



ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန
“Seminar on MSMEs in Tourism Supply Chain” အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ

မာ တိ ကာ

စဉ်	အကြောင်းအရာ	စာမျက်နှာ
၁	အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ အစီအစဉ်	၁ - ၂
၂	ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး၏ အဖွင့်အမှာစကား	၃ - ၆
၃	ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး၏ နိဂုံးချုပ် အမှာစကား	၇ - ၈
၄	စက်မှုဝန်ကြီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး ဒေါက်တာအိရွှေစင်ထွန်း က “ MSMEs လုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး အစီအစဉ်များ” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	၉ - ၁၈
၅	စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး ဒေါ်သန္တာခင် က “Supply Chain နှင့် ဝန်ဆောင်မှုကုန်သွယ်ရေး” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	၁၉ - ၃၅
၆	အမျိုးသားစီမံခန့်ခွဲမှုပညာဒီဂရီကောလိပ်မှ ပါမောက္ခ ဒေါက်တာသီဟထွန်း က “Supply Chain ဆိုင်ရာ သဘောသဘာဝများ” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	၃၇ - ၄၄
၇	ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်မျိုးမျိုးသန်းက “Tourism Supply Chain Management- Industry Perspective” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	၄၅ - ၅၇
၈	ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်ခိုင်မိမိထွန်းက “Strengthening Tourism MSMEs” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	၅၉ - ၇၄
၉	အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ ရလဒ်များ	၇၅ - ၇၆
၁၀	အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ မှတ်တမ်းဓာတ်ပုံများ	၇၇ - ၈၁



“Seminar on MSMEs in Tourism Supply Chain”
အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ အစီအစဉ်

နေ့ရက် - ၂၅-၁၁-၂၀၂၂ ရက်နေ့ (သောကြာနေ့)
 အချိန် - မွန်းလွဲ (၀၁:၀၀) နာရီမှ (၀၄:၃၀) နာရီအထိ
 နေရာ - ရုံးအမှတ် (၃၃)၊ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန
 ကျောက်စိမ်းခန်းမ၊ နေပြည်တော်

- အစီအစဉ် (၁) အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ စတင်ဖွင့်လှစ်ခြင်း (၁:၀၀)
- အစီအစဉ် (၂) ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး
က အဖွင့်အမှာစကားပြောကြားခြင်း (၁:၀၀-၁:၄၀)
- အစီအစဉ် (၃) မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် ဥက္ကဋ္ဌ ဦးရန်ဝင်းက
အမှာစကားပြောကြားခြင်း (၁:၄၀-၁:၅၅)
- အစီအစဉ် (၄) ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဝန်ကြီးရုံး
ညွှန်ကြားရေးမှူးချုပ်၊ ဦးလှိုင်ဦးက ဆွေးနွေးပွဲ သဘာပတိအဖြစ်
ဆောင်ရွက်၍ ဆွေးနွေးပွဲအစီအစဉ်များ ကျင်းပခြင်း
- (က) စက်မှုဝန်ကြီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး ဒေါက်တာအိရွှေစင်ထွန်း
က “ **MSMEs လုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး အစီအစဉ်များ**”
ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း (၁:၅၅-၂:၁၅)
- (ခ) စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနမှ ညွှန်ကြား
ရေးမှူး ဒေါ်သန္တာခင် က “**Supply Chain နှင့် ဝန်ဆောင်မှု
ကုန်သွယ်ရေး**” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း (၂:၁၅-၂:၃၅)
- (ဂ) အမျိုးသားစီမံခန့်ခွဲမှုဥပဒေဒါနီဂရီကောလိပ် (ရန်ကုန်) မှ
ပါမောက္ခဒေါက်တာသီဟထွန်းက “**Supply Chain ဆိုင်ရာ
သဘောသဘာဝများ**” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း (၂:၃၅-၂:၅၅)

(ဃ)	ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်မျိုးမျိုးသန်းက “Tourism Supply Chain Management- Industry Perspective” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	(၂:၅၅-၃:၁၅)
(င)	ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်ခိုင်မိမိထွန်းက “Strengthening Tourism MSMEs” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ဆွေးနွေးခြင်း	(၃:၁၅-၃:၃၅)
(စ)	ဆွေးနွေးပွဲသဘာပတိက ဆွေးနွေးချက်ရလဒ်များကို သုံးသပ်ဖော်ထုတ်တင်ပြခြင်း	(၃:၃၅-၃:၅၀)
(ဆ)	Question & Answer ပြုလုပ်ခြင်း	(၃:၅၀-၄:၀၀)
အစီအစဉ် (၅)	ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီးက နိဂုံးချုပ်အမှာစကား ပြောကြားခြင်း	(၄:၀၀-၄:၂၀)
အစီအစဉ် (၆)	ဂုဏ်ပြုလက်မှတ် နှင့် အမှတ်တရပစ္စည်းများ ပေးအပ်ခြင်း	(၄:၂၀-၄:၃၀)
အစီအစဉ် (၇)	အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ ပြီးမြောက်ခြင်း	(၄:၃၀)

“MSMEs in Tourism Supply Chain အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲ” တွင်
ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာ ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဒေါက်တာဌေးအောင်
ပြောကြားသော အဖွင့်အမှာစကား

ယနေ့အခမ်းအနားကိုတက်ရောက်ကြတဲ့ဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူးချုပ်များ၊ နေပြည်တော်နှင့် နယ်ရုံးခွဲများမှ အရာထမ်း၊ အမှုထမ်းများ၊ စက်မှုဝန်ကြီးဌာနနှင့် စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်းဝယ် ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ အမျိုးသားစီမံခန့်ခွဲမှုဌာနဒီဂရီကောလိပ်၊ ရန်ကုန်တို့မှ Guest Speakers များ၊ Online ဖြင့်တက်ရောက်ပေးကြတဲ့ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် ဥက္ကဋ္ဌနှင့် ညီနောင် အသင်းများမှ ကိုယ်စားလှယ်များ၊ တက္ကသိုလ်/ကောလိပ်များမှ ဆရာ/ဆရာမများနှင့် အခမ်းအနားသို့ တက်ရောက်လာသူများ အားလုံး မင်္ဂလာပါ။

ဒီနေ့ကျင်းပတဲ့ ဆွေးနွေးပွဲ အကြောင်းအရာကတော့ MSMEs in Tourism Supply Chain ဖြစ်ပါတယ်။ ကျွန်တော်တို့ဌာနမှာ ဒီလိုဆွေးနွေးပွဲတွေကို ၂၀၂၁ ခုနှစ် နိုဝင်ဘာမှ စတင်ကျင်းပ လာခဲ့တာ အခုဆို (၁၅) ကြိမ်မြောက်ရှိပြီ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီဆွေးနွေးပွဲများမှ တစ်ဆင့် မီးခဲပြာဖုံး ဖြစ်နေတဲ့ ဝန်ထမ်းများရဲ့ အရည်အသွေး တိုးတက်စေရန်နဲ့ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ရေရှည်ဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်ရေးကို အကောင်အထည်ဖော်ရာမှာ ဆွေးနွေးပွဲရလဒ် များကတစ်ဆင့် အထောက်အပံ့ ဖြစ်စေဖို့ ရည်ရွယ်ကျင်းပနေတာ ဖြစ်ပါတယ်။

ဒီနေ့ဆွေးနွေးပွဲ ခေါင်းစဉ်မှာဆိုရင် **MSMEs** အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆိုတာနဲ့ **Tourism Supply Chain** ခရီးသွားလုပ်ငန်းထောက်ပံ့မှုကွင်းဆက် ဆိုတဲ့ **Key Words** နှစ်ခုကိုတွေ့ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ထောက်ပံ့မှု ကွင်းဆက် တလျှောက်မှာရှိတဲ့ Tourism Related MSMEs လုပ်ငန်းများ၏ အခန်းကဏ္ဍ၊ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ဆောင်ရွက်ချက်များ၊ နိုင်ငံတော်ရဲ့စီးပွားရေးနှင့် နိုင်ငံသားတွေရဲ့ လူမှုစီးပွားဘဝကို ထောက်ပံ့မှု၊ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံနဲ့ ခရီးသွားလုပ်ငန်းအတွက် အရေးပါမှု၊ ဒီလို အရေးပါတဲ့ လုပ်ငန်းတွေ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ဘယ်လိုဆောင်ရွက်ကြမယ်၊ အားသာချက်၊ အားနည်းချက်တွေကို ဘယ်လိုရှာဖွေပြုပြင်မယ်၊ ရှေ့ဆက်ပြီး အရှိန်အဟုန်ကောင်းကောင်းနဲ့ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် ဘယ်လိုဆောင်ရွက်ကြမယ် ဆိုတာတွေကို ဆွေးနွေးကြမယ်လို့ နားလည် ပါတယ်။

ဒီဆွေးနွေးပွဲမှာ အဓိကပြောချင်တာက **အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်း** လို့ခေါ်တဲ့ **MSMEs** လုပ်ငန်းများရဲ့ အခန်းကဏ္ဍပါ။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဟာ Supply Chain အလွန်ကြီးမားပြီး အသေးစား၊ အငယ်စား၊ အလတ်စားလုပ်ငန်းတွေ များစွာနဲ့ ပါဝင်ဖွဲ့စည်း လည်ပတ်နေတဲ့ Industry တစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။ ဒီလုပ်ငန်းတွေ အားကောင်းခိုင်မာနေမှ ခရီးသွား လုပ်ငန်း ကောင်းမွန်စွာလည်ပတ်နေမှာဖြစ်ပြီး ဒေသတစ်ခုရဲ့ ခရီးသွားလုပ်ငန်းထွန်းကားလာ

ခြင်းဟာ MSMEs လုပ်ငန်းများနှင့် စွန့်ခွေးတီထွင်သူများ ပေါ်ပေါက်လာဖို့အတွက် အားပေးရာ ရောက်ပြီး အလုပ်အကိုင် အခွင့်အလမ်းများကို တိုးတက်ရရှိစေပါတယ်။

ဒီနေရာမှာ ထူးခြားချက်က ခရီးသွားလုပ်ငန်းက သာမန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနဲ့ မတူပါဘူး။ စားသုံးသူ Consumers က ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူ Producers ဆီကို လာရောက်ရတာ ဖြစ်ပါတယ်။ တခြားကုန်စည်ထုတ်လုပ်တဲ့လုပ်ငန်းတွေမှာက ထုတ်လုပ်သူက စားသုံးသူဆီကို အရောက်ပို့ဆောင်ရတာဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအတွက် ခရီးသွားလုပ်ငန်းရဲ့ အားသာချက်က မိမိတို့ ဒေသရဲ့ ရိုးရာထုတ်ကုန်၊ လက်မှုအနုပညာတွေကို ဘယ်မှသွားစရာမလိုဘဲ တနိုင်တပိုင် ကိုယ်တိုင် ဖော်ထုတ်တင်ဆက်ပြသနိုင်ပါတယ်။ တနည်းပြောရရင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းဟာ MSMEs လုပ်ငန်းများကို ကောင်းကောင်း မြေတောင်မြှောက် မြှင့်တင်ပေးနိုင်ပါတယ်။

ခရီးသွားလုပ်ငန်းဟာ ဝန်ဆောင်မှုပေးတဲ့ လုပ်ငန်းဖြစ်တဲ့အတွက် **Intangible** လို့ ပြောတဲ့ နေရာမှာ ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုရဲ့ **Image, Identity, Lifestyle, Atmosphere, Narrative, Creativity, Media** တွေကို ဆိုလိုပေမယ့် နောက်ပိုင်းမှာ **Tangible Resource** တွေဖြစ်တဲ့ **Built Heritage, Museum, Monument, Beach, Mountain** စတဲ့ ဆွဲဆောင်မှု တွေရဲ့ ကဏ္ဍကလည်း အရေးပါပါတယ်။ ဒါ့အပြင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံတွေ၊ သယ်ယူပို့ဆောင် ရေး လုပ်ငန်းတွေဟာလည်း အရေးပါလာပါတယ်။

ဒီနေရာမှာ **Intermediaries** တွေရဲ့ ကဏ္ဍဟာ အရေးကြီးပါတယ်။ **Point of Sales** မှာ ဝယ်သူခရီးသွားနဲ့ ရောင်းသူ **Tourism Service Provider** တွေကြားမှာ ချိတ်ဆက် နိုင်ဖို့ ယခင်က **Tour Operator, Travel Agent, Travel & Tour Company** တွေက ဆောင်ရွက်ခဲ့ကြပေမယ့် ယခုအခါ **Online** သုံးစွဲမှု ကျယ်ပြန့်လာတဲ့အတွက် **Online Travel Agent (OTA), Online Booking Website (OBW)** တွေ ပေါ်ပေါက်လာပြီး ခရီးသွားလုပ်ငန်းဟာလည်း **Digital Transformation** နဲ့အညီ ပြောင်းလဲတိုးတက်လာပါတယ်။ စွန့်ခွေးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်တွေ၊ **MSMEs** တွေ အနေနဲ့ **Digital Transformation** မှာလိုက်ပါပြီး **IT** နည်းပညာကိုအသုံးပြုကာ တီထွင်ဆန်းသစ် တဲ့ ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတွေကို ကြံစည်လုပ်ကိုင် ဆောင်ရွက်နိုင်မှသာ **Competitive advantage** ကိုရရှိနိုင်မှာပါ။

MSMEs လို့ဆိုရာမှာ နိုင်ငံတော်အနေနဲ့ ကဏ္ဍအသီးသီးရှိ အသေးစားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ဒေသတွင်းစီးပွားရေးကွန်ရက်အတွင်း၌ တီထွင်ဆန်းသစ်မှုနှင့် ယှဉ်ပြိုင် နိုင်မှုစွမ်းရည်ကောင်းများ မြှင့်မားလာပြီး နိုင်ငံသားများ၏ အလုပ်အကိုင်အခွင့် အလမ်းတိုးပွားရေး နှင့် လူမှုစီးပွားဘဝဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးတို့ကို ဦးဆောင်သွားနိုင်ရန် ဆိုတဲ့ မျှော်မှန်းချက်ထားရှိပြီး ဆောင်ရွက်နေပါတယ်။ နိုင်ငံတော်ဝန်ကြီးချုပ် ကိုယ်တိုင် ဦးဆောင်ပြီး နေပြည်တော်၊ မန္တလေး၊ ရန်ကုန်၊ ပြည်၊ မော်လမြိုင်၊ ဖားအံ၊ မိတ္ထီလာ၊ မြိတ်နှင့် ထားဝယ် ခရီးစဉ်များအတွင်း အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ဆွေးနွေးလမ်းညွှန်

မှုများရှိပါတယ်။ ဒုတိယဝန်ကြီးချုပ် ဦးဆောင်ပြီး အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ဗဟိုကော်မတီကိုလည်း ဖွဲ့စည်းဆောင်ရွက် နေပါတယ်။

နိုင်ငံတော် ဝန်ကြီးချုပ်ရဲ့ ထားဝယ် ခရီးစဉ်အတွင်း MSME လုပ်ငန်းရှင်များနှင့် တွေ့ဆုံရာမှာ MSME လုပ်ငန်းများကို အားပေးဆောင်ရွက်နေခြင်းမှာ တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေး မြှင့်တင်ရန်၊ ပြည်ပသွင်းကုန်များအစားထိုးနိုင်ရန်နှင့် ပြည်ပသို့ ပြည်တွင်း ထုတ်ကုန်များ တင်ပို့နိုင်ရန် ဖြစ်ကြောင်း၊ **ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့်ပတ်သက်ပြီး အိမ်သာမှ ဧည့်လာမည် ဖြစ်ကြောင်း မိမိတို့ ဒေသသန့်ရှင်းသာယာလှပရေး၊ တည်ငြိမ်အေးချမ်းရေး ဝိုင်းဝန်းဆောင်ရွက်၍ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်မည်ဖြစ်ကြောင်း၊** ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ကုန်သွယ်မှုလုပ်ငန်းများ လွယ်ကူလျင်မြန်ချောမွေ့စေရေးအတွက် ထားဝယ်ဒေသသို့ မီးရထားလမ်းဖောက်လုပ်နိုင်ရေး ကြိုတင်စီမံပြင်ဆင် ဆောင်ရွက်လျက် ရှိကြောင်း ပြောကြားခဲ့ပါတယ်။

ယနေ့ချိန်ခါက ကိုဗစ်-၁၉ ရဲ့ ရိုက်ခတ်မှုကြောင့် နိုင်ငံတွေဟာ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ ကျန်းမာရေး အကျိုးသက်ရောက်မှု ကြီးမားစွာ ခံစားခဲ့ရပါတယ်။ အဆိုးရွားဆုံးထိခိုက်ခဲ့တဲ့ လုပ်ငန်းများက ကုန်သွယ်ရေးလုပ်ငန်း၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်း၊ လူသုံးကုန်ပစ္စည်း တင်ပို့မှုနှင့် ဘဏ္ဍာငွေကိစ္စများတွင် ထိခိုက်မှုအရှိဆုံးဖြစ်ကြောင်း သိရှိရပါတယ်။ မြန်မာနိုင်ငံအနေနဲ့ အလားတူ ထိခိုက်မှုများရှိပြီး အထူးသဖြင့် ငွေကြေးအရင်းအနှီးအားနည်းသည့် MSME လုပ်ငန်းများမှာ ပိုမို ထိခိုက်ခံစားခဲ့ကြောင်း၊ နိုင်ငံစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ ၉၉ % သည် MSME လုပ်ငန်းများဖြစ်ပြီး နိုင်ငံစီးပွားရေးအတွက် အဓိကမောင်းနှင်အား ဖြစ်သောကြောင့် နိုင်ငံတော်၏ စီးပွားရေး လျင်မြန်စွာ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် တက်ညီလက်ညီ အားသွန်ခွန်စိုက် ကြိုးပမ်းဆောင်ရွက် သွားရန် နိုင်ငံတော်စီမံအုပ်ချုပ်ရေးကောင်စီ ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌ က လမ်းညွှန်ထားတာရှိပါတယ်။

မြန်မာနိုင်ငံမှာတော့ စက်မှုဝန်ကြီးဌာနမှ Focal Ministry အဖြစ် တာဝန်ယူပြီး အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ပင်မစီမံကိန်း (၂၀၂၀-၂၀၃၀)ကို ရေးဆွဲအကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါတယ်။ MSME လုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ပါဝင်ဆောင်ရွက်လျက်ရှိသည့် ဝန်ကြီးဌာန (၁၂) ခု ရှိပြီး စီမံကိန်းနှင့် ဘဏ္ဍာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ရင်းနှီးမြုပ်နှံမှုနှင့်နိုင်ငံခြားစီးပွားဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ စိုက်ပျိုးရေး၊ မွေးမြူရေးနှင့်ဆည်မြောင်းဝန်ကြီးဌာန၊ သမဝါယမနှင့်ကျေးလက်ဖွံ့ဖြိုးရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ အလုပ်သမားဝန်ကြီးဌာန၊ စက်မှုဝန်ကြီးဌာန၊ စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပညာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ သိပ္ပံနှင့်နည်းပညာဝန်ကြီးဌာန၊ ကျန်းမာရေးဝန်ကြီးဌာနနဲ့ ကျွန်တော်တို့ရဲ့ ဟိုတယ်နှင့်ခရီး သွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနတို့ ဖြစ်ပါတယ်။

ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန အနေဖြင့်လည်း ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားကဏ္ဍမှ တစ်ဆင့် ဒေသတွင်းလူမှုစီးပွားဘဝ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရန်၊ MSME လုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးလာစေရန် ရည်ရွယ်ပြီး ခရီးစဉ်ဒေသတွေမှာ ဒေသဧည့်လမ်းညွှန်သင်တန်းတွေကို ဖွင့်လှစ်ပေးလျက်

ရှိပါတယ်။ ဒီအပြင် မုန့်ဖုတ်နည်းသင်တန်းတွေ၊ ဝါးလက်မှုအခြေခံ သင်တန်းတွေကိုလည်း ဖွင့်လှစ်ပေးပြီး ဒေသခံတွေရဲ့ လူမှုစီးပွားဘဝကို မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ပေးလျက်ရှိပါတယ်။ ခရီးစဉ် ဒေသ အသီးသီးမှာရှိတဲ့ ဟိုတယ်တွေကလည်း CSR အစီအစဉ်အနေနဲ့ ဒေသခံတွေရဲ့ အိမ်တွင်းမှု လုပ်ငန်း၊ လက်မှုလုပ်ငန်းများကို မြှင့်တင် ပံ့ပိုးဆောင်ရွက်နေတာတွေလည်း ရှိပါတယ်။ မကြာ သေးခင်ကပဲ ခရီးသွားကဏ္ဍတွင် ဆန်းသစ်တီထွင်မှုများမှတစ်ဆင့် MSME လုပ်ငန်းများကို မြှင့်တင်ပေးရန် ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် “Tourism and Creative Economy” အသိပညာပေး ဆွေးနွေးပွဲကိုလည်း ယနေ့အခမ်းအနားနည်းတူ ကျင်းပဆောင်ရွက်ခဲ့ပါတယ်။

