

ထိုးဖောက်ကျော်လွှား  
စဉ်းစားတွေးခေါ်မှု  
ခင်မောင်သန်း(စိတ်ပညာ)

HARVARD BUSINESS REVIEW  
ON BREAKTHROUGH THINKING

ယနေ့ စီးပွားရေးလောကမှာ

အကြားအမြင်များမှုဟာ အရေးပါနေသလို  
တီထွင်ဖန်တီးမှုကလည်း ခေတ်အဆက်ဆက်ထက်  
ပိုပြီးအဓိကကျလာတာကို တွေ့ရတယ်။

သို့ပေမယ့် ကုမ္ပဏီအတော်များများက လုပ်သားတွေရဲ့ တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို  
မရည်ရွယ်ဘဲနဲ့ အညွှန်ကျိုးအောင် လုပ်နေကြတယ်။ လုပ်သားတွေရဲ့ အတွင်းစိတ်က လာတဲ့  
စေ့ဆော်မှုကိုလည်း ဖိနှိပ်ခြေမှုပစ်နေကြတယ်။ အတွင်းစေ့ဆော်မှုဆိုတာ ပြင်းပြတဲ့  
စိတ်ထက်သန်မှုနဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုကို အခြေခံတယ်။  
တမင်သက်သက် ချိုးနှိမ်ပစ်နေတာတော့ မဟုတ်ပါဘူး။

စီးပွားရေးလုပ်ရာမှာ မရှိမဖြစ်လိုအပ်တဲ့  
ထုတ်လုပ်မှု၊ တွင်ကျယ်မှု၊ ထိန်းချုပ်မှုနောက်ကို လိုက်ရာက  
တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို သေးသိမ်အောင် လုပ်ပစ်သလို ဖြစ်လာတယ်။  
သည်လိုဖြစ်လာနိုင်အောင် ဆောင်ရွက်နိုင်ပါတယ်လို့ ယခုစာအုပ်က ဆိုပါတယ်။

စီးပွားရေးအတွက် အရေးပါတဲ့အလုပ်တွေနဲ့ တီထွင်ဖန်တီးမှုကို  
အတူပူးတွဲ လုပ်ကိုင်လိုရတယ်။  
တီထွင်ဖန်တီးမှုမှာ ကျွမ်းကျင်မှု၊ စိတ်ကူးစိတ်သန်းကောင်းပြီး  
ပြောင်းလွယ်၊ ပြင်လွယ်နိုင်တဲ့ အတွေးအခေါ်ရှိမှုနဲ့ စေ့ဆော်မှုဆိုတဲ့  
အင်္ဂါရပ်သုံးရပ် ပါဝင်တယ်။

ပထမနှစ်ခုက အချိန်ကုန်မယ်၊ စရိတ်စက ကြီးလေးမယ်။  
လုပ်သားရဲ့ အတွင်းစေ့ဆော်မှု အားကောင်းလာအောင်  
ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရင်တော့ ထိရောက်မှု ပိုမိုရရှိနိုင်တယ်။

မည်သို့သော လုပ်နည်းကိုင်နည်းများက  
တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို အညွှန်ကျိုးစေသည်၊  
မည်သို့လုပ်ဆောင်ပါက ဝံ့ဖြိုးစေသည်ကို . . . .



ထိုးဖောက်ကျော်လွှား စဉ်းစားတွေးခေါ်မှု၊ ခင်မောင်သန်း(စိတ်ပညာ)  
စာမူကိစ္စမှာ ၁၃၃ မူကိစ္စမှာ ၁၂.၈ ခင်တီ x ၁၈.၅ ခင်တီ

ထုတ်ဝေသူ - ဦးစန်းဦး စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ(၀၀၅၃၈)၊ ၈၅၊ ၁၆၄လမ်း၊ တာမွေ၊ ရန်ကင်း။  
ပုံနှိပ်သူ - ဒေါ်ဝင်းမာ၊ စိတ်ကူးချိုချိုပုံနှိပ်တိုက်(၀၀၄၁၂)၊ ၁၁၇၉၊ မစိုးရိမ်လမ်း၊ ရန်ကင်း။  
၂၀၂၀၊ အောက်တိုဘာလ၊ ဒုတိယအကြိမ်၊ အုပ်ရေ ၅၀၀၊  
၂၀၁၁၊ မြဝတီရည်စာပေတိုက်၏ပထမအကြိမ်မူ

ရောင်းဈေး ၁၈၀၀ ကျပ်

email: [skccph@gmail.com](mailto:skccph@gmail.com) ; P.O.Box: 705  
[www.facebook.com/SKCCmyanmarbook](http://www.facebook.com/SKCCmyanmarbook)  
[www.skccmyanmarbook.com](http://www.skccmyanmarbook.com)

### မာတိကာ

၁။ တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို အညွန့်ကျိုးအောင်လုပ်နည်း	၁
၂။ စားသုံးသူ၏ဆန္ဒဖော်ထုတ်ခြင်း	၁၇
၃။ ဦးနှောက်တစ်ခုလုံးကို အသုံးပြုပါ	၃၂
၄။ ရုပ်ရှင်ဒါရိုက်တာတစ်ဦး၏ တီထွင်ဖန်တီးမှု	၄၉
၅။ တီထွင်ဖန်တီးမှု၏ အဟန့်အတားများ	၆၇
၆။ ဆန်းသစ်တီထွင်မှု ပြုလုပ်ရန်အတွက် နည်းလမ်းများ	၈၈
၇။ စီမံခန့်ခွဲမှုစတင်အသစ်	၁၀၂
၈။ တန်ဖိုးအလေးထား တီထွင်မှု	၁၁၈





## တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို အညွန့်ကျိုးအောင်လုပ်နည်း

### အယ်ဒီတာမှတ်ချက်

ယနေ့ စီးပွားရေးလောကမှာ အကြားအမြင်များမှုဟာ အရေးပါနေသလို တီထွင်ဖန်တီးမှုကလည်း ခေတ်အဆက်ဆက်ထက်ပိုပြီး အဓိကကျလာတာကို တွေ့ရတယ်။ သို့ပေမယ့် ကုမ္ပဏီအတော်များများက လုပ်သားတွေရဲ့ တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို မရည်ရွယ်ဘဲနဲ့ အညွန့်ကျိုးအောင် လုပ်နေကြတယ်။ လုပ်သားတွေရဲ့အတွင်းစိတ်က လာတဲ့စေ့ဆော်မှုကိုလည်း ဖိနှိပ်ခြေမှုပစ်နေကြတယ်။ အတွင်းစေ့ဆော်မှုဆိုတာ ပြင်းပြတဲ့ စိတ်ထက်သန်မှုနဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုကို အခြေခံတယ်။

လုပ်သားတွေရဲ့ တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို မန်နေဂျာတွေက တမင်သက်သက် ချိုးနှိမ်ပစ်နေတာတော့ မဟုတ်ပါဘူး။ စီးပွားရေးလုပ်ရာမှာ မရှိမဖြစ်လိုအပ်တဲ့ ထုတ်လုပ်မှု၊ တွင်ကျယ်မှု၊ ထိန်းချုပ်မှုနောက်ကို လိုက်ရာက တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို သေးသိမ်အောင် လုပ်ပစ်သလို

ဖြစ်လာတယ်။ သည်လိုဖြစ်မလာနိုင်အောင် ဆောင်ရွက်နိုင်ပါတယ်လို့ ဟားဗတ်စီးပွားရေးတက္ကသိုလ်က ပါမောက္ခ T. M. Amabile က ဆိုပါတယ်။ စီးပွားရေးအတွက် အရေးပါတဲ့အလုပ်တွေနဲ့ တီထွင်ဖန်တီးမှုကို အတူပူးတွဲလုပ်ကိုင်လို့ရတယ်။ သို့ပေမယ့် မန်နေဂျာတွေရဲ့ အတွေးအခေါ်ကိုတော့ ပထမ ပြောင်းလဲပစ်ဖို့ လိုအပ်တယ်လို့ သူက ဆိုတယ်။

တီထွင်ဖန်တီးမှုမှာ အပိုင်းသုံးပိုင်းပါတယ်ဆိုတာ မန်နေဂျာတွေ သိဖို့လိုအပ်တယ်။ ကျွမ်းကျင်မှု၊ စိတ်ကူးစိတ်သန်းကောင်းပြီး ပြောင်းလွယ်၊ ပြင်လွယ်နိုင်တဲ့ အတွေးအခေါ်ရှိမှုနဲ့ စေ့ဆော်မှုဆိုတဲ့ အင်္ဂါရပ် သုံးရပ် ပါဝင်တယ်။ ပထမနှစ်ခုဖြစ်တဲ့ ကျွမ်းကျင်မှုနဲ့ ပြောင်းလဲမှုကို မန်နေဂျာတွေက လုပ်ပေးနိုင်တယ်။ သို့ပေမယ့် အချိန်ကုန်မယ်၊ စရိတ်စက ကြီးလေးမယ်။ လုပ်သားရဲ့ အတွင်းစေ့ဆော်မှု အားကောင်းလာအောင် ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရင် ထိရောက်မှု ပိုမိုရရှိနိုင်တယ်။

လုပ်သားတွေရဲ့ အတွင်းစေ့ဆော်မှု အားကောင်းလာအောင် လုပ်နိုင်တဲ့ နည်းလမ်းငါးသွယ်ရှိတယ်။ လုပ်သားတွေမှာ စိန်ခေါ်မှုရှိရမယ်။ အလုပ်လုပ်ကိုင်ရာမှာ သူတို့သဘောနဲ့ လွတ်လွတ်လပ်လပ်လုပ်နိုင်မှု ရှိရမယ်။ ကွဲပြားခြားနားတဲ့ လုပ်သားတွေ ပါဝင်တဲ့အုပ်စု ဖွဲ့စည်းပေးရမယ်။ ကုမ္ပဏီရဲ့အားပေးချီးမြှင့်မှု အစီအစဉ်ရှိရမယ်။ ပြီးတော့ အားပေးမှု အနည်းအများအလိုက် အဖွဲ့အစည်းရဲ့ အားပေးချီးမြှင့်မှု ရှိရမယ်။

နမူနာအနေနဲ့ လုပ်ငန်းစိန်ခေါ်မှုကို ကြည့်ရအောင်။ အလုပ်က သူ့ကို ဖိစီးမှုမဖြစ်စေဘဲ သူ့စွမ်းရည်အတွက် စိန်ခေါ်မှုဖြစ်စေတယ်ဆိုရင် အတွင်းစေ့ဆော်မှုက အမြင့်ဆုံး ဖြစ်လာတယ်။ လုပ်ငန်းနဲ့ သင့်တော်မှု ရှိမယ့် လုပ်သားတွေကို မန်နေဂျာတွေက ရွေးချယ်စေခိုင်းတတ်ရမယ်။

အလုပ်လုပ်ကိုင်ရာမှာ လွတ်လွတ်လပ်လပ်ရှိမှုကလည်း အတွင်းစေ့ဆော်မှုကို တိုးမြှင့်လာစေတယ်။ အကျိုးဆက်က တီထွင်ဖန်တီးမှု

ဖြစ်ပေါ်လာစေတယ်။ ဘယ်လိုလုပ်ရမယ်လို့ စေခိုင်းခြင်း မပြုရဘူး။ လွတ်လွတ်လပ်လပ် ဆုံးဖြတ်လုပ်နိုင်စေရမယ်။

လုပ်သားရဲ့ တီထွင်ဖန်တီးမှုနဲ့ ပတ်သက်လာရင် မန်နေဂျာတွေက ထူးခြားမှု၊ ပြောင်းလဲမှုရှိအောင် လုပ်နိုင်တယ်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုအနည်းငယ်သာရှိနေတဲ့ကုမ္ပဏီတွေအတွက် တကယ်အကျိုးထူးစေနိုင်တယ်။

\* \* \*

လွန်ခဲ့သည့် ၂၂ နှစ်ကျော်ကာလကတည်းက အဆက်အစပ်ရှိခဲ့ပြီး လေ့လာခဲ့သည့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းကို စဉ်းစားလိုက်သည့်အခါ ကျွန်ုပ်၏စိတ်အတွင်းဝယ် သံသယကင်းစွာ ရှိနေသည့်အချက်တစ်ချက် ပေါ်လာပါသည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုကို မြေတောင်မြှောက်ပေးရမည့်အစား အညွန့်ကျိုးအောင် လုပ်နေကြသည်ဟူသည့်အချက် ဖြစ်သည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုကို မန်နေဂျာများက အငြိုးကြီးကြီးနှင့် ဖိနှိပ်နေခြင်းကား မဟုတ်။ အသုံးချ၍ ရနိုင်သည့် စိတ်ကူးအသစ်များကို သူတို့ တန်ဖိုးထားကြပါသည်။ သို့သော်လည်း တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ် လုပ်သားများတွင် လျော့နည်းသွားအောင် လုပ်နေသလို ဖြစ်နေသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွက် မဖြစ်မနေ လုပ်ကိုင်ရသည့် ထုတ်လုပ်မှု၊ ထိန်းချုပ်မှုကို အလေးထားပြီး လုပ်ကိုင်ရသည့်အတွက် ဤသို့ ဖြစ်လာရသည်။

