

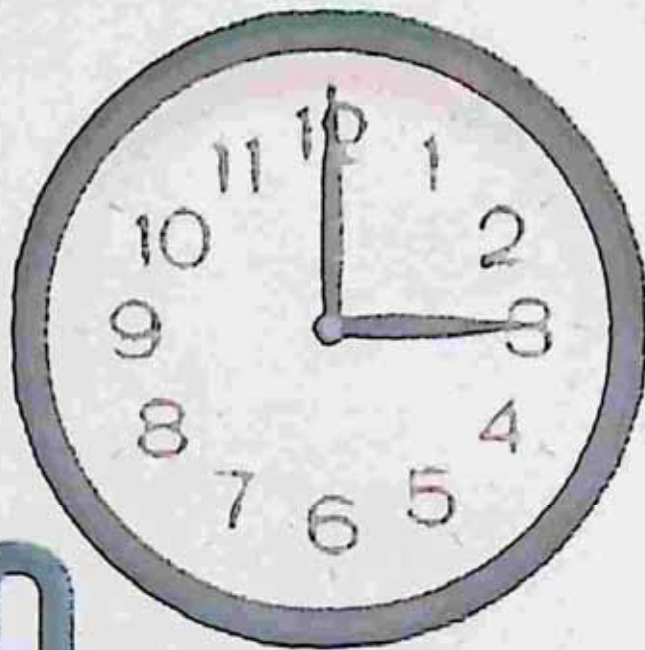
to
Market
Your Self



သင်ကိုယ်
သင်
တန်ဖိုး
မြှင့်တင်ခြင်း

အေဘီ-မြန်မာပြန်

30 minutes
SERIES



30 minutes
SERIES



zyt0028

800.00 Ks

ထုတ်ဝေသူ - ဦးစန်းဦး၊ စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ၊ ၈၅၊ ၁၆၄လမ်း၊ တာမွေ။
 ပုံနှိပ်သူ - ဒေါ်ဝင်းမာ၊ စိတ်ကူးချိုချိုပုံနှိပ်တိုက်၊ ၁၁၇၉၊ မစိုးရိပ်လမ်း၊ ရန်ကင်း။
 အပြင်အဆင် - အမ်အက်စ်အို
 ၂၀၁၄၊ နိုဝင်ဘာလ၊ ပထမအကြိမ်၊ အုပ်စု ၅၀၀
 ရောင်းစျေး ၈၀၀ ကျပ်



သင့်ကိုယ်သင်တန်းပိုးမြှင့်တင်ခြင်း
 ဇေရုတု၊ -ရန်ကုန်၊ စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ၊ ၂၀၁၄၊
 စာမျက်နှာ မျက်နှာ၊ ၁၀ ဇင်ဘီ x ၁၆.၅ ဇင်ဘီ
 (၁) သင့်ကိုယ်သင်တန်းပိုးမြှင့်တင်ခြင်း



စိတ်ကူးချိုချိုစာအုပ်



30 Minutes Series

သင့်ကိုယ်သင်
တန်ဖိုးမြှင့်တင်ခြင်း
...To Market Yourself

Tony Atherton

ဇေရတု

မြန်မာပြန်



mgyoe.com

mgyoe.com

မာတိကာ

| | |
|---|----|
| ၁။ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း(သို့မဟုတ်) ဘာကြောင့် သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်မှာလဲ | ၁ |
| ၂။ သင်ဟာ ကုမ္ပဏီတစ်ခု ဆိုရင် | ၁၄ |
| ၃။ အရောင်းမြှင့်ခြင်း | ၂၀ |
| ၄။ သင့်ဈေးကွက်ကို ပိုင်းခြားစိစစ်ခြင်း | ၃၀ |
| ၅။ သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို ပိုင်းခြား စိစစ်ခြင်း | ၄၀ |
| ၆။ ဈေးနှုန်း | ၅၄ |
| ၇။ နေရာ | ၅၈ |
| ၈။ လှုံ့ဆော် ဆွဲဆောင်ခြင်း | ၆၀ |
| ၉။ ရောင်းချခြင်း | ၇၃ |
| ၁၀။ နိဂုံးချုပ် | ၇၈ |



[၁]

သင်္ကြံသင်္ကြံ အကျွမ်းကျင်ခြင်း [သို့မဟုတ်] ဘာကြောင့် သင်္ကြံသင်္ကြံ အကျွမ်းကျင်မှာလဲ

“သင် ဘာအလုပ်လုပ်သလဲ” ဆိုတဲ့ မေးခွန်းကို သင်ဘယ်လို ဖြေမလဲ။ ဒီကနေ့ခေတ်မှာ ကုမ္ပဏီတွေဟာ ကော်ပိုရေးရှင်းတွေရဲ့ ကောင်းရာကောင်းကျိုးအတွက် အလုပ်သမားတွေက ဘာတွေ ကူညီဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်သလဲ ဆိုတာကို အရင်ကထက်ပိုပြီး ဂရုတစိုက် စောင့်ကြည့်လာပါတယ်။ ပုဂ္ဂလိက လက်လွှဲပြောင်းမှု အတိုက်အခိုက်တွေများတဲ့ ဈေးကွက်၊ ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာပြိုင်ဆိုင်မှုတွေရှိနေတဲ့ ဒီနေ့ရဲ့ အဖွဲ့အစည်းတွေမှာ အလုပ်သမားတိုင်းကို အဖွဲ့အစည်းအတွက် ထပ်ပေါင်းတန်ဖိုးအဖြစ် အမြင်ခံရဖို့ အရေးကြီးပါတယ်။

အလုပ်များတဲ့ မန်နေဂျာတွေက သင် တကယ် ဂုဏ်ယူခံကြွားရတဲ့ သင့်အလုပ်ကို အမြဲ မှတ်မိနေမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါမှမဟုတ် သတိထားမိချင်မှ ထားမိမှာပါ။ သင့်အကူအညီက ထူးခြားမှုရှိတယ်ဆိုတာ သူတို့သိဖို့ ဆိုရင် သင်က သူတို့ကို ပြောပြဖို့ အဆင်ပြေမယ့်နည်းလမ်းတွေ ရှာဖွေရပါမယ်။ ဒါဟာ သင့်အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းအလုပ် (career) အတွက် လုပ်သင့်တဲ့အရာပါ။

ညင်သာသိမ်မွေ့တဲ့ နည်းလမ်းနဲ့ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ခြင်းက အကူအညီဖြစ်စေပါတယ်။ “သင် ဘာအလုပ်လုပ်ပါသလဲ” ဆိုတဲ့ မေးခွန်းအတွက် မှတ်သားလောက်စရာ အဖြေတစ်ခုရှိနေခြင်းက စဖို့ကောင်းပါတယ်။ သင့်ကုမ္ပဏီရဲ့ ပြင်ပ၊ အလုပ်အင်တာဗျူး တစ်ခုခုမှာ တစ်စုံတစ်ယောက်ကို သင်က အထင်ကြီးသဘောကျစေချင်တဲ့ နေ့တစ်နေ့ ရောက်လာခဲ့ရင် ဒါက ကောင်းကောင်း အသုံးတည့်မှာ သေချာပါတယ်။

သင် ဘာအလုပ် လုပ်သလဲ

သင့်အဖြေက အခြေအနေ အချိန်အခါနဲ့ ဘယ်သူက မေးခွန်းကို မေးသလဲဆိုတဲ့အပေါ် မူတည်နိုင်ပါတယ်။ ပါတီပွဲတစ်ခုမှာ တွေ့ရတဲ့ သူစိမ်းတစ်ယောက်ကိုတော့ တူညီတဲ့ မေးခွန်းကို သင်ပြန်မမေးခင် လိုရင်းတိုရှင်း ယေဘုယျဆန်တဲ့ အဖြေမျိုး သင်ပေးမှာပါ။ စူးစမ်းမေးမြန်းတတ်တဲ့ ကလေးတစ်ယောက်ကိုဆိုရင် သင့်အဖြေက တစ်မျိုး၊ သင့်ယောက္ခမလောင်းတွေကိုဆိုရင် အဖြေက နောက်ထပ်တစ်မျိုး ဖြစ်နေဦးမှာပါ။ သင့်ရဲ့ အမှုဆောင်အရာရှိ အသစ်စက်စက်ကို ဆိုရင်တော့ အသေးစိတ်ကျပြီး သူ့ရဲ့ စူးစိုက်ကြည့်နေတဲ့ မျက်လုံးတွေရဲ့ ဒဏ်က ကာကွယ်နိုင်အောင် တိုတိုရှင်းရှင်းရှိတဲ့ နောက်အဖြေတစ်မျိုး ပေးဖြစ်မှာပါ။ တချို့လူတွေက စဉ်းစားဖို့ အချိန်မရှိဘဲ မဆိုင်းမတွ အဖြေပေးရတဲ့အခါမျိုးမှာ သူတို့အဖြေစကားတွေက ထိရောက်သင့်သလောက် မထိရောက်ဘူးလို့ ကောက်ချက်ဆွဲကြပါတယ်။

