

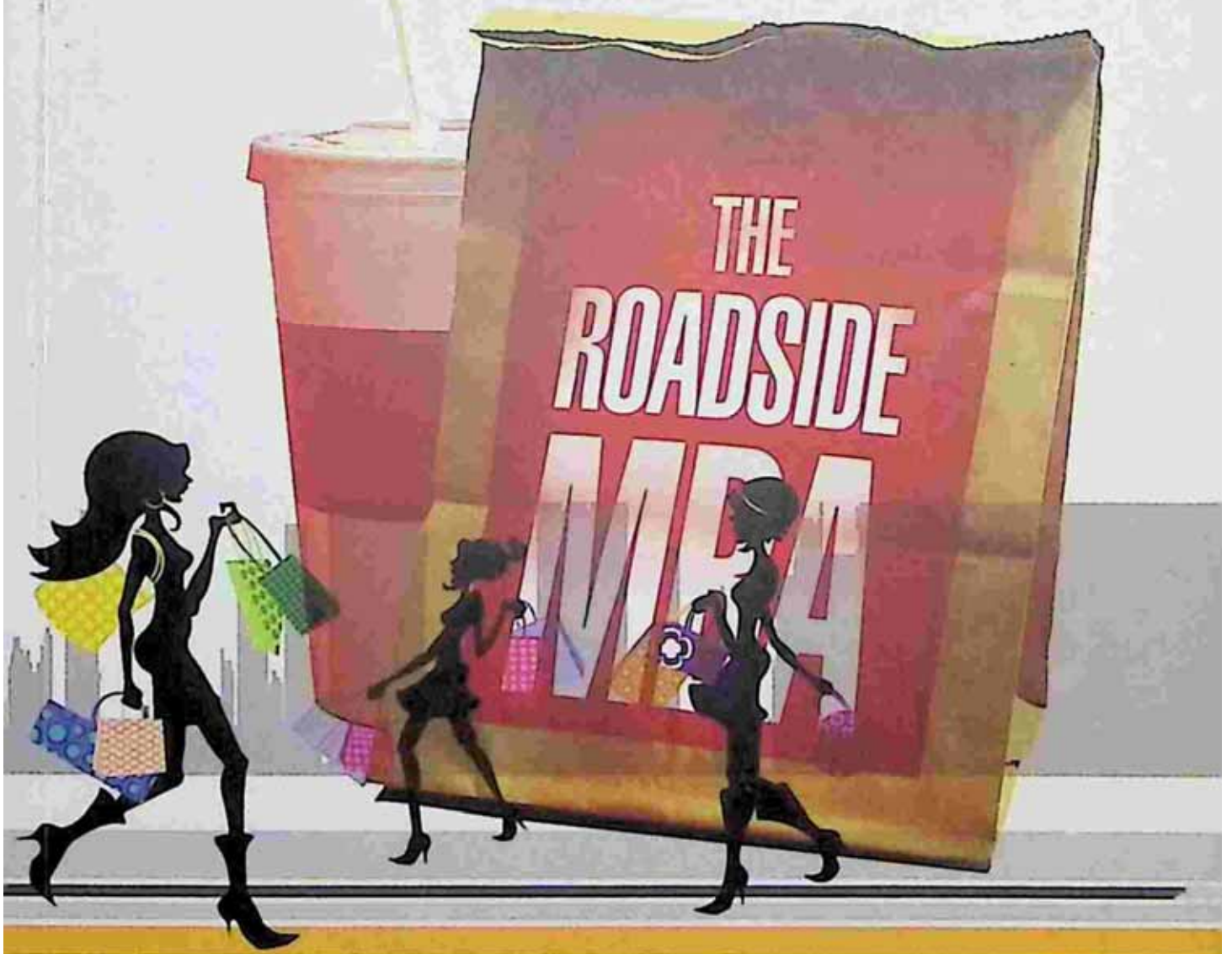
The **E**ssence

mgyc.com

# လမ်းဘေး MBA

## အောင်စည်သာ

မြန်မာပြန်



**MICHAEL MAZZEO, PAUL OYER AND SCOTT SCHAEFER**

စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းများ၊ အသေးစားလုပ်ငန်းငယ်များ၊  
 အလုပ်စတင်တည်ထောင်သူများအတွက် လမ်းမတစ်ဖက်တစ်ချက်စီရှိ  
 လမ်းဘေးဆိုင်လေးတွေဆီက လက်တွေ့ကျတဲ့ စီးပွားရေးစီမံခန့်ခွဲမှု MBA သင်ခန်းစာများ

mgyc.com

# လမ်းညွှန် MBA

## အောင်စည်သာ

စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းများ၊  
 အသေးစားလုပ်ငန်းငယ်များ၊  
 အလုပ်စတင်တည်ထောင်သူများအတွက်  
 လမ်းမ တစ်ဖက်တစ်ချက်စီရှိ  
 လမ်းဘေးဆိုင်လေးတွေဆီက  
 လက်တွေ့ကျတဲ့  
 စီးပွားရေးစီမံခန့်ခွဲမှု  
 MBA သင်ခန်းစာများ



AST00012  
 1,800.00 KS

မျက်နှာပုံဒီဇိုင်း M.S.O

ထုတ်ဝေသူ-ဦးစန်းဦးစိတ်ကူးချိုချိုစာပေ(၀၀၅၃၈)၊၆၇၊၁၆၄လမ်း၊တာမွေ။

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

စာအုပ်အကြောင်းအရာ၊ ပုံနှိပ်ရက်၊ ပုံနှိပ်ခန်း၊ ပုံနှိပ်အခန်း

အောင်စည်သာ

လမ်းဆေးMBA

စာမျက်နှာ ၁၂၉ မျက်နှာ၊

၁၃ စင်တီ x ၂၀.၅ စင်တီ

# မာတိကာ

	နိဒါန်း	၁
၁။	အခန်း [ ၁ ] လုပ်ငန်းတစ်ခုချဲ့ထွင်ခြင်း	၅
၂။	အခန်း [ ၂ ] မစ္စစ္စပီပြည်နယ်၊ ဟေတီ(စ်)ဘက်(ဂ်) မာ့ဂ်ရှော့ Grill and Bar	၂၃
၃။	အခန်း [ ၃ ] မိမိကုန်ပစ္စည်းကိုပြိုင်ဘက်နဲ့မတူ တစ်မှုထူးခြားဆန်းသစ်စေခြင်း	၃၀
၄။	အခန်း [ ၄ ] ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း	၅၄
၅။	အခန်း [ ၅ ] သင့်ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ကို ကော်လင်းစွာအသုံးချတတ်ပါစေ	၇၈
၆။	အခန်း [ ၆ ] ထိထိရောက်ရောက် ညှိနှိုင်းခြင်း	၁၀၁
၇။	အခန်း [ ၇ ] ဝန်ထမ်းရှာဖွေခန့်ထားခြင်း	၁၂၀



mgyc.com

mgyc.com

### နိဒါန်း

ဘော်စတွန်မှာကျင်းပတဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာဆွေးနွေးပွဲ တစ်ခု အပြီးမှာတော့ စီးပွားရေးပါမောက္ခသုံးယောက်အဖို့ အိမ်အပြန် လေယာဉ် မထွက်ခင် ဖြုန်းစရာအချိန် အနည်းငယ်ရပါတယ်။ အဲဒီတော့ လမ်းပေါ် ထွက် ဟိုနားဒီနား လျှောက်ကြည့်ဖို့ ဆုံးဖြတ်လိုက်ကြတယ်။ အဲဒီ ဆုံးဖြတ် ချက်ဟာ ခုလေးတင်စားပြီးတဲ့ ပင်လယ်စာ ဆီကြော်ဟင်းလျာတော်တော် များများပါတဲ့ နေ့လယ်စာတစ်နပ်ကို အစာခြေဖျက်ဖို့ ကောင်းကောင်းအကူ အညီပေးနိုင်မှာပါ။ ပထမဆုံး လမ်းလျှောက်လာရင်းတွေ့တဲ့ ဖိနပ်ဆိုင်လေး တစ်ခုထဲကို ဘာရယ်မဟုတ် ဝင်ကြည့်လိုက်တယ်။ ဖိနပ်ဝယ်ဖို့ သွားတာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီက အရောင်းစာရေးကတော့ ဖိနပ်တစ်ရန် လောက် စမ်းသပ်စီးနင်းကြည့်ဖို့ကိုပဲ အတင်းအကြပ် တိုက်တွန်းနေပါတယ်။ အဲဒီလိုနဲ့ ထပ်ကာထပ်ကာ တိုက်တွန်းနေတော့ ခပ်အေးအေးတိတ်တိတ် ဆိတ်ဆိတ်နေရတာ ကြိုက်တဲ့ စကော့(တ်)က 'မလိုပါဘူး၊ ကျေးဇူးပါ' လို့ ပြောနေတဲ့ ကြားထဲက ဘာဖြစ်လို့ ထပ်ကာထပ်ကာ တိုက်တွန်းနေရသလဲလို့ အဲဒီ အရောင်းစာရေးကို မေးလိုက်ပါတယ်။ အဲဒီအခါ အရောင်းစာရေး သာမက ဆိုင်မန်နေဂျာရော အဲဒီဖိနပ်ဆိုင်ရဲ့ ဝန်ထမ်းအားလုံးလိုလိုပါ အဲဒီ ဆိုင်ပိုင်ရှင်ရဲ့ အံ့ဩဖွယ်ကောင်းတဲ့ 'လျှို့ဝှက်ဈေးဝယ်' လို့ခေါ်တဲ့ အစီအစဉ်

အသေးစိတ်ကို ရှင်းပြပါတယ်။ အဲဒီထဲမှာ ဈေးဝယ်သူတွေနဲ့ ဆက်ဆံတဲ့ အခါ ဇွဲမရှိတဲ့အလုပ်သမားတွေဟာ အမှတ်လျှော့ခံရနိုင်တယ်ဆိုတဲ့ သတ်မှတ်ချက်တွေလည်း ရှိပါတယ်။ ကျွန်တော့်သူငယ်ချင်းနှစ်ယောက်ဖြစ်တဲ့ ပေါ(လ်)နဲ့ မိုက်(ခ်)ဟာ ချက်ချင်းပဲ အံ့ဩတကြီးဖြစ်သွားခဲ့ပြီး အဲဒီအချိန်က စလို့ စီးပွားရေးပါမောက္ခ ကျွန်တော်တို့သုံးယောက်ဟာ MBA သင်တန်းသားတွေကို သင်ကြားပေးရတဲ့ ခေါင်းစဉ်တွေနဲ့ ပတ်သက်ပြီး ဆိုင်ဝန်ထမ်းတွေကို မေးမြန်းစူးစမ်းခန်း စပါတော့တယ်။ အရောင်းသမားတွေအတွက် ကော်မရှင်နှုန်းထားတွေ၊ ရောင်းသူဝယ်သူ ဆက်ဆံရေးတွေ၊ သူများနဲ့မတူတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု ဘယ်လိုဖန်တီးသလဲတွေ၊ ပြိုင်ဆိုင်မှုတွေအကြောင်းပေါ့။ အဲဒီမှာရတဲ့ သင်ခန်းစာတွေဟာ ကျွန်တော်တို့ ခုနက တက်ခဲ့တဲ့စီးပွားရေးဆိုင်ရာ ဆွေးနွေးပွဲထက် နှစ်ဆမက များပါတယ်။ ပြီးတော့ ကျွန်တော်တို့ လေကြောရှည်နေလိုက်တာ ဘော်စတန်ကိုပြန်ရမယ့် လေယာဉ်ချိန်တောင် ကျော်သွားတဲ့အထိပါပဲ။ အဲဒီနေ့ကရတဲ့ ဖိနပ်ဆိုင်ကဝန်ထမ်းတွေနဲ့ ပြောဆို ဆွေးနွေးမေးမြန်းခဲ့ရတဲ့ အခွင့်အရေးဟာ ကျွန်တော်တို့အတွက်တော့ လုပ်ငန်းသေးသေးတွေ ဘယ်လိုလည်ပတ်နေတယ်ဆိုတဲ့ အိုင်ဒီယာလေးကို သတိထားမိစရာ ပျော်ရွှင်ဖွယ်နိဒါန်းလေးတစ်ခုပါပဲ။

လွန်ခဲ့တဲ့နှစ်တွေတစ်လျှောက်လုံး ထိပ်တန်းဆိုတဲ့တက္ကသိုလ်တွေမှာ MBA ကျောင်းသားပေါင်းများစွာကို ကျွန်တော်တို့ စာသင်ပေးခဲ့ဖူးပါတယ်။ ကျောင်းသားတွေထဲကအများစုက ကြီးပေ့ဆိုတဲ့ထိပ်တန်းကုမ္ပဏီတွေမှာ အလုပ်ဝင်လုပ်လေ့လုပ်ထရှိတော့ ကျွန်တော်တို့ အထူးပြု သင်ကြားတဲ့အရာတွေဟာ ကုမ္ပဏီကြီးတွေမှာ ကြုံရလေ့ကြုံရထရှိတဲ့ မဟာဗျူဟာဆိုင်ရာ အကြောင်းအရာနဲ့ ပြဿနာတွေကိုလေ့လာဖို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ရှူးဖိနပ်ဆိုင်လေးဆီ ထင်မှတ်မထားတဲ့ အမှတ်တမဲ့ အလည်ခရီးတစ်ခုက ကျွန်တော်တို့အတွေးတွေကို တစ်မျိုးတစ်ဖုံ ပြောင်းလဲစေလိုက်ပါတယ်။ အကယ်၍ ကျွန်တော်တို့ အခုသင်နေတဲ့ သင်ခန်းစာတွေကို စီးပွားရေး လုပ်ငန်းအသေးစားတွေမှာသာ အသုံးချနိုင်ခဲ့ရင်ပေါ့ဆိုတဲ့ အတွေးပါပဲ။

အဲဒီလိုနဲ့ တစ်နှစ်လောက်ကြာတဲ့အခါ စကော့(တ်)ဆီက ဖုန်းဝင်လာပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့သုံးယောက် အင်တာနက်ကတစ်ဆင့် ဖုန်းပြောကြ

ရင်း လွန်ခဲ့တဲ့နှစ်က ဖိနပ်ဆိုင်သေးသေးလေးကရတဲ့ သင်ခန်းစာတွေကို ဘယ်လိုအသုံးပြုဖြစ်နေတဲ့အကြောင်း ပြန်ပြောဖြစ်ကြတယ်။ ပြီးတော့ အဲဒီလို ဆိုင်မျိုးလေးတွေကို ထပ်သွားပြီးလေ့လာကြဖို့လည်း စိတ်ကူးရကြတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဆွေးနွေးပွဲတွေမှာ တစ်ခါတစ်ရံသာ တွေ့ တတ်တဲ့ ကျွန်တော်တို့အဖို့ သုံးယောက်ဆုံဖို့ အခွင့်အရေးဆိုတာ ရှားပါးလွန်းလှတယ်။ အဲဒါနဲ့ပဲ ကျွန်တော်တို့ နွေရာသီအားလပ်ရက်တစ်ပတ်မှာ 'လမ်းဆေး MBA' လို့ ပေါ(လ်)က နာမည်ပေးခဲ့တဲ့ စာအုပ်လေးတစ်အုပ်ဖြစ်ပေါ်လာစေတဲ့ ခရီး တစ်ခုစတင်ခဲ့ကြတယ်။ လမ်းပေါ်က ဈေးဆိုင်သေးသေးလေးတွေနဲ့ လုပ်ငန်း သေးသေးလေးတွေဆီက သင်ခန်းစာတွေသင်ယူဖို့ပေါ့။

ဒီစာအုပ်မှာ ကျွန်တော်တို့ လမ်းပေါ်ကသိခဲ့တဲ့ စိတ်ဝင်စားဖွယ် မဟာ ဗျူဟာတွေအကြောင်း ဖော်ပြထားပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ အတွေးကတော့ အိုင်ဒီယာတစ်ခု အလုပ်ဖြစ်တယ်ဆိုတာကို သိရုံနဲ့မပြီးပါဘူး။ ဘာကြောင့် အဲဒီအိုင်ဒီယာတွေ၊ မဟာဗျူဟာတွေအလုပ်ဖြစ်လဲဆိုတာပါ သိဖို့ အရေးကြီး ပါတယ်။ ဒီစာအုပ်က အဲဒီနှစ်ခုကြား ကွာဟချက်ကို ဖြည့်ဆည်းနိုင်တဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ မူဘောင်တွေအကြောင်း ဆွေးနွေးရင်း အရှုပ်အထွေး၊ အခက်အခဲတွေကြားက သင့်အတွေးအခေါ်တွေကို အကောင်းဆုံး ဆုံးဖြတ် ချက်တွေဆီ ရောက်ရှိဖို့ခေါ်ဆောင်သွားမှာပါ။ တစ်ခုတော့ ရှိပါတယ်။ ဘာဂဗေဒဘာသာရပ်ကို လုံးလုံးမနှစ်သက်ဘဲ ဒီစာအုပ်ကို လေ့လာမယ်ဆို လည်းရပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့အတွက်အချက်ဆိုတာတွေကို ဖယ်ထုတ် ထားပါတယ်။ ဂရပ်(ဖ်)ဆိုတာတွေတောင် မပါဝင်ရဘဲ လမ်းပေါ်က သိတဲ့ အင်မတန်အသုံးဝင်တဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာသင်ခန်းစာသက်သက်ကိုပဲ ဖော်ပြ ထားခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ လမ်းဆေးကပေးမယ့် MBA ပေါ့။



mgyc.com

mgyc.com

## အခန်း [ ၁ ] လုပ်ငန်းတစ်ခုချဲ့ထွင်ခြင်း

ကျွန်တော်တို့ ခရီးစဉ်အစမှာ တိမ်မြုပ်ပျောက်ကွယ်နေတဲ့ စိတ်ဝင်စားဖွယ်လုပ်ငန်းအသေးလေးတွေအကြောင်း ရှာဖွေဖို့ ကြိုးစားခဲ့ကြပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့နေသာတဲ့ တနင်္ဂနွေတစ်မနက်မှာ တွေ့ကြတယ်။ ရှုခင်းတွေကြည့်၊ မြူဆီယံတွေဆိုင်ချိန်တွေကို ခံစားရင်း ကမ္ဘာလှည့်ခရီးသည်တွေအဖြစ် ပထမဆုံးနေ့ကို ကုန်ဆုံးစေခဲ့တယ်။ ဘာဘီကြူးတွေ၊ ပျော်ရွှင်ဖွယ်ညစာအစီအစဉ်တွေနဲ့ပေါ့။ နောက်နေ့ တနင်္လာနေ့ မနက်သာယာတဲ့နေ့ရောင်နဲ့ အတူနိုးထလာပြီး ဟောလီးဒေးအင်းက ပေါ့ပေါ့ပါးပါး မနက်စာကို အမြန်စားတယ်။ ပြီးတော့ အနောက် မြောက်ဘက်ဆီကိုဦးတည်ပြီး ထွက်ခွာလာခဲ့ပါတယ်။ မစ္စစ္စပီမြစ်ရဲ့ ဘေးတစ်လျှောက် သွယ်တန်းနေတဲ့ တောင်တန်းတွေ ဆီကိုပေါ့။ အဲဒီလိုနဲ့ ဆက်လက်ထွက်ခွာလာရင်း ကော်ဖီသောက်ရန် ခဏရပ်ဖို့ အကြံပြုတဲ့ မိုက်(ခ်)ကို နားမလည်နိုင်စွာဘဲ ပြန်ကြည့်မိတယ်။ ခုလေးတင် စားလာတဲ့မနက်စာက ကော်ဖီနဲ့ မလုံလောက်နိုင်သေးဘူးလားလို့ စကော့(တ်)က ပြန်မေးလိုက်ပါတယ်။ အဲဒီတော့ မိုက်(ခ်)က အစည်းအဝေးနောက်တစ်ခုတက်ဖို့ လေးဆယ့်ငါးမိနစ်တောင်လိုသေးတာပဲ၊ ကားပေါ်မှာ ထိုင်နေပြီး ဘာလုပ်မှာလဲလို့ ပြောပါတယ်။