အရေးပါသည့် လုပ်ငန်းများကို လျစ်လျူရှုထားရန်မှာ မန်နေဂျာများအတွက် မဖြစ်နိုင်။ သို့သော်လည်း မလုပ်မဖြစ်သည့် အလုပ်များကို လုပ်ကိုင်နေစဉ်မှာပင် ရည်ရွယ်မှုမပါဘဲ တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို ခြေဖွဲ့ပစ်လိုက်ကြသည်။ ကျွန်ုပ် ပြုလုပ်ခဲ့သည့် သုတေသနအထောက်အထား

များအရ အလုပ်နှင့် ဖန်တီးမှု ပူးတွဲလုပ်နိုင်ကြောင်း သိခဲ့ရသည်။ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းအတွက် အရေးပါသည့်အလုပ်များကို ဆောင်ရွက်နေစဉ် တီထွင် ဖန်တီးလိုသည့် စိတ်ဓာတ် လုပ်သားများတွင် ဖွံ့ဖြိုးလာစေနိုင်သည်။

မည်သို့သော လုပ်နည်းကိုင်နည်းများက တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ် ကို အညွှန်ကျိုးစေသည်၊ မည်သို့လုပ်ဆောင်ပါက ဖွံ့ဖြိုးစေသည်ကို မန်နေဂျာများ သိနားလည်ထားရန် လိုအပ်သည်။

**စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှင့် တီထွင်ဖန်တီးမှု**

လူအများက တီထွင်ဖန်တီးမှုကို အနုပညာနှင့် ဆက်စပ်နားလည် ထားကြသည်။ ပင်ကိုစိတ်ကူးများ ထုတ်ဖော်ခြင်းဟုလည်း ယူဆကြ သည်။ ပက်ဘလိုပီကာဆိုသည် ပန်းချီပညာ၏ အစဉ်အလာမူများကို ပြင်ဆင်သတ်မှတ်သူ ဖြစ်သည်။ ဝီလီယံဖော့ကနာက ဝတ္ထုတစ်ပုဒ်၏ အဓိပ္ပာယ်ကို ပြုပြင်ပြောင်းလဲခဲ့သည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများတွင် ပင်ကို စိတ်ကူးရှိရုံမျှနှင့် မလုံလောက်။ အတွေးအခေါ်တစ်ရပ်သည် လုပ်ငန်း အတွက် သင့်လျော်မှုရှိရန် လိုအပ်သလို အသုံးလည်း တည့်ရသည်။ လုပ်၍ ကိုင်၍လည်း ဖြစ်နိုင်ရမည်။ လုပ်ငန်းလုပ်ဆောင်မှုအပေါ် တစ်နည်းနည်းနှင့် လွှမ်းမိုးနိုင်ရသည်။ ထုတ်လုပ်ရသည့် ပစ္စည်းသည် ပိုမိုကောင်းမွန်လာသလား၊ လုပ်ဆောင်မှု နည်းစနစ်သည် ဆန်းသစ်လာ သလား အကျိုးသက်ရောက်မှု တစ်ခုခုရှိရသည်။

တီထွင်ဖန်တီးမှုဟု ဆိုလိုက်လျှင် အနုပညာနယ်ပယ်ကိုသာ မြင်လာ တတ်သည့်အတွက် စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများအတွင်း တီထွင် ဖန်တီးမှုမှာ နေရာမရ ဖြစ်လာသည်။ ရှုပ်ထွေးမှု ဖြစ်လာသည်။

ဆွေးနွေးပွဲများတွင် မန်နေဂျာများအား ကျွန်ုပ် မေးမြန်းလေ့ရှိသည့် မေးခွန်းတစ်ခုမှာ ဤသို့ ဖြစ်သည်။

“ရှင်တို့ကုမ္ပဏီတွေမှာ တီထွင်ဖန်တီးမှု မလိုအပ်ဆုံးဌာနက ဘယ်ဟာလဲ”

ငွေစာရင်းဌာနတွင် တီထွင်ဖန်တီးမှု မလိုအပ်ကြောင်း ဖြေကြား ကြသည်။ သုတေသနနှင့် နည်းပညာဌာနတွင်သာ တီထွင်မှု လိုအပ်လိမ့် မည်ဟု ယူဆထားကြဟန် တူသည်။ အမှန်အားဖြင့် တီထွင်ဖန်တီးမှု၏ အကျိုးကို မည်သည့်ဌာနမဆို ခံစားနိုင်သည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုပါသည့် ငွေစာရင်းကိုင်မှုကို စဉ်းစားကြည့်ပါ။ တီထွင်မှုရှိပါက ထိရောက်သော အကျိုးကျေးဇူးများ ရရှိလာနိုင်သည်။

စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများနှင့် စနစ်တကျ လုပ်ကိုင်ရသည့် ဌာန များတွင် တီထွင်ဖန်တီးမှု ဝင်ရောက်လာမည်ကို သူတို့ စိုးရိမ်ကြသည်။ ဤအတွက် မန်နေဂျာများ၏အမြင်မှာ ဤမျှ ကျဉ်းမြောင်းနေခြင်း ဖြစ်သည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုဟူသည် စဉ်းစားတွေးခေါ်မှုနှင့်သာ သက်ဆိုင် သည်။ ပြဿနာကို တီထွင်မှုပါသည့် အတွေးအခေါ်နှင့် ချဉ်းကပ်ခြင်းဟု ယူဆထားကြသည်။ အမှန်အားဖြင့် စိတ်ကူးကောင်းခြင်းသည် တီထွင် ဖန်တီးမှု၏ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုသာ ဖြစ်သည်။ ကျွမ်းကျင်မှုနှင့် စေ့ဆော် မှုဟူသည့် အပိုင်းနှစ်ပိုင်း ရှိသေးသည်။

**အင်္ဂါရပ်သုံးခု**

တီထွင်ဖန်တီးမှု ပေါ်ပေါက်လာရန် လူတစ်ဦးတွင် အင်္ဂါရပ်သုံးခု ရှိရမည်ဖြစ်၏။ ကျွမ်းကျင်မှု၊ ဖန်တီးမှုပါသည့် အတွေးအခေါ်နှင့် စေ့ဆော်မှုဟူ၍ ရှိရသည်။ လုပ်သားများတွင် ထိုအင်္ဂါရပ်များ ဖွံ့ဖြိုးလာ အောင် မန်နေဂျာများက ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည်။

**ကျွမ်းကျင်မှု**

လုပ်ငန်းနှင့်ပတ်သက်ပြီး သိနားလည်ထားသမျှနှင့် လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်နိုင်သည့် အကြောင်းကိစ္စများသည် ကျွမ်းကျင်မှု ဖြစ်သည်။

**ဖန်တီးမှုပါသည့် အတွေးအခေါ် ပြုလုပ်တတ်မှု**

ပြဿနာဖြေရှင်းရန်အတွက် ချဉ်းကပ်ရာတွင် တွေးခေါ်မှု ပုံသေမဆန်ခြင်း၊ ပြောင်းလွယ်ပြင်လွယ်နိုင်ခြင်း၊ စိတ်ကူးစိတ်သန်း ကောင်းမွန်ခြင်းသည် ဖန်တီးမှုပါသည့် အတွေးအခေါ် ဖြစ်သည်။

**စေ့ဆော်မှု**

တစ်ခုခုလုပ်ကိုင်ပြုမူရန်အတွက် တွန်းအားပေးမှုသည် စေ့ဆော်မှု ဖြစ်၏။ စေ့ဆော်မှုများသည် တစ်ခုနှင့် တစ်ခု တူညီမှုမရှိကြ။ ဆုလာဘ်ရရန်အတွက် ပြဿနာကို ဖြေရှင်းသည်ထက် အတွင်းစိတ်ကလာသည့် ဆန္ဒနှင့် ပြဿနာကို ဖြေရှင်းခြင်းက တီထွင်မှု ပို၍ ဖြစ်စေသည်။

ဆေးဝါးထုတ်လုပ်သည့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုတွင် သိပ္ပံပညာရှင်တစ်ဦးသည် သွေးမတိတ်သည့် ဝေဒနာရှင်များအတွက် သွေးတိတ်ဆေးဖော်စပ်ရန် တာဝန်ပေးအပ်ခြင်းခံရသည် ဆိုပါစို့။ သူ၏ကျွမ်းကျင်မှုတွင် မည်သည့်အချက်များ ပါဝင်သနည်း။ ဆေးပညာနှင့် ဆက်စပ်နေသည့် အသိပညာ၊ ဓာတုဗေဒ၊ ဇီဝဗေဒ၊ ဇီဝဓာတုဗေဒနှင့် ပတ်သက်သည့် အသိပညာ၊ သိပ္ပံနည်းကျ စဉ်းစားတွေးခေါ်တတ်သည့် စွမ်းရည်များ ပါဝင်သည်။ ကျွမ်းကျင်မှုကို သူ မည်သို့ရရှိလာသနည်း။ မည်သို့ရရှိခဲ့သည်ဖြစ်စေ... ဤအချက်က အရေးပါမှု မရှိ။ တက္ကသိုလ်တစ်ခုမှ ဆည်းပူးတတ်မြောက်ခဲ့သည်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ အတွေ့အကြုံအရ

တတ်မြောက်လာသည်လည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ကျွမ်းကျင်မှု မြင့်လေလေ အကျိုးရှိလေလေ ဖြစ်၏။

မိမိစိတ်ကူးများကို အမြင်သစ်တစ်မျိုးဖြင့် အမျိုးမျိုး ပေါင်းစပ် အသုံးပြုနိုင်သည့် စွမ်းရည်သည် တီထွင်ဖန်တီးမှု ဖြစ်သည်။ ဤစွမ်းရည် သည် ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးစီ၏ ကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေးအပေါ် တည်မှီသည်။ ဆေးဝါးထုတ်လုပ်သည့် ကုမ္ပဏီမှ သိပ္ပံပညာရှင်သည် အခြားသူများ၏ အယူအဆနှင့် ဆန့်ကျင်တွေးခေါ်ရန် ဝန်မလေးသူဖြစ်ပါက တီထွင် ဖန်တီးမှုရှိဖို့ အလားအလာများသည်။ အခြားသူများနှင့် မတူခြားနား သည့် လုပ်နည်းကိုင်နည်းများနှင့် ပြဿနာကို ချဉ်းကပ်မည်ဖြစ်၏။ ဆက်စပ်မှုရှိဟန်မတူသည့် ပညာရပ်အသီးသီးမှ သူ၏အသိပညာများ ကို အသုံးပြုလိမ့်မည်။ ပြဿနာကို ပြောင်းပြန်လှန်ကာ စဉ်းစားမည် ဆိုပါက တီထွင်ဖန်တီးမှုစွမ်းရည်သည် ဖွံ့ဖြိုးလာသည်။ သွေးမတိတ် သည့် ဝေဒနာအတွက် ရုက္ခဗေဒပညာတွင် အဖြေရှာမည်။ အပင်များ၏ အစာရေကြောစနစ်ကို လေ့လာခြင်းဖြင့် လူသားများ၏ သွေးယိုစိမ့်မှု ပြဿနာအတွက် အဖြေရလာနိုင်သည်။

သူ့တွင် ဇွဲရှိရန်လည်း လိုအပ်သည်။ အခက်အခဲများကို ကြံ့ကြံ့ခံ နိုင်ရမည်။ ငြီးငွေ့ဖွယ်ရာကောင်းသည့် စမ်းသပ်မှုများကို တဖြည်းဖြည်း ချင်း ကြိုးပမ်းပြုလုပ်သွားသည်ဆိုပါက တီထွင်မှုပါသည့် ထိုးဖောက် ကျော်လွှားမှုဖြစ်ဖို့ အလားအလာ များလာသည်။ ပြဿနာသည် ခက်ခဲ နေပါက ခဏမျှ ဘေးဖယ်ထားကာ သစ်လွင်သော စိတ်ကူးများ၊ အမြင် များနှင့် အလုပ်ကို နောက်မှ လုပ်တတ်သည့် စွမ်းရည်ကလည်း တီထွင် ဖန်တီးမှုကို အားပေးသည်။

ကျွမ်းကျင်မှုနှင့် ဖန်တီးမှုပါသည့် တွေးခေါ်စဉ်းစားမှုများသည် ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦး၏ သဘာဝအရင်းအမြစ်များ ဖြစ်သည်ဟု ဆိုနိုင်သည်။

