

# ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန



နိုင်ငံ့ဝန်ထမ်းများထဲမှ အရည်အချင်းရှိသော်လည်း မီးခဲပြာဖုံးဖြစ်နေသည့်  
လူစွမ်းအား အရင်းအမြစ်များ၊ လူကောင်း၊ လူတော်များ  
ဖော်ထုတ်နိုင်ရေးအတွက် ရည်ရွယ်ချက် ကျင်းပပြုလုပ်သော  
အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲမှတ်တမ်း  
အမှတ်စဉ် - (၅)

Digital Transformation in Tourism: The Future of Myanmar

## မာတိကာ

| စဉ် | အကြောင်းအရာ  | စာမျက်နှာ |
|-----|--|-----------|
| ၁   | အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ အစီအစဉ်  | ၁         |
| ၂   | ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး၏ အဖွင့်အမှာစကား   | ၂-၆       |
| ၃   | ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး၏ နိဂုံးချုပ်အမှာစကား  | ၇-၉       |
| ၄   | ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်နွယ်နီစိုးရင်<br>၏ တင်ပြချက်      | ၁၀-၂၃     |
| ၅   | ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာန၊ ဒုတိယညွှန်ကြားရေးမှူး၊<br>ဦးကျော်ကျော်လွင်၏ တင်ပြချက် | ၂၄-၃၃     |
| ၆   | အုပ်စု (က) ၏ ဆွေးနွေးတင်ပြချက်   | ၃၄-၃၉     |
| ၇   | အုပ်စု (ခ) ၏ ဆွေးနွေးတင်ပြချက်   | ၄၀-၅၄     |
| ၈   | အုပ်စု (ဂ) ၏ ဆွေးနွေးတင်ပြချက်   | ၅၅-၆၄     |
| ၉   | အုပ်စု (ဃ) ၏ ဆွေးနွေးတင်ပြချက်   | ၆၅-၇၄     |
| ၁၀  | အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲရလဒ်များ  | ၇၅-၇၈     |
| ၁၁  | အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ၏ မှတ်တမ်းဓာတ်ပုံများ   | ၇၉-၈၃     |



“Digital Transformation in Tourism: The Future of Myanmar”

အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲအစီအစဉ်

|             |   |   |                |
|-------------|---|---|----------------|
| နေ့ရက်      | - | ၂၃-၁၂-၂၀၂၁ ရက် (ကြာသပတေးနေ့)  |                |
| အချိန်      | - | နံနက် (၈:၃၀) နာရီမှ မွန်းလွဲ (၁၂:၀၀) နာရီထိ   |                |
| နေရာ        | - | ကျောက်စိမ်းခန်းမ  |                |
|             |   | ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ နေပြည်တော်။   |                |
| အစီအစဉ်(၁)  | - | အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ ဖွင့်လှစ်ခြင်း  | (၈:၃၀)         |
| အစီအစဉ်(၂)  | - | ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီးမှ အဖွင့်အမှာစကားပြောကြားခြင်း  | (၈:၃၀-၈:၄၅)    |
| အစီအစဉ်(၃)  | - | မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် ဥက္ကဋ္ဌ ဦးရန်ဝင်းမှ အမှာစကားပြောကြားခြင်း   | (၈:၄၅-၉:၀၀)    |
| အစီအစဉ်(၄)  | - | ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊<br>ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်နွယ်နီစိုးရင်မှ ရှင်းလင်းတင်ပြခြင်း   | (၉:၀၀-၉:၂၀)    |
| အစီအစဉ်(၅)  | - | ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာန၊<br>ဒုတိယညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဦးကျော်ကျော်လွင်မှ ရှင်းလင်း<br>တင်ပြခြင်း   | (၉:၂၀-၉:၄၀)    |
| အစီအစဉ်(၆)  | - | အဖွဲ့(၄)ဖွဲ့ခွဲ၍ အဖွဲ့ လိုက်ဆွေးနွေးခြင်း   | (၉:၄၀-၁၀:၂၅)   |
| အစီအစဉ်(၇)  | - | အဖွဲ့(၄)ဖွဲ့ ကိုယ်စားလှယ်များမှ Pannel Discussion ပြု<br>လုပ်တင်ပြခြင်း   | (၁၀:၂၅-၁၁:၁၀)  |
| အစီအစဉ်(၈)  | - | Question & Answer ပြုလုပ်ခြင်း  | (၁၁:၁၀-၁၁:၂၀)  |
| အစီအစဉ်(၉)  | - | Moderator မှ ဆွေးနွေးချက်ရလဒ်များကို အခြေခံ၍ ခရီး<br>သွားလုပ်ငန်းနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်အသွင်ကူးပြောင်းခြင်း<br>အတွက် မည်သို့အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်<br>မည်ကို သုံးသပ်ဖော်ထုတ်တင်ပြခြင်း | (၁၁:၂၀- ၁၁:၃၀) |
| အစီအစဉ်(၁၀) | - | မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် ဥက္ကဋ္ဌ ဦးရန်ဝင်းမှ<br>ဆွေးနွေးချက်ရလဒ်များအပေါ် သုံးသပ်အကြံပြုခြင်း  | (၁၁:၃၀- ၁၁:၄၅) |
| အစီအစဉ်(၁၁) | - | ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီးမှ နိဂုံးချုပ်အမှာစကားပြောကြားခြင်း   | (၁၁:၄၅- ၁၂:၀၀) |
| အစီအစဉ်(၁၂) | - | အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ ပြီးမြောက်ခြင်း   | (၁၂:၀၀)        |



ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ နေပြည်တော်တွင် ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊  
 ဒီဇင်ဘာလ ၂၃ ရက်နေ့တွင် ကျင်းပသည့် “Digital Transformation in Tourism:  
 The Future of Myanmar” အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲတွင် ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး  
 ဒေါက်တာဌေးအောင်၏ အဖွင့်အမှာစကား

ဒီနေ့ကျင်းပပြုလုပ်တဲ့ Digital Transformation အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲသို့ တက်ရောက်လာကြ သော အရာထမ်း၊ အမှုထမ်းများနှင့် လာရောက်ဆွေးနွေးပေးတဲ့ ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီး ဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူးနှင့် ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍဖြစ်တဲ့ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်မှ ဥက္ကဋ္ဌကြီးနှင့် တကွ ညီနောင်အသင်းအဖွဲ့များ၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနယ်ပယ်အတွင်းမှ စိတ်ပါဝင်စားသူများ၊ အမျိုး သားစီမံခန့်ခွဲမှုပညာဒီဂရီကောလိပ် (ရန်ကုန်) နဲ့ မန္တလေးတက္ကသိုလ် (မန္တလေး) တို့မှ ဆရာ၊ ဆရာမ များကိုလည်း မင်္ဂလာပါလို့ နှုတ်ခွန်းဆက်သပါကြောင်း၊ Digitization, Digitalization ကို သွားသည့် အခါတွင် မည်ကဲ့သို့ သွားကြတယ်၊ ပြီးလျှင် Digital Transformation သို့ သွားတယ်ဆိုသည့် အပိုင်း နှစ်ပိုင်းကို အဓိကပြောချင်တာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ နောက်တစ်ပိုင်းအနေဖြင့် အရာရာတိုင်းတွင် “There are Pros and Cons in Everywhere” ဆိုပြီး ရှိတတ်ပါကြောင်း၊ ကောင်းတာတွေရှိသလို ဆိုးတာတွေ လည်း အများကြီးရှိပါကြောင်း၊ အထူးသဖြင့် မိမိတို့၏ Industry ကို ကြည့်မည်ဆိုလျှင် ပိုပြီး သိသာ ထင်ရှားမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Economic Impact, Social Impact, Environmental Impact စသည်အား ဖြင့် ကောင်းသည့်အရာများရှိသော်လည်း တစ်ဘက်တွင်လည်း ဆိုးသည့်အရာများ များစွာရှိပါကြောင်း၊ နိုင်ငံတော်စီမံအုပ်ချုပ်ရေးကောင်စီဥက္ကဋ္ဌ၊ သဘာဝဘေးအန္တရာယ်ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းရေးကော်မတီ အစည်းအဝေးတွင် ပြောသွားသည့်အချက်များကို ကြည့်လျှင် သိမှာဖြစ်ပါကြောင်း၊ ယနေ့အချိန်တွင် သဘာဝဘေးအန္တရာယ်များ ဘာကြောင့်ဖြစ်ပေါ်လာသည်လည်း ဆိုသည်မှာ ယင်း၏ အကျိုးဆက်များ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ အကျိုးဆက်များကို ပြောရမည်ဆိုလျှင် Human Traffic ဖြစ်သည့် လူအများသွားလာမှု၊ လူများလုပ်ကိုင်မှု၊ လူတွေ ပြုမူဆောင်ရွက်မှုများအပေါ်မှာ မူတည်ပြီး ယနေ့တွင် အကောင်းများ၊ အဆိုး များ ဖြစ်ပေါ်နေတာဖြစ်ပါကြောင်း၊ ကောင်းသည့်အရာများကို ရေရှည်တည်တံ့အောင် ထိန်းသိမ်းရန် အတွက် Sustainable Development ဆိုသည့် စကားရပ်ပေါ်လာခြင်း ဖြစ်ပါကြောင်း၊ မိမိ ပြောနေကြ ဖြစ်သည့် Sustainability သည် It is very Beautiful ဖြစ်သော်လည်း ၎င်းသည် Very Hard to Implement အင်မတန်မှ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်ရန် ခက်ပါကြောင်း၊ If there is no Evaluation၊ If there

is no Monitoring ဆိုလျှင် Master Plan ဘဲလုပ်လုပ်၊ Comprehensive Plan ဘဲလုပ်လုပ် ဘာမှမရေရာ နိုင်ဘူး ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ယင်းတို့ကို သတိထားပြီး ဆောင်ရွက်ကြရမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ တစ်ဘက်က လည်း နည်းပညာများသည် အမျိုးမျိုးပြောင်းလဲ တိုးတက်လာပါကြောင်း၊ ကွန်ပျူတာနှင့်ပတ်သက်ပြီး ၁၉၄၀ ပြည့်နှစ်တွင် စတင်ပေါ်လာပါကြောင်း၊ ၁၉၅၀ ပြည့်နှစ်တွင် ထူးခြားသည့် ပြောင်းလဲမှုများ ဖြစ်သည့် Microchip များ ပေါ်လာပါကြောင်း၊ မိမိတို့လောကထဲတွင် ရှိနေတဲ့ အသုံးအဆောင် ပစ္စည်း ကိရိယာများသည်လည်း ယင်းကဲ့သို့ အခြေခံပြီး စလာတာဖြစ်ပါကြောင်း၊ ၁၉၆၀ ပြည့်နှစ်တွင် Internet ၏ အခြေခံ Foundation ကို စပြီးတွေ့လာပါကြောင်း၊ ၁၉၇၀ ပြည့် နှစ်တွင် မိမိတို့ ယခုပြောနေကြသည့် PC ဖြစ်သည့် Home Computers များ ပေါ်လာပါကြောင်း၊ ၁၉၇၀ ပြည့်နှစ်တွင် ယင်း PC များအကြောင်း မိမိတို့ဘာမှမသိသေးဘဲ ရိုးရိုးဂဏန်းပေါင်းစက်ဖြင့်သာ သုံးနေသည့် အနေအထားတွင် သာ ရှိသေးပါကြောင်း၊ ၁၉၈၀ ပြည့်နှစ်သို့ ရောက်သည့်အခါတွင်မှသာ World Wide Web စတင် ထင် ပေါ်လာပါကြောင်း၊ သို့သော် ၎င်းတို့သည် ၁၉၈၀ ပြည့်နှစ်နှင့် ၁၉၉၀ ပြည့်နှစ်ကာလများတွင် ခပ်မိန့်မိန့် သာ ရှိပြီး ဘာမှမထင်ရှားသေးပါကြောင်း၊ ၁၉၉၀ ပြည့်နှစ်တွင်မှ World Wide Web ကို ကျယ်ကျယ် ပြန့်ပြန့်ထွက်လာပါကြောင်း၊ World Wide Web ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ထွက်လာသော်လည်း မိမိတို့တွင် ယင်းကို မသိနိုင်သေးပါကြောင်း၊ ထိုအချိန်တွင် မိမိတို့ဆီ၌ Computer တောင် မရောက်နိုင်သေးပါ ကြောင်း၊ ၁၉၉၀ ခုနှစ်ကျော် ၁၉၉၁ ခုနှစ်တွင် မိမိ ပြည်ပတွင် ရှိနေသည့်အချိန်တွင် Computer ပေါ် လာပြီး လုပ်ဆောင်နေကြပြီဖြစ်ပါကြောင်း၊ အမေရိကန်နိုင်ငံကဲ့သို့ နိုင်ငံသည် ရှေ့ကို တော်တော် ရောက်နေပြီ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ သို့ရာတွင် မိမိတို့ဆီ၌ အခြေခံသာရှိသေးပြီး သွားနိုင်သည့် အနေအထား မရှိသေးခဲ့ပါကြောင်း၊ ထိုမှတစ်ဆင့် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်မှသာ ကွန်ပျူတာကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် သုံးစွဲမှု အများကြီး ရှိလာပြီး Internet ၏ အခန်းကဏ္ဍသည်လည်း ကြီးမားလာပါကြောင်း၊ IOT ဟုပြောနေကြ သည့် Internet Of the Things သည် အင်မတန် လျင်မြန်ပြီး အင်မတန်မှ လွယ်ကူတယ်၊ Very Advanced ဖြစ်တယ်၊ သုံးလို့၊ ကိုင်လို့လည်းကောင်းတယ်၊ အရာရာတိုင်းဟာလည်း Internet အပေါ်မှာ ရှိနေတယ်၊ ယင်းမှ ယူဆောင်ထုတ်ယူ ကြည့်မည်ဆိုလျှင် မိမိတို့ လိုချင်သော Information အကုန်လုံး ရရှိနိုင်တယ်၊ ထိုမှတစ်ဆင့် တစ်ဖြေးဖြေးနှင့် ၂၀၂၀ နောက်ပိုင်းမှစပြီး Digital Transformation အင်တာနက်သည် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်ဖြစ်လာပြီး လူများ၊ အတတ်ပညာရှင်များသည် ယင်းသဘော ဖြင့်သာ မရပ်တည်ဘဲ ဘယ်အဆင့်တွေကို ဘယ်လိုကူးပြောင်းလို့ ရနိုင်မလဲဆိုသည့် လူများ၏ (Curiosity) ဖြစ်သည့် စူးစမ်းလေ့လာမှုများနှင့် ရှာဖွေကြတဲ့အခါမှာ “ရှာဖွေလေ၊ တွေ့ရှိလေ” ဆိုသလိုပါ ဘဲ ထိုမှတစ်ဆင့် တိုးတက်ပြီး တွေ့ရှိလာမှုများကို တွေ့လာရပါကြောင်း၊ အထူးသဖြင့် နည်းပညာပိုင်း

များတွင် အသုံးချခြင်း၊ နယ်ပယ်အမျိုးမျိုးမှာ အသုံးချလာကြသည်ကို တွေ့ကြရပါကြောင်း၊ ဒီနယ်ပယ်များထဲတွင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနယ်ပယ်မှာလည်း Application များ ပေါ်လာကြတာတွေ အများကြီးရှိလာပြီ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ တစ်နှစ်ချင်း သွားလာနေသည်မှာ ဒီဘက်ခေတ်ကို ရောက်လာပြီ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒါကြောင့် မိမိအစောပိုင်းမှာ ပြောခဲ့သလိုဘဲ “There are Pros and Cons in everywhere ၊ Internet of the things ၊ Today we are getting into the zero Dollar Package Society” ဖြစ်သည့် ဒီကုန်ကျမှု (Cost) များ ကုန်ကျမှုများကို တစ်ခါတည်း လျော့ပေးလိုက်ခြင်း ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Industry ထဲကို ကြည့်မည်ဆိုလျှင် ကုန်ကျမှုများကို လျော့ပစ်လိုက်ပြီ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ မိမိတို့ Rely လုပ်နေသည့် နယ်ပယ်၊ နေရာများ များစွာရှိပါကြောင်း၊ ဥပမာအားဖြင့် မျက်စိထဲမြင်အောင် ပြောရမည်ဆိုလျှင် Tour Operator ၊ Travel Agent Business များ စသည်အားဖြင့် ရှိနေပါကြောင်း၊ ယင်းတို့အားလုံးကို လျော့ကျလာကြအောင် ကြိုးစားလာကြပါကြောင်း၊ Direct လုပ်ဆောင်၍ ရအောင် လုပ်ဆောင်လာကြပါကြောင်း၊ ဟိုတယ်တွေမှာ လုပ်ကိုင်ပေးနိုင်တဲ့ အဖွဲ့တွေက ဒီပညာရပ်၊ ဒီ Application တွေနဲ့ Booking လုပ်ဖို့ အလွယ်တကူ ရှာပေးလိုက်သည့်အတွက် ဧည့်သည်များသည် ဘာမှမပင်ပန်းတော့ပါကြောင်း၊ ဟိုတယ်တွင် Booking လုပ်မည်ဆိုလျှင် ၎င်းတို့ကို ပေးနေသည့် Information ကနေ လုပ်ဆောင်ကြပါကြောင်း၊ ဟိုတယ်များသည် ကြားခံအဖွဲ့များအပေါ်တွင် ကော်မရှင်ပေးထားရပြီး နောက်တွင် ဟိုတယ်မှ ကိုယ်တိုင်ဘဲ ၎င်း၏ Website မှ Channel တွေပေါ်မှာ ဧည့်သည်က တိုက်ရိုက် ကြိုတင်မှာနိုင်ကြပါကြောင်း၊ အခြားနေရာများတွင်လည်း ဒီသဘောသဘာဝအတိုင်းဘဲ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Airline များတွင်လည်း အလွယ်တကူဖြင့် လေဆိပ်တွင် Ticket ကို တစ်ခါတည်း Print out ထုတ်ယူပြီး လုပ်လို့ရပါကြောင်း၊ ယခင်က Ticket အတွက် စာရွက်များစွာကုန်ပြီး Ticket ကိုလည်း မပျောက်အောင် ထိမ်းသိမ်းနေရပါကြောင်း၊ ယခုအခါတွင် မိမိ၏ ဖုန်းနှင့် ရိုက်ထားပြီး ဖုန်းဖြင့် ပြလိုက်ရုံ Code ကို နှိပ်ပြီး Pass လုပ်လိုက်တာဖြစ်သည့်အတွက် လျှင်လျှင်မြန်မြန် ဖြစ်လာပြီး Speed လည်း အရမ်းကောင်းမြန်လာပါကြောင်း၊ တစ်ဖက်တွင်လည်း စရိတ်သက်သာမှုများ များစွာ ရှိလာပါကြောင်း၊ ထိုနည်းလည်းကောင်းဘဲ နောက်ပိုင်း Application များပေါ်လာသည့်အခါတွင် Guide ဆိုသည်ကိုတောင် စဉ်းစားကြရမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဧည့်သည်က သိပ်မလိုအပ်တော့ပါကြောင်း၊ ဥပမာအားဖြင့် FIT Traveller များသည် သူတို့ဘာသာသွားလာနေကြပြီး ယခင်က Lonely Planet ဆိုသည့် စာအုပ်ကြီးဖြင့် သွားလာနေကြပါကြောင်း၊ ယခုအချိန်တွင် ၎င်းစာအုပ်ကြီး မလိုတော့ဘဲ ရောက်သည့်နေရာတွင် ယင်း Application ရှိလျှင် Code ထည့်၍ ဖွင့်ပြီးသွားလို့ရပါကြောင်း၊ ထို့ကြောင့် Convenient လည်း ဖြစ်လာပါကြောင်း၊ သို့ရာတွင် ယင်းတို့အားလုံးသည် Blue Ocean ဖြစ်သည့်အတွက် ယင်းတို့အားလုံးသည် Very