အဲဒီနောက် ကျွန်တော်တို့အနီးဆုံး Starbuck ကော်ဖီဆိုင် ဝင်လိုက်

တယ်။ ပြီးတော့ ကောင်တာမှာ ကော်ဖီမှာပြီး မနက်စောစောလူကျနေတဲ့ Starbucks ကော်ဖီဆိုင် မြင်ကွင်းကို အော်ဒါမှာ ထားတဲ့ကော်ဖီခွက်ကို စောင့်ရင်း ဘာရယ်မဟုတ် ငေးကြည့် မိနေပါတယ်။ ပေါ(လ်)က သူ့ရဲ့ ကော်ဖီခွက်ရှည်ရှည်ကိုယူရင်း ငါတို့ဦးတည်ချက်က အသေးစားလုပ်ငန်းတွေရဲ့အကြောင်း လေ့လာဖို့ မဟုတ်ဘူးလား၊ ခုလို ဆိုင်ထက်အမှီအခိုကင်းတဲ့ အခြားကော်ဖီဆိုင်သေးသေးတစ်ခုမှာ ရှိမနေသင့်ဘူးလားလို့ မေးပါတယ်။ အဲဒီလိုနဲ့ ပြောဆိုရင်း ကျွန်တော်တို့ စကားဝိုင်းဟာ တစ်ချိန်က တစ်ဆိုင်တည်းသာရှိခဲ့တဲ့ Starbucks ကနေ ကမ္ဘာတစ်ဝန်းမှာ ဆိုင်ပေါင်းထောင်နဲ့သောင်းနဲ့ချီရှိတဲ့ လုပ်ငန်းတစ်ခု ဘယ်လိုဖြစ်လာလဲဆိုတဲ့ အကြောင်း အရာဆီရောက်လို့ သွားပါတယ်။ အဲဒီ အောင်မြင်မှုဟာ ကြီးထွားလိုစိတ်ရှိတဲ့ အသေးစားလုပ်ငန်းတွေအတွက် အမြဲတမ်းဖြစ်နိုင်ခြေရှိတယ်ဆိုတာကို ကတိကဝတ်ပေးတဲ့ ဥပမာတစ်ခုပါပဲ။ Starbucks ရဲ့ အောင်မြင်မှုအကြောင်း ဆွေးနွေးရင်း လမ်းဆေးခရီးစဉ်အတွက် ပထမဆုံးဘယ်ကုမ္ပဏီတွေကို သွားလေ့လာမလဲဆိုတဲ့ ဆောင်လေးတစ်ခု ချမှတ်နိုင်ခဲ့ပါတယ်။ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းတွေကို ကြီးထွားလာအောင်ဘယ်လိုလုပ်လဲ ဆိုတာနဲ့ ပတ်သက်ပြီး စဉ်းစားစရာလေးတစ်ခုပေါ့။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေ ချဲ့ထွင်ဖို့ ကြိုးစားတဲ့ အခါမှာ သူတို့ရဲ့ ကြီးထွားခြင်းကိုကန့်သတ်ပိတ်ပင်တဲ့ အချက်တွေများ ရှိသလား၊ ကုမ္ပဏီတွေ အကျိုးရှိရှိဘယ်လိုချဲ့ထွင်လို့ ရသလဲ၊ ပြီးတော့ ဘယ်လိုအမှားတွေကို သူတို့ရှောင်ရှားရမလဲစတဲ့ မေးခွန်းတွေ ဖြစ်ပေါ်လာပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းတွေကို ကြီးပွားတိုးတက်အောင် သူများနဲ့မတူ ထူးခြားဆန်းသစ်တဲ့ နည်းလမ်းတွေနဲ့ ကြိုးစားနေတဲ့ ကုမ္ပဏီတွေကို တွေ့ခဲ့ရပါတယ်။ အဲဒီအထဲက တချို့ကုမ္ပဏီတွေဆိုရင် သူ့အတိုင်းအတာနဲ့ လက်ခံနိုင်လောက်တဲ့အောင်မြင်မှု ရရှိနေတာတောင် ဆက်လက်ကြီးထွားဖို့ ကြိုးစားနေကြတာတွေကအစ လေ့လာခဲ့ရပါတယ်။ လုပ်ငန်းတွေကို ချဲ့ထွင်ခြင်းနဲ့ ပတ်သက်လို့ အသေးစားစီးပွားရေးလုပ်ငန်း ပိုင်ရှင်တွေအတွက် အရေးကြီးတဲ့မေးခွန်းတစ်ခုကတော့ အောင်မြင်တဲ့ လုပ်ငန်းချဲ့ထွင်မှုဟာ ဘာတွေအပေါ်မူတည်နေသလဲ....

အာကန်စာ(စ်)ပြည်နယ် ဂျီနက်(စ်)ဘိုရို  
BRACES BY BURRIS သွားဆေးခန်းရဲ့ကျင့်ထုံး

လုပ်ငန်းဆောင်တာများကို စုပေါင်း၍ ကုန်ကျစရိတ်လျှော့ချခြင်း

ကမိန်းမတ်ကိုအပြည့်ဖြည့်ပြီး ဂျီနက်(စ်)ဘိုရိုမြို့ တစ်ပတ်ပတ်ပြီးတဲ့ အခါ ရုံးခန်းမန်နေဂျာ ရှော်နာစတန်း(စ်)ဆိုသူကို တွေ့ဖို့ Braces By Burris သွားဆေးခန်းကို ရောက်လို့ သွားပါတယ်။ အဲဒီကိုရောက်ရောက် ချင်းတော့ ကျွန်တော်တို့ အနည်းငယ် ဇေဝေဝါဖြစ်သွားပါသေးတယ်။ ဘာ ဖြစ်လို့ဆို ကျွန်တော်တို့ ထင်ထားတဲ့ သွားဆေးခန်းတစ်ခုဆိုတာ ဧည့်ကြို ကောင်တာတစ်ခု ရှိရပါမယ်။ ပြီးတော့ သွားနုတ်ဖို့ ကြောက်လန့်နေတဲ့ ကလေးငယ်တွေ၊ ဆေးခန်းပြဖို့ လူနာတွေစောင့်ဆိုင်းနေတဲ့နေရာလို့ ထင်မှတ်ထားခဲ့တာကိုး။ အဲဒီအစား မှန်ခန်းတွေ၊ လေးထောင့်ပုံစံ အလုပ်စားပွဲတွေနဲ့ ဝန်းရံနေတဲ့ နေရာတစ်ခုကိုရောက်သွားတဲ့အခါ လိပ်စာမှားပြီလားလို့တောင် သံသယဖြစ်ခဲ့မိပါသေးတယ်။

‘ကျွန်မတို့ရဲ့ ရုံးချုပ်ဌာနေက ကြိုဆိုပါတယ်’လို့ ပြောရင်း အရပ်မြင့်မြင့်၊ မျက်မှန်ထူထူ၊ အဖြူရောင်ဝမ်းဆက်ကို စမတ်ကျကျဝတ်ထားတဲ့ ရှော်နာက ကြိုဆိုပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ကို သူမရဲ့ ရုံးခန်းထဲမှာ ဧည့်ခံရင်း အာကန်စာ(စ်)ပြည်နယ်ရဲ့ ပထဝီဝင်အနေအထားကို ရှင်းပြပါတယ်။ ‘ပြီးတော့ ကျွန်မတို့ ဝက်(စ်)မမ်းဖစ်(စ်)ဆိုတဲ့ မြို့မှာလည်း အနားယူသွားတဲ့ သွားဆရာဝန်တစ်ယောက်ဆီက လွှဲပြောင်းဝယ်ယူပြီး ဖွင့်ထားတဲ့ ဆေးခန်းတစ်ခုလည်း ရှိပါတယ်။ ပြီးတော့ ကျွန်မတို့ ဖောရက်(စ်)စီးတီးနဲ့ ဘာ(လ်) သီဗီလီမှာလည်း ဖွင့်ထားပါသေးတယ်။ အဲဒီဟာတွေ အားလုံး ဂျီနက်(စ်)ဘိုရိုကနေ မိုင်ခြောက်ဆယ်လောက်အကွာမှာ ရှိပါတယ်။ သူမ ဆေးခန်းစာရင်း ရွတ်ပြနေလိုက်တာ ကျွန်တော်တို့ အင်တာဗျူးအစီအစဉ်ရဲ့ ပထမဆယ့်ငါးမိနစ် ကုန်ဆုံးသွားပါတယ်။ ပြီးခဲ့တဲ့ နှစ်တော်တော်များများမှာ ဆေးခန်းပိုင်ရှင်ဒေါက်တာဘားရစ်(စ်) ဟာ နေရာဒေသ သစ်တော်တော်များများမှာ သွားဆေးခန်းနေရာတွေဖွင့်ရင်း လုပ်ငန်းကိုချဲ့ထွင်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီ

လိုနဲ့ ရှော်နာပြောပြလာလိုက်တာ စုစုပေါင်းမြို့ပေါင်း ဆယ့်တစ်မြို့မှာရှိတဲ့ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းနေရာတွေ စုံသွားမှပဲ အခု ကျွန်တော်တို့ ရောက်နေ တာ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းတွေ အားလုံးရဲ့ ဌာနချုပ်တစ်ဖြစ်လဲ စီမံခန့်ခွဲမှု ရုံးခန်း ဖြစ်နေတာကို သိရပါတော့တယ်။ ဒေါက်တာဘားရစ်(စ်)ချဲ့ထွင်ခဲ့တဲ့ မြို့တော်တော်များများဟာ တကယ်တော့ သေးသေးကျဉ်းကျဉ်းမြို့လေးတွေ ပါပဲ။ ပြီးတော့ ဆေးခန်းနေ့တိုင်းလည်း ဖွင့်စရာမလိုဘူးလေ။

‘ကျွန်မတို့ ဆေးခန်းတည်ရှိတဲ့နေရာတော်တော်များများကို အလှည့် ကျဇယားချပြီး သွားလေ့ရှိပါတယ်။ တကယ်တော့ ကျွန်မတို့ဆေးခန်း အား လုံးကို လည်ပတ်နေတာ လက်ထောက်နှစ်ယောက်နဲ့ သွားဆရာဝန် တစ် ယောက်ပါတဲ့ ခရီးသွားအဖွဲ့နှစ်ဖွဲ့ သုံးဖွဲ့တည်းနဲ့ပါပဲ။ ကျွန်မတို့ အခြား သွားဆရာဝန်တွေနဲ့ အခြားနေရာဒေသတွေကို လွှတ်ဖို့ အဖွဲ့အသစ် တချို့ ဖွဲ့စည်းနေတုန်းပါပဲ။ တစ်ခါတစ်ရံ ရက်တွေသိပ်ကြာသွားတယ်။ ခွဲစိတ်မှုနဲ့ ကုသမှုတွေ တော်တော်များများက ဂျီနက်(စ်)ဘိုရိုမြို့ ပတ်ဝန်းကျင်မှာသာ လုပ်ရလေ့ရှိပါတယ်။ ကျွန်မတို့ ဆေးခန်းတိုင်းမှာ ပစ္စည်းကိရိယာ တော်တော်များများရှိပေမဲ့ အချို့အရေးကြီး ဆေးခန်းသုံးပစ္စည်း ကိရိယာ တွေကိုတော့ ခရီးသွားရင်း ကားပေါ်မှာပဲ သယ်ဆောင်သွားလေ့ရှိပါတယ်။ အချို့ဝေးလွန်းတဲ့ နေရာတွေကို သွားတဲ့အခါ တစ်ခါတစ်ရံ မနက်ခုနစ် နာရီလောက်မှ ထွက်ပြီး ည ခြောက်နာရီခွဲတာတောင် ပြန်ရောက်ဖို့ မလွယ်ကူ ပါဘူး’လို့ ရှော်နာက ရှင်းပြပါတယ်။

‘ဒီရုံးမှာက ဘာလုပ်ကြတာလဲ’လို့ မိုက်(ခ်)က မေးပါတယ်။ ‘ဒီ နေရာက ကျွန်မတို့ရဲ့ အုပ်ချုပ်မှုရုံးခန်းလေ။ စာရင်းဇယားတွေ၊ ဝန်ထမ်းရေး ရာတွေ၊ အိုင်တီတွေ၊ ငွေပေးချေမှု၊ ငွေကောက်ယူမှုနဲ့ ဖုန်းလက်ခံဌာနတွေ ရှိတာပေါ့။ ကျွန်မတို့မှာ လာသမျှ ဖုန်းတွေကို ဖြေဖို့ လူငါးယောက် ရှိပါ တယ်။ တော်တော်များများက ပြည်တွင်း ဖုန်းနံပါတ်တွေပါ။ အကုန်လုံး ဟောဒီဖုန်းတစ်လုံးကပဲ မြည်ပါတယ်။ ပြီးတော့ အားလုံးကို တစ်ပုံစံတည်းပဲ ပြန်လည်ဖြေကြားပါတယ်’လို့ ရှော်နာက ပြန်လည်ရှင်းပြပါတယ်။

ဘားရစ်(စ်)ဆေးခန်းတွေဟာ ဝေးကွာတဲ့သွားဆေးခန်းတွေကို မသွား ချင်ကြတဲ့ လူတွေရဲ့စိတ်ဆန္ဒကို သဘောပေါက်ပြီးနောက် ကြီးထွားလာ

ခဲ့တာပါ။ သွားတွေကို ဂရုတစိုက် ဝန်ဆောင်မှုပေးတယ်ဆိုတဲ့လုပ်ငန်းဟာ ဧည့်ကြိုဧရိယာသေးသေးလေးတစ်ခု လူနာတွေမြင်နိုင်လောက်တဲ့ ဆေးကုသ ခန်းလေးတွေရှိခြင်းထက် ပိုပါတယ်။ လူတွေနားနီးတဲ့ ဆင်ခြေဖုံးနေရာ တွေမှာ ဆေးခန်းခွဲတွေ ဖွင့်ရတာ နေရာငှားရမ်းခအလွန်ပဲ သက်သာပါတယ်။ ဆေးခန်းခွဲအများအပြားကို ဖွင့်လှစ်ပြီး ရွေ့လျားအဖွဲ့ငယ်လေးတွေနဲ့ အဆင် ပြေချောမွေ့ စွာလည်ပတ်နိုင်ဖို့ ဟောဒီရုံးချုပ်က ကူညီပေးပါတယ်။ ငွေပေး ချေမှုနဲ့ အာမခံတွေကို တစ်နေရာတည်းမှာ ချုပ်ကိုင်ထားခြင်းအားဖြင့် ဆေးခန်းတိုင်းဆေးခန်းတိုင်းမှာ အဲဒီအလုပ်အတွက် လူတစ်ယောက်စာ သက်သာပါတယ်။ အဲဒီ အလေ့အထကို ထောက်ပံ့ပေးတာက သူတို့ ဆေးခန်းတွေ တည်ရှိတဲ့ အာကန်စာပြည်နယ်ဟာ သွားအတွက် ကျန်းမာရေး အာမခံပေးတဲ့ ပြည်နယ်အနည်းငယ်မှာတစ်ခု အပါအဝင်ဖြစ်နေခြင်းပါပဲ။ သွားအာမခံ ပြန်လည်ထုတ်ယူရတာမှာ ကြိုးနီစနစ်ပေါင်းများစွာကို ကျော် ဖြတ်ရတဲ့ အာကန်စာပြည်နယ်ရဲ့ စည်းမျဉ်းနဲ့ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းရဲ့ ဗဟိုချုပ်ကိုင်မှု စနစ် ကတော့အံ့ကိုက်ပါပဲ။ ရွေ့လျားဆေးခန်းတွေကို ဗဟို ချုပ်ကိုင်မှုနဲ့ အုပ်ချုပ်ခြင်းက ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းတွေကို ခပ်မြက်မြက် ကလေး တိုးတက်စေပါတယ်။

အရေအတွက်များများထုတ်လုပ်မှုဖြင့် တစ်ခုချင်းစရိတ်လျော့ချခြင်း ဆိုတဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ သဘောတရားတစ်ခု ရှိပါတယ်။ အဲဒါကတော့ Economies of Scales လို့ ခေါ်ပါတယ်။ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းတွေ ဟာ အမြတ်ရှိရှိ ကြီးပွားတိုးတက်ခြင်းရရှိဖို့ ပထမဆုံး ဥပဒေသတစ်ခုဖြစ်တဲ့ Economies of Scales ကို ရှာဖွေခြင်းနှင့် အသုံးချခြင်းဆိုတာနဲ့ တိုးတက် လာခဲ့ပါတယ်။ Economies of Scales ဆိုတာ အပေါ်က ပြောခဲ့သလိုပါ ပဲ။ ထုတ်ကုန်အရေအတွက် များလာတာနဲ့အမျှ ကုမ္ပဏီအတွက် ပိုပြီး အကျိုး ရှိရှိ ဒါ့အပြင် ကုန်ကျစရိတ်နည်းနည်းနဲ့ လုပ်ကိုင်နိုင်လာတာပါပဲ။ အဲဒီ သဘောတရားကို နားလည်ဖို့ ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်ရဲ့ ကုန်ကျစရိတ် အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုချက် သုံးမျိုးအကြောင်း နားလည်ရပါမယ်။ ပထမဆုံး တစ်ခုက ပျမ်းမျှကုန်ကျစရိတ်ဆိုတာပါပဲ။ ပျမ်းမျှကုန်ကျစရိတ်ဆိုတာ လုပ်ငန်းတစ်ခုရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှုအတွက် စုစုပေါင်း ကုန်ကျစရိတ်ကို

စုစုပေါင်း ကုန်ပစ္စည်းအရေအတွက်နဲ့ စားခြင်းဖြင့်ရရှိလာတဲ့ ရလဒ်ပါပဲ။

ဒုတိယတစ်ခုက ပုံသေကုန်ကျစရိတ်။ ပုံသေကုန်ကျစရိတ်ဆိုတာ လုပ်ငန်းတစ်ခုက ဘယ်လောက်အရေအတွက်ပဲထုတ်ထုတ် ကုန်ကျရတဲ့ စရိတ်ပါ။ အဲဒီစရိတ်မှာ အဆောက်အဦ ငှားရမ်းခတွေ၊ စက်ပစ္စည်းနဲ့ လုပ်ငန်းလိုင်စင်လျှောက်ထားခတွေ စသည်ဖြင့် ပါရှိပါတယ်။ ဘားရစ်(စ်) ဆေးခန်းအတွက်ဆိုရင် ဂျီနက်(စ်)ဘိုရိုမြို့က ရုံးချုပ်အတွက် ကုန်ကျစရိတ် အားလုံးဟာ လူနာအရေအတွက်ပေါ် မမူတည်တဲ့ ပုံသေကုန်ကျစရိတ် တွေပါပဲ။ တတိယတစ်ခုကတော့ ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ်ပါပဲ။ တစ်နည်း အားဖြင့် အရေအတွက်ပေါ် မူတည်ပြီး ပြောင်းလဲနိုင်တဲ့ မူသေမဟုတ်သော ကုန်ကျစရိတ်တစ်မျိုးပါပဲ။ ထုတ်လုပ်မှုများပြားလေ ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ် များပြားလေပါပဲ။ အချို့လုပ်ငန်းတွေမှာ သွင်းအားစုတွေဟာ အရေးပါတဲ့ ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ်တွေပါပဲ။ ဥပမာ ကားထုတ်လုပ်သူတစ်ယောက်ဟာ ကားတစ်စီး ပိုရောင်းရလေ တာယာလေးလုံး ပိုဝယ်ရလေပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ အချို့လုပ်ငန်းတွေမှာတော့ ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ်ဟာ အလွန်ပဲ နည်းပါးပါတယ်။ ဥပမာ မိုက်ကရိုဆော့(ဖ်)ကုမ္ပဏီဟာ သူ့ရဲ့ ဆော့(ဖ်)ဝဲလ် စီဒီတစ်ချပ် ပိုရောင်းရတဲ့အခါ ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ်ဟာ အလွန်ပဲနည်းပါတယ်။ အဲဒီလို ပါပဲ ဘားရစ်(စ်)ဆေးခန်းအတွက် အုပ်ချုပ်မှုဆိုင်ရာကိစ္စတွေ အားလုံးကို ရုံးချုပ်မှာပဲ ဆောင်ရွက်နိုင်တာကြောင့်သူ့ရဲ့ ရွေ့လျားအဖွဲ့ ငယ်တွေအတွက် ထပ်တိုးကုန်ကျရတဲ့ ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ်ဟာ အလွန်ပဲ နည်းပါတယ်။ များသောအားဖြင့် ပုံသေကုန်ကျစရိတ်က ကိန်းရှင်ကုန်ကျစရိတ်ထက် များတဲ့ အခါ Economies of Scales ရှိတာပါပဲ။ အကြောင်းပြချက်က ရှင်းပါတယ်။ ဘယ်လောက်ထုတ်လုပ်မှုတိုးတိုး ပုံသေကုန်ကျစရိတ် စုစုပေါင်းက ပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ ထုတ်လုပ်မှုများလာလေ ထုတ်ကုန်တစ်ခုချင်းစီအတွက် ပုံသေကုန်ကျစရိတ် နည်းလာလေပါပဲ။ ပြီးတော့ Economies of Scales ကောင်းလာတာနဲ့ အမျှ လုပ်ငန်းကြီးထွားလာခြင်းဟာ အကြောင်းပြချက်နှစ်ခုနဲ့ အမြတ်များခြင်းကို ဖြစ်ပေါ်လာစေပါတယ်။ ပထမတစ်ချက်က ထုတ်လုပ်မှု တိုးတက်လာခြင်းနှင့် ပျမ်းမျှကုန်ကျစရိတ်နည်းပါလာခြင်းတွေပါပဲ။ မြင်ယောင်ကြည့်လိုက်စမ်းပါ။ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ ထုတ်ကုန်တိုးတက်လာပြီး

