငြာသမားများပင်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် သင့်လူများကို သင်တန်းပေးရန် သေချာပေါက်လိုပါသည်။ များစွာသော ကုမ္ပဏီများ၏ အမှားမှာ သာမန်ခြိုးခြံချွေတာမှုတစ်ခုအတွက်၊ သင်တန်းပေးခြင်းကို ရပ်နားလိုက်ခြင်းဖြစ်ပေသည်။

ဂျပန်ကုမ္ပဏီများ၏ သင်တန်းပေးမှုသည်၊ ကျွန်ုပ်တို့ထက် များစွာ သာလွန်ပါသည်။ ကျွန်ုပ်သည် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကုန်တိုက်တစ်ခု၏ ဓါတ်လှေကားမောင်းသမား တစ်ဦးကို တွေ့ဘူးပါသည်။ သူသည် လ၊ နှင့်ချီကြာသည့် သင်တန်းကို တက်ရောက်ရသူဖြစ်သည်။



ထို့ကြောင့် သူသည် လူအမျိုးမျိုးအကြောင်းနှင့် ကုန်တိုက် အကြောင်းကို နားလည်သည်။ အထူးသဖြင့် မည်သို့သောပစ္စည်း မည်သည့်နေရာတွင် ရနိုင်သည်ကို ကောင်းစွာပြောနိုင်သည်။

သင်တန်းသည် လူအများယူဆသကဲ့သို့ ခန်းမအတွင်း၌ သာ ပို့ချရမည်မဟုတ်ပါ။ အတွေ့အကြုံရှိပြီး၊ ကျွမ်းကျင်သည့် ဝန်ထမ်းများက၊ ဝန်ထမ်းသစ်များအား သင်ကြားပေးခြင်းသည် လည်း ပြုပြင်တိုးတက်မှုကို ပိုမိုရရှိစေပါသည်။ သို့သော် ဝန်ထမ်း ဟောင်းသည် အမှန်တတယ် ကျွမ်းကျင်ရင့်ကျက်သူဖြစ်ရပါမည်။

သင်တန်းအဆက်မပြတ် ပေးခြင်း၏ အကျိုးကျေးဇူးကို အမှတ်မထင် ရှိကြသော်လည်း၊ ဝန်ထမ်းများကမူ နှစ်ခြိုက် သဘောကျကြပါသည်။ အထူးသဖြင့် ကုမ္ပဏီက အချိန်နှင့်ငွေ အကုန်အကျခံ၍ သူတို့၏ အသက်မွေးဝမ်းကြောင်းပညာ တိုးတက်အောင် မွမ်းမံပေးခြင်းအတွက်၊ ဝန်ထမ်းများအတွက် ရော၊ ကုမ္ပဏီအတွက်ပါ များစွာအကျိုးရှိစေပါသည်။

၂၂

**ချွတ်ယွင်း
အားနည်းမှုရှိလျှင်
ရဲဝံ့စွာ ပြုပြင်ပါ**

ဤစာအုပ်ပါ နိဿရည်း ၃-အရာ သင့်အဖွဲ့အစည်း၏ လိုအပ်ချက်များကို စိစစ်သုံးသပ်မည်ဟု ယူဆပါသည်။ မည်သို့ ဆိုစေ၊ သင်၏ ကုမ္ပဏီအား သုံးသပ်ရာတွင်၊ သင်ကျေနပ်မှုမရှိ သည့်အနေအထားမျိုး ဖြစ်ပါက၊ သင်ဘာလုပ်မည်နည်း။

ယင်းသို့ဖြစ်လျှင် အခြေအနေကို ရဲရဲဝံ့ဝံ့ ရင်ဆိုင်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ တစ်ချိန်တည်းတွင် ဖောက်သည်များ ကျေနပ် မှုရှိသည်တိုင်၊ ကုမ္ပဏီ၏ အားနည်းချက်များကို ပြန်လည်ပြုပြင် တည်ဆောက်မည်ဖြစ်ကြောင်း လူအများသိအောင် ပြုလုပ်ရပါ မည်။

ကမ္ဘာတွင် ဒုတိယအကြီးဆုံး လက်လီရောင်းချသည့် ကုန်တိုက်ကြီးတစ်ခုဖြစ်သော K-Mart သည်၊ ကမ္ဘာ့အကြီးဆုံး

လက်လီအရောင်းသမား Wal-Mart နှင့် ယှဉ်ပြိုင်ရာတွင်၊ ပြန်လည် ပြုပြင်မှုလုပ်ငန်းများ ပြုလုပ်ရန်အတွက် မကြာမီက ဒေါ်လာ ၃-ကုဋေကျော် အကုန်အကျခံခဲ့ရသည်။

ဤနေရာတွင် လုပ်ငန်းမကြီးလှသည့် ကားတာယာ အရောင်းသမားတစ်ဦး၏ နမူနာကို ယူသင့်ပါသည်။ သူသည် ယခင်က သူ၏ညှိဖျင်းသောဝန်ဆောင်မှုများအတွက် တောင်းပန် ပြီး၊ အသစ်တစ်ဖန် ပြုပြင်ထားသည့် သူ၏ ဆိုင်သို့ ဖေါက်သည် များ ပြန်လည်ဆက်သွယ်လာရောက်ကြပါရန်၊ အိတ်ဖွင့်ပေးစာ တစ်စောင်ရေးသားခဲ့သည်။

သူ့စာမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည် -

ဘစ်စ်ဘွန်းပြည်သူ့အပေါင်းသို့ အိတ်ဖွင့်ပေးစာ

မကြာမီသောကာလအတွင်းက ကျွန်ုပ်တို့၏ မန်နေဂျာ ဟောင်းနှင့် သူ၏ဝန်ထမ်းများသည်၊ ဖေါက်သည်များ အပေါ် ကောင်းစွာ ဝန်ဆောင်မှုမပေးကြောင်း သိရှိရပါ သည်။

ဤသည်မှာ ကျွန်ုပ်တို့မျှော်မှန်းသော ဖေါက်သည်များ ကျေနပ်မှုရှိရေး၊ ဝန်ထမ်းများ အရည်အချင်းပြည့်ဝရေးနှင့်၊ ရင်းနှီးခင်မင်သော ဝန်ဆောင်မှုပေးရေး စသည့်

ကျွန်ုပ်တို့၏ ရည်မှန်းချက်နှင့် လုံးဝဆန့်ကျင်ပါသည်။
 သို့ဖြစ်၍ ကျွန်ုပ်တို့သည် ယခင်မန်နေဂျာဟောင်းအား
 အလုပ်မှ ဖယ်ရှားခဲ့ပြီး၊ ယခုအခါ မန်နေဂျာအသစ်တစ်ဦး
 ကို ခန့်ထားတာဝန်ပေးထားလျက်ရှိပါသည်။ ယခု
 မန်နေဂျာသည် များစွာ အတွေ့အကြုံရှိပြီး၊ အရည်
 အချင်းပြည့်ဝလျက်၊ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းအဖော် များစွာ
 နှစ်ခြိုက်စိတ်ဝင်စားသူဖြစ်ပါသည်။

ကျွန်ုပ်တို့၏ ပြုပြင်ပြောင်းလဲမှုများ မှန်၊ မမှန် နှင့် ဖောက်
 သည်များအပေါ် အကောင်းဆုံးသော ဝန်ဆောင်မှုပေး
 နိုင်ခြင်း ရှိ၊ မရှိ သိရှိလေ့လာနိုင်ရန်၊ ကျွန်ုပ်တို့၏ အလုပ်
 ခွင်သို့ ဖောက်သည်သစ်၊ ဖောက်သည်ဟောင်းများ
 ကြွရောက်အားပေးကြပါရန် မေတ္တာရပ်ခံအပ်ပါသည်။

ဂျိမ်းစ်ဝီလီယံ
 (James Williams)
 အမှုဆောင်ဒါရိုက်တာ

၂၃

**ဖေါက်သည်
ကျေနပ်မှုရှိအောင်
ဆောင်ရွက်သူများကို
ဂုဏ်ပြုပါ**

ဖလော်ရီဒါပြည်နယ်ရှိ၊ အသံလွင့်ဌာနတစ်ခုသည်၊ ဝန်ဆောင်မှုအကောင်းဆုံးပေးသူများကို ဆုချီးမြှင့်သည့် အစီအစဉ်တစ်ခုကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ အသံလွင့်ဌာနသည်၊ ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ အမည်ကိုဖော်ပြပြီး ယင်းကုမ္ပဏီရှိ ဝန်ထမ်းများအနက်၊ သူတို့တွေ့ကြုံရသည့် ဝန်ထမ်းတစ်စုံတစ်ယောက်သည် အကယ်၍ အကောင်းဆုံး ဝန်ဆောင်မှုပေးသူဖြစ်ပါက၊ အမည်နာမနှင့် တကွ ဖော်ပြအကြောင်းကြားပေးရန် အသံလွင့်မေတ္တာရပ်ခံခြင်းဖြစ်သည်။

ကျွန်ုပ်သည် ဤနည်းနိဿယကိုယူ၍၊ ကျွန်ုပ်၏ မိတ်ဆွေကုမ္ပဏီတစ်ခုအား၊ ဒေသအသံလွင့်ဌာနတစ်ခုနှင့် ပူးပေါင်း၍ ဖေါက်သည်ကျေနပ်မှုရှိအောင် ဆောင်ရွက်သူ ဝန်ထမ်းများအား ဖော်ထုတ်ချီးကျူးရန် အစီအစဉ်တစ်ခု ပြုလုပ်ခဲ့သည်။

အသံလွင့်ဌာနက ကြေငြာပေးပြီး၊ ကုမ္ပဏီက ဆုကြေးငွေကို ကျခံသည်။ အသံလွင့်ချက်၏ သဘောမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်-

“ Moose Lips ကုမ္ပဏီသည်၊ ဖောက်သည် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း၏ အရေးပါမှုကို ကောင်းစွာ နားလည်သည့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ ဝန်ဆောင်မှုကောင်းသည်နှင့်အမျှ၊ ဒေသစီးပွားရေးသည်လည်း ပိုမိုခိုင်မာမည်ဟု ယုံကြည်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် သောတရှင်များအနေဖြင့် အထက်ပါ ကုမ္ပဏီမှ ဝန်ဆောင်မှုကောင်းသူများအား ရွေးချယ် ဆုပေးလိုသဖြင့် ရွေးချယ်ပေးပါရန် မေတ္တာရပ်ခံအပ်ပါသည်။ ”

“ ပေးပို့ရာတွင် စိတ်ကြေနပ်ဖွယ်ကောင်းသည့် ဝန်ဆောင်မှုကို သင်မည်သို့မည်ပုံ ရရှိခဲ့ကြောင်းနှင့် ဝန်ထမ်းအမည်၊ အတွေ့အကြုံရသည့်နေ့စွဲ၊ အချိန်၊ သင်၏အမည်နှင့် နေရပ်လိပ်စာတို့ကိုပါ ရေးသားပေးပို့ရန်ဖြစ်ပါသည်။ ရွေးချယ်ခံရသူများအား စရိတ်ငြိမ်းအပန်းဖြေခရီးထွက်ခွင့်ပြုမည်ဖြစ်ပါသည်။ ”

ဤနည်းဖြင့် Moose Lips ကုမ္ပဏီသည် ဝန်ဆောင်မှု



လုပ်ငန်းအဆင့်အမြင့်ဆုံးသို့ ရောက်ရှိခဲ့သည်။ ကုမ္ပဏီဟူသည်
 ပြည်သူ့အများနှင့် ဆက်စပ်လျက်ရှိရာ သင့်ကုမ္ပဏီသည်လည်း၊
 ဝန်ဆောင်မှုအကောင်းဆုံးပေးရာနေရာ တစ်ခုဖြစ်စေရန်၊ ယင်း
 သို့သော နည်းတစ်မျိုးမျိုးကို ကျင့်သုံးသင့်သည်သာဖြစ်ပေသည်။



၂၄

အလှူဒါနပြုပါ

သုတေသနပြုချက်အရ လူများသည် အလှူဒါနပြုသူကို ပြန်လည်တုန့်ပြန်လေ့ရှိကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။ တစ်စုံတစ်ခုကို အသိအမှတ်ပြုသောအားဖြင့် ဆင့် ၅၀-သို့မဟုတ် ၁-ဒေါ်လာ မျှလောက် ဒါနပြုခြင်းသည်၊ တန်ဖိုးမပြတ်နိုင်သော အကျိုးကျေးဇူးကို ရရှိနိုင်ပါသည်။

အလှူငွေသည် မပြောပလောက်သည့် ပမာဏဖြစ်ကောင်း ဖြစ်နိုင်သော်လည်း၊ လက်ခံရရှိသူ၏ ကျေနပ် နှစ်သိမ့်မှုမှာ များစွာ တန်ဖိုးကြီးမားပါသည်။

ထို့ကြောင့် ဖောက်သည်သစ် ရရှိရေးအတွက် ၊ သင်ကိုယ်တိုင် ဤနည်းလမ်းကို စမ်းကြည့်ပါ။ သင်တတ်နိုင်သည့် ငွေပမာဏအတွင်း အလှူပွဲတစ်ခု လုပ်မည်လား သို့မဟုတ်



အလှူပွဲလုပ်ရင်း သင်၏ ပစ္စည်းများကို ရှင်းလင်းပြသမည်လား၊
သင်စမ်းကြည့်နိုင်ပါသည်။

အကျိုးရှိသည်ကို တွေ့ရပါမည်။



အပိုင်း (၃)
ဖိတ်ခေါ်ခြင်း နှင့်
မက်လုံးပေးခြင်း



အပိုင်း (၃)
ပိတ်ခေါ်ခြင်းနှင့်
မက်လုံးပေးခြင်း



မိုးကျော်သူစာပေ

၂၅

မကြာခဏလာရောက်သည့်
 ဖေါက်သည်အား ကူပွန်စာအုပ်
 သို့မဟုတ် အထူးကတ်ပြား
 ထုတ်ပေးထားပါ

လအတန်ကြာက အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည်၊ ကျွန်ုပ်ထံ စာအုပ်ကလေးတစ်အုပ်လာရောက် ရောင်းချပါသည်။ စိစစ်ကြည့်သောအခါ ၊ စာအုပ်သည် အဝတ်လျှော် ကုမ္ပဏီတစ်ခုမှ၊ ပုံမှန်ဖေါက်သည်များအား အထူးဈေးနှုန်းဖြင့် သတ်မှတ်လက်ခံဆောင်ရွက်ပေးသော စာအုပ်ဖြစ်ပါသည်။

ကာလကြာမြင့်သည်နှင့်အမျှ၊ သူ့အပေါ်သတ်မှတ်ပေးသည့် အလျှော့တွက်နှုန်းသည် မြင့်မားလာရာ၊ ပုံမှန်အခကြေးငွေထက်၊ ထက်ဝက်နီးပါးမျှ လျော့နည်းနေသည်ကို တွေ့ရပါသည်။

ဤနည်းဖြင့် အဝတ်လျှော်ကုမ္ပဏီသည် ဖေါက်သည်ဟောင်းကို ထိန်းထားခြင်းနှင့်အတူ ဖေါက်သည်သစ်ကို ဖိတ်ခေါ်သည့်နည်းစနစ်အား ကျင့်သုံးခြင်းဖြစ်သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။

မော်တော်ကားပြုပြင်ထိန်းသိမ်းမှု လုပ်ငန်းတစ်ခုကမူ အထူးဈေးနှုန်း သတ်မှတ်ထားသည့်စာအုပ် ကလေးများကို ရိုက်နှိပ်ပြီး၊ ဒေသဆိုင်ရာအထက်တန်းကျောင်းတစ်ကျောင်းသို့ ပေးအပ် လှူဒါန်းပါသည်။

စာအုပ်ရရှိသည့် ကျောင်းသားငယ်ကလေးများသည်၊ ယင်းစာအုပ်များကို ရောင်းချ၍ရရှိသည့် အကျိုးအမြတ်ကို ခံစား ခွင့်ပြုသည်။ တစ်ချိန်တည်းတွင် စာအုပ်ဝယ်ယူသူများသည်၊ အထူးနှုန်းဖြင့် ကားများကို ထိန်းသိမ်းပြင်ဆင်ခွင့်ရှိရာ၊ဖောက်သည် ဟောင်းမဟုတ်သည့်တိုင်၊ ဖောက်သည်သစ်ကို တစ်နည်းအားဖြင့် သိမ်းယူခြင်းပင် ဖြစ်ပေသည်။

တစ်ခုသတိပြုရမည်မှာ ဤနည်းလမ်းကို အသုံးပြုပါက၊ ဖောက်သည်များ ရုတ်တရက်ပိုမိုများပြား လာမည်ဖြစ်ရာ၊ ဝန်ထမ်း များအား ကြိုတင်သတိပေး၍ စနစ်တစ်ကျ စီမံချက်ချထားရန် လိုအပ်မည်ဖြစ်ပါသည်။



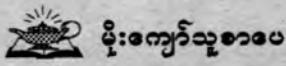
၂၆

**တစ်အိမ်တက်ဆင်း
ရောင်းချသည့်နည်းကို
စဉ်းစားအသုံးပြုပါ**

တစ်အိမ်တက်ဆင်း ပစ္စည်းရောင်းချမှုစနစ်သည် အောင်မြင်သည့် နည်းလမ်းတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ အထူးသဖြင့် ဖောက်သည်များသည် သူတို့ဒေသသို့ ကိုယ်တိုင်လာရောက် ရောင်းချလိမ့်မည်မဟုတ်ဟု ယူဆကြသည့် နေရာများသို့ တစ်အိမ်တက်ဆင်း ရောင်းချမှုစနစ်သည် ပို၍အောင်မြင်သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။

ယင်းသို့ ရောင်းချမှုပြုရာတွင် ယာယီနေအိမ်များ သို့မဟုတ် အနီးအနားတွင်ရှိသည့် လုပ်ငန်းခွင်ကို အကြောင်းပြု၍ နေထိုင်ကြသည့် မိသားစုများထံ သွားရောက်ရောင်းချခြင်း သည် ပို၍အလားအလာကောင်းပါသည်။

ရောင်းချသည့်အခါ ပစ္စည်းနှင့်ပတ်သက်သည့် အကြောင်း



အရာအချက်အလက်များကို ပြည့်စုံစွာပြောပြပြီး၊ ရင်းနှီးခင်မင်စွာ ဆက်ဆံရန် လိုအပ်ပါသည်။ ခပ်တင်းတင်းပုံစံမျိုးဖြင့် ရောင်းချ၍ မရပါ။

အထူးသဖြင့် သင်၏အဖွဲ့အစည်း နှင့် သူတို့သည် "မစိမ်း" ကြောင်း၊ ပစ္စည်းကို စမ်းသပ်သုံးစွဲကြည့်မည် ဆိုပါက ကျေးဇူးတင်မည်ဖြစ်ကြောင်း အသိပေး ပြောကြားရပါမည်။

အကယ်၍ သင်သွားရောက်သည့် အိမ်တွင်လူမရှိပါက၊ သို့မဟုတ် အိမ်ရှင်သည် စကားပြောရန် ဆန္ဒမရှိပါက၊ လက်ကမ်းစာရွက် သို့မဟုတ် လက်ကမ်းစာစောင်ကို ပေးခဲ့ရန်ဖြစ်ပါသည်။

