

# ဈေးကွက် အောင်မြင်

အောင်မြင်  
အောင်မြင်

အိမ်ကြီးမောင်  
ပြန်ဆိုပြုစုသည်။



MARKETING IDEAS



# MARKETING IDEAS

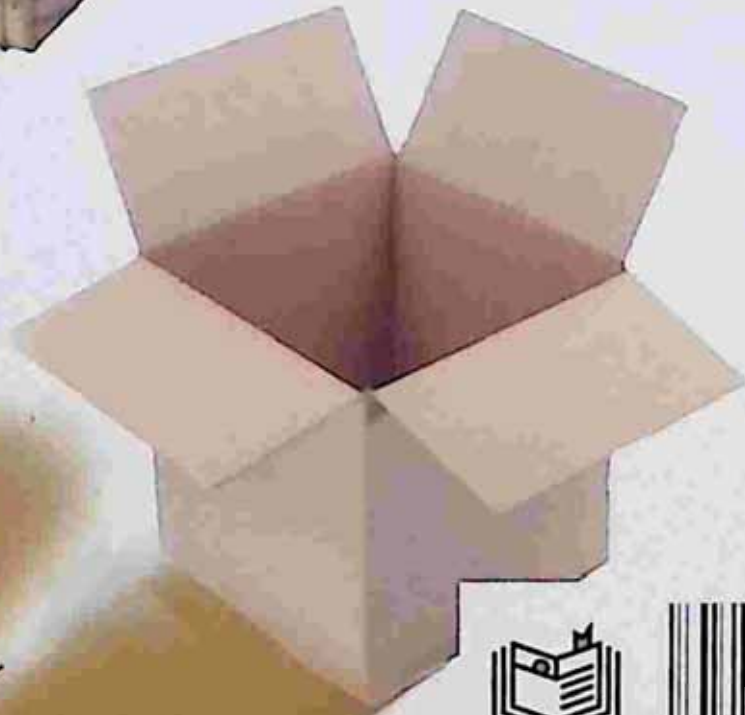


အိမ်ကြီးမောင်

ဈေးကွက်

အောင်မြင်

အောင်မြင်  
အောင်မြင်



*Handwritten signature*



YST0035

1,500.00 KS

mgyoe.com

စာမူပိုင် နှင့် စာအုပ်ပြင်ဆင်တင်ဆက်ပုံမူပိုင် - အပါးတော်မြဲ  
စာအုပ်တိုက်အမှတ်တံဆိပ် - အော်ပီကျယ်



ထုတ်ဝေခြင်း။ ဦးအောင်စည်သာ၊ အပါးတော်မြဲစာပေတိုက်(၀၂၂၉၃)၊  
၇/၈ မြန်မာသီရိလင်္ကာရာမကျောင်းလမ်း၊ နတ်ချောင်း၊ တာမွေ။  
ပုံနှိပ်ခြင်း။ ဦးအောင်စည်သာ၊ အပါးတော်မြဲပုံနှိပ်တိုက်(၀၁၅၀၅)၊  
၁၁၇၉၊ မစိုးရိမ်လမ်း၊ ကံဘွဲ့၊ ရန်ကင်း။

မျက်နှာဖုံးပန်းချီနှင့်  
အတွင်းသရုပ်ဖော်ပုံများ။ ဖေသစ်တည်

---

ဈေးကွက်မှာ အောင်မြင်ဖို့ ဒါတွေဆောင် ဒါတွေရှောင်၊ အိမ်ကြီးမောင်  
ဥမ် မျက်နှာ၊ ၁၂.၈ စင်တီ\* ၁၈.၅ စင်တီ  
ပထမနှိပ်ခြင်း၊ ၂၀၁၉၊ ဇူလိုင်လ၊  
အုပ်ရေ ၁၀၀၀၊

---

email: aptmpublishinghouse@gmail.com  
www.facebook.com/aptmbookhouse

အမှတ် (၇/၈)၊ မြန်မာသီရိလင်္ကာရာမကျောင်းလမ်း၊ နတ်ချောင်း၊ တာမွေမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်။  
၀၉ ၉၅၁၃၉၉၅၅၅၊ ၀၉ ၄၄၁၅၁၅၅၅၉

**ဈေးကွက်မှာ အောင်မြင်ဖို့  
ဒါတွေဆောင် ဒါတွေရွှောင်  
အိမ်ကြီးမောင်**

၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ ဇူလိုင်လ၊ ပထမနှိပ်ခြင်း။

mgyc.com

mgyc.com

### မာတိကာ

၁။	လုပ်ငန်းတစ်ခု အောင်မြင်ဖို့	၄
၂။	လုပ်ငန်းကို လူသိများစေဖို့	၉
၃။	လိုအပ်တာကို ရောင်းမှာလား လိုချင်လာအောင် လုပ်မှာလား	၁၁
၄။	လုပ်ငန်းခွင်အတွင်း ယုံကြည်မှု ပျက်စီးစေတဲ့ အဓိကအချက်	၁၅
၅။	ဝန်ထမ်းမြဲအောင် ဘယ်လိုဆွဲဆောင်မလဲ	၁၉
၆။	ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်ကို ပျက်စီးစေတဲ့ အချက်တွေ	၂၃
၇။	လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေ လုပ်တဲ့အခါ ရရှိနိုင်မယ့် အကျိုးကျေးဇူးများ	၂၆
၈။	ပြိုင်ဆိုင်မှုကို မကြောက်ရပါ	၃၀
၉။	လုပ်ငန်းခွင်အားပြိုင် ခြယ်လှယ်ခြင်း	၃၅
၁၀။	အင်တာဗျူးဖြေဆိုရာမှာ ဒါတွေ ရှောင်ပါ	၃၇
၁၁။	လစာတိုးချင်ရင် ဒီအချက်တွေ ဆောင်ပါ	၄၃

၁၂။ လုပ်ငန်းခွင်ထဲက သဘောထား ကွဲလွဲမှုတွေကို ဘယ်လိုဖြေရှင်းမလဲ	၄၇
၁၃။ စိတ်ဓာတ်ကျနေတဲ့ ဝန်ထမ်းတွေကို ဘယ်လိုကိုင်တွယ်မလဲ	၅၁
၁၄။ ဝါသနာမပါတဲ့အလုပ်ကို လုပ်နေရသလား	၅၆
၁၅။ သူဌေးနဲ့ ဝန်ထမ်း ဆက်ဆံရေး	၅၈
၁၆။ လုပ်ငန်းခွင်မှာ မအောင်မြင်တဲ့လူတွေ	၆၄
၁၇။ လုပ်ငန်းတိုးတက်ရေး မဟာဗျူဟာများ	၆၈
၁၈။ ဝန်ထမ်းအင်အား လျှော့ချတော့မယ်ဆိုရင်	၇၂
၁၉။ ဝန်ထမ်းအင်အား လျှော့ချခြင်း မပြုမီ စဉ်းစားရမည့် အချက်များ	၇၃
၂၀။ လက်အောက်ငယ်သားတွေ ချစ်တဲ့ ခေါင်းဆောင်	၇၈
၂၁။ မန်နေဂျာတစ်ယောက်ကို ပျက်စီးစေမည့် အပြုအမူဆိုး (၆) မျိုး	၈၃
၂၂။ အကျင့်ဆိုးတွေ ဖယ်ရှားဖို့ အကြံပြုချက်	၈၆
၂၃။ Marketing ဆိုတာ	၈၉
၂၄။ ရောင်းခြင်းဝယ်ခြင်း ညီမျှခြင်း	၉၃



**သ**င့်ရဲ့ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဟာ ကမ္ဘာပေါ်မှာ အကောင်းဆုံးတစ်ခု ဖြစ်နေပေမဲ့ လူအများသိရှိအောင် သင် ဘယ်လိုလုပ်မလဲ။ သင့် ပစ္စည်းကို အမှန်တကယ်သုံးစွဲသူတွေထံရောက်အောင် ဘယ်နည်း သုံးမလဲ။ သင့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဟာ ဘယ်လောက်ပင် ကောင်း စေဦးတော့ ဘယ်သူမှမသိရင် အချည်းနှီးပါပဲ။ ဒါအတွက် အလွယ် ဆုံးနဲ့ အရိုးရှင်းဆုံး နည်းလမ်းက ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းပဲ ဖြစ်ပါ တယ်။

ဈေးကွက်ဆိုတာ ဘာလဲ။ ရောင်းအားမြှင့်တင်တဲ့ နည်း လမ်းတွေ၊ ကြော်ငြာနည်းလမ်းတွေ အပါအဝင် တခြားလူသိစေ နိုင်တဲ့ နည်းလမ်းတွေ အသုံးပြုပြီး ကိုယ့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းကို သတိပြုမိလာအောင် လုပ်ဆောင်တာ ဖြစ်ပါတယ်။ အခုလိုဈေး ကွက်ထိုးဖောက်ရှာဖွေရာမှာ ဆောင်ရန် ရှောင်ရန် အချက်လေးတွေ ကို တင်ပြပေးလိုက်ပါတယ်။



