



# ဘင်ဗောင်ညို

(ဘောဂဗေဒ)

ပတ်ဝန်းကျင်ကစီးပွားရေး



ဒို့တာဝန်အရေး (၃) ပါး

ပြည်ထောင်စုမပြိုကွဲရေး	ဒို့အရေး
တိုင်းရင်းသားစည်းလုံးညီညွတ်မှု မပြိုကွဲရေး	ဒို့အရေး
အချုပ်အခြာအာဏာ တည်တံ့ခိုင်မြဲရေး	ဒို့အရေး

ပြည်သူ့သဘောထား

- ပြည်ပအားကိုး ပုဆိန်ရိုးအဆိုးမြင်ဝါဒီများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- နိုင်ငံတော် တည်ငြိမ်အေးချမ်းရေးနှင့် နိုင်ငံတော်တိုးတက်ရေးကို နှောင့်ယှက်ဖျက်ဆီးသူများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- နိုင်ငံတော်၏ ပြည်တွင်းရေးကို ဝင်ရောက်စွက်ဖက်နှောင့်ယှက်သော ပြည်ပနိုင်ငံများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ပြည်တွင်းပြည်ပ အဖျက်သမားများအား ဘုံရန်သူအဖြစ် သတ်မှတ်ချေမှုန်းကြ။

နိုင်ငံရေးဦးစည်ချက် (၄) ရပ်

- နိုင်ငံတော်တည်ငြိမ်ရေး၊ ရပ်ရွာအေးချမ်း သာယာရေးနှင့် တရားဥပဒေ စိုးမိုးရေး။
- အမျိုးသား ပြန်လည်စည်းလုံးညီညွတ်ရေး။
- ခိုင်မာသည့် ဖွဲ့စည်းပုံ အခြေခံဥပဒေသစ် ဖြစ်ပေါ်လာရေး။
- ဖြစ်ပေါ်လာသည့် ဖွဲ့စည်းပုံ အခြေခံဥပဒေသစ်နှင့်အညီ ခေတ်မီ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်သော နိုင်ငံတော်သစ်တစ်ရပ် တည်ဆောက်ရေး။

စီးပွားရေးဦးစည်ချက် (၄) ရပ်

- စိုက်ပျိုးရေးကို အခြေခံ၍ အခြားစီးပွားရေးကဏ္ဍများကိုလည်း ဘက်စုံဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်အောင်တည်ဆောက်ရေး။
- ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် ပီပြင်စွာဖြစ်ပေါ်လာရေး။
- ပြည်တွင်းပြည်ပမှ အတတ်ပညာနှင့် အရင်းအနှီးများ ဖိတ်ခေါ်၍ စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် တည်ဆောက်ရေး။
- နိုင်ငံတော်စီးပွားရေးတစ်ရပ်လုံးကို ဖန်တီးနိုင်မှုစွမ်းအားသည် နိုင်ငံတော်နှင့် တိုင်းရင်းသားပြည်သူတို့၏ လက်ဝယ်တွင်ရှိရေး။

လူမှုရေးဦးစည်ချက် (၄) ရပ်

- တစ်မျိုးသားလုံး၏စိတ်ဓာတ်နှင့် အကျင့်စာရိတ္တ မြင့်မားရေး။
- အမျိုးဂုဏ်၊ ဇာတိဂုဏ်မြင့်မားရေးနှင့် ယဉ်ကျေးမှုအမွေအနှစ်များ၊ အမျိုးသားရေးလက္ခဏာများ မပျောက်ပျက်အောင်ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ရေး။
- မျိုးချစ်စိတ်ဓာတ် ရှင်သန်ထက်မြက်ရေး။
- တစ်မျိုးသားလုံး ကျန်းမာကြံ့ခိုင်ရေးနှင့် ပညာရည်မြင့်မားရေး။

## ပုံနှိပ်မှတ်တမ်း

- စာမူခွင့်ပြုချက်အမှတ် - ၄၀၀၇၆၅၀၇၁၀
- မျက်နှာဖုံးခွင့်ပြုချက်အမှတ် - ၄၀၀၆၉၀၀၁၀
- ပုံနှိပ်ခြင်း - ၂၀၁၀၊ ဒီဇင်ဘာ
- အုပ်ရေ - ၈၀၀
- တန်ဖိုး - 2300 /
- ဖလင် - Empire
- အတွင်းဖလင် - ကိုဦးနှင့်ညီများစု-၅၀၇၀၆၆၄
- ထုတ်ဝေသူ - ဦးဥက္ကာအေး(ယာယီ-၁၁၄၀)  
အလင်္ကာဝတ်ရည်
- မျက်နှာဖုံး+အတွင်းပုံနှိပ် - အလင်္ကာဝတ်ရည်ပုံနှိပ်တိုက်  
(ယာယီ-၆၃၂၇)  
အမှတ် (၁၂၉)၊ မြဝတီရည်လမ်း၊  
၂၉- ရပ်ကွက်၊ သုဝဏ္ဏ၊ ရန်ကုန်မြို့။
- စာအုပ်ချုပ် - ကိုသန်းဌေး
- ဖြန့်ချိရေး (ရန်ကုန်) - သီဟရတနာစာပေ  
ဖုန်း-၃၉၂၅၀၇၊ ၃၉၁၄၇၂
- ဖြန့်ချိရေး (မန္တလေး) - ထွန်းဦးစာပေ  
ဖုန်း-၀၂-၃၉၈၉၁၊ ၇၃၅၀၂  
နဂါးစာပေ၊ဖုန်း-၀၂-၃၉၈၆၉
- DTP & Layout - လူလူအောင်
- ပန်းချီဒီဇိုင်း - သီဟလတ်

ခင်မောင်ညို(ဘောဂဗေဒ) ၈၉၅-၈၃

ပတ်ဝန်းကျင်ကဗျားပွားရေး/ခင်မောင်ညို(ဘောဂဗေဒ)။-ရန်ကုန်၊

အလင်္ကာဝတ်ရည်စာပေ၊ ၂၀၁၀။

စာ - ၂၄၈၊ စင်တီ - ၂၀.၇ စင်တီ x ၁၂.၇ စင်တီ

(၁) ပတ်ဝန်းကျင်ကဗျားပွားရေး

ခင်မောင်ညို(ဘောဂဗေဒ)

# ပတ်ဝန်းကျင်ကစီးပွားရေး

THE ECONOMIC NATURALIST

WHY ECONOMICS EXPLAINS ALMOST EVERYTHING

BY ROBERT H.FRANK

**ပတ်ဝန်းကျင်ကစီးပွားရေး  
မာတိကာ**

- ၁။ ဘာသာပြန်သူမိတ်ဆက်
- ၂။ နိဒါန်း
- ၃။ အခန်း(၁) ၂၇  
 နို့ကို လေးထောင့်ဘူးထဲထည့်ပြီး အအေးဘူးများ အပိုင်းဖြစ်နေရခြင်း ထုတ်ကုန်ဒီဇိုင်းဆိုင်ရာဘောဂဗေဒ ထုတ်ကုန်တစ်ခုနှင့်တစ်ခု အဘယ်ကြောင့် ပုံသဏ္ဍာန်မတူညီရသနည်း
- ၄။ အခန်း(၂) ၄၅  
 အမဲမြေနှင့် ဈေးကြီးဓာတ်ခဲ၊ လက်တွေ့ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား
- ၅။ အခန်း(၃) ၇၃  
 အရည်အချင်းတူသော်လည်း လစာမတူ လုပ်ငန်းခွင်လောက၏ပုစ္ဆာများ
- ၆။ အခန်း(၄) ၉၃  
 အချို့သူတွေက သူများထက်ဈေးပိုပေးခြင်း လျော့ဈေးသတ်မှတ်ဘောဂဗေဒ
- ၇။ အခန်း(၅) ၁၂၃  
 ဒေါက်မြင့်ဖိနပ်နှင့် ကျောင်းဝတ်စုံ၊ အများအကျိုးနှင့် ကိုယ်ကျိုးကွာဟမှု
- ၈။ အခန်း(၆) ၁၃၉  
 ပိုင်ဆိုင်မှုဒဏ္ဍာရီ
- ၉။ အခန်း(၇) ၁၆၃  
 အကြီးဆုံးခွေး အမဲရိုးရ၊ ဈေးကွက်အချက်ပြတွေကို အဓိပ္ပာယ်ဖော်ခြင်း
- ၁၀။ အခန်း(၈) ၁၈၁  
 ခရီးစဉ်
- ၁၁။ အခန်း(၉) ၁၉၇  
 ဦးရာလူစနစ် စိတ်ပညာနှင့် ဘောဂဗေဒ
- ၁၂။ အခန်း(၁၀) ၂၂၁  
 အချစ်နှင့် ငွေကြေး၊ လူအချင်းချင်းဆက်ဆံရေးအလွတ်ဈေးကွက်
- ၁၃။ အခန်း(၁၁) ၂၃၉  
 ဥပမာ(၂)ခု

## ဘာသာပြန်သူ၏မိတ်ဆက်

ဤစာအုပ်တစ်နေရာတွင် ဘာသာရပ်တစ်ခုကိုလေ့လာရန် အတွက် အကောင်းဆုံးနည်းသည် ထိုဘာသာရပ်အကြောင်းရေးသားခြင်းပင်ဖြစ်သည်ဟု ဆိုထားပါသည်။ ကျွန်တော်တို့လို ဘာသာပြန်သူတစ်ယောက်အနေဖြင့် ပြောရလျှင်လည်း အကောင်းဆုံးသော လေ့လာနည်းသည်၊ ဘာသာပြန်ခြင်းဖြစ်သည်ဟုဆိုနိုင်ပါသည်။ အထူးသဖြင့် ဝေါဟာရရွေးချယ်ရာတွင် လက်ဝင် သဘောတရားတွေကိုနားလည်ရန် ကြိုးစားရာတွင် ခက်ခဲလှသော ဘောဂဗေဒစာအုပ် စာတမ်းများကို ဘာသာပြန်ရသည်မှာ အတော်အတန်ပင်ပန်းသော်လည်း လုပ်ရကျိုးနပ်သည်ဟု ခံယူပါသည်။ ကျောင်းဆရာ တစ်ယောက်အနေ ဖြင့်လည်း ကိုယ်သိပ်နားမလည်သေးသော အကြောင်းအရာတစ်ခုကို သင်ကြားပို့ချရင်းပို့ချရင်း ပို၍သဘောပေါက် နားလည်လာခဲ့ရပါသည်။

ဤစာအုပ်ကို ဘာသာပြန်လိုက်ရသည့်အတွက် ဘောဂဗေဒ သမားတစ်ယောက်အနေဖြင့်လည်းကောင်း၊ ဘာသာပြန်သူတစ်ယောက်အနေဖြင့်လည်းကောင်း ကျေနပ်ပါသည်။ တာဝန်လည်း ကျေသည်ဟု ခံယူမိပါသည်။ ထင်ရှားကျော်ကြားသော အရောင်းသွက်စာအုပ်တွေ ဖြစ်လင့်ကစား ကောက်၍ပင်မကြည့်မိသော စာအုပ်တွေကအများကြီး။

ကောက်ကြည့်မိတော့လည်း ဆုံးအောင်မဖတ်ဖြစ် ဆုံးအောင်ဖတ်ဖြစ်  
တော့လည်း ပြန်မရေးဖြစ်။ ပြန်ရေးတော့လည်းဆုံးအောင်မရေး။

မြန်မာပရိသတ်ဖတ်စေလို၍ ဆုံးအောင်ဘာသာပြန်ရေးဖြစ်ခဲ့ပါ  
သည်။ လက်ရေးမှ ကွန်ပျူတာစာလုံးအသွင်သို့ပြောင်းရာတွင်  
အစပိုင်း၌နားမလည်၊ ဘာတွေရေးထားမှန်းမသိဆိုသော သမီးတွေက၊  
စာအုပ်ထဲက အကြောင်းအရာတွေကို စာရိုက်ရင်း ပြောကြသည်ကို  
တွေ့လာရပါသည်။ ဖတ်ပြီးလျှင် ပြောစရာတွေ အများကြီးကျန်မည်ဟု  
မျှော်လင့်ပါသည်။ အခြေအနေကွာခြားမှု၊ ဈေးကွက်အနုအရင့်စသည်  
တို့ကို ထည့်စဉ်းစားလိုလျှင်လည်း စဉ်းစားနိုင်ပါသည်။

(၁၉၉၆)ခုနှစ်၊ အမေရိကန်နိုင်ငံသို့ ရောက်စဉ်က The book  
of Questions ဟူသည့် စာအုပ်ငယ်လေးတစ်အုပ်ရလာခဲ့ရာ  
‘ဖြေရဲရင်မေးကြည့်’ ဟူသော အမည်ဖြင့် ဘာသာပြန်ဆိုခဲ့ရာ နှစ်ကြိမ်  
တိုင်တိုင် ရိုက်နှိပ်ခဲ့ရပါသည်။ သို့သော် ထိုစာအုပ်မှာ မေးခွန်းများသာ  
ဖြစ်ပြီး၊ အဖြေပေးမထားသဖြင့် ထိုစာအုပ်ဖတ်သူ ပရိသတ်တွေက  
ခဏခဏ အဖြေတောင်းကြလွန်း၍ ဒုတိယအကြိမ် ထုတ်ဝေရာတွင်  
အဖြေတောင်းခြင်းသည်ခံပါဟူ၍ပင်ထည့်ရေးလိုက်ရပါသည်။

ယခုစာအုပ်တွင် ခေါင်းစဉ်တွေက မူရင်းစာအုပ်တွင် မေးခွန်း  
ပုံစံပေးထားသော်လည်း ယခု အဆိုတစ်ရပ်အဖြစ်ပြောင်းရေးထားပါ  
သည်။ မူလရေးထားသူ ကျောင်းသားများ၏ အမည်များကိုတော့၊  
ဖော်ပြခြင်းမပြုတော့ပါ။ သူတို့ပေးထားသော အဖြေတွေသည်  
အပြီးသတ်အဖြေမဟုတ်ကြောင်း စာရေးသူက ဆိုထားပါသည်။

ဘောဂဗေဒ ဘာသာရပ်သည် ကာလ၊ ဒေသ၊ ပယောဂ  
အပေါ်မူတည်၍ မှန်ကန်သော သမုတိသစ္စာသာဖြစ်ကြောင်း၊ ကျွန်တော်  
မကြာခဏ ရေးဖူးပြောဖူးပါသည်။ ယခုလည်း ထပ်ပြော လိုက်ရပါ  
သည်။

မူလစာရေးသူရည်ရွယ်သကဲ့သို့ ပေါ့ပေါ့ပါးပါးဖတ် အပျော်ဖတ်

ဖတ်ပြီးပြော ဖတ်ပြီးစဉ်းစားလျှင် ကိုယ့်ပတ်ဝန်းကျင်ကိုပါ ပို၍သဘော  
ပေါက်လာမည်။ အခြေခံဘောဂဗေဒသဘောတရားအချို့နှင့် ယှဉ်ပါ  
လာမည်။ ဘောဂဗေဒသမားတွေလိုတွေးတတ်လာမည်ဟု မျှော်လင့်ပါ  
သည်။

ခင်မောင်ညို (ဘောဂဗေဒ)

၁၉.၀၆.၂၀၀၉

သထုံလမ်း

ရန်ကုန်တက္ကသိုလ်နယ်မြေ



ကားမောင်းဝင်ကာ ငွေထုတ်ရသည့် ငွေထုတ်စက်ကလုတ်  
တွေမှာ မျက်မမြင်သုံး အဖုလေးတွေ အဘယ်ကြောင့်ရှိနေသနည်း။  
တကယ်တော့ ထိုစက်ကို သုံးသူယာဉ်မောင်းတွေက မျက်မမြင်တွေ  
မဟုတ်ကြ။ လမ်းလျှောက်သွားကာ ငွေထုတ်ရသည့် စက်လုတ်တွေမှာ  
မျက်မမြင်သုံးအဖုလေးတွေထည့်ထားသကဲ့သို့ ကားမောင်းဝင်ရသည့်  
စက်တွေမှာလည်း တပ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ နှစ်မျိုးမလုပ်တော့ စရိတ်  
ထူးမကုန်။ နှစ်မျိုးထုတ်ထားလျှင် နေရာမလွဲအောင် အတော်လေး  
ဂရုစိုက်ရဦးမည်။ မျက်မမြင်သုံးအဖုတွေကြောင့် မျက်မြင်တွေ ဒုက္ခ  
မရောက် ပြဿနာမရှိ။

**နိဒါန်း**

ကားမောင်းဝင်ကာ ငွေထုတ်ရသည့် ငွေထုတ်စက်ကလုတ်  
တွေမှာ မျက်မမြင်သုံး အဖုလေးတွေ အဘယ်ကြောင့်ရှိနေသနည်း။  
တကယ်တော့ ထိုစက်ကို သုံးသူယာဉ်မောင်းတွေက မျက်မမြင်တွေ  
မဟုတ်ကြ။ လမ်းလျှောက်သွားကာ ငွေထုတ်ရသည့် စက်လုတ်တွေမှာ  
မျက်မမြင်သုံးအဖုလေးတွေထည့်ထားသကဲ့သို့ ကားမောင်းဝင်ရသည့်  
စက်တွေမှာလည်း တပ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ နှစ်မျိုးမလုပ်တော့ စရိတ်  
ထူးမကုန်။ နှစ်မျိုးထုတ်ထားလျှင် နေရာမလွဲအောင် အတော်လေး  
ဂရုစိုက်ရဦးမည်။ မျက်မမြင်သုံးအဖုတွေကြောင့် မျက်မြင်တွေ ဒုက္ခ  
မရောက် ပြဿနာမရှိ။

ကျောင်းသားများအား ဘောဂဗေဒပညာ မိတ်ဆက်သည့်  
အတန်းတွင် အိမ်စာတွေရေးခိုင်းသည်။ \* အတန်းထဲမှာသင်ကြားသည့်  
နိယာမတစ်ခု သို့မဟုတ် နိယာမများကို အသုံးပြုကာ ကိုယ်သတိ  
ထားမိသည့် ကိစ္စတစ်ခု လုပ်ပုံကိုင်ပုံတစ်ခုကို၊ စိတ်ဝင်စားစရာကောင်း  
သည့်မေးခွန်းတွေ မေးကြည့်၊ ဖြေကြည့်ရန်ခိုင်းသည်။ စာလုံးရေ (၅၀၀)  
ထက်ပိုမသုံးရ။ အချို့အပျံ့စားစာတမ်းတွေက စာလုံးရေ (၅၀၀) ပင်  
မပြည့်။ ခက်ခက်ခဲခဲ ရှုပ်ရှုပ်ထွေးထွေး ဝေါဟာရတွေ မသုံးရ။

ဘောဂဗေဒ မသင်ဖူးသည့် မိတ်ဆွေတစ်ယောက်ကို ပြောနည်းမျိုးရေးရမည်။ သူလိုလူတွေ နားလည်အောင်ပြောနိုင်ပြီး အကွေ့ရာသင်္ချာတွေ၊ မျဉ်းကွေးတွေမပါလျှင် အကောင်းဆုံးစာတမ်းဖြစ်သည်။

အကောင်းဆုံးစာတမ်းတွေမှာကမ္ဘာ့သယောင်နှင့် မှန်နေတတ်တာမျိုးတွေပါသည်။ ကျွန်တော်အကြိုက်ဆုံးစာတမ်းမှာ (၁၉၉၇) ခုနှစ်တွင် ဂျင်နီဗာဂျူစကီးရေးသော 'ဘယ်တော့မျှ ပြန်မဝတ်သည့် သတို့သမီးဝတ်စုံတွေအတွက် ထောင်ချီအကုန်အကျခံကာ ထပ်တလဲလဲဝတ်နိုင်သည့် ဈေးပေါသော သတို့သားဝတ်စုံကို ငှားရမ်းကြခြင်း' ဖြစ်သည်။ သတို့သမီးတွေက ဖက်ရှင်ကျလိုကြသည်။ သူများနှင့် မတူသော ဝတ်စုံတွေ ဝတ်ဖို့အရေးအတွက်၊ အရွယ်စုံ၊ ဒီဇိုင်းလေးငါးဆယ်ခန့်ကြည့်ပြီးမှ ငှားရမ်းရမည်။ ဝတ်စုံတစ်စုံကို မကြာခဏ ငှားရမည်မဟုတ်၊ လေးငါးနှစ်ကြာမှ တစ်ခါငှားရကောင်း ငှားရမည်။ ထိုစရိတ်တွေကို ကာမိရန် ငှားရမ်းခများများတောင်းရမည်။ ငှားသည်ထက် ဝယ်လိုက်ချုပ်လိုက်သည်က ဈေးသက်သာသည်။ သတို့သားတွေက ပုံမှန်စုံကိုက် ဝတ်စုံတစ်စုံဝတ်ရလျှင်ပြီးပြီ။ သတို့သားတွေအတွက် ဝတ်စုံအငှားလုပ်ငန်းတွေရှိသည်။ အရွယ်တစ်ရွယ်အတွက် နှစ်စုံသုံးစုံရှိလျှင် လုံလောက်သည်။ ဝတ်စုံတစ်စုံကို အကြိမ်ပေါင်းများစွာ ငှားရမ်းနိုင်ရာ၊ ငှားရမ်းခလည်း သက်သာသည်။

ဤစာအုပ်တွင် ကျွန်တော်နှစ်ပေါင်းများစွာ စုဆောင်းထားသည့် စိတ်ဝင်စားစရာအကောင်းဆုံး ဥပမာတွေ ပါဝင်သည်။ နေ့စဉ်ကြုံတွေ့နေရသော လူ့ဘဝ၏အရှုပ်အထွေးများကို ဖော်ထုတ်ရာ၌ ပျော်ရွှင်တတ်ကြသူတွေအတွက် ရည်ရွယ်ပါသည်။

လူအတော်များများက ဘောဂဗေဒပညာရပ်သည် ခက်ခဲသည်၊ နားလည်ရန်ခက်သည်ဟု ထင်ကြသော်လည်း အခြေခံနိယာမများသည် ရိုးရှင်းသည်။ လူတကာသိနိုင်သော ကိစ္စတွေဖြစ်သည်။ ဥပမာများထဲ၌

ဘောဂဗေဒနိယာမတွေ လည်ပတ်ပုံကိုကြည့်ပြီး၊ အထူးမကြီးစားရဘဲ၊ နားလည်သွားမည်။ သို့သော် ကောလိပ်များတွင် ထိုသို့မသင်။ ကောနဲလ်တက္ကသိုလ်၌ စ၍သင်သည့်အခါ မြို့ကြီးအသီးသီး၌ နေထိုင်ကြသည့် မိတ်ဆွေတွေက ဘောဂဗေဒပညာရှင်တွေကို လှောင်ပြောင်ထားသည့် ကာတွန်းတွေ ပို့ပေးကြသည်။ ကာတွန်းတစ်ခုမှာ မိတ်ဆက်ပေးသူက \*သူက ဘောဂဗေဒပညာရှင်တစ်ယောက်ပါ။ ဒါပေမဲ့ သူက တကယ့်လူကောင်းလေးပါ\* ဟုဆိုထားသည်။

ကာတွန်းတွေကလည်း စိတ်ဝင်စားစရာအချက်အလက်တွေ၊ သတင်းတွေဖြစ်သည်။ ကာတွန်းတွေဖတ်ရ၍ လူတွေကရယ်ကြလျှင် ထိုကာတွန်းသည် လောကကြီးအကြောင်းတစ်ခုခု ပြောပြ၍ဖြစ်မည်။ ပွဲလမ်းသဘင်များ၌ ကျွန်တော်ဘောဂဗေဒပညာရှင်ဖြစ်ကြောင်း ပြောပြသည့်အခါ လူတွေ စိတ်ပျက်လက်ပျက်ဖြစ်သွားပုံရသည်ကို ကာတွန်းဖတ်ရင်း သတိရမိသည်။ ဘာကြောင့်ပါလိမ့်ဟု စတင်စဉ်းစားမိသည်။ လူအတော်များများ၏ စိတ်ထဲ၌ အခြေခံဘောဂဗေဒသင်တန်းတွေကို မျဉ်းကွေးတွေနှင့်တွဲပြီး မြင်နေကြသည်။ ဘွဲ့ကြိုကျောင်းသားအနည်းစုသာ ဘောဂဗေဒကိုသင်ယူဖူးကြသည်။ မပြောပလောက်သည့် လူနည်းစုသာ ပါရဂူဘွဲ့ဆက်ယူကြသည်။ သို့သော် ပါရဂူဘွဲ့ယူသူ လူနည်းစုအတွက် ရည်စူးပြီး၊ အခြေခံ ဘောဂဗေဒပညာကို သင်ပေးကြပုံပေါ်သည်။ ထိုအခါ ကျောင်းသားအတော်များများက ဘာမျှမတတ်။ သင်တန်းတက်ပြီး ခြောက်လခန့်အကြာ၌ မေးကြည့်သောအခါ၊ သင်တန်းလုံးဝမတက်ထားသူတွေထက် ထူးပြီးမတတ်။ ထိုသို့ဆိုလျှင် ဘာမျှအကျိုးမထူးသောသင်တန်းတွေအတွက် ငွေတွေအများကြီး အဘယ်ကြောင့်အကုန်အကျခံနေကြသနည်း။ အခြေခံဘောဂဗေဒနိယာမတွေကိုပင် သဘောပေါက်ပုံမရ။ \*အခွင့်အလမ်းစရိတ်\* ဟူသော ဝေါဟာရလောက်တော့ ကြားဖူးဖို့၊ မှတ်မိဖို့ကောင်းသည်။ အလုပ်တစ်ခု

လုပ်နေခြင်းကြောင့် မလုပ်ရဘဲ စွန့်လွှတ်လိုက်ရသည့် အခြားအရာ အားလုံး၏တန်ဖိုးသည် အခွင့်အလမ်းစရိတ်ဖြစ်သည်။

သာဓကတစ်ခုကိုကြည့်ကြပါစို့။ Eric Clapton ၏ ဖျော်ဖြေမှုကို ယနေ့ညခံစားရန် လက်မှတ်တစ်စောင် အခမဲ့ရထားသည်။ လက်မှတ်ကို ပြန်ရောင်း၍မရ။ ဘော့ဘ်ဒိုင်လန်ကလည်း ထိုညတစ်ညတည်းမှာ ဖျော်ဖြေမည်။ လက်မှတ်က ပေါင် (၄၀)တန်သည်။ ဤပွဲကိုကြည့်ရမည်ဆိုလျှင် ပေါင် (၅၀) အထိပေးနိုင်သည်။ ပေါင် (၅၀) ကျော်ပေးရလျှင် ဘာအလုပ်မျှမရှိသော်လည်း မကြည့်။ ပွဲသွားရန်အတွက် အခြားကုန်ကျစရိတ်လည်းမရှိ။ ကလပ်တန်၏ ပွဲသွားခြင်းအတွက် အခွင့်အလမ်းစရိတ် မည်မျှဖြစ်မည်နည်း။

ကလက်ပ်တန်ပွဲကိုကြည့်လျှင် ဘော့ဘ်ဒိုင်လန်ကို လက်လွှတ်ရမည်။ ဒိုင်လန်ပွဲကို မကြည့်လျှင် ပေါင်(၅၀) တန်ပွဲတစ်ပွဲလွှတ်သွားမည်။ ဒိုင်လန်ပွဲအတွက် လက်မှတ်ဖိုးပေါင် (၄၀)တော့မကုန်။ သို့ဖြစ်၍ ကိုယ်လက်လွှတ်လိုက်ရသောတန်ဖိုးမှာ (၁၀)ပေါင်သာဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ကလက်ပ်တန်ပွဲကြည့်ရက (၁၀)ပေါင်တန်လျှင်ပင် ကလက်ပ်တန်ပွဲကို ကြည့်သင့်သည်။ ထိုသို့မဟုတ်က ဒိုင်လန်ပွဲသွားသင့်သည်။

အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည် အခြေခံဘောဂဗေဒပညာတွင် အရေးအပါဆုံး သဘောတရားနှစ်ခုသုံးခုတွင် ပါဝင်သည်။ ကျောင်းသားအတော်များများသည် ထိုအခြေခံသဘောတရားကိုပင် ပိုင်ပိုင်နိုင်နိုင်မရှိ။ မကြာသေးမီက ဘောဂဗေဒပညာရှင် Paul Ferraro နှင့် Taylor တို့က ကျောင်းသားတစ်စုကို မေးကြည့်သည်။ ရွေးချယ်စရာအဖြေကို (က) ၀ ပေါင်၊ (ခ) ၁၀ ပေါင်၊ (ဂ) ပေါင် ၄၀၊ (ဃ) ပေါင် ၅၀ ဟုပေးထားသည်။ ဒိုင်လန်ပွဲကို မကြည့်လိုက်ရသည့်အတွက် အနစ်နာခံလိုက်ရသော တန်ဖိုးမှာ (၁၀)ပေါင်ဖြစ်သည်။ အခြေခံဘောဂဗေဒပညာသင်ပြီး ဘွဲ့ကြိုကျောင်းသား (၇၀) ကို မေးကြည့်ရာ (၇.၄)%သာ

မှန်အောင်ဖြေနိုင်သည်ကို တွေ့ရသည်။ အဖြေလေးခုသာရှိရာ ကျပန်း  
ကောက်ဖြေလိုက်လျှင်ပင် ကျောင်းသား (၂၅)% က အဖြေမှန်ရဦးမည်။  
နည်းနည်းသာ တတ်ထားခြင်းသည် အန္တရာယ်ကြီးကြောင်း ဤဥပမာက  
ပြသနေသည်။ ဘောဂဗေဒမသင်ဖူးသော ကျောင်းသား (၈၈) ယောက်ကို  
မေးကြည့်သောအခါ (၁၇.၂)% က မှန်အောင်ဖြေနိုင်သည်။  
ဘောဂဗေဒကျောင်းသားတွေထက် နှစ်ဆမှန်အောင်ဖြေနိုင်သော်လည်း  
ကျားမ်းဖြေသလောက်ပင် ရလဒ်မကောင်းသေး။

ဘောဂဗေဒကျောင်းသားတွေက ဘာကြောင့် ပိုညံ့ရသနည်း။  
သင်သူဆရာကိုယ်တိုင်က မပိုင်လို့လား၊ ဘောဂဗေဒပညာရှင် (၁၉၉)  
ယောက်ကို မေးကြည့်တော့ (၂၁.၆)% ကသာ မှန်အောင်ဖြေနိုင်သည်။  
(၂၅.၆)%က သုညဟုဖြေသည်။ (၆)%က ပေါင် (၄၀) ဟုဖြေပြီး  
(၂၇.၆)%က ပေါင် (၅၀) ဟုဖြေသည်။

ဘောဂဗေဒပညာရှင်နှစ်ယောက်က ထိပ်တန်းကျောင်းသုံး  
စာအုပ်တွေကိုလေ့လာသောအခါ စာအုပ်အတော်များများတွင် အခွင့်  
အလမ်းစရိတ်ကို ထိုက်ထိုက်တန်တန်နေရာပေးထားကြောင်း မတွေ့ရ။  
အခြေခံအဆင့်ကို ကျော်လွှားသွားတော့လည်း၊ နက်နက်ရှိုင်းရှိုင်း လေ့လာ  
ခွင့်မရကြ။ ပြန်ဋ္ဌာန်းစာအုပ်များ၏ နောက်ကျောနားက အညွှန်းစာရင်း  
(Index) တွင် အခွင့်အလမ်းစရိတ်ကို ထည့်ပင်မထား။

သို့သော်လည်း အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည် စိတ်ဝင်စားစရာ  
ကောင်းသော လုပ်ပုံကိုင်ပုံအတော်များများကို ရှင်းပြနိုင်သည်။ ဥပမာ  
လန်ဒန်ကဲ့သို့ မြို့ကြီးတစ်မြို့နှင့် အင်္ဂလန်မြောက်ပိုင်းက မြို့ငယ်တစ်မြို့  
အကြား ယဉ်ကျေးမှုကွာဟချက်ကို ရှင်းပြနိုင်သည်။ ပက်ဒင်တန်က  
လူတွေ အဘယ်ကြောင့် ရိုင်းကြ၊ စိတ်မရှည်ကြသနည်း၊ ပရက်စတန်ရှိ  
လူတွေက၊ အဘယ်ကြောင့် ယဉ်ကျေးကြ မွန်ရည်ကြသနည်း။ ပရက်  
စတန်မှာ လမ်းမသိ၍မေးလျှင် လူတွေက ကူညီကြသည်။ ပက်ဒင်တန်

၌ အကြည့်ချင်းပင်မဆုံကြ။ လန်ဒန်မှာ လုပ်ခကလည်းမြင့် လုပ်စရာ  
တွေကလည်းများနေရာ လူတွေ၏ အချိန်အတွက် အခွင့်အလမ်း စရိတ်  
အလွန်မြင့်မားသည်။ လန်ဒန်သားတွေက စိတ်မရှည်သည်းမခံနိုင်  
ကြောင်း ခပ်မြန်မြန်ပြကြသည်။

ဇီဝဗေဒဘာသာနှင့် ပတ်သက်၍ ကျောင်းသားတွေ အခြေခံ  
အဆင့်၌ပင်ဖြေနိုင်သော မေးခွန်းတွေကို ကြည့်ရှုအားကျကာ အလားတူ  
မေးခွန်းတွေမေးကြည့် ဖြေကြည့်ခိုင်းခြင်းဖြစ်သည်။ တဖြည်းဖြည်း  
ရွှေ့လျားပြောင်းလဲမှု သီအိုရီအကြောင်းသိပြီဆိုလျှင် ကိုယ်ယခင်က  
သတိထားမိခဲ့သမျှတွေကို သိလာနိုင်သည်။ လောကထဲက သတိထား  
စရာ တွေးစရာတွေကို ဖော်ထုတ်ပေးသည်။

ဥပမာ အထီးတွေက အမတွေထက် အဘယ်ကြောင့်  
အကောင်ကြီး ကြသနည်း၊ Bull Elephant ဖျံထီးတွေက ပေ (၂၀)  
ကျော်ရှည်၊ (၂၇၀၀) ကီလိုဂရမ်လေးကာ ကားကြီးတစ်စီးစာလောက်ရှိ  
နေပြီး ဖျံအမတွေက (၃၆၀) မှ (၅၅၀) ကီလိုဂရမ်မျှသာ လေးကြသည်။  
အခြားသတ္တဝါများ၌လည်း အလားတူဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရသည်။  
ထိုသတ္တဝါအများစုသည် အမတစ်ကောင်မကယူသော ဓလေ့ရှိသည်။  
အမတွေကို ရဖို့ အထီးအချင်းချင်းယှဉ်ပြိုင်တိုက်ခိုက် ရသည်။  
ကမ်းခြေ၌ အထီးအချင်းချင်း နာရီပေါင်းများစွာ အကြိတ်  
အနယ်တိုက်ခိုက်ပြီး၊ တစ်ကောင်က သွေးထွက်ဒဏ်ရာရ၊ ခြေကုန်  
လက်ပန်းကျကာ အရှုံးပေးမှ ပွဲပြီးသည်။ အနိုင်ရသောဖျံထီးက  
ဖျံအမအကောင် (၁၀၀) ခန့်အထိ ယူနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့်ပင် ဖျံထီးတွေ  
အကောင်ကြီးနေခြင်းဖြစ်သည်။ အကောင်ကြီး ဗီဇပေါသော ဖျံတွေက  
အသက်ရှင်လမ်းများသဖြင့် ကောင်ရေလည်း တိုးပွားလာရသည်။  
ဖျံအငယ်တွေ ဖျံမမရနိုင်သဖြင့် ဖျံထီးတွေက ဖျံကြီးတွေ ဖြစ်နေရ  
ခြင်းဖြစ်သည်။

ဒေါင်းများ၏ အမြီးအကြောင်းကိုလည်း အလားတူပင်ပြောနိုင်  
သည်။ အမြီးရှည်သည့် ဒေါင်းထီးတွေကို ဒေါင်းမတွေက ပိုသဘောကျ  
ကြသည်။ ဒေါင်းတွေ အမြီးရှည်ခြင်းသည် ကျန်းမာသည့် လက္ခဏာ  
ဖြစ်သည်။ ပိုးစွဲနေသည့် ဒေါင်းထီးအမြီးသည် လှလှပပ ရှည်ရှည်  
လျားလျားမရှိနိုင်။

သို့သော် တစ်ကောင်ချင်းအတွက် ကောင်းသော်လည်း အုပ်စု  
အတွက် မကောင်းသော ကိစ္စတွေရှိသေးသည်။ (၂၇၀၀) ကီလိုဂရမ်  
လေးသော ဖျံတစ်ကောင်သည် ငါးမန်းဖြူဘေးမှ လွတ်ရန်မလွယ်။  
ဖျံတွေကိုယ်အလေးချိန်တစ်ဝက်လျော့လျှင် ပို၍အဆင်ပြေနိုင်သည်။  
အချင်းချင်းတိုက်ခိုက်ရာတွင် မထူးခြားသော်လည်း ငါးမန်းဖြူရန်မှ  
ပိုလွတ်နိုင်သည်။ အလားတူပင် ဒေါင်းထီး၏ အမြီးတစ်ဝက်ငယ်သွား  
လျှင် အခြားဒေါင်းမတွေကို အလားတူ ဆွဲဆောင်နိုင်သော်လည်း  
၎င်းတို့ကို လိုက်လံဒုက္ခပေးမည့် အခြားသတ္တဝါများ၏ရန်မှ သက်သာရာ  
ရနိုင်သည်။ သို့သော် ဖျံတွေကလည်း ကိုယ်အလေးချိန်မလျော့  
ဒေါင်းထီးတွေကလည်း အမြီးရှည်ဆဲ။

လက်နက်ပြိုင်ပွဲလိုဖြစ်ရပ်တွေ မဆုံးနိုင်အောင်ဖြစ်နေသည်  
တော့ မဟုတ်ပါ။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ အကောင်ကြီးခြင်း၊ အမြီးရှည်ခြင်း  
တို့ကြောင့်ရသော အကျိုးတွေအထက်၊ အပြစ်က ပိုများသည်။ စရိတ်  
အကျိုးကျေးဇူးအချိန်အဆမျှတမှုကို ရှင်သန်ကျန်ရစ်သော အထီးတွေ  
ကိုကြည့်လျှင် တွေ့ရမည်။ တစ်ကောင်တစ်ကောင်ချင်းသာယူကြသော  
သတ္တဝါများ၌ အထီးနှင့်အမ အရွယ်မကွာ။ တစ်ကောင်ထက်ပိုယူသော  
တိရစ္ဆာန်များ၌ အထီးက အကောင်ကြီးရသည်။

တစ်ကောင် တစ်ကောင်ချင်းသာ အိမ်ထောင်ပြုကြသော  
တိရစ္ဆာန်များ၌ အထီးနှင့်အမ အရွယ်အစားကွာခြားခြင်းမရှိကြပေ။

ဇီဝဗေဒဘာသာရပ်၌ ထိုသို့သော အကြောင်းအရာတွေသည်

မှတ်မိလွယ်ပြီး အခြားသူများကို အလွယ်တကူလည်း ပြောနိုင်သည်။  
ထိုသို့ပြောနိုင် နားလည်နိုင်လျှင် သာမန်မှတ်မိရုံထက် အများကြီး  
နားလည်သဘောပေါက်သွားသည်။ ဘောဂဗေဒ ဘာသာရပ်၌လည်း  
ထို့အတူပင်ဖြစ်သည်။

မိတ်ဆက်ဘောဂဗေဒတွေကို ထိုသို့ပြန်မပြောနိုင်ကြပေ။  
ကျောင်းသားတွေစိတ်ထဲ ညီမျှခြင်းတွေ၊ မျဉ်းကွေးတွေသာရှိသည်။  
သင်္ချာပညာသည် ဘောဂဗေဒပညာရပ် ဘိုးတော်မှုတွင် အရေးပါသည့်  
အရင်းအမြစ်ဖြစ်သော်လည်း လူသစ်တွေကိုမိတ်ဆက်ရာ၌ ထိရောက်မှု  
မရှိ။ အင်ဂျင်နီယာနှင့် အခြားဘာသာရပ်များကဲ့သို့ စောစောပိုင်း  
ကတည်းက သင်္ချာပညာကို စောက်ချလေ့လာခဲ့ကြသည့် လူတစ်စုနှင့်  
မတူဘဲ ဘောဂဗေဒပညာကို ညီမျှခြင်းတွေ မျဉ်းကွေးတွေမှ တစ်ဆင့်  
လေ့လာသူများသည် ဘောဂဗေဒပညာရှင်များ၏ ထူးခြားသော ကွေးပုံ  
တွေနည်းတွေကို မရကြ။ သင်္ချာကို သဘောပေါက်ရန် ကြိုးစားနေကြ  
သဖြင့်၊ သင်္ချာညီမျှခြင်းတွေနောက်က ဘောဂဗေဒ အတွေးအခေါ်တွေ  
ကို လွတ်ကုန်သည်။

လူဦးနှောက်သည် အတော်ဆန့်သည်။ သတင်းအချက်အလက်  
အသစ်တွေကို ပုံစံအမျိုးမျိုးဖြင့် စုပ်ယူနိုင်စွမ်းရှိသည်။ ဦးနှောက်အတွင်း  
သို့ သတင်းအချက်အလက်များ ဝင်ရောက်ရာတွင် အချို့ပုံစံတွေက  
အခြားပုံစံများထက် အဝင်လွယ်သည်။ အများအားဖြင့် ကျောင်းသားတွေ  
က ညီမျှခြင်းတွေ မျဉ်းကွေးတွေကို လေ့လာရာ၌ အခက်အခဲတွေ့ကြ  
သည်။ သို့သော် ကလေးဘဝကတည်းက ပုံတွေနားထောင်လာကြသော  
လူဟူသောမျိုးစိတ်သည် ပုံပြောသည့်ပုံစံဖြင့် တင်ပြလျှင် မှတ်မိရပိုလွယ်  
သည်။

\*ဘာသာရပ်ပေါင်းစုံ စုပေါင်းရေးသားခြင်း\* အစီအစဉ်တစ်ရပ်  
တွင် အနှစ် (၂၀) ခန့်က ပါဝင်ရာမှ ဤသဘောတရားကို အမှတ်မထင်



ရရှိခဲ့သည်။ ထိုအစီအစဉ်၌ သုတေသနရလဒ်များအရ ဘာသာရပ် တစ်ခုကိုလေ့လာရာတွင် အကောင်းဆုံးသောနည်းလမ်းမှာ ထိုဘာသာရပ် အကြောင်း ရေးသားခြင်းဖြစ်ကြောင်း သဘောပေါက်လာခဲ့သည်။ ထိုအကြောင်းကို Walter Doyle နှင့် Kathy Carter တို့ကလည်း ထိုအကြောင်းကို ထောက်ခံကြသည်။ အခြားစိတ်ပညာရှင် Jerome Bruner ကလည်း ကလေးတွေက ၎င်းတို့၏ အတွေ့အကြုံတွေကို ဇာတ်လမ်းတွေအဖြစ်ပြောင်းပစ်သည့် ဘဝအကြောင်းကို အဓိပ္ပာယ် ဖွင့်ဆိုရာတွင် ဇာတ်လမ်းတွေဖွဲ့ကာ ထိုအကြောင်းကို ပြန်လည်သုံးသပ် ကြသည်ဟု ဆိုသည်။ ပြန်မပြောနိုင်သည့် အကြောင်းအရာတွေဆိုလျှင် ကောင်းကောင်းမမှတ်မိ။ ထပ်တွေးဆင်ခြင်စရာလည်းမရှိဟု ဆိုခဲ့သည်။

တိုတိုပြောရလျှင် လူဦးနှောက်သည် သတင်းအချက်အလက် များကို ဇာတ်လမ်းဇာတ်ဖွဲ့ပုံစံဖြင့်ဆိုလျှင် ပို၍လက်ခံပုံရသည်။ ဤစာအုပ်တွင်ပါဝင်သော အကြောင်းအရာများကို မူလရေးသားခဲ့ကြ သည့် ကျောင်းသားများသည် ဤအားသာချက်ကို အသုံးချခဲ့ခြင်းဖြစ် သည်။ ကျောင်းသားတွေစိတ်ဝင်စားသည့် ခေါင်းစဉ်တွေကို ရေးသားရန် တိုက်တွန်းခဲ့သည်။ ပထမဦးစွာ စိတ်ဝင်စားစရာကောင်းသည့် မေးခွန်း တစ်ခု မေးရမည်။ အစပိုင်းတွင် မေးစရာမေးခွန်းတွေအများကြီး ရှိသည်။ မေးခွန်းတွေအများကြီးထဲက တစ်ခုကိုရွေးချယ်သည့်ကိစ္စသည် ပင်လျှင် လေ့ကျင့်ခန်းတစ်ခုဖြစ်နေသည်။ ဒုတိယအချက်အနေဖြင့် စိတ်ဝင်စား စရာ မေးခွန်းရထားသောကျောင်းသားသည် ကျောင်းစာ အိမ်စာတွေကို ပျော်ပျော်ပါးပါး တက်တက်ကြွကြွလုပ်လာကြသည်။ စိတ်ဝင်စားစရာ မေးခွန်းတစ်ခုရလာသော ကျောင်းသားက ထိုအကြောင်းကို အခြား ကျောင်းသားများအားပိုပြောဖြစ်သည်။ စာသင်ခန်းအပြင်ဘက် ကို၊ စိတ်ကူးတစ်ခုယူမသွားနိုင်၊ အသုံးမချနိုင်လျှင်၊ ကိုယ်ပိုင်ဖြစ်ပြီဟု မဆိုနိုင်။ ထိုအကြံဉာဏ်တစ်ခု စိတ်ကူးတစ်ခုကို ကိုယ်ပိုင်အသုံးချနိုင် ပြီဆိုမှ ထာဝရ ပိုင်ဆိုင်သည်။

စရိတ် - အကျိုးကျေးဇူးသဘောတရား

စီးပွားရေးသဘောတရားအားလုံး၏ မိခင်မှာ စရိတ်အကျိုးကျေးဇူးဥပဒေသဖြစ်သည်။ အလုပ်တစ်ခု လုပ်တော့မည် ဆိုလျှင် ထိုအလုပ်ကို လုပ်၍ ရလာမည့်အကျိုးကျေးဇူးသည် အပိုစရိတ်ထက်ကြီးမှသာ ထိုအလုပ်ကို လုပ်သင့်သည်ဟု ထိုသဘောတရားကဆိုသည်။ ထိုသဘောတရားသည် အလွန်ရိုးစင်းသော်လည်း အသုံးချရန် အမြဲတမ်းမလွယ်။

ဥပမာ (၁) - တက္ကသိုလ်ဝင်းထဲက ဆိုင်တစ်ဆိုင်မှာ (၁၀)ပေါင်တန် နှိုးစက်တစ်လုံးဝယ်ရန် ပြင်နေစဉ်၊ မိတ်ဆွေတစ်ယောက်က မြို့ထဲတွင် (၅)ပေါင်နှင့် ဝယ်၍ရသည်ဟုဆိုသည်။ ထိုသို့ဆိုလျှင် မြို့ထဲသွားဝယ်မည်လား။ ကျောင်းမှာပင် ဝယ်မည်လား။ ဘယ်မှာဝယ်ဝယ် အာမခံပေးထားချိန်တွင် နာရီပျက်လျှင် ထုတ်လုပ်သူထံ ပြန်ပို့ရမည်။

လုံးဝမှန်သည့်အဖြေ၊ လုံးဝမှားသည့် အဖြေဟူ၍မရှိပေ။ လူတိုင်းက စရိတ်နှင့် အကျိုးကျေးဇူးကို ချိန်ဆရမည်။ လူအတော်များများကို ဤမေးခွန်းမေးကြည့်သည့်အခါ မြို့ထဲကဆိုင်တွင်သွားဝယ်မည်ဟု ဖြေသူများသည် ဒုတိယမေးခွန်းတစ်ခုကို စဉ်းစားကြည့်ပါ။

ဥပမာ (၂) - တက္ကသိုလ်ဝင်းထဲကဆိုင်တွင် (၁၂၀၅) ပေါင်တန် ကွန်ပျူတာအသေးတစ်လုံးဝယ်မည်။ မြို့ထဲက ဆိုင်တွင်ပေါင် (၁၂၀၀) ဖြင့်ရနိုင်သည်။ ပျက်လျှင် ထုတ်လုပ်သူထံ ပြန်ပို့ရမည်။ ဘယ်ဆိုင်က ဝယ်မည်နည်း။

ဤတစ်ကြိမ်မေးရာ၌ ကျောင်းထဲက ဆိုင်တွင်ဝယ်မည်ဟု ပြောသူကများသည်။ ထိုအဖြေမှားသည်ဟု မဆိုသာ။ စဉ်းစားဆင်ခြင် ဉာဏ်ရှိသူတစ်ယောက် ဤနေရာတွင် ဘာလုပ်သင့်သည်ဟု မေးလျှင် စရိတ်အကျိုးကျေးဇူးသဘောတရားအရ ဥပမာနှစ်ခုစလုံးတွင် အဖြေတစ်ခုတည်းဖြစ်ကာ မြို့ထဲကဆိုင်တွင်ဝယ်မည်ဟု ပြောသင့်သည်။

မြို့ထဲသွားဝယ်လျှင် (၅)ပေါင်သက်သာမည်။ သက်သာသည့် အကျိုးကျေးဇူးသည် ဥပမာနှစ်ခုစလုံးတွင်တူညီသည်။ စရိတ်တူ၊ အကျိုးကျေးဇူးလည်း တူနေလျှင် အဖြေလည်းတူသင့်သည်။

သို့သော် လူအတော်များများက နှိုးစက်နာရီမြို့ထဲသွားဝယ်လျှင် (၅၀)% သက်သာခြင်းသည်၊ (၁၂၀၅) ပေါင်ထက် ကွန်ပျူတာ ငယ်ဝယ်၍သက်သာမည့် (၅)ပေါင်ထက် ကြီးမားသည်ဟု မြင်ကြ သည်။ သို့သော် ထိုသို့တွက်၍မရ။ အချို့သောနေရာများ၌ ရာခိုင်နှုန်းဖြင့် စဉ်းစားခြင်းသည် မှန်ကန်နိုင်သော်လည်း ဤနေရာတွင်မဟုတ်။

စရိတ်နှင့်အကျိုးကျေးဇူးတွေကို တွက်သင့်သည်။ စရိတ်- အကျိုးကျေးဇူးသဘောတရားကို အထက်ပါဥပမာများတွင် ထည့်သွင်း စဉ်းစားကြည့်သောအခါ စိတ်ဝင်စားစရာတွေ တွေ့လာရသည်။ မိတ်ဆွေတွေကိုလည်းမေးကြည့်ပါ။ စကားပြောရင်း စရိတ်အကျိုး ကျေးဇူး ဥပဒေသကို ပို၍သဘောပေါက်လာမည်။

ဥပမာ (၃)- ခရီးသွားစရာနှစ်ခုရှိသည်။ ခရီးစဉ်တစ်ခုအတွက် လျှော့နှုန်း ရမည်။ ပဲရစ်သွားမည့် ပေါင် (၁၀၀) တန်ခရီးစဉ်အတွက် ပေါင်(၄၀) သက်သာသည်။ ပေါင် (၁၀၀၀) တန်တိုကျိုခရီးကို သွားလျှင် ပေါင် (၅၀) သက်သာမည်။ မည်သည့်ခရီးစဉ်အတွက် လျှော့နှုန်းယူမည်နည်း။

လူတိုင်းလိုလိုက တိုကျိုသွားပြီး ပေါင် (၅၀)လျှော့နှုန်းကို ယူသင့်သည်။ ပေါင် (၅၀)သက်သာခြင်းသည်၊ ပဲရစ်သွားလျှင် သက်သာမည့် ပေါင် (၄၀)ထက်များသည်ဟု ဆိုကြသည်။ လူတိုင်း သိပြီးသားကိစ္စဖြစ်၍ မေးဖို့မလိုဟု မတွက်သင့်။ အဓိကကျသည့် သဘောတရားတွေကို မိမိကလက်တွေ့အသုံးပြုလိုသည်ဆိုလျှင် အခြား သူများနှင့် ထပ်တလဲလဲ ဆွေးနွေးရန်လိုသည်။

ယခုစာအုပ်တွင် တွေ့ရသော မေးခွန်းများသည် စိတ်ဝင် စားဖွယ်ကောင်းရုံမျှသာမဟုတ်။ အခြေခံဘောဂဗေဒဘာသာရပ်၏

အရေးပါသော ဥပဒေများကို ထိထိမိမိ အသုံးပြုထား၍ဖြစ်သည်။ ပင်ပင်ပန်းပန်း မကြိုးစားရ။ ပေါ့ပေါ့ပါးပါးဖတ်ရင်း အခြေခံ ဥပဒေသ တွေကို အလိုလိုသဘောပေါက်သွားမည်ဟု မျှော်လင့်ပါသည်။ မေးခွန်း က စိတ်ဝင်စားစရာကောင်း၊ အဖြေကလည်းတို၊ ထပ်၍ ဆွေးနွေးစရာ တွေရသွားပါလိမ့်မည်။

ကိုယ့်မေးခွန်းကိုယ် အဖြေပြန်ပေးရာ၌ ထပ်မံအချောသပ် စစ်ဆေးရန် သင့်တော်သော ထက်မြက်သည့်အဆိုများဖြစ်သင့်ကြောင်း၊ ကျောင်းသားတွေကို အကြံပြုခဲ့ပါသည်။ အချောသပ်သတင်းတွေ မဟုတ်ပါ။ ဥပမာ - ကားမောင်းဝင်ကာ ငွေထုတ်ရမည့်စက်တွင် မျက်မမြင်သုံးအဖုတွေထည့်ထားခြင်းသည် ဥပဒေသတ်မှတ်ချက် အရဖြစ်ကြောင်း၊ စာရေးသားပေးပို့ခဲ့ပါသည်။ မျက်မမြင်စာတွေ ရှိနေလျှင်၊ မျက်မမြင်က အငှားကားသုံးကာ ငွေလာထုတ်ပြီး သူ၏ လျှို့ဝှက်နံပါတ်ကို အခြားသူမသိစေချင်သော ရှားရှားပါးပါးကိစ္စမျိုးတွင် ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ ကျွန်တော်က ကျောင်းသားတွေ၏ အဖြေမှန်ရန် မလိုကြောင်း၊ ဥပဒေပြုရသည့်အကြောင်းတွေကို စဉ်းစားသင့်ကြောင်း စာပြန်ခဲ့ပါသည်။ စရိတ်သက်သာ၊ အန္တရာယ်လည်းမရှိ၍ ဥပဒေအရ သတ်မှတ်လိုက်သည်ဟု တွက်ဆပါသည်။

အဖြေတွေကို သေသေချာချာဖတ်ပါ။ ကိုယ့်အဖြေက ပိုကောင်း လျှင် ကောင်းနေနိုင်ပါသည်။

အမျိုးသမီးဝတ်မင်္ဂလာဝတ်စုံတွေကို ဝယ်ဝတ်ကြချုပ်ဝတ်ကြ ခြင်းသည် ကိုယ်နှင့် သင့်တော်သော ဝတ်စုံကို မရနိုင်။ ဆိုင်ကုသားလျှင် ပြင်မဆုံးဖြစ်မည်စိုး၍ဟု အမျိုးသမီးဆိုင်ရှင်တစ်ယောက်က ဆိုသည်။ သူ့အဖြေသည် မူလအဖြေကို မထိခိုက်ပါ။

အခန်း(၁)

နို့ကို လေးထောင့်ဘူးထဲထည့်ပြီး အအေးဘူးများအပိုင်းပြစ်နေခြင်း  
ထုတ်ကုန်ဒီဇိုင်းဆိုင်ရာ ဘောဂဗေဒ  
ထုတ်ကုန်တစ်ခုနှင့်တစ်ခု အဘယ်ကြောင့် ပုံသဏ္ဍာန် မတူညီကြသနည်း

စရိတ်အကျိုးကျေးဇူးနိယာမကို ရှင်းမပြဘဲ ယခုမေးခွန်းကို ကောင်းကောင်းမွန်မွန် ထိထိရောက်ရောက် ဖြေဆိုနိုင်မည်မဟုတ်ပါ။ ဥပမာ ကားမောင်းဝင်ပြီး ငွေထုတ်ရသည့် စက်များပေါ်က ခလုတ်များ၌ မျက်မမြင်များပါ ဖတ်နိုင်စေရန် စာလုံးများကို အဖုအထစ်ကလေးများ လုပ်ထားတတ်ကြသည်။ ထိုသို့လုပ်ထားခြင်းမှာ စရိတ်နှင့်အကျိုးအမြတ် နိယာမအပေါ်၌ အခြေခံသည်။ မော်တော်ကားမောင်းဝင်ကာ ငွေထုတ်၍ ရသည့်စက်များကို ထုတ်လုပ်သူများက စက်နှစ်မျိုး ထုတ်လုပ်သည့် စရိတ်သည် ရမည့်အကျိုးအမြတ်ထက် ကြီးမားသည်ကို သိသဖြင့် ထိုစက်တစ်မျိုးတည်းသာ ထုတ်လုပ်ခြင်းဖြစ်သည်။

ယေဘုယျအားဖြင့် ထုတ်လုပ်သူများသည် ထုတ်ကုန်၏တန်ဖိုးကို တိုးပွားစေနိုင်ခြင်းမရှိလျှင် ထုတ်ကုန်တစ်ခုကို ထူးခြားအောင် ထပ်မံကြိုးစားမည်မဟုတ်ပေ။ တစ်နည်းအားဖြင့် ထုတ်ကုန်မှ အကျိုးအမြတ်မရလျှင် ထိုသို့ဆောင်ရွက်မည်မဟုတ်ပေ။ စားသုံးသူများအတွက် ထုတ်ကုန်၏တန်ဖိုးက အနည်းနှင့်အများဆိုသလို စရိတ်ကို ကာမိရမည်။ သာဓကတိုင်းလိုလို၌ ထုတ်ကုန်၏ ဒီဇိုင်းများသည် စားသုံးသူများပို၍

ကျေနပ်စေနိုင်သော ထူးခြားမှုနှင့် ရောင်းသူတိုင်းက အခြားသူများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်ရောင်းနိုင်စေရေးအတွက် ဈေးနှုန်းသက်သာရေးဟူသော အချက် နှစ်ခုကို ချိန်ဆပြီးမှ ဆောင်ရွက်ကြခြင်းဖြစ်သည်။

ထိုသို့ချိန်ဆ၍ ဆောင်ရွက်ရာတွင် မော်တော်ကားများ၏ ပုံစံပြောင်းလဲပုံကိုကြည့်၍ ပြောနိုင်သည်။ ၁၉၆၁ ခုနှစ်က ကျွန်တော် ပထမဦးဆုံးကားကိုဝယ်စီးသည်။ ထိုအချိန်က ကျွန်တော်သည် ကျောင်းသားသာဖြစ်သည်။ ကျွန်တော်ဖတ်လိုက်ရသည့် ကြော်ငြာမှာ ၁၉၅၅ ပွန်းတီးယက် တံခါးနှစ်ပေါက်၊ ရေဒီယို၊ အပူပေးကိရိယာ၊ ဂီယာ၊ ၃၇၅ဒေါ်လာ ဟူ၍ဖြစ်သည်။ ယနေ့ခေတ်တွင် ကားတိုင်းလိုလို၌ အပူပေးကိရိယာတွေ ပါနေတတ်ကြသည်။ သို့သော် ၁၉၅၅ ခုနှစ်က ကားတိုင်း၌မပါ။ ကျွန်တော်နေသည့် ဖလော်ရီဒါတောင်ပိုင်း၌ ရောင်းသော ကားအတော်များများသည် အပူပေးကိရိယာမပါ။ သို့သော် ဖလော်ရီဒါ၌ ဆောင်းရာသီတွင် အပူပေးကိရိယာရှိလျှင်ကောင်းမည်။ သို့သော် ဝင်ငွေနိမ့်ပြီး ဝယ်သူတော်တော်များများက ဇိမ်ကျဖို့ထက် ဈေးသက်သာဖို့ကို ပို၍သဘောကျကြသည်။ ထိုအချိန်က အပူပေး ကိရိယာ တပ်ဆင်သည့် ထုတ်လုပ်ရောင်းချသည့်သူသည် စီးပွားရေး လောကတွင် ပြိုင်ဘက်များနှင့်ယှဉ်ပြိုင်ကာ ဆုံးရှုံးမည့်အလား အလာများသည်။ အပူပေးကိရိယာ (heater) မပါဘဲရောင်းသည့် ပြိုင်ဘက်များက သာသွားနိုင်သည်။

သို့သော်လည်း ဝင်ငွေတက်လာသည့်အခါ၊ စရိတ်သက်သာ ရန်ထက် ဆောင်းရာသီအအေးဒဏ်ကိုခံသည့် စားသုံးသူအရေအတွက် က မှန်မှန်လျော့သွားသည်။ အပူပေးကိရိယာမပါသည့် ကားဝယ်လိုအား ကျသွားပြီးနောက်၊ နောက်လူများက ထိုကားပုံစံများကို ပြခန်းများထဲ၌ မထားလိုကြတော့ပေ။ ဈေးမြင့်သော၊ ဖောက်သည်များ အကြိုက်မှာ ထားသော ကားတွေကို ရောင်းချင်ကြသည်။ heater မပါသည့်

ကားတွေကို မည်သူကမျှ ငွေကုန်ကြေးကျ အကုန်ခံပြီး ဝယ်ချင်ကြမည် မဟုတ်ပေ။ နောက်ဆုံး၌ heater မပါသည့်ကားများ ပျောက်ကွယ်သွားကြသည်။ ကျွန်တော်၏ V8 အင်ဂျင်တပ် ပထမဆုံးကားသည် ၁၉၅၅ ခုနှစ်က ကားဝယ်သူများအဝယ်များ သည့်ကားဖြစ်သည်။ အခြားလူကြိုက်များသည့်ကားမှာ ဆလင်ဒါ ခြောက်လုံးတပ် အင်ဂျင်ဖြစ်သည်။ V8 ကား၏ ထူးခြားချက်မှာ ဆလင်ဒါ ခြောက်လုံးတပ်ကားထက် သိသိသာသာပိုပြီးမြန်သည်။ ထို့ပြင် ဈေးပိုကြီးသကဲ့သို့ လောင်စာလည်း အနည်းငယ်ပိုစားသည်။ သို့သော် ထိုအချိန်က ဓာတ်ဆီဈေးနှုန်းမှာဈေးပေါသည်။

ဤသို့ဖြင့် ၁၉၇၀ ပြည့်နှစ်တွင် အာရပ်ရေနံသပိတ်မှောက်မှု ပေါ်ပေါက်လာသည်။ ၁၉၇၃ ခုနှစ်လယ်တွင် တစ်ဂါလံ ၃၈ ဆင့်ဖြင့် ရောင်းချသော ဓာတ်ဆီသည် ထိုနှစ်နောက်ပိုင်း၌ ၅၂ ဆင့်ဖြစ်သွားသည်။ ၁၉၇၉ ခုတွင် ဒုတိယအကြိမ်မြောက် ရေနံရောင်းချမှု ကမောက်ကမဖြစ်သောအခါ ၁၉၈၀ တွင် ဈေးနှုန်းသည် ၁.၁၉ဒေါ်လာအထိ တက်သွားသည်။ ထိုသို့ ဈေးနှုန်းများတက်ပြီးနောက် စားသုံးသူတော်တော်များများက V8 ကား၏ လျှင်မြန်မှုကို သဘောမကျတော့။ စရိတ်အကျိုးအမြတ် တွက်ချက်မှုအရ အဆင်မပြေတော့။ ထိုအခါ ထိုအင်ဂျင်များပျောက်ကွယ်သွားကြသည်။ ဆလင်ဒါခြောက်လုံးတပ် အင်ဂျင်များသည် ယခုအခါ အမေရိကန်၌ အသုံးများနေသည်။ သို့သော် ၁၉၇၀ ပြည့်လွန်နှစ်များမတိုင်မီက မရောင်းရသည့် ဆလင်ဒါလေးလုံးတပ်အင်ဂျင်များသည် ယခုအခါ လူကြိုက်များသည့်အင်ဂျင်များ ဖြစ်လာကြသည်။

၁၉၈၀ ပြည့်လွန်နှစ်များ အစောပိုင်း၌ ဓာတ်ဆီဈေးနှုန်းသည် အနည်းနှင့်အများဆိုသလို တည်ငြိမ်နေပြီး၊ အခြားပစ္စည်းများနှင့်ယှဉ်လျှင် ဈေးကျသည်။ ၁၉၉၅ ခုနှစ်၌ ဓာတ်ဆီတစ်ဂါလံ၏ ဈေးနှုန်းသည်

တစ်ဂါလံလျှင် ၁.၄ ဒေါ်လာဖြစ်သဖြင့် ၁၉၇၃ ခုနှစ် နှစ်လယ်ဈေးနှုန်း နှင့်ယှဉ်လျှင် ၃၈ ဆင့်မျှ တက်လာသည်။ ၁၉၇၃ ခုနှစ် နှစ်လယ်တွင် ၃၈ ဆင့်ကျသည်။ ဆိုလိုသည်မှာ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ၁.၄ ဒေါ်လာသည် ၁၉၇၃ ခုနှစ်က ၃၈ ဆင့် ဝယ်ယူနိုင်သော ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုကို မမီဟု ဆိုလိုနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် ၁၉၉၀ ပြည့်လွန်နှစ်များ၌ အင်ဂျင်အရွယ်အစားကြီးမားလာသည်မှာ အံ့အားသင့်စရာမဟုတ် တော့ပေ။

မကြာသေးမီနှစ်များအတွင်း ဓာတ်ဆီဈေးနှုန်းများ တက်လာ သည့်အခါ ၁၉၇၀ ပြည့်လွန်နှစ်များက လမ်းကြောင်းသို့ ပြန်ရောက်လာ ကြသည်။ အမေရိကန်နိုင်ငံ၌ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် ဓာတ်ဆီတစ်ဂါလံ ဈေးနှုန်း ၃ ဒေါ်လာသို့ ရောက်သည့်အခါ ဖွံ့ဖြိုးတော်ကားကုမ္ပဏီက အကြီးဆုံးပြိုင်ကားများ ထုတ်လုပ်မှုကို ရပ်ဆိုင်းပစ်ခဲ့သည်။ ထိုကားများ သည် တစ်ဂါလံလျှင် ၁၀ မိုင်နှုန်း ပြေးပြီး၊ အလေးချိန် ၃၄၀၀ ကီလိုဂရမ်၊ တစ်နည်းအားဖြင့် ၇၅၀၀ ပေါင်လေးသည်။ ယခုအခါ၌ လောင်စာချွေတာသည့် နှစ်မျိုးစပ် ကားများကို ဝယ်အားများလာသဖြင့် ရောင်းသူများအနေဖြင့် ဈေးလျှော့ပြီး ရွေးပြီးရောင်းနိုင်ကြသည်။

အတိုချုပ်ရလျှင် ထုတ်ကုန်ဒီဇိုင်းများ၏ ထူးခြားမှုသည် စရိတ်အကျိုးအမြတ် နိယာမအပေါ်၌ မူတည်သည်။ ကုန်ကျမည့် စရိတ်ထက်ရရှိမည့် အကျိုးအမြတ်က ကြီးမားလာလျှင် ဆောင်ရွက် တတ်ကြသည်။ လူတို့၏ ရရှိမည့်အကျိုးကျေးဇူးက စရိတ်ကို ကာမိခြင်းမရှိလျှင် ဒီဇိုင်းကို ထူးထူးခြားခြားပြောင်းလဲမပစ်သင့်ပေ။ ဒီဇိုင်းပြောင်းလျှင် စရိတ် တက်သွားနိုင်သည်။

ဤနိယာမကို ဂီယာပြောင်းလဲပုံကိုကြည့်လျှင်လည်းသိသာနိုင် သည်။ ၁၉၅၅ ခုနှစ်က ကျွန်တော်၏ကားတွင် ရှေ့ထိုးသည့် ဂီယာသုံးချက်သာပါသည်။ ထိုခေတ်က ဂီယာသုံးချက်သာ အပြောင်း



အလဲရှိကြသည်။ ယနေ့မောင်းသည့်ကား၌ ရှေ့ထိုးသည့်ဂီယာ  
ခြောက်ချက်ပါသည်။ ၁၉၅၅ ခုနှစ်ကလည်း ခြောက်ချက်ထိုးနိုင်သည့်  
ဂီယာ တပ်ဆင်နိုင်ပါလျက် ၎င်းတို့ အဘယ့်ကြောင့် မတပ်ဆင်ခဲ့ရ  
သနည်း၊

ဤနေရာ၌လည်း ထုတ်လုပ်သူများသည် ထုတ်ကုန်၏ထူးခြား  
မှုကို စားသုံးသူများ၏ ဝယ်လိုစိတ်ရှိမှုနှင့် နှိုင်းယှဉ်ကြသည်။ စရိတ်  
ဘက်ကကြည့်လျှင် ဂီယာတစ်ချက်ထိုးတိုင်းထိုးတိုင်း ဂီယာဘောက်စ်  
ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် တိုးစေသည်။ ထိုအခါ ဂီယာအချက်များလေ ကား၏  
ဈေးနှုန်းများလေ ဖြစ်လာသည်။ ထိုသို့ဂီယာများပြီး၊ ဈေးနှုန်းများ  
သည့်ကားကို ဝယ်သူများက ဝယ်ချင်ကြ၊ ပေးချင်ကြပါသလား၊  
အကျိုးကျေးဇူးဘက်ကကြည့်လျှင် ဂီယာအချက်များလာခြင်းသည်  
အရှိန်ကိုလည်းတက်စေသည်။ စရိတ်အကုန်အကျလည်း သက်သာစေ  
သည်။ ထိုရရှိမည့်အကျိုးကျေးဇူးများအတွက် စားသုံးသူတွေက  
ပေးချင်ပါသလား။ အနည်းဆုံး ဂီယာနှစ်ချက်သုံးချက်မရှိလျှင် ကားအနေ  
ဖြင့် မောင်းနှင်ရန် အဆင်မပြေ။ ကျွန်တော်၏ ၁၉၅၅ ခုနှစ်ပုံစံ  
ပွန်းတီးယက်စ် ကားသည် အနိမ့်ဆုံးလိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းထားခြင်း  
ဖြစ်သည်။ ယခုအခါ၌ ကျွန်တော်တို့သည် ၁၉၅၅ ခုနှစ်ထက် ပို၍  
ချမ်းသာလာသဖြင့် အရှိန်မြင့်မောင်းရန်အတွက် ပို၍ ငွေကြေး  
တတ်နိုင်ကြသည်။ ဂီယာအဆင့်တွေများလာခြင်းကြောင့် ဓာတ်ဆီအစား  
သက်သာသည်။ ဓာတ်ဆီကလည်းယခင်ကထက်ပို၍ ဈေးကြီးသဖြင့်  
ဂီယာအချက်များလေ စရိတ်သက်သာလေဆိုသည့် အဓိပ္ပာယ်ထွက် သည်။  
ထို့ကြောင့်ပင်လျှင် ရှေ့ဘက်သို့ သုံးချက်ထိုးရသော ဂီယာများ  
ပျောက်သွားကြသည်။ ကားများကို ဒီဇိုင်းထုတ်ရာ၌ လွှမ်းမိုးသည့်  
စရိတ်အကျိုးအမြတ် နိယာမသည် ထုတ်ကုန်တိုင်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတိုင်း  
လိုလိုနှင့် သက်ဆိုင်သည်။ ထုတ်ကုန်တစ်ခုကို အခြားထုတ်ကုန်များနှင့်

မတူ ထူးခြားရန်ဆိုသည်မှာ ပို၍အသုံးပြုမှုနည်းမည်ဆိုလျှင် ထူးထူးခြားခြားပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ပေ။

အိမ်သုံးရေခဲသေတ္တာကိုဖွင့်လျှင် မီးလင်းပြီး လုပ်ငန်းသုံးရေခဲသေတ္တာဖွင့်လျှင် မီးပလင်းရခြင်း

အိမ်သုံးရေခဲသေတ္တာတွင် မီးထွန်းခြင်းနှင့် ဆိုင်သုံးရေခဲသေတ္တာကြီးများတွင် မီးထွန်းခြင်း စရိတ်မှာ အတူတူလောက်ပင်ရှိသည်။ ထိုစရိတ်ကို ဘောဂဗေဒပညာရှင်များက ပုံသေစရိတ်ဟုခေါ်ပြီး၊ တံခါးအကြိမ်မည်မျှဖွင့်သည်ဆိုသည့် ကိစ္စနှင့်မဆိုင်ပေ။ ခဏခဏဖွင့်တိုင်း စရိတ်တက်သည်ဟု မဆိုလိုနိုင်ပေ။ အကျိုးကျေးဇူးဘက်ကကြည့်လျှင် ရေခဲသေတ္တာထဲ၌ မီးထွန်းထားခြင်းသည် ရှာရလွယ်သည်။ အိမ်သုံးရေခဲသေတ္တာကို ဆိုင်သုံးရေခဲသေတ္တာကြီးများထက် ပို၍ မကြာခဏဖွင့်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် အိမ်သုံးရေခဲသေတ္တာ၌ မီးထွန်းထားခြင်းကြောင့်ရမည့် အကျိုးကျေးဇူး များသည်။ သို့ဖြစ်၍ စရိတ်အကျိုးအမြတ်နိယာမအရတွက်လျှင် အိမ်သုံးရေခဲသေတ္တာများတွင် မီးထွန်းခြင်းသည် ဆိုင်သုံးရေခဲသေတ္တာကြီးများတွင် ထွန်းသည်ထက် ပို၍အကျိုးများသည်။ ဆိုင်သုံးရေခဲသေတ္တာတွင် မီးထွန်းထားခြင်းကြောင့် အဆင်ပြေမှုအပေါ် စားသုံးသူတစ်ယောက်နှင့်တစ်ယောက် သဘောထားချင်း၊ တန်ဖိုးထားမှုချင်း တူညီကြမည်မဟုတ်ပေ။ ယေဘုယျအားဖြင့် ထိုသို့လုပ်ဆောင်မှုများ၏ ထူးခြားချက်ကို စားသုံးသူများက ပေးလိုစိတ်နှင့် တိုင်းတာကြသည်။ ဝင်ငွေတက်လာသည်နှင့်အမျှ စားသုံးသူများ၏စိတ်၌ ပေးလိုစိတ်ပို၍ မြင့်မားလာသည်။ ထို့ကြောင့် စရိတ်အကျိုးအမြတ်နိယာမက ဝင်ငွေမြင့်သည့် စားသုံးသူများသည် ဆိုင်သုံးရေခဲသေတ္တာကြီးများ၌ မီးသီးထွန်းထားလျှင် ဈေးကြီးပေးရကျိုး နပ်သည်ဟု ယူဆကြသည်။ Sul-Zero Pro ဆိုသည့် ရေခဲသေတ္တာ

တွင် ရေခဲထည့်သည့်အခန်းများ၌ပါ မီးထွန်းထားသည်ကို တွေ့ရသည်။ ထိုရေခဲသေတ္တာ၏ ဈေးနှုန်းမှာ ပေါင် (၁၂၀၀၀) ကျသည်ကိုတွေ့ရသည်။

**အခြားပစ္စည်းများနှင့်ပတ်သက် လက်တော့ပုံ ကွန်ပျူတာများက မည်သည့်နိုင်ငံ၏ လျှပ်စစ်စံချိန်စံညွှန်းနှင့်မဆို အဘယ်ကြောင့် ကိုက်ညီကြသနည်း**

အိမ်များအတွက် ၁၁၀ ဗို့ အမေရိကန်လျှပ်စစ်ပေးသည့်စနစ် ဖြစ်ပြီး၊ အင်္ဂလန်၌ ၂၄၀ ဗို့ ဓာတ်အားပေးစနစ်ကိုသုံးသည်။ လက်တော့ပုံ ကွန်ပျူတာများအတွက် ထရန်စဖော်မာ များတပ်ထားသဖြင့် မည်သည့်ဗို့အားနှုန်းနှင့်မဆို ကိုက်ညီအောင်ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ ခြားနားသည်မှာ ရုပ်မြင်သံကြားနှင့် ရေခဲသေတ္တာများ၌ လျှပ်စစ်သုံးစွဲမှု နိုင်ငံကိုလိုက်၍ ခြားနားလေ့ရှိသည်။ အကယ်၍ အမေရိကန်ရေခဲ သေတ္တာတစ်လုံးကို အင်္ဂလန်၌ သုံးမည်ဆိုလျှင် ထရန်စဖော်မာတစ်လုံး ဝယ်ပြီး ဗို့အားကို ၂၄၀ မှ ၁၁၀ အဖြစ်သို့ ပြောင်းပစ်ရမည်။ အလားတူ ပင် အင်္ဂလန်မှ ရုပ်မြင်သံကြားစက်တစ်လုံးကို အမေရိကန်၌သုံးလိုလျှင် ထရန်စဖော်မာတစ်လုံးဝယ်ပြီး အမေရိကန်ပါဝါ ၁၁၀ ဗို့မှ ၂၄၀ ဗို့သို့ပြောင်းရမည်။ ထိုပစ္စည်းများသည် အဘယ်ကြောင့် လက်တော့ပုံ များနှင့် မတူရသနည်း၊ ၁၁၀ ဗို့ကို မသုံးဘဲ ၂၄၀ ဗို့ကိုသုံးခြင်းသည် ဈေးအနည်းငယ် သက်သာသော်လည်းအန္တရာယ်ပိုကြီးသည်။ နိုင်ငံအတော်များများ၌ မည်သည့်စနစ်ကိုသုံးသင့်ကြောင်း အငြင်းပွားနေ ကြစမြဲဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ဆုံးဖြတ်ချက်တစ်ခု ချမှတ်ပြီးပြီဆိုလျှင် လည်း ရွေးချယ်သည့်စနစ်တစ်ခုကိုပြောင်းရန်အတွက် အရင်းအနှီး မြောက်မြားစွာလိုဦးမည်။ ထို့ကြောင့် မဝေးတော့သည့် အနာဂတ်တွင် စနစ်တစ်ခုတည်းသို့ပြောင်းရန် အလားအလာနည်းသည်။ သို့ဖြစ်၍ နိုင်ငံတစ်ခုမှတစ်ခုသို့ သူတို့၏ပစ္စည်းများကို သယ်ဆောင်ကာ သွားလာ

နေသူများအနေဖြင့်မတူညီသည့် ဗိုစနစ်များတွင် အသုံးပြုနိုင်သည့် နည်းလမ်းများလိုအပ်သည်။ ထိုလိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် ရေခဲသေတ္တာများတွင် ထရန်စဖော်မာတပ်ပေးလိုက်လျှင် စရိတ်တက် သွားမည်။ ရေခဲသေတ္တာ၊ အဝတ်လျှော်စက်၊ ရုပ်မြင်သံကြားနှင့် အခြားစက်အများစုသည် နိုင်ငံတစ်ခုမှ တစ်ခုသို့ ကူးလေ့မရှိကြ။ ထို့ကြောင့် ထိုစက်များအတွင်းတွင် ထရန်စဖော်မာများ စရိတ်အကုန် အကျခံ တပ်ပေးရန် အဓိပ္ပာယ်မရှိ။

လက်တော့ပ်ကွန်ပျူတာများကို သုံးစွဲသူ အချို့သာရှိသည်။ အထူးသဖြင့် ထုတ်ကာစတွင် သုံးစွဲသူ အနည်းစုသာရှိသည်။ စောစောစီးစီးသုံးသူများသည် ၎င်းတို့၏စက်ကို ပြည်တွင်း၌လည်း သယ်သွားတတ်ကြသည်။ နိုင်ငံတကာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ခရီးစဉ်များတွင်လည်း သယ်သွားတတ်ကြသည်။ ၎င်းတို့အနေဖြင့် နိုင်ငံတကာခရီးများ၊ လေယာဉ်များစီးသည့်အခါ၌ ထရန်စဖော်မာများကို ဝန်ထုပ်ဝန်ပိုးအပိုအပင်ပန်းခံပြီး မသယ်ချင်ကြပေ။ ထို့ကြောင့် လက်တော့ပ်ကွန်ပျူတာ ထုတ်လုပ်သူများက အစကတည်းက ကွန်ပျူတာများ၌ ထရန်စဖော်မာများကို တစ်ခါတည်းထည့်ပေးလိုက် ကြခြင်းဖြစ်သည်။

၂၄ နာရီဖွင့်သည်ဆိုင်များတွင် အဘယ်ကြောင့် တံခါးပေါက်၌ သော့ခတ်လောက်များ ရှိနေတတ်ကြသနည်း

၂၄ နာရီဖွင့်သော စတိုးဆိုင်များ၊ တစ်နှစ်လျှင် ၃၆၅ ရက်ဖွင့်သော စတိုးဆိုင်များရှိသည်။ ထိုဆိုင်များသည် မည်သည့်အခါမျှ တံခါးကို သော့ခတ်ထားကြသည်မဟုတ်သဖြင့် အဘယ်ကြောင့် ဒုက္ခခံပြီး သော့တပ်နေကြသနည်း။

ဖြစ်နိုင်သည့် ကိစ္စတစ်ခုမှာ အရေးပေါ်ကိစ္စတစ်ခုပေါ်လာခဲ့

လျှင် ထိုဆိုင်ကို ခေတ္တမျှပိတ်ရန်လိုကောင်းလိုနိုင်သည်။ အင်္ဂလန်တွင် ၂၀၀၇ ခုနှစ်က နွေရာသီ၌ ခေတ္တမျှ ရေလျှံပြီးနောက် မြို့နေသူ တော်တော်များများသည် ရုတ်တရက်ပစ်ထားခဲ့ကြရသည်။ ဝန်ထမ်းမရှိ သော့မခတ်ဘဲထားသည့် ဆိုင်တစ်ဆိုင်သည် လူယက်သူများ စိတ်ဝင်စားစရာဖြစ်သွားနိုင်သည်။ ဆိုင်ပိတ်ရန် မဖြစ်နိုင်ဟုဆိုလျှင်ပင် သော့ခလောက်မပါသည့်တံခါးဝယ်သည့်အတွက် အကျိုးကျေးဇူးမများ နိုင်ပေ။ တံခါးအများစုကို တစ်နေ့ ၂၄ နာရီမဖွင့်သည့် အဆောက်အအုံ များသို့ ရောင်းချခြင်းဖြစ်သည်။ ထိုအဆောက်အအုံများသည် ၎င်းတို့၏ တံခါးများ၌ သော့ခလောက်များ ရှိနေစေချင်သည်။ သော့ခလောက်ပါ သည့် တံခါးများရောင်းခြင်း တံခါးတွေကို တစ်ပုံစံတည်းထုတ်ခြင်း ကြောင့် ဈေးသက်သာစေသည်။

လာမည့် သာဓကနှစ်ခုကိုကြည့်ပြီး၊ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ထုတ်ကုန် ၏ဒီဇိုင်းသည် ဂျီဩမေတြီပညာ၏ နိယာမများနှင့်လည်း ဆက်စပ်မှုရှိ သည်ကို တွေ့ရသည်။

**နို့ကို ထောင်ချိုးဘူးများဖြင့်ရောင်းပြီး အအေးများကို ဘူးအဝိုင်းဖြင့် ရောင်းချကြခြင်း**

အအေးဗူးများသည် သံဘူးဖြစ်စေ၊ ဖန်ဘူးဖြစ်စေ အဝိုင်းများ ဖြစ်နေတတ်ကြသည်။ သို့သော် နို့ဘူးများသည် ပလပ်စတစ် ဖြစ်စေ၊ စက္ကူဖြစ်စေ၊ လေးထောင့်ဘူးများဖြစ်နေကြသည်။ လေးထောင့်ဗူးများ သည် အဝိုင်းဘူးများထက် စင်ပေါ်၌ နေရာကျဉ်း ကျဉ်းယူသည်။ သို့ဖြစ်ပါလျှင်နှင့် အအေးဗူးထုတ်လုပ် သူများက ဘူးအဝိုင်းများကို အဘယ်ကြောင့် ထုတ်ကြသနည်း၊ သံဘူးများနှင့် ပတ်သက်၍ ပြောရလျှင် ဘူးအတွင်း၌ပါဝင်သည့် ကာဗွန်ဓာတ်ပါသည့် ဖျော်ရည်၏ ကာဗွန်ဓာတ်ငွေ့ဖိအားကို ဘူးအဝိုင်းများက ပို၍ခံနိုင်ခြင်းကြောင့်

ဖြစ်သည်။ အခြားဖြစ်နိုင်သည့်အရာတစ်ခုမှာ အအေးဘူးများကို တိုက်ရိုက်ကိုင်၍ သောက်သုံးတတ်ကြသည်။ လက်ကိုင်၍လည်းကောင်း သည်။ ထို့ကြောင့်လည်း ဖန်အအေးဘူးများသည် အပိုင်းဖြစ်နေကြခြင်း ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ လေးထောင့်ဘူးတစ်ဘူးက ကာဗွန်ဓာတ်ငွေ့ဖိအား ကို ခံနိုင်လျှင်ပင် လက်ကိုင်၍ကောင်းခြင်းကြောင့် ဖန်ဘူးများ အပိုင်း ဖြစ်နေကြခြင်းဖြစ်သည်။ နို့ဘူးများဆိုလျှင် လက်ကိုင်ကောင်းရန် မလိုပေ။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုလျှင် နို့ကို ဘူးထဲမှ တိုက်ရိုက်မသောက်ပဲ ခွက်ထဲသို့ ပြောင်းထည့်ပြီးမှသာ သောက်တတ်ကြသည်။

အကယ်၍လူအတော်များများက နို့ကိုဘူးမှ တိုက်ရိုက် သောက်လျှင်ပင် စရိတ်အကျိုးအမြတ် နိယာမအရ ဘူးပိုင်းထဲထည့်ပြီး ရောင်းမည်မဟုတ်ပေ။ လေးထောင့်ဘူးများသည် စင်ပေါ်၌ နေရာကျဉ်း သော်လည်း နို့ဘူးများက ချွေတာစေသော နေရာသည် အအေးဘူးများ က ချွေတာစေသောနေရာထက်ပို၍တန်ဖိုးမြင့်သည်။ အအေးဘူးများကို စင်အပွင့်ပေါ်၌ ထားတတ်ကြသည်။ စင်အပွင့်များသည် ဝယ်ရလွယ်ပြီး စရိတ်လည်းမကုန်၊ နို့များကို ရေခဲသေတ္တာထဲ၌ ထည့်ထားကြသည်။ ထိုရေခဲသေတ္တာများသည် စရိတ်ကြီးပြီး သုံးရာတွင်လည်းစရိတ်တက် သည်။ ထို့ကြောင့် ရေခဲသေတ္တာထဲက နေရာကပို၍ ဈေးကြီးသည်။ နို့များကို လေးထောင့်ဘူးထဲထည့်ပြီးနောက်၊ ရေခဲသေတ္တာထဲ ထည့်ရာ၌ တန်ဖိုးကြီးသော နေရာတွေ အလေအလွင့်မဖြစ်တော့ပေ။

**အအေးဘူးတွေ ထုတ်လုပ်ရတာ၊ ဈေးပိုကြီးနေခြင်း**

သံဘူးတစ်ဘူး၏တာဝန်မှာ အထဲတွင် ပျော်ရည်ထည့်ရန်ဖြစ် သည်။ ၃၅၅ မီလီမီတာ (အရည် - ၁၂ အောင်စ) သံဗူးများကို ကမ္ဘာ့နေရာအတော်များများ၌ အနံ့ထက်နှစ်ဆမြင့်သောဘူးများအနေဖြင့် ရောင်းချကြသည်။ (အချင်း = ၆.၅ စင်တီမီတာ၊ အမြင့် ၁၂ စင်တီမီတာ) ထိုသံဘူးများကို ပိုဝန်မိုပြီး၊ ကျယ်ကျယ်ထုတ်လုပ်လျှင်၊

သံပြားအကုန်အကျသက်သာနိုင်သည်။ ဥပမာ-(၇.၈) စင်တီမီတာ မြင့်ပြီး၊ အချင်း (၇.၆) စင်တီမီတာရှိသော သံဘူးဝိုင်းတစ်ခုသည် အလားတူအရည်ပမာဏကို ဝင်ဆုံးပြီး၊ သတ္တုပြား (၃၀)% သက်သာစေသည်။ သံဘူးကိုခပ်ပုပုထုတ်လုပ်လျှင်၊ စရိတ်သက်သာနိုင်ပါလျက်၊ အဘယ်ကြောင့် ဘူးရှည်တွေ ထုတ်လုပ်နေရသနည်း။

ဖြစ်နိုင်သည့်အခြေအနေတစ်ခုမှာ ထောင်လိုက်ထားခြင်းဆိုင်ရာ အမြင်လွဲမှားမှုကြောင့် ဖြစ်သည်။ စိတ်ပညာရှင်များက၊ ထိုအကြောင်းကို ကောင်းကောင်းသိကြသည်။ ပုံတွင်ပြထားသည့် ဘူးနှစ်ဘူးတွင် - ဘယ်ဘူးက ပိုရှည်သနည်းဟု မေးလျှင်၊ လူအတော်များများက၊ ထောင်လိုက်ဘူးက ပိုရှည်သည်ဟု စိတ်ချလက်ချပြောကြမည်။ သို့သော်၊ သေသေချာချာကြည့်လျှင် ထိုနှစ်ဘူးစလုံး အလျားတိတိကျကျတူညီကြသည်ကိုတွေ့ရမည်။

စားသုံးသူများအနေဖြင့်၊ သံဘူးပုပုတွင် ထည့်ရောင်းလျှင် ကိုကာကိုလာအရည် နည်းနည်းသာပါသည်ဟုထင်ပြီး၊ ဝယ်ချင်ကြမည် မဟုတ်ပေ။ ဆိုလိုသည်မှာ၊ ဘူးရှည်ရောင်းသောပြိုင်ဘက်တွေက၊ အမြတ်ရစရာ အခွင့်အလမ်းတွေကို အလွယ်တကူ သိမ်းကျုံးယူသွားကြမည်။ အမြင်လွဲမှားမှုကြောင့် ဘူးပုပုတွေတွင် ဖျော်ရည်လျော့နေသည်ဟု စားသုံးသူကထင်ကြလျှင် ဘူးရှည်ရှည်တွေ၌ ထည့်ထားသော အရည်ပမာဏနှင့် အတူတူပင်ဖြစ်ကြောင်း ရှင်းပြနိုင်သည်။ ဘူးပုပုတွေကို ထုတ်လုပ်သည့် စရိတ်သက်သာသဖြင့် ဈေးချပြီးလည်းရောင်းနိုင်သည်။ အမြင်လွဲမှားမှုတည်းဟူသော ပြဿနာတစ်ခုတည်းကြောင့် ဘူးမြင့်မြင့်တွေထုတ်လုပ်သည်ဆိုလျှင်၊ ဘူးမြင့်မြင့်ထုတ်သူတွေက၊ အမြတ်တွေရသွားနိုင်သည်။

အခြားဖြစ်နိုင်သော အဖြေတစ်ခုမှာ၊ ဘူးခပ်မြင့်မြင့်တွေကို ကြည့်ရတာ သဘောကျ၍ ဖြစ်နိုင်သည်။ ခပ်ပုပုဘူးနှင့် ပါဝင်သည့်

အရည်တူသော်လည်း ကြည့်ကောင်းသဖြင့် ၊ ရှုခင်းကောင်းသော ဟိုတယ်ခန်းတစ်ခုကို ဈေးပိုပေးသကဲ့သို့ ပိုပေးလိုခြင်းဖြစ်နိုင်သည်။

ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ၏ ဒီဇိုင်းသည် တစ်ခါတစ်ရံ၌ ဘယ်လိုဒီဇိုင်းဆွဲလိုက်လျှင်၊ ဘယ်လိုအပြုအမူပြောင်းလဲသွား စေနိုင်မည် ဟူသော၊ စဉ်းစားသုံးသပ်ချက်များကို ရောင်ပြန်ဟပ်တတ်သည်။ မိုင်နှုန်းမြင့်မြင့်မောင်းမိ၍၊ ဒဏ်တပ်ခံရမည်ကို ကြောက်သော ယာဉ်မောင်းတစ်ဦးသည်၊ သတ်မှတ်မိုင်နှုန်းကျော်သွားလျှင် အသံ ထွက်ပြီး၊ သတိပေးသည့် ကိရိယာတစ်ခုအတွက် လိုလိုချင်ချင် ငွေပေးမည်။ အခြားသာကေတစ်ခု၌လည်း ထုတ်လုပ်သူအနေဖြင့် ဒီဇိုင်းတစ်ခုသည် အသုံးပြုမှုအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ပုံကို၊ မဟာဗျူဟာကျကျစဉ်းစားဆုံးဖြတ်ထားကြောင်း ထင်ဟပ်နေသည်။

