



အမှတ် ၁၅၂၊ ဇေယျသုခလမ်း၊ က-ရပ်ကွက်၊ သုဝဏ္ဏ
သင်္ဃန်းကျွန်းမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။

ဝဇ္ဇ ဌာပနာ၊ ဝဇ္ဇ ဌာပနာ

sarpaymahar@gmail.com
www.facebook.com/maharsarpaypublishing
www.maharsarpay.com

ထုတ်ဝေခြင်း	ပထမအကြိမ်
	ဇွန်လ၊ ၂၀၂၅ ခုနှစ်
စောင်ရေ	၅၀၀
မျက်နှာပိုးဒီဇိုင်း	လကျော်
ထုတ်ဝေသူ	ဒေါ်သိမ့်သူစိုး (၀၁၂၈၅)
ပုံနှိပ်သူ	ဦးဝင်းမိုးမိုး(နန်းသင်ပုံနှိပ်တိုက်-၀၀၄၄၁) ၀၉၂၅၀၅၁၃၆၃၆ အမှတ်-၁၉၄-၁၉၆၊ ၃၉-လမ်း၊ ကျောက်တံတားမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့
စာစီ ၊ စာစစ်	ညိုမာဆတ် ၊ ဟိန်းဆက်သွင်
စာအုပ်ချုပ်	ကိုမဲ (ငွေအိမ်စည်စာအုပ်ချုပ်လုပ်ငန်း) ၀၉၂၆၄၅၆၅၆၅၇
ဖြန့်ချိရေး	မဟာစာပေ အမှတ်-၁၅၂၊ ယေျသုခလမ်း၊ က-ရပ်ကွက်၊ သုဝဏ္ဏ၊ သာယံကျွန်းမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့ စုန်း - ၀၉၄၅၀၆၂၃၃၃၃ ၊ ၀၉၄၅၀၆၂၃၃၃၄
တန်ဖိုး	၂၅၀၀ ကျပ်

ကိုနေ (Y.I.E)

အောင်မြင်သူတို့ ခရီးလမ်း ၊ ကိုနေ (Y.I.E)

ရန်ကုန်၊ မဟာစာပေ ၊ ၂၀၂၅

စာ ၁၈၄ ၊ ၂၀.၅ × ၁၂.၅ စင်တီ

(၁) အောင်မြင်သူတို့ ခရီးလမ်း

အောင်မြင်သူတို့ ခရီးလမ်း
ကို နေ (Y.I.E)
THE FOUR BY

S C O T T G A L L O W A Y

THE HIDDEN DNA OF AMAZON,
APPLE, FACEBOOK AND GOOGLE.

မ ဟာ စာ ပေ (စာ စဉ် - ၁၄၅)

မာတိကာ

၁။ အခန်း (၁)	ကမ္ဘာကျော် ကုမ္ပဏီကြီးလေးခု	၈
၂။ အခန်း (၂)	အမေဇွန် (Amazon)	၁၉
၃။ အခန်း (၃)	အက်ပဲလ် (Apple)	၈၁
၄။ အခန်း (၄)	ဖေ့စ်ဘွတ် (Facebook)	၁၂၁
၅။ အခန်း (၅)	ဂူးဂဲလ် (Google)	၁၅၁
၆။ အခန်း (၆)	လိမ်လည်ခြင်းများ	၁၇၁

ပြန်ဆိုသူ၏ရှင်းလင်းချက်

ဒီစာအုပ်ရဲ့ အကြောင်းအရာတွေက ပုံမှန်တွေ့ရတတ်တဲ့ ကောင်းတဲ့အချက်တွေချည်း မဟုတ်ဘဲနဲ့ အကောင်း၊ အဆိုး မျှတစွာ ဖော်ပြထားပေးတဲ့ အချက်တွေ ဖြစ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းကြီးတွေရဲ့ အတွင်းစိတ်ထဲက သရုပ်မှန် ဗီဇတွေကို သိနိုင်မှာ ဖြစ်လို့ ဖတ်သူတွေအတွက် မတူညီတဲ့ ရှုထောင့်ကနေ တွေးယူနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။ မူရင်းစာအုပ် ထွက်ရှိတဲ့ အချိန်က ၂၀၁၈ က ဖြစ်ပြီးတော့ လက်ရှိအချိန်နဲ့ ကိုက်ညီအောင် အချက်အလက်များ ပြင်ဆင်ထည့်သွင်းပေးထားပါတယ်။ မူရင်း ရေးသားသူရဲ့ တင်ပြချက်အချို့မှာ ပျင်းစရာကောင်းတဲ့အတွက် ဖတ်ပျော်စေမယ့် အခန်းများနဲ့ သူတင်ပြလိုတဲ့ လုပ်ငန်းကြီးများရဲ့ အခန်းများကိုသာ ပေါ်လွင်အောင် ပြန်ဆိုထားပေးပါတယ်။ နောက်ပိုင်းအခန်းများမှာ ဒီနေ့ခေတ်ကာလနဲ့ မကိုက်ညီမှုအချို့ ရှိနေသလို မှန်းဆချက်များလည်း ဘောင်မဝင်တော့တာကြောင့် လုပ်ငန်းကြီးလေးခုရဲ့ ရပ်တည်ချက်များကိုသာ အဓိက ပြန်ဆိုထားပေးခြင်း ဖြစ်ပါတယ်။ ကော်ပိုရိတ်များရဲ့ သမိုင်းကြောင်းများ သိရှိလိုသူများအတွက် တစ်စုံတစ်ခုသော အတိုင်းအတာထိ ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်မယ်လို့ မျှော်လင့်မိပါတယ်။



အခန်း (၁)

ကမ္ဘာကျော် ကုမ္ပဏီကြီးလေးခု

လွန်ခဲ့သော နှစ်နှစ်ဆယ်ကျော် ကာလတွေမှာ နည်းပညာကုမ္ပဏီကြီးလေးခုက သမိုင်းအစဉ်အလာတွေကို ကျော်ဖြတ်ပြီး လူသားတွေရဲ့ ပျော်ရွှင်မှု၊ ထိတွေ့ဆက်သွယ်နိုင်မှုနဲ့ ကြွယ်ဝပြည့်စုံမှုတွေကို ဖန်တီးပေးနိုင်ခဲ့ပါတယ်။ အဲဒီကာလတွေမှာ အက်ပဲလ်၊ အမေဇွန်၊ ဖေ့စ်ဘွတ်ခ်နဲ့ ဂူးဂဲလ်တို့က ထောင်ချီတဲ့ လစာမြင့်အလုပ်အကိုင်တွေကို ဖန်တီးပေးနိုင်ခဲ့ပါတယ်။ ဘီလျံနဲ့ချီတဲ့ လူသားတွေရဲ့ နေ့စဉ်ဘဝတွေနဲ့ ဆက်သွယ်နေတဲ့ လိုအပ်တဲ့ အသုံးအဆောင်ပစ္စည်းတွေနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုတွေအတွက် ဒီကုမ္ပဏီကြီး လေးခုမှာ တာဝန်ရှိနေပါတယ်။

