

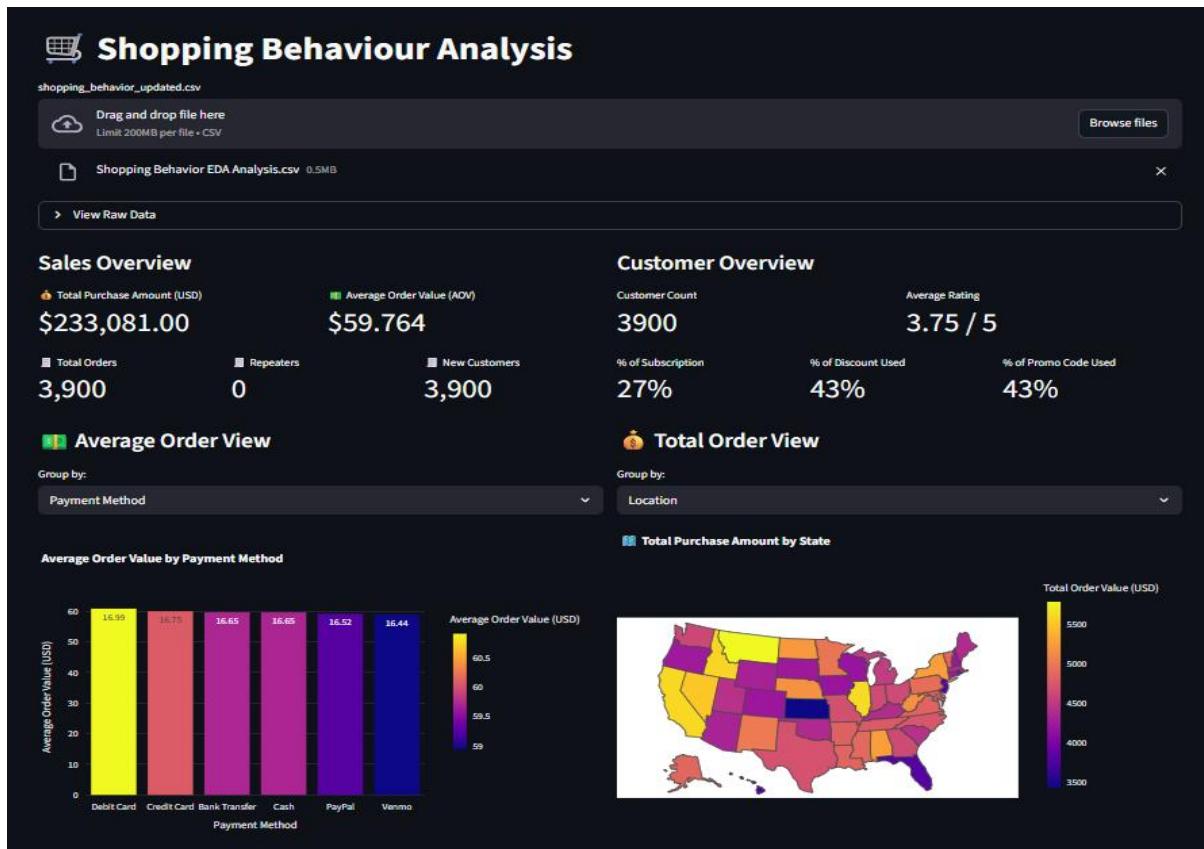
Shopping Behaviours Analysis

OCTOBER 16, 2025

Prepare By: Kyaw Soe Han, Kyaw Lwin,
Thida Nyein, May Bhone Thiri,
Swam Pyae Sone, Sai Pyae Phyo Tun

Guided By: Kyaw Kyaw Htut

Dashboard Overview



ပုံကို Ctrl + Click ၍ ကျနော်တို့၏ dashboard သွားရောက်လေ့လာနိုင်ပါသည်။ ပထမဦးစွဲ
dashboard dataset ကို download လုပ်ရန် [Shopping Behaviour Analysis](#)

Original Dataset အောင်းလေ့လာရန် [Kaggle Official Dataset Link](#)

အကြောင်းအရာ

ဤ dataset တွင် ဈေးဝယ်သူများ၏ အပြုအမှုများနှင့် ဈေးဝယ်လေ့ရှိသည့်ပုံစံများနှင့် သက်ဆိုင်သော အချက်အလက်များပါဝင်သည်။ ဤ dataset တွင် **ဝယ်ယူသူ ၃,၉၀၀ ဦး** ၏ မှတ်တမ်းများ ပါရှိပြီး၊ ဝယ်ယူမှုအသေးစိတ်၊ ဈေးဝယ်အလေ့အထများနှင့် ဦးစားပေးမှုများ ကို ဖော်ပြသည့် **အချက်အလက်** ၁၈ ခု ပါဝင်သည်။ ဤ dataset တွင်ပါဝင်သည့် အချက်အလက်များမှာ –

- ဝယ်ယူသူ၏ အချက်အလက်များ** (အသက်၊ လိပ်၊ တည်နေရာ)
- ဝယ်ယူသည့်ပစ္စည်း** (အမျိုးအစား၊ အရွယ်အစား၊ အရောင်၊ ရာသီဥတုအလိုက်)
- ဝယ်ယူမှုဆိုင်ရာအချက်အလက်များ** (USD ဖြင့် ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်း၊ ပေးပို့မှုအမျိုးအစား)
- ဈေးဝယ်အပြုအမှုများ** (ဝယ်ယူမှုအကြိမ်၊ ယခင်ဝယ်ယူမှုများ၊ စာရင်းသွင်းထားမှု အခြေအနေ၊ လျှော်ဈေးအသုံးပြုမှု၊ ပရီမိကုဒ်များ)
- ဝယ်ယူမှု ပြန်လည်သုံးသပ်ချက်များ** (အဆင့်သတ်မှတ်ချက်များ)

Dataset တွင်ပါဝင်သည့် အချက်အလက် အသေးစိတ်

Customer ID	ဝယ်ယူသူကို ခွဲခြားသိရှိရန် သတ်မှတ်ထားသော အမှတ်စဉ်။
Age	ဝယ်ယူသူ၏ အသက် (နှစ်အလိုက်) ။
Gender	ဝယ်ယူသူ၏ ကျား/မ ဖြစ်ခြင်း။
Item Purchased	ဝယ်ယူသူ ဝယ်ယူခဲ့သည့် ကုန်ပစ္စည်း။
Category	ဝယ်ယူထားသော ကုန်ပစ္စည်း အမျိုးအစား။
Purchase Amount (USD)	ဒေါ်လာဖြင့် ကုန်ကျေခဲ့သော စုစုပေါင်းငွေပမာဏ။
Location	ဝယ်ယူသူ နေထိုင်ရာ ပြည်နယ် သို့မဟုတ် ဒေသ။
Size	ဝယ်ယူထားသော ကုန်ပစ္စည်း၏ အရွယ်အစား။
Color	ဝယ်ယူထားသော ကုန်ပစ္စည်း၏ အရောင်။
Season	ဝယ်ယူမှုပြုလုပ်ခဲ့သည့် ရာသီ။
Review Rating	ဝယ်ယူသူ၏ ကုန်ပစ္စည်းအပေါ် ကျေနပ်မှု rating။
Subscription Status	လစဉ်ကြေးပေးသွင်းခြင်း အနေအထား။
Shipping Type	ဈေးချုပ်ထားသော ပို့ဆောင်နည်း။
Discount Applied	လျှော်ဈေးအသုံးပြုခဲ့ခြင်း ရှိ/မရှိ။
Promo Code Used	Promotion code အသုံးပြုခဲ့ခြင်း ရှိ/မရှိ။
Previous Purchases	ဝယ်ယူသူ ယခင်က ဝယ်ယူခဲ့ဖူးသော အရေအတွက်။
Payment Method	အသုံးပြုထားသော ငွေပေးချေနည်းလမ်း။
Frequency of Purchases	ဝယ်ယူသူ ဝယ်ယူမှုပြုလုပ်လေ့သည့် အနေအထား။

