

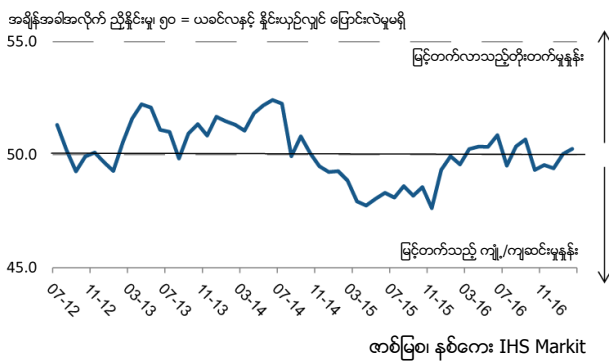
## နှစ်ကေး အာဆီယံ ထုတ်လုပ်မှု PMI™

### ASEAN ကုန်ထုတ်လုပ်မှု ကဏ္ဍ ဖေဖော်ဝါရီလတွင် မသိမသာ ကြီးထွားလာခဲ့ခြင်း

#### အရေးကြီးဆုံး အချက်များ-

- ထုတ်လုပ်မှု နှင့် အော်ဒါ အသစ်များ အနည်းအကျဉ်း တိုးလာခြင်း
- ထုတ်လုပ်မှု ဆိုင်ရာ ကုန်ကျစရိတ်များဖောင်းပွမှု ပိုမိုမြန်လာ၍ ကုမ္ပဏီများက ကုန်စျေးနှုန်းများကို ထပ်ပြီး မြှင့်တင်ခဲ့ခြင်း
- လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အကောင်းမြင်မှုမှာ ၃၂ လအတွင်း အနိမ့်ဆုံးမှာ ရှိနေခြင်း

#### နှစ်ကေး အာဆီယံ ထုတ်လုပ်မှု PMI



နှစ်၏ အစပိုင်းတွင် တန်ဖိုးရှိသည့် အာဆီယံ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု အခြေအနေများမှာ နှစ်ကေး အာဆီယံ ထုတ်လုပ်မှု ဝယ်ယူရေး မန်နေဂျာ၏ အညွှန်း (PMI™) နှင့်အညီ ဖေဖော်ဝါရီလထဲ အရှိန် ရလာခဲ့ပါသည်။

ဇန်နဝါရီလထဲ ၅၀.၀ ရှိခဲ့ရာမှ ဖေဖော်ဝါရီလမှာ ၅၀.၃ ရှိလာခြင်းသည် မသိသာသော်လည်း၊ ၂၀၁၆ ခုနှစ် စက်တင်ဘာလ နောက်ပိုင်းတွင် ပထမဦးဆုံး အကြိမ် တိုးတက်လာမှု ဖြစ်ပါသည်။ တိုးတက်မှု နှုန်းမှာ မသိသာခဲ့သော်လည်း၊ ထုတ်လုပ်မှု နှင့် အော်ဒါ အသစ်များ တိုးလာခြင်းက အညွှန်းကို မြင့်တက်လာရန် ပံ့ပိုးခဲ့ကြသည့်သဘောပင်ဖြစ်သည်။ အာဆီယံ နိုင်ငံများ အများစုထဲတွင်၊ အင်ဒိုနီးရှား၊ မလေးရှား နှင့် စင်ကာပူတို့မှလွဲပြီး၊ လုပ်ငန်း အခြေအနေများ ပိုကောင်းမွန်လာခဲ့ပါသည်။

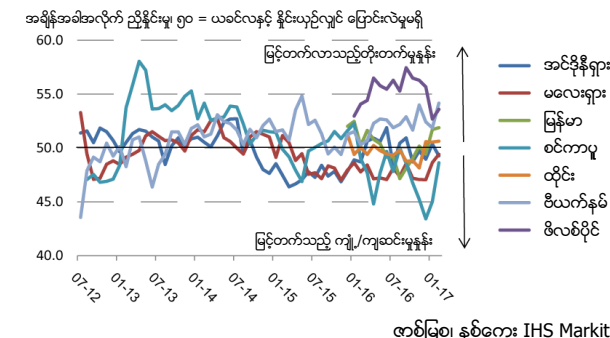
ဗီယက်နမ်သည် ဖေဖော်ဝါရီလထဲတွင် အတိုးတက်ဆုံးအဖြစ် မှတ်တမ်းတင်ခဲ့ပြီး ၂၁-လ အတွင်းမှာ အကောင်းဆုံး တိုးတက်မှုကို ပြသခဲ့သည့်အလျောက် တိုးတက်မှု အကောင်းဆုံး နိုင်ငံအဖြစ် ဖိလစ်ပိုင်၏ နေရာကို ဝင်ယူခဲ့ပါသည်။ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတွင် ကုန်ထုတ်လုပ် ကြသူတို့သည် အသင့်အတင့် တိုးတက်အောင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့ကြသော်လည်း၊ ၂၀၁၆ တစ်နှစ်လုံး အတွက် ပျမ်းမျှနှင့် စာလျှင် နိမ့်ကျနေပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံက မသိမသာ ပိုအားကောင်းလာသည့်နှုန်းဖြင့် မှတ်တမ်း တင်ခဲ့ချိန်မှာ ထိုင်းနိုင်ငံ၏