တစ်ခုချင်းစီအတွက် ပျမ်းမျှစရိတ် လျော့ကျလာတဲ့ အခြေအနေတစ်ခုကို အသေးစားလုပ်ငန်းတိုင်းအတွက် ရယူဖို့ကောင်းတဲ့ အခွင့်အလမ်းတစ်မျိုး ပေါ့။

ဘားရစ်(စ်)ဆေးခန်းဟာ Economies of Scales ကို ကောင်းကောင်းအသုံးပြုနိုင်ခဲ့ပါတယ်။ နောက်ကွယ်က လုပ်ရမယ့် ရုံးလုပ်ငန်းတွေကို ဗဟိုချုပ်ကိုင်ပြီး တစ်နေရာတည်းမှာ ပေါင်းစည်းထားလိုက်ခြင်းဖြင့် စုစုပေါင်း ကုန်ကျစရိတ်ကို လျော့ချနိုင်ခဲ့ပါတယ်။ သွားတွေ ပြုပြင်ရာမှာ အသုံးပြုရတဲ့ သံခွက်ကလေးတွေနဲ့ နန်းကြိုးမျှင်လေးတွေကို တစ်နေရာတည်းမှာပဲ စုပုံသိုလှောင်ထားခြင်းအားဖြင့် ကုန်ကျစရိတ်ဆိုင်ရာ အားသာချက် တစ်ရပ် ရရှိပါတယ်။ ဆိုင်အမျိုးမျိုး၊ ပုံစံအမျိုးမျိုးရှိတဲ့ သွားဘက်ဆိုင်ရာ အပိုပစ္စည်းတွေကို တစ်နေရာစီမှာသာ ရာနှင့်ချီပြီး သိုလှောင်ထားရရင် ကုန်ကျစရိတ် တက်မယ်ဆိုတာ ပြောဖို့တောင် မလိုပါဘူး။ အဲဒီတော့ ကျွန်မတို့က ပစ္စည်းတွေကို နေရာတိုင်းမှာမထားဘဲ ရုံးချုပ်တစ်ခုတည်းမှာပဲ သိုလှောင်ထား ရှိတာ ကုန်ကျစရိတ်အသက်သာဆုံးနဲ့ အကျိုးအရှိဆုံးဖြစ်ပါတယ်လို့ ရှော်နာက ပြောပါတယ်။ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းဟာ ထိထိရောက်ရောက် ကြီးပွားတိုးတက်ဖို့အတွက် သူတို့ရဲ့ နယ်နိမိတ်ကို ထပ်တိုးကုန်ကျစရိတ် သိပ်မများဘဲ နေရာဒေသတော်တော်များများအထိ ချဲ့ထွင်နိုင်ခဲ့တယ်။ အဲဒီ အချက်ဟာ ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်တဲ့ Customer အရေအတွက် များသထက် များလာပြီး လုပ်ငန်းစုရဲ့ ပုံသေကုန်ကျစရိတ် (Fixed Cost) ကိုမျှပြီး ခံယူဖို့ အခွင့်အလမ်းတွေပိုရလာကာ ထိရောက်တဲ့ Economies of Scales ကို ရရှိခဲ့ပါတယ်။

ပေါ(လ်)က ဘားရစ်(စ်)သွားဆရာဝန်တွေဟာ ဘယ်လောက်ဝေးဝေး ထိ နယ်ခြေချဲ့ထွင်နိုင်မလဲလို့ သိချင်နေပါတယ်။ 'ကျွန်မတို့ရဲ့ နေရာတစ်ခု က ဒီကနေ လေးနာရီလောက်ဝေးပါတယ်။ အဲဒီနေရာလေးက သိပ်သေးငယ်တဲ့အတွက် တစ်လတစ်ခါပဲ သွားပါတယ်။ ကျွန်မတို့ လေယာဉ်ကို ပစ္စည်းအပြည့်ထည့်ပြီး ဦးစိုက်ချလိုက်ရုံပါပဲ'လို့ ရှော်နာက ဥပမာတစ်ခု ပေးပါတယ်။ အဲဒီစကားကို စကော့(တ်)က မသေချာလို့ 'ခဏလေး၊ ခဏလေး၊ ခင်ဗျား လေယာဉ်လို့ ပြောလိုက်ပါသလား'လို့ မေးပါတယ်။ 'ဟုတ်

တယ်လေ။ ဒေါက်တာဘားရစ်(စ်)က တစ်လတစ်ခါ အာကန်စာ အလယ် ပိုင်းဆီကို လေယာဉ်နဲ့ပဲ သွားလေ့ရှိတယ်။ အဲဒါတွေအကြိုက သိပ်ကို ကောင်းမွန်ပါတယ်လို့ ရှော်နာက မထူးဆန်းသလို ပြန်လည်ဖြေကြားပါတယ်။

ကျွန်တော်တို့ လုပ်ငန်းပိုင်လေယာဉ်တစ်စီးရှိတဲ့ သွားဆေးခန်းငယ် တစ်ခုကို လာပြီး စကားပြောနေရတယ်လို့ တကယ်ကို မမျှော်လင့်ခဲ့ပါဘူး။ လုပ်ငန်းဆိုင်ရာကိစ္စရပ်တွေကို ဗဟိုချုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် ပုံသေ ကုန်ကျစရိတ်တွေကို ရနိုင်သမျှ ရုံးခွဲ တော်တော်များများက စုပေါင်းကျခံ စေခြင်းက ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းတွေအတွက် အရေးကြီးလှပါတယ်။ ရွေ့လျားသွားဆေးခန်းတွေကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် ဘားရစ်(စ်)အဖွဲ့ဟာ နေရာဒေသ တော်တော်များများကို အကျိုးရှိရှိ လည်ပတ်လှုပ်ရှားနိုင်ပြီး တချို့ အထိုင်ချသွားဆရာဝန်တွေထက် သာလွန်ကောင်းမွန်တဲ့အချက်ပါပဲ။ တစ်ချိန်တည်းမှာပဲ ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်တဲ့ နေရာများလေလေ လူနာအရေ အတွက်များပြီး စွမ်းဆောင်ရည်ရော လုပ်ငန်းအရွယ်အစားပါ ကြီးမားလာပါတော့တယ်။



### နော့(တ်)ကာရိုလိုင်းနားပြည်နယ်၊ ဒန်ဗာ စတီးရာဘာပစ္စည်းထုတ်လုပ်ငန်းစု

ဝင်ငွေရရှိနိုင်ခြေဟာ ပုံသေစရိတ်ထက်သာလွန်ပါစေ

ကျွန်တော်တို့ ပါမောက္ခသုံးယောက် ခရီးဆက်ခဲ့တာ နော့(တ်) ကာရိုလိုင်းနား ပြည်နယ်၊ ဟစ်ခိုရီဒေသကို ရောက်ရှိခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီဒေသ ဟာ ပရိဘောဂထုတ်လုပ်မှု လုပ်ငန်းတွေအများစု အခြေစိုက်တဲ့နေရာ ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒီဒေသရဲ့ ထူထပ်တဲ့သစ်တောတွေနဲ့ သယ်ယူပို့ဆောင်ရေး အဆင်ပြေမှုက ပရိဘောဂလုပ်ငန်းတွေအတွက် ကြီးမားတဲ့ အထောက်အကူပါပဲ။

ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း တော်တော်များများ အခုအချိန်မှာ နိုင်ငံခြားကို ရွှေ့ပြောင်းသွားပေမဲ့ အဲဒီမြို့လေးကတော့ နှစ်စဉ်လာရောက်လည်ပတ်သူ ငါးသိန်းကျော်လောက်ကို ဆိုင်ခန်းနှင့်ပြခန်းတစ်ရာကျော်ပါဝင်တဲ့ သူ့ရဲ့ အကြီးစား လေးထပ် ပရိဘောဂကုန်တိုက်ကြီးနဲ့ ဆွဲဆောင်ထားနိုင်ခဲ့ပါပဲ။

ဒေသတွင်းစီးပွားရေးဟာ ပရိဘောဂတစ်ခုတည်းကို အခြေပြုရာမှ ယခုအခါ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုနှင့် အခြားစီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေအဖြစ် ပြန်ကြွထွက်သွားပြီး Apple, Google, Facebook တို့ရဲ့ ကြီးမားတဲ့ Data Center တွေနဲ့ အတူ ကုမ္ပဏီဝန်ထမ်း လူတန်းစားတွေလည်း ပေါ်ပေါက်လာပါတယ်။

အဲဒီမြို့ရဲ့ သစ်ပင်ထူထပ်တဲ့ တောင်ကုန်းတွေကြားက ကြည်နူးဖွယ်ရာ လမ်းလေးကတစ်ဆင့် ကျွန်တော်တို့ ကားမောင်းလာကြရင်း အိမ်နီးနားချင်းမြို့ဖြစ်တဲ့ ဒန်ဗာမြို့မှာ စတီးရာဘာထုတ်ကုန်လုပ်ငန်းစုရဲ့ ဥက္ကဋ္ဌဖြစ်သူ မတ်အဂျေစတာနဲ့ တွေ့ဖြစ်ခဲ့ပါတယ်။ စက်ရုံရဲ့အပေါ်ထပ် ရုံးခန်းလေးတစ်ခုရဲ့ အစည်းအဝေးစားပွဲလေးတစ်လုံးမှာ ထိုင်ပြီး အသက်ခြောက်ဆယ်ကျော်အရွယ် ကုမ္ပဏီလိုဂိုပါတဲ့ လုပ်ငန်းခွင်ဝတ်စုံဝတ်ဆင်ထားတဲ့ မတ်နဲ့ စကားပြောဖြစ်ခဲ့ပါတယ်။ စတီးလို့ အမည်တွင်တဲ့ မတ်ရဲ့ လုပ်ငန်းစုကို ၁၉၅၈ ခုနှစ်မှာ မိချိန်ပြည်နယ် ဒက်ထရာမြို့မှာ စတင်ခဲ့ပါတယ်။

မတ်ရဲ့ ယောက္ခမဖြစ်သူက ပြည်တွင်း မော်တော်ယာဉ်ထုတ်လုပ်ငန်းတွေအတွက် အပိုပစ္စည်းထုတ်တဲ့ကုမ္ပဏီတစ်ခု စတင်တည်ထောင်ခဲ့ပါတယ်။ ရှေးဟောင်းကား စုဆောင်းသူလည်းဖြစ်တဲ့ မတ်ရဲ့ယောက္ခမဟာ သူ့ဆိုင်မှာရှိတဲ့ ပစ္စည်းတွေကို အသုံးပြုရှေးဟောင်းကားတွေအတွက် အလှဆင်စရာနဲ့ ရာသီဥတုဒဏ်ခံနိုင်ဖို့ အသုံးပြုစရာ မိုလ်လို့ခေါ်တဲ့ ပုံစံငယ်တွေ ပြုလုပ်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီရာဘာပစ္စည်းတွေဟာ ရှေးဟောင်းကား စုဆောင်းသူတွေအတွက် အလွန်အရေးကြီးတဲ့အရာတွေပါ။ နောက်တော့ အနီးအနားတစ်ဝိုက်က ရာဘာထုတ်လုပ်သူတွေနဲ့ ဖက်စပ်လုပ်ကိုင်ခဲ့ပြီး သူနဲ့သိတဲ့ ရှေးဟောင်းကား စုဆောင်းသူ ကလပ်တွေအတွက် ရာဘာအပိုပစ္စည်းတွေ စတင်ထုတ်လုပ်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီနောက် အများအပြားထုတ်လုပ်မှုဆီ ဦးတည်ခဲ့ပါတယ်။ ၁၉၇၀ ခုနှစ် ရေနံအကျပ်အတည်းကာလမှာ ယာဉ်အပိုပစ္စည်းတွေ ဝယ်လိုအား သိသိသာသာလျော့ကျခဲ့ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့

ရှေးဟောင်းကားတွေအတွက် အစားထိုးစရာ ပစ္စည်းဝယ်လိုအားကတော့ ဆက်လက်မြင့်တက်ဆဲပါပဲ။ ရာသီဥတုပူနွေးပြီး သူတို့နဲ့ ပိုမိုရင်းနှီး ကျွမ်းဝင်တဲ့ ပတ်ဝန်းကျင်ရှိတဲ့ နေ့(တ်)ကာရီလိုင်းနားပြည်နယ်ကို အခြေပြု လုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်ဖို့ ဆုံးဖြတ်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီအချိန်ဟာ စတီးလုပ်ငန်းစုကို မတ် လွှဲပြောင်းရယူခဲ့တဲ့အချိန်ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

‘ကားတစ်စီးကို ခင်ဗျားတို့ ကြည့်ကြည့်ပါ။ ရာဘာနဲ့ လုပ်ထားတဲ့ ပစ္စည်းတွေကို ရှာကြည့်၊ အံ့ဩသွားလိမ့်မယ်။ ဟောဒီ လေကာမှန်ကို ထိန်းထားဖို့လည်း ရာဘာလိုတာပဲ။ အင်ဂျင်အထိုင်တွေ ကွပ်ဖို့အတွက်လည်း ရာဘာလိုတာပဲ။ ဘယ်နေရာ ကြည့်ကြည့်ဗျာ ဟောဒီလို သေးသေးလေးတွေ တောင်မှ ရာဘာအခံပြားတွေ လိုအပ်ပါတယ်’လို့ မတ်က ကားတစ်စီးရဲ့ ရာဘာ Structure အကြောင်းကို ရှင်းပြပါတယ်။ ကားဆိုတာ ဟောင်းလေလေ ပိုပြီး ရှုပ်ထွေးလေလေ၊ ပြီးတော့ ရာဘာပစ္စည်း အရေအတွက်များ လေလေပါပဲ။ ရိုးရိုး ဖို့ (ဒ်)မော်ဒယ်မှာတောင် ရာဘာပစ္စည်း ဟစ်ဒါဇင်ကျော် ကျော်ပါ ပါတယ်။ ပြီးတော့ ၁၉၄၁ ခုနှစ်ထုတ် ကားဒီးလက်ကားဆိုရင် ရာဘာပစ္စည်း စုစုပေါင်း ဒေါ်လာသုံးထောင်ကနေ လေးထောင်ဖိုးလောက် သိပါတယ်လို့ မတ်က ခန့်မှန်းပါတယ်။

သူ့စီးပွားရေးကို ရှင်းလင်းပြောပြတဲ့ တစ်လျှောက်လုံးကော၊ လုပ်ငန်းကို စွမ်းဆောင်ရည် ပြည့်ပြည့်လည်ပတ်ဖို့ ရွေးချယ်မှုတွေကို ပြုလုပ်ဖို့ ဆုံးဖြတ်ချက်တွေကို ပြောတဲ့အခါတိုင်းမှာကော မတ် ပါးစပ်က သုံးနေကျ စကားတစ်ခွန်းရှိပါတယ်။ ‘စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေရဲ့ ကုန်ကျစရိတ်ဟာ အစပိုင်းမှာတော့ အင်မတန်များသား’လို့ ပါပဲ။ သူဆိုလိုချင်တာက လုပ်ငန်းတစ်ခု ဟာ ထပ်တိုးရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုမပြုလုပ်ဘဲ ဝင်ငွေရပေါက် ရလမ်းအသစ်တစ်ခု ပေါ်ထွက်လာဖို့ ခဲယဉ်းတယ်လို့ ပြောချင်တာပါ။

အဲဒီ စီးပွားရေးဆိုင်ရာသဘောတရားက မတ်ရဲ့ လုပ်ငန်းစု၊ ကား တွေအတွက် ရာဘာအစားထိုးပစ္စည်းတွေကို ဘယ်လိုထုတ်လုပ်သလဲ ဆိုတဲ့ အဓိကရှင်းလင်းချက်ပါပဲ။ သူတို့လုပ်ငန်းရဲ့ လည်ပတ်မှုကြီးတစ်ခုလုံးက အရမ်းအရေးကြီးတဲ့ ဆုံးဖြတ်ချက်တစ်ခုကနေ စပါတယ်။ အဲ့ဒါကတော့ ‘ဘယ်လိုရှေးဟောင်းကား မော်ဒယ်အတွက် ရာဘာအစိတ်အပိုင်း အပိုပစ္စည်း

တွေ ထုတ်လုပ်ရောင်းချမလဲ' ဆိုတာပါပဲ။

'ကျွန်တော်တို့ ပင်တိုဆိုတဲ့ ကားမော်ဒယ်အတွက် ထုတ်လုပ်ဖို့ ဆုံးဖြတ်ခဲ့တယ်။ လူတွေ သိပ်မကြားဖူးတဲ့နာမည်တစ်ခုပေါ့' အဲဒီအချိန်မှာပဲ မိုက်(ခ်)က သူ့ကလေးဘဝကိုပြန်လည်မြင်ယောင်ရင်း သူ့ အဖေရဲ့ အနီရောင် ပင်တိုကားကိုသတိရမိတယ်။ ပြီးတော့ 'အဲလိုကားတွေကို စုတဲ့လူ ရှိမယ် ဆိုတာကျွန်တော်ထင်တောင်မထင်မိဘူး' လို့လည်း ဆက်ပြောတယ်။

'ဟုတ်တာပေါ့' မတ်ကထောက်ခံတယ်။ 'ပြီးတော့ ကျွန်တော့်ကို မေးကြတယ်၊ ဘာလို့ ပင်တိုတွေအတွက် ပစ္စည်းထုတ်ရသလဲ' ဆိုတာပေါ့။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီပင်တိုကားတွေအတွက် ခိုင်မာတဲ့အဖွဲ့ အစည်း တစ်ခုရှိတယ်လို့ မတ်က ဆက်ပြောပါတယ်။