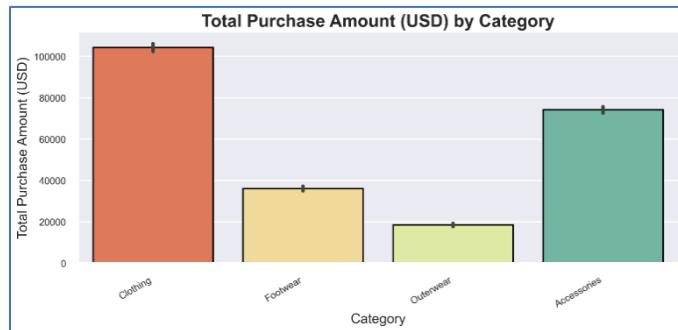
Data in Numerical Features:

- အသက် - ၁၈ နှစ်မှ ၂၀ နှစ်အထိ
- ဝယ်ယူမှုပမာဏ - ဒေါ်လာ ၂၀ မှ ၁၀၀ အထိ
- သုံးသပ်မှုrating - ၂.၅ မှ ၅.၀ အထိ
- ယခင်ဝယ်ယူထားသောအရေအတွက် - ၁ ကြီးမှ ၅၀ ကြီးအထိ

Data in Categorical Features:

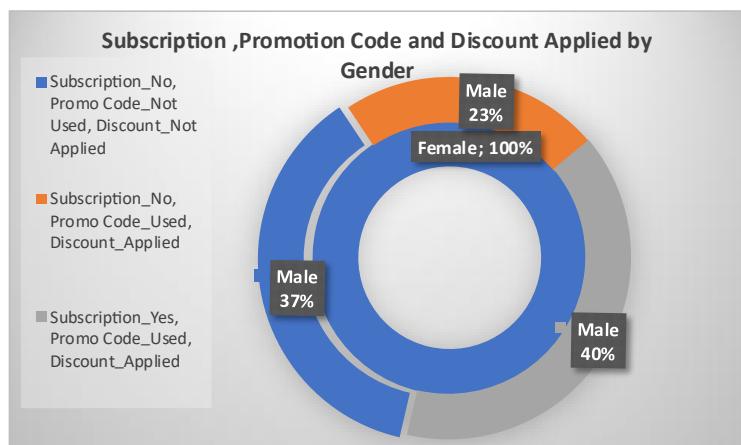
- လိပ်- ကျား၊ မ
- ဝယ်ယူထားသောပစ္စည်းအမျိုး - ၂၂ မျိုး
- ပစ္စည်းအမျိုးအစား - အဝတ်အစား၊ အသုံးအဆောင်၊ ဖိနပ်၊ အပြင်ဝတ်စုံ
- တည်နေရာ - ၅၀ မျိုး
- အရွယ်အစား - S, M, L, XL
- အရောင် - ၂၅ မျိုး
- ရာသီ- နွဲဦး၊ ဆောင်ဦး၊ ဆောင်း၊ နွဲ
- လစဉ်ကြေးပေးသွားခြင်း - ရှိ၊ မရှိ
- ပိုဆောင်ရေးနည်းလမ်း - အခမဲ့ပိုဆောင်ခြင်း၊ ပုံမှန်၊ ဆိုင်မှုကိုယ်တိုင်ယူခြင်း၊ နောက်တစ်ရက်ပိုခြင်း၊ အမြန်၊ နှစ်ရက်အတွင်းပိုခြင်း
- လျှော့စွေးသုံးထားခြင်း - ရှိ၊ မရှိ
- Promotion codeသုံးခြင်း - ရှိ၊ မရှိ
- ငွေပေးချေနည်းလမ်း - paypal၊ credit card၊ ငွေသား၊ debit card၊ ဘဏ်လဲ။
- ဝယ်ယူလေ့ရှိသည့်အနေအထား - အပတ်စဉ်၊ တစ်ပတ်နှစ်ကြီးမှ၊ နှစ်ပတ်တစ်ကြီးမှ၊ လစဉ်၊ သုံးလစဉ်၊ သုံးလစဉ်(နှစ်စမှု)၊ နှစ်စဉ်။

Category အလိုက် ဝယ်ယူမှုကို လေ့လာခြင်း



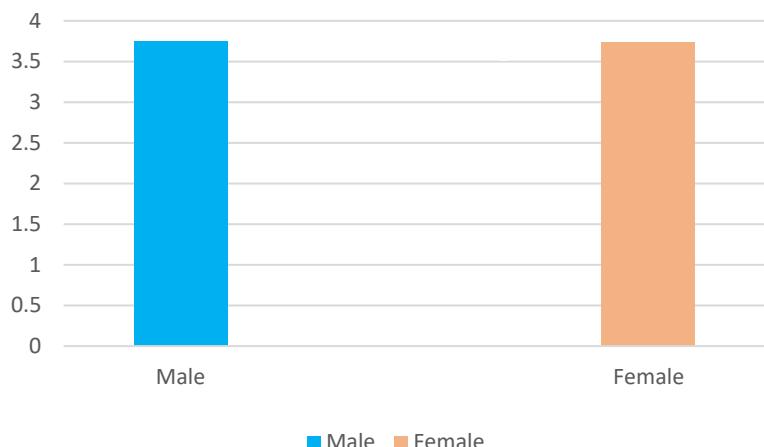
- Clothing, Footwear, Outerwear နှင့် Accessories ဟူသော Category င-ခု တွင် Clothing သည် ဝယ်ယူမှု အများဆုံး ဖြစ်ပြီး Accessories သည် ဝယ်ယူမှု ဒုတိယ အများဆုံး ဖြစ်ပါသည်။

Gender ပေါ်မှုတည်ပြီး Subscription, Promotion Code နှင့် Discount အသုံးပြုမှုကို လေ့လာခြင်း



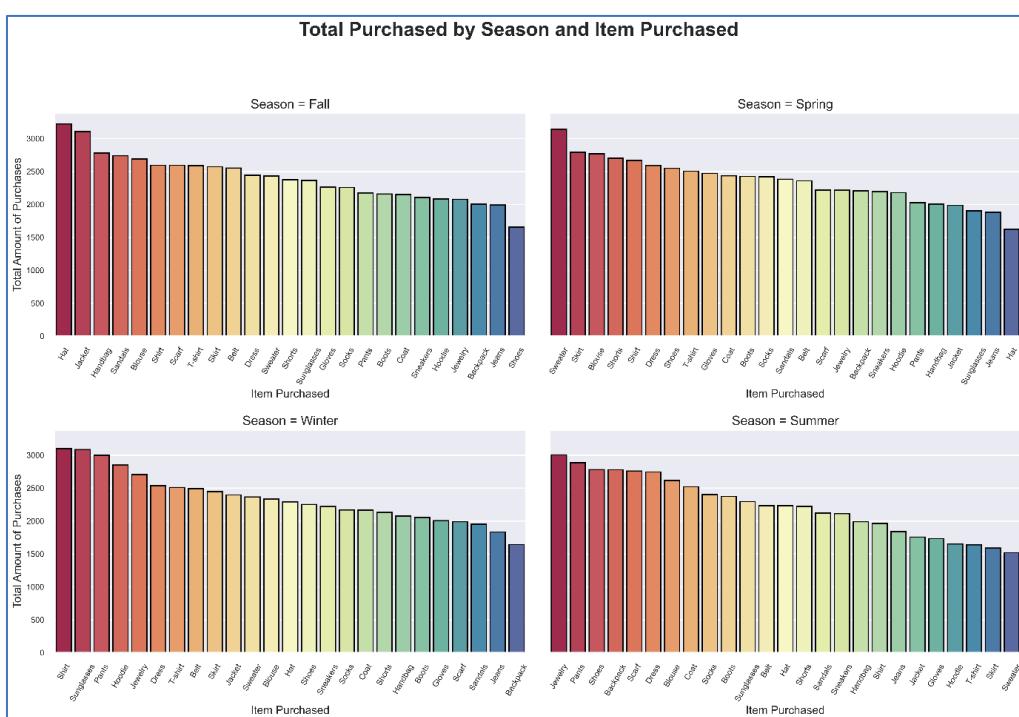
- Subscribe လုပ်သူအားလုံးသည် Male Gender များသာဖြစ်ကြောင်းတွေရပါသည်။
- Male Gender များအတွင်း Subscribe လုပ်သူများမှာ ၄၀ % သာရှိပါသည်။
- Male Gender များအတွင်း Subscribe မလုပ်သော်လည်း Promotion Code, Discount များလဲ ကို အသုံးပြုသူမှာ ၂၀ % ရှိပါသည်။
- Male Gender များအတွင်း Subscribe မလုပ် Promotion Code, Discount များလဲ ကို အသုံးမပြုသူမှာ ၃၇ % ရှိပါသည်။
- Female Gender များမှာ Subscribe မလုပ်ကြပါ။ Promotion Code, Discount များလဲ အသုံးမပြုကြပါ။