ထို့ကြောင့် အချို့သော လုပ်ငန်းရှင်များသည်၊ ရုတ်တရက် အံ့ဩသွားစေမှုကို အကြောင်းပြု၍၊ တစ်အိမ်တက်ဆင်း ရောင်းချမှုကို ပြုကြပါသည်။

သို့သော် သတိပြုရမည်မှာ တစ်စုံတစ်ယောက်၏ လွတ်လပ်မှုကို မထိပါးမိရန်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် အိမ်တစ်အိမ်သည် သင်၏ချဉ်းကပ်မှုကို အနှောင့်အယှက်အဖြစ် ယူဆပါက၊ ထိုအိမ်ကို ရှောင်ရှားသင့်ပါသည်။

ချဉ်းကပ်မှုပုံစံသည် ပြောပြောင်းရမည်ဖြစ်ပြီး၊ မည်သည့်နည်းနှင့်မျှမာကြောသည့် အသွင်မရှိရန် လိုအပ်ပါသည်။



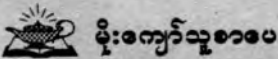
၂၇

စာဖြင့် ဆက်သွယ် အကြောင်း ကြားပါ

ဖုန်းဖြင့်ဆက်သွယ်ပြောဆိုခြင်း နှင့် တစ်အိမ်တက်ဆင်း
ရောင်းချခြင်းအပြင်၊ စာဖြင့်ဆက်သွယ် ပြောဆိုခြင်းသည်လည်း၊
ဖောက်သည်သစ်ရရှိရေးအတွက် နည်းလမ်းကောင်းတစ်ခု
ဖြစ်ပါသည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအားလုံးနီးပါးတွင်၊ အရောင်းအဝယ်
လုပ်ကြရာ၌၊ မိမိသိရှိသူက တစ်ဆင့်သာ ရောင်းဝယ်လုပ်ကိုင်ကြ
သည်မှာ ဓမ္မတာဖြစ်ပါသည်။

ကျွန်ုပ်သည်ကားဝယ်ယူမှု နှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ မကြာခဏ
စဉ်းစားမိပါသည်။ ဤကိစ္စသည် ကျွန်ုပ်တို့ လူ့အတော်များများ
အတွက် စိတ်မဖြောင့်ရသည့် ကိစ္စတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ ကားသည်
တန်ဖိုးကြီးမားရာ၊ တန်ဖိုးကြီးသည်နှင့်အမျှ၊ ပစ္စည်းကောင်းဖြစ်



ရန် သေချာချင်ပါသည်။

ယင်းသို့ဖြစ်ရာ၊ ကျွန်ုပ်သည် ယင်းပစ္စည်းကို ဝယ်မည်ပြု
သောအခါ၊ ကျွန်ုပ်ယုံကြည်စိတ်ချရသူတစ်ယောက် သို့မဟုတ်
ကျွန်ုပ်၏မိတ်ဆွေတစ်ယောက်ထံမှ ဝယ်ယူရပါက မည်မျှကောင်း
မည်လဲဟု စဉ်းစားမိပါသည်။

သင့်မှာ ကားရောင်းဝယ်မှု နှင့် စပ်လျဉ်း၍ ယုံကြည်စိတ်
ချရသူမိတ်ဆွေရှိပါသလား၊ လူတိုင်းတွင်မရှိနိုင်ပါ။ တစ်ကူးတစ်က
မိတ်ဆက်ပြီး၊ မိတ်ဖွဲ့ရန်မှာလည်း သက်တောင့်သက်သာရှိမည်
မဟုတ်ပါ။

ဤနေရာတွင် တက်ကြွသည်၊ ကားအရောင်းသမား
တစ်ဦးသည်၊ ဤအခွင့်အရေးကို တွေ့မြင်ခဲ့သည်။ မိတ်ဆွေတည်
ဆောက်ခြင်းဖြင့်၊ ဖေါက်သည်သစ်များရှာမည်ဟူသော ရည်ရွယ်
ချက်ပင်ဖြစ်သည်။

ယင်းသို့သောပုဂ္ဂိုလ်မျိုးသည် လူ့အဖွဲ့စည်းတွင်
ဖျက်လတ်တက်ကြွသူများဖြစ်သည်။ ဘာသာရေးအဖွဲ့အစည်းမှာ၊
လူမှုရေးအဖွဲ့အစည်း နှင့် စေတနာဝန်ထမ်းကိစ္စများမှာ လှုပ်ရှား
ပါဝင်သူများလည်း ဖြစ်တတ်ကြသည်။

မည်သို့ဆိုစေ ဤကိစ္စမျိုးတွင် သင်သည်ဖိအားပေးသည့်
ပုံစံမျိုး၊ အတင်းတိုက်တွန်းသည့် အနေအထားမျိုး လုံးဝမဖြစ်
သင့်ပါ။ သင့်စီးပွားရေးကိစ္စကို အသာထား၍၊ မိတ်ဆွေဖြစ်ရေးကို



အဓိကထားပါ။ ပြီးမှ သင့်စီးပွားရေးကို သက်တောင့်သက်သာ
အနေအထားဖြင့် အသိပေးခြင်းမျိုး ဖြစ်ရပါမည်။

သင့်ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ခု အကြောင်းပြောပြခြင်းနှင့်အတူ၊
ယဉ်ကျေးစွာ မိတ်ဖွဲ့ဆက်သွယ်သည့် စာကိုကြည့်ပါ။

ချစ်စွာသောဘက်တီ

ကျွန်ုပ်တို့ကြယ်ငါးပွင့် အေဂျင်စီကုမ္ပဏီသည်၊ သင်နှင့်
အလုပ်လုပ်ရလျှင်၊ မည်မျှဝမ်းမြောက်ဖွယ်ဖြစ်မည်လဲ ဟူသော
အကြောင်းကို ပြောပြလို၍ ဤစာကို ရေးသားခြင်းဖြစ်ပါသည်။
ကျွန်ုပ်တို့သည် သင်နှင့်မိတ်ဆွေဖြစ်ရခြင်းကို တန်ဖိုးထားကြ
သည်နှင့်အမျှ၊ သင်နှင့်အလုပ်တစ်စုံတစ်ခုလုပ်ခြင်းဖြင့်
အောင်မြင် ပြီးမြောက်လိမ့်မည်ဟူ၍လည်း၊ ခံစားမိပါသည်။

အကယ်၍ သင်သည်ကားတစ်စီးဝယ်ရန် ဆန္ဒရှိသည်
ဆိုလျှင်၊ ကျွန်ုပ်သည် သင့်အားအချိန်မရွေး ကူညီရန်အသင့်
ရှိပါသည်။ ကျေးဇူးပြု၍ ကျွန်ုပ်အား ဖုန်းဆက်ခေါ်ယူပါ။

သင်နှင့်မိတ်ဆွေဖြစ်ရခြင်းအတွက် ကျေးဇူးတင်ရှိ
ပါသည်။

လေးစားလျက်

တွန် (TOM)



မှတ်ချက်။ ။ ကုမ္ပဏီနှင့်ပစ္စည်းနေရာတွင်၊ သင်ကြိုက်နှစ်သက်
ရာကို ပြောင်းလဲဖော်ပြပါ။

ယင်းသို့သောစီမံချက်ကို ဖတ်ရှုရသူမည်သူမဆို၊ စိတ်
အနှောင့်အယှက် ဖြစ်စရာရှိမည် မဟုတ်ပါ။ စာသည် အလွန်
ယဉ်ကျေးစွာဖော်ပြထားပြီး၊ ဖောက်သည်တစ်ယောက်ဖြစ်မည်
ဆိုပါက၊ ဝမ်းပန်းတစ်သာ ကြိုဆိုပါကြောင်းဖော်ပြထားခြင်းမျှသာ
ဖြစ်ပါသည်။

ဤနေရာတွင် လက်သုံးစကားတစ်ခွန်းကို အမှတ်ရသင့်
ပါသည်။

“လူတိုင်းလူတိုင်းသည် တစ်ချိန်ချိန်တွင် သင့်ဖေါက်သည်
ဖြစ်လာနိုင်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် မိတ်ဆွေဖွဲ့ထားပါ။ သေချာပေါက်
သင့်မိတ်ဆွေဖြစ်လာပေလိမ့်မည်။”

၂၈

ဖေါက်သည်
အလားအလာရှိသူများ
စာရင်းကို
ပြုစုထိန်းသိမ်းထားပါ

သင်၏ကုန်ပစ္စည်းကိုသော်လည်းကောင်း၊ ဝန်ဆောင်မှုကိုသော်လည်းကောင်း၊ ရယူလိုမည်ဟု သင်ယူဆသူများ၏ စာရင်းကို ပြုစုပါ။ ယင်းသို့ ပြုစုရာတွင် တစ်အားကြီးစီစစ်ရန် မလိုပါ။ သင့်မိတ်ဆွေများ၊ စီးပွားဘက်များ၊ သင်ပါဝင်သည့်အဖွဲ့အစည်းတွင် သင့်နည်းတူ ပါဝင်ကြသည့်အဖွဲ့အစည်းဝင်များ၊ ကျောင်းနေဘက်သူငယ်ချင်းဟောင်းများ၊ ပစ္စည်းသော်လည်းကောင်း၊ ဝန်ဆောင်မှု တစ်ခုခုကိုသော်လည်းကောင်း၊ ၎င်းတို့ထံမှ သင်ဝယ်ယူရရှိသည့် ပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် အခြားသင်စဉ်းစား၍ ရသည့် လူများစာရင်းကို ပြုစုပါ။

သင့်မှာကွန်ပြူတာရှိလျှင်၊ မရှိသော်၊ လျှောက်လွှာစာမျက်နှာအရွယ် စာရွက်တွင်၊ နာမည်တစ်ခုချင်းကိုရေးချပါ။



လိပ်စာ နှင့် ဖုံးနံပါတ်ရလျှင် ပိုကောင်းပါသည်။ ယင်းစာရင်းကို သင်အလုပ်မှနားတိုင်းပြန်ကြည့်ပါ။ အကယ်၍ နာမည်အသစ်များ ထပ်မံပေါ်လာလျှင်၊ ထပ်မံဖြည့်စွက်ပါ။

အကယ်၍ စာရင်းတွင် ပါရှိသူတစ်စုံတစ်ယောက်သည် သင့်ဖေါက်သည်ဖြစ်လာခဲ့သော်၊ အမည်စာရင်းတွင် တိုးတက်မှု ကိုဖော်ပြပါ။ ထို့နောက် နောက်ဆက်တွဲ ဆက်လက်ဆောင်ရွက် ဖွယ်ရှိသည်များ ဆောင်ရွက်သွားရန် သီးခြားဖိုင် သို့မဟုတ် မှတ်တမ်းပြုထားပါ။

စာရင်းကိုကိုင်ပြီး စောင့်မနေပါနှင့်။ ထိုသူများသည် သင့်ထံ လှည့်လည်ရောက်ရှိလာမည်ဟု မယူဆပါနှင့်။ အဆက်အသွယ် လုပ်ပါ။ ထိုပုဂ္ဂိုလ်များထံ နေ့စဉ်အဆက်အသွယ်ပြုလုပ်သည့် အလေ့အကျင့်ကို ပြုလုပ်ပါ။

ကျွန်ုပ်သည် တွန်(TOM)ဟုခေါ်သည့်လူငယ်တစ်ယောက် နှင့် သိကျွမ်းဘူးပါသည်။ သူသည် စစ်မှုထမ်းဘဝမှထွက်ပြီး၊ ကိုယ်ပိုင်စီးပွားရေးတစ်ခု လုပ်ရန်ဆုံးဖြတ်ခဲ့သူ ဖြစ်ပါသည်။ သူသည် အတွေ့အကြုံမရှိရုံသာမက၊ ဘာလုပ်ရမှန်းပင် သိသူ မဟုတ်ပါ။

တွန် (TOM)သည် အသေးစားလက်နက်ကိရိယာများ လက္ကားရောင်းချသူတစ်ဦး နှင့် ညှိနှိုင်း၍၊ ယင်းပစ္စည်းများ ရောင်းချသည့် စတိုးဆိုင်တစ်ဆိုင်ဖွင့်ပါသည်။ ပစ္စည်းများသည်

အရည်အသွေးကောင်းပြီး၊ ဈေးနှုန်းလည်း သင့်မြတ်ပါသည်။
ထို့ပြင် သူသည် သတင်းစာတွင် ကြောငြာထည့်၍၊ ဝယ်သူများ
ကိုစောင့်ဆိုင်းပါသည်။

စာရှုသူ ခန့်မှန်းကြည့်ပါ။ သူ့လုပ်ငန်း အောင်မြင်
ပါမည်လား။ မအောင်မြင်ပါ။

တွန် (TOM) သည် စိတ်မရှည်သူဖြစ်သည့်အတိုင်း၊ သူနှင့်
သိသူများ၏စာရင်းကို ပြုစုပြီး၊ ထိုသူများထံစတင် ဆက်သွယ်
ပါသည်။ သူဆက်သွယ်ချဉ်းကပ်သည့်ပုံစံမှာ ပျော့ပျောင်းပါသည်။

သူကအမှန်အတိုင်းပြောခြင်းဖြစ်သည်။ သူသည်စီးပွားရေး
လုပ်ငန်းတစ်ခုကို လုပ်ရာ၊ မအောင်မြင်ကြောင်း၊ သို့ဖြစ်၍
အသေးစားလက်နက်ကိရိယာများကို လိုချင်သူရှိလျှင် သို့မဟုတ်
သိလျှင် ညွှန်ကြားပေးပါဟု ပြောခြင်းဖြစ်သည်။

အလွန်ကောင်းသည့် အကြံဉာဏ်ဖြစ်ပါသည်။ သို့သော်
အသစ်အဆန်းမဟုတ်ပါ။ သာမန်စဉ်းစားဉာဏ်မျှသာ ဖြစ်ပါ
သည်။ မည်သို့ဆိုစေ သာမန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တစ်ဦး
စဉ်းစားခြင်း မပြုသည့် အကြံဉာဏ်မျိုး ဖြစ်ပါသည်။

တွန်(TOM)၏ဇာတ်လမ်းသည်၊ ပျော်ရွှင်မှုနှင့် အဆုံးသတ်
ပါသည်။ သူသည် ပထမဆိုင် အောင်မြင်ပြီးနောက်၊ စတိုးဆိုင်
များဆက်တိုက်ဖွင့်ရာ၊ များစွာသော စတိုးဆိုင်ပိုင်ရှင်ကြီးတစ်ဦး
ဖြစ်လာလေသည်။



အပိုင်း (၄)

ဂိုရင်းခွဲပေါက်သည်ကို
ထိန်းသိမ်းထားရှိခြင်း



၂၉

**ဖေါက်သည်မျှော်လင့်သည်ထက်
ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည်၊
ဖေါက်သည်ကျေနပ်မှုအတွက်
သော့ချက်ဖြစ်သည်**

ရှိရင်းစွဲဖေါက်သည်ကို ဆွဲဆောင်ထိန်းသိမ်းထားနိုင်သည့် နည်းလမ်းများစွာရှိနိုင်ပါသည်။ သို့ရာတွင် ၎င်းတို့မျှော်လင့်သည် ထက်ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း ဟူသော နည်းလမ်းထက် အစွမ်းထက်သောနည်းလမ်း မရှိပါ။

ဤနေရာတွင် ကျွန်ုပ်တို့သည် “ဖေါက်သည်များမျှော်လင့်သည်ထက်၊ ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း” ဟူသောနည်းလမ်းကို၊ အထူးသဖြင့် အောက်ပါပုဂ္ဂိုလ်များအား ရည်ညွှန်းလိုခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

- ၁။ ဖေါက်သည်သည် မိမိထံမှမည်သို့သောအရာများ အလိုရှိမလဲဟူ၍ အမြဲတစ်စေ စဉ်းစားအားထုတ်နေသူများ၊ ယင်းသို့ စဉ်းစားရာတွင် မယ်မယ်ရရ ဖြစ်ရမည့်အပြင်၊ ဓမ္မဒိဋ္ဌာန် ကျရမည်ဖြစ်သည်။

၂၉

**ဖေါက်သည်မျှော်လင့်သည်ထက်
ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည်၊
ဖေါက်သည်ကျေနပ်မှုအတွက်
သော့ချက်ဖြစ်သည်**

ရှိရင်းစွဲဖေါက်သည်ကို ဆွဲဆောင်ထိန်းသိမ်းထားနိုင်သည့် နည်းလမ်းများစွာရှိနိုင်ပါသည်။ သို့ရာတွင် ၎င်းတို့မျှော်လင့်သည် ထက်ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း ဟူသော နည်းလမ်းထက် အစွမ်း ထက်သောနည်းလမ်း မရှိပါ။

ဤနေရာတွင် ကျွန်ုပ်သည် “ဖေါက်သည်များမျှော်လင့် သည်ထက်၊ ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း” ဟူသောနည်းလမ်းကို၊ အထူးသဖြင့် အောက်ပါပုဂ္ဂိုလ်များအား ရည်ညွှန်းလိုခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

၁။ ဖေါက်သည်သည် မိမိထံမှမည်သို့သောအရာများ အလို ရှိမလဲဟူ၍ အမြဲတစ်စေ စဉ်းစားအားထုတ်နေသူများ ယင်းသို့ စဉ်းစားရာတွင် မယ်မယ်ရရ ဖြစ်ရမည့်အပြင် ဓမ္မဒိဋ္ဌာန် ကျရမည်ဖြစ်သည်။



၂။ ယင်းသို့ “ဖောက်သည်မျှော်လင့်သည်ထက်ပိုမို ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း” နည်းလမ်းကို အမြဲတစ်စေကြံဆ ရှာဖွေနေသူများ။

“ဖောက်သည်မျှော်လင့်သည်ထက်ပိုမိုဆောင်ရွက် ပေးခြင်း” အကြောင်းအရာနှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ စိတ်ဓာတ် ပိုင်းဆိုင်ရာ ကိစ္စကို အနည်းငယ်တင်ပြလိုပါသည်။

ဖောက်သည်ဆိုသည်မှာ ကျိုးကြောင်းညီညွတ်မှုရှိသည့် ပုဂ္ဂိုလ်များဖြစ်ပါသည်။ သူသည်ဝယ်ယူရာတွင်ကျေနပ်မှုရှိလျှင်၊ ပြန်လာမည်ဖြစ်ပါသည်။ မကျေနပ်လျှင်၊ ပြန်လာမည်မဟုတ်ပါ။ ထို့ကြောင့် အဓိကမှာ ပြန်လာမည့် အလားအလာကို တိုးတက် အောင်မြင်လုပ်ရန် ဖြစ်ပါသည်။

သို့ရာတွင် ကျေနပ်မှုရှိသည့်ဖောက်သည်သည် ငြိမ်သက် နေပြီး၊ တစ်စုံတစ်ရာ လှုံ့ဆော်ရန် မလိုအပ်ပါ။ သူတို့၏ ကျေနပ်မှု ရှိခြင်းသည်၊ မကျေနပ်မှု မရှိခြင်းကို ပြသပါသည်။ ဖောက်သည် အဖြစ်ထပ်မံလာရောက်ရန်၊ လှုံ့ဆော်ထားသည့် လက္ခဏာ မဟုတ်ပါ။