ယနေ့ဆွေးနွေးပွဲကတော့ ကျွန်တော်တို့နိုင်ငံမှာ MSME လုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးရေး ဆောင်ရွက် မှုများကို ပိုမိုသိရှိနားလည်ရန်၊ လိုက်ပါဖော်ဆောင်နိုင်ရန်၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းမှတစ်ဆင့် မြန်မာနိုင်ငံ ၏ MSME ဖွံ့ဖြိုးရေး တိုးတက်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် ရည်ရွယ်ပြီး ကျင်းပတာဖြစ်ပါတယ်။ ဘာသာရပ် ဆိုင်ရာဌာနများကို ဆွေးနွေးပေးဖို့ ဖိတ်ခေါ်ထားပါတယ်။ စက်မှုဝန်ကြီးဌာနက မြန်မာနိုင်ငံရှိ SME များ၏ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းမြှင့်မားစေရန် ပြည်တွင်း၊ ပြည်ပအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ပူးပေါင်း၍ SMEs များလိုအပ်သော လူစွမ်းအားအရင်းအမြစ်များ မြှင့်တင်ခြင်း၊ အသိပညာ ပေးချိတ်ဆက်ခြင်း၊ International Supply Chain ထဲ ဝင်ရောက်နိုင်အောင်ပံ့ပိုးခြင်း၊ ငွေကြေးထောက်ပံ့ခြင်းနှင့် နည်းပညာများ တိုးတက်စေရန်ပံ့ပိုးခြင်းများကို ဆောင်ရွက်နေတယ်လို့ သိရပါတယ်။ အလားတူ စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနကလည်း အသေးစား၊ အလတ်စား စက်မှုလုပ်ငန်း များမှ ထုတ်ကုန်များ ပြည်တွင်း/ ပြည်ပသို့ တိုးချဲ့တင်ပို့နိုင်ရေးအတွက် ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာပံ့ပိုးမှုများ စီမံဆောင်ရွက်ခြင်းများကို ဖော်ဆောင်နေကြောင်းသိရှိရပါတယ်။ ဒါတွေကို သက်ဆိုင်ရာဌာန ကိုယ်စားလှယ်များက ဆွေးနွေးတင်ပြသွားကြမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

ဒါ့အပြင် ကုန်ထုတ်လုပ်မှုနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းရဲ့ ပင်မသွေးကြောဖြစ်တဲ့ Supply Chain လုပ်ငန်းရဲ့ သီအိုရီ သဘောတရားတွေ၊ SME လုပ်ငန်းတွေရဲ့ သဘောသဘာဝတွေကို အမျိုးသား စီမံခန့်ခွဲမှုပညာဒီဂရီကောလိပ်က ပါမောက္ခတစ်ဦးက ဆွေးနွေးပေးသွားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ထို့အတူ ဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး ၂ ဦးကလည်း ခရီးသွားလုပ်ငန်းရှိ အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများရဲ့ အခန်းကဏ္ဍကို အသီးသီးဆွေးနွေး သွားကြမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

နိဂုံးချုပ်အားဖြင့် ဒီနေ့ဆွေးနွေးပွဲဟာ ကျွန်တော်တို့ခရီးသွားလုပ်ငန်း သာမက မြန်မာ နိုင်ငံရဲ့ အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများရဲ့ ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် အထောက်အပံ့ဖြစ်စေမှာ မလွဲကေန်ပါ။ ဒါကြောင့် ယနေ့အခမ်းအနားကို In-person ရော online နဲ့ပါ တက်ရောက်နေကြသူများအားလုံး တက်ကြွစွာ ပါဝင်ဆွေးနွေးပေးကြဖို့ မေတ္တာရပ်ခံရင်း နိဂုံးချုပ်ပါတယ်။

“MSMEs in Tourism Supply Chain”အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲတွင်
ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဒေါက်တာဌေးအောင် ပြောကြားသော နိဂုံးချုပ်အမှာစကား

ယနေ့ကျင်းပပြုလုပ်တဲ့ “အသိပညာဆွေးနွေးပွဲ” ခေါင်းစဉ်မှာ အများကြီးကျယ်ပြန့်သည့်အတွက် တစ်ဘက်ကလည်း **MSMEs** လို့ပြောထားသကဲ့သို့၊ တစ်ဘက်ကလည်း **Tourism Supply Chain** လို့ပြောထားပါကြောင်း၊ ယနေ့ သီအိုရီ အရရော၊ လက်တွေ့အနေအထားအရ အပေါ် ဆွေးနွေးပေးကြတဲ့အတွက် **Guest Speaker** အားလုံးနှင့် ဝန်ကြီးရုံး ညွှန်ကြားရေးမှူးချုပ် အပါအဝင် အားလုံးကို အထူးကျေးဇူးတင်ရှိပါကြောင်း၊ **Online** မှ တင်ပြပေးတဲ့ ဆရာကိုလည်း အထူးကျေးဇူးတင်ရှိပါကြောင်းနှင့် ထိုနည်းတူ မိမိတို့ဌာနမှ တက်ရောက်မေးမြန်းဆွေးနွေးပေးတဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် **Online** နှင့် **In person** အနေနဲ့တက် ရောက်ပေးကြတဲ့ပုဂ္ဂိုလ်များအားလုံးကို ကျေးဇူးတင်ပါကြောင်း၊ မိမိ အနေနဲ့ လိုရင်းတင်ပြချင်တာကတော့ ယခု **Supply Chain** ရဲ့ အနေအထားကို ယခင်ကထက် ပိုမိုသိရှိလာပါကြောင်း၊ နောက်တစ်ခါ ဒီဘက်က **MSMEs** ၏ လမ်းကြောင်းကိုလည်း ပိုပြီး မြင်လာပါကြောင်း၊ ဒီ (၂) ခုကို ချိတ်ဆက်နိုင်ရန်အတွက် ယနေ့ မိမိတို့ ဆွေးနွေးထားသည့် အချက်တွေရှိပါကြောင်း၊ ဒီမှာ **Recommendation** လုပ်ထားသည့် အချက် (၂၁) ချက်ရှိပါကြောင်း၊ နောက်တစ်ခြား တင်ပြချက်တွေလဲရှိပါကြောင်း၊ ၎င်းပေါ်တွင် မူတည်၍ မိမိတို့အနေဖြင့် ရှေ့လုပ်ဆောင်သင့်သည့်ရှေ့လုပ်ငန်းစဉ်ကို **Short to the point** ဆွဲကြည့်သင့်ပါကြောင်း၊ တစ်ကယ့်လုပ်ငန်းစဉ်လို့ ပြောသည့်နေရာတွင် **short term** သို့မဟုတ် ယင်းထက်ပို အသေးစိတ်လိုပါက **Immediate** ၊ **long term** စသဖြင့် မိမိတို့ ပြုလုပ်လိုသည် များကို ရေးဆွဲထားသင့်ပါကြောင်း၊ **Immediate** ဆိုသည်မှာ ယခုနှစ် ဘဏ္ဍာနှစ် စသည်အားဖြင့် **Calendar Years** တစ်နှစ်အတွင်းကို ဆိုလိုခြင်းဖြစ်ပါကြောင်း၊ **short term** ဆိုသည်မှာ (၃)နှစ်၊ (အများဆုံး (၃)နှစ်)၊ **midterm** ဆိုသည်မှာ (၅)နှစ် (**between 5 to 7**) နှင့် **long term** ဆိုသည်မှာ ၁၀နှစ် (**10 years above**) စသဖြင့် အချိန်ယူပြီး လိုရင်းကို ဖော်ထုတ်ကြည့်ရမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ မိမိတို့တွင် အကုန်လုံးရှိထားပြီးသားပါကြောင်း၊ သို့ဖြစ်ရာ အဆိုပါ **References** များ အကုန်လုံး ရှိထားသည့်အတွက် အချိန်ယူပြီးတော့ မိမိတို့ **Internal** မှာ ဆွေးနွေးကြရန်နှင့် လိုအပ်လျှင် **Private Sector** ကို ထပ်ဖြည့်ကြမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ **People at the destination** ၊ **Community in the destination** ကဲ့သို့ နောက်ဆုံးတွေ့ ထားသည့်အချက်များအပေါ်တွင် ၎င်းတို့ထံမှ အကြံပြုချက်များတောင်းခံ၍ စီစဉ်ဆောင်ရွက်နိုင်အောင် မိမိတို့ ကြိုးစားသွားမည် ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ယင်းမှာ မည်သို့ပင် ဖော်ထုတ်စေကာမူ **Defining** မှာမူ ထွက်နေမှာဖြစ်ပါကြောင်း၊ **We are developing Nation** ဖြစ်သည့်အတွက် **Budget (Lack of Budget)** ၊ **Lack of HR** စသဖြင့် ဖြစ်နိုင်မည်မှာ ပြေးမလွတ်သော အချက်များပင်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဆိုလိုသည်မှာ **Lack of Infra-structure** ကဲ့သို့ မည်သည့် **paper** ကပင်ဖြစ်စေ ပညာရှင်များကပင်ဖြစ်စေ မည်ကဲ့သို့ပင်

ဖော်ထုတ်ပါစေ **Defining Recommendation** မှာ **Situational Analysis** ထွက်လာမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ **Comment Issue** မှ ပို၍စဉ်းစားနိုင်သောအချက်နှင့် ထည့်သွင်းနိုင်သော အချက်ကို အနည်းငယ် ပိုမိုစဉ်းစားစေလိုပါကြောင်း၊ **Innovate Product** နှင့် **Innovate Services** တွေပဲ ရှိပါကြောင်း၊ မိမိလိုချင်သည့်အရာမှာ မရှိမဖြစ်လိုအပ်သော **Innovate Thinking** ဖြစ်ပါ ကြောင်း၊ ယနေ့ **MSMEs** မှာ **Innovate Thinking** ကို အခြေခံ၍ သွားရမှာဖြစ်သည့်အတွက် နည်းနည်းနဲ့ ကျယ်ကျယ်ဝိုင်းပြီး နည်းနည်းနဲ့ ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် လုပ်ယူရမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ယင်းကဲ့သို့ ဖော်ထုတ်နိုင်သည့်အခါမှသာ **Innovate Thinking** ဖြစ်မည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ **Internet** ရှိသည့်အတွက် **Today we are getting into the zero logic Package Associate** သို့ မိမိတို့ရောက်မှန်းမသိရောက်လာပြီး **cost** ၊ **issue** များကို မိမိတို့လျော့ချ၍ **IT** ဖြင့်သွားနေတာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ယင်းတို့ကို မှီအောင် မိမိတို့၏ လုပ်ဆောင်နိုင်စွမ်းသည် မိမိတို့ ပညာရှိ၊ ပညာ တတ်မှ ရမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ သို့ဖြစ်ပါ၍ ကြိုးစား၍ **Innovate Thinking** ဖြင့် **Public , Private and People (3P Very Important)** အားလုံး ကို ယခုကဲ့သို့စဉ်းစားသွားမည်ဆိုလျှင် အားလုံး အဆင်ပြေသွားမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ မိမိတို့လိုချင်သည့်ပန်းတိုင်ကို ရောက်ရှိလာမှာဖြစ်ပါကြောင်း နှင့်ဆွေးနွေးပွဲသို့ တက်ရောက်လာကြသူများအားလုံးကိုလည်း ကျေးဇူးတင်ရှိပါကြောင်း နိဂုံးချုပ် ပြောကြားခဲ့ပါသည်။

စက်မှုဝန်ကြီးဌာန ဒေါက်တာအိရွှေစင်ထွန်း၊ ညွှန်ကြားရေးမှူး၏ တင်ပြချက်

**Seminar on
MSMES in Tourism Supply Chain**

၂၅.၁၁.၂၀၂၂ (သောကြာနေ့)

တင်ပြသူ-ဒေါက်တာအိရွှေစင်ထွန်း

1

မာတိကာ

- 1. Objective**
- 2. Main Tourism Sector and MSMEs in Tourism Supply Chain**
- 3. ASEAN Strategic Action for MSME Development**
- 4. ASEAN Tourism Strategic Plan**
- 5. Impetus: Selected entry points for development cooperation**

2

ဟိုတယ်နှင့် ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနရှိ
ဝန်ထမ်းများ၏ အရည်အသွေးတိုးတက်လာစေရန် နှင့်
ခရီးသွားလုပ်ငန်းရှေ့ဆောင်ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရန်

**Main Tourism Sectors and
MSMEs in the Tourism Supply Chain**

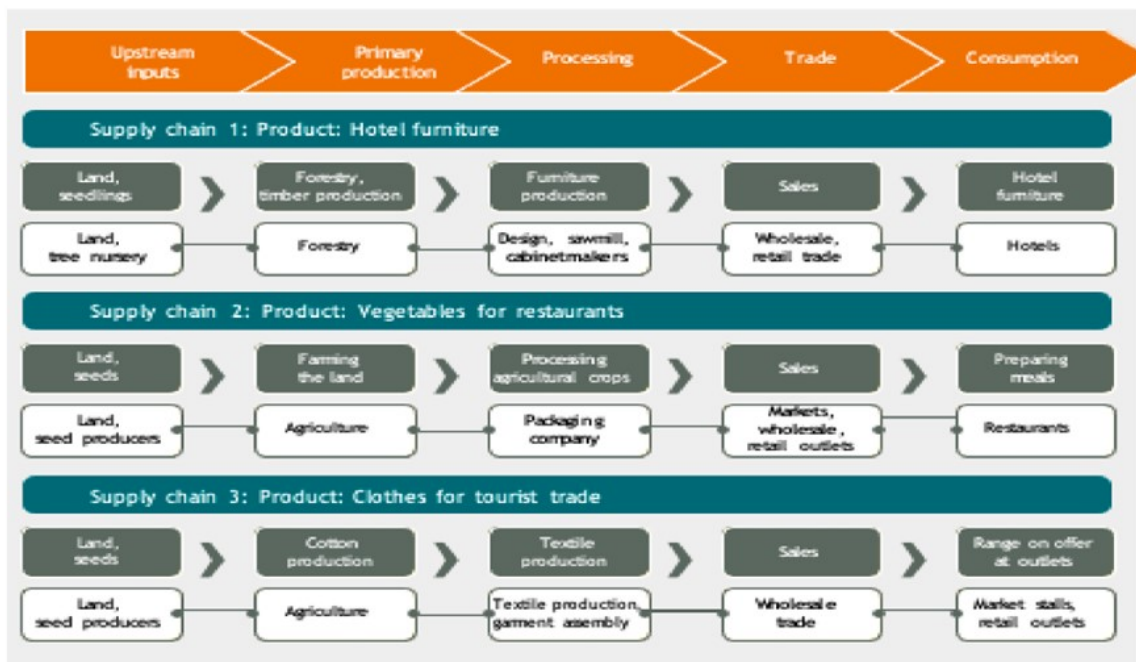
Main Tourism Sectors

- Transportation
- Accommodation
- Food and beverage
- recreation and entertainment
- travel services etc.,

MSMEs in the Tourism Supply Chain

- ❖ hotels
- ❖ spas and ayurveda
- ❖ cafes, food, and beverages
- ❖ traveling and guiding
- ❖ surfing and diving
- ❖ souvenirs and handicrafts etc.,

Supply chain in the Tourism Value creation system



ASEAN Strategic Action for MSME Development

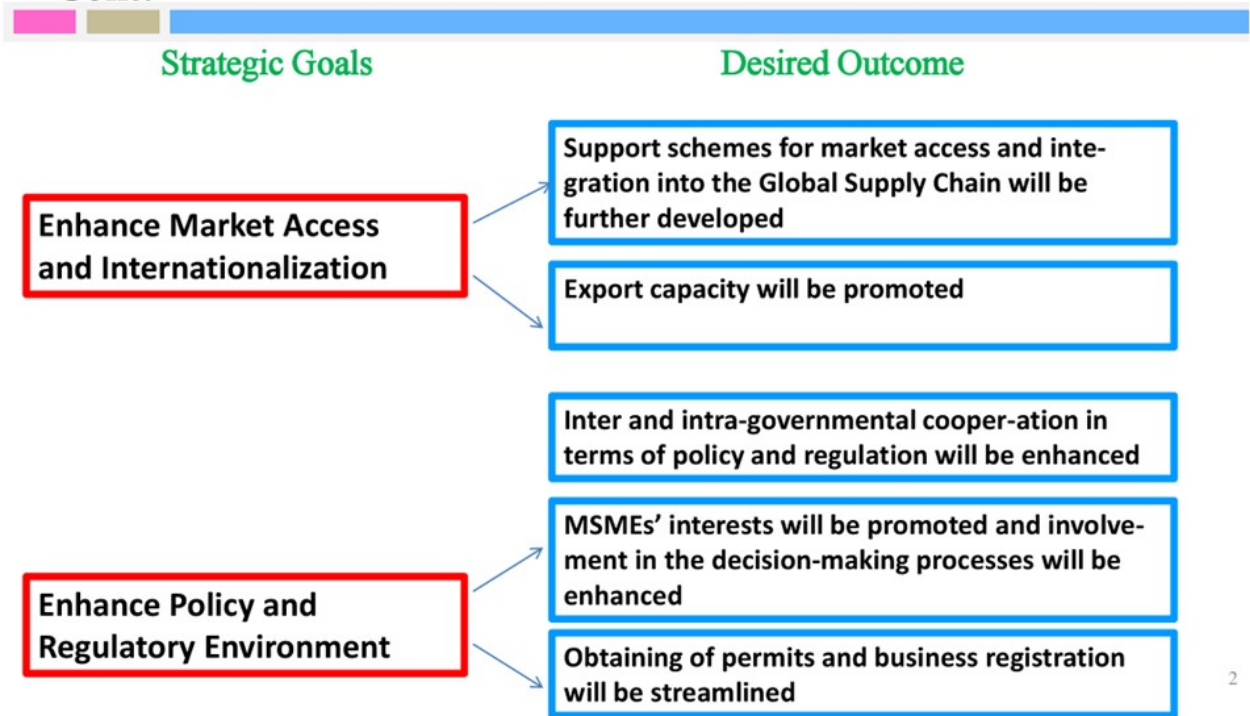
7

ASEAN Strategic Action Plan (2016-2025)



2

Cont:



2

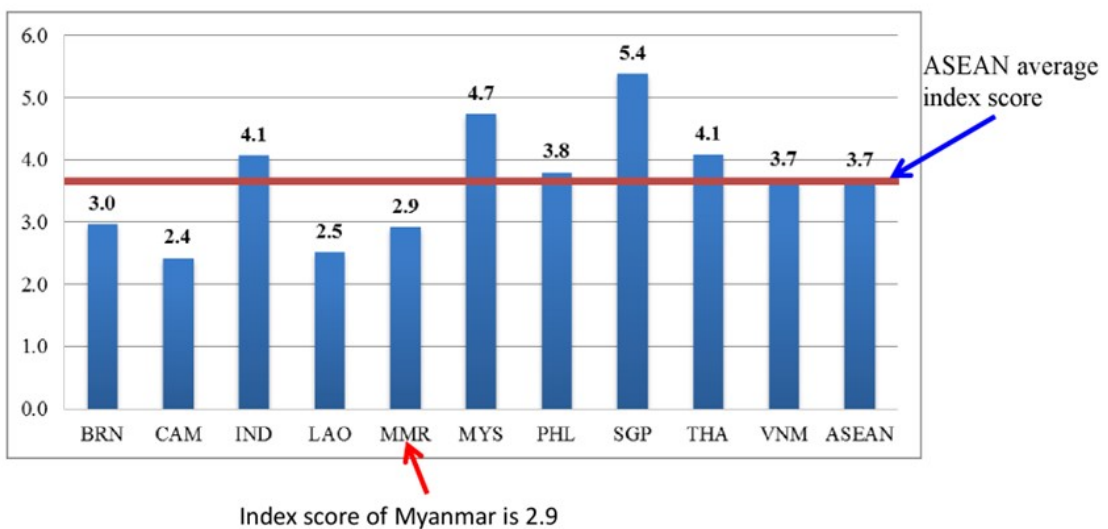
Cont:



