

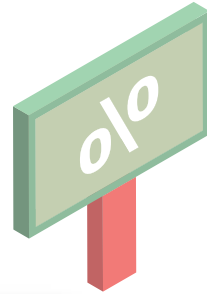
အခန်း(၄) မားကတ်တင်း - အခြေခံသဘော တရားများ

မားကတ်တင်းဟာ ကျယ်ပြန့်ပြီးရှုပ်ထွေးတဲ့ခေါင်းစဉ်တစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအခန်းမှာ ဘယ်ကစတင်ရမလဲဆိုတာ သင်သိနိုင်ဖို့အခြေခံတွေကိုပြောပြသွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအခန်းမှာ ဘယ်လိုမျိုး နာမည်ရွေးချယ်ရမလဲ၊ အမှတ်တံဆိပ် (Brand) တစ်ခု ဘယ်လိုတည်ဆောက်ရမလဲဆိုတာတွေကို ရှင်းပြသွားမှာဖြစ်ပြီး ကာစတမ်မာ အသစ်တွေရနိုင်ဖို့ မဟာဗျူဟာသစ်တစ်ချို့နဲ့လည်း မိတ်ဆက်ပေးသွားပါမယ်။

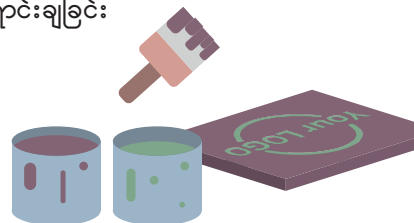
မားကတ်တင်း - အခြေခံ သဘောတရားများ

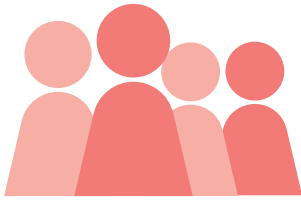
နာမည်ရွေးချယ်ခြင်း

- နာမည်မှာ နေရာဒေသထည့်ခြင်းကို သတိထားပါ။
- နာမည်ကို တိုတို ဖြစ်အောင်ကြိုးစားပါ။
- တမူထူးခြားတာ/သူများနဲ့မတူတာ တစ်ခုခုစဉ်းစားကြည့်ပါ
- ပျော်ရွှင်စရာဖြစ်ပါစေ၊ ပြီးတော့ မှတ်ထားဖို့က ဒါတွေဟာ အကြံပြုချက်တွေသက်သက်သာသာ ဖြစ်ပါတယ်။



အတွေ့အကြုံမရှိသေးသူများအတွက် အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း





ကာစတမ်မာအသစ်များ
ရှာဖွေခြင်း

- သင့် ဈေးကွက်ကို ရွေးချယ်ပါ
- သင့် ဈေးကွက်ထဲမှာ သင့် ကိုလူတွေသိကြလား
- အရောင်းမြှင့်တင်ရေး မဟာဗျူဟာ ရွေးချယ်ပါ
- သတင်းစကားပေးပို့မှုပုံစံ ရွေးချယ်ပါ/ Message ပေးခြင်း
- သင့် မားကတ်တင်းကို ဆန်းစစ်ပါ

FACEBOOK

• Business

Facebook Page တစ်ခုကို ဖွင့်ပါ။ လူပုဂ္ဂိုလ်သုံး Facebook Page မဟုတ်ပါဘူး

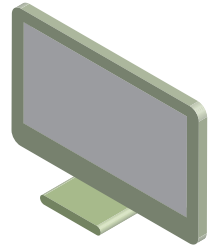
• Page မှာ သင့်လုပ်ငန်း လိုဂို နဲ့ နာမည် ကို အသုံးပြုပါ

• Facebook ကို ကျွမ်းကျင်စွာအသုံးပြုနိုင်အောင် လေ့လာပါ

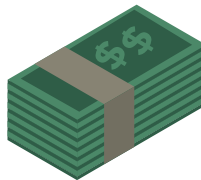
• ဓာတ်ပုံကောင်းကောင်း ရိုက်တတ်အောင် သင်ယူပါ

• ကိုယ့် ကာစတမ်မာ အုပ်စုကို မမေ့ပါနဲ့

• Post တိုင်းကို မကြော်ငြာပါနဲ့



ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း မဟာဗျူဟာများ



- သင့် ကာစတမ်မာတွေက ဈေးနှုန်းအပေါ်မှာ ဝယ်ယူမှုအပြောင်းအလဲများမယ့်သူတွေလားခန့်မှန်းပါ
- ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း မဟာဗျူဟာရွေးချယ်ပါ
- ဈေးနှုန်း သတ်မှတ်ပါ

လိုဂို ဘယ်လို ဖန်တီးရမလဲ

- ဒီဇိုင်းနာ တစ်ယောက်ငှားပါ။
- သင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအကြောင်း၊ သင်ဘယ်ရာကို ကိုယ်စားပြုချင်လဲဆိုတာ ဒီဇိုင်းနာကို ပြောပါ။
- လိုဂို ရဲ့ ပုံသဏ္ဌာန်ကို စဉ်းစားပါ။ ထုတ်ကုန်တွေပေါ်မှာ ကောင်းမွန်ကိုက်ညီစွာ တပ်လို့ရမလား
- အရောင်တွေရွေးပါ။ ရွေးထားတဲ့အရောင်တွေရဲ့ Color code တွေကို သိအောင်လုပ်ပါ။

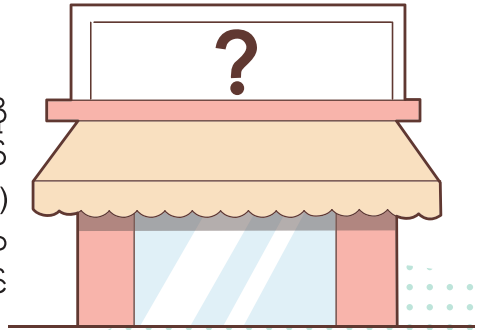


နာမည်ရွေးချယ်ခြင်း

နာမည်တစ်ခုရွေးချယ်ခြင်းဟာအမြဲတမ်းစိတ်လှုပ်ရှားစရာကောင်းလှပါတယ်။ အမှတ်တံဆိပ် (Brand) တစ်ခုဖန်တီးဖို့အတွက်နာမည်ဟာပထမဦးဆုံးခြေလှမ်းဖြစ်တဲ့ အတွက်နာမည်ရွေးချယ်ခြင်းဟာ သင်ပရိသတ်/လူများများဆီကိုရောက်ချင်တယ်ဆိုရင်အရေးကြီးပါတယ်။ နာမည်စတင်စဉ်းစားတဲ့အခါမှာ၊ သင့်အမှတ်တံဆိပ်(Brand) က ဘယ်အရာကို ကိုယ်စားပြုလဲဆိုတာကို စဉ်းစားပါ။

အကြံပေးချက်များ

- နာမည်မှာ နေရာဒေသထည့်ခြင်းကို သတိထားပါ။ စီရမ်းရိ(ပ်) မုန့်ဖုတ် လုပ်ငန်း (Siam Reap Bakery) ဆိုတဲ့နာမည်နဲ့ဆိုင်ကို ဖနွမ်းပင်မြို့မှာ တိုးချဲ့ဖွင့်လှစ်ခြင်းက သိပ်ခက်ခဲနိုင်ပါတယ်။
- လူပုဂ္ဂိုလ်နာမည်ကိုစီးပွားရေးလုပ်ငန်းလုပ်ငန်းမှာထည့်ခြင်းကိုသတိထားပါ။ မင်းဆိုဖီယာဖိနပ်ဆိုင် (Ming Sophea's Shoe Shop) ဆိုတဲ့နာမည်နဲ့ဆိုင်ကိုတစ်စုံတစ်ယောက်ကိုရောင်းချခြင်းဟာ ခက်ခဲနိုင်ပါတယ်။
- နာမည်မှာအလွန်အကျွံအသေးစိတ်ဖော်ပြတာမျိုးရှောင်ဉ်ပါ။ သင့်လုပ်ငန်းဘာတွေလုပ်တယ်ဆိုတာကို နာမည်မှာတိတိကျကျဖော်ပြစရာမလိုပါဘူး။ နာမည်ကျော် အမှတ်တံဆိပ်ကြီးတော်တော်များများမှာရှည်လျားပြီးတော့အသေးစိတ်ဖော်ပြတဲ့ နာမည်မရှိကြပါဘူး။
- နာမည်ကိုတိုတိုဖြစ်အောင်ကြိုးစားပါ။ နာမည်လေးလုံးထက်မများ၊ လေးလုံးအောက်က လိုက်နာသင့်တဲ့ စည်းမျဉ်းတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။
- တမူထူးခြားတာ/သူများနဲ့မတူတာတစ်ခုစဉ်းစားကြည့်ပါ။ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို အများနဲ့မတူဘဲ ထင်ရှားနေတာမျိုး သင်ဖြစ်ချင်မှာပါ။ သင့်လုပ်ငန်းက ဘယ်အရာကို ကိုယ်စားပြုသလဲ။
- ပျော်ရွှင်စရာဖြစ်ပါစေ၊ ပြီးတော့မှတ်ထားဖို့က ဒါတွေဟာအကြံပြုချက်တွေ သက်သက်သာဖြစ်ပါတယ်။ မှန်တယ်/မှားတယ်ဆိုတဲ့ နာမည်ဆိုတာ မရှိပါဘူး၊ သင့်အတွက် မှန်ကန်တာပဲရှိပါတယ်။



အတွေ့အကြုံမရှိသေးသူများအတွက် အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း (Branding)

အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း(Branding) ဟာ နားလည်ဖို့ ခက်ခဲတဲ့ သဘောတရားတစ်ခုဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အခြေခံအားဖြင့်ဆိုရင်တော့ သင့်လုပ်ငန်းဟာ ကာစတမ်မာတွေအတွက် ဘာကို ကိုယ်စားပြုလဲဆိုတာပဲဖြစ်ပါတယ်။ နောက်တစ်နည်းစဉ်းစားနိုင်တာက ကာစတမ်မာတွေ သင့်လုပ်ငန်းအကြောင်းတွေ့မိတဲ့အခါမှာရတဲ့ အတွေ့အကြုံ၊ ဒါမှမဟုတ် ပုံရိပ် ဖြစ်ပါတယ်။

Branding ဆိုတာ သင့်လိုဂိုကိုပဲ ဆိုလိုချင်တာမဟုတ်ပါဘူး - အခြားအရာတွေလည်း ပါပါတယ်။

- စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့နာမည်
- လိုဂို (Logo)
- အမှတ်တံဆိပ် Brand အရောင်များ
- ဘယ်လိုပုံစံနဲ့ထိတွေ့ဆက်ဆံသလဲ(Tone and messaging)

အတွေ့အကြုံမရှိသေးသူများအတွက် အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း

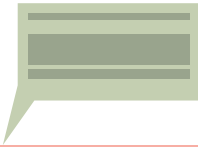
သင့် အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်ကို ပြန်ဆန်းစစ်ပါ

ဒါကို သင့် ကာစတမ်မာတွေ့ဆုံကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ဘယ်လို ပြော
ပြမလဲ။ သင့် လုပ်ငန်းကိုရော ကိုယ်စားပြုလား။



ပြောဆိုဆက်ဆံပုံ

သင့်ကာစတမ်မာတွေ့နဲ့ ဘယ်လိုပုံစံဆက်ဆံချင်လဲဆိုတာ
စဉ်းစားပါ။ ခင်မင်ချင်စရာကောင်းတာလား၊ လေးစားမှုမရှိ
တဲ့ပုံစံလား၊ ပျော်ပျော်ရွှင်ရွှင်ပုံစံလား၊ ပရောဖက်ရှင်နယ် ကျ
ကျလား။



တသမတ်တည်းဖြစ်ပါစေ

သင့်လုပ်ငန်းဟာ ကာစတမ်မာတွေ့အတွက် ဘာကိုကိုယ်စားပြုလဲဆို
တာကို အကြံဉာဏ်တစ်ခုရပြီဆိုရင်၊ ဘာပဲလုပ်လုပ် ဒီပုံအတိုင်း တသ
မတ်တည်းရှိပါစေ။ Logo ဆွဲတာကနေ Facebook content
(စာများ၊ post များ၊ ဗီဒီယိုများ) ဖုန်းတီးတာအပြင်၊ ဖုန်း ဘယ်လို
ဖြေကြားလဲဆိုတာပါ ပါပါတယ်။



လိုဂို နဲ့ အမှတ်တံဆိပ် Brand အရောင်များ ရွေးချယ်ပါ



ဒီဇိုင်းနာ တစ်ယောက်ငှားပါ။
သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအကြောင်း၊ သင်ဘယ်ရာကို ကိုယ်စားပြုချင်
လည်းဆိုတာ ဒီဇိုင်းနာကိုပြောပါ။
လိုဂို ရဲ့ ပုံသဏ္ဌာန်ကိုစဉ်းစားပါ။ ထုတ်ကုန်တွေပေါ်မှာ ကောင်းမွန်
ကိုက်ညီစွာ တပ်လို့ရမလား။
အရောင်တွေရွေးပါ။ ရွေးထားတဲ့အရောင်တွေရဲ့ အရောင်နံပါတ် တွေ
ကို သိအောင်လုပ်ပါ။