Influential လည်း ဖြစ်ပါကြောင်း၊ သို့ရာတွင် ဧည့်သည်များတွင် Market Segment သည် အမျိုးမျိုး ရှိနေပါကြောင်း၊ တစ်ချို့သည် ၎င်းတို့အတွက် ကူညီထောက်ပံ့ပေးမည့်သူ၊ Service ပေးမယ့်သူလို လိုအပ်နေသည့်အတွက် ပျောက်မသွားဘဲ ရှိနေသေးမည် ဖြစ်ပါကြောင်း၊ သို့ရာတွင် ရှိနေသေးပေမယ့် အရင်လောက်တော့ မိမိဖြစ်စေချင်သည့်အတိုင်း ဖြစ်လို့မရသည့် အနေအထားဖြစ်ပါကြောင်း၊ ၂၀၁၁ ခုနှစ်မှ ၂၀၁၆ ခုနှစ် ကာလများအတွင်း ယင်းကဲ့သို့ သွားနေကြသည်ကို မိမိတို့ ပြောသည့်အခါတွင် တစ်ချို့က တစ်ချို့နိုင်ငံများမှာ ဒါတွေကို ရပ်နေတယ်လို့ ပြောသော်လည်း လက်တွေ့တွင် ဘယ်လိုမှ ရပ်လို့မရသည့် ကိစ္စရပ်များဖြစ်ပါကြောင်း၊ ယနေ့ကမ္ဘာမှာ ထိပ်ကနေ ပြေးနေသည့် Industry လို့ ပြောရမည့် အနေအထား ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Digital Transformation ကို မိမိတို့ ဘယ်နည်းနှင့်မှ ပစ်ပယ် လို့ရနိုင်သည့် အနေအထားမရှိပါကြောင်း ၊ There are Pros and Cons in everywhere ဆိုသည့် အတိုင်း နေရာတိုင်းတွင် ရှိသည့်အတွက် ဒီမှာလည်း Disadvantage အချက်လေးတွေ ရှိပါကြောင်း၊ Data Security, Terrorism, Crime and Complexity, Privacy Concerned, Social Disconnect စသည်တို့ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Internet ဘဲ သုံးနေတဲ့အခါမှာ ကိုယ့်အချင်းချင်းတောင် Connection မရှိ တော့ဘဲ Work Overload ဖြစ်လာပါကြောင်း၊ Digital Manipulation, Job Security, Plagiarism and Copyright ဟု ပြောနေသော်လည်းဘဲ လိုချင်လျှင် ချက်ချင်းထွက်လာပါကြောင်း၊ အင်တာနက်သုံး စွဲခြင်းသည် မူးရစ်ဆေးတစ်မျိုးလိုဖြစ်ပြီး Zero Level မှာ ရှိနေသည့် ကလေးတွေကအစ အသုံးပြု နေကြပြီး Game ကစားခြင်း၊ Facebook သုံးခြင်းကို အမျိုးမျိုးတွေ့ကြရမှာ ဖြစ်ကြောင်း၊ အတိုချုပ် အားဖြင့် Sustainable Development Goal-SDG (၁၇) ချက် ရှိပါကြောင်း၊ မိမိတို့ ပြောနေကြသည့် ယင်း (၁၇) ချက်သည် မူလက ၂၀၃၀ ခုနှစ်တွင် ရည်မှန်းထားသော်လည်း အဆင်မပြေတာများလာ သည့်အတွက် ၂၀၅၀ ပြည့်နှစ်သို့ ဆန့်သွားပါကြောင်း၊ ၂၀၅၀ ပြည့်နှစ်တွင်လည်း သေချာပေါက် မပြော နိုင်ပါကြောင်း၊ အကုန်လုံးသည် လူတွေကြောင့် ဖြစ်လာတာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ လူများ၏ နားလည်မှုသည် အင်မတန်မှ အရေးကြီးပါကြောင်း၊ သို့မှသာ Sustainable Development Goal-SDG ဖြစ်လာမှာ ဖြစ်ပါ ကြောင်း၊ တစ်ဖက်တွင် Digital Transformation ၏ Disadvantage များနှင့် တူညီနေသည့်အတွက် ယှဉ်ပြီး ပြောပြခြင်း ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Digital Transformation တွင်လည်း Advantage ရှိသကဲ့သို့ Disadvantage များလည်း ရှိမည်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ အနာဂတ်ကို ကြည့်မည်ဆိုလျှင် (၄)နှစ်အတွင်း Study ဆောင်ရွက်ထားသည်မှာ ယင်းအပေါ်တွင် Spending လုပ်သည်များ များလာပါကြောင်း၊ Digital Transformation ကို အကျိုးပြုသည့် အရာများ ဖြစ်ပေါ်လာပါကြောင်း၊ ယင်းအထဲမှ ထင်ရှားသည့် Application များသည် မိမိတို့လက်ထဲတွင် ရှိနေပါကြောင်း၊ ထို့အတွက် ရရှိလာသည့် အကျိုးအမြတ်

များလည်း များစွာရှိလာမည် ဖြစ်ပါကြောင်း၊ တစ်ဖက်ကလည်း လက်မလွတ်နိုင်အောင် တစ်ဖက်က သတိပြုရမှာသည် ဆိုးကျိုးများ ဖြစ်သည့် Security နဲ့ပတ်သက်ပြီး လုံးဝစိတ်မချရပါကြောင်း၊ ယင်း အပေါ်တွင် မူတည်ပြီး အများကြီး ဖြစ်လာနိုင်ပါကြောင်း၊ Bank တွင် Payment Card များ၊ Credit Card များဖြင့် ထုတ်တတ်သည့် လူများကို လှည့်ထုတ်သွားခြင်းများ အများကြီးရှိပါကြောင်း၊ မိမိတို့ မမြင်နိုင်သည့် နေရာများတွင် ဘာတွေ ဖြစ်နေမည်လည်း ဆိုသည်ကို မသိနိုင်ပါကြောင်း၊ ယင်းသည် Advanced Technology ဖြင့် သွားနေသည့် Network များကို တွေ့လာရမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Spy Story များကို ဖတ်ကြည့်သည့်အခါတွင် ယင်းကဲ့သို့ Network များကို အခြေခံပြီး သွားနေကြတာ ဖြစ်ပါ ကြောင်း၊ Developing Nations များသည်လည်း Leap Frog သွားရမည်မှန်သော်လည်း နေရာတိုင်း တွင်တော့ မမှန်ပါကြောင်း၊ ယင်းအပေါ်တွင် Slippery ဖြစ်တတ်ပါကြောင်း၊ မှန်မှန်နှင့် မြန်မြန်သွား နိုင်ခြင်းသည် အကောင်းဆုံးဖြစ်ပါကြောင်း၊ အဓိကမှာ We don't want to be Behind ဖြစ်နေ၍တော့ မရပါကြောင်း၊ လေ့လာကြပြီး မိမိတို့ တိုးနိုင်သည့် အနေအထားထိ တိုးပြီး ဆောင်ရွက်နေရသည့် ကိစ္စ များတွင် ဂရုပြုပြီးလုပ်ဆောင်စေလိုပါကြောင်း၊ ပညာသည် ကိုယ့်အတွက် အမြတ်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Knowledge Sharing သည် အလွန်အရေးကြီးပါကြောင်း၊ ဝေမျှပြီး အားလုံးဝိုင်းဝန်းသုံးစွဲကြမည်၊ ဆောင်ရွက်ကြမည်ဆိုလျှင် တဖြည်းဖြည်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်လာမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း ပြောကြားခဲ့ပါတယ်။



ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ နေပြည်တော်တွင် ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊  
 ဒီဇင်ဘာလ ၂၃ ရက်နေ့တွင် ကျင်းပသည့် “Digital Transformation in Tourism:  
 The Future of Myanmar” အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲတွင် ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး  
 ဒေါက်တာဌေးအောင်၏ နိဂုံးချုပ်အမှာစကား

ဒီနေ့ကျင်းပပြုလုပ်တဲ့ Digital Transformation အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲသို့ တက်ရောက်လာကြသော အရာထမ်း၊ အမှုထမ်းများနှင့် လာရောက်ဆွေးနွေးပေးတဲ့ ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူးနှင့် ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍဖြစ်တဲ့ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်မှ ဥက္ကဋ္ဌကြီးနှင့်တကွ ညီနောင်အသင်းအဖွဲ့များ၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနယ်ပယ်အတွင်းမှ စိတ်ပါဝင်စားသူများ၊ အမျိုးသားစီမံခန့်ခွဲမှုပညာဒီဂရီကောလိပ် (ရန်ကုန်) နဲ့ မန္တလေးတက္ကသိုလ် (မန္တလေး) တို့မှ ဆရာ၊ ဆရာမများကိုလည်း ကျေးဇူးတင်ရှိပါကြောင်း၊ ဒီနယ်ပယ်ထဲမှာရှိတဲ့ ကျွန်တော်တို့ တပည့်တွေ၊ ဝန်ထမ်းတွေဟာ ကိုယ်တတ်ထားတဲ့ ပညာလေးနဲ့ ဒီလိုပဲနေကြမယ့်အစား သိရှိထားတာလေးတွေနဲ့ပဲ ဒီတိုင်းပဲ အချိန်တွေ ကုန်မသွားစေဖို့ ပြောင်းလဲလာတဲ့ ခေတ်ကာလနဲ့အညီ လှုပ်လှုပ်ရှားရှားပူးပေါင်းဆောင်ရွက်တတ်တဲ့ အလေ့အကျင့်လေးရှိကြဖို့ တိုက်တွန်းလိုပါကြောင်း၊ အရည်အသွေးတွေတော့ ရှိနေတယ် အခြေအနေအခွင့်အလမ်းမပေးတဲ့အခါ အရည်အသွေးတွေကို မဖော်ထုတ်နိုင်ကြတဲ့အတွက် မီးခဲပြာဖုံးဖြစ်နေတာတွေလည်း ရှိနေပါကြောင်း၊ ဒါတွေကို ဖော်ထုတ်ပေးနိုင်ဖို့ အခွင့်အလမ်း၊ နည်းလမ်းလည်း ရှိရမည်ဆိုတဲ့ နိုင်ငံတော်ရဲ့လမ်းညွှန်မှုတွေလည်း ရှိလာတဲ့အတွက် ဒီအကြောင်းဆက်တွေနဲ့ အခွင့်အလမ်းအခြေအနေတွေ ဖန်တီးပေးနိုင်ဖို့ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း အဖွဲ့ချုပ်နဲ့ညီနောင်အသင်းအဖွဲ့များပါဝင်တဲ့ ပုဂ္ဂလိကနယ်ပယ်၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနဲ့ ဆက်စပ်နေတဲ့ အဖွဲ့အစည်းတွေ ဒီဝန်ကြီးဌာနနဲ့ ဆက်စပ်နေတဲ့ဝန်ကြီးဌာနတွေပူးပေါင်းမှုရအောင် ပေါင်းစပ်လုပ်ဆောင်နေတာဖြစ်ပါကြောင်း၊ ကျွန်တော်တို့ ဝန်ထမ်းတွေနဲ့ မျိုးဆက်သစ်တွေကို အထူးပဲမေတ္တာရပ်ခံချင်တာက မျိုးဆက်သစ်တွေအနေနဲ့ ထိုက်သင့်တဲ့ အတွေ့အကြုံတွေ၊ ထိုက်သင့်တဲ့ အသိပညာတွေရအောင် ကြိုးစားပြီး ဆောင်ရွက်စေလိုပါကြောင်း၊ အဲ့ဒီလိုလုပ်ဆောင်တဲ့နေရာမှာ တစ်ဖက်ကပါဝင်လာတဲ့ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်၊ ပညာရေးမှအဖွဲ့အစည်းများ၊ ဆက်စပ်အစိုးရဝန်ကြီးဌာနတွေက ပုဂ္ဂိုလ်များ ပူးပေါင်းကူညီပေးတဲ့အတွက် အထူးပဲကျေးဇူးတင်ပါကြောင်းနှင့် လေးစားပါကြောင်း၊ ဒီနေ့နိဂုံးချုပ်ကတော့ တစ်ချက်နှစ်ချက်ပဲပြောမယ်လို့ ရည်မှန်းထားသော်လည်း နားထောင်ပြီးတဲ့အခါ ကျွန်တော်ပြောပြချင်တာလေး

တွေရှိပါကြောင်း၊ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်၊ ဥက္ကဋ္ဌကြီးပြောတဲ့ Human Resource အကြောင်းလေးဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒါကတော့ Human Resource က နေရာတိုင်းမှာ လိုအပ်နေတာဖြစ် ပါကြောင်း၊ အစောက Group Discussion အချိန်မှာ National Skill Standard Authority နဲ့ ပတ်သက် ပြီးတော့ အမှာစကားပြောလိုက်တာရှိပါကြောင်း၊ ဒီလိုပဲ အကုန်လုံးဟာ Human Resource နဲ့ ပတ်သက်ပြီးတော့ လုပ်ကိုင်နေရတာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Industry က service industry ဖြစ်တော့ အင်မတန်မှ လိုအပ်ပါကြောင်း၊ ဒီတော့ ဒီကြားထဲ Digital Era မှာ ရောက်နေတဲ့အတွက် ပိုပြီးတော့ စဉ်းစားရတဲ့ အနေအထားဖြစ်ပါကြောင်း၊ Technology က စကားပြောနေတဲ့ အခြေအနေဖြစ်ပြီး ဒီ Technology ကို သွားဖို့ဆိုတာ Resource Person က အဓိကဖြစ်ပြီး Resource Person က ဆရာမရှိဘဲ လုပ်လို့မရပါကြောင်း၊ အဲ့ဒီမှာမှ Qualify ဖြစ်တဲ့ ဆရာတွေက အရမ်းကို လိုအပ်ပါကြောင်း၊ ရှာလည်း ရှာရမှာဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒီလိုတွေရှိနေတဲ့အတွက် မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်၊ ဥက္ကဋ္ဌကြီး ပြောတဲ့ Banking ဟာ Very Complex ဖြစ်ပါကြောင်း၊ တစ်ခုခုမှားတာနဲ့ အန္တရာယ်ရှိပါကြောင်း၊ ဒီလို နေရာမျိုးမှာကို မွေးထုတ်ရတဲ့အတွက် Very Costing ဖြစ်ပြီး ဆရာကို ပေးရတာကလည်း Very Costing ပဲ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Technology ဟာ Very Advance ဖြစ်လို့ Costing တွေကို လျှော့ချနိုင် တယ်ဆိုပေမဲ့ ဒီလမ်းကြောင်းပေါ်ကို ရောက်ဖို့ဆိုရင်တော့ နိုင်ငံမှာ Resource Person များများ ပေါ်ထွက်လာဖို့ မျှော်မှန်းရမှာဖြစ်ပါကြောင်း၊ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်၊ ဥက္ကဋ္ဌကြီး ပြော ထားတဲ့ Wechat နဲ့ Weibo ကိစ္စတွေဟာ အိမ်နီးချင်းတွေနဲ့လုပ်တဲ့အတိုင်း Official currency တွေနဲ့ သွားပြီး Trading တွေမှာ လုပ်ကြကိုင်ကြမယ်ဆိုတာ ညွှန်ကြားချက် ထုတ်ထားတာကို ဖတ်လိုက်ရပါ ကြောင်း၊ ဒါနဲ့တွဲဖက်ပြီးတော့ နယ်စပ် Border Trade လုပ်တဲ့အခါမှာ Service Industry ပါလာမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Payment System တွေ အများကြီးရှိပါကြောင်း၊ ပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ဖို့ လမ်းစရာပြီး တော့ ကြိုးစားရမှာဖြစ်ပြီး ဖြစ်နိုင်တဲ့ အနေအထားမှာရှိပါကြောင်း၊ တဆက်တည်းမှာ တရုတ်နိုင်ငံ အနေနဲ့ ဒီလိုကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်လုပ်နေပေမဲ့ ယခင်က Internet ကို အသုံးပြုတဲ့ activity တွေမှာ limited ထားပြီး လုပ်ထားပါကြောင်း၊ Wechat နဲ့ Weibo တွေမှာလည်း သူရဲ့ regulation တွေနဲ့ ထိန်းထားတာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒီ Regulation က ကျွန်တော်တို့ဝန်ကြီးဌာနတစ်ခုတည်း လုပ်လို့မရပါ ကြောင်း၊ တစ်နိုင်ငံနဲ့တစ်နိုင်ငံ ဆက်ဆံတဲ့အခါမှာ နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာနကအရေးကြီးပါကြောင်း၊ ဒါသည် Official ဖြစ်တယ်ဆိုတဲ့ ဒီကျွန်တော်တို့ရဲ့ Operating System တစ်ခုလုံးအတွက်ကို ကျွန်တော် တို့ ကြိုးစားနေရတာဖြစ်ပါကြောင်း၊ တင်ပြချင်တာက လွယ်မယ်လို့ထင်တဲ့ကိစ္စဖြစ်သော်လည်း တကယ် မှာ ဒီလိုကန့်သတ်ချက်တွေနဲ့ သူ့နိုင်ငံမှာလုပ်တဲ့ဟာတွေ အားလုံးကို Under Control ရှိတယ်ဆိုတာ

ကို သိထားဖို့ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ကျွန်တော်တို့ ဘယ်လိုလုပ်နိုင်မလဲဆိုတာကို ကျွန်တော် ဆက်ပြီးဆွေးနွေး နေတာရှိပါကြောင်း၊ နောက်တစ်ခုကတော့ Security ပိုင်းပဲဖြစ်ပါကြောင်း၊ Cyber Security အပါအဝင် ဖြစ်ပါကြောင်း၊ Digital Transformation နဲ့ Digital Technology မှာ ဒါက Disadvantage ထဲမှာ ပါပါကြောင်း၊ One of the disadvantages အနေနဲ့ ဂရုစိုက်ဆောင်ရွက်ရမယ့် သတိထားရမယ့် ကိစ္စ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ နောက်တစ်ခုကတော့ ဆရာမတင်ပြသွားတဲ့အထဲမှာ အာဆီယံနဲ့ အိမ်နီးချင်းနိုင်ငံတွေ မှာ ကျွန်တော်တို့နိုင်ငံက Level (၁၄၇) မှာရှိနေပြီး အမှတ်စဉ် (၁၁) ရရှိနေတာကတော့ စင်ကာပူနိုင်ငံ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ နောက်တစ်ချက် သတိထားမိတာကတော့ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံဖြစ်ပါကြောင်း၊ ကျွန်တော် တို့နောက်မှာ လာအိုပဲရှိပါကြောင်း၊ ဒါဟာလည်း လက်ရှိအခြေအနေမှာ CLMV နိုင်ငံတွေမှာလည်း ဒီလိုပဲ ရှိပါကြောင်း၊ ဒီတော့ ကျွန်တော်တို့ ကြိုးစားယူရမယ့် အနေအထားဖြစ်ပါကြောင်း၊ မြန်မာနိုင်ငံခရီး သွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်၊ ဥက္ကဋ္ဌကြီး ပြောသွားတဲ့အတိုင်း ရေရှည်အတွက် မျှော်တွေးပြီးတော့ စီစဉ်ဆောင် ရွက်ရမယ်ဆိုတဲ့ နေရာမှာ ကျွန်တော်တို့ဆွဲထားတဲ့ Plan တွေနဲ့ မလုံလောက်ရင် ပို့ဆောင်ရေးနဲ့ ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနရဲ့ Master Plan တွေကို ပြန်ပြီး Reference လုပ်ရမှာဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒီအပေါ် မှာ အခြေခံပြီးမှ ကျွန်တော်တို့ Next Step ကို ဖြစ်နိုင်ခြေရှိတဲ့ လမ်းကြောင်းတွေကနေ ဘယ်လိုသွား ရမယ်ဆိုတာ ဆောင်ရွက်ရမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒါ့အပြင် institutions ဟာ အရေးကြီးဆုံးဖြစ်ပြီး institutions ဆိုတဲ့ စကားရပ်မှာ အကျယ်ကြီးပဲ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ အဲ့တော့ အစောက ဆွေးနွေးသွားတဲ့ Regulations တို့၊ Laws တို့၊ Structure နဲ့ Formation တို့ အကုန်အပါအဝင်ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ကျွန်တော် တို့ တစ်ခုစဉ်းစားသင့်တာက Basic ကို မလွတ်ဖို့ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ အစောက infrastructure ပြောတဲ့ Basic က ဘာလဲ၊ Basic needs က ဘာလဲ စသည်ဖြင့် ကျွန်တော်တို့ လိုချင်တာကို ကျွန်တော်တို့ ဂရုစိုက်ဖို့လိုပါကြောင်း၊ ဘာလို့လဲဆိုတော့ အခြေခံမှမခိုင်ရင် ရှေ့ကိုလုပ်တဲ့ဟာတွေက ယိုင်နေတတ်ပါ ကြောင်း၊ ကျွန်တော်တော့ အဲ့လိုပဲမြင်ပါကြောင်း၊ ဒီ infrastructure စဉ်းစားတဲ့အခါ Upper layer တွေကို သွားနေတဲ့အချိန်မှာ Basic က မခိုင်တဲ့အတွက် ကျွန်တော်တို့ အဆင်မပြေဖြစ်နေတတ်ပါ ကြောင်း၊ ဒါကခြုံပြီးတော့ ကျွန်တော်တို့ ပြောလိုက်တာဖြစ်ပါကြောင်း၊ သို့သော် တကယ်တမ်းမှာ Hidden cost တွေရော ရှိတတ်ပါကြောင်း၊ ဒါတွေအားလုံးကို စဉ်းစားပြီးတော့ ကျွန်တော်တို့ တကယ် လုပ်တဲ့ကိုင်တဲ့အခါမှာ တစ်ဖက်က ပညာရပ်ဆိုင်ရာတွေကိုလည်း ပိုပြီးတိုးတက်အောင် ကြိုးစားရမှာ ဖြစ်ပါကြောင်း၊ ဒါကြောင့် တစ်ဖက်က လက်တွေ့နယ်ပယ်မှာ ဆောင်ရွက်နေတာတွေကိုလည်း အခြေအနေနဲ့အညီဖွံ့ဖြိုးလာအောင် ကြိုးစားကြစေလိုကြောင်း မှာကြားရင်း နိဂုံးချုပ်ပါတယ်။ အားလုံးကျေးဇူးတင်ပါတယ်။





ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်အစိုးရ  
ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ဝန်ကြီးဌာန  
သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာနှင့် ဆိုက်ဘာလုံခြုံရေးဦးစီးဌာန



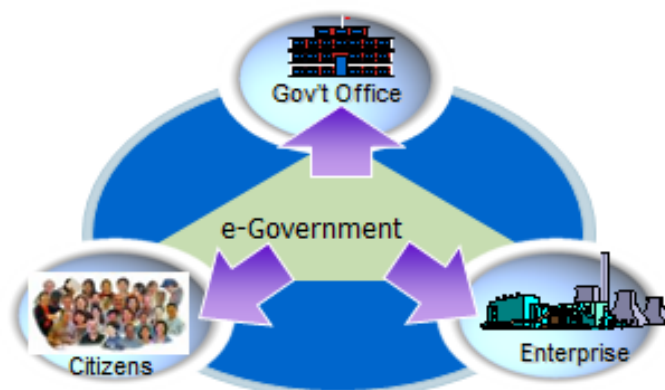
# -Government in Myanmar

Nwe Ni Soe Yin  
Director, e-Government Dept;  
Ministry of Transport and Communications

23 December, 2021

## E-Government ၏ အဓိပ္ပါယ်ဖွင့်ဆိုချက်

e-Government ဆိုသည်မှာ အစိုးရ၏လုပ်ငန်းစဉ်များအားဆောင်ရွက်ရာတွင် အစိုးရ အဖွဲ့အစည်း အချင်းချင်းသော်လည်းကောင်း(G2G)၊ နိုင်ငံသားများနှင့်သော်လည်းကောင်း(G2C)၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင် များနှင့်သော်လည်းကောင်း(G2B) ဆက်ဆံဆောင်ရွက်ရာတွင် လွယ်ကူလျင်မြန်စေရန် သတင်းအချက် အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာ(ICT)ကိုအသုံးပြု၍ အစိုးရ၏လုပ်ငန်းလုပ်ဟန်များကို ပိုမို ကောင်းမွန်သော ဝန်ဆောင်မှုအဖြစ်သို့ ထိရောက်စွာနှင့် အကျိုးရှိစွာ အသွင်ပြောင်းလဲဆောင်ရွက်ခြင်း ဖြစ်သည်။



