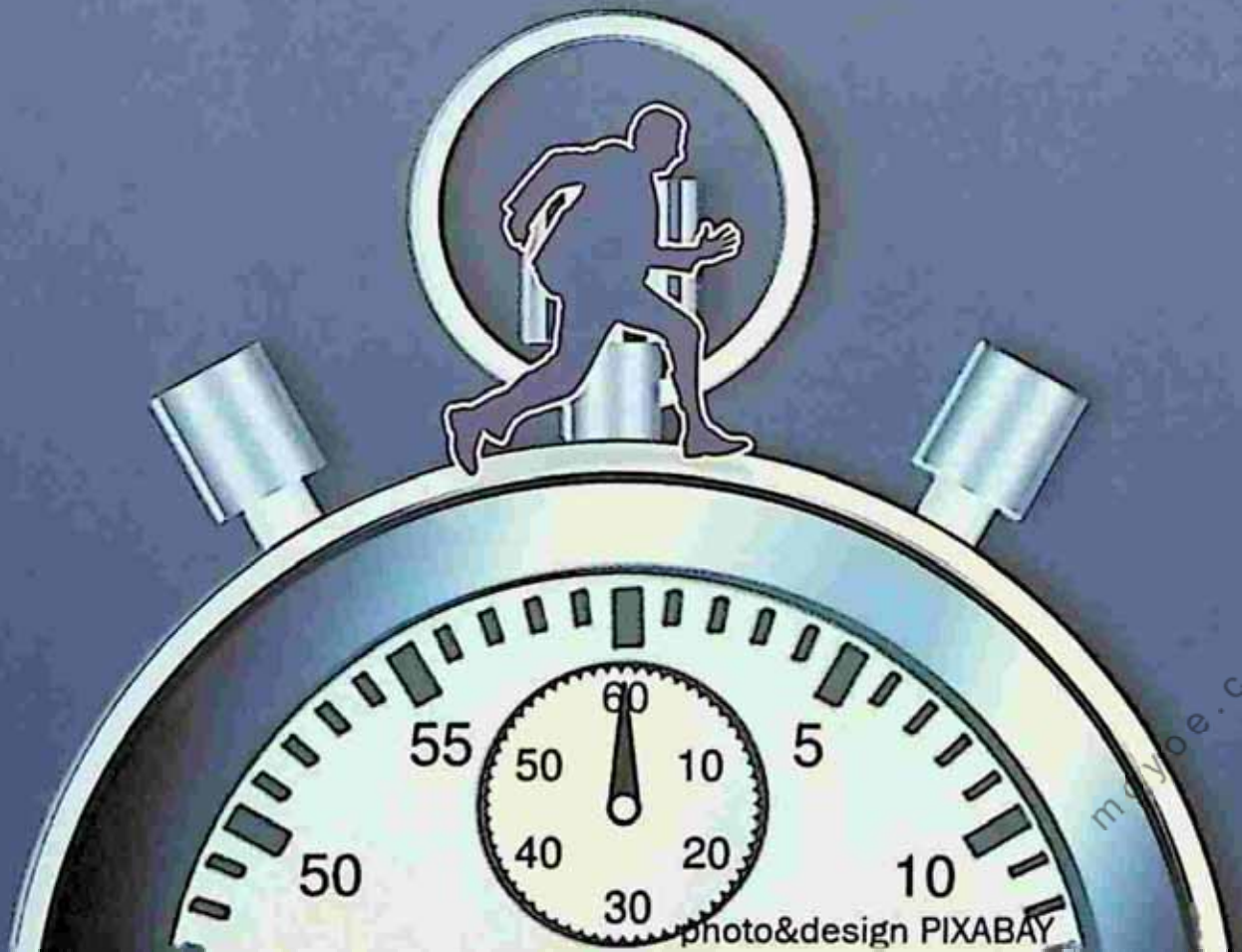


စိတ်ထူးချွန်သူများအတွက်

# ရိုက်ရှင်းရော့က်ဖို့ ဝက်ခ် ၃၀

ကေ ဘ င်း သ ဘ

အ နှစ် ချုပ် ဖြေ နှစ် မ ဘ င် နှစ်



photo&design PIXABAY

mayoe.com

# How to Get Your Point Across in 30 Seconds or Less by Milo O. Frank

အမေရိကန်ရဲ့ လုပ်ငန်းဆက်သွယ်ရေး အတိုင်ပင်ခံ  
ဖြစ်သူ "မီလိုပရန့်ခ်" က သင့်ကို -

- \* သင့်ဦးတည်ချက်များကို အာရုံစိုက်ဖို့၊
- \* နည်းစနစ်ကို ငါးမျှားချိတ်မိစေရေး အသုံးပြုဖို့၊
- \* သင့်အချက်ကိုလုပ်ဖို့ ကြောက်ခမန်းလိလိများ  
ပြောပြဖို့၊
- \* အစည်းအဝေးတွေမှာ မေးတဲ့ ဖြေတဲ့ကိစ္စတွေမှာ  
ပိုလို့ တောက်ပထက်မြက်စေဖို့ ပြသသွားမှာ ဖြစ်  
တယ်။

ဆက်သွယ်ရေး တိကျလျင်မြန် စွမ်းအားရှိရေး  
အနုပညာကို အောင်မြင်တဲ့လူတိုင်း ဝေမျှခံစားနိုင်ဖို့ "မီလို  
ပရန့်ခ်" ရဲ့ ထင်ရှားပြီး နည်းစနစ်များ ဒီစာအုပ်မှာ ပါဝင်ပါ  
တယ်။



KG T0066  
1,700.00 KS

လိုရင်းရောက်ဖို့ စက္ကန့် ၃၀၊ ကောင်းသာ

စာမျက်နှာ ၁၂၀+ မျက်နှာ၊ ၁၆ စင်တီx ၁၈.၅စင်တီ

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

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

၂၀၁၈၊ ဒီဇင်ဘာလ၊ ပထမအကြိမ်၊ အုပ်စု ၅၀၀

ထုတ်ဝေရေး ၁ ၇ ၀ ၀ ကျပ်

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

www.facebook.com/SKCCmyanmarbook

www.skccmyanmarbook.com

စိတ်ကူးချိုချိုစာတုပ်



လိုရင်းရောက်ဖို့  
စက္ကန့် ၃၀

**HOW TO GET  
YOUR POINT ACROSS IN  
30 SECONDS OR LESS**

**Milo O. Frank**

ကောင်းသာ

အနှစ်ချုပ်မြန်မာပြန်

မေမေအကြံမိ ၂၀၁၇

mgyc.com

mgyc.com

“မိလိဖရန့်ခ်ဟာ ဆက်သွယ်ရေးပါရမီရှင်တစ်ယောက်  
ဖြစ်တယ်။ ဒီစာအုပ်က သင်ကို အောင်မြင်မှုအဆင့်အသစ်  
တစ်ခုလုံးဆီသို့ ပစ်တင်လိုက်နိုင်ပါတယ်”

ရှင်းလင်းချက်  
ကျော်ပိုင်စိန်စု၊ ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ  
Dart Industries

mgyc.com

mgyc.com

### မာတိကာ

- သင့်အတွက် ဒီစာအုပ်က ဘာလုပ်ပေးမှာလဲ	(က)
အခန်း [ ၁ ] ဘာကြောင့် စက္ကန့် ၃၀ ဖြစ်ရတာလဲ	၁
အခန်း [ ၂ ] သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက်	၉
အခန်း [ ၃ ] ဘယ်သူနားထောင်နေသလဲ	၁၇
အခန်း [ ၄ ] မှန်ကန်တဲ့ ချဉ်းကပ်ခြင်း	၂၇
အခန်း [ ၅ ] ချိတ်	၃၆
အခန်း [ ၆ ] သင့်ရဲ့ဘာသာရပ်	၄၈
အခန်း [ ၇ ] ဒါ့အတွက် တောင်းဆိုပါ	၅၄
အခန်း [ ၈ ] ရုပ်ပုံကားတစ်ခုကို ဆေးခြယ်ခြင်း	၆၀
အခန်း [ ၉ ] သင့်အပေါ် မီးမောင်းထိုးကြည့်ပါ	၆၉
အခန်း [ ၁၀ ] တစ်လား၊ တစ်ထောင်လား	၈၄
အခန်း [ ၁၁ ] ဘယ်အချိန်၊ ဘယ်နေရာမှာမဆို	၁၀၂
အခန်း [ ၁၂ ] နောက်ဆုံးအပြီးသတ် စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာ	၁၂၅
- စာရေးသူအကြောင်း	၁၂၇





### သင့်အတွက် ဒီစာအုပ်က ဘာလုပ်ပေးမှာလဲ

အောက်ပါစာပိုဒ်ကို ကျယ်လောင်စွာဖတ်ပါ။

“အနာဂတ်က ကားမောင်းသမားမပါတဲ့ မြန်နှုန်းမြင့် ကားတစ်စီးလိုပါပဲ။ သင်က ဒီကားရဲ့ဒရိုင်ဘာ ဝင်လုပ်ရမယ်။ သင့်မှာ စီမံကိန်းတစ်ခုရှိတယ်။ သင် တာဝန်ယူ လုပ်သွားရမယ့်လားရာကို သင်က ဆုံးဖြတ်ရမယ်။ တခြား တစ်ယောက်က ဒီဆုံးဖြတ်ချက်တွေချသွားရမှာကို သင်လိုချင်လို့လား။ သာမန်ခရီးသည်တစ်ယောက်လို မလိုက်ပါဘဲနဲ့ သင် ဘယ်သွားချင်မှန်း၊ သင် ဘာကိုလိုချင်မှန်း လူတွေ သိပါစေ။ စက္ကန့် ၃၀ က သော့ချက်ဖြစ်တယ်။ ဒီအချိန်တွေမှာ သင့်ဆိုလိုချက်တွေ ဖမ်းမိဖို့လိုတယ်။ ဘယ်အခြေအနေမှာမဆို စက္ကန့် ၃၀ သတင်းပို့လွှာကို သုံးဖို့နဲ့ ဘယ်လိုတိုးတက်အောင်လုပ်ရမလဲ ဆိုတာ ဒီစာအုပ်က သင့်ကို သင်ကြားပေးပါလိမ့်မယ်။ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာက သင့်ကို ဒရိုင်ဘာခုံပေါ် ပို့နိုင်လိမ့်မယ်”

ရပ်လိုက်။

သင် အခုပဲ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာကို ဖတ်ပြီးနေပြီ။

စက္ကန့် ၃၀ က မကြာလှပြီဘူး ထင်ရတယ်။ ဒါပေမဲ့ သင် ပြောလိုရာကို ပြောနိုင်လောက်အောင် မကြာလှပါဘူး။

သင့်ရဲ့ နားဆင်နေသူရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုနဲ့ ဂရုစိုက်မှုတွေ ဖမ်းဆုပ်ကိုင်နိုင်လောက်အောင်လည်း မကြာလှပါဘူး။

သင့် နားဆင်နေသူတွေကို ယုံကြည်လာအောင် ဆွဲဆောင်နိုင်လောက်အောင်လည်း မကြာလှပါဘူး။

သင်လုပ်ချင်တဲ့ ဆိုလိုချက်တွေ ထိထိရောက်ရောက် လုပ်နိုင်လောက်အောင်လည်း မကြာလှပါဘူး။

ဒီအချိန်က ၃ မိနစ်၊ ၃၀ မိနစ်၊ ၃ နာရီတို့ထက် ပိုပြီး အဖိုးတန်နိုင်သေးတယ်။

ဒီစက္ကန့် ၃၀ က သင့်ဘဝနဲ့ သင့်အသက်မွေးမှုတို့ရဲ့ လားရာတွေကို ပြောင်းလဲပစ်နိုင်တယ်။

သင့်လုပ်ငန်း အသက်မွေးမှုတစ်ခုလုံး ဆက်သွယ်မှု အမျိုးအစား တစ်ခုမဟုတ်တစ်ခုမှာ ရှိတတ်တယ်။ ကျွန်တော် ကိုယ်တိုင် လူငယ်ဘဝက ရုပ်ရှင်အေဂျင်စီတွေရဲ့ ကိုယ်စား လှယ် လုပ်ခဲ့စဉ်က ‘လင်ဒါဒါလ်နဲ’၊ ‘မာရီလင်မွန်ရီး’၊ ‘ဟမ် ဖရေဘိုးဂတ်’ တို့ရဲ့ ကိုယ်စားလှယ် လုပ်ခဲ့ဖူးတယ်။ အမှု သည် အသစ်တွေကို ဆွဲဆောင်ဖို့၊ ကျွန်တော်တို့မှာ ရှိသမျှ ပါရမီတွေ၊ အရည်အသွေးတွေရောင်းဖို့၊ သူတို့ရဲ့ စာချုပ်ပါ အချက်အလက်တွေကို စေ့စပ်ဖျန်ဖြေပေးဖို့တွေက ကျွန်တော့် အလုပ်တွေပဲဖြစ်တယ်။ CBS ရုပ်သံအတွက် ဇာတ်ကောင် သရုပ်ဆောင်တွေရှာပေးရတဲ့ ခေါင်းဆောင်အနေနဲ့လည်း ပြပွဲ အမျိုးမျိုးအတွက် အကောင်းဆုံး မင်းသားတွေ ရှာပေးခဲ့ တယ်။ သူတို့အေးဂျင့်တွေနဲ့ စာချုပ်နိုင်ရေး စေ့စပ်နိုင်ခဲ့တယ်။

ဇာတ်ညွှန်းရေးဆရာ၊ ဒါရိုက်တာ၊ ထုတ်လုပ်သူအနေနဲ့ ပရိသတ်အမျိုးမျိုးတွေဆီ ကိုယ့်စကားပေါက်အောင် ရေးသား ပြောဆိုခဲ့ရသေးတယ်။ နှစ်ပေါင်းများစွာ လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ လူတွေ၊ နိုင်ငံရေးသမားတွေဆီ လက်တွေ့ကျတဲ့ ဆက်သွယ် ရေးကျမ်းကျင်မှု သင်ကြားပေးခဲ့ရတယ်။