ဒီလိုမေးခွန်းတွေကို ဖြေဖို့အတွက် တချို့လူတွေကတော့ ကြိုတင်ပြင်ဆင်ထားကြပါတယ်။ အထူးသဖြင့် အမှုဆောင်အရာရှိ အသစ်ရောက်လာတော့မယ်ဆိုတာကို သူတို့ သိရင်ပေါ့။ ဒီလိုမေးခွန်းတွေအတွက် သူတို့

က မှတ်သားလောက်စရာ အဖြေတွေပေးပါတယ်။ မှတ်သားလောက်စရာ အဖြေတွေက သင့်ပုံရိပ်ကို ပိုထင်ရှားစေပြီး သင့်အဖွဲ့အစည်းအတွင်းမှာ ဖြစ်ပျက်နေတဲ့ ပိုပြီး စိတ်လှုပ်ရှားစရာကောင်းတဲ့ ကိစ္စတွေမှာ ပူးပေါင်းပါဝင် ဖို့ ဖိတ်ခေါ်ချက်ကိုပင် ဖြစ်လာစေနိုင်ပါတယ်။

ဒီလိုအချိန်တွေက သင့်ရဲ့ career မှာ သင် အခုလျှောက်နေတဲ့ လမ်းအတိုင်း ဆက်သွားမလား၊ သင့်ကို ရှေ့သို့ ဦးဆောင်သွားနိုင်မယ့် လမ်းကြောင်းအသစ်ကို စတင်မလားဆိုတာ ရွေးချယ်ရတဲ့အခါ ဆုံးဖြတ် ချက်ချချမယ့် အချိန်တွေ ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

စိတ်ဝင်စားစရာ၊ စိတ်လှုပ်ရှားစရာကောင်းတဲ့ “သင် ဘာအလုပ်လုပ် သလဲ” ဆိုတဲ့ မေးခွန်းရဲ့ အဖြေတိုင်းအတွက် အနည်းဆုံး အဖြေ ၁၀ မျိုး လောက်က ပျင်းရိငြီးငွေ့စရာ ကောင်းနေပြီး စိတ်အားတက်ကြွစရာ မရှိ ဖြစ်နေတတ်ပါတယ်။ သင့် အဖြေတွေကကော ဘယ်လိုမျိုး ဖြစ်မလဲ။ လေ့ ကျင့်ရေး မန်နေဂျာတစ်ယောက်ကတော့ ဒီလိုဖြေကောင်း ဖြေပါလိမ့်မယ်။

“ကျွန်တော်က လေ့ကျင့်ရေး မန်နေဂျာပါ။ လူတွေအတွက် လေ့ကျင့် ရေး လိုအပ်ချက်တွေကို ကြည့်ရှုတာ၊ သင်တန်းတွေကို စီစဉ်တာ၊ နောက် ကျနေတဲ့ လူတွေနောက်ကိုလိုက်တာ မှတ်တမ်းမှတ်ရာတွေကို ထိန်းသိမ်း တာ စတဲ့ ကိစ္စတွေကို ဆောင်ရွက်ပါတယ်”

(သို့မဟုတ်)

“ကျွန်တော်လား။ ကျွန်တော်က ကျွန်တော်တို့ရဲ့ customer တွေ ကျေနပ်မှု အပြည့်အဝရရှိပြီး နောက်ထပ် အကြိမ်ကြိမ် ပြန်လာစေဖို့ ကာလ ဒေသအလိုက် မှန်ကန်တဲ့အသိ၊ ကျွမ်းကျင်မှုနဲ့ သဘောထားတွေ ကျွန်တော် တို့ လူတွေမှာ ရှိနေအောင် လုပ်ထားပြီး လုပ်ငန်းခွင်မှာ ဆက်လက်ရပ်တည် နိုင်အောင် ကူညီပေးပါတယ်။ ကျွန်တော်က လေ့ကျင့်ရေး မန်နေဂျာပါ။”

အဖြေနှစ်ခုစလုံးကတော့ တိကျမှန်ကန်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဘယ် အဖြေကိုပိုပြီး အမှတ်ရနေမလဲဆိုတာကတော့ မေးစရာလိုမယ် မထင်ပါဘူး။

“သင် ဘာအလုပ် လုပ်သလဲ” ဆိုတဲ့ ရိုးရှင်းတဲ့ မေးခွန်းကို သာမန် အားဖြင့် သင် ဘယ်လို အဖြေပေးသလဲဆိုတာကို စဉ်းစားပါ။ မတူတဲ့ အခြေအနေ၊ မတူတဲ့ လူတွေအတွက် အဖြေကောင်းကောင်း တချို့ကို ချ ရေးပါ။ အသံကျယ်ကျယ် ထွက်ဖတ်ပြီး ပြောဆိုလေ့ကျင့်ကြည့်ပါ။ ဒါပေမဲ့ ဇာတ်ညွှန်းတစ်ပုဒ်ကို အလွတ်ရအောင် ကျက်တဲ့ ပုံစံမျိုး ဖြစ်မလာပါစေနဲ့။

ပရိုဖိုင်း (Profile) မေးခွန်းများ

“Profile questions” လို့ခေါ်တဲ့ တူညီတဲ့ မေးခွန်းတွေ အများကြီး ရှိပါတယ်။ အကြောင်းအရာ တစ်ရပ် အပေါ်မှာ မူတည်ပြီး အားလုံးက မူကွဲ သွားပါတယ်။ ဒီမေးခွန်းတွေအတွက် မှတ်သားလောက်စရာ အဖြေမျိုး တွေ သင်ပေးနိုင်ပါသလား။ သင့်အဖြေမှာ စကားလုံးတွေ အများကြီး မသုံး မိပါစေနဲ့။

- * သင် ဘာအလုပ်လုပ်သလဲ။
- * သင့် အသက်မွေးမှု အလုပ်အကြောင်းကို ပြောပြပါ။
- * ဒီတစ်ပတ် သင်ဘာတွေ လုပ်ဆောင်ခဲ့သလဲ။
- * အခြေအနေတွေ ဘယ်လိုရှိသလဲ။
- * သင့်အကြောင်းကို ပြောပါ။
- * သင် ဂုဏ်အယူဆုံး အောင်မြင်မှုက ဘာလဲ။
- * သင့်မှာ ဘာအရည်အချင်းတွေ ရှိသလဲ။ (အဓိက အားသာ ချက်တွေ)
- * ဘာကြောင့် သင့် career မှာ အပြောင်းအရွှေ့ လုပ်ချင်တာလဲ။

‘သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ခြင်း’ဆိုတာ ဘာလဲ

သင်နဲ့ သင့် career အတွက် “အရောင်းမြှင့်ခြင်း” တို့၊ ‘ရောင်းချခြင်း’ တို့ ဆိုတဲ့ စကားလုံးတွေကို အသုံးပြုခြင်းက ကြောင်တောင်တောင် နိုင်တယ် လို့ ထင်ရပေမယ့် ပြီးမြောက်ဆောင်ရွက်နိုင်မယ့် အရာကို ဖော်ပြဖို့ သူတို့က ဘောင်ဝင်တဲ့ အသုံးအနှုန်းလို့ အပြည့်အဝ ဆိုနိုင်ပါတယ်။ မှန်ပါတယ်။ ဆပ်ပြာမှုန့်တို့၊ စက်သုံးဆီတို့ အရောင်းမြှင့်ရောင်းချတာနဲ့ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ရောင်းချခြင်းတို့က စည်းမျဉ်းတွေ အတော်များများ တူတယ်ဆို ပေမယ့် လက်တွေ့မှာ ခြားနားတာတွေ ရှိပါတယ်။