ထို့ကြောင့် ကျေနပ်မှုရှိခြင်း နှင့် လှုံ့ဆော်ထားခြင်းသည် ခြားနားပါသည်။ အဓိကမှာ လှုံ့ဆော်မှုကို ကျော်လွန်၍၊ ကျေနပ်

ရအောင် ဆောင်ရွက်ရန် ဖြစ်ပါသည်။

ဖေါက်သည်မျှော်လင့်ခြင်း၏ အရေးကြီးသောကဏ္ဍ

ဖေါက်သည်သည် တစ်စုံတစ်ခုအတွက် ရောက်ရှိလာသည် နှင့် သူ့တွင် မျှော်လင့်ချက်ပါရှိလာပါသည်။ သူ့ဘာကိုမျှော်လင့် သည်ဆိုသည်မှာ ယခင်သူ၏အတွေ့အကြုံပေါ်တွင်မူတည်သည်။ သို့မဟုတ် သူ့ဘာကြိုက်လဲ ဟူသောအချက်ပေါ်တွင် တည် မှီသည်။ ယင်းစိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ မျှော်လင့်ချက်များသည် သိသာ ထင်ရှားပါသည်။ တစ်ခါတစ်ရံ တိကျ၍ ကျိုးကြောင်းညီညွတ်မှု ရှိပြီး၊ တစ်ခါတစ်ရံတွင် မရှိကြပါ။

ဖေါက်သည်သည် ကျေနပ်နှစ်သက်မှုရှိခဲ့သော်၊ ယင်း၏ အမြင်တရားသည် ပစ္စည်းအရည်အသွေးကောင်းခြင်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကောင်းခြင်းတို့ကို လွမ်းမိုးသွားမည်ဖြစ်သည်။ ယင်း အမြင်တရားသည် ပစ္စည်းဝယ်ယူမှုအားလုံးအပေါ်မှ ပေါ်ထွက် လာခြင်းဖြစ်ပေသည်။

မျှော်လင့်ခြင်းသည် အဖွဲ့အစည်းအပေါ် နှင့် ပတ်ဝန်းကျင် အခြေအနေအပေါ်တွင်လည်း မူတည်ကွဲပြားသည်။ ဥပမာ အခြေခံ လက်လီရောင်းသမားထံမှ မျှော်လင့်မှုသည်၊ ပစ္စည်း

သို့လျှောင့်ရုံမှ ရရှိမည့် မျှော်လင့်ခြင်းမျိုး နှင့် ခြားနားသကဲ့သို့ ဖြစ်ပေသည်။

လုပ်ငန်းခြားနားသည်နှင့်အမျှ မျှော်လင့်မှု ခြားနားခြင်း

သင်သည် ဈေးနှုန်းသက်သာပြီး၊ ကိုယ်တိုင်လုပ်ကိုင် ဆောင်ရွက်ရသည့် စတိုးဆိုင်တစ်ဆိုင်သို့ ဈေးသွားဝယ်သည် ဆိုပါစို့။ ထိုအခါသင်သည် အရောင်းဈေးသည်တစ်ဦးဦးက သင့်အား အဝတ်အစား အရောင်းခန်းမတွင်၊ အဝတ်အစားများ ကို တော်မတော်ရွေးချယ်စိစစ်ပေးလိမ့်မည်ဟု မျှော်လင့်မည် မဟုတ်ပါ။

သို့မဟုတ် သင့်လိုချင်သည့် ပစ္စည်းများကို ရွေးချယ်ရာတွင် တစ်စုံတစ်ယောက်က သင့်အား အထူးတစ်လည်အကူအညီပေး လိမ့်မည်ဟူ၍လည်း သင်မျှော်မှန်းမည်မဟုတ်ပါ။ ယင်းသို့ဆိုခြင်း ကြောင့် စတိုးဆိုင်ရှိဝန်ထမ်းသည်၊ ယင်းလုပ်ငန်းများတွင် ကျွမ်း ကျင်မှုမရှိဟုဆိုလိုခြင်း မဟုတ်ပါ။

တစ်ချိန်တည်းတွင် သင်သည်စင်ပေါ်မှ အထည်တစ်ခုခု ကို ကိုယ်တိုင်ရယူပြီး၊ ပစ္စည်းစစ်ဆေးငွေပေးသည့်နေရာသို့ ကိုယ်တိုင်သယ်ဆောင်သွားခြင်း ဖြစ်သော်လည်း၊ သင်မကျေ

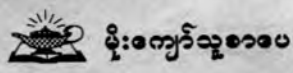
မနပ်ဖြစ်ခြင်းမရှိပါ။

သို့ရာတွင် သင်သည်အဆင့်မြင့်ပစ္စည်း၊ အဆင့်မြင့် ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့် စတိုးဆိုင်သို့ သွားရောက်သည့်အခါတွင် မူ၊ သင်၏မျှော်လင့်ချက်သည် တစ်မျိုးတစ်ဖုံဖြစ်ပါသည်။ သင်သည် အဝတ်အထည်နှင့် ပတ်သက်၍ ပစ္စည်းကောင်း၊ မကောင်း ၊ အရောင်အသွေးသင့်၊မသင့်၊ သင်နှင့်တော်၊မတော်၊ စသည်တို့အတွက် တစ်စုံတစ်ယောက်က သင့်အား ကူညီပေးလိမ့် မည်ဟု မျှော်လင့်မည် ဖြစ်ပါသည်။

ပုဂ္ဂိုလ်ရေးအရ ချဉ်းကပ်အကူအညီပေးမှုမျိုး ရရှိမည်ဟု သင်အမှန်တကယ်ပင် မျှော်လင့်မည် ဖြစ်ပါသည်။

သို့ရာတွင် သင်ကိုယ်တိုင် ကိုယ်ကျဆက်ဆံထိတွေ့ရ သောအခါ၊ ယင်းမျှော်လင့်ချက်များသည် အောက်ပါအတိုင်း သုံးမျိုးသုံးစား ကွဲပြားသွားနိုင်ပါသည်။

မရရှိ	အသင့်အတင့်	ရရှိ
အကောင်း	မျှော်လင့်မှု	မကောင်းမျှော်လင့်
မျှော်လင့်မှု	အသင့်အတင့်ရရှိ	မှုများမရရှိ
များမရရှိ။		အကောင်းသို့မဟုတ်
မကောင်းမျှော်လင့်မှု		အသင့်အတင့်မျှော်လင့်မှု
များသာရရှိ။		များထက်သာလွန်ရရှိ။



အထက်ပါ အခြေအနေသုံးရပ်အနက်၊ လက်ဝဲဘက် စာတိုင်တွင် ဖော်ပြထားသည့် အနေအထားများမှာ ဖောက်သည် သည် သူ့မျှော်လင့်သည်ထက် များစွာဆိုးသည့် အနေအထား ဖြစ်ပါသည်။ သူသည် မကျေနပ်သည့်အတွက် အခြားတစ်နေရာ သို့သွားရန် အလားအလာရှိသူဖြစ်ပါသည်။ အလယ်စာတိုင်မှာ မူ ကျေနပ်သည်လည်းမဟုတ်၊ မကျေနပ်သည်လည်း မဟုတ်သ ဖြင့်၊ ဘာသိဘာသာ အနေအထားတွင် ရှိပါသည်။

ညာဘက်စာတိုင်ရှိ အခြေအနေမှာမူ ဖောက်သည်သည် မျှော်လင့်သည်ထက် ကောင်းမွန်သည့်အနေအထားဖြစ်ပါသည်။ သို့ဖြစ်၍သူသည် အတော်ကလေးကောင်းသည်၊ သိပ်ကောင်း သည်၊ သို့မဟုတ် မျှော်လင့်သလောက်မဆိုးဘူး စသည်ဖြင့် မှတ်ချက် အမျိုးမျိုးချမည့် အနေအထား ဖြစ်ပေသည်။

မည်သို့ဆိုစေ ထိုသူသည် ထပ်မံလာရောက်မည့် ဖောက် သည်တစ်ဦး ဖြစ်ရန်အလားအလာကောင်းသူ ဖြစ်ပေသည်။

မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည်၊
အဘယ်ကြောင့် ဖေါက်သည်ကိုဆက်လက်
ထိန်းသိမ်းထားနိုင်သလဲ

လူမှုရေးစိတ္တဗေဒပညာရပ်တစ်ခုဖြစ်သည့် “မျှတမှုဆိုင်ရာ သဘောတရား” (Equity Theory) က ဖေါက်သည်အား မျှော်လင့် သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းဖြင့်၊ သူသည် အမြဲတမ်း ဖေါက်သည်ဖြစ်လာနိုင်ပုံကို ရှင်းလင်းပြခဲ့သည်။

ယင်းသဘောတရားသည် လူမှုဆက်ဆံရေး အမျိုးမျိုးကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားခဲ့သည်။ ယင်းတို့အနက် “ဝယ်သူ-ရောင်းသူ” ဆက်ဆံရေးသည်လည်း တစ်ခုအပါအဝင် ဖြစ်သည်။

မည်သည့်ဆက်ဆံရေးတွင်မဆို၊ လူများသည် ညီမျှစွာ ဆက်ဆံမှုအပေါ် အစဉ်အမြဲ အလေးထားကြသည်။ သူတို့သည် အမြဲတမ်းအားဖြင့် သူတို့ “ပေးလိုက်” ရမှုအပေါ် ညီမျှစွာ ပြန်လည် ရရှိမှုရှိ၊ မရှိ အမြဲသတိရှိကြသည်။

ယင်းသဘောတရားက၊ လူများသည်ညီမျှမှု မရရှိသည့် အခါ မည်သို့မည်ပုံဆောင်ရွက်တတ်ပုံကိုလည်း ဖော်ပြခဲ့သည်။ အကယ်၍ လူတစ်ယောက်သည် သူ့အပေါ်လုပ်ငန်းတစ်ခုက အသာစီးယူ ဆက်ဆံသည်ဟု ယူဆခဲ့သော်၊ သူသည်အောက်ပါ

တုံပြန်မှုတစ်ခုကိုသော်လည်းကောင်း၊ သို့မဟုတ် ပေါင်းစီး၍
လည်းကောင်း၊ တုံပြန်မည်ဖြစ်ပေသည်။

ဥပက္ခာပြုခြင်း သို့မဟုတ် မညီမျှမှုအပေါ် ဆင်ခြင်တုံ တရားထားရှိခြင်း

ဖောက်သည်သည် သူ့ရရှိသည့် ဝန်ဆောင်မှုမှာ ညံ့ဖျင်း
သည်ဟုသူ့ယူဆသည်။ သို့ရာတွင် သူသည်ယခုလိုမျိုးနေရာတိုင်း
မှာ ဖြစ်တာပဲဟု ဖြေသိမ့်သည်။ ထို့ကြောင့် ယင်းအတွက်
တိုက်ခိုက်နေရန် မသင့်ဟု သူဆုံးဖြတ်သည်။

ဆုံးရှုံးမှုအတွက် ပြန်ပေးရန်တောင်းဆိုခြင်း။

ညီမျှမှုမရရှိသဖြင့် စိတ်ဆိုးနေသောဖောက်သည်သည်
ပိုမိုကောင်းမွန်သော တုံ့ပြန်မှုကို တောင်းဆိုမည် သို့မဟုတ်
ပိုက်ဆံပြန်ပေးရန် တောင်းဆိုမည်။

လက်စားချေခြင်း။

စိတ်ဆိုးနေသော ဖောက်သည်သည် မညီမျှမှုကို လက်စား
ချေသောအားဖြင့် အဖွဲ့အစည်းအပေါ် သို့မဟုတ် လူပုဂ္ဂိုလ်



အပေါ်မကောင်း သတင်းပြောဆိုခြင်း၊ အမြင့်ဆုံးအဆင့်အဖျက်
လုပ်ရပ်လုပ်ဆောင်ခြင်း ပြုလုပ်မည်ဖြစ်သည်။

ဆက်ဆံမှုမှရပ်စဲခြင်း။

ဖေါက်သည်သည် အဖွဲ့အစည်းနှင့်သော်လည်းကောင်း၊
သို့မဟုတ် လူပုဂ္ဂိုလ်နှင့်သော်လည်းကောင်း၊ တစ်စုံတစ်ရာထပ်မံ
ဆက်ဆံရန် ဆန္ဒမရှိတော့ခြင်း။

မကျေနပ်သည့် ဖေါက်သည်သည် အထက်ပါအတိုင်း
တစ်ခုခုကို လုပ်ဆောင်မည်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ပထမနှစ်မျိုးကို
ရွေးချယ်ဆောင်ရွက်ပါက၊ ဖါထေးမှုပြုခြင်းဖြင့် ဖေါက်သည်ကို
ထိန်းထားနိုင်မည် ဖြစ်သော်လည်း၊ ကျန်နှစ်မျိုးကို ရွေးချယ်မည်
ဆိုလျှင်မူ ဆုံးရှုံးမှုနှင့် ရင်ဆိုင်ရမည်ဖြစ်ပေသည်။

ထို့ပြင် ညီမျှမှုမရရှိသည့် ဖေါက်သည်သည် ညံ့ဖျင်းသည့်
ဝန်ဆောင်မှုအကြောင်း အခြားလူများအား ထပ်ဆင့်ပြောဆိုခြင်း
ဖြင့် လက်စားချေတတ်သည်။ လေ့လာတွေ့ရှိချက်များအရ
မကျေနပ်သည့် ဖေါက်သည် သည် လူ(၁၀)ဦးမှ (၂၀)ဦးအထိကို
ထပ်ဆင့်ပြောဆိုရာ၊ ဆင့်ကမ်းသယ်ဆောင်နည်းအရ သင့်အဖွဲ့
အစည်းသည် ဖျမ်းမျှလူ (၁၀၀)မျှ သောဖေါက်သည်များကို
ဆုံးရှုံးရဘွယ် ရှိလေသည်။



မျှော်လင့်သည်ထက်ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း အကျိုးကျေးဇူး

သို့ရာတွင် လူများသည်၊ သူတို့ရရှိသင့်သည်ထက်၊ တစ်စုံတစ်ရာပိုမိုရရှိသည် ဟုလူဆသည့်အခါတွင်မူ၊ စိတ္တဗေဒနည်းအရ သူသည် ယင်းကွက်လပ်ကို ဖြည့်စွက်ရန် ဆန္ဒရှိနေသည်။

လွယ်ကူသော ဥပမာတစ်ခုမှာ သင့်အား တစ်စုံတစ်ယောက် က အိမ်သို့ဖိတ်၍ ညစာကျွေးမွေးပါက၊ သင်သည် ညီမျှသော တုံ့ ပြန်မှုတစ်ခု ပြုလုပ်ရန်ဆန္ဒရှိနေခြင်းမျိုးဖြစ် သည်။ အကယ်၍ တုံ့ ပြန်မှုမပြုရပါက သင်သည် မညီမျှသော ဆက်ဆံရေးတစ်ခု ရင်မှာကိန်းအောင်းနေသည်ဟု ခံစားရလေ့ ရှိပေသည်။

ထိုနည်းတူ မိမိမျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုရရှိသည့် ဖောက်သည်တစ်ယောက်သည် တစ်နည်းမဟုတ်တစ်နည်း ပြန်လှန် တုံ့ ပြန်မည် ဖြစ်ပေသည်။ တုံ့ ပြန်ရာတွင် အောက်ပါသုံးမျိုး ပါဝင်နိုင်ပါသည်။

- ❖ အခြားသူများအား မိမိ၏ကောင်းသော အမြင်ကို ထပ်ဆင့် ပြောကြားခြင်း။
- ❖ ပစ္စည်းရရှိသည့်အခါ ငွေအပြည့်ပေးချေခြင်း။
- ❖ အမြဲတမ်းဖောက်သည် ဖြစ်လာခြင်း။



ထို့ကြောင့် အဓိကမှာ ကောင်းသောလုပ်ရပ်တစ်ခုကို ဖန်တီးဆောင်ရွက်ပေးရန် ဖြစ်သည်။ ယင်းမှာ ဖေါက်သည်မျှော် လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းပင် ဖြစ်ပေသည်။

သို့ဖြစ်၍ ဝန်ထမ်းများအား “ဖေါက်သည်မျှော်လင့်သည် ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း သဘောတရား” များကို ပြည့်စုံစွာ ရှင်းလင်းပြောပြရန် လိုအပ်ပါသည်။ တစ်ချိန်တည်းတွင် ဖေါက် သည်မျှော်လင့်ခြင်းထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည့် နည်းလမ်း များကိုလည်း မိမိဝန်ထမ်းမိသားစုများအကြား ဆပွားအကြံ ဉာဏ်များ ရယူဖန်တီးရမည် ဖြစ်ပါသည်။



၃၀

**မျှော်လင့်သည်ထက်
ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
(အပိုဆောင်းပေးခြင်း)**

ဖောက်သည်အား ဆွဲဆောင်ရာတွင် သို့မဟုတ် ဖောက်သည်သစ်ရှာဖွေရာတွင် ၎င်းတို့မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည် ဖောက်သည်ကျေနပ်မှု၏ အဓိကဖြစ်ကြောင်း ဖော်ပြခဲ့ပြီး ဖြစ်ပါသည်။

ဖောက်သည်မျှော်လင့်သည်ထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည် ပစ္စည်းတန်းဖိုးအပြင် အပိုဆောင်းပေးခြင်းလည်း နည်းလမ်းတစ်ရပ်ဖြစ်ပါသည်။

ပစ္စည်းတစ်ခု၏တန်ဖိုးသည် ယင်းပစ္စည်း၏အရည်အသွေး သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုအပေါ်တွင် တည်မှီသတ်မှတ်ပါသည်။ တစ်ခါတစ်ရံ ပစ္စည်းကို လှပသပ်ရပ်စွာ ထုတ်ပိုးပေးလိုက်ခြင်းသည်ပင် ပစ္စည်းတန်ဖိုးကို မြင့်တက်သွားစေပါသည်။



ဆိုင်တစ်ဆိုင်သည်၊ မိမိထံမှ ဝယ်ယူသည့် ပစ္စည်းတစ်ခုကို လက်ဆောင်ပစ္စည်းထုတ်ပိုးသကဲ့သို့ သပ်ရပ်လှပစွာ ထုတ်ပိုးပေးခြင်း သို့မဟုတ် အရည်အသွေးကောင်းမွန်သည့် ပစ္စည်းဝယ်အိတ်ဖြင့် ထည့်သွင်းပေးခြင်းမျိုးသည်၊ ပစ္စည်းတန်းဖိုးကို မြင့်ထက်သွားစေရုံမက၊ ဖေါက်သည်ကို များစွာ ဆွဲဆောင်မှုပြုနိုင်ပါသည်။

