

လုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခု ရေးဆွဲနည်း

ဇော်ဝင်းကြူ (ပျဉ်းမနား)



How to Write a Business Plan
Brian Finch

ထုတ်ဝေသူအမှာ

ကိုယ်ပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်လိုသူများ အတွက် မိမိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အောင်မြင်အောင် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် လုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခုရေးဆွဲရန် အရေးကြီးလှပါသည်။ စီမံချက်ရေးဆွဲရာတွင် စီမံချက်၏ လိုအပ်သော အစိတ်အပိုင်း အချို့ကို စာရင်းကိုင်၊ ဈေးကွက်မြှင့်တင်ရေးကျွမ်းကျင်သူ အစရှိသူတို့ ထံမှ ရနိုင်သော်လည်း စီမံချက်၏ အဓိကအစိတ်အပိုင်းများကို ကိုယ်တိုင် ရေးဆွဲနိုင်ရပါမည်။ ထို့ပြင် အကောင်အထည်ဖော်မည့် ပုဂ္ဂိုလ်အနေဖြင့် စီမံချက်တွင် ပါဝင်သော ယူဆချက်များအားလုံးကို သိရှိ ပိုင်ဆိုင်ထား ရမည် ဖြစ်ပါသည်။ ထိုသို့ လုပ်ငန်းစီမံချက်နှင့် အကျွမ်းတဝင်ရှိပါမှ စီးပွားဖက် လုပ်ကိုင်သူ၊ သို့မဟုတ် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန် အလားအလာရှိသူ များ ရှေ့တွင် သေချာစွာ ရှင်းပြ၊ တင်ပြနိုင်မည် ဖြစ်သည်။

ဆရာဇော်ဝင်းကြူ (ပျဉ်းမနား) ဘာသာပြန်ထားသော ဤ စာအုပ်တွင် လုပ်ငန်းစီမံချက်ရေးဆွဲရာတွင် လိုအပ်သော အချက် အလက်များကို စုစည်းတင်ပြထားသည်။ စီမံချက်၏ ဖွဲ့စည်းပုံ၊ လုပ်ငန်း ၏ နောက်ခံသမိုင်းကြောင်း၊ ဈေးကွက်အခြေအနေ၊ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများ၊ စီမံခန့်ခွဲမှု၊ လုပ်ငန်းဆိုင်ရာကြိုတင်ခန့်မှန်းချက်များ၊ ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာသတင်းအချက်အလက်များ၊ လုပ်ငန်းတွင်း စီမံချက် စသည်ဖြင့် လုပ်ငန်းစီမံချက်ရေးဆွဲရာတွင် လိုအပ်သော အချက်အလက်များ ကို အသေးစိတ် စုစည်း တင်ပြထားပါသည်။

ပြီးပြည့်စုံသော လုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခု ရေးဆွဲနိုင်ရန် ဤစာ အုပ်ပါ
အချက်အလက်များ ၊ အကြံပြုချက်များက များစွာ အထောက်အကူဖြစ်
နိုင်သောကြောင့် ကိုယ်ပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်လိုသူ များ အတွက်
စီစဉ်ထုတ်ဝေလိုက်ပါသည်။ ။

တူဒေးစာအုပ်တိုက်

★

နိဒါန်း

ဤစာအုပ်ကပေးမည့် အခွင့်အလမ်း

သင့်ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွက် စီမံချက်ရေးဆွဲရာ မှာ သင့်ကို ဦးဆောင်လမ်းပြဖို့ အတွက် ဒီစာအုပ်ကို စီစဉ်ထားပါတယ်။ စီမံချက်ရဲ့ အစိတ်အပိုင်းတချို့ကို စာရင်းကိုင်၊ ဈေးကွက်မြှင့်တင်ရေး (မားကက်တင်း) ကျွမ်းကျင်သူ အစရှိသူတွေဆီကရတဲ့ ကျွမ်းကျင်မှုဆိုင်ရာ သွင်းအားစုတွေဆီက ရနိုင်ပေမဲ့ စီမံချက်ရဲ့ အဓိက အစိတ်အပိုင်း တွေကိုတော့ သင့်ဘာသာ ရေးနိုင်စွမ်းရှိရပါမယ်။ ဒီစီမံချက်ကို အကောင်အထည်ဖော်မယ့် ပုဂ္ဂိုလ်အနေနဲ့ စီမံချက်ထဲမှာ ပါတဲ့ ယူဆချက်အားလုံးကို ပိုင်ဆိုင်ထားဖို့ အရေးကြီးတယ်လို့ စာရေးသူအနေနဲ့ ယုံကြည်ပါတယ်။ အဲဒီလိုဖြစ်ဖို့ လိုတဲ့ ပထမအကြောင်းရင်းကတော့ ဒီစီမံချက်ကို သင်ကိုယ်တိုင် တင်ပြနိုင်စွမ်းရှိရမှာ ဖြစ်လို့ ပါပဲ။ ဒီစီမံချက်ကို ရေးဆွဲရာမှာ သင်အနီးကပ်မပါဝင်ခဲ့ရင် သင်ကိုယ်တိုင်တင်ပြဖို့ ပိုပြီးခက်ခဲမယ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒုတိယအကြောင်းရင်းကတော့ စီမံချက်ကိုရေးဆွဲခြင်းဟာ ဒီစီမံချက်ထဲမှာ ပါဝင်တဲ့ အရာတွေကို ပိုပြီး ကောင်းမွန်အောင်ပြုလုပ်ဖို့ သင့်ကို အထောက်အကူပြုနေလို့ ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ စီမံချက်နဲ့ သင်နဲ့ လုံးဝအကျွမ်း တဝင်မရှိခဲ့ရင် သင်နဲ့ စီးပွားဖက်လုပ်ကိုင်သူတစ်ဦး၊ ဒါမှ မဟုတ် ရင်းနှီး မြှုပ်နှံဖို့ အလားအလာရှိသူတစ်ဦးရဲ့ ရှေ့မှာ သင်ထိုင်နေတဲ့ အချိန်မှာ အဲဒီလို အကျွမ်းတဝင်မရှိတာကို

သူတို့ က တွေ့သွားနိုင်ပါတယ်။ ဒါမှ မ ဟုတ် သင့်ရဲ့ တွေးခေါ်မြော်မြင် မှုထဲမှာ သင်စဉ်းစားမထားမိတဲ့ ဟာ ကွက်တစ်ခုရှိနေခဲ့ရင် အဲဒီလိုရှိနေ တာကို အဲဒီလိုအချိန်မှာ သူတို့ က တွေ့သွားနိုင်ပါတယ်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခုကို အမှန်တကယ်ရေးတဲ့ နေရာ မှာ အကူအညီလိုချင်တဲ့ လူတွေဟာ စာရေးသူဆီကို မကြာခဏ ချဉ်း ကပ်လာကြပါတယ်။ များ သောအားဖြင့်တော့ သူတို့ ဟာ အင်္ဂလိပ်စာကို ဆွဲဆောင်မှုရှိအောင် ရေးဖို့ အတွက် သူတို့ ရဲ့ အရည်အချင်းကို သူတို့ ယုံ ကြည်မှုမရှိကြပါဘူး။ ဒီကိစ္စအတွက် သူတို့ ကို အကူအညီပေးမယ့် လူ တစ်ယောက်ယောက်ကို ရှာလိုက်ရင် အဆင်ပြေနိုင်ပေမဲ့ စီမံချက်ရဲ့ ပိုင် ရှင်၊ တစ်နည်းအားဖြင့် ဒီစီမံချက်ကိုရောင်းပြီး အကောင်အထည်ဖော် မ ယ့် ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ယောက်အနေနဲ့ အဓိကကျတဲ့ ကိစ္စရပ်တွေအားလုံးကို စ ဉ်းစားဖြေရှင်းသွားဖို့ အတွက် ပထမဆုံးမူကြမ်းကို ရေးဆွဲဖို့ တော့ အမှ န်တကယ် လိုအပ်ပါတယ်။ မှားယွင်းပြီး လုပ်ကိုင်တဲ့ ဥပမာတစ်ခုကို ပြောရမယ် ဆိုရင်တော့ တစ်စုံတစ်ယောက်သောသူဟာ သူ့ရဲ့ စီမံချက် ကို ကူညီပြီး ရေးဆွဲပေးဖို့ အတွက် မကြာသေးခင်က စာရေးသူဆီကို ချ ဉ်း ကပ်လာခဲ့ပါတယ်။ နည်းနည်းပါးပါး ဆွေးနွေးကြည့်ပြီးတဲ့ နောက်မှာ တော့ သူ့ဆီမှာ စိတ်ကူးတစ်ခုရဲ့ ပုံကြမ်းလောက်သာရှိတယ် ဆိုတာ ပေါ် လာခဲ့ပါတယ်။ အဆိုပြုချက် အစိတ်အပိုင်းတွေရဲ့ အသေးစိ တ်တွေကို တောင်းလိုက်တဲ့ အခါတိုင်း သူပြန်မဖြေနိုင်ခဲ့ပါဘူး။ တချို့လူ တွေဟာ ကျယ်ပြန့်တဲ့ စိတ်ကူးတွေကို ထုတ်တဲ့ နေရာမှာ တော်ကြပါတ ယ်။ ဒါပေမဲ့ အသေးစိတ်တွေကို ရောက်လာတဲ့ အခါမှာ တော့ အားနည်း ကြပါတယ်။ ဘာပဲပြောပြော အဲဒီလိုအခြေအနေအထိလည်း သူတို့ မှာ အောင်မြင်နိုင် ခြေတော့ တော်တော်ရှိနေပါသေးတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဒီနေရာ မှာ များ သော အားဖြင့် သူတို့လိုအပ်နေတာဟာ အခကြေးငွေနဲ့ လုပ်

ပေးမယ့် အကြံပေး ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ယောက် မဟုတ်ပါဘူး။ အသေးစိတ်တွေကို ဖော်ထုတ်ဖြေရှင်း ပေးမယ့် သူနဲ့ စီးပွားဖက်လုပ်မယ့် ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ယောက်ကိုသာ လိုအပ်နေ တာ ဖြစ်ပါတယ်။

ဘာအတွက်ရေးဆွဲမယ့် စီမံချက်လဲ။ စီမံချက်ကိုဖတ်မယ့် ပရိသတ်က ဘယ်သူတွေလဲ။

စီမံချက်ကို သင်ဘယ်နည်းနဲ့ ရေးဆွဲရမလဲဆိုတာကို ပြဋ္ဌာန်း သတ်မှတ်ပေးမယ့် အဓိကမေးခွန်းနှစ်ခုရှိပါတယ်။ တစ်စုံတစ်ခုကို သင် စပြီးမရေးခင် စီမံချက်ကိုဖတ်မယ့်ပရိသတ်က ဘယ်သူတွေဖြစ်ပြီး သူတို့ ဆီက ဘယ်လိုတုံ့ပြန်မှုမျိုးကို သင်က လိုချင်တာလဲဆိုတာကို အတိအကျ သတ်မှတ်ဖော်ထုတ်ပါ။ သင့်ရဲ့ စီမံချက်ကို ဘယ်လိုလူတွေဆီကို ဦးတည် ထားသလဲ။ သူတို့ အတွက် ထည့်ပေးရမယ့်ကိစ္စတွေက ဘာတွေလဲဆိုတဲ့ အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုချက်ကို ချရေးဖို့ စည်းမျဉ်းတစ်ခုချထားရင် ကောင်းပါ တယ်။ သင့်ရဲ့ စီမံချက်ကို ရေးနေတဲ့ အချိန်မှာ အဲဒီကိစ္စရပ်တွေ ပါဝင်မှုရှိ မရှိ စစ်ဆေးဖို့ အတွက် အောက်မှာ ဖော်ပြထားတဲ့ မေးခွန်းတွေကို အသုံး ပြုနိုင်ပါတယ်။

သင့်အနေနဲ့ စီမံချက်ဖတ်သူကို-

သင့်ရဲ့ စိတ်ကူးအသစ်ထဲမှာ ၊ ဒါမှ မဟုတ် လက်ရှိလုပ်နေတဲ့ လုပ်ငန်းတစ်ခုထဲမှာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံစေချင်တာလား။

-သင့်ရဲ့ လုပ်ငန်းကို ဝယ်စေချင်တာလား။

-ဖက်စပ်လုပ်ငန်းအဖြစ် ပါဝင်လုပ်ကိုင်စေချင်တာလား။

-ကန်ထရိုက်လုပ်ငန်းတစ်ခုကို အကောင်အထည်ဖော်ဖို့ အတွက် သင့်ရဲ့ တင်ဒါကို လက်ခံစေချင်တာလား။

-ထောက်ပံ့ကြေးတစ်ရပ်၊ ဒါမှ မဟုတ် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းအရ သဘောတူ ခွင့်ပြုချက်တစ်ခု သင့်ကို ပေးစေချင်တာလား။

-သင့်ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းကို စီမံကွပ်ကဲလုပ်ကိုင်ရာမှာ သင့်ကို အကူအညီ ပေးစေချင်တာလား။

သင့်အနေနဲ့ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို လိုချင်နေတာဆိုရင် စွန့်စားမှု တော်တော်နည်းနည်းနဲ့ သင်ကပြန်ပေးမယ့် အကျိုးအမြတ်ကောင်း ကောင်းတွေကို ဇောင်းပေး ဖော်ပြရပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ သင်က မိခင်ကုမ္ပဏီကြီးဆီက သဘောတူခွင့်ပြုချက်တစ်ခုခုကို လိုချင်နေတာဆို ရင်လည်း ပြန်ရဖို့ အထူးကောင်းမွန်တဲ့ အကျိုးအမြတ်တွေကို ထုတ်ပြရဦး မှာ ပါပဲ။ ဒါပေမဲ့ မဟာဗျူဟာဆိုင်ရာကိစ္စတွေနဲ့ သင့်မှာ လိုအပ်လာနိုင် မယ့် တခြားသဘောတူခွင့်ပြုချက်တွေ၊ သွင်းအားစုတွေအပေါ်မှာ ပိုပြီး ဇောင်းပေးဖော်ပြရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