တတိယအင်္ဂါရပ်ဖြစ်သည့် စေ့ဆော်မှုက လက်တွေ့ မည်သို့လုပ်ဆောင်မည်ကို ပြဋ္ဌာန်းသတ်မှတ်ပေးသည်။ သိပ္ပံပညာရှင်သည် ဘွဲ့ဒီဂရီများ တသီတတန်းကြီးရှိနေသူ ဖြစ်နိုင်သည်။ ပြဿနာအဟောင်းကို အမြင်သစ်နှင့် မြင်တတ်သူလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ သို့သော် ထိုအလုပ်ကို လုပ်ကိုင်လိုသည့် ဆန္ဒမရှိပါက အကောင်အထည် ပေါ်လာမည်မဟုတ်ပေ။ သူ၏တီထွင်ဖန်တီးမှုကို ထုတ်ယူသုံးစွဲမှု ကင်းမဲ့နေလိမ့်မည်။ သို့မဟုတ် အခြားလုပ်ငန်းတစ်ခုခုတွင် အသုံးချနေပေလိမ့်မည်။

ကျွန်ုပ် ပြုလုပ်ခဲ့သည့် သုတေသန အထောက်အထားများအရ အမျိုးမျိုးသော စေ့ဆော်မှုများသည် တီထွင်ဖန်တီးမှုအပေါ် ခြားနားသောအကျိုးကို ဖြစ်လာစေကြောင်း သိရသည်။

စေ့ဆော်မှု နှစ်မျိုးရှိသည်။ ပြင်ပအခြေအနေများကြောင့် ပေါ်ပေါက်လာသည့် တွန်းအားသည် ပြင်ပစေ့ဆော်မှု ဖြစ်သည်။ မိမိစိတ်ဆန္ဒ၏ တွန်းအားကြောင့် ပေါ်ပေါက်လာသည့် စေ့ဆော်မှုသည် အတွင်းစေ့ဆော်မှု ဖြစ်သည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှု ဖွံ့ဖြိုးလာရေးတွင် အတွင်းစေ့ဆော်မှုက ပိုပြီးအရေးပါသည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများတွင် ဆုပေးမှု၊ ဒဏ်ပေးမှုကြောင့် ပြင်ပစေ့ဆော်မှု ဖြစ်ပေါ်လာသည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုအတွက် ဤသို့ ပြုလုပ်မှုက ပြဿနာ ဖြစ်လာစေနိုင်သည်။ သွေးတိတ်စေသည့် ဆေးဝါးတွေ့ရှိမှုအတွက် ငွေကြေးဆုရစေနိုင်သလို အောင်မြင်မှုမရသည့်အတွက် အလုပ်မှ ထုတ်ပယ်ခံရနိုင်သည်။ ဆုရရန် သို့မဟုတ် ပြစ်ဒဏ်ကို ရှောင်ရှားရန်အတွက် လုပ်သားများ အလုပ်လုပ်ကြသည်။

မန်နေဂျာများ အသုံးပြုလေ့ရှိသည့် ပြင်ပစေ့ဆော်မှုမှာ ငွေကြေးဖြစ်သည်။ ဆုငွေက တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို အဟန့်အတား မဖြစ်စေသော်လည်း များသောအားဖြင့် အထောက်အကူလည်း ဖြစ်မလာပေ။

ငွေကြေးနှင့် ထိန်းချုပ်ခံရသည်ဟူသော ခံစားမှုလုပ်သားများတွင် ပေါ်ပေါက်လာစေနိုင်သည်။ လုပ်ငန်းအပေါ် စွဲလမ်းမှုဖြစ်လာအောင် ငွေကြေးသက်သက်ဖြင့် မလုပ်နိုင်။ လခတိုးပေးလိုက်သည့်အတွက် ငြီးငွေ့ဖွယ်ရာဖြစ်သည့် အလုပ်သည် အလိုအလျောက် စိတ်ဝင်စားဖွယ် ရာ ဖြစ်လာမည်မဟုတ်ပေ။

ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦး၏ စိတ်အတွင်းမှလာသည့် အလုပ်အပေါ် စွဲလမ်းမှုနှင့် စိတ်ဝင်စားမှုသည် အတွင်းစေ့ဆော်မှုဖြစ်သည်။ သိပ္ပံပညာရှင်သည် သွေးမတိတ်သည့် ရောဂါအပေါ်အလွန်အမင်း စိတ်ဝင်စားသည်ဆိုပါက ထိုအလုပ်သည် သူ့အဖို့ အတွင်းစေ့ဆော်မှု ဖြစ်လာစေလိမ့်မည်။ သူ့အတွက် စိန်ခေါ်မှုလည်း ဖြစ်စေပြီး စိတ်ပျော်ရွှင်မှုကိုလည်း ပေးလိမ့်မည်။ သူ့လုပ်နေသည့် အလုပ်ကပင် စေ့ဆော်မှု ဖြစ်လာသည်။

**တိထွင်ဖန်တီးမှု ဖွံ့ဖြိုးလာအောင်**

လုပ်သားများတွင် ကျွမ်းကျင်မှု၊ ဖန်တီးမှုပါသည့် တွေးခေါ်မှုနှင့် စေ့ဆော်မှုဟူသော အင်္ဂါသုံးရပ် ဖွံ့ဖြိုးလာအောင် မန်နေဂျာများက လုပ်ဆောင်ပေးနိုင်သည်။ ပထမနှင့် ဒုတိယအင်္ဂါရပ်များ ဖွံ့ဖြိုးလာအောင် ဆောင်ရွက်ရသည်မှာ ခက်ခဲပြီး အချိန်လည်း ကြာသည်။ အတွင်းစေ့ဆော်မှု မြင့်မားလာအောင် လုပ်ဆောင်ပေးရသည်က ဤမျှ ခက်ခဲမှုမရှိ။ အဖွဲ့အစည်း၏ ပတ်ဝန်းကျင်အခြေအနေကို မသိမသာ ပြောင်းလဲပေးရုံမျှနှင့် အတွင်းစေ့ဆော်မှု ဖွံ့ဖြိုးလာစေနိုင်သည်။

မန်နေဂျာများ လုပ်ဆောင်နိုင်သည့် အလုပ်များကို ကဏ္ဍပိုင်းခြားလိုက်ပါက လက္ခဏာခြောက်ရပ်ကို တွေ့ရမည်ဖြစ်၏။

### စိန်ခေါ်မှု

တီထွင်ဖန်တီးမှု ဖွံ့ဖြိုးလာရေးအတွက် မန်နေဂျာများ အသုံးပြုနိုင်သည့် လွယ်ကူပြီး ထိရောက်သောနည်းလမ်းမှာ လုပ်သားနှင့် တာဝန်ကို သင့်လျော်မှုရှိအောင် ပြုလုပ်ပေးခြင်းဖြစ်သည်။ အလုပ်သည် လုပ်သားအတွက် သူ၏ ကျွမ်းကျင်မှုကို အသုံးပြုနိုင်စေရမည်။ အတွင်းစေ့ဆော်မှုကို ဖြစ်စေရမည်။ လူမှန် နေရာမှန် ဖြစ်လာပါက သူ၏စွမ်းရည်ကို အဆုံးစွန်အထိ ဆွဲဆန့် အသုံးချနိုင်မည်ဖြစ်၏။ သို့သော်လည်း အတိမ်းအစောင်းခံမည်မဟုတ်။ ဆွဲဆန့်မှုများလွန်းပါက အစွမ်းကုန် လုပ်လိုက်ရသည့်အတွက် ဖိစီးမှု ဖြစ်လာစေသည်။ နည်းလွန်းပါက အလုပ်သည် လုပ်သားအဖို့ ငြီးငွေ့ဖွယ်ရာ ဖြစ်နေပေလိမ့်မည်။ တာဝန်သည် လုပ်သားအတွက် မလွယ်လွန်း၊ မခက်လွန်းဖြစ်နေရန် လိုအပ်သည်။

သင့်လျော်သည့်တာဝန် ပေးအပ်နိုင်ရေးအတွက် မန်နေဂျာသည် လုပ်သားအကြောင်း ကောင်းကောင်း သိနေရန် လိုအပ်သည်။ လုပ်ငန်းအကြောင်းကိုလည်း နှံ့နှံ့စပ်စပ် သိနေရမည်။ သို့သော် ဤအလုပ်သည် မလွယ်ကူ၊ သိလိုသည်ဆိုပါက အချိန်ယူ လုပ်ကိုင်ရမည်ဖြစ်၏။ ဤအတွက်ကြောင့် လုပ်ငန်းနှင့် အံဝင်ခွင်ကျသည့် လုပ်သားအား ရွေးချယ်နေရာချထားမှု မပြုကြခြင်းဖြစ်သည်။ ထိုအခါ လုပ်သား၏ ဖန်တီးလိုစိတ်ကို အညွန့်ချိုးပစ်သလို ဖြစ်လာသည်။ အလုပ်နှင့် လုပ်သားအံဝင်ခွင်ကျအောင် နေရာချထားခြင်း မပြုတတ်သည့်အတွက် လက်လွတ်စပယ်လုပ်လာကြသည်။

### လွတ်လပ်စွာ လုပ်ကိုင်ရမှု

အလုပ်လုပ်ရာတွင် လုပ်သားများအား လွတ်လပ်စွာ လုပ်ကိုင်ခွင့် ပေးခြင်းဖြင့် တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို တိုးပွားလာစေနိုင်သည်။ လွတ်

လွတ်လပ်လပ် လုပ်ကိုင်ခွင့်ပေးခြင်းဟူသည် ဦးတည်မှုကို လွတ်လပ်စွာ ရွေးချယ်ခွင့်ပေးခြင်း မဟုတ်၊ လုပ်နည်းကိုင်နည်းကိုသာ လွတ်လပ်ခွင့် ပေးခြင်း ဖြစ်၏။ တောင်တက်ရာတွင် မည်သို့ တက်ရမည်ဟု သတ်မှတ် ပေးခြင်းမရှိ။ တက်ရမည့်တောင်ကိုသာ သတ်မှတ်ပေးထားသည်။ ပန်းတိုင်ကို တိတိကျကျ သတ်မှတ်ပေးထားခြင်းဖြင့် တီထွင်ဖန်တီးလို စိတ်ကို ဖွံ့ဖြိုးလာစေနိုင်သည်။

အလုပ်ကို လွတ်လပ်စွာ လုပ်ကိုင်ခွင့်ပေးခြင်းက အတွင်းစေ့ဆော် မှုကို တိုးမြှင့်လာစေသည်။ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းကို လုပ်ကိုင်နေရသည့် သဖွယ် ခံစားမှုရလာစေသည်။ လုပ်သား၏ အတွေ့အကြုံနှင့် ကျွမ်းကျင် မှုကို အသုံးပြုခွင့်ရလာစေသည်။ အလုပ်သည် သူတို့အတွက် ခက်ခဲနေ မည်ဖြစ်သော်လည်း အားသွန်ခွန်စိုက် ကြိုးပမ်းကာ စိန်ခေါ်မှုကို ရင်ဆိုင် လာမည်ဖြစ်၏။

မန်နေဂျာ၏ လုပ်ဆောင်မှုသည် လွဲမှားနေနိုင်သည်။ လုပ်သား များ ဦးတည်ရမည့် ပန်းတိုင်ကို ထင်ထင်ရှားရှား သတ်မှတ်ပေးထား ခြင်း သို့မဟုတ် ပန်းတိုင်ကို မကြာခဏ အပြောင်းအလဲလုပ်ခြင်းဖြင့် လွတ်လပ်စွာ လုပ်ကိုင်မှုကို မန်နေဂျာများက ဟန့်တားကြသည်။ လွတ် လွတ်လပ်လပ် လုပ်ကိုင်ခွင့် ပေးထားသော်လည်း ဦးတည်မှုကို မသိပါက လုပ်အားသည် အချည်းအနီး ဖြစ်လာသည်။

လွတ်လပ်စွာ လုပ်ကိုင်ခွင့် ပေးထားသည်ဟု ဆိုသော်လည်း နာမည်သာရှိပြီး ညွှန်ကြားချက်အတိုင်း တိတိကျကျ လိုက်နာဆောင်ရွက် နေရသည်ဆိုပါက အဓိပ္ပာယ်ရှိမည် မဟုတ်ပေ။ လမ်းညွှန်ချက်အတိုင်း ဆောင်ရွက်ခြင်းမရှိပါက အရေးယူခံရမည်ကို စိုးရိမ်နေရသည့်အတွက် တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ် ပေါ်ပေါက်လာမည်မဟုတ်ပေ။

**အရင်းအနှီး**

တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို ထိပါးစေနိုင်သည့် အရင်းအနှီး နှစ်ရပ်မှာ အချိန်နှင့် ငွေ ဖြစ်၏။ မန်နေဂျာက ထိုနှစ်ရပ်ကို စနစ်တကျ အသုံးပြုရသည်။ မှန်ကန်မှုရှိနေပါက တီထွင်ဖန်တီးမှု ဖွံ့ဖြိုးလာစေသလို လွဲမှားနေပါက အညွန့်ချိုးလိုက်သလို ဖြစ်လာသည်။