ကျွန်တော့်ဘဝမှာ စကားပြောတဲ့ စကားလုံးတွေရဲ့ အတက်အကျကို ကြုံခဲ့မြင်ခဲ့ရတယ်။ ထိထိရောက်ရောက် မဆက်သွယ်နိုင်တဲ့ အလုပ်သမားတွေက ချီးမြှောက်တာ လည်း မခံရ၊ ရာထူးလည်း မတက်ခဲ့ဘူး။ ကိုယ့်ဆိုလိုချက် ကို လက်အောက်ငယ်သားတွေဆီ အရောက်မပို့နိုင်တဲ့ အလုပ်ရှင်ဘာဝဟာလည်း သူ့အလုပ်သမားတွေရဲ့ ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်မှုကို ဆုံးရှုံးသွားရတယ်။ စကားပြောရတာတွေ မရပ်တန့်နိုင်တဲ့ အရောင်းသမားက ဘာမှ စွဲအောင် မရောင်း နိုင်တော့ဘူး။ နိုင်ငံရေးသမားဖြစ်ပြီး စကားအပြော နည်း လွန်းပြန်တော့လည်း နောက်တစ်ချိ ရွေးကောက်မခံရတော့ ဘူး။ သူတို့က ကျွန်တော်တို့ကို မိနစ်များစွာ ငြီးငွေ့စေတယ်။ တကယ်တမ်း သူတို့တွေ ကျွန်တော်တို့ကို စက္ကန့်ပိုင်းလေး အတွင်း စိတ်ဝင်စားလာအောင် လုပ်နိုင်ကြတာပါ။

အောက်ပါစာပိုဒ်ကို ကျယ်လောင်စွာဖတ်ပါ။

“ထိထိရောက်ရောက် ဆွဲဆောင်မှုရှိရှိ၊ အနှစ်ချုပ် ဆက်သွယ်ရေးကို လွယ်လွယ်နဲ့ လေ့လာနိုင်ပါတယ်။ ‘လိုရင်းရောက်ဖို့ စက္ကန့် ၃၀’ ဆိုတဲ့ ဒီစာအုပ်လေးက သင့်ကို သင့်နားထောင်သူရဲ့ ဂရုစိုက်မှုကိုရဖို့၊ ထိန်းသိမ်းထားဖို့ အံ့ဩဖွယ်ပုံပြင်တစ်ပုဒ်ကို ပြောပြမှာဖြစ်ပြီး သင်လိုချင်တာ

ကို စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း ရဖို့ကိုလည်း တောင်းဆိုတတ်လာ  
 စေမယ်။ သင့်လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းတွေ၊ သင့်မိသားစု၊ သင့်  
 မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်း၊ သင် ဆက်ဆံနေရတဲ့ အတွင်းရေးမှူး  
 ကနေ စာရင်းကိုင်အထိ၊ ကုမ္ပဏီရဲ့ ဥက္ကဋ္ဌအထိ လူအားလုံး  
 သင့်ဆိုလိုချက်တွေ ဖမ်းယူရနိုင်စွမ်း ရှိလာပေလိမ့်မယ်။  
 ဒီစာအုပ်ထဲက အောက်လိုင်းပေးထားတဲ့ ရိုးရိုးခြေလှမ်းတွေ  
 ကို လိုက်နာပါ။ လွယ်ကူတဲ့နည်းစနစ်ကိုသုံးပါ။ သင် အရင်  
 စဉ်းစားလို့ ဖြစ်နိုင်တာတွေထက် ပိုပြီး ပြည့်ဝပြီးမြောက်လို့  
 သင် အချိန်တွေလည်း ချွေတာလာလိမ့်မယ်။ ဒါတွေလုပ်ရင်း  
 သင်ပျော်ရွှင်လာလိမ့်မယ်”။

သင် အခုပဲ စက္ကန့် ၃၀ စာသတင်းပို့လွှာကို ဖတ်ပြီးနေ  
 ပါပြီ။

ထင်ရှားနေတာက သင့်လုပ်ငန်းဆက်သွယ်မှုအားလုံး  
 ကို ဒီစက္ကန့် ၃၀ စုစုပေါင်းထဲမှာ ပြီးမြောက်နိုင်မှာ မဟုတ်  
 တာပဲ။ သင့် နားထောင်သူနဲ့ အပြန်အလှန် တုံ့ပြန်ထောက်ကူ  
 မှုတစ်ခုကို တည်ဆောက်ဖို့လည်း အရေးကြီးတာပါပဲ။  
 အခြေအနေတိုင်းဟာ ထူးခြားတယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်ဆိုလိုချက်  
 ကို ဖမ်းယူနိုင်ရေးလုပ်ရမှာကတော့ ဒီစက္ကန့် ၃၀ လေးပါပဲ။  
 သင့်နားဆင်သူနဲ့ ၅ မိနစ်ကနေ ၅ နာရီထိ ကြာကြာ စကား  
 ပြောဖြစ်လို့လည်း အကြောင်းမဟုတ်လှပါဘူး။ ကျန်တာ  
 တွေက ပြင်ဆင်မှုတွေ၊ နောက်ဆက်တွဲလိုက်ရမယ့် ကိစ္စတွေ  
 ပါပဲ။ မှန်ကန်တဲ့ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာကပဲ နောက်ဆုံး  
 ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာချက်အဖြစ် သင့်ဆိုလိုချက်ကို သင့်နားဆင်သူ  
 ရဲ့ဦးနှောက်ထဲမှာ သိမ်းဆည်းပိုင်ဆိုင်ရေးကို ဖမ်းယူပို့နိုင်ဖို့ပဲ

ဖြစ်ပါတော့တယ်။

အချိန်မရွေး၊ နေရာမရွေး ဂရုစိုက်မှုကို ရဖို့ကတော့ စက္ကန့် ၃၀ က အလုပ်ဖြစ်ပါတယ်။

သင့်ရဲ့ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းပို့လွှာကို ဘယ်လိုပြင်ဆင် ရမလဲဆိုတာ သင် လေ့လာတဲ့အခါ သင် အောက်ပါတို့ကို တတ်နိုင်ပါတယ်။

- \* သင့်ရဲ့ စဉ်းစားခြင်းတွေ အာရုံစိုက်ဖို့၊
- \* သင့်ရေးသားချက်တွေ အာရုံစိုက်ဖို့၊
- \* သင့် စကားပြောခြင်းတွေ အာရုံစူးစိုက်ဖို့၊
- \* စကားစမြည်ပြောခြင်းကို လမ်းကြောင်းပေါ် ထိန်း ထားဖို့၊
- \* ဆက်သွယ်ရေးရဲ့ ဘယ်ပုံစံမဆို ပိုလျင်မြန်စွာ ပြင် ဆင်ဖို့၊
- \* ပိုပြီး ယုတ္တိကျကျ အနှစ်ချုပ်ဖို့၊
- \* အင်တာဗျူးတွေ၊ တွေ့ဆုံမှုတွေ ပိုတိုတောင်းဖို့၊
- \* နားဆင်တတ်ရေး ဖြည့်ဆည်းပေးဖို့၊
- \* စကားပြောခြင်း၊ တင်ပြချက်တွေ ကြီးစိုးလွှမ်းခြုံ ထားဖို့၊
- \* ဘယ်အစည်းအဝေး၊ ဘယ်အင်တာဗျူးမှာမဆို ပိုထိရောက်ဖို့၊
- \* သင့်ဆိုလိုချက် ထိမိအောင် အမေးအဖြေတွေသုံးဖို့၊
- \* သင် ယုံကြည်ချက်မြင့်မားဖို့နဲ့
- \* သင့်လုပ်ငန်းဘဝနဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးဘဝတွေမှာ ရလဒ် တွေ ပိုကောင်းဖို့တွေပါပဲ။

နှစ်ပေါင်းများစွာ ဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းတွေထဲ  
ကျွန်တော် ပတ်သက်လာရာမှာ အရိုးရှင်းဆုံး၊ အရေးပါဆုံး  
သော အရာကတော့ ဒီစက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာရဲ့ အောင်  
မလား၊ ကျဆုံးမလားဆိုတဲ့ တန်ဖိုး အခရာကျမှုကို လေ့လာ  
ခဲ့မိသမျှပါပဲ။



အခန်း [ ၁ ]

ဘာကြောင့် စက္ကန့် ၃၀ ဖြစ်ရတာလဲ

“သူ ငါ့ဆိုလိုချက်သာ သိလိုက်ရရင်”

“ကောင်းပြီ၊ သူမမှာ ၅ မိနစ်ဖြုန်းပြီး ထွက်သွားရမှာပဲ”

“ငါ သူ့ကို ဒီနေ့ မတွေ့ရဘူး။ သူ့မှာ အချိန်မှမပေးနိုင်တာပဲ”

“ဒီဖုန်းကို ပြန်ဖြေမနေနဲ့။ အယ်လင်ပဲဖြစ်မှာပဲ။ သူ့မှာ အမြဲတမ်းပဲ စကားပြောနေတာပဲ”

“ဒါဟာ ထိပ်ပိုင်းစီမံခန့်ခွဲရေးဆီ ကျွန်တော်ရဲ့ ပထမဆုံး တင်ပြချက်ပါပဲ။ ပိုကောင်းပြီး မြန်နေရမယ်”

“ဒီမှတ်ဉာဏ်မျိုးက ဘယ်လိုဟာပါလိမ့်။ ၅ မျက်နှာလေး တောင် ဖတ်လို့မရနိုင်ပါလား”

“ဘုရားရေ ... သူပြောနေတာ တစ်နာရီတောင် ရှိရော့မယ်၊ ဘာတွေပြောနေမှန်းတောင် ငါမသိပါလား”

“အစည်းအဝေးမှာ ငါ တစ်ကြိမ်လောက် စကားပြောခွင့်ရမယ် ဆိုရင် ငါ အတိုချုပ်ပြီး ငါ့သတင်း အကုန်ပေးနိုင်မှာပဲ”

“၁၅ မိနစ်စာ အင်တာဗျူးမှာ ငါ့ဆိုလိုချက်တွေကို ငါ ဘယ်လို ထိမိအောင် ပို့နိုင်မှာလဲ”

“သူလိုတာ ၂ မိနစ်၊ ၃ မိနစ်၊ ၁၅ မိနစ်၊ မိနစ် ၂၀ တောင်  
ဖြစ်နိုင်သေး။ ဒါ ဘယ်လိုပဲဖြစ်ဖြစ် အချိန်ဖြုန်းတာ သက်သက်ပဲ”

ဖတ်သီဖတ်သီ ပြေးလွှားနေရတဲ့ ဒီကမ္ဘာကြီးမှာ ဒါမျိုးက  
ကြားနေကျပါပဲ။

ဘာကြောင့် စက္ကန့် ၃၀ ဟာ သင့်ဆိုလိုချက်ထိမိစေဖို့ စံနမူနာပြု  
အချိန်အတိုင်းအတာဖြစ်ကြောင်း ရှင်းလင်းတဲ့အကြောင်းရင်းနှစ်ချက်  
ရှိပါတယ်။

**အချိန်ရဲ့ကျွဲဝင်အား**

ပထမအကြောင်းရင်းက အချိန်ရဲ့ ကျွဲဝင်တဲ့အားပါ။ သင်  
တစ်ယောက်တည်းအပေါ်မှာသာ မဟုတ်သေးဘူး၊ သင် ယုံကြည်ဖို့  
ကြိုးစားနေသမျှ အရာအားလုံးအပေါ်မှာ အချိန်က ကျွဲဝင်နေတာပါပဲ။

ကျွန်တော့်ရဲ့ရုပ်ရှင်နဲ့ တီဗွီလုပ်ငန်းတွေ တစ်လျှောက်လုံးမှာ  
အချိန်နဲ့အရသာတွေ ပြောင်းလဲနေတာ ကျွန်တော် သိခဲ့ပြီးပြီ။ အမြန်  
စားစရာ၊ အမြန်ကား၊ အမြန်ချုပ်ဆိုလုပ်ရတာတွေက ဒီယနေ့တွေရတာ၊  
ကြုံရတာများတယ်။ အချိန်က လူကိုမစောင့်ဘူး။ ထူးထူးခြားခြားနေနိုင်ဖို့  
အတွက် သင်ဟာ ပိုမြန်မြန်ရွေ့လျားရမယ်။ ပိုမြန်ဆန်စွာရွေ့လျားရဖို့  
ရှိပြီး ပိုပြီးလည်း အနှစ်ချုပ်ရလိမ့်မယ်။

လူတွေကို သင် ဘယ်လို စီရင်ဆုံးဖြတ်ပုံနဲ့ သင်က တခြား  
လူတွေကို ဘယ်လိုစီရင်ဆုံးဖြတ်ပုံနဲ့ပတ်သက်လို့ သင်စဉ်းစားဖူးရဲ့လား။  
သင့်ရဲ့စာချုပ်ပုံ၊ လုပ်ငန်း၊ ငွေကြေးနဲ့ အောင်မြင်မှုတွေအားလုံးက ပထမဆုံး  
သော ထင်မြင်ချက်တွေမှာ တွဲလောင်းဆွဲထားနိုင်တယ်။ ပုံရိပ်တစ်ခုက  
သင့်စိတ်ထဲနဲ့ တခြားလူတွေရဲ့စိတ်ထဲ ပုံဖွဲ့နေပြီး သင်နဲ့သူတို့ ဒီအတိုင်း  
ပြုမူကြတဲ့အခါ စကားလုံး အနည်းငယ်မျှလောက်ကလေးနဲ့ ဒါက

မမှန်ကန်ဘူးလား။ စကားလုံးအနည်းငယ်အတွက် မကြာခဏ အချိန် တစ်ခုသာပဲ ရှိတတ်တယ်။

ဒါကြောင့် သူတို့က မှန်တာတစ်ခုထက် ကောင်းနေတယ်။ နှစ်များစွာက တစ်နာရီက ဒီနေ့ရဲ့ စက္ကန့် ၃၀ ဖြစ်နေတယ်။ လုပ်ငန်းမှာ ဖြစ်ဖြစ်၊ ဘယ်ဆက်ဆံရေးမှာဖြစ်ဖြစ် ရှေ့တိုးရွေ့ပြီး ရှင်သန်ကျန်ရစ်ဖို့ သင့်ဆိုလိုချက်ကို စက္ကန့် ၃၀၊ ဒီထက် လျော့ချင်လျော့ပါစေ၊ အလွန် လျင်မြန်စွာ ထိမိသွားအောင် လုပ်နိုင်ရမယ်။

**ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာ**

ဘာကြောင့် စက္ကန့် ၃၀ ဖြစ်ရကြောင်း ဒုတိယနဲ့ ပိုအရေးပါတဲ့ အကြောင်းရင်းကတော့ လူတစ်ယောက်မှာ သင်ပြောတာကို နားထောင်ဖို့ အချိန်ရှိနေရင်တောင် သင့်ဆိုလိုချက်ကို ထိမိသွားစေဖို့ စံနမူနာပြု အချိန်တာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သူ့ရဲ့စိတ်ဦးနှောက်က တည်ငြိမ်တဲ့ စီးဆင်းမှု တစ်ခုအတွင်း သတင်းတွေ သိပ်အများကြီး လက်ခံနိုင်တယ်။

