

| | |
|---|----|
| ဖွံ့ဖြိုးနိုင်ငံများ၏ လက်ရှိစီးပွားရေး | ၁ |
| ပျက်အောင်ပြိုင်နေကြသောလုပ်ငန်းများ | ၄ |
| ၂၀၁၃ မှ ၂၀၁၅ အတွက် FDI | ၇ |
| ရေလာမြောင်းပေး စီးပွားရေး | ၁၀ |
| တိုးတက်မှုမှာ တည်ငြိမ်ဖို့တော့လိုပါသည်။ | ၁၃ |

| | |
|--|----|
| အခန်း (၁) လာမည့် ဆယ်စုနှစ်အတွက် ဈေးကွက်အခန်းကဏ္ဍ | ၁၇ |
| - ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းခွင်တွင် ကုန်ထုတ်စွမ်းအားထက်၊ ကုန်ထုတ်စွမ်းဆောင်ရည်ရှိရန် ပိုလိုအပ်လာခြင်း။ | ၂၁ |
| - လုပ်ငန်းအတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ထားရမည့် SWOT | ၂၄ |
| - ညောင်သီးလည်းစား ၊ လေးညို သံလည်းနားထောင်နိုင်ရမည်။ | ၂၇ |
| - ပြိုင်ဘက်ကိုသိမှပြိုင်နိုင်ပါမည်။ | ၂၈ |
| - လုပ်ငန်းခွင်နှင့်လိုက်ဖက်မည့် လုပ်ငန်းပတ်ဝန်းကျင်လိုပါသည်။ Scenario Planning | ၂၉ |
| - ငွေရှိရုံဖြင့်မပြီးသေး။ ဉာဏ်ရှိမှလုပ်ငန်းတိုးတက်လာပါမည်။ | ၃၁ |
| - ထုတ်ပြီးမှရောင်းမှာလား။ ရောင်းဖို့အတွက်ထုတ်မှာလား။ | ၃၃ |
| - မတူညီသောအပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဈေးကွက်များ။ | ၃၅ |
| - လက်ရှိထုတ်လုပ်နေသောထုတ်ကုန်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကိုပြန်လည်ဆန်းစစ်ခြင်း | ၃၇ |
| - အမြင်ပြောင်းသွားသည့် Marketing Mix | ၃၈ |
| - B2C မှ B2B သို့ | ၃၉ |
| - ဈေးကွက်အောင်နိုင်ရေးမဟာဗျူဟာများ Market Share - Winning Strategies | ၄၀ |

| | |
|--|----|
| အခန်း (၂) ကွက်ပျောက်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ | ၄၃ |
| - အဟောင်းကိုမသိလျှင် အသစ်ကိုလည်း တီထွင်ဖန်တီးနိုင်မည်မထင်။ | ၄၇ |
| - စားသုံးသူမြို့မှလုပ်ငန်းလည်းမြို့ရတော့မည်ခေတ် | ၅၁ |
| - ပြီးမပြတ်လျှင် ဆိုင်မဖွင့်ပါနှင့်။ | ၅၃ |

| | |
|---|----|
| အခန်း (၃) Grow by Developing a Powerful Brand | ၅၇ |
| - မြေချင်ရင်တော့ ကောင်းအောင်လုပ်ပါ။ | ၅၉ |
| - 3B၊ အတွက်မေးခွန်းများ။ | ၆၁ |
| - အားလုံးမှာ နာမည်တွေနဲ့ရည်းပါပဲ။ | ၆၃ |
| - Brand အတွက် အမည်။ | ၆၃ |
| - Brand - Logo - Slogan (1) | ၆၅ |

| | |
|---|----|
| - အပြောကတော့- ရွှေမန်း၊ အက-ကတော့ ချိုပိုင်ပိုင် | ၆၇ |
| - BRANDZ Model | ၆၈ |
| - BAV Model | ၇၀ |
| - Brand Equity | ၇၂ |
| - Crowdsourcing | ၇၄ |
| - နာမည်ကြီးဖို့မလိုပါ။ နာမည်ကောင်းဖို့သာလိုပါသည်။ | ၇၆ |