ဈေးဝယ်သူရဲ့လိုအပ်ချက်ကို အာရုံစိုက်ပါ။

ပထမဆုံးနားလည်ထားရမှာက သင့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင် ပေးမှုကို ခဏဘေးဖယ်ထားပြီး စားသုံးသူရဲ့လိုအပ်ဟာ ဘာလဲလို့

အာရုံထားပါ။ ဒီအချက်ဟာ ရောင်းဝယ်ရေးဗျူဟာမှာ ရွှေရောင်စည်းမျဉ်း တစ်ခုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ပင်မအလုပ်ဟာ စားသုံးသူတွေရဲ့လိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးဖို့ ရည်ရွယ်ထားတာကြောင့် သင့်ရဲ့ကုန်ပစ္စည်းဟာ စား သုံးသူတွေအတွက် ဘယ်လိုအကျိုးကျေးဇူး ရရှိစေမလဲဆိုတာကို ဦးစားပေးစဉ်းစားရပါမယ်။ အဲသလို တွေးခေါ်စဉ်းစားပြီးမှ ဈေးကွက်ကို ထိုးဖောက်မယ်ဆိုရင် သင့်ရဲ့ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ဟာ စားသုံးသူတွေရဲ့ အသည်းစွဲ ဖြစ်သွားပါလိမ့်မယ်။

**ရှောင်ရန်** ❌

အရင်ဆုံး ဈေးကွက်စနည်းနာခြင်းကို မေ့ထားလိုက်ပါ။

ဈေးကွက်ကို အရင်ရှာမယ့်အစား သင့်ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအပေါ်မှာ အရင်ဆုံးနားလည်အောင်ကြိုးစားပါ။ သင့်ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်း ရေရေ ရာရာမသိဘဲ ဈေးကွက်ရှာဖို့က အဆင်မပြေပါဘူး။ သင့်ထုတ်ကုန်ကို နားလည်ထားပါမှ ဘယ်လိုစားသုံးသူတွေက ဝယ်ယူနိုင်မယ်၊ ဘယ်လို ဈေးကွက်ကို ရှာရမယ် စသဖြင့် ရွေးစစ်နိုင်ပြီး ပြိုင်ဆိုင်ရမယ့်နယ်မြေကို ချဲ့ပစ်နိုင်ပါလိမ့်မယ်။ ဈေးကွက်ထဲမှာ ကိုယ့်ရဲ့ထုတ်ကုန်နဲ့ ယှဉ်ပြိုင် ရမယ့် တခြားထုတ်ကုန်တွေရဲ့ အားနည်းချက် အားသာချက်တွေကို လည်း သိထားဖို့လိုအပ်ပါတယ်။

**ဆောင်ရန်** ✅

ဆိုရှယ်မီဒီယာအင်အားကို ရယူအကောင်အထည်ဖော်ပါ။

ဒီနေ့ခေတ်မှာ ကုမ္ပဏီတိုင်းဟာ ဆိုရှယ်မီဒီယာပေါ်မှာ ရောက်နေ ကြပါပြီ။ သင့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ကို ဆိုရှယ်မီဒီယာပေါ်မှာ လူသိများအောင် လုပ်ဆောင်ပေးခြင်းဟာ ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ခြင်းတစ်မျိုးပဲဆိုတာ

သိထားရပါမယ်။ ဆိုရှယ်မီဒီယာဆိုတာ ဖေ့စ်ဘွတ်တစ်ခုတည်းကို ဆိုလိုတာမဟုတ်ဘဲ တွစ်တာ၊ အင်စတာဂရမ်၊ လင့်ခ်အင်တိုလည်း ပါဝင်ပါတယ်။ ပြီးတော့ အွန်လိုင်းမှာ သြဇာရှိထားပြီးသူတွေနဲ့လည်း ချိတ်ဆက်ထားဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ ဒါမှ ကိုယ့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ကို ကြော်ငြာစရိတ် သိပ်သုံးစရာမလိုဘဲ အချိန်တိုအတွင်း လူသိများလာစေမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

စားသုံးသူတွေကို မိမိထုတ်ကုန်ရဲ့ သတင်းအချက်အလက် ပေးတာထက်စာရင် ကိုယ့်ပစ္စည်းရဲ့ကောင်းကျိုးတွေကို ဗွီဒီယိုဖိုင်နဲ့ သရုပ်ပြကြော်ငြာတာက ပိုပြီး ထိရောက်မှုရှိပါတယ်။

လေ့လာဆန်းစစ်ချက်တွေအရ ၂၀၂၀ ခုနှစ်ရောက်ရင် အင်တာနက် အသုံးပြုသူရဲ့ ရှစ်ဆယ်ရာခိုင်နှုန်းဟာ ဗွီဒီယိုဖိုင်တွေကို ပိုမိုနှစ်သက်ကြ လိမ့်မယ်လို့ ဆိုထားပါတယ်။

မားကက်တင်းထိုးဖောက်ရာမှာ မိုဘိုင်းဖုန်းတွေကို ကွန်ရက်အဖြစ် ချိတ်ဆက်နိုင်ခြင်းဟာလည်း ထိရောက်တဲ့ နည်းဗျူဟာတစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ မိုဘိုင်းဖုန်းဆိုတာ လက်ပံတော့ကွန်ပျူတာထက် သွားလေရာကို အမြဲပါသွားနိုင်တဲ့ နည်းပညာပစ္စည်းတစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။

ပြီးတော့ အီးမေးလ်လိပ်စာတွေအသုံးပြုပြီး ဈေးကွက်ရှာဖွေတာကို လည်း လုပ်ဆောင်ရပါမယ်။ ဘယ်လိုနည်းနဲ့ဖြစ်ဖြစ် အွန်လိုင်းမှာ မိမိရဲ့ ထုတ်ကုန် လူသိများစေဖို့ဖြစ်ပါတယ်။ လူသိများမှ ရောင်းအားမြှင့်တင် နိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

အချုပ်အားဖြင့်ဆိုရရင် ဘယ်လုပ်ငန်းမှာမဆို မားကက်တင်း အကြောင်း သိနားလည်ထားခြင်းဟာ အဓိကအကျဆုံးအရာ ဖြစ်ပါတယ်။ မားကက်တင်းကောင်းပါမှ လုပ်ငန်းအောင်မြင်နိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။



### လုပ်ငန်းတစ်ခုအောင်မြင်ဖို့

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု အောင်မြင်ဖို့ ဘယ်အချက်တွေက ဦးဆောင်နေပါသလဲ။ လုပ်ငန်းအနာဂတ်ခိုင်မာရေးအတွက် ဘယ်လို အချက်တွေကို ရှောင်ကြဉ်ရမလဲ။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှာ ဆောင်ရန်ရှောင်ရန်အချက်တွေကို တတ်နိုင် သမျှ အောက်မှာ စုစည်းတင်ပြပေးလိုက်ပါတယ်။

ဒီလိုလူစားတွေကို သင့်လုပ်ငန်းထဲ ရှိမနေစေဖို့ သိထားရပါမယ်။



ကုမ္ပဏီတစ်ခုမှာ ဝင်ရောက်လုပ်ကိုင်နေကြတဲ့ ဝန်ထမ်းတွေ များစွာ ရှိပါတယ်။ လူအမျိုးမျိုး စိတ်အထွေထွေဖြစ်လို့ စိတ်ဓာတ်ကောင်းတဲ့ သူတွေ ပါနိုင်သလို အကျင့်ဆိုးကပ်ငြိနေသူတွေလည်း ပါနိုင်ပါတယ်။ စိတ်ဓာတ်ကောင်းမွေးမြူဖို့ဆိုတာ ခက်ခဲလွန်းသလောက် အကျင့်ဆိုး ကတော့ ကူးစက်လွယ်တဲ့ ရောဂါတစ်ခုပါပဲ။ အချိန်မီထိန်းချုပ်နိုင်ခြင်း မရှိရင် ဆုံးရှုံးမှုတွေများစွာ ရိုက်ခတ်လာနိုင်ပါတယ်။

အလုပ်အကိုင်  
အခွင့်အလမ်း

အလုပ်အကိုင်  
အခွင့်အလမ်း



အလုပ်အကိုင်  
အခွင့်အလမ်း

အကျင့်ဆိုးရှိတဲ့ ဝန်ထမ်းတွေဟာ ဘယ်လိုမျိုးလဲဆိုတာ တင်ပြပေးလိုက်ပါတယ်။

(၁) ငွေကြေးမျက်နှာကိုပဲ ကြည့်တတ်သူ

ငွေကြေးမျက်နှာကိုပဲကြည့်တတ်တဲ့ ဝန်ထမ်းမျိုးဟာ အလုပ်ရှင်ရဲ့ စီးပွားရေးအခြေအနေ ကျဆင်းလာတဲ့အခါ ဒါမှမဟုတ် ယခုထက် လစာငွေပိုရတဲ့နေရာ တွေ့တဲ့အခါမှာ သင့်ဆီက ထွက်ခွာသွားဖို့ ဝန်မလေးတတ်ကြပါဘူး။ ဒါကြောင့် ကုမ္ပဏီတချို့ဟာ အင်တာဗျူးလာဖြေသူတွေကို ဒီကိစ္စနဲ့ပတ်သက်ပြီး psycho test လုပ်ကာ မေးမြန်းတတ်ကြပါတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်အနေနဲ့လည်း မိမိအဖွဲ့အစည်းထဲမှာ ဒီလိုလူစားမျိုးတွေရှိ လားဆိုတာ ကိုယ့်နည်းကိုယ့်ဟန်နဲ့ လေ့လာထားဖို့လိုပြီး သိရှိရတဲ့တစ်နေ့မှာ သူတို့ကို သင့်အရိပ်ကနေ ခပ်မြန်မြန်ထွက်ခွာသွားအောင် လုပ်ဆောင်ဖို့လိုပါလိမ့်မယ်။