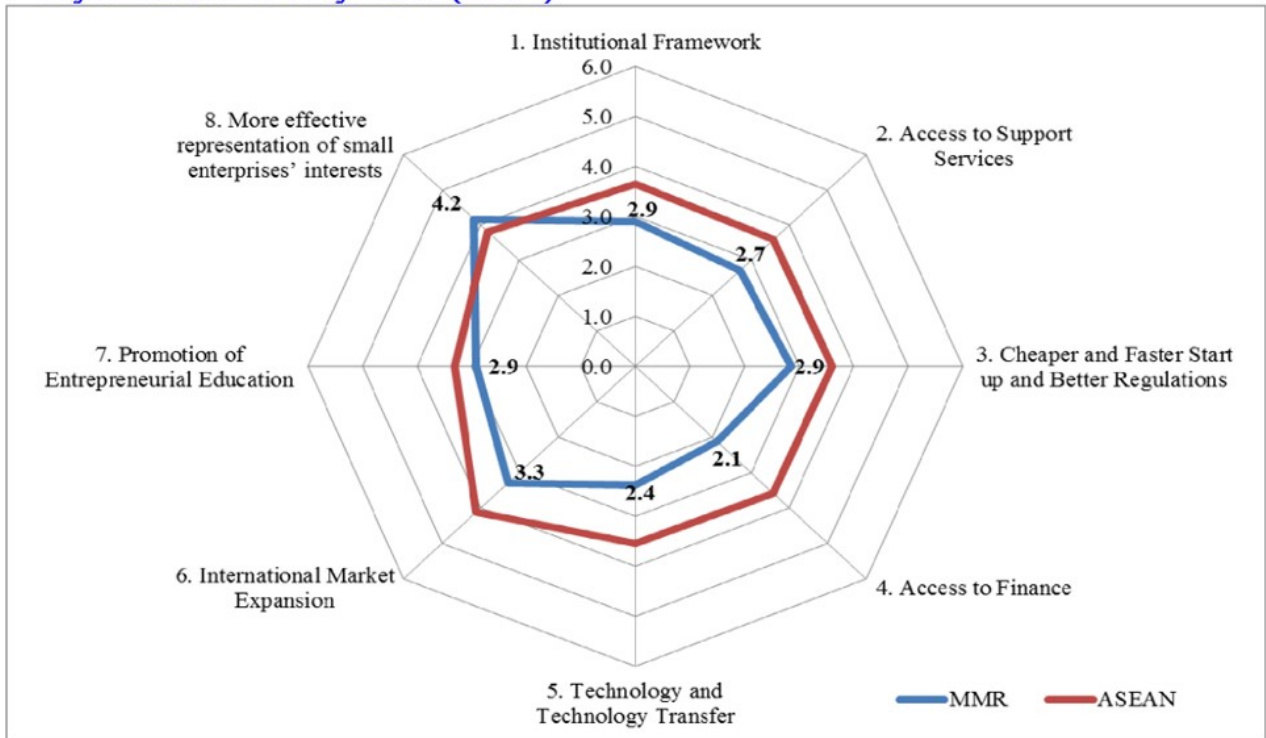
2



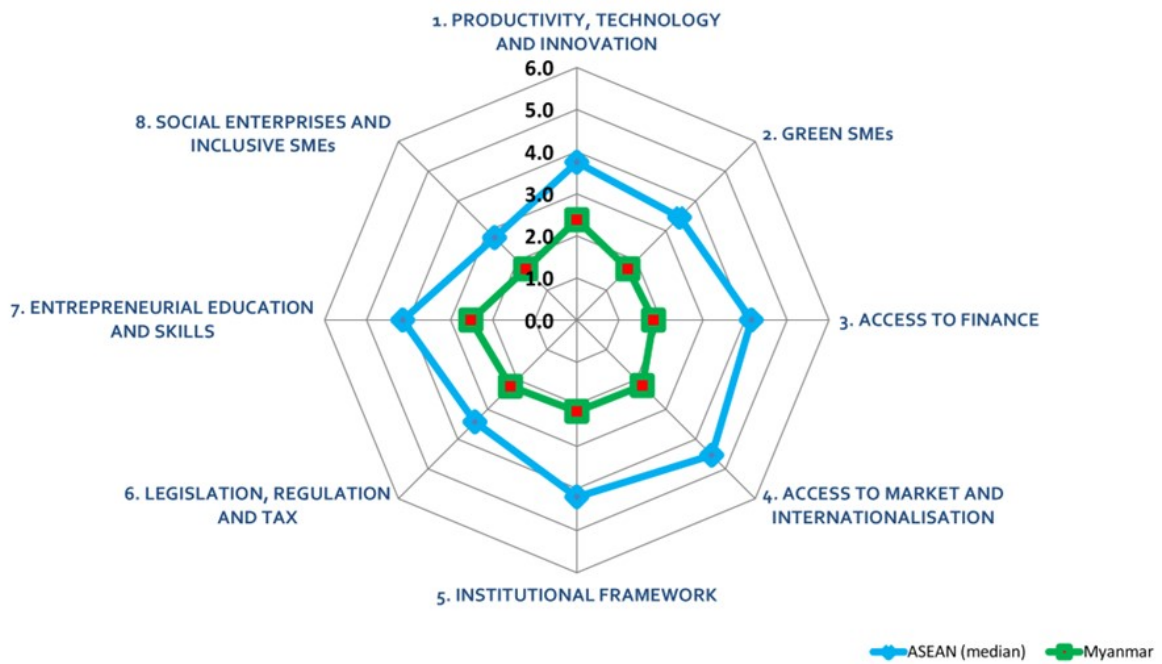
ASEAN SME Policy Index – By Country



Myanmar SME Policy Index (2014)

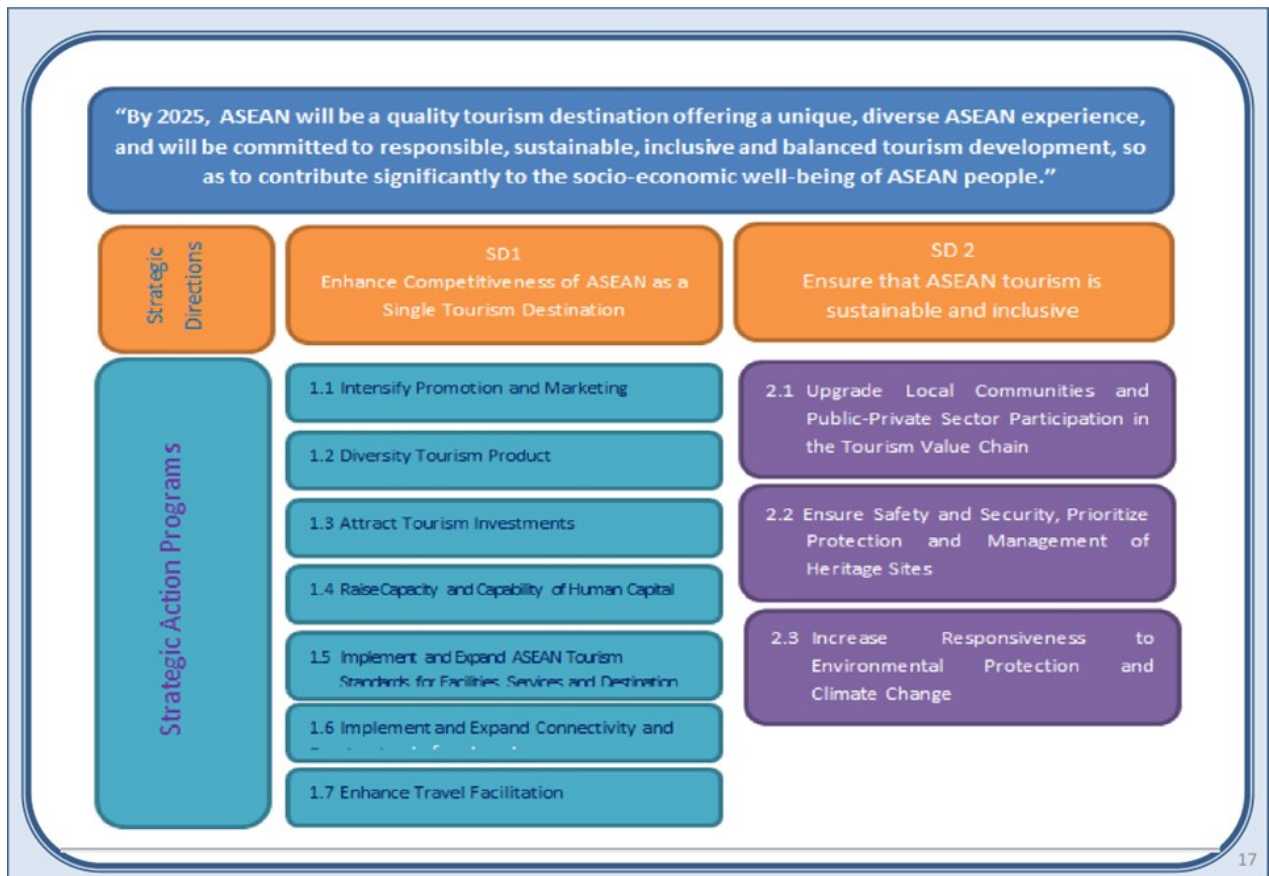


Myanmar SME Policy Index (2018)

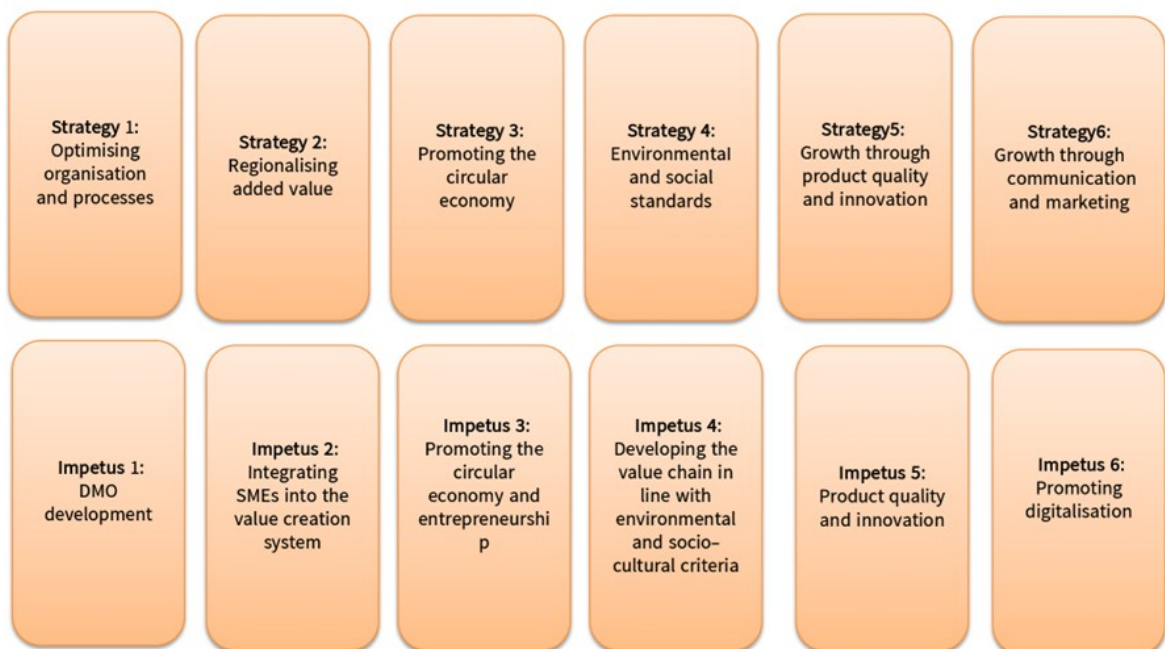


No.	SME Development Policy Index in 2014	ASEAN (median)	Myanmar Rank 2014	No.	SME Development Policy Index in 2018	ASEAN (median)	Myanmar Rank
1.	Institutional Framework	3.8	2.9	1.	Institutional framework	4.2	2.2
2.	Cheaper and faster start -up and better legislation and regulation for SMEs	3.6	2.9	2.	Legislation, Regulation and Tax	3.4	2.3
3.	Access to Finance	3.6	2.1	3.	Access to Finance	4.2	1.9
4.	Technology and technology transfer	3.6	2.4	4.	Productivity, Technology and Innovation	3.8	2.4
5.	International market expansion	4.2	3.3	5.	Access to Market and Internationalizations	4.7	2.2
6.	Promotion of entrepreneurial education	3.4	2.9	6.	Entrepreneurial Education and Skills	4.2	2.6
7.	Access support Service	3.6	2.7				
8.	More effective representation of small enterprises' interests	3.9	4.2				
				7.	Green SMEs	3.5	1.8
				8.	Social Enterprise and Inclusive SMEs	2.8	0.7

ASEAN Tourism Strategic Plan



Value Creation Strategies and Entry Points for Development Cooperation to Promote Regional Tourism Value Added



Good Practice (Laos)



Linking up regional crafts with the tourism value chain in Laos

Training and coaching program developed to support small locally-owned hotels and guesthouses to improve business operations

19

Myanmar's Experience

SCORE Training for food processing SMEs

- cutting-edge practices to increase product quality and production efficiency, reduce costs and improve delivery to customers.
- adapted to meet the needs of SMEs in the food processing industry in Myanmar

SCORE HoCo Training for hotels and restaurants in the tourism sector (ILO)

- tailored to the needs of hotels and restaurants in the tourism sector.
- tailored to suit the needs of hotels and restaurants in Myanmar. This training combines classroom training with on-site consultancy to improve their productivity, competitiveness and sustainability.

20

စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန
မြန်မာကုန်သွယ်မှုမြှင့်တင်ရေးအဖွဲ့



myantrade

Supply Chain တွင် SMEs ဖွံ့ဖြိုးရေး

နေရာ။ ဟိုတယ်နှင့် ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန
ရက်စွဲ။ ၂၅ - ၁၁ - ၂၀၂၂

တင်ပြမည့်အကြောင်းအရာများ

- ပို့ကုန်/သွင်းကုန်အခြေခံမူဝါဒ
- တန်ဖိုးမြှင့်ထုတ်ကုန်များအတွက် အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ
- စီးပွားရေးသံမှူးများဖြင့် ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ခြင်း
- SME ထွက်ကုန်များကုန်စည်ပြပွဲများတွင်ပြသခြင်း
- ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာနများမှ အားပေးကူညီခြင်း
- SME ထွက်ကုန်များ ပို့ကုန်မြှင့်တင်ရေး

ပို့ကုန် သွင်းကုန်အခြေခံမူဝါဒ

ပို့ကုန်အခြေခံမူဝါဒ

- နိုင်ငံ၏ သဘာဝသယံဇာတနှင့် လူ့အရင်းအမြစ်ကို အကျိုးရှိစွာ အသုံးပြု၍ ပြည်ပ ဈေးကွက်သို့ တိုးချဲ့ ထိုးဖောက်ဝင်ရောက်ရန်နှင့် သမားရိုးကျ ပို့ကုန်ပစ္စည်းများအပြင် တန်ဖိုးမြင့် ကုန်ချောပစ္စည်းများကို တိုးချဲ့ တင်ပို့နိုင်ရေး ကြိုးပမ်းရန်။

သွင်းကုန်အခြေခံမူဝါဒ

- နိုင်ငံတော်အတွက် အဓိကလိုအပ်သော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကုန်ပစ္စည်းများ၊ လုပ်ငန်းသုံး ကုန်ပစ္စည်းများ၊ အခြား အရေးကြီးကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ပြည်သူ့ကျန်းမာရေး အထောက်အကူပြု ပစ္စည်းများ၊ ပြည်ပပို့ကုန်တိုးမြှင့် တင်ပို့ရေး အထောက်အကူပြုကုန်ပစ္စည်းများကို ဦးစားပေး တင်သွင်းရန်နှင့် ပြည်ပသွင်းကုန် အစားထိုး ကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းများကို အားပေးရန်။

ကုန်သွယ်မှုနည်းလမ်းများ

ပုံမှန်ကုန်သွယ်မှုနည်းလမ်း (Normal/ Oversea Trade)

- အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ သဘောတူသတ်မှတ်ထားသည့် ကုန်သွယ်မှုစနစ်၊ ဘဏ်လုပ်ထုံး/နည်းစနစ်များနှင့်အညီ နိုင်ငံတော်ဗဟိုဘဏ်မှ သတ်မှတ်ထားသော နိုင်ငံခြားသုံးငွေကြေးဖြင့် ပို့ကုန်/ သွင်းကုန်လုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်ခွင့်ပြုခြင်း။

နယ်စပ်ကုန်သွယ်မှုနည်းလမ်း (Border Trade)

- မြန်မာနိုင်ငံနှင့် နယ်နမိတ်ချင်းထိစပ်နေသော အိမ်နီးချင်းနိုင်ငံနှင့် နယ်စပ်ဖြတ်ကျော်၍ နိုင်ငံသုံးငွေကြေး၊ တစ်ဖက်နိုင်ငံသုံးငွေကြေးနှင့် အမေရိကန်ဒေါ်လာတို့ဖြင့် သတ်မှတ်ခွင့်ပြုထားသည့် လုပ်ထုံး/နည်းများနှင့်အညီ ပို့ကုန်/ သွင်းကုန်လုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်ခွင့်ပြုခြင်း။

နယ်စပ်ကုန်သွယ်ရေးစခန်းများ

အိန္ဒိယနိုင်ငံ

- တမူး
- ရိဒ်
- ထန်တလန်

ဘင်္ဂလားဒေ့ရှ်နိုင်ငံ

- မောင်တော
- စစ်တွေ

- မန္တလေး (ပို့ကုန်/သွင်းကုန်ရုံး)
- ရန်ကုန် (ပို့ကုန်/သွင်းကုန်ရုံး)



တရုတ်နိုင်ငံ

- ကန်ပိုက်တီး
- လွယ်ဂျယ်
- မူဆယ်
- ချင်းရွှေဟော်
- မြစ်ကြီးနား(ပို့ကုန်/သွင်းကုန်ရုံး)
- ကျိုင်းတုံ (ပို့ကုန်/သွင်းကုန်ရုံး)

လာအိုနိုင်ငံ

- ကျိုက်လတ်

ထိုင်းနိုင်ငံ

- တာချီလိတ်
- မယ်စုံ
- မြဝတီ
- ထီးဒီး
- မောတောင်
- မြိတ်
- ကော့သောင်း

ရင်းမြစ်။ ကုန်သွယ်ရေးဦးစီးဌာန

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (၂၀၁၅-၂၀၁၉)

- ပို့ကုန်မြှင့်တင်ရေးမူဝါဒ၏ အဓိက အခန်းကဏ္ဍအဖြစ် အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (National Export Strategy-NES) ကို ၂၀၁၃ ခုနှစ်မှ စတင် ရေးဆွဲအကောင်အထည်ဖော်ခဲ့ပါသည်။
- ဂျာမဏီနိုင်ငံ GIZ ၏ အထောက်အပံ့နှင့် နိုင်ငံတကာကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန (ITC) ၏ နည်းပညာအကူအညီဖြင့် ဦးစားပေးကဏ္ဍ (၇) ခုနှင့် အထောက်အကူပြုကဏ္ဍ (၄) ခု တို့ကို ရွေးချယ်၍ ဆောင်ရွက်ခဲ့ပြီးဖြစ်ပါသည်။

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (၂၀၁၅-၂၀၁၉)

ဦးစားပေးကဏ္ဍများ

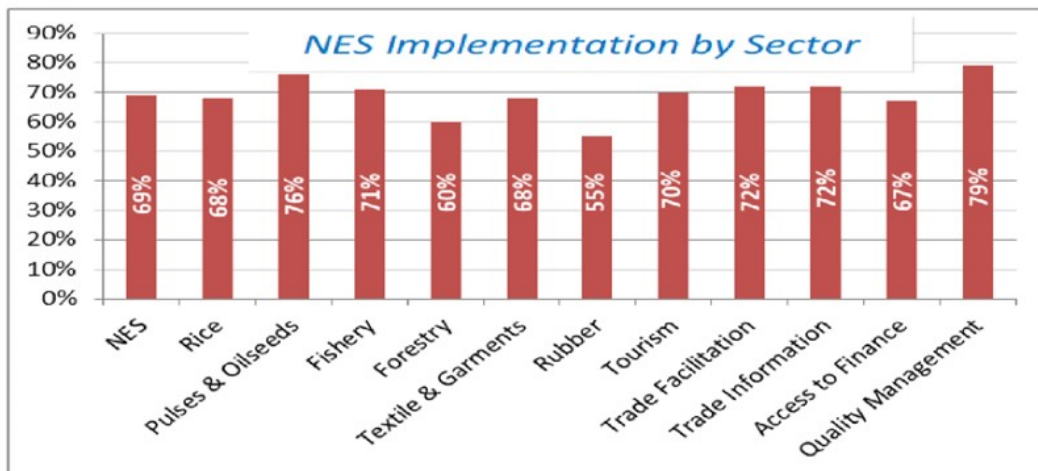
- (၁) ဆန်စပါးကဏ္ဍ (Rice)
- (၂) ပဲမျိုးစုံနှင့်ဆီထွက်သီးနှံကဏ္ဍ (Pulses and Oil Seeds)
- (၃) ရေထွက်ကုန်လုပ်ငန်းကဏ္ဍ (Fisheries)
- (၄) ရော်ဘာလုပ်ငန်းကဏ္ဍ (Rubber)
- (၅) အထည်အလိပ်နှင့် အဝတ်အထည်ကဏ္ဍ (Textile and Garment)
- (၆) သစ်တောထွက်ပစ္စည်းကဏ္ဍ (Forestry)
- (၇) **ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ (Tourism)**

