



HERBERT N. CASSON

သင်္လုပ်ငန်းအတွက်

ကြော်ငြာစီမံမှု

စွမ်းဆောင်ရည်

ပမိုး

မြန်မာပြန်

ကလေးအတွက်

သင့်လုပ်ငန်းအတွက်
သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာဟာ ထိရောက်ပါရဲ့လား-

သင့်လုပ်ငန်းအတွက်
သင့်ရဲ့ စီမံမှုဟာ အချောမွေ့ဆုံး လည်ပတ်စေနိုင်ပါသလား-

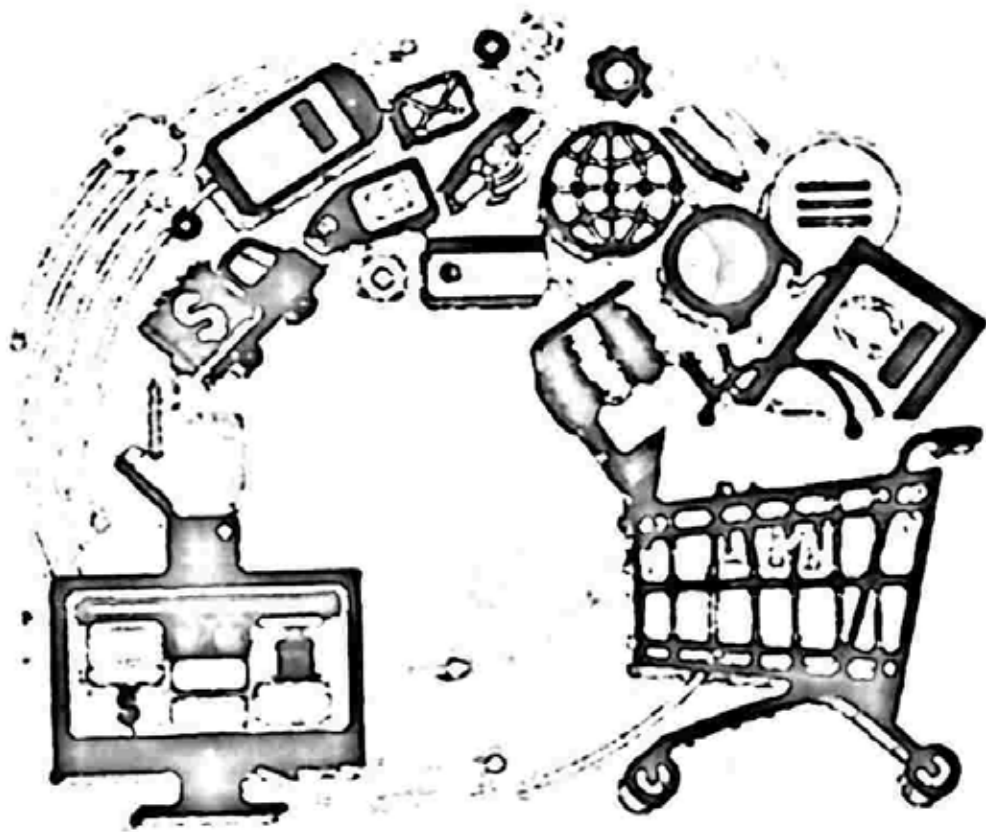
သင့်လုပ်ငန်းအတွက်
သင့်စွမ်းဆောင်ရည် မြင့်မားဖို့
သင်ဘာတွေ ဂရုစိုက်ပြင်ဆင်သင့်ပါသလဲ



mgyoe.com

ထုတ်ဝေသူ - ဒေါ်အိဝတ်ရည်ထွန်း၊ ဂျူတီစာပေ(၀၂၀၇၇)၊
 အမှတ်(၄၉၉)၊ ဓမ္မာရုံလမ်း၊ (၁၀)ရပ်ကွက်၊ လှိုင်မြို့နယ်။
 ပုံနှိပ်သူ - ဦးသန်းဌေးဇော်၊ သိန်းသန်းဇော်ပုံနှိပ်တိုက်(၀၀၁၀၁)၊
 ၃၁ လမ်း၊ ပန်းဘဲတန်းမြို့နယ်။

တတိယအကြိမ်၊ အုပ်ရေ ၅၀၀၊ ၂၀၂၅၊ မတ်လ။





မာတိကာ

၁။ ကြော်ငြာ (Advertising)	၁
၂။ စီမံခန့်ခွဲမှု (Management)	၂၆
၃။ သောင်းပြောင်းထွေလာ မှတ်စရာ (MIXED GEMS)	၆၃
၄။ စွမ်းဆောင်ရည် (Efficiency)	၈၀



သင့်လုပ်ငန်းအတွက်

HERBERT N CASSON

ဗမိုး

ကြော်ငြာ Advertising

အစဉ်အလာ တစ္ဆေ

တစ္ဆေခြောက်ခံနေရသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများစွာကို ကျွန်ုပ် တွေ့ရဖူးသည်။ မကြာခဏပင် ထိုတစ္ဆေများသည် တံခါးဝမှရပ်နေပြီး ကျွန်ုပ်ကို မောင်းထုတ်သည်။

သည်တစ္ဆေတွေ မြို့တိုင်းမှာရှိသည်။ တစ္ဆေအချို့ရဲ့အမည်တွေကတော့ . . .

“ဒီလိုပဲ အမြဲလုပ်ခဲ့ကြတာပါပဲ”

“ကြော်ငြာလို့ အကျိုးမထူးပါဘူး”

“စွမ်းဆောင်ရည်ဆိုတာ လေပူတွေပါ”

“ဘာတတ်နိုင်မှာလဲ”

“စာဖတ်ဖို့ အချိန်မရှိဘူး”

“ပစ္စည်းကောင်းရင် ရောင်းကောင်းမှာပဲ”

I have seen plenty of business that were haunted by ghosts. Many a time they have stood at the door and kept me out.