### E-Government ၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာ (Characteristic of e-Government )

*E-Government should be*

#### သုံးစွဲရန် လွယ်ကူခြင်း (Easy to use)

နိုင်ငံသားများ အဆင်ပြေချောမွေ့စွာ၊ စိတ်ကျေနပ်မှုရှိစွာဖြင့်  
၎င်းတို့၏ လိုအပ်မှု၊ ကြိုက်နှစ်သက်မှုများနှင့်အညီ အသုံးပြုနိုင်ခြင်း။



#### မည်သည့်နေရာမှမဆို ၊ မည်သူမဆို အသုံးပြုနိုင်ခြင်း (Available to everywhere, everyone)

နေအိမ်၊ အလုပ်ရုံးခန်း၊ စာသင်ကျောင်း၊ စာကြည့်တိုက်၊ IAC, PAC အစရှိ  
သည်များနှင့် အခြားသင့်လျော်သည့် မည်သည့်နေရာမှမဆို မည်သူမဆို  
အသုံးပြုနိုင်ခြင်း။

### E-Government ၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာ (Characteristic of e-Government )

*E-Government should be*

#### ကုန်ကျစရိတ်သက်သာခြင်း (Cost-effective)

သင့်တင့်သောနှုန်းထားများဖြင့် ကုန်ကျစရိတ်သက်သာမှုများ ရရှိနိုင်ခြင်း။



#### လုံခြုံမှုရှိခြင်း (Private and Secure)

ပုဂ္ဂိုလ်ရေးအချက်အလက်အပါအဝင် အခြားအချက်အလက်များ ရယူခွင့်၊  
သုံးစွဲခွင့်၊ အချက်အလက်များ ခိုင်မာမှု ယုံကြည်ရမှု စသည့် သင့်လျော်သော  
လုံခြုံမှု စနစ်များရှိခြင်း။

### E-Government ၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာ (Characteristic of e-Government )

*E-Government should be*

#### ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း (Collaborative)

နိုင်ငံသားများ၊ ပုဂ္ဂလိက လုပ်ငန်းရှင်များ၊ မိတ်ဖက်အဖွဲ့အစည်းများ၏ အတွေ့အကြုံနှင့် ကျွမ်းကျင်မှုများအပေါ် အခြေခံ၍ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း၊ တွေ့ကြုံလာသည့် အတားအဆီး၊ အခက်အခဲများအား ဝိုင်းဝန်းဖြေရှင်းခြင်း။



#### အသွင်ကူးပြောင်းမှု (Transformational)



ICT နည်းပညာများအသုံးပြု၍ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများ ဆောင်ရွက်လျက်ရှိသော လုပ်ငန်းစဉ်များအား လက်ရှိဆောင်ရွက်မှုပုံစံမှ ပိုမိုကောင်းမွန်သော ပုံစံအဖြစ်သို့ ခေတ်မီစွာ အသွင်ပြောင်းလဲခြင်း။

### Obstacles of e-Government Implementation

- ရေရှည်အမြင်နှင့် မဟာဗျူဟာ ကောင်းမွန်ရန်လိုအပ်ခြင်း (Vision & Strategy, Roadmap, Framework, Model)
- ဦးဆောင်သူများမှ တိုးတက်သည့် အသိအမြင်နည်းပါးခြင်း ( Lack of awareness of leaders )
- ဟန်ချက်ညီစွာ ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်နိုင်မှု မရှိခြင်း (Non alignment between government agencies)
- ဖြစ်နိုင်ချေမရှိသည့် လုပ်ငန်းစဉ် အချိန်ဇယားများ ချမှတ်ခြင်း (Unrealistic schedules)
- အပြောင်းအလဲဆိုင်ရာ စီမံခန့်ခွဲမှုကို ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် လိုအပ်ခြင်း (Effective Change Management)
- တာဝန်ခွဲဝေခန့်အပ်မှု မမှန်ကန်ခြင်း (Inappropriate Staffing)



## Obstacles of e-Government Implementation

- ကျွမ်းကျင်ဝန်ထမ်း မလုံလောက်ခြင်း  
(Lack of skilled person)
- အသုံးပြုရန် ကြောက်ရွံ့တုံ့ဆိုင်းခြင်း  
(Resistance of users)
- နည်းပညာဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံ ပြည့်စုံလုံလောက်မှု မရှိခြင်း  
(Inadequate ICT infrastructure)
- လျှပ်စစ်စွမ်းအား လုံလောက်မှု မရှိခြင်း  
(Electricity intermittent)
- ငွေကြေးကန့်သတ်မှုရှိခြင်း  
(Budget constraint)
- ပြဋ္ဌာန်းရမည့် ဥပဒေစည်းမျဉ်းများ အားနည်းခြင်း  
(Lack of policy and legal instruction)

## အစိုးရဝန်ထမ်းများမှ မည်သည့်အတွက်ကြောင့် အသုံးပြုရန် တုံ့ဆိုင်းကြသနည်း၊ (အစိုးရဝန်ထမ်းများအတွက် အဓိကစိန်ခေါ်မှုများ)

- နည်းပညာများအသုံးပြုရာတွင် အခက်အခဲများ တွေ့ကြုံရမည်ကို ကြောက်ရွံ့ခြင်း  
(Fear that the technology will make them obsolete)
- နည်းပညာနှင့်ရင်းနှီးကျွမ်းကျင်မှု မရှိသဖြင့် မှန်ကန်စွာ မလုပ်ဆောင်နိုင်လျှင် မိမိအား အထင်အမြင်သေးခြင်း ခံရမည်ကို စိုးရိမ်ခြင်း  
(Unfamiliarity with technology and fear that they will look lack of intelligence person in front of others if they do not use it correctly.  
Some call this phenomenon “ Technical Shock ”)
- နည်းပညာများ အသုံးပြုခြင်းသည် အလုပ်ပိုမိုများပြားစွာပေးစေသည်ဟု ယူဆခြင်း  
ဥပမာ - e-mail များ ပြန်လည်ဖြေကြားရခြင်း  
(Fear that technology will mean more work for them such as, for example, having to answer constituent e-mail)

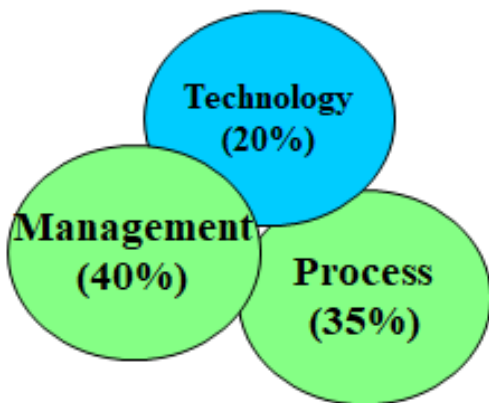


**အစိုးရဝန်ထမ်းများမှ မည်သည့်အတွက်ကြောင့် အသုံးပြုရန် တုံ့ဆိုင်းကြသနည်း၊  
(အစိုးရဝန်ထမ်းများအတွက် အဓိကစိန်ခေါ်မှုများ)**

- မိမိတို့အလုပ်နှင့် ဖန်တီးထားသော လုပ်ပိုင်ခွင့်၊ အာဏာများ ပျောက်ဆုံးမည်ကို စိုးရိမ်ခြင်း  
(Fear that they will lose their jobs , power and "turf" that they have created in the current system)
- လုပ်ငန်းစဉ်များ လျော့နည်းသွားမှုသည် မိမိတို့အတွက် တရားမဝင်ငွေကြေးနှင့် တန်ဖိုးလက်ဆောင် ရရှိမှုများ လျော့နည်းသွားမည်ကို စိုးရိမ်ခြင်း  
(Concern that new, automated processes will mean fewer opportunities to receive unofficial payments or bribes)
- နည်းပညာသစ်များ အသုံးပြုခြင်းသည် မိမိတို့အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းမှ အတွက် မည်သို့မျှ အထောက်အပံ့မပေးနိုင်၊ အသုံးမပြုပါကလည်း မည်သည့်အရာမှ မဆုံးရှုံးနိုင်ဟုယုံကြည်ခြင်း  
(Belief that they have nothing to gain professionally from adapting to new technology, and nothing to lose if they refuse)



**Enablers Environment of e-Government**



- 20 % Technology
- 35 % Business Process Reengineering
- 40 % Change Management
- 5% Luck !!!!!!!!

**Technology – 20%**  
**People – 75%**

**e-Government အောင်မြင်စွာအကောင်အထည်ဖော်ဆောင်နိုင်ရန်  
ဆောင်ရွက်ရမည့်အချက်များ။ (Success Factors)**

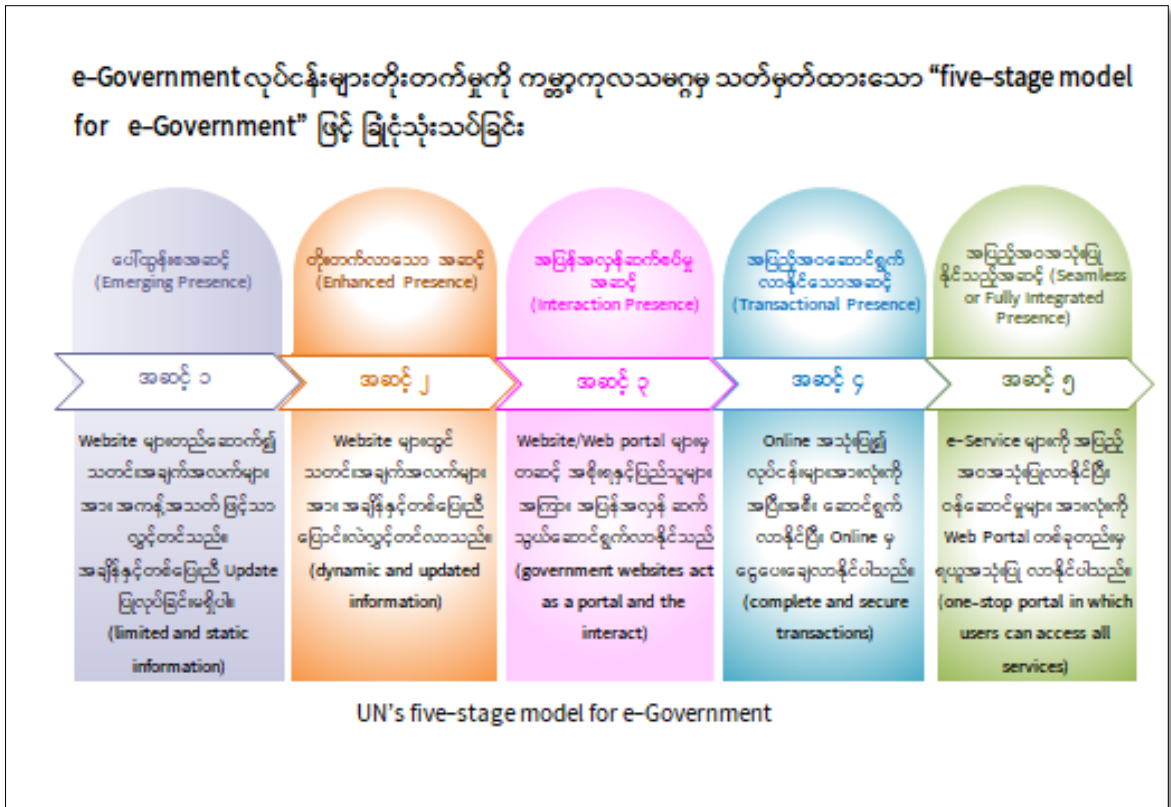
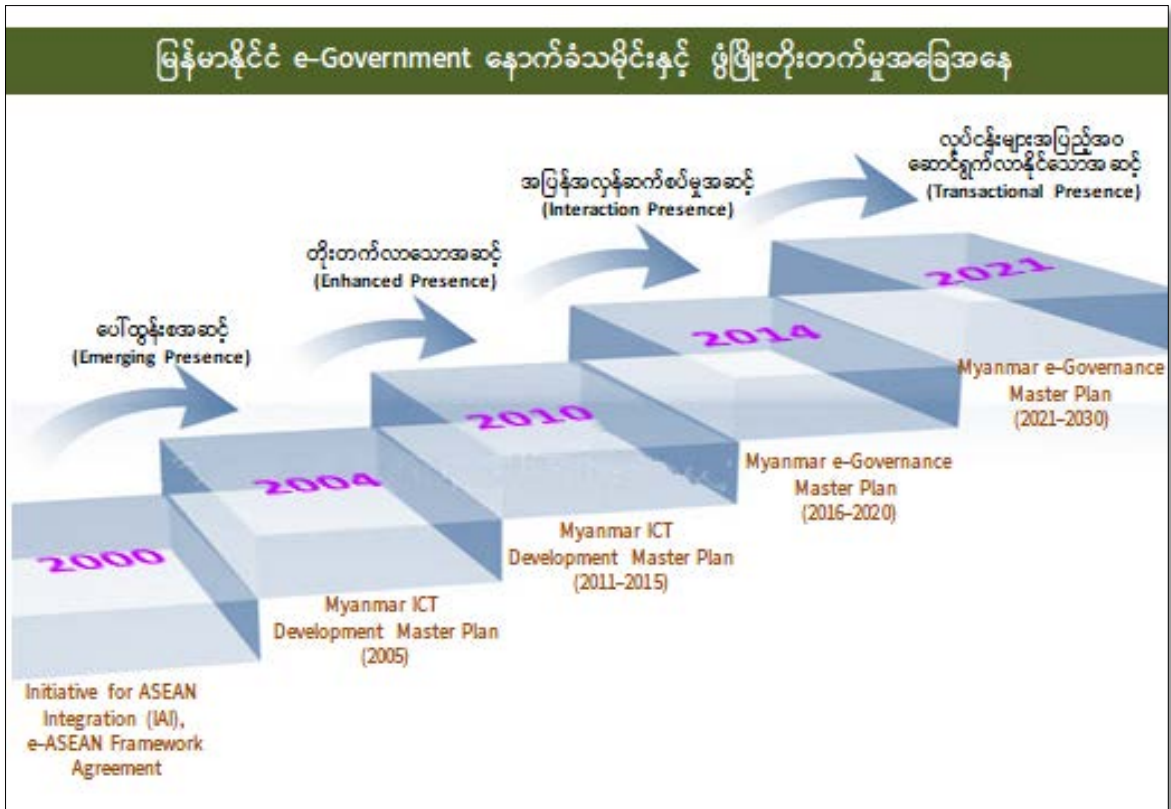
- (က) တစ်မျိုးသားလုံးနှင့် သက်ဆိုင်သော ရည်မှန်းချက်၊မဟာဗျူဟာ ထားရှိရန်လိုအပ်ခြင်း။  
(National Vision & National Strategies)
- (ခ) အမျိုးသားအဆင့် ဦးဆောင် ကြီးကြပ်ဆောင်ရွက်မည့် အဖွဲ့ဖွဲ့စည်းထူထောင်  
ရန်လိုအပ်ခြင်း။ (Leadership, Policy Guidance and Coordination)
- (ဂ) ပွင့်လင်းမြင်သာစွာနှင့် စွမ်းဆောင်မှုမြင့်မားအောင်ဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်ခြင်း။  
(Transparency & Efficiency)
- (ဃ) ဝန်ထမ်းများ၏ ကျွမ်းကျင်မှု စွမ်းရည်မြင့်မားစေရန်လိုအပ်ခြင်း။ (Human Resource )
- (င) နည်းပညာအဆောက်အအုံများ ဖွဲ့စည်းတည်ဆောက်ရန်လိုအပ်ခြင်း။  
(ICT Infrastructure)



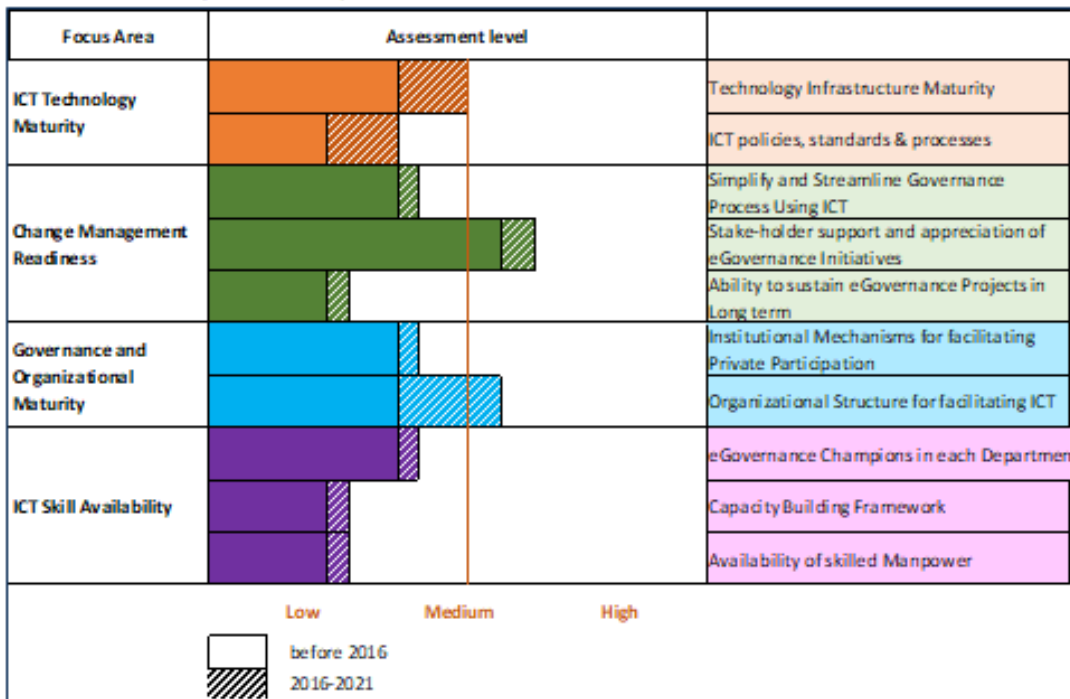
**e-Government အောင်မြင်စွာအကောင်အထည်ဖော်ဆောင်နိုင်ရန်  
ဆောင်ရွက်ရမည့်အချက်များ။ (Success Factors)**

- (စ) နိုင်ငံတစ်ဝှမ်း အဖွဲ့အစည်းများ စုပေါင်းဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်ခြင်း။  
(National Collaboration)
- (ဆ) ICT နည်းပညာအသုံးပြုရန် ဥပဒေများ ရေးဆွဲခြင်း၊ မူဝါဒများ ချမှတ်ရန် လိုအပ်ခြင်း။  
(Legal and Strategies)
- (ဇ) ဦးစားပေး စီမံကိန်းများ ရွေးချယ်၍ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ရန်လိုအပ်ခြင်း။  
(Pilot Projects )
- (ဈ) အချို့ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအား ပုဂ္ဂလိကနှင့် အကျိုးတူပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း  
(PPP)





မြန်မာနိုင်ငံ၏ လက်ရှိ Digital Maturity အခြေအနေအား လေ့လာအကဲဖြတ်ခြင်း



### E-Government Development Index (EGDI)

$$EGDI = (0.34 \times \text{online service index}) + (0.33 \times \text{telecom index}) + (0.33 \times \text{human capital index})$$

|  |  |  |
|--|--|--|
| Online Service Index   | Telecom Index  | Human Capital Index  |
| <p><u>Assessment on</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>National Website</li> <li>Associated portals and subsidiary websites</li> <li>Education</li> <li>Health</li> <li>Labor</li> <li>Social Services</li> <li>Finance</li> </ul> | <p><u>Assessment on</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Personal computer index</li> <li>Internet user index</li> <li>telephone line index</li> <li>mobile subscription index</li> <li>fixed broadband index</li> </ul> | <p><u>Assessment on</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adult literacy index</li> <li>Gross enrollment index</li> </ul> |

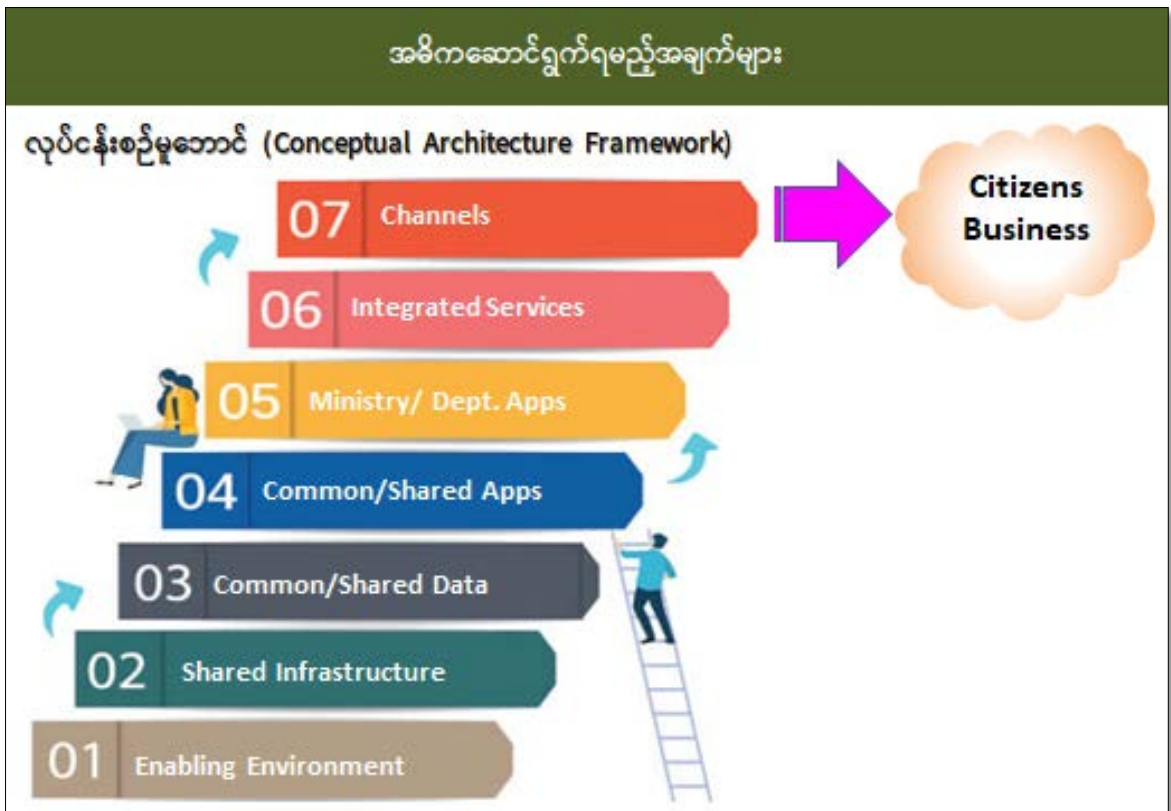
## Myanmar's e-Government Development Index (EGDI) (index rating)