အထောက်အကူပြုကဏ္ဍများ

- (၈) ဘဏ္ဍာရေးဝန်ဆောင်မှုများရရှိနိုင်ရေးကဏ္ဍ (Access to Finance)
- (၉) ကုန်သွယ်မှုသတင်းအချက်အလက်ဝန်ဆောင်မှုကဏ္ဍ (Trade Information)
- (၁၀) အရည်အသွေးစီမံခန့်ခွဲမှုကဏ္ဍ (Quality Management)
- (၁၁) ကုန်သွယ်မှုလျင်မြန်ချောမွေ့စေရေးနှင့်ထောက်ပံ့ပို့ဆောင်ရေးကဏ္ဍ (Trade Facilitation and Logistics)

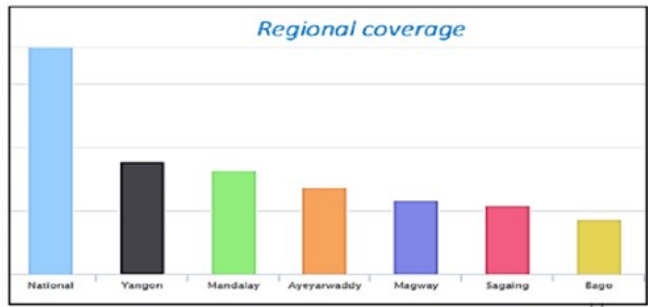
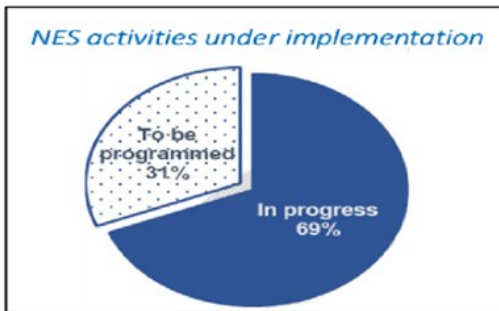
အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (၂၀၁၅-၂၀၁၉) အကောင်အထည်ဖော်ပြီးစီးမှု

❖ နိုင်ငံတော်ဘတ်ဂျက်ပါဝင်သော စီမံကိန်းများ အပါအဝင် စီမံကိန်း (၁၃၁) ခုကို အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့ပါသည်။



အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့မှုအခြေအနေ(အဆက်)

- ❖ အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ ၂၀၁၅-၂၀၁၉ ၏ ကဏ္ဍအလိုက် လုပ်ငန်းစီမံချက်များနှင့် ဆက်စပ်နေသည့် စီမံကိန်းများ၏ (၆၉ %) ကို ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့ပြီး ရန်ကုန်၊ မန္တလေး၊ ဧရာဝတီနှင့် မကွေးတိုင်းဒေသကြီး များတွင် အများဆုံးဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့ပါသည်။



အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (၂၀၂၀-၂၀၂၅)

- မြန်မာနိုင်ငံ၏ ရေရှည်တည်တံ့ခိုင်မြဲပြီး ဟန်ချက်ညီသောဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်မှုစီမံကိန်း (Myanmar Sustainable Development Plan)၊ ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးမူဘောင် (Private Sector Development Framework) နှင့် အခြားသောကုန်သွယ်မှုနှင့် စက်မှုကဏ္ဍ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး စီမံကိန်းများအတွက် အဓိကကျသော ကုန်သွယ်မှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဆိုင်ရာ ဒေါက်တိုင်(Trade and Investment Pillar)တစ်ခုအဖြစ် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်ရေးဆွဲထားပါသည်။
- ဦးစားပေးကဏ္ဍ (၁၃) ခု နှင့် အထောက်အကူပြုကဏ္ဍ (၅) ခုကို ရွေးချယ်ထားပါသည်။

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (၂၀၂၀-၂၀၂၅)

(က) ဦးစားပေးကဏ္ဍများ (Priority Sectors)

- (၁) ဆန်နှင့် ဆန်ထွက်ပစ္စည်းကဏ္ဍ (Rice and Rice Products Sector)
- (၂) ပဲမျိုးစုံနှင့် ဆီထွက်သီးနှံကဏ္ဍ (Pulses & Oilseeds Sector)
- (၃) ရေထွက်ကုန်လုပ်ငန်းကဏ္ဍ (Fishery Sector)
- (၄) ရော်ဘာလုပ်ငန်းကဏ္ဍ (Rubber Sector)
- (၅) အထည်အလိပ်နှင့် အဝတ်အထည်ကဏ္ဍ (Textile & Garments Sector)
- (၆) စားသောက်ကုန်ပြုပြင်ထုတ်လုပ်ခြင်းကဏ္ဍ (Food Processing Sector)
- (၇) သစ်သီးဝလံနှင့် ဟင်းသီးဟင်းရွက်ကဏ္ဍ (Fresh Fruits and Vegetables Sector)
- (၈) သစ်တောထွက်ပစ္စည်းကဏ္ဍ (Forestry Products Sector)

- (၉) လျှပ်စစ်နှင့် အီလက်ထရောနစ် စက်ပစ္စည်းကဏ္ဍ (Electrical & Electronic Machinery Sector)
- (၁၀) ကျောက်မျက်နှာနှင့်လက်ဝတ်ရတနာကဏ္ဍ (Gems and Jewellery Sector)
- (၁၁) လက်မှုအနုပညာပစ္စည်းကဏ္ဍ (Handicrafts Sector)
- (၁၂) ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ (Tourism Sector)
- (၁၃) အစ်ဂျစ်တယ်ထုတ်ကုန်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုကဏ္ဍ (Digital Products and Services Sector)

(ခ) အထောက်အကူပြုကဏ္ဍများ (Trade Support Functions)

- (၁) ဘဏ္ဍာရေးဝန်ဆောင်မှုများရရှိနိုင်ရေးကဏ္ဍ (Access to Finance Sector)
- (၂) ထောက်ပံ့ပို့ဆောင်ရေးဝန်ဆောင်မှုကဏ္ဍ (Logistics Services Sector)
- (၃) အရည်အသွေးစီမံခန့်ခွဲမှုကဏ္ဍ (Quality management Sector)
- (၄) ကုန်သွယ်မှုသတင်းအချက်အလက် ဝန်ဆောင်မှုကဏ္ဍ (Trade Information Sector)
- (၅) တီထွင်ဆန်းသစ်မှုနှင့်စွန့်ခွာပြီးတီထွင်ဆောင်ရွက်ခြင်းကဏ္ဍ (Innovation and Entrepreneurship Sector)

ဆက်လက်ဆောင်ရွက်မည့် လုပ်ငန်းများ

- နိုင်ငံတော်၏ စီးပွားရေးမူဝါဒများနှင့်အညီ စိုက်ပျိုးရေးကိုအခြေခံသည့် ကဏ္ဍများကို အဓိက ရွေးချယ်ပြီး၊ စိုက်ပျိုးရေးနှင့် ကုန်ထုတ်လုပ်မှုကဏ္ဍများတွင် တီထွင်ဆန်းသစ်မှုနှင့် တန်ဖိုးမြှင့်တင်ခြင်းတို့ဖြင့် စီးပွားရေးကဏ္ဍ တစ်ခုလုံး ဟန်ချက်ညီစွာ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရေး ဦးတည်ပါသည်။
- ကဏ္ဍအလိုက် ရေးဆွဲထားရှိသည့် လုပ်ငန်းစီမံချက်များကို အကောင်အထည်ဖော်ရာတွင် နိုင်ငံတော် ဘဏ္ဍာငွေ၊ ပုဂ္ဂလိကရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု၊ အစိုးရ-ပုဂ္ဂလိက ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုတို့အပြင် နိုင်ငံတကာ၏ အကူအညီ အထောက်အပံ့တို့ဖြင့် ဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်ပါသည်။

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (NES) နှင့် ဆက်စပ်နေသည့် ဆောင်ရွက်ပြီးစီမံကိန်းများ

စဉ်	စီမံကိန်းအမည်	ကာလ	ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု	တန်ဖိုး
၁	Inclusive Tourism Project Focusing on Kayah State (Netherland Trust Fund III)	၂၀၁၄-၂၀၁၇	- ကယားပြည်နယ်၊ လွိုင်ကော်မြို့ရှိ ပန်ပက်၊ ထန်းလာလဲ၊ ထေခိုနှင့် ဒေါခမကြီးရွာတို့တွင် ဒေသထွက်ကုန်ပစ္စည်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေပြီး၊ ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ ခရီးသွား လုပ်ငန်းများကို ဒေသခံလူထုပါဝင်၍ ဆောင်ရွက်ခြင်း၊ အလုပ်အကိုင်အခွင့်အလမ်းများ ဖန်တီးပေးခြင်း၊ နိုင်ငံတကာခရီးသွားလုပ်ငန်းပြပွဲများတွင်ကယားပြည်နယ်ကို Promotion ပြုလုပ်နိုင်ခဲ့ပါသည်။	USD ၁. ၉၀၁ သန်း (ITC)
၂	The Value Chains for Rural Development Project (VC-RD)	၂၀၁၄-၂၀၁၉	- ကော်ဖီ၊ ပဲပုတ်၊ ဂျင်း၊ နှမ်းနှင့် ဖရဲ စသည့် သီးနှံ (၅) မျိုး၏ Value Chains ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ပံ့ပိုး ပေးပေးပြီး ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် Lol ရေးထိုး ဆောင်ရွက်ခဲ့ခြင်း ဖြစ်ပါသည်။	(Winrock International, USAID)
၃	Improving Food Safety and Compliance with SPS Measures to Increase Export Revenues in the Oilseeds Value Chain in Myanmar (STDF)	၂၀၁၅-၂၀၁၈	- စီမံကိန်း အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ပြီးဖြစ်ပါသည်။	USD ၀. ၉၇၁ သန်း (ITC)
၄	Inclusive tourism Project (Netherland Trust Fund IV)	၂၀၁၈-၂၀၂၁	ဟိုတယ်နှင့် ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနမှ Focal အဖြစ် တနင်္သာရီတိုင်းဒေသကြီး၊ ထားဝယ်မြို့ကို ဦးစားပေး ဆောင်ရွက်ခဲ့ပြီး၊ NTF III စီမံကိန်း အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့သော ကယားပြည်နယ်ရှိ ရပ်ရွာ လူထုအခြေပြု ခရီးသွားလုပ်ငန်းများကို ပိုမိုကျစ်လစ်ခိုင်မာအောင် ဆက်လက်ထောက်ပံ့ပေးခြင်းနှင့် ချင်းပြည်နယ်တွင် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် နည်းပညာ အကူအညီများ ထောက်ပံ့ပေးခဲ့ပါသည်။	USD ၂.၉ သန်း (ITC)

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (NES) နှင့် ဆက်စပ်နေသည့် ဆောင်ရွက်ဆဲစီမံကိန်းများ

စဉ်	စီမံကိန်းအမည်	ကာလ	ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု	တန်ဖိုး
၁	Trade and Investment Project (TIP)	၂၀၁၈-၂၀၂၁	<ul style="list-style-type: none"> • အမျိုးသားပို့ကုန် မဟာဗျူဟာ ၂၀၂၀-၂၀၂၅ ၏ ကဏ္ဍ ၁၄ ခုနှင့် ပင်မလုပ်ငန်းစီမံချက် ရေးဆွဲပေးခဲ့ခြင်း။ • တိုင်းဒေသကြီးနှင့် ပြည်နယ်များတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုမြှင့်တင်ရေး ဆောင်ရွက်ချက်များကို DICA မှ Focal အဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း။ 	USD ၅.၀၉၁ သန်း (DFID, ITC)
၂	Upgrading Horticulture Supply Capacity and Responsible Business Linkages Project	၂၀၁၈-၂၀၂၂	<ul style="list-style-type: none"> • ဦးစားပေးသီးနှံ ၃ မျိုးအဖြစ် လက်ဖက်၊ ဂျင်းနှင့် ထောပတ်သီးတို့အား ရွေးချယ်ဖော်ထုတ်ခဲ့ပြီး၊ ၎င်းသီးနှံများ၏ တန်ဖိုးကွင်းဆက်လုပ်ငန်းစဉ်များတွင် ကျား-မ ရေးရာတန်းတူညီမျှမှုရှိရေးကို အလေးထားပြီး၊ အဓိက အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ (စီမံကိန်းကို ပြီးစီးအောင် အသင်းအဖွဲ့များနှင့် ဆက်လက်ဆောင်ရွက်ခဲ့ကြောင်း သိရှိရပါသည်။) • လဘက်တောင်သူ ၁၀၀၀ ကျော် GAP ရရှိခြင်း။ • ထောပတ်တောင်သူ ၇၀ Global GAP ရရှိခြင်း။ • ချင်းတောင်သူများအား City Mart နှင့်ချိတ်ဆက်ပေးခဲ့ခြင်း။ 	

မှတ်ချက်။ ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ ၁ ရက်နေ့မှစ၍ ယာယီဆိုင်ငံ့ခဲ့ပါသည်။

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (NES) နှင့် ဆက်စပ်နေသည့် ဆောင်ရွက်ဆဲစီမံကိန်းများ

စဉ်	စီမံကိန်းအမည်	ကာလ	ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု	တန်ဖိုး
၃	Strengthening Capacities of the Private Sector in Myanmar (PSD)	၂၀၁၉-၂၀၂၁	- Implementation Agreement အား လက်မှတ်ရေးထိုးပြီး စီမံကိန်းလုပ်ငန်းများအား အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်နေပါသည်။	ယူရို ၆ သန်း (German Govt, GIZ)
၄	Climate Friendly Agribusiness Value Chain Project (CFAVC)	၂၀၁၉-၂၀၂၅	-၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ ဩဂုတ်လအတွင်း Test Kit များ ဖြန့်ဝေနိုင်ရေးအတွက် မန္တလေး၊ စစ်ကိုင်း၊ မကွေးတိုင်းဒေသကြီးများ အတွင်းရှိ ကျေးရွာများသို့ကွင်းဆင်းခြင်း လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။	USD ၄၀.၅ သန်း (USD ၀.၆၇ သန်း) (ADB)
၅	Agriculture and Food Systems Development Activity (AFDA)	၂၀၁၉-၂၀၂၄	- စီမံကိန်း Output- ၄ ရှိ လုပ်ကွက်ငယ် တောင်သူများ၏ ထုတ်ကုန်များ ပြည့်တွင်း ပြည်ပဈေးကွက်များသို့ ချွေထွင်းနိုင်ရေးဆောင်ရွက်ပေးရန် ACDI နှင့် ညှိနှိုင်း၍ LoI ရေးထိုးဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။	USD ၂၃.၄ သန်း (USAID, ACDI)
၆	EU ARISE Plus – Myanmar	၂၀၁၉-၂၀၂၃	- စီမံကိန်း Output - 1 တွင်ပါဝင်သော ဟင်းသီးဟင်းရွက်နှင့် သစ်သီးဝလံကဏ္ဍ၊ ပဲမျိုးစုံ နှင့်ဆီထွက် သီးနှံကဏ္ဍတို့၏ တန်ဖိုးကွင်းဆက် တစ်လျှောက်ဆန်းစစ်လေ့လာခြင်းကို ဆောင်ရွက်နေပါသည်။	ယူရို ၈ သန်း (EU, ITC)

မှတ်ချက်။ ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ ၁ ရက်နေ့မှစ၍ ယာယီဆိုင်းငံ့ခဲ့ပါသည်။

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (NES) နှင့် ဆက်စပ်နေသည့် ဆောင်ရွက်ဆဲစီမံကိန်းများ

စဉ်	စီမံကိန်းအမည်	ကာလ	ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု	တန်ဖိုး
၇	Collaboration Between IGC and MYANTRADE	၂၀၁၉	- ကုန်သွယ်မှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုမူဝါဒများနှင့် ပတ်သက်သည့် အစီအစဉ်များကို ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်သွားနိုင်ရန်အတွက် ROD လက်မှတ်ရေးထိုး ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။	International Growth Center
၈	Home Decoration & Home Textile Project (HDHT)	၂၀၂၀-၂၀၂၄	- LoI ရေးထိုးနိုင်ရေးအတွက် CBI နှင့် ညှိနှိုင်း ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။	ယူရို ၁.၉ သန်း (CBI)
၉	Export Development Law	၂၀၂၀	- TIP စီမံကိန်းအောက်တွင် ပို့ကုန်ဖြင့်တင်ပို့ရေး ဥပဒေကို ITC ၏ နည်းပညာအကူအညီဖြင့် နိုင်ငံတကာဥပဒေ ပညာရှင်များ ငှားရမ်း၍ မူကြမ်း စတင်ရေးဆွဲလျက်ရှိပါသည်။ - ဥပဒေရေးဆွဲရာတွင် ဘာသာရပ်ဆိုင်ရာများကို ပံ့ပိုးကူညီဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန်အတွက် Myantrade, DG ဦးဆောင်၍ အဖွဲ့ဝင် (၁၀) ဦးဖြင့် Technical Team ဖွဲ့စည်းထားရှိပြီး ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။	ITC

မှတ်ချက်။ ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ ၁ ရက်နေ့မှစ၍ ယာယီဆိုင်းငံ့ခဲ့ပါသည်။

အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာ (NES) နှင့် ဆက်စပ်နေသည့် ဆောင်ရွက်ဆဲစီမံကိန်းများ

စဉ်	စီမံကိန်းအမည်	ကာလ	ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု	တန်ဖိုး
၁၀	Strengthening Myanmar's Apiculture Sector by Increasing Capacity to Meet Quality and Market Access Requirements	စီမံကိန်း ခွင့်ပြုချက် ရရှိသည့်နေ့မှစ၍ ၄ နှစ် (၂၀၂၁)	- မြန်မာကုန်သွယ်မှုမြှင့်တင်ရေးအဖွဲ့နှင့် UNIDO တို့ အကြား စီမံကိန်းဆောင်ရွက်ခွင့် ရရှိရန်အတွက် ဝန်ကြီးရုံးသို့ တင်ပြခဲ့ရာတွင် ခွင့်ပြုချက်ရရှိပြီး ဖြစ်ပါသည်။	ယူရို ၂ သန်း (Norwegian Agency for Development Cooperation (Norad), UNIDO)
၁၁	Cooperation Framework for Rubber Sector Development	စီမံကိန်း ခွင့်ပြုချက် ရရှိသည့်နေ့မှစ၍ ၁ နှစ် (၂၀၂၁)	- မြန်မာကုန်သွယ်မှုမြှင့်တင်ရေးအဖွဲ့နှင့် CARE International in Myanmar တို့အကြား စီမံကိန်း ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် အတွက် Cooperation Framework ကို လက်မှတ်ရေးထိုးနိုင်ရန် သက်ဆိုင်ရာဌာန၊ အသင်းအဖွဲ့များနှင့် ကရင်ပြည်နယ်၊ မွန်ပြည်နယ်နှင့် တနင်္သာရီတိုင်းဒေသကြီးအစိုးရအဖွဲ့များသို့ သဘောထားမှတ်ချက်များ တောင်းခံရရှိပြီး ဖြစ်ပါသည်။	CARE International in Myanmar

မှတ်ချက်။ ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ ၁ ရက်နေ့မှစ၍ ယာယီဆိုင်ငံ့ခဲ့ပါသည်။