ကုန်ထုတ်လုပ်မှု ကဏ္ဍသည်လည်း အနည်းငယ်မျှသာ တိုးတက်လာခဲ့ပါသည်။ တချိန်တည်းတွင်၊ မလေးရှား နှင့် စင်ကာပူက ဆုတ်ယုတ်မှု နှုန်း ကျဆင်းလာကြောင်း ပြသခဲ့ကြကာ အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံကမူ ပြန်လည် ဆုတ်ယုတ်မှုဆီ ဦးတည်လာခဲ့ပါသည်။

#### ထုတ်လုပ်မှု PMI™ အရ နိုင်ငံများ၏ အဆင့်များမှာ- ဖေဖော်ဝါရီလ

ဗီယက်နမ်	၅၄.၂	၂၁-လ မြင့်
ဖိလစ်ပိုင်	၅၃.၆	၂-လ မြင့်
မြန်မာ	၅၁.၉	၁၃-လ မြင့်
ထိုင်း	၅၀.၆	မပြောင်းလဲ
မလေးရှား	၄၉.၄	၂၁-လ မြင့်
အင်ဒိုနီးရှား	၄၉.၃	၂-လ နိမ့်
စင်ကာပူ	၄၈.၆	၅-လ မြင့်

#### တစ်ချိုးသားလုံးဆိုင်ရာ စက်မှုကုန်ထုတ်လုပ်ငန်း PMI



နိုင်ငံများအလိုက် PMI ဒေတာက စစ်တမ်းထဲတွင် ပါဝင်ကြသည့် ခုနှစ်နိုင်ငံ ထဲမှ လေးနိုင်ငံတွင် ကုန်ထုတ်လုပ်ရေး အခြေအနေများ တိုးတက်လာကြောင်း တွေ့နိုင်ပါသည်။ အင်ဒိုနီးရှား နိုင်ငံ၏ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု နှင့် အော်ဒါ အသစ်များ နှစ်ခုစလုံးဖေဖော်ဝါရီလတွင် ထပ်မံကျဆင်းခဲ့မှုကြောင့် ဇန်နဝါရီလတွင် တိုးတက်မှုရှိလာသည့် ငါးနိုင်ငံအဖြစ်မှ တစ်နိုင်ငံ လျော့သွားခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။

အားကောင်းသည့် ပြည်တွင်းမှ ဝယ်ယူအားဖြင့် အာဆီယံ၏ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု တိုးတက်လာခြင်းကို မောင်းနှင်ပေးခဲ့ပြီး ပြည်ပသို့ ရောင်းချမှု အသစ်များ ရှေ့ဆက် ကျဆင်းခဲ့သည့် တိုင်အောင် စုစုပေါင်း လုပ်ငန်း အသစ်များမှာ ဆက်ပြီး တိုးလာခဲ့ပါသည်။

ဖောက်သည်များဘက်မှ ဝယ်ယူအား ပိုကောင်းမွန်လာခြင်းက ဒေသ တစ်ရပ်လုံးတွင် ဝယ်ယူရေး လုပ်ငန်းများ ငါးလအထိ တိုးတက်လာအောင် ပထမဦးဆုံး အကြိမ် အထောက်အကူပြု ခဲ့ပါသည်။ ယင်းတချိန်တည်းမှာ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု ကြီးထွားလာခြင်းက ကုန်ချော လက်ကျန်သိုလှောင်မှုမဟာက ပိုတိုးလာခဲ့ပါသည်။ ထုတ်လုပ်မှု အကြို

သို့လျှောက်ထားသည့် ကုန်စည်ပမာဏ အနည်းအများမှာ ကျယ်ပြန့်စွာ တည်ငြိမ်နေခဲ့ပါသည်။

ထုတ်လုပ်မှု နှင့် လုပ်ငန်း အသစ်များ ရှေ့ဆက်ပြီး တိုးရလာခဲ့သည့် တိုင်အောင်၊ အလုပ်နေရာသစ် (အလုပ်အကိုင်)များမှာ ဖေဖော်ဝါရီလတွင် ကျယ်ပြန့်စွာ တန်လျက် ရှိနေခဲ့ပါသည်။ သို့သော်လည်း လက်ကျန် အလုပ်များ ရှေ့ဆက်ပြီး ကျဆင်းလာမှုက ယင်းကိုထောက်ပြနေသလို ကုန်ထုတ်လုပ်မှု စွမ်းဆောင်ရည်အပိုင်းအတွက် ဖိအားများ မရှိသေးကြောင်း နောက်ဆုံး ဒေတာများက ညွှန်ပြနေကြပါသည်။ ကုန်ကျစရိတ်များ တိုးလာနေခြင်းကို အာဆီယံ နိုင်ငံများ တလျှောက်မှာ ဆက်ပြီး မှတ်တမ်း တင်ခဲ့ကြရာ၊ ငွေကြေးဖောင်းပွမှု နှုန်းမှာ သုံးနှစ် အတွင်း အမြင့်ဆုံး ဖြစ်လာခဲ့သည်။ ပါဝင်ဖြေကြားခဲ့သူ အများစုက ထောက်ပြခဲ့ကြသည့် အတိုင်းဆိုလျှင်၊ ဒေသခံ ငွေကြေးများ ဈေးကျလာကာ ကုန်ကြမ်းများ ဈေးကြီးလာခြင်းက စရိတ်စကများ မြင့်တက်လာခြင်း၏ အဓိက အကြောင်းရင်းများ ဖြစ်ခဲ့ကြပါသည်။ စစ်တမ်းထဲ အကျုံးဝင်သည့် နိုင်ငံများ အားလုံးတွင် ငွေကြေး ဖောင်းပွမှုကို ကြိုခွဲရသော်လည်း၊ မလေးရှား နိုင်ငံမှာ ထုတ်လုပ်မှု စရိတ်များ စံချိန်တင် မြင့်တက်လာခဲ့ပါသည်။ စစ်တမ်းထဲ ပါဝင်ခဲ့ကြသူတို့က ရင်းကစ်ငွေ တန်ဖိုးကျမှုကို အဓိက အကြောင်းရင်း တစ်ရပ်အဖြစ် ထောက်ပြခဲ့ကြသည်။

