



အလွယ်ကူဆုံး
ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေး
နည်းဗျူဟာများ
အောင်စည်သာ



E00004

1,300.00 KS

မျက်နှာပုံးနှင့်အတွင်း	• အော်ပီကျယ်
ထုတ်ဝေသူ	• ဦးစန်းဦး(မြ-၀၃၇၂၃)၊ • စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ၊ ၇၅၊ ၁၆၄ လမ်းတောမွှေး။
ပုံနှိပ်သူ	• ဒေါ်ဝင်းမာ(မြ-၀၉၇၃၃)၊ စိတ်ကူးချိုချို • ၁၁၇၉၊ မစိုးရိမ်လမ်း၊ ရန်ကင်း။
စာအုပ်ချုပ်	• ဦးမြင့်၊ ညီဝင်းမြင့်

ပထမအကြိမ်၊ ဆုမိဂရ ၅၅၀၊ ၂၀၁၃၊ ဝက်စတင်အာဂလ

အောင်စည်သာ

အလွယ်ကူဆုံးဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေးနည်းဗျူဟာများ/

အောင်စည်သာ ။ - ရန်ကုန်။

စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ၊ ၂၀၁၃။

စာမျက်နှာ မျက်နှာ၊

၁၃ .၂ စင်တီx ၂၀ .၅ စင်တီ

(၁) အလွယ်ကူဆုံးဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေးနည်းဗျူဟာများ



မာတိကာ

၁။ သင့်ထုတ်ကုန်ကို အရင်ဆုံး မြည်းစမ်းစေပါ။	၂
၂။ အခြားသူကို ပြန်ပြောရလောက်အောင် ဝန်ဆောင်မှုပေးပါ။	၄
၃။ အတူတကွ ဆုံးဖြတ်ကြပါ။	၆
၄။ စားသုံးသူတွေရဲ့အညှာကို ကိုင်မိပါစေ။	၈
၅။ စာပို့ကြော်ငြာများမှာ လက်ဆောင်လေးတစ်ခုထည့်ပေးပါ။	၁၀
၆။ မအောင်မြင်တဲ့ထုပ်ပိုးမှုပုံစံကို ဖက်တွယ်မနေပါနဲ့။	၁၂
၇။ အဓိက အချက်ကို ကိုင်မိပါစေ။	၁၄
၈။ စားသုံးသူပေးရတာထက်ပိုတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုပေးပါ။	၁၆
၉။ တစ်ခုခု ထူးခြားအောင်ပြုလုပ်ပါ။	၁၈
၁၀။ စားသုံးသူကို လေးစားပါ။	၂၀
၁၁။ ဝန်ထမ်းတွေကို လုပ်ပိုင်ခွင့်ပေးပါ။	၂၂
၁၂။ လူမြင်သာတဲ့နေရာတွေမှာ ကြော်ငြာပါ။	၂၄
၁၃။ စားသုံးသူကို ရွေးချယ်ပါ။	၂၆
၁၄။ သင့်ရဲ့ကုန်ပစ္စည်းကို အသုံးပြုရတာ အဆင်ပြေပါစေ။	၂၈
၁၅။ ကုန်ပစ္စည်းရဲ့ အခြေအနေအရ မိမိရဲ့ ရည်မှန်းထားတဲ့ ဈေးကွက်ကို ပြောင်းလဲပစ်ပါ။	၃၀