ကျွန်ုပ်အမြဲဈေးဝယ်သည့် ကုန်တိုက်တစ်ခုသည် ဝတ်စုံတစ်စုံ သို့မဟုတ် အားကစားကုတ်အင်္ကျီတစ်တည်ဝယ်တိုင်း၊ ကျွန်ုပ်အား အဝတ်အစားများ ထည့်သွင်းချိတ်ဆွဲထားလို့ရသည့် အိတ်တစ်အိတ်ပေးပါသည်။ အချို့စာအုပ်ဆိုင်များ နှင့် လက်ဆောင်ပစ္စည်းရောင်းသည့် ဆိုင်များကမူ ဆွဲဆောင်မှုရှိပြီး အလွန်ခေတ်မီလှပမှုရှိသည့် ထုတ်ပိုးစက္ကူများဖြင့် ထုတ်ပိုးပေးလေ့ရှိကြသည်။

ယင်းသည် ဖေါက်သည်၏စိတ်ထဲတွင် မိမိရသင့်သည် ထက်ပိုမိုရရှိသည်ဟူသော အသိကို ရရှိခံစားစေသည်။ မိမိသည် ပစ္စည်းတန်ဖိုးသာမက အပိုဆောင်းပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ခုကိုပါ ရရှိခြင်း ဖြစ်သည်ဟူ၍လည်း ကျေနပ်နှစ်သိမ့်မှုကို ဖြစ်ပေါ်စေပါသည်။

သင်သည်လည်း မျှော်လင့်သည်ထက် မည်သည့်ပစ္စည်းမျိုးကို အပိုဆောင်းပေးရန် စိတ်ကူးရှိပါသလဲ။

၃၁

**မျှော်လင့်သည်ထက်
မိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
(ပြည့်စုံစွာ ရှင်းလင်းပြော
ကြားခြင်း)**

ကျွန်ုပ်၏သားသည် မကြာမီက၊ ဒူးခေါင်းကိုခွဲစိတ်ကုသမှုတစ်ခု ပြုခဲ့ရပါသည်။ ဆရာဝန်သည် သူ့လှေ့ကျင့်ခန်းပြုလုပ်ရမည့်အကြောင်း ပြောပြရုံမျှမက၊ ဓာတ်ပုံမိတ္တူ ကူးယူထားသည့် လှေ့ကျင့်ခန်းလုပ်ပုံလုပ်နည်းပုံများ ပါရှိသည့် စာရွက်များကိုလည်း ပေးအပ်ပါသည်။

စာရွက်စာတမ်း တစ်ရွက်ချင်းအပေါ်တွင် သူ၏အမည်ကို ရေးထိုးထားရုံမက၊ အဆင့်လိုက်ဆောင်ရွက်ရမည့် အစီအစဉ်ကို သိသာရန် နံပါတ်စဉ်များကိုလည်း ရေးထိုးပေးလိုက်ပါသည်။

ကားအရောင်းအဝယ် ပြုလုပ်သည့် ပုဂ္ဂိုလ်များသည်လည်း၊ ရောင်းချမှုပြီးသည့်အခါ ကားနှင့်ပတ်သတ်၍ ဘက်စုံမှ ပြည့်စုံအောင် ရှင်းလင်းပြောကြားကြပါသည်။ ဆေးရုံထိန်းသိမ်းရေး

တာဝန်ခံသည် အသွယ်သွယ်၊ အလျားအလျား၊ အဆောင်ဆောင် အခန်းခန်းတို့သို့ သွားလာသည့်လမ်းများကို လက္ခဏာအမျိုးမျိုး ပြသ၍ လမ်းညွှန်မှုပြုပေသည်။

ထိုနည်းတူ ဆယ်လူလာ ဖုန်းရောင်းသူသည် ဖေါက်သည် များကိုခေါ်ယူ၍ ဖုန်းအသုံးပြုပုံပြနည်းများကို ရှင်းလင်းပြောကြား ပါသည်။ လူကိုယ်တိုင် အသုံးပြုစေ၍ မသိသည်များကိုလည်း မေးမြန်းစေပါသည်။

ကုမ္ပဏီများကမူ သူတို့ရောင်းချလိုက်သည့် ပစ္စည်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ သိသင့်သည်များကို “လမ်းညွှန်စီဒီယိုခွေ” ပြုလုပ်ပေး ကြသည်။ အချို့ကမူ စာအုပ်စာတမ်းငယ် ပြုစုပေးသည်။ တစ်ချို့ သောကုမ္ပဏီများကမူ သုံးစွဲသူများ၏ ဝေဖန်အကြံပြုချက်များကို အလွယ်တကူပေးနိုင်ရန် ပုံစံများနှင့်တကွ ပူးတွဲပေးခြင်းများလည်း ရှိပေသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့်ကော၊ မည်သို့သော အသုံးဝင် သည့် သတင်းအချက်အလက်များ ပေးရန် စိတ်ကူးရှိပါသလဲ။

၃၂

**မျှော်လင့်သည်ထက်
 ဗိုဗိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
 (ဗိုဗိုမြန်ဆန်စွာ
 ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း)**

လူသိများသည့် လေကြောင်းပစ္စည်း သယ်ယူပို့ဆောင်ရေး ကုမ္ပဏီသည်၊ ပစ္စည်းများကို ပုံမှန်အားဖြင့် နံနက် -၁၀ နာရီတွင် ပေးဝေရန် ဖော်ပြထားသော်လည်း၊ လက်တွေ့အားဖြင့် နံနက် ၉-နာရီခွဲအရောက် အမြဲပေးဝေလေ့ရှိသည်။

ရုံးခန်းများပြုပြင်ထိန်းသိမ်းသည့် ကုမ္ပဏီသည်၊ မိမိ၏ အလုပ်သမားများကို ကတိပြုထားသည့် အချိန်ထက် အမြဲတန်းစောပြီး ရောက်ရှိစေသည်။

အချို့စူပါမာကက်ကြီးများသည် ငွေလက်ခံသူ ဝန်ထမ်းများကို အပိုဆောင်ထားရာ၊ ငွေသွင်းမည့်သူနှစ်ဦးကျော်သည်နှင့် ငွေလက်ခံကောင်တာတစ်ခုကို ချက်ချင်းတိုးချဲ့ပေးသည်။ အမြန်အစားအစာများရောင်းချသည့်ဆိုင်များသည်၊ အစားအစာများကို

သင်မှာယူရန် အချိန်မရောက်သေးမီကပင်၊ စတင်ဖွင့်လှစ်ထားသည်။

ကျွန်ုပ်သည် ဖေါက်သည်နှင့် စပ်လျဉ်းသော သုတေသနများကို ပြုလုပ်ခဲ့ဖူးရာ၊ ရောင်းအားကျဆုံးရမှု တွင်၊ နံပါတ်တစ် အကြောင်းမှာ ဝန်ဆောင်မှုနှေးကွေးခြင်း သို့မဟုတ် ညံ့ဖျင်းခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ပျော်ပွဲစားရုံများသည် သဘာဝအားဖြင့် အေးအေးဆေးဆေး၊ ပျော်ပျော်ပါးပါး စားသောက်နေကြသည်ဟု ထင်မြင်ရသော်လည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု အလွန်နှေးကွေးသည့်အခါ၊ ဖေါက်သည်များ လျော့နည်းသွားတတ်ကြလေသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့် ကေါ၊ ဝန်ဆောင်မှုကို မည်သို့ မြန်ဆန်အောင် ပြုလုပ်ရန် စိတ်ကူးရှိပါသလဲ။

၃၃

**မျှော်လင့်သည်ထက်
ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
(မျှော်လင့်သည့်ဈေးထက်
လျော့နည်းခြင်း)**

ကားပြင်ရုံတစ်ခုသည် အလုပ်တစ်ခုအတွက် ဒေါ်လာ ၂၀၀-ခန့် ကုန်ကျမည်ဟု ဖောက်သည်အား ပြောထားသော်လည်း၊ အလုပ်ပြီးစီးသည့်အခါ ဒေါ်လာ ၁၉၄. ၅၀-သာ တောင်းခံသည်။ ထိုအခါ ဖောက်သည်သည် သူ့မျှော်မှန်းသည့်ငွေထက်လျော့နည်းနေသဖြင့် အံ့ဩလျက်ရှိသည်။

အကယ်၍ သင်သည် ဒေါ်လာ ၂၀၀-အစား ၂၀၅. ၅၀ တောင်းခံခဲ့သော် ဖောက်သည်အား စိတ်ပျက်စေမည်ဖြစ်သည်။ ဤနေရာတွင် ခန့်မှန်းပြောကြားသည့် ဈေးအနည်းငယ်ပိုသွားခြင်းမှာ အဓိကမဟုတ်ပေ။

ဤကားပြင်ရုံသည် လုပ်ငန်း၏ တန်ဖိုးကို အနည်းငယ်မျှ

မြင့်ထားသည်။ အမှန်တကယ်ပြီးစီးသည့်အခါ ယင်းထက်နည်းနေရန်ဖြစ်၏။ သို့ရာတွင် ဈေးအနည်းငယ်မြင့်ပြောသည့်အတွက် ဖေါက်သည်များက ဈေးမြင့်သည်ဟု ထင်မြင်စရာမရှိပါလားဟု မေးစရာရှိသည်။

ပထမတွင် ထင်မြင်စရာရှိသော်လည်း၊ ဈေးမှန်ကြောင်း၊ ဈေးလျော့ကြောင်း သိလာသောအခါ၊ ဖေါက်သည်များသည် အမြဲတန်းလာရုံမက၊ အခြားသူများကိုပါ၊ ပြောကြားမည်ဖြစ်ပါသည်။

သတိပြုရန်မှာ ဈေးနှုန်းသည် ဖောက်သည် ကျေနပ်မှုအတွက် အဓိက၊ မကျဟူသောအချက် ဖြစ်ပါသည်။ ဤစာအုပ်အရှေ့ပိုင်းတွင် ဖော်ပြခဲ့သော အဆင့်မြင့်ပစ္စည်း၊ အဆင့်မြင့် ဝန်ဆောင်မှု (HQ/HS) နည်းဗျူဟာသည် တန်ဖိုးနည်းပစ္စည်းရောင်းချခြင်း၊ Low-Cost Provider (LCP) နည်းဗျူဟာထက်များစွာ စိတ်ချခိုင်လုံမှုရှိသည်ဟူသောအချက်ကို မမေ့ရန်ဖြစ်သည်။

ထို့ကြောင့် သင်သည် အဆင့်မြင့်ပစ္စည်း၊ အဆင့်မြင့်ဝန်ဆောင်မှု (HQ/ HS) အဆင့်တွင် ရပ်တည်မှုရှိသည်ဆိုလျှင်၊ ဖေါက်သည်၏စိတ်ထဲတွင် ဈေးနှုန်းသည် ပြဿနာမဟုတ်ပေ။

မည်သို့ဆိုစေ ဖောက်သည်များသည်၊ မျှော်လင့်သည်ထက်
အနည်းငယ်မျှဖြစ်စေ၊ ဈေးလျော့နည်းခြင်းအပေါ်တွင် များစွာ
ကျေနပ်မှုရှိကြပါသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့်ကော၊ မျှော်လင့်သည့်
ဈေးနှုန်းထက်၊ မည်သို့လျော့ချရန် စိတ်ကူးရှိပါသလဲ။



၃၄

**မျှော်လင့်သည်ထက်
မိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
(တစ်စုံတစ်ခု
အပိုပေးခြင်း)**

ဖိနပ်အရောင်းသမားသည်၊ ဖိနပ်ဝယ်သူဖေါက်သည်အား "ဖိနပ်ကော်" ကို အပိုပစ္စည်းအဖြစ် လက်ဆောင်ပေးသည်။ ထိုနောက် အတွင်းခံသားရေပြား၊ သို့မဟုတ် ကြာရှည်ခံခြေအိတ် လိုအပ်ခြင်း ရှိ မရှိမေးသည်။

ကုန်တိုက်ကြီးများကမူ ဝယ်ယူသူဖေါက်သည်များအား သကြားလုံးများဝေငှပေးသည်။ သုတ်ဆေးများရောင်းသည့် စတိုးဆိုင်ကမူ ဝယ်ယူသူ မေ့လျော့နေမည်ကို သတိပေးသော အားဖြင့် ကော်ပတ်၊ ပါလစ် စသည်များ လိုအပ်ခြင်းရှိ မရှိမေးလေ့ရှိသည်။

အချို့ဘဏ်များရှိ ကားရပ်ရန် နေရာများတွင် ကားပေါ်တွင်ပါ ရှိလာသည့် ကလေးများအား တုတ်ထိုးချိုချင်များ



ပေးလေ့ရှိသည်။ ခွေးပါရှိလာသူများကိုမူ ခွေးအတွက် သီးသန့်၊ ဘီစကစ်များပေးသည်။

ကျွန်ုပ်၏ သားကမူ ဗွီဒီယိုခွေငှားလျှင်၊ ပြောင်းဖူးပေါက်ပေါက် တစ်ထုပ် အမခဲရသောဆိုင်မှ လွဲ၍ မည်သည့်ဆိုင်ကိုမှ သွားရောက်ငှားရမ်းခြင်း မရှိချေ။ ကျွန်ုပ်ဆိုလျှင်လည်း၊ ကားကို စက်ဆီ ၊ ချောဆီ လဲလျှင် အခမဲ့ကားရေဆေးပေးသည့်ဆိုင် သို့သာ သွားလေ့ရှိပါသည်။

ယင်းသို့ အပိုဆောင်းပေးရသည့်အတွက် ကုန်ကျစရိတ် မများဘူးလားဟု မေးစရာရှိပါသည်။ ပြောင်းဖူးပေါက်ပေါက် တစ်ထုပ်သည် ၄ ဆင့်မျှသာကုန်ကျပြီး ကားဆေးပေးရသည့် အတွက် ၇-ဆင့်မျှ ပိုမိုကုန်ကျပါသည်။

သို့ရာတွင် ယင်းကုန်ကျမှုအနည်းငယ်က၊ အမြဲတမ်း ဖောက်သည်များစွာကို ဝယ်ယူနိုင်ပါသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်း အနေဖြင့်ကေ၊ မည်သည့် ပစ္စည်းများ အပိုဆောင်ပေးရန် စိတ်ကူးရှိပါသလဲ။



၃၅

**မျှော်လင့်သည်ထက်
မိုမိုဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
(အဆင်ပြေမှုရှိအောင်
ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း)**

ယနေ့ခေတ်တွင် အမြန်ဆုံးကြီးပွားချမ်းသာလာကြသည့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များမှာ၊ ဖေါက်သည်များ၏ အဆင်ပြေမှုကို ရှေ့ရှုဆောင်ရွက်ကြသည့် အဖွဲ့အစည်းများပင်ဖြစ်သည်။

နှစ်များစွာမကြာခင်က စက်ဆီ၊ ချောဆီလဲရန်အတွက် သင်၏ ကားကို စက်ပြင်ဌာနတွင် တစ်နေ့လုံး ထားပစ်ခဲ့ရသည်။ ယနေ့တွင်မူ အချို့သောစက်ပြင်အလုပ်ရုံများသည် သင့်အား သက်တောင့်သက်သာ တစ်နေရာဟွင်နေခိုင်းပြီး၊ ကားကို ၁၅-မိနစ်အတွင်း ပြီးစီးအောင် ဆောင်ရွက်ပေးလျက်ရှိပေသည်။

ပီဇာမုံ့ အမေရိကန်တွင် ကျော်ကြားရခြင်းအကြောင်းမှာ အိမ်အတွက် မှာသည်ဖြစ်စေ၊ ရုံးအတွက်မှာသည်ဖြစ်စေ၊ လျင်မြန်စွာ ရရှိခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ လည်စီးများရောင်းချသည့်

F. 9.A



ဆိုင်သည် လည်စီးမျိုးစုံ၊ ဒီဇိုင်းမျိုးစုံကို ရောင်စုံဓာတ်ပုံများဖြင့်
ဖောက်သည်များထံ ပေးပို့လေ့ရှိသည်။ အကယ်၍ သင်ဖုန်းဆက်
လိုက်ပါက ချက်ချင်းသင့်ထံ ရောက်ရှိလာမည်ဖြစ်သည်။

ဖောက်သည်အဆင်ပြေအောင် ဆောင်ရွက်ပေးခြင်းသည်
သင်ရောင်းချလိုက်သည့် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာ အပြစ်အနာအဆာ
ရှိသွားသည့်ကိစ္စမျိုးတွင် ပိုမိုအရေးကြီးပေသည်။ ယင်းသို့သော
အခါမျိုးတွင် “ယူခဲ့ပါ။ ကျွန်တော်တို့ ပြန်ပြင်ပေးပါမယ်” ဟုသော
စကားသည် ဖောက်သည်မျှော်လင့်သည့်စကားမျှသာဖြစ်သည်။
ဖောက်သည်မျှော်လင့်ခြင်းထက် ပိုမိုဆောင်ရွက်ပေးသည့်
နည်းလမ်းမဟုတ်ပေ။

တိုယိုတာကားပြင် ဌာနကမူ ပြုပြင်ထားသည့်ကားကို
ပြန်ယူရန် ချိန်းဆိုပြီးသည်နှင့် သူတို့သည်အငှားကားတစ်စီးကို
အိမ်အရောက်ပို့ပေးလေ့ရှိသည်။ အချို့ဆိုပါက၊ ကားထိုင်ခုံပေါ်
တွင် နှင်းဆီပန်းတစ်ပွင့်ကိုပင် ချထားခဲ့လေသည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့် ကော၊ လုပ်ငန်းပိုမို
အဆင်ပြေမှုရှိအောင် မည်သို့ဆောင်ရွက်ရန် အစီအစဉ်
ရှိပါသလဲ။

၃၆

ဖေါက်သည်
အဟန့်အတားဖြစ်စေမည့်
အချက်များကို
စိစစ်ဆောင်ရွက်ပါ

သင့်လုပ်ငန်းအပေါ် ဖေါက်သည်အဟန့်အတားဖြစ်စေမည့် အချက်များကို စိစစ်ပြုစုပါ။ ထို့နောက် ယင်းအဟန့်အတားများကို ကျော်လွှားပြီး ချောမွေ့အောင်၊ လုပ်ငန်းသဘော သက်ဝင်အောင်ဆောင်ရွက်ပါ။

ဖေါက်သည် သို့မဟုတ် ဖေါက်သည်ဖြစ်ရန် အလားအလာ ရှိသူများအတွက် မရေမရာနှင့် အဟန့်အတားသဖွယ် ဖြစ်စေသည့် ကိစ္စများတွင် အောက်ပါအချက်များ ပါရှိနိုင်ပါသည်-

- ၁။ သင်၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအကြောင်း ပထမဆုံး ကြားသိရသည် သို့မဟုတ် သတိပြုမိသည်။
- ၂။ သင့်ထံ လူကိုယ်တိုင်သော်လည်းကောင်း၊ ဖုန်းဖြင့် သော်လည်းကောင်း၊ အဆက်အသွယ်လုပ်သည်။

- ၃။ ဝန်ဆောင်မှုအတွက် သို့မဟုတ် ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ခု အတွက် စောင့်ဆိုင်းရသည်။
- ၄။ သင်၏ ထုတ်ကုန် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုအား မိတ်ဆက်ပေးခံရသည်။
- ၅။ သင့်ပစ္စည်းကို စမ်းသပ်သုံးစွဲကြည့်သည်။
- ၆။ နောက်ဆက်တွဲ ဆောင်ရွက်သည့်အနေအထား။
- ၇။ ပြဿနာများရှိလာသည်အခါ သင်ကိုင်တွယ် ဆောင်ရွက်ပုံ။