ထုတ်လုပ်မှု စရိတ်များ၏ ဝန်ထုပ် သိသိသာသာကြီး မြင့်တက်လာမှုက ထုတ်လုပ်သူတို့အား ၎င်းတို့၏ ရောင်းဈေးများကို ပိုမိုမြန်ဆန်စွာ မြှင့်တင်ပေးရန် တွန်းအားပေးခဲ့သည့် သဘောပင်ဖြစ်ပါသည်။ ခြုံငုံပြောရလျှင်၊ အာဆီယံ နိုင်ငံများတွင် ထုတ်လုပ်ရေး စရိတ်စကများမှာ ၂၀၁၅ ခုနှစ် အောက်တိုဘာ နောက်ပိုင်းမှာ အမြန်ဆုံး နှုန်းဖြင့် မြင့်တက် လာခဲ့ပါသည်။ အကျုံးဝင်သည့် နိုင်ငံများ အားလုံးမှ ရောင်းဈေး ပိုမိုမြင့်မားလာကြောင်း အစီရင်ခံခဲ့ကြရာ၊ မလေးရှား နိုင်ငံတွင် မြင့်တက်မှုမှာ အမြန်ဆုံး ဖြစ်ခဲ့ပါသည်။

ပစ္စည်းပေးသွင်းကြသူတို့၏ လုပ်ကိုင်မှု အခြေအနေမှာ ဖေဖော်ဝါရီလတွင် မသိမသာ ဆုတ်ယုတ်လာခဲ့ရာ၊ ဝယ်ယူရေး လုပ်ငန်းများ တိုးတက်လာခြင်းကြောင့် တစ်စိတ်တစ်ဒေသ ဖြစ်ခဲ့ပါသည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ၊ စစ်တမ်းထဲ ပါဝင်ကြသည့် ခုနှစ်နိုင်ငံ အနက် သုံးနိုင်ငံထဲမှာသာ လုပ်ငန်း ပြီးဆုံးမှု အချိန် ပိုကြာလာခြင်းကို မှတ်တမ်း တင်ခဲ့ကြသည်။

အနာဂတ်နှင့် ပတ်သက်ပြီး ပြောရပါက၊ အာဆီယံ ကုန်ထုတ်လုပ်ကြသူတို့ အကြားတွင် လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ မျှော်လင့်ချက်များမှာ သမိုင်းလာ ပျမ်းမျှထက် နိမ့်ကျလာကာ ၃၂ လအတွင်းမှာ အနိမ့်ဆုံး ဖြစ်ခဲ့ပါသည်။ နိုင်ငံအလိုက် PMI ဒေတာကို ဆန်းစစ်ကြည့်လျှင် ဒေသထဲက နိုင်ငံများ၏ အနာဂတ်ဆိုင်ရာ မျှော်လင့်ချက်များမှာ သိသိသာသာ ကွဲပြားနေသည်ကို တွေ့မြင်နိုင်ပါသည်။

**သုံးသပ်ချက်-**

အာဆီယံ ထုတ်လုပ်ရေး PMI စစ်တမ်း ဒေတာကို သုံးသပ်ရာတွင်၊ စစ်တမ်းကို ပြုစုပေးသည့် IHS Markit မှ **စီးပွားရေး ပညာရှင် Bernard Aw** ပြောကြားခဲ့သည်မှာ-

"ခြုံငုံပြီးပြောရပါက၊ အာဆီယံဒေသတွင်း ကုန်ထုတ်လုပ် ကြသူတို့သည် ၂၀၁၅ ခုနှစ် အစပိုင်းတွင် နှေးကွေးစွာ စတင်ခဲ့ကြသည့် နောက်လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အခြေအနေ တစ်ရပ်လုံးမှာ အသစ်တဖန် တိုးတက် လာနေကြောင်းကို ညွှန်ပြနေပါသည်။ အာဆီယံဒေသတွင်းရှိ နိုင်ငံ အများစုတို့မှာ သိသာသည့် တိုးတက်မှုများကို မြင်တွေ့နိုင်ခဲ့ပါသည်။ သို့သော်၊ နိုင်ငံများမှ ကုန်ထုတ်လုပ်ရေး လုပ်ငန်းများသည် ကွဲပြားသည့် နှုန်းများဖြင့် တိုးတက်လာခဲ့ကြပါသည်။

"အာဆီယံဒေသတွင်း ကုန်ထုတ်လုပ်သူတို့ အကြားမှာ လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ယုံကြည်မှုများ သိသိသာသာကြီး ကွဲပြားနေခြင်းက ထိုအချက်ကို ထင်ဟပ်နေစေပါသည်။ ဖိလစ်ပိုင်၊ အင်ဒိုနီးရှား နှင့် ဗီယက်နမ် နိုင်ငံများထဲရှိ ကုန်ပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ် ပေးကြသူတို့က လာမည့် ၁၂-လအတွက် အကောင်းမြင်နေ ကြချိန်မှာ၊ ထိုင်း၊ မလေးရှား နှင့် မြန်မာနိုင်ငံများမှာမူ အကောင်းမြင်မှု အဆင့် သိသိသာသာကြီး နိမ့်ကျနေပါသည်။ လာမည့် တစ်နှစ်ကာလဆိုင်ရာ ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ပတ်သက်ပြီး အဆိုးမြင်မှုကို ထုတ်ဖော်ခဲ့သည်မှာ စင်ကာပူ နိုင်ငံထဲမှ လုပ်ငန်းရှင်များသာ ဖြစ်ခဲ့ကြပါသည်။

"တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအားဖြင့်၊ အာဆီယံ ထုတ်ကုန်များ အတွက် ဝယ်လိုအား သိသိသာသာ ကျဆင်းလာမှုက၊ အထူးသဖြင့် ကြီးထွားမှု အတွက် ပြည်ပမှ ဝယ်လိုအားကို အားကိုးကြရသည့် နိုင်ငံများအတွက် ဆိုလျှင်၊ ယုံကြည်မှု ကွဲပြားခြင်းကို ရှင်းပြနိုင်ပါသည်။ မကြာမီတုန်းက ဒေသခံ ငွေကြေးများ ဈေးကျလာခြင်းက နိုင်ငံခြားမှ ဝယ်လိုအားကို မြှင့်တင် မပေးနိုင်ခဲ့သည့် အပြင် ကုန်ကျစရိတ်များ မြင့်မားလာစေသည့် အခြေအနေမျိုးကို ဖန်တီး ပေးခဲ့ပါသည်။

"လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ကုန်ကျစရိတ်များ မြင့်တက်လာခြင်းမှာ အာဆီယံ ကုန်ထုတ်လုပ်ကြသူတို့ အတွက် အဓိက စိုးရိမ်စရာ အချက်အဖြစ် ရှိမြဲရှိနေကာ၊ ဖြစ်နိုင်လျှင် ၎င်းတို့သည် ထုတ်လုပ်မှု စရိတ် ကြီးမြင့်လာမှု အချို့ကို ဖောက်သည်များ အပေါ်သို့ လွှဲပြောင်းပေးရန် အားထုတ်လိုကြပါသည်။ သို့သော် ထုတ်လုပ်မှု စရိတ်များ ဖောင်းပွလာနေခြင်းမှာ ထုတ်လုပ်သူတို့ တောင်းဆိုကြသည့် ဈေးနှုန်းများထက် မြန်ဆန်စွာ မြင့်တက်လာနေကြရာ၊ ရရှိနိုင်သည့် အမြတ်အစွန်းများမှာ နည်းနည်း လာနေပါသည်။

"မူဝါဒရေးရာနှင့် ပတ်သက်ပြီး ပြောရလျှင်၊ ငွေကြေး ဖောင်းပွမှု မြင့်တက်လာခြင်းက အာဆီယံ ဗဟိုဘဏ် များထံမှ ငွေကြေးဆိုင်ရာ ဖြေတောင် ဖြောက်ပေးမှုများကို ချမှတ်ပေးရန် ပိုပြီး တောင်းဆို လာနိုင်ပါသည်။ သို့ဖြစ်၍ အာဆီယံ နိုင်ငံအချို့ထံ တွေ့မြင်ခဲ့ရပြီ ဖြစ်သလို တိုးတက်မှုကို အားပေးနိုင်မည့် ငွေကြေးဆိုင်ရာ မူဝါဒကို ချမှတ်လာကြမည်ဟု ယူဆစရာ ရှိနေပါသည်။"

-ပြီးဆုံးပါပြီ-

## နစ်ကေး အာဆီယံစက်မှုကုန်ထုတ်လုပ်ငန်း PMI™ ညွှန်းကိန်း အစီအရင်ခံစာ ကို NIKKEI က ကူညီပံ့ပိုးပါသည်။

နစ်ကေး (Nikkei) သည် မီဒီယာအဖွဲ့အစည်းတစ်ခုဖြစ်ပြီး သတင်းစာထုတ်လုပ်ဖြန့်ချိသည့်လုပ်ငန်းကို အဓိကလုပ် ဆောင်သည်။ ကျွန်ုပ်တို့၏ အဓိကနေ့စဉ်ထုတ်သတင်းစာကို မာယူသုဦးရေးမှာ ၃ သန်းခန့်ရှိသည်။ ယင်းအပြင် နစ်ကေး (Nikkei) ၏ သတင်းမျိုးစုံဖြန့်ဖြူးမှုတွင် အွန်လိုင်း၊ ရုပ်သံနှင့်မဂ္ဂဇင်းများ ပါဝင်သည်။

ဤနှစ်သည် နစ်ကေး (Nikkei) ၏ လုပ်ငန်းတည်ထောင်မှု ၁၄၀ နှစ်ပြည့်မြောက်သည့်နှစ်ဖြစ်သည်။ ၁၈၇၆ခုနှစ် ပြည်တွင်း နှင့် နိုင်ငံခြား ပစ္စည်းဈေးနှုန်းများ ဖော်ပြသည့် Chugai Bukka Shimpo စာစောင် စတင်ထုတ်ဝေစေ ကတည်းက မျှတမှုနှင့် ဘက်မလိုက်မှုမပါဘဲ အဆင့်အတန်းမြင့်မားသော သတင်းများကို အစဉ်တစိုက် ထုတ်ပြန်ပေးခဲ့ပါသည်။ ပြည်တွင်း ပြည်ပတွင် Nikkei အမှတ်တံဆိပ်မှာ ယုံကြည်စိတ်ချရမှု အမှတ်တံဆိပ် ဖြစ်လာပါသည်။

