



၂၀၀၇ ခုနှစ်၊ စာပေဗိမာန်စာမူဆု  
သုတပဒေသာ (သိပ္ပံနှင့် အသုံးချသိပ္ပံ) ဒုတိယဆုရ  
“သိကောင်းစရာ e-Commerce”  
ရေးသူ - မောင်မောင်မြင့်သိန်း  
(စက်မှုတက္ကသိုလ်)

အဖ ဦးကောက်ထွန်း၊ အမိ ဒေါ်နှင်းရင်တို့မှ ၁၉၅၄ ခု၊ စက်တင်ဘာလ ၁၆ ရက်နေ့တွင် မော်လမြိုင်မြို့၌ မွေးဖွားသည်။

၁၉၇၂ ခုနှစ်တွင် အ.ထ.က (၁) အင်းစိန်မှ အခြေခံပညာ အထက်တန်းအောင်မြင်သည်။ ၁၉၇၇ ခုနှစ်တွင် ရန်ကုန်စက်မှုတက္ကသိုလ်မှ B.E (Chemical) ဘွဲ့ရရှိခဲ့သည်။

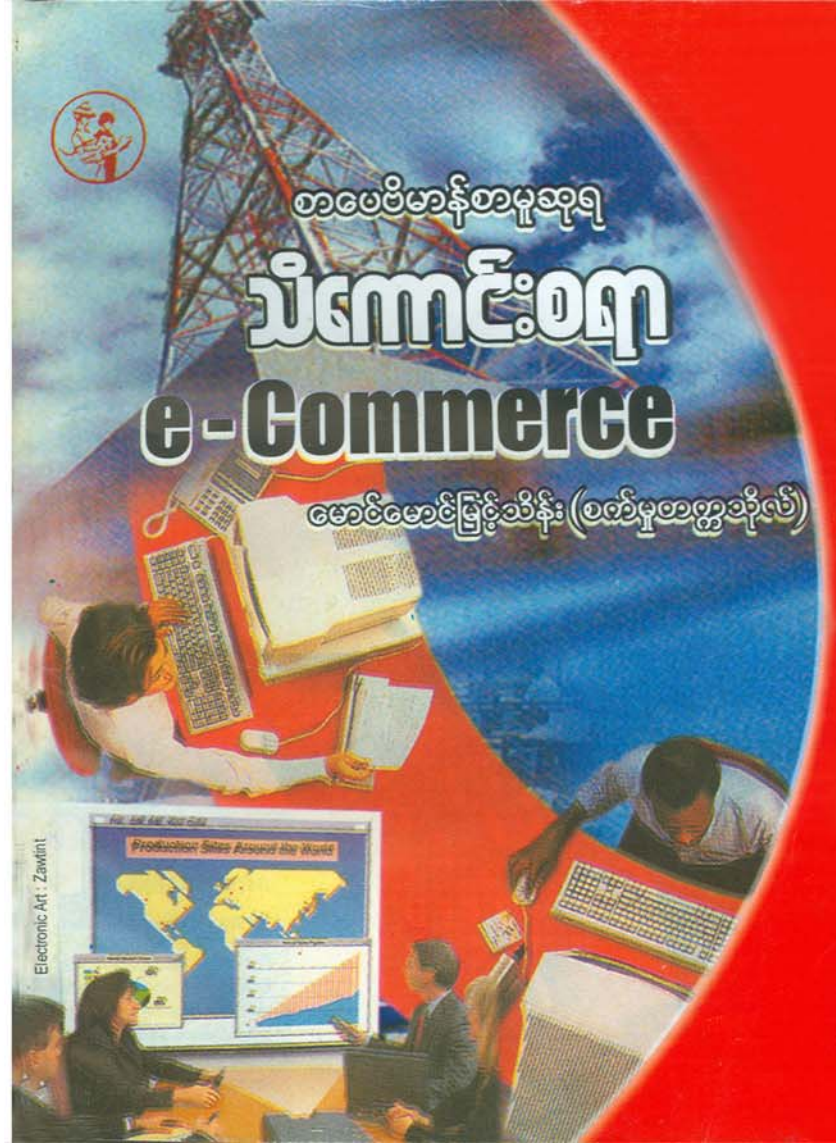
၁၉၈၁ ခုနှစ်မှစ၍ အမှတ် (၁) စက်မှုဝန်ကြီးဌာန၊ မြန်မာ့အထည်အလိပ်လုပ်ငန်းတွင် ဌာနခွဲမှူးအထိ တာဝန်ထမ်းဆောင်ခဲ့သည်။ ၁၉၈၇ မှ ၁၉၈၈ ခုနှစ်အထိ ဗြိတိန်နိုင်ငံ Scottish College of Textile တွင် Textile Technology ဘွဲ့လွန်ဒီပလိုမာသင်တန်းသို့ ပညာတော်သင်အဖြစ် တက်ရောက်ခဲ့သည်။ ၁၉၉၄ ခုနှစ်တွင် အလုပ်မှနုတ်ထွက်ပြီး နိုင်ငံခြားကုမ္ပဏီများတွင် Business Development Manager, General Manager အဖြစ် ရှစ်နှစ် ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။

၁၉၇၂ ခုနှစ်၊ ဇူလိုင်လထုတ် သင့်ဘဝမဂ္ဂဇင်းတွင် “ဘဝအဖော်မွန်” ကဗျာ စတင်ရေးသားပြီး စာနယ်ဇင်းများတွင် စာပေများ ဆက်လက်ရေးသားသည်။ လုံးချင်း ၃၅ အုပ်ရေးသားပြီးဖြစ်သည်။ ၂၀၀၃ ခုနှစ်၊ စာပေဗိမာန်စာမူဆုပြိုင်ပွဲတွင် သုတပဒေသာ (သိပ္ပံနှင့်အသုံးချ) ဘာသာရပ်၌ “သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးမှသည် e-Government ဆီသို့” စာမူဖြင့် ပထမဆုရရှိခဲ့သည်။ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် ပြည်သူ့ရေးရာ စီမံခန့်ခွဲမှုမဟာဘွဲ့ (MPA) ရရှိခဲ့သည်။

အမည်ရင်းမှာ ဦးမြင့်သိန်း ဖြစ်သည်။

နေရပ်လိပ်စာ - ၁၅၀/ဘီ၊ ပထမထပ်၊ ဗားကရာလမ်း၊

စမ်းချောင်းမြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။



၂၀၀၇ ခုနှစ်၊ စာပေဗိမာန်စာမူဆု  
သုတပဒေသာ (သိပ္ပံနှင့် အသုံးချသိပ္ပံ) ဒုတိယဆုရ

သိကောင်းခရာ e-Commerce

မောင်မောင်မြင့်သိန်း (စက်မှုတက္ကသိုလ်)

စီစဉ်တည်းဖြတ်သူ - ဦးစန်းတင့် (တက္ကသိုလ် ဆန်းတင့်နိုင်)  
စာတည်း (တာဝန်ခံ)



စာပေဗိမာန်ထုတ် ပြည်သူ့လက်စွဲစာစဉ်

၂၀၀၉ ခုနှစ်၊ ပထမအကြိမ်၊ အုပ်စု - ၁၅၀၀

တန်ဖိုး ( ၅၀၀ ) ကျပ်

ပုံနှိပ်ရေးနှင့် စာအုပ်ထုတ်ဝေရေးလုပ်ငန်း

စာပေဗိမာန် စာတည်းမှူးချုပ်က

မှတ်ပုံတင်အမှတ် (၀၇၄၉၂) ဖြင့် ပုံနှိပ်၍

မှတ်ပုံတင်အမှတ် (၀၃၉၁၁) ဖြင့် ထုတ်ဝေသည်။

### ဒို့တာဝန်အရေးသုံးပါး

- ◆ ပြည်ထောင်စု မပြိုကွဲရေး ဒို့အရေး
- ◆ တိုင်းရင်းသားစည်းလုံးညီညွတ်မှု မပြိုကွဲရေး ဒို့အရေး
- ◆ အချုပ်အခြာ အာဏာ တည်တံ့ခိုင်မြဲရေး ဒို့အရေး

### ပြည်သူ့သဘောထား

- ◆ ပြည်ပအားကိုးပုဆိန်ရိုး အဆိုးမြင်ဝါဒီများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ◆ နိုင်ငံတော် တည်ငြိမ်အေးချမ်းရေးနှင့် နိုင်ငံတော်တိုးတက်ရေးကို နှောင့်ယှက်ဖျက်ဆီးသူများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ◆ နိုင်ငံတော်၏ ပြည်တွင်းရေးကို ဝင်ရောက်စွက်ဖက် နှောင့်ယှက်သော ပြည်ပနိုင်ငံများအား ဆန့်ကျင်ကြ။
- ◆ ပြည်တွင်းပြည်ပ အဖျက်သမားများအား ဘုံရန်သူအဖြစ် သတ်မှတ်ချေမှုန်းကြ။

### နိုင်ငံရေး ဦးတည်ချက် (၄) ရပ်

- ❖ နိုင်ငံတော်တည်ငြိမ်ရေး၊ ရပ်ရွာအေးချမ်းသာယာရေးနှင့် တရားဥပဒေ စိုးမိုးရေး။
- ❖ အမျိုးသား ပြန်လည်စည်းလုံးညီညွတ်ရေး။
- ❖ ခိုင်မာသည့် ဖွဲ့စည်းပုံအခြေခံဥပဒေသစ် ဖြစ်ပေါ်လာရေး။
- ❖ ဖြစ်ပေါ်လာသည့် ဖွဲ့စည်းပုံအခြေခံဥပဒေသစ်နှင့်အညီ ခေတ်မီ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်သော နိုင်ငံတော်သစ်တစ်ရပ် တည်ဆောက်ရေး။

### စီးပွားရေး ဦးတည်ချက် (၄) ရပ်

- ❖ စိုက်ပျိုးရေးကို အခြေခံ၍ အခြားစီးပွားရေး ကဏ္ဍများကိုလည်း ဘက်စုံ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် တည်ဆောက်ရေး။
- ❖ ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် ပီပြင်စွာ ဖြစ်ပေါ်လာရေး။
- ❖ ပြည်တွင်းပြည်ပမှ အတတ်ပညာနှင့်အရင်းအနှီးများ ဖိတ်ခေါ်၍ စီးပွားရေး ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် တည်ဆောက်ရေး။
- ❖ နိုင်ငံတော်စီးပွားရေးတစ်ရပ်လုံးကို ဖန်တီးနိုင်မှု စွမ်းအားသည် နိုင်ငံတော်နှင့် တိုင်းရင်းသားပြည်သူတို့၏လက်ဝယ်တွင်ရှိရေး။

### လူမှုရေး ဦးတည်ချက် (၄) ရပ်

- ❖ တစ်မျိုးသားလုံး၏ စိတ်ဓာတ်နှင့် အကျင့်စာရိတ္တ မြင့်မားရေး။
- ❖ အမျိုးဂုဏ်၊ ဇာတိဂုဏ်မြင့်မားရေးနှင့် ယဉ်ကျေးမှုအမွေအနှစ်များ၊ အမျိုးသားရေးလက္ခဏာများ မပျောက်ပျက်အောင် ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ရေး။
- ❖ မျိုးချစ်စိတ်ဓာတ် ရှင်သန်ထက်မြက်ရေး။
- ❖ တစ်မျိုးသားလုံး ကျန်းမာကြံ့ခိုင်ရေးနှင့် ပညာရည်မြင့်မားရေး။

## မာတိကာ

| အခန်း | အကြောင်းအရာ                                             | စာမျက်နှာ |
|-------|---------------------------------------------------------|-----------|
| ၁။    | အသိပညာအခြေခံ စီးပွားရေးလမ်းကြောင်းပေါ်မှ အိုင်စီတီ      | ၁         |
| ၂။    | ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းနှင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေး          | ၈         |
| ၃။    | အိုင်စီတီအခြေခံအဆောက်အအုံ ဖွံ့ဖြိုးမှုအစီအစဉ်           | ၁၃        |
| ၄။    | အီလက်ထရွန်နစ် ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှု (e-Commerce)ဆိုသည်မှာ | ၁၈        |
|       | - စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် e-Commerce၏ အားသာချက်များ |           |
|       | - e-Commerce အသုံးချမှုနည်းလမ်းများ                     |           |
|       | - e-Commerceမှတစ်ဆင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ဆက်သွယ်မှုများ |           |
|       | - အောင်မြင်သော e-Commerceလုပ်ငန်း ကွင်းဆက်များ          |           |
|       | - e-Commerce၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများ                    |           |
| ၅။    | e-Commerce, e-Business နှင့် အင်တာနက် စီးပွားရေး        | ၄၄        |
| ၆။    | အင်တာနက်နှင့် အီး-စီးပွားရေးလုပ်ငန်း                    | ၅၀        |
| ၇။    | B2B e-Commerceဟူသည်မှာ                                  | ၅၅        |
| ၈။    | B2B e-Commerce၏ အခန်းကဏ္ဍ                               | ၆၀        |
| ၉။    | အရှေ့အာရှ၏ B2B e-Commerceမြင်ကွင်း                      | ၆၇        |

|               |                    |                  |
|---------------|--------------------|------------------|
| <b>အခန်း:</b> | <b>အကြောင်းအရာ</b> | <b>စာမျက်နှာ</b> |
|---------------|--------------------|------------------|

- တရုတ်နိုင်ငံ၏ အီးကောမာ့စ်မြင်ကွင်း
- ဂျပန်နိုင်ငံ၏ B2B e-Commerceဆောင်ရွက်မှုများ
- ဂျပန်နိုင်ငံ၏ B2B e-Commerceအလားအလာ
- တောင်ကိုရီးယားနိုင်ငံ၏ အီးကောမာ့စ်အခြေအနေ
- ဟောင်ကောင်၏ အီးကောမာ့စ်အခြေအနေ
- ၁၀။ အရှေ့အာရှ၏ B2B e-Commerceအခြေအနေ ၁၀၂
- ၁၁။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများနှင့် e-Commerceအခြေအနေ ၁၀၉
- ၁၂။ အရှေ့တောင်အာရှ အီးကောမာ့စ် အခြေအနေ ၁၁၅
- ၁၃။ အရှေ့တောင်အာရှ အီးကောမာ့စ် ပြဿနာများ ၁၂၂
- ၁၄။ အာဆီယံနိုင်ငံများအတွင်း အိုင်စီတီအခြေအနေ ၁၂၈
  - ဂလိုဘယ်ကွန်ရက်စီးပွားရေးနှင့် ထိုင်းအီးကောမာ့စ်
  - စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ e-Commerceဖော်ဆောင်မှု
  - မလေးရှားနိုင်ငံ၏ e-Commerceဆောင်ရွက်မှုများ
  - ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံ၏ e-Commerceမြင်ကွင်း
  - ဗီယက်နမ်နိုင်ငံ၏ အိုင်စီတီအဆင့်အတန်းနှင့် e-Commerceအခြေအနေ
- ၁၅။ e-Commerceဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု ၁၇၀
  - အင်တာနက်ပေါ်မှ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ အားသာချက်များ
- ၁၆။ e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ ၁၉၄

|               |                    |                  |
|---------------|--------------------|------------------|
| <b>အခန်း:</b> | <b>အကြောင်းအရာ</b> | <b>စာမျက်နှာ</b> |
|---------------|--------------------|------------------|

- ၁၇။ အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးနှင့် သတင်းအချက်အလက် စီးပွားရေး ၂၀၃
- ၁၈။ ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းနှင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေး ၂၀၈
- ၁၉။ e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် အစိုးရ၏အခန်းကဏ္ဍ ၂၁၂
  - e-Commerce အတွက် နှစ်လိုဖွယ်ရာ ကောင်းသောပေါ်လစီ
  - အစိုးရအနေဖြင့် အသုံးပြုနိုင်သော e-Commerce
  - အောင်မြင်သော e-Commerce အခြေခံအဆောက်အအုံဆိုင်ရာ အဓိကလိုအပ်ချက်များနှင့်စပ်လျဉ်းသော အခြား ပေါ်လစီကိစ္စရပ်များ
- ၂၀။ အာဆီယံ လူ့စွမ်းအားအရင်းအနှီးနှင့် အိုင်စီတီ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုသုံးသပ်ချက် ၂၁၉
- ၂၁။ e-Commerce ၏ အနာဂတ်လမ်းကြောင်း ၂၂၇
  - ရည်ညွှန်းကိုးကားချက်များ

## အခန်း (၁)

### အသိပညာအခြေခံ စီးပွားရေးလမ်းကြောင်းပေါ်မှ အိုင်စီတီ

လွန်ခဲ့သော ၂၅ နှစ်ကျော်က သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာတိုးတက်မှုများသည် စီးပွားရေးအကျိုး သက်ရောက်မှုများ ရရှိစေခဲ့သည်။ စင်စစ် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် အသစ်ဖြစ်ထွန်းသော ဒစ်ဂျစ်တယ်ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာများပင် ဖြစ်သည်။ ယင်းနည်းပညာများသည် ကွန်ပျူတာ၏ ရိုးရိုးဆောင်ရွက် နိုင်စွမ်းထက် ကျော်လွန်ခဲ့သည်။ ဤနည်းပညာများသည် ထုတ်လုပ် မှု၊ ဖြန့်ဖြူးမှုနှင့် ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုလုပ်ငန်းစဉ်များ၏ စွမ်းဆောင်ရည်ကို သိသိသာသာဖြင့် တက်စေခဲ့သည်။ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအား တိုးတက်မှု ကိုတွန်းတင်ခြင်းဖြင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် ဂလိုဘယ်စီးပွားရေး ၏ ရေရှည်အင်ဂျင်ဖြစ်လာရန် မျှော်လင့်ထားသည်။

အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် စီးပွားရေး၏ အသွင်လက္ခဏာ အားလုံးသို့ ရောက်ရှိသည်။ အင်တာနက်လုပ်ငန်းမှ လုပ်ငန်းသို့ (B2B) နှင့် လုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့ (B2C) ကို လျှော့ချပေးသည်။ ရောင်းလိုအား ကွင်းဆက် စီမံခန့်ခွဲမှုမှတစ်ဆင့် စီမံခန့်ခွဲမှုစွမ်းရည်များကို

မြှင့်တက်စေခဲ့သည်။ အသိပညာဆိုင်ရာ ပညာပေးခြင်းနှင့် နိုင်ငံတကာ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း၏ စွမ်းဆောင်ရည်မြှင့်တင်ခြင်းဖြင့် ဆန်းသစ် ဖန်တီးမှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။ အင်တာနက်မှ ဝယ်ယူမှုသည် ကိုယ်တိုင်ဝယ်ယူမှုထက် ဆယ်ပုံတစ်ပုံသာ ကုန်ကျသည်ဟု ဆိုကြ သည်။ အိုင်စီတီ အခြေခံစီမံခန့်ခွဲမှုနှင့် ပစ္စည်းဝယ်ယူထိန်းသိမ်း ထောက်ပံ့ရေးစခန်းများ၏ အကျိုးကျေးဇူးများသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ၏ စီးပွားရေးများတွင်ပင်လျှင် ပိုမိုကြီးမားများပြားလာနိုင်သည်။ ထို့ပြင် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် အသိပညာဖန်တီးခြင်းနှင့် ပညာပေးခြင်း စရိတ်နှင့် အချိန်လျှော့ချခြင်းဖြင့် ကုန်စည်သစ်ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုကဲ့သို့သော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု၊ လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ၏ စွမ်းဆောင်ရည်ကို မြှင့်တင်ပေးသည်။

အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးကို ဆက်လက်ဆောင်ရွက်မှုကြောင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် ဝယ်လိုအားသည် ဟာဒ်ဝဲဝယ်လိုအား ထက် ပိုမိုများပြားသည်။ အိုင်စီတီဖြင့် သတင်းအချက်အလက်လုပ်ငန်း စဉ် ဆောင်ရွက်ခြင်းသည် Codified Knowledge အတွက် ဝယ်လို အားကို မြှင့်တက်စေသည်။ Codified Knowledge ဆိုသည်မှာ အချက်အလက် ပုံရိပ်များနှင့် သင်္ကေတများပုံစံနှင့်ရှိနေသော သတင်း အချက်အလက်ပင်ဖြစ်သည်။ ကွန်ပျူတာဆော့ဖ်ဝဲ၊ သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုနည်းပညာပါဝင်မှုနှင့် ငွေရေးကြေးရေးဆိုင်ရာ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း များသည် ဝယ်လိုအားအနေဖြင့် တစ်စိတ်တစ်ပိုင်း ပိုမိုများပြားလာ သည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်းတို့ကို Codified ပုံစံတစ်ခုတွင် လုပ်ငန်းစဉ်ဆောင်ရွက်နိုင်ပြီး ဖြန့်ဖြူးနိုင်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ယင်း ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဖြန့်ဖြူးမှုသည် အိုင်စီတီအသုံးချမှုနှင့်အတူ ပိုမို

စွမ်းဆောင်ရည်ရှိလာသည်။ ထို့ပြင် ယင်းတို့သည် အသိပညာ အခြေခံ စီးပွားရေးက လိုအပ်သော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှု အမျိုးအစားများလည်း ဖြစ်ကြသည်။ အမြင်နှင့်အကြားအာရုံပစ္စည်းများ အတွက် ဝယ်လိုအားသည် broadband တယ်လီဆက်သွယ်ရေး ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၏ ပုံနှံ့မှုဖြင့်ယူဆောင်လာသော ပိုမိုကြီးမားသော ပို့ဆောင်ရေးလမ်းကြောင်းအမျိုးမျိုးနှင့် မြင့်တက်နေသည်။ ဘဏ္ဍာရေး ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် ဝယ်လိုအားသည် အနာဂတ် အတွက် စိတ်ကြိုက်ရွေးချယ်စရာများကဲ့သို့သော ငွေရေးကြေးရေး ဆိုင်ရာ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများနှင့် ရှိနေသော အိုင်စီတီတို့ကို ရောနှောခြင်းဖြင့် မြင့်တက်လာခဲ့ပြီ ဖြစ်သည်။

ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတိုးတက်မှုကို ဟာဒ်ဝဲမှ ဆော့ဖ်ဝဲကို ခွဲထုတ်ခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုလုပ်ငန်းစဉ်မှ ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းစဉ်ကို ခွဲခြားခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ ပါဝင်မှု အတွက် ဝယ်လိုအားကို မြှင့်တင်ခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ ဘဏ္ဍာရေး လုပ်ငန်း၏ မြင့်မားသောတိုးတက်မှုဖြင့်လည်းကောင်း တွန်းတင်ခဲ့သည်။ အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးနှင့်အတူ ကုတ်ဒ် (Code)၊ လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် အသိပညာပို့ဆောင်မှုတို့ကို ခွဲခြားနိုင်ရန်ဖြစ်လာသည်။ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုရလဒ်များသည် ဝန်ဆောင်မှု ပုံစံများကို ဖြစ်စေသည်။ ဆော့ဖ်ဝဲ၊ အသိဉာဏ်ပညာဆိုင်ရာ ပိုင်ဆိုင်မှုပစ္စည်း၊ သုတေသန၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် နည်းပညာကူညီပံ့ပိုးမှု စသော ဝန်ဆောင်မှု ပုံစံများကို ဖြစ်စေသည်။

အိုင်စီတီ တော်လှန်ရေးသည် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်း၏ အဓိကအရင်းအမြစ်အနေဖြင့် အသိပညာဆက်နွယ်သော လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ

သို့ ရွေ့လျားရန် အဆင်ပြေအောင် ဆောင်ရွက်ပေးနေသည်။ စီးပွားရေး၏ ဖွဲ့စည်းမှုဆိုင်ရာ အသွင်ပြောင်းခြင်းသည် အသိပညာအခြေခံ စီးပွားရေးသို့ ရွေ့လျားနေသည်။ စင်စစ် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးဟူသည် အသိပညာကိုဖန်တီးသော စီးပွားရေးပင်ဖြစ်သည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအနေဖြင့် တစ်ဦးချင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ အဖွဲ့အစည်းအနေဖြင့်လည်းကောင်း အသိပညာကိုရယူသည်။ ပို့ဆောင်ပေးသည်။ စွမ်းရည်ပြည့်ဝစွာ အသုံးပြုပေးသည်။ ဟောင်းနွမ်းနေသော အသိပညာကို စဉ်ဆက်မပြတ် အစားထိုးပေးသည်။ အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးအတွက် အရေးပါသောအချက်များမှာ စွမ်းဆောင်ရည်ရှိသော အိုင်စီတီလုပ်ငန်းများနှင့် အိုင်စီတီအခြေခံအဆောက်အအုံ၊ စွမ်းဆောင်ရည်ရှိသော နိုင်ငံတကာထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များ၊ ပါဝါရှိသော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုစနစ်များ၊ လူသားရင်းမြစ်လုပ်ငန်းနှင့် အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ အသစ်ပြန်လည်ပြုလုပ်မှုတို့ပင် ဖြစ်သည်။

စင်စစ် အိုင်စီတီအခန်းကဏ္ဍနှင့် အခြေခံအဆောက်အအုံတို့သည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေး၏ပလက်ဖောင်းဖြစ်သည်။ ယင်းပလက်ဖောင်းသည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးအတွက် အသိပညာကို ဖန်တီးခြင်း၊ ပညာပေးခြင်းနှင့် အသုံးပြုခြင်းအတွက် နည်းလမ်းများကို ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများစွာသည် အမျိုးသားသတင်းအချက်အလက် အခြေခံအဆောက်အအုံတစ်ခုကို တည်ဆောက်၍ တွန်းတွန်းတိုက်တိုက် ဆောင်ရွက်နေကြသည်။ ဤသည်မှာ အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးသို့ ယင်းတို့၏ အသွင်ပြောင်းမှုကို လွယ်ကူချောမောစေရန်ဖြစ်သည်။ သတင်းအချက်အလက် အခြေခံအဆောက်အအုံ (Infor-structure) တွင် တယ်လီကွန်မြူနီ

ကေးရှင်း ကွန်ရက်များ ပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် မဟာဗျူဟာမြောက် သတင်းအချက်အလက်စနစ်များ၊ အထောက်အကူပြုပေါ်လစီနှင့် ဥပဒေ စနစ်များ ပါဝင်သည်။ အခြေခံအဆောက်အအုံကို အသုံးချရန်နှင့် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရန် လူးသားရင်းမြစ်လည်း ပါဝင်သည်။ အီလက်ထရွန်နစ် စီးပွားရေးသည် သတင်းအချက်အလက် ဖွဲ့စည်းမှုပုံသဏ္ဌာန်၏ တိုးတက်နေသော အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုဖြစ် ပါရှိရန် မျှော်လင့်ထားသည်။

အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေး၏ အကြီးမားဆုံးအကျိုးသက်ရောက်မှုသည် နိုင်ငံတကာထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များ၏ ဖွဲ့စည်းမှုဖြစ်နိုင်သည်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးရှိ နိုင်ငံတကာ ထုတ်လုပ်ရေးကွန်ရက်များကို ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ ယင်းထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များသည် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများအပါအဝင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို စုစည်းရန် ရည်ရွယ်သည်။ ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်၏ အသိပညာ၊ အခြေခံစီးပွားရေးပုံစံ၏ ပုံစံကျသော ဥပမာတစ်ခုကို ဆော့ဖ်ဝဲ အခန်းကဏ္ဍတွင် တွေ့နိုင်သည်။ ယင်းကဏ္ဍတွင် ဆီလီကွန်တောင်ကြားရှိ ဆန်းသစ် ဖန်တီးမှုဗဟိုဌာနသည် ဘန်ဂလို၊ အိန္ဒိယရှိ ထုတ်လုပ်မှုအခြေစခန်းများနှင့် ချိတ်ဆက်ထားသည်။

အသိပညာဖန်တီးခြင်းတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုသည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးတွင် စီးပွားရေးတိုးတက်မှု၏ အခြေခံအရင်းအမြစ်တစ်ခုဖြစ်သည်။ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများအတွက် အကြိုက်ချင်းတူသောပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခုအား ကူညီပံ့ပိုးရန် စီးပွားရေး၏ စွမ်းအင်တစ်ခုရပ်သည် ယင်းနိုင်ငံတကာ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းကို ဆုံးဖြတ်

ပေးသည်။ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုစွမ်းရည်သည် ဖွံ့ဖြိုးပြီးစီးပွားရေးများ၏ အောင်မြင်မှုအတွက် အထူးအရေးကြီးလာသည်။ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုလှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများကို ကုန်ထုတ်လုပ်မှုမှ ခွဲခြားလိုက်သည်။ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများကို ဖွံ့ဖြိုးဆဲစီးပွားရေးများသို့ ရွှေ့ပြောင်းသည်။

ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု၏ အရေးကြီးသော အစိတ်အပိုင်းသည် နိုင်ငံတကာရှိ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းရှိသော တက္ကသိုလ်များပင်ဖြစ်သည်။ ယင်းတက္ကသိုလ်များက အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးအတွက် သိပ္ပံနည်းကျသော အသိပညာကို ဖန်တီးသည်။ ကျောင်းသင်ပညာရေးနှင့် စက်မှုလုပ်ငန်းအကြား အပြန်အလှန်အကျိုးသက်ရောက်မှုသည် နောက်ထပ် အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယင်းသည် အသိပညာဖန်တီးသကဲ့သို့ ပညာပေးခြင်းကိုလည်း ဖန်တီးပေးသည်။ ဘဏ္ဍာရေးစနစ်သည် ဆန်းသစ်ဖန်တီးခြင်းကို ဦးစားပေးသည့် လုပ်ငန်း စတင်ဆောင်ရွက်သော အဖွဲ့အစည်းများကို အကူအညီပေးသည်။ ဖွံ့ဖြိုးပြီးစီးပွားရေးများသည် ဈေးကွက်များကို ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေခဲ့သည်။

အသိပညာကိုရုပ်လုံးဖော်သော လူသားအရင်းအမြစ်သည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးအတွက် မရှိမဖြစ်လိုအပ်သည်။ အသိပညာအခြေခံ စီးပွားရေး၏ လိုအပ်မှုများသည် စက်မှုလုပ်ငန်းခေတ် လိုအပ်မှုများနှင့် မတူညီချေ။ စက်မှုလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ စီးပွားရေးများသည် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သော အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုတွင် အလုပ်လုပ်နေသော ကျွမ်းကျင်မှု အများအပြားရှိလာသော အလုပ်သမားများအပေါ်တွင်မူတည်သည်။ အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးသည် ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုစနစ်များကို ရေရှည်ထိန်းသိမ်းထားနိုင်ရန် ဖန်တီးတတ်သော

ပါရမီနှင့် သတင်းအချက်အလက်နှင့် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း ကွန်ရက် အခြေခံအဆောက်အအုံကို ကူညီပံ့ပိုးရန် အိုင်စီတီ လုပ်သား များပေါ်တွင် မူတည်သည်။ ထို့ပြင် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးရှိ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု၏ လျင်မြန်သောခြေလှမ်း၏ ဆိုလိုရင်း သဘောမှာ အသိပညာသည် လျင်မြန်စွာ ခေတ်ကုန်သွားပြီး လူအများက လိုအပ်သောအသိပညာပေါ်တွင် နောက်ဆုံးအချိန်အထိ ထိန်းသိမ်း ထားပြီး ယင်းတို့၏ကျွမ်းကျင်မှုများသည် ပြန်လည်လန်းဆန်းစေရန် လိုအပ်သည်။ ထို့ကြောင့် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးရှိ အဖွဲ့အစည်း များကို ဝန်ဆောင်မှုပေးသော လုပ်သားအင်အားကို ဖြည့်တင်းပေးရန် အလို့ငှာ အဖွဲ့အစည်း၏ ပညာရေးမော်ဒယ်ပုံစံကို တစ်သီးပုဂ္ဂလဖန်တီး မှုနှင့် ဘဝတစ်သက်တာ လေ့လာမှုအပေါ် ပွင့်လင်းမှုရှိရန် ထိန်းသိမ်း ထားရမည်ဖြစ်သည်။ အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေး၏ လိုအပ်မှုများရရှိ ရန် အဖွဲ့အစည်းများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသည် ယင်းတို့၏ပညာရေး နှင့် သင်တန်းအစီအစဉ်များကို ပုံဖော်ရန်လိုအပ်သည်။

ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ

## အခန်း (၂)

### ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းနှင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေး

ပိုမိုကောင်းမွန်သော သယ်ယူပို့ဆောင်ခြင်း ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း များမှ တယ်လီဖုန်းနှင့် လူထုဆက်သွယ်ရေးမီဒီယာသို့ နည်းပညာ ဆိုင်ရာဖွံ့ဖြိုးမှုသည် ပိုမိုသေးငယ်ပြီး ပိုမိုပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော ကမ္ဘာကြီးကို ဖန်တီးခဲ့ပြီးဖြစ်ပါသည်။ ယခုမျက်မှောက်ကာလတွင် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် ကမ္ဘာကြီးကို ပိုမိုသေးငယ်ပြီး ပိုမို ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့ပြီ ဖြစ်သည်။ ဆက်သွယ်ရေး၊ ကုန်သွယ်မှု နှင့် အလုပ်အကိုင်ရရှိမှု၊ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးနှင့် နိုင်ငံရေးဆိုင်ရာ အပေးအယူ လုပ်ငန်းများသည် ဂလိုဘယ်စကေးအနေဖြင့် ဖြစ်ပျက်လာခဲ့သည်။ နိုင်ငံများအကြား နယ်နိမိတ်များကို ကျော်ဖြတ်ပြီး ဂလိုဘယ်လိုက် ဇေးရှင်း ဖြစ်ပေါ်လာခဲ့သည်။

ဤတွင် နိုဘယ်ဆုရှင် Joseph Stig Litz က ဂလိုဘယ် လိုက်ဇေးရှင်း (Globalization) ကို ဤသို့ အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုခဲ့သည်-

“ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် ကမ္ဘာပေါ်ရှိနိုင်ငံများနှင့် ပြည်သူများ၏ ပိုမိုနီးကပ်သော ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်မှုဖြစ်သည်။ သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးဆိုင်ရာ ကြီးမားသောကုန်ကျ

စရိတ်များ လျှော့ချခြင်းဖြင့် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းကို သယ်ဆောင်လာခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းများ၊ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၊ အရင်းအနှီး၊ အသိပညာဗဟုသုတနှင့် လူများ၏နယ်နိမိတ်များ၊ ဖြတ်ကျော်စီးဆင်းမှုများဆိုင်ရာ အတားအဆီးများကို ဖြိုခွဲခြင်းဖြင့် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းကို သယ်ဆောင်လာခဲ့သည်။”

ဤတွင် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် စီးပွားရေးအသွင်အပြင် လက္ခဏာတစ်ခုသက်သက်မဟုတ်ကြောင်း သိရှိရန် အရေးကြီးသည်။ ယင်းသည် ဘဝ၏အသွင်အပြင်လက္ခဏာအားလုံးကို အကျိုးသက်ရောက်စေသည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းနှင့် ဆက်နွှယ်ပါဝင်ဆောင်ရွက်နေသော အကြောင်းခြင်းရာအနည်းဆုံး လေးခုရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ-

- (၁) အထူးသဖြင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးတွင် နည်းပညာဆိုင်ရာပြောင်းလဲမှု၊
- (၂) ဈေးကွက်အခြေပြုစနစ်များ ပုံနှံ့လာမှု၊
- (၃) ပြည်တွင်းနိုင်ငံရေး (ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း ခေတ်လွန်စွမ်းအားများသည် နိုင်ငံရေးအရ ပိုမိုသိသာထင်ရှားလာသည်) နှင့်
- (၄) နိုင်ငံအတွင်း ပြိုင်ဆိုင်မှုများတို့ဖြစ်သည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် နိုင်ငံများကို နည်းလမ်းသုံးသွယ်ဖြင့် အကျိုးသက်ရောက်ကြောင်း Anthony Giddens က အကြံပြုတင်ပြထားသည်။ ပထမအချက်မှာ ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း (အထူးသဖြင့် ဂလိုဘယ်ဈေးကွက်နေရာ) သည် နိုင်ငံများမှ

