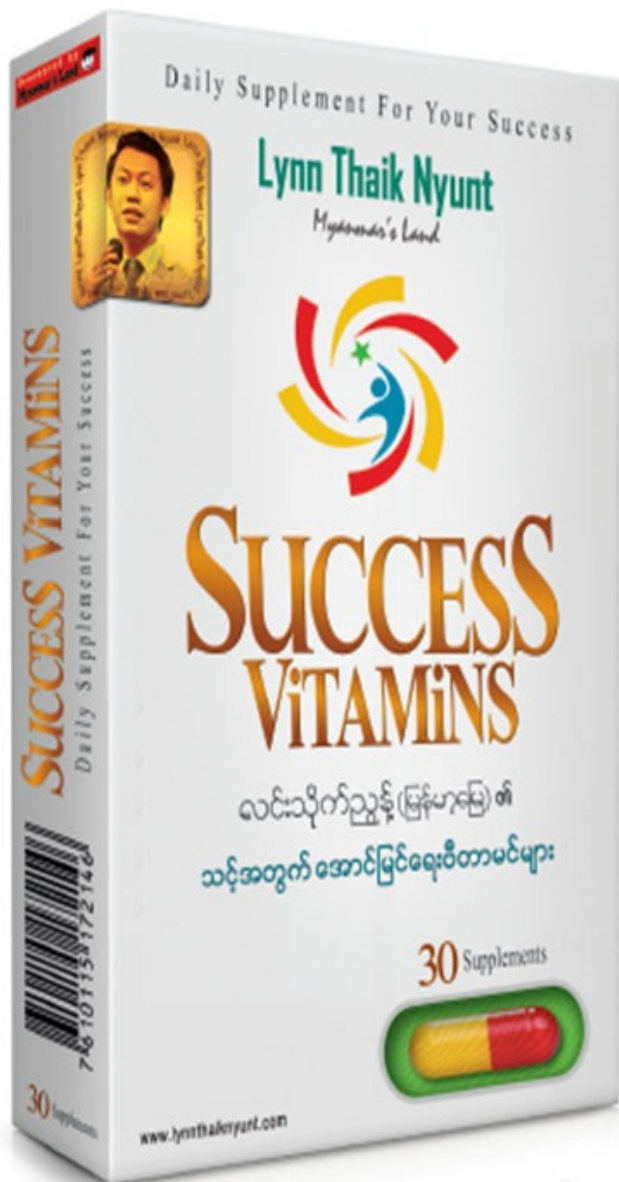




ဆရာလင်းသိုက်ညွန့် (မြန်မာ့မြေ) ၏ ကျယ်ပြန့်သော

လင်းသိုက်ညွန့်သည် လူကြိုက်ဆုံးဆရာတစ်ဦး အဖြစ်ဖြင့် နယ်တွင် ဦးဆောင် - ဖော်ပြသောကြောင့် ရွာမြို့သည် အဆင့်မြင့်သော လင်းသိုက်ညွန့်မြို့သည် စာပေလောကသို့ မဝင်မီ အသက် (၁၄) နှစ်အရွယ်တွင် ကော်တီဘာလ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်ထုတ် မြေဟို (Beauty) မဂ္ဂဇင်းတွင် "တို့တော် အပြုတ်ဆုံး စာအုပ်တစ်အုပ်" ဟူသော ဆောင်းပါးဖြင့် စတင်ထင်ရှားခဲ့သည်။ လက်ရှိအချိန်တွင် စာအုပ်အရေအတွက် ၁၅၀ (၁၅၀) ဆောင်းပါးပါရှိသော (၁၆) ထုပ် ထုတ်ဝေပြီး HR (ကုမ္ပဏီ အလုပ်သမားအဖွဲ့အစည်း) Fashion Image Magazine | Teen Magazine | Perfect မဂ္ဂဇင်း SME မဂ္ဂဇင်း Eternal Light Magazine တို့တွင် ဆောင်းပါး တွေများ လည်း အထက်ထက်ဆုံးသောကြောင့် စုံတက ဆောင်းပါးတစ်ခု (၁၀၀၀) ခန့်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ (၃၀) ခန့်ကို ရေးသားခဲ့ပြီးပါသည်။

စာအုပ်အရေအတွက် Knowledge Bridge Magazine ၏ Contributor တစ်ယောက်ဖြစ်ပြီး MHR Management Institute တွင် Lecturer သင်တန်းဆိုင်ရာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခဲ့ပြီး NCC, ABE Courses များ၏ အကြံပေးသင်တန်းဆိုင်ရာ (Expert Consultant) အဖြစ် သင်တန်းများ ကျွေးကမ်းမှု Media ကုန်သွယ်မှုတွင် Corporate Training များ ပို့ချဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။



အမြင့်ကို တက်ချင်ရင် ပြုတ်ကျမှာကို မကြောက်ပါနဲ့

အမြင့်ကို တက်ချင်ရင် ပြုတ်ကျမှာကို ကြောက်နေလို့ မရပါဘူး။

အမြင့်ကိုရောက်လေလေ ပြုတ်ကျနိုင်လေလေပါပဲ။ ပြုတ်ကျမှာကို ကြောက်နေရင် ကြမ်းပြင်နဲ့ ကပ်နေမှပဲ ရပါမယ်။ အလုပ်သေးသေးလုပ်ရင် ပြဿနာ သေးသေး၊

ဝေဖန်မှုသေးသေး တွေပါမယ်။ အလုပ်ကြီးကြီး လုပ်ရင် ပြဿနာကြီးကြီး၊
ဝေဖန်မှုကြီးကြီး တွေပါမယ်။ ဘာပြဿနာ ဝေဖန်မှုမှ မတွေ့ချင်ဘူး ဆိုရင်
ဘာမှမလုပ်ဘဲ အိမ်ထဲမှာ အိပ်နေမှပဲရပါလိမ့်မယ်။