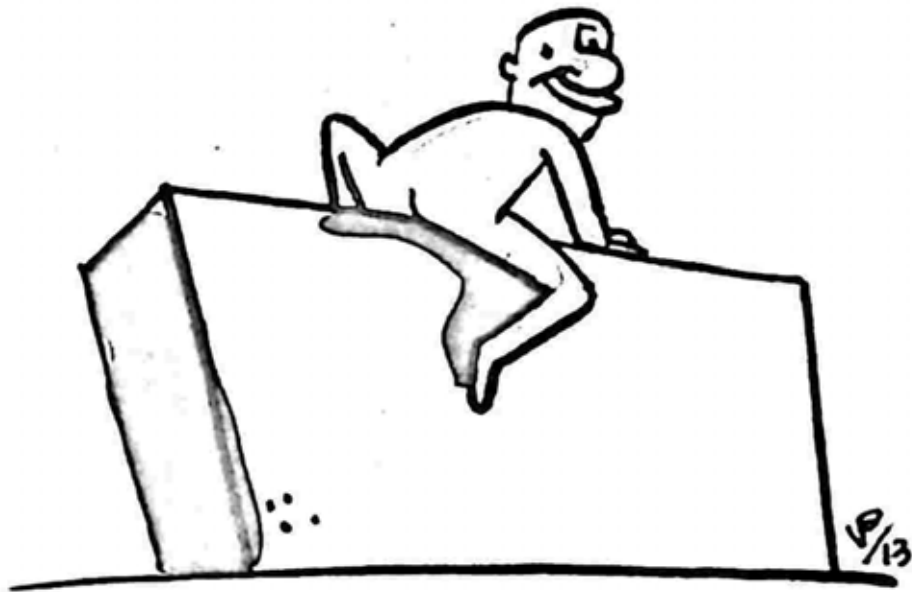
၁၆။ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ကို မြှင့်တင်ပါ။	၃၂
၁၇။ တစ်သမတ်တည်း ရှိပါစေ။	၃၄
၁၈။ ဝယ်သူတွေကို ဝယ်နိုင်အောင် လုပ်ပေးပါ။	၃၆
၁၉။ ဖောက်သည်တွေကို စောင့်ဆိုင်းခိုင်းပါ။	၃၈
၂၀။ ထုပ်ပိုးမှုနဲ့ ဆွဲဆောင်ပါ။	၄၀
၂၁။ အဓိကအချက်က ရည်ညွှန်းချက်ပါ။	၄၂
၂၂။ အစီအစဉ်တွေကို စီမံပါ သို့မဟုတ် စပွန်ဆာပေး ထောက်ပံ့ပါ။	၄၄
၂၃။ မားကက်တင်းဘတ်ဂျက်ကို တစ်ခါတည်း သုံးမပစ်ပါနဲ့။	၄၆
၂၄။ စားသုံးသူအထူးပြု ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေး နည်းဗျူဟာကို အသုံးပြုပါ။	၄၈
၂၅။ သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို စားသုံးသူ ဘယ်လို အသုံးချသလဲ၊ စုံစမ်းပါ။	၅၀
၂၆။ ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ သင့်တော်တဲ့တန်ဖိုးသာ သတ်မှတ်ပါ။	၅၂
၂၇။ Fan Club တွေ ဖွဲ့ပေးပါ။	၅၄
၂၈။ ဖောက်သည်အား နှောင့်ယှက်ခြင်းမှ ရှောင်ကြဉ်ပါ။	၅၆
၂၉။ ပြိုင်ဘက်ကို ဂရုစိုက်ပါ။ သင်ယူပါ။	၅၈
၃၀။ မတူညီတဲ့ဈေးကွက်အတွက် အမှတ်တံဆိပ်ကို ခွဲခြားအသုံးပြုပါ။	၆၀
၃၁။ သတင်းစကားကို စီမံခန့်ခွဲပါ။	၆၂
၃၂။ ချမ်းသာမှုတွေကို ဝေမျှပါ။	၆၄
၃၃။ သေးသေးပဲ ရွေးပါ။	၆၆
၃၄။ သင့်ဖောက်သည်ကို ပျော်ရွှင်ပါစေ။	၆၈
၃၅။ တတိယ ရွေးချယ်စရာတစ်ခုတော့ပေးပါ။	၇၀
၃၆။ Social Network တွေကို မမေ့ပါနဲ့။	၇၂
၃၇။ ကတိတွေ လျှော့ပေးပါလား။	၇၄