| | |
|--|-----|
| အခန်း (၄) Sales or Stale ရောင်းမှာလား။ ဟောင်းမှာလား။ | ၇၉ |
| - Henry Chesbrough | ၈၁ |
| - ကိုယ်မသွားရင် သူလာလိမ့်မည် | ၈၄ |
| - ရှေ့ကပြေးမှာလား နောက်ကလိုက်မှာလား | ၈၇ |
| - မိမိကိုယ်သာ ကိုးကွယ်ရာ (ကိုယ့်ဝမ်းနားကိုယ်သာသိ) | ၉၀ |
| - မြင်းကမလုပ်၊ ခုံကိုလုပ်ခိုင်းသောစီးပွားရေး | ၉၃ |
| - မွေးစားမှာလား ဆွဲစားမှာလား | ၉၆ |
| - Creative People လူစွမ်းလူစ ချီသူများ | ၉၈ |
| - ကာရိုက်တာ နှင့် ကွာလတီ | ၁၀၀ |
| - ပေါင်းစားရင် အရိုးမစူးဘူးဆိုသည့်တိုင် | ၁၀၄ |
| - မနိုင်သည့်ဝန်ကို မထမ်းတာအကောင်းဆုံး | ၁၀၇ |
| - ဦးကျောက်စားဖို့ ဦးကျောက်လိုတယ် | ၁၀၀ |
| - ကျေးဇူးရှင်စားသုံးသူ | ၁၀၃ |
| - စားသုံးကို သုံးစားနည်း (၇) နည်း | ၁၀၆ |
| - Invention နှင့် Innovation | ၁၀၉ |
| - A To F Process | ၁၂၂ |
| - ဖောက်ထွင်းဝိဇ္ဇာ | ၁၂၄ |
| - ပင်လယ်ပြာ မဟာဗျူဟာ Blue Ocean Strategy | ၁၂၇ |
| - အားလုံးရဲ့ ဝူပါတော့ဆိုတာ မဖြစ်နိုင်တော့ပါ | ၁၃၀ |
| - Lateral Marketing | ၁၃၃ |
| - တန်ဖိုးထားမှုတွေပြန်သုံးသပ်ဖို့လိုပြီ | ၁၃၅ |
| - ကုမ္ပဏီနဲ့ စွန့်ထွင်သူ | ၁၃၈ |

| | |
|---|-----|
| အခန်း (၅) အကြောင်းတော်၊ တောင်ပေါ်ရေစီး | ၁၄၁ |
| - SMEs နှင့် ပို့ကုန်လုပ်ငန်း Engaging In Export | ၁၄၆ |
| - တစ်ပြေးညီသဘောကို နားမလည်လျှင် အပြားခံရမည်ဖြစ်သည်။ | ၁၄၉ |
| - သူတို့လာမှာ သေခြာတယ် | ၁၅၂ |

| | |
|---|-----|
| - ဝိုးခိုသား | ၁၅၅ |
| - အုန်းပုတ်ခွတ်ဈေးကွက် | ၁၅၈ |
| အခန်း (၆) Merger တိုင်း Integration ဖြစ်လာပါ။ ပေါင်းတိုင်းမပြောင်းပါ။ | ၁၆၁ |
| - တစ်နွယ်ငင်ဈေးကွက် | ၁၆၆ |
| - မခေါ်ခင်က တော်ထူးချင်သောလုပ်ငန်းများ | ၁၆၉ |
| - ပေါင်းရင်းဖြင့် ပါသွားသောလုပ်ငန်းများ | ၁၇၂ |

| | |
|--|-----|
| အခန်း (၇) ခြေလှမ်းများ | ၁၇၅ |
| - လူတွေနှင့်စီးပွားရှာစားသောကြောင့်... CSR Corporate Social Responsibility | ၁၈၀ |
| - နာမည်ကောင်းမရသည့်တိုင် နာမည်ပျက်စာရင်းမဝင်မိဖို့လိုသည်။ | ၁၈၃ |
| - ညောင်ရေလောင်းလုပ်ငန်းများ | ၁၈၆ |
| - CSR သည် အလှူမဟုတ်ပါ။ | ၁၈၉ |

| | |
|--|-----|
| အခန်း (၈) လုပ်ငန်းများတိုးတက်ဖို့တွန့်ရက်များ | ၁၉၃ |
| - အစိုးရနှင့်စီးပွားရေး | ၁၉၈ |
| - ကုန်ကျသည့်စရိတ်ခြင်းအတုတူဖြစ်သည့်တိုင် | ၂၀၁ |
| - အစိုးရနှင့်ပညာရေး | ၂၀၄ |
| - ၂၀၁၄ တွင် ခေတ်စားလာမည့် ပီပီပီ Public-Private Partnerships | ၂၀၇ |
| - စီးပွားရေးထက် နိုင်ငံရေးကို ပိုအာရုံစိုက်ရတော့မည့် ၂၀၁၄ | ၂၀၀ |
| - ကောင်းတာလည်းရှိမယ်၊ ဆိုးတာလည်းရှိမယ်။ | ၂၁၃ |