(၂) ပါဝါပြုတတ်တဲ့သူ

တချို့သော စီနီယာဝန်ထမ်းတွေ ဒါမှမဟုတ် ခေါင်းဆောင်တွေဟာ သူတို့ရဲ့ လက်အောက်ငယ်သားတွေ ဒါမှမဟုတ် ဂျူနီယာဝန်ထမ်းတွေကို အထက်စီးဆန်ဆန် မေးခွန်းမျိုးတွေနဲ့ ပါဝါပြုတတ်ကြပါတယ်။ ဒီအခါ လက်အောက်ငယ်သားတွေရဲ့ စိတ်ထဲမှာ အလုပ်တစ်ခုလုပ်ဖို့ အတွက် တွေဝေစိတ်၊ စိုးရွံ့စိတ်တွေ ဖြစ်ပေါ်လာတတ်ပြီး ကုန်ထုတ်စွမ်းအား လျော့နည်းကျဆင်းစေပါတယ်။ လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်အနေနဲ့ ဒီအချက်ကို သတိပြုဆင်ခြင်ပြီး ကြိုတင်ထိန်းညှိပေးဖို့ လိုပါလိမ့်မယ်။

(၃) သူတစ်ပါးကို အပြစ်ပုံချတတ်တဲ့သူ

သူတစ်ပါးကို အပြစ်ပုံချတတ်တဲ့သူဟာ ကိုယ်လုပ်တဲ့အလုပ် အပေါ် တာဝန်ယူမှု၊ တာဝန်ခံမှု ဘယ်တော့မှ ရှိမှာမဟုတ်လို့ လုပ်ငန်းရှင် များအနေနဲ့ ဒီအချက်ကိုသတိပြုသင့်ပါတယ်။

(၄) အချိန်ဆွဲတတ်တဲ့သူ

တချို့သောသူတွေဟာ အလုပ်တစ်ခု စတင်ဖို့ပဲဖြစ်ဖြစ် ဒါမှမဟုတ် အကောင်အထည်ဖော်နေတဲ့အချိန်မှာဖြစ်ဖြစ် မလိုအပ်ဘဲ အချိန်ဆွဲ တတ်ကြပါတယ်။ အရေးတကြီး အမြန်လုပ်ဆောင်ရမယ့် ကိစ္စတွေ အတွက် ဒီလိုဝန်ထမ်းမျိုးနဲ့ဆို အခက်တွေ့မှာ အသေအချာပါပဲ။ ဒီလို ဝန်ထမ်းတွေကို ကိုင်တွယ်ဖို့အတွက် ဆုပေး၊ ဒဏ်ပေးစနစ်က အသင့် လျော်ဆုံးပါပဲ။

(၅) လက်တွေ့မဆန်တဲ့သူ

တချို့သူတွေဟာ လက်တွေ့ကျကျ လုပ်ဆောင်သင့်တဲ့ အရာတွေ ကို ဟိုလိုလိုဒီလိုလိုနဲ့ ရောထွေးပစ်တတ်ကြပါတယ်။ ဒီအချက်ဟာလည်း အလုပ်အပေါ် ထိခိုက်မှုတွေရှိလာနိုင်တာဖြစ်လို့ သတိထားသင့်တဲ့ အချက် တစ်ခုလည်း ဖြစ်ပါတယ်။

(၆) ပေါ့ပျက်ပျက်သဘောထားရှိတတ်တဲ့သူ

ဒီလိုလူမျိုးတွေဟာ ဘယ်အရာကိုမှ လေးလေးနက်နက် စဉ်းစား လေ့မရှိပါဘူး။ ကတိကို လွယ်လွယ်ပေးတယ်။ စကားကို လွယ်လွယ် ပြောတယ်။ တချို့ဆိုရင် အလုပ်ကိုတောင် ဖြစ်ကတတ်ဆန်းနဲ့ လွယ်လွယ် လုပ်တဲ့အထိ ဆိုးပါတယ်။ ဒီလိုပေါ့ပျက်ပျက်စိတ်ရှိတဲ့သူမျိုးကို ဝ၊ကွက်

ယုံကြည်ထားနိုင်ဖို့ဆိုတာ ခက်လှပါတယ်။

(၇) ရေသာခိုချင်တဲ့သူ

အချို့က အလုပ်နဲ့ပတ်သက်ပြီး ဖြန့်ကြက်စဉ်းစားတွေးခေါ်တာ မျိုး မလုပ်ချင်ကြဘူး။ တချို့ကတော့ ရာထူးချင်းတူတာတောင် သူများ နောက်က မှိန်းလိုက်နေတတ်ပါတယ်။ တချို့က သက်သာမယ်ထင်တဲ့ အလုပ်တွေကိုသာ ရွေးချယ်လုပ်ဆောင်ဖို့ ကြိုးစားတတ်ကြပါတယ်။ သူတို့အားလုံးဟာ ရေသာခိုတဲ့စိတ် ရှိသူတွေသာဖြစ်ပြီး သူတို့ရှိတဲ့ အဖွဲ့အစည်းဟာ ညီညွတ်မှုပျက်ပြားလာနိုင်ပါတယ်။

(၈) မနာလိုစိတ်ရှိတဲ့သူ

ဒီလိုလူစားမျိုးက သတိထားရမယ့် ကြောက်ရတဲ့ အမျိုးအစားထဲ မှာ ပါဝင်တာဖြစ်ပြီး ကိုယ့်ထက်သာရင် မနာလိုတာ၊ အထက်လူကြီး တွေနဲ့ အဆင်ပြေနေရင် ကြည့်မရတာမျိုးတွေ ဖြစ်တတ်ကြပါတယ်။ သူတို့မနာလိုတဲ့သူကို မုန်းတီးတဲ့မျက်လုံးတွေနဲ့သာ ကြည့်နေတတ်ပြီး အခွင့်ကြိုတာနဲ့ ခြေမွပစ်ဖို့ ကြံစည်နေတတ်ပါတယ်။ သူတို့ကြောင့် အလုပ်မှာ မလိုလားအပ်တဲ့ပြဿနာတွေ ဖြစ်လာနိုင်ပါတယ်။

(၉) ခွဲခြားတဲ့စကား ပြောတတ်သူ

ဒီလူနဲ့ဆိုလျှင်တော့ မလုပ်ချင်ဘူး။ ဒီကိစ္စက ဟိုတစ်ယောက်ကို ခိုင်းလိုက်ပါလား။ သူတို့လုပ်နေပြီပဲ၊ ကျွန်တော် ဝင်ပါစရာမလိုတော့ ပါဘူး စသဖြင့် ခွဲခြားတဲ့စကားတွေကိုပြောတတ်တဲ့ ဝန်ထမ်းမျိုးဟာ အသင်းအဖွဲ့စိတ်ဓာတ်မရှိတဲ့သူမျိုးပါပဲ။

### လုပ်ငန်းကို လူသိများစေဖို့

ကြော်ငြာဆိုတာ မျက်မှောက်ခေတ် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတိုင်း အတွက် မရှိမဖြစ် လုပ်ဆောင်လေ့ရှိကြတဲ့ အရာတစ်ခုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ကုန်ပစ္စည်းကြော်ငြာ၊ အလုပ်ကြော်ငြာ၊ သင်တန်းကြော်ငြာ၊ ဝန်ဆောင်မှု ကြော်ငြာ အစရှိသဖြင့် ကြော်ငြာမျိုးစုံနဲ့ နေ့စဉ်ကြုံတွေ့နေရမှာ မလွဲဧကန်ပါပဲ။ ကြော်ငြာတွေကို အိမ်ထဲမှာတင် တွေ့နိုင်သလို သတင်းစာ၊ ဂျာနယ်၊ မဂ္ဂဇင်း၊ တီဗွီ၊ ရေဒီယို၊ ဓားဘုတ်၊ ဖျော်ဖြေရေးပွဲ၊ အရောင်း မြှင့်တင်ရေးပွဲ၊ လက်ကမ်းကြော်ငြာ အစရှိသဖြင့် နည်းလမ်းမျိုးစုံနဲ့ တွေ့မြင်ကြရမှာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ကြော်ငြာခြင်းဆိုတာ ယေဘုယျအားဖြင့် ကောင်းမွန်တဲ့ လုပ်ဆောင်ချက်တစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒါ့အပြင် မိမိဘာတွေရောင်းသလဲဆိုတာ Customer တွေသိရှိအောင် မကြော်ငြာရင် ဘယ်သူကမှ ကိုယ့်အိမ်တံခါးကို လာခေါက်ပြီးဝယ်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။