ဘဝမှာ ငွေကြေး၊ လိင်ကိစ္စတို့လို ကောင်းတဲ့ကိစ္စတွေအတွက် သင့်စိတ်တွေ ဂနာမငြိမ် လမ်းသလားခြင်းမရှိဘဲ တစ်စုံတစ်ယောက် ပြောတာကို ဂရုစိုက်နားထောင်ပေးဖို့ သင် ဘယ်လောက်ကြာနိုင်မှာ တဲ့လဲ။ ကျွန်တော် တခြားတစ်နေရာရာက ၄ နာရီကနေ ၄ စက္ကန့်အတွင်း အဖြေတွေရနိုင်နေတယ်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသမားတစ်ယောက် မကြာ သေးမီက သူ့ရဲ့ အရောင်းအစည်းအဝေးတစ်ခုမှာ စိတ်အချဉ်ပေါက်ပြီး ရင်ဖွင့်ပြောခဲ့တာက သူ့လုပ်ငန်းအဖွဲ့ဝင်တွေရဲ့ ဂရုစိုက်မှုအချိန်ဟာ သူညာပဲဖြစ်သတဲ့။ အမှန်အကန် ဘာတွေဖြစ်ခဲ့သလဲဆိုတော့ သူက အမြဲတမ်း စကားပြောရင်ကြာလွန်းတာကြောင့် နားငြီး ငြီးငွေ့လာတဲ့ သူ့ပရိသတ်ဟာ သူ့ပါးစပ်မဟာမိမှာဘဲ ကျောခိုင်းထွက်သွားကြတော့

တာပါပဲ။ ပျမ်းမျှ တစ်ဦးချင်းရဲ့ ဂရုစိုက်မှုအချိန်ကတော့ စက္ကန့် ၃၀ ပါပဲ။

ဥပမာတစ်ခု သင့်ကို ကျွန်တော် ပေးပါရစေ။ အခန်းထဲ လှည့်ပတ်ကြည့်ပြီးမှ မီးချောင်းတစ်ခုကို အာရုံစူးစိုက်လိုက်ပါ။ သင့်စိတ်က စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း တခြားတစ်ခုခုဆီ လှည့်ပတ်သွားနေတာ တွေ့ရလိမ့်မယ်။ မီးချောင်းကရွေ့နိုင်မယ်၊ စကားပြောနိုင်မယ်သာဆိုရင် ဒါမှမဟုတ် သူ့ဟာသူ ပြုတ်ကျလာမယ်ဆိုရင် သင့်ဂရုစိုက်မှုကို နောက်စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း ပြန်ဖမ်းယူနိုင်လိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ ရွေ့လျားမှုမရှိ၊ ပြောင်းလဲမှုလည်းမရှိရင် သင့်ကို ဆွဲထားနိုင်မှာ မဟုတ်တော့ဘူး။

တစ်စုံတစ်ယောက်ရဲ့ ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာကို တစ်မတ်တန် အကြွေစေ့ထည့်တဲ့စက်လို စဉ်းစားကြည့်ပါ။ သင် ဒုတိယ တစ်မတ်စေ့ မထည့်မီ ပထမဆုံး တစ်မတ်စေ့ထည့်တာကို စက်က လက်ခံမယ်။ သင် လောဘတကြီး တစ်ချိတ်တည်းနဲ့ ငါးမူးစေ့၊ ကျပ်စေ့တွေ စုပြုံထည့်ရင်တော့ ပိုက်ဆံဖြုန်းရာကျပြီး စက်ပါ ဂျမ်ဖြစ်၊ ပျက်သွားမှာပါ။ တစ်ချိတ်မှာ ၂၅ ပြားစေ့ထည့်လို့ရတယ်။ သင့်ရဲ့ နားထောင်သူဟာလည်း တစ်ချိန်မှာ စက္ကန့် ၃၀ သာ အာရုံစိုက်နိုင်ပါတယ်။

ဒါကြောင့် သင့်နားထောင်သူဟာ ငွေကြေး၊ လိင်ကိစ္စတွေ စွန့်လွှတ်ပြီး သင့်ကိုဂရုစိုက်ဖို့ရာ သင့်မှာ စက္ကန့် ၃၀ မျှသာ ဆွဲဆောင်ဖို့ အချိန်ရပါတယ်။ ဒါဟာ လူသားမှန်သမျှတို့ရဲ့ ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာပဲ ဖြစ်ပါတော့တယ်။

**ရုပ်မြင်သံကြား၊ ရေဒီယိုတို့နဲ့ ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာ**

ရေဒီယိုနဲ့ ရုပ်မြင်သံကြား စီးပွားရေးနယ်ပယ်၊ တခြား ဘာနယ်ပယ်မှ ဒီကိစ္စကို သရုပ်ဖော်နိုင်တာမရှိပါဘူး။ မိဒီယာသုတေသန သမားတွေက ပျမ်းမျှ ကြည့်ရှုနားဆင်သူပရိသတ်ရဲ့ ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာ

က စက္ကန့် ၃၀ ပဲရှိတယ်လို့ ဆုံးဖြတ်သတ်မှတ်ထားကြတယ်။ ဒါကြောင့် သင်တို့ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ နေ့စဉ်နားထောင်ခြင်းနဲ့ ကြည့်ရှုခြင်းဘဝတွေမှာ ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာ စက္ကန့် ၃၀ သီအိုရီနဲ့နေကြရတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ရေဒီယို၊ တီဗွီတို့ရဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အများစုမှာ စက္ကန့် ၃၀ သာ တာရှည်ကြတယ်။ တကယ်လို့ ဒီစီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေက သူတို့ ထွက်ကုန်တွေမရောင်းရဘူးဆိုရင် ရေခဲသေတ္တာပဲဖြစ်ပါစေ၊ လူထုဆန္ဒမဲ လိုက်ရှာနေတဲ့ နိုင်ငံရေးသမားပဲဖြစ်ပါစေ ဒီလုပ်ငန်းတွေမှာ ကြော်ငြာ အယူအဆတွေက ပြောင်းကိုပြောင်းရတော့မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

ကျွန်တော့်ရဲ့ ဆက်သွယ်ရေး အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲတွေမှာ ကျွန်တော့်လူတွေနဲ့ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာအကြောင်း ဆွေးနွေးကြည့် တဲ့အခါ စကားတစ်ခွန်းကိုပဲ ထပ်ကာထပ်ကာ ကြားကြားနေရပါတယ်။ “ငါတော့ ဒါလောက်လေး အချိန်တိုအတွင်းမှာ ငါ့ဆိုလိုချက်တွေ ထိမိ အောင် လုပ်နိုင်မှာ မဟုတ်ဘူး”

ကျွန်တော့်အဖြေကတော့ ရေဒီယိုနဲ့တီဗွီတွေမှာ ဒါကို တစ်ချိန် လုံး လုပ်နိုင်ကြပါတယ်။ ဒီစီးပွားရေးတွေက သင့်ရဲ့ဂရုစိုက်မှုကို ဖမ်းဆုပ် နိုင်ရုံမက သူငါတို့ရဲ့ထုတ်ကုန်တွေကို ဘယ်အချိန်၊ ဘယ်နေရာမှာ ဝယ်လို့ ရတယ်ဆိုတာတွေနဲ့ပတ်သက်လို့ ပြောပြနိုင်ပါသေးတယ်။ ဟောဒီမှာ “ဂါလ်ဗင်ဖို့ဒ်” အတွက် တီဗွီရဲ့ စက္ကန့် ၃၀ ကြာ ဥပမာတစ်ခုပြမယ်။

“ဂါလ်ဗင်က ရည်ရွယ်ချက်ရှိရှိ ရွှေ့ပြောင်းအိမ်ရာတွေ (မော်တာ ဟုမ်း)တွေ တစ်ပုံကြီးဝယ်ရင်းထားတယ်။ ဒါပေမဲ့ မိုးက ဆက်တိုက် ရွာနေလို့ ဖောက်သည်တွေ ရောက်မလာကြဘူး။ ကျွန်တော်တို့မှာ မော်တာအိမ်ရာတွေ အများကြီးစုပုံနေတယ်။ သုံးရက်တာအရောင်းပွဲမှာ ဒါတွေ ကျွန်တော်တို့ဝယ်ထားတာပါ။ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ပုံမှန် ဈေးနှုန်း စာရင်းမှာ ဒေါ်လာ တစ်သောင်းရှစ်ထောင် စုမိတယ်။ ဒီငွေနဲ့ နှစ်ပေါင်း

များစွာ အားလပ်ရက်ခရီးရှည်တွေ ထွက်နိုင်တာပေါ့။ ဒါတွေကို သင် ၁၂ နှစ်ကြာ ငွေပေးချေဝယ်လို့ရတယ်။ လူများစွာက ၁၁.၉ ရာခိုင်နှုန်း ငွေကြေးစီမံကိန်းတွေ လုပ်ကြတော့တယ်။ ဈေးနှုန်းက ဒေါ်လာ ၁၆၉၉၆ ကစတယ်။ L.A. Time Sport ကဏ္ဍ သောကြာနေ့အစီအစဉ်ကို ကြည့်ပါ။ အမြဲတမ်းစောင့်မနေပါနဲ့။ သင် နောင်တမရအောင် ခုပဲ မော်တာ ဟုမ်းတွေ ဝယ်ကြစို့။”

ဒီကြော်ငြာရဲ့ရလဒ်က နိုင်ငံရဲ့ အကျယ်ပြန့်ဆုံးစာချုပ်ချုပ် အရောင်းသမား ‘ဂါလ်ဗင်ဖို့ဒ်’ ရဲ့သမိုင်းမှာ ရွှေ့ပြောင်းအိမ်ရာ ရောင်းချ ရမှု အအောင်မြင်ဆုံး ဖြစ်ခဲ့တာပါပဲ။ စီးပွားရေးက ဝယ်သူတွေကို သူတို့ သိဖို့ လိုတာတွေပြောပြပြီး သူ့ရဲ့ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာအတွင်း ဆွဲယူလိုက် တယ်။ အရေးကြီးတဲ့အချက်က စက္ကန့် ၃၀ အတွင်းမှာ ကိုယ့်ဆိုလိုချက် တွေ အများကြီး တိုတိုနဲ့လိုရင်း ပြောနိုင်တာပါပဲ။ ရေဒီယိုနဲ့တီဗွီက အဲဒီလိုပြောနိုင်ရင် သင်လည်း တတ်နိုင်တာပဲ။

**အသံငါးစာချိတ်မှာ မိတဲ့စကား**

ရေဒီယိုနဲ့ ရုပ်မြင်သံကြားသတင်းတွေက စက္ကန့် ၃၀ ဂရုစိုက်မှု အချိန်တာကို ကောင်းကောင်းသုံးခဲ့ကြပါတယ်။ ဒါကို “အသံ ငါးစာ ချိတ်မှာမိတဲ့စကားတွေ” (Sound Bite) လို့ခေါ်ပါတယ်။ ကျွန်တော့် သူငယ်ချင်းမဖြစ်သူ တီဗွီသတင်းထုတ်လွှင့်သူ ‘တယ်ရီမေရီး’ ကို ကျွန်တော် မေးကြည့်ဖူးတယ်။ စီးပွားရေးသမားတွေမှာ ဘယ်လို အသံငါးစာချိတ် များရှိသလဲလို့ ရှင်းပြခိုင်းတဲ့အခါ သူမက အောက်ပါအတိုင်းပြောပြတယ်။

“ဂရုစိုက်မှုအချိန်တာကြောင့် တီဗွီသတင်းသစ်ပုံပြင်တွေ အား လုံးရဲ့ ပျမ်းမျှအချိန်က တစ်မိနစ်ခွဲပဲရှိပါတယ်။ သတင်းထောက်မှာ သူ သတင်းတွေချထားဖို့ စက္ကန့် ၃၀ ပဲရှိတယ်။ နောက်စက္ကန့် ၃၀ မှာ

လက်တွေ့ကြုံရတာအတွက် အရန်ထားရတယ်။ ဆိုလိုတာက တကယ် ဖြစ်နေတာတွေ တိပ်နဲ့အင်တာဗျူးရတာပါပဲ။ နောက်ဆုံး တတိယ မြောက် စက္ကန့် ၃၀ မှာ သတင်းထောက်အတွက် သူ့သတင်းတွေ အနှစ် ချုပ်တင်ဆက်မှု အဆုံးသတ်ရတယ်။ တကယ်လို့ ကျွန်မ တစ်စုံတစ် ယောက်ဆီ ပုံပြင်တစ်ပိုဒ် သွားအင်တာဗျူးမယ်ဆိုရင် သူ့ဆိုလိုချက်တွေ ကို စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း ဒီထက်လျော့ချင်လျော့မယ်။ အချိန်အတွင်း အမိအရဆွဲမိအောင် ထုတ်ပြော ပြောပြောပြော သုံးရတယ်။ ကျွန်မ စတုဒိယိုထဲမှာ တည်းဖြတ်ရတဲ့ အင်တာဗျူးတစ်ခုလုံးရဲ့ စက္ကန့် ၃၀ စာ အစိတ်အပိုင်းကို “အသံငါးစာချိတ်မှာမိတဲ့စကား” လို့ခေါ်တယ်။ တကယ်လို့ ဘာသာ ရပ်ကို စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း မလုပ်နိုင်ဘူးဆိုရင်တော့ မသုံးနိုင်တော့ဘဲ ထုတ်လည်း မထုတ်လွှင့်ဖြစ်တော့ပါဘူး။”

“တယ်ရီ” မှာ တီဗွီသတင်းအပေါ် စက္ကန့် ၃၀ စည်းမျဉ်းနဲ့ ပတ်သက်လို့ တခြားဖြေစရာတစ်ခု ရှိသေးတယ်။

“သင် တကယ်လို့ စက္ကန့် ၃၀ နဲ့ ဒါကိုမပြောနိုင်ရင် နောင် လည်း ဘယ်တော့မှ ပြောဖြစ်တော့မှာ မဟုတ်တော့ပါဘူး။ ဘယ်လို ဖြေရမယ်သာသိရင် ဒီစက္ကန့် ၃၀ မှာ သိပ်ကောင်းကောင်းချက်မိအောင် ပြောနိုင်မှာပါ”

ဒီဥပမာက အောက်ပါတီဗွီသတင်းရဲ့ စိတ်လှုပ်ရှားစရာကောင်း တဲ့ ပုံပြင်မှာ သတင်းပို့ချက်တစ်ခု ရွေ့လျားနေတယ်။

အဘိုးအိုတစ်ဦးက အဝတ်အစားတောင်မချွတ်နိုင်တော့ဘဲ ခုနစ် နှစ်ရွယ် ကလေးငယ်နှစ်ဦးကို ရေထဲခုန်ဆင်းပြီး ကယ်ဆယ်နိုင်ခဲ့တယ်။ တီဗွီသတင်းထောက်က အင်တာဗျူးတဲ့အခါ ရေတွေရွဲနစ်နေဆဲ အဘိုးအို က ခုလိုပြောပြခဲ့တယ်။