နစ်ကေး (Nikkei Inc.) သည် စာဖတ်သူများ၏ မတူကွဲပြားသော လိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်ဆည်းပေးရန် မီဒီယာ နည်းလမ်းမျိုးစုံဖြင့် ဝန်ဆောင်မှု ပေးနေပါသည်။ ယင်းတို့အနက် အဓိကလုပ်ငန်းမှာ The Nikkei ဖြစ်၍ ခန့်မှန်းခြေဖြန့်ချိမှုအရေအတွက် ၃သန်းခန့်ရှိပါသည်။ ကျွန်ုပ်တို့ဝန်ဆောင်မှုများ ပိုမိုကောင်းမွန်မှုမှာ တန်ဖိုးမြင့်သော အချက်အလက်များပေးခြင်းနှင့် တိုးတက်ကောင်းမွန်သော ဒီဂျစ်တယ်နည်းပညာကို အသုံးပြုခြင်း တို့ဖြစ်ပါသည်။ ၂၀၁၀ ခုနှစ်တွင် စတင်ခဲ့သော Nikkei Online Edition ကို ငွေပေးမှာယူဖတ်ရှုသူမှာ ယခုဆိုလျှင် ၄ သိန်းကျော်သွားပြီ ဖြစ်ပါသည်။ ကမ္ဘာပေါ်ရှိ သတင်းစာထုတ်ဝေသူများ အားလုံးကြားတွင် အကြောင်းငွေပေး၍ မာယူဖတ်ရှုရသည့် Nikkei၏ အွန်လိုင်း ဝန်ဆောင်မှုမှာ သတင်းစာ စာဖတ်ပရိတ်သတ်အများဆုံးအနက်မှ တစ်ခုအပါအဝင် ဖြစ်သည်။ စတင် ထုတ်ဝေခဲ့သည့် အချိန်မှ ၅ နှစ်တာ ကာလ အကြာတွင် ပုံမှန်သတင်း ထုတ်ဝေနေသည့် အနေအထားမှ ဖတ်ရှုသူများ၏ အသက်မွေးလုပ်ငန်းဘဝ တိုးတက်စေရန် အထောက်အပံ့ပေးနိုင်သည့် အွန်လိုင်း စာစောင်အဖြစ် ပြောင်းလဲ ရပ်တည် နိုင်ခဲ့ပါသည်။

၂၀၁၃ ခုနှစ်တွင် Nikkei Asian Review ကိုစတင်ထုတ်ဝေခဲ့ပြီး အင်္ဂလိပ်ဘာသာဖြင့် ထုတ်ဝေသည့် သတင်း ဝန်ဆောင်မှုဖြစ်ကာ Online နှင့် အပတ်စဉ် ပုံနှိပ်မဂ္ဂဇင်း ဖြစ်ပါသည်။ နောင်နှစ်တွင် အာရှအတွက် သတင်းအယ်ဒီတာ ဌာနချုပ်ကို အာရှစီးပွားရေးဆိုင်ရာ သတင်းလွှမ်းခြုံမှုကို ပိုမို ထိရောက်စေရန် ဘန်ကောက်တွင် တည်ထောင် ဖွင့်လှစ်ခဲ့ပါသည်။ ၎င်းပြင်အာရှအတွင်း ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ပြင်ပ၌ ရှိသည့် သတင်းထောက်များ ဦးရေကို နှစ်ဆ မြင့်မား လာစေပါသည်။ ၂၀၁၄ ခုနှစ်တွင် ဒေသတွင်း နစ်ကေး (Nikkei) အမှတ်တံဆိပ် တံဆိပ်ပိုမို တွင်ကျယ်လာစေရန် ဆောင်ရွက်ရေးအတွက် စင်္ကာပူနိုင်ငံတွင် ကုမ္ပဏီ အသစ် Nikkei Group Asia Pte ကို စတင်ဖွင့်လှစ်ခဲ့ပါသည်။ ကျွန်ုပ်တို့၏ ရည်မှန်းချက်မှာ Nikkei ကို အာရှတွင် ဦးဆောင် သတင်းမီဒီယာ ဖြစ်လာစေရန် ဖြစ်ပါသည်။

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

## NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

အာရှအကြောင်းကို အတွင်းအပြင်မှ လေ့လာသိရှိနိုင်စေသည့် တစ်ခုတည်းသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသတင်း ထုတ်ဝေမှုကို မိတ်ဆက်အသိပေးခြင်း

ဒေသတစ်လွှား အခြားစီးပွားရေးသတင်းထုတ်ဝေမှုထက် ပိုမိုများပြားသည့် သတင်းထောက်များ၊ ပံ့ပိုးသူများနှင့် Nikkei Asian Review က အာရှ၏ စီးပွားရေးမြင်ကွင်းကို ပုံဖော်ပေးပါသည်။

ပုံနှိပ်စာအုပ်၊ Online ၊ Mobile phone နှင့် Tablet ဆက်သွယ်ရေးပစ္စည်းများမှ တဆင့် ရရှိနိုင်သော Nikkei Asian Review ကို မာယူဖတ်ရှု၍ နောက်ဆုံးရသတင်းများ၊ ဆန်းစစ်ချက်များ၊ လေ့လာတွေ့ရှိချက်များကို အချိန်နှင့် တစ်ပြေးညီ သိရှိနိုင်ရန်။