လိုဂို ဘယ်လိုဖန်တီးရမလဲ

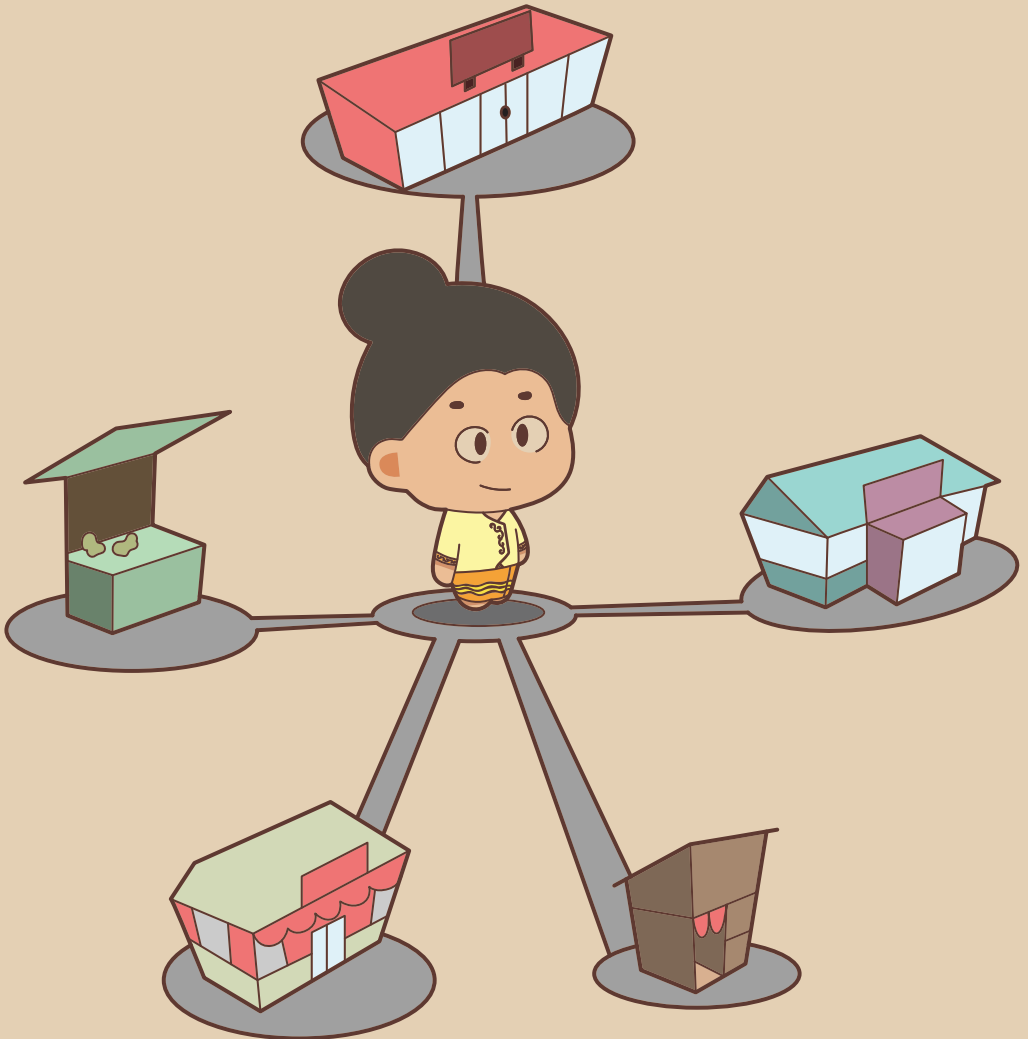
သင့် လိုဂိုဟာ ကာစတမ်မာ တွေ့နဲ့ အနာဂတ်မှာ ကာစတမ်မာတွေ ဖြစ်လာနိုင်ချေရှိတဲ့သူတွေအတွက်သင့် လုပ်ငန်းကို ကိုယ်စားပြုတဲ့ သင်္ကေတ ပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဒါဆိုရင် ဘယ်လို ဖန်တီး ရမလဲ။

- ၁။ ဒီဇိုင်းနာတစ်ယောက် ငှားပါ။
ဒီဇိုင်းနာငှားဖို့ ပိုက်ဆံမရှိဘူး ဆိုရင် ပုံဆွဲနိုင်တဲ့ ဒါမုမဟုတ် ကွန်ပျူတာနဲ့ ဖန်တီးနိုင်တဲ့ မိသားစုဝင် သို့မဟုတ် မိတ်ဆွေတစ်ယောက်ကို အကူအညီတောင်းပါ။ သင့်ကို ဘယ်သူ ကူညီနိုင်မလဲဆိုတာတွေရင် အံ့သြသွားနိုင်ပါတယ်။
- ၂။ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအကြောင်း၊ သင်ဘယ်ရာကို ကိုယ်စားပြုချင်လဲဆိုတာ ဒီဇိုင်းနာကို ပြောပြပါ။
- ၃။ လိုဂိုရဲ့ပုံသဏ္ဌာန်ကိုစဉ်းစားပါ။ ထုတ်ကုန်တွေပေါ်မှာ ကောင်းမွန်ကိုက်ညီစွာ တပ်လို့ရမလား။
- ၄။ အရောင်တွေရွေးပါ။ ရွေးထားတဲ့အရောင်တွေရဲ့နံပါတ် အရောင်တွေကို သိအောင်လုပ်ပါ။ အရောင်တိုင်းမှာ သတ်မှတ်ထားတဲ့အရောင် နံပါတ်တွေ ရှိပါတယ်။ ဒါတွေကို သိဖို့အရေးကြီးပါတယ်။ ဒါမှ လိုဂိုအတွက်ရော အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း Branding အတွက်ပါ အမြဲတမ်းတူညီတဲ့ အရောင်တွေကို သုံးနိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။ အရောင်ကုဒ်နံပါတ်တွေသိရဖို့ www.coolors.co မှာ ကြည့်နိုင်ပါတယ်။



ကာစတမ်မာအသစ်များရှာဖွေခြင်း

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတိုင်းက ကာစတမ်မာတွေပိုတိုးပြီး ရှာဖွေချင်ကြပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဘယ်လိုရနိုင်မလဲ။ ကာစတမ်မာအသစ်တွေ ရှာဖွေနိုင်ဖို့အတွက် အဆင့် ၅ ဆင့်ကို ဖော်ပြထားပါတယ်။



အဆင့် (၁) သင့်ဈေးကွက်ကိုရွေးချယ်ပါ

ဈေးကွက်အသစ်ကိုထိတွေ့ဖို့အတွက် ကြိုးစားနေတာလား၊ ရှိပြီးသား ဈေးကွက်ကိုပဲ ထိတွေ့ဖို့ကြိုးစားနေတာလား။ သင်ပေးနေတဲ့ Message က အတူတူပဲဖြစ်မှာလား။ သင်ဘယ်သူနဲ့ ဆက်ဆံနေလဲ၊ စကားပြောနေလဲဆိုတာ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ဖြစ်အောင်လုပ်ပါ။



အဆင့် (၂) - သင့်ဈေးကွက်ထဲမှာ သင့်ကို လူတွေသိကြလား

ဈေးကွက်ထဲမှာ သင့်ကိုမသိသေးဘူးဆိုရင် သင့်အမှတ်တံဆိပ်(Brand) ရဲ့ Brand Awareness (Brand အကြောင်း လူတွေပိုသတိထားမိလာအောင် ပြုလုပ်ခြင်း) ဖန်တီးဖို့ကို အာရုံစိုက်သင့်ပါတယ်။ သင့်ကို သိကြတယ်ဆိုရင်၊ သိတဲ့လူတွေ ဝယ်လာအောင် အာရုံစိုက် လုပ်ဆောင်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။ ဒီ ၂ ခုဟာ လုံးဝမတူကွဲပြားတဲ့ ပန်းတိုင်တွေဖြစ်ပါတယ်။

အဆင့် (၃) - အရောင်းမြှင့်တင်ရေးမဟာဗျူဟာ ရွေးချယ်ပါ

နောက်စာမျက်နှာမှာ အရောင်းမြှင့်တင်ရေးမဟာဗျူဟာများအကြောင်းကို ကြည့်ပါ။ သင့် မဟာဗျူဟာယဟာ အရောင်းမြှင့်တင်ရေး/Sales နည်းလမ်းတွေ အများကြီး (လျှော့ဈေး၊ လက်ဆောင်၊ အပိုပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု စသည်)ကို ပေါင်းစပ် ထားတာလည်းဖြစ်နိုင်သလို တစ်မျိုးတည်းကိုပဲ အဓိကအာရုံစိုက်လုပ်ဆောင်တာလည်း ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ဒါဟာ သင့် ငွေကြေး၊ ထုတ်ကုန်နဲ့ ဈေးကွက်ပေါ်မှာ မူတည်နေမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

အဆင့်(၄) - သတင်းစကားပေးပို့မှုပုံစံရွေးချယ်ပါ/ Message ပေးခြင်း

ဘယ်လို Message၊ ဒါမှမဟုတ် အရောင်းမြှင့်တင်ရေးပုံစံကို သင် အား ထုတ်မှာလဲ။ ဘယ်လောက်ကြာအောင်လုပ်မှာလဲ။

အဆင့်(၅) - သင့် မားကတ်တင်းကို ဆန်းစစ်ပါ

မျှော်မှန်းထားသလောက် အလုပ်ဖြစ်ရဲ့လား။ သင် ဘယ်လိုသိနိုင်သလဲ။ သင်ဘာတွေကို ပြောင်းလဲရမလဲ။

ကာစတမ်မာရှာဖွေခြင်းဟာ အနုပညာတစ်ခုဖြစ်ပြီးတော့ လေ့ကျင့်မှု လိုအပ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဖော်ပြထားတဲ့အဆင့်တွေကို လိုက်နာခြင်း၊ သင်ဘာကို ပြီးမြောက်အောင်မြင်ချင်တာလဲဆိုတာကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်းသိခြင်းတို့ရှိမယ်ဆိုရင် ရလဒ်ကောင်းတွေကို ရရှိမှာဖြစ်ပါတယ်။

အရောင်းမြှင့်တင်ရေး မဟာဗျူဟာများ

ကာစတမ်မာအသစ်တွေကိုရဖို့အတွက် စီပွားရေးလုပ်ငန်းတွေသုံးနိုင်တဲ့ အဓိက အရောင်းမြှင့်တင်ရေး မဟာဗျူဟာ ၄ မျိုးရှိပါတယ်။



အရောင်းမြှင့်တင်ရေး မဟာဗျူဟာများ

ကြော်ငြာခြင်း

ကြော်ငြာခြင်းဟာ အရောင်းမြှင့်တင်ရေးအကြောင်းပြောရင် လူတော်တော်များများစဉ်းစားကြတဲ့ အရာဖြစ်ပြီး သင့် အမှတ်တံဆိပ်အကြောင်းလူတွေပိုသတိထားမိလာအောင် လုပ်ဖို့ အလွန်ကောင်းတဲ့နည်းဖြစ်ပါတယ်။ ကမ္ဘောဒီးယားနိုင်ငံမှာရှိတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းငယ်အများစုအတွက် ကြော်ငြာခြင်းဟာ ဖေ့စ်ဘွတ်ခ် Facebook ကပဲ တဆင့်သွားမှာဖြစ်ပါတယ်။ ဖေ့စ်ဘွတ်ခ် Facebook ကို အရောင်းမြှင့်တင်ရေးအတွက် ဘယ်လိုသုံးရမလဲဆိုတာ ပိုကောင်းစွာ နားလည်နိုင်ဖို့ နောက်စာမျက်နှာမှာ လူမှုကွန်ယက်ဆိုတဲ့ အခန်းကဏ္ဍကိုကြည့်ပါ။



ဈေးလျော့ခြင်းဖြင့် အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း

ဒီမဟာဗျူဟာမှာတော့ ဈေးလျော့ခြင်း၊ ကူပွန်များပေးခြင်းတို့ပြုလုပ်ပြီး သင့် အမှတ်တံဆိပ် အကြောင်း သိတဲ့ ကာစတမ်မာအသစ်များဝင်လာအောင်၊ ဒါမှမဟုတ် ကာစတမ်မာဟောင်းများနဲ့ ပြန်ချိတ်ဆက်ခြင်း ဖြစ်ပါတယ်။

အများပြည်သူများနှင့်ဆက်ဆံရေး

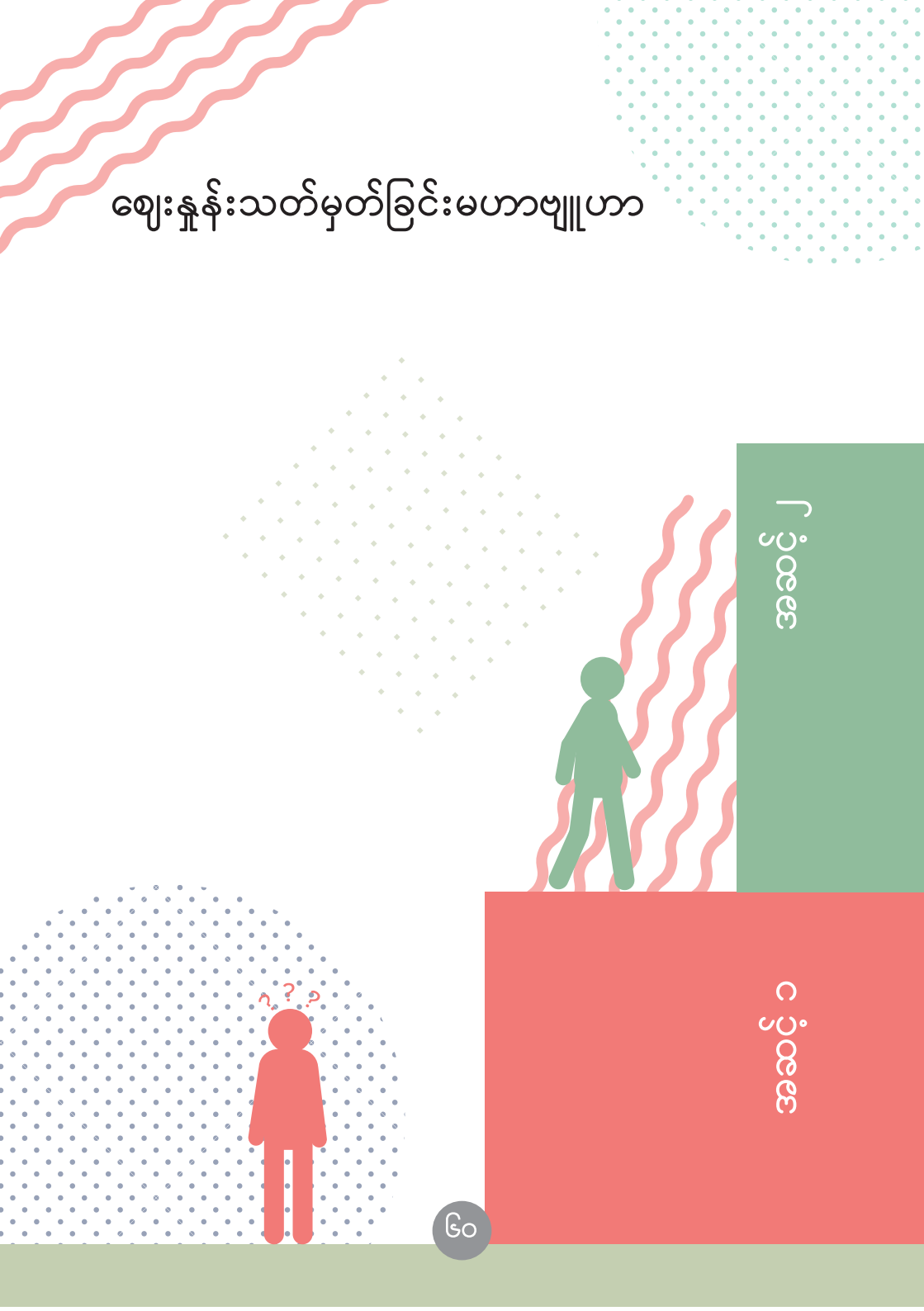
အများပြည်သူများနှင့်ဆက်ဆံရေး (Public Relations) ရဲ့ ဥပမာကောင်းတစ်ခုကတော့ ဆောင်းပါးများ၊ ဘလော့ဂ်များဖြစ်ပါတယ်—တစ်ခါတစ်ရံမှာ သတင်းစာတွေဟာ ထုတ်ဝေစရာအကြောင်းအရာတွေ ရှာနေတတ်ပါတယ်။ ဆိုလိုချင်တာက သတင်းစာတွေမှာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသစ်၊ ဒါမှမဟုတ် ပရောဂျက်သစ်တစ်ခုအကြောင်း ဆောင်းပါး၊ သတင်းတွေပါလာဖို့အတွက် ကုန်ကျစားရိတ် အရမ်းများမှာမဟုတ်ပါဘူး (ပေးရတယ်ဆိုရင်တောင်ပေါ့)။