အချိန်ကို စဉ်းစားကြည့်ပါ။ စီးပွားရေးပြိုင်ဘက်တစ်ဦးက အလွန်ကောင်းသည့် ပစ္စည်းတစ်ခုကို သင် ရောင်းချသည့်ဈေးထက် လျော့ပြီး ရောင်းမည့်အခြေအနေ ရှိနေသည်ဆိုပါစို့။ ထိုအခြေအနေက လုပ်သားများ၏ တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို လှုံ့ဆော်ပေးနိုင်သည်။ ပိုပြီး မြန်မြန် ဆန်ဆန် လုပ်လိုသည့်ဆန္ဒ ပေါ်ပေါက်လာစေနိုင်သည်။

လုပ်ငန်းပြီးစီးရမည့်အချိန်ကို မှန်မှန်ကန်ကန် မပြောဘဲ လိမ်ညှာပြောဆိုမည်၊ သို့တည်းမဟုတ် အချိန်တိုအတွင်း ပြီးစီးအောင် အတင်းအကျပ် ခိုင်းစေမည်ဆိုပါက တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို ချေမှုန်းပစ်ရာ ရောက်သည်။ မန်နေဂျာအပေါ် လုပ်သားများက သင်္ကာမကင်းဖြစ်လာနိုင်သလို ခွန်အားကုန်ခန်းမှုလည်း ဖြစ်သွားစေနိုင်သည်။

လုပ်သားတစ်စုနှင့် စီမံကိန်းတစ်ခုကို ဆောင်ရွက်သည် ဆိုပါစို့။ လုပ်သား မည်မျှလိုအပ်သနည်း၊ ငွေမည်မျှ သုံးစွဲမည်နည်း၊ အခြားအရင်းအနှီးများလည်း လိုအပ်သလော၊ မန်နေဂျာက သိအောင် လုပ်ဆောင်ရမည်ဖြစ်၏။ လိုအပ်သည်ထက် ပိုပေးခြင်းက တီထွင်ဖန်တီးမှုကို ဖွံ့ဖြိုးမလာစေနိုင်။ ထို့အတူ နည်းနေပါကလည်း ဖန်တီးလိုစိတ်လျော့နည်းနေမည်ဖြစ်၏။ ဤသဘောကို မန်နေဂျာများက နားမလည်သည့်အတွက် အမှားတစ်မျိုး ထပ်ပြီး ကျူးလွန်လာကြပြန်သည်။ အရင်းအနှီးကို စစ်စီသုံးစွဲနေသည့်အတွက် လုပ်သားများ၏ တီထွင်ဖန်တီးမှုမှာ အရင်းအနှီး လုံလုံလောက်လောက်ရရှိရေးကို ဦးတည်နေကြရသည်။

ပစ္စည်းအသစ် ထုတ်လုပ်မှု၊ ဝန်ဆောင်မှုအသစ်ပေးနိုင်ရေးအတွက် မဟုတ်တော့။

လုပ်သားအုပ်စု၏ အင်္ဂါရပ်

တီထွင်ဖန်တီးမှုရှိသည့် လုပ်သားအုပ်စုတစ်စုကို တည်ဆောက် လိုပါသလား။ ထိုအုပ်စုတွင် မည်သို့သော အင်္ဂါရပ်ရှိသည့် လုပ်သားများ ပါဝင်စေသင့်သနည်း။

လုပ်သားတစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး အင်္ဂါရပ်ချင်း ကွဲပြားကာ တစ်ယောက် ကိုတစ်ယောက် အထောက်အကူ ပြုကြသည်ဆိုပါက တီထွင်ဖန်တီးမှု သည် ဖွံ့ဖြိုးလာသည်။ ထို့ကြောင့် အုပ်စုဖွဲ့ရာတွင် မည်သို့သော အင်္ဂါရပ် ရှိသည့် လုပ်သားများ ပါဝင်စေသင့်သည်ကို အလေးထားရမည်။

စီမံကိန်းတစ်ခုအတွက် လုပ်သားအုပ်စုဖွဲ့ရာတွင် လိုအပ်သည့် အခြားအချက်များလည်း ရှိသေးသည်။ ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်သို့ သွားရာ တွင် တူညီသော စိတ်အားထက်သန်မှုရှိသည့် လုပ်သားများ ပါဝင်စေရ မည်။ အချင်းချင်း ကူညီရိုင်းပင်းလိုစိတ်လည်း ရှိရမည်။ တစ်ဦးက ထူးခြားသည့် အမြင်တစ်ရပ်ကို တင်ပြလာပါက ကျန်လုပ်သားများက အသိအမှတ်ပြုရမည်။ ထိုအခြေအနေက လုပ်သားများ၏ အတွင်း စေ့ဆော်မှုကို အားပေးရုံမက ကျွမ်းကျင်မှုနှင့် ဖန်တီးမှုပါသည့် တွေးခေါ် မှု တိုးမြှင့်လာစေသည်။

အုပ်စုဖွဲ့ပေးနိုင်ရန်အတွက် လုပ်သားအကြောင်းကို မန်နေဂျာက နှိုက်နှိုက်ချွတ်ချွတ် သိထားရန် လိုအပ်သည်။ တစ်ဦးချင်း၏ စွမ်းရည် သာမက ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုအပေါ် သူတို့၏ သဘောထားကိုလည်း သိထားရမည်။ ဤသို့သော အုပ်စုကို ဖွဲ့စည်းရန် ခက်ခဲသော်လည်း ရရှိလာပြီဆိုပါက အလွန်ပင် အားကောင်းသည့်အုပ်စု ဖြစ်လာနိုင်သည်။

သာမန်အားဖြင့် အုပ်စုဖွဲ့စည်းရာတွင် မန်နေဂျာများက တူညီသည့် အင်္ဂါရပ်ရှိသူများနှင့် ဖွဲ့စည်းလေ့ရှိသည်။ စွမ်းရည်၊ ကျွမ်းကျင်မှု၊ သဘောထား၊ စေ့ဆော်မှုတွင် တူညီသူများကို ပေါင်းစပ်လိုက်သည့်အခါ ညီညွတ်မှုရှိသည့်အုပ်စုကို ရလာသည်။ စိတ်ဓာတ်အားဖြင့်လည်း မြင့်မားနေမည် ဖြစ်၏။ သို့သော် ထိုသို့သောအုပ်စုက တီထွင်ဖန်တီးမှုရှိသည့် တွေးခေါ်မှုတွင် မြင့်မားလာအောင် ဆောင်ရွက်မှု မပြုနိုင်။ သူတို့တွင် တူညီသည့် ပုံသေအမြင် ရှိနေပေလိမ့်မည်။

**စီမံခန့်ခွဲသူတို့၏ အားပေးမှု**

မန်နေဂျာအများစုသည် အလုပ်အလွန်များကြသည်။ ထုတ်လုပ်မှု မြင့်မားနေရန် အထက်၏ ဖိအားပေးမှုကို အစဉ်အမြဲ ခံနေကြရသည်။ ထို့ကြောင့် လုပ်သားများ၏ တီထွင်ဖန်တီးလိုမှုကို အသိအမှတ် မပြုနိုင် ဖြစ်ရသည်။ မန်နေဂျာများ၏ ပေါ့ပေါ့ဆဆ သဘောထားမှုကြောင့် တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်မှာ အညွန့်ချိုးခံရသလို ဖြစ်လာသည်။

လုပ်သားများ၏ စိတ်ကူးစိတ်သန်းအသစ်များကို ကုမ္ပဏီများက ပွင့်လင်းသောစိတ်နှင့် လက်မခံလိုကြ။ လက်ခံမည်ဆိုလျှင်လည်း အချိန် ယူပြီး အထပ်ထပ်အခါခါ စစ်ဆေးတတ်ကြသည်။ ပြင်းပြင်းထန်ထန် ဝေဖန်ကြသည်။ ရက်ပေါင်းများစွာ တုံ့ပြန်မှုမရှိဘဲ နေတတ်ကြသည်။

စိတ်ကူးအသစ်ဆိုတိုင်း တန်ဖိုးရှိမည်ဟု မပြောနိုင်။ သို့သော် လည်း တီထွင်ဖန်တီးမှုကို အညွန့်ကျိုးအောင်လုပ်သည့်အကျင့် မန်နေဂျာ အချို့တွင် ရှိနေတတ်သည်။ စိတ်ကူးအသစ်ကို ဆက်လက်စူးစမ်းမည့် အစား အသုံးမပြုဘဲနေရန် အကြောင်းရှာကြသည်။ ဝေဖန်တတ်သူကို လူတော်ဟု အထက်လူကြီးများက ထင်မှတ်လိမ့်မည်ဟု ယုံကြည်ကြ သည်။ သူတို့၏ယုံကြည်မှုသည် လက်တွေ့ဘဝတွင် မှန်ကန်မှုရှိသည်။

သို့သော် တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်မှာ အညွန့်ချိုးခံလိုက်ရသည်။ လုပ်သားများ၏ အတွင်းစေ့ဆော်မှုမှာ လျော့နည်းလာရသည်။

စီးပွားရေးလောကတွင် စိတ်ကူးတစ်ခုသည် အောင်မြင်မှုရပါမှ တီထွင်ဖန်တီးမှုဟု ခေါ်ဆိုနိုင်သည်။ သို့သော်လည်း စမ်းသပ်မကြည့်ဘဲ နှင့် စိတ်ကူးအကြောင်းကို သိနိုင်မည်မဟုတ်။ အချို့သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများတွင် အလုပ်မဖြစ်သည့် စိတ်ကူးများသည် အလုပ်ဖြစ်သည့် စိတ်ကူးများလိုပင် အသုံးဝင်မှုရှိသည်။ ဤသဘောကို နားမလည်ပါက လုပ်သား၏ အတွင်းစေ့ဆော်မှုမှာ တဖြည်းဖြည်းနှင့် လျော့နည်းကွယ်ပျောက်သွားမည်ဖြစ်၏။

စံနမူနာပြုအဖြစ် မန်နေဂျာများက လုပ်ကိုင်ပြသခြင်းဖြင့် တီထွင်ဖန်တီးမှုကို အထောက်အကူ ဖြစ်စေနိုင်သည်။ ခက်ခဲသောအလုပ်များကို ဇွဲရှိရှိ လုပ်ကိုင်ပြသခြင်း၊ ပူးပေါင်းလုပ်ဆောင်မှုကို အားပေးခြင်း၊ အုပ်စုအတွင်း အချင်းချင်း ဆက်သွယ်စေခြင်းဖြင့် တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ်ကို အထောက်အကူ ဖြစ်လာစေနိုင်သည်။

**အဖွဲ့အစည်း၏ အားပေးမှု**

လုပ်ငန်းကြီးကြပ်သူ မန်နေဂျာ၏အားပေးမှုက တီထွင်ဖန်တီးလို စိတ်ကို ဖွံ့ဖြိုးစေသည်မှာ မှန်သော်လည်း အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုလုံး၏ ထောက်ခံအားပေးမှုကို ရရှိပါက ဖွံ့ဖြိုးမှု ပိုမိုဖြစ်ပေါ်လာစေသည်။ ဤတာဝန်မှာ ကုမ္ပဏီကို ဦးဆောင်ဦးရွက်လုပ်သူ၏ တာဝန်ဖြစ်သည်။ တီထွင်ဖန်တီးမှုကို ဦးစားပေး တန်ဖိုးထား ချီးမြှောက်သည့် စနစ်တစ်ခု ကုမ္ပဏီတွင် ရှိရမည်။ သင့်လျော်သည့် အလေးထား အားပေးမှုမရှိပါက သူတို့အား ဂရုမစိုက်ဟူသောစိတ်ထား လုပ်သားများတွင် ပေါ်ပေါက်လာစေနိုင်သည်။

အဖွဲ့အစည်းအတွင်း အချင်းချင်း တိုက်ခိုက်မှု၊ အုပ်စုဖွဲ့မှု၊ အတင်း ပြောမှုရှိနေပါက တီထွင်ဖန်တီးလိုစိတ် ပျက်ယွင်းသွားစေသည်။ လုပ်သား များ၏အာရုံကို အလုပ်မှ ဖယ်ခွာသွားစေမည်ဖြစ်၏။

သင့်ကုမ္ပဏီတွင် တီထွင်ဖန်တီးမှုကို အားပေးလိုသည်ဆိုပါက အညွန့်ကျိုးစေမည့် အခြေအနေများကို ရှောင်ရှားရမည်။ ဖယ်ရှားပစ်ရ မည်။ ဤသို့ ပြုလုပ်ပေးရုံနှင့် မလုံလောက်။ တီထွင်ဖန်တီးမှု ဖွံ့ဖြိုးလာ အောင် အားသွန်ခွန်စိုက် ဆောင်ရွက်ပေးရမည်။ ထိုအခါ တီထွင်ဖန်တီးမှု သည် သင့်ကုမ္ပဏီတွင် ရပ်တည်နိုင်ရုံမက ရှင်သန်ဖွံ့ဖြိုးလျက် ရှိနေပေ လိမ့်မည်။