ဖောက်သည်အလားအလာရှိသူတစ်ယောက်သည် မည်သို့သော ပြဿနာများနှင့် ရင်ဆိုင်ရလေ့ရှိပါသလဲ။

အမှတ်စဉ် ၁, သည် သင်ဘာလုပ်နေသည်ကို မရှင်းလင်း သည့်အချိန်ဖြစ်ပါသည်။ သို့တည်း မဟုတ် သင်သည် သူ့ကို ကူညီရန် စိတ်ဆန္ဒရှိ မရှိ သို့မဟုတ် သင့်မှာ အရည်အချင်း ရှိ မရှိ သူစိုးရိမ်နေသည့်ကာလဖြစ်ပါသည်။

ဤနေရာတွင် သင့်အဖွဲ့အစည်း၏ အမှတ်တံဆိပ်၊ ကြွေးကြော်သံနှင့် နယ်မြေအလိုက် သင့်လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ပုံတို့သည် အဓိကကျပါသည်။

အမှတ်စဉ် ၂, ဖြစ်သည့် သင့်အား လူကိုယ်တိုင်သော် လည်းကောင်း၊ ဖုန်းဖြင့်သော်လည်းကောင်း၊ ဆက်သွယ်သည့် အခါ သင်၏ အပြုအမူများသည် နှစ်ဘုံလွယ် မရှိလျှင် သို့တည်း



မဟုတ် သင်၏ ပြောဟန် ဆိုဟန်များသည် ရင်းနှီးမှုမရှိလျှင် ယင်းဖေါက်သည်သည် ဤနေရာတွင်ပင် ရပ်တန့်သွားမည်ဖြစ် ပါသည်။

အမှတ်စဉ် ၃, ဖြစ်သော စောင့်ဆိုင်းနေရသည့်ကိစ္စသည် လည်း ဖေါက်သည်အား စိတ်ပျက်စေသော ကိစ္စဖြစ်ပါသည်။

ဝေ့ဒစ္စနေ ကုမ္ပဏီသည် သူတတ်ဆင်ထားသည့် ရဟတ် အမျိုးမျိုး၊ ဒန်းအမျိုးမျိုးကိုစီးရန် စောင့်ဆိုင်းနေသည့် ပရိသတ် ကြီး မပျင်းမရိစေရန် နှင့် အာရုံပြောင်းမသွားစေရန် နည်းပေါင်း စုံဖြင့် ကြိုပမ်းခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။

ကျွန်ုပ်၏ နယ်မြေအတွင်းရှိ စာတိုက်ကမူ စောင့်ဆိုင်းနေ ရသည့် ပရိသတ်အတွက် စိတ်ဝင်စားဘွယ်ကောင်းသည့် တံဆိပ် ခေါင်းများကို ပြသထားခြင်းနှင့် ဝီဒီယိုခွေပြသခြင်းများကို ပြုလုပ် ပါသည်။

အချို့စားသောက်ဆိုင်များကမူ တေးဂီတဖြင့် ဖျော်ဖြေ ခြင်း၊ အပျင်းပြေစာဖတ်ရန် စီစဉ်ပေးထားခြင်းများ ပြုကြပါသည်။ ဟိုတယ်တစ်ခုကမူ အလုပ်မအားလပ်သူများအား ကူညီပေး သောအားဖြင့် ဟိုတယ်သန့်စင်ခန်းတွင် နေ့စဉ်ထုတ်သတင်းစာ များကို ထားရှိပေးပါသည်။

အမှတ်စဉ် ၄, နှင့် ၅ မှာ သင့်လူများ၏ ကျွမ်းကျင်မှု အပေါ်တွင် မူတည်ပါသည်။ စိတ်ဝင်စားသည့် ဖေါက်သည်အား



သင့်ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ခုကို စမ်းသပ်သုံးစွဲခြင်းသည် အလွန်ထိ
ရောက်သည့် ရောင်းချနည်းဖြစ်ရုံမက ဖောက်သည်အား ကြေနပ်
မှုကိုလည်း ဖြစ်စေပါသည်။

ကွန်ပျူတာရောင်းချသူသည် ဖောက်သည်အား ဘေးတွင်
ထိုင်ခိုင်းပြီး ခလုတ်များကို နှိပ်စေခြင်းနှင့် ကားရောင်းသူသည်
ဝယ်ယူမည့်သူအား စမ်းသပ်မောင်းစေခြင်းတို့သည် မရေမရာ
ဖြစ်နေသည့် ဖောက်သည်အား အကောင်းဆုံးကျော်လွှားစေသည့်
နည်းဖြစ်ပါသည်။

အမှတ်စဉ် ၆, ဖြစ်သော ဖောက်သည်နှင့်စပ်လျဉ်း၍
နောက်ဆက်တွဲ ဆောင်ရွက်ဖွယ်ရှိသည်များကို ဆောင်ရွက်ခြင်း
နှင့် အမှတ်စဉ် ၇-ဖြစ်သည့် ပြဿနာတစ်စုံတစ်ရာရှိသည့်အခါ
ကိုင်တွယ်ဆောင်ရွက်ပုံတို့သည် သင်စွမ်းဆောင်နိုင်လျှင်
စွမ်းဆောင်နိုင်သလောက် ဖောက်သည်ကို ထိန်းသိမ်းထားနိုင်
သည့် အချက်များဖြစ်ပါသည်။

ထို့ကြောင့် သင့်လုပ်ငန်းနှင့်စပ်လျဉ်း၍ ဖောက်သည်
အနေဖြင့် မရေမရာဖြစ်နေသည့် အခြေအနေများ၊ အဟန့်
အတားသဖွယ်ရှိနေသည့် အနေအထားများကို အမြဲစဉ်းစားပါ။
ထို့နောက် ယင်းအချက်များကို ပြေလည် ပ,ပျောက်အောင်
ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ဖောက်သည်သစ်များ မလွဲဧကန်ရရှိလာမည်
ဖြစ်ပါသည်။

၃၇

ဖေါက်သည်၏ လိုအပ်ချက်ကို ကြိုတင်တွက်ဆပါ

လူလတ်ပိုင်းအရွယ်ရှိ ဟယ်လင်ဆိုသူ အမျိုးသမီးတစ်ဦး
 အား ခရစ်မတ်ရာသီအတွင်း၊ ဒေသကုန်တိုက်တစ်ခု၌ အလုပ်လုပ်
 ရန် ငှားရမ်းခဲ့သည်။ အလုပ်များသည့်နေ့တစ်နေ့တွင်၊ ကိုယ်ဝန်
 ဆောင် အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည်၊ လမ်းလျှောက်တတ်စ
 ကလေးနှစ်ယောက်ကို လက်ဆွဲ၍၊ ဟယ်လင်၏ ငွေသွင်းကောင်
 တာအနီးသို့ ရောက်ရှိလာသည်။

ယင်းကိုမြင်လိုက်သည့် ဟယ်လင်သည် သူမနှင့်အလုပ်
 လုပ်နေသည့် ဖေါက်သည်အား ခေတ္တခွင့်တောင်းကာ၊ သူမထိုင်
 သည့် ကုလားထိုင်ကို ယူ၍ ထိုအမျိုးသမီးထံသို့ သွားရောက်
 ခဲ့သည်။ ထိုနောက် ဟယ်လင်က . . .

“ရှင်ဒီကုလားထိုင်မှာ ထိုင်နေပါ။ ကျွန်မရှင်ဝယ်ယူမယ့်



ပစ္စည်းတွေကို ခုပဲ ဖုန်းဆက်ပြီးမှာမယ်၊ ပြီးတော့ ကျွန်မရှင့်ဆီကို ယူလာပေးမယ်။”

ဈေးဝယ်သူသည် အံ့အားသင့်ပြီး၊ အလွန်ကျေးဇူးတင် ရှိသွားခဲ့သည်။

ဟယ်လင်သည် ဖောက်သည်၏လိုအပ်ချက်ကို ကြိုတင် တွက်ဆပြီး၊ ဆောင်ရွက်သင့်သည်ကို ဆောင်ရွက်လိုက်ခြင်းဖြစ် သည်။ သူမ၏ စဉ်းစားဉာဏ် နှင့် တီထွင်ဆောင်ရွက်မှုသည် ကုန်တိုက်အပေါ် ထာဝရသစ္စာရှိမည့် ဖောက်သည်တစ်ယောက် ကို သိမ်းသွင်းလိုက်ခြင်းပင် ဖြစ်ပေသည်။

လိုအပ်ချက်ကို ကြိုတင်တွက်ဆနိုင်သည့်အခြား နည်းလမ်းများ

- ❖ နီးနွယ်သည့် ပစ္စည်းများလိုအပ်ခြင်းရှိမရှိ ပေးပါ။
ဖောက်သည် ဝယ်ယူသည့်ပစ္စည်းနှင့် နီးနွယ်သော အခြား ပစ္စည်းများ လိုအပ်ခြင်းရှိ မရှိမေးမြန်းရန်ဖြစ်သည်။ ဥပမာ သုတ်ဆေးဝယ် ပါက၊ စုတ်တန်၊ စပ်ဆေး၊ ကော်ပတ် စသည်တို့ လိုအပ်မှုရှိမရှိ မေးမြန်းရန်ဖြစ်သည်။

- ❖ ဖေါက်သည်၏ကားပေါ်သို့ ပစ္စည်းများကို ကူညီသယ်ပေးပါ။
- ❖ ဖေါက်သည်၏ အရေးကြီးလိုအပ်ချက်ကို တုံ့ပြန်ပါ။ အကယ်၍ဖောက်သည် အလျင်စလိုဖြစ်နေပါက၊ မြန်ဆန်စွာ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်ပေးပါ။
- ❖ ရှုပ်ထွေးမှုကို လျော့ပါးအောင် ကူညီပါ။ ဖြည့်စွက်ရမည့်ပုံစံသည် ရှုပ်ထွေးခက်ခဲနေပါက သူ့ကိုယ်တိုင် ဖြည့်စွက်ရမည့် နေရာကိုပြသ၍၊ ကျန်နေရာများကို မိမိက ကူညီဖြည့်စွက်ပေးပါ။
- ❖ ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်ပတ်သက်၍ ဖေါက်သည် သိသင့်သည့်အချက် အလက်များကို ပြည့်စုံစွာပေးပါ။ အကယ်၍ ညွှန်ကြားချက်များ၊ ရှင်းလင်းချက်များရှိပါက စာဖြင့် ရေးသား၍ဖြစ်စေ၊ ဓာတ်ပုံ မိတ္တူကူး၍ဖြစ်စေပေးပါ။
- ❖ သင်၏အလုပ်ခွင်ကို အဟန့်အတားမထားရှိပဲ၊ ထိတွေ့ဆက်ဆံမှုလွယ်ကူအောင် ဆောင်ရွက်ပါ။ အလုပ်ခွင်ကို ဟင်းလင်းဖွင့်ထားခြင်းသည် ပို၍ကောင်းမွန်ပြီး၊ ထိတွေ့ဆက်ဆံ မှုကို လွယ်ကူစေပါသည်။

- ❖ ဖောက်သည်များ အလိုရှိချိန်၊ သင်အသင့်ရှိပါစေ။ နှစ်အတန်ကြာအထိဘဏ်များသည် နေ့လည် ၂-နာရီတွင်ပိတ်၍ စတိုးဆိုင်များသည် ညနေ ၆-နာရီတွင်ပိတ်ကြပါသည်။ သို့သော်ယခုအခါ တိုးချဲ့ဖွင့်လှစ်နေပြီဖြစ်ပါသည်။ ထိုနည်းတူ ကားရောင်းသူများအနေဖြင့်လည်း ယခုအချိန်တွင် ၂၄-နာရီနီးပါး၊ အလုပ်ချိန်ဖွင့်လှစ်လာကြပြီ ဖြစ်ပါသည်။
- ❖ ကြီးမားရှင်းလင်းသည့် အမှတ်အသားထားရှိပါ။ သင်၏ လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ အဆောက်အဦး၏ အတွင်းအပြင် နှစ်ရပ်လုံးတွင် ကြီးမားရှင်းလင်းသည့် အမှတ်အသားများကို ထားရှိပါ။



၃၈

**ဖေါက်သည်များအား၊
မိမိအိမ်ကဲ့သို့
ရင်းနှီးခံစားမှုရှိပါစေ**

အိုဟီအိုမြို့၊ ကောလိပ်ကျောင်းတစ်ကျောင်းတွင် ရှိသော စာအုပ်ဆိုင်ကလေးတစ်ဆိုင်အကြောင်းကို ဝေါစထရီဂျာနယ် (The Wall Street Journal) တွင် မကြာမီက ဖော်ပြခဲ့ပါသည်။ အထူးသဖြင့် ယင်းဆိုင်ကလေးသည် ရောက်ရှိလာသူအားလုံးအား မိမိအိမ်ကဲ့သို့ ခံစားဖြစ်ပေါ်စေသောကြောင့် ဖြစ်ပါသည်။

ဝေါစထရီဂျာနယ်တွင် ယခုကဲ့သို့ ဖော်ပြခဲ့ပါသည်။

“စာအုပ်ဆိုင်ကလေးတွင် ဖေါက်သည်များသည် လက်တင် ပါရှိသည့် ကုလားထိုင်များတွင် ထိုင်နိုင်ကြပါသည်။ ယင်းသို့ သက်သောင့်သက်သာ ထိုင်ရင်း အိုက်စကရင်းကို စားကာ၊ ဘာတစ်ခုကိုမှမဝယ်ပဲ၊ စာများကို တစ်နေကုန် ဖတ်လိုက် ဖတ်နိုင်ကြပါသည်။”

“ထို့ပြင် မဂ္ဂဇင်း သို့မဟုတ် စာအုပ်စာတမ်း တစ်စုံတစ်ရာ



မှ စာတစ်ရွက်ကိုသော်လည်းကောင်း၊ ဆောင်းပါးတစ်ခုလုံးကိုသော်လည်းကောင်း၊ ကူးယူလိုက ကူးယူနိုင်သည်။ သို့မဟုတ် ဓါတ်ပုံမိတ္တူ ရယူလိုက ရယူနိုင်သည်။ ယင်းသို့ပြုလုပ်ခြင်းကြောင့် ဆိုင်ဝန်ထမ်းတစ်စုံတစ်ယောက်ကမှ သင့်အားစေ့စောင်းသော မျက်လုံးဖြင့် ကြည့်လိမ့်မည်မဟုတ်ပေ။

ဝေါစထရိဂျာနယ်၏ ရေးသားချက်ဖြစ်ပေသည်။

ဤနေရာတွင် ယင်းသို့ပြုလုပ်ခြင်းကြောင့် စီးပွားရေးအောင်မြင်နိုင်ပါသလားဟု မေးစရာရှိပါသည်။ စာအုပ်ဆိုင်မန်နေဂျာကမူ အောင်မြင်နိုင်သည်ဟု ယုံကြည်ပါသည်။ သူက လူများသည် သူတို့အား ဝယ်ရန်တိုက်တွန်းမှုမရှိမှ၊ ပိုမိုဝယ်ယူကြသည်ဟု ဆိုပေသည်။

သူသည် ဖောက်သည်များ အပေါ်တိုက်တွန်းမှု “အား” ကိုအနိမ့်ဆုံးထား၍၊ “ကူညီမှု” ကို အဓိကထား ရောင်းချရာ၊ ၁၀-နှစ်အတွင်းလေးဆ ပမာဏမျှ ပိုမို ရောင်းချရသည်ဟု သိရှိရပါသည်။

စာအုပ်ဆိုင်ကလေးသည် ကျောင်းသားများ နှင့် ကောလိပ်ဆရာ၊ဆရာမများ၏ အပန်းဖြေရာ၊ ကော်ဖီသောက်ရင်း စကားပြောရာ နေရာလေးဖြစ်လျက် ရှိပေသည်။

စင်စစ်ဤစာအုပ်ဆိုင်ကလေးသည်၊ ဖောက်သည်များအား မိမိအိမ်ကဲ့သို့ ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်မှုကို ပေးသောနေရာဌာနကလေးပင်ဖြစ်ပေသည်။

၃၉

**ကော်မရှင်ပေး၍
အရောင်းသမားထီး
ဆောင်ရွက်ခြင်းကို
ရှောင်ရှားပါ**

နှစ်ပေါင်းများစွာကတည်းက၊ ကျွန်ုပ်တို့သည် မော်တော်ကားတစ်စီးဝယ်မည်ဆိုလျှင်၊ ပူပင်ကြောင့်ကြဖြစ်ကြရသည်။ ကားသည်တန်ဖိုးကြီးမားသည်ဖြစ်ရာ၊ အကယ်၍ ဈေးနှုန်းညှိနှိုင်းမှုအရာတွင် ကျွမ်းကျင်မှုမရှိပါက၊ တန်ဖိုးထက်အဆမတန် ပိုမိုပေးရသည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် “အရိတ်” ခံရလေ့ရှိသည်ဟု လူအများကယူဆလေ့ရှိကြပါသည်။

ထို့ကြောင့် ဂျင်နရယ်မော်တော်ကုမ္ပဏီသည် ကားများကို ရောင်းချရာတွင် ပထမဆုံးအနေဖြင့် သတ်မှတ်ဈေးကို ချိတ်ဆွဲရောင်းချခဲ့သည်။ ယင်းချိတ်ဆွဲဈေးသည် စင်စစ်ကား၏တန်ဖိုးပင်ဖြစ်ပေသည်။

ထိုအခါ ဖေါက်သည်များက ကြားပွဲစား မဟုတ်သော



ထုတ်လုပ်မှုဆိုင်ရာ ကျွမ်းကျင်သူများ နှင့် ကားတန်ဖိုးကိစ္စကို ဆွေးနွေးကြသည်။ ဝန်ထမ်းများကမူ ကား၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာ များနှင့် အရည်အသွေးအကြောင်းကို ပြောပြကြလေသည်။

ဖိုးဒ်ကုမ္ပဏီသည်လည်း သူ၏နာမည်ကြီး အက်စ်ကျေ၊ ကားများကို ရောင်းချရာတွင်၊ ဤနည်းကိုပင် အသုံးပြုသည်။ သူက တစ်ဖန်တစ်ဦးချင်း ရောင်းချသူများအား ရောင်းချခွင့်ပြုရာ တွင်လည်း၊ ဈေးနှုန်းကိုမူ သတ်မှတ်ဈေးနှုန်းအတိုင်းသာ ရောင်းချ စေသည်။

များစွာသော လုပ်ငန်းများသည် ကြားခံအရောင်းသမား များထားရှိပြီး၊ ၎င်းတို့အား ပုတ်ပြတ်လစာပေး၍၊ ရောင်းချရ သည့်ပမာဏအပေါ်၊ ကော်မရှင်းပေးသည့်စနစ်ကို ယနေ့တိုင် ကျင့်သုံးလျက်ရှိကြပေသည်။

ယခုမူ ကုမ္ပဏီများ၏ မူဝါဒမှာပြောင်းလဲလာပြီးဖြစ်ရာ၊ ဖောက်သည်များသည် ပို၍သက်သောင့်သက်သာ ဖြစ်လာကြ လေသည်။