စာရေးသူတို့ရဲ့ သက်သောင့်သက်သာ နယ်ပယ်ထဲက ထွက်လိုက်မှ
ဘဝဆိုတာ စတာပဲ။ အရာရာ သက်သောင့်သက်သာ ဖြစ်နေသေးသရွေ့ ဘဝအစစ်
မဟုတ်သေးပါဘူး။ ဂိမ်းဆော့တာတောင်မှ ကိုယ်က အမြဲတမ်း နိုင်နေတယ်ဆိုရင်
သေချာပါတယ်။ ပထမအဆင့် (Level I) မှာပဲ ရှိနေသေးလို့ပါပဲ။ ဂိမ်းမှာတောင်
အဆင့် (Level) တက်ချင်တယ်ဆိုရင် အဆင့်အရင်တက်တာ မဟုတ်ပါဘူး။
ပြဿနာအရင် တက်တာပါ။ ဘဝဆိုတဲ့ ဂိမ်းမှာလည်း ဒီလိုပါပဲ။
အဆင့်တက်ချင်တယ်ဆိုရင် အခက်အခဲတွေ၊ ပြဿနာတွေ အရင်တွေ့မှာ
ဖြစ်ပါတယ်။ အခက်အခဲဆိုတာ မိမိရဲ့ရလဒ် (Result) ကို နှစ်ဆတိုးပေးနိုင်တယ်
ဆိုတာကို ဘယ်တော့မှ မမေ့ပါနဲ့။ စာရေးသူရဲ့ အတွေ့အကြုံအရ အလုပ်တစ်ခု
လုပ်တဲ့အခါ ပုံမှန်လုပ်လို့ ကိုင်လို့ အဆင်ပြေသွားရင် ရလဒ်က ပုံမှန်ပါပဲ။ အဲဒီ လို
မဟုတ်ဘဲ လုပ်ရင်းကိုင်ရင်းနဲ့ အခက်အခဲ တစ်စုံတစ်ရာ တွေ့လာလို့ အဲဒီ
အခက်အခဲကို ရင်ဆိုင်ဖြေရှင်းလိုက်နိုင်မယ် ဆိုရင် ရလဒ် (Result) က
နှစ်ဆတိုးသွားတာပါပဲ။

ဒါကြောင့်မို့ ဘဝမှာ ရည်မှန်းချက် မြင့်မြင့်မားမား မျှော်မှန်းထားတဲ့
သူတွေဟာ အခက်အခဲတွေ ရင်ဆိုင်လာရရင် တုန်လှုပ်ကြလေ့ မရှိဘဲ
ပိုပြီးတော့တောင် ရင်ခုန်ကြိုးစားကြလေ့ ရှိပါတယ်။ အခက်အခဲဆိုတဲ့ ကောင်က
သူ့ကို ကြောက်ပြရင် စာရေးသူတို့ကို ပိုပြီး ဖြေခြောက်မှာပါပဲ။ အဲဒီ လို မဟုတ်ဘဲ
သူ့ကို မကြောက်တဲ့အပြင် ကြိုဆိုမယ်ဆိုရင်တော့ အခက်အခဲတောင်
မျက်စိလည်သွားပြီး ကြာလာရင် အခက်အခဲဆိုတာ စာရေးသူတို့နဲ့
ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်သွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

ဘယ်အရာမဆို မလွယ်ကူခင်တော့ ခက်ခဲတတ်ကြစမြဲပါ။ အဓိကက

ခက်ခဲတဲ့ အချိန်ကာလအပိုင်းအခြားတွေကို စိတ်ဓာတ်စွမ်းရည် မြင့်မြင့်မားမားနဲ့ ရင်ဆိုင်ကျော်လွှားနိုင်ဖို့ပါပဲ။ အဓိကက တွေ့အကြုံလာရတဲ့ အခက်အခဲတွေကိုရင်ဆိုင်ဖြေရှင်းနိုင်ဖို့ မိမိက စဉ်ဆက်မပြတ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်နေဖို့ အချိန်နှင့်အမျှ သင်ယူကြိုးစားနေကြရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

လူတော်တော်များများဟာ သူတို့ရဲ့ဘဝမှာ “W” သုံးလုံးရဲ့ ကန့်သတ်ချုပ်နှောင်ခြင်းကို ခံနေကြရပါတယ်။ အဲဒီ “W” သုံးလုံးကတော့...

- ဆန္ဒရှိခြင်း (Wishing)
- အလိုရှိခြင်း (Wanting) နဲ့
- စောင့်ဆိုင်းခြင်း (Waiting) ပါ။

မှန်ပါတယ်။ စာရေးသူတို့ တော်တော်များများဟာ စာရေးသူတို့ရဲ့ ဘဝအိပ်မက်တွေကို ဒီ “W” သုံးလုံးနဲ့ ပိတ်ဆို့တုပ်နှောင်ထားကြတာ များပါတယ်။ ဒီ “W” သုံးလုံးဆီက ရုန်းထွက်ပြီး အိပ်မက်တွေကို ယခုပဲ စတင် အကောင်အထည်ဖော်ဖို့ အချိန်တန်ပါပြီ။ ဒီကမ္ဘာလောကကြီးမှာ ဆန္ဒရှိရုံနဲ့ အလိုအလျောက် ဖြစ်လာတဲ့အရာဆိုတာ ဘယ်အရာမှ မရှိပါဘူး။ ရည်မှန်းချက်ရှိပြီး စနစ်တကျ ကြိုးစားအားထုတ်ပါမှ အောင်မြင်မှုဆီကို ရောက်ရှိနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ယခုပဲ သင့်ရဲ့ သက်သောင့်သက်သာ နယ်ပယ်ကနေ ရုန်းထွက်လိုက်ပါ။ ယခုပဲ သင့်ရဲ့ အောင်မြင်မှု နေ့သစ်တစ်နေ့ကို စတင်လိုက်ပါ။ သင်ဖြစ်ချင်တာ၊ ရချင်တာကို စတင်ကြိုးစား အားထုတ်ဖို့အတွက် ဘယ်တော့မှ နောက်ကျတယ်ဆိုတာ မရှိပါဘူး။

သင့်ရဲ့ မနက်ဖြန် အောင်မြင်မှုအတွက် အကြီးမားဆုံး ရန်သူက သင့်ရဲ့ ယနေ့ အောင်မြင်မှုပါ။ လူတော်တော်များများဟာ သူတို့ရဲ့ဘဝမှာ ဆုတံဆိပ်တွေ ရရှိပြီးတဲ့နောက် ဘာအားထုတ်မှုမှ မလုပ်နိုင်ကြတော့ဘူးလို့ ဆိုပါတယ်။ Soren Kierkegaard ဆိုတဲ့ တွေးခေါ်ရှင်တစ်ယောက် ပြောခဲ့ဖူးတဲ့ စကားလေးတစ်ခွန်း ရှိပါတယ်။

“ဖြစ်နိုင်ခြေဆိုတာဟာ ဘုရားသခင်က ကျွန်တော်တို့ကို ပေးတဲ့ သဲလွန်စပါ။ အဲဒီ သဲလွန်စကို အခြေခံပြီး ဖြစ်အောင် လုပ်ဖို့ ကျွန်တော်တို့မှာ တာဝန်ရှိပါတယ်”