**Asia 300 အာရှ၏ ထိပ်တန်း ကုမ္ပဏီ ၃၀၀ အကြောင်း:**  
အာရှရှိနိုင်ငံနှင့်ဒေသ (၁၁)ခုရှိ ဦးဆောင် ကုမ္ပဏီ ၃၀၀ကို လွှမ်းခြုံဖော်ပြပြီး Nikkei သည် ဒေသရှိကုမ္ပဏီများ၏ စီးပွားရေးနှင့် ဘဏ္ဍာရေးသတင်းအချက်အလက် (Data base)ကို အခြေခံကာ သတင်းပေးပို့မှုကို မြှင့်တင်ခြင်းဖြင့် အာရှကော်ပိုရေးတီ သတင်းများအတွက် အကြီးမားဆုံးသောဌာန ဖြစ်လာစေရန် Nikkei Asian Review က ရည်မှန်းပါသည်။

**ယနေ့ ဂျပန်**  
ဂျပန်နိုင်ငံမှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှင့် သတင်းများနှင့်အတူ အချိန်နှင့် တစ်ပြေးညီရှိစေရန်

**ရှုမြင်ချက်များ**  
ကျွန်ုပ်တို့၏ အထူးချွန်ဆုံး စာရေးဆရာများရေးသားသည့် " Tea Leaves " ကော်လံသတင်းအပါအဝင် အာရှအပေါ် မြင့်မားသည့် ခံစားရှုမြင်ချက်များအာ တစ်ကမ္ဘာလုံးမှ ရယူနိုင်ရန်

**နိုင်ငံရေးနှင့် စီးပွားရေး**  
ဘဏ္ဍာရေးနှင့် ငွေရေးကြေးရေးမူဝါဒ ၊ နိုင်ငံတကာကိစ္စရပ်များအား သိရှိရန်နှင့် ပိုမိုလေ့လာရန်

**ဈေးကွက်များ**  
ဒေသတွင်းရှိ အလျင်အမြန်တိုးတက်လာသော ကဏ္ဍအချို့နှင့် ပတ်သက်၍ အချိန်နှင့် တပြေးညီသိရှိနိုင်ရန် အတွက် အသေး စိတ်လုပ်ငန်း သတင်းများနှင့်အတူ အလေးအနက်ဈေးကွက်ဆန်းစစ်ချက်ပြုခြင်း

**ဗီဒီယို**  
အက်မြတ် ပညာရှင်များ၏ သုံးသပ်ချက်များ၊ ထိပ်တန်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များနှင့် အင်တာဗျူးများ ကို ကြည့်ရှုနိုင်ပါသည်။

**ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်း** အာရှ၏ အကောင်းဆုံး စီးပွားရေး သတင်း နှင့် သုံးသပ်ချက်များ ပါဝင်သော နစ်ကေး အာရှ သုံးသပ်ချက် စာစောင် အား လူကြီးမင်း၏ အိမ် (သို့) ရုံးသို့ အပတ်စဉ် ပို့ပေးနေပါမည်။

### ပိုမိုသိရှိလိုပါက ကျေးဇူးပြု၍ဆက်သွယ်ရန်

#### IHS Markit (About PMI and its comment)

Bernard Aw, Economist  
Telephone +65-6922-4226  
Email [bernard.aw@ihsmarkit.com](mailto:bernard.aw@ihsmarkit.com)

Jerrine Chia, Marketing and Communications  
Telephone +65-6922-4239  
E-mail [jerrine.chia@ihsmarkit.com](mailto:jerrine.chia@ihsmarkit.com)

#### Nikkei inc. (About Nikkei)

Ken Chiba, Deputy General Manager, Public Relations Office  
Atsushi Kubota, Manager, Public Relations Office  
Telephone +81-3-6256-7115  
Email [koho@nex.nikkei.co.jp](mailto:koho@nex.nikkei.co.jp)

### အယ်ဒီတာထံသို့ မှတ်စုများ

အာဆီယံ စက်မှုကုန်ထုတ်လုပ်ငန်း PMI® (ဝယ်ယူရေးမန်နေဂျာများ၏ အညွှန်းကိန်း®)ကို IHS Markit ကပြုစုထုတ်ဝေ၍ ၎င်းအညွှန်းကိန်းမှာ စက်မှုကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းပေါင်း ၂၀၀ ဝန်းကျင်၏ ကိုယ်စားပြု Panel အဖွဲ့ထံမှ ကောက်ယူစုစည်းရရှိသည့် စစ်တမ်းမူလကိန်းဂဏန်းများကို အခြေခံထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။ အမျိုးသားအဆင့်ကိန်းဂဏန်းများတွင် အင်ဒိုနီးရှား၊ မလေးရှား၊ မြန်မာ၊ ဖိလစ်ပိုင် နှင့် စင်စင်စင်စင်များ ဆိုင်ရာကိန်းဂဏန်းများပါဝင်ပါသည်။ အတူတကွ ပေါင်းစည်းပါက ဤနိုင်ငံများသည် အာဆီယံစက်မှုကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းလုပ်ဆောင်ချက်၏ ခန့်မှန်းခြေ ၉၈% ရှိပါသည်။