အရည်အချင်းရှိတဲ့၊ အသိအမှတ် ပြုလောက်တဲ့ လူတွေ သူတို့ကိုယ် သူတို့ အရောင်းမတတ်လို့ ရာထူးတိုးပေးတဲ့ နေရာမှာ ကျော်လွှားသွားခံရ တာမျိုးတွေ ရှိတာ ကျွန်တော်တို့ အားလုံးသိပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ဟာ အရည်အချင်း နည်းနည်းပဲရှိပြီး ကောင်းကောင်းလုပ်ဆောင်နိုင်တဲ့ လူတွေ၊ အနှစ်သာရထက် အရည်မရ အဖတ်မရနိုင်တဲ့လူတွေကို တွေ့နေရပါတယ်။ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် အရောင်းမြှင့်ခြင်းက ပထမ တစ်ခုကို ပိုကောင်းအောင် ကူညီပေးမှာလား။ နောက်တစ်ခုက အရည်အသွေးညံ့တဲ့ ကုန်ပစ္စည်းရဲ့ ကောင်းမွန်တဲ့ အရောင်းမြှင့်ခြင်း အကူအညီနဲ့ တိုးတက်လာမှာလား။

သင် ဘယ်လိုလူပဲဖြစ်ဖြစ် နူးညံ့သိမ်မွေ့တဲ့ နည်းလမ်း (စိတ်လိုက် မာန်ပါ။ ဖိအားများများ သုံးရန်မဟုတ်) နဲ့ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့် ရောင်းချခြင်း အနုပညာဟာ သင့် career မှာ ပိုပြီး အောင်မြင်မှုရအောင် ကူညီပေးနိုင်တယ် ဆိုတာ အမှန်တရားတစ်ခုပါ။ အဲဒါက သင်လိုချင်တဲ့ အရာဆိုရင်ပေါ့။ ဒီစာအုပ်မှာ အဲဒါကို သင်ဘယ်လို သိမ်သိမ်မွေ့မွေ့နဲ့ အောင်မြင်အောင် လုပ်နိုင်သလဲဆိုတာကို ကျွန်တော်တို့ ကြည့်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ခြင်းနဲ့ ရောင်းချခြင်းရဲ့ တကယ့်

အဓိပ္ပာယ်က ဘာလဲ။

အရောင်းမြှင့်ခြင်းကို အကျိုးအမြတ်အတွက် customer တွေရဲ့ လိုအပ်ချက်တွေကို ရှာဖွေဖော်ထုတ် ခန့်မှန်းပြင်ဆင်ပြီး ထောက်ပံ့ပေးတဲ့ လုပ်ငန်းစဉ်အဖြစ် အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုနိုင်ပါတယ်။ ရောင်းချခြင်းဆိုတာက စားသုံးသူ customer ကို ဝယ်ယူအောင် သင်က ဆွဲဆောင်စည်းရုံးတဲ့ အစိတ်အပိုင်း ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနှစ်ခုဟာ ခွဲခြားလို့မရနိုင်အောင် ချိတ်ဆက်နေပါတယ်။

သင်က သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ခြင်းနဲ့ ရောင်းချခြင်း နှစ်မျိုးစလုံး လုပ်ဖို့လိုပါတယ်။ ဘာကြောင့်လဲဆိုတော့ သင့်ရဲ့ career က ဈေးကွက် တစ်ခုထဲက ကုန်ပစ္စည်း တစ်ခုဖြစ်နေလို့ပါပဲ။ သင့် customer က သင့်ရဲ့ အလုပ်ရှင် အထူးသဖြင့် သင့် မန်နေဂျာပါ။ တခြား မန်နေဂျာတွေနဲ့ အလုပ်ရှင်တွေက အလားအလာရှိတဲ့ customer တွေ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့် ကုန်ပစ္စည်းကတော့ သင်ဘာလုပ်သလဲဆိုတာပါပဲ။ ဒါက အစောပိုင်း မေးခွန်းဖြစ်တဲ့ “သင် ဘာအလုပ်လုပ်သလဲ” ဆိုတာနဲ့ ဆက်စပ်နေပါတယ်။ အရောင်းမြှင့်ခြင်းမှာ ပါဝင်တာကတော့ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်ပါတယ်။

- * သင့်ရဲ့ ဈေးကွက်မှာ အခုဘာတွေ လိုအပ်နေတယ်။ အနာဂတ်မှာ ဘာတွေ လိုလားသလဲဆိုတာကို သိတဲ့ ဈေးကွက် အပြောင်းအလဲကို နားလည်ခြင်း။ (ဘာတွေ ဖြစ်ပျက်နေသလဲ)
- * သင့်ရဲ့ လက်ရှိကုန်ပစ္စည်းကို ဈေးကွက်နဲ့ ကိုက်ညီအောင်၊ အနာဂတ် လိုအပ်ချက်တွေနဲ့ ဟပ်မိအောင် ပြောင်းလဲဖို့ နားလည်ခြင်း။ (အနာဂတ်မှာ ငါ ဘာကိုပေးရမလဲ။ အဲဒါကိုပေးဖို့ ဘာတွေကို လိုအပ်မလဲ)
- * သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ပြီး customer ဆီသို့ ရောက်ရှိစေခြင်း။ (ငါက ဘယ်လောက်အထိ ထိုက်တန်သလဲ။

ဘယ်နေရာမှာ ငါ အလုပ်လုပ်ချင်တာလဲ)

- * သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို customer တွေ သတိထားမိလာအောင် လုပ် ပြီး အရောင်းမြှင့်ခြင်း။ (ငါ ဘာတွေလုပ်နိုင်သလဲဆိုတာကို တခြားလူတွေကို ဘယ်လို ပြောပြမလဲ)
- * သင့် ကုန်ပစ္စည်းကို ရောင်းချခြင်း (သူတို့လက်ခံ ယုံကြည်လာ အောင် ငါဘယ်လိုလုပ်မလဲ)

သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်သင့်ပါသလား

တကယ်တော့ သင်လုပ်ခဲ့ပြီးပါပြီ။ နေရာဌာန အမျိုးမျိုးမှာ သင်ဟာ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်တာမျိုး လုပ်ဖူးလှပါပြီ။ သင်ဟာ အဲဒါတွေကို အရောင်းမြှင့်တာနဲ့ ယှဉ်မစဉ်းစားမိတာဘဲ ဖြစ်မှာပါ။

- * သင်က ကျောင်းမှာ အသင်းတစ်ခုခုထဲပါဖို့ အရေး တစ်စုံတစ် ယောက်က သဘောကျလာအောင် ကြိုးစားတဲ့အခါ။
- * သင် အလုပ်တစ်ခု လျှောက်တဲ့အခါ။
- * အင်တာဗျူးမေးခွန်းတစ်ခုကို သင်ဖြေဆိုတဲ့အခါ။
- * VIP တွေ အလည်လာတဲ့အချိန် သင့်ကိုယ်သင် ကြော့မော့ ကြည့် ကောင်းနေအောင် ကြိုးစားတဲ့အခါ။
- * အလုပ်တစ်ခုကို အထူးကောင်းမွန်အောင် ဆောင်ရွက်တဲ့အခါ။
- * ဟောပြောမှု တစ်ခုလုပ်ရတဲ့အခါ၊ အဲဒါ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်း မြှင့်တာပါပဲ။

သင့် ရည်မှန်းချက်က သင့် career မှာ ပိုပြီးအောင်မြင်ဖို့၊ သင့်ရဲ့ စွမ်းရည်တွေကို အပြည့်အဝအသုံးချပြီး အားရကျေနပ်မှု ရရှိဖို့၊ ပိုပြီးစိတ်ဝင်