စွမ်းအားများကို အဝေးသို့ယူသွားသည်။ နိုင်ငံများသည် ယင်းတို့အကျွမ်းတဝင်ရှိသော စီးပွားရေး အနာဂတ်များကို အမိန့်ပေး၍ မရချေ။ ယင်း၏ အကောင်းဆုံးဥပမာမှာ အစိုးရများ ငွေကြေးထိန်းချုပ်ရန် မစွမ်းဆောင်နိုင်မှုပင်ဖြစ်သည်။ Giddens က တစ်ချိန်တည်းတွင် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် ဒေသဆိုင်ရာ၊ ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ပိုင်ခွင့်နှင့် ကိုယ်စားလှယ်များအတွက် ဖြစ်နိုင်ခြေ အသစ်များ လှုံ့ဆော်မှုအသစ်များကို ဖန်တီးပေးသည်ဟုဆိုသည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း၏ ဒုတိယအကျိုးသက်ရောက်မှုမှာ ဒေသဆိုင်ရာအမျိုးသားရေးဝါဒ ပြန်လည်သက်ဝင်နှိုးကြွလာမှုအတွက် အကြောင်းရင်းပင်ဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာ့ဆန်ဆန်ပြုလေလေ ဒေသဆိုင်ရာပြုမှုဖို့ ပိုလိုအပ်လေလေပင် ဖြစ်သည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း၏ တတိယအကျိုးသက်ရောက်မှုကို ဒေသဆိုင်ရာအုပ်စုဖွဲ့များ၏ အရေးတကြီးဖြစ်ပေါ်မှုအသွင်အဖြစ် အကောင်းဆုံးတွေ့မြင်ရသည်။ ဤတွင် အင်တာနက်နှင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် စီမံအုပ်ချုပ်မှု (governance) ကို မည်သို့အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိကြောင်း သိထားရန်လိုအပ်သည်။ စီမံအုပ်ချုပ်မှုကို ပေါင်းစည်းထားသော ဆောင်ရွက်မှုအား စုစည်းထားခြင်းအဖြစ် ရိုးရှင်းစွာအဓိပ္ပာယ်ဖွင့်နိုင်သည်။ အစိုးရ၏အုပ်ချုပ်ရေးတွင် ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်း၊ လုပ်ငန်းစဉ်ဟုလည်း သတ်မှတ်ကြသည်။ အိုင်စီတီအနေဖြင့် ယင်း၏ကျယ်ပြန့်သောအမြင်၊ ကျဉ်းမြောင်းသောအမြင် နှစ်ခုစလုံးတွင် စီမံအုပ်ချုပ်ခြင်းအပေါ် အဓိက အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိသည်။ အိုင်စီတီလုပ်ငန်းများသည် အစိုးရက နိုင်ငံသားများနှင့် မည်သို့အပြန်အလှန်ဆောင်ရွက်သည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို မည်သို့

ပို့ဆောင်သင့်သည်ဆိုသောအချက်များနှင့် ပတ်သက်၍ နိုင်ငံသားများ အကြား မျှော်လင့်ထားမှုအသစ်များကို ဖန်တီးပေးသည်ဟု စီမံအုပ်ချုပ်မှုသိပ္ပံ (ကနေဒါ) ကယုံကြည်ထားသည်။ အင်တာနက်နည်းပညာနှင့် အသုံးချမျိုးရိုးဗီဇဆိုင်ရာ မကြာသေးမီက တိုးတက်မှုများသည် ပုဂ္ဂိုလ်ရေးရာရွေးချယ်မှုနှင့် ပုဂ္ဂလိကလွှမ်းမိုးမှုဆိုင်ရာ နယ်နိမိတ်များကို ထူးခြားစွာ ပြန်လည်အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်နေသည်။ ပြည်သူလူထုအရေးပါမှု၏ ကိစ္စရပ်များပေါ်တွင် စုစည်းထားသော ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းဆိုင်ရာ နယ်နိမိတ်များကို ပြန်လည်သတ်မှတ်နေသည်။

အဆင့်တစ်ခုတွင် အိုင်စီတီအသုံးပြုသော အစိုးရများသည် ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ စီမံအုပ်ချုပ်နိုင်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ e-Government (သို့) နိုင်ငံသားများအကျိုးရှိရန် အစိုးရလုပ်ငန်းများ လက်ခံမှုနှင့် ပိုင်ဆိုင်မှုကို မြှင့်တင်ရန် အိုင်စီတီအသုံးပြုမှုသည် ကောင်းမွန်သော စီမံအုပ်ချုပ်မှုအတွက် အစိုးရ၏ မောင်းနှင်မှုတွင် လိုအပ်သောအရာတစ်ခုဖြစ်သည်။

၂၁ ရာစုတွင် သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာကို ကျယ်ပြန့်စွာ အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုရာတွင် အရေးအကြီးဆုံးပါဝါအရင်းအမြစ်ဟု Robert Keo Hane နှင့် Joseph Nye..Jr တို့က သဘောတူထားသည်။ ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းက ထူးခြားသောသွင်ပြင် လက္ခဏာကို ဖော်ပြသည့် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးက ပုံဖော်ထားသည့် ကမ္ဘာကြီးတွင် သတင်းအချက်အလက် စီးဆင်းမှုများနှင့် မီဒီယာပေးပို့မှုများပေါ်တွင် ပြုမူဆောင်ရွက်ရန် စွမ်းရည်သည် နိုင်ငံရေးဆိုင်ရာ အစီအစဉ်ကို အားပေးမြှင့်တင်ခြင်းအတွက် မရှိမဖြစ်

လိုအပ်သော ကိရိယာတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယခုအခါ သံခင်းတမန်ခင်း (Diplomacy) တွင် အစိုးရများသာမက ယင်းတို့ ကိုယ်စားပြုသော လူမှုအဖွဲ့အစည်းများလည်း ပါဝင်သည်။ ခြံ့၍ဆိုရသော် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်မှုရှိကြောင်း သိသာထင်ရှားလှပေသည်။

အံ အံ အံ အံ အံ

သော အိုင်စီတီ တော်လှန်ရေး၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများကြောင့် ဖြစ်သည်။ ဒေသဆိုင်ရာ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ အာရုံစိုက်ခြင်းဖြင့် ယင်းတို့၏ အင်အားစုများတွင် အသိပညာဗဟုသုတမျှဝေရေး မြင့်မားတိုးတက်ရန် လိုအပ်သည်။ ယင်းလှုပ်ရှားမှုများကို အိုင်စီတီ ဆက်နွှယ်နေသော ဝန်ဆောင်မှုအခန်းကဏ္ဍဖြင့် အထောက်အကူပြုရန် လိုအပ်သည်။

အရှေ့အာရှနိုင်ငံများတွင် အထက်ပါတူညီသော အစီအစဉ်များ ရှိသော်လည်း တစ်နိုင်ငံချင်းစီ၏ ဖွံ့ဖြိုးမှုအဆင့်အရ ဦးစားပေးမှုများသည် ကွဲပြားခြားနားနိုင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် နောက်ကျသော ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများသည် ယင်းတို့၏စီးပွားရေးကို အထောက်အကူပြုရန် အကိုင်အခံများကို အာရုံစိုက်ရန် ရည်ရွယ်ကြသည်။ နိုင်ငံတကာ ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များနှင့် ဆက်သွယ်ရယူရန် ရည်ရွယ်ကြသည်။ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အခြေခံအဆောက်အအုံကို မြင့်မားတိုးတက်စေခြင်းနှင့် စက်မှုလုပ်ငန်း အချက်အခြာနေရာများ ဖွံ့ဖြိုးစေခြင်းဖြင့် ဖန်တီးတယ်ကွာဟမှု ပေါ်ပေါက်လာမှုကို ကာကွယ်ရန်ရည်ရွယ်ကြသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် စက်မှုထွန်းသစ်စနစ်နိုင်ငံများ၏ ထိပ်တန်း ဦးစားပေးမှုသည် ယေဘုယျအားဖြင့် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများနှင့် အတူတူပင် ဖြစ်သည်။ ယင်းဦးစားပေးမှုကား ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှု လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ မြှင့်တင်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ စက်မှုထွန်းသစ်စနစ်နိုင်ငံများသည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးကို ပိုမိုလျင်မြန်စွာ ရယူခြင်းဖြင့် နိုင်ငံများသို့ တက်လှမ်းရန် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေး ပါရာဒိုင်း အရွေ့၏အားသာချက်ကို ရယူလျှင် ယင်းနိုင်ငံများသည် အိုင်စီတီ မဟာဗျူဟာများ လိုအပ်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းနိုင်ငံများသည်

## အခန်း (၃)

### အိုင်စီတီ အခြေခံအဆောက်အအုံ ဖွံ့ဖြိုးမှုအစီအစဉ်

အရှေ့အာရှနိုင်ငံများသည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေး (Knowledge-based Economy) အသွင်ပြောင်းရန် အောက်ပါ အထောက်အကူပြုလုပ်ငန်း အစီအစဉ်ငါးမျိုးကို လုပ်ဆောင်ရမည်ဖြစ်သည်။ ယင်းတို့မှာ-

- (၁) အိုင်စီတီအကျိုးကဏ္ဍဖွံ့ဖြိုးစေခြင်း (ယင်းတွင် အိုင်စီတီ ဆက်နွှယ်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် အိုင်စီတီ အခြေခံအဆောက်အအုံတို့ ပါဝင်သည်။ ယင်းသည် အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေး အချက်အလက်ကောင်းတစ်ခုဖြစ်သည်)
- (၂) နိုင်ငံတကာ ထုတ်လုပ်ရေးကွန်ရက်များ ရယူခြင်း၊
- (၃) ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုစနစ်များ အားကောင်းစေခြင်း၊
- (၄) လူသားအရင်းအမြစ်များ အဆင့်မြင့်ခြင်းနှင့်
- (၅) စက်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် ကော်ပိုရေးရှင်းများ ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းထူထောင်ခြင်းတို့ ဖြစ်သည်။

ထို့ပြင် အာရှနိုင်ငံများသည် အိုင်စီတီကို အကောင်းဆုံးပြုလုပ်ရန် လိုအပ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်း၏ထုတ်လုပ်မှုပိုမိုရနိုင်

ပိုမိုဖန်တီးတတ်သော လူသားအရင်းအမြစ်များ ရယူဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုစနစ်များ အားကောင်းခြင်းကို အာရုံစိုက်သော ပြည့်စုံကျယ်ပြန့်သည် ချဉ်းကပ်မှုတစ်ခု ပြုလုပ်သင့်သည်။

အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးနှင့်ပတ်သက်၍ အရှေ့အာရှနိုင်ငံများ၏ မဟာဗျူဟာဆိုင်ရာ နောက်ထပ်အရေးပါသော အသွင်အပြင် လက္ခဏာမှာ နိုင်ငံတကာ ချိတ်ဆက်မှုများပင်ဖြစ်သည်။ ပစိဖိတ်ဒေသတွင် ကြီးမားသော စီးပွားရေးရှိသည့် အမေရိကန်နှင့် တရုတ်နှစ်နိုင်ငံနှင့် ယင်းတို့၏ ချိတ်ဆက်မှုများ ရှင်သန်အားကောင်းရန်နှင့် တိုးချဲ့ရန် ယင်းနိုင်ငံများအတွက် အလွန်အမင်းအရေးကြီးသည်။ ဂျပန်နိုင်ငံနှင့် ချိတ်ဆက်ခြင်းကား အနည်းငယ်အရေးပါမှု အသွင်သဘောသာရှိသည်။ အရှေ့အာရှနိုင်ငံများအကြား ကွဲပြားခြားနားမှုကို အိုင်စီတီအခြေခံအဆောက်အအုံအပိုင်းမှ ကြည့်လျှင် ကျယ်ပြန့်လှသည်။ အမှန်စင်စစ် ထွန်းသစ်စ စက်မှုနိုင်ငံများသည် ကောင်းစွာဖွံ့ဖြိုးပြီး တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းစနစ်များ ရှိကြသည်။ Broadband တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အခြေခံအဆောက်အအုံတွင် တောင်ကိုရီးယား၊ ဟောင်ကောင်နှင့် စင်ကာပူတို့သည် ဂျပန်၏ရှေ့သို့ ရောက်နေသည်။ ယင်းအခြေခံအဆောက်အအုံသည် e-Commerce အတွက် အရေးပါသည်။ OECD အစီရင်ခံစာအရ တောင်ကိုရီးယားနိုင်ငံသည် Broadband အင်တာနက် ဆက်သွယ်မှုများတွင် ကမ္ဘာပေါ်၌ ဦးဆောင်သူဖြစ်သည်။ သို့သော်လည်း အခြားအရှေ့အာရှနိုင်ငံများတွင် ပုံသေတယ်လီဖုန်းလိုင်းများနှင့် မိုဘိုင်းဖုန်းများ၏ နိမ့်သောထိုးဖောက်မှုနှုန်းများသည် အင်တာနက်ပျံ့နှံ့မှုကို နှောင့်နှေးစေခဲ့သည်။ အာဆီယံနှင့် တရုတ်နိုင်ငံတို့တွင်မူ အခြေခံအဆောက်အအုံအခြေအနေသည် အလေးအနက်ထားရမည့် ပြဿနာတစ်ခုဖြစ်သည်။

အင်ဒိုနီးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် ထိုင်းနိုင်ငံရှိ အခြေခံတယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အဆောက်အအုံ မလုံလောက်မှုသည် ယင်းတို့၏ အင်တာနက်အသုံးပြုမှုနှင့် အင်တာနက်ဆက်သွယ်လုပ်ငန်းများ၏ ဖွံ့ဖြိုးမှုကို ကျဉ်းမြောင်းစေခဲ့သည်။ မလုံလောက်သော အခြေခံတယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း ပံ့ပိုးခြင်းသည် အထူးသဖြင့် အင်ဒိုနီးရှားနှင့် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတို့၏ ပထဝီဝင်အနေအထားကို ခက်ခဲစေသည်။ ယင်းနိုင်ငံများတွင် အင်တာနက် access ၏ ပြောင်းလဲနိုင်သော တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းစနစ်များနှင့် နိုင်ငံတွင်းပုံစံများသည် ကြီးထွားလာခဲ့သည်။ အင်ဒိုနီးရှားအစိုးရသည် ကျွန်းစုများအတွက် နိုင်ငံတွင်း တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းများကို ပံ့ပိုးရန် ဂြိုဟ်တုများအသုံးပြုခြင်းတွင် ရှေ့ဆောင်လမ်းပြပြုလုပ်ခဲ့သည်။ တယ်လီဖုန်းနှင့် အင်တာနက်လုပ်ငန်းများ လက်ခံမှုပံ့ပိုးခြင်းသည် အသေးစားနှင့် အလတ်စားအရွယ် အင်ဒိုနီးရှား စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို လျင်မြန်စွာတိုးတက်လာစေခဲ့သည်။ အင်ဒိုနီးရှားတွင် အင်တာနက်ဆိုင်ပေါင်း ၂၀၀၀ မှ ၂၅၀၀၀ ရှိရာ ယင်းအရေအတွက်သည် အာရှပစိဖိတ် ဒေသရှိနိုင်ငံများတွင် အများဆုံးဖြစ်သည်။ ဖိလစ်ပိုင်လူမျိုးများသည်လည်း တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အခြေခံအဆောက်အအုံ ချို့တဲ့နေမှုဝန်းကျင်တွင် နည်းလမ်းတစ်ခုအနေဖြင့် အင်တာနက်ကဗီဒီယိုများနှင့် မိုဘိုင်းများဘက်သို့ လှည့်လာကြသည်။

တစ်ဖက်တွင် အရှေ့အာရှ၌ ရေရှည်ဦးဆောင်နေသော ဂျပန်နိုင်ငံက စက်မှုထွန်းသစ်စနိုင်ငံများကို ရှေ့သို့ဆွဲတင်နေသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် ရှေ့သို့ရောက်နေသောနိုင်ငံများနှင့် အခြားဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများကြား ကွာခြားမှုရှိနေသည်။ ဂျပန်နှင့် စက်မှုထွန်းသစ်စနိုင်ငံများအကြား

ဖွံ့ဖြိုးမှု အစီအစဉ်နှင့် အခြားဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများနှင့် စက်မှုထွန်းသစ်စ နိုင်ငံများအကြား ကွာဟမှုကျယ်ပြန့်နေခြင်းကို ပြန်လည်သုံးသပ်မှုသည် ယင်းနိုင်ငံများအကြား ကွာခြားမှုများကို ရောင်ပြန်ရိုက်ခတ်ပေးသည်။ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းများတွင် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ လွန်ကဲမှုကြောင့် မလုံလောက်သော ယှဉ်ပြိုင်မှုသည် အချို့နိုင်ငံများတွင် အခြေခံ အဆောက်အအုံတစ်ခု တည်ဆောက်ခြင်းကို လျော့ပါးစေသည်။ ထိုင်းနိုင်ငံတွင် အင်တာနက် ဆက်သွယ်မှုအဖွဲ့အစည်းများအကြား ယှဉ်ပြိုင်မှု လျော့နည်းခြင်းသည် မြင့်မားသောအဆင့်များတွင် ကျခံရသော အင်တာနက် access ကို ထိန်းသိမ်းခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းအခန်းကဏ္ဍတွင် ယှဉ်ပြိုင်မှုအခင်းအကျင်းသည် အရှေ့အာရှနိုင်ငံများအတွက် အဓိကကျသော အစီအစဉ်အမျိုးအစားဖြစ်ပြီး အစိုးရများသည် ယင်းနယ်ပယ်တွင် ယင်းတို့၏ ကြိုးပမ်းမှုများကို မြင့်မားတိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်နေသည်။ ထိုင်းနိုင်ငံတွင် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အခန်းကဏ္ဍ၌ အစိုးရ၏ လက်ဝါးကြီးအုပ်မှုသည် အင်တာနက်ထိုးဖောက်မှုနှင့် အင်တာနက် အခြေခံလုပ်ငန်းများနှင့် အသုံးချမှုများ အရေးတကြီးဖြစ်ပေါ်မှုအတွက် အခက်အခဲတစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ အာဆီယံနိုင်ငံများသည် e-Commerceအတွက် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းနှင့်အညီ ဥပဒေအတိုင်းအတာ ဘောင်အတွင်း ရရှိရန် ASEAN Frame work agreementလိုအပ်မှုကို အသိအမှတ်ပြုခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် e-Commerceဖွံ့ဖြိုးမှုသို့ဆောင်ရွက်သော ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ရပ်ကို အားပေးမြှင့်တင်ရန် အရေးပါသည်။



## အခန်း (၄)

### အီလက်ထရွန်နစ် ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှု (e-Commerce) ဆိုသည်မှာ ....

အီးကောမာ့စ်အဖြစ် လူသိများသော အီလက်ထရွန်နစ် ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှု (Electronic commerce) (e-Commerce) ဆိုသည်မှာ အီလက်ထရွန်နစ်ကွန်ရက်တစ်ခုပေါ်၌ နေရာ ယူလာသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်တာ တွက်ချက်မှု သို့မဟုတ် ဆက်သွယ်မှု နည်းပညာတို့ကို အသုံးပြုသည့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများ ဖြစ်သည်။ ဤသို့ဖြင့် အီးကောမာ့စ်တွင် အီးလ်မေးစာပို့၊ သတင်း အချက်အလက် တိုက်ရိုက်ပို့ယူလုပ်ငန်း ပီစီကွန်ပျူတာဖြင့် တိုက်ရိုက် ဖုန်းလှည့်ခေါ်ယူ ဆက်သွယ်စနစ်၊ EDI ( Electronic Data Interchange) ဟုခေါ်သော အီလက်ထရွန်နစ် အချက်အလက် ဖလှယ်ရေးစနစ်တို့ ပါဝင်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မှုများ ပါဝင်ကြပါသည်။ စင်စစ် အီး-ကောမာ့စ်အတွက် အထင်ရှားဆုံးနှင့် စွမ်းအား အထက်မြက်ဆုံးဆက်သွယ်မှုစနစ်မှာ အင်တာနက် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် အီး-ကောမာ့စ်ကို တစ်ခါတစ်ရံ အင်တာနက် ကောမာ့စ် သို့မဟုတ် အိုင်-ကောမာ့စ် (Internet commerce (or) iCommerce) ဟုလည်းခေါ်ကြသည်။

အမှန်အားဖြင့် အီး-ကောမာ့စ်သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုနည်းလမ်းကို ပြောင်းပစ်ခဲ့ပြီဖြစ်ပါသည်။ ဝက်ဘ်ဆိုဒ် မရှိသည့် လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများကို အုတ်အင်္ဂါတေ၊ အခြေခံစီးပွားရေး လုပ်ငန်းများဟုခေါ်ကြသည်။ ကွန်ပျူတာနှင့် အင်တာနက်ဆက်သွယ်မှုများ ရှိသည့်လုပ်ငန်းများကိုမူ ခလုတ်နှင့် ညွှန်ကြားမှု စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဟု အမည်တပ်ကြပါသည်။ ရုပ်ပိုင်း ပြည့်စုံမှုနှင့် အင်တာနက်ဆက်သွယ်မှု နှစ်မျိုးစလုံးရှိနေသည့် စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများကို ခလုတ်နှင့် အင်္ဂါတေစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ (click an mortar) ဟုခေါ်တွင်သည်။ အီး-ကောမာ့စ်သည် ရှေးရိုးစီးပွားရေး လုပ်ငန်း ဆက်သွယ်လုပ်ကိုင်မှုများတွင် နှေးကွေးလေးလံစေခဲ့သည့် အချိန်နှင့် ခရီးတာအကွာအဝေးတို့၏ အကန့်အသတ်၊ အတားအဆီး များကို အမှန်ပင် ပယ်ရှားနိုင်ပါသည်။ ယခုအခါ အီး-ကောမာ့စ်ဖြင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများကို ကမ္ဘာအနှံ့ ချက်ချင်းလက်ငင်း လုပ်ကိုင် နိုင်သဖြင့် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သူနှစ်ဦးစလုံးကို ငွေကြေးအကုန်အကျ သက်သာစေပါသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို သာမန်အလုပ်နေရာ များတွင်ပင် လစဉ် အကောင်အထည်ဖော်နိုင်သည်။ ကွန်ပျူတာ တစ်လုံး၊ အင်တာနက် ဆက်သွယ်မှုတစ်ရပ်တို့ရှိထားလျှင် လုပ်ငန်း ဆောင်ရွက်မှုများကို နေရာမရွေး၌ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။ ဆိုရပါလျှင် အီး-ကောမာ့စ်သည် ကုန်ပစ္စည်းဝယ်ယူခြင်းကဲ့သို့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အကောင်အထည်ဖော်မှုများကို ရိုးရာအုတ်နှင့် အင်္ဂါတေလုပ်ငန်း အဆောက်အအုံ အပြင်ဘက်၌ ဖြစ်ပေါ်လာစေသည်။

### စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် e-Commerce ၏ အားသာချက်များ

ကော်ပိုရိတ်ဌာနအတွင်း သတင်းအချက်အလက်စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် အင်ထရာနက် အကူအညီပေးမှုများသည် ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ e-Com-

merce အပေးအယူလုပ်ငန်းများနှင့် အပြန်အလှန်ဆက်စပ်နိုင်သည်။ ထို့ပြင် အင်ထရာနက် ပြင်ပဆက်စပ်နေသော အပေးအယူလုပ်ငန်းများ နှင့်လည်း အပြန်အလှန်ဆက်စပ်နေသည်။ ဌာနတွင်းသတင်းအချက် အလက်ဆိုင်ရာ တစ်ပြိုင်နက်စီးဆင်းမှုအတွက် အင်ထရာနက်ကို ခွင့်ပြု သောကြောင့် အရေးပါသော သတင်းအချက်အလက်ကို လုပ်ငန်းစဉ် ဝင်ပြီး ပြင်ပ e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်းမှ စီးဆင်းနေသော အချက်အလက်နှင့် လိုက်ဖက်အောင် ဆောင်ရွက်သည်။ တစ်ဖန် ကော်ပိုရေးရှင်း၏ အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းစဉ်များ၏ စွမ်းရည်ရှိ ပြီး ထိရောက်အကျိုးရှိသော ပေါင်းသင်းဆောင်ရွက်မှုကိုလည်း ခွင့်ပြု ထားသည်။

အင်ထရာနက်များ တစ်ဟုန်ထိုးတိုးတက်လာခြင်းသည် အထက် အောက်အဆင့်ဆင့် အမိန့်ပေးထိန်းချုပ်သော အဖွဲ့အစည်းမှ သတင်း အချက်အလက် အခြေခံသောအဖွဲ့အစည်းသို့ ရွှေ့ပြောင်းမှုဖြစ်စေခဲ့ သည်။ ယင်းရွှေ့ပြောင်းမှုတွင် စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုင်ရာ တာဝန်ယူမှုများ၊ ဆက်သွယ်ရေးနှင့် သတင်းအချက်အလက်စီးဆင်းမှုများနှင့် လုပ်ငန်း အုပ်စုဖွဲ့စည်းမှုများအတွက် ပါဝင်ပတ်သက်မှုများရှိသည်။ ဤသည် မှာ e-Commerce တွင် ချိတ်ဆက်နေသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အတွက် အင်ထရာနက်၏ အရေးပါမှုပင် ဖြစ်သည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် e-Commerce ၏ အားသာ ချက်များ ရှိသည်။ ဤသည်မှာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခြင်း၊ ကုန်ကျစရိတ် လျှော့ချခြင်းအပြင် အခြားအားသာချက်ကို ဆိုလိုခြင်း ဖြစ်သည်။ e-Commerce သည် equalizer တစ်ခုအနေဖြင့် ဆောင်ရွက်သည်။ ယင်းသည် စတင်ဆောင်ရွက်သည့်လုပ်ငန်းသစ် များနှင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများကို ဂလိုဘယ်ဈေးကွက်

သို့ရောက်ရှိရန် စွမ်းဆောင်ပေးသည်။ အားကောင်းသော e-Business plan သည် ရှေးဆန်သော စီးပွားရေးတန်ဖိုးများကို လုံးဝမှတ်ယူခြင်းမရှိချေ။

e-Commerce သည် ဝယ်ယူစိတ်ကြိုက် များများစားစား အသုံးပြုခြင်းကို ပြုလုပ်ပေးသည်။ ဤနယ်ပယ်တွင် e-Commerce အသုံးချခြင်းများတွင် အသုံးပြုရန်လွယ်ကူသော အော်ဒါမှာစနစ်များ ပါဝင်သည်။ ဖောက်သည်များသည် သူတို့၏ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးဆိုင်ရာ အထူးရွေးချယ်မှုအရ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများကို ရွေးချယ်ယူခွင့်ကို ယင်းစနစ်များက ခွင့်ပြုထားသည်။ ဥပမာအားဖြင့် e-Commerce မဟာဗျူဟာ အသုံးပြုသည့် ကားထုတ်လုပ်ရေးကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် အွန်လိုင်းအမှာများ ခွင့်ပြုထားပြီး ရက်အနည်းငယ်အတွင်း ကားသစ်များမှာယူနိုင်ရန် စီစဉ်ထားသည်။ ဤသည်မှာ ဖောက်သည်များ၏ အထူးမှာယူမှု လုပ်ငန်းစဉ်သည် တိုးတက်မှုရှိပြီး အော်ဒါမှာစနစ်ကို ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်ခဲ့လျှင် ယင်းစနစ်သည် ပိုမိုထိရောက် အကျိုးရှိစွာ အလုပ်လုပ်နိုင်သည်။

e-Commerce သည် ကွန်ရက်ထုတ်လုပ်မှု (network production) ကို ခွင့်ပြုထားသည်။ ပထဝီဝင်အနေအထားအရ ပျံ့နှံ့နေသော ကန်ထရိုက်တာများသည် ကွန်ပျူတာကွန်ရက်များမှ တစ်ဆင့် တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ချိတ်ဆက်ကြသည်။ ကွန်ရက်ထုတ်လုပ်မှု၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများတွင် ကုန်ကျစရိတ်များ လျှော့ချပေးသည်။ ပိုမို မဟာဗျူဟာဆန်သော ပစ်မှတ်မားကက်တင်းလည်းပါဝင်သည်။ ထပ်ဆင့် တန်ဖိုးမြှင့်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများရောင်းချခြင်း၊ လွယ်ကူချောမွေ့စေရန်လည်း ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ လိုအပ်သော စနစ်သစ်များ

လည်းပါဝင်သည်။ ကွန်ရက်ထုတ်လုပ်ခြင်းနှင့်အတူ ကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် ကမ္ဘာ့အနှံ့အပြားရှိ စက်ရုံများသို့ လုပ်ငန်းများသတ်မှတ်ပေးနိုင်သည်။ ဥပမာ- တိကျသောအစိတ်အပိုင်းများ တပ်ဆင်ခြင်းကဲ့သို့ အလုပ်များကို အထူးသတ်မှတ်ပေးနိုင်သည်။

Amazon.com သည် virtual စာအုပ်ဆိုင်ကြီးဖြစ်သည်။ ၎င်းစာအုပ်ဆိုင်ကြီးသည် နှစ်စဉ်အရောင်းနှုန်း ခန့်မှန်းခြေ ဒေါ်လာ ၁ ဒသမ ၂ ဘီလျံ ရှိသည်။ ဝက်ဘ်ပေါ်တွင် ရောင်းချနေသော စွမ်းဆောင်ရည်များအရ Amazon သည် ပုံသေပိုင်ဆိုင်မှုများတွင် ဒေါ်လာ ၅၆ သန်းခန့် သုံးစွဲခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ဤတွင် dot.com Frenzy မှ သင်ခန်းစာများကို တင်ပြလိုသည်။ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဘဏ်များ ဆိုင်ရာ ရှုထောင့်မှကြည့်လျှင် dot.com Frenzy သည် ငွေကြေးကြီးကြီးမားမား ကစားတတ်သူများ (လုပ်ငန်းရှင် အရင်းရှင်များ) ရှိသည့် လောင်းကစားခြင်းနှင့် ချိတ်ဆက်ထားသည်။ အင်တာနက်စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များသည် လုပ်ငန်းထူထောင်သည့် အရင်းအနှီး ထုတ်ပေးသူများ ဆွဲဆောင်ရန်နှင့် ဈေးကွက်ဝေစုရရှိရန် အလွန်နိမ့်သော အဆင့်များတွင် ယင်းတို့၏ ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၏ ဈေးနှုန်းများကို သတ်မှတ်ထားသည်။ မြင့်မားသော တန်ဖိုး သတ်မှတ်ခြင်းများအတွက် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူများက ခက်ခဲသော ဝင်ငွေများ တောင်းဆိုခြင်း စတင်သောအခါ ဈေးနှုန်းထိုးကျမှု စတင်ခဲ့သည်။ အင်တာနက် ကုမ္ပဏီများသည် ဈေးကွက်ဝေစုမရရှိခင် အထွေထွေအသုံးစရိတ်များ အလွန်အမင်း သုံးစွဲခဲ့ရသည်။

e-Commerce သည် ဖောက်သည်များကို များစွာအကူအညီပေးသည်။ C2B အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် ဖောက်သည်များ

(စားသုံးသူများ) သည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ မည်သို့ ပြုလုပ်သည်။ ဝန်ဆောင်မှုများ မည်သို့ ပို့ဆောင်မှုအပေါ်ပိုမိုလွှဲပြောင်းပေးစွမ်းကြသည်။ ဖောက်သည်များကို ပိုမိုကြီးမားစွာထိန်းချုပ်နိုင်မှုနှင့်အတူ e-Commerce သည် ပိုမိုမြန်ဆန်ပြီး ပိုမိုပွင့်လင်းလုပ်ငန်းစဉ်ကို ခွင့်ပြုထားသည်။ e-Commerce သည် အလုံးစုံ လွယ်လင့်တကူ ရရှိနိုင်မှုနှင့် လက်ခံမှုအနေဖြင့် ဈေးကွက်နှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများကို သတင်းအချက်အလက်များ ပြုလုပ်ပေးသည်။ ဈေးနှုန်းပွင့်လင်းမှုကို တိုးတက်စေသည်။ ဤသည်က ဖောက်သည်များကို ပိုမိုသင့်တော်သော ဝယ်ယူမှုဆုံးဖြတ်ချက်များ ပြုလုပ်ရန်စွမ်းဆောင်ပေးသည်။

### e-Commerce အသုံးချမှုနည်းလမ်းများ

e-Commerce ၏ အမျိုးမျိုးသော အသုံးချမှုများသည် e-Banking, e-Tailing နှင့် အွန်လိုင်း publishing၊ အွန်လိုင်း retailing အပါအဝင် အင်တာနက်ပေါ်ရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် လမ်းကြောင်းများနှင့် အလားအလာများကို စဉ်ဆက်မပြတ် သက်ရောက်မှုရှိနေသည်။ သမားရိုးကျ ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများ (ငွေကြေးစစ်ဆေးမှုများ၊ စာရွက်စာတမ်းစက္ကူအသုံးပြုမှုကို အခြေခံသော တရားဝင်တင်ဒါပုံစံ) မှ အီလက်ထရွန်နစ်ဆိုင်ရာ အခြားရွေးချယ်စရာနည်းလမ်းများ (e-Paymentစနစ်များ) သို့ ရွှေ့ပြောင်းမှုကို အားပေးခြင်းဖြင့် ပိုမိုဖွံ့ဖြိုးပြီး ရင့်ကျက်သော e-Banking ပတ်ဝန်းကျင်သည် e-Commerceတွင် အရေးပါသော အခန်းကဏ္ဍသို့ ရောက်ရှိလာသည်။

ဤသို့ဆိုလျှင် အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ဝယ်ယူခြင်းနှင့် ငွေပေးချေခြင်းနှင့်စပ်လျဉ်း၍ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် လက်ရှိတည်ရှိနေသော အလေ့အကျင့်အတွေ့အကြုံများက မည်သို့ရှိပါသနည်း။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် အွန်လိုင်း အပေးအယူလုပ်ငန်းများ အတွက် ရရှိနိုင်သော ငွေပေးချေမှုစနစ်များမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်ပါသည်-

### (က) သမားရိုးကျ ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများ

၁။ ငွေသားပို့ဆောင်မှု

များစွာသော အွန်လိုင်း အပေးအယူလုပ်ငန်းများ သည် အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ဝယ်ယူရေးအော်ဒါများ တင်သွင်းခြင်းနှင့် ပါဝင်ပတ်သက်သည်။ ငွေပေးချေမှု သည် ရုပ်ဝတ္ထုပစ္စည်းများ ပို့ဆောင်မှုအပေါ်မူတည်သော ငွေကြေးဖြစ်သည်။

၂။ ဘဏ်ငွေပေးချေမှုများ

အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းများမှာယူပြီးနောက် မှာယူသောကုမ္ပဏီ၏ ဘဏ်ငွေစာရင်းသို့ ငွေသားစရန် ငွေပေးသွင်းခြင်းဖြင့် Payment ကို ပြုလုပ်ရသည်။ ပို့ဆောင်မှု (Delivery) ကို သမားရိုးကျနည်းလမ်းများ အတိုင်း ပြုလုပ်ရသည်။

### (ခ) အီလက်ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများ

စားသုံးသူများကို အကျိုးသက်ရောက်စေသော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများ-

ယင်းတွင် Redit နှင့် Debit ကတ်များ၊ အလိုအလျောက် ငွေထုတ်စက်များ (ATMs) သိမ်းဆည်းထားသော value cards နှင့် e-Banking တို့ ပါဝင်သည်။

### \* အွန်လိုင်းကောမာစ်ကို စွမ်းဆောင်ပေးသော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများ -

ယင်းတို့သည် e-Cash, e-Checks, smart cards နှင့် encrypted credit ကတ်များဖြစ်ကြသည်။ ယင်း payment နည်းလမ်းများသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် အလွန်အမင်း ပေါ်ပြူလာ မဖြစ်ချေ။ အပေးအယူလုပ်ငန်း အခြေခံအပေါ်တွင် လုံခြုံစိတ်ချရသော ချန်နယ်များ၌ ကြီးမားသောကုမ္ပဏီအနည်းငယ်က ယင်းတို့ကို အသုံးပြုကြသည်။

### \* ကုမ္ပဏီများကို သက်ရောက်မှုရှိစေသော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများ -

ယင်းတို့သည် ငွေပေးချေမှုယန္တရားများနှင့် ဆက်စပ်သည်။ ဤတွင် တိုက်ရိုက်စနစ်ငွေထားခြင်းဖြင့် ခွင့်ပြုထားသော automated clearing houses မှတစ်ဆင့် ဘဏ်အတွင်း လွှဲပြောင်းမှုများ ပါဝင်သည်။