These ghosts are in every town. The names of some of them are;

"We have always done it this way."

"Advertising dosen't pay."

"Efficiency is all hot air.

"It can't be done."

"No time to read," and

"Good things sell themselves."

ခေါင်းစည်းရဲ့ ခွန်အားကို ရယူပါ

ကြော်ငြာရဲ့ အခက်ခဲဆုံးအပိုင်းက ခေါင်းစည်း
ပါ။ ဒါကြောင့် ကြော်ငြာကောင်းတွေ နည်းနေတာ
ပါ။

ခေါင်းစည်းရဲ့ ရည်ရွယ်ချက်က မြင်ကြည့်သူကို ဖမ်းစား၊ စိတ်ဝင်စားမှုကို ဖန်တီးပြီး ကြော်ငြာတစ်ခုလုံး ဖတ်ချင်လာအောင်လုပ်ဖို့ပါ။

The hardest part of an advertisement to write is the headline. That is why there are so few good ones. The purpose of a headline is to catch the eye, create interest, and persuade people to read the whole advertisement.

လွယ်ကူမှုကို ရယူပါ

အရောင်းသမားများ မမေ့အပ်တာ ရှိသည်။ ကြော်ငြာသည် အရောင်းလွယ်ကူစေသည်။ ကြို တင်၍ လမ်းကြောင်းပေးထားသည်။

Salemen should not forget that advertising makes selling easier. It does the preparatory work.

စူးစမ်းမှုကို ရယူပါ

လူတွေရဲ့ စူးစမ်းမှုကို ရအောင်လုပ်ယူရ တာဟာ လွယ်ကူပြီး ထိရောက်တဲ့နည်းတစ်ခုပါ။

တကယ်တော့ ဝယ်နိုင်ချေရှိသူတွေဆီက အဲဒီလို စူးစမ်းမှုတွေရအောင် လုပ်နိုင်တာကိုက အမြတ်အစွန်း ဖြစ်စေနိုင်တဲ့ ကြော်ငြာအတတ်ပညာတစ်ခုပါပဲ။

To get enquires is a cheap trick.

The real, profitable skill in advertising is to get them from people who are likely to buy.

တစ်ဆင့်ပြီးတစ်ဆင့် ရယူပါ

ပစ္စည်းတစ်ခုခု ဒါမှမဟုတ် လူတစ်ယောက် ယောက် ကျော်ကြားလာဖို့မှာ ထပ်ကာထပ်ကာ ကြော်ငြာခြင်းဖြစ်၏။

သည်လို ကြော်ငြာတာမျိုးကို အမေရိကန်တွေက အဆင့်ဆင့် တည်ဆောက်ခြင်းဟု ခေါ်သည်။

Either a product or a man can be

advertised into fame by persistent advertising. This is what the Americans call the "build-up"

သတင်းဖြစ်ခြင်းကို ရယူပါ

လူတွေ သတင်းစာဝယ်တာ သတင်းအတွက်ပါ။
ကြော်ငြာအတွက် မဟုတ်ပါ။ ဒါပေမဲ့ ကြော်ငြာတစ်ခု
သတင်းဖြစ်လာရင်တော့ လူတွေရဲ့ မျက်စိတွေကို
ဖမ်းစားထားနိုင်ပါပြီ။

"People buy newspapers for the news, not for the advertisements; but when an advertisement is news, it catches the eyes of the readers.

ကြော်ငြာကို သတင်းဖြစ်နိုင်သလောက်ဖြစ်ပါစေ။
လူတွေက သတင်းဆို အရူးအမူးဖြစ်တတ်ကြလို့ပါ။
သတင်းက လူတိုင်းကို စိတ်ဝင်စားစေတယ်။

Advertising should be as much like news as possible. Because people are news-mad. The news interests every body.

ပုဂ္ဂိုလ်ရေးကိုလည်း ရယူပါ

လူသည် ကုန်ပစ္စည်းထက်ပိုပြီး လူကို စိတ်ဝင်စားတတ်သည်။

လူသည် စိတ်ဝင်စားတာကို လိုချင်ကြသည်။

ကြော်ငြာဌာနသည် ဤအချက်ကို သတိရလျှင် အလုပ်နှစ်ဆပိုပြီး တွင်ကျယ်လိမ့်မည်။

People are more interested in people than in goods. They want human interest. An advertising department can make its work twice as useful it will remember this.

ကြော်ငြာပါ ဆွဲဆောင်မှုရှိပါစေ

စီးပွားရေးသမားတိုင်း ကြော်ငြာကောင်းကောင်း တစ်ခုလောက်တော့ အနည်းဆုံး လုပ်ကြည့်ရပါလိမ့်မယ်။

Every business man owes it to himself and to his business to make at least

one experiment in good advertising.

ဆွဲဆောင်မှုကောင်းတဲ့ ခေါင်းစည်း၊ ရှိရင်း သွက်လက်တဲ့အရေးအသား၊ ဓာတ်ပုံတွေ ဝေဝေဆာဆာနဲ့ အထူးအခွင့်အရေးပေးမှုတွေနဲ့ ကြော်ငြာလေး တစ်ခုလောက်စမ်းကြည့်စမ်းပါ။ ကြော်ငြာဟာ အကျိုး မထူးပါဘူးလို့ သင်ပြောမှာ မဟုတ်တော့ပါဘူး။

He should try some advertisement with catchy headlines, conversational copy, photographs an special offers. If he does this, he will not say that Advertising doesn't pay.

ရိုးရှင်းခြင်းက ထိရောက်သည်

ကြော်ငြာမှာ ဘာလို့ စကားလုံးကြီးကြီးတွေ သုံးမှာလဲ။

အသုံးမဝင်ပါ၊ ဖတ်ရသူ မေးရိုးကျိုးရုံပါပဲ။ လူတော်တော်များများလည်း နားလည်မှာ မဟုတ်ပါ။ စကားပြောသလို ရိုးရိုးရှင်းရှင်းပဲ ရေးပါ။

Why use big words in advertise-

ments.

