



photo&design robinsonk26 on Pixabay

တင်ပြဆွေးနွေးခြင်း

Presentations

ကောင်းသာ

မြန်မာပြန်

mgvooe.com

mgjoe.com



KGTO072

1,200.00 KS

မိနစ် ၂၀ မန်နေဂျာ-တင်ပြဆွေးနွေးခြင်း၊ ကောင်းသာ

စာမျက်နှာ ၆၁ + မျက်နှာ၊ ၁၂ • ဂဏင်တီ x ၁၈ • ၅ ဧင်တီ

ထုတ်ဝေသူ - ဦးစန်းဦး၊ စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ(၀၀၅၃၈)၊ ၈၅၊ ၁၆၄ လမ်း၊ တာမွေ၊ ရန်ကင်း။

ပုံနှိပ်သူ - ဒေါ်ဝင်းမာ၊ စိတ်ကူးချိုချိုပုံနှိပ်တိုက်(၀၀၄၁၂)၊ ၁၁၇၉၊ မစိုးရိပ်လမ်း၊ ရန်ကင်း။

၂၀၁၉၊ မတ်လ၊ ပထမအကြိမ်၊ အုပ်ရေ ၅၀၀

ရောင်းစွေး ၁၂၀၀ ကျပ်

email: skccph@gmail.com ; P.O.Box: 705

www.facebook.com/SKCCmyanmarbook

www.skccmyanmarbook.com

စိတ်ကူးချိုချိုစာအုပ်



မိနစ် ၂၀ မန်နေဂျာ

တင်ပြဆွေးနွေးခြင်း

20 Minute Manager

PRESENTATIONS

Harvard Business Review Press

ကောင်းသာ

မြန်မာပြန်

ဝေမအကြိမ် ၂၀၁၉

mgyc.com

mgyc.com

မာတိကာ

၁။ တင်ပြချက်ရဲ့သော့ချက်	၁
၂။ တင်ပြချက်ကို ဘာကြောင့်လုပ်ပေးသလဲ	၂
၃။ သင့်ပန်းတိုင်ကို အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်ရေး	၄
- သင့်ရဲ့ကျယ်ပြန့်တဲ့ ဦးတည်ချက်	၄
- သင်ဆန္ဒရှိရာ ရလဒ်	၅
- အောင်မြင်မှုကို သင့်ရဲ့တိုင်းတာချက်	၆
၄။ သင့်ပရိသတ်ကို သိနားလည်ရေး	၈
(၁) အုပ်စုက ဘယ်လိုကြီးလာမလဲ။ ဘယ်သူတွေ ပျက်ကွက်မှာလဲ။	၈
(၂) သင့်ရဲ့ပရိသတ်အဖွဲ့ဝင်တွေ အဖွဲ့အစည်းထဲမှာ ဘာအခန်းကဏ္ဍနဲ့ လုပ်ဆောင်နေသလဲ။ ဘယ်သူတွေက သူတို့အတွက် အရေးပါနေသလဲ။	၉
(၃) ပရိသတ်တွေ သိပြီးသားအရာက ဘာလဲ။ လူတွေ ဘာကိုသိဖို့ လိုတာလဲ။	၉
(၄) လူတွေက ဘာတွေကို လျာထားနိုင်ဖွယ်ရှိသလဲ။ ဘယ်လျာထား ချက်တွေကမှန်ပြီး ဘယ်လျာထားချက်တွေက မှားနေသလဲ။	၉

(၅) ပရိသတ်က သင့်ကို ဘယ်လို ကောင်းကောင်းသိနိုင်သလဲ။	၁၀
(၆) တက်ရောက်သူအချို့ရဲ့ ပန်းတိုင်တွေက တခြားလူတွေရဲ့ ပန်းတိုင်တွေနဲ့ ပဋိပက္ခဖြစ်လာသလား။	၁၀
(၇) တင်ပြချက် ဘယ်လိုပုံစံမျိုးတွေက သင့်ပရိသတ် အဖွဲ့ဝင်တွေနဲ့ ထုံးတမ်းစဉ်လာ ဖြစ်နေသလဲ။	၁၁
(၈) ထိုနေရာမှာ သူတို့ကို တစ်စုံတစ်ယောက်က လိုအပ်နေသလား၊ ထိုပုဂ္ဂိုလ်က သင်ပဲလား။	၁၁
(၉) တင်ပြနေစဉ်အတွင်း၊ တင်ပြပြီးတဲ့နောက်မှာ ဘာတွေ ဖြစ်လာကြောင်းနဲ့ပတ်သက်လို့ သင် (သို့) တစ်ယောက်ယောက်က အရေးပါတယ်လို့ ကိုင်စွဲထားသလား။	၁၁
၅။ သင့်သတင်းလွှာ လက်ရာမြောက်ရေး	၁၃
ခြေလှမ်း (၁)။ သင့်ပင်မသတင်းလွှာကို အဓိပ္ပာယ် သတ်မှတ်ပါ	၁၄
ခြေလှမ်း (၂)။ သက်ဆိုင်ရာ စောဒကတက်ချက်များနဲ့ ကိန်းဂဏန်းတွေကို ခွဲခြားသတ်မှတ်ပါ	၁၄
ခြေလှမ်း (၃)။ ပါဝင်ချက်များကို စည်းရုံးဖွဲ့စည်းပါ	၁၆
၆။ သင့်ရဲ့ အရင်းအမြစ်များကို ခွဲခြားသတ်မှတ်ရေး	၂၁
(၁) သင့်ရဲ့တွေ့ဆုံရာနေရာက ဘာနဲ့တူနေသလဲ	၂၁
(၂) သင့်မှာ အချိန် ဘယ်လောက်များများရှိသလဲ	၂၁
(၃) ဘာ ကိရိယာတန်ဆာပလာတွေ သင်သုံးမှာလဲ	၂၃
၇။ သင့်ရဲ့ မျက်မြင်များ စီမံကိန်းချခြင်း	၂၄