### \* အီလက်ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုစနစ် အရေးကြီးပုံ

အီလက်ထရွန်နစ်ငွေပေးချေမှုစနစ် (EPS) သည် အွန်လိုင်းပတ်ဝန်းကျင်ရှိ ဝယ်ယူသူများနှင့် ရောင်းသူများအကြား ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ ဖလှယ်မှုစနစ်တစ်ခု ဖြစ်သည်။ ယင်းကို ဘဏ်တစ်ဘဏ်ကြားခံဆက်သွယ်ပေးသူ၊ သို့မဟုတ် ဥပဒေနှင့်အညီ ဆောင်ရွက်သော တင်ဒါအားဖြင့် ပေးသူ၊ သို့မဟုတ် ဥပဒေနှင့်အညီ ဆောင်ရွက်သော တင်ဒါအားဖြင့် ကျောထောက်နောက်ခံပြုထားသော ဒစ်ဂျစ်တယ်ဘဏ္ဍာရေးကိရိယာတစ်ခု (ဥပမာ electronic checks, or digital cash) ဖြင့် လွယ်ကူချောမောစေသည်။

အီလက်ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုစနစ်သည် e-Commerce တွင် အရေးကြီးသောအခန်းကဏ္ဍ၌ ပါဝင်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်းသည် e-Commerce loop ကို ပိတ်စေသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် ဖွံ့ဖြိုးမှုအောက်အဆင့်ရောက်နေသော အီလက်ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုစနစ်သည် e-Commerce တိုးတက်မှု အတွက် လေးနက်သော အဟန့်အတား ဝန်ထုပ်ဝန်ပိုးဖြစ်သည်။ ယင်းနိုင်ငံများတွင် စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်များသည် ဥပဒေအကြောင်းနှင့် စီးပွားရေးဆက်စပ်မှုအရ အင်တာနက်ပေါ်တွင် အကြွေးဝယ် ကတ်ဖြင့် ငွေပေးချေမှုကို လက်မခံနိုင်ကြချေ။ အဓိကပြဿနာမှာ ငွေပေးငွေယူလုပ်ငန်း လုံခြုံမှုပင်ဖြစ်သည်။

e-Payments ဆောင်ရွက်မှုကို စီမံအုပ်ချုပ်နေသော ဥပဒေကြောင်းဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံမရှိမှု သို့မဟုတ် မလုံလောက်မှုသည်လည်း ပါဝင်ပတ်သက်လျက်ရှိသည်။ ထို့ကြောင့် e-Banking အော်ပရေးရှင်းများ ဆောင်ရွက်သည့်ဘဏ်များသည် ယင်းတို့ကိုယ်တိုင်နှင့် ယင်းတို့၏ ဖောက်သည်များအကြား ဝန်ဆောင်မှု၊ သဘောတူညီမှုများ အသုံးပြုကြသည်။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများစွာတွင် နှိုင်းယှဉ်ချက်အားဖြင့် မဖွံ့ဖြိုးသေးသော အကြွေးဝယ်ကတ်လုပ်ငန်းသည်လည်း e-Commerce အတွက် အတားအဆီးတစ်ခုဖြစ်သည်။ လူဦးရေ၏ သေးငယ်သော အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုသာလျှင် သေးငယ်သော အကြွေးဝယ်ကတ်ပြား ဈေးကွက် အခြေခံအရ အင်တာနက်ပေါ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ ဝယ်ယူနိုင်ကြသည်။ ငွေပေးငွေယူလုပ်ငန်းကို ကျိုးကြောင်းညီညွတ်ပြီး ဥပဒေကြောင်းအရ လိုအပ်မှုဟုမစဉ်းစားမီ ကတ်ပိုင်ရှင်၏ အသေးစိတ်

ဖော်ပြထားသော သဘောတူညီချက် (ဥပမာ- ထိုးမြဲလက်မှတ်) ဆိုင်ရာ လိုအပ်မှုပြဿနာလည်း ရှိသေးသည်။ ယင်းလိုအပ်မှုသည် အမေရိကန် နှင့် အခြားဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများတွင် မရှိချေ။

### **\*အီလက်ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုစနစ် အသုံးပြုခြင်းတွင် သုံးစွဲသူများ၏ ယုံကြည်မှုအဆင့်အတန်း**

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံအများစုတွင် ငွေသားအခြေခံ စီးပွားရေးများရှိနေဆဲ ဖြစ်သည်။ ငွေသားကို လုံခြုံမှုမျှသာမက အမည်လျှို့ဝှက်ထားခြင်း အရပါ ငွေပေးချေမှု၏ ပိုမိုနှစ်လိုဖွယ်ရာကောင်းသော အခြေအနေဟု မှတ်ယူထားကြသည်။ အခြားနိုင်ငံများအတွက်မူ ပျောက်ဆုံးသွားသော သို့မဟုတ် ခိုးယူခံရသော အကြွေးဝယ်ကတ်နှင့် ဆက်စပ်သော ပေးဆပ်ရန်တာဝန် (Liability) အပေါ်တွင် ဥပဒေကြောင်းအရ ကန့်သတ်မှု၏မသေချာမှုနှင့် လိမ်လည်မှုကို စီရင်ဆုံးဖြတ်ခြင်းအတွက် ဥပဒေဘောင်အတိုင်းအတာ အားနည်းမှုနှင့် ပြုလုပ်ရန်များပြားမှုသည် လုံခြုံရေးနှင့် ပါဝင်ဆက်စပ်နေသည်။

ခြုံငုံဆိုရလျှင် အီလက်ထရွန်နစ်၏ ငွေပေးချေမှုစနစ်နှင့် စပ်လျဉ်း၍ သက်ဆိုင်ရာပြဿနာများကို ဖြေရှင်းရန် လိုအပ်သည်။ ယင်းတို့သည် မှတ်တမ်းထိန်းသိမ်းခြင်းတွင်ပါရှိသော စွမ်းဆောင်ရည် မှတစ်ဆင့် လိမ်လည်မှုအပေါ် သုံးစွဲသူအကာအကွယ်ပေးခြင်း၊ အပေး အယူလုပ်ငန်းသီးသန့်တည်ရှိပြီး အနှောင့်အယှက်ကင်းမှုနှင့် လုံခြုံမှုရှိ ခြင်း၊ သုံးစွဲသူများအားလုံးသို့ ညီမျှသော လက်ခံမှုကို သေချာစေရန် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော ငွေပေးချေမှုလုပ်ငန်းများနှင့် အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများ ရွေးချယ်မှုအခွင့်အရေးတို့ဖြစ်သည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲ နိုင်ငံများရှိ ဥပဒေဘောင်အတိုင်းအတာသည် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့်

အပေးအယူလုပ်ငန်းများနှင့် ငွေပေးချေမှုများ အစီအစဉ်များကို အသိ အမှတ်ပြု စတင်သင့်သည်။

### **e-Commerce မှ တစ်ဆင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆက်သွယ်မှုများ**

e-Commerce သည် end-to-end ဆက်ဆံရေးစီမံခန့်ခွဲမှု အဖြေများဖြင့် ဖော်ဆောင်သော စီးပွားရေးသစ်ဆက်ဆံရေးသို့ စီးပွားရေးဟောင်းဆက်ဆံရေး (ဒေါင်လိုက်/အလျားလိုက် ဆက်ဆံ ရေး) ကို အသွင်ပြောင်းသည်။ ဤသည်မှာ e-Commerce မှ တစ်ဆင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ဆက်ဆံမှုများ အသွင်ပြောင်းခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ e-Commerce သည် အဖွဲ့အစည်းကွန်ရက်များကို လွယ်ကူချောမောစေသည်။ ဤကွန်ရက်များတွင် အသေးစားလုပ်ငန်း များသည် ဖောက်သည်ဝယ်လိုအားများကို ပိုမိုထိရောက်အကျိုးရှိစွာ ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရန် ပစ္စည်းပေးသွင်းမှုများနှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း ဖြန့်ချိရေးအတွက် လက်တွဲဖော် အဖွဲ့အစည်းများအပေါ်တွင် မူတည် သည်။

ဖောက်သည်များ၊ အလုပ်သမားများ၊ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများ၊ ဖြန့်ချိသူများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်ဘက်များနှင့် ချိတ်ဆက်ထားသော ကွန်ရက် များ ကွင်းဆက်ကို စီမံခန့်ခွဲရန် ပေါင်းစည်းထားသော သို့မဟုတ် တိုးချဲ့ထားသော Supply Chain စီမံခန့်ခွဲမှု အဖြေရှင်းမှုများ လိုအပ် သည်။ Supply Chain Management (SCM) ကို ကုန်ပစ္စည်းများ၊ သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဘဏ္ဍာရေးကို ကြီးကြပ်ခြင်းအနေဖြင့် အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်သည်။ ယင်းတို့သည် ပစ္စည်းပေးသွင်းသူထံမှ ကုန်ထုတ်လုပ်သူသို့၊ ယင်းမှ လက်ကားရောင်းသူသို့၊ လက်ကားရောင်းသူမှ လက်လီရောင်းသူသို့၊ လက်လီရောင်းသူမှ စားသုံးသူထံသို့ ရွေ့လျား

ခြင်းဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ကုမ္ပဏီများအကြား ယင်းတို့ စီးဆင်းမှုများ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ ပါဝင်ပတ်သက်သည်။ ဝင်ရောက်အကျိုးရှိသော Supply Chain Management၏ ရည်မှန်းချက်သည် ကွင်းထဲတွင် နောက်ထပ်ချိတ်ဆက်သော ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို အချိန်ကိုက် ပံ့ပိုးကူညီခြင်းဖြစ်သည်။

Supply Chain Management (SCM)တွင် အဓိက စီးဆင်းမှု သုံးခုရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ-

- ၁။ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း စီးဆင်းမှု (The Product Flow)  
ယင်းစီးဆင်းမှုတွင် Supplier မှ ဖောက်သည်တစ်ဦးထံသို့ ကုန်ပစ္စည်းများ ရွေ့လျားမှုပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် ဖောက်သည်ထံမှ တုံ့ပြန်မှု သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှု လိုအပ်များ ပါဝင်သည်။
- ၂။ သတင်းအချက်အလက် စီးဆင်းမှု (The Information Flow)  
ယင်းတွင် အမှာလွှာများ ထုတ်လွှတ်ပေးပို့ခြင်းနှင့် ပို့ဆောင်မှု အဆင့်အတန်း နောက်ဆုံးအခြေအနေတို့ ပါဝင်သည်။
- ၃။ ဘဏ္ဍာရေးစီးဆင်းမှု (The Finances Flow)  
ယင်းတွင် အကြွေးပေးစနစ်၊ ငွေပေးချေမှုအစီအစဉ်များ၊ အပ်ကုန်စနစ်နှင့် ငွေကြေးခေါင်းစဉ်အလိုက် ပိုင်ဆိုင်မှု စီစဉ်မှုများ ပါဝင်သည်။

အချို့ SCM အသုံးချမှုများသည် ဖွင့်ထားသော အချက်အလက်ပုံစံများအပေါ်တွင် အခြေခံသည်။ ယင်းတို့သည် အင်တာပရိုက်စ်အတွင်းနှင့်အပြင် အချက်အလက်နှစ်ခုစလုံး မျှဝေခြင်းကို ပံ့ပိုးပေးသည်။ ယင်းကို တိုးချဲ့ထားသော အင်တာပရိုက်စ်ဟုခေါ်သည်။ ယင်းအင်တာပရိုက်စ်တွင် အဓိကပစ္စည်းပေးသွင်းသူများ၊ ကုန်ထုတ်သူများနှင့် တိကျသော ကုမ္ပဏီတစ်ခု၏ နောက်ဆုံးဖောက်သည်များ ပါဝင်သည်။ မျှဝေပေးသော အချက်အလက်တို့ အမျိုးမျိုးကွဲပြားသော အချက်အလက်စနစ်များ သို့မဟုတ် အချက်အလက်သိုလှောင်ရုံများတွင် ထားရှိသည်။ ယင်းတို့သည် များစွာသော ကွဲပြားခြားနားသော နေရာများနှင့် ကုမ္ပဏီများတွင် ရှိကြသည်။ ကုမ္ပဏီ၏ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများနှင့် ယင်းအချက်အလက်မျှဝေခြင်းနှင့် ကုမ္ပဏီ၏ဖောက်သည်များနှင့် ယင်းအချက်အလက်မျှဝေခြင်းတို့သည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတိုးတက်ရန် SCM အသုံးချမှုများကို ခွင့်ပြုသည်။ ထို့ပြင် ကုန်ကျစရိတ်များလျှော့ချရန်လည်း ခွင့်ပြုသည်။ ယင်းသည် အနာဂတ်လိုအပ်မှုများအတွက် လက်ရှိအရင်းအမြစ်များနှင့် စီမံချက်ကို ပိုမိုကောင်းမွန်ရန် Supply Chain အဖွဲ့အားလုံးကိုလည်း ခွင့်ပြုသည်။ ဤသည်မှာ e-Commerce သည် ဖောက်သည်များ၊ လုပ်သားများ၊ ပစ္စည်းပေးချင်သူများ၊ ဖြန့်ချိသူများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်ဘက်များကို မည်သို့ချိတ်ဆက်ကြောင်း ဖော်ပြသည်။

**e-Business model ၏ သက်ဆိုင်သော အစိတ်အပိုင်းများ**

e-Business မော်ဒယ်ပုံစံတစ်ခုတွင် တစ်ဖက်ဖော်ပြပါတို့ ပါဝင်ရမည်ဖြစ်သည်။

၁။ မျှဝေထားသော ဒစ်ဂျစ်တယ် ဘီဇက် အခြေခံအဆောက်အအုံ

ယင်းတွင် ဒစ်ဂျစ်တယ်ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဖြန့်ချိရေးနည်းပညာများ (broadband/ဝါယာလက်ကွန်ရက်များ၊ content/ ဖန်တီးခြင်းနည်းပညာများနှင့် သတင်းအချက်အလက်စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်များ) ပါဝင်သည်။ ယင်းတို့သည် များများစားစား ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်နှင့် နယ်ပယ်ဖန်တီးရန်နှင့် အသုံးချရန် လုပ်ငန်းပါဝင်ဆောင်ရွက်သူများကို ခွင့်ပြုမည်ဖြစ်သည်။

၂။ အော်ပရေးရှင်းများအတွက် ခေတ်စီဆန်းပြားသော မော်ဒယ်ပုံစံ

ဤပုံစံတွင် Supply Chains နှင့် Buy Chains နှစ်ခုစလုံး ပါဝင်သော ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော Value Chain များပါဝင်သည်။

၃။ e-Business စီမံခန့်ခွဲမှု မော်ဒယ်ပုံစံ

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့များနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များ ဤပုံစံတွင် ပါဝင်သည်။

၄။ ပေါ်လစီ၊ စည်းမျဉ်းနှင့် လူမှုရေးစနစ်များ

ဤစနစ်များတွင် e-Commerce ဥပဒေများ၊ ကွန်ရက်ပြုလုပ်ခြင်းလုပ်ငန်း၊ အဝေးသင်လေ့လာရေး၊ မက်လုံးပေးအစီအစဉ်များနှင့် ကိုက်ညီမှုရှိသော ဘီဇက်ပေါ်လစီများ ပါဝင်သည်။

ဤတွင် e-Business မဟာဗျူဟာဆိုင်ရာ ဖန်တီးတတ်သော နေရာယူမှု သာဓကတစ်ခုကို တင်ပြချင်ပါတယ်။ ယင်းမှာ Dawson ရှေးဟောင်းပစ္စည်းလုပ်ငန်းနှင့် Sotheby ၏ အွန်လိုင်းလေလံပွဲနေရာများပင်ဖြစ်သည်။

Dawson's ၏ ရှေးဟောင်းပစ္စည်းလုပ်ငန်းသည် ၂၃ နှစ်ကြာ သက်တမ်းရှိပြီဖြစ်သော ရှေးဟောင်းဘီဇက်လုပ်ငန်းဖြစ်သည်။ အွန်လိုင်းလေလံတင် Site များ ထွက်ပေါ်လာမှုနှင့်အတူ Linda Dawson သည် ယင်း၏လုပ်ငန်းရှင်သည် လွတ်မြောက်ရန်အလို့ငှာ ယင်း၏ဘီဇက်မဟာဗျူဟာတွင် အင်တာနက်ကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားရန် လိုအပ်မှုကို ကြိုမြင်ရုံမျှမက အားသာချက်ရယူရန်လည်း ကြိုမြင်ခဲ့သည်။

ထိုအတောအတွင်း Sotheby's အမည်ရှိ တိုးတက်နေသော အွန်လိုင်းလေလံနေရာသည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် ပိုမိုကြီးမားသော ပရိသတ်ကို ဆွဲဆောင်ရန် ယင်း၏လေလံပစ္စည်း ထားသိုထိန်းသိမ်းမှု စနစ်ကို မြှင့်တင်ခြင်း၏ အကျိုးကျေးဇူးအား သိရှိသဘောပေါက်ကြသည်။ Sotheby's သည် အကြီးမားဆုံး အွန်လိုင်း လေလံပွဲကျင်းပနေရာများဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ယင်း၏ Website ကို ဖွင့်ခြင်းဖြင့် ယင်း၏ အင်တာနက်မဟာဗျူဟာကို ပြန်လည်သုံးသပ်ခဲ့သည်။ ယင်း၏ဝက်ဘ်ဆိုက်မှာ Sothebys.com ဖြစ်သည်။ ယင်း

ဝက်ဘ်ဆိုက်ကို အွန်လိုင်းလေလံတင်နေရာများ အတွက် ပိုမိုသေးငယ်သော ကိုယ်စားလှယ်များနှင့် လေလံတင် နေရာများအတွက် ဖွင့်လှစ်ပေးသည်။ ယင်းချဉ်းကပ်မှုနှင့် အတူ Sotheby သည် ယင်း၏ ကုန်ပစ္စည်းသိုလှောင် ထုတ်ပေးမှုစနစ်တွင် အတွေ့အကြုံရရှိခဲ့သည်။ ယင်းသည် ပိုမိုကြီးမားသော ဈေးကွက်ကို ဆွဲဆောင်ခဲ့သည်။ ပိုမို လွယ်ကူစေရန် Sotheby's သည် ယင်း၏ အဖွဲ့ဝင်များ အတွက် ဝက်ဘ်ဆိုက်ကို ပုံပိုးရုံမျှမက Dawson's အဖွဲ့သားများကို ကူညီခဲ့သည်။ ဘီလ်အားလုံးနှင့် စုစည်း ကောက်ယူမှုအားလုံးကိုလည်း ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရန် စီစဉ်ခဲ့ သည်။ ယင်း မဟာဗျူဟာ အောက်တွင် အဖွဲ့ဝင် ၄၆၆၀ ဦး စာရင်းပေးသွင်းခဲ့သည်။ Dawson အတွက်မူ e-business အရောင်းသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်လယ်ပိုင်းတွင် စုစုပေါင်း အရောင်း ၏ ၂၅ ရာခိုင်နှုန်း ရရှိခဲ့သည်။ ၂၀၀၁ ခုနှစ်၊ ဇန်နဝါရီလ တွင် ၅၀ ရာခိုင်နှုန်း ရရှိခဲ့သည်။

### အောင်မြင်သော e-Commerce လုပ်ငန်းကွင်းဆက်များ

e-Commerce သည် သမားရိုးကျ စီးပွားရေးအပေးအယူ လုပ်ငန်းတွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော အခြားရွေးချယ်စရာ နည်းလမ်းဖြစ်ရန်လို သည်။ အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုသည် e-Commerce ၏ အကျိုးကျေးဇူး များ အများဆုံးရရှိရန်အတွက် နည်းပညာကိစ္စရပ်များ စဉ်းစားရန်လို သည်။ ထို့ပြင် စွမ်းဆောင်ပေးနိုင်သော ကိစ္စရပ်များကို စဉ်းစားရန်လို သည်။ ပုံစံကျသော e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်း ကွင်းဆက်

တွင် အောက်ပါအဓိကဆောင်ရွက်သူများနှင့် ဆက်စပ်နေသော လိုအပ်ချက်များ ပါဝင်သည်-

ရောင်းချသူ (Seller) တွင် အောက်ပါအချက်များ ရှိသင့် သည်-

e-Commerce စွမ်းဆောင်ရည်ပါရှိသော ကော်ပိုရိတ် ဝက်ဘ်ဆိုက် (ဥပမာ-လုံခြုံမှုရှိသော အပေးအယူ လုပ်ငန်း Server)

ကော်ပိုရိတ်အင်ထရနက် (သို့မှသာ အော်ဒါများကို စွမ်းရည်ရှိသော အသွင်ဖြင့် လုပ်ငန်းစဉ်ဆောင်ရွက် နိုင်မည်။)

သတင်းအချက်အလက် စီးဆင်းမှုများကို စီမံခန့်ခွဲရန်နှင့် e-Commerce စနစ်ကို ထိန်းသိမ်းရန် အိုင်တီ နားလည် တတ်ကျွမ်းသော ဝန်ထမ်းများ။

အပေးအယူလုပ်ငန်း စီးပွားဖက် (ပါတနာ) များတွင် အောက်ပါတို့ပါဝင်သည်-

အပေးအယူလုပ်ငန်း\* ရှင်းလင်းရေးကို ဆောင်ရွက် ပေးစွမ်းသော ဘဏ်အဖွဲ့အစည်းများ (အကြွေးပေးကတ် ငွေပေးချေမှုနှင့် အီလက်ထရွန်နစ် ရန်ပုံငွေလွှဲပြောင်း မှုများဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းစဉ်ဆောင်ရွက်ခြင်း)

နိုင်ငံအတွင်း၊ နိုင်ငံဝန်းကျင်နှင့် နိုင်ငံပြင်ပတွင် ကုန် ပစ္စည်းရွေ့လျားမှုကို စွမ်းဆောင်ပေးရန် အမျိုးသား အဆင့်နှင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်ပစ္စည်းတင်ပို့သည့် ကုမ္ပဏီများ၊ လုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့ အပေးအယူ လုပ်ငန်းအတွက် စနစ်သည် အသေးစားထုပ်ပိုးမှုများ၏

ကုန်ရကျိုးနပ်သော ပို့ဆောင်မှုအတွက် နည်းလမ်းတစ်ခုကို ပေးစွမ်းရမည်။

- \* အပေးအယူလုပ်ငန်းများ၏ ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် လုံခြုံမှုကို အာမခံရန် ယုံကြည်ရသော တတိယအဖွဲ့ (Third Party) အနေနှင့် ဆောင်ရွက်သော စစ်မှန်သည့် ဩဇာအာဏာရှိမှု။

စားသုံးသူများ (Consumers)(လုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့ အပေးအယူလုပ်ငန်း) (B2C)

- \* အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားများ ကျယ်ပြန့်သော အသုံးပြုမှုကို စွမ်းဆောင်ပေးနိုင်သော၊ သုံးစွဲနိုင်သော ဝင်ငွေနှင့် အင်တာနက်ကို လက်ခံသော၊ အရေးပါသော လူအတော်များများကို ဖွဲ့စည်းထူထောင်ရမည်။
- \* မျက်မြင်ကိုယ်တိုင် ပစ္စည်းများဝယ်ယူခြင်းထက်စာလျှင် အင်တာနက်ပေါ်မှ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ၊ ဝယ်ယူခြင်းအတွက် အတွေးအခေါ်တစ်ခုကို ပိုင်ဆိုင်ရမည်။

### စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများ (Firms/Business)

လုပ်ငန်းမှလုပ်ငန်းသို့ အပေးအယူလုပ်ငန်း B2B တွင် အင်တာနက်လက်ခံမှုနှင့်အတူ အထူးသဖြင့် Supply Chains အတွင်း အရေးပါသော ကုမ္ပဏီများကို ဖွဲ့စည်းထူထောင်စုစည်းရမည်။ အင်တာနက်မှ အော်ဒါများကို မှာယူနိုင်သော စွမ်းရည်ကို ယင်းကုမ္ပဏီများတွင် ရှိရမည်။

### အစိုးရ (Government)

- \* အစိုးရအနေဖြင့် e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်းကို စီမံအုပ်ချုပ်သော တရားဝင်ဘောင် အတိုင်းအတာတစ်ခု ထူထောင်ရန်ဖြစ်သည်။ ယင်း e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် အီလက်ထရွန်နစ် စာရွက်စာတမ်းများ၊ လက်မှတ်များ ပါဝင်သည်။
- \* တရားဝင်အဖွဲ့အစည်းများသည် ဥပဒေဘောင် အတိုင်းအတာကို တွန်းအားပေးလိမ့်မည်။ ယင်း ဘောင်အတိုင်းအတာတွင် ဥပဒေများနှင့် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများတွင် ပါဝင်သည်။ ယင်းတရားဝင်အဖွဲ့အစည်းများသည် အခြားသူများအကြား လိမ်လည်မှုမှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် စားသုံးသူများကို အကာအကွယ်ပေးသည်။

### အင်တာနက် (Internet)

နောက်ဆုံးတွင် အင်တာနက်သည် အောင်မြင်သော အသုံးပြုမှုဖြစ်လာသည်။ ယင်းသည် အောက်ပါအချက်များတွင် မူတည်သည်-

- \* အားကောင်းပြီး ယုံကြည်စိတ်ချအားထားရသော အင်တာနက်အခြေခံအဆောက်အအုံ။
- \* အင်တာနက်ပေါ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းများဝယ်ယူခြင်းနှင့် အချိန်ကုန်သော စားသုံးသူများကို ဒုက္ခပေးသည့် ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ဖွဲ့စည်းမှု။ (ဥပမာ-ဒေသတွင်း ဖုန်းခေါ်မှုများနှင့် ISP access နှစ်ခုစလုံးအတွက် ပုံသေ သတ်မှတ်ထားသော လစဉ်နှုန်းထား။)

e-Commerce ရှင်သန်ကြီးထွားရန်အတွက် အထက်ပါ အချက်အလက်များ လိုအပ်သည်။ ဤတွင် အင်တာနက်သည် e-Commerce နှင့် ဆက်စပ်နေသည်ကို ရှင်းပြလိုသည်။ အင်တာနက်သည် ဈေးမကြီးဘဲ ယုံကြည်စိတ်ချအားထားစွာ ချိတ်ဆက်နိုင်ရန် ကမ္ဘာအနှံ့အပြားမှ လူများကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ နည်းပညာဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံအနေဖြင့် ယင်းသည် ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာ ကွန်ရက်အဖွဲ့အစည်း ဖြစ်သည်။ ပရိုတိုကော အစုအဝေးအသုံးပြုလျက် သတင်းအချက်အလက်ရရှိ ချိတ်ဆက်ပေးသည်။ လူနှင့် သတင်းအချက်အလက် ကွန်ရက်များအနေဖြင့် အင်တာနက်သည် e-Commerce ကို စွမ်းဆောင်ပေးသည်။ အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ရောင်းချရန် အင်တာနက်က လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ပေးသည်။

အင်တာနက်ကို စီးပွားရေးရည်ရွယ်ချက်များအတွက် အသုံးမချမီ ကုမ္ပဏီများသည် EDI (Electronic Data Interchange) ကဲ့သို့သော ပုဂ္ဂလိကကွန်ရက်များ အသုံးပြုသည်။ ယင်းသည် e-Commerce ၏ စောစောပိုင်း ပုံစံဖြစ်သည်။ သို့သော် ပုဂ္ဂလိကကွန်ရက်များ တပ်ဆင်ခြင်းနှင့် ထိန်းသိမ်းခြင်းသည် အလွန်ဈေးကြီးသည်။ အင်တာနက်နှင့်အတူ e-Commerce သည် လျင်မြန်စွာ ပျံ့နှံ့ခဲ့သည်။ အင်တာနက်သည် Open Standards များအပေါ်တွင် အခြေခံသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

### **e-Commerce ၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများ**

e-Commerce ၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများကို လေ့လာကြည့်လျှင် ပစ္စည်းပေးသွင်းသူ၊ ထုတ်လုပ်သူ (Supplier/Producer)၊

စားသုံးသူ (သုံးစွဲသူ) (Consumer) နှင့် လူမှုအဖွဲ့အစည်း (Society) အချက်သုံးချက်ဖြင့် ရှုမြင်နိုင်သည်။

### **ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများ၊ ထုတ်လုပ်သူများ (Suppliers/Producers)**

ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများဘက်မှ ရှုမြင်လျှင် e-Commerce ၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများတွင် အချက်ခြောက်ချက်တို့ ပါဝင်သည်။ ပထမအချက်မှာ ကမ္ဘာအနှံ့ရောက်ရှိခြင်းဖြစ်သည်။ ဒုတိယအချက်မှာ တစ်ရက်လျှင် ၂၄ နာရီ၊ တစ်ပတ်လျှင် ခုနစ်ရက်ရှိနေခြင်းဖြစ်သည်။ တတိယအချက်မှာ ကြားလူများဖယ်ရှားရန် အလားအလာရှိခြင်းဖြစ်သည်။ စတုတ္ထအချက်မှာ စစ်မှန်သောအချိန်တွင် ကတ်တလောက်များကို နောက်ဆုံးအခြေအနေအထိ ရရှိရန်စွမ်းရည်ဖြစ်ပြီး တစ်ဦးချင်းပေးစွမ်းနိုင်မှုများအတွက် အလားအလာရှိခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ပဉ္စမအချက်မှာ အပေးအယူကုန်ကျစရိတ်များ သာဓိဋ္ဌာန်ပါးခြင်းဖြစ်သည်။ ဆဋ္ဌမအချက်မှာ အော်ဒါ (အမှာလွှာ) လမ်းကြောင်းပုံစံတွင် တိုးတက်မှုရှိသော ဖောက်သည်အကူအညီပေးမှု၊ ကိုယ်တိုင်ဝန်ဆောင်မှုပေးသော သတင်းအချက်အလက် ပြန်လည်ထုတ်ယူခြင်းနှင့် သီးခြားပြောဆို ဆွေးနွေးမှုများဖြစ်သည်။

အင်တာနက်သည် နောက်ဆုံးသုံးစွဲသူများနှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်သွယ်ရန် အမည်ပေးသွင်းမှုတွင် ပါဝင်သူအားလုံးကို စွမ်းဆောင်ပေးသည်။ ယင်းသည် ကြားခံဆက်သွယ်မှုကင်းဝေးရန် ဦးတည်ပေးနိုင်သည်။ နောက်ဆုံးဖောက်သည်နှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်သွယ်မှုသည် အင်တာနက်က စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အပေးအယူလုပ်ခြင်းများကို ယူဆောင်သော အဓိကတော်လှန်ရေးပင်ဖြစ်သည်။

OECD ၏ အစီရင်ခံချက်အရ အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် e-Commerce ၏ ဖြန့်ချိရေးကုန်ကျစရိတ်အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိခဲ့သည်။ ဥပမာအားဖြင့် လေကြောင်းလက်မှတ်များအတွက် သမားရိုးကျနှင့် အင်တာနက်အခြေခံရောင်းချမှုအကြား စုဆောင်းမှုများသည် ဘဏ်လုပ်ငန်းအတွက် ၈၇ မှ ၈၉ ရာခိုင်နှုန်း အထိရှိသည်။ ဘီလ်ပေးချေမှုအတွက် ၆၇ မှ ၇၁ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ အသက်အာမခံအတွက် ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ဆော့ဖ်ဝဲဖြန့်ချိမှုအတွက် ၉၇ မှ ၉၉ ရာခိုင်နှုန်း အထိရှိသည်။

သုံးစွဲသူများနှင့် တိုက်ရိုက်ထိတွေ့မှုအပိုင်းမှကြည့်လျှင် ဖောက်သည်ဆက်ဆံရေး၊ စီမံခန့်ခွဲမှုကို အင်တာနက်က တော်လှန်ပစ်ခဲ့ပြီဖြစ်သည်။ အော်ဒါများကို တကယ်လိုချင်သောအချိန်တွင် ရနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် စုံစမ်းမေးမြန်းမှုများကို ကြီးပမ်းမှုအနည်းငယ်မျှနှင့် တိကျစွာ ဖြေဆိုနိုင်သည်။ ကောင်းစွာပုံဖော်ထားသော online help စနစ်များနှင့် လူသားကြားဝင်မှုမပါရှိဘဲ သုံးစွဲမှုများ၏မေးခွန်းများကို တစ်ဦးချင်းဖြေကြားနိုင်သည်။ နောက်ဆုံးတွင် ဖောက်သည်များနှင့် သီးခြားဆွေးနွေးပြောဆိုမှုအတွက် အလားအလာကို ကြီးမားစွာ မြှင့်တင်နိုင်ခဲ့သည်။

အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် အီးကောမာ့စ်သည် ဝင်ရောက်မှုကုန်ကျစရိတ်နှင့် အပေးအယူကုန်ကျစရိတ်နှစ်ခုစလုံးကို နည်းပါးစေရန် ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။ ထို့ပြင် ပိုမိုကြီးမားသော ဈေးကွက်သို့ ပထဝီဝင်ဆိုင်ရာ ရောက်ရှိမှုကိုတိုးချဲ့ရန် စွမ်းရည်ကိုဖြည့်ဆည်းပေးသည်။ ဤအချက်က အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ (SMES) ကို လွယ်လင့်တကူ ရရှိစေသည်။

### သုံးစွဲသူများ (Consumers)

သုံးစွဲသူများအတွက် အကျိုးကျေးဇူးများတွင် အောက်ပါတို့ ပါဝင်သည်-

- ၁။ နေအိမ်မှ သက်သောင့်သက်သာ ဈေးဝယ်နိုင်သည်။
- ၂။ ကမ္ဘာအနှံ့ ရွေးချယ်မှုများကို လက်ခံနိုင်သည်။
- ၃။ ကုန်ကျစရိတ် ယှဉ်ပြိုင်မှုများကို လက်ခံရရှိနိုင်သည်။
- ၄။ မားကတ်တင်း သတင်းအချက်အလက်များကို လက်ခံရရှိသည်။
- ၅။ ဒစ်ဂျစ်တယ်ကုန်ပစ္စည်း (ဥပမာ-တေးဂီတ) ကို စမ်းသပ်ရန် အခွင့်အလမ်းရှိသည်။
- ၆။ အချိန်မရွေး ဈေးဝယ်ရန် စွမ်းရည်ရှိသည်။
- ၇။ ဒစ်ဂျစ်တယ်ကုန်ပစ္စည်းများကို ချက်ချင်း download ပြုလုပ်နိုင်သည်။
- ၈။ တစ်ကိုယ်ရေ ဝန်ဆောင်မှု ပြုလုပ်နိုင်သည်။
- ၉။ ဖုန်းလိုင်း စောင့်ဆိုင်းနေစရာမလိုချေ။
- ၁၀။ အရောင်းသမား မလိုချေ။
- ၁၁။ ရောင်းချမှုကို လွယ်ကူချောမောစေရန် အသိဉာဏ်ရှိသော အေးဂျင့်များရှိသည်။

ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းသယ်ယူပို့ဆောင်မှု၏ ဆန်းသစ်ဖန်တီးသော နည်းလမ်းများသည် ကြီးထွားလာခဲ့ပြီ ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် မဝယ်ယူရန် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းကိုစမ်းသပ်ရန် စားသုံးသူများ၏ အရည်အသွေးကို မြှင့်တင်ပေးနေသည်။

## \* အဖွဲ့အစည်း

စီးပွားရေးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုအဖွဲ့အစည်း (OECD) က ကျယ်ပြန့်သော ရည်မှန်းချက်ငါးရပ်သို့ e-Commerce ၏ စီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးအကျိုးသက်ရောက်ကို အနှစ်ချုပ်ဖော်ပြထားသည်မှာ ဤသို့ဖြစ်သည်-

၁။ e-Commerceသည် ဈေးကွက်နေရာကို အသွင်ပြောင်းပေးသည်။

၂။ ယင်းတွင် ဓာတ်ကူပစ္စည်း အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိသည်။

၃။ ယင်းသည် စီးပွားရေးတွင် အပြန်အလှန်ဆောင်ရွက်မှုကို မြှင့်တက်စေသည်။

၄။ ယင်းသည် ပွင့်လင်းမှုကို အခြေခံသည်။

၅။ ယင်းသည် ဆက်စပ်လျက်ရှိသော အချိန်၏အရေးပါမှုကို ပြောင်းလဲပေးသည်။

ယင်းရည်မှန်းချက်များသည် e-Commerce အရာထင်မှု၏ ကျယ်ပြန့်မှုကိုဖော်ပြသည်။ ယင်းရည်မှန်းချက်များကို အလေးအနက် ဖော်ပြခြင်းသည် ထုတ်လုပ်သူများ၊ ကြားလူများနှင့် နောက်ဆုံးသုံးစွဲသူများအကြား အပြန်အလှန်ဆောင်ရွက်မှုကို မြှင့်တက်စေသည်။