What is the use of these jaw-breakers?

Many readers don't understand them.

When you advertise, write as you talk.

ကြော်ငြာရဲ့ မှတ်ကျောက်

ခုဆိုရင် အကောင်းဆုံး ကြော်ငြာသမားအားလုံး
ခြေကုတ်မြဲဖို့ ကြိုးစားနေကြပြီ။

အရောင်းပညာကို လေ့လာနေကြရပြီ။

ရောင်းမကောင်းရင် သူတို့သိတာ၊ တတ်တာတွေ
အားလုံး ဘာအသုံးဝင်မှာလဲ။

All the ablest advertising men are
now trying to get their feet on the
ground. They must learn how to SELL.

If they cannot sell, what is the use

of their other knowledge?

ဦးတည်ချက်အမှန်

ကြော်ငြာသူများ ပိုပြီးစဉ်းစားရမှာက အသားတင် အမြတ်ပါ။ လူသိများဖို့ သက်သက်မဟုတ်ပါ။

Advertisers should think more of net profits than of mere publicity.

ကိုယ့်ကိုကြော်ငြာတာလား။ လူထုကိုကြော်ငြာတာလား

ကြော်ငြာအတော်များများဟာ ကြွားလုံးသက် သက်ပါ။ ကြော်ငြာသူကလွဲပြီး တခြား ဘယ်သူမှ မနှစ်သက်ပါ။

Many of advertisement is mere boasting. It pleases the advertiser and nobody else.

ကြော်ငြာတဲ့အလုပ်ဟာ အပျော်တမ်းသမား အလုပ် မဟုတ်တော့ပါ။

ကြော်ငြာမှာ သူ့နည်း၊ သူ့အထာ၊ သူ့ဗျူဟာနှင့်
သူ ရှိသည်။

ငွေလိုသည်။ ကျွမ်းကျင်သော ဦးနှောက်များလို
သည်။

Advertising is no longer a job for
amateur

It has its own technique.

It requires money and skilled
brains.

နှိုင်းယှဉ်စစ်ဆေးပါ

တစ်ခါတစ်ရံ စမ်းသပ်မှုတစ်ခု ပြုကြည့်ပါ။

စိတ်ကူးတစ်ခုကို စာလုံးရေ ငါးဆယ်နှင့်ရေးပါ။

နောက် အလုပ်ကိုသွားပါ။

ပြီးတော့ စာလုံးရေ နှစ်ဆယ်နှင့် အနှစ်ချုပ်ပါ။

ဘယ်လောက် ထိရောက်သွားတယ်ဆိုတာ ကြည့်စမ်း
ပါ။

Once in a while, try an experiment
Write out an idea in fifty words.

Then go to work, and boil it down to twenty words. And see how much more effective it is.

အာရုံကို ပြားယူခြင်း

လူသည် ငါးထက်ပို၍ အသိဉာဏ်ရှိသည်။ ထို့ကြောင့်ပင် ကြော်ငြာတဲ့အခါ သင့်တော်မှန်ကန်တဲ့ အစာနဲ့ လူတွေကိုအမိဖမ်းရမည်။

People are more intelligent than fish.

That is why, when you are advertising, you must have the right bait to catch them.

ခပ်ညံ့ညံ့တွေရဲ့ ဖြန့်တီးမှု

စဉ်းစားစရာတစ်ခုပါ။

ခပ်ညံ့ညံ့ရေးထားတဲ့ စာတွေ၊ စာစောင်တွေနဲ့

ကြော်ငြာတွေကြောင့် ဆုံးရှုံးခဲ့ရတဲ့ငွေဟာ တစ်နှစ်
တစ်နှစ်မှာ “ကွင်းမေရီ” လို ရောမသင်္ဘောကြီးတစ်စီး
တည်ဆောက်နိုင်ပါတယ်။ ခပ်ညံ့ညံ့တွေကြောင့် ငွေ
သိန်းသန်းနဲ့ချီပြီး ဆုံးရှုံးနေရတယ်။

Here is a fact to think about .

The waste of money by bad writing,
in letters, booklets and advertise-
ments, is enough to build a 'Queen
Mary' every year. It is a waste of mil-
lions.

မာယာတွေမလိုပါ

ကြော်ငြာနဲ့ ဈေးခေါ်ပြောစကားတွေမှာ ရိုးရိုး
စင်းစင်းဖြစ်သင့်သည်။ အကွေ့အကောက်၊ အလှည့်
အပတ်တွေ မပါသင့်ပါ။

Advertisements and selling talks
should be in the simplest language, and
not in the jargon of the trade.

လျော့ဈေးနဲ့ရောင်းနေတဲ့ သတ္တုထွက်ပစ္စည်းဆိုင်

သင့်လုပ်ငန်းအတွက်

တစ်ခုမှာပါ။

“ဒီရေနံဆီမီးဖိုကို ကတ်တလောက်ဈေးနှုန်းရဲ့ တစ်ဝက်နဲ့ရပါမယ်ခင်ဗျာ” လို့ အရောင်းသမားက ပြောတယ်။

ဈေးဝယ်က ပြန်ပြောတယ် “ဖြစ်သင့်ပါတယ်”

“ဒါနဲ့ ကတ်တလောက် ဈေးနှုန်းက ဘယ် လောက်များပါလိမ့်”

An iron mongery shop was having a cut-price sale.

A sales man said to a customer "You can have this oil-stove for half the catalogue cost."

"That sounds reasonable," replied the customer.

"How much does the catalogue cost?"