### UN e-Government Development Index

| Year | E-Government Development Index (EGDI) | Online Services Index | Telecom Index | Human Capital Index | Rank |
|------|---------------------------------------|-----------------------|---------------|---------------------|------|
| 2016 | 0.2362                                | 0.1594                | 0.0655        | 0.4837              | 169  |
| 2018 | 0.3328                                | 0.2292                | 0.2565        | 0.5127              | 157  |
| 2020 | 0.4316                                | <u>0.2588</u>         | 0.5234        | 0.5125              | 146  |

### e-Government Development Index 2020 in AESAN and Neighboring Countries

| Sr. No | Country Name | Rank |
|--------|--------------|------|
| 1      | Singapore    | 11   |
| 2      | China        | 45   |
| 3      | Malaysia     | 47   |
| 4      | Thailand     | 57   |
| 5      | Brunei       | 60   |
| 6      | Philippines  | 77   |
| 7      | Viet Nam     | 86   |
| 8      | Indonesia    | 88   |
| 9      | India        | 100  |
| 10     | Bangladesh   | 119  |
| 11     | Cambodia     | 124  |
| 12     | Myanmar      | 146  |
| 13     | Lao PDR      | 167  |



**အဓိကဆောင်ရွက်ရမည့်အချက်များ**

**လုပ်ငန်းစဉ်မူဘောင် (Conceptual Architecture Framework)**

**အဆင့်(၁)** အခြေခံဝန်းကျင်ကောင်းများဖြစ်သော လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ်များ ပြုစုပျိုးထောင်ခြင်း၊ အစိုးရဌာနများပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း၊ ဦးဆောင်အဖွဲ့အစည်းဖွဲ့စည်းခြင်း၊ ဥပဒေ၊ မူဝါဒများနှင့် စံသတ်မှတ်ချက်များ ပြဋ္ဌာန်းခြင်း။

**အဆင့်(၂,၃,၄)** အစိုးရဌာနများအကြား သတင်းအချက်အလက်များ လွယ်ကူလျင်မြန်စွာ စီးဆင်းနိုင်ရန်၊ သတင်းအချက်အလက်များ ဖလှယ်နိုင်ရန်၊ အချိန်နှင့်ငွေကြေးကုန်ကျမှု လျော့နည်းစေရန်အတွက် သဘောသဘာဝတူညီသည့် လုပ်ငန်းများကို ကွဲပြားခြားနားသော နည်းပညာများ အသုံးပြု၍ သီးခြားစီ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း မပြုလုပ်ဘဲ ICT Infrastructure၊ Application၊ Data များအား မျှဝေအသုံးပြုနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။ (e.g. Data Centers)

**အဆင့်(၅)** လုပ်ငန်းသဘောသဘာဝအရ ဝန်ကြီးဌာနများအလိုက် သီးခြားအကောင်အထည် ဖော်ဆောင်သွားရမည့် စီမံကိန်းများအား တူညီသော unifying Platform ပေါ်တွင်အခြေခံ၍ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။

အဓိကဆောင်ရွက်ရမည့်အချက်များ

လုပ်ငန်းစဉ်မူဘောင် (Conceptual Architecture Framework)

အဆင့်(၆) အစိုးရနှင့်ဆက်ဆံထိတွေ့သည့် ပြည်သူများအနေနှင့် အစိုးရဌာနတိုင်း၏ ဝင်ပေါက်တိုင်းသို့ ဝင်ထွက်သွားလာခြင်းထက် ဝင်ပေါက်တစ်ခုတည်းမှ ဌာနအားလုံးသို့ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခွင့် ရရှိရေးသည် လွန်စွာအရေးကြီးပါသဖြင့် စနစ်များအား ပေါင်းစပ်စုစည်းထားသည့် Integrated e-Services များ (Portal) တည်ဆောက်ခြင်းအားဖြင့် e-Government စနစ်အား ပြည်သူများမှ ရိုးရှင်းလွယ်ကူစွာ အသုံးပြုနိုင်စေရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း၊ (e.g. National Web Portal)

အဆင့်(၇) e-Services များအား Mobile Phone, Website, SMS, Call Center အစရှိသော Channel များမှ တဆင့် ပြည်သူများ ထံသို့ လျင်မြန်စွာ ဖြန့်ဖြူးပေးနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း၊

ဆောင်ရွက်လျက်ရှိသော e-Government စီမံကိန်းများ

မြန်မာနိုင်ငံတွင် e-Government လုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်လာစေရေး အစိုးရဌာနများ အားလုံးမှ အသုံးပြုနိုင်ရန်ရည်ရွယ်၍-

- e-Government Integrated Data Center (eGIDC) တည်ဆောက်ခြင်း၊
- Myanmar National Portal တည်ဆောက်ခြင်း၊
- Myanmar e-Governance Master Plan ရေးဆွဲခြင်း၊
- Data Center, Server Colocation Service, Web Hosting Service ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း၊
- Information Access Center (IAC) ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း၊
- Government Video Conferencing System ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း၊
- Government Personnel Management System (GPMS), Civil Service ID System (CSID) Electronic Document Management System (EDMS), Government e-Mail စနစ်များ ဝန်ဆောင်မှု ပေးခြင်း၊

### Myanmar National Portal



### e-Government Integrated Data Center (eGIDC) တည်ဆောက်ခြင်းစီမံကိန်း

#### ရည်ရွယ်ချက်

မြန်မာနိုင်ငံတွင် e-Government လုပ်ငန်းစဉ်များအား အရှိန်အဟုန်မြှင့် ဆောင်ရွက်လာသည်နှင့်အညီ အစိုးရဌာနများ/ဒေသများအလိုက် Data Center ငယ်များ သီးခြားစီ တည်ဆောက်အသုံးပြုကြမည့်အစား အစိုးရဌာနများအားလုံး စုစည်းမျှဝေ အသုံးပြုနိုင်ရန်

#### အကျိုးကျေးဇူး

- သတင်းအချက်အလက်များအား တစုတစည်းတည်း တစ်ပြိုင်နက် ထိရောက်စွာ စီမံခန့်ခွဲနိုင်ခြင်း။
- ၂၄ နာရီ ၇ ရက် ဝန်ဆောင်မှု ပေးနိုင်ခြင်း။
- လုံခြုံမှု ကောင်းမွန်ခြင်း။
- အချိန်နှင့်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကုန်ကျစရိတ် များစွာသက်သာစေခြင်း။
- Cloud Computing Technologies အား အသုံးပြုခြင်းဖြင့် Hardware အသုံးပြုမှုများ လျော့ချနိုင်ပြီး တစ်စုတစည်းအသုံးပြုမှု လျော့ချနိုင်ခြင်း။
- အစိုးရ၏ ကိုယ်ပိုင် Government Cloud အား တည်ဆောက်သွားခြင်းအားဖြင့် နိုင်ငံ၏ အရေးကြီး သတင်းအချက်အလက်များအား ပြည်တွင်း၌သာ ထားရှိနိုင်ပါသဖြင့် လုံခြုံမှု ကျိုးပေါက်ခြင်းမှ ကာကွယ်ပေးနိုင်ခြင်း။
- ပြည်ပနိုင်ငံများသို့ ပေးချေနေရသော ကုန်ကျစရိတ်များအား လျော့ချသွားနိုင်ခြင်း။

**e-Government Integrated Data Center (eGIDC) တည်ဆောက်ခြင်းစီမံကိန်း**

**Exterior Design of eGIDC Main Building**



**e-Government Integrated Data Center (eGIDC) တည်ဆောက်ခြင်းစီမံကိန်း**

**Exterior Design of DRC Building**



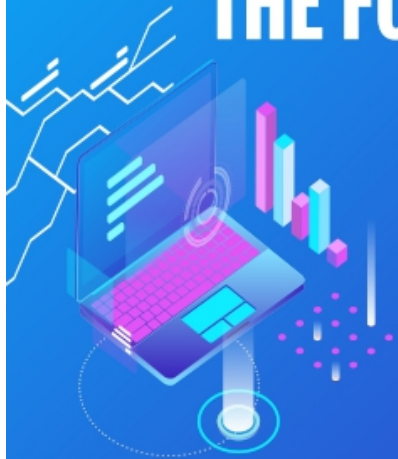
Master Plan (၂၀၂၂-၂၀၃၀)ရေးဆွဲခြင်းစီမံကိန်း



ကျေးဇူးတင်ပါသည်။



# DIGITAL TRANSFORMATION AND TOURISM: THE FUTURE OF MYANMAR



ဦးကျော်ကျော်လွင်  
ဒုတိယညွှန်ကြားရေးမှူး

## OVERVIEW

01

THE GLOBAL  
STATE OF  
DIGITAL 2021

02

DIGITAL  
TRANSFORMATION

03

DISRUPTIVE  
INNOVATION IN  
THE TOURISM  
INDUSTRY

04

THE FUTURE OF  
MYANMAR



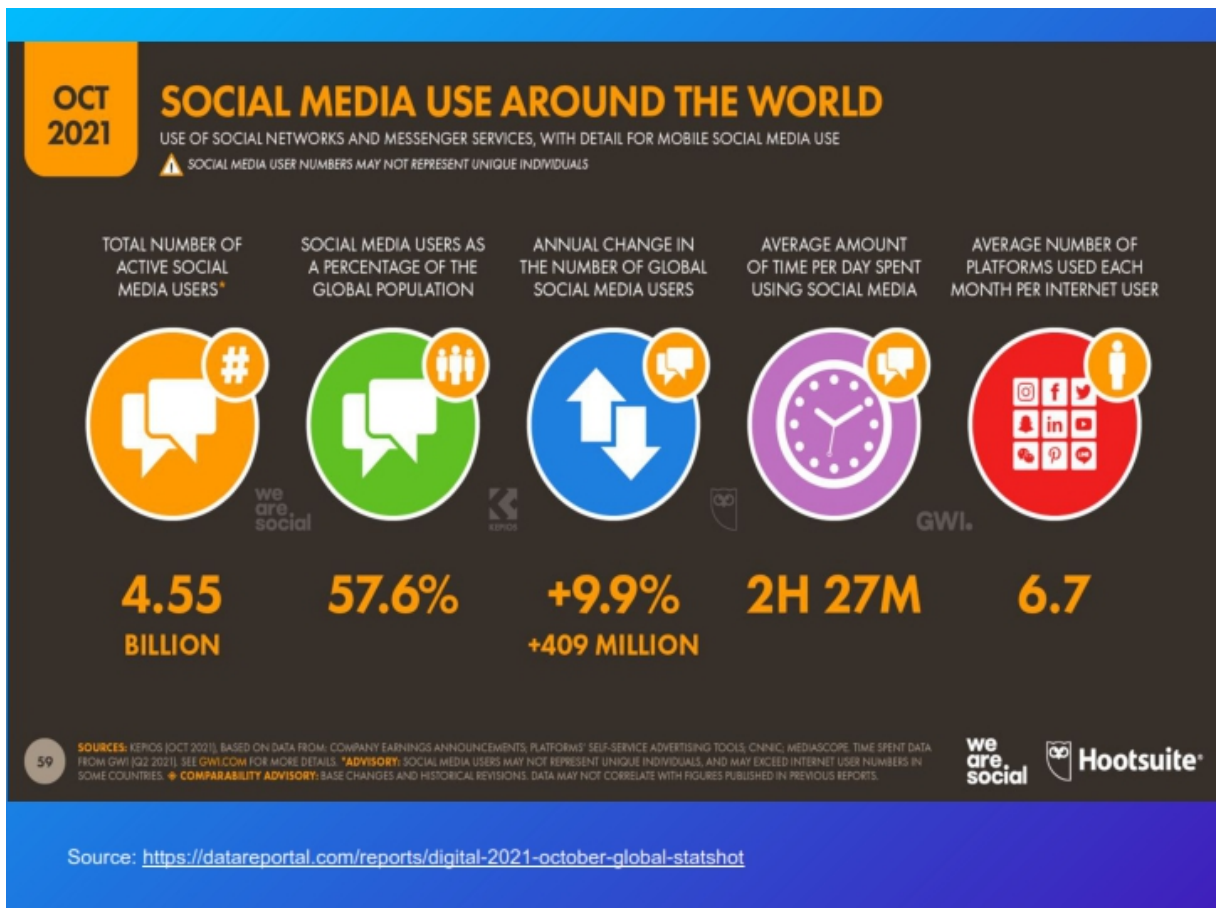
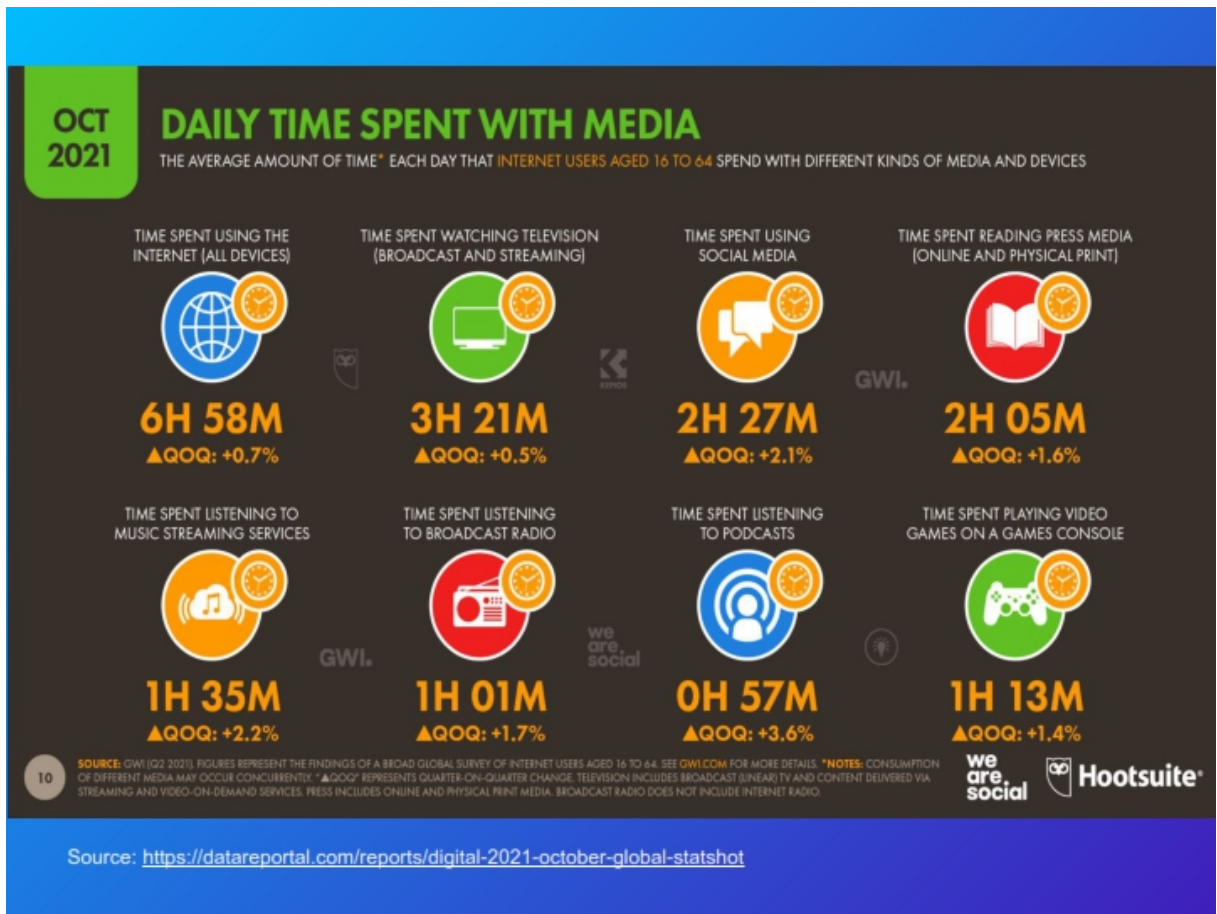
**OCT 2021** **DIGITAL AROUND THE WORLD**  
 ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE  
 INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE *NOT COMPARABLE* WITH PREVIOUS REPORTS

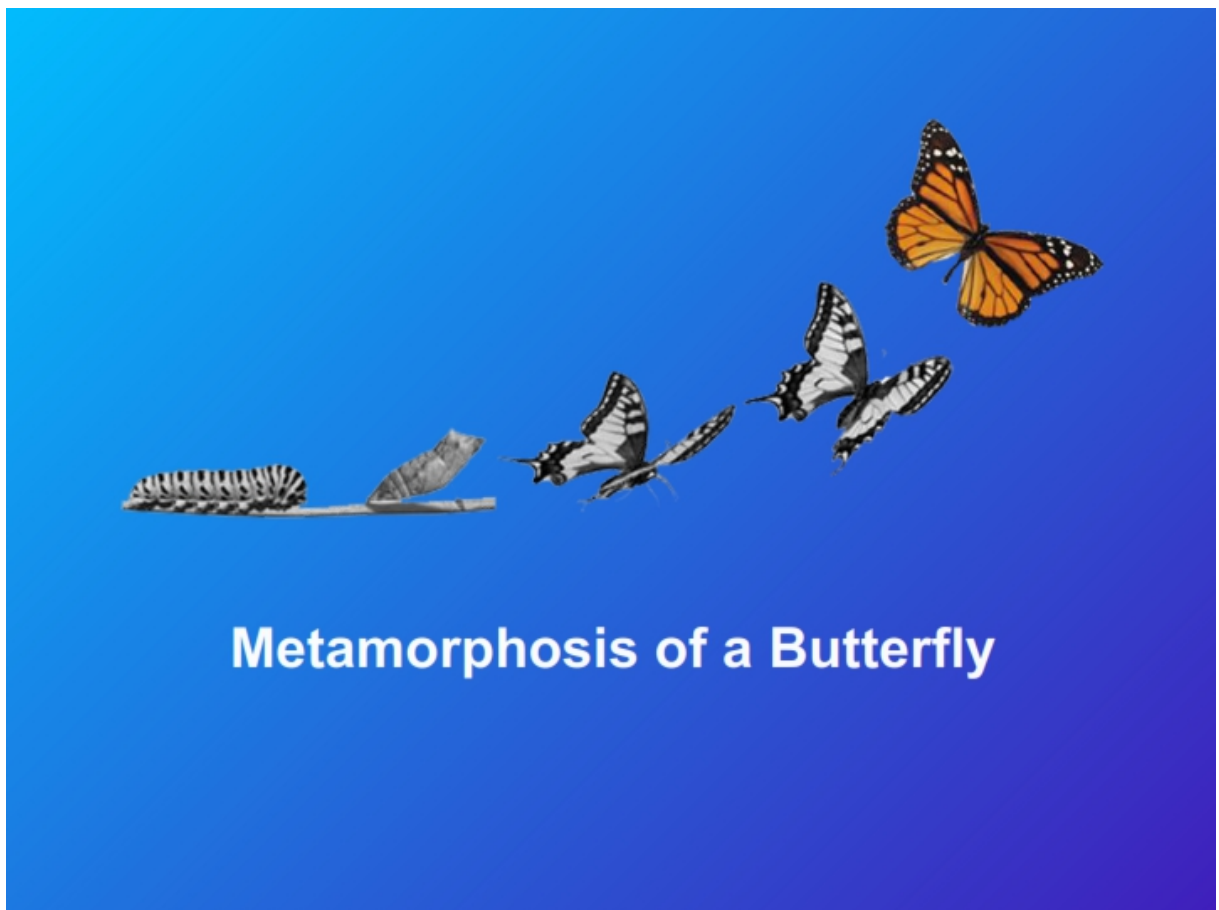
| TOTAL POPULATION  | UNIQUE MOBILE PHONE USERS   | INTERNET USERS*  | ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS*  |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| <b>7.89 BILLION</b>   | <b>5.29 BILLION</b>   | <b>4.88 BILLION</b>  | <b>4.55 BILLION</b>   |
| URBANISATION:<br><b>56.6%</b>   | vs. POPULATION:<br><b>67.1%</b>   | vs. POPULATION:<br><b>61.8%</b>  | vs. POPULATION:<br><b>57.6%</b>   |

SOURCES: THE U.N., LOCAL GOVERNMENT BODIES, GSMA INTELLIGENCE, ITU, GWI, EUROSTAT, CNNIC, APPI, SOCIAL MEDIA PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS, COMPANY EARNINGS REPORTS, MEDIASCOPE. \*ADVISORIES: INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE NOT COMPARABLE TO DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. †COMPARABILITY ADVISORY: SOURCE AND BASE CHANGES.

we are social 

Source: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot>



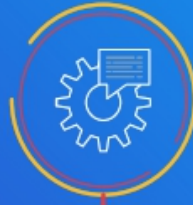


## 3 STAGES DIGITAL TRANSFORMATION DEVELOPMENT ROADMAP



### DIGITIZATION

Moving from analog data (paper, documents, records etc.,) into digital forms (files, scans etc.,)



### DIGITALIZATION

Organizational processes supported by Computer Technology (creating applications & softwares etc.,)

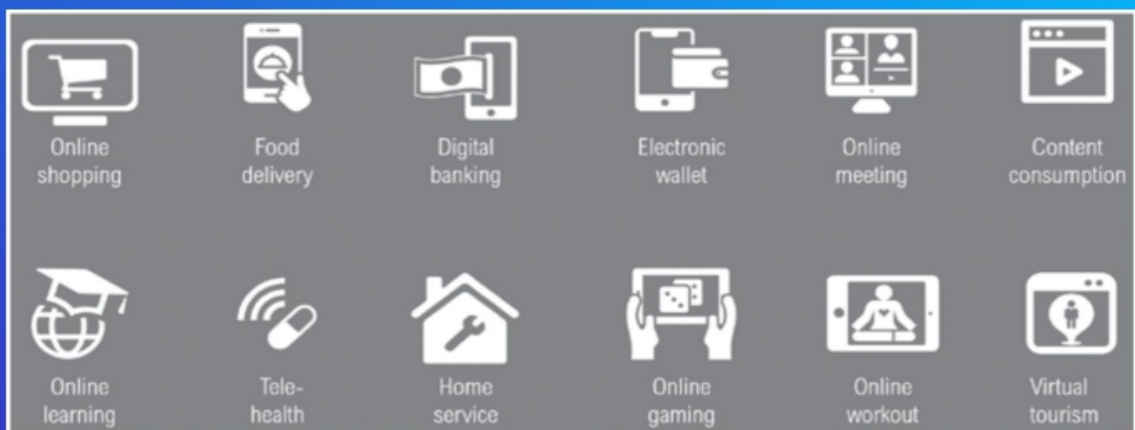


### DIGITAL TRANSFORMATION

The process of optimizing and transforming the organization's / business's / institution's operations strategic directions and value proposition through deep and coordinated shift in culture, workforce and technology.