ဝယ်ယူရေးမန်နေဂျာများ၏ အညွှန်းကိန်း (PMI) ၏ စစ်တမ်းဆိုင်ရာနည်းပညာမှာ ရောင်းချမှု၊ အလုပ်အကိုင်၊ ကုန်ပစ္စည်းလက်ကျန်နှင့် ဈေးနှုန်းများစသည့် ကိန်းရင်းများကို ထက်ကြပ်မကွာ စူးစမ်းခြင်းဖြင့် ပုဂ္ဂလိကစီးပွားရေးကဏ္ဍတွင် အမှန်တကယ်ဖြစ်ပျက်နေသည့် အခြေအနေကို အချိန်နှင့်တစ်ပြေးညီ အဖြစ်နိုင်ဆုံး ညွှန်ပြပေးသည့် ထင်ရှားသော ဂုဏ်သတင်းကို မြင့်တက်လာစေ ပါသည်။ ညွှန်ကိန်း များကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ဘဏ္ဍရေးဆိုင်ရာ အဖွဲ့အစည်းများရှိ စီးပွားရေးဆန်းစစ်သူများက စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအခြေအနေများကို ပိုမိုနားလည် သဘော ပေါက်ရန် နှင့်ကော်ပိုရိတ်နှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု မဟာဗျူဟာကို ထိန်းကျောင်းရန်အတွက် ကျယ်ပြန့်စွာ အသုံးပြု ကြပါသည်။အတိအကျအားဖြင့် နိုင်ငံများစွာရှိ ဗဟိုဘဏ်များ (ဥပမာ ဗဟိုဘဏ်အပီအေ) သည် ၎င်းကိန်းဂဏန်းများကို အတိုးနှုန်းဆိုင်ရာ ဆုံးဖြတ်ချက်များ ချမှတ်ရာတွင် အထောက်အကူ ဖြစ်စေရန် အသုံးပြုကြပါသည်။ PMIစစ်တမ်းများမှာ လစဉ်ထုတ်ဝေ ဖြန့်ချိသည့် စီးပွားရေး အခြေ အနေများဆိုင်ရာ ပထမဆုံးသောညွှန်းကိန်းများဖြစ်ပါသည်။ သို့ဖြစ်ပါ၍ အစိုးရဌာန အဖွဲ့အစည်းများက ပြုစုထုတ်ဝေသည့် နှိုင်းယှဉ်သော ကိန်းဂဏန်းများထက် ၎င်းတို့ကို ကြိုတင်ဦးစွာ ရရှိနိုင် ပါသည်။

IHS Markit သည် အရေးကြီးသော စစ်တမ်းကိန်းဂဏန်းများကို ပထမအကြိမ်ထုတ်ဝေဖြန့်ချိ ပြီးနောက် ပြန်လည်ပြုပြင်ခြင်း မရှိပါ။ သို့သော် အချိန်အခါအလိုက် ညှိနှိုင်းထားသော အချက်အလက်များကို မကြာခင်က သင့်လျော်သလို ပြုပြင်နိုင်ပါသည်။ ဤလုပ်ငန်းက အချိန်အခါအလိုက် ညှိနှိုင်းပြီး အစဉ်တစိုက် ထုတ်ပြန်သော ကိန်းဂဏန်းများအား ထိခိုက်နိုင်ပါသည်။ အရေးကြီးသော (ညှိနှိုင်းထားခြင်းမရှိသော)အခြေအတွက် စာရင်းများနှင့် ဆက်စပ်သည့် အချိန်ကာလအလိုက်ကိန်းဂဏန်းများ၊ ပထမအကြိမ်ထုတ်ဝေသည့် အချိန်အခါအလိုက်ညှိနှိုင်းထုတ်ပြန်သည့် ကိန်းဂဏန်းများနှင့် ဆက်တိုက်ပြုပြင်ထားသော ကိန်းဂဏန်းများကို မှာယူသူများသည် Markitမှ ရရှိ နိုင်ပါသည်။ကျေးဇူးပြု၍ [economics@ihsmarkit.com](mailto:economics@ihsmarkit.com) နှင့်ဆက်သွယ်ပါ။

#### IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) မှာ ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများလည်ပတ်စေရန် ဆောင်ရွက်နေသည့် အဓိက လုပ်ငန်းများနှင့် ဈေးကွက်များအတွက်အရေးကြီးသည့် သတင်းအချက်အလက်၊ သုံးသပ်ချက်များ၊ ဖြေရှင်းမှု များတွင် ကမ္ဘာ့ဦးဆောင်မှုပေးသည့် အဖွဲ့အစည်းတစ်ရပ်ဖြစ်ပါသည်။ ကုမ္ပဏီသည်လာမည့် မျိုးဆက် သတင်း အချက်အလက်၊ သုံးသပ်ချက်များနှင့် ဖြေရှင်းမှုများကို စီးပွားရေးဘဏ္ဍာရေးနှင့် အစိုးရအုပ်ချုပ်ရေးဆိုင်ရာ ဖောက်သည် များကို ဖြန့်ဝေ ပေးပြီး ၎င်းတို့၏ လုပ်ငန်းဆိုင်ရာစွမ်းရည်ထက်မြက်မှုကို မြှင့်တင်ပေးပါသည်။ ၎င်းပြင် အလေးအနက် သိမြင်နားလည်စေကာ ပြည့်စုံသည့် သတင်းအချက်အလက်နှင့် နိုင်ငံမာသော ဆုံးဖြတ်ချက်များကို ဖြစ်ပေါ် စေပါသည်။ IHS Markit မှာအဓိကစီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှင့် အစိုးရအုပ်ချုပ်ရေးဆိုင်ရာ ဖောက်သည် ၅ သောင်း ကျော် ရှိပြီး Fortune Global 500 နှင့် ကမ္ဘာ့ဘဏ္ဍာရေး ဦးဆောင်အဖွဲ့အစည်းများ၏ ၈၅% ပါဝင်ပါသည်။ လန်ဒန်မြို့တွင် ဌာနချုပ်ရုံးစိုက်ပြီး IHS Markit သည် အကျိုးအမြတ်ရှိ၍ စဉ်ဆက်မပြတ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို ဆောင်ရွက် လျက်ရှိပါသည်။