၄၀

သာမန် နားထောင်မှုထက် ဒိုပါစေ

လူမကြိုက်သည့် နားထောင်သူဟူ၍ မရှိပါ။ လူတစ်ယောက်စကားပြောရပ် လိုက်ပါက နားထောင်သူအားလုံးနီးပါး၊ ပို၍ စိတ်ဝင်စားလာကြသည်ကို တွေ့ရပါမည်။

ထို့ကြောင့်သင်၏ “ပြောဆို-နားထောင်” နှုန်းကို အလေးဂရုပြုရန် လိုအပ်ပါသည်။ သင်၏ဖေါက်သည်အား ညီမျှသော အခွင့်အရေး သို့မဟုတ် သူ့အားပြောဆိုခွင့်ပိုမိုပေးပါရဲ့လားဟု မိမိကိုယ်ကို စိစစ်ရပါမည်။

နားထောင်သူကောင်းတစ်ယောက်ဖြစ်ရန်၊ အောက်ပါ အကြံပြုချက်များကို အသုံးပြုပါ။

- ❖ ပြောဆိုသည့်အနှစ်သာရကိုသာ အကဲဖြတ်ပါ။
သူတို့မည်သို့မည်ပုံ ပြောဆိုသည်မှာ အဓိကမဟုတ်ပါ။
ဖောက်သည်များတွင် မှန်ကန်သော စကားလုံးများ ရှိကောင်းမှ ရှိပါမည်။ သို့ရာတွင်သူတို့၏ လိုအပ်ချက်ကို သူတို့သည် အားလုံးထက်ပို၍ သိကြပါသည်။
- ❖ ဆန္ဒမစောပါနှင့်။ ။ ဖောက်သည်၏ စကားမဆုံးမီ၊ ကြိုတင်ဆုံးဖြတ်ခြင်းမျိုး မပြုလုပ်ပါနှင့်။
- ❖ စိတ်ပါလက်ပါနားထောင်ပါ ။ ။ နားထောင်နေစဉ် အတွင်း၊ ပြောဆိုသူအားစိတ်ဝင်တစား ကြည့်ရှုနေခြင်းကို လည်းကောင်း၊ တည်ငြိမ်မှုကိုလည်းကောင်း၊ ထိန်းသိမ်းထားပါ။ အခြားတစ်စုံတစ်ရာ စဉ်းစားနေခြင်းစသည့် အတွေးများကို ဖယ်ရှားပစ်ပါ။
- ❖ စိတ်မလွင့်ပါးပါနှင့်။ ။ ပြောဆိုနေသူ ဖောက်သည် အပေါ် လုံးဝ ဗဟိုပြုထားပါ။

❖ ရှင်းလင်းချက်ကို ရှာဖွေပါ။ ။ ဖေါက်သည်၏ လိုအပ်ချက်ကို အပြည့်အဝ နားလည်ရန်အတွက် သူ၏ရှင်းလင်းချက်ကိုတောင်းခံပါ။ ယင်းသို့ဆောင်ရွက် ရာတွင်၊ သူ့အားထိခိုက်နစ်နာစေသည့် စကားလုံးများ မပါဝင် စေပဲ၊ ရိုးသားသော မေးခွန်းများကိုသာမေးပါ။



၄၁

**သင်၏ ရုံးခန်းအား၊
ဖောက်သည်များနှင့်
ရင်းနှီးမှုရှိအောင်
ဆောင်ရွက်ပါ**

သင်၏ရုံးခန်းကို ဖွဲ့စည်းမွမ်းမံရာတွင်၊ အထူးသတိပြုဆောင်ရွက်ပါ။ အထူးသဖြင့် အဟန့်အတားများကို ဖယ်ရှားပါ။ ဝန်ထမ်းများသည် မကြာခဏဆိုသလိုပင်၊ ဖောက်သည်နှင့်သူတို့အကြားခုံတန်း သို့မဟုတ် စားပွဲဖြင့် စည်းခြားထားလေ့ရှိကြသည်။ ယင်းမှာ တစ်ခါတစ်ရံ လိုအပ်ကောင်း၊ လိုအပ်မည်ဖြစ်သော်လည်း၊ အများအားဖြင့် ဖောက်သည်အား မကြာခဏဆိုသလိုပင် အဟန့်အထားဖြစ်စေသည်။

အကောင်းဆုံးနည်းလမ်းမှာ ဖောက်သည်များနှင့် မျက်နှာချင်းဆိုင်ထိုင်ခြင်းထက်၊ သင်နှင့်ဘေးချင်းယှဉ်ထိုင်ရန်သူ့ကို ဖိတ်ခေါ်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ကုန်ပစ္စည်းနှင့်ပတ်သက်သည့် ကိစ္စတစ်စုံတစ်ရာ ဖတ်ရှုရန် လိုအပ်ပါက၊

စားပွဲဝိုင်းသေးသေးထားရှိခြင်းက ပို၍သင့်တော်ပေသည်။

အချို့သော မော်တော်ကား အရောင်းဌာနများသည်၊ အရောင်းကောင်တာများကို ဖယ်ရှားပြီး၊ စားပွဲဝိုင်းအသေးများဖြင့် အစားထိုးကြသည်။ ထို့ကြောင့် ဖေါက်သည်နှင့် အရောင်းပုဂ္ဂိုလ်တို့သည် စားပွဲဝိုင်းတွင်ဝိုင်းထိုင်ကာ အရောင်းအဝယ်ကိစ္စကိုဆွေးနွေးကြသည်။ စားပွဲဝိုင်းဖြစ်သည့်အလျှောက် သင်နှင့်ဖေါက်သည်သည် ဆန့်ကျင်ဘက် အသွင်မဟုတ်တော့သည်ကို သတိပြုသင့်ပေသည်။

ထို့ပြင် ဖေါက်သည် သက်သောင့်သက်သာရှိမှုကို ကြည့်ရန်လိုပါသည်။ သင်၏ဖေါက်သည်အား သက်သောင့်သက်သာရှိသည့် ကုလားထိုင်တွင်ထိုင်ရန်၊ သင်ဖိတ်ခေါ်ဘူးပါသလား၊ သင်၏ရုံး သို့မဟုတ် အရောင်းဆိုင်သည် ဖေါက်သည်အား အနားယူရန် တစ်နေရာရာသို့ ဖိတ်ခေါ်ဘူးပါသလား။

ကျွန်ုပ်သည် မော်တော်ကား ဘော်ဒီရုံကလေးတစ်ရုံသို့ သွားရောက်ခဲ့ဘူးရာ၊ ကျွန်ုပ်များစွာအံ့အားသင့်ခဲ့ရသည်။ ထိုရုံကလေးတွင် အိမ်ကောင်းတစ်အိမ်၌ ထားရှိသည့်လူနေခန်းတစ်ခုကဲ့သို့ သပ်ရပ်ကောင်းမွန်သည့် စောင့်နေခန်းရှိသည်။ ထိုအခန်းတွင် တီဇွန်နှင့် ပက်လက်ကုလားထိုင်များ၊ ကော်ဖီစားပွဲနှင့် နောက်ဆုံးထုတ် မဂ္ဂဇင်းများကို တွေ့ရှိရသည်။ ထို့ပြင်

လတ်ဆတ်သော ပန်းများကိုပင် ပြင်ဆင်ထိုးစိုက်ထားသည်ကို
တွေ့ရလေသည်။

သင်၏ရုံးခန်းအား ယင်းသို့ပြင်ဆင်ပြီး၊ ဖောက်သည်တစ်
ယောက်၏အမြင်ဖြင့် ကြည့်ပါ။ သင်မည်သို့ ခံစားရမည်လဲ။

ယင်းနှင့်ဆက်စပ်သော အခြားစိတ်ကူး စိတ်သန်းတစ်ခုကို
လည်းပြောပြလိုပါသေးသည်။ အခြားမဟုတ်။ လုပ်ငန်းကိစ္စ
တိုင်ကြားမှုများကို အဓိကထားဖြေရှင်းရသည့် မန်နေဂျာတစ်ဦး
သည် သူ့ထိုင်ခုံ၏ နောက်ကျောဘက်နံရံတွင်၊ ကြီးမားသော
ကြည့်မှန်ကြီးတစ်ခု တတ်ဆင်ထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။

မကျေမနပ်ဖြင့် တိုင်ကြားရန် ရောက်ရှိလာကြသူများသည်
မှန်ကြီးထဲတွင် သူတို့၏ တုံ့ပြန်မှုကို သူတို့ကိုယ်တိုင်မြင်ကြရခြင်း
ဖြင့်၊ စိတ်ထားပျော့ပျောင်းမှုကို တစ်ဖန်ရရှိလာကြသောကြောင့်
ဖြစ်ပါသည်။



၄၂

နှုတ်စည်းကမ်း ရှိအောင် ကြိုးစားပါ

အခြားသူများအပေါ် မှတ်ချတ်ပြုပြောဆိုသည့်အခါ၊ အပြုသဘောဆောင်သည့် စကားမျိုးဖြစ်ရန်လိုအပ်သကဲ့သို့၊ ကြိုတင်ဆုံးဖြတ်သည့် သဘောပြောဆိုခြင်းမျိုးမှလည်း ရှောင်ရှားရမည်ဖြစ်ပါသည်။

ဥပမာ “ဒီလူဟာတစ်ပြားကနှစ်ပြားခွာမယ်လူပဲ” ဟုပြောဆိုမည်အခါ “ဒီပုဂ္ဂိုလ်ဟာ သိပ်စေ့စပ်သေချာတာပဲ” ဟု ပြောဆိုခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။

တစ်ခါတစ်ရံတွင် သင်သည် ယင်းသို့ မကောင်းဘက်က မြင်ခြင်း၊ ကြိုတင်ဆုံးဖြတ်ပြောဆိုခြင်းမျိုး မပြုမိရန် မိမိကိုယ်တိုင် များစွာထိန်းချုပ်ရသည့် အနေအထားမျိုး နှင့် ကြုံရတတ်ပါသည်။

မည်သို့ဖြစ်စေ ယင်းသို့သော စိန်ခေါ်မှုကို သင်လက်ခံ၍
အောင်မြင်အောင် ကြိုးစားရပါမည်။

သင်သည်နေ့ရက်တစ်ရက်ကို သတ်မှတ်ရွေးချယ်၍
“ယနေ့တစ်နေ့လုံးမည်သူ့ကိုမျှ မကောင်းဘက်က ပြောဆိုခြင်း၊
ကြိုတင်ဆုံးဖြတ်ပြောဆိုခြင်းမျိုး မပြုလုပ်ပါ” ဟုမိမိကိုယ်ကို မိမိ
ကတိပြု၍ လုပ်ကိုင်ပြောဆိုရပါမည်။ ယင်းသို့ကတိပြုပြောဆို၍
တစ်ရက်အောင်မြင်ပါက၊ ဒုတိယနေ့ဆက်၍ ကျင့်သုံးလိုက်နာ
ရပါမည်။

ယင်းသို့နှုတ်စည်းကမ်းရှိမှု၊ နှုတ်စောင့်စည်းမှုသည်
တစ်ဖြည်းဖြည်းချင် အကျင့်ရလာမည်ဖြစ်ပါသည်။

ထိုအခါ သင်သည် လူအများနှင့်ဆက်ဆံရာတွင်
ပိုမို ပျော်ရွှင်မှုရရှိလာမည် ဖြစ်ပေသည်။



၆၇

တယ်လီဖုန်းကို ကောင်းစွာ အသုံးပြုပါ

ဖေါက်သည်နှင့်ဆက်သွယ်ရာတွင် တစ်ခုတည်းသော လမ်းကြောင်းမှာ တယ်လီဖုန်းပင်ဖြစ်သည်။ သို့ဖြစ်၍ တယ်လီဖုန်းကို အကျိုးရှိဆုံးအသုံးပြုရန် လိုအပ်ပါသည်။

သင်၏ဖေါက်သည်သည် သင့်အား လာရောက် တွေ့ဆုံ နိုင်ခြင်းမရှိသည့်အတွက်၊ သင်သည် သူ့အား ဖုန်းဖြင့် ဆက်သွယ်ရန် လိုအပ်သည်ဟု သင်သဘောပေါက်ရပါမည်။ ဤအချက်သည်ပင် တယ်လီဖုန်းကို အောင်မြင်စွာ အသုံးပြုခြင်း၏ သော့ချက်ဖြစ်ပါသည်။ သင်၏တာဝန်မှာ မိမိအသံကို ထိရောက်စွာ အသုံးပြုခြင်းဖြင့် အဆက်အသွယ်ပြတ်မှုများကို ရင်းစားပြန်ရအောင် ဆောင်ရွက်ရန်ပင်ဖြစ်သည်။

တယ်လီဖုန်ကိုထိရောက်စွာအသုံးပြုရန်
အကောင်းဆုံးနည်းလမ်းများ

- ❖ တယ်လီဖုန်းခေါ်သူအားသင်၏အမည်ကို ပြောပြပါ။
ဖောက်သည်သည် သင်နှင့်မျက်နှာချင်းဆိုင်တွေ့သည့်
အခါ၊ အမည်ကပ်ပြား သို့မဟုတ် စားပွဲတင် ပလိပ်ပြားမှ
တစ်ဆင့် သိရတိသကဲ့သို့ ယခုဖုန်းခေါ်သူအား သင့်
အမည်ကို ပြောပြပါ။
- ❖ ဖုန်းပြောစဉ်ပြုံးပါ။ ။ လူများသည် တယ်လီဖုန်းမှ
အပြုံးကိုအမှန်ပင် ကြားရပါသည်။ ထို့ကြောင့် အချို့သော
တယ်လီဖုန်း ကျွမ်းကျင်သူများ သည် သူတို့ ဖုန်းပြောစဉ်
မှန်တချပ်ကို သူ့ရှေ့တွင်ချထားလေ့ ရှိသည်။
- ❖ ဖုန်းခေါ်သူအား အသိပေးပါ။ ။ အကယ်၍ သင်သည်
သတင်းအချက်အလက် တစ်ခုခုကို ရှာဖွေနေပါက၊
ဖုန်းခေါ်သူအား သင်ဘာလုပ်နေသည်ကို အသိ ပေးပါ။
ဘာမှမပြောဘဲ ဖုန်းကိုသည်အတိုင်း ကိုင်စောင့်စေခြင်း
မျိုး မပြုလုပ်ပါနှင့်။

- ❖ **ဖုန်းခေါ်သူအား လိုရင်းပြောရန် တိုက်တွန်းပါ။ ။**
 “ဒီနေ့ ကျွန်တော် ဘိက္ခုညီရမလဲ” , “ကျွန်တော်ဘိ
 လုပ်ပေးရမလဲ” စသည့်မေးခွန်းမျိုးဖြင့်၊ ဖုန်းခေါ်သူအား
 လိုရင်းရောက်အောင် ပြောခိုင်းပါ။
- ❖ **ဖုန်းခေါ်သူ၏ လိုအပ်ချက်ကို တာဝန်ယူပါ။ ။**
 ဖုန်းခေါ်သူအား သင်ဘာလုပ်မည်နှင့် မည်သည့်
 အချိန်တွင် ပြန်လည်ဆက်သွယ်မည်ကို အသေအချာပြော
 ပါ။ (ဥပမာ “ပြေစာတွေကို ကျွန်တော် ပြန်စစ်ကြည့်ပါ့မယ်၊
 ပြီးတော့ ညနေ ၅-နာရီမှာ ဖုန်းပြန်ခေါ်ပါမယ်” စသည့်
 တာဝန်ယူမှုမျိုး ဖြစ်သည်။)
- ❖ **ဖုန်းခေါ်သူအားကျေးဇူးတင်ကြောင်းပြောပါ။ ။**
 စကားပြောဆိုပြီးသည် နှင့် ဖုန်းခေါ်သူအား ကျေးဇူးတင်
 ကြောင်း မပျက်မကွက်ပြောပါ။
- ❖ **အသံအနိမ့်အမြင့်၊ အတိုးအကျယ်ဖြင့် ပြောပါ။ ။**
 ပြောဆိုသည့်အသံတွင် အသက်သွင်းပြောဆိုခြင်းသည်
 နားထောင်ရသူအာရုံကို ဆွဲဆောင်စေနိုင်သည်။ ရိုးသား
 သည့် တုံ့ပြန်မှုများကို သိသာသည့်နည်းလမ်းဖြင့်ဖော်ပြပါ။
 သင်၏ အသံအနေအထားသည် သဘာဝကျပြီး ရင်းနှီးမှု
 ရှိပါစေ။

- ❖ တယ်လီဖုန်းကိုင်ခိုင်းထားလျှင် ဂရုစိုက်ရုံပါ။ ။
လူများသည် တယ်လီဖုန်းကိုင်ခိုင်းထားခြင်းကို မုန်းတီးကြသည်။ လိုအပ်၍ ကိုင်ခိုင်းခဲ့ရလျှင် ဘာကြောင့်ဆိုသည်ကို ရှင်းပြပြီး၊ မေ့လျော့သည့် သဘောမဖြစ်စေရန်၊ မကြာခဏ အသိပေးပါ။ အကယ်၍ မိနစ်အနည်းငယ် ကြာဘွယ်ရှိပါက သင်က တယ်လီဖုန်းပြန်ခေါ်မည့် အကြောင်းပြောပါ။ ထို့နောက် မိမိ ဆောင်ရွက်ရမည့် ကိစ္စကိုရေးချပြီး၊ ပြန်ခေါ်ရန်မပျက်ကွက်ပါနှင့်။
- ❖ ရင်းနှီးသောပရိယာယ်၊ ကြွယ်သောစကားလုံးကို သုံးပါ။ ။ ဖောက်သည်အား မည်သည့် ကိစ္စကိုမှ စွပ်စွဲပြောဆိုခြင်း မပြုပါနှင့်။ သူတို့၏တောင်းဆိုချက်သည် အနိုင်အထက်ပြုခြင်းဖြစ်မည်ဟု မည်သည့်အခါမှ မပြောဆိုပါနှင့်။

အပိုင်း (၅)

ကွန်ရက်ပြန် ရောင်းချခြင်း



မိုးကျော်သူစာပေ

၄၄

ဆင့်ပွားဖေါက်သည်

ရရှိရေး

စူးစမ်းမေးမြန်းပါ

သင့်အပေါ်ကျေနပ်မှုရှိသည့် ဖေါက်သည်အား၊ ယင်း၏ မိတ်ဆွေထဲမှ ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာ ဝယ်ယူလိုသူရှိမရှိမေးပါ။ ရှိပါက လိပ်စာနှင့်ဖုန်းနံပါတ်များကိုရယူပြီး ဖုန်းဖြင့် ဆက်သွယ်ခြင်း၊ လိပ်စာကတ်ပြားပေးပို့ခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်ပါ။

ဤနည်းလမ်းသည် ပစ္စည်းပမဏများပြားသည့် ရောင်းဝယ်မှုလုပ်ငန်းကြီးများတွင် အသုံးပြုလေ့ရှိသော်လည်း၊ အခြားနေရာများစွာတို့တွင်လည်း လိုက်နာကျင့်သုံးနိုင်ပါသည်။