အဲဒီကုမ္ပဏီကြီးတွေက ကျွန်တော်တို့ရဲ့ အိတ်ကပ်ထဲကို စူပါကွန်ပျူတာတစ်လုံးကို ထည့်ပေးထားတာမျိုး၊ နောက်ပြီး ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံတွေအတွက် အင်တာနက်တွေ ယူလာပေးတာမျိုးနဲ့ ကမ္ဘာ့မြေထူကြီးနဲ့ သမုဒ္ဒရာရေပြင်ကျယ်ကြီးတွေမှာ သွားလာနိုင်ဖို့ လမ်းညွှန်ပေးနိုင်တာမျိုးတွေကို လုပ်ဆောင်ပေးနေကြပါတယ်။ ဒီကုမ္ပဏီလေးခုပေါင်းက ရထားတဲ့ ကြွယ်ဝမှုတွေကို ကြည့်မယ်ဆိုရင် ၂၀၂၄ ခုနှစ်မှာ ရှစ်ဒသမရှစ် ထရီလီယံ ရှိနေပြီးတော့ ဒါမျိုး အရင်က မတွေ့ခဲ့ဖူးကြပါဘူး။ (ဒီပမာဏက ဂျပန်နိုင်ငံရဲ့

ဂျီဒီပီ နှစ်ဆနဲ့ ညီပါတယ်) ဒီငွေပမာဏက စတော့ပိုင်ဆိုင်မှုတွေကို ပေါင်းကြည့် ထားတာဖြစ်ပြီး စီးပွားရေးကို ခိုင်မာအောင် တည်ဆောက်နေတဲ့ ကမ္ဘာပေါ်က သန်းနဲ့ချီတဲ့ မိသားစုတွေကို ကူညီထောက်ပံ့နေတာလို့ ပြောလို့ ရပါတယ်။ ပြောရရင် သူတို့လေးခုက ပိုမိုကောင်းမွန်တဲ့ ကမ္ဘာကြီးတစ်ခုကို ထူထောင် နေကြတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ဒီလိုမျိုးပြောတာမျိုးက မှန်ပါတယ်။ ဒီလိုမျိုး စကားတွေကို ထောင်နဲ့ချီတဲ့ အလွှာပေါင်းစုံက တက္ကသိုလ်တွေမှာ၊ ကွန်းဖရင့်တွေ၊ ကွန်ရက် ကြားနာမှုတွေနဲ့ ဘုတ်အဖွဲ့တွေရဲ့ တွေ့ဆုံမှုတွေမှာ အတည်ပြုပြီး ပြောနေ ကြတာမျိုးကို ထပ်ခါထပ်ခါ ကြားနေရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဒါကို တခြားအမြင်တစ်မျိုးနဲ့ ကြည့်လိုက်မယ်ဆိုရင် ပိုပြီးမြင်နိုင်ပါလိမ့်မယ်။

မြင်းစီးသမားလေးယောက်

ကျွန်တော်တို့ ဒီလိုမျိုး တွေးကြည့်ရအောင်...။

လက်လီအရောင်းသမားတစ်ယောက်က ရောင်းခွန်တွေပေးဖို့ ငြင်းဆန်မယ်၊ နောက်... သူ့ဝန်ထမ်းတွေကိုလည်း ကောင်းကောင်းမွန်မွန် မစောင့်ရှောက်ဘူး၊ ပြီးတော့ ထောင်နဲ့ချီတဲ့ အလုပ်အကိုင်တွေကိုလည်း ဖျက်ဆီးနေတယ်ဗျာ၊ ဒါပေမဲ့ သူက အဲဒါကို စီးပွားရေးတီထွင်ဖန်တီးမှုရဲ့ အောင်မြင်မှု သရဖူလိုမျိုးမြင်ပြီး အောင်ပွဲခံနေတယ် ဆိုပါစို့။

ဒေသတွင်း အကြမ်းဖက်မှုတစ်ခုကို သုံးစွဲသူတွေရဲ့ လုံခြုံရေး အကြောင်းပြပြီး ဖက်ဒရယ်စုံစမ်းရေးမှူးတွေကို ထုတ်ပြဖို့ ဝန်လေးနေတဲ့ ကွန်ပျူတာ ကုမ္ပဏီတစ်ခု ရှိနေပြီး အဲဒီကုမ္ပဏီကိုလည်း သုံးစွဲသူတွေက ယုံကြည်ကိုးကွယ်နေကြတယ်လို့ ပြောလိုရတဲ့အထိ ထောက်ခံအားပေးမှုတွေ ရနေတယ် ဆိုပါစို့။

ဆိုရှယ်မီဒီယာကြီး တစ်ခုကလည်း ထောင်နဲ့ချီတဲ့ သင့်သားသမီး တွေရဲ့ ပုံတွေကို အမြဲတမ်းဆန်းစစ်နေမယ်၊ ပြီးတော့ သင်ပြောတာတွေ ကိုလည်း အမြဲနားထောင်နေပြီး သင့်ရဲ့ ကိုယ်ရေးကိုယ်တာ လိုအပ်ချက် တွေကို ဖော်ကျွန်း စာရင်းဝင် ကုမ္ပဏီတွေ (Fortune 500) ကို ရောင်းစား နေတယ် ဆိုပါစို့။

နောက် ကြော်ငြာကုမ္ပဏီတစ်ခုကလည်း အကျိုးအမြတ်များတဲ့ ကြော်ငြာဈေးကွက်မှာ ကိုးဆယ်ရာခိုင်နှုန်းလောက်ထိ ဈေးကွက်ဝေစု ရရှိ