- နီးစပ်တဲ့မိဒိယာတွေ ရွေးချယ်ခြင်း	၂၅
- ထိရောက်တဲ့ မျက်မြင်များ ဖန်တီးခြင်း	၂၅
၈။ သင့်ရဲ့ ပေးသွင်းမှုကို လေ့ကျင့်ပါ	၂၉
- သင့်ရဲ့ ပါဝင်ချက်တွေဇာတ်တိုက်ထားခြင်း	၂၉
- သင့်ကိုယ်သင် စိတ်ပိုင်းအရ ပြင်ဆင်ထားခြင်း	၃၂
၉။ သင့်ရဲ့ တင်ပြချက်များကို ပေးအပ်ခြင်း	၃၃
- သင့်ပရိသတ်နဲ့ ချိတ်ဆက်မိနေတာကို ထိန်းထားခြင်း	၃၄
- ပျော့ပျောင်းညင်သာရှိပါစေ	၃၅
၁၀။ တုံ့ပြန်မှုများ စီမံခန့်ခွဲရေး	၃၈
- အမေးနဲ့အဖြေများကို ချိန်ကိုက်မိအောင်လုပ်ခြင်း	၃၈
- ခက်ခဲတင်းမာတဲ့ မေးခွန်းများအတွက် ပြင်ဆင်ခြင်း	၃၉
- နောက်ခြေလှမ်းများကို အောက်လိုင်းချခြင်း။	၄၁
၁၁။ သင့်ရဲ့ တင်ပြချက်ကို အတိုချုံးပါ	၄၃
- သင့်ရဲ့ ပါဝင်ချက်ကို အယူအဆရေးရာ ဝေဖန်စာရေးသားပါ	၄၃
- သင့်လုပ်ဆောင်ချက်ကို ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာပါ	၄၄
- တုံ့ပြန်အကြံပေးချက်များအတွက် လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များကို မေးခွန်းများ မေးခြင်း	၄၅
၁၂။ ပရိသတ်နဲ့ နောက်ဆက်တွဲလိုက်ပါခြင်း	၄၇
ပိုမိုလေ့လာရန်	၄၉
အရင်းအမြစ်များ	၆၀



mgyc.com

mgyc.com

[၁]

တင်ပြချက်ရဲ့ သော့ချက်

သင့်မှာ ဆက်သွယ်ဖို့ သတင်းလွှာတစ်ခု ရှိထားတယ်။ တင်ပြချက် တစ်ခု သင် ပေးအပ်ဖို့ ဆုံးဖြတ်တယ်။ သင့်ရဲ့ စဉ်းစားခြင်းနည်းလမ်း တွေက လူတွေအပေါ်မှာ အောင်ပွဲခံနိုင်ဖို့ရာ သင် အလုပ်တချို့တော့ လုပ်ဖို့ လိုအပ်လာလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်ကို သဘာဝကျကျ လက် ဆောင်ရ ပြည်သူ့တရားဟောဆရာ စကားပြောကောင်းသူအဖြစ် မစဉ်း စားနိုင်ရင်တောင်မှ၊ ဒီဟောပြောမှု တိတိကျကျ အလှမ်းကွာဝေးလွန်းတာ မဖြစ်ရဘူး။

သင့်ရဲ့တင်ပြချက်က စံဝင်တဲ့ အစီရင်ခံစာလား၊ ထုတ်ကုန်ဖော် ကျူးချက်တစ်ခုလား၊ အရောင်းမြှင့်တင်ချက်တစ်ခုပဲလား၊ ဒါမှမဟုတ် မဟာဗျူဟာတစ်ရပ် လိုမ့်ချလိုက်တာပဲလား၊ ဘာပဲဖြစ်နေပါစေ၊ အကြောင်းမဟုတ်၊ တင်ပြချက် ထိထိရောက်ရောက်လုပ်ခြင်းရဲ့ သော့ ချက်ကတော့ သင့်ပန်းတိုင်တွေ၊ သင့်ပရိသတ်နဲ့ သင့်ကိုယ်သင် ပါ သိနားလည်ရေးတွေပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီစာအုပ်ထဲမှာ ထိုပင်မ အယူအဆ က စဉ်းမျဉ်းတွေအားလုံးကို အကြောင်းကြားထားလေတယ်။

ကဲ ... ယင်းတို့ဆီ ဆက်သွားကြစို့။





တင်ပြချက်ကို ဘာကြောင့်လုပ်ပေးတာလဲ

တကယ်လို့ သင့်စီးပွားရေးဆိုင်ရာ ပရိသတ်တစ်ဦးကို သင် တင်ပြဖို့ စိမ့်နေရင်၊ သင် အကြောင်းကြားချင်၊ သွေးဆောင်ပြောချင်၊ ရောင်းချချင် ကောင်းရောင်းချဖွယ်ရာ ရှိလိမ့်မယ်။ ဒီကိစ္စမှာ အောက်ပါတို့ပါ လုပ် ဆောင်ရလိမ့်မယ်။

- * ကိန်းဂဏန်းသစ်တွေ ရှင်းပြတာ။
- * သဘောတူချက်တည်ဆောက်ဖို့ အယူအဆ သို့မဟုတ် တုံ့ပြန် အကြံပေးချက်တွေကို ထောက်ခံပေးဖို့ သွေးဆောင်ရတာ။
- * လူတွေကို လုပ်ရပ်တွေလုပ်ခိုင်းတာ။
- * ပြဿနာတစ်ရပ် ဖြေရှင်းရေးမှာ အကူအညီရှာဖွေတာ။
- * စွမ်းဆောင်ရည်တစ်ရပ် ဝယ်ယူဖြစ်ရေး လုပ်ဆောင်ရတာ။