“ကျွန်တော့်အသက်က ၆၅ နှစ်ရှိတာ သေချာတယ်။ ဒီတော့

ဘာဖြစ်သေးလဲ။ ရေကူးတတ်တဲ့သူတိုင်း ဒီကလေးနှစ်ယောက်ကို ကယ်  
နိုင်ကြတာချည်းပါပဲ။ ဒီထက်ပိုအရေးကြီးတာတောင် လုပ်နိုင်ပေဦးမယ်။  
လူတွေ နားလည်ထားသင့်တာကတော့ သင်ဟာ ၆၀ ကျော်တာတောင်  
မသေနိုင်သေးဘူးဆိုတာကိုပဲ။ သင်က ထုတ်လုပ်မှုကျနေနိုင်သေးတယ်။  
အငြိမ်းစားယူဖို့က ကျိန်းသေလုပ်ရမယ့်ကိစ္စ မဖြစ်သင့်ဘူး”

ဒါက စက္ကန့် ၃၀ တောင်မပြည့်တဲ့ သတင်းလွှာလေးပါပဲ။  
အချက်မီတာက သေချာတယ်။ သာမန်လူအဖြစ် ဘယ်သူမဆိုပို့နိုင်တဲ့  
သတင်းပဲ။

စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာက ဘယ်အချိန်၊ ဘယ်နေရာမှာမဆို  
အမြဲတမ်းအသုံးချလို့ရပါတယ်။ ဒါက အခြေခံလက်စွဲကိရိယာတစ်ခု  
ဖြစ်တယ်။ ဒါကို သင် ဆရာတစ်ဆူလိုပိုင်နိုင်လာရင် ဒါက သင့်ရဲ့  
ဒုတိယသဘာဝဖြစ်လာမယ်။ ဒါက စိတ်ခွင်တစ်ခုလုံးကို ဖန်တီးပေး  
တယ်။ ဒါက နေ့စဉ်အခြားသူတွေနဲ့ ပတ်သက်သမျှ သင်စဉ်းစားတဲ့  
နည်းလမ်းတွေကို အသွင်ပြောင်းလဲပေးတယ်။ သင့်ကိုယ်သင် မွေးရာပါ  
ပြင်ဆင်ပြီးဖြစ်နေတာကို သင်တွေ့ရမှာဖြစ်ပြီး တစ်ချိန်လုံး သုံးနေရမှာ  
ဖြစ်ပါတယ်။

ဘယ်သူမဆို သင်ရှေ့မှာ လေ့လာရတော့မယ့် အခြေခံစည်းမျဉ်း  
တချို့ကို ဆရာတစ်ဆူလိုပိုင်နိုင်ခြင်းအားဖြင့် စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာ  
ဆိုတဲ့ အနုပညာကို ဆရာလုပ် ပိုင်နိုင်လာမှာပါ။



## အခန်း [ ၂ ] သင့်ဦးတည်ချက်

"The Wizard of Oz" ရုပ်ရှင်ကားမှာ "ဒေါ်ရသီ" တစ်ယောက်က ဦးတည်ချက်ရှိတယ်။ "ကင်းဆပ်" ဆိုတဲ့ မွေးရပ်ဌာနေကို ပြန်လာဖို့ ပါပဲ။ ဒါတွေ သူမက စာခြောက်ရုပ်၊ သံဖြူလူသား၊ သရဲဆောကြောင်တဲ့ ခြင်္သေ့နဲ့ နောက်ဆုံးမှာ မှော်ဆရာကြီးကိုယ်တိုင်ကိုပါ ပြောပြခဲ့တယ်။ သူမ လိုချင်တာကို သူမသိတယ်။ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာရဲ့ ပထမဆုံး အခြေခံစည်းမျဉ်းက ရှင်းလင်းတိကျတဲ့ ဦးတည်ချက်တစ်ရပ်ရှိရေးပါပဲ။

သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက်၊ သင်လိုချင်တာကိုသိရေး

ဦးတည်ချက်ဆိုတာ 'ပန်းတိုင်'၊ 'ခရီးဆုံးနေရာ'၊ 'ရည်စူးချက်'၊ 'ရှုမြင်ချက်ရဲ့အဆုံးသတ်'၊ 'ပစ်မှတ်'၊ 'ဖြစ်တည်မှုရဲ့ အရေးပါဆုံး အကြောင်းရင်း' ပါပဲ။ ဒါဟာ သင်အားထုတ်ကြိုးပမ်းချင်တဲ့အရာ၊ ဒီနေရာမှာ ဘာကြောင့် သင်ရောက်နေရသလဲဆိုတဲ့အကြောင်း၊ ထိရောက်တဲ့လုပ်ရပ်တစ်ခုလုပ်ဖို့ သင်ရှိထားရမယ့်အရာ၊ ဘယ်လေးနက်တဲ့ စီးပွားရေး စကားပြောခန်းထဲဝင်ဖို့၊ သင်ထိမိစေမယ့် ဆိုလိုချက်ကိုလုပ်ရမယ့် ဘယ်ဆက်သွယ်ရေးပုံစံမဆို တာဝန်ယူလုပ်နိုင်ဖို့ သင့်အတွက် တိကျတဲ့

အကြောင်းရင်းတရားပဲ ဖြစ်တယ်။

လုပ်ငန်းလောကမှာ ပုံစံတကျ ဦးတည်ချက်တချို့ကတော့ ဟောဒီမှာပါ။ ဒီကြားထဲမှာ သင့်ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်ဦးတည်ချက်တစ်ရပ်ကို သင်ရှာတွေ့နိုင်မှာပါ။

- \* လူတစ်ယောက်ဟာ သူလုပ်ချင်တဲ့ကုမ္ပဏီထဲမှာ ပိုအရေးပါတဲ့ အလုပ်တစ်ခု ရချင်နေတယ်။
- \* အမျိုးသမီးတစ်ယောက် သူမကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းတစ်ခု ဖွင့်ချင်နေတယ်။
- \* လက်ထောက်မန်နေဂျာတစ်ယောက် အားလပ်ရက်ခရီး ထွက်ချင်နေတယ်။
- \* လူတစ်ယောက်က ထိရောက်တဲ့ 'တို့စ' လုပ်ချင်နေတယ်။
- \* အရောင်းသမားတစ်ယောက်က သူ့ထုတ်ကုန်ကို ဖောက်သည်တစ်ယောက်ဆီ ရောင်းချင်နေတယ်။
- \* အလုပ်သမားတစ်ယောက် ချီးမြှောက်တာ ခံချင်နေတယ်။
- \* မန်နေဂျာက သူ့ဌာနအတွင်းမှာ ထုတ်လုပ်နိုင်စွမ်းတွေ တိုးတက်ချင်နေတယ်။
- \* အမှုသည်တစ်ယောက်က ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုအတွက် အချိန်ပေးရတာတွေ လျှော့ချချင်တယ်။
- \* ဌာနဒါရိုက်တာတစ်ယောက်က အယူအဆတစ်ခု စီမံခန့်ခွဲရေးဆီ ရောင်းချင်နေတယ်။

ရောနှောထားတဲ့ ဦးတည်ချက်

လူတစ်ဦးမှာ မရှင်းမလင်းနဲ့ ရောထွေးနေတဲ့ ဦးတည်ချက်တစ်ရပ်ရှိနေတဲ့အတွက် မကြာခဏ အခွင့်အလမ်းတွေ ပြုန်းတီးနေရတာ

ဘယ်လောက် အံ့ဩစရာကောင်းလိုက်သလဲ။

“မတ်လာဆင်” ဆိုတဲ့ အလယ်တန်းမန်နေဂျာတစ်ယောက် သူ့ဌာနရဲ့ လုပ်ဆောင်ချက်တွေတိုးတက်ဖို့ အခြေခံတွေရနိုင်ကြောင်း သိတယ်။ ဘတ်ဂျက်ချထားမှု တာဝန်ခံအကြီးအကဲဖြစ်သူ ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ နဲ့ သူချိန်းတွေပေမဲ့ သူ တကယ်လုပ်ချင်မှန်း မသေချာဘူးဖြစ်နေတယ်။ သူ့မှာ ဦးတည်ချက်တွေရှုပ်ထွေးနေတယ်။ အခု သူနဲ့ ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌတို့ရဲ့ အစည်းအဝေးက အောက်ပါအတိုင်း ပြောဆိုဖြစ်ကြတယ်။

မတ်                    ||   || ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ထုတ်လုပ်နိုင်စွမ်းတိုးတက်စေဖို့ လမ်းတွေ ကျွန်တော်ရှာနေတယ်။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ       ||   || ကောင်းတယ်။ ခင်ဗျားရဲ့ အကြံပြုချက်တွေက ဘာတွေလဲ။

မတ်                    ||   || ကျွန်တော်တို့ရဲ့ လုပ်ဆောင်ချက်ကို မြှင့်တင်ဖို့၊ ကွန်ပျူတာ X 100 အသစ်တပ်ဆင်မလားလို့။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ       ||   || ဒါပေမဲ့ ဒီကိစ္စက ဘတ်ဂျက်ကို ကျော်သွားလိမ့် မယ်။ တခြားရွေးစရာလမ်း ရှိသလား။

မတ်                    ||   || ဟုတ်ကဲ့ ... နောက်ထပ် အတွင်းရေးမှူး တစ် ယောက် ငှားမယ်။ အဲဒါက အလုပ်ဖြစ်နိုင်တယ်။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ       ||   || ဘယ်ဟာကို ပိုကြိုက်သလဲ။

မတ်                    ||   || ကျွန်တော်လည်း မသေချာဘူး ဖြစ်နေတယ်။ လက်ထောက်တစ်ယောက်အကြောင်းပဲ စဉ်းစား သင့်တယ်ထင်တယ်။ အတွင်းရေးမှူးထက် အဆင့် ပိုမြင့်ရမယ်။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ       ||   || ဒါလည်း ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ကုန်ကျစရိတ် ဘယ်လို ဖြစ်သွားမလဲ။

မတ်                    ။    ။ အဲဒါတော့ ကျွန်တော်မသိဘူး။ ဒီကိန်းဂဏန်းတွေ ခဏ ဘေးချိတ်ထားကြတာပေါ့။

နောက်တစ်ပတ်အကြာမှာပဲ မတ်ဟာ ကုန်ကျစရိတ်တွေ တွက်ချက်ယူလာတဲ့အခါမှာတော့ သူ နောက်ကျသွားပြီ။ ရမယ့် ခွင့်ပြု ရန်ပုံငွေ တခြားဌာနက ရသွားပါတော့တယ်။ မတ်မှာ ရှင်းလင်းတိကျတဲ့ ဦးတည်ချက်ကင်းမဲ့ပြီး ဦးတည်ချက်က ရှုပ်ထွေးနေတာမို့ သူလိုတဲ့ အကူအညီမရရုံမျှမက ကုမ္ပဏီနဲ့ သူ့အနာဂတ်အတွက် အရေးကြီးတဲ့လူ အဖြစ် အထင်အမြင်မခံရဘဲ အထင်သေးခံရမှုသာ ဖန်တီးမိလျက်သား ဖြစ်ရပါတော့တယ်။

**ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားတဲ့ တစ်ခုတည်းသော ဦးတည်ချက်**

ဟောဒီမှာ အလားတူ အင်တာဗျူးအဖြစ် အထက်က လူနှစ်ဦးပဲ တွေ့ဆုံ စည်းဝေးတာဖြစ်ပေမဲ့ မတ်က ယခုတော့ သူလိုတာ အတိအကျ သိပြီး ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားတဲ့ တစ်ခုတည်း ဦးတည်ချက်ရှိနေပြီ ဖြစ်တယ်။ အင်တာဗျူးက အခုလို ပြောဆိုဖြစ်ပါတယ်။

မတ်                    ။    ။ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ထုတ်လုပ်နိုင်စွမ်းတွေ တိုးတက် မယ့်လမ်းတွေ ရှာနေတယ်။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ        ။    ။ ကောင်းတယ်။ ခင်ဗျားရဲ့ အကြံပြုချက်တွေက ဘာလဲ။

မတ်                    ။    ။ ကျွန်တော်တို့လုပ်ဆောင်ချက် အရှိန်မြှင့်ဖို့ ကွန်ပျူ တာ X 100 အသစ်ထပ်မလားလို့။ ငှားစရိတ်က မြင့်တယ်။ ရေရှည် ၁၈ လနဲ့ပေးသွင်းရင်တော့ ငွေနဲ့အချိန်တွေ ချွေတာနိုင်မယ်။ ကိန်းဂဏန်းတွေ က ဒီမှာပါ။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ ။ ။ ဒီထက်ကုန်ကျစရိတ်နည်းတဲ့ တခြားရွေးစရာလမ်းများ ရှိသလား။

မတ် ။ ။ ရှိပါတယ်။ နောက် အတွင်းရေးမှူး ဒါမှမဟုတ် လက်ထောက်တစ်ယောက် ငှားနိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဆုံးမှာ ရလဒ်က အတူတူပဲဖြစ်လိမ့်မယ်။ ဒါက နှိုင်းယှဉ်တဲ့ ကုန်ကျစရိတ် ကျိုးပျက်တာပါပဲ။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ ။ ။ ကွန်ပျူတာတပ်တာကို ခင်ဗျား ပိုကြိုက်တာပေါ့ ဟုတ်သလား။

မတ် ။ ။ ဟုတ်ပါတယ်။ ထုတ်လုပ်ရေးသမားတွေက ပရိုဂရမ်ကို ချလိမ့်မယ်။ ကျွန်တော်တို့ကိုလည်း အပိုကုန်ကျစရိတ်မကုန်စေဘဲ သင်တန်းပေးဦးမှာပါ။

ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ ။ ။ ကောင်းပြီ။ နောက်ဘတ်ဂျက် အစည်းအဝေးမှာ ခင်ဗျားရဲ့ကိန်းဂဏန်းတွေ တင်ပြပေးမယ်။ ကျုပ်တို့ ဘာတတ်နိုင်လဲ ကြည့်ရအောင်။

ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားတဲ့ ဦးတည်ချက်က မတ်ကို ကွန်ပျူတာ ရသွားစေတယ်။ ကိုယ်လိုချင်တာ ကိုယ်သိတဲ့လူတစ်ယောက် တို့မှာ ရှိနေပါလားလို့ စိမ့်ခန့်ခွဲရေးက အသိအမှတ်ပြုတယ်။