**ဓာတ်ဆီတိုင်ကီများသည် တစ်ခါတစ်ရံတွင် ယာဉ်မောင်းဘက်၊  
တစ်ခါတစ်ရံတွင် ခရီးသည်တွေ့ဘက်၌ ရှိနေခြင်း**

ငှားရမ်းထားသည့် ကားတစ်စီးကို၊ ကိုယ့်ကားလိုသဘောထား ပြီး၊ ဓာတ်ဆီဆိုင်ဝင်သွားသည့်အခါ၊ ဓာတ်ဆီတိုင်ကီသည်ယာဉ် မောင်းဘက်မှာ ရှိမနေ၊ ဓာတ်ဆီပန်နှင့် ဝေးသည့်၊ ခရီးသည်တွေ့ ဘက်ခြမ်း၌ ရှိနေသည်ကိုတွေ့ရသည့်အခါ၊ ပျာယာခတ်သွားတတ်ကြ သည်။ မော်တော်ကားထုတ်လုပ်သူများသည်၊ ဓာတ်ဆီတိုင်ကီများ၊ ယာဉ်မောင်းဘက်တွင်တပ်ထားခြင်းဖြင့် ဤပြဿနာကို ပြေလည် အောင်လုပ်နိုင်သည်။ အဘယ်ကြောင့် မလုပ်ကြသနည်း။

အမေရိကန်ကဲ့သို့သော လက်ျာကပ်မောင်းစနစ်ကျင့်သုံးသော နိုင်ငံများ၌ ယာဉ်ကြောပေါ်တွင်၊ လက်ျာကွေ့ကွေ့ခြင်းက လက်ဝဲကွေ့ ခြင်းထက်ပို၍လွယ်သည်။ ယာဉ်မောင်းအတော်များများသည် လက်ျာ ဘက်ခြမ်းရှိ ဓာတ်ဆီဆိုင်များတွင် လက်ယာဘက်ချိုးဝင်ပြီးဝယ်ကြမည်။



ဓာတ်ဆီတိုင်ကီများသည် ယာဉ်မောင်းဘက်တွင် အမြဲတမ်းရှိနေကြသည် ဆိုပါစို့။ ယာဉ်မောင်းများသည်၊ ဓာတ်ဆီပန်၏ယာဘက်တွင် ရပ်ရမည်။ ဓာတ်ဆီအထည့်များသည့်အချိန်တွင်၊ ဓာတ်ဆီပန်၏ယာဘက် ယာဉ်တန်း တွင် ကားတွေပြည့်နေပြီး၊ ဝဲဘက်ယာဉ်တန်းတွင် ကားတစ်စီးမျှ ရှိမည်မဟုတ်ပေ။

ဓာတ်ဆီတိုင်ကီတွေကို ကား၏ဝဲယာနှစ်ဘက်စလုံး၌ ထားခြင်း ဖြင့်၊ အချို့ကားတွေက၊ ဓာတ်ဆီပန်၏လက်ယာဘက်၌ ဝင်ရပ်ပြီး ဆီဖြည့်နိုင်သည်။ ကြာကြာတန်းစီနေစရာမလိုတော့။ ကြာကြာ တန်းမစီရသည့် အကျိုးကျေးဇူးက တစ်ခါတစ်ရံဘက်မှားပြီး ရပ်မိသည့် စရိတ်စကထက်ကြီးမားသည်။

**နယူးယောက်မြို့တော် မန်ဟက်တန်တွင်ရှိနေသည့် အငှားယာဉ်အားလုံး အဝါရောင်သုတ်ထားပြီး အခြားမြို့များရှိ အငှားယာဉ်များက ရောင်စုံဖြစ်နေကြခြင်း**

(၃၄)လမ်းထိပ်၊ အမြင့်ဆုံးသော အင်ပါယာစတိတ် အဆောက် အအုံပေါ်မှ ငုံ့ကြည့်လိုက်လျှင်၊ လမ်းပေါ်က (၇၀)% သောယာဉ်များ သည် အဝါတောက်တောက် ဆလွန်းကားများဖြစ်နေ သည်ကိုတွေ့ရ သည်။ တစ်ခါတစ်ရံတွေ့ရသော Lotus နှင့် Lamborghini ကားတွေကလွဲလျှင်၊ အဝါရောင်အငှား ကားအားလုံး လိုလိုသည် Ford ဆလွန်းကားတွေ ဖြစ်နေရသည်ကိုတွေ့ရမည်။ ကမ္ဘာပေါ်က မြို့ငယ် အတော်များများ၌ အဝါရောင်မရှိဘဲ MPV ကားတွေဖြစ်နေသည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ခြားနားနေရသနည်း၊

မန်ဟက်တန်တွင်၊ အငှားယာဉ်တစ်စီးကို၊ ခရီးသည် တစ်ယောက်တည်းသာစီးလေ့ရှိသည်။ လေးယောက်ထက်ပိုတင်ခြင်းဖြင့် အကျိုးများမည့် အလားအလာမရှိပေ။ ဆလွန်းကားများသည် MPV

ထက်ဈေးပေါ်ပြီး၊ တစ်ယောက်တည်းသာစီးလေ့ရှိသည့် အလေ့အကျင့်အတွက် အဆင်ပြေသည်။

မြို့ငယ်လေးများ၌ အငှားယာဉ်သုံးပုံကွာခြားသည်။ မန်ဟက်တန်တွင် ကားဝယ်သည်ထက်၊ ပို၍သက်သက်သာသာ ဝယ်နိုင်ကြသည်။ မန်ဟက်တန်၌ တစ်လယာဉ်ရပ်နားခပင်လျှင် ဒေါ်လာ (၂၄၀) ကျော်ကုန်ကျသည်။ မြို့ငယ်များ၌ အနည်းဆုံး လူတစ်ယောက်ကားတစ်စီးရှိကြသည်။ အငှားယာဉ်ကို အားကိုအားထားပြုစီးနင်းသူနည်းပါးသည်။ အငှားယာဉ်များအနေဖြင့် လမ်းပေါ်လျှောက်မောင်းနေလျှင် တွက်ခြေမကိုက်။ ထို့ကြောင့် ဖုန်းဆက်ပြီးသာ အငှားယာဉ်များကိုခေါ်ရသည်။ သို့ဖြစ်၍ လူအများမြင်သာထင်သာရှိစေရန်၊ အဝါရောင်တောက်တောက်တွေကို သုတ်စရာမလို။

အချို့လူများက ဥပဒေအရ နယူးယောက်တွင်အငှားယာဉ်များကို အဝါရောင်သုတ်ထားရသည်ဟုပြောသည်။ ဥပဒေအရသတ်မှတ်ထား၍ ယာဉ်မောင်းဝင်ပြီး ငွေထုတ်ရသည့်စက်များ၌၊ မျက်မမြင်များပါ အသုံးပြုနိုင်သော ဂဏန်းအဖုတွေ၊ ရိုက်ထားရသည်ဟူသော တွက်ကိန်းမျိုးနှင့် ဆင်တူသည်။ အငှားယာဉ်တွေကို စည်းကမ်းချသူများက၊ အငှားယာဉ်လောကတွင် ပြဿနာတက်လာသည့်အခါ၊ တရားဝင်လိုင်စင်ထုတ်၊ စည်းကမ်းထိန်းထားသော အငှားယာဉ်များကို၊ ခရီးသည်တွေက၊ အလွယ်တကူရှာတွေ့နိုင်ရန် ရည်ရွယ်သည်။ အဝါရောင်သည် မြင်လွယ်သော အရောင်ဖြစ်သဖြင့်၊ စည်းကမ်းမချမီကတည်းကပင်၊ အငှားယာဉ်အတော်များများသည်၊ အဝါရောင်ဖြစ်နေပြီးဖြစ်သည်။

မြို့ငယ်များ၌ အငှားယာဉ်မောင်းသူများက၊ ဆလွန်းကားထက် MPV ကားတွေကို ပို၍သဘောကျသည်။ ခရီးသည်တွေက၊ အုပ်စုလိုက်သွားတတ်ကြ၍ဖြစ်သည်။ မြို့ငယ်လေးများ၌ ကားမပိုင်သော၊ ကျောင်းသားနှင့် အခြားသူများသည်၊ ဝင်ငွေနိမ့်သူများဖြစ်သဖြင့်၊

အငှားယာဉ်ကို ပေါင်းစီးခြင်းအားဖြင့်၊ စရိတ်ချွေတာနိုင်သည်။ ဥပမာ - La Guardia လေဆိပ်အငှား ယာဉ်က၊ နယူးယောက်မြို့တွင်းသို့၊ ခရီးသည်တစ်ယောက်သာ သယ်သွားပြီး၊ အခြားလေဆိပ်များ၌ ခရီးသည်လေးယောက်အထက် သယ်လေ့ရှိသည်။

### ငွေဒဂါးများပေါ်မှ ရုပ်ပုံများသည် ကိုယ်တစ်ပိုင်းဖြစ်နေပြီး၊ ငွေစက္ကူပေါ်၌ အဘယ်ကြောင့် မျက်နှာပြည့်ဖြစ်နေကြခြင်း

အိတ်ထောင်ထဲက အကြွေတွေကို နှိုက်ကြည့်လျှင် ပဲနီစေ့မှ ပေါင်စေ့အဆုံး ငွေဒဂါးများပေါ်မှ ဘုရင်မ၏ပုံသည်ပုံတစောင်းဖြစ်နေပြီး ပိုက်ဆံအိတ်ထဲက ငွေစက္ကူများပေါ်တွင် မျက်နှာပြည့်ပုံတွေ ဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရသည်။ ခြွင်းချက်အနည်းငယ်မှလွဲ၍ နိုင်ငံအတော်များများတွင် ထိုအတိုင်းပင်တွေ့ရသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဤသို့ ကွဲပြားနေရသနည်း။

အတိုဆုံးအဖြေမှာ အနုပညာရှင်များက မျက်နှာပြည့်ပုံဆွဲရသည်ကို ပိုသဘောကျကြသော်လည်း၊ သတ္တုကိုထွင်းထုရာ၌ ငွေဒဂါးများပေါ်တွင် မှတ်မိလွယ်သော၊ မျက်နှာပုံကို ထွင်းထုရန်ခက်သည်။ ပုံထွင်းရန် တစ်လက်မ၏အပုံ (၁၆၀၀) ပုံ (၁)ပုံခန့်သာ အမှားခံသည်။ အလွယ်တကူမှတ်မိနိုင်သော မျက်နှာဖြစ်အောင်၊ အနုစိတ်ထုဖို့ခက်သည်။ မျက်နှာတစောင်းပုံက ပို၍ မှတ်မိလွယ်သည်။ ငွေဒဂါးပေါ်တွင် မှတ်မိလွယ်သော မျက်နှာဖြစ်ရန်၊ အနုစိတ်ထုနိုင်သော်လည်း စရိတ်ကြီးသည်။ တစ်ဖန် ငွေဒဂါးကို လက်ပြောင်းလက်လွှဲလုပ်ရာ၌ ပွန်းပဲ့မှုကြောင့် ရုပ်ပုံတွေ၊ မြန်မြန်ဆန်ဆန်ပျက်သွားနိုင်သည်။

ကိုယ်တစောင်းပုံတွေက ထုတ်လုပ်၍လွယ် မှတ်မိလွယ်သည်ဆိုလျှင် ငွေစက္ကူများအပေါ်၌လည်း ထိုပုံတွေကို အဘယ်ကြောင့် မထုသနည်း ငွေစက္ကူပေါ်၌ မျက်နှာပြည့်ပုံ ရေးဆွဲရခက်ခြင်းကြောင့်

ငွေစက္ကူအတုလုပ်မည့်သူများကို ဟန့်တားထားပြီးသားဖြစ်သွားသည်။  
လာမည့်ဥပမာနှစ်ခုကိုကြည့်လျှင် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းကို ဒီဇိုင်း  
ချရာ၌ နောက်ခံသမိုင်းကိုပါ သိထားရန်လိုကြောင်း တွေ့ရသည်။

### CD နှင့် DVD များသည် အရွယ်တူပါလျက်၊ DVD ဘူးခွဲတွေက အဘယ်ကြောင့် ကြီးနေရသနည်း

စီဒီပြားများကို (၁၄၈) မီလီမီတာကျယ်ပြီး (၁၂၅) မီလီမီတာ  
မြင့်သော ဘူးများတွင်ထည့်သည်။ ဒီဇီဒီများကို (၁၃၅) မီလီမီတာ  
ကျယ်ပြီး၊ (၁၉၁)မီလီမီတာမြင့်သော ဘူးများတွင်ထည့်သည်။  
အရွယ်အစားတူဓာတ်ပြားများကို အဘယ်ကြောင့် ဘူးခွဲပြီး ထည့်ရ  
သနည်း။

သမိုင်းကြောင်းကို ပြန်ကြည့်မှ ခြားနားချက်ကိုသဘောပေါက်  
မည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ်စီဒီတွေ မပေါ်မီက၊ သီချင်းတွေကို ဗီနိုင်းဒစ်ပေါ်  
ထည့်၍ရောင်းသည်။ ၎င်းတို့ကို (၃၀၂) စတုရန်း မီလီမီတာရှိသော  
ဘူးများတွင်ထည့်သည်။ ဗီနိုင်းဒစ်များတင်သောစင်သည်၊ စီဒီဘူး  
နှစ်ဘူးစီနိုင်သည်။ အစားထိုးဝင်ရောက်သော စီဒီဘူးတွေကို  
ဘူးထက်တစ်ဝက်ခန့်သာကျယ်အောင်လုပ်ထားခြင်းဖြင့် စင်အသစ်  
ထပ်လုပ်စရာမလိုတော့ပေ။

ဒီဇီဒီလူသုံးမများမီက ရုပ်ရှင်ကားတွေလို VHS ဗီဒီယို  
တိပ်ခွေတွေသုံး၍ ကြည့်ကြသည်။ တိပ်ခွေတွေကို (၁၃၅)  
မီလီမီတာကျယ်၊ (၁၉၁)မီလီမီတာမြင့်သော ဘူးတွေထဲထည့်ကြသည်။  
ဗီဒီယိုယိုတိပ်တွေကို ဘေးချင်းကပ်ပြီး ထောင်စီသည်။ ဒီဇီဒီဘူးခွဲတွေကို  
တိပ်ခွေဘူးခွဲတွေနှင့် အမြင်တူအောင် လုပ်ထားခြင်းဖြင့် လက်ရှိ  
ဒီဇီဒီစင်များပေါ်တွင် ဒီဇီဒီကားတွေကို ဆက်တင်နိုင်မည်။ စားသုံး  
သူများအနေဖြင့်လည်း မူလက တိပ်ခွေတင်သောစင်များပေါ်တွင်  
ဒီဇီဒီတွေ တင်နိုင်မည်။

**အမျိုးသမီးအင်္ကျီများ လက်ဝဲဘက်တွင် ကြယ်သီးတပ်ပြီး  
အမျိုးသားဝတ်အင်္ကျီများ လက်ယာဘက်တွင် ကြယ်သီးတပ်ခြင်း**

အထည်ထုတ်လုပ်သူများသည်၊ အုပ်စုအလိုက် သတ်မှတ်ထားသော ဝတ်စုံအတိုင်းအတာများကို လိုက်နာကြရသည်။ ထူးခြားသည်မှာ အမျိုးသားများအတွက် သတ်မှတ်ချက်နှင့် အမျိုးသမီးများအတွက် သတ်မှတ်ချက် ဆန့်ကျင်ဘက်ဖြစ်နေခြင်း ဖြစ်သည်။ မလိုက်နာမနေရ သတ်မှတ်ချက်ဖြစ်သည်ဟုဆိုလျှင် ဤကိစ္စမှာ တစ်မျိုးဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာပေါ်က အမျိုးသား၊ အမျိုးသမီး အားလုံးတို့၏ (၉၀)%သည်၊ ယာသန်များဖြစ်ရာ ယာသန်များအတွက် ယာဘက်ကကြယ်သီးတပ်ရသည်မှာပို၍ အဆင်ပြေသည်။ သို့ပါလျက်နှင့် အမျိုးသမီးဝတ်စုံများကို အဘယ်ကြောင့် လက်ဝဲဘက်က ကြယ်သီးတပ်နေသနည်း?

ဤကိစ္စ၌ သမိုင်းကြောင်းက တကယ်အရေးပါသည့် သာဓကဖြစ်သည်။ (၁၇) ရာစုတွင် ကြယ်သီးစပေါ်စဉ်က ချမ်းသာသူများ၏ ဝတ်စုံသာကြယ်သီးတပ်သည်။ အမျိုးသားတွေက ဝတ်စုံကို ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်ဝတ်ကြပြီး အမျိုးသမီးတွေကို အိမ်ဖော်တွေက ဝတ်ပေးကြသည်။ ယာသန်အိမ်ဖော်များအတွက် လက်ဝဲဘက်က ကြယ်သီးတပ်ပေးရလျှင် ပိုလွယ်သည်။ အမျိုးသား ဝတ်များကို အမျိုးသားတွေ ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်ဝတ်ကြရသည်။ လက်ဝဲတင်ပါးရှိ ဓားကို လက်ယာလက်ဖြင့် ဆွဲထုတ်ရာ၌ အင်္ကျီနှင့် မငြိစေရန်လည်း လိုသည်။

ယခုခေတ်တွင် မည်သည့်အမျိုးသမီးကိုမျှ အစေခံတွေက ဝတ်မပေးကြသော်လည်း လက်ဝဲဘက်၌ ဆက်၍ ကြယ်သီးတပ်နေကြသည်။ စံချိန်စံညွှန်းတစ်ခုကို ချမှတ်ပြီးလျှင် ပြုပြင်ရန်ခက်သည်။ အမျိုးသမီးဝတ်စုံများ လက်ဝဲဘက်၌ ကြယ်သီးတပ်ချိန်တွင် လက်ယာဘက်ကြယ်သီးတပ်ဝတ်စုံကို မည်သူကမျှ ထုတ်လုပ်ရဲကြမည်

မဟုတ်ပေ။

အမျိုးသမီးများသည် လက်ဝဲဘက်ကြယ်သီးတပ်ရှုပ်အင်္ကျီများကို ဝတ်ကျင့်ရထားကြပြီးဖြစ်ရာ လက်ယာဘက်ကြယ်သီးတပ်ပေးလိုက်၍ ပြန်သင်ရ ပြန်ကျင့်ရဦးမည်။ ထိုလက်တွေ့အခက်အခဲအပြင် လက်ယာဘက်ကြယ်သီးတပ်ရှုပ်အင်္ကျီများကို လူပုံအလယ်ဝတ်ပြုရန် ခက်မည်။ အခြားလူတွေက အမျိုးသားဝတ်ရှုပ်အင်္ကျီတွေကို ယူဝတ်လာသည်ဟုသာ ထင်ကြမည်။

အခန်း (၂)  
အသုံးပြုပုံနှင့် ရှေးကြီးစာတ်ခဲ  
လက်တွေ့ဝယ်လိုအားနှင့်ရောင်းလိုအား

စီးပွားရေး (ဘောဂဗေဒ) ပညာရှင်နှစ်ယောက်နေ့လယ်စာစားကြရာ၊ ပေါင် (၅၀)တန်ဟု ထင်ရသော စက္ကူတစ်ရွက်ကို လမ်းပေါ်၌တွေ့ရသည်။ ငယ်ရွယ်သည့် ဘောဂဗေဒပညာရှင်က ကောက်ရန် ငုံ့လိုက်သောအခါ ဘောဂဗေဒပညာရှင်အကြီးကတားထားပြီး 'ပေါင် ၅၀တန် စက္ကူမဖြစ်နိုင်' ဟု ပြောလိုက်သည်။ ဘောဂဗေဒပညာရှင်အငယ်က ဘာဖြစ်လို့လဲဟု မေးသည်။ 'ပေါင်ငါးဆယ်တန်ဆိုရင် အခုအချိန်လောက်ဆို တစ်ယောက်ယောက်က ကောက်ပြီးရောပေါ့' ဟုဖြေသည်။

ဘောဂဗေဒပညာရှင်အကြီး၏ ကောက်ချက်လွဲကောင်းလွဲမည်။ သို့သော် သူ့အတွေးအခေါ်တွင် လူတွေမကြာခဏ ဥပေက္ခာပြုတတ်ကြသော အရေးကြီးသည့်အမှန်တရားပါဝင်သည်။ 'စားပွဲပေါ်မှငွေမရှိ' နိယာမအရ အခမဲ့ အလွယ်တကူရနိုင်သော ငွေကြေးသည် ဘယ်သူမျှ မကောက်ယူဘဲ ကြာရှည်ကြာများ နေစရာအကြောင်းမရှိ။ အတိတ်မှာ ကဲ့သို့ပင် အနာဂတ်၌လည်း တကယ်ငွေရဖို့ဆိုသည်မှာ အစွမ်းအစ စုဆောင်းမှု ကြိုးစားပမ်းစားလုပ်ဆောင်မှုနှင့် ကံတို့ တစ်မျိုးတစ်ဖုံ ပေါင်းစပ်သည့် နည်းတစ်ခုသာရှိသည်။

သို့သော်လည်း လူသန်းပေါင်းများစွာတို့က နေ့ချင်းညချင်း အလောသုံးဆယ် သူတို့ချမ်းသာနိုင်ကြသည့်ဟု ယုံကြည်နေကြသည်။ GE, P&G တို့ကဲ့သို့ သမားရိုးကျ ကုမ္ပဏီများ၏ အစုရှယ်ယာတွေ ရောင်းကာ Oracle, Cisco တို့ကဲ့သို့သော နည်းပညာဖြင့် ကုမ္ပဏီများ၏ စတော့ရှယ်ယာတွေ ဝယ်ယူလိုက်ခြင်းဖြင့် NASDAQ အညွှန်းကိန်းများ ပေါက်ကွဲသလို ထိုးတက်ကာ ချမ်းသာသွားကြသည်ကို (၁၉၉၀)ပြည့်လွန်နှစ်များ၌ တွေ့မြင်ခဲ့ကြရသည်။ မကြာသေးမီကလည်း၊ တတ်နိုင်သမျှ များများရအောင်ချေးယူကာ၊ သာမန်အတိုင်းဆိုလျှင် လက်လှမ်းတမီ ဝယ်ယူနိုင်စရာမရှိသော ပိုင်ဆိုင်မှုတွေကို ဝယ်ယူခြင်းဖြင့် နေ့ချင်းညချင်း ချမ်းသာသွားကြသည်များကိုလည်း တွေ့ခဲ့ရသည်။

စားပွဲပေါ်မှ ပိုက်ဆံကောက်ရသည်ဟု ထင်သူတို့က၊ တွေ့ရိုးတွေ့စဉ် အဆန်းအသစ်တွေ အမြဲမရှိကြောင်း စိတ်ချလက်ချရှင်းပြနိုင်ကြသည်။ ဥပမာ (၁၉၉၀) ပြည့်လွန်နှစ်များက နွားသိုးငှေ့သလို ထိုးတက်နေသော စတော့ရှယ်ယာတွေကို စိစစ်သုံးသပ်သူတို့က အင်တာနက်ကြောင့် ကစားပုံ ကစားနည်း လုပ်ပုံလုပ်နည်းတွေ ပြောင်းကုန်သဖြင့် သမားရိုးကျ တန်ဖိုးဖြတ်သည့် ဖော်မျူလာတွေ ဆီလျော်ခြင်းမရှိတော့ဟု ဆိုကြသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအချင်းချင်း အင်တာနက်မှ အရောင်းအဝယ်လုပ်သောအခါ အချို့ကုမ္ပဏီများ၏ လည်ပတ်စရိတ် (၃၀)%မက လျော့ကျသွားရာ နည်းပညာသစ်များက ထုတ်လုပ်မှု စွမ်းအားကို အလိုအလျောက်မြင့်မားစေကြောင်း သံသယရှိစရာမလို။

သို့သော်လည်း ယခုအခါ လူတိုင်းသဘောပေါက်လာကြပြီး စောစောစီးစီးကတည်းက သဘောပေါက်ခဲ့သင့်သကဲ့သို့ e-commerce ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ အဆုံးစွန်သော တန်ဖိုးသည် ထုတ်လုပ်မှု စွမ်းအား မည်မျှမြင့်မားအောင် လုပ်နိုင်သည်အပေါ်၌ မူမတည်ဘဲမည်မျှ



အမြတ်ရအောင် ဖန်တီးနိုင်သည်ဆိုသည့်အပေါ်တွင် မူတည်နေသည်။ လျင်မြန်သွက်လက်စွာ ရယူအသုံးချတတ်သော ကုမ္ပဏီများအတွက်၊ နည်းပညာသစ်များသည်၊ အမြတ်တွေ တစ်လှေကြီးရနေအောင် ဆက်လက်ဖန်တီးပေးနေဦးမည်ဖြစ်သည်။ သို့သော် အတိတ်ကကဲ့သို့ပင် ပြိုင်ဘက်တွေက အလားတူနည်းပညာ တွေကို ရယူအသုံးချသောအခါ ရေရှည်စရိတ်သက်သာခြင်းသည် ထုတ်လုပ်မှုတွေ အမြတ်ပိုရစေရန် မဖြစ်တော့ဘဲ စားသုံးသူတွေ ဈေးသက်သာစွာရဖို့ဖြစ်သွားသည်။ အမေရိကန်ခြံသမားတစ်ယောက် သည်၊ နို့အတွက် (၂၀)%တိုးစေသော ဟိုမုန်းနည်းပညာ (Bovire Somatotropin) ကို ရယူအသုံးချသော အခါ၊ ရေတိုတွင် အမြတ်တွေဒလဟောရရှိသည်။ သို့သော် ဟိုမုန်းသုံးစွဲမှု ပျံ့နှံ့သွားသောအခါ၊ ထုတ်လုပ်မှုတိုးလာခြင်းကြောင့် နို့ဈေးနှုန်းတွေ မှန်မှန်ကျကာ အမြတ်တွေ လျော့ကုန်သည်။

နည်းပညာအသစ်များကို ရှာဖွေတွေ့ရှိသူ အများစုသည်၊ ထိုသို့သော အမြတ်အလားအလာကို တွေ့ကြုံကြုံကြရသည်။

‘စားပွဲပေါ်က ပိုက်ဆံကောက်မရနိုင်’ နိယာမက၊ မှန်လွန်း၊ ကောင်းလွန်းလှသည်ဟု ထင်ရသော အခွင့်အလမ်းများကို သတိထားရန် ကျွန်တော်တို့အား သတိပေးသည်။ အမေရိကန် NAS DAQ စတော့ဒိုင် ပြိုကွဲမှုနှင့် (၂၀၀၀)ပြည့်နှစ် မတ်လတွင် ဖြစ်ပွားခဲ့သော ယူကေ FRSEစတော့ အညွှန်းကိန်းများ ထိုးကျမှုတို့ကိုပါ၊ ကြိုတင် ဟောကိန်း ထုတ်ခဲ့သည်။ သို့သော် စရိတ်အကျိုးအမြတ် သဘောတရားနှင့် ပေါင်းစပ်ပြီး၊ သာမန်ဈေးကွက်တွင်၊ အလိုအလျောက် မဖြစ်တတ် သည့် ပုံစံတို့ကို နားလည်ရန်၊ အထောက်အကူပြုသည်။ ဥပမာအားဖြင့်၊ ထုတ်ကုန်တွေ ရောင်းချသည့်ဈေးနှုန်းကိုကြည့်ပါ။

လူတွေ၏ကြိုက်နှစ်သက်မှုနှင့် ဝင်ငွေတို့၊ တစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက်မတူ ခြားနားကြလေရာ၊ ပစ္စည်းတစ်ခုကို ဘယ်လောက်

ပေးချင်သည်ဆိုသော ပမာဏသည်လည်း၊ တစ်ယောက်နှင့်တစ်ယောက် မတူပေ။ သို့သော် အဒမ်စမစ် (Adam Smith) က၊ နိုင်ငံတို့၏ ဥစ္စာဓန (The wealth of Nations) ဟူသော ကျမ်းတွင် ရေးခဲ့သည့် အတိုင်း ထုတ်ကုန်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းသည်၊ ရေရှည်တွင်၊ ထိုထုတ်ကုန် ထုတ်လုပ်ရသော စရိတ်ထက်မများသင့်ပေ။ အကယ်၍ ဈေးနှုန်းက စရိတ်နှင့် ညီမျှသောအဆင့်ရောက်သည်အထိ၊ နောက်ထပ် ထပ်ထပ်ပြီး ဝင်လာကြမည်။

သို့သော်လည်း၊ အခြေခံအားဖြင့်၊ တူညီသောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှု ဝယ်သူအမျိုးမျိုးက၊ ဈေးနှုန်းအမျိုးမျိုးပေးဝယ်သော သာဓကများစွာရှိသည်။ ထိုဥပမာများသည်၊ စားပွဲပေါ်ကပိုက်ဆံကောက် မရနိုင်ဟူသော ဥပဒေနှင့် ဆန့်ကျင်နေသည်။ ပြိုင်ဘက်ရောင်းသူများ အပြိုင်ရောင်းပါလျက် အဘယ်ကြောင့် ဈေးနှုန်းမတူရသနည်း၊ အခန်း (၄)၌ ဖော်ပြထားသော ဥပမာများသည် ဤမေးခွန်းကို အဖြေပေးသည်။ လောလောဆယ်တွင်၊ ဈေးကွက်အတော်များများ၌၊ ပြိုင်ဆိုင်မှုကြောင့်၊ ဈေးနှုန်းတွေတညီတည်းဖြစ်သွားသည်။

ဥပမာ လန်ဒန်၌လည်းကောင်း၊ နယူးယောက်၌လည်းကောင်း ရွှေရောင်းရာတွင် ကုမ္ပဏီအမှုဆောင်အရာရှိများကို ဖြစ်စေ၊ မူလတန်းပြ ဆရာမကိုဖြစ်စေ အနည်းနှင့်အများ တစ်ဈေးတည်းရောင်းချသည်။ ထိုအတိုင်းမဖြစ်လျှင် စားပွဲပေါ်ကပိုက်ဆံကောက်ရသလိုဖြစ်တော့မည်။ ဥပမာ နယူးယောက်၌ ရွှေတစ်အောင်စလျှင်ပေါင် (၄၀၀) ဖြစ်ပြီး လန်ဒန်၌ ပေါင် (၄၅၀) ဈေးပေါက်သည်ဆိုပါစို့။ ထိုအခါ နယူးယောက် ၌ဝယ်ကာ၊ လန်ဒန်၌ ရောင်းခြင်းဖြင့်၊ ပေါင် (၅၀) မြတ်မည်။ စားပွဲပေါ်က ပိုက်ဆံကောက်ရစရာမရှိဟူသော ဥပဒေလို၊ 'ဈေးနှုန်း တစ်ခုတည်း နိယာမ' အဖြစ် ဖော်ပြနိုင်သည်။ ထိုနိယာမအရ၊ မြို့ကြီးနှစ်မြို့ရှိ ရွှေဈေးနှုန်းသည်၊ သယ်ယူပို့ဆောင်ခထက် ပို၍မများနိုင်။

ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်းနိယာမသည်၊ အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုဈေးကွက်များတွင် ရောင်းချသော ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် အထူးသက်ဆိုင်သည်။ အကြမ်းဖျဉ်းပြောရလျှင် ထိုဈေးကွက်များ၌ များပြားလှသော ရောင်းချသူများသည်၊ စံချိန်စံညွှန်းတစ်ပြေးတည်းလို ဖြစ်နေသော ထုတ်ကုန်များကို ရောင်းချကြသည်။ ရွှေ့ဈေးကွက်သည် စံနမူနာတစ်ခုဖြစ်သည်။ ရွှေ့သည်၊ စံချိန်စံညွှန်းသတ်မှတ်ထားသော ကုန်ပစ္စည်းဖြစ်ကာ၊ အမြတ်အလားအလာ ကောင်းသည့်အချိန်၊ ကောင်းသည့်နေရာ၌ လုပ်ငန်းအသစ်များ ဝင်ရောက်ရန် လွယ်ကူသည်။

တစ်နေရာတွင် ဝယ်ကူကာ၊ ဈေးမြင့်မြင့်ဖြင့် အန္တရာယ်ကင်းကင်းပြန်ရောင်းနိုင်သည်။ အလားအလာကြောင့် ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်းနိယာမကို ဖြစ်စေသည်။ စားပွဲတင်ဆား (၁) ကီလိုဂရမ်ကို သူဌေးက ဆင်းရဲသားထက်၊ ပိုပေးနိုင်စွမ်းရှိသဖြင့်၊ ပိုလည်းပေးချင်ပေးမည်။ သို့သော် ဆားကို မည်သူဝယ်ဝယ်၊ ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်းသာဖြစ်သည်။

ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်း နိယာမအရ သူဌေး၏ ဈေးပိုပေးချင်စိတ်ကို ခေါင်းပုံဖြတ်သောသူသည် ပြိုင်ဘက်အရောင်းသမားတွေ ဝင်ရောက်လာစေရန်အတွက် ချက်ချင်းအမြတ်ရသည့်အခွင့်အလမ်းတွေ ပေါ်ပေါက်စေသည်။ အကယ်၍ ရောင်းသူတွေက သူဌေးတွေကို ဈေးတင်ရောင်းချချင်ပါလျှင် ဆင်းရဲသားကြားပွဲစားတွေက ဝင်ရောက်နှောင့်ယှက်နိုင်သည်။ ကြားပွဲစားတွေက ဆင်းရဲသားတွေကို ရောင်းသော ဈေးဖြင့်ဝယ်ပြီး သူဌေးကို ရောင်းသောဈေးထက် အနည်းငယ်လျော့ရောင်းကာ အမြတ်ထုတ်နိုင်သည်။ ဆင်းရဲသားတွေ တစ်ယောက်ပြီး တစ်ယောက် အလားတူအတူခိုးပြီးလိုက်လုပ်လေ ဈေးနှုန်းခြားနားမှုတွေ လျော့လျော့လာပြီး နောက်ဆုံး၌ ဈေးနှုန်းကွာခြား တော့မည်မဟုတ်ပေ။

ဘောဂဗေဒ ပညာရှင်များ၏ ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားပုံစံ

သည်။ မည်သည့်ထုတ်ကုန်ကို မည်မျှ၊ မည်သည့်ဈေးနှုန်းဖြင့် ထုတ်လုပ်မည်ကို ဆုံးဖြတ်သော အင်အားစုများနှင့် ပတ်သက်သည့် ဇာတ်လမ်းတစ်ခုသာဖြစ်သည်။ ထုတ်ကုန်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားသည် လူ့ဘယ်လောက်များများက ပေးဝယ်လိုကြသည်ကို တိုင်းတာသည်။ တစ်နည်းအားဖြင့်၊ ထိုထုတ်ကုန်ကို စားသုံးရာမှ ရရှိသည်ဟု ခံစားရသော အကျိုးကျေးဇူးတွေကို အကျဉ်းချုံးဖော်ပြခြင်းဖြစ်သည်။ လူတွေက ထုတ်ကုန်တစ်ခုကို နောက်ဆုံးဝယ်လိုက်သောထုတ်ကုန် အတွက် ရလိုက်သည့်တန်ဖိုးက ပေးရသည့်ဈေးနှုန်းလောက် ကြီးနေသမျှ ဆက်ဆက်ပြီး ထပ်ထပ်ပြီး ဝယ်နေကြမည်ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းတက်လေ ဝယ်မည့်အရေအတွက် လျော့လေဖြစ်သည်။

ထုတ်ကုန်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားသည်၊ ထုတ်လုပ်သူတွေ၏ ရောင်းချလိုမှုကို အကျဉ်းချုံးတိုင်းတာဖော်ပြသည်။ အခြေခံရောင်းလိုအား ဥပဒေသအရ၊ ရောင်းရာမှရမည့် ဈေးနှုန်းသည် အစွန်းထွက်စရိတ်ကို ကာမိနေသမျှ၊ ဆက်လက်ရောင်းချနေမည်ဖြစ်သည်။ အစွန်းထွက်စရိတ်ဆိုသည်မှာ၊ ရောင်းချရန် နောက်ဆုံးထုတ်လုပ်သော ထုတ်ကုန်၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်ဖြစ်သည်။

ရေတိုတွင် ထုတ်လုပ်သည့် ယူနစ်များလေ၊ အစွန်းထွက်စရိတ်တက်လေဖြစ်သည်။ (နိမ့်နိမ့်ကအသီး - အရင်ခူး - ဥပဒေသ၏ ရလဒ်ဖြစ်သည်။ အကောင်းဆုံးအခွင့်အလမ်းတွေကို၊ အရင်ဆုံးရယူဆုပ်ကိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ အကောင်းဆုံးဖြစ်သည်) သို့ဖြစ်၍ ရောင်းလိုအား ဘက်က ပြောရလျှင်၊ ကုန်ပစ္စည်း တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းတက်လေ၊ ရောင်း သူတွေက ပိုရောင်းချင်လေဖြစ်သည်။

ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်တစ်ခုတွင်၊ လက်ရှိဈေးနှုန်း၌ စားသုံးသူများဝယ်ယူလိုသော ပမာဏနှင့် ထုတ်လုပ်သူတွေရောင်း ချလိုသော ပမာဏတို့တူညီနေလျှင် ထိုဈေးကွက်သည်အားမျှခြေ (Equilibrium)

၌ ရောက်နေသည်ဟု ဆိုပါသည်။ အားမျှခြေဈေးနှုန်း (Equilibrium Price)ကိုလည်း ဈေးကွက်ရှင်းဈေးနှုန်း (Market Clearing Price) ဟုခေါ်သည်။

ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားသည် ဈေးကွက်တွင် ကျွန်ုပ်တို့ နေ့စဉ်ရရှိနေသော သတင်းအချက်အလက်တွေ့တစ်ပြုတစ်ခေါင်းကြီးမှ စနစ်တကျ ပုံစံတစ်ခုဖြစ်ပေါ်စေရန် အနှစ်ထုတ်ပေးနိုင်သော ဧရာမ စွမ်းအားရှိသည်။

ဈေးကွက်ထဲ၌ ဝယ်လိုအားဘက်နှင့် ရောင်းလိုအားဘက်တို့ ဘက်မျှနေသောအခါ ဈေးကွက်ဈေးနှုန်းဖြစ်ပေါ်ရာ ဝယ်လိုအားကို သော်လည်းကောင်း ရောင်းလိုအားကိုသော်လည်းကောင်း ကွက်၍ ပြောပြီး၊ ဈေးနှုန်း (သို့မဟုတ်) အရေအတွက် အပြောင်းအလဲတွေကို ပြောလျှင် မည်သည့်အခါမျှ မှန်ကန်မည်မဟုတ်ပေ။ သို့သော်လည်း၊ ဈေးကွက်ရှိ အရေးကြီးသော အလားအလာများကို တစ်ခါတစ်ရံ၌ ဝယ်လိုအား၊ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ရောင်းလိုအားကို အာရုံစိုက်လေ့လာခြင်းဖြင့် သဘောပေါက်နိုင်သည်။ ရှေးဦးစွာ ဖော်ပြထားသော ဥပမာများသည် ဝယ်လိုအား (ဝယ်သူ) ကြောင့်၊ အဓိက ဖြစ်ရသော ကိစ္စများဖြစ်သည်။

**အရက်ဆိုင်များတွင် မြေပဲကို အခမဲ့ပေးသော်လည်း ရေကို ငွေပေး၍သောက်ခြင်း**

အချို့အရက်ဆိုင်များက၊ လီတာဝက်ရှိသောရေတစ်ပုလင်းကို (၂)ပေါင်ခန့်တောင်းတတ်ကြပြီး၊ လက်လှမ်းမီရာတွင် မြေပဲတစ်ပန်းကန် ကို အဆင်သင့်အခမဲ့ ချပေးထားတတ်ကြသည်။ စင်စစ် မြေပဲကို ထုတ်လုပ်စရိတ်သည်၊ ရေကိုထုတ်လုပ်ရသည့်စရိတ်ထက်ကြီးလေးရာ၊ မြေပဲအတွက် ငွေတောင်းပြီး၊ ရေကို အခမဲ့မတိုက်သင့်သလောဟု မေးစရာရှိသည်။

ဤလုပ်ပုံလုပ်နည်းကို နားသည်ရန်အတွက် အဓိကအချက်မှာ၊  
 ဘားကရေနှင့် မြေပဲတို့ကို ပေးပုံသည်။ ထိုကုန်ပစ္စည်းများက၊  
 ဘားဆိုင်၏အဓိကထုတ်ကုန်ဖြစ်သော အရက်သောက်သုံးမှုအပေါ်  
 အကျိုးသက်ရောက်မှုကို အခြေခံသည်။ မြေပဲနှင့် အရက်သည်၊  
 တွဲဖက်ကုန်စည်ဖြစ်သည်။ မြေပဲများများစားလေ၊ အရက် (သို့)  
 ဘီယာများများသောက်လေ။ မြေပဲသည် ဈေးပေါ်ပြီး၊ အရက်သည်  
 အမြတ်များသဖြင့်၊ မြေပဲအခမဲ့ကျွေးခြင်းသည် အရက်ဆိုင်၏ အမြတ်ကို  
 တိုးပွားစေသည်။

တစ်ဘက်၌ အရက်နှင့် ရေတို့သည် အစားထိုးကုန်စည်များဖြစ်  
 သည်။ ဖောက်သည်က ရေများများသောက်လေ မှာယူသောက်သုံး  
 သည့်အရက် လျော့နည်းလေ ဖြစ်မည်။ ထိုကြောင့်ရေသည် ဈေးပေါ  
 သော်လည်း အရက်ဆိုင်က ဈေးတင်ထားကာ၊ ရေလျှော့သောက်စေ  
 သည်။

ကွန်ပျူတာထုတ်လုပ်သူများက ကွန်ပျူတာထက်ပင်ဈေးကြီးသော  
**Software များကို အခမဲ့ ထည့်ပေးကြခြင်း**

ယနေ့ ကွန်ပျူတာအသစ်တစ်လုံးဝယ်သူတစ်ယောက်သည်  
 ကွန်ပျူတာလည်ပတ်ရန် နောက်ဆုံးစနစ်များသာမက စာစီစာရိုက်  
 စာရင်းကိုင် စာပို့ ဂီတနားဆင်ခြင်း ဓာတ်ပုံပြုပြင်ခြင်းတို့အတွက်ပါ  
 Software များ ထည့်ပေးလေ့ရှိသည်။ နောက်ဆုံးပေါ် ဗိုင်းရပ်စ်  
 ကာကွယ်တားဆီးရေး Software ဆိုလျှင်၊ အထူးပင်ပြောနေစရာ  
 မလိုပေ။ ဤတန်ဖိုးရှိ Software တွေကို အဘယ်ကြောင့် အခမဲ့  
 ပေးသနည်း။

ဆော့ဖ်ဝဲအသုံးပြုသူများသည်၊ ပစ္စည်းတစ်ခုနှင့်တစ်ခု တွဲ၍ရ  
 မရကို အထူးဂရုစိုက်ကြသည်။ အကယ်၍ သိပ္ပံပညာရှင်များ၊ သို့မဟုတ်

သမိုင်းပညာရှင်များ၊ အလုပ်အတူတွဲလုပ်ကြသည် ဆိုပါစို့၊ သူတို့အားလုံး တူညီသော စာစီစာရိုက်စနစ်ကို အသုံးပြုလျှင်၊ လုပ်ရကိုင်ရ ပိုလွယ်ကူ သည်။ အလားတူပင်၊ လုပ်ငန်းရှင်ငယ်တစ်ဦး၏ ငွေကြေးဆော့ဖ်ဝဲနှင့် သူမစာရင်းကိုင်၏ ဆော့ဖ်ဝဲတူညီလျှင် အခွန်ပြန်အမ်းငွေ တောင်းရ လွယ်ကူသည်။

အခြားစဉ်းစားစရာတစ်ခုမှာ Microsoft word အပါအဝင် ဆော့ဖ်ဝဲအတော်များများသည် ကျွမ်းကျင်ပိုင်နိုင်ရန် ခက်ခဲသည်။ သို့ဖြစ်၍ တစ်ခုကိုပိုင်နိုင်ထားပြီဆိုလျှင်၊ ပိုကောင်းသည့် အရာပင် ဖြစ်လင့်ကစား၊ အသစ်တစ်ခုကို မသင်ချင်၊ မလေ့လာချင်တော့ပေ။

တစ်ဖန် ဆော့ဖ်ဝဲတစ်ခု ပိုင်ဆိုင်အသုံးပြုရာမှ ရရှိသောအကျိုး ကျေးဇူးသည်၊ အခြားသောအသုံးပြုသူများလေ၊ ကြီးမားလေဖြစ်သည်။ ဤထူးခြားသောဆက်သွယ်မှုကြောင့် လူသုံးများသော ပရိုဂရမ် တစ်ခုကိုထုတ်လုပ်သူသည် အကျိုးအမြတ်များစွာရပြီး၊ ပရိုဂရမ် အသစ်တစ်ခု ဈေးကွက်ထဲ ဝင်ရောက်ထိုးဖောက်ရန် ခက်စေသည်။

ဤအကြောင်းကို သဘောပေါက်ပြီး Symantec Corporation က ကွန်ပျူတာထုတ်လုပ်သူများကို Norton ဗိုင်းရပ်စ်တိုက်ဖျက်ရေး ပရိုဂရမ်အခမဲ့ စမ်းသပ်အသုံးပြုခွင့်ပေးသည်။ ထိုပရိုဂရမ်ပါသည့် အတွက်လည်း ကွန်ပျူတာ ဝယ်ရသူတွေက ပိုသဘောကျကြသည်။ အခမဲ့ပေးလိုက်ခြင်းဖြင့် Norton Anti Virus အဆင့်မြှင့်တင်ခြင်း၊ ဆက်နွယ်နေသော အဆင့်မြင့်ဆော့ဖ်ဝဲများ ရယူခြင်းဟူသော ဝယ်လို အားတွေ၊ အဆမတန်တိုးပွားလာစေသည်။

ဤအောင်မြင်မှုကြောင့် အခြားဆော့ဖ်ဝဲ ထုတ်လုပ်သူ တွေကပါ အတုခိုးပြီး လိုက်လုပ်လာကြသည်။ အချို့ဆော့ဖ်ဝဲထုတ်လုပ် သူများဆိုလျှင် ကွန်ပျူတာထုတ်လုပ်သူများကို အခကြေးငွေပေးပြီး မိမိတို့၏ ပရိုဂရမ်များ ထည့်ခိုင်းသည်ဟူသော ကောလာဟလပင် ထွက်သည်။

### မိုဘိုင်းဖုန်းကို (၁၂၅၅) ပေါင်ဖြင့် ရောင်းပြု ရောင်းပြု ဓာတ်ခဲအပိုကို (၁၉၉၉) ပေါင်ဖြင့် ရောင်းခြင်း

Carphone Warehouse ဆိုင်၌၊ Nokia G300 လက်ကိုင် ဖုန်းကို တစ်နှစ်အသုံးပြုမည်ဟု စာချုပ်ချုပ်ဆိုကာ လက်ကိုင်ဖုန်းအခမဲ့ရနိုင် သည်။ သို့သော် ဓာတ်ခဲကို အချိန်ကြာကြာအား ဖြည့်မည် မဟုတ်ဟု ယူဆပြီး ဓာတ်ခဲအပိုလိုချင်လျှင် (၁၉.၉၉) ပေါင်ပေးရသည်။ လက်ကိုင် ဖုန်းက ဈေးပေါပြီး ထိုဖုန်းထဲရှိဓာတ်ခဲက အဘယ်ကြောင့် ဈေးကြီး နေရသနည်း။

ဓာတ်ခဲတွင်ပါဝင်သော၊ ပြန်လည်အားဖြည့်နိုင်သည့် Liltium ၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်ကြီးမားသည်။ ထိုအတိုင်းဆိုလျှင် မူလဖုန်းတွင် ပါဝင်သော ဓာတ်ခဲက အဘယ်ကြောင့်ဈေးပေါနေရသနည်း။ အဖြေက ကြိုးမဲ့ကြေးနန်းဝန်ဆောင်သူများ၏ စရိတ်အနေအထား အပေါ်တွင် မူတည်သည်။ တယ်လီဖုန်း ကုမ္ပဏီများကျခံရသည့်စရိတ် အတော် များများသည် ကွန်ယက်တည်ထောင်ရန်အတွက် တယ်လီဖုန်း တိုင်စိုက်ခြင်း လိုင်စင်ရယူခြင်းတို့ကဲ့သို့သော ပုံသေစရိတ်များ ဖြစ်သည်။ ကြော်ငြာစရိတ်လည်း ထို့အတူပင်ဖြစ်သည်။ ဤစရိတ်များသည် ၎င်းတို့ ပေးသော ဝန်ဆောင်မှုအတော်များများနှင့် ဆက်စပ်မှုမရှိ တယ်လီဖုန်း ကုမ္ပဏီတွေက ဖောက်သည်များများရအောင် ဆွဲဆောင်နိုင်လေ ပုံသေ စရိတ်တွေကိုကာမိလေ လုပ်ငန်းဆက်လက်ရှင်သန်နိုင်လေဖြစ်သည်။

တယ်လီဖုန်း ကုမ္ပဏီ၏ကိုယ်စားလှယ်ထံမှ ဝန်ဆောင်မှု စာချုပ်ချုပ်ဆိုရာ၌ တစ်လလျှင်ပေါင် (၃၀) ပေးရသည်ဆိုပါစို့။ ဖောက်သည်တစ်ယောက်တိုးလေ၊ တစ်နှစ်လျှင်ပေါင် (၃၆၀) ရလေဖြစ်ပြီး တစ်ပြားတစ်ချပ်မျှ စရိတ်ထပ်ကုန်စရာမလို။ ထို့ကြောင့် တယ်လီဖုန်း ကုမ္ပဏီများအနေဖြင့် ဖောက်သည်တွေထပ်ထပ်တိုးစေရန် မက်လုံးကြီး ကြီးမားမား ရှိနေသည်။

မိုဘိုင်းဖုန်းများနှင့် ဖုန်းလှိုင်းများသည် တွဲဖက်ကုန်စည်များ



ဖြစ်ကြသည်။ လက်ကိုင်ဖုန်းတွေကို အကြီးအကျယ်ဈေးလျှော့ပေးခြင်းသည် ဖောက်သည်အသစ်တွေကို ဆွဲဆောင်ရန်အတွက် အထိရောက်ဆုံးနည်းလမ်းဖြစ်ကြောင်း၊ အတွေ့အကြုံများအရ သိရသည်။ လက်ကိုင်ဖုန်းများကို အစုလိုက်အပြုံလိုက် လက်ကားဝယ်ယူခြင်းဖြစ်သဖြင့်၊ တယ်လီဖုန်းလိုင်း ကုမ္ပဏီက Nokia, Motorola နှင့် အခြားလက်ကိုင်ဖုန်းထုတ်လုပ်သော ကုမ္ပဏီတွေကို ကောင်းကောင်းဈေးဆစ်နိုင်သည်။ တယ်လီဖုန်းလိုင်းကုမ္ပဏီတွေက၊ သူတို့ပေးရသော ဈေးထက်ပင် လျှော့ရောင်းတတ်ကြသကဲ့သို့၊ ဖောက်သည်အသစ်ကို အခမဲ့ပေးသော ကုမ္ပဏီများပင် ရှိသည်။ သို့သော် လက်ကိုင်ဖုန်းတစ်လုံးအခမဲ့ပေးလိုက်ခြင်းကြောင့်၊ နှစ်စဉ်ကြေးပေါင် (၃၆၀) ရလျှင်၊ တယ်လီဖုန်း၊ အခွန်အတွက် ပေါင် (၅၀) ပေးလိုက်ရသည့်တိုင်၊ ကောင်းကောင်းကြီးအကျိုးရှိသည်။

တစ်ဖက်၌ ဓာတ်ခဲအပိုအတွက် ဈေးလျှော့ပေးခြင်းကြောင့် ဖောက်သည်အသစ်တွေမရနိုင် (လူအတော်များများကလည်း၊ ဓာတ်ခဲအသစ်မဝယ်ကြ)၊ တယ်လီဖုန်း လိုင်းကုမ္ပဏီများက ဓာတ်ခဲဈေးထက် လျှော့ပြီး လက်ကိုင်ဖုန်းအခွန်တွေကို ချရောင်းခြင်းဖြင့် အကျိုးရှိကြောင်း တွေ့ရသည်။

**အိန္ဒိယ၌ အထပ်မြင့်တိုက်ကြီးများ၌ ဈေးအကြီးသုံးအခန်းများသည် အပေါ်ထပ်များဖြစ်နေပြီး အထပ်နိမ့်တိုက်များ၌ အောက်ထပ်များဖြစ်နေခြင်း**

ဘုံဘော၌ အထပ်မြင့်တိုက်ကြီးများတွင် အပေါ်ထပ်တက်တိုင်း ငှားရမ်းခ (၁)% မှ (၃)% အထိ တက်သွားသည်။ သို့ဖြစ်ရာ (၁၂) ထပ်ရှိအခန်း (၁)ခန်းသည် (၅)ထပ်ရှိအခန်းထက် ငှားရမ်းခ (၁၅)% မှ (၄၅)% အထိ ဈေးကြီးသွားသည်။ လေးထပ်နှင့် အောက်ရှိသော အထပ်နိမ့်အဆောက်အအုံများ၌ ပြောင်းပြန်ဖြစ်နေပြန်သည်။ ပထမထပ်နှင့် ဒုတိယထပ်များသည်၊ တတိယထပ်နှင့် စတုတ္ထထပ်ထက်

ငှားရမ်းခပို၍ ဈေးကြီးသည်။

တကယ်တော့ အထပ်မြင့်လေ ရှုခင်းကောင်းလေ ဆူညံသံ နည်းလေဖြစ်သည်။ အထပ်မြင့်လေ ထိုအကျိုးကျေးဇူးတွေကို သိသိ သာသာရလေဖြစ်သည်။

သို့ဖြစ်ရာ တိုက်အမြင့်အနိမ့်ကို အသာထား၍ အထပ်မြင့်လေ ငှားရမ်းခဈေးကြီးလေ ဖြစ်သင့်သည်။

သို့သော် အိန္ဒိယ၌ထူးခြားသော အချက်တစ်ခုရှိသည်။ လေးထပ်နှင့် အောက်ရှိသော အဆောက်အအုံများ၌ ဓာတ်လှေကားတပ် ရန်မလိုဟု ဥပဒေက ခွင့်ပြုထားသည်။ တိုက်နိမ့်များရှိ အထက်ထပ်များ တွင် နေထိုင်သူများသည် ပစ္စည်းပစ္စယများကို လှေကားမှ ဆွဲတင်ကြရ သည်။ တစ်ဖန်အပေါ်ထပ်တွေက ရှုခင်းလည်းသိပ်မကောင်း၊ ဆူသံ ညံသံတွေမှာလည်း သိသိသာသာမသက်သာ။ ထို့ကြောင့် ငှားရမ်းခ ချင်းတူလျှင် အထက်ထပ်တွေ၌ မနေချင် အောက်ထပ်တွေ၌သာ နေချင်ကြသည်။ အောက်ထပ်တွေ၌ နေချင်သူများလာသောအခါ အောက်ထပ်အခန်းများ၏ငှားခ တက်လာတော့သည်။

**သားသမီးတွေအိမ်မှာမနေ၊ အငြိမ်းစားယူချိန်ရောက်မှ လူအတော်များများက အိမ်ကြီးရံနိုင်တွေဝယ်ကြခြင်း**

အငြိမ်းစားယူသူအတော်များများသည် မိသားစုကို ပြုစု ပျိုးထောင်ရာ အိမ်များ၌ ဆက်လက်နေထိုင်ကြပြီး ကိုယ်တိုင်မစီမံနိုင်တော့ သည့်အခါ ဘိုးဘွားရိပ်သာကဲ့သို့သော နေရာမျိုးများတွင် သွားရောက် နေထိုင်ကြသည်။ လွန်ခဲ့သော ဆယ်စုနှစ်များအတွင်း အငြိမ်းစားယူပြီး နောက် အိမ်ပြောင်းကြသောအခါ အပန်းဖြေစခန်းများက အိမ်ငယ် များကိုလည်းကောင်း ရာသီဥတုကောင်းမွန်သော အခြားနေရာများကို လည်းကောင်း ရွေးချယ်ကြသည်။ အတော်များများက၊ ထိုအတိုင်း ဆက်လုပ်နေကြဆဲဖြစ်သည်။ သို့သော် မကြာသေးမီက အငြိမ်းစား

ယူသူများသည် လက်ရှိနေထိုင်သော အိမ်များကို စွန့်ပစ်ကာ အနီးအနားရှိ အိမ်ကြီးများကို ရွေးချယ်လာကြကြောင်းတွေ့ရသည်။ အဘယ်ကြောင့် ထိုသို့ပြုလုပ် ကြသနည်း။

ဖြစ်နိုင်သည့်အကြောင်းတရားတစ်ခုမှာ၊ လက်ရှိအငြိမ်းစား ယူသူများသည်၊ ပိုမိုချမ်းသာလာခြင်းကြောင့်၊ ကြီးမားသောအိမ်ကြီးများ သို့ ရွှေ့ပြောင်းနိုင်ခြင်းဖြစ်နိုင်သည်။ သို့သော် မည်သူမျှ နေမည့်သူ မရှိပါဘဲ၊ အနီးအနားတွင် အိမ်ကြီးတွေဆောက်ကြ၊ နေကြသည်မှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း။ ပင်လယ်ကမ်းစပ်တွေ၌ အိမ်ကြီးကြီးဆောက်နိုင် ပါလျက်၊ အနီးအနားကအိမ်ကြီးတွေမှာ အဘယ်ကြောင့် ပြောင်းနေကြ သနည်း။

ဖြစ်နိုင်သည့်အကြောင်းတစ်ခုမှာ၊ သားသမီးတွေနှင့် နီးရာ၌ အိမ်ကြီးတွေကို ရွေးချယ်ကြခြင်းသည်၊ မြေးတွေမကြာခဏ လာလည် နိုင်ရန် ရည်ရွယ်ကြပုံရသည်။ ယခင်ဆယ်စုနှစ်များကထက် လင်မယား ကွာရှင်းခြင်း၊ ပြန်လည်လက်ထပ်ခြင်းတွေ များပြားလာသောအခါ၊ ယနေ့ခေတ်ကလေးအတော်များများတွင်၊ အဘိုးအဘွား ခြောက်ယောက် ထက်မက ရှိတတ်သည်။ ထို့ကြောင့် မြေးတွေလာလည်ဖို့ အရေးပိုခက် လာပြီး တစ်ဖက်ကလည်းပို၍ လာလည်စေချင်ပုံရသည်။ လာလည်မည့် မြေးတွေကလည်း ထပ်တိုးလာသည် မဟုတ်ပေ။ သို့ဖြစ်ရာ အဖိုးအဖွားတွေ၊ သားသမီးများနှင့် နီးရာတွင်၊ အိမ်ကြီးကြီး ဆောက်နေ ခြင်းအားဖြင့်၊ မြေးတွေ လာလည်ရန် အလားအလာပိုများသည်ဟု မျှော်လင့်ကြပုံရသည်။

### တည်းသူအများဆုံးအချို့၌ Sharm EL Sheikh

#### ဟိုတယ်တည်းခိုခံ အနိပ်ဆုံးဖြစ်ခြင်း

ပုံမှန်အားဖြင့် တည်းခိုသူများလေ၊ ဟိုတယ်တည်းခိုခံ နှုန်းထားတွေ အမြင့်ဆုံးဖြစ်လေဖြစ်သည်။ တည်းခိုသူအရေအတွက် သည်လည်း၊ ဝယ်လိုအားနှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ အီဂျစ်ရှိ၊

အပန်းဖြေစခန်းဟိုတယ် Sharm EL Sheikh သည်ဆောင်းရာသီ ထက် နွေရာသီတွင် တည်းခိုသူ သိသိသာသာများတတ်သည်။ သို့ပါလျက်နှင့် နွေရာသီတွင် တည်းခိုခအဘယ်ကြောင့် သက်သာနေရသနည်း။

ဟိုတယ်ခန္ဓာန်းထားများသည်၊ တည်းခိုသူအနည်းအများပေါ်၌ သာမက၊ တည်းခိုမည့်သူများ၏ တည်းခိုခပေးနိုင်စွမ်းနှင့် ပေးချင်မှုဆန္ဒ တို့အပေါ်တွင်လည်းမူတည်သည်။ ဆောင်းရာသီတွင် ဟိုတယ်၌ လာရောက်တည်းခိုသူနည်းသော်လည်း ထိုတည်းခိုသူများသည် ဥရောပ တိုက်သားများနှင့် ဝင်ငွေဖြင့် အနောက်တိုင်းသား များဖြစ်နေတတ်သည်။ သူတို့က ဤဟိုတယ်ကို ရွေးကြခြင်းမှာ ရာသီဥတု ပိုမိုကောင်းမွန်သော ကြောင့်ဖြစ်သည်။

သို့သော် အိဂျစ်နှင့် အရှေ့အလယ်ပိုင်းဒေသမှ ခရီးသည်များ အတွက်၊ ဆောင်းရာသီကြမ်းနှင့် မတွေ့ရ၍၊ နွေရာသီရောက်မှသာ သွားလည်လိုကြသည်။ နွေရာသီ၌ ကျောင်းပိတ်ရက်နှင့် အလုပ် ပိတ်ရက်တွေ စုနေတတ်သည်။ ဆောင်းရာသီတွင် လာလည်သော ဧည့်သည်များထက် ဝင်ငွေနှိမ့်သော ဧည့်သည်များကို ဆောင်းရာသီတွင် ကောက်ခံသော ဟိုတယ်ခတွေ့အတိုင်း ကောက်ခံ၍ မဖြစ်ပေ။



ရှေ့၌ ဖော်ပြခဲ့သော ဥပမာများသည် ဈေးကွက်၏ ဝယ်လိုအား အပိုင်းတွင် ကွဲပြားခြားနားမှုများ ရှိနေသည့်အကြောင်းကို ရှင်းပြသည်။ ကိစ္စတိုင်း၌၊ ဝယ်ယူသူတွေက ထုတ်ကုန်တစ်ခုကို အခြားသူတွေထက် ပိုပေးချင်သည့်ဆန္ဒရှိသည်ကို အလေးပေးဖော်ပြခဲ့ သည်။ လာမည့် ဥပမာများ၌ ရောင်းလိုအားဘက်ကို အလေးပေးပြီး ရှင်းပြပါမည်။ ဥပမာတိုင်း၌ စရိတ်ကွဲပြားခြားနားမှုကြောင့် မမျှော်လင့်သော ဈေးနှုန်း များ ထုတ်ကုန်ရောင်းချမှုများကို ဖြစ်ပေါ်စေပါသည်။

### အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံတွေထက်၊ ရောင်စုံဓာတ်ပုံတွေက ဈေးနှုန်းသက်သာခြင်း

စစ်ပြီးခေတ် ကလေးအမွေးများချိန်တွင် မွေးဖွားခဲ့သူများ အရွယ်ရောက်လာသောအခါ ရောင်စုံဓာတ်ပုံများသည် အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံတွေထက် နှစ်ဆကျော်ဈေးကြီးသည်။ ယနေ့ခေတ်တွင် အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံတွေက ပို၍ဈေးကြီးသည်။ လမ်းမတန်းက ဓာတ်ပုံဆိုင် တစ်ဆိုင်၌ (၃၆)ပုံပါ အဖြူအမည်းဖလင်တစ်လိပ်ကို ဆေးခ၊ ဓါတ်ပုံကူးခ (၉·၉၉) ပေါင်ပေးရချိန်၌၊ ရောင်စုံ (၃၆) ပုံအတွက် (၅·၉၉) ပေါင်သာပေးရသည်။ အဘယ်ကြောင့် ဈေးနှုန်းပြောင်းပြန် ဖြစ်သွားရသနည်း။

(၁၉၅၀)ပြည့်လွန်နှစ်များက ရောင်စုံဓာတ်ပုံအတွက် ဈေးကွက် နုသေးသည်။ ရောင်စုံဓာတ်ပုံတွေရအောင် ကူးရဆေးရသည့်အလုပ်သည်၊ အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံထက်၊ ရှုပ်ထွေးကာ စရိတ်လည်းကြီးမားသည်။ ထိုသို့ဈေးနှုန်းကွာဟသဖြင့် လူအတော်များများက၊ အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံများကိုသာ ရိုက်ကြသဖြင့်၊ ဓာတ်ပုံဆိုင်တွေကလည်း အဖြူအမည်း ဓာတ်ပုံတွေကိုသာ ဆေးကြ၊ ကူးကြသည်။ ဆေးကြကူးကြသော အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံတွေ များလာသည်နှင့်အမျှ၊ အဖြူအမည်းကိုသာ စောက်ချလုပ်ကိုင်ကြခြင်းကြောင့် စွမ်းဆောင်ရည် မြင့်မားလာကာ၊ အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံများ၏ ထုတ်လုပ်စရိတ်ကိုလည်း သက်သာစေသည်။

အဖြူအမည်း ဓာတ်ပုံတွေကြီးစိုးနေသမျှ ရောင်စုံဓာတ်ပုံဆေးကူးသည့် လုပ်ငန်းသည် ပိုမိုလက်ဝင်နေမည်သာဖြစ်သည်။ သို့သော် ဝင်ငွေမြင့်လာသည်နှင့်အမျှ စားသုံးသူတွေက ရောင်စုံဓာတ်ပုံ တွေကို အသုံးများလာသောအခါ ထုတ်လုပ်သူများက ရောင်စုံဖလင်ဆေးကူးသည့်လုပ်ငန်းကို အလိုအလျောက် လုပ်ဆောင်နိုင်သော စက်များတီထွင်လာကြသည်။ ထိုစက်တစ်လုံးလျှင် ပေါင် (၇)သောင်း

ခန့်တန်ရာ နေ့စဉ်ဓာတ်ပုံများများဆေးနိုင်ကူးနိုင်မှသာ တွက်ခြေကိုက်သည်။ အားသာသည့်အချက်တစ်ချက်မှာ လုပ်သားစရိတ်အနည်းငယ်မျှသာ အကုန်အကျခံပြီး ဓာတ်ပုံများများဆေးနိုင်ကူးနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဓာတ်ပုံဆေးရာတွင် လုပ်အားခသည် အဓိကအခန်းက ပါဝင်သဖြင့်၊ စက်အသစ်တပ်ဆင်ထားသော ဓာတ်ပုံဆိုင်များသည်၊ ရောင်စုံဓာတ်ပုံများကို အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံများထက် စရိတ်သက်သာစွာ ဆေးပေးကူးပေးနိုင်ကြသည်။

အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံများကို အလိုအလျောက်စက်များက အဘယ်ကြောင့် မထုတ်လုပ်သနည်းဟု မေးစရာရှိသည်။ ထုတ်လုပ်မည်ဆိုလျှင်လည်း တကယ်တော့ ထုတ်လုပ်နိုင်သည်။ သို့သော် ဓာတ်ပုံစက္ကူစရိတ်ကြီးသည်။ စက်မှာသုံးသော စက္ကူက လူအားသုံးကူးဆေးသည့် စက္ကူထက် အရည်အသွေးမြင့်မားသည်။ ကြာလာလေ၊ အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံလုပ်ငန်းသည်၊ တကယ့်ကျွမ်းကျင်သူတွေနှင့် ဓာတ်ပုံကို အလေးအနက်ထားသော အပျော်တမ်းသမားတွေအတွက်သာ ကျန်တော့သည်။ ယခုအခါ ဒစ်ဂျစ်တယ်စက်များသုံးလာသောအခါ၊ စက္ကူတစ်မျိုးတည်းကိုသုံး၍ ရောင်စုံဓာတ်ပုံဖြစ်စေ၊ အဖြူအမည်း ဓာတ်ပုံဖြစ်စေ ထုတ်လုပ်နိုင်ပြီး၊ စရိတ်လည်း မကွာ၊ နောက်ဆိုလျှင် အဖြူအမည်းဓာတ်ပုံတွေက ထူးပြီးဈေးကြီးမည်မဟုတ်။

ပေါင် (၈)သောင်းတန်ကား တစ်နေ့ငှားခ (၂၅)ပေါင်

ပေါင် (၂၅၀)တန်၊ နံနက်ခင်းဝတ်စုံငှားခ (၄၅)ပေါင်

နိုင်ငံအနှံ့ကားငှားသောလုပ်ငန်းတွေက ကားအသစ်များကို လက္ကားဝယ်ယူရာ၊ မော်တော်ကားထုတ်လုပ်သူများထံမှ ဈေးကောင်းကောင်းဆစ်နိုင်ကြသည်။ ကားကို (၂)နှစ်ခန့်သုံးပြီးနောက်၊ မူလဈေး၏ (၇၅)%ခန့်ဖြင့်၊ ပြန်ရောင်းထုတ်တတ်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် ကားတစ်စီး

ချင်းဝယ်စီးသူများထက်၊ ကားပိုင်ဆိုင်မှုကြောင့်ဖြစ်ရသော အခွင့်အလမ်း စရိတ် ပိုမိုနည်းပါးသည်။

သို့သော် ဝတ်ရုံအငှားဆိုင်များသည်။ ဒေသခံဆိုင်များဖြစ် သည်။ အတန်အသင့်နေရာမျိုး၌၊ ဝတ်စုံ (၁၀၀၀)ခန့်ထားတတ်ကြရာ၊ အစားထိုးရန်အတွက် နှစ်စဉ်ဝယ်ယူရသော အရေအတွက်မှာ သိပ်မများ လှသဖြင့် ဈေးကောင်းကောင်းမဆစ်နိုင်။ သုံးပြီး ဝတ်စုံများကို ပြန်ရောင်း ချိလည်းမရ၊ လှူပစ်ခြင်း၊ ကျောင်းပြဇာတ်အဖွဲ့များ တီးဝိုင်းများသို့ ဈေး ပေါပေါချရောင်းခြင်းတို့မျှသာ လုပ်နိုင်ကြသည်။ ကားငှားရသော ဝင်ငွေသည် (၂)နှစ်အတွင်း မူလဝယ်ဈေး၏ (၂၅)%ခန့် ကာမိသော် လည်း ဝတ်စုံ တန်ဖိုး အပြည့် အဝကာမိသော ငှားခသတ်မှတ်ရန်လိုအပ် သည်။

ပို၍ အရေးကြီးသောကိစ္စမှာ ကားအငှားကုမ္ပဏီတွေလက်ရှိ ကားတွေကို၊ အငှားဆိုင်ကဝတ်စုံတွေထက်၊ ပို၍ ပြည့်ပြည့်ဝဝ အသုံးချကြသည်။ ဝတ်စုံအတော်များများကို စနေနေ့တွင်ကျရောက်သော ပွဲလမ်းများအတွက် ငှားရမ်းတတ်ကြသည်။ ဝတ်စုံ (၁)ထောင်ရှိသော အငှားဆိုင်သည် စနေတစ်ရက်တွင် (၁၀၀) ခန့်မျှသာငှားရသည်။ ကျန်ရက်များတွင် ကံကောင်းမှ (၅)စုံမျှ ငှားရသည်။ သို့သော် ကားအတော်များများကို နေ့စဉ်ငှားနေရသည်။

အခြားအကြောင်းတရားတစ်ခုမှာ၊ ကားငှားကုမ္ပဏီများက ထပ်ဆောင်းဝန်ဆောင်မှုတွေ အတွက်၊ ကြော်ငြာထားသည်ထက် ပိုတောင်းတတ်ကြသည်။ ဥပမာ တောင်းထားသောအာမခံကြေးသည် ၎င်းတို့ပေးရသော အာမခံစရိတ်ထက်ကြီးမားသည်။ ဓာတ်ဆီဖြည့်ရန် မေ့သောဖောက်သည်များသည်၊ ဓာတ်ဆီဆိုင်က သတ်မှတ်ထားသော ဓာတ်ဆီဈေးထက်မြင့်မားသောနှုန်းအတိုင်း ပေးရသည်။

ထို့အပြင် ဝတ်စုံဆိုင်က ဖောက်သည်တွေနှင့်ကိုက်ညီအောင်

ဝတ်စုံကို ပြင်ဆင်ရသဖြင့် ပြင်ဆင်စရိတ်ထပ်ကုန်ပြန်သည်။ ထို ပြင်ခ ချုပ်ခတွေကလည်း ၎င်းခလောက်ဈေးကြီးသည်။ ထပ်မငှားမီ၊ လျှော်ရဖွတ်ရ မီးပူတိုက်ရရန် အပ်နှံရသေးသည်။ အခြောက်လျှော်ခက (၅)ပေါင်ခန့်ကျသည်။ ကားငှားကုမ္ပဏီက ကားတစ်စီးဝင်လာလျှင်၊ ဘာမျှလုပ်စရာမလို။

ထို့ကြောင့် ကားဝယ်ဈေးက ဝတ်စုံစရိတ်ထက် အဆ လေးဆယ်ခန့်များပြားသော်လည်း နေ့စဉ်ငှားရမ်းခမှာ ဝတ်စုံငှားခက ကားငှားခထက် (၂)ဆနီးပါး ကုန်ကျသည်။

**အမျိုးသမီးဝတ်အင်္ကျီလျှော်ခက၊ အမျိုးသားဝတ်အင်္ကျီပွတ်လျှော်ခထက် ဈေးကြီးခြင်း**

မြို့ငယ်တစ်ခုက အဝတ်လျှော်ဆိုင်သည် အမျိုးသမီးဝတ် ချည်ထည်ရှုပ်အင်္ကျီတစ်ထည် လျှော်ဖွတ်မီးပူတိုက်ခ (၃)ပေါင်တောင်း ပြီး၊ အမျိုးသားဝတ်ကို (၂)ပေါင်သာတောင်းခြင်းမှာ၊ အမျိုးသမီးတွေကို တမင်နှိမ်သည့်သဘောလား။

တစ်ကယ်တော့ ဈေးဆစ်လျှင် ရပါလျက်နှင့် မော်တော်ကားလို ဈေးကြီးသောအချို့ပစ္စည်းတွေကို အမျိုးသမီးတွေ အမျိုးသားတွေထက် ဈေးပိုပေးချင်ကြသည်။ အဝတ်လျှော်ခမှာ ဤသို့သောကိစ္စမျိုးတွင် အကျုံးမဝင်။ ပင်မင်းဆိုင်များက၊ အမျိုးသားဝတ်၊ အမျိုးသမီးဝတ်တွေ ကို၊ ဈေးနှုန်းခွဲခြားသတ်မှတ်လေ့ရှိရာ၊ မည်သူကမျှ ဈေးဆစ်ရန် မကြိုးစား။

အများအားဖြင့် လုပ်ငန်းစုတစ်ခုတွင် ပြိုင်ဆိုင်မှုများလေ၊ ဈေးနှုန်းခွဲခြားသတ်မှတ်ရန်ခဲယဉ်းလေ ဖြစ်သည်။ မြို့ငယ်လေးတစ်ခု၌ ပင်၊ လမ်းညွှန်စာအုပ်၌ပါဝင်သော ပင်မင်းဆိုင် တစ်ဒါဇင်မက ရှိတတ် ရာ၊ အကြိတ်အနယ်ပြိုင်ဆိုင်မှု ရှိပြီးသားဖြစ်နေသည်။ အမျိုးသမီးအဝတ်



အထည်တွေကိုလျှော်ဖွတ်မီးပူတိုက်ရသည့်စရိတ်ထက်၊ ဈေးနှုန်းမြင့်နေပြီဆိုလျှင်၊ ‘စားပွဲပေါ်က ပိုက်ဆံကောက်ရသလို’ ဖြစ်မည်။ ပြိုင်ဘက်လုပ်ငန်းတစ်ခုက၊ အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို ဈေးပိုမတောင်းပါဟုဆိုလျှင်၊ နေ့ချင်းညချင်းအမျိုးသမီးဈေးကွက်ဝေစုအများစုကို ရသွားနိုင်သည်။

ဆက်လက်ပြီးဈေးနှုန်းခွဲခြားနိုင်သည်ကိုကြည့်လျှင် လျှော်ဖွတ်မီးပူတိုက်ရာ၌ စရိတ်ခြားနားမှုအပေါ် အခြေခံသည်ကို တွေ့ရသည်။ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းအများစုမှာကဲ့သို့ပင် အဓိကစရိတ်သည် လုပ်သားခဖြစ်သည်။ အမျိုးသမီးဝတ်အတွက် အဘယ်ကြောင့်စရိတ်ကြီးရသနည်းဟု စဉ်းစားရခက်သည်။ ကျားဝတ်ရောမဝတ်ပါ၊ စက်ထဲထည့် လူမပါဘဲလျှော်သဖြင့်၊ စရိတ်ခြားနားစရာမရှိ၊ မီးပူတိုက်ရာ၌ စရိတ်ခြားနားပုံရသည်။ အများအားဖြင့်၊ အမျိုးသားဝတ်ရှုပ်အင်္ကျီတွေကို ပုံစံချထားသော မီးပူဖြင့်တိုက်၍ လုပ်ငန်းမြန်ဆန်သည်။ သို့သော် သိပ်ငယ်သောရှုပ်အင်္ကျီဖြစ်နေလျှင်သော်လည်းကောင်း၊ ကြယ်သီးတွေကများ၊ အသေးစိတ်မီးပူတိုက်ရပြီး လက်ဝင်လျှင်သော်လည်းကောင်း၊ ပုံစံချမီးပူတိုက်၍မရ။ လက်ဖြင့်သာ လူကိုယ်တိုင် မီးပူတိုက်ရတော့မည်။ လက်ဖြင့်တိုက်ရလျှင် စက်ဖြင့်တိုက်သည်ထက်အချိန်ကြာသည်။

အမျိုးသားဝတ်ရှုပ်အင်္ကျီတွေကို၊ စက်ဖြင့်မီးပူတိုက်နိုင်သော်လည်း၊ ပိုမိုနုနယ်ပိုမိုရှုပ်ထွေးသော အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို၊ စက်ဖြင့်မီးပူတိုက်လျှင်၊ ပျက်စီးနိုင်သည်။ အမျိုးသားတွေက ရှုပ်အင်္ကျီကိုဘောင်းဘီထဲထည့်ဝတ်တတ်ကြရာ၊ ရှုပ်အင်္ကျီအောက်ပိုင်း၌ဖိရာထင်နေသည်မှာ၊ ပြဿနာမဟုတ်သော်လည်း၊ အမျိုးသမီးတွေက၊ အပြင်ထုတ်ဝတ်တတ်ကြရာ၊ ရှုပ်အင်္ကျီအောက်ခြေ၌ မီးပူရာထင်နေလျှင် လက်မခံနိုင်။

အတိုချုပ်ရလျှင်၊ အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို မီးပူတိုက်ရာတွင်၊ လက်ဝင်ခြင်းကြောင့် စရိတ်များပြီး၊ မီးပူတိုက်ခလည်းပိုများခြင်းဖြစ်သည်။

မကြာသေးမီနှစ်များအတွင်းက ဟိန္ဒူစကားပြောရုပ်ရှင်တွေ လူကြိုက်များလာခြင်း

မကြာသေးမီအချိန်အထိ၊ ယူကေနိုင်ငံ၌ နေထိုင်သော နယူးဒေလီမြို့သား၊ အိန္ဒိယလူမျိုးတစ်ယောက်သည်၊ ဟိန္ဒူစကားပြောရုပ်ရှင်ကြည့်လိုလျှင် အိန္ဒိယသို့ပြန်ရသည်။ သို့သော် ယခုအခါ၊ အင်္ဂလန်နိုင်ငံ Rochdale၌ နေထိုင်သူတစ်ယောက်ပင်၊ ဟင်ဒီစကားပြောရုပ်ရှင်ဇာတ်ကားပေါင်းများစွာကို ရွေးချယ်ကြည့်ရှုနိုင်သည်။ ဘာကြောင့် ယခုလို ပြောင်းလဲသွားရသနည်း။

Chris Anderson က သူ၏ 'အမြီးရှည်' ဟူသော စာအုပ်တွင် ရေးထားသည့်အတိုင်း၊ ယခင်က၊ မြို့ကြီးပြကြီးများတွင် နေထိုင်သူများသာ၊ နိုင်ငံခြားဘာသာစကားပြော ရုပ်ရှင်ဇာတ်ကားများ ကြည့်ရှုနိုင်ကြသည်။ ပြပွဲတိုင်းလာရောက်ကြည့်ရှုသူရှိမှသာလျှင် ရုပ်ရှင်ရုံပိုင်ရှင်က၊ ဇာတ်ကားကို ရုံတင်ပြသရာမှာ၊ အကျိုးအမြတ် ရရှိနိုင်သည်။ အိန္ဒိယမှဝင်ရောက်လာသူ အများအပြားနေထိုင်ရာ မြို့ကြီးများ၌ပင်၊ ဟိန္ဒူစကားတစ်ကား ပြသရန်မလွယ်။

Block luster ကဲ့သို့သော အင်တာနက်မှ ဒီဗီဒီ ဖြန့်ဖြူးသည့်စနစ်ကြောင့် သာမန်ရွက်ကြမ်းရေကျိုရုပ်ရှင်ကားများအတွက်ပင်၊ ဈေးကွက်သိသိသာသာပြောင်းလဲသွားသည်။ ထိုဇာတ်ကားတွေမှ ငွေပေါ်ရန်အတွက်၊ တစ်နေရာတည်း တစ်ချိန်တည်းမှာ ကြည့်သူအများအပြားရှိရန် မလိုအပ်ပေ။ (၁၉၇၉)ခုနှစ်က ထုတ်လုပ်သော၊ သရုပ်ဆောင် Palekarပါဝင်ကာ၊ အားကစားဝါသနာပါသူ အလုပ်ရှာနေသူနှင့် အလုပ်ခွင်တွင် မဆိုင်သည့်ကိစ္စတွေ သယ်မလာစေရန်၊ တင်းတင်းကျပ်ကျပ် စည်းကမ်းချမှတ်ထားသူ အလုပ်ရှင်အသစ် Dutt တို့၏ ဟာသဇာတ်လမ်း Gol Mal ကိုကြည့်လိုလျှင်၊ Blockluster တွင် စာရင်းသွင်းရုံသာရှိသည်။ ယူကေနိုင်ငံတွင် မည်သည့်မြို့၌မျှ Gol Mal ဇာတ်ကားရုံတင်ကြည့်ရှုနိုင်လောက်သော အိန္ဒိယ လူဦးရေ

များများစားစား မရှိပေ။

သို့သော် Blockcluster ၌ အခကြေးငွေအနည်းငယ်ပေးပြီး ကြည့်မည့်သူလုံလုံလောက်လောက် ရှိသည်။

သိန်းချီရှိသော ရုပ်ရှင်နှင့် စာအုပ်တွေကို၊ ရုပ်ရှင်အဖြစ် သော်လည်းကောင်း၊ ပုံနှိပ်စာအုပ်များအဖြစ်ရိုက်နှိပ်ရောင်းချလောက် အောင်သော်လည်းကောင်း၊ လူကြိုက်မများ၊ ပရိသတ်မရှိ။ သို့သော် လည်း၊ အင်တာနက်မှ ဖြန့်ချိသည့်စနစ်ကြောင့် ထိုစာအုပ်နှင့် ရုပ်ရှင်တွေ မျိုးတုံးမသွားရန်၊ ကယ်တင်လိုက်သည်။

(၁၇၅၀) ပြည့်လွန်နှစ်များတွင်၊ ဝါရှင်တန်ဒီစီပြုစုန်ဒေသများ၌ လေ့ကျင့်ဂေါက်ကွင်းတွေ ပေါ်လာခြင်း

အမေရိကန်မြို့တော်နှင့် နီးစပ်ရာဒေသများတွင်၊ ကုန်သည်များ၊ နိုင်ငံရေးသမားများက၊ ဈေးအပြိုင်အဆိုင်ပေးဝယ်ယူကြသဖြင့်၊ ဝါရှင်တန်ဒီစီ၌ မြေဈေးတွေကြီးမားနေသည်။ ဈေးကွက်ထဲတွင် မြေကွက်တစ်ကွက်ရရေး ပေးရသည့်စရိတ်စကကို ကာမိစေရန်အတွက် အိမ်ရာတည်ဆောက်သူတို့က ငှားရမ်းခတွေကိုလည်း၊ မြင့်တင်ထား ရန်လိုသည်။ အထပ်ပေါင်းများစွာ ပါဝင်သောရုံးခန်းတွေ၊ လူနေအိမ်ခန်း တွေကိုလည်း၊ တည်ဆောက်ကြရသည်။ သို့ပါလျှက်နှင့်ပင် (၁၉၉၀) ပြည့်လွန်နှစ် အစောပိုင်းကာလများ၌ ဂေါက်သီးလေ့ကျင့်ကွင်းတွေ၊ အပြိုင်အဆိုင်ပေါ်ထွက်လာခဲ့သည်။ ဂေါက်သီးလေ့ကျင့်ကွင်းတစ်ကွင်း တွင် ညနေပိုင်း၌ လူတစ်ဒါဇင်ခန့်လာရောက်လေ့ကျင့်တတ်ကြသည်။ တစ်ယောက်စီထံမှ ဒေါ်လာအနည်းငယ်သာရပြီး တစ်လစာစုမိသည့်တိုင် မြေဝယ်ရန်ချေးငွေ၏အတိုးကိုပင် မကာမိ။ သို့ပါလျှက်နှင့် တန်ဖိုးကြီး မြေတွေကို၊ ဂေါက်ကျင့်ကွင်းတွေ လုပ်ပစ်ကြသနည်း။

(၁၉၈၀)ပြည့်လွန်နှစ်များတွင်၊ ဝါရှင်တန်အိမ်ရာတည်ဆောက်

သူတို့က၊ ရုံးခန်းသစ်တွေ၊ အိမ်ခန်းသစ်တွေကို၊ အပြိုင်အဆိုင်ဆောက်လုပ်ခဲ့ကြသည်။ မြေဈေးလေ့ အိမ်ငှားခတွေလည်း လျှင်မြန်စွာတက်ခဲ့သည်။ ဆောက်လုပ်ရေးသမားတွေက၊ ထပ်၍ဈေးတက်ဦးမည်ဟု မျှော်လင့်ကာ၊ မြေကွက်အသစ်တွေကို လိုက်ရှာခဲ့ကြသည်။ သို့သော် (၁၉၉၀) ခုနှစ်တွင်၊ စီးပွားရေးနှေးကွေးသောအခါ၊ ဝါရှင်တန် ဧရိယာ၌ အဆောက်အအုံတွေက လိုသည်ထက်ပိုနေပြီ။ မငှားရသော အခန်းတွေများနေပြီ။ ငှားခတွေလည်း ထိုးကျသည်။ ထိုအချိန်က ရုံးခန်းတွေ၊ အိမ်ရာတွေ ဆောက်ထားသူတစ်ယောက်သည် လုံးဝမငှားရပဲ ထိုင်စောင့်နေရသည်။

**အချို့နိုင်ငံများ၌ ကြက်ဥအညိုတွေက၊ ကြက်ဥအဖြူတွေထက် ဈေးကြီးနေခြင်း**

အမေရိကန်ကုန်တိုက်ကြီးများ၌၊ ကြက်ဥကြီးများ၏ အခွံကဖြူနေလျှင်၊ (၁)ဒါဇင်၊ (၃·၄၉) ဒေါ်လာနှုန်း၊ အခွံကညိုနေလျှင် (၃·၇၉) ဒေါ်လာနှုန်းရောင်းချသည်။ ဝါရှင်တန်ဒီစီအခြေစိုက် အမေရိကန်ကြက်ဥအာဟာရ ဗဟိုဌာနအဆိုအရ၊ ကြက်ဥအခွံ၏ အရောင်အပေါ်မူတည်ပြီး၊ အရသာနှင့် အာဟာရဓာတ်ကွာခြားမှုမရှိဟုဆိုသည်။ သို့ပါလျက်နှင့် အဘယ်ကြောင့်ဈေးနှုန်းကွာခြား နေရသနည်း။

ဥညိုတွေ ဈေးကြီးရခြင်းမှာ စားသုံးသူတွေက၊ အရောင်ကြိုက်၍ဖြစ်သည်ဟု၊ ပြောချင်စရာရှိသည်။ သို့သော် ထိုအဖြေသည် ကျေနပ်စရာမကောင်း။ ကြက်ဥအဖြူရောင်းသူတွေက၊ 'စားပွဲပေါ်ကပိုက်ဆံကို ယူမသွား' သည့်အဓိပ္ပာယ်ထွက်နေသည်။ ကြက်ဥအညိုတွေရောင်းလို့ ငွေများများရမည်ဆိုလျှင်၊ ကြက်ဥအဖြူတွေ ဆက်ရောင်းနေစရာ အကြောင်းမရှိ။

ဖြစ်နိုင်သည်မှာ၊ အညိုရောင်ကြက်ဥ၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် ပိုများခြင်းဖြစ်မည်။ ကြက်ဥ၏အရောင်သည်၊ ထိုဥကိုဥသော ကြက်၏

အမျိုးအနွယ်ပေါ်တွင် မူတည်သည်။ ဥပမာ လိပ်ဟွန်းအမျိုးအစား၊ ကြက်မတွေက အဖြူရောင်ဥတွေကြပြီး၊ Rhode Zsland ကြက်မတွေက၊ အညိုရောင်ဥတွေကိုဥတတ်ကြသည်။ အညိုရောင်ကြက်မတွေက အဖြူရောင်ကြက်မတွေထက် ပိုကြီးတတ်သည်။ ကြက်အကောင်ကြီးလေ၊ ကယ်လိုရီလိုအပ်ချက်များလေဖြစ်ရာ၊ အညိုရောင်ကြက်ဥတွေ ထုတ်လုပ်ရန်သည်၊ ပို၍စရိတ်ကြီးသည်။ အညိုရောင်ကြက်ဥတွေ ဈေးပိုကြီးရသည့်အကြောင်း၊ ဝယ်လိုအားဘက်သို့လည်း ထည့်တွက်သင့်သည်။ အချို့စားသုံးသူတွေက၊ အညိုရောင်ဥကို ကြိုက်ပြီး၊ ဈေးပိုပေးချင်စိတ်ရှိ၍သာ၊ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းနေခြင်းဖြစ်သည်။

**ဩစတြေးလျနှင့် အမေရိကန်အိမ်ထွေထက် ယူကေအိမ်ထွေသေးငယ်ခြင်း**

(၂၀၀၅)ခုနှစ်က အမေရိကန်မိသားစု တစ်စုနေထိုင်သော အိမ်သည် (၂၂၉) စတုရန်းမီတာရှိကာ၊ ဩစတြေးလျနှင့် တန်းတူဖြစ်ပြီး၊ ယူကေထက်သုံးဆကျယ်သည်။ ယူကေအိမ်ထွေက အဘယ်ကြောင့် ငယ်နေရသနည်း၊

ဝင်ငွေမြင့်မားလေ အိမ်ဝယ်လိုအားတက်လာလေ၊ အမေရိကန်၌ အလယ်အလတ်တန်းဝင်ငွေသည် ယူကေထက် (၂၀)% ပိုမြင့်၍၊ အမေရိကန်အိမ်ထွေကြီးရသည်ဟု မဆိုနိုင်။

အမေရိကန်တွင် ယူကေထက်ဝင်ငွေခွဲဝေပုံ ဆူကြံ့နိမ့်မြင့် ကွာဟမှုပိုမိုကြီးမားသည်။ ထိုအချက်ကြောင့် အိမ်အရွယ်အစား ကွာခြားခြင်းလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ဝင်ငွေမညီမမျှဖြစ်မှုနှင့် ပျမ်းမျှအိမ်အရွယ်အစားတို့ ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ ချမ်းသာသူတွေ၏ အိမ်ကိုကြည့်ပြီး၊ ချမ်းသာလူနီးနီး သူတွေအတွက် အိမ်ရာကိုသတ်မှတ်ကြသည်။ သူတို့ကလည်း အခြားသူတို့အောက်က လူတွေအတွက် စံချိန်စံညွှန်းသတ်မှတ်