Source: <https://connamix.com/digitization-digitalization-or-digital-transformation/>  
<https://www.infodiagram.com/slides/stages-digital-transformation-development-roadmap-.html>

## COVID-19 AS THE DIGITALIZATION ACCELERATOR



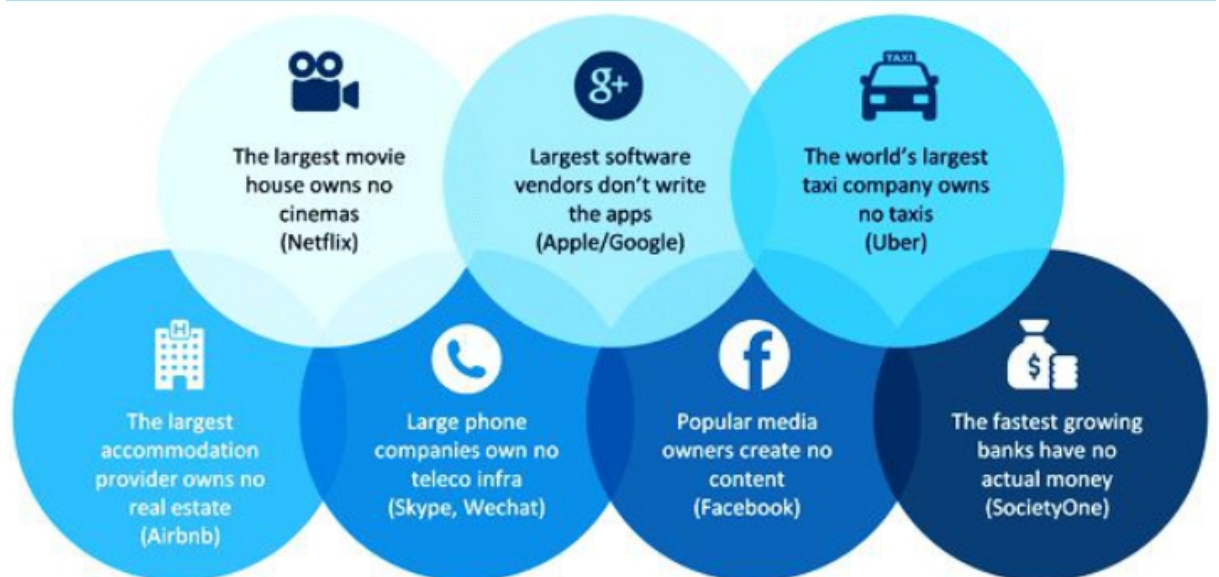
**“For the digital lifestyle to be the new norm, the change must be massive and evenly spread across generations and social-economic status.”**

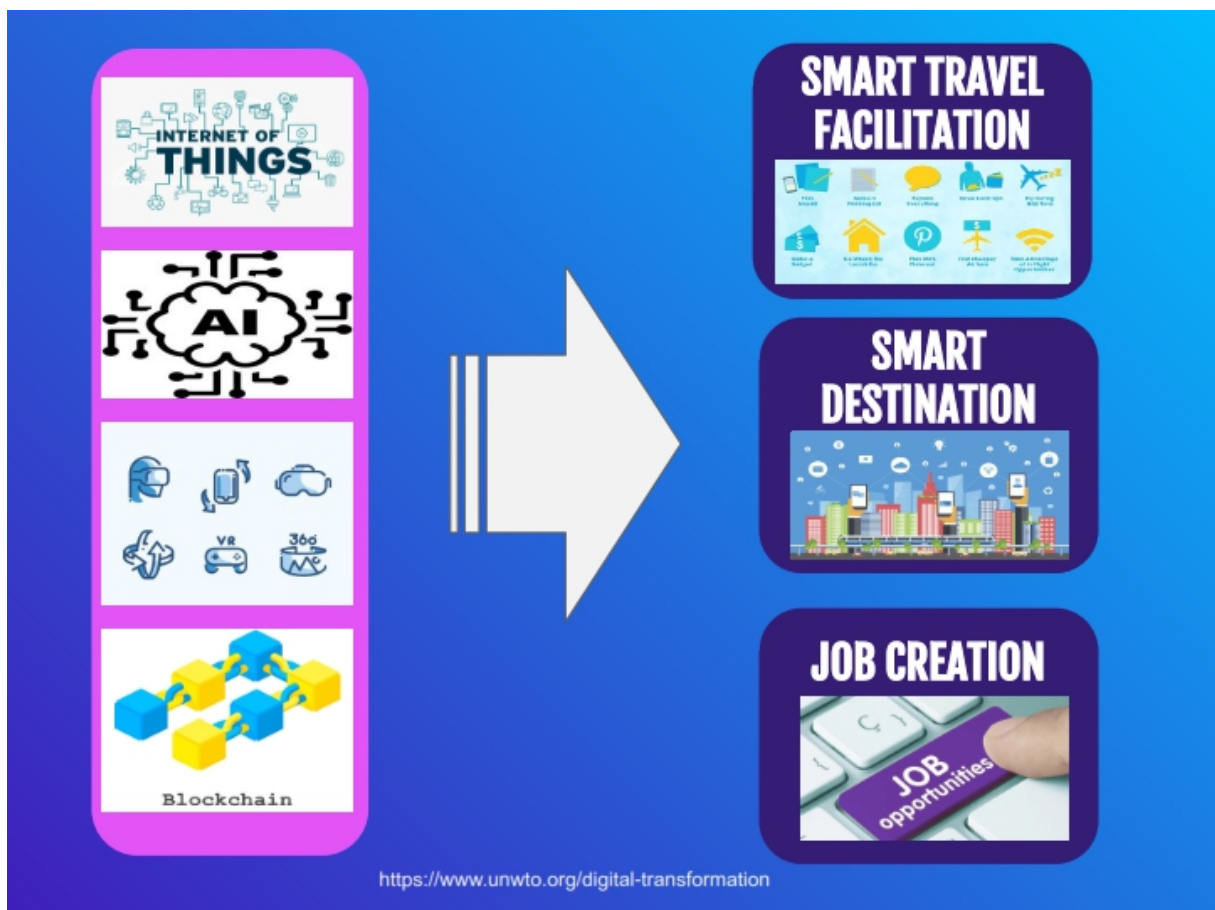
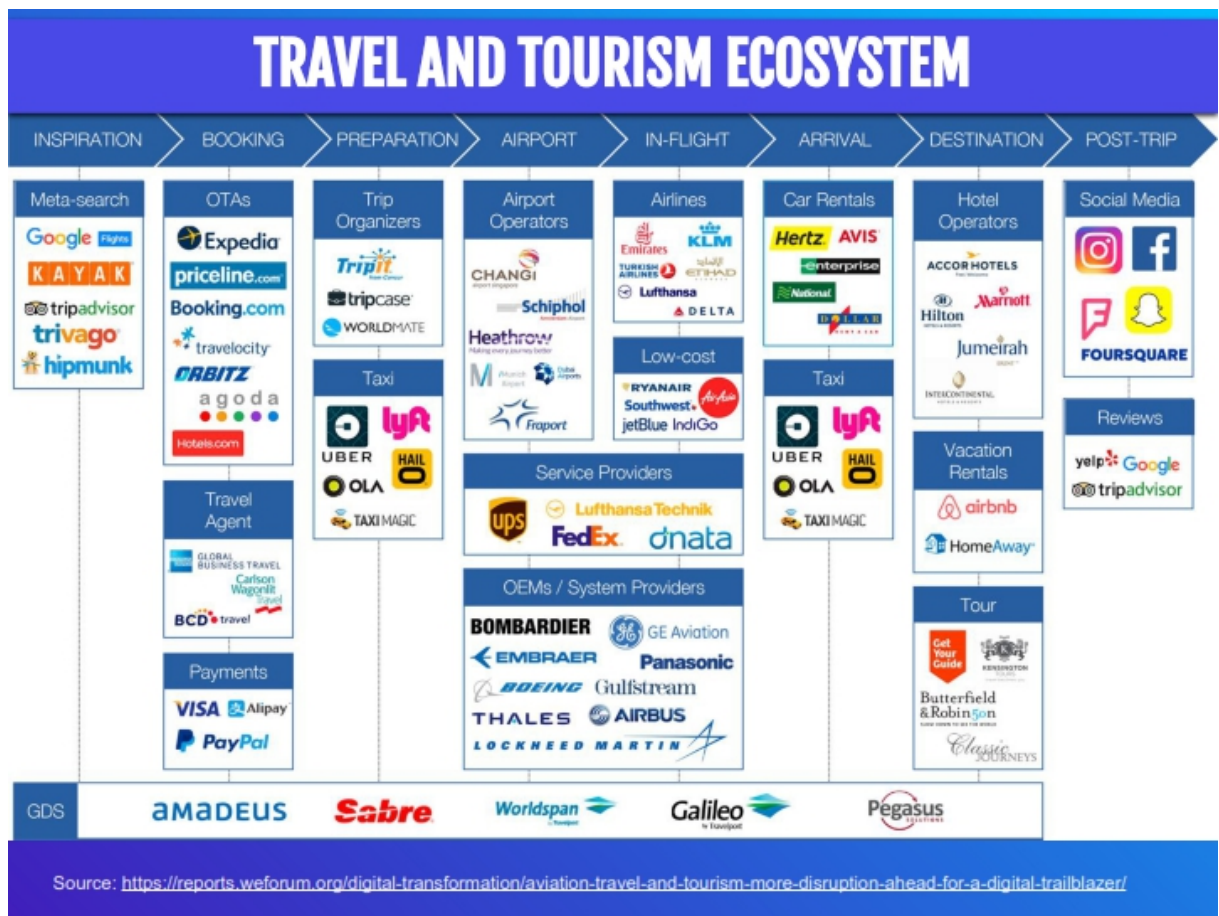
**\_PHILIP KOTLER**

Source: Marketing 5.0, PHILIP KOTLER



## DIGITAL DISRUPTION HAS ALREADY HAPPENED







## CREATING THE RIGHT BUSINESS ENVIRONMENT FOR STARTUPS AND MSMEs IN TOURISM INDUSTRY

“They can become integral parts of the tourism **value chain**, and **boosting technology- and skills-based education, training and policies** that stimulate innovation and decent employment.”  
 \_UNWTO



### Setting a supportive regulatory framework

- IP rights protection
- Data protection
- Digital security
- Digital solutions

### Promoting e-government and e-services for Startups and SMEs

- One-stop shops
- Digital portals
- e-invoicing,
- e-signature
- e- submissions
- Public services

### Deploying high-quality digital infrastructure

- High-speed Internet
- Connectivity in remote area
- Public-sector-backed blockchain service

Reference: <https://www.oecd.org/industry/smes/PH-SME-Digitalisation-final.pdf>

## New Tourism = New Skills



BUSINESS INNOVATION



NEW TECHNOLOGY & DIGITAL ADOPTION



FINANCIAL MANAGEMENT



COMMUNITY ENGAGEMENT



BUSINESS RESILIENCE



HUMAN CAPITAL MANAGEMENT



ENVIRONMENTAL/ SUSTAINABLE PRACTICES



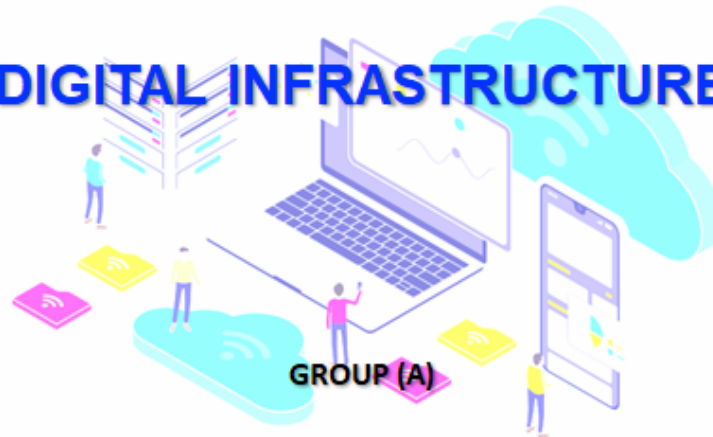
SOCIAL/CULTURAL COMPETENCY

Reference: The Impact of Digitalization on the Tourism Workforce <https://youtu.be/iuFgS4lpnaE>

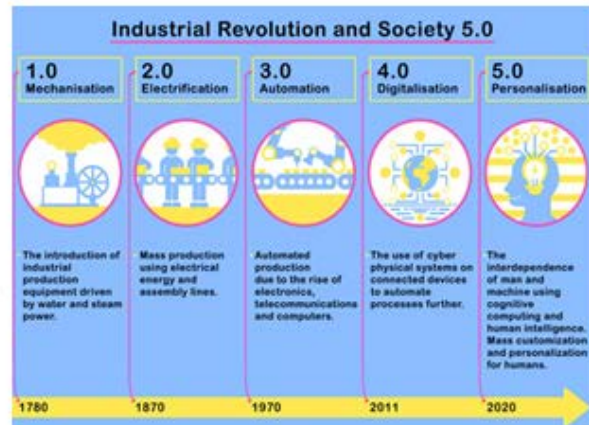
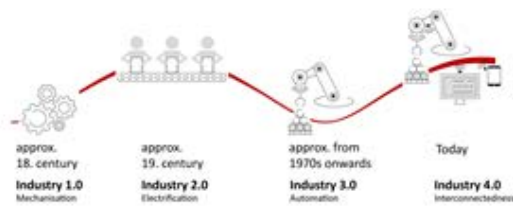


# DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM: THE FUTURE OF MYANMAR

## DIGITAL INFRASTRUCTURE



## INDUSTRIAL REVOLUTION



<https://blog.capabilitydevelopment.org/the-next-industrial-revolution-industry-5-0/>



## DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM

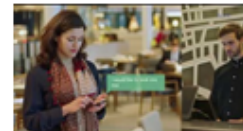
- ❑ Tourism is one of the first sectors to digitalize business processes on a global scale, bringing flight and hotel booking online to become a digital pioneer.
- ❑ As information and communications technology (ICT) become a global phenomenon, tourism is a consistent early adopter of new technologies and platforms.
- ❑ A digitalized tourism sector **must innovate and generate new business opportunities to ensure the continued competitiveness, growth and sustainable development of the sector.**

## DIGITAL TRANSFORMATION & SDGS

- ❖ The use of technologies including the 'Internet of Things', location-based services, artificial intelligence, augmented and virtual reality, and blockchain technology has resulted in a tourism offer that is more attractive, efficient, inclusive, and economically, socially and environmentally sustainable than its predecessor.
- ❖ It has also facilitated innovation and rethinking of processes, with a view to tackling challenges such as seasonality and overcrowding and developing smarter destinations.
- ❖ Digitalization has a positive environmental impact and can yet have a greater one, with innovations in manufacturing, smart assets and efficient use of resources contributing to a more sustainable industry footprint.

## EXAMPLES OF DIGITAL INFRASTRUCTURE ELEMENTS

- ❑ Facial Recognition Systems used at check-in and checkout stages
- ❑ Radio Frequency Identification (RFID) door locks that provide access to room and other spaces with the help of a mobile phone eliminating the use of keys
- ❑ Voice and gesture controlled systems
- ❑ Interactive television system (Eg. IPTV- Internet Protocol Television)
- ❑ High-speed wireless Internet access
- ❑ A power management system based on the Smart Building Concept
- ❑ A service management system and the use of robots for cleaning rooms



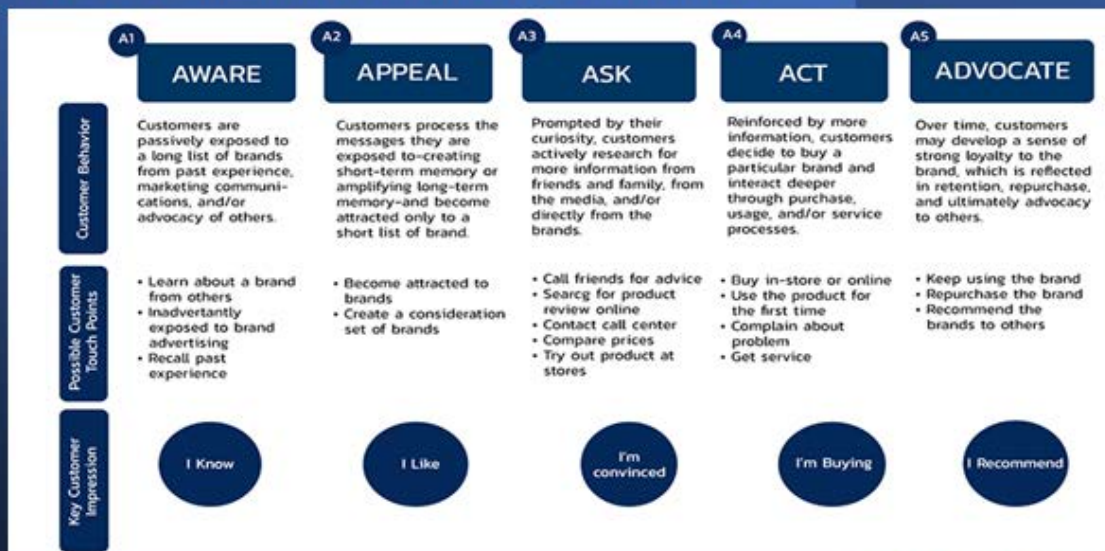
## Digital Infrastructure and Logistics Flows in Tourism Industry



| Flow type        | Function  | Influence   |
|------------------|---|---|
| Tourist traffic  | Delivering consumers to the place where they will be provided with services     | Provision of information about products and services in order to expand the market for tourism products                                     |
| Resource flow    | Functional support for service provision  | Coordination of activities with service providers in order to synchronize resources in time and space                                       |
| Information flow | Information exchange between the suppliers and consumers of the tourism product | Transition to electronic document management, tracking the movement of service product components to the buyer, timely reaction to problems |
| Financial flow   | Cash movement between the suppliers and consumers of the tourism product        | Control over financial flows, increase in the speed of transactions between parties, increase in the speed of paying taxes                  |



## THE NEW CUSTOMER PATH THROUGHOUT THE FIVE A'S





## Group Suggestions for Myanmar Tourism Industry

### SMART TRAVEL FACILITATION

- ❑ To improve e-banking system
  - Improve local payment system
  - accept Ali Pay, WeChat Pay or alliance with local payment system
- ❑ To facilitate electronic ticketing (Air Ticket, Bus, Train)
- ❑ To encourage electronic booking/reservation system
  - GDS, OTA or own platform
- ❑ To utilize mobile app and mobile friendly websites
  - Disseminate information (Chatbots), selling product, review and comment etc.
- ❑ To combine travel modes with GPS and Google Map
  - Bus, Express, Train



**Booking.com**

agoda

airbnb

## Group Suggestions for Myanmar Tourism Industry

### SMART DESTINATION (Including Museum/ Tourist Spots)

- ❑ To implement Electronic Registration/ Check-in System (hotel, restaurant, destination)
- ❑ To facilitate Internet Access and Power Supply
- ❑ To create Virtual Reality Tours
- ❑ To support digital information system
  - QR Code (information, song/ narration, video clip), Mobile App





## Digital Transformation in Tourism : The Future of Myanmar



# Human Resources Development In Digital Age

# Contents

Background

Some Renown Reference Books

Tourism HRD & Digital Age

Recommendations



“Digital Transformation involves redesigning business practices to incorporate digital technology within all facets of the business.”

DX : a twofold process

1. integration of digital technologies into the actual work process
2. changing the actual culture of the workplace to something more streamlined and dynamic.

## Major Benefits

- Improving efficiency and productivity
- Improve customer services relations
- Lead to data-driven decisions
- Eliminate redundancy
- Save costs of processes

## 5 Ds

- Digital Devices
- Digital Platforms
- Digital Media
- Digital Data
- Digital Technology

## 7 DISTINCT DRIVERS OF DIGITAL TRANSFORMATION

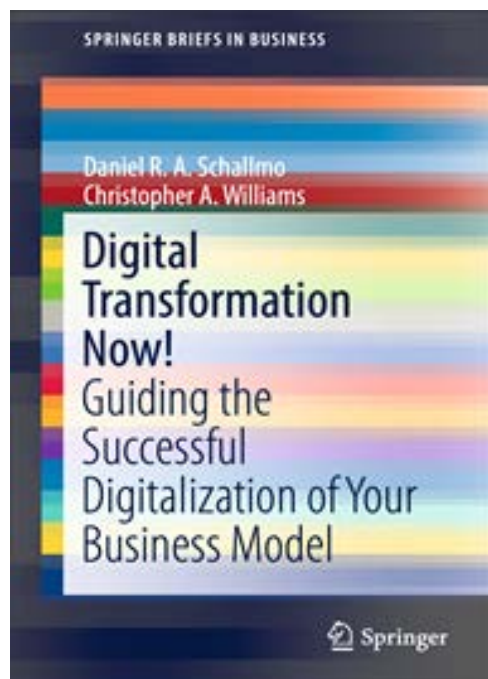


ACCREDITED DIGITAL EDUCATION

**DSM** | DIGITAL SCHOOL OF MARKETING

I would rather be a poor man in a garret with plenty of books than a **king** who did not love **reading**.