စာရေးသူတို့ဟာ ပုထုဇဉ် လူသားတွေဖြစ်တဲ့အတွက် စာရေးသူတို့ရဲ့ ဘဝအောင်မြင်ရေး ကြိုးစားနေကြတဲ့ အချိန်မှာ စိတ်ပျက်အားလျော့မှုတွေ၊ ကြောက်ရွံ့အားငယ်မှုတွေ ဖြစ်ပေါ်ခံစားနိုင်ပါတယ်။ အဲသလို ခံစားလာကြရတဲ့အခါမှာ အဲဒီ ကြောက်ရွံ့အားငယ်မှုတွေအစား အောင်မြင်မှုရဲ့ ဖြစ်နိုင်ခြေတွေကို အစားထိုးပြီး ခွန်အားအပြည့်နဲ့ ရှေ့ဆက်နိုင်ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ ဘဝမှာ ဘယ်လောက်ပဲ အခြေအနေပျက်ပြီး ဟန်ချက်ပျက်နေပါစေ ရုန်းကန်လှုပ်ရှား နေသရွေ့တော့ မိမိကိုယ်ကို ဟန်ချက်ထိန်းသလို ဖြစ်ပြီး မလဲပြို မပြုတ်ကျနိုင်ဘူး။ အဲဒီ လို အခြေပျက်၊ ဟန်ချက်ပျက်နေချိန်မှာ မိမိရဲ့ ကြိုးစားအားထုတ် လှုပ်ရှားမှုကို ရပ်လိုက်ရင်တော့ သေချာပေါက် လဲပြို ပြုတ်ကျသွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

တစ်ခါတလေ အရှုံးဆိုတာက အောင်မြင်မှုအတွက် မဖြစ်မနေ ပေးရတာ မျိုး ဖြစ်တတ်ပါတယ်။ ဘာဖြစ်လို့လဲ ဆိုတော့ အရှုံးဆုံးတာ အောင်မြင်မှုဆိုတဲ့ နိုင်ငံတော်ကို သွားရောက်ဖို့ မဖြစ်မနေ သုံးစွဲရမယ် ငွေကြေး ဖြစ်နေလို့ပါပဲ။ ရှုံးနိမ့်လာတဲ့အခါမှာ စိတ်ဓာတ်မကျပါနဲ့။ တစ်သိန်းဖိုး အောင်မြင်ချင်ရင် တစ်သိန်းဖိုး ရှုံးနိမ့်မှာ ဓမ္မတာပါပဲ။ ရှုံးနိမ့်လာတဲ့အခါ ပြန်ထပါ။ ခုနှစ်ခါလဲလို့ ရှစ်ခါထနေသရွေ့ အောင်မြင်မှုဆီကို တစ်နေ့ ရောက်ရှိမှာ အသေအချာပါပဲ။ အောင်မြင်မှုတစ်ခု ရပြီးတိုင်း သင်ဟာ ပိုမြင့်တဲ့၊ ပိုခက်ခဲတဲ့ အဆင့်တစ်ခုကို ရောက်သွားတယ်ဆိုတာ ဘယ်တော့မှ မမှေ့ပါနဲ့။ အခက်အခဲတွေ၊ ရှုံးနိမ့်မှုတွေ ကြားကပဲ သင့်ရဲ့ဘဝကို အနုပညာမြောက်စွာ အောင်မြင်အောင် ထုဆစ်နိုင်ပါတယ်။ အဓိကက သင့်ရဲ့ အောင်မြင်ချင်စိတ်ပါ။ ကဲ... မိတ်ဆွေ သင့်ရဲ့ အံ့မခန်း အောင်မြင်မှု ခရီးစဉ်အတွက် ယခုပဲ စတင် အားထုတ်လိုက်ပါ။ အမြင့်ကို တက်ချင်ရင်တော့

ပြုတ်ကျမှာကို မကြောက်ပါနဲ့။

Ref; the 15 Invaluable Law of Growth

By; John C. Maxwell



Business Model တစ်ခု ဘယ်လိုရေးဆွဲမလဲ

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု လုပ်ဆောင်ရာတွင် စီးပွားရေးစီမံကိန်း

(Business Plan) က အခရာ ဖြစ်သည်။ ရှေးယခင်ကတော့ စာရေးသူတို့

မြန်မာ့စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အများစုအနေဖြင့် Business Plan ရေးဆွဲလေ့ မရှိ။ ကြိုရင် ကြိုသလို လုပ်ကြတာက များသည်။ ခေတ်အခြေအနေ၊

စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ရသည့် ပတ်ဝန်းကျင် (Business Environment) ကလည်း

စီမံကိန်း (Plan) ကြိုတင်ရေးဆွဲဖို့ အခြေအနေမပေး။ ဟိုကွေ့ရောက်ရင် ဟိုတက်နဲ့

လှော်၊ ဒီကွေ့ရောက်ရင် ဒီတက်နဲ့ လှော် ကြည့်ကျက် လုပ်ရသည့်သဘော ဖြစ်သည်။

သို့သော် ဒီကနေ့ခေတ်တွင်တော့ ပြောင်းလဲလာသည့် စီးပွားရေး

အခြေအနေများအရ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် (Plan) ကြိုတင် မရေးဆွဲ၍

မရတော့။ စာရေးသူတို့ လူမျိုးက အလုပ်တစ်ခု မလုပ်မီ ကြိုတင် (Plan)