ပေးသလိုဖြစ်ကာ၊ ဝင်ငွေလှေ့ကားအဆင့်ဆင့်ကို ဆင်းသွားသည်။ အမေရိကန်တွင်၊ ဝင်ငွေ၏ (၉၇)% ရနေသော အုပ်စု၏ဝင်ငွေသည် ဝင်ငွေ၏ (၁၀)%ရနေသော အုပ်စုထက် (၅.၇) ဆများပြားပြီး၊ ယူကေ ဌ (၄.၆)ဆသာရှိသည်။ ထို့ကြောင့် အမေရိကန်၊ အလတ်စားမိသားစု တစ်ခုသည်၊ ဝင်ငွေမြင့်သူများသတ်မှတ်သော စံချိန်စံညွှန်းကို အတုခိုး ကာ လိုက်ဆောက်သည့်အတွက် အိမ်ကြီးရခိုင်များကို ဆောက်လုပ် ခြင်းဖြစ်သည်။

သို့သော် ထိုမျှဖြင့် မပြည့်စုံသေးပေး။ ဩစတြေးလျတွင် အလတ်စားအိမ်ထောင်စုတစ်ခု၏ ဝင်ငွေသည် ယူကေထက် (၅)% နိမ့်ပါလျက်နှင့် သူတို့၏ အိမ်တွေက၊ အမေရိကန်တွေလောက်ကြီးမား နေကြသည်။ ဩစတြေးလျတွင် ဝင်ငွေကွာဟမှု၊ ယူကေထက် အနည်း ငယ်နိမ့်သည်။ အိမ်အရွယ်အစားအကြီးအသေးမှာ အခြားအကြောင်း များကြောင့်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။

ဖြစ်နိုင်သည့်အကြောင်းတစ်ရပ်မှာ၊ လူနေထူထပ်မှုဖြစ်သည်။ အိမ်ဆောက်ရန်အတွက် မြေလိုရာ၊ အမေရိကန်၌ (၁) စတုရန်း ကီလိုမီတာတွင် နေထိုင်သူပိုနည်းပြီး၊ မြေဈေးပိုပေါသည်။ နိုင်ငံ (၃) နိုင်ငံတွင်၊ ဩစတြေးလျသည်၊ လူဦးရေထူထပ်မှုအနည်းဆုံးဖြစ်ပြီး၊ (၁)စတုရန်းကီလိုမီတာ၌ (၂.၆) ယောက်ရှိသည်။ အမေရိကန်၌ (၃၁)ယောက်ရှိသည်။ သို့သော် ဩစတြေးလျတွင် လူအများစုသည် သဲကန္တာရ အတွင်း၌ နေထိုင်ကြသည်။ ယူကေ၌ (၁) စတုရန်း ကီလိုမီတာလျှင် (၂၄၆)ယောက်အထိရှိသည်။ ယူကေတွင် လူဦးရေ ထူထပ်ခြင်းကြောင့် မြေဈေးနှုန်းကြီးမားနေရပြီး၊ အိမ်ထောင်စုများ အနေဖြင့် အိမ်ငယ်ငယ်ဆောက်ကာ ချွေတာကြရသည်။

**ဓာတ်ပုံဆိုင်၌ (၁) စုံကူးလျှင် နောက်ထပ် (၁)စုံလက်ဆောင်ပေးခြင်း**

ဖလင်တစ်လိပ်သွားကူးသည့်အခါ၊ ဓာတ်ပုံဆိုင်တွေက အပို (၁)စုံကို အခမဲ့ကူးပေးတတ်ကြသည်။ မည်သည့်ဖလင်လိပ်မဆို၊

ဓာတ်ပုံတိုင်းသည် ထပ်ကူးချင်စရာကောင်းလှသည်မဟုတ်။ သို့ပါလျက် နှင့် ပထမ (၁)စုံကူးရာတွင်၊ ဈေးတစ်ဝက်သာမယူဘဲ ဒုတိယတစ်စုံ ထပ်ထည့်ပေးလိုက်ကြသနည်း။

ရှေ့ပိုင်း၌ ပြောခဲ့သကဲ့သို့ပင် ဖလင်လိပ်အတော်များများကို အလိုအလျောက်ဆေးကြဲကူးကြသည်။ ဝန်ထမ်းက ဖလင်လိပ်ကို စက်ထဲထည့်ရုံသာ လုပ်ပေးရန်လိုပြီး၊ ကျန်ကိစ္စအားလုံးကို စက်လုပ်ပေးသည်။ ဒုတိယတစ်စုံ ထပ်ထုတ်ရန်အတွက်၊ ဝန်ထမ်းက ခလုတ်တစ်ချက်နှိပ်လိုက်လျှင် ပြီးပြီ။ အချိန်ထပ်မကုန် ဓာတုဗေဒဆေးရည်တွေနှင့် စက္ကူတွေအတွက် စရိတ်ထပ်တက်သော်လည်း မများလှ။ ထို့ကြောင့် ဓာတ်ပုံနှစ်စုံထုတ်၍ များများစားစားစရိတ်မကုန်။

ဝယ်သူဘက်ကကြည့်လျှင် ဓာတ်ပုံအများစုသည် ထပ်ကူးချင်စရာ မကောင်းလှသော်လည်း၊ မိသားစုတွေ မိတ်ဆွေတွေကို ပို့ပေးရလောက်အောင်ကောင်းသော ဓာတ်ပုံတွေက ရှိနေပြန်သည်။ ဓာတ်ပုံတစ်စုံရထားလျှင်၊ ဖလင်လိပ်ပေါ်က ဘယ်အကွက်တွေကို ကူးချင်ပါသည်ဆိုပြီး၊ ဓာတ်ပုံဆိုင်ကို နောက်တစ်ခေါက်သွားရသည်။ ထိုသို့ရွေးကူးလျှင် ပို၍ဂရုစိုက်ရ ပို၍အလုပ်ရှုပ်တတ်သဖြင့် စရိတ်ကို ကာမိရန် ဈေးကြီးကြီးတောင်းသည်။

ထို့ကြောင့် ဒုတိယတစ်စုံ အခမဲ့ကူးပေးသောဓာတ်ပုံဆိုင်များသည် စရိတ်အနည်းငယ်ပိုကုန်ရုံမျှနှင့် ၎င်းတို့၏ ဖောက်သည်များအတွက် တန်ဖိုးကြီးသော ဝန်ဆောင်မှုတွေကို ပေးနိုင်ကြသည်။ ထိုသို့မလုပ်သော ဓာတ်ပုံဆိုင်သည် မိမိ၏ဖောက်သည်တွေ ပြိုင်ဘက် ဓာတ်ပုံဆိုင်လက်ထဲ ရောက်သွားသည်ကိုခံရမည်။

**လူကြိုက်များရှုပ်ရှင်များ၏ ရံဝင်ခကြီးပြီး လူကြိုက်များစာအုပ်နှင့် သီချင်းခွေများ ဈေးသက်သာခြင်း**

ဘော့ဘ်ဒိုင်လန်၏ သီချင်းခွေ Modern Times သည်၊ (၁၆.၉၉)ပေါင်ဟု သတ်မှတ်ထားရာ၊ amazon.com.uk ၌ အင်တာနက်မှ ဝယ်လျှင် (၆.၉၈) ပေါင်သာပေးရသည်အထိ အကြီး

အကျယ်ဈေးလျော့သည်။ သို့သော် လူသိနည်းအဆိုတော်များ၏ သီချင်း  
 ဇာတ်ပြားများကို ဈေးများများမလျော့ Combo၏ Matiff ဆိုသော  
 သီချင်းစီဒီကို (၁၃.၉၉) ပေါင်ဖြင့်ရောင်းရာ၊ ဈေးအနည်းငယ်မျှသာ  
 လျော့သည်။ စာအုပ်များအတွက်လည်း ထို့အတူပင်ဖြစ်သည်။ ဥပမာ  
 Borders စာအုပ်ဆိုင်သည် လူကြိုက်အများဆုံးစာအုပ်များကို (၂၅)%  
 ဈေးလျော့ရောင်းသော်လည်း အခြားစာအုပ်များကို ထုတ်ဝေသူ သတ်  
 မှတ်သည့်ဈေးနှုန်းထက်ပိုရောင်းသည်ကို တွေ့ရသည်။

ရုပ်ရှင်လက်မှတ်များဝယ်ယူရာတွင် တစ်မျိုးဖြစ်သည်။ ရုပ်ရှင်ရုံ  
 တစ်ရုံတွင် အချိန်တစ်ချိန်၌ ပြသသောရုပ်ရှင်ကားများ အားလုံးအတွက်  
 ရုံဝင်ခတစ်ပြေးတည်းဖြစ်သော်လည်း နာမည်ကြီး ဇာတ်ကားတွေ  
 အတွက် ရုံပိုင်ရှင်က ဈေးလျော့မရောင်း။ လူကြိုက်များရုပ်ရှင်တွေ  
 ကြည့်ချင်သူများသည်ကို အဘယ်ကြောင့် ရုပ်ရှင်ရုံပိုင်ရှင်က ခေါင်းပုံ  
 ဖြတ်ကာ စာအုပ်တွေစီဒီတွေလို အဘယ်ကြောင့် လျော့မရောင်းရ  
 သနည်း။

စာအုပ်၊ ရုပ်ရှင်နှင့်စီဒီသည် တစ်ခုနှင့်တစ်ခုမတူ။ ပြိုင်ဘက်  
 ရောင်းသူတွေက၊ ၎င်းတို့အတွက် အပြည့်အဝအစားထိုးစရာတွေ  
 မရောင်းနိုင်။ ၎င်းတို့၏ဈေးကွက်သည် အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှု ဈေးကွက်  
 မဟုတ်။ ထို့ကြောင့် စားသုံးသူတွေ တန်ဖိုးအထားဆုံးထုတ်ကုန်နှင့်  
 ဝန်ဆောင်မှုများအတွက်၊ ဈေးနှုန်းတွေကိုမြှင့်ပြီး သတ်မှတ်သည်။  
 ရုပ်ရှင်နှင့် ပတ်သက်၍ ထိုအတိုင်းပင်တွေ့ရသည်။

စာအုပ်နှင့် စီဒီထုတ်လုပ်ရာတွင် ကုန်ကျသော စရိတ်သည်၊  
 ရုပ်ရှင်နှင့်မတူ။ ရုပ်ရှင်၌ ဈေးနှုန်းကိုအဓိကသတ်မှတ်သော အချက်မှာ  
 ရုပ်ရှင်ကားမဟုတ်၊ ထိုင်ခုံအရေအတွက်ဖြစ်သည်။

ရုပ်ရှင်ရုံထဲက ထိုင်ခုံတွေပြည့်ပြီဆိုလျှင်၊ လူထပ်ထည့်၍ မရ  
 တော့။ ပုံမန်ဈေးနှုန်းဖြင့် လက်မှတ်ရောင်းကာ၊ ခုံပြည့်နိုင်ပါလျှက်၊  
 ဈေးလျော့ရောင်းစရာ အကြောင်းမရှိ။ စာအုပ်တွေ သီချင်းစီဒီတွေက၊



ဈေးလျှော့ရောင်းနိုင်ပြီး၊ ထပ်တိုးလာသော ဖောက်သည်တွေကိုငြင်းစရာ အကြောင်းမရှိ။ အများအားဖြင့်၊ အရောင်းသွက်နိုင်သည်ကို ကြိုတွက်ဆ တာက၊ လက်ကျန်များများစုဆောင်းထားတတ်ကြသည်။ မြန်မြန် အရောင်းသွက်ကုန်တွေအတွက် အရောင်းစင်ပေါ်တွင်ထားရသော စရိတ်မကြီး။ တစ်လနှစ်လနေမှ တစ်အုပ်နှစ်အုပ်လောက်သာရောင်း ရသော လူကြိုက်နည်း စာအုပ်တွေ၊ စီဒီခွေတွေအတွက် အရောင်းစင်တင် စရိတ်ကြီးမားသည်။

လက်လီအရောင်းသမားတွေ အားလုံးလိုလိုက၊ လူကြိုက်များ စာအုပ်တွေ၊ စီဒီတွေကို၊ လှောင်ထားတတ်ကြသည်။ သို့သော် သာမန် စာအုပ်တွေ၊ စီဒီတွေကို၊ ဆိုင်တိုင်းမှာ တင်မထားကြ။ လူကြိုက်များ စာအုပ်တွေ စီဒီတွေကို လက်လီသမားအချင်းချင်း အပြိုင်အဆိုင်ရောင်းချ ကြရသည်။ တစ်ဆိုင်၌ ဈေးကြီးနေသည်ဟု ထင်လျှင်၊ အခြားဆိုင် သွားဝယ်မည်။ လူကြိုက်နည်းစာအုပ်တွေ၊ သီချင်းတွေကို၊ ဆိုင်တိုင်း၌ မတွေ့နိုင်။ သို့ဖြစ်ရာ၊ ရသည့်ဆိုင်က တောင်းသမျှ ဈေးကိုသာ ပေးရမည်။

အောင်မြင်သောစာအုပ်ဆိုင်နှင့် သီချင်းခွေဆိုင်တို့က၊ သာမန် အဆင့်ရှိသော်လည်း၊ အလားအလာကောင်းသော လူသစ်တွေကိုတင်ပေး တတ်ကြသည်။ လူကြိုက်အနည်းဆုံးစာအုပ်တွေက၊ သူတို့အကြောင်း ကောင်းကောင်းသိသည့် အရောင်းဝန်ထမ်းတွေခန့်ထားသည့်စရိတ်ကို တာဝန်ယူကြရသည်။ လူကြိုက်များစာအုပ်တွေ စီဒီတွေကို၊ ဈေးလျှော့ ရောင်းနိုင်ခြင်းမှာ၊ များများရောင်းရ၍ဖြစ်သည်။ လူကြိုက်နည်း အခွေဝယ်ပြီဆိုလျှင်၊ လူကြိုက်များအခွေထက် ဈေးကြီးပေးရတော့ မည်ကို သတိထားပါ။ သီချင်းခွေဆိုင်က၊ ကိုယ်ကြိုက်သည့် အခွေကို သိသည့် အရောင်းဝန်ထမ်းတစ်ယောက်ခန့်ထားသည့် စရိတ်ကိုကျခံထား ရ၍ ဖြစ်သည်။

လူကြိုက်များသော စာအုပ်တွေ စီဒီတွေကိုလည်း ဈေးလျှော့  
ရောင်းသည့်အတွက်၊ ဖောက်သည်တွေထပ်တိုးလာကာ၊ အခြားစာအုပ်  
တွေ၊ စီဒီတွေ၊ ပစ္စည်းတွေကိုလည်း ဝယ်ယူရန် အလားအလာများသည်။။

အခန်း (၃)  
 အရည်အချင်းတူသော်လည်း လစာမတူ  
 လုပ်ငန်းခွင်လောက၏ ပုစ္ဆာများ

လုပ်သားဈေးကွက်သည် ကျွန်တော်တို့ လူအတော်များများ ပါဝင်ပတ်သက်နေရသော အရေးကြီးသည့်ဈေးကွက်တစ်ခုဖြစ်သည်။ လူတွေကိုရောင်း၍မရသော်လည်း၊ လူ၏လုပ်အား၊ လူ၏ဝန်ဆောင်မှုကို တရားဝင်ရောင်းချနိုင်သည်။ ထိုဝန်ဆောင်မှုများအတွက် ဈေးကွက်သည် လည်း၊ ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်တွင်လှုပ်ရှားသော အလားတူဝယ်လိုအား ရောင်းလိုအား ဥပဒေသများ အတိုင်းပင်ဖြစ်သည်။ လက်သမား ရောင်းလိုအားတက်လာလျှင် လက်သမား၏လုပ်ခကျမည်။ ကွန်ပျူတာ ပရိုဂရမ်မာတွေအတွက် ဝယ်အားတက်လျှင်၊ ၎င်းတို့၏လုပ်ခတက် မည်။

ဤအခန်း၌တွေ့ရမည့် ပထမဥပမာသည် ပြိုင်ဆိုင်မှုရှိသော လုပ်အားဈေးကွက်၏ အခြေခံနိယာမကို သရုပ်ဖော်သည်။ အလုပ်သမား တွေရနေသောလုပ်ခသည်၊ အလုပ်ရှင်အမြတ်ရအောင် ၎င်းတို့ လုပ်ပေး နိုင်သောတန်ဖိုးနှင့် အကြမ်းဖျဉ်းအားဖြင့် အချိုးကျသည်ဟူသော နိယာမ ကို ညွှန်းဆိုသည်။

### အမျိုးသမီး မော်ဒယ်လ်တွေက၊ အမျိုးသား မော်ဒယ်လ်တွေထက် ဝင်ငွေပိုကောင်းခြင်း

ဖက်ရှင်မော်ဒယ်လ် ဟေဒီကလမ်သည် (၂၀၀၅)ခုနှစ်က ဒေါ်လာ (၇.၅)သန်းရသည်။ အခြားထိပ်တန်းအမျိုးသမီး မော်ဒယ်လ် တွေက၊ သူမထက်ပို၍ပင်ရသေးသည်။ Gisele Bundchen သည် ဒေါ်လာ (၁၅)သန်းကျော်ရသည်။ အမျိုးသမီးမော်ဒယ်လ် (၅)ဦးသည် အမေရိကန် Forbes မဂ္ဂဇင်း၏ ဝင်ငွေအမြင့်ဆုံးနာမည်ကြီး (၁၀၀) တွင်ပါဝင်ကြသည်။ ထိုစာရင်းတွင် အမျိုးသားမော်ဒယ်လ်တစ်ယောက် မျှမပါ။ အမျိုးသမီးမော်ဒယ်လ်တွေက အဘယ်ကြောင့် ဤမျှရနေကြ သနည်း?

ဤမေးခွန်းကိုဖြေရန်အတွက်၊ ပထမဦးစွာ ဖက်ရှင်မော်ဒယ်လ် တွေက သူတို့ကိုငှားရမ်းသော အဝတ်အထည်ထုတ်လုပ်သူတွေအတွက် ဘာလုပ်ပေးသည်ကို ဦးစွာမေးမြန်းရန်လိုသည်။ ရိုးရိုးပြောရလျှင် သူတို့၏တာဝန်မှာ အဝတ်အထည်တွေကို ဝယ်ယူမည့်သူတွေ တတ်နိုင် သမျှ သဘောကျအောင်လုပ်ပေးရန်ပင်ဖြစ်သည်။ ဆွဲဆောင်မှုရှိသူတွေ ဝတ်လိုက်လျှင် အဝတ်အစားအတော်များများက ကြည့်ကောင်းသွားကြ ရာ၊ အဝတ်အထည်ထုတ်လုပ်သူတွေက၊ ကြည့်အကောင်းဆုံးအမျိုးသား အမျိုးသမီးတွေကို ငှားရမ်းကာ ဓာတ်ပုံရိုက်ကြသည်။ အမျိုးသားနှင့် အမျိုးသမီး မော်ဒယ်လ်တွေကြားထဲတွင် ပိုကြည့်ကောင်းသော မော်ဒယ်လ်တွေက ဝင်ငွေပိုရကြသည်။ အမျိုးသားတွေ၊ အမျိုးသမီးတွေ ဘယ်လိုလှရမည်ကို လူ့အဖွဲ့အစည်းက စံချိန်စံညွှန်းတွေ သတ်မှတ်ထား က အမျိုးသမီးတွေက အမျိုးသားတွေထက် ပိုလှပိုချော၍ ဝင်ငွေ ပိုကောင်းရသည်ဟု မဆိုနိုင်ပေ။

အမျိုးသမီးမော်ဒယ်လ်တွေ ဝင်ငွေကောင်းခြင်းမှာ အမျိုးသမီး ဝတ်ဖက်ရှင်တွေက အမျိုးသားဝတ်ဖက်ရှင်တွေထက် ဈေးကွက်

ပိုကြီးမား၍ ဖြစ်သည်။ ဥပမာ - အနောက်တိုင်းက အမျိုးသမီးများသည် နှစ်စဉ်နှစ်တိုင်း အမျိုးသားတွေထက် အဝတ်အစားစရိတ် နှစ်ဆကျော်သုံးကြသည်။ ထိုသို့ဈေးကွက်ကြီးမားသောအခါ ကာလတစ်ခုတွင် အချောဆုံးအလှဆုံးဟုထင်ရသော အမျိုးသမီးမော်ဒယ်တွေကို အပြိုင်အဆိုင်ငှားရမ်းကြသည်မှာ စီးပွားရေးအရ အဓိပ္ပာယ်ရှိသည်။ လူဖတ်များသော အမျိုးသမီးမဂ္ဂဇင်းတွေဖြစ်သည့် Vogue နှင့် Elle တို့သည် အမျိုးသမီးဝတ်အဝတ်အထည်နှင့် အလှကုန်ဝယ်ယူမှုအပေါ် ဩဇာရိုက်ခတ်မှုကြီးမားသည်။ မဂ္ဂဇင်းစာစောင်တစ်စောင်တွင် အမျိုးသမီးမော်ဒယ်လ်တွေ၏ဓာတ်ပုံ ရာထောင်ချီပြီးပါဝင်သည်။ ထိုမျှများပြားသည့် ဓာတ်ပုံတွေထဲတွင် စာဖတ်သူတွေ၏ အာရုံဆွဲဆောင်နိုင်သူကို ရွှေဖြင့်စက်၍ပင် ဝယ်ထိုက်သည်။ ထို့ကြောင့် ထုတ်လုပ်သူတွေက၊ အခြားသူများထက် နည်းနည်းပင်သာစေကာမူ အများကြီးပေးပြီး ငှားချင်ကြသည်။

အမျိုးသားမော်ဒယ်လ် ခပ်ချောချောတစ်ယောက်ကို ငှားရမ်းလိုက်သည့်အတွက် ထူးထူးခြားခြားအကျိုးမများနိုင် အမျိုးသား ဖက်ရှင်မဂ္ဂဇင်းတွေ၏ အမည်ကို ပြောပြနိုင်သောအမျိုးသားပင် ခပ်များများမရှိ။ ဖတ်သည့်သူကလည်း ခပ်ရှားရှား။ နည်းနည်းပိုချောသော အမျိုးသားမော်ဒယ်လ် တစ်ယောက်ကိုငှားရမ်းကြော်ငြာသော အဝတ်အစားထုတ်လုပ်သူသည် အဝတ်အထည်အနည်းငယ် ပိုရောင်းရကောင်းရောင်းရနိုင်သော်လည်း အမျိုးသမီးမော်ဒယ်လ်တစ်ယောက်ကို ငှားရသလောက် ရောင်းမကောင်း။

အလှကုန်ပစ္စည်းတွေအတွက် အမျိုးသမီးမော်ဒယ်လ်တွေကို ငှားရမ်းသည့်အခါ၌လည်း၊ ပို၍ထူးခြားသော မော်ဒယ်လ်တစ်ယောက်ကို ငှားရမ်းရာမှရသော အကျိုးကျေးဇူးက ပို၍ကြီးမားသည်။ အမျိုးသားအတော်များများသည် အလှကုန်မသုံးကြ။ ထို့ကြောင့်အလှကုန် ကြော်ငြာသော အမျိုးသားမော်ဒယ်ကို လုပ်သားဈေးကွက်တွင် များများမတွေ့ရ။

### ဝင်ငွေမြင့်သူတွေ အခြားသူများထက် လစာတိုးမြှင့်ခြင်း

ဒုတိယကမ္ဘာစစ်အပြီး နှစ် (၃၀)အတွင်း ဝင်ငွေနှိမ့်မြင့်မရွေး တစ်နှစ်ပျမ်းမျှ (၃)%အောက်၌ တစ်ပြေးတည်းဝင်ငွေတက်ခဲ့သည်။ နောက်ပိုင်း၌ ဝင်ငွေမြင့်သူတွေက လစာအတိုးမြှင့်သည်။ (၁၉၇၅) ခုနှစ်က ဈေးနှုန်းအတိုင်းတွက်လျှင် အလယ်အလတ်တန်း ဝင်ငွေ ပြောင်းလဲမှုမရှိသော်လည်း ဝင်ငွေမြင့်သူ (၁)%သည် ယခင်ကထက် (၃)ဆ ဝင်ငွေတက်လာခဲ့သည်။ ဝင်ငွေမြင့်လေ အတက်မြန်လေ ဖြစ်သည်။ အမေရိကန်ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ အမှုဆောင်အရာရှိချုပ်များသည် သာမန်အမေရိကန် အလုပ်သမားတစ်ဦး၏ ဝင်ငွေထက်အဆ (၅၀၀) ကွာခြားရာ၊ (၁၉၈၀) ပြည့်နှစ်တုန်းကဆိုလျှင် (၄၂) ဆသာ ကွာခြားသည်။ ယူကေ၌ အမှုဆောင်အရာရှိများသည် လွန်ခဲ့သောကိုးနှစ်အတွင်း (၉၂)% လစာတက်ခဲ့သော်လည်း သာမန်အလုပ်သမားများ၏လုပ်ခသည် ငွေဖောင်းပွမှုနှုန်းကို ကာမိရုံလောက်သာ တက်ခဲ့သည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ကွဲပြားနေကြရသနည်း?

အကြောင်းတရားများစွာရှိသော်လည်း၊ ထူးခြားသည့် အကြောင်းတရားတစ်ခုမှာ၊ နည်းပညာတိုးတက်မှု လျှင်မြန်သောကြောင့် စွမ်းရည်အရှိဆုံးလူတွေ၏ အစွမ်းအစကို အဆမတန်မြှင့်ပေးလိုက်ခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

ခေတ်မီဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာများကို သယ်ယူပို့ဆောင်ရေး စရိတ်ကျဆင်းလာခြင်း၊ သွင်းကုန်အဟန့်အတားများလျော့ပါးလာခြင်း တို့နှင့် ပေါင်းစပ်လိုက်သောအခါ ဈေးကွက်၏နယ်ပယ် ကျယ်လာသည်။ ယခင်က မော်တော်ကားတာယာကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် မိမိနိုင်ငံတွင် အကောင်းဆုံးဖြစ်ရုံဖြင့် ရှင်သန်နိုင်သည်။ ယခုအခါ၌ သူသည် ကမ္ဘာတစ်ဝန်းရှိ စွမ်းရည်အမြင့်ဆုံးထုတ်လုပ်သူ လက်တစ်ဆုပ်စာ ခန့်ကြားထဲတွင် ရောက်နေမည်။ အလွန်ကြီး အပြိုင်အဆိုင်လည်းများ

လာသောအခါ အမှုဆောင်အရာရှိ၏ ဆုံးဖြတ်ချက်အရည်အသွေး အနည်းငယ် ကွာခြားရုံမျှဖြင့် ကုမ္ပဏီ၏ဝင်ငွေကို အများကြီး ပြောင်းလဲသွားစေနိုင်သည်။

ပြိုင်ဆိုင်မှုများလာခြင်း၊ ကုတ်နှင့် မလိုက်သလို အဆပေါင်း များစွာ ပြောင်းလဲနိုင်သည့် စွမ်းရည်တိုးလာခြင်းတို့ချည်းသက်သက် ကြောင့် အမှုဆောင်အရာရှိများအားလုံး၏ လစာတွေ တစ်ဟုန်ထိုး တိုးလာသည်ဟု မဆိုနိုင်သေးပေ။ Enron ကုမ္ပဏီ၏ သာဓကကို ကြည့်လျှင်၊ အချို့အမှုဆောင်အရာရှိများက၊ မသမာလိမ်ညာကာ၊ ဥစ္စာဓနတိုးပွားအောင် လုပ်ကြသည်ကိုလည်း တွေ့ရသည်။ သို့သော် အဓိကအားဖြင့် ထိပ်ဆုံးက အမှုဆောင်အရာရှိများ၏ ဝင်ငွေမြင့်ရခြင်းမှာ၊ ထိုအမှုဆောင်အရာရှိများ၏ ဆုံးဖြတ်ချက်များသည် ယခင်ကထက်၊ အမြတ်ရရှိရေးအတွက်၊ ပိုအရေးပါလာသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်၌ ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းသည်၊ ၎င်း၏အရည်အသွေးအပေါ်၌ မူတည်သည်။ ဥပမာ - အဆင့်မြင့် ရုပ်မြင်သံကြား စက်တစ်လုံးသည်၊ သာမန်ရုပ်မြင်သံကြားစက်တစ်လုံး ထက်၊ ဈေးကြီးသည်။ လုပ်သားဈေးကွက်တွင်လည်း ထိုအတူပင်ဖြစ် သည်။ အလုပ်တစ်ခုအတွက် လုပ်ခသည်၊ ထိုလုပ်သား၏ အရည် အသွေးအပေါ်တွင် များများမူတည်သည်။ ဘောဂဗေဒပညာရှင်များက လျော်ကြေးပေး၊ လုပ်ခခြားနားမှု သီအိုရီဟုခေါ်တွင်သော သဘော တရားကို၊ ဘောဂဗေဒပညာရှင် Adam Smith က သူ၏ 'နိုင်ငံတို့၏ ဥစ္စာဓန' ကျမ်းတွင်၊ အောက်ပါအတိုင်း ရေးသားခဲ့သည်။

'လုပ်အားနှင့် အရင်းအနှီးတို့ကို၊ အလုပ်အကိုင်အမျိုးမျိုးတွင် အသုံးပြုခြင်းကြောင့်ရသော ကောင်းကျိုးဆိုးကျိုးတို့သည်၊ အနည်းနှင့် အများဆိုသလို လုံးဝညီမျှကောင်းညီမျှမည်။ သို့မဟုတ် ညီမျှကြတော့ မည်။ အကယ်၍ အလုပ်အကိုင်တစ်ခုက အနည်းနှင့်အများ အခြား လုပ်ငန်းတွေထက် ကောင်းကျိုးနည်း၍ တစ်ဖက်၌ လူအတော်များများ

ထွက်ခွာကာ၊ အခြားလုပ်ငန်းများသို့ စုရောက်သွားကြသဖြင့် မကြာမီ အခြားအလုပ်အကိုင်များ၏ အဆင့်နှင့်တန်းတူ ဖြစ်သွားမည်... လူတိုင်းသည် မိမိတို့၏ အကျိုးစီးပွားအတွက် အကျိုးရှိရာရှိကြောင်းကို ရှာဖွေပြီး အကျိုးမရှိသော အလုပ်အကိုင်များကို ပစ်ပယ်ကြသည်။

အဒမ်စမစ်၏ သီအိုရီက တခြားသက်ဆိုင်သော အကြောင်း တရားတွေ အတူတူဆိုလျှင် အန္တရာယ်များများသော ပို၍ပင်ပန်းသော ညစ်ပတ်နံ့စော်သောနေရာများတွင် လုပ်ရသော လုပ်ငန်းများတွင် ပို၍လုပ်ခမြင့်မားသည်။ တခြားဥပမာများကိုလည်းဆက်ကြည့်ပါ။

**တက္ကသိုလ်ပြည်နယ် ဒါးလက်စွဲ လမ်းပြင်သူက မင်နီပိုးလစ်တွဲ လမ်းပြင်သူ၏ တစ်ဝက်သာလုပ်ခရ။**

အဲလက်စမီ၊ ဆင်ခြေဖုံးရှိ အိမ်တစ်အိမ်သို့ မကြာသေးမီက ရွှေ့လာပြီးနောက်၊ အိမ်ရှင်သည် သူ၏အိမ်အဝင်ကားလမ်းပြင်ဆင်ရန် စရိတ်ခန့်မှန်းချက်တစ်ခုကို ရရှိခဲ့သည်။ သူမရောင်းခဲ့သော မင်နီပိုးလစ် ဆင်ခြေဖုံးအိမ်၌ မပြောင်းမီကမှ အိမ်အဝင်အထွက်လမ်းကို ပြင်ဆင်ခဲ့ သေးသည်။ ထိုစရိတ်ခန့်မှန်းချက်၌ ပစ္စည်းဖိုးတွေက အတူတူဖြစ်သော် လည်း၊ လုပ်အားခက တစ်ဝက်ခန့်သာဖြစ်နေ၍ သူမအံ့အားသင့်သွား သည်။ ဒါးလက်စမှာ၊ ဘာလို့လုပ်အားခ ယခုလိုဈေးပေါနေရသနည်း?

ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်း သဘောတရားအရ ကျွမ်းကျင်မှုတူ လုပ်ရသောအခြေအနေတူလျှင် လုပ်ခတူညီရမည်။ ယခုကဲ့သို့ လမ်းပြင် ရန်အတွက် လိုအပ်သော ကျွမ်းကျင်မှုသည် မင်နီပိုးလီးစ်မှာရော ဒါးလက်စမှာပါ အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ စိုက်ထုတ်ရသော လုပ်အား လည်း တူညီသည်။ သို့သော် အခြားအခြေအနေတွေ ကွာခြားမှုရှိသည်။

အထူးသဖြင့် ဒါးလက်စတွင် ရာသီဥတုကောင်းမွန်ခြင်း ကြောင့်၊ လမ်းပြင်သည့်အလုပ်ကို တစ်နှစ်လုံးလုပ်နိုင်ပြီး၊ မင်နီပိုးလစ် တွင် ကြမ်းတမ်းသော ဆောင်းရာသီကြောင့် လအနည်းငယ်သာ အလုပ်



လုပ်နိုင်သည်။ မင်နီပိုးလစ်တွင် ဆောင်းရာသီနှင့် ဂျူလိုင်လဟူ၍ ရာသီနှစ်ခုသာရှိကြောင်း ပြောစမှတ်ပြုကြသည်။ ဆောင်းရာသီက တစ်ပတ်နှစ်ပတ်မျှသာကြာလျှင် ပြဿနာမဟုတ်။ လပေါင်းများစွာ အလုပ်မလုပ်ဘဲနေနေရရာ ဒါးလက်စ်က လုပ်ခအတိုင်းသာတောင်းလျှင် ရှင်သန်နိုင်မည်မဟုတ်။

အဒမ်စမစ်၏ သီအိုရီအရ ကျွမ်းကျင်မှုချင်းတူညီလျှင် အလုပ် လုပ်ရသည့် ယေဘုယျပတ်ဝန်းကျင် အခြေအနေကွာခြားမှုမရှိစေရန် လုပ်ခလိုက်ပြောင်းရသည်။ လုပ်ငန်းခွင်တစ်ခု၌ အခြေအနေတွေက မက်စရာသိတ်ကောင်းနေလျှင် လုပ်ခတွေလျော့ကုန်သည်။ အဒမ်စမစ် က 'အလုပ်အကိုင်အမြဲရှိမှု' ဟူသော လိုလားအပ်သည့် အခြေအနေ တစ်ရပ်ကို ထူးထူးခြားခြားပြောသည်။ ထို့ကြောင့်ပင် မင်နီပိုးလစ်တွင် ဒါးလက်စ်ထက် လုပ်ခသိသိသာသာကြီးမားနေခြင်းဖြစ်သည်။ မင်နီ ဆိုတာ၌ ဆောင်းရာသီတွင် အလုပ်မလုပ်ရသည်ကိုကာမိရန် အလျော် ပေးသည့် အနေဖြင့် လုပ်ခတွေ ကြီးမားရသည်။

မြို့နှစ်မြို့တွင်လုပ်ခခြားနားခြင်းကို အလုပ်ရချိန်နည်းပြီး၊ ဝယ်လိုအားတွေစုမိသွားခြင်းကြောင့် ပိုဆိုးစေသည်။ အိမ်အဝင်ကားလမ်း ပြင်သည့်ကိစ္စကို ရာသီသာချိန် ငါးလခြောက်လအတွင်း အပြီးလုပ်ကြရ မည်ဖြစ်သည်။

**ထိပ်တန်းစားသောက်ဆိုင်များတွင် စားပွဲထိုးတွေက လက်ထောက်စားဖိုမှူးထက် ဝင်ငွေကောင်းရခြင်း။**

ဈေးကြီးသော စားသောက်ဆိုင်တစ်ခုတွင်၊ ညနေပိုင်း၌ စားပွဲထိုးတစ်ယောက်သည် ဆုကြေး ပေါင်စတာလင်ရာချီရနိုင်ပြီး၊ လက်ထောက် စားဖိုမှူးသည် အနည်းငယ်မျှသာရကြရှာသည်။ အလုပ် နှစ်မျိုးစလုံးသည် စားသောက်ဆိုင်၏ အောင်မြင်မှုအတွက် အရေးကြီး သော်လည်း၊ လူအတော်များများက လက်ထောက်တစ်ယောက်၏

အတွေ့အကြုံ၊ အစွမ်းအစနှင့် အလေ့အကျင့်တို့သည် စားပွဲထိုးကောင်းတစ်ယောက်၏ အရည်အသွေးထက်ပို၍ ရှားပါးသည်ဟု ယူဆကြသည်။ သို့ပါလျက်နှင့် စားပွဲထိုးတွေက အဘယ်ကြောင့် ဝင်ငွေပိုကောင်းရသနည်း?

လုပ်ငန်းခွင်တစ်ခု၌ရသောဝင်ငွေသည် ကျွမ်းကျင်မှုအပေါ်၌သာမက အခြားသော အကြောင်းတရားများအပေါ်၌လည်း မူတည်သည်။ ကျွမ်းကျင်မှုဖြင့် အလုပ်အတော်များများအတွက် လခအနည်းငယ်သာရကြသည်။ ထိုနေရာကို အမြဲမလုပ်၊ အခြားသော ဆွဲဆောင်မှုရှိသည့် အလုပ်တွေကိုလုပ်ရန် လှေခါးထစ်တစ်ထစ်၊ အကူးအပြောင်းတစ်ဆင့်အဖြစ်၊ သဘောထားကြခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။ လက်ထောက်ထမ်းချက်ရာထူးသည် ဤစာရင်းတွင် အကျုံးဝင်သည်။ သို့သော် ဤစာရင်းတွင် စားပွဲထိုးမပါ။ ကျွမ်းကျင်မှုဖြင့်သော ပုဂ္ဂိုလ်များသည်၊ လခအနည်းငယ်ဖြင့် လက်ထောက်ထမ်းချက်အလုပ်ကို လုပ်လိုကြသည်။ ဤနေရာတွင် လူရိုသေ ရှင်ရိုသေ၊ လစာလည်းကောင်းသော၊ စားဖိုမှူးတစ်ယောက်ဖြစ်ရန် အခြေခံကျသော အတွေ့အကြုံတွေ၊ အလေ့အကျင့်တွေရယူနိုင်မည်ဟု ယူဆကြ၍ဖြစ်သည်။

သို့သော်စားပွဲထိုးတွေက၊ မည်သည့်အခါမျှ လခကောင်းသော အလုပ်သို့ မကူးပြောင်းနိုင်။ ပြောင်းသွားသည့်သူတွေကလည်း စားပွဲထိုးလောကတွင် အတွေ့အကြုံရထား၍ အောင်မြင်ခြင်းမဟုတ်ပေ။

**ဆေးလိပ်ကုမ္ပဏီကြီးများ၏ အမှုဆောင်အရာရှိချုပ်များက နီကိုတင်းသည် မစွဲတတ်ပါဟု ကျမ်းကျိန်သက်သေခံထွက်ဆိုခြင်း**

(၁၉၉၄) ခုနှစ်ဧပြီလ (၁၄) ရက်နေ့တွင် အမေရိကန်ဆေးလိပ်ကုမ္ပဏီကြီး (၇)ခု၏ အမှုဆောင်အရာရှိချုပ်များက ကွန်ဂရက်လွှတ်တော်ရှေ့တွင်၊ ဆေးလိပ်အပေါ်၌ ချမှတ်သည့် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများနှင့်ပတ်သက်၍ သက်သေခံထွက်ဆိုကြသည်။ လူအများကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်ရရှိနိုင်သော သိပ္ပံအထောက်အထားများအရ နီကိုတင်းသည်

အလွန်စွဲတတ်သည်။ အမှုဆောင်အရာရှိချုပ်တွေက လိမ်ညာပြီးထွက်ဆို ကြခြင်းဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့် လူ့အထင်သေးစရာဤအလုပ်ကို လုပ်ကြသနည်း?

အများပြည်သူ အထင်အမြင်သေးသည်ကို ခံနိုင်ရည်ရှိခြင်း သည် အလုပ်ခွင်တွင် မလိုလားအပ်သော အခြေအနေတစ်ခုဖြစ်သည်။ အဒမ်စမစ်သီအိုရီတွင် လုပ်ခများခြားနားခြင်းအကြောင်းကို ရှင်းပြထား သည်။ ဆေးလိပ်ကုမ္ပဏီများ၏ အမှုဆောင်အရာရှိချုပ်များသည် အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် လစာအကောင်းဆုံးသူများဖြစ်သည်။ ဖိလစ် မောရစ် စီးကရက်ကုမ္ပဏီများ၏ မိခင်ကုမ္ပဏီဖြစ်သော Altriaသည် အမှုဆောင်အရာရှိချုပ်ကို (၂၀၀၅)ခုနှစ်တွင် ဒေါ်လာ (၁၈.၃)သန်း ပေးခဲ့သည်။

### အလုပ်မလုပ်သူက လခကောင်း အလုပ်လုပ်သူက လခနည်းခြင်း

အပြိုင်အဆိုင်ဈေးကွက်သဘောတရားအရ၊ လုပ်သားများကို အလုပ်ရှင်အတွက် ၎င်းတို့လုပ်ပေးရသောတန်ဖိုးအလိုက် လုပ်ခပေး သည်။ သို့သော် အဖွဲ့အစည်းအတော်များများ၌၊ ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက် အလုပ်တစ်ခု လစာတစ်ခုတည်းဖြစ်လင့်ကစား ထုတ်လုပ် မှုစွမ်းအားကွာခြားသည်ကို တွေ့ရသည်။ ထို့ကြောင့် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအား အမြင့်ဆုံးလုပ်သားများက သူတို့လုပ်ချင်သည် နှင့်စာလျှင်နည်းပြီး အနိမ့် ဆုံးလုပ်သားတွေက ပိုရသလိုဖြစ်နေသည်။ ဤဖြစ်ရပ်သည် ထုတ်လုပ် မှု စွမ်းအားနိမ့်ဝန်ထမ်းတွေအတွက် အကျိုးရှိသလိုဖြစ်နေသည်။ သို့သော် အကယ်၍ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြင့် လုပ်သားတွေအတွက် လခနိမ့်နေ လျှင် ထိုက်ထိုက်တန်တန်ပေးမည့် အခြားအလုပ်ရှင်များနောက် ပါသွားစရာ အကြောင်းရှိသည်။

ဤဥပမာကလည်း စားပွဲပေါ်က ငွေစက္ကူကောက်ရသည့် အဓိပ္ပာယ်မျိုးဖြစ်နေသည်။ စွမ်းအားမြင့် ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်၏

လုပ်အားသည် ပေါင် (၅)သောင်းတန်ပြီး (၃)သောင်းခွဲသာ ပေးလျှင် ပြိုင်ဘက်လုပ်ငန်းတစ်ခုက (၄)သောင်းပေးကာ သူတို့အတွက် အကျိုးရှိအောင်လုပ်နိုင်သည်။ သို့သော် အခြားသော ပြိုင်ဘက်လုပ်ငန်းတွေအတွက် အခွင့်အလမ်း ပွင့်နေဆဲဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် တကယ်သာ ပေါင် (၅)သောင်းဖိုး အလုပ်လုပ်လျှင် နောက်ဆုံး၌ သူမကိုပေါင် (၅)သောင်းပေးလိုက်ရမည်ဖြစ်သည်။

အခြားဖြစ်နိုင်သောကိစ္စတစ်ခုမှာ အလုပ်သမားအများစုသည် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနိမ့်သည့် အုပ်စုထဲမှာထက် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြင့်သည့် အုပ်စုထဲတွင် နေလိုကြသည်ဟု ယူဆစရာရှိသည်။ သို့သော် ဝန်ထမ်းတိုင်း၊ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြင့်လို၍ မရပေ။ ယေဘုယျအားဖြင့် လူတစ်ဝက်ခန့်သည်၊ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနိမ့်အုပ်စုတွင်ပါဝင်ကြသည်။ ထုတ်လုပ်မှု စွမ်းအားမြင့်အုပ်စုတွင် ပါဝင်ကာ ကျေနပ်မှုရရန်အရေးကြီးသည်။ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနိမ့်အုပ်စုတွင် ပါဝင်ရသဖြင့်၊ မကျေနပ်သော်လည်း၊ သည်းခံနိုင်စွမ်းရှိသူများရှိမှဖြစ်သည်။ အလုပ်သမားတွေကို၊ ၎င်းတို့၏ ဆန္ဒဆန့်ကျင်ပြီး အဖွဲ့အစည်းအတွင်း၌ ဆက်လက်တည်ရှိနေစေရန် မဆောင်ရွက်နိုင်လျှင် တစ်စုံတစ်ရာ အကျိုးရှိစရာကို လျော်ကြေးသဖွယ်ပေးမှ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနိမ့် အလုပ်သမားများသည် ထိုနေရာတွင် ဆက်လက်နေထိုင်နိုင်ကြမည်။

ထိုအပိုလျော်ကြေး ဘယ်ကရသနည်း? ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြင့်သူများ၏ ဝင်ငွေအပေါ် ပုန်းလျှိုးကွယ်လျှိုး အခွန်ကောက်ခံသလို လုပ်ကာ ၎င်းတို့ကို ထောက်ပံ့သည့် နည်းရှိသည်။ ထိုအခွန်နှုန်းမမြင့်လျှင် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြင့်သူတွေက ကျေကျေနပ်နပ်ပေးနိုင်ကြမည်။ အခြားနေရာတွေမှာ ဝင်ငွေပိုရနိုင်သော်လည်း လက်ရှိနေရာတွင်ပင် ပျော်ပျော်ပါးပါးနေထိုင်ကြမည်။ အဆင့်နိမ့်လုပ်သားတွေကလည်း ၎င်းတို့အဆင့်နိမ့်သည်ကို လျော်ကြေးပေးသည့်သဖွယ် ပေးထား၍

ကျေနပ်ကြမည်။ ထိုလုပ်ခပေးပုံစနစ်သည် ဝင်ငွေမြင့်လေ အခွန်နှုန်းမြင့်မြင့် တိုးကောက်သည့် ပုံစံမျိုးဖြစ်နေသည်။

အလုပ်အကိုင်အများစုသည် လုပ်ငန်းအမျိုးမျိုး၌ အလုပ်အကိုင်အနိမ့်အမြင့်အမျိုးမျိုးကို ရွေးချယ်နိုင်ကြသည်။ ရာထူးအမြင့်အနိမ့်တွေကို ဂရုမစိုက်သောသူတစ်ယောက်အနေဖြင့် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြင့်ဝန်ထမ်းများရှိသော လုပ်ငန်းတစ်ခုတွင်၊ ရာထူးနိမ့်နိမ့် အလုပ်တစ်ခုကို ရွေးချယ်ပြီး၊ သက်သက်သာသာနေထိုင်နိုင်သည်။ ရာထူးအမြင့်ကိုကြိုက်သူက ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနိမ့်သူများရှိသည့် လုပ်ငန်းတစ်ခုတွင် လစာနည်းနည်းယူကာ ရာထူးကြီးကြီး ယူနိုင်သည်။

ငွေသွင်းစက်၊ ပုံနှိပ်စက်တို့ကဲ့သို့ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဈေးကွက်နှင့်၊ လုပ်သားဈေးကွက်တို့ တူညီမှုများစွာရှိသော်လည်း၊ အရေးကြီးသောခြားနားသည့်အချက်များလည်းရှိသည်။ ဥပမာ ပုံနှိပ်စက်တစ်လုံးအတွက် ခဏခဏအပြင်ထွက်ခြင်း ရုံးသုံးပစ္စည်းများ ယူသုံးခြင်းများလုပ်မည်ကို အလုပ်ရှင်က ပူစရာမလို ထိုခြားနားချက်တွေကြောင့်၊ လုပ်ခပုံစံခြားနားမှု အလုပ်ခန့်ပုံခန့်နည်းခြားနားမှုတွေကို ဖြစ်စေသည်။

### တစ်ခါတစ်ရံ Tips ပေးပြီး အမြတ်မ်းမပေးခြင်း

ညစာထွက်စားသည့်အခါ စားပွဲထိုးဝန်ဆောင်မှုကောင်းသဖြင့်၊ စုစုပေါင်းကုန်ကျငွေ၏ (၁၀)%ခန့်ကို၊ စားပွဲထိုးအတွက် ပေးတတ်သည့် ထုံးစံရှိသည်။ သို့သော် အခြားဝန်ဆောင်မှုအများစုကမူ tips ရမည်ဟု မျှောင့်လင့်မထားကြပေ။ အချို့ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၌ tips မပေးရမယူရဟုပင် သတ်မှတ်ထားသည်။ မည်သို့ကွာခြားသနည်း?

စားသောက်ဆိုင်များ၌ tips ပေးခြင်းသည် ဝန်ဆောင်မှုပိုကောင်းစေရန် ရည်ရွယ်သော နည်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ စားသောက်ဆိုင်ပိုင်ရှင်များက ၎င်းတို့၏ ဝန်ထမ်းများသည် ဂရုတစိုက် ယဉ်ယဉ်

ကျေးကျေး ဆက်ဆံကာ ဖောက်သည်တွေကျေနပ်ပြီး နောက်တစ်ခေါက်လာလည်ချင်စိတ်ပေါ်လျှင် လစာပို၍ပေးချင်စိတ်ရှိသည်။ သို့သော် ဆိုင်ရှင်များအနေဖြင့် ဝန်ဆောင်မှု ကောင်းမကောင်းကို တိုက်ရိုက်စောင့်ကြည့်မနေနိုင်ပေ။ အစားအစာဈေးနှုန်းကို အနည်းငယ် လျှော့ပေးကာ ကျေနပ်မှုရလျှင် စားသုံးသူက ငွေအနည်းငယ်ချန်ထားသည့်နည်းဖြင့်သာ ပြဿနာကိုဖြေရှင်းသည်။ ညစာလာရောက်စားသုံးသူက ဝန်ဆောင်မှု၏ အရည်အသွေးကို စောင့်ကြည့်နိုင်သော အနေအထားတွင် အပြည့်အဝရောက်နေကြသည်။ ညစာစားသူအများစုသည် တစ်ဆိုင်တည်းကိုပင် ထပ်တလဲလဲသွားလေ့ရှိကြရာ ဝန်ဆောင်မှုကောင်းကောင်းပေး၍ tips ရထားသော စားပွဲထိုးသည် နောက်တစ်ခေါက်လာလျှင် ဝန်ဆောင်မှုကို ပိုကောင်းအောင်ကြိုးစားမည်။

စားသောက်ဆိုင်လောကတွင် အပြိုင်အဆိုင်များခြင်းကြောင့် tips မပေးသူကို ဝန်ဆောင်မှုကောင်းကောင်းမပေးဘဲနေ၍လည်း မရပေ။ ဝန်ဆောင်မှုညံ့လျှင် အခြားဆိုင်သွားစားမည်ဖြစ်သည်။

သို့သော် အခြားနေရာများ၌ ဖောက်သည်တွေကို အကာအကွယ်မပေးနိုင် မော်တော်ယာဉ်နှင့် ယာဉ်မောင်းလိုင်စင် အေဂျင်စီက စာရေးတစ်ယောက် ဆက်ဆံရေးမကောင်းလျှင် အခြားနေရာသွားလုပ်၍ မရ။ ထိုအေဂျင်စီကိုလည်း မလွဲသာမှသာသွားကြသည်။ ဝန်ဆောင်မှု ပိုကောင်းလျှင် ကျေနပ်စရာဖြစ်သော်လည်း ဝန်ဆောင်မှုကောင်းကောင်းပေးရန်အတွက် ဆိုပြီး တစ် - တောင်း၍မရပေ။

**လုပ်သားတစ်ဦး၏ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားထက် လုပ်ခက ပို၍ မြန်ဆန်စွာတက်ခြင်း**

ရှေ့ညအလုပ်ခန့်ထားလေ့ရှိသည့် လုပ်ငန်းများ၌ ဝန်ထမ်းတစ်ဦး၏ လုပ်ခသည်၊ ၎င်း၏ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားထက် နှစ်ဆပို၍ တက်လေ့ရှိသည်။ လုပ်သား၏သက်တမ်းတစ်လျှောက်တွင်၊ ပျမ်းမျှ လုပ်ခက ပျမ်းမျှထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားထက် မကျော်လွန်ဟု ယူဆလျှင်၊ ဝန်ထမ်းများအလုပ်ဝင်ကာစတွင်၊ ထိုက်တန်သည်ထက်လျှော့ပေးကာ

နောက်ပိုင်း၌ တန်ရာတန်ကြေးကို ပိုပေးသည့် သဘောရှိသည်။ သို့သော် လုပ်ငန်းတစ်ခုက၊ တန်ရာတန်ကြေးထက်ပိုပေးနေရလျှင်၊ ထိုဝန်ထမ်းကို မည်သည့်အတွက်ကြောင့်၊ ဆက်လက်ထိန်းထားနေသနည်း?

အဖြေတစ်ခုမှာ၊ လုပ်သားလိမ်ညာခြင်း၊ အလုပ်မှရှောင်ရှားခြင်း မပြုရန်ရည်ရွယ်၍ လုပ်ဆောင်ခြင်းဖြစ်နိုင်သည်။ ယူကေနိုင်ငံတွင်၊ ဝန်ထမ်းများ၏ လိမ်ညာမှုကြောင့် တစ်နှစ်လျှင် ပေါင်စတာလင် (၁)ဘီလီယံနီးပါး ကုန်ကျသည်။ ထိုစရိတ်တွေကိုလျှော့ချနိုင်သည့်နည်းလမ်းရှိလျှင် ဝန်ထမ်းတွေကို လုပ်ခပိုပေးပြီး၊ တစ်ချိန်တည်းမှာပင်၊ အမြတ်လည်း၊ ပိုရနိုင်သည်။ ထို့ပြင် ယခုနည်းအရ မရိုးသားသော၊ ပျင်းရိသော ဝန်ထမ်းများသည် ယခုကဲ့သို့ လုပ်ခပေးပုံမျိုးကို လက်ခံနိုင်မည်မဟုတ်ပေ။ ဘဝတစ်လျှောက် လုပ်ခမြင့်သော်လည်း စောစောပိုင်းနှစ်များတွင် လုပ်ခနိမ့်နေခြင်းကြောင့်၊ မရိုးသားသောလုပ်သားများသည်၊ လုပ်ခမတက်မီ၊ ဖမ်းမိထုတ်ပယ်ခံရမည်ကို စိုးရိမ်စရာအကြောင်းရှိသည်။ တစ်ဖက်၌ ရိုးသားသော လုပ်သားများသည် ကြန့်ကြာနေသော အခွင့်အရေးများကို ပြန်လည်ရယူရန်၊ လုပ်ငန်းတွင် ဆက်လက်ရှိနေမည်ဟု စိတ်ချလက်ချ ဖြစ်စေနိုင်သည်။ လုပ်ငန်းများက၊ မိမိတို့သဘောတူညီချက်ကို မထိန်းသိမ်းဘဲ နာမည်ပျက်သွားခဲ့လျှင်၊ ဝန်ထမ်းသစ်တွေ ခန့်ထားရေးအတွက် အဟန့်အတားဖြစ်နိုင်သည်။

**တစ်ခါတစ်ရံအလုပ်ရှင်များက လိုအပ်သည့်အရေအတွက်နှင့် အရည်အသွေးရရှိရန် လုပ်ခမြင့်တင်ကာ ငှားရမ်းခြင်း**

အပြိုင်အဆိုင်ရှိသော လုပ်သားဈေးကွက်တွင် သီအိုရီအရ၊ အလုပ်ရှင်များသည်၊ လိုအပ်သည့် ဝန်ထမ်းများရရန်၊ လခမြင့်ပေးတတ်ကြသည်။ သို့သော်လုပ်ငန်းများတွင်၊ နေရာလပ်တစ်ခုရှိတိုင်း၊ အရည်အသွေးမြင့်သူတွေများစွာလျှောက်ထားကြသည်မှာ ထုံးစံတစ်ခုလိုဖြစ်နေသည်။ လခလျှော့ပေးငှားလျှင် အမြတ်ပိုမရနိုင်ပါသလား?

ဖြစ်နိုင်သည့်အကြောင်းတစ်ခုမှာ လုပ်ခမြင့်ပေးခြင်းအားဖြင့်၊

ဝန်ထမ်းတွေဘက်က၊ ရိုးရိုးသားသားပြုမှုဆောင်ရွက်ကြရန်၊ နောင်ဖွဲ့လိုက်သလိုဖြစ်သွားသည်။ လက်ရှိသာမန်နှုန်းအတိုင်း လုပ်ခရနေသော ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်အနေဖြင့်၊ အလုပ်ပြုတ်မည့် အရေးကို၊ စိုးရိမ်စရာ သိပ်မရှိလှပေ။ အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုရှိသော လုပ်သားဈေးကွက်တွင် လက်ရှိနှုန်းထားအတိုင်း အလုပ်အကိုင်တွေကို အနည်းနှင့်အများဆိုသလို ရနိုင်သည်။ သို့သော် လုပ်ခကောင်းကောင်းကို အလွယ်တကူမရနိုင်။ လုပ်ခကောင်းသောအလုပ်ကို ကံကောင်းထောက်မစွာရသော အလုပ် သမားတစ်ယောက်သည်၊ အလုပ်မပြုတ်ရန်အတွက် တတ်နိုင်သမျှ ဆောင်ရွက်မည်။ အနည်းဆုံးပုံမှန်နှုန်းရနေသည့် ဝန်ထမ်းတွေထက်၊ အလုပ်ကမထွက်ရရန် ပိုကြိုးစားမည်။ မပြောင်းစေရန် ဆွဲထားနိုင်လေ လုပ်ခပိုပေးရသော်လည်း၊ လုပ်ငန်းအနေဖြင့် ဆက်လက်၍ အကျိုး အမြတ်ရလေဖြစ်သည်။

လုပ်ငန်းအတော်များများသည် ဝန်ထမ်းများ၊ တစ်ပတ်လျှင် နာရီမည်မျှအလုပ်လုပ်ရမည်၊ ပုံသေလုပ်ခမည်မျှရမည်ဟု ကြိုတင် သဘောတူညီသတ်မှတ်လေ့ရှိသည်။ သို့သော် အချို့အလုပ်များ၌၊ ဝန်ထမ်းတွေက၊ ၎င်းတို့၏ဝန်ဆောင်မှုများကို ပြည်သူလူထုသို့ တိုက်ရိုက် ရောင်းချလေ့ရှိသည်။ ထိုအခြေအနေမျိုး၌ လုပ်သားများရင်ဆိုင်ရသည့် ဆုံးဖြတ်ချက်များကို လာမည့်ဥပမာနှစ်ခုတွင် တွေ့ရသည်။

**လွတ်လပ်သောပါရမီရှင်၊ ဂီတပညာရှင်တွေက အခမဲ့  
ဂီတဝေမျှသည်အစီအစဉ်များကို သဘောကျသော်လည်း၊ အခြေခိုင်ပြီး  
နာမည်ကျော် ဂီတပညာရှင်များက ဆန့်ကျင်ခြင်း**

Napster က အင်တာနက်တွင်၊ သီချင်းများမျှဝေနားထောင် သည့် အစီအစဉ်ကို (၁၉၉၉) ခုနှစ်တွင် စတင်သောအခါ၊ အခြေခိုင်ပြီး နာမည်ကျော်အဆိုတော်များဖြစ်သော Metallice နှင့် Madonna



တို့က ချက်ချင်းရှုတ်ချကြသည်။ သို့သော် စိတ်တက်ကြွနေသော လွတ်လပ်သည့် အဆိုတော်များက လက်ခုပ်ဩဘာပေးကြသည်။ သူတို့ကဘာကြောင့် သီချင်းတွေအခမဲ့ဝေသည်ကို သဘောကျကြ သနည်း?

အခြေခိုင်ပြီး နာမည်ကျော်အဆိုတော်များသည် ဝင်ငွေအများစု ကို စီဒီရောင်းချရာမှရသဖြင့် သီချင်းခွေတွေကို အခမဲ့ပေးရန်ဆန္ဒကျင် ကြသည်မှာ မဆန်းပါ။ သို့သော် လွတ်လပ်သော အဆိုတော်များအတွက် မှာ တစ်မျိုးဖြစ်သည်။ ပထမဦးစွာ၊ဒေသအတွင်းတွင် ၎င်းတို့ကို လက်ခံ ကြိုက်နှစ်သက်သော ပရိသတ်များများမရှိသေးဘဲ စီဒီများများရောင်းရ စရာ၊ ရောင်းရငွေများများရစရာ အကြောင်းမရှိပါ။ တီးဝိုင်းတွေက သိန်းချီရှိနေပြီး၊ ဖျော်ဖြေစရာနေရာက နည်းပါးနေချိန်တွင် အောင်မြင်မှု ရရန်အရေးက ခရီးဝေးလှသည်။ တော်တော်လေးကောင်းသော တီးဝိုင်း သာ ဒေသတွင်းဈေးကွက်တွင်ပေါက်နိုင်သည်။ သို့သော် အဓိက အခက် အခဲမှာ ကိုယ့်ရုပ်ကိုယ့်ရွာမှ ဒေသအထိလူသိများရန်ဖြစ်ရာ သီချင်းခွေ တွေဝေမျှခြင်းသည် အကျိုးများသည်။ ဒေသခံတွေက သီချင်းခွေတွေကို အနီးအနားမြို့များရှိ မိတ်ဆွေများထံ အီးမေးလ်ဖြင့်ပို့လျှင် အကောင်းဆုံး တီးဝိုင်းများသည် မိမိတို့ရုပ်ရွာ၌သာမက အခြားဒေသများ၌ပါ အောင် မြင်စွာ ဖျော်ဖြေခွင့်ရနိုင်သည်။

အင်တာနက်တွင် သီချင်းတွေကိုအခမဲ့ပေးသည့်တိုင် ဒေသ တွင်းလူကြိုက်များလာသည့် တီးဝိုင်းတစ်ဝိုင်းသည် စီဒီရောင်းရငွေ ထိုက်ထိုက်တန်တန်ရလာနိုင်သည်။ သီချင်းတွေ အင်တာနက်မှ အခမဲ့ ရယူနေကြသော ဝါသနာအိုးများသည် သူတို့အကြိုက်ဆုံးတီးဝိုင်းများ၏ စီဒီများကို ဝယ်ယူအားပေးလိုကြသည်။

သို့ဖြစ်ရာ သီချင်းတွေကို အခမဲ့ပေးသည့်ကိစ္စနှင့်ပတ်သက်၍ တုံ့ပြန်ပုံနှစ်မျိုးစလုံးသည်၊ စီးပွားရေးအရ အဓိပ္ပာယ်ရှိသည်။ အခြေကျပြီး

တီးဝိုင်းတွေ အဆိုတော်တွေက ဝင်ငွေကျမည်။ အလားအလာရှိသော တီးဝိုင်းကောင်းတွေ အဆိုတော်အသစ်တွေက ဝင်ငွေရကာ အကျိုးရှိမည်။

**မိုးရွာလျှင် အငှားယာဉ်မောင်းတွေ မတွေ့ရတော့ခြင်း**

မြို့ကြီးများ၌ ရာသီဥတုကောင်းလျှင် တစ်ခဏအတွင်း အငှားယာဉ်တား၍ရမည်။ သို့သော် မိုးရွာချိန်တွင် ငှားရခက်သည်။ ရာသီကောင်းချိန်၌ လမ်းလျှောက်လိုသူများသည် မိုးရွာချိန်၌ အငှားယာဉ်စီးသွားလိုသည်။ သို့ဖြစ်၍ မိုးရွာချိန်တွင် အငှားယာဉ်တွေ မအားတတ်ကြ။ သို့သော် မိုးရွာချိန်တွင် အငှားယာဉ်မောင်းတွေက ကြာကြာမမောင်းကြတော့။

ယာဉ်မောင်းအတော်များများက ၎င်းတို့ရည်မှန်းသော ဝင်ငွေရပြီဆိုလျှင် ရပ်တတ်ကြသည်။ နေသာသည့်နေ့များတွင် ဝင်ငွေပြည့်ရန် အလွတ်လျှောက်မောင်းနေကြရပြီး ရည်မှန်းဝင်ငွေရရန်ကြာသည်။ သို့သော် မိုးရွာချိန်တွင် အငှားယာဉ်တွေ လူပြည့်နေကြသဖြင့် ဝင်ငွေ မြန်မြန်ရသည်။

မိုးရွာသည့်ရက်တွင် ဝင်ငွေပိုရနိုင်ပါလျက် စောစောနားခြင်းသည် ထူးဆန်းသည်။ ဝင်ငွေရနိုင်သည့် အခွင့်အလမ်းကို စွန့်လွှတ်ပြီး အိမ်စောစောပြန်ကြသည်။ နေ့စဉ်ဝင်ငွေမည်မျှရရမည်ဟု မသတ်မှတ်ဘဲ တစ်လတာအတွက် ဝင်ငွေသတ်မှတ်မည်ဆိုလျှင် မိုးရွာသည့်နေ့တွင် ပိုမောင်းကာ နေသာသည့်နေ့တွင် လျော့မောင်းသင့်သည်။

မိမိ၏အချိန်အတွက် အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည် သုညမဟုတ်လျှင်၊ မြက်ရိတ်ခြင်း၊ မိမိအင်္ကျီကိုမိမိကိုယ်တိုင် မီးပူတိုက်ခြင်းတို့သည် စရိတ်စကတစ်ခုအကုန်အကျရှိသည်။ လူတစ်ဦးချင်းရော လုပ်ငန်းတွေပါ မည်သည့်အလုပ်ကို ကိုယ်တိုင်လုပ်ကာ မည်သည့်အလုပ်ကို ပြင်ပကန်ထရိုက်တာများအား အပ်မည်ကို ဆုံးဖြတ်ရန်လိုသည်။

အောက်ပါ ဥပမာများတွင် ကိုယ်တိုင်လုပ်မည်၊ ဝယ်သုံးမည်ဟူသည့် ဆုံးဖြတ်ချက် အခြေအနေအမျိုးမျိုးတွင် ချမှတ်ပုံကို တွေ့ရသည်။

**ဘီးပေါက်လျှင် ကျွမ်းကျင်သူကို ငှား၍ လဲတတ်ကြခြင်း**

မကြာသေးမီက ကျောင်းသားတစ်ယောက်သည် မိမိ၏ဆွေမျိုး (၁၆)ယောက်ကို ဘီးပေါက်လျှင်လဲတတ် မလဲတတ်မေးကြည့်ရာ (၉) ယောက်က မလဲတတ်ဟု ဖြေသည်။ ကျန် (၇) ယောက်က လဲနိုင်သည် ဆိုပြီး၊ အများအားဖြင့် တစ်ခါမျှမလဲဖူးပါဟု ဖြေကြသည်။ မလဲတတ် ဆိုသူ (၉)ယောက်မှာ လူငယ်တွေဖြစ်သည်။ တာယာလဲတတ်ခြင်း မရှိတော့သည်မှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

စရိတ်နှင့် အကျိုးကျေးဇူးတွေကို၊ ထုံးစံအတိုင်းသုံးသပ်ကြည့် ပါ။ တာယာလဲတတ်အောင် သင်စရိတ် လွန်ခဲ့သောမျိုးဆက်တစ်ဆက် အတွင်းတက်မလာပါ။ ကားဘီးမပါသော ဂျက်တွေ ပိုကောင်းလာသော ကြောင့် စရိတ်လျော့သွားသည်ဟုပင်ဆိုနိုင်သည်။

သို့သော် အကျိုးကျေးဇူးရပုံတွေကကွာသည်။ တာယာဒီဇိုင်း တွေပိုကောင်းလာသောကြောင့် ခဏခဏဘီးမပေါက်။ ကားအတော် များများသည် တာယာလေလျော့ကျလျှင်ပင်၊ စိတ်ချလက်ချ မောင်းနှင် နိုင်သော ကားတာယာတွေကို အသုံးပြုကြသည်။ တစ်ဖန် ယခုခေတ် ယာဉ်မောင်းအတော်များများသည်၊ လက်ကိုင်ဖုန်းကိုအသုံးပြုကြရာ၊ ဝေးလံသောနေရာမှပင်၊ ကားပြင်လုပ်ငန်းတွေကို လှမ်းခေါ်နိုင်သည်။

ထိုအကျိုးကျေးဇူးနှစ်ရပ်ကြောင့်၊ ဘီးလဲတတ်၍ အကျိုးများ စရာအကြောင်းမရှိ။ ဘီးလဲတတ်ရန်ပင် လိုကောင်းမှလိုမည်။ ကားဘီး ပေါက်လျှင်၊ ကားပြင်ခေါ်လိုက်သည်က ပိုလွယ်မည်။ ဘီးလဲတတ်၍ အကျိုးမများ။

လစာနည်းနည်းပေးရသော အချိန်ပြည့် မန်နေဂျာတွေကို ကုမ္ပဏီတွေက မှီခိုဘဲ ယာယီအတိုင်ပင်ခံတွေကို များများပေး၍ သုံးကြခြင်း။

စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုင်ရာ အတိုင်ပင်ခံလုပ်ငန်းများကို ငှားရမ်းသည့်အခါ ကုမ္ပဏီများသည် အတိုင်ပင်ခံ၏ အချိန်အတွက် သာမက ရုံးစရိတ် တွေကိုပါကျခံရသည်။ အချို့အတိုင်ပင်ခံကုမ္ပဏီများက အတိုင်ပင်ခံ အတွက် (၁)ပေါင်ပေးရလျှင် ရုံးစရိတ်တွေက (၃)ပေါင်ခန့် ပေးရသည်။ တိုက်ရိုက်မန်နေဂျာခန့်လျှင် စရိတ်ပိုမသက်သာနိုင်ဘူးလားဟု တွေးတော စရာရှိသည်။

နီးစပ်သည့် သာဓကမှာ လျှပ်စစ်ဓာတ်အားများများအသုံးလို သည့်အခါ၊ လျှပ်စစ်ဓာတ်အားကုမ္ပဏီများထံမှ မီးစက်ငှားသုံးသည်နှင့် တူသည်။ မူလဓာတ်အားဖြင့် မလုံလောက် မီးစက်ထပ်ဝယ်မည်ဆိုလျှင် လည်း၊ စရိတ်ကြီးသည်။ ငှားရသည်က စရိတ်သက်သာသည်။ အသုံးပြုမည့် အချိန်လည်းတိုသဖြင့် ဈေးကြီးသောမီးစက်ကို ဝယ်ထား ရန်လည်းမလိုအပ်။ ဝယ်ထားလျှင်လည်း အချိန်အတော်များများအတွက် အသုံးမဝင်ဘဲ အလဟဿဖြစ်နေမည်။ ထို့ကြောင့် ဓာတ်အား အသုံး များသည့်အချိန်အတွက်သာ ငှားသုံးခြင်းဖြစ်သည်။

အလားတူပင် မည်သည့်ကုမ္ပဏီ၌မဆို၊ စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုင်ရာ ဝန်ဆောင်မှုများသည်၊ တစ်သမတ်တည်းမရှိတတ် ကုမ္ပဏီအများစု သည်၊ နေ့စဉ် နိစ္စဓူဝ စီမံခန့်ခွဲမှုတွေအတွက်၊ အချိန်ပြည့်မန်နေဂျာကို ခန့်ထားပြီး ကာလတိုတစ်ခု၌ အလုပ်များသည့်အခါ၊ စီမံခန့်ခွဲမှုအတိုင် ပင်ခံ လုပ်ငန်းများကို ငှားရမ်းသည်။ ထိုသို့ အတိုင်ပင်ခံငှားရသော စနစ်သည် ကုမ္ပဏီပိုင် မန်နေဂျာထားရသောစရိတ်ထက် အကုန်အကျ ကြီးမားသည်မှာ မှန်သည်။ သို့သော် ထိုသို့ပြင်ပအတိုင်ပင်ခံငှားရသော အချိန်တိုလျှင်မူ စရိတ်သက်သာသည်ဟု ဆိုနိုင်သည်။ ကုမ္ပဏီပိုင် မန်နေဂျာတစ်ယောက်ထပ်ခန့်လျှင် အချိန်အတော်များများတွင် ဘာ

အလုပ်မျှမရှိဘဲ ငုတ်တုတ်ထိုင်နေရမည်။

ဒုတိယဖြစ်နိုင်သည့် အကြောင်းတစ်ခုမှာ အငြင်းပွားစရာ မဟာဗျူဟာတွေကို လေးစားလောက်သော ပြင်ပအကြံပေးများက အဆိုပြုလျှင် အကောင်အထည်ဖော်ရန် ပို၍လွယ်ခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် အရောင်းပမာဏလျော့ကျရန် အလားအလာရှိလျှင် ဝန်ထမ်းအချို့လျော့ချရန် လိုသော်လည်းကျန်သည့် ဝန်ထမ်းတွေ စိတ်ဓာတ်ကျမည်စိုးသဖြင့် လုပ်ရခက်နိုင်သည်။ ထိုအခါ ပြင်ပ အကြံပေးပညာရှင်များ၏ အဆိုပြုချက်အရ ဝန်ထမ်းများထုတ်ပယ်ရခြင်း ဖြစ်သည်။ စီမံခန့်ခွဲရေးဌာန၏ စိတ်ကူးမဟုတ်ဟု ပြောနိုင်သည်။

### လျှပ်စစ်ကုမ္ပဏီက ဈေးကြီးသော အတိုင်ပင်ခံရှေ့နေတွေ သင်တန်းဆရာတွေကို အမြဲတမ်းခန့်ထားကြခြင်း

နယူးယောက် လျှပ်စစ်ကုမ္ပဏီတစ်ခုက ချီကာဂိုရှိ ဥပဒေ အကျိုးဆောင်လုပ်ငန်းတစ်ခုကို အချိန်ပြည့်ဝန်ဆောင်မှုပေးရန်အတွက် တစ်နှစ်လျှင် ဒေါ်လာ (၁)သန်းပေးငှားသည်။ ထိုလုပ်ငန်းက မိမိ၏ အကြီးတန်းရှေ့နေကို ဒေါ်လာ (၅)သိန်းပေးသည်။ အကယ်၍ ရှေ့နေကို တိုက်ရိုက်ငှားလျှင် ဒေါ်လာ (၅)သိန်း မသက်သာနိုင်ဘူးလားဟု မေးစရာရှိသည်။

စည်းကမ်းဥပဒေများအရ ဖွဲ့စည်းထားသော ကုမ္ပဏီဖြစ်သဖြင့် လျှပ်စစ်ကုမ္ပဏီသည် ဥပဒေကြောင်းအရရင်ဆိုင်စရာပေါ်လျှင် ဖြေရှင်းရန် အမြဲတမ်းရှေ့နေတွေ အများကြီးခန့်ထားနိုင်သည်။ အမှုအတော်များများသည် ဖြစ်ရိုးဖြစ်စဉ်ကိစ္စများသာဖြစ်ရာ ကုမ္ပဏီတွင်း၌ ဒေါ်လာ (၁)သိန်းခန့်ပေး၍ ရှေ့နေခန့်ထားလျှင်ပြီးသည်။ သို့သော် အချို့အမှုများသည် အန္တရာယ်များသည်။ ထိုအခါမျိုးတွင် ရှေ့နေကောင်းကောင်း လိုအပ်သည်။ သို့မဟုတ်ပါက အစုရှယ်ယာရှင်များ၏ အမြတ်ငွေ

ဒေါ်လာသန်းချီ၍ ဆုံးရှုံးသွားနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် ထောင်မြင်ရာစွန့်သော သဘောဖြင့် ထိပ်တန်းရှေ့နေတွေကို လခကောင်းကောင်းပေးပြီး ငှားထားရသည်။ ကုမ္ပဏီအတွင်း ဒေါ်လာ (၅)သိန်းပေးပြီး ရှေ့နေ ခန့်လျှင်၊ လစာနည်းသည်ဆိုပြီး တိုးတောင်းနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် ပြင်ပအတိုင်ပင်ခံကို (၁)သန်းပေးရသည်က ပိုပြီးစရိတ်သက်သာသည် ဟု ဆိုနိုင်သည်။

အခန်း (၄)  
 အချို့သူတွေက သူများထက် ဈေးပိုပေးခြင်း  
 လျှော့ဈေးသတ်မှတ်ဘောဂဗေဒ

ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်းဥပဒေသည် အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုဈေးကွက်တွင် အင်ပြည့်အားပြည့် လှုပ်ရှားလေ့ရှိသည်။ အကြမ်းဖျင်းပြောရလျှင် ဆားတို့ ရွှေတို့ကဲ့သို့သော ရောင်းသူအများအပြားက စံချိန်စံနှုန်း တိတိကျကျသတ်မှတ်ထားသော ထုတ်ကုန်များကို ရောင်းချသည့် ဈေးကွက်တွင် ထိုဥပဒေကို ပီပီပြင်ပြင်တွေ့ရသည်။ သို့သော် ထုတ်ကုန်အတော်များများကို အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုရှိသော ဈေးကွက်တွင် ရောင်းချကြသည်မဟုတ်ပေ။ ဥပမာ - ရုပ်ရှင်ကားတစ်ခု မကြိုက်လျှင် အခြားကားတစ်ခုကိုကြည့်နိုင်သည်ဟုဆိုသော်လည်း၊ တကယ်တမ်း တော့၊ ထိုသို့မဟုတ်ပေ။ ရုပ်ရှင်တစ်ရုံနှင့်တစ်ရုံ၊ နေရာမတူ၊ ပြသချိန် မတူ။ တစ်ကားမကြည့်ရလျှင်၊ နောက်တစ်ကားကိုကြည့်ရ သည်ဟု မဆိုနိုင်။ အစားထိုးမရသော ရုပ်ရှင်ကားတွေက အများကြီး။

ရုပ်ရှင်ရုံများတွင် ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်းဥပဒေသ အကျိုး သက်ရောက်မှု မရှိသဖြင့် ရုပ်ရှင်လက်မှတ်တွေ ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်း မဖြစ်သည်ကို ဘောဂဗေဒ ပညာရှင်များက မအံ့သြပါ။ ဥပမာ- နေ့လယ်နေ့ခင်းတွင် ပြသသော ရုံဝင်ခသည် ညနေပိုင်းထက်နိမ့်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် နေ့လယ်နေ့ခင်းတွင် ညနေပိုင်းထက် ရုပ်ရှင်

ကြည့်သူ နည်းပါးခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။

ရုံပိုင်ရှင်တွေက ကျောင်းသားနှင့် သက်ကြီးရွယ်အိုကဲ့သို့သော ဈေးနှုန်းကိုပိုဂရုစိုက်သည်ဟုထင်ရသော အုပ်စုတွေကို ဈေးလျှော့ပေးသည်။ ရုပ်ရှင်လက်မှတ်တွေကို ရွှေတွေ၊ ဆားတွေလို အလွယ်တကူ ပြန်ရောင်းချ၍မရ။ လူငယ်တစ်ယောက်က ကျောင်းသားလက်မှတ် တစ်စောင်ဝယ်ကာ သက်ကြီးရွယ်အိုတစ်ယောက်ကို ပြန်ရောင်း၍မရ ကျောင်းသားကတ်မပြနိုင်လျှင် အကျုံးမဝင်။ ကိုင်တွယ်ထိတွေ့၍ရသော ထုတ်ကုန်မဟုတ်။ အတွေ့အကြုံတစ်ခု၊ ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုကို ရောင်းချသောအခါ ကြားလူစားရန်အခွင့်အရေး သိပ်မရှိ။ ကျောင်းသားတစ်ယောက်က ရုပ်ရှင်ကြည့်ပြီး သူ့အတွေ့အကြုံကို သက်ကြီးရွယ်အိုတစ်ယောက်အား ပြန်ရောင်း၍မရ။

သို့သော်ထုတ်ကုန်ဈေးကွက် အထူးသဖြင့် ဈေးကြီးသော ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်တွင် တစ်ဆင့်ပြန်ရောင်းမည့်အလားအလာကြောင့် လက်ဝါးကြီးအုပ်ရောင်းချသူတွေက၊ အချို့ဝယ်သူတွေကို အခြားသူတွေ ထက်ဈေးပိုကြီးပြီး ရောင်းချနိုင်စွမ်းမရှိ။ Manolo Blahnik တံဆိပ်ဖိနပ်ကိုသာစီးသော အမျိုးသမီးတစ်ယောက်အတွက် Blahnik ကုမ္ပဏီသည် လက်ဝါးကြီးအုပ်လုပ်ငန်းဖြစ်သည်။ သို့သော် ဝယ်သူအချင်းချင်း တစ်ဆင့်ပြန်ရောင်းနိုင်သော အလားအလာရှိသဖြင့် လူတစ်ယောက်ချင်း၏ ပေးလိုသော ဆန္ဒအပေါ်မူတည်ပြီး ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ရန်မဖြစ်နိုင်။ အလားတူပင် ရုပ်ရှင်ရုံပိုင်ရှင်က ကျောင်းသား တစ်ယောက် ပြောင်းဖူးပေါက်ပေါက်ဝယ်လျှင် (၁)ပေါင်နှုန်းရောင်းကာ လူကြီးတစ်ယောက်ကို (၂.၅၀) ပေါင်နှုန်းရောင်း၍မရ ရောင်းလျှင် ကျောင်းသားကဝယ်ပြီး၊ လူကြီးတွေကိုသွားရောင်းကာ ကြားထဲက အမြတ်ထုတ်နိုင်သည်။

ကြားလူအမြတ်ထုတ်နိုင်သဖြင့် ထုတ်ကုန်တစ်မျိုးတည်းကိုပင် ဈေးနှုန်းအမျိုးမျိုးသတ်မှတ်ရန် ခက်ခဲသော်လည်း ရောင်းသူတွေက



အကန့်အသတ်ကို ကျော်လွှားရန် ဉာဏ်ကိုလွှာသုံးကြသည်။ ထိုသို့ လုပ်ရာ၌ တူညီသောအချက်တွေရှိသည်။ ရောင်းသူက ဝယ်သူကို လျှော့ဈေးဖြင့်ရောင်းမည်။ သို့သော် ထိုသို့ရောင်းချရာတွင် ဝယ်ယူသူ သည် အခက်အခဲအချို့ကို ကျော်လွှားလိုရမည်။ အများအားဖြင့် ယာယီ ရောင်းချသည့်နည်းကို အသုံးပြုတတ်ကြသည်။ ဘယ်အချိန်တွင် ရောင်း မည်ကို သိအောင်လုပ်ကာ ထိုအချိန်တွင် ဝယ်ယူခြင်းဖြင့်သာ အပင်ပန်း ခံနိုင်သူတွေက လျှော့ဈေးဖြင့် ဝယ်နိုင်မည်။ ဒုက္ခမခံနိုင် အပင်ပန်း မခံနိုင်သူတွေက ဈေးကြီးပေးရမည်။

ဈေးနှုန်းအမျိုးမျိုးကို အခက်အခဲကျော်ဖြတ် တန်းကျော်ပြေး သလိုလုပ်ပြီးမှ သတ်မှတ်သည့်နည်းနှင့် ပတ်သက်၍ ဥပမာအချို့ကို တွေ့ပြီးလျှင် ထိုနည်းအတိုင်း မလုပ်သော အရောင်းတွေကို သိပ်တွေ့ တော့မည်မဟုတ်ပေ။ မကြာသေးမီက အခြားမြို့ကြီးတစ်ခုတွင် ကွန်ဖရင့်တက်ရန် ကျွန်တော်သွားရသည်။ ယနေ့ခေတ်ဈေးနှုန်းဖြင့် တွက်လျှင်ပေါင် (၁၀၀) ခန့်ပေးရသော အခန်း (၁)ခန်းကို ကြိုတင် စာရင်းပေးရယူထားသည်။ ဟိုတယ်ရောက်သည့်အခါ ကောင်တာ၌ 'အထူးနှုန်းတွေ အကြောင်းမေးကြည့်ပါ' ဟူသော စာတမ်းလေး ချိတ်ထားသည်ကို တွေ့ရသည်။ မေးကြည့်သည့်အခါ အခန်းကို (၇၅) ပေါင်ဖြင့် ရနိုင်ကြောင်းသိရသည်။

(၂၅) ပေါင်လျှော့၍ ရရန်အတွက်၊ ကျွန်တော်ကျော် ဖြတ်ရသည့်အခက်အခဲမှာ အလွန်လွယ်ကူသည့်မေးခွန်းလေးတစ်ခု မေးကြည့်ရန်သာဖြစ်သည်။ အလွန်လွယ်ကူသော အလုပ်ဖြစ်သဖြင့် လူတိုင်းမေးကြည့်မည်ဟု ထင်ရသည်။ သို့သော် အံ့ဩစရာကောင်းစွာ အများစုက ဒုက္ခမခံကြကြောင်းသိရသည်။

ရောင်းသူ၏ရွှေထောင့်မှကြည့်လျှင် ဤသို့ အခက်အခဲကျော် ဖြတ်ခိုင်းသောနည်းသည်၊ ဈေးလျှော့မှ ဝယ်လိုသူတွေ ဖြတ်ကျော်ရန်

လွယ်ကူပြီး တစ်ဖက်၌ ဈေးနှုန်းကို ဂရုမစိုက်သော သူတွေရှိနေသဖြင့် အဆင်ပြေသည်။ အထူးနှုန်းတွေကို မေးကြည့်ရုံဖြင့် (၂၅) ဒေါ်လာ သက်သာသွားသည်။ ကြိုတင်စာရင်းသွင်းမထားသူတွေအတွက်မူ ထိရောက်သော အဟန့်အတားဖြစ်သည်။ အချို့ဧည့်သည်တွေက၊ ဈေးနှုန်းကို ဂရုမစိုက် အထူးဈေးနှုန်းတွေအကြောင်း မမေးချင်။ တတ်နိုင်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေကလည်း ဂရုမစိုက်။

ရှေ့တွင်တွေ့ရမည့်ဥပမာနှစ်ခုက၊ အခက်အခဲကျော်ဖြတ်လျှော့နှုန်းသတ်မှတ်နည်းတွေကို ရှင်းပြပါသည်။

**ကြိုတင်ငွေပေးစနစ် (Oyster Pre-Pay) မသုံးဘဲ၊  
သာမန်လက်မှတ်တစ်စောင်ဝယ်လျှင် လန်ဒန်၌ မြေအောက်ရထားခ  
ဘတ်စ်ကားများ ပို၍ဈေးကြီးရခြင်း**

ကမ္ဘာပေါ်က မြို့ကြီးအတော်များများ၌ မြို့ပေါ်တွင် သွားလာရသော ခရီးစရိတ်သည်၊ ကိုယ်ဘယ်လိုပေးသည်ဆိုသည့် ပေးပုံပေးနည်းအပေါ်တွင် မူတည်သည်။ (၂၀၀၇) ခုနှစ်က လန်ဒန်၌မြေအောက်ရထားလက်မှတ်တစ်စောင်ဝယ်စီးလျှင် ခရီးတစ်ခေါက်အတွက် (၄) ပေါင်ပေးရမည်။ သို့သော် ကြိုတင်ပေးကတ်ကိုသုံးလျှင် (၁.၅၀) ပေါင်သာကျသင့်မည်။ အလားတူပင် ဘတ်စ်ကားစီးလျှင် (၂)ပေါင်ပေးရပြီး၊ ကြိုတင်ပေးကတ်သုံးက (၀.၉) ပေါင်သာကျသင့်သည်။ ကြိုတင်ပေးကတ်က တစ်ဝက်ခန့်သက်သာသည်။

လက်မှတ်ရောင်း၍ရသောငွေသည် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်း လည်ပတ်ရသောစရိတ်ကို မကာမိသဖြင့် ဝင်ငွေတိုးရမည့်နည်းလမ်းတွေကို သက်ဆိုင်ရာလုပ်ငန်းတွေက အမြဲရှာဖွေနေသည်။ ခရီးသည်အမျိုးမျိုးကို ဈေးနှုန်းတစ်မျိုးတည်းမသတ်မှတ်ဘဲ ပေးချင်သူတွေကိုဈေးတင်တောင်း လျှော့ဈေးကြိုက်သူတွေကို လျှော့ဈေးဖြင့်

ရောင်းသည့်နည်းကို ကျင့်သုံးသည်။

ဝယ်သူတွေကို အုပ်စုခွဲရာ၌ Oyster Pre-pay ကတ်စနစ်သည် အသုံးဝင်သည်။ ရိုးရှင်းလွယ်ကူမှုလည်းရှိသည်။ ဝယ်သူကျော်ဖြတ်ရမည့်အခက်အခဲမှာ လွယ်လွယ်လေးဖြစ်သည်။ ပုံစံတစ်ခု ဖြည့်ကာ၊ ကတ်ပြားတစ်ခုကြိုတင်ဝယ်ယူရန်ဖြစ်သည်။ အင်တာနက်မှ ဝယ်ချင်လျှင်ဖြစ်သလို ဘူတာတွင် လူကိုယ်တိုင်ဝယ်လို လျှင်လည်းဖြစ်သည်။ ဤမျှလွယ်ကူသော အလုပ်ကိုပင်လျှင် မလုပ်ချင်သူတွေသည်၊ ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သူတွေမဟုတ်။ ထို့ကြောင့် ၎င်းတို့ထံမှ တစ်ခါစီးလျှင် (၄)ပေါင်နှုန်းဖြင့် ကောက်ခံသည်။

လန်ဒန်မြို့တော် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းက လူတိုင်းကို (၄) ပေါင်နှုန်းသာကောက်ခံနေလျှင် ခရီးသည်အတော်များများက ရထားစီးကြမည် မဟုတ်တော့ပေ။ ကြိုတင်ပေးကတ်ကို ရွေးချယ် အသုံးပြုနိုင်ခွင့်ပေးလိုက်ခြင်းအားဖြင့် ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သော ခရီးသည် တွေလည်း စီးနိုင်သွားသည်။ ခရီးသည် (၂၁)%ခန့်ထံမှလည်း နှုန်းမြင့်မားသော ပို့ဆောင်ခတွေ ကောက်ခံနိုင်သည်။

### ဟိုတယ်က ဘားငယ်တွေ ဈေးကြီးခြင်း

နယူးယောက်မြို့တော် မန်ဟက်တန်ရှိ ပါကာမီရီဒီယမ် ဟိုတယ်၌ Evian ရေသန့်ဘူးတစ်ဘူး ဝယ်သောက်လိုလျှင် (၄)ဒေါ်လာ ပေးရသည်။ သို့သော် လမ်းထောင့်ဆိုင်သွားပြီးဝယ်လျှင် (၉၉)ဆင့်သာ ပေးရမည်။ ဟိုတယ်က ဘားငယ်မှာ ဘာကြောင့်ဤမျှ ဈေးကြီးနေရ သနည်း?