ဥပမာ။ ။ သင်သည် တစ်စုံတစ်ယောက်ထံ ဖုန်းဆက်၍ သင့်ကိုယ်သင် မည်သူမည်ဝါဖြစ်ကြောင်း မိတ်ဆက်ကာ သင်နှင့် စီးပွားရေးပြုလုပ်ပါဟု ဖိတ်ကြားနိုင်ပါသည်။ ထိုအခါများစွာသော ပုဂ္ဂိုလ်တို့သည် အံ့ဩရုံမက၊ ယခုကဲ့သို့ လူကိုယ်တိုင် ဖိတ်ကြားခံ



၄၄

ဆင့်ပွားဖေါက်သည်

ရရှိရေး

စူးစမ်းမေးမြန်းပါ

သင့်အပေါ်ကျေနပ်မှုရှိသည့် ဖေါက်သည်အား၊ ယင်း၏ မိတ်ဆွေထဲမှ ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာ ဝယ်ယူလိုသူရှိမရှိမေးပါ။ ရှိပါက လိပ်စာနှင့်ဖုန်းနံပါတ်များကိုရယူပြီး ဖုန်းဖြင့် ဆက်သွယ်ခြင်း၊ လိပ်စာကတ်ပြားပေးပို့ခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်ပါ။

ဤနည်းလမ်းသည် ပစ္စည်းပမဏများပြားသည့် ရောင်းဝယ်မှုလုပ်ငန်းကြီးများတွင် အသုံးပြုလေ့ရှိသော်လည်း၊ အခြားနေရာများစွာတို့တွင်လည်း လိုက်နာကျင့်သုံးနိုင်ပါသည်။

ဥပမာ။ ။ သင်သည် တစ်စုံတစ်ယောက်ထံ ဖုန်းဆက်၍ သင့်ကိုယ်သင် မည်သူမည်ဝါဖြစ်ကြောင်း မိတ်ဆက်ကာ သင်နှင့် စီးပွားရေးပြုလုပ်ပါဟု ဖိတ်ကြားနိုင်ပါသည်။ ထိုအခါများစွာသော ပုဂ္ဂိုလ်တို့သည် အံ့ဩရုံမက၊ ယခုကဲ့သို့ လူကိုယ်တိုင် ဖိတ်ကြားခံ



ရခြင်းအတွက် နှစ်ခြိုက်သဘောကျပါလိမ့်မည်။

စင်စစ် ဤနည်းလမ်းသည်၊ တစ်စုံတစ်ယောက် လာနီး လာနီးဖြင့်၊ ထိုင်စောင့်နေသူတစ်ယောက်အား လှုပ်နှိုးဘိသကဲ့သို့ ရှိပေလိမ့်မည်။

ဤနေရာတွင် မူလဖောက်သည်ကထောက်ခံပြောကြားသူ ၏ အချက်အလက်များ ပိုမိုပြည့်စုံစွာ ရရှိလေ၊ ပို၍ကောင်းလေ ဖြစ်ပါသည်။ သို့ရာတွင် သူ့ကိုများစွာ အလုပ်မပေးမိရန် သတိပြု သင့်ပါသည်။

အမည်၊ လိပ်စာ နှင့် တယ်လီဖုန်းအမှတ်များရရှိလျှင် လုံလောက်ပါပြီ၊ ကျန်အချက်အလက်များ လိုအပ်ပါက မိမိ ကိုယ်တိုင် ရှာဖွေရပါမည်။

ဆင့်ပွားဖောက်သည် ရရှိရေးနှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ အာမခံ လုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်လျက်ရှိသူ ကျွန်ုပ်၏မိတ်ဆွေ ဘီလ်(Bill) က ကျွန်ုပ်အား ယခုကဲ့သို့ ပြောပြခဲ့ဘူးပါသည်။ သူသည်သူ့ထံ အမြဲတန်းလာရောက်သည့် ဖောက်သည်အား “ဒီအလုပ်နဲ့ ပတ်သက်ပြီး၊ ခင်ဗျားကျွန်တော့်ကို ကူညီနိုင်မယ့်နည်းလမ်း(၂)ရပ် ရှိပါတယ်။ ပထမက ကျွန်တော့်ထံက ပစ္စည်းဝယ်လိုတဲ့ ခင်ဗျား မိတ်ဆွေများရဲ့ အမည်နာမကိုသိချင်ပါတယ်။ ဒုတိယကတော့၊

ဒီလူတွေအပေါ် ခင်ဗျားရဲ့ သဘောထားကိုလဲရယူလိုခြင်းပါပဲ”
ဟူ၍ ပြောပြခဲ့သည် ဟုဆိုပါသည်။

ဤနေရာတွင် ဘီလ်အဓိကထားသည်မှာ ဖေါက်သည်
မိတ်ဆက်ပေးလိုက်မည့် ပုဂ္ဂိုလ်များ၏ အနေအထားပင် ဖြစ်
ပါသည်။

ဆင့်ပွားဖောက်သည်သည်၊ ယင်းသို့ စိစစ်ပြီးမှ ရရှိခြင်း
ဖြစ်၍ အမှန်ပင် တန်းဖိုးကြီးလှပါသည်။



၄၅

Girard ၏

နည်း ၂၅၀ ကို အမှတ်ရပါ

အရောင်းသမားများအား သင်တန်းပို့ချပေးသူ သင်တန်းဆရာ ဂျိုးဂျီရ၏ (Joe Girard) က လူတိုင်းသည် ခန့်မှန်းခြေအားဖြင့် လူ ၂၅၀ မျှကို သိကျွမ်းကြသည်ဟု ဆိုပါသည်။ ယင်းကိန်းဂဏန်းမည်သို့ရသည်ဟု မေးရန်ရှိပါသည်။ သူသည် မင်္ဂလာဆောင်တစ်ခု သို့မဟုတ် အသုဘအခမ်းအနားတစ်ခုသို့ တက်ရောက်လာသည့် ပရိသတ်အား နမူနာထား၍ ဖျမ်းမျှတွက်ချက်ထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။

ယင်းသို့ လူတစ်ယောက်က လူ ၂၅၀ မျှကို သိကျွမ်းနိုင်သည်ဟု ဆိုခြင်းကြောင့်၊ သင်သည် ယင်းပုဂ္ဂိုလ်အားလုံးကို သင့်ပစ္စည်းဝယ်ယူရေးအတွက် အနှောင့်အယှက်ပေးရမည်ဟု မဆိုလိုပါ။ လူတိုင်းသည် သင့်ဖောက်သည်မဖြစ်နိုင်ပါ။



သို့ရာတွင် ယင်းတို့အထဲမှ ဖြစ်နိုင်ခြေရှိသူများကို ရွေးထုတ်စာရင်းလုပ်ပြီး၊ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်းသည်၊ အောင်မြင်မှု အလားအလာကောင်းသော နည်းလမ်းတစ်ရပ် ဖြစ်ပါသည်။

မည်သို့ဆိုစေ အခြားတစ်ဘက်က ကြည့်လျှင်လူတစ် ယောက်က လူ ၂၅၀ ကို သိကျွမ်းခြင်းသည် ကြီးမားသည့် ကောင်းကျိုး ဆိုးကျိုးကို ပေးစွမ်းနိုင်သည့် အနေအထားဖြစ်ပါ သည်။ အကယ်၍သင်ပေးသည့် ဝန်ဆောင်မှုညံ့ဖျင်းခဲ့သည် ရှိသော်၊ ဤသတင်းသည် လူ ၂၅၀ မျှအထိ ပြန့်နှံ့သွားမည်ဟု ယူဆရပါသည်။

ဂျိုးဂျီရတ် (Joe Girard) ကမူ အောက်ပါအတိုင်းပြောပြ ပါသည်။

“ကျွန်ုပ်သည် တစ်ပတ်လျှင် လူ ၅၀ မျှ နှင့်တွေ့ဆုံရသည် ဖြစ်ရာ လူ ၅၀ အနက် လူ ၂ ဦးသည် ကျွန်ုပ်၏ ဆက်ဆံမှုကို မကျေနပ်ခဲ့ကြသော်။ နှစ်ကုန်သည့်အခါ ကျွန်ုပ်လုပ်ငန်းအပေါ် ကျေနပ်မှုမရှိသူ လူ ၅၀၀၀ မျှ ရှိလာမည်ဖြစ်သည်။”

“ကျွန်ုပ်သည် ကားရောင်းချခြင်းလုပ်ငန်းကို ၁၄-နှစ်ကြာ မျှ လုပ်ကိုင်လျက်ရှိရာ၊ တစ်ပတ်လျှင် မကျေနပ်သူ ၂ယောက် က အစပျိုးသည်ကိန်းဂဏန်းသည် ၁၄-နှစ်ကြာသောအခါ လူ ၇၀,၀၀၀ မျှ ရှိလာမည်ဖြစ်သည်”

“ဤသည်မှာ အားကစားရုံတစ်ရုံစီရှိပေသည်။ ယင်းမျှ များပြားသော လူများက ဘာပြောကြမည်နည်း။ ဂျိုးဂျီရတ် (Joe Girard) ဆီက ကားမဝယ်ကြနဲ့ဟူ၍ ဖြစ်ပေမည်။”

ယင်းကိုကြည့်ခြင်းဖြင့် ဖောက်သည်မကျေနပ်မှုတစ်ခုသည် မည်မျှဆင့်ပွားအကျိုးသက်ရောက်မှုရှိသည်ကို သတိပြုသင့်သည်။ သို့သော် ဤကိစ္စတွင် အပြန်အလှန်ရှိပါသည်။ ကျေနပ်အားရမှု ရှိသည့်ဖောက်သည်သည် ၂၅၀မျှသော အသိအကျွမ်းများကို ပြော ပြမည်ဖြစ်ပေသည်။

ဆင့်ပွားနည်းသို့မဟုတ် ကွန်ရက်ဖြန့်ရောင်းချခြင်းနည်း သည် ဤသဘောတရားအတိုင်း ဖောက်သည်များကို ဆင့်ကဲဆင့် ကဲ ရှာ၍ ကော်မရှင်ပေးရောင်းချသည့် နည်းဖြစ်သည်။

ဒက်ထရိုက် (Detroit) မြို့ရှိ ဆံပင်ညှပ်ဆရာတစ်ဦးသည် သူ့ဆိုင်တွင် ဆိုင်းဘုတ်တစ်ခုချိတ်ဆွဲထားသည်။ “ဘယ်လိုလုပ် ၂၅ ဒေါ်လာရသလဲသိချင်ရင်၊ ကျွန်ုပ်ကိုမေးပါ” ဟူသော ဆိုင်းဘုတ်ဖြစ်သည်။

မေးကြည့်သောအခါ တစ်စုံတစ်ယောက်က ကားဝယ်လို လျှင် သူသည် ကားရောင်းသူတစ်စုံတစ်ယောက်နှင့် ဆက်သွယ် ပေးသည်။ အကယ်၍ ကားဝယ်ဖြစ်ခဲ့လျှင် ကားရောင်းသူက သူ့အား ဒေါ်လာ ၂၅ ဒေါ်လာပေးသည်။



ထို့နောက် သူသည် ကားရောင်းသူ၏ လုပ်ငန်းကတ်ပြား
 ၁၀-ခုကို ယူ၍ နောက်ကျောတွင် သူ၏အမည်နှင့် ဖုန်းနံပါတ်
 ကိုရေးပြီး ကားဝယ်သူဖေါက်သည်အား ပေးသည်။ ယင်းသို့ပေး
 ခြင်းဖြင့် ကားရောင်းသူက လိပ်စာကတ် ၁-ခုလျှင် ၁-ဒေါ်လာ
 ထပ်မံပေးရသည်။ ဤနည်းဖြင့် ကားရောင်းသူသည် ကားရောင်း
 ချမှုအတွက် ဖေါက်သည်ကို ဖြန့်ကျက်ရှာဖွေခြင်းဖြစ်သည်။

ဤနေရာတွင် ကတ်ပြားတစ်ခုလျှင်၊ ၁-ဒေါ်လာမများ
 ဘူးလားဟု မေးစရာရှိပါသည်။ အကယ်၍သင်သည် ကားစင်းရေ
 ၂၀,၀၀၀ ရောင်းချရသည်ရှိသော် မ,များဟုဆိုရပါမည်။

မည်သို့ဆိုစေ ဤနည်းလမ်း၏ အနှစ်ချုပ်သဘော
 တရားမှာ၊ မိမိပစ္စည်းကို ရောင်းချရာတွင် ဆင့်ပွားနည်း
 သို့မဟုတ်ကွန်ရက်ဖြန့်ရောင်းချနည်းကိုကျင့်သုံးခြင်းပင်
 ဖြစ်ပေသည်။

သို့ဖြစ်၍သင်၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းကို၊ ရောင်းချရာ
 တွင်လည်း မည်သို့မည်ပုံ ဆင့်ပွားနည်းဖြင့် ဖေါက်သည်ရှာရမည်
 ကို အစဉ်အမြဲစဉ်းစားသုံးသပ်ရမည် ဖြစ်ပါသည်။

အပိုင်း (၆)

ဆုံးရှုံးမည့် ဖောက်သည်အား
ပြန်လည် ထိန်းသိမ်းခြင်း



မိုးကျော်သူစာပေ

အပိုင်း (၆)

ဆုံးရှုံးမည့် ဖောက်သည်အား
ပြန်လည် ထိန်းသိမ်းခြင်း



၄၆

**သင့်ထံမှ
ထွက်သွားသည့်
ဖောက်သည်၏
စကားကိုနားထောင်ပါ**

အကယ်၍ တစ်စုံတစ်ယောက်သည် ပစ္စည်းကို သင်၏ပြိုင်ဘက်ထံမှ ဝယ်ယူသည်ဟု ပြောပြလျှင်၊ အဘယ်ကြောင့် ဝယ်ယူခြင်းဖြစ်ကြောင်း မေးမြန်းပါ။ မေးမြန်းရာတွင် အငြင်းအခုံပြောသည့်သဘောမဖြစ်စေပဲ၊ ရိုးရိုးသားသားသဘောဖြင့်မေးပါ။

သူတို့၏ စီးပွားရေးအောင်မြင်မှုအတွက် ကြိုဆိုပါကြောင်း၊ သို့ရာတွင်မည်သည့်အတွက် အခြားကုမ္ပဏီတစ်ခုကို ရွေးချယ်ဝယ်ယူရခြင်းဖြစ်ကြောင်း၊ ရိုးသားစွာမေးမြန်းပါ။

ဖောက်သည်ပြောပြသည့်အခါ သေချာစွာနားထောင်ပါ။ ယင်းသို့ပြောပြချက်များသည်၊ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတိုးတက်မှုအတွက် အကြံဉာဏ်ကောင်းများ ဖြစ်နိုင်ပါသည်။

မည်သည့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွင်မဆို၊ ကျွန်ုပ်တို့သည်



အမှားများထဲမှာ သင်ခန်းစာများစွာ ရရှိတတ်ကြပါသည်။

သင့်လုပ်ဆောင်ချက်တွင် ဘာအမှားအယွင်းရှိပါသလဲ
ဟူ၍ လူများအားမေးမြန်းခြင်းသည်၊ ကြီးမားသော သတ္တိကို
ပြသခြင်းဖြစ်ပါသည်။

မည်သို့ဆိုစေ ယင်းဆေးခါးကြီးထဲမှာ သင်တစ်ခါဘူးမျှ
မရရှိ ဘူးသည့် အသုံးထည့်သော အကြံဉာဏ်များစွာ ရရှိနိုင်
ပါသည်။



၄၇

ဖောက်သည်
ကောင်းများကို
လက်မလွတ်ပါစေနှင့်

သင်သည်ဖောက်သည်များနှင့်စပ်လျဉ်း၍၊ စိတ်အနှောင့်အယှက်ဖြစ်နေပါသလား။ သူတို့ဝယ်သည့် ပစ္စည်းသည် မယ်မယ်ရရမရှိလှပဲ၊ သူတို့အတွက် အခက်အခဲများနှင့် တွေ့ကြုံနေရသည်ဟု သင်ယူဆပါသလား။ စင်စစ်သင်ယင်းသို့ မယူဆသင့်ပါ။

ဤကိစ္စသည် ရယ်စရာကောင်းသော်လည်း၊ အမှန်အကန်ပင်ဖြစ်ပါသည်။ ဖောက်သည် တစ်ယောက်သည် ကုမ္ပဏီနှင့်စပ်လျဉ်း၍ ပြဿနာရှိသည်။ ကုမ္ပဏီကလည်း ယင်းပြဿနာကို ဖြေရှင်း၍ အမှန်အကန်ဖြစ်အောင် ပြုလုပ်ပေးသည်။

ဤနည်းဖြင့် ပြဿနာရှိသည့် ဖောက်သည်သည် ကုမ္ပဏီအပေါ်သစ္စာရှိသည့်ဖောက်သည်တစ်ယောက် အဖြစ် ပြန်လည်ပေါ်ထွန်းလာရာ၊ ယင်းသည် ပြဿနာ လုံးဝမရှိသည့် ဖောက်သည်ထက်ပင်၊ ပိုမိုသစ္စာရှိသည်ကို တွေ့ရှိရသည်။



ထို့ကြောင့် စွန့်ခွာရန်ရှိသည့် ဖေါက်သည်ဘာကိုလိုအပ်သည်ဟူသော အချက်ကို သင်သိရှိရန်လိုအပ်ပါသည်။ စိတ်ပျက်နေသည့် ဖေါက်သည်သည် အောက်ဖော်ပြပါအချက်များအနက်မှ အချို့ကိုလည်းကောင်း၊ အားလုံးကိုလည်းကောင်း လိုအပ်နေသူဖြစ်ပါသည်။

- ❖ သူ၏တင်ပြချက်ကို နားထောင်ရန်နှင့် အလေးအနက်ထားရန်၊
- ❖ သူတို့၏ ပြဿနာကို နားလည်ရန် နှင့် သူတို့အဘယ်ကြောင့် စိတ်ပျက်ရသည်ကို နားလည်ရန်။ လျှော်ကြေးပေးခြင်း သို့မဟုတ် အစားထိုးခြင်းပြုလုပ်ပေးရန်၊
- ❖ အရေးပေါ်ဆောင်ရွက်ပေးရန်(သူတို့၏ပြဿနာကို မြန်ဆန်စွာဆောင်ရွက်ပေးရန်)
- ❖ နောင်အဆင်မပြေမှုများ မဖြစ်ပေါ်စေရန်၊ လေးစားစွာကိုင်တွယ်ဆောင်ရွက်ရန်၊
- ❖ ပြဿနာအတွက် တစ်စုံတစ်ယောက်အား အပြစ်ပေးရန်၊
- ❖ ယခုကဲ့သို့ ပြဿနာထိမ်မံမဖြစ်ပွားရေးအတွက် သေချာစေရန်၊

မကျေနပ်သော၊ ဒေါသထွက်နေသော ဖောက်သည်ကို ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းပြီးနောက်၊ အားလုံးအဆင်ပြေသွားခဲ့လျှင်၊ သင်သည် စစ်မှန်သော ကျေနပ်နှစ်သိမ့်မှုကို ရရှိသင့်ပေသည်။ သို့ရာတွင် ဤကမ္ဘာကြီးသည် ပြီးပြည့်စုံသည်မရှိပါ။ လူများသည် လည်း အမြဲတမ်းအမြော်အမြင်ရှိသည်ဟု မဆိုနိုင်ပါ။ ထိုအခါ သင်ကိုယ်တိုင်ပင် တစ်ခါတစ်ရံစိတ်ပျက်လာနိုင်ပါသည်။