စကားနဲ့တဆင့်ကောင်းသတင်းပြန့်ပွားစေခြင်း နဲ့ လူကိုယ်တိုင်ရောင်းချခြင်း

ဒီနည်းလမ်းက တခြားနည်းလမ်းတွေလို လူအများကြီးဆီရောက်မှာမဟုတ်ပေမယ့် ဒီနည်းလမ်းနဲ့ ထိတွေ့ပြီးရရှိတဲ့ ကာစတမ်မာဟာ တစ်သက်လုံး ကိုယ့်ကာစတမ်မာဖြစ်သွားနိုင်ပါတယ်။ သင့်ကို မိတ်ဆွေတစ်ယောက်က ပိုက်ပြင်တဲ့သူ၊ ဒါမှမဟုတ် စက်ပြင်တဲ့ သူတစ်ယောက်အကြောင်း အကြံပြု သွားတာမျိုး တွေကြည့်ပါ။ သူကို သင် ချက်ချင်းယုံကြည်သွားတယ်မဟုတ်လား၊ ပြီးတော့ သူတို့တွေ လုပ်တာကောင်းတယ်ဆိုရင် သင် သူတို့ကို ပြန်သုံးနိုင်ချေများပါတယ်။

ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းမဟာဗျူဟာ



၁၁၁၁

ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ပါ

(က) သင့် ကာစတမ်မာတွေက ဈေးနှုန်းအပေါ်မှာ ဝယ်ယူမှုအပြောင်းအလဲများမယ့်သူတွေလား (ဈေးနှုန်း ဘယ်လောက်က ဘယ်လောက်ကြား၊ ပြောင်းလဲမှုအပေါ် လက်မခံလောက်မယ့်သူမျိုး) ဆိုတာ သိပြီ။ ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း မဟာဗျူဟာကိုလည်း ရွေးချယ်နိုင်ပြီဆိုရင်၊ အဆင်မပြေဘူးဆိုရင် ဈေးနှုန်းချမှတ်ဖို့ အချိန်ရောက်ပါပြီ။ ဈေးနှုန်းကို ပြန်ပြောင်းလဲလို့ ရတယ်ဆိုတာကို သတိရပါ။

ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းမဟာဗျူဟာ

- (က) တန်ဖိုးအခြေပြု - သင့်ကာစတမ်မာတွေက သင့် ထုတ်ကုန်ကို ဘယ်လောက် တန်ဖိုးထားတယ်ဆိုတာကိုအခြေခံပြီး ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနည်းလမ်းဟာ ဇီမိန့်ပစ္စည်းတွေမှာ အသုံးပြုလို့ ကောင်းပါတယ်။
- (ခ) ကုန်ကျစရိတ်အခြေပြု - သင့်ထုတ်ကုန်ရဲ့ ထုတ်လုပ်မှုကုန်ကျစားရိတ်ကို လိုချင်တဲ့ အမြတ်ငွေပမာဏ ပေါင်းထည့်ပြီးတော့ သတ်မှတ်တဲ့ နည်းလမ်းဖြစ်ပါတယ်။
- (ဂ) ပြိုင်ဖက် အခြေပြု - ပြိုင်ဘက်တွေက သူတို့ ထုတ်ကုန်တွေကို ဘယ်လောက် ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်လဲဆိုတာအပေါ်မှာ အခြေခံပြီး ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်တာဖြစ်ပါတယ်။ သင့်မှာ ခိုင်မာတဲ့ ကောင်းကျိုးအဆိုပြုခြင်း (value proposition) ရှိရင် ဒီနည်းဗျူဟာ က ကောင်းတဲ့နည်းဗျူဟာ ဖြစ်ပါတယ်။ (အခန်း (၃) တွင် ကြည့်ပါ) ဘာဖြစ်လို့လဲဆိုတော့ သင်က သင်ပေးမယ့် တန်ဖိုး/ကောင်းကျိုးနဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှာဖြစ်ပြီး ဈေးနှုန်းနဲ့ ပြိုင်ဆိုင်တာ မဟုတ်တာကြောင့်ပါ။

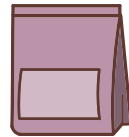
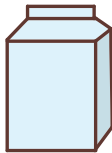
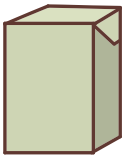
သင့် ကာစတမ်မာတွေက ဈေးနှုန်းအပေါ်မှာ ဝယ်ယူမှုအပြောင်းအလဲများမယ့်သူတွေလားဆိုတာ ခန့်မှန်းပါ

- (က) ဈေးနှုန်း တိုးလိုက်မယ်ဆိုရင် ကာစတမ်မာတွေ တော်တော်များများ လျော့သွားမလား
 - (ခ) ဈေးနှုန်း လျော့ချလိုက်မယ်ဆိုရင် ကာစတမ်မာတွေ အများကြီးတိုးလာမလား
- နှစ်ခုလုံးကိုဟုတ်တယ်လို့ ဖြေမယ်ဆိုရင် သင့် ကာစတမ်မာတွေက ဈေးနှုန်း အပေါ်မှာ ဝယ်ယူမှုအပြောင်းအလဲများမယ့်သူတွေ ဖြစ်ပါတယ်။ အဓိပ္ပာယ်က ဈေးအများကြီးတိုးမယ်ဆိုရင် သတိထားရမှာဖြစ်ပါတယ်။

ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း မဟာဗျူဟာများ

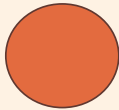
ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းဟာ ခက်ခဲပြီး တော့ချဉ်းကပ်စရာ နည်းလမ်းတွေလည်း အများကြီးရှိပါတယ်။

ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း မဟာဗျူဟာ ချမှတ်ဖို့အတွက် ရိုးရှင်းတဲ့ လမ်းကြောင်း ၃ ခု ပေးထားပါတယ်။



ဖေ့စ်ဘွတ်ခ် FACEBOOK

ကမ္ဘောဒီးယားနိုင်ငံကလူတော်တော်များများဟာ ဖေ့စ်ဘွတ်ခ် Facebook ကို အဓိက အွန်လိုင်းပေါ်က သတင်းအချက်အလက်ရယူမှုအရင်းအမြစ်အဖြစ် အသုံးပြုကြတယ်ဆိုတာကို သိရှိထားပါတယ်။ ဒီအချက်ဟာ ကောင်းတဲ့အချက်ပါ။ ဘာဖြစ်လို့လဲဆိုတော့ လူအများနဲ့လွယ်ကူစွာ ထိတွေ့နိုင်တာကြောင့်ပါ။ ဒါပေမဲ့ အခြားစီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေအများကြီးနဲ့ ပြိုင်ဆိုင်နေရတာဖြစ်တဲ့အတွက် Facebook ကို အသုံးပြုရာမှာ ရှင်းလင်းပြီး ကျွမ်းကျင်မှုရှိဖို့ လိုတယ်လို့လည်း ဆိုနိုင်ပါတယ်။



Page Name



About

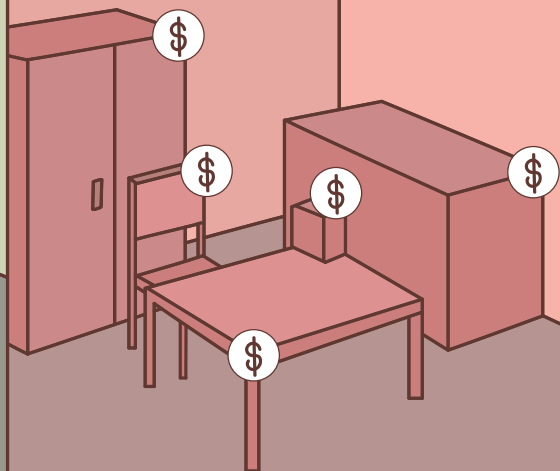
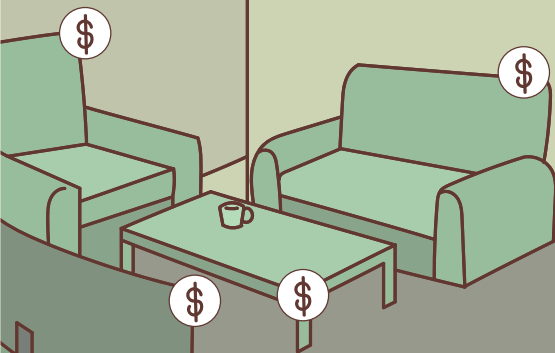
အကြံပေးချက်များ

- Business Facebook Page တစ်ခုကို ဖွင့်ပါ။ လူပုဂ္ဂိုလ်သုံး Facebook Page မဟုတ်ပါဘူး။ ဒီနစ်ရဟာ အရမ်းကွဲပြားပါတယ်။
- Page မှာ သင့်လုပ်ငန်းလိုဂိုနိုနာမည်ကို အသုံးပြုပါ။ အတွေ့အကြုံမရှိသေးသူများအတွက် အမှတ်တံဆိပ်ဖန်တီးခြင်း Branding အပိုင်းမှာ အချက်အလက် စုံလင်စွာကြည့်ပါ။
- Facebook ကို ကျွမ်းကျင်စွာအသုံးပြုနိုင်အောင် လေ့လာပါ။ သင့် Page ကို ဘယ်လို Boost (ပိုက်ဆံသုံး၍ ကြော်ငြာခြင်း) လုပ်ရမလဲဆိုတာ သိအောင် လုပ်ပါ။ သင့် Post တွေကို Boost လုပ်ပါ။ Analytics (အချက်အလက် စစ်ဆေးခြင်း) ကို အသုံးပြုပြီး ကာစတမ်မာများနဲ့ ထိတွေ့မှုကို နားလည်အောင် လုပ်ပါ။
- ဓာတ်ပုံကောင်းကောင်း ရိုက်တတ်အောင် သင်ယူပါ။ Facebook ကို လူတွေ သုံးကြတဲ့ အခါမှာ Post တစ်ခုနဲ့တစ်ခုကို မြန်မြန်ပုံကျော်သွားတတ်ကြပါတယ်။ ဆိုလိုချင်တာက သူတို့ရဲ့ အာရုံစိုက်မှုကို ရဖို့ သင့်မှာ စက္ကန့်အနည်းငယ် ပဲရှိပါတယ်။ စမတ်ဖုန်းကို သုံးပြီး ဓာတ်ပုံနဲ့ ဗီဒီယိုကောင်းကောင်း ဘယ်လိုရိုက်ရမလဲဆိုတာ လေ့လာပြီး ကာစတမ်မာရဲ့ အာရုံစိုက်မှုကို ရအောင် လုပ်ပါ။
- ကိုယ့် ကာစတမ်မာ အုပ်စုကို မမေ့ပါနဲ့။ သင်က လူတိုင်းကို ထိတွေ့ဖို့ လုပ်နေတာ မဟုတ်ပါဘူး။ ကိုယ့် ကာစတမ်မာ အုပ်စုအတွက် ကိုပဲ ရည်ရွယ်ပြီး Content (post များ၊ ပုံများ၊ စာများ၊ ဗီဒီယိုများ) ကို ဖန်တီးပါ။
- Post တိုင်းကို မကြော်ငြာပါနဲ့။ လူတွေ ကြိုက်တဲ့ တန်ဖိုးရှိတဲ့ content တွေ ဖန်တီးဖို့ ရည်ရွယ်ပါ။ ကာစတမ်မာတွေက ဘယ်လိုသတင်းအချက်အလက်တွေကို စိတ်ဝင်စားနိုင်မလဲဆိုတာ စဉ်းစားကြည့်ပါ။ ဥပမာ သင်ဟာ အော်ဂန်းနစ်အသီးအနှံရောင်းတယ်ဆိုရင်၊ အော်ဂန်းနစ်ဟာ ဘာလို့ကောင်းတယ်ဆိုတာကို ရှင်းပြတဲ့ content တွေ တင်လို့ရပါတယ်။ ကာစတမ်မာတွေနဲ့ ထိတွေ့မှုများတဲ့ content တွေ ဖန်တီးပါ။

အခန်း(၅)
ငွေကြေးနဲ့ ပတ်သက်သော
အချက်အလက်များ
စောင့်ကြည့်ခြင်း

အိမ်

ရုံး



စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်နဲ့စီးပွားရေးလုပ်ငန်းပိုင်ရှင်အများစုမှာစာရင်းအင်းဆိုင်ရာ ဘွဲ့၊ ဒီဂရီတွေ မရှိကြပါဘူး။ လုပ်ငန်းငယ်တစ်ခုအနေနဲ့ အောက်ပါရိုးရှင်းတဲ့သဘောတရားတွေကိုလိုက်နာပြီး ဘဏ္ဍာရေးပိုင်းကိုစီမံခန့်ခွဲလို့ရပါတယ်။