လိုအပ်တဲ့ ကာကွယ်မှု

ကြော်ငြာတွေကို အမှိုက်ခြင်းထဲ ရောက်မသွားအောင် ဘယ်လိုကာကွယ်ရမလဲ။

ဒါဟာ ဖြေရှင်းရမယ့် ပြဿနာတစ်ခုပါ။
 ကြော်ငြာတွေထဲက ရာခိုင်နှုန်းဘယ်လောက်
 များလွင့်ပစ်ခံရသလဲ။ ဘယ်သူမှ မသိပါ။ တကယ်
 တော့ သွေးပျက်လောက်စရာပါပဲ။

How to prevent advertising matter
 from being thrown into the wastepaper
 basket-that is problem.

No one knows what percentage is
 thrown away, but the correct figure
 would stagger us.

ဩဇာလွှမ်းမိုးစေမယ့်အရာ

- ကြော်ငြာ
- အရောင်းပညာနဲ့
- ပြခန်းအပြင်အဆင်

ဒါတွေဟာ လူတွေဝယ်ဖြစ်သွားစေဖို့ ဩဇာ
 ညောင်းပါတယ်။

Advertising
 Salesmanship

Window display

They influence people who are making up their minds to buy.

အထပ်ထပ်အခါခါပြောပါ။ ဆီပွတ်ကျည်ပွေ့နည်းဗျူဟာ

လူအများစုဟာ ခိုင်းတဲ့အတိုင်းပဲ လုပ်တတ်ပါတယ်။

သူတို့ဈေးဝယ်တဲ့နေရာမှာ သုံးလေ့ရှိတဲ့စုံရှိပါတယ်။ အဲဒါကတော့ များများကြော်ငြာတဲ့အရာကို များများ ပိုပြီးအားပေးတာပါပဲ။ “ဝယ်ကြပါ”၊ “ဝယ်ကြပါ” ပြောရင်းနဲ့ အများစုကတော့ ဝယ်သွားကြတာပါပဲ။

The mass of people to mainly what they are told to do.

They have standardised buying habits. How were these habits standardised?

The answer is more by advertising than by any other thing. Keep on telling them what to buy and eventually

most of them will do as they are told.

ဆွဲဆောင်မှုပါပဲ

ဝယ်သူတွေကို မကြာမကြာပြောဆိုနေဖို့ ကြော်ငြာ အဖွဲ့အစည်းတွေမှာ လှုပ်လှုပ်ရှားရှား အမျိုးသမီး တစ်ယောက်လောက် မလိုအပ်ပေဘူးလား။

Why don't our advetising clubs get a working woman to speak to them now and then?

အများအကျိုး၊ ကိုယ့်အချိုး

သတင်းစာ၊ ဂျာနယ်၊ မဂ္ဂဇင်းဖတ်သူများသည် ကြော်ငြာသမားများကို ကျေးဇူးတင်ရဖို့ ရှိသည်။ ကြော်ငြာကြောင့်သာ မဟုတ်ရင် တစ်ပဲနိတန် သတင်းစာကို နှစ်ပဲနိ၊ တစ်သျှိုလင်တန် မဂ္ဂဇင်းကို နှစ်သျှိုလင် ပေးရပေလိမ့်မည်။

Readers owe a debt to advitisers. If

it were not for advertising, every penny newspaper would be two pence, and every shilling magazine would be two shillings.

ထိုက်တန်သော တန်ဖိုးကို သိပါစေ

ကျွန်ုပ်တို့သည် အသုံးဝင်သော အရာများစွာ၏ တန်ဖိုးကို လျော့တွက်တတ်ကြသည်။ ပြောပြသူရှိမှသာ တန်ဖိုးသိသွားသည်။

ကုန်ပစ္စည်းများ၏ တန်ဖိုးအမှန်ကိုသိဖို့ ဖန်တီးပေးခြင်းသည် ရိုးဖြောင့်သော ကြော်ငြာခြင်းအားလုံး၏ ရည်ရွယ်ချက်ဖြစ်၏။

We under value many useful until we are taught to appreciate them.

To create appreciation of goods that are worthy of it that is the purpose of all honest advertising.

ဝယ်လက်သည် ပစ်မှတ်

ကြော်ငြာသူများသည် ဖတ်သူများ၏ ဝယ်နိုင်စွမ်းကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားရသည်။ မြစ်ကလေး၊ ချောင်းကလေးတွေထဲမှာ ငါးကြီးကြီးဖမ်း၍ မရပါ။

Advertisers should think of the buying-power of readers. You can't catch big fish in small rivers.

အဓိကထား စဉ်းစားရမှာက လူသိများဖို့မဟုတ်။ ဝယ်နိုင်ခြေရှိ ဖောက်သည်အများဆုံးထံသို့ ရောက်ရှိဖို့ ဖြစ်သည်။

The main thing to think of in adverttising is not publicity, but how to reach the greatest number of possible customers.

လွဲသွားမှာစိုးပါတယ်

ငါးကို ဖမ်းပေးတာ ငါးမျှားသူကြိုက်သော အစာမဟုတ်။

ငါးများကြိုက်သော ငါးစာဖြစ်သည်။

The bait that catches fishes is not the bait that suits the angler, but the bait that suits the fishes.

အသံစုံနားစွင့်ပါ

ကြော်ငြာအဖွဲ့အစည်းများသည် ထိပ်ပိုင်းလူများ၏ စကားကိုသာ သတိရတတ်ကြသည်။ လက်လုပ်လက်စားဇနီးတစ်ယောက်၏ စကားကို နားမစွင့်တတ်ကြပေ။

Our advertising clubs delight in having speakers who belong to the Upper Ten. Why don't they, once in a while, listen to a speech from a working-man's wife.