Intelligent software agent များ၏ အကူအညီနှင့် e-Commerce သည် ထုတ်လုပ်သူများ၊ ကြားခံလူများနှင့် နောက်ဆုံးသုံးစွဲသူများအကြား အပြန်အလှန်ဆောင်ရွက်မှုကို မြှင့်တက်စေသည်။ ယင်းသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ပိုမိုနှစ်သက်ဖွယ်ရာများနှင့် ပတ်သက်သော အချက်အလက်ကို မေးမြန်းရန်ကဲ့သို့ ကူညီပံ့ပိုးရန် လည်း ယခုအခါ ပို၍လွယ်ကူလာသည်။

ကုန်စည်သစ်များ ပုံဖော်ခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်တွင် စားသုံးသူများ ပါဝင်ဆောင်ရွက်ခြင်း မြင့်တက်လာမှုသည် စားသုံးသူပိုမိုနှစ်သက်မှုများနှင့် ပိုမိုကောင်းမွန်သော လိုက်ဖက်မှုရရှိရန် ဝယ်ယူစိတ်ကြိုက်ဆောင်ရွက်ခြင်းဆိုင်ရာ အခွင့်အလမ်းများကို ကိုယ်စားပြုသည်။ ယင်းသည် ခေတ်ဟောင်းစီးပွားရေး၏ ကုန်သွယ်မှုအမှတ်အသားဖြစ်သော စံသတ်မှတ်ခြင်းနှင့် ဆန့်ကျင်ဘက်ဖြစ်သည်။ နောက်ဆုံးတွင် ယင်းသည် ပွင့်လင်းမှု၏ယဉ်ကျေးမှုကို မွေးဖွားရန် မျှော်လင့်ရသည်။ ဤသည်ပင်လျှင် အင်တာနက်၏အခြေခံအသွင်အပြင်လက္ခဏာပင် ဖြစ်ပေသည်။

e-Commerce သည် မညီမျှမှု၏ အရင်းအမြစ်သစ်တွင် ကဏ္ဍသစ်တစ်ခုဖွင့်လှစ်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ပေါ်ပြူလာဖြစ်နေသော digital divide ပင်ဖြစ်သည်။ ထုတ်လုပ်မှုဘက်မှကြည့်လျှင် အင်တာနက်သည် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ အွန်လိုင်းပေါ်တွင်ရောင်းချရန် အခွင့်အလမ်းများကို ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။ သို့ရာတွင် စားသုံးသူဘက်မှကြည့်လျှင် အင်တာနက်ကို လက်ခံနိုင်သော ပီစီနှင့် တယ်လီဖုန်းလိုင်းပိုင်ဆိုင်ရန် တတ်နိုင်သော သူများသာလျှင် အမှန်အကန်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် ပိုမိုကောင်းမွန်သော တယ်လီဖုန်းအခင်းအကျင်းရှိသည့် နိုင်ငံများတွင် အွန်လိုင်းအပေးအယူ လုပ်ငန်းများ၏ အကျိုးကျေးဇူးများကို စူးစမ်းလေ့လာခြင်းဆိုင်ရာ ကွဲပြားသော အားသာချက်ရှိလိမ့်မည် ဖြစ်သည်။

နောက်ထပ်အကျိုးကျေးဇူးမှာ e-Government ဖြစ်သည်။ အစိုးရလုပ်ငန်းများတွင် အင်တာနက်အသုံးပြုခြင်းမှ အဖွဲ့အစည်းကရံနိုင်သော အနည်းဆုံးနယ်ပယ်နှစ်ခုရှိသည်။ ပထမနယ်ပယ်မှာ ဝန်ဆောင်မှု

လုပ်ငန်းများကို အီလက်ထရွန်နစ်နည်းအားဖြင့် သယ်ယူပို့ဆောင်နိုင်မှု နယ်ပယ်ဖြစ်သည်။ နောက်ထပ်တစ်ခုမှာ အီလက်ထရွန်နစ် ဝယ်ယူမှု စနစ်မှတစ်ဆင့် ရရှိသောနယ်ပယ်ဖြစ်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ကမ္ဘာ၏အစိတ်အပိုင်းအနေဖြင့်လည်းကောင်း၊ ကမ္ဘာအနှံ့အပြားတွင် လည်းကောင်း မြေစမ်းခရမ်းပျိုးနေသော နိုင်ငံဖြစ်သည်။

အာဆီယံအတွက် ယင်းအကျိုးသက်ရောက်မှုအားလုံးကို အသုံးပြုသင့်သည်။ မျက်မှောက်ခေတ် အာဆီယံအတွက် သိသိသာသာအရေးပါမှုမှာ e-Commerce အနေဖြင့် အင်တာနက်မှ တစ်ဆင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ (SMEs) ကူညီပံ့ပိုးသော အခွင့်အလမ်းများပင်ဖြစ်သည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမော်ဒယ် တစ်ခုကို ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတွင် စတင်ခဲ့သည်။ နိုင်ငံတကာ ဘဏ္ဍာရေး ကော်ပိုရေးရှင်းနှင့်အတူ Planters Development Bank (ပြည်တွင်း ဖွံ့ဖြိုးမှုဘဏ်)၊ e Vicor (Silicon valley အင်ဂျင်နီယာနှင့် အတိုင်ပင်ခံ အဖွဲ့အစည်း)၊ ဖိလစ်ပိုင်စက်မှုလက်မှုနှင့် ကုန်သည်ကြီးများအသင်း၊ အာရှစီမံခန့်ခွဲမှု သိပ္ပံတို့သည် e-Planters ဟုခေါ်သော SMEs အတွက် Portal တစ်ခုကို ထူထောင်ရန် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခဲ့ကြသည်။ ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများတွင် Web hosting နှင့် ငွေပေးချေစနစ်များ ပါဝင်သည်။ ဝန်ဆောင်မှုကို ကော်မရှင်အခြေခံဖြင့် ပေးသည်။

အာဆီယံဒေသအနေဖြင့်ကြည့်လျှင် အာဆီယံနိုင်ငံများအကြား ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော အားသာချက်တွင် ကွဲပြားခြားနားမှုကို စူးစမ်းလေ့လာရှာဖွေရန် ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များကို ကူညီပံ့ပိုးရေးအတွက် အင်တာနက်ကို အသုံးပြုရဦးမည်ဖြစ်သည်။



## အခန်း (၅)

### e-Commerce, e-Business နှင့် အင်တာနက်စီးပွားရေး

အီးကောမာ့စ် (Electronic commerce) သည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် အွန်လိုင်းအင်တာနက် လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ၏ ကျယ်ပြန့်သောအမျိုးအစားကို ရည်ညွှန်းပေးသည်။ ယင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအပေးအယူလုပ်သော နှစ်ဦးနှစ်ဖက်သည် ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာဖလှယ်မှု သို့မဟုတ် တိုက်ရိုက်ဖလှယ်မှုထက် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းအရ အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်သည်။

e-Commerce သည် များသောအားဖြင့် အင်တာနက်ပေါ်တွင် ဝယ်ခြင်း၊ ရောင်းခြင်းနှင့် ပတ်သက်သည်။ ယင်းသည် ကွန်ပျူတာက ပံ့ပိုးပေးသော ကွန်ရက်မှတစ်ဆင့် ကုန်ပစ္စည်းများ သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအသုံးပြုရန် ပိုင်ဆိုင်မှု သို့မဟုတ် အခွင့်အရေးများ လွှဲပြောင်းခြင်းနှင့်ပတ်သက်သော အရောင်းအဝယ်လုပ်မှု တစ်စုံတစ်ရာကို ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့်ပတ်သက်သည်။ e-Commerce နှင့် ပတ်သက်၍ ပိုမိုပြည့်စုံသော အဓိပ္ပာယ်မှာ ဤသို့ဖြစ်သည်။ e-Commerceသည် အီလက်ထရွန်နစ်ဆက်သွယ်ရေးနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ် သတင်းအချက်အလက် လုပ်ငန်းစဉ်နည်းပညာ အသုံးပြုမှုပင် ဖြစ်သည်။

ဤနေရာတွင် e-Commerce နှင့် e-Business တို့၌ ကွဲပြားသော အယူအဆများရှိသည်။ e-Commerce တွင် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာ (အိုင်စီစီ) ကို လုပ်ငန်းများ အကြားတွင်လည်းကောင်း၊ အဖွဲ့အစည်းများအကြားတွင်လည်းကောင်း အသုံးပြုသည်။ ထို့ပြင် လုပ်ငန်းမှစားသုံးသူ (business-to-consumer) အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် အသုံးပြုသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် e-Business တွင် အိုင်စီစီသည် တစ်ဦးတစ်ယောက်၏ ဘီဇက်ကို မြှင့်တင်ရန်အသုံးပြုသည်။ ယင်းတွင် ကွန်ပျူတာက ဖော်ဆောင်သော ကွန်ရက်အပေါ်တွင် လုပ်ငန်း အဖွဲ့အစည်းက ဆောင်ရွက်သော လုပ်ငန်းစဉ်တစ်ခုပါဝင်သည်။ e-Business ၏ ပြည့်စုံကျယ်ပြန့်သော အဓိပ္ပာယ်မှာ ဤသို့ဖြစ်သည်-

စင်စစ် e-Business ဟူသည်မှာ နည်းပညာများအသုံးချမှု၊ စီးပွားရေးသစ်၏ အတွေးအခေါ်များနှင့် တွက်ချက်နေသော ပါရာနိုင်ငံတို့မှတစ်ဆင့် အပိုဖြည့်စွက်သော ဖောက်သည်တန်ဖိုးကို ပို့ဆောင်ရန် အဖွဲ့အစည်းတစ်ခု၏ လုပ်ငန်းစဉ်များအသွင်ပြောင်းခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

e-Business တွင် အခြေခံလုပ်ငန်းစဉ်သုံးရပ်ကို အဆင့်မြှင့်ထားသည်။ ယင်းတို့မှာ-

- ၁။ ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းစဉ်များ (Production Processes)
- ၂။ ဖောက်သည်ကို အာရုံစိုက်သည့် လုပ်ငန်းစဉ်များ (customer-focused processes)
- ၃။ ဌာနတွင်းစီမံခန့်ခွဲမှု လုပ်ငန်းစဉ်များ (Internal Management Processes) တို့ဖြစ်သည်။

ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းစဉ်များတွင် ဝယ်ယူရေး၊ အော်ဒါရရှိရေးနှင့် ကုန်စည်များ ထုတ်လုပ်ထိန်းသိမ်းရေးတို့ပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် ငွေပေးချေရေးလုပ်ငန်းစဉ်များ၊ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်ချိတ်ဆက်မှုများ ထုတ်လုပ်မှု ထိန်းချုပ်မှုလုပ်ငန်းစဉ်များ ပါဝင်သည်။

ဖောက်သည်အာရုံစိုက်သည့် လုပ်ငန်းစဉ်များတွင် ပရိုမိုးရှင်းနှင့် မားကက်တင်းကြိုးပမ်းမှုများ၊ အင်တာနက်ပေါ်တွင် ရောင်းချခြင်း၊ ဖောက်သည်ဝယ်ယူမှုအော်ဒါများနှင့် ငွေပေးချေမှုလုပ်ငန်းစဉ်များ၊ ဖောက်သည်ပံ့ပိုးရေးလုပ်ငန်းစဉ်များ ပါဝင်သည်။

ဌာနတွင်း စီမံခန့်ခွဲမှုလုပ်ငန်းစဉ်များတွင် ဝန်ထမ်းဝန်ဆောင်မှုများ၊ သင်တန်း၊ ဌာနတွင်း သတင်းအချက်အလက်မျှဝေခြင်း၊ ဗီဒီယိုကွန်ဖရင့်ပြုလုပ်ခြင်းနှင့် ဝန်ထမ်းသစ်ခန့်ထားခြင်းတို့ ပါဝင်သည်။ အီလက်ထရွန်နစ်အသုံးချမှုများသည် အရောင်းအင်အား ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားမြှင့်တင်ရန် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် အရောင်းအင်အားအကြား သတင်းအချက်အလက်စီးဆင်းမှုကို မြှင့်တင်ပေးသည်။

စင်စစ် အင်တာနက်စီးပွားရေးသည် e-Commerce နှင့် e-Business ထက် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သော အယူအဆတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယင်းတွင် e-Commerce နှင့် e-Business ပါဝင်သည်။ စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးအတွက် ကြားခံဗီဒီယိုတစ်ခုအနေဖြင့် အီလက်ထရွန်နစ်ကွန်ရက်များ အသုံးပြုလျက် စီးပွားရေးလှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများအားလုံးကို ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ ထို့ပြင် အင်တာနက်သို့ ချိတ်ဆက်ထားသော ကွန်ရက်များတည်ဆောက်ခြင်းနှင့် အသုံးချဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ဝယ်ယူခြင်း နှစ်ခုစလုံးတွင် ပါဝင်ပတ်သက်သော လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများနှင့် ဆက်နွှယ်သည်။ ယင်းသည်

အဓိကကျသော အဓိကအကန့်သုံးခုကို ဖန်တီးပြုလုပ်ပေးသည်။ ယင်းတို့မှာ ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာ အိုင်စီတီအခြေခံအဆောက်အအုံ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အခြေခံအဆောက်အအုံနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးတို့ဖြစ်သည်။

ဤတွင် တက္ကဆက်(ခံ) တက္ကသိုလ်ရှိ သုတေသနနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်ဗဟိုဌာန (CREC) သည် အင်တာနက်စီးပွားရေးမည်သို့အလုပ်လုပ်သည်ကိုဖော်ပြသော အယူအဆဆိုင်ရာ ဘောင်အတိုင်းအတာတစ်ခုကို ဖော်ဆောင်တိုးတက်စေခဲ့သည်။ ယင်းဘောင်အတိုင်းအတာ အင်တာနက်စီးပွားရေး၏ အလွှာ (၄) လွှာကို ဖော်ပြခဲ့သည်။ ယင်းတို့မှာ-

အလွှာ ၁။ အင်တာနက်အခြေခံအဆောက်အအုံ (Internet Infrastructure)

အလွှာ ၂။ အင်တာနက်အသုံးချမှုအဆောက်အအုံ (Internet Applications Infrastructure)

အလွှာ ၃။ အင်တာနက်ကြားခံဆက်သွယ်ပေးသူများ (Internet Intermediaries)

အလွှာ ၄။ အင်တာနက်ကောမာ့စ် (Internet Commerce) တို့ ဖြစ်သည်။

အလွှာ (၁) တွင် ကုမ္ပဏီများသည် အင်တာနက်နှင့် World Wide Webအတွက် ကွန်ရက်ပြုလုပ်ခြင်းကိရိယာနှင့် ဟာ့ဒ်ဝဲ၊ ဆော့ဖ်ဝဲစွမ်းဆောင်မှုများအတွက် ပံ့ပိုးကြသည်။

အလွှာ (၂) တွင် ဆော့ဖ်ဝဲထုတ်ကုန်များပြုလုပ်သော ကုမ္ပဏီများပါဝင်သည်။ ယင်းတို့သည် ဝက်ဘ်အပေးအယူလုပ်ငန်းများကို

လွယ်ကူချောမွေ့အောင် ပြုလုပ်ပေးသည်။ ထို့ပြင် Web developmentဒီဇိုင်းနှင့် အတိုင်ပင်ခံလုပ်ငန်းများကို ပံ့ပိုးပေးသောကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။

အလွှာ (၃) တွင် e-Commerceဝယ်ယူမှုများနှင့် ရောင်းသူများကို ချိတ်ဆက်ပေးသောကုမ္ပဏီများ၊ Web Contentကို ပံ့ပိုးပေးသော ကုမ္ပဏီများပါဝင်သည်။ e-Commerceအပေးအယူလုပ်ခြင်းဖြစ်ပျက်နိုင်သော ဈေးကွက်များကို ပံ့ပိုးသည့်ကုမ္ပဏီများလည်း ပါဝင်သည်။

အလွှာ (၄) တွင် သုံးစွဲသူများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသို့ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ တိုက်ရိုက်ရောင်းချသောကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။

အထက်ဖော်ပြချက်များသည် အင်တာနက်စီးပွားရေးအလွှာ (Internet Economy Layer) ပင် ဖြစ်သည်။ ဤတွင် အင်တာနက်စီးပွားရေးအလွှာ (၁) တွင် Networking ကုမ္ပဏီများ၊ ဟာ့ဒ်ဝဲ၊ ဆော့ဖ်ဝဲကုမ္ပဏီများ၊ Line Acceleration ကုမ္ပဏီများ၊ ဟာ့ဒ်ဝဲထုတ်လုပ်သူများ၊ ပီစီနှင့် Serverထုတ်လုပ်သူများ၊ အင်တာနက် Backbone Providers, အင်တာနက်ဝန်ဆောင်မှုပံ့ပိုးသူများ (ISPS), Security Venders များနှင့် Fiber Opticsထုတ်လုပ်သူများ ပါဝင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ပြရသော် Cisco, AOL, AT& T နှင့် Qurest တို့ပါဝင်သည်။

အလွှာ (၂) တွင် အင်တာနက်ကောမာ့စ်အသုံးချမှုများ Web development ဆော့ဖ်ဝဲ၊ အင်တာနက်အတိုင်ပင်ခံကုမ္ပဏီများ၊ အွန်လိုင်းသင်တန်း၊ Search Engine ဆော့ဖ်ဝဲ၊ ဝက်ဘ်က စွမ်းဆောင်

ပေးသော အချက်အလက်များ၊ မာလ်တီမီဒီယာအသုံးချကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် Adobe မိုကွေ့ရိုဆော့ဖ်၊ IBM နှင့် Oracle တို့ ပါဝင်သည်။

အလွှာ (၃) တွင် Vential လုပ်ငန်းများတွင် ဈေးကွက် ဖန်တီးသူများ၊ အွန်လိုင်းခရီးသွားလာရေးအေးဂျင့်များ၊ Brokerages, Content Aggregators အွန်လိုင်းကြော်ငြာသူများ၊ Internet Ad Brokers, Portals/Content Providers ကုမ္ပဏီများ ပါဝင် သည်။ ဥပမာအားဖြင့် e-STEEL, Yahoo, Travelocity e-Trade နှင့် ZDNet ကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။

အလွှာ (၄) တွင် E-Tailers, အွန်လိုင်းဖျော်ဖြေရေးနှင့် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းများ၊ ထုတ်လုပ်သူများ၊ အွန်လိုင်းရောင်းချသော ကုမ္ပဏီများ၊ လေကြောင်းလိုင်းရောင်းချ နေသော ကုမ္ပဏီများ၊ အွန်လိုင်းလက်မှတ်များ၊ Fee/Subscription Based ကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် Amazon.com နှင့် Dell တို့ပါဝင်သည်။

\* \* \* \* \*

## အခန်း (၆)

### အင်တာနက်နှင့် အီး-စီးပွားရေးလုပ်ငန်း

အင်တာနက်သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို ပိုမိုစွမ်းဆောင်ရည် ပြည့်ဝစွာ ဆောင်ရွက်ခြင်းအတွက် ဖြစ်နိုင်ခြေအသစ်များကို အကြီး အကျယ်ပေးစွမ်းနိုင်သည်။ သင်ဘာလုပ်နိုင်သလဲ၊ သင်ဘာလုပ်မပေး နိုင်သလဲဆိုတာ ကြည့်ရန်လိုသည်။ သင့်အနေဖြင့် သင့်ကုမ္ပဏီနှင့် ကုန်ပစ္စည်းများအကြောင်း သတင်းအချက်အလက်များစွာကို ပြသနိုင် သည်။ ပြီးလျှင် ယင်းကုန်ပစ္စည်းများကို ရောင်းချနိုင်သည်။ Website ပေါ်တွင် တစ်နေ့လျှင် ၂၄ နာရီ၊ တစ်ပတ်လျှင် (၇) ရက် ရောင်းချနိုင် သည်။ သင့်အနေဖြင့် ပိုမိုထိရောက်အကျိုးရှိစွာ ဝယ်ယူနိုင်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ပစ္စည်းပေးသွင်း ရောင်းချသူများစွာကို ဖော်ပြ ရန် အင်တာနက်ကို အသုံးပြုနိုင်သည်။ Online ပေါ်တွင် လိုအပ်မှုများ ကို ထုတ်ပြနိုင်သည်။ ဈေးကွက်ဖလှယ်မှုများပြုလုပ်ပြီး ဝယ်ယူနိုင် သည်။ အွန်လိုင်းလေလံဈေးကွက်များနှင့် အသုံးပြုပြီး ကုန်ပစ္စည်း ဈေးကွက်များတွင် လျှော့ဈေးနှင့်ဝယ်ယူနိုင်သည်။

သင်သည် အော်ဒါများ မှာယူနိုင်သည်။ အပေးအယူ လုပ်နိုင် သည်။ သင့်အနေဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းရောင်းသူများနှင့် ဖြန့်ဖြူးရောင်းချ

ပေးသူများကို ပိုမိုမြန်ဆန်စွာ ငွေပေးချေနိုင်သည်။ သင့်လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များနှင့် Extranet ထူထောင်ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ကုန်ကျစရိတ်ကို နည်းပါးစေသည်။ အွန်လိုင်းအလုပ်စာရင်း ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် အီးမေးလ်အင်တာဗျူးများ အသုံးပြုခြင်းဖြင့် ပိုမိုထိရောက် အကျိုးရှိစွာ သင်အလုပ်ခန့်နိုင်သည်။

အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် ပိုမိုကောင်းမွန်သော သတင်းအချက်အလက်နှင့် လေ့ကျင့်သင်ကြားခြင်း (သင်တန်း) ကို ဝန်ထမ်းများနှင့် သင်၏ ကိုယ်စားလှယ်များထံသို့ ကူညီပံ့ပိုးနိုင်သည်။ သင်သည် သင့်ဝန်ထမ်းများအကြားကိုလည်းကောင်း၊ သူတို့အချင်းချင်းကိုလည်းကောင်း၊ ရုံးချုပ်သို့လည်းကောင်း ဆက်သွယ်ရေး လိုလေသေးမရှိ ဆောင်ရွက်ရန် အင်ထရာနက် (Intranet) တစ်ခုကို တည်ထောင်ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ အင်ထရာနက်သည် သတင်းလွှာများ၊ ဝန်ထမ်းရေးရာအချက်အလက်၊ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအချက်အလက်၊ အီး-လေ့လာမှု အစီအစဉ်များ၊ ကုမ္ပဏီပြက္ခဒိန်များစသည်တို့ကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားနိုင်သည်။ သင့်အနေဖြင့် ပိုမိုများပြားကျယ်ပြန့်သော ပထဝီဝင်များသို့ သင့်ကုန်ပစ္စည်းများကို ပရိုမိုးရှင်းပြုလုပ်နိုင်သည်။

အင်တာနက်ပေါ်တွင် လေ့လာစူးစမ်းသူများနှင့် ချဉ်းကပ်အာရုံစိုက်အုပ်စုများ ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ အင်တာနက်ပေါ်တွင် ကြွယ်ဝသော သတင်းအချက်အလက်များ ရယူဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း သင့်အနေဖြင့် ဈေးကွက်များ၊ ဖောက်သည်များ၊ အလားအလာရှိသူများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်ဘက်များကို ပိုမိုစွမ်းရည်ပြည့်ဝစွာ သုတေသနပြုလုပ်နိုင်သည်။ ပေးပို့နိုင်သည်။ မေတ္တာရပ်ခံနိုင်သည်။ သီးခြားဖောက်သည်များသို့ သတင်းများ၊ ဝန်ဆောင်မှုများ ပေးစွမ်းခြင်း

ဖြင့် ဖောက်သည်များ ထပ်မံရရှိအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ အင်တာနက်ကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် သင်၏ထောက်ပံ့ပို့ဆောင်ရေး စီမံဖွဲ့စည်းမှုများနှင့် အော်ပရေးရှင်းများကို သင့်အနေဖြင့် မည်မည်ရရ တိုးတက်စေနိုင်သည်။ စင်စစ် အင်တာနက်သည် ဆက်သွယ်ရေး၊ ဝယ်ယူခြင်းနှင့် ရောင်းချခြင်းအတွက် ထူးချွန်ပြောင်မြောက်သော ပလက်ဖောင်းအသစ်ကို ကူညီပံ့ပိုးသည်။ ယင်း၏အကျိုးကျေးဇူးများသည် အချိန်နှင့်အမျှ ကြီးထွားတိုးတက်နေသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းခေါင်းဆောင်များသည် ယင်း၏အလားအလာများကို ချီးကျူးခဲ့ကြသည်။ GE ကုမ္ပဏီကြီးကို ဦးဆောင်သူ ဂျက်(ခ်)ဝဲလ်(ချ်) (Jack Welch) က Website တစ်ခုထက် ပိုမိုထုတ်လုပ်ရန် သူ့လူများကို တိုက်တွန်းနှိုးဆော်ခဲ့သည်။

“အင်တာနက်ကို လက်ခံယုံကြည်ပါ။ အင်တာနက်ဆိုက်ကို ဖြည့်စွက်ထားသည်ထက်ကျော်လွန်၍ သင့်လုပ်ငန်းကို သင် မည်သို့ အသွင်ပြောင်းမည်ဟူသည့် စီမံချက်တစ်ခု ကျွန်တော့်ထံသို့ ယူဆောင်လာပါ” CIS ကုမ္ပဏီကြီး၏ CEO ဖြစ်သူ ဂျန်ချိမ်းဘား(စ်) (John Chambers) က Web-ify Cisco ၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို ရည်ရွယ်ပြောဆိုခဲ့သည်။

Cisco ဝန်ထမ်းတစ်ဦးက “ကူညီပံ့ပိုးတဲ့ ဖောက်သည်ဆက်ဆံမှု Seb-based တိုင်းဟာ လုပ်ငန်းအစိတ်အပိုင်းက အစားထိုးသင့်တဲ့လုပ်ငန်းကို တန်ဖိုးမဖြည့်စွက်နိုင်ပါ” မိုက္ကဆော့ဖ်၏ ဥက္ကဋ္ဌ ဖြစ်သူ ဘီလ်ဂိတ်က အင်တာနက်ကို ကုမ္ပဏီများအတွက် မရှိမဖြစ်သောအရာဟု ရှုမြင်ထားသည်။

“အင်တာနက်ဟာ နောက်ထပ် ရောင်းချခြင်းလမ်းကြောင်းမျှသာ မဟုတ်ဘူး။ အနာဂတ်ကုမ္ပဏီဟာ Digital Nervous Systemနဲ့ ဆောင်ရွက်ရလိမ့်မယ်” ဟု ဆိုကာ ကုန်ကျစရိတ်များကို အကြီးမားဆုံး လျှော့ချခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။

ကုန်ကျစရိတ်နည်းပါးသော တယ်လီဆက်သွယ်ရေးနှင့် Web လမ်းကြောင်းများမှတစ်ဆင့် ကွန်ပျူတာများကို ဖောက်သည်များသို့ တိုက်ရိုက်ရောင်းချခဲ့သော Dell ကုမ္ပဏီကြီးသည် HP/Compaq, IBM နှင့် Apple တို့ထက် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းပြုလုပ်ရာတွင် ကုန်ကျစရိတ်နည်းပါးသက်သာခဲ့သည်။ Dell သည် ယခုအခါ အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် ပါစင်နယ်ကွန်ပျူတာရောင်းချရာ၌ ဦးဆောင်နေသော ကုမ္ပဏီကြီးဖြစ်လာခဲ့သည်။

GE ကုမ္ပဏီကြီးသည် ယင်း၏ကုန်သွယ်မှုလုပ်ငန်းစဉ် Network ကို စတင်တည်ထောင်ခြင်းနှင့် အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများကို ရှာမှီးရယူခြင်းဖြင့် ယင်း၏ဝယ်ယူမှု ဘတ်ဂျက်ဒေါ်လာ သန်းရာပေါင်းများစွာကို သက်သာစေခဲ့သည်ဟု ဆိုသည်။

အင်တာနက်၏ အကျိုးကျေးဇူးများစွာရှိသော်လည်း e-Commerce သည်လည်း လူထု၏စိတ်ဝင်စားမှုကို ရရှိနေသည်။ e-Commerce သည် အင်တာနက်ကို ရောင်းချမှုလမ်းကြောင်းသို့ အသွင်ပြောင်းရန် အခွင့်အလမ်းကို ဆိုလိုသည်။ e-Commerce dot.com သည် စာအုပ်များ၊ တေးဂီတများ၊ စာအုပ်များ၊ အီလက်ထရွန်နစ်ပစ္စည်းများ၊ စတော့ဝယ်ယူခြင်း၊ အာမခံနှင့် လေကြောင်းလက်မှတ်များ၊ ပရိဘောဂများ၊ အသုံးအဆောင်ပစ္စည်းများ အိမ်အရောက် အစားအစာ

ပေးပို့မှု၊ အကြံပေးလုပ်ငန်း စသည်တို့ကို ရောင်းချဆောင်ရွက်ပေးခြင်းဖြင့် စတင်ခဲ့သည်။

Wal-Mart နှင့် Levi ကဲ့သို့သော လက်လီသမားများကို အခြေခံသည့် Smart စတိုးဆိုင်ကြီးများသည် Online အရောင်းလမ်းကြောင်းများကို ထူထောင်ကြသည်။ Dot.Com များစွာသည် ၁၉၉၁ ခု နောက်ပိုင်းကာလများတွင် ပြိုလဲခဲ့သော်လည်း ယင်းတို့သည် dot.bomb များသို့ ပြောင်းလဲခဲ့သည်။ ယခုအခါ dot.om ပူးပေါင်းပေါက်ကွဲခဲ့သော ကုမ္ပဏီတိုင်းသည် ကုမ္ပဏီ၏အရည်အသွေးကို ရောင်ပြန်ဟပ်ရန် website တစ်ခု လိုအပ်သည်။ ဖောက်သည်များသည် ပြသချိန်ကို အလိုမရှိချေ။ သတင်းအချက်အလက်ကိုသာ အလိုရှိကြသည်။ ဖောက်သည်များသည် ရှင်းလင်းသော သတင်းအချက်အလက်ကိုသာ အလိုရှိကြသည်။ လွယ်ကူသော အော်ဒါမှာယူခြင်း လုပ်ထုံးလုပ်နည်းကိုသာ အလိုရှိသည်။ ဤသို့ဖြင့် Marketing ဖော်ဆောင်ရာတွင် အင်တာနက်နှင့် အီး-စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသည် အရေးကြီးသော အခန်းကဏ္ဍသို့ ရောက်ရှိနေပြီဖြစ်သည်။

ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ

## အခန်း (၇)

### B2B e-Commerce တူသည်မှာ

e-Commerce ၏ အဓိကကျသော၊ ကွဲပြားခြားနားသော ပုံစံများမှာ B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), B2G (Business-to-Government), C2C (Consumer-to-Consumer) နှင့် မိုဘိုင်းစီးပွားရေး (m-Commerce) တို့ဖြစ်သည်။

B2B e-Commerce ဟူသည် ကုမ္ပဏီများအကြား e-Commerce အနေဖြင့် သတ်မှတ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ဘီဇက်များအကြားဆက်ဆံမှုများနှင့် အပေးအယူလုပ်သော e-Commerce ပုံစံဖြစ်သည်။ ဤ B2B e-Commerce သည် e-Commerce ၏ ၈၀ ရာခိုင်နှုန်းခန့်ရှိသည်။ ကျွမ်းကျင်ပညာရှင် အများစုက B2B e-Commerce သည် B2C အကန့်ထက် ပိုမို မြန်ဆန်စွာ ဆက်လက်တိုးတက်လာလိမ့်မည် ဖြစ်သည်။

B2B ဈေးကွက်တွင် အခြေခံအစိတ်အပိုင်းနှစ်ခုရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ e-Frastructure နှင့် e-Markets တို့ဖြစ်သည်။ စင်စစ် e-Frastructure သည် B2B ၏ ဗီသုကာဖြစ်သည်။ ယင်းတို့တွင် တစ်ဖက်ဖော်ပြပါတို့ပါဝင်သည်-

၅၆

မောင်မောင်မြင့်သိန်း (စက်မှုတက္ကသိုလ်)

- logistics - သယ်ယူပို့ဆောင်ရေး၊ သိုလှောင်ရေးနှင့်ဖြန့်ချိရေး (e-g procter and gamble)
- အသုံးချဝန်ဆောင်မှုပံ့ပိုးသူများ - central facility မှ packaged software ၏ စီမံခန့်ခွဲမှု။
- e-Commerce လုပ်ငန်းစဉ်တွင် လုပ်ငန်းအစိတ်အပိုင်းများ၏ ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေလုပ်ကိုင်မှု။ ယင်းတွင် Web-housing security နှင့် customer care solutions (e.g e-Share, Netsales, ixl Enterprises and Universal Access ကဲ့သို့သော outsourcing providers)
- အင်တာနက်ရှိ real-time auctions ၏အော်ပရေးရှင်းနှင့် ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းမှုအတွက် auction solutions ဆော့ဖ်ဝဲ။ (e.g Moai နည်းပညာများနှင့် opensite နည်းပညာများ)
- ဝက်ဘ်ဆိုက် content စီမံခန့်ခွဲမှုနှင့် ပို့ဆောင်မှု၏ လွယ်ကူချောမွေ့မှုအတွက် content စီမံခန့်ခွဲမှုဆော့ဖ်ဝဲ။ (e.g Interwoven and Procure Net)
- ဝက်ဘ်အခြေခံကောမ္ဘာစ် enablers (e.g commerce one browser-based, XML-enabled ဝယ်ယူရေးအော်တိုမေးရှင်း ဆော့ဖ်ဝဲ။)

e-Markets များကို ဝက်ဘ်ဆိုက်များအနေဖြင့် ရိုးစင်းစွာ အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်ထားသည်။ ယင်းဝက်ဘ်ဆိုက်များတွင် ရောင်းသူနှင့်ဝယ်သူများသည် တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်ပြီး အပေးအယူလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ကြသည်။ ပိုမိုတွေ့မြင်နေကျ B2B ဥပမာများကို ဖော်ပြရသော် IBM, Hewlett-Packard (HP),

Ciscoသည် အင်တာနက်အပေါ်တွင် ယင်းထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအော်ဒါများ၏ ၉၀ ရာခိုင်နှုန်းကျော် လက်ခံရရှိသည်။

စင်စစ် B2B အသုံးချမှုများသည် ပစ္စည်းသွင်းယူစီမံခန့်ခွဲမှု (အထူးသဖြင့် ဝယ်ယူမှုအော်ဒါလုပ်ငန်းစဉ်)၊ inventory စီမံခန့်ခွဲမှု (ဥပမာ-order-ship-bill cycles စီမံခန့်ခွဲခြင်း)၊ ဖြန့်ချိရေးစီမံခန့်ခွဲမှု (အထူးသဖြင့် သင်္ဘောတင်စာရွက်စာတမ်းများ တစ်ဆင့်ပေးပို့ခြင်း)၊ ချန်နယ်စီမံခန့်ခွဲမှု (ဥပမာ-အော်ပရေးရှင်း အခြေအနေများဆိုင်ရာ ပြောင်းလဲမှုများတွင် သတင်းအချက်အလက်ဖြန့်ချိခြင်း) နှင့် ငွေပေးချေမှု စီမံခန့်ခွဲမှု (ဥပမာ-အီလက်ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုစနစ်များ- EPS) စသည့် နယ်ပယ်များတွင် ရှိကြသည်။

အလုံးစုံ ဂလိုဘယ် e-Commerce ၏ ရှယ်ယာတွင် e-Marketer ပရိုဂျက်များသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ၇၉ ဒသမ ၂ ရာခိုင်နှုန်းမှ ၂၀၀၄ ခုနှစ်တွင် ၈၇ ရာခိုင်နှုန်းသို့ မြင့်တက်ခဲ့သည်။ B2C e-Commerce ၏ ရှယ်ယာတွင် အကျိုးဆက်ဖြစ်သောကျဆင်းမှုသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ၂၀ ဒသမ ၈ ရာခိုင်နှုန်းမှ ၂၀၀၄ ခုနှစ် တွင် ၁၃ ရာခိုင်နှုန်းသို့ ရောက်ရှိခဲ့သည်။ အလားတူပင် B2B သည် အာရှပစိဖိတ်ဒေသတွင် B2C တိုးတက်မှု၏ရှေ့သို့ ရောက်ရှိခဲ့ သည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲဈေးကွက်များတွင် B2B e-Commerce ၏ အကျိုး ဖြစ်ထွန်းမှုများကို လေ့လာကြည့်ပါက စိတ်ဝင်စားဖွယ် တွေ့ရှိရသည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ၏ စီးပွားရေးတွင် B2B ဈေးကွက် များ၏ အရာထင်မှုကို တစ်ဖက်ပါ အထောက်အထားများတွင် တွေ့ရှိရသည်-