ပုဂ္ဂိုလ်ရေးနဲ့စီးပွားရေးငွေကြေးကို သီးခြားစီခွဲခြားထားခြင်း

ဒါဟာ ဒီစာအုပ်မှာပါတဲ့ ငွေရေးကြေးရေးအခန်းကဏ္ဍမှာ အရေးအကြီးဆုံးသဘောတရားတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ဆောင်ရွက်မှုအခြေအနေ ဘယ်လိုရှိတယ်ဆိုတာနဲ့ ပိုက်ဆံမြတ်နေလား/ရှုံးနေလားဆိုတာသိရဖို့အတွက် သင့်မိသားစုနဲ့ သက်ဆိုင်တဲ့ငွေကြေးနဲ့စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့ငွေကြေးတို့ကို လုံးဝခွဲခြားထားရမှာဖြစ်ပါတယ်။

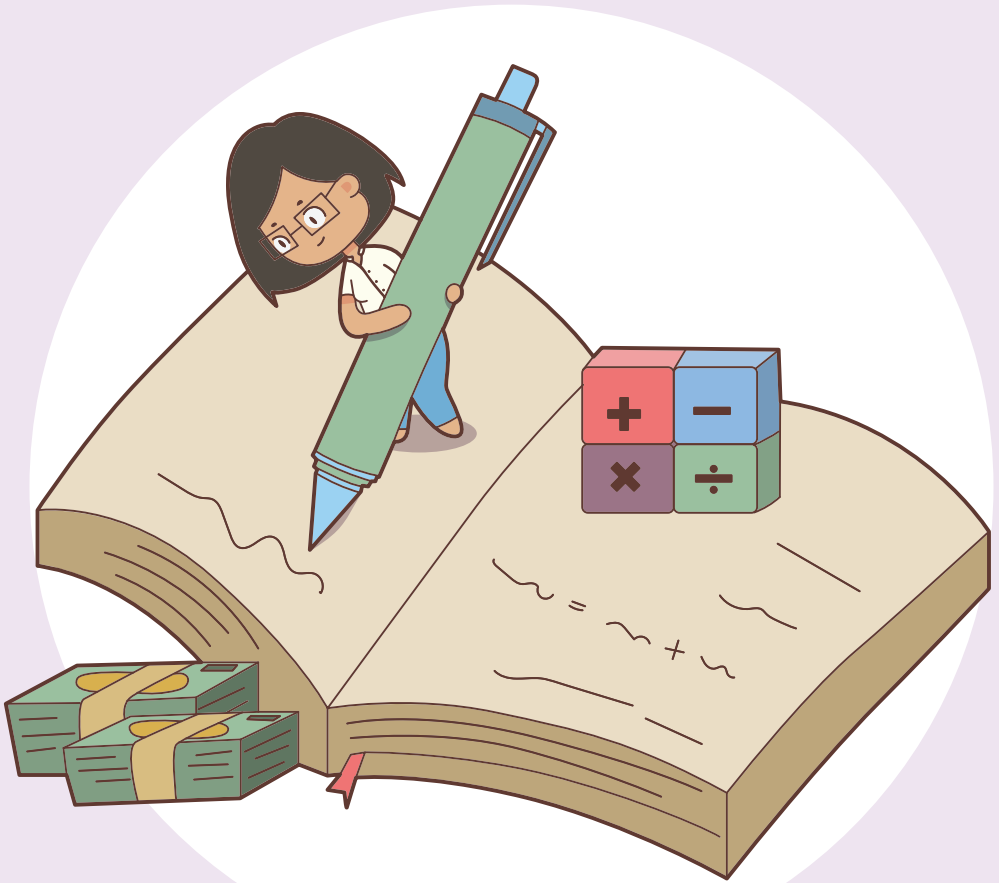
ငွေကြေးကဏ္ဍကိုခွဲခြားထားဖို့အကြောင်းအရင်းများ

- သင့်လုပ်ငန်းကအမြတ်ထွက်နေလား/ရှုံးနေလားဆိုတာသိရမှာဖြစ်ပါတယ်။
- ပိုက်ဆံတွေပျောက်နေတယ်ဆိုရင် သတိထားမိမှာဖြစ်ပါတယ်။
- စီးပွားရေးလုပ်ငန်းလုပ်ခြင်းရဲ့ကုန်ကျစားရိတ်တွေကို ပိုနားလည်မှာဖြစ်ပါတယ်။
- သင့်မိသားစုရဲ့ငွေရေးကြေးရေးကို ပိုနားလည်လာမှာဖြစ်ပါတယ်။

သင့်လုပ်ငန်းကအမြတ်ထွက်နေလား/ရှုံးနေလားဆိုတာမသိဘူးဆိုရင် သင်ကောင်းမွန်တဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာဆုံးဖြတ်ချက်တွေကို ချမှတ်နိုင်မှာမဟုတ်ပါဘူး။

စာရင်းပြုစုခြင်း ၁၀၁

စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်အများစုအတွက်၊ အမြတ်ငွေနှဲ့အရှုံးကိုစောင့်ကြည့်ဖို့ အလွယ်ကူဆုံးကတော့ ငွေသား အခြေပြုစာရင်းပြုစုခြင်း (cash-based accounting) ကို အသုံးပြုခြင်းပဲဖြစ်ပါတယ်။ အဓိပ္ပါယ်က သင့်လုပ်ငန်းထဲက ထွက်သွားတဲ့ငွေတွေ (ကုန်ကျစရိတ်၊ ထွက်ငွေ) နဲ့ ငွေဝင်လာတဲ့အချိန်တွေမှာ (ဝင်ငွေ) စောင့်ကြည့်စာရင်းပြုစုမှတ်သားရမှာဖြစ်ပါတယ်။ လွယ်တယ် မဟုတ်လား။



သင့်ငွေရေးကြေးရေးတွေကို စာရင်းပြုစုမှတ်သားထားဖို့အတွက် စာအုပ် ၂ အုပ်လိုပါလိမ့်မယ် - နေ့စဉ် ဝင်ငွေစာအုပ် (Income daybook) နဲ့ နေ့စဉ် ကုန်ကျစရိတ်၊ထွက်ငွေစာအုပ် (Expense daybook)ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

နေ့စဉ်ဝင်ငွေစာအုပ်

ဒီစာအုပ်မှာ သင့်နေ့စဉ်ဝင်ငွေတွေကို စာရင်းမှတ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။ ပြေစာတွေအကုန်လုံးကို သိမ်းထားဖို့နဲ့ နေ့တစ်နေ့ပြီးတဲ့အခါတိုင်း စာအုပ်ထဲမှာ တစ်ခုချင်းစီစာရင်းမှတ်ဖို့အကြံပေးချင်ပါတယ်။ ဒါတွေပါဖို့အရေးကြီးပါတယ်။

- နေ့စွဲ
- အကြောင်းအရာ အကျဉ်း
- ငွေပမာဏ
- ပြေစာနံပါတ်(ရှိရင်)

နေ့စဉ် ကုန်ကျစရိတ်၊ ထွက်ငွေစာအုပ်

ဒီစာအုပ်ဟာ နေ့စဉ်ဝင်ငွေစာအုပ်နဲ့ အကုန်လုံးအတူတူပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဒီမှာတော့ ကုန်ကျစရိတ်၊ထွက်ငွေကို စာရင်းမှတ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။ နေ့တစ်နေ့ပြီးဆုံးတိုင်းမှာ ကုန်ကျစရိတ်တွေအတွက် ပြေစာတွေအကုန်လုံးကို စာရင်းမှတ်ပါ။ ဒီစာအုပ်မှာလည်း ဒီအရာတွေပါဖို့အရေးကြီးပါတယ်။

- နေ့စွဲ
- အကြောင်းအရာ အကျဉ်း
- ငွေပမာဏ
- ပြေစာနံပါတ် (ရှိရင်)

သင့်စာရင်းတွေ တိကျမှုရှိရဲ့လား

လူတိုင်းကတိကျတဲ့စာရင်းတွေလိုချင်ကြပါတယ်။ စာရင်းတွေတိကျသေချာဖို့ လုပ်နိုင်တဲ့အရေးအပါဆုံးအချက်ကတော့ Reconcile လုပ်ခြင်း (ပြန်တိုက်ကြည့်ခြင်း) ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ စာရင်း Reconcile လုပ်ခြင်း (ပြန်တိုက်ကြည့်ခြင်း) က ဝင်ငွေ၊ ဒါမှမဟုတ် ထွက်ငွေတွေ စာရင်းမှတ်ဖို့ ကျန်မနေဘူးဆိုတာသေချာစေဖို့ စစ်ဆေးတာပဲဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနည်းလမ်းက ငွေတွေ ပျောက်ဆုံးနေတာမျိုးမရှိအောင် သေချာစေပြီးတော့ လုပ်ငန်းဘယ်လိုအခြေအနေရှိနေလဲဆိုတာ မြင်ရစေမယ့် နည်းလမ်းဖြစ်ပါတယ်။

Reconcile လုပ်ဖို့လွယ်ကူတဲ့အဆင့် (၃) ဆင့်

- ၁။ နေ့တစ်နေ့ရဲ့အစမှာ - ငွေတွေကိုရေတွက်ပါ။ အဓိပ္ပါယ်ကတော့ သင့်လုပ်ငန်းထဲက ငွေတွေအကုန်လုံးကိုပြောတာပါ။ ဘဏ်အကောင့်တွေထဲမှာရှိတဲ့ ငွေတွေအကုန်လုံး၊ wing account (ကမ္ဘောဒီးယားနိုင်ငံရှိမိုဘိုင်းငွေကြေးအကောင့်) ၊ ဒါမှမဟုတ် အိမ်က ဘီဒိုထဲမှာရှိတဲ့ငွေတွေလည်း ပါပါတယ်။ သင့်မှာ ငွေဘယ်လောက်ရှိလဲဆိုတာ သိအောင်လုပ်ပါ။ ပြီးရင် ဒီနံပါတ်ကိုချရေးပါ။



၂။ နေ့တစ်နေ့ပြီးဆုံးတိုင်းမှာ - ဝင်ငွေ နဲ့ ထွက်ငွေကို ရေတွက်ပါ။ ထွက်ငွေကို ဝင်ငွေထဲကနေ နုတ်ပါ။ ဒါဟာ အဲဒီနေ့အတွက် သင့် အမြတ်ငွေပါပဲ (ဒါမှမဟုတ် အရှုံးပေါ့)။ အဲဒီနေ့ရဲ့အစမှာ ချရေးထားတဲ့ ငွေပမာဏထဲကို မြတ်တယ်ဆိုရင်ပေါင်းထည့်ပါ။ ရှုံးတယ် (ဝင်တာထက်ပိုပြီးအသုံးစားရိတ်က များတယ်) ဆိုရင် နုတ်ပါ။ ငွေတွေအကုန်လုံးကို ပြန်ရေတွက်ပါ။ သင် ချရေးထားတဲ့ နံပါတ်နဲ့ တူနေလား။ ကောင်းပါတယ်။ အကုန်လုံးကို တွက်ချက်ပြီးသွားပါပြီ။ ကွာခြားမှုရှိနေလား။ မပူပါနဲ့။ ဝင်ငွေ၊ ဒါမှမဟုတ် ကုန်ကျစားရိတ်၊ ထွက်ငွေ စာရင်းမှတ်တဲ့အခါမှာ ဘာကျန်ခဲ့လဲဆိုတာကို ပြန်သွားကြည့်ဖို့ပဲလိုပါတယ်။

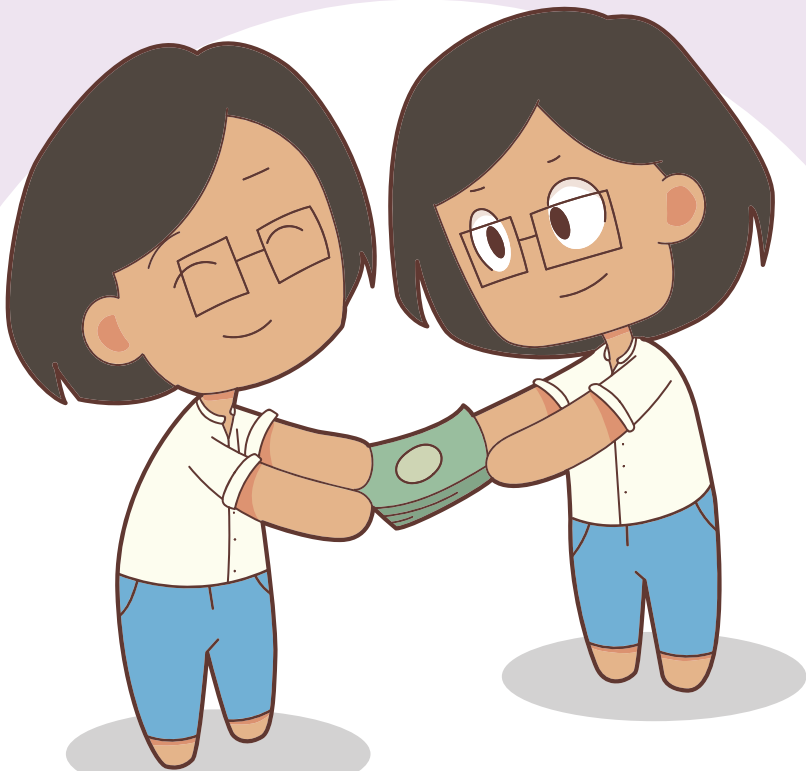
၃။ ရှိနေတဲ့ငွေက စာရင်းပြုစုထားတဲ့နံပါတ်နဲ့ကွာနေတယ်ဆိုရင် - မြတ်တဲ့ငွေ၊ ဒါမှမဟုတ် ရှုံးငွေ ကို ထည့်တွက်ဖို့လိုပါတယ်။ ဒီတော့ မြတ်ငွေနဲ့ ရှုံးငွေကို၊ ထွက်ငွေစာအုပ်၊ ဒါမှမဟုတ် ဝင်ငွေစာအုပ်မှာချရေးပါ။ မကိုက်ညီမှုတွေ ရှိနေသေးတယ်ဆိုရင်၊ သင့်လုပ်ငန်းက ပိုင်တဲ့ငွေတွေအကုန်လုံးကို ထည့်တွက်နိုင်ဖို့အတွက် ဖြစ်စဉ်တွေကို ပြန်သုံးသပ်ဖို့လိုပါပြီ။