လက်လီဆိုင်လေးတွေက ဘယ်ပစ္စည်းမဆို ဈေးသက်သက် သာသာနှင့် ရောင်းချနိုင်ကြသည်။ လက်လီအရောင်းလုပ်ငန်းများ၌ ရောင်းရသော ပမာဏများပြားပြီး ဇောက်ချဆောင်ရွက်ခြင်းကြောင့် စရိတ်သက်သာမှုလည်းရှိသည်။ ထို့ကြောင့်လမ်းဘေးဆိုင် (၁)ဆိုင်က

(၁)ဒေါ်လာနှင့် ရေသန့်ဗူးရောင်းသော်လည်း ဟိုတယ်က (၂) ဒေါ်လာ ယူရောင်းခြင်းဖြစ်နိုင်သည်။ သို့သော် ဟိုတယ်တွင် ဈေးနှုန်းလေးဆ ကျော် မရှိသင့်ပေ။ ဟိုတယ်ကဆိုင်တွေဈေးကြီးရခြင်းမှာ ဈေးနှုန်း ဂရုစိုက်သော စားသုံးသူတွေကို ဈေးလျှော့ပေးရန်အတွက်ဖြစ်သည်။ လူအများအပြားတည်းခိုစေရန်အတွက် ဟိုတယ်ခတွေကို ဈေးလျှော့ ပေးရသည်။ အင်တာနက်မှ ဝယ်လျှင်လည်း ပို၍ဈေးလျှော့ပေးရသည်။ အင်တာနက်မှ ဝယ်သူတွေက ဈေးနှုန်းကို ပို၍ဂရုစိုက်သည်။

ဟိုတယ်လောကသည် အပြိုင်အဆိုင်များသဖြင့် အမြတ် များများစားစားမရပါ။ ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သော ဖောက်သည်တွေ အတွက်၊ ဈေးနှုန်းများများလျှော့နိုင်ရန် တခြားဧည့်သည်တွေထံမှ၊ ငွေထပ်ထွက်လာနိုင်သည့် နည်းတွေရှာရသည်။ ဟိုတယ်က ရေသန့်ဘူးကိုဈေးတင်ထားခြင်းကြောင့် မည်သူမျှမဝယ်ကြမည်ကိုလည်း သိသည်။ သို့သော်ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သောဧည့်သည်တွေကတော့ မဝယ်ပဲနေကြမည်မဟုတ်ပေ။ ထိုသို့သော ဧည့်သည်မျိုးထံမှရသော အမြတ်ဖြင့် ဟိုတယ်ခတွေကို လျှော့ချနိုင်မည်။ ဤနေရာ၌ လျှော့နှုန်း ရရန်ကျော်လွှားရမည့် အဟန့်အတားမှာ၊ ဟိုတယ်ရှိ ဆိုင်ငယ်မှ အလွယ်တကူမဝယ်ဘဲနေသည့်နည်းဖြစ်သည်။ ဆိုင်ငယ်မှ ဝယ်သည့် သူများ၏ ငွေကြေးဖြင့် ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သော တည်းခိုသူတွေ၏ အခန်းခကို လျှော့ချနိုင်သည်။

**ဈေးချခြင်းကြောင့် စွမ်းရည်မြင့်မားမှု**

စတုတ္ထတန်းကျောင်းသားတွေထဲက၊ အရပ်အရှည်ဆုံး ကျောင်းသားကိုရှေ့ကထား၊ နောက်ကကြီးစဉ်ငယ်လိုက် လိုက်စဉ်ကြည့် ပါ။ ထို့နောက် အခန်းတွင်းသို့ (၅)မိနစ် တစ်ယောက်ဝင်ခိုင်းပါ။ အခန်းပြည့်သည့်အခါ၊ ပျမ်းမျှအရပ်တွက်ကြည့်ပါ။ နောက်ထပ် ရောက်လာသည့် ကျောင်းသားသည် အရပ်ပုပုလာသဖြင့်၊ ကျောင်းသား

အသစ် တစ်ယောက်ဝင်လာလေ၊ ကျောင်းသားများ၏ ပျမ်းမျှအရပ်လျှော့ သွားလေ ဖြစ်သည်။

ဈေးကွက်တွင် ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်မှုကို၊ အကျိုးသက်ရောက် စေသော စရိတ်များလည်း ထို့အတူပင်ဖြစ်သည်။ ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း စဉ်များတွင် နောက်ထပ်ကုန်စည်တစ်ယူနစ် ထပ်မံထုတ်လုပ်ရသည့် အတွက် ကုန်ကျစရိတ်ဖြစ်သော အစွန်းထွက်စရိတ် (Marginal Cost) သည်၊ ပျမ်းမျှစရိတ် (Average Cost) ထက်နည်းသည်။ လုပ်ငန်းတွေ၏ အရွယ်အစားကြီးလာလျှင်၊ ပျမ်းမျှစရိတ်လည်း ငယ်လာ တတ်သည်။ (Economies of Scale) ထိုအခါ၊ ထုတ်လုပ်မှု များလေ၊ ပျမ်းမျှစရိတ်ကျဆင်းလေဖြစ်သည်။ နောက်ထပ်ပိုပုသော ကျောင်းသားတစ်ယောက်လာလေ၊ ပျမ်းမျှအရပ်ပုသွားလေဆိုသော သဘောအတိုင်းပင်ဖြစ်သည်။

ရေရှည်တွင် လုပ်ငန်းဆက်လက်ရှင်သန်ရပ်တည်နိုင်ရန် အတွက် ထုတ်လုပ်သူများသည်၊ အနည်းဆုံးပျမ်းမျှထုတ်လုပ်မှုစရိတ်နှင့် ညီမျှသော ဈေးနှုန်းဖြင့်ရောင်းချရမည်။ ထုတ်လုပ်သူများအနေဖြင့် အချို့ထုတ်ကုန်များ ပျမ်းမျှစရိတ်ထက် လျှော့ရောင်းလျှင်လည်း အကျိုး ရှိနိုင်သည်။ ထုတ်လုပ်သူတစ်ယောက်သည်၊ အစွန်းထွက်စရိတ်ထက် မြင့်မားသောဈေးဖြင့် တစ်ယူနစ်ပိုရောင်းတိုင်း အမြတ်တက်လာနိုင် သည်။ ထိုသို့ရောင်းချရာတွင် အခြားသူများသို့ရောင်းချရာ၌ ဈေးချစရာ မလိုပါ။

မြို့ကြီးနှစ်ခုအကြား၊ လေကြောင်းဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်းသည်၊ လုပ်ငန်းကြီးသည်နှင့်အမျှ စရိတ်သက်သာသော ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းစဉ် တစ်ခုဖြစ်သည်။ ခရီးသွားများလေ၊ ပျမ်းမျှစရိတ်ကျလေ ဖြစ်သည်။ လေယာဉ်ကြီးများအတွက် ထိုင်ခုံတစ်ခုံစာ တစ်မိုင်ပျံသန်းရသည့်အတွက် ကုန်ကျစရိတ်တွက်ကြည့်လျှင်၊ လေယာဉ်ငယ်များထက်၊ သိသိသာသာ

စရိတ်သက်သာသည်ကို တွေ့ရသည်။ ဥပမာ-အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် ဘိုအင်း ၇၃၇-၉၀၀ ER အမျိုးအစား၊ ထိုင်ခုံ (၁၈၀)ဆန့် လေယာဉ်ဖြင့် ပျံသန်းခြင်းသည်၊ ၇၃၇-၆၀၀ အမျိုးအစား၊ ထိုင်ခုံ (၁၁၀) ဆုံ လေယာဉ်ပျံသန်းခြင်းထက်၊ ပျမ်းမျှစရိတ် (၂၅)% သက်သာသည်။

ထို့အပြင် လေယာဉ်ကြီးများဖြင့် ပျံသန်းလျှင် စရိတ်သက်သာ ရသည့် အခြားအကြောင်းတစ်ရပ်မှာ ခရီးစဉ်များအတွက် လိုက်ပါသော ခရီးသည်နည်းများမဆို၊ ကုန်ကျသောစရိတ်က ပုံသေဖြစ်နေသော ကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဂိတ်များအတွက် ကုန်ကျစရိတ် လေယာဉ်ရပ်နားရန် ပျံသန်းရန် နေရာများအတွက် စရိတ်များသည် ပုံသေကုန်ကျသော စရိတ်များ ဖြစ်သည်။ ခရီးစဉ်တစ်ခုတွင် လိုက်ပါသော ခရီးသည်များ အောင် ဆွဲဆောင်နိုင်လေ၊ ခရီးသည်တစ်ယောက်စီအတွက် ပျမ်းမျှ သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးစရိတ်တွေ သက်သာလေဖြစ်သည်။

ဈေးချရောင်းသည့်နည်းဖြင့်၊ ဖောက်သည်တွေတိုးပွားလာစေ ရန် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်ရာ၌ ထိရောက်သော နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ အများအားဖြင့် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုရှိ လေကြောင်းလိုင်းများအသုံးများသော စနေနေ့ရှောင်သည့် နည်းလမ်းဖြစ် သည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအရ ခရီးသွားရသောခရီးသည်များသည် အပန်းဖြေသွားသော ခရီးသည်များလောက် ဈေးနှုန်းကို မကြည့် တတ်ကြပေ။ ထို့အပြင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များသည်၊ စနေ၊ တနင်္ဂနွေ ကဲ့သို့သော ရုံးပိတ်ရက်များ၌ မိသားစုနှင့်အတူ နေလိုကြသည်။ သို့သော် အပန်းဖြေခရီးသွားကြသူတွေက အနည်းဆုံး စနေ၊ တနင်္ဂနွေ ရုံးပိတ် ရက်တွေပါအောင် ထည့်ဆွဲတတ်ကြသည်။ စီးပွားရေးသမားတွေက၊ စနေ၊ တနင်္ဂနွေ မသွားရဟူသည့် သတ်မှတ်ချက်ကို မလိုက်နာလို၊ အပန်းဖြေခရီးသည်တွေက၊ စနေ၊ တနင်္ဂနွေရက်တွေ၌ ခရီးသွားခြင်းကို အထူးရှောင်ရှားနေစရာမလို။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေက၊ ထိုင်ခုံတစ်ဆက်တည်း ရရန် အတွက်၊ ခရီးစရိတ်ပိုပေးရသည်ကို မကျေနပ်ကြောင်း မကြာမီက ထုတ်ဖော်ပြောဆိုကြသည်။ လေကြောင်းလိုင်းတွေ၏ သတ်မှတ်ချက် သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေအတွက်လည်း အကျိုးရှိသင့်သလောက် ရှိသည်။

ခရီးသွားလာရေးဈေးကွက်၌ အချိန်ဇယားအချိတ်အဆက် ကောင်းမွန်ရေးသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင် ခရီးသည်များအတွက် အရေးကြီးသည်။ သို့သော် မြို့ကြီးနှစ်ခုအကြားသွားသည့် ခရီးသည် အရေအတွက်သည်၊ အကန့်အသတ်ရှိသည်။ ထို့ကြောင့်၊ တစ်ခုံချင်း စရိတ်ပိုများသော်လည်း လေယာဉ်ငယ်များသုံး၍ ခေါက်တုံ့ခေါက်ပြန် သွားကာ၊ ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်သည်။ အပန်းဖြေခရီးထွက်သူတွေက၊ လေယာဉ်တွေ ခေါက်တုံ့ခေါက်ပြန်သွားသည်ထက် လေယာဉ်ကြီးတွေ စရိတ်သက်သက်သာသာစီးရသည်ကို ပို၍ သဘောကျသည်။

စနေနေ့ခရီးမသွားရန် သတ်မှတ်ထားခြင်းကြောင့် အကယ်၍ အုပ်စုနှစ်ခုလုံးကို လေကြောင်းလိုင်းက ကောက်ခံသော အခကြေးငွေ တူလျှင် အုပ်စုနှစ်ခုလုံးအတွက် ပို၍ အဆင်ပြေနိုင်သည်။ အပျော်သွား ခရီးသည်တွေကို ထပ်မံဆွဲဆောင်နိုင်လျှင်၊ လေယာဉ်ကြီးတွေသုံးကာ၊ စရိတ်သက်သက်သာသာဖြင့် သယ်ပို့ပေးနိုင်သည်။ သက်သာသော စရိတ်က စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင် ခရီးသည်တွေ သဘောကျသော ခေါက် တုံ့ခေါက်ပြန်သွားသည့် ခရီးစဉ်များမှ အပိုအခကြေးငွေ တောင်းစရာ မလိုအောင် အထောက်အကူဖြစ်စေနိုင်သည်။ အပျော်တမ်းသွားသော ခရီးသည်တွေကလည်း လေယာဉ်စီးလုံးငှားသွားရသလို စရိတ် သက် သက်သာသာဖြင့် ခရီးသွားနိုင်ကြမည်။

**စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေ စနေ၊ တနင်္ဂနွေမသွားဘဲ မနေနိုင်သဖြင့်  
လေယာဉ်ပိုပေးခြင်းသည်၊ တရားမပျူတရာရောက်သလား**

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေက လေယာဉ်သွားသည့် အကြိမ်များ ရန် တောင်းဆိုခြင်းမပြုလျှင် လေယာဉ်ကြီးတွေကို စရိတ်သက်သာစွာ အသုံးပြုနိုင်မည်။ လေယာဉ်စရိတ်ကြီးကြီးကို လုပ်ငန်းရှင်တွေက ပေးရခြင်းမှာ ၎င်းတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒကိုဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် လေယာဉ်ငယ်တွေကို သုံးရ၍ဖြစ်သည်။

ယခုကဲ့သို့ ဈေးချရောင်းသည့်နည်းသည် လေကြောင်းလိုင်း၏ စရိတ်တွေကို၊ မျှမျှတတ ခွဲဝေရာမရောက်ပေ။ အချို့အပန်းဖြေခရီးထွက်သူတွေက လေယာဉ်အခေါက်ရေစိပ်သည်ကို သဘောကျနိုင်သည်။ စရိတ်ပိုပေးရလျှင်လည်း ပေးလိုသည်။ စနေ၊ တနင်္ဂနွေ ရက်များကို အပန်းဖြေမည့်ရက်များအဖြစ်၊ သတ်မှတ်ပြီးသားဖြစ်သည်။ အချို့စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များအနေဖြင့် စရိတ်လျှော့ပေးရမည်ဆိုလျှင် ခေါက်ရေစိပ်သည်ကိုလည်း သဘောကျကောင်းကျနိုင်သည်။

အောက်ပါသာဓကတွင်။ လုပ်ငန်းကြီးမားသဖြင့် စရိတ် သက်သာသည်ကို ထုတ်လုပ်သူနှင့် စားသုံးသူများက မျှယူကြကြောင်း တွေ့ရသည်။

**ထမ်းအိုးတွေ ရေခဲသေတ္တာတွေကို အဟောင်းဆိုင်က တူနှင့်ထုခြင်း**

ပစ္စည်းအဟောင်းဆိုင်က ပစ္စည်းအများစုသည် ထုတ်လုပ် သူထံမှ လက်လီဆိုင်သို့ပို့သည့် လမ်းခုလတ်တွင် အပရိကပျက်စီးမှုမျှသာ ရှိသည်။ ထိုပစ္စည်းတွေကို၊ ပြုပြင်ရန်၊ စက်ရုံသို့ ပြန်ပို့မနေဘဲ၊ ဈေးလျှော့ရောင်းသည်က ပိုကောင်းသည်ဟု လက်လီဆိုင်က ယူဆသည်။ ထိုသို့ မရောင်းမီ၊ ဂိုထောင်က ဝန်ထမ်းတွေက မူလက အပျက်အစီးနည်းနေသည့် ပစ္စည်းတွေကို တူနှင့် ထုကြရသည်။ ပစ္စည်းအကောင်းတွေကို



အပျက်ဖြစ်အောင် တမင်လုပ်ရာ၌၊ ခိုင်မာသည့် စီးပွားရေးအကြောင်း တရားတွေ ရှိပါသလား?

ဈေးလျှော့ပေးသည့် အစီအစဉ်များအားလုံးသည် လက်ရှိ ဈေးနှုန်းတွင် မဝယ်နိုင်သည့် ဖောက်သည်တွေကို ဆွဲဆောင်ရန် တတ်နိုင်သမျှ လူနည်းနည်းကိုသာ ဈေးလျှော့ရောင်းရန် ရည်ရွယ်သည်။ လက်လီရောင်းသူတွေက အနည်းငယ်ပွန်းပဲ့နေသော ရေခဲသေတ္တာတစ်လုံးသည် ဖောက်သည်တွေကို အုပ်စုခွဲခြားဆက်ဆံရန် အကောင်းဆုံးနည်းဖြစ်ကြောင်း မတော်တဆ တွေ့ရှိသွားကြသည်။

ထိုပစ္စည်းတစ်ခုကို ဝယ်ယူရန်အတွက် ဖောက်သည်သည် အဟန့်အတား (၃)ခုကို ကျော်ဖြတ်ရသည်။ မည်သည့်ရက်တွင် ရောင်းမည်ကို သိရမည်။ ထိုရက်တွင် သူအားနေရမည်။ ရေခဲသေတ္တာ၌ ဒဏ်ရာအနည်းငယ်ရှိပြီး နံရံကပ်လိုက်လျှင် ဒဏ်ရာပျောက်ကွယ်သွားသည်ဟု သိထားရမည်။ ချမ်းသာသူဖောက်သည်တွေက ထိုမျှ ဒုက္ခခံကြမည်မဟုတ်။ သို့သော် ဈေးသက်သာသည်ကို သဘောကျသူတွေ အများအပြားရှိနေကြောင်း လက်လီရောင်းသူတွေက သိသည်။

ဤသို့လုပ်ခြင်းဖြင့်၊ ပစ္စည်းအဟောင်း တွေရောင်းကောင်းစေသည်။ ပစ္စည်းတစ်ခုချင်း၏ စရိတ်လည်းသက်သာသွားသည်။ စားသုံးသူတွေအားလုံးအတွက်လည်း စရိတ်သက်သာသွားသည်။

### Apple က အမည်းရောင် လက်ပ်တော့ ကွန်ပျူတာတွေကို အဖြူရောင်ထက်ပေါင် (၁၂၀) ဈေးတင်၍ရောင်းချခြင်း

(၂၀၀၇) ခုနှစ် နိုဝင်ဘာလက၊ ယူကေနိုင်ငံ Apple ကုမ္ပဏီတွင် ဝက်ဘ်ဆိုက်က၊ (၂.၂) ဂိုင်းဂါဟာ့စ် (၁၃) လက်မရွယ်ရှိ MacBook လက်ပ်တော့ကွန်ပျူတာကို အဖြူရောင် ပလပ်စတစ်အဖုံးဖြင့် ထုတ်လုပ်ပြီး (၈၂၉) ပေါင်ဖြင့် ရောင်းချခဲ့သည်။ သို့သော်

အမည်းရောင်ကို (၉၄၉) ပေါင်ဖြင့် ရောင်းချသည်။ သေသေချာချာ ကြည့်သောအခါ အမည်းရောင်လက်ပ်တော့၏ Hard Drive သည် (၄၀) ဂိုင်ဘာဘိုက် ပိုကြီးသည်ကို တွေ့ရသည်။ စက်အင်အားမြင့်မား၍ ဈေးကြီးသည်ဆိုလျှင် မဆန်းပါ။ သို့သော် အဖြူရောင်ကိုလည်း (၁၆၀) ဂိုင်ဘာဘိုက်အရွယ်ဖြင့် လိုချင်လျှင်ရနိုင်ကြောင်း တွေ့ရသည်။ ထိုအတွက် ပေါင် (၅၀)သာ ပိုပေးရန်လိုသည်။ ယခုအမည်းကို ပေါင် (၁၂၀) ပိုတင်ကာ ရောင်းချခြင်းဖြစ်သည်။ အဖြူရောင်ထက်ပေါင် (၇၀) ပိုတင်ခြင်းဖြစ်သည်။

Apple ၏ ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ရေးဆုံးဖြတ်ချက်သည် (၂၀၀၅) ခုနှစ်က လူကြိုက်များသော (iPod)ကို၊ အမည်းရောင်ဖြင့်ထုတ်လုပ် ရောင်းချရာမှ စတင်ခဲ့သည်။ အမှန်စင်စစ် ထုတ်လုပ်နေကျဖြစ်ပြီး၊ နည်းပညာချင်းလည်းတူသော အဖြူရောင် (iPod) နှင့် ဈေးနှုန်း အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ သို့သော် အမည်းရောင် (iPod) တွေကို လက်ကျန်ပြတ်သွားအောင် အားပေးကြသည်။ အဖြူရောင်တွေသာ ကျန်ရစ်သည်။ အမည်းရောင်ပုံစံက အသစ်အဆန်းဖြစ်နေသဖြင့်၊ ဝယ်သူအတော်များများက၊ အမည်းရောင်တွေကိုသာ ထပ်မှာကြသည်။ နှစ်မျိုးစလုံးအတွက်၊ ဈေးနှုန်းတစ်ခုတည်းထားလျှင် Apple က စားပွဲပေါ်မှာ ကောက်ရစရာငွေတွေ ထားပစ်ခဲ့သလိုဖြစ်နေသည်။ ထို့ကြောင့် MacBook မော်ဒယ်အသစ်ကို ထုတ်လုပ်သောအခါ၊ ယခင်ရရှိပြီးဖြစ်သော သင်ခန်းစာကို အသုံးချကာ၊ အမည်းရောင် အတွက်၊ ဈေးမြင့်ထားခြင်းဖြစ်သည်။

အမည်းရောင်ကွန်ပျူတာတွေကို ဈေးတင်ထားခြင်းသည် တရားမမျှတရာရောက်ပါသလား? လေကြောင်းခရီး ပျမ်းမျှစရိတ်ကဲ့သို့ ပင်၊ ကွန်ပျူတာတစ်လုံးကို ထုတ်လုပ်ရသည့်စရိတ်သည်၊ ကုမ္ပဏီက ထုတ်လုပ်ရသည့် ကွန်ပျူတာအရေအတွက်များလေ၊ ကျဆင်းလေဖြစ်

သည်။ ကုမ္ပဏီ၏ သုတေသနစရိတ်သည် ထုတ်လုပ်သော ကွန်ပျူတာ အနည်းအများနှင့် ဆက်စပ်ခြင်းမရှိ။ ကုမ္ပဏီသည် အစွန်းထွက်စရိတ် ထက်မြင့်ကာ၊ ပျမ်းမျှစရိတ်ထက်လျော့ပြီး ကွန်ပျူတာတွေ ထပ်ထပ် ရောင်းခြင်းဖြင့်၊ အမြတ်တွေတိုးနိုင်သည်။ သို့သော် သုတေသနစရိတ် တွေကို ကာမိစေရန် အချို့စက်တွေကို ပျမ်းမျှစရိတ်ထက်တင်ပြီး ရောင်းရမည်။

တရားမျှတသော လောက၌ ကုမ္ပဏီ၏ သုတေသနလုပ်ငန်း များမှ ထွက်ပေါ်လာသော လက်ရာကောင်း လက်ရာသန့်များသည်၊ စရိတ်အများကြီးကျခံကြရမည်။ ထိုစရိတ်များကို မည်သူတွေက ပေးကြ မည်နည်း၊ ဈေးနှုန်းအနည်းအများကို ဂရုမစိုက်သောသူတွေက၊ နောက်ဆုံးပေါ်နည်းပညာတွေအတွက် ပေးနိုင်ကြ၊ ပေးချင်ကြသည်။ သုတေသန အစီအစဉ်များသည် ဝယ်ယူအားလုံးအတွက် အကျိုးရှိသော် လည်း၊ အသစ်အဆန်းတွေကို ဝယ်ယူနိုင် ပေးနိုင်သူတွေက ပို၍ အကျိုးရှိ သည်။ ထိုသူတွေကို ဖော်ထုတ်ရန်အတွက်၊ ကွန်ပျူတာအမည်းတွေကို၊ ဈေးတင်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ ဤအဟန့်အတား၊ အဆင်ပြေနေသမျှ ကာလပတ်လုံး၊ ဈေးကြီးသော အမည်းရောင်ကွန်ပျူတာတွေကို ဝယ်ယူသူများ၊ မကျေမနပ်ဖြစ်စရာအကြောင်းမရှိ။

တစ်ပွဲချင်းထက် ပွဲစဉ်တစ်ခုလုံးအတွက် ဖျော်ဖြေပွဲလက်မှတ်တွေဝယ်လျှင် ဈေးသက်သာခြင်း

London Philharmonic ဇာတ်ရုံ၌ အခြားသောဇာတ်ရုံများ မှာကဲ့သို့ပင်၊ ပွဲတစ်ပွဲချင်းအတွက်လည်း လက်မှတ်ရောင်းသကဲ့သို့ ပွဲစဉ် တစ်ခုလုံးအတွက်လည်း လက်မှတ်ရောင်းသည်။ ပွဲစဉ်တစ်ခုလုံးအတွက် ဝယ်လျှင်၊ တစ်ခုချင်းဝယ်သည်ထက် (၃၀)% ဈေးနှုန်းသက်သာသည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤမျှ သက်သာနေရသနည်း?

ဤသို့လက်မှတ်ရောင်းခြင်းသည် ဇာတ်ရုံက ပုံသေကုန်ကျ စရိတ်တွေကို၊ ပရိသတ်အများကြီးအပေါ် ဖြန့်လိုက်နိုင်၍ဖြစ်သည်။ ဖျော်ဖြေ ပွဲနှစ်ပွဲလုပ်မည်ဆိုပါစို့၊ ပထမပွဲတွင် Berlioz နှင့် Tchaikovsky တို့၏ ဂီတ၊ ဒုတိယပွဲတွင် Barton နှင့် Stravinsky တို့ ဖျော်ဖြေကြမည်။ ပရိသတ်က အုပ်စုလေးခုရှိသည်ဆိုပါစို့။ ပထမ အုပ်စုက၊ ပထမပွဲကို ပေါင် (၄၀)၊ ဒုတိယပွဲကို ပေါင် (၂၀)၊ ဒုတိယ အုပ်စုက ပထမပွဲကို ပေါင် (၂၀)၊ ဒုတိယပွဲကိုပေါင် (၄၀) ပေးချင် သည်။ တတိယအုပ်စုက ပထမပွဲကို (၄၅)ပေါင်၊ ဒုတိယပွဲကို (၅)ပေါင်၊ စတုတ္ထအုပ်စုက ပထမပွဲကို (၅)ပေါင်၊ ဒုတိယပွဲကို (၄၅) ပေါင် ပေးချင်ကြည့်ချင်သည်။

ပရိသတ်က တန်ဖိုးထားမှု၊ အကြိုက်ချင်းမတူညီမှုတို့ကို ယူဆချက်တွေ သတ်မှတ်ပြီးသည့်အခါ၊ တစ်ပွဲချင်းကို ပေါင် (၄၀) နှင့် လက်မှတ်ရောင်းရသည်။

ထိုနှုန်းအတိုင်းသတ်မှတ်လျှင်၊ အချို့က ပထမပွဲသာကြည့်ကြ သလို၊ ဒုတိယပွဲကိုလည်း ကြည့်သူအချို့သာရှိမည်။ အုပ်စုတစ်စုလျှင် လူ (၁၀၀)ရှိက၊ တစ်ပွဲကြည့်သူ (၂၀၀)စီရှိပြီး၊ စုစုပေါင်း ပေါင် (၁၆၀၀၀) ရရှိမည်။ (၂) ပွဲစလုံးအတွက် လက်မှတ်ရောင်းမည်ဆိုပါစို့၊ တစ်ပွဲချင်းအတွက် (၄၅)ပေါင်ရောင်းကာ၊ ပွဲစဉ်တစ်ခုလုံးအတွက် ပေါင် (၃၀)ဖြင့် ရောင်းသည် ဆိုပါစို့။ ဤနှုန်းအတိုင်းဆိုလျှင်၊ ချက်ကော့စကီး ဂီတကြိုက်သူတွေက ပထမပွဲ၊ Stravinsky ဂီတကြိုက်သူတွေက ဒုတိယပွဲသာကြည့်ကြမည်။ သို့သော် လက်မှတ်တစ်စောင်ချင်း ရောင်းစဉ် က တစ်ပွဲသာကြည့်ကြသော အခြားအုပ်စု (၂)ခုက ယခု (၂)ပွဲစလုံး ကြည့်ကြမည်။ သို့ဖြစ်၍ ပထမပွဲစဉ်အတွက် (၁၀)ပေါင်လျှော့ပေးရ သော်လည်း၊ ဒုတိယပွဲစဉ်ကို ဆက်လိုက်ခြင်းဖြင့် ပေါင် (၂၀) အသား တင်မြတ်သည်။ ဂန္ထဝင်သစ်ကြိုက်သူတွေကလည်း (၁၀)ပေါင်လျှော့

ပေးကာ၊ ဒုတိယပွဲကို နှိမ်နှင်းကြပြီး၊ ပထမပွဲကိုပါနှိမ်နှင်းဖြင့် ပေါင် (၂၀)အသားတင်အကျိုးရှိသွားသည်။ စရိတ်ကာမိရန် ပွဲတိုင်း လက်မှတ် ရောင်းကြသည်မဟုတ်ပေ။ ယခုဆိုလျှင် စုစုပေါင်းလက်မှတ်ရောင်းရငွေ ပေါင် (၂၁၀၀၀)ရရာ၊ ယခင်ကထက်ပေါင် (၅၀၀၀)ပိုရောင်းရသည်။ တစ်ပွဲချင်းရောင်းခြင်းထက် ပွဲစဉ်တစ်ခုလုံးအတွက်ရောင်းသည်က ပို၍တွက်ခြေကိုက်သည်။

**လေယာဉ်လက်မှတ် အနီးကပ်ဝယ်လျှင် ဈေးကြီးပြီး လန်ဒန်ဇာတ်ရုံ၌ ပြဇာတ်လက်မှတ် အနီးကပ်ဝယ်လျှင် ဈေးပေါ်ရခြင်း**

လန်ဒန် လိုင်ဆက်စတာစက္ကယားလက်မှတ်ရုံ၌ နေ့လယ်ပိုင်းတွင် သွား၍လက်မှတ်ဝယ်လျှင်၊ ထိုနေ့ညနေပိုင်း၌ ပြသမည့်ပြဇာတ်များကို၊ လက်မှတ်ခတစ်ဝက်ပေး၍ ကြည့်နိုင်မည်။ သို့သော် လေယာဉ် လက်မှတ်အနီးကပ်ဝယ်လျှင် ပုံမှန်ထက် (၂)ဆခန့် ပေးရမည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ခြားနားထားရသနည်း?

လေယာဉ်ထွက်ချိန် (သို့) ပြဇာတ်ပြချိန်တွင်၊ လွတ်နေသည့် ထိုင်ခုံများသည် ဝင်ငွေလုံးဝမရနိုင်တော့ ဆိုသည့် အဓိပ္ပာယ်ထွက်သည်။ လေကြောင်းလိုင်းတွေရော၊ ဇာတ်ရုံတွေပါ၊ တတ်နိုင်သမျှ ခုံအပြည့် ဖြစ်စေချင်ကြသည်။ သို့သော် ထိုထိုင်ခုံကို ဈေးလျှော့ပြီး ဖြည့်လိုက်ပြန်လျှင်၊ ဈေးအပြည့်အဝပေးကာ ဖြည့်နိုင်သည့် အခွင့်အလမ်းဆုံးရှုံးသည်။ ထို့ကြောင့် ထိုင်ခုံတစ်ခုအတွက် ပျမ်းမျှဝင်ငွေကို သိသိသာသာ ထိခိုက်ခြင်းမရှိဘဲ၊ တတ်နိုင်သမျှ ခုံများများပြည့်ရန် အရေးကြီးသည်။

လေကြောင်းလိုင်း၌၊ လုပ်ငန်းသဘောအရ ခရီးသွားသူများ သည် အားလပ်ရက်အပန်းဖြေ ထွက်သူများထက် ခရီးသွားအစီအစဉ်ကို အနီးကပ်၍ ပြောင်းလဲတတ်ကြကြောင်း ဈေးကွက်တင်အမှုဆောင် အရာရှိတွေက၊ သိထားပြီးသားဖြစ်သည်။ တစ်ဖန် ၎င်းတို့သည် ဈေးနှုန်း

ကို သိပ်ဂရုမစိုက်၊ ထို့ကြောင့် လေကြောင်းလိုင်းများသည် အနီးကပ် လက်မှတ်ဝယ်သူများ (အများအားဖြင့် လုပ်ငန်းသဘောအရ ခရီးသွား သူများ)ကို ဈေးနှုန်းအပြည့်အဝသတ်မှတ်ကာ၊ ကြိုတင်၍ လက်မှတ် ဝယ်ကြသော အပန်းဖြေခရီးသွားသူတွေကို ဈေးလျှော့ရောင်းရသည်။

ပြဇာတ်ရုံတွင် အင်အားလွန်ဆွဲပုံ၊ တစ်မျိုးတစ်ဖုံဖြစ်သည်။ ဝင်ငွေနှိမ့်သူများနှင့်ယှဉ်လျှင် ဝင်ငွေမြင့်သူများသည် ဈေးများသည်ကို မကြောက်ကြ၊ သို့သော် လေကြောင်းခရီးသည်နှင့်မတူပဲ၊ ပြဇာတ်ကြိုက် ဝင်ငွေမြင့်သူများသည် လက်မှတ်ကို အနီးကပ်ဝယ်လေ့မရှိ။ ပွဲချိန်နီးမှ လက်မှတ်ကို လျှော့ဈေးဖြင့်ဝယ်ရန်အတွက်၊ အခက်အခဲနှစ်ခုကို ဖြတ်သန်းရသည်။ ပထမတစ်ခုမှာ၊ တစ်နာရီသို့မဟုတ် တစ်နာရီမက တန်းစီရခြင်းဖြစ်သည်။ ဝင်ငွေမြင့်သူများသည် ပေါင်အနည်းငယ် ငွေကြေးသက်သာရုံမျှဖြင့် တန်းစီလိုကြမည်မဟုတ်ပေ။ ဒုတိယ အချက် လည်းဖြစ်၊ ပိုလည်းအရေးကြီးသောကိစ္စမှာ လျှော့နှုန်းဖြင့်ရောင်းသော လက်မှတ်တွေကို လူကြိုက်များသည့် ပွဲတွေအတွက် မရနိုင်ဘဲ၊ အချို့သော ပွဲတွေအတွက်သာရနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဝင်ငွေမြင့်သူများ၏ အချိန်က ပို၍အဖိုးတန်သည်။ ကိုယ်ကြည့်ချင်သည့်ပွဲကို၊ မိသားစု အေးအေးဆေးဆေးကြည့်ကာ၊ တန်ဖိုးရှိသည့် ညနေခင်းကို ကုန်ဆုံးချင် သည်။ ဝင်ငွေနှိမ့်သူတွေက ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်ပြီး၊ အဟန့်အတားနှစ်ခု စလုံးကို အလွယ်တကူကျော်လွှားနိုင်သည်။ တန်းစီ၍သာ လက်မှတ် မဝယ်ရလျှင်၊ သူတို့ပြဇာတ်တွေ ကြည့်နိုင်မည်မဟုတ်။

ကိစ္စနှစ်ခုစလုံးတွင် သူ့အဟန့်အတားနှင့်သူ့ရှိကြသော်လည်း၊ နောက်ဆုံး၌ ထိုင်ခုံလူပြည့်ရန် ရည်ရွယ်၍ လုပ်ဆောင်ရာ၌၊ ထိရောက် မှုရှိသည်။ ထိုအခက်အခဲတွေရှိမနေလျှင် စရိတ်ပိုကြီးသည်။ ယခုမူ ဖောက်သည်တစ်ယောက်အတွက် ကုန်ကျသော ပျမ်းမျှစရိတ်ကို လျှော့ပါးစေသည်။

ဝယ်သူတွေကို အဟန့်အတားကျော်ခိုင်းကာ ဈေးလျှော့ရောင်းခြင်းသည် အခက်အခဲကို ကျော်ဖြတ်ရန်အတွက်၊ လုံ့လထုတ်ရသဖြင့် အင်အားတွေ ဖြန့်တီးရာရောက်သည်။ အလဟဿဖြစ်သည်ဟု ဆိုနိုင်သည်။ သို့သော် တစ်ခါတစ်ရံ၌ ဈေးလျှော့ပေးရန်ကျော်ဖြတ်ရမည့် အဟန့်အတားမှာ၊ သတင်းအချက်အလက်တစ်ခုကို သိရှိပိုင်ဆိုင်ထားရုံမျှသာရှိသည်။ ထိုသတင်းအချက်အလက်ရှိထားပြီဆိုလျှင်၊ ဘာမျှအထွေအထူး လုပ်စရာမလိုဘဲ ဈေးသက်သက်သာသာဖြင့်ရသည်။

ကော်ဖီတစ်ခွက်သည် (ဂ) အောင်စရှိမည်ဟု သတ်မှတ်ထားသော်လည်း Starbucks ကော်ဖီဆိုင်တွင် အနည်းဆုံး (၁၂) အောင်စရှိ ကော်ဖီခွက်ကိုသာ စာရင်းတွင် ထည့်ထားခြင်း။

စတားဘတ်သည်၊ ကမ္ဘာပေါ်တွင် ဆိုင်၌နှပ်ပြီး အဆင့်မြင့် ကော်ဖီများရောင်းချသည့် လုပ်ငန်းဖြစ်သည်။ (၁၉၉၉) ခုနှစ်ကတည်းက၊ ကုမ္ပဏီ၏ စားဖွယ်စာရင်းတွင် ကော်ဖီခွက်ကို အရွယ် (၃)မျိုးသာ ဖော်ပြထားသည်။ (၁၂) အောင်စဆုံ Tall, (၁၆) အောင်စဆုံ Grande နှင့် အောင်စ (၂၀)ဆုံ Venti တို့ဖြစ်သည်။ သို့သော် ကော်ဖီ (၁) ခွက်သည် (၈)အောင်စရှိကာ၊ (၆)အောင်စ အထိလည်း သေးနိုင်သည်။ စတားဘတ်၏ အညွှန်း၌ပင် ကော်ဖီမှုန့် (၂)ဇွန်းကို ရေနွေး (၆) အောင်စနှင့် ရောမွှေပါဟု ရေးထားသည်။ သို့ဖြစ်ပါလျက် ထိုစံချိန်အတိုင်း စတားဘတ်က အဘယ်ကြောင့် မရောင်းသနည်း?

တကယ်တော့ ရောင်းပါသည်။ Short တစ်ခွက်ဟု ပြောလိုက်လျှင် (၈)အောင်စခွက်နှင့် ထည့်ပေးသည်။ ကြော်ငြာထားသော စားဖွယ်စာရင်း၌ မပါ၍ ဖောက်သည်အချို့သာ၊ ကော်ဖီခွက်ငယ်ငယ် ရှိမှန်းသိကြသည်။ Starbucks short ကော်ဖီခွက်သည်

(၁၂)အောင်စရှိကော်ဖီခွက်ထက် ဆင့် (၂၀)ဈေးသက်သာသည်။ ကော်ဖီများများ နို့နည်းနည်းဖြစ်သဖြင့် ပို၍ပင် အရသာရှိသေးသည်။ စတားဘတ်က ဤသို့လုပ်ခြင်းသည် ဈေးနှုန်းခွဲခြားသည့်ပုံစံဖြင့် အဟန့်အတားလုပ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်းကို ဂရုမစိုက်သော သူများက ရှိမှန်းပင်မသိ၍ ဝယ်မသောက်ရန် အဟန့်အတားလုပ်ထားသည်။ ဈေးကွက်အတော်များများ၌ ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သော ဖောက်သည်များသည် ဈေးအသက်သာဆုံးရအောင် သူများထက် လုံ့လ ပိုစိုက်ကြရသည်။ ဈေးနှုန်းဂရုစိုက်သူဆိုလျှင် အနည်းဆုံး ကိုယ့်မိတ်ဆွေထဲက တစ်ယောက်ယောက်က Short ကော်ဖီနှစ်ခွက် အကြောင်း သိကာ၊ ကိုယ့်ကိုပြောပြနိုင်သည်။ ဈေးနှုန်းကို ဂရုမစိုက် သောသူတွေက (၂၀)အောင်စဆုံ Vertis ကို သောက်နိုင်သည်။

ဈေးနှုန်းခွဲခြားသည့် သာဓကအားလုံးတွင် အဟန့်အတား ကျော်ရသည်မဟုတ်ပါ။ ဥပမာ-စားသောက်ဆိုင်တစ်ဆိုင်က အသက် (၆၅)နှစ်ကျော်သူများအတွက် ညစာကို ဈေးတစ်ဝက်ဖြင့်ရောင်းလျှင်၊ ထိုလျှော့ဈေးကိုရရန်၊ အသက် (၃၀)အရွယ် လူငယ်တစ်ယောက် အနေဖြင့်၊ အခက်အခဲကို ကျော်ဖြတ်၍မရ။ ထိုသို့ ခွဲခြားမှုများကို၊ အပြည့်အဝ ဈေးကွက်စိတ်ပိုင်းခြင်းဟု ခေါ်သည်။ အများအားဖြင့် အိုမင်းသူတွေက၊ အရွယ်ရောက်သူတွေထက် ဝင်ငွေနှိမ့်ခြင်းကြောင့် ထိုသို့ခွဲခြားထားခြင်းဖြစ်သည်။

**Kansas မှ Orlando အသွားအပြန် လေယာဉ်လက်မှတ်ခက  
Orlando မှ Karsar အသွားအပြန်လေယာဉ်လက်မှတ်ခထက်  
ဈေးသက်သာခြင်း**

မစ်ဆူရီပြည်နယ် ကန်းဆပ်စ်စီးတီး၌နေပြီး ဖလော်ရီဒါ ပြည်နယ် အော်လန်ဒို၌သို့ (၂၀၀၆) ခုနှစ် ဒီဇင်ဘာလ (၁၅) ရက်နေ့၌



သွားကာ တစ်ပတ်အကြာတွင်ပြန်လာမည်ဆိုလျှင် အင်တာနက်ဝက်ဘ်ဆိုက် Expedia.com တွင် အနိမ့်ဆုံးဈေး ဒေါ်လာ (၂၄၀)ပေးရမည်။ သို့သော် အော်လန်ဒ်ဗွီနေပြီး Karsar သို့ အသွားအပြန်သွားလိုလျှင် (၃၁၂) ဒေါ်လာကျသင့်မည်။ ခရီးသည်တွေက ဓာတ်ဆီအတူတူကုန်သော လေယာဉ်တွေကိုသာစီးကြပြီး အခြားအချက်တွေလည်း အတူတူဖြစ်ပါလျက်နှင့် အဘယ်ကြောင့် လေယာဉ်တွေ ခြားနားနေရသနည်း?

ကန်းဆပ်စ်မှ အော်လန်ဒ်ဗွီ သွားခြင်းသည် ရုံးပိတ်ရက် အနားယူအပန်းဖြေရန်သွားခြင်း ဖြစ်သည်။ ဟာဝိုင်ယီ၊ ဘာဘဒိုး၊ ကန်ကွန်၊ စသော နေရာများစွာကိုလည်း သွားနိုင်သည်။ အပျော်ခရီးသွားသူတွေ သွားစရာများများရှိသဖြင့် လေကြောင်းလိုင်းတွေက၊ ခရီးသည်ရရန် အပြိုင်အဆိုင် စည်းရုံးရသည်။ လေယာဉ်ကြီးများဖြင့် သွားလျှင် စရိတ်သက်သာသောကြောင့် ဈေးနှုန်းဂရုစိုက်သော အားလပ်ရက်ခရီးထွက်သူတွေကို ဈေးချရောင်းပြီး ခုံတွေဖြည့်သည်။

သို့သော် အော်လန်ဒ်ဗွီမှ ကန်းဆပ်စ်သို့သွားခြင်းသည် လုပ်ငန်းသဘောအရသော်လည်းကောင်း မိသားစုကိစ္စဖြင့်သော်လည်းကောင်း သွားခြင်းဖြစ်သည်။ အားလပ်ရက် အပန်းဖြေစရာနေရာတစ်ခုကို ရွေးချယ်ခြင်းမဟုတ်။ ရွေးချယ်စရာသိပ်မရှိသောသူတွေက၊ ဈေးနှုန်းတွေကို သိတ်ဂရုမစိုက်ကြ။ ထို့ကြောင့် အော်လန်ဒ်ဗွီမှစ၍ ခရီးထွက်သူက လေယာဉ်ခပိုပေးရခြင်းဖြစ်သည်။

လာမည့်ဥပမာတွင် ရောင်းသူက အခမဲ့ (သို့) ဈေးလျှော့ကာ ပစ္စည်းရောင်းခြင်း (သို့မဟုတ်) ပစ္စည်းကို ပိုကောင်းအောင် လုပ်ပေးထားခြင်းကို တွေ့ရသည်။

**စားသောက်ဆိုင်အတော်များများက အခမဲ့ ဖျော်ရည်ထပ်ထည့်ခွင့်ပေးထားခြင်း**

ကွယ်လွန်သူ ဂျော့ချ်ဘန်းစ်က ရောင်းသမားရှုံးပြီး များများရောင်းရရန် ကြံစည်နေသည်ဟုဆိုသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်

တစ်ယောက်အကြောင်းကို ပြောပြဖူးသည်။ ဤလုပ်ထုံးလုပ်နည်းအတိုင်း လုပ်နေလျှင် ဤလုပ်ငန်းသည် ကြာရှည်ခံမည်မဟုတ်ပေ။ ဖျော်ရည် တွေကို တစ်ကြိမ်ငွေပေးပြီးက အခမဲ့ထပ်ထည့်ခွင့်ပေးခြင်းသည် ပဟေဠိတစ်ခုဖြစ်နေသည်။ စားသောက်ဆိုင်တွေ ဘယ်လိုရပ်တည်ကြ မလဲ?

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေ အတော်များများက ကုန်စည်အများ အပြားကို ရောင်းချကြသည်။ လုပ်ငန်းဆက်လက်ရပ်တည်ရန်အတွက်၊ ရောင်းရသည့်ပစ္စည်းတစ်ခုအတွက် ကုန်ကျသည့်စရိတ်ထက် ပိုရောင်း ချိမရ။ စုစုပေါင်းအရောင်းဝင်ငွေသည် စုစုပေါင်းစရိတ်ကို ကာမိရမည်။ သို့မဟုတ် စုစုပေါင်းစရိတ်ထက် ကျော်လွန်ရမည်။ သို့ဖြစ်၍ အခြား စားစရာတွေအတွက် လုံလုံလောက်လောက် အမြတ်ရပြီးပြီဆိုလျှင် ထပ်ယူသည့်ဖျော်ရည်တွေကို အခမဲ့တိုက်သော်လည်း လုပ်ငန်း ဆက်လက်ရှင်သန်နိုင်သည်။

စားသောက်ဆိုင်တစ်ဆိုင်က အဘယ်ကြောင့် အခမဲ့ထပ် ဖြည့်ခွင့်ပေးရသနည်း? အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုဈေးကွက်တွင်၊ ထပ်ဝယ်သည့် ထုတ်ကုန်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုအတွက်၊ ပြိုင်ဆိုင်မှုဈေးကွက်တွင်၊ ထပ်ဝယ် သည့်ထုတ်ကုန်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုအတွက်၊ စရိတ်အပြည့်ထပ်ပေးရမည်ဆို သည့် စဉ်းစားပုံနှင့် မကိုက်ညီဟု ထင်ရသည်။

သို့သော် ပြိုင်ဆိုင်မှုသည် မည်သည့်အခါမျှ ပြည့်စုံသည်ဟု မရှိပေ။ စားသောက်ဆိုင်လောကတွင်လည်း အခြားစီးပွားရေး လုပ်ငန်းများမှာကဲ့သို့ပင် ဖောက်သည်အရေအတွက်များလေ ဖောက် သည်တစ်ယောက်အတွက် ကုန်ကျသော ပျမ်းမျှစရိတ်သက်သာလေဖြစ် သည်။ ဆိုလိုသည်မှာ စားသောက်ပွဲတစ်ပွဲအတွက် ပျမ်းမျှကုန်ကျစရိတ် သည် အစွန်းထွက် ကုန်ကျစရိတ်ထက်မြင့်မားသည်။

စားသောက်ဆိုင်တစ်ဆိုင်က အစားအသောက်တစ်ပွဲအတွက်

တောင်းခံသောဈေးနှုန်းသည် အစွန်းထွက်စရိတ်ထက်ကြီးနေလျှင်၊ ဖောက်သည်တွေတိုးလာအောင် လုပ်နိုင်လေ၊ စားသောက်ဆိုင်အတွက် အမြတ်တက်လေဖြစ်သည်။

မည်သည့်စားသောက်ဆိုင်ကမျှ၊ ထပ်ထည့်သော ဖျော်ရည်တွေ အတွက် အခမဲ့မပေးဟုဆိုပါစို့။ အကယ်၍ စားသောက်ဆိုင်တစ်ဆိုင် ကသာ ထပ်ထည့်သောဖျော်ရည်တွေအတွက်၊ ငွေထပ်မတောင်းတော့ လျှင်၊ ဘာဖြစ်မည်နည်း? ဖျော်ရည်တွေ ထပ်သောက်ကြသူ ဖောက် သည်တွေက ပေးရကျိုးနပ်သည်။ တန်သည်ဟု ထင်ကြမည်။ တစ်ဆင့် စကားတစ်ဆင့်နား လူတွေသိကုန်ကာ ဖောက်သည်တွေ ယခင်ကထက် အဆမတန်တိုးလာသည်။ ထပ်ဖြည့်သောက်သည့် အဖျော်ရည်တွေ အတွက်၊ ဆိုင်တွင်စရိတ်အနည်းငယ်သာတက်မည်။

ဤလုပ်ငန်းအောင်မြင်မှုရရန် တစ်နပ်ရောင်းလိုက်ရသည့် အတွက်မြတ်သော အမြတ်ငွေက အခမဲ့ဖြည့်ပေးလိုက်သော ဖျော်ရည် အတွက် စရိတ်ထက်ကြီးမားရမည်။ ထပ်ရောင်းရသည့် စားသောက်ပွဲ အတွက် အမြတ်သည် အခမဲ့ပေးလိုက်သော ဖျော်ရည်အတွက် စရိတ်ထက်ကြီးမားသည်ဖြစ်ရာ စုစုပေါင်းအမြတ်တက်မည်သာဖြစ် သည်။

ဤစားသောက်ဆိုင်၏အောင်မြင်မှုကို တွေ့ပြီးနောက်၊ ပြိုင်ဘက် စားသောက်ဆိုင်တွေကလည်း၊ ဤအတိုင်းလိုက်လုပ် လာကြသည်။ လိုက်လုပ်သူများလေ၊ တစ်ဆိုင်ချင်းတွင်တိုးပွားသော ဖောက်သည်တွေ လျော့လေဖြစ်သည်။ စားသောက်ဆိုင်အားလုံး လိုက်လုပ်ကြလျှင်၊ မူလအခြေအနေနှင့် ကွာခြားမှုရှိတော့မည်မဟုတ်ပေ။ အမြတ်အစွန်းနည်းသော စားသောက်ဆိုင်လောက၌ ထပ်ဖြည့်သည့် ဖျော်ရည်အတွက် ငွေမတောင်းခြင်းကြောင့် စားသောက်ဆိုင် အတော်များများ၌ အရှုံးပင်ပြနိုင်သည်။

ဈေးနှုန်းမပြောင်းဘဲနေသမျှ အရှုံးပြနေမည်။ သို့သော် စားသုံးသူတွေအတွက် အကျိုးရှိသည်။ ယခင်ကပေါင် အနည်းငယ်ပေးရသော ထပ်ဖြည့်သည့်ဖျော်ရည်တွေကို ယခု အခမဲ့သောက်နေရပြီ။ ဖောက်သည်တွေပို၍ အကျိုးရှိပြီဆိုလျှင် စားသောက်ဆိုင်တွေက ဈေးတင်ရောင်းချနိုင်ကြသည်။ အခမဲ့တိုက်သော ဖျော်ရည်စရိတ်ကို ကာမိသည့် ဈေးနှုန်းတွေဖြစ်လာတော့သည်။

အခြားစဉ်းစားစရာ ကိစ္စတစ်ခုမှာ စားသောက်ဆိုင်တွေက ပဲနီအနည်းငယ်သာတန်သော ဖျော်ရည်တွေ၊ အအေးဘူးတွေအတွက် (၂)ပေါင်ခန့် တောင်းတတ်သည်။ ဖောက်သည်တစ်ယောက်က မတန်တဆဖျော်ရည်တွေထပ်သောက်မှသာ၊ ထိုဈေးနှုန်းကို ကာမိနိုင်သည်။ အကယ်၍ ဖောက်သည် (၁၀)%ခန့်က အခမဲ့တိုက်ခြင်းကြောင့် ရေမသောက်ဘဲ ဖျော်ရည်တောင်းသောက်လျှင်လည်း စားသောက်ဆိုင်အနေဖြင့် တွက်ခြေကိုက်ဆဲပင်ဖြစ်သည်။ အအေးကို ဗူးဖြင့်ရောင်းသော ဆိုင်တွေအနေဖြင့်၊ ထပ်ဖြည့်စရာမလိုတော့ပေ။

**ဗီဒီယိုရိုက်စက်တွေမှာ လူမသုံးတတ်သည့် ခလုတ်တွေ အများကြီးရှိနေခြင်း**

ဗီဒီယိုရိုက်စက်ဝယ်ယူသူသာမန်လူတစ်ယောက်သည်၊ မိသားစုရပ်ရှင်ကြည့်နိုင်သော၊ သို့မဟုတ် နာမည်ကျော် ရုပ်သံဇာတ်ကားတစ်ကားကို ရိုက်ကူးထားနိုင်သော စက်တစ်လုံးကိုလိုချင်သည်။ သို့သော် ဗီဒီယိုရိုက်စက်များ၌ စားသုံးသူအတော်များများ မည်သည့်အခါမျှ မသုံးသည့်ခလုတ်တွေ၊ ဖန်ရှင်တွေပါနေသည်။ ဥပမာ စက်အတော်များများတွင် အဝေးထိန်းခလုတ်ဖြင့် နံပါတ်တစ်ခုခုကို နှိပ်လိုက်လျှင် ဇာတ်ကားတစ်ကားကို အစမှစ၍ကြည့်နိုင်သည်။ အင်္ဂလိပ်၊ စပိန်၊ ပြင်သစ်ဘာသာစကားမလိုအောင် အကျိုးရှိသော်လည်း၊ အသုံးပြုသူအတော်များများက ငြင်းစရာမလိုအောင် အကျိုးရှိသော်လည်း၊ အသုံးပြုသူအတော်များများအတွက် အခက်တွေ့ကြသည်။ ဈေးသက်သက်

သာသာ၊ ရိုးရိုးရှင်းရှင်းစက်တွေကို ထုတ်လုပ်ကြလျှင် ပိုမကောင်းပါလား?

နည်းပညာဆိုင်ရာ ထူးထူးဆန်းဆန်းတွေ၊ ရှုပ်ရှုပ်ထွေးထွေးတွေကို သဘောမကျသူတွေ ရှိသော်လည်း၊ သဘောကျသူတွေလည်း အများကြီးရှိသည်။ အဆင့်မြင့်နည်းပညာသုံး ဖောက်သည်တွေလို ထိထိရောက်ရောက်ဆွဲဆောင်နိုင်ရန်အတွက်၊ နည်းပညာမြင့်မြင့်မားမား ရှုတ်ရှုတ်ထွေးထွေးထည့်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ ထိုသို့အသစ်အဆန်းတွေ ထည့်ရသည့်စရိတ်မှာ၊ ပုံသေသုတေသနစရိတ်တွင် အကျုံးဝင်ပြီး၊ ဖြစ်သဖြင့် ထူးပြီးကုန်စရာမလို။ အစွန်းထွက်စရိတ် ပြောပလောက်အောင်မကြီး။

နည်းပညာအဆင့်အမျိုးမျိုးကိုခွဲကာ စက်အမျိုးမျိုးထုတ်မည်ဆိုလျှင်ဖြစ်သည်။ သို့သော်၊ လက်လီအရောင်းသမားတွေက၊ စက်အမျိုးမျိုးမထားချင်။ ခပ်ရိုးရိုးစက်တစ်လုံးနှင့် ခပ်ဆန်းဆန်းတစ်လုံးစရိတ် သိပ်ကွာစရာလည်းမရှိလှ။ ထို့ကြောင့်အဆင့်မြင့်နည်းပညာတွေလို စက်အားလုံးမှာ ထည့်ပေးလိုက်ခြင်းဖြစ်သည်။

ခတ်ရိုးရိုးစက်တစ်လုံးကိုသာကြိုက်သော စားသုံးသူတစ်ယောက်အနေဖြင့် သူ့အသုံးမလိုသည့်ခလုတ်တွေ၊ ဖန်ရှင်တွေကို ပိတ်ထားပေးကာ၊ အခြေခံလုပ်ငန်းများသာ သုံးနိုင်သော ခလုတ်တစ်ခုကို မကြာမီ ထပ်ထည့်ပေးကောင်းပါရဲ့ဟု မျှော်လင့်စရာရှိသည်။

**စရိတ်သက်သာသောလေ့ကျင့်ရေးလှုပ်ရှားမှုများ လေယာဉ်ပေါ်တွင်  
အစားအသောက်ရောင်းကာ၊ ဇိမ်ခံပိုတယ်တွေက  
အင်တာနက်သုံးခကောက်ခံကြခြင်း**

ယခင်ကဆိုလျှင်၊ လေယာဉ်ပျံပေါ်တွင်ကျွေးသော အစားအသောက်အားလုံးသည် အခမဲ့ဖြစ်သော်လည်း၊ ယခုအခါ လက်မှတ်ခ

ဈေးကြီးသောလေကြောင်းလှိုင်းတွေကသာ ကျွေးကြဲတော့သည်။ ဈေးပေါသောလေကြောင်းလှိုင်းဆိုလျှင် ကိုယ့်စားစရာကို ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်ယူလာရန် သို့မဟုတ် လေယာဉ်ပေါ်တွင် ဝယ်စားရန်သာရှိသည်။ ဈေးကြီးသော ဇိမ်ခံဟိုတယ် ကြယ်လေးပွင့်အဆင့်ရှိဟိုတယ်များ၌၊ အခန်းတိုင်းတွင် အင်တာနက်ချိတ်ထားပေးကြသော်လည်း တစ်ရက်သုံးစွဲခ (၅) ပေါင်ခန့်တောင်းခံတတ်ကြသည်။ စရိတ်သက်သာသော ဟိုတယ်တွေက အခမဲ့အသုံးပြုခွင့်ပေးကြသည်။ လေကြောင်းလှိုင်းနှင့် ဟိုတယ်တွေ၊ ပြောင်းပြန်ဖြစ်နေသည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ ခြားနားရသနည်း?

အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုဈေးကွက်တွင်၊ ငွေကိုကောက်မရနိုင်ဟူသော သဘောတရားအရ ဝန်ဆောင်မှု ထပ်မံလိုချင်သော ဖောက်သည်တစ်ယောက်သည် အခကြေးငွေ တစ်စုံတစ်ရာထပ်ပေးရမည်။ အကယ်၍ ကုမ္ပဏီတစ်ခုက အခမဲ့ပေးချင်ယောင်ဆောင်ပြီး ဝန်ဆောင်မှုအပိုတစ်ခုပေးလျှင် ထိုဝန်ဆောင်မှုအတွက်စရိတ်ကို အခြေခံဈေးနှုန်းထဲတွင် ထည့်၍သတ်မှတ်ထားလျှင် ပြိုင်ဘက်ကုမ္ပဏီတစ်ခုက၊ အခြေခံထုတ်ကုန်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတွေအတွက် ဈေးနှိမ့်ကာ အပိုဝန်ဆောင်မှုအတွက် အပိုကြေးတောင်းပြီး ဖောက်သည်တွေကို ဆွဲခေါ်သွားနိုင်သည်။

လက်တွေ့တွင်၊ မည်သည့်ဈေးကွက်မျှ အပြည့်ပြိုင်ဆိုင်မှုမရှိ။ ချွေတာရေးလေကြောင်းလှိုင်းတွေ၏ လေယာဉ်လက်မှတ်က ဇိမ်ခံလေကြောင်း လှိုင်းတွေထက် အပြိုင်အဆိုင် ပိုများသည်။ ဇိမ်ခံလေကြောင်းလှိုင်းက အရေအတွက်နည်းပြီး၊ ဖောက်သည်တွေကလည်း၊ သူ့အုပ်စုနှင့်သူရှိကြသည်။ အလားတူပင်၊ စရိတ်သက်သာသော ဟိုတယ်တွေက ဇိမ်ခံဟိုတယ်တွေထက် အပြိုင်အဆိုင်ပိုများသည်။

အပိုဝန်ဆောင်မှုတွေအတွက် စရိတ်သက်သာသောလေကြောင်း

လိုင်းတွေမှာရော၊ ချွေတာရေးဟိုတယ်တွေမှာပါ။ သီးခြားတောင်းခံရသည့် အဓိပ္ပာယ်ထွက်သည်။ စားပွဲပေါ်ကငွေတွေကောက်မရနိုင်ဟူသော သဘောတရားက ချွေတာရေးလေကြောင်းလိုင်းများက အစားအစာအတွက် သီးခြားစရိတ်တောင်းကာ ဇိမ်ခံလေကြောင်းလိုင်းတွေက အခြေခံစရိတ်ထဲမှာထည့်တောင်းထားကြောင်း သိရသည်။ လေကြောင်းလိုင်းအတော်များများက အဘယ်ကြောင့် အခမဲ့ကျွေးမွေးခဲ့ကြသည်ကိုလည်းသိသာသည်။ ထိုအချိန်ကဆိုလျှင် ချွေတာရေး လေကြောင်းလိုင်းတွေမရှိ၊ ဇိမ်ခံလေကြောင်းလိုင်းတွေချည်းဖြစ်နေသည်။ ထိုနိယာမနှင့် ဟိုတယ်တွေမှာဖြစ်ပုံ ဆန့်ကျင်ဘက်ဖြစ်နေသယောင် တွေးစရာရှိနေသည်။

ဖြစ်နိုင်သည့်အချက်မှာ ဝန်ဆောင်မှုနှစ်မျိုးအတွက်၊ စရိတ်သတ်မှတ်ပုံမတူညီခြင်းဖြစ်သည်။ လေယာဉ်ပေါ်တွင် စားသုံးသည့် အစားအစာများလေ စရိတ်တက်လေဖြစ်သည်။ သို့သော် ဟိုတယ်တွင် အင်တာနက်အသုံးစရိတ်သည် ပုံသေဖြစ်သည်။ အင်တာနက်ကွန်ရက်တစ်ခု ဟိုတယ်တွင်တပ်ပြီးပြီဆိုလျှင် ဧည့်သည်တစ်ယောက်တိုးလာပြီး အသုံးပြုသည့်အတွက် ကုန်ကျစရိတ် ကြီးကြီးမားမားမရှိနိုင်။

စားပွဲပေါ်က ပိုက်ဆံကောက်မရနိုင်ဟူသော သဘောတရားအရ ကုန်စည် (သို့မဟုတ်) ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုအတွက် ဈေးကွက်တစ်ခုသည် ပြိုင်ဆိုင်မှုကြီးမားလေ၊ ဈေးနှုန်းသည်၊ အစွန်းထွက်စရိတ်နှင့် နီးစပ်လေဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ချွေတာရေးဟိုတယ်အခန်းများသည် ဇိမ်ခံဟိုတယ်အခန်းများထက် ပြိုင်ဆိုင်မှုကြီးမားသည်ဆိုလျှင်၊ အင်တာနက်သုံးစွဲခသည်၊ ချွေတာရေးဟိုတယ်များ၏ အခြေခံဈေးနှုန်းတွင် အကျုံးဝင်ပြီးဖြစ်သည်။ ချွေတာရေးဟိုတယ်တွေက အင်တာနက်သုံးစွဲခကို သီးသန့်ကောက်ခံလိုသော်လည်း အင်တာနက်သုံးစွဲမှုအတွက် အစွန်းထွက်စရိတ်သည် သုညဖြစ်ရာ အချို့ဟိုတယ်တွေက၊

အင်တာနက်အခမဲ့သုံးစွဲနိုင်ကြောင်း၊ သေချာပေါက်ကြော်ငြာနိုင်သည်။  
 ဈေးနှုန်းသက်သာသည်ကိုကြိုက်သော ခရီးသည်တွေက၊ ထိုကြော်ငြာကို  
 သဘောကျလက်ခံလျှင်၊ အခြားဟိုတယ်တွေကပါ လိုက်လုပ်ကြမည်။  
 ချွေတာရေးလေကြောင်းလိုင်းတွေအတွက် အခမဲ့အစားအသောက်  
 ကျွေးရန်ဖိအားမရှိ။ အစားအသောက်အတွက် အစွန်းထွက်စရိတ်သည်  
 သုညမဟုတ်၊ အပေါင်းလက္ခဏာရှိသည်။

ဇိမ်ခံဟိုတယ်တွေက၊ အင်တာနက်သုံးစွဲခွင့်တောင်းခံခြင်းမှာ  
 ဖောက်သည်တွေကချမ်းသာသူ၊ တတ်နိုင်သူများဖြစ်ပြီး ဈေးနှုန်းကို  
 ဂရုမစိုက်ခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။

အကယ်၍သာ ဖောက်သည်အတော်များများက မကျေမနပ်  
 ဖြစ်ပြီး ပြောဆိုကြမည်ဆိုလျှင်၊ အင်တာနက်အသုံးပြုခွင့်အတွက် အစွန်း  
 ထွက်စရိတ်သည် သုညဖြစ်နေသဖြင့် အခန်းခထဲတွင် ထည့်တွက်  
 ကောင်းထည့်တွက်နိုင်သည်။ သီးခြားတောင်းတော့မည်မဟုတ်။  
 ထိုသို့ဟိုတယ်တစ်ခုက စလုပ်လျှင်၊ အခြားဟိုတယ်တွေကလည်း၊  
 လိုက်လုပ်နိုင်သည်။

လာမည့်ဥပမာ (၃)ခုတွင် ရောင်းသူတွေက၊ ဈေးတင်နိုင်စွမ်း  
 (သို့) ခရီးစဉ်ဖျက်သိမ်းမှုအတွက် ပြစ်ဒဏ်ချမှတ်နိုင်စွမ်းရှိသော်လည်း၊  
 မဟာဗျူဟာအရ ထိုပါဝါကိုအသုံးမပြုကြောင်းတွေ့ရမည်။

**Amusement Parks မှာ ပန်းခြံများတွင် လူကြိုက်များ  
 Roller Coaster တွေကို တန်းစီပြီး အသုံးစွဲခွင့်ပြုခြင်း။**

(၂၀၀၇) ခုနှစ်၊ နိုဝင်ဘာလ (၁) ရက်နေ့က Alton Tower  
 Theme Parkသည် တစ်နေ့တာ ကလေးတစ်ယောက်လည်ပတ်ခွင့်  
 အတွက် ဝင်ကြေး (၁၆)ပေါင်တောင်းခံခဲ့သည်။ ကလေးအနေဖြင့်၊  
 ကြိုက်ရာအစီအစဉ်တွေကို အကြိမ်အကန့်အသတ်မရှိ အခမဲ့



အားပေးနိုင်သည်။ သို့သော် လူကြိုက်များသည့် Roller Coaster တွေကို တန်းစီပြီး အကြာကြီးစောင့်ရသည်။ အစည်ကားဆုံးအချိန်၌ (Nemesis) ဟူသော လူကြိုက်များ ရိုလာကိုစတာကို စီးရန်အတွက်၊ (၁)နာရီကျော်ကြာစောင့်ဆိုင်းရသည်။ ထိုအစီအစဉ်အတွက် အဘယ်ကြောင့် အခကြေးငွေထပ်မတောင်းရသနည်း မေးစရာရှိသည်။

လူတွေအရှည်ကြီးတန်းစီနေသည်ကိုကြည့်ကာ၊ စားပွဲပေါ်က ပိုက်ဆံကောက်ရနေသည်ဟု မထင်သင့်ပါ။ ဥပမာ စားသောက်ဆိုင် တစ်ဆိုင်တွင်၊ တစ်ညနေခင်း၌ လာစားမည့်ဖောက်သည်အရေအတွက် သည်၊ အပြောင်းအလဲအတက်အကျကြီးမားသည်။ ထို့ကြောင့် စောင့်မနေရဘဲ ထိုင်ခုံတွေအပြည့်လူရှိနေစေရန်အတွက်၊ ဈေးနှုန်းမည်မျှ သတ်မှတ်ရမည်ဟု တွက်ဆရန် မလွယ်ပေ။ စီးပွားရေးပညာရှင်တွေက Alton Tower က ပရိသတ်တွေလို၊ အမြဲတမ်းဖွဲ့ကောင်းသော သူတွေ ကို တွေ့ရမည်ဟု မမျှော်လင့်ပေ။

တကယ်တော့ ဝင်ကြေးပေးသူမှာ ကလေးတွေမဟုတ် မိဘ တွေဖြစ်သည်။ လူကြိုက်များ အစီအစဉ်များအတွက် ငွေထပ်ကောက် လျှင် တန်းစီသူလျော့သွားနိုင်သည်။ သို့သော် မည်သည့်နှုန်းကိုသတ်မှတ် လျှင် တန်းစီမည့်သူမရှိနိုင်ဟု တွက်ဆရန်ခက်သည်။ ကလေးအတော် များများကလည်း မဆင်းဘဲစီးချင်ကြသည်။ စီးလို့လည်းရသည်။ မကြာမီ မိဘတွေက တစ်ခေါက်သာစီးကြ ထပ်တလဲလဲမစီးကြနဲ့ဟု ပြောရတော့သည်။ ငွေထပ်ကောက်၍ ထိုသို့ပြောရပြီး မိဘတွေ၊ ကလေးတွေ စိတ်မချမ်းမသာဖြစ်ရသည်ကို မည်သူမျှမလိုလား။ အားလုံး ပျော်ပျော်ပါးပါးပြန်သွားသည်ကိုသာ မြင်လိုတွေ့လိုကြသည်။ အခမဲ့ ပေးစီးသော်လည်း၊ တန်းစီရသဖြင့်၊ အလိုလို ခွဲတမ်းချပြီးသားဖြစ်သွား သည်။

### သီချင်းအသစ်ကို အင်တာနက်မှ ကြိုက်ဈေးပေးပြီး

### Download လုပ်ခွင့်ပေးခြင်း

(၂၀၀၇) ခုနှစ် အောက်တိုဘာလ ဗြိတိသျှရော့ခ်တီးဝိုင်း Radiohead သည် ၎င်း၏နောက်ဆုံးထုတ်သီချင်း In Rainbows ကို အင်တာနက်မှရယူကြရန် ပရိသတ်အား ဖိတ်ခေါ်ခဲ့သည်။ အင်တာနက် ဝက်ဘ်ဆိုဒ်မှ Download လုပ်ရာတွင် ကိုယ်ကြိုက်သည့် ဈေးကိုပေးနိုင်သည်။ အဘယ်ကြောင့် ထိုသို့လုပ်ရသနည်း?

၎င်းတို့သည် ထိုသို့ပထမဆုံးအကြိမ်ပြုလုပ်ခြင်းဖြစ်သဖြင့် စာနယ်ဇင်းတွေ၏ သဘောကျအာရုံစိုက်ခြင်းကို ခံရသည်။ ပထမ တစ်ပတ်အတွင်း အကြိမ်ပေါင်း (၁.၂)သန်း၊ Download လုပ်ကြသည်။ ယခင်ကထွက်ခဲ့သော Hail to the thief CD ဆိုလျှင် (၂၀၀၃)ခုနှစ် နွေရာသီ ပထမအပတ်တွင် (၃)သိန်းကျော်သာ ရောင်းရသည်။ တစ်ဖန် ယခုအခါ၌၊ ရောင်းရငွေ၏ ရာနှုန်းပြည့်ကို ရရှိသည်။ ပျမ်းမျှ (၄)ပေါင်ခန့်ပေးပြီး Download လုပ်ကြရာ၊ ယခင်ရခဲ့ဖူးသော ဝင်ငွေတွေထက်အဆမတန်သော ဝင်ငွေတွေကို ရရှိခြင်းဖြစ်သည်။

အခြေခိုင်ပြီး တီးဝိုင်းတစ်ခုအနေဖြင့် ဓာတ်ပြားကုမ္ပဏီ တစ်ခုနှင့် ဝင်ငွေခွဲနေစရာအကြောင်းလည်း မရှိတော့ပေ။ ဓာတ်ပြား ကုမ္ပဏီတွေက လုပ်ပေးသော ထုတ်လုပ်၊ ဖြန့်ဖြူး၊ ဈေးကွက်တင် ကိစ္စတွေအားလုံးကို အင်တာနက်တွင် စရိတ်အနည်းငယ်အကုန်ခံကာ ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်လုပ်ဆောင်နိုင်ပြီလည်းဖြစ်သည်။

ဒစ်ဂျစ်တယ်ခေတ်တွင် ဂီတလောက၏ သမားရိုးကျစီးပွားရေး လုပ်ငန်းပုံစံများ ပြိုလဲသွားပြီ။ သီချင်းတစ်ပုဒ်ထပ်ကူး၍ ကုန်ကျစရိတ်သည် သုညနီးနီးဖြစ်သွားသည်။ Radiohead က ပေးချင်သလောက် ပေးဟု ဆိုသော်လည်း၊ အခမဲ့လိုချင်လျှင်၊ မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်းတွေထံမှ အခမဲ့ယူနိုင်သည်။ အခမဲ့ရနိုင်ပါလျက် လူသန်းပေါင်းများစွာက i

Tuner နှင့် အခြားအရင်းအမြစ်များထံမှ ငွေပေးကာ တရားဝင်ရယူခြင်း မှာ ရရန်လွယ်ကူခြင်း၊ အရည်အသွေးကောင်းမွန်စေလိုခြင်းနှင့် မတရား အခမဲ့မယူလိုခြင်းတို့ကြောင့်ဖြစ်သည်။ Radiohead ၏ စေတနာသည် အခမဲ့ မယူလို သူ ပရိသတ်တွေကို လည်း တိုးပွားစေသည်။ ပိုပေးချင်သူတွေကို ပိုပေးရန်အတွက်၊ တီးဝိုင်းက အဟန့်အတားတစ်ခု သတ်မှတ်ထားလိုက်သလို ဖြစ်သွားသည်။ ဤနေရာတွင် အဟန့်အတား မှာ ဝါသနာရှင်များ၏တီးဝိုင်းတစ်ခုက ကြိုးစားပမ်းစားထုတ်လုပ် ထားသော ဂီတကို အခမဲ့နားထောင်လိုခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ တီးဝိုင်း၏ လုပ်ရပ်မှန်ကန်ကြောင်းလည်းတွေ့ရသည်။

**မော်တော်ကားအငှားလုပ်ငန်းများက ကြိုတင်ငှားရမ်းမှုကို အနီးကပ်ပယ်ဖျက်သော်လည်း ဒဏ်ကြေးမတောင်းခြင်း။**

ပြဇာတ်လက်မှတ်တစ်စောင်ဝယ်ထားကာ၊ ယာဉ်ကြောအတွင်း မိနေ၍ အချိန်မီမရောက်လျှင်၊ ငွေပြန်မအမ်း၊ လေယာဉ်လက်မှတ်တွေ လည်း ထို့အတူပင်ဖြစ်သည်။ အချိန်မီမရောက်လျှင် လေယာဉ်လက်မှတ် တန်ကြေးမရှိတော့။ အနည်းဆုံး လေကြောင်းလိုင်းက အနီးကပ် ပယ်ဖျက်မှုအတွက်၊ ဒဏ်ကြေးတောင်းမည်။ ဟိုတယ်တွေမှာ၊ ကြိုတင် စာရင်းပေးထားသည့်ရက်၊ ညနေ (၆) နာရီနောက်ပိုင်း၌ ပယ်ဖျက် လိုက်လျှင်လည်း၊ အခန်းခတောင်းသည်။ မော်တော်ကားအငှားလုပ်ငန်း တွေက ထိုသို့မဟုတ် ဒဏ်ကြေးမတောင်း။

မော်တော်ကားအငှားလုပ်ငန်းတွေကလည်း အခြားရောင်းသူ တွေလိုပင်၊ ဖောက်သည်တွေကို ပျော်ရွှင်စေချင်သည်။ ဖောက်သည်တွေ က ပယ်ဖျက်ခပေးရသည်ကို မကြိုက်ကြ။ ပယ်ဖျက်ခမတောင်းသော ကားအငှားကုမ္ပဏီက၊ ပယ်ဖျက်ခတောင်းသော အခြားကုမ္ပဏီတွေထက် တပန်းသာမည်။ လေကြောင်းလိုင်းများ၊ ဟိုတယ်များကလည်း

အလားတူသဘောထားတွေ ရှိကြသည်။ အနီးကပ်ပြီး၊ အစီအစဉ် ဖျက်လိုက်လျှင်၊ ၎င်းတို့အတွက် စရိတ်ကြီးသောကြောင့်၊ ပယ်ဖျက်ခ သတ်မှတ်ပုံရသည်။ လေယာဉ်ပေါ်မှာ ခုံအလွတ်တွေ အများကြီးပါ သွားခြင်း၊ ဟိုတယ်တွင် အခန်းလွတ်တွေများနေခြင်းတို့နှင့် တွေ့ကြုံရ မည်။

စီးပွားရေးလောကတွင် ဆက်လက်ရပ်တည်နိုင်ရန်အတွက်၊ ပယ်ဖျက်ခတွေကို၊ ထိုက်ထိုက်တန်တန်တင်ထားရသည်။

မော်တော်ကားအငှားကုမ္ပဏီတွေအနေဖြင့်၊ အလားတူဖိအားမျိုး ကိုကြုံရသည်။ မော်တော်ကားမငှားနိုင်တော့ခြင်းမှာ ရှေ့တွင် လေယာဉ် ခရီးစဉ်ဖျက်လိုက်ခြင်းနှင့် နောက်တွင် ဟိုတယ်အခန်းငှားရမ်းမှု ဖျက်ခြင်းတို့၏ကြားတွင်ရှိသည်။ ထိုသို့ အစီအစဉ်ဖျက်ရသော ကိစ္စနှစ်ခုစလုံးက ဒဏ်ကြေးတွေချရာ၊ ဒဏ်ကြေးမချသော်လည်း သူ့ကားကိုလာသုံးစေချင်သည်။ ဖောက်သည်တွေလျှော့နည်းသွားမည့် အဖြစ်မျိုးကို ရှောင်ရှားလိုသည်။

အခန်း(၅)

ဒေါက်ပြင်ပိန်နှင့် ကျောင်းဝတ်စုံ အများအကျိုးနှင့်ကိုယ်ကျိုးကွာဟမှု

အဒမ်စမစ်၏ ‘ကိုယ်ပျောက်လက်’ သဘောတရားသည် ဘောဂဗေဒနယ်ပယ်တွင် ထင်ရှားသည်။ သူက ဈေးကွက်တွင် တစ်ဦးချင်း၏ကိုယ်ကျိုးစီးပွားကိုရယူရန် ကြိုးပမ်းအားထုတ်မှုသည် မကြာခဏပင် အများပြည်သူတို့၏ ကောင်းကျိုးကို တိုးမြှင့်စေကြောင်း ပထမဦးဆုံး ရှင်းရှင်းလင်းလင်းသဘောပေါက်ခဲ့သူဖြစ်သည်။ ဥပမာ- ထုတ်လုပ်သူများက အမြတ်များများရရန် ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် စရိတ် သက်သာစေသည့် တည်ထွင်ဆန်းသစ်မှုများပြုလုပ်ကြရာ ပြိုင်ဘက် တွေကလည်း၊ လိုက်လံအတုခိုးလုပ်ဆောင်ကြပြီး နောက်ဆုံး၌၊ ဈေးကျ သွားကာ၊ စားသုံးသူတို့၏ အကျိုးကို တိုးပွားစေကြောင်းတွေ့ရသည်။

ယနေ့ခေတ်စီးပွားရေးပညာရှင်များနှင့် မတူညီသောအချက် တစ်ခုမှာ အထိန်းအကွပ်မဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုသည် အများကောင်းကျိုးကို အမြဲတမ်းဖြစ်စေမည်ဟု အဒမ်စမစ်ကမပြောခဲ့ခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ဥပမာ- ‘နိုင်ငံတို့၏နေ’ ဟူသောကျမ်း၌ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင် တစ်ယောက်၏ ကိုယ် ကျိုးစီးပွားအတွက် ဆောင်ရွက်မှု၏ရလဒ်အကြောင်း ဆင်ဆင်ခြင်ခြင်ပြောဆိုခဲ့သည်ကို တွေ့ရသည်။ ‘ကိုယ်ကျိုးနောက်ကို လိုက်သဖြင့် သူရည်ရွယ်သည်ထက် လူ့အဖွဲ့အစည်း၏ အကျိုးစီးပွားကို၊ မကြာခဏလုပ်ဆောင်မိသည်’ ဟူ၍ရေးသားခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။

တရွေ့ရွေ့ဖြစ်ပေါ်တိုးတက်မှု သဘောတရား၏ဖခင်နှင့် အဒမ်စမစ်၏ဩဇာလွှမ်းမိုးမှု ခံရသော၊ ချားလ်စ်ဒါဝင်-ရောဘတ်မားလ် သူစ်အပါအဝင် အခြားသောဘောဂဗေဒ ပညာရှင်များက တစ်ဦးအကျိုး နှင့်အများအကျိုးတို့အကြား နက်နက်ရှိုင်းရှိုင်းကွဲပြားမှုနှင့် ပဋိပက္ခဖြစ်မှု ကိုဖော်ထုတ်ခဲ့သည်။ ဒါဝင်က သဘာဝ၏ရွေးချယ်မှုသည် တစ်ဦးချင်း မျိုးဆက်ပွားမှု အောင်မြင်ရေးကိုမြှင့်တင်ပေးသော အရည်အသွေးနှင့် အပြုအမူများကို အားပေးသည်ဟုဆိုသည်။ မျိုးစိတ်အားလုံးနှင့် သက်ဆိုင် မသက်ဆိုင် ပြောရခက်သေးသည်။ ဉာဏ်ရည်ထက်မြက်မှုကဲ့သို့သော အချို့အရည်အချင်းများသည် တစ်ဦးချင်းမျိုးဆက်ပွားရေးသာမက မျိုးစိတ်၏အကျိုးအတွက်ပါ အထောက်အကူပြုသည်။ အချို့ တစ်ဦးချင်း ၏အရည်အချင်းများသည် အများကိုအန္တရာယ်ဖြစ်စေကြောင်း တွေ့ရ သည်။ အန္တရာယ်ဖြစ်စေသည့် သာဓကမှာ ကြံ့ချိပင်ဖြစ်သည်။

အိမ်ထောင်ဖက်အများအပြားရှိသော မျိုးစိတ်များကဲ့သို့ပင် Bull Elephant ဖျံများ၊ တိရစ္ဆာန်အထီးများကဲ့သို့ပင် သမင်ထီးအချင်းချင်း၊ သမင်မကိုလုရလေ့ရှိသည်။ ထိုသို့အချင်းချင်း တိုက်ပွဲတွင်၊ ၎င်းတို့၏ ဦးချိုသည် အဓိကလက်နက်ဖြစ်သည်။ ချိုကြီးသောသမင်ထီးက၊ ပြိုင်ဘက်သမင်တွေကို အနိုင်ရနိုင်ချေပိုများသည်။ ထိုကြောင့်ချိုကြီး သောသမင်က သမင်မတွေပိုရနိုင်သည်။ လာမည့်မျိုးဆက်တွင်လည်း၊ ချိုကြီးသောသမင်တွေပိုများလာနိုင်သည်။ ချိုသည် ၎င်းတို့၏ လက်နက် ပြိုင်ပွဲတွင် အဓိကကျသည်။

ကြီးမားသောချိုကြီးများက သမင်မကြီးတွေအများအပြားကို ရစေနိုင်သော်လည်း၊ သစ်ပင်ထူထပ်ရာ သစ်တောများ၌ ဝံပုလွေနှင့် အခြားသားရဲတိရစ္ဆာန်များ၏ရန်မှလွတ်မြောက်ရန် ခက်သည်။ ထို့ကြောင့် ၎င်းတို့၏ချိုကြီးတွေကို တစ်ဝက်ခန့်လျှော့လိုက်ဖို့ကောင်းသည်။ သမင်မကိုလုရာတွင် အခြားသမင်ထက် ချိုကြီးရန်သာလိုအပ်သည်။

အကယ်၍သမင်ကြီးအထီးများအားလုံး ချီတစ်ဝက်ခန့်သာရှိလျှင်လည်း အမလှပွဲအခြေအနေမပြောင်းလဲနိုင်သော်လည်း အခြားသော မုဆိုးများ၏ဒဏ်မှလွတ်မြောက်ရန် အလားအလာပိုများသည်။

ပြဿနာ၏အခြေခံအရင်းအမြစ်ဖြစ်သော၊ သဘာဝတရား၏ ရွေးချယ်မှုသည်၊ ပြဿနာ၏အဖြေမဖြစ်နိုင်။ ချီသေးသောသမင်သည်၊ တောမုဆိုးတွေရန်မှလွတ်နိုင်သော်လည်း၊ သမင်မတစ်ကောင်မရနိုင်။ နောင်မျိုးဆက်အတွက်လည်း၊ များများစားစားမျိုးမပွားနိုင်။

အရွယ်ကြီးသောချီတွေကို အထူးချွန်ဆုံးသတ္တဝါ၏အရည်အချင်းအဖြစ် သတ်မှတ်နိုင်သည်။ လက်တွေ့ဘဝတွင်လည်း ဥပမာတွေအများအပြားရှိသည်။ စရိတ်-အကျိုးအမြတ်သဘောတရားအရ လူတစ်ယောက်သည်၊ သူတစ်ဦးချင်းရမည့် အကျိုးကျေးဇူးက၊ ကျခံရမည့်စရိတ်စကထက်များနေသောအခါ ထိုလုပ်ရပ်ကိုလုပ်ဆောင်မည်ဖြစ်သည်။ လူတစ်ယောက်၏ဆုံးဖြတ်ချက်ကြောင့် အကျိုးအမြတ်အားလုံးရပြီး၊ စရိတ်စကတွေအားလုံးကိုလည်း သူပင်ခံရလျှင်၊ အဒိမ်စမစ်၏ ကိုယ်ပျောက်လက်ဥပဒေသနှင့်တွေ့ပြီ၊ သို့သော်လူတစ်ဦးချင်း၏ အပြုအမူအတော်များများသည်၊ အခြားသူများကိုအကျိုးကျေးဇူးတွေရ စရိတ်စကတွေကိုလည်းကျခံစေသည်။

ပရိသတ်ထဲက လူတစ်ယောက် ကောင်းကောင်းမြင်ရရန် မတ်တပ်ထရပ်ကြည့်လိုက်လျှင် သူ့နောက်ကလူတွေမမြင်ရတော့။ အလားတူပင် ငါးဖမ်းလှေတွေများလာသောအခါ လှေတစ်စီးချင်းက ဖမ်း၍ရသောငါးတွေလျော့သွားသည်။ ထိုအခါမျိုး၌အဒိမ်စမစ်၏ ကိုယ်ပျောက်လက်ဥပဒေသမမှန်တော့ပေ။ အားလုံးမတ်တပ်ထရပ်ကြည့်ကြလျှင် အားလုံးထိုင်နေသည့်အချိန်ထက် မြင်ကွင်းပိုကောင်းမလာနိုင်ပေ။ တံငါသည်တွေက အချိန်နှင့် အခြားစရိတ်စကတွေကို ကာမိလောက်အောင် ငါးဖမ်းမိနိုင်သည်ဟု တွက်ဆနေသမျှ ငါးတွေကို

ပင် များများဖမ်း နေဦးမည်။ လူတစ်ယောက်လုပ်သလို လူတကာ လုပ်နေခြင်းကြောင့် မည်သူမျှအကျိုးမရှိ။

**ဆရာဝန်များ၊ ပဋိဇီဝဆေးများကိုအပေးလွန်ကြခြင်း**

လူနာတွေက နားနာ၊ နှာခေါင်းနာ၊ လည်ချောင်းနာသည် ဟုပြောလျှင် ဆရာဝန်တွေက ပဋိဇီဝဆေးတွေကိုအပေးများကြသည်။ ဗိုင်းရပ်စ်ပိုးကြောင့်မဟုတ်ဘဲ၊ ဘက်တီးရီးယားပိုးတွေကြောင့်ဖြစ်ရလျှင်၊ ပဋိဇီဝဆေးများကြောင့်၊ ဝေဒနာပျောက်ကင်းနိုင်သည်။ သို့သော်လူနာ တစ်ယောက် ပဋိဇီဝဆေးသောက်တိုင်း၊ ဆေးပြီးသည့်ဘက်တီးရီးယား ပိုးတွေ ပေါ်ပေါက်လာနိုင်သည့် အန္တရာယ်အနည်းငယ်ရှိသည်။ သို့ဖြစ်၍၊ ပြည်သူ့ကျန်းမာရေး အရာရှိများက၊ ဝေဒနာကြီးမားမှသာ၊ ပဋိဇီဝဆေးများ ကို ညွှန်းရန်အကြံပြုကြသည်။ သို့သော်လည်း၊ ဆရာဝန်အတော်များများ က၊ ဝေဒနာအသေးအဖွဲလေးတွေအတွက်ပါ၊ ပဋိဇီဝဆေးတွေကို ဆက်ညွှန်းနေကြသည်။

ဆရာဝန်အတော်များများက ပဋိဇီဝဆေးတွေကိုအညွှန်းများ လျှင် ဆေးပြီးသည့် ပြဿနာ၊ ဆေးမတိုးတော့သည့် ပြဿနာ ပေါ်ပေါက်လာမည်ကိုသိသည်။ ဥပမာ(၁၉၄၇)ခုနှစ်တွင် ပင်နီစလင် ဆေးမတိုးသော ဘက်တီးရီးယားတွေပေါ်ပေါက်ခဲ့ရာ၊ ပဋိဇီဝဆေးတွေ ကိုကျယ်ကျယ် ပြန့်ပြန့်အသုံးပြုလာပြီးနောက် (၄)နှစ်အတွင်း ထိုသို့ ဖြစ်ခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ ဆရာဝန်အတော်များများက၊ ပဋိဇီဝဆေးမတိုး တော့လျှင်၊ ပြဿနာကြီးမားသည်ကိုသိသည်။ ပင်နီစလင်မတိုးတော့၍၊ အခြားပဋိဇီဝဆေး Melficillin ကိုထည့်သွင်းတော့လည်း၊ ခဏသာခံ သည်။ (၁၉၆၁)ခုနှစ်တွင်၊ ပင်နီစလင်မတိုးသော ဗိုင်းရပ်စ်ပိုးကို ယူကေနိုင်ငံတွင် တွေ့ရပြီး၊ ယခုနေရာတိုင်းရှိ ဆေးရုံများတွင်တွေ့နေရ ပြီး၊ ယူကေ၌(၁၉၉၁)ခုနှစ်က (၄)%သာ တွေ့ခဲ့ရသော သွေးအဆိပ်ဖြစ် ဝေဒနာများ (၁၉၉၉)ခုနှစ်တွင်(၃၇)%အထိ တိုးလာခဲ့သည်ကို



တွေ့ရသည်။

ဆရာဝန်တွေက ပဋိဇီဝဆေးအညွှန်းများခြင်းသည် ပင်လယ် ပြင်တွင်ငါးဖမ်းလွန်ကဲသည့် ပြဿနာမျိုးဖြစ်သည်။ တံငါသည် တစ်ယောက်ငါးပိုဖမ်းရုံမျှဖြင့် ငါးမျိုးပြုန်းတီးမသွားနိုင်သလို၊ ဆရာဝန် တစ်ယောက်က ပဋိဇီဝဆေးကိုညွှန်းရုံမျှဖြင့် ဆေးမတိုးတော့သော ဗိုင်းရပ်စ်ပိုးတွေမပေါ်ပေါက်နိုင်။

သို့သော်ပဋိဇီဝဆေးတစ်ခါညွှန်းလိုက်တိုင်း အချို့ဘက်တီး ရိုးယားတွေက ရှင်သန်ကျန်ရစ်ခဲ့ကြသည်။ ဘက်တီးရီးယားအုပ်စုတစ် ခုနှင့် တစ်ခုလည်းမတူကြ။ ကျန်ရစ်သော ဘက်တီးရီးယားများသည် မူလဘက်တီးရိုးယားအုပ်စုမှဖြစ်ကောင်းမှဖြစ်မည် သို့သော်လည်း ၎င်းတို့၏ဗီဇတည်ဆောက်ပုံအရ ဆေးဒဏ်ခံနိုင်ခြင်းလည်းဖြစ်နိုင်သည်။ သို့သော်ပဋိဇီဝဆေးတွေကို ထပ်ကာထပ်ကာသောက်သုံးသောအခါ ရှင်သန်ကျန်ရစ်သည့် ဘက်တီးရီးယားပိုးများ၏ ဆေးကိုခုခံနိုင်စွမ်းအား သည် ပို၍ပင် အားကောင်းလာသည်။

ဆရာဝန်များကြုံတွေ့ရသည့်ပြဿနာမှာ လူနာတွေက ပဋိဇီဝ ဆေးတွေသောက်လျှင် မြန်မြန်ဝေဒနာပျောက်မည်ဟု ယုံကြည် တောင်းဆိုကြခြင်း ဖြစ်သည်။ အချို့ဆရာဝန်တွေက ပဋိဇီဝဆေးတွေကို သူတို့မပေးသော်လည်း အခြားဆရာဝန်တွေ ပေးမည်ကိုသိကြသည်။ ပဋိဇီဝဆေးပေးသောဆရာဝန်တွေထံ လူနာတွေကသွားကြမည်။ တစ်ကြိမ်တစ်ခါညွှန်းရုံမျှဖြင့် ဆေးမတိုးတော့သော ပဋိဇီဝဆေးမပေါ်နိုင် သဖြင့်လည်း လူနာတွေ၏တောင်းဆိုချက်ကို ဆရာဝန်တွေက အလို လိုက်နေခြင်းဖြစ်သည်။ သို့သော် ကံဆိုးသည်မှာ ထိုသို့ပေးဖန်များ လာသည့်အခါ ဆေးမတိုးတော့သော ဗိုင်းရပ်စ်ပိုးတွေ ပေါ်ပေါက် လာနိုင်ခြင်း ဖြစ်သည်။

အမျိုးသမီးတွေ ဒုက္ခခံပြီးဒေါက်မြင့်ဖိနပ်စီးကြခြင်း

ဒေါက်မြင့်ဖိနပ်တွေစီးရသည်မှာမသက်သာ လမ်းလျှောက်ရလည်းခက်သည်။ ကြာကြာစီးလျှင် ခြေထောက် ဒူးနှင့်ကျောတွေနာသည်။ သို့ပါလျက်နှင့် အဘယ်ကြောင့် ဒုက္ခခံပြီး ဒေါက်မြင့်ဖိနပ်စီးနေကြသနည်း ?