ဒါက အစိုးရနဲ့ စီးပွားရေးခေါင်းဆောင်တွေအများစုမှာ ရှိတတ်ကြပြီ ကျွန်တော့်ရဲ့အတွေ့အကြုံပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ကိုယ့်ဦးတည်ချက် အမှန်ကိုမသိရင် ဒါမှမဟုတ် သူတို့လိုအပ်ရာ စိတ်ဝင်စားမှုကို အကောင်းဆုံး အမှုထမ်းနိုင်တဲ့ ဦးတည်ချက်မျိုးကို ရွေးမိလျက်သားလည်း ဖြစ်တတ်တယ်။ သင့်ဦးတည်ချက်ကို တိတိကျကျ မှန်ကန်စွာ ဆုံးဖြတ်နိုင်မှသာ အခရာကျတဲ့ ခြွေလှမ်းအတိုင်း အချက်မိမိ လှမ်းနိုင်မယ်။

### သင့်ဦးတည်ချက်ကို ရှာတွေ့ရေး

သင့်ကိုယ်သင် အောက်ပါမေးခွန်းတွေ မေးကြည့်ပါ။

- \* ငါ ဘာကြောင့် ဒီနေရာကိုသွားနေသလဲ။
- \* ငါ ဘာကို အားထုတ်ရယူချင်တာလဲ။
- \* ဘာကြောင့် ဒီစကားပြောခန်းကို ရှိထားချင်ရတာလဲ။
- \* ဘာကြောင့် ငါ ဒီစာကို ရေးချင်ရတာလဲ။
- \* ဘာကြောင့် ဒီလူ့ကို ငါတွေ့ချင်ရတာလဲ။
- \* ဘာကြောင့် ဒီအင်တာဗျူးကို ငါလုပ်ချင်ရတာလဲ။
- \* ဘာကြောင့် ဒီအစည်းအဝေးမှာ ငါ မိန့်ခွန်းပြောချင်ရတာလဲ။

အထက်ပါမေးခွန်းတွေထဲက အဖြေတွေနှစ်ခု၊ နှစ်ခုထက် ပို၍ တူနေမယ်ဆိုရင် သင့်ဦးတည်ချက်ကို သင် ရှာတွေ့ပြီဖြစ်ပါတယ်။ ဦးတည်ချက်က တစ်ခုတည်းပဲ ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားနေမယ်။ သင် ဒါကိုတွေ့လိုက်တာနဲ့ အပြီးသတ်စစ်ဆေးကြည့်ပါ။ ဒီစစ်ဆေးရေးအတွက် စစ်ဆင်ရေးဝေါဟာရကတော့ အမြဲတမ်းလိုလို “ဘာကြောင့်လဲ” ပဲဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ဦးတည်ချက်ရှင်းပြီးတာနဲ့ ဘာကြောင့်မှန်း သင်သိလိုက်ပြီး သင့်သတင်းလွှာကို စတင်ပြင်ဆင်နိုင်လာမယ်။ သင့်ဦးတည်ချက်နဲ့ ဆန့်ကျင်ပြီးပြောဖို့ သင် စီမံထားတာအကုန်လုံး ချိန်ဆလိမ့်မယ်။ တကယ်လို့ သင့်အတွေးတွေ၊ စကားလုံးတွေက သင့်ဦးတည်ချက် ရောက်ဖို့ မကူညီဘူး၊ ကြီးစိုးမိတ်ဆက်မပေးဘူးဆိုရင် ပုံဆွဲခုံပေါ်ပြန်သွားပြီး လမ်းညွှန်ပြန်ဆွဲပေးတော့။ သင့်ဦးတည်ချက် အမှန်ကိုသိရင် မြဲမြံဆုပ်ကိုင်ထားပေတော့။

### ပုန်းကွယ်နေတဲ့ ဦးတည်ချက်

သင့်ဦးတည်ချက်ကိုဖော်ပြဖို့ ဆိုးဝါးတဲ့ မဟာဗျူဟာတွေ

ရှိတတ်တဲ့အချိန်လည်း ကြုံရတတ်ပါတယ်။ ဥပမာ စစ်ကြီးအတွင်းက နော်မန်ဒီကမ်းခြေကို မဟာမိတ်တွေဆိုက်ကပ်ရာမှာ “ပုန်းကွယ်နေတဲ့ ဦးတည်ချက်” တစ်ရပ်ရှိခဲ့တယ်။ မဟာမိတ်တွေက ကမ်းကပ်ရရင်ပြီး ရော၊ ဘယ်နေရာ ဆိုက်ကပ်ရဆိုက်ကပ်ရဖြစ်တယ်လို့ ဂျာမန်တွေ ထင်စေ ချင်ကြတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဆက်သွယ်ရေးတွေမှာ အဲဒီလို တစ်ဖက်လူ အထင်ရောက်အောင်လုပ်ရတာက အလုပ်ဖြစ်တာများခဲ့တယ်။

ကျွန်တော် တီဗွီဖျော်ဖြေမှုပြဇာတ် "Play house 90" ရိုက်တုန်း က ဇာတ်ကောင်ရွေးချယ်မှုမှာ ပုန်းကွယ်နေတဲ့ဦးတည်ချက် သုံးခုဖူး တယ်။ ကျွန်တော်တို့က ဈေးအကြီးဆုံး၊ အကောင်းဆုံး မင်းသားတွေ လိုချင်ပေမဲ့ သူတို့လစာတွေက ကျွန်တော်တို့ဘတ်ဂျက်ထက် ပိုလွန်နေ တယ်။ ကျွန်တော်က လုပ်ခ ပုံစံသစ်ထွင်လိုက်တယ်။ “ဧည့်သည် သံရုပ်ဆောင်” လို့ ခေါင်းစဉ်အောက်မှာ ငှားတဲ့အခါ သံရုပ်ဆောင်တွေ မှာ ပုံမှန်လစာထက် လျော့ယူရပေမဲ့ ဒီခေါင်းစဉ်အောက်မှာ သံရုပ်ဆောင် ရတာ ပိုယုံကြည်ချက်ရှိလာပြီး ဂုဏ်ယူဖွယ်လည်း ကောင်းလာပါတယ်။ “ဧည့်သည်သံရုပ်ဆောင်” ဆိုတာ သူတို့ အသက်မွေးမှုဘဝအတွက် အကျိုးအာနိသင်ရှိတယ်။ သူတို့အတွက်ရော ကျွန်တော်တို့အတွက်ပါ ဒီပုန်းကွယ်နေတဲ့ဦးတည်ချက်က ပြည့်ဝအောင်မြင်လှပါတယ်။

ပုန်းကွယ်နေတဲ့ဦးတည်ချက်ကဘာလဲဆိုတာ သင် သိနေသမျှ ကာလပတ်လုံး အလုပ်ဖြစ်ပါတယ်။

လုပ်ငန်းဆက်သွယ်ရေးပုံစံအတိုင်း အလုပ်အင်တာဗျူးဖြစ်ဖြစ်၊ ဆော့စ်နဲ့ အလုပ်သမားတွေ စကားပြောရတဲ့အခါမှာဖြစ်ဖြစ် တင်ပြချက်၊ အရောင်းပြောဆိုချက်တွေမှာ ရှင်းလင်းတိကျပြီး ပြတ်သားတဲ့ ဦးတည် ချက်ရှိသင့်တယ်။ နို့မဟုတ်ရင် သင့်အချိန်တွေနဲ့ သင့်နားဆင်သူရဲ့အချိန် တွေပါ ဖြန့်တီးမိလိမ့်မယ်။ သင့်ပါးစပ်မဖွင့်မီ၊ စာရွက်ပေါ် ဖောင်တိန်

ချမရေးမိ ဦးတည်ချက်ကို သင် သိထားသင့်ပါတယ်။

**စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း လျော့ချင်လျော့မယ်**

သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက်က သင့်ရဲ့ပန်းတိုင်၊ ရည်ရွယ်ချက် သို့မဟုတ် ခရီးဆုံးနေရာ။

သင် ဒီနေရာရောက်နေရခြင်းရဲ့ အကြောင်းရင်းပဲ သင့်မှာ ဦးတည်ချက်က တစ်ခုတည်းသက်သက်ပါ။

စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှုပုံစံတိုင်းမှာ သင့်အတွေးတွေနဲ့ စကားလုံး တွေက သင့်ဦးတည်ချက်ကိုရောက်ရေးမှာ ကူညီဖို့၊ ကြီးစိုးလွှမ်းခြုံဖို့ မိတ်ဆက်ဖို့ ပေးသင့်တယ်။

သင့်ဦးတည်ချက်ကိုဖော်ပြဖို့က သင်ကိုယ်တိုင်ကလွဲလို့ ဘယ် သူမှ မရှိပါ။

စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာရဲ့ ပထမဆုံး အခြေခံစည်းမျဉ်းကတော့ ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားလှတဲ့ ဦးတည်ချက်တစ်ရပ် ရှိထားဖို့ပါပဲ။



## အခန်း [ ၃ ] ဘယ်သူနားထောင်သလဲ

သင်ဟာ တွားသွားသတ္တဝါတွေရဲ့ ကျူးကျော်မှုမှာ တာဝန်ခံ အကြီးအကဲလို့ ဆိုကြပါစို့။ ဒါက စစ်ဖြစ်နေတဲ့ကာလပါ။ သင်ဟာ ကမ်းတက်အဖွဲ့ထိ ပို့လွှတ်ခံရဖို့ အသင့်ဖြစ်နေပြီ။ ညသန်းခေါင်ယံ ပီဘီအမှောင်ထုကြီး၊ လမရှိ၊ ကြယ်မရှိ။ ပေါ့ပါးရွာနေတဲ့ မိုးရေပဲရှိတယ်။ ကမ်းတက်ဖို့အချိန်ကျပြီ။ သင် ကျွန်းအကြောင်း ဘာမျှမသိ။ ရန်သူ့ နယ်မြေလားဆိုတာတောင် မသိ။ ရန်သူ့စစ်တပ်တွေ ဘယ်လောက် များများရှိမှန်းမသိ။ ရှိရင် လက်နက်တွေအားကောင်းနေသလား၊ ခံတပ် ကြီးက တောင့်တင်းနေသလား မသိ။ နယ်မြေအကြောင်းလည်း သင် ဘာမျှမသိ။ ဒီကျွန်းပေါ် သင် အုပ်စုတစ်စုတည်း စေလွှတ်ရမလား၊ တပ်တစ်တပ်လုံး အင်နဲ့အားနဲ့ စီးနင်းရမလားမသိ။ မီးကုန်ယမ်းပေးမှုနဲ့ ကာဗာယူတက်ရမလားမသိ။ လောင်မီးမှုတ်ထုတ်ပြီး တင့်ကားဖျက် အမြောက်တပ်တွေနဲ့ စီးချင်းထိုးသင့်သလား မသိ။

သင် စောင့်နေတာနဲ့ပတ်သက်ပြီး ဘာမျှမသိရင်၊ ဘာရှိနေနိုင် မှန်းမသိရင် သင်ဘာလုပ်ရမှန်း ဘယ်သိနိုင်တော့မှာလဲ။ သင့်ကိုယ်သင် ကန်ပစ်လိုက်တော့။ သင်လုပ်ရမှာအားလုံးက သင်ရဲ့ အသိဉာဏ်ဆိုင်ရာ

အပိုင်းကိုသာ ပြန်မေးကြည့်ဖို့ပါပဲ။ သူတို့မှာ တစ်ချိန်လုံး သတင်းတွေက ရှိနေတယ်လေ။

မဖြစ်နိုင်ဘူး၊ လုံးဝနီးပါးပဲ။ “မသိရတဲ့နယ်မြေ” ထဲကို သင် ဘယ်နှစ်ခါ ဝင်ဖူးလို့လဲ။ စီးပွားရေးလောကကြီးမှာ သင်ရောက်တဲ့အခါ တွေ့ရမယ့်လူကို ဘယ်သူမှန်းမသိရင် အရေးပါတဲ့ အစည်းအဝေးတွေကို ဘယ်လိုသွားကျင်းပလို့ အရေးပေါ် ဘယ်သူဆင့်ခေါ်ရမှန်း ဘယ်သိ တော့မှာလဲ။ အရေးကြီးတဲ့ စကားပြောဆိုခန်းတွေမှာ တွေ့ရမယ့်လူတွေ အကြောင်းမှ သိမထားရင် လုပ်ငန်းအဆက်အသွယ် ဘယ်လိုလုပ်နိုင်မှာ လဲ။ သင့်မှာ ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားတဲ့ ဦးတည်ချက်တစ်ရပ်တော့ ရှိထားရမယ်။ ဒီနောက်မှာ မှန်ကန်တဲ့လူကို မှန်ကန်တဲ့ရလဒ်တွေအတွက် ရွေးချယ်ရမယ်။ သင်လိုချင်တာကိုပေးနိုင်မယ့်လူ၊ သင့်ဦးတည်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးမယ့်လူ၊ အလုပ်တစ်ခု၊ အကြံဉာဏ်၊ ငွေကြေး၊ အကူအညီ သို့မဟုတ် သူတင်းအချက်မျှပေးနိုင်မယ့်လူ အဲဒီလူကိုတွေ့ဖို့ပါပဲ။ သင့် နားဆင်သူကို သိထားရေး၊ သူ ဘာလိုတယ်ဆိုတာ သိထားရေး က စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာရဲ့ ဒုတိယအခြေခံစည်းမျဉ်းပဲ ဖြစ် ပါတော့တယ်။

**မှန်ကန်တဲ့လူဖြစ်ရေး**

ခရစ္စမတ်ကာလမှာ ကျွန်တော်နဲ့ ဇနီးသည်တို့ ဇိမ်ခံရေချိုးခန်း တစ်ခုမှာ ရေချိုးကြတယ်။ ရေချိုးခန်းမှာ မျက်နှာသုတ်၊ ကိုယ်သုတ် တဘက်ထည် ရေနွေးဖျန်းလျက်ကို နှစ်မျိုးထားပေးတယ်။ နံရံတန်းပေါ် မှာ တင်ပေးထားတာရယ်၊ ကြမ်းပြင်ပေါ် အသေချည်ထားတဲ့ တဘက် ရယ်တို့ပါပဲ။ ဘယ်သူမဆို နံရံတန်းပေါ်လွှားထားတဲ့ တဘက်ပဲ ကြိုက် ကြတာပေါ့။ ခရစ္စမတ်ကာလမို့ လင်မယားနှစ်ယောက်စလုံး ပျော်နေ