ငွေကြေးရယူဖို့ သင်ကြိုးစားနေတာ ဆိုရင်တော့ သင့်ရဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှု ဘယ်လောက်ကောင်းတယ်ဆိုတာကို ရှင်းပြရပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ ပင်လယ်ကမ်းခြေကိုသွားပြီး နေစာလှုံရင်း ဇိမ်နဲ့ နေတော့မယ်ဆိုတဲ့ ရည်ရွယ်ချက်နဲ့ လုပ်ငန်းကို ငွေပြန်ဖြစ်အောင် ရောင်းထုတ်ပစ်ဖို့ သင်ကမျှော်လင့်နေတာ ဆိုရင်တော့ အဲဒီလုပ်ငန်းမှာ သင် မရှိရင် မဖြစ်တဲ့ ပုံစံပေါက်အောင် လုပ်ချင်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဥပမာအားဖြင့် ဝယ်ယူတစ်ယောက်ကို ဆွဲဆောင်ဖို့ သင်ကြိုးစားတဲ့ အခါ-

-သင်မပါဘဲ လုပ်ငန်းဟာ ဘယ်လောက်ကောင်းကောင်း လည်ပတ်မယ်။

-လုပ်ငန်းဟာ အကျိုးအမြတ် ဘယ်လောက်ရှိတယ်။

-အနာဂတ်ကြီးထွားတိုးတက်ရေးအတွက် ဘယ်လိုအလားအလာ

ကောင်းတွေရှိတယ်။

-ဝယ်ဖို့ အလားအလာရှိသူရဲ့ လုပ်ငန်းနဲ့ ဘယ်လောက်ကောင်းကောင်း အဝင်ခွင့်ကျဖြစ်မယ်ဆိုတာတွေကို ဇောင်းပေးပြီး ပြောရပါလိမ့် မယ် ။

ထိန်းသိမ်းကြီးကြပ်နေတဲ့ အာဏာပိုင်အဖွဲ့ဆီက ထောက်ပံ့ငွေ ကို လိုချင်တာ ဆိုရင်တော့ သင့်အနေနဲ့ အပိုလုပ်ကိုင်ပေးရမယ့် သုတေ သနလုပ်ငန်းတစ်ခုရှိပါတယ်။ အဲဒီအာဏာပိုင်အဖွဲ့ဟာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံ မှုအတွက် သူ့ရဲ့ ရည်မှန်းချက်တွေကို ချမှတ်ပြီး လမ်းညွှန်ချက်ကို ကောင်းကောင်း ပေးချင်ပေးထားနိုင်ပါတယ်။ သူတို့ ထုတ်ဝေထားတဲ့ အဲဒီ လိုမှတ်စုတွေရဲ့ မိတ္တူကိုရအောင်ယူပြီး သင်ဟာ သူတို့ သတ်မှတ်ထားတဲ့ အရည်အချင်းကို ပြည့်မီရဲ့ လားဆိုတာကို စစ်ဆေးပါ။ သင့်ရဲ့ စီမံချက် ထဲမှာ လက်ခံရမယ့်အချက်တွေကို အမှန်ခြစ်ပြပါ။ သူတို့ က သင့်ရဲ့ စီမံကိန်းဟာ အလားအလာ ကောင်း မကောင်း သေချာအောင်လုပ်ချင် ကြပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ သူတို့ အနေနဲ့ အလုပ်အကိုင်ဖန်တီးမှုနဲ့ ဒေသခံ တွေအတွက် လူမှုရေးအကျိုးအမြတ်ရရှိမယ့် ကိစ္စတွေကိုလည်း ကြည့်ကြ ပါလိမ့်မယ်။ သင်ဟာ သမားရိုးကျနည်းလမ်းနဲ့ ငွေကြေးထောက်ပံ့မှု မရနိုင်ဘူးဆိုတာကို သေချာအောင် သူတို့ က လုပ်ကောင်းလုပ်ပါလိမ့် မယ်။

သင်ဟာ သင့်ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို စီမံကွပ်ကဲရာ မှာ အထောက်အကူရဖို့ ဒီစီမံချက်ကို ရေးနေတာလည်း ဖြစ်ကောင်းဖြစ် ပါလိမ့်မယ်။ ဒီလိုကိစ္စမှာ တော့ ပိုပြီးတိကျတဲ့ ရည်ရွယ်ချက်ဟာဘာလဲ ဆိုတာကို ဆုံးဖြတ်ပါ။ သင့်ရဲ့ စိတ်ကူးတွေကို အာရုံစူးစိုက်လာအောင် ကူညီဖို့ လား။ တခြားသူတွေဆီက စိတ်ကူးတွေကို ရယူဖို့ လား။ အဖွဲ့ထဲမှ ပါတဲ့ လူအားလုံးဟာ တူညီတဲ့ ရည်မှန်းချက်တွေအတွက် အပြည့်အဝ

တာဝန်ယူထားကြတယ်ဆိုတာကို သေချာအောင်လုပ်ဖို့ လား။ ဒါမှ မဟုတ် ဒီစီမံချက်ကို အဖွဲ့အစည်းကို သိအောင်ပြောပြဖို့ လား စသဖြင့် ဖြစ်ပါတယ်။ သင်ဟာ စီမံခန့်ခွဲမှုနဲ့ ဝန်ထမ်းဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်ရေးကိစ္စတွေလို ငွေကြေးနဲ့ မဆိုင်တဲ့ ရည်မှန်းချက်တွေအပေါ်မှာ ပိုပြီးဇောင်းပေးရပါလိမ့် မယ်။ သင်ဟာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကြီးတစ်ခုလုံးအတွက်နဲ့ ဌာနခွဲတွေ အတွက် ရည်မှန်းချက်တွေကို ဖော်ထုတ်ရပါလိမ့်မယ်။ ပိုပြီးကြီးမားတဲ့ ဒီရည်မှန်းချက်တွေကို ဘယ်လိုပြည့်မီအောင်လုပ်မလဲ ဆိုတဲ့ ပိုပြီးအသေး စိတ်ကျတဲ့ အရာတွေကို ဇောင်းပေးရပါလိမ့်မယ်။

စီမံချက်ကိုရေးဆွဲတဲ့ အခါ သင်လိုချင်တဲ့ တုံ့ပြန်မှုဟာ သင့်စိတ် ထဲက ရှေ့ဆုံးနေရာမှာ အမြဲရှိရပါမယ်။ ဘာကြောင့် လဲဆိုတော့ သင်ရေးတဲ့ အရာတွေကို အဲဒီအရာက အမြဲလွှမ်းမိုးနေမှာ ဖြစ်လို့ ပါပဲ။ သင့်ရဲ့ အဖွဲ့ဆီက တုံ့ပြန်မှုတစ်ခုကို သင်လိုချင်တာဆိုရင် သင်ရေးတဲ့ ပုံစံဟာ ဖြစ်လာမယ့်အရာတွေကို သိအောင်ပြောပြရုံသက်သက်နဲ့ မတူဘဲ ကွာခြားသွားပါလိမ့်မယ်။ လုပ်ငန်းကို ဖက်စပ်လုပ်ဖို့ အလားအလာရှိသူ တစ်ယောက်က သဘောတူလာမှာ ကို သင်လိုချင်တာဆိုရင် သဘောတူ ညီမှုဆီက သူရလာမယ့် အကျိုးအမြတ်တွေကို အလေးထားဖော်ပြပြီး သဘောတူညီမှုကို တောင်းရပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒါကို နောက်ပိုင်း မှာ ပိုပြီးလုပ်ရဦးမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

သင့်ရဲ့ ပရိသတ်ဟာ ဘယ်သူတွေဆိုတာကို ဆုံးဖြတ်ပြီးပြီဆိုတာနဲ့ သူတို့ ကို စိတ်ထဲမှာ ထားပြီး၊ သူတို့ နဲ့ လိုက်ဖက်သင့်တော်မယ့် အသုံးအနှုန်းတွေကိုသုံးပြီး ရေးဖို့ လိုအပ်ပါလိမ့်မယ်။

သုတေသနအဖွဲ့အစည်းတစ်ခုမှာ အလုပ်လုပ်နေတဲ့ တက္ကသိုလ်ဆရာ တချို့ဆီက အဆိုပြုချက်တစ်ခုကို ကျွန်တော် ဖတ်ခဲ့ပါတယ်။ ကျွန်

တော့် အတွက် အကြီးဆုံးဖြစ်သွားတဲ့ ပြဿနာက သူတို့ သုံးထားတဲ့ ဗန်းစကား တွေကို ကျွန်တော်နားမလည်ဘူး။ အဲဒါကြောင့် သူတို့ လုပ်မယ့် အလုပ်ရဲ့ အကြောင်း အခုထက်ထိ ကျွန်တော် ဘာမှ မသိသေးဘူး။ အဲဒီအဆိုပြု ချက်ဟာ စိတ်ကူးကောင်းကောင်း တစ်ခုဖြစ်တယ်ဆိုရင် တောင် သူတို့ တကယ်လုပ်မယ့်အရာကို နားလည်အောင်ပြောမပြနိုင်တာ သိသာထင်ရှားနေပါတယ်။

(အသင်းအဖွဲ့ကိုငွေကြေးထောက်ပံ့သူ)

ဒီဥပမာဟာ အလွန်အကျွံဖြစ်ချင်လည်း ဖြစ်နေပါမယ်။ ဒါပေမဲ့ ပေးထားတဲ့ သင်ခန်းစာကတော့ ကောင်းနေပါတယ်။ ငွေကြေးထည့်ဝင်သူတွေဟာ ဗန်းစကားတွေကို နားလည်အောင်ရှင်းပြထားတဲ့ လိုရင်းတိုရှင်း စီမံချက်မျိုးတွေကို သဘောကျတတ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ နည်းပညာဘက်ဆိုင်ရာနဲ့ စီးပွားဖက်လုပ်ဖို့ အလားအလာရှိသူတွေအနေနဲ့ တော့ နည်းပညာဆိုင်ရာ အသေးစိတ်တွေကို ကြည့်ဖို့ လိုအပ်ပါလိမ့်မယ်။ အစိုးရဌာနတွေကတော့ ငွေကြေးနဲ့ မဆိုင်တဲ့ ဒေသခံလူထုအတွက် ရလာမယ့် အကျိုးကျေးဇူးတွေရဲ့ အကြောင်းကို ပိုပြီးသိဖို့ လိုအပ်ပါလိမ့်မယ်။ ဇောင်း ပေးရေးသားမှုတွေဟာ ကိစ္စတစ်ခုစီအပေါ်မှာ လိုက်ပြီး နည်းနည်းစီ ကွာခြားသွားပါလိမ့်မယ်။

မတူညီတဲ့ ပရိသတ်တွေအတွက် တူညီတဲ့ စီမံချက်တစ်ခုကို ရေးဆွဲဖို့ မကြိုးစားပါနဲ့ ။ သူတို့နဲ့ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ကိုက်ညီမှုရှိသွားအောင် သိပ်မကြီးမားတဲ့ ပြင်ဆင်ချက်ကလေးတွေကို လုပ်ပါ။ ဒါပေမဲ့ မတူညီတဲ့ ပရိသတ်တွေအတွက်ဆိုပြီး လုံးဝကွဲပြားခြားနားတဲ့ စီမံချက်တွေ ရေးဆွဲဖို့ ဆိုတဲ့ စိတ်ကူးကလည်း မကောင်းပါဘူး။ အဲဒီလို မရေးဆွဲသင့်တဲ့ အကြောင်းရင်းနှစ်ခုရှိပါတယ်။ ပထမအကြောင်းရင်းက အဲဒီလို ရေး

ဆွဲ လိုက်ရင် လုပ်ငန်းပမာဏ မတန်တဆ များ သွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒုတိယ အကြောင်းရင်းကတော့ မတူညီတဲ့ အုပ်စုတွေအချင်းချင်း တွေ့ဆုံပြီး သူတို့ ရဲ့ ပုံစံတွေ တစ်ခုနဲ့ တစ်ခုကြားက ရှေ့နောက်မညီညွတ်မှုတွေကို နှိုင်းယှဉ်ကြည့်နိုင်တဲ့ အတွက်ကြောင့် ဖြစ်ပါတယ်။

ပထမဆုံးထင်မြင်ယူဆချက်

ကောင်းမွန်တဲ့ ပထမဆုံးထင်မြင်ယူဆချက်ကို ဖန်တီးဖို့ အတွက် သင့်မှာ အခွင့်အရေးတစ်ကြိမ်ပဲ ရှိပါတယ်။ အဲဒီအခွင့်အရေးကို အမိအရမ်းဆုပ်ထားပါ။