ဝယ်ယာသများ၏ Review Rating



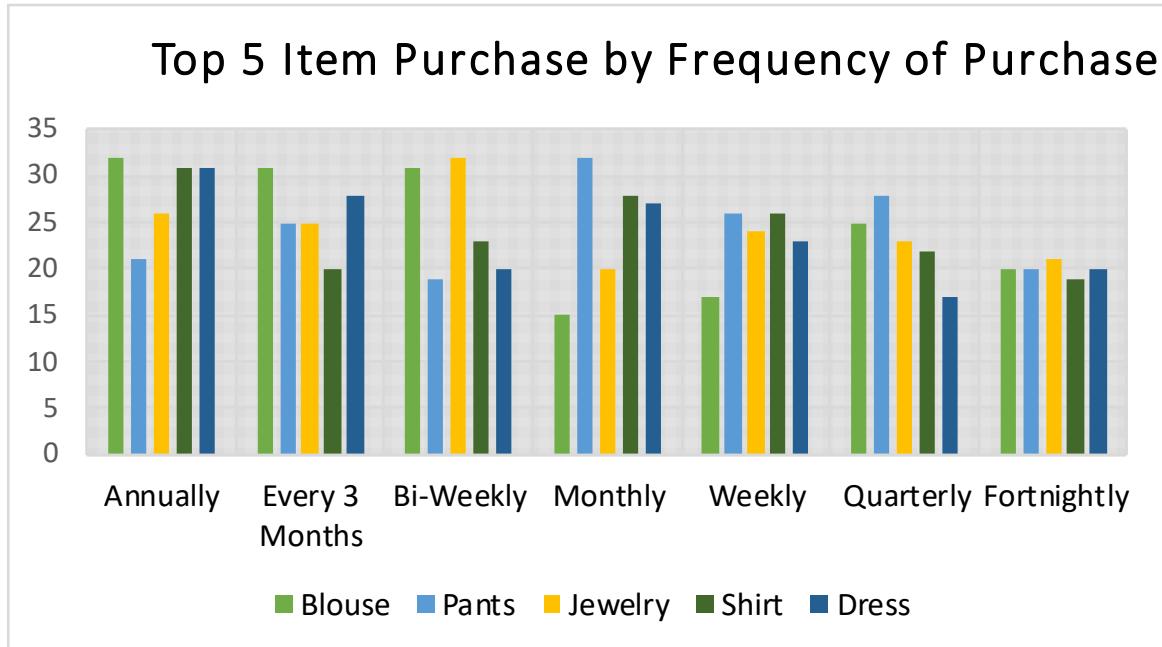
- Gender နှစ်ဖက်စလုံးတွင် Review Rating သည် တူညီလုန်းပါးဖြစ်သည်။
 - Review Rating ၏ ပျမ်းမှုသည် 3.7 ဝန်းကျင်ရှိသည်။

Season အလိုက် Item တစ်ခုချင်းအလိုက် ဝယ်ယူမှု ပမာဏကို လွှေလာခြင်း



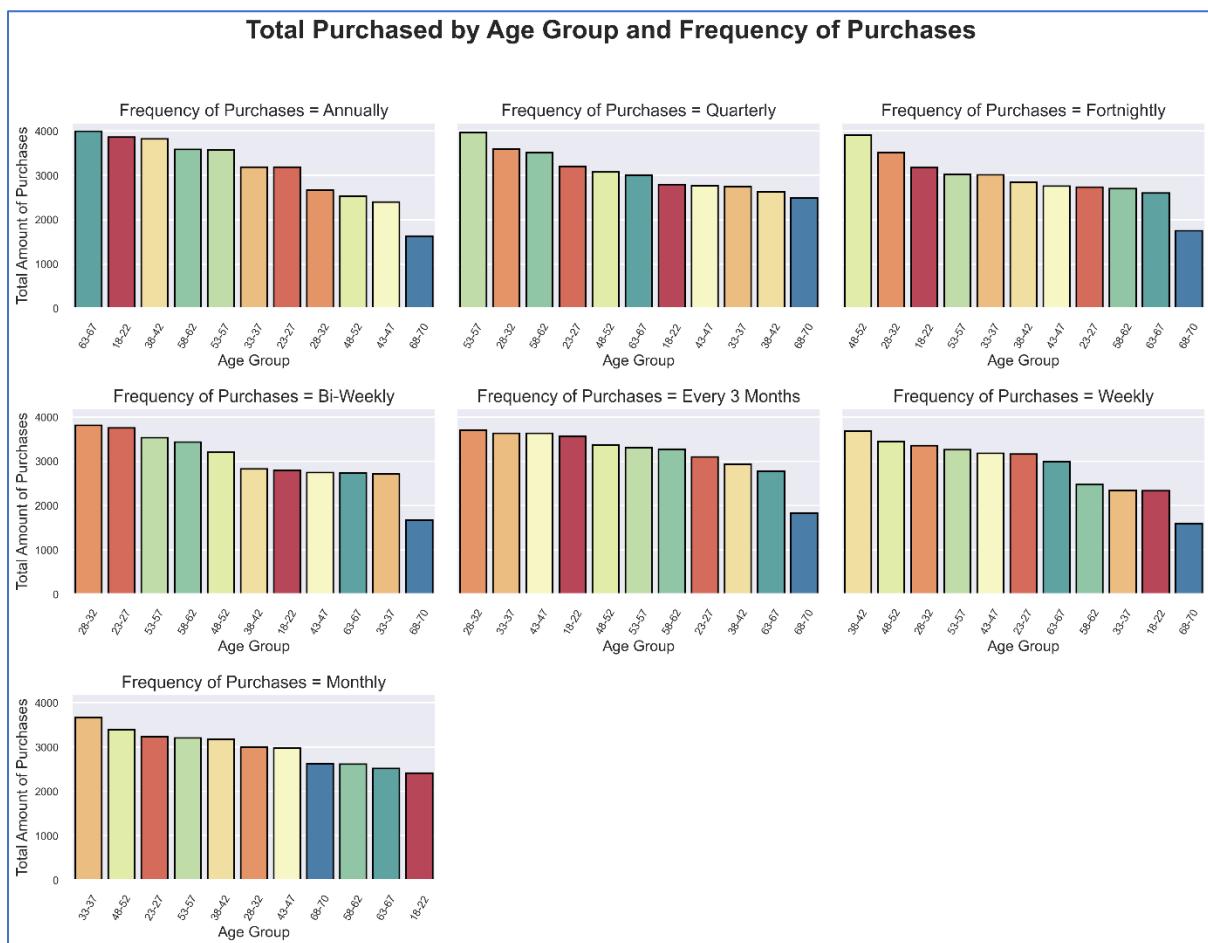
- Fall season တွင် Hat သည် အရောင်းရဆုံး item ဖြစ်ပါသည်။
 - Spring တွင် Sweater သည် အရောင်းရဆုံး item ဖြစ်ပါသည်။
 - Winter တွင် Shirt သည် အရောင်းရဆုံး item ဖြစ်ပါသည်။
 - Summer တွင် Jewelry သည် အရောင်းရဆုံး item ဖြစ်ပါသည်။