## စားသုံးသူ၏ဆန္ဒ ဖော်ထုတ်ခြင်း

### အယ်ဒီတာ၏မှတ်ချက်

ကုန်ပစ္စည်းအသစ် ထုတ်လုပ်နိုင်ဖို့နဲ့ ဝန်ဆောင်မှုအသစ်ပေးနိုင်ဖို့ အတွက် ကုမ္ပဏီတွေက လေ့လာကြတယ်။ ဈေးကွက်သုတေသနပြုလုပ်ခြင်းက သမားရိုးကျနည်းလမ်းတစ်ခုပါ။ ပြောတတ်ဆိုတတ်တဲ့ စားသုံးသူတစ်စုကို တွေ့ဆုံမေးမြန်းတယ်။ စားသုံးသူ အသေအချာသိထားတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုကို လက်ရှိအခြေအနေထက် ပိုကောင်းအောင် ပြုပြင်မယ်ဆိုရင် သည်နည်းတွေက အလွန်ပဲ သင့်လျော်တယ်။ ဥပမာ၊ အဆင့်မြင့် ဇိမ်ခံကားအတွင်း ဝင်လိုက်ရင် ထိုင်ခုံတွေရဲ့အနံ့က ဘယ်လိုရှိရမယ်၊ မော်တော်ဆိုင်ကယ်ရဲ့ အင်ဂျင်သံကို နားထောင်လိုက်ရင် ဆိုင်ကယ်ရဲ့ ပါဝါကို ခံစားလာရအောင် ဘယ်လိုလုပ်ပေးရမယ်ဆိုတဲ့ကိစ္စတွေမှာ အသုံးပြုနိုင်တယ်။

သိသာ၊ မြင်သာတဲ့ အကြောင်းကိစ္စတွေကိုသာ တိုးတက်ကောင်းမွန်အောင် ဆောင်ရွက်ပေးရတာ မဟုတ်ဘူး။ စားသုံးသူတွေ မသိသေး

မမြင်သေးတဲ့ အချက်အလက်တွေကိုလည်း ကုမ္ပဏီတွေက ရှာဖွေဖြည့်ဆည်းပေးဖို့ လိုအပ်တယ်။ သည်ကိစ္စကို ဆောင်ရွက်ရာမှာ စားသုံးသူရဲ့ ဆန္ဒဖော်ထုတ်တဲ့နည်း (Empathic design) ကို အသုံးပြုနိုင်တယ်။

သည်နည်းကို အသုံးပြုမယ်ဆိုရင် စားသုံးသူတွေကို ကုမ္ပဏီမှာ ခေါ်ယူမေးမြန်းမှု မလုပ်ရဘူး။ ကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို စားသုံးသူ လက်ရှိအသုံးပြုနေတဲ့ဝန်းကျင်ကို လေ့လာသူတွေက သွားရောက်ရှုမှတ်ရတယ်။ သည်လိုလုပ်တဲ့အတွက် သူတို့မသိသေးတဲ့ အချက်တွေကိုတောင် သိလာနိုင်တယ်။ ဥပမာ၊ မြက်ရိတ်စက် အသုံးပြုနေတဲ့ စားသုံးသူရဲ့ အိမ်ကို သွားရောက်လေ့လာရင် မမျှော်လင့်တာတွေကို တွေ့လာနိုင်တယ်။ ဓားသွားမှာ မြက်တွေ ကပ်မနေအောင် စားသုံးဆီနဲ့ပက်ဖျန်းနေတာကို မန်နေဂျာတစ်ယောက် တွေ့ခဲ့ရတယ်။ စားသုံးဆီဆိုတာ ချက်ပြုတ်ရာမှာ အသုံးပြုရတာ မဟုတ်လား။ အခုတော့ မြက်ရိတ်စက်မှာ အသုံးပြုလာတာကို တွေ့လာရတယ်။ စားသုံးသူကို တွေ့ဆုံမေးမြန်းရာမှာ သူတို့ ပြောမပြတဲ့အချက်တွေကို သူ့ပတ်ဝန်းကျင်မှာ သွားလေ့လာရင် သိရနိုင်တယ်။ လင်မယားနှစ်ယောက်ဟာ မိနီဗင်ရဲ့ နောက်ခန်းကခုကို ဖြုတ်ပြီး ဆိုဖာတစ်ခုကို တင်ဖို့ ကြိုးပမ်းနေတာကို နီဆန်းကုမ္ပဏီရဲ့ ဒီဇိုင်းဌာနက ဥက္ကဋ္ဌက တွေ့မြင်လိုက်ရတယ်။ မိနီဗင်က နီဆန်းကုမ္ပဏီရဲ့ ပြိုင်ဘက်က ထုတ်လုပ်တာဖြစ်တယ်။ သည်လို တွေ့မြင်လိုက်ရတော့ ဥက္ကဋ္ဌကြီးမှာ စိတ်ကူးကောင်းတစ်ခု ရလိုက်တယ်။

ဒေါ်ရော်သီလီအွန်နာနဲ့ ဂျက်ဖရီရေးပို့တို့ ဖော်ပြတဲ့ အဆင့်ငါးဆင့်ပါ စားသုံးသူရဲ့ ဆန္ဒဖော်ထုတ်နည်းကို အသုံးပြုရတာ လွယ်ကူတယ်။ စရိတ်စကလည်း နည်းတယ်။ ဒုက္ခလည်း မများဘူး။ ပြီးတော့လည်း လုပ်ငန်းအသစ်လုပ်ကိုင်ဖို့ ကုမ္ပဏီကို ညွှန်ပြပေးနိုင်တယ်။

\* \* \*

**စားသုံးသူ၏ဆန္ဒဖော်ထုတ်ပြီး တီထွင်ဖန်တီးမှုပြုလုပ်ပါ**

ကုမ္ပဏီတိုင်းလိုလိုပင် တီထွင်ဖန်တီးမှု ပြုလုပ်ပြီး အချင်းချင်း ယှဉ်ပြိုင်ကြရသည်။ စားသုံးသူ၏လိုအင်ဆန္ဒကို ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်မှသာ ကုန်ပစ္စည်းအသစ် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုအသစ်သည် စီးပွားရေးအရ အောင်မြင်မှုရနိုင်မည်ဖြစ်၏။ ‘စားသုံးသူနှင့် နီးနီးကပ်ကပ်နေပါ’၊ ‘စားသုံးသူအသံကို နားထောင်ပါ’ ဟူသော စကားများသည် စီမံခန့်ခွဲမှု ၏ဆောင်ပုဒ်များ ဖြစ်လာသည်။ ကုန်ပစ္စည်းအသစ် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုအသစ်များ ပြုလုပ်နိုင်ရန်အတွက် စားသုံးသူ၏ ညွှန်ပြောဆိုမှုကို အသုံးပြုရာတွင် အခက်အခဲနှင့် ကြုံတွေ့ကြရသည်။ စားသုံးသူက မည်မျှပြောဆိုနိုင်မည်နည်း၊ သူ၏အတွေ့အကြုံနှင့် ဖန်တီးနိုင်မှု စွမ်းရည်က ပြဋ္ဌာန်းနေမည်ဖြစ်၏။ စားသုံးသူကိုယ်တိုင် မသိသည့်ဆန္ဒကို ကုမ္ပဏီက မည်သို့ ဖော်ထုတ်ပါမည်နည်း။ စားသုံးသူတွင် လိုအင်များ၊ ဆန္ဒများ ရှိနေမည်ဖြစ်သော်လည်း ထိုဆန္ဒကို တီထွင်ဖန်တီးမှု မပြုနိုင်၊ အကောင်အထည် မဖော်နိုင်ဟု ယူဆပြီး ထုတ်ဖော်ပြောဆိုခြင်း မရှိဟု ဆိုပါစို့။ ထိုအခါ ဒီဇိုင်းပြုလုပ်သူက မည်သို့ တီထွင်ထုတ်လုပ်ပေးနိုင်ပါမည်နည်း။

စားသုံးသူ၏ ဆန္ဒဖော်ထုတ်နည်းဟု ကျွန်ုပ်တို့အမည်ပေးထားသည့် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုပါက ထိုပြဿနာများကို ဖြေရှင်းပေးနိုင်ပေလိမ့်မည်။ ထိုနည်းများ၏အခြေခံအချက်မှာ ရှုမှတ်လေ့လာခြင်း ဖြစ်၏။ စားသုံးသူက ကုန်ပစ္စည်းကို မည်သို့အသုံးပြုသနည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုကို မည်သို့ရယူသနည်း။ ပုံမှန်အသုံးပြုနေသည့် သူ၏ဝန်းကျင်သို့ သွားရောက်လေ့လာရသည်။ အခြားနည်းလမ်းများနှင့် မရနိုင်သည့် သတင်းအချက်အလက်များကို ရရှိလာမည်ဖြစ်ပေ၏။

**မေးမြန်းခြင်းဖြင့် အဖြေမရနိုင်သည့်အခါ**

ကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို စားသုံးသူက ကောင်းကောင်း နားလည်သည်ဆိုလျှင် သမားရိုးကျ သုတေသနနည်းလမ်းများကို အသုံးပြုနိုင်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းဝယ်ယူရေးအတွက် ဆုံးဖြတ်ရာတွင် မည်သည့်အချက်များက အရေးပါမှုရှိသနည်း၊ မည်သို့သော သူများသည် အလားအလာရှိသည့် စားသုံးသူများ ဖြစ်လာနိုင်သနည်း စသည့် ပြဿနာများအတွက် အဖြေရှာပေးနိုင်မည်ဖြစ်၏။

ဇိမ်ခံကား၊ တန်ဖိုးမြင့်ကားတစ်စီး ဝယ်ယူရာတွင် ထိုင်ခုံများ၏ အနံ့သည် အဖိုးတန် သားရေအနံ့ဖြစ်စေရန် စားသုံးသူများက မျှော်လင့်ထားကြသည်။ မော်တော်ဆိုင်ကယ်တစ်စီး၏ အင်ဂျင်ပါဝါသည် အရေးကြီးသလို အင်ဂျင်သံကလည်း အရေးပါသည်။ နီဆန်း၏ နိုင်ငံတကာ ဒီဇိုင်းပညာရှင်များသည် သားရေအမျိုးပေါင်း ၉၀ မှ အမေရိကန်လူမျိုးများ နှစ်သက်သည့် သားရေအနံ့ သုံးမျိုးကို ရွေးယူကြသည်။ ထိုနည်းတူ ဟာလီဒေးဗစ်ဆန် ဆိုင်ကယ်အတွက် ပါဝါနှင့် လျင်မြန်မှုကို ညွှန်ပြသည့် အင်ဂျင်အသံကိုရအောင် အသေးစိတ် ညှိယူကြသည်။ စားသုံးသူများကလည်း ထိုကိစ္စများနှင့် အကျွမ်းဝင်ပြီးဖြစ်သည့်အတွက် သူတို့ဆန္ဒကို ပြောပြနိုင်ကြသည်။

သူတို့ ဖြစ်စေလိုသည့်ဆန္ဒ စားသုံးသူများတွင် ရှိသည်။ ထိုဆန္ဒများကို ထုတ်ဖော်ပြောဆိုပါက အကောင်အထည်ဖော်၍ ရနိုင်သည်။ သို့သော် သူတို့သည် လက်ရှိအခြေအနေနှင့် အကျွမ်းဝင်လွန်းသည့်အတွက် သူတို့၏ဆန္ဒကို ဖြည့်ဆည်းပေးရန် တောင်းဆိုဖို့ မစဉ်းစားမိကြ။ အလေ့အထကြောင့် အဆင်မပြေမှုများ ဖြစ်ပေါ်လာရသည်။ ဈေးကွက် သုတေသနပြုလုပ်သူတို့အား သူတို့၏ ဆန္ဒထုတ်ဖော်ပြောဆိုနိုင်မှု မရှိကြပေ။

အထက်ဖော်ပြပါ အကြောင်းများကြောင့် မိမိရလိုသော အချက် အလက်များကို သမားရိုးကျ နည်းလမ်းများနှင့်ဆိုပါက ရနိုင်လိမ့်မည် မဟုတ်။ သုတေသနပြုလုပ်သူတို့ မျှော်လင့်ထားသည့်အတိုင်း စားသုံးသူ တို့က အဖြေပေးလာကြလိမ့်မည်။ သက်ဆိုင်မှုမရှိသည့် အဖြေကို ပေးမိ ပြီး အရှက်ရခြင်းမှ ရှောင်ရှားရန်အတွက် မေးမြန်းသူတို့အကြိုက် ဖြေဆို မှုလည်း ရှိလာလိမ့်မည်။