ကြတယ်။ ကိုယ်သုတ်တဘက်ကြီး လှမ်းယူတော့မှပဲ ကျွန်တော် ဒေါသ ဖြစ်ရတယ်။ ကျွန်တော့်တဘက်က ကြမ်းပြင်မှာ အသေတွယ်ထားတာ ကိုး။ ကြမ်းပေါ်မှာ မာဘယ်ကျောက်ပြားတွေချည်းပဲ။ အေးက အေးသနဲ့။ တဘက်က တံဆိပ်ကိုကြည့်လိုက်တော့ “အဘားခရွမ်ဘီနဲ့ ဖစ်ရှ်” လို့ တွေ့ရတယ်။ ဒါနဲ့ ဒီကက်တုလောက် နှာမည်လိပ်စာနဲ့ စာတစ်စောင် ရေးပြီး ငွေပြန်တောင်းတယ်။ အဖြေမရဘူး။ ဒီနောက် “မှန်ကန်တဲ့ရလဒ် အတွက် မှန်ကန်တဲ့လူကိုရွေးချယ်ဖို့” ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာရတော့တယ်။ ဘယ်သူ ငါ့ကို ကျေနပ်မှုအမြန်ဆုံး လွယ်လွယ်ပေးနိုင်မလဲပေါ့။ ကုမ္ပဏီ ရဲ့ဥက္ကဋ္ဌပဲ။ ဒါနဲ့ သူ့ဆီစာရေးတယ်။ အဖြေမရ။ ထပ်ပြီးစာရေးတယ်။ ကိုယ်ရဲ့ရပိုင်ခွင့်ကို တောင်းတာပေါ့။ ယဉ်ယဉ်ကျေးကျေး ပြန်စာရပါတယ်။ ဒီကိစ္စအပေါ် သူကြည့်ရှုသုံးသပ်နေကြောင်းပဲပါတယ်။ ထပ်ရေး ရပြန်တယ်။ ခပ်တင်းတင်းမာမာ ရေးလိုက်တာပါ။ သူပြန်စာက ပေးစာ ပေါ်တက်လာတယ်။ “ချစ်လှစွာသော မစ္စတာဖရန်၊ ကျွန်တော်တို့ ‘အဘားခရွမ်ဘီနဲ့ ဖစ်ရှ်’ က တဘက်ပြန်ရလို့ ကျေးဇူးတင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ သင် ဒါကိုတော့ မဝယ်နိုင်ပါဘူး။ ရောင်းဖို့မဟုတ်လို့ပါ။ သင် ဒါကို ယူသွားလို့မရဘူး။ ‘ဟမ်းမာခါရုလမ်မာ’ ကနေတယ်လို့တော့ ရနိုင်တယ်” တယ်တဲ့။

ကျွန်တော့်ဦးတည်ချက်က ဘာလဲဆိုတာ သိသွားပါပြီ။ ကျွန်တော့်ပိုက်ဆံပြန်ရဖို့ ဒီနောက်ကိုလိုက်ရမယ်။ အခု မှန်တဲ့လူတောင် ရွေးနိုင်နေပြီ။ ကုမ္ပဏီရဲ့ဥက္ကဋ္ဌလေ။ ဒါပေမဲ့ ကုမ္ပဏီက တလွဲဖြစ်နေ တယ်။ နောက်ဆုံးမှာ “ဟမ်းမာခါရုလမ်မာ” ရဲ့ဥက္ကဋ္ဌဆီ စာလှမ်းရေး လိုက်တယ်။ သူက ကျွန်တော့်ဖြစ်ပုံကို ပျော်ပျော်ကြီး နားထောင်ပြီး ကျွန်တော့်ပိုက်ဆံတွေ ပျော်ပျော်ပါးပါးနဲ့ ပြန်အမ်းလိုက်ပါတယ်။

ဒီတော့ သင့်ဦးတည်ချက်ကို တစ်ခါဆုံးဖြတ်လိုက်တာနဲ့ သင်

လိုချင်တာကို ပေးနိုင်မယ့်လူဟာ အမြဲတမ်း သေချာသွားတော့တယ်။  
 တကယ်လို့ သင်ဟာ ဝယ်ယူချက်တစ်ခုပေါ်မှာ ပြန်အမ်းငွေ  
 လိုချင်ရင် လိုအပ်သလို ကုမ္ပဏီရဲ့အကြီးအကဲထံ သွားရမယ်။ သင်  
 ချီးမြှောက်တာခံချင်ရင် အလုပ်ရှင်ဘော့ထံ သွားရမယ်။ တယ်လီဖုန်း  
 အော်ပရေတာတစ်ယောက်က သင့်ကိုမကူညီနိုင်ရင် ကြီးကြပ်ရေးမှူးဆီ  
 တောင်းရမယ်။ တကယ်လို့ သင့်ရဲ့အာမခံသမားက ဂရုစိုက်မှုသိပ်မပေး  
 ရင် သင့်ရဲ့အာမခံကုမ္ပဏီ (သို့) အေဂျင်စီရဲ့အထက်ပုဂ္ဂိုလ်ဆီ သွားရမယ်။

**အပြီးလုပ်ပေးနိုင်မယ့်လူဆီသွားပါ**

မှန်တယ်။ တစ်ရံတစ်ခါမှာ မှန်တဲ့လူထက် မှားယွင်းတဲ့ တလွဲ  
 လူဆီ သင်သွားပြောနေတတ်တယ်။ သင် အမှန်တကယ်ပြောရမယ့်လူ  
 ကို ဂရုမထားဘူးဆိုရင် ဒီပုဂ္ဂိုလ် အကြောင်းအချက်အလက် များနိုင်  
 သလောက် များများ သင်လေ့လာနိုင်မှာလဲ။

ထိုပုဂ္ဂိုလ်ရဲ့အလုပ် (သို့) သက်မွေးဝမ်းကျောင်းအတိအကျက  
 ဘာလဲ။ သူမမှာ ရှိနေသမျှ တာဝန်တွေကကော ဘာလဲ။ သူ့ရဲ့နောက်ခံ  
 ကားက ဘာတဲ့လဲ။ သူမရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုနဲ့ဝါသနာတွေက ဘာလဲ။  
 ဘုံနယ်မြေတော့ ရှိနိုင်တာပါပဲ။ တင်းနစ်သမားတစ်ယောက်ကို သင်  
 တွေ့ရတဲ့အခါ ကျွန်တော် ဆက်ဆံပတ်သက်နေတဲ့သူဟာ တင်းနစ်  
 ကစားသမားဖြစ်ခဲ့ရင် တင်းနစ်ကစားနည်း၊ ရေခဲခွဲခွဲပုံတွေ၊ စကေး  
 ရိုက်ချက်အကြောင်းတွေ ပြန်ပြောမိမှာပါပဲ။

သူ လက်ရှိရထားတဲ့ အလုပ်ထဲမှာ သူက စိတ်ချလက်ချ အား  
 ကောင်းနေလို့လား။ သူမမှာရှိနေတဲ့ အာဏာပိုင်မှုက ဘယ်လောက်  
 တောင် များနေသလဲ။ သူက ဗျူရိုကရက်တစ်ယောက်လား။ သူမ  
 လုပ်ငန်းရဲ့ သီးသန့်နယ်ပယ်နဲ့ပတ်သက်လို့ သူမမှာ တင်းမာခက်ခဲနေ

သလား။ သူက ရှက်ရွံ့နေ၊ မဝင်ဆံ့နိုင်ဘူးလား။ သူ့မှာ ဟာသအာရုံ ကော ရှိသလား။

သင် လိုချင်တာရဖို့ စီမံကိန်းချရာမှာ သင့်ကိုလမ်းညွှန်ဖို့ ကူညီ ရေးအတွက် သင် ဘယ်သူနဲ့ပြောနေရမှန်းရော သိပါသလား။

**သင်စကားပြောနေတာ ဘယ်သူလဲသိထားဖို့**

ကျွန်တော် အမြဲတမ်း ကိုယ်ဘယ်သူနဲ့ စကားပြောနေသလဲ ဆိုတာ အတိအကျသိပါတယ်။ ဥပမာတစ်ခု ပြောပြမယ်။

ကျွန်တော့်ဇနီး “ဆယ်လီဖောရက်စ်” က “အမ်ဂျီအမ်” ရုပ်ရှင် ကုမ္ပဏီမှာ လူငယ်အမျိုးသမီးခေါင်းဆောင်အနေနဲ့ စာချုပ်ချုပ်ရတဲ့အခါ စတူဒီယိုရဲ့ မေတ္တာရပ်ခံချက်နဲ့ သူမရဲ့ ပထမဆုံး ဟောလီးဝုဒ်ရိုက်ကွင်း ကို တက်ခွင့်ရတယ်။ ကင်မရာတွေ၊ မိုက်တွေ၊ မီးမောင်းတွေ ဝိုင်းနေတဲ့ ကြားက ဝါသနာအိုး၊ သတင်းထောက်တွေနဲ့အတူ နာမည်ကျော် “လောင် လာပါစန်”၊ “ဟယ်လ်ဒါဟော့ပါး” တို့အပါအဝင် ဆယ်လီက စင်ပေါ် တက် မိုက်ခရိုဖုန်းရှေ့ရပ်လိုက်တဲ့ သူမရဲ့ဘော့စ် ‘အမ်ဂျီအမ်’ ထုတ်လုပ်ရေး အကြီးအကဲ “ဒိုရေရှာရီ” ရဲ့ရှေ့မှာ ရပ်မိတယ်။ သူက အလုပ်ရှင်ပီပီ သူမကို နှုတ်ခွန်းဆက်ပြီး သူမရဲ့အိမ်အသစ် အမ်ဂျီအမ်မှာ သူမရဲ့ တောက်ပတဲ့အနာဂတ်အကြောင်း ချီးကျူးစကားခြွေခဲ့တယ်။ ‘ဆယ်လီ’ က မိုက်ခရိုဖုန်းရှေ့ ကင်မရာတွေ လှိမ့်ဝင်လာတုန်း “ဒိုရေရှာရီ” ကို ပြောလိုက်တာက “ကျေးဇူးတင်ပါတယ် မစ္စတာဝဲလ်မင်း” တဲ့။ ကျော် ကြားတဲ့ ဒါရိုက်တာကြီး “ဆေးဝဲလ်မင်း” လို့ ဒိုရေရှာရီကို အထင်မှား နေတာကိုး။

ကျွန်တော်က ယောက်ျားတစ်ယောက်အနေနဲ့ ရယ်ရပေမဲ့ သူမ ရဲ့ ကိုယ်စားလှယ်အေးဂျင့်အနေနဲ့ လန့်ဖျပ်သွားရတာပေါ့။ ဘော့စ်ကို

ဒါရိုက်တာလို့ မှားရတယ်တဲ့။ အရေးကြီးတဲ့ စတူဒီယိုလုပ်ငန်းမှာ အောင်မြင်လိုရင်တော့ ကိုယ့်ရဲ့အလုပ်ရှင် ထုတ်လုပ်ရေးအကြီးအကဲကို နာမည်မှားခေါ်သင့်ပါသလား။ သူမဟာ စတူဒီယိုမှာ နာမည်ကောင်း လျော့ပါးသွားပြီး သူမရဲ့အနာဂတ်လည်း အန္တရာယ်ရှိလာတော့တယ်။

တစ်လကျော်အကြာ “ဆယ်လီ” နဲ့ ကျွန်တော်တို့ “စန်တာမိုနီ ကာ” ပင်လယ်ကမ်းခြေ စားသောက်ဆိုင်တစ်ခုရောက်သွားတော့ ထောင့် တစ်နေရာက စားပွဲတစ်လုံးမှာ ကျွန်တော်လုပ်တဲ့အေဂျင်စီက အမှုသည် နာမည်ကျော်ဒါရိုက်တာ “ဘေးဝဲလ်မင်း” (ဇနီးသည် ဘော့စ်နဲ့မှားခဲ့သူ) ထိုင်နေတာ တွေ့ရတယ်။ ဒါနဲ့ ကျွန်တော်တို့ လင်မယားနှစ်ယောက် သူ့ဆီသွားနှုတ်ဆက်စကားပြောကြတယ်။ “မစ္စတာဝဲလ်မင်း၊ လွန်ခဲ့တဲ့ တစ်လကျော်လောက်က ကျွန်တော့်ဇနီးက ...” လို့ အစချီပြီး ရယ်စရာ ကောင်းအောင် လူမှားခဲ့ပုံကို ပြန်ဖောက်သည်ချရတယ်။

သူက ပြုံးပြီးပြန်ပြောလိုက်တာက “ဒါက အတော်ရယ်စရာ ကောင်းတဲ့ ပုံပြင်ပဲ။ ဒါပေမဲ့ ကျွန်တော်ကိုယ်တိုင်က ‘ဘေးဝဲလ်မင်း’ မဟုတ်သေးဘူးလေ။ ကျွန်တော်က ‘ပေါလ်ဟတ်ဆဲ’ပါ ...” တဲ့။

‘ပေါလ်’ က ကျော်ကြားတဲ့ ကြယ်ပွင့်သရုပ်ဆောင်တွေကို ရိုက် ပေးတဲ့ဓာတ်ပုံဆရာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါရိုက်တာ “ဘေးဝဲလ်မင်း” နဲ့ ရုပ်ချင်း တထေရာတည်းတူလှတာမို့ ကျွန်တော်ကိုယ်တိုင် ခဏခဏ လူမှားရ တယ်။ ကဲ ... သင်တွေ့တဲ့အတိုင်းပဲ ကျွန်တော်က ကိုယ် စကားပြောတဲ့ လူကို အတိအကျသိနေတာပဲ မဟုတ်ပါလား။

သင့်ဆိုလိုချက်ကို စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း ထိမိစေဖို့ ပထမက သင့်ဦးတည်ချက်ကို ဆုံးဖြတ်ရမယ်။ ဒုတိယက သင်လိုချင်တာကို သင့် ကိုပေးနိုင်မယ့် လူအုပ်စု (သို့) မှန်ကန်တဲ့လူပုဂ္ဂိုလ်ကို ဆုံးဖြတ်ဖို့ပါပဲ။ ဒီနောက် ဒီအုပ်စုနဲ့ လူပုဂ္ဂိုလ်နဲ့ ပတ်သက်သမျှအားလုံးကို သင် လေ့လာရ

ပါလိမ့်မယ်။ နောက်ဆုံးနဲ့ အရေးကြီးဆုံးကတော့ ထိုပုဂ္ဂိုလ် (သို့) လူ အုပ်စုက သင့်ထံက ဘာလိုချင်တယ်ဆိုတာကို သင်သိဖို့ပါပဲ။ ဒီကိစ္စ အလုပ်လုပ်ပုံက ခုလိုပါ။

လက်ထောက်ဘဏ်မန်နေဂျာဖြစ်သူ “ရစ်ချတ်ရန်ဒယ်” ဟာ သူ့ဌာနခွဲက မန်နေဂျာရဲ့အလုပ်က ပွင့်လင်းရမယ်ဆိုတာကို သိထား တယ်။ သူ့ရဲ့ဦးတည်ချက်က ရာထူးတက်ချင်နေတာပါပဲ။ သူ့ကို မှန်ကန် တဲ့လူအဖြစ် ရာထူးတိုးပေးနိုင်တဲ့ ကော်ပိုရိတ်အမှုဆောင်နဲ့အတူ အင်တာ ဗျူးဝင်ဖြေတယ်။ အမှုဆောင်လူကြီးနဲ့ပတ်သက်သမျှ သတင်းအချက် တွေအားလုံး သူစုဆောင်းတော့တယ်။ ဒီလူက ...