Top 5 Items များ၏ယူသူများမှု တွင် Frequency of Purchase အလိုက် ဆန်းစစ်ကြည့်ခြင်း

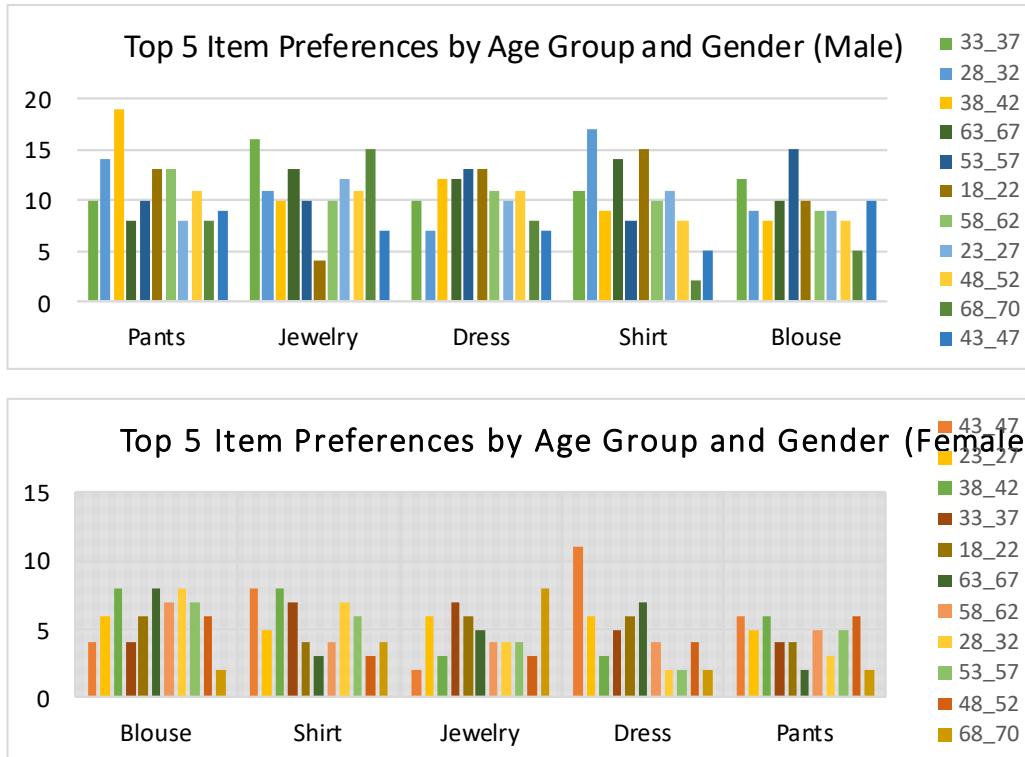


- Annually ဝယ်ယူသူများမှာ အများဆုံး ဖြစ်ပြီး Blouse, Shirt, Dress, Jewelry, Pants တို့ ဖြစ်ပါသည်
- Blouse, Shirt, Dress အများဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Annually ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်
- Pants အများဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Monthly ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်
- Jewelry အများဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Bi-Weekly ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်
- Blouse အနည်းဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Monthly ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်
- Pants အနည်းဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Bi-Weekly ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်
- Jewelry, Shirt အနည်းဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Fortnightly ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်
- Dress အနည်းဆုံး ဝယ်ယူသူများသည် Bi-Weekly and Fortnightly ဝယ်ယူသူများ ဖြစ်ပါသည်