**စားသုံးသူအား ရှုမှတ်လေ့လာမှု**

စားသုံးသူအား ရှုမှတ်လေ့လာခြင်းဖြင့် အလွန်တန်ဖိုးရှိသည့် အခြေခံအချက်အလက်များကို ရရှိလာနိုင်သည်။

စားသုံးသူတစ်ဦးသည် ခေါင်းလျှော်ရန်အတွက် ခေါင်းလျှော်ရည် ထုပ်ကို ဖွင့်သည်ဆိုပါစို့။ လွယ်လွယ်နှင့် သူ ဖွင့်၍ရသလော၊ ခက်ခဲ လွန်းလှသည့်အတွက် ကတ်ကြေးတစ်ချောင်း ရှာနေရသလော။

ဒစ်ဂျစ်တယ် လက်ပတ်နာရီတစ်လုံးကို ဝယ်ယူပြီး အချိန်တိုက် ရန်အတွက် ညွှန်ကြားချက်များကို ဖတ်ရှုရာတွင် များစွာ ခက်ခဲနေ သလော။

စမ်းသပ်ခန်းအတွင်း မဟုတ်ဘဲ သူ နေထိုင်ရာဝန်းကျင်တွင် စားသုံး သူ၏အပြုအမူကို လေ့လာခြင်းသည် Empathic design technique ဖြစ်သည်။ ဤနည်းဖြင့် စားသုံးသူ၏ ဆန္ဒကို သိလာနိုင်သည်။ အချက် အလက် ငါးမျိုးရရှိလာမည်ဖြစ်၏။

**အစပျိုးပေးသည့် အချက်များ**

သင်၏ ကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို အသုံးပြုလာစေ ရန် မည်သည့်အခြေအနေများက အစပျိုးပေးသနည်း။ သုံးစွဲရာတွင်

သင် မျှော်လင့်ထားသည့်အတိုင်း စားသုံးသူများက အသုံးပြုကြသလော။

Cheerios အမှတ်တံဆိပ် နံနက်ခင်း စားသောက်ဖွယ်ရာ အစားအစာဖြစ်သည့် ဆီရီယယ်ကို အိမ်ရှင်မများက အစားအစာတစ်ခုအဖြစ် အဓိကထားပြီး ဝယ်ယူနေကြခြင်း မဟုတ်။ သူတို့၏စိတ်ဝင်စားမှုမှာ တစ်မျိုးဖြစ်၏။ ဆီရီယယ်ကို အိတ်အတွင်းထည့်ပြီး သယ်ယူသွားနိုင်သည်။ ကလေးများအား တစ်ခုစီ ဝေငှပေးနိုင်သည်။ ဤသို့ ပြုလုပ်နိုင်သည့်အတွက် ကလေးများမှာ အလုပ်ရှုပ်နေပြီး မိခင်အား အနှောင့်အယှက်ပေးမှု လျော့နည်းသွားစေသည်။

စားဆီကို ပုလင်းအတွင်းထည့်ပြီး ပက်ဖျန်း၍ရအောင် ပြုလုပ်ရောင်းချသည့်အခါ မြက်ရိတ်စက်တွင် မြက်များမကပ်အောင် အသုံးပြုနိုင်သည်ကို မန်နေဂျာက တွေ့လာရသည်။ သူ မျှော်လင့်မထားသည့် အသုံးပြုမှုကို တွေ့မြင်ရခြင်း ဖြစ်၏။

မျှော်လင့်မထားသည့် ဤသို့သော အသုံးပြုမှုများက ကုန်ပစ္စည်းအသစ်ပြုလုပ်ရန် တီထွင်ဖန်တီးမှုကို လှုံ့ဆော်ပေးသည်။ ထို့ပြင် ဈေးကွက်အသစ်အတွင်းသို့ ဝင်ရောက်ရေးအတွက် အထောက်အကူလည်း ဖြစ်လာစေသည်။

**သုံးစွဲသူ၏ပတ်ဝန်းကျင်**

မိမိထုတ်လုပ်သည့်ပစ္စည်းကို သုံးစွဲသူ၏ ပတ်ဝန်းကျင်တွင် သွားရောက်လေ့လာပါက အရေးပါသည့်အချက်များကို သိမြင်လာနိုင်သည်။

ဓာတ်ခွဲခန်းသုံးပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်သည့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုမှ အင်ဂျင်နီယာများသည် စားသုံးသူထံ သွားရောက်လည်ပတ်ရာမှ မိမိပစ္စည်း၏ ချွတ်ယွင်းချက်ကို တွေ့မြင်လာကြသည်။ ထိုကိရိယာက လေထုညစ်ညမ်းမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေကြောင်း တွေ့ရသည်။ နောက်ထပ်

ထုတ်လုပ်မည့် ပစ္စည်းများတွင် ထိုချွတ်ယွင်းမှုကို ပြင်ဆင်ပေးရန် စိတ်ကူး ရလာသည်။ အသုံးပြုနေသူတို့မှာ ကျင့်သားရနေသည့်အတွက် ဆိုးရွား သည့်အနံ့ကို သတိမထားမိကြ။ မထွက်အောင် လုပ်ဆောင်ပေးဖို့ တောင်းဆိုရန်လည်း မစဉ်းစားမိခဲ့ကြပေ။ ပစ္စည်းကို ပြုပြင်ပေးလိုက်သည့် အခါ အပြိုင်အဆိုင် ဈေးကွက်တွင် မိမိပစ္စည်း ပိုမိုရောင်းချလာရသည် ကို ထုတ်လုပ်သူများ တွေ့ကြရသည်။

**စားသုံးသူ၏စိတ်ကြိုက်လုပ်ဆောင်ပေးမှု**

သူတို့အတွက် အသုံးတည့်ရန် စားသုံးသူများသည် သင်၏ ပစ္စည်းကို ပြန်လည်မွမ်းမံကြသလား၊ သင့်ကုမ္ပဏီမှ ထုတ်လုပ်လိုက် သည့် ပစ္စည်းပေါ်တွင် အမည်တပ်ခြင်း၊ ညွှန်ကြားချက်များရေးခြင်း စသည်တို့ကို ပြုလုပ်ကြသလား။ သင် ရှုမြင်တတ်ပါက အဖိုးတန် အချက်အလက်များ ရရှိလာနိုင်သည်။

ဂျပန်ကား ဝယ်ယူအသုံးပြုသူများသည် သူတို့စိတ်ကြိုက် ကား ကို ပြန်လည်မွမ်းမံတတ်ကြသည်။ စားသုံးသူတို့၏လိုအင်ကို ဖြည့် ဆည်းပေးနိုင်ရန် နီဆန်းနှင့် တိုယိုတာတို့က ဒီဇိုင်းအလုပ်ရုံများကို ကယ်လီဖိုးနီးယားပြည်နယ် တောင်ပိုင်းတွင် တည်ဆောက်ထားကြ သည်။ ပစ္စည်း ပိုမိုတင်ဆောင်နိုင်ရန်အတွက် ထရပ်ကားတွင် နေရာ ကျယ်ကျယ် ပိုပြီး လိုချင်ကြသလော၊ အင်ဂျင်ပါဝါ ပိုကြီးကြီး လိုချင်ကြ သလော၊ မည်သို့သောအရောင်ကို ပိုပြီး နှစ်သက်ကြသနည်း။ စားသုံး သူတို့ အသုံးပြုပုံကို ရှုမှတ်လေ့လာပြီး ဆက်လက်ထုတ်လုပ်သည့် ကား များကို ပြုပြင်ပြောင်းလဲပေးနိုင်မည်ဖြစ်သည်။

**သိသာမြင်သာမှုမရှိသည့် အင်္ဂါရပ်များ**

သင်ထုတ်လုပ်သည့်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် သင်၏ ဝန်ဆောင်မှုတွင် သိသာမြင်သာမှုမရှိသည့် အင်္ဂါရပ်များ ပူးတွဲပါရှိနေနိုင်သည်။ မည်သို့သော အနံ့က စားသုံးသူကို ဆွဲဆောင်နေသနည်း။ မိမိပစ္စည်း၏ ထူးခြားသောအချက်များကို အသုံးပြုပြီး ပိုမိုရောင်းချလာရအောင် တီထွင်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။ မိမိပစ္စည်း၏ ထူးခြားသောအချက်များကို အသုံးမပြုတတ်ပါက ဆုံးရှုံးမှုနှင့် ရင်ဆိုင်လာရနိုင်သည်။

**ထုတ်ဖော်ပြောဆိုခြင်းမရှိသည့် စားသုံးသူ၏လိုအင်**

မိမိသုံးစွဲနေသည့် ပစ္စည်းနှင့် စပ်လျဉ်းပြီး အခက်အခဲများကို ကြုံတွေ့နေရပါက သူတို့ပြောပြတတ်မည်မဟုတ်။ အခက်အခဲဖြစ်နေမှန်းလည်း မသိ။ ထိုသို့သော စားသုံးသူများကို လေ့လာရာတွင် ဆန္ဒဖော်ထုတ်နည်း (Empathic design) ကို အသုံးပြုပါက ကြီးမားသော အကျိုးကျေးဇူးများကို ရရှိစေနိုင်သည်။

Hewlett - Packard ကုမ္ပဏီမှ ပစ္စည်းထုတ်လုပ်သူတစ်ဦးသည် ခွဲစိတ်ကုဆရာဝန်တစ်ဦး အလုပ်လုပ်နေသည်ကို ထိုင်ပြီး ကြည့်နေ၏။ လူနာနှင့် ခွဲစိတ်ဓားကိုင်ထားသည့် သူ၏ လက်ကို တီဗီမျက်နှာပြင်ပေါ်တွင် မြင်တွေ့နေရသည်။ ထိုပုံကို ကြည့်ပြီး ခွဲစိတ်ဆရာဝန်အလုပ်လုပ်နေသည်။ မကြာခဏလိုပင် အခန်းအတွင်း သူနာပြုဆရာမများ ဝင်ထွက်သွားလာကြသည့်အတွက် မြင်ကွင်းမှာ စက္ကန့်အနည်းငယ်မျှ ဖုံးကွယ်သွားသည်ကို တွေ့ရသည်။ ခွဲစိတ်မှုလုပ်ငန်းကို အနှောင့်အယှက်ဖြစ်သွားစေသော်လည်း မည်သူမှ ညည်းညူပြောဆိုခြင်း မရှိ။ လုပ်မြဲအတိုင်း လုပ်ကိုင်နေကြသည်။ ဆရာဝန် ခေါင်းဆောင်းစရာတစ်ခုနှင့် သူ့မျက်စိရှေ့တွင် ခွဲစိတ်နေသည့်လုပ်ငန်း ဖုံးကွယ်မှုမရှိဘဲ ဆက်လက်

မြင်နေရအောင် လုပ်ပေးနိုင်ပါက များစွာ အထောက်အကူဖြစ်မည်ကို ဒီဇိုင်းပြုလုပ်သူက တွေးမိသည်။ ဤပစ္စည်းကို ထုတ်လုပ်ပေးနိုင်သည့် အခြေအနေကုမ္ပဏီတွင်လည်း ရှိသည်။ ခွဲစိတ်ဆရာဝန်အတွက် လုပ်ငန်း လုပ်ဆောင်ရာတွင် များစွာ လွယ်ကူစေပြီး တိကျမှုလည်း ပိုမိုရရှိလာနိုင် သည်။ သို့သော် ထိုသို့သော ကိရိယာပြုလုပ်ပေးရန် တောင်းဆိုဖို့ စားသုံးသူက သိမည်မဟုတ်ပေ။

ထုတ်ဖော်ပြောဆိုခြင်းမရှိသည့် စားသုံးသူ၏လိုအင်ကို သာမန် အချိန်မှာပင် တွေ့မြင်နိုင်သည်။ နီဆန်းကုမ္ပဏီ၏ ဒီဇိုင်းဌာနမှ ဥက္ကဋ္ဌ ဖြစ်သူ ဂျယ်ရီဟာ့ရှ်ဘာ့ဂ်သည် အခက်အခဲတွေ့နေသည့် ဇနီးမောင်နှံ နှစ်ဦးကို လမ်းခရီးတွင် မြင်တွေ့ရသည်။ ပြိုင်ဘက်ကုမ္ပဏီမှ ထုတ်လုပ် သည့် မိနီဗင်အတွင်းသို့ ဆိုဖာတစ်ခု ထည့်သွင်းရာတွင် ဒုက္ခရောက်နေ ကြသည်။ “နေရာကျယ်လို့ ဒီကားကို ကျွန်တော်တို့ဝယ်ယူခဲ့ကြတယ်။ သို့ပေမယ့် ထိုင်ခုံတွေ ဖယ်မထုတ်ဘဲ ဆိုဖာကို သွင်းလို့မရဘူး” ဟု သူ့ကို ပြောကြသည်။ ဤသို့သော ပြဿနာများကို ဖြေရှင်းပေးရန် စားသုံးသူများက ကားကုမ္ပဏီများကို ပြောကြမည်မဟုတ်။ ဟာ့ရှ်ဘာ့ဂ် အဖို့ အကြံဉာဏ်အသစ်တစ်ခု ရလိုက်သည်။ မိနီဗင်အတွင်းမှ ထိုင်ခုံ ဖယ်မထုတ်ဘဲ ဆိုဖာတင်၍ရအောင် နေရာလုပ်ပေးရမည်ဖြစ်၏။