- \* အရက်ချိုးကပ်အောင် သောက်တယ်။
- \* သူ့ဘဝတစ်လျှောက်လုံး ဘဏ်လုပ်ငန်းမှာပဲ နစ်မြုပ်နေတယ်။
- \* ပုံပြောသူအဖြစ် စခဲ့တယ်။
- \* ဖောက်သည်တွေအပေါ် ယဉ်ကျေးပြီး ကပ်ငြိတတ်တယ်။
- \* သူ့ဝန်ထမ်းတွေကို ဂရုစိုက်တယ်။
- \* ဆန္ဒရမ္မက်ရှိသူတွေကို ကြိုက်နှစ်သက်တတ်တယ်။
- \* ဘဏ်ထဲက အလုပ်တွေအားလုံးကိုသိပြီး အာဏာပိုင်အနေ အထားက လူတွေအားလုံးကို စဉ်းစားပေးတယ်။
- \* ငွေကြေးတစ်ခုတည်းနဲ့ မောင်းတင်တတ်သူ မဟုတ်ဘူး။

‘ရစ်ချတ်’ဟာ ရာထူးတက်ဖို့ ဆွဲဆောင်ရမှာကို သိတယ်။ သူ့ ကိုယ်ပိုင်မဟုတ်ဘဲ အမှုဆောင်ရဲ့လိုအပ်ချက်နဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုကို ဖော်ပြရ မှန်းလည်း သိတယ်။ သူ့ကိုယ်သူ မေးတတ်တာက “အမှုဆောင်က ငါ့ဆီက ဘာကိုလိုချင်တာလဲ” လို့ပါပဲ။ ဒီမေးခွန်းကိုဖြေဖို့ သူ့ကိုယ်သူ အမှုဆောင်ရဲ့စိတ်ကိုသွင်းလို့ အမှုဆောင် စဉ်းစားနိုင်တဲ့အတိုင်းပဲ စဉ်းစား ကြည့်တယ်။ သူက အမှုဆောင်ဖြစ်လာရပြီပဲ။ သူ့ဆီက အမှုဆောင်

လိုချင်နေတာကို သူ ဆုံးဖြတ်တတ်သွားပါပြီ။

- \* သူ ဘာကြောင့် ငါ့ကို အလုပ်ပေးသင့်ကြောင်း ကောင်းတဲ့ အကြောင်းရင်းခံတွေကို သူလိုချင်တယ်။
- \* အလုပ်အကြောင်း ငါ ဘယ်လောက်များများသိထားသလဲလို့ သူကြည့်ချင်တယ်။
- \* ငါက တခြားလျှောက်သူတွေထက် ဘာကြောင့် ပိုကောင်းနေရကြောင်း သူသိချင်တယ်။
- \* ငါ ဒီအလုပ်ကို ဘာကြောင့် လုပ်နိုင်ကြောင်း စဉ်းစားသလဲဆိုတာ သူသိချင်တယ်။
- \* ငါ့ကိုယ်ငါ ယုံကြည်ချက်ရှိကြောင်းကို သူသိချင်တယ်။
- \* ဒီအလုပ်က ငါ့အတွက် အဓိပ္ပာယ်ရှိကြောင်း သူသိချင်တယ်။
- \* ငါ တခြားဝန်ထမ်းတွေ၊ ဖောက်သည်တွေ ဘယ်လို အဆင်ပြေပြေ ဆက်ဆံသွားမလဲဆိုတာ သူသိချင်တယ်။
- \* အင်တာဗျူးရဲ့ ဖိအားအောက်မှာ ငါ ဘယ်လိုပြုမူသလဲဆိုတာ သူသိချင်တယ်။
- \* မေးခွန်းတွေကို ငါ ဘယ်လိုကိုင်တွယ်သလဲဆိုတာ သူသိချင်တယ်။
- \* ငါ့ရဲ့ ရည်မှန်းချက်တွေက ဘာလဲဆိုတာ သူသိချင်တယ်။
- \* ငါ ဘယ်လိုလူစားလဲလို့ သူကြည့်ချင်တယ်။
- \* ငါ ဘယ်လောက် စမတ်ကျသလဲလို့ သူကြည့်ချင်နေတယ်။
- \* ငါ ဒီအလုပ်ကိုလုပ်နိုင်ကြောင်း ငါသက်သေပြတာကို သူလိုချင်တယ်။

အခု 'ရစ်ချတ်'ဟာ သူလိုချင်တာကိုသိရုံမက အမှုဆောင်က သူထံမှ ဘာလိုချင်မှန်းလည်း သိတယ်။ ဒါဟာ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာ

ရဲ့ ပုံသေနည်း အခြေခံဗဟုသုတပါပဲ။ အသံက ရှုပ်သွားပါသလား။ မဟုတ်ပါ။ သူ့ကိုအင်တာဗျူးမယ့် အမှုဆောင်ကိုသတ်မှတ်ရင်း “ရစ်ချတ်” က အမှုဆောင်ရဲ့ သူ့အပေါ် တခြားလူတွေထက် ပိုလိုလားကြောင်းကို ဆုံးဖြတ်နိုင်စွမ်း ရှိလာစေပါတယ်။ ဒါကြောင့် ရစ်ချတ်က အမှုဆောင်ကို အင်တာဗျူး ဘယ်လောက်ကြာကြာ စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း ပိုယုံကြည် လာတယ်။ ရစ်ချတ်က သူ့ဗဟုသုတ၊ သူ့စာတွေအကြံ၊ သူ့စိတ်အား ထက်သန်မှု၊ သူ့ရဲ့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်ယုံကြည်ချက်၊ အတိုချုပ်အားဖြင့် သူ့ရဲ့ ဒီအလုပ်ကို လုပ်နိုင်စွမ်းတွေကို လေးနက်လာစေပါတယ်။

သူ့ကို မူလကတည်းက သူ့အရည်အချင်းကိုယုံပြီး ကိုင်တွယ် နိုင်မယ်လို့ စိတ်ဝင်စားတဲ့အမှုဆောင်ဟာ “ဆော့ဖ်ဘောလ်” ကစားနည်း ကို အရူးအမူးစွဲလမ်းနေတယ်။

တကယ့်အချက်အလက်အရ သိရတာကတော့ အမှုဆောင်က ဘဏ်ရဲ့ ဆော့ဖ်ဘောလုံးအသင်းနောက်မှာ အဓိက တွန်းအားပေးနေသူ လည်း ဖြစ်ပါသတဲ့။ အင်တာဗျူးဖြေဖို့ အချိန်ကျလာတဲ့အခါ ရစ်ချတ်က ဒီအပိုသိလိုက်ရတဲ့ ဗဟုသုတကို လေးနက်အောင် လုပ်နိုင်တော့တယ်။ သူ့ရဲ့ ဗဟုသုတအဝဝ၊ သူ့ရဲ့ အတွေ့အကြုံ၊ သူ့ရဲ့ စိတ်အားထက်သန်မှု၊ သူ့ရဲ့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်ယုံကြည်မှုနဲ့ သူ့ရဲ့ကစားနည်းတွေကိုပါ ထည့် သွင်းဖြေကြားသွားပါတယ်။ အားလုံးက စက္ကန့် ၃၀၊ ဒီထက် လျော့ချင် လျော့ပေးဦးမယ့် အချိန်လေးအတွင်း ဖြေကြားသွားနိုင်တဲ့အတွက်ကြောင့် ဒီအလုပ်ကို သူရရှိသွားပါတော့တယ်။

သင့်ရဲ့ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာကို စတင်မပြင်ဆင်မီ သင် လိုချင်တာက ဘာပဲဖြစ်နေပါစေ ပိုကောင်းတဲ့အလုပ်၊ ချီးမြှောက်မှုတစ်ခု၊ အားလပ်ရက်ခရီးတစ်ခု၊ ကိုယ့်လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်တွေဆီက ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်မှု၊ ပြန်အမ်းငွေ၊ အလှူဒါနပြုမှု ဘာတွေပဲဖြစ်နေနေ သင်

နားထောင်ရမယ့်လူကို သိထားဖို့ကတော့ ကိုယ့်ကိုပိုလိုလားတဲ့ မျက်နှာ  
သာပေးမှု တုံ့ပြန်ချက်ကိုရရေးအတွက် အားလုံးရဲ့ အထက်ကနေတဲ့  
တစ်ခုတည်းသောအရာပဲ ဖြစ်တော့တယ်။

မှောင်ထဲက ပစ်မှတ်ကိုထိအောင်ပစ်ဖို့က သေချာတဲ့အရာ  
မဟုတ်ပါ။ အခု သင် ဒီပစ်မှတ်ကို မီးထွန်းညှိလိုက်ပါပြီ။ ဘယ်ကို  
ချိန်ရွယ်ရမလဲဆိုတာ သင်သိလိုက်ရပြီ။ ဘာကို သင်ထိမှန်ချင်မှန်းလည်း  
သင်သိနေပြီ။ နှစ်ခုစလုံးက သင်လက်နက်ကိရိယာဖြစ်တဲ့ စက္ကန့် ၃၀  
ခုံးကျည်ကို ပစ်လွှတ်ရေးပြင်ဆင်စဉ်မှာ မရှိမဖြစ်တဲ့အရာများပဲ ဖြစ်ပါ  
တယ်။

**စက္ကန့် ၃၀ အတွင်း လျော့ချင်လျော့ဦးမယ်**

မှန်ကန်တဲ့လူဆီ၊ သင်လိုချင်တာကို ပေးနိုင်မယ့်လူဆီ သွားဖို့  
ပါပဲ။

သင် စကားပြောနေတဲ့လူတွေ၊ ပုဂ္ဂိုလ်တွေနဲ့ပတ်သက်သမျှ  
ဖြစ်နိုင်သမျှ အချက်အလက်များများ သိထားရမယ်။

သင့်ရဲ့ နားထောင်သူကို ခွဲခြားသတ်မှတ်ပါ။ သင့်ထဲက သူ  
ဘာလိုချင်သလဲ။ သူ့ထံမှ ကိုယ့်ကို ပိုလိုလားမျက်နှာသာပေးမယ့်  
တုံ့ပြန်မှုမျိုးရရေးအတွက် တခြားအရာတွေထက် ပိုကဲတာတစ်ခုခု သင်  
ရနေရမယ်။

သင်နားဆင်သူကိုသိရင်း သူတို့ဘာလိုချင်တယ်ဆိုတာကိုပါ  
သိရှိရေးကတော့ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာရဲ့ ဒုတိယအခြေခံစည်းမျဉ်း  
ပဲ ဖြစ်ပါတော့တယ်။



### အခန်း [ ၄ ] မှန်ကန်တဲ့ ချဉ်းကပ်ခြင်း

အော့စ် (Oz) နယ်မြေထဲရောက်သွားတဲ့ “ဒေါ်ရသီ” ကို မှတ်မိပါစ။ သူမနဲ့ ခွေးကလေး “တိုတို” တို့ဟာ “ကင်းဆပ်” ကို ပြန်လာချင်တယ်။ စာခြောက်ရုပ်က ဦးနှောက်တွေ လိုချင်နေတယ်။ သံဖြူလူက အသည်းနှလုံးကို လိုချင်တယ်။ သူ့ရဲဘော်ကြောင်ခြင်္သေ့က သတ္တိကို လိုချင်တယ်။ ဒါတွေက သူတို့ရဲ့ဦးတည်ချက်တွေပါပဲ။ သူတို့လိုချင်တာတွေကိုပေးနိုင်တဲ့သူဟာ “အော့စ်က မှော်ဆရာကြီး” သာ ဖြစ်တယ်ဆိုတာလည်း သူတို့သိထားတယ်။ သူတို့စကားပြောရမယ့် မှန်ကန်တဲ့လူက သူပါပဲ။ ဒီအခိုက်အတန့်မှာ သူတို့ရဲ့ပြဿနာက မှော်ဆရာကိုတွေ့ဖို့ မြစ်မ်းရောင်မြို့တော်ဆီ ဘယ်လိုသွားရမယ်ဆိုတာပါ။ သူတို့ အုတ်ဝါရောင် လမ်းမအတိုင်းလိုက်ရမယ်။ ဒါဟာ သူတို့ရဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ပါပဲ။

စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာရဲ့ တတိယအခြေခံစည်းမျဉ်း ကတော့ “ကောင်းစွာပုံသေနည်းချထားတဲ့ ချဉ်းကပ်ချက်” ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်၊ ထိုနေရာကို ဘယ်လိုသွားမလဲ။

မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ဆိုတာ သင့်ကို ဦးတည်ချက်ရှိရာ ဦးဆောင်သွားစေတဲ့ ဝါကျတစ်ကြောင်း၊ အတွေးတစ်ခုပဲ ဖြစ်တယ်။

ဒီအတွေး (သို့) ဝါကျဟာ ဥပမာအနေနဲ့ရည်ညွှန်းနိုင်ပြီး အမြစ်တွယ်တဲ့ အယူအဆ၊ တွေးဆချက်၊ မောင်းနှင်နေတဲ့အင်အား၊ မဟာဗျူဟာ၊ ကစားနည်းစီမံကိန်း၊ သင့်သတင်းလွှာရဲ့ ရည်ရွယ်ရင်းအနှစ်ပဲဖြစ်တယ်။ မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်က သင့်အဆောက်အအုံရဲ့ အခြေခံအုတ်မြစ်ဖြစ်ပြီး ကိစ္စရဲ့နှလုံးသား၊ ခန္ဓာကိုယ်ရဲ့အရိုးစုငြိမ်းထည်၊ ဂီတတစ်လျှောက် ပြေးလွှားနေတဲ့သံစဉ်ပဲ ဖြစ်တယ်။ စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာထဲမှာ သင်လိုချင်တာကို ဆုံးဖြတ်လိုက်တာနဲ့၊ ဘယ်သူက သင့်ကိုပေးနိုင်ကြောင်း သိတာနဲ့ ချက်ချင်း ဒီနေရာရောက်ဖို့ အကောင်းဆုံးကို သင်ဆုံးဖြတ်ရတော့မယ်။ ဒါသည်ပင် မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ပါပဲ။

**မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ကို ဘယ်လိုရှာမလဲ**

သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက်နဲ့ သင့်ရဲ့နားဆင်သူကို သင့်ခေါင်းထဲ ထည့်ထားရင်း သင့်ကိုယ်သင် အောက်ပါမေးခွန်းများကို တစ်ကြောင်းတည်း သောဝါကျနဲ့ ဖြေဆိုပေးပါ။