IHS Markit သည် IHS Markit Ltd ၏ မှတ်ပုံတင်ထားသော မူပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ဖြစ်ပါသည်။ အခြားသော ကုမ္ပဏီနှင့်ကုန်ပစ္စည်းများမှာ သက်ဆိုင်ရာ ပိုင်ဆိုင်သူများ၏ 2017 IHS Markit Ltd မူပိုင်လုပ်ငန်း အမှတ်တံဆိပ်များ ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ အခွင့်အရေးများအားလုံးကို သီးသန့် ပိုင်ဆိုင်ပါသည်။

#### PMI ဆိုသည်မှာ

PMI စစ်တမ်းများမှာ ယခု အချိန်ထက် ၃၀ ကျော်တွင်ရှိပြီး ဖြစ်ပါသည်။ ၎င်းပြင် ယူရိုဒေါ်အပါအဝင် အဓိကဒေသကြီးများ အတွက်လည်း ရှိပါသည်။ ဤစစ်တမ်းများမှာ ကမ္ဘာတွင် အနီးကပ်စောင့်ကြည့်ခံရရုံသာမက စီးပွားရေးလုပ်ငန်း စစ်တမ်းများ ဖြစ်သကဲ့သို့ အချိန်နှင့် တစ်ပြေးညီတိကျပြီး လစဉ် တစ်မူထူးခြားသည့် စီးပွားရေးအလားအလာ ညွှန်ကိန်းများသည် တိကျပြီး နောက်ဆုံးပေါ် အချက်အလက်များ ဖော်ပြပေးသည့် အရည်အသွေးကြောင့် ဗဟိုဘဏ်များ၊ ဘဏ္ဍာရေး ဈေးကွက်များ၊ စီးပွားရေး ဆုံးဖြတ်ချက်ချသူများက လိုလားနှစ်ခြိုက် ကြပါသည်။ ပိုမိုသိရှိလိုပါက [www.markit.com/product/pmi](http://www.markit.com/product/pmi) သို့ဝင်ရောက်ကြည့်ရှုပါ။

ယခု ဖော်ပြသည့် အာဆီယံ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု လုပ်ငန်း ဝယ်ယူရေး မန်နေဂျာများ၏ အညွှန်းကိန်း (PMI®) ၏ ဉာဏ ပစ္စည်း ဆိုင်ရာ အခွင့် အရေးများကို IHS Markit က ပိုင်ဆိုင်သည် (သို့) လိုင်စင် ရရှိပါသည်။ မိတ္တူကူးယူခြင်း၊ ဖြန့်ဝေခြင်း၊ လွှဲပြောင်းအသုံးပြု ခြင်း၊ သို့မဟုတ် အခြားအသုံးပြုမှု အစရှိသည်တို့ သာမက IHS Markit ၏ ရှေ့ဦး သဘောတူညီချက်မရဘဲ မည်သည့် တရားမဝင် အသုံးပြုမှုကိုမျှ ရွတ်ပြုမည်မဟုတ်ပါ။ အသုံးပြုပါက ယခုပါဝင်သည့် အကြောင်းအရာ သတင်း အချက်အလက် (ကိန်းဂဏန်း) ဆိုင်ရာအတွက် IHS Markit မှာတာဝန်ယူခြင်း၊ တာဝန်ခံခြင်းနှင့် အခြား သက်ဆိုင်သည့် ဝတ္တရားများရှိမည် မဟုတ်ပါ။ တစ်စုံတစ်ရာသော မှားယွင်းမှုများ၊ မတိကျမှုများ၊ ထိခိုက်မှုများ၊ နှောင့်နှေးမှုများ အတွက်လည်း ကိန်းဂဏန်းများ အသုံးပြုရာတွင် တွေ့ကြုံရပါက IHS Markit တွင်တာဝန်မရှိပါ။ ကိန်းဂဏန်းများ တရားမဝင် အသုံးပြုခြင်းကြောင့် ဖြစ်လာသည့် အကျိုးဆက် အမှားများ၊ ထူးခြားသော အမှားများနှင့် မတော်တဆ အမှားများ အတွက် IHS Markit က တာဝန်မယူပါ။ Purchasing Managers' Index™ နှင့် PMI™ မှာ Markit Economics Limited ၏ မူပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ် အဖြစ် မှတ်ပုံတင်ပြီး သို့မဟုတ် Markit Economics Ltd သို့ လိုင်စင်ပေးပြီး ဖြစ်ပါသည်။ နစ်ကေး (Nikkei) သည် အထက်ဖော်ပြပါ အမှတ်တံဆိပ်များကို လိုင်စင်ခွင့်ပြုချက်ဖြင့် အသုံးပြုပါသည်။ IHS Markit သည် IHS Markit Limited ၏ မှတ်ပုံတင်ထားသော မူပိုင် လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ဖြစ်ပါသည်။

IHS Markit ၏သတင်းထုတ်ပြန်ချက်များကို ရယူရန်မလိုလားပါက ကျေးဇူးပြု၍ [Joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:Joanna.vickers@ihsmarkit.com) သို့ E-Mail ပို့ပါ။ ကျွန်ုပ်တို့၏ သီးသန့် မူဝါဒကို ဖတ်ကြားရန် ဤနေရာတွင် [Click လုပ်ပါ။](#)