အတိုဆုံးအဖြေမှာ ဒေါက်မြင့်ဖိနပ်စီးသူများကို လူပိုပြီး သတိထားမိ၍ဖြစ်သည်။

Sense and Sensibility စာအုပ်၌ ဂျိန်းအော်စတင်က ဇာတ်ကောင် Elinor Dashwood ကိုသရုပ်ဖော်ရာတွင် 'အသားအရေလှ ပုံမှန်ရုပ်ရည် ထူးခြားသောကိုယ်လုံးကိုယ်ပေါက်' ဟုသရုပ်ဖော်ပြီး အယ်လီနာ၏ညီမ မေရီယန်းကို 'ပိုလှ ကိုယ်ခန္ဓာအချိုးအစား သူညီမလောက်မလှသော်လည်း အရပ်ကောင်း၍ပိုထင်ရှား' ဟုသရုပ်ဖော်ခဲ့သည်။ ထို့အပြင် ဒေါက်မြင့်ဖိနပ်များသည် အရပ်ပိုရှည်စေရုံမျှသာမက ခါးကော့စေခြင်း ရင်ရှေ့သို့ထွက်စေခြင်း တင်နောက်သို့ ပစ်စေခြင်း ဤနည်းအားဖြင့် အမျိုးသမီးများ၏ခန္ဓာကိုယ်ပုံပန်းသဏ္ဍာန် ပိုမိုပေါ်လွင်စေခြင်းတို့ကိုဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ဖက်ရှင်သမိုင်းဆရာ ကယ်ရိုလင်း - ကော့စ်က အမျိုးသားတွေက အမျိုးသမီးခန္ဓာကိုယ် ခပ်ကြီးကြီးတွေကို ကြိုက်သည်ဟုဆိုခဲ့သည်။

ပြဿနာမှာ အမျိုးသမီးအားလုံးဒေါက်မြင့်ဖိနပ်စီးသည့်အခါ အကျိုးမထူးတော့။ အရပ်အနိမ့်အမြင့်ဆိုသည်မှာ နှိုင်းယှဉ်ပြီးပြောရသည်။ အခြားသူထက်ထူးထူးခြားခြားအရပ်မပုဘဲ အနည်းငယ်မျှ အရပ်ရှည်လျှင်ပင် အကျိုးရှိသည်။ သို့သော်လူတိုင်းက လက်မအနည်းငယ်မြင့်သော ဒေါက်မြင့်ဖိနပ်တွေစီးနေသောအခါ အရပ်တွေသိပ်မကွာကြတော့၊ ဖိနပ်အပြားစီးလျှင်လည်း အရပ်တွေမကွာ။ အမျိုးသမီးတွေ စုပေါင်းပြီး၊ ဘယ်လိုဖိနပ်မျိုးကို စီးမည်ဟုဆုံးဖြတ်ကြလျှင် ဒေါက်မြင့်

ဖိနပ်တွေမည်သူမျှဝယ်မည်မဟုတ်။ သို့သော်ဒေါက်မြင့်ဖိနပ် စီးသူတွေလည်းရှိ၊ မစီးသူတွေလည်းရှိနေကာ၊ စီးသူများထင်ရှားသောကြောင့်၊ ဖိနပ်မစီးရေးဆုံးဖြတ်ချက်ကို လိုက်နာအကောင်အထည်ဖော်ရန်ခက်သည်။

### ပြိုင်ပွဲများ၌ပင် ဆူပါမားကက်တွေ(၂၄)နာရီပွင့်ကြခြင်း

အလတ်စားမြို့များ၌ပင် ညလုံးပေါက်ရောင်းသောဆိုင်အတော်များများရှိကြသည်။ နံနက်(၄)နာရီခန့်ထပြီး ဈေးဝယ်သူတစ်ယောက်သည်၊ ဝန်ထမ်းမှလွဲ၍အခြားသူများကို တွေ့ရမည်မဟုတ်။ တစ်ညလုံးဆိုင်ဖွင့်ရသည့်အတွက် စရိတ်သိပ်မကြီးလှသော်လည်း သေးသည်ဟုမဆိုသာ။ အကယ်၍သန်းခေါင်နှင့်နံနက်(၆)နာရီအကြာ ဆိုင်ပိတ်ထားလျှင် အပူပေးရခြင်း အအေးဓာတ်ပေးရခြင်း မီးထွန်းရခြင်းစသော စရိတ်များသည် အများကြီးသက်သာနိုင်သည်။ ညဆိုင်းဆိုင်ဝန်ထမ်းဂိုဒေါင်မှူး လုံခြုံရေးဝန်ထမ်းတို့ကိုလည်း လစာပိုပေးရဦးမည်။ သာမန်အချိန်တွင် စရိတ်တွေကအမြတ်ထက်များနိုင်လျက် အဘယ်ကြောင့်ဆိုင်များ ညလုံးပေါက်ဖွင့်ရသနည်း ?

စားသုံးသူတွေက ဆိုင်ရွေးချယ်ရာတွင် ဈေးနှုန်း အမျိုးအမည် နေရာနှင့်ဖွင့်သည့် အချိန်တို့ကို ထည့်တွက်ကြသည်။ စားသုံးသူအတော်များများက သူတို့အကြိုက် တွေ့သည့်ဆိုင်တွေကို ရွေးချယ်ထားပြီး ထိုဆိုင်များ၌သာ ထပ်တလဲလဲဝယ်ကြသည်။ ဆိုင်တစ်ဆိုင်၏ပစ္စည်းထားသိုပုံ၊ အခင်းအကျင်းကိုသိသွားလျှင် အချိန်ကုန်ခံပြီး အခြားဆိုင်သွား၍ရှာနေစရာမလိုပေ။ သို့ဖြစ်၍ ဆိုင်အတော်များများသည် ဖောက်သည်ခတ်များများ ပထမဆုံးရွေးချယ်သည့်ဆိုင်ဖြစ်ချင်ကြသည်။

တကယ်တော့ ဈေးနှုန်းနှင့်ပစ္စည်းအမျိုးအမည် တစ်ဆိုင်နှင့်တစ်ဆိုင်မကွာကြ။ အချို့သော ဖောက်သည်တွေအတွက်၊ ထိုအချက်တွေအရေးကြီးနိုင်သည်။ လူတွေက သူတို့နှင့်လမ်းကြောင်း မသင့်သောဆိုင်

တွေမှာဝယ်လေ့မရှိကြ။ သို့သော်မြို့ငယ်လေးက ကားပိုင်သူတွေအတွက် နေရာဌာနသည်အရေးမကြီး။

ဆိုင်ကြီးအားလုံးက ည(၁၁)နာရီမှနံနက်(၇)နာရီအထိပိတ်သည် ဆိုပါစို့။ တစ်ဆိုင်ကသန်းခေါင်အထိဖွင့်လှောင် ဝယ်သူများသည် ည(၁၁) နာရီနှင့်သန်းခေါင်အကြား ဈေးဝယ်ခဲကြသော်လည်း ညရေးညတာ ကြုံလာလျှင် အလွယ်တကူဝယ်နိုင်သည့်နေရာဖြစ်မည်။ (၁)နာရီ အတွင်းဝယ်သူအနည်းငယ်သာရှိနိုင်သော်လည်း၊ ဝယ်နိုင်သည့်အချိန်ပို သွားခြင်းကြောင့် ပုံမှန်ဝယ်ယူသောဖောက်သည်တွေ တိုးပွားအောင် ဆွဲဆောင်နိုင်သည်။

ကိုယ့်ဖောက်သည်တွေ တခြားဆိုင်ကြီးတွေကိုရောက်သွား သည်နှင့်စာလျှင် ပြိုင်ဘက်ဆူပါမားကက်တွေကလည်း၊ လိုက်ပြီး ဆိုင်ဖွင့်ချိန်တွေတိုးကြမည်။ ထိုအခါအချို့ဆိုင်က နံနက်(၁)နာရီအထိ တိုးဖွင့်မည်။ ဆိုင်ဖွင့်ချိန်(၁)နာရီတိုးလိုက်ခြင်းကြောင့် ထပ်မံ၍များများ စားစား စရိတ်မကုန်နိုင်သော်လည်း ဝင်ငွေပုံမှန်တည်တည်ငြိမ်ငြိမ် ရစေနိုင်သောကြောင့် ညလုံးပေါက်ဆိုင်တွေဖွင့်ထားကြခြင်းဖြစ်သည်။

ဆူပါမားကက်အတော်များများက ညလုံးပေါက်ဖွင့်ထားသော အခါ လူတစ်ယောက်အနေဖြင့်၊ ဖွင့်ချိန်ကိုကြည့်ပြီး ဆိုင်ရွေးစရာမလို တော့။ အခြားနယ်ပယ်တွေ၌သာ ပြိုင်ရန်လိုအပ်လာသည်။ ဥပမာ- အကောင်းဆုံးမုန့်ဖုတ်လုပ်ငန်းရှိခြင်း နိုင်ငံတကာသုံးစားစရာ အမည်များ ရခြင်း၊ သို့သော်မည်သူကမျှ ညဘက်ဆိုင်ပိတ်ရန်မစဉ်းစား။

ဆိုင်တွေအားလုံးက၊ တစ်ညလုံးမဖွင့်ကြပါ။ ညဘက်ဖွင့်သည့် ဆိုင်မရှိသော မြို့တွေလည်းရှိသည်။ သို့သော်အဘယ်ကြောင့်နေရာဒေသ ကွဲပြားပြီး၊ ညလုံးပေါက်ဖွင့်ကြ- မဖွင့်ကြသည်ကိုရှင်းပြရန်ခက်သည်။

### လက်လီဆိုင်တွေမှာ ခရစ်စမတ်အတွက် စက်တင်ဘာလကတည်းကစတင်ပြင်ဆင် ရောင်းချကြခြင်း

ခရစ်စမတ်အတွက် ဈေးတကယ်တမ်း ဝယ်ကြချိန်သည် နောက်ကျသော်လည်း ခရစ်စမတ် အသုံးအဆောင်တွေကို စက်တင်ဘာလကတည်းကတွေ့နေရသည်။ ခရစ်စမတ်ပစ္စည်းတွေ တင်ထားသော စင်တွေကို အခြားပစ္စည်းတွေမတင်နိုင်။ ခရစ်စမတ်သုံး ပစ္စည်းတွေ နေရာယူထားခြင်းကြောင့် အခြားပစ္စည်းတွေအရောင်းလျော့သည်။ ခရစ်စမတ်အတွက် ဈေးဝယ်သောပမာဏသည်၊ ခရစ်စမတ် အရောင်းကာလကြာမြင့်မှုနှင့် ပတ်သက်ခြင်းမရှိ။ သို့ပါလျက်နှင့် ခရစ်စမတ် အသုံးအဆောင်တွေကို အဘယ်ကြောင့် အစောကြီးတင်၍ ရောင်းနေကြသနည်း?

ခရစ်စမတ်ကာလအရောင်းတန်ဖိုးသည်နှစ်စဉ်အရောင်း ဝင်ငွေ၏ (၄၈)%နှင့် နှစ်စဉ်အမြတ်၏ (၆၅)%အထိရှိသည်။ စောစောစီးစီးပစ္စည်းမတင်ဘဲ စောင့်နေကြမည်ဆိုလျှင် စောစောပစ္စည်းတင်ရောင်းသူကပိုအကျိုးရှိနိုင်သည်။ စုစုပေါင်းရောင်းရသည့် အရေအတွက်တိုး မလာနိုင်သော်လည်း အခြားလက်လီလုပ်ငန်းတွေထက် ပိုရောင်းရမည်။

မိမိလုပ်ငန်းကိုမိမိခုခံကာကွယ်ကာ ခံစစ်သဘောဖြင့် အခြားဆိုင်တွေကလည်း ခရစ်စမတ်သုံးပစ္စည်းတွေကို စောစောတင်ကြ သည်။ စောစောစီးစီးတင် နိုင်ရန်လည်း ကြိုးစားကြသည်။ မကြာမီနှစ်များအတွင်း လက်လီအရောင်းလုပ်ငန်းများ၌ ပြိုင်ဆိုင်မှုကြီးမားလာရာ ယခုဆိုလျှင် ဟယ်လိုဝင်ပွဲတော်ပြီးချိန်စ၍ ခရစ်စမတ်အတွက် စရောင်းကြတော့သည်။

(၂၄)နာရီ၊ ညလုံးပေါက်ရောင်းသောဆိုင်များကဲ့သို့ တစ်နှစ်ပတ်လုံး ခရစ်စမတ်ပစ္စည်းရောင်းသော ဆိုင်ရှိနိုင်မည်လားဟု မေးစရာရှိ

သည်။ ဖြစ်နိုင်သော်လည်းမဖြစ်သေးပါ။ ဆူပါမားကက်တွေ ညလုံး ပေါက်ဖွင့်ရန် ဈေးမကြီးလှ။ ခရစ်စမတ်ပစ္စည်းတွေချည်း ထင်ထားလျှင် အခြားပစ္စည်းတွေမတင်နိုင်၍၊ အခွင့်အလမ်းစရိတ် ကြီးမားသည်။ မတ်လကတည်းက ခရစ်စမတ်ပစ္စည်းတွေကြိုမတင်ဘဲ အခြားနည်းဖြင့် ဝင်ငွေတွေကို အကျိုးအမြတ်ပိုရှိအောင်မလုပ်နိုင်လျှင် ရေရှည်တွင် ရပ်တည်ရန်မလွယ်။

**အများပြည်သူပန်းခြံထဲက ချယ်ရီသီးတွေအမှတ်ပြန်ကြခြင်း**

အခြားသစ်သီးများကဲ့သို့ပင် ချယ်ရီသီးတွေကလည်း သူ့အချိန် သူ့ရာသီနှင့်သူမည့် တတ်ကြသည်။ စောစောပိုင်းတွင် စိမ်းနေသေး၍ စားမကောင်း ကြာလေချို့လာလေဖြစ်ပြီး၊ စားကောင်းလာသည်။ ချယ်ရီပင်ကို စီးပွားဖြစ်စိုက်ပျိုးသူတို့က မှည့်ချိန်တွင် ဆူပါမားကက် ရောက်ရန်၊ အချိန်ကိုက်၊ စိုက်ပျိုးတတ်ကြသည်။ သို့သော်အများပြည်သူ ပန်းခြံထဲက ချယ်ရီသီးများကို မှည့်ကာစဉ်ပင် ခူးဆွတ်တတ်ကြသည်?

စီးပွားဖြစ်စိုက်သူတို့က ကိုယ်ပိုင်မြေပေါ်၌ စိုက်ပျိုးခြင်းဖြစ်၍ ဖြတ်သွားဖြတ်လာတို့ ဝင်ခူးလျှင် ဖမ်းဆီးအရေးယူနိုင်သည်။ မှည့်ကာစ မှာပင် ခူးဆွတ်ရန်အကြောင်းမရှိ။ မှည့်ချိန်မှာခူးလျှင်၊ စားသုံးသူတွေ ပိုသဘောကျ၍၊ ဆိုင်တွေကလည်း၊ ဈေးကြီးပေးပြီး ဝယ်လိုကြသည်။

သို့သော်ပြည်သူပိုင်ပန်းခြံများ၌ အခြေအနေကတစ်မျိုးဖြစ် သည်။ မည်သူမဆို ချယ်ရီသီးတွေကို ခူးဆွတ်နိုင်သည်။ မှည့်ချိန်အထိ စောင့်လျှင်၊ အားလုံးအရသာရှိရှိ စားကြရမည်ဖြစ်သော်လည်း၊ တို့အချိန် အထိစောင့်နေလျှင်၊ ချယ်ရီသီးတစ်လုံးမျှကျန်မည်မဟုတ်၊ ဆို့ကြောင့် ခြေသွက်လက်သွက်သူတို့သာစားခွင့်ရကြ၍၊ စား၍ရရုံအဆင့်ရောက် သည်နှင့်ပင်၊ ချယ်ရီသီးတွေပျောက်ကုန်ကြသည်။ စားလို့သိပ်မကောင်း သေးသော်လည်း၊ ချယ်ရီသီး သူများခူးမည်ကိုမကာကွယ်နိုင်သဖြင့်၊ အမှည့်စားရေးမလွယ်လှပေ။

စားသောက်ဆိုင်တွင် မျှခံလျှင် ပိုပြီးသုံးတတ်ကြခြင်း

စားသောက်ဆိုင်တွင် မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်းတွေအတူတူစားကြသည်။ အတူကျသင့်ငွေကို၊ လူဦးရေနှင့်စားပြီးမျှခံတတ်ကြသည်။ ထိုသို့လုပ်ခြင်းသည်။ တစ်ယောက်ချင်းအတွက် ငွေရပြေစာတစ်စောင်စီ ရေးပေးရသည်ထက်ပိုလွယ်သည်။ ဘယ်သူကဘာမှာသည်ကိုမှတ်နေပြီး၊ အတိုးအလျှော့လုပ်နေရစရာလည်းမရှိ။ သို့သော်နည်းနည်းသာမှာပြီး ကိုယ်မစားမသောက်တာ တွေအတွက်မပါ ပိုပေးနေရသည်လို သဘောမကျသူတွေလည်းရှိသည်။

သို့သော်အခြားအငြင်းပွားစရာ ကိစ္စတစ်ခုမှာ၊ ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်မှာစားပြီး၊ သီးခြားရှင်းသည်ထက်၊ ပို၍သုံးဖြစ်အောင်လုပ်ပေးလိုက်သလိုဖြစ်သည်။ သို့ပါလျက်နှင့် အဘယ်ကြောင့် စုပေါင်းရှင်းနေကြသနည်း ?

သူငယ်ချင်းဆယ်ယောက်၊ စုစားကြမည်ဆိုပါစို့။ (၁၀)ပေါင်နှင့်(၁၅)ပေါင်တန် အစားအစာတွေကိုရွေးချယ်စားသုံးမည်။ (၁၅)ပေါင်တန်မှာစား၍၊ (၁၀)ပေါင်တန်ထက် (၂)ပေါင်ခွဲဖိုးပို၍အကျိုးရှိသည်ဟု သူကတွက်သည်ဆိုပါစို့။ ကိုယ့်ဘာသာကိုယ်မှာစားရ ပေးရမည်ဆိုလျှင် (၅)ပေါင်ပိုပေးရပြီး (၂)ပေါင်ခွဲ လောက်သာကျေနပ်မှုရသော ပွဲကြီးကို မစားဘဲ ပွဲသေးကိုသာစားမည်။ သို့သော်ဆယ်ယောက်စရိတ်မျှခံမည်ဖြစ်ရာ သူ့အတွက်ပဲနိ(၅၀)သာ ပိုကုန်ပြီး ပွဲကြီးကိုစားနိုင်မည်။ ပွဲကြီးသည်သူ့အတွက် (၂)ပေါင်ခွဲခန့်သာတန်သော်လည်း မှာစားမည်။

ဘောဂဗေဒပညာရှင်များက ထိုဆုံးဖြတ်ချက်သည် စွမ်းရည်ညံ့ဖျင်းသည်ဟု သတ်မှတ်သည်။ ပဲနိ(၅၀)အကုန်ခံကာ (၂)ပေါင်တက်သော်လည်း ကျန်သူတွေက (၄)ပေါင်ခွဲပေးရရာ သူက နည်းနည်းပိုကျေနပ်ပြီး ကျန်သူတွေကစရိတ်အများကြီးခံရသည့် အဓိပ္ပာယ်ထွက်သည်။

စရိတ်မျှခံကြခြင်းသည်၊ စွမ်းရည်လည်းညံ့၊ မျှတမှုလည်းမရှိ၊ သို့သော် ပျောက်ကွယ်မသွားနိုင်ပါ။ ဆုံးရှုံးမှုသည်သေးငယ်လှပြီး၊ ငွေချေရလည်းလွယ်ကူသည်။

မြောက်ဘက်သွားလမ်းပေါ်တွင် ယာဉ်တိုက်မှုဖြစ်ရာ  
တောင်ဘက်သွားလမ်းအခြမ်းတွင် ယာဉ်ကြောပိတ်ခြင်း

မော်တော်ကားလမ်း၏ မြောက်ဘက်သွားယာဉ်ကြောပေါ်တွင် ယာဉ်တိုက်မှုဖြစ်လျှင် ထိုဘက်အခြမ်း၌ ယာဉ်ကြောပိတ်နေသည်မှာ မဆန်းပါ။ ပျက်စီးနေသောကားများ သူနာပြုကားများ ရဲကားများကြောင့် မြောက်ဘက်သွားယာဉ်ကြောသည် နာရီအတန်ကြာ သွားမရဘဲ ဖြစ်နေတတ်သည်။ သို့သော်လမ်းတောင်ဘက်ခြမ်း၌ အဘယ်ကြောင့် လမ်းပိတ်နေရသနည်း ?

မော်တော်ယာဉ်မတော်တဆ တိုက်ခိုက်မှုဖြစ်သည့် နေရာသို့ ရောက်သောအခါ၊ တောင်ဘက်ကိုဦးတည်မောင်းနေသည့် ယာဉ်မောင်း သမားများသည်၊ ရိုးရှင်းလွယ်ကူသောစရိတ်-အကျိုး ကျေးဇူးတွက်ချက် မှုလေးတစ်ခုပြုလုပ်သည်။ ယာဉ်တိုက်မှုကိုအနီးကပ်မြင်ရန်၊ အရှိန် လျှော့ရသည့်အတွက် ကုန်ကျစရိတ်သည် သူတို့စက္ကန့်အနည်းငယ် နောက်ကျခြင်းဖြစ်သည်။ အကျိုးကျေးဇူးမှာ စပ်စုချင်စိတ်ကျေနပ် သွား ခြင်းဖြစ်သည်။

သူတို့ကိုကြည့်လျှင်ရရှိသော အကျိုးကျေးဇူးက ယာဉ်မောင်း တွေ တော်တော်များများအတွက် စရိတ်ထက်ကျော်လွန်ပုံရသည်။ သို့သော်ယာဉ်မောင်းအတော်များများ မစဉ်းစားမိသည့်ကိစ္စမှာ ယာဉ် မောင်းတစ်ယောက်က စက္ကန့်အနည်းငယ်နှေးကွေးစေရန် ဆုံးဖြတ်လိုက် ခြင်းသည် နောက်မှာရောက်နေကြသည့် ရာထောင်ချီသော ယာဉ်မောင်း တွေအတွက်၊ ဘယ်လောက်နောက်ကျသွားစေသည်ကို တွက်မကြည့်



ခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ယာဉ်တိုက်မှုကို ကောင်း ကောင်းမြင်ရရန်၊ စုစုပေါင်းကုန်ကျစရိတ်သည် ယာဉ်မောင်း တစ်ယောက် အတွက် (၁)နာရီကျော် ကြာသွားသည်။

တစ်ဦးချင်း၏အကျိုးစီးပွားနှင့် အများ၏အကျိုးစီးပွားတို့ ဆန့်ကျင်သောအခါ အကျိုးစီးပွားနှစ်ခုကို ပေါင်းစပ်ရန်အတွက် နည်းမျိုးစုံအသုံးပြုကြသည်။

**အပေဂိုကန်ရေခဲပြင်ဟော်ကီသမားတွေက ဦးထုပ်ဆောင်းရန်  
မဲပေးကြသော်လည်း ဦးထုပ်မပါဘဲ စကိတ်စီးကြခြင်း**

ဦးထုပ်မပါဘဲစကိတ်စီးခြင်းကြောင့် မိမိအသင်းအောင်နိုင်သည့် အလားအလာကိုပိုများစေသည်။ ပြိုင်ဘက်တွေထက်အနည်းငယ် ပိုမြင်နိုင်ကြားနိုင်သည်။ သို့သော် ထိခိုက်ဒဏ်ရာရရန်အလားအလာ ပိုများသည်။ လုံခြုံရေးထက်အနိုင်ရရေးကိုဦးစားပေးလျှင်၊ ဦးထုပ်ချွတ် ပြီး ကစားမည်။ သို့သော်အခြားသော အားကစားသမားတွေလည်း ဦးထုပ်လိုက်ချွတ်ကြလျှင် ကစားသမားအားလုံး အန္တရာယ်အတူတူ ရင်ဆိုင် ကြရပြီး ဘယ်သူမျှအကျိုးမရှိ။ ထို့ကြောင့်ပင် ဦးထုပ်ဆောင်းရန်စည်း မျဉ်းချရခြင်းဖြစ်သည်။

**ကျောင်းသားတွေ ကျောင်းဝတ်စုံဝတ်ဆင်ခြင်း**

လူအတော်များများက ကိုယ်ကြိုက်သလိုဝတ်ဆင်ခြင်းသည် အခြေခံအခွင့်အရေးတစ်ခုဖြစ်သည်ဟုယူဆကြသည်။ သို့သော် ကျောင်း သား မိဘဖြစ်လာသောအခါ ဤလူတွေပင် ကျောင်းသားတွေကို ကျောင်းဝတ်စုံဝတ်ဆင်ခြင်းတာသဘောကျကြသည်။ ကျောင်းတွေက ကျောင်းဝတ်စုံ ဝတ်ဆင်သည့်ကိစ္စကို မိဘတွေက အဘယ်ကြောင့် ထောက်ခံကြသနည်း ?

ကျောင်းသားတွေကို သူတို့ဝတ်ချင်တာပေးဝတ်လိုက်လျှင် သူတို့တခြားသူတွေနှင့် မတူကြောင်း ပြသခွင့်ရမည်ဟုသာ တွက်ဆကြမည်။ သူ့ကိုယ်သူရဲရင့်သူဟုထင်သူက ရဲရင့်သူဟုထင်စရာ အဝတ်အစားတွေဝတ်ပြမည်။ အောင်မြင်သူဟုအထင်ခံလိုသူက တန်ဖိုးကြီးအဝတ်အစားတွေဝတ်မည်။ သို့သော်ရဲရင့်ခြင်း အရည်အသွေးရှိခြင်းတို့ကို နှိုင်းယှဉ်ပြီးပြောရခြင်းဖြစ်သည်။ ကျောင်းသားအတော်များများက သူများထက်ရဲရင့်သည်၊ အရည်အသွေးရှိသည်ဟုထင်စရာတွေ ဝတ်ကုန်ကြလျှင်၊ သူလိုကိုယ်လိုသာမန်လူတွေ သာဖြစ်သွားသည်။ ရဲရင့်ခြင်း၊ အရည်အသွေးရှိခြင်းတို့အတွက်သတ်မှတ်သော စံချိန်စံညွှန်း တက်သွားမည်။ သမင်ကြီးတွေ ချိုအကြီးပြိုင်ကြသလို၊ စရိတ်ကြီးအန္တရာယ်များသော လက်နက်ပြိုင်ပွဲဖြစ်သွားမည်။

ကျောင်းဝတ်စုံဝတ်ရခြင်းဖြင့်၊ သူတစ်ပါးနှင့်မတူအောင်အထူးလုပ်နေစရာမလို။ စရိတ်လည်းသက်သာသည်။ ငွေလည်းမကုန် အဝတ်အစားတွေကို ကြီးကြီးကျယ်ကျယ် ခံစားနေစရာလည်းမလို။

**ပျူဂိုကရက်များ ဂူတ်ဂူတ်ထွေးထွေးရေးကြခြင်း**

ကော်နယ်တက္ကသိုလ်ဘောဂဗေဒပါမောက္ခဟောင်း အဲလ်ဖရက်ခန်းကို(၁၉၇၇)ခုနှစ်တွင် သမ္မတဂျင်မီကာတာက အမေရိကန်မြို့ပြလေကြောင်း ဘုတ်အဖွဲ့၏ဥက္ကဋ္ဌအဖြစ်ခန့်အပ်ခဲ့သည်။ ယခုထိုဘုတ်အဖွဲ့မရှိတော့ပါ။ ဘုတ်အဖွဲ့က အခကြေးငွေတွေ လမ်းကြောင်းတွေကိုသတ်မှတ်သည်။ ခန်း၏တာဝန်မှာ မြို့ပြလေကြောင်းလုပ်ငန်းများကို ထိန်းသိမ်းရန်ဖြစ်သည်။ သူတာဝန်စတင်ထမ်းဆောင်သည့်အခါ ဥပဒေပိုင်းဆိုင်ရာ လက်ထောက်တွေက ထုတ်ပြန်ထားသော စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းဆိုင်ရာ အမိန့်အတော်များများသည် လူနားမလည်လောက်အောင်ရေးထားကြသည်ကို တွေ့ရသည်။

ခန်း၏ ပထမဆုံးညွှန်ကြားချက်မှာ ရိုးရှင်းသောအင်္ဂလိပ်စာဖြင့် ရေးမထားသည့် စာရွက်စာတမ်းမှန်သမျှ ငြင်းပယ်မည်ဟူ၍ဖြစ်သည်။ စာရွက်စာတမ်းတွေကို ဇနီး-သားသမီးတွေကို ဖတ်ပြပါ။ သူတို့ဟားတိုက် လျှင်ပြန်ရေးပါ- ဟုညွှန်ကြားသည်။ ထိုစာရွက်စာတမ်းတွေကို လူနားမလည်လောက်အောင် အစကတည်းက ဘာကြောင့်ရေးထား ကြသနည်း ?

စည်းကမ်းထိန်းသိမ်းသူ၊ အဖွဲ့အစည်းတစ်ခု၏တာဝန်မှာ၊ လူတွေကိုထိန်းချုပ်ရန်ဖြစ်သည်။ လူတွေလုပ်ချင်တာတွေမလုပ်ရန် တားမြစ်ရသည့် အဓိပ္ပာယ်သက်ရောက်သည်။ တခြားသူတွေ စိတ်မချမ်းမသာစရာတွေကို မည်သူမျှမလုပ်ချင်။ ဗျူရိုကရက်တွေက၊ သူတို့၏ အခန်းကဏ္ဍနှင့်၊ သူတို့လုပ်နေရသည့်အလုပ်တွေကို၊ အရှိန်လျှော့ လိုပုံရသည်။ 'ဆန်ဒီရေဂိုနှင့် ဆန်အန်တိုနီယိုအကြား ယူနိုက်တက် လေကြောင်းလိုင်းမပျံရ' ဟုမရေးပါ။ 'ယူနိုက်တက်လေကြောင်းလိုင်း အနေဖြင့်၊ ဆန်ဒီယောဂိုနှင့် ဆန်အန်တိုနီယိုအကြားတွင်၊ လေကြောင်း ဝန်ဆောင်မှုများ ဆက်လက်ပြုလုပ်ခြင်းသည်၊ ပြည်သူတို့၏အကျိုးစီးပွား နှင့် မကိုက်ညီဟု၊ ဆုံးဖြတ်သည်' ဟုရေးသည်။

ခန်း၏ညွှန်ကြားချက်၊ ထိုအချိန်က လူသိများခဲ့ပြီး ရိုးရိုးရှင်းရှင်း ရေးသားသည်ကို ကြိုက်သောကမ္ဘာတစ်ဝန်းရှိပရိသတ်များ၏ လက်ခုပ် ဩဘာပေးခြင်းကို ခံယူရသည်။ နောက်ပိုင်းတွင် ဘုတ်အဖွဲ့၏ ညွှန်ကြား ချက်များသည် ရှင်းရှင်းလင်းလင်း၊ တိတိကျကျဖြစ်လာသည်။ ယခု ထိုညွှန်ကြားချက်များဆက်ရှိ၊ မရှိမသိပါ။ ရှေ့နေအတော်များများက၊ အခြားအလုပ်များသို့ ပြောင်းရွှေ့သွားကြပြီးဖြစ်သည်။ သို့သော်ဗျူရို ကရက်တွေက၊ ရိုးရှင်းသောဘာသာစကားကို၊ သိပ်ကြိုက်ကြပုံမရ။ ဗျူရိုကရက်တွေက နည်းနည်းအဓိပ္ပာယ်ဝေဝါးကာ၊ အခြားသူတွေ၏ အပြုအမူ ဟန့်တားရသည့်တာဝန်ကို၊ လူသိပ်မမြင်စေရန် ကြိုးစားကြ

သည်။ သိသိသာသာပြောင်းလိုက်လျှင်၊ သတိပေးခံရနိုင်သော်လည်း အနည်းငယ်သာပြောင်းလဲလျှင်၊ သိပ်ပြီးသတိထားမိကြမည်မဟုတ်။ သို့ဖြစ်၍ဖြည်းဖြည်းချင်း၊ တစ်ဆင့်ပြီးတစ်ဆင့်ပြောင်းလဲလျှင်၊ အဓိပ္ပာယ်မပေါ်သောဗျူရိုကရက်ဘာသာစကား ဖြစ်သွားမည်။ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ရေးသားသည်ကို ကြိုက်သောခေါင်းဆောင်အသစ် မပေါ်သေးသမျှ ထိုဘာသာစကားမျိုး ဆက်လက်တည်ရှိနေဦးမည်။

### အခန်း(၆)

### ပိုင်ဆိုင်မှုဒဏ္ဍာရီ

ခေတ်မီအနောက်တိုင်း စက်မှုနိုင်ငံများ၌ မွေးဖွားလာကြသောသူများသည်၊ တစ်စုံတစ်ရာကို ပိုင်ဆိုင်ပြီဆိုလျှင်၊ ထိုပိုင်ဆိုင်မှုနှင့် ပတ်သက်၍ လုပ်ချင်ရာလုပ်နိုင်သည်ဟု တွက်ဆတတ်ကြသည်။ အတိုင်းအတာတစ်ခုအထိတော့မှန်ပါသည်။ ဥပမာ- နိုင်ငံအတော်များများ၌ စက်ဘီးတစ်စီး ပိုင်ဆိုင်ခြင်းသည်၊ ကိုယ်ကြိုက်သည့်အချိန်စီးနိုင်သည်။ သူတစ်ပါးမစီးရဟု ပြောနိုင်သည်။ ကိုယ်ရောင်းချင်သည့်သူကိုရောင်းနိုင်သည်။

ယူကေနှင့် အခြားစက်မှုနိုင်ငံများတွင် (၁၈)ရာစုနှစ် နောက်ပိုင်းမှစ၍၊ လူနေမှုအဆင့်အတန်း အဆ(၄၀)ကျော် တက်လာခြင်းမှာ တိတိကျကျသတ်မှတ် အကောင်အထည်ဖော်သော ပိုင်ဆိုင်မှု အခွင့်အရေးများကြောင့်ဖြစ်သည်။ တစ်ဖက်၌ ထိုသို့သောစနစ်မရှိသည့် နိုင်ငံများသည်ချမ်းသာခဲ့သည်။ ပိုင်ဆိုင်မှုတစ်ခုနှင့် ပတ်သက်၍၊ ဥပဒေအရ တိတိကျကျ မသတ်မှတ်နိုင်သောအခါ ဥစ္စာနေအသစ်ပေါ်ပေါက်စေမည့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများပြုလုပ်ရန် မက်လုံးမရှိတော့ပေ။

သို့သော်ပိုင်ဆိုင်ခွင့်များသည် အကျိုးကျေးဇူးများစွာရှိသည်မှာ မှန်သော်လည်း ဝရိတ်စကများလည်းရှိသည်။ ကုန်ပစ္စည်း တစ်ခုအတွက် ပိုင်ဆိုင်ခွင့်သတ်မှတ် အကောင်အထည်ဖော်ရာ၌ အသုံးစရိတ်

တွေ ကုန်ကျသည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ရသောအကျိုးသည် အသုံးစရိတ်ကို မကာမိပေ။ သေသေချာချာစဉ်းစားကြလျှင် ပိုင်ဆိုင်မှု နှင့်ပတ်သက်သော သဘောတရားသည်၊ အငြင်းပွားစရာအလွန်များသည်။ ဤအပိုင်းတွင်၊ တစ်စုံတစ်ခုကိုပိုင်ဆိုင်ခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ နားလည်ထားမှုမပြည့်စုံကြောင်း ဖော်ပြပါမည်။

လူမီးတွေ ကိုယ်ပိုင်နက်ထဲဝင်ရောက်မှုကို တားဆီးခြင်းသည် တစ်ခါတစ်ရံ ကျွန်းပေါ်က အိမ်ရှင်များအတွက် တရားမဝင်ခြင်း

(၁၉၀၄)ခုနှစ်နိုဝင်ဘာလ (၁၃)ရက်နေ့က Ploof မိသားစုဝင်များသည် ကန်ကြီးတစ်ကန်တွင် ရွက်လွင့်နေကြစဉ်၊ မုန်တိုင်းမိသည်။ ထိုအခါ အနီးအနားကကျွန်းတွင် Putnam ဆိုသူပိုင်သောမြေ၌ ဝင်ရောက်ရပ်နားကြသည်။ Putnam က အစေခံတစ်ဦးစေလွှတ်ကာ မောင်းထုတ်သည်။ မောင်းထုတ်၍ ထွက်သွားပြီးမကြာမီပင် ၎င်းတို့၏ လှေမှောက်သည်။ မိသားစုဝင် အတော်များများ ဒဏ်ရာရကြသော်လည်း အသက်ရှင်ကြသည်။ Ploof မိသားစု Putnam ကို တရားစွဲရာ Vermont တရားရုံး က၎င်းတို့ကို (၁၉၀၈)ခုနှစ်တွင် အနိုင်ပေးလိုက်သည်။ Putnam က၎င်း၏ ပိုင်နက်ထဲသို့ဝင်ခွင့်မပြုခြင်းသည်၊ အဘယ်ကြောင့် တရားမဝင်ဖြစ်ရသနည်း ၊

ပုဂ္ဂလိကပိုင်ဆိုင်ခွင့်ဥပဒေက မိမိ၏ပိုင်ဆိုင်မှုကို မည်သို့ အသုံးပြုမည်ဟု ဆုံးဖြတ်ခွင့် အတော်အတန်ပေးထားသော်လည်း လုံးဝအပြည့်အစုံပေးထားခြင်းသာရှိပေ။ Vermont တရားရုံးက Ploof မိသားစုကိုခိုလှုံခွင့်ပြုရာမှာရရှိသည့် အကျိုးကိုငြင်းပယ်ရာမှာ ပေါ်ပေါက်လာသောစရိတ်စကသည်၊ မိမိ၏ပိုင်နက်ကိုအပြည့် အဝထိန်းချုပ်ခွင့်ကြောင့် ရလာသော အကျိုးအမြတ်ထက်ကြီးမားသည်ဟု ဆုံးဖြတ်သည်။

# ပစိဖိတ်အမေရိက အနောက်မြောက်ပိုင်းဌာနေအမေရိကန်တို့က မြေပိုင်ဆိုင်ခွင့်ရရှိ အကောင်အထည်ဖော်ကြပြီး Great Plains ၌ နေသူတို့ ပိုင်ဆိုင်ခွင့်မရကြခြင်း

အမေရိကန်အလယ်ပိုင်းက Great Plains ၌နေထိုင်သူတို့အတွက် အရေးအကြီးဆုံးသော စီးပွားရေးစွမ်းအားစုမှာ ၎င်းဒေသတွင် နေထိုင်သော ကျွဲရိုင်းအုပ်များဖြစ်သည်။ ကျွဲရိုင်းအုပ်များသည် မိုင်ရာချီ၍လှည့်ပတ်သွားလာလေ့ရှိသဖြင့်၊ ထိုကျွဲများအတွက် စားကျက်မြေကို ပုဂ္ဂလိကပိုင်ဆိုင်ခွင့် သတ်မှတ်လျှင် မိုင်ထောင်ချီ၍ ခြံစည်းရိုးခတ်ရမည်။ သို့သော် ကျွဲအုပ်နှင့် စာလျှင် မုဆိုးသတ်၍ သေရသောကျွဲအရေအတွက်မှာ မများလှပေ။ ထို့ကြောင့် ပုဂ္ဂလိက ပိုင်ဆိုင်ခွင့် သတ်မှတ်ခြင်း၏ အကျိုးကျေးဇူးသည် စရိတ်ကို မကာမိပေ။

သို့သော်ပစိဖိတ် အနောက်မြောက်ပိုင်း၌နေသော ဌာနေအမေရိကန်တို့သည်၊ အသားနှင့်သိုးမွေးအတွက် တိရစ္ဆာန်ငယ်များကို ထောင်ဖမ်းခြင်းဖြင့် အသက်မွေးမှုပြုရသည်။ ထိုတိရစ္ဆာန်များသည် ဝေးဝေးလံလံသွားလေ့မရှိဘဲ မြေကွက်ငယ်များ၌သာနေထိုင်လေ့ရှိသည်။ ထိုနေရာ၌မြေပိုင်ဆိုင်ခွင့် သတ်မှတ်အကောင်အထည် ဖော်ခြင်းသည် ထိုမြေပေါ်ရှိ တိရစ္ဆာန်များကိုဖမ်းဆီးခွင့်ပေးသည့် အဓိပ္ပာယ်ဖြစ်သည်။ စရိတ်- အကျိုးကျေးဇူးသဘောတရားအရ ဌာနေအမေရိကန်အုပ်စုနှစ်ခုကို မြေပိုင်ဆိုင်ခွင့်သတ်မှတ်မှု ကွဲပြားသည်။

## တရားမဝင်အနည်းဆုံး(၁၂)နှစ်ဝင်ရောက်နေထိုင်သူကို မြေပိုင်ဆိုင်ခွင့်ပေးခြင်း

အင်္ဂလန်နှင့်ဝေလပြည်နယ်တို့၌ ဆက်တိုက်(၁၂)နှစ် ဝင်နေထိုင်လျှင် မူလဝယ်ယူထားသူရှိသော်လည်း ထိုမြေပိုင်ဆိုင်ခွင့် တောင်းဆိုနိုင်သည်။

ဤဥပဒေကို ကျူးကျော်ခွင့်(သို့) ပြောင်းပြန်ပိုင်ဆိုင်ခွင့် စသည်

ဖြင့် အမျိုးမျိုးခေါ်ဝေါ်ကြသည်။ တန်ဖိုးရှိသောမြေကို အသုံးမပြုဘဲထားခြင်းဖြင့်၊ အများပြည်သူအကျိုးမရှိဟူသော စီးပွားရေးအရဆင်ခြင်မှုအပေါ် အခြေပြု၍ ထိုသို့သတ်မှတ်ခြင်းဖြစ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ တန်ဖိုးရှိ မြေယာပိုင်ဆိုင်သူသည် ခြေရာကောက်မရအောင် ပျောက်ကွယ်သွားတတ်ကြပြီး အမွေစား အမွေခံလည်း မရှိပေ။ အခြားသူများကလည်း ၎င်းတို့၏ပိုင်ဆိုင်မှုကို နှစ်ပေါင်းများစွာ လျစ်လျူရှုထားကြသည်။ ကျူးကျော်ခွင့်ပေးခြင်းဖြင့်၊ ထိုမြေပိုင်ဆိုင်သူသည်၊ မြေကိုကောင်းစွာ အသုံးချခြင်း (သို့မဟုတ်) ရောင်းချခြင်းပြုလုပ်နိုင်သည်။ (၁၂)နှစ်(သို့မဟုတ်) ထိုထက်ကြာအောင် စောင့်ဆိုင်းနေခြင်းဖြင့် တရားဝင်ပိုင်ဆိုင်သူကို ထိခိုက် နစ်နာစရာအကြောင်း မရှိပေ။ ဘာမျှမလုပ်ဘဲ၊ နှစ်ပေါင်းများစွာ ပစ်ထားလျှင် ပိုင်ဆိုင်သူအတွက်လည်း စီးပွားရေးအရ တန်ဖိုးမရှိ၍ ဖြစ်မည်။

**ဝေလငါးတွေပျိုးသုဉ်းမည် အန္တရာယ်ရှိသော်လည်း ကြက်တွေပျိုးမသုဉ်းနိုင်ခြင်း**

ပတ်ဝန်းကျင်ရေးရာတက်ကြွလှုပ်ရှားသူတို့က ရေနေသတ္တဝါကြီးပေါင်းများစွာ မျိုးတုံးသွားစေနိုင်သည့်၊ နိုင်ငံတကာဖမ်းဆီးမှုများကို၊ လမ်းပေါ်ထွက်၍ ဆန့်ကျင်ဆန္ဒပြမှု မရှိသောနေ့ဟူ၍ မရှိသလောက်ပင်။ သို့သော်ကြက်များအတွက် ဆန့်ကျင်ဆန္ဒပြမှုမရှိသည်မှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

အတိုဆုံးဖြေရလျှင် ကြက်များသည်မျိုးသုဉ်းသည့် အန္တရာယ်မရှိပါ။ ထိုသို့ဆိုလျှင် မျိုးစိတ်တစ်ခုက မျိုးသုဉ်းနိုင်ပြီး နောက်တစ်မျိုးက အဘယ်ကြောင့်မျိုးမသုဉ်းနိုင်ရသနည်း

မည်သူမျှဝေလငါးတွေကို မပိုင်ကြသဖြင့် ဝေလငါးအရေအတွက် ထိုးကျနေရခြင်းဖြစ်သည်။ ၎င်းတို့သည် နိုင်ငံတကာရေပိုင်နက်အတွင်းတွင် နေနေကြပြီး ၎င်းတို့ကိုကာကွယ် စောင့်ရှောက်သောနိုင်ငံတကာစာချုပ်များကို၊ နိုင်ငံအတော်များများက လေးစား



လိုက်နာခြင်း မရှိကြ။ ဂျပန်နှင့်နော်ဝေး ငါးဖမ်းသူများက ၎င်းတို့၏ လက်ရှိလုပ်ရပ်သည် ဝေလငါးတွေရှင်သန်မှုနှင့် ၎င်းတို့၏အသက်မွေး ဝမ်းကျောင်းမှုကို ထိခိုက်ကြောင်းသိသည်။ ထို့အပြင် ကိုယ်မဖမ်း လျှင်လည်း အခြားသူတွေဖမ်းသွားမည်ဖြစ်ကြောင်းသိကြသည်။ မဖမ်းဘဲနေလျှင်လည်း၊ မည်သည့်ငါးဖမ်းသူမျှ အကျိုးရှိမည့်ကိန်းမရှိ။

သို့သော်၊ ကမ္ဘာပေါ်ကကြက်အတော်များများသည်၊ ပိုင်ရှင်ရှိ သည်။ ယနေ့ကြက်တစ်ကောင်သတ်လိုက်လျှင် နက်ဖြန်ပိုင်ဆိုင်သည့် ကြက်တစ်ကောင် လျော့သွားမည်။ ကြက်မွေးပြီး အသက်မွေး ဝမ်းကျောင်းပြုရလျှင် ဈေးသို့ပို့သည့်ကြက်နှင့် ထပ်ဝယ်မည့်ကြက်ကို အမြဲချိန်ဆနေရမည်ဖြစ်သည်။

ဝေလငါးရောကြက်တွေပါ စီးပွားရေးအရ တန်ဖိုးရှိသည်။ ကြက်တွေကိုပုဂ္ဂလိက ပိုင်ဆိုင်ခွင့်ရှိသော်လည်း ဝေလငါးတွေကို ပုဂ္ဂလိကပိုင်ဆိုင်ခွင့်မရှိ။ ထို့ကြောင့် ကြက်တွေကလုံခြုံမှုရှိပြီး ဝေလငါး တွေကမျိုးတုံးမည့် အန္တရာယ်ရှိနေသည်။

**အမေရိကန်နိုင်ငံ ဆော့လ်တလိပ် (Great Salt Lake) မှာထက် မြေထဲပင်လယ်တွင် ပတ်ဝန်းကျင်ညစ်ညမ်းမှုပြဿနာ ပြိုကြီးမားနေခြင်း**

မြေထဲပင်လယ်ကို ဝိုင်းရံနေကြသည့်နိုင်ငံတွေက ရေဆိုးတွေ အခြားညစ်ညမ်းစရာ တွေကိုဝိုင်းပစ်နေကြသည်။ သို့သော်ဦးတား (Utah)ရှိ Great Salt Lake သည်၊ ထူးထူးခြားခြားသန့်ရှင်းမှုရှိသည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ကွာခြားရသနည်း ၊

အချို့သူတွေက Salt Lake ဝန်းကျင်ရှိ Mormon ဓလေ့ ထုံးစံက မြေထဲပင်လယ်ကို ဝိုင်းရံထားသော နိုင်ငံများ၏ ဓလေ့ထုံးစံ ထက် ပတ်ဝန်းကျင်ကိုပိုမို တန်ဖိုးထားသောကြောင့် ဖြစ်သည်ဟု ဆိုကြသည်။

ဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်သော်လည်း စီးပွားရေးအရပိုပြီး အဓိပ္ပာယ်ရှိသော ဖြေရှင်းချက်များ Great Salt Lake သည် Utah ပြည်နယ်ဟူသော၊ နိုင်ငံရေးနယ်ပယ်တစ်ခုအောက်၌သာရှိပြီး မြေထဲပင်လယ်ကို နိုင်ငံပေါင်းနှစ်ဒါဇင်ကျော်က ဝိုင်းရံထားခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။ Utah တွင်၊ အဆိပ်အတောက်အညစ်အကြေးများ Salt Lake အတွင်းသို့ မစွန့်ပစ်ရဟု ဥပဒေပြဋ္ဌာန်းလျှင် အကျိုး ကျေးဇူးကို ရာနှုန်းပြည့်ခံစားခွင့်ရသည်။ သို့သော်မြေထဲပင်လယ်နိုင်ငံ တစ်နိုင်ငံက အလားတူဥပဒေပြဋ္ဌာန်းလျှင် စရိတ်အပြည့်ခံရ ထိခိုက်မှုခံရသော်လည်း အနည်းငယ်သာ အကျိုးခံစားခွင့်ရှိမည်။ အကျိုးကျေးဇူးအများစုကို၊ အခြားနိုင်ငံသားတွေက ရယူသွားကြမည်။

ထိုသို့အကျိုးကျေးဇူးနှင့် စရိတ်စကမညီမျှမှုကြောင့် အခြားနိုင်ငံများ၏ သန့်ရှင်းရေး အစီအစဉ်အပေါ်အားကိုးနေရသဖြင့် မြေထဲပင်လယ် မသန့်မရှင်းဖြစ်ရပြီး Salt Lake ၌ထိုပြဿနာမျိုး မရှိပေ။

**ဆိုဗီယက်ယူနီယံဟောင်း ပြိုကွဲသွားခြင်းကြောင့် ကက်စ်ပီယန်ပင်လယ်မှ ငါးဥတွေ ပျောက်ကွက်မည် အန္တရာယ်ရှိခြင်း**

ကမ္ဘာတစ်ဝန်းရှိ ဟင်းအမည်အမျိုးမျိုးတွင် ကက်စ်ပီယန်ပင်လယ်မှ ငါးဥလောက်အရသာ ကောင်းတာမရှိ။ အရူးပါးဆုံးနှင့် ဈေးအကြီးဆုံးမှာ (beluga sturgeon) ငါးမျိုးမှရပြီး ၎င်းတို့သည်၊ (၉)မီတာရှည်ကာ ပေါင်(၁၈၀၀)အထိလေးနိုင်၍ သက်တမ်း (၁၀၀)အထိရှည် နိုင်သည်။ Beluga ငါးဥများသည်၊ ဈေးကြီးသော်လည်းရနိုင်သေးသည်။ (၁၉၈၉)ခုနှစ်တွင်၊ ဆိုဗီယက်ယူနီယံ ပြိုကွဲကတည်းက၊ ရောင်းအားလျော့ကာ ဈေးတွေသိသိသာသာ ထိုးတက်ခဲ့သည်။ အဘယ်ကြောင့်နည်း ?

ကက်စ်ပီယန်ပင်လယ်ကိုယခုအခါ အီရန်နှင့်အခြား ယခင်က

ဆိုဗီယက်ယူနီယံတွင် ပါဝင်ခဲ့ကြသော လွတ်လပ်သည့် နိုင်ငံလေးနိုင်ငံက ဝိုင်းရံထားသည်။ ၎င်းတို့မှာ၊ ရုရှ၊ ကာဇက်စတန်၊ တာကမင်စတန်နှင့် အဇာဘိုင်ဂျန်တို့ဖြစ်သည်။ (၁၉၈၉)ခုနှစ် မတိုင်မီက ကက်စ်ပီယန်ပင်လယ်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ လုပ်ဆောင်မှုကို တင်းတင်းကျပ်ကျပ် ထိန်းချုပ်ထားသည်။ ငါးငယ်များဖမ်းဆီးမှုကို တားမြစ်ခဲ့သည်။ ဆိုဗီယက်ယူနီယံပြိုကွဲ၍ ဗဟိုအစိုးရက တင်းတင်းကျပ်ကျပ်မထိန်းချုပ်နိုင်သောအခါ တံငါသည်များသည် ငါးမဖမ်းဘဲနေလျှင် စီးပွားရေးအရတွက်ခြေ မကိုက်တော့ကြောင်း သဘောပေါက်လာသည်။ ကိုယ်မဖမ်းသော ငါးကို အခြားသူတွေက ဖမ်းမည်သာဖြစ်သည်။

ရုရှနှင့်အီရန်က ကက်စ်ပီယန်ပင်လယ်ပြင်တွင် ညစ်ညမ်းမှုနှင့် ငါးဖမ်းလွန်ကုမှု တိုက်ဖျက်ရေးတို့တွင်၊ ပြန်လည်၍ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်စပြုလာကြသည်။ လောလောဆယ်တွင် ဝယ်ယူသူများ အနေဖြင့် ငါး၂(၁၀၀)ဂရမ်ကို ပေါင်(၂၅၀)ဝန်းကျင်တွင် ဆက်ပေးနေရမည်။

ဥပဒေက၊ လူတွေ ပိုင်ဆိုင်မှုနှင့်ပတ်သက်၍ ဘာလုပ်ခွင့်ရှိသည် ဆိုသည့်အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ရုံမျှမက လူမှုအဖွဲ့အစည်းများ၊ ဖြည်းဖြည်းချင်းဖြစ်ပေါ်ပြောင်းလဲမှုကိုလည်း ဩဇာလွှမ်းမိုးသည်။ အထူးသဖြင့် - အချို့အဖွဲ့အစည်းများသည် ပုဂ္ဂလိက အမြတ်ရှာစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဖြစ်နေကြပြီး အခြားလုပ်ငန်းများက အမြတ်ကို အဓိကထားသော လုပ်ငန်းများဖြစ်၍ ကျန်လုပ်ငန်းများ အများပိုင်လုပ်ငန်းများ ဖြစ်နေကြသည်ကိုလည်း ရှင်းပြသည်။

**ဗီဒီယိုအမှတ်အသားဆိုင်ရှိပြီး စာအုပ်အမှတ်အသားဆိုင်မရှိခြင်း**

ဒီဗီဒီဇာတ်ကားတစ်ကားကြည့်ချင်လျှင် Blockbuster ကဲ့သို့သော လက်လီဆိုင် LOVE Film ကဲ့သို့သောအင်တာနက် ဖြန့်ချိရေးလုပ်ငန်းများမှ ငှားရမ်းနိုင်သည်။ စီးပွားဖြစ်စာအုပ် ငှားရမ်းသည့် စာကြည့်တိုက်များသည် နေရာအမျိုးမျိုး အချိန်အမျိုးမျိုးတွင်ရှိနေ

ကြသော်လည်း ဒီဒီဒီအငှားဆိုင်လောက်မပေါ့။ စာအုပ်တွေကို စာအုပ်ဆိုင်မှ ဝယ်လိုကဝယ်ပြီး အများပြည်သူ စာကြည့်တိုက်မှ အခကြေးငွေ မပေးရဘဲ ငှားရမ်းလျှင်လည်းရသည်။ စာအုပ်အငှားဆိုင် တွေ အဘယ်ကြောင့် မရှိရသနည်း။

အစိုးရက အခွန်အကောက်ရငွေတွေကိုသုံး၍ ပြည်သူ့ စာကြည့်တိုက်တွေကို ထောက်ပံ့သည်။ လူအများအတွက် စွမ်းရည်မြင့် စာဖတ်ခြင်း (သို့) အခြားလုပ်ရပ်များအတွက် အစွန်းထွက်စရိတ်သည်၊ ပုဂ္ဂလိကနှင့် အများပြည်သူတို့ ရရှိသောအစွန်းထွက် အကျိုးကျေးဇူး နှစ်ရပ်၏ ပေါင်းလဒ်နှင့်ညီမျှကြောင်း စရိတ်အကျိုးကျေးဇူး ဆန်းစစ် ချက်အရ သိရသည်။ စာဖတ်ခြင်းကြောင့်၊ လူတစ်ဦးချင်းသာမက၊ လူ့အဖွဲ့အစည်းလည်း အကျိုးရှိသည်။ မျက်စိကြီးနားကြီး နိုင်ငံသားများ ရှိနေခြင်းသည်၊ လူတိုင်းအတွက် အကျိုးရှိသည်။ သို့သော်စားသုံး သူတစ်ဦးချင်းက စာအုပ်တစ်အုပ်ကို ဖတ်သင့်မဖတ်သင့်စဉ်းစား ရာတွင်၊ ကိုယ်ရေး အကျိုးကျေးဇူးတွေအပေါ် အခြေခံကာတွက်တတ် ကြသည်။ အခြားသူများမည်မျှအကျိုးရှိမည်ကို ထည့်မတွက်ကြ၊ အများအကျိုးကျေးဇူးရှိကြောင်းကိုသိလျှင်၊ စာပိုဖတ်ကြမည်။ လူတွေ စာပိုဖတ်စေရန်၊ စာကြည့်တိုက်တွေကို ထောက်ပံ့တည်ထောင်သည်။ စာအုပ်ငှားခမယူခြင်းဖြင့်၊ စာကြည့်တိုက်တွေ ဆွဲဆောင်မှုမြင့်မားစေရန် ရည်ရွယ်သည်။

ရုပ်ရှင်တွေကိုလည်း အလားတူပြောကောင်းပြောနိုင်သည်။ (An Inconvenient Truth) 'ခါးသီးသောအမှန်တရား' ကဲ့သို့သော ဇာတ်ကားမျိုးသည်၊ မျက်စိကြီးနားကြီး မဲဆန္ဒရှင်တွေလို မွေးထုတ် ပေးနိုင်ကာ၊ ကမ္ဘာ့ပတ်ဝန်းကျင်ပြောင်းလဲမှုနှင့် ပတ်သက်၍ပိုမို ထက်မြက်သော ပြည်သူ့ရေးရာမူဝါဒတွေကို၊ ချမှတ်စေနိုင်သည်။ သို့သော်အများအားဖြင့် ရုပ်ရှင်တွေက ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ပညာပေး ရေးတာဝန်ကို၊ စာအုပ်တွေလောက်ထမ်းဆောင်နိုင်ခြင်းမရှိသဖြင့်၊

အများပြည်သူကအထောက်အပံ့သိပ်မပေးထိုက်။

ထို့အပြင် ရုပ်ရှင်တစ်ကားကို နှစ်နာရီအပြီးကြည့်၍ရသည်။ စာအုပ်တစ်အုပ်ကို ဖတ်ရန် ရက်ပေါင်း ရက်သတ္တပတ်ပေါင်းများစွာ ကြာတတ်သည်။ စာအုပ်တစ်အုပ်ကို လက်ပြောင်းလက်လွှဲ လုပ်ရသည့် အပြင်အကြိမ်နည်းသဖြင့်၊ စရိတ်ကျေရန်အတွက် စာအုပ်ငှားခသည် ရုပ်ရှင်ငှားခထက်မြင့်မည်။ မင်္ဂလာဝတ်စုံငှားသည့် ကိစ္စကဲ့သို့ပင် ငှားရမ်းခသိပ်ဈေးကြီးလျှင် ငှားမဖတ်ဘဲ ဝယ်ဖတ်တာက ပိုကိုက်မည်။

ရှေ့ပိုင်းများ၌တွေ့ခဲ့ရသကဲ့သို့ပင် လူတစ်ဦး၏ ကျဉ်းမြောင်းသောအကျိုးစီးပွားသည် အများ၏အကျိုးစီးပွားနှင့် ဆန့်ကျင်တတ်သည်။ တိရစ္ဆာန်များအကြား၌ ထိုသို့ဖြစ်လျှင် ကုစားသည့်နည်းလမ်းမရှိ။ သမင်ကြီးတွေချို့အရွယ်တစ်ဝက်လျော့ရန် ဆွေးနွေးနိုင်လျှင် ပိုကောင်းသော်လည်း လက်တွေ့တွင် ထိုသဘောတူညီချက်ကို အကောင်အထည်ဖော်နိုင်ကိန်းမမြင်။

လူတွေကတစ်မျိုးထူးခြားသည်။ တစ်ဦးချင်းအကျိုးက အများအကျိုးကို ထိခိုက်လာလျှင် ပဋိပက္ခကိုလျော့နည်းအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ ဟော့ကီ အားကစားသမားတွေက ဦးထုပ်ဆောင်းရန် စည်းကမ်းတင်းကျပ်ရန် ၎င်းတို့၏အသင်းများကို တာဝန်လွှဲသည်။ ထိုဥပဒေမရှိလျှင် ဦးထုပ်မဆောင်းဘဲ စကိတ်စီးကြမည်။ ဥပဒေများစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများသည် တစ်ဦးချင်းနှင့် လူအများ အကျိုးဆန့်ကျင်သည့်အခါ ဖြစ်ပွားသော ပဋိပက္ခများကို ဖြေရှင်းရာ၌အထောက်အကူဖြစ်ကြောင်း၊ လာမည့်ဥပမာများတွင်တွေ့ရမည်။

လုပ်ငန်းရှင်လုံခြုံရေးဦးစားပေးသည့် နိုင်ငံရေးသမားများကို အလုပ်သမားများက မဲပေးကြသော်လည်း လုံခြုံမှုသည်သာ လစာကောင်းအလုပ်များကို ရွေးချယ်ကြခြင်း

ဈေးဆစ်နိုင်စွမ်းကြီးမားသော အလုပ်ရှင်များက၊ အလုပ်သမားများကို ခေါင်းပုံဖြတ်မှုမှ ကာကွယ်ရန်၊ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ

လိုအပ်သည်ဟုယူဆကြသည်။ သို့သော် အပြိုင်အဆိုင်များသည့် ဈေးကွက်များ၌ပင် လုပ်ငန်းခွင်ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေးဆိုင်ရာ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများကို ချမှတ်ထားရသည်။ ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရေး အသုံးအဆောင်တစ်ခုကို စရိတ်- အကျိုးကျေးဇူးစိစစ်မှုသည်၊ အလုပ်သမားတွေက၊ ထိုစရိတ်ကိုကျခံလိုမှုအပေါ်မူတည်သည်။ စရိတ်- အကျိုးကျေးဇူးစိစစ်မှုနှင့် ကိုက်ညီသောနည်းလမ်းတစ်ခု ကိရိယာတစ်ခုကို ပြိုင်ဆိုင်မှုများသော ဈေးကွက်၌ အသုံးပြုနိုင်လျှင် ငွေတွေ ကောက်ရသည့်အဖြစ်မျိုးကို တွေ့ရမည်။ ဥပမာတစ်ပတ်လျှင် (၂၅) ပေါင်ကုန်ကျမည့် အန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေးနည်းလမ်းတစ်ခု ပေါင်(၅၀) အနစ်နာခံနိုင်မည် ဆိုပါစို့။ အလုပ်ရှင်က ထိုနည်းလမ်းကို ချမှတ်ကျင့်သုံးခြင်းမရှိခဲ့လျှင် အခြားအလုပ်ရှင်တွေက အခွင့်ကောင်းယူကာ ကျင့်သုံးနိုင်မည်။ ပထမဝန်ထမ်းထက်လုပ်ခ ပေါင်(၃၀)လျှော့ ပေးကာ ဝန်ထမ်းကိုခေါ်သွားနိုင်သည်။ ထိုသို့လုပ်သည့်အတွက် ရွှေ့သွားသည့် ဝန်ထမ်းရော အလုပ်ရှင်အသစ်ပါ အကျိုးရှိသည်။ အလုပ်သမားတွေက၊ ဘေးအန္တရာယ်ပိုကင်းလိုပြီး ထိုသို့ဘေး အန္တရာယ်ကင်းရေးအတွက် လိုအပ်သည့် စရိတ်ကိုကျခံလိုမည်ဆိုလျှင် ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေး စည်းကမ်းသတ်မှတ်ချက်မရှိလျှင်ပင် ဘေးအန္တရာယ်တားဆီး ကာကွယ်ရေးနည်းလမ်းများနှင့် အသုံးအဆောင်များ အသုံးပြုရန်လုပ်ငန်းများ အတွက် မက်လုံးရှိသင့်သည်။ သို့သော်လည်း အဘယ်ကြောင့်စည်းကမ်းတွေချနေဖို့လိုအပ်ရသနည်း

ဟော်ကီကစားသမားဥပမာကဲ့သို့ပင် အလုပ်သမားတွေက ဘေးအန္တရာယ် ကင်းရှင်းရေးနှင့် ပတ်သက်၍ရွေးချယ်မှု အနည်းငယ်ကိုသာပြုလုပ်လိုပုံရသည်။ ဘဝ၌အရေးကြီးသော ရလဒ်အများစုသည်၊ တယောက်နှင့်တယောက် တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦးနှိုင်းယှဉ်ရာမှ ပေါ်ထွက်လာခြင်းဖြစ်သည်။

‘ကျောင်းကောင်း’ တစ်ကျောင်းဆိုသည်မှာ အခြားကျောင်းများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပြီးပြောခြင်းဖြစ်ရာ၊ မိဘတွေက သားသမီးတွေကို ပညာကောင်းကောင်း သင်ပေးလိုခြင်းသည်၊ အားကစားသမားတွေက သူတစ်ပါးထက် တစ်ပန်းသာလိုခြင်းနှင့် တူညီသည်။ မိသားစုတွေက ကျောင်းကောင်းကောင်းရှိရာ နေရာတစ်ဝိုက်က သူတို့တတ်နိုင် သော အိမ်တွေကိုဝယ်ယူရန် ကြိုးစားကြသည်။ သို့သော်မိသားစုတွေ ပိုသုံးလေ ထိုအိမ်များ၏ ဈေးနှုန်းတက်လေဖြစ်သည်။ ကျောင်းသား တစ်ဝက်ခန့် သည် သာမန်ကျောင်းတွေ၌ တက်ကိုတက်ရတော့မည်။

အန္တရာယ်များသောလုပ်ငန်းခွင်များ၌ လုပ်ခတွေကောင်းကြခြင်းမှာ အလုပ်ရှင်တွေက ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေးအတွက် လျှော့သုံးကြသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ထိုအလုပ်တွေကို ရွေးချယ်ခြင်းဖြင့် ဝင်ငွေပိုရကြသည်။ ကျောင်းကောင်းကောင်းရှိသော နေရာဒေသ တစ်ဝိုက်က အိမ်တွေကိုဝယ်နိုင်ကြသည်။ စည်းကမ်းသာချမထားလျှင် ဦးထုပ်မဆောင်းဘဲကစားမည့် အားကစားသမားကဲ့သို့ပင် မိမိတို့၏ အန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေးကို လစာနှင့်လဲသော အလုပ်သမားများက ထိုသို့မလုပ်လျှင် ကလေးတွေ ကျောင်းကောင်းကောင်း မနေရမည်ကို စိုးရိမ်မိကြသည်။ ရွေးချယ်မှုကို အကန့်အသတ် လုပ်ထားခြင်းဖြင့် နှစ်ဘက်စလုံး ဒုက္ခရောက်စေမည့်အဖြစ်မျိုးမှ ရှောင်ရှားနိုင်သည်။

**အမေရိကန် တရားမျှတသောလုပ်အား စံနှုန်းအက်ဥပဒေက လုပ်သားတွေ ရရာလုပ်ခဖြင့် အချိန်ပိုလုပ်သည်ကို တားမြစ်ခြင်း**

အမေရိကန်တရားမျှတသော လုပ်အားစံနှုန်းအက်ဥပဒေက အမေရိကန် အလုပ်သမားများကို တစ်ပတ်လျှင် အလုပ်ချိန်နာရီ (၄၀)ကျော်လွန်လျှင် နာရီတိုင်းအတွက် အပိုလုပ်ခပေးရန် သတ်မှတ်ထားသည်။ လွတ်လပ်သောဈေးကွက်ကို သဘောကျသည့် ဘောဂဗေဒ

ပညာရှင်များက၊ ဤသတ်မှတ်ချက်ကို ရှုံ့ချကြသည်။ အလုပ်ရှင်တွေက အပိုလုပ်ခမပေးလျှင်လည်း လူအတော်များများက အချိန်ပိုလုပ်ကြမည် ဟုယူဆသည်။ လုပ်ခပိုပေးခြင်းကြောင့် အလုပ်ရှင်တွေက တစ်ခါ တစ်ရံမှသာဖြစ်တတ်သော ထုတ်လုပ်မှု မနိုင်မနင်းဖြစ်သောကိစ္စမျိုး အတွက်သာ လုပ်သားတွေကိုခိုင်းစေမည်။ ဥပဒေကြောင့် နှစ်ဦးနှစ်ဖက် အကျိုးရှိမည့် ကိစ္စတွေမလုပ်နိုင်သလို ဖြစ်မနေပါလား ?

အလုပ်ရှင်တွေက အချိန်ပိုအတွက်အပိုကြေးပေးခြင်းသည် လုပ်ငန်းခွင်၌ကြုံတွေ့ရမည့် ဘေးအန္တရာယ်တွေလျော့ပေးအောင် လုပ်ခိုင်းခြင်းနှင့်အလားတူသည်။ အလုပ်ချိန်တွေ ပိုလုပ်ခြင်းဖြင့် ရာထူး တိုးမည့် အလားအလာပိုများသော်လည်း၊ အခြားအလုပ်သမားတွေက ပါ အချိန်ပိုတွေလိုက်လုပ်ကြသောအခါ လူတိုင်း၏ ရာထူးတိုးမြှင့်မည့် အလားအလာမှာ ယခင်က အတိုင်းပင်ဖြစ်သွားသည်။ ရလဒ်မှာ၊ သူများနောက်မကျန်ရစ်စေရန် လူတိုင်းည(၈)နာရီအထိ အလုပ်လုပ်ကြ ရခြင်းဖြစ်သည်။

ရာထူးတက်ရေးကို မစဉ်းစားသည့်တိုင် အများအကျိုး ရှုထောင့် မှကြည့်လျှင် အချိန်ပိုဆင်းလိုကြခြင်းသည် လွဲချော်နေသည်။ လုပ်သား တစ်ဦးအချိန်ပိုလုပ်လျှင် ကျောင်းကောင်းရှိရာအရပ်က အိမ်တွေကို ဝယ်နိုင်သော်လည်း လုပ်သားအားလုံးအချိန်ပိုတွေ လုပ်နေကြသောအခါ အိမ်ဈေးတွေကိုသာ တက်စေသည်။ ကျောင်းသားတစ်ဝက်ခန့်မှာ သာမန်ကျောင်းတွေ၌သာ ယခင်ကလို နေကြရမည်။

အဒိမ်စမစ်၏ကိုယ်ပျောက်လက်က တစ်ဦးချင်းရရှိသော ဆုလဒ်သည် လူတစ်ဦးချင်း၏ ကြိုးပမ်းအားထုတ်မှုအပေါ်တွင် မူတည်သည်ဟု ယူဆသည်။ သို့သော်ဘဝတွင် သူတစ်ပါးနှင့်နှိုင်းယှဉ် လျှင် ကိုယ်ဘယ်နေရာရောက်နေသည် ဆိုသည့်အပေါ်တွင်မူတည် သည်။



စပိန်နိုင်ငံ မက်ဒရစ် နှစ်ပတ်လည်ဖက်ရှင်ပြပွဲတွင်  
အလွန်ပိုန်သောစံပြမယ်များပြခွင့် မပြုခြင်း

(၂၀၀၆)ခုနှစ်စက်တင်ဘာလက Pasarela Cibeles ဟု  
ခေါ်သော မက်ဒရစ် နှစ်ပတ်လည် ဖက်ရှင်ပြပွဲကော်မတီက စပိန်  
ဖက်ရှင်ဒီဇိုင်းနာအသင်းနှင့် သဘောတူညီချက်တစ်ခုရသည်။ ကိုယ်  
အလေးချိန်နိမ့်လွန်းသော (အရပ် (၅)ပေ(၉)လက်မရှိလျှင်၊ (၅၅)  
ကီလိုဂရမ်ထက်နိမ့်သော) ဖက်ရှင်မယ်များကို ပြပွဲတွင်ဝင်ရောက်  
ခွင့်မပြု။

သူတို့က အလှအပနှင့် ကျန်းမာရေးလှုပ်ရှားမှုတစ်ခုအဖြစ်  
သူတို့၏ပြပွဲကိုရှုမြင်စေလိုသည်။ သို့သော်စားသုံးသူတွေကပိန်လေ၊  
လှလေဟုယူဆကြ အဝတ်အစား ဒီဇိုင်းထုတ်လုပ်သူတွေက လာငှားရမ်း  
လိုကြသည်။ သို့ပါလျက်ပိန်လွန်းသော မော်ဒယ်တွေကို၊ အဘယ်ကြောင့်  
ပါဝင်ခွင့်မပြုရသနည်း။

အဝတ်အစားဒီဇိုင်းထုတ်လုပ်သူတို့က အဝတ်အထည်များ  
သည်ပိန်သော စံပြမယ်များ၏ခန္ဓာကိုယ်ပေါ်တွင် ပို၍လှပတင့်တယ်  
သည်ဟု ယူဆကြသည်။ သို့ဖြစ်၍ ဒီဇိုင်းရေးဆွဲထုတ်လုပ်သူတို့သည်၊  
အတိုင်းအတာတစ်ခုအထိ ပိုပိန်သောစံပြမယ်များကို ငှားရမ်းကာ  
သူတစ်ပါးထက်တစ်ပန်းသာရန် ကြိုးစားလေ့ရှိသည်။ အခြားဒီဇိုင်းနာ  
များကလည်း အလားတူ လိုက်လုပ်သောအခါ အပြိုင်အဆိုင်အစား  
လျှော့စားကြသဖြင့် စံပြမယ်မော်ဒယ်များ၏ ကျန်းမာရေးကို ခြိမ်း  
ခြောက်လာခဲ့သည်။ ထိုပြိုင်ပွဲကိုအရှိန်လျှော့ရန်အတွက် သတ်မှတ်ချက်  
ထွက်ပေါ်လာခြင်းဖြစ်မည်။

ဗြိတိသျှယဉ်ကျေးမှုဝန်ကြီး (Tessa Jowell) မက်ဒရစ်၏  
စည်းကမ်းကိုချီးကျူးပြီး လန်ဒန်ဖက်ရှင်ပြပွဲလုပ်လျှင်လည်း အလားတူ  
လုပ်ဆောင်ရန် တိုက်တွန်းခဲ့သည်။ ဖက်ရှင်ပြပွဲ၏ အကျိုးသက်ရောက်

မူသည်၊ ဖက်ရှင်လောကထဲမှာသာရှိနေသည် မဟုတ်ဟု သူမက ရှုမြင်သည်။ အမျိုးသမီးငယ်တွေက ဖက်ရှင်မော်ဒယ်လ် တွေကို အတုခိုးကြရာ ထိုမော်ဒယ်လ်တွေက ကျန်းမာရေးထိခိုက် လောက်အောင် ပိန်နေလျှင် အမျိုးသမီးငယ်တွေကလည်း အစာငတ် ခံကာလိုက်လုပ်ကြမည်ကို သူမကစိုးရိမ်သည်။

**အင်္ဂလန်နှင့် ဝေလနယ်၌ (၅)နှစ်အရွယ်တွင် ကျောင်းထားမနေရ သတ်မှတ်ထားခြင်း**

အင်္ဂလန်နှင့် ဝေလနယ်၌ ငါးနှစ်ပြည့်ကလေးတွေကို ကျောင်းအပ်ရမည်ဆိုသည့် ဥပဒေရှိသည်။ ငါးနှစ်အရွယ်ပင်ဖြစ်သော်လည်း ကလေးတစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက်ခန္ဓာကိုယ် ဉာဏ်ပညာ ခံစားမှုတို့ ရင့်ကျက်ပုံမတူကြ။ သို့ပါလျက်နှင့် မိဘတွေက မဆုံးဖြတ်ရဘဲ အစိုးရက အဘယ်ကြောင့်ဝင်ဆုံးဖြတ်ရသနည်း ?

ကလေးအတော်များများက (၅)နှစ်အရွယ်တွင် ကျောင်းထားကြပြီး မိဘနှစ်ပါးကသူတို့ ကလေးကို(၆)နှစ်အရွယ် ရောက်မှ ကျောင်းထားသည်ဆိုပါစို့။ (၆)နှစ်သားဖြစ်သည့်အတွက် သူသည် အခြားသူများထက် လူကောင်ပိုကြီးမည်ကြံ့ခိုင်မည် ပိုတော်ကာ ရင့်ကျက်မှုမြင့်မားသည်။ ကျောင်းတိုင်းတွင် ၎င်း၏အရည်အချင်းကို အမှတ်ပေါ်၌မူတည်၍ဆုံးဖြတ်ကြရာ ထိုကလေးသည် အမှတ်ပိုကောင်းနိုင်ပြီး အားကစားပွဲတွေမှာလည်း ပိုတော်နိုင်သည်။ ကျောင်းကအဖွဲ့အစည်းတွေမှာလည်း ခေါင်းဆောင်ဖြစ်ရန် အလားအလာပိုများသည်။ တိုတိုပြောရလျှင် ထိပ်တန်းကောလိပ်တက္ကသိုလ် တစ်ခုခုသို့ဝင်ခွင့်ပြုစေမည်၊ လမ်းကြောင်းတစ်ခုပေါ်သို့ ရောက်သွားမည်။

လူတစ်ယောက်က အခြားသူတွေထက်ခြေလှမ်းပိုလှမ်းလိုက်

ခြင်းသည် အခြားသူတွေ ခြေလှမ်းဆုတ်လိုက်ခြင်းနှင့် တူညီသည်။ အခြားရည်မှန်းချက်ကြီးမားသော မိဘများကလည်း ငါးနှစ်ပြည့်ချိန်တွင် ကျောင်းမထားဘဲ နောက်တစ်နှစ်ရောက်မှကျောင်းပို့လိုမည်။ သို့သော်လည်း မည်မျှပင်ရည်မှန်းချက်ကြီးမားပါစေ အကန့်အသတ်မရှိ ကျောင်းမထားဘဲနေ၍မရ။ ဖြစ်နိုင်လျှင် (၇)နှစ် (၈)နှစ်အရွယ်ရောက်မှကျောင်းထားလိုကြမည်။ အများအကျိုးရှုထောင့်ကကြည့်ရှု၍၊ ဘာမျှအကျိုးရှိစရာမရှိ၍၊ မိဘတွေကိုဆုံးဖြတ်ခွင့်မပေးဘဲ အစိုးရက ဝင်ရောက်ဆုံးဖြတ်ရခြင်း ဖြစ်သည်။

တစ်ဦးအကျိုးနှင့်အများအကျိုး မတိုက်ဆိုင်ကြသဖြင့်သာ နိုင်ငံတွေကစည်းကမ်းချရခြင်း မဟုတ်ပေ။ အန္တရာယ်ကင်းရေး နယ်ပယ်တွင် ဉာဏ်ပညာရှိသောရွေးချယ်မှုများပြုလုပ်ရန် လူတစ်ဦးချင်းသည်၊ လိုအပ်သောသတင်းအချက်အလက်တွေ ဉာဏ်ပညာတွေ ပြည့်စုံကောင်းမှ ပြည့်စုံနိုင်သည်။

မိဘလိုလိုက်ပြီး စည်းကမ်းတွေချနေခြင်းကို သဘောမတူသူများရှိနေခြင်းကြောင့် အငြင်းပွားနေကြရသည်။ ကလေးတွေနှင့် ပတ်သက်လျှင် ကိုယ့်ဘာသာကိုယ် အန္တရာယ်ကင်းရေးအတွက်၊ ဉာဏ်ပညာရှိသော ဆုံးဖြတ်ချက်တွေမချနိုင်ဟု မိဘအတော်များ များက ရှုမြင်ကြသည်။ သို့သော်လည်း စရိတ်နှင့်အကျိုးကျေးဇူး နိယာမက၊ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ ချမှတ်ရေးနှင့်ပတ်သက်၍ ဆုံးဖြတ်ချက် ချမှတ်ရာတွင် အရေးပါသောအခန်းကဏ္ဍမှပါဝင်နေဆဲ ဖြစ်သည်။

**ကားပေါ်မှာ ကလေးထိုင်ခိုရာပြီး လေယာဉ်ပျံပေါ်၌ မရှိခြင်း**

ကားထဲ၌ စတိုးဆိုင်တွေဘက် ခရီးတိုထွက်သည်ပင်ဖြစ်စေ ကလေးအတွက် သတ်မှတ်ဒီဇိုင်းအတိုင်း လုံခြုံစိတ်ချရသော ကလေးထိုင်ခုံတွင် ကလေးကိုခါးပတ်ပတ်ပေးထားရန် အစိုးရက သတ်မှတ်ထားသည်။ သို့သော်လေယာဉ်ဖြင့် ခရီးသွားလျှင် နှစ်နှစ်အောက်

ကလေးတစ်ယောက်အတွက် ထိုင်ခုံသီးသန့်မရှိ။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ကွာခြား ရသနည်း?

အချို့က၊ လေယာဉ်ပျက်ကျလျှင် ခါးပတ် ပတ်ပတ် မပတ်ပတ် အားလုံးပျက်ကျမည်ဖြစ်၍ ဟုဆိုကြသည်။ မှန်ပါသည်။ သို့သော်လည်း လေယာဉ်မပျက်ဘဲ လေအိတ်မိသည့် အဖြစ်မျိုးတွေနှင့် ကြုံလျှင် ခါးပတ်ပတ်ထားသည်ကကောင်းပါသည်။

ကားထဲမှာ၊ ကလေးတွေအတွက်အန္တရာယ်ကင်းထိုင်ခုံ ရှိထားပြီးလျှင်၊ ထိုထိုင်ခုံ၌ကလေးကို ခါးပတ်ပတ်ပေးထားရန်အတွက် နေရာလွတ်အမြဲရှိပြီးသားဖြစ်သည်။ အစွန်းထွက်စရိတ် သုညဖြစ်ပြီး၊ ကလေးအတွက်အန္တရာယ်ကင်းစေသော အစွန်းထွက်အကျိုးကျေးဇူး တွေ တက်လာသဖြင့်၊ ကားထဲ၌ကလေးကို ကလေးထိုင်ခုံနှင့် ထိုင်ခိုင်းကာ၊ ခါးပတ်ပတ်ပေးထားခြင်းသည်၊ အဓိပ္ပာယ်ရှိသည်။

သို့သော်လ်နဒ်နီမှ နယူးယောက်သို့သွား၍ ကလေးအန္တရာယ် ကင်းရန်အတွက်၊ လေယာဉ်လက်မှတ်တစ်စောင်ထပ်ဝယ်လျှင် ပေါင် (၃၀၀)နှင့်အထက်ကုန်ကျမည်။ ကလေးအတွက် လက်မှတ်ဖိုးအကုန် အကျမခံလိုဟု ပြောရမှာခက်သော်လည်း တကယ်တော့ အကုန်မခံ ချင်ကြ။ ထို့ကြောင့် ထိုင်ခုံအပိုမဝယ်ဘဲ ကလေးကိုပေါင်ပေါ်၌ တင်ထားတတ်ကြသည်။

**ကားပေါ်၌ခါးပတ်ပတ်ရပြီး ကျောင်းကြိုပို့ဘတ်စ်ကားပေါ် ခါးပတ်ပတ်ခြင်း**

နယူးဟမ်ရှိုင်းယားပြည်နယ်မှလွဲ၍ အမေရိကန်ပြည်နယ်တိုင်း၌ ယာဉ်မောင်းများနှင့် ခရီးသည်များခါးပတ်ပတ်ပြီးမှ မော်တော်ကားစီးရန် ဥပဒေအရ သတ်မှတ်ထားသည်။ နယူးယောက် နယူးဂျာဆီ ဖလော်ရီဒါ နှင့် ကယ်လီဖိုးနီးယားပြည်နယ်လေးခုသာ ကျောင်းကြိုပို့ဘတ်စ်ကား အသစ်များအားလုံး၌ ခါးပတ်တွေတပ်ဆင်ထားရန် လိုသည်ကိုတွေ့ရ သည်။ အဘယ်ကြောင့် ဤကဲ့သို့ခြားနားရသနည်း?

အမေရိကန်အဝေးပြေးလမ်းမကြီး အန္တရာယ်ကင်းရေး အုပ်ချုပ်မှုအဖွဲ့၏အဆိုအရ ခါးပတ်ပတ်ထားခြင်းဖြင့် တစ်နှစ်လျှင် လူပေါင်း (၁၂၀၀၀)အသက်ချမ်းသာရာရသည်။ ယာဉ်တိုက်မှုကြောင့် အသက်ဆုံးရှုံးရသူတစ်နှစ်လျှင် (၄၀၀၀၀)ကျော်ရှိရာ ခါးပတ်ပတ်ရုံ ဖြင့် ရှင်သန်ရသောလူဦးရေမှာ မနည်းလှပေ။ ယာဉ်တိုက်မှုကြောင့် သေဆုံးရသူ(၈)ဦးတွင် (၁)ဦးသည် (၁၉)နှစ်အောက်ဖြစ်ရာ၊ ဦးရေအားဖြင့် (၅၀၀၀)ကျော်ရှိသည်။ (၁၉၉၀)နှင့် (၂၀၀၀)ပြည့်နှစ်အကြားတွင် ကျောင်းကြိုပို့ယာဉ်များ၌ သေဆုံးသူတစ်နှစ်ပျမ်းမျှ (၁၀.၂)ဦးသာရှိသည်။ (၂၀၀၂)ခုနှစ်တွင် ပြုလုပ်ခဲ့သောအမေရိကန်အမျိုးသား သုတေသနကောင်စီ၏ အစီရင်ခံစာအရ ကျောင်းသို့ခြေလျင်သော်လည်းကောင်း စက်ဘီးဖြင့်သော်လည်းကောင်း ကားဖြင့်သော်လည်းကောင်း သွားခြင်းသည် ကျောင်းကြိုပို့ယာဉ်ဖြင့်သွားခြင်းထက် အန္တရာယ်ပိုများသည်။ ကျောင်းကြိုပို့ဘတ်စ်ကားများ၌ ထိုင်ခုံတွေကိုသေချာချာတပ်ထားပြီး နောက်မှီများကလည်းမြင့်ကာ ရုတ်တရက်ဆောင့်သည့်ဒဏ်ကို ခံနိုင်စွမ်းရှိသည်။ ကြက်ဥခြင်းထဲ ကြက်ဥတွေစီထည့်ထားသလို ဘတ်စ်ကားတွေကို အန္တရာယ်ကင်းအောင်လုပ်ထားသည်။ ထို့ကြောင့်လမ်းပေါ်တွင် အန္တရာယ်အကင်းဆုံး သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနည်းလမ်းဖြစ်သည်။

ကျောင်းကြိုပို့ယာဉ်ကို ခါးပတ်တပ်ရန်စီစဉ်လျှင် ပေါင် (၁၀၀၀)ခန့် ကုန်ကျဖွယ်ရှိသည်။ ထိုငွေကို လမ်းဖြတ်ကူးသူများ လုံခြုံရေးအတွက် သုံးစွဲမည်ဆိုလျှင် အသက်ပေါင်းများစွာ ပို၍ချမ်းသာရာရနိုင်သည်။

**အပျော်စီးလှေတွေမှာ မော်တော်ကားတွေထက်  
အန္တရာယ်ကင်းအသုံးအဆောင်နည်းပါခြင်း**

ဥပဒေအရ ယခုအခါရောင်းချသော ကားများတွင် ယာဉ်မောင်းနှင့် ခရီးသည်များအတွက် လေအိတ်တွေ၊ ခါးပတ်တွေ အရှိန်မြင့်

တိုက်ခိုက်မှုကြောင့် ပေါ်ပေါက်လာနိုင်သော အဖျက်သဘောတွေ လျော့ပါးရေး အသုံးအဆောင်တွေပါဝင်ကြသည်။ သို့သော် အပျော်စီးစက်လှေများ၌ထိုအသုံးအဆောင်များမပါဝင်သည်မှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း ?