၃၈။ စမ်းသုံးပြီးမှ လိုက်ပြင်တဲ့စနစ်ကို စွန့်လွှတ်သင့်နေပါပြီ။	၇၆
၃၉။ တိုက်ရိုက် မားကက်တင်း (Direct Marketing)	၇၈
၄၀။ တွန်းရောင်းမှာလား၊ ဆွဲရောင်းမှာလား။	၈၀
၄၁။ Buy 2 Get 1 ဆိုတိုင်း မကောင်းပါဘူး။	၈၂
၄၂။ Sponsor	၈၄
၄၃။ စဉ်ဆက်မပြတ်လေ့လာပါ။	၈၆
၄၄။ စာရွက်များများ သုံးပါ။	၈၈
၄၅။ စစ်တမ်းဆိုတိုင်း ပစ်မယ့်ပါနဲ့။	၉၀
၄၆။ ဒီဂျစ်တယ် မီဒီယာအသစ်တွေ ပေါ်ပေါက်လာခြင်း။	၉၂
၄၇။ သတင်းအချက်အလက်အထူးပြု ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေး တွင်ကျယ်လာခြင်း။	၉၄
၄၈။ ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေးကို ကမ္ဘာကြည့်ကြည့်မြင်လာခြင်း။	၉၆
၄၉။ တစ်ဦးတစ်ယောက်ချင်းကို ဦးတည်သော ကြော်ငြာစနစ် ထွန်းကားလာခြင်း။	၉၈
၅၀။ သတင်းအချက်အလက်စီးဝင်စေခြင်း နည်းစနစ်ပြောင်းလာခြင်း။	၁၀၀



mgyc.com

mgyc.com



အလွယ်ကူဆုံး
ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေး
နည်းဗျူဟာများ



အောင်စည်သာ

Great Marketing Ideas



V/13

1

သင့်ထုတ်ကုန်ကို အရင်ဆုံး မြည်းစမ်းစေပါ။

ဒီနည်းလမ်းဟာ သင့်ရဲ့ထုတ်ကုန် (Product) အသစ်ထုတ်လုပ်မှုကို ပြိုင်ဘက်တွေက ကြိုတင်သိရှိသွားနိုင်ခြင်း စတဲ့ အားနည်းချက် အနည်းငယ်ရှိပေမယ့် စားသုံးသူများရဲ့အကြိုက်ကို လေ့လာနိုင်မှုနဲ့ ထုတ်ကုန်ကို စားသုံးသူအကြိုက် ပြန်လည်ပြင်ဆင်ပြီး ထုတ်လုပ်နိုင်တာမို့ ရောင်းရမှာသေချာတဲ့အတွက် အကောင်းဆုံး ဈေးကွက်ထိုးဖောက်နည်းတစ်ခုပါပဲ။





၁၃/၁၃

2

အခြားသူကို ပြန်ပြောရလောက်အောင် ဝန်ဆောင်မှုပေးပါ။

ဒီအကြံဉာဏ်ဟာ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတွေက ရရှိလာတာပါ။ သင့်ရဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေကို စားသုံးသူတွေအတွက် ပါးစပ်ဖျားက မချ ချင်လောက်အောင် ဆောင်ရွက်ပေးပါ။ သို့မှသာ သူတို့မှတစ်ဆင့် သူတို့မိတ်ဆွေတွေ၊ သူတို့မိတ်ဆွေတွေမှတစ်ဆင့် အခြားမိတ်ဆွေတွေ ဆီ သတင်းပျံ့နှံ့သွားပြီး သင့်လုပ်ငန်းအနေနဲ့ ဈေးကွက်မှာ ဖောက် သည် များများရအောင် သင် ထိုးဖောက်နိုင်မှာဖြစ်တဲ့အတွက် ယခု အကြံဉာဏ်ဟာလည်း အကောင်းဆုံးထဲက တစ်ခုပါပဲ။