### အပေးအယူ အရောင်းအဝယ်စရိတ်များ

B2B e-Commerce ဆောင်ရွက်မှုမှာ တစ်ဆင့် သိသာ ထင်ရှားစွာ လျှော့ချနိုင်သော ကုန်ကျစရိတ် နယ်ပယ်သုံးခုရှိသည်။ ပထမအချက်မှာ search ကုန်ကျစရိတ်များ၏ လျှော့ချချက်ပင်ဖြစ် သည်။ ကြိုးပမ်းမှု၊ အချိန်နှင့် ငွေကြေးသုံးစွဲမှုအရကြည့်လျှင် အင်တာနက်သည် ပိုမိုစွမ်းရည်ရှိသော သတင်းအချက်အလက် ချန်နယ် လမ်းကြောင်း ဖြစ်သည်။ B2B ဈေးကွက်များတွင် ဝယ်ယူသူများနှင့် ရောင်းသူများသည် တစ်ခုတည်းသော အွန်လိုင်းကုန်သွယ်မှု လူမှု အသိုက်အမြုံတွင် အတူတကွ စုစည်းနေကြသည်။ ထို့ပြင် ဆက်လက်၍ search ကုန်ကျစရိတ်များ လျှော့ချနေသည်။ ဒုတိယအချက်မှာ လုပ်ငန်းစဉ် ဆောင်ရွက်မှု၊ အပေးအယူလုပ်ငန်းများ၏ ကုန်ကျစရိတ် များလျှော့ချမှု ဖြစ်သည်။

### ကြားခံဆောင်ရွက်မှု လျှော့ချခြင်း

B2B e-Markets မှတစ်ဆင့် ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများသည် ဝယ်ယူသူများနှင့် တိုက်ရိုက်အပြန်အလှန် ဆက်သွယ်ကြသည်။ ကြားခံ ဆောင်ရွက်သူများနှင့် ဖြန့်ချိသူများ လျှော့ချကြသည်။ သို့ရာတွင် ကြားခံဆောင်ရွက်သူများ၏ပုံစံအသစ်များသည် ပေါ်ပေါက်နေပြီ ဖြစ် သည်။ ဥပမာအားဖြင့် e-Markets များကို ကြားခံဆောင်ရွက်သူများ အနေဖြင့် စဉ်းစားနိုင်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်းတို့သည် supply chains ရှိ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများနှင့် ဖောက်သည် များပြား လာသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

e-Markets များ၏ ပိုမိုအထောက်အထားရရှိသော အကျိုး ဖြစ်ထွန်းမှုများအနက် ဈေးနှုန်းပွင့်လင်းမှုတွင် မြင့်တက်လာမှုလည်း

ပါဝင်သည်။ e-Marketတွင် ဝယ်သူများနှင့် ရောင်းသူများ စုစည်းခြင်းသည် ဈေးကွက်ဈေးနှုန်း၊ သတင်းအချက်အလက်နှင့် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သူများသို့ အပေးအယူလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခြင်းကို ဖော်ပြသည်။ အင်တာနက်သည် တစ်ဦးချင်းဝယ်ယူမှု၊ သို့မဟုတ် အပေးအယူလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်ထုတ်ဝေခြင်းကို ခွင့်ပြုသည်။ e-Market ရှိ အဖွဲ့သားအားလုံးအတွက် သတင်းအချက်အလက် လျင်မြန်စွာ လက်ခံမှုနှင့် ရရှိမှုကို ပြုလုပ်ထားသည်။ ထို့ပြင် စွယ်စုံဝယ်သူများနှင့် ကျောင်းသူများ စုပေါင်းပါဝင်ဆောင်ရွက်သော ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းတွင် သွက်လက်ပြီး စေ့စပ်ညှိနှိုင်းနိုင်သော ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းအတွက် B2B e-Marketsများက နယ်နိမိတ်များ တိုးချဲ့ပေးသည်။ ထို့ကြောင့် e-Market placeများတွင် ဝယ်သူများနှင့် ရောင်းသူများ၏ လိုအပ်ချက်များကို စုပေါင်းထားသည်။ ယင်းဈေးနှုန်းများသည် တစ်ဦးချင်းဆောင်ရွက်မှုများမှ ရရှိနေသော ဈေးနှုန်းများထက် သာ၍နည်းပါးသည်။

### များများစားစားထုတ်လုပ်မှုနှင့် ကွန်ရက်အကျိုးသက်ရောက်မှုများ

B2B e-Markets ၏ လျင်မြန်သော တိုးတက်မှုသည် အစဉ်အလာဖြစ်သော supply-side ကုန်ကျစရိတ်အခြေခံ များများစားစား ထုတ်လုပ်မှု ဖန်တီးပေးသည်။ ထို့ပြင် ဝယ်သူများနှင့် ရောင်းသူများ၏ ထူးခြားသော အရေအတွက်ကို အတူတကွ ယူဆောင်လာခြင်းသည် demand-side များများစားစားထုတ်လုပ်မှု၊ သို့မဟုတ် ကွန်ရက်အကျိုးသက်ရောက်မှုများကို ပံ့ပိုးပေးသည်။

အံ အံ အံ အံ အံ

## အခန်း (၈)

### B2B e-Commerce ၏ အခန်းကဏ္ဍ

e-Commerce သည် ကမ္ဘာ့အဝန်းပျံ့နှံ့လာခဲ့ပြီဖြစ်သည်။ အင်တာနက်နည်းပညာ၊ အီးကောမာ့စ်တို့၏ လျင်မြန်သော တိုးတက်မှုအသိပညာပေးမှုတို့နှင့်အတူ B2B ဟုခေါ်သော business to business အီးကောမာ့စ်သည် အရှေ့အာရှတွင် ပျံ့နှံ့လာခဲ့ပြီဖြစ်သည်။ ပုံမှန်အားဖြင့် ကုမ္ပဏီများသည် အင်တာနက်ပေါ်သို့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအပေးအယူများ ရွေ့လျားလာသောအခါ ယင်းတို့သည် အခြားကုမ္ပဏီများနှင့် ယင်းတို့၏ ဌာနတွင်း အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ဖွဲ့စည်းမှုနှင့် ယင်းတို့၏ ဆက်သွယ်မှုများကို ထူးထူးခြားခြားဖွင့်လှစ်ရန် လိုအပ်သည်။

### B2B e-Commerce ၏ အသွင်လက္ခဏာများ

B2B e-Commerce သည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် နေရာယူထားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအကြား ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် စီးပွားရေးဆိုင်ရာ အပေးအယူလုပ်ငန်းများကို ကိုယ်စားပြုသည်။ ကမ္ဘာ့အနှံ့ ကုမ္ပဏီများကို သိသိသာသာ အာရုံစိုက်မှုများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အပေးအယူကိစ္စများအတွက် ယင်းတို့၏ အင်တာနက်အသုံးပြုမှုကို လျင်မြန်စွာ တိုးချဲ့လာလိမ့်မည်

ဖြစ်သည်။ ယင်းအပေးအယူလုပ်ငန်းများသည် B2B e-Commerce ကိုဖွင့်လှစ်ပေးသော စွမ်းဆောင်ရည်ရှိ တိုက်ရိုက်အမြတ်အစွန်းများ အပေါ်တွင် အခြေခံသည်။ အမေရိကန်ဆက်သွယ်ရေးကိရိယာ ထုတ်လုပ်သူဖြစ်သော U3W systems ကုမ္ပဏီကြီးသည် ၁၉၉၆ ခုနှစ်တွင် supply chain management (SCM) သို့ B2B e-Commerce အသုံးချခြင်းကို စတင်ခဲ့ပြီးနောက် ထုတ်လုပ်မှု မဆောင်ရွက်သော ကုန်ပစ္စည်းများကို ဝယ်ယူရန် ယင်း၏ပျမ်းမျှအချိန်သည် ၁၃ ရက်မှ ၁၇ ရက်သို့ လျော့နည်းသွားသည်။ ယင်း၏ ပျမ်းမျှ တစ်ယူနစ် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်သည် ခြောက်ပုံတစ်ပုံကျဆင်းခဲ့ သည်။ B2B e-Commerce စတင်ဆောင်ရွက်ခြင်းသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲ စီးပွားရေး များတွင် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနှင့် ပိုမိုကြီးမားသော မြင့်မားတိုးတက်မှု များကိုပင်လျှင် ထုတ်လုပ်ပေးနိုင်စွမ်းရှိသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်းတို့သည် အလုံးစုံသော၊ အကျနည်းပါးသော စွမ်းဆောင်ရည်မှ စတင်နေသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

### အင်တာနက်အခြေခံ စီးပွားရေးအပေးအယူလုပ်ငန်းများ၏ အသွင် လက္ခဏာများ

ဝယ်ယူရေး၊ ထုတ်လုပ်မှု၊ အရောင်း၊ ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းအတွက် ယင်းတို့၏ internet value chain သို့ အခြေခံအားဖြင့် တန်ဖိုးမြှင့်တင်ရန် မဟာဗျူဟာမြောက် ကိရိယာ များအနေဖြင့် ကွန်ပျူတာများနှင့် အိုင်တီကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက ဆယ်စုနှစ်များကြာကြာ အသုံးပြုနေကြသည်။ ၁၉၈၀ ပြည့်နှစ် နှောင်းပိုင်းကာလများကတည်းက အီလက်ထရွန်နစ် အချက်အလက် ဖလှယ်မှု (EDI) စနစ်များမှတစ်ဆင့် ကုမ္ပဏီနယ်နိမိတ်များအတွင်းနှင့်

ပြည်ပတွင်အော်ဒါမှာခြင်း၊ invoice ပြုလုပ်ခြင်းနှင့် သင်္ဘောတင်ခြင်း သတင်းအချက်အလက်များကို အဖွဲ့အစည်းများက အီလက်ထရွန်နစ် နည်းဖြင့် အသွင်ပြောင်းနိုင်သည်။ အိုင်တီတိုးတက်မှုများသည် ဝယ်ယူ ရေး (Supply Chain Management SCM)၊ ထုတ်လုပ်မှုစီမံခန့်ခွဲမှု (လုပ်ငန်းအရင်းအမြစ်စီမံချက်ချခြင်း ERP) နှင့် အရောင်းဝန်ဆောင်မှုနှင့် ပို့ဆောင်ရေး (ဖောက်သည်ဆက်ဆံရေး စီမံခန့်ခွဲမှု CRM) လုပ်ငန်း တာဝန်များအတွက် သတင်းအချက်အလက်စနစ်များ ဖွံ့ဖြိုးမှုကို လိုလေ သေးမရှိချောမွေ့အောင် ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ၁၉၉၀ ပြည့်နှစ် နှောင်းပိုင်းကာလများတွင် အင်တာနက်ပျံ့နှံ့လာမှုသည် ပြင်ပစီးပွားရေး လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များစွာနှင့်လည်းကောင်း၊ ပြည်တွင်းဆက်သွယ်ရေး များနှင့် သတင်းအချက်အလက်စနစ်များနှင့်လည်းကောင်း အီလက် ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် ဆက်သွယ်ခြင်းမှ အကျိုးအမြတ်များ တိုးပွားစေခဲ့ သည်။ Web အခြေစိုက်နည်းပညာသည် စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများကို ကုန်ကျစရိတ် သာ၍လျော့နည်းအောင် ကူညီပေးသည်။ ငွေစာရင်း ကိစ္စ၊ အော်ဒါမှာယူခြင်း၊ ပို့ကုန်စာရင်းလွှာပြုစုခြင်းစသော ပုံမှန်လုပ်ငန်း များ၏တိကျမှုကို တိုးတက်စေသည်။ ထို့ပြင် အင်တာနက်သည် ပြည်ပနှင့် ပြည်တွင်း စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် ကွန်ရက်ချိတ်ဆက်ရန် ကုန်ကျစရိတ်သက်သာပြီး ပိုမိုပြောင်းလွယ်ပြင်လွယ်နည်းဖြင့် ဆောင် ရွက်နိုင်သည်။ ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်ဆိုရလျှင် B2B e-Commerce ကို အမျိုးအစားနှစ်ခု ခွဲခြားနိုင်သည်။ ပထမအမျိုးအစားမှာ အလျင်ကျ သော ပစ္စည်းပေးသွင်းမှု သို့မဟုတ် ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှုအချို့ရှိ သည့် တိကျသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအကြား closed end အပေးအယူ လုပ်ငန်းများဖြစ်သည်။ ဒုတိယအမျိုးအစားမှာ e-Marketplace မှတစ်ဆင့်

မတိကျသော၊ လူသိမများသော ပါဝင်သူများအကြား ဈေးကွက်ဖွင့်အပေးအယူလုပ်ငန်းများဖြစ်သည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ရိုးရှင်းသောလုပ်ငန်းအတွက် ပထမဦးစွာ အင်တာနက်ကို ရယူရန် ရည်ရွယ်ကြသည်။ ကြီးမားသော စီးပွားရေးအကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများကို ဆောင်ရွက်သည့် အပေးအယူလုပ်ငန်းများအတွက်လည်း အင်တာနက်ကို အသုံးပြုရန် ရည်ရွယ်ထားကြသည်။ သည့်နောက် ယင်းတို့သည် ပိုမိုရှုပ်ထွေးသော အပေးအယူစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသို့ ရွှေ့ပြောင်းကြသည်။

ယနေ့ခေတ်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အင်တာနက်မှ တစ်ဆင့် တိကျပြီး သိကျွမ်းသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဖော်ကိုင်ဖက်များနှင့် စေ့စပ်ဆွေးနွေးညှိနှိုင်းခြင်း၊ အပေးအယူပြုလုပ်ခြင်းနှင့် supply chain စီမံခန့်ခွဲခြင်း (SCM) လုပ်ငန်းများ ပါဝင်ပတ်သက်သော ယင်းတို့၏ အပေးအယူလုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်ကြသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် အီး-ဈေးကွက်နေရာရှိ open B2B e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်းများကို ပိုမိုရိုးစင်းသော လုပ်ငန်းများအဖြစ် အဓိကအားဖြင့် သတ်မှတ်ထားသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း ဒီဇိုင်းနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုကို ပိုမိုကျယ်ပြန့်စွာ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန် အင်တာနက်ကို စတင်အသုံးပြုသောအခါ အဓိကကျသော စွမ်းဆောင်ရည်အကျိုးအမြတ်များ ရရှိမည်ဖြစ်သည်။

လောလောဆယ်တွင် Closed B2B e-Commerce စနစ်များကို ပိုမိုကျယ်ပြန့်စွာ အသုံးပြုပြီး ပိုမိုဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်လာ ကြသည်။ e-Marketplace များမှာမူ ဖွဲ့စည်းဖြစ်ပေါ်မှု၏ အစကနဦးအဆင့်တွင်သာ ရှိသည်။ များစွာအလားအလာရှိသော B2B e-Commerce

စနစ်များကို သီးခြားဝယ်ယူမှုများက အော်ဒါများနှင့် ပစ္စည်းပေးပို့မှုများ စီမံခန့်ခွဲခြင်းအတွက် ယင်းတို့၏ EDI စနစ်များ တိုးချဲ့မှုတစ်ရပ်အနေဖြင့် အစကနဦး ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။

ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ၏ သေချာသောပုံစံများနှင့် အပေးအယူလုပ်ငန်းများ၏ သေချာသောပုံစံများသည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် ရောင်းခြင်း၊ ဝယ်ခြင်းနှင့် ပိုမိုလိုက်ဖက်လာသည်။ B2B e-Commerce သည် customerized products များထက် စံသတ်မှတ်ထားသော အမျိုးအစားပုံစံကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ပိုမိုအောင်မြင်လာကြသည်။ တစ်ကြိမ်မျှသာ အပေးအယူလုပ်ခြင်း၊ သို့မဟုတ် အကြိမ်အရေအတွက် နည်းပါးသော အပေးအယူလုပ်ခြင်းထက် ထပ်ခါထပ်ခါ အပေးအယူလုပ်ခြင်းနှင့် ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ လိုက်ဖက်လာသည်။ ဤအဆင့်တွင် B2B e-Commerce အပေးအယူလုပ်ခြင်းလုပ်ငန်းများစွာသည် မဟာဗျူဟာမဆန်သော ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ပါဝင်ပတ်သက်သည်။ ထို့ပြင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက မဟာဗျူဟာမြောက် အမျိုးအစားများအတွက် သမားရိုးကျလမ်းကြောင်းများကို ထိန်းသိမ်းထားကြသည်။ ထို့ပြင် e-Commerce သည် ထုတ်လုပ်သူအတော်များများရောင်းလိုသော ကုန်ပစ္စည်းများ (သို့) ဝယ်ယူသူအတော်များများ ဝယ်လိုသော ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ပါဝင်ပတ်သက်နေသော ကြားခံဆောင်ရွက်ပေးနေသည့် အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် ပိုမိုထိရောက်အကျိုးရှိမှုရှိသည်။

အာရှတွင် B2B စီးပွားရေးလုပ်ငန်း၏ တိုးတက်မှုနှင့် ပမာဏခန့်မှန်းခြေသည် အလွန်ကျယ်ပြန့်လာသည်ဟု လေ့လာအကဲဖြတ်သူများက ဆိုကြသည်။ ဈေးကွက်သည် သိသိသာသာကြီးထွားလာခဲ့

သည်ဟု အများစုကတွေ့ရှိခဲ့ကြပြီး လျင်မြန်စွာ ဆက်လက်တိုးတက် လိမ့်မည်ဟု ဆိုသည်။ e-Marketer ၏ အစီရင်ခံချက်တစ်ခုက အာရှတွင် B2B ဝင်ငွေများသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အတွက် အမေရိကန် ဒေါ်လာ ၃၆ ဘီလျံကျော်ရှိသည်ဟု ခန့်မှန်းခဲ့သည်။ ၂၀၀၄ ခုနှစ်မတိုင် မီ ဒေါ်လာ ၃၀၀ ဘီလျံကျော်သို့ရောက်ရှိမည်ဟု မျှော်လင့်ထားခဲ့ သည်။ ယခုအချိန်ထိ အာရှတွင် B2B e-Commerce ၏ ဝင်ငွေများ နှင့် တိုးတက်မှုသည် business to consumer (B2C) e-Com merce ကို သာလွန်ခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ e-Marketer ၏ အစီရင်ခံစာ အရ အာရှ၏ B2C ဝင်ငွေသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အတွက် ဒေါ်လာ ၃ ဒသမ ၂ ဘီလျံရှိပြီး ၂၀၀၄ ခုနှစ်၊ နှစ်ကုန်ပိုင်းမတိုင်မီ ဒေါ်လာ ၃၈ ဘီလျံသို့ တိုးတက်လာလိမ့်ဟု မျှော်လင့်ထားခဲ့ကြသည်။

အထူးသဖြင့် B2C e-Commerce အပေါ် B2B ၏ လွှမ်းမိုး ကြီးစိုးမှုသည် ဒေသ၏သေချာသော အသွင်အပြင်လက္ခဏာများ အပေါ်တွင် တစ်စိတ်တစ်ဒေသအားဖြင့် အခြေခံသည်။ ပထမ တစ်ချက်မှာ အရှေ့အာရှတွင် ယဉ်ကျေးမှုများနှင့် ဘာသာစကားများ အမျိုးမျိုးအထွေထွေရှိခြင်းနှင့် ပြန့်ကျဲနေသော ပထဝီအနေအထား က ကျယ်ပြန့်သောဈေးကွက်ဆောင်ရွက်ခြင်းမှ အကျိုးကျေးဇူးများကို ရယူရန် B2C e-Commerce အတွက် ခက်ခဲစေသည်။ တစ်ချိန် တည်းပင် အရှေ့အာရှဒေသရှိ B2B ဈေးကွက်နေရာများကို အရှေ့အာရှ ၏ လျင်မြန်သောတိုးတက်မှုက တွန်းပို့မောင်းနှင်ပေးသည်။ အထူး သဖြင့် အိုင်တီပစ္စည်းများအတွက် ထုတ်လုပ်မှုအခြေခံအနေဖြင့် တွန်းပို့ မောင်းနှင်ပေးခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် အိုင်တီပစ္စည်းများ အလွန်များပြား

သော ထုတ်လုပ်သူများ၊ ဆပ်ကန်ထရိုက်တာများနှင့် ပစ္စည်းပေးသွင်း ရောင်းချသူများအတွက် တွန်းပို့ပေးခြင်းဖြစ်သည်။

ဒေသရှိ B2B e-Commerce ၏ တိုးတက်မှုနှင့်ယှဉ်လျက် လုပ်ဆောင်မှုများသည် သေချာသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများရှိ နည်းပညာကျွမ်းကျင်မှုများနှင့် အခြေခံအဆောက်အအုံအဆင့်များပင် ဖြစ်သည်။ ဖွံ့ဖြိုးမှုနည်းပါးသော စီးပွားရေးများသည်လတ်တလောတွင် ဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းများနှင့် အခြားရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက် အအုံသည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအပေးအယူလုပ် ခြင်း၏ ကြီးမားသောပမာဏကိုထောက်ကူရန် လိုအပ်မှုနည်းပါးလှ သည်။ ထို့ပြင် အရှေ့အာရှရှိ အစိတ်အပိုင်းများစွာနှင့် ရောင်းချမှုပြု နေသည့် အချို့လုပ်ငန်းများသည် သေးငယ်ကြပြီး သူတို့သည် သူတို့ ၏စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို အွန်လိုင်းပေါ်သို့ရွှေ့လျားရန် သယံဇာတ များနှင့် နည်းပညာဆိုင်ရာ ကျွမ်းကျင်မှုများ နည်းကြသည်။



## အခန်း (၉)

### အရှေ့အာရှ၏ B2B e-Commerce မြင်ကွင်း

အရှေ့အာရှတွင် B2B စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အပေးအယူပျံ့နှံ့မှုကို ဦးဆောင်နေသည်မှာ အာရှနိုင်ငံများမဟုတ်ဘဲ အများစုမှာ အမေရိကန် ကော်ပိုရေးရှင်းများ ဖြစ်နေသည်။ ယင်းကော်ပိုရေးရှင်းများသည် စက်မှုထွန်းသစ်စ စီးပွားရေးများ (NIES) အပေါ်တွင် အဓိကအခြေခံသော ပြည်တွင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သည်။ အမေရိကန် စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများသည် ယင်းတို့၌ နိုင်ငံတွင် B2B e-Commerce ကို အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့ပြီးဖြစ်သောကြောင့် ဦးဆောင်မှုပြုနေခြင်းဖြစ်သည်။

အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် အင်တာနက်နည်းပညာကို ရယူခြင်း၌ ဦးဆောင်ဦးရွက်ပြုခဲ့ပြီး စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမော်ဒယ်သစ်များ ရယူခြင်းကိုလည်း ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ၁၉၉၀ ပြည့်လွန်နှစ်ကာလများအတောအတွင်း အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် လုပ်ငန်းများစွာ ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေခြင်းနှင့် အဓိကလုပ်ကိုင်နိုင်စွမ်းအပေါ်တွင် အရင်းအမြစ်များကို အာရုံစိုက်ခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်သော နည်းလမ်းသစ်တစ်ခုကို ဖန်တီးခဲ့သည်။ အထူးသဖြင့် အိုင်တီအခန်းကဏ္ဍတွင် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယင်းတို့၏

ရောင်းလိုအားကွင်းဆက်များ၏ ပြည်တွင်းနှင့် ပြည်ပအစိတ်အပိုင်းများကို ဆက်သွယ်ရန်နှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန် အိုင်တီအသုံးချမှုကို တိုးချဲ့ခဲ့ကြသည်။ ဒဲလ်ကွန်ပျူတာ (Dell computer) ကုမ္ပဏီသည် ပီစီလုပ်ငန်းအတွက် အင်တာနက် အခြေခံအဖွဲ့အစည်းပုံစံကို ဖန်တီးခဲ့သည်။ စစ်ကိုဆစ်စတန်စ် (Cisco Systems) ကုမ္ပဏီသည် ဆက်သွယ်ရေးပစ္စည်းလုပ်ငန်းများအတွက် ဒဲလ်ကွန်ပျူတာ ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်း အဖွဲ့အစည်းနှစ်ခုစလုံးသည် ပစ္စည်းကိရိယာ ထုတ်လုပ်သူများအနေဖြင့် စတင်ခဲ့စဉ်မှာပင် သူတို့ကိုယ်တိုင် ထုတ်လုပ်ရန် ရပ်စဲခဲ့ကြပြီး ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေရန် ပြုလုပ်ကြသည်။ အမှန်စင်စစ် ဒဲလ်သည် ကုန်ပစ္စည်းရယူထိန်းသိမ်းပေးပို့သော ကုမ္ပဏီ ဖြစ်လာခဲ့သည်။ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုကုမ္ပဏီ မဟုတ်ချေ။ ယင်းတို့၏ ၁၉၉၀ နောက်ပိုင်းကတည်းက အချိန်ကိုက်ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းခြင်းသည် အထူးသဖြင့် အိုင်တီနယ်ပယ်တွင် စွမ်းဆောင်ရည်နှင့် အမြန်နှုန်းမြင့်တက်ရန် ဖြစ်သည်။ ဤသို့ဖြင့် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် B2B e-Commerce ကို ဦးဆောင်ရန် နေရာရယူခဲ့ကြသည်။

စင်စစ် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယခုအခါ B2B ဖလှယ်မှုအော်ပရေးရှင်းတွင် ဂလိုဘယ်ခေါင်းဆောင်များ ဖြစ်နေကြသည်။ ထို့ပြင် Supply chain စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် B2B အသုံးချမှု၌လည်း ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာ ဦးဆောင်သူများ ဖြစ်နေကြသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အောက်တိုဘာလတွင် ကမ္ဘာပေါ်၌ B2B ဖလှယ်မှု ၁၀၀၀ ကျော်၏ ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းကျော်သည် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် အခြေစိုက်ခဲ့သည်။ အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယင်းတို့၏ B2B

e-Commerce အလေ့အကျင့်ကို အရှေ့အာရှစီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများနှင့် အပေးအယူပြုလုပ်ခြင်း၊ ယင်းတို့၏ရုံးခွဲများ အရှေ့အာရှတွင် ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်ခြင်းမှတစ်ဆင့် အရှေ့အာရှသို့ ရွှေ့ပြောင်းခဲ့ကြသည်။ အမေရိကန်အိုင်တီစီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်း၏ တိုင်ပင်ချက်သည် ပီစီများနှင့် အခြားကုန်ပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်ခြင်းကို စီမံခန့်ခွဲသည်။ System solution များကိုလည်း ချိတ်ဆက်ပေးသည်။ ထုတ်လုပ်မှုကို ကိုယ်တိုင်မလုပ်ဘဲ ဒေသတွင်း တိုင်ပင် ထုတ်လုပ်သူ ၃၀ ခန့်ကို ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေပြီး ထုတ်လုပ်စေသည်။ တရုတ် (တိုင်ပင်) အစိုးရသည် B2B e-Commerce ကို ထောက်ခံသည့်အတွက် မိခင်အမေရိကန် အိုင်တီကုမ္ပဏီများ၏ ရုံးခွဲများအကြားတွင် တိုင်ပင်ချက်သည် B2B e-Commerce အကောင်အထည်ဖော်ရာတွင် တိုးတက်မှု အရှိဆုံးဖြစ်သည်။ ယင်းရုံးခွဲသည် ၁၉၉၅ ခုနှစ် စောစောပိုင်းတွင် ERP ဟုခေါ်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အရင်းအမြစ်စီမံချက်ချခြင်း (Enterprise Resource Planning) စနစ်ကို စတင်မိတ်ဆက်ခဲ့ သည်။ ယင်း၏ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများနှင့် သတင်းအချက်အလက် မျှဝေရန် ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် SCM စနစ်ကို ဖြည့်စွက်ခဲ့သည်။ ယခုအခါ ယင်းရုံးခွဲသည် အဆင့်မြင့်နည်းပညာကို ဦးစားပေးသော e-Marketplace ဖြစ်သည့် converge B2B e-Commerce စံချိန်စံညွှန်း ဖြစ်သော Rosetta Net တို့ကို အသုံးပြုရန် ကြိုးစားနေသည်။ ယင်းနှစ်ခုစလုံးကို တိုင်ပင် အစိုးရက မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ပေးနေသည်။ ယင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်း အဖွဲ့အစည်း၏ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများအကြား ဂျပန်စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများ မရှိခဲ့ချေ။

B2B e-Commerce တွင် ရှေ့တန်းရောက်နေသော အခြားအရှေ့အာရှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများတွင် ကုန်ပစ္စည်းများနှင့်

စံညွှန်း သတ်မှတ်ထားသော ကုန်ပစ္စည်းများကို များများစားစား ထုတ်လုပ်သူများ ပါဝင်သည်။ ဤတွင် တရုတ်အမျိုးသား ရေနံကော်ပိုရေးရှင်း (CNPC) နှင့် Hut Chinson Wampou တို့သည် ဖက်စပ်လုပ်ငန်းဖွဲ့စည်းခဲ့ကြသည်။ ယင်းဖက်စပ်လုပ်ငန်းသည် အင်တာနက်အပေါ်မှ ရေနံနှင့် သဘာဝဓာတ်ငွေ့ကုန်ပစ္စည်းများကို ဝယ်ကြသည်။ ရောင်းကြသည်။ တိုင်ပင်ဆီမီးကွန်ဒက်တာ ထုတ်လုပ်ရေးကုမ္ပဏီ လီမိတက် (TSMC) သည် ကမ္ဘာပေါ်တွင် ဆီမီးကွန်ဒက်တာပစ္စည်းများ အကြီးမားဆုံး စာချုပ်အရ ထုတ်လုပ်သူဖြစ်သည်။ TSMC သည် အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် ယင်း၏ ဆီမီးကွန်ဒက်တာ ဒီဇိုင်းဖောက်သည်များနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အပေးအယူအများဆုံးဆောင်ရွက်သည်။

B2B e-Commerce ၏ သဘာဝကြောင့် B2B e-Commerce တွင် အမေရိကန်ဦးဆောင်သော စိန်ခေါ်မှုသည် အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ပြန်လည်ပြုပြင်မှုတွင် စိန်ခေါ်မှုတစ်ရပ်အနေဖြင့် ယှဉ်တွဲလိုက်ပါလာသည်။ အီလက်ထရွန်နစ်ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း ကြီးထွားလာမှုသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများကို ထူးခြားသော ခြိမ်းခြောက်မှုအဖြစ် စိုးရိမ်ဖွယ်ရာ ဖြစ်စေသည်။ ယင်းသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများက အရှေ့အာရှ၌ ယင်းတို့၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများတွင် B2B e-Commerce အား မည်သို့မိတ်ဆက်မည်ကို အကျိုးသက်ရောက်စေသည်။ အီလက်ထရွန်နစ်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အီလက်ထရွန်နစ် ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း (EMS) မော်ဒယ်ကို ရယူကြသည်။ ယင်းမော်ဒယ်တွင် ယင်းလုပ်ငန်းများသည် စွယ်စုံလပ်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်သူများ (OEM) အတွက် ကုန်ပစ္စည်းများ အထူးထုတ်လုပ်ကြသည်။ စီးပွားရေး တွက်ခြေကိုက်မှု များများစားစား ထုတ်လုပ်မှု

အနေဖြင့် ထူးခြားသော အားသာချက်များရရှိကြသည်။ များများစားစားထုတ်လုပ်မှုအတွက် အမြန်နှုန်းရရှိကြသည်။ ထုတ်လုပ်မှုတွင် အထူးပြုလုပ်ဆောင်ကြသည်။ ဂလိုဘယ်အီလက်ထရွန်နစ် လုပ်ငန်းတွင် EMS လုပ်ငန်းများသည် OEM ဖောက်သည်များအတွက် ထုတ်လုပ်မှုအပိုင်းကို တိုးတက်အောင် လုပ်ဆောင်နေကြသည်။ EMS လုပ်ငန်းများသည် စွမ်းဆောင်ရည် တိုးတက်ရန် အခြားနည်းလမ်းအနေဖြင့် B2B e-Commerce ရယူရန် စိတ်အားထက်သန်ကြသည်။

စင်စစ် EMS မော်ဒယ်တိုးတက်ဖြစ်ပေါ်လာမှုသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတိုးတက်မှုဆိုင်ရာ ဂျပန်မော်ဒယ်နှင့် လုံးဝမတူချေ။ ဂျပန်မော်ဒယ်တွင် ဆက်နွယ်နေသော ပိတ်ထားသည့် ကော်ပိုရေးရှင်းအုပ်စုအတွင်း ဒေါင်လိုက်ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော ထုတ်လုပ်မှုရှိသည်။ ယင်းမော်ဒယ်သည် ထုတ်လုပ်မှုစနစ် အရာထင်ရန် စတင်နေသည်။ ယင်းစနစ်တွင် အရှေ့အာရှရှိ ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များ ပါဝင်သည်။ EMS လုပ်ငန်းအဖွဲ့များ၏ ကမ္ဘာအနှံ့ထုတ်ကုန်သည် ၂၀၀၄ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂၆၀ ဘီလျံ ရှိသည်။ ယင်းလျင်မြန်သော တိုးတက်မှုသည် ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေခြင်းနှင့် ချိတ်ဆက်နေသည်။ အမေရိကန်ပြည်ထောင်စု ဂလိုဘယ် ဆောင်ရွက်နေသူများတွင် Solectron, SCL Systems, Celestica နှင့် Jabil Cracait ကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။ အရှေ့အာရှတွင် ဆောင်ရွက်သူများမှာ တိုင်ပေနှင့် စင်ကာပူမှ အဖွဲ့အစည်းများဖြစ်သည်။

EMS လုပ်ငန်းသည် ပိုမိုအာရုံစိုက်လာကြသည်။ သာ၍ကြီးမားသော EMS လုပ်ငန်းများသည် OEM မှ စက်ရုံများရရှိကြ

သည်။ ထို့ပြင် သာ၍သေးငယ်သော EMS လုပ်ငန်းများကိုလည်း ရရှိကြသည်။ OEM ဖောက်သည်များသည် ကြီးမားသောအရေအတွက်များများကို လျင်မြန်စွာပေးသွင်းနိုင်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကြီးများနှင့် ဆက်ဆံရန် ပိုမိုနှစ်သက်ကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ယင်းတို့သည် ကမ္ဘာအနှံ့အပြားတွင် အမှတ်တံဆိပ်ကုန်ပစ္စည်းများကို စဉ်ဆက်မပြတ် ထုတ်လုပ်နိုင်ကြမည်ဖြစ်သည်။

EMS လုပ်ငန်းများသည် B2B e-Commerce တွင် ပိုမိုပါဝင်ပတ်သက်လာကြသည်။ ဂျပန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် EMS လုပ်ငန်းသို့ မဝင်ရောက် မလှုပ်ရှားမချင်း အရှေ့အာရှရှိ ဝယ်ယူရေးဈေးကွက်များတွင် ဂျပန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများရှိနေခြင်းသည် ယုတ်လျော့လာပြီး ယင်းတို့သည် အရှေ့အာရှရှိ B2B e-Commerce ရှိ ထူးခြားသော အခန်းကဏ္ဍတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ရမည် ဖြစ်သည်။

အရှေ့အာရှအစိုးရများစွာသည် B2B e-Commerce ကြီးထွားတိုးတက်ရန် တက်ကြွစွာပါဝင်ဆောင်ရွက်ကြသည်။ ဥပမာ-ကိုရီးယားနှင့် တရုတ် (တိုင်ပေ) အစိုးရတို့သည် ပြည်တွင်း အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်း၏ ကုန်ပစ္စည်းများပြသရန် ကုန်သွယ်မှုပြပွဲ Website များဖွံ့ဖြိုးမှုကို ကူညီပံ့ပိုးကြသည်။ အမှန်အားဖြင့် တိုင်ပေအစိုးရသည် B2B e-Commerce တိုးမြှင့်ရေးဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ တရုတ် (တိုင်ပေ) အစိုးရ ကနဦးဆောင်ရွက်သော သတင်းအချက်အလက် လုပ်ငန်းသိပ္ပံ၏ လုပ်ငန်းတာဝန်တစ်ခုမှာ e-Commerce အသုံးချမှုနှင့် နည်းလမ်းများကို တိုးမြှင့်ဖြန့်ကြက်ရန်ဖြစ်သည်။ ယင်းသိပ္ပံသည် ဒီဂျစ်တယ်လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခြင်းအတွက် ပြန်လည်