ချိုင်းမွေးရိတ်ရန်အတွက် အမျိုးသမီးများသည် အမျိုးသား မျက်နှာပေါ်တွင် အသုံးပြုကြသည့် မုတ်ဆိတ်ရိတ်ဓားကို အသုံးပြုနေ သည်မှာ ကြာပြီဖြစ်ပြီး အခက်အခဲများနှင့် ကြုံတွေ့ကြရသည်။ ထို ပြဿနာကို ဖြေရှင်းရန်အတွက် အမျိုးသမီး ဒီဇိုင်းပညာရှင်တစ်ဦးသည် အမျိုးသမီးများအတွက် အမွှေးအမှင်ရိတ်သည့် ဓားတစ်ခု တီထွင်လိုက် သည်။ Gillette Lady Sensor ပေါ်ထွက်လာသည်။ အကြီးအကျယ် အောင်မြင်မှုရသည့် တီထွင်မှုတစ်ခုဖြစ်၏။

မကြာခဏ ပြောဆိုလေ့ရှိသည့် စကားတစ်ခုမှာ ‘စားသုံးသူကို ဝမ်းမြောက်ဝမ်းသာ ဖြစ်သွားအောင် ပြုလုပ်ပါ’ ဖြစ်၏။ သူ မျှော်လင့် မထားသည့် ပစ္စည်း၊ မျှော်လင့်မထားသည့် ဝန်ဆောင်မှုကို ပေးနိုင်ရန် နည်းပညာကို အခြေခံရမည်။ ကုမ္ပဏီများသည် လုပ်ပေးနိုင်စွမ်းရှိသော် လည်း ဆောင်ရွက်မပေးခဲ့ကြ။ မည်သို့ပြုလုပ်ပေးရမည်ကို ဒီဇိုင်း အင်ဂျင် နီယာများက သိကြသော်လည်း စားသုံးသူနှင့် ထိတွေ့မှုမရှိကြ။ ထို့ကြောင့် သူတို့၏လိုအပ်ကို မသိဘဲ ရှိနေကြသည်။ လိုအပ်သူနှင့် ဖြည့်ဆည်းပေး နိုင်သူတို့ အဆက်အသွယ် မရှိခြင်း၏ အားနည်းမှု ဖြစ်ပေသည်။

ကုမ္ပဏီကိုယ်စား တာဝန်ရှိသူသည် မိမိစွမ်းဆောင်နိုင်သည့် ဘောင်အတွင်းမှ စားသုံးသူအတွက် မည်သို့ ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည်ကို အမြင်သစ်နှင့် ကြည့်နိုင်ရမည်။ မြင်တတ်ကြည့်တတ်ပါက ကုမ္ပဏီ အတွက် ဈေးကွက်အသစ်များ ချဲ့ထွင်နိုင်မည်ဖြစ်၏။ ဆန်းသစ်သော တီထွင်မှုများ မည်သို့ပြုလုပ်နိုင်သည်ကို ရှာဖွေသည့် ဖြစ်ရပ်တစ်ရပ်အဖြစ် ယူဆနိုင်သည်။

သို့သော်လည်း ဈေးကွက်သုတေသနကို စားသုံးသူ၏ ဆန္ဒ ဖော်ထုတ်နည်းဖြင့် အစားထိုး၍ မရနိုင်သည်ကို သတိပြုရန် လိုအပ် သည်။ ပြည့်စုံသည့် သုတေသနတစ်ခု ပြုလုပ်ရေးအတွက် ဦးတည်မှု ရှာဖွေရာတွင် ဖော်ပြပါနည်းကို အသုံးပြုနိုင်မည်ဖြစ်ပေ၏။

**အဆင့် (၁) ရှုမှတ်လေ့လာခြင်း**

စားသုံးသူ၏ဆန္ဒကို ဖော်ထုတ်ရာတွင် မည်သူ့ကို ရှုမှတ်လေ့လာ ရမည်၊ ရှုမှတ်သူသည် မည်သူဖြစ်ရမည်၊ မည်သို့သော အပြုအမူများ ကို ရှုမှတ်ရမည်ဟူသော အချက်များကို ဦးစွာပထမ ရှင်းလင်းဖော်ပြရန် လိုအပ်ပေလိမ့်မည်။

**မည်သူ့အား ရှုမှတ်လေ့လာမည်နည်း**

ရှုမှတ်လေ့လာခံရမည့်သူများသည် စားသုံးသူ၊ တစ်ဆင့်ခံစားသုံးသူနှင့် စားသုံးသူမဟုတ်သူများ ဖြစ်သည်။

ကွန်ပျူတာကွန်ရက် ချွတ်ယွင်းမှုအတွက် အဖြေရှာရန် Hewlett Packard ကုမ္ပဏီသည် လုပ်ငန်းမန်နေဂျာများအတွက် ဆော့ဖ်ဝဲများကို ပြုလုပ်ပေးသည်။ HP ၏ စားသုံးသူ တစ်ဦးချင်း (ကုမ္ပဏီတစ်ခုချင်း) အတွက် သီးသန့်ဆော့ဖ်ဝဲများ ထုတ်လုပ်ပေးသည့်အတွက်လုပ်ငန်းမှာ ကြီးမားရှုပ်ထွေးလာသည်။ ဒီဇိုင်းအင်ဂျင်နီယာများအဖို့ စာရင်းဇယား အမြောက်အမြား ကောက်ယူသည့်အလုပ် ပြုလုပ်လာရသည်။ သို့သော်လည်း အဖြေမရ။ စာရင်းဇယား များလွန်းသည့်အတွက် အခက်အခဲများနှင့် ကြုံတွေ့လာရပြန်သည်။ နောက်ဆုံးတွင် HP သည် သမားရိုးကျ စားသုံးသူဖြစ်သည့် လုပ်ငန်းမန်နေဂျာများကို အဓိကထားပြီး လေ့လာမှု မပြုတော့။ ကွန်ရက်ကို ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းနေသည့် အင်ဂျင်နီယာများကိုသာ ပြောင်းလဲပြီး လေ့လာလိုက်တော့သည်။

ဤသို့ လေ့လာရာမှ သူတို့ မထင်မှတ်သည့် အကြောင်းကိစ္စများကို သိလာရသည်။ သူတို့၏အဓိကအလုပ်သည် သတင်းအချက်အလက် များများ ရှာဖွေရန် မဟုတ်။ ကွန်ပျူတာအချင်းချင်း ထိပ်တိုက်ရင်ဆိုင်တွေ့ဆုံမှုမှ မြန်နိုင်သမျှ မြန်မြန် နာလန်ထရန်သာ ဖြစ်သည်ကို တွေ့လာရသည်။ အကြံပေးပုဂ္ဂိုလ်သည် သတင်းအချက်အလက်များ တစ်မျိုးပြီးတစ်မျိုး ကောက်ယူမည့်အစား ကွန်ရက်ပြဿနာကို ရှာဖွေပြီး ဖြေရှင်းပေးခြင်းဖြင့် အောင်မြင်မှုရလာသည်။

**ရှုမှတ်လေ့လာမှုကို မည်သူက ပြုလုပ်သင့်သနည်း**

လူတစ်ယောက်နှင့် တစ်ယောက် မတူကြ။ သင်ကြားလေ့ကျင့်

ခဲ့မှု၊ ပညာရေးအဆင့်၊ ကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေး စသည့် အင်္ဂါရပ်များတွင် တစ်ဦးနှင့် တစ်ဦး ကွဲပြားခြားနားမှု ရှိနေကြသည်။ ထို့ကြောင့် အကြောင်း ကိစ္စတစ်ခုတည်းကို ရှုမြင်ရာတွင် တူညီမှု မရှိနိုင်ပေ။ ရှုမှတ်လေ့လာမှု ပြုလုပ်မည့်အဖွဲ့တွင် လူအမျိုးမျိုး ပါစေရမည်။ လူသားအင်္ဂါရပ်ကို အဓိကထားသူ၊ စက်ပစ္စည်းကိုသာ အလေးပေးသူ၊ ဒီဇိုင်းပညာရှုထောင့်မှ ကြည့်တတ်သူ စသည်ဖြင့် ကျွမ်းကျင်မှုအမျိုးမျိုးရှိသူများ အဖွဲ့တွင် ပါဝင်စေသင့်သည်။ ဒီဇိုင်းကုမ္ပဏီ IDEO က ရုံးသုံးပစ္စည်း ထုတ်လုပ် သည့် ကုမ္ပဏီ Steelcase ၏ လုပ်ငန်းခွဲ Details အတွက် ဖော်ပြပါ လူအမျိုးမျိုးပါသည့် အဖွဲ့ဖွဲ့ပြီး ဆောင်ရွက်ပေးခဲ့သည်။ ကွန်ပျူတာ ခလုတ်ခုံကို ဒီဇိုင်းပြုလုပ်ပေးရန်အတွက် လူသားအဓိကထားသူ၊ စက်မှု အင်ဂျင်နီယာ၊ ရုံးခန်းအတွင်း လူသားများ အလုပ်လုပ်မှုနှင့် ပတ်သက် သည့် ဒီဇိုင်းပညာရှင်တို့ကို စေလွှတ်ပေးခဲ့သည်။ သူတို့အမြင်နှင့် သူတို့ ရှုမြင်ပြီး မှတ်သားခဲ့သည့် အချက်အလက်တို့မှာ စိတ်ဝင်စားဖွယ်ရာ ဖြစ်၏။

**မည်သို့သော အပြုအမူကို လေ့လာရမည်နည်း**

စားသုံးသူများ၏ နေ့စဉ်အလုပ်ကို ပြုလုပ်နေချိန်တွင် သူတို့၏ အပြုအမူကို လေ့လာရမည်။ ကစားခြင်း၊ စားသောက်ခြင်း၊ အပန်းဖြေ ခြင်း၊ အိမ်မှုကိစ္စ ဆောင်ရွက်ခြင်း သို့မဟုတ် ရုံးလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်နေ သည်ကို လေ့လာရမည်။ ရှေ့နေတစ်ဦး၏ လက်ကိုင်ဖုန်း အသုံးပြုပုံကို Dublin Group က လေ့လာရာတွင် ကလေးကို နံနက်ခင်း နေ့ကလေး ထိန်းဌာနသို့ သွားရောက်ပို့ဆောင်ရာမှ ညအချိန် ကလေးအိပ်ရာဝင်သည် အထိ တောက်လျှောက် ရှုမှတ်လေ့လာသည်။ သမားရိုးကျနည်းနှင့် မရနိုင်သည့် အဖိုးတန်အချက် အမြောက်အမြား ရရှိလာသည်။

**အဆင့် (၂) အချက်အလက်များကောက်ယူခြင်း**

စားသုံးသူ၏ ဆန္ဒကို သိရှိရန်အတွက် လေ့လာရာတွင် နှုတ်ဖြင့် မေးမြန်းမည့်အစား ရှုမှတ်ရသည်။ မေးမြန်းပြီး ရနိုင်သည့်အဖြေမှာ အနည်းငယ်သာ ရှိမည်ဖြစ်၏။ ရှုမြင်လေ့လာမှု များများ ပြုလုပ်ရမည်။ သူ့အပြုအမူကို နားမလည်သည့်အခါတွင်သာ 'ခင်ဗျား ဘာဖြစ်လို့ လုပ်တာလဲ' ဟု မေးမြန်းရသည်။

လိုအပ်သည့်အခါ အသုံးပြုနိုင်ရန်အတွက် ရှုမှတ်လေ့လာသူတို့ တွင် မေးခွန်းများ ပါရှိမည်ဖြစ်သည်။ အဓိကအားဖြင့် စားသုံးသူ၏ အပြုအမူကို ရှုမှတ်ပြီး အချက်အလက်များ ကောက်ယူရသည်။ ပစ္စည်း အသုံးပြုသူသည် မည်သို့သော အခက်အခဲများကို ရင်ဆိုင်နေရသနည်း။ မျက်စိ၊ နားနှင့် အခြား အာရုံခံအစိတ်အပိုင်းများကို အသုံးပြုပြီး လေ့လာ ရသည်။ ဓာတ်ပုံကင်မရာနှင့် ဗီဒီယိုကင်မရာများကိုလည်း အသုံးပြုပြီး စားသုံးသူ၏ လိုအင်ကို ရှာဖွေနိုင်သည်။