ဒီကိစ္စတွေထဲက တစ်ခုဖြစ်စေ၊ တချို့ကိုဖြစ်စေ၊ သင်လုပ်ဖို့ ကြိုးစား ဖူးပါသလား။ သင့်ရဲ့ရည်ရွယ်ချက်ကို အထက်ပါစာရင်းလို တိုနိုင်သမျှ အတိုဆုံး ရေးချပါ။

အခု သင် ဘာရေးထားသလဲဆိုတာ ကြည့်လိုက်ပြီး၊ တင်ပြချက် ပေးဖို့ လို မလို မေးကြည့်ပါ။ ဒါက အလုပ်တစ်ခု လုပ်ပြီးဖို့အတွက် အကောင်းဆုံးလမ်း ဟုတ်ပါသလား။

ဥပမာ - သင် ဆိုက်ရောက်ဖို့လိုတဲ့ လူအရေအတွက်က လုံးဝ

- နည်းပါးနေရင် တစ်ဦးချင်းစီကို တွေ့တွေ့ဆိုင်ဆိုင် မျက်နှာချင်းဆိုင်ပြီး စကားပြောတာက ပိုထိရောက်ပါလိမ့်မယ်။ တကယ်လို့ သင်ပြောမယ့် ပရိသတ်က ကြီးမားကျယ်ပြန့်နေရင် သတင်းလွှာက ရိုးရှင်းနေပါက သင် တုံ့ပြန်အကြံပေးစရာမလိုဘဲ အီးမေးလ်နဲ့ပို့နိုင်တယ်။

တစ်ခါတစ်ရံကျတော့လည်း ဒီလိုဆက်သွယ်တဲ့ပုံစံတွေ မတိကျ တတ်ဘဲ သင့်အနေနဲ့ တင်ပြချက်လုပ်ပေးဖို့ လိုအပ်လာတာ ရှင်းပါ တယ်။ တကယ်လို့ ဒီလိုဖြစ်ရပ်မျိုးဆိုရင် သင့်ဘာသာသင် စတင်လုပ်ဖို့ အသင့်ဖြစ်မယ်။ ထိုရည်ရွယ်ချက်စကားစုကို ကိုင်စွဲထားပြီး အခိုက် အတန့် ခဏတာလောက် လိုအပ်သလို ချရေးပါ။



[၃]

သင့်ပန်းတိုင်ကို အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်ရေး

ထိရောက်တဲ့တင်ပြချက်က စဉ်းစားခြင်းအပေါ် အာရုံစူးစိုက်ခြင်းနဲ့ စတင်တတ်တယ်။ သင်ဟာ သင့်ရဲ့ မူလ ပင်မရည်မှန်းချက်ကို တွက်ထုတ်ဖို့ လိုအပ်လိမ့်မယ်။ အဲဒီရည်မှန်းချက်ထဲမှာ လူတွေကို တစ်စုံတစ်ရာ နားလည်သဘောပေါက်ပြီး လုပ်ရပ်တစ်ခုခု စလုပ်ဖြစ်ဖို့ ယေဘုယျ ပါဝင်တယ်။

သင့်ရဲ့ ကျယ်ဝန်းတဲ့ဦးတည်ချက်

ခပ်စောစောက သင် ရေးချထားတဲ့ စကားစုအတိုချုပ်ဆီ ပြန်သွားရအောင်။ ဒါကို သင့်ရဲ့ပန်းတိုင်ကို ဖော်ပြတဲ့ ကျစ်လျစ်တဲ့ ဝါကျတိုလေး တစ်ခုအဖြစ် ပြောင်းပစ်လို့ရတယ်။ 'ငါလိုချင်တာ' နဲ့စတင်ပြီး သင့်ရဲ့ ပရိသတ်ပါဝင်နေရမယ်။

အောက်ပါ ဥပမာတချို့ကို ကြည့်ပါ။

- * “ငါ ထုတ်ကုန်အသစ် အယူအဆတွေ အဆိုပြုဖို့အတွက် လုပ်ငန်းစဉ်အသစ်တွေအကြောင်း ငါ့ဌာနကို အကြောင်းကြားချင်တယ်”။
- * “ငါ့လုပ်ဖော်တွေကို ငါတို့စလုပ်မယ့် စီမံချက်အတွက် ဦးနှောက်မှန်တိုင်းဆင်တဲ့ အယူအဆတွေ ကူညီပေးချင်တယ်”။

- * “လူတွေကို ငါ့အသင်းရဲ့လုပ်ငန်းစနစ်အသစ်တွေ ဘယ်လို ကောင်းကောင်းလုပ်နေတယ်ဆိုတာ ပြချင်တယ်”။
- * “ကျွန်ုပ်တို့ရဲ့ ထိပ်တန်းအမှုဆောင်တွေအတွက် တိုးတက်ဆွဲ ထားတဲ့ အကြံပြုချက်အတွဲတစ်တွဲကို အခြားမန်နေဂျာတွေပါ လက်မှတ်ရေးထိုးစေချင်တယ်”။
- * “ဒီသုံးလပတ်ကာလအတွက် ကျွန်တော့် အုပ်စုထဲကလူတွေ သူတို့ပစ်မှတ်တွေ ရောက်ဖို့လိုအပ်တဲ့ လက်စွဲကိရိယာတွေ ကျွန်တော် ပေးချင်တယ်”။

သင့်ရဲ့ ကျယ်ပြန့်တဲ့ဦးတည်ချက်က အထက်ပါအတိုင်း ဖြစ်ချင်မှ လည်း ဖြစ်နေနိုင်မှာပါ။ ဒါပေမဲ့ ဒါကိုတော့ စကားလုံးနည်းနည်းနဲ့ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း အနှစ်ချုပ်ရေးထားသင့်တယ်။