Age Group အလိုက် ဝယ်ယူသည့် အကြမ်အရေအတွက်ကို လေ့လာခြင်း

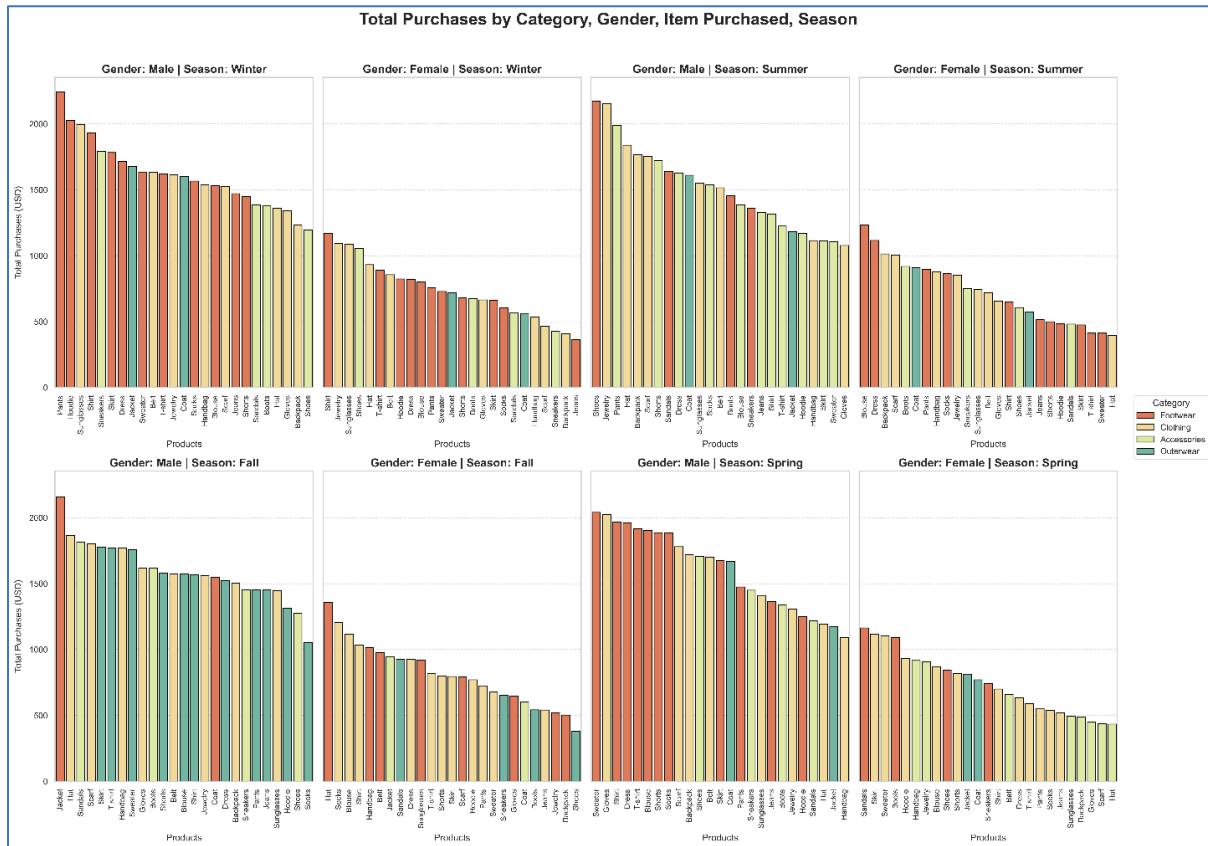


Top 5 Item Sale တွင် Gender အလိုက် အရောင်းဆန်းစဉ်ခြင်း



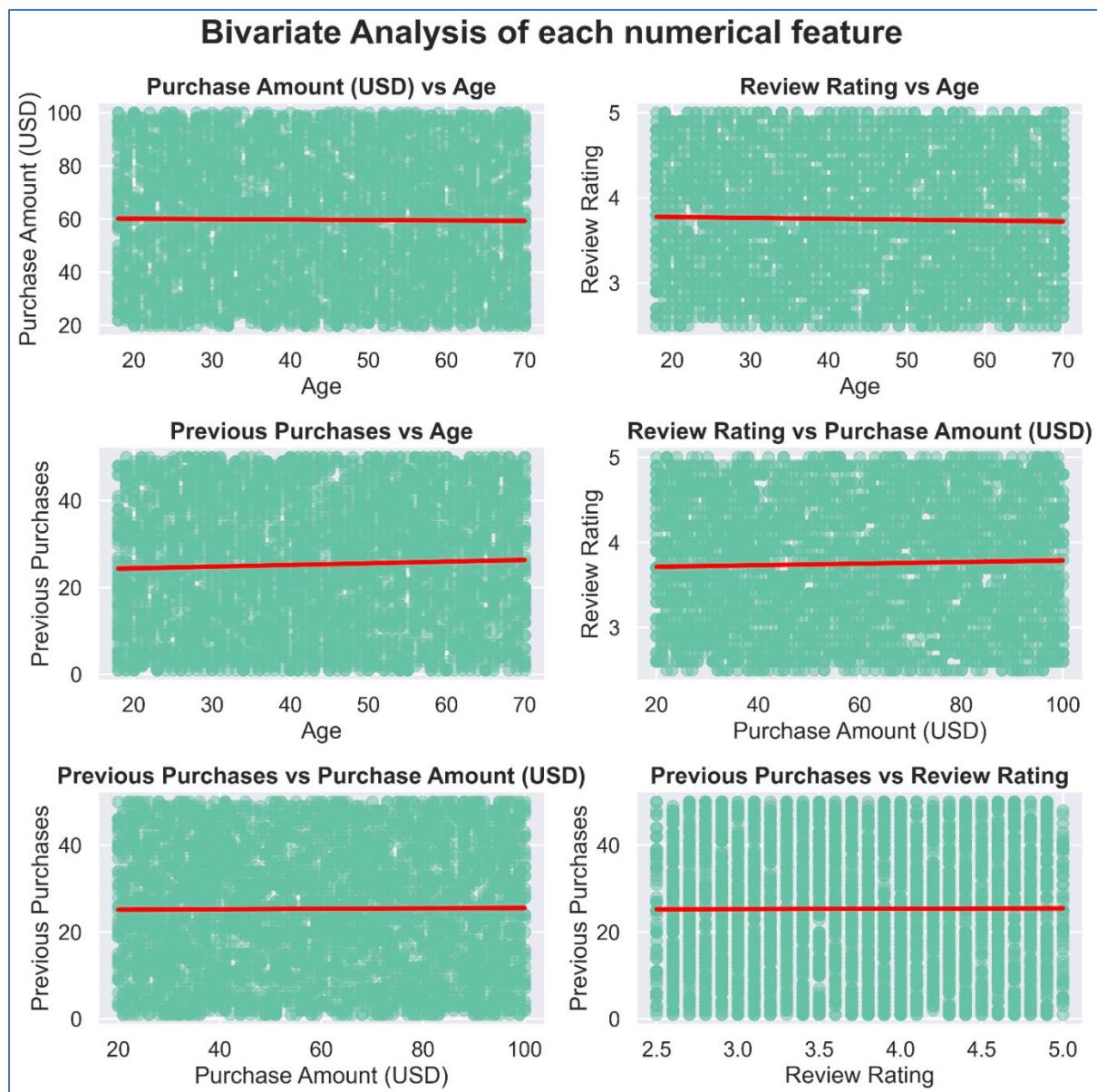
- အမျိုးသားများ ဝယ်ယူမှု အများဆုံး မှာ Pants, Jewelry, Dress, Shirt, Blouse တို့ဖြစ်ပါသည်။
- အသက်အရွယ် အလိုက် တွင် ၃၃-၃၇ အုပ်စုမှ အများဆုံး ဝယ်ယူပြီး အုပ်စုလိုက်တွင် Jewelry , Blouse, Shirt, Pants , Dress တို့ဖြစ်ပါသည်။
- အသက်အရွယ် အလိုက် တွင် ၄၃-၄၇ အုပ်စုမှ အနဲဆုံး ဝယ်ယူပြီး အုပ်စုလိုက်တွင် Blouse, Pants , Dress, Jewelry, Shirt တို့ဖြစ်ပါသည်။
- အမျိုးသမီးများ ဝယ်ယူမှု အများဆုံး မှာ Blouse, Shirt, Jewelry, Dress, Pants တို့ဖြစ်ပါသည်
- အသက်အရွယ် အလိုက် တွင် ၄၃-၄၇ အုပ်စုမှ အများဆုံး ဝယ်ယူပြီး အုပ်စုလိုက်တွင် Dress, Pants, Shirt, Blouse, Jewelry တို့ဖြစ်ပါသည်။
- အသက်အရွယ် အလိုက် တွင် ၆၈-၇၀ အုပ်စုမှ အနဲဆုံး ဝယ်ယူပြီး အုပ်စုလိုက်တွင် Jewelry, Shirt, Blouse, Dress, Pants တို့ဖြစ်ပါသည်။

Season အလိုက် Gender ပေါ်မှုတည်ပြီး ပစ္စည်း ဝယ်ယူမှုကို လေ့လာခြင်း



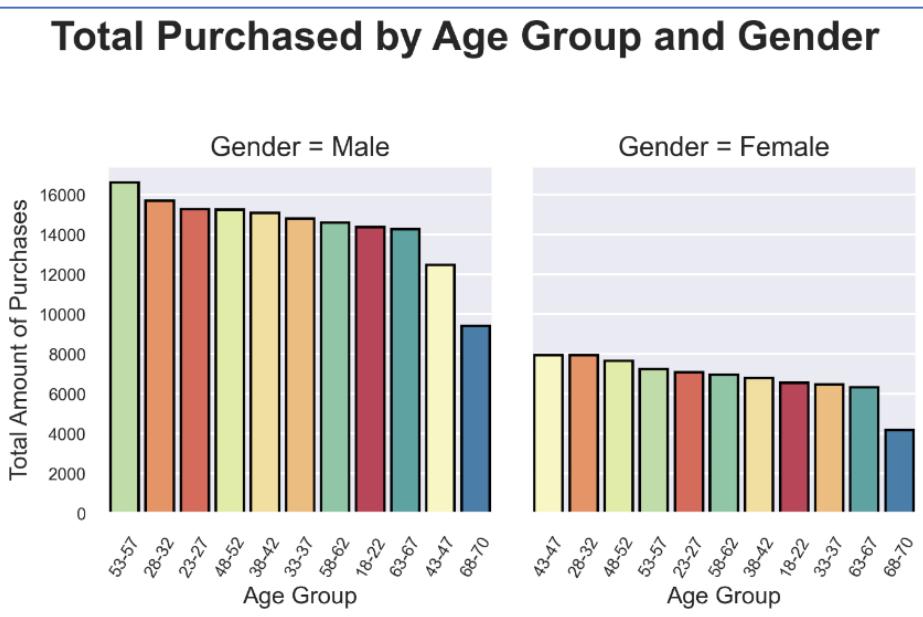
- Winter တွင် အမျိုးသားရော အမျိုးသမီးရော Footwear ကို အများဆုံးဝယ်ယူကြပါသည်။
 - Summer တွင် အမျိုးသားများက Accessories အများဆုံးဝယ်ယူပြီး အမျိုးသမီးများက Footwear အများဆုံးဝယ်ယူပါသည်။
 - Fall season တွင် အမျိုးသားများက Outerwear အများဆုံးဝယ်ယူပြီး အမျိုးသမီးများက Clothing အများဆုံးဝယ်ယူပါသည်။
 - Spring တွင် အမျိုးသားများက Footwear အများဆုံးဝယ်ယူပြီး အမျိုးသမီးများက Accessories အများဆုံးဝယ်ယူပါသည်။

Numerical Features များ၏ ဆက်နွယ်မှုကို လေ့လာခြင်း



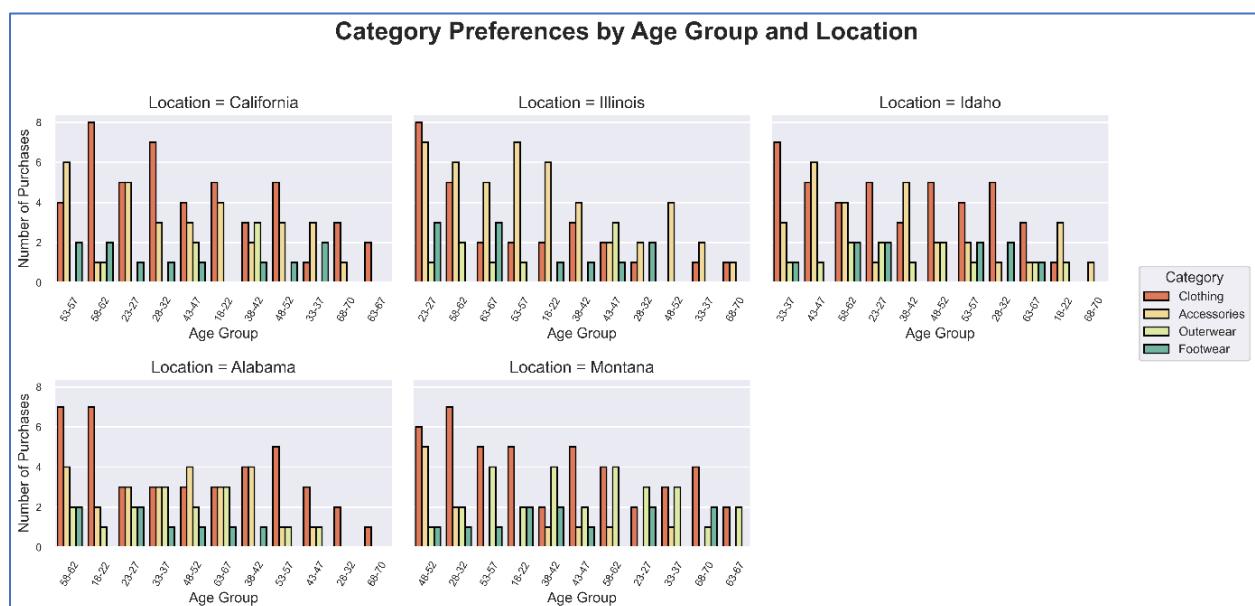
- Numerical features များဖြစ်သော Age, Review Rating, Purchase Amount (USD), Previous Purchase စသာည်တို့သည် တစ်ခုနဲ့ တစ်ခု ဆက်စပ်မှုမရှိ အမြဲအခိုကင်းခြင်း တွေ့ရပါသည်။
- ဥပမာ - ဝယ်ယူမှု ပမာဏ Purchase Amount (USD)သည် အသက်အရွယ် Age နှင့် ဆက်စပ်မှု မရှိပြောင်း တွေ့ရပါသည်။
- ထိန်ည်းတူစွာ အခြားသော features ၏ ဆက်နွယ်မှုသည် မပြောပလောက်အောင် သေးငယ်နောက်သည်ကို တွေ့ရပါသည်။