-ဆွဲဆောင်မှုရှိတဲ့

-အမြင်တင့်တယ်တဲ့

-စာလုံးပေါင်း၊ သဒ္ဒါနဲ့ ကိန်းဂဏန်းအမှားအယွင်းတွေ ကင်းတဲ့

-အဓိကကျတဲ့ ကိစ္စတွေပါဝင်တဲ့

-လိုအပ်တဲ့ အထောက်အကူပြုသတင်းအချက်အလက်တွေပါဝင်တဲ့ စီမံချက်တစ်ခုကို တင်ပြပါ။

သင့်အနေနဲ့ ပထမအကြိမ်ပယ်ချခံရရင် နောက်တစ်ကြိမ် ထပ် ပြီးမကြိုးစားနိုင်တော့ဘူးလို့ မပြောနိုင်ပေမဲ့ အဲဒီအခါကျရင် ပိုပြီး ခက်ခဲသွားလိမ့်မယ်လို့ တော့ ပြောလို့ ရပါတယ်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဆိုပြုချက်တစ်ခုနဲ့ တစ်ယောက်ယောက် ကသင့်ကို လာတွေ့တယ်လို့ စိတ်ကူးနဲ့ ပုံဖော်ကြည့်ပါ။ သူဟာ သင့်ရဲ့ ရုံးခန်းထဲကို အားမာန်တွေ၊ စိတ်အားထက်သန်မှုတွေအပြည့်နဲ့ ဝင်လာပါတယ်။ သူ့ဆီမှာ တိုတောင်းပေမဲ့ ပြေပြစ်ညက်ညောပြီး ဆွဲဆောင်မှုရှိတဲ့ တင်ပြချက်တစ်ခုရှိပြီး အဲဒီတင်ပြချက်ထဲမှာ ကိစ္စရပ်တွေ အားလုံးပါနေ

သလို အဲဒီကိစ္စတွေကို အချက်အလက်တွေနဲ့ ကျောထောက်နောက်ခံပြုထားပါတယ်။ သူ့ကိုရော သူ့ရဲ့ တင်ပြချက်ကိုပါ သင်သဘောကျသွားမှာပါ။

အခုတစ်ခါ အဲဒါနဲ့ ဆန့်ကျင်ဘက်တစ်ခုကို စဉ်းစားကြည့်ပါဦး။ အဲဒီပုဂ္ဂိုလ်ဟာ ကပျစ်ကညစ်ပုံစံနဲ့ သင့်ရုံးခန်းထဲကိုဝင် လာပြီး အထစ် ထစ် အငေါ့ငေါ့ပြောပါတယ်။ တင်ပြချက်ဟာ ပျင်းစရာကောင်းအောင် ရှည်လျားနေပါတယ်။ တင်ပြချက်တစ်လျှောက်မှာ တုံ့ဆိုင်းတုံ့ဆိုင်းဖြစ်နေပြီး အမှားတွေလည်း ပါနေသလို အရေးကြီးတဲ့ မေးခွန်းတွေအတွက်လည်း သူ့မှာ အဖြေမရှိပါဘူး။ သူက သူ့ရဲ့ အဆိုပြုချက်ကို ပြုပြင်မွမ်းမံပြီး နောက်တစ်ခေါက် ပြန်လာရင်တောင် သူ့ကို နောက်တစ်ကြိမ်ထပ်တွေ့ဖို့ သင့်အနေနဲ့ တွန့်ဆုတ်နေမှာ ဖြစ်သလို အချိုးမပြေခဲ့တဲ့ အဲဒီပထမအကြိမ်တင်ပြမှုကိုပဲ သင့်စိတ်ထဲမှာ ပြန်ပြီး သတိရနေတော့မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

သင့်ရဲ့ စီမံချက်ကို သင်သွားတင်ပြတဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်ဟာလည်း သင်နဲ့ အတူတူပဲဖြစ်မှာ ပါ။ ကောင်းမွန်တဲ့ ပထမဆုံးထင်မြင်ယူဆချက်ကိုပဲ သူက သဘောကျမှာ ပါ။ ကျွန်တော်တို့ ဟာ ကျွန်တော်တို့ နဲ့ ပထမဆုံး တွေ့တဲ့ လူတွေအပေါ်မြင်တဲ့ ထင်မြင်ယူဆချက်တစ်ခုကို သူတို့ နဲ့ တွေ့တွေ့ချင်း ၁၅ စက္ကန့်လောက်အတွင်းမှာ ပဲ စပြီးပုံဖော်လိုက်ကြတယ်လို့ သုတေသနက ကျွန်တော်တို့ ကို ပြောပြထားပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ စိတ်ထဲမှာ သူ့အတွက်ရှင်းလင်းပြတ်သားတဲ့ ပုံရိပ်တစ်ခုကို ငါးမိနစ်အတွင်း ကျွန်တော်တို့ ရပြီး အဲဒီနောက်မှာ တော့ အဲဒီပုံရိပ်ကို ပြောင်းလဲပစ် ဖို့ တော်တော် ခက်ခဲသွားပါတယ်။ ဒါဟာ အပေါ်ယံထင်မြင် ယူဆချက် တစ်ခုဟာ ဘယ်လောက်အရေးကြီးတယ်ဆိုတာကို ပြနေတာပါပဲ။ ခိုင်မာ တဲ့ အဆိုပြုချက်တစ်ခု သင့်မှာ ရှိထားခြင်းဟာ အင်မတန်ကောင်း

ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်အနေနဲ့ သင့်အပေါ် ပထမဆုံးထင်မြင်ယူဆချက် ကိုတော့ ကောင်းအောင်ဖန်တီးရမှာ ဖြစ်ပြီး အဲဒီနောက်မှာ မှ အဲဒီစီမံချက် ဘယ် လောက်ကောင်းတယ်ဆိုတာ ထင်ရှားအောင်ပြဖို့ အခွင့်အရေး ကိုရ အောင် ထပ်ယူရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

အဲဒါကြောင့် အကျဉ်းချုပ်ဟာ သိပ်အရေးကြီးပါတယ်။ အကျဉ်း ချုပ် အကြောင်းကို နောက်ပိုင်းမှာ ဖော်ပြထားပါတယ်။ အကျဉ်းချုပ်ဟာ သင့်စီမံချက်အတွက် သေမြေကြီး ရှင်ရွှေထီးဖြစ်မယ့်အပိုင်းပဲ ဖြစ်ပါ တယ် ။

သင်ဟာဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ်ကို ပြောပြနေတာဖြစ်ပါတယ်

သင်ဟာ သင့်စာကိုဖတ်သူရဲ့ အာရုံစိုက်မှုကို ဖမ်းစားထား လိုက်ပြီဖြစ်တဲ့ အတွက် အခုဆိုရင် အဲဒီအာရုံစိုက်မှုကိုဆက်ပြီး ထိန်းထား ရတော့ မှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သင်ဟာ သင့်ရဲ့ စီမံချက်အပေါ် သူ့ဘက်က စိတ်အား ထက်သန်လာအောင်လည်း နှိုးဆွပေးရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါမှ သာ သူက သင့်ကို ထောက်ခံမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ အကြောင်း၊ သင့်လုပ် ငန်းရဲ့ အကြောင်းနဲ့ အဲဒီစီမံချက်နဲ့ လုပ်ဖို့ သင်အဆိုပြုထားတဲ့ အရာတွေ ဟာ စိတ်ဝင်စားစရာကောင်းတဲ့ ဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ် ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒီ နည်းနဲ့ ပြောပါ။ အဲဒီဇာတ်လမ်းဟာ ကောင်းမွန်တဲ့ စိတ်ကူးတွေ၊ ကြိုးစားအားထုတ်မှုတွေနဲ့ အောင်မြင်မှုဆီကိုရောက်သွားတဲ့ စိတ်လှုပ်ရှားစရာ ဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ် ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီဇာတ်လမ်းမှာ အစ၊ အလယ်နဲ့ အဆုံးဆိုတာ ရှိပါတယ်။

အစပိုင်းဟာ စီမံချက်တွက် အခင်းအကျင်းကို ချမှတ်ပေးပါ တယ်။ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ ကျောထောက်နောက်ခံကို ပြောပြသလို လုပ်ငန်း၊ စီမံခန့်ခွဲမှု၊ ဈေးကွက် အစရှိတာတွေကို အကြမ်းဖျင်းဖော်ပြပြီး အဲဒီကို ရော

ကံအောင် သင်ဘယ်လိုသွားမလဲဆိုတာကိုလည်း ပြောပြပါတယ်။

အလယ်ပိုင်းက သင့်ရဲ့ စိတ်ကူးတွေနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ ထူးခြားချက်တွေကို ရှင်းပြပြီး အဆိုပြုချက်ကို သီးသန့်စီစဉ်တင်ပြပါတယ်။

အဆုံးပိုင်းက စီမံချက်ကိုအကောင်အထည်ဖော်ဖို့ အတွက် သင်လိုအပ်တဲ့ အရာကို တောင်းပါတယ်။ စွန့်စားရမယ့် အန္တရာယ်တွေကို ထောက်ပြပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီစွန့်စားမှုတွေကို ဘယ်လိုကိုင်တွယ်မယ် ဆိုတာကို ရှင်းပြပြီး ရလဒ်မယ့်ဆုလာဘ်တွေကို မီးမောင်းထိုးပြပါတယ်။

ဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ်ဟာ စာဖတ်သူရဲ့ အာရုံစိုက်မှုကို ဆုပ်ကိုင်ထားပြီး စိတ်ဝင်စားမှုနဲ့ တွေးတောစိတ်ကူးယဉ်မှုကို နှိုးဆွပေးပါတယ်။ ဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ်ဟာ ချောမွေ့ပြေပြစ်နေသလို လုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခုဟာလည်း ချောမွေ့ပြေပြစ်နေရပါမယ်။

စီမံချက်တစ်ခုဟာ အဆက်အစပ်မရှိဘဲ နားလည်ဖို့ ခက်ခဲနေ ရင် နားလည်ဖို့ ခက်ခဲတဲ့ ဝတ္ထုဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ်လိုပဲ စာဖတ်သူကို လက်လွှတ်ဆုံးရှုံးသွားပါလိမ့်မယ်။ နောက်တစ်မျိုးနှိုင်းယှဉ်ပြရဦးမယ်ဆိုရင်တော့ သင်ဟာ လူတချို့လောက်ပဲဖတ်ပြီး အဆုံးသတ်အောင်ဖတ်နိုင်တဲ့ သူသိပ်မရှိတဲ့ စာကြီးပေကြီးဝတ္ထုရှည်ကြီးတစ်ပုဒ်ကို ရေးမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ သင်ဟာ သိပ်မရှည်လွန်းတဲ့ ခေတ်ပေါ်ဝတ္ထုတစ်ပုဒ်ကို ရေးဖို့ ကြိုးစားနေ တာသာဖြစ်ပါတယ်။ ရှည်လျားမှုကတော့ စံသတ်မှတ်ချက်မရှိပါဘူး။ အားလုံးဟာ လုပ်ငန်းအပေါ်မှာ ပဲ မူတည်ပါတယ်။ သေးငယ်တဲ့ လုပ်ငန်း တစ်ခုဟာလည်း ရှုပ်ထွေးနိုင်သလို ရှင်းလင်းချက်တွေ အများကြီးလိုအပ် လာနိုင်ပါတယ်။ ထိုနည်းတူစွာ ကြီးမားတဲ့ လုပ်ငန်းကြီးတစ်ခုဟာလည်း တော်တော်ရိုးစင်းပြီး လွယ်ချင်လွယ်နေနိုင်ပါတယ်။ တတ်နိုင်သလောက် တိုအောင်လုပ်ဖို့ ကိုသာ မမေ့ပါနဲ့ ။ စီမံ

ချက်ကိုဖတ်ဖို့ အတွက် သင်နဲ့ သိပြီး သင့်အပေါ်ရိုးသားတဲ့ လူတစ်ယောက်ကို ရှာရမယ်ဆိုတဲ့ စည်းမျဉ်းတစ်ခု ရှိပါတယ်။ အဲဒီစည်းမျဉ်းကို လိုက်နာပါ။ အဲဒီလူအနေနဲ့ သင့်ရဲ့ လုပ်ငန်း၊ ဒါမှ မဟုတ် ဈေးကွက်အကြောင်းကို ဘာမှ သိမထားရင် အကောင်းဆုံးပါပဲ။ စီမံချက်ကို ဖတ်လိုက်တဲ့ အခါ အဓိကကိစ္စတွေကို သူနားလည်သွားသလား။ သင့်ရဲ့ အဆိုပြုချက်တွေအပေါ်မှာ သူစိတ်လှုပ်ရှားသွားရဲ့လား။

စာအုပ်တစ်အုပ်မှာ လိုဇာတ်ကွက်ဇာတ်လမ်း၊ သရုပ်ဖော်ပေးတဲ့ အစိတ်အပိုင်းတွေ (နောက်ခံဇာတ်ကြောင်းနဲ့ အခင်းအကျင်းတွေ) နဲ့ ဇာတ်ကောင်တွေကို မှတ်မိသွားဖို့ အရေးကြီးပါတယ်။ သင့်ရဲ့ အစီအစဉ် တွေ နဲ့ နောက်ခံဇာတ်ကြောင်းတွေဟာ မရှိမဖြစ်လိုအပ်ပေမဲ့ အဲဒီအရာ တွေကို အကောင်အထည်ဖော်မယ့် လူတွေကလည်း မရှိမဖြစ်လိုအပ်တာ ပါပဲ။ တချို့လူတွေဟာ အဲဒီညီညွတ်မျှတမှုကို မှားမှားယွင်းယွင်းလုပ်ပြီး ဈေးကွက်အကြောင်းတွေ၊ သူတို့ ကိုယ်သူတို့ အကြောင်းတွေ၊ ဒါမှ မဟုတ် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့ သမိုင်းကြောင်းတွေကို မဆုံးနိုင်အောင် ရေးကြပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ဇာတ်လမ်းကို မျှတမှုရှိအောင်လုပ်ဖို့ နဲ့ ဖတ်သူကို ပျင်းရိငြီး ငွေ့သွားအောင် မလုပ်မိဖို့ သတိထားပါ။