သို့ဆိုပါက မှတ်သားရမည့်သော့ချက်များမှာ

❖ သင်သည် ဖောက်သည်ကျေနပ်မှုရရှိရေးအတွက် အစွမ်းကုန်ကြိုးစားသည်ဆိုပါက၊ သင်လုပ်နိုင်သမျှ အားလုံးကို လုပ်ပြီးပြီဟု မှတ်ယူပါ။

❖ မိမိကိုယ်ကို ဆွဲမသွင်းပါနှင့်။ ။ စိတ်ပျက်နေသူများသည်၊ သူတို့ဆိုလိုခြင်းမရှိသည့် စကားများကို မကြာခဏပြောတတ်ကြပါသည်။ သူတို့သည် မကျေနပ်မှုကို ဒေါသအဖြစ်လည်း မှတ်ထုတ်တတ်ကြပါသည်။ အကယ်၍ သင်၏ပြဿနာသည် သင်၏အမှားဖြစ်လျှင် အတွေ့အကြုံမှ သင်းတန်းစာယူရန် ဆုံးဖြတ်ပြီး၊ နောက်တစ်ကြိမ်ပိုကောင်းအောင်လုပ်ပါ။ အခြေအနေကို သင်ထိန်းချုပ်နိုင်ခြင်း မရှိလျှင် သင်လုပ်နိုင်သမျှသာ လုပ်ပါ။

သို့ရာတွင် သင့်ခေါင်းကို နံရံနှင့်မတိုက်ပါနှင့်။

❖ အတွေ့အကြုံကို လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များနှင့်သော်လည်းကောင်း၊ မိမိစိတ်ထဲမှာသော်လည်းကောင်း၊ ပြန်ကျမနေပါနှင့်။ ပြီးတာပြီးပါစေ။ အတွေ့အကြုံများကို ပြန်လည်ဆန်းစစ်နေလျှင်လည်း၊ အခြေအနေသည် ပိုကောင်းမလာနိုင်ပါ။ မိမိစိတ်ထဲမှာ ပြန်ကျနေလျှင်လည်း ရူးဖို့သာရှိပေလိမ့်မည်။ မည်သို့ဖြစ်စေ ယင်းသို့သော အခြေအနေမျိုးကို မည်သို့ဖြေရှင်းကြောင်း တစ်စုံတစ်ယောက်ကိုမူ သင်မေးမြန်းလိုပေလိမ့်မည်။

❖ မိမိအသက်မွေးဝမ်းကြောင်းလုပ်ငန်း အောင်မြင်ရေးအတွက် ဖေါက်သည်နှင့်ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်သည့် အတွေ့အကြုံမှန်သမျှကို အခွင့်အရေးတစ်ရပ်အဖြစ် အသုံးပြုပါ။

အလွန်မနှစ်မြို့ဘွယ်ကောင်းသည့် အတွေ့အကြုံသည်ပင်၊ ကျွန်ုပ်တို့အဖို့ အသုံးဝင်သည့် သင်ခန်းစာများ ဖြစ်နိုင်ပါသည်။

အခြေအနေအေးချမ်းသွားသည့်အခါတွင် သင်၏အရည်အသွေးတိုးတက်ရေးကို ရှေ့ရှု၍၊ ပြန်လည်သုံးသပ်မှုကိုမူ သင်ပြုလုပ်ရန် လိုပေလိမ့်မည်။ ထိုအခါ သင်အသုံးပြုခဲ့သည့် ပြန်လည်



ကုစားမှုဆိုင်ရာ အရည်အသွေးများကို၊ ပြန်လည်စဉ်းစားပြီး
အောက်ပါမေးခွန်းများကို မေးကြည့်ပါ။

- ❖ ဖောက်သည်တင်ပြသည့် မကျေနပ်မှု၏ သဘာဝက
ဘာလဲ?
- ❖ ဖောက်သည်က ပြဿနာကို မည်သို့ ရှုမြင်သလဲ? မည်သူ
၏အပြစ်လဲ?၊ မည်သည့်အရာက အဆိုးဝါးဆုံး ဖြစ်စေ
တာလဲ?၊ သူ့အဘယ်ကြောင့် ဒေါသဖြစ်ရသလဲ သို့မဟုတ်
စိတ်ပျက်ပြားမှု ဖြစ်ရတာလဲ?
- ❖ သင်ကော် ပြဿနာကို မည်သို့ ရှုမြင်သလဲ?၊ ဖောက်သည်
ကိုယ်တိုင်တစ်စိတ်တစ်ပိုင်း အပြစ်ရှိသလား?
- ❖ အခြေအနေပိုကောင်းသွားစေရန်၊ ဖောက်သည်ကို
သင်ဘာပြောခဲ့သလဲ?
- ❖ အခြေအနေပိုဆိုးသွားသည်ဟု ထင်ရအောင် ဖောက်သည်
ကို သင်ဘာပြောခဲ့သလဲ?
- ❖ ဖောက်သည်အပေါ် ဂရုတစ်စိုက်ရှိကြောင်း သင်မည်သို့
ပြသခဲ့သလဲ?
- ❖ အခြားနည်းဖြင့် သင်ဘာလုပ်မလဲ?



၄၈

တောင်းပန်ပါ

အချို့လူများသည် ကုမ္ပဏီကိုယ်စား ဖေါက်သည်များအား တောင်းပန်စကားပြောကြားရန် ဝန်လေးတတ်ကြသည်။ အထူးသဖြင့် ပြဿနာသည် တစ်စုံတစ်ယောက်၏ ပယောဂကြောင့် မဟုတ်ပဲ၊ ခြုံငုံ၍ဖြစ်ပေါ်သော ပြဿနာဆိုပါက၊ မည်သူမှ တာဝန်ယူ၍ဖြေရှင်းလိုကြခြင်း မရှိပေ။

တောင်းပန်းခြင်းကြောင့် သင်၏ အလုံးအဖန်လျော့ပါးသွားစရာမရှိချေ။ ထိုနည်းတူ တောင်းပန်ခြင်းသည် အပြစ်ကို ဝန်ခံခြင်းလည်း မဟုတ်မည်ပေ။ စင်စစ်တောင်းပန်ခြင်းသည် ဖေါက်သည်စိတ် မချမ်းမမြေ့ ဖြစ်ရသည်အတွက် ဝမ်းနည်းကြောင်း ဖော်ပြခြင်းမျှသာ ဖြစ်ပေသည်။

ထပ်၍ဆိုပါရစေ၊ “တောင်းပန်ခြင်း” သည်သင့်ထံမှ



မည်သည် အရာကိုမျှ ယူသွားရန် အကြောင်းမရှိချေ။
 ဖောက်သည်သည် အနာဂတ်တွင် အပြုစိတ်ထားရှိနိုင်ရေး
 အတွက် မိမိက မိမိ၏စိတ်ဆန္ဒကို ဖော်ပြခြင်းသာ ဖြစ်ပေသည်။

သို့ဖြစ်၍ တောင်းပန်ခြင်းကြောင့် ဖောက်သည်၏
 အပြုစိတ်ကို၊ ပြန်လည်ရရှိရန်၊ မျှော်လင့်နိုင်သော်လည်း၊
 တောင်းပန်မှုမပြုလျှင်မူ၊ သင်သည်ဘာကိုမျှ မျှော်လင့်ရန်
 အကြောင်းမရှိချေ။



၄၉

သင်မည်သို့ ဖြေရှင်းပြီးကြောင်း ပြောပြပါ

ဖေါက်သည်ဆက်ဆံရေးသည် ပြည်သူ့ဆက်ဆံရေး၏ အခန်းကဏ္ဍတစ်ခုဖြစ်သည်။ ပြည်သူ့ဆက်ဆံရေး၏ ပထမဆုံး ဥပဒေသမှာ အပြုအမူကောင်းများကို ပြသရန်ဖြစ်ပေသည်။

ဖေါက်သည်တစ်ယောက်တွင် အခက်အခဲတစ်စုံတစ်ရာ ရှိ၍ သင်ဖြေရှင်းပြီးလျှင်၊ ဖြေရှင်းပြီးကြောင်း သူ့ကိုပြောပြပါ။ အချို့ကိစ္စများတွင်မူ အခြားသောဖေါက်သည်များကိုပါ ပြောပြပါ။

ဖေါက်သည်အား သူ့ပြဿနာကို ဖြေရှင်းပြီးကြောင်း၊ နောက်ဆက်တွဲအဖြစ် ဆက်သွယ်ပြောဆိုခြင်းသည်၊ သူ့အားသင်မည်သို့ ဝရုတစ်စုံကံ ရှိကြောင်း



အသိပေးခြင်းလည်းဖြစ်ပေသည်။

ဥပမာ- မော်တော်ကားပြုပြင်သည့် အလုပ်ဌာနသည်၊ ကျွန်ုပ်ကား၏ရေဒီယိုကို ဖြုတ်ယူ၍ ပြင်ဆင်ရန်ပေးပို့မည့်အစား ရေဒီယိုတစ်ခုလုံးကို အစားထိုးပေးခဲ့သည်။ ပြင်ဆင်ရေး မန်နေဂျာက ကျွန်ုပ်အား ကားရှေ့ခန်းတွင် ရေဒီယိုမရှိပဲ လှည့်လည်သွားနေခြင်းမျိုး မဖြစ်စေရန်၊ ယခုကဲ့သို့ ဆောင်ရွက် ပေးခြင်းဖြစ်ကြောင်း ပြောပြပါသည်။ အခြားကားပြင်ရုံများကမူ ယင်းသို့ လုပ်ကောင်းမှ လုပ်ပေလိမ့်မည်။

ကျွန်ုပ်အဖို့မူ ယင်းသို့ ပြောကြားလိုက်ခြင်းသည် ဝန်ဆောင်မှုကောင်းတစ်ခုကို ရရှိလိုက်ခြင်းပင် ဖြစ်ပေသည်။

ထို့ပြင် စာအုပ်ဆိုင်ရှင်တစ်ဦး၏ ကူညီဖြေရှင်းပုံတစ်ခုကို လည်းကြည့်ပါ။ ဆိုင်ရှင်သည် သင်လိုချင်သည့်စာအုပ်၊ သူ့ဆိုင် တွင် မရှိသည့်တိုင်၊ ဝန်ဆောင်မှုဆက်လက်ပေးခြင်းမျိုး ဖြစ်သည်။

သူသည်ရှိသမျှ ဆိုင်အားလုံးသို့ ဆက်သွယ်မေးမြန်းသည်။ သိရှိသည်နှင့် သင်ထံဖုန်းဆက်ကာ၊ သင်လိုချင်သည့် ပစ္စည်း မည်သည့်နေရာတွင်ရှိကြောင်း ပြောပြခြင်းဖြစ်ပေသည်။

၅၀

**ကျွန်တော်ကောင်းအောင်
ဘယ်လိုလုပ်ရမလဲဟူ
သောထူးဆန်းသည့်
မေးခွန်းကိုမေးပါ**

အထက်ပါ မေးခွန်းကို ဖောက်သည်များအား မကြာခဏ မေးပါ။ မေးသည့်အခါ ရိုးသားစွာဖြင့် အလေးအနက်ထား၍ မေးပါ။

ဤထူးဆန်းသော မေးခွန်းသည်၊ ပြဿနာဖြေရှင်းရာတွင် ဖောက်သည်ကိုယ်တိုင်၊ ပါဝင်ဖြေရှင်းရန် ဖိတ်ခေါ်ခြင်းမည် ပါသည်။ ဤမေးခွန်းသည် တစ်ဘက်ပုဂ္ဂိုလ်၏စိတ်ဝင်းစားမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေ၍၊ တစ်စိတ်တစ်ပိုင်း တာဝန်ပေးမှုဟူ၍ လည်း အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုနိုင်ပါသည်။

ထို့ပြင် ဖောက်သည်၏ အလိုဆန္ဒကို လေးစားသမှုရှိကြောင်းပြသခြင်းလည်း ဖြစ်ပါပေသည်။
သင်ကြိုးစားကြည့်ပါ။

ဝိနည်း

အမှာစကား



မြို့ကျော်သူစာပေ

“ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်နည်းနိဿရည်း ၅၀” ကိုကျွန်ုပ် တင်ပြပြီးပါပြီ။ နည်း ၅၀-မက၊ မရှိနိုင်ဘူးလားဟု မေးစရာရှိ ပါသည်။ ဖောက်သည်များရှိနေသမျှ ထုတ်လုပ်မှုများရှိနေသမျှ နည်းလမ်းများ အများအပြားပင် ရှိဦးမည်ဖြစ်ပါသည်။

ဤနည်းလမ်းများသည် သင်၏သိရှိလိုစိတ်ကို နှိုးဆွပေး လိမ့်မည်ဟု ကျွန်ုပ်မျှော်လင့်ပါသည်။ တစ်ကယ်တွင်လည်း၊ ဤသည်တို့မှာ ရောင်းချမှုဆိုင်ရာ၊ ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာများ နှင့် စပ်လျဉ်း၍၊ နည်းစနစ်များပင် ဖြစ်ပါသည်။

အချို့သော ပုဂ္ဂိုလ်များသည်၊ ထောင်သောင်းမက၊ တန်ဖိုး ရှိသည့် ရောင်းဝယ်မှုလုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်နေကြသော် လည်း၊ ဖောက်သည်ရရှိမှု မရရှိမှု၏ အကြောင်းရင်းခံများကို နားလည်ကြခြင်း မရှိပါ။ အချို့ကမူ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်း၊ အရေး အကြောင်းတစ်စုံတစ်ခုပေါ်ပေါက်လာခဲ့သော်၊ အမျိုးမျိုးသော စိတ်ကူးစိတ်သန်းများဖြင့်၊ တစ်မဟုတ်ချင်း ပြေရှင်းနိုင်သည့် သတ္တိ များလည်း ရှိကြပါသည်။

ဤသည်မှာ သိလိုစိတ်ကို အခြေခံ၍၊ ကျိုးကြောင်းညီညွတ် စွာပေါက်ဖွားလာသည့် သဘောတရားဟု ဆိုရပါမည်။

ထို့ကြောင့် သင့်မျက်စိကိုဖွင့်ထားပါ။ စီးပွားရေးတွင် ပါးနပ်

လိမ္မာသည့်နည်းလမ်းများဖြင့်သင့်အား၊ ပစ္စည်းဝယ်ယူမှုရှိအောင်
ချည်းကပ်သည့်နည်းလမ်းများ အမှန်ပင်ရှိသည်ကို သင်အသိ
အမှတ်ပြုပါ။

ထိုနောက် ယင်းသို့သောနည်းလမ်းများ အနက်မှ၊
မည်သည့်နည်းလမ်းသည်၊ သင့်လုပ်ငန်းနှင့်လိုက်လျော
ညီထွေဖြစ်မည်ကို စိစစ်ရွေးချယ်ပါ။

ဖေါက်သည်ရရှိမှုသည် အနုပညာတစ်ခုဖြစ်၍၊ သိပ္ပံဘာ
သာရပ်တစ်ခုလည်းဖြစ်ပါသည်။ အနုပညာဟုဆို ရခြင်းမှာ ဤ
သဘောတရားသည်၊ တီထွင်မှုနှင့် ဆန်းသစ်မှုများပါဝင်ခြင်း
ကြောင့်ဖြစ်ပါသည်။ သိပ္ပံဟုဆိုရခြင်းမှာမူ၊ စိတ်ကူးစိတ်သန်းများ
ကို စနစ်တကျ အကောင်အထည်ဖော်ခြင်းနှင့်အတူ၊ အဖြေများ
ကို စိစစ်သုံးသပ်ရသောကြောင့် ဖြစ်ပါသည်။

သင့်ပန်းတိုင်ကို ရောက်အောင်သွားပါ။ သည်နေ့ပင်
စတင်၍၊ ဆောင်ရွက်ပါ။ ဤစာအုပ်တွင် ဖော်ပြထားသည့်
ဖေါက်သည်ရရှိနိုင်မည့်နည်းများကို၊ လိုက်နာဆောင်ရွက်
ကြည့်ပါ။

သင်သည်မလွဲမသွေ ဖေါက်သည်သစ်များ ရရှိလာမည်
ဖြစ်ပါသည်။

“ မည်သူမဆို ဗဟုသုတကို ရှာမှီးပါသော်လည်း၊
 ရှေ့လာကျင့်ကြံမှု မရှိခဲ့သော်၊ ထိုသူသည် လယ်ကိုထွန်
 ပါသော်လည်း၊ မျိုးမကြဲသူနှင့်တူ၏”

တက္ကသိုလ်မင်းသူ

၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ နိုဝင်ဘာလ (၃)ရက်။



စီးပွားရေးသမားနှင့်ရောင်းဝယ်ဖောက်ကားသူ

အားလုံးအတွက်

နိုင်ငံတော်တွင်
အရောင်းရဆုံးစာအုပ်

Dr. Paul R. Timm, Ph. D.

50 POWERFUL IDEAS YOU CAN USE
TO KEEP YOUR COUSTOMER

ဖောက်သည်ဆွဲဆောင်နည်း
နိဿရည်း ၅၀

တက္ကသိုလ်မင်းသူ

B.A (B. Litt) ., D.J.

သင်ဘာပဲလုပ်လုပ်၊ ဤစာအုပ်က
သင်ကိုအကျိုးပြုမှာ သေချာသည်

ထွက်နေပြီ

ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်ဖြန့်ချိရေးစနစ်သစ်

M. L. M

ဂေါ်

ဆင့်ပွားနည်းဖြင့်

ဈေးကွက်ထိုးဖောက် ဖြန့်ချိခြင်းစနစ်

(ကွန်ရက်ဖြန့်ချိရေးလက်တွေ့လမ်းညွှန်)

တက္ကသိုလ်မင်းသူ

B.A (B.Litt); D.J.

ထွက်နေပြီ



ထွက်နေပြီ

MULTI - LEVEL MARKETING

A PRACTICAL GUIDE TO

SUCCESSFUL NETWORK SELLING

(THIRD EDITION)

PETER CLOTHIER

စီးပွားရေးနိတိ

နှင့်

နိုင်ငံခြားနှင့်ဆက်ဆံရသူများအတွက်နိတိ

BUSINESS ETIQUETTE

&

ETIQUETTE

တက္ကသိုလ်မင်းသူ

B.A (B. Litt) ,, D.J.

ဒုတိယအကြိမ်

◆ ဤစာအုပ်သည် စီးပွားရေးလမ်းညွှန်ဖြစ်သည်။

◆ ဘဝလမ်းညွှန်ဟူ၍လည်း ဆိုနိုင်သည်။

◆ ဘဝသည် စီးပွားရေး၊ စီးပွားရေးသည် ဘဝ၊ မြန်မာတိုင်းရင်းသားများနှင့် စီးပွားရေးစိတ်ဓါတ်၊ လောကီစီးပွားရေးနှင့် လောကုတ္တရာ အလုပ်၊ အလုပ်ရှင်နိတိ၊ အလုပ်သမား နိတိ စသည်များနှင့် လူ တစ်လုံးသူတစ်လုံး လုပ်ချင်သူများအတွက် မှတ်သားစရာများ စွာပါရှိသည်။

ထွက်နေပြီ