နေပြီး တခြားကြော်ငြာဈေးကွက်တွေကိုလည်း ထိန်းချုပ်ထားနိုင်မယ်။ သူ့ကို ထောက်ခံသူတွေ အားကိုးနဲ့ သူ့ကို ဆန့်ကျင်သူတွေကို ပြင်းပြင်းထန်ထန် တရားစွဲဆိုတာမျိုးတွေကိုလုပ်ပြီး ဈေးကွက်ပြိုင်ဆိုင်မှု ဥပဒေတွေကို ရှောင်ဖို့ ကြိုးစားနေတယ် ဆိုပါစို့။

ဒီလိုမျိုးစကားတွေကိုလည်း ကျွန်တော်တို့ ပတ်ဝန်းကျင်တွေမှာ မြင်တွေ့ကြားသိနေရမှာ ဖြစ်ပေမဲ့ အသံတော့ သိပ်မကျယ်လှပါဘူး။ သိကြတဲ့အတိုင်း သူတို့လို ကုမ္ပဏီကြီးတွေက ပရဟိတလုပ်နေကြတဲ့ စေတနာ့ အကျိုးဆောင်တွေ မဟုတ်မှန်းသိသိနဲ့ ကျွန်တော်တို့ ဘဝတွေရဲ့ လက်တစ်ကမ်းကို ရောက်နေခဲ့ကြတာပါ။ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ကိုယ်ရေး အချက် အလက်တွေကို သူတို့အကျိုးအမြတ်အတွက် သုံးမယ်မှန်း သိသိနဲ့ ကျွန်တော်တို့ ကိုယ်တိုင်ကိုက လိုလိုလားလားနဲ့ ပေးခဲ့တာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ လူမှုဝန်းကျင်ကိုက အဲဒီအဖွဲ့အစည်းကြီးတွေကို ဦးဆောင်သူ တွေကို တကယ့်သူရဲကောင်းကြီးတွေလို သတ်မှတ်ပြီး ယုံကြည်စိတ်ချရတဲ့ ပညာရှိကြီးတွေလို အမွမ်းတင်နေကြတာကိုး။

ကျွန်တော်တို့ရဲ့ အစိုးရကိုယ်တိုင်က သူတို့အဖွဲ့စည်းတွေကို လက်ဝါးကြီးအုပ် ကာကွယ်ရေး ဥပဒေတွေလိုမျိုး၊ နောက်ပြီး အခွန်ဥပဒေ တွေ၊ အလုပ်သမား ဥပဒေတွေကနေ ကာကွယ်ဖို့အတွက်ကို အထူး စောင့်ရှောက်ပေးထားပါတယ်။ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတွေကလည်း အဲဒီကုမ္ပဏီ တွေရဲ့ စတော့တွေကို ရင်းနှီးမြှုပ်နှံနေကြတာဖြစ်လို့၊ မရေတွက်နိုင်လောက် တဲ့ ငွေရင်းတွေရ၊ အဲဒီကနေ ကမ္ဘာပေါ်က အကောင်းဆုံးသော လူသား အရင်းအမြစ်တွေ ရလာကြပြီးတော့ သူတို့ရဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေကို အလဲထိုး အမှုန့်ခြေကြတာပါပဲ။

အဲဒီလိုဆိုတော့ အဲဒီကုမ္ပဏီကြီးလေးခုက ကျမ်းစာထဲက မြင်းစီးသမား လေးယောက်ဖြစ်တဲ့ ဖန်ဆင်းရှင်၊ အချစ်၊ ချစ်ကြွမ်းဝင်မှုနဲ့ သုံးစွဲမှု (God, Love, Sex and Consumption) တွေလိုများလား။ ဒါမှ မဟုတ် ကမ္ဘာပျက်ကိန်းကို ယူလာမယ့် သူတွေလား။ အဖြေက နှစ်ခုစလုံး ပါပဲ။ မြင်သာအောင်လို့ သူတို့ကို မြင်းစီးသူရဲ လေးယောက်လို့ပဲ နာမည်တပ် လိုက်ရအောင်။

ဘယ်လိုဖြစ်ပြီး အဲဒီကုမ္ပဏီကြီးတွေက အခုလိုမျိုး စွမ်းအားတွေကို စုစည်းရရှိသွားကြတာလဲ။ သက်မဲ့သက်သက်ဖြစ်တဲ့ အကျိုးအမြတ်ရှာတဲ့

ကုမ္ပဏီကြီးတွေက ကျွန်တော်တို့လူသားတွေရဲ့ စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာကို နက်နက် ရှိုင်းရှိုင်း အမြစ်တွယ်သွားစေပြီး လုပ်ငန်းတွေကိုလည်း ဘယ်လိုလုပ်ရမယ်၊ ဘယ်လိုမလုပ်ရဘူးဆိုပြီး ပုံဖော်သွားနိုင်ရတာလဲ။ ဘယ်အရာတွေက သူတို့ရဲ့ မမျှော်မှန်းနိုင်တဲ့ အတိုင်းအတာတွေနဲ့ လွှမ်းမိုးမှုတွေကနေ အနာဂတ် လုပ်ငန်းတွေနဲ့ ကမ္ဘာစီးပွားရေးအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသွားရတာလဲ။ သူတို့ရှေ့က လုပ်ငန်းကြီးတွေလိုမျိုးပဲ အချိန်တန်ရင် ပြိုင်ဘက် လုပ်ငန်း ငယ်တွေရဲ့ ဆန်းသစ်တဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုတွေကြောင့် ဖြည်းဖြည်းချင်း ပျောက်ကွယ် သွားမှာလား။ ဒါမှမဟုတ် ဘယ်အစိုးရ၊ အဖွဲ့အစည်းတွေနဲ့၊ ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦး တစ်ယောက်ကမှ သူတို့ကို ပျောက်ကွယ်သွားအောင် လုပ်နိုင်မယ့် အခွင့် အရေး မရဘဲ ခိုင်ခိုင်မာမာ ရပ်တည်သွားမှာလား ဆိုတာကတော့ မသိနိုင် ပါဘူး။

ကုမ္ပဏီကြီးလေးခုရဲ့ အနေအထားများ

၂၀၁၆ ဝန်းကျင်ကစပြီး ရှိနေတဲ့ ဒီကုမ္ပဏီကြီး လေးခုရဲ့ အနေ အထားတွေ ဖြစ်ပါတယ်။

အမေဇွန် (Amazon)