ဒါကြောင့် သေးငယ်တဲ့ အိမ်တွင်းလုပ်ငန်းလေးတွေကစပြီး လုပ်ငန်းကြီးတွေအထိ တစ်နည်းမဟုတ်တစ်နည်း ကြော်ငြာခြင်းကို လုပ်ဆောင်ကြရပါတယ်။ ကြော်ငြာခြင်းရဲ့ အဓိကရည်ရွယ်ချက် သုံးမျိုး ရှိပါတယ်။

**(၁) To Inform to get the customers**

မိမိလုပ်ငန်း ဘာတွေလုပ်နေသလဲ၊ ဘာတွေရနိုင်သလဲ၊ ဘာတွေ ရောင်းပြီး ဘာတွေကောင်းသလဲဆိုတာ Customer တွေကို အသိပေးဖို့နဲ့ Customer Awareness ရဖို့ ကြော်ငြာခြင်းကို လုပ်ဆောင်ကြပါတယ်။ တစ်နည်းအားဖြင့် မိမိရဲ့ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို Customer တွေ စိတ်ဝင်စားလာအောင်၊ ဝယ်ချင်လာအောင် Advertising နဲ့ Com-municate လုပ်ခြင်းပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီလိုလုပ်ခြင်းအားဖြင့် To get the customer ဆိုတဲ့အတိုင်း အသစ်အသစ်သော ဖောက်သည်တွေကို ရရှိစေမှာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

**(၂) To Persuade to keep the customers**

မိမိလုပ်ငန်းရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေကို Customer တွေ သုံးစွဲလာအောင် ဆွဲဆောင်သိမ်းသွင်းဖို့ ကြော်ငြာခြင်းကို လုပ်ဆောင် ကြပါတယ်။ ဒီလိုလုပ်ခြင်းအားဖြင့် To keep the customer ဆိုတဲ့ အတိုင်း ပြိုင်ဆိုင်မှုများတဲ့ ဈေးကွက်ထဲမှာ မိမိရဲ့ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင် မှုများကိုသာ သုံးစွဲလိုတဲ့ Customers တွေကို ထိန်းထားနိုင်မှာပဲ ဖြစ်ပါ တယ်။

**(၃) To Remind to grow the customers**

မိမိလုပ်ငန်းရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းဝန်ဆောင်မှုတွေကို Customer တွေ မေ့မသွားစေဘဲ အမြဲတမ်းမှတ်မိအသုံးပြုနေစေရန် ကြော်ငြာခြင်းကို လုပ်ဆောင်ကြပါတယ်။



## လိုအပ်တာကို ရောင်းမှာလား လိုချင်လာအောင် လုပ်မှာလား

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုကို စတင်မယ့် မည်သူမဆို စားသုံးသူ လိုအပ်ချက် (Need) နဲ့ လိုအင်ဆန္ဒ (Want) တွေကို မေ့ထားလို့မရပါဘူး။ လုပ်ငန်းတစ်ခု မစတင်ခင် မိမိလုပ်ငန်းရဲ့ ဖောက်သည်ဖြစ်လာမယ့် Target Customer ဘယ်သူတွေလဲဆိုတာကို ရှင်းလင်းစွာသိထားဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ ဘာကြောင့်ဆိုတော့ လုပ်ငန်းတိုင်းလုပ်ငန်းတိုင်းဟာ တစ်နည်းမဟုတ် တစ်နည်းနည်းနဲ့ ကုန်ပစ္စည်း(Product)၊ ဝန်ဆောင်မှု (Services)၊ နည်းပညာ (Technology)၊ အတွေ့အကြုံ (Experience)၊ အကြံဉာဏ် (Advice) စတာတွေကို ရောင်းကြမှာပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ကိုယ့်ရဲ့ သက်ဆိုင်ရာ Target Customer ကိုတောင် သိမထားရင် အရောင်းကို ဖန်တီးဖို့ မလွယ်ကူနိုင်ပါဘူး။ Sales ဆိုတာ ဖြစ်မလာမှတော့ လုပ်ငန်းအတွက် အမြတ် (Profit) ဆိုတာသည်လည်း မျှော်လင့်လို့မရနိုင်ပါဘူး။ အကျိုးဆက်အနေနဲ့ အမြတ်မရှိတဲ့ မည်သည့် လုပ်ငန်းမှ ရေရှည်ရှင်သန်ရပ်တည်နိုင်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။

ဒါကြောင့် လုပ်ငန်းတစ်ခုစတင်ပြီဆိုရင် ဒီလို ဆောင်ရန်အချက်တွေကို သိထားရပါမယ်။



- ဘယ်သူတွေကို ရောင်းမှာလဲ။
- ဖောက်သည်ရဲ့ လိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းမှာလား။
- ကိုယ့်ပစ္စည်းကို လိုချင်လာအောင် ရောင်းမှာလား။

ယေဘုယျအားဖြင့် ကြည့်မယ်ဆိုရင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုဆိုတာ ကနဦးအဆင့်မှာတော့ ဈေးကွက်လိုအပ်ချက်၊ စားသုံးသူတွေရဲ့ လိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းဖို့ကြိုးစားရင်း အစပြုခဲ့ကြတာ များပါတယ်။ ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားကို ဖြည့်ဆည်းဖို့ အစပြုခဲ့ကြတာဆိုရင်လည်း မမှားပါဘူး။ အကြောင်းအမျိုးမျိုးကြောင့် ဘာဆန်းစစ်မှုမှမလုပ်ခဲ့ဘဲ ရမ်းသမ်းအစပြုခဲ့ရင်တောင်မှ ဒီနေရာမှာဖွင့်ရင် ဝယ်တဲ့သူတွေရှိမှာပဲ ဆိုတဲ့ မျှော်လင့်ချက်လောက်တော့ အနည်းဆုံး အစပြုခဲ့ကြမှာ သေချာပါတယ်။ ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားမရှိရင် ဘယ်လုပ်ငန်းမှ ရေရှည်ရပ်တည်နိုင်စရာအကြောင်း မရှိပါဘူး။

ယနေ့အောင်မြင်ပြီး ဈေးကွက်ဝေစု အများဆုံးပိုင်ဆိုင်နေကြတဲ့ လုပ်ငန်းကြီးတွေဟာလည်း Customer Wants ကို အမိအရဆုပ်ကိုင်ရင်း ပြိုင်ဘက်ထက် သာလွန်အောင် ကြိုးစားတည်ဆောက်နေကြတာကို မျက်ဝါးထင်ထင် တွေ့မြင်နိုင်မှာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ Customer's need အတွက် ဈေးကွက်ထဲရှိတဲ့ ရေသန့်တွေအများကြီးထဲကမှ ကိုယ့်ရေသန့်ကို ရွေးချယ်သောက်ချင်အောင် ကြော်ငြာတာ။ ဈေးကွက်ထဲမှာရှိတဲ့ သင်တန်းတွေအများကြီးထဲကမှ ကိုယ့်သင်တန်းကျောင်းကို ရွေးချယ်တက်ရောက်ချင်တဲ့ Customer Wants အစရှိသဖြင့် Customer Needs တွေကို Customer Wants တွေအဖြစ် ပြောင်းလဲပြီး ဈေးကွက်ဝေစု အများဆုံးရရှိအောင် ကြိုးစားနေကြတာကို တွေ့မြင်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

သင်ဟာ ဖောက်သည်တွေရဲ့ အလေ့အကျင့်ကို မပြောင်းနိုင်

သေးသရွေ့ ဈေးရောင်းချမှု မပြီးမြောက်သေးပါဘူး။ ဖောက်သည်တွေရဲ့ အလေ့အကျင့် (Customer's Habit) ဆိုတာ ဖောက်သည်တွေရဲ့ အကြိုက် (Customer's Want) ကို ရည်ညွှန်းတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဖောက်သည်တွေရဲ့ Habit ကို ပြောင်းလဲခြင်းဟာ သူတို့ရဲ့လိုအင်ဆန္ဒ (Customer's Want) ဖြစ်လာအောင် တည်ဆောက်ခြင်းနဲ့ အတူတူဖြစ် ပါတယ်။

ဥပမာအားဖြင့် မိမိကိုယ်ကို ဖောက်သည်တစ်ယောက်အဖြစ် မြင်ကြည့်ပါ။ Product or Services Brand တစ်ခုခုကို နေ့စဉ် သုံးစွဲနေရင်းကနေ အဲဒီ Brand ဟာ နေ့စဉ်လူမှုဘဝမှာ မဖြစ်မနေ ပါဝင်ပတ်သက်လာရတဲ့ အလေ့အကျင့် Customer's Habit တွေ ဖြစ်မှန်းမသိ ဖြစ်လာတာကို သတိပြုမိကြပါလိမ့်မယ်။