စီးပွားရေးသံမှူးများကို နိုင်ငံခြားတိုင်းပြည်များသို့ တာဝန်ပေးစေလွှတ်ခြင်း

- စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနသည် ၂၀၁၈-၂၀၁၉ ဘဏ္ဍာနှစ်မှ စတင်၍ စီးပွားရေးသံမှူးများ ပြည်ပသို့ စေလွှတ်ခြင်းကိစ္စရပ်များနှင့်စပ်လျဉ်း၍ တာဝန်ခံဝန်ကြီးဌာနအဖြစ် တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။
- စီးပွားရေးသံမှူးများ စေလွှတ်မည့် (၁၂) နိုင်ငံမှာ ထိုင်းနိုင်ငံ၊ စင်္ကာပူနိုင်ငံ၊ တရုတ်နိုင်ငံ၊ အိန္ဒိယနိုင်ငံ၊ ဂျပန်နိုင်ငံ၊ ကိုရီးယားနိုင်ငံ၊ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံ၊ ဗီယက်နမ်နိုင်ငံ၊ အာရပ်စော်ဘွားများပြည်ထောင်စု၊ ရုရှားဖက်ဒရေးရှင်းနိုင်ငံ၊ အမေရိကန်နိုင်ငံနှင့် ဂျာမနီနိုင်ငံတို့ ဖြစ်ပါသည်။
- နိုင်ငံတော်၏ စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုအတွက် အထောက်အကူဖြစ်စေရန် မြန်မာနိုင်ငံ၏ လယ်ယာထွက်ကုန်၊ ရေထွက်ကုန်များ နိုင်ငံတကာဈေးကွက်သို့ ထိုးဖောက်နိုင်ရန်နှင့် ဈေးကွက်မြှင့်တင်ရန် ဖြစ်ပါသည်။
- စီးပွားရေးသံမှူးများသည် ကုန်သွယ်မှုနှင့် ရင်းနှီးမြုပ်နှံမှုဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များ၊ အစီရင်ခံစာများ တင်ပြခြင်း၊ နှစ်နိုင်ငံအကြား အစိုးရဌာနများ၊ လုပ်ငန်းရှင်များအကြား ချိတ်ဆက်ပေးခြင်းများ ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။

SME ထွက်ကုန်များကုန်စည်ပြပွဲများတွင်ပြသခြင်း

22

ပြည်တွင်းပြည်ပကုန်စည်ပြပွဲများတွင် ပါဝင်ပြသခြင်း

- မြန်မာ့ထွက်ကုန်များ တိုးမြှင့်တင်ပို့နိုင်ရန် နိုင်ငံတကာအဆင့်မီ ပြည်တွင်းထုတ်ကုန်များကို ပြည်ပ ဈေးကွက်သို့ ထိုးဖောက် ဝင်ရောက်နိုင်ရေးအတွက် ပြည်တွင်း/ ပြည်ပ ကုန်စည်ပြပွဲများတွင် မြန်မာ လုပ်ငန်းရှင်များ ပါဝင်ပြသနိုင်ရေးအတွက် ပံ့ပိုး ဆောင်ရွက်ပေးလျက်ရှိပါသည်။
- ကုန်စည်ပြပွဲဆိုင်ရာ တင်ပို့/ တင်သွင်းမည့် ပစ္စည်းများအတွက် အထွေထွေခွင့်ပြုမိန့် (OGL) ကို လုပ်ထုံး လုပ်နည်းများနှင့်အညီ ဆောင်ရွက်ပေးလျက်ရှိပါသည်။

23

ကုန်စည်ပြပွဲ အမျိုးအစားများ

ပြည်တွင်းကုန်စည်ပြပွဲများ

- ပြည်ပမှ နိုင်ငံအလိုက်/ဒေသအလိုက် ပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ
- ပြည်ပမှ နိုင်ငံစုံလာရောက်ပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ
- ပြည်တွင်း-ပြည်ပ ပေါင်းစပ်ပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ
- ပြည်တွင်းကုမ္ပဏီလုပ်ငန်းရှင်များ စုပေါင်းပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ

ပြည်ပကုန်စည်ပြပွဲများ

- ဒေသတွင်းနိုင်ငံစုံ ပူးပေါင်းပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ
- ပြည်ပနိုင်ငံ တစ်နိုင်ငံမှ ဖိတ်ခေါ်ပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ
- ကုန်ပစ္စည်းအရ အထူးသီးသန့်ပြသသော ကုန်စည်ပြပွဲ
- တရုတ်နိုင်ငံသို့ သွားရောက်ပြသသည့် အဓိကပြပွဲများ

ပါဝင်ပြသလျက်ရှိသော နိုင်ငံတကာကုန်စည်ပြပွဲများ

- Milan Expo, Expo 2020 Dubai နှင့် EXPO 2025 Osaka တို့ကဲ့သို့ နိုင်ငံတကာ ကုန်စည်ပြပွဲများတွင် ပါဝင်ပြသနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ပေးလျက်ရှိပါသည်။
- တရုတ်နိုင်ငံ၏ နှစ်စဉ်ကျင်းပသည့် ကုန်စည်ပြပွဲကြီးများဖြစ်သော ကုမင်းကုန်စည်ပြပွဲ၊ တရုတ်-အာဆီယံ ကုန်စည်ပြပွဲ (CAEXPO) နှင့် နယ်စပ်ဒေသတွင် ရွှေလီ (ကျယ်ဂေါင်) မြို့နှင့် မူဆယ်မြို့တို့တွင် အလှည့်ကျ ကျင်းပသည့် မြန်မာ-တရုတ် နယ်စပ် ကုန်သွယ်ရေးကုန်စည်ပြပွဲတို့တွင်လည်း ပါဝင်ပြသနိုင်ရန် ဆောင်ရွက်ပေးလျက်ရှိပါသည်။

ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာနများ ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း

ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာနများကို တိုင်းဒေသကြီးနှင့် ပြည်နယ်များအလိုက် စုစုပေါင်း (၁၃) ခု ဖွင့်လှစ်ထားပြီး ဖြစ်ပါသည်။

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. မြန်မာအပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ရန်ကင်းတိုင်းဒေသကြီး (ရန်ကင်း) 2. ရတနာပုံကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
မန္တလေးတိုင်းဒေသကြီး (မန္တလေး) 3. ဇေယျာကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
စစ်ကိုင်းတိုင်းဒေသကြီး (မုံရွာ) 4. ဖန်ခါးမြေကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
မကွေးတိုင်းဒေသကြီး (မကွေး) 5. ဧရာကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ဧရာဝတီတိုင်းဒေသကြီး (ပုသိမ်) 6. မနောမြေကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ကချင်ပြည်နယ် (မြစ်ကြီးနား) | <ol style="list-style-type: none"> 7. ကန္တရဝတီကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ကယားပြည်နယ် (လွိုင်ကော်) 8. ခွဲကပင်ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ကရင်ပြည်နယ် (ဘားအံ) 9. ရာမညကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
မွန်ပြည်နယ် (မော်လမြိုင်) 10. သဇင်မြေကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ရခိုင်ပြည်နယ် (စစ်တွေ) 11. မောင်ရွှေလီကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ရှမ်းပြည်နယ် (မြောက်ပိုင်း၊ မုဆယ်) 12. ကမ္ဘောဇကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန
ရှမ်းပြည်နယ် (တောင်ပိုင်း၊ တောင်ကြီး) |
|--|--|

ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာနများ၏ လုပ်ငန်းတာဝန်များ

- စီးပွားရေးတွေ့ဆုံပွဲများ စီစဉ်ပေးခြင်း။
- စီးပွားရေးနှင့် ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာ ဆွေးနွေးတိုင်ပင်နိုင်ရန် စီစဉ်ပေးခြင်း။
- စီးပွားရေးပညာပေး ဆွေးနွေးပွဲများ စီစဉ်ပေးခြင်း။
- ကုန်သွယ်မှုညာပေးသင်တန်းများ ဖွင့်လှစ်ပေးခြင်း။
- ကုန်စည်ပြပွဲ ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း။
- စီးပွားရေးနှင့်ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာသတင်းအချက်အလက်များ မေးမြန်းစုံစမ်းမှုများကိုဖြေကြားပေးခြင်း။
- စာကြည့်တိုက်ဖွင့်လှစ်ထားခြင်း။
- အီလက်ထရောနစ်သတင်းအချက်အလက်များလေ့လာနိုင်ရန် စီစဉ်ပေးခြင်း။
- ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာ စာအုပ်၊ စာစောင်နှင့် CD များထုတ်လုပ်ဖြန့်ချိခြင်း။
- မြန်မာပို့ကုန်ပြခန်း ဖွင့်လှစ်ထားရှိခြင်း။
- ပို့ကုန်ကြော်ငြာခြင်းလုပ်ငန်း ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း။
- အမှတ်တရပို့ကုန်ပစ္စည်းများ ရောင်းချခြင်း။
- လေ့လာရေးခရီးများ စီစဉ်ပေးခြင်း။

မြန်မာအပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန

- ❑ အကောင်းဆုံး မြန်မာ့ထုတ်ကုန်များကို တစ်နေရာတည်းတွင် စုစည်းပြသရောင်းချနိုင်ရန်၊
- ❑ မြန်မာ့ထုတ်ကုန်များကို ရောင်းအားမြှင့်တင်နိုင်ရန်၊
- ❑ ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍ ဖွံ့ဖြိုးရေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန်၊
- ❑ Doing Business in Myanmar လုပ်ငန်းများ ကူညီ ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန်၊
- ❑ မြန်မာ့ပို့ကုန် လုပ်ငန်းရှင်များ၏ စွမ်းဆောင်ရည် မြှင့်တင်ပေးနိုင်ရန်။

မြန်မာအပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန၏ လုပ်ငန်းများ

- **SME လုပ်ငန်းရှင်များ၏** ထုတ်ကုန်များကို ပြည်ပဈေးကွက်သို့ ထိုးဖောက်နိုင်ရန် ပညာပေးခြင်းလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ပေးခြင်းနှင့် **ဈေးကွက်သစ်များရှာဖွေပေးခြင်း။**
- စီးပွားရေးနှင့်ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာ ဆွေးနွေးတိုင်ပင်နိုင်ရန်အတွက် စီစဉ်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း။
- ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာ ပညာပေး ဆွေးနွေးပွဲများ၊ International Trade ဆိုင်ရာ သင်တန်းများဖွင့်လှစ်ခြင်း၊
- ပြည်ပကုန်စည်ပြပွဲများသို့ သွားရောက်ပြသမည့် ကုန်သည်လုပ်ငန်းရှင်များ စုစည်းပြသနိုင်ရန်စီစဉ် ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း။
- ပြည်ပဈေးကွက် သတင်းအချက်အလက်များ စုဆောင်းခြင်းနှင့် ဖြန့်ဝေခြင်း။

မြန်မာအပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာန၏ လုပ်ငန်းများ

- Exporter Help Desk နှင့် Doing Business Help Desk များ ဖွင့်လှစ်၍ ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍမှ လိုအပ်သည့် အခက်အခဲများ ကူညီညှိနှိုင်းပေးခြင်း။
- Export Promotion အတွက် Young Exporter Club ဖွဲ့စည်း၍ Exporter များ၏ လိုအပ်ချက်အား အနီးကပ် ကူညီဖြေရှင်းပေးခြင်း။
- Economic Counsellor Help Desk ဖွင့်လှစ်၍ စီးပွားရေးသံမှူးများနှင့် ချိတ်ဆက်၍ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ သတင်းအချက်များ၊ အခွင့်အလမ်းများကို အသင်းအဖွဲ့များနှင့် လုပ်ငန်းရှင်များကို အသိပေး ချိတ်ဆက်ပေးခြင်း။
- မြန်မာ့ထုတ်ကုန်အမှတ်တံဆိပ် (Myanmar Brand) ကို ဖော်ထုတ်ပြီး မြန်မာကုန်သွယ်မှုမြှင့်တင်ရေးအဖွဲ့၏ အသိအမှတ်ပြု ထုတ်ကုန်၊ ဝန်ဆောင်မှုအဖြစ် အသိအမှတ်ပြု၍ ပြည်ပဈေးကွက်အထိ ထိုးဖောက်နိုင်ရေးအတွက် ပုဂ္ဂလိက လုပ်ငန်းရှင်များကို အားပေးကူညီခြင်း။
- မြန်မာ့ပို့ကုန်ပြခန်းနှင့် အရောင်းခန်းမ ဖွင့်လှစ်၍ မြန်မာပို့ကုန်များ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ဆောင်ရွက်ခြင်း။

အလားအလာရှိသောသီးနှံများ တိုးမြှင့်တင်ပို့ရေး ဆောင်ရွက်ချက်များ

- အလားအလာကောင်းသောသီးနှံများ ပိုမိုတိုးမြှင့် ထုတ်လုပ်နိုင်ရေးသည် ကောင်းမွန်သော စိုက်ပျိုးမှု အလေ့အကျင့် ကောင်း (GAP) စနစ်ဖြင့် စိုက်ပျိုးနိုင်ရေးကို အခြေခံကျကျ လုပ်ဆောင်နိုင်မှသာလျှင် ပိုမို အောင်မြင်နိုင်သည့် (Quality Product Quality Market) ကို ရောက်ရှိနိုင်မည်ဖြစ်ပြီး ပြည်ပဈေးကွက်ကို တိုးချဲ့နိုင်မည် ဖြစ်ပါသည်။
- ပြည်တွင်းကုန်သွယ်မှု ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးနှင့် ပြည်ပပို့ကုန်တိုးမြှင့်ရေး၊ အလားအလာရှိသောသီးနှံများ တိုးမြှင့်တင်ပို့ နိုင်ရေးအတွက် ဦးစားပေး ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။
- မြန်မာ့လယ်ယာထွက်ကုန် သီးနှံများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ အရည်အသွေးကောင်း သီးနှံရွေးချယ်၍ စိုက်ပျိုး၊ ထုတ်လုပ်နိုင်ရေး ဦးစားပေးဆောင်ရွက်နိုင်ရေး သက်ဆိုင်ရာဌာန၊ အသင်းအဖွဲ့များ၊ စိုက်ပျိုးထုတ်လုပ်သူများ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်နိုင်ရေး ညှိနှိုင်းချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။
- ပြည်ပနိုင်ငံများသို့ စေလွှတ်ထားသော စီးပွားရေးသံမှူးများမှလည်း လိုအပ်သည့် သီးနှံဆိုင်ရာ အချက်အလက်များ လေ့လာသုံးသပ်ချက်များပေးပို့လျက်ရှိပါသည်။

မြန်မာ့စားသောက်ကုန်များ ပြည်ပဈေးကွက် တင်ပို့နိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း

- မြန်မာ့ပို့ကုန်များ တရားဝင်တင်ပို့ခွင့် ရရှိနိုင်ရေးနှင့် လျင်မြန်ချောမွေ့စွာ တင်ပို့နိုင်ရေးအတွက် သက်ဆိုင်ရာ နိုင်ငံအလိုက် သတ်မှတ်ထားသော စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ၊ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများနှင့် အညီ ဖြည့်ဆည်းဆောင်ရွက်နိုင်ရန် လိုအပ်ပြီး Sanitary and phytosanitary (SPS) ကဲ့သို့ အကောက်ခွန်မဟုတ်သည့် အတားအဆီးများ (Non-Tariff Measures) ကို လိုက်နာ ဆောင်ရွက်နိုင်ရေး သက်ဆိုင်ရာနိုင်ငံအလိုက် စီးပွားရေးသံမှူးများနှင့် အစိုးရဌာနများ၊ ပုဂ္ဂလိက အသင်းအဖွဲ့များနှင့် ချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။

တရုတ်နိုင်ငံ၏ GACC တွင် မှတ်ပုံတင်ရေးကိစ္စရပ်များ ဆောင်ရွက်ခြင်း

- မြန်မာ့လယ်ယာထွက်ကုန်များ အဓိကတင်ပို့လျက်ရှိသော တရုတ်နိုင်ငံသို့ အစားအသောက်ကုန်ပစ္စည်းများ တင်ပို့ရာတွင် ကုန်စည်အမျိုးအစား (၄) ခု ဖြစ်သည့် အသားနှင့် အသားထုတ်ကုန်များ၊ ရေထွက်ကုန်များ၊ နို့ထွက်ပစ္စည်းများ၊ ငှက်သိုက်နှင့် ဆက်စပ်ထုတ်ကုန်များ တင်ပို့မည့် မြန်မာလုပ်ငန်းရှင်များအနေဖြင့် General Administration of Customs of China (GACC) တွင် မှတ်ပုံတင်ပြီးမှသာ တရားဝင် တင်ပို့ခွင့်ရရှိမည်ဖြစ်ပါသည်။
- တရုတ်ပြည်သူ့သမ္မတနိုင်ငံသို့ အစားအသောက်တင်ပို့သည့် လုပ်ငန်းများ မှတ်ပုံတင်မည့်ကိစ္စနှင့် ထောက်ခံချက် ပေးနိုင်ရေးအတွက် မြန်မာကုန်သွယ်မှုမြှင့်တင်ရေးအဖွဲ့ ဦးဆောင်သော လုပ်ငန်းအဖွဲ့ (Working Group) ဖွဲ့စည်းထားရှိပါသည်။
- ထောက်ခံချက် (Recommendation) ပေးမည့်ဌာနများမှာ -
 - စိုက်ပျိုးရေးဦးစီးဌာန၊
 - မွေးမြူရေးနှင့်ကုသရေးဦးစီးဌာန၊
 - ငါးလုပ်ငန်းဦးစီးဌာန
 - အစားအသောက်နှင့် ဆေးဝါးကွပ်ကဲရေးဦးစီးဌာနတို့ ဖြစ်ပါသည်။

တရုတ်နိုင်ငံ၊ အကောက်ခွန် အထွေထွေအုပ်ချုပ်မှုအာဏာပိုင်အဖွဲ့တွင် မှတ်ပုံတင်လျှောက်ထားပြီးသည့် ကုမ္ပဏီ/ စက်ရုံများစာရင်း

၁-၁၂-၂၀၂၁ ရက်နေ့မှ ၁၈-၁၁-၂၀၂၂ ရက်နေ့အထိ

စဉ်	အကြောင်းအရာ	ကုမ္ပဏီ/ စက်ရုံ	အစောင်ရေ	မှတ်ချက်
၁	စိုက်ပျိုးရေးဦးစီးဌာန	၉၉၂	၁၉၁၉	
၂	ငါးလုပ်ငန်းဦးစီးဌာန	၁၁၈	၁၁၈	စက်ရုံ ၇၂ သိုလှောင်ရုံ ၄၂ မွေးကန် ၄
၃	မွေးမြူရေးနှင့် ကုသရေးဦးစီးဌာန	၁၂	၁၂	ပျား ၁၁ အသား ၁
၄	အစားအသောက်နှင့်ဆေးဝါးကွပ်ကဲရေးဦးစီးဌာန	၉	၉	
	စုစုပေါင်း	၁၁၃၁	၂၀၅၈	

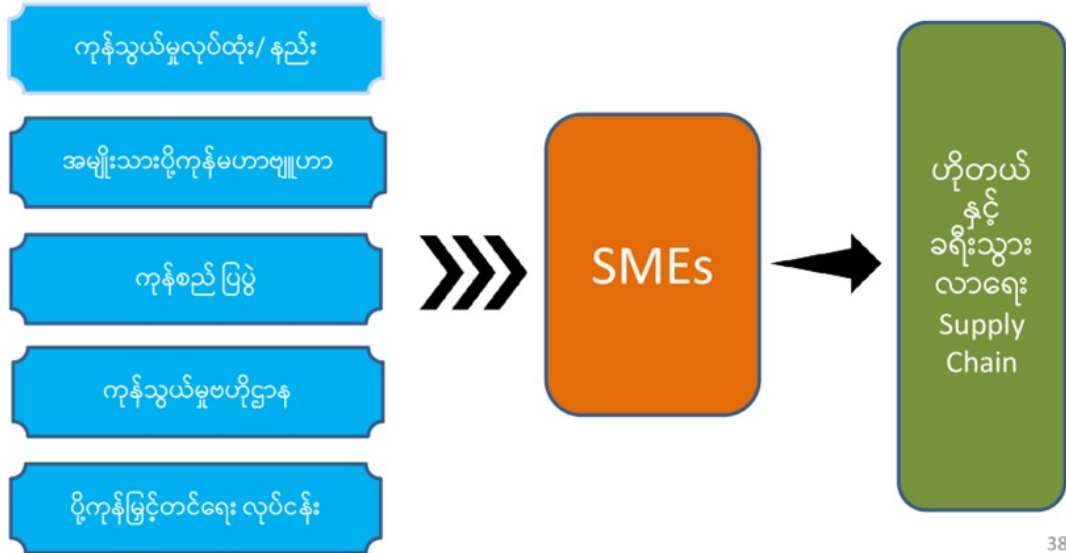
36

လက်ရှိဆောင်ရွက်နေသည့် စီမံကိန်း

စဉ်	စီမံကိန်းအမည်	ကာလ	ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု	တန်ဖိုး
၁	Improving Quality of Rubber and Market Research on Rubber Industry Project (မွန်ပြည်နယ်နှင့် တနင်္သာရီတိုင်းဒေသကြီး) အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့အစည်းများ <ul style="list-style-type: none"> ➢ မြန်မာကုန်သွယ်မှုနှင့်တင်ပို့ရေးအဖွဲ့ (Focal Department) ➢ စိုက်ပျိုးရေးဦးစီးဌာန၊ စိုက်ပျိုးရေး၊ မွေးမြူရေးနှင့် ဆည်မြောင်းဝန်ကြီးဌာန ➢ ပြည်နယ်/တိုင်းဒေသကြီးအစိုးရအဖွဲ့ ➢ မြန်မာ့ရော်ဘာစိုက်ပျိုးထုတ်လုပ်သူများအသင်း ➢ ပြည်နယ်/တိုင်းဒေသကြီး ရော်ဘာအသင်းများ 	၂၀၂၂-၂၀၂၄	<ul style="list-style-type: none"> ➢ မြန်မာ့ရော်ဘာထုတ်လုပ်သည့်လုပ်ငန်းကဏ္ဍတွင်အရည်အသွေးမြှင့်တင်ရေးအဖွဲ့အစည်းများ ထုတ်လုပ်နိုင်စွမ်း မြှင့်တင်ပေးရန်အတွက် ကျွမ်းကျင်မှု၊ နည်းပညာနှင့် လူသားအရင်းအမြစ်များ တိုးတက်နိုင်စွမ်း လာစေရန်။ ➢ ရော်ဘာတန်ဖိုးကွင်းဆက်တစ်လျှောက် ရေရှည်တည်တံ့စေရန်နှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှုရှိစေရန်အတွက် ဥပဒေစည်းမျဉ်းမူဘောင်နှင့် အမျိုးသား အရည်အသွေး အခြေခံအဆောက်အအုံတစ်ခု ဖော်ဆောင်ပေးနိုင်ရန်။ ➢ မြန်မာ့ သဘာဝရော်ဘာနှင့် ဆက်စပ်ရော်ဘာ ထုတ်လုပ်သည့်လုပ်ငန်းများ နိုင်ငံတကာ အဆင့်မီအောင် မြှင့်တင်ပေးနိုင်ရန်။ ➢ ရော်ဘာကဏ္ဍအတွက် အလားအလာရှိသော ဈေးကွက် သုတေသန ဆောင်ရွက်ပေးရန်။ 	USD ၄၃,၀၀၀ လန်ချန်း-မဲခေါင် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု အထူးရန်ပုံငွေ (၂၀၂၁)