ပေါ်ရှေးရဲ့ ပန်နာမီးရား တာဘိုအက်စ်ပြိုင်ကားတစ်စီး (Panamera) ဒါမှမဟုတ် လူဘာတန် (Louboutin) ရဲ့ ကြိုးသိုင်းဒေါက်မြင့်ဖိနပ်တစ်ရပ် ကို ဝယ်ရတာ ပျော်ဖို့ကောင်းမှာပါ။ ဒါပေမဲ့ သွားတိုက်ဆေးလိုမျိုးတွေနဲ့ သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ကို မထိခိုက်စေတဲ့ တစ်ခါသုံး ကလေးအောက်ခံ ဘောင်းဘီလိုမျိုး အရာတွေကို ဝယ်ရတာကတော့ ပျော်စရာ မကောင်းလှ ပါဘူး။ အွန်လိုင်းလက်လီ အရောင်းလုပ်ငန်းမှာဆို အမေရိကန်အများစုရဲ့ ရွေးချယ်မှုတစ်ခု ဖြစ်သလို တစ်ကမ္ဘာလုံးမှာလည်း ဝယ်ယူသူတွေ တိုးပွား နေတဲ့ အမေဇွန်က လူတွေရဲ့ နေ့စဉ်ဘဝတွေအတွက် လိုအပ်တဲ့ ပစ္စည်း လေးတွေ ဝယ်ယူဖို့၊ ပျင်းရိငြီးငွေ့မှုတွေကို သက်သာရာ ရစေပါတယ်။ ကြီးကြီးမားမား အားထည့်စရာ မလိုသလို အသည်းအသန် လိုက်ရှာစရာ မလိုဘဲနဲ့ လိုချင်တာတွေ စုစည်းပြီးတာနဲ့ ကလစ်တစ်ချက် နှိပ်လိုက်ရုံပါပဲ။

သူတို့ရဲ့ အောင်မြင်မှုက မဆင်မခြင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတွေနဲ့ သူတို့နဲ့ အဆင်ပြေတဲ့ လက်လီလုပ်ငန်းတွေကြောင့် အင်တာနက်သုံးစွဲသူဈေးကွက်မှာ

အကြီးမားဆုံးသော ပြိုင်ဘက်မရှိ ဘဏ္ဍာရေး အင်အား ကြီးထွားလာပြီး ကမ္ဘာ့ အကြီးဆုံးသော လက်လီကုန်စုံဆိုင်ကြီး ဖြစ်သွားစေပါတယ်။ ၂၀၁၆ ခုနှစ်မှာကတည်းက အမေဇွန်ရဲ့ ဈေးကွက်တန်ဖိုးက သူနဲ့ခေတ်ပြိုင်တွေလို ပြောလို့ရတဲ့ ဝေါလ်မတ်၊ တားဂတ်၊ မေစီ၊ ကရီဂျာ၊ တစ်ဖီနို၊ ကိုချို၊ ဝီလီယံ-ဆမ်မာနို၊ တပ်စ်ကို၊ အိုင်ကီရာ၊ ကယ်ရီဖိုးနဲ့ ဂတ်ပ်စတဲ ကုမ္ပဏီ အားလုံးပေါင်း တန်ဖိုးထက်ကို များသွားခဲ့ပါပြီ။ အဲဒီတုန်းက သူ့ရဲ့တန်ဖိုးက လေးရာသုံးဆယ့်နှစ်ဘီလျံ ဖြစ်ပြီးတော့ ဝေါလ်မတ်က နှစ်ရာနှစ်ဆယ့်ခုနစ် ဘီလျံ ရှိပါတယ်။ (အမေဇွန်ရဲ့ တန်ကြေးက ၂၀၂၄ ခုနှစ်မှာ တစ်ဒသမ ကိုးရှစ်ထရီလီယံ ရှိနေပြီးတော့ ဝေါလ်မတ်ရဲ့ တန်ကြေးက ခြောက်ရာ လေးဆယ့်ခြောက် ဘီလျံ ရှိနေပါတယ်)

၂၀၁၇ ကတည်းက ဂျက်ဖီဘီဇော့က ကမ္ဘာပေါ်မှာ တတိယ အချမ်းသာဆုံး ပုဂ္ဂိုလ် ဖြစ်နေပါပြီ။ အဲဒီကာလတုန်းက ပထမနဲ့ ဒုတိယ အချမ်းသာဆုံးဖြစ်တဲ့ ဘီလ်ဂိတ်နဲ့ ဝါရင်းဘတ်ဖတ်တို့က ဆော့ဖ်ဝဲနဲ့ အာမခံလုပ်ငန်းတွေမှာ/ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတွေ ဖြစ်ကြပြီး သူတို့ရဲ့ လုပ်ငန်းတွေ ကတော့ အမေဇွန် လိုမျိုး တစ်နှစ်ကို နှစ်ဆယ်ရာခိုင်နှုန်းနဲ့အထက် ကြီးထွားနေပြီး ဝင်ငွေဘီလျံချီတဲ့ ပြိုင်ဘက်လုပ်ငန်းကြီးတွေကို ဘာလုပ်ရ မှန်းမသိဖြစ်အောင် လုပ်နိုင်တာမျိုးတွေ မဟုတ်ကြပါဘူး။ ၂၀၂၄ ရောက် တော့ ဂျက်ဘီဇော့ရဲ့ အသားတင် ကြွယ်ဝမှု တန်ဖိုးက နှစ်ရာ့ငါး ဘီလျံ ရှိနေပါပြီ။ ကမ္ဘာ့နံပါတ် တစ်ကလည်း အီလွန်မက်စ် ဖြစ်လာသလို နံပါတ်နှစ် ကတော့ ဇူကာဘက် ဖြစ်လာခဲ့ပါတယ်။

အက်ပဲလ် (Apple)

လိုချင်စရာကောင်းတဲ့ လက်တော့ပုံတွေနဲ့ မိုဘိုင်းပစ္စည်းတွေကို ပြီးပြည့်စုံစေတဲ့ အက်ပဲလ်ရဲ့ အမှတ်တံဆိပ် လိုဂိုလေးက ကြွယ်ဝချမ်းသာမှု၊ ပညာရေးနဲ့ အနောက်တိုင်းစံနှုန်းတွေရဲ့ ကမ္ဘာသိ အမှတ်အသားတစ်ခုလည်း ဖြစ်ပါတယ်။ အက်ပဲလ်ရဲ့ အနှစ်သာရနှစ်ခုအပေါ် လူတွေရဲ့ မသိစိတ်က ဖြစ်နေတာက ဘုရားသခင်နဲ့ နီးစပ်စေတယ်လို့ ထင်မိတာရယ်၊ နောက် ဆန်ကျင်ဘက်လိုင်တွေကို ဆွဲဆောင်မှု ရှိစေနိုင်တာရယ်လို့ ထင်မိတဲ့ လိုအပ်ချက်တွေကြောင်းပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ဘာသာတရားတစ်ခုလို အသွင်ယူထားတဲ့ အက်ပဲလ်က ကိုယ်ပိုင်