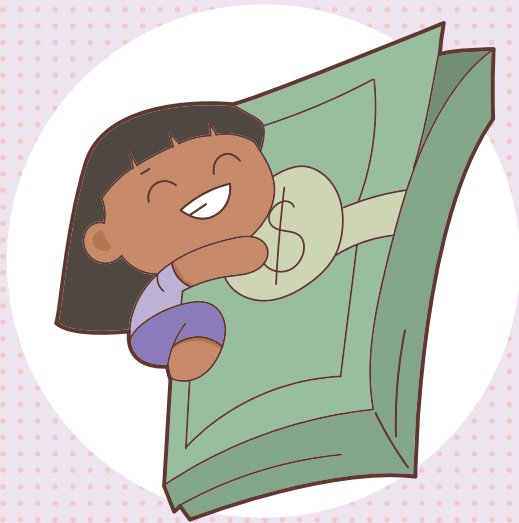
အကြံပေးချက်

စမတ်ဖုန်းရှိတယ်ဆိုရင်၊ ကိုတရာ ရီးရဲ (Kotra Riel) က လွယ်ကူတဲ့ စာရင်းပြုစုခြင်း အက်ပလီကေးရှင်းတစ်ခုဖြစ်ပြီး သင့်ကုန်ကျစရိတ်နဲ့ ဝင်ငွေတွေကို စာရင်းမှတ်လို့ရပြီး cash ငွေသားတွေကိုလည်း reconcile လုပ်လို့ရပါတယ်။

မိမိကိုယ်ကိုလစာပေးခြင်း

စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်အများစုဟာ ကိုယ့်ကိုယ်ကို လစာပေးဖို့ မေ့တတ်ကြပြီး အဲဒီအစား လုပ်ငန်းထဲကငွေကို ပြန်ယူလိုက်တာမျိုး တစ်ခါတလေ လုပ်တတ်ကြပါတယ်။ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကြီးထွားလာတာနဲ့အမျှ ဒါဟာ ပိုပြီးအရေးကြီးလာပြီး လစာပေးခြင်းကို လုပ်ငန်းသေးတဲ့အချိန်ထဲက စလုပ်မယ်ဆိုရင် ပိုလွယ်ကူမှာပါတယ်။ ကိုယ့်ကိုယ်ကို လစာပေးခြင်းဟာ ကောင်းတဲ့အကျိုး သက်ရောက်ပါတယ်။ အဓိပ္ပါယ်ကတော့ ဒီလိုလုပ်ခြင်းကြောင့် သင့်လုပ်ငန်းရဲ့စွမ်းဆောင်မှုအခြေအနေကို ပိုတိကျစွာ နားလည်နိုင်ပြီးတော့ လစာတွေ တသမတ်တည်းရှိနေမယ်ဆိုရင် လုပ်ငန်းအတွက်ရော ကိုယ်တိုင်အတွက်ပါ ငွေကြေးစီမံရာမှာ ပိုမိုလွယ်ကူစေမှာဖြစ်ပါတယ်။





ကိုယ့်ကိုယ်ကို လစာဘယ်လိုပေးရမလဲ

အကောင်းဆုံးကတော့ သင့်လစာဟာ တစ်ခြားတစ်ယောက် သင့်အလုပ်ကို လုပ်မယ်ဆိုရင် သင်သူ့ကိုပေးရမယ့် ပမာဏဖြစ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းကသေးငယ်သေးတဲ့အချိန်၊ ဒါမှမဟုတ် လုပ်ငန်းက အခြေအနေသိပ်မကောင်း နေဘူးဆိုရင် ဒါဟာ ခက်ခဲနိုင်ပါတယ်။ စတင်ဖို့အတွက် အကောင်းဆုံးနေရာကတော့ သင့်လုပ်ငန်းကတတ်နိုင်ပြီး အပေါ်မှာပြောထားတဲ့ပမာဏနဲ့လည်းနီးစပ်တဲ့ငွေပမာဏ ကို ရွေးချယ်ဖို့ပဲဖြစ်ပါတယ်။

လတစ်လမှာဝင်ငွေ အများကြီးရှာနိုင်တယ်ဆိုရင် ဘယ်လိုလုပ်မလဲ။ ကိုယ့်ကိုယ်ကို လစာပိုပေးရမလား။ ဒီလိုလုပ်ဖို့ သင့်ကိုဆွဲဆောင်မှုတွေရှိပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ သင့်လစာကို တသမတ်တည်းထားဖို့ ကျွန်ုပ်တို့ အကြံပေးချင်ပါတယ်။ ဝင်ငွေ များတဲ့လပေါ်မှာ တုန့်ပြန်မှုက သင့်လစာကို ချက်ခြင်း ပြောင်းလဲညှိနှိုင်းတာမျိုး လုပ်မယ့်အစား လုပ်ငန်းရဲ့အမြတ်ငွေတွေထဲက တချို့ကို သင်ယူလို့ရနိုင်မလားဆိုတာ သိရဖို့ သင့်ရဲ့ငွေသားပမာဏ (cash) နဲ့ အမြတ်ငွေကို သုံးလတစ်ခါကြည့်ပါ။ လုပ်ငန်း ထဲကငွေကို စောစောစီးစီးသင်ယူလိုက်ပြီး နောက်မှပြန်ထည့်တာမျိုး သင်လုပ်ချင်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါဟာ စီမံခန့်ခွဲဖို့ ခက်ခဲပါတယ်။ အချက်အလက်များနဲ့ စီမံကိန်းရေးဆွဲမှု အကြောင်းပိုသိနိုင်ဖို့ ငွေလည်ပတ်မှု ကြိုတင်ခန့်မှန်းခြင်း (Cashflow Forecasting) ကို ကြည့်ပါ။

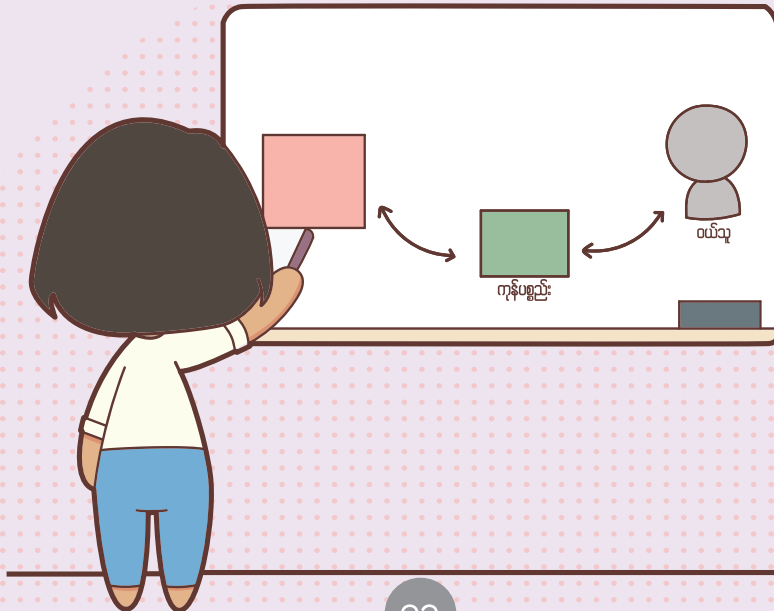
ငွေလည်ပတ်မှုကြိုတင်ခန့်မှန်းခြင်း

ငွေလည်ပတ်မှု(Cashflow)ဟာသင့်လုပ်ငန်းကိုငွေဘယ်လောက်ဝင်တယ်၊ လုပ်ငန်းထဲကနေငွေဘယ်လောက်ထွက်တယ်ဆိုတာပဲဖြစ်ပါတယ်။စီးပွားရေးလုပ်ငန်းငယ်တွေရှင်သန်နိုင်ဖို့အတွက်ငွေလည်ပတ်မှုစီမံခန့်ခွဲခြင်းကအလွန်အရေးကြီးပါတယ်။စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေဟာသူတို့ရဲ့ငွေကိုမှန်ကန်စွာစီမံခန့်ခွဲမှုမပြုလုပ်တဲ့အတွက်ကျရှုံးကြပါတယ်၊အမြဲတမ်းအမြတ်ကြောင့်ပဲမဟုတ်ပါဘူး။

ဝင်ငွေခန့်မှန်းခြင်း

ငွေလည်ပတ်မှုကိုကြိုတင်ခန့်မှန်းခြင်းရဲ့ပထမဆုံးအဆင့်ကသင့်ဝင်ငွေ(ဝင်လာမယ့်ရောင်းရငွေ)ကိုနောက်သုံးလတွက်ကြိုတင်ခန့်မှန်းဖို့ပဲဖြစ်ပါတယ်။သင့်လုပ်ငန်းအမျိုးအစားအပေါ်နဲ့သင့်အတွက်ဘယ်ဟာကပိုအဓိပ္ပါယ်ရှိလဲ၊မှန်ကန်လဲဆိုတာအပေါ်မူတည်ပြီးဝင်ငွေခန့်မှန်းခြင်းကိုလအလိုက်ဒါမှမဟုတ်အပတ်စဉ်အလိုက်ခွဲခြမ်းလို့ရပါတယ်။

ငွေနဲ့ပတ်သက်ပြီးအချိန်သတ်မှတ်ခြင်းကိုသတိချုပ်ပါ။ရောင်းချမှုတစ်ခုလုပ်ရရင်သင်ပိုက်ဆံရသလား၊ဒါမှမဟုတ်၂ပတ်နေမှရလား။အချိန်ကအရေးကြီးပါတယ်။



ထွက်ငွေခန့်မှန်းခြင်း

- သင့်ရဲ့အဓိကကုန်ကျစရိတ်များအား စာရင်းလုပ်ပါ။ (ဥပမာ - ရုံးခန်း၊ အိမ်ငှားခ၊ လျှပ်စစ်အတွက်ကုန်ကျစရိတ်၊ ကုန်ကြမ်း)
- နောက်သုံးလအတွင်း ကုန်ကျစရိတ် ဘယ်လောက်သုံးမယ်ဆိုတာကို စဉ်းစားပါ။
- ထပ်ပြီးတော့ပြောချင်တာက၊ အချိန်က အရေးကြီးပါတယ်။ ကုန်ကျစရိတ်တွေအပြင် သင်ဘယ်အချိန်မှာ ပိုက်ဆံပေး(ငွေချေ)သလဲ။

ငွေသားကိုရေတွက်ပါ။

- လက်ရှိသင့်ဆီမှာ ငွေသား ဘယ်လောက်ရှိသလဲ။

တွက်ချက်ပါ။

- သင့်ငွေသား + ဝင်ငွေ - ထွက်ငွေ
= လ/ရက်သတ္တပတ်ကုန်တဲ့အချိန်
မှာရှိမယ့် ငွေသား
- ရှင်သန်နိုင်ဖို့ (အဆင်သင့်) ငွေရှိနေ
ဖို့အတွက် တွက်ချက်မှုတွေကို အမြဲ
တမ်း အချိန်နဲ့တပြေးညီ ဖြစ်နေ
ပါစေ။



ဝင်ငွေတိုးအောင်လုပ်နိုင်မယ့် နည်းလမ်း (၄)ခု

ဝင်ငွေ တိုးတက်အောင် လုပ်ချင်တယ်ဆိုရင် သင်လုပ်နိုင်တဲ့နည်းလမ်း (၄) ခုရှိပါတယ်။
နောက် လအနည်းငယ်မှာ အာရုံစိုက် လုပ်နိုင်ဖို့အတွက် နည်းလမ်း (၁) ခုကိုရွေးပါ။

သင့်မှာရှိတဲ့ ကာစတမ်မာ ဦးရေ တိုးအောင်လုပ်ပါ

ဒီနည်းလမ်းရဲ့ အဓိပ္ပါယ်က သင့်ဆိုင်ထဲကို လူတွေပိုဝင်လာအောင် အာရုံစိုက်ခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ ကာစတမ်မာတွေ ပိုရှိရင်၊ ငွေပိုရနိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။

ပျမ်းမျှဝယ်ယူမှု ပမာဏကို တိုးအောင်လုပ်ပါ

ဒီနည်းလမ်းကတော့ ကာစတမ်မာတစ်ယောက် ဆိုင်ထဲမှာ တစ်ကြိမ်ဝယ်ရင် ဘယ်လောက်သုံးလဲ / ဝယ်လဲဆိုတာကို အာရုံစိုက်ခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ သာမန်အားဖြင့် သူတို့ ၃ဒေါ်လာဖိုးဝယ်ပြီး အဲဒါကို ၅ ဒေါ်လာဖြစ်အောင်သင် တိုးနိုင်တယ်ဆိုရင် သင်ငွေပိုရနိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။

ကာစတမ်မာတစ်ယောက်ချင်းရဲ့ ဝယ်ယူမှုအကြိမ်ရေ တိုးအောင်လုပ်ပါ

ဒီနည်းလမ်းရဲ့ ဆိုလိုရင်းကတော့ သင့်ဆီက ကာစတမ်မာတွေ အကြိမ်ရေပို များများဝယ်အောင် အာရုံစိုက်ခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ ကာစတမ်မာတွေက ပုံမှန်အားဖြင့် တစ်လကို တစ်ကြိမ်လာတယ်ဆိုရင် သူတို့ကို တစ်လမှ ၂ ကြိမ်၊ ၃ ကြိမ် လာအောင်လုပ်နိုင်ရင် သင်ဝင်ငွေပိုရနိုင်ပါတယ်။

ဈေးနှုန်းမြှင့်တင်ပါ

ဈေးနှုန်းတိုးလိုက်လို့ ကာစတမ်မာတွေ မလျော့သွားဘူးလို့ ယူဆနိုင်မယ်ဆိုရင် ဈေးနှုန်းတိုးလိုက်ခြင်းက ဝင်ငွေ ပိုဝင်လာနိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။

အခန်း(၆)

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို ဦးဆောင်ခြင်း/ စီမံခန့်ခွဲခြင်း

ဆရာ(သို့)လမ်းပြမယ့်သူ
(Mentor) တစ်ယောက်ရှာပါ

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုကိုဦးဆောင်ခြင်းက ခက်ခဲပါတယ်။ စိန်ခေါ်မှုတွေ၊ သင်ယူစရာအရာတွေနဲ့ စီမံခန့်ခွဲရမယ့်လူတွေ အမြဲတမ်းရှိနေမှာဖြစ်ပါတယ်။ သင်ဒါတွေကို တစ်ယောက်တည်းလုပ်ဖို့အကြောင်းမရှိပါဘူး။ Mentor တစ်ယောက်ဟာ သင့်အကြံဉာဏ်တွေအတွက် ထင်မြဲချက်တွေရနိုင်ဖို့ လူတစ်ယောက်အပြင် မှန်ကန်တဲ့သူကို သင်ရွေးနိုင်မယ်ဆိုရင် သင့်ကို လမ်းပြပြီး အကြံဉာဏ်တွေလည်းပေးနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။