ရေးဆွဲမှုများစွာ အားနည်းသည်။ ထို့အတူ လုပ်ငန်းတစ်ခု လုပ်ဆောင်ပြီးသည့်အခါ

ပြန်လည်သုံးသပ် (Review) လုပ်ရာတွင်လည်း များစွာ အားနည်းသည်။ ကြားထဲက

လုပ်ဆောင်သည့် နေရာတွင်တော့ စာရေးသူတို့လည်း နိုင်ငံတကာနည်းတူ

လုပ်ဆောင်နိုင်သည်။ သို့သော် ကြိုတင်စီမံကိန်း (Plan) ရေးဆွဲမှုနှင့်

ပြန်လည်သုံးသပ် (Review) မှု အားနည်းသည့်အတွက် လုပ်တာချင်းအတူတူ ရလဒ်

(Result) များ အားလည်းသွားသည့် သဘော ဖြစ်သည်။

ယနေ့ခေတ် စီးပွားရေးလောကတွင် စီးပွားရေးစီမံကိန်း (Business

plan) သည်ပင်လျင် သိပ်ခေတ်မစားတော့။ စီးပွားရေး မော်ဒယ် (Business

Model) ဆိုတာက ပိုလူကြိုက်များ ပိုခေတ်စားလာသည်။ အထူးသဖြင့် ယင်း

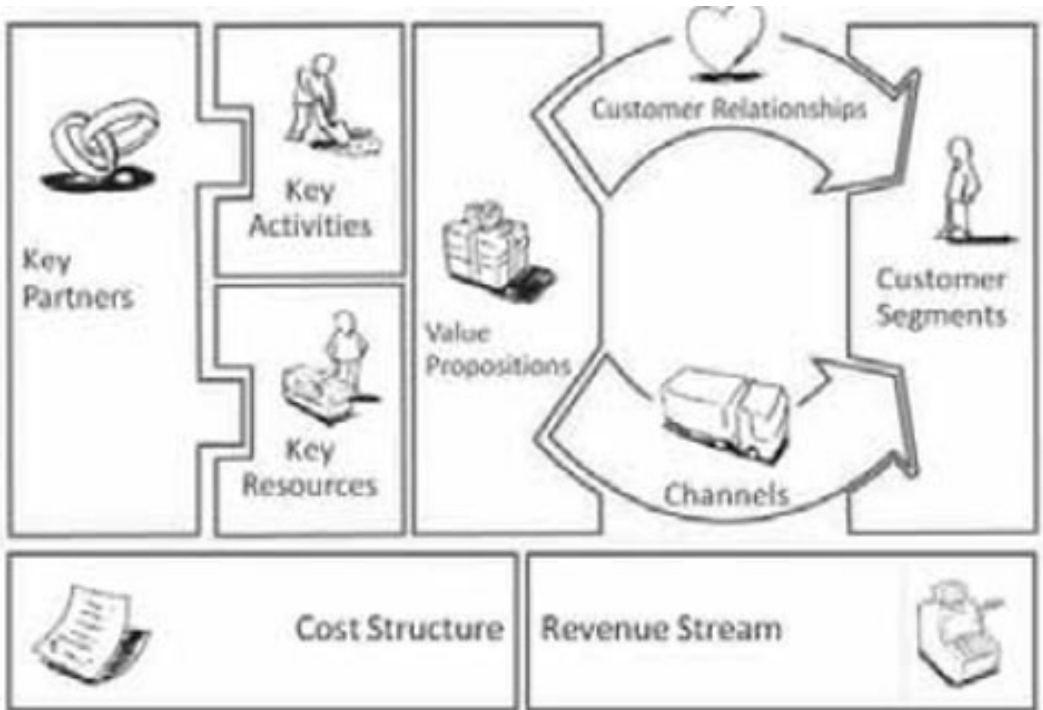
(Business Model) က အေဖိုး (A4) စာရွက်တစ်ရွက်ပေါ်တွင် မိမိ၏

စီးပွားရေးတစ်ခုလုံး၏ အိုင်ဒီယာ (Business Idea) ကို အလွယ်တကူ

ရေးဆွဲနိုင်သဖြင့် ယခုကဲ့သို့ လူကြိုက်များလာခြင်း ဖြစ်သည်။

အထူးသဖြင့် (Business model) တွင် အစဉ်အလာ စီးပွားရေးစီမံကိန်း

(Business Plan) များမှာလို စာသားများ၊ ဂရပ်ဖ်များ၊ စာရင်းဇယားများကို ရှုပ်ထွေးစွာ ရေးဆွဲနေရန် မလိုအပ်ဘဲ အေဖိုးစာရွက်ပေါ်တွင် ရိုးရှင်းသည့်ရုပ်ပုံ (Graphic) ကလေးများဖြင့် မိမိ၏ စီးပွားရေး အိုင်ဒီယာကို ရိုးရှင်းစွာ တင်ပြထားခြင်း ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် (Business Model) တစ်ခုတွင် သင်္ကေတ (၉) မျိုး ပါဝင်သည်။

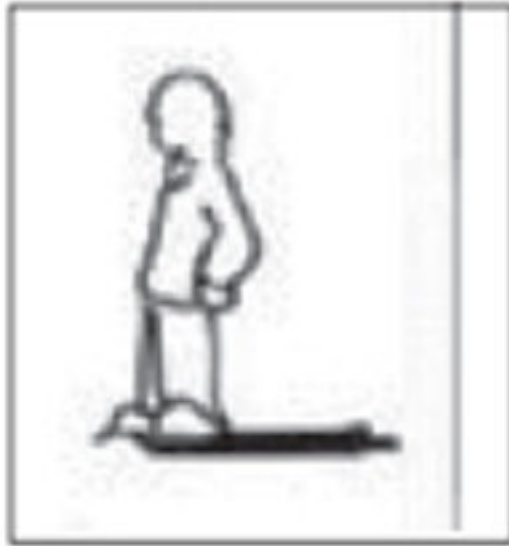


(၁) တန်ဖိုး (value Propositions)



စီးပွားရေးလုပ်ငန်း တစ်ခုလုံးကို ဤနေရာမှ စတင် စဉ်းစားရမည် ဖြစ်သည်။ စီးပွားရေး စတင်လုပ်မည် ဆိုပါက မည်သို့မည်ပုံ ပိုက်ဆံရမည် ဆိုတာကို ကြိုတင်စဉ်းစား၍ မရ။ ဝယ်သူ (Customer) များကို မည်သည့်တန်ဖိုး (Value) ပေးမည်ဆိုတာကို အဓိက စတင်စဉ်းစားရမည် ဖြစ်သည်။ စားသောက်ဆိုင် ဖွင့်ထားတာချင်း အတူတူ စားသောက်ဆိုင် တစ်ဆိုင်နှင့်တစ်ဆိုင် ဝယ်သူကိုပေးသည့် တန်ဖိုးများ မတူညီသည်ကို သတိပြုပါ။

(၂) ဝယ်သူအုပ်စု (Customer Segments)



ဒုတိယစဉ်းစားရမှာက ဘယ်သူ့ကို ရောင်းမလဲ ဆိုတာပါပဲ။ လူတိုင်းကို ရောင်းမယ်လို့ ပြောလို့ မရပါဘူး။ သင့်အနေနဲ့ လူတိုင်းရဲ့ အကြိုက်ကို လိုက်လုပ်ပေးဖို့ဆိုတာ တော်တော် ခက်ခဲပါတယ်။ အသက် (၁၆) နှစ်မှ အသက် (၄၀)အတွင်း ခေတ်ဆတ်သော မြန်မာအမျိုးသမီးများ စသည်ဖြင့် သင့်ရဲ့ ဝယ်သူအုပ်စု (Customer Segments) ကို တိတိကျကျ သတ်မှတ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

(၃) ဖြန့်ချိရေးလမ်းကြောင်း (Channels)