အောက်ပါမေးခွန်းလေးတွေကို ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ပြန်မေးကြည့်ပါ။  
၁။ မိတ်ဆွေတို့ နေ့စဉ်သောက်သုံးနေတဲ့ ရေသန့်တံဆိပ်က ဘာဖြစ် မလဲ။

၂။ မိတ်ဆွေတို့ နေ့စဉ်အသုံးပြုနေတဲ့ Sim Operator က ဘာဖြစ်မလဲ။

၃။ မိတ်ဆွေတို့ သင်တန်းတက်ချင်တဲ့အခါတိုင်း အမြဲတမ်း ရွေးချယ် တက်ရောက်ဖြစ်တဲ့ သင်တန်းကျောင်းနာမည်က ဘာဖြစ်မလဲ။

ဒီမေးခွန်းတွေကို ဖြေပြီးသွားရင်တော့ မိတ်ဆွေတို့ရဲ့ လိုအင်ဆန္ဒ (Customer's Wants) (တစ်နည်းအားဖြင့်) မိတ်ဆွေတို့ရဲ့ နေ့စဉ် လူနေမှုဘဝမှာ မဖြစ်မနေ ပါဝင်ပတ်သက်နေတဲ့ မိတ်ဆွေတို့ရဲ့ အလေ့ အကျင့် (Customer's Habits) တွေ ဖြစ်နေတာကို တွေ့ရပါလိမ့်မယ်။ ဒါ့ကြောင့် ပြိုင်ဆိုင်မှုပြင်းထန်လှတဲ့ မျက်မှောက်ခေတ်မှာ Business တွေဟာ သူတို့ရဲ့ Product တွေကို ဈေးဝယ်သူတွေရဲ့ နေ့စဉ်လူနေမှု ဘဝမှာ မဖြစ်မနေပါဝင်ပတ်သက်ရမယ့် Customer Habits တွေအဖြစ်

ကြိုးစားတည်ဆောက်ကြမှသာလျှင် အောင်မြင်တဲ့ လုပ်ငန်းတစ်ခု  
ဖြစ်လာစေပါလိမ့်မယ်။



ပျဉ်းဆုံးခွင့်ရတုန်း  
ယုံကြည်မှုပျက်စီးခါနီး  
ရေခဲကန်ချက်



# လုပ်ငန်းခွင်အတွင်း ယုံကြည်မှုပျက်စီးစေတဲ့ အဓိကအချက်



လူတစ်ယောက်အတွက် ယုံကြည်မှုက ဘယ်လောက်အရေးပါ ပါသလဲ။ အသက်တမျှထက် အရေးကြီးပါတယ်။ လူအများရဲ့ အယုံအကြည် ပျက်ပြားခံရတာထက် သေသွားတာကမှ ပိုကောင်းပါလိမ့်ဦးမယ်။ လူမှု ပတ်ဝန်းကျင်မှာသာမက လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာပါ ယုံကြည်မှုပျက်စီး သွားရင် ပြန်လည်တည်ဆောက်ရယူဖို့ ခက်ခဲတဲ့အရာတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။

ဘယ်လိုအကြောင်းတရားတွေကြောင့် ယုံကြည်မှုပျက်စီးစေ သလဲ။ လူတစ်ယောက်ရဲ့ အကျင့်စာရိတ္တ၊ အမှုအကျင့်၊ အလေ့အထတွေ ကြောင့်လည်း ယုံကြည်မှုပျက်စီးစေပါတယ်။ ဒါ့အပြင် လူမှုကျင့်ဝတ် တွေ ဖောက်ဖျက်ရင်လည်း ယုံကြည်မှုတွေပျက်စီးစေပါတယ်။ လူမှု ကျင့်ဝတ်ဆိုတာ တရားဥပဒေနဲ့ အရေးယူလို့ မရတဲ့အရာတွေကို ခေါ်ဆို ပါတယ်။

လူရယ်လို့ဖြစ်လာရင် ဥပဒေနဲ့ ပြဋ္ဌာန်းမထားတဲ့ စောင့်ထိန်းရမယ့် ကျင့်ဝတ်တွေ၊ ဥပဒေနဲ့ပြဋ္ဌာန်းထားတဲ့ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းတွေရှိပါ တယ်။ ဥပဒေနဲ့ပြဋ္ဌာန်းမထားတဲ့ စောင့်ထိန်းရမယ့် ကျင့်ဝတ်တွေက တော့ ဥပမာအားဖြင့် လိမ်ညာလည့်ဖျားတာ၊ ကတိစကားမတည်တာ

စတာတွေပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဥပဒေနဲ့ ပြဋ္ဌာန်းထားတဲ့ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်း တွေကတော့ လူမှုပတ်ဝန်းကျင်မှာဖြစ်စေ၊ လုပ်ငန်းဌာနတွေမှာဖြစ်စေ၊ အဖွဲ့အစည်းတွေမှာဖြစ်စေ နေရာတိုင်းမှာ ဥပဒေတွေ၊ စည်းကမ်းတွေ ရှိနေပါတယ်။ ဒီအထဲက တစ်ခုခုကို ဖောက်ဖျက်ရင်ဖြစ်စေ၊ နှစ်ခုစလုံးကို ကျူးလွန်ရင်ဖြစ်စေ လူအများရဲ့အယုံအကြည် ပျက်စေပါတယ်။

လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာလည်း ဘယ်လိုအချက်တွေကြောင့် ယုံကြည်မှု ပျက်စီးစေနိုင်သလဲ။ ယုံကြည်မှုဆိုတာ အနှစ်နှစ်အလလ တည်ဆောက်ရယူရပေမဲ့ ပျက်စီးဖို့ကတော့ အချိန်တွေအများကြီး မလို ပါဘူး။ လျှပ်တစ်ပြက်အတွင်း ပျက်စီးပြိုပျက်သွားနိုင်ပါတယ်။

ဒါကြောင့် ယုံကြည်မှုနဲ့ပတ်သက်ပြီး ရှောင်ရန်အချက်လေးတွေ တင်ပြပေးလိုက်ပါတယ်။

**ကတိမတည်ခြင်း**

ကတိစကားနဲ့ပတ်သက်လို့ ဗြိတိန်နိုင်ငံရေးသမား Boris Johnson ကတော့ အခုလိုပြောထားပါတယ်။ “ကတိပေးရတာ လွယ်ပါတယ်။ ကတိတည်ဖို့ ကြိုးစားရတာသာ ခက်ခဲတာ” တဲ့။ မှန်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာပဲဖြစ်ဖြစ်၊ တခြားနယ်ပယ်မှာပဲဖြစ်ဖြစ် ကတိစကား ကို အလွန်တန်ဖိုးထားရပါတယ်။ ကတိတစ်လုံးကို တည်နိုင်အောင် ကြိုးစားရပါတယ်။ ကတိတွေလှိုင်းလှိုင်းပေးပြီး ကတိမတည်နိုင်တဲ့အခါ လူတွေက အယုံအကြည်မဲ့လာပါတယ်။

**လိမ်ညာခြင်း၊ အပြောနဲ့အလုပ်မညီခြင်း**

လိမ်ညာတာဟာ အယုံအကြည်မဲ့စေသလား။ ဟုတ်ကဲ့။ သူ တစ်ပါးရဲ့ အကျိုးစီးပွားကို ထိခိုက်ပျက်စီးစေနိုင်တဲ့ လိမ်ညာမှုမျိုးက

လူအများရဲ့ ယုံကြည်မှုကို ပျက်စီးစေပါတယ်။ တစ်ခါတစ်ရံ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာ ကိုယ်လုပ်နိုင်တာထက် ပိုပြောဆိုလိုက်မိပြီး တကယ်တမ်းမှာ ကိုယ်တာဝန်ယူလိုက်တဲ့ အလုပ်ကို နိုင်နိုင်နင်းနင်း မလုပ်နိုင်တဲ့ အခါမျိုးရောက်ရင် ကိုယ့်အပေါ်မှာ အများရဲ့ယုံကြည်မှု ပျက်စီးစေပါတယ်။ ဒီလူကတော့ အပြောသမား သက်သက်ပဲ။ တကယ်တမ်းကျတော့ ဘာကိုမှ ဖြစ်ဖြစ်မြောက်မြောက် မလုပ်နိုင်ပါဘူးကွာဆိုတဲ့ အများရဲ့မှတ်ချက်စကား၊ ယုံကြည်မှုမဲ့စေတဲ့ စကားမျိုးသာ ရရှိပါလိမ့်မယ်။ ဒါကြောင့် ကိုယ်လုပ်နိုင်တာထက် ပိုမပြောပါနဲ့။