လှေမောင်းသူများအားလုံးလိုလို မော်တော်ကားမောင်းသူများဖြစ်ကြသည်။ လူတစ်ယောက်ချင်းအနေဖြင့်ကြည့်ကြည့် စည်းကမ်းထိန်းသူတွေ ဘက်ကပဲကြည့်ကြည့် မည်သည့်နေရာ၌ ဖြစ်စေ အန္တရာယ်ကင်းရေးအတွက် နောက်ဆုံးအသုံးပြုလိုက်သောငွေအပေါ်တွင် ရှင်သန်ရန်ဖြစ်တန်စွမ်းတွေကို အတူတူပင်မြှင့်တင်ပေးမည်။ ကားအတွက်သုံးသုံး လှေအတွက်သုံးသုံး အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ကားအတွက်အသုံးပြုခြင်းက အနည်းငယ်သာအကျိုးရှိမည်ဆိုလျှင် ကားအတွက်လျော့သုံးကာ လှေအတွက်ပိုသုံးနိုင်သည်။

သို့သော်အကြောင်းအမျိုးမျိုးကြောင့် အန္တရာယ်ကင်းအသုံးအဆောင်တွေကို၊ လှေမှာတပ်ခြင်းထက် ကားမှာတပ်ခြင်းကပို၍အကျိုးရှိသည်။ ပို၍အရေးကြီးသောကိစ္စမှာ သာမန်ယာဉ်မောင်းတစ်ယောက်သည် တစ်နှစ်လျှင်နာရီပေါင်းရာချီ၍ ကားမောင်းသော်လည်း လှေပိုင်ရှင်များသည် အထူးသဖြင့်ရာသီဥတုအေးချိန်များ၌ တစ်နှစ်လျှင်လှေထဲတွင် နာရီ(၄၀) ထက်ပို၍မနေကြပေ။ ကား(သို့) လှေကိုမည်မျှအချိန်ကြာအောင် အသုံးပြုသည်ဖြစ်စေ တပ်ဆင်ခမှာ အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ မော်တော်ကား၌တပ်ဆင်လျှင် အသက်ကယ်နိုင်သောဦးရေကပိုများသည်။ တစ်ဖန်ရေလမ်းများသည် ကုန်းလမ်းလောက်ယာဉ်ကြောမကျပ် မောင်းသည့်မိုင်နှုန်းကလည်း ကုန်းလမ်းလောက်မမြန်။ ဆိပ်ကမ်းများ တူးမြောင်းများနှင့်အခြားအသွားအလာများသော ရေလမ်းများတွင် (၁)နာရီလျှင် (၅)မိုင်နှုန်းထက်ပိုမမောင်းရပေ။ မောင်းသည့်အရှိန်မမြင့်သဖြင့် မတော်တဆ

တိုက်မိလျှင်လည်း ကြီးကြီးမားမားဒဏ်ရာမရနိုင်။

ဤသို့ဆိုသဖြင့် လှေစီးခြင်းသည် အန္တရာယ်ကင်းသည်ဟု မဆိုလိုပါ။ ယူကေရေကြောင်းနှင့် ကမ်းခြေစောင့်အေဂျင်စီက (၂၀၀၆) ခုနှစ်တွင် အပန်းဖြေယာဉ်များကြောင့် (၂၃)ဦးသေဆုံးခဲ့ရသည်ဟုဆိုသည်။ လှေပိုင်ရှင်များအနေဖြင့် လှေစီးသူတွေရှင်သန်စေနိုင်သည့် အသက်ကယ်အသုံးအဆောင်တွေအတွက် မြှုပ်နှံရန်လိုသည်။ ဥပမာ- နိုင်ငံအတော်များများတွင် လူတစ်ယောက်အတွက် အသက်ကယ်ဘော တစ်ခုပါရန် သတ်မှတ်ထားသည်။ အနည်းဆုံး- လှေထက် မော်တော် ကားက ပို၍အန္တရာယ်ကြီးသဖြင့် မော်တော်ကားများတွင် အသက် အန္တရာယ်ကင်းရေးအတွက် ပိုမိုအသုံးပြုသည်မှာ စီးပွားရေးအရ အကြောင်းအကျိုးခိုင်လုံမှုရှိသည်။

စီးပွားရေးအတွေးအခေါ်တွင် အရေးပါသောအုပ်စုတစ်ခုက ဥပဒေများသည် စွမ်းဆောင်ရည်မြင့်မားလာစေအောင် တဖြည်းဖြည်း ပြောင်းလဲသည်ဟုဆိုသည်။ စွမ်းရည်မြင့်သောဥပဒေဆိုသည်မှာ လူ့အဖွဲ့အစည်း၏ ဥစ္စာနေကို အများဆုံးတိုးပွားစေသော ဥပဒေပင်ဖြစ် သည်။ ရွေးချယ်စရာဥပဒေနှစ်ခုပြုစုရာ၌ တစ်ခုကအခြားတစ်ခုထက် စွမ်းရည်မြင့်လျှင် လူတိုင်းအတွက်ပို၍အကျိုးရှိစေသော ဥပဒေကို ရွေးချယ်ရမည်ဖြစ်သည်။ စွမ်းရည်မြင့်သောဥပဒေက စွမ်းရည်နိမ့်သော ဥပဒေထက် လူတိုင်းပိုမိုကြွယ်ဝလာအောင် ဆောင်ရွက်ပေးမည်ဖြစ် သည်။

ဥပမာ-ဥပဒေတစ်မျိုးက စားသုံးသူများ၏ စုစုပေါင်းဥစ္စာနေ ကို ပေါင်(၃)ဘီလီယံတိုးပွားစေပြီး ထုတ်လုပ်သူများ၏ ဥစ္စာနေအပေါ် ၌ အကျိုးသက်ရောက်မှုမရှိ။ အခြားဥပဒေတစ်မျိုးက ထုတ်လုပ်သူတွေ အပေါ် (၁)ဘီလီယံဖိုးပို၍ ကြွယ်ဝစေနိုင်ကာ စားသုံးသူတွေအတွက် ထူးခြားမှုမရှိဆိုပါစို့။ ပထမဥပဒေသည် ဥစ္စာနေကို ပိုမိုတိုးပွားစေ၍

ပိုမို စွမ်းရည်မြင့်သည်။

ထုတ်လုပ်သူများက သူတို့အတွက်အကျိုးရှိသော ဒုတိယ ဥပဒေကိုပြဋ္ဌာန်းရန် နိုင်ငံရေးအရဖိအားပေးနိုင်သည့်ဆိုပါစို့။ ထုတ်လုပ် သူများသည်၊ ၎င်းတို့မရလိုက်သည့် ပေါင်(၁) ဘီလီယံအတွက် အခွန် လွတ်ငြိမ်းခွင့်ပေးရန် တောင်းဆိုကာစွမ်းရည်မြင့်သော ဥပဒေကို သဘောတူညီနိုင်သည်။

ဤနေရာတွင် စွမ်းရည်မြင့်ရလဒ်ရောက်ရန် ပြုလုပ်ရသော ဆွေးနွေးညှိနှိုင်းမှုများသည် လက်တွေ့တွင်ခက်ခဲကြောင်း အခြားသူများ ကထောက်ပြကြသည်။ တစ်ခါတစ်ရံဥပဒေများ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်း များပြဋ္ဌာန်းကြခြင်းမှာ စွမ်းရည်မြင့်မား၍မဟုတ်ဘဲ အင်အားကောင်း သော အုပ်စုများ၏အကျိုးစီးပွားအတွက် ဆောင်ရွက်ကြခြင်းဖြစ် သည်။

စွမ်းရည်မြင့်မားရေးဦးတည်သော ဥပမာများကိုအထက်တွင် တွေ့ခဲ့ရသကဲ့သို့ ကိုယ်ကျိုးစီးပွားအတွက် ဦးစွာသောသာဓကများကို လည်း အောက်တွင်တွေ့ရသည်။

**အစာစားရင်းဖျော်ရည်သောက်ရင်း ကားမောင်းနိုင်သော်လည်း  
တယ်လီဖုန်းပြောရင်း ကားမမောင်းရခြင်း**

တယ်လီဖုန်းပြောရင်း မော်တော်ကား မောင်းခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပွားရသော မတော်တဆမှုများကိုအထောက်အထားပြု၍ အစိုးရက လက်ကိုင်စရာမလိုသော ဖုန်းများမှအပ ယာဉ်မောင်းရင်း တယ်လီဖုန်း ပြောခြင်းကိုတားမြစ်သည်။ သို့သော်လည်းယာဉ်မောင်းများသည်၊ သွားရည်စာစားခြင်း ဖျော်ရည်သောက်ခြင်း စီဒီပြောင်းခြင်း မိတ်ကပ် လိမ်းခြင်းတို့ကဲ့သို့သော အန္တရာယ်နည်းသည့်အလုပ်တွေကို လုပ်နေကြ ဆဲဖြစ်သည်။ ထိုလုပ်ရပ်များသည်လည်း တယ်လီဖုန်းပြော ခြင်းကဲ့သို့ပင် မြင်ကွင်းကိုအနှောင့်အယှက်ဖြစ်ခြင်း။ မော်တော်ကား ကိုင်တွယ်ရာတွင်



အနှောင့်အယှက်ဖြစ်ခြင်းများရှိသော်လည်း ဥပဒေက ခွင့်ပြုထားသည်မှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

ဖြစ်နိုင်သည့်အကြောင်းပြချက်မှာ လက်ကိုင်ဖုန်းအသုံးပြုခြင်းသည် အခြားသော လုပ်ရပ်များထက် အနှောင့်အယှက်များခြင်းကြောင့် ဖြစ်နိုင်သည်။ တယ်လီဖုန်းပြောနေသော ယာဉ်မောင်းများသည် မုန့်စားနေသည့် ယာဉ်မောင်းများထက် အာရုံစိုက်မှုပိုနည်းနိုင်သည်။ သို့သော်ကားထဲတွင်ပါလာသူအချင်းချင်းစကားပြောလျှင် တရားဝင်သည်။ ကားပေါ်ပါလာသူက လမ်းကြောမှာ တစ်စုံတစ်ခု ဖြစ်လျှင် စကားမပြောဘဲ ရပ်ထားနိုင်သော်လည်း တစ်ဘက်မှ တယ်လီဖုန်း ပြောသူကမူဘာမျှမမြင်ရ၍ စကားဖြတ်မည်မဟုတ်ပေ။ သို့သော်တယ်လီဖုန်းကို မကိုင်ဘဲပြောလျှင် ပြောခွင့်ပြုပြန်၍ စကားပြောသည်ကိုတားဆီးခြင်းဟုတ်ပုံမရ။

ဥပဒေပြဋ္ဌာန်းရသည့်အကြောင်းကို ရှင်းလင်းပြရန်ကြိုးစားမှုများသည်မအောင်မြင်။ ဝင်ငွေကိုမည်သို့ထိခိုက်နိုင်ကြောင်းမေးမြန်း ကာ မဟာဗျူဟာကောင်းတစ်ခု ဟုတ်မဟုတ်စိစစ်ရန်သာကျန်သည်။ ဥပဒေပြုအမတ်တွေက ယာဉ်မောင်းစဉ် အစားအစာမစားရဟု သတ်မှတ်၍ အမြန်စားသွားရည်စာတွေ ရောင်းသောဆိုင်များ၏ ဝင်ငွေထိုးကျသွားမည်။ ထိုအခါ မဲဆွယ်ရေးရုံပုံငွေတွေ ထည့်ဝင်မှုလျှော့ချပြီး လက်တုံ့ပြန်မည်ကို ကြောက်ကြသည်။ လက်ကိုင်မဲ့ တယ်လီဖုန်းပြောခွင့်ပြုခြင်းဖြင့် တယ်လီဖုန်းရောင်းသူတွေအရောင်း ပမာဏကို မထိခိုက်၍ ဥပဒေပြုအမတ်တွေပူစရာမလို။ နားကျပ်တွေ ထပ်ရောင်းရသဖြင့် ဝင်ငွေပင် တက်နိုင်သေးသည်။

ယာဉ်မောင်းရင်း အစားအသောက်စားသုံးသည့် အကျင့်သည် လူတစ်ယောက်ချင်းအတွက် လုံခြုံရေးစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းတွေ အသေးစိတ်မချမှတ်ခင်ကတည်းကရှိနေသော အကျင့်ဖြစ်သည်။ လက်ကိုင်ဖုန်းပြောခြင်းနှင့် အခြားအန္တရာယ်ဖြစ်စေနိုင်သည့် အပြုအမူများသည်

ဥပဒေပြုအမတ်များအတွက် ပိုလွယ်သည်။ ဤနေရာ၌လည်း သမိုင်းကြောင်းကအရေးပါသည်ကို တွေ့ရသည်။

ဤအခန်း၌ပါသော နောက်ဆုံးဥပမာနှစ်ခုသည် စီးပွားရေးဥပဒေသများက ဥပဒေရေးဆွဲရာတွင် စားသုံးသူများ အင်အားရှိ လုပ်ငန်းများ၏ မသမာမှုပြုခြင်းမှ ကာကွယ်ရန်ကူညီရာ၌ အရေးပါပုံကိုညွှန်ပြသည်။ ဥပမာနှစ်ခုလုံးသည် နယူးယောက် အငှားယာဉ် လောကနှင့်ပတ်သက်သည်။ လုပ်ငန်းလည်ပတ်ခွင့်တံဆိပ်တစ်ခု ရယူခြင်း ဝယ်ယူခြင်းမပြုဘဲ အငှားယာဉ်မမောင်းရဟု မြို့တော်အုပ်ချုပ်ရေးက သတ်မှတ်ထားသည်။ ထိုသို့ သတ်မှတ်ခြင်းသည်၊ ယာဉ်ကြောပိတ်ဆို့မှုကို လျှော့ချရန်ရည်ရွယ်ခြင်းလည်း ဖြစ်သည်။ တံဆိပ်အနည်းငယ်ကိုသာ ထုတ်ဝေရောင်းချခြင်းအားဖြင့် အငှားယာဉ် အနည်းငယ်သာ လမ်းပေါ်တွင်ရှိစေမည်။ ထိန်းမထားလျှင် အငှားယာဉ် တွေအများအပြားရှိနေမည်။

သို့သော်လိုင်စင်ရထားသော ယာဉ်ပိုင်ရှင်များက လွှတ်ပေးထားလျှင် ခရီးသည်ကိုပို့ဆောင်ရာတွင် တကယ်ကုန်ကျသည့်စရိတ်ထက်ပို၍ တောင်းစေနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့်ကမ္ဘာပေါ်ကမြို့ကြီးများ၌ အငှားယာဉ်အရေအတွက်ကိုသာမက၊ တောင်းခံသည့်နှုန်းထားကိုပါ သတ်မှတ်ထားသည်။ ဤစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ စားသုံးသူတွေ မတရားအပြုခံရခြင်းမှကာကွယ်ရန်သာမက အငှားယာဉ်များနှင့် ပတ်သက်၍ပိုမို စွမ်းရည်မြင့်မားဆုံးဖြတ်ချက်တွေ ထွက်ပေါ်လာရန်လည်း ရည်ရွယ်သည်။

**အငှားယာဉ်ခ-ပုံသေနှုန်းထားပြင်စကား၊ ခရီးတစ်လျှောက်မီတာတက်သွားခြင်း**

(၂၀၀၇)ခုနှစ်၊ လန်ဒန်အငှားယာဉ်စည်းကမ်းအရ အငှားယာဉ်များသည် ခရီးသည်တွေကို ပုံသေနှုန်း(၂.၂၀) ပေါင်ဖြင့်စကား သွားသည့်ခရီးအကွာအဝေးကိုလိုက်၍ တမိုင်လျှင် (၄.၂)ပေါင်မှ (၇.၄) ပေါင်အထိ အချိန်နှင့်ရက်ကိုလိုက်၍တောင်းခံရန် ခွင့်ပြုထားသည်။

ကမ္ဘာတစ်ဝန်းက မြို့ကြီးများ၌လည်း အလားတူပင် ဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ပုံသေနှုန်းမသုံးဘဲသွားသည့် မိုင်အလိုက် မြင့်မကောက်ရသနည်း?

အငှားယာဉ်များက အီလက်ထရွန်းနစ်မီတာကို သုံးသည်။ သွားသည့်ခရီးအပေါ်၌သာ မူတည်၍တွက်လျှင်၊ ထင်သလိုမလွယ်၊ ယခုစနစ်သည်၊ သွားသည့်ခရီးအပေါ်မူတည်၍ တွက်သည့်စနစ်ထက်၊ စွမ်းရည်ပိုမြင့်သည်။

စီးပွားရေးလောကတွင်ဆက်လက်ရှင်သန်ရပ်တည်ရန် အငှားယာဉ်ပိုင်ရှင်များသည် စရိတ်အားလုံးကိုကာမိရမည်။

ဓာတ်ဆီ ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းရေးစရိတ် တန်ဖိုးလျှော့စရိတ်တို့သည် သွားသည့်ခရီးများလေ ပိုကုန်လေဖြစ်သည်။ သို့သော်သွားသွားမသွားသွားကုန်သည့် စရိတ်တွေရှိသည်။ ဥပမာ- အငှားယာဉ်တစ်စီးအတွက် မြှုပ်နှံထားရသောကြောင့် ကျခံရသော အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည်၊ ယာဉ်မောင်းမောင်းမမောင်းမောင်း မပြောင်းလဲပေ။ အာမခံစရိတ်သည်လည်း ထို့အတူပင်ဖြစ်သည်။ လိုင်စင်ဝယ်ရသည့်မြို့ကြီးများ၌၊ လိုင်စင်အတွက် ဈေးကွက်ပေါက်ဈေးသည်လည်း ပုံသေစရိတ်ဖြစ်သည်။

အကောင်းဆုံးယာဉ်ငှားခကောက်ခံသည့်နှုန်းမှာ ယာဉ်မောင်းများကျခံရသည့် အပိုစရိတ်တွေနှင့် နီးစပ်နိုင်သမျှအနီးစပ်ဆုံးဖြစ်သည်။ ငှားရမ်းခများအပေါ်မူတည်၍ ဆုံးဖြတ်စေခြင်းဖြစ်သည်။ သွားမည့်ခရီးအကွာအဝေးအလိုက်ကုန်ကျသည့် စရိတ်တွေကို တွက်လျှင်(၁)မိုင်လျှင်ပေါင်အနည်းငယ်သာပေးရမည်။ ထိုအတိုင်းဆိုလျှင် ခရီးသည်တွေက၊ ခရီးတိုထက်ပိုစီးလိုမည်မဟုတ်။ ဖောက်သည်တွေကို ခရီးပိုပေးရသည့်စရိတ်သည်၊ ခရီးသည်တွေပေးလိုသည့် နှုန်းထက်နိမ့်သည်။

ပုံသေနှုန်းစကောက်ကာ ခရီးအကွာအဝေးကိုလိုက်၍ ကောက်ခြင်းဖြင့်၊ ယာဉ်အတော်များများကြုံတွေ့နေရသော တကယ့်

စရိတ်ပုံစံနှင့်နီးစပ်သွားစေသည်။ (၁)မိုင်ချင်း အတွက်တောင်းခံသော နှုန်းလျော့သွားသဖြင့် ခရီးရှည်အတွက် အမှန်တကယ်ကုန်ကျသည့် စရိတ်ထက်ပိုပေးရန်မလို။ အမှန်စရိတ်ကိုကာမိသော အကျိုးကျေးဇူး ရရှိသည့် ခရီးဝေးစီးရန်လည်း အာပေးရာရောက်သည်။

**ဟီးသရိုးလေဆိပ်မှမြို့ထဲသွားလျှင် ယာဉ်ငယ်များကပုံသေနှုန်းတောင်းခံပြီး အခြားအငှားယာဉ်များက မြို့တွင်း၌ မိတာပြင်တောင်းကြခြင်း**

ယာဉ်ကြောအပေါ်မူတည်ပြီး လန်ဒန်ဟီးသရိုးလေဆိပ်မှ လန်ဒန်မြို့လယ်ခေါင်သို့ မိတာတပ်ကားငှားသွားလျှင်ပေါင် (၇၀) အထက် ကုန်ကျနိုင်သည်။ သို့သော်ပေါင်(၄၀)နှင့် ပေါင်(၇၀) အတွင်းသာ မီနီကက်(Minicab)များက အဘယ်ကြောင့်ကောက်ခံ သနည်း ?

ဟီးသရိုးလေဆိပ်သည် ယူကေအတွက်ကမ္ဘာလှည့်ခရီးသည် များဝင်ရောက်ရာ ဝင်ပေါက်ဖြစ်သည်။ လန်ဒန်တွင်ကမ္ဘာလှည့်ခရီးသည် လုပ်ငန်းသည် အဓိကရလုပ်ငန်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ယခုမှရောက်သော ဧည့်သည်အသစ်စက်စက်တွေကိုလည်း စိတ်ချမ်းသာစေလိုသည်။ ခရီးသည်အများစုတွင် ဘာသာစကားအခက်အခဲရှိ၍ အလိမ် အညာခံရနိုင်သည်။ အငှားယာဉ်တွေလိမ်တာလည်းခံရနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့်ပုံသေနည်းသတ်မှတ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။

အခန်း(၇)  
 အကြီးဆုံးခွေး၊ အမဲရိုးရ  
 ဈေးကွက်အချက်ပြတွေကို အဓိပ္ပာယ်ဖော်ခြင်း

ဘောဂဗေဒပညာရှင်များက လူများလုပ်ငန်းများသည် ၎င်းတို့ ချမှတ်မည့် ဆုံးဖြတ်ချက်နှင့် ပတ်သက်၍ သက်ဆိုင်သော စရိတ်စက နှင့်အကျိုးအမြတ်များအကြောင်း သတင်းအပြည့်အစုံရထားပြီး ဖြစ်သည် ဟုယူဆကြသည်။ သို့သော်လည်း လက်တွေ့တွင် အရေးကြီးသည့် ဆုံးဖြတ်ချက်များ ချမှတ်ရသည့်အခါမျိုး၌ပင် မကြာခဏ သတင်း အချက်အလက်တွေ မပြည့်စုံသည်ကိုတွေ့ရသည်။ ဤနေရာတွင်လည်း စရိတ်-အကျိုးကျေးဇူးနိယာမ အကျုံးဝင်နေပြန်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ တချို့တစ်ဝက်သော သတင်းအချက်အလက်တွေကို အခြေခံကာ ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းသည် သတင်းအပြည့်အစုံရရန် စရိတ်အကုန်ခံရ သည်ထက် ပိုကောင်းနေသည်ကိုတွေ့ရသည်။

ဤအခန်းရှိ ပထမဆုံးဥပမာက ညွှန်ပြသည့်အတိုင်း ဆုံးဖြတ် ချက်ချမှတ်သူက သတင်းအချက်အလက်ပိုမိုရရှိရန် ကြိုးစားရာ၌ ပိုမိုခက်ခဲရှုပ်ထွေးတတ်ကြောင်း သက်ဆိုင်သည့် သတင်းအချက် အလက်တွေကိုရယူပိုင်ဆိုင်ထားသူက၊ မှန်မှန်ကန်ကန်ထုတ်မပြောလို ကြောင်း တွေ့ရသည်။

### စတော့ရှယ်ယာသရုပ်ခွဲသူတွေက ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ရှယ်ယာကို ထုတ်ရောင်းခိုင်းခဲ့ခြင်း

အများအားဖြင့် စတော့ဈေးကွက်တစ်ခုလုံးသည် တန်ဖိုးတက်ခဲ့သော်လည်း ရည်မှန်းချက်ကြီးမားသော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတွေက ထိပ်တန်းအညွှန်းကိန်းဖြစ်သော FTSE 100 စာရင်းဝင်ကုမ္ပဏီများထက်ပင် အခြေအနေသာလွန်ချင်ကြသည်။ ထိုသို့သူတစ်ပါးထက်သာချင်ရာတွင် ကျွမ်းကျင်သော သရုပ်ခွဲသူတွေ၏အကြံပြုချက်တွေကို အများအားဖြင့် အားကိုးအားထားပြုကြသည်။ သို့သော် သေသေချာချာ လေ့လာကြည့်သောအခါ၊ ထိုအကြံပြုချက်များသည် တစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရသည်။ ဥပမာ(၂၀၀၀)ပြည့်နှစ်က၊ အမေရိကန်ကုမ္ပဏီများနှင့်ပတ်သက်၍ ကုမ္ပဏီစတော့ရှယ်ယာများကို သရုပ်ခွဲသူတို့က အကြံပြုချက်ပေါင်း(၂၈၀၀၀)ခန့် ပြုလုပ်ခဲ့ရာ (၉၉)%သည် 'အသည်းအသန်ဝယ်ပါ' 'ဝယ်ပါ' 'ဝယ်ပါ' 'ကိုင်ထားပါ'ဟူသော အကြံပြုချက်များဖြစ်နေသည်။ ကုမ္ပဏီများ၏ စတော့ရှယ်ယာတွေကို ရောင်းပါဟုအကြံပြုချက်မှာ (၁)%လောက်သာရှိသည်။ သို့သော်လည်း အမေရိကန် ကုမ္ပဏီအစုရှယ်ယာအတော်များများ၏ဈေးနှုန်း (၂၀၀၀)ပြည့်နှစ်တွင် ကျဆင်းခဲ့ရာ အများစုသည် ထက်ဝက်ခန့် ကျဆင်းခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။ အကြံပြုသူတွေက အဘယ်ကြောင့်တစ်ဖက်သတ် ဝယ်ခိုင်းနေကြသနည်း?

(၁၉၉၀)ပြည့်လွန်နှစ်များ နောက်ပိုင်းယေဘုယျအားဖြင့် စီးပွားရေးစနစ်ပွင့်ချိန်တွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူ အတော်များများ ဖြစ်လေ့ဖြစ်ထရှိသကဲ့သို့ 'အဆင်ခြင်မဲ့မြူးတူးမှု' (Irrational Exuberance) ရောဂါကို (၂၀၀၀)ပြည့်နှစ်တွင် စတော့ရှယ်ယာ ကျွမ်းကျင်သူများ ရသွားကြပုံပေါ်သည်။ သို့သော်သုတေသနကလည်း အခြားနှစ်များ၌ပင်

အကောင်းမြင်သည့်ဘက်သို့ တိမ်းစောင်းသွားကြောင်းထောက်ပြသည်။

စတော့ရှယ်ယာကျွမ်းကျင်သူများ အကြံပြုချက်တွေပေးကြရာတွင် တွေ့ကြုံရသော စရိတ်နှင့်အကျိုးအမြတ်တွေကို စိစစ်ကြည့်လျှင် အဘယ်ကြောင့်တစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်ရသည်ကို တွေ့နိုင်သည်။ ကျွမ်းကျင်သူ(၅)ယောက်က ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏စတော့ရှယ်ယာကို စိစစ်သုံးသပ်ကြသည်ဆိုပါစို့။ လာမည့်လအနည်းငယ်အတွင်း စတော့ရှယ်ယာဈေးအတက်အကျ မည်သို့ဖြစ်မည်ကို လူတိုင်းက တိတိကျကျ ခန့်မှန်းလိုကြသည်။ သို့သော်ထို ကျွမ်းကျင်သူ (၅)ဦး စလုံးကလည်း သူတို့အကဲဖြတ်နေသော ကုမ္ပဏီနှင့် မျက်နှာမပျက်လို။ ထိုကုမ္ပဏီသည် ဖောက်သည်တစ်ခုလည်း ဖြစ်ကောင်းဖြစ်မည်။ မိမိတို့ အလုပ်ရှင်၏ ဖောက်သည်လောင်းလည်းဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်သည်။

တဖန် အခြားကျွမ်းကျင်သူတွေက ဘယ်လိုအကြံပြုကြမည်ကိုလည်း စဉ်းစားရန်လိုသည်။ သူမ၏အကြံပြုချက်မှားယွင်းခြင်းကြောင့် ထိခိုက်နစ်နာမှုသည် အခြားကျွမ်းကျင်သူ (၄)ဦး၏ အကြံပြုချက်အပေါ်၌လည်း မူတည်သည်။ အစကတည်းက အခြားကျွမ်းကျင်သူ (၄)ဦးသည် ဝယ်ရန်တိုက်တွန်းမည့် အလားအလာများကြောင်း သူမသိသည်။ မိမိတို့၏အလုပ်ရှင်များက သက်ဆိုင်ရာ ကုမ္ပဏီများနှင့် ဆက်ဆံရေးကောင်းလိုကြသည်ကို သူမသိသည့်နောက် ကုမ္ပဏီ၏ စတော့ရှယ်ယာဈေးနှုန်းတွေကျသွားလျှင် အာလုံးမှားသဖြင့် သူမတစ်ယောက်တည်းကို ထူးထူးခြားခြား အပြစ်တင်ကြမည်မဟုတ်။

ဤသို့မဟုတ်ဘဲ အခြားသူ(၄)ဦးက ဝယ်ခိုင်းနေချိန်၌ သူမက ရောင်းရန်အကြံပြုမိပြီး စတော့ရှယ်ယာဈေးနှုန်းတွေ ထိုးတက်သွားလျှင် သူမအတွက်အတော်ကြီး ထိခိုက်နိုင်သည်။ သူမ၏ တွက်ဆချက်မှားယွင်းသွားရုံမျှမက ပြိုင်ဘက်တွေ၏ သုံးသပ်ချက် မှန်ကန်သွားသဖြင့် သူမ၏အခြေအနေ အတော်ဆိုးဝါးသွားသည်။ သူမ၏ အလုပ်ရှင်အပေါ်ကိုလည်း ဖောက်သည်လောင်း လုပ်ငန်းတစ်ခုကစိတ်ဆိုးဦးမည်။

ဤအခြေအနေများ၌ လူတစ်ယောက်အတွက် အန္တရာယ် အကင်းဆုံးနည်းလမ်းမှာ အခြားကျွမ်းကျင်သူတွေလို ဝေလေလေ လုပ်ရန်ဖြစ်သည်။ သံယောင်လိုက်ရန်သာ ဖြစ်သည်။ ကျွမ်းကျင်သူတွေက အလုပ်ရှင်များ၏ အကျိုးအတွက် ဝယ်ရန်အကြံပြုခြင်းသည်သာ အကောင်းဆုံးဖြစ်ကြောင်း သဘောပေါက်ကြသည်။ ထို့အပြင် အခြား ကျွမ်းကျင်သူတွေက ကုမ္ပဏီ၏ စတော့ရှယ်ယာအခြေအနေကို သာမက အခြားကျွမ်းကျင်သူတွေမည်သို့ အကြံပြုမည်ကိုပါ ထည့်တွက်ရသည်။ ထို့ကြောင့်ပင် ကျွမ်းကျင်သူသရုပ်ခွဲသူ တစ်ယောက်အတွက် အန္တရာယ် အကင်းဆုံးနည်းလမ်းမှာ ဝယ်ရန်အကြံပြုခြင်းဖြစ်သည်။ သို့သော် နောက်ဆုံး၌ ဂရုတစိုက်ရှိသော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတစ်ယောက် နောက်ဆုံးတွင်သဘောပေါက်သွား မည်ဖြစ်သကဲ့သို့ပင် ဝယ်ရန်အကြံပြုချက်၌ စတော့ရှယ်ယာ၏ အနာဂတ်ဈေးနှုန်းနှင့် ပတ်သက်၍ အသုံးဝင်သည့် သတင်းအချက် အလက်များ မပါဝင်ပါ။

အကျိုးစီးပွားချင်းဆန့်ကျင်နေကြသော သူများအကြား၌၊ အရောင်းအဝယ်တွေ ဖြစ်တတ်ကြသည်။ ရောင်းသူက ဝယ်သူ ဘယ်လောက်ပေးချင်သည်ကို ကြားလိုသလိုသည်။ သို့သော် ဝယ်သူက ဈေးပိုပေးမိမည်ကိုစိုးရိမ်ပြီး သူ့ဆန္ဒကို ဖုံးထားရန်ကြိုးစားမည်။ အလားတူပင် ဝယ်သူက ပစ္စည်းဘယ်လောက်ကောင်း-မကောင်းသိလို သည်။ သို့သော်ပစ္စည်းအကြောင်း ကောင်းကောင်းသိနေသော ရောင်းသူက မည်သည့်အခါမျှ အပြစ်အနာအဆာတွေကို ထုတ်မပြော။ ထိုအခြေအနေမျိုးတွင် သတင်းအချက်အလက်ပိုရရန် မည်သို့ဆောင်ရွက် ကြမည်နည်း ?

ဇီဝဗေဒပညာရှင်တွေက ဤမေးခွန်းကို တိရစ္ဆာန်များ ဥပမာ သုံး၍ ဖြေဆိုရန်ကြိုးစားကြသည်။ ဥပမာ- ခွေးနှစ်ကောင် အမဲရိုး လှကြသည့်အခါ ပြိုင်ကိုက်သင့် မကိုက်သင့်ချိန်ဆရာ၌ ပြိုင်ဘက်ခွေး ဘယ်လောက် ကြောက်စရာကောင်းသည်ကို ဖော်ထုတ် ရန်စိတ်ဝင်စား



ကြသည်။

သူတို့၏ပြိုင်ဘက်က သူတို့ကိုယ်သူတို့ ဘယ်လောက် ကြောက်စရာ ကောင်းကြောင်း မကြော်ငြာနိုင် 'ငါ့ကိုလာစမ်းလို့မရဘူး ဒီအရိုးအတွက်တော့ လာကိုက်မနေနဲ့' ဟုပြောလျှင်လည်း ယုံစရာမကောင်း။

ဤအခြေအနေ၌ခွေးတွေက 'အတုလုပ်ရန်စရိတ်ကြီးခြင်း နိယာမ'ကို မသိမသာ အားကိုးအားထားပြုကြသည်။ ထိုနိယာမအရ ပြိုင်ဘက်နှစ်ယောက်အကြား အချက်ပြသည်တို့ကို ယုံစားရန်ဆိုလျှင် အတုအပလုပ်ရန်ခက်ခဲရ စရိတ်ကြီးရမည်။ (အတုအပလုပ်ရန်ခက်ခဲ စရိတ်ကြီးကြီးမားမားပေးရလျှင် ပြိုင်ဘက်အချက်ပြသည်ကို ယုံစားနိုင်သည်။) အချက်ပြမှုတစ်ခုမှာ၊ အရွယ်အစားဖြစ်သည်။ အကောင်ကြီးလျှင် ရန်သူအနေဖြင့်ပို၍ ကြောက်စရာကောင်းသည်။ လွယ်လွယ်နှင့်စမ်း၍မရဆိုသည့် အဓိပ္ပာယ်ထွက်သည်။ သူ့ထက် သိသိသာသာအကောင်ကြီးသော ခွေးတစ်ကောင်ကိုတွေ့လျှင် ရှောင်သွားရန် အလားအလာများသည်။ ပြိုင်ဘက်ခွေးက သိသိသာသာ အကောင်သေးလျှင် တိုက်ချင်ခိုက်ချင်စိတ်ပိုကြီးမည်။

ဤအခြေအနေတွင် ခွေးတွေက အကောင်ကြီးသည်ဟု ထင်ရစေရန် အတတ်နိုင်ဆုံးလုပ်ကြသည်။ တိုက်ခိုက်ချင်စိတ်တွေ ဖြစ်လာသည့်အခါ အကောင်ကြီးသလို ထင်ရအောင်လုပ်ကြသည်။ သို့သော်ခွေးအားလုံးက ဤနည်းကို ကျင့်သုံးကြသောအခါ နောက်ဆုံး၌ ခွေးအချင်းချင်းညာလို့မရတော့ပေ။ ပိုကြီးသည်ဟု ထင်ရသောခွေးသည် တကယ်လည်း အကောင်ကြီးသောခွေးဖြစ်နေ တတ်သည်။

အသိုက်ထဲတွင် အကျယ်ဆုံးအော်သော ငှက်ပေါက်စသည် ပိုးကောင်ချိုပြီး ပြန်လာသော ငှက်မိဘများဦးစွာ ကျွေးမွေးသည် ကိုခံယူရမည်။ ငှက်ကလေးတိုင်းက အစာများများစားလိုကြသဖြင့် အတတ်နိုင်ဆုံးဝိုင်းအော်ကာ ဆာလောင်မွတ်သိပ်မှုကို ပြသကြသည်။

ငှက်တိုင်းက ဤနည်းလမ်းကို ကျင့်သုံးကြသဖြင့် ထိရောက်မှုမရှိတော့။ သို့သော် တကယ်ဆာလောင်သော ငှက်ပေါက်စသည် အခြားငှက်ငယ် များ ထက်ပိုအော်နိုင်သည်။ တကယ်ဆာလောင်သော လှုံ့ဆော်မှုကြောင့် အသံအကျယ်ဆုံး အော်နိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။

အတုလုပ်ရန်စရိတ်ကြီးခြင်း နိယာမသည် ဈေးကွက်အခြေအနေအမျိုးမျိုးအောက်ရှိ ပြိုင်ဘက်ဖြစ်နိုင်သူများအကြား ဆက်သွယ်ရေးအတွက်လည်း အသုံးဝင်သည်ကိုတွေ့ရသည်။

**စာနယ်ဇင်းကြော်ငြာများ အထုပ်အပိုးများ၌ “ရုပ်မြင်သံကြားမှာ မြင်ရသလို” ဟု ထုတ်လုပ်သူတွေက ထည့်ရေးတတ်ခြင်း**

မိမိတို့၏ထုတ်ကုန်တွေကို ရုပ်မြင်သံကြားတွင် ကြော်ငြာသော ထုတ်လုပ်သူတွေက ထိုသို့ ကြော်ငြာသည့်အကြောင်းကို ဝယ်ယူမည့်သူတွေသိစေလိုသည်။ ထို့ကြောင့်စာနယ်ဇင်းများ မဂ္ဂဇင်းများတွင် ကြော်ငြာရာ၌လည်းကောင်း ထုပ်ပိုးရာ၌လည်း ကောင်း ‘ရုပ်မြင်သံကြားမှာမြင်ရသလို’ ဟူသော စာပိုဒ်ကိုထည့်သွင်း တတ်ကြသည်။ ဝယ်ယူသူတွေက ရုပ်မြင်သံကြားမှာ ထိုထုတ်ကုန် တွေ့ရသည်၊ မတွေ့ရသည်ကို ဂရုစိုက်သင့်သလား ?

ရုပ်မြင်သံကြားမှ ကြော်ငြာခြင်းသည် အလွန်ဈေးကြီးသည်။ အချို့အချိန်များတွင် စက္ကန့်(၃၀)စာမျှ ကြော်ငြာရန်အတွက် ပေါင်စတာလင် (၁)သန်းကျော် ပေးရသည်။ ရုပ်မြင်သံကြား ကြော်ငြာတိုင်းဈေးကြီးသည်တော့မဟုတ်ပါ။ သို့သော်ဂြိုဟ်တုမှလွင့်သော ရုပ်မြင်သံကြားလိုင်းများ၌ ညနက်နက်ကြော်ငြာခသည်ပင် ရေဒီယိုနှင့် စာနယ်ဇင်းများတွင် ကြော်ငြာသည်ထက် ဈေးကြီးသည်။ ထုတ်လုပ် သူတွေက ငှင်းတို့၏ထုတ်ကုန်ကို ဝယ်ယူမည့်သူများအား အဘယ်ကြောင့် အကြီးအကျယ်အကုန်အကျခံ ကြော်ငြာသည်ကို သိစေလိုရသနည်းဟု မေးစရာရှိသည်။

ကြော်ငြာအတွက်အသုံးပြုသောစရိတ်သည် ပစ္စည်းအညံ့  
 တွေမှာထက် ပစ္စည်းအကောင်းတွေအတွက် အကျိုးအမြတ်ကြီးမား  
 တတ်သည် ကြော်ငြာတစ်ခုက အလွန်ဆုံးဝယ်မည့်သူတွေ ပစ္စည်း  
 တွေကိုစမ်းသပ်ကြည့်ရန်သာ ဆွဲဆောင်နိုင်သည်။ စမ်းသပ်ကြည့်ပြီး  
 ကြိုက်သွားလျှင် ကြော်ငြာရကျိုးနပ်သည်။ ကိုယ်တိုင်လည်း ထပ်တလဲလဲ  
 ဝယ်ယူပြီး အခြားမိတ်ဆွေများကိုလည်း ပစ္စည်းအကြောင်းပြောပြနိုင်  
 သည်။ သို့သော်ဝယ်သူတွေက စမ်းဝယ်ကြည့် သုံးကြည့်ပြီး စိတ်ပျက်  
 လက်ပျက်ဖြစ်သွားလျှင် ထပ်ဝယ်တော့မည်မဟုတ်။ အခြားမိတ်ဆွေများ  
 ကိုလည်း ထပ်ညွှန်းတော့မည်မဟုတ်။ ထိုအခါမျိုး၌ ကြော်ငြာအတွက်  
 သုံးရသော အသုံးစရိတ်သည် အလဟဿဖြစ်သွားသည်။

ပစ္စည်းတစ်ခုကို ဈေးကွက်သို့မတင်မီကပင် အုပ်စု အတော်များ  
 များတွင် စမ်းသပ်ကြည့်ပြီးဖြစ်၍ စားသုံးသူတွေ ဘယ်ပစ္စည်းကို ကြိုက်  
 တတ်ကြောင်း အတော်အတန် သိထားပြီးဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့်  
 ထုတ်လုပ်သူတစ်ယောက်က ထုတ်ကုန် တစ်ခုကို ကြော်ငြာရန်အတွက်  
 အကြီးအကျယ်မြှုပ်နှံသုံးစွဲပြီဆိုလျှင် ထိုပစ္စည်း 'ပေါက်'မည်ဟုတွက်ဆ  
 ပြီး ထုတ်လုပ်သူက ကြော်ငြာခြင်းဖြစ်သည်ဟု ဝယ်ယူကြမည့်သူတွေက  
 နားလည်ကြသည်။ 'ပေါက်'စရာအလားအလာ မရှိလျှင် အကြီးအကျယ်  
 အကုန်အကျခံပြီး ကြော်ငြာနေမည်မဟုတ်ပေ။ ထို့ကြောင့် မိမိထုတ်ကုန်  
 ကို ဈေးအကြီးဆုံးဖြစ်သော ရုပ်မြင်သံကြားတွင် ကြော်ငြာထားပြီး  
 ဖြစ်ကြောင်း စားသုံးသူတွေကို သိစေချင်သည်မှာ မဆန်းလှပါ။

**ရှေ့နေတွေကဝင်ငွေတူ တက္ကသိုလ်ပါမောက္ခတွေထက်၊ ကားကောင်းကောင်း၊  
 အဝတ်အစား ကောင်းကောင်းတွေအတွက် ပိုသုံးကြခြင်း**

လူတွေဝင်ငွေပိုရလေ စားသုံးမှုပိုများလေဖြစ်သည်။ ကားတွေ  
 အဝတ်အထည်တွေ အတွက်လည်းပိုသုံးကြသည်။ ချမ်းသာသူတွေ

က ဆင်းရဲသားတွေထက် ပိုသုံးကြသည်။ သို့သော် အသုံးစရိတ်သည် ဝင်ငွေတစ်ခုတည်းအပေါ်၌သာမူတည်သည်မဟုတ်။ ဥပမာ- ရှေ့နေ တွေက တက္ကသိုလ်ပါမောက္ခတွေထက် ဝင်ငွေချင်းတူ အကြိုက်ချင်း တူပါလျက် သုံးစွဲမှုပိုသည်မှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

ဝင်ငွေများများရလေ ပို၍သုံးစွဲလေဖြစ်သည်။ တစ်ဖန် လူတို့၏ ပါရမီအစွမ်းအစနှင့် သူတို့ရသော ဝင်ငွေတွေကလည်း ဆက်စပ်မှုရှိ သည်။ ထိုဆက်စပ်မှုနှစ်ခုကို ပေါင်းလိုက်သောအခါ အစွမ်းအစရှိသူ ပါရမီရှိသူတို့သည် မော်တော်ကားနှင့်အဝတ်အထည်တွေအတွက် ပိုသုံးတတ်သည်ဟု အဓိပ္ပာယ်ထွက်သည်။ ပါရမီအစွမ်းအစရှိသူဟုတ် မဟုတ် သူဝတ်သော အဝတ်အစားနှင့်သူစီးသောကားကို ကြည့်၍ ပြောလျှင် ရနိုင်သည်ဟု တွက်ဆစရာရှိသည်။

ဤတွက်ဆချက်သည် အချို့နေရာများတွင်ပို၍ မှန်ကန်နိုင် သည်။ ဥပမာ- ပါရမီရှိသော ရှေ့နေများသည် ရှေ့နေခပိုတောင်းတတ် ကြသကဲ့သို့ ပါရမီမြင့်သော ပါမောက္ခများသည် ပါရမီနိမ့်ပါမောက္ခ များထက် အနည်းငယ်ပို ရတတ်ကြသည်။ ရှေ့နေတွေကအဝတ်အစားနှင့် ကားတွေအတွက်ပိုသုံးကာ အခြားရှေ့နေများထက် ပိုတော် ကြောင်း တတ်ကြောင်းပြသနေခြင်း ဖြစ်သည်။ ကျွမ်းကျင်သော ရှေ့နေ တစ် ယောက်ကို အလိုရှိသောအမှုသည်တစ်ယောက်သည်၊ (၁၀)နှစ်ကြာ၊ သံချေးတက် Ford မော်တော်ကားမောင်းသော ရှေ့နေကို သဘောကျ မည်မဟုတ်ပေ။ ကျောင်းသားတစ်ယောက်အနေဖြင့်၊ ဓာတုဗေဒပါမောက္ခ တစ်ယောက်၏ ပညာကို သူစီးသော ကားကြည့်ပြီး ဆုံးဖြတ်မည်မဟုတ်ပေ။

အကယ်၍ရှေ့နေတစ်ယောက်မောင်းသော ကားကိုကြည့်ပြီး သူ၏စွမ်းရည်ကို အပြည့်အဝ သတ်မှတ်၍မရလျှင်လည်း ရှေ့နေတွေ က ပိုကောင်းသောကားတွေ ဝယ်စီးကာ လှည့်စားကြမည်။ အပြိုင် အဆိုင်သုံးကြပြီဆိုလျှင်လည်း နောက်ဆုံး၌ အရည်အချင်းအမြင့်ဆုံး ရှေ့နေသည် ဈေးအကြီးဆုံးကားကို စီးနိုင်မည်ဖြစ်သည်။ ရှေ့နေအတော်

များများက သူတို့သုံးချင်သည်ထက် ပိုသုံးလိုက်ရမည်။ ဖောက်သည်  
 တွေက သူတို့အပေါ်အထင်သေးအမြင်သေးဖြစ်မည်ကို ရှေ့နေတွေက  
 မခံနိုင်၍ အဝတ်အစားတွေ ကားတွေအတွက် ပိုသုံးရခြင်းဖြစ်သည်။  
 သူတစ်ပါးနှင့် ယှဉ်မသုံးနိုင်လျှင် နောက်ကောက်ကျကျန်ရစ်ခဲ့မည်။  
 ပါမောက္ခတွေအတွက် ၎င်းတို့၏ဆောင်းပါးများ အဓိကရဂျာနယ်များ  
 တွင် ပါဝင်ရေး၊ သူတို့တောင်းခံထားသော ရံပုံငွေများရရှိရေးသည်  
 အရေးကြီးသည်။ ပါမောက္ခတွေနှင့် ပတ်သက်သောဆုံးဖြတ်ချက်  
 တွေကိုချမှတ်နေသူများက ထိုပါမောက္ခဘယ်လိုဝတ်စားသွား ဘယ်ကား  
 မောင်းသည်တွေကို ဂရုစိုက်မည်မဟုတ်။

### ဘောဂဗေဒတွင် သင်္ချာတွေများနေခြင်း

သင်္ချာပုံစံများအသုံးပြုမှုကို ဘောဂဗေဒသမိုင်းတွင် ထင်ထင်  
 ရှားရှားတွေ့ရပြီး ဈေးကွက်၏ လှုပ်ရှားပုံကိုလည်း ထိုးထွင်းသိမြင်  
 စေနိုင်သည်။ သို့သော်(၂၀)ရာစုနှစ်အလယ်ပိုင်းတွင် ဘောဂဗေဒ  
 ဘာသာရပ်၌ သင်္ချာအသုံးပြုမှု သိသိသာသာတိုးတက်သွားခဲ့သည်။  
 တစ်ဖက်စွန်းရောက်သည်ဟုပင် ယူဆကြသည်။ သင်္ချာအသုံးပြုမှု  
 သိပ်လွန်နေသလား?

သင်္ချာဘာသာရပ်ကို ဘောဂဗေဒတွင် အသုံးပြုမှုအရှိန်  
 တက်ချိန်သည် ဘောဂဗေဒပညာရပ်ဆိုင်ရာအလုပ်အကိုင်များအတွက်  
 ပြိုင်ဆိုင်မှုကြီးမားချိန်နှင့် တိုက်ဆိုင်သည်။ တိကျမှုကို ဦးစားပေးသော  
 ပညာရပ်နယ်ပယ်၌ ပညာရှင်နှစ်ယောက်ယှဉ်ကြလျှင် ပိုမိုတိကျသူက  
 တစ်ပန်းသာသည်။ ခက်ခဲရှုတ်ထွေးသော သင်္ချာပုံစံများ ချမှတ်ခြင်း  
 အသုံးပြုခြင်းသည် ပေါ့သေးသေးအလုပ်မဟုတ်၊ သာမန်လူတွေ  
 မလုပ်နိုင် သင်္ချာပုံစံတွေကိုအသုံးပြုခြင်းအားဖြင့် ဂုဏ်သိက္ခာပိုတက်  
 သည်။ ထို့ကြောင့်သင်္ချာပညာပိုမိုကျွမ်းကျင်စေရန်အတွက် အချိန်ကုန်  
 လူအပင်ပန်းခံကာ အားထုတ်ကြခြင်းဖြစ်သည်။ သို့သော်ဘောဂဗေဒ

ပညာရှင် အတော်များများက သင်္ချာဘာသာရပ်ကို အသုံးပြုမှုများ လာသောအခါ လိုအပ်သောအနိမ့်ဆုံး သင်္ချာပညာ အဆင့်အတန်း လည်း မြင့်မြင့်လာခဲ့သည်။ နောက်ဆုံးတွင် သင်္ချာဘာသာရပ်ကို အသုံးပြုမှု လွန်ကဲသောအဆင့်သို့ရောက်ရှိလာခဲ့သည်။

လူအများစုဝေးရာ ပါတီများ၌၊ ကိုယ့်အသံကိုအခြားလူတွေ ကြားစေလိုလျှင်၊ ကျယ်ကျယ်ပြောရသည်။ သို့သော်လူတိုင်းက ကျယ်ကျယ်ပြောနေကြသောအခါ သူများထက်ပို၍ ကျယ်ကျယ် ပြောရန် လိုအပ်သည်။ ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်နယ်ပယ်တွင် သင်္ချာကို အသုံးပြုခြင်းသည်လည်း ထို့အတူပင်ဖြစ်ပြီးအစွန်းရောက်သွားခဲ့သည်။

**လူမှုရေးသိပ္ပံဘာသာ ကထိကတွေက  
အဘယ်ကြောင့်ရှင်းရှင်းလင်းလင်းမရေးတတ်ကြသနည်း**

အုပ်စုတစ်ခုတည်းရှိ အုပ်စုဝင်များသည်ပင် တစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက်ဆက်သွယ်ရေး စွမ်းရည်မတူကြ။ ဆက်သွယ်ရေး စွမ်းရည် ကို အားကိုးအားထားပြုနေရသော နိုင်ငံရေးသမားတွေပင် တစ်ယောက် နှင့်တစ်ယောက်မတူကြ။ ဘီလိကလင်တန်က အပြော၊ အဆိုအရေး အသား ရှင်းလင်းပြေပြစ်သည်ဟုပြောစမှတ်ပြုကြ သော်လည်း သမ္မတ ဂျော့ချ်ဒဗ်လျူဘုရှ် ပြောတာရေးတာတွေကို နားလည်ရန်ခက်သည်။ အချို့အုပ်စုများတွင် စကားအပြောအဆို အရည်အချင်းသိပ်မကွာလှ။ အရေးအသားအပြောအဟော မကောင်း ဘဲ လူမှုရေးသိပ္ပံဘာသာရပ် ဆရာဖြစ်ရန်မလွယ်။ သို့သော် သူတို့ရေး သမျှအထဲ၌ လူနားမလည် စရာတွေ အများကြီးပါနေသည်ကို တွေ့ရသည်။ သူတို့အချင်းချင်းပင် နားလည်ရန် ခက်နေသေးရာ အပြင်သူတွေဆိုလျှင်၊ ဘယ်လိုမျှ နား မလည်နိုင်။ အဘယ်ကြောင့်ဤသို့ဖြစ်ရသနည်း?

လူမှုရေးသိပ္ပံဘာသာရပ်တွင် ဖြစ်ပျက်နေပုံမှာ ဘောဂဗေဒ

ဘာသာရပ်နှင့် ဆင်တူသည်။ ဘောဂဗေဒက တိကျဖို့လိုအပ်သကဲ့သို့၊ လူမှုရေးသိပ္ပံ ဘာသာရပ်တွေကလည်း ကိုယ်တတ်မြောက်ကြောင်း ပြသရန်လိုသည်။ အခြားလူမှုရေးသိပ္ပံဆရာတွေက၊ ရှင်းလင်းသော အင်္ဂလိပ်ဝေါဟာရများကိုသုံးကာ ရေးနေကြ၊ ပြောနေကြချိန်တွင် ဝေါဟာရ အဆန်းတစ်ခုခုထည့်သုံးခြင်း၊ ရေးခြင်းဖြင့် တစ်ပန်းသာစေ နိုင်သည်။ တခြားသူတွေ စာဖတ်သူသိတာထက်တစ်ခုခု ပိုသိသည်ဟု ထင်သွားစေနိုင်သည်။ မသိတာတွေ အများကြီးထည့်လိုက်ပြန်လျှင် လည်း ဘာမှနားလည်စရာမကျန်တော့ပေ။ သို့သော် အခြားသူတွေက လည်း သူတို့သိကြောင်းတတ်ကြောင်း ပြသလာသောအခါ အသုံးပြု ပါများလာသော ပညာရပ်ဝေါဟာရတွေကို သက်ဆိုင်ရာပညာရှင်တွေ က နားလည်ကြသည်။ ထိုအချိန်၌ထပ်ပြီး ဝေါဟာရအသစ်တွေ အသုံးအနှုန်းအသစ်တွေကို ထပ်သုံးရသည်။ ကြာလာသည့်အခါ သက်ဆိုင်ရာပညာရှင်တွေသာ ဖတ်ရှုနားလည်နိုင်ပြီး အပြင်လူတွေဖတ် မရသည်မှာ မဆန်းတော့။

ဈေးကွက်ထဲတွင် ဝယ်ယူသူနှစ်မျိုးနှစ်စားရှိသည်ဟု ပြောလေ့ ရှိကြသည်။ ဘာလုပ်လို့လုပ်နေ မှန်းမသိသူကတစ်မျိုး ကိုယ်ဘာလုပ်လို့ လုပ်နေမှန်း မသိသည်ကို မသိသူကတစ်မျိုး။ ပထမတစ်မျိုးက ဈေးနှုန်းနှင့် အရည်အသွေးတို့၏ ဆက်စပ်မှုနှင့် ပတ်သက်၍ မိမိတို့ ကောင်းကောင်း မသိသည်ကိုအကြောင်းပြုကာ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ထိခိုက်ဆုံးရှုံးစရာတွေကို ကန့်သတ်ထားတတ်ကြသည်။ အောက်ပါ ဥပမာနှစ်ခုစလုံးတွင် သတင်းအချက်အလက်မညီမမျှ တစ်ဖက်စောင်း နင်း ဖြစ်တတ်သော သဘောကိုတွေ့ရသည်။ ရောင်းသူတွေက ဖောက်သည်ကောင်းတွေထက် ထုတ်ကုန်အရည်အသွေးကို သိကြသည်။ ဝယ်ယူကရောင်းသူကို အကဲခတ်ပြီး ထိုထုတ်ကုန် ဘယ်လောက် ကောင်းနိုင်သည်ကို တွက်ရသည်။

### အသစ်နီးပါးကောင်းသည် ကားတွေကို ကားအသစ်တွေထက် ဈေးအပြတ်အသတ်ခွာပြီး ရောင်းခြင်း

အရောင်းပြခန်းက ကားအသစ်တစ်စီးထွက်သွားပြီဆိုလျှင် ညတွင်းချင်း ဈေးနှုန်း(၂၀)%ကျသွားပြီ။ ခေတ်မီကားများတွင် မိုင် (၂)သိန်းကျော်မောင်းနှင်နိုင်သည့် သက်တမ်းရှိရာ မိုင်အနည်းငယ် မောင်းရုံမျှဖြင့် အဘယ်ကြောင့် ဈေးနှုန်းသိသိသာသာထိုးကျသွားရသနည်း?

ဈေးနှုန်းသိသိသာသာထိုးကျရသည့် အကြောင်းတစ်ခုမှာ လက်ကားဈေးနှုန်းနှင့် လက်လီဈေးနှုန်းတို့၏ ကွာခြားချက်ကြောင့်ဖြစ်သည်။ ကားတစ်စီးကို ရောင်းလိုက်စဉ် ဝယ်သူက လက်လီဈေးပေးဝယ်လိုက်ရာ ကားအရောင်းဆိုင်က ရထားသော လက္ခဏာဈေး ထက် (၁၅)%မြင့်သည်။ ပုဂ္ဂလိကစားသုံးသူတစ်ယောက်က ထိုကားကို ဝယ်ယူပြီး ချက်ချင်းပြန်ရောင်းလိုလျှင် သူသည်အပျော်တမ်း အရောင်းသမားတစ်ယောက်ဖြစ်လာသည်။ သူက သူ့ကားကို မူလ ဝယ်ရသော လက်လီဈေးနှုန်းနီးပါး ပြန်ရလိုသည်။ သို့သော်သူ့ကားကို ပြန်ရောင်းရာ၌ အခြားကျွမ်းကျင်သော အရောင်းသမားတွေနှင့် ပြိုင်ရမည်။ ထိုသူတွေမှာက ဆွဲဆောင်မှုရှိသော မီးအလှအပထွန်းထားသော အရောင်းပြခန်းတွေရှိသည်။ အရောင်းသမားတွေ စက်ပြင်ဆရာတွေရှိသည်။ ကျွမ်းကျင်သော ကားအရောင်းသမားအနေဖြင့် စိတ်ဝင်စားသော ဝယ်သူတွေကို အလွယ်တကူဆွဲဆောင်နိုင်သော်လည်း အပျော်တမ်း အရောင်းသမားအနေဖြင့် ဆွဲဆောင်ရန်မလွယ်။ ထို့ကြောင့် ကိုယ့်ကားကို ပြန်ရောင်းသူတစ်ယောက်သည်၊ ဈေးချရောင်းမည်ဟု ဝယ်သူတွေက မျှော်လင့်ပြီးဖြစ်သည်။

ဒုတိယအကြောင်းတရားတစ်ခုရှိသေးသည်။ ထုတ်လုပ်ရာ တပ်ဆင်ရာတွင် ကွဲပြားခြားနားမှုများကြောင့် စက်ရုံကထွက်လာသည့် ကားအသစ်တိုင်းသည် ညီတူညီမျှ စိတ်ချရသည်မဟုတ်ပေ။ ထိုခြားနား



မှုများသည်၊ ကားပိုင်ရှင်၏ ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းမှုရှိ-မရှိဟူသော အချက်နှင့် ပေါင်းစပ်လိုက်သောအခါ အဆများစွာကွာခြားသွားတတ်သည်။

အချို့အသစ်နီးပါးကောင်းသည့် ကားများသည် တကယ် ကောင်းနိုင်သော်လည်း ကျွမ်းကျင်သော စက်ပြင်ဆရာပင်ခွဲခြားရန် မလွယ်။ ကားအခြေအနေကို ဝယ်မည့်သူထက် ပိုင်ရှင်ဟောင်းက ပိုသိစရာအကြောင်းရှိသည်။

ထိုသို့ သတင်းအချက်အလက် တစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်နေမှု ကြောင့် အသုံးပြုပြီးသား ကားများ၏ဈေးနှုန်း သိသိသာသာနည်းသွားခြင်းဖြစ်သည်။ စိတ်ချရသော အသုံးပြုပြီး ကားကို ပေါင်(၁၀၀၀၀) စိတ်မချရသောကားကို ပေါင်(၅၀၀၀)နှုန်းရောင်းပြီး ကားတစ်ဝက်က စိတ်ချရသည်ဆိုလျှင် ကားများ၏ပျမ်းမျှဈေးနှုန်းမှာ ပေါင်(၇၅၀၀) ဖြစ်မည်။

ဤအခြေအနေတွင် အသုံးပြုပြီးကားများသည် ပေါင်(၇၅၀၀) အောက်သာဈေးရမည်။ ကားအားလုံးကို ပေါင်(၇၅၀၀)နှင့် ရောင်းသည်ဆိုပါစို့ သုံးပြီးသား စိတ်ချရသည့်ကားတွေ ပေါင်(၁၀၀၀၀) တန်သည်ဟု ထင်သည်ထားပါ။ မည်သည့်ပိုင်ရှင်ကမျှ သူ့ကားကို ပေါင်(၁)သောင်း အောက်လျှော့ရောင်းမည်မဟုတ်။ စိတ်မချရသော အသုံးပြုပြီးသားကားပိုင်ရှင်က ပေါင်(၇၅၀၀)ရလျှင် ကျေကျေနပ်နပ် ရောင်းမည်။ သူကသူ့ကားပေါင်(၅၀၀၀)သာတန်သည်ဟု တွက်ထားသည်။ ရောင်းမည့် အသုံးပြုပြီးကားသည် စိတ်မချရသော ကားသာ ဖြစ်မည်။ ထိုကြောင့် အသုံးပြုပြီးကားတွေကို သိသိသာသာ ဈေးချမထားလျှင် မည်သူမျှမဝယ်ချင်။

လက်တွေ့တွင် အချို့အသုံးပြုပြီးသားကားများကို ရောင်းချရာ၌ စိတ်မချရ၍ရောင်းချခြင်း မဟုတ်တတ်ပေ။ ထိုအခါမျိုး၌ မိမိတို့ မတတ်နိုင်သောအကြောင်းတွေကြောင့် ရောင်းချခြင်းဖြစ်ကြောင်း၊

‘ချီကာဂိုပြောင်းလို့ ဗော်လဗိုရောင်းမယ်’ ‘ကလေးရလို့ Porsche ကားရောင်းမယ်’ ဟုဒုက္ခခံကာကြော်ငြာကြရသည်။

**ဩစတြေးလျဇာတ်ကားများ လူကြိုက်များအောင်မြင်ခြင်း**

ဩစတြေးလျ၌ရိုက်သောရုပ်ရှင်ကားများ အမေရိကန်နှင့် ယူကေ၌ လူကြိုက်များကြသည်။ ဇာတ်ကားအများစုသည် စရိတ်များ များစားစား အကုန်အကျခံကာ ရိုက်ထားသောကားများ လည်း မဟုတ်ကြ။ ယှဉ်လိုက်လျှင် ငွေကုန်ကြေးကျအများကြီးခံကာရိုက် ထားသော အမေရိကန်ကားများထက်ပင် အောင်မြင်သေးသည်။ အဘယ်ကြောင့် ဩစတြေးလျကားတို့ကို အမေရိကန်နှင့်ယူကေတွင် လူကြိုက်များရသနည်း ?

အချို့က ဩစတြေးလျယဉ်ကျေးမှုသည် အမေရိကန်နှင့် ယူကေထက် တီထွင်ဖန်တီးမှုကို အားပေးသည်ဟု ယူဆကြသည်။ သို့သော်အမေရိကန်နှင့် ယူကေ၌ပြသသော ဩစတြေးလျရုပ်ရှင်ကား များသည် ဩစတြေးလျဇာတ်ကားအားလုံးကို ကိုယ်စားပြုသည်ဟု မဆိုနိုင်။

အမေရိကန်ဈေးကွက်တွင် ရုပ်ရှင်ပြသရန်အရေးသည် အခြား ဈေးကွက်များမှာထက် ပိုဈေးကြီးသည်။ ကြော်ငြာစရိတ်ချည်း သက်သက် ဒေါ်လာကုဋေချီပြီး ကုန်ကျသည်။ ရုပ်ရှင်လောကက အမှုဆောင်အရာရှိများအနေဖြင့် လူကြိုက်များမည်ဟု အတော်အတန် စိတ်ချမှသာ ထိုရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတွေကို ပြုလုပ်ကြမည်။ ရုပ်ရှင်ကား တစ်ကားကို ကြည့်ရန်ဆုံးဖြတ်ချက်သည် အကြောင်းတရားများစွာ အပေါ်၌ မူတည်သည်။ လူကြိုက်များသော ဇာတ်ဆောင်တစ်ယောက်၊ ထင်ရှားသော ဒါရိုက်တာတစ်ယောက်ကြောင့် လက်မှတ်များစွာ ရောင်းရ နိုင်သည်။ လူကြိုက်များသော ဇာတ်လမ်းများကို ဇာတ်လမ်းအဆက်များ ထပ်ရိုက်ကြခြင်းမှာ ပရိသတ်ခိုင်ပြီးသားဖြစ်၍ဖြစ်သည်။ ရုပ်ရှင်ကား

ကောင်းကြောင်း သုံးသပ်ချက်များကလည်း သေချာပေါက်အထောက်အကူဖြစ်သည်။ ပို၍အရေးကြီးဆုံးအချက်မှာ တစ်ဆင့်စကားတစ်ဆင့်နားဖြင့် ရုပ်ရှင်သွားကြည့်ကြခြင်းဖြစ်သည်။

အမေရိကန်နှင့် ယူကေ၌ ဩစတြေးလျရုပ်ရှင်ကားများ စတင်ရုံတင်သောအခါ ရုပ်ရှင်ကြည့် ပရိသတ်က ဒါရိုက်တာတွေ မင်းသားမင်းသမီးတွေကို ကြားပင်မကြားဖူးကြ။ ရှေ့ဇာတ်ကားများ၏ အဆက်လည်းမဟုတ်။

အမေရိကန်နှင့် ယူကေ၌ အောင်မြင်ရန်မှာ ဝေဖန်သူတွေ၏ ချီးကျူးခံရပြီး တစ်ဆင့်စကားတစ်ဆင့်နားထောင်ကောင်းသည်ဟု ပြောရလောက်အောင်ကောင်းသော ဇာတ်ကားဖြစ်ရန်လိုသည်။ ထို့ကြောင့် ဩစတြေးလျဇာတ်ကားများ၏ ပျမ်းမျှအရည်အသွေးသည် အမေရိကန်နှင့်ယူကေဈေးကွက်သို့ပို့သော အကောင်းဆုံးဇာတ်ကား များဖြစ်နေသောကြောင့် မြင့်မားသည်။

သတင်းအချက်အလက်မရဘဲ ဆုံးဖြတ်ချက်ချရာသူ တစ်ယောက်ရင်ဆိုင်ရသောပြဿနာမှာ အဆင်သင့်ရနေသော သတင်းအချက်အလက်များသည် ပြောသလောက်မဟုတ်တတ် မယုံရတတ်ခြင်းဖြစ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ အရည်အသွေးမြင့်တတ် တစ်ခါတစ်ရံအရည်အသွေးနိမ့်တတ်သည်။ သို့သော်အများအားဖြင့် တလွဲတွေဖြစ်နေတတ်သည်။ ထိုတစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်တတ်သည့် သဘာဝကိုသိထားလျှင်၊ စီးပွားရေးဆုံးဖြတ်ချက် ချမှတ်သူများသည် မကြာခဏ အကျိုးရှိနိုင်သည်။

**အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုလုပ်ရည်ကိုင်ရည်ညွှန် ခေါင်းဆောင်ကိုထုတ်ပစ်တတ်ကြခြင်း**

ဘောလုံးအသင်းတစ်သင်း ဘောလုံးရာသီ၌ရှုံးလျှင် အသင်းပိုင်ရှင်က နည်းပြသို့မဟုတ် မန်နေဂျာကို ထုတ်ပစ်ချင်သည်။ ကုမ္ပဏီတစ်ခုအကြီးအကျယ်ရှုံးလျှင် ဒါရိုက်တာအဖွဲ့က အမှုဆောင်အရာရှိ

ချုပ်ကို ထုတ်ပစ်ချင်တတ်ကြသည်။ နောင်နှစ်တွင် ခေါင်းဆောင် အသစ်အောက်၌ အခြေအနေကောင်းလာခြင်းမှာ ဤမဟာဗျူဟာ၏ ကောင်းမွန်မှုကြောင့်လား ?

စီးပွားရေးလောက၌ မမြတ်သည့်နှစ်များရှိသကဲ့သို့ပင် ဘောလုံးပွဲ၌ရှုံးပွဲတွေဆက်ရခြင်းမှာ အကြောင်းတရားများစွာအပေါ်၌ မူတည်သည်။ ခေါင်းဆောင်၏လုပ်ရည်ကိုင်ရည်အပေါ်၌လည်း တစ်စိတ်တစ်ဒေသအားဖြင့်မူတည်သည်။ သို့သော်အခြားသော အကြောင်းတရားများစွာကျန်သေးသည်။ တစ်နှစ်တွင်ထူးထူးခြားခြား အခြေအနေဆိုးလျှင် လာမည့်နှစ်တွင် သာမန်အခြေအနေသို့ အလိုလို ပြန်ရောက်သွားနိုင်သည်။

ဆိုးဝါးသောနှစ်တစ်နှစ်ကို ကြုံရပြီးနောက် ခေါင်းဆောင် အသစ်တစ်ယောက်ခန့်လိုက်လျှင် နောက်နှစ်တွင်အခြေအနေကောင်း တော့မည်ဟု တွက်ဆတတ်ကြသည်။ တကယ်တော့ ထိုခေါင်းဆောင် သစ်သည် ခေါင်းဆောင်ဟောင်းထက်ပို ကောင်းမှကောင်းမည်။ ပျမ်းမျှအခြေအနေသို့ ဦးတည်သွားတတ်သော သဘောကြောင့် ထိုသို့ တိုးတက်လာခြင်းဖြစ်သည်။ ယခင်ခေါင်းဆောင် လုပ်ရည်ကိုင်ရည်ညံ့၍ ထုတ်ပစ်ထိုက်ကောင်းထုတ်ပစ်သင့်သည်။ သို့သော်ထိုသို့ ထုတ်ပစ်ပြီး နောက် လုပ်ငန်းဦးမော့လာခြင်းကြောင့်၊ မန်နေဂျာဟောင်းကို ထုတ်ပစ် ခြင်းသည် မှန်ကန်သောလုပ်ရည် ဖြစ်သည်ဟုမဆိုနိုင်။

**မန်နေဂျာတွေက လျှော့ချီးကျူးကြပြီး ပို၍အပြစ်တင်တတ်ကြခြင်း**

တင်းမာသောမန်နေဂျာများသည် အမှားအယွင်းတွေဖြစ်သော ဝန်ထမ်းများကို အဝေဖန်မြန် တတ်ကြပြီး ကောင်းရာကောင်းကြောင်း လုပ်လျှင် ချီးကျူးရန်ဝန်လေးတတ်ကြသည်။ သို့သော်ကြင်နာတတ် သော မန်နေဂျာများသည် မြန်မြန်ဆန်ဆန်ချီးကျူးတတ်ပြီး ဝေဖန်ရန် ဝန်လေး တတ်ကြသည်။ မည်သည့်မန်နေဂျာ၏လုပ်ရပ်က ပိုမို

ထိရောက်မှုရှိသနည်း? အဖြေမှန်ဟူ၍မရှိသဖြင့် မန်နေဂျာအသစ်များသည် အကောင်းဆုံးလုပ်နည်းဖြစ်တန်ကောင်းရဲ့ဟူ၍ စမ်းသပ်ကျင့်သုံးလေ့ရှိသည်။ ထိုသို့စမ်းသပ်လုပ်ကြည့်ရာတွင်လည်း မူလအစကတည်းကပင် တစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်တတ်သည်။ ချီးကျူးခြင်းသည်မထိရောက် အပြစ်တင်ခြင်းသည် ပိုထိရောက်သည်ဟု တကယ့်အခြေအနေထက် ပုံကြီးချဲ့၍မြင်သွား တတ်ကြသည်။ မည်သည့်အတွက်ကြောင့် တစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်ရသနည်း?

အားကစားလောကတွင် အကောင်းဆုံးအားကစားသမားဖြစ်ရာမှ နောက်နှစ်တွင် ကျသွားတတ်သည့်သဘောမျိုးဖြစ်သည်။ အားကစားသမားများကဲ့သို့ပင် အလုပ်သမားများ၏ စံချိန်စံညွှန်းသည်လည်း တစ်သမတ်တည်းဖြစ်မနေကြပေ။ အချို့ရက်သတ္တပတ်များ၌ သာမန်ထက်သာပြီး အချို့ရက်များ၌ သာမန်ထက်ညံ့တတ်သည်။ မန်နေဂျာတွေက ချီးကျူးသည်ဖြစ်စေ ဝေဖန်ပြစ်တင်သည်ဖြစ်စေ တစ်ပတ်၌သာမန်ထက်ညံ့နေလျှင် နောက်တစ်ပတ်တွင် သာမန်ခန့်ဖြစ်နေတတ်သည်။ တစ်ပတ်၏သာမန်ထက်မြင့်နေသော ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်၏လုပ်ရည်ကို ရည်သည် နောက်တစ်ပတ်တွင် သာမန်ထက်ညံ့သွားတတ်သည်။ မန်နေဂျာတွေနှင့်မဆိုင်။

ပျမ်းမျှအဆင့် ထက်နိမ့်သောလုပ်ဆောင်မှုတစ်ခုကြောင့် အလွန်ဝေဖန်တတ်သော မန်နေဂျာ၏ လက်ချက်မိသွားပြီး နောက်ရက်၌ လုပ်ရည်ကိုင်ရည်တက်လာခြင်းသည် တင်းတင်းမာမာဆက်ဆံခြင်းကြောင့်မဟုတ်။ အလိုလိုနေရင်းလည်း လုပ်ရည်ကိုင်ရည်တက်လာမည်ဖြစ်သည်။ သို့သော် လုပ်ရည်ကိုင်ရည်ကောင်းမွန်သဖြင့် ဝန်ထမ်းတွေကိုချီးကျူးလိုက်သော မန်နေဂျာသည် နောက်ရက်၌ လုပ်ရည်ကိုင်ရည်ညံ့သွားလျှင် သူ့အလိုလိုက်ကာ လျှော့လျှော့ပေါ့ပေါ့ စီမံခြင်းကြောင့် ယခုကဲ့သို့ဖြစ်ရသည်ဟု ထင်သွားတတ်သည်။

စမ်းသပ်ချက်များအရ ကြင်နာတတ်သော မန်နေဂျာသည် ဝေဖန်တတ်သောမန်နေဂျာထက် လုပ်ရည်ကိုင်ရည်များပို၍တက်စေနိုင်သည်။ ထိုသာဓကမျိုးကို ပို၍အားကိုးထိုက်သည်။

**လမ်းပြခွေးများ ဝင်ခွင့်ပြုသည်ဟု ဆိုင်းများ၌ဆိုင်းဘုတ်ချိတ်ထားကြခြင်း**

ဆိုင်းအတော်များများ၏ ပြတင်းပေါက်တွင် ထိုဆိုင်း၏မူဝါဒများကို ဈေးဝယ်သူများသိရှိရန် ကပ်ထားကြသည့်အလေ့အထရှိသည်။ အချို့ဆိုင်းကရှုပ်အင်္ကျီမပါ ဖိနပ်မပါလျှင် ဝင်ခွင့်မပြု။ ကြောင်တွေခွေးတွေ အိမ်မွေးတိရစ္ဆာန်တွေကို တားမြစ်သည့်ဆိုင်းများ၌ လမ်းပြခွေးတွေကို ဝင်ခွင့်ပြုသည်ဟု ထပ်မံကြော်ငြာကြပြန်သည်။ ထိုစာကိုခွေးလည်းမဖတ်နိုင်၊ ခွေးပိုင်ရှင်မျက်မမြင်လည်း မဖတ်နိုင်။

မျက်မမြင်ဖောက်သည်တွေအတွက် လမ်းပြခွေးလိုသဖြင့် လမ်းပြခွေးဝင်ခွင့်ပြုကြောင်း တိုက်ရိုက်သိရန်မလို။ သို့သော်လုပ်ငန်းပိုင်ရှင်တွေက ထိုခြင်းချက်ထားသည်ကို သိစေလိုသည်။ တချို့ကဆိုင်းထဲတွင် ခွေးတွေပြီး ထိုခွေးသည်လမ်းပြခွေးမဟုတ်လျှင် ဆိုင်းကအပြောတစ်မျိုး အလုပ်တစ်မျိုးလုပ်သည်ဟုထင်မည်။ အခြားသူတွေကမည်သည့်ခွေးမှမဝင်ရဟု သတ်မှတ်လျှင် မျက်မမြင်တွေဈေးမဝယ်ရအောင် လုပ်ထားသည်ဟု တလွဲကောက်ချက်ဆွဲကြမည်။

လမ်းပြခွေးဝင်ခွင့်ပြုသည်ဟု ဆိုင်းဘုတ်ချိတ်ထားသဖြင့် ရရှိသောအကျိုးကျေးဇူးမှာ အသေးအဖွဲမျှသာဖြစ်သည်။ သို့သော်စရိတ်ကလည်း လုံးဝမကုန်သလောက်ဖြစ်ရာ အကျိုးအနည်းငယ်မျှရှိလျှင်ပင် ကုန်ရကျိုးနပ်သည်။

### အခန်း (၈)

#### သီးစပြီ

နိုင်ငံအမျိုးမျိုးတွင် စီးပွားရေးဘဝတွေအမျိုးမျိုးရှိနေကြသည်။ ဥပမာ-ဂျပန်နိုင်ငံ၌ အမေရိကန်ထက် အိမ်လေးတွေသေးငယ်သည်ကို တွေ့ရသည်။ ထိုသို့သော ခြားနားချက်များသည် ယဉ်ကျေးမှုကွဲခြားချက်ကြောင့်ဖြစ်သည်ဟုဆိုကြရာ ယဉ်ကျေးမှုတွေ ဘာကြောင့် ကွာခြားရသနည်းဟု ထပ်မေးစရာပေါ်လာပြန်သည်။ ဤယဉ်ကျေးမှုများသည် လွန်ခဲ့သောနှစ် ထောင်ပေါင်းများစွာက ရှိခဲ့သော ဓလေ့ထုံးစံများ၏ ရလဒ်လော။ စိတ်ပညာရှင် Jerome Kagan က ယဉ်ကျေးမှုထုံးစံအစဉ်အလာများသည် အချိန်အမျိုးမျိုး နေရာအမျိုးမျိုးတွင် တွေ့ရသောပြဿနာကို အကြောင်းပြု၍ လိုက်လျောညီထွေပြောင်းလဲမှုများဖြစ်သည်ဟု ရှုမြင်တတ်ကြောင်းရှင်းပြသည်။ ဥပမာ- ကလေးမွေးဖွားမှုနှုန်းမြင့်မားသော လူ့အဖွဲ့အစည်းများ၌ တဏှာရာဂနည်းပါးမှုကို ဦးစားပေးတန်ဖိုးထားတတ်ကြပြီး မကြာခဏ စစ်ဖြစ်နေသောလူ့အဖွဲ့အစည်းများ၌ သတ္တိကို ရှေ့တန်းတင်တတ်ကြသည်။

ဤအခန်းတွင် နိုင်ငံတကာအပြုအမူများကို စရိတ်-အကျိုးကျေးဇူးတို့ကွာခြားမှုကြောင့် မမျှမတဖြစ်ရသည့်ရလဒ်များအဖြစ် ရှုမြင်သုံးသပ်သွားပါမည်။

နိုင်ငံများအကြားအသိသာဆုံး ကွာခြားချက်မှာ တစ်ဦးကျ ဝင်ငွေဖြစ်သည်။ ယဉ်ကျေးမှုနောက်ခံ မည်သို့ပင်ရှိစေ တစ်ဦးကျ

ဝင်ငွေကွာခြားသူများ၏ ဆုံးဖြတ်ချက်များသည် ကွဲပြားတတ်ကြသည်။

### အာရှဒေသတွင် အနောက်တိုင်းထက် တယ်လီဖုန်းပြင်စာတိုပို့သည့်စနစ် Text Messaging ပို၍ခေတ်စားခြင်း

အာရှနိုင်ငံများတွင် ခရီးသွားသူတစ်ယောက်သည် အသက် အရွယ်မရွေး လူပေါင်းစုံက တယ်လီဖုန်းမှစာပို့ကာ တစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက်ဆက်သွယ်နေကြသည်ကို တွေ့ရမည်။ အနောက်တိုင်း တွင် သိပ်ခေတ်မစားပါ။ အဘယ်ကြောင့် ဤသို့ကွာခြားနေရသနည်း

မကြာသေးမီအထိ အာရှနိုင်ငံများ၌ သမားရိုးကျ တယ်လီဖုန်း ကွန်ရက်များ အနောက်နိုင်ငံများကဲ့သို့ တိုးတက်မှုမရှိပါ။ သို့သော် လက်ကိုင်ဖုန်းအသုံးပြုမှုသည် အနောက်နိုင်ငံထက် လျင်မြန်စွာပြန့်ပွား သည်။ တယ်လီဖုန်းမှစာပို့ခြင်းသည် အသံပို့သကဲ့သို့ Bandwidth ကျယ်ကျယ်မလို၍၊ စရိတ်နည်းနည်းဖြင့်ပို့နိုင်သည်။

ဂျပန်မှအပ ကျန်အာရှနိုင်ငံများသည် အနောက်နိုင်ငံများထက် တစ်ဦးကျဝင်ငွေလျော့နည်းသည်။ ထို့ကြောင့်အာရှသားများသည် စရိတ်သက်သာသော စာပို့စနစ် (Text Messaging) ကိုပို၍ အသုံး များကြသည်။

တယ်လီဖုန်း၌စာရိုက်သည့် အလေ့အကျင့်သည် အချိန်ပေး ကာအားထုတ်ရသည်။ ဤဆက်သွယ်ရေးနည်းကို အကျင့်ရထားသော အာရှသားတို့သည် အသံပို့သည့်စနစ်ကို သုံးနိုင်လာပြီဖြစ်သော်လည်း စာပို့သည့်စနစ်ကို သုံးနေဆဲဖြစ်သည်။ အသံပို့သည့်စနစ်နှင့်စခဲသော ချမ်းသာသည့် အနောက်နိုင်ငံသားများသည် ကြိုးစားပမ်းစား စာပို့ကြမည်မဟုတ်ပေ။

သမားရိုးကျတယ်လီဖုန်းကွန်ယက်ကောင်းစွာ ဖွံ့ဖြိုးသော ဖင်လန်ကဲ့သို့သော အခြားနိုင်ငံများ၌လည်း စာပို့သည့်စနစ်အသုံးများ



သည်ဟု ပြောစရာရှိသည်။ သို့သော်ဖင်လန်သားတွေသည် အပြင်စွဲ  
တွေဖြစ်သည်။ ဖိနပ်ကိုကြည့်ပြီး လူကခတ်သူတွေဖြစ်သည် ဟု  
ပြောလေ့ရှိသည်။

### ဘရာဇီးလ်တွင်အမေရိကန်ထက် စည်သွတ်ဘူးခွဲတွေကို ပြန်လည်အသုံးပြုမှုပြင်းမားခြင်း

အမေရိကန်ရှိ ပြည်နယ်(၁၁)ခုတွင် သံဘူးဖျော်ရည်တစ်ဘူး  
ဝယ်သောက်တိုင်း (၅)ဆင့် စရံပေးရသည်။ ပြည်သူတို့ကို ကြော်ငြာရာ  
၌လည်း အအေးဘူးခွဲတွေကို ပြန်သုံးကြရန် တစ်ချိန်လုံးတိုက်တွန်းနေ  
သည်။ စားသုံးသူတွေကိုသောက်ပြီး ဘူးခွဲတွေကို ပြန်အပ်လျှင်  
စရံ(၅)ဆင့် ပြန်ရမည်။ ဆိုင်အတော်များများတွင် ထိုဘူးခွဲတွေကို  
လက်ခံသည်။ သို့သော်အမေရိကန်၌ ဖျော်ရည်သံဘူး (၇၀)ဘီလီယံ၏  
တစ်ဝက်ကျော်မျှကိုသာ ပြန်သုံးနိုင်သည်။ အများစုကိုမြေဖိုရန်အတွက်  
အသုံးပြုသည်။ ဘရာဇီးနိုင်ငံ၌ စရံပေးစရာမလို ဘူးခွဲလက်ခံမည့်  
ဆိုင်လည်းမရှိ။ ပြန်သုံး(Recycle)ကြရန် ကြော်ငြာလည်းမရှိ။  
သို့သော်သံဘူးခွဲ (၉၀)%ကို နှစ်တိုင်းပြန်သုံးသည်။ ဘရာဇီးတွင်  
အမေရိကန်ထက် ပြန်သုံး (Recycle)သည့် ဘူးခွဲတွေ အဘယ်ကြောင့်  
ပိုများနေရသနည်း?

ဘရာဇီးလ်၌ စရံလည်းမပေးရ၊ ဘူးခွဲတွေကို အလွယ်တကူ  
လက်ခံသည့်ဆိုင်တွေလည်းမရှိ။ သို့သော်သံဘူးတွေကို ပြန်ကြိတ်ကာ  
သံပြားရောင်းသော လုပ်ငန်းရှင်တွေက ကောက်ခံကြသည်။

ဘရာဇီးလ်တွင်ပျမ်းမျှတစ်ဦးကျပ်ငွေသည် အမေရိကန်  
နိုင်ငံထက် (၂၀)%လျော့နည်းပြီး နေရာအနှံ့တွင် အလွန်အမင်းဆင်းရဲ  
နေကြသည်။ ဘရာဇီးလ်တွင်သံဘူးခွဲတွေ ရောင်းချကာအသက်မွေးသူ  
(၂)သိန်းခန့်ရှိသည်။ အမေရိကန်တွေက အချိန်ကုန်ခံကာ တန်းစီပြီး

သံဘူးအလွတ်တွေကိုမသွင်းလို။ ထို့ကြောင့်သံဘူးခွဲတွေကို မြေဖိုရန် အတွက် အသုံးများသည်။ လွန်ခဲ့သောအနှစ် (၂၀)အတွင်း ဘူးခွဲတန်ချိန် (၁၁)သန်း ဒေါ်လာ(၁၂)ဘီလီယံဖိုးရှိသည်ဟု အမေရိကန်ဘူးခွဲ ပြန်သုံးရေး သိပ္ပံမှ (Pat Franklin )ကဆိုသည်။

စရံပေးရန် ဥပဒေကသတ်မှတ်ထားခြင်းကြောင့် အမေရိကန် တွင် သံဘူးခွဲတွေကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်လည်အသုံးချမှု မဖြစ်ပေါ်ခဲ့ သော်လည်း ရလဒ်ကောင်းတခုရရှိသည်။ အများပြည်သူနှင့် သက်ဆိုင် သည့်နေရာများတွင် စွန့်ပစ်ထားသော သံဘူးခွဲများကို ဘူးခွဲကောက် သူတွေက ချက်ချင်းရယူကြသည်။ သို့သော်မြေဖိုရာမှ ဘူးခွဲတွေကို ကောက်ယူခြင်း မပြုရန် ဥပဒေကသတ်မှတ်ထားသည်။

အာရှတွင်ပျမ်းမျှဝင်ငွေသည် အမေရိကန်နှင့်ဥရောပထက် နိမ့်သော်လည်း အာရှတွင်လူဦးရေ ပို၍ထူထပ်သောကြောင့် မြေဈေး ပိုမြင့်သည်။ ထိုမြေဈေးနှုန်းက ပျော်ဖြေရေးလုပ်ငန်းများအပေါ် စိတ်ဝင် စားစရာကောင်းသော ရလဒ်များကိုဖြစ်ပေါ်စေသည်။

**ကိုရီးယားနှင့်အခြားအာရှနိုင်ငံများတွင် ကြိုတင်၍ထိုင်ခုံဝယ်ယူနိုင်ပြီး ယူကေ၌ဦးရာလူက ကြိုက်သည်ခုံထိုင်နိုင်ခြင်း**

တောင်ကိုရီးယားနိုင်ငံ ဆိုးလ်မြို့တွင် ရုပ်ရှင်ကြည့်ပရိသတ် သည် သတ်မှတ်ထားသော ခုံနေရာများကို ကြိုတင်ဝယ်ယူရသည်။ ယူကေ၌ဦးရာလူစနစ်ကို ကျင့်သုံးသည်။ အဘယ်ကြောင့် ကွာခြားရ သနည်း?

နေရာဌာနချင်း ကွာခြားကြသော်လည်း ကြိုတင်နေရာ သတ်မှတ်ရန်အတွက် စရိတ်စက အကုန်အကျရှိသည်။ လက်မှတ် ရောင်းသူက ဘယ်နေရာတွေကို လူကြိုက်များကြောင်း ဦးစွာလေ့လာ ရသည်။ ရုံဝန်ထမ်းကလည်း ကြိုဝယ်ထားသောနေရာတွေကို လိုက်ပို့ရ လိုက်ပြရသည်။ လက်မှတ်ချင်း ခုံချင်းထပ်နေလျှင်လည်း ဖြေရှင်းရ သည်။ ထိုစရိတ်များသည် ကမ္ဘာတစ်ဝန်း၌ သိပ်မကွာလှပေ။ ခြားနား

ချက်မှာ အကျိုးကျေးဇူးဘက်ကဖြစ်မည်။

လူဦးရေနှင့်ယှဉ်လျှင် ယူကေ၌ရုပ်ရှင်ပွဲစဉ်ပိုများသည်။ ပွဲစဉ်တွေအများကြီးရှိနေသဖြင့် ရုပ်ရှင်ကြည့်ပရိသတ်အတွက် နည်းလမ်း(၂)မျိုးဖြင့် အထောက်အကူဖြစ်သည်။ ပထမတစ်မျိုးမှာ သူတို့ကြိုက်သောအချိန်ကြည့်နိုင်သည်။ ဒုတိယအချက်မှာ မည်သည့် ပွဲစဉ်၌မဆို ခုံလွတ်တွေအများကြီးရှိနိုင်သဖြင့် အနီးကပ်ပြီးသွားကြည့် လျှင်လည်းဖြစ်သည်။

အာရှ၌ဝင်ငွေခံမိခြင်း မြေဈေးကြီးခြင်းတို့ကြောင့် ရုပ်ရှင်ရုံတွေ ပွဲစဉ်တွေနည်းပါးသည်။ မကြခဏပြုလျှင် စရိတ်ကြီးသည်။ စရိတ်ကြီး သည်ကိုမခံနိုင်။ ထို့ကြောင့် အနည်းငယ်ပိုအဆင်ပြေသော်လည်း မည်သူမျှမပေးလို။ မြေဈေးကြီးခြင်းကြောင့် ရုပ်ရှင်ရုံတွေ ဆောက်ရန် ခက်ပြီး ပြသသောပွဲစဉ်အရေအတွက်ကိုလည်း လျော့သွားစေသည်။

ရုံနည်း၊ ပွဲစဉ်နည်းခြင်းကြောင့် အများအားဖြင့်ရုံပြည့်သည်က များသည်။ ထို့ကြောင့် လက်မှတ်စောစောဝယ်ရန်လိုသည်။ ရုပ်ရှင်မပြမီဝယ်လျှင် အကြာကြီးတန်းစီရမည်။ တန်းစီသူများသော် လည်း ခုံတွေကတိုးလာမည်မဟုတ်သဖြင့် အချိန်ကုန်ခြင်းသာအဖတ် တင်မည်။ တန်းမစီလိုလျှင်လည်း လက်မှတ်မရနိုင်။ ဤပြဿနာကို ဖြေရှင်းနိုင်သည့်နည်းမှာ ကြိုတင်လက်မှတ်ဝယ်ယူခြင်းဖြစ်သည်။ ကြိုတင်လက်မှတ်ဝယ်လျှင် နာရီပေါင်းများစွာ တန်းမစီရဘဲ ရုပ်ရှင် ကြည့်နိုင်သည်။

ယူကေရုပ်ရှင်ရုံ၌လက်မှတ်တစ်စောင်ဖြင့် ကြိုက်သလောက်ကြည့်နိုင်ပြီး အာရှ၌တစ်ကားသာ ကြည့်နိုင်ခြင်း

ကြေညာမထားသော်လည်း ယူကေရုပ်ရှင်ရုံများ၌ လက်မှတ် တစ်စောင်ဖြင့် Multiplex ရုပ်ရှင်ရုံများ၌ ဇာတ်ကားတစ်ကား ထက်ပိုကြည့်ခြင်းကိုမတား။ အဆောက်အအုံ အဝင်လက်မှတ်ပြ

လိုက်ပြီးလျှင် ထပ်မစစ်တော့။ တစ်ကားကြည့်ပြီးလျှင် ဒုတိယကား တတိယကားတွေကို ငွေထပ်မပေးဘဲကြည့်နိုင်သည်။ သို့သော်အာရှ ရုပ်ရှင်ရုံများ၌ ဇာတ်ကားပြသည့်နေရာတိုင်းတွင် လက်မှတ်ကို အသေ အချာစစ်ဆေးသည်။ အဘယ်ကြောင့်ကွာခြားသနည်း?