အသက်ပါသော စကားလုံးများကို အသုံးပြုခြင်း

စီမံချက်ဟာ စွန့်စားခန်းဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ် ဖြစ်ပါတယ်။ ခရီး သွားမှတ်တမ်း မဟုတ်ပါဘူး။ အသက်ပါတဲ့ စကားလုံးတွေကို တတ်နိုင်သလောက် များများ သုံးပါ။ အဲဒီစကားလုံးတွေက မြင်ကွင်းတွေကို သရုပ်ဖော်မနေဘဲ သင်ဘာတွေကိုလုပ်မယ်၊ ဘယ်အချိန်မှာ လုပ်မယ် ဆိုတာ တွေကိုပဲ ပြောပြပါတယ်။ ငြိမ်သက်နေတဲ့ စကားလုံးတွေအစား တက်ကြွ နေတဲ့ စကားလုံးတွေကို သုံးပါ။

ဥပမာအားဖြင့် 'စီမံချက်၏ တတိယနှစ်ကုန်ဆုံးသည့် အခါ ဤလုပ်ငန်းသည် နိုင်ငံငါးနိုင်ငံတွင် ဆိုင်ခွဲပေါင်း ၂၀ ရှိလာပါလိမ့်မည်' လို့ မရေးရပါဘူး။ 'စီမံချက်၏ တတိယနှစ်ကုန်ဆုံးသည့် အခါ နိုင်ငံငါးနိုင်ငံတွင် ဆိုင်ခွဲပေါင်း ၂၀ ဖြစ်လာစေရန် ကျွန်ုပ်တို့ တိုးချဲ့သွားမည်ဖြစ်ပါသည်' လို့ ရေးရပါမယ်။ ဘယ်သူက (ဥပမာ-သင်က)၊ ဘယ်ဟာကို၊ ဘယ်အချိန်မှာ ၊ ဘယ်လိုလုပ်မယ်ဆိုတဲ့ အပေါ်မှာ အမြဲတမ်း အာရုံစိုက်နေပါ။

အကြောင်းအရာတွေကိုဖော်ပြဖို့ မကြာခဏလိုအပ်လာနိုင်ပါ တယ်။ ဒါပေမဲ့ လုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခုမှာ အရေးအသားကျစ်လျစ်မှုနဲ့ တက်ကြွလှုပ်ရှားမှုတွေက ပိုအားကောင်းပြီး ပိုဆွဲဆောင်မှုရှိတယ်ဆိုတာ ကို မမေ့ပါနဲ့ ။

အကျဉ်းချုပ်

-တိုတိုနဲ့ လိုရင်းကိုရေးပါ။

-အမှန်တကယ်အရေးကြီးတဲ့ အဓိကအချက်တွေအပေါ်မှာ ဇောင်းပေးပါ။

-အသက်ပါတဲ့ စကားလုံးတွေကို သုံးပါ။ ဒီစကားလုံးတွေဟာ အများကြီး ပိုပြီးအားကောင်းသလို ဆွဲဆောင်မှုလည်း ရှိပါတယ်။ ဒီစကား လုံးတွေဟာ စိတ်ကျေနပ်မှုနဲ့ ယုံကြည်မှုဆိုတဲ့ ထင်မြင်ယူဆချက်ကို ဖြစ်ပေါ်စေပါတယ်။

-စာဖတ်သူကို ပျင်းသွားအောင်မလုပ်ပါနဲ့ ။

တင်ပြခြင်း

တင်ပြခြင်းဟာ အရာအားလုံးမဟုတ်ပေမဲ့ အရေးတော့ကြီးနေ

တုန်းပါပဲ။ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတစ်ယောက်ဟာ လှပတဲ့ စာရွက်စာတမ်းတစ်ခု ထဲမှာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံနိုင်မှာ မဟုတ်ပေမဲ့ တစ်စစီ ဖြစ်ကတတ်ဆန်းစုစည်း ပြီး ခပ်ညံ့ညံ့ရေးထားတဲ့ စီမံချက်တစ်ခုကိုတော့ ထောက်ခံမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ အဲဒီလို ရေးထားတဲ့ အရာက ဒီစီမံချက်ဟာ သေသေချာချာ စေ့စေ့ စပ်စပ်စဉ်းစားပြီး ရေးထားတာမဟုတ်ဘဲ အမှိုက်ပုံးထဲရောက်သွားမယ့် စီမံချက်လောက်သာဖြစ်ကြောင်း ပြနေပါတယ်။

သင့်ရဲ့ အဆိုပြုချက်ကို အကောင်းဆုံးအခွင့်အရေးပေးပါ။ မိုင်အပိုပြေးလိုက်ပါ။ စီမံကိန်းထဲမှာ အချိန်တွေ၊ ငွေတွေ၊ မျှော်လင့်ချက်တွေ၊ စိတ်လှုပ်ရှားတဲ့ အင်အားတွေကို သင်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံထားခဲ့ပြီ ဆိုရင်တော့ ဒီစီမံချက်ကို ပိုပြီးကြည့်လို့ ကောင်းသွားအောင် အားထုတ်မှုနည်းနည်း လောက် အပိုထပ်ဆောင်းပြီး ထည့်လိုက်ပါ။

-စာကို ကွန်ပျူတာနဲ့ စီတယ်ဆိုတာသေချာပါစေ။ လက်နဲ့ ရေးထားတဲ့ အရာတစ်ခုခုကို ဘယ်သူ့ကိုမှ မပေးပါနဲ့။

-စာရွက်ကောင်းကောင်း ကိုသုံးပါ။

-မျက်နှာဖုံးစာမျက်နှာ သီးခြားပါပါစေ။

-စာမျက်နှာတွေကို နံပါတ်တပ်ပါ။ အချက်အလက်တွေကိုလည်း နံပါတ်တပ်နိုင်ပါတယ်။

-စီမံချက်ဟာ သုံးမျက်နှာ၊ လေးမျက်နှာ ထက်ပိုပြီး ရှည်နေမယ်ဆိုရင် နံပါတ်တပ်ထားတဲ့ စာမျက်နှာတွေကို မှန်မှန်ကန်ကန် ချိတ်ဆက်ပေးနိုင်အောင် မာတိကာတစ်ခုကို ထည့်ပေးပါ။

-စီမံချက်ကို ဖတ်ရလွယ်အောင် စီစဉ်တင်ပြပါ။ ခေါင်းစဉ်တွေ ထည့်

ပေးပါ။ အသေးစိတ်တွေကို နောက်ဆက်တွဲနဲ့ ထည့်ပါ။ ရှင်းလင်း ပြတ်
သားတဲ့ စာလုံးပုံစံကိုသုံးပါ (စာဖတ်သူ အာရုံပိုစိုက်ရမယ့် စာလုံးအရွယ်
အစား သေးသေးကလေးတွေကို မသုံးပါနဲ့)။ စာပိုဒ် တစ်ခုနဲ့
တစ်ခုကြားမှာ နေရာလပ်ချန်ထားပါ။

-အရေးကြီးတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတွေအတွက် ပုံစံတွေ၊ ဓာတ်ပုံတွေ၊ အ
ကြောင်းပြချက်တွေ၊ လုပ်ငန်းစဉ်တွေ အစရှိတာတွေကို ပြနိုင်ရင် အဲဒါ
တွေကြောင့် တင်ပြတဲ့ အကြောင်းအရာဟာ စာဖတ်သူအတွက် အသက်
ဝင်သွားပါလိမ့်မယ်။

-စာလုံးပေါင်းအမှားနဲ့ သဒ္ဒါအမှားတွေကို ရှာဖွေစစ်ဆေးပါ။

-ကိန်းဂဏန်းအမှားတွေကို ရှာဖွေစစ်ဆေးပါ။

-စာမျက်နှာအညွှန်းတွေအားလုံး မှန်ကန်တယ်ဆိုတာ သေချာအောင်
လုပ်ပါ။

-ပြီးခဲ့တဲ့ (စာ) မူကြမ်းတွေ၊ နောက်ပြုစုမယ့် မူကြမ်းတွေနဲ့
ရှုပ်ထွေးပြီး မမှားအောင် ဒီစီမံချက်ကို ရက်စွဲတပ်ပါ။

တချို့လူတွေက အလွယ်တကူပြန်ပြီး ရည်ညွှန်းကိုးကားလို့ ရ အောင်
စာပိုဒ်တစ်ပိုဒ်ချင်းကို နံပါတ်တပ်တာကို ကြိုက်ကြပါတယ်။ တချို့က
ခေါင်းစဉ်တွေကို အကြီးအငယ်ခွဲပြီး ထည့်ပေးတာကို ကြိုက်ကြ ပါတ
ယ်။

ဥပမာ-

ခေါင်းစဉ်ကြီး

ခေါင်းစဉ်ခွဲ

ထပ်ဆင့်ခေါင်းစဉ်ခွဲ

အဓိကအချက်ကတော့ တင်ပြမှုကို ရှင်းအောင်လုပ်ဖို့ ပဲ ဖြစ်ပါ တယ် ။ တစ်ချိန်တည်းမှာ ပဲ လှပပေမဲ့ ကျိုးကြောင်းဆီလျော်မှုမရှိသလို အမှားတွေ အများကြီးပါပြီး ယုံကြည်စရာမရှိတဲ့ စီမံချက်တစ်ခုကို ထုတ် လုပ်တဲ့ အထဲမှာ သင့်ရဲ့ စွမ်းအားတွေအားလုံးကို ထည့်မပစ်မိပါစေနဲ့ ။

အချက်အလက်များ နှင့် သက်သေအထောက်အထား

လုပ်ငန်းစီမံချက်တစ်ခုကို ဖတ်သူတစ်ယောက်ဟာ အတည်ပြု ချက်ကိုရှာပါလိမ့်မယ်။ သူတို့ ဖတ်နေတာဟာ မှန်တယ်လို့ သူတို့ ကို ဆွဲဆောင်မယ့် အထောက်အထားကို ရှာပါလိမ့်မယ်။ စစ်ဆေးအတည်ပြုနိုင်တဲ့ အချက်အလက်တွေကို ဖြစ်နိုင်တဲ့ နေရာတိုင်းမှာ ထည့်ပြီး အဲဒီလိုဖြစ် အောင် လုပ်ပေးရပါမယ်။ အဲဒီအချက်အလက်တွေကို ကိန်းဂဏန်းတွေနဲ့ အထောက်အကူပြုပေးရပါမယ်။ အဲဒီအချက်အလက်တွေဟာ ဘယ် လောက် ဆီလျော်မှုရှိတယ်ဆိုတာကို အကြောင်းအရာထဲမှာ ထည့်ရေးပြီး နောက်ပိုင်းမှာ အစီရင်ခံစာထဲမှာ ပါလာမယ့် ခန့်မှန်းချက်တွေကိုလည်း ကိန်းဂဏန်းတွေနဲ့ အထောက်အကူပြုပေးရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သင်ပြော လိုက်တဲ့ အရာအတွက် သက်သေအထောက်အထားကို ပေးပါ။

စတင်လုပ်ဆောင်ခါစ လုပ်ငန်းတွေကို ထောက်ခံအားပေးရတာဟာ အမြဲခက်ခဲပါတယ်။ အကြောင်းရင်းတစ်ခုကတော့ သူတို့ ပြောထားတဲ့ အရာတွေကို ထောက်ခံပေးနိုင်တဲ့ အထောက်အထားတွေက အကန့်အသတ်ရှိနေတာပါပဲ။

ဘဏ္ဍာရေးအတွက် ကျွန်တော့်ဆီကို ချဉ်းကပ်လာတဲ့ အဖွဲ့ တစ်ဖွဲ့ဟာ ဗြိတိန်နိုင်ငံမှာ ရှိတဲ့ သူတို့ ရဲ့ လုပ်ငန်းအတွက် ဆိုင်ခွဲတွေအများ

ကြီးဖွင့်ဖို့ သူတို့ တွေ့ထားတဲ့ ဧရာမအခွင့်ကောင်းကြီးအကြောင်း ကျွန်တော့်ကို ပြောခဲ့ပါတယ်။ သူတို့ ထဲက အုပ်စုတစ်စုဟာ ဆိုင်ခွဲသုံးခု ကို ပိုင်ဆိုင်ထားပြီးသား ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ လုပ်ငန်းအသစ်ထဲမှာ အဆိုပြုထားတဲ့ သူ့ရဲ့ ဆိုင်ခွဲအရေအတွက် ခန့်မှန်းချက်ကို ထောက်ခံဖို့ အတွက် စီမံချက်ထဲမှာ ဘာသက်သေအထောက်အထားကိုမှ ပေးမထားတာကတော့ အံ့သြစရာပါပဲ။ အရောင်းခန့်မှန်းချက်တွေကို ထောက်ခံဖို့ အတွက်လည်း သူ့ရဲ့ လက်ရှိကုမ္ပဏီထဲက အချက်အလက်တွေကို သူက ပေးမထားပါဘူး။ အရောင်းခန့်မှန်းချက်တွေကို ထောက်ခံဖို့ အတွက် တခြားအလားတူ လုပ်ငန်းတွေအပေါ်မှာ လုပ်ထားတဲ့ လေ့လာဆန်းစစ်မှု ကိုလည်း သူကမလုပ်ခဲ့ပါဘူး။ ကျွန်တော်က သူ ခဏခဏ ထပ်တလဲလဲ ပြောပြနေတဲ့ သူ့ရဲ့ စကားအပေါ်မှာ ပဲ အားကိုးခဲ့ရပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ တကယ်တော့ သူ့ရဲ့ ပြောစကားတွေလောက်နဲ့ သူ့ရဲ့ လုပ်ငန်းထဲကို ငွေတွေ ထည့်ပေးလောက်အောင် ကျွန်တော့်ကို ဆွဲဆောင်နိုင်တယ်လို့ ကျွန်တော် မထင်ပါဘူး။

(စွန့်စားရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူ)

ဒါဟာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအသစ်တွေ တည်ထောင်နေတဲ့ လူတွေမှာ ကျွန်တော် အမှန်တကယ်တွေ့ရတဲ့ ပြဿနာတစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ အချက်အလက်တွေကို ရှာရတာခက်ခဲတယ်ဆိုတာကို ကျွန်တော် သိပါတယ်။ ကျွန်တော့်ရဲ့ ဖောက်သည် တစ်ယောက်ဟာ ကမ္ဘာတစ်ဝန်းလုံးမှာ သင်္ကြားစက်ရုံတွေနဲ့ ဆိုင်တဲ့ ပစ္စည်းတွေကို ရောင်းဝယ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်း အသစ်တစ်ခုကို သူတည်ထောင်ခဲ့တုန်းက ဈေးကွက်အရွယ်အစား၊ တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုနဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေရဲ့ ဈေးနှုန်းဖြတ်မှုအပေါ် သူ့ရဲ့ တင်ပြ ချက်တွေကို ထောက်ခံဖို့ အတွက် ကိန်းဂဏန်းတွေပေးဖို့ တော်တော် ခက်ခဲတယ်ဆိုတာကို သူတွေ့ခဲ့ပါတယ်။ သူ

ရဲ့ နှစ်ပေါင်းများစွာရခဲ့တဲ့ အတွေ့အကြုံတွေကြောင့် သူပြောနေတာဟာ မှန်တယ်ဆိုတာကို သူသိပါ တယ်။ ဒါပေမဲ့ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဈေးကွက်နဲ့ ပတ်သက်တဲ့ ဒီလိုကိန်းဂဏန်းမျိုးတွေကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ အဖွဲ့အစည်းတွေဆီက အလွယ်တကူ မရနိုင်ပါဘူး။ ဒေသဆိုင်ရာဈေးကွက်တွေဟာ ဒီလိုကိန်းဂဏန်းတွေ ကို ပြုစုမထားတဲ့ ၊ ထုတ်ဝေမထားတဲ့ ဆင်းရဲတဲ့ နိုင်ငံတွေမှာ ရှိနေတာက များပါတယ်။ ရောင်းဝယ်တဲ့ ပထမနှစ်အတွင်းမှာ လိုချင်တဲ့ အရောင်းတွေကို ဘယ်အချိန်မှာ ရမလဲ၊ အဲဒီအရောင်းတွေဟာ ဘယ်ကလာမလဲ ဆိုတာတွေကို ကြိုတင်ခန့်မှန်းဖို့ ခက်ခဲတာကိုလည်း သူတွေ့ရပါတယ်။

အဲဒါဟာခက်ခဲပေမဲ့ အဲဒါကို ငွေကြေးထောက်ပံ့သူ၊ ဘဏ်၊ ဒါမှ မဟုတ် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူရဲ့ ရှုထောင့်ဘက်ကကြည့်ပါဦးလို့ ကျွန်တော်က ပြောခဲ့ပါတယ်။ သင်ပြောတာမှန်တယ်ဆိုတာကို သူတို့ ကို ယုံကြည်အောင် မလုပ်နိုင်ရင် သူတို့ က သင့်ဆီမှာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံကြမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ သင် ယုံကြည်တဲ့ အရာကို သူတို့ ကို ပြောနေရုံသက်သက်နဲ့ သူတို့က ယုံကြည်လာမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ သူတို့ မှာ သက်သေအထောက်အထား နည်းနည်းလိုအပ်ပါတယ်။ "မုသားတစ်ခုကို လုံလောက်တဲ့ အတိုင်းအတာ အထိ ခဏခဏ ပြန်ပြောနေရင် နောက်ဆုံးမှာ အဲဒီမုသားကိုပဲ အမှန်လို့ လက်ခံလာတယ်" ဆိုတာဟာ ဝါဒဖြန့်တဲ့ အလုပ်မှာ လူသိများ တဲ့ အဆိုအ မိန့် တစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီအဆိုအမိန့်ဟာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း စီမံချက်တွေမှာ ၊ ဒါမှ မဟုတ် ဘဏ်တွေနဲ့ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတွေဆီက ငွေ ကြေးရအောင် ကြိုးစားတဲ့ အခါမှာ တော့ အလုပ်မဖြစ်ပါဘူး။ စဉ်ဆက်မပြတ် ထပ်တလဲလဲပြောနေခြင်းဟာ စာဖတ်နေသူရဲ့ အာရုံကို အဲဒီကိစ္စအပေါ်မှာ စူးစိုက်သွားအောင်လုပ်ပေးတဲ့ အတွက် အခိုင်အမာပြောနေတဲ့ အရာကို စာဖတ်သူက မယုံကြည်ရင် ထ

ပ်တလဲလဲ ပြောဆိုနေခြင်းဟာ သံသယနဲ့ မယုံကြည်မှုကိုပဲ အားကောင်း သွားစေပါတယ်။ သင့်ရဲ့ အခိုင် အမာပြောဆိုမှုတွေကို ထောက်ခံပေးမယ့် အချက်အလက်တွေကို ပေးပါ။ ပြောဆိုမှုတွေကိုပဲ ထပ်တလဲလဲ မလုပ်ပါနဲ့ ။

တချို့လူတွေဟာ စာဖတ်သူကိုဆွဲဆောင်ရမယ့် ဒီလိုပြဿနာနဲ့ ရင်ဆိုင်ရတဲ့ အခါ အလွယ်တကူတောင်စဉ်းရမရ လျှောက်ပြောကြပါ တယ်။ သင်ဘာကိုပဲလုပ်လုပ် တောင်စဉ်းရမရလျှောက်မပြောပါနဲ့ ။ ဈေးကွက်အကြောင်း၊ အခွင့်အလမ်းအကြောင်း၊ စီမံကိန်းရဲ့ သမိုင်းကြောင်း အကြောင်း အစရှိတာတွေကို အရှည်ကြီးရေးပြနေပြီး သက်သေအထောက်အထား ဘာမှ မပါတဲ့ အစီရင်ခံစာတွေကို များ သောအားဖြင့် ဖတ်နေရပါတယ်။ စီမံချက်ကို ကောင်းကောင်း မွန်မွန်ဖြစ်ဖြစ် ညံ့ညံ့ဖျင်းဖျင်းဖြစ်ဖြစ် ရေးလို့ ရပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ လုပ်ငန်းကို စီးပွားဖက်လုပ်ကိုင်မယ့်သူ၊ ဒါမှ မဟုတ် ဌာနခွဲအမှုဆောင်အရာရှိချုပ်၊ ဒါမှ မဟုတ် ငွေကြေး ထည့်ဝင်မယ့်သူရဲ့ အာရုံစိုက်မှုဟာ အစပိုင်းမှာ ပဲ ပျောက်ဆုံးသွားပြီး ဖတ်ရတာပျင်းလာတဲ့ အခါမှာ တော့ အဲဒီချီးမွမ်းမြှောက်ပင့်ထားတဲ့ အရေးအသားတွေကို မယုံကြည်တော့ဘူးလို့ ဆုံးဖြတ်သွားပါတယ်။

ဥပမာအားဖြင့်-

ဤဧရာမဈေးကွက်ကြီးသည် အလျင်အမြန်ကြီးထွားလာနေပြီး မကြာမီအကြွင်းမဲ့ကျယ်ပြန့်သွားမည်ဖြစ်သည့် အတွက် နှစ်နှစ်အတွင်းတွင် ဤဈေးကွက်ကြီးကို ကျွန်ုပ်တို့ သိမ်းပိုက်ပြီးပြီဆိုသည် နှင့် ထို့ထက် ပို၍ ကြီးမားသည့် ဥရောပဈေးကွက်ကြီးကို စ၍ လုပ်မည်ဖြစ်ပါသည်။ ။ ထိုဥရောပဈေးကွက်ထဲတွင် အလားအလာများ ပို၍ ကောင်း နေသ

ကဲ့သို့ ပြိုင်ဘက်များ လည်း မရှိသည့် အတွက် မည်သည့် ကိစ္စမျိုးတွင် ဖြစ်စေ ကျွန်ုပ်တို့ ၏ ပြိုင်ဘက်ကင်းသည့် ကုန်ပစ္စည်းများကို မည်သူကမျှ ပုံတူ ကူး၍ ရမည်မဟုတ်ပါ။

- ဆိုတာမျိုးမဟုတ်ဘဲ -

ဗြိတိန်နိုင်ငံဈေးကွက်သည် တစ်နှစ်လျှင် တန်ဖိုးအားဖြင့် ခန့်မှန်းခြေပေါင်သန်း ၂၂၀ရှိပြီး တိုးတက်မှုမှာ တစ်နှစ်လျှင် ၁၇ ရာခိုင်နှုန်း တိုးတက်လိမ့်မည်ဟု ခန့်မှန်းထားပါသည်။ (၁၉၉၁ ခုနှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ ၂၉ ရက်နေ့ထုတ် ငညညေခငွေ့ တချ သတင်းစာအရ)။ တိုးတက် မှုသည် အမေရိကန်နိုင်ငံက လမ်းကြောင်းအတိုင်း ဆက်ပြီးဖြစ်သွား မည်ဆိုပါက ဖြစ်နိုင်ခြေရှိသည့် ဈေးကွက် အရွယ်အစားမှာ ပေါင်သန်း ၄၅၀ ခန့်ရှိမည်ဖြစ်ပါသည်။ ။ ထိုအရွယ်အစားအရဆိုလျှင် နောက်ထပ် တိုးတက်စရာများ များ စွာကျန်နေပါသေးသည်။ ။ လက်ရှိပစ္စည်းပေးသွင်း နေသူများ အနေဖြင့် ဝယ်လိုအားကိုပြည့်မီအောင်ပေးသွင်းရန် အခက် အခဲတွေ့နေကြောင်းကို ကုန်သွယ်ရေးအရင်းအမြစ်များက ပြနေပါသည်။ (နောက်ဆက်တွဲ-၂ ကိုကြည့်ပါ)။ ပစ္စည်းလိုအပ်ချက်များက ၁၈ပတ်စာ နှင့် အထက်အထိ ကြီးထွားလာခဲ့ပါသည်။ ။ ဤအချက်က ကျွန်ုပ်တို့ ၏ အရောင်းခန့်မှန်းချက်များ မှန်ကန်ကြောင်းကို ထောက်ခံပေးနေပါ သည်။ ။

ဥရောပအသိုက်အဝန်းထဲတွင် လုပ်ငန်းထပ်မံတိုးချဲ့ရေးအတွက် နောက်ထပ် အခွင့်ကောင်းများ ရှိသေးသည် ဟု ကျွန်ုပ်တို့ က ယုံကြည်ပါ သည်။ ။ ဤနေရာရှိ ဈေးကွက်သည် လွန်ခဲ့သည့် လေးနှစ်က ဗြိတိန်တွင် ဖွံ့ဖြိုးခဲ့သည့် အဆင့်နှင့် ဆင်တူပါသည်။ ။ ကျွန်ုပ်တို့ ၏ အစီအစဉ်များက ၁၈ လအတွင်း ဂျာမန်ဈေးကွက်ထဲသို့ အတော်အသင့် ဝင်ရော

က်ခဲ ကြောင်းကို ပြနေပါသည်။

ကျွန်ုပ်တို့ ၏ ကုန်ပစ္စည်းမှာ ပြိုင်ဘက်များ နှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် သာမန်တိုးတက်မှုများ ရှိပါသည် (နောက်ဆက်တွဲ - ၁၀ ကို ကြည့်ပါ)။ ပြိုင်ဘက်များက ၎င်းပစ္စည်းများကို ဥရောပတစ်ဝှမ်းတွင် မှတ်ပုံတင်ထား သည့် မူပိုင်ခွင့်ဖြင့် ကာကွယ်ထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။

- ဆိုတာမျိုးဖြစ်ရပါမယ်။

ဘဏ်နဲ့ စွန့်စားမတည်ရင်းနှီးသူတွေအများ စုဟာ အရောင်းခန့် မှန်းချက်တွေအပေါ် အတည်ပြုချက်တွေကို အတိတ်က ကုန်သွယ်မှုတွေ ဆီကဖြစ်ဖြစ် ရှာဖွေကြပါလိမ့်မယ်။ ဒါမှ မဟုတ် အလားအလာရှိတဲ့ Customer တွေနဲ့ စကားပြောချင်တဲ့ ဆန္ဒဖြစ်ဖြစ် သူတို့ မှာ ရှိချင်နိုင်ပါ တယ်။ ဒီအတွက် အသင့်ပြင်ထားပြီး ဈေးကွက်သုတေသန အချက် အလက်၊ ထုတ်ဝေထားတဲ့ သတင်းအချက်အလက်၊ စီမံခန့်ခွဲမှုစာရင်းတွေ ထဲက ထုတ်နုတ်ချက် အစရှိတဲ့ အထောက်အကူဖြစ်မယ့် သတင်းအချက် အလက်တွေကို များ နိုင်သလောက် များများ ထည့်ပေးပါ။

အချက်အလက်စုဆောင်းခြင်း

သင့်ရဲ့ စီမံချက်ကို ထောက်ခံပေးဖို့ အတွက် ဒီအချက်အလက် တွေကို သင်ဘယ်ကရလဲ။ ကောင်းပြီ။ ဒါဆိုရင် 'စီမံချက်ထဲကို ထည့် မယ့်အချက်အလက်တွေဟာ မှန်နေစရာမလိုဘူး' ဆိုတဲ့ နည်းနည်းထူး ဆန်းတဲ့ အယူအဆနဲ့ စလိုက်ပါ။ အချက်အလက်တွေဟာ စာဖတ်သူက ယုံကြည်လာအောင်လုပ်ဖို့ ပဲ လိုအပ်ပါတယ်။ သင့်အနေနဲ့ အထောက် အထားတွေကို လုပ်ကြံဖန်တီးရမယ်လို့ ကျွန်တော်က ပြောနေတာ မဟုတ်ပါဘူး။ သင့်အနေနဲ့ လိမ်ညာလို့ တော့ မရပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ အရင်း အမြစ်တွေ အများကြီးဆီက သတင်းအချက်အလက်တွေကို ရယူနိုင်ပြီး သင်