စားစရာကောင်းတဲ့ အလုပ်တွေရယူပြီး ရာထူးအဆင့်ဆင့် တက်သွားဖို့ဆိုရင် သင့်ကိုယ်သင် သိမ်သိမ်မွေ့မွေ့နဲ့ အရောင်းမြှင့်ရောင်းချခြင်းက အရေးကြီးပါတယ်။ တခြားကိစ္စတွေမှာလိုပဲ ကျွမ်းကျင်လိမ္မာမှုကို ရယူပြီး ကောင်းကောင်းပြန် အသုံးချနိုင်ရင် သင့်အတွက် ပိုအကျိုးရှိမှာပါ။ ဒါကြောင့် စည်းမျဉ်းတွေကို သင်ယူပြီး အကောင်းဆုံးကို အတုခိုးပါ။ အပိုချဲ့ကားခြင်း၊ အဓိပ္ပာယ် ယူလွဲခြင်းမရှိဘဲနဲ့ ကောင်းကောင်းမွန်မွန် ဆောင်ရွက်ပါ။

သင် - ကုန်ပစ္စည်း

အရောင်းအဝယ် အသုံးအနှုန်းမှာ သင်က ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုလား၊ ဒါမှမဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုလားဆိုတာကတော့ ခပ်ရှုပ်ရှုပ်ပါပဲ။ သင့်ရဲ့ ဘဝမှာ ပုံစံအမျိုးမျိုး၊ အခန်းကဏ္ဍအဖုံဖုံ ရှိပါတယ်။

အလုပ်ထဲမှာ သင်ဟာ အလုပ်သမားတစ်ယောက်၊ အထူးပြု ကျွမ်းကျင်သူ၊ ဒါမှမဟုတ် အတတ်ပညာရှင် တစ်ယောက်ယောက် ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ အလုပ်ရှင်၊ မန်နေဂျာ၊ ကြီးကြပ်သူ၊ နည်းပြ၊ သရုပ်ပြ၊ ခေါင်းဆောင်၊ အတိုင်ပင်ခံအပြင် တခြားအရာအများကြီးထဲက တစ်ယောက်ယောက်လည်း ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

အလုပ်ရဲ့ ပြင်ပမှာတော့ သင်ဟာ မိဘ၊ သားသမီး၊ အိမ်ထောင်ရှင်၊ ဦးလေး၊ အဒေါ်၊ တူ၊ တူမ၊ မိတ်ဆွေ သူငယ်ချင်း၊ အိမ်နီးချင်း တစ်ယောက်ယောက် ဖြစ်နေနိုင်ပါတယ်။ သင့်မှာ ဝါသနာပါရာ တစ်ခုခု ရှိချင်ရှိနိုင်ပြီး ဘုရားကျောင်း၊ လူမှုအဖွဲ့အစည်း၊ အသင်းအဖွဲ့တစ်ခုခုရဲ့ အဖွဲ့ဝင်လည်း ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ဒါတွေအားလုံးနဲ့ နောက်ထပ် ကျန်နေသေးတဲ့ အရာတွေ အားလုံးဟာ သင့်ဘဝမှာရှိတဲ့ အခန်းကဏ္ဍတွေ၊ သင်ဆိုတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းရဲ့

ပုံရိပ်တွေပါပဲ။

ဒီအခန်းကဏ္ဍတစ်ခုစီအတွင်းမှာ ရည်မှန်းချက်တွေ သင့်မှာရှိပါလိမ့် မယ်။ အဲဒါတွေကို ရဖို့ အခြားလူတွေရဲ့ အကူအညီကို သင် လိုအပ်ပါ တယ်။ အလုပ်မှာဆိုရင် တစ်စုံတစ်ယောက်က သင့်ကို ရောက်လာမယ့် ပရောဂျက်အတွက် ရွေးထုတ်ရမယ်၊ ရာထူးတိုးပေးဖို့အတွက် ရွေးချယ်ရမယ်။ နောက်ထပ် စိန်ခေါ်မှုအသစ်တစ်ခုမှာ တာဝန်ပေးရပါမယ်။ သင်က သူတို့ ကို ပြောမထားဘူးဆိုလျှင် သင်က စိတ်ဝင်စားတယ်။ သင်လုပ်ပြနိုင်တယ် ဆိုတာကို သူတို့ ဘယ်လိုသိမှာလဲ။ သင့် ရည်မှန်းချက်တွေက သင့်အတွက် ရှင်းလင်းပြတ်သားပေမယ့် သင်က ပြောမပြရင် တခြားလူတွေအတွက်တော့ မြူဖုံးသလို ဖုံးကွယ်နေမှာပါ။

လူတွေရဲ့ သင့်အပေါ် မြင်ရတဲ့အမြင်က သူတို့သင့်ကို ဘယ်လို ထင်မလဲဆိုတာကို ဆုံးဖြတ်ပေးပါတယ်။ ဒါက သူတို့ တစ်စုံတစ်ယောက်ကို ရှာဖွေနေတဲ့အခါ သင်က သူတို့ စိတ်ထဲကို ရောက်အောင် သွားနိုင်သလား။ သင့်ကို အကောင်းဆုံး ရွေးချယ်မှု၊ လက်ခံနိုင်လောက်တဲ့ ရွေးချယ်မှု၊ လက်ရှောင်ရမယ့် လူတစ်ယောက် အဖြစ် သူတို့ မြင်ကြသလား၊ ဒါမှမဟုတ် သင့်ကို လုံးဝ ထည့်သွင်းမစဉ်းစားဘူးလား ဆိုတဲ့အပေါ် မူတည်ပါတယ်။

သူတို့ရဲ့ သင့်အပေါ် တုံ့ပြန်မှုဟာ အကောင်းဖြစ်မလား၊ အဆိုးဖြစ် မလားဆိုတာက သင့်မှာ အမှန်တကယ်ရှိတဲ့ အရည်အချင်းထက် သူတို့ သင့်ကို ဘယ်လိုထင်သလဲ ဆိုတဲ့အပေါ်မှာ ပိုပြီး မူတည်ပါတယ်။ သူတို့ ရဲ့ ရှေ့မှာပေါ်တဲ့ သင့်ရဲ့ ပုံရိပ်က သင်နဲ့ တခြားသူတွေဆီကနေ တစ်ဆင့် လာတာပါ။ အဲဒီ ပုံရိပ်ကို သင် မထိန်းချုပ်နိုင်ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ သက်ရောက် လွှမ်းမိုးလို့တော့ ရပါတယ်။

စိတ်လှုပ်ရှားစရာကောင်းတဲ့ တာဝန်တွေ၊ ပရောဂျက်တွေ အတွက် ရွေးနုတ်ပြီး၊ ဖော်လံတီယာ (Volunteer) လုပ်ပေးတာကလည်း သင့်ရဲ့

အကြောင်း စကားပျံ့နှံ့စေဖို့ နည်းလမ်းကောင်းတစ်ခုပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ သင့် ကုမ္ပဏီထဲက အခွင့်အလမ်းတိုင်းကိုတော့ သင် အကုန်မသိနိုင်ပါဘူး။ သင် သတိမထားမိတဲ့ အလုပ်နေရာ၊ အခန်းကဏ္ဍတွေအတွက် သင့်ကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားနိုင်စရာ တစ်ခုတည်းသော နည်းလမ်းကတော့ တာဝန်ရှိသူက သင့်အကြောင်းကို ကြားသိထားဖို့၊ ဒါမှမဟုတ် သင့်ကို စဉ်းစားမိဖို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ပါ။ အဲဒါတွေ ဖြစ်လာပါလိမ့်မယ်။ ငြိမ်ငြိမ်လေး နေရင်တော့ ဘာမှ ဖြစ်မလာပါဘူး။