ဟန်ပန် ယုံကြည်သက်ဝင်မှုတစ်ခုရယ်၊ တန်ဖိုးထားစရာ အရာတွေရယ်၊ စွဲလမ်းစေတာတွေရယ်နဲ့ ခရစ်တော်ရဲ့ ပုံစံတွေကို တုထားသလို ဖြစ်နေပါတယ်။ သူ့ကို ကိုးကွယ်ယုံကြည်သူ အများစုက တီထွင်ဆန်းသစ်မှုကို သဘောကျတဲ့လူတွေ ဖြစ်ကြပါတယ်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေမှာ လုပ်ကိုင်ရ အခက်ဆုံးသော ဝိရောဓိ ဖြစ်စရာ ကောင်းတဲ့တစ်ခုဖြစ်တဲ့ တန်ဖိုးနည်း ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတွေကို ပရိုမီယံဈေးနှုန်းနဲ့ ရောင်းနိုင်တာက ကမ္ဘာပေါ်မှာ အမြတ်အများဆုံး ကုမ္ပဏီတစ်ခု ဖြစ်လာခဲ့ပါတယ်။

သူနဲ့တန်းတူထဲကဆို ဖာရီရာပြိုင်ကားလုပ်ငန်းရဲ့ အမြတ်ရာခိုင်နှုန်း ရယ်၊ တိုရိုတာကား ထုတ်လုပ်ရေးရဲ့ ထုတ်လုပ်မှု ပမာဏရယ်နဲ့တူညီပါတယ်။ ၂၀၁၆ နောက်ဆုံး သုံးလပတ်က ထုတ်ပြန်ထားတဲ့ အက်ပဲလ်ရဲ့ အသားတင် အမြတ်ဆိုရင် အမေဇွန်ရဲ့ နှစ်ဆရှိပါတယ်။ အဲဒါက ထူထောင်ပြီး နှစ်ဆယ့်သုံးနှစ်ကြာကာလအတွက် စုစုပေါင်း အမြတ်ပေါ်မှာ တွက်ချက်တာ ဖြစ်ပါတယ်။ အက်ပဲလ်ရဲ့ လက်ဝယ်ရှိ ငွေသားပမာဏက ဒိန်းမတ်နိုင်ငံရဲ့ စုစုပေါင်း တိုင်းပြည် ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး နီးပါးလောက်ကို ရှိနေတာပါ။ (၂၀၂၃ မှာ အက်ပဲလ်ရဲ့ ရောင်းရငွေပမာဏ သုံးရာရှစ်ဆယ့်သုံးဘီလျံ ရှိနေတာဖြစ်ပြီး တစ်ဝက်ကျော်ပမာဏက အိုင်ဖုန်းရောင်းရငွေတွေနဲ့ ညီမျှတာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီပမာဏက ဟောင်ကောင်ကျွန်းရဲ့ ဂျီဒီပီနဲ့ ညီမျှပါတယ်။)

ဖေ့စ်ဘွတ် (Facebook)

လူတွေရဲ့ လက်ခံလာမှုနဲ့ သုံးစွဲမှုကို ကြည့်ပြီး ပြောရမယ်ဆိုရင် လူသားတွေရဲ့သမိုင်းမှာ ဖေ့ဘွတ်ခ်က နံပါတ်တစ် အအောင်မြင်ဆုံး အရာ တစ်ခုပါပဲ။ ကမ္ဘာပေါ်မှာလူပေါင်း ခုနစ်ဒသမငါး ဘီလျံရှိတာဖြစ်ပြီး သူတို့ ထဲက တစ်ဒသမ နှစ် ဘီလျံက ဖေ့ဘွတ်ခ်နဲ့ နေ့စဉ်ဆက်သွယ် ပတ်သက်မှု တွေ ရှိနေပါတယ်။ အမေရိကမှာ Facebook က နံပါတ်တစ်၊ သူကပဲ လုပ်တဲ့ Facebook Messenger က နံပါတ်နှစ်ဖြစ်ပြီး Instagram က နံပါတ်ရှစ် လူကြိုက်အများဆုံး မိုဘိုင်း အက်ပလီကေးရှင်းတွေ ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒီ ဆိုရှယ်ကွန်ရက်တွေမှာ သုံးစွဲသူတွေက နေ့စဉ် တစ်ရက်ကို မိနစ် ငါးဆယ်လောက် သုံးနေကြတာဖြစ်ပါတယ်။ အွန်လိုင်းပေါ်တက်တဲ့ ခြောက်မိနစ်တိုင်းမှာ Facebook ပေါ် တစ်မိနစ်ရောက်ကြပြီး၊ မိုဘိုင်း ဖုန်းပေါ်မှာဆိုရင် ငါးမိနစ်အွန်လိုင်းတက်ရင် Facebook ပေါ် တစ်မိနစ်

ရောက်နေကြပါတယ်။

ဂူးဂဲလ် (Google)

ယနေ့ခေတ်လူတွေအတွက်တော့ နတ်ဘုရားလို့ပဲ ပြောရမှာပဲ။ ကျွန်တော်တို့ ရနေတဲ့ အသိဉာဏ် ဗဟုသုတတွေရဲ့ အရင်းအမြစ် ဖြစ်နေသလို အမြဲလိုလို ဘေးမှာရှိနေပြီး ကျွန်တော်တို့ရဲ့ လျှို့ဝှက်ချက်တွေကို သိနေတဲ့အတိုင်း လမ်းပျောက်နေတဲ့ အခါမျိုးမှာဖြစ်ဖြစ်၊ ကိစ္စသေးသေးလေးကနေ အကြီးကြီးတွေအထိ သိချင်တာမှန်သမျှ ရှာဖွေပေးနေတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သူ့လိုမျိုး ယုံကြည်အားကိုးရမယ့် အဖွဲ့အစည်းဆိုတာမျိုး မရှိသေးပါဘူး။ ဂူးဂဲလ်ကို လူတွေမေးလေ့ရှိတဲ့ မေးခွန်းခြောက်ခုမှာ တစ်ခုက လုံးဝကို မမေးဖူးသေးတဲ့ မေးခွန်းအသစ်ဖြစ်တယ်လို့ ဆိုပါတယ်။ ဂျူးဓမ္မဆရာတွေပဲဖြစ်ဖြစ်၊ ခရစ်ယာန်ဘုန်းတော်ကြီးပဲဖြစ်ဖြစ်၊ တခြားပညာရှင်... နည်းပြတွေနဲ့ ယှဉ်ကြည့်မယ်ဆိုရင် လူတွေ တစ်ခါမှ မမေးဖူးသေးတဲ့ မေးခွန်းတွေ အများကြီးကို ကြုံဖူးကြမယ် မထင်ပါဘူး။ ဘယ်သူကများ ကမ္ဘာအနှံ့က လူပေါင်းစုံဆီက မေးခွန်းတွေ တစ်သီကြီးကို အလေးအနက်ထားပြီး ဖြေပေးပါ့မလဲ။