37

Supply Chain တွင် SMEs ဖွံ့ဖြိုးရေး



ကျေးဇူးတင်ပါတယ်။

Supply Chain Management

Dr. THIHA HTUN

Professor

Department of Business and Economics

National Management Degree College

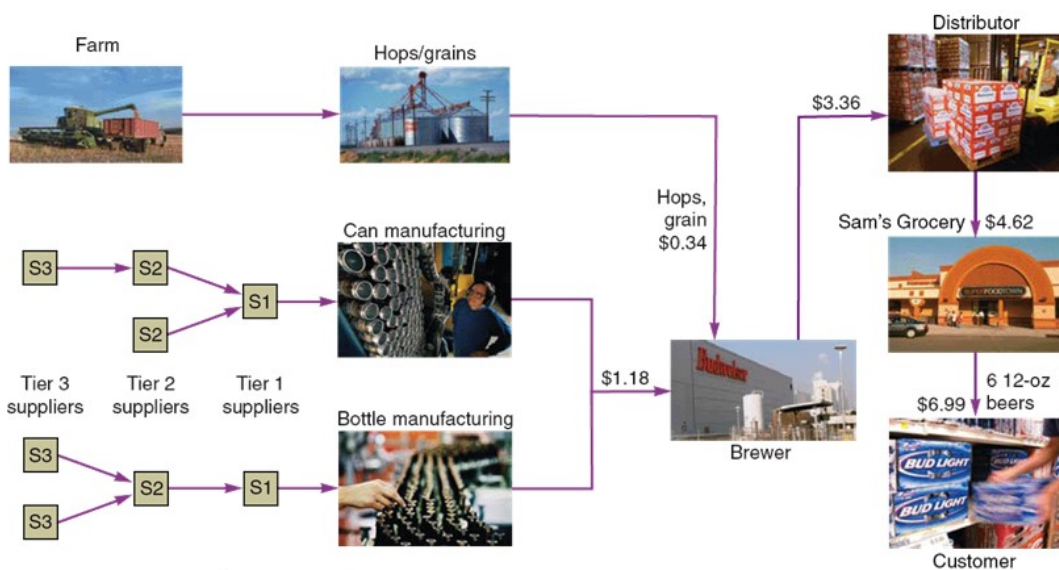
Supply-Chain Management

The objective of supply chain management is to coordinate activities within the supply chain to maximize the supply chain's competitive advantage and benefits to the ultimate consumer

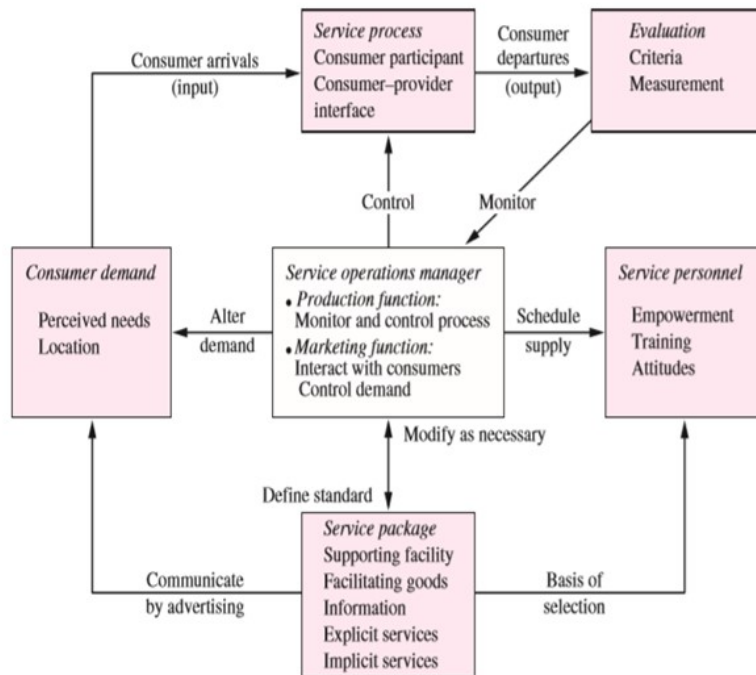
Supply Chain Costs

Supply Chain Costs as a Percentage of Sales	
INDUSTRY	% PURCHASED
Automobiles	67
Beverages	52
Chemical	62
Food	60
Lumber	61
Metals	65
Paper	55
Petroleum	79
Restaurants	35
Transportation	62

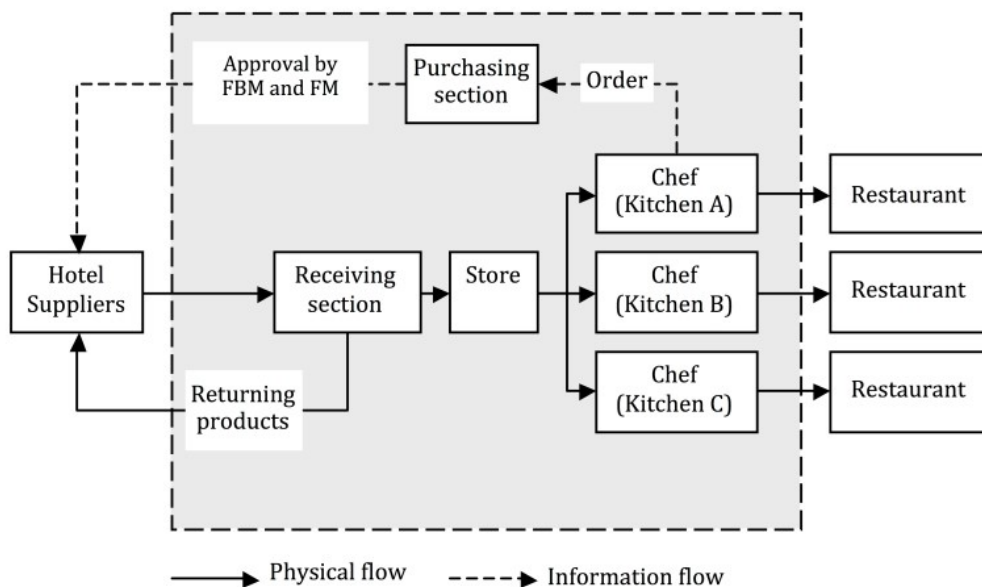
A Supply Chain for Beer



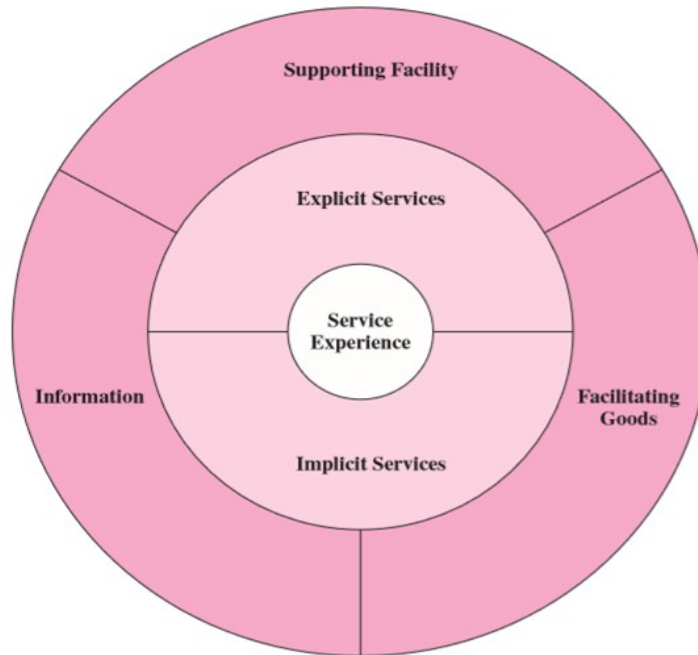
An Open-Systems View of Services



A Supply Chain for Hotel Industry



Service Package



© 2014 Pearson Education, Inc.

11 - 7

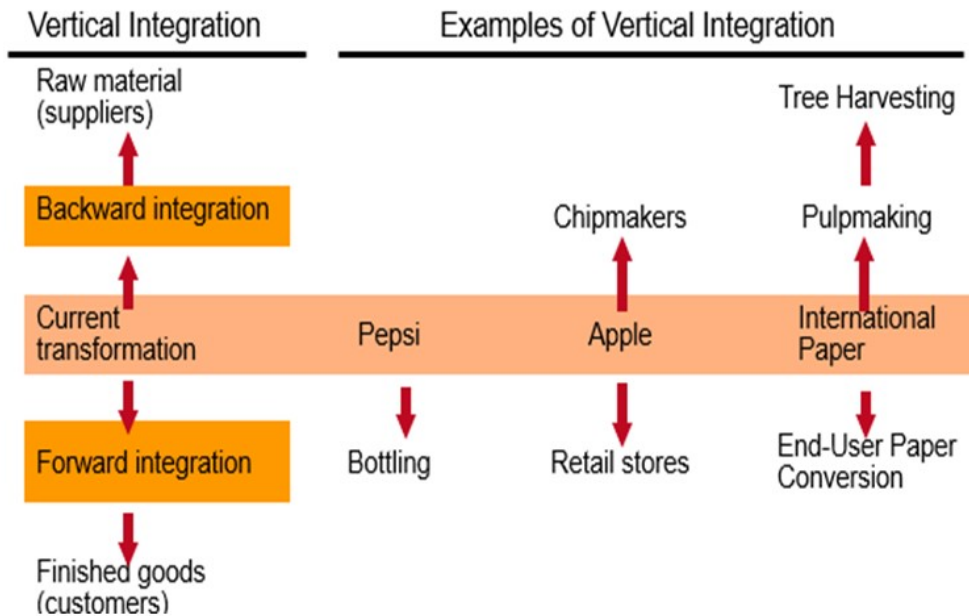
How Corporate Strategy Impacts Supply Chain Decision

	LOW COST STRATEGY	RESPONSE STRATEGY	DIFFERENTIATION STRATEGY
Primary supplier selection criteria	<ul style="list-style-type: none"> • Cost 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacity • Speed • Flexibility 	<ul style="list-style-type: none"> • Product development skills • Willing to share information • Jointly and rapidly develop products
Supply chain inventory	<ul style="list-style-type: none"> • Minimize inventory to hold down costs 	<ul style="list-style-type: none"> • Use buffer stocks to ensure speedy supply 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimize inventory to avoid product obsolescence
Distribution network	<ul style="list-style-type: none"> • Inexpensive transportation • Sell through discount distributors/retailers 	<ul style="list-style-type: none"> • Fast transportation • Provide premium customer service 	<ul style="list-style-type: none"> • Gather and communicate market research data • Knowledgeable sales staff
Product design characteristics	<ul style="list-style-type: none"> • Maximize performance • Minimize cost 	<ul style="list-style-type: none"> • Low setup time • Rapid production ramp-up 	<ul style="list-style-type: none"> • Modular design to aid product differentiation

© 2014 Pearson Education, Inc.

11 - 8

Vertical Integration



Supply Chain Risk

- ▶ More reliance on supply chains means more risk
- ▶ Fewer suppliers increase dependence
- ▶ Compounded by globalization and logistical complexity
- ▶ Vendor reliability and quality risks
- ▶ Political and currency risks

Logistics Management

- ▶ Objective is to obtain efficient operations through the integration of all material acquisition, movement, and storage activities
- ▶ Is a frequent candidate for outsourcing
- ▶ Allows competitive advantage to be gained through reduced costs and improved customer service

Distribution Management

- ▶ The outbound flow of products
 1. Rapid response
 2. Product choice
 3. Service
- ▶ Increasing the number of facilities generally improves response time and customer satisfaction
- ▶ Total costs are important

Establishing Sustainability in Supply Chains

Management Challenges of Reverse Logistics

ISSUE	FORWARD LOGISTICS	REVERSE LOGISTICS
Forecasting	Relatively straightforward	More uncertain
Product quality	Uniform	Not uniform
Product packaging	Uniform	Often damaged
Pricing	Relatively uniform	Dependent on many factors
Speed	Often very important	Often not a priority
Distribution costs	Easily visible	Less directly visible
Inventory management	Consistent	Not consistent

Benchmarking the Supply Chain

- ▶ Benchmarking useful
- ▶ May not be adequate
- ▶ Audits may be necessary
 - ▶ Continuing communication, Understanding, Trust, Performance, Corporate strategy
- ▶ Foster a mutual belief that “we are in this together”

Thank You

Tourism and Supply Chain Management

Presented
by
Daw Myo Myo Than
Director
Tourism Promotion Department+

Content

- I. Introduction
- II. Tourism As A System
- III. Tourism Supply Chain
- IV. Tourism and Supply Chain Management
- v. Conclusion

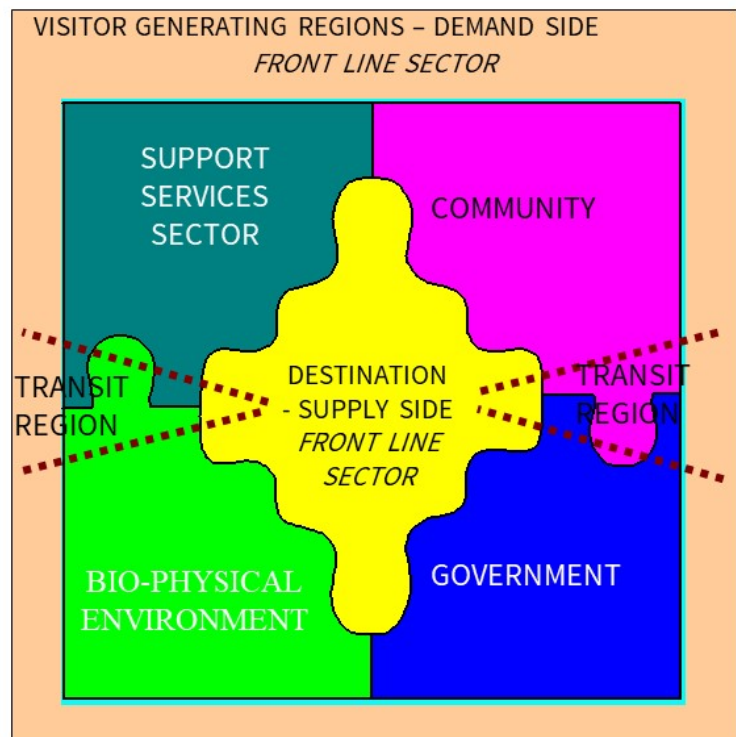
Introduction

- Tourism has become the main source of income for many countries, private sectors, and individuals living in a tourist destination area.
- Tourism has the multiplier effect to the economy and to the employability of the local community. Ensure the sustainability and the performance of regional tourism industry is vital to the sustainable development.
- The development of the tourism sector justified the need to pass the traditional concept of tourism to sustainable tourism.

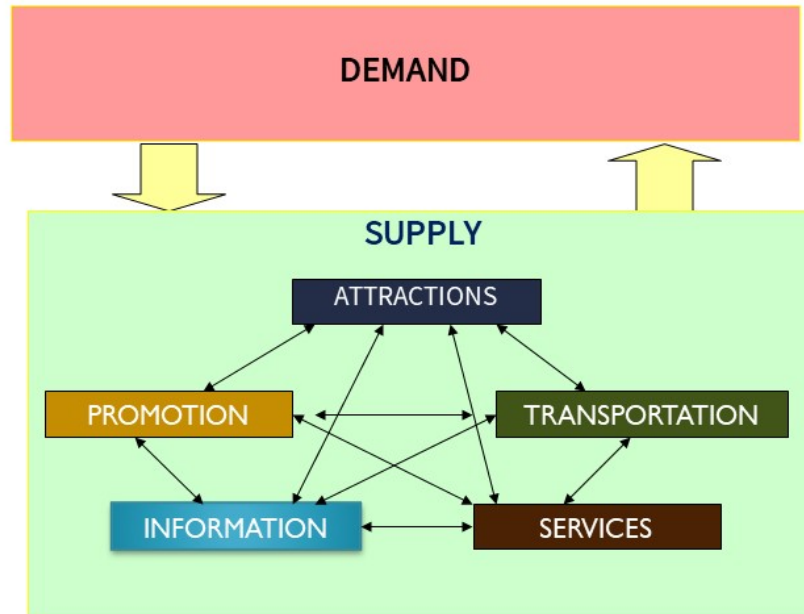
TOURISM AS A SYSTEM

Seven Structures:

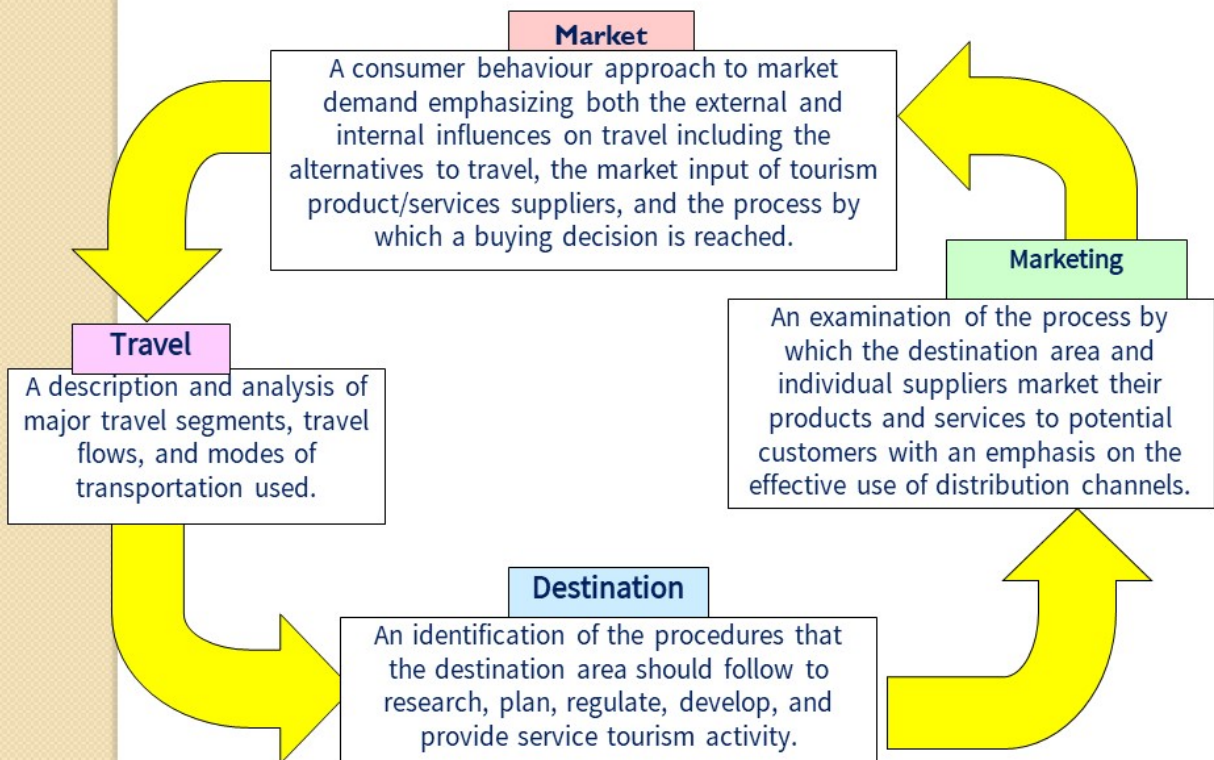
1. Visitor Generating Regions (*demand side*)
2. The Destination (*supply side*)
3. The Transit Region
4. Support Services Sector
5. Bio-physical Environment
6. Community
7. Government



The Tourism Functioning System



The Tourism System



TOURISM AS A SYSTEM

VISITOR GENERATING REGIONS (Demand side)

Market segmentation

- Domestic visitors, International visitors
- Demographics
- Segmentation by characteristics
- By main purpose for trip



TRANSIT REGION (Supply side)

Major modes of transport take visitors through the transit region to their destination

The transport system is the combination of land use and its multi-faceted inter-relationships with modes of transport (mainly road, air, rail, and sea);

AIR

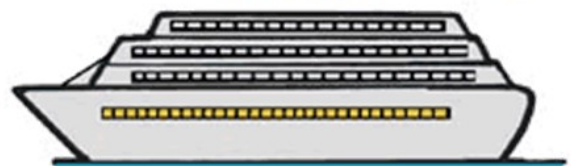


ROAD

RAIL



What is a hovercraft???