Gender အလိုက် Age Group ပေါ်မှတည်ပြီး စုစုပေါင်း ပမာဏကို လေ့လာခြင်း



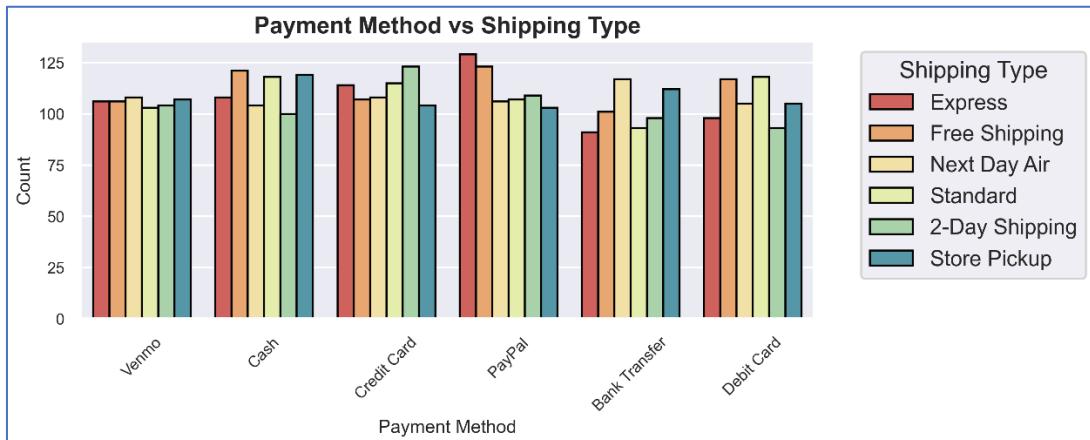
- အမျိုးသားများတွင် အသက် ၅၃-၅၇ အုပ်စုသည် စုစုပေါင်း အများဆုံး ဖြစ်ပါသည်။
- အမျိုးသမီးတွေမှာ အသက် ၄၃-၄၇ အုပ်စု နှင့် ၂၈-၃၂ အုပ်စုသည် စုစုပေါင်း အများဆုံး ဖြစ်ပါသည်။

Location အလိုက် Age Group ပေါ်မှတည်ပြီး ပစ္စည်း စုစုပေါင်း လေ့လာခြင်း



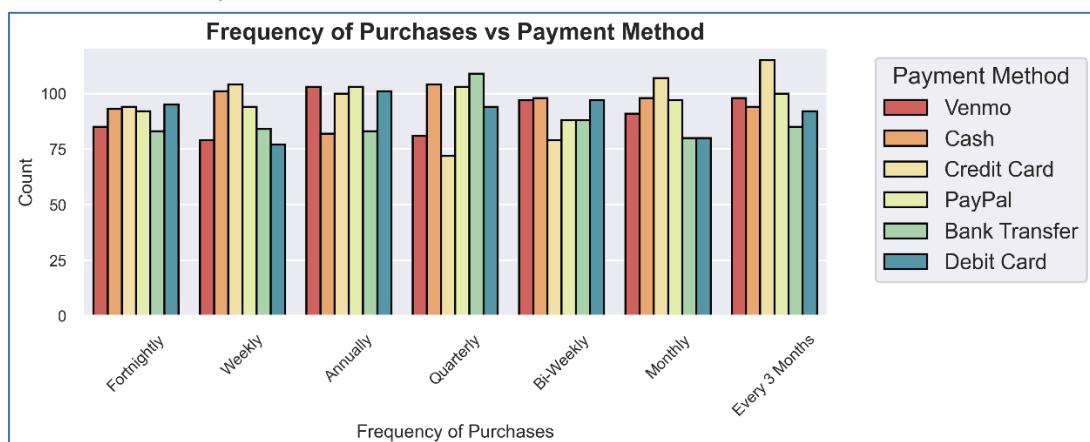
- Top-5 location ရှု-ခုလုံးတွင် Clothing သည် စုစုပေါင်း အများဆုံး category ဖြစ်သော်လည်း Illinois တွင် Accessories ကို စုစုပေါင်း ပိုများပါသည်။

Shipping အမျိုးအစားများကို Payment Method အလိုက် ဆန်းစစ်ကြည့်ခြင်း



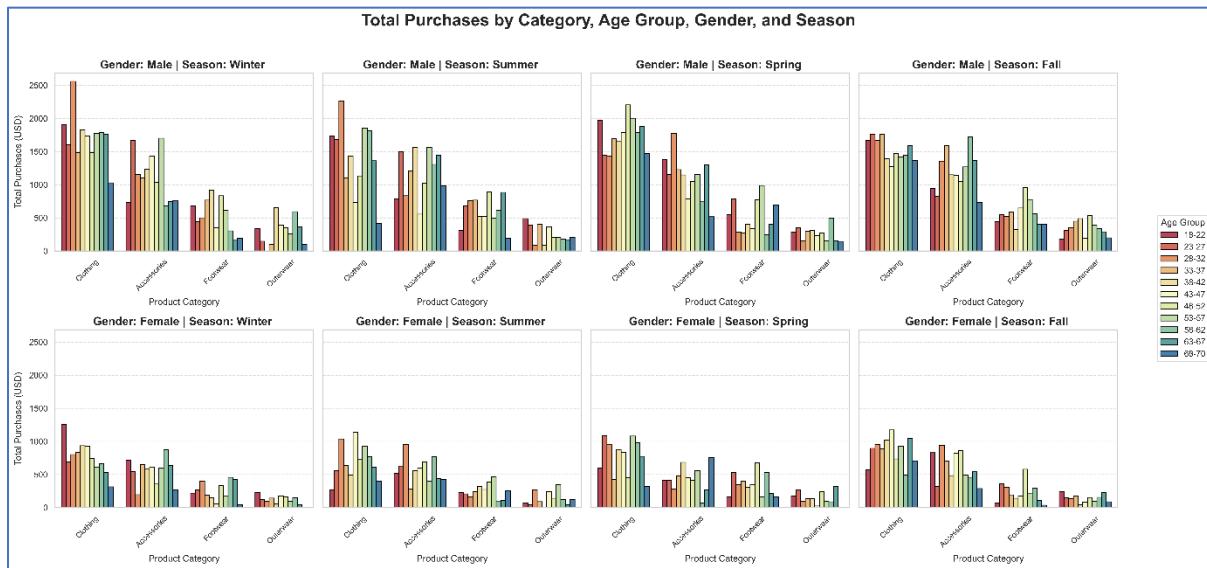
- PayPal method ဖြင့် ဝယ်ယူသူများသည် Express shipping ကို အသုံးပြုကြတေသာများပါသည်။
- Free Shipping အသုံးပြုသူများသည် PayPal နှင့် Cash ပါမဲ့ Credit Card အသုံးပြုကြပါသည်။