မတ်တို့ လုပ်ငန်းဟာ ကားမော်ဒယ်တစ်ခုအတွက် ရာဘာပစ္စည်း တွေ ထုတ်လုပ်မယ်လို့ ဆုံးဖြတ်ပြီးရင် ဘယ်လိုရာဘာပစ္စည်းမျိုးတွေ အဲဒီ ကားမှာ ပါဝင်သလဲဆိုတာကို အရင်ဆုံးလေ့လာရပါတယ်။ 'ကျွန်တော်တို့ ပင်တိုကားတစ်စီး သွားဝယ်ရပါတယ်။ ဒေသတွင်း လေလံတစ်ခုမှာ ခက်ခက် ခဲခဲ ရရှိခဲ့တယ်။ တစ်စစီဖြုတ်ကြည့်ပြီး ကျွန်တော်တို့ လေ့လာခဲ့တယ်။ ပြီးတော့ ရာဘာပစ္စည်းတွေထုတ်ကြည့်ပြီး အဆင်ပြေ မပြေ ပြန်လည် တပ် ဆင် ကြည့်တယ်။ အချို့ အစိတ်အပိုင်းတွေဟာ ရာဘာချည်း သက်သက် တော့ မဟုတ်ပါဘူး။ တစ်ခါတစ်ရံ သံကလစ်တွေ အစွန်းတွေမှာ ပါတတ် ပါတယ်။ အဲဒီအခါ ပိုမိုရှုပ်ထွေးတာပေါ့။ ကျွန်တော်တို့ ပုံတူကူးချင်တဲ့ ဘယ်လိုရာဘာပစ္စည်းအတွက်မဆို မိုလ်လို့ခေါ်တဲ့ သံပုံစံခွက်တွေ ပြုလုပ် ထားပါတယ်'လို့ မတ်က သူ့ရဲ့လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်ဆင့်ကို ရှင်းပြပါတယ်။

အဲဒီလုပ်ငန်းကတစ်ဆင့် စတီးကုမ္ပဏီဟာ မော်တော်ကား အစိတ် အပိုင်းပေါင်း ၁၂,၀၀၀ ကျော်ကို ရှေးဟောင်းကားအမျိုးအစားပေါင်း တစ်ရာ ကျော်အတွက် သူတို့ရဲ့ ကတ်တလောက်မှာ ဖော်ပြရောင်းချနေပါတယ်။ အဲဒီပစ္စည်းတစ်ခုချင်းစီဟာ ပုံစံခွက်အနေနဲ့ပဲ တည်ရှိတာပါ။ အဲဒီပစ္စည်း တွေကို ရာဘာအဖြစ် ထုတ်လုပ်ချင်တဲ့အခါ လုပ်ထားပြီးသား ပုံစံခွက် အပေါ်ကို ရာဘာအရည်လောင်းထည့်၊ အပူပေးပြီးနောက် ဖိအားနဲ့ ဖိချပြီး ရာဘာအစိတ်အပိုင်းတွေအဖြစ် ပြောင်းလဲယူပါတယ်။ စတီးလုပ်ငန်းစုရဲ့

စက်ရုံကို လှည့်လည်ကြည့်ရှုခဲ့ရာမှာ အလုပ်သမားအနည်းငယ်က တိတ်တိတ်ဆိတ်ဆိတ်၊ တက်တက်ကြွကြွနဲ့ ကျယ်ပြန့်တဲ့လုပ်ငန်းခွင် ဧရိယာမှာ စက်ပစ္စည်းတွေနဲ့ ရာဘာအစိတ်အပိုင်းတွေ ထုတ်လုပ်နေကြတာကို တွေ့ရပါတယ်။ အဲဒီလုပ်ငန်းခွင်ကိုတော့ ခုနကပြောတဲ့ မိုလ်လို့ခေါ်တဲ့ ပုံစံခွက်တွေ ထည့်ထားတဲ့ အကန့်တွေပါတဲ့ ဗီရိုအရှည်ကြီးတွေက ဝန်းရံထားပါတယ်။ သူတို့ဟာ လက်ကျန်ကုန်ပစ္စည်းအနည်းငယ်ကိုသာ သိုလှောင်ထားပြီး အများစုကမှာမှ ထုတ်လုပ်ပေးတဲ့စနစ်ကိုသာ အသုံးပြုပါတယ်။ ‘ကျွန်တော်တို့ အများကြီးထုတ်လုပ်ဖို့ ဒီလိုကားတွေအတွက် မဖြစ်နိုင်ဘူး’လို့ မတ်ကပြောပါတယ်။ ‘ဒါပေမဲ့ ကျွန်တော့်မှာ မိုလ်ရှိတယ်လေ။ ကျွန်တော် အဲဒါတွေကို မြန်မြန်ဆန်ဆန် ထုတ်လုပ်နိုင်ပါတယ်’

အဲဒီ ပုံစံခွက်တွေကို လုပ်ထားရတာ၊ ပြီးတော့ ကားတွေကို ဝယ်ပြီး လေ့လာရတာ တကယ်တော့ ပုံသေကုန်ကျစရိတ် (Fixed Cost) တွေပါပဲ။ မတ် စောစောက ပြောခဲ့သလို စတင်ချင်းပေးရတဲ့ ကြီးမားတဲ့ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု စရိတ်တွေပေါ့။ အဲဒီလို ပုံစံခွက်တွေလုပ်ပြီးတာနဲ့ တစ်ပြိုင်နက် ရောင်းချဖို့ ရာဘာအစိတ်အပိုင်းအဖြစ် ပြောင်းလဲရတာ ကုန်ကျစရိတ် သိပ်မရှိတော့ပါဘူး။ ရာဘာပစ္စည်းတစ်ခု ထုတ်တိုင်း ထပ်တိုးကုန်ကျစရိတ်က ရာဘာဖိုးပဲ ရှိတော့တာပါ။ အဲဒီတော့ ထုတ်ကုန်တစ်ခု ပိုထုတ်ဖို့ပေးရတဲ့ ထပ်တိုး ကုန်ကျစရိတ်ဟာ ခုနက ပုံသေကုန်ကျစရိတ်နဲ့ ယှဉ်ရင် အင်မတန်ကို နည်းပါးလှပါတယ်။ အဲဒီအစိတ်အပိုင်းတွေကို ဝယ်တဲ့လူများလေလေ ကြီးမားတဲ့ Economies of Scales ရလေလေပါပဲ။ ပုံစံခွက်တစ်စုံဟာ ကားအမျိုးအစားတစ်ခုအတွက်ပဲ ရာဘာအစိတ်အပိုင်းတွေ ထုတ်လုပ်နိုင်တာကြောင့် ရှေ့ကပြောခဲ့သလို မတ်အတွက် ခေါင်းအစားရဆုံးအရာကတော့ တွက်ချေကိုက်အောင် ဘယ်လိုကားအမျိုးအစားတွေကို ရွေးချယ်မလဲဆိုတာပါပဲ။ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းနဲ့ မတူတာက ဘယ်လိုဆေးခန်းခွဲပဲ ထပ်ဖွင့်ဖွင့်ရုံးချုပ်အတွက် ပုံသေကုန်ကျစရိတ်က ထပ်တိုးမလာတာပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ မတ်ရဲ့ လုပ်ငန်းစုအတွက်တော့ ကားအမျိုးအစား မော်ဒယ်အသစ်တစ်ခု သူ့ရဲ့ ထုတ်လုပ်မှုလှိုင်းမှာ ထပ်တိုးတိုင်း၊ ကတ်တလောက်မှာ ပစ္စည်းအသစ် တင်တိုင်း ပုံသေကုန်ကျစရိတ်တစ်ခု ထပ်တိုးလာတယ်ဆိုတာပါပဲ။ အဲဒီတော့

မတ်အတွက် စဉ်းစားစရာက အခုတိုးထုတ်လိုက်တဲ့ ရာဘာ အစိတ်အပိုင်း သစ်အပေါ် အနာဂတ်မှာ ဖြစ်ပေါ်လာမယ့် ဝယ်လိုအားနဲ့ ဈေးကြီးတဲ့ ပုံစံ ခွက်တစ်ခု ဖန်တီးယူဖို့စရိတ်တို့ကို နှိုင်းယှဉ်ခြင်းပါပဲ။ အဲဒီတော့ ကောင်းမွန်မှန်ကန်တဲ့ ဆုံးဖြတ်ချက်ချဖို့ဆိုရင် အဲဒီပစ္စည်းရဲ့ အနာဂတ် ဝယ်လိုအားကို ဆန်းစစ်လေ့လာဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။

‘ကျွန်တော်တို့ ဈေးကွက်ကို လေ့လာပါတယ်။ ဘယ်ရှေးဟောင်းကားတွေက ဘယ်လောက်ထုတ်လုပ်ခဲ့သလဲ၊ ဘယ်လောက်ရောင်းကောင်းခဲ့သလဲ၊ ဘယ်လောက် လူကြိုက်များခဲ့သလဲ၊ ပြီးတော့ အခုချိန်မှာ အဲဒီကားတွေကို စုဆောင်းသူ ဘယ်လောက်ရှိလဲဆိုတာတွေကို လေ့လာပါတယ်’ လို့ မတ်က ရှင်းပြပါတယ်။ အပေါ်ကပြောတဲ့ ပင်တိုကားကိစ္စကို ဥပမာ ပြောရမယ်ဆိုရင် ဖို့(ဒ်)ကုမ္ပဏီက ၁၉၇၀ ခုနှစ်မှာ အဲဒီကားမျိုး နှစ်သန်းကျော် ရောင်းချခဲ့တယ်။ အခုချိန်ထိလည်း အဲဒီကားရဲ့ ကျော်ကြားမှုနဲ့ ဂုဏ်သိက္ခာကြောင့် စုဆောင်းသူတွေကြားထဲမှာ ရေပန်းစားနေဆဲပါပဲ။ အကယ်၍သာ စတီးကုမ္ပဏီရဲ့ လေ့လာဆန်းစစ်မှုက အနာဂတ်ဝယ်လိုအားဟာ ပုံသေစရိတ် Fixed Cost ကို Cover ဖြစ်လောက်တဲ့အထိ လုံလောက်မှုရှိတယ်ဆိုရင် သင့်တင့်တဲ့ဈေးနှုန်းနဲ့ သက်ဆိုင်ရာကားအမျိုးအစားအတွက် ရာဘာအစိတ်အပိုင်းထုတ်လုပ်ရောင်းချခြင်းဟာ အကျိုးအမြတ်တစ်စုံတစ်ရာ ဖြစ်ထွန်းစေမှာပါ။

အဲဒီဖြစ်ရပ်ကိုကြည့်ရင် ကုမ္ပဏီတစ်ခုအကျိုးအမြတ်ရှိရှိ ကြီးပွားတိုးတက်ဖို့ဆိုတာ Economies of Scales တစ်ခုတည်းနဲ့ မလုံလောက်ပါဘူး။ အဲဒီလုပ်ငန်းရဲ့ ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေကို ဘယ်လိုထုတ်လုပ်သလဲဆိုတဲ့အချက်ဟာ အဲဒီပစ္စည်းတွေနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေအတွက် လုံလောက်တဲ့ ဝယ်လိုအားရှိပါရဲ့လားဆိုတာက အဓိကကျပါတယ်။ လုံလောက်တယ်ဆိုတာ ဘယ်လောက်ပမာဏကို ပြောတာပါလဲ။ အဲဒါကတော့ Fixed Cost ပေါ်မှာ မူတည်ပါတယ်။ Economies of Scales ရဲ့ အကျိုးကျေးဇူးဆိုတာ ထုတ်လုပ်မှုများလေလေ တစ်ခုချင်းစီပေါ် သက်ရောက်တဲ့ Fixed Cost နည်းလေလေဆိုတာပါပဲ။ Fixed Cost ပမာဏများလေလေ အရေအတွက် များများရောင်းရဖို့ လိုအပ်လေပါပဲ။ အဲဒီတော့ မတ်ရဲ့

လုပ်ငန်းနဲ့ ဥပမာပေးရမယ်ဆိုရင် ပုံစံခွက်တစ်ခုကို ဖန်တီးဖို့ ဆုံးဖြတ် (Fixed Cost ကိုကျခံဖို့ ဆုံးဖြတ်)ပြီးဝယ်သူက မလာတဲ့အခါ အများအပြား ထုတ်လုပ်မှု တကယ်မဖြစ်တဲ့အတွက် ဘယ်လောက်ပဲစာရွက်ပေါ်က တွက်ချက်မှုမှာ Economies of Scales ရှိပါစေ လက်တွေ့မှာတော့ ဝယ်လိုအားမရှိရင် အကျိုးအမြတ် ခံစားရမှာ မဟုတ်ပါဘူး။

\*

### အော်ရီဂွန်ပြည်နယ် ဂရက်(စ်)ဟမ် ဆစ်(ခ်)အက်(စ်)ပရက်(စ်)ဆိုကဗီး

သွင်းအားစုတွေ မျှဝေသုံးစွဲနိုင်တဲ့အခါမှပဲ တိုးချဲ့ပါ

ကျွန်တော်တို့ ဖော်ပြခဲ့တဲ့ ပြီးခဲ့တဲ့ ဥပမာတွေထဲမှာ အမြောက်အမြား ထုတ်လုပ်မှုကတစ်ဆင့်ရရှိတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေရဲ့ အကျိုးအမြတ်နဲ့ ကြီးထွားမှုအပေါ် အင်အားကြီးမားတဲ့ သက်ရောက်မှုတွေကို တွေ့မြင်ခဲ့ရပြီပါပြီ။ ဒါပေမဲ့ မက်ဇိုဥပဒေသအရ တချို့ကုမ္ပဏီတွေဟာ သူတို့ရဲ့ လုပ်ငန်းကို တိုးချဲ့ဖို့ Economies of Scales ကို စွန့်စားနိုင်မှ အခြားလုပ်ငန်းတွေထက် ရှေ့ရောက်ပါလိမ့်မယ်။ ကျွန်တော်တို့ ရှေ့မှာ ဥပမာနှစ်ခုပေးခဲ့ပြီးပါပြီ။ ကြီးထွားမှုနဲ့ အရေအတွက်ဟာ အခြေအနေတွေပေါ်မှာပဲ မူတည်နေတယ်ဆိုတာကို တူညီတဲ့ အစားအသောက် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းနှစ်ခုကို လေ့လာပြီးတဲ့နောက်မှာ သိရှိခဲ့ရပါတယ်။ အော်ရီဂွန်ကော်ဖီဆိုင်နဲ့ မစ္စစ္စပီမှာ အခြေစိုက်တဲ့ Bar and Grill ဆိုင်နှစ်ဆိုင်ကို လေ့လာခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီဆိုင်နှစ်ဆိုင်ရဲ့ အတွေ့အကြုံတွေက လုပ်ငန်းချဲ့ထွင်ဖို့ စိန်ခေါ်မှုတွေနဲ့ လုပ်ငန်းတိုးချဲ့မှုအပေါ် ကောင်း၏မကောင်း၏ဆိုတဲ့ သင့်အတွေးကို အထောက်အကူဖြစ်စေမှာပါ။

နေ့တစ်နေ့ရဲ့ သာယာတဲ့ မွန်းလွဲပိုင်းအချိန်တစ်ခုမှာပေါ့။ အော်ရီဂွန်ပြည်နယ်၊ ဂရက်(စ်)ဟမ်မြို့က Shopping Mall တစ်ခုကို ရောက်ခဲ့ပါ

တယ်။ ဆစ်(ခ်)အက်(စ်)ပရက်(စ်)ဆို ကဖီ (Silk Espresso Cafe) ရဲ့ ပိုင်ရှင် လီ(ခ်)မက်မဟွန်းနဲ့ တွေ ဖြစ်ခဲ့တဲ့နေရာပေါ့။ အော်ရီဂွန်ပြည်နယ်ရဲ့ ဘတ်စကက်ဘော လက်ရွေးစင်တစ်ယောက်ဖြစ်ခဲ့ဖူးပြီး ရှည်လျားလှပတဲ့ အညိုရောင်ဆံနွယ်တွေနဲ့ ကြီးမားတဲ့သစ်ရွက်ပုံ နားဆွဲတစ်ခုဆွဲထားတဲ့ လီ(ခ်)တစ်ယောက်ဟာ သူမရဲ့ အသက်သုံးဆယ်ပိုင်းအရွယ်မှာ ကောလိပ်ရဲ့ အပြင်ဘက်ကို ယောင်လို့တောင် ထွက်မကြည့်ခဲ့ပါဘူး။ ဂရက်(စ်)ဟမ်ဆို တာ ပေါ့(တ်)လန်မြို့ပြဧရိယာရဲ့ အရှေ့ပိုင်းမှာ ကြမ်းတမ်းတဲ့ ဒေသဆိုပေ မဲ့ အဲဒီကော်ဖီဆိုင်ရဲ့ ပတ်ဝန်းကျင်ကတော့ သူမပြောတဲ့ပုံရိပ်နဲ့ ဆန့်ကျင် နေပါတယ်။ အတွင်းပိုင်း အပြင်အဆင်က နွေးထွေးစွာကြိုဆိုတယ်။ အစား အသောက် ရုပ်သံလိုင်းတွေက နံရံပေါ်က မှန်ပြားတီဗီမှာ ပေါ်ပေါက်နေ တယ်။ ကော်ဖီဆိုင်ဝန်ထမ်းတွေရဲ့ အသွင်အပြင်၊ အမူအရာတွေက လုံးဝကို Professional ကျပါတယ်။

“ကျွန်မတို့ ကော်ဖီဆိုင်ကို နာမည်ပေးတဲ့အခါ စားသုံးသူတွေကို ဘယ်လိုခံစားမှုရသပေးစေချင်တယ်ဆိုတဲ့အပေါ် စဉ်းစားပါတယ်။ ကျွန်မတို့ ချည်ထည် ဒါမှမဟုတ် အခြားပိတ်စနာမည်နဲ့ ကော်ဖီကိုတွဲပြီး နာမည်မပေး ပါဘူး။ ကျွန်မတို့ Silk လို့ ခေါ်တဲ့ ပိုးသားကိုပဲ ဆိုင်နာမည်အတွက် ရွေး ချယ်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒါဟာ အဆင့်အတန်းမြင့်တယ်၊ ပြီးတော့ အထက်တန်း စားအသုံးအဆောင်တစ်မျိုးပဲ။ ကျွန်မတို့ Customer တွေကို သူတို့ မျှော်လင့် တာထက် ပိုတဲ့အတွေ့အကြုံတစ်ခု ရစေချင်တယ်” လို့ လီ(ခ်)က ပြောပါ တယ်။

အတိုင်းအတာတစ်ခုထိတော့ မှန်ကန်ပါတယ်။ ပြီးခဲ့တဲ့ ခြောက်နှစ် အတွင်းမှာ သူမရဲ့ Silk Espresso Cafe ဟာ ဆုတံဆိပ် အများအပြား ရရှိခဲ့ကြောင်း ဂုဏ်ယူစွာပြောကြားနိုင်ခဲ့ပါတယ်။ ‘ကျွန်မအထင် ဆုခုနစ်ခု လောက် ရှိပြီထင်တယ်။ အကောင်းဆုံး ကော်ဖီဆိုင်၊ အကောင်းဆုံး Espresso စသည်ဖြင့်ပေါ့’ သူမရဲ့ အပြောအရ စီးပွားရေးလောကကနေ လွန်မြောက် ပြီးတဲ့နောက် ကော်ဖီဈေးကွက်ရဲ့ အကောင်းစားကွာလတီ အစိတ်အပိုင်း တစ်ခုကို တွေ့ရှိခဲ့ပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ လက်လီကော်ဖီဆိုင်လုပ်ငန်း အ ကြောင်း ဆက်လက်ဆွေးနွေးခဲ့ပြီး ကော်ဖီဆိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု

ရှင်သန်ဖို့ဆိုရင် ပြိုင်ဆိုင်မှုတွေကို ဘယ်လိုရင်ဆိုင်မလဲဆိုတာပါပဲ။ အထူးသဖြင့် နာမည်ကြီး Starbuck နဲ့ ပေါ့လို့ လိ(ခဲ)က ဖြည့်ပြောပါတယ်။ 'ကျွန်မတို့ မျိုးဆက်တစ်ခုအတွက် သင့်တော်တဲ့ အေးဂျင့်နဲ့ နေရာတစ်ခု ဖန်တီးနိုင်မယ်ဆိုရင် အဲဒီအစိမ်းရောင်ကော်ဖီဆိုင်ကြီးဟာ သိပ်ပြီး အင်အားမရှိတော့ပါဘူး။ သူ့ရဲ့ အထက်တန်းစားကော်ဖီဆိုင်ဆိုတဲ့ Marketing စနစ်က ကျွန်မတို့ကို အကောင်းဘက်က သက်ရောက်စေတဲ့အတွက် ကျေးဇူးတင်ပါတယ်။ ကျွန်မတို့ အဲဒီအိုင်ဒီယာကို နင်းပြီး လူတွေကို ဆွဲဆောင်လို့ရပါတယ်။ ဆုတံဆိပ်တွေ အများကြီးရ၊ ပြည်တွင်းမှာပဲ ထုတ်လုပ်၊ ပြည်တွင်းကပဲပိုင်ဆိုင်၊ ပြည်တွင်းမှာပဲ ပြုလုပ်တဲ့ ကော်ဖီကို သင်သောက်ချင်တယ်ဆိုလို့ရှိရင် ဆိုပြီးတော့ပေါ့။ ကျွန်မတို့ အဓိကထားတာက အကောင်းဆုံးကော်ဖီတစ်ခွက်နဲ့ ထိုက်တန်ရဲ့လား၊ သင် အကောင်းဆုံးကော်ဖီဆိုင်နဲ့ ထိုက်တန်ရဲ့လားဆိုတဲ့ မေးခွန်းတွေပါပဲ။ ကံကောင်းစွာပဲ ကျွန်မတို့ အသိအမှတ်ပြုခံခဲ့ရပါတယ်'လို့ ပြောပါတယ်။

ကျွန်တော်တို့ ရလဒ်ပိုင်းကို သိပ်မငြင်းတော့ဘဲ မေးခွန်းတစ်ခု ထပ်မေးလိုက်ပါတယ်။ အသေးစိတ်ကျကျပေါ့။ 'ခင်ဗျား Starbuck ရဲ့ ကွာလတီကို ယှဉ်ဖို့အဓိကခြေလှမ်းတွေက ဘာတွေဖြစ်မလဲ' လို့ မိုက်(ခဲ)က လိ(ခဲ)ကို မေးခွန်းထုတ်လိုက်ပါတယ်။ စိတ်မရှည်စွာဘဲ 'ရှင်တို့က ကော်ဖီသမားတွေလား'လို့ မေးပြီး ကျွန်တော်တို့ရဲ့ တိတ်ဆိတ်မှုကြောင့် 'ကဲ၊ အဲဒါဆိုလည်း ကျွန်မ ကော်ဖီအကြောင်းနည်းနည်း ပြောပြမယ်' ဆိုပြီးတော့ Espresso ကော်ဖီတစ်ခွက်ရဲ့ အရည်အသွေးအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်နိုင်တဲ့ အချက်အလက်များကို ပြောပြပါတော့တယ်။ 'ကော်ဖီတစ်ခွက်မှာ ပြောင်းလဲနိုင်တဲ့ အရာများစွာ ပါဝင်ပါတယ်။ အထူးသဖြင့်တော့ အပူချိန်၊ သိပ်သည်းဆနဲ့ ရာသီဥတုတို့ပေါ် မူတည်ပြီးတော့ ပြောင်းလဲနိုင်ပါတယ်။ ပြင်ဆင်မှုအပိုင်းမှာ ဆိုရင် Espresso ကော်ဖီကို စက်က ထွက်လာလာချင်း ၁၅ စက္ကန့် အတွင်းမှာခွက်ထဲကို ထည့်ရပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ကော်ဖီစေ့တွေက နေရာမှန်က လာရဲ့လား၊ မှန်မှန်ကန်ကန် သိမ်းဆည်းထားရဲ့လား၊ မှန်မှန်ကန်ကန် စိုက်ပျိုးထားရဲ့လား၊ ပြီးတော့ သင့်ရဲ့ ရေခွေးက မှန်ကန်တဲ့ အပူချိန်မှာ ရှိရဲ့လား၊ နှစ်ထပ်ကော အနည်စစ်ခဲရဲ့လား'

‘အားလုံးကို ချုပ်ရမယ်ဆိုရင် အဲဒီအပေါ်က ပြောတဲ့ အဆင့်အားလုံး မှာ မှန်ကန်ခဲ့ရင် ထွက်လာတဲ့ကော်ဖီတစ်ခွက်ဟာ ကောင်းမွန်နေမှာပါပဲ’

‘ဟုတ်ပါပြီ၊ အဲဒါတွေအားလုံးဖြစ်လာအောင် ခင်ဗျားဘယ်လို လုပ် သလဲ’လို့ စကော့(တ်)က မေးလိုက်ပါတယ်။ ‘လေ့ကျင့်သင်ကြားမှု Training တွေဟာ အဓိကကျတဲ့အချက်တွေပေါ့’ လို့ လီ(ခ်)က ဖြေပါတယ်။ ‘အဲဒါ ကပဲ ကျွန်မဒီဆိုင်မှာ အချိန်တိုင်းရှိနေရတဲ့အချက်ပေါ့။ ပိုင်ရှင်လို စိတ်အား ထက်သန်မှုရှိရှိ ကြိုးကြိုးစားစား လူတစ်ယောက်ရှိနေခြင်းရဲ့ ရလဒ်ကတော့ အကောင်းဆုံးကွာလတီရှိတဲ့ ကော်ဖီတစ်ခွက်ပါပဲ’လို့ သူမက ပြောပါတယ်။ ‘ခင်ဗျား တစ်နေ့ကို အချိန်ဘယ်လောက်လောက် ဒီမှာနေဖြစ်လဲ’လို့ ပေါ်(လ်) က မေးပါတယ်။ ခဏလောက်စဉ်းစားပြီးတော့ လီ(ခ်)က ‘ဒါကျွန်မရဲ့ လူနေမှုဘဝပဲ။ ဒီဆိုင်ကိုမနက်ဆို ကျွန်မပဲ စ ဖွင့်တယ်၊ အကောင်းဆုံးက ဒီကို မနက်လေးနာရီ လေးဆယ့်ငါးလောက်ရောက်ရင် ရပါပြီ။ ကံကောင်းရင် ကျွန်မ ညနေလေးနာရီလောက် အိမ်ပြန်ရောက်တယ်။ ကံဆိုးရင်တော့ ည ခြောက်နာရီပေါ့။ အမြဲတမ်းပဲ ကံဆိုးနေတာပါပဲ’ လို့ ပြောပါတယ်။

အရည်အသွေး အကောင်းမွန်ဆုံးကော်ဖီတစ်ခွက်ကိုရဖို့ လိုအပ်တဲ့ များပြားလှတဲ့ အဆင့်တွေကြောင့် Silk Espresso Cafe ဆိုင်ပိုင်ရှင်ရဲ့ ကျွမ်းကျင်မှု၊ အာရုံစိုက်မှုနဲ့ အသေးစိတ်အပေါ် ကြီးကြပ်ကွပ်ကဲနိုင်မှုတွေက အရေးပါလှပါတယ်။ တစ်ဆက်တည်းမှာပဲ လီ(ခ်)ဟာ ကျွန်တော်တို့ တွေ့ခဲ့ သမျှ အာရုံအစူးစိုက်ဆုံး၊ လုပ်ငန်းခွင်နဲ့ လက်ပွန်းတတီးအရှိဆုံး ပိုင်ရှင်တွေ ထဲမှာ တစ်ယောက်အပါအဝင်ပါပဲ။ စားသုံးသူတွေရဲ့ သတ်မှတ်ချက်နဲ့ အဲဒီ အသိအမှတ်ပြုမှုကို ခက်ခဲစွာရရှိခဲ့မှုအတွက် လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှု အပေါ် လီ(ခ်)ရဲ့ လွန်ကဲတဲ့ ပါဝင်ပတ်သက်မှုက လိုအပ်လှပါတယ်။

ဟောဒီလုပ်ငန်းဟာ အရွယ်အစားသေးငယ်တဲ့ အခြေအနေမှာ အောင် မြင်မှုရရှိပြီး ကြီးထွားဖို့ တင်းကျပ်တဲ့အတားအဆီးတွေနဲ့ ရင်ဆိုင်နေရတဲ့ လုပ်ငန်းဥပမာတစ်ခုပါပဲ။ Silk Espresso ဟာ ဖောက်သည်အများကြီး ရှိတယ်။ ပြီးတော့ ပတ်ဝန်းကျင်မှာကောင်းမွန်တဲ့ နာမည်ကြီးမှုရှိတယ်။ အဲဒီအချက်တွေဟာဒေသတွင်းမှာ ဆိုင်ခွဲအမြောက်အမြားဖွင့်လှစ်ဖို့ ဆုံးဖြတ်ချက်ကို အထောက်အကူပြုတဲ့အချက်တွေပါပဲ။အဲဒါကြောင့်ပဲ Silk

Espresso ဟာဒေသတစ်ခုအတွင်းမှာ ဆိုင်ခွဲပေါင်းလေးဆိုင် အထိ ဖွင့်လှစ်ခဲ့ဖူးပါတယ်။

ဒါပေမဲ့ အဲဒီတိုးချဲ့မှုဟာ လိ(ခဲ)အပေါ်ကြီးစွာသော ဖိစီးမှုဖြစ်စေပါတယ်။ ဘာဖြစ်လို့ဆို ဆိုင်ခွဲလေးဆိုင်လုံးအောင်မြင်ဖို့ ကော်ဖီဖျော်တဲ့ အဆင့်တိုင်းအတွက် သူမရဲ့ ကြီးကြပ်မှုလိုအပ်နေလို့ပါပဲ။ အဲဒီတော့ မဖြစ်နိုင်ဘူးဆိုတာ သေချာတာပေါ့။ လိ(ခဲ)ကတော့ တစ်နေရာမှာ တစ်ခေါက်စီတော့ ရှိနေဖို့ ကြိုးစားခဲ့ပါတယ်။ နောက်ဆုံးမှာတော့ လုပ်ငန်းကို သူမပြန်လည်ပြီး ချဲ့ခဲ့ပါတယ်။ Silk Espresso ဟာ အခုအခါမှာတော့ ဆိုင်ခွဲမရှိတော့ဘဲ အခုကျွန်တော်တို့ ရောက်နေတဲ့ ဆိုင်တစ်ဆိုင်ပဲ ရှိပါတော့တယ်။

အခုကိစ္စရပ်မှာ အဓိကအချက်က လိ(ခဲ)ရဲ့ တိုက်ရိုက် စီမံခန့်ခွဲပါဝင်ပတ်သက်မှုဟာ ထုတ်လုပ်မှုအဆင့်တိုင်းအတွက် အရေးပါတဲ့ သွင်းအားစုဖြစ်နေခဲ့လို့ပါ။ လုပ်ငန်းကြီးထွားမှုဟာ တားမြစ်ခြင်း ခံရပါတယ်။ ဘာဖြစ်လို့ဆို လိ(ခဲ)ဟာ ဆိုင်ခွဲပေါင်းများစွာက အလွယ်တကူ ခွဲဝေ သုံးစွဲနိုင်တဲ့ အရင်းအမြစ်တစ်ခု မဟုတ်လို့ ပါ။ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းကတော့ သူ့ရဲ့ အရေးပါဆုံးသွင်းအားစုကို နေရာဒေသတော်တော်များများက ဆေးခန်းခွဲတွေကနေ ခွဲဝေသုံးစွဲဖို့ နည်းလမ်းတစ်ခု တွေ့ရှိခဲ့ပါတယ်။



### အခန်း [ ၂ ]

## မစ္စစ္စပီပြည်နယ်၊ ဟောတီ(စ်)ဘက်(ဂ်)

### မာဂ်ရှော GRILL AND BAR

အလေးကနေ စီမံခန့်ခွဲနိုင်တဲ့ လုပ်ငန်းချဲ့ထွင်ဖို့ အခွင့်အလမ်းတွေ ရှာဖွေပါ

Silk Espresso Cafe တွေကို ချဲ့ထွင်ဖို့ နဲ့ High Quality Monitoring (Quality ကို စောင့်ကြပ်ကြည့်ရှုခြင်း) အခက်အခဲတွေကြားက လီ(ခဲ) ရဲ့ ရုန်းကန်ရမှုတွေကို မက်ဇိုဥပဒေသရဲ့ အကြံပြုချက်က အောင်မြင်တဲ့ လုပ်ငန်းချဲ့ထွင်ခြင်းဆိုတာ ကွာလတီက သိပ်အရေးမပါဘူး။ ဒါမှမဟုတ် အနီးကပ်ကြည့်ရှုဖို့ အဲလောက်မခက်ခဲဘူးဆိုတဲ့ အခြေအနေတွေမှာမှ ဖြစ်နိုင်ပါတယ်လို့ ဆိုတာပါပဲ။ အဲဒီ နှိုင်းယှဉ်ချက်က မှန်ကန်ကြောင်း ဘယ်အချိန်မှာ သက်သေပြခဲ့သလဲဆိုရင် ကျွန်တော်တို့ ရွန်ဆေဗီ(လ်)ရဲ့ မာဂ်ရှော စားသောက်ဆိုင်လုပ်ငန်းစုကို သွားရောက်လည်ပတ်တဲ့အချိန်ပါပဲ။ ရွန်ဟာ တက္ကသိုလ်ကျောင်းသားဘဝတုန်းက ချီလီလို့ ခေါ်တဲ့ဒေသတွင်း စားသောက်ဆိုင်လုပ်ငန်းစုတစ်ခုမှာ Bartender အဖြစ် လုပ်ကိုင်ခဲ့ဖူးပါတယ်။ သူ့ရဲ့ ဖော်ရွေတဲ့အပြုအမူနဲ့ ပါးပေါ်က ပါးချိုင့်ကြောင့် သူဟာ မိန်းကလေးတွေ အသည်းစွဲ Bartender တစ်ယောက်ဖြစ်ခဲ့ဖူးတယ်ဆိုတာ မှန်းကြည့်လို့ ရပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ ရွန်နဲ့အတူ ဆိုင်အပြင်ဘက် ဟင်းလင်းပြင်စားပွဲဝိုင်းလေးတစ်ခုမှာ ထိုင်ကြတယ်။ ကျွန်တော်တို့နဲ့ စကားပြောရင်း

ဖြတ်သွားဖြတ်လာတွေကို လှမ်းလှမ်းနှုတ်ဆက်တတ်တဲ့ ရွန်ရဲ့ အေးဆေးပေါ့ပါးတဲ့ အပြုအမူဟာရှေ့က Silk Espresso ကော်ဖီဆိုင်ပိုင်ရှင် လိ(ခဲ)နဲ့ တော့ တခြားစီပါပဲ။

ကောလိပ်အပြီးမှာတော့ ကျွန်တော်ဘွဲ့ရတာ အနည်းငယ်နောက်ကျတယ်လို့ ရွန်ကပြောပါတယ်။ သူနဲ့ သူ့သူငယ်ချင်းနှစ်ယောက်သား ဟာပိုင်ရီကို ခြောက်လလောက် အပျော်ရှာဖို့ သွားနေခဲ့ဖူးတယ်။ 'အဲဒီမှာပဲ ကျွန်တော်တို့ကိုယ်ပိုင်ဘားလေးတစ်ခုဖွင့်ဖို့ အိပ်မက်တွေရခဲ့တယ်။ အဲဒီ နောက် ဇန်နဝါရီမှာ ကျွန်တော်တို့ မာဂ်ရှော့ကို ဝယ်ခဲ့တယ်။ အဲဒါဟာ ဟောင်းနွမ်းပြီး ချာတူးလန်နေတဲ့ ညကလပ်တစ်ခုပါ။ ဒါပေမဲ့ အဲဒါ ကျွန်တော်တို့နေရာ၊ အဲဒီနေရာကို ကျွန်တော်တို့ ချစ်တယ်လို့ ရွန်က ပြောပါတယ်။ 'ကျွန်တော်တို့ ချီလီဘားမှာ အဲဒီနာမည်ကို ကြေညာတယ်၊ ပြီးတော့ လူတွေ ကျွန်တော်တို့ နောက်လိုက်လာတယ်၊ ကျွန်တော့်မိဘတွေက အဲဒီနေရာကို ဝယ်ဖို့ အကူအညီပေးခဲ့တယ်'လို့ ရွန်က သူ့ဘဝရဲ့အစကို ပြောပါတယ်။ အဲဒီနှစ်ရဲ့ ဩဂုတ်လမှာ ကျွန်တော် မစ္စစ္စပီပြည်နယ်မှာရှိတဲ့ စတု(ခဲ)ဗီလီကို သူငယ်ချင်းတွေနဲ့ ဆုံဖို့ သွားဖြစ်ခဲ့ပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ ညရောက်တော့ ဘားကို သွားတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီဘားက ပိတ်ထားတယ်။ ဘာအကြောင်းပြချက်မှ မရှိပါဘဲနဲ့။ အဲဒါနဲ့ပဲ ငါးပတ်ခွဲလောက်အကြာမှာ ဒုတိယမာဂ်ရှော့ကို ကျွန်တော် ဖွင့်လှစ်ခဲ့ပါတယ်။

'ငါးပတ်ပဲ ဟုတ်လား' ပေါ(လ်)က မေးတယ်။ မိုက်(ခဲ)နဲ့ စကော့(တ်)နဲ့က မျက်လုံးအပြူးသား။

'ဟုတ်ပါတယ်၊ အဲဒါ နည်းနည်းမြန်ခဲ့တယ်။ အဲဒီတော့ ပထမတစ်ခုစပြီး ရှစ်လအတွင်းမှာပဲ ဒုတိယတစ်ခုကို စတင်ဖွင့်လှစ်နိုင်ခဲ့တယ်'လို့ ရွန်က ပြောပါတယ်။ 'အခု ကျွန်တော်တို့ရှိနေတဲ့နေရာက အလုပ်အကိုင် ကောင်းပါတယ်။ အဲဒီတော့ ကျွန်တော်တို့ ဒုတိယနေရာအတွက် ချက်လက်မှတ် တစ်စောင်ရေးဖို့ သိပ်စဉ်းစားစရာ မလိုပါဘူး။ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ဒုတိယဆိုင်ခွဲကို အခုဆိုင်လိုပဲ ညကလပ်ပုံစံမျိုး ဖွင့်ဖို့ ကြိုးစားခဲ့တာပါ။ ဒါပေမဲ့ အဲဒါက နေ့လယ်စာနဲ့ ညစာကိုအဓိကရောင်းတဲ့ စားသောက်ဆိုင်အဖြစ် ပြောင်းသွားခဲ့တယ်။ တစ်နှစ်ကြာပြီးနောက် နောက်ထပ်ပြည်နယ်တစ်ခုမှာ ဆိုင်တစ်ဆိုင်

ထပ်ဖွင့်တယ်။ အခုတော့ လုပ်ငန်းလည်း ကိုးနှစ်ပြည့် ဆိုင်ခွဲပေါင်း ကိုးဆိုင် ရှိပါတယ်။’

မိုက်(ခ)က ရွန်ရဲ့ အကြောင်းကိုမယုံနိုင်စွာဘဲ ခေါင်းခါပါတယ်။ ပြီးတော့ အံ့အားသင့်စွာပဲ ‘ခဏနေပါဦး၊ ခင်ဗျား အခုဆိုင်တစ်ဆိုင် ဖွင့် တယ်။ အဲဒါက အောင်မြင်တယ်။ ပြီးတော့ နောက်တစ်ဆိုင်ထပ်ဖွင့်တယ်။ ထပ်အောင်မြင်ပြန်တယ်။ ဒါက သွေးရိုးသားရိုးတော့ မဟုတ်ဘူး’လို့ မိုက်(ခ)က ပြောပါတယ်။