ယူကေတွင် ရုပ်ရှင်ထိုင်ခုံအလွတ်တွေကျန်နေပြီး၊ အာရှ၌ရုံ အပြည့်ဖြစ်တတ်သည်။ အကယ်၍ ယူကေ၌ ဒုတိယကားကို ဆက်ကြည့်လိုလျှင် ဒုတိယအကြိမ်လက်မှတ်ထပ်မဝယ်သော်လည်း တားမည့်သူမရှိဘဲ ကြည့်နိုင်သည်။ သို့သော်အာရှတွင် လက်မှတ်မဝယ် ဘဲ ဒုတိယကားကိုဝင်ကြည့်မည်ဆိုလျှင် အခြားလူတစ်ယောက်ကြည့်ရ တော့မည်မဟုတ်ပေ။ ရုံတစ်ဝက်သာ ပြည့်သည့်ယူကေနှင့်ယှဉ်လျှင် ရုံအပြည့်ဝင်သည့် အာရှရုပ်ရှင်ရုံများ၌ လက်မှတ်တစ်စောင်ဖြင့် ရုပ်ရှင်ကားတစ်ကားတည်းပိုမကြည့်ရန် တားမြစ်ခြင်းကြောင့်ရရှိသည့် စရိတ်အကျိုးကျေးဇူး အကုန်ခံထားရသဖြင့်လည်း ထိုစရိတ်ကိုကာမိ ရန် ပိုမိုလိုအပ်သည်။

ယူကေရုပ်ရှင်ရုံမန်နေဂျာများသည် လက်မှတ်တစ်စောင် ရုပ်ရှင်တစ်ကားနှုန်း မသတ်မှတ်သော်လည်း လက်မှတ်ရောင်းရငွေမှ ဝင်ငွေမြင့်နေခြင်းလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ဇာတ်ကားတိုင်းအတွက် လက်မှတ်စစ်မရှိသော်လည်း ယူကေရုပ်ရှင်ကြည့်ပရိသတ်သည် တစ်ခါသွားလျှင် တစ်ကားသာကြည့်ကြသည်။ တစ်ကားထက် ပိုကြည့်လိုသူအချို့က လက်မှတ်တစ်စောင် ဝယ်ထားလျှင် ဇာတ်ကား အားလုံးကြည့်နိုင်သော်လည်း လက်မှတ်တစ်စောင်ထပ်ဝယ်နိုင်သည်။ အကယ်၍လက်မှတ်ထပ်မဝယ်လိုလျှင် လက်မှတ်တစ်စောင် ရုပ်ရှင် တစ်ကားစည်းကမ်းမရှိသော်လည်း စုစုပေါင်းလက်မှတ်ရောင်းရငွေ တက်မည်။

တစ်နည်းအားဖြင့်လက်မှတ်တစ်စောင် ဇာတ်ကားတစ်ကား

စည်းကမ်းမရှိသော်လည်း ဈေးနှုန်းခွဲခြားထားသည့် သဘောရှိသည်။ လက်မှတ်တစ်စောင်ဝယ်၍ ရုပ်ရှင်တစ်ကားထက် ပိုကြည့်လိုသော သူများသည် အခြားသူများထက် ဈေးနှုန်းမြင့်မည်ကို ကြောက်ကြသည်။ တစ်ကားထက်ပိုကြည့်ချင်သူတွေကို ဈေးလျှော့ပေးကာ၊ လူတိုင်းအတွက်ဈေးလျှော့စရာမလိုသည့် အဓိပ္ပါယ်ကိုဆောင်သည်။

ဇာတ်ကားတွေပိုကြည့်လိုလျှင် ဈေးလျှော့ပေးခြင်းဖြင့် ပိုရသောဝင်ငွေသည် လက်မှတ်တစ်စောင်ကိုင်၍ ကားအားလုံး ကြည့်လိုသူများကြောင့် ဖြစ်ပေါ်သောဆုံးရှုံးမှုများကို ကာမိစေနိုင် သည်။ လာမည့်ဥပမာတွင် အလုပ်အကိုင်အမျိုးမျိုး လုပ်ကိုင်ရာတွင် အခွင့်အလမ်းစရိတ်ကွာခြားခြင်းကြောင့် အခြားစိတ်ဝင်စားစရာ ကောင်းသော နိုင်ငံတကာအသွင်ကွဲပြားမှုများ ပေါ်ပေါက်လာရသည် ကို ပြသသည်။

**အမေရိကန်အမျိုးသမီးတွေက အမေရိကန်အမျိုးသားတွေထက်  
ဘောလုံးကစားနည်းတွင် ပိုအောင်မြင်ခြင်း**

လွန်ခဲ့သောရာစုနှစ်တစ်လျှောက် အိုလံပစ် ရွှေတံဆိပ်ဆုရှင် များထဲတွင် အမေရိကန် အမျိုးသားတွေရော အမျိုးသမီးတွေပါ ထိပ်ဆုံး နေရာတွေမှာရှိခဲ့သည်။ မကြာသေးမီနှစ်များအတွင်း အမေရိကန်အမျိုး သမီးတွေပါ ကမ္ဘာ့ဘောလုံးပြိုင်ပွဲများ၌ ထူးထူးခြားခြား အောင်မြင်မှုတွေ ရခဲ့ကြသည်။ သို့သော်အမျိုးသားဘောလုံး သမားများက အောင်မြင်မှု သိပ်မရကြ။ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

(၁၉၆၀)ပြည့်လွန်နှစ်များမတိုင်မီက ကျွမ်းကျင်သူအဆင့် မဆိုထားဘိ ကျောင်းများ၌ပင် ဘောလုံးမကစားကြ။ နောက်ပိုင်း၌ ဘောလုံးကစားသူ များလာသော်လည်း ဒုတိယနေရာ၌သာ ရှိနေခဲ့ သည်။ အမေရိကန်ဘောလုံး၊ ဘော့စ်ဘောလုံး၊ ဘက်စကက်ဘောလုံး၊

ရေခဲပြင်ဟော်ကီအားကစား သမားများသည် တစ်နှစ်လျှင် သန်းချီ၍ ရကြသဖြင့် ပါရမီရှိသော အားကစားသမားများကို ဆွဲဆောင် နိုင်ခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် ဘောလုံးကစားသူသိပ်မရှိ။

ကမ္ဘာတစ်ဝန်း၌ ဘောလုံးကစားသူများပြားသည်။ နိုင်ငံ အတော်များများ၌ ပါရမီရှိသော အားကစားသမားတိုင်းသည် ဘောလုံး သမားဖြစ်လိုကြသည်။ အခြားဘောလုံးအသင်းများက အကောင်းဆုံး ဘောလုံးသမားများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်ရာ၌ အမေရိကန်ဘောလုံးအသင်း များသည် စိန်ခေါ်မှုများနှင့် ရင်ဆိုင်ကြရသည်။

သို့သော် နိုင်ငံတကာ၌အမေရိကန်အမျိုးသမီးတွေက ပို၍အခြေအနေကောင်းသည်။ နိုင်ငံအတော်များများ၌ အားကစားတွင် အမျိုးသမီးများပါဝင်မှုနည်းပါးသည်။ အမေရိကန်၌ ကျောင်းများတွင် ကျောင်းသားကျောင်းသူမရွေး တန်းတူကစားခွင့်ရရန် အားကစား အစီအစဉ်များရှိရေးအတွက် ဥပဒေပြဋ္ဌာန်းထားသည်။

အမေရိကန်တွင် အမျိုးသမီးများအတွက် ကြေးကြီးသော အားကစားအစဉ်အလာမရှိသဖြင့် ပါရမီရှိသော အမျိုးသမီးအားကစား သမားများကို အခြားအားကစားအသင်းများက ဆွဲဆောင်နိုင်ခြင်းမရှိ ပေ။

စိတ်ဝင်စားစရာကောင်းသော နိုင်ငံတကာအပြုအမူ ကွာခြား ချက်များသည် ဈေးနှုန်းနှင့် ဝင်ငွေကွာခြားချက်ကြောင့် ပေါ်ပေါက် လာသောရလဒ်များဖြစ်ပြီး အခြေခံအကြောင်းရင်းမှာ ရွေးချယ်သော စီးပွားရေး မူဝါဒများကြောင့် ဖြစ်ကြောင်းတွေ့ရသည်။

**အမေရိကန်မှာထက်ဂျာမနီနိုင်ငံတွင် အလုပ်လက်မဲ့များခြင်း**

နိုင်ငံအတော်များများ၌ အလုပ်လက်မဲ့နှုန်းသည် တစ်လနှင့် တစ်လမတူ။ သို့သော်နိုင်ငံများအကြားတွင် အပြတ်အသတ်ကွာခြားမှုရှိ သည်။ ဥပမာ- အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် ဥရောပနိုင်ငံများထက်အလုပ်

လက်မဲ့နည်းသည်။ (၂၀၀၆)စက်တင်ဘာလက အမေရိကန်တွင် အလုပ်လက်မဲ့နှုန်း(၄.၆)%ရှိပြီး ဂျာမနီ၌(၈.၇)%ရှိသည်။ ဂျာမနီတွင် အဘယ်ကြောင့် အလုပ်လက်မဲ့နှုန်း ဤမျှမြင့်မားနေရသနည်း ?

နိုင်ငံနှစ်နိုင်ငံတွင် အလုပ်လက်မဲ့ဖြစ်ခြင်းကြောင့်တွေ့ရသော စရိတ်နှင့်အကျိုးကျေးဇူးတို့ ကွာခြားမှုကြောင့်ဖြစ်သည်။ အခြားဖွံ့ဖြိုးပြီး နိုင်ငံများမှ နိုင်ငံသားများနှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် အခြေခံစီးပွားရေး လိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် အမေရိကန်တွေက ၎င်းတို့၏ အလုပ်အကိုင်တွေအပေါ်၊ အားကိုးမှုကြီးမားသည်။ ဥပမာ- အမေရိကန် တွင် ကျန်းမာရေးအာမခံကို အလုပ်ရှင်တွေကပေးကြပြီး ဂျာမနီတွင် အစိုးရကပေးသည်။ အမေရိကန်တွင် အလုပ်လက်မဲ့များ အတွက် အာမခံပေးသောစနစ်ရှိသော်လည်း ဂျာမနီထက်နည်းကာ သက်တမ်းလည်းတိုသည်။ ဂျာမနီတွင် ဝင်ငွေခန့်မှသူများအားပေးသော လူမှုဖူလုံရေးက အထောက်အပံ့များသည် ပိုမိုရက်ရှေ့ပြီး စည်းကမ်းသတ်မှတ်ချက်လည်းပိုနည်းသည်။

အမေရိကန်များကဲ့သို့ပင် ဂျာမန်အတော်များများတို့သည် ပုံမှန်အလုပ်များရှိကြပြီး အလုပ်ရှိသည်ကိုလည်း ကျေနပ်ကြသည်။ သို့သော်အလုပ်မရှိသူတို့၏ အခြေအနေမှာ ကွာခြားသည်။ အမေရိကန်တွင် အလုပ်လက်မဲ့သည်၊ ဝင်ငွေထွက်ငွေညီမျှရန်မလွယ်။

ဂျာမနီနိုင်ငံ၌ အလုပ်လက်မဲ့တစ်ယောက်သည် အစိုးရ၏ အထောက်အပံ့ကို ရယူရှိနိုင်ပြီး ၎င်း၏အခြေခံလိုအပ်ချက်များကို အကန့်အသတ်မရှိ ဖြည့်ဆည်းနိုင်သည်။

အတိုချုံးပြောရလျှင် ဂျာမနီတွင်အမေရိကန်နိုင်ငံထက် အလုပ်မလုပ်သည့်အတွက် အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည် နိမ့်ကျသည်။ ထို့ကြောင့်ဂျာမနီရှိ အလုပ်လက်မဲ့များက ပို၍စိတ်ရှည်သည်းခံနိုင်ကြကာ မှန်ကန်သင့်တော်သည့် အလုပ်တွေကို ရွေးချယ်ခွင့်ရကြသည်။

အမေရိကန်သကြားဈေးသည် ကမ္ဘာပေါက်ဈေးထက် နှစ်ဆပြစ်နေခြင်း  
 (၂၀၀၅)ခုနှစ်က အမေရိကန်တို့သည် သကြားအကြမ်း(၁)ပေါင်ကို  
 (၂၂)ဆင့်ပေးရရှိ၍ ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်တွင် (၁၀)ဆင့်သာပေါက်သည်  
 ဤသို့အဘယ်ကြောင့် ဈေးနှုန်းကွာဟရသနည်း

အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် သကြားသွင်းကုန်များအပေါ် သွင်းကုန်  
 ခွန်(၁၀၀)% ကောက်ခံသည်။ အမေရိကန်လွတ်တော်က မဲဆန္ဒရှင်များ  
 ရင်ဆိုင်နေရသော မက်လုံးများနှင့် ပြည်တွင်းစပါးထုတ်လုပ်သူများ  
 ရင်ဆိုင်နေရသော မက်လုံးတို့မတူညီကြ။

သာမန်မိသားစုတစ်ခုသည် ဝင်ငွေ၏ (၁)%မျှသာ မပြောပ  
 လောက်သည့် အချိုးအစားကိုသာ သကြားအတွက်အသုံးပြုရသည်။  
 ထို့ကြောင့် မဲဆန္ဒရှင်တွေက သကြားဈေးမြင့်နေသည့်ကိစ္စ မိမိတို့၏  
 လွတ်တော်ကိုယ်စားလှယ်များကို ဒုက္ခခံပြီးပြောကြမည်မဟုတ်။ အချို့  
 မဲဆန္ဒရှင်များက သွင်းကုန်သကြားအပေါ် သွင်းကုန်ခွန် ကောက်ခံ  
 ကြောင်း သိကောင်းမှသိမည်။

သို့သော်သကြားထုတ်လုပ်သူများအတွက်မူ တစ်မျိုးဖြစ်နေ  
 သည်။ သကြားသွင်းကုန်ခွန်ကြောင့် ဖလော်ရီဒါရှိသကြားစက်ရုံကြီး  
 တစ်ရုံ၏ နှစ်စဉ်အမြတ်ဒေါ်လာ(၆၅)သန်းခန့် ပျောက်သွားနိုင်သည်။  
 ထိုမျှကြီးမားသောအမြတ်အတွက် ကုမ္ပဏီတွေက မိမိဘက်က  
 ရပ်တည်မည့်သူတွေကို ငှားရမ်းကာ လွတ်တော်ကိုတင်ပြစေသည်။  
 ၎င်းသကြားသွင်းကုန်ခွန်ကို ထောက်ခံသော ဥပဒေပြုအမတ်များ၏  
 မဲဆွယ်ရေးလုပ်ငန်းစဉ်များတွင်လည်း ရန်ပုံငွေများထည့်ဝင်ကြသည်။  
 အမေရိကန်စားသုံးသူများ အပေါ်စည်းကြပ်သော စရိတ်၏တစ်ဝက်  
 အောက်ကိုသာ ထုတ်လုပ်သူတွေရရှိကြသည်။ သို့သော် အခွန်၏  
 အကျိုးကျေးဇူးက ကုမ္ပဏီအချို့တွင်သာ စုစည်းနေပြီး စရိတ်တွေက  
 ပျံ့နှံ့နေသဖြင့် မသိသာဘဲရှိသည်။



### ဥရောပတွင် အမေရိကန်ထက် ကားအင်ဂျင်သေးခြင်း

BMW မော်တော်ကားကုမ္ပဏီက (၅)ဖြင့်စသော မော်တော်ကားပုံစံများကို ကမ္ဘာ့အဝှမ်းသို့ဖြန့်ချိသည်။ ဥရောပတွင် ကားသမားအတော်များများက ဆလင်ဒါ(၄)လုံးတပ် (၁.၆)လီတာအင်ဂျင်များကို ရွေးချယ်ကြသော်လည်း အမေရိကန်၌ အငယ်ဆုံးအင်ဂျင်မှာ ဆလင်ဒါ(၆)လုံးတပ် (၃)လီတာအင်ဂျင်များသာဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ဥရောပတွင် ရောင်းသောကားများသည် အမေရိကန်တွင်ရောင်းသောကားများထက် ဆလင်ဒါနည်းပြီး အင်ဂျင်လည်းသေးငယ်ကြသည်။ ဥရောပကားတွေက အဘယ်ကြောင့်အင်ဂျင်ငယ်ရသနည်း?

အချို့က ဥရောပကားလမ်းများတွင် ကားတွေကျပ်ပိတ်နေသဖြင့် ကားဘယ်လောက်ကောင်းကောင်း အရည်အသွေးဘယ်လောက်မြင့်မြင့် အသုံးမဝင်ဟုဆိုကြသည်။ သို့သော်ဥရောပကားလမ်းများပေါ်၌၊ အမြန်နှုန်းကန့်သတ်ချက်မရှိ၍ Porsche နှင့် Ferrari ကားတွေကို၊ (၁)နာရီမိုင်(၁၅၀)နှုန်းမောင်းနှင်နေကြသည်ကို တွေ့ရသည်။

ထိုကားကိုမောင်းနှင်နေသူများသည် ငွေကိုဂရုစိုက်သောသူများဖြစ်သည်။ ဥရောပတိုက်သားတွေက သာမန်အမေရိကန်တွေထက် အင်ဂျင်ကြီးသော ကားများကို ရှောင်ရှားကြခြင်းမှာ ဥရောပတွင် ဓာတ်ဆီအပေါ်ကကော်ကံခံသော အခွန်မြင့်မားသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ဥပမာ- မကြာမီနှစ်များအတွင်း အခွန်အခအပါအဝင် ဓာတ်ဆီတစ်လီတာ၏ ဈေးနှုန်းသည် ဥရောပ၌ အမေရိကန်ထက် (၂)ဆများနေသည်။ ထို့အပြင် အချို့ဥရောပနိုင်ငံများက ကားတွေကို အင်ဂျင်စွမ်းအားအပေါ် မူတည်ပြီး အခွန်ကောက်ခံကြောင်း တွေ့ရသည်။ ဥရောပတိုက်သားတွေက အင်ဂျင်ငယ်ငယ်ကြိုက်ခြင်းမှာ အမြန်ကားကို မကြိုက်၍မဟုတ် အင်ဂျင်ကြီးတွေအတွက်ချမှတ်သော ငွေကြေးဒဏ်ကြီးမားသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

### စင်ကာပူတွင် အမေရိကန်ထက် ဇိမ်ခံကားတွေ ပိုရောင်းကောင်းခြင်း

စင်ကာပူနိုင်ငံသားများ၏ ပျမ်းမျှဝင်ငွေသည် အမေရိကန်ထက် သုံးပုံတစ်ပုံခန့်နည်းပြီး ဝင်ငွေခွဲဝေဖြန့်ဖြူးပုံ ကွာခြားခြင်းမရှိပေ။ သို့သော် BMW, Mercedes စသည့်ဇိမ်ခံကားများသည် စင်ကာပူ၌ ဈေးကွက် ဝေစု ပို၍ကြီးမားသည်ကို တွေ့ရသည်။ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

စင်ကာပူတွင် လူဦးရေသိပ်သည်းထူထပ်သဖြင့် အစိုးရက ပတ်ဝန်းကျင်ညစ်ညမ်းမှု စုပုံ့ကျပ်ညပ်မှုမရှိစေရန်အတွက် အစိုးရက အသည်းအသန်ဆောင်ရွက်ရသည်။ ဥပမာ- အများပြည်သူသွားလာ ရေးအတွက်၊ စွမ်းဆောင်ရည်မြင့်မားသော သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးစနစ် တစ်ခုတည်ဆောက်ကာ မော်တော်ယာဉ်များကို လိုင်စင်ကြေးသိသိ သာသာ မြှင့်တင်ကောက်ခံသည်။ စင်ကာပူ၏လိုင်စင်ကြေးကောက်ခံမှု နှင့် ပတ်သက်သောအချက် (၃)ချက်သည်အရေးကြီးသည်။ ပထမ အချက်မှာ လိုင်စင်ကြေးသည် အလွန်မြင့်မားရာ ဈေးအကြီးဆုံးဇိမ်ခံ ကားများ၏ အခွန်မကောက်မီဈေးနှုန်းထက်ပင် ကျော်လွန်နေသေးသည်။ ဒုတိယအချက်မှာ ကောက်ခံသောအခွန်သည် ကားဈေးနှုန်းနှင့် မသက်ဆိုင် BMW 745 နှင့် Honda Civic ကို အတူတူကောက်ခံ သည်။ BMW က Honda ထက်(၅)ဆဈေးကြီးသည်။ တတိယ အချက်မှာ ကားအဟောင်းများကို ကားအသစ်များထက် လိုင်စင်ကြေး မြင့်မြင့်မားမားကောက်ခံသည်။ ကားများတွင် ညစ်ညမ်းမှု ထိန်းသိမ်းရေး နည်းပညာများ အမြဲမြင့်လာနေသည်ကို အသိအမှတ်ပြုကာ ထိုသို့ ဆောင်ရွက်ခြင်း ဖြစ်သည်။ ပတ်ဝန်းကျင်ညစ်ညမ်းမှုကို များပြားစေ သော ယာဉ်အိုများကို လိုင်စင်ခတိုးမြှင့်ကောက်ခံခြင်းအားဖြင့် အစိုးရ သည်ပတ်ဝန်းကျင်ကို သန့်ရှင်းစေသော ကားအသစ်များကို ဝယ်ယူရန် အားပေးသည်။

လိုင်စင်ခများကြောင့် ကားပိုင်ဆိုင်ရန် ဈေးကြီးလှသဖြင့် အမေရိကန်ထက် စင်ကာပူတွင် ကားပိုင်သူမှာလူနည်းစုသာဖြစ်နေသည်။ ဝင်ငွေနိမ့်နှင့် ဝင်ငွေအလယ်အလတ်တန်းစား စင်ကာပူမြို့သားတို့သည်၊ အများပြည်သူသယ်ယူပို့ဆောင်ရေး လုပ်ငန်းများကိုသာ အားကိုးကြသည်။ မော်တော်ကားကို ချမ်းသာသူများကသာ ပိုင်ဆိုင်နိုင်ကြသည်။ အမေရိကန်တွင် ဈေးပေါသောကားထက် ဇိမ်ခံကားက ငါးဆဈေးကြီးသော်လည်း စင်ကာပူတွင် (၃)ဆသာကြီးမားသည်။

ကားလိုင်စင်ကြေးများ ယာဉ်အိုယာဉ်ဟောင်းများအတွက် ပို၍ကောက်ခံခြင်းကြောင့် အမေရိကန်မှာထက် စင်ကာပူတွင်ကားသစ်တွေကိုတွေ့နေရခြင်းဖြစ်သည်။

**နယူးယောက်၌မီးနီပြထားစဉ် လမ်းဖြတ်ကူးခြင်းကိုပမ်းဘဲ  
ရောမ၌ပမ်းဆီးဒဏ်ချရခြင်း**

နယူးယောက် မန်ဟက်တန်၌ လမ်းလျှောက်သွားသူများသည် အချက်ပြမီးများကို ဂရုမစိုက်ကြသည်ကိုတွေ့ရမည်။ ယာဉ်ကြောကို မီးစိမ်းပြထားချိန်၌ပင်လျှင် လမ်းဖြတ်ကူးတတ်ကြပြီး ရဲများ၏ရှေ့မှောက်၌ပင်လှုပ်တတ်ကြသည်။ ထိုသို့လမ်းဖြတ်ကူးရန် မီးနီပြထားစဉ်ဖြတ်ကူးခြင်းကို ဥပဒေအရတားမြစ်ထားသော်လည်း ချိုးဖောက်သူများကို တားဆီးနိုင်ခြင်းမရှိပေ။ သို့သော်အီတလီနိုင်ငံရောမမြို့တွင် ဒဏ်ရိုက်သည်ကို တွေ့ရသည်။

ဂျာမနီနိုင်ငံဘာလင်၌လည်း၊ လမ်းစည်းကမ်းမလိုက်နာဘဲ လမ်းဖြတ်ကူးသူများကို ဒဏ်တပ်သည်။ ဂျာမနီတို့သည် ဥပဒေအမျိုးမျိုးကို အတိအကျလိုက်နာစေလိုသူများဖြစ်သည်။ အီတလီလူမျိုးတွေကို တော့ ထိုသို့ပြော၍မရ။

နယူးယောက်နှင့်ရောမမြို့တို့တွင် ယာဉ်ကြောအသွားအလာ

မတူ။ နယူးယောက် လမ်းများပေါ်တွင် မော်တော်ကားတွေပြည့်နှက်နေသည်။ လမ်းဖြတ်ကူးသူတစ်ယောက် ကားရှေ့ဖြတ်လျှင် သူသေနိုင် ဒဏ်ရာရနိုင်သည်။ အန္တရာယ်ရှိပြီး မော်တော်ယာဉ်မောင်းသူများကို ဒုက္ခမပေးနိုင်။ သို့သော်ရောမလမ်းများ၌ စက်ဘီးတွေ ဆိုင်ကယ်တွေကို သာတွေ့ရသည်။ ရောမတွင် လမ်းဖြတ်ကူးသူသည် နယူးယောက်မှာ ထက် သူ့အတွက်အန္တရာယ်မရှိဘဲ သူတစ်ပါး၏အသက်ကို ပို၍ဒုက္ခပေးနိုင်သည်။

အခြားခြားနားချက်တစ်ခုမှာ အခွန်အကောက်ကွာခြားချက်ဖြစ်နိုင်သည်။ အီတလီတွင် ဓာတ်ဆီနှင့် မော်တော်ယာဉ်အခွန်များ ကြီးမြင့်သောကြောင့် လမ်းပေါ်တွင် စက်ဘီးတွေ ဆိုင်ကယ်တွေများနေသဖြင့် စည်းကမ်းမဲ့လမ်းဖြတ်ကူးသူများကို အရေးယူခြင်း ဖြစ်သည်။

**အမေရိကန်၌သုံးသော DVD နှင့် ဥရောပနှင့်အခြားနိုင်ငံများတွင် အသုံးပြုသော DVD မတူကြသော်လည်း CD တွေက နိုင်ငံအားလုံးတွင် Format တူနေကြခြင်း**

ပြင်သစ်ကမ္ဘာလှည့်တစ်ယောက် နယူးယောက်ရှိ ဆွေမျိုးများ ထံသွားလည်စဉ် ပြင်သစ်မှဝယ်လာသော DVD တချို့လက်ဆောင်ပေးရာ အမေရိကန်စက်တွေမှာ ဖွင့်မရ။ အလားတူပင် နယူးယောက်မှ DVD တစ်ချပ်ဝယ်သွားလျှင် ပြင်သစ်စက်တွေမှာ ဖွင့်မရသည်ကိုတွေ့ရာ၊ စိတ်ပျက်ရသည်။ သို့သော် CD တွင်ထိုပြဿနာမရှိ။ ဘယ်နေရာက ဝယ်သော CD ဖြစ်စေ၊ မည်သည့်နိုင်ငံ၌မဆိုဖွင့်နိုင်သည်။

ရုပ်ရှင်လုပ်ငန်းများက ဈေးကွက်တင်ရောင်းချစရာ ထုတ်ကုန်နှစ်ခုရှိသည်။ ရုပ်ရှင်ဇာတ်ကားနှင့် ဒီဗီဒီတို့ဖြစ်သည်။ ဂီတလုပ်ငန်းတွေက၊ စီဒီတစ်ခုသာရှိသည်။ ရုပ်ရှင်၊ ဒီဗီဒီ၊ စီဒီ သုံးခုစလုံး၌ ဖောက်သည်တစ်ယောက်တိုးပြီး ဝန်ဆောင်မှုပေးရေးစရိတ်မှာ အလွန်နည်းသည်။ ရုံတင်ပြသောရုပ်ရှင်ကားအတော်များများတွင် အချို့သော

ပွဲစဉ်များ၌ ခုံအလွတ်တွေရှိနေကြသည်။ ရုပ်ရှင်တစ်ကား သီချင်းစီဒီ တစ်ချပ်ထုတ်ပြီးပြီဆိုလျှင် နောက်ထပ် စီဒီတစ်ချပ်ထုတ်ရန် စရိတ်မကြီးလှပေ။ ရုပ်ရှင်စတူဒီယိုတွေက ဒီဗီဒီနှင့် ရုပ်ရှင်နှစ်ခု ရောင်းစရာရှိသဖြင့်၊ ဈေးကွက်တင်မဟာဗျူဟာ တစ်မျိုးချမှတ်ကျင့်သုံး သည်။

ရောင်းသူတိုင်း၏ရည်ရွယ်ချက်မှာ ဝယ်သူများထံမှ တတ်နိုင် သမျှများများရရန်ဖြစ်သည်။ များများရရန်အတွက် လျှော့ဈေးချပေး သည်။ သို့သော်ထိုလျှော့ဈေးကို ရရန်အတွက် အခက်အခဲ အတားအဆီး အချို့ကို ကျော်ဖြတ်ရမည်။ အသုံးဝင်သော နည်းတစ်နည်းမှာ၊ ရုပ်ရှင်အတွက်ဈေးကြီးကြီးတောင်းကာ၊ လအနည်းငယ်အကြာတွင် ထုတ်လုပ်မည့် ဒီဗီဒီကို ဈေးလျှော့ရောင်းခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် မိသားစုဝင်(၄)ဦး ရုပ်ရှင်ကြည့်ရန်အတွက် ပေါင်(၂၀)လောက်ကုန်ပြီး ဒီဗီဒီထွက်မှကြည့်လျှင် (၂)ပေါင်ပေးငှားကြည့်နိုင်သည်။ ရုပ်ရှင်နှင့် ဒီဗီဒီတစ်ပြိုင်တည်းထုတ်လျှင် ရုပ်ရှင်ရုံမှဝင်ငွေလျှော့မည်။

ရုပ်ရှင်ကားတွေကို အဓိကနိုင်ငံတကာဈေးကွက်အမျိုးမျိုး၌ မည်သည့်ရက်တွင် ရုံတင်မည်ဟုသတ်မှတ်ထားပြီး ရုပ်ရှင်မပြမီ သရုပ် ဆောင်တွေက သွားရောက်ကြော်ငြာ တတ်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် စက်တင်ဘာလတွင် အမေရိကန်၊ ဥရောပတွင် ဖေဖော်ဝါရီ၊ ဇွန်လတွင် အာရှစသည်ဖြင့် ရုံတင်မည့်ရက်တွေကို သတ်မှတ်တတ်ကြသည်။

ကမ္ဘာတစ်ဝန်းတွင်ပြသမည့် DVD Format တူနေပြီး အမေရိကန်၌ဖေဖော်ဝါရီလတွင် ဒီဗီဒီထုတ်လျှင် ဥရောပနှင့်ဂျပန်တို့က Amazon.comမှဝယ်ယူသော ဆိုင်တွင်ငှားရမ်းကြည့်ရှုနိုင်မည်။ ဈေးကြီးပေးကြည့်နေစရာမလို။ ယခုအခါ နိုင်ငံအမျိုးမျိုးအတွက် Formatအမျိုးမျိုးကို ချထားသဖြင့် ဤသို့လုပ်ဆောင်မှုကို တားဆီးပြီး ထားဖြစ်သွားသည်။

တေးဂီတထုတ်လုပ်သော ကုမ္ပဏီများသည်လည်း၊ အလားတူ

မက်လုံးမျိုးကို ရင်ဆိုင်ရသည်။ နိုင်ငံတကာဈေးကွက်များတွင် စီဒီရောင်းချမည့် ရက်ကိုသတ်မှတ်ထားသဖြင့် ဂီတပညာရှင်များ ထိုနိုင်ငံ အသီးသီးသို့သွားရောက် ကြော်ငြာနိုင်သည်။ ရုပ်ရှင်ကုမ္ပဏီတွေက ရုပ်ရှင်နှင့်ဒီဗီဒီတို့မှ ဝင်ငွေရကြသော်လည်း တေးသံသွင်းကုမ္ပဏီတွေက စီဒီရောင်းရငွေမှသာ ဝင်ငွေရသည်။ တီးဝိုင်းတစ်ဝိုင်း လှည့်လည် ဖျော်ဖြေသည့်အခါ ထိုပွဲမှရသည့်ငွေသည် ဂီတပညာရှင်များထံသို့ တိုက်ရိုက်ရောက်သွားပြီး တေးသံသွင်းဆိုင်ကမရ။ ထို့ကြောင့် တေးသံသွင်းဆိုင်များသည် စီဒီတွေကို နိုင်ငံကန့်သတ် Format ခွဲကာချရောင်းရန် ကြိုးစားသည့်အတွက်၊ အကျိုးအမြတ်ရစရာသိပ်မရှိ။

ဂျပန်မင်္ဂလာဆောင်များက အနောက်နိုင်ငံများထက် စရိတ်အကုန်အကျကြီးခြင်း

အများအားဖြင့် ဂျပန်မင်္ဂလာဆောင်များသည် အနောက်တိုင်း ဇနီးမောင်နှံများထက် နှစ်ဆခန့်ပိုကုန်လေ့ရှိသည်။ ဧည့်သည်တစ်ဦးချင်း အတွက် အကုန်အကျခံသော စရိတ်လည်းကြီးမားသော်လည်း ဂျပန်ဧည့်သည်တွေ ပိုဖိတ်သည်ကိုတွေ့ရသည်။

ဂျပန်မင်္ဂလာဆောင်များ၌ လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်တွေ အလုပ်ရှင် တွေ ရပ်ရွာကလူတွေကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဖိတ်ခေါ်လေ့ရှိသည်။ သတို့သား သတို့သမီးတို့နှင့် လူချင်းမသိသော နိုင်ငံရေးသမားများကိုလည်း ဖိတ်ကြားတတ်သည်။ အလယ်လတ်တန်း ဇနီးမောင်နှံအတွက်ပင် ဧည့်သည်(၃၀၀)မှ (၅၀၀)အထိရှိတတ်သည်။

ဂျပန်လူ့အဖွဲ့အစည်းတွင် အလွတ်သဘော လူမှုရေးနှင့်စီးပွားရေး ကွန်ရက်ကို အလေးပေးမှုကြီးမားသည်။ ထိုကွန်ယက်များတွင် နေရာရရန်အတွက် လူမှုရေးအရ သဟဇာတဖြစ်ရန်အရေးကြီးသည်။ ဖိတ်မည်ဟုမျှော်လင့်ထားသူကို မဖိတ်မိက ပြဿနာတက်နိုင်သည်။ လူမှုရေးနှင့်စီးပွားရေးကွန်ယက်ကို ထိန်းသိမ်းရန် ရင်းနှီးမြုပ်နှံမှုနှင့်တူသည်။ အနောက်နိုင်ငံများ၌ ထိုကွန်ယက်များရှိသော်လည်း ဂျပန်လောက် အရေးမပါ။

အခန်း(၉)  
ဦးရာလူစနစ်  
စိတ်ပညာနှင့်ဘောဂဗေဒ

ဘောဂဗေဒပညာရှင်များက လူသည်ကြောင်းကျိုးဆင်ခြင်မှု ရှိသည်။ ကိုယ်ကျိုးစီးပွား ကျဉ်းကျဉ်းမြောင်းမြောင်းကို ဦးစားပေးသည် ဟု မကြာခဏယူဆကြသည်။ မကြာမီက ပေါ်ထွက်လာသော လူသားတို့၏ အပြုအမူကိုလေ့လာသည့် ဘောဂဗေဒက ထိုယူဆချက် များကို စိန်ခေါ်ခဲ့သည်။ ဥပမာ- နောက်ထပ်ထပ်မရောက်တော့သည့် ဆိုင်ကစားပွဲတို့ကို တစ်ပေးခြင်းမျိုး။ ကျွန်ုပ်တို့၏ဆုံးဖြတ်ချက်များသည်၊ မကြာခဏ မဆီလျော်သော သတင်းအချက်အလက်များ၏ လွှမ်းမိုးမှုကို ခံရသည်။

လူတို့၏အပြုအမူကို လေ့လာသော ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ရှေ့ပိုင်း၌ အစွဲရေးစိတ်ပညာရှင် နှစ်ဦးဖြစ်သော Daniel Kahneman နှင့် ကွယ်လွန်သူ Amos Tversky တို့က ဦးဆောင်ဦးရွက်ပြုခဲ့ကြ သည်။ လေ့လာစမ်းသပ်မှုတစ်ခု၌ ဘွဲ့ကြိုကျောင်းသားတစ်စုအား နမူနာရွေးချယ်၍ ကုလသမဂ္ဂအဖွဲ့ဝင်ဖြစ်သော အာဖရိကနိုင်ငံများ၏ ရာခိုင်နှုန်းကို ခန့်မှန်းခိုင်းသည်။ ကျောင်းသားအတော်များများက လုံးဝမသိ။ သို့သော်သူတို့ကိန်းဂဏန်းတစ်ခုခုကို ပေးရမည်။ ဤစမ်းသပ် ချက်၌၊ လှည့်ကွက်တစ်ခုရှိသည်။ မေးခွန်းမမေးမီ ဘီးတစ်ခုကို

လှည့်ခိုင်းသည်။ ထိုဘီးသည် တစ်နှင့်တစ်ရာအကြားတွင် ကျပမ်းကျမည်။ ကျောင်းသားများ သေသေချာချာနားလည်ထားသည့် အတိုင်းပင် ဘီးကိုလှည့်ရာမှ ရရှိသောဂဏန်းနှင့် မေးခွန်း၏အဖြေ လုံးဝဆက်စပ်မှုမရှိပေ။ သို့သော်လည်း ဘီးလှည့်ရာမှ (၁၀)အောက် ရသောကျောင်းသားများက အဖြေသည် (၂၅)%ဟု ပျမ်းမျှခန့်မှန်းကြသည်။ (၆၅)နှင့်အထက်ရသော ကျောင်းသားများက ပျမ်းမျှ(၄၅)%ဟု ခန့်မှန်းကြသည်။

လူတို့၏အပြုအမူကို လေ့လာသော ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်က ဤသို့သော အမှတ်မှားခြင်းများအပေါ် အာရုံစိုက်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ လူအများသည် ဆုံးဖြတ်ချက်များချမှတ်ရာတွင် သတင်းအချက်အလက် အမှားအယွင်းတွေ့အပေါ် အခြေခံတတ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ သတင်း အချက်အမှန်တွေ့အပေါ်က ကော်က်ချက်ဆွဲရာတွင် မှားယွင်းတတ်သည်။ အောက်ပါဥပမာများကိုကြည့်ပါ။

**ကောနဲလ်တက္ကသိုလ်ကျောင်းတွင်  
ကိုယ့်ကိုယ်ကိုသတ်သေသူများပြားသည်ဟုထင်ကြခြင်း**

ကောနဲလ်တက္ကသိုလ်တွင် တစ်နှစ်ကျောင်းသား(၁)သိန်းတွင် ကိုယ့်ကိုယ်ကိုသတ်သေသူ ပျမ်းမျှအရေအတွက် (၄.၃)ယောက်ရှိသည်။ တစ်နိုင်ငံလုံးကိုယ့်ကိုယ်ကို သတ်သေသူကျောင်းသား အရေအတွက်၏ တစ်ဝက်ခန့်သာရှိသည်။ သို့သော်လည်း ကောနဲလ်တက္ကသိုလ်၌ သတ်သေသူ ထူးထူးခြားခြားများသည်ဟုထင်ကြသည်။

စိတ်ပညာရှင်နှစ်ယောက်၏အလိုအရ ကမ္ဘာပေါ်ကဖြစ်ရပ်များ နှင့် ပတ်သက်၍ခန့်မှန်းရာတွင် လူတွေက အကြမ်းဖျဉ်းတွက်သော နည်းတွေကို အသုံးပြုကြသည်။ ဥပမာဖြစ်ရပ်တစ်ခုအကြိမ် မည်မျှဖြစ်ပွားသည်ကို ခန့်မှန်းရာ၌ မှတ်မိလွယ်လျှင် အကြိမ်များသည်ဟု



တွက်တတ်ကြသည်။ မကြာခဏဖြစ်တတ်သော နမူနာများကို ပြန်သတိရရန်ပိုလွယ်သည်။ သို့သော်အကြိမ်အရေအတွက် တစ်ခုထဲသာ မှတ်မိရန်လွယ်သည်မဟုတ်ပါ။ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း သိသိသာသာ ထင်ထင်ရှားရှားဖြစ်နေလျှင်လည်း မှတ်မိတတ်ကြသည်။ ကောနဲလ် တက္ကသိုလ်တွင် ကိုယ့်ကိုယ်ကိုသတ်သေသော နှုန်းမြင့်သည်ဟုတွက်ကြခြင်းမှာ ဤအကြောင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ အခြားတက္ကသိုလ်များ၌ ကျောင်းသားတွေက အိပ်ဆေးသောက်လွန်ကာ သက်သေတတ်ကြသည်။ ထိုသို့ကိုယ့်ကိုယ်ကို သတ်သေပုံသတ်သေနည်းမှာ သိပ်မဆန်း သို့သော် ကောနဲလ်တက္ကသိုလ်၏ ဘေးနှစ်ဖက်တွင် ချောက်ကြီးတွေရှိသည်။ ကောနဲလ်တက္ကသိုလ်ကျောင်းသားများက ချောက်နှစ်ခုကိုကူးထားသော တံတားပေါ်မှ ခုန်ချကာ သေကြောင်းကြံစည်ကြသည်။ တံတားပတ်ဝန်းကျင်တွင် နာရီပေါင်းများစွာလမ်းပိတ်ပြီးမှ ကယ်ဆယ်ရေးအဖွဲ့တွေက အလောင်းကောက်ကြရသည်။ ကောနဲလ်တွင် သတ်သေသူများသည်ဟု ထင်ရခြင်းမှာ ကိုယ့်ကိုယ်ကို သတ်သေမှုတွေ မမေ့နိုင်စရာ၊ မှတ်မိစရာတွေဖြစ်နေခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ သတ်သေသူကို ကိုယ်တိုင် ကိုယ်ကျမသိလျှင် အိပ်ဆေးပိုသောက်ကာ သတ်သေသူများကို လူတွေက ဘယ်တော့မျှမမှတ်မိကြ။

**အိမ်ခြံမြေအရောင်းကိုယ်စားလှယ်တွေက ဈေးလည်းပေါ ပိုလွယ်သောအိမ်တစ်လုံးကို ပြတတ်ကြခြင်း**

အိမ်ဝယ်မည့်သူတစ်ယောက်က အိမ်နှစ်လုံးတွင် ဘယ်အိမ်ကို ဝယ်ရမှန်းမသိ။ အိမ်တစ်လုံးက Edwardian ပုံစံပေါင်(၃)သောင်းဈေး၊ အခြားအိမ်တစ်လုံးက Victorian ပုံစံမြို့ပုံစံ ပေါင်(၂)သောင်း (၈)ထောင်၊ သူကဈေးသက်သာသော မြို့ပုံစံအိမ်ကို ညွှတ်နေသည်။ ထိုအချိန်တွင်ပွဲစားက ဒုတိယ Edwardian ပုံစံ ကျေးလက်အိမ်တစ်လုံး

ကို ထပ်ပြသည်။ ပထမအိမ်ထက်အခြေအနေဆိုးပြီး ဈေးနှုန်းက ပေါင်(၃)သောင်း(၂)ထောင်ဖြစ်သဖြင့် ပထမအိမ်ထက် ဈေးများသည်။ ပြန်လာကြသည့်အခါ၊ ပထမ Edwardian ပုံစံကျေးလက်အိမ်ကို ဝယ်မည်ဟုဖြစ်သွားသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဒုတိယအိမ်တစ်အိမ်ကို ထပ်ပြရသနည်း?

ဆိုင်တစ်ဆိုင်၌ စားပွဲထိုးကို ဘယ်လိုအသားညှပ်မှန်တွေရ သလဲဟု မေးသည်။ စားပွဲထိုးက ကြက်သား အမဲသားတို့နှင့်ရသည် ဟုဖြေရာ အမဲသားနှင့်မှာလိုက်သည်။ ထိုအချိန်တွင် စားပွဲထိုးက 'ကျွန်တော်မေ့သွားတယ်၊ တူနာငါးနဲ့လည်းရတယ်' ဟုထပ်ပြောသည်။ ထိုအခါ၊ 'ဒါဆိုရင် - ကြက်သားနဲ့ပဲစားမယ်' ဟုပြောင်းမှာသည်။ မှာသည့်အစားအသောက်ပြောင်းခြင်းကိုကြည့်လျှင်၊ ကြောင်းကျိုးဆင်ခြင် မှုအပြည့်ဖြင့် ရွေးချယ်မှုပြုလုပ်သည်ဟူသော သဘောတရား၏ အခြေခံကို ချိုးဖောက်ရာရောက်သည်။ ထိုသဘောတရားအရ ပိုညံ့သော အစားအသောက်တစ်ခုကို အစားအသောက်စာရင်းထဲတွင် ထပ်ထည့် ခြင်းအားဖြင့် မူလရွေးချယ်မှုကို ပြောင်းလဲစရာအကြောင်း မရှိပေ။ မူလရွေးချယ်မှုသည် ကြက်သားထက် အမဲသားကိုပိုကြိုက်ကြောင်း ပြသသည်။ တူနာငါးကို စာရင်းထဲထပ်ထည့်ခြင်းကြောင့် ပြောင်းလဲစရာ အကြောင်းမရှိပေ။

Itamar Simonson နှင့် Amos Tversky တို့ပြခဲ့သကဲ့ သို့ပင် ထိုသို့စိတ်ပြောင်းသည့်ဖြစ်ရပ်တွေ မကြာခဏဖြစ်တတ်သည်။ လူတွေအနေဖြင့် နှိုင်းယှဉ်ရန်ခက်သည့်ကိစ္စတွေကို ရွေးချယ်ရ အတော်ခက်သည်။ နှစ်ခုစလုံးမှာ သဘောကျစရာတွေရှိနေလျှင် တစ်ခုကိုရွေးမိကာ၊ နောက်တစ်ခုကိုလွတ်သွားသဖြင့် လွတ်သည့်ငါးကြီး ကာ နောင်တရရမည်ကို စိုးရိမ်ကြသည်။ ထိုအချိန်မျိုး၌မဆီမဆိုင် ရွေးချယ်စရာတစ်ခုထပ်ထည့်ပေးလိုက်ခြင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု

သည် ကြီးမားသည်။ အိမ်ဝယ်မည့်သူသည် ပထမပိုင်းတွင် ပထမ Edwardian ပုံစံကျေးလက်အိမ်နှင့် Victorian ပုံစံကျေးလက်အိမ်ကို မရွေးနိုင်ဘဲရှိနေသည်။ သို့သော်ပထမကျေးလက်အိမ်နှင့် ဒုတိယ ကျေးလက်အိမ်ကို နှိုင်းယှဉ်ရာ၌ ဒုတိယအိမ်သည် အရည်အသွေးလည်း ညံ့ ဈေးကလည်း ပိုကြီးနေ၍ ပထမအိမ်ကို သဘောကျသွားသည်။ ကျေးလက်အိမ်နှစ်အိမ်ကို နှိုင်းယှဉ်စရာရသွား၍ ပထမကျေးလက်အိမ် ကို ဝယ်လိုက်ခြင်းဖြစ်သည်။ ယှဉ်၍မရသော Victorian ပုံစံမြို့ပြအိမ် ကို ထည့်မတွက်တော့ပေ။

သမားရိုးကျ ကြောင်းကျိုးဆင်ခြင်ရွေးချယ်မှုသဘောတရား အရ ဒုတိယကျေးလက်အိမ်ကို ပြသခြင်းသည် အချိန်ဖြုန်းခြင်း သက်သက်သာဖြစ်သည်။ သို့သော်လက်တွေ့၌ ဒုတိယနည်းသည် မကြာခဏ ထိရောက်မှုရှိကြောင်းတွေ့ရသည်။

**မည်သူ့ပဝယ်မည် ဒေါ်လာသန်းချီတန်၊ စိန်ချယ်ဘရာစီယာလို  
Victorian Secret ကုမ္ပဏီကထုတ်လုပ်ရသနည်း။**

လွန်ခဲ့သောဆယ်နှစ်အတွင်း အမေရိကန်အတွင်းခံပစ္စည်း ကုမ္ပဏီ Victorian Secret သည်နှစ်စဉ်ခရစ်စမတ်တွင်ထုတ်ဝေ သည့် ကက်တလောက်၌ ထူးထူးခြားခြား တန်ဖိုးကြီးသည့် ပစ္စည်း တစ်ခုကိုထည့်သွင်းလေ့ရှိသည်။(၁၉၉၆)ခုနှစ်တွင် Claudia Schiffer ကဒေါ်လာ(၁)သန်းတန်၊ စိန်ချယ်ဘရာစီယာကိုဝတ်ပြခဲ့ သည်။ နောက်နှစ်တွင် Tyra Banks က နယူးယောက်ပဉ္စမရိပ်သာ Harry Winston ကျောက်မျက်ပြခန်းသို့ ကျည်ဆန်လုံ ကားစီးကာ စိန်တွေဥသဖလားတွေ စီခြယ်ထားသော ဒေါ်လာ(၃)သန်းတန် (၁၉၉၇)ခုနှစ် Victoria's Secret ၏ မဟာလက်ဆောင် ဘရာစီယာ ကို ဝတ်ဆင်၍ရောက်လာခဲ့သည်။ (၂၀၀၆)ခုနှစ်က ဒီဇိုင်းနာ Hearts

သည် Fire ၏လက်ရာကို Karolina Kurkova ကဝတ်ဆင်ပြီး ဒေါ်လာ(၆.၅)သန်းတန် ဘရာစီယာကို ပြသခဲ့သည်။ စိန်ခြယ် ဘရာစီယာတွေကို မည်သူမျှမဝယ်ကြပါပဲလျက် အဘယ်ကြောင့် နှစ်တိုင်းရောင်းနေရသနည်း?

ထိုကုမ္ပဏီက ထိုတန်ဖိုးကြီးပစ္စည်းတွေကို ဘယ်အခါမှ ရောင်းရန်မမှန်းပါ။ သို့သော် ၎င်းပစ္စည်းများကို ရောင်းမည်ဟုကြော်ငြာ ခြင်းသည် အခြားရောင်းစရာပစ္စည်းတွေ အပေါ်အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိ သည်။ စိန်ခြယ်ဘရာစီယာတွေကို စာနယ်ဇင်းတွေက စိတ်ဝင်စားသည်။ ဖောက်သည်အတော်များများ စိတ်ဝင်စားအောင်လုပ်နိုင်သည်။

ကုမ္ပဏီက ထိုအကျိုးကျေးဇူးကို ကောင်းကောင်းကြီးသဘော ပေါက်သည်။ နောက်ကြော်ငြာသည့် ဘရာစီယာသည် ယခင်က ကြော်ငြာသည့် ဘရာစီယာထက်ထူးထူးခြားခြား သာလွန်မှသာ ဆွဲဆောင်မှုရှိမည်ကို နားလည်ပြီးဖြစ်သည်။ မရောင်းရလျှင်လည်း ထိုစိန်များကိုလွှင့်ပစ်ရသည်မဟုတ် အလွယ်တကူပြန်သုံးနိုင်သည်။

စိန်စီသောဘရာစီယာတွေကို ရောင်းမည်ဟုကြော်ငြာခြင်းသည် ဘောဂဗေဒပညာရှင်များ နားမလည်သောကိစ္စတစ်ခုဖြစ်သည်။ ရောင်းမည့်ပစ္စည်းစာရင်းတွင် ထိုစိန်စီသောဘရာစီရာကို ထည့်ထားခြင်း ဖြင့် ရည်ညွှန်းကိုးကားစရာပြောင်းသွားသည်။ လက်ဆောင်တစ်ခုကို ဝယ်ထိုက်မဝယ်ထိုက် ဆုံးဖြတ်ရန် ပိုကောင်းသွားသည်။ အခြားသူတွေ သန်းချီပြီး သုံးနေသည်ဟု တွေးစရာဖြစ်အောင်လုပ်ကာ ဒေါ်လာ ရာဂဏန်းလောက်သုံးစွဲခြင်းသည် မလွန်ဟုထင်ရအောင် လုပ်ပေးသည်။ ဒေါ်လာ(၆.၅)သန်းတန် ဘရာစီယာကြော်ငြာကို တွေ့ထားသော ခင်ပွန်းသည်တစ်ယောက်အနေဖြင့် (၂၉၈)ဒေါ်လာကျော်ကျော်လေးသာ ပေးရသော Chantal Thomass Pinstripe Merrywidow ကိုပေးရကျိုးနပ်သည်ဟု ထင်မြင်သွားစေမည်။

အချို့ရေခဲမုန့်ကို ဂါလံတက်ချိန်ရောင်းပြီး အချို့ကို (၅၀၀) ဩာရောင်းခြင်း

ဒေသခံဆူပါမားကက်များ၌ ရေခဲမုန့်အရသာအမျိုးမျိုးတံဆိပ် အမျိုးမျိုး ရောင်းတတ်ကြသည်။ သို့သော်တံဆိပ်တစ်ခုကို ကြိုက်သူသည်၊ ကိုယ်လိုချင်သောအရွယ်အစားအတိုင်းမရ။ ဥပမာ- Wall တံဆိပ် ရေခဲမုန့်ကို အရသာအမျိုးမျိုး ရွေးချယ်ဝယ်ယူနိုင်သော်လည်း (၂)လီတာ ဘူးများနှင့်သာရမည်။ Ben and Jerry တံဆိပ်ရေခဲမုန့်ကို (၅၀၀) မီလီလီတာဘူးများနှင့်သာ ဝယ်နိုင်မည်။ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

Ben and Jerry တံဆိပ်သည် နာမည်ကြီးဈေးကြီးသော အရသာကောင်းတံဆိပ်ဟု မြင်ကြသည်။ ဈေးကြီးသောအမည်များကိုသုံး ကာ ထုတ်လုပ်နည်းလည်းမြင့်မားသည်။ ပတ်ဝန်းကျင်ထိန်းသိမ်းရေးကို အလေးပေးကာ ပစ္စည်းများဝယ်ယူသည်။ ဝန်ထမ်းများအပေါ် ဂရုစိုက် ဆက်ဆံသည်။ (၅၀၀)မီလီလီတာရှိ ရေခဲမုန့်တစ်ဘူးကို (၄.၁၉)ပေါင် ဖြင့် ရောင်းရာ (၂)လီတာ ဝယ်လျှင် (၁၆.၇၉)ဒေါ်လာနှုန်းဖြစ်သည်။ Wall ရေခဲမုန့်(၂)လီတာသည် (၁.၆၅)ပေါင်သာပေးရမည်။

စားသုံးသူတွေက(၁)မီလီလီတာ၏ ဈေးနှုန်းကိုသာ ဂရုစိုက် သည်မဟုတ်။ ပစ္စည်းတစ်ခုလုံး၏ ဈေးနှုန်းကိုလည်း ဂရုစိုက်သည်။ အဆင့်မြင့်ရေခဲမုန့်ဈေးကွက်ထဲ စဝင်ချိန်တွင် စားသုံးသူတွေက (၂)လီတာဘူးတွေကို၊ ဈေးသက်သက်သာသာ ပေးရသောအလေ့အထ နှင့် အကျွမ်းဝင်ပြီးဖြစ်သည်။ Ben and Jerry သည်အရသာလည်း ပိုရှိကာ အခြားတံဆိပ်များထက်လည်း ပို၍ဈေးကြီးမည်ကို သိသည်။ သို့သော်လည်း (၁၅)ပေါင်ဟူသော ဈေးနှုန်းကိုမြင်လိုက်လျှင် အတော် များများက လန့်သွားမည်။ (၅၀၀)မီလီလီတာဗူးထဲထည့်ရောင်းခြင်းဖြင့် ဈေးနှုန်းကိုကြည့်ပြီး လန့်သွားစရာမလိုတော့။ များများစားလိုသော သူများက တစ်ဘူးထက်ပို၍ဝယ်နိုင်သည်။ အခြေခံအနေဖြင့် ရိုးရှင်း လွယ်ကူစေရန် စီးပွားရေးပုံစံများတွင် လူတို့၏ကိုယ်ကျိုးစီးပွားရှာတတ်

သောသဘောကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားသည်။ ကိုယ်ကျိုးစီးပွားဆိုသည်မှာ၊ လူတို့၏အရေးပါသော လှုံ့ဆော်မှုတစ်ခုဖြစ်ကြောင်း ထင်ရှားနေသော်လည်း၊ အခြားသောလှုံ့ဆော်မှုများလည်း ရှိသေးသည်။ ကိုယ်ကျိုးစီးပွားရယူခြင်းသည်၊ အမည်မဖော်ပဲလျှာဒါန်းကြခြင်း၊ ရွေးကောက်ပွဲများတွင် မဲပေးခြင်းများကို ရှင်းမပြနိုင်ပေ။ လူတွေလုပ်နေကြသော အမှန်တကယ် စီးပွားရေး ရွေးချယ်မှုကို နားလည်ရန်ဆိုလျှင် လူတို့၏လှုံ့ဆော်မှုများကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်ရှုမြင်ရန်လိုသည်။

ကိုယ်ကျင့်တရားသည် ဈေးကွက်အပေးအယူ အရောင်းအဝယ်များအပေါ်၌ အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိတတ်သော်လည်း မျှော်မှန်းထားသလို အမြဲတမ်းဖြစ်သည်မဟုတ်ပေ။

### Super Bowl ပွဲကျင်းပရာ၊ စနေ-တနင်္ဂနွေရက်များတွင် ထိုမြို့ဟိုတယ်အခန်းလွတ်ရှာရခြင်း

Super Bowl အမေရိကန်ဘောလုံးချန်ပီယံအဖွဲ့သည် အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် နှစ်စဉ်နှစ်တိုင်း ထိပ်တန်းပျော်ပွဲရွှင်ပွဲတစ်ခုဖြစ်သည်။ ထိုပွဲကို တနင်္ဂနွေနေ့တွင် ကျင်းပရာ အလှည့်ကျမြို့အချို့က ဈေးကွက်ရှင်းလင်းပေးမည့် ဈေးနှုန်းသည် ဒေါ်လာထောင်ချီရှိသင့်သည်ဟု ယူဆကြသည်။

အချို့ဟိုတယ်များက အခန်းခကိုမြှင့်တောင်းကြသော်လည်း မည်သူမျှဒေါ်လာ(၅၀၀)ထက် ပိုမတောင်းကြ။ ဒေါ်လာ(၅၀၀)အောက်သိသိသာသာ လျော့တောင်းသည့်ဟိုတယ်တွေကများသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဟိုတယ်တွေက ဈေးမတင်ကြသနည်း?

ဟိုတယ်ခတွေမြှင့်တောင်းလိုက်လျှင် စားပွဲပေါ်ကငွေကောက်ရသည့် ပုံစံမျိုး ဖြစ်သွားနိုင်သော်လည်း အခြားအကြောင်းပြချက်တွေလည်းရှိသေးသည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ မထင်မှတ်ဘဲ ဝယ်လိုအား

လွန်ကဲမှုတွေ ဖြစ်ပေါ်တတ်သည်။ စက်ရုံကသတ်မှတ်ထားသော လက်လီဈေးဖြင့် ရောင်းချရာတွင် မမျှော်လင့်ဘဲ ကားပုံစံအသစ်တစ်မျိုး လက်ကျန်မရှိအောင် ရောင်းကောင်းခြင်းမျိုးတွေဖြစ်တတ်သည်။ သို့သော် Super Bowl ပွဲစဉ်များမှာ ထိုကဲ့သို့မဟုတ်။ ဝယ်လိုအား အပိုအလျှံရှိမည်ကို သေချာပေါက်တွက်နိုင်သည်။ တစ်ဖန်နှစ်စဉ်နှစ်တိုင်း ဖြစ်လေ့ရှိပြီး ဘောလုံးပွဲကျင်းပမည့်နေရာကိုလည်း ကြိုတင်သတ်မှတ်ပြီး ဖြစ်သည်။

ဟိုတယ်တွေက ဖောက်သည်များ၏အမြင်တွင် မရောင်းသင့် ဟုယူဆမည့် ဈေးနှုန်းများကို သတ်မှတ်လိုပုံမရပေ။ အဘယ်ကြောင့် ဖောက်သည်တွေ၏ တုံ့ပြန်မှုကို ဂရုစိုက်နေရသနည်း? လူတွေက ဈေးကွက်ရှင်းလင်းပေးမည့် ဈေးနှုန်းသည် မတန်တဆမြင့်မားနေသည်ဟု ယူဆလျှင် မပေးဘဲနေနိုင်သည်။ ဟိုတယ်အခန်းမရကြသော ဘောလုံး ဝါသနာရှင်တွေ ရှည်ရှည်လျားလျားတန်းစီ နေတတ်ကြရာ မတရား သဖြင့်မြင့်မားသော ဟိုတယ်ခတောင်းခံလျှင်ပင် ဟိုတယ်အခန်းတွေ အားလုံး ကုန်သွားနိုင်သည်။

သို့သော် ထိုသို့ကောက်ခံလျှင် အန္တရာယ်ကြီးမားသော မဟာဗျူဟာဖြစ်သွားမည်။ ဟိုတယ်ခတွေကို မပေးချင်ပေးချင်ပေးလိုက် ရသော်လည်း စိတ်ထဲတွင်သိပ်ကျေနပ်မည်မဟုတ် ထိုမကျေနပ်ချက် သည် ဟိုတယ်တွေအများကြီးကို ပိုင်ဆိုင်သူတစ်ယောက်အတွက် အရေးကြီးသည်။ ဟိုတယ်အခန်းတွေက စနေတစ်ညသာရှိနေသည် မဟုတ် ကျန်သည့်ရက်တွေ ညတွေ ရာချိပြီးရှိသည်။ အခြားမြို့ကြီး တွေမှာလည်းရှိနေသည်။ ဖေဖော်ဝါရီလတွင် မီယာမီဌ်ဟီလ်တန် ဟိုတယ်က မတန်တဆတောင်းလွှတ်လိုက်သည်ဟု ခံစားလိုက်ရလျှင် မတ်လတွင် ဆန်ဖရန်စစ္စကိုရောက်သည့်အခါ ဟီတန်ဟိုတယ်တွင် တည်းတော့မည်မဟုတ်။

အခြားနေရာများတွင် ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ရာ၌လည်း ထို့အတူပင် ဖြစ်သည်။ လူကြိုက်များသော စားသောက်ဆိုင်များ၌ စနေညများတွင် လက်ရှိဈေးနှုန်းအတိုင်း စားပွဲတွေပြည့်နေမည်ကိုသိသည်။ သို့သော် အခြားညတွေ ကျန်သေးသည်။ စနေနေ့ညတွင် သူတို့အပေါ် မတရားလုပ်လွှတ်လိုက်သည်ဟု ဖောက်သည်တွေကထင်သွားပါက အင်္ဂါနေ့ညတွင် အခြားဆိုင်များသို့သွားစားမည်မှာ သေချာသည်။

**လုံခြုံရေးကို အခြားလုပ်ငန်းများသို့အပ်ကြခြင်း**

လုပ်ငန်းတိုင်း လုပ်ငန်းတိုင်းသည် မည်သည့်လုပ်ငန်းများကို မိမိတို့ကိုယ်တိုင်လုပ်မည်၊ မည်သည့်လုပ်ငန်းကို အခြားသူများအပ်နှံ လွှဲပြောင်းလုပ်ကိုင်မည်ကို ရွေးချယ်ဆုံးဖြတ်ကြရသည်။ အများအားဖြင့် ပုံမှန်လုပ်ငန်းများကို လုပ်ငန်းအတွင်းတွင်လုပ်ဆောင်ကြပြီး ယာယီ လိုအပ်သော အလုပ်များကို ပြင်ပမှငှားရမ်း၍ ဝန်ဆောင်မှုပေးတတ်ကြ သည်။ သို့သော်ဤသို့မဟုတ်ဘဲ မကြာသေးမီနှစ်များအတွင်း လုံခြုံရေး ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတွေကိုပါ ပြင်ပသို့အပ်နှံလုပ်ဆောင်မှုများ တိုးပွား လာသည်ကိုတွေ့ရသည်။ အမှန်စင်စစ် လုံခြုံရေးလုပ်ငန်းများသည် ပုံမှန်လုပ်ဆောင်ရမည့် လုပ်ငန်းများဖြစ်သည်။ နေ့စဉ်လုံခြုံရေးကိစ္စများ အတွက် ငွေကုန်ကြေးကျခံပြီး ပြင်ပကုမ္ပဏီများကို ငှားရမ်းခြင်းမှာ အဘယ်ကြောင့်နည်း?

ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်သည် ကြွယ်ဝချမ်းသာသော လုပ်ငန်းရှင် နှင့်တွေ့လျှင် လုပ်ငန်းချင်းတူသော်လည်း လစာပိုတောင်းတတ်သည်။ ကြွယ်ဝချမ်းသာသောလုပ်ငန်းတစ်ခုသည် လုံခြုံရေးဝန်ထမ်း တစ်ယောက်ကို အနိမ့်ဆုံးလစာနှင့် အခွင့်အရေးများသာပေးပြီး ခန့်ထားလျှင် တရားသည်ဟုထင်ကြမည်မဟုတ်ပေ။ သို့သော် အတန်အသင့် အခြေအနေရှိသော လုပ်ငန်းတစ်ခုတွင်မူ လုပ်ခနည်းသော် လည်း လုပ်နိုင်သည်။ (၁)နာရီကို (၈)ပေါင်နှုန်းသည် ကုမ္ပဏီကြီးတစ်ခု



အတွက် နည်းသော်လည်း သာမန်လုံခြုံရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုက ငှားရမ်းလျှင်မူ သင့်တော်သောနှုန်းဖြစ်သည်။ မကြာသေးမီဆယ်စုနှစ်များ အတွင်းဝင်ငွေ မညီမျှတွေ့ပိုကြီးမားလာသဖြင့် လခအနည်းအများအပေါ် ပို၍ဂရုစိုက်လာကြသည်။

**ပိုအမ်းလိုက်လျှင် ငွေပြန်ပေးတတ်ကြပြီး ငွေမတောင်းလိုက်သော ပစ္စည်းတစ်ခုပါလာလျှင် ပြန်မပေးတတ်ကြခြင်း**

အလွတ်သဘောစစ်တမ်းကောက်ယူမှုတစ်ခု၌ ငွေကိုင်က (၁၀)ပေါင်ပိုအမ်းလိုက်မိလျှင် ပြန်ပေးမည်ဟု(၉၀)%က ဖြေကြသော်လည်း မီးအုပ်ဆောင်းတစ်ခုကို (၁၀)ပေါင်မတောင်းဘဲ ထည့်ပေးလိုက်လျှင် ပြန်ပေးမည်ဟုဖြေသူ(၁၀)%သာရှိသည်ကို တွေ့ရသည်။ အဘယ်ကြောင့် တစ်နေရာတွင်ရိုးသားသော်လည်း နောက်တစ်နေရာတွင်မရိုးသားရသနည်း?

အတွေးအခေါ်ပညာရှင်များက နှစ်ရှည်လများအလေးပေးပြောကြားခဲ့ကြသကဲ့သို့ပင် ရိုးသားမှုသည် ပြစ်ဒဏ်ပေးခံရသည်ကို ကြောက်ခြင်းကြောင့်သာမဟုတ်၊ သနားကြင်နာခြင်း ဒုစရိုက်မှုမပြုလိုခြင်းတို့ကဲ့သို့သော စိတ်ကူးစိတ်သန်းများအပေါ်တွင်လည်း မူတည်သည်။ ဖောက်သည်တစ်ယောက်သည် အရေးယူအပြစ်ပေးခံရမည်ကို မစိုးရိမ်ဘဲ ပိုအမ်းသော ငွေကိုလည်းကောင်း မီးအုပ်ဆောင်းကိုလည်းကောင်း သိမ်းထားနိုင်သည်။ သို့သော် စိတ်အခြေအနေတွေက၊ တစ်နေရာနှင့်တစ်နေရာမတူ။

အကယ်၍ပိုအမ်းလိုက်သည့်ငွေကို ပြန်မပေးဘဲသိမ်းထားလိုက်လျှင် ညနေစောင်း၍ စာရင်းပိတ်သည့်အခါ ငွေကိုင်က(၁၀)ပေါင်ကို သူ့အိတ်ကစိုက်၍ပေးရတော့မည်။ အများအားဖြင့် ငွေကိုင်တို့သည် လခနည်းကြသည်။ ကိုယ်နေ့စဉ်တွေနေရမည့်သူတစ်ယောက်

ကိုယ့်အတွက် ဒုက္ခရောက်သွားခြင်းကို စားသုံးသူအတော်များများက မမြင်တွေ့လို။ သို့သော် (၁၀)ပေါင်တန် မီးအုပ်ဆောင်းအတွက်ငွေ မတောင်းလိုက်မိခြင်းသည် ဆိုင်၏အမြတ်ကို အနည်းငယ်မျှသာလျှော့ပါး စေမည်။ ကုမ္ပဏီ၏စုစုပေါင်းအမြတ်နှင့် ယှဉ်လိုက်လျှင် မပြောပလောက်ပေ။ စားသုံးသူအနေဖြင့် မည်သည့်အခါမျှတွေ့စရာမရှိ။ ကြွယ်ဝသူတွေဟုယူဆရသော အစုရှယ်ယာရှင်တွေ ခွဲဝေကျခံလိုက်လျှင် တစ်ယောက်တစ်ယောက်အတွက် လုံးဝမသိသာ။ ဤအကြောင်းတွေကို ကိုယ်ကျင့်သဘောတရားတွင် ထည့်တွက်မည်မဟုတ်။ သို့သော်လည်း ပြန်အမ်းငွေများပေးလိုက်သည့်အခါတွင် ဖောက်သည်တွေက ပို၍ရိုးသားတတ်ကြောင်းတွေ့ရသည်။

သမားရိုးကျစီးပွားရေးပုံစံများ၌ ငွေကြေးသည်အပြည့်အဝ လွှဲပြောင်းခြင်း အစားထိုးခြင်းပြုလုပ်၍ရသည်။ ကိုင်ဆောင်ထားသူဆန္ဒရှိသည့်အတိုင်း လုပ်နိုင်သဖြင့် ငွေကြေးဖြင့် ဆုလဒ်ချီးမြှင့်ခြင်းသည် အခြားသောချီးမြှင့်နည်းတွေထက်သာလွန်သည်။ သို့သော်လည်း တစ်ခါတစ်ရံ၌ လူတွေကငွေမပေးဘဲ ပစ္စည်းပေးသည်ကို ကြိုက်ကြပြန်သည်။ လူတွေက ငွေကို မိမိသဘောရှိအသုံးချရေးတွင် အကန့်အသတ်တွေရှိနေသည်ကိုတွေ့ရသည်။

**နယူးဂျာဆီရှိ ဆက်သွယ်ရေးကုမ္ပဏီတစ်ခုက ငွေမပေးဘဲ ဝန်ထမ်းတွေကို BMW ကားတစ်စီးအသုံးပြုခြင်း**

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုက အရည်အချင်းပြည့်ဝန်ထမ်းများ ပြည့်ပြည့်စုံစုံ လုံလုံလောက်လောက် မရနိုင်သောအခါ လုပ်ရမည့် အဖြေတစ်ခုကို ဘောဂဗေဒကအကြံပြုသည်။ လခတိုးပေးရန်ဖြစ်သည်။ သို့သော်အချို့အလုပ်ရှင်များက အခြားနည်းဗျူဟာတစ်မျိုးကို ပြောင်းလဲကျင့်သုံးသည်။ ဥပမာ- နယူးဂျာစီ Arcnet ကြီးမဲ့ကြေးနန်းဆက်သွယ်

ရေးကုမ္ပဏီက အနည်းဆုံးလုပ်သက်တစ်နှစ်ရှိသည့် ဝန်ထမ်းတိုင်းကို BMW ကားတစ်စီးအခမဲ့ဝယ်ပေးသည်။ အခြားကုမ္ပဏီတွေကလည်း၊ အလားတူနည်းလမ်းများအလုပ်ဖြစ်သည်ဟုဆိုသည်။

တကယ်တော့မော်တော်ကားတွေက အခမဲ့မရ။ တစ်စီးကို၊ အာမခံစရိတ်အပါအဝင် ဒေါ်လာ ကိုးထောင်ခန့်ကုန်ကျသည်။ ကားတစ်စီးရသော ဝန်ထမ်းသည် အပိုင်ငွေရကြောင်း အခွန်ရုံးကို တင်ပြရမည်။ အကယ်၍ မော်တော်ကားမပေးဘဲ ဒေါ်လာကိုးထောင်ထပ်ပေးလိုက်လျှင်လည်း မည်သူမျှပိုမဆင်းရဲဘဲ အချို့လူတွေအတွက် ပိုကောင်းသွားသင့်သည်။

တစ်ကယ်ကားတစ်စီးလိုချင်သော ဝန်ထမ်းက ကိုယ့်ဘာသာ ကိုယ်ဝယ်နိုင်သည်။ ကားမလိုချင်လျှင် အခြားကိစ္စတွေအတွက်သုံးစရာ ဒေါ်လာကိုးထောင်ရမည်။ သို့ပါလျက်နှင့် ငွေမပေးဘဲ အဘယ်ကြောင့် ကားပေးရသနည်း။

မိသားစုများ မိတ်ဆွေများအကြား လက်ဆောင်လဲလှယ်ရာတွင်လည်း အလားတူမေးခွန်းကို မေးစရာရှိသည်။ ညီအစ်ကိုတော်သူ တစ်ယောက်ကို ငွေမပေးဘဲ အဘယ်ကြောင့် မည်သည့်အခါမျှ မသုံးသည့်လည်စီး(နက်ကတိုင်)ပေးလိုက်ရသနည်း ?

အချို့ကငွေပေးခြင်းသည် လွယ်လွန်းအားကြီးသည်။ လက်ဆောင်ဝယ်သလို အချိန်ကုန် လူပင်ပန်းမခံရခြင်းကြောင့် မိမိ၏ ကြင်နာမှုဂရုစိုက်မှုကိုပြသရာတွင် ထိရောက်မှုမရှိဟုဆိုကြသည်။ ထိုအဆိုသည် သာမန်လက်ဆောင်ငယ်လေးများအတွက် မှန်သော်လည်း ဇိမ်ခံကားကဲ့သို့သော၊ လက်ဆောင်ကြီးတွေအတွက်ပြော၍မရ။

ဘောဂဗေဒပညာရှင် Richard Thaler ကကိုယ့်ဘာသာကိုယ် မဝယ်ဖြစ်သည့် ပစ္စည်းများသည် အကောင်းဆုံးလက်ဆောင်များ ဖြစ်နေတတ်သည်ဟုဆိုသည်။ ဇနီးသည်ကပေါင်(၁၀၀၀)တန်

တိုက်တေနီယမ်ဂေါက်ရိုက်တန်ဝယ်ပေးလျှင် အဘယ်ကြောင့်ဝမ်းသာရ သနည်း? သူလိုချင်လှသော်လည်း အဝယ်ရခက်နေသည်ကို ရလိုက် ခြင်းကြောင့်ဖြစ်မည်။ အခြားသူတစ်ယောက်က ဝင်ရွေးချယ်ပေးလိုက် ခြင်းကြောင့် လိပ်ပြာသန့်စွာ ဂေါက်ရိုက်တံအသစ်ကိုအသုံးပြုနိုင်မည်။ အောက်ပါလက်ဆောင်များတွင် မည်သည့်လက်ဆောင်သည် ရင်းနှီး သောမိတ်ဆွေများ အတွက်ပို၍သင့်တော်ပါသနည်း ၊

- ၁။ ပေါင်(၂၀)တန် မကာဒေးမီးယားအသီး(၄)ဘူး (သို့မဟုတ်) ပေါင်(၂၀)တန်မြေပဲ(၂၀)အိတ်
- ၂။ ပေါင်(၅၀)တန်၊ နေ့လည်စာ(၁)ယောက်စာလက်မှတ် (သို့မဟုတ်) ပေါင်(၅၀)တန် လူ(၁၀)ယောက်စာ နေ့လည်စာလက်မှတ်
- ၃။ (၁၀)ပေါင်တန်ဆန်(၂)အိတ် (သို့မဟုတ်) (၁၀)ပေါင်တန် ဆန်(၁၀)အိတ်
- ၄။ (၄၅)ပေါင်တန် Penfolds Bin 707 Cabernet Sauvignon (၁)ပုလင်း (သို့မဟုတ်) Snake Creek Shiraz (၁၀)ပုလင်း

လူအတော်များများက အတွဲတိုင်းက ပထမပစ္စည်းကိုပေးခြင်း သည်သာ အသေချာဆုံးရွေးချယ်မှု ဟုဆိုကြပါမည်။

Arcnet နှင့်အခြားအလုပ်ရှင်များက BMW ကားတွေ ပေးကြသည်မှာလည်း၊ ဤနည်းအတိုင်းပင်ဖြစ်ပါသည်။ Toyota Camry ထက်နှစ်ဆမျှကြီးသော ကားတစ်စီးဝယ်လာခဲ့ကြောင်း၊ ချွေတာတတ်သည့် မိဘတွေကိုပြောထွက်ဖို့ မလွယ်လှပါ။ အိမ်နီးချင်း တွေက အကြွားပိုရန်ကောဟုထင်ကောင်းထင်ကြမည်။ ကိုယ်က BMW ကားလိုချင်သော်လည်း ဇနီးသည်က မီးဖိုဆောင်သုံးပစ္စည်းတွေ အသစ်ထည့်ဖို့ပြောကောင်း ပြောနေမည်။ အလုပ်ရှင်ထံမှ လက်ဆောင်

ကားတစ်စီးရလျှင် ထိုအပိုကိစ္စတွေအတွက် ပူပန်နေစရာမလိုတော့။

ကုမ္ပဏီရှုထောင့်ကြည့်လျှင် ရေရှည်ဝန်ထမ်းအားလုံးအတွက် ဇိမ်ခံကားတစ်စီးပေး လိုက်ခြင်းသည် အခြားနည်းတွေထက် နောင်တရ စရာအနည်းဆုံးနည်းဖြစ်မည်။ ဝန်ထမ်းအသစ်တွေကို ဝင်ဝင်ချင်း ငွေသားဆုလာဘ်ပေးသည့် နည်းထက်ပိုကောင်းမည်။ ထိုနည်းလမ်း လည်း ပို၍ခေတ်စားလာနေသည်။

လုပ်အားဈေးကွက်တွင် ပစ္စည်းချင်းဖလှယ်သည့် စနစ်ပို၍ ခေတ်စားနေသလောဟု မေးစရာရှိသည်။ မဟုတ်ပါ။ Burger King ကဝန်ထမ်းပြတ်သွားလျှင် Ford Escorts ကားတွေ ပေးမည် မဟုတ်ပါ။ သူတို့နှင့်အခြားကျွမ်းကျင်မှုဝန်ထမ်းများ၏ အလုပ်ရှင် များသည် တစ်သက်လုံးသုံးလာသော လခတိုးပေးသည့်နည်းကိုသာ ကျင့်သုံးမည်ဖြစ်သည်။

သို့သော်ငွေမပေးဘဲ ပစ္စည်းပေးသည့်စနစ်ကို ကျွမ်းကျင်မှု မြင့်လုပ်သားများ၏ အလုပ်ရှင်များက အသုံးပြုမှုမြင့်မားလာမည်။ ထိုအလုပ်ရှင်များသည် အမြဲတမ်းလုပ်သား ပြတ်တောက်နေကြသည်။ သူတို့ခန့်လို ဆက်ထားရှိ ထိန်းသိမ်းထားလိုသော ဝန်ထမ်းတွေကလည်း၊ ကားအသစ်တစ်စီးပေးသည်ကို သဘောကျသောဝန်ထမ်းမျိုးတွေ ဖြစ်သည်။

ပေးသောလက်ဆောင်တွေပြောင်းလဲတတ်သည်။ မည်သည့် လက်ဆောင်ကိုပေးမည်ဟူသော မဟာဗျူဟာရွေးချယ်မှုသည် မည်မျှ စိတ်လှုပ်ရှားသွားစေနိုင်သနည်းဟူသော အချက်အပေါ်တွင်မူတည် သည်။ စာဖတ်သူများက (၁၉၉၁)ခုနှစ်ထုတ် John Grishams ၏ဝတ္ထု The Firmတွင် လူငယ်ရှေ့နေတစ်ယောက်အလုပ်ဝင်ဝင်ချင်း BMW ကားတစ်စီးရကြောင်း ရေးသားထားသည်ကို ဖတ်ရသောအခါ အံ့ဩကြသည်။ ယခုခေတ်တွင်လည်း ထိုနည်းဗျူဟာမျိုးသည်

စာနယ်ဇင်းများကို ဆွဲဆောင်နိုင်စွမ်းရှိဆဲဖြစ်သည်။ သို့သော်ကုမ္ပဏီတွေက သူများလုပ်သလို လိုက်လိုက်လုပ်ကြသောအခါ ယခင်ကကဲ့သို့ ထိရောက်မှုမပြင်းထန်။ တန်ကြေးမြင့်တင်ရမည့် သဘောရှိသည်။ Porsch ၉၁၁တစ်စီးထက်လျော့ပေးသော အလုပ်ရှင်ကို အစွမ်းအစရှိအတိုင်ပင်ခံတွေ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဘဏ်သမားတွေက ပခုံးတွန့်ငြင်းပယ်သည်ဆိုလျှင် မယုံနိုင်စရာဖြစ်မည်မဟုတ်။

သမားရိုးကျစီးပွားရေးပုံစံများ၌ လူတွေတွင် တိတိကျကျ သတ်မှတ်ထားသော ရည်မှန်းချက်တွေရှိထားကာ ထိုရည်မှန်းချက်များ ရရှိရေးအတွက် စွမ်းစွမ်းတမံဆောင်ရွက်သည်ဟု ယူဆသည်။ သို့သော် လူတို့သည် ရွေးချယ်မှုများပြုလုပ်ရာ၌ တစ်ဦးချင်း၏ထူးခြားမှုနှင့် အုပ်စု၏ ထူးခြားချက်တို့ကို တည်ဆောက်လို ပြသလို ထိန်းသိမ်းထားလိုကြောင်းတွေ့ရသည်။ သမားရိုးကျ စီးပွားရေးပုံစံများတွင်ပါဝင်သော ယုတ္တိဗေဒတွေလိုမတွေ့ရ။

**ကြိုးမချည်ရသောဖိနပ်တွေကို စီးကြခြင်း**

ကလေးဘဝတွင် ကိုယ်စီးသောရှူးဖိနပ်ကို ကြိုးချည်တတ်အောင် စောစောစီးစီး သင်ယူခဲ့ကြရသည်။ သို့သော်ဆွစ်ဇာလန်နိုင်ငံသား တီထွင်သူ Georgette Mestral က(၁၉၅၅)ခုနှစ်တွင် Velcro ကြိုးမပါ ချိတ်တွေကွင်းတွေသုံးသော ဖိနပ်ကိုတီထွင်၍ မူပိုင်ခွင့်မှတ်ပုံတင်ခဲ့သည်။ ထိုအချိန်ကစ၍ အခြားသမားရိုးကျချုပ်နှောင်နည်းတွေကို အစားထိုးခဲ့သည်။ Velcro ကကြိုးချည်သည့်နည်းသာလွန်သည့်အချက်များရှိသည်။ ကြိုးတွေကပြေသွားနိုင် တက်နင်းမိနိုင် ခလုတ်တိုက်လဲနိုင်သည်။ ကြိုးမပါသော Velcro ဖိနပ်တွေက ကြိုးချည်သည်ထက် လွယ်လည်းလွယ် မြန်လည်းမြန်သည်။ Velcro ပေါ်ကချည်ကြိုးတွေပျောက်သွားမည်ဟု ထင်ရသော်လည်း ကြိုးမချည်ရသောဖိနပ်စီးသူမှာ အနည်းငယ်သာရှိသည်။ ကြိုးချည်ရသောဖိနပ်တွေ

ကို အဘယ်ကြောင့်ဆက်စီးနေကြသနည်း?

အစကတည်းကပင် ကြိုးချည်စရာမလိုသော Velcro ရှူးဖိနပ်တွေကို ကလေးစီးရန် သက်ကြီးရွယ်အိုစီးရန်နှင့် အားနည်းသူ များစီးနင်းရန်ရည်ရွယ်သည်။ Velcro ဘိနပ်တွေ လူကြိုက်များလိုက် ပုံကဖြင့် ကလေးအတော်များများ ဖိနပ်ကြိုး မချည်တတ်တော့သည့် အဆင့်သို့ ရောက်သွားသည်အထိဖြစ်သည်။ Velcro ဖိနပ်တွေကြောင့် သူတစ်ပါးကို ဖိနပ်ကြိုးချည်ခိုင်းစရာမလို။ မိဘတွေရောကလေးတွေကပါ အမှီအခိုကင်းမှု၏ သင်္ကေတတစ်ခုအဖြစ်ကောက်ယူကြသည်။ လူကြီး တွေကလည်း ကျန်းမာရေးအတွက် Velcro ဖိနပ်တွေကိုစီးကြသည်။ အချို့လူကြီးများက ဖိနပ်ကြိုးချည်ရန် မငဲ့နိုင်၊ မကုန်းနိုင်ကြ။ အချို့လူကြီးတွေမှာက လက်ချောင်းတွေကိုက်ခဲသည့် ဝေဒနာရှိသည်။ သို့သော် Velcro ဖိနပ်စီးသူသည် အများအမြင်တွင် အရည်အချင်းမရှိ သူတွေဖြစ်နေတတ်သည်။ ကိုယ့်ဖိနပ်ကြိုးကိုမျှ မချည်တတ်သူတွေ အဖြစ် အထင်အမြင်သေးခြင်းခံရသည်။ ထို့ကြောင့် ကြိုးချည်ဖိနပ်တွေ ခေတ်စားနေဆဲဖြစ်သည်။

**အသေခံဂျပန်ကာမီကာလေလေသူများ ဦးထုပ်ဆောင်းကြခြင်း**

(၁၉၄၄)ခုနှစ်တွင်စစ်ရေးအရ သိသိသာသာရုံးခိမ့်မှုဖြစ်ပွားပြီး နောက် ဂျပန်တို့က အသေခံတိုက်ခိုက်မှုများပြုလုပ်သည်။ အမေရိကန် စစ်သင်္ဘောများပေါ်သို့ ဂျပန်စစ်လေယာဉ်များ ထိုးဆင်းကာအသေခံ တိုက်ခိုက်ခဲ့ကြသည်။ လေယာဉ်တွင် ဗုံးတွေအပြည့်တင်ထားသဖြင့် လေယာဉ်ထိုးဆင်းလိုက်လျှင် လေယာဉ်မှူးလည်းသေချာပေါက်သေ မည်။ သို့ပါလျက်နှင့် လေယာဉ်မှူးတွေက အဘယ်ကြောင့်ဦးထုပ် ဆောင်းထားကြသနည်း?

အကြောင်းတရားတစ်ခုမှာ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ကာမီကာလေ လေယာဉ်မှူးများ အသက်ရှင်သန်တတ်ကြသည်။ တစ်ဖန်ရည်မှန်းချက်

မရောက်မီအခက်အခဲတွေနှင့် တွေ့ကြုံရသည့်အခါ ဂျပန်ဗိုလ်ချုပ်များက သူတို့၏လေယာဉ်မှူးတို့ကို ပြည့်ပြည့်စုံစုံအကာအကွယ် ပေးထားလိုကြသည်။ ပို၍အရေးကြီးသောအကြောင်းမှာ ဦးထုပ်ဆောင်းထားမှသာ လေယာဉ်မှူးမှန်း ဝီဝီသသသိမြင်နိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ကာမိကဇေလေယာဉ်မှူးများသည် လေယာဉ်မှူးများဖြစ်ကြပြီး လေယာဉ်မှူးအားလုံးသည် အကာအကွယ်ဦးထုပ်များဆောင်းကြသည်။

ဤဦးထုပ်ကိုဆောင်းထားသဖြင့် ဤလေယာဉ်မှူးသည် ကိုယ့်ကိုယ်ကိုသေကြောင်းကြံတော့ မည့်သူဟုဖော်ပြရန်မရည်ရွယ်ပေ။ သူတို့၏တာဝန်မှာ ပစ်မှတ်ကိုဖျက်ဆီးရန်အတွက် လိုအပ်သည့်နည်းပေါင်းစုံကို အသုံးပြုရန်ဖြစ်သည်။ ထိုအခါ လေယာဉ်ပစ်အမြောက်တွေ ဒလစပ်ပစ်ခတ်နေသည့်ကြားထဲ ပျံသန်းရခြင်းဖြစ်သည့်အတွက် အသက်ရှင်သန်ရန်မလွယ်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ပစ်မှတ်ကိုထိုးဆင်းသည့်နည်းသည် လေယာဉ်မှူး အန္တရာယ်ကင်းစွာပြန်လာနိုင်မည်ဟူသော မျှော်လင့်ချက်ရှိနေသည်။

**အမျိုးသမီးဝတ်အထည်တွေကို နံပါတ်တပ်ကာ အမျိုးသားဝတ်တွေကို အတိုင်းအတာဖြင့် ဖော်ပြကြခြင်း**

ခါး-(၃၄)လက်မရှိပြီး ခါးမှခြေကျင်းဝတ်အထိ (၃၃)လက်မရှိသော အမျိုးသားတစ်ယောက် (၁၉၆၀)ပြည့်နှစ်တွင် ဘောင်းဘီဝယ်လျှင်- ခါး-(၃၄)လက်မ အရပ်(၃၃)ပေဟု တံဆိပ်တပ်ထားသော ဘောင်းဘီကိုဝယ်မည်။

ယနေ့ခေတ်တွင် ဘောင်းဘီဝယ်လျှင်လည်း ထိုအတိုင်းပင်ဝယ်မည်။ သို့သော်အမျိုးသမီး ဝတ်အထည်တွေကို နံပါတ်(၆)မှ (၂၀)အထိ အပေါင်းအနုတ်တပ်ကာ ဖော်ပြရာ၌ အမျိုးသမီးတို့၏ တကယ့်အတိုင်းအတာနှင့် မည်သို့မျှမပတ်သက်ပေ။ (၁၉၆၀)က အမျိုးသမီးတစ်ဦး



ဝတ်ခဲ့သော နံပါတ်ကို ယခုဝတ်လျှင် အတော်ကြီးကြီးနေမည်။ အမျိုးသမီးဝတ်တွေ ဘာဖြစ်ကုန်သနည်း?

အမေရိကန်တွင် (၁၉၅၈)ခုနှစ်က ကုန်သွယ်ရေးဌာနက အမျိုးသမီးဝတ် အရွယ်အစားမျိုးစုံအတွက် စံချိန်စံညွှန်းတွေ သတ်မှတ် ခဲ့ဖူးသည်။ သို့သော် လက်လီအရောင်းသမားများက အဝတ်အထည် များ၏ နံပါတ်တွေကို လျော့ချထားလျှင် အရောင်းတက်ကြောင်း တွေ့လာရသည်။ ထိုလုပ်ထုံးလုပ်နည်းသည်လည်း ‘ဂုဏ်သိက္ခာအရွယ် သတ်မှတ်ခြင်း’ ဟုအမည်တွင်လာခဲ့သည်။ ကုန်သွယ်ရေးဌာနက ထုတ်ပြန်သော ညွှန်ကြားချက်များနှင့်လည်း သိသိသာသာကွဲလွဲလာခဲ့ သည်။ ထိုသို့ဖြင့် (၁၉၈၃)ခုနှစ်တွင် ကုန်သွယ်ရေးဌာနက ၎င်း၏ ညွှန်ကြားချက်ကိုပင် ပြန်လည်ရုပ်သိမ်းခဲ့ရသည်။ ယနေ့ခေတ်တွင် နံပါတ်တွေကိုလျော့ချ သတ်မှတ်ခြင်းမပြုသည့် မည်သည့်ထုတ်လုပ်သူ မဆို လုပ်ငန်းဆက်လက်ရှင်သန်ရန်မလွယ်ကူ။ အမျိုးသမီးအတော်များများ က နံပါတ်သေးထားသော အဝတ်အထည်တွေကို ရွေးချယ်ကြခြင်းမှာ သူတို့၏အရွယ်အစားသေးငယ်သွားသည်ဟု လှည့်စားပေး၍ဖြစ်သည်။ တကယ်တော့ အဝတ်အထည်တွေ၏ နံပါတ်များကသေးသွားသော် လည်း အမျိုးသမီးများ၏ ခန္ဓာကိုယ်ကကြီးထွားလာကြသည်။ ယနေ့ခေတ်ဗြိတိသျှ အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည် (၁၉၆၀)ပြည့်နှစ်က အမျိုးသမီးထက်(၃)ကီလိုဂရမ်မျှ၊ ပျမ်းမျှခြင်းအားဖြင့် ပိုလေးသည်။ အမျိုးသမီးဝတ်အဝတ်အထည်များ၏ နံပါတ်တွေကိုလျော့ချထားခြင်း သည် တကယ့်အရွယ်အစားတွေ တက်လာသည်ကို ချေဖျက်ပေးသည်။ (၁၉၆၀)က နံပါတ်(၁၂)အဝတ်အစားသည် ယနေ့ခေတ်နံပါတ်(၁၂) ထက်အများကြီးငယ်သည်။ သို့သော်(၁၉၆၀)ကနံပါတ်(၁၂)သည် ထိုအချိန်က သာမန်အမျိုးသမီးများဝတ်၍ရသကဲ့သို့ ယနေ့ခေတ် နံပါတ်(၁၂)သည် ယနေ့ခေတ်သာမန် အမျိုးသမီးများဝတ်၍ရသည်။

အမျိုးသားတွေလည်းဝတ်လာကြသည်။ သို့သော်အမျိုးသားဝတ်တွေကို နံပါတ်ချစရာ မလိုသေးပေ။ အမျိုးသားတွေကလည်း ဆံပင်တွေပြန်စိုက်ကြ မျက်နှာကိုခွဲစိတ်ကြလုပ်လာသည်။ ယခုအထိ ထုတ်လုပ်သူတွေက အမျိုးသားဝတ်အဝတ်အထည်တွေ၏ နံပါတ်ကိုမကစားကြသေးပေ။

**အမျိုးသားဝတ်တွေကို စတိုးဆိုင်ကြီးများ၏ အောက်ထပ်တွင်ထားပြီး  
အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို အပေါ်ထပ်များတွင်ထားကြခြင်း**

Harrod's and Selfridge's ကဲ့သို့သော စတိုးဆိုင်ကြီးများ ၌ အမျိုးသားဝတ်တွေကို မြေညီထပ်တွင်ထားကြပြီး အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို အပေါ်ထပ်များတွင်ထားတတ်ကြသည်။ ခြွင်းချက်အနည်းငယ်မှ အပ ကမ္ဘာတစ်ဝန်းလုံးရှိစတိုးဆိုင်များတွင်လည်း ထိုအတိုင်းပင်ဖြစ်သည်။ အမျိုးသားအဝတ်အစားတွေကို အဘယ်ကြောင့် အောက်ထပ်မှာ အလွယ်တကူထားသနည်း ?