ဘယ်သူမဆို ဒါကို နှစ်ခါပြန်ဖတ်စရာမလိုဘဲ ကောင်းကောင်း သဘောပေါက် နားလည်နိုင်စွမ်း ရှိသင့်ကြပါတယ်။

သင်ဆန္ဒရှိရာရလဒ်

ယခု သင့်ရဲ့တင်ပြချက်ထဲပါဝင်နေတဲ့ အားလုံး (နောက်ပိုင်း ဆက် ပြောရဦးမယ်။) ထဲကမှ သီးခြားကိစ္စတစ်ခုရဲ့ သင်လိုချင်တဲ့ရလဒ် တွေကို အထူးပြု အာရုံစိုက်ရမယ့်အချိန်ပါပဲ။

ဥပမာ - ပြီးခဲ့တဲ့စာရင်းထဲက အောက်ပါကိစ္စကို အထူးပြု စဉ်းစား ကြည့်ရအောင်။

“လူတွေကို ငါ့အသင်းရဲ့ လုပ်ငန်းစနစ်တွေကို ဘယ်လို ကောင်းကောင်းလုပ်နေတယ်ဆိုတာ ပြချင်တယ်”

ဒီစိတ်အာရုံစွဲငြိစေမယ့် လုပ်ငန်းစနစ်ထဲက တက်ရောက်သူတွေ

ကို သင် ထွက်မသွားစေချင်ဘူး။ ရလဒ်ကို သင် ရှာနေတာပါ။ ဒါတွေက ဘာတွေလဲ။ လူတွေကို သူတို့ရဲ့ နေ့စဉ်အလုပ်ထဲက သူတို့သုံးနိုင်တဲ့ ဒီစနစ်တွေကို သီးခြားနည်းလမ်းတွေနဲ့ သုံးနိုင်ဖို့ကို သင် လိုအပ်နိုင် တယ်။ ဒါမှမဟုတ် တစ်ပတ်အတွင်း အကောင်အထည်ဖော်ရေးဆီကို ပထမဆုံး ခြေလှမ်းလှမ်းရမယ်။ သို့မဟုတ် အတားအဆီးတွေကို သူတို့ ပြဿနာ ဖြေရှင်းပြီး သင့်ထံ ၁၀ ရက်အတွင်း သူတို့တွေ့ရှိချက်တွေ လာရောက် အစီရင်ခံစေချင်လိမ့်မယ်။

ဘယ်လို သင်အလိုရှိရာရလဒ်ပဲရရ ယင်းတို့ကို စာရင်းတစ်ခုအဖြစ် ချရေးပါ။ မှော်ကိန်းဂဏန်းတွေမဖြစ်စေရပါ။ ဒါပေမဲ့ ဒိဋ္ဌအမှန် ဖြစ်စေရ မယ်။ အချက်နည်းပါးလေလေ ပိုကောင်းလေလေပါပဲ။ ဒီလိုနည်းနဲ့သာ သင့်ရဲ့အာရုံစူးစိုက်မှု ကျပ်တည်းပြင်းထန်လာပြီး သင်နဲ့ သင့်ပရိသတ်ရဲ့ မျှော်လင့်ချက်တွေ သိပ်မြင့်လွန်းတာတွေကို ရှောင်နိုင်မှာပါ။

အောင်မြင်မှုကို သင့်ရဲ့တိုင်းတာချက်

ကျယ်ပြန့်တဲ့ဦးတည်ချက်နဲ့ ဆန္ဒရှိရာ ရလဒ်တွေနဲ့ လက်ဝယ်ရထား ပြီးရင်၊ သင့်ပန်းတိုင်တွေ ရောက် မရောက်ဆိုတာ သင် ဘယ်လိုတိုင်းတာ ရမလဲလို့ ခွဲခြားသတ်မှတ်ရပါလိမ့်မယ်။

တင်ပြချက်ကို ပရိသတ်အဖွဲ့ဝင်တွေက အယူအဆတွေနဲ့ ခုတ် မောင်း ကျန်ရစ်လိမ့်မယ်လို့ သင် မျှော်လင့်ပါသလား။ တက်ရောက်သူ တွေက၊ ဒီလုပ်ငန်းအတွဲတစ်တွဲကို တစ်စုံတစ်ရာ နောက်ဆုံးရက်စွဲ သတ် မှတ်ချက်နဲ့ ပြည့်စုံအောင် သင်လုပ်ပြီးစေချင်သလား။ အောင်မြင်မှုကို စိတ်အားထန်သန်မှု၊ ဝယ်ဖြစ်သွားမှုတွေလို ‘ပျော့ပျောင်းညင်သာတဲ့’ အချက်အလက်တွေနဲ့ သင် တိုင်းတာဖို့ ကြိုးစားနေသလား။ ထိုအရာတွေ ကို ဘယ်လိုကိုက်တံနဲ့ တိုင်းတာမလဲ။

မက်ထရစ်တွေကို ရှင်းအောင်ထိန်းထား၊ ရပိုင်ခွင့်တွေကို လွယ်ကူအောင်လုပ်ရင်း၊ သင့်ရဲ့ပရိသတ်က ဘာကို ဒိဋ္ဌကျကျ ထုတ်လုပ်နိုင်သလဲဆိုတာပဲ အရေးပါနေပါတယ်။