ပြုပြင်ပြောင်းလဲရာတွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ကူညီရန် ယင်းတို့ နှင့် တိုင်ပင်ဆောင်ရွက်သည်။ စင်ကာပူအစိုးရသည် Kent Ridge Digital Labs (KRDL) ကို ပံ့ပိုးခဲ့သည်။ KRDL သည် e-Commerce လုပ်ငန်းများအတွက် incubator တစ်ခုဖြစ်လာရန် အမျိုးသား ဆော့ဖ်ဝဲသုတေသန ဗဟိုဌာနဖြစ်သည်။ ယင်း၏ e-Commerce မာစတာစီမံချက်မှတစ်ဆင့် စင်ကာပူအစိုးရသည် စင်ကာပူနိုင်ငံတွင် e-Commerce အား ပျံ့နှံ့စွာ အသုံးပြုမှုကို အားပေးခဲ့သည်။ ထို့ပြင် e-Commerce သို့ ရွှေ့လျားနေကြသော ကုမ္ပဏီများအတွက် လူ အင်အားသင်တန်းနှင့် အခြားအထောက်အပံ့များ ပံ့ပိုးကူညီခဲ့သည်။

### တရုတ်နိုင်ငံ၏ အီးကောမာ့စ်မြင်ကွင်း

၁၉၉၀ နောက်ပိုင်း နှစ်လယ်ကာလတိုင်အောင် အစိုးရပိုင် (China Telecom) သည် တယ်လီဖုန်းကွန်မြူနီကေးရှင်း ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများ၏ လိုင်စင်ရရှိထားသော Provider ဖြစ်ခဲ့သည်။ တရုတ် အစိုးရသည် ဒုတိယလိုင်စင်ကို China Unicom သို့ ၁၉၉၄ ခုနှစ် တွင် ထုတ်ပေးခဲ့သည်။ Unicom သည် တယ်လီကွန်းကုမ္ပဏီကြီး ဖြစ်လာလိမ့်မည်ဟု အစိုးရက မျှော်လင့်ခဲ့သည်။ ယင်းကုမ္ပဏီကြီး သည် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းဝန်ဆောင်မှု အခန်းကဏ္ဍတွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သောပတ်ဝန်းကျင်ကို ဖန်တီးပေးခဲ့သည်။ China သည် သေးငယ်သောကုမ္ပဏီအဖြစ် တည်ရှိနေလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

၁၉၉၄ ခုနှစ်ကတည်းက တရုတ်နိုင်ငံသည် သတင်းအချက်အလက်ဝန်ဆောင်မှုအခန်းကဏ္ဍတွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သောပတ်ဝန်းကျင်

ကို မြင့်မားတိုးတက်ရန် အဆင့်အမျိုးမျိုးကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ တရုတ်နိုင်ငံသည် ၁၉၉၉ ခုနှစ်ကုန်ပိုင်းတွင် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုနှင့် WTO ဆက်နွှယ်သော သဘောတူညီချက် ပြီးဆုံးသည့်အခါတွင် ၎င်းနိုင်ငံခြားကုမ္ပဏီများနှင့် တယ်လီကွန်းဈေးကွက်ဖွင့်လှစ်ရန် ကတိပြုခဲ့သည်။

တယ်လီကွန်းဈေးကွက်၏ စည်းမျဉ်းသတ်မှတ်မှုနှင့် လွတ်လပ်စွာဆောင်ရွက်မှုတွင် အခြားအရေးကြီးသော ပြောင်းလဲမှုများသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အတောအတွင်း ဖြစ်ပျက်ခဲ့သည်။ China Telecom ၏ လုပ်ငန်းခွဲဖြစ်သော Shanghai Telecom သည် အခြေခံတယ်လီကွန်းအခန်းကဏ္ဍတွင် ပထမဆုံးနိုင်ငံခြားအရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဖြစ်သည့် AT+T နှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု သဘောတူညီချက်ကို လက်မှတ်ရေးထိုးခဲ့သည်။ Chain Telecom ကို ကုမ္ပဏီလေးခု ပိုင်းခြားထားသည်။ “တရုတ်အစိုးရသည် တရုတ်အစိုးရ၏ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ” ကို ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် အခြေခံအုပ်ချုပ်စီမံရေးဆိုင်ရာ လမ်းညွှန်ချက်များကို ချမှတ်ပေးသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် တရုတ်အစိုးရသည် အင်တာနက်စီမံခန့်ခွဲမှုနှင့်စပ်လျဉ်းသော စည်းမျဉ်းအများစုကို ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ ယင်းစည်းမျဉ်းအများစုများတွင် “အင်တာနက်သတင်းအချက်အလက်စနစ်များ စီမံခန့်ခွဲခြင်းအတွက် အတိုင်းအတာများပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် Up-Load News Business ဆိုင်ရာ ဝက်ဘ်ဆိုက်စီမံခန့်ခွဲမှုနည်းလမ်းများ” လည်းပါဝင်သည်။

တစ်ဖန် “အင်တာနက်ပေါ်မှ အီလက်ထရွန်နစ် အသံလွှင့်ခြင်း ဆိုင်ရာ စီမံခန့်ခွဲမှု” လည်း ပါဝင်သည်။ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အခန်းကဏ္ဍကို တဖြည်းဖြည်းဖွင့်လှစ်မှုနှင့်အတူ တရုတ်အစိုးရသည် အင်တာနက်အတွက် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သော access ကို ခွင့်ပြုခဲ့သည်။

စင်စစ် သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာများ တိုးတက်မှု သည် စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်ကို ပြောင်းလဲမှုများ ပြုလုပ်ရာတွင် လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် အင်တာနက် သည် ဆန်းသစ်သော မြန်နှုန်းမြင့်သည့် အသိပညာကိုမောင်းနှင် သော ဂလိုဘယ်အနွံကွန်ရက်ဖြန့်ကြက်သော စီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေး အဖွဲ့အစည်းကို အသွင်ပြောင်းရေး ကူညီလုပ်ကိုင်ရန် အင်တာနက်ထား ရှိရေးအတွက် တရုတ်အစိုးရသည် e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးရေးအပေါ် တွင် အထူးအာရုံစိုက်သည်။ အကြောင်းမူကား ယင်း၏မှတ်သား ဖွယ်ရာကောင်းသော အသွင်လက္ခဏာများကြောင့် ဖြစ်သည်။ ယင်း အသွင်အပြင် လက္ခဏာများတွင် စွမ်းဆောင်ရည်ရှိသော၊ စရိတ်နည်း သော၊ အချိန်လွတ်လပ်မှုရှိသော အလားအလာများနှင့် အားကောင်း သည့်ဈေးကွက်တိုးချဲ့သော စွမ်းရည်တို့ပါဝင်သည်။

၁၉၉၀ နှောင်းပိုင်းကာလစောစောတွင် အင်တာနက်တော်လှန် ရေး စတင်လာသောအခါ တရုတ်နိုင်ငံသည် အမေရိကန်နှင့် အခြား ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများကဲ့သို့ တူညီသောနည်းပညာကို လက်ခံခဲ့သည်။ ဤသည်ကြောင့် အကောင်းမြင်သူများက တရုတ်နိုင်ငံ၏ e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုသည် အမေရိကန်၏နောက်တွင် ကျန်ရစ်ခဲ့သည်။

တရုတ်နိုင်ငံ၏ အသွင်အပြင်လက္ခဏာများစွာ အကျုံးဝင် သော ဥပဒေ၊ လူမှုရေးနှင့် စီးပွားရေးဖွဲ့စည်းမှုတို့သည် e-Com-

merce ဖွံ့ဖြိုးမှုကို ဟန့်တားနေသည်။ ယင်းတွင် အခွန်အခများ၊ အီလက်ထရွန်နစ်ဖြင့် ငွေပေးချေမှုများ၊ နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်မှု၊ စီမံခန့်ခွဲစနစ်များ၊ မူပိုင်ခွင့် အကာအကွယ်ပေးမှု၊ ကုန်ပစ္စည်းအမှတ် တံဆိပ်ပိုင်ဆိုင်မှုအခွင့်အရေးများ၊ ပုဂ္ဂလိကသတင်းအချက်အလက် စုဆောင်းမှု အကာအကွယ်ပေးခြင်းနှင့် အသုံးချခြင်း၊ အမျိုးသား စီးပွားရေးလုံခြုံရေး အကာအကွယ်ပေးခြင်း e-Commerce ဆိုင်ရာ ဥပဒေများနှင့် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ၊ သတင်းအချက်အလက် အခြေခံအဆောက်အအုံနှင့် လုံခြုံရေးဆိုင်ရာ အသိအမှတ်ပြုခြင်းတို့ ပါဝင်သည်။

တရုတ်နိုင်ငံသည် ဆိုရှယ်လစ်ဈေးကွက်စီးပွားရေးသို့ ရှေးရှု ရွေ့လျားနေသော လုပ်ငန်းစဉ်တွင်ရှိနေသောကြောင့် ပုဂ္ဂလိက သတင်း အချက်အလက် အကာအကွယ်ပေးခြင်းဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံ ကို ရှင်းလင်းစွာ မထူထောင်နိုင်တော့ချေ။ လုံခြုံရေးအားနည်းမှု အမှန် တကယ်ရှိနေဆဲဖြစ်သည်။ အမှန်စင်စစ် တရုတ်နိုင်ငံ e-Commerce အတွက် အကြီးမားဆုံးအဟန့်အတားသည် အာမခံချက် မရှိနိုင် သေးသော လုံခြုံမှုဖြစ်နိုင်သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် တရုတ်အင်တာ နက်ကွန်ရက် သတင်းအချက်အလက်ဗဟိုဌာနက ပြုလုပ်သော စူးစမ်း လေ့လာမှုတွင် သုံးစွဲမှုများ၏ ၅၂ ရာခိုင်နှုန်းက လုံခြုံရေးသည် e-Commerce နှင့် အပတ်သက်ဆုံးအရာဟု ဖော်ပြကြသည်။

မလုံလောက်သော ငွေပေးချေမှုစနစ်များသည် e-Commerce တိုးတက်မှု၏ နောက်ထပ်အခက်အခဲတစ်ရပ်ကို ကိုယ်စားပြု သည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ် နှစ်ကုန်ပိုင်းတွင် တရုတ်နိုင်ငံ၏ အစိုးရပိုင်စီးပွား ရေးဘဏ် အားလုံးသည် Golden Card ပရိုဂျက်နှင့် ဆက်စပ်ပြီး

အွန်လိုင်းဘဏ်လုပ်ငန်းများ ဖွဲ့စည်းခဲ့သည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ e-Commerce ကုမ္ပဏီအများစုသည် အွန်လိုင်းပေးချေမှုကို လက်မခံကြချေ။ ဘဏ် သို့မဟုတ် စာတိုက်မှ ငွေပေးချေမှုကို မလိုအပ်ကြချေ။ သူတို့သည် သမားရိုးကျ ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများကိုသာ၍ နှစ်သက်ကြသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် အွန်လိုင်းငွေပေးချေမှုများကို တရားဝင်ဖြစ်ရန် ဘဏ်များက (၁၀) ရက် အချိန်ယူကြသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားနှင့် ဝယ်ယူမှုများအတွက် ကျသင့်သော အခကြေးငွေများစွာရှိသည်။ အွန်လိုင်းဘဏ်လုပ်ငန်း ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများသည် e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်း စီစဉ်နေရာချပြီး လွယ်ကူချောမွေ့စေရေး၊ မြင့်မားတိုးတက်စေရမည် ဖြစ်သည်။

အင်တာနက်လက်ခံမှု၏ မြင့်မားသော စရိတ်သည် တရုတ်နိုင်ငံ၏ e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုကို အဟန့်အတားဖြစ်စေသည်။ တရုတ်နိုင်ငံတွင် အင်တာနက်အသုံးပြုသူ ပေးချေရငွေသည် အခြားနိုင်ငံများနှင့် နှိုင်းစာလျှင် အလွန်မြင့်မားသည်။ ထို့ပြင် China Telecom က တောင်းခံသော မြင့်မားသော ဆက်သွယ်ရေးစရိတ်များ ပေးချေရန် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုဝင်ငွေများစွာကို Dot.com ကုမ္ပဏီများက အချေအတင် ပြောဆိုနေကြသည်။

တရုတ်နိုင်ငံတွင် e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုကို ပိတ်ဆို့နေသော အခြားအရေးပါသောအချက်မှာ ရည်ရွယ်ချက်ရှိသော ကုန်ပစ္စည်းဖြန့်ချိမှုစနစ် ကင်းမဲ့မှုပင်ဖြစ်သည်။ Dot.com ကုမ္ပဏီများစွာသည် အမြန်ပို့ဆောင်ရေးကုမ္ပဏီများနှင့် အစီအစဉ်များပြုလုပ်ကြသည်။ သူတို့ကိုယ်ပိုင် ပို့ဆောင်ရေးစနစ်များ စတင်ထူထောင်ရမည်ဖြစ်သည်။ ယင်းစီစဉ်မှုများသည် ယင်းတို့၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုစရိတ်များကို

မြင့်တင်ပေးသည်။ ယင်းစီစဉ်မှုများသည် အွန်လိုင်းအပေးအယူလုပ်ငန်း၏ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော အားသာချက်ကို လျော့ချပေးသည်။ တရုတ်အစိုးရသည် တရုတ်နိုင်ငံပတ်ဝန်းကျင်မြို့ကြီးများရှိ စီမံချက်များကို အသိအမှတ်ပြုခဲ့သည်။ နည်းပညာနှင့် ဈေးကွက်အင်အားများသည် အင်တာနက်တိုးတက်မှုကို လွှမ်းမိုးလျှင်တောင်မှ အစိုးရပေါ်လစီများနှင့် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ၏ တိုးတက်မှုသည် ယင်းဖွံ့ဖြိုးမှုဆိုင်ရာလမ်းကြောင်း၏ အရေးပါသော အဆုံးအဖြတ်ပေးသည့်အချက်များဖြစ်သည်။ အစိုးရအနေဖြင့် နိုင်ငံအနှံ့ တယ်လီ၊ ကွန်မြူနီကေးရှင်း အခြေခံအဆောက်အအုံဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် ပြည်သူလူထုအရင်းအမြစ်များ အညီအမျှ အသုံးပြုမှုအတွက် အမျိုးသားမူဝါဒများ ရည်မှန်းချက်များနှင့် မဟာဗျူဟာများကို ထူထောင်ဖော်ဆောင်ခြင်းကို ဦးတည်ရန်လိုအပ်သည်။ တရုတ်အစိုးရအနေဖြင့် e-Commerce သို့ ရှေးရှုသော မက်ခရိုထိန်းချုပ်မှုချဉ်းကပ်မှုကို ဆောင်ရွက်ခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ တရုတ်အစိုးရသည် ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် အစိုးရအွန်လိုင်းပရိဂျက်ကို ဖွဲ့စည်းထူထောင်ခဲ့သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ဗဟိုအစိုးရသည် အစိုးရနှင့် စုစည်းထားသောလုပ်ငန်းများ အင်တာနက်တည်ရှိမှုထူထောင်ရေးအားပေးရန် အင်တာပရိဂ်စ် အွန်လိုင်းပရိဂျက်ကို ကနဦး စတင်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။



**ဂျပန်နိုင်ငံ၏ B2B e-Commerce ဆောင်ရွက်မှုများ**

B2B e-Commerce ကိုအကောင်အထည်ဖော်ရာတွင် ဂျပန် အဖွဲ့အစည်းများသည် ပြည်တွင်းတွင်ရော အရှေ့အာရှတွင်ပါ အခက် အခဲများရှိနေသည်။ ဤအချက်က အမေရိကန်၊ စက်မှုထွန်းသစ်စ နိုင်ငံများနှင့် ဂျပန်နိုင်ငံတို့ မတူညီသောအချက်ပင်။ ဤသည်မှာ အိုင်တီမျက်နှာစာတွင် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏ အားနည်းချက် ကြောင့်ဖြစ်သည်။

အဖွဲ့အစည်းဆန်ဆန် ဖွဲ့စည်းထားသော ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်း များသည် ၁၉၇၀ နောက်ပိုင်းနှင့် ၁၉၈၀ နှောင်းပိုင်းကာလများတွင် နည်းပညာလွှမ်းမိုးမှုအောက်၌ ဂျပန်စက်မှုလုပ်ငန်း၌ ကြီးမားသော အောင်မြင်မှုရရှိခဲ့သည်။ ရေရှည်အလုပ်အကိုင်တည်မြဲမှု၊ ရာထူးကြီး သူကို လေးစားမှု၊ သီးသန့်ကော်ပိုရေးရှင်းအုပ်စုများနှင့် ဒေါင်လိုက် ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သောစနစ်များသည် အလုပ်သမားတို့၏ အသိ ပညာကို လှုံ့ဆော်ပေးပြီး အလုံးစုံအရည်အသွေးစီမံခန့်ခွဲမှု (TQC) နှင့် အချိန်မီထုတ်လုပ်ရေး စီမံခန့်ခွဲမှုကဲ့သို့သော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများ သို့ ဦးတည်ခဲ့သည်။ ယင်းအချက်များက ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများကို ၁၉၈၀ နှောင်းပိုင်းကာလနှင့် ၁၉၉၀ နှောင်းပိုင်းတွင်မူ ဂျပန်စက်မှု လုပ်ငန်းသည် အထူးသဖြင့် အိုင်တီအခန်းကဏ္ဍတွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်း ဆုံးရှုံးခဲ့သည်။ ဥပမာအားဖြင့် အမေရိကန် အီလက်ထရွန်နစ်ကုမ္ပဏီ များသည် ဂျပန်ကုမ္ပဏီများထက်သာပြီး အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်း များသည် အိုင်တီ လျင်မြန်စွာအသုံးချမှုနှင့်အတူ ရှေ့သို့တက်လှမ်းခဲ့ ကြသည်။ ဂျပန်စက်မှုလုပ်ငန်း၏ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းကျဆင်းမှုသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများအား စုစည်းထားသော နည်းလမ်းအတိုင်း မှတ်ယူထားသည်နှင့် ဆင်တူသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ဒေါင်လိုက်

ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်ထားသော ဂျပန်ပိုင် ဆီမီးကွန်ဒက်တာ ကော်ပို ရေးရှင်းများသည် ဒီဇိုင်းမှထုတ်လုပ်မှုသို့ ထုတ်လုပ်မှုမှရောင်းချမှု သို့ဟူ၍ အရာရာတိုင်းကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းသို့ဆောင်ရွက်မှု သည် အဓိကလုပ်ရည်ကိုင်ရည်နှင့်၊ ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေခြင်းနှင့် အထူးပြုဆောင်ရွက်ခြင်းသို့ရှေးရှုသော ဂလိုဘယ်စက်မှုလုပ်ငန်း လမ်း ကြောင်းနှင့် လွှဲချော်ခဲ့သည်။ ဂျပန်စီမီးကွန်ဒက်တာကုမ္ပဏီများသည် ယင်းတို့ ကိုယ်ပိုင်မူလနည်းပညာများအပေါ်တွင် အလွန်အမင်းအာရုံ စိုက်ကြပြီး ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအထူးပြုလုပ်ခြင်းကဲ့သို့ အသေးအမွှား နယ်ပယ်များတွင် တစ်ဦးနှင့် တစ်ဦးယှဉ်ပြိုင်ကြသည်။ ယင်းအချက်က ယင်းတို့၏ ထုတ်လုပ်မှုကုန်ကျစရိတ်ကို မြင့်တက်စေခဲ့သည်။ ထို့ပြင် ဂျပန်ကုမ္ပဏီများတွင် ရေရှည်အလုပ်အကိုင်ရရှိမှုစနစ်နှင့် အခြားကော်ပို ရေးရှင်းဖွဲ့စည်းမှုများ၊ လူမှုရေးဖွဲ့စည်းမှုနှင့် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းနှင့် အညီ အုပ်ချုပ်မှုများ ရှိနေသေးသည်။ ယင်းအချက်များသည် သတင်း အချက်အလက်နည်းပညာကို ရယူရန်လိုအပ်သော အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ပြောင်းလဲမှုများပြုလုပ်ခြင်းမှ ကော်ပိုရေးရှင်းများကို ဟန့်တားချုပ်ကိုင် သည့်အနေဖြင့် တွေ့မြင်ရသည်။

စင်စစ် အိုင်တီကုန်ပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်သည့် လုပ်ငန်းများ သည် ပုံစံကျသည်။ ဈေးပေါ့စွာ တပ်ဆင်ကြသည်။ နည်းပညာစံချိန် စံညွှန်းများအရ လွယ်ကူစွာသယ်ယူပို့ဆောင်နိုင်သော အစိတ်အပိုင်းများ ကို လွယ်ကူစွာထုတ်လုပ်ကြသည်။ ယင်းစက်မှုလုပ်ငန်းများသည် ပြောင်းလွယ် ပြင်လွယ်လုပ်နိုင်ပြီး လျင်မြန်စွာတုံ့ပြန်သော အဖွဲ့ အစည်းများ လိုအပ်သည်။ သမားရိုးကျ ဂျပန်ပုံစံကုမ္ပဏီအဖွဲ့အစည်း များသည် မော်တော်ကားထုတ်လုပ်မှုကဲ့သို့သော လုပ်ငန်းများနှင့် ပိုမိုသင့်မြတ်လျော်ကန်သည်။ ယင်း မော်တော်ကားထုတ်လုပ်မှုတွင်

ကားအစိတ်အပိုင်းကို သယ်ယူပို့ဆောင်ရန် မလွယ်ကူလှချေ။ ဤနေရာတွင် တပ်ဆင်မှုလုပ်ငန်းသည် နီးနီးကပ်ကပ် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် အသင်းအဖွဲ့ပုံစံ ထူထောင်ခြင်းလိုအပ်သည်။

ဤတွင် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏ တုံ့ပြန်မှုများကို လေ့လာကြည့်ပါက စိတ်ဝင်စားဖွယ်ကောင်းလှသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်မတိုင်မီ ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် သတင်းအချက်အလက် နည်းပညာခေတ်တွင် စွမ်းဆောင်ရည်မြှင့်တင်ရန်နှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းတိုးတက်ရန် ယင်းတို့၏ အလုံးစုံမဟာဗျူဟာကို ပြန်လည်အာရုံစိုက်ခြင်းဖြင့် ပြည်ပကော်ပိုရေးရှင်းများ (အထူးသဖြင့် အမေရိကန်) မှ ဖိအားပေးခြင်းကို တုံ့ပြန်ခဲ့ကြသည်။ ယင်းမဟာဗျူဟာမြောက် ရည်မှန်းချက်များ၏ နောက်ဆက်တွဲတွင် ယင်းတို့သည် B2B e-Commerce ရယူရန်နှင့် ပြန်လည်စုစည်းရန် စတင်ခဲ့သည်။ ပုံစံအားဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံတွင်း ပြည်တွင်းလှုပ်ရှားမှုများကို ပထမဆုံးပြောင်းမှု စတင်ခဲ့သည်။ ထို့နောက် ယင်းလှုပ်ရှားမှုများကို ဂျပန်နိုင်ငံပြင်ပတွင် တိုးချဲ့ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏ အရှေ့အာရှအတွက် B2B မဟာဗျူဟာသည် အမှန်အားဖြင့် B2B ရယူရန် ဂလိုဘယ်မဟာဗျူဟာတစ်ခု၏ တိုးချဲ့မှုသာဖြစ်သည်။ ယင်းသည်ပင်လျှင် စွမ်းဆောင်ရည်မြှင့်တင်ရန်နှင့် ဂလိုဘယ်ယှဉ်ပြိုင်မှု ရှင်သန်ရန် ပြည်စုံကျယ်ပြန့်သော ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းခြင်း၏ တစ်စိတ်တစ်ဒေသဖြစ်နေသည်။ ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏ ကျယ်ပြန့်သောမဟာဗျူဟာကို ရုံးချုပ်များက စီမံဆောင်ရွက်သည်။ ပြည်တွင်းလှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများနှင့် စတင်သည်။ ယင်းမဟာဗျူဟာသည် ယင်းတို့၏ အရှေ့အာရှဆောင်ရွက်မှုများကို ချိန်ကိုက်အသွင်နှင့် လိုအပ်သောပြောင်းလဲမှုများ အကောင်အထည်ဖော်ခြင်းမှ ကာကွယ်တားဆီးပေးသည်။

တိုယိုတာ၊ ဖူဂျစ်ဆု (Fujitsu) နှင့် NEC စသော ထိပ်တန်း ဂျပန်ထုတ်လုပ်သူများသည် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ အပါအဝင် ယင်းတို့၏ လက်ရှိဖောက်သည်များနှင့် ရောင်းဝယ်ရေးငွေပေးငွေယူကိစ္စများကို အင်တာနက်ပေါ်တွင် စတင်ဆောင်ရွက်ခဲ့ကြသည်။ ဤအချက်တွင် သာ၍ကြီးမားသော ဂျပန်ထုတ်လုပ်သူများသည် ကုမ္ပဏီအတွင်း သို့မဟုတ် ကုမ္ပဏီအုပ်စုအတွက်လည်းကောင်း၊ အဓိကအားဖြင့် ဝယ်ယူရေးအတွက်လည်းကောင်း အဓိကအပေးအယူကိစ္စများတွင် အင်တာနက်အသုံးပြု ဆောင်ရွက်လာကြသည်။

၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ မေလနှင့် ဇွန်လတွင် ကုန်သွယ်မှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဆိုင်ရာ ဂျပန်စက်ပစ္စည်းဗဟိုဌာန၏ စူးစမ်းလေ့လာမှုအပေါ် တုံ့ပြန်သော အီလက်ထရွန်နစ်လုပ်ငန်းကုမ္ပဏီ ၂၇ ခုအနက် ကုမ္ပဏီ ၁၁ ခု (၄၁ ရာခိုင်နှုန်း) သည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် အနည်းဆုံး ပစ္စည်းဝယ်ယူရေးကို ဆောင်ရွက်ခဲ့ကြသည်။ ကုမ္ပဏီနှစ်ခုကမူ စုစုပေါင်း အပိုပစ္စည်းများဝယ်ယူမှု၏ ၁၀-၄၀ ရာခိုင်နှုန်းကို B2B ကိုယ်စားပြုသည်ဟု ပြောဆိုကြသည်။ ကုမ္ပဏီသုံးခုကမူ ယင်းတို့ ပစ္စည်းဝယ်ယူမှု၏ ၈၁ ရာခိုင်နှုန်းကျော်ကို အင်တာနက်ပေါ်တွင် ပြုလုပ်သည်ဟုဆိုသည်။ ယင်း အင်တာနက်အခြေခံ အပေးအယူလုပ်ငန်းများအတွက် သီးခြားပစ္စည်းပေးသွင်းမှု ရွေးချယ်ခြင်းအတွက် အာရုံအစိုက်ဆုံး ဦးစားပေးမှုမှာ အရည်အသွေးထိန်းချုပ်မှု စွမ်းဆောင်ရည်ဖြစ်သည်။ ယင်းနောက်တွင်ကမ်းလှမ်းခဲ့သော ကနဦးဈေးနှုန်းပြုလိုက်ပါသည်။ သည့်နောက် ပစ်မှတ်ဈေးနှုန်းများရရှိရန် စွမ်းရည်ပါရှိသည်။

ဂျပန်အဖွဲ့အစည်းများသည် ယင်းတို့၏ အီး-ဈေးကွက်နေရာများ အသုံးပြုမြှင့်တင်ခဲ့စဉ်က အဓိကအားဖြင့် ရုံးလုပ်ငန်းဖြည့်တင်းပစ္စည်းများ ဝယ်ယူရေးနှင့် ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းရေးလုပ်ငန်းများ ပါဝင်သည်။ အီး-ဈေးကွက်နေရာသို့ သိသာထင်ရှားသော စကေးအနေဖြင့် ကုမ္ပဏီများ ရွှေ့ပြောင်းမှုများမှာ မရှိသလောက် နည်းပါးလှသည်။ ကြီးမားသော ထုတ်လုပ်သူများသည် အထူးသဖြင့် ယင်းတို့၏ လက်ရှိ EDI စနစ်များနှင့် B2B e-Commerce ကို မည်သို့ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်ရမည်ကို လေ့လာရန် အချိန်အနည်းငယ်ယူခဲ့သည်။ ထို့ပြင် ကုမ္ပဏီအဆင့်အနေဖြင့် အင်တာနက်အခြေခံ အပေးအယူကိစ္စများကို မည်သို့ စတင်မိတ်ဆက်ရမည်ကို လေ့လာရန် အချိန်ယူခဲ့ကြသည်။ ထို့ပြင် B2B e-Commerce ကနဦးဆောင်ရွက်ရန် သီးခြားဌာနများအတွက် ခက်ခဲလှသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်းအပေးအယူကိစ္စများသည် ကုမ္ပဏီအဆင့်စနစ်များနှင့်၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းစီးဆင်းမှုများနှင့် မလိုက်ဖက်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် ယင်းတို့သည် ရုံးချုပ်များမှ သဘောတူညီချက် လိုအပ်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ B2B e-Commerce ရယူရာတွင် နှေးကွေးစေသော နောက်ထပ်အချက်မှာ B2B e-Commerce အချို့တွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ရန်လိုအပ်သော သတင်းအချက်အလက် ဖွင့်လှစ်ခြင်း၌ ခုခံရန် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏အပိုင်းတွင် တိမ်းညွတ်မှုရှိနေခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယင်းတို့၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို အာရုံစိုက်ရန်၊ ပြန်လည်စုစည်းရန် စတင်ခဲ့သည်။ ထို့ပြင် ပိုမိုရေပြင်ညီဆန်ပြီး ကွန်ရက်ဆန်သောအဖွဲ့အစည်းများအဖြစ်သို့ အသွင်ပြောင်းရန် စတင်ခဲ့သည်။ ဥပမာအားဖြင့် အီလက်ထရွန်နစ်လုပ်ငန်းတွင် အဓိကအဖွဲ့အစည်းများသည် ဒေါင်လိုက်အားဖြင့်

ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော ဖွဲ့စည်းမှုများကို ဖြိုခွဲရန်လှုပ်ရှားနေသည်။ ဆိုနီနှင့် မတ်ဆူရှိတာကုမ္ပဏီကြီးနှစ်ခုစလုံးသည် အမေရိကန်နှင့် အရှေ့အာရှအဖွဲ့အစည်းများ၏ လျင်မြန်စွာကြီးထွားနေသော EMS မော်လီဒယ်နှင့်ယှဉ်ပြိုင်ရန် ယင်းတို့၏ ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းခွဲများကို လွတ်လပ်သောကုမ္ပဏီများအဖြစ်သို့ သီးခြားခွဲထုတ်ရန် အစီအစဉ်များ ရယူထားပြီးဖြစ်သည်။ ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် ဆိုနီကုမ္ပဏီသည် ရုပ်မြင်သံကြားကိရိယာနှင့် ပီစီများထုတ်လုပ်နေသော ယင်း၏ ပြည်တွင်းစက်ရုံ ၂၆ ရုံအနက် ၁၂ ရုံကို ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ဒီဇိုင်းထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှုအတွက် ကုမ္ပဏီတစ်ခုကို ထူထောင်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် တရုတ် (တိုင်ပေ) ရှိ စက်ရုံတစ်ရုံနှင့် ဂျပန်ရှိ စက်ရုံတစ်ရုံကို အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် ရုံးချုပ်ဖွင့်လှစ်ထားသော ထိပ်တန်း EMS ကုမ္ပဏီဖြစ်သည့် Solection သို့ ရောင်းချခဲ့သည်။ မတ်ဆူရှိတာသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဖွံ့ဖြိုးမှု၊ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုနှင့် အရောင်းလုပ်ငန်းတို့ပါရှိသော ယင်း၏ သမားရိုးကျ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဌာနများကို ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းခြင်းအား ကြေညာခဲ့သည်။ မတ်ဆူရှိတာသည် စက်ရုံဗဟိုဌာန အတော်များများတွင် ကုန်ထုတ်လုပ်မှုကို အာရုံစိုက်နေသည်။ ယင်းဌာနများသည် အကျိုးအမြတ်ရရှိရေးအတွက် ပါဝင်ပတ်သက်ပြီး ကုမ္ပဏီ၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဌာနခွဲများနှင့် ပြင်ပဖောက်သည်များထံမှ အော်ဒါရရှိရေးကို ပါဝင်ဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်သည်။

ကုန်ထုတ်လုပ်မှုထက်စာလျှင် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဖွံ့ဖြိုးမှုကို အာရုံစိုက်ရန်အလို့ငှာ NEC သည် ဥရောပ၊ မြောက်အမေရိကနှင့် အရှေ့အာရှဈေးကွက်များအတွက် ဝါယာလက်ဖုန်းများ ထုတ်လုပ်ခဲ့သော ပင်လယ်ရပ်ခြားစက်ရုံသုံးခုကို ရောင်းချခဲ့သည်။ တိုရီဘာ

ကုမ္ပဏီကြီးသည် Management Innovation 2001 ဟု အမည်ပေးထားသော အဖွဲ့အစည်းနှင့် ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ ပြုပြင်ပြောင်းလဲမှုတစ်ခုကို ရယူဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် GE ၏ အထက်အောက် စီမံခန့်ခွဲမှုဖွဲ့စည်းပုံကို ပျက်ပြားသွားစေသော Six-Sigma အရည်အသွေးမြှင့်တင်မှုလုပ်ငန်းစဉ်ကို အခြေခံထားသည်။

### ဂျပန်နိုင်ငံ၏ B2B e-Commerce အလားအလာ

ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် အရှေ့အာရှတွင် အပေးအယူလုပ်ငန်းများအတွက် B2B e-Commerce အသုံးပြုရာတွင် ထူးခြားစွာ နောက်ကွယ်တွင် ရှိနေကြသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ အောက်တိုဘာမှ ဒီဇင်ဘာအထိ နိမ္မိတ်ရာသီတော်သနသိပ္ပံမှ စူးစမ်းလေ့လာမှုအရ အဖွဲ့အစည်းများ၏ ၂၉ ရာခိုင်နှုန်းသာလျှင် B2B e-Commerce ကို အသုံးပြုခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။ အရှေ့အာရှတွင် ဂျပန်စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများ B2B e-Commerce ရယူဆောင်ရွက်မှု နှေးကွေးနေသော အကြောင်းရင်းများရှိသည်။ ပထမအချက်မှာ ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် Electronic Data Interchange (EDI) စနစ်များမှ ပိုမိုဈေးသက်သာပြီး ပိုမိုပြောင်းလွယ်ပြင်လွယ် ပြုလုပ်နိုင်သော Web အခြေခံစနစ်များသို့ ရွှေ့ပြောင်းခြင်းတွင် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏နောက်တွင် ကျန်ရစ်ခဲ့သည်။ ထို့ပြင် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ဂျပန်နိုင်ငံအတွင်း ပထမဦးစွာ လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုအချို့အတွက် အင်တာနက်အခြေခံစနစ်များကို ကနဦးဆောင်ရွက်ရန် ရည်ရွယ်ခဲ့သည်။ ထို့နောက် ရှေ့ဆက်အသုံးပြုမှုကို အရှေ့အာရှသို့တိုးချဲ့ရန် ရည်ရွယ်ထားသည်။

B2B e-Commerce တွင် အရှေ့အာရှရှိ ဂျပန်လူမျိုးတို့ စတင်ဆောင်ရွက်မှုတွင် ပါဝင်ပတ်သက်မှုသည် များသောအားဖြင့်

ဂျပန်နိုင်ငံရုံးချုပ်များ၌ စီစဉ်ခဲ့သည်။ ဂျပန်နိုင်ငံသည် ပြည်တွင်းလွယ်ကူချောမွေ့စေရန် အင်တာနက်အခြေခံ B2B စနစ်များနှင့် EDI စနစ်များ အစားထိုးရန် ပိုင်းလော့ပရိုဂျက်များကို ကနဦး စတင်ဆောင်ရွက်နေသည်။ ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် တရုတ် (တိုင်ပေ) နှင့် ဟောင်ကောင်ရှိ အဖွဲ့အစည်းများ၏ အိုင်တီ အခြေခံအဆောက်အအုံနှင့် အိုင်တီစာပေအဆင့်အတန်းကို လျှော့တွက်ကြသည်။ ယင်းနိုင်ငံများသည် အမေရိကန်၊ ဥရောပ စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများနှင့် B2B အပေးအယူလုပ်ငန်းတွင် ချိတ်ဆက်ရန်အလို့ငှာ ယင်းတို့၏ အိုင်တီအခြေခံအဆောက်အအုံများ ကြီးမားစွာတိုးတက်ခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။