သင် ဘာရောင်းမှာလဲ သိပြီ။ ဘယ်သူကို ရောင်းမှာလဲ ဆိုတာလည်း သိပြီဆိုရင်တော့ ဘယ်က ရောင်းမှာလည်း ဆိုတာကို စဉ်းစားရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီခေတ်မှာက အင်တာနက်၊ အွန်လိုင်းပေါ်ကလည်း အရောင်းအဝယ် ပြုလုပ်နေနိုင်ပါပြီ။ သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်း ဝန်ဆောင်မှုတွေကို ဘယ် (Channel) တွေက တစ်ဆင့် ဝယ်သူတွေကို ဖြန့်ဖြူးမှာလဲ။ သင် (Channel) တွေက တစ်ဆင့် မားကတ်တင်း လုပ်ဆောင်မှုတွေကို လုပ်ဆောင်မှာလဲ စတာတွေကို စဉ်းစားရပါမယ်။

(၄) ဝယ်သူများနှင့် ဆက်ဆံမှု (Customer Relationships)



သင့်ရဲ့တန်ဖိုး (Value) ကို သင်ရွေးချယ်ထားတဲ့ ဝယ်သူအုပ်စု (Customer Segments) ဆီကို မှန်ကန်တဲ့လမ်းကြောင်း (Channels) တွေမှတစ်ဆင့် ပို့ဆောင်ပေးနိုင်ပြီ ဆိုရင်တော့ သင့်အနေနဲ့ ဝယ်သူများရဲ့ ချစ်ခင်မြတ်နိုးမှု အသည်းပုံ (Customer Relationships) ကို ရရှိပိုင်ဆိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

(၅) ဝင်ငွေ (Revenue Streams)



သင့်ရဲ့ ဝန်ဆောင်မှု၊ ကုန်ပစ္စည်းတွေကို ဝယ်သူတွေက စတင်ဝယ်ယူတာနဲ့ ဝင်ငွေ (Revenue Streams) စတင်ရရှိမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

(၆) အဓိကရင်းမြစ်များ (Key Resources)



ဒါကတော့ Business Model ရဲ့ အနောက်ဖက် အခြမ်းပါ။ Business Model ကို စတင် စဉ်းစားရာမှာ တန်ဖိုး (Value Propositions) က စတင် စဉ်းစားခဲ့ပေမယ့် တကယ့် တကယ် လက်တွေ့ဆောင်ရွက်ရာမှာ တန်ဖိုး (Value) (ဝါ) မိမိတို့ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု စတာတွေဟာ အလိုအလျောက် ဖြစ်ပေါ်လာတာ မဟုတ်ဘဲ ၎င်းတို့ ဖြစ်ပေါ်လာဖို့ အဓိက ရင်းမြစ် (Key Resources) တွေ လိုအပ်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။ အဓိက အရင်းအမြစ်တွေအဖြစ် လူ့စွမ်းအား အရင်းအမြစ်၊ ငွေကြေး အရင်းအနှီး၊ အသိဉာဏ်ဆိုင်ရာ အရင်းအနှီး စတာတွေကို စဉ်းစားကြရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

(၇) အဓိကလုပ်ဆောင်မှုများ (Key Activities)



အဓိကရင်းမြစ် (Key Resources) တွေ ရရှိပြီဆိုရင်တော့ အဆိုပါ အရင်းမြစ်များကို သုံးပြီး အဓိက လုပ်ဆောင်မှု (Key Activities) များကို ဆောင်ရွက်ကြရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာ - စားသောက်ဆိုင်တစ်ဆိုင် ဖွင့်မယ်ဆိုရင် ချက်ပြုတ်ခြင်း၊ ပြင်ဆင်ခြင်း၊ ကြော်ငြာခြင်း၊ စီမံခန့်ခွဲခြင်း စသည်ဖြင့် ဆောင်ရွက်ရတာ မျိုးပါ။

(၈) အဓိက မိတ်ဖက်များ (Key Partners)



ဘယ်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကိုမှ တစ်ဦးတစ်ယောက်တည်း

ဆောင်ရွက်လို့မ ရပါဘူး။ ကုန်ကြမ်းသွင်းသူ (Supplier)၊ အစိုးရ အာဏာပိုင်များ၊
မီဒီယာများ စသည်ဖြင့် မိမိစီးပွားရေးအတွက် အဓိက မိတ်ဖက်များကို ဤနေရာမှာ
စဉ်းစားကြရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

(၉) ကုန်ကျစရိတ် (Cost Structure)



စီးပွားရေးတစ်ခုကို စတင်လည်ပတ် လုပ်ဆောင်ပြီးဆိုတာနဲ့ စတင်ကုန်ကျမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ကုန်ကျစရိတ် (Cost Structure) ကို တွက်ချက်ကြရာမှာ ကနဦး စတင်ရင်းနှီး မြှုပ်နှံမှုနဲ့ ပုံမှန်လည်ပတ် ကုန်ကျစရိတ်တို့ကို အဓိကထား တွက်ချက်ကြရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဝင်ငွေ (Revenue Streams) ထဲက ကုန်ကျစရိတ် (Cost Structure) ကို နုတ်ရင် အမြတ်အစွန်းကို ခန့်မှန်းတွက်ချက်နိုင်သလို အရင်းကျေကာလကိုလည်း ခန့်မှန်း တွက်ချက်နိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

ကဲ မိတ်ဆွေ၊ သင့်ရဲ့ (Business Model) ကို ယခုပဲ ပုံဖော်ကြည့်လိုက်ပါ။ အောင်မြင်မှုတွေက သင့်ကို စောင့်ကြိုနေပါတယ်။ စီမံကိန်းဆွဲရန် ပျက်ကွက်ခြင်းဟာ ကျဆုံးဖို့အတွက် စီမံကိန်းဆွဲနေခြင်း ဖြစ်တယ် (Fail to plan is plan to fail) ဆိုတာကို ဘယ်တော့မှ မမေ့ပါနဲ့။

Ref: Business Model Generation

By: Alex Osterwalder Yves Pigneur.



သင့်ရဲ့လုပ်ငန်းခွင်ထဲမှ Y မျိုးဆက်တွေကို ဘယ်လိုစီမံခန့်ခွဲမလဲ

မျိုးဆက်ကွာခြားမှု (Generation Gap) ပြဿနာက ဒီကနေ့မှာ စာရေးသူတို့ ကျယ်ကျယ်လောင်လောင် ကြားလာခဲ့ရတဲ့ ပြဿနာတစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ ပညာရေး စသဖြင့် နယ်အသီးသီးမှ မျိုးဆက်ကွာခြားမှု ပြဿနာတွေ ရှိနေသလို လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာလည်း

မျိုးဆက်ကွာခြားမှု ပြဿနာတွေ များစွာ ရှိလာပါတယ်။

မျိုးဆက်ကွာခြားမှုလို့ ပြောတဲ့နေရာမှာ မျိုးဆက် (Generation) ဆိုတာကို ရှေးဦးစွာ ဖွင့်ဆိုရှင်းလင်းဖို့ လိုမယ်လို့ ထင်ပါတယ်။ ကမ္ဘာပေါ်မှာတော့ မျိုးဆက် (Generation) လို့ ပြောရင် ယေဘုယျအားဖြင့် မျိုးဆက် (၃)မျိုး ခွဲခြားနိုင်ပါတယ်။ အဲဒီ သုံးမျိုးကတော့...