တကယ်လို့ သင်ဟာ တုံ့ပြန်အကြံပေးချက်တွေကို ရှာနေရင်း သင်လူတွေကို အနှစ်ချုပ်ပုံစံတစ်ခု၊ သို့မဟုတ် အွန်လိုင်းပေါ် ကွင်းဆင်းလေ့လာမှုတွေကို ပြည့်စုံအောင် ဖြည့်စွက်ခိုင်းရမယ်။ တကယ်လို့ ပစ္စည်းပေးသွင်းမှုက ဒီအရောအထွေးရဲ့ အစိတ်အပိုင်းဖြစ်နေရင် ထိုအရာတွေပါတဲ့ စာရင်းကို လက်ရောက် ပြင်ဆင်ပေးအပ်ရမယ်။ ပရိသတ်အဖွဲ့ဝင်တွေ သူတို့နဲ့အတူ သယ်ဆောင်သွားနိုင်မယ့် တင်ပြချက်ကို နားမထောင်လိုက်ရဘဲ၊ လွတ်သွားတဲ့သူတွေကို သင် လွယ်လွယ်ပို့ပေးနိုင်မယ်။ တစ်စုံတစ်ရာ ရုပ်ဝတ္ထုကျကျ ဖြစ်ရလိမ့်မယ်။



[၉]

သင့်ပရိသတ်ကို သိနားလည်ရေး

သင့်ပရိသတ်ရဲ့ပန်းတိုင်တွေနဲ့ အလေးအနက်ထားမှုတွေကို သင် ပိုကောင်းကောင်း သဘောပေါက် နားလည်လေလေ၊ သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက် တွေနဲ့ သင် ဆန္ဒရှိရာ ရလဒ်တွေ ပိုရယူအားထုတ်နိုင်လေလေပါပဲ။ ထိုအောင်မြင်မှုတွေကိုလည်း သင် ပိုတိုင်းတာနိုင်စွမ်းတွေ တိုးလာနိုင် ပါတယ်။

ဘယ်တင်ပြခြင်းမဆို အသည်းနှလုံးက တင်ပြသူမဟုတ်။ ပရိသတ် သာဖြစ်ပါတယ်။ ဘာက အမှတ်ကောင်းစေသလဲဆိုတာ တွက်နိုင်ဖို့ အောက်ပါမေးခွန်းများကို ဖြေဆိုပါလေ။

၁။ အုပ်စုက ဘယ်လိုကြီးလာမလဲ။ ဘယ်သူတွေ ပျက်ကွက်မှာလဲ။
သင်လူတွေ ၅ ယောက်၊ ၁၅ ယောက်၊ ၅၀ ယောက်အထိ မျှော်လင့် နေသလား။ ပရိသတ်အရွယ်အစားပမာဏက သင်ပေးအပ်မယ့် တင်ပြ ချက်ရဲ့ ပုံစံကို ပြဋ္ဌာန်းနေပါတယ်။ သင်လိုအပ်မယ့် အရင်းအမြစ်တွေ (နောက်လာမယ့် 'သင့်အရင်းအမြစ်များ ခွဲခြားသတ်မှတ်ရေး' အခန်း ၆ ကိုကြည့်ရန်) ကိုလည်း ထိခိုက်နေတယ်။ ဘယ်လိုလူတွေ ပျက်ကွက် နိုင်မလဲဆိုတာ ခြေရာခံကြည့်သွားပါ။ လာတက်ရောက် နားထောင် ပျက်ကွက်တဲ့ အစုရှယ်ယာဝင်ကတော့ အစုရှယ်ယာဝင် မပီသတဲ့လူပါပဲ။

ပျက်ကွက်သူတွေ့နောက်ကို လိုက်ပါနှိုးဆော် နောက်ဆက်တွဲ လိုက်နေရမှာပါ။

၂။ သင့်ရဲ့ပရိသတ်အဖွဲ့ဝင်တွေ အဖွဲ့အစည်းထဲမှာ ဘာအခန်းကဏ္ဍနဲ့ လုပ်ဆောင်နေသလဲ။ ဘယ်သူတွေက သူတို့အတွက် အရေးပါနေသလဲ။

သူတို့ရဲ့တာဝန်ရှိမှုတွေကို သင် အခြေခံကျကျ ကောင်းစွာ နားလည်မှုရှိထားရင် သင် သူတို့နဲ့ချိတ်ဆက်ဖို့ရာ အထောက်အကူဖြစ်မယ်။ သင့်သတင်းလွှာက သူတို့အတွက် ဘာကြောင့် အရေးပါသလဲ စဉ်းစားပါ။ သူတို့ရဲ့ဘဝတွေ ပိုလွယ်ကူအောင် သင် ဘယ်လိုလုပ်ပေးနိုင်သလဲ။ သင် တင်ပြတဲ့အခါ ထိုအရာတွေကို သင် မီးမောင်းထိုးပြရလိမ့်မယ်။

၃။ ပရိသတ်တွေ သိပြီးသားအရာက ဘာလဲ။ လူတွေ ဘာကိုသိဖို့လိုတာလဲ။

သိထား ထင်ရှားပြီးသား အရာတွေလို မဖော်ပြနဲ့။ သင် ဘာတွေ ပြောနေသလဲဆိုတာနဲ့ ယင်းတို့က သူတို့ကို ဘယ်လိုထိခိုက်ကြောင်း နားလည်ဖို့ သတင်းအချက် နောက်ခံအကြောင်းအရာတွေကို လူတွေဆီ လုံလောက်အောင် ပေးထားရလိမ့်မယ်။

၄။ လူတွေက ဘာတွေကို လျာထားနိုင်ဖွယ်ရှိသလဲ။ ဘယ်လျာထားချက်တွေက မှန်ပြီး ဘယ်လျာထားချက်တွေက မှားနေသလဲ။

သင့်ပရိသတ်ရဲ့ လျာထားချက်တွေထဲ သင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ခြင်းက သင့်ပါဝင်ချက်ကို ဘယ်လိုတင်ပြမလဲဆိုတာနဲ့ ပတ်သက်လို့ ပိုကောင်းတဲ့ ရွေးချယ်မှုတွေ သင်လုပ်နိုင်ရေးမှာ အထောက်အကူ ဖြစ်ပါတယ်။