သတင်းထောက်လိုသည်

ကုမ္ပဏီရဲ့ ကြော်ငြာဌာနမှာ သတင်းထောက် တစ်ယောက်ရှိထားသင့်သည်။ သတင်းထောက်ဆို တာက သတင်းအနံ့ခံကောင်းသည်။ ကြော်ငြာကို ပိုပြီးထိရောက်စေသည်။

A company should have a reporter on its advetising staff. A reporter has a norse for news'. He could make adver-tising more effective.

ယုံအောင်ပြောပါ

လူတွေ မယုံကြည်တဲ့ ကြော်ငြာဟာ ဘာအသုံးဝင်မှာလဲ။

Of what use is any advertisement it people do not believe it?

ဈေးပေါပေါ ကုန်ပစ္စည်းများကြော်ငြာရာမှာပင် မှန်ကန်သော အချက်အလက်များ ပါဝင်ရသည်။

Even in the advertising of cheap goods, there is usually some true thing that can be said about them.

မဖြစ်နိုင်တာ

“ဤပစ္စည်းသည် အကောင်းဆုံးနှင့် ဈေးအပေါဆုံးပါ” ဟူသော ကြော်ငြာပစ္စည်းကမ္ဘာမှာ မရှိပါ။

There is not one article of merchandise in the world that is the best and the cheapest.

ကြော်ငြာကောင်းသည် ငွေမဖြုန်း

ဝယ်နိုင်မည့်သူ စိတ်ဝင်စားသောကြော်ငြာမှာ ငွေဖြုန်းတီးရာမရောက်ပါ။

Money is never wasted on an adver-

tisement that is INTERESTING to possible customers.

အများကြီးကွာပါတယ်

အကောင်းဆုံးသော ကြော်ငြာသည် သာမန် ကြော်ငြာထက် ငါးဆပို၍ထိရောက်၏။ အညံ့ဆုံး ကြော်ငြာထက် ၁၄ ဆပိုပြီး ထိရောက်နိုင်သည်။

The best advertisement is five times as effective as the average advertisement and fourteen times as effective as the poorest.

နေရာအကျယ်အဝန်း တူညီသော၊ ကုန်ကျစရိတ် တူညီသော ကြော်ငြာနှစ်ခုသည် တစ်ဆယ့်လေးချိုး တစ်ချိုးခြားနားနိုင်သည်။ ဒါဟာ ကြော်ငြာသူ သတိထားရမယ့် အရေးအကြီးဆုံး အချက်ပဲ။

Two advertisements, same space, same cost, can differ in the proportion of fourteen to one. This is a most important fact for any advertiser to notice.

ကြော်ငြာသည် အမှန်ကို ပြောရမည်

ကြော်ငြာသူများသည် ရိုင်းပြသော ဝေဖန်မှု များစွာကို သည်းခံရသည်။ အဆိုးဆုံးကတော့ (ကြော်ငြာအောင်ညာတာပါ။) အမှန်အကန်တွေ မဟုတ်ပါဘူး ဟု အပြောခံရခြင်းဖြစ်သည်။

Advertising men have to put up with a lot of discourtesy. The meanest thing that is said is that advertising men do not tell the truth.

ကြော်ငြာလုပ်ငန်းတွေရဲ့ အမှန်တရား အဆင့်အတန်းဟာ တခြားလုပ်ငန်းတွေထက် ပိုမြင့်ပါတယ်။

The standard of veracity is higher in the advertising profession than in any other.

ကြော်ငြာကပေးတဲ့ကတိတွေမှာ နိုင်ငံရေးသမားတစ်ယောက်ရဲ့ ကတိ၊ ဒါမှမဟုတ် ရှေ့နေတစ်ယောက်ရဲ့ လျှောက်လဲချက်ထက်ပိုပြီး အမှန်တရားတွေ ပါပါတယ်။

There is more truth in the promises of an advertisement than in the prom-

ises of a politician. Or in a lawyer's speech to a jury.

ကြော်ငြာဖြင့်လည်ပတ်မှု

အမျိုးသမီးတစ်ဦး ဆေးဆိုင်ဝင်ပြီး ကောင်းကောင်းကြော်ငြာထားတဲ့ သွားတိုက်ဆေးတစ်မျိုး မေးဝယ်ပါတယ်။ ချက်ချင်း သူ့လက်ထဲရောက်လာတယ်။ သုံးမိနစ်ပဲ ကြာပါတယ်။

A woman went into a chemist's shop and asked for a well-advertised tooth paste. It was handed to her at once. Time taken, three minutes.

နောက် အမျိုးသမီးတစ်ဦးဝင်လာပြီး အိမ်သာသုံးဆပ်ပြာမေးတယ်။ သူ့မှာ ဆုံးဖြတ်ပြီးသားမရှိဘူး။ ရွေးချယ်စရာ တံဆိပ်တွေ ငါးမျိုး၊ ခြောက်မျိုးထဲကမှ တစ်မျိုးကို ရွေးရတယ်။ အချိန် ၁၀ မိနစ်လောက် ကြာသွားတယ်။

Then a woman came in and asked for scented toilet soap. She had no kind in

mind. She looked at five or six kinds and chose one. Time taken, ten minutes. ကောင်းကောင်းကြော်ငြာထားတဲ့ ပစ္စည်းတစ်မျိုးကို ရောင်းရတာ၊ လူသိနည်းတဲ့ပစ္စည်းကို ရောင်းရတာရဲ့ အချိန် သုံးပုံတစ်ပုံပဲ ကြာတယ်။

It takes only a third as much time to sell a well-advertised brand as to sell an unknown article.

ကြော်ငြာခြင်းသည် ဖောက်သည်များအတွက် ရော၊ အရောင်းစာရေးများအတွက်ပါ အချိန်များစွာ သက်သာစေသည်။ ကြော်ငြာခြင်း လုံးဝမရှိရင် အရောင်းစာရေးများ ပိုပြီးခန့်ထားရလိမ့်မည်။ ဒီ အချက်ကို လက်လီသမားများ၊ ဖောက်သည်များနဲ့ ကြော်ငြာသူများပင် သိလာအောင် လုပ်ကြရဦးမည်။

Advertising is a great time-saver for customers and shop assistants. More shop assistants would be need if there were no advertising at all. This point should be made known to retailers, customers and even advertising men.