Payment Method များကို Frequency of Purchase အလိုက် ဆန်းစစ်ကြည့်ခြင်း



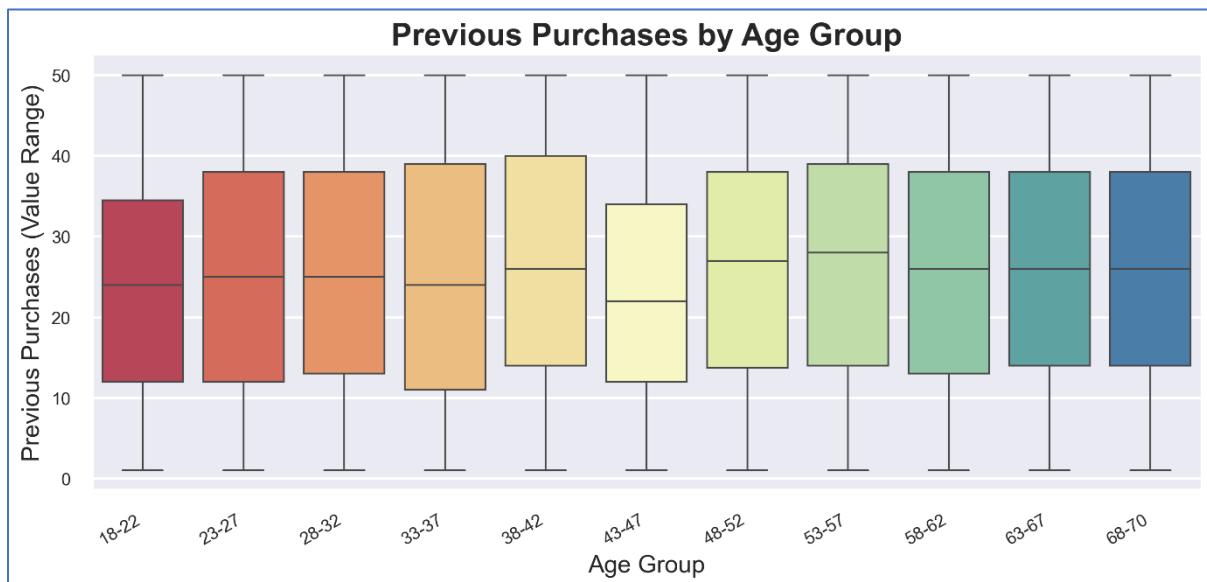
- Every 3 Months purchase တွင် Credit Card ဖြင့် ငွေပေးချေမှုသည် အများဆုံးဖြစ်ပါသည်။
- Quarterly purchase တွင် Bank Transfer ဖြင့် ငွေပေးချေမှုသည် အများဆုံးဖြစ်ပါသည်။

Season အလိုက် Age Group ပေါ်မှတ်ပြီး ပစ္စည်း ဝယ်ယူမှုကို လေ့လာခြင်း



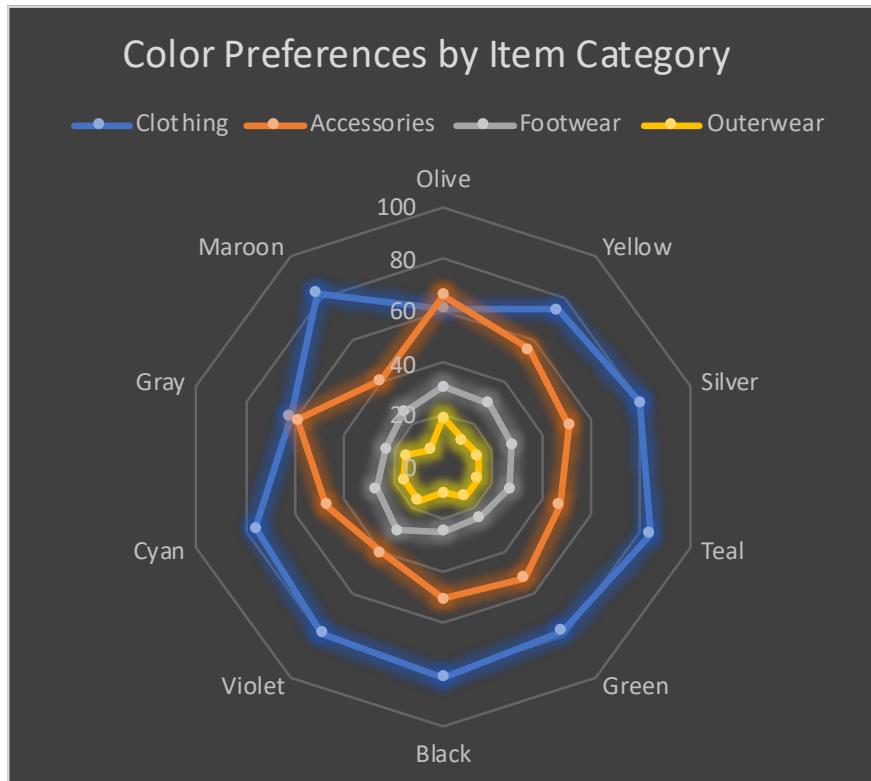
- Winter နဲ့ Summer တွင် အမျိုးသား အသက် ၂၈-၃၂ အုပ်စုမှ Clothing အများဆုံး ဝယ်ယူပါသည်။

Age Group အလိုက် ယခင်ဝယ်ယူမှု လေ့လာခြင်း



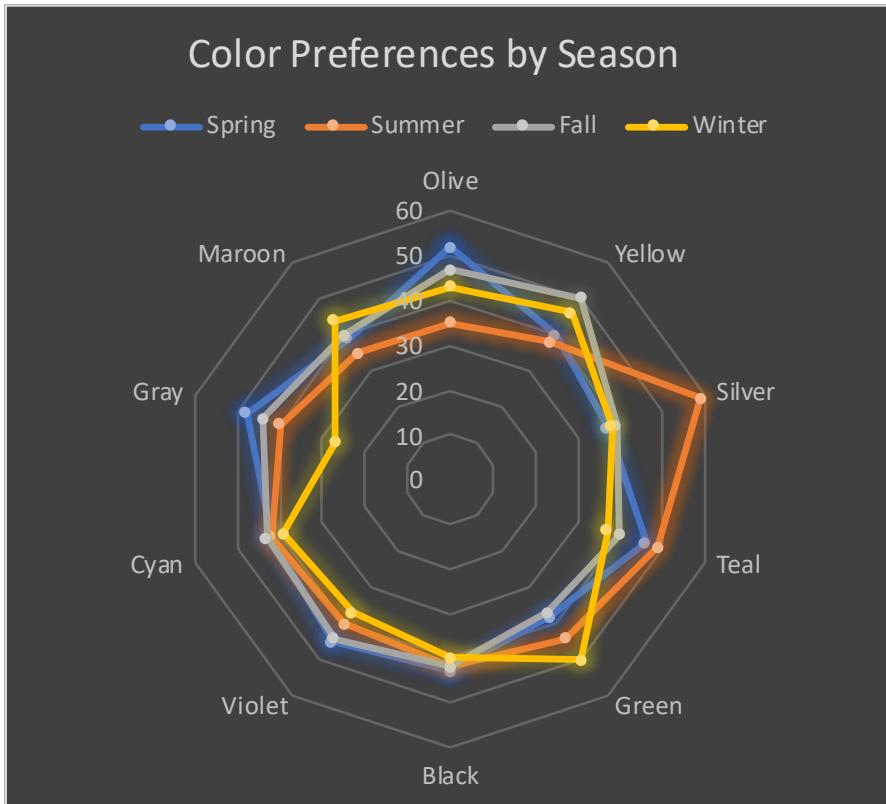
ဒေတာအရ ၃၈-၄၂ အုပ်စုဟာ ယေဘုယျအားဖြင့် ဝယ်ယူမှတ်နိုင် အလယ်အလတ် အမြင့်ဆုံး ရှိတဲ့ အုပ်စုဖြစ်ပြီး စုစုပေါင်း ဝယ်ယူမှု ပမာဏအတွက် အရေးပါတဲ့ အုပ်စုတစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါအပြင် ၅၃-၅၇ အုပ်စုဟာ ဝယ်ယူမှတ်နိုင် အပိုင်းအပြား အကျယ်ဆုံး ဖြစ်တာကြောင့် ဒီအုပ်စုရဲ့ ဝယ်ယူသူတွေကို ပိုမိုနားလည်ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။