(၁) ဘေဘီဘွန်မာ (Baby Boomer)

(၂) X မျိုးဆက်

(၃) Y မျိုးဆက်

တို့ ဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့ရဲ့ နှစ်ကာလ အပိုင်းအခြားအလိုက် မျိုးဆက်သတ်မှတ်ပုံကို ဖော်ပြပါဇယားမှာ လေ့လာနိုင်ပါတယ်။

Baby Boomer	1946-1964
Generation X	1965-1980
Generation Y	1980-Now

၁၉၄၆ ခုနှစ်ကနေ ၁၉၆၄ ခုနှစ်အတွင်း မွေးဖွားတဲ့ မျိုးဆက်တွေအနေနဲ့ ကြွယ်ဝချမ်းသာပြီး ကလေးတွေ အမြောက်အများ မွေးဖွားခဲ့ကြတဲ့အတွက် သူတို့ကို Baby Boomer မျိုးဆက်လို့ ခေါ်ပါတယ်။ ၁၉၆၅ ခုနှစ်မှ ၁၉၈၀ ပြည့်နှစ်အတွင်း မွေးဖွားသူများကိုတော့ X မျိုးဆက်လို့ ခေါ်ဆိုတာ ဖြစ်ပြီး ၁၉၈၀ ပြည့်နှစ်မှ

ယနေ့အထိ မွေးဖွားသူများကတော့ Y မျိုးဆက် ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနေရာမှာ တချို့ပညာရှင်များက Y မျိုးဆက်ရဲ့ အနောက်မှာ Z မျိုးဆက်ဆိုတာတွေကို ခေါ်တွင် ရေးသားလာကြတာမျိုးတွေ ရှိပေမယ့် ယခုဆောင်းပါးမှာ စာရေးသူအနေနဲ့ Y မျိုးဆက်အထိပဲ ရည်ညွှန်း ရေးသားလိုပါတယ်။

Y မျိုးဆက်တို့ရဲ့ ဝိသေသလက္ခဏာများ

X မျိုးဆက်နဲ့ Y မျိုးဆက်တို့အကြားမှာ ကွဲပြားခြားနားတဲ့ ဝိသေသလက္ခဏာတွေ များစွာရှိပါတယ်။ အဲဒီ ထဲကမှ Y မျိုးဆက်ဝန်ထမ်းတွေရဲ့ ထူးခြားတဲ့ ဝိသေသလက္ခဏာတွေကတော့

(၁) Y မျိုးဆက်ဝန်ထမ်းတွေဟာ အလုပ်စဝင်ပြီး တစ်နှစ်အတွင်းမှာ လစာတိုးချင်ပြီး နှစ်နှစ်အတွင်းမှာ ရာထူးတိုးချင်ပါတယ်။ (သူတို့ကို ဖြည်းဖြည်းမှန်မှန် ကြိုးစားရမယ်တွေ ဘာတွေ သွားမပြောပါနဲ့”

(၂) Y မျိုးဆက်တွေဟာ စမတ်ဖုန်းတွေ၊ တက်ဘလက်ခ်တွေကို ပွတ်ပြီး ကြီးပြင်လာတဲ့ နည်းပညာမျိုးဆက် ဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့ မကြိုက်ဆုံးကတော့ အလုပ်ချိန်အတွင်းမှာ ဖုန်းမပြောရတို့၊ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်း ဖုန်းအသုံးမပြုရတို့ဆိုတဲ့ စည်းမျဉ်းတွေပါပဲ။ သူတို့က သီချင်းနားထောင် ရင်းလည်း အလုပ်လုပ်တတ်ပါတယ်။ နည်းပညာနဲ့ ပတ်သက်လာရင်း အလုပ်နှစ်ခု သုံးခုကိုလည်း အံ့မခန်း တစ်ပြိုင်နက် လုပ်နိုင်ကြပါတယ်။

(၃) Y မျိုးဆက်တွေဟာ X မျိုးဆက်တွေထက်စာရင် တစ်ဦးကိုတစ်ဦး ယုံကြည်မှု ပိုမိုရှိပြီး အသင်းအဖွဲ့နဲ့ ပိုမိုဆောင်ရွက်တတ်ကြပါတယ်။ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာ တစ်ဦးနဲ့တစ်ဦး၊ တစ်ဖွဲ့နှင့်တစ်ဖွဲ့ ယုံကြည်မှုရှိဖို့က အလွန်အရေးကြီးပါတယ်။ ယနေ့ စာရေးသူတို့ မြန်မာလူ့အဖွဲ့ အစည်းအတွင်းမှာလည်း တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ယုံကြည်မှုဆိုတာ အလွန်လိုအပ်နေတဲ့အရာ ဖြစ်ပါတယ်။ အာရှဖောင်ဒေးရှင် (The Asia Foundation)

အဖွဲ့ကြီးက ၂၀၁၄ ခုနှစ်မှ ပြုလုပ်ခဲ့တဲ့ Myanmar 2014 ဆိုတဲ့ သုတေသန စစ်တမ်းပါ ဖော်ပြချက်အရ မြန်မာပြည်သူလူထုရဲ့ ၇၇ ရာခိုင်နှုန်းဟာ တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ယုံကြည်မှု (Trust) မရှိဘူးလို့ ဖော်ပြထားတာကို ဝမ်းနည်းဖွယ် တွေ့ရပါတယ်။ မြန်မာလူငယ် Y မျိုးဆက်တွေ လက်ထက်မှာ တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး၊ တစ်ဖွဲ့နှင့် တစ်ဖွဲ့အကြားမှာ ယုံကြည်မှုတွေ ပိုမိုမြင့်မားလာလိမ့်မယ်လို့ မျှော်လင့်ရပါတယ်။ Y မျိုးဆက်တွေကို စီမံခန့်ခွဲတဲ့ နေရာမှာ သူတို့အပေါ် ယုံကြည်မှုထားပြီး ဆက်ဆံဆောင်ရွက်ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။