တိုတောင်းသည့်အချိန်အတွင်း မြင်လိုက်ရသည့် ကိုယ်ဟန်အမူ အရာကို ဗီဒီယိုကင်မရာဖြင့် ဖမ်းယူရိုက်ကူးပြီး မှတ်တမ်းတင်ထားနိုင် သည်။ ရိုက်ယူထားသည့် ရုပ်ပုံများကို ပြန်လည်ကြည့်ရှုခြင်း၊ စိစစ်ခြင်း ပြုလုပ်နိုင်သည်။ စက်ကိရိယာတစ်ခုကို အသုံးပြုရာတွင် စိတ်ရှုပ်သည့် အသွင် စားသုံးသူ၏ မျက်နှာပေါ်တွင် ပေါ်လွင်နေသလော၊ ခလုတ်များ ကို ခက်ခက်ခဲခဲ ရှာဖွေနေရသလော ရိုက်ကူးထားသည့် ဗီဒီယိုတွင် တွေ့မြင်ရမည်ဖြစ်ပေ၏။

နိဆန်းကုမ္ပဏီသည် ဓာတ်ပုံဆရာတစ်ဦးကို ငှားရမ်းပြီး ထရပ် ကား အသုံးပြုမှုကို ရိုက်ကူးစေသည်။ ထရပ်ကားအတွင်း လူများ မည်သို့ လှုပ်ရှားပြုမူနေကြသနည်း။ တွေ့ရှိရသည့် အချက်တို့မှာ အံ့ဩဖွယ်ရာ ဖြစ်၏။ ဈေးကွက်သုတေသန၏ အစီရင်ခံစာအတိုင်းလည်း မဟုတ်၊

ကုမ္ပဏီက ကြော်ငြာထားသည့်အတိုင်းလည်း မဟုတ်၊ မျှော်လင့်မထားသည့် အသုံးပြုမှုကို တွေ့ကြရသည်။ ထရပ်ကားအတွင်း ညစာစားသုံးနေကြသည်ကို ဥက္ကဋ္ဌ ဟာရှ်ဘာ့ဂ် မြင်တွေ့ခဲ့ရသည်။

**အဆင့် (၃) စိစစ်ခြင်းနှင့် သုံးသပ်ခြင်း**

နည်းအမျိုးမျိုးနှင့် ကောက်ယူရရှိခဲ့သည့် အချက်အလက်များကို ပြန်လည်စိစစ်သုံးသပ်ရသည်။ စားသုံးသူ၏ လိုအင်ကို ဖော်ထုတ်ရာတွင် လိုအပ်မှု ရှိနေသေးပါက တစ်ဖန် ပြန်လည်စေလွှတ်ပြီး လေ့လာစေရသည်။ ရလဒ်များကို စိစစ်သုံးသပ်ရာတွင် သုတေသနအဖွဲ့ဝင်များ သာမက အဖွဲ့တွင် ပါဝင်မှု မရှိခဲ့သူများကိုလည်း သုံးသပ်ခွင့်ပေးရသည်။

**အဆင့် (၄) အဖြေရရှိရန်အတွက် ဝိုင်းဝန်းစဉ်းစားခြင်း**

တီထွင်ဖန်တီးမှုဖြစ်စဉ်တွင် အပြင်းအထန် ဝိုင်းဝန်းစဉ်းစားခြင်း (Brainstorming) သည် တန်ဖိုးရှိသည့်လုပ်ငန်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။ အဖြေရရှိရန်အတွက် စားသုံးသူ ဆန္ဒဖော်ထုတ်နည်းနှင့် ပေါင်းစပ် အသုံးပြုရသည်။

ပြဿနာတစ်ခုအတွက် သုတေသနအဖွဲ့သည် ဝိုင်းထိုင်ပြီး ဖြစ်နိုင်သည့်အဖြေများကို စဉ်းစားရာမှ ရလဒ်တစ်ခု ရုတ်တရက် ပေါ်ထွက်လာတတ်သည်။ ချက်ချင်း အဖြေမရသေးဟုဆိုပါက နောက်တစ်ချိန်ချိန်တွင် ရရှိလာနိုင်သည်။ သူတို့၏ စိတ်အတွင်းဝယ် စဉ်းစားရမည့် မျိုးစေ့ကို ထည့်သွင်းထားပြီး ဖြစ်ပေသည်။

**အဆင့် (၅) အလားအလာရှိသည့် ရှေ့ပြေးအဖြေများ ရှာဖွေခြင်း**

ရှေ့ပြေးအဖြေများ ရှာဖွေခြင်းသည် စားသုံးသူဆန္ဒ ဖော်ထုတ်

နည်းတွင် အရေးပါသည့် လုပ်ငန်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ် သည်ဆိုပါက နမူနာပုံစံနှစ်ခု ပြုလုပ်ရသည်။ ပစ္စည်းတစ်ခုသည် အလုပ် လုပ်မှုကို အဓိကထားသည်။ ပုံသဏ္ဍာန်မှာ သာမည ဖြစ်၏။ နောက် ပစ္စည်းတစ်ခုမှာ ပုံသဏ္ဍာန်က အဓိကဖြစ်ပြီး အလုပ်လုပ်မှုကား ရှိမည် မဟုတ်ပေ။

Thermos's Lifestyle အဖွဲ့သည် အသားကင်မီးဖိုနှစ်ခု ထုတ်လုပ် သည်။ တစ်ခုမှာ အသားကင်၍ရသော်လည်း ပုံပန်းသဏ္ဍာန်မှာ အရပ်ဆိုး သည်ဟု အဖွဲ့က ယူဆသည်။ နောက်တစ်မျိုးက လှပမှုရှိသော်လည်း အလုပ်လုပ်နိုင်မှု မရှိပေ။ အတုသာဖြစ်သည့်အတွက် အသားကင်၍ မရနိုင်ပေ။ စားသုံးသူနှင့် ပစ္စည်းလက်လီရောင်းသူတို့က မည်သို့ တုံ့ပြန် ကြသနည်း။ သူတို့၏နှစ်သက်မှုကို သိရှိရန် ပုံစံနှစ်မျိုးကို အသုံးပြု သည်။

စားသုံးသူ ဆန္ဒဖော်ထုတ်သည့်နည်းအပေါ် ဝေဖန်မှုများရှိသည်။ စားသုံးသူက တောင်းဆိုမှု မပြုသေးဘဲ ကြိုတင်ပြုလုပ်ပေးခြင်းသည် လိုအပ်ပါ၏လောဟု ဆိုကြသည်။ တောင်းဆိုလာချိန်အထိ စောင့်ဆိုင်း နေပါက သင့်လုပ်ငန်းနှင့် ပြိုင်ဘက်အားလုံးလိုလို စိတ်ကူးကြပြီး ထုတ်လုပ်လာသည့်အတွက် အလှအယက် လုပ်ကိုင်နေရပေလိမ့်မည်။

ပစ္စည်းအသစ် တီထွင်ပြုလုပ်ရာတွင် စားသုံးသူ၏ ညွှန်ပြမှုဖြင့် ဆောင်ရွက်ခြင်းသည် စားသုံးသူ ဆန္ဒဖော်ထုတ်နည်းဖြစ်သည်။



## ဦးနှောက်တစ်ခုလုံးကို အသုံးပြုပါ

### အယ်ဒီတာမှတ်ချက်

ဆန်းသစ်တီထွင်မှု လုပ်ရင်လုပ်၊ မလုပ်နိုင်ရင် နောက်ကျကျန်နေရစ်ခဲ့မယ်ဆိုတဲ့စကားဟာ အပြိုင်အဆိုင်များတဲ့ ယနေ့ခေတ်ကာလမှာ စီးပွားလုပ်ငန်းအားလုံးလိုလိုအတွက် အမှန်တရားဖြစ်တယ်။ သို့ပေမယ့် လက်တွေ့လုပ်ဆောင်ဖို့တော့ မလွယ်ဘူး၊ ခက်ခဲလိမ့်မယ်။ မတူတဲ့ အယူအဆတွေ၊ ခြားနားတဲ့ အာရုံသိမှုတွေ၊ သတင်းအချက်အလက်တွေကို ကွဲလွဲမှုရှိတဲ့နည်းနဲ့ ကိုင်တွယ်ဆုံးဖြတ်ပြီး ထိပ်တိုက်ရင်ဆိုင်တွေ့ဆုံကြမှသာ တီထွင် ဆန်းသစ်မှုဆိုတာ ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်တယ်။ ပြီးတော့လည်း လောကကြီးကို ကြည့်ပုံကြည့်နည်း မတူကြသူတွေရဲ့ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုလည်း လိုအပ်တယ်။ သည်လိုပုဂ္ဂိုလ်တွေနဲ့ ဆွေးနွေးတိုင်ပင် ညှိနှိုင်းကြတဲ့အခါမှာ ပဋိပက္ခက မလွဲမသွေ ပေါ်ပေါက်လာလိမ့်မယ်။ အဲသည်အခါမှာ အကျိုးပြုပဋိပက္ခဖြစ်အောင် မန်နေဂျာတွေက လုပ်ဆောင်ပေးရမယ်။ သည်လို မလုပ်နိုင်ရင် အကျိုးမဖြစ်ထွန်းတဲ့ အငြင်းပွားမှုသာ ဖော်ထုတ်

လာပြီး ပုဂ္ဂိုလ်ရေးတိုက်ခိုက်မှု အသွင်ကူးပြောင်းကာ ဆန်းသစ်တီထွင်မှု ရှိအောင် ဆောင်ရွက်နေတဲ့ဖြစ်စဉ်ကလည်း ရပ်ဆိုင်းသွားလိမ့်မယ်။

မတူတဲ့ အယူအဆတွေကို တစ်ခုနဲ့တစ်ခု ထိပ်တိုက်ရင်ဆိုင် ပဋိပက္ခဖြစ်စေပြီး ဆန်းသစ်တီထွင်မှုကို အောင်အောင်မြင်မြင် အားပေး မြှင့်တင်နိုင်တဲ့မန်နေဂျာတွေ ရှိကြတယ်။ သူတို့အသုံးပြုတဲ့နည်းကို တီထွင် ဖန်တီးမှုကိုဖြစ်စေတဲ့ ပဋိပက္ခလို့ သုတေသီတွေက အမည်ပေးထား တယ်။ ခြားနားတဲ့ ကုမ္ပဏီအသီးသီးက မန်နေဂျာအမျိုးမျိုးကို နှစ်ပေါင်း များစွာ လေ့လာလိုက်တဲ့အခါ သည်နည်းကို ကုမ္ပဏီအကျိုးအတွက် အသုံးပြုနေတဲ့ မန်နေဂျာတွေကို သုတေသီတို့ တွေ့ခဲ့ကြတယ်။ တစ်ဦးနဲ့ တစ်ဦး မတူကြတဲ့ တွေးတောစဉ်းစားမှု ပုံစံအမျိုးမျိုး လူသားတွေမှာ ရှိနေတယ်ဆိုတာ သူတို့နားလည်ကြတယ်။ ပြဿနာတစ်ခုကို ဖြေရှင်းရာ မှာ ပိုင်းခြားစိတ်ဖြာနည်းကို အသုံးပြုလိုသူတွေရှိသလို မိမိရဲ့အလိုလို သိစိတ်ကို အားထားတဲ့သူတွေရှိနေကြောင်းကိုလည်း တွေ့ရတယ်။ အယူ အဆတစ်ခုအပေါ် အခြေခံပြီး စဉ်းစားသူရှိသလို ပုဂ္ဂလိက အတွေ့အကြုံ ပေါ် အခြေခံသူတွေလည်း ရှိကြတယ်။ အဖော်အပေါင်းနဲ့ စုပေါင်းစဉ်းစား ပြီး ဆုံးဖြတ်လိုသူနဲ့ တစ်ဦးတည်း တွေးတောစဉ်းစား ဆုံးဖြတ်လိုသူ တွေလည်း ရှိကြတယ်။ ကျိုးကြောင်း ဆီလျော်မှုကို အဓိကထားလိုသူနဲ့ မိမိတန်ဖိုးထားမှုကို ဦးစားပေး ဆုံးဖြတ်လိုသူတွေလည်း ရှိကြတယ်။

ဆန်းသစ်တီထွင်မှု ရှိလာစေဖို့ သည်လို ကွဲပြားခြားနားတဲ့ အမြင် ရှိသူတွေ အချင်းချင်း ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်လာအောင် မန်နေဂျာက အခြေခံစည်းမျဉ်းတွေ ချမှတ်ပေးတယ်။ ဆန်းသစ်တီထွင်မှုကို အားပေး မြှင့်တင်လိုတဲ့ မန်နေဂျာတွေအဖို့ ဘယ်လိုအချက်တွေကို အားပေးရမယ်၊ ဘယ်လိုအချက်တွေကို ဟန့်တားရမယ်ဆိုတာ သိနေဖို့ လိုအပ်တယ်။

\* \* \*