ကမ္ဘာတစ်လွှား ယုံကြည်တဲ့ အရာနဲ့ ဆီလျော်အောင် အဲဒီသတင်း အချက်အလက်တွေကို အဓိပ္ပာယ်ဖော်ယူလို့ တော့ ရပါတယ်။

အောက်မှာ ဖော်ပြတဲ့ စာရင်းထဲမှာ သင့်အတွက် အချက် အလက်တွေ ရရှိနိုင်မယ့် နေရာတချို့ကို ပြောပြထားပါတယ်။ ယုံကြည် စိတ်ချရမှုအတိုင်းအတာကိုတော့ အပေါ်ကအောက်ကို များ ရာက နည်း သွားအောင် စီစဉ်ထားပါတယ်။

-အစိုးရစာရင်းအင်းများ

-ဈေးကွက်သုတေသန အစီရင်ခံစာများ

-တက္ကသိုလ်ဘာသာရပ်ဌာနများ

-ကုန်သွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များ

-ကုန်သွယ်ရေးဆိုင်ရာ စာနယ်ဇင်းနှင့် သတင်းဌာနများ

-သတင်းစာ ဖြတ်ပိုင်းဖြတ်စများ

-ပြိုင်ဘက်များ ၏ လက်ကမ်းစာစောင်များ

-ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများ ၊ Customer များ နှင့် ပြိုင်ဘက်များ ၏ အင်တာဗျူးများ ၊ သဘောထားမှတ်ချက်များ

အစိုးရရဲ့ အသေးစိတ်ကိန်းဂဏန်းတွေဟာ ကိုးကားဖို့ အကောင်းဆုံးအရာတွေဖြစ်ပြီး ဒီအထဲမှာ ကိန်းဂဏန်းတွေကို ထုတ်ဝေတဲ့ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးအဖွဲ့အစည်းတွေ ပါပါတယ်။ ဥပမာ အားဖြင့် လုပ်ငန်းဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာနတွေနဲ့ ဆက်သွယ်ပြီး ဒီလိုအချက်အလက်တွေကို ရှာဖွေတွေ့ရှိနိုင်ပါတယ်။ မဆိုစလောက်ကလေးပဲ ခေတ်နောက်ကျသေးတဲ့ ဈေးကွက် သုတေသနအစီရင်ခံစာတွေ တော်တော်များများ

ကို တက္ကသိုလ်စာကြည့် တိုက်တွေမှာ ၊ ဒါမှ မဟုတ်
အထူးပြုအစိုးရစာကြည့်တိုက်တွေမှာ အခမဲ့ ရနိုင်ပါတယ်။ ဗြိတိန်မှာ
တော့ အစိုးရစာကြည့်တိုက်အသင်းဝင်တွေဟာ သုတေသနလုပ်ငန်းကို
ဆောင်ရွက်ဖို့ အတွက် လန်ဒန်က မြို့တော်လုပ် ငန်းစာကြည့်တိုက်လို
စာကြည့်တိုက်ကြီးတွေကို အသုံးပြုနိုင်ပါတယ်။ တချို့တက္ကသိုလ်စာကြ
ည့်တိုက်တွေဟာ ကျောင်းသားမဟုတ်တဲ့ လူတွေ ကို ဝင်ခွင့်ပြုဖို့ အစီအ
စဉ်လုပ်ထားပါတယ်။

တက္ကသိုလ်ဘာသာရပ်ဌာနတွေမှာ သင့်ရဲ့ သီးသန့်လုပ်ငန်းနဲ့ ပတ်
သက်တဲ့ ကျွမ်းကျင်သူတွေ မကြာခဏ ရှိတတ်ကြပါတယ်။ သူတို့ ကို
တွေ့အောင်ရှာပြီး ဘယ်သတင်းအချက်အလက်တွေ ဘယ်မှာ ရနိုင်တ
ယ် ဆိုတာကို မေးပါ။ သူတို့ က ထုတ်ဝေထားတဲ့ စာတမ်းတွေကို ရည်
ညွှန်း ပေးနိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ (သူတို့ ဟာ ဘယ်သူတွေဆိုတာကို အ
သေးစိတ် ထည့်ပေးပြီး) သူတို့ ရဲ့ အမြင်တွေကိုပဲ သင်က ကိုးကားရင်
တောင်မှ အဲဒါ ဟာ သင့်ရဲ့ စီမံချက်ကို ဖတ်တဲ့ သူအတွက် စိတ်ချဖို့ အာ
မခံချက် တချို့ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ စီမံချက်ကို ဖတ်တဲ့ သူဟာ
သင်ကိုးကားထားတဲ့ အဲဒီအရင်းအမြစ်ဆီကို တယ်လီဖုန်းဆက်နိုင်တ
ယ်ဆိုတာကိုတော့ မမေ့ ပါနဲ့ ။ အဲဒါကြောင့် အတိအကျမမှန်ကန်ရင် ဘ
ယ်အရာကိုမှ မရေးပါနဲ့ ။

ကုန်သွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့တွေရဲ့ ဝန်ထမ်းတွေဆီကလည်း အကူအ
ညီတော်တော် ရတတ်ပါတယ်။ စမ်းကြည့်ဖို့ အတွက် အမျိုးသား အဆင့်
နဲ့ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာအသင်းအဖွဲ့တွေ နှစ်မျိုးစလုံးရှိနေတတ်ပါ တယ်။
သူတို့ မှာ စာကြည့်တိုက်တွေ ရှိကြပါလိမ့်မယ်။ ဘယ်သူတွေက ဘယ်
သီးသန့်နယ်ပယ်တွေမှာ သုတေသနလုပ်နေတယ်ဆိုတာကို သူတို့ က
သိကြမှာ ဖြစ်တဲ့ အတွက် သင့်ရဲ့ စီမံချက်ထဲမှာ တက္ကသိုလ်ဆရာတွေလို

ပဲ ထည့်ပြီး ကိုးကားနိုင်ပါတယ်။ ဥပမာအားဖြင့် ဈေးကွက်တစ်ခုဟာ တစ် နှစ်ကို ၅ ရာခိုင်နှုန်းနဲ့ ကြီးထွားနေတယ်လို့ သူတို့ ကပြောရင် အဲဒါ ကိုသင့် အနေနဲ့ ရေးလို့ ရပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီသတင်းအချက်အလက် ကို ဘယ် က ရတယ်ဆိုတာကိုတော့ ပြောပြဖို့ မမေ့ပါနဲ့ ။

ကုန်သွယ်ရေးသတင်းဌာနတွေဟာ အသုံးဝင်လေ့ရှိပါတယ်။သင့်အ နေနဲ့ သတင်းစာဆရာတွေကို ဖုန်းဆက်လို့ ရပါတယ်။ သူတို့ ဟာ တော် တော် နဲ့နဲ့စပ်စပ်ရှိတတ်ကြပြီး တခြားဘယ်သူတွေနဲ့ သင်စကား ပြော လို့ ရသေးတယ်ဆိုတဲ့ စိတ်ကူးမျိုးတွေလည်း သူတို့ ဆီကရတတ်ပါ တယ်။

သတင်းစာဖြတ်ပိုင်းဖြတ်စတွေကို အထက်မှာ ဖော်ပြခဲ့တဲ့ စာ ကြည့် တိုက်တွေကတစ်ဆင့် ကြည့်နိုင်သလို အင်တာနက်ကတစ်ဆင့် ဝင် ကြည့်နိုင်ပါတယ်။ ဒီအတွက် ကုန်ကျစရိတ်ရှိနိုင်ပါတယ်။ ကုန်သွယ်ရေး သတင်းဌာနကို ပထမဆုံး ကြိုးစားကြည့်ပါ။ ဒါပေမဲ့ အမြဲလိုလိုပိုပြီး တည်ကြည်လေးနက်တဲ့ သတင်းစာတွေ၊ မဂ္ဂဇင်းတွေဖြစ်နေတဲ့ အမျိုး သားသတင်းဌာနဟာလည်း သွားဖို့ ထိုက်တန်တဲ့ နေရာတစ်ခုပါပဲ။ သင် ဟာ ဆောင်းပါးတစ်ပုဒ်အတွက် သတင်းအချက်အလက်တွေ အများကြီး စုဆောင်းထားတဲ့ သတင်းစာဆရာတစ်ယောက်ကို ရှာလို့ တွေ့နိုင်ပြီး အဲ ဒီပုဂ္ဂိုလ်ဟာ သူ့ဆီက သတင်းအချက်အလက်တချို့ကို သင့်ကို မျှဝေ ပေးနိုင်ပါသေးတယ်။

သင့်ရဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေ၊ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူတွေ၊ Customer တွေ က ထုတ်ဝေထားတဲ့ အစီရင်ခံစာတွေ၊ စာရင်းတွေအပါအဝင် ထုတ် ဝေ ထားတဲ့ စာရွက်စာတမ်းတွေဟာ အသုံးဝင်တဲ့ အချက်အလက်တွေ ကို ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ပါတယ်။ သင့်အနေနဲ့ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူတွေ၊ Custo

mer တွေနဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေကို အင်တာဗျူးမေးပြီးလည်း စမ်းကြည့် နိုင်ပါတယ်။ သူတို့ ပြောတာတွေကို သတိနဲ့ တော့ အသုံးပြုရပါမယ်။ ဘာကြောင့် လဲဆိုတော့ အဲဒါတွေဟာ ယုံကြည်စိတ်ချလို့ မရနိုင်လို့ ပါပဲ ။ ဒါပေမဲ့ တစ်ခါတလေမှာ တော့ အဲဒါတွေက အထောက်အကူဖြစ်ပါတယ်။

လူတွေနဲ့ စကားပြောပြီး သတင်းအချက်အလက် စုဆောင်းတဲ့ အခါတိုင်း တခြားဘယ်သူတွေနဲ့ ပြောလို့ ရဦးမလဲဆိုတာ သူတို့ ကိုမေးပါ။ ဒီနည်းနဲ့ ထောက်ခံချက်တစ်ခုအပေါ် ထပ်ဆင့်ထောက်ခံချက်ကို သင်တွေ့ရှိသွားပြီး သင့်ကို အမှန်တကယ်အသုံးဝင်တဲ့ အချက်အလက်တစ်ခုပေးမယ့်သူဆိုကို ရောက်သွားနိုင်ပါတယ်။

နောက်ဆုံးအနေနဲ့ အချက်အလက်တွေကို အင်တာနက်မှာ ရှာ ဖွေဖို့ ကြိုးစားဖို့ သတိရပါ။ အင်တာနက်မှာ ရနိုင်တဲ့ သတင်းအချက် အလက်တွေဟာ စာမျက်နှာပေါင်းသန်းနဲ့ ချီပြီး ရှိပါတယ်။ အဲဒီ အချက် အလက်တွေက တက္ကသိုလ်တွေ၊ ကုန်သွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့တွေ၊ အစိုးရ အဖွဲ့အစည်းတွေ၊ သတင်းစာတွေ၊ သုတေသနအဖွဲ့အစည်းတွေ၊ စာ ကြည့်တိုက်တွေနဲ့ အပျော်တမ်းဝါသနာရှင်တွေဆိုကို ဝင်ကြည့်ဖို့ လမ်း ကြောင်းတွေ သင့်ကို ပေးနေပါတယ်။ ရှာဖွေမှုဟာ အချိန်တော်တော် ကုန်နိုင်ပေမဲ့ ဒါဟာလုပ်သင့်တဲ့ အလုပ်တစ်ခုဖြစ်နေတာ များ ပါတယ်။ သင်လိုချင်တဲ့ အရာကို ချက်ချင်းရှာလို့ မရဘူးဆိုရင် သင်လုပ်လို့ ရတဲ့ Search Engine တိုင်းကို အသုံးပြုပါ။ သူတို့ တစ်ခုစီဟာ အဲဒီနေရာမှာ ရှိ နေတဲ့ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုလောက်သာ အကျုံးဝင်တဲ့ အတွက် တစ်ခုမှာ ဘာမှ မရှိရင် နောက်တစ်ခုမှာ သင်ရှာနေတဲ့ ဆက်စပ်မှုတစ်ခုလောက် တော့ ရှိနေနိုင်ပါတယ်။ သင့်အနေနဲ့ အကျပ်ရိုက်နေသေးတယ်ဆိုရင် သမားရိုးကျမဟုတ်တဲ့ နည်းနဲ့ စဉ်းစားပါ။ စွယ်စုံကျမ်းတွေ၊ ကမ္ဘာတစ်ဝန်း က

တက္ကသိုလ်တွေ၊ ကွန်ဂရက်စာကြည့်တိုက်၊ ဗြိတိသျှ စာကြည့်တိုက် တွေ
ကို စမ်းကြည့်ပါ။ သတင်းအချက်အလက်အတွက် သင်စမ်းကြည့်လို့ ရ
တဲ့ အရင်းအမြစ်တစ်ခုခုကို သူတို့ သိ၊ မသိမေးဖို့ အတွက် ကွန်ရက်ပေါ်
မှာ တွေ့တဲ့ လူတွေဆီကို e-mail ပို့ရမှာ မကြောက်ပါနဲ့ ။