Mentor ကောင်းတစ်ယောက် ရှာဖွေနိုင်ဖို့အတွက် အကြံပေးချက် ၅ ခု

- **အလုပ်ကြိုးစားပါ**

Mentor တစ်ယောက်ဟာ အောင်မြင်နိုင်တယ်လို့သူတို့ထင်ပြီး ပန်းတိုင်ကို ရောက်ဖို့အတွက် အလုပ်ကြိုးစားမယ့်လူတစ်ယောက်နဲ့ အတူအလုပ်လုပ်ချင် မှာဖြစ်ပါတယ်။ သင်ဟာ အောင်မြင်ဖို့အတွက် အလုပ်ကြိုးစားနေဖို့ အရေး ကြီးပါတယ်။

- **ရှင်းလင်းပြတ်သားတဲ့ ပန်းတိုင်တွေချမှတ်ပါ**

SMART Goal ကဏ္ဍမှာ ပြောခဲ့သလိုပဲ၊ ပန်းတိုင်များချမှတ်ခြင်း - စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွက်ပင် မဟုတ်ဘဲ သင့်ကိုယ်ကိုယ်အတွက်ပါ ပန်းတိုင်ချမှန်ခြင်းက အရေးကြီးပါတယ်။ ဒီလိုပြုလုပ်ခြင်းက သင့်အတွက် ဘယ်လိုမျိုး Mentor မျိုးက ပန်းတိုင်တွေကိုရောက်အောင် ကူညီနိုင်မလဲ ဆိုတာ ရှင်းလင်းစေမှာဖြစ်ပါတယ်။

- **ကော်ဖီသောက်ပါ**

ကောင်းမွန်တဲ့ ဆရာ၊ တပည့်(Mentor-Mentee) ဆက်ဆံရေးတွေ တော်တော်များများက ကော်ဖီတစ်ခွက်ကစပါတယ်။ သင်ဘယ်လိုလူမျိုးကို Mentor အနေနဲ့ လိုချင်လဲဆိုတာသိပြီဆိုရင်၊ လူအများနှင့်ပေါင်းသင်း ဆက်ဆံရေးတည်ဆောက်ခြင်း(Networking) ပြုလုပ်ပြီး ကော်ဖီ အတူသောက်ဖို့ လိုက်မေးပါ။

- **ကောင်းမွန်တဲ့ဆက်ဆံရေးတည်ဆောက်ပါ**

Mentor အတွက်လိုချင်တဲ့လူတစ်ယောက် ရှာတွေ့ပြီဆိုရင် ကောင်းမွန်တဲ့ ဆက်ဆံရေးတည်ဆောက်ပါ။ သင့်ရဲ့နောက်ဆုံးဖြစ်နေတဲ့အခြေအနေတွေကို ပေးပို့ပါ၊ မေးခွန်းတွေမေးပါ၊ ပြီးတော့ ကော်ဖီ အတူတူ များများ သောက်ဖို့ ပြောပါ။

- **သင့်အတွက် Mentor လုပ်ပေးဖို့ပြောပါ - ဒါမှမဟုတ် မပြောပါနဲ့**

တချို့တွေက Mentor-Mentee ဆက်ဆံရေးကို တရားဝင်ဖြစ်စေဖို့ ပိုကြိုက်ကြတဲ့အတွက် Mentor အဖြစ်လုပ်ပေးဖို့မေးကြပါတယ်။ သင်က အဲဒီလိုလူမျိုးဆိုရင် ကောင်းပါတယ်။ ဒါပေမဲ့လူတော်တော်များများကတော့ တရားဝင်မဖြစ်စေဘဲ သူတို့ရဲ့ဆက်ဆံရေးကို ဒီအတိုင်းဆက်သွားဖို့ ပိုကြိုက်ကြပါတယ်။ ဒီနည်းလည်း အဆင်ပြေပါတယ်။

အချိန်စီမံခန့်ခွဲခြင်း

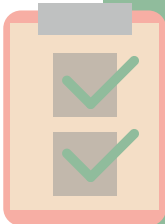
စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်တိုင်း အချိန်စီမံခန့်ခွဲခြင်းနဲ့ အလုပ်ပြီးမြောက်မှုစွမ်းအားတို့ အတွက် ရုန်းကန်ရပါတယ်။ တချို့တွေအတွက်တော့ ဒါဟာအချိန်ဆွဲခြင်းကြောင့်ဖြစ်ပြီး တချို့အတွက်တော့ အာရုံရှုပ်ထွေးစေတဲ့ မိသားစုကိစ္စတွေ၊ ဒါမှမဟုတ် တကယ်အရေးကြီးတာတွေကိုမလုပ်ဘဲ အရေးမကြီးတဲ့လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေကို လုပ်နေတာကြောင့်ဖြစ်ပါတယ်။

အချိန်စီမံခန့်ခွဲခြင်းက အကျင့်တစ်ခု တည်ဆောက်ခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ အောက်မှာ ဖော်ပြထားတဲ့ အကြံပေးချက်တွေကို ဖတ်ကြည့်ပါ။ တစ်ခုကိုရွေးပါ။ အကျင့်ဖြစ်အောင် တည်ဆောက်ဖို့ကြိုးစားပါ။ တည်ဆောက်ပြီးပြီဆိုရင်၊ နောက်တစ်ခုကိုဆက်ရွေးပါ။



- နေ့တိုင်း၊ ဦးစားပေးပြီး ပြီးအောင်လုပ်ရမယ့် အလုပ်တစ်ခုကို ချရေးပါ။ အဲဒီအလုပ်ဟာ သင် အဲဒီနေ့မှာ ပြီးမြောက်အောင်လုပ်ရမယ့် အရေးအကြီးဆုံး အလုပ်ပါပဲ။

- ဦးစားပေးလုပ်ရမယ့် အလုပ်တစ်ခုကို ဘာအာရုံတွေပြားမှုမှမရှိစေဘဲ လုပ်နိုင်ဖို့ နေ့စဉ် နာရီအချို့သတ်မှတ်ပြီးအချိန်ပေးပါ။ ဖုန်းကို အသံပိတ်ထားပါ။ အီးမေးလ် မစစ်ပါနဲ့၊ ဖုန်းရဲ့ notification အချက်ပြမှုတွေကိုလည်း ပိတ်ထားပါ။ အာရုံစူးစိုက် လုပ်ပါ။



- To-Do-List ကို အသုံးပြုပါ။
(နေ့တစ်နေ့အတွက်လုပ်စရာများ စာရင်း) လုပ်ရမယ့်အရာ အကုန်လုံးကို ချရေးပါ။ ဒီလိုလုပ်ခြင်းက သင့်ခေါင်းကို ရှင်းလင်းစေတဲ့အတွက် တစ်ခုခုကိုမေ့မှာ မစိုးရိမ်ရပါဘူး။

10

- တစ်ပတ်စာ စီမံကိန်းရေးဆွဲပါ။
ပြက္ခဒိန်ကိုသုံးပြီးသင့်
ရက်သတ္တပတ်ကို အစီအစဉ်ဆွဲပါ
။ ဘာတွေရှိလဲဆိုတာသိရဖို့
အတွက် နေ့တစ်နေ့အစပြုတိုင်း
မှာ အချိန်စာရင်းကိုကြည့်ပါ။



- သက်ဆိုင်ရာအချိန်တွေသတ်မှတ်ထား
ပါ။ အစည်းအဝေးတွေကို တစ်နေ့လုံး
မှာခွဲပြီး ရှိမနေဖို့ကြိုးစားပါ။ သင့်
အချိန်ကို အစည်းအဝေးအတွက်အချိန်
၊ အလုပ်လုပ်ရန်အချိန်၊
Administrative (ရုံးအလုပ်)
အတွက်အချိန် (ဥပမာ- အီးမေးလ်စစ်
ခြင်း၊ စာတိုပေးပို့ခြင်း)



- အနားယူဖို့အချိန်ပေးပြီး
တကယ်အနားယူပါ။
တစ်ခုခုကို လုပ်နေတယ်ဆို
ရင် အဲဒီအရာအပေါ်မှာ
အာရုံစိုက်ပါ။ အနားယူနေ
တဲ့ အချိန်ဆိုရင်တော့ အီး
မေးလ်စစ်တာ၊ အလုပ်နဲ့
ပတ်သတ်တဲ့ စာတိုတွေ
ကြည့်တာတွေမလုပ်ပါနဲ့၊
အကောင်းဆုံးကတော့ လူမှု
ကွန်ယက်ကို မသုံးတာပဲဖြစ်
ပါတယ်။



- လူမှုကွန်ယက်တွေသုံးလို့မရအောင်
ပိတ်ပေးတဲ့ အက်ပလီကေးရှင်းတွေ
ကိုသုံးခြင်းနဲ့ အချို့အချိန်တွေ
(အလုပ်လုပ်နေချိန်မျိုး) မှာ အာရုံ
ထွေပြားမှုတွေကို ရှောင်ရှားနိုင်ပါ
တယ်။

အဖွဲ့ဝင်များ ခန့်အပ်ခြင်း



သင့်လုပ်ငန်းစတင်ကြီးထွားလာနေပြီ၊ ပြီးတော့ သင် အကူအညီလိုနေပြီ။ အဖွဲ့ဝင်(ဝန်ထမ်း)များ ခန့်အပ်ခြင်းဟာ စိတ်လှုပ်ရှားစရာကောင်းသလို ခေါင်းလည်း စားစေပါတယ်။ သင့်တော်တဲ့လူကို ရွေးချယ်တာဖြစ်တယ်လို့ သင်ဘယ်လိုသေချာပြောနိုင်မလဲ။ ဝန်ထမ်းခန့်အပ်ရာမှာ အပိုင်းနှစ်ပိုင်းရှိပါတယ်။ လုပ်ငန်းအတွက်မှန်ကန်တဲ့လူကို ရွေးချယ်ခြင်းနဲ့ နေရာ(တာဝန်)အတွက် မှန်ကန်တဲ့လူကို ရွေးချယ်ခြင်းတို့ဖြစ်ပါတယ်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့တန်ဖိုးထားရာများ

သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့တန်ဖိုးထားရာများကိုချမှတ်ခြင်းက ဘယ်လိုလူမျိုးကို သင့်လုပ်ငန်းမှာ သင်လိုချင်သလဲဆိုတာကို ရှင်းလင်းစွာသိစေပါလိမ့်မယ်။ သင့်မှာ ရှင်းလင်းပြတ်သားတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း တန်ဖိုးထားရာအချက်များရှိမယ်ဆိုရင် သင့်ဝန်ထမ်းတွေဟာ ဒီအချက်တွေကို ပြသနေဖို့ သင်လုပ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။

ကိုက်ညီတဲ့လူဖြစ်ဖို့ သေချာစေမယ့် အဆင့်(၃)ဆင့်

အဆင့်(၁)

သင့်အတွက် အကောင်းဆုံးဝန်ထမ်းလို့ရွေးချယ်နိုင်မယ့် လူ(၅)ယောက် အကြောင်း စဉ်းစားပါ။ တစ်ယောက်ခြင်းစီအကြောင်း စကားလုံး(၅)လုံးစီ ချရေးပါ။ ဘာဖြစ်လို့သူတို့ကို သင်ရွေးချယ်တာလဲ။ သူတို့က ရိုးသားလား၊ အလုပ်ကြိုးစားလား၊ မျှတမှုရှိလား၊ သူတို့တွေရဲ့ဘယ်အချက်တွေကြောင့် သင်က သူတို့နဲ့ အလုပ်အတူတူ လုပ်ချင်တာလဲ။

အဆင့်(၂)

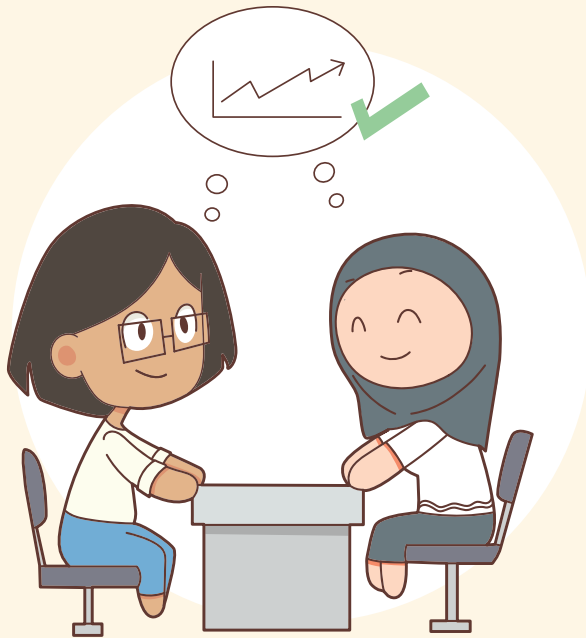
ရေးထားတဲ့စာရင်းထဲက စကားလုံး ၃လုံးကနေ ၇လုံးအထိ ရွေးပြီး သင် လူတစ်ယောက်ကို အလုပ်မှာ ဘယ်လိုပြုမူစေချင်လဲဆိုတာကို သတ်မှတ်ပါ။ ဒီအချက်တွေက သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့ အဓိကတန်ဖိုးထားရာ အချက်တွေပါပဲ။

အဆင့်(၃)

ဒီတန်ဖိုးတွေကိုအသုံးပြုပြီး ဘယ်သူဟာ သင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့ ယဉ်ကျေးမှု(စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့အပြုအမူစံနှုန်း)နဲ့ ကိုက်ညီမလဲဆိုတာကို အကဲဖြတ်ပါ။

ရာထူး၊ တာဝန်တစ်ခုအတွက် မှန်ကန်တဲ့လူ

လူတစ်ယောက်က သင့်လုပ်ငန်းနဲ့ကိုက်ညီမလားဆိုတာကိုသေချာစေတာက အဖြေရဲ့တစ်ဝက်ပဲရှိပါသေးတယ်။ ဒုတိယအပိုင်းက ဒီလူဟာ ဒီရာထူး၊ တာဝန်အတွက် သင့်တော်မလားဆိုတာ သေချာစေတာပဲဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့တွေမှာ ဒီရာထူးကို ကောင်းစွာထမ်းဆောင်နိုင်ဖို့အတွက် လိုအပ်တဲ့ ကျွမ်းကျင်မှုနဲ့ အရည်အချင်းတွေ ရှိလားဆိုတာကို သင် သိအောင်လုပ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။



မှန်ကန်တဲ့လူကို အလုပ်ခန့်နိုင်ဖို့အတွက် အဆင့် ၃ ဆင့်

အဆင့်(၁)