ကျင့်ဝတ်သိက္ခာ

အလွန်အမင်း စန်းတင်မှုတွေနဲ့ ပြည့်နေတဲ့ ကြော်ငြာတွေကို ကျွန်တော်တို့အားလုံး မြင်ဖူး ကြည့်ဖူးကြပါတယ်။ တလက်လက်ထနေတဲ့ ဆပ်ပြာပူဖောင်းတစ်လုံး လိုပါပဲ။ အထဲမှာတော့ ဘာမှမပါပါဘူး။ သင့်ကို မေးခွန်းထုတ်စေတဲ့ တချို့လူတွေရဲ့ နည်းစနစ်တွေကို သင် သတိထားမိမှာပါ။ သူတို့ရဲ့ နည်းစနစ်တွေက ခဏပန်းအတွက်တော့ အသုံးတည့်ပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ ပါဝင်တဲ့ သူတွေအတွက် အကျိုးအမြတ်ကို မပေးပါဘူး။

ဒီစာအုပ်ထဲမှာ သင်ဟာ သင့်ရဲ့ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်း အလုပ်မှာ ကျွမ်းကျင်ပြီးဖြစ်ပြီး သင့်အရည်အချင်းတွေကို သင်ကိုယ်တိုင်နဲ့ အများအကျိုးအတွက် အပြည့်အဝအသုံးချလို့ ပိုပြီးထူးချွန်တဲ့သူ ဖြစ်ချင်လိမ့်မယ်လို့ ကျွန်တော် ယူဆပါတယ်။ သင့်ရဲ့ customer သင့်ရဲ့ အလုပ်ရှင်အတွက် ထူးခြားကောင်းမွန်ပြီး ပညာရှင်ပီသတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုကို ပေးနေချိန်မှာ သင့်ရဲ့ career ထဲမှာ ဘောင်ဝင်၊ တရားဝင်တဲ့ တိုးတက်မှုကို လုပ်ဆောင်ချင်လိမ့်မယ်လို့လည်း ကျွန်တော် ယူဆပါတယ်။ သင့်မှာ အရောင်းမြှင့်ဖို့ ကုန်ပစ္စည်း

ကောင်းတစ်ခုရှိပြီး အဲဒါကို သင်က ဂုဏ်သိက္ခာရှိရှိနဲ့ တရားဝင်အောင် လုပ်ဆောင်ချင်ပါတယ်။ ဒီလိုပဲ ကျွန်တော် လက်ခံထားပါတယ်။

သင့်ရဲ့ တိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် အရောင်းမြှင့်ခြင်း ခံယူချက်က

- အလွန်အမင်း စန်းတင်ခြင်း၊ မှားယွင်းတင်ပြခြင်း၊ (သို့မဟုတ်) မှားယွင်းတတ် ပေးခြင်းမရှိဘဲ သင့်တို တခြားသူများ အာရုံထားလာအောင် ဆောင်ရွက်ရန်ဆိုပြီး ရိုးရိုးရှင်းရှင်း ဖြစ်သင့်ပါတယ်။

အကောင်းမြင်ပါ

သင်က သင့်ကိုယ်သင် ဘယ်လိုဖော်ပြမလဲဆိုတာက အလွန် အရေးကြီးပါတယ်။ “သင် ဘာအလုပ်လုပ်သလဲ” ဆိုတဲ့ ရိုးရှင်းတဲ့ မေးခွန်းတစ်ခုကို ပြန်ဖြေလိုက်တဲ့ သင့်အဖြေက သင့်အတွက် အကူအညီဖြစ်စေမယ့် (သို့မဟုတ်) အကူအညီ မဖြစ်စေမယ့် သင့်ရဲ့ ပုံရိပ်တစ်ခုကို ဘယ်လိုဖြစ်ပေါ်စေနိုင်တယ်ဆိုတာကို ကျွန်တော်တို့ နားလည်ခဲ့ပြီးပါပြီ။

နောက်ထပ် ရိုးရှင်းတဲ့ မေးခွန်းတစ်ခုဖြစ်တဲ့ “အခြေအနေတွေ ဘယ်လိုလဲ” ဆိုတဲ့ မေးခွန်းအတွက် မတူကွဲပြားတဲ့ အဖြေနှစ်မျိုးကို စဉ်းစားကြည့်ပါ။ ပထမအဖြေက သမားရိုးကျဆန်ဆန် ငြီးငွေ့စရာကောင်းပြီး အဓိပ္ပာယ်မရှိတဲ့ သင်ကြားဖူးထားပြီးသား အဖြေမျိုးဖြစ်ပြီး အဲဒီအဖြေနဲ့ ဆင်ဆင်တူတဲ့ အဖြေတွေကို အကြိမ်ရေ ရာနဲ့ချီအောင် သင်ကြားခဲ့မှာပါ။ ဒုတိယအဖြေ

ကတော့ အလွန်အောင်မြင်တဲ့ လူငယ်မန်နေဂျာတစ်ယောက်က ပေးထားတဲ့ အဖြေကို ပြန်ရေးထားတာပါ။

၁။ “အိုး၊ အဆင်ပြေပါတယ်။ ဒီလိုပဲ အိုးနင်းခွက်နင်းနဲ့ ပြီးသွားတာပါပဲ။ ခင်ဗျားသိပါတယ်။”

၂။ “အမြဲ အလုပ်ရှုပ်နေတာပါပဲ။ လုပ်ငန်းတွေလည်း ချဲ့နေတုန်းပဲ။ ကျန်ခဲ့တဲ့ အပတ်က ကုမ္ပဏီတစ်ခုဝယ်ရင်း နယူးယောက်ကို ရောက်ခဲ့ သေးတယ်။ ကုမ္ပဏီက ခပ်သေးသေးပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ ဈေးကွက်ထဲကို ကျွန်တော်တို့ ရောက်အောင် အဲဒါက ကူညီပေးတယ်”

မှန်ပါတယ်။ ဒုတိယအဖြေလိုမျိုး အံ့ဩချီးမွမ်းလောက်စရာ အဖြေ ကိုတော့ သင် အမြဲ ဘယ်ပေးနိုင်ပါ့မလဲ။ ဒါပေမဲ့ ပထမအဖြေလို အဆိုး ဘက် သက်ရောက်တဲ့ အဖြေမဖြစ်အောင်တော့ သင် ရှောင်ရှားနိုင်ပါတယ်။ အောင်မြင်တဲ့ကုမ္ပဏီတွေက သူတို့ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတွေကို အမွမ်းတင်ကြပါ တယ်။ သူတို့ရဲ့ အလွန်အမင်း စန်းတင်မှုတွေကို ရှောင်ပြီး သူတို့ဆီက သင်ခန်းစာယူပါ။

သင့်ပတ်ဝန်းကျင်က လူတွေပြောတာကို နားထောင်ပြီး “အခြေအနေ တွေ ဘယ်လိုလဲ” ဆိုတဲ့ မေးခွန်းမျိုးတွေကို အဆိုးသက်ရောက်တဲ့ အဖြေ တွေ ဘယ်လောက်ပေးကြသလဲဆိုတာ လေ့လာပါ။ သင့်က သင့်ရဲ့ ကုန် ပစ္စည်းကို ဖော်ပြတဲ့ နေရာမှာ အကောင်းမြင်တဲ့ အဖြေမျိုး ပေးနိုင်အောင် အမြဲ ကြိုးစားပါ။ တိုတောင်းတဲ့ အချက် တစ်ချက်၊ နှစ်ချက်ပဲ ပါပါစေ။

သာမန် လူမှုရေးအရ မေးတဲ့မေးခွန်းတစ်ခုအတွက် ဘယ်သူကမှ မိနစ် ၃၀ လောက်ကြာအောင် စကားကြောရှည်ပြီး ပြန်ဖြေတာမျိုးကို နား မထောင်ချင်ပါ။ အကောင်းမြင်တဲ့ အဖြေတွေက အလွန်အကျွံ ဖြစ်သွားတတ် ပြီး ရည်ရွယ်ရင်းရဲ့ ဆန့်ကျင်ဘက်ကို ရရှိတတ်ပါတယ်။ ကိုယ်ရည်မသွေး ဘဲ အကောင်းဘက်က တိုတိုနဲ့ ထိမိအောင် ပြောပါ။