(၄) Y မျိုးဆက်တွေဟာ တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ရင်းနှီးပွင့်လင်းစွာ ဆက်ဆံလိုကြပါတယ်။ သူတို့ဟာ ရာထူးအဆင့်ကွာခြားမှုတွေကို မနှစ်သက်ကြပါဘူး။ လုပ်ငန်းခွင်အတွင်း ဆောင်ရွက် လုပ်ကိုင်ကြတဲ့ နေရာမှာ Tall Structure ထက် Flat Structure ကို ပိုမိုနှစ်သက်ကြပါတယ်။ Y မျိုးဆက်တွေဟာ တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ဆက်ဆံ၊ ဆက်သွယ်ကြတဲ့ နေရာမှာ ပုံမှန်ဆက်သွယ်မှုအပြင် Email၊ ဖုန်း၊ ဖေ့စ်ဘုတ် (Facebook) စတဲ့ နည်းပညာဆိုင်ရာ ဆက်သွယ်မှုတွေကိုလည်း များစွာ အားပြုကြပါတယ်။ သူတို့တစ်ဦးချင်းစီးမှာ မှတ်ပုံတင် ID ကတ် တစ်ကတ်စီ ရှိကြသလို ဖေ့စ်ဘုတ် (Facebook) အကောင့်တစ်ခုစီ ရှိကြပါတယ်။ (ဖြစ်နိုင်ရင် လုပ်ငန်းခွင်အတွင်းမှာ သူတို့ရဲ့ နည်းပညာဆိုင်ရာ သုံးစွဲမှုတွေကို ဘယ်တော့မှ မကန့်သတ်ပါနဲ့။)

Y မျိုးဆက်တွေနဲ့ ဆက်ဆံဆောင်ရွက်တဲ့နေရာမှာ ရင်းနှီးနှေးကွေးစွာ ဆက်ဆံပြီး သူတို့အပေါ် ယုံကြည်မှုထား စီမံဆောင်ရွက်ကြမယ်ဆိုရင်တော့ Y မျိုးဆက်တွေဟာ ရည်မှန်းချက် မြင့်မြင့်မားမား ထားသူတွေပီပီ အောင်မြင်မှုတွေကို ဆွတ်ခူးနိုင်ကြမှာ ဖြစ်ပါတယ်။



ပဋိပက္ခတွေကို အဖြေရှာကြံရာဝယ်

စာရေးသူတို့ နိုင်ငံလည်း ရွေးကောက်ပွဲနီးလာတာနဲ့အမျှ

ပဋိပက္ခတွေကလည်း တစ်ခုပြီး တစ်ခု ဆိုသလို ဆက်တိုက်ပေါ်ပေါက်လာသည်။

တိုင်းရင်းသား စည်းလုံးညီညွတ်မှု ပြဿနာ ပဋိပက္ခ၊ ကျောင်းသားအရေး၊

လောက်ကိုင်အရေး၊ အလုပ်သမားအရေး၊ ဂျိုက်ကတ်ကိစ္စ စသည်ဖြင့် တိုင်းပြည်က

ငယ်သလောက် ပဋိပက္ခတို့က များပြားလှသည်။ တချို့ကလည်း

ဒီမိုကရေစီသက်တမ်း နုနယ်သည့် ဤနိုင်ငံကလေးတွင် ဤမျှလောက် ပဋိပက္ခ
များပြားလာခြင်းကို စိုးရိမ်အကင်း ဖြစ်နေကြသည်။

အမှန်စင်စစ် ပဋိပက္ခ၊ ပြဿနာဟူသည် တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးရေးဖြစ်စဉ်တွင်
ရှောင်လွှဲ၍ မရစကောင်း၊ အလုပ်သေးသေးလုပ်လျင် ပြဿနာသေးသေး တွေ့မည်။
အလုပ်ကြီးကြီးလုပ်လျင် ပြဿနာကြီးကြီး တွေ့မည်။ ဘာပြဿနာမှ မတွေ့လိုလျင်
ဘာမှမလုပ်ဘဲ အိမ်ထဲမှာ အိပ်နေမှပဲ ရမည်။ အထူးသဖြင့် စနစ်တစ်ခုမှ
စနစ်တစ်ခုသို့ ကူးပြောင်းစ အခါကာလသမယတွင် ပြဿနာ အခက်အခဲဆိုတာက
တွေ့ကြုံရစမြဲ။ မည်မျှကောင်းမွန်သည့် စနစ်သို့ ကူးပြောင်းသည်ဖြစ်စေ
ကူးပြောင်းစကာလတွင် ပဋိပက္ခ ပြဿနာဆိုတာက ကြုံတွေ့ကြရမည်သာ
ဖြစ်သည်။

မဟာဗျူဟာ
(Strategy)



နည်းဗျူဟာ
(Tactic)



နည်းလမ်း
(Technical)

ပဋိပက္ခများကို ဖြေရှင်း အဖြေရှာကြရာမှာ ယေဘုယျအားဖြင့် အဆင့်

(၃)ဆင့် ရှိသည်။ အဲဒီ အဆင့်တွေကတော့...

(၁) မဟာဗျူဟာ (Strategy) အဆင့်

(၂) နည်းဗျူဟာ (Tactic) အဆင့်

(၃) နည်းလမ်း (Technical) အဆင့်တို့ ဖြစ်သည်။

(၁) မဟာဗျူဟာ (Strategy) အဆင့်

မဟာဗျူဟာအမြင်ဖြင့် ပြဿနာ ပဋိပက္ခများကို ချဉ်းကပ်ဖြေရှင်း အဖြေရှာရာတွင် အလွန်သိမ်မွေ့ နူးညံ့လှသည်။ စီမံခန့်ခွဲမှု သဘောတရားအရ မဟာဗျူဟာ (Strategy) ဟု ဆိုလိုက်သည်နှင့် လက်ငင်းရလဒ် (Immediate Result) ကို အာရုံစိုက် ဖြေရှင်းခြင်း မဟုတ်ဘဲ အနာဂတ် (Future) ကို ရှုမြင်ပုံဖော် အဖြေရှာခြင်း ဖြစ်သည်။ သို့ဖြစ်၍ မဟာဗျူဟာ ရှုမြင်မှုတွင် လက်ငင်းရလဒ်ကို တွေ့မြင်ရမည် မဟုတ်ဘဲ။ အနာဂတ်အတွက် လုပ်ဆောင်ရမည့် နည်းနာစီမံကိန်း (Game Plan) ကိုသာ ရရှိမည် ဖြစ်သည်။

(၂) နည်းဗျူဟာ (Tactic) အဆင့်

မဟာဗျူဟာအရ နည်းနာစီမံကိန်း (Game Plan) တစ်ခု ရရှိပြီဆိုလျှင် ယင်းမဟာ ဗျူဟာကို စာရွက်ပေါ်မှ လက်တွေ့ (Paper to Practice) ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် နည်းဗျူဟာ (Tactic) ရှိရမည် ဖြစ်သည်။