နောက်တစ်ကြိမ်ထပ်ပြောခြင်း

ဒီစာအုပ်မှာ နောက်တစ်ကြိမ် ထပ်ပြောတဲ့ အရာတချို့ပါသလို ပဲ သ
င့်ရဲ့ လုပ်ငန်းစီမံချက်မှာ လည်း နောက်တစ်ကြိမ်ထပ်ပြောတဲ့ အရာ တ
ချို့ပါနေမှာ သေချာပါတယ်။ သင့်စီမံချက်ရဲ့ အခန်းတိုင်းမှာ အဲဒီ အခန်း
ရဲ့ အကြောင်းကိုပြည့်စုံအောင် ပြောပြထားတယ်ဆိုတာကို သေချာအော
င်လုပ်ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ ဘာကြောင့် လဲဆိုတော့ စာဖတ်သူ တစ်ယော
က်ဟာ အဲဒီအခန်းကို ဖတ်မယ်။ ပြီးရင် စီမံချက်ကို ဘေးချ ထားပြီး
နောက်အချိန်တစ်ချိန်မှာ မှ နောက်တစ်ခန်းကို ဖတ်ချင်ဖတ်မှာ ဖြစ်လို့
ပါပဲ။ ဝတ္ထုတစ်ပုဒ်လိုပဲ ပြောပြီးသားကို နောက်တစ်ကြိမ်ထပ်ပြော ရတဲ့
အချိန်တွေလည်း ကောင်းကောင်း ရှိနိုင်ပါတယ်။ အနည်းဆုံးတော့ သင့်
ရဲ့ အကျဉ်းချုပ်ဟာ သင့်စာတမ်းရဲ့ စာကိုယ်ထဲမှာ သင်ပြောထားတဲ့ အ
ရာတွေရဲ့ အနှစ်ချုပ်တစ်ခုဖြစ်ဖို့ ရည်ရွယ်ထားတာ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်အ
နေနဲ့ လုပ်ငန်းနောက်ခံသမိုင်းနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အခန်းက အကြောင်းအ
ရာတွေကို ဈေးကွက်နဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အခန်းမှာ ပြန်ထည့်ပြီး ပြောကော
င်း ပြောချင်မှာ ပါ။ နည်းနည်းပါးပါးကို နောက်တစ်ကြိမ်ထပ် ပြောပြ
တာဟာ ဘာမှ မမှားပါဘူး။ တကယ်တော့ အဲဒါက သင့်ရဲ့ တင်ပြမှုကို
အားဖြည့်ပေးပြီး ပိုမိုလေးနက်အောင်တောင် လုပ်ပေးပါ တယ်။ ဒါပေမဲ့
သင့်အနေနဲ့ လိုတာထက်ပိုတဲ့ နောက်တစ်ကြိမ်ထပ်ပြော တာမျိုးကို
တော့ ရှောင်ရပါမယ်။ ဘာကြောင့် လဲဆိုတော့ အဲဒီလိုလုပ်တာ ဟာ သ
င့်ရဲ့ ဇာတ်လမ်းကို ငြီးငွေ့စရာကောင်းစေလို့ ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

သင်၏ စီမံချက်ကို ပြန်လည်သုံးသပ်ပါ

စီမံချက်ကိုဖတ်ပြီး သူ့အမြင်ကိုပြောပြမယ့် သင်ယုံကြည်ရတဲ့ လူတစ်ယောက်ကို ရအောင်ရှာပါ။ ဒါပေမဲ့ အဲဒီလူဟာ လုပ်ငန်းစီမံကိန်း နဲ့ မပတ်သက်တဲ့ လူတော့ ဖြစ်ရပါမယ်။ သင်ဟာ သူ့ဆီက ပြစ်တင်ဝေ ဖန်မှုကို တောင်းနေတာမဟုတ်ဘဲ အပြုသဘောဆောင်တဲ့ နည်းလမ်း တွေ၊ စိတ်ကူးတွေ၊ အလေးထားရမယ့် ကိစ္စတွေနဲ့ ချို့ယွင်းအားနည်းချက်တွေကိုသာ တောင်းနေတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ချစ်တီးခေါင်းသန်းရှာတဲ့ လူမျိုး၊ ဒါမှ မဟုတ် လုပ်ငန်းအတွေ့အကြုံဘာမှ မရှိတဲ့ လူမျိုးဆီက ဘာအကြံ ဉာဏ်မှ မတောင်းပါနဲ့ ။ အဲဒီလိုလူတွေဟာ အသေးအဖွဲ့အားနည်းချက် ပေါင်းများစွာကို ရှာလို့ တွေ့မှာ ဖြစ်ပေမဲ့ သင့်မှာ ကူညီဖို့ လိုအပ်နေတဲ့ ကြီးမားတဲ့ အယူအဆပိုင်းဆိုင်ရာ ကွာဟချက်ကြီးမျိုးကိုတော့ မြင်ကြမှာ မဟုတ်ကြပါဘူး။ သင့်အပေါ်မှာ ရိုးသားဖြောင့်မတ်တဲ့ သူတစ်ယောက် ယောက်ကို သင်လိုအပ်ပါတယ်။ တကယ်လို့ သင့်ရဲ့ စီမံချက်ဟာ ရှည်လျားပြီး ပျင်းစရာကောင်းနေတယ်ဆိုရင် စီမံချက်ကိုဖတ်ပြီး သင့်အပေါ် အထင်ကြီးစေချင်တဲ့ လူရဲ့ လက်ထဲကို လွှဲမပေးခင် အဲဒီလိုပျင်းစရာ ကောင်းနေပြီဆိုတဲ့ အကြောင်း သင့်ကို ကြိုပြောမယ့် လူတစ်ယောက် ယောက် သင့်မှာ လိုအပ်ပါတယ်။

(၁)

စီမံချက်၏ ဖွဲ့စည်းပုံ

စီမံချက်ကိုစပြီးမရေးဆွဲခင် စီမံချက်ထဲမှာ ပါသင့်တဲ့ အရာတွေ ကို စနစ်တကျစီစဉ်ပါ။ ဒီလိုလုပ်တာဟာ နောက်ပိုင်းမှာ သင့်အနေနဲ့ တစ်စုံတစ်ခုကို ကျိုးကြောင်းဆီလျော်မှုအရဖြစ်ဖြစ်၊ ဒါမှ မဟုတ် ရှေ့ နောက် စီစဉ်မှုအရဖြစ်ဖြစ် မှားယွင်းတဲ့ နေရာမှာ ထည့်မိတယ်ဆိုတာကို သဘောပေါက်သွားတဲ့ အခါမှာ တည်းဖြတ်ပြုပြင်မှုတွေ အများကြီးမလုပ်ရအောင် အထောက်အကူပြုပါလိမ့်မယ်။

ဒီလိုလုပ်တာဟာ အဓိကခေါင်းစဉ်တွေကို ချပြီးရေးဖို့ နဲ့ ခေါင်းစဉ်တွေကြားမှာ နေရာတွေအများကြီးချန်ထားပြီး အဲဒီအခန်းမှာ ပါသင့်တဲ့ အဓိကကိစ္စတွေရဲ့ စာရင်းကို ချရေးဖို့ လည်း ကူညီပေးပါတယ်။ အဲဒါတွေ ဟာ သင့်စီမံချက်ထဲမှာ ခေါင်းစဉ်ခွဲတွေ ဖြစ်လာနိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒါတွေဟာ မဖြစ်မနေပါရမှာ တော့ မဟုတ်ပါဘူး။

ဥပမာအားဖြင့် ကျွန်တော်တို့ ဟာ ဗြိတိန်မှာ စာအုပ်ဆိုင်ခွဲအုပ်စုကြီးတစ်ခု အသစ်ဖွင့်ချင်ပါတယ်။ အဲဒါကြောင့် အဓိကအကြောင်း အရာတွေအတွက် အောက်မှာ ပါတဲ့ ပထမဆုံးခေါင်းစဉ်တွေရဲ့ စာရင်း ကျွန်တော်တို့ ဆီမှာ ရှိချင်ရှိခွဲနိုင်ပါတယ်။

-ဈေးကွက်နောက်ခံသမိုင်း

-ကျွန်တော်တို့ က သူများ နဲ့ မတူတဲ့ အကြောင်းရင်း

-စီမံခန့်ခွဲရေးအဖွဲ့

-လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုဆိုင်ရာ အသေးစိတ်များ

-အဆိုပြုချက်များ

-ကြိုတင်ခန့်မှန်းချက်များ

-ပြန်ထွက်လမ်းမဟာဗျူဟာ

ဒီဈေးကွက်ဟာ လက်ရှိရှိနေတဲ့ ရင့်ကျက်နေတဲ့ ဈေးကွက်တစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ လုပ်ငန်းစီမံချက်ကို ဖတ်ဖို့ အလားအလာ ရှိသူတွေက သူတို့ ကောင်းကောင်း သိတယ်လို့ ထင်သွားမယ့် ဈေးကွက် ဖြစ်ပါတယ်။ ဘာဖြစ်လို့ လဲဆိုတော့ သူတို့ ဟာ စာအုပ်ဆိုင်တွေကို အသုံးပြုသူတွေ ဖြစ်နေလို့ ပါပဲ။ နားလည်မှုလွဲမှားနေတာမှန်သမျှကို မှန်အောင်ပြင်ပေးဖို့ အတွက် ဈေးကွက်ဟာ ဘယ်လို လည်ပတ်တယ်ဆိုတာကို ရှင်းပြဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ အဲဒီနောက် ကျွန်တော်တို့ အနေနဲ့ ဒီကောင်းကောင်းခိုင်မာတဲ့ ဈေးကွက်ထဲကို သူများ နဲ့ မတူတဲ့ အရာတစ်ခုခုနဲ့ အောင် အောင်မြင်မြင် ဝင်ရောက်နိုင်တယ်ဆိုတာကို သူတို့ ကိုယ့်ကြည်အောင် လုပ်ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ အဲဒီအလုပ်ကို ပြီးမြောက်ဖို့ အတွက် ကျွန်တော်တို့ ဟာ ဘာကြောင့် အထူးခိုင်မာတောင့်တင်းတဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှုအဖွဲ့ဖြစ်ပါတယ် ဆိုတဲ့ အကြောင်းရင်းကို ရှင်းပြဖို့ လိုအပ်သလို လုပ်ငန်းရဲ့ လုပ်ကိုင် ဆောင်ရွက်ပုံနည်းလမ်းက ဘယ်လိုအလုပ်ဖြစ်တယ်ဆိုတာကိုလည်း ရှင်းပြဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ ဘာကြောင့် လဲဆိုတော့ အဲဒီနည်းလမ်းဟာ ဆန်းသစ်တီထွင်မှုတွေကို စပြီးလုပ်ဖို့ ကျွန်တော်တို့ အဆိုပြုထားတဲ့ နေရာဖြစ်နေလို့ ပါပဲ။ ပါဝင်ရမယ့်ကိစ္စတွေဟာ အဲဒီနေရာကနေတော် တော်ကလေး အသုံးများ တဲ့ ပုံစံတစ်ခုနဲ့ လာပါတယ်။ အဲဒီအထဲမှာ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ အဆိုပြုချက်၊ ကျွန်တော်တို့ ရယူနိုင်မယ်လို့

မျှော်လင့် ထားတဲ့ အရာ (ကြိုတင်ခန့်မှန်းချက်တွေ) နဲ့ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူ တွေက သူတို့ အတွက် အကျိုးအမြတ်ကို ဘယ်လိုပြန်ရမယ် (ပြန်ထွက် လမ်းမဟာဗျူ ဟာ) ဆိုတာတွေ ပါဝင်ပါတယ်။

ဥပမာအားဖြင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုဆိုင်ရာ အသေးစိတ်တွေရဲ့ အ ခန်းမှာ ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ ခေါင်းစဉ်ခွဲတွေဟာ အောက်မှာ ဖော်ပြထားတဲ့ အတိုင်း ဖြစ်ပါတယ်။

-Customer များ

-ကုန်ပစ္စည်းများ

-ပစ္စည်းဖြည့်တင်းမှုကွင်းဆက်

စနစ်များ

ကျွန်တော်တို့ ဟာ ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေထက် ဘာ ကြောင့် Customer တွေပိုပြီးရမယ်ဆိုတာ စာဖတ်သူကို ဆွဲဆောင်ဖို့ အ တွက် ဘယ်သူတွေက ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ Customer တွေဖြစ်ပြီး ဘယ်သူ တွေက ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ Customer တွေ မဟုတ်ဘူး လဲဆိုတာကို ရှင်းပြရ ပါတယ်။

ကုန်ပစ္စည်းဆိုတဲ့ ခေါင်းစဉ်ခွဲရဲ့ အောက်မှာ ကျွန်တော်တို့ ကုန် ပစ္စည်းတွေရဲ့ အတိုင်းအတာကို ထည့်သွင်းထားပါတယ်။ အဲဒီအထဲမှာ လူကြိုက်အများ ဆုံး အထွေထွေစာအုပ်တွေ (ဥပမာ- ပညာရပ်ဆိုင်ရာ စာအုပ်တွေမပါ) နဲ့ အဲဒီစာအုပ်တွေနဲ့ လိုက်ဖက်မှုရှိတဲ့ ပစ္စည်းတွေဖြစ် တဲ့ CD-ROM တွေ၊ CD တွေ၊ နှုတ်ခွန်းဆက်ကတ်ပြားတွေ၊ လက်ဆောင် ထုပ် ထုပ်ပိုးစက္ကူ အစရှိတာတွေ ပါဝင်ပါတယ်။

ပစ္စည်းဖြည့်တင်းမှု ကွင်းဆက်ဟာလည်း အရေးကြီးပြန်ပါတယ်။

ဘာကြောင့် လဲဆိုတော့ ကျွန်တော်တို့ ဟာ ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ ပြိုင်ဘက်
တွေနဲ့ နည်းနည်းမတူတဲ့ နည်းနဲ့ အဲဒီကွင်းဆက်ကို ချဉ်းကပ်ဖို့ ရည်ရွယ်
နေလို့ ပါပဲ။ အဲဒါကြောင့် အဲဒါကိုလည်း ရှင်းပြရပါတယ်။