အဆိုးသက်ရောက်တဲ့ အဖြေရဲ့ ထူးခြားတဲ့ ဥပမာကို ရတနာဆိုင်တွေ အများ အပြားပိုင်ဆိုင်တဲ့ ပိုင်ရှင်တစ်ယောက်ရဲ့ အဖြေနဲ့ ပြထားပါတယ်။ အဖိုးနှုန်း မကြီးမားတဲ့ ငွေထည်ဝစ္စည်းတွေကို ဘယ်လိုကြောင့် သူထုတ်လုပ်နိုင်တာလဲ ဆိုတဲ့ မေးခွန်းကို သူက ဟာသနောပြီး ပြန်ဖြေလိုက်တာပါ။ “အဲဒါတွေက သုံးမရတဲ့ အညံ့စားတွေ မို့လို့ပါ”။ ဒီအဖြေကြောင့် သူရဲ့ ရတနာဆိုင်လုပ်ငန်းတွေ ဆုံးရှုံး နှစ်နာရပြီး အထက်တန်းလွှာမှာ နာမည်ပျက်ခဲ့ရပါတယ်။

တလေးသုံးထောက်အဖေ အိမ်ရှင်မတစ်ယောက်ကို “ခင်ဗျား အလုပ် လုပ်သလား” လို့ မေးလိုက်ပါတယ်။

ကျွန်မ အလုပ်လုပ်ပါတယ်။ လူမှုဖွံ့ဖြိုးရေး ပရိုဂရမ်တစ်ခုမှာ ကျွန်မ ပါဝင်ခဲ့ ပါတယ်။ လတ်တလောမှာ အသက်အရွယ်သုံးမျိုးနဲ့ ကျွန်မလတ်တွဲ လုပ်ဆောင်နေပါ တယ်။ ပထမတော့ လမ်းလျှောက်တတ်စအရွယ်ပါ။ အဲဒီမှာ အခြေခံအနေနဲ့ တလေးသူငယ် စိတ်ပညာနဲ့ ဆေးပညာကို နားလည်ရပါမယ်။ ဒုတိယက ဆယ် ကျော်သက်အရွယ်ပါ။ ဒီအပိုင်းမှာတော့ ကျွန်မရဲ့ ပရိုဂရမ်က သိပ်ပြီး အဆင်ပြေ မချောမွေ့လှဘူးဆိုတာ ဝန်ခံရပါမယ်။ တတိယအနေနဲ့တော့ ညနေခင်းတွေနဲ့ ရုံးပိတ်ရက်တွေမှာ သက်တမ်းတစ်ဝက် သောက (mid - life crisis) ရဲ့ဖြစ် နေကျလက္ခဏာတွေ အားလုံးကို ထုတ်ပြနေတဲ့ သုံးဆယ့်ကိုးနှစ်အရွယ် အမျိုးသား တစ်ယောက်နဲ့ အလုပ် လုပ်ရပါတယ်။ အဲဒါက စိတ်ရောဂါနဲ့ သက်ဆိုင်တဲ့ အလုပ်ပါ။ ဒီအလုပ်တစ်ခုလုံးအတွက်ဆိုရင် ထတ်မြတ်တဲ့ စီမံခန့်ခွဲသူ ဖြစ်ရပါမယ်။ “ငါ လုပ်နိုင် တယ်” ဆိုတဲ့ စိတ်ဓာတ်ခွန်အား ရှိရပါမယ်။ ပဋိပက္ခ ပြေလည်အောင် ဖြေရှင်းမှုမှာ ဒီဂရီတစ်ခု ရှိထားရမယ်။ အရင်ကတော့ ကျွန်မဟာ နိုင်ငံတကာအဆင့်ရှိတဲ့ ဖတ်ရှင် မော်ဒယ်တစ်ယောက်ပဲ။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီအလုပ်ကို ကျွန်မ ငြီးငွေ့သွားပြီ။

(ရောဘ် ပါဆန်စ်၊ “မိနစ်ခြောက်ဆယ် အိမ်ထောင်ရေး”
ဟော့ဒါနှင့် စတောက်တန်၊ ၁၉၉၇)

[၂]

သင်ဟာ ကုမ္ပဏီတစ်ခု ဆိုရင်

သင့်ကိုယ်သင် ကုမ္ပဏီတစ်ခုအဖြစ် ခဏလောက် စဉ်းစားကြည့်တာက ရှင်းလင်းသွားစေနိုင်ပါတယ်။

ကုမ္ပဏီတွေမှာ လုပ်ငန်းရဲ့ ဘက်စုံထောင့်စုံကို တာဝန်ယူဆောင်ရွက်ရတဲ့ ဌာနခွဲ၊ ဌာနစိတ်တွေ အများကြီး ရှိပါတယ်။ ပုံမှန်အားဖြင့် ထုတ်လုပ်မှု (သို့မဟုတ်) ဝန်ဆောင်မှုဌာန၊ သုတေသနနဲ့ ဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့၊ စီမံခန့်ခွဲရေး၊ အရောင်းမြှင့်တင်ရေး၊ ရောင်းချရေးအစရှိတာတွေအတွက် ဌာနတွေ အသီးသီးရှိကြပါတယ်။ ဒီတစ်ခုစီမှာ သင့်ရဲ့ career နဲ့ တူညီမှုတွေ ရှိပါတယ်။

ထုတ်လုပ်မှု

သင့်ကုမ္ပဏီရဲ့ ထုတ်လုပ်မှု (သို့မဟုတ်) ဝန်ဆောင်မှုဌာနက အမှန်တကယ် ဘာအလုပ်လုပ်တာလဲ။ အဲဒီမှာ အလုပ်လုပ်တဲ့ လူတွေက တည်ဆဲကန်ထရိုက်စာချုပ်အတွက် ကုန်ပစ္စည်းတွေ ထုတ်လုပ်တာ၊ ဝန်ဆောင်မှုပေးတာတွေကို လုပ်ဆောင်ပါတယ်။ သူတို့က ဒါကို တိုးတက်ဖို့ နည်းလမ်းတွေ

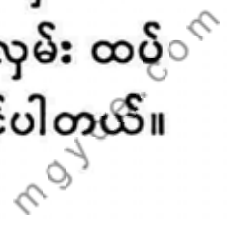
အမြဲ ရှာဖွေရင်း ကုန်ကျစရိတ်နဲ့ တွက်ခြေကိုက်အောင် လုပ်ဆောင်ပါတယ်။ ကုန်ပစ္စည်းအသစ်တွေကို မိတ်ဆက်တဲ့အခါ သူတို့က ထုံးတမ်းစဉ်လာအရ မြင့်မားတဲ့ စံနှုန်းတွေအတိုင်း ထုတ်လုပ်ပေးထားပါတယ်။ အဲဒါက လက်ရှိ အချိန်ကို မြဲမြံခြေကုပ်ယူပြီး အနာဂတ်အတွက် လုံခြုံစိတ်ချရစေဖို့ ကူညီပါတယ်။

သင့်ရဲ့ 'ထုတ်လုပ်မှု' ဆိုတာက ဖြစ်ပေါ်လာတဲ့ အပြောင်းအလဲတွေကို တုံ့ပြန်ဖို့နဲ့ တိုးတက်အောင်လုပ်ဖို့ ကြိုးပမ်းရင်း သင့်ရဲ့ လက်ရှိ အလုပ်ကို တတ်နိုင်သမျှ အကျိုးရှိအောင် လုပ်ဆောင်ထားဖို့ ဖြစ်ပါတယ်။ လူအတော်များများအတွက် ဒါက အမြင့်ဆုံး ရည်မှန်းချက်ဖြစ်ပြီး ကျေနပ်နှစ်သိမ့်မှုကိုလည်း သူတို့ ရကြပါတယ်။ သူတို့ရဲ့ အကြီးမားဆုံးစိန်ခေါ်မှုက အပြောင်းအလဲတွေကို တုံ့ပြန်ခြင်း ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အခြေခံအရ တော့ 'ထုတ်လုပ်မှု' ဆိုတာ လက်ရှိအလုပ် (သို့မဟုတ်) တာဝန်ကို ထိန်းသိမ်းထားတာလို့ ပြောရမှာပါ။

အာအန်ဒီ (R & D)