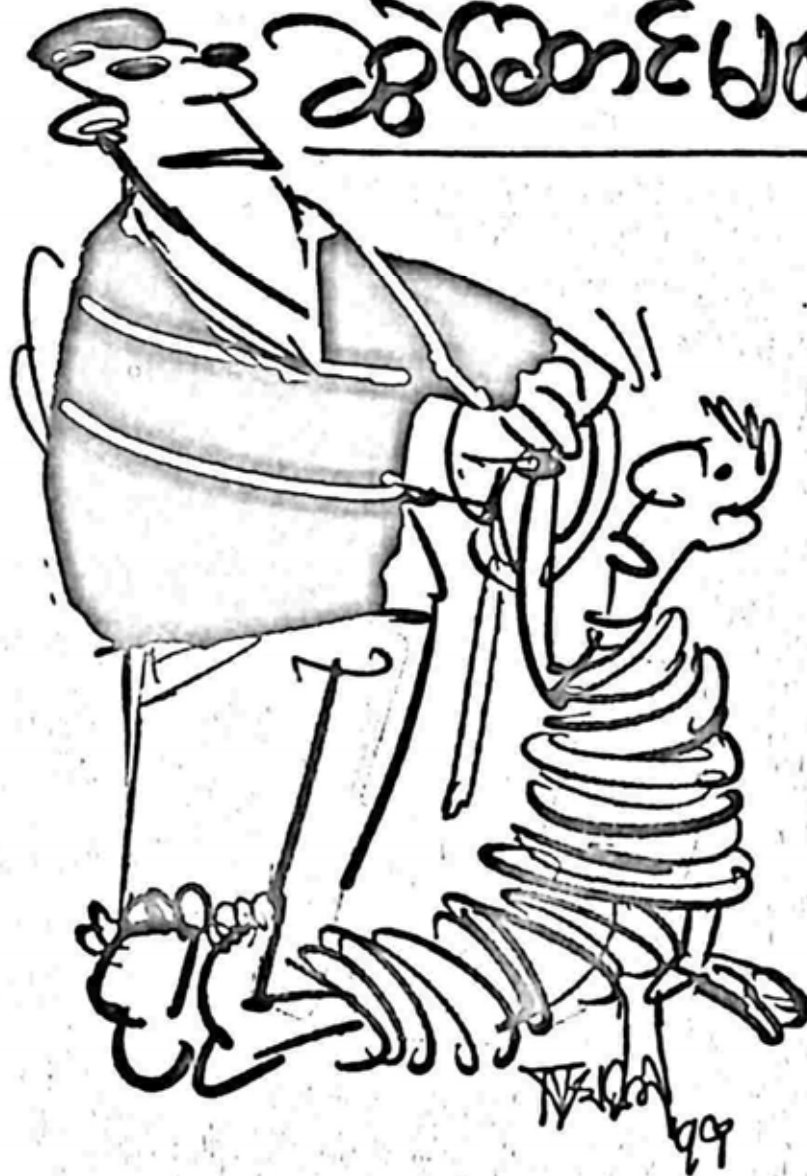
**ငွေကြေး အရှုပ်အရှင်း**

နောက်အရေးကြီးတဲ့ အချက်တစ်ခုက ငွေကြေးပြဿနာ ဖြစ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းခွင်မှာ ငွေရေးကြေးရေးနဲ့ပတ်သက်ပြီး ငြိစွန်းမှုတစ်စုံတစ်ရာ ဖြစ်ပေါ်ခဲ့မယ်ဆိုရင် ကိုယ့်ရဲ့အရည်အချင်းတွေ၊ ကိုယ်ကြိုးစားခဲ့သမျှ အရာအားလုံး သဲထဲရေသွန်သလို ဖြစ်သွားတတ်ပါတယ်။ မည်သူမဆို ရိုးသားမှုကို လိုချင်ကြပါတယ်။ ဒီလိုပဲ လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်တွေကလည်း မရိုးသားသူကို မနှစ်သက်ကြပါဘူး။

လူတစ်ယောက်အသက်ရှင်ဖို့အတွက် အစာရေစာလိုအပ်သလို၊ ဘဝရှင်သန်ဖို့အတွက် ယုံကြည်မှုလိုအပ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းတွေမှာလည်း လူအများရဲ့ ယုံကြည်စိတ်ချမှုရရှိထားမှ အောင်မြင်မှုရရှိမှာ ဖြစ်ပါတယ်။



ဝိပဿနာ  
မဂ္ဂဒါယန  
နိကာယ  
သုတ္တန်



## ဝန်ထမ်းမြဲအောင် ဘယ်လိုဆွဲဆောင်မလဲ



လုပ်ငန်းတစ်ခု ထူထောင်ပြီး ရေရှည်အောင်မြင်ဖို့ဆိုတာ ဝန်ထမ်းတွေ မြဲမှဖြစ်မှာပါ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းထဲ အားကိုးရလောက်တဲ့အထိ ကျွမ်းကျင်နေသူတွေ၊ အတွေ့အကြုံရှိထားပြီးသူတွေ အလုပ်ထွက်သွားရင် လုပ်ငန်းထစ်ငေါ့မှု ဖြစ်စေပါတယ်။ ကုမ္ပဏီမှာ အဖွဲ့အစည်းမှာ ဝန်ထမ်းမြဲအောင် ဘယ်လိုဆွဲဆောင်ကြပါသလဲ။ ပုံစံအမျိုးမျိုး၊ နည်းလမ်းအမျိုးမျိုး ရှိကြပါလိမ့်မယ်။ ထင်သာမြင်သာရှိတဲ့ အဓိကအချက်ကို ဖော်ပြရမယ်ဆိုရင်တော့ Comfort Zone (သက်သောင့်သက်သာနေရာ) တစ်ခု ဖန်တီးပေးခြင်း ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအချက်က အဓိကအရေးအကြီးဆုံး အချက်တစ်ခုပါပဲ။ ဝန်ထမ်းမြဲအောင် လစာတွေ၊ ခံစားခွင့်တွေ၊ ရာထူးအခွင့်အလမ်းတွေနဲ့ ဆွဲဆောင်တာတွေလည်း ရှိကောင်းရှိမှာပါ။ ဒါပေမဲ့ သက်သောင့်သက်သာရှိတဲ့ အလုပ်ပတ်ဝန်းကျင် အခြေအနေလောက်တော့ ဘယ်အရာကမှ မဆွဲဆောင်နိုင်ပါဘူး။

### Comfort Zone အလုပ်ပတ်ဝန်းကျင်

လူတော်တော်များများက Comfort Zone ကနေ ထွက်ခွာဖို့ မဝံ့မရဲဖြစ်ကြပါတယ်။ လက်ရှိအေးအေးလူလူ အခြေအနေကနေ စွန့်ခွာဖို့ သတ္တိအတော်မွေးမြူကြရပါတယ်။ တကယ်တော့ Comfort Zone ဆိုတာ အောင်မြင်ချင်သူတွေအတွက် နေရာကောင်းတစ်ခု မဟုတ်ပါဘူး။ တည်ငြိမ်တဲ့ အခြေအနေတစ်ခုမျှသာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနေရာကနေ လူတော်တော်များများ မစွန့်ခွာနိုင်ကြတာက တည်ငြိမ်တဲ့နေရာ၊ သက်သောင့်သက်သာ အခြေအနေတစ်ခု ဖြစ်နေလို့ပါပဲ။ ဒါကြောင့်ပဲ လုပ်ငန်းရှင် တော်တော်များများက ဝန်ထမ်းတွေကို Comfort Zone တစ်ခု ဖန်တီးပေးထားရပါမယ်။

### ပျော်ရွှင်တဲ့အလုပ်ပတ်ဝန်းကျင်

အလုပ်မှာ ခေါင်းဆောင်ဆိုသူက ကြိုးကိုင်ခြယ်လှယ်နေတာ မဟုတ်ဘဲ ဝန်ထမ်းအားလုံးကို ရာထူးအလိုက် ကိုယ်ပိုင်လုပ်ပိုင်ခွင့် ပေးထားခြင်းပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီလိုနေရာမျိုးမှာရှိတဲ့ ဝန်ထမ်းတွေအနေနဲ့ ပျော်ရွှင်တဲ့ အလုပ်ပတ်ဝန်းကျင်ကနေ ထွက်ခွာဖို့ စဉ်းစားမိမှာ မဟုတ်ပါဘူး။

### လစာ၊ ရာထူး၊ အခွင့်အလမ်း

မျှော်လင့်ချက်ရှိတဲ့ အလုပ်ပတ်ဝန်းကျင်လို့ ဆိုနိုင်ပါတယ်။ ဝန်ထမ်းတွေကို မျှော်လင့်ချက်နဲ့ ဆွဲဆောင်ထားတာပါ။ အဲဒီ မျှော်လင့်ချက်တွေက ဝန်ထမ်းတွေရဲ့ လိုအပ်ချက်တွေဖြစ်တဲ့ လစာတွေ၊ ရာထူးတွေ၊ အခွင့်အလမ်းတွေပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒါတွေနဲ့ ဆွဲဆောင်ထားရင် ဝန်ထမ်းတော်တော်များများက တခြားအလုပ်ကိုပြောင်းဖို့