- \* ဘာအကြောင်း ငါပြောရမှာလဲ။
- \* ငါ့ရဲ့ ကစားပွဲစီမံကိန်းရဲ့ အခြေခံကဘာလဲ။
- \* ငါပြောရမှာရဲ့ အသည်းနှလုံးက ဘာလဲ။
- \* ငါလိုချင်တာဆီ ငါ့ကို ဦးဆောင်ခေါ်သွားမယ့် အကောင်းဆုံး ရိုးရိုးရှင်းရှင်း ဖော်ပြချက်ကဘာလဲ။
- \* ဒီဖော်ပြချက်ပတ်လည်မှာ ကိစ္စတစ်ခုကို ငါသက်သက်သာသာ တည်ဆောက်နိုင်သလား။
- \* ဒီတစ်ခုနဲ့ ဆက်နွှယ်နေတဲ့ (သို့) ဒီတစ်ခုအတွင်း အံဝင်မယ့် အခြားအရာကျတဲ့ ဖော်ပြချက်တွေကော ရှိသေးလား။
- \* ဒီဟာက ငါ့ရဲ့ နားဆင်သူရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုနဲ့ လိုအပ်ချက်တွေနဲ့

ဆက်နွယ်နေရဲ့လား။

အဲသည့်မေးခွန်းတွေထဲက ဘယ်နှခုမဆို အဖြေက အတူတူ ဖြစ်နေရင် သင့်ဦးတည်ချက်နဲ့ သင့်နားဆင်သူရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုနဲ့ လိုအပ်ချက်တွေနဲ့ တိုက်ရိုက်ဆက်နွယ်နေခဲ့ရင်တော့ မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ကို သင် ရှာတွေ့ပြီပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ကျွန်တော်တို့ရဲ့ လက်ထောက်ဘဏ်မန်နေဂျာ “ရစ်ချတ် ရန်ဒယ်” ကို မှတ်မိပါလေစ။ သူက မန်နေဂျာအလုပ်ကို ရာထူးတိုးချင်နေတာလေ။ သူ အိမ်စာတွေ သူလုပ်ခဲ့တယ်။ သူ့ကို အင်တာဗျူးတဲ့ အမှုဆောင်အကြောင်း သူ သတင်းတွေတစ်ပုံကြီး ရထားတယ်။ သူ ဖော်ပြရမယ့်အချက်တွေကို သူသိတယ်။ အင်တာဗျူးအတွက် သူ ပြင်ဆင်ဖို့ရွေးထားတဲ့ ချဉ်းကပ်ချက်က သူ့ဗဟုသုတ၊ အတွေ့အကြုံ၊ စိတ်အားထက်သန်မှုနဲ့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ယုံကြည်ချက်တို့ကို လေးနက်စေတာ ဖြစ်တယ်။

ဦးတည်ချက်တစ်ခုကို အားထုတ်ဖို့ ချဉ်းကပ်ချက်အစွမ်းအစတွေ အရေအတွက်ကတော့ အကန့်အသတ်မရှိပါဘူး။ သင့်ရဲ့ စိတ်ကူးဉာဏ်က ခွင့်ပြုသလောက် များလှပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း တိတိကျကျပြတ်သားတဲ့ ဦးတည်ချက်တစ်ခုပဲ သင့်မှာရှိသင့်တယ်ဆိုထားကတည်းက သင်ရွေးချယ်ရမှာက ချဉ်းကပ်ချက်တစ်ခုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာအားဖြင့် သူမန်နေဂျာဖြစ်ချင်ကြောင်း အမှုဆောင်ကို ဖြေရာမှာ သူ့ဇနီးနဲ့ကလေးတွေအတွက် ငွေကြေးထောက်ပံ့ဖို့ လိုအပ်နေလို့ပါလို့ပြောနိုင်တယ်။ ဒါပေမဲ့ ဒီလိုချဉ်းကပ်ပြောခြင်းက အောင်မြင်ဖို့ အခွင့်အလမ်းနည်းလွန်းနေမယ်။ ဘာကြောင့်ဆိုရင် သူပြောတဲ့အချက်က အမှုဆောင်ရဲ့ လိုချင်တဲ့လိုအပ်ချက်တွေနဲ့ ဘာမှ မသက်ဆိုင်တဲ့အတွက် ကြောင့်ပဲ ဖြစ်နေလို့ပါ။

ဦးတည်ချက်နဲ့ ချဉ်းကပ်ချက်တို့က အံ့ချင်းချင်း မရှိမဖြစ် ဖြစ်ကြတာ တွေပါပဲ

စပိန်ရေပြင်ကြီးထဲ နစ်မြုပ်သွားတဲ့ သင်္ဘောမှာရှိသတဲ့။ သင့် ဦးတည်ချက်က ဒီရတနာတွေ သွားယူဖို့ပဲ။ ဒါပေမဲ့ ဘယ်လိုသွားယူ ရမှန်း သင်မသိဘူး။ ထိုဦးတည်ချက်မှာ စီမံကိန်းတစ်ခုရှိဘဲနဲ့တော့ ဘယ်လိုကောင်းနိုင်မှာတဲ့လဲ။ ရတနာရှိရာ သွားဖို့လေ။ နည်းလမ်းက မှန်ကန်တဲ့ ချဉ်းကပ်ချက်ရှိဖို့ပဲ။ မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်မရှိတဲ့ ဦးတည် ချက်ကတော့ သုံးလို့မရပါဘူး။

မနက်ခင်းမှာ သင်ထွက်ခွာသွားရမယ်။ ရဟတ်ယာဉ်ပဲဖြစ်ဖြစ်၊ ကုလားအုတ်စီးလို့ဖြစ်ဖြစ်၊ စက်တံစီးလို့ပဲဖြစ်ဖြစ် ရောက်အောင်သွားရဖို့ ရှိနေတယ်။ ဘယ်ဘက်သွားရမှန်းမသိသေးရင်တော့ သင် ရူးသွပ်နေ တာပဲဖြစ်လိမ့်မယ်။ မှန်တယ်။ ဒါပေမဲ့ ဦးတည်ချက်တစ်ရပ်မရှိဘဲ ချဉ်းကပ်ချက်တစ်ခုရဲ့ ပြည့်ဝတဲ့ ဥပမာသာခကတစ်ခုက ရှိနေတယ်။ ဦးတည်ချက်တစ်ရပ်မရှိတဲ့ မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ကတော့ သုံးလို့မရ ပါဘူး။

ဦးတည်ချက်နဲ့ မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်တို့က သီးခြားစီ လွတ် လပ်နေကြတယ်။ ဒီတော့ သင့်ဦးတည်ချက်က သင်အားထုတ်ရယူရ မယ့် ချဉ်းကပ်ချက်ကို ဩဇာလွှမ်းမိုးနေလိမ့်မယ်။ သင့်နားဆင်သူရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုတွေနဲ့ လိုအပ်ချက်တွေကိုသိတဲ့ သင့်ရဲ့ဗဟုသုတတွေက လည်း သင်ရွေးချယ်လုပ်မယ့် ချဉ်းကပ်ချက်ကို ဩဇာလွှမ်းမိုးနေမှာပဲ။ ဒါပေမဲ့ သင် မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်အပေါ်မှာ အခြေချမိတာနဲ့ ယင်းက သင့်ကို အသက်ကယ်ခါးပတ်လို၊ လေထီးတစ်ခုလို အမှုထမ်းလိမ့်မယ်။ ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားတဲ့ ချဉ်းကပ်ချက်ကို ရိုးရိုးဝါကျတစ်ကြောင်း တည်းနဲ့ ဖော်ပြနိုင်ခြင်းက သင်ပြောနေတာနဲ့ပတ်သက်လို့ မေ့သွားမှာကို

ဆန့်ကျင်နေတဲ့ အာမခံချက်ပဲဖြစ်ပါတယ်။ ယင်းက ရိုးရှင်းပြီး တိုက်ရိုက် ကျလို့ သင့်ကို အမြဲတမ်း သင့်ဦးတည်ချက်ကိုအားထုတ်ဖို့ လမ်းကြောင်း ပေါ်မှာ တည်မြဲထိန်းသိမ်းနေနိုင်စေမှာ ဖြစ်တယ်။ သင် လူတစ်ယောက် တည်းကိုဖြစ်စေ၊ ခန်းလုံးပြည့်လူအုပ်ကြီးကိုဖြစ်စေ စကားပြောနေရ လည်း အကြောင်းမဟုတ်ပါဘူး။

ကျွန်တော်ဟာ ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားတဲ့ ဦးတည်ချက်နဲ့ မှန်ကန်တဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ကို ရွေးချယ်ခြင်းရဲ့စွမ်းအားကို နှစ်သက်စွဲလမ်း တာကြောင့် သင် သူတို့ကို သုံးနိုင်တာထက်တောင် ကျွန်တော် ပိုသုံးဖြစ် သေးတယ်။ သူတို့ကို လုပ်ငန်းတိုင်းနဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးအခြေအနေတွေတိုင်း အတွက် သင်အသုံးပြုနိုင်ပါတယ်။ အောက်ပါဥပမာတချို့ကိုကြည့်ပါ။

**ဝန်ထမ်းများက ဘော့စ်သို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ ရာထူးတိုးရေး။  
ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ကုမ္ပဏီတစ်ခုက ခေါင်းဆောင်များ ရှင်သန်ကျန် ရစ်နေအောင် တိုးမြှင့်သွားရမယ်။

**မကျေနပ်တဲ့ ဖောက်သည်က ရောင်းသူသို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ ငွေပြန်ရရေး ဒါမှမဟုတ် လဲလှယ်ပေးရေး။  
ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ကောင်းမြတ်တဲ့ကုမ္ပဏီက သူတို့ရဲ့ ကုန်သွယ်ရေး နောက်က သင့်ရဲ့ဦးတည်ချက်ကို ကြိုက်ကြကြောင်း ငါသိတယ်။

**အလုပ်သမားတွေက အလုပ်ရှင်သို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ ချီးမြှောက်ခံရရေး။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ကျွန်တော့်အလုပ်ရဲ့တန်ဖိုးကို ကုမ္ပဏီသို့ သက်  
သေထူထားတယ်။

**ဘော့စ်က အလုပ်သမားတွေသို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ ချီးမြှောက်နေရခြင်းမရှိဘဲ အလုပ်သမားကို ထိန်း  
ထားရေး။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ အရာရာ အချိန်မီစေဖို့။

**ဖောက်သည်က နာမည်ရကုမ္ပဏီ (သို့) ဘဏ်သို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ မမှန်မကန် ကျသင့်ငွေ မပေးချေဖို့။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ကျသင့်တာတွေက မှန်ကန်ကြောင်း အတည်ပြု  
ပြီးတဲ့အခါ ကျွန်တော်ပေးရတာ ပျော်တယ်။

**အရောင်းသမားက ဖောက်သည်သို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ ဇနီးရဲ့ နှစ်ပတ်လည်အတွက် စိန်နားကပ် ဖောက်  
သည်ကိုရောင်းချရရေး။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ဇနီးကို သင်ချစ်ကြောင်းပြဖို့ ပိုကောင်းတဲ့ နည်း  
လမ်းကဘာလဲ။

**စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသမားက တခြားလူသို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ စာချုပ်ချုပ်နိုင်ရေး (သို့) သူမနဲ့ စကားပြောခွင့်  
ရရေး။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ အမျိုးသမီးတို့အတွက် ငွေကြေးလွတ်လပ်ရေးက  
အံ့ဩဖွယ်ရင်ခုန်မှုအသစ် ဖြစ်တယ်။

**ဖောက်သည်က အရောင်းသမားသို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ အကောင်းဆုံး ဝယ်ယူမှုရရေး။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ခင်ဗျားထုတ်ကုန်ကိုတော့ ကြိုက်ပါရဲ့။ ဒါပေမဲ့ ကျွန်တော့် ဘတ်ဂျက်က ကျပ်တည်းနေတယ်။

**ဆေးလိပ်မသောက်သူက တစ်ဖက်စားပွဲက ဆေးလိပ်သောက်သူသို့**

ဦးတည်ချက် ။ ။ သူ့ကို ဆေးလိပ်ဖြတ်အောင်လုပ်ရေး။

ချဉ်းကပ်ချက် ။ ။ ဆေးလိပ်ဆိုတာ အနံ့မခံနိုင်အောင် ဓာတ်မတည့် တဲ့အထိ ကျွန်တော့်မှာ ဖျားယူရတယ်။

သင်လိုချင်တာသိရေး၊ ဒါတွေ သင့်ဆီပေးနိုင်တဲ့သူကိုသိရေးနဲ့ ဘယ်လို ရအောင်ယူရေးကိုလည်း သိရေး၊ ဒါတွေက စကားပြောဆို ရေးသားချက် ဆက်သွယ်ရေးပုံစံတိုင်းအတွက် မရှိမဖြစ်ဆုံးသော အခြေခံ စည်းမျဉ်းသုံးရပ်ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီစည်းမျဉ်းတွေ ခေါင်းထဲ ခိုင်မာစွာ ရှိတာနဲ့ ကိုယ်ပိုင်စက္ကန့် ၃၀ သတင်းလွှာကို သင် အတူတကွ ပြင်ဆင်နိုင် ပါပြီ။ အောက်ပါဥပမာကို သုံးသပ်ကြည့်ပါ။

ဈေးကွက်ရေးရာ မန်နေဂျာတစ်ယောက်ဖြစ်သူ “ဘင်ဟော လစ်စတာ” က နှစ်ပတ်ကြာ အားလပ်ရက်ခရီးထွက်ချင်နေတယ်။ ဒီခရီးထွက်ရရေးကို သူ ခြောက်လကြာအောင် ရွှေ့ဆိုင်းနေရတာပါ။ ခုတော့ သူ့ဦးတည်ချက်က ခရီးထွက်ဖြစ်ရေးပါပဲ။ ခရီးထွက်ခွင့်ကို ဈေးကွက်အရာရှိက အိုကေဆိုပြီးပြီပဲ။ “ဘင်” ရဲ့ချဉ်းကပ်ချက်ကဘာလဲ။ သူ့ဘော့စ်ကို သူပြောပြရမှာက အောက်ပါစကားတွေပါပဲ။

“ကျွန်တော် ကြိုက်တာက နှစ်ပတ်ကြာခရီးပါပဲ။ ရှေ့လဆန်း ၁ ရက်နေ့မှာ စထွက်ဖို့ သတ်မှတ်ထားတယ်။ အရာရာ သေချာစွာ ဂရုစိုက်ပြီး နှစ်ပတ်ခွဲလောက် ရက်အားပေးနိုင်မယ်လို့ မျှော်လင့်ပါတယ်။