ဂူးဂဲလ်က အယ်လ်ဖာဘတ် (Alphabet) ကုမ္ပဏီရဲ့ အခွဲတစ်ခု ဖြစ်ပြီး ၂၀၁၆ တုန်းက အမြတ်ငွေ ဒေါ်လာ ဘီလျံ နှစ်ဆယ် ရရှိခဲ့ပါတယ်။ အဲဒါက ၂၀၁၅ ထက် နှစ်ဆယ့်သုံးရာခိုင်နှုန်း တိုးတက်ခဲ့တာဖြစ်ပြီး သူ့ဖောက်သည် ကြော်ငြာရှင်တွေအတွက်လည်း ကုန်ကျစရိတ်ကို ဆယ့်တစ်ရာခိုင်နှုန်းလောက် လျှော့ပေးနိုင်ခဲ့သလို သူ့ပြိုင်ဘက်တွေကို အကြီးအကျယ် ထိုးနှက်နိုင်ခဲ့တာပါ။ တခြားကုန်ပစ္စည်းတွေနဲ့ မတူတာက ဂူးဂဲလ်က ကြာလေအသုံးတည့်လေဖြစ်ပြီး တန်ဖိုးကလည်း ပိုတက်လာတာပါ။ ဂူးဂဲလ်က လူပေါင်း နှစ်ဘီလျံလောက်ရဲ့ သိသမျှကို သူတို့လိုအင်တွေ၊ ဆုံးဖြတ်ချက်တွေ မှန်သမျှ နှစ်ဆယ့်လေးနာရီပတ်လုံး ချိတ်ဆက်ပေးထားပြီး အဲဒါတွေအားလုံး ပေါင်းစည်းပေးလိုက်တော့ မမျှော်မှန်းနိုင်တဲ့ ဧရာမရလဒ်ကြီး ဖြစ်သွားစေတာပေါ့။ တစ်နေ့တစ်နေ့ လူတွေ ထိုင်မေးနေသမျှ မေးခွန်းပေါင်း သုံးဒသမငါး ဘီလျံလောက်ကို ဖြေပေးနေရတော့ ဂူးဂဲလ် ဆိုတဲ့ မြင်းစီးသမားကြီးက မိရိုးဖလာ အမှတ်တံဆိပ်တွေနဲ့ သမားရိုးကျ ကြော်ငြာလုပ်ငန်းတွေကို သတ်ဖြတ်နိုင်သူကြီး ဖြစ်သွားတော့တာပါပဲ။ ဟုတ်တယ်လေ။

သင်အကြိုက်ဆုံး အမှတ်တံဆိပ်က ဘာလဲဆိုတော့ ဂူးဂဲလ်က ၀.၀၀၀၀၀၀၅ စက္ကန့်အတွင်း ပြောပြနိုင်ပါလိမ့်မယ်။ ကြောက်စရာကြီးပါ။ (၂၀၂၃ မှာ ဂူးဂဲလ်ရဲ့ ဝင်ငွေက သုံးရာငါး ဘီလျံ ရှိနေပြီ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီပမာဏက ဖင်လန်နိုင်ငံရဲ့ ဂျီဒီပီနဲ့ ညီမျှပါတယ်။)

ထရီလီယံပေါင်းများစွာတောင်လား

ဘီလီယံချီတဲ့ လူပေါင်းများစွာက အဲဒီလုပ်ငန်းကြီးတွေနဲ့ သူတို့ တွေက ထုတ်ကုန်တွေဆီကနေ တန်ဖိုးကြီးကြီးတွေကို ရရှိနေကြတာဖြစ်ပြီး တချို့တွေက စိတ်ပျက်စရာ ကောင်းလောက်အောင်ပဲ စီးပွားဖြစ်နေကြတာပါ။ ဂျီအမ် (GM) ကားလုပ်ငန်းကိုကြည့်ရင် သူ့ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်ပေါ်မှာ ဒေါ်လာ နှစ်သိန်းသုံးသောင်းတစ်ထောင်လောက်ထိ ဈေးကွက်တန်ဖိုး ဖြစ်နေ ပါပြီ။ အဲဒါက လူသားအရင်းအမြစ်ပေါ်ကနေ ပြန်ရနှုန်းဖြစ်ပြီး Return on Human Capital လို့ ခေါ်ပါတယ်။ အဲဒါကို သိချင်ရင် ဈေးကွက်တန်ဖိုး စုစုပေါင်းကို ဝန်ထမ်းဦးရေနဲ့ စားကြည့်လို့ ရပါတယ်။ ဒါကိုကြည့်ပြီး အထင်ကြီးကောင်း ကြီးနိုင်ပါလိမ့်မယ်။ ဖေ့စ်ဘွတ်တန်ဖိုးကို မသိသေးရင် ပေါ့။ ဖေ့စ်ဘွတ်က ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်ချင်းစီပေါ်မှာဆို ဒေါ်လာ နှစ်ဆယ် ဒသမငါးသန်းလောက်ကို ဖြစ်နေတာပါ။ ပြီးခဲ့တဲ့ ရာစုနှစ်က လုပ်ငန်းတွေ ထဲမှာ ထိပ်သီးဖြစ်ခဲ့တဲ့ ကားလုပ်ငန်းကြီး GM ထက် အဆတစ်ရာလောက် ပိုများနေတာကို တွေ့လိုက်ရင်တော့ ဘယ်လိုဖြစ်သွားမလဲ ဆိုတာ မသိတော့ ပါဘူး။ G10 လို့ခေါ်တဲ့ ကမ္ဘာ့ထိပ်သီး နိုင်ငံတွေရဲ့ စီးပွားရေးထုတ်လုပ်မှု စုစုပေါင်းကို မန်ဟက်တန် အရှေ့အောက်ပိုင်းမှာ ရှိတဲ့ လူတွေနဲ့ပဲ ထုတ်နေ တယ်လို့ မြင်ယောင်ကြည့်လို့ ရပါတယ်။