သုတေသနနဲ့ ဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့က အနာဂတ်အတွက် ပိုအလေးထားဆောင်ရွက်ပါတယ်။ သူတို့က ကုန်ပစ္စည်းတွေရဲ့ နောက်ထပ် အဆင့်တစ်ဆင့်ကို ဖွံ့ဖြိုးအောင် လုပ်ဆောင်ပါတယ်။ သင့်အနေနဲ့ ဆိုရင်တော့ အနာဂတ်မှာ ဘယ်လိုအလုပ် တာဝန်မျိုးကို သင်လိုချင်သလဲဆိုတာကို ဆုံးဖြတ်တာ၊ အဲဒါအတွက် အစီအစဉ်ချတာ၊ သင်ယူတာတွေ ပါဝင်လာမှာပါ။

R & D ရဲ့ အဓိပ္ပာယ်က လှေကားပေါ်ကို နောက်တစ်လှမ်း ထပ်တက်ဖို့အတွက် သင့်ကိုယ်သင် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ခြင်းလို့ ဆိုနိုင်ပါတယ်။



သင့်ရဲ့ အထူးပြု ဘာသာရပ်မှာ သင်က ဖွံ့ဖြိုးမှု အသစ်တစ်ခုဆီကို ပထမဆုံး လှမ်းတက်တဲ့လူ ဖြစ်နိုင်ပါသလား။ စီမံအုပ်ချုပ်မှုအတွက် သင့်ကိုယ်သင် ပြင်ဆင်ထားသင့်ပါသလား။ သင်က မန်နေဂျာတစ်ယောက်ဆိုရင် သင် သွားမယ့် နောက်တစ်လှမ်းကို ပိုမြင့်တဲ့ စီမံအုပ်ချုပ်မှု အပိုင်းရောက်အောင် စီစဉ်နိုင်ပါသလား။ R & D ဆိုတာ သင်ယူခြင်း၊ အတတ်ပညာ အသစ်များ ကို ဆည်းပူးလေ့လာခြင်း၊ အပြုအမူနဲ့ သဘောထားအသစ်တွေကို ဖွံ့ဖြိုး အောင်လုပ်ခြင်းပါပဲ။ အခုထက်ပိုပြီး အမြော်အမြင်ရှိရှိနဲ့ ကြည့်ပါ။ အဲဒါကို ပိုပြီး ကျယ်ပြန့်တဲ့ အတွေ့အကြုံ၊ လေ့ကျင့်မှု၊ ကိုယ်ထူကိုယ်ထ ကြိုးပမ်းမှု တွေနဲ့ ကူညီပံ့ပိုးပါ။

စီမံခန့်ခွဲရေး

စီမံခန့်ခွဲရေးဆိုတာက မှတ်တမ်းမှတ်ရာတွေ ထိန်းသိမ်းတာ၊ ဆက် သွယ်မှုတွေ မပြတ်တောက်အောင် ထားတာ၊ အိုင်တီပိုင်းဆိုင်ရာလိုမျိုး လို အပ်တဲ့ အပြောင်းအလဲအတွက် ရင်ပေါင်တန်း အမီလိုက်နိုင်စေတာမျိုး ဖြစ် ပါတယ်။

မှတ်တမ်းမှတ်ရာ

မူလ အလုပ်တွေနဲ့ ပရောဂျက်တွေရဲ့ အဓိကကျတဲ့ အချက်အလက် တွေကို မှတ်တမ်းထားပါ။ ဥပမာ သင် ဘာလုပ်ခဲ့သလဲ။ ကုန်ကျစရိတ် တွေက ဘယ်လောက်ရှိခဲ့သလဲ။ အမြတ်အစွန်း level ဘယ်လောက် ရှိသ လဲ။ ဘယ်သူတွေ ပါဝင်ခဲ့သေးလဲ စတဲ့ အချက်တွေပါ။ ဒီလို အသေးစိတ် အချက်အလက်တွေက နောက်ပိုင်း အင်တာဗျူးတစ်ခုမှာ တစ်စုံတစ်ယောက်

အတွက် သင် ဘာတွေ ဆောင်ရွက်ပေးခဲ့တယ်ဆိုတာ ပြောပြတဲ့အခါ ပို အဆင်ပြေစေမှာပါ။

သင့်ရဲ့ လေ့ကျင့်မှု၊ ပရောဂျက်တွေ၊ အလုပ်တွေ၊ စာအုပ်တွေအစရှိ တဲ့ အရာတွေကနေ သင် သင်ယူခဲ့တာတွေကို မှတ်သားထားပါ။ ပညာရပ် ဆိုင်ရာ အဖွဲ့အစည်း၊ ကျောင်းတွေမှာ ဒါကို professional development record (PDR) လို့ခေါ်ပါတယ်။ ဒီပုံစံနဲ့ ပတ်သက်လို့ သင် ဆေးဆေး ချာချာ နားမလည်ဘူးဆိုရင် နမူနာပုံစံ တစ်ခုရအောင် ရှာဖွေ မေးမြန်းပါ။

နာမည်၊ လိပ်စာ စတာတွေပါတဲ့ အဆက်အသွယ်စာရင်း ထားပါ။ ဘယ်အချိန်၊ ဘယ်နေရာမှာ ဘာကြောင့် သူတို့နဲ့ တွေ့ခဲ့သလဲဆိုတာကိုပါ မှတ်ချက်အတိုလေး ထပ်ပေါင်းထည့်ပါ။

စီဗွီ (ကိုယ်ရေးအချက်အလက်)

သင့်ရဲ့ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာ လမ်းကြောင်းမှာ ရရှိထားတဲ့ အောင်မြင်မှုအသစ်တွေကို မှတ်တမ်းထားပါ။ အချိန်ကာလ အပိုင်းအခြား အလိုက် ပြင်ဆင်ဖြည့်စွက်ပါ။ ဒါက သင့်ရဲ့ လက်ရှိကုမ္ပဏီမှာပဲဖြစ်ဖြစ်၊ နောက်ကုမ္ပဏီတစ်ခုမှာပဲ ဖြစ်ဖြစ် အလုပ်တစ်ခုခုကို သင် ထပ်လျှောက်တဲ့ အခါ အလွန်အကူအညီ ဖြစ်စေပါတယ်။ သင့်ရဲ့ စီဗွီ (CV) ကို ခြောက် လတစ်ကြိမ် ပြင်ဆင် ဖြည့်စွက်တာမျိုး လုပ်ပါ။

အရောင်းမြှင့်ခြင်းနဲ့ ရောင်းချခြင်း

အရောင်းမြှင့်ခြင်းဆိုတာက လတ်တလောမှာ သင်ဘယ်နေရာမှာ အံ့ ဝင်ခွင့်ကျ ဖြစ်တယ်ဆိုတာကို ဆုံးဖြတ်ဖို့၊ အနာဂတ်မှာ ဘယ်လိုဖြစ်နိုင်သလဲ

ဆိုတာကို ရှာဖွေဖို့ (ဈေးကွက် သုတေသနပြုခြင်း) နဲ့ သင် လုပ်ဆောင်ချင်တဲ့ အပြောင်းအလဲတွေကို အစီအစဉ်ချဖို့ တို့ဖြစ်ပါတယ်။ သင့် အရည်အချင်း တွေကို လူတွေပိုသိလာအောင် လုပ်ဆောင်တဲ့ “ကြော်ငြာခြင်း” လည်း ပါ ဝင်ပါတယ်။ ရောင်းချခြင်း ဆိုတာက အပြောင်းအလဲတွေ ပြုလုပ်ခြင်းပါပဲ။ ဒီနှစ်ခုကြားမှာ ကွဲပြားခြားနားမှုက ပြတ်ပြတ်သားသား မရှိတာမျိုး ဖြစ်လာ နိုင်ပေမယ့် ဘယ်လိုနာမည်တပ်ခေါ်တယ် ဆိုတာက အရေးကြီးဘဲ သင် ဘယ်လိုလုပ်ဆောင်သလဲဆိုတာက အဓိက ကျတာပါ။