အရှေ့အာရှတွင် ဂျပန်တို့၏ စတင်ထူထောင်မှုများသည် ထူးခြားသောအားနည်းချက်တွင် ရှိနေကြသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ဂျပန်တို့၏ B2B e-Commerce စနစ်များ၏ အချိန်နှောင်းသောရယူမှုကြောင့်ဖြစ်သည်။ အမေရိကန်နှင့် ဥရောပစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ ဒေသအတွင်း ပိုမိုရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့်အတူ ဂျပန်ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများကို အင်တာနက်အခြေခံ အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ရန် မကြာခဏမေးမြန်းခြင်း ခံနေရသည်။ ထို့ပြင် ဂျပန်မဟုတ်သော အရှေ့တောင်အာရှအဖွဲ့အစည်းများသည် အင်တာနက်ဆီသို့ ရွှေ့လျားလာခဲ့သည်။ ယင်းတို့က ယင်းတို့၏ B2B စနစ်များသို့ ဆက်သွယ်ဖို့ ဂျပန်တို့ စတင်ဆောင်ရွက်ရန် မေးမြန်းခဲ့ကြသည်။

အင်တာနက်နှင့် B2B တို့၏ ဆက်လက်ပျံ့နှံ့နေမှုသည် အရှေ့အာရှရှိ ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများကို နည်းလမ်းများစွာဖြင့် တွန်းအားပေးနေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် အရှေ့အာရှရှိ အချို့ဂျပန်စက်အပိုပစ္စည်း

ပေးသွင်းသူများကို အမေရိကန်နှင့် ဥရောပဖောက်သည်များ၏ နောက်ဆုံးပစ္စည်းတပ်ဆင်သူများနှင့် အီလက်ထရွန်နစ် ကုန်ထုတ်လုပ် ငန်းဝန်ဆောင်မှု (EMS) အဖွဲ့အစည်း၏ Supply Chach စီမံခန့်ခွဲမှု (CSM) စနစ်များတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ရန် တွန်းအားပေးခြင်းခံရ သည်။ ယင်းအပေးအယူလုပ်ငန်းများသည် အဓိကအားဖြင့် EDI မှ တစ်ဆင့် အချက်အလက်ဖလှယ်ခြင်းဖြစ်သည်။ တရုတ်နိုင်ငံ တောင် ပိုင်းရှိ အီလက်ထရွန်နစ်အပိုပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်သော ဂျပန်ကုမ္ပဏီ တစ်ခုသည် အနောက်တိုင်း EDI စံချိန်စံညွှန်းများကို အသုံးပြုရန် EMS မှ ဖိအားပေးခြင်းခံရသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်း ကုမ္ပဏီတွင် ဖောက်သည်ဝယ်လိုအားများရရှိရန် အဆင့်မြင့် နည်းပညာ မရှိသောကြောင့် ယင်းကုမ္ပဏီသည် အထူးဆောင်ရွက်သော အဖွဲ့ အစည်းများတွင် ပြည်ပအရင်းအမြစ် လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်ရန် စတင်ခဲ့ သည်။

ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သောပတ်ဝန်းကျင်သည် B2B e-Commerce ရရန် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများကို ဦးဆောင်ခဲ့သည်။ EMS လုပ်ငန်းများ နှင့် အော်ဒါများမှာယူရန်အလို့ငှာ ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် စံချိန် ဝင်သော၊ လုပ်ငန်းဆုံးဖြတ်သော စံချိန်စံညွှန်းများနှင့် အီလက်ထရွန်နစ် ပုံစံများအသုံးပြုရန် တာဝန်ရှိသည်။ လူသုံးကုန် အီလက်ထရွန်နစ် ပစ္စည်းများတွင် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယင်းလုပ်ငန်းများကို ထင်ရှားစေခဲ့သည်။ ယင်းတို့သည် ပြောင်းလဲမှုခြေလှမ်းကို ထိန်းချုပ် နိုင်သည်။ ယင်းတို့သည် B2B e-Commerce ကိုရယူရန် နှေးကွေး နေသည်။

ထိုအတောအတွင်း ဂျပန်ပစ္စည်း မှာယူသိုလှောင်ထိန်းသိမ်း သောကုမ္ပဏီများသည် အရှေ့အာရှတွင် အော်ပရေးရှင်း ပြုလုပ်နေ

သည်။ ယင်းတို့သည် ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော ကုမ္ပဏီများအဖြစ် သို့ ကြီးထွားဖြစ်ပေါ်လာခဲ့သည်။ ယင်းသည် B2B e-Commerce ပျံ့နှံ့မှုနှင့် SCM လိုအပ်မှုများကို တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ အင်တာနက်အခြေခံ e-Commerce ပတ်ဝန်းကျင်ရှိ ကုမ္ပဏီများသည် သီးခြားနယ်ပယ်များတွင် အထူးပြုတည်ရှိစေခြင်းဖြင့် ကွဲပြား ခြားနားအောင် မပြုလုပ်နိုင်ချေ။ ယင်းနယ်ပယ်များတွင် ကုန်ပစ္စည်း ပေးပို့ခြင်း၊ ထိန်းသိမ်းခြင်းတို့ပါဝင်သည်။ ယင်းတို့သည် ဖောက်သည် များကို သူတို့ပေးစွမ်းနိုင်သော ထပ်ဆင့်တန်ဖိုးမြှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း များ၏အခြေခံတွင် ယှဉ်ပြိုင်ရမည်ဖြစ်သည်။

အရှေ့အာရှတွင် ဂျပန်တို့၏စတင်ဆောင်ရွက်မှုများသည် အင်တာနက်အခြေခံ SCM နှင့် ပစ္စည်းသိုလှောင်ထိန်းသိမ်း ပို့ဆောင်မှု စနစ်များထက် e-Marketplaces အသုံးချခြင်းတွင် တိုးတက်မှု အနည်းငယ်ရှိသည်။ ဂျပန်အစိုးရသည် အရှေ့အာရှတွင် ဂျပန်ကော်ပို ရေးရှင်းများ၏ B2B အပေးအယူလုပ်ငန်းကို ကူညီပံ့ပိုးရန် ရည်ရွယ် ထားသည်။ စီးပွားရေး၊ ကုန်သွယ်မှုနှင့် စက်မှုလုပ်ငန်းဝန်ကြီးဌာနသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်း ၂၀၀၀ နှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းကော်ပိုရေးရှင်းများတွင် ဟီတာချီ၊ တိုယိုတာ၊ NEC ဖုဂျစ်ဆု၊ မစ်ဆုအိတုပါဝင်သည်။ ယင်းကုမ္ပဏီများသည် ဒေသအတွင်း B2B e-Marketplaces နှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်အစိုးရ၏ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို လွယ်ကူချောမွေ့အောင် ဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ဂျပန် အီလက်ထရွန်နစ် စံချိန်စံညွှန်းလက်မှတ်ကျယ်ပြန့်မှု၊ ဥပဒေနှင့် စည်း မျဉ်းဆိုင်ရာစနစ်များ ဖွံ့ဖြိုးမှုကို ပံ့ပိုးပေးသည်။ အာရှအနှံ့ ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်သော e-Marketplaces ကို ပံ့ပိုးပေးသည်။ ယင်းသည် ဤရည်ရွယ်ချက်အတွက် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ တရားဝင် ဖွံ့ဖြိုးမှုအကူအညီ (ODA) အသုံးပြုရန် ရည်ရွယ်သည်။

ဂျပန်အစိုးရသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများက အရှေ့အာရှတွင် B2B အပေးအယူလုပ်ငန်းများတိုးချဲ့ခြင်းကို ထောက်ပံ့ရန် အတိုင်း အတာများကို တွန်းအားပေးသည်။ ယင်းအဆင့်များသည် ဂျပန်နိုင်ငံ ၏ ဒေသဆိုင်ရာကွန်ရက်များကို အားကောင်းရှင်သန်စေမည်ဖြစ်သည်။ ယင်းအဆင့်များသည် ဒေသအတွင်း ဒစ်ဂျစ်တယ်ကွာဟမှုကို ကျဉ်းမြောင်းသွားစေရန် ဆောင်ရွက်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ သို့သော် ယင်းအတိုင်းအတာများသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏ B2B e-Commerce အကောင်အထည်ဖော်ခြင်းအတွင်း ကြီးမားသော အရာထင်မှု ရှိမည်မဟုတ်ချေ။ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းနှင့် အကျိုးအမြတ် ဖြစ်ထွန်းမှုသည် အဓိကအချက်များဖြစ်သည်။ ယင်းအချက်များသည် ပုဂ္ဂလိက ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများအနေဖြင့် အင်တာနက်အခြေခံ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ အရှေ့အာရှတွင် မည်သို့ရယူဆောင်ရွက်နိုင်မည်ကို ဆုံးဖြတ်ပေးလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ B2B e-Commerce တွင် ရယူဆောင်ရွက်ခြင်းအပေါ် ထူးခြားသောလွှမ်းမိုးမှုကို ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများက ဆောင်ရွက်မှုအသိအမှတ်ပြုရာတွင် တိုးတက်မှုရှိခဲ့သည်။ ကော်ပိုရေးရှင်းများ ပြန်လည်တည်ဆောက်မှု လွယ်ကူချောမောအဆင်ပြေရန် ဂျပန်အစိုးရ၏ပေါ်လစီသည် B2B ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် ထောက်ခံသော ယင်း၏ပေါ်လစီထက် ပိုမိုအရေးပါလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

### တောင်ကိုရီးယားနိုင်ငံ၏ အီး-ကောမာ့စ်အခြေအနေ

တောင်ကိုရီးယားနိုင်ငံ၏ e-Commerce သည် ဖွံ့ဖြိုးပြီး နိုင်ငံများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက နည်းပညာနှင့် အသုံးချမှုအပိုင်းတွင် အခြေခံအဆင့်၌ ရှိနေသည်။ Lottle နှင့် Dacom တို့က ပထမဆုံး စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့ (Business-to-Consumer) (B2C)

ကို ၁၉၉၆ ခုနှစ်တွင် စတင်မိတ်ဆက်ခဲ့ကြသည်။ Dacom က ပထမဆုံး B2B (စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသို့) (Business-to-Business) ကို ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် စတင်ခဲ့သည်။ ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများတွင် e-Commerce ကို အဓိကပုံစံဖြစ်သော B2B နှင့် စတင်ကြသည်။ တောင်ကိုရီးယားနိုင်ငံကမူ B2B နှင့် စားသုံးသူမှ စားသုံးသူသို့ (C2C) (Consumer-to-Consumer) နှင့် စတင်ခဲ့ပြီး ယင်းတို့သည် ကိုးရီးယားနိုင်ငံအတွက် ပိုမိုအရေးပါသည်။ သို့ရာတွင် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် B2B ၏ ဈေးကွက်ဝေစုကို ပထမဆုံး တိုးချဲ့ခဲ့သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် နည်းပညာသစ်များပေါ်ထွက်လာရာ အင်တာနက်နှင့် မိုဘိုင်းဆက်သွယ်ရေးကို ပေါင်းစပ်ထားသော N-Commerce လည်း ထွက်ခဲ့သည်။ ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများသည် e-Commerce သို့ ဆယ်ကျော်သက်များကို စတင်မိတ်ဆက်ခဲ့သည်။ Content လုပ်ငန်းတွင် ငွေကြေးအခြေခံလုပ်ငန်းခွင်များ စတင်ပေါ်ပေါက်လာခဲ့သည်။

စင်စစ် ကိုးရီးယားနိုင်ငံတွင် B2B e-Commerce သည် ၁၉၉၉ ခုနှစ်နောက်ပိုင်းတွင် စတင်ခဲ့သည်။ Electronic Daily and Intel Research မှ ဆောင်ရွက်သော သုတေသနအရ ကိုးရီးယား စတော့ဈေးကွက်တွင် စာရင်းဝင်သော ပြည်တွင်းကုမ္ပဏီ ၇၀၇ ၏ ၁၂ ဒသမ ၂ ရာခိုင်နှုန်းသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် e-Commerce sites များ တည်ဆောက်ခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။ ကျန် ၈၇ ဒသမ ၈ ရာခိုင်နှုန်းသည် ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် sites များတည်ဆောက်ရန် စီစဉ်ခဲ့ကြသည်။ ဤတွင် e-Commerce sites ရှိပြီး ကုမ္ပဏီများ အနက် ၄၆ ဒသမ ၅ ရာခိုင်နှုန်းသည် B2C ကို အသုံးပြုသည်။ ၁၉ ဒသမ ၈ ရာခိုင်နှုန်းသည် B2B ကိုအသုံးပြုသည်။ B2B

sites ၏ဈေးကွက်ဝေစုကို ရေရှည်မထိန်းထားနိုင်သေးချေ။ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာ B2B sites များစွာမရှိသေးချေ။ သို့သော် ကုမ္ပဏီများသည် closed EDI (Electronic Data Information) (အီလက်ထရွန်နစ် သတင်းအချက်အလက်) မှ Web အခြေခံ sites များသို့ ရွှေ့လျားနေကြသည်။ ကိုရီးယားအစိုးရသည် လုပ်ငန်းများ၊ တက္ကသိုလ်များနှင့်အတူ United product code စနစ်ကို ပြီးစီးခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။ စံသတ်မှတ်ထားသော အီလက်ထရွန်နစ်ကက်တလောက် စနစ်တစ်ခု ဖွံ့ဖြိုးရေးကို ယင်းစနစ်က ဖော်ဆောင်ပေးသည်။

e-Marketplace ကို တစ်နည်းအားဖြင့် အွန်လိုင်းဈေးကွက်၊ အီလက်ထရွန်နစ်ဈေးကွက်၊ သို့မဟုတ် Web ဈေးကွက်ဟုလည်း ခေါ်ကြသည်။ ယင်းသည် cyberspace ကို ရည်ညွှန်းသည်။ cyberspace တွင် စွယ်စုံဝယ်ယူမှုများနှင့် ရောင်းသူများ တွေ့ဆုံကြသည်။ ဈေးကွက်ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်မှု၏ လားရာအရလည်းကောင်း၊ ဈေးကွက်ဖွဲ့စည်းမှုအရလည်းကောင်း၊ ဈေးကွက်ကို စီမံခန့်ခွဲသူအရလည်းကောင်း၊ e-Marketplace ကို အမျိုးအစားခွဲခြားထားသည်။ ဈေးကွက်စီမံခန့်ခွဲသူတွင် ရောင်းသူ၊ ဝယ်ယူမှုနှင့် အကျိုးဆောင်သူတို့ ပါဝင်သည်။ e-Marketplace များကို ကိုရီးယားနိုင်ငံတွင် တိကျသောလုပ်ငန်းတွင် အခြေစိုက်ပြီး ဖက်စပ်လုပ်ငန်းများနှင့် တည်ဆောက်ထားသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၌ ကိုရီးယားတွင် e-Marketplace ၁၀၀ ကို တည်ဆောက်ခဲ့သည်။ ယင်းတွင် ထူးချွန်သော ခေါင်းဆောင်များမရှိချေ။ ကုမ္ပဏီကြီးများနှင့် ယင်းတို့၏ ဆပ်ကန်ထရိုက်တာများအကြား သမားရိုးကျဆက်နွှယ်မှုအရ ဖြစ်ကောင်း ဖြစ်နိုင်သည်။

တောင်ကိုရီးယားအစိုးရသည် လူထုအခန်းကဏ္ဍတွင် e-Commerce တိုးချဲ့ရန် ကြိုးစားနေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် Supply Administration သည် ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် လူထုအခန်းကဏ္ဍအတွက် ဝယ်ယူရေးလုပ်ငန်းစဉ်များအားလုံးကို ကွန်ပျူတာနည်းဖြင့် ဆောင်ရွက်ရန် စီမံချက်ချခဲ့သည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် အစိုးရလုပ်ငန်းများက e-Commerce ဆောင်ရွက်သော ဝယ်ယူရေးရှယ်ယာသည် အလွန်နည်းသည်။ ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် စီမံကိန်းနှင့် ဘတ်ဂျက်ဝန်ကြီးဌာနသည် ယင်းကို ၅၀ ရာခိုင်နှုန်းသို့မြှင့်တင်ရန် စီမံချက်တစ်ခု ရေးဆွဲချမှတ်ခဲ့သည်။

B2B solution ဈေးကွက်သည် လာမည့်နှစ်များစွာတွင် တစ်နှစ်လျှင် ၁၀၀ ရာခိုင်နှုန်းဖြင့် မြင့်တက်လာမည်ဟု မျှော်လင့်ထားသည်။ ဂျာမနီနိုင်ငံမှ SAP၊ အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုမှ Oracle နှင့် i2 Technology ကဲ့သို့သော နိုင်ငံခြား Solution providers များသည် ကိုရီးယားဈေးကွက်သို့ဝင်လာခဲ့ပြီး အခြားနိုင်ငံခြားကုမ္ပဏီများသည် ယင်းတို့၏ လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများကို ရှင်သန်အောင် ပြုလုပ်နေကြသည်။ B2B Solution developers များနှင့် လုပ်ငန်းရှင်များသည် ဝယ်ယူမှုများနှင့် ရောင်းသူများပေါင်းစပ်သော ယင်းတို့ကိုယ်ပိုင် solutions များနှင့် sites များတည်ထောင်ရန် ကြိုးစားနေသည်။

ကိုရီးယားနိုင်ငံအနေဖြင့် e-Commerce တိုးမြှင့်ရန်အလို့ငှာ ကျော်လွှားရမည့် အဓိကအခက်အခဲများမှာ အောက်ပါတို့ဖြစ်သည်-

- ငွေပေးချေမှုများ၊ လုံခြုံရေး၊ လုပ်ပိုင်ခွင့်အာဏာစနစ်များ ကဲ့သို့သောနယ်ပယ်များတွင် မလုံလောက်သော

ကွန်ရက်အခြေခံအဆောက်အအုံ၊ မပြည့်စုံသော စံသတ်မှတ်မှုနှင့် အဆင့်နိမ့်နည်းပညာတို့ ရှိနေခြင်း၊

- မပြည့်စုံသော ဖွဲ့စည်းမှုဆိုင်ရာစနစ် ဥပမာ-သုံးစွဲသူအား အကာအကွယ်ပေးခြင်း၊ မူပိုင်ခွင့်အခွန်အခများ၊
- ညံ့ဖျင်းသောပါဝင်မှု၊ နည်းပါးသော ခွဲခြားဆောင်ရွက်မှုများ၊ အမြတ်အစွန်းနည်းပါးမှုများ၊
- e-Commerce ကိုဆွဲခေါ်ရန် မလုံလောက်သောသယ်ယူပို့ဆောင်ရေး၊ လှည့်လည်ခြင်းနှင့် ဖြန့်ချိရေးစနစ်များ၊
- အစိုးရနှင့် ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍနှစ်ခုစလုံးက စွမ်းရည်ပြည့်သော ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းကို အခက်အခဲတွေ့စေသည့် မလုံလောက်သောစာရင်းအင်းများ။

လွန်ခဲ့သောနှစ်များစွာက တောင်ကိုရီးယားအစိုးရသည် အမျိုးသားယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းကို မြှင့်တင်ခြင်းနည်းလမ်းတစ်ရပ်အနေဖြင့် e-Commerce ပရိုမိုးရှင်းကို ကြိုးပမ်းဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ၁၉၉၇ ခုနှစ်တွင် တောင်ကိုရီးယားအစိုးရသည် အမျိုးသားယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းအဆင့်မြှင့်ခြင်းအတွက် CALS/EC မြှင့်တင်ရန်စီမံချက်ကို ကြေညာခဲ့သည်။ ဤတွင် အရေးပါသောအတိုင်းအတာမှာ ကွက်တိကွက်ကျားဖြစ်နေသော ဝန်ကြီးဌာနများကို အစိုးရအုပ်ချုပ်ရေးက ပေါင်းစည်းရန်ဖြစ်သည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ်နှင့် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ဥပဒေပြုအဖွဲ့သည် e-Commerce နယ်ပယ်ရှိ ဥပဒေသစ်များကို ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ သို့ရာတွင် အစိုးရ၏ အကျယ်ပြန့်ဆုံးနှင့် ထိရောက်အကျိုးရှိဆုံးအဆင့်သည် e-Commerce ပရိုမိုးရှင်းအတွက် ပြည့်စုံကျယ်ပြန့်သော

စီမံချက်ဖြစ်သည်။ ယင်းကို ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ကြေညာခဲ့သည်။ ယင်းစီမံချက်သည် ပေါ်လစီနယ်ပယ်ငါးခုကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။

### (၁) ဖွဲ့စည်းမှုဆိုင်ရာတိုးတက်မှု

အီလက်ထရွန်နစ်၊ ဘဏ္ဍာရေး၊ ကုန်သွယ်ရေး၊ e-Commerce အငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းခြင်း၊ အီလက်ထရွန်နစ် signature and authorisation အနှောင့်အယှက်ပေးမှု၊ အခွန်ပံ့ပိုးမှု စသည်တို့နှင့် စပ်လျဉ်း၍ ဥပဒေသစ်များကိုထုတ်ပြန်ပြီး ပေါ်လစီများကို သန့်စင်ရန်။

### (၂) အခြေခံအဆောက်အအုံ

လုပ်သားဈေးကွက် စူးစမ်းလေ့လာမှုဆောင်ရွက်ရန်၊ ဆက်သွယ်ရေးကွန်ရက် မြှင့်မားတိုးတက်ရန်၊ စံသတ်မှတ်ချက် မြှင့်မားတိုးတက်ရန်၊ ပိုင်းလော့ဖြန့်ချိရေးစနစ် စတင်ဆောင်ရွက်ရန်။

### (၃) ပြည်သူ့ရေးရာအခန်းကဏ္ဍ

ပြည်သူ့ရေးရာအခန်းကဏ္ဍရှိ e-Commerce အသုံးချရေး စူးစမ်းလေ့လာရန်နှင့် တိုးချဲ့ရန်၊ အသုံးချနိုင်သောဥပဒေများ ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းဆောင်ရွက်ရန်။

### (၄) လုပ်ငန်း

ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍတွင် e-Commerce အသုံးချခြင်းအတွက် ပံ့ပိုးမှုတိုးချဲ့ရန်၊ အဓိကလုပ်ငန်းတစ်ခုရှိ e-Commerce စနစ် တည်ဆောက်ခြင်းကို ပံ့ပိုးရန်။

### (၅) ကုန်သွယ်မှု

ဆိုက်ဘာ-ကုန်သွယ်မှု မြေပုံတည်ဆောက်ရန်၊ e-Trade နှင့် စပ်လျဉ်းသော ဥပဒေများထုတ်ပြန်ရန်။ ထို့အပြင် တောင်ကိုရီးယားအစိုးရသည် e-Commerce စာရင်းအင်း ဖွံ့ဖြိုးမှုစီမံချက်ကို ကြေညာခဲ့သည်။ အဖွဲ့အစည်းစုံက ဆောင်ရွက်သော ကြိုးပမ်းမှုများဖြင့် ပြဿနာများ ဖြေရှင်းရန်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် ကိန်းဂဏန်းစာရင်းအင်းများ မျှဝေခြင်းကို တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန် ဖြစ်သည်။

### ဟောင်ကောင်၏ အီး-ကောမာ့စ်အခြေအနေ

အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် အင်တာနက်၏လုပ်ငန်းများ တိုးတက်မြှင့်တင်ခြင်းအတွက် သိသာထင်ရှားစေသော အမှတ်အသားဖြစ်သည်။ အင်တာနက်သည်လည်း ကမ္ဘာတစ်ဝန်းရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို အရာထင်စေခဲ့သည်။ ပိုမိုအရေးကြီးသည်ကား အင်တာနက်သည် ဂလိုဘယ်ဒစ်ဂျစ်တယ်ကွန်ရက်ကို ဖန်တီးခဲ့ခြင်းပင်။ ယင်းကွန်ရက်သည် အချိန်နှင့်နေရာ လွတ်လပ်မှုရှိသော လူအများဆက်သွယ်ရေးနှင့် အချက်အလက်ထုတ်လွှတ်ရေး အခင်းအကျင်း တစ်ခုပင်ဖြစ်သည်။ ယင်းကွန်ရက်သည် သတင်းအချက်အလက်စီးဆင်းမှု၏ ထိရောက်အကျိုးရှိသော နည်းလမ်းပင်ဖြစ်သည်။ သတင်းအချက်အလက်ကို လက်ခံခြင်း၊ ထိန်းသိမ်းခြင်း၊ ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာခြင်းနှင့် ဖလှယ်ခြင်းအတွက် စွမ်းရည်ကို ကြီးမားစွာမြှင့်တင်ပေးသည်။ စင်စစ်အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည်လည်း ဂလိုဘယ်ဆိုက်ဘာဈေးကွက်နေရာကို ဖန်တီးခဲ့သည်။ ယင်းသည် နယ်ခြားမဲ့ အီလက်ထရွန်နစ်ကုန်သွယ်မှုနှင့် သတင်းအချက်အလက် လုပ်ငန်းတိုးတက်မှုကို လွယ်ကူချောမောစေသည်။ ကမ္ဘာအနှံ့ချိတ်ဆက်ထားသော စီးပွားရေး ကြီးထွားဖြစ်

ပေါ်လာမှုသည် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနှင့် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများကို စက်မှုလုပ်ငန်းအဆင့်မြှင့်ခြင်းနှင့် ရေရှည်စီးပွားရေးတိုးတက်မှု ကြီးထွားလာစေရန် အခွင့်အလမ်းများကို ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။

တစ်ဖန် အိုင်စီတီတိုးတက်မှုများသည် ဂလိုဘယ်ကုန်သွယ်မှုကွန်ရက်သစ်ကို ဖန်တီးပေးသည်။ ယင်းသည် သမားရိုးကျကုန်သွယ်မှုနှင့် ဖြန့်ဖြူးရေးစနစ်ကိုထိရောက်ပြီး တွက်ခြေကိုက်စေရန် ပြုလုပ်ပေးသည်။ ယင်းသည် ဂလိုဘယ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် အရင်းအနှီးဈေးကွက်များရှိ ရှေ့ဆက်ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို မြှင့်တင်ပေးမည်ဖြစ်သည်။ ဆက်သွယ်ရေး၊ ပြန်ကြားရေးနှင့် အပေးအယူကိစ္စကုန်ကျစရိတ်များတွင် လျှော့ချခြင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ကမ္ဘာအနှံ့ ဆောင်ရွက်သော ထုတ်လုပ်မှု၊ အရင်းအမြစ်ရှာဖွေခြင်းနှင့် မားကက်တင်း မဟာဗျူဟာများ ပိုမိုရရှိရန် အားပေးသည်။ ထို့ပြင် အိုင်စီတီလုပ်ငန်းများ တိုးတက်မှုသည် စီးပွားရေးတိုးတက်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု၏ အဓိကကျသော မောင်းနှင်အားဖြစ်သည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အလုံးစုံစွမ်းရည်မြှင့်တင်ရန်နှင့် စီးပွားရေးဟောင်း၏ လက်ရှိအင်အားများကို စွမ်းအားပြန်လည်ရရှိရန် အိုင်စီတီကို အပြည့်အဝမည်သို့ အသုံးချရမည်ကို ကြည့်ရှုရန် လိုအပ်သည်။ ယင်းအချက်သည် ဟောင်ကောင်အတွက် အရေးကြီးသော ပေါ်လစီအသုံးချမှုများကို ထင်ဟပ်ပြသည်။ ဟောင်ကောင်သည် သေးငယ်သည်။ ပြင်ပကိုမျှော်ကြည့်ရပြီး ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းကို ဦးစားပေးရသော စီးပွားရေးရှိသည်။ အိုင်စီတီလုပ်ငန်းတွင် နောက်မှ ပေါ်လာသူဖြစ်သည်။ လွန်ခဲ့သောနှစ်အနည်းငယ်က ဟောင်ကောင်သည် အင်တာနက်လုပ်ငန်း၌ လျင်မြန်သော တိုးတက်မှုအတွေ့အကြုံ ရရှိခဲ့သည်။ ဟောင်ကောင်အနေဖြင့် အိုင်စီတီလုပ်ငန်းများ ရယူ

ဆောင်ရွက်ရာတွင် အမှတ်ရဖွယ်ကောင်းသော တိုးတက်မှုများကို ပြုလုပ်နိုင်ခဲ့သည်။ ဟောင်ကောင်အစိုးရသည် စီးပွားရေးအသစ် (New Economy) ကို တိုးမြှင့်ရန် ကြိုးပမ်းခဲ့သည်။ ဟောင်ကောင်အစိုးရအနေဖြင့် အင်တာနက်တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် အာရုံစိုက်ဖိတ်ဒေသတွင် ဒစ်ဂျစ်တယ်မြို့ကြီးနှင့် အင်တာနက်ဗဟို အချက်အလက်ဒေသအဖြစ်သို့ ဦးတည်နိုင်ရေး ဆောင်ရွက်နေသည်။ ယင်းသို့ ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် အစိုးရအနေဖြင့် အခြေခံအဆောက်အအုံနှင့် အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ထောက်ပံ့မှုအား ကူညီပံ့ပိုးရန် ပြုပြင်ပြောင်းလဲမှုအမျိုးမျိုးနှင့် ပေါ်လစီ ကနဦးဆောင်ရွက်မှုများကို အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့သည်။ ထို့ပြင် အိုင်စီတီ လုပ်ငန်းတိုးတက်ရန် ဆောင်ရွက်သော ပတ်ဝန်းကျင်ကိုဖန်တီးရန် အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့သည်။

ကောင်းစွာတည်ဆောက်ထားသော ဆက်သွယ်ရေးအခြေခံအဆောက်အအုံသည် စီးပွားရေးသစ်၏အဓိကအစိတ်အပိုင်းဖြစ်သည်။ ဟောင်ကောင်သည် တိုးတက်ပြီး တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း ကွန်ရက်တွင် ဖွံ့ဖြိုးလာခဲ့သည်။ ယင်းသည် ၁၉၉၅ ခုနှစ်ကတည်းက ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းအပြည့်သုံးသော ကွန်ရက်ကိုဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် စီးပွားရေးအဆောက်အအုံအားလုံးအတွက် broadband coverage အပြည့်အဝရရှိခဲ့သည်။ ယင်းသည် ပြည်တွင်း အဆောက်အအုံယူနစ်များ၏ ၉၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ဟောင်ကောင်တွင် နေထိုင်သူ ၁၀၀ ဦးလျှင် exchange လိုင်း ပျမ်းမျှ ၅၈ လိုင်းရှိသည်။ အိမ်ထောင်စု ၁၀၀ လျှင် နေအိမ်သုံးလိုင်း ၁၀၅ လိုင်း ရှိသည်။ စီးပွားရေးလိုင်း ၆၀၀ လျှင် ဖက်စ်လိုင်း ၂၃ လိုင်းရှိသည်။ ပြင်ပဆက်သွယ်မှုအနေဖြင့်ကြည့်လျှင် ဂြိုဟ်တုနှင့် ကော့ယံ facility များ ဆောင်ရွက်ရန် လိုင်စင်ယူထားသည့် ပြင်ပ facility

အော်ပရေတာ စုစုပေါင်း ၃၁ ဦးရှိသည်။ ပြင်ပတယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း အော်ပရေတာ ၁၆၅ ဦးရှိသည်။ ဟောင်ကောင်၏ မိုဘိုင်းဖုန်းဈေးကွက်သည်လည်း လျင်မြန်စွာ ဖွံ့ဖြိုးနေသည်။ လက်ရှိကာလတွင် မိုဘိုင်းဖုန်းကွန်ရက် ၁၁ ခုနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်စံချိန်စံညွှန်း လေးခုရှိသည်။ မိုဘိုင်းဖုန်းများသည် လူဦးရေ ၇၁ ရာခိုင်နှုန်းသို့ ရောက်ရှိနေပြီး ယင်းသည် ကမ္ဘာပေါ်တွင် အမြင့်မားဆုံးထိုးဖောက်မှုနှုန်း တစ်ခုဖြစ်သည်။ ဟောင်ကောင်အစိုးရသည် တတိယမျိုးဆက် (third generation) မိုဘိုင်းတယ်လီကွန်းလုပ်ငန်းများအတွက် လိုင်စင်လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို နောက်ဆုံးအတည်ပြုခဲ့ပြီး ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် လျှောက်လွှာများ ခေါ်ယူခဲ့သည်။ ယင်းသည် မိုဘိုင်းဖုန်းများ စီးပွားရေးဆန်ဆန် လျှောက်ထားမှုများအတွက် ပလက်ဖောင်းတစ်ခုကို ဖြည့်ဆည်းပေးသည်။

ဟောင်ကောင်၏ အင်တာနက်လုပ်ငန်းသည် လွန်ခဲ့သောနှစ်အနည်းငယ်က လျင်မြန်စွာ ကြီးထွားလာခဲ့သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ စက်တင်ဘာလတွင် ဟောင်ကောင်ကုန်သွယ်မှု ဖွံ့ဖြိုးမှုကောင်စီ (HK TDC) ၏ အဆိုအရ အင်တာနက်လက်ခံရန် ကူညီပံ့ပိုးနေသော Internet Service Provider (ISP) စုစုပေါင်း ၂၁၈ ခုရှိသည်။ ယင်းတို့အနက် ၅ ခုမှာ broadband ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို ပေးစွမ်းခဲ့သည်။ ISP အများစုသည် Internet Content Providers (ICPs) အနေဖြင့်လည်း ဆောင်ရွက်ကြသည်။ ယင်း ICP များသည် ဖျော်ဖြေရေး၊ ဈေးဝယ်ထွက်ခြင်း၊ ဖက်ရှင်၊ အားကစား၊ ခရီးသွားလာခြင်းနှင့် သတင်းအပါအဝင် သတင်းအချက်အလက်အမျိုးမျိုးကို သုံးစွဲသူများအား ပေးစွမ်းနေသည်။ ဟောင်ကောင်တွင် အရေအတွက်များပြားသော ICPs ၊ သို့မဟုတ် Website များ

ရှိသည်။ ယင်းတို့အနက် အဓိကကျမှုသည် ဝင်ငွေ၏ အဓိက အရင်းအမြစ်အနေဖြင့် အွန်လိုင်းကြော်ငြာခြင်းအပေါ် မူတည်နေသည်။ ယင်းတို့အနက် အချို့မှာ အီလက်ထရွန်နစ်စီးပွားရေးနှင့် ပါဝင် ပတ်သက်နေသည်။ Application Services Providers (ASPs) များသည် ယေဘုယျအားဖြင့် နည်းပညာအထောက်အကူနှင့် အိုင်တီ စီမံခန့်ခွဲမှုကို ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ယင်းတို့တွင် အီးကောမာ့စ်အတွက် Integrated Solutions နှင့် supply chain စီမံခန့်ခွဲမှုတို့ ပါဝင်သည်။

လွန်ခဲ့သော နှစ်အနည်းငယ်ခန့်က စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနှင့် အိမ်ထောင်စုအခန်းကဏ္ဍ နှစ်ခုစလုံးဖြင့် အွန်လိုင်းအပေးအယူလုပ်ငန်း ရယူခြင်းနှင့် အင်တာနက်အသုံးပြုခြင်းတွင် ဟောင်ကောင်အနေဖြင့် လျင်မြန်သောတိုးတက်မှု ရရှိခဲ့သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ် စောစောပိုင်းတွင် အိုင်တီရယူခြင်းဆိုင်ရာ တရားဝင် စူးစမ်းလေ့လာမှုအရ ကွန်ပျူတာများ သည် ဟောင်ကောင်အိမ်ထောင်စုအားလုံး၏ ၅၀ ရာခိုင်နှုန်းသို့ ရောက်ရှိခဲ့သည်။ ကွန်ပျူတာရှိသော အိမ်ထောင်စု၏ ၇၃ ရာခိုင်နှုန်း မှာ အင်တာနက်နှင့်ချိတ်ဆက်ထားသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနယ်ပယ် တွင် လုပ်ငန်းထူထောင်မှုအားလုံး၏ တစ်ဝက်ခန့်တွင် ကွန်ပျူတာ များရှိပြီး ယင်းတို့အနက် ၃၇ ရာခိုင်နှုန်းသည် အင်တာနက်ချိတ်ဆက် ထားကြသည်။ ကွန်ပျူတာနှင့် အင်တာနက်ထိုးဖောက်မှုနှုန်းများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းကြီး၏ ၉၂ ရာခိုင်နှုန်းနှင့် ၇၈ ရာခိုင် နှုန်းသို့ အသီးသီးရောက်ရှိခဲ့သည်။ ယင်းတို့သည် အလတ်စား စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ ထိုးဖောက်မှုနှုန်း ၇၈ နှင့် ၆၃ ရာခိုင် နှုန်းထက် သာ၍မြင့်မားသည်။ ထို့ပြင် အသေးစား စီးပွားရေးလုပ်ငန်း များ၏ ထိုးဖောက်မှုနှုန်း ၄၈ နှင့် ၃၄ ရာခိုင်နှုန်းထက်လည်း သာ၍