Thomas Babington Macaulay (1800 - 1859)

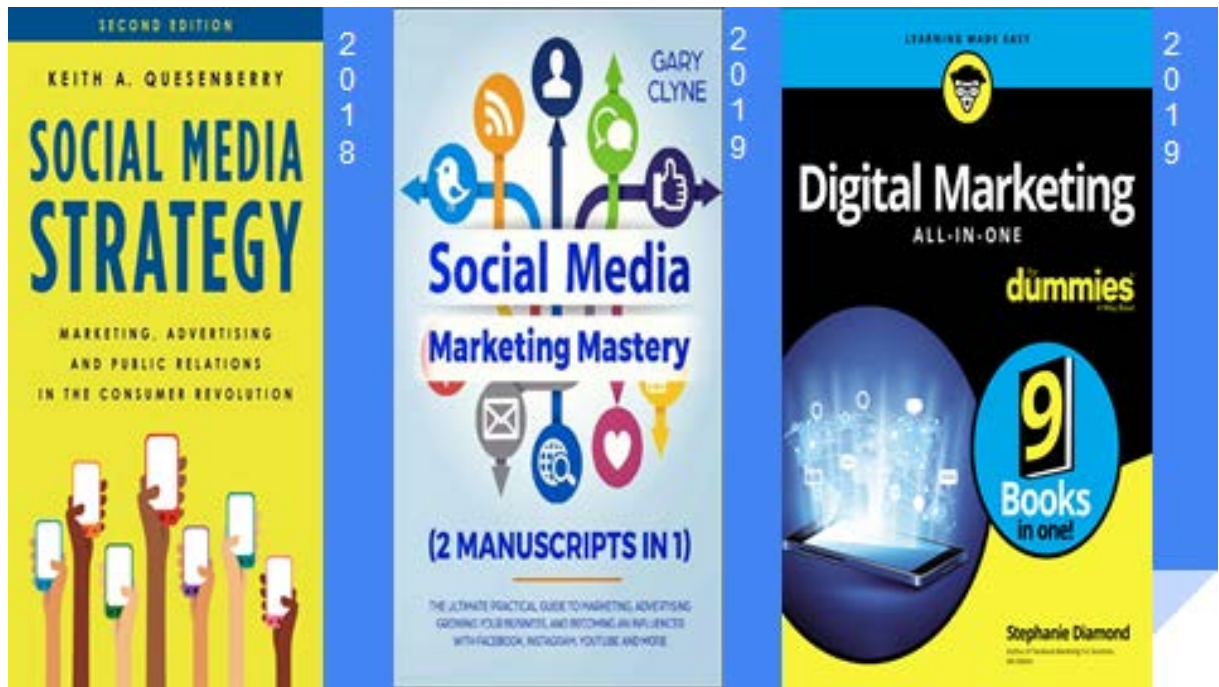


2018



2019









## Six Stages of Digital Transformation

1. Business as usual – This one is pretty self-explanatory.
2. Present and active – Various experiments throughout the organization drive digital literacy & creativity.
3. Formalized – This is where the business relevance comes in. If it's not relevant for the business, the leadership shouldn't support it – although that's not always the case, unfortunately.

4. Strategic – Individuals realize the power of collaboration. Their shared efforts and insights lead to new strategic roadmaps.
5. Converged – This is where a dedicated digital transformation team is formed to guide the company strategy and operations.
6. Innovative and adaptive – Digital transformation has become the new 'business as usual' and a new ecosystem is established.

#### Job Acquisition

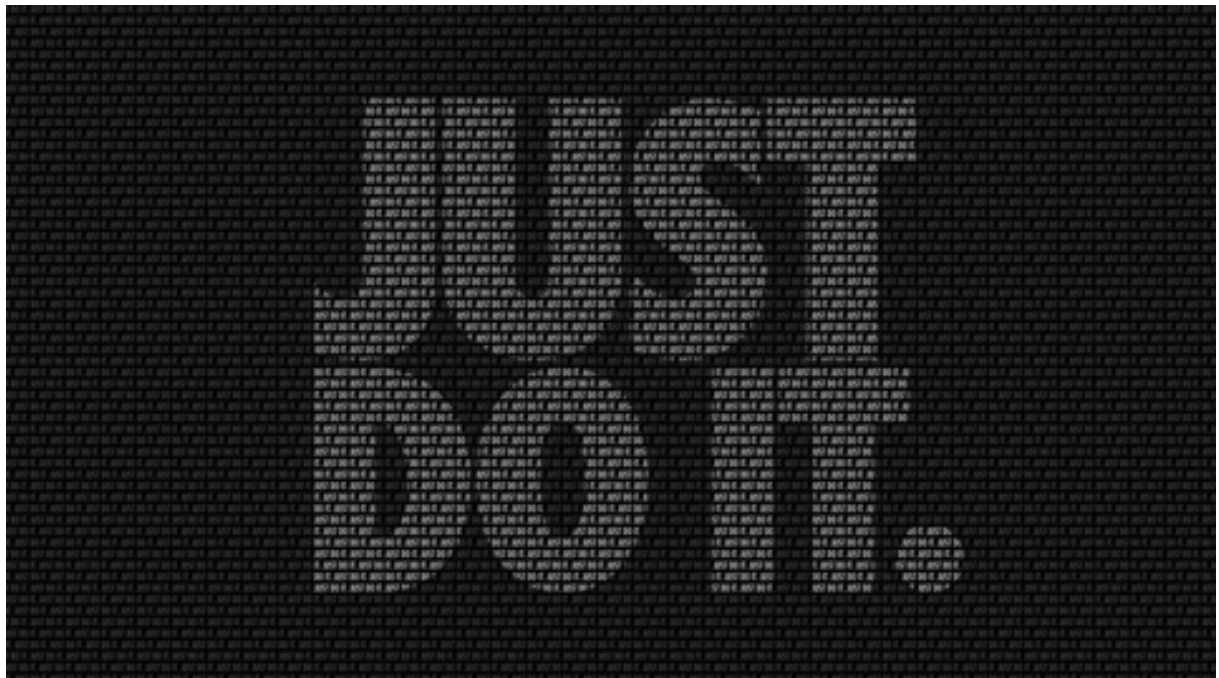
- ✦ Future travel industry - technology-based,
- ✦ Jobs need both technical and advanced **soft skills** (1 in every 10 jobs)
- ✦ Intelligent automation will change the nature of some travel jobs and eradicate traditional ways.
- ✦ Albeit, digitally-enabled growth will generate new jobs
- ✦ Technology-based innovation and entrepreneurship (including MSMEs) in tourism will bring an increasingly important role in developing the skills for the future jobs.
- ✦ The sector should therefore prioritize to become integral parts of the tourism value chain, and boosting technology- and skills-based education, training and policies that stimulate innovation and decent employment.

- The latest European Skills and Jobs Survey (ESJS) estimated that around 85% of all jobs need basic level digital skills among all the other generic and specific skills required for the job (Cedefop, 2020b).
- Travel agents, tour operators and DMOs are expecting much higher levels of proficiency for many of the digital competencies and especially for online marketing and communication skills, and social media.

Table 1. Digital and related skills necessary for a quality tourism experience (Latvia)

| Digital skills transferable across sectors                 | Tourism specific digital skills                           |
|--|---|
| • Data science and tourism data analysis                   | • Digital tourism marketing sales professionals           |
| • Artificial intelligence and machine learning specialists | • Specialists in new technologies and tourism innovations |
| • Project and process managers                             | • Tourism business development managers                   |
| • Software, application developers & analysts              | • Tourism information technology services                 |
| • Big data analysts and professionals                      |   |
| • Digital transformation specialists                       |   |

Source: OECD Survey on preparing the tourism workforce for the digital future (2020)



## Recommendations

- ✧ ECRM through Website, Social Media or any Digital Platform
- ✧ Application process should be digitalised (Verification)
- ✧ Describing the profiles of the Vocational & Academic Trainers
- ✧ Recording the profiles of the trainees (NSSA/ ATPRS / ATPMC)
- ✧ Setting up a Data Based System among the Tourism HRD Institutions
- ✧ Leveling Certificate & Diploma Courses to be inline with National and Regional Qualification Frameworks


## Recommendations (Ctd)

- ✧ Developing a career pathway (Vocational to Academic)
- ✧ Keeping the courses batch by batch digitally
- ✧ Exam Papers ( marking scheme and keys) and results
- ✧ Applying innovative exam system by deploying digital tools
- ✧ Utilization digitalized assessment system
- ✧ Training feedback and evaluation (Google Survey, Survey Monkey)

MUIC > Programs > Undergraduate Programs > Travel and Service Business Entrepreneurship > Faculty Members: International Hospitality Management

**Tourism and Hospitality Management Division**


- Overview
- Vision, Mission and Learning Outcomes
- Major in Travel and Service Business Entrepreneurship
- Minors
- Collaboration
- Internships
- THM Download Area
- Faculty Members



**Dr. Veerades Panvisavas**  
Chair of Tourism and Hospitality Management Division

✉ veerades.pan@mahidol.ac.th  
☎ +66 (0) 2700 5000, Ext. 4409


More Detail



**Dr. Laddawan Jiwittayakit**  
Program Director

✉ laddawan.jia@mahidol.ac.th  
☎ +66 (0) 2700 5000, Ext. 4417

More Detail



**Dr. Saniya Sungkatevat**  
MM Program Director


✉ saniya.sun@mahidol.ac.th  
☎ +66 (0) 2700 5000, Ext. 4406

More Detail

Mahidol University International College Admissions > Programs > Study Abroad > Professional Services > Student Life > About MUIC >

**Tourism and Hospitality Management Division**

- Overview
- Vision, Mission and Learning Outcomes
- Major in Travel and Service Business Entrepreneurship
- Minors
- Collaboration
- Internships
- THM Download Area
- Faculty Members



**Dr. Veerades Panvisavas**

✉ veerades.pan@mahidol.ac.th  
☎ +66 (0) 2700 5000, Ext. 4409

**Education** —

Ph.D., Department of Hospitality and Tourism Management, Strathclyde Business School, University of Strathclyde  
 Master of Arts (Hospitality Management), University of Birmingham  
 Bachelor of Arts (Travel Industry Management), Mahidol University International College (formerly known as International Student Degree Program – ISDP)

**Areas of Research Interest** +



Awaiting for Suggestions & Guidance.





# Digital Transformation in Tourism: The future of Myanmar

## ဆွေးနွေးတင်ပြခြင်း

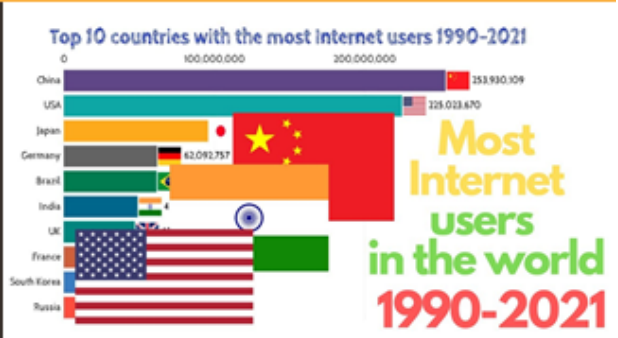
Group C

### INTRODUCTION OF INTERNET

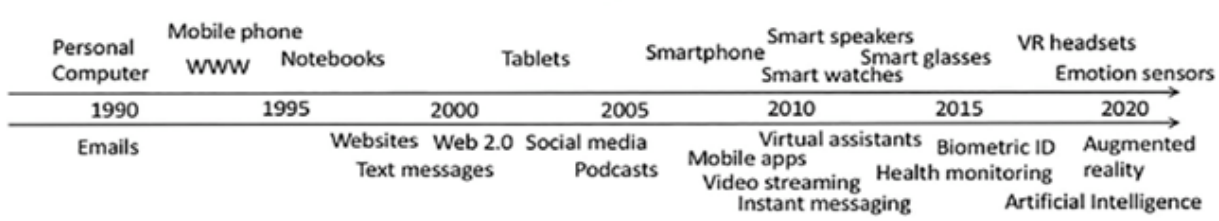
**APR 2021** **OVERVIEW OF GLOBAL INTERNET USE**  
A SNAPSHOT OF INTERNET USE AROUND THE WORLD  
▲ INTERNET USE NUMBERS AND CHANGE INCLUDE DATA DERIVED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, AS WELL AS NOT CORRELATED WITH REVENUE REPORTS

- TOTAL NUMBER OF GLOBAL INTERNET USERS**  
4.72 BILLION
- INTERNET USERS AS A PERCENTAGE OF TOTAL GLOBAL POPULATION**  
60.1%
- ANNUAL CHANGE IN THE NUMBER OF GLOBAL INTERNET USERS**  
+7.6% (+322 MILLION)
- AVERAGE DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET BY EACH INTERNET USER**  
6H 56M
- PERCENTAGE OF USERS ACCESSING THE INTERNET VIA MOBILE DEVICES**  
92.8%

Source: Statista, based on data from the International Telecommunications Union (ITU) and other sources. Data is preliminary and subject to change. © 2021 Hootsuite



**Technology innovation**



**Information and Communication Technologies (ICT)**

Education

Business and Accounting

Healthcare

Scientific Research

Travelling

Banking

Publishing

Government

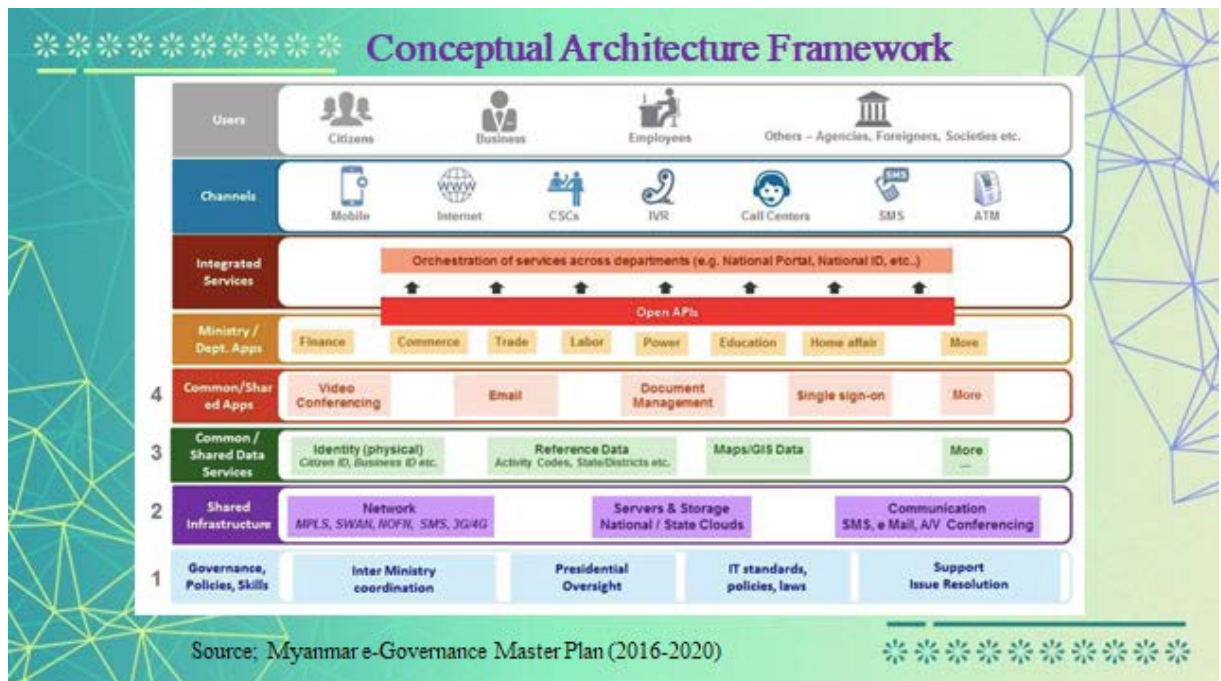
Arts & Entertainment

Describe the role of computers in our daily life.

### 5 Stage Model for e-Government

|         |                                       |
|---------|---------------------------------------|
| Stage 5 | Seamless or Fully Integrated Presence |
| Stage 4 | Transactional Presence                |
| Stage 3 | Interaction Presence                  |
| Stage 2 | Enhanced Presence                     |
| Stage 1 | Emerging Presence                     |

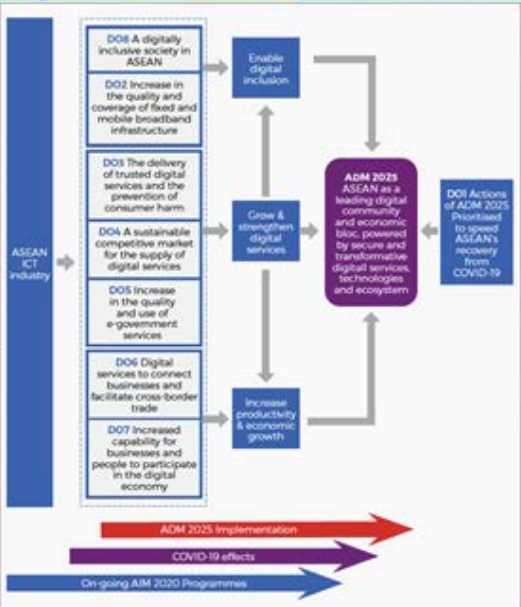
Source: United Nations





**ASEAN DIGITAL MASTERPLAN 2025**

**ASEAN as a leading digital community and economic bloc, powered by secure and transformative digital services, technologies and ecosystem.**



**ASEAN Digital Masterplan 2025 Implementation Framework**

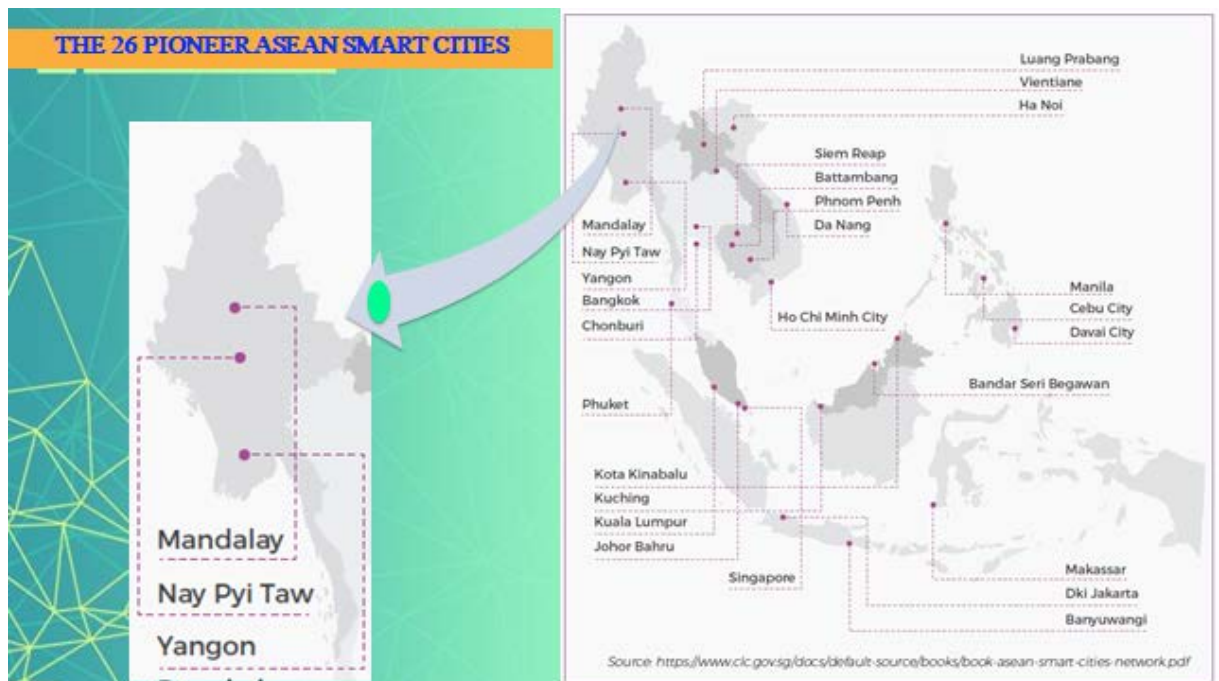
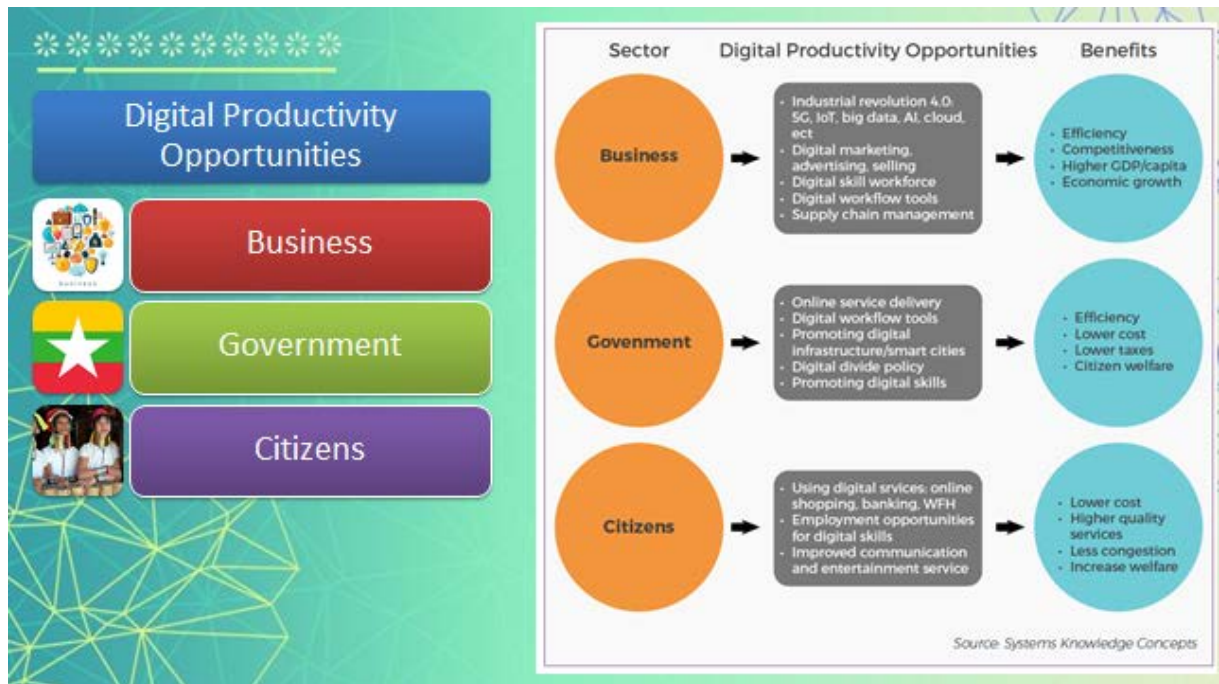
The diagram illustrates the flow from **ASEAN ICT industry** through various **DOs** (Digital Objectives) to the central goal: **ASEAN as a leading digital community and economic bloc, powered by secure and transformative digital services, technologies and ecosystem**. This goal is supported by **DO1 Actions of ADM 2025** (to speed ASEAN's recovery from COVID-19) and **DO2-DO7**.