‘ကောလိပ်မြို့မှာနေခဲ့ရတာဟာ ကျွန်တော်တို့ကို အများကြီး အ ထောက်အကူပြုပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ ဂျက်စင်ဆိုတဲ့မြို့ကို သိမ်းပိုက်ခဲ့ တုန်းကပေါ့။ ကျွန်တော်တို့ အမှတ်တံဆိပ်ကိုတည်ဆောက်ဖို့ တစ်သက်လုံး ကြာလိမ့်မယ်လို့ ခင်ဗျားတို့ ထင်ကောင်းထင်လိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ ဂျက်စင်မှာ ရှိတဲ့ လူတွေက မစ္စစ္စပီ ဒါမှမဟုတ် အလာဘားမားပြည်နယ်တွေကို သူတို့ ကလေးတွေအလိုကျ ဒါမှမဟုတ် ဘောလုံးပွဲကြည့်ဖို့ ရုံးပိတ်ရက်တွေမှာ သွားလေ့ရှိတယ်။ ကျွန်တော်တို့နာမည်က အလွယ်တကူပဲ ထိုးဖောက်နိုင်ခဲ့ ပါတယ်။’

‘အခုတော့ ကျွန်တော်ကြော်ငြာဖို့ သုံးတဲ့ငွေပမာဏထက် ပိုတဲ့ဝင်ငွေ တစ်ခုရှိနေပြီလေ’လို့ ရွန်ကပြောပါတယ်။

‘သင် မစ္စစ္စပီက ဖြစ်ပြီး မာဂ်ရှော့ကို မသိဘူးဆိုရင် သင်ထပ် လေ့လာဖို့ လိုပါသေးတယ်’လို့ ရွန်က ဖြည့်စွက်ပြီး ပြောပါတယ်။

တကယ်တော့ မာဂ်ရှော့ရဲ့ ဈေးကွက်ဟာ အပြိုင်အဆိုင် များလှပါ တယ်။ တစ်နိုင်ငံလုံးသိမ်းပိုက်ထားတဲ့ စားသောက်ဆိုင်ခွဲတွေ အများကြီး ရှိတဲ့ Apple Bee တို့ Chili တို့လို စားသောက်ဆိုင်တွေ ရှိပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ရွန်ရဲ့ တစ်မူထူးခြားတဲ့ဗျူဟာက ဈေးနည်းနည်းနဲ့ ရောင်းချနိုင်ခြင်း ပါ။ တချို့သော ကောလိပ်တက်နေတဲ့ လူငယ်တွေ အကြိုက်ပေါ့။ ‘Apple Bee မှာဆိုရင် တစ်ယောက်ကို ပျမ်းမျှ ၁၂ ဒေါ်လာကနေ ၁၆ ဒေါ်လာ ကြား ကျပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့က ၉ ဒေါ်လာကနေ ၁၁ ဒေါ်လာကြားနဲ့ ရအောင်ရောင်းပါတယ်။ သူတို့ မိန်းမာဈေးကြီးတဲ့ ထူးထူးဆန်းဆန်း အစား အသောက်တွေ ရှိပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ကတော့ အဲဒီအစားအသောက်

တွေကို တတ်နိုင်သမျှ ရိုးရိုးရှင်းရှင်းနဲ့ ကုန်ကျစရိတ်နည်းမှုအပေါ်အခြေခံကာ ဖန်တီးယူပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ဟာ ဟင်းခတ်အမည်တွေနဲ့ပဲ ဆန်းသစ်မှု တွေ ပြုလုပ်ပါတယ်။ ဘယ်တော့မှ လက်ကျန်ပစ္စည်းအများကြီး ချန်မထား ပါဘူး။’

‘နှစ်အနည်းငယ်ကြာပြီးတဲ့နောက်မှာ ကျွန်တော်နဲ့ ကျွန်တော့်စီးပွား ဖက်တို့ ခွာပြီဖို့ဆုံးဖြတ်ခဲ့တယ်။ အဲဒီအချိန်က ကျွန်တော်လည်း လက်ထပ်ပြီး ကလေးတွေလည်း ရနေပါပြီ။ ကျွန်တော်တို့တွေမှာ စီးပွားရေးလုပ်ကိုင်ဖို့ ကွဲပြားတဲ့ အကြံဉာဏ်တွေ ရှိခဲ့ကြတယ်’လို့ ရွန်ကပြောပါတယ်။ အဲဒီလို ခွာပြီကျတော့ ကျွန်တော်က ဟေတီ(စ်)ဘက်(ဂ်)နဲ့ ဂျက်စန်က ဆိုင်ကို ယူပါတယ်။ သူက ကျန်တဲ့နှစ်ဆိုင်ကိုယူပြီး ခုလည်း Franchise တွေ ပေးထားပါတယ်။ နောက်ထပ် တစ်နှစ်၊ တစ်နှစ်ခွဲလောက်နေတော့ ဘီလောက်စီနဲ့ ဘာတန်ရောက်မြို့တို့မှာ ဆိုင်နှစ်ဆိုင် ထပ်ဖွင့်ပါတယ်။ လောလောဆယ် တော့ ကျွန်တော် မှာဂ်ရှော့တွေထဲက ဆိုင်ပေါင်းလေးဆိုင်ကို ပိုင်ဆိုင်ပါတယ်’ လို့ ရွန်က ပြောပါတယ်။

‘ဘာတန်ရောက် ဟုတ်လား၊ ဒီကနေမိုင် ၁၅၀ လောက် ကွာဝေး တယ်လေ။ ခင်ဗျား အဲဆိုင်ကိုဘယ်လိုအုပ်ချုပ်လဲ၊ ပြီးတော့ ဘယ်သူက ဆုံးဖြတ်ချက်တွေ ချမှတ်လဲ’လို့ ပေါ(လ်)က မေးပါတယ်။

‘ကျွန်တော် ကယ်လီကို ငှားထားတယ်လေ။ သူမက ကျွန်တော် Chili ဆိုတဲ့ဆိုင်မှာ အလုပ်လုပ်ခဲ့တုန်းက အထွေထွေမန်နေဂျာပေါ့။ အခု သူမကို ကျွန်တော့်လက်အောက်မှာလုပ်ဖို့ ငှားထားတယ်လေ။ သူမပဲ ကျွန်တော့်ဆိုင်တွေကို လှည့်လည်ကြည့်ရှုပေးတယ်။ ဆိုင်တိုင်းကို တစ်ပတ် တစ်ခါတော့ ရောက်ပါတယ်။ သူမ အမြဲတမ်း ခရီးသွားနေရတယ်။ ပြီးတော့ ဆိုင်တိုင်းကို လှည့်ပတ်ကြည့်ရှုနေတယ်။ တစ်ဆိုင်ကို တစ်ပတ်မှာ ခြောက် နာရီ ခုနစ်နာရီလောက်တော့ အချိန်ပေးနိုင်ပါတယ်’လို့ ရွန်က သူဘယ်လို စီမံခန့်ခွဲသလဲဆိုတာကို ရှင်းပြပါတယ်။

‘အဲဒီတော့ ကယ်လီက အဲဒီဆိုင်တွေ ရောက်တဲ့အခါ ဘာလုပ်လဲ’ လို့ မိုက်(ခ်)က မေးပါတယ်။

‘ကျွန်တော်တို့မှာ စာမျက်နှာ သုံးမျက်နှာရှည်လျားတဲ့ Checklist

တစ်ခု ရှိပါတယ်။ ကယ်လီစံပြုပြီး စစ်ဆေးတဲ့အရာပေါ့။ ဓာတ်ပုံပေါင်တွေ၊ ပန်ကာတွေ၊ ကြမ်းပြင်တွေ၊ နံရံကပ်ဆိုင်ဘုတ်တွေ၊ စဉ်းတိတ်တွေ၊ ဓားတွေ၊ ကတ်ကြေးတွေ၊ လေအေးပေးစက်တွေ အစစအရာရာပေါ့။ ဆိုင်မန်နေဂျာမှာ စာရင်းရှိပါတယ်။ ကယ်လီက သူမရဲ့ အစီအစဉ်တွေကို ပြောကံသောက် လုပ်ထားတော့ ဘယ်ဆိုင်က ဘယ်အချိန်လာမယ်ဆိုတာ မသိနိုင်ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ တစ်ပတ်အတွင်းမှာ တစ်ချိန်ချိန်ရောက်လာမယ်ဆိုတာသိပါတယ်'

ရွန်က သူ့ရဲ့ စီမံအုပ်ချုပ်မှုကို ကယ်လီရဲ့ Checklist အပြင် အခြား စီမံခန့်ခွဲမှုနည်းပညာတွေနဲ့လည်း ဖြည့်စွက်ထားပါသေးတယ်။ အဲဒီဟာ တွေက မာ့ဂ်ရှော့တွေကို ကုန်ကျစရိတ်သက်သက်သာသာနဲ့ ထိထိရောက် ရောက် စီမံခန့်ခွဲနိုင်ဖို့ ရွန်ကို ကူညီပေးပါတယ်။ ဘားတွေကို စီမံခန့်ခွဲတဲ့အခါ အဓိက ကုန်ကျစရိတ်က ဘီယာအလဟဿဖြစ်မှုပါ။ ဘားတန်ဒါ အလုပ် သမားတွေက ဘီယာပိုက်ကို ကောင်မလေးချောချောလေးတွေ ဒါမှမဟုတ် သူတို့ရဲ့ သူငယ်ချင်းတွေ ဒါမှမဟုတ် သူတို့ကိုယ်တိုင်အတွက် တစ်ခါတစ်ရံ ဖြုန်းတီးပစ်ကြတယ်။ ရွန်က နည်းပညာဆိုင်ရာ ဖြေရှင်းမှုတစ်ခုနဲ့ အဲဒီ ပြဿနာကို လူစောင့်ကြည့်စရာမလိုဘဲ ဖြေရှင်းခဲ့တယ်။

'ကျွန်တော့်ဖုန်းမှာ သတိပေးစနစ်တစ်ခု တပ်ထားတယ်။ တစ်ခုခု မသင်္ကာစရာရှိခဲ့ရင်ပေါ့။ ကျွန်တော့် ဘားတွေမှာ ဘီယာပေါင်း ၁၈ မျိုးကနေ ၃၃ မျိုးထိ ရှိပါတယ်။ အဲဒီ ဘီယာတွေရဲ့ ပိုက်ခေါင်းတိုင်း ပိုက်ခေါင်းတိုင်းမှာ မိုက်ကရိုချပ်(စ်)လေးတစ်ခု ရှိပါတယ်။ အဲဒီဟာလေးတွေက ဘီယာ ဘယ်နှ အောင်စ လောင်းထည့်လဲဆိုတာ ကျွန်တော့်ကို ပြောပါတယ်။ ၁၂ အောင်စ ထည့်ပြီး ၁၀ အောင်စဖိုးပဲ ယူတဲ့အခါ၊ ပြီးတော့ ၂၂ အောင်စ ဘီယာ အမျိုးအစားတစ်မျိုးထည့်ပြီး မျိုးမတူတဲ့ ဈေးသက်သာတဲ့ ဘီယာနာမည်နဲ့ တွက်ချက်ပြီးယူတဲ့အခါ ကျွန်တော့်ကို ကျွန်တော့်ဖုန်းက တစ်ဆင့် သတိပေး ပါတယ်'

တချို့ အချိန်တွေမှာ အလုပ်သမားတွေဟာ အမှားတွေ လုပ်မိကြ တယ်။ အဲလိုမျိုးစနစ်တစ်ခုရှိခြင်းဟာ ဘားတန်ဒါတွေကို ပိုပြီး အာရုံ စိုက်စေ တယ်လို့ ရွန်ကပြောပါတယ်။ 'ကျွန်တော်တို့ ကြုံခဲ့ဖူးပါတယ်။ တစ်နေ့ ဒီ ဘီယာပိုက်တွေကို ပြင်ရတဲ့အလုပ်သမားတစ်ယောက်ဟာ ၁၀ အောင်စ

လောက် ဘီယာကို သူ့အတွက် ငဲ့သောက်ခဲ့ပါတယ်။ သူတို့တစ်ညလုံး အလုပ်လုပ်နေခဲ့ပြီး မနက်ငါးနာရီလောက်နေတော့ ကျွန်တော့်ဖုန်းမှာ သတိပေးချက် ထွက်လာခဲ့ပါတယ်။ ကျွန်တော်သူ့ကိုအလုပ်ထုတ်ပစ်ခဲ့တယ်' လို့ ရွန်ကပြောပါတယ်။

အဲဒီစစ်ဆေးစရာ စာရင်းဇယားတွေနဲ့ စောင့်ကြည့်လေ့လာရင်း နည်းပညာတွေက ရွန်ကို မှက်ရှော့ဆိုင်ခွဲများများ အခက်အခဲမရှိ ဖွင့်ဖို့ အကူအညီ ပေးပါတယ်။ Silk Espresso ပိုင်ရှင် လိ(ခဲ)လောက် ဖိအားမများဘဲပေါ့။ ဒါပေမဲ့ သူတို့နှစ်ဆိုင်ကို နှိုင်းယှဉ်ကြည့်ရရင် ရွန်က မှက်ရှော့တွေကို ကွာလတိနဲ့ ဈေးနှုန်းမှာ ပြိုင်ဘက်တွေထက် လျော့ပြီးပြိုင်ဆိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ Silk Espresso ကတော့ စားသုံးသူတွေကို ဆွဲဆောင်ဖို့ Starbuck ထက် အရည်အသွေးရော၊ အရသာပါကောင်းနေမှ ဖြစ်ပါလိမ့်မယ်။ အဲဒီတော့ နောက်တစ်ချက်က ရွန် ထိန်းသိမ်းရတဲ့ ဘားအတွက် သတိထားစရာတွေဟာ ကော်ဖီဖျော်တာထက် ရိုးရှင်းပါတယ်။ တစ်သမတ်တည်း စစ်ဆေးစရာများ တော့ ရွန်က စိတ်ချရတဲ့ အလုပ်သမားတစ်ယောက်ကို စာရင်းတစ်ခုနဲ့ လွှတ်လိုက်ရုံပါပဲ။ တခြားတစ်ဖက်မှာတော့ လိ(ခဲ)ဟာ သူမရဲ့ ဝန်ထမ်းတွေကို သင်တန်းတွေပေး၊ သူတို့ရဲ့ လုပ်ဆောင်ချက်တွေကို အနီးကပ်စောင့်ကြည့် စတာတွေကို လုပ်ရပါတယ်။ Espresso တစ်ခွက် ဖျော်စပ်တယ်ဆိုတာ ဘီယာထည့်သလို အလွယ်တကူတိုင်းတာလို့ ရတဲ့အရာမဟုတ်ပါဘူး။ ဘာဂဗေဒအလိုအရဆိုရင်တော့ Silk Espresso အတွက် ပိုင်ရှင်ရဲ့ အချိန်ပြည့် ကြီးကြပ်လေ့လာမှုဟာ အောင်မြင်မှုရဖို့ အဓိကသွင်းအားစု အရင်းအမြစ် ဖြစ်နေတာကြောင့် ရွန်လို ဆိုင်ခွဲတော်တော်များကို ဖြန့်ကြက်ဖို့ မလွယ်ကူလှပါ။

ဒါပေမဲ့ အဲဒါဟာလိ(ခဲ)ရဲ့ ကော်ဖီဆိုင်ကို ဘယ်တော့မှ တိုးချဲ့လို့ မရဘူးလို့ ဆိုလိုတာမဟုတ်ပါဘူး။ အဲဒီအစား သူမရဲ့ တစ်ဆိုင်တည်းသော နေရာမှာပဲ တိုးချဲ့ဖို့ အခွင့်အလမ်းတွေ ရှိပါတယ်။ ကော်ဖီအမျိုးအစား သစ်တွေ ထပ်ထည့်တာ၊ အစားအသောက်နဲ့ မိနူးအသစ်တွေ ထပ်တိုးတာ လိုမျိုးပေါ့။ အဲဒီလိုသာလုပ်ပြီး သူမရဲ့ စရိုက်အတိုင်း အသေးစိတ်ကို ဂရုစိုက်မယ်ဆိုရင် သေချာပါတယ်။ သူမဆုတ်ဆိပ်တွေ ထပ်ရမယ်ဆိုတာ။

**စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအရွယ်အစားကိုတိုးချဲ့ဖို့ ဘာတွေပေါ်မူတည်ပြီးဆုံးဖြတ်မလဲ**

- **Economies of Scales** ➤ ဒီအခန်းမှာပါရှိတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေဟာ သူတို့ရဲ့ပုံသေစရိတ်ကို များများဖြန့်ကြက်ကျခံပြီး Activity တစ်ခုချင်းအပေါ် စရိတ်ကျရောက်မှုနည်းပါးစေခဲ့တယ်။ အဲဒီလိုနဲ့ပဲ သူတို့ကြီးပွားတိုးတက်လာခဲ့တယ်။ မတူညီတဲ့သူတို့ကြားထဲမှာ သတိပြုစရာ တူညီတဲ့အချက်ကလေးတွေ ရှိတယ်။ အဲဒါက သူတို့အားလုံးမှာ ဖြန့်ကြက်ပြီး ကျခံနိုင်တဲ့ ပုံသေစရိတ်တွေ ရှိတယ်။

- **Variable Cost** နည်းတဲ့ အလုပ်တွေထပ်တိုးမယ် ➤ သင့်ရဲ့ Fixed Cost ဟာ Variable Cost နဲ့ အချိုးချလိုများနေပြီဆိုရင် သင့်လုပ်ငန်းဟာ အမြတ်များများနဲ့ ကြီးပွားတိုးတက်နိုင်မယ့် အခြေအနေမှာ ရှိနေပါတယ်။ ဘားရစ်(စ်)သွားဆေးခန်းရဲ့ ချဲ့ထွင်ပုံမျိုးပေါ့။ ပုံသေကုန်ကျစရိတ်ဖြစ်တဲ့ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတွေ ထပ်တိုးစရာမလိုပဲ အနည်းငယ်သော Variable Cost နဲ့ပဲ လုပ်ငန်းတိုးချဲ့နိုင်ခဲ့တာမျိုးပေါ့။ ဂျီနက်(စ်)ဘိုရီမှာရှိတဲ့ သူတို့ရဲ့ ရုံးချုပ်ကို အားကိုးပြီးတော့လေ။

- **ဝယ်လိုအား** ➤ ကုန်ကျစရိတ်ဘက်ကနေ ဘယ်လိုပဲ တွက်ခြေကိုက်ကိုက် များပြားတဲ့ Fixed Cost ကို ချေဖျက်ဖို့ ဝယ်လိုအားလိုပါတယ်။ စတီးကုမ္ပဏီဟာ သူတို့ရဲ့ ကတ်တလောက်မှာ ပစ္စည်းအသစ်တစ်မျိုး ထပ်တိုးဖို့ အနာဂတ်စုဆောင်းသူ ရှိ မရှိ ဆန်းစစ်ရပါတယ်။ အဲဒီတော့မှ သူတို့ရဲ့ ပုံစံခွက်ကိုပြုလုပ်တဲ့ စရိတ်ကိုဝယ်လိုအားက ကာမိခြင်းရှိ မရှိ သိနိုင်မှာပါ။

- **အရည်အသွေးနဲ့ စောင့်ကြပ်လေ့လာမှု** ➤ Silk Espresso ဟာ ဆိုင်ခွဲတွေ မချဲ့ထွင်ခဲ့ပါဘူး။ ဘာလို့ဆို ပြိုင်ဘက်တွေနဲ့ ပြိုင်ဆိုင်ဖို့ သူတို့ရဲ့ အဓိကအားသာချက်ဖြစ်တဲ့ ကော်ဖီအရည်အသွေးဟာ ပိုင်ရှင်ရဲ့ အသေးစိတ်ကျကျ စောင့်ကြပ်လေ့လာမှု လိုအပ်လို့ပါ။ မာဂ်ရှော့ကတော့ ဈေးသက်သာတယ်ဆိုတဲ့အချက်နဲ့ ပြိုင်ဆိုင်ခဲ့တာကြောင့် စီမံခန့်ခွဲမှုမှာ နည်းပညာတွေ၊ စံသတ်မှတ်ထားတဲ့ နည်းလမ်းတွေဟာ ရွန့်ကို ဆိုင်ခွဲများများနဲ့ အကျိုးအမြတ်ရှိရှိ လုပ်ကိုင်နိုင်ဖို့ အခွင့်အရေးပေးခဲ့ပါတယ်။