SEA



THE DESTINATION (Supply side) The “Frontline Industries Sector”

Businesses operating directly with visitors
(The Five ‘A’s)

Accommodation -hotels, motels, resorts, backpacker hostels, B&B, caravan parks, etc

Amenities - restaurants, sports facilities, theatres, casinos, etc

Attractions (natural and cultural, cities, landscapes, theme parks, museums, vents and festivals, etc).

Access: -Travel agencies; Transport - Airlines, coaches, tour operators, trains, cruise ships, taxis, hire cars

Activities - tour operators, ski fields business companies, yacht charters, bicycle hire, kayaking adventure companies, abseiling, Himalayan trekking companies, etc.

TOURISM AS A SYSTEM

Host Communities

Residents, families,
individuals, community organizations,
indigenous minorities



Community Based Tourism

- The role of NGOs and networking
- Social Effects
- Cultural Effects

Women’s Group Forest
Café, Community
Ecotourism





TOURISM AS A SYSTEM

Government - the Coordination Sector

Regulatory Controls, Policy Formulation, National Issues and Interests, Planning, Infrastructure

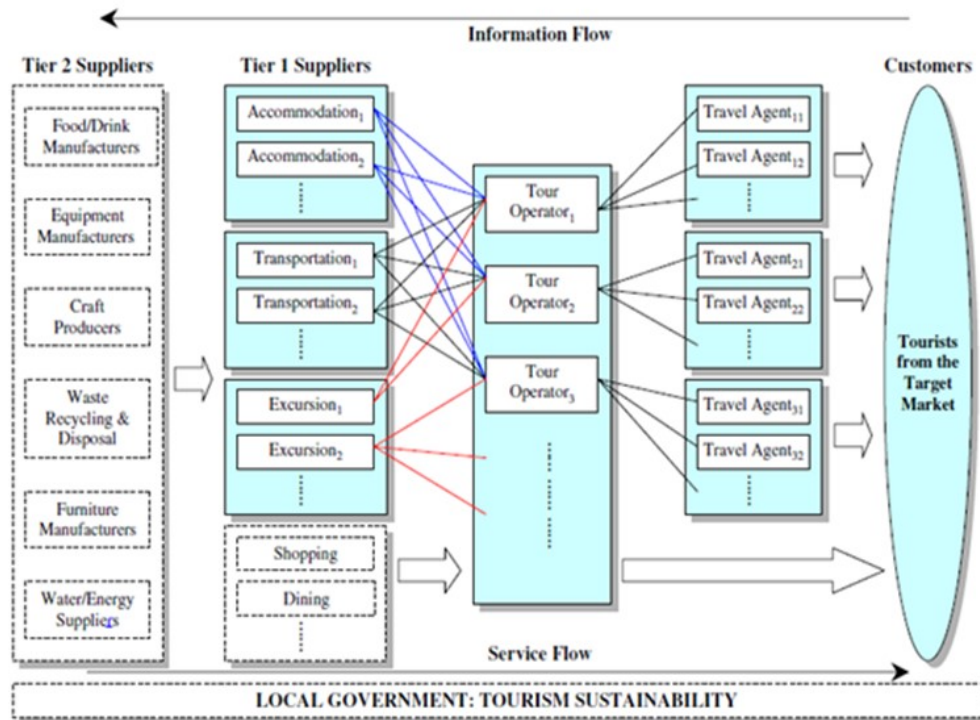
- Regulatory - licensing laws, business registration, taxation, building codes, safety regulations, etc
- Policy - Economic, Tourism, Transport, Foreign Affairs, \Regional Development, Sport & Recreation, Telecommunications.
- The Environment - legislation, national parks, biosphere reserves, world heritage sites, etc.
- International Treaties - visas, trade, bilateral air services, anti-terrorist treaties, WHS, etc.
- *Law & Order - security of visitors, Police, Customs, Immigration, anti-terrorist strategy, etc.*
- *Infrastructure - roads, railways, airports, water, power, ports, communications systems, etc.*
- *Partnerships with the private sector (e.g. toll roads)*

Tourism Supply Chain

A tourism supply chain is defined as “a network of tourism organizations engaged in different components of tourism products/services such as flights and accommodation to the distribution and marketing of the final tourism product at a specific tourism destination, and involves a wide range of participants in both the private and public sectors.

Source: X. Zang, H. Song and G.Q. Huang, “*Tourism supply chain Management*” (2009)

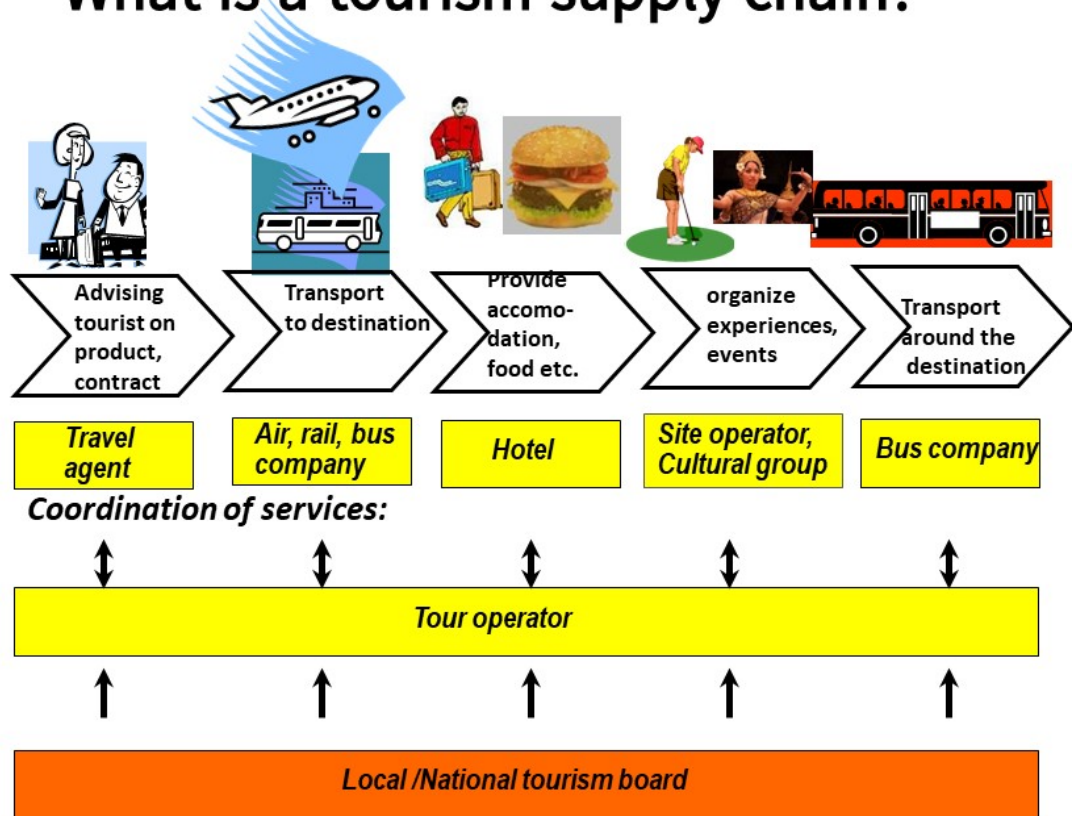
Tourism Supply Chain (TSC)



Tourism Supply Chain

- Tourism Supply Chain components include input providers (sources), service providers (service producers such as accommodation, food and beverage, recreation, retail companies), intermediaries (tour operators, travel agencies), freight transport (physical flow connectors), and passenger transport (customer flow enablers)
- Tourism supply chains involve many components - not just accommodation, transport and excursions, but also bars and restaurants, handicrafts, food production, waste disposal, and the infrastructure that supports tourism in destinations.

What is a tourism supply chain?



Products and services to supply a Tourism package

Elements of a tourism product/service Tourism activities	Tourism activities
Accommodation	Hotel; bed & breakfast; self-catering; apartments; campsites; cruise ships
Transport to and from destination	Public transport (trains); airports; schedule air carriers; air charters; schedules sea passages; chartered sea passages; coaches; cruises
Catering and Food and Beverage (F&B)	Restaurants and bars; grocery stores; farmers; fishermen; local commerce/markets; bakers; butchers; food wholesales
Ground Transport	Car rentals; boat rentals; fuel providers; gas stations; coach rentals
Ground Services	Agents; handlers or inbound operators in destination
Cultural and Social Events	Excursion and tours providers; sports and recreation facilities; shops and factories
Environmental, cultural and heritage resources of destination	Public authorities; protected site managers; private concessionaires and owners

Tourism and Supply Chain Management

- Supply chain management in any sector, including tourism, covers all parts of a product's 'life cycle': raw materials, processing, manufacture, distribution, retailing, customer use and final disposal.
- Tourism, like all other supply chains, operates through business-to-business relationships. Supply chain management can be applied to sustain the performance improvements in business operations of each supplier.
- The sustainability of a tourism product, depends on issues including the environment and working conditions in destination countries, safety of customers and staff in delivering all aspects of a tourism product.

Tourism and supply chain management

- The impacts of a tour operator come from the impacts of all components of the products they sell, as well as impacts from transport and distribution.
- Understanding the sustainability of each tourism product which they are produced, through suppliers, and so on, right back to source, as well as ensuring that a company meets sustainability criteria in its own internal operations.
- The main differences between tourism supply chains and those of other sectors, are that tourists travel to the product, and the product that they buy has a particularly high service component.

Tourism and supply chain management

- There are challenges on tourism supply initiatives against actions and policies for sustainable tourism by international organizations, tourism industry organizations and NGOs.
- Socio-economic and cultural issues encompass a number of aspects, to the economic development and the well-being of local communities; preservation of cultural identity; respect for human rights local communities' and indigenous peoples' rights.
- Environmental aspects include sustainable transport development and sustainable use of resources; reducing, minimizing and preventing pollution and waste, conserving plants, animals, ecosystems and protected areas (biodiversity); and conserving landscapes, cultural and natural heritage.

Tourism and supply chain management

Accommodation

- Socio-economic issues: numbers of staff, and so has the potential to provide employment for nearby communities.
- Environmental issues: energy efficiency is widespread in larger hotels, and more use is being made of renewable energy technologies.
- Management issues: A variety of management tools and standards are available and being applied for improving sustainability performance in the accommodation sector.

Transport

- Environmental issues: Tour operators do not have the ability to influence the sustainability of air transport and mainly focused on offsetting carbon emissions.
- Socio-economic issues; Some airlines deliver sustainability messages through their in-flight presentations, such as magazines and videos.

Tourism and supply chain management

Ground Services

Sustainability requirements from ground handlers come from smaller, nature and ecotourism operators, and there are relatively ongoing impact assessments of excursions and other products.

- Socio-economic issues: some operators emphasize the importance of selecting suppliers based on community and workforce, and working on introducing responsible tourism criteria in their purchasing policies to cover these issues.
- Environmental issues: Some tour operators are working with their customers and local suppliers to reduce the amount of waste generated by their tours to prevent litter in the sites.
- Conservation issues: Nature and wildlife are key parts of some holiday packages and excursions, the pressure of numbers of visitors can do serious damage to wildlife and sensitive sites.

Tourism and supply chain management

Food and Crafts

- Food and crafts can generate considerable profits for the local population.
- Key issues for local sourcing of food supplies in the tourism sector are quality, reliability and quantity of supply.
- Socio-economic issues; Tour operators have supply chain initiatives on the production and distribution of local, sustainable food and crafts, other local products..

Tourism and Supply chain Management

Destinations

- Destination initiatives for sustainable tourism seek to improve the quality of infrastructure, to increase the ability of the destination to gain from tourism.
- Several destinations have worked to improve the sustainability performance of suppliers, and marketing and product developments being used by mass tourism destinations to offset seasonality in tourism.
- Other initiatives include the promotion of linkages between tourism sites, and tourism activities to encourage tourists to sample different aspects of the country and spread the economic benefits of tourism.

Conclusion

Successful supply chain relationships between companies and their suppliers are developed and implemented according to a defined series of steps:

- To establish a sustainable supply chain policy and management system.
- To support suppliers in reaching Sustainability Goals, including raising awareness on sustainability issues and demonstrating why sustainability performance is important.
- To integrate sustainability criteria into suppliers' contracts and preferentially contract suppliers that meet those criteria.

Conclusion

We also suggest the following priorities for action in promoting supply chain improvements:

- To support tour operators to gain more specific and systematic information on their activities.
- To support wider adoption and implementation for existing examples of good practices in the supply chain.
- To encourage for suppliers through awareness raising, training and technical support, and socioeconomic and environmental aspects.
- To enhance communications with destination stakeholders on key sustainability issues to develop and implement projects in line with sustainability policies.
- To develop customer education awareness of key social, economic and environmental issues at destinations.

References

- Tourism Supply Chains Report of a Desk Research Project for the Travel foundation , Final Report 2014(. Authors: Richard Tapper, Environment Business & Development Group and Leeds Metropolitan University and Xavier Font, Leeds Metropolitan University)
- *TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM* Volume 6, Number 2;THE SUSTAINABILITY OF TOURISM SUPPLY CHAIN: A CASE STUDY RESEARCH
- Center of Environmental Leadership in Business (CELB), Tour Operator Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI). (2004). *Supply Chain Management For Tour Operators - Three Steps toward sustainability.*
- Training on BIMP -EAGA,IMT-GT and GMS Enhancing People to People Connectivity for Inclusive Growth, Guilin Tourism University, Guilin , Guaxi Province China



“Strengthening Tourism MSMEs”



Daw Khaing Mee Mee Htun
Director
International and Regional Cooperation Department
Directorate of Hotels and Tourism
Ministry of Hotels and Tourism
Phone: 067-3406 248
Fax: 067- 3406 104
Email: irc.moht@gmail.com

Content

- Introduction of Tourism MSMEs
- Main challenges for Tourism MSMEs
- 16th UNWTO Asia-Pacific Executive Programme/
Session 3: Sustainable Tourism Investment to Enable MSMEs
- Pillars for Tourism MSMEs
- Development of Tourism MSMEs in Myanmar
- Promote Tourism/related MSMEs in Myanmar
- Benefits, Requirements and Recommendations



Introduction

- Faced with challenges of sustainability, human capital and digitalization, the transitions of tourism to a more sustainable and inclusive model and the progress of its contribution to the Sustainable Development Goals (SDGs) cannot be achieved without advancing the transformation of MSMEs.

- MSMEs are the backbone of the tourism sector, accounting for an estimated 80% of all tourism businesses worldwide.



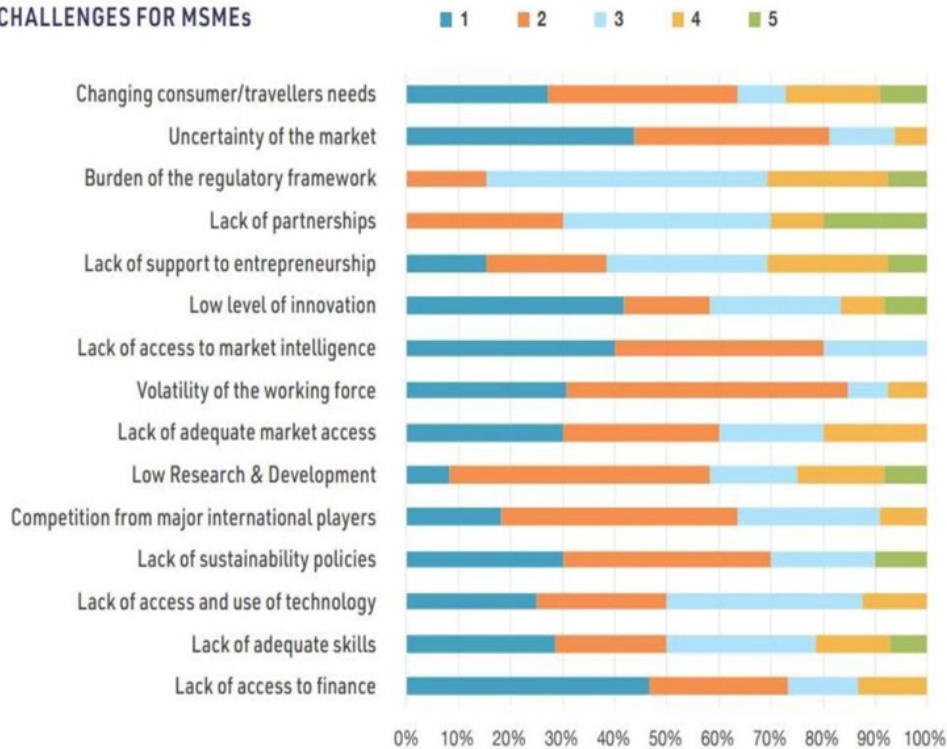
Introduction

MSME: Micro, Small and Medium Enterprises (APEC 2017b, p. 25).

- **Micro enterprises** have between **one and four employees**
- **Small enterprises** have between **five and 19 employees**
- **Medium enterprises** have between **20 and 100 employees**
- **Access to the internet and digital economy** is one of the most important issues facing SMEs competitiveness and internationalization.
- **Value-added: of, relating to, or being a product, whose value has been increased especially by special manufacturing, marketing, or processing (OECD)**



MAIN CHALLENGES FOR MSMEs



Notes: Multiple answers were possible.

Relevance of challenges from 1 to 5, being 1 'more relevant' and 5 'less relevant'.

Source: Survey of G20 and invited countries, March 2022 (n=19)

Source: Survey of G20 and invited countries, March 2022

16th UNWTO Asia-Pacific Executive Programme, 7-11 November 2022, Seoul, the Republic of Korea



Session 3: Sustainable Tourism Investment to Enable MSMEs

• Country 1 - Cambodia

- MSMEs (around 85%)
- Challenges: no standard, no framework
- UNWTO to support the development of MSMEs Digital Future for sustainable tourism
- UNWTO to support the development of smart tourist city





16th UNWTO Asia-Pacific Executive Programme, 7-11 November 2022, Seoul, the Republic of Korea

Session 3: Sustainable Tourism Investment to Enable MSMEs

- Country 2 - India

- **Indian Tourism is multi-sectoral** and with the **best case for the growth of Micro, small, and medium-sized businesses (MSMEs).**
- By 2029, India's Tourism sector is expected to grow 6.7% to reach Rs. 35 trillion (US \$ 488 Billion), accounting for 9.2% of the total economy.
- The Government of India **provides free loans to MSME** to help **them deal with the COVID-19 pandemic and revive the economy, including the tourism sector.**



16th UNWTO Asia-Pacific Executive Programme, 7-11 November 2022, Seoul, the Republic of Korea

Session 3: Sustainable Tourism Investment to Enable MSMEs

- Country - 2 India

- Proposed National Green Tourism Mission & **National Mission on MSME under New Tourism Policy**
- **Skill-based sectoral training for MSMEs** at center and state level
- **Government Initiative with MSME /Community (Kerala Responsible Tourism Mission)**
The Responsible Tourism Mission was established in 2017 as the Nodal Agency for the development of Responsible Tourism in **the State**. The vision of RT Mission is to transform Kerala into the first Sustainable Tourism State through Responsible Tourism activities.