တကယ်လို့ ခံယူသိမြင်မှု လွဲမှားသွားရင် ဒါကို သင် ပြင်ဖို့ လိုအပ်လိမ့် မယ်။ ခုအချိန်မှာ ဒါကို ညင်ညင်သာသာ လုပ်ရမယ့်အခါပါပဲ။ ဥပမာ- တကယ်လို့ သင့်ရဲ့ပရိသတ်က သင် အဆိုပြုတဲ့စနစ်သစ်က သင်ယူရတဲ့ အားထုတ်မှုနဲ့ အချိန်တွေ သိပ်အများကြီး ကုန်လွန်းလှတယ်လို့ ယုံကြည် နေရင် ဒီအကူးအပြောင်းကို သင်တန်းပေးမှုအချိန်တွေနဲ့ နည်းပညာ ရေးရာ ထောက်ပံ့ပေးမှုအပိုတွေ လုပ်ခြင်းဖြင့် သက်သာရာရအောင် သင် ဘယ်လိုကူညီနိုင်ကြောင်းကို ရှင်းလင်းပီသစွာ ရှင်းပြရမှာဖြစ်ပါတယ်။

၅။ ပရိသတ်က သင့်ကို ဘယ်လို ကောင်းကောင်းသိနိုင်သလဲ။

တကယ်လို့ အခန်းထဲကလူတွေနဲ့ သင် အားကောင်းတဲ့ဆက်ဆံရေး မျိုးရှိမထားရင် သူတို့နဲ့ ခပ်စောစောကတည်းက သင် မိတ်ဆွေဖြစ် ရင်းနှီးမှုတစ်ရပ် တည်ဆောက်ထားဖို့ သင်လိုအပ်တယ်။ ဥပမာ-စနစ် ဟောင်းအပေါ်မှာ သင် အစားထိုးစရာတွေ၊ ကိုယ့်ဟာကိုယ် နပန်းလုံး ရုန်းကန်နေရာမှာ ရွှင်မြူးဖွယ်ရာဟာသတွေ အာလာပသလ္လာပ ပြောဆိုမှု တွေနဲ့ သင် စဖွင့်နိုင်ပါတယ်။ အုပ်စုရဲ့ စိတ်ပျက်ဖွယ် ကြုံတွေ့ရသမျှ နည်းလမ်းတွေမှာ သင်လည်း ဝေမျှခံစားကြောင်း ပြသပါ။

၆။ တက်ရောက်သူအချို့ရဲ့ ပန်းတိုင်တွေက တခြားလူတွေရဲ့ ပန်းတိုင် တွေနဲ့ ပဋိပက္ခဖြစ်လာသလား။

ဖြစ်လာရင်တော့ ဒါကို ရှေ့ပြေးအသိအမှတ်ပြုထားပြီး သင် ထောက် ကူနိုင်မယ့်ကိစ္စတွေ ဘယ်လို ကမ်းလှမ်းနိုင်သလဲဆိုတာ ရှင်းပြပါ။

၇။ တင်ပြချက် ဘယ်လိုပုံစံမျိုးတွေက သင့်ပရိသတ် အဖွဲ့ဝင်တွေနဲ့ ထုံးတမ်းစဉ်လာ ဖြစ်နေသလဲ။

သူတို့ဂရုစိုက်မှုရဖို့ ဘာတွေ ရဖွယ်ရှိသလဲ စဉ်းစားကြည့်ပါ။ အတိတ်ကလုပ်ခဲ့ဖူးတာတွေ (ကိန်းဂဏန်းအချက်၊ ခင်းကျင်းလုပ်ဆောင်ချက်တွေနဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးပုံပြင်တွေ) ပေးထားတယ်ဆိုပါစို့။ သူတို့အတွက် အသစ်ဖြစ်မှာ တစ်ခုခု သင်လုပ်မယ်ဆိုရင် ယင်းနဲ့သူတို့နဲ့ သက်သောင့် သက်သာ ဖြစ်စေမယ့်နည်းလမ်းတွေ ရှာကြည့်ပါ။ မသက်မသာ ကြိတ်ဝါးမိတဲ့အုပ်စုတစ်စုနဲ့ စကားပြောကြည့်မှာလား။ သင့်ရဲ့တင်ပြချက်မှာ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးအဓိပ္ပာယ်တွေ ကြီးကြီးမားမားပေးဖို့ သက်ဆိုင်ရာ ပုံပြင် တစ်ပုဒ်နဲ့ စဖွင့်ပါ။

၈။ ထိုနေရာမှာ သူတို့ကို တစ်စုံတစ်ယောက်က လိုအပ်နေသလား၊ ထိုပုဂ္ဂိုလ်က သင်ပဲလား။

သင့်သတင်းလွှာကို လက်ခံနိုင်တဲ့ လူတွေအပေါ်မှာ ဒီအချက်က အကျိုးထိခိုက်စေပါတယ်။ သင့်ခွဲခြားမှု (သို့) ရန်လိုမှုကိုတောင် ကျော်လွှားဖို့ လိုပါလိမ့်မယ်။

၉။ တင်ပြနေစဉ်အတွင်း၊ တင်ပြပြီးတဲ့နောက်မှာ ဘာတွေ ဖြစ်လာကြောင်းနဲ့ပတ်သက်လို့ သင် (သို့) တစ်ယောက်ယောက်က အရေးပါ တယ်လို့ ကိုင်စွဲထားသလား။