မြင့်မားသည်။ World Wide Web အသုံးပြုမှုသည် အလတ်စားနှင့် အသေးစားလုပ်ငန်းများ (လုပ်ငန်းများ၏ ၁၈ နှင့် ၅ ရာခိုင်နှုန်း အကြားမှာထက် ကုမ္ပဏီကြီးများ (လုပ်ငန်းများ၏ ၄၃ ဒသမ ၂ ရာခိုင်နှုန်းခန့်) အကြား ပိုမိုပျံ့နှံ့ခဲ့သည်။ ယင်း Web Pagesများသည် ကုမ္ပဏီများနှင့် ယင်းတို့၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ၊ ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများအပေါ်တွင် သတင်းအချက်အလက်များကို အဓိကပံ့ပိုးပေး သည်။

ဟောင်ကောင်ရှိ အီးကောမာ့စ်သည် ကနဦးအဆင့်တွင်ပင် ရှိနေခဲ့ဖြစ်သည်။ ကုမ္ပဏီအဖွဲ့အစည်းများ၏ ၅ ရာခိုင်နှုန်းခန့်က အစီရင်ခံခဲ့သည်မှာ ယင်းတို့သည် စူးစမ်းလေ့လာသည့်ကာလအတွင်း အွန်လိုင်းသတင်းအချက်အလက်အရ ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ် ငန်းများကို မှာယူကြသည်။ သို့မဟုတ် ဝယ်ယူကြသည်ဟုဆိုသည်။ ယင်းတို့အနက် ၃၅ ရာခိုင်နှုန်းသည် အွန်လိုင်းပေါ်မှ အော်ဒါများ လက်ခံရရှိခဲ့သည်ဟု အစီရင်ခံသည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အွန်လိုင်းအရောင်းများမှ ဆောင်ရွက်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်း လက်ခံရရှိမှုများသည် ဟောင်ကောင်ဒေါ်လာ ၄ ဒသမ ၆ ဘီလျံရှိသည်။ ယင်းသည် စုစုပေါင်းလက်ခံရရှိမှု၏ ၀ ဒသမ ၁၁ ရာခိုင်နှုန်းကိုသာ ကိုယ်စားပြုသည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ၁၉၉၈ ခုနှစ်နှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် အွန်လိုင်းပေါ်မှ အရောင်းသည် ၅၇ ရာခိုင်နှုန်းနီးပါး မြင့်တက်ခဲ့သည်။ တစ်ဖန် AC Nielsen's Net Ratingsကပြုလုပ်သော စူးစမ်းလေ့လာမှုအရ ၁၈ နိုင်ငံသည် ဂလိုဘယ်အင်တာနက်ပရိသတ်၏ ၈၀ ရာခိုင်နှုန်းကျော်ကို ကိုယ်စားပြု သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ အောက်တိုဘာလအတွက် အင်တာနက် အသုံးပြုမှုအရကြည့်လျှင် ဟောင်ကောင်က ပထမနေရာရထားသည်။

ယင်းနောက်တွင် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုလိုက်သည်။ ဟောင်ကောင်တွင် အင်တာနက်အသုံးပြုချိန်သည် ပျမ်းမျှအားဖြင့် လူတစ်ဦးလျှင် ၁၀ နာရီနှင့် ၁၃ မိနစ်ရှိသည်။ အမေရိကန်တွင် ၁၀ နာရီနှင့် ၄ မိနစ်ကျော်သာရှိသည်။ အင်တာနက်သို့ တစ်ကြိမ်လည်ပတ်ရာတွင် ပျမ်းမျှကြာချိန်နှင့် Website လည်ပတ်မှုအရေအတွက်တွင် ဟောင်ကောင်က နံပါတ်တစ် ချိတ်သည်။

ဟောင်ကောင်သည် လွန်ခဲ့သော နှစ်အနည်းငယ်ကျော်က အိုင်စီတီတိုးတက်မှုအပေါ်တွင် အခြေခံသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအသွင်ပြောင်းမှု တွေ့ကြုံခဲ့သည်။ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း၊ အင်တာနက်နှင့်ဆက်သွယ်သောလုပ်ငန်းများ၏ လျင်မြန်သော တိုးတက်မှုအပြင် သမားရိုးကျ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများသည်လည်း မီဒီယာ၊ ဘဏ်လုပ်ငန်း၊ ဘဏ္ဍာရေး၊ ခရီးသွားလာရေးနှင့် အိမ်ခြံမြေ အေးဂျင့်များ အပါအဝင် ယင်းတို့၏ အွန်လိုင်းဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ပေးစွမ်းရန် အဆင့်များ သတ်မှတ်ပြီးဖြစ်သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဧပြီလစာရင်းအရ ဟောင်ကောင်စတော့အိတ်ချိန်း၏ အဓိကဘုတ်စာရင်းဝင်ထားသော ကုမ္ပဏီ ၂၃၀ ကျော်သည် အင်တာနက် သို့မဟုတ် ဆက်သွယ်နေသော နည်းပညာပရိုဂျက်များတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန် စီမံချက်များ ကြေညာခဲ့ကြသည်။ ထို့ပြင် နည်းပညာကုမ္ပဏီ ၅၆ ခုသည် Growth Enterprise Market (GEM) တွင် ၁၉၉၉ နိုဝင်ဘာလ ကတည်းက စာရင်းဝင်ခဲ့ပြီး ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အကုန်တွင် စုစုပေါင်း ဟောင်ကောင်ဒေါ်လာ ၁၅ ဒသမ ၃ ဘီလျံ မြင့်တက်ခဲ့သည်။ ယင်းစာရင်းတွင် ကုမ္ပဏီများ၏ ထူးခြားသောပါဝင်မှုမှာ အိုင်တီ သို့မဟုတ် အင်တာနက်လုပ်ငန်းများတွင် ပါဝင်ပတ်သက်နေခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

၇၇ ♦ ၈၈၈

## အခန်း (၁၀)

### အရှေ့အာရှ၏ B2B e-Commerce အခြေအနေ

အရှေ့အာရှတွင် B2B စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ရောင်းရင်းဝယ်တာ ပုံနှံမှုကို ဦးဆောင်နေသည်မှာ အာရှနိုင်ငံများမဟုတ်ဘဲ အများစုမှာ အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများဖြစ်နေသည်။ ယင်းကော်ပိုရေးရှင်းများသည် စက်မှုထွန်းသစ်စ နိုင်ငံများအပေါ်တွင် အဓိကအခြေခံသောပြည်တွင်း စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သည်။ အမေရိကန်စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများသည် ယင်းတို့နိုင်ငံတွင် B2B e-Commerce ကို အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့ပြီးဖြစ်သောကြောင့် ဦးဆောင်မှုပြုနေခြင်းဖြစ်သည်။

အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် အင်တာနက်နည်းပညာကိုရယူခြင်း၌ ဦးဆောင်ဦးရွက်ပြုခဲ့ပြီး စီးပွားရေးလုပ်ငန်း မော်ဒယ်သစ်များရယူခြင်းကိုလည်း ပြုလုပ်သည်။ ၁၉၉၀ ပြည့်လွန်နှစ်ကာလများအတောအတွင်း အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် လုပ်ငန်းများစွာ ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေခြင်းနှင့် အဓိကလုပ်ကိုင် နိုင်ငံစွမ်းအပေါ်တွင် အရင်းအမြစ်များကို အာရုံစိုက်ခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်သော နည်းလမ်းသစ်တစ်ခုကို ဖန်တီးခဲ့သည်။ အထူးသဖြင့် အိုင်တီအခန်းကဏ္ဍတွင် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယင်းတို့၏

ရောင်းလိုအားကွင်းဆက်များ၏ ပြည်တွင်းနှင့် ပြည်ပအစိတ်အပိုင်းများကို ဆက်သွယ်ရန်နှင့် ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်ရန် အိုင်တီအသုံးချမှုကို တိုးချဲ့ခဲ့ကြသည်။ ဒဲလ်ကွန်ပျူတာ (Dell computer) ကုမ္ပဏီသည် ပီစီလုပ်ငန်းအတွက် အင်တာနက်အခြေခံ အဖွဲ့အစည်းပုံစံကို ဖန်တီးခဲ့သည်။ စစ္စကိုဆစ်စတန်စ် (Cisco Systems) ကုမ္ပဏီသည် ဆက်သွယ်ရေးပစ္စည်းလုပ်ငန်းများအတွက် ဒဲလ်ကဲ့သို့ပင် ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်း အဖွဲ့အစည်းနှစ်ခုစလုံးသည် ပစ္စည်းကိရိယာထုတ်လုပ်သူများအနေဖြင့် စတင်ခဲ့စဉ်မှာပင် သူတို့ကိုယ်တိုင် ထုတ်လုပ်ရန် ရပ်စဲခဲ့ကြပြီး ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေရန် ပြုလုပ်ကြသည်။ အမှန်စင်စစ် ဒဲလ်သည် ကုန်ပစ္စည်းရယူထိန်းသိမ်းပေးပို့သော ကုမ္ပဏီဖြစ်လာခဲ့သည်။ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုကုမ္ပဏီ မဟုတ်ချေ။ ယင်းတို့၏ ၁၉၉၀ နှောင်းပိုင်းကတည်းက အချိန်ကိုက် ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းခြင်းသည် အထူးသဖြင့် အိုင်တီနယ်ပယ်တွင် စွမ်းဆောင်ရည်နှင့် အမြန်နှုန်းမြင့်တက်ရန် ဖြစ်သည်။ ဤသို့ဖြင့် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် B2B e-Commerce ကို ဦးဆောင်ရန် နေရာရယူခဲ့ကြသည်။

စင်စစ် အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယခုအခါ B2B ဖလှယ်မှုဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုတွင် ဂလိုဘယ်ခေါင်းဆောင်များ ဖြစ်နေကြသည်။ ထို့ပြင် ထောက်ပံ့မှုကွင်းဆက် Supply chain စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် B2B အသုံးချမှုလည်း ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာ ဦးဆောင်သူများ ဖြစ်နေကြသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ အောက်တိုဘာလတွင် ကမ္ဘာပေါ်၌ B2B ဖလှယ်မှု ၁၀၀၀ ကျော်၏ ၆၀ ရာခိုင်နှုန်း ကျော်သည် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် အခြေစိုက်ခဲ့သည်။ အမေရိကန်ကော်ပိုရေးရှင်းများသည် ယင်းတို့၏ B2B e-Commerce

အလေ့အကျင့်ကို အရှေ့အာရှစီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများနှင့် အပေးအယူပြုလုပ်ခြင်း၊ ယင်းတို့၏ရုံးခွဲများ အရှေ့အာရှတွင်ဖွင့်လှစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းမှတစ်ဆင့် အရှေ့အာရှသို့ ရွှေ့ပြောင်းခဲ့ကြသည်။ အမေရိကန်အိုင်တီစီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်း၏ တရုတ် (တိုင်ပေ) ရုံးခွဲသည် ပီစီများနှင့် အခြားကုန်ပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်ခြင်းကို စီမံခန့်ခွဲသည်။ System solution များကိုလည်းချိတ်ဆက်ပေးသည်။ ထုတ်လုပ်မှုကို ကိုယ်တိုင်မလုပ်ဘဲ ဒေသတွင်း တိုင်ပေထုတ်လုပ်သူ ၃၀ ခန့်ကို ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေပြီး ထုတ်လုပ်စေသည်။ တိုင်ပေအစိုးရသည် B2B e-Commerce ကိုထောက်ခံသည့်အတွက် မိခင်အမေရိကန် အိုင်တီကုမ္ပဏီများ၏ ရုံးခွဲများအကြားတွင် တရုတ် (တိုင်ပေ) ရုံးခန်းသည် B2B e-Commerce အကောင်အထည်ဖော်ရာတွင် တိုးတက်မှုအရှိဆုံးဖြစ်သည်။ ယင်းရုံးခွဲသည် ၁၉၉၅ ခုနှစ် စောစောပိုင်းတွင် ERP ဟုခေါ်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအရင်းအမြစ် စီမံချက်ချခြင်း (Enterprise Resource Planing) စနစ်ကို စတင်မိတ်ဆက်ခဲ့သည်။ ယင်း၏ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများနှင့် သတင်းအချက်အလက်မျှဝေရန် ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် ထောက်ပံ့မှု ကွင်းဆက် စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်ကို ဖြည့်စွက်ခဲ့သည်။ ယခုအခါ ယင်းရုံးခွဲသည် အဆင့်မြင့် နည်းပညာကို ဦးစားပေးသော e-Marketplaceဖြစ်သည့် converge B2B e-Commerce စံချိန်စံညွှန်းဖြစ်သော Rosetta Net တို့ကို အသုံးချရန်ကြိုးစားနေသည်။ ယင်းနှစ်ခုစလုံးကို တရုတ် (တိုင်ပေ) အစိုးရက မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ပေးနေသည်။ ယင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်း အဖွဲ့အစည်း၏ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများအကြား ဂျပန်စီးပွားရေးအဖွဲ့အစည်းများ မရှိခဲ့ချေ။

B2B e-Commerce တွင် ရှေ့တန်းရောက်နေသော အခြား အရှေ့အာရှစီးပွားရေး လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများတွင် ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် စံညွှန်းသတ်မှတ်ထားသော ကုန်ပစ္စည်းများကို များများစားစား ထုတ်လုပ်သူများပါဝင်သည်။ ဤတွင် တရုတ်အမျိုးသားရေနံ ကော်ပိုရေးရှင်း (CNPC) နှင့် Hut Chinson Wampou တို့သည် ဖက်စပ်လုပ်ငန်းဖွဲ့စည်းခဲ့ကြသည်။ ယင်းဖက်စပ်လုပ်ငန်းသည် အင်တာနက်အပေါ်မှ ရေနံနှင့် သဘာဝဓာတ်ငွေ့ ကုန်ပစ္စည်းများကို ဝယ်ကြသည်၊ ရောင်းကြသည်။ တရုတ် (တိုင်ပေ) ဆီမီးကွန်ဒက်တာ ထုတ်လုပ်ရေးကုမ္ပဏီလီမိတက် (TSMC) သည် ကမ္ဘာပေါ်တွင် ဆီမီးကွန်ဒက်တာပစ္စည်းများ အကြီးမားဆုံးစာချုပ်အရ ထုတ်လုပ်သူ ဖြစ်သည်။ (TSMC) သည် အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် ယင်း၏ ဆီမီး ကွန်ဒက်တာ ဒီဇိုင်းဖောက်သည်များနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအပေးအယူ အများဆုံးဆောင်ရွက်သည်။

B2B e-Commerce ၏ သဘာဝကြောင့် B2B e-Commerce တွင် အမေရိကန်ဦးဆောင်သော စိန်ခေါ်မှုသည် အဖွဲ့အစည်း ဆိုင်ရာ ပြန်လည်ပြုပြင်မှုတွင် စိန်ခေါ်မှုတစ်ရပ်အနေဖြင့် ယှဉ်တွဲ လိုက်ပါလာသည်။ အီလက်ထရွန်နစ်ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း ကြီးထွား လာမှုသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများကို ထူးခြားသော ခြိမ်းခြောက်မှု အဖြစ် စိုးရိမ်ဖွယ်ရာဖြစ်စေသည်။ ယင်းသည် ဂျပန်ကော်ပိုရေးရှင်းများ က အရှေ့အာရှ၌ ယင်းတို့၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများတွင် B2B e-Commerce အား မည်သို့မိတ်ဆက်မည်ကို အကျိုးသက်ရောက်စေ သည်။ အီလက်ထရွန်နစ် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အီလက်ထရွန် နစ်ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်း (EMS) မောဒယ်ကိုရယူကြသည်။ ယင်း မော်ဒယ်တွင် ယင်းလုပ်ငန်းများသည် စွယ်စုံမူလ ပစ္စည်းထုတ်လုပ်သူ

များအတွက် ကုန်ပစ္စည်းများ အထူးထုတ်လုပ်ကြသည်။ စီးပွားရေး တွက်ခြေကိုက် များများစားစား ထုတ်လုပ်မှုအနေဖြင့် ထူးခြားသော အားသာချက်များရရှိကြသည်။ များများစားစား ထုတ်လုပ်မှုအတွက် အမြန်နှုန်းရရှိကြသည်။ ထုတ်လုပ်မှုတွင် အထူးပြုလုပ်ဆောင်ကြသည်။ ဂလိုဘယ်အီလက်ထရွန်နစ်လုပ်ငန်းတွင် EMS လုပ်ငန်းများသည် စွယ်စုံမူလပစ္စည်းထုတ်လုပ်သူများ၏ ဖောက်သည်များတွက် ထုတ်လုပ်မှုအပိုင်းကို တိုးတက်အောင် လုပ်ဆောင်နေကြသည်။ EMS လုပ်ငန်းများသည် စွမ်းဆောင်ရည်တိုးတက်ရန် အခြားနည်းလမ်း အနေဖြင့် B2B e-Commerce ရယူရန် စိတ်အားထက်သန် ကြသည်။

စင်စစ် EMS မော်ဒယ် တိုးတက်ဖြစ်ပေါ်လာမှုသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဖွံ့ဖြိုးမှုဆိုင်ရာ ဂျပန်မော်ဒယ်နှင့် လုံးဝမတူချေ။ ဂျပန် မော်ဒယ်တွင် ဆက်နွှယ်နေသော ပိတ်ထားသည့်ကော်ပိုရေးရှင်း အုပ်စု အတွင်း ဒေါင်လိုက်ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော ထုတ်လုပ်မှုရှိသည်။ ယင်းမော်ဒယ်သည် ထုတ်လုပ်မှုစနစ် အရာထင်ရန် စတင်နေသည်။ ယင်းစနစ်တွင် အရှေ့အာရှရှိ ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များ ပါဝင်သည်။ EMS လုပ်ငန်းအဖွဲ့များ၏ ကမ္ဘာအနှံ့ထုတ်ကုန်သည် ၂၀၀၄ ခုနှစ် တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂၆၀ ဘီလျံရှိသည်။ ယင်း လျင်မြန် သော တိုးတက်မှုသည် ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေခြင်းနှင့် ချိတ်ဆက်နေ သည်။ အမေရိကန် ပြည်ထောင်စု ဂလိုဘယ် ဆောင်ရွက်နေသူများ တွင် Solelectron, SCI Systems, Celestica နှင့် Jabil Cracait ကုမ္ပဏီများပါဝင်သည်။ အရှေ့အာရှတွင်ဆောင်ရွက်သူများမှာ တရုတ် (တိုင်ပေ) နှင့် စင်ကာပူမှ အဖွဲ့အစည်းများဖြစ်သည်။

EMS လုပ်ငန်းကို ပိုမိုအာရုံစိုက်လာကြသည်။ သာ၍ကြီးမားသော EMS လုပ်ငန်းများသည် OEM မှ စက်ရုံများရရှိကြသည်။ ထို့ပြင် သာ၍သေးငယ်သော EMS လုပ်ငန်းများကိုလည်း ရရှိကြသည်။ OEM ဖောက်သည်များသည် ကြီးမားသောအရေအတွက်များများကို အလျင်အမြန်ပေးသွင်းနိုင်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကြီးများနှင့် ဆက်ဆံရန် ပိုမိုနှစ်သက်ကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ယင်းတို့သည် ကမ္ဘာအနှံ့အပြားတွင် အမှတ်တံဆိပ်ကုန်ပစ္စည်းများကို စဉ်ဆက်မပြတ် ထုတ်လုပ်နိုင်ကြမည်ဖြစ်သည်။ EMS လုပ်ငန်းများသည် B2B e-Commerce တွင် ပိုမိုပါဝင်ပတ်သက်လာကြသည်။ ဂျပန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် EMS လုပ်ငန်းသို့ မဝင်ရောက် မလှုပ်ရှားမချင်း အရှေ့အာရှရှိ ဝယ်ယူရေးဈေးကွက်များတွင် ဂျပန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များရှိနေခြင်းသည် ယုတ်လျော့လာပြီး ယင်းတို့သည် အရှေ့အာရှရှိ B2B e-Commerce ရှိ ထူးခြားသော အခန်းကဏ္ဍတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်သည်။

အရှေ့အာရှအစိုးရများစွာသည် B2B e-Commerce ကြီးထွားတိုးတက်ရန် တက်ကြွစွာပါဝင်ဆောင်ရွက်ကြသည်။ ဥပမာကိုရီးယားနှင့် တရုတ် (တိုင်ပေ) အစိုးရတို့သည် ပြည်တွင်းအသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်း၏ ကုန်ပစ္စည်းများပြသရန် ကုန်သွယ်မှုပြပွဲ website များ ဖွံ့ဖြိုးမှုကို ကူညီပံ့ပိုးကြသည်။ အမှန်အားဖြင့် တရုတ် (တိုင်ပေ) အစိုးရသည် B2B e-Commerce မြှင့်တင်ရေးဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ထိုင်ပေအစိုးရ ကနဦးဆောင်ရွက်သော သတင်းအချက်အလက်လုပ်ငန်းသိပ္ပံ၏ လုပ်ငန်းတာဝန်တစ်ခုမှာ e-Commerce အသုံးချမှုနှင့် နည်းလမ်းများကို တိုးမြှင့်ဖြန့်ကြက်ရန်ဖြစ်သည်။

ယင်းသိပ္ပံသည် ဒီဂျစ်တယ်လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခြင်းအတွက် ပြန်လည်ပြုပြင်ပြောင်းလဲရာတွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ကူညီရန် ယင်းတို့နှင့်တိုင်ပင်ဆောင်ရွက်သည်။ စင်ကာပူအစိုးရသည် Kent Ridge Digital Labs (KRDL) ကို ပံ့ပိုးခဲ့သည်။ KRDL သည် e-Commerce လုပ်ငန်းများအတွက် Incubator တစ်ခုဖြစ်လာရန် အမျိုးသားဆော့ဖ်ဝဲ သုတေသနဗဟိုဌာနဖြစ်သည်။ ယင်း၏ e-Commerce မာစတာစီမံချက်မှတစ်ဆင့် စင်ကာပူအစိုးရသည် စင်ကာပူနိုင်ငံတွင် e-Commerce အား ပျံ့နှံ့စွာအသုံးပြုမှုကို အားပေးခဲ့သည်။ ထို့ပြင် e-Commerce သို့ ရွှေ့လျားနေကြသော ကုမ္ပဏီများအတွက် လူစွမ်းအားအရင်းအမြစ်သင်တန်းနှင့် အခြားအထောက်အပံ့များ ပံ့ပိုးကူညီခဲ့သည်။

၇၇ ❖ ၈၈

## အခန်း (၁၁)

### ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများနှင့် e-Commerce အခြေအနေ

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ (SMES) အတွက် e-Commerce သည် လျှော့ချထားသော သတင်းအချက်အလက် ရှာဖွေမှုစရိတ်များကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ဆိုလိုသည်မှာ ယင်းသည် ငွေပေးချေမှု၊ အကြွေးပေးလုပ်ငန်းစဉ်အတွက် အော်ပရေးရှင်းလုပ်ငန်းများ လျှော့ချချိန်၏ စွမ်းဆောင်ရည်ကိုမြှင့်တက်စေသည်။ ဖောက်သည်များနှင့် ဈေးကွက်များ၊ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းဒီဇိုင်း၊ ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းစဉ်များ၊ နည်းပညာနှင့် ဘဏ္ဍာရေးအရင်းအမြစ်နှင့် အချိန်ကာလစသော သတင်းအချက်အလက်များသည် (SMES) အတွက် တန်ဖိုးအရှိဆုံးဖြစ်ကြောင်း လေ့လာစူးစမ်းမှုများက ပြသသည်။ အင်တာနက်နှင့် တခြားအိုင်တီတီသည် ယင်းသတင်းအချက်အလက်များသည် (SMES) အတွက် တန်ဖိုးအရှိဆုံးဖြစ်ကြောင်း လေ့လာစူးစမ်းမှုများက ပြသသည်။ အင်တာနက်နှင့် အခြား အိုင်တီတီတို့သည် ယင်းသတင်းအချက်အလက် လက်ခံမှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။ ထို့ပြင် အင်တာနက်သည် တိကျသောပစ်မှတ်အုပ်စုများသို့ အော်တိုမတ်တစ် အသုံးချပရိုဂရမ်ပြုလုပ်ခြင်းနှင့် ဝယ်ယူစိတ်ကြိုက် သတင်းအချက်အလက်အပါအဝင် သတင်းအချက်အလက် ဖြန့်ချိခြင်းကို ခွင့်ပြုထားသည်။

မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ဝက်ဘ်ပေါ်ရှိ လုံလောက်သော သတင်းအချက်အလက်သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံတစ်နိုင်ငံရှိ သာမန်အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းအတွက် လိုက်ဖက်မှုရှိပြီး တန်ဖိုးရှိခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ သံသယဖြစ်ဖွယ်ရှိသည်။ ယင်းသည် အင်တာနက်လက်ခံမှုတွင်ဖြစ်နိုင်သော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ပြုလုပ်ပေးသည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းအများစုသည် ဒေသဆိုင်ရာဈေးကွက်များကို လိုအပ်သည်များ စီမံဖြည့်တင်းပေးသည်။ ထို့ကြောင့်ယင်းသည် ဒေသဆိုင်ရာ အချက်အလက်များပေါ်တွင် အလွန်အမင်းအားထားနေရသည်။ ယင်းအကြောင်းရင်းကြောင့် အင်တာနက်ပေါ်တွင် ဝင်ငွေနည်းပါးသော စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် အထူးအသုံးဝင်ရန် ဒေသဘာသာစကား content အပါအဝင် ဒေသဆိုင်ရာ content၏ ပမာဏနှင့် အရည်အသွေးများစားစား တိုးတက်မြင့်မားရန် လိုအပ်သည်။

အသေးစားနှင့် အလတ်စား e-Business ဝင်ငွေများသည် အရှေ့ဥရောပ၊ အာဖရိကနှင့် အရှေ့အလယ်ပိုင်းတွင် ဒေါ်လာ ၆ ဒသမ ၅၃ ဘီလျံမှ ဒေါ်လာ ၂၈ ဒသမ ၅၃ ဘီလျံအထိ မြင့်တက်လိမ့်မည်ဟု e-Market က ခန့်မှန်းထားသည်။ တစ်ဖန် အာရှပစိဖိတ်ဒေသတွင် ၂၀၀၃ ခုနှစ်၌ ဒေါ်လာ ၁၂၇ ဒသမ ၂၅ ဘီလျံသို့ မြင့်တက်မည်ဟု ခန့်မှန်းထားသည်။ ထို့ပြင် လက်တင်အမေရိကတွင် ၂၀၀၃ ခုနှစ်၌ ဒေါ်လာ ၂၃ ဒသမ ၅၁ ဘီလျံရှိရာမှ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် ဒေါ်လာ ၈၉ ဒသမ ၈၁ ဘီလျံသို့ မြင့်တက်ရန် မျှော်လင့်ထားခဲ့သည်။ အနောက်ဥရောပတွင်လည်း ၂၀၀၃ ခုနှစ်တွင် ဒေါ်လာ ၃၄၀ ဒသမ ၄၁ ဘီလျံမှ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် ဒေါ်လာ ၉၇၁ ဒသမ ၄၇ ဘီလျံသို့ မြင့်တက်ရန် မျှော်လင့်ထားသည်။

တစ်ဖန် မြောက်အမေရိကတွင် ၂၀၀၃ ခုနှစ်၌ ဒေါ်လာ ၃၈၄ ဒသမ ၃၆ ဘီလျံမှ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် ဒေါ်လာ ၁ ဒသမ ၁၈ ထရီလျံသို့ မြင့်တက်ခဲ့သည်။

ဤတွင် e-Business စိန်ခေါ်မှုကို SMES များက အောင်မြင်ရန် ကူညီမှုအား ICT-4 BUSတွင် သာကေအနေဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ICT-4 BUS ဟူသည်မှာ e-Business နှင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာ ဆန်းသစ်မှုပရိုဂရမ်ဖြစ်သည်။ စင်စစ် ICT-4 BUS သည် အင်တာနက်အမေရိကန် ဖွံ့ဖြိုးမှုဘဏ် (IDB) ဖွံ့ဖြိုးမှု၏ စွယ်စုံရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုရန်ပုံငွေနှင့် သတင်းအချက်အလက် နည်းပညာဆိုင်ရာ ကနဦးဆောင်ရွက်မှုပင်ဖြစ်သည်။ ICT Solution ကို တိုးတက်လာသော လက်ခံမှု၏ ကူညီပံ့ပိုးမှုမှတစ်ဆင့် လက်တင်အမေရိကနှင့် ကာရစ်ဘန်းရှိ မိုကွ်ရီစွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များနှင့် SMES ၏ စွမ်းဆောင်ရည်၊ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းနှင့် ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားကို မြှင့်တင်ရန်ဖြစ်သည်။ ဤသည်မှာ အလားအလာကောင်းသော “သတင်းအချက်အလက် လူမှုအဖွဲ့အစည်း” ကို ရရှိအောင်မြင် ရန် ဒေသဆိုင်ရာနှင့် ကမ္ဘာအနှံ့ ကြိုးပမ်းမှုနှင့် ချိတ်ဆက်ထားခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ဤ ကနဦးဆောင်ရွက်မှု၏အောက်တွင်ရှိသော ပရိုဂရမ်များနှင့် ပရောဂျက်များတွင် ဒေသအလိုက် အကောင်းဆုံးအတွေ့အကြုံများဆိုင်ရာ သဘောတရားများ ဖြန့်ချိခြင်း၊ ကွန်ပျူတာတတ်မြောက်မှုနှင့် သင်တန်းအစီအစဉ်များ e-Business solutions အောင်မြင်သော အကောင်အထည်ဖော်မှုအတွက် အကြွေးနှင့် ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ အရေးပါသောလက်ခံမှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေရန် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း ကြိုးပမ်းမှုများ ပါဝင်သည်။ လက်တင်

အမေရိကတွင် အားကောင်းသော SMES e-Business ဈေးကွက် အလားအလာကို အများဆုံးရရှိရန် မဟာဗျူဟာမြောက်ကိရိယာနှင့် ယာဉ်တစ်စီးအနေဖြင့် ကနဦးဆောင်ရွက်မှုသည် လက်တင်အမေရိကန် SMES များအကြား ရောက်ရှိခဲ့သော ဒေါ်လာ ၂၃ ဒသမ ၅ ဘီလျံ e-Business ဝင်ငွေများတွင် ဖော်ပြခဲ့သည်။

စင်စစ် e-Commerce သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံရှိ စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် အသုံးဝင်သည်။ ဤတွင် အင်တာနက်နှင့် e-Commerce က ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သော အနည်းဆုံးလမ်းငါးသွယ်ရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ -

- ၁။ ယင်းသည် ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်များသို့ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများနှင့် ရွှေ့ပြောင်းကျေးရွာများတွင် နေထိုင်သော အမျိုးသမီးများအတွက် access ကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။
- ၂။ ဂလိုဘယ်စကေးနှင့်အညီ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ၏ ကမ္ဘာလှည့် ခရီးသွားလာရေးလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ပရိုမိုရှင်းနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။
- ၃။ ဂလိုဘယ်ဈေးကွက်တွင် စိုက်ပျိုးရေးနှင့် အပူပိုင်းဒေသဆိုင်ရာ ကုန်ပစ္စည်းများတွင် မားကက်တင်းကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။
- ၄။ ယင်းသည် B2B နှင့် S2G Supply Chains များသို့ ဝင်ရောက်ရန် ဆင်းရဲသော နိုင်ငံများရှိ လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများအတွက် လမ်းများကို ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။

၅။ ယင်းသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ ဝန်ဆောင်မှုပံ့ပိုးနေသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ပိုမိုစွမ်းရည်ရှိစွာ ဆောင်ရွက်ရန် ခွင့်ပြုခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ ဖောက်သည်များသို့ ကမ္ဘာဆန်ဆန်တိကျသော ဝန်ဆောင်မှုများ တိုက်ရိုက်ပံ့ပိုးခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း ကူညီပေးသည်။

ဤတွင် B2B e-Commerce မှတစ်ဆင့် စိုက်ပျိုးရေးအခန်းကဏ္ဍကို လုပ်ငန်းအာဏာခွဲဝေပေးသော IFAT ဖြင့် သာဓကပြလိုပါသည်။ IFAT သည် အော်တာနေတစ်ကုန်သွယ်မှုအတွက် နိုင်ငံတကာ အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ၏ စိုက်ပျိုးရေးကဏ္ဍကို လုပ်ငန်းအာဏာခွဲဝေပေးရန် စုပေါင်းထားသော ကြိုးပမ်းအားထုတ်မှုတစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ၄၂ နိုင်ငံရှိ အဖွဲ့အစည်းပေါင်း ၁၀၀ ဖြင့်ဖွဲ့စည်းထားရာ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ အဖွဲ့အစည်း ၇၀ လည်း အပါအဝင်ဖြစ်သည်။ အဖွဲ့အစည်းဝင်များသည် ဝင်ငွေပိုမိုခံသောနိုင်ငံများမှ လက်မှုပစ္စည်းများနှင့် စိုက်ပျိုးရေးပစ္စည်းများတွင် နှစ်စဉ်ဒေါ်လာ ၂၀၀ မှ ဒေါ်လာ ၄၀၀ သန်းခန့် စုပေါင်း၍ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းဝယ်ကြသည်။ ထို့ပြင် IFAT သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံမှ ထုတ်လုပ်သူများကို ပစ္စည်းထိန်းသိမ်းထုတ်ပေးပံ့ပိုးမှု၊ အရည်အသွေးထိန်းချုပ်မှု၊ ထုပ်ပိုးမှုနှင့် ပို့ကုန်တို့တွင် အကူအညီများပံ့ပိုးပေးသည်။

ဝန်ဆောင်မှုအခန်းကဏ္ဍတွင် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံရှိ အလတ်စားလုပ်ငန်းများသည် နိုင်ငံရပ်ခြားရှိ ဆက်သွယ်ရန်တိုးတက်လာသော စွမ်းရည်နှင့်အတူ ယင်းတို့၏ဈေးကွက်ကို တိုးချဲ့ခဲ့ကြသည်။ ထို့ပြင် ယင်းတို့၏ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို ကြော်ငြာရန်လည်းကြိုးစား

ကြသည်။ ယင်းသည် အထူးသဖြင့် တိုးရစ်လုပ်ငန်းနှင့်ဆက်သွယ်သော အသေးစားလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် မှန်ကန်လှသည်။ တိုးရစ်လုပ်ငန်းဘုတ်အဖွဲ့များသည် ယင်းတို့၏ဝက်ဘ်ဆိုက်များရှိ အမျိုးအစားဖြင့် ဝန်ဆောင်ပံ့ပိုးသူများစာရင်းစုစည်းရာတွင် အထောက်အကူပေးကြသည်။ ထို့ပြင် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ SMES အတွက် အင်တာနက်သည် လျင်မြန်သော၊ လွယ်ကူသော၊ ယုံကြည်စိတ်ချအားထားရပြီး ဈေးမကြီးသောနည်းလမ်းဖြစ်သည်။ အွန်လိုင်းနည်းပညာ အထောက်အကူနှင့် ဆော့ဖ်ဝဲကိရိယာများနှင့် အသုံးချမှုများ ရယူခြင်းအတွက်လည်းကောင်း၊ နည်းပညာဆိုင်ရာ စုံစမ်းမှုများကို ယာယီနေရာထိုင်ခင်း ပြုလုပ်ခြင်း၊ ပြုပြင်မှုများ မေတ္တာရပ်ခံခြင်းနှင့် အတူ ထိုးစစ်ဝင်အပိုင်းများ သို့မဟုတ် ကိရိယာသစ်များအတွက် အင်တာနက်သည် အသုံးဝင်သောနည်းလမ်းဖြစ်သည်။

တစ်ဖန် အင်တာနက်သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် SMES များကို စွမ်းဆောင်ပေးနေသော ကိရိယာလည်းဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာအနှံ့ပြတ်သန်းရောက်ရှိလာသော ယင်းတို့၏အဆင့်အတန်းတူသူများနှင့် ဆွေးနွေးပွဲအုပ်စုများ ဆက်သွယ်ရန်ဖြစ်သည်။ ယင်းတို့တွင်လည်း တူညီလုပ်ငန်းရှင်များရှိကြပြီး သတင်းအချက်အလက်၊ အတွေ့အကြုံများမျှဝေကြသည်။ တိကျသော နည်းပညာဆိုင်ရာ ပြဿနာများကိုပင်လျှင