### အခန်း [ ၃ ]

## မိမိကုန်ပစ္စည်းကိုပြိုင်ဘက်နဲ့မတူ တစ်မှုထူးခြားဆန်းသစ်စေခြင်း

ကန်တာကီပြည်နယ်၊ ဖရန့်ဖတ်မြို့ မှာပေါ့။ ကျွန်တော်တို့ လမ်းဆေး MBA အဖွဲ့ရဲ့ ကံမကောင်းတဲ့နေ့တွေ ကြုံခဲ့ရတယ်။ မနေ့ညက ပေါ်(လ်)ရဲ့ အချစ်တော်ရွှေရောင်အိမ်မွေးခွေးကြီး အိုပက်(စ်)တစ်ကောင် အရေးပေါ် ခွဲစိတ်မှုအပြီးမှာ ဆုံးပါးသွားခဲ့တယ်။ အချစ်တော်ခွေးကိုယ်စီရှိတဲ့ မိုက်(ခ်)နဲ့ စကော့(တ်)လည်း ပေါ်(လ်)ရဲ့ စိတ်ထိခိုက်မှုကို ကောင်းစွာနားလည်သဘော ပေါက်ကြတယ်။ အဲဒီလိုနဲ့ ပဲ အခုခရီးစဉ်ကိုဖျက်ပစ်ပြီး နောင်စိတ်ဓာတ် တက်ကြွလာတဲ့အချိန်မှ ပြန်သွားကြရအောင် ဆိုပြီးတော့တောင် စဉ်းစားခဲ့ကြ ပါသေးတယ်။ မနက်စာ စားအပြီးမှာတော့ ကျွန်တော်တို့ ခရီးဆက်ဖို့ မဆက် ဖို့ ဆွေးနွေးခဲ့ကြတယ်။ ပြီးတော့ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ကုန်သည်ကြီးများအသင်း မှာ တက်ရောက်ခဲ့တဲ့ ပထမဆုံးအစည်းအဝေးဟာလည်း ထင်သလောက် အကျိုးမရှိခဲ့ဘူး။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေရဲ့ ဘယ်လိုမဟာဗျူဟာ စိန်ခေါ်မှု မျိုးကိုမှ မလေ့လာနိုင်ခဲ့ဘူး။ အဲဒါတွေဟာ လမ်းဆေး MBA သမိုင်းမှာတော့ အဆိုးဝါးဆုံးနေ့တွေပါပဲ။

ဒါပေမဲ့ အတွေ့အကြုံရှိတဲ့ ခရီးသွားသူတိုင်းက သိပါတယ်။ လမ်းပေါ်မှာ အရာဝတ္ထုတွေ သွားလာနေကြတယ်ဆိုရင် တစ်ချိန်ချိန်မှာတော့ သင့်ကို သယ်ဆောင်သွားမယ့် မမျှော်လင့်တဲ့ အရာတစ်ခု ရောက်လာမှာပါ လို့ဆိုပြီးတော့ပေါ့။ အဲဒီလိုနဲ့ ကျွန်တော်တို့သုံးယောက် Fit Time လို့ ခေါ်တဲ့ အမျိုးသမီးတွေအတွက် အားကစားခန်းမပိုင်ရှင် ဒိုင်ယာနာဂျိဒ်(စ်)နဲ့ တွေ့ ဖြစ်ခဲ့တယ်။ ကျွန်တော်တို့အတွက်တော့ ကံဆိုးတဲ့ ဖရန့်ဖတ်နေ့တွေရဲ့ ကယ် တင်ရှင်ပေါ့။ ဖော်ရွေတဲ့၊ ဟာသဉာဏ်ရှိတဲ့၊ တစ်ချိန်ကပြည်ထောင်စု အစိုးရ အဖွဲ့ဝင်ဖြစ်ဖူးတဲ့ ဒိုင်ယာနာဟာ Fit Time အားကစားခန်းကို သူမရဲ့ ဒုတိယ မြောက်အလုပ်အကိုင်အဖြစ် ရွေးချယ်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီခန်းမမှာ သူမကိုယ်တိုင် နှစ်အတန်ကြာ လေ့ကျင့်ကစားခဲ့ပြီးတော့ပေါ့။ ဒိုင်ယာနာဟာ ကျွန်တော်တို့ ကို ရယ်မောစေခဲ့တယ်။ ကျွန်တော်တို့ ဒီရက်ပိုင်းမှာ မလုပ်ဖြစ်ခဲ့ဆုံးအရာပေါ့။ အဲဒီထက်အရေးကြီးတာက ကျွန်တော်တို့ကို သူများနဲ့မတူ ကွဲပြားတဲ့ ဘယ် လိုပုံစံဝန်ဆောင်မှုတွေနဲ့ ယှဉ်ပြိုင်ရမလဲဆိုတဲ့ အတွေးအခေါ်တစ်ခုရစေခဲ့ တယ်။ အသေးစား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေဟာ အမြဲတမ်းဈေးနှုန်းနဲ့ ယှဉ်ပြိုင် နေဖို့ဆိုတာ တကယ်တော့ မလွယ်ကူလှပါဘူး။ တချို့ စရိတ်အရမ်း သက် သာတဲ့လုပ်ငန်းအနည်းငယ်သာ အမြတ်များများနဲ့ လှုပ်ရှားနိုင်မှာပါ။ ဒါပေမဲ့ တချို့လုပ်ငန်းစုတွေက သူများနဲ့မတူညီတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတွေ၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေ ထုတ်လုပ်ပြီး ဈေးနှုန်းများများနဲ့ ဖောက်သည်တွေကို ထိန်းထားနိုင်ခဲ့ကြ တယ်။ ဘာလို့ လူတွေက လိုလိုလားလားနဲ့ ဈေးများများပေးချင်ကြပါ သလဲ။ အဓိကကတော့ သူများမပေးနိုင်တာကို ပေးနိုင်တယ်ဆိုတဲ့ ကမ်း လှမ်းချက်ပါ။ အကယ်၍ သင့်ဖောက်သည်တွေသာ သင့်ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ အ စေးကပ်ပြီး သင့်ပြိုင်ဘက်တွေထက် သာလွန်တဲ့အချက်တွေကို တွေ့ ရှိခဲ့မယ် ဆိုရင်သင့်ကို တန်ကြေးများများပေးဖို့ သူတို့ တွန့်ဆုတ်နေမှာ မဟုတ်ပါဘူး။

သူများနဲ့မတူ တစ်မူထူးခြားတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုကို ဘယ်လိုပေးရမလဲ ဆိုတာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတော်တော်များများအတွက် စိန်ခေါ်မှုပါပဲ။ မက်ဇို ဥပဒေသအရဆိုရင် ဘယ်လိုကွဲပြားမလဲဆိုတာ၊ ဘယ်လိုပြိုင်ဆိုင်မှု အခြေ အနေကြား သင်ရောက်နေသလဲဆိုတာ မူတည်ပါတယ်။ ဒီအခန်း(၃)မှာ တော့ ဒိုင်ယာနာတို့လို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေ ဘယ်လိုတီထွင် ဖန်တီး

ဆန်းသစ်မှုတွေနဲ့ သူတို့ ဈေးကွက်ရဲ့ အခက်အခဲတွေကို ကျော်လွှား၊ သူတို့ ပြိုင်ဘက်တွေနဲ့ ကွဲပြားကောင်းမွန်တဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေပေးပြီး စားသုံးသူ တွေဆီက ဘယ်လိုအမြတ်များများ ဖန်တီးယူသလဲ ဆိုတာကို ဖော်ပြသွား မှာပါ။



### ကန်တာကီပြည်နယ်၊ ဖရန့်ဖတ်

### FIT TIME အမျိုးသမီးသီးသန့် အားကစားခန်းမ

လုပ်ငန်းအတွက် အသင့်တော်ဆုံး စားသုံးသူကို ရှာဖွေပါ။ ပြီးတော့ သူတို့ရဲ့ အဓိက လိုအပ်ချက်ကို သိပါစေ။

ဘရိုက်တန်ပျိုတ်ရှော့ပင်းစင်တာဟာ ဖရန့်ဖတ်မြို့လယ်ကောင်ရဲ့ အရှေ့ဘက်ပိုင်းမှာ ရှိပါတယ်။ ကရော်ဂျာဆိုတဲ့ စူပါမားကက်ကို အမှီပြုပြီး တော့ပေါ့။ ကရော်ဂျာ စူပါမားကက်ရဲ့ ဘေးမှာတော့ Fit Time for Women လို့ခေါ်တဲ့ အားကစားစင်တာတစ်ခုတွေ့ပါတယ်။ အဲဒီမှာ အသက်ခြောက် ဆယ်ကျော်အရွယ် လှိုက်လှိုက်လဲ့လဲ့ ပြုံးတတ်တဲ့ အားကစားလေ့လာ လိုက် စားသူ ဒိုင်ယာနာကို တွေ့ရှိခဲ့ပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ အဲဒီဆိုင်ရဲ့ ဧည့်ကြို ကောင်တာကို ဝင်သွားတော့ မိန်းကလေးတွေပဲလာတဲ့နေရာကို ယောက်ျား ကြီးသုံးယောက်ဝင်လာတဲ့အတွက် သိပ်ကိုထူးဆန်းနေပါတယ်။ ပြီးနောက် တော့ ဒိုင်ယာနာကစကားပြောရင်း အမျိုးသမီး Gym ကစားသူတွေကို အခြား ပြိုင်ဘက်တွေနဲ့မတူ တစ်မှုထူးခြားကွဲထွက်နေအောင် ဘယ်လိုဝန် ဆောင်မှု ပေးတယ်ဆိုတဲ့အကြောင်း လေ့လာခွင့်ရခဲ့ပါတယ်။

သူမ အာရုံစူးစိုက်ထားတဲ့ဈေးကွက်က ရှင်းပါတယ်။ 'ဒီ Gym က အမျိုးသမီးသီးသန့်ပဲလေ'လို့ ဒိုင်ယာနာက ရှင်းပြပါတယ်။ ဖရန့်ဖတ်မှာ အခြား Gym နှစ်ခုရှိပါသေးတယ်။ အဲဒီနှစ်ခုလုံးက အမျိုးသားရော အမျိုး သမီးပါ ကစားနိုင်တဲ့နေရာတွေချည်းပါပဲ။ ဒိုင်ယာနာရဲ့ ဖောက်သည်တွေ ကတော့ အမျိုးသားတွေမရှိဘဲ အားကစားလုပ်လို့ရတဲ့ သူတို့အားကစား

ခန်းမက ပေးနိုင်တဲ့ ဝန်ဆောင်မှုကို တန်ဖိုးထားကြပါတယ်။ 'ကျွန်မဆီကို လာကစားတဲ့သူ တော်တော်များများက အသက်ကြီးပိုင်းတွေ များပါတယ်။ ပြီးတော့ သူတို့က ယောက်ျားတွေကို မမြင်ချင်ကြဘူး' လို့ ဒိုင်ယာနာက ပြောပါတယ်။ သူမက ဖော်ရွေပြီး နှစ်လိုဖွယ်ခင်မင်စရာ ကောင်းနေပြန်တော့ ကျွန်တော်တို့ သုံးယောက် ရန်မတွေ့ ဖြစ်ခဲ့ပါဘူး။ 'အဲဒီ အမျိုးသမီးတွေက ဒီမှာဆိုရင် သက်သောင့်သက်သာရှိတယ်။ သူတို့ကိုယ် သူတို့လှပတယ်လို့ ခံစားရလာစေတယ်။ ကျွန်မမှာ နေ့လယ်ခင်းအချိန်ဖွင့်တဲ့ ထိုင်ခုံမှာ ထိုင်ပြီး သင်ရတဲ့ အတန်းတစ်ခုလည်း ရှိပါတယ်။ အဲဒီအတန်းကို အသက်ရှစ်ဆယ့် လေးနှစ်ရှိပြီဖြစ်တဲ့ ကျွန်မအမေတောင် လာတက်ပါတယ်' ဒိုင်ယာနာက သူ့အမေကိုတောင် ပိုက်ဆံယူတာလားလို့ မေးချင်ပေမဲ့ အရမ်းရိုင်းသွား မှာစိုးတာကြောင့် မမေးဖြစ်ခဲ့ပါဘူး။ 'ကျွန်မမှာ ကြောက်တတ်တဲ့ အမျိုးသမီး တချို့ ရှိပါတယ်။ သူတို့ ဒီကိုလာတဲ့အခါ သူတို့ရဲ့ ဦးခေါင်းတွေ၊ ခန္ဓာကိုယ် တွေကို လုံလုံခြုံခြုံ ဝတ်လာကြတယ်။ ကျွန်မတို့ သိပ်ဂရုစိုက်ရပါတယ်။ အဲဒါကြောင့်ပဲ ဟောဒီတံခါးတွေက သစ်သားတံခါးတွေ ဖြစ်နေတာပေါ့' လို့ သူမနောက်က တံခါးကို ညွှန်ပြပြီး ဒိုင်ယာနာက ပြောပါတယ်။ များသော အားဖြင့် အားကစားခန်းမတွေဟာ မှန်အပြည့်နဲ့ တည်ဆောက်လေ့ ရှိပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အခုကျွန်တော်တို့ ရောက်နေတဲ့နေရာကတော့ အရမ်းကို ခြားနားနေပါတယ်။ 'ရှင်တို့အထဲကို မမြင်ရဘူးမလား။ အဲဒီတော့ သူတို့ သက်သောင့်သက်သာ ရှိတာပေါ့။ ယောက်ျားတွေကတော့ ဘယ်လိုပုံ ဖြစ်ဖြစ် ရပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဒီနေရာက အမျိုးသမီးသီးသန့်လေ' လို့ ဒိုင်ယာနာက ထပ်ပြောပါတယ်။ အဲဒီသစ်သားတံခါးဟာ ဒိုင်ယာနာရဲ့ အမျိုးသမီး Customer တွေကိုပေးတဲ့ တစ်မူထူးခြားတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေထဲက တစ်ခုပါပဲ။ ကလေးထိန်းတဲ့ဝန်ဆောင်မှု အဲဒါတွေကတော့ မရှိမဖြစ်ပါပဲ။ 'အမျိုးသမီး သီးသန့်ဆိုတဲ့အတွက် အဲဒီဝန်ဆောင်မှုက ပေးကိုပေးရပါတယ်။ မနက် ကိုးနာရီကနေ နေ့လယ်ဆယ့်နှစ်နာရီထိတစ်ချိန်၊ ညနေလေးနာရီကနေ ရှစ်နာရီထိတစ်ချိန် အဆိုင်းခွဲပြီး ဝန်ဆောင်မှုပေးပါတယ်။'

အဲဒါဟာ နည်းနည်းတော့ ကုန်ကျစရိတ်များတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုဆိုပေမဲ့ မရှိမဖြစ်လိုအပ်တဲ့အရာတစ်ခု ဖြစ်နေတယ်။ 'ကျွန်မမှာ အဲဒီ ကလေးထိန်း

ဝန်ဆောင်မှုပေးဖို့ အချိန်ပြည့်ဝန်ထမ်းနှစ်ယောက် ရှိကို ရှိနေရပါတယ်။ အဲဒါမှ ကလေးရှိတဲ့မိခင်တွေလည်း လာကစားနိုင်မှာပေါ့’

‘ကျွန်တော်ကတော့ တီဗီတစ်လုံးရှိရုံနဲ့ပဲ အဆင်ပြေနိုင်လောက်တယ် ထင်ပါတယ်’လို့ ကော့(တ်)က အမျိုးသမီးသီးသန့်ကိစ္စကို သိပ်မကြည်တဲ့ အနေနဲ့ ထောက်လိုက်ပါတယ်။

‘တစ်ခါတစ်ရံ ကလေးတစ်ယောက်မှ မရှိဘူး၊ ဒါပေမဲ့ အဲဒီကလေး ထိန်းတွေကို ကျွန်မလစာပေးရတာပဲလေ။ အဲ့အတွက် နည်းနည်းတော့ စရိတ်ထောင်းတာပေါ့’လို့ အမျိုးသားတစ်ယောက်ရဲ့ အကြံပြုချက်ကို လျစ်လျူရှုပြီး ဒိုင်ယာနာက ဆက်ပြောပါတယ်။ ‘အငြိမ်းစား အမျိုးသမီးတွေ၊ သက်ကြီးရွယ်အိုတွေက မနက်ပိုင်းလာ ကစားကြတယ်။ တက္ကသိုလ်ကျောင်း သူလေးတွေကတော့ နေ့ခင်းဘက်တွေပေါ့။ အားကစားသင်တန်းတွေဟာ လည်း အရေးပါပါတယ်။ ကျွန်မတို့ တစ်ပတ်ကို သုံးဆယ့်ခြောက်နာရီကနေ နာရီလေးဆယ်အထိ သင်ပေးပါတယ်။ အဲ့ဒါတွေဟာ ကျွန်မရဲ့ အကောင်း ဆုံးဆွဲဆောင်စရာပါပဲ။ အဲဒီအတန်းတွေအတွက် အသင်းဝင်ထားလို့လည်း ရပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အခြား Gym က အမျိုးသမီးတွေအတွက်လည်း ကျွန်မ အတန်းတွေကို တက်ချင်တယ်ဆိုရင် တစ်နေ့စာလက်မှတ်တွေကို ရောင်းပေး ပါသေးတယ်’လို့ ဒိုင်ယာနာက သူ့အလုပ်ကို ရှင်းပြပါတယ်။

Fit Time အားကစားခန်းမအတွက် အရေးကြီးဆုံးဝန်ဆောင်မှုက သန့်ရှင်းမှုပါပဲ။ လာကစားသူတွေ စိတ်ချမ်းသာကြဖို့ ဒိုင်ယာနာနဲ့ သူမရဲ့ ဝန်ထမ်းတွေက သူတို့ရဲ့ Gym ကို သန့် ရှင်းနေအောင်အမြဲဂရုစိုက်ပါတယ်။

‘တခြားတစ်နေရာက ပြောင်းလာပြီးလာကစားတဲ့ အမျိုးသမီးတစ် ယောက်ဆီက အမြဲတမ်းကြားနေကျစကားတစ်ခွန်းရှိပါတယ်။ အဲဒီနေရာ တွေက အရမ်းညစ်ပတ်တယ်ဆိုတာပါပဲ’လို့ ဒိုင်ယာနာက ပြောပါတယ်။

‘ယောက်ျားလေးတွေများတော့ ချွေးထွက်များလို့ နေမှာပေါ့ဗျာ’ လို့ စကော့(တ်) က ပြောပါတယ်။ စကော့(တ်)တစ်ယောက် ဘာတွေ မကျေမနပ် ဖြစ်နေလဲ မသိပါဘူး။

‘ကျွန်မတို့ နေ့တိုင်းသန့်ရှင်းရေးလုပ်ရမယ်လေ။ အမျိုးသမီးတွေ လည်း ချွေးထွက်တာပါပဲ’ လို့ ဒိုင်ယာနာက ပြန်လည်ချေပပါတယ်။