တက်ရောက်သူတွေရဲ့ မန်နေဂျာတွေနဲ့တိုင်ပင်ပြီး သင့်ပန်းတိုင်တွေနဲ့ သူတို့ လိုက်ဖက်ညီအောင် တုံ့ပြန်အကြံပေးချက် (သို့) ပေးသွင်းခြင်းတွေ အကြောင်း ဆွေးနွေးကြည့်ပါ။

ဒီမေးခွန်းတိုင်းကတော့ သင့်ရဲ့တင်ပြချက်နဲ့ သက်ဆိုင်ချင်မှု

သက်ဆိုင်ပေလိမ့်မယ်။ ရှင်းလင်းနေတာက အခြားသော ဖြစ်နိုင်ခြေရှိ စဉ်းစားစရာတွေက ရှိနေပါတယ်။ လက်စွဲစာအုပ်ငယ်တစ်အုပ်ထဲ မေးခွန်းတွေ အိုင်လိုက်ကြီးရဲ့ အဖြေတွေ တစ်ခါတည်း ချရေးဖို့မဟုတ် ပါဘူး။ ဒါက သင့်ရဲ့သတင်းလွှာက ပေးအပ်မယ့် လူသားအခြေအနေ ပေါ်မှာ ရောင်ပြန်နေလိမ့်မယ်။ သို့မှသာ သင့်သတင်းလွှာကို သင့်ပရိသတ် ရဲ့ စိန်ခေါ်ချက်နဲ့ ပန်းတိုင်တွေနဲ့ အံ့ကိုက်အောင် တွဲချုပ်နိုင်မှာပါ။

သင့်ပရိသတ်ရဲ့ လိုအပ်ချက်နဲ့ အလေးအနက်ထားမှုတွေထဲ ပါဝင် ဆောင်ရွက်ခြင်းက သင့်တင်ပြချက်ကို အမှုဆောင်ရွက်ဖို့ ပြင်ဆင်နေစဉ် သင့်စိတ်ခွင်ကို အတိအကျ စစ်ဆေးတိုင်းတာနိုင်ရေး ကူညီပေးတယ်။ ဆိုရိုးစကားဟောင်းကြီးတစ်ခုကို သုံးဖို့ ပြောပါရစေ။ တခြားသူရဲ့ဖိနပ်ကို စီးကြည့်ဖို့ပါပဲ။ နောက်အဆင့်မှာ ဒါကိုလုပ်ပါလေ။

“သင့်ကိုယ်သင် သူတို့ခေါင်းထဲဝင်ပြီး သူတို့တွေရဲ့ မျက်ဝန်း တွေနောက်က ကြည့်လိုက်ပါ။ သင်ပြောနေသမျှတွေကို ပရိသတ် အနေနဲ့ဝင်ထိုင်ပြီး သက်သေလုပ်ကြည့်မယ်လို့ စိတ်ကူးလိုက်ပါ”

အိုကေ။ အခု သင့်သတင်းလွှာ လက်ရာမြောက်ရေးအတွက် အဆင် သင့်ဖြစ်ပြီ။



[၅]

သင့်သတင်းလွှာ လက်ရာမြောက်ရေး

တင်ပြသူများစွာက အလွဲလွဲအမှားမှား လျာထားနေကြတာက ကြီးမားတဲ့ အယူအဆကြီးတစ်ရပ်ဟာ အယူခံဝင်မယ့် အထုပ်အပိုး အပြည့်နဲ့ လာနေသမျှ ကာလပတ်လုံး သူ့ဟာသူ အဆင်ပြေပြေ ပြော ဖြစ်လိမ့်မယ်လို့ ထင်ကြတယ်။ အထုပ်အပိုးပြည့်ဝမှုက အရေးပါတာ ကတော့ သံသယဖြစ်စရာ မရှိပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ သင့်ပရိသတ်ရဲ့ လိုအပ် ချက်ကတော့ ဒီထက် အများကြီး ပိုပါတယ်။

လူတွေကို သင့်ရဲ့ ယုတ္တိဗေဒ၊ အချက်အလက်၊ ဥပမာ၊ သာဓက တွေတစ်လျှောက် လမ်းညွှန်ပေးပါ။ ဒါပေမဲ့ သူတို့ကို သူတို့နဲ့ မဆက် စပ်တဲ့ အသေးစိတ်တွေကြားထဲ နွံနစ်သွားအောင် ဆွဲချမနေစေရပါဘူး။

သင်ရောက်တဲ့နေရာကို သူတို့လည်းရောက်လာတာ သင်ဖြစ်စေချင် နေတယ်။ သဘောတရားကျကျပဲ။ ထိုနေရာကို အားလုံးအတူတူ ပျော် မွေ့စွာ သွားကြပါစို့။

ဒါကြောင့် အခြေခံခြေလှမ်း (၃) ဆင့်ကို လိုက်ပါခြင်းဖြင့် ရှင်းလင်း ပီသတဲ့ လမ်းကြောင်းတစ်ခုကို ဇယားဆွဲကြမယ်။

ခြေလှမ်း ၁ ။ ။ သင့်ပင်မသတင်းလွှာကို အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်ပါ