နည်းဗျူဟာအရ ပဋိပက္ခများကို စဉ်းစားသုံးသပ် ဖြေရှင်းကြရာတွင်တော့ လက်ငင်းရလဒ် (Immediate Result) များကိုပါ ထည့်သွင်းစဉ်းစားလာကြရပြီ ဖြစ်သည်။ သို့သော် လတ်တလော လက်ငင်းရလဒ်ကို ရလိုစောဖြင့် မူလမဟာဗျူဟာအမြင်၊ နည်းနာများကိုတော့ သွေဖည်၍ မရချေ။ နည်းဗျူဟာများကို မဟာဗျူဟာ နည်းနာများနှင့် ကိုက်ညီအောင် ရေးဆွဲစီမံကြရမည် ဖြစ်သည်။

(၃) နည်းလမ်း (Technical) အဆင့်

နည်းလမ်းအဆင့်ကတော့ အသေးစိတ်အကျဆုံးအဆင့် ဖြစ်သည်။

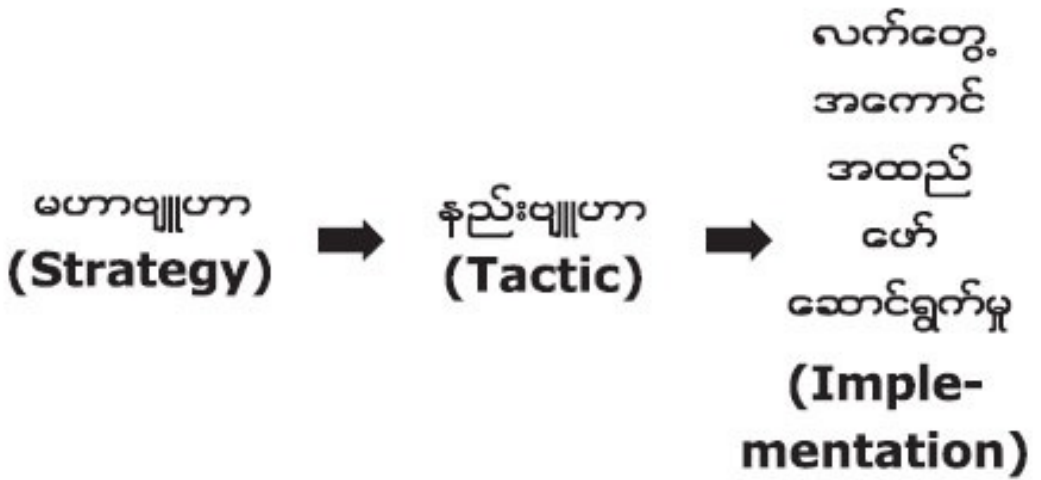
သက်ဆိုင်ရာ နည်းဗျူဟာအလိုက် အသေးစိတ် ဆောင်ရွက်ရမည့် နည်းလမ်းများကို အတိအကျ အကောင်အထည်ဖော် လုပ်ဆောင်ရန် ဖြစ်သည်။ ဤအဆင့်တွင်တော့ ချက်ချင်း လက်ငင်း ရလဒ်များရရှိရန် အာရုံစိုက် ဆောင်ရွက်ကြရမည် ဖြစ်သည်။

ပဋိပက္ခများကို ချဉ်းကပ်ဖြေရှင်း အဖြေရှာကြရာတွင်

မဟာဗျူဟာအမြင်၊ နည်းဗျူဟာ အမြင်၊ နည်းလမ်းအမြင် စသည့် အဆင့် (၃)ဆင့်မှ အမြင်များမှာ ရောထွေး၍ မရ။ နည်းဗျူဟာ အမြင်လောက်သာ ရှုမြင်စဉ်းစား သုံးသပ်နိုင်သူတို့က မဟာဗျူဟာအဆင့်ကို တက်၍ သုံးသပ်စဉ်းစား အဖြေရှာကြရသောအခါ ရေရှည်ကို မကြည့်တော့ဘဲ ချက်ချင်း လက်ငင်း ရလဒ် (Immediate Result) ရရေးကိုသာ သဲမဲအဖြေရှာကြ၍ ပဋိပက္ခများမှာ မပြေလည်တော့ဘဲ ပိုမိုရှုပ်ထွေး လာတတ်သည့် သဘောဖြစ်သည်။

သို့ဖြစ်၍ ပဋိပက္ခများကို အဖြေရှာကြရာတွင် အဆင့်အလိုက် မှန်ကန်စွာ

ရှုမြင်သုံးသပ် စဉ်းစားဆောင်ရွက်နိုင်မှုမှာ ထိရောက်အောင်မြင်မှုအတွက် အခရာ ဖြစ်လာသည်။ ပဋိပက္ခ ပြဿနာများကို ဖြေရှင်းအဖြေရှာကြရာတွင် အလျင်အမြန် ပြေလည်လိုစေနှင့် တစ်ကြိမ်တည်းမှာ ပဋိပက္ခပြဿနာ အမြောက်အများကို ဖြေရှင်းရန် ကြိုးပမ်းမှုမျိုးကိုလည်း ရှောင်ကြဉ်ရမည်။



တံတားဟူသည် ကားများကို ဖြတ်သန်းသွားလာရန် ခံနိုင်ဝန်ရှိသည်မှာ မှန်သော်လည်း တံတား၏ ခံနိုင်ဝန်မှာ တစ်ကြိမ်ဖြတ်သန်းသည့် ကားအရေအတွက်ပေါ်တွင်သာ မူတည် တွက်ချက်ခြင်းဖြစ်ပြီး နေ့စဉ်၊ လစဉ် ဖြတ်သန်းသွားသည့် ကားအရေအတွက် စုစုပေါင်းကို မူတည်တွက်ချက်ခြင်း မဟုတ်သည်ကို သတိချပ်ကြရမည်။ ပဋိပက္ခများကို ဖြေရှင်းရာတွင်လည်း စာရေးသူတို့အနေဖြင့် တစ်ကြိမ်တွင် ပဋိပက္ခတစ်ခု၊ နှစ်ခုကိုသာ ဖြေရှင်းနိုင်မည် ဖြစ်သည်။ ပဋိပက္ခများကို ဖြေရှင်းကြရာ၌ အချို့သော အခြေအနေများတွင် မိမိတို့၏ လိုအင်တစ်ခုတည်းကို ကြည့်၍ မရဘဲ နောက်ကို တစ်လှမ်းဆုတ်ပေးရခြင်းမျိုးလည်း ကြုံတွေ့ရနိုင်ပါသည်။