ဒီလုပ်ငန်းတွေရဲ့ ဘောဂတန်ဖိုးတွေ တစ်ဟုန်ထိုး ကြီးထွားလာ တာက ကိန်းဂဏန်းတွေရဲ့ တိုးတက်မှု နိယာမကို စိန်ခေါ်နေသလို ဖြစ်နေ ပါတယ်။ (၂၀၁၃ ကနေ ၂၀၁၇ ထိ လေးနှစ်တာကာလအတွင်း ကြည့်မယ် ဆိုရင်တောင် ဒီလုပ်ငန်းကြီး လေးခုရဲ့ တန်ဖိုးက တစ်ဒသမသုံး ထရီလီယံ ဖြစ်လာပြီး ရုရှနိုင်ငံရဲ့ ဂျီဒီပီလောက်ကို ဖြစ်နေခဲ့ပါပြီ။)

တခြားနည်းပညာ ကုမ္ပဏီတွေအတွက်ကတော့ ကြမ္မာဆိုးလို့ ပြော ရအောင် ကြီးကြီးသေးသေး၊ သစ်သစ်ဟောင်းဟောင်း ဘေးထွက်နေရမယ့် ကိန်းပါ။ သက်တမ်းရှည်နေပြီဖြစ်တဲ့ အိုင်ဘီအမ်တို့၊ HP တို့တောင် အဲဒီ

လုပ်ငန်းကြီးလေးခုကို သေချာပေါက် သတိကြီးကြီး ထားနေရတော့မှာပါ။ ထောင်နဲ့ချီတဲ့ လုပ်ငန်းသစ်လေးတွေအတွက်ဆို လွတ်အောင် မနည်းပြေးရမယ့် အနေအထားတစ်ခုပါ။ အဲဒီလုပ်ငန်းကြီးလေးခုကို မျက်စိနောက်အောင် သွားလုပ်တာနဲ့ ဝယ်သိမ်းခံရမှာပါ။ တော်ရုံ အရင်းလောက်နဲ့ လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေအတွက်ဆို ထည့်တောင် စဉ်းစားစရာ မလိုပါဘူး။ ပမာပြောရရင် ငါးနှစ်သား လုပ်ငန်းလေးတစ်ခုဖြစ်တဲ့ Whatsapp က လူငါးဆယ်လောက်နဲ့ လည်ပတ်နေတာကို ဖွဲ့စည်းက ဝန်းနှစ်ဆယ် နီးပါးလောက် ပေးဝယ်ထားတာကို တွေ့နိုင်ပါတယ်။ ကုန်ကုန်ပြောရင်တော့ သူတို့လေးခုက သူတို့အချင်းချင်းလောက်ပဲ ပြန်ကြည့်ဖို့ လိုတာမျိုး ဖြစ်သွားပြီ။ အခြားပြိုင်ဘက်တွေကို ထည့်တွက်စရာ မလိုတော့ပါဘူး။

သူတို့အချင်းချင်းက ပြိုင်ဘက်တွေလား

ဒီလေးခုရဲ့ ကမ္ဘာမြေနဲ့ လူ့အဖွဲ့အစည်းပေါ် သက်ရောက်မှု၊ တခြား စီးပွားရေး လုပ်ငန်းတွေအပေါ် သက်ရောက်မှုတွေကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်တဲ့ အကျိုးဆက်တွေကို ရပ်တန့်နိုင်ဖို့ အစိုးရတွေ၊ ဥပဒေတွေနဲ့ အဖွဲ့အစည်းအငယ်တွေအနေနဲ့တော့ တတ်နိုင်ဖို့ မရှိပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ တစ်ခုတော့ ရှိပါလိမ့်မယ်၊ အဲဒါကတော့ သူတို့အချင်းချင်းက မလိုမုန်းထားဖြစ်ပြီး တခြားသူတွေကို လှည့်မကြည့်နိုင်တာမျိုးပါ။ တိတိကျကျ ပြောရရင် သူတို့တွေက အချင်းချင်း အမုန်းပွားနေကြတာပါ။ ခုဆိုရင် သူတို့တွေက အချင်းချင်း ပြိုင်ဆိုင်နေကြတာဖြစ်ပြီး တခြားလွယ်လွယ်ကူကူ ပြိုင်လို့ ရနိုင်တဲ့ လုပ်ငန်းငယ်လေးတွေလည်း မရှိတော့ပါဘူး။

ဂူးဂဲလ် ရိပ်မိတာတစ်ခုက သုံးစွဲသူတွေအနေနဲ့ အမှတ်တံဆိပ်တွေကို အင်တာနက်ပေါ်မှာ လိုက်ရှာနေတာမျိုးတွေ သိပ်မလုပ်တော့တာမို့ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်တွေရဲ့ ကျယ်ပြန့်မှု အခန်းကဏ္ဍတွေက ခေတ်ကုန်လုဖြစ်သွားပြီ ဆိုတာပါပဲ။ အဲဒါကလည်း အက်ပဲလ်လို ကုမ္ပဏီတွေကို အထိနာစေသလို အက်ပဲလ်ကိုယ်တိုင်က ဂီတနဲ့ ရုပ်ရှင်ထုတ်လုပ်ရေးတွေမှာ အမေဇွန်နဲ့ ပြိုင်ဆိုင်နေရပြီ ဆိုတာပါ။

အမေဇွန်က ဂူးဂဲလ်ရဲ့ အကြီးဆုံးဖောက်သည်တစ်ယောက် ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အမေဇွန်က ဂူးဂဲလ်အတွက် ပြိုင်ဘက်တစ်ယောက် ဖြစ်လာနေပါပြီ။ ရှာဖွေသူတွေအနေနဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတွေကို အမေဇွန်ရဲ့ ဝက်ဘ်ဆိုက်