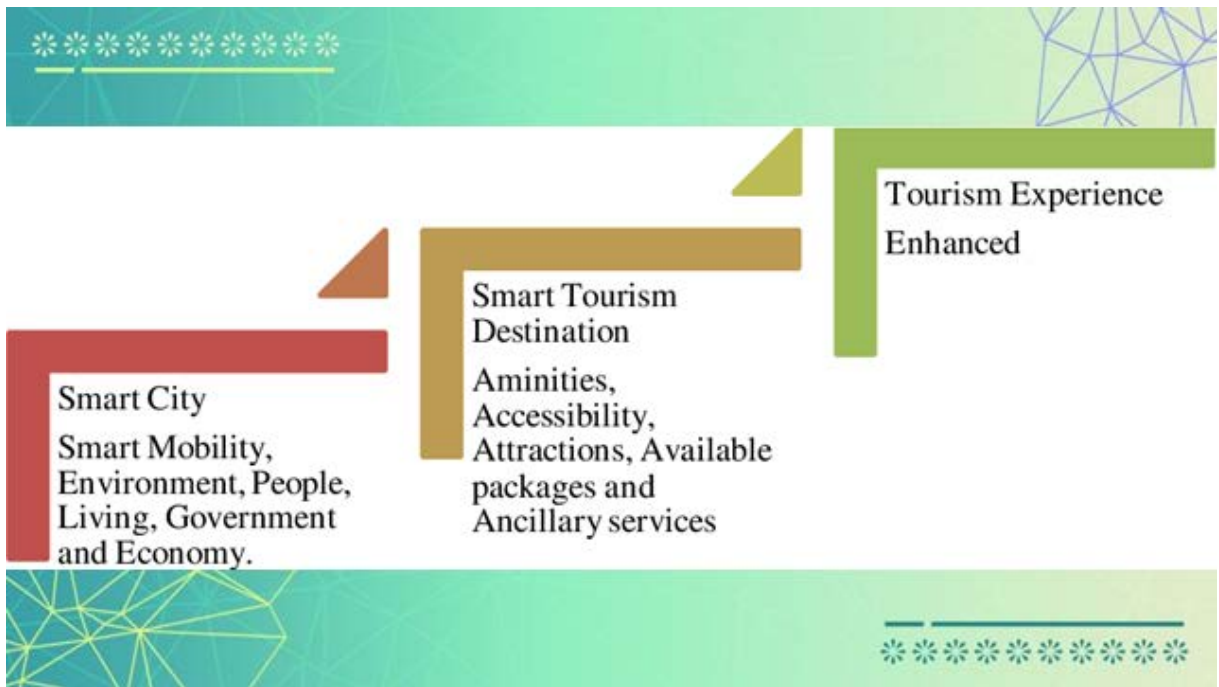
**DOs and Enabling Actions:**

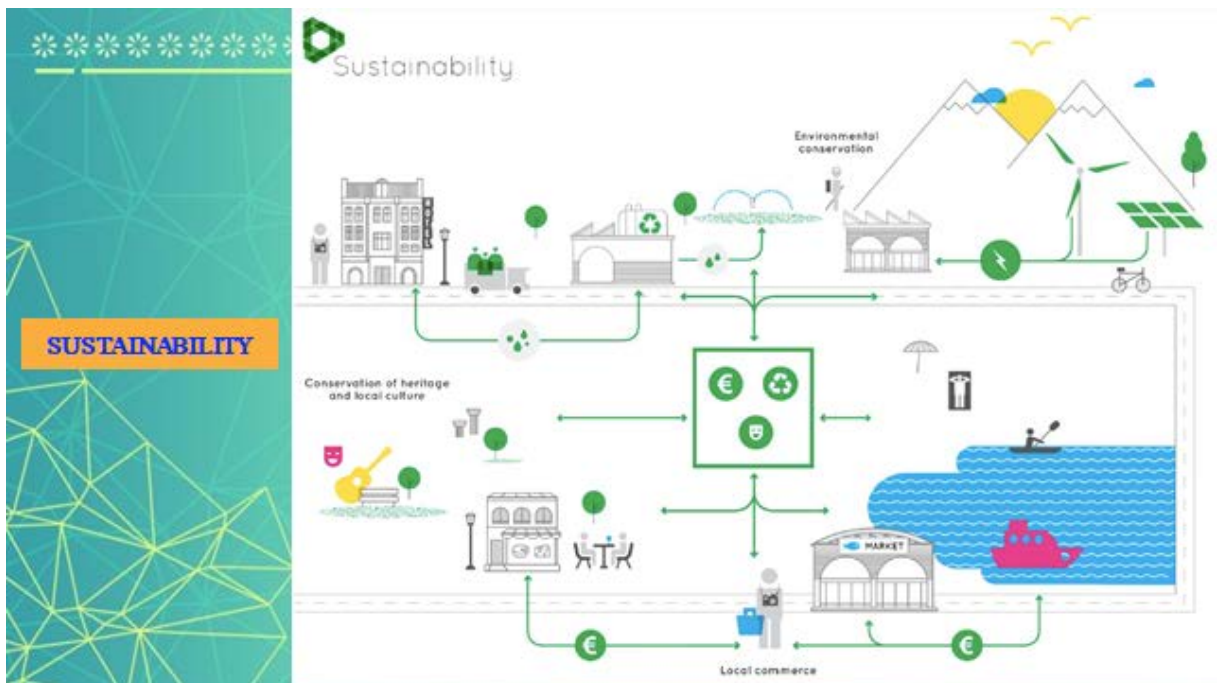
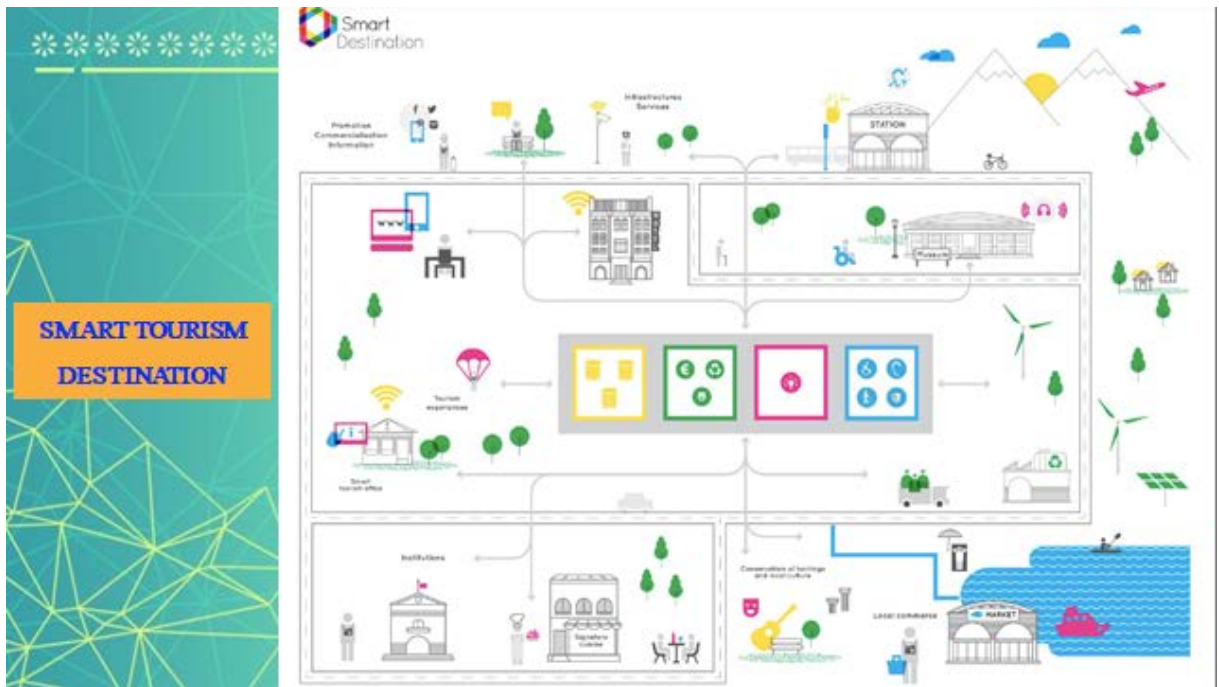
- DO1** Enabling Actions (2)
- DO2** Enabling Actions (9)
- DO3** Enabling Actions (5)
- DO4** Enabling Actions (3)
- DO5** Enabling Actions (5)
- DO6** Enabling Actions (5)
- DO7** Enabling Actions (4)
- DO8** Enabling Actions (4)

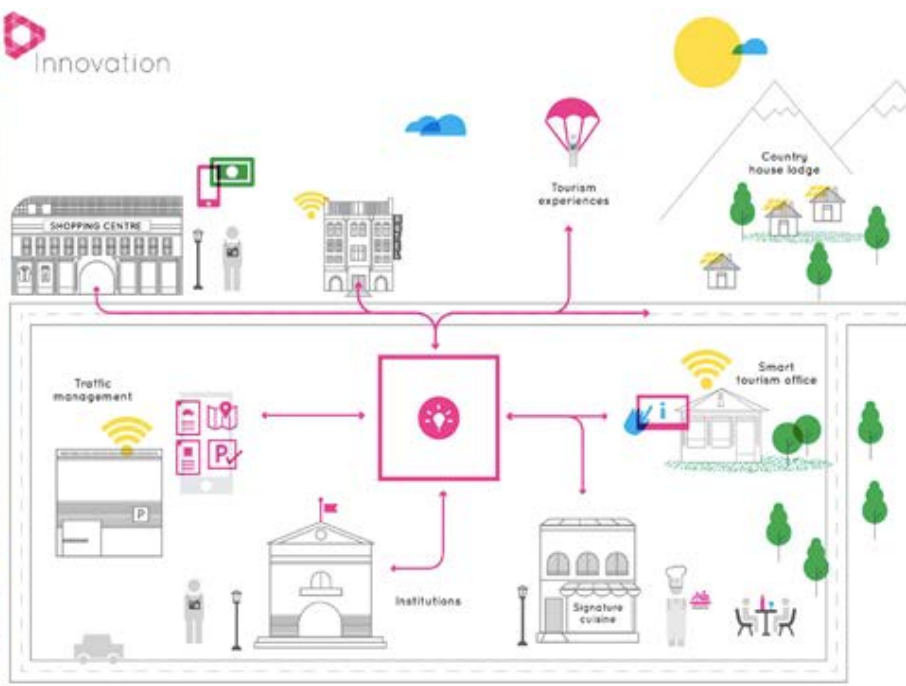
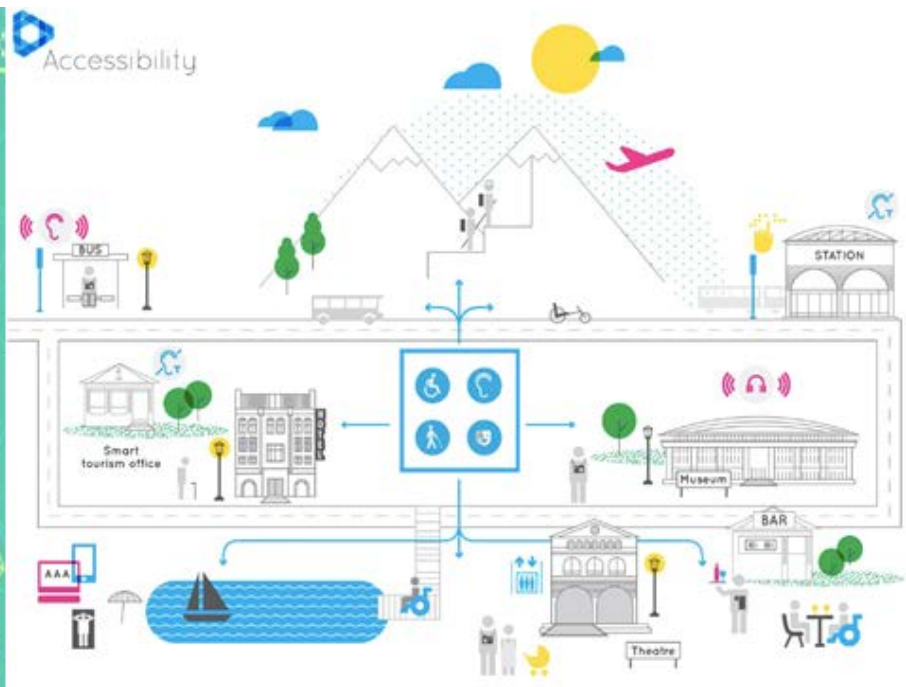
**Implementation Context:**

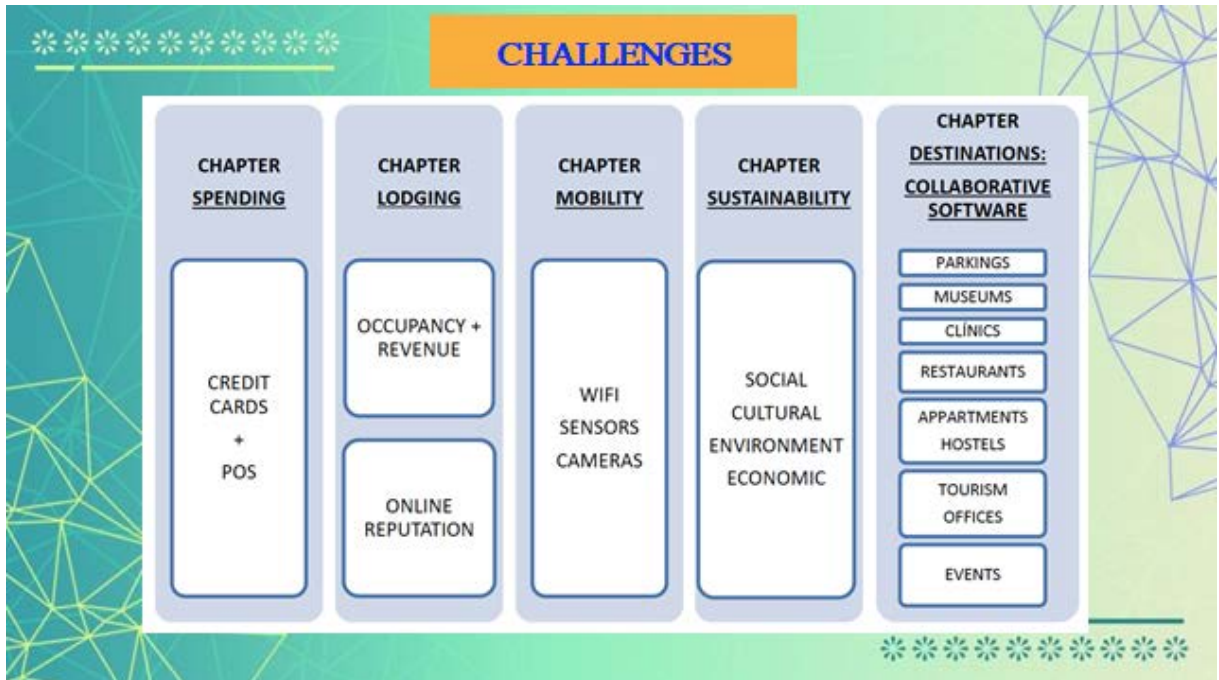
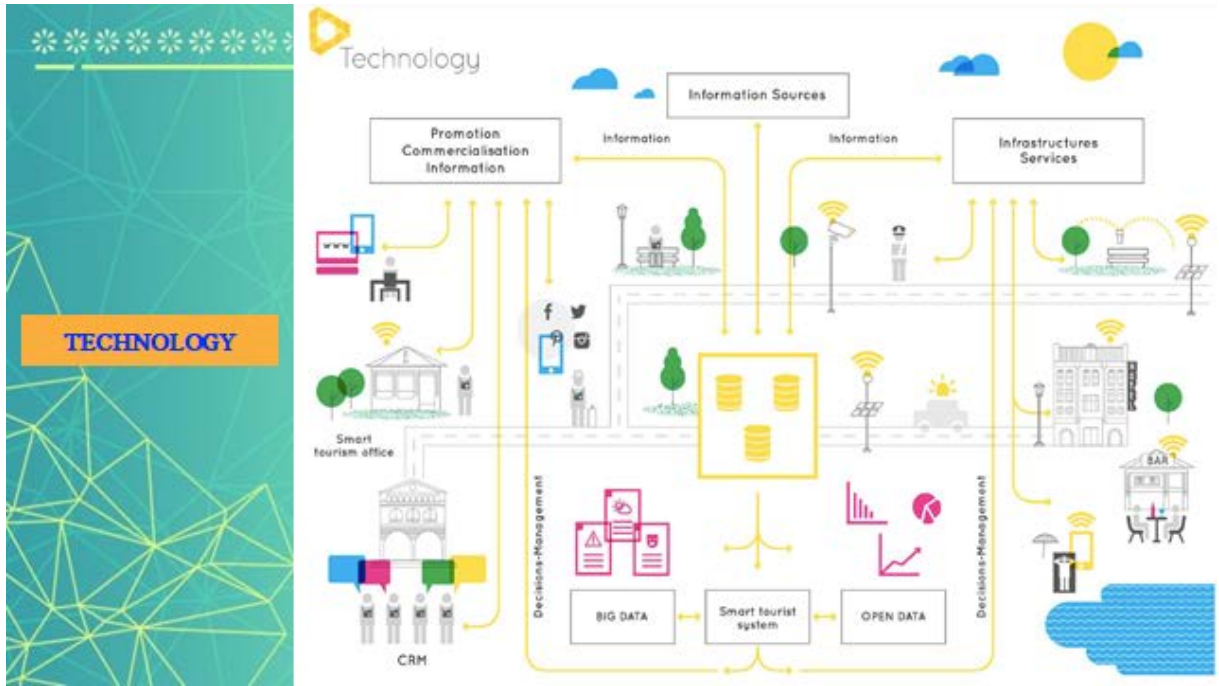
- ADM 2025 implementation (Red arrow)
- COVID-19 effects (Purple arrow)
- On-going AIM 2020 Programmes (Blue arrow)











**VR** **BC**  
**AR** **AI**

4Tech to Enhance Experiences

ie

UNWTO

Thank you for your kind attention



Ministry of Hotels & Tourism  
**Digital Transformation –  
digital Marketing and  
online promotion**

---

*Presented by*

Ni Si Bo  
Staff Officer  
Promotion Department (Digital Marketing)  
Ministry of Hotels & Tourism

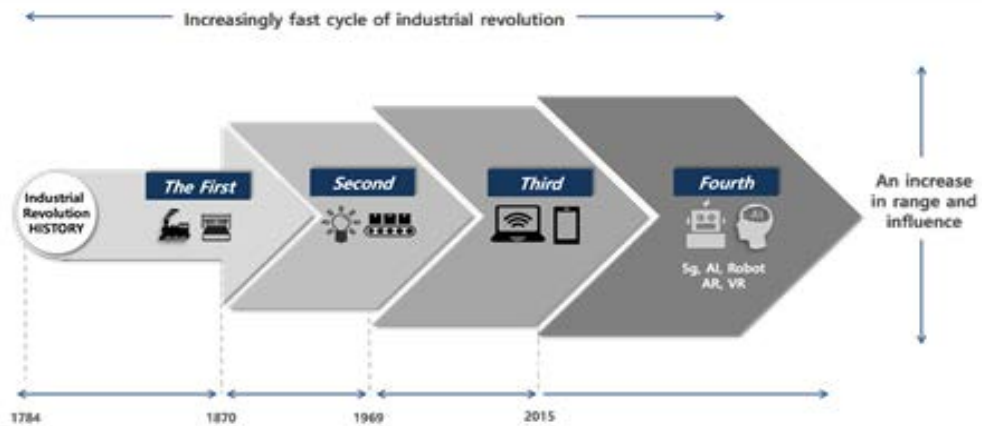


## **Overview**

---

- Digital transformation trends
- Perform Market Trend Analysis
- Digital Marketing in tourism
- Building strategy foundations
- Responses of Tourism in the Post-Covid-19 Era

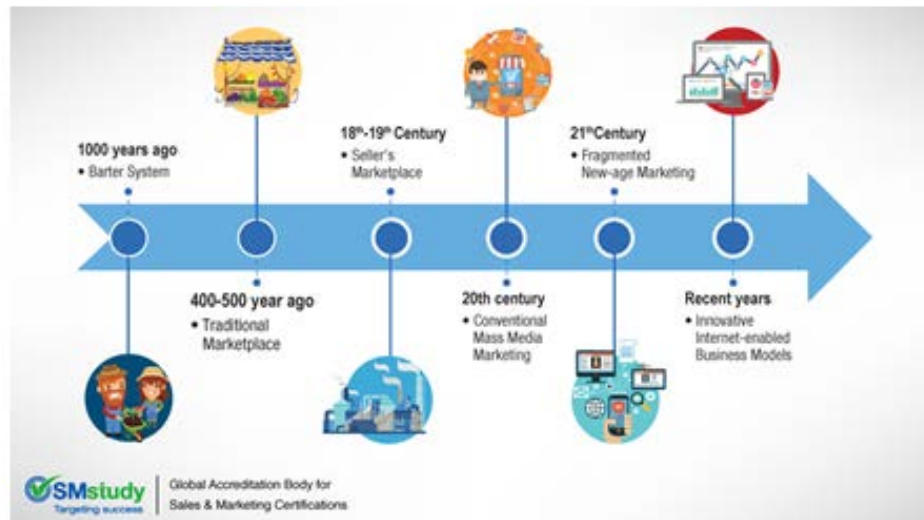
## Digital Transformation Trends



- Increasingly people recognize a new paradigm, the 4<sup>th</sup> industrial revolution, is changing everything.
- At the heart of revolution sits the innovation of new technologies in the fields of big data analytics, AI, Robotics and IoT.