ရာထူးတစ်ခုရဲ့တာဝန်ဝတ္တရားများရှင်းလင်းတိကျစွာရှိပါစေ။ ဘယ်အလုပ်တွေက ဒီရာထူးရဲ့လုပ်ရမယ့်တာဝန်တွေဖြစ်တယ်ဆိုတာကိုရှင်းလင်းစွာ သတ်မှတ်ပါ။ ရာထူးရဲ့နာမည်က ဘာလဲ။ လစာက ဘယ်လောက်လဲ။

အဆင့် (၂)

CV များကို စစ်ဆေးပါ။ ဘယ်လျှောက်ထားသူက တာဝန်တွေကို ပြီးမြောက်အောင်ဆောင်ရွက်နိုင်ဖို့ လိုအပ်တဲ့ ကျွမ်းကျင်မှုနဲ့ အတွေ့အကြုံတွေရှိသလဲ။

အဆင့် (၃)

အင်တာဗျူးတွေမှာ သင်က အကြောင်းအရာနှစ်ခုကို သိအောင်လုပ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

- လုပ်ငန်းအတွက် သူတို့က ကိုက်ညီတဲ့သူတွေလား။ သူတို့မှာ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းနဲ့တူညီတဲ့ တန်ဖိုးထားရာတွေရှိသလား။
- ရာထူးအတွက် မှန်ကန်တဲ့သူလား။ တာဝန်တွေကို ပြီးမြောက်အောင်ဆောင်ရွက်နိုင်ဖို့ လိုအပ်တဲ့ ကျွမ်းကျင်မှုတွေရှိလား။

လုပ်ငန်းအတွက်ရော၊ တာဝန်အတွက်ပါ ကိုက်ညီတဲ့သူတွေဖြစ်လားဆိုတာ ဆုံးဖြတ်ဖို့အတွက် မေးခွန်းကောင်းကောင်းတွေမေးပါ။

- ဒီနေရာကို ဘာဖြစ်လို့ စိတ်ဝင်စားတာလဲ။
- ဒီလုပ်ငန်းအတွက် ဘာကြောင့် အလုပ်လုပ်ချင်တာလဲ။
- ဒီရာထူးမှာ အခက်အခဲဆုံးက ဘာဖြစ်မယ်လို့ထင်လဲ။

အဆင့် (၄)

အကိုးအကားများ၊ ထောက်ခံသူများ (reference) များကို ကြည့်ပါ။ ဒီအဆင့်ကို မကျော်ပါနဲ့။ သူတို့ရဲ့အရင်က အလုပ်ရှင်များကို ဖုန်းခေါ်ပြီး သူတို့ဘယ်လိုလူတွေဖြစ်တယ်ဆိုတာကို သိရဖို့စကားပြောပါ။ အရင်အလုပ်ရှင်တွေက သူတို့ကို ပြန်အလုပ်ခန့်ချင်ဦးမလား...

အဆင့် (၅)

သူတို့ကို အလုပ်ကမ်းလှမ်းပြီး စလုပ်ဖို့ရက် သတ်မှတ်ပါ။ ဂုဏ်ယူပါတယ်။ သင့်မှာ အခု အဖွဲ့တစ်ခု ရှိသွားပါပြီ။



ဝန်ထမ်းတည်မြဲစေရေး

သင့်မှာ အခု အဖွဲ့တစ်ဖွဲ့ရှိပါပြီ။ သူတို့ကို ဘယ်လို ဆက်ထိန်းထားမလဲ။
ဝန်ထမ်းခန့်အပ်ခြင်းနဲ့ သင်ကြားပေးရေးက ကုန်ကျစရိတ်အလွန်များပါတယ်။
ဝန်ထမ်းတည်မြဲရေးက ကုန်ကျစရိတ်ကန့်သတ်ခြင်းအတွက် အရေးကြီးတဲ့အပြင်
လုပ်ငန်းယဉ်ကျေးမှုကို ထိန်းသိမ်းဖို့လည်း အရေးကြီးပါတယ်။



သင့်အဖွဲ့အကြောင်းသိအောင်လုပ်ပါ

လူတိုင်းကကွဲပြားပြီး ထူးခြားမှုရှိကြပါတယ်။ ဝန်ထမ်းတွေရဲ့ကိုယ်ပိုင်အားသာ
ချက်တွေကို သိအောင်လုပ်ပါ။ သူတို့အကောင်းဆုံးလုပ်နိုင်တဲ့အရာတွေကို မြှင့်တင်
ပေးဖို့ကြိုးစားပြီး သူတို့ဆီက အကောင်းဆုံးရလဒ်တွေရနိုင်ဖို့လုပ်ပါ။

အားနည်းမှုကိုပြသပါ

ခေါင်းဆောင်တွေဟာလည်းလူတွေပါပဲ။ သင် ရုန်းကန်နေရတယ်ဆိုရင်
သင့်ဝန်ထမ်းတွေအပေါ်ရိုးသားစွာ ပြောပါ။ (ပရောဖက်ရှင်နယ်ပီသစ္စာ ဆက်လက်



နေရင်းပြသပါ) ပွင့်လင်းမှုနဲ့အားနည်းမှုကိုအားပေးပါ။ သင်ဟာပိုမိုသန်စွမ်းတဲ့အဖွဲ့တစ်ခု ရှိတဲ့ ပိုမိုသန်စွမ်းတဲ့ ခေါင်းဆောင်ကောင်းတစ်ယောက်ဖြစ်လာမှာဖြစ်ပါတယ်။

ဘာကြောင့်လဲဆိုတာရှင်းပြပါ

တစ်ယောက်ယောက်ကို တစ်ခုခုလုပ်ဖို့ပြောတဲ့အခါ၊ ဒါမှမဟုတ် ပေါ်လစီ၊ စနစ်တွေကိုပြောင်းလဲတဲ့အခါမှာ အကြောင်းအရင်းကို ရှင်းပြပါ။

ပုံမှန် စစ်ဆေးမှုတွေလုပ်ပါ

သင့်အဖွဲ့သားများနဲ့ ပုံမှန် တစ်ယောက်ချင်းစစ်ဆေးမှုများ လုပ်ဖြစ်အောင် လုပ်ပါ။ အလုပ်မှာ ဘယ်လိုခံစားနေရလဲဆိုတာမေးပြီး ပြဿနာ၊ ဒါမှမဟုတ် အကြံပေးချက်များရှိနေလား မေးပါ။

တာဝန်ခံမှုကိုအားပေးပါ

လူတိုင်းအမှားနဲ့မကင်းပါဘူး။ အဖွဲ့တွင်းမှာဝန်ထမ်းတွေက ကိုယ်ပိုင်ရာထူး များအတွက်တာဝန်ယူဖို့အရေးကြီးပါတယ်။ လူတိုင်းရဲ့အခန်းကဏ္ဍနဲ့ အဓိကတာဝန်ခံမှု များကို အစကတည်းက ရှင်းလင်းနေပါစေ။



ရှောင်ရန်

အားအင်ကုန်ခမ်းခြင်းကိုအားပေးခြင်း (ရှောင်ပါ)

သင်နဲ့ သင့်အဖွဲ့အနားယူပြီး ပြန်လည်အားဖြည့်ဖို့ ပုံမှန်နားချိန်များရှိပါစေ၊ အထူးသဖြင့် စိန်ခေါ်မှုများတဲ့ ကာလများအပြီးမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီလိုလုပ်ခြင်းက စွမ်းအင်နဲ့စိတ်အားထက်သန်မှုတွေ အဖွဲ့တွင်းမှာ တက်ကြွနေစေမှာဖြစ်ပါတယ်။

အပြစ်တင်ခြင်း(ရှောင်ပါ)

ခေါင်းဆောင်ဖြစ်ရင်တောင်မှ တစ်စုံတစ်ခုမှားယွင်းသွားရင် သင်တာဝန်ယူဖို့ လိုပါတယ်။ ဝန်ထမ်းတွေက အမှားလုပ်မိမှာကြောက်တဲ့စိတ်နဲ့ အလုပ်လုပ်နေရင်၊ အကောင်းဆုံး စွမ်းဆောင်နိုင်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။

အကူအညီတောင်းတာကို လျစ်လျူရှုခြင်း(ရှောင်ပါ)

သင့်အဖွဲ့က အကူအညီတောင်းလာရင်၊ နားထောင်ဖြစ်အောင် နားထောင်ပါ။ သူတို့ရဲ့ စိန်ခေါ်မှုတွေကို ရိုးသားစွာပြောပြတာဖြစ်ပြီး သင်က လျစ်လျူရှုမယ်ဆိုရင် နောင်တစ်ချိန်မှာ သူတို့ရဲ့ ယုံကြည်မှုကို ဆုံးရှုံးရနိုင်ပါတယ်။

တစ်ကြိမ်ထဲမှာ များပြားသောအပြောင်းအလဲများ အကောင်အထည်ဖော်ခြင်း (ရှောင်ပါ)

တစ်ကြိမ်ထဲမှာ ပြောင်းလဲမှုတွေများရင် ဝန်ထမ်းတွေဟာ အခက်အခဲကြုံရ ပါတယ်။ သင်ဘာလုပ်နေတယ်။ ဘာကြောင့်လုပ်နေတယ်ဆိုတာ အမြဲတမ်းပြောပြရင်း တိုးတက်မှုများနဲ့ ပြောင်းလဲမှုများကို တဖြည်းဖြည်းချင်းလုပ်ပါ။ ကြီးမားတဲ့အပြောင်း အလဲတွေမလုပ်ခင် သင့်အဖွဲ့ဆီက တုံ့ပြန်ချက်များတောင်းပါ။

သင်ဟာ စံပြပုဂ္ဂိုလ်ဖြစ်တယ်ဆိုတာ မေ့လျော့ခြင်း (ရှောင်ပါ)

ခေါင်းဆောင်တစ်ယောက်အနေနဲ့ သင့်အဖွဲ့သားတွေဟာ သင့်ကိုလေးစားကြ ပါတယ်။ ဘယ်လိုဝတ်စားရမယ်ဆိုတာမျိုးဖြစ်ဖြစ် ဒါမှမဟုတ် အခြားသူတွေကို ဘယ်လို ပြောဆိုဆက်ဆံရမယ်ဆိုတာမျိုးဖြစ်ဖြစ် သင်ဟာ အလုပ်တွင်း ဘယ်လိုပြုမူရမယ်ဆိုတာ ဥပမာချပြရမှာဖြစ်တယ်။ ဝန်ထမ်းတွေကို အချိန်တိကျစေချင်တယ်၊ ပရော်ဖက်ရှင်နယ် ပီသစွာ ပြုမူစေချင်တယ်၊ တစ်ဦးနဲ့တစ်ဦး ကောင်းစွာ ပြောဆိုဆက်ဆံစေချင်တယ်၊ ပြီးတော့ အလုပ်တွေပြီးစေချင်တယ်ဆိုရင် သင်ကိုယ်တိုင် ဥပမာပြပြီး ဦးဆောင်ပါ။

အခန်း(၇)

၂ မျက်နှာ

စီးပွားရေးစီမံကိန်း

သင့်လုပ်ငန်း



အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်
စီးပွားရေးစီမံကိန်းရဲ့ ပထမဆုံးအပိုင်းက
သင့်ရဲ့ အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်ကိုချရေး
ခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်
သတ်မှတ်ခြင်းမပြီးသေးဘူးဆိုရင် အခန်း
(၁)မှာ ကြည့်ပါ။

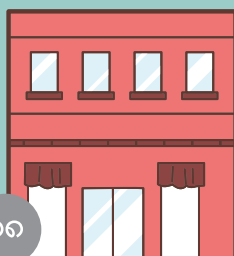
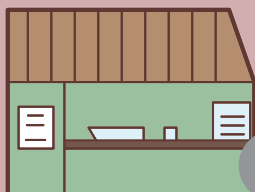
ကျွန်ုပ်တို့ရဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း
ဒါကတော့ သင့် Business Model ရဲ့
ပုံရိပ်ပဲဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ပစ်မှတ်ထား
ရာဈေးကွက်၊ တန်ဖိုးအဆိုပြုချက်/
ကောင်းကျိုး အဆိုပြုချက်၊ Channel
လမ်းကြောင်းများ နဲ့ သင်ရောင်းတဲ့
ထုတ်ကုန်/ ဝန်ဆောင်မှုများကို ချရေးပါ။



ပြဿနာ

သင်သိတဲ့အတိုင်းပဲ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း
တိုင်းက ပြဿနာတစ်ခုကိုဖြေရှင်းဖို့လို
ပါတယ်။ သင်ဘယ် ပြဿနာကိုဖြေရှင်း
နေတာလဲဆိုတာကို ပြတ်သားပါစေ။

မားကတ်တင်း မဟာဗျူဟာ
နောက်တစ်ပိုင်းက သင့်ရဲ့မားကတ်တင်း
မဟာဗျူဟာပါ။ မားကတ်တင်းပစ်မှတ်
တွေကို ဘယ်သူကိုင်တွယ်သလဲ။ ဘယ်
အချက်အလက်တွေကို သင် ပေးပို့ဖို့
ကြိုးစားနေတာလဲ။ သင့်ရဲ့ အရောင်းမြှင့်
တင်ရေးမဟာဗျူဟာကရော။
နောက်ဆုံးအနေနဲ့ သင့်ရဲ့ ဈေးနှုန်း
သတ်မှတ်ခြင်းမဟာဗျူဟာက ဘာလဲ။



စီမံကိန်းရေးဆွဲခြင်းနှင့် ကြိုတင်ခန့်မှန်းခြင်း

ဝင်ငွေ

နှစ်တစ်နှစ်အတွက် သင့်ရဲ့ဝင်ငွေပန်းတိုင်
ဖြစ်ပါတယ်။ လာမယ့် ၁၂လအတွင်းမှာ
သင်ဘယ်လောက်ဝင်ငွေရချင်လဲဆိုတာကိုချ
ရေးပါ။ ရရှိနိုင်ဖို့ခက်ခဲပေမယ့် ရနိုင်တဲ့
ပမာဏ တစ်ခုလည်းဖြစ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