အထက်က ပြောခဲ့တဲ့ Fit Time အားကစားခန်းမရဲ့ ဝန်ဆောင်မှု တွေက သူတို့အားကစားခန်းမကို ပြိုင်ဘက်တွေကြား ကွဲပြားခြားနားနေ အောင်လုပ်ထားတဲ့ မဟာဗျူဟာတွေပါပဲ။ သင်ဟာ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ အဖြစ်နိုင် ဆုံးနဲ့ အမြတ်အများနိုင်ဆုံး စားသုံးသူတွေကို ချိန်ရွယ်ပြီးပြီဆိုတာနဲ့ အဲဒီ စားသုံးသူတွေ အကြိုက်က ဘာလဲဆိုတာ ကိုသိရပါမယ်။ ပြီးတော့ သင့် ဖောက်သည်အကြိုက် အနီးစပ်ဆုံး အတတ်နိုင်ဆုံး တူညီအောင်ဝန်ဆောင်မှု ပေးရပါလိမ့်မယ်။ ထူးခြားနေဖို့အတွက် သင့်ရဲ့ အားကစားခန်းမကို အမျိုး သမီးသီးသန့်လို့ အမည်ပေးနိုင်ပါတယ်။ အမျိုးသမီးတွေ လာကစားကောင်း ကစားပါမယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်ဝန်ဆောင်မှုက အခြားပြိုင်ဘက်တွေနဲ့ ထူးခြား နားဆိုရင်တော့သူတို့ ကြာကြာနေမှာမဟုတ်ပါဘူး။ Gym တစ်ခုဟာ အခြား တစ်ခုထက်ပိုကောင်းဖို့ ဘယ်အရာကများ ဖန်တီးပေးတာပါလဲ။ ကောင်းပါ ပြီ၊ အဲဒါက သင်ဘယ်သူ့ကို မေးသလဲဆိုတဲ့အပေါ် မူတည်ပါတယ်။ ပြီး တော့ အဲဒီအချက်ကပဲ သူများနဲ့မတူ တစ်ခုကွဲပြားတဲ့ မဟာဗျူဟာကို သုံးတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေဟာ လူတွေအများကြီးထဲက သူတို့ချိန်ရွယ်တဲ့ စားသုံးသူအုပ်စုလေးတစ်ခုကိုသာ အာရုံစိုက်သလဲဆိုတာပါပဲ။ အဲဒီလိုပါပဲ အခု Fit Time ဥပမာမှာလည်း ဒိုင်ယာနာတစ်ယောက် အဲဒီမဟာဗျူဟာကို ကျင့်သုံးထားတယ်။ သူမအတွက် အားကစားလိုက်စားသူ အမျိုးသမီးတွေ ဟာ သူမစိတ်ဝင်စားတဲ့၊ သူမဝန်ဆောင်မှုပေးချင်တဲ့ စားသုံးသူအထူးအုပ်စု ပါပဲ။ အဲဒီတော့ သူမတည်ထောင်တဲ့ Fit Time Gym ကလည်း သန့်ရှင်းမှု တွေ၊ လုံခြုံစိတ်ချရမှုတွေ၊ များပြားတဲ့ ကာယလေ့ကျင့်မှုသင်တန်းတွေ၊ ကလေးထိန်းဝန်ဆောင်မှုစတဲ့ သူမရဲ့ အထူးစားသုံးသူတွေရဲ့ လိုအပ်ချက် မှန်သမျှကို ဖြည့်ဆည်းပေးရင်း အခြားအားကစားခန်းမတွေနဲ့ ယှဉ်ရင် သူမ ဆီကိုပဲ လာကစားဖို့ ရွေးချယ်အောင် ပြုလုပ်ထားပါတယ်။ အဲဒါက Fit Time ကို သူတို့ချိန်ရွယ်ရာ စားသုံးသူအုပ်စုတွေဆီက အမြတ်ရစေမယ့် အချက်ပါပဲ။

အခြားလုပ်ငန်းနဲ့ မတူ ကွဲထွက်နေတဲ့ မဟာဗျူဟာကိုသုံးတဲ့ လုပ်ငန်း တွေအဖို့ သတိပြုစရာတစ်ချက်ရှိပါတယ်။ အဲဒါကတော့ သူတို့ ချိန်ရွယ်ရာ စားသုံးသူတွေနဲ့ မဆိုင်တဲ့ဝန်ဆောင်မှုတွေ၊ ပစ္စည်းကိရိယာတွေဟာ

အလကားသက်သက် ဖြုန်းတီးတယ်ဆိုတာပါပဲ။ အခုကိစ္စမှာလဲ ဒီလိုပါပဲ။  
ဒိုင်ယာနာ့အတွက်ဆိုရင် ခေတ်ပေါ်အားကစားပစ္စည်းတွေဟာ လုပ်ငန်း  
ပိုက်ဆံကို သက်သက်ဖြုန်းတီးတာပါပဲ။

‘ကျွန်မဆီမှာရှိတဲ့ ကိရိယာတော်တော်များများက ဟောင်းနွမ်းနေကြ  
ပြီ။ တချို့ဟာတွေဆိုရင် ပြန်ပြင်ဖို့တောင် အပိုပစ္စည်းတွေ ရှာမရတော့ဘူး။  
ဒါပေမဲ့ အမျိုးသမီးတွေက ဂရုမစိုက်ကြပါဘူး။ ပြေးတဲ့စက်ဟာ လှုပ်ရှား  
နေသရွေ့ ပြေးတဲ့စက်ပါပဲ။ သူတို့အတွက် အဆင်ပြေပါတယ်’ လို့ ဒိုင်ယာနာ  
က ရှင်းပြပါတယ်။

ဒိုင်ယာနာရဲ့ အားကစားကိရိယာတွေအပေါ် အခုလို အာရုံမစိုက်  
ပုံမျိုးနဲ့သာ တခြားအားကစားခန်းမတွေလို ပုံမှန်စားသုံးသူတွေကို ချိန်ရွယ်မိ  
မယ်ဆိုရင် အောင်မြင်နိုင်မှာမဟုတ်ပါဘူး။ သူမ ပြောပါတယ်။ မြို့ထဲက  
သူမရဲ့ပြိုင်ဘက်တွေဟာ တစ်နှစ်တစ်ခါ အဲဒီ ပစ္စည်းကိရိယာတွေကို  
လဲလှယ်ဖို့ လုပ်လေ့ရှိတယ်။ ‘ကျွန်မရဲ့ ပစ္စည်းတွေကတော့ တကယ်ကို  
ဟောင်းနေပါပြီ’ လို့ ဒိုင်ယာနာက ဝန်ခံပါတယ်။

Gym နှစ်ခုက မတူညီတဲ့ဆုံးဖြတ်ချက်တွေနဲ့ လည်ပတ်နေကြတယ်။  
ဒါပေမဲ့ သူတို့ ဖောက်သည်တွေအတွက်တော့ သူတို့ ဆုံးဖြတ်ချက်တွေဟာ  
မှန်ကန် ပါတယ်။ စားသုံးသူတွေကွဲပြားရင် လုပ်ငန်းတွေလည်း ကွဲပြားရမှာ  
ပါပဲ။ Apple က ဒီဇိုင်းလှလှနဲ့ လူငယ်တွေ တီထွင်မှုကို ကြိုက်နှစ်သက်တဲ့  
လူတွေ ကို ဆွဲဆောင်ပေမဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအများစုကတော့ သူတို့နဲ့  
ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်တဲ့ပုံစံရှိတဲ့ Microsoft ကို ပိုပြီးနှစ်သက်ကြပါတယ်။ စားသုံး  
သူတွေဟာ သူတို့ရဲ့ ကြိုက်နှစ်သက်မှုအပေါ် အခြေခံပြီး ရွေးချယ်မယ်ဆိုရင်  
လုပ်ငန်းတိုင်း အောင်မြင်နိုင်ခြေရှိပါတယ်။ သူတို့ဖောက်သည်တွေကို ပျော်  
ရွှင်မှုပေးနိုင်လေလေ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေ အမြတ်များများရလေပါပဲ။

အဲဒါက ခွဲထွက်နေမှုဟာဈေးကွက်ထဲမှာ ဈေးနှုန်းထက်ကောင်းတဲ့  
ယှဉ်ပြိုင်ဖို့ ရွေးချယ်စရာလက်နက်တစ်ခုပါ။ ဖရန်ဖတ်မှာရှိတဲ့ အားကစား  
ခန်းမတွေအားလုံးဟာ တူညီတဲ့ဝန်ဆောင်မှု၊ တူညီတဲ့ကိရိယာတွေ၊ တူညီတဲ့  
သင်တန်းတွေ စသည်ဖြင့် အားလုံးတူနေခဲ့မယ်၊ တစ်ခုနဲ့ တစ်ခုမထူးခြား  
ဘူးဆိုရင် စားသုံးသူတွေဟာ ဈေးနှုန်းပေါ်ပဲမူတည်ပြီး ရွေးချယ်မှာ အသေ

အချာပါပဲ။ ဈေးနှုန်းအနည်းဆုံးအားကစားခန်းမမှာ လူတွေ ပြုတိုးနေတော့ မှာပေါ့။

ဒါပေမဲ့ Fit Time Gym ကတော့ အောင်မြင်စွာ ကွဲပြားနိုင်ခဲ့တယ်။ သူတို့ရဲ့ စားသုံးသူနဲ့ အပ်စပ်ပြီး တစ်မူထူးခြားတဲ့ အမျိုးသမီးသီးသန့် ဝန်ဆောင်မှုတွေကြောင့် အဲဒီမြို့က သူတို့ချိန်ရွယ်ရာ အမျိုးသမီးတွေကို ကောင်းကောင်းကြီး ဆွဲဆောင်ထားနိုင်ခဲ့တယ်။ ဘာဖြစ်လို့ဆို အမျိုးသမီး တစ်ယောက်ဟာ သူမနဲ့အသင့်တော်ဆုံး၊ သူမအကြိုက် အတွေ့ဆုံး အားကစားခန်းမကို တွေ့ရှိပြီးတာနဲ့ တခြားဆီ ပြောင်းဖို့စိတ်ကူးတော့မှာ မဟုတ်တော့ပါဘူး။ ဒိုင်ယာနာက အဲဒီအချက်ကို သူမ တစ်လတစ်ခါ အသင်းဝင်ကြေးကိုမြှင့်ဖို့ ဆုံးဖြတ်ပြီးတဲ့နောက် သိရှိခဲ့တယ်။ ‘ကျွန်မ ပထမတစ်နှစ်မှာ တစ်လကို နှစ်ဒေါ်လာစီပဲတိုးဖို့ တစ်ထိတ်ထိတ်နဲ့ ဆုံးဖြတ်ခဲ့တယ်။ ဘာလို့ဆို ကျွန်မအဲဒီအချိန်က သူတို့မပေးနိုင်တော့မှာ စိုးရိမ်တယ်လေ’လို့ ဒိုင်ယာနာက အတိတ်ကို ပြန်ပြောပြပါတယ်။ အဲဒီအချိန်က သူမရဲ့ ဝန်ဆောင်မှုဟာ စားသုံးသူတွေကို သစ္စာရှိရှိ တွယ်ကပ်အောင်စွမ်းဆောင်နိုင်မယ်လို့ သူမ အပြည့်အဝ မယုံကြည်ခဲ့ဘူး။ နောက်ပိုင်းတော့ သူမ စိုးရိမ်စရာမလိုမှန်း သိလာတယ်။ ‘ကျွန်မ ဒီအတောအတွင်းမှာ ဖောက်သည်နှစ်ယောက်ပဲ ဆုံးရှုံးခဲ့တယ်။ အဲဒီလူတွေကလည်း ဈေးကြောင့်ထွက်တာ မဟုတ်ဘူး’လို့ ပြောပါတယ်။

ရှင်းလင်းတိကျပြတ်သားစွာသတ်မှတ်ထားတဲ့ သူမ ချိန်ရွယ်ရာ စားသုံးသူ အမျိုးသမီးအုပ်စုအတွက် ဘယ်လိုအပိုဝန်ဆောင်မှုတွေ ထပ်ပေါင်းပေးနိုင်မလဲလို့ ဒိုင်ယာနာက အမြဲတမ်းစဉ်းစားနေပါတယ်။ ‘ကျွန်မမှာ တစ်ကိုယ်ရေဘဝတွက်တာ သင်တန်းတွေရှိတယ်။ လက်သည်း၊ ခြေသည်း အလှပြင်ခန်းမတွေရှိတယ်၊ အနှိပ်ဝန်ဆောင်မှုတွေရှိတယ်။ ချွေးထုတ်ခန်းတွေရှိတယ်။ အများကြီးပါပဲ’

အဲဒီ အပိုဝန်ဆောင်မှုတွေက သူမရဲ့ အားကစားခန်းမ အသင်းဝင်တွေအတွက် မရှိမဖြစ်တော့ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ အဲလိုဝန်ဆောင်မှုတွေ ရှိခြင်းက သူမရဲ့ဖောက်သည်တွေ လိုအပ်ချက်တွေအားလုံးကို တစ်နေရာတည်းမှာပဲ ပြီးပြည့်စုံအောင် ဖန်တီးပေးထားနိုင်ခြင်းဖြင့် လုပ်ငန်းရဲ့ အကျိုးအမြတ်

ကို တိုးတက်စေပါတယ်။ ဒိုင်ယာနာပြောတဲ့အတိုင်းဆိုရင် အောင်မြင်ဖို့ အဓိကအချက်က သူမပေးတဲ့ဝန်ဆောင်မှုတွေကို သူမ ဖောက်သည်အမျိုး သမီးတွေ စမ်းသပ်သုံးစွဲကြည့်ဖို့ ပါပဲ။

‘အမျိုးသမီးတစ်ယောက် အဲဒီအရှေ့တံခါးက ဝင်လာပြီး ဟော့ဒီ ကျွန်မတို့ စကားပြောနေတဲ့နေရာကိုဖြတ်လို့ အထဲကအားကစားခန်းမကို မြင်သွားပြီဆိုတာနဲ့ သူမဟာ ကျွန်မတို့ အသင်းဝင်တစ်ယောက်ဖြစ်ပြီဆိုတာ လုံးဝကို ယုံကြည်ပါတယ်’လို့ ပြိုင်ဘက်တွေကြားမှာ ကွဲပြားတဲ့ဝန်ဆောင်မှု တွေပေးနိုင်တဲ့ မဟာဗျူဟာကို အောင်မြင် စွာအသုံးချနိုင်ခဲ့သူ ဒိုင်ယာနာက ပြောပါတယ်။

\*

### မွန်တာနား၊ မစ်(စ်)ဆိုလာ

### မွန်တာနားဘဏ် (BANK OF MONTANA)

အကျိုးအမြတ်ရစေမယ့် ဟောက်သည်တွေကို ဆွဲဆောင်ပါ။

စရိတ်တက်စေတဲ့လူတွေနဲ့တော့ သပ်ကင်းကင်းနေပါ

ကျွန်တော်တို့ ကန်တာကီမှာအလုပ်ဖြစ်တဲ့ ကွဲပြားခြားနားရေး မဟာ ဗျူဟာအကြောင်း ဥပမာတစ်ခု တွေ့မြင်ခဲ့ပြီးပါပြီ။ မက်ဇိုဥပဒေသက ပြော တာကတော့ ဈေးကွက်အခြေအနေပေါ်မူတည်ပြီး မတူကွဲပြားတဲ့ အချိန်အခါ အမျိုးမျိုးမှာ ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတွေကို သူများနဲ့မတူအောင်လုပ်ဖို့၊ ထူးခြားဖို့ဆိုတာ နည်းလမ်းအမျိုးမျိုးကို အသုံးပြုလို့ ရပါတယ်လို့ ဆိုပါ တယ်။ အဲဒီအဆိုကို ပိုပြီးမြင်သာထင်သာရှိစေခဲ့တာက ကျွန်တော်တို့ သွား ရောက်လည်ပတ်ခဲ့တဲ့ ပြည်တွင်းကပဲ ပိုင်ဆိုင်ပြီး ဒေသတွင်း Transaction တွေကို အထူးပြုလုပ်ကိုင်တဲ့ Communityဘဏ်ရဲ့ အတွေ့အကြုံ တွေပါပဲ။ စတင်တည်ထောင်တာ သိပ်မကြာသေးတဲ့တစ်ခုနဲ့ တစ်ခု ၁၇၅မိုင် လောက်ကွာဝေးတဲ့ အဲဒီစီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှစ်ခုရဲ့ ဘဏ်အပ်ငွေဈေးကွက်မှာ ပြိုင်ဆိုင်ပုံတွေဟာ စိတ်ဝင်စားစရာကောင်းလှပါတယ်။ Retail Banking

ဆိုတာ စုငွေတွေ၊ ချေးငွေတွေ၊ တစ်ဦးချင်း ချေးငွေတွေ၊ အကြွေးဝယ်ခွင့် ကတ်တွေ၊ ငွေစုလက်မှတ်တွေနဲ့ ပတ်သက်ပြီး ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေး ဘဏ်တွေက ဖွင့်ထားတဲ့ဘဏ်ခွဲတွေမှာ တစ်ဦးချင်းဖောက်သည်တွေကို ဝန်ဆောင်မှုပေးတာပါ။ အဲဒီ ဈေးကွက်ဟာ အင်မတန်ကို အပြိုင်အဆိုင် များတဲ့ ဈေးကွက်ပါ။ အဲဒီဈေးကွက်မှာ ကြီးမားတဲ့ နိုင်ငံသားပိုင်အဖွဲ့အစည်း ကြီးတွေကပဲ ဈေးကွက်ဝေစုတွေကို တစ်နှစ်ပြီးတစ်နှစ်ရရှိဖို့ ကြိုးစား နေခဲ့ကြတာပါ။ ၁၉၈၀ အလယ်ပိုင်းကာလများက အင်စတီကျူးရှင်းပေါင်း ၁၇,၀၀၀ မှအရေအတွက်လျော့နည်းလာခဲ့သော်လည်း အခုအခါမှာလည်း ဘဏ်ပေါင်း ၆,၅၀၀ ကျော် ကျန်ရှိနေပါသေးတယ်။ သူတို့ဟာ သမားရိုးကျ ငွေချေးခြင်းနှင့် ငွေအပ်နှံလက်ခံခြင်းလုပ်ငန်းတွေကို လုပ်ဆောင်နေပြီး ပထဝီဝင်အနေအထားအရ ကန့်သတ်ချက်တွေ ရှိပါတယ်။ FDIC ရဲ့ အစီရင်ခံစာအရဆိုရင် အဲဒီ Community ဘဏ်တွေဟာ အသေးစား လုပ် ငန်းတွေကို ထုတ်ချေးတဲ့ငွေရဲ့ တစ်ဝက်ကျော်အရေအတွက်ကို ပိုင်ဆိုင် ထားကြပါတယ်။ အဲဒါကြောင့်ပဲ ကျွန်တော်တို့ ခရီးထွက်ခဲ့ကြတဲ့ လမ်းတစ် လျှောက်လုံးမှာရှိတဲ့ တွေ့ခဲ့ရတဲ့ လုပ်ငန်းတိုင်းက Community ဘဏ်တွေနဲ့ ဆက်ဆံရေးပြေလည်မှုဟာ အရေးကြီးပြီး တန်ဖိုးထားရတဲ့ အကြောင်း ကြားခဲ့ရပါတယ်။

နိုင်ငံတစ်ဝန်းလုံးမှာ Community ဘဏ်တွေနဲ့ ပတ်သက်ပြီး အရေ အတွက် လျော့ကျလာတဲ့အကြောင်းတွေ ကြားသိခဲ့ရတဲ့ ကျွန်တော်တို့ဟာ ပြိုင်ဆိုင်မှုပြင်းထန်တဲ့ အဲဒီဘဏ်ဈေးကွက်မှာ အခုမှစထောင်ခါစ ဘဏ်လေး တွေ ဘယ်လိုရှင်သန်နိုင်သလဲဆိုတာကို စိတ်ဝင်စားလှပါတယ်။ အတိုချုပ်ဆို ရမယ်ဆိုရင် သူတို့ရဲ့ အောင်မြင်မှုဟာ ကွဲပြားခြားနားစွာ ရပ်တည်နိုင်မှုပေါ် မှာပဲ မူတည်ပါတယ်။ အဲဒီအချက်က မစ်(စ်)ဆိုလာ မြို့လယ်ကောင်မှာ မွန်တာနားဘဏ်ကို ရှာဖွေသွားရောက်ခဲ့တဲ့အခါမှာ ပိုပြီး ရှင်းလင်းလာခဲ့ပါ တယ်။ မြို့လယ်ကောင်က အထပ်မြင့်အဆောက်အဦတစ်ခုမှာရှိမယ်ဆိုတာ မှန်းဆကြည့်လို့ လွယ်ပါတယ်။ ကိုးထပ်ရှိတဲ့ ဘဏ်အဆောက်အဦရဲ့ ဝင်ပေါက်ဝမှာတော့ ဆိုင်းဘုတ်သေးသေးလေးသာ အံ့ဩဖွယ်တွေ့ရပါ တယ်။ ကျွန်တော်တို့ ဧည့်ကြိုခန်းမကိုရောက်တော့ တွေ့ဖူးသမျှထဲမှာ