နောက်ဆုံးအခန်းမှာ တော့ ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ စိတ်ကူးတွေကို အ လုပ်
ဖြစ်အောင် လုပ်ဖို့ အတွက် ကျွန်တော်တို့ ရဲ့ စနစ်တွေဟာ အထူး
အရေးကြီးပါတယ်။ အဲဒါကြောင့် အဲဒီစနစ်တွေကို ဆွေးနွေးဖို့ နဲ့ ရှင်းပြ
ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ အထူးသဖြင့် ထိရောက်တဲ့ စနစ်တွေကို အကုန်အကျ
သက်သက်သာသာနဲ့ မြန်မြန်ဆန်ဆန် ထည့်သုံးနိုင်တယ်ဆိုတာ စာဖတ်
သူကို ဆွဲဆောင်ဖို့ အရေးကြီးပါတယ်။

သင့်ရဲ့ ပြည့်စုံတဲ့ စာရင်းကိုလုပ်ပြီးပြီဆိုတာနဲ့ အဲဒီစာရင်းကို ဝေဖန်
တဲ့ ရှုထောင့်က ပြန်ကြည့်ပါ။ အရေးကြီးတာတစ်ခုခု မပါဘဲ ကျန်နေသ
လား။ အဲဒါကို ဖြည့်စွက်ထည့်သွင်းပေးပါ။ သင် အရေးကြီး တယ်လို့ ယူ
ဆတဲ့ အရာတိုင်း ဒီစီမံချက်ထဲမှာ ပါတယ်ဆိုတာကို သေချာ အောင် လုပ်
ပါ။

စီမံချက်တစ်ခုရဲ့ ဖွဲ့စည်းပုံထဲက တိကျတဲ့ အကြောင်းအရာတွေဟာ
လုပ်ငန်းတစ်ခုနဲ့ တစ်ခုမတူဘဲ ပြောင်းလဲသွားပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ ကျ
ယ် ကျယ်ပြန့်ပြန့် ကြည့်မယ် ဆိုရင်တော့ အဲဒါတွေဟာ-

အကျဉ်းချုပ်

-နိဒါန်း

-လုပ်ငန်းနောက်ခံသမိုင်းကြောင်း

-ကုန်ပစ္စည်း

-ဈေးကွက်

-လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများ

-စီမံခန့်ခွဲမှု

-အဆိုပြုချက်

-ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာအချက်အလက်

-လက်ရှိအချိန်အထိ လုပ်ကိုင်နေမှု

-ကြိုတင်ခန့်မှန်းချက်များ

-စွန့်စားမှုများ

-နိဂုံး

-နောက်ဆက်တွဲများ

ထားမယ့်အစီအစဉ်ကတော့ ဒီဇာတ်လမ်းကို အကောင်းဆုံးဖြစ်အောင် ဘယ်လိုပြမလဲဆိုတဲ့ အပေါ်မှာ မူတည်ပါလိမ့်မယ်။ သင်ဟာ ရှင်းလင်းပြီး ယုံကြည်ချင်စရာကောင်းတဲ့ ဇာတ်လမ်းတစ်ခုကို ပြောပြဖို့ ကြိုးစားနေတယ်ဆိုတာကိုမမေ့ပါနဲ့ ။ ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဈေးကွက်လို တချို့အခန်းတွေကို ပေါင်းပစ်နိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ တစ်ဖက်မှာ လည်း အထက် မှာ ဖော်ပြခဲ့တဲ့ အထဲမှာ မပါတဲ့ အပိုအခန်းတွေ သင့်မှာ ရှိနေနိုင်ပါသေး တယ်။

ရှင်းလင်းတဲ့ ဖွဲ့စည်းပုံတစ်ခုကို ထိန်းသိမ်းထားဖို့ အတွက် တချို့အရာတွေကို သင်ထပ်တလဲလဲ ပြောနေတယ်ဆိုတာကို တွေ့ရပါလိမ့်မယ်။ သင့်ရဲ့ အကျဉ်းချုပ်မှာ ပါဝင်တဲ့ အကြောင်းအရာတွေဟာ စီမံချက်ရဲ့ စာကိုယ်ထဲမှာ ပိုပြီးအသေးစိတ်ပြန်ပါနေမှာ ရှင်းပါတယ်။ နီဒါန်းမှာ ၊ ဒါမှမဟုတ် နောက်ခံသမိုင်းမှာ တင်ပြခဲ့တဲ့ တချို့အရာတွေဟာ နေရာ တိုင်း

မှာ ခဏခဏပြန်ပါနေတာကို တွေ့နိုင်ပါတယ်။ သင့်အနေနဲ့ အဲဒါ တွေ အားလုံးကို နှစ်နေရာသုံးနေရာ အသေးစိတ်ပြန်ပြီး ရှင်းမပြသေးသ ရွှေ့ ကောင်းနေပါသေးတယ်။ ရှင်းပြနေမယ် ဆိုရင်တော့ သင့်ရဲ့ စာတမ်း ဟာ ဖတ်တဲ့ လူအတွက် ပျင်းစရာကောင်းသွားပါလိမ့်မယ်။

သင့်ရဲ့ လုပ်ငန်းအကြောင်းကိုရှင်းပြဖို့ အတွက် တခြားလိုအပ်တဲ့ အကြောင်းအရာတွေ ရှိကောင်းရှိနိုင်ပါတယ်။ အထက်မှာ ပေးထားတဲ့ စာရင်းထဲမှာ နည်းပညာ၊ လုပ်ပိုင်ခွင့်အာဏာလုမှု၊ လုပ်ငန်းကို စီးပွား ဖ က် လုပ်ကိုင်သူတွေ၊ ဒါမှ မဟုတ် (လုပ်ငန်းကိုဖွံ့ဖြိုးအောင် လုပ်နိုင်မယ့် နည်းလမ်းအမျိုးမျိုးနဲ့ ဆိုင်တဲ့) ရွေးချယ်စရာတွေနဲ့ ပတ်သက်ပြီး ဘာမှ မ ပါပါဘူး။ အဲဒီအထဲက ဘယ်ဟာမဆို တချို့လုပ်ငန်းတွေအတွက် ထ ည့်ဖို့ သင့်တော်နိုင်ပါတယ်။

နောက်ဆက်တွဲများကိုအသုံးပြုခြင်း

သင့်ရဲ့ စီမံချက်မှာ စီမံချက်ကိုထောက်ခံပေးဖို့ အတွက် အသေး စိတ် အထောက်အထားတွေ အများကြီးရှိနိုင်ပါတယ်။ ဒီလိုဆိုရင် အဲဒီ အ ထောက်အထားကို ထည့်သွင်းပေးဖို့ လိုမလို၊ ဒါမှ မဟုတ် ကိုးကားရုံပဲ ကိုးကားပြီး တောင်းလာတဲ့ အခါကျမှ ပေးဖို့ အဆင်သင့်ကိုင်ထားရ မ လားဆိုတာကို သေသေချာချာစဉ်းစားပါ။ သင့်အပေါ် ယုံကြည်မှုကို သိ သိသာသာ တိုးအောင် လုပ်ပေးတယ်လို့ ယူဆရင်တော့ အဲဒီ အထောက် အထားကို နောက်ဆက်တွဲထဲမှာ ထည့်ပေးပြီး စီမံချက်ထဲမှာ အကျဉ်းချူ ပ်လောက်ကိုပဲ ပေးပါ။ သင့်ရဲ့ စီမံချက်ထဲမှာ သင့်တော်တဲ့ နောက်ဆက် တွဲတွေကို အမြဲတမ်း ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ရည်ညွှန်းပါ။ စာဖတ်သူအနေ နဲ့ အဲဒီနောက်ဆက်တွဲတွေကို အလွယ်တကူ တွေ့နိုင် အောင်လုပ်ပါ။ အ မိကစီမံချက်ကြီး အလွန်အကျွံ ဖောင်းပွသွားမှာ ကို တားဆီးပေးမယ် ဆို

ရင်တော့ နောက်ဆက်တွဲတွေဟာ သီးခြားတွဲထားတဲ့ စာရွက်စာတမ်း
ထဲမှာ ရှိနိုင်ပါတယ်။ အင်မတန်ကြီးမားတဲ့ စာတမ်းကြီး တစ်စောင်ဟာ
သင့်ရဲ့ စာဖတ်သူကို တော်တော်ကြောက်လန့်သွားစေနိုင် တဲ့ အတွက် စီ
မံချက်သက်သက်ကလေးကိုတော့ ကိုင်တွယ်ဖို့ လွယ်တဲ့ အရွယ်အစား
လောက်မှာ ပဲ ထိန်းထားဖို့ ကြိုးစားပါ။ နောက်ဆက်တွဲတွေ က
အများကြီးဖြစ်နေပြီး စီမံချက်က တော်တော်တိုနေတာဆိုရင် အဲဒါ ပိုပြီး
ကောင်းပါတယ်။

အသေးစိတ်အချက်အလက်၊ ဒါမှ မဟုတ် အထောက်အထား တွေကို
စီမံချက်အတွင်းထဲကို မထည့်ပါနဲ့ ။ အဲဒါဟာ သင်ပြောပြနေတဲ့ ဇာတ်
လမ်းကို ဖျက်ဆီးပစ်ပြီး စီမံချက်ကို ပျင်းစရာကောင်းသွားအောင် လုပ်ပ
စ်ပါတယ်။ အထောက်အထားတွေက ဘာပြောတယ်ဆိုတာကို အကျဉ်း
ချုပ်ရှင်းပြပြီး အထောက်အထားကို ရည်ညွှန်းလိုက်ပါ။ လွယ်ကူ တဲ့ ဥပ
မာတစ်ခုကတော့ လုပ်ငန်းတစ်ခုအတွက် သင့်မှာ နှစ်ပေါင်းများ စွာက
စာရင်းတွေရှိနေတဲ့ အခါမျိုး ဖြစ်ပါလိမ့်မယ်။ စာရင်းတွေကို နောက်ဆ
က်တွဲစာရွက်စာတမ်းတစ်ခုထဲမှာ ထည့်ပြီး စီမံချက်ထဲမှာ တော့ အဓိက
ကျတဲ့ ကိန်းဂဏန်းတွေကိုပဲ အကျဉ်းချုပ်ပြီး ထည့်ပေးလိုက်ရင် လွယ်
သွားပါပြီ။

စီမံချက်တစ်ခုရဲ့ နောက်ဆက်တွဲတစ်ခုထဲမှာ သင်ထည့်ကောင်း ထ
ည့်ချင်မယ့် စာရွက်စာတမ်းဟာ နှစ်မျိုးနှစ်စားရှိပါတယ်။ အဲဒီနှစ်ခုက
တော့ (၁) သင်တင်ပြတဲ့ ကိစ္စနဲ့ ပတ်သက်ပြီး စာကိုဖတ်တဲ့ သူကို ဆွဲ
ဆောင် တဲ့ အရာတစ်ခုနဲ့ (၂) စီမံချက်ထဲမှာ သင်ပြောနေတဲ့ အရာအတွ
က် သက်သေပြချက်ပါပဲ။ ပထမတစ်ခုက မရှိမဖြစ် လိုအပ်ပါတယ်။
နောက် တစ်ခုကတော့ သင့်ရဲ့ ကိစ္စကို အမှန်တကယ် ပိုပြီးလေးနက်
အောင် လုပ် မပေးဘူးဆိုရင် အရန်အဖြစ်ပဲ လက်ထဲမှာ ကိုင်ထားချင်

ထားလို့ ရပါ တယ်။ နောက်ဆက်တွဲထဲမှာ သင်ထည့်ချင်တဲ့ အချက်အလက် အမျိုး အစားတွေကတော့ အခုအောက်မှာ ပေးထားတာတွေ ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

မှတ်ပုံတင်မူပိုင်များ ၊ မူပိုင်ခွင့်အထောက်အထားများ ၊ သို့မဟုတ် ကုန်အမှတ်တံဆိပ်မှတ်ပုံတင်များ ၏ မိတ္တူများ

-ငှားရမ်းစာချုပ်မိတ္တူများ

-အသေးစိတ်စာရင်းများ

-ဈေးကွက်သုတေသနအစီရင်ခံစာများ

-အဓိကကျသောဝန်ထမ်းများ ၏ CV များ

-ဆီလျော်မှုရှိသောထောက်ခံချက်ကိုပေးသည့် ဓာတ်ပုံများ ။ ဥပမာ အားဖြင့် သင်၏ လုပ်ငန်းက လက်လီလုပ်ငန်းဖြစ်လျှင် လက်လီဆိုင်များ ၏ ဓာတ်ပုံများ ၊ သို့မဟုတ် သင်၏ လုပ်ငန်းက ဒီဇိုင်းလုပ်ငန်းဖြစ်လျှင် ဒီဇိုင်းများ ၏ ဓာတ်ပုံများ

-နည်းပညာပိုင်းဆိုင်ရာဖော်ပြချက်များ

-ကုန်ပစ္စည်းပိုင်းဆိုင်ရာ လက်ကမ်းစာစောင်များ

ဖြစ်နိုင်ခြေတွေ အများကြီးရှိတဲ့ အတွက် အခုပြခဲ့တဲ့ စာရင်းဟာ ကျယ်ပြန့်ပြည့်စုံတဲ့ စာရင်းတစ်ခုဖြစ်ဖို့ တော့ အများကြီးလိုပါသေးတယ်။ ဒါပေမဲ့ သင်ကအရေးကြီးတယ်လို့ ယူဆကောင်းယူဆမယ့် သက်သေအထောက်အထားမျိုးရဲ့ စရိုက်လက္ခဏာကို ဒီစာရင်းက ပေးထားပါ တယ်။