3

အတူတကွ ဆုံးဖြတ်ကြပါ။

ယခု အကြံဉာဏ်ကတော့ စားသုံးသူနဲ့ တိုက်ရိုက်မထိတွေ့ခင် ဘယ်လိုနည်းလမ်းနဲ့ ထိုးဖောက်မလဲဆိုတဲ့ ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းနဲ့ သက်ဆိုင်ပါတယ်။ စစ်တမ်းများအရ တစ်ယောက်တည်း ဆုံးဖြတ်တာနဲ့ စာရင် မိမိရဲ့ လက်အောက်ဝန်ထမ်းတွေဆီက အကြံဉာဏ်ကို စုပေါင်းရယူပြီး ဆောင်ရွက်လိုက်တာဟာ ပိုပြီးအောင်မြင်တယ်လို့ ဆိုပါတယ်။ ဝန်ထမ်းတွေဟာ စားသုံးသူတွေနဲ့ တိုက်ရိုက် ဆက်ဆံနေရသူတွေမို့ သူတို့ဟာ စားသုံးသူအကြိုက်ကို တစ်ခါတစ်ရံ မိမိထက် ပိုသိနေတတ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ဆုံးဖြတ်ချက်များကို အုပ်စုဖွဲ့ပြီး ဆွေးနွေးတိုင်ပင် ဆုံးဖြတ်ခြင်းဟာလည်း ကောင်းသော မားကက်တင်း အကြံဉာဏ်တစ်ခုပါပဲ။





4

စားသုံးသူတွေရဲ့ အညှာကို ကိုင်မိပါစေ။

ဒီနည်းလမ်းဟာ လက်ရှိ နိုင်ငံခြားမှာ စာအုပ်ထုတ်ဝေသူတွေ၊ အထူးသဖြင့် သင်ကြားရေးနဲ့ပတ်သက်တဲ့ ထုတ်ဝေသူတွေက အကြံပြုထားတာပါ။ သင်ဟာ စားသုံးသူတစ်ဦးကို ဆွဲဆောင်ခြင်းဖြင့် သင့်အတွက် ဖောက်သည်အများအပြား ရရှိစေတဲ့ နည်းလမ်းဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာအားဖြင့် ဆရာတစ်ယောက်ကို စာအုပ်လက်ဆောင်ပေးခြင်းဖြင့် ထိုစာအုပ်ကောင်းလျှင် ဆရာက တပည့်ကို လမ်းညွှန်ပေးနိုင်ပါတယ်။ ဒါ့အပြင် တခြားသော ကုန်ပစ္စည်းတွေကိုလည်း သင့်ရဲ့ဖောက်သည်များက သူတို့ အတုယူ၊ အားကျသော(သို့) ဩဇာရှိသော လူတစ်ယောက်လို လိုက်ပြီး သုံးစွဲကြမှာ မလွဲပါဘူး။





5

စာပို့ကြော်ငြာများမှာ လက်ဆောင်လေးတစ်ခု ထည့်ပေးပါ။

စာပို့ကြော်ငြာခြင်းကို မားကက်တင်းအများစုက မနှစ်သက် တတ်ကြပါဘူး။ လူတွေဟာ အများအားဖြင့် စာတိုက်မှ လက်ခံရရှိ တဲ့ ကြော်ငြာတွေကို မဖတ်ဖြစ်တာ များလို့ပါ။ တကယ်လို့ သင်ဟာ စာအိတ်အတွင်းမှာ လက်ဆောင်လေးတစ်ခု ထည့်ပေးနိုင်မယ်ဆိုရင် သင့်အတွက် အဖြေဟာ ထူးခြားလာမှာပါ။ ထို့သို့ လက်ဆောင်ပစ္စည်း လေး ထည့်ပေးခြင်းဖြင့် လက်ဆောင်ပစ္စည်းကို စိတ်ဝင်စားခြင်းနဲ့အတူ သင့်ပစ္စည်းကို စိတ်ဝင်စားမှုတွေ ကူးစက်လာမှာပါ။ ဒါ့အပြင် သင့်ရဲ့ လက်ဆောင်ပစ္စည်းမှာ သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတံဆိပ် ရိုက်နှိပ်ထားခြင်း ဖြင့် သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို တကယ်မဝယ်တောင်မှ လက်ဆောင်ပစ္စည်း အသုံးပြုတိုင်း သင့်ကို ကြော်ငြာပေးနေတယ်လို့ မှတ်ပါ။