အောင်မြင်မှုများ

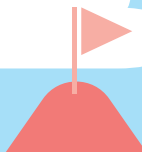
ဒီနှစ်အတွက် သင့်ရဲ့ အကြီးမားဆုံး
ဦးစားပေးရမယ့်အရာများဖြစ်ပါတယ်။
ဦးစားပေး အောင်မြင်မှု ပန်းတိုင်တစ်ခုက
ဆိုင်အသစ်တစ်ဆိုင်တိုးချဲ့တာ၊ ဒါမှ
မဟုတ် အခြားပြည်နယ်တစ်ခုမှာ တိုးချဲ့
ပြီးရောင်းချတာမျိုး ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ သင်
ပြီးမြောက်ချင်တာ ဘာပဲဖြစ်ဖြစ်ရပါတယ်
။ သင်လုပ်ငန်းအနေနဲ့ နောက် ၁၂လ
အတွင်းမှာ ပြီးမြောက်အောင်မြင်ချင်တဲ့
အရေးအကြီးဆုံးအရာ ၁ ခုက နေ ၃ခု
အထိ ချရေးပါ။

အမြတ်

နှစ်တစ်နှစ်အတွက် သင့်အမြတ်ငွေ ပန်းတိုင်
ဖြစ်ပါတယ်။ လွယ်ကူတဲ့နည်းလမ်းကတော့
ဝင်ငွေရဲ့ ရာခိုင်နှုန်းတစ်ခုကို စဉ်းစားတာဖြစ်
ပါတယ်။ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း၊ ၁၅ရာခိုင်နှုန်းလား၊
ဒါမှမဟုတ် ၂၀ ရာခိုင်နှုန်း အမြတ်လိုချင်
သလား။ ဒါကို ကိန်းကဏ္ဍနဲ့ ချရေးပါ။

အရေးပါသော ပန်းတိုင်များ

ဒီပန်းတိုင်တွေက သင့်အောင်မြင်မှုတွေနဲ့
ဆက်စပ်နေပါတယ်။ ချမှတ်ထားတဲ့
အောင်မြင်မှုပန်းတိုင်တွေကိုရောက်အောင်
ဘာတွေဖြစ်လာဖို့လိုလဲ။ ပန်းတိုင်ကြီးကြီး
တွေပြီးမြောက်ဖို့ ဘယ်ပန်းတိုင်ငယ်တွေကို
သင်ဖြတ်ကျော်ရမလဲ။



၂ မျက်နှာ စီးပွားရေးစီမံကိန်းဟာ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွက် သုံးရလွယ်ကူစေမယ့် လမ်းညွှန်ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့အရေးအကြီးဆုံးအပိုင်းအချို့နဲ့ နောက်နှစ်အတွက် စီမံကိန်းကိုလည်း အကြမ်းဖျင်းပြသနိုင်ပါတယ်။ ဒီနည်းဟာ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းလမ်းကြောင်းမှန်ပေါ်မှာသွားနေစေဖို့နဲ့ လုပ်ငန်းရဲ့တိုးတက်မှုတွေကို ပြန်လည်ဆန်းစစ်နိုင်ဖို့အတွက် ကောင်းတဲ့နည်းလမ်းတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။

သင့်လုပ်ငန်း

အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်

စီးပွားရေးစီမံကိန်းရဲ့ ပထမဆုံးအပိုင်းက သင့်ရဲ့အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်ကို ချရေးခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက် သတ်မှတ်ခြင်းမပြီးသေးဘူးဆိုရင် အခန်း(၁)မှာ ကြည့်ပါ။

ပြဿနာ

သင်သိတဲ့အတိုင်းပဲ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတိုင်းက ပြဿနာတစ်ခုကို ဖြေရှင်းဖို့ လိုပါတယ်။ သင်ဘယ်ပြဿနာကို ဖြေရှင်းနေတာလဲဆိုတာကို ပြတ်သားပါစေ။ အချက်အလက်များ စုံလင်စွာသိရဖို့ အခန်း (၃) ကိုသွားပါ။

ကျွန်ုပ်တို့ရဲ့စီးပွားရေးလုပ်ငန်း

ဒါကတော့ သင့် Business Model ရဲ့ပုံရိပ်ပဲဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ပစ်မှတ် ထားရာဈေးကွက်၊ တန်ဖိုးအဆိုပြုချက် / ကောင်းကျိုးအဆိုပြုချက်၊ Channel လမ်းကြောင်းများနဲ့ သင်ရောင်းတဲ့ထုတ်ကုန် / ဝန်ဆောင်မှုများကို ချရေးပါ။ ဒီအခန်းကလူများနဲ့ပတ်သက်ပြီး အချက်အလက်များ ပိုလိုအပ်ပါက အခန်း(၃)ကို သွားပါ။

မားကတ်တင်းမဟာဗျူဟာ

နောက်တစ်ပိုင်းက သင့်ရဲ့မားကတ်တင်းမဟာဗျူဟာပါ။ မားကတ်တင်းပစ်မှတ်တွေကို ဘယ်သူကိုင်တွယ်သလဲ။ ဘယ်အချက်အလက်တွေကို သင် ပေးပို့ဖို့ ကြိုးစားနေတာလဲ။ သင့်ရဲ့အရောင်းမြှင့်တင်ရေးမဟာဗျူဟာကရော။ နောက်ဆုံးအနေနဲ့ သင့်ရဲ့ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းမဟာဗျူဟာက ဘာလဲ။ မားကတ်တင်းနဲ့ပတ်သက်တဲ့ အချက်အလက်များ ပိုသိနိုင်ဖို့ အခန်း(၄)ကိုသွားပါ။

စီမံကိန်းရေးဆွဲခြင်းနှင့်ကြိုတင်ခန့်မှန်းခြင်း

တစ်နှစ်စာစီမံကိန်း

တစ်နှစ်စာစီမံကိန်းက သင့်လုပ်ငန်းမှာ ပြတ်သားတဲ့ပန်းတိုင်နဲ့ ဦးချက်ရှိစေဖို့ အတွက် လွယ်ကူတဲ့နည်းလမ်းဖြစ်ပါတယ်။ လမ်းကြောင်းမှန်ပေါ်မှာရှိနေစေပြီး အရေးမပါတဲ့အရာတွေကြားမှာ အာရုံထွေပြားမှုမဖြစ်အောင် ကူညီမှာဖြစ်ပါတယ်။

ဝင်ငွေ

နှစ်တစ်နှစ်အတွက် သင့်ရဲ့ဝင်ငွေပန်းတိုင်ဖြစ်ပါတယ်။ လာမယ့် ၁၂ လအတွင်း မှာ သင်ဘယ်လောက် ဝင်ငွေရချင်လဲဆိုတာကိုချရေးပါ။ ရရှိနိုင်ဖို့ခက်ခဲပေမယ့် ရနိုင်တဲ့ပမာဏတစ်ခုလည်း ဖြစ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။

အမြတ်

နှစ်တစ်နှစ်အတွက် သင့်အမြတ်ငွေ ပန်းတိုင်ဖြစ်ပါတယ်။ လွယ်ကူတဲ့နည်း လမ်းကတော့ ဝင်ငွေရဲ့ရာခိုင်နှုန်းတစ်ခုကို စဉ်းစားတာဖြစ်ပါတယ်။ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း၊ ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းလား၊ ဒါမှမဟုတ် ၂၀ ရာခိုင်နှုန်း အမြတ်လိုချင်သလား။ ဒါကို ကိန်းကဏ္ဍနဲ့ ချရေးပါ။

အောင်မြင်မှုများ

ဒီနှစ်အတွက် သင့်ရဲ့အကြီးမားဆုံး ဦးစားပေးရမယ့်အရာများဖြစ်ပါတယ်။ ဦးစားပေး အောင်မြင်မှု ပန်းတိုင်တစ်ခုက ဆိုင်အသစ်တစ်ဆိုင်တိုးချဲ့တာ ဒါမှမဟုတ် အခြားပြည်နယ်တစ်ခုမှာ တိုးချဲ့ပြီးရောင်းချတာမျိုး ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ သင် ပြီးမြောက် ချင်တာ ဘာပဲဖြစ်ဖြစ်ရပါတယ်။ သင်လုပ်ငန်းအနေနဲ့ နောက် ၁၂ လအတွင်းမှာ ပြီးမြောက်အောင်မြင်ချင်တဲ့ အရေးအကြီးဆုံးအရာ ၁ ခုကနေ ၃ ခုအထိ ချရေးပါ။

အရေးပါသောပန်းတိုင်များ

ဒီပန်းတိုင်တွေက သင့်အောင်မြင်မှုတွေနဲ့ဆက်စပ်နေပါတယ်။ ချမှတ်ထားတဲ့ အောင်မြင်မှုပန်းတိုင်တွေကိုရောက်အောင် ဘာတွေဖြစ်လာဖို့လိုလဲ။ ပန်းတိုင်ကြီးကြီး တွေပြီးမြောက်ဖို့ ဘယ်ပန်းတိုင်ငယ်တွေကို သင်ဖြတ်ကျော်ရမလဲ။

သုံးလပတ်စီမံကိန်း

သုံးလပတ်စီမံကိန်းဟာ တစ်နှစ်စာစီမံကိန်းမှာပါဝင်တဲ့အခန်းကဏ္ဍတွေ အကုန်ပါဝင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ တစ်နှစ်စာပန်းတိုင်တွေကို နောက်သုံးလအတွင်းမှာ ပြီးမြောက်နိုင်တဲ့သေးငယ်ပြီး အောင်မြင်ဖို့လွယ်ကူတဲ့ ပန်းတိုင်ငယ်တွေအဖြစ်ခွဲခြမ်း ထားတာဖြစ်ပါတယ်။ ပထမသုံးလပတ်အတွက် စီမံကိန်းကိုရေးပါ။ သုံးလပတ် ပြီးတဲ့အချိန်တိုင်းမှာ တိုးတက်မှုကို ပြန်ဆန်းစစ်ပြီး နောက်သုံးလအတွက် ပန်းတိုင်နဲ့ ဝင်ငွေတွေကို ချရေးပါ။

သင့်ရဲ့ ၂မျက်နှာ စီးပွားရေးစီမံကိန်း

လုပ်ငန်း အမည် - _____

အနာဂတ်မျှော်မှန်းချက်

ပြဿနာ	ဖြေရှင်းရန် (ပြဿနာ)
ကျွန်ုပ်တို့ စီးပွားရေး လုပ်ငန်း	ပစ်မှတ် ကာစတမ်မာ တန်ဖိုးအဆိုပြုချက်/ ကောင်းကျိုး အဆိုပြုချက် - လမ်းကြောင်းများ - ထုတ်ကုန်/ဝန်ဆောင်မှု -
မားကတ်တင်း မဟာဗျူဟာ	ပစ်မှတ်ဈေးကွက် - Message - အရောင်းမြှင့်တင်ရေး မဟာဗျူဟာ - ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်း မဟာဗျူဟာ -
တစ်နှစ်စာ စီမံကိန်း	အနာဂတ် နေ့စွဲ - ဝင်ငွေ ပစ်မှတ် - အမြတ်ငွေ ပစ်မှတ် - အရေးပါသော အောင်မြင်မှုများ - ပန်းတိုင်များ

သင့် နောက် တစ်နှစ်တာ

ပထမ သုံးလပတ်

အနာဂတ် နေ့စွဲ :

ဝင်ငွေ ပစ်မှတ် :

အမြတ်ငွေ ပစ်မှတ် :

အရေးပါသော အောင်မြင်မှုများ
ပန်းတိုင်များ

သုံးလပတ်အတွက် အတွက် အဓိက
ပန်းတိုင်များ

၁။		
၂။		
၃။		
၄။		
၅။		
၆။		
၇။		

ဒုတိယ သုံးလပတ်

အနာဂတ် နေ့စွဲ :

ဝင်ငွေ ပစ်မှတ် :

အမြတ်ငွေ ပစ်မှတ် :

အရေးပါသော အောင်မြင်မှုများ
ပန်းတိုင်များ

သုံးလပတ်အတွက် အတွက် အဓိက
ပန်းတိုင်များ

၁။		
၂။		
၃။		
၄။		
၅။		
၆။		
၇။		

တတိယ သုံးလပတ်

အနာဂတ် နေ့စွဲ :

ဝင်ငွေ ပစ်မှတ် :

အမြတ်ငွေ ပစ်မှတ် :

အရေးပါသော အောင်မြင်မှုများ
ပန်းတိုင်များ

သုံးလပတ်အတွက် အတွက် အဓိက
ပန်းတိုင်များ

၁။		
၂။		
၃။		
၄။		
၅။		
၆။		
၇။		

စတုတ္ထ သုံးလပတ်

အနာဂတ် နေ့စွဲ :

ဝင်ငွေ ပစ်မှတ် :

အမြတ်ငွေ ပစ်မှတ် :

အရေးပါသော အောင်မြင်မှုများ
ပန်းတိုင်များ

သုံးလပတ်အတွက် အတွက် အဓိက
ပန်းတိုင်များ

၁။		
၂။		
၃။		
၄။		
၅။		
၆။		
၇။		

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းစတင်ဖို့နဲ့ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ဖို့အတွက် အထောက်အကူဖြစ်မယ့်
လိုအပ်သော ရုပ်ပြလမ်းညွှန်များနဲ့ အချက်အလက်အလုံးစုံကို SHE Investment ရဲ့
Entrepreneurs Handbook မှာ ဖော်ပြပေးထားပါတယ်။

သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ ပစ်မှတ်ထားရာ ဈေးကွက်ကိုရှာဖွေပြီး ခိုင်မာသော၊ အောင်မြင်သော
Business Model တစ်ခုဘယ်လိုတည်ဆောက်မလဲဆိုတာ လေ့လာပါ။

ကျွန်ုပ်တို့ရဲ့ Branding for Beginners လမ်းညွှန်ကိုအသုံးပြုပြီး အများအလယ်
မှာ ထင်ရှားနေမယ့် အမှတ်တံဆိပ်တစ်ခုကို တည်ဆောက်လိုက်ပါ။

သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့ ငွေကြေးကဏ္ဍကိုသေချာစွာနားလည်နိုင်စေမယ့်
ရိုးရှင်းသော အကြံပြုချက်များကိုအသုံးပြုပြီး ဘဏ္ဍာရေးကို
ဘယ်လိုကိုယ်တွယ်ရမလဲဆိုတာ သင်ယူပါ။

ကျွန်ုပ်တို့ရဲ့ ရိုးရှင်းတဲ့ ၂ မျက်နှာ စီးပွားရေးစီမံကိန်း (2-page Business Plan)
ကိုအသုံးပြုပြီး ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်များ ချမှတ်ကာ သင့်လုပ်ငန်းတိုးတက်မှုကို
မှန်ကန်စွာစီမံပါ။