တင်ပြနေခြင်းကနေ လူတွေထွက်ခွာလာတဲ့အခါ၊ သင် လူတွေကို သတိရစေချင်တဲ့ အဓိကအချက်က ဘာလဲ။ အဲဒီဟာက သင့်ရဲ့ ပင်မ မူလသတင်းလွှာပဲဖြစ်တယ်။ တင်ပြခြင်းအတွက် သင့်ရဲ့ ရည်ရွယ်ချက် ကို စကားစုနဲ့ဖော်ပြရရင် ယင်းက တိုတိုတုတ်တုတ်နဲ့ ချိမြနေသင့်တယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်ရဲ့လျာထားချက်တွေကိုတော့ စစ်ဆေးသွားရမှာပါ။ လက်ရာ မြောက်ရေးအတွက်၊ အခရာအကျဆုံးသော သတင်းလွှာတစ်စောင်ကို သင် ရွေးချယ်ပြီးနေပြီလား။ ဒါက သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက်နဲ့ ဆန္ဒရှိရာ ရလဒ် တွေနဲ့ ကိုက်ညီပါရဲ့လား။ (ဒီစာအုပ်ရဲ့ ခပ်စောစောပိုင်း အခန်း-၃ ဖြစ်တဲ့ 'သင့်ပန်းတိုင်ကို အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်ရေး' ကို ပြန်ကြည့်ပါ။) ဒီမေးခွန်းနှစ်ခုစလုံးရဲ့အဖြေက ခိုင်မာတဲ့ 'ဟုတ်ကဲ့' ပဲဆိုတာ သေချာ အောင်လုပ်ပါ။

သင့်ရဲ့တင်ပြပြောဆိုခြင်းရဲ့ အစိတ်အပိုင်းတိုင်းက သင်ရွေးချယ်တဲ့ သတင်းလွှာကို ရှေ့ပြေးကြိုလာသင့်တယ်။ ဒါက သင် ဒါကို ထပ်လုပ်ဖို့ လိုတယ်လို့ ဆိုလိုသလား။ ဆိုလိုရာ မရောက်ဘူးပေါ့။

ဒါပေမဲ့ သင်ပြောသမျှ၊ ပြသသမျှ အားလုံးနီးပါးကတော့ သင့်ရဲ့ အဓိကအချက်ဟာ သင့်ပန်းတိုင်တွေကို ဖြတ်တောက်ပစ်ပြီး ဒါကို အား နည်းစေနိုင်ကြောင်းကို ထောက်ခံထားပါဘူး။ ဒါကြောင့် ဒီနေရာမှာ အာရုံစိုက်မှုကို တင်းကျပ်စွာ ထိန်းထားရမှာပဲဖြစ်တယ်။

ခြေလှမ်း ၂ ။ ။ သက်ဆိုင်ရာ စောဒကတက်ချက်များနဲ့ ကိန်းဂဏန်း များကို ခွဲခြားသတ်မှတ်ပါ

ကောင်းမွန်တဲ့တင်ပြချက်တိုင်းက ဖြစ်ရပ်တစ်ခုကို လုပ်တတ်ကြ တယ်။ အားကောင်းသန်မာတဲ့ ဖြစ်ရပ်တစ်ခုက ထောက်ခံချက်လိုတယ်။

ဖော်ပြချက်တစ်ခုစီဟာ ကောင်းစွာရွေးချယ်ထားတဲ့ အချက်အလက်တွေနဲ့ ကိန်းဂဏန်းတွေနဲ့ နောက်ခံပြုထားရပါတယ်။ သက်သေသာကမပါတဲ့ ဖော်ပြချက်တွေက အကြံအစည်သက်သက်သာ ဖြစ်တယ်။ အကြံအစည် စိတ်ကူးသက်သက်တွေက ပရိသတ်ကို ရွေ့လျားအောင် လုပ်မပေးနိုင်ဘူး။

လူတွေကို သင့်ရဲ့ ရှုမြင်ချက်တွေဝေမျှဖို့ အကြောင်းရင်းတွေ ပေးအပ်လိုက်ပါ။ ဒါမှမဟုတ်ရင်လည်း လုပ်ရပ်လမ်းကြောင်းတော့ မှီငြမ်းခွင့် ပြုလိုက်ပါလေ။

ထိုအချက်အလက်တွေနဲ့ ကိန်းဂဏန်းတွေ ပါဝင်ပါမှ ဆွဲဆောင်နိုင်ပါလိမ့်မယ်။ တိုက်ရိုက်မသက်ဆိုင်တဲ့ အပိုစာသား အသေးစိတ်တွေက နားထောင်နေသူတွေကို သင်ကြားစေချင်၊ ဖြစ်စဉ်လုပ်စေချင်၊ သတိရစေချင်တဲ့နေရာက လမ်းချော်ထွက်သွားစေလိမ့်မယ်။ အချက်တစ်ခုရဲ့ တန်ဖိုးနဲ့ပတ်သက်လို့ သင် မသေချာရင် ဒီအတိုင်းသာ ထားလိုက်ပါ။

တိုက်ရိုက်မသက်ဆိုင်တဲ့ အပိုစာသားတွေကို ဖယ်ထုတ်ခြင်းက အေးစက်မာကျောတဲ့ အချက်အလက်တွေအပေါ်မှာပဲ အာရုံစူးစိုက်နေတယ်လို့ မဆိုလိုဘူး။ စိတ်လှုပ်ရှားခံစားချက်ကျကျ ဆက်စပ်ဖို့ရာ အရေးကြီးလှပါတယ်။

သင့်သတင်းလွှာနဲ့ ပတ်သက်လို့ သင့်ပရိသတ်က ဘာကြောင့် ဂရုစိုက်သင့်ကြောင်းကို တိကျပြတ်သားနေရမယ်။ ဒေါသကိုပဲဖြစ်ဖြစ်၊ လတ်တလောအခြေအနေကြောင့် ခံစားနေရတဲ့ ဝေဒနာတွေကိုပဲဖြစ်ဖြစ် တီးခေါက်ကြည့်ပါလေ။

သင့်ရဲ့ စောဒက တက်ချက်အတွက် ရုပ်ဝတ္ထုပစ္စည်းတွေ စုဆောင်းပြီးတဲ့အခါ နောက်ဆုတ်ပြီး ရောင်ပြန်ဟပ်လိုက်ပါ။

* သင့်ပရိသတ်တွေထဲ လူတိုင်းက သင့်နောက် လိုက်ပါနိုင်စွမ်း