အနှစ်ချုပ်

သင့်ကိုယ်သင် အသေးစား ကုမ္ပဏီတစ်ခုအဖြစ် မြင်ကြည့်ခြင်းက သင့် career ကို ရှေ့ဘယ်လို ဆက်သွားမယ်ဆိုတဲ့ အတွင်းကျကျ အခြေ အနေအချို့အထိ သင့်ကို သိမြင်လာစေပါတယ်။ ဘယ်ကုမ္ပဏီမဆို အောင် မြင်မှုအတွက် ထုတ်လုပ်မှု အပိုင်းက လူတွေကို မဖြစ်မနေ လိုအပ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ကုမ္ပဏီကို ကြီးပွားတိုးတက်စေမယ့် အမြော်အမြင်ကိုတော့ သူတို့ အမြဲမပေးနိုင်ပါဘူး။ ထုတ်လုပ်မှုအပေါ်မှာ အာရုံစိုက်ထားဖို့က မက် လောက်စရာ ကောင်းပါတယ်။ လက်ငင်းအကျိုးရှိလို့ပါ။ ဒါပေမဲ့ သင့် career က ၁၀၀ ရာခိုင်နှုန်း ထုတ်လုပ်မှု ဖြစ်လာရင် မထင်မှတ်ဘဲနဲ့ ကြီး ပွားတိုးတက် ပါလိမ့်မယ်။

သင့် career ကို တိုးတက်စေချင်ရင် အချိန်ကို -

- * ရှေ့မှာ ဘာရှိနေသလဲဆိုတာ ရှာဖွေတဲ့နေရာ (ဈေးကွက် သုတေ သန)
- * အနာဂတ်အတွက် ကြိုတင်စီစဉ် သင်ယူတဲ့နေရာ (R & D)

- * သင်နဲ့ သင့်ရဲ့ အဆက်အသွယ်တွေနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အချက်အလက်တွေကို မှတ်တမ်းတင်တဲ့ နေရာ (စီမံခန့်ခွဲမှု)
- * သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ခြင်းနဲ့ ရောင်းချခြင်းဆိုတဲ့ နေရာမှာ အသုံးပြုပါ။

လုပ်ဆောင်ချက်

သင့် ဌာနတွေ တိုးတတ်ဖို့အတွက် ကျန်ခဲ့တဲ့နှစ်က သင်ဘာတွေ လုပ်ဆောင်ခဲ့သလဲ။

- ထုတ်လုပ်မှု
- သုတေသနနဲ့ ဖွံ့ဖြိုးရေး (R & D)
- စီမံခန့်ခွဲရေး
- အရောင်းမြှင့်ခြင်းနဲ့ ရောင်းချခြင်း

သင့် လုပ်ဆောင်ချက် အားလုံးနီးပါးက ထုတ်လုပ်မှု အပိုင်းမှာပဲ ရှိနေရင် သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ဖို့ သင် လုပ်ဆောင်နေတာ နည်းနည်းလေး ရှိပါသေးတယ်။



[၃]

အရောင်းမြှင့်ခြင်း

အရောင်းမြှင့်တဲ့အပိုင်းမှာ အလုပ်လုပ်နေတဲ့ တစ်စုံတစ်ယောက်ကို သူတို့ရဲ့ အသက်မွေးမှုအလုပ်အကြောင်း မေးကြည့်ရင် သူတို့က "marketing mix" (သို့မဟုတ်) P လေးလုံး ပါဝင်တဲ့ နည်းဗျူဟာကို သင့်ကို ပြောပြပါလိမ့်မယ်။

- * **ကုန်ပစ္စည်း (Product)** - ကုန်ပစ္စည်းက ဘာကုန်ပစ္စည်းလဲ၊ ဈေးကွက်ထဲမှာ သူ့ရဲ့ ဆွဲဆောင်နိုင်မှုက ဘာလဲ၊ ဘယ်သူတွေ အတွက် ရည်ရွယ်တာလဲ၊ နောက်လာမယ့် အဆင့်တစ်ဆင့်က ဘာနဲ့အလားသဏ္ဍာန် တူမှာလဲ၊ သူ့ရဲ့ အပြိုင် ကုန်ပစ္စည်းတွေနဲ့ ဘယ်လို ခွဲခြားလို့ရမလဲ စတဲ့အကြောင်း အရာတွေကို အဓိပ္ပာယ် ဖွင့်ပေးခြင်း။
- * **ဈေးနှုန်း (Price)** - ဈေးနှုန်း (သို့မဟုတ်) ဈေးနှုန်းတွေကို ဆုံးဖြတ်သတ်မှတ်ခြင်း။
- * **နေရာ (Place)** - ဘယ်နေရာမှာ ဘယ်လို ဖြန့်ဝေရောင်းချ မယ်ဆိုတာကို ဆုံးဖြတ်ခြင်း။

* လှုံ့ဆော်ဆွဲဆောင်ခြင်း (Promotion) - ကြော်ငြာနဲ့ တခြားအခန်းကဏ္ဍတွေကတဆင့် လှုံ့ဆော်ဆွဲဆောင်ခြင်းဖြင့် ဝယ်ယူသူတို့ အာရုံစိုက်လာတဲ့အထိ ဖြစ်စေခြင်း။

ဒီ Marketing Mix ရဲ့ လက္ခဏာလေးရပ်စလုံးက သင့်ကိုယ်သင် အရောင်းမြှင့်ဖို့ ကူညီရာမှာ အရေးကြီးပါတယ်။ အထူးသဖြင့် သင့်ကုန်ပစ္စည်းကို နားလည်ခြင်း (သင် ဘာအလုပ်လုပ်သလဲ)၊ သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာအတွက် စီစဉ်ခြင်း (သင်လုပ်တယ်ဆိုတာ သူတို့ကို ဘယ်လို ပြောပြမှာလဲ) အတွက် အရေးပါပါတယ်။

ဒီ P လေးလုံးကို သရုပ်ဖော်ပြဖို့ ကျွန်တော်တို့က ချောတလတ်ချောင်း အသစ် တစ်မျိုးကို စတင် ဖြန့်ချိချင်တယ်လို့ စိတ်ကူးကြည့်ရအောင်။ Mars, Nestle နဲ့ Cadburys တို့လို အခိုင်အမာရှိပြီးသား ထုတ်လုပ်သူတွေနဲ့ ပြိုင်ဆိုင်ပြီး အောင်မြင် ဖို့ဆိုရင် ကျွန်တော်တို့က ကောင်းကောင်း လုပ်ဆောင်ဖို့ လိုပါတယ်။

* ကုန်ပစ္စည်း (Product) - ဈေးကွက် သုတေသနအဖွဲ့က ကျွန်တော်တို့ကို ဆုံးဖြတ်ဖို့ တူညီပါလိမ့်မယ်။ Mars, အမျိုးအစား၊ Kit Kat အမျိုးအစား၊ Fruit and Nut အမျိုးအစား၊ ဒါမှမဟုတ် တခြားအမျိုးအစားတစ်ခုခုလို ပုံစံမျိုးနဲ့ ဈေး တွက်မှာ ဝင်တိုးနိုင်မလား။ ပြားပြားရှည်ရှည်ပုံ ထုတ်မလား။ ထိုထိုတုတ်တုတ်လား။ စတုရန်းပုံလား။ တုပတုံးပုံလား။ ဒါမှမဟုတ် လုံးရှည်ပုံစံလား။ ဘယ်လို ထူးခြားတဲ့ အရသာရှိမှာလဲ။ လူတွေက အဲဒါကို Kit Kat လိုမျိုး အပိုင်းပိုင်းချိုးစားမှာလား။ Mars လိုမျိုး တိုက်တိုက်ပြီး စားမှာလား။

* ဈေးနှုန်း (Price) - အရပ်ထဲက ဆိုင်တွေမှာ လိုက်စစ်ဆေးကြည့်တာက စံအရွယ်အစားထက် လျော့တဲ့ ပိုတဲ့ ချောတလတ်ချောင်းတွေ အတွက် ဈေးနှုန်း အမျိုးမျိုး အစားစားကို ထွက်ပေါ်လာစေပါတယ်။ သူ ပုံရိပ်နဲ့ နာမည်ကျော်ကြား ပူအတွက် အဖိုးနှုန်းထား ဘယ်လောက် ပိုထူးထူးသလဲ။ ဈေးကွက်မှာ ဦးဆောင်