16th UNWTO Asia-Pacific Executive Programme, 7-11 November 2022, Seoul, the Republic of Korea

Session 3: Sustainable Tourism Investment to Enable MSMEs

- **Country 3 - Lao PDR**
 - **Low innovation** in tourism sector (especially in MSMEs)
 - Creating **investment friendly environment** can promote more FDI, PPP and MSMEs growth
 - **Innovations play a significant role to support MSMEs growth and sustain in this era**
 - **Collaboration among FDI, PPP, MSMEs, government and private sectors** to drive economic growth and sustainable in the long run

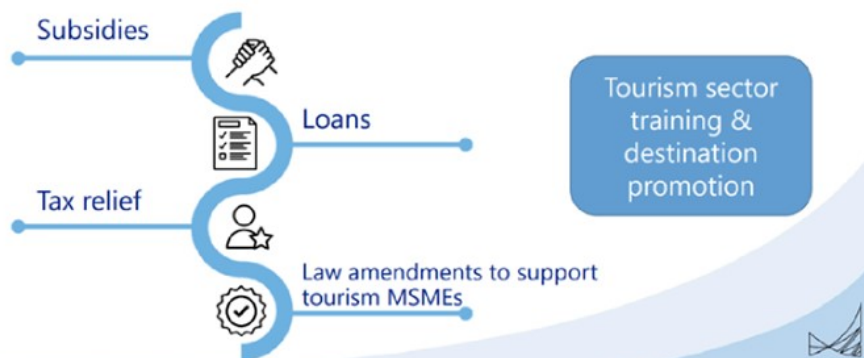


16th UNWTO Asia-Pacific Executive Programme, 7-11 November 2022, Seoul, the Republic of Korea

Session 3: Sustainable Tourism Investment to Enable MSMEs

- **Country 4 - Lithuania**

Measures to support Lithuanian MSMEs





Country 5 - Vanuatu

Challenges faced by SMEs

- Access to financial resources to support Product readiness / rehabilitation of businesses
- Access to **skilled tourism labor** – shortage due to growth in labor mobility program
- Market connectivity – **Aviation access for International and domestic markets**
- Cost of doing business** – Vanuatu an expensive destination
- Vulnerability to natural disasters – Tropical cyclones**



Country 5 - Vanuatu

Policies to address Challenges faced by SMEs

- Vanuatu Sustainable Tourism Policy 2019-2030
- Tourism Crises Response & Recovery Plan [2020-2023]
- Vanuatu Sustainable Tourism Strategy [2021-2025]

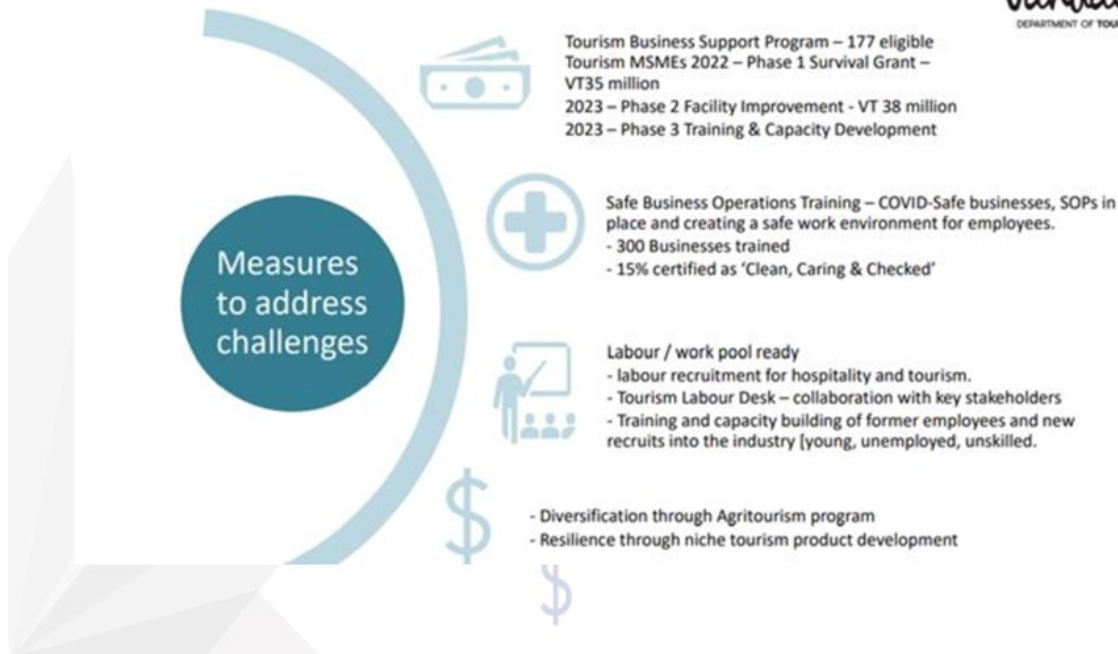
Tourism Crises Response and Recovery Plan





Country 5 - Vanuatu

Highlights of Success Stories



Country 5 - Vanuatu

Incentives, measures and technical support for micro, small and medium-sized enterprises -

- Adopted fiscal stimulus measures intended to offer immediate financial relief for enterprises and **job and income protection for workers (MSMEs)**
- Measures to support livelihoods and businesses and safeguard jobs** and income have proven to be fundamental for the survival of the sector.
- Women and young people have felt the brunt of the impact on jobs, particularly in lower-income countries
- Support MSMEs to understand the market and financial analysis** process and identify potential sources of financing

Tourism MSMEs

Sri Lanka

- Hotels and homestay
- Spas and ayurveda
- Cafes, food, and beverages
- Traveling and guiding
- Surfing and diving
- Souvenirs and handicrafts

Source: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/623271/adbi-wp1164.pdf>, July 2020

G20 BALI GUIDELINES FOR STRENGTHENING COMMUNITIES AND MSMEs AS TOURISM TRANSFORMATION AGENTS - A People-centred Recovery, Final Version, 26 September 2022



Pillar 1 Human capital: jobs, skills, entrepreneurship and education

Pillar 2 Innovation, digitalization and the creative economy

Pillar 3 Women and youth empowerment

Pillar 4 Climate action, biodiversity conservation and circularity

Pillar 5 Policy, governance and investment frameworks

Source: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284423828>



Adoption and Implementation of Policies and Strategies, Laws (Myanmar)

- **Small and Medium Enterprises Development Law (9.4.2015)**
- **Small and Medium Enterprises Development Policy (24.12.2015)**
- **Small and Medium Enterprises Development Rules (13.10.2016)**
- **The reason Myanmar is encouraging MSMEs is to promote national economy, substitute imports and export local products.**

Source: Ministry of Industry, Myanmar / The Global New Light of Myanmar dated 4 November 2022



Adoption and Implementation of Policies and Strategies

- **Responsible Tourism Policy (2012)**
- **Myanmar Tourism Master Plan (2013-2020)**
- **Policy on Community Involvement in Tourism**
- **Ecotourism Policy and Management Strategy (2015-2025)**
- **Myanmar Community-Based Tourism Standard**
- **Myanmar Tourism Strategic Recovery Roadmap-MTSRR (2021-2025)**



Development of Tourism MSMEs in Myanmar

- Myanmar Tourism Master Plan (2013-2020) outlines Strategic Programme (4), **'Develop Quality Products and Services' which emphasizes strengthening tourism-related supply chain linkages.**
- Deepen **local supply chains that benefit producers of arts and crafts, farmers, transport providers, and other tourism-related MSMEs.**
- Compete on product richness, diversity, and quality **(RT Policy).**
- The Ministry of Hotels and Tourism (MoHT) promotes the **development of new destinations and experiential tours.**
- MoHT has tried to maximize the benefits of tourism to widespread to **the local communities by developing community-based tourism projects and empowering women.**



Development of Tourism MSMEs in Myanmar

- Strengthen **Tourism-related supply chains / improve linkages between local producers and the tourism industry**
- **Research linkages between the tourism industry and local communities** as suppliers of goods and services such as farm products, handcrafts, food and beverages, cultural performances, and transportation services;
- **Encouraging local entrepreneurship through MSMEs** (Policy on Community Involvement in Tourism)
- **Develop and promote (23) community-based tourism projects (47 villages)**

Myanmar Tourism Law Chapter (12) Licensing

- Individuals intending to **operate any of the tourism activities listed below must apply for a licence** from the relevant regional tourism working committee, in accordance with the requirements:

- (a) **Tour Operator Business**
- (b) **Hotel Business**
- (c) **Guesthouse Business**
- (d) **Tour Guide Business**
- (e) **Other Tourism related Services**

- **Other Tourism related services** mean services which are conducted under the specific guidelines and notification classified as “Other Types of Tourism Business” by the Ministry of Hotel and Tourism.

Highlights of success stories: development of Tourism MSMEs in Myanmar



Case Study 1: The rise in **eco-lodges** and **boutique resorts** built and operated sustainably



View Point Ecolodge
(Nyaung Shwe, Shan State)



Bago Yoma Ecolodge (Pyay, Bago Region)



Malikha Lodge, Putao, Kachin State



Wa Ale Kyun Island Resort (Tanintharyi Region)





Highlights of success stories: development of Tourism MSMEs in Myanmar

Case Study 2: Community-Based Tourism Projects (47 villages)



Highlights of success stories: development of Tourism MSMEs in Myanmar

Case Study 2: Community-Based Tourism Projects (47 villages)

ASEAN Community-Based Tourism Award Winners

No.	Name	ASEAN Tourism Forum (ATF) Host Country
1	Myaing CBT (Magway Region)	ATF-2017 (Singapore)
2	Pa-O Region CBT (Shan State)	ATF-2017 (Singapore)
3	Loi Kaw CBT (Kayah State)	ATF-2007 (Singapore)
4	Kyaithale CBT (Twantay, Yangon Region)	ATF-2019 (Viet Nam)
5	Hsith village (Mandalay Region)	ATF-2019 (Viet Nam)





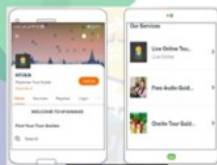
Highlights of success stories: development of Tourism MSMEs in Myanmar

Case Study 2: Myanmar Innovative Tourism Start-up Competition at World Tourism Day 2022 Celebration, Nay Pyi Taw

Amrta Artificial Intelligence (First Prize Winner)
Smart Travel Companion
Travel Mobile App



MYAN (Second Prize Winner)
Online Travel and
Tour Guide Services



Galon Min Nyi Naung (Third Prize Winner)
Myanmar Textile Products for
hotels and home decorations



- ❖ Backpack Blanket
- ❖ Bed Runner
- ❖ Pillow Cover
- ❖ Hairdryer Bag
- ❖ Laundry Bag
- ❖ Table Matt
- ❖ Table Runner
- ❖ Cotton Towel
- ❖ Eco Print Shawl
- ❖ Banana Fabric shawl
- ❖ Bath Rope
- ❖ Cotton Mask



Highlights of success stories: development of Tourism MSMEs in Myanmar

Case Study 3: Encouraging Development of MSMEs in Nay Pyi Taw

- List of MSMEs in Nay Pyi Taw

No.	Size of Enterprises				Industrial Zone Enterprises			Registration Dept.		
	Micro	Small	Medium	Total	Inside Zone	Outside Zone	Total	Industrial Supervision Dept.	SME Dept.	Total
	416	245	726	1387	15	1372	1387	661	726	1387

- Nay Pyi Taw Small and Medium Enterprises Development Agency (5.10.2022), patronage by Chairman of NPT Council



Community Mart, Novotel Yangon Ballroom, 10 September 2022 Support Farmers & Local SME Businesses



Benefits, Requirements and Recommendations



Benefits

- The support of successive Governments for MSMEs/Tourism MSMEs has made significant impacts on job creation, income generation and improvements of socio-economic development and well-being of the communities.
- The development of **related MSMEs** is largely related to and contributed to the development of the tourism sector.

Requirements

- The MSMEs needed more opportunities for business competitiveness and capacity and creativity.
- The **statistics of MSMEs** of the country should be further strengthened and MSMEs are further encouraged to register with the Government so that they can receive the necessary support.



Recommendations

- (1) **Human resource development** for MSMEs (capacity building, market access/ expansion, finance management, entrepreneurship, technology transfer/literacy)
- (2) Conducting **trade fairs/ job fairs/ business matchings** for MSMEs
- (3) Conducting **public-private dialogues/workshops/ awareness seminars**
- (4) Providing MSMEs with consultancy service (online, onsite, hybrid)
- (5) Encouraging **creative products/value-added products**
- (6) **Cooperation and collaboration among related stakeholders (FDI, businesses, etc.)**
- (7) Establishing **industrial zones for MSMEs**
- (8) **Easing of restrictions for tourism development**, and other requirements for improvement of local businesses.
- (9) Encouragement of **domestic manufacturing / services**.



Sources

- <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284423828>
- <https://www.globalgovernmentforum.com/rebuilding-tourism-through-small-businesses/>
- <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>
- <https://www.apec.org/docs/default-source/Publications/2019/8/SM-Integration-into-Global-Value-Chains-in-Services-Industries/219-CTI-SMEs-Integration-into-Global-Value-Chains-in-Services-Industries---Tourism-Sector.pdf>



ဆွေးနွေးပွဲ သဘာပတိ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဝန်ကြီးရုံး၊ ညွှန်ကြားရေးမှူးချုပ်
ဦးလှိုင်ဦးက ဆွေးနွေးချက်ရလဒ်များကို သုံးသပ်ဖော်ထုတ်တင်ပြခြင်း

ဆွေးနွေးပွဲသဘာပတိ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဝန်ကြီးရုံး၊ ညွှန်ကြားရေးမှူးချုပ်
ဦးလှိုင်ဦးက အောက်ပါ ဆွေးနွေးချက်ရလဒ် (၂၁) ချက်ကို သုံးသပ်ဖော်ထုတ် တင်ပြပါသည် -

- ၁။ MSME များအတွက် ဘဏ္ဍာငွေကြေးအရင်းအမြစ်များ ဖော်ထုတ်ပံ့ပိုး ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း၊
Financial Landscape နှင့် Financial Support Schemes များ သတ်သတ်မှတ်မှတ်ရေးဆွဲ
အကောင်အထည်ဖော်ခြင်း
- ၂။ MSME လုပ်ငန်းများအတွက် ကျွမ်းကျင်လုပ်သားများ ရရှိစေရန် လူ့စွမ်းအား အရင်းအမြစ်
ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
- ၃။ MSME လုပ်ငန်းများမှ ထုတ်လုပ်သော ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို လွယ်ကူစွာ
ဖြန့်ဖြူးနိုင်ရေးအတွက် ဈေးကွက်များဖော်ဆောင်ပေးခြင်း (Market Access, Trade
Fairs, Business Matching)
- ၄။ MSME အထောက်အကူပြုတက္ကသိုလ်များမှ သုတေသနစာတမ်းများ အသိပညာပေး
ဖြန့်ဝေခြင်း (knowledge sharing)
- ၅။ ခေတ်အခြေအနေနှင့်ကိုက်ညီသော တီထွင်ဖန်တီးမှုရှိသော ထုတ်ကုန်များ၊ ဝန်ဆောင်
မှုများ ထုတ်လုပ်နိုင်ရေး ပံ့ပိုးဆောင်ရွက်ပေးခြင်း
- ၆။ MSME ဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံများ (ဥပမာ - MSME ဇုန်များ ဖွံ့ဖြိုးအောင်
ဖော်ထုတ်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း၊ မြေယာလိုအပ်မှု၊ လျှပ်စစ်မီးလိုအပ်မှု အစရှိသော
အခက်အခဲများ ဖြေရှင်းပေးခြင်း)
- ၇။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ MSME လုပ်ငန်းများ၊ ယင်းလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင်
ဆောင်ရွက်ပံ့ပိုးနိုင်မည့် အစီအစဉ်များကို ဖော်ထုတ်ပြီး အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့်
အလတ်စား ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ဥပဒေပါ ပြဋ္ဌာန်းချက်များနှင့် ချိတ်ဆက်၍ တင်ပြပေးခြင်း
- ၈။ MSME လုပ်ငန်းများ ကုန်သွယ်မှုဆောင်ရွက်ရာတွင် လျင်မြန်ချောမွေ့စေရေးအတွက်
ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ ဖြေလျှော့ပေးခြင်း
- ၉။ အမျိုးသားပို့ကုန်မဟာဗျူဟာတွင် ပါဝင်သော အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်မည့်
လုပ်ငန်းစဉ်များနှင့် ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း

- ၁၀။ ပြည်တွင်းပြည်ပ ကုန်စည်ပြပွဲများနှင့် ခရီးသွားပြပွဲများတွင် MSME လုပ်ငန်းများမှ ထုတ်လုပ်သော တန်ဖိုးမြှင့်ထွက်ကုန်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ထည့်သွင်းပြသခြင်းဖြင့် ဈေးကွက် မြှင့်တင်ပေးခြင်း
- ၁၁။ စားသောက်ကုန်လုပ်ငန်း၊ လက်မှုပစ္စည်းထုတ်လုပ်ခြင်းလုပ်ငန်း၊ လက်ဆောင်ပစ္စည်း ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း၊ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းစသည့် SME Supplier များအား ကူညီပံ့ပိုးပေးခြင်း
- ၁၂။ ပြည်တွင်းဝယ်လိုအား မြှင့်တက်လာစေမည့် အစီအစဉ်များတွင် SME လုပ်ငန်းများ အနေဖြင့် ပိုမိုပါဝင်လာစေရေးအတွက် သက်ဆိုင်ရာ ပြည်နယ်/တိုင်းအစိုးရများ နှင့်ပူးပေါင်း၍ သက်ဆိုင်ရာ ဒေသများရှိ ကုန်သွယ်မှုဗဟိုဌာနများမှ လိုအပ်သည်များ ကူညီပံ့ပိုးပေးခြင်း
- ၁၃။ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ Supply Chain တစ်ခုလုံးတွင် ပါဝင်လျက်ရှိသည့် SME လုပ်ငန်းများ၏ထုတ်ကုန်များနှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ အရည်အသွေး ပိုမိုတိုးတက်အောင်ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ပြည်တွင်း/ပြည်ပ ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ ပိုမိုခိုင်မာအားကောင်းလာစေရန် ကူညီဆောင်ရွက်ခြင်း
- ၁၄။ ရေရှည်တည်တံ့သော Supply Chain Policy နှင့် စီမံခန့်ခွဲမှု စနစ်များ ချမှတ်ရန်
- ၁၅။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍမှာ Supply Chain ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် နမူနာကောင်းများမှ အတွေ့အကြုံများရယူရန်
- ၁၆။ SME လုပ်ငန်းများကိုလည်း ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ သဘောသဘာဝနှင့် ကောင်းကျိုး/ ဆိုးပြစ်များနှင့် လုပ်ငန်းပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်မှု အခွင့်အလမ်းများသိရှိစေရန် ပညာပေးအစီအစဉ်များ ဆောင်ရွက်ပေးရန်
- ၁၇။ ပါဝင်ဆောင်ရွက်သူ (Stakeholders) များအကြား ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု အားကောင်းလာစေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း
- ၁၈။ SME များ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ပံ့ပိုးစီမံဆောင်ရွက်ပေးမည့် အဖွဲ့အစည်းများ အားကောင်းလာစေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း
- ၁၉။ ထောက်ပံ့မည့်စနစ် (Support System) စနစ်တစ်ခု သတ်သတ်မှတ်မှတ်ရေးဆွဲ အကောင်အထည်ဖော်ခြင်း
- ၂၀။ Supply Chain Partner များနှင့်ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်မှုကို နည်းပညာအရ ပိုမိုထိရောက်စေရေးအတွက် ကြိုးပမ်းရန်လိုအပ်ခြင်း
- ၂၁။ နိုင်ငံ၏ စီးပွားရေးစနစ်နှင့်အညီ Sustainable Goals ရရှိစေရန် Logistics Network များ ချိတ်ဆက်မှုကို ကောင်းမွန်အောင်စီစဉ်သင့်ပါသည်။

အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲမှတ်တမ်းဓာတ်ပုံများ



ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဒေါက်တာဌေးအောင် က အဖွင့်အမှာစကားပြောကြားစဉ်





အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲသို့ In person တက်ရောက်လာသူများ



အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲသို့ Online ဖြင့် တက်ရောက်သူများ



ကိုယ်စားလှယ်များက ဆွေးနွေးတင်ပြခြင်း နှင့် သဘာပတိက သုံးသပ်တင်ပြခြင်း



ဂုဏ်ပြုမှတ်တမ်း နှင့် အမှတ်တရလက်ဆောင်ပေးအပ်ခြင်း



ဂုဏ်ပြုမှတ်တမ်း နှင့် အမှတ်တရလက်ဆောင်ပေးအပ်ခြင်း





ဂုဏ်ပြုမှတ်တမ်း နှင့် အမှတ်တရလက်ဆောင်ပေးအပ်ခြင်း