မစဉ်းစားကြတော့ပါဘူး။

**ဂုဏ်ရှိတဲ့အလုပ်**

နောက်ထပ် ဝန်ထမ်းတွေကို ဆွဲဆောင်နိုင်ဆုံးကတော့ ဂုဏ်ရှိတဲ့ အလုပ်ပါ။ လစာနည်းတာများတာ အပထား၊ ဂုဏ်ရှိတယ်ဆိုရင် လူ တော်တော်များများက သဘောကျနှစ်သက်ကြပါတယ်။ ဥပမာအနေနဲ့ ပြောရင် ဘဏ်လုပ်ငန်းလိုမျိုးပါ။ ဘဏ်ဝန်ထမ်းလို့ပြောလိုက်ရင် ဂုဏ် သိက္ခာအနေနဲ့ သံသယဖြစ်ဖွယ်မရှိအောင်ကို ပြည့်စုံနေတဲ့သူတစ်ယောက် ဖြစ်စေပါတယ်။ ဒါကြောင့် ဂုဏ်ရှိတဲ့အလုပ်ကလည်း ဝန်ထမ်းတွေ အတွက် ဆွဲဆောင်မှုတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။



## ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်ကို ပျက်စီးစေတဲ့ အချက်တွေ

### ရှောင်ရန် ❌

လူတစ်ဦးချင်းစီမှာ မိမိတို့သက်ဆိုင်ရာ အရည်အချင်းအလိုက် လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်တွေ ရှိကြပါတယ်။ တစ်ခါတစ်ရံမှာ ကိုယ့်ရဲ့ အမှုမဲ့အမှတ်မဲ့ အပြုအမူတွေက ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်တွေကို လျော့ကျပျက်စီးစေတာ တွေ့ရပါတယ်။ အဲဒီလို လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည် ကို ပျက်စီးဆုံးရှုံးစေတဲ့ အရာတွေက ဘယ်လိုအချက်တွေ ဖြစ်စေမလဲ။ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာ ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်တွေက ဘယ်လို အချက်တွေကြောင့် ဆုံးရှုံးစေနိုင်သလဲ၊ ပျက်စီးစေနိုင်သလဲဆိုတာ ရှောင်ရန်အချက်တွေအဖြစ် တင်ပြပေးလိုက်ပါတယ်။

### အိပ်ချိန်အလုံအလောက်မရတာ

အိပ်ချိန်အလုံအလောက်မရတာကလည်း ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်ကို ပျက်စီးစေပါတယ်။ အိပ်ရေးမဝခြင်း၊ အိပ်ရေးပျက်ခြင်း

တွေကြောင့် ကိုယ့်ရဲ့တီထွင်နိုင်စွမ်းတွေ၊ ဆန်းသစ်နိုင်စွမ်းတွေ၊ တွေးခေါ်  
 နိုင်စွမ်းတွေကို ထိခိုက်စေနိုင်ပါတယ်။ အလုပ်ခွင်အတွင်းမှာ လန်းဆန်း  
 တက်ကြွမှု မရနိုင်ပါဘူး။ လူတစ်ယောက်က တစ်နေ့ကို ပုံမှန်အနည်းဆုံး  
 ခြောက်နာရီလောက်တော့ အိပ်သင့်တယ်လို့ ဆေးပညာရှင်တွေက  
 ဆိုထားပါတယ်။ ဒါကြောင့် အိပ်ချိန်အလုံအလောက် မရရှိတာကလည်း  
 လုပ်ငန်းခွင်ကို ထိခိုက်စေပြီး ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်ကိုပါ  
 ကျဆင်းစေပါတယ်။

**အသင့်စားအစားအစာတွေ အလွန်အကျွံစားတာ**

ကယ်လိုရီတွေ အများအပြားပါဝင်တဲ့ အသင့်စားအစားအစာတွေ  
 ကို အလွန်အကျွံစားခြင်းကလည်း လူတစ်ဦးချင်းစီရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်  
 ရည်တွေ ကျဆင်းစေနိုင်ပါတယ်။ တကယ်တော့ အသင့်စားအစားအစာ  
 တွေထက် ကျန်းမာရေးနဲ့ညီညွတ်တဲ့ အသီးအနှံတွေ၊ အစားအသောက်  
 တွေကို ရွေးချယ်စားသောက်တာက ကိုယ့်ရဲ့တီထွင်စွမ်းအားတွေ၊ လန်း  
 ဆန်းတက်ကြွမှုတွေနဲ့ အတွေးအခေါ်သစ်တွေကို ပိုမိုဖန်တီးနိုင်မှာ  
 ဖြစ်ပါတယ်။

**စမတ်ဖုန်းတွေနဲ့ အချိန်ကုန်နေတာ**

ဒီဘက်ခေတ်မှာ လုပ်ငန်းရှင်တွေ ခေါင်းစားလာတဲ့ ပြဿနာ  
 တစ်ရပ်က စမတ်ဖုန်းပြဿနာပါ။ ကိုယ့်ရဲ့ဝန်ထမ်းတွေကို လုပ်ငန်းခွင်  
 အတွင်းမှာ စမတ်ဖုန်း ပေးသုံးသင့်၊ မသုံးသင့်နဲ့ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်း  
 ယူဆောင်ခွင့်ပြု၊ မပြုဆိုတဲ့အချက်တွေက လုပ်ငန်းရှင်တွေကို ခေါင်းခဲစေ  
 ခဲ့ပါတယ်။ လုပ်ငန်းအများစုကတော့ ဝန်ထမ်းတွေကို အလုပ်ချိန်အတွင်း  
 စမတ်ဖုန်းပေးမသုံးကြပါဘူး။

**အာရုံများတာ**

အလုပ်တစ်ခုမပြီးခင် ဟိုအလုပ်ကိုလည်းလုပ်ချင်၊ ဒီအလုပ်ကလည်း လက်စ၊မပြတ် စတဲ့အာရုံများမှုတွေကြောင့် ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်တွေ ကျဆင်းစေနိုင်ပါတယ်။ တစ်ဖက်မှာ ဖုန်းပြောနေရင်း တစ်ဖက်ကို အီးမေးလ်ပြန်စာရေးနေတာတို့၊ အစည်းအဝေးလုပ်နေရင်း ဖုန်းပြောနေခြင်း စတာတွေက ကိုယ့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်တွေကို ကျဆင်းစေနိုင်ပါတယ်။ လူတစ်ယောက်က တစ်ချိန်တည်း၊ တစ်နေရာတည်းမှာ အလုပ်နှစ်ခုကို အာရုံမစိုက်နိုင်ပါဘူး။ အဲဒီလို အာရုံစိုက်လိုက်ရင်လည်း တစ်ခုမဟုတ် တစ်ခုက အမှားအယွင်းဖြစ်ဖို့ ရာခိုင်နှုန်းများပြားပါတယ်။

**အလုပ်နောက်ကျတတ်တဲ့ အကျင့်ရှိတာ**

အလုပ်မှာ တစ်ခါတစ်ရံ နောက်ကျတာက ပြဿနာ မဟုတ်ပေမဲ့ အမြဲတမ်းလိုလို နောက်ကျနေတဲ့အကျင့် ဖြစ်နေပြီဆိုရင်တော့ အဲဒါက ပြဿနာပါ။ ကိုယ့်မှာ နောက်ကျတတ်တဲ့အကျင့်က နာတာရှည်ရောဂါတစ်ခုလို စွဲကပ်လာပြီဆိုရင်တော့ အထူးသတိထားဖို့ လိုလာပါပြီ။ အလုပ်မှာ အမြဲလိုလို နောက်ကျတတ်တာကလည်း ကိုယ့်ရဲ့လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်တွေကို လျော့ကျစေတဲ့ အချက်တစ်ခုဖြစ်တယ် ဆိုတာ သတိပြုစေချင်ပါတယ်။



## လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေလုပ်တဲ့အခါ ရရှိနိုင်မယ့် အကျိုးကျေးဇူးများ

လုပ်ငန်းရှင်တွေလို ပြောလိုက်ရင် ကုမ္ပဏီအကြီးကြီးတွေ တည်ထောင်ထားသူ၊ ရှယ်ယာရှင်တွေများစွာ ပါဝင်ပြီး ကုမ္ပဏီခွဲတွေ များစွာ ရှိနေတဲ့ လုပ်ငန်းရှင်ကြီးတွေလိုပဲ မျက်စိထဲ ပြေးမြင်မိတတ်ကြပါတယ်။ တကယ်တော့ မိမိနိုင်သလောက်ဝန်ကိုထမ်းပြီး စီးပွားရှာနေကြတဲ့ လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေလည်း ရှိနေတာကြောင့် ဒါတွေကို အသေးစား လုပ်ငန်းရှင်တွေလို ဆိုရပါလိမ့်မယ်။

နာမည်ကြီးကုမ္ပဏီကြီးတွေအပြင် တစ်နိုင်တစ်ပိုင် အလုပ်ကလေးတွေကို ရှိနေတဲ့ လူအင်အားလေးနဲ့ ကြိုးစားလုပ်ဆောင်နေကြတဲ့ ကန်ထရိုက်လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေလည်း အများအပြားရှိနေတာကို တွေ့ရပါလိမ့်မယ်။ လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေကို လုပ်ရသူတစ်ယောက် အနေနဲ့ ကိုယ့်အပိုင်ဟုတ်တာရော၊ မဟုတ်တာရော သိမ်းကျုံးလုပ်နေရတာဖြစ်ပြီး ပိုပင်ပန်းရပါတယ်။ သို့ပေမဲ့ ဒီလိုပင်ပန်းတဲ့ကြားက အကျိုးကျေးဇူးရရှိစေတာလေးတွေကို တင်ပြလိုက်ပါတယ်။