အမျိုးသားရောအမျိုးသမီးတွေပါ လူထဲသူထဲတွင် ကျကျနန ဝတ်ဆင်လိုကြသော်လည်း အမျိုးသမီးတွေက ပုံသဏ္ဍာန်ကိုပို၍ အလေးထားကြသည်။ အမျိုးသမီးတွေက အမျိုးသားတွေထက် အဝတ်အစားအတွက် နှစ်ဆသုံးသည်ကိုကြည့်လျှင် အမျိုးသမီးတွေက အဝတ်အစားကို အမျိုးသားတွေထက်ပို၍အလေးအနက်ထားကြောင်း ပေါ်လွင်သည်။ သို့ဖြစ်၍အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို တစ်ထပ်မြင့်ထားသည့် အတွက် ဈေးဝယ်ရန် အဟန့်အတားမဖြစ်နိုင်။

သို့သော် အနည်းငယ်မျှ အဟန့်အတားလေးလုပ်ထားလိုက် ရုံဖြင့် အမျိုးသားတွေက အဝတ်အစားဝင်ဝယ်ကြမည်မဟုတ်ပေ။ အမျိုးသားအတော်များများက ဝတ်စုံအသစ်လိုအပ်သည်ဟု မယူဆကြ။ ဝယ်ရနည်းနည်းခက်နေလျှင် မဝယ်သေးဘဲနေကြဦးမည်ဖြစ်သည်။ တဖန်ခင်ပွန်းတွေအတွက် ဇနီးသည်တွေကဝယ်လေ့ရှိရာ အမျိုးသားဝတ်

အဝတ်အစားတွေ အကြားဖြတ်သွားရင်း ခင်ပွန်းသည်အတွက် ခြေအိတ်  
တွေ ရှပ်အင်္ကျီတွေဝယ်နိုင်သည်။ အမျိုးသားတွေက ဇနီးသည်တွေ  
အတွက် အဝတ်အထည်တွေဝယ်ခဲသည်။ ထို့ကြောင့် အမျိုးသားဝတ်  
တွေကို အောက်ထပ်သွားထားပြီး အမျိုးသမီးဝတ်တွေကို အပေါ်ထပ်  
တွေမှာထားခြင်း ဖြစ်သည်။

အခန်း(၆)၌ တစ်ဦးချင်းအကျိုးနှင့် အများအကျိုး  
ပဋိပက္ခဖြစ်ပွားမှုကို ဥပဒေများစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများကို ပြန်လည်  
ထိန်းညှိပေးကြောင်းတွေ့ခဲ့ရပါပြီ။ အခြားမဟာဗျူဟာ တစ်ခုမှာ တစ်ဦး  
ချင်းအကျိုးနှင့်အများအကျိုးကို ထိန်းညှိပေးမည့် လူမှုစံချိန်စံညွှန်းများကို  
လူအများစုကလိုက်နာရန်ဖြစ်သည်။ မှတ်တိုင်တွင်ဘတ်စ်ကားမောင်းနေ  
ကြစဉ် ခုံအလွတ်တွေထက် ခရီးသည်တွေကများနေသောအခါ နေရာ  
ရရန်ပြဿနာဖြစ်လာကြသည်။ ခရီးသည်တွေက ဘယ်လောက်  
စိတ်အားထက်သန်နေသော်လည်း လာမည့်ခုံအရေအတွက်က အကန့်  
အသတ်နှင့်သာ ရှိသည်။ ဗြိတိသျှဓနသဟာယနိုင်ငံများ၌ အရင်ရောက်  
သူ- အရင်တက်တန်းစီစနစ်ကို ကျင့်သုံးသည်။

ထိုစံချိန်စံညွှန်းများသည် စွမ်းရည်မြင့်မားမှု လူအချင်းချင်း  
သဟဇာတဖြစ်မှုတို့ကို ပေါ်ပေါက်စေသည်။ သို့သော်အရင်ရောက်သူ  
အရင်သွားစနစ်သည် တစ်ခါတစ်ရံ၌ မလိုလားအပ်သောရလဒ်များ  
ပေါ်ထွက်စေကြောင်း အောက်ပါဥပမာတွင် တွေ့ရသည်။

### တစ်လမ်းသာရှိသည့် တံတားပေါ်တွင်လူယဉ်ကျေးမှုသည် တစ်ခါတစ်ရံ၌ စွမ်းရည်နိမ့်ရလဒ်များကို ဖြစ်ပွားစေခြင်း

နယူးယောက်အစ်သာကာ (Ithaca) ၌ တစ်လမ်းမောင်းတံတား  
တွေများစွာရှိသည်။ ထိုတံတားများကို ဖြတ်သန်းရာ၌ အရင်ရောက်သူ  
အရင်ဖြတ်စနစ်သည် နှစ်ပေါင်းများစွာကြာသည့်အခါ ပေါ်ပေါက်

လာသည်။ ဤသတ်မှတ်ချက်အရ တံတားတစ်ဖက်၌ ကားတစ်စီးစောင့်နေသည်ကိုတွေ့လျှင် တစ်ဖက်ကားတွေမဖြတ်ကြရ။ ဤစံနှုန်း၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ တစ်ဖက်ကားတန်းကြောင့် တံတားအကြာကြီးပိတ်သွားမည့်အဖြစ်မျိုး မဖြစ်စေရန်ဖြစ်သည်။ အများအားဖြင့်ကိုယ့်ကိုယ်ကို စိတ်ထိန်းရန်သတ်မှတ်ထားသော လူမှုရေးစံချိန်စံညွှန်းများသည် စွမ်းရည်မြင့်ရလဒ်များကို ထွက်ပေါ်စေသည်။ သို့သော်ဤနေရာတွင် ယဉ်ကျေးဖွယ်ရာဖြစ်ရန် ကြိုးစားခြင်းသည်၊ စွမ်းရည်နိမ့်ရလဒ်များကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ အဘယ်ကြောင့် ယာဉ်မောင်းတွေက ထိုသတ်မှတ်ချက်တွေကို လိုက်နာနေကြသနည်း?

အကယ်၍ထိုသတ်မှတ်ချက်မရှိလျှင် မည်သို့ဖြစ်မည်ကို စဉ်းစားကြည့်ပါ။ မြောက်ဘက်ခြမ်းတွင် ပထမဆုံးယာဉ်မောင်းတစ်ယောက် ရောက်လာပြီး တံတားပေါ်၌ ကားရှင်းနေသည်ကိုတွေ့၍ တံတားကိုဖြတ်သည်။ စက္ကန့်ပိုင်းတွင် တောင်ဘက်ခြမ်း၌ ကားတစ်စီး ရောက်လာကာ တံတားပေါ်၌ကားတစ်စီးဖြတ်နေ သည်ကိုတွေ့ရသည်။ ထိုကား တံတားအဆုံးအထိရောက်အောင်စောင့်သည်။ မစောင့်ဘဲ ဝင်လိုက်လျှင် တံတားပေါ်၌ ကားနှစ်စီးတွေကြပြီး ကားတစ်စီးစီးက နောက်ပြန်ဆုတ်ရမည်။

ပထမယာဉ်မောင်းဖြတ်နေသည့် ဆယ်စက္ကန့်အတွင်းတွင် သူ့နောက်မှာ ကားတစ်စီးထပ်ရောက်လာသည်။ မြောက်ဘက်ခြမ်းကနေ တံတားပေါ်တက်လာသည်။ တောင်ဘက်ခြမ်းကယာဉ်မောင်းအနေဖြင့် ဆက်စောင့်နေသည်က အကောင်းဆုံးဖြစ်သည်။ ပထမကားဖြတ်နေသည့် စက္ကန့်(၃၀)အတွင်း နောက်ထပ်ကားတွေထပ်ရောက်လာလျှင် ရှေ့ကားတွေ နောက်ကဆက်လိုက်ကြမည်။ တစ်ဘက်ထိပ်တွင် စောင့်နေသော ဒုတိယယာဉ်မောင်း အချိန်အတော်ကြာစောင့်ရမည်။ ယာဉ်ကြောထူထပ်ချိန်ဆိုလျှင် နာရီနှင့်ချီ၍စောင့်ရမည်။

အစ်သာကာ၌အရင်ရောက် အရင်ဖြတ်စနစ်ကိုသုံးသည်။ တတိယရောက်လာသော ယာဉ်မောင်းသည် တစ်ဖက်မှဒုတိယ ယာဉ်မောင်းတံတားဖြတ်ပြီးသည်အထိ စောင့်ရမည်။ ပထမကားဖြတ် သည်နှင့် သူ့နောက်ကလိုက်မဖြတ်မီရန် ကိုယ့်ကိုယ်ကိုထိန်းချုပ်ရမည်။ လိုက်ဖြတ်လျှင်လည်း ဒုတိယယာဉ်မောင်းဘာမျှမတတ်နိုင်။ တတိယ ကားဖြတ်ပြီးသည်အထိ သူ့နောက်ကပါလာသောကားတွေ ဖြတ်ပြီးသည် အထိစောင့်ရမည်။

နှစ်ဘက်စလုံး၌ယာဉ်တွေများနေသည့်အခါ စောင့်ဆိုင်းရချိန် သည် သတ်မှတ်ချက်မရှိမီကထက် ပိုကြာသည်။

နှစ်ဘက်စလုံးတွင် ကား(၁၀)စီးရှိယာဉ်တန်းဖြတ်သည်ဆိုပါစို့။ တစ်ကားနှင့်တစ်ကား ဆယ်စက္ကန့်ခြားပြီးရောက်လာသည်။ မြောက်ဘက်သွားမည့်ကားက တံတားထိပ်ကို တောင်ဘက်သွားမည့် ကားထက် စက္ကန့်အနည်းငယ်နောက်ကျပြီးရောက်သည်။ အရင်ရောက် အရင်တက်စနစ်ကို ကျင့်သုံးမှုမရှိလျှင် မြောက်ဘက်သွားကားတွေ အရင်ဖြတ်မည်။ မြောက်ဘက်သွားမည့်ကားတွေ လုံးဝစောင့်စရာမလို၊ တောင်ဘက်ခြမ်းသွားမည့်ကားတွေက (၁၂)မိနစ်(၃၀)စက္ကန့်စောင့်ရ မည်။

သို့သော်အရင်ရောက် အရင်စောင့်စနစ်အရ တစ်ကားစီး တစ်လှည့်စီဖြတ်နေကြမည်ဆိုလျှင် မြောက်ဘက်သွားမည့်ကားက (၃၇.၅)မိနစ် တောင်ဘက်သွားမည့်ကားက(၄၂.၅)မိနစ် စုစုပေါင်းမိနစ် (၈၀)စောင့်ရမည်။ သတ်မှတ်ချက်မရှိမီကထက် (၆)ဆပိုကြာမည်။ အရင်ရောက် အရင်ထွက်စနစ်အရ စောင့်ချိန်ပိုကြာကာ တစ်ဖက်နှင့် တစ်ဖက် စောင့်ဆိုင်းချိန်လည်း ပို၍မည်မျှစေသည်။ သို့သော် ကားကျပ် ချိန်မှသာ ဤသို့ဖြစ်တတ်ပြီး အစ်သာကာ၌ကားကျပ်ချိန်ရှားသည်။ အားနည်းချက်ရှိသော်လည်း အရင်ရောက်-အရင်ထွက်စနစ်ကို ကြာရှည်



အခန်း (၁၀)  
အချစ်နှင့်ငွေကြေး  
လူအချင်းချင်း ဆက်ဆံရေး အလွတ်ဈေးကွက်

လူမှုဆက်ဆံရေးများသည် အဓိကအားဖြင့် စိတ်ကူးစိတ်သန်းများအပေါ်တွင် မူတည်သော်လည်း စီးပွားရေးအကြောင်းအကျိုးတို့နှင့်လည်း ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ ဥပမာ - ဥစ္စာဓနနှင့်ဆွဲဆောင်မှု၊ လူတိုင်းကကျောင်းကောင်းကောင်းရှိပြီး အန္တရာယ်ကင်းသော နေရာများ၌ နေလိုကြသော်လည်း ဝင်ငွေနည်းသူများ မတတ်နိုင်။ အိမ်ထောင်ဖက်ရွေးချယ်ရာ၌ ဝင်ငွေရနိုင်စွမ်းကို အမျိုးသမီးတွေ၏စာရင်းတွင် ထိပ်ဆုံးကထားခြင်းမှာ မဆန်းလှပါ။

Scott Fitzgerald ၏ဝတ္ထု The Great Gatsby တွင် James Gatz က၊ သူ၏ နိမ့်ပါးသောဘဝကို နားလည်ကာ သူမြတ်နိုးသူ Daisy နှင့် သင့်တော်သူမဟုတ်ကြောင်း သဘောပေါက်ခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် သူ့နာမည်ကို Jay Gatsby ဟု ပြောင်းကာ တတ်နိုင်သမျှ ချမ်းသာအောင် ကြိုးစားသည်။

အဒမ်စမစ်၏ လုပ်ခကွဲပြားမှုသဘောတရားသည် Gatsby အကြောင်း အသေးစိတ်နားလည်ရန် အထောက်အကူဖြစ်သည်။ ဤသဘောတရားအရ အလုပ်တစ်ခုသည် မသာယာလေ အန္တရာယ်များလေ လစာပိုများလေဖြစ်သည်။ အချို့လစာ များများစားစားရသူများကို

ကြည့်လျှင် ကိုယ်ကျင့်တရားရှုထောင့်က ဘဝင်မကျစရာ အလုပ်တွေကို လုပ်လိုသည့် ကျွမ်းကျင်မှုမြင့်မားသူများဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရသည်။ Gatsby ကအကြီးအကျယ်အောင်မြင်မှုရရန် ကြိုးစားရာတွင် သတိ မထားနိုင်။ အော့နာလုံးနာစရာတွေကိုလည်း မရှောင်နိုင်။

Gatsby ချမ်းသာအောင် ဘယ်လိုကြိုးစားခဲ့သည်ကို Fitzgerald က အသေးစိတ်ရေးမပြခဲ့။ သို့သော် ဥပဒေအပြင်ဘက်က ကိုယ့်ကျင့်တရားအရ ဘဝင်မကျစရာတွေ ပါနေသည်မှာသေချာသည်။ Gatsby က သူ့အဖမ်းခံရ အပြစ်ပေးခံရလျှင် သူ့စိတ်ကူးတွေ အငွေပျံ ပျောက်ကွယ်ကုန်ကြမည်ကို သူသိသည်။ သို့သော် အန္တရာယ်ကင်းသော လမ်းကြောင်းကို လျှောက်လျှင်လည်း သူဖြစ်ချင်တာတွေ ဖြစ်လာမည် မဟုတ်။

ဤအခန်းတွင် ပါဝင်သော ဥပမာများက အခြားဈေးကွက်များ တွင် လွှမ်းမိုးသော ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားတို့သည် လူမှုဆက်ဆံ ရေး အလွတ်ဈေးကွက်တွင်လည်း ရှိနေကြောင်း ညွှန်ပြကြမည်။ ထိုသို့ဆိုသဖြင့် အိမ်ထောင်ဖက်ရွေးချယ်ရာတွင် အချစ်၏ အခန်းကဏ္ဍ ပါဝင်ခြင်းမရှိဟု မဆိုလိုပါ။

သို့သော် အိမ်ထောင်ဖက်ရွေးချယ်ရာ၌ ရုပ်ဝတ္ထု ကြွယ်ဝ ချမ်းသာရေးသည် အရေးကြီးသည်ဟု ရှင်းရှင်းလင်းလင်းလက်ခံထား သော ဖစ်ဂျရယ်ပင်လျှင် ငွေကြေးအတွက် အိမ်ထောင်မပြုရန် မိတ်ဆွေ တွေကို တိုက်တွန်းသည်။ သူက ငွေရှိရာကိုသွား၊ အချစ်အတွက် လက်ထပ်ဟုပင် အကြံပေးသည်။

ကမ္ဘာပေါ်က လူသန်း (၆၀၀၀) သည် တစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက် တစ်နည်းမဟုတ်တစ်နည်း ကွဲပြားခြားနားသော်လည်း အိမ်ထောင်ဖက်လောင်းလျာများနှင့် ပတ်သက်၍ သဘောချင်းတိုက်ဆိုင် သော အရည်အချင်းတွေ အများကြီးရှိသည်။ ယဉ်ကျေးမှုချင်း



ခြားနားသည့်တိုင် ထပ်တူတူညီသော အရည်အချင်းတွေရှိသည်။ လူအများစုသည် ကြင်နာတတ် ရိုးသား သစ္စာရှိ ကျန်းမာ ထက်မြက် ဆွဲဆောင်မှုရှိသော အိမ်ထောင်ဖက်တွေကို သဘောကျကြသည်။ အမျိုးသမီးတွေက ငွေကြေးချမ်းသာသူတွေကို သဘောကျကြောင်း ဝန်ခံကြသည်။ အမျိုးသားတွေက ငွေရှာနိုင်သော အမျိုးသမီးတွေကို သဘောကျသည်ဟု ဝန်မခံတတ်ကြသော်လည်း မကြာသေးမီက စစ်တမ်းများတွင် ထိုအချက်ကို တွေ့လာရသည်။ လူတစ်ယောက်၏ ဝယ်ယူနိုင်စွမ်းသည်လည်း အရည်အချင်းတစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ အိမ်ထောင် ဖက်တွေကို (၁) မှ (၁၀)အထိ အမှတ်ပေးကြည့်လျှင် (၁၀)သည် အများဆုံး အမှတ်ဖြစ်ပါက (၁၀)ရထားသူက (၁၀)ရသည့်သူ (၉)ရသည့်သူက (၉)ရထားသူ တန်းတူချင်း သဘောကျတတ်ကြသည် ကိုတွေ့ရသည်။ ဤသို့ပြောသဖြင့် စိတ်ကူးယဉ်ပျက်စရာကောင်းသော် လည်း ဆက်ဆံရေးအချို့ကို ညွှန်ပြနိုင်သည်။

**ပထမဆုံးလက်ထပ်သော အသက်တွေ တက်လာခြင်း**

ယူကေတွင် (၁၉၆၀) ပြည့်နှစ်က ပထမအကြိမ်လက်ထပ် သော အသက်သည် အမျိုးသားတွေအတွက် (၂၆) နှစ်ဖြစ်ပြီး အမျိုးသမီးများက (၂၃)နှစ်ဖြစ်ခဲ့သည်။ သို့သော် (၂၀၀၅)ခုနှစ် ရောက်သောအခါ အသက် (၃၁)နှစ်နှင့် (၂၉)နှစ်သို့ အသီးသီးတက် သွားခဲ့သည်။ ဩစတြေးလျ နိုင်ငံ၌ (၂၀၀၁) ခုနှစ်တွင် အမျိုးသား (၂၈.၇)နှစ် အမျိုးသမီး (၂၆.၉) နှစ်ရှိရာ (၁၉၇၀) ခုနှစ်က အမျိုးသား (၂၃.၄) နှစ်နှင့် အမျိုးသမီး (၂၁.၁)နှစ်ရှိရာမှ တက်သွားခဲ့ခြင်းဖြစ် သည်။ အဘယ်ကြောင့် အိမ်ထောင်ပြု နောက်ကျကြသနည်း?

ဝင်ငွေမြင့်မားလာသဖြင့် ပညာပိုသင်လာနိုင်ကြပြီး အလုပ် တစ်ခုအတွက် လိုအပ်သော ပညာအရည်အချင်းတွေကလည်း မြင့်လာကြသည်။ လွန်ခဲ့သောနှစ် (၁၀၀)ခန့်က Aအဆင့်ရှိလျှင်

ဘဏ်တွင် ငွေကိုင်ဖြစ်နိုင်သော်လည်း ယခုခေတ်တွင် ဘွဲ့ရဖြစ်ရန် လိုသည်။ လုပ်သားဈေးကွက်တွင် ပြိုင်ဆိုင်မှု ပိုများလာသဖြင့် စာမေးပွဲရလဒ်များနှင့် အခြားကျောင်းတွင် အောင်မြင်မှုများက လုပ်ငန်းခွင်အောင်မြင်မှုအပေါ် ဂယက်ရိုက်ခတ်မှုကြီးမားသည်။ ထို့ကြောင့်၊ စောစောစီးစီး အိမ်ထောင်ပြုခြင်း၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည် တက်လာသည်။

ဥပမာ စောစောစီးစီး အိမ်ထောင်ပြုလိုက်လျှင် အထူးသဖြင့် ကလေးရပါက ဘွဲ့တစ်ဘွဲ့ယူရန်ခက်သည်။ လူတွေကလည်း ကြွယ်ဝချမ်းသာသူကို လက်ထပ်ရန် စဉ်းစားကြသည်။ အောင်မြင်မှုကို ဟောကိန်းထုတ်ရန်လိုအပ်သည့် သတင်းအချက်အလက်များသည် ယခင်ကကဲ့သို့ လွယ်လွယ်ကူကူမြန်မြန်ဆန်ဆန်မရနိုင်။

အစဉ်အလာအရ စောစောစီးစီး လက်ထပ်ကြပြီးမှ ဆွဲဆောင်မှု ရှိသူတစ်ယောက် သူများနောက်ပါသွားပြီး ကိုယ်ကျန်ရစ်ဖြစ်မည်ကို စိုး၍ဖြစ်သည်။ ယခုအခါ၌ ကျန်ရစ်ဖြစ်စရာ အကြောင်းသိပ်မရှိ။ ဝင်ငွေမြင့် ပညာမြင့် ရွှေ့ပြောင်းမှုတွေမြင့်လာချိန်၌ ရွေးချယ်စရာ အိမ်ထောင်ဖက်တွေ ပိုများလာသည်။ ငယ်စဉ်တွင် သဘောကျသည့် သူတစ်ယောက်ကို မရလိုက်မည့် အခွင့်အလမ်းနည်းပါးလာသည်။

စောစောအိမ်ထောင်ပြုကြခြင်းသည် ကလေးတွေ ပြုစု ပျိုးထောင်ရန်အတွက် ကျန်းမာကြံ့ခိုင်ချိန်ဖြစ်သောကြောင့်ဟု ယခင်က ယူဆခဲ့ကြသည်။ ယခုပို၍ ကျန်းမာလာခြင်း အသက်ရှည်လာခြင်းတို့ ကြောင့် ငယ်စဉ်တွင် အိမ်ထောင်ပြုစရာမလိုပါ။

စောစောစီးစီး အိမ်ထောင်ပြုလိုခြင်း၏ စရိတ်တွေကတက်နေပြီး အကျိုးကျေးဇူးတွေက ကျနေသည်။ ထို့ကြောင့်ပင် ပထမအကြိမ် လက်ထပ်သော သက်တမ်းတွေ နောက်ကျကျန်ခြင်းဖြစ်သည်။

စွန့်ပြီးသားလူတွေက နောက်တစ်ယောက်အလွယ်တကူထပ်ရနိုင်ခြင်း  
 လူငယ်တစ်ယောက်သည် ဆွဲဆောင်မှုရှိသော အမျိုးသမီး  
 တစ်ယောက်နှင့် မိတ်ဆွေရင်းတွေဖြစ်သွားကြသည်။ တစ်ညနေတွင်၊  
 အမျိုးသမီးက လူငယ်ကို အရက်ဆိုင်တစ်ဆိုင်သို့ ခေါ်သည်။ \*ဒီနေ့ည  
 မင်းကို တစ်ယောက်ယောက်နဲ့တွေ့အောင် လုပ်ပေးမယ်\* ဟုဆိုသည်။  
 နှစ်ယောက်သားအရက်ဆိုင်သွားကြသောအခါ အမျိုးသမီးက  
 ဖူးထူးခြားခြား ပိုပိုမိုမို ဂရုစိုက်ပြသည်။

အရက်ဆိုင်တွင် အခြားသူများမြင်သာသည့်နေရာတွင် ထိုင်ပြီး  
 လက်မောင်းကိုပွတ်ပေးခြင်း၊ မျက်စိကို စိုက်ကြည့်ခြင်း၊ တီးတိုးပြောခြင်း  
 တွေကိုလုပ်သည်။ ထို့နောက် ထထွက်သွားပြီး နောက်တစ်နေ့တွင် နေ့  
 ကော်ဖီသောက်ရင်းတွေ့ကြမည်ဟု ပြောသွားသည်။ ထိုအမျိုးသမီး  
 ထွက်သွားသောအခါ အခြားအမျိုးသမီးတွေက လူငယ်နှင့် ဆက်သွယ်  
 ကြ ဆက်ဆံကြသည်။ လူငယ်အတွက် အထိတ်တလန့်ပင်ဖြစ်သွားရ  
 သည်။ ရုတ်တရက် အခြားဆွဲဆောင်မှုရှိသော အမျိုးသမီးတွေက သူ့ကို  
 ဘာလို့ သဘောကျကုန်ကြသနည်း

နောက်တစ်နေ့ ကော်ဖီသောက်ရင်းဆုံကြ၍ ထွက်သွားသူ  
 အမျိုးသမီးကို လူငယ်က သူ့အတွေ့အကြုံတွေ ပြန်ပြောပြသောအခါ  
 မထူးဆန်းဘဲဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရသည်။ \*ဘာဖြစ်မယ်ဆိုတာ  
 သိပြီးသား\* ဟု သူမကဆိုသည်။ လူတစ်ယောက်ကို ကြည့်ပြီး ကောင်း  
 မကောင်းဆုံးဖြတ်လို့မရ။ သို့သော် ဆွဲဆောင်မှုရှိသော အမျိုးသမီး  
 တစ်ယောက်နှင့် တွဲလာသော လူတစ်ယောက်သည် အိုကေသည်ဟု  
 ယူဆနိုင်စရာရှိကြောင်း သူမကရှင်းပြသည်။ ဆွဲဆောင်မှုရှိသော  
 အမျိုးသမီး၏ အကြင်နာတွေက ထိုသူသည် အိုကေသည့်သူဖြစ်ကြောင်း  
 ယုံစားစရာဖြစ်သွားသည်။ ရေများရာ၊ မိုးရွာသည့်သဘောမျိုးဖြစ်သည်။  
 ချမ်းသာသူတွေ ပိုချမ်းသာပြီး၊ ဆင်းရဲသူတွေ ပိုဆင်းရဲသည်ဟု ဆိုသော  
 Matthew Effect ကြောင့်ဖြစ်သည်။

### ရှက်တတ်ခြင်းသည် ဆွဲဆောင်မှုရှိသလား

လက်ထပ်မည့်အရွယ်ရောက် အမျိုးသားအမျိုးသမီးများသည် အိမ်ထောင်ဖက်ရရန်အတွက် တော်တော်တန်တန်အချိန်ပေးရသည်။ အရက်ဆိုင်တွေသွား အသင်းတွေဝင် မိတ်ဆွေအပေါင်းအသင်း အကူအညီယူ အတွဲရှာပေးသည့် ဝန်ဆောင်မှုတွေယူ အတော်အလုပ်ရှုပ်ကြသည်။ သို့သော်လည်း ဆွဲဆောင်မှုရှိလွန်းသူ သွက်လက်လွန်းသူ တွေကိုတွေ့တော့လည်း သဘောမကျကြ။ ရှက်တတ်ခြင်းသည် ဆွဲဆောင်မှု ရှိသလား?

ကွယ်လွန်သူ Groucho Marx တစ်ခါက ပြောဖူးသည်။ သူ့ကို အဖွဲ့ဝင်အဖြစ်လက်ခံလိုသည့် မည်သည့်အသင်းမျှ သူမဝင်လို။ လူမှုဆက်ဆံရေး၌ ကိုယ့်ကို သဘောကျလက်ခံလိုသူတွေကို သဘောမကျဟုဆိုလျှင် အိမ်ထောင်ဖက်ရတော့မည်မဟုတ်။ သို့သော် Marx ပြောသည်မှာ အဓိပ္ပာယ်ရှိသည်။

အများအားဖြင့် လူတွေက ကြင်နာတတ် ထက်မြက်၊ ကျန်းမာ၊ ရိုးသား၊ ဣန္ဒြေရာ၊ ခန္ဓာကိုယ် ပြေပြစ်ချောမောသူတွေကို သဘောကျကြသည်။ အချို့အရည်အသွေးရှိသူတွေလည်း ရှိသည်။ ထိုအရည်အသွေးအားလုံးရှိသူကို လူကြိုက်များနိုင်သည်။ အိမ်ထောင်ဖက်မရမှာ ပူစရာမလို။ ထိုအရည်အချင်းတွေမရှိ၍ အိမ်ထောင်ဖက်မရနိုင်ဟုလည်း မဆိုနိုင်။ မကြာခဏ အငြင်းခံရပြီး အိမ်ထောင်ဖက်လိုချင်မှန်း သိပ်ပေါ်လွင်လွန်းနေပြန်လျှင်လည်း လူတွေက သဘောမကျတတ်။

အတိုင်းအတာတစ်ခုအထိ ရှက်တတ် လူတောတိုးရမှာ ကြောက်တတ်ခြင်းသည်လည်း ဆွဲဆောင်မှုရှိသော အရည်အသွေးတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ကိုယ့်ကိုယ်ကို ဆွဲဆောင်မှုရှိသည်ဟု ဘဝင်မြင့်နေသူများလည်း အိမ်ထောင်ဖက်ရရေး အသည်းအသန် ကြိုးစားကောင်း ကြိုးစားရမည်။

### ကျေးလက်ဒေသတွင် အိမ်ထောင်ပြုစောကြခြင်း

(၂၀၀၀) ပြည့်နှစ်နှင့် (၂၀၀၃) ခုနှစ်အတွင်း ကျေးလက်ဒေသတွင် နေထိုင်သူများပြားသော အနောက်ဗာဂျီးနီးယား၌ ပထမအကြိမ် လက်ထပ်သောအရွယ်သည် အမျိုးသားများအတွက် ပျမ်းမျှ (၂၅.၉) နှစ်နှင့် အမျိုးသမီးများအတွက် (၂၃.၉)နှစ်ဖြစ်သည်။ သို့သော် မြို့ပြ ဒေသတွင် နေထိုင်သူများသော New Jersey ၌ အမျိုးသားများက (၂၈.၆) နှစ် အမျိုးသမီးများက (၂၆.၄)နှစ်တွင် ပထမအကြိမ် လက်ထပ်ကြသည်။ ကျေးလက်ဒေသတွင် နေထိုင်သူများက အဘယ်ကြောင့် စောစောစီးစီး အိမ်ထောင်ပြုကြသနည်း၊

စောစောစီးစီးအိမ်ထောင်ပြုကြလျှင် အိမ်ထောင်ကွဲမည့်အလား အလာပိုများသည်။ ဇနီးမောင်နှံအားလုံးက မြို့ပြကျေးလက်မရွေး အနည်းငယ်စောင့်ဆိုင်းပြီးမှ အိမ်ထောင်ပြုလျှင် အိမ်ထောင်သက်ပိုကြာနိုင်သည်။ သို့သော် လူအများသဘောကျတိုင်း သက်ဆိုင်ရာ ဇနီးမောင်နှံတွေက သဘောကျကောင်းမှကျမည်။ ဆွဲဆောင်မှု အလွန်ရှိသူ တစ်ယောက်တွေ့၍ လက်မထပ်သေးလျှင် ဆုံးရှုံးမည့်အန္တရာယ် တစ်ယောက်ယောက်က ဖြတ်လုမည့်အန္တရာယ်ကိုလည်း ရင်ဆိုင်ရနိုင်သည်။

မြို့ကြီးများတွင် တစ်ယောက်ကို လွတ်သွားလျှင် အခြားအစားထိုးစရာတွေ တစ်ပုံတစ်ခေါင်းရှိသည်။ သို့သော် ကျေးလက်၌ နောက်တစ်ယောက်ရရန်မသေချာ။

ကျေးလက်၌ စောစောစီးစီးလက်ထပ်ခြင်းသည် တစ်ဦးချင်း၏ အကျိုးစီးပွားနှင့် အများ၏ အကျိုးစီးပွား ဆန့်ကျင်မှု၏ သာဓကလည်း ဖြစ်သည်။ အနည်းငယ်စောင့်ဆိုင်းလျှင် အားလုံးအတွက် အကျိုးရှိသော်လည်း ကာယကံရှင်က ပထမအကြိမ်ရသော အခွင့်အရေးကို လက်လွှတ်ခံရန်မလွယ်။

တစ်ဖန် ကျေးလက်ဒေသများတွင် ပညာရည်အဆင့်အတန်း ပို၍ နိမ့်ကျကာ အချိန်ယူ ပြင်ဆင်ပြီး မြင့်မြင့်မားမား အောင်မြင်မှုရသူ လည်း ရှားပါးသည်။ ထို့ကြောင့် အိမ်ထောင်ပြု နောက်ကျရန်အတွက် ကျေးလက်တွင် ဆွဲဆောင်မှုအားနည်းသည်။

ဆက်ဆံရေးဈေးကွက်တွင် ဘောဂဗေဒပညာရှင်တို့ အသုံးပြု သောပုံစံသည် သာမန်ရင်းနှီးမှုမျှသာမက လက်ထပ်မှုကို လွှမ်းမိုးသော ဥပဒေများ ဆုံးဖြတ်ချက်များနှင့်လည်း သက်ဆိုင်သည်။

**ဇနီးသည်အများအပြား လက်ထပ်ခြင်းသည် ဒုမျိုးသမီးတွေအတွက်  
အန္တရာယ်ရှိကာ ဒုမျိုးသားတွေအတွက် အကျိုးရှိသော်လည်း  
ဒုမျိုးသားများလွှမ်းမိုးသော ဥပဒေပြုအဖွဲ့များက တားမြစ်ကြခြင်း**

လူအတော်များများက အရွယ်ရောက်သူများသည် အခြားသူများ ကို ဒုက္ခပေးသမျှ ကိုယ်ကြိုက်တာကိုယ်လုပ်နိုင်သည်ဟု ယုံကြည်ကြ သည်။ သို့သော် လက်မခံနိုင်လောက်အောင် အန္တရာယ်ပြုလျှင် ဟူသောစကား၏ အဓိပ္ပာယ်ကို ဖွင့်ဆိုရန်လိုအပ်သည်။ အမေရိကန် ရုပ်သံဇာတ်လမ်းတွဲ Big Love တွင် ဆော့လိပ်စီတီးရို အမေရိကန် အိမ်ထောင်ဖက်များသူတစ်ယောက်အကြောင်း ဖော်ပြထားရာ၊ အငြင်းပွားစရာတွေ ထပ်တိုးလာခဲ့သည်။

ထိုဇာတ်ကားတွင် Barb, Nicki နှင့် Margene ဟူသည့် အမျိုးသမီး (၃)ယောက်က အောင်မြင်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင် Bill Henrikson ကို လက်ထပ်ခဲ့ကြသည်။ သူကလည်း ဇနီးသုံးယောက်စလုံးကို ရက်ရက်ရောရော ထောက်ပံ့နိုင်လောက်အောင် ကြွယ်ဝသည်။ ထိုသို့ လက်ထပ်ခြင်းသည် အခြားသူများ လက်မခံနိုင် လောက်အောင် အန္တရာယ်ရှိသဖြင့် လူ့အဖွဲ့အစည်းက တားမြစ်သင့် သလား၊ ဘယ်သူတွေ ဘယ်လို အန္တရာယ်ရှိမလဲ၊

အများအားဖြင့် ဇနီးအများအပြားထားခြင်းသည် အမျိုးသမီးတွေကို အန္တရာယ်ပြုသည်ဟု ယူဆကြသည်။ အထူးသဖြင့် အတင်းအကျပ် ပြုခံရသော အမျိုးသမီးငယ်တွေကို ထိခိုက်သည်ဟု ယူဆသည်။ အမျိုးသမီးတစ်ယောက်တည်းနှင့်ဖြစ်စေ အမျိုးသမီးအများနှင့်ဖြစ်စေ အတင်းအကျပ်အိမ်ထောင်ပြုခြင်းကို လူ့အဖွဲ့အစည်းက တားမြစ်သင့်ကြောင်း အထူးပြောစရာမလို။ သို့သော်ရင့်ကျက်သော အမျိုးသမီးတစ်ယောက်သည် လွတ်လွတ်လပ်လပ် ရွေးချယ်နိုင်သည်။ အမျိုးသမီးအများနှင့် လက်ထပ်ခြင်းကြောင့် အမျိုးသမီးတွေကို ထိခိုက်သည်ဟုဆိုလျှင် ထိခိုက်သူမှာ တစ်ဦးချင်းနှင့် လက်ထပ်သူကိုသာ လိုလားသော အမျိုးသမီးသာဖြစ်သည်။

အချို့အမျိုးသမီးတွေအတွက် အန္တရာယ်ရှိသည်ကိုမြင်နိုင်သည်။ ဇနီးသည်တစ်ဦးသာ ထားရသောလောကတွင် Barb ၏ ပထမဆုံးရွေးချယ်မှုမှာ Bill ကိုလက်ထပ်ရန်ဖြစ်ပြီး Bill ကလည်းသူမကို လက်ထပ်ရန် ရွေးချယ်ခဲ့သည်။ သို့သော် ဇနီးသည်အများအပြားယူရန် ခွင့်ပြုချက်ရသောအခါ Bill က Barb ကိုသာမက Nicki နှင့် Margeneကိုပါ လက်ထပ်လိုသည်။ Barb အနေဖြင့် ဇနီးတစ်ဦးသာ ထားမည့်သူကို ဆက်လက်ရှာဖွေမည်လော သူမကြိုက်သော ဇနီးအများရှိသည့် စနစ်ကို ဆက်လက်လက်ခံမည်လော ရွေးချယ်စရာရှိသည်။

ဇနီးအများယူခွင့်ပြုခြင်းသည် အချို့အမျိုးသမီးတွေ သဘောကျမည့် ရွေးချယ်ခွင့်ကို ပယ်ဖျက်ရာရောက်သဖြင့် ယေဘုယျအားဖြင့် အမျိုးသမီးတွေအတွက် လက်မခံနိုင်လောက်သော အန္တရာယ်ဖြစ်သည်ဟု မဆိုသာ။ အကယ်၍ ဇနီးအများယူခွင့်ပြုပြီး အမျိုးသား (၁၀)%က ပျမ်းမျှဇနီး (၃)ဦးစီယူကြလျှင် ကျန်လက်ထပ်မှုများသည် ဇနီးတစ်ဦးသာဖြစ်သည်။ အမျိုးသား (၉)ယောက်အတွက် အမျိုးသမီး (၇)ယောက်နှုန်းရှိမည်။ အမျိုးသားက အမျိုးသမီးတွေထက်များနေသဖြင့်

အမျိုးသမီးတွေ ဈေးကိုင်နိုင်မည်။ ဇနီးသည်တွေအတွက် အနီးများများ မလို။ မင်္ဂလာဆောင်စရိတ်တွေ ထပ်မကုန်။

အချို့အမျိုးသားတွေအတွက် ဇနီးအများအပြားယူခြင်းသည် အကျိုးရှိနိုင်သည်။ Bill Henrickson လိုလူတွေရှိနိုင်သည်။

ဇနီးအများယူခွင့်ပြုလိုက်လျှင် အမျိုးသမီး အမျိုးသား အချိုး အစားမျှတော့မည်မဟုတ်။ ဇနီးတစ်ဦးသာယူမည့် အမျိုးသားတွေက များပြီး၊ အမျိုးသမီးတွေက နည်းသွားသည်။ တရုတ်ပြည်၌ဖြစ်သကဲ့သို့ အိမ်ထောင်ဖက်မရှိသူ အမျိုးသားတွေ များသွားမည်။

သာမန်ဝယ်လိုအားရောင်းလိုအား သဘောတရားအရ ဇနီး အများယူသည့်စနစ်သည် လက်တွေ့မကျ။ တကယ်ထိခိုက်မည့် သူမှာ အမျိုးသမီးတွေမဟုတ်ဘဲ အမျိုးသားတွေဖြစ်နိုင်သည်။ အမျိုးသမီး ဦးရေနည်းသွားသောအခါ အမျိုးသားအချင်းချင်း ပိုပြိုင်ရမည်။ စီးပွားရေး အရရော ခန္ဓာကိုယ်အရပါ ပို၍အားမွေးရမည်။ အလှပြင် ခွဲစိတ်ခံရမည်။ စေ့စပ်လက်စွပ်တွေအတွက် အသုံးစရိတ်တွေတက်မည်။ ချစ်သူများအ တွက် နှင်းဆီပန်းတွေအများကြီး ဝယ်ရမည်။ အမျိုးသားတွေ ဘယ်လောက်ကြိုးစားကြိုးစား လက်ထပ်မည့် အမျိုးသမီးဦးရေက တိုးမလာနိုင်။

ထို့ကြောင့် တစ်လင်တစ်မယားစနစ်ကိုသာ ဥပဒေအရ ခွင့်ပြုခြင်းသည် လက်နက်ထိန်းချုပ်ရေး သဘောတူညီချက်နှင့်တူကာ၊ အမျိုးသားတွေ စိတ်ဖိစီးမှုလျော့စရာ ဖြစ်သည်။

အိမ်ထောင်သက် (၁၀) နှစ်အရတွင် အမေရိကန်တပ်မတော်ရှိ အိမ်ထောင်များ ပြိုကွဲကြခြင်း

အစောပိုင်းလေ့လာမှုများအရ၊ အိမ်ထောင်သက် (၃)နှစ်ရ အိမ်ထောင်တစ်ခုသည် ပြိုကွဲနိုင်စွမ်းအမြင့်ဆုံးဖြစ်ကာ (၇)နှစ် အကြာ



တွင် သိသိသာသာကျပြီး နောက်ပိုင်းတွင်တဖြည်းဖြည်းလျော့နည်း သွားသည်။ သို့သော် အိမ်ထောင်ဖက်တစ်ဦးသည် အမေရိကန် တပ်မတော်မှဖြစ်နေပါက (၁၁)နှစ်အကြာတွင် အိမ်ထောင်ကွဲကိန်း သိသိသာသာတက်သွားသည်။

အမေရိကန်စစ်မှုထမ်းများ၏ ဇနီးဟောင်းများ ကာကွယ်ရေး အက်ဥပဒေအရ ဇနီးဟောင်းများသည် ခင်ပွန်းဟောင်းများ၏ အငြိမ်းစား လစာကို ခံစားပိုင်ခွင့်ရှိသည်။ အိမ်ထောင်သက် (၁၀)နှစ်ရလျှင် ခံစားခွင့် တွင် အကျုံးဝင်သည်။ ဆယ်နှစ်ကြာသည်အထိ စောင့်ဆိုင်းနေခြင်းဖြင့် အငြိမ်းစားလစာကို သေချာပေါက် ခံစားခွင့်ရသည်။

### အများအားဖြင့် ရုပ်ချောလျှင် ပို၍ထက်မြက်သည်ဟုထင်ကြခြင်း

သုတေသနများအရ ရုပ်ချောသည့်သူများသည် ပိုပြီး ထက်မြက် သည်ဟု ထင်ကြသည်။ အထက်တန်းကျောင်းများ၌ ရုပ်ချောသော ကလေးများသည် အမှတ်ကောင်းကြသည်။ ထိုသို့ အမှတ်ကောင်းခြင်းမှာ ဆရာ ဆရာမများက ဘက်လိုက်ခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်ဟု ယူဆကြ သော်လည်း နောက်ပိုင်းသုတေသနများ၌လည်း ရုပ်ချောသောကလေး တွေက ပို၍လိမ်မာကြကြောင်း တွေ့ရသည်။

စိတ်ပညာရှင် Satoshi Kanazawa နှင့် Jody Kovan တို့က အောက်ပါ အယူအဆ (၄)ခုနှင့် ပတ်သက်၍ အထောက်အထား များ တင်ပြခဲ့ကြသည်။ (၁) ပို၍ထက်မြက်သော အမျိုးသားများသည် လူမှုအဆင့်အတန်းမြင့်မားခြင်း ဝင်ငွေမြင့်မားခြင်း၊ (၂) အမျိုးသား တွေက ရုပ်ရည်ချောမောသော အမျိုးသမီးများကို အိမ်ထောင်ဖက်များ အဖြစ် ပို၍သဘောကျကြခြင်း (၃) အမျိုးသမီးတွေက ဝင်ငွေမြင့် လူနေမှုအဆင့် အတန်းလည်းမြင့်မားသော အမျိုးသားများကို အိမ်ထောင်ဖက်များအဖြစ် ပို၍သဘောကျကြခြင်း၊ (၄) ဉာဏ်ရည် ထက်မြက်ခြင်းနှင့် ဆွဲဆောင်မှုရှိသော ခန္ဓာကိုယ်ရှိခြင်းတို့သည်

အရေးပါသော အကြောင်းတရားများဖြစ်ခြင်းတို့ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ပထမအဆို (၃)ခုမှန်လျှင် ပို၍ ဆွဲဆောင်မှုရှိသော အမျိုးသမီးများနှင့် ပို၍ဆွဲဆောင်မှုရှိသောအမျိုးသားများ အချိုးညီကြမည်မဟုတ်ပေ။ ချောလည်းချော တော်လည်းတော်သည်ဆိုလျှင် ထိုအိမ်ထောင်မှ ပေါက်ဖွားသောကလေးများသည် သာမန်ထက် ပိုချောသွားသည် ဆိုလျှင် လွန်အံ့မထင်။

**ဆံပင်အနက်အမျိုးသမီးကို သဘောကျသူက ရွှေ့ရောင်ဆံပင်အမျိုးသမီးကို သဘောကျသူထက် ပို၍ကြင်နာ၊ ကျန်းမာ၊ လှပ၊ ထက်မြက်သော အမျိုးသမီးနှင့် လက်ထပ်ဖြစ်ရန် ဒဿနကအလာများခြင်း**

ရွှေ့ရောင်ဆံပင်ရှိသူအမျိုးသမီးတွေကို အထူးသဖြင့် အနောက် နိုင်ငံအတော်များများတွင် အမျိုးသားတွေက သဘောကျကြကြောင်း စစ်တမ်းတွေကဆိုသည်။ အမျိုးသားတွေက သူ့သဘောကျသည့် ဆံပင်အရောင်ရှိသူတွေကို ရွေးချယ်နိုင်သည်ဆိုလျှင် ဆံပင်အနက်ရှိသူကို မည်သည့်အတွက်ကြောင့် သဘောကျကြသနည်း။

အိမ်ထောင်ဖက်ဈေးကွက်တွင် အမျိုးသား၏ဝယ်နိုင်စွမ်းအား သည် သူ၏ကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေးအပေါ်တွင် မူတည်သည်။ အနည်းဆုံး ရေတိုတွင်၊ ထိုကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေးတွေ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိ။ တစ်ဖန် \*အသွင်မတူ-အိမ်သူမဖြစ်ဟူသော စကားကဲ့သို့ မိမိနှင့် အရည်အသွေး တူ၊ အဆင့်တူ အိမ်ထောင်ဖက်တွေကို သဘောကျတတ်ကြသည်။ (၉) မှတ်ရသူအမျိုးသားက (၁၀)မှတ်ရသူ အမျိုးသမီးကို သဘောကျ တတ်ကြသည်။ အမျိုးသမီးအနေဖြင့် တစ်မျိုးရွေးချယ်လျှင်ရွေးချယ် မည်။ (၉)မှတ်ရသူအမျိုးသားသည် (၉)မှတ်ရသူ အမျိုးသမီးနှင့် လက်ထပ်ဖြစ်နိုင်သည်။

အမျိုးသားဖြစ်စေ အမျိုးသမီးဖြစ်စေ အရည်အသွေးအမျိုးမျိုးကို

ပေါင်းစပ်လိုက်လျှင် (၉)မှတ်ရနိုင်သည်။ အရည်အသွေးတစ်ခုမြင့်နေလျှင် နောက်တစ်ခုက နိမ့်နေတတ်သည်။ (၉)မှတ်ရသူ ဆံပင်ရွှေရောင် အမျိုးသမီးသည် (၉)မှတ်ရသူ ဆံပင်အနက်ရောင် အမျိုးသမီးတွေထက် အခြားအရည်အသွေးများတွင် အမှတ်နည်းနိုင်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ကျန်းမာ၊ ထက်မြက်၊ ကြင်နာ၊ လှပမှုတွင် အမှတ်နည်းနိုင်သည်။ သို့ဖြစ်၍ အမည်းရောင်ဆံပင်ရှိသူကိုရွေးလျှင် ဆံပင်အတွက် အမှတ်နည်းသော်လည်း အခြားအရည်အချင်းများတွင် ရွှေရောင်ဆံပင်ရှိသူထက်၊ အရည်အသွေးသာနိုင်သည်။

ရွှေရောင်ဆံပင်ရှိသူတွေ့သက်မြက်ပြီး ဆွဲဆောင်မှုရှိသည်ဟု ဆိုပါလျက် ရွှေရောင်ငတုံးတွေဟု နောက်ပြောင်စရာ အဘယ်ကြောင့် ဖြစ်နေကြသနည်း။

ခပ်တုံးတုံးခပ်အအ ရွှေရောင်ဆံပင် အမျိုးသမီးများအကြောင်း၊ အင်တာနက်တွင် ဟာသတွေ ထောင်ချီ၍ တွေ့နိုင်သည်။ ဇနီးမောင်နှံ အိပ်ပျော်နေစဉ် နံနက် (၂)နာရီအချိန်တွင် တယ်လီဖုန်းလာသည်။ ရွှေရောင်ဆံပင်ပိုင်ရှင် အမျိုးသမီးက တယ်လီဖုန်းထဲကိုင်ပြီး၊ ဒီကနေမိုင် (၂၀၀)အဝေးမှာရှိတာ ငါ ဘယ်လိုသိမလဲဟု ပြောပြီး ဖုန်းချလိုက်သည်။ ခင်ပွန်းက ဘယ်သူလဲဟုမေးသောအခါ 'မသိဘူး၊ ကမ်းခြေရှင်းရှင်းလင်းလင်းရှိ၊ မရှိ သိချင်လို့တဲ့' ဟု ဖြေသည်။

ထိုရယ်စရာဇာတ်လမ်းများသည် စီးပွားရေး ပဟေဠိဖြစ်နေသည်။ ရွှေရောင်ဆံပင်ရှိသူတွေကို အမျိုးသားတွေက ဆံပင်အနက်တွေ ညှိချောတွေထက် သဘောကျကြသည်။ ဆွဲဆောင်မှုရှိသူသည် ပို၍လည်း ထက်မြက်သည်ဟု ယူဆကြသည်။ သို့ပါလျက်နှင့် ရွှေရောင်ဆံပင်ပိုင်ရှင် အမျိုးသမီးတွေကို ငတုံးတွေဟု နောက်ပြောင်စရာဖြစ်နေသနည်း။

မိမိဘယ်လောက်ထက်မြက်သူဟု အခြားသူများက ယင်မြင်ခြင်းသည် ဇာတိကို အခြေခံ၍ရသော စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာစွမ်းရည်များ

အပေါ်၌သာမက ပညာရေးနှင့် သင်တန်းအမျိုးမျိုးတို့ အပေါ်တွင်လည်း မူတည်သည်။ တစ်ဖက်၌ ပညာရေးအတွက် လူတစ်ဦး၏ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု ပမာဏသည် အခြားရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများနှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် ပြန်ရမည့် အကျိုးအမြတ်ပေါ်မူတည်သည်။ ရွှေရောင်ဆံပင်ရှိသူက ပို၍ဆွဲဆောင်မှု ရှိလျှင် ပညာရေးအတွက် အကြီးအကျယ်အကုန်ခံနေစရာမလိုပေ။

ရွှေရောင်ဆံပင်ပိုင်ရှင်တွေက အခြားသူတွေလောက်ထက်မြက် မှုမရှိဟုထင်ကြခြင်းမှာ ပင်ကိုယ်စွမ်းရည်ကြောင့်မဟုတ် ပညာရေး အတွက် သုံးစွဲမှုနည်းခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ မနာလိုသော ညှိချောတွေက အချိန်ရတိုင်း ရွှေရောင်ဆံပင်ပိုင်ရှင်တွေအကြောင်း၊ ဟာသ လုပ်ပြောနေ ကြ၍လည်း ဖြစ်မည်။

ဝေဖန်သူတွေက အိမ်ထောင်ရေးဈေးကွက်ကို ဘောဂဗေဒ အမြင်ဖြင့်ကြည့်ရာတွင်၊ အရေးကြီးသည့်အချက်တွေ ကျန်နေသည်ဟု တွက်ကြသည်။ အောင်မြင်သော မိသားစုများတွင် အရေးပါသည့် တာဝန်ယူမှုကျန်နေပြီး ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာစဉ်းစားမှုများနှင့် မသက်ဆိုင်ဟု ဆိုကြသည်။

တာဝန်ယူမှု၏ နှစ်ဦးနှစ်ဘက်ဆက်ဆံရေးတွင် အရေးကြီးခြင်း သည် အိမ်ပိုင်ရှင်နှင့် ဆက်ဆံရပုံမျိုးဖြစ်သည်။ မြို့အသစ်တစ်မြို့သို့ ပြောင်းရပြီး အိမ်ခန်းတစ်ခန်းလိုအပ်သည်ဆိုပါစို့။ မန်ချက်စတာလို မြို့ကြီးတွေ ရောက်နေလျှင် ထောင်ချီပြီးရှိနေသော အိမ်ခန်းတွေကို လိုက်မကြည့်နိုင်။ စာရင်းကိုကြည့်ပြီး အချို့ကိုသာသွားကြည့်သည်။ ဈေးနှုန်း၊ အသုံးအဆောင်၊ နေရာနှင့် အခြားမိမိစိတ်ဝင်စားသည့် ကိစ္စတွေကို လိုက်ကြည့်မည်။ ရှာရင်းရှာရင်း အလွန်သဘောကျသည့် အခန်းတစ်ခန်းကိုတွေ့မည်။ စကားပြောမည်။ တစ်နေရာရာတွင် ထိုတိုက်ခန်းထက်ပိုကောင်းမည့် တိုက်ခန်းတစ်ခန်းရှိနေသည်ကို သိသော်လည်း ရှာဖွေရန်အချိန်မရ လက်ရှိတိုက်ခန်းကိုရွေးလိုက်မည်။

ဆုံးဖြတ်ချက်ချပြီးလျှင် တိုက်ခန်းပိုင်ရှင်နှင့် သဘောတူညီချက်တစ်ခု ပြုလုပ်ရမည်။ တစ်လလောက်လာနေပြီး နောက်တစ်လတွင် ရွှေ့ရမည့် အဖြစ်မျိုးမဖြစ်လို။ ခန်းဆီးတွေ ဝယ်ရမည်။ ပန်းချီကားတွေ ချိတ်ရမည်။ တယ်လီဖုန်းတပ်ရမည်။ စောစောစီးစီး အိမ်ပြောင်းခိုင်းလျှင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံထားသမျှ အလဟဿဖြစ်မည်။ နေရာအသစ်တစ်ခုကိုလည်း ပြန်ရှာရဦးမည်။

အိမ်ပိုင်ရှင်ကလည်း အခုငှား၊ အခုပြန်ထွက်သွားကာ နောက်ထပ်အိမ်ငှားတစ်ယောက် ထပ်ရှာရသည့် ဒုက္ခကိုမခံလို။ ကြော်ငြာထည့်ရ၊ အိမ်လာကြည့်သူတွေကို လိုက်ပြရ၊ ယခုအိမ်ငှားလောက်ပင် တည်ငြိမ်မှုရှိပုံမရ။ ယုံကြည်စရာမကောင်းသည့် သူတွေကို ဆက်ဆံရဦးမည်။

ကိုယ်က ပိုကောင်းသည့် အိမ်တွေရှိနေကြောင်းသိသလို အိမ်ရှင်ကလည်း ပိုကောင်းသည့် အိမ်ငှားတွေရှိကြောင်းသိသော်လည်း ထိုအခွင့်အလမ်းတွေကို နှစ်ဘက်စလုံးက စွန့်လွှတ်ကာ သဘောတူညီမှု တာဝန်ယူမှုတစ်ခုပြုလုပ်ရန် စိတ်ပါဝင်စားနေကြသည်။ ထို့ကြောင့် အခြားပို၍ ဆွဲဆောင်မှုရှိသော နည်းလမ်းတွေနောက် မလိုက်ပါစေနိုင်သည့် အငှားစာချုပ်တစ်ခု လက်မှတ်ရေးထိုးကြမည်။ စာချုပ်သက်တမ်း မစေ့မီထွက်သွားလျှင် ကျန်လတွေအတွက်ပါ ပေးရမည်။ အိမ်ရှင်ကလည်း ကိုယ့်ကိုနှင့်ချ၍ မရ။

အငှားစာချုပ်ကို တာဝန်ယူ ကတိပြုလက်မှတ်ရေးထိုးခြင်း သည် အိမ်ခန်းတစ်ခန်းအတွက် အိမ်ငှားကပေးလိုသည့် နှုန်းကိုမြင့်စေပြီး အိမ်ရှင်လိုချင်သည့်နှုန်းကို လျော့စေသည်။ စာချုပ်ဖြင့် နှစ်ဦးနှစ်ဘက် ကတိပြုထားပါက တန်ဖိုးရှိသော ဖလှယ်မှု ရောင်းဝယ်မှုတွေ ဖြစ်ထွန်းတော့မည်မဟုတ်။ အငှားစာချုပ်သည် အခြားတန်ဖိုးရှိသည့် ရွေးချယ်စရာတွေကို တားဆီးလိုက်ခြင်းဖြစ်သည်။ ထိုသို့တားဆီးရန်လည်း လက်မှတ်ထိုးသူနှစ်ဦးစလုံးက လိုလားကြသည်။

အိမ်ထောင်ဖက်ရှာဖွေရာတွင်လည်း အလားတူ တာဝန်ယူမှု ကတိပြုမှုတွေနှင့် ကြုံရသည်။ အိမ်ထောင်ဖက်တစ်ယောက်လိုချင် သည်။ သို့သော် မည်သူနှင့် အိမ်ထောင်ပြုရပြုရဆိုသော သဘောတော့ မဟုတ်။ ချိန်းဆိုကာ တွဲသွားတွဲလာလုပ်ပြီးနောက် သူ့အကြောင်း ကိုယ့်အကြောင်း အတော်အတန် သိသည်။ သူ့အနေအထား၊ သူ့ကိုယ်ကျင့်၊ သူ့ဓလေ့၊ သူ့ဝါသနာ၊ လုပ်ငန်းနှင့် လူမှုရေးကျွမ်းကျင်မှု စသည်တို့ကို သိရသည်။ ကိုယ်တွေ့ကြုံရသည့်သူတွေအများအပြား ထဲက တစ်ယောက်ကို အလေးပိုသည်။ တစ်ဖက်သားကလည်း ကိုယ်လို ခံစားမိသည်။ ကံလည်းကြုံသည်။ နှစ်ယောက်စလုံး ရှေ့တစ်လှမ်း တက်လိုသည်။ ဆက်ဆံရေးတစ်ခုအတွက် စတင်ရင်းနှီး မြှုပ်နှံလိုကြ သည်။ လက်ထပ်လို အိမ်ဝယ်လို ကလေးရလိုသည်။ ရေရှည်ဆက်ဆံ ရေးမျိုးကို မလိုလားလျှင် ထိုအဆင့်တွေသည် အဓိပ္ပာယ်မရှိ။

တစ်စုံတစ်ရာမှားယွင်းချွတ်ချော်သွားခဲ့လျှင် ဘာဖြစ်မည်နည်း မိမိအိမ်ထောင်ဖက်သည် မည်သို့ဖြစ်ရမည်ဟု တဖက်သား၏စိတ်ထဲတွင် မြင်ထားသော်လည်း ကိုယ့်ထက် ထိုစံချိန်စံညွှန်းနှင့် နီးစပ်သူ တစ်ယောက်ယောက်ရှိနိုင်သည်။ ထိုပုဂ္ဂိုလ် ရုတ်တရက်ပေါ်လာလိုက် လျှင် သို့မဟုတ် တစ်ယောက်ယောက်မကျန်းမမာဖြစ်လျှင် ဘာလုပ်ကြ မည်နည်း အိမ်ရှင်နှင့် အိမ်ငှားကဲ့သို့ပင် အနာဂတ်ရွေးချယ်စရာတွေကို နှစ်ဦးနှစ်ဘက်စလုံးက ပိတ်ဆို့ထားဆီးကာ လက်ရှိအခြေအနေကို တာဝန်ယူကြ ကတိပြုကြရန် စိတ်ဝင်စားကြသည်။

လက်ထပ်စာချုပ်သည် လိုအပ်သည့် တာဝန်ယူမှုကိုရရှိရန် ကြိုးစားသည့် နည်းတစ်နည်းဖြစ်သည်။ သေသေချာချာ စဉ်းစားကြည့် လျှင် ဥပဒေအရ ချုပ်ဆိုသော စာချုပ်တစ်ခုသည် နှစ်ဘက်စလုံးက လိုချင်သည့် တာဝန်ယူမှု ကတိပြုမှုမျိုးကို ဖန်တီးရေးအတွက် သင့်လျော် ခြင်းမရှိ။ အလွန်တင်းကျပ်သော သတ်မှတ်ချက်များသည် ကိုယ်နှင့် မပေါင်းလိုတော့သောသူကို ဇွတ်ထိန်းထားနိုင်ရုံမျှသာ တတ်နိုင် သည်။ နှစ်ဘက်စလုံး မူလကမျှော်လင့်ခဲ့သော ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်တွေကို မရနိုင်။

ဥပဒေကြောင်းအရ ချုပ်ဆိုသော စာချုပ်ကို မြတ်နိုးမှုဖြင့် အားဖြည့်မှသာ ပိုမိုပီပြင်သော တာဝန်ယူမှုကိုဖြစ်စေနိုင်သည်။ ပို၍ကြင်နာတတ်၊ ကြွယ်ဝ၊ ချစ်စရာကောင်း၊ ရုပ်ချောသောသူတွေ့ရ၍ လည်း စိတ်ပြောင်းစရာမရှိ။

ကိုယ့်အိမ်ထောင်ဖက်ကို တွယ်တာသူတစ်ယောက်သည် အသစ်တွေ့မရှာလိုတော့။ ဘယ်လောက်အခြေအနေကောင်းကောင်း အခွင့်အလမ်းသစ်တွေကို မမက်တော့။

အချစ်သည် စိတ်ချရသည်ဟု မဆိုလိုပါ။ နာမည်ကျော် မင်းသား မင်းသမီးတစ်ယောက်နှင့် မိမိ၏အိမ်ထောင်ဖက် ညစာထွက်စား လျှင် နည်းနည်းမှ စိတ်မပူသည့်သူ ရှိမည်မဟုတ်ပါ။ သို့သော် စင်းလုံးချောမဖြစ်သည့်တိုင် အများအားဖြင့် သူတစ်ပါးနှင့် ဆက်ဆံရာ၌ သဝန်တိုစရာ စိတ်မချစရာမရှိတတ်။

စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ ခံစားတာဝန်ယူမှုသည် အခြားပိုကောင်းသော အခွင့်အလမ်းများကို ပိတ်ပစ်နိုင်သော်လည်း အကျိုးကျေးဇူးတွေရှိနေ သည်။ စရိတ်အကျိုးကျေးဇူး ရှုထောင့်မှ အချစ်ကိုတွက်ကြည့်လျှင် လည်း တန်ဖိုးရှိသည်။ ပို၍ သင့်တော်သူတစ်ယောက်ဖြစ်စေနိုင်သော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဖြစ်သည်။ သို့သော် နေရာတကာ စရိတ်တွေ၊ အကျိုး ကျေးဇူးတွေချည်း လိုက်တွက်မနေလျှင် အကောင်းဆုံးဖြစ်သည်။

နေရာတကာ ဈေးတွက်လိုက်တွက်နေလျှင် မိမိ၏အိမ်ထောင် ရေးကို အခြားသူတွေ့လောက်ကျေနပ်မှု ရမည်မဟုတ်ပေ။ စိတ်ပညာရှင် တွေက အိမ်ထောင်ရေး၏ အကောင်းအဆိုးကို စဉ်းစားခိုင်းလျှင် အကျိုး ထက် အပြစ်ဖြစ်ရန်က အလားအလာပိုများသည်။ ကိုယ်ရေးကိုယ်တာ ဆက်ဆံမှုကိစ္စမျိုးကို ဤကဲ့သို့ အမြဲတွေး၍မဖြစ်။

မြေပုံများကို ခြုံငုံ၍ အသုံးပြုရန် အထူးသတိပြုရမည့် အချက်များကို အောက်ဖော်ပြပါအတိုင်း ဖော်ပြပါမည်။  
 ၁။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အရွယ်အစားနှင့် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၂။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၃။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၄။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၅။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၆။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၇။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၈။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၉။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။  
 ၁၀။ မြေပုံများကို အသုံးပြုရာတွင် မြေပုံ၏ အသွင်အပြင်ကို သတိပြုရမည်။



အခန်း(၁၁)

ဥပမာ(၂)ခု

တိရစ္ဆာန်အခွင့်အရေး လှုပ်ရှားသူများက သာမေးအင်္ကျီဝတ်  
အမျိုးသမီးတွေကိုဦးတည်ပြီး  
သားရေဂျာကင်ဝတ်ဆိုင်ကယ်စီးသူများကိုပစ်ထားခြင်း

ပထမအချက်မှာ အမျိုးသမီးကြီးတွေကို အရှက်ခွဲရသည်က ဆိုင်ကယ်စီး ယောက်ျားသားတွေထက် လွယ်ကူခြင်းဖြစ်သည်။ ဒုတိယ အချက်မှာ သားမွေးထည်တစ်ထည်ရရန် အသေခံသောတိရစ္ဆာန်တွေက သားရေဂျာကင်ရရန်သေရသော တိရစ္ဆာန်တွေထက်များသည်။ တတိယ နှင့်နောက်ဆုံးအချက်အနေဖြင့် အချို့လူများကို ကင်းကွာစေပြီး ကိုယ့်ဘက်ရောက်လာသူ အနည်းအများ စရိတ်နှင့်အကျိုးကျေးဇူးကို ချင့်ချိန်ခြင်းဖြစ်သည်။

သားမွေးထည်ဝတ်သူအမျိုးသမီးတွေကို ဦးတည်ခြင်းကြောင့် ရသော အကျိုးကျေးဇူး ထင်ရှားသိသာသည်။ အမျိုးသမီးဝတ်အင်္ကျီတွေ ကို ဆေးနီနှင့်ပက်ရသည်မှာ အန္တရာယ်မကြီး။ လွန်ရောကျံရော လက်ကိုင်အိတ်နှင့်ရမ်းတာခံရလျှင်ပင် အလွယ်တကူရှောင်ရှားနိုင်သည်။ မော်တော်ဆိုင်ကယ်စီးသူတွေကို သွားလုပ်လျှင် လိုက်ဖမ်းကာ ထိုးကြိတ် ကန်ကျောက်ခံရနိုင်သည်။ သူတို့နှင့် မိတ်ဆွေများ၏လက်နက်ဒဏ်ကို လည်း ခံရနိုင်သည်။ ဤအတိုင်းဆိုလျှင် တိရစ္ဆာန်အခွင့်အရေး လှုပ်ရှား

သူတွေ သွေးကြောင့်၍လောဟု စဉ်းစားစရာရှိသည်။ ဤမျှလောက် ရိုးစင်းသည်မထင်ပါ။

တက်ကြွလှုပ်ရှားသူတွေမှာ အချိန်နှင့်စွမ်းအားစု အကန့်အသတ် ရှိသည်။ တိရစ္ဆာန်တွေ အများဆုံးခံရသော ကိစ္စမို့မဟာဗျူဟာကျကျ ချဉ်းကပ်သင့်သည်။ သိုးမွေးကနေအင်္ကျီရရန် တိရစ္ဆာန်တွေအများကြီး လိုအပ်ပြီး၊ သားရေဂျာကင်ရရန် နွားတစ်ကောင်ရလျှင်ပြီးပြီ၊ သားမွေး ထည် ဝတ်ဆင်သူများကို တိုက်ခိုက်ခြင်းသည် တိရစ္ဆာန်အများအတွက် ရပ်တည်ခြင်းဖြစ်သည်။ သားရေဂျာကင်ဝတ်သူသည် တိရစ္ဆာန် တစ်ကောင်ကိုသာသတ်ပြီးမှ သားရေယူရခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် သားမွေးထည်ဝတ်သူကို ပို၍ဦးတည်ခြင်းဖြစ်နိုင်သည်။ တစ်ဦးချင်း တွက်လျှင် သားမွေးထည်ဝတ်သူကြောင့် သေရသော တိရစ္ဆာန်ကများ သော်လည်း လူ့အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့်တွက်လျှင် သားရေဂျာကင်များရရန် သတ်ရသောတိရစ္ဆာန်တွေက ပိုများသည်။ ထိုအတိုင်းဆိုလျှင် သားရေ ဂျာကင်ဝတ်သူတွေကို တိရစ္ဆာန်အခွင့်အရေး တက်ကြွလှုပ်ရှားသူတို့က ဦးတည်သင့်သည်။

အကယ်၍တက်ကြွလှုပ်ရှားသူတို့၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ သူတို့ကိုထောက်ခံသူတွေ ပိုများလာရန်ဖြစ်သည်ဆိုပါစို့။ စရိတ်မှာ သူတို့နှင့် ကင်းကွာရှောင်တိမ်းသွားသော သူတွေဖြစ်မည်။ ရှောင်တိမ်း သွားသူအနည်းဆုံးနှင့် သူတို့ကိုထောက်ခံသူအများဆုံးရလိုမည်။

သားမွေးထည်ဝတ်သူတွေသည် ခြယ်သထားသော အမျိုးသမီး ကြီးများဖြစ်ကြသည်။ သားမွေးထည်ဝတ်ခြင်းကို ကြားဝါဖြုန်းတီး သုံးစွဲခြင်းဟု မူလကတည်းကရှုမြင်ကြပြီးဖြစ်သည်။ သားမွေးရရန် သုံးသော တိရစ္ဆာန်များသည် လှပ၍ချစ်စဖွယ် သနားစဖွယ်ကောင်း သည်။ သားမွေးထည်ဝတ်သူတွေကို ဦးတည်တိုက်ခိုက်ခြင်းကြောင့် လူ့အတော်များများ၏ ဆန့်ကျင်မှုကို မခံရနိုင်။ တိရစ္ဆာန်အကောင်

လေးတွေကို သနားကြသော်လည်း သားမွေးထည်ဝတ်သူ အမျိုးသမီးကြီး တွေကို မသနားကြ။

သားရေဂျာကင်ဝတ်သူ ဆိုင်ကယ်သမားတွေကိုလည်း သနားမည့်သူသိပ်မရှိ။ ဆိုင်ကယ်သမားတွေက ရုံးပိတ်ရက်များတွင် စုစည်းပြီး အသားကင်စားကြ ဘီယာသောက်ကြ မီးပုံပွဲလုပ်ကြသည်။ လူတိုင်းလိုလိုက ရုံးပိတ်ရက်များတွင်လုပ်လေ့ရှိကြရာ သူတို့ကိုဦးတည် လျှင် ထောက်ခံသူများများမရနိုင်၊ ကိုယ့်ကိုဆန့်ကျင်သူတွေက ပိုများနိုင် သည်။

လူအတော်များများမှာ သားမွေးကုတ်အင်္ကျီမရှိကြသော်လည်း သားရေဂျာကင်မရှိလျှင်ပင် အနည်းဆုံးသားရေရှူးဖိနပ် သားရေခါးပတ် တို့ရှိကြသည်။

သားမွေးကုတ်အင်္ကျီဝတ်သူတွေကို ဦးတည်ခြင်းမှာကြောက်၍ ကိုယ်အန္တရာယ်ကင်းလို၍ မဟုတ် ထောက်ခံသူအများအပြားရနိုင်၍ဖြစ် သည်။

### ကမ္ဘာပေါ်တွင်အကောင်းဆုံးအကသမားတွေကို နည်းပညာ (Special Effect) တွေက၊ ဈေးကွက်မှ မောင်းထုတ်နေခြင်း

(၁၉၉၉)ခုနှစ်အထိ ယင်ဂူပင်သည် နာမည်မကြီးသော ဗဟုသုတကြွယ်ဝသူများပင် မသိသော သိုင်းအကသမားဖြစ်သည်။ The Matrix နှင့် Crouching Tiger ရုပ်ရှင်ကားနှစ်ကား ထွက်ပြီး နောက် သူ၏သိုင်းအကတွေကို သဘောကျသူတွေများလာခဲ့သည်။ သို့သော်ကမ္ဘာပေါ်တွင် အကောင်းဆုံးအကသမားဖြစ်သော William Hobb ကို သဘောကျသူအနည်းငယ်သာရှိသည်။ Hobb ၏တိုက်ကွက်များသည် သမိုင်းကြောင်းအရ တီတီကျကျ မှန်မှန် ကန်ကန်ရှိသည်။ ဇာတ်လမ်း၏သမိုင်းကြောင်းတွင် ဆီလျော်သည့်

တိုက်ကွက်များကိုသာ သုံးသည်။ သို့သော် Wo- Pirg သည်၊ နည်းပညာတွေ Special Effect တွေကိုတစ်လှေကြီးသုံးသည်။

Wo- Ping ၏တိုက်ကွက်များသည် ဗီဒီယိုဂိမ်းများနှင့် တူပြီး အငြင်းပွားစရာလည်းဖြစ်သည်။ Hobb ၏လက်တွေ့ကျကျ စိတ်ပါလက်ပါတိုက်ခိုက်မှုမျိုးနှင့် မတူသော်လည်းကြော်ငြာများ အကြံပြုပွဲများတွင် လူကြိုက်များသည်။ ထို့ကြောင့်လူသိလည်းများသည်။ တိုက်ကွက်နယ်ပယ်တွင် တစ်ပန်းသာသည်။ သူ၏အထူးအဆန်း တိုက်ကွက်တွေကြောင့် ထိခိုက်မှုတွေ ကုန်ကျဆုံးရှုံးတာတွေ ရှိသည်။

Hobb ၏တိုက်ကွက်တွေ တကယ့်ပညာခန်းတွေကို လူတွေ ကတန်ဖိုးမထားကြတော့။ သူတစ်ပါးကိုလည်းပို၍ မြန်မြန်ဆန်ဆန် တိုက်ခိုင်းကာ ပရိသတ်ပိုရအောင်လုပ်သည်။ ပညာသုံး၍ တကယ် တိုက်တတ်သော ဂျက်ကီ-ချန်းပင် တကယ့်ပညာသုံးတိုက်ကွက်ထက် နည်းပညာသုံး တိုက်ကွက်တွေကိုပို၍လုပ်လာရသည်။ လူတွေတကယ် မြန်မြန်ဆန်ဆန်လုပ်ကြ၊ ဇာတ်လမ်းဖွဲ့ကြ၊ စတန့်ထွင်ကြသည်ကိုမြင်ရ၍ ပညာလည်းရ၊ စိတ်လည်းတက်ကြွကြရသည်။ ကွန်ပျူတာတွေ နည်းပညာတွေသုံးလာခြင်းကြောင့် တကယ့်ပါရမီရှင်တွေကို ချီးကျူးမှု၊ အံ့ဩမှုတွေ ပျောက်သွားကာ လက်တွေ့နှင့်ဖန်သားပြင်ပေါ်တွင် တွေ့ရသောအမြင် ပို၍ကွာဟသွားစေသည်။

နည်းပညာကြောင့်ရသော အကျိုးအမြတ်တွေချင်းယှဉ်လျှင် တကယ့်လက်တွေ့ဘဝတွင် အနည်းငယ်တိုးတက်မှုရရန် ကြိုးစားအား ထုတ်ရသော စရိတ်စကက သေးငယ်သည်။ လူ့အဖွဲ့အစည်း အနေဖြင့် လက်တွေ့ဘဝတွင် သုံးလှမ်းထက်ပိုမတက်နိုင်သောနံရံကို ခြေလှမ်း သုံးဆယ်တက်ပြ၍ အကျိုးမထူး။

Wo Ping ကထိုဆုံးရှုံးမှုတွေကို ထည့်မတွက်သလို Hobb နှင့် Jackie Chen တို့၏ နစ်နာမှုကိုလည်းမစဉ်းစား။ နိုင်သူအကုန်ယူ

ဈေးကွက်တွင် ပြိုင်ဘက်တွေများနေခြင်းသည်၊ လူ့အဖွဲ့အစည်းအတွက် အကျိုးမရှိရုံမျှသာမက အလေ့အကျင့်တွေ ပါရမီတွေထက် ကွန်ပျူတာ အထူးပြုချက်တွေက ပို၍အရေးကြီးသဖြင့် အသားတင်ဆုံးရှုံးမှုရှိသည်။

### နှုတ်သန်အတွေး

ယခုစာအုပ်ဆုံးသလောက်ဖတ်ပြီးသောအခါ ပတ်ဝန်းကျင်က ဘောဂဗေဒကို ကောင်းကောင်းကျွမ်းကျင်လောက်ပြီ။ အရပ်ထဲကဥပမာ အချို့ကို မိသားစုဝင်တွေ မိတ်ဆွေတွေကို ပြောပြပြီးလောက်ပြီ။ ထိုသို့ပြောရင်းဖြင့် စီးပွားရေးဥပဒေသတွေကို ပို၍နားလည်လာလောက် ပြီ။

မျက်မမြင်လောကတွင် မျက်စိတစ်လုံးကောင်းသူသည် ဘုရင်ဖြစ်သည်။ နိဒါန်းတွင်ပြောထားခဲ့သည့်အတိုင်း တက္ကသိုလ်မှာ ဘောဂဗေဒယူခဲ့သော်လည်း အခြေခံစီးပွားရေး ဥပဒေသတွေ လက်တွေ့ လှုပ်ရှားတတ်ပုံကို သဘောပေါက်သူက ခတ်ရှားရှား။ သူတို့နှင့်စာလျှင် ဘောဂဗေဒတွင် ကျွမ်းကျင်သူတစ်ယောက်ဖြစ်လာပြီ။

နေ့စဉ်တွေနေရသော ကိစ္စတွေကိုအသေးစိတ် သဘော ပေါက်စပြုလာနိုင်သည်။ ဈေးဝယ်သည့်အခါ လျှော့ဈေးရဖို့ အခက်အခဲ တွေ အဟန့်အတားတွေကျော်ဖြတ်ကောင်း ကျော်ဖြတ်နေရမည်။ ဖြစ်နိုင် လျှင် အခက်အခဲတွေ အဟန့်အတားတွေကို ကျော်ဖြတ်လိုကြသော် လည်း မည်သည့်အခါမျှ ဈေးမချသည့် ထုတ်ကုန်တွေကို သတိထားပြီး ရှာကြည့်စမ်းပါ။ ထိုသို့သောထုတ်ကုန်တွေက ရှိတော့ရှိတတ်ပြီး ရှားပါးသည်။ ၎င်းတို့ကိုရှာဖွေရန်ကြိုးစားရင်း ယခင်ကသတိမထားခဲ့ဖူး သော စိတ်ဝင်စားစရာ အဟန့်အတားအမျိုးမျိုးကိုတွေ့ရသည်။

မိတ်ဆွေတစ်ဦးက စတိုးဆိုင်ကြီးများသည် အိပ်ရာခင်းတွေ တဘက်တွေကို နှစ်စဉ်နှစ်တိုင်း ဇန်နဝါရီလတွင် အဘယ်ကြောင့် ဈေးလျှော့ရောင်းကြောင်းမေးလျှင် စီးပွားရေးအကျိုးအကြောင်းတွေကို

ရှင်းပြနိုင်သည်။ ဈေးလျှော့ရောင်းခြင်းဖြင့် ဈေးမလျှော့လျှင် ဘယ်တော့မျှမဝယ်ကြမည့်သူများထံမှ အရောင်းဝင်ငွေတွေ့ရမည်။ ရောင်းသူအနေဖြင့် ဈေးအပြည့်အဝပေးလိုသူ လျှော့ဈေးဖြင့်မဝယ်ရန် တားဆီးရမည်။ ဇန္ဒဝါရီလ၌ဈေးရောင်းရာတွင် ကျော်ဖြတ်ရမည့် အခက်အခဲနှစ်ခုရှိသည်။ ပထမဦးစွာ လျှော့ဈေးဖြင့်ဝယ်လိုသူသည် ဘယ်အချိန်တွင် ဈေးချရောင်းမည်ကို သိအောင်လုပ်ထားရမည်။ ဒုတိယအချက်အနေဖြင့် ထိုအချိန်အထိစိတ်ရှည် လက်ရှည်စောင့်ပြီး ဝယ်ရမည်။ ထိုအဟန့်အတားတွေက အလုပ်ဖြစ်သည်။ မည်သည့် အချိန်တွင်မျှ မဝယ်သည့်သူ များများစားစားမဝယ်သည့်သူတွေက ထိုအချိန်စောင့်ဝယ်ကြသည်။ များများစားစားလည်းဝယ်ကြသည်။

အခြားသူတွေက ဘာကြောင့်အဟန့်အတားတွေကို မကျော်ကြ သလဲဟု မေးစရာရှိသည်။ အချိန်၏အခွင့်အလမ်းစရိတ်မြင့်မားသူများ အနေဖြင့် ဒုက္ခမခံနိုင်။ ဘီလ်ဂိတ်တို့ဇနီးမောင်နှံလို လူမျိုးတွေက ဇွန်လမှာ တဘက်အသစ်ဝယ်လိုလျှင် ဇန္ဒဝါရီလအထိ စောင့်ဝယ်မည် မဟုတ်။ လျှော့ဈေးကိုလည်း စောင့်နေမည်မဟုတ်။

သတင်းစာထဲက ကူပွန်တွေ ဘောက်ချာတွေဖြတ်ပြီးပေးလျှင် အဘယ်ကြောင့် လျှော့ဈေးပေးသနည်းမေးနိုင်သည်။ အချိန်၏အခွင့် အလမ်းစရိတ်နည်းသူများသည် ဈေးလျှော့ရောင်းမှ ဝယ်နိုင်သူများဖြစ် သည်။ ကူပွန်တွေဖြတ်ပို့ကာ ခြောက်လကြာမှ ချက်လက်မှတ်ရလာ သည်အထိ စောင့်ဆိုင်းနိုင်သူများဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်းကိုဂရုစိုက်ကာ အချိန်လည်းရသော၊ အချို့အမေတွေဆိုလျှင် တစ်ချိန်လုံးဤအလုပ်ကိုပဲ လုပ်နေကြသည်။ ကိုယ်လည်း ဈေးနှုန်းကိုအလွန်ဂရုစိုက်သူဟုဆိုလျှင် ထိုသို့ပင်လုပ်နိုင်သည်။ ကူပွန်ဖြတ်ပို့သူမဟုတ်လျှင် ဈေးနှုန်းကို ဂရုစိုက်သူမဖြစ်နိုင်။ လျှော့ဈေးမပေးလျှင်လည်း ဝယ်မည့်သူတွေကို ရောင်းသူတွေကလည်း လျှော့ဈေးမပေးလို။

တစ်ဦးချင်း၏အကျိုးစီးပွားနှင့် အများ၏အကျိုးစီးပွား တိုက်ဆိုင် ခဲ့သည်။ ဥပမာတွေကိုကြည့်ပြီး အခြားသောသာမကတွေကိုလည်း တွေ့နိုင်သည်။ ကျောင်းတက်နေသည့်ကလေးတွေရှိလျှင် တက္ကသိုလ် ကောင်းကောင်းဝင်ခွင့်ရရန်အရေးအတွက် ကျူရှင်ခတွေ့ထပ်အကုန်ခံ သည့် မိဘတွေကို တွေ့ရသည်။ ငွေကုန်အချိန်ကုန်ခံ၊ အပင်ပန်းခံလုပ်ကြ သော်လည်း အများဘက်ကကြည့်လျှင် မထူးခြား။ ထိပ်တန်းတက္ကသိုလ် များသို့ ဝင်ခွင့်ရရေးသည် ပြိုင်ပွဲတစ်ခုဖြစ်ရာ ဘယ်လောက်ကြိုးစား ကြိုးစား ဆုအရေတွက်တိုးမလာနိုင်။ ဆုကအကုန်အသတ်နှင့်သာရှိ သည်။

ထိုသို့သောပြိုင်ပွဲမျိုးတွေသည် အလဟဿဖြစ်သော စစ် လက်နက်အပြိုင်အဆိုင် တပ်ဆင်မှုမျိုးတွေနှင့်တူသည်။ ပရီးမီးယား ဘောလုံးပြိုင်ပွဲ၌ ပို၍အနိုင်ရရန်အတွက် အားကစားသမားတွေ နည်းပြ တွေ အသုံးအဆောင်တွေအတွက် ငွေကုန်ကြေးကျခံပြီး သုံးစွဲကြသည်။ ဘယ်လောက်ပဲကြိုးစားကြိုးစား အသင်းတစ်ဝက်သာ နိုင်ပြီး ကျန် အသင်းတစ်ဝက်က ရှုံးမည်။

အပြန်အလှန်ချေပျက်သွားသော အလဟဿဖြစ်ရသည့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုမျိုးတွေကို သတိထားမိလျှင်တွေ့သည်။ ထိုရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုမျိုး တွေ နည်းပါးအောင်အုပ်ချုပ်ရေးအဖွဲ့တွေက နည်းလမ်းမျိုးစုံသုံးပြီး ဟန့်တားရန်ကြိုးစားကြသည်။ ဥပမာ- ဖေါ်မြူလာ-ဝမ်း ကားပြိုင်ပွဲတွင် အင်ဂျင်အကြီးတွေမတပ်ရ (၂.၄)လီတာ အင်ဂျင်သာတပ်ရမည်ဟု သတ်မှတ်ထားသည်။

သာမန်ပြိုင်ပွဲတွေမှာသာမက အခြားနေရာများ၌လည်း လက်နက်ပြိုင်ပွဲတွေကို ဟန့်တားကြသည်။ လူ့ဘဝ၏အရေးပါသည့် နေရာအတော်များများတွင် အခြားသူများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပြီးမှ၊ ဆုလာဘ်တွေ ချီးမြှင့်တတ်ကြသည်။ ရှေ့ကဥပမာများတွင် တွေ့ခဲ့ရသည့်အတိုင်း ကျောင်းအပ်ရမည့်အရွယ် ကျောင်းဝတ်စုံဝယ်ရန်သတ်မှတ်ချက်

လုပ်ငန်းခွင်လုံခြုံရေးစည်းကမ်း ဇနီးတစ်ဦးထက်ပိုယူခြင်းတားမြစ်သည့် ဥပဒေတို့သည် လက်နက်ပြိုင်ပွဲအမျိုးမျိုးကို ဟန့်တားရန် ကြိုးစားခြင်းမျိုး တွေဖြစ်သည်။

ဖြစ်နိုင်လျှင် နှိုင်းယှဉ်ပြီးမှချီးမြှင့်ခြင်းဖြစ်သော်လည်း အပြန် အလှန်ချေဖျက်သွားသည့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများကို မတားဆီးသော သာဓက တစ်ခုလောက်ရှာကြည့်ပါ။ ယခုအထိ ရှာမတွေ့သေးပါ။ အုပ်စုအမျိုးမျိုး က သတ်မှတ်ကြသည့် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းတွေကိုကြည့်ပြီး ထိုစည်း မျဉ်းစည်းကမ်းတွေ ချမှတ်ရသည့် ရည်ရွယ်ချက်ကို ရှာကြည့်ပါ။

အလုပ်ပြောင်းဖို့(သို့မဟုတ်) ကိုယ့်ကလေးတွေ အလုပ်ရှာဖို့ လုပ်နေလျှင် အလျော်ပေး လုပ်ခခြားနားချက် သဘောတရားနှင့် ဆီလျော်သည်။ ထိုသဘောတရားကြောင့် ကျောင်းသားအတော်များများ က၊ အလုပ်အကိုင်ရွေးချယ်ရာတွင် သေသေချာချာစဉ်းစားနိုင်ကြသည်။ ကျောင်းသားအတော်များများက လခအကောင်းဆုံးအလုပ်တွေကို လိုချင် ကြသည်။ သို့သော်လခ အကောင်းဆုံးအလုပ်များသည် အခြားစိတ်ကျေ နပ်မှုနှင့် ပတ်သက်သည့် အရေးပါသောနယ်ပယ် အတော်များများတွင် ညံ့နေတတ်ကြသည်။ ကိုယ်ကျင့်တရားကို အလျှော့ပေးရသည့် အလုပ် များ၊ တင်းကျပ်သောအလုပ်ချိန်ဇယားများ ရာထူးတက်ရန် အလား အလာမရှိသည်များ အလုပ်မြဲရန် မသေချာမရေရာမှုများစသည့် ဆွဲဆောင်မှုနည်းသော အကြောင်းတရားတွေရှိသောကြောင့် ထိုအားနည်း ချက်တွေကိုဖုံးကွယ် လျော်ကြေးပေးသည့်အနေဖြင့် လစာမြင့်ထားခြင်း ဖြစ်သည်။

ဘယ်လိုဖြစ်ဖြစ် လခကောင်းကောင်းရလျှင်ပြီးစတမ်းဟူသော အလုပ်ရှာသူတွေလည်း ရှိနိုင်သည်။ သို့သော် လစာကောင်းသော်လည်း၊ အခြားသဘောမကျစရာတွေ တစ်ပုံတစ်ခေါင်းကြီးရှိနေသည်ကို သဘောမပေါက်သူများလည်းရှိနိုင်သည်။ လခကောင်းကောင်းပေးပြီ



ဆိုလျှင် သေသေချာချာ စစ်ဆေးဖို့လိုသည်။ ကောင်းလွန်းအားကြီး  
နေသည်ဆိုလျှင် ကောင်းချင်မှကောင်းမည်။

အပေါ်ယံသတင်းအချက်အလက်တွေလောက်နှင့် လက်မခံဘဲ  
သံသယရှိတတ်ရမည်။ နှစ်ဘက်အကျိုးစီးပွားတစ်ထပ်တည်းကျနေလျှင်  
တစ်ယောက်ကိုတစ်ယောက် လိမ်ညာရန် အကြောင်းမရှိ။ ဖဲကစားသူ  
တစ်ယောက်က သူ့ဖဲဘယ်လောက်ကောင်းနေကြောင်း ပြသနေလျှင်  
သူပြောတာ သိလျှင်လုံလောက်ပြီ။ ရိုးသားမှုရှိ-မရှိ အထွေအထူး  
ဆန်းစစ်နေစရာမလို။ သို့သော် ရောင်းသူတစ်ယောက်က သူ့ပစ္စည်း  
အကြောင်း ကြားလုံးထုတ်နေလျှင် သိတ်စိတ်မချရတော့၊ အတုအပ  
လုပ်ရန် စရိတ်ကြီးမားမှသာ ယုံလို့ရမည်။ လုံးဝ အာမခံခြင်းသည်  
ထုတ်ကုန်၏ အရည်အသွေးနှင့် ပတ်သက်၍ အတော်အတန် စိတ်ချရ  
ကြောင်း အချက်ပြလိုက်ခြင်းဖြစ်သည်။ အရည်အသွေးညံ့ထုတ်ကုန်ဖြစ်  
နေလျှင် ထိုသို့သော အာမခံနိုင်။

ငွေကို အလကားကောက်မရနိုင်ဟူသော သဘောတရားက  
ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကျွမ်းကျင်သူတွေ၏ အကြံကို သံသယနှင့် လက်ခံတတ်  
အောင်လုပ်ပေးသည်။ အကြံပေးသူက ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ စတော့ရှယ်ယာ  
ဈေးနှုန်း သိပ်ပေါနေပြီဟုဆိုလျှင် သူက အချောင်ရတော့မည့်သဘောကို  
ရည်ညွှန်းနေခြင်းဖြစ်သည်။ လက်တွေ့၌ ဘယ်ဟာမျှ အချောင်မရနိုင်  
ဈေးသိပ်ပေါနေလျှင် အခြားလူတွေက အပြေးအလွှား အလုပ်အယက်  
ဝယ်ကြသဖြင့် ဈေးတွေထိုးတက်ကုန်မည်။ ဈေးကျနေသည့်စတော့  
ရှယ်ယာတွေဝယ်ပြီး နေ့ချင်းညချင်း ချမ်းသာနိုင်ကြောင်း သဘော  
ပေါက်နေလျှင် သူများကို ဝယ်ခိုင်းမည်မဟုတ် ကိုယ့်ဘာသာ  
ကိုယ်သာဝယ်ကြမည်ဖြစ်သည်။

ပတ်ဝန်းကျင်က ဘောဂဗေဒသဘောတရားတွေကို သဘော  
ပေါက်လျှင် ဈေးကွက်ထဲ၌ ဆုံးဖြတ်ချက်ချမှတ်မှုပိုကောင်းလာမည်။