## Evolution of marketing and promotion



### The Technology behind digital marketing and online promotion

- Developments in technology and the evolution of marketing are inextricably intertwined.
- Digital marketing has become the most powerful form of marketing ever known to mankind!
- Online promotion is NOT about technology- It's all about the people, always is and always will be
- Online promotion is about people (marketers) connecting with other people (consumers) to build relationships and ultimately drive sales.

## Changes of Consumers

### Interconnectivity

- Consumers are interacting with liked-minded people and companies around the world.
- Peer to peer interaction is reinforcing social networks and building new virtual communities.

### Technology is levelling the information playing field

- Consumers can conduct their own unbiased research, comparing and contrasting products and services before they buy.

### Micropublishing of personal content is blossoming

- Users are posting their opinions for all to see and are consulting the opinions of their online peers before purchasing decisions.

### Rise of the prosumer

- Online consumers are getting increasingly involved in the creation of products and services they purchase, shifting the balance of power from producer to customer.

### On demand – any time, any place, anywhere

- In the digital economy, trifling concerns such as time, geography, location, and physical storage space are becoming irrelevant

## Changes of rivals

### Online travel agency (OTA)

The emergence of unprecedented rival types.

The appearance of Airbnb, a service where people can borrow and share a house of locals, instead of a hotel, at an affordable price.

| Field of activity  | Description   | Examples of digital platforms           |
|--------------------|---|---|
| Information        | User-generated reviews, ratings and content for tourism(-related) services        | TripAdvisor, Yelp, etc.                 |
| Accommodation      | Short-term rentals of beds, rooms, apartments, homes, etc.                        | Airbnb, HomeAway, Couchsurfing, etc.    |
| Transport          | Short-distance ride-hailing, long-distance ride-sharing, and car-sharing services | Uber, Lyft, BlaBlaCar, etc.             |
| Food               | Communal dining or 'meal sharing' in a private environment                        | EatWith, Feastly, VizEat, etc.          |
| Tourism activities | Guided tours and excursions, attractions and other activities                     | BeMyGuest, ToursByLocals, Vayable, etc. |



## Perform Market Trend Analysis

A market trend analysis is an analysis of past and current market behavior and dominant patterns of the market and consumers.

- to obtain insights on the market scenario, consumer preferences, and the macroeconomic environment.
- such as surveys, interviews, and observations of consumer behavior

Market trend analysis involves analyzing the following areas:

- **Trends in Consumer Needs and Behavior**
- **Shifts in Consumer Perception of Value**
- **Trends in Industry Cost Drivers**
- **Change and Evolution of the Industry**

## Digital Marketing Vs Traditional Marketing



## Digital Marketing in tourism



## Digital Marketing Overview



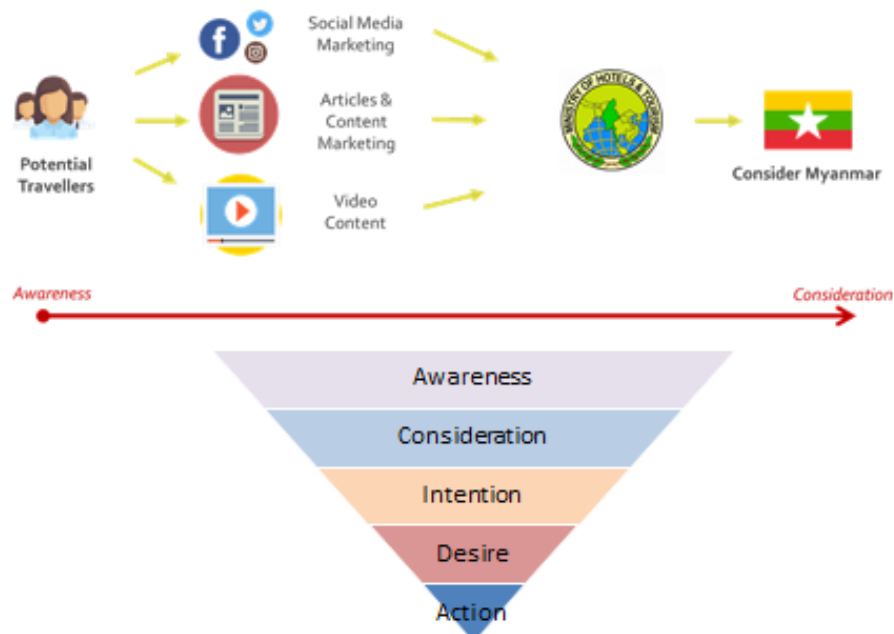
## Digital Marketing Iceberg



## Building strategy foundations

- Know your business
  - Are your products/ services suited to online promotion?
  - Do you have the right technology/ skills/ infrastructure in place?
  - Do these processes need to change and are you and your staff ready to accommodate those changes?
- Know your customer
  - Who are your customers and what do they want from you?
  - How do they customers you are targeting use digital technology, and how can you harness that knowledge to engage in a productive and ongoing relationship with them.
- Know the competition
  - Who are your competitors in the online marketplace?  
Are they the same as your offline competitors?
  - What are they doing right/wrong?  
What are they not doing at all?
  - Opportunity there for you?  
How can you differentiate your online offerings from theirs?
- Know what you want to achieve
  - If you don't know where you are doing, you will never get there.
  - Setting clear, measurable and achievable goals.
  - Your goals are the yardsticks which you can measure the progress of your digital marketing campaigns.

## Case of Digital Marketing in tourism of Myanmar



### Responses of Tourism in the Post-Covid-19 Era

## Responses of the tourism industry

### Virtual travel experiences to enjoy

- Although some countries have reopened their borders, many travellers are still unable to venture out during the ongoing Coronavirus pandemic. This has forced tourism industries to rethink how they can promote tourist attractions online.
- One way of getting tourists to travel abroad from the comfort of their own homes is through virtual reality (VR) technology and 360-degree videography.
- Sample kind of virtual tour are:
  - Virtual Reality National Parks
  - Virtual Reality Scuba Diving Tours
  - Virtual Reality Sightseeing Tours
  - Virtual Reality Museum Tours
  - A Hotel Experience at Home
  - Online Theatre Performances

## Responses of the tourism industry



- Wildlife Reserves Singapore(WRS) allows people to experience and discover the activities of animals right from their home through the program called "Hello from the wild side(<https://www.wrs.com.sg/en/hello-from-the-wild-side.html>)
- Through a 20-minute real-time video call, people can ask question to keepers of the reserve and watch animals closely. The program ticket is sold to a maximum of 3 people everyday

## Responses of the tourism industry



- Japan's virtual flight service (<https://firstairlines.jp/serve.html>)
- A service where customers can experience a flight of First Airlines along with a tour of cities through virtual reality devices for 2 hours.

## Responses of the tourism industry

- At present, Destination Marketing Organizations(DMOs) are only measuring satisfaction levels to understand the evaluation of tourist, yet there is need for counting "MTE" as well.
  - I really enjoyed the travel experience.
  - I regained my vitality through the travel experience.
  - I have learned about myself from the travel experience.
  - I have a chance to experience the local culture of travel destination up close.
  - I discovered new thing(food, activities and others) during the travel experience
- Only then the manager of a tourist destination can control the image of the destination or uplift the tourist' intention of revisiting the place.



For travel and tourist information, please visit our websites:



<https://tourisminmyanmar.com.mm>



<https://tourism.gov.mm>

“Digital Transformation in Tourism: The future of Myanmar”

အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲရလဒ်များ

၁။ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနသည် ကိုဗစ်-၁၉ ကြောင့် ရပ်ဆိုင်းခဲ့ရသော ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ ပြန်လည်စတင်နိုင်ရေးကို ပြင်ဆင်ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပြီး ပြည်တွင်း၊ ပြည်ပ ခရီးသွားများအား ဆွဲဆောင်ရာ၌ ကိုဗစ်-၁၉ကြောင့်ခရီးသွားလုပ်ငန်းပုံစံများ ပြောင်းလဲလာရာတွင် အနာဂတ်ခရီးသွားလုပ်ငန်း လည်ပတ်မှုပုံစံသစ်တစ်ခုကို ဒစ်ဂျစ်တယ်အသွင်ကူးပြောင်းခြင်းမှတစ်ဆင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း ပိုမိုလွယ်ကူအဆင်ပြေချောမွေ့စေရန်နှင့် မြန်မာနိုင်ငံကို ပိုမိုလူသိများထင်ရှား လာစေရန် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။

၂။ ယခုအခါ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနသည် ကိုဗစ်-၁၉ကာလတွင် ခရီးသွား လုပ်ငန်း ဈေးကွက်ရှာဖွေမြှင့်တင်ရေးနှင့် ခရီးသွားဧည့်သည်များအတွက် ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုများ ပိုမိုတိုးတက်လာစေရန်ရည်ရွယ်၍ “Digital Transformation in Tourism: The future of Myanmar” ခေါင်းစဉ်ဖြင့် အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲကို (၂၃-၁၂-၂၀၂၁) ရက်နေ့တွင် ကျင်းပပြုလုပ်ခဲ့ပါသည်။

၃။ အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲတွင် ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနမှ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်နွယ်နီစိုးရင်နှင့် ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနမှ ဒုတိယညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဦးကျော်ကျော် လွင်တို့မှ ဒစ်ဂျစ်တယ်အသွင်ကူးပြောင်းရေးနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းအကြောင်းကို ဆွေးနွေးတင်ပြခဲ့ပါ သည်။

၄။ ထို့နောက် ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနမှ အရာထမ်း၊ အမှုထမ်းများ၊ ပုဂ္ဂလိက အသင်းအဖွဲ့များမှ ကိုယ်စားလှယ်များ၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ တက္ကသိုလ်၊ ကောလိပ်များမှ ဆရာ၊ ဆရာမများပါဝင်သော အဖွဲ့ (၄) ဖွဲ့တို့မှ အောက်ပါခေါင်းစဉ်တို့ဖြင့် ဆွေးနွေးခဲ့ကြပါသည်-

- (က) Digital Infrastructure
- (ခ) Human Resources Development in Digital Age
- (ဂ) Digital Services
- (ဃ) Digital Marketing & Promotion

၅။ အဖွဲ့ (၄) ဖွဲ့၏ ဆွေးနွေးချက်များအပေါ် ရလဒ်များကို အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ထုတ်ရရှိပါ ကြောင်း တင်ပြအပ်ပါသည်-

**Digital Infrastructure**

- ခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် ကမ္ဘာတစ်ဝှမ်းရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းစဉ်များကို ဒစ်ဂျစ်တယ် အသွင်ပြောင်းစေသည့် ပထမဆုံးကဏ္ဍများထဲမှ တစ်ခုဖြစ် (ဥပမာ- လေကြောင်း လိုင်းများနှင့် ဟိုတယ်အခန်းများ ကြိုတင်မှာယူခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်ကို အွန်လိုင်းမှဆောင်ရွက်နိုင်ရေး ဆောင်ကျဉ်းပေးခြင်း)
- သတင်းအချက်အလက်နှင့်ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာများ တစ်ကမ္ဘာလုံး ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် အသုံးပြုလာသည်နှင့်အမျှ ခရီးသွားလုပ်ငန်းမှာ နည်းပညာအသစ်များနှင့် Platform အသစ်များကို အစောပိုင်းမှ တသတ်မတ်တည်း ကျင့်သုံးလာခြင်း
- ဒစ်ဂျစ်တယ်ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးနှင့် အခွင့်လမ်းကောင်းများကို ဆန်းသစ်တီထွင်ဖော်ဆောင်ရေး
- အင်တာနက်နှင့်ချိတ်ဆက်အသုံးပြုရသောအရာများ (ဥပမာ-တည်နေရာရှာဖွေခြင်း) စသော နည်းပညာအသုံးပြုမှုများကြောင့် ပိုမိုဆွဲဆောင်မှုရှိပြီး စီးပွားရေးအရ လူမှုရေးအရနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်အရ ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍကို ဖော်ဆောင်ရန်
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းနယ်ပယ်တွင် Digital Infrastructure and Logistics များကို ခရီးသွားဝင်ရောက်မှုလုပ်ငန်းစဉ်များ၊ သတင်းအချက်အလက် ဖြန့်ဝေခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်များနှင့် ငွေကြေးလဲလှယ်၊ လွှဲပြောင်းမှုဆိုင်ရာလုပ်ငန်းစဉ်များတွင် အသုံးပြုရန်
- e-banking system များ ပိုမိုတိုးတက်လာစေရန်အတွက် Ali Pay၊ WeChat Pay စသည့် ငွေပေးချေမှုစနစ်များကို လိုက်လျောညီထွေစွာ လက်ခံကျင့်သုံးရန်
- လေယာဉ်လက်မှတ်၊ ကားလက်မှတ်နှင့် ရထားလက်မှတ်များကဲ့သို့သော Electronic ticketing များကို လွယ်ကူစွာ အသုံးပြုနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ပေးရန်
- ဟိုတယ်၊ စားသောက်ဆိုင်နှင့် ခရီးစဉ်ဒေသများတွင် Electronic Booking/ Reservation System များ လုပ်ဆောင်စေရေးအတွက် တိုက်တွန်းအားပေးရန်
- မိုဘိုင်းဖုန်းများနှင့် ဝက်ဘ်ဆိုဒ်များကို အကျိုးရှိစွာအသုံးချရန်
- ခရီးသွားပုံစံများကို GPS နှင့် Google Map များနှင့်အတူ ပေါင်းစပ်ပြောင်းလဲရန်
- Virtual Reality Tour များ ဖော်ဆောင်ရန်

- QR Code သို့မဟုတ် မိုဘိုင်း App များကဲ့သို့သော ဒစ်ဂျစ်တယ် သတင်းအချက်အလက် နည်းပညာများ ပိုမိုထောက်ပံ့ပေးရန်

**Human Resources Development in Digital Age**

- အနာဂတ်တွင်ခရီးသွားလုပ်ငန်းနယ်ပယ်ကို နည်းပညာပေါ်တွင်အခြေခံ၍ လည်ပတ်စေရန်
- Soft skills သင်တန်းများကိုပါ Digital နည်းပညာဖြင့် ပြောင်းလဲဆောင်ရွက်ရန်
- ဒစ်ဂျစ်တယ်စနစ်ကို အသုံးပြု၍ အလုပ်အကိုင်အသစ်များကို ဖော်ဆောင်ရန်
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် နည်းပညာအခြေခံဆန်းသစ်တီထွင်မှုနှင့် စွန့်ခွါတီထွင်မှုသည် (MSMEsအပါအဝင်) အနာဂတ်အလုပ်အကိုင်များအတွက် ကျွမ်းကျင်မှုဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးတွင် ပိုမိုအရေးကြီးသောအခန်းကဏ္ဍမှ ပါဝင်လာမည်ဖြစ်
- ဆန်းသစ်တီထွင်မှုနှင့် သင့်တင့်လျောက်ပတ်သောအလုပ်အကိုင်ကို ဖန်တီးပေးသော နည်းပညာနှင့်ကျွမ်းကျင်မှုကိုအခြေခံသည့် ပညာရေးစနစ်၊ မူဝါဒများ၊ သင်တန်းများကို ဦးစားပေး မြှင့်တင်ပေးရန်
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းအေဂျင်စီများ၊ Tour Operatorများနှင့် DMOs များသည် ဒစ်ဂျစ်တယ် အသုံးပြုမှုကျွမ်းကျင်ခြင်း၊ ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာကျွမ်းကျင်မှုများစွာ (အထူးသဖြင့် အွန်းလိုင်းဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်း၊ လူမှုကွန်ယက်မီဒီယာများ) မှတစ်ဆင့် အကျိုးအမြတ် များစွာရရှိရန် လိုအပ်
- သင်တန်းကျောင်းများတွင် သင်တန်းသားများခေါ်ယူမှုလုပ်ငန်းစဉ်များကို ဒစ်ဂျစ်တယ် နည်းပညာများဖြင့် ဆောင်ရွက်ရန်
- Vocational & Academic Trainers များနှင့် သင်တန်းသားများ၏ ကိုယ်ရေးအကျဉ်းများကို ဒစ်ဂျစ်တယ်စနစ်ဖြင့် မှတ်တမ်းထားရှိရန်
- ခရီးသွားလုပ်ငန်း လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် အဖွဲ့အစည်းများအကြား Data Based System များ တည်ဆောက်ရန်
- ဒစ်ဂျစ်တယ်စနစ်ဖြင့် အဖြေလွှာများ အကဲဖြတ်စစ်ဆေးခြင်း၊ အမှတ်ပေးခြင်း၊ ရလဒ်များ ထုတ်ပြန်ခြင်းကို လုပ်ဆောင်သွားရန်နှင့် သင်တန်း Feedback နှင့် evaluation ကို Google Survey, Survey Monkey များမှတစ်ဆင့် ဆောင်ရွက်ရန်

**Digital Services**

- Digital literacy နှင့် e-Government index တိုးတက်လာစေရန်
- စီးပွားရေး၊ အုပ်ချုပ်ရေးနှင့် နိုင်ငံသားများအတွက် Digital ထုတ်လုပ်ဝန်ဆောင်မှုအား ကောင်းလာစေရန်
- Smart City၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် သင့်လျော်သော နည်းပညာအစားထိုးမှုများကို ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်
- နည်းပညာလုံခြုံမှုရှိစေရန်နှင့် အသုံးပြုသူများ အဆင်ပြေချောမွေ့စေရန်
- အတွေ့အကြုံအသစ်များကိုရရှိစေရန် Virtual Reality, Broadcast (BC), Augmented Reality နှင့် Artificial intelligence နည်းပညာများကို အသုံးချရန်

**Digital Marketing and Online Promotion**

- ဒစ်ဂျစ်တယ်စနစ်ဖြင့် ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းသည် ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးတွင် ဩဇာ ကြီးမားသည့်အတွက် မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ရန်
- နည်းပညာဖြင့် ပစ္စည်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုအချက်အလက်များကို သုတေသနပြုလုပ်ရန်၊ နှိုင်းယှဉ်ရန်နှင့် အဆင့်မြှင့်တင်ပေးရန်
- ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာများမှတစ်ဆင့် ဈေးကွက်အခြေအနေ၊ စားသုံးသူအကြိုက် များကို Survey ကောက်ယူခြင်း၊ အင်တာဗျူးပြုလုပ်ခြင်း၊ စားသုံးသူများ၏ သဘော သဘာဝအမြင်များကိုရယူရန်
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းအခန်းကဏ္ဍရှိ ဒစ်ဂျစ်တယ်ဈေးကွက်ရှာဖွေရေး လုပ်ဆောင်ရာတွင် Web Design, App Development, SEO, SEM, Email Marketing, ဗီဒီယိုရိုက်ကူး ထုတ်လုပ်ခြင်း၊ Social Media, Content များ ရေးသားခြင်း စသော လုပ်ငန်းစဉ်များ လုပ်ဆောင်ရန်
- ကိုဗစ်-၁၉ ကာလအတွင်း မိမိတို့၏ နေအိမ်များမှနေ၍ သက်တောင့်သက်သာဖြင့် နိုင်ငံရပ်ခြားသို့ ခရီးသွားများကို လည်ပတ်စေသည့် နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ virtual reality နည်းပညာဖြင့် သွားရောက်နိုင်သဖြင့် 360 ဒီဂရီ ဗီဒီယိုဖြင့် ရိုက်ကူးခြင်း စသော လုပ်ငန်းများ အကောင်အထည်ဖော်ရန်

“Digital Transformation in Tourism: The Future of Myanmar  
အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ မှတ်တမ်းဓါတ်ပုံများ”



“ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဒေါက်တာဌေးအောင်မှ  
အဖွင့်အမှာစကားပြောကြားစဉ်”



“ပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ညွှန်ကြားရေးမှူး၊ ဒေါ်နွယ်နီစိုးရင်မှ  
ဆွေးနွေးတင်ပြစဉ်”



“ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဒုတိယညွှန်ကြားရေးမှူး ဦးကျော်ကျော်လွင်မှ တင်ပြဆွေးနွေးစဉ်”



“ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာညွှန်ကြားမှုဦးစီးဌာန၊ နယ်ရုံးခွဲများနှင့် တက္ကသိုလ်/အသင်းအဖွဲ့များမှ အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲသို့ Online ဖြင့် တက်ရောက်နေစဉ်”



“Panel Discussion ပြုလုပ်စဉ်”



“Moderator မှ အလုပ်ရုံးဆွေးနွေးပွဲ ရလဒ်များ တင်ပြစဉ်”



“ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဒေါက်တာဌေးအောင်မှ နိဂုံးချုပ်အမှာစကားပြောကြားစဉ်”



“ဂုဏ်ပြုမှတ်တမ်းနှင့် အမှတ်တရ လက်ဆောင်ပစ္စည်းပေးအပ်ခြင်း”



“ဂုဏ်ပြုမှတ်တမ်းနှင့် အမှတ်တရ လက်ဆောင်ပစ္စည်းပေးအပ်ခြင်း”



“ဂုဏ်ပြုမှတ်တမ်းနှင့် အမှတ်တရ လက်ဆောင်ပစ္စည်းပေးအပ်ခြင်း”