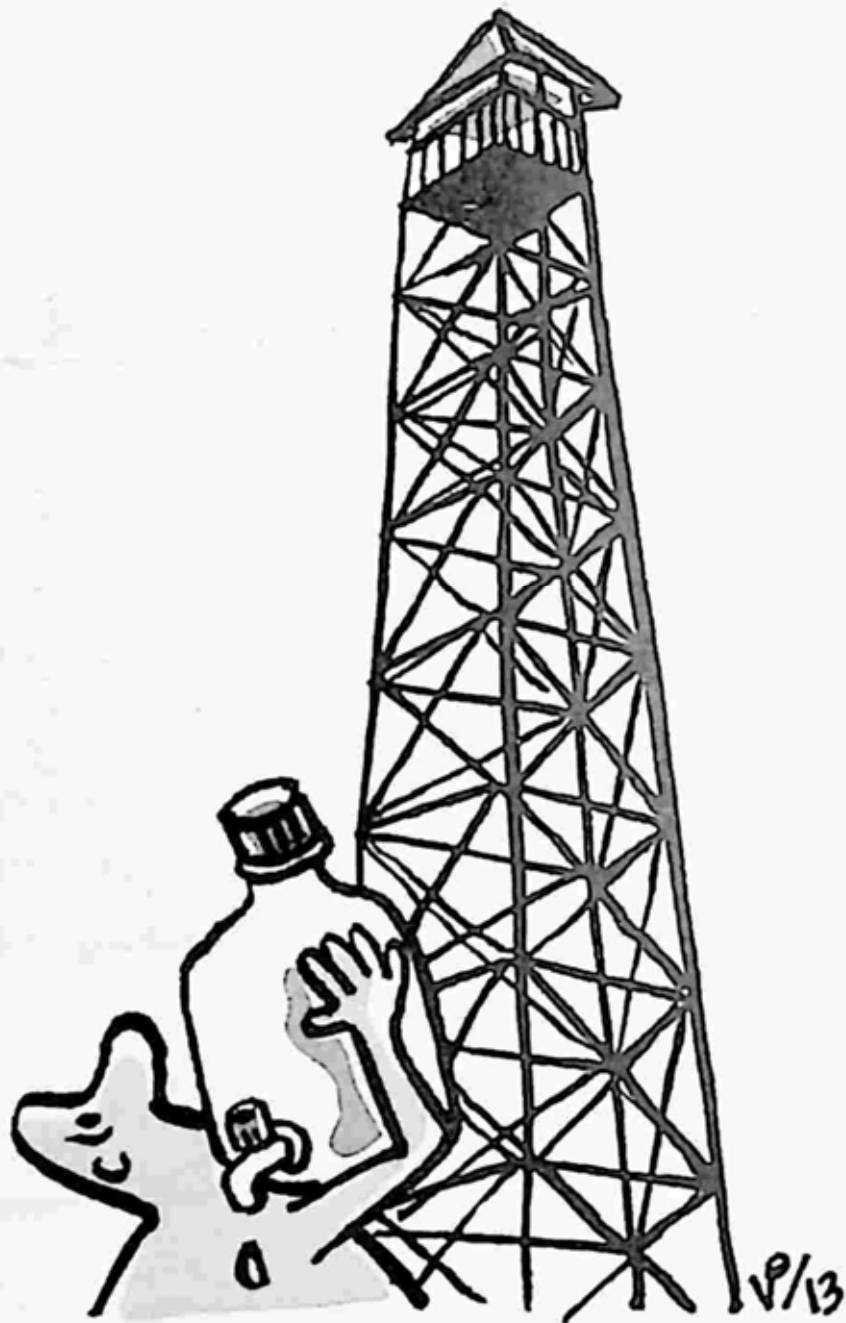


6

မအောင်မြင်တဲ့ ထုပ်ပိုးမှုပုံစံကို ဖက်တွယ်မနေပါနဲ့။

စားသုံးသူရဲ့ အကြီးအကဲဟာ အမြဲပြောင်းလဲနေပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ထုပ်ပိုးမှုပုံစံ (packing) ဟာ အမြဲတမ်း တစ်ပုံစံတည်း ဖြစ်မနေသင့်ဘူး။ ဒါကြောင့် စားသုံးသူက ထုပ်ပိုးမှုပုံစံကို မကြိုက်တော့လို့ ရောင်းအားကျပြီဆိုရင် ချက်ချင်း ပြောင်းပစ်ပါ။ စားသုံးသူတွေကို အသစ်အသစ်သော ထုပ်ပိုးမှုတွေက ဆွဲဆောင်နိုင်တာမို့ သင့်ကုန်ပစ္စည်းရဲ့အရောင်းကို ပြန်လည် မြှင့်တက်စေမှာပါ။ သင့်ပစ္စည်းဟာ စားသုံးသူ ဘယ်လောက်ကြိုက်ပါစေ ထုပ်ပိုးတဲ့ပုံစံက တစ်သမတ်တည်း ဖြစ်နေရင်တော့ ရိုးအီလာမှာမို့ အရည်အသွေး (quality) ကိုသာမက ထုပ်ပိုးမှုကိုပါ ဂရုစိုက်ပါ။





7

အဓိက အချက်ကို ကိုင်မိပါစေ။

တစ်ခါတစ်ရံမှာ ကျွန်တော်တို့ ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေးသမားတွေဟာ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ နောက်ဆုံးစားသုံးသူထံကို အရောက်သွားဖို့ ခက်ခဲတတ်ပါတယ်။ ဒါ့ကြောင့် ကျွန်တော်တို့ဟာ အဓိကစားသုံးသူတွေကို ရှာဖွေကြည့်ရပါလိမ့်မယ်။ ဒီအကြံဉာဏ်ဟာ စားသုံးသူတွေနဲ့စိမ်းနေတဲ့ ထုတ်ကုန်တွေအဖို့ ပိုသင့်တော်ပါတယ်။ ဥပမာအားဖြင့် ရေသန့်ပစ္စည်းအသစ်ဟာ သူ့ရဲ့ စားသုံးသူတွေအားလုံးကို အကြိုက်ပြောင်းလာအောင် မဆွဲဆောင်နိုင်ပါဘူး။ ဒါ့ကြောင့် သူဟာ ဆိုင်တွေကို ဆွဲဆောင်ရပါလိမ့်မယ်။ ရေသန့်ဆိုတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းဟာ တစ်ခုနဲ့တစ်ခု မထူးခြားတဲ့အတွက် ရောင်းတဲ့ဟာကို လူတွေက အလွယ်တကူ ဝယ်သောက်ကြမှာပါပဲ။ ဒါ့ကြောင့် အဓိကဆိုင်ကို ဖြန့်နိုင်ပါစေ။





8

စားသုံးသူပေးရတာထက်ပိုတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုပေးပါ။

သင့်ရဲ့ကုန်ပစ္စည်းကို စားသုံးသူတွေပေးရတဲ့ တန်ဖိုးထက်ပိုပြီး တန်အောင် တန်ဖိုးအချို့ ပေါင်းထည့်သင့်ပါတယ်။ ဒါမှသာ ထို ပေါင်းထည့်မှုဟာ စားသုံးသူတွေကို ဆွဲဆောင်နိုင်ပြီး သင့်လုပ်ငန်း အရောင်းသွက်လာမှာပါ။ အနည်းငယ်သော ပေါင်းထည့်မှုတောင်မှ စားသုံးသူ စိတ်ဝင်စားမှုကို အခြားလုပ်ငန်းက ထုတ်ကုန်ထက်စာရင် သင့်ထုတ်ကုန်က ပိုရမှာပါ။

[ဥပမာ - စားသောက်ဆိုင်တွေက စင်တင်တေးဂီတနဲ့ ဆွဲဆောင်မှုမျိုးပါ။ ဒါ့ကြောင့် သင့်ပစ္စည်းမှာ တန်ဖိုးတချို့ ပေါင်းထည့်နိုင်ပါစေ။]