စီမံခန့်ခွဲမှု

Management

ကုမ္ပဏီတိုင်းအတွက် အရေးအကြီးဆုံး

ကုမ္ပဏီအားလုံးအတွက် အရေးအကြီးဆုံးအရာ
ကတော့ စွမ်းဆောင်ရည်ပြည့်ဝတဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှုပါပဲ။

ငွေအရင်းအနှီးရဲ့ တန်ဖိုးဆိုတာက စီမံခန့်ခွဲမှု
အရည်အချင်းပေါ်မှာ မူတည်နေပါတယ်။

The vital thing in every company is
efficient management.

The value of capital depends on what
is done with it.

အောင်မြင်သည့် လက္ခဏာ

အလုပ်သမားကို ကျွဲမောင်း၊ နွားမောင်းသလို ခိုင်းစေသော စနစ်ဟောင်းခေတ်ကုန်ခဲ့ပါပြီ။

The old "Drive" method of management has died out.

အလုပ်သမားများထံမှ အကြံဉာဏ်များ၊ အဆိုပြုချက်များတောင်းပါ။ အလုပ်သမားများထံမှ တုံ့ပြန်မှုတွေ မြန်မြန်ဆန်ဆန်ရနေပြီလား။ ဒါဆိုရင် စီမံခန့်ခွဲမှုကောင်းနေပြီဆိုတာကို ပြသတာပါပဲ။

Ask employees for suggestions when employees are quick to send in suggestion, that is a sign of Good Management.

အလုပ်သမားကောင်း

စွမ်းဆောင်ရည်နှင့် အမြတ်အစွန်းဖြစ်ထွန်းနိုင်မှု ရှုထောင့်ကကြည့်ရင် ကြီးကြပ်မှုအနည်းငယ်သာ လိုအပ်သော အဆင့်မြင့်အလုပ်သမားများ ရှိတာက ပိုကောင်းသည်။

From the point of view of efficiency and profit-making, it is better to have higher grade employees who need very little supervision.

အမြတ်ကောင်းသောအလုပ်

စီးပွားရေးကမ္ဘာမှာ ယုံမှတ်မှားနေတာတစ်ခုရှိသည်။ ကျွမ်းကျင်သူ ပါရဂူများထားရတာ အကုန်အကျကြီးမားလှသည်ဆိုသော အမှားဖြစ်သည်။

အမှန်က သူတို့သည် အကုန်အကျလုံးဝမရှိ။ အပိုအမြတ်အစွန်းများကိုပင် ဖန်တီးပေးသည်။

အထူးလေ့လာထားသော အသိပညာ၊ အတတ်ပညာရပ်များကို ကြေးကြီးပေးဝယ်ရတာလောက် အမြတ်အစွန်းကြီးသော အရာမရှိပါ။

There is one delusion in the business world the delusion that skilled specialists cost too much. The fact is, they cost NOTHING. They create extra profits.

Nothing else is more profitable to

buy than specialised knowledge.

ထိန်းသိမ်းမထားပါနဲ့

လုပ်ငန်းတိုင်းလိုလိုပင် သုံးမရသော စက်ပစ္စည်း
ကိရိယာများဖြင့် စုပုံနေတတ်သည်။ ယင်းတို့ကို
ထုတ်ပစ်ရမည်။

Almost every works need a bigger
scrap-heap. There are many obsolete
machines and tools inside that ought to
be outside.

အနာဂတ်လုပ်ငန်း စီမံခန့်ခွဲရေးမှာ အရေးပါလာ
မယ့်အချက်ကတော့ အလုပ်သမားများနှင့် အလုပ်
သမားများ၏ အရေးပဲဖြစ်ပါတယ်။

The vital word of tomorrow in man-
agement is personnel.

အသိကိုနှိုးဆွပါ

စီမံခန့်ခွဲမှုရဲ့ တာဝန်တစ်ခုက အလုပ်သမားများ ရဲ့ စဉ်းစားတွေးခေါ်မြော်မြင်မှုကို နှိုးဆွပေးဖို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနည်းနဲ့ သူတို့ရဲ့ဉာဏ်စွမ်းဉာဏ်စကို ကောင်းကောင်းအသုံးချပါ။

It is one of the duties of management to stimulate thinking among employees, and to make good use of their intelligence.

အစုန်အဆန်

အောက်ခြေရှိသူလို ငါလို လူတန်းစားများ သည် ထိပ်ပိုင်းလူများ မသိတာတွေ များစွာသိနေတတ်ကြသည်။

မည်သည့်လုပ်ငန်းခွင်တွင်မဆို စိတ်ကူးစိတ်သန်းများသည် အောက်မှ အထက်သို့ရော၊ အထက်မှ အောက်သို့ပါ ကူးလူး၊ ဆန်တက်၊ စီးဆင်းနေတတ်သည်။

The people in the rank and file are in a position to know many things that the men at the top do not know. In any firm, ideas can move upwards as well as downwards.

ပိုသုံးရမယ့် အချိန်ဆိုတာ

ယခုအခါတွင် မန်နေဂျင်းဒါရိုက်တာသည် သူ့လုပ်ငန်းခွင်တစ်ခုလုံးကိုခြုံငုံ၍ အလုံးစုံလေ့လာဖို့ အချိန်ပိုပြီး ပေးသင့်သည်။

အလုပ်သမားအရေးတွေ

လုပ်ငန်းသုံးစက်ကိရိယာတွေ

လုပ်နည်းလုပ်ဟန်တွေကို လေ့လာရမယ်။

In these days, a Managing Director should spend more time every week in the study fo his business as a whole-

personnel

equipments and

methods

မန်နေဂျာကောင်းတစ်ယောက်

မန်နေဂျာကောင်းတစ်ယောက်ဆိုတာ လူတွေရဲ့ ပင်ကို အရည်အချင်းအစွမ်းအစတွေကို သိပြီး၊ အကျိုး ရှိရှိဖော်ထုတ် အသုံးချနိုင်သူဖြစ်ပါတယ်။

Here is a difinition of a good manager he is one who can make better use of other men than thay can make of themselves.