ပေါ်မှာ ရှာဖွေတဲ့နှုန်းက ငါးဆယ်ငါးရာခိုင်နှုန်းလောက် ရှိနေပြီး ဂူးဂဲလ်လို ရှာဖွေရေးဆိုက်တွေမှာ ရှာဖွေနှုန်းက နှစ်ဆယ်ရှစ်ရာခိုင်နှုန်းလောက်ပဲ ရှိပါတော့တယ်။ ကျွန်တော်တို့ မျက်စိရှေ့မှာပဲ တီဗီတွေနဲ့ ဖုန်းတွေရဲ့ မျက်နှာပြင်တွေပေါ်မှာ အက်ပဲလ်နဲ့ အမေဇွန်တို့ရဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုတွေ ပြင်းထန်လာသလို အက်ပဲလ်နဲ့ ဂူးဂဲလ်ကလည်း ကျွန်တော်တို့ခေတ် စမတ်ဖုန်းတွေရဲ့ OS တွေပေါ်မှာ ပြင်းပြင်းထန်ထန် ပြိုင်ဆိုင်နေကြပါပြီ ဖြစ်ပါတယ်။

လက်ရှိအချိန်က အက်ပဲလ်ရဲ့ ဆီရီ (Siri) နဲ့ ဂူးဂဲလ်ရဲ့ (Alexa) တို့နှစ်ယောက် တစ်ယောက်ပဲ ကစားရမယ့် ကစားကွင်းထဲမှာ နှစ်ယောက် ဝင်ကစားနေကြတော့ တစ်ယောက်က မဖြစ်မနေ ထွက်ပေးရမယ့် ကိန်းပါပဲ။ အွန်လိုင်း ကြော်ငြာရှင်တွေ အတွက်ကတော့ စားပွဲတင်ကွန်ပျူတာတွေကနေ မိုဘိုင်းဖုန်းတွေပေါ်ကို ရောက်လာပြီးဖြစ်တဲ့ ဖွဲ့စည်းကမ်း ဂူးဂဲလ်ရဲ့ ကြော်ငြာဈေးကွက်ဝေစုကို လိုက်ယူနေပါပြီ။ နောက်လာမယ့် ဆယ်စုနှစ်တွေမှာ ကြီးထွားလာမယ့် နည်းပညာက Cloudနည်းပညာတွေ ဖြစ်နိုင်ပြီး အင်တာနက်ပေါ်မှာ ထားသိုစရာ နေရာတွေကို ရောင်းဝယ်နေကြမှာပါ။ တစ်ချိန်က မိုဟာမက်အလီနဲ့ ဂျိုးဖရေဇာနဲ့ အပြိုင်ထိုးကြသလိုပဲ အမေဇွန်နဲ့ ဂူးဂဲလ်တို့ကလည်း သူတို့ရဲ့ ကလောင် (cloud) တွေကို အပြိုင်မြှင့်တင်ရင်း မျက်နှာချင်းဆိုင် ထိုးသတ်ကြတော့မှာပါ။

အဲဒီလုပ်ငန်းကြီးလေးခုက ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ဘဝတွေကို အပြိုင်မောင်းနှင်ဖို့အတွက် တကယ့်ကို နင်လားငါလား ယှဉ်ပြိုင်ကြတော့မှာပါ။ နိုင်တဲ့သူအတွက်က ထရီလီယံချီတဲ့ ဒေါ်လာတွေအပြင် တန်ဖိုးမြင့်တက်လာမယ့် ရှယ်ယာတွေနဲ့ အင်အားကြီးကုမ္ပဏီဖြစ်လာပြီးတော့ သမိုင်းမှာ မရှိသေးတဲ့ လွှမ်းမိုးမှုတွေ ရရှိလာမှာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

ရှေ့ဆက်ပြီး ဘာတွေဆက်ဖြစ်လာနိုင်မလဲ

ဒီလုပ်ငန်းကြီးလေးခုကနေ ဖန်တီးပေးလိုက်တဲ့ ရွေးချယ်မှုတွေကို ဖမ်းဆုပ်နိုင်ဖို့ဆိုတာက သူတို့ လုပ်ငန်းတွေရဲ့အကြောင်းနဲ့ ဒစ်ဂျစ်တယ်ခေတ်မှာ သူတို့ဖန်တီးလိုက်တဲ့ တန်ဖိုးတွေကို နားလည်ထားမှ ဖြစ်မှာပါ။ ဒီစာအုပ်ရဲ့ ပထမပိုင်းတွေမှာ မြင်းစီးသမားလေးယောက် ရဲ့ တစ်ယောက်ချင်းစီ အကြောင်းတွေကို လေ့လာသွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ အဲဒီနောက် သူတို့ရဲ့ နည်းဗျူဟာတွေကို ခွဲခြမ်းလေ့လာသွားမှာ ဖြစ်ပြီး စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်၊

ခေါင်းဆောင်တွေအနေနဲ့ သူတို့ဆီကနေ သင်ယူနိုင်မယ့် သင်ခန်းစာတွေကို လေ့လာသွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

နောက်ပြီးတော့ သူတို့ကျင့်သုံးခဲ့တဲ့ စီးပွားရေးလမ်းစဉ်တွေနဲ့ ဘယ်လိုအချက်တွေကို သုံးပြီး ပြိုင်ဘက်တွေကို အလဲထိုးနိုင်ခဲ့တယ်ဆိုတာ တွေ့နဲ့ သူတို့ရဲ့ အားသာချက်တွေကို လေ့လာသုံးသပ်သွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့တစ်တွေ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ အတွင်းစိတ်ကို ဘယ်လိုရှာဖွေမောင်းနှင် နေပြီး ကြီးထွားပြီး ဘယ်လိုအကျိုးအမြတ်တွေ ရအောင် လုပ်နေတယ် ဆိုတာကို နားလည်နိုင်မယ့် စီးပွားရေးပုံစံသစ်တွေ ရှာဖွေ လေ့လာသွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့ရဲ့ ဈေးကွက်တွေကို ကာကွယ်ဖို့အတွက် ဘယ်လို အရံအတားတွေ သုံးပြီး ဖြစ်လာနိုင်ခြေရှိတဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေကို ကာကွယ်ဖို့ အတွက် သူတို့ရဲ့ အင်ပါယာကို တည်ဆောက်ထားသလဲ ဆိုတာကိုပါ တွေ့မြင်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သူတို့ မြင်းစီးသမားလေးယောက် ရဲ့ အပြစ် တွေကရော ဘာတွေဖြစ်မလဲ။ အစိုးရအဖွဲ့တွေနဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေကို ဘယ်လို ကစားကွက်တွေသုံးပြီး ဉာဏ်မူပိုင်ခွင့်တွေ ရယူထားတာလဲ ဆိုတာတွေကို လေ့လာသွားနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။