9

တစ်ခုခု ထူးခြားအောင်ပြုလုပ်ပါ။

လုပ်ငန်းတစ်ခု လုပ်ပြီးဆိုလျှင် အပြိုင်အဆိုင်တွေက ပေါ်လာ တတ်ပါတယ်။ ဒီအကြံဉာဏ်ဟာ စားသုံးသူအသစ်ကို ဆွဲဆောင်တာ တင်မက စားသုံးသူအဟောင်းကိုပါ အခြားပြိုင်ဘက်ဆီ ထွက်မသွား အောင် ထိန်းထားနိုင်တဲ့ အကြံဉာဏ်ကောင်းတစ်ခုပါ။ သင့်လုပ်ငန်း ကို ကြော်ငြာရာမှာဖြစ်ဖြစ်၊ ထုပ်ပိုးမှုမှာဖြစ်ဖြစ် သူတစ်ပါးထက် တစ်ပန်းသာနေဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ ထူးခြားနေဖို့ လိုပါတယ်။ ကြော်ငြာ ရာမှာ ထူးခြားနေတယ်ဆိုရင် သင့်လုပ်ငန်းကြော်ငြာကို လူတွေ ပို စိတ်ဝင်စားလာမှာဖြစ်သလို သင့်ထုတ်ကုန်ကို တစ်မှုထူးခြားစွာ ထုပ် ပိုးထားတယ်ဆိုရင် စားသုံးသူကို ပိုပြီးဆွဲဆောင်နိုင်မှာပါပဲ။ ဒါ့ကြောင့် သင့်ပစ္စည်းက သူများပစ္စည်းထက် ထူးခြားနေအောင် အမြဲတမ်း ဂရု စိုက် နေသင့်ပါတယ်။





10

စားသုံးသူကို လေးစားပါ။

ဒီအကြံဉာဏ်ဟာ ကြီးကြီးငယ်ငယ် ဘယ်ကုမ္ပဏီမဆို လိုက်နာ စောင့်ထိန်းသင့်တဲ့ အရေးကြီးတကယ့်အကြီးဆုံး အကြံဉာဏ်ပါပဲ။ သင်ဟာ စားသုံးသူကို လေးစားရင် သင့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ကိုလည်း စားသုံးသူက ပြန်ပြီး လေးစားလာမှာပါပဲ။ စားသုံးသူက သင့်ရဲ့အလေးထားမှုကို အသိအမှတ်ပြုပြီးပါက သင့်ရဲ့ကုန်ပစ္စည်းဟာ တခြား စားသုံးသူအသစ်တွေ ရောက်လာဖို့ မခက်ခဲတော့ပါဘူး။ ဘာဖြစ်လို့လဲဆိုတော့ စားသုံးသူတွေဟာ ကိုယ့်ကို လေးစားမှုရှိတဲ့ ကုမ္ပဏီက ထုတ်တဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို ပိုဝယ်ချင်တာ သဘာဝပါပဲ။ ဒါ့ကြောင့် စားသုံးသူတွေ လိုသမျှကို ဖြည့်ဆည်းပေးဖို့ ပြင်ဆင်ပါ။ သင့်ရဲ့ စားသုံးသူကို လေးစားပါ။ သို့မှသာ သင် ဖောက်သည်အသစ်တွေ ရရှိလာမှာ ဖြစ်ပါတယ်။