ရာသီအလိုက်အရောင်ရွှေးချယ်မှု (အရောင်းရဆုံးအရောင်းဝမျိုးကိုအခြားပါသည်)



- အဝတ်အစားအုပ်စုတွင် မာရွန် အရောင်ကလူကြိုက်အများဆုံး ဖြစ်ပြီး တီးလ် အရောင်က ဒုတိယလူကြိုက်များပြီး ငွေ၊ အစိမ်း နှင့် အနက် အရောင်များက တတိယဖြစ်ပါသည်။
- အဆင်တန်ဆာ အုပ်စုတွင် သံလွှင်ရောင်က လူကြိုက်အများဆုံးဖြစ်ပြီး၊ မီးခိုးရောင်က ဒုတိယလိုက်ပြီး၊ အဝါ၊ အစိမ်း နှင့် အနက် အရောင်များက တတိယ အကြိုက်ဆုံးဖြစ်ကြပါသည်။
- ခြောက်တန်ဆာစွဲည်းများ အုပ်စုတွင် မိုင်အိုလက် အရောင်ကိုအများဆုံးဝယ်ဘူးကြပြီး၊ သံလွှင်၊ အဝါ၊ ငွေ၊ တီးလ် အရောင်များက ဒုတိယ အများဆုံးဝယ်ယူကြပါသည်။
- အပေါ် ရုံဝ်တ် အမျိုးအစားအုပ်စုတွင် သံလွှင်ရောင်က အရောင်းရဆုံးဖြစ်ပြီး၊ ခရမ်း၊ ဆိုင်ယန်၊ မီးခိုးတို့က ဒုတိယအများဆုံးအဝယ်လိုက်ပါသည်။

ရာသီအလိုက်အရောင်ရွေးချယ်မှူး (အရောင်းရဆုံးအရောင်၁၀မျိုးကိုအခြားပါသည်)



- Spring ရာသီတွင်၊ သံလွှင်ရောင်ကို အများဆုံးဝယ်ယူကြပြီး၊ ဂရေးနှင့် တီးလ် အရောင်များကို ဒုတိယ အများဆုံးဝယ်ယူကြပြီး၊ မီးခိုးနှင့် ဆိုင်ယန် အရောင်များက တတိယ လိုက်ကြပါသည်။
- Summer ရာသီတွင် ငွေရောင်ကို အများဆုံးဝယ်ယူကြပါသည်။ တီးလ် အရောင်သည် ဒုတိယလိုက်ပြီး၊ အစိမ်း၊ အနက် နှင့် ဆိုင်ယန် အရောင်များကိုတတိယအများဆုံးဝယ်ယူကြပါသည်။
- Fall ရာသီတွင်၊ အဝါရောင်ကို လူအကြိုက်ဆုံးဖြစ်ပါသည်။ သံလွှင်ရောင်သည် ဒုတိယလူကြိုက်များပြီး၊ အနက်၊ ခရမ်း နှင့် မီးခိုးရောင်များသည် တတိယ လူကြိုက်အများဆုံးဖြစ်ကြပါသည်။
- Winter ရာသီတွင် အစိမ်းရောင်ကို အများဆုံးရွှေးချယ်ကြပါသည်။ အဝါ၊ သံလွှင်၊ မာရို့ တို့ကို ဒုတိယအများဆုံးရွှေးချယ်ကြပြီး၊ ဆိုင်ယန် နှင့် အနက်ရောင်များကို တတိယ အများဆုံးရွှေးချယ်ကြပါသည်။

Suggestions

- အမျိုးသားဖောက်သည်များသည် အမျိုးသမီးဖောက်သည်များထက် ပိုများနေသဖြင့် ဆိုင်သည် အမျိုးသားများအတွက် ပိုမိုစိတ်ဝင်စားဖွယ် ဖြစ်နေသည်ဟု သတ်မှတ်နိုင်ပါသည်။ ထိုအပြင် အမျိုးသားများနှင့် အမျိုးသမီးများ၏ Review Rating အဆင့်ကွာခြားမှု မရှိသလောက် ဖြစ်နေသောကြောင့် အမျိုးသမီးဖောက်သည်အခါးသည် အမျိုးသားဆန်နေခြင်းလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။
- ဆိုင်ပိုင်ရှင်အနေနဲ့တော့ ဆိုင်ကို အမျိုးသားများအတွက် ပိုသင့်တော်သောနေရာအဖြစ် ကြော်ကြရန် သို့မဟုတ် အမျိုးသမီးများကို ဆွဲဆောင် ရန် ပိုအမျိုးသမီးဆန်သောပစ္စည်းများ ရောင်းရန် ကြိုးစားနိုင်ပါသည်။ ထိုအပြင် subscribe လုပ်ထားသောဖောက်သည်များအတွက် ပိုမိုအကျိုးရှိစေရန် အခွင့်အရေးများပါ ပေးခြင်းကိုလည်း စဉ်းစားသင့်ပါသည်။ အကြောင်းမှာ ဖောက်သည်အများစုသည် subscribe မလုပ်ထားသည့်အတွက် subscribe လုပ်ခြင်းကို တန်ဖိုးမရှိကြောင်း ထင်နေကြခြင်း ဖြစ်နိုင်ပါသည်။
- ဝယ်ယူကြသူ အများတွင် အမျိုးသားများမှာ ၆၈% ရှိပြီး အမျိုးသမီးများမှာ ၂၂% သာရှိပါသည်။ ရောင်းသည့်ပစ္စည်းများ ကို အမျိုးသမီးများအတွက် ဒီဇိုင်း၊ အမျိုးအစားရွှေးချယ်မှု များများရှိစေရန် အားထုတ်သင့်ပါသည်။
- Ecommerce ဖြစ်သောကြောင့် ပေါ်ချုပ်တွင် လစဉ်ကြေးပေးသွင်းသည့်အခါးမှာ ၂၇% သာရှိပါသည်။ လစဉ်ကြေးပေးသွင်းသူ အားလုံးသည် အမျိုးသားများသာဖြစ်ပါသည်။ လစဉ်ကြေးပေးမသွင်းဘဲ ဝယ်ယူကြသူများအနက် အမျိုးသားမှာ ၅၆% ရှိပြီး အမျိုးသမီးမှာ ၄၄% ရှိကြောင်းတွေ့ရှိပါသည်။ စာရင်းသွင်းဝယ်ယူကြသူများအတွက် ပိုမိုကြိုက်နှစ်သက်စရာ အခွင့်အရေးများပေး၍ ဆွဲဆောင်သင့်ပါသည်။ အခွင့်အရေးဆုံးရာတွင် အမျိုးသမီးများ အတွက် ပိုမို ဆွဲဆောင်နိုင်စေရန် ဖန်တီးသင့်ပါသည်။
- ဝယ်ယူကြသူအများစုတွင် ဆိုင် အနေဖြင့် Medium သည် ၄၅%၊ Large သည် ၂၇%၊ Small သည် ၁၃% နှင့် XL သည် ၁၁% စသဖြင့် အသီးသီးရှိကြပါသည်။ အဝတ်အစား၊ အဆင်တန်ဆာ၊ ခြေဝတ်တန်ဆာ၊ အပေါ် ရုံအဝတ် များကို မှာယူရောင်းချရရတွင် ဆိုင်မရှိ၍ မဝယ်ယူခြင်းမျိုး မဖြစ်နိုင်စေရန် အများဆုံးရွှေးချယ်နိုင်သည့် ဆိုင်အလိုက် အခါးကျ မှာယူစိုးစဉ်ထားသင့်ပါသည်။
- ရာသီအလိုက် အရောင်းသွက်သည့် ပစ္စည်းများကို၊ ရာသီအလိုက် လူရွှေးချယ်မှု အများဆုံးအရောင်တို့နှင့် တွဲဖက်၍ ဆိုင်များကိုလည်း M အခါးအစား အများဆုံး၊ L အခါးအစား ဒုတိယအများဆုံး ပြင်ဆင် ထားသင့်ပါသည်။ အမျိုးသမီးများပိုမိုနှစ်သက်မည့် ဒီဇိုင်းများ ကိုလည်း တိုးခွဲပြင်ဆင်ထားသင့်ပါသည်။