အခွင့်အလမ်းသည် တွန်းအား

ကုမ္ပဏီတစ်ခုမှာ လက်တိုလက်တောင်း ကလေး ဘဝမှ ဘုတ်အဖွဲ့ဝင်ဒါရိုက်တာတစ်ယောက်ဖြစ် သည်ထိ တက်သွားနိုင်သော လှေကားရှိနေပြီဆိုရင် လုပ်ငန်းအပေါ် သစ္စာရှိမှုနှင့် ရည်မှန်းချက်ကြီးမား သော စိတ်ဓာတ်တို့ကို ဖန်တီးထားပြီဖြစ်၏။

When the ladder of promotion leads all the way up from the office-boy to the Board of Directors, it creates a

wonderful spirit of loyalty and ambition
in a Company.

အပျော်တမ်းလမ်းလျှောက်သူတွေ

ကျွန်ုပ်တို့ စက်ရုံအလုပ်ရုံတွေမှာ အပျော်တမ်း
လမ်းလျှောက်သမားတွေ များပြားလွန်းလှသည်။ ဟို
လျှောက်သည် လျှောက်လျှောက်နေကြသည့် အလုပ်
သမားများဖြစ်သည်။ လုပ်ငန်းခွင်မှာ အဲဒီလို ဝေလေ
လေလုပ်နေသူတွေဟာ အလဟဿ ဖြုန်းတီးမှုတွေ
ပါပဲ။

There is too much hiking in most
of our factories. There are too many
workers walking about. And walking, in
any factory is WASTE.

လူတစ်ယောက်နဲ့ သဲတစ်အိတ်

ဘာအလုပ်မှ မယ်မယ်ရရမလုပ်တဲ့ ဘုတ်အဖွဲ့.

ဝင်ကို ထုတ်ပယ်ပစ်ပြီး သူ့ထိုင်ခုံမှာ သဲတစ်အိတ် တင်ထားခြင်းက သင့်လုပ်ငန်းအတွက် ပိုပြီး အန္တရာယ် ကင်းသည်။ ကျိုးကြောင်းသင့်သည်။ ပိုပြီး အကျိုး အမြတ်ရှိ၍ ကုမ္ပဏီလည်း ရှေ့သို့တိုး၍ လှုပ်ရှားနိုင်ပါ လိမ့်မည်။

It would be for safer, more sensible and more profitable to dismiss a DONOTHING DIRE, CTOR and to put a bag of sand in his chair. Then the Company could move forward.

လူကောင်းရဖို့ အချိန်ပေးပါ

တစ်ခါတစ်ရံ၌ မန်နေဂျင်းဒါရိုက်တာ တစ်ယောက်အဖို့ နေရာမှန် လူမှန်တစ်ယောက်ရဖို့ တစ်လလုံး အချိန်ပေး၍ ရှာဖွေခြင်းသည် အကျိုးရှိသော အလုပ်ဖြစ်၏။

Sometimes it pays a Managing Director to spend a whole month searching for the one right man.

ပိုမြင့်ရင် ပိုလုပ်ရတယ်

စီမံခန့်ခွဲခြင်းဆိုတာ အလုပ်လုပ်ခြင်းပါပဲ။

လုပ်ငန်းတစ်ခုလုံးမှာ အခက်ခဲဆုံး အလုပ်လုပ်ရတဲ့သူဟာ မန်နေဂျင်းဒါရိုက်တာပါ။ အလုပ်ရှင်သည် အလုပ်သမားတို့ ထမ်းပိုးထားရသော ဝန်ထုပ် ဝန်ပိုးတစ်ခုသာဖြစ်သည်ဟူသော အယူအဆမှာ မှားယွင်းမှုတစ်ခုသာဖြစ်သည်။

Management means working. The one man at does the hardest work in the whole firm is the managing director.

This is a truth that communists do not know. According to their foolish therory, the employer is only a burden on the backs of the employees.

လုပ်ငန်းကို တည်ဆောက်သူ

လေ့လာသင်ယူခြင်း

စဉ်းစားဆင်ခြင်ခြင်း

စီမံကိန်းချခြင်း
 တိုးတက်မြှင့်တင်ခြင်း
 တို့အတွက် မိမိရဲ့အချိန်ကို အများဆုံးအသုံးပြု
 တဲ့ မန်နေဂျင်းဒါရိုက်တာသည် အောင်မြင်သော
 လုပ်ငန်းကို တည်ထောင်သူတစ်ယောက်ဖြစ်လာမှာ
 သေချာပါသည်။

Any managing director who gives
 most of his time to.
 learning
 thinking
 planning and
 promoting, is sure to be a success-
 ful
 Business-Builder.

သိပ်မတင်းကျပ်ပါနှင့်

လုပ်ငန်းတော်တော်များများမှာ စီမံခန့်ခွဲမှုထက်
 ပုလိပ်ကဲ့သို့ စောင့်ကြည့်သောစနစ် ရှိနေတတ်သည်။
 ဤသို့ အလွန်အမင်း တင်းကျပ်ခြင်းသည် မိမိတို့

အကျိုးကို မိမိတို့ဖျက်ဆီးခြင်းဖြစ်ရာသည်။

အမှန်က စီမံခန့်ခွဲမှုသည် မိမိတို့အလုပ်သမားများ ထံမှ စေတနာကောင်းနှင့် သစ္စာစောင့်သိမှုများ ရယူရန် ရည်ရွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြစ်သည်။

Many firms have a system of "policemanship" instead of management. This super-strictness defeats its own ends.