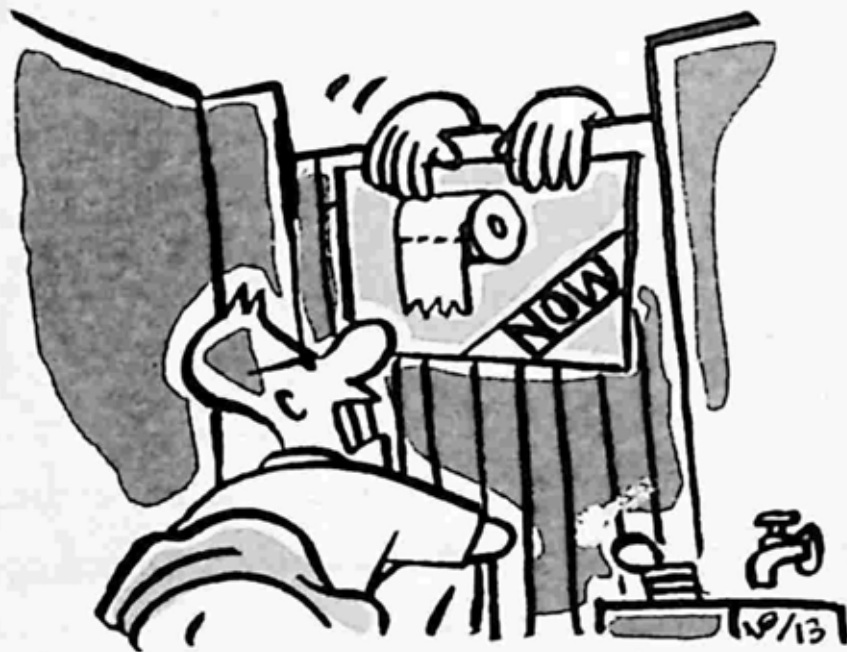
11

ဝန်ထမ်းတွေကို လုပ်ပိုင်ခွင့်ပေးပါ။

စားသုံးသူတွေကို ဝန်ဆောင်မှုပေးရာမှာ စားသုံးသူတွေ ကျေနပ်ဖို့ လိုပါတယ်။ ဝန်ထမ်းတွေဟာ တစ်ခါတစ်ရံ ဝန်ဆောင်မှုပေးရာမှာ ပြဿနာလေးတွေကို တွေ့နေရပြီး ပြဿနာတွေကို ချက်ချင်း မဖြေရှင်းပေးနိုင်တဲ့အခါ စားသုံးသူရဲ့ငြိုငြင်မှုကို ခံရတတ်ပါတယ်။ အထူးသဖြင့် ဆံပင်ညှပ်ဆိုင်၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်း စသည်ဖြင့်ပေါ့။

ဥပမာ - ခရီးသွားလာနေရင်း ခရီးသည်က ပြဿနာတစ်ခု ဖြစ်လာရင် ဧည့်လမ်းညွှန်လိုဝန်ထမ်းတွေကို ပြဿနာဖြေရှင်းခွင့် ပေးမထားရင် အဆင့်ဆင့် သတင်းပို့နေတဲ့အချိန်တွေကြာပြီး ခရီးသည် စိတ်ပျက်သွားနိုင်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် လတ်တလော ဖြေရှင်းမှ ဖြစ်မယ့် ပြဿနာတွေအတွက်သာမက ဝန်ထမ်းတွေရဲ့ အလုပ် လုပ်ချင်စိတ်ကို မြှင့်တင်ပေးဖို့အတွက် သူတို့ရဲ့ရာထူးအလိုက် လုပ်ပိုင်ခွင့် လေးတွေ ပေးထားသင့်ပါတယ်။





12

လူမြင်သာတဲ့နေရာတွေမှာ ကြော်ငြာပါ။

စားသုံးသူအများစုဟာ ကြော်ငြာဆိုတာနဲ့ စိတ်ပျက်လေ့ရှိပါတယ်။ အဲဒါကြောင့် တီဗွီအစီအစဉ်တွေကြားက ကြော်ငြာတွေလာတဲ့အချိန်ဆို တီဗွီကို ပိတ်ထားတတ်တာပေါ့။ အဲဒီတော့ ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေးသမားအများစုက လူတွေ မကြည့်ဘဲ မနေနိုင်တဲ့နေရာတွေကို ဈေးကြီးကြီးပေးပြီး ကြော်ငြာလေ့ရှိပါတယ်။ ဥပမာ - လမ်းဆုံ လမ်းခွမှာ ကြော်ငြာဘုတ် ထောင်ထားခြင်းအားဖြင့် လူစိတ်ဝင်စားမှု အနည်းနဲ့အများ ရတတ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် လူမြင်သာတဲ့ မကြည့်ဘဲ မနေနိုင်တဲ့ မရှောင်နိုင်တဲ့ နေရာတွေမှာ ကြော်ငြာပါ။