(၁) လေ့လာသင်ယူနိုင်စွမ်းအား ကောင်းလာတာ

တချို့သောအလုပ်ကိစ္စတွေမှာ အလုပ်ရှင်ရဲ့ကိုယ်စားအဖြစ် သင့်အနေနဲ့ ဖောက်သည်ကို ပြောဆိုဆက်ဆံပေးရတာမျိုးတွေ ရှိပါတယ်။ လူချင်း မျက်နှာချင်းဆိုင် တွေ့ပြီးတော့ပဲဖြစ်ဖြစ်၊ ဖုန်းလက်ခံစကားပြောပေးရတာပဲဖြစ်ဖြစ် လုပ်ဆောင်ရတဲ့အခါတွေမှာ သင့်အနေနဲ့ ဘာမှမသိထားဘဲနဲ့ အလုပ်မဖြစ်ပါဘူး။ ဒီတော့ အလုပ်အတွက် သိသင့်တဲ့အချက်တွေကို သိထားနိုင်ရအောင် လေ့လာသင်ယူရပါတယ်။ ဒီလိုမျိုး မကြာခဏ ရှေ့က ဦးဆောင်ခရီးနှင်ရတဲ့ အကြိမ်တွေ များလာလေလေ၊ သင့်ရဲ့ အရည်အချင်းက သင်တောင်သတိ မထားမိလိုက်ဘဲနဲ့ ပိုမိုထွန်းပြောင်လာလေလေ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ လေ့လာသင်ယူမှုစွမ်းရည်ကလည်း တိုးတက်အားကောင်းလာတာကို တွေ့ရပါလိမ့်မယ်။

(၂) ကြိုတင်ပြင်ဆင်မှုရှိလာတာ

ဟိုးအရင်က သင်ဟာ ဘာပဲလုပ်လုပ် ကြိုတင်ပြင်ဆင်မှု အားနည်းခဲ့တဲ့သူ ဖြစ်ခဲ့ပါသလား။ စာမေးပွဲကို ကောင်းစွာ ဖြေဆိုနိုင်ဖို့အတွက် သင်ခန်းစာတွေ ကျေညက်နေအောင် ကြိုတင်လေ့လာ ကျက်မှတ်ထားမှု မရှိတာ၊ ခရီးထွက်တဲ့အခါ သွားခါနီးမှ ပစ္စည်းတွေ ကတိုက်ကရိုက် အလျင်စလို ထည့်တာမျိုးတွေ လုပ်တတ်တာ စတဲ့အချက်တွေက ကြိုတင်ပြင်ဆင်မှုအားနည်းခြင်းရဲ့ ဥပမာတချို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ကြိုတင်ပြင်ဆင်မှုဆိုတာ ဘဝအတွက် အလွန်အရေးကြီးတဲ့ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုပဲဖြစ်ပါတယ်။ အောင်မြင်မှုရဖို့အတွက်၊ လုပ်ငန်းဆောင်တာတွေ ချောချောမွေ့မွေ့ ပြီးမြောက်နိုင်စေဖို့အတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်မှုက အသက်တမျှ အရေးကြီးပါတယ်။

(၃) ဦးဆောင်နိုင်စွမ်းရှိလာတာ

လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေမှာ နေရာတစ်ခုရလာရင် လုပ်စရာရှိတဲ့ ကိစ္စတွေအတော်များများကို ရှေ့ကနေ ကိုယ်တိုင် ဦးစီးဦးဆောင် လုပ်ကိုင်ရပါတယ်။ ဒါကြောင့် မဖြစ်မနေ လုပ်ရင်းကိုင်ရင်းနဲ့ပဲ အတွေ့အကြုံတွေက ရင့်ကျက်မှုတွေ၊ ရဲဝံ့စွာဖြေရှင်းရဲတဲ့ သတ္တိတွေနဲ့ ပြည့်စုံလာမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

(၄) စီမံခန့်ခွဲတတ်မှုရှိလာတာ

နောက်ထပ် အကျိုးကျေးဇူးတစ်ခုကတော့ စီမံခန့်ခွဲတတ်မှုရှိလာခြင်းပါပဲ။ ရှိတဲ့လူအင်အားလေးကို ဘယ်နေရာမှာ ဘယ်လိုအသုံးပြုမယ်ဆိုတဲ့ Man-power အပေါ်စီမံခန့်ခွဲမှုနဲ့ အလုပ်တစ်ခု အောင်မြင်စွာ ပြီးမြောက်ဖို့အတွက် ဘာတွေလုပ်သင့်တယ်၊ ဘာတွေလုပ်ရမယ်ဆိုတဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုတဲ့ နှစ်မျိုးစလုံးကို နားလည်သဘောပေါက်လာပါလိမ့်မယ်။

(၅) Marketing အမြင်ရှိလာတာ

လုပ်ငန်းကိစ္စနဲ့ ပတ်သက်ပြီး ဖောက်သည်တွေနဲ့ ပြောရဆိုရတဲ့ အခါမှာ ဖောက်သည်တွေရဲ့ နှစ်သက်မှု၊ လိုအပ်ချက်နဲ့ ဆန္ဒတွေကို သိရှိဖို့လိုပြီး မိမိလုပ်ငန်းရဲ့ အားသာချက်၊ အားနည်းချက်တွေကို သိလာရပါတယ်။ ဒီလိုနဲ့ပဲ Marketing နဲ့ပတ်သက်တဲ့ အမြင်လည်း ရှိလာပါတယ်။

(၆) စာချုပ်နဲ့ပတ်သက်တဲ့ လုပ်ငန်းသဘောတရားတွေကို နားလည်လာတာ

တချို့အလုပ်ကိစ္စတွေမှာ လုပ်ငန်းအပ်နှံသူနဲ့ လုပ်ငန်းလက်ခံသူတို့ နှစ်ဦးသဘောတူ စာချုပ်ချုပ်ဆိုရတာတွေ ရှိတတ်ပါတယ်။ ဒီလို

အခြေအနေတွေမှာ သင့်အနေနဲ့ စာချုပ်စာတမ်းပြင်ဆင်ရတာမျိုးတွေ လည်း ရှိလာမှာဖြစ်ပြီး စာချုပ်ချုပ်ဆိုခြင်းမှာ ပါဝင်သင့်တဲ့ အချက်တွေ၊ လိုက်နာသင့်တဲ့ အချက်တွေ၊ ထိန်းချုပ်ထားသင့်တဲ့ အချက်တွေ စတဲ့ စာချုပ်သဘောတရားတွေကိုလည်း နားလည်သဘောပေါက်လာပါ လိမ့်မယ်။

(၇) လုပ်ငန်းအပေါ်လျာထားမှု၊ အာရုံစူးစိုက်မှုတွေ ရှိလာတာ

လုပ်ငန်းတစ်ခု ပြီးမြောက်အောင်လုပ်ဖို့အတွက် ရရှိမယ့် ဘတ်ဂျက် ငွေ က ဘယ်လောက်၊ အသုံးပြုမယ့် ဘတ်ဂျက်ငွေက ဘယ်လောက်၊ အများဆုံးကြာနိုင်မယ့် ကြာချိန် စသဖြင့် ကြိုတင်လျာထားဖို့ လိုပါတယ်။ ဒီလိုလုပ်မှ သင့်အလုပ်အတွက် ထိုက်သင့်တဲ့ ဒါမှမဟုတ် ထိုက်သင့်တာ ထက်ပိုတဲ့ အမြတ်ငွေပမာဏတစ်ခု ဖန်တီးပေးနိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအချက်ကလည်း လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေမှာ လုပ်ကိုင်ရခြင်းရဲ့ အကျိုး ကျေးဇူးတစ်ခုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

(၈) ရေရှည်အကျိုးကို ထောက်ရှုမျှော်ကိုးတတ်လာတာ

လုပ်ငန်းတစ်ခု မစတင်မီအချိန်ကတည်းက ဘယ်နေရာတွေမှာ ဘယ်လိုလေးစိစစ်ရမယ်၊ ဘယ်လိုကိစ္စတွေမှာတော့ ဘယ်လိုဆားထွက် ဆိုးကျိုးတွေ ရှိလာနိုင်ပြီး ဘယ်လိုရင်ဆိုင်ဖို့ ပြင်ဆင်ထားမယ် စတဲ့ ရေရှည်ကို လှမ်းမျှော်စဉ်းစားတတ်လာမယ့် အချက်ကလည်း လုပ်ငန်း ငယ်လေးတွေ လုပ်ရခြင်းကနေ ပေးစွမ်းတဲ့ အကျိုးကျေးဇူးပါပဲ။