After all, the aim of management is to secure the goodwill and loyalty of the people who are being managed.

မလျှော့မတင်း

တင်းကျပ်လွန်း၊ စေစားမှုပြင်းထန်လွန်းသော မန်နေဂျာသည် အမျိုးမျိုးညာခံရ၊ လှည့်ဖျားခံရတတ်သည်။ ပျော့ပြောင်းသဘောကောင်းလွန်းပြန်ရင်လည်း သူ့ကျောပေါ်မှာ ခြေရာတွေထပ်နေမည်။

မမာလွန်း၊ မပျော့လွန်းသော အချိုးအစားညီမျှ၊ မဇ္ဈိမပဋိပဋ္ဌာကျသည့် စီမံခန့်ခွဲအုပ်ချုပ်မှုဖြစ်ရန်မှာ-

မန်နေဂျာတို့ ဖြေရှင်းရမည့် တာဝန်တစ်ခုဖြစ်
သည်။

If a manager is too hard, he will be
tricked and deceived in a hundered ways
and, if he is too soft, there will be foot-
prints on his back.

How to be Balanced is the problem
for managers to slove.

ငွေ့ထွေးသော ဆက်ဆံမှု

ကုမ္ပဏီအကြီးအကဲဆိုသူက ဘာကြောင့်နဲ့ ဖော်
ရွေစွာ ဆက်ဆံမှုမပြုနိုင်ရမှာလဲ။ ချဉ်းကပ်ရ မလွယ်
ဖြစ်ရမှာလဲ။ ဘာကြောင့် သူ့ကိုယ်သူ သိက္ခာကြီး
တစ်ခွဲသားနဲ့ နေရမှာလဲ။ ဘာလို့ ပန်းဥယျာဉ်လို “ပန်း
မခူးရ၊ မဝင်ရ” ဆိုင်းဘုတ်ကြီး တပ်ထားရမှာလဲ။
ဘာလို့များ မိမိလူများ၊ အလုပ်သမားများနှင့် ဆက်ဆံ
ပေါင်းသင်း မိတ်ရင်းပမာ မဖြစ်ရမှာလဲ။

Why should the head of a company
not be sociable and approachable?

Why should he venerate himself with dignity?

Why should he wear a "Keep-Off" sign as though he were a flower garden?

Why shouldn't he be friendly with his own people.

မန်နေဂျာကောင်းကို လွတ်ပေးပါ

မန်နေဂျာတစ်ယောက် သူ၏ စီမံခန့်ခွဲအုပ်ချုပ်မှု ကောင်းနေပြီဆိုရင် ယာဉ်မောင်းနောက်ခုံမှာ ထိုင်ပြီး မောင်းနေတာမျိုး မပြုရ။

သူလို မန်နေဂျာကို သူ့သဘောအတိုင်း လွတ်ထားပြီး၊ အပိုကြေးပေးသင့်သည်။

Wherever a manager is doing well, he should not be driven from the back-seat. He should be let alone and given a bit of extra pay.

ရတနာသိုက်

စက်ရုံကြီးတစ်ခုရဲ့ မန်နေဂျင်းဒါရိုက်တာမှာ တောက်ပတဲ့ စိတ်ကူးတစ်ခုပေါ်လာတယ်။ “တို့များ ရတနာသိုက် ရှာကြရအောင်ဟေ့” လို့ သူ့ဖိုမင်တွေကို ပြောလိုက်တယ်။

“တို့စက်ရုံမှာ အလဟဿ ဖြုန်းတီးနေရမှုတွေ၊ ဆုံးရှုံးမှုတွေ ဘယ်လောက်များ ရန်တန်ပစ်နိုင်သလဲဆို တာကြည့်ကြရအောင်”

အကျိုးကျေးဇူးကတော့ လုပ်ခလစာတွေ တိုးလာ တယ်။ စိတ်အားထက်သန်မှုတွေ ဖြစ်ပေါ်လာတယ်။ လုပ်ငန်းရဲ့အမြတ်အစွန်းတွေလည်း တိုးလာတယ်။ ဒါ တွေအားလုံး ‘ရတနာသိုက်ရှာခြင်း’ ကနေ ရလာတာ ပါပဲ။

The managing director of a large factory had a bright idea. "Suppose we have a treasure hunt", he said to his foremen, "and see how much waste and loss we can stop."

Result was wages were increased. A spirit of enthusiasm was created, and

the profits of the firm increased all by a treasure hunt.

ကုမ္ပဏီရဲ့ အနာဂတ်

ရည်မှန်းချက်ကြီးမားတဲ့ လူငယ်တစ်ယောက် ကို ပုဂ္ဂိုလ်ရေးအရ ဂရုတစိုက် ဆက်ဆံကြည့်ပါ။ ကုမ္ပဏီ ရဲ့လုပ်ငန်းတွေအတွက် စဉ်းစားတွေးခေါ်ပေးဖို့ သူ့ကို ပြောကြည့်ပါ။ သူ့ကို စိတ်အားထက်သန်မှု ဖြစ်စေ ပါလိမ့်မယ်။ အံ့သြလောက်အောင် ခြားနားလာတာ တွေ့ရပါလိမ့်မယ်။

It makes a wonderful difference to an ambitious young man when he receives a little personal attention, and when he has been asked to do a little thinking for his company. It makes him keen.

လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်၊ မန်နေဂျာတစ်ယောက် ဟာ သူ့လူတွေရဲ့ ဦးနှောက်တွေကိုသုံးဖို့ မကြိုးစား ဘူးဆိုရင် နားမလည်နိုင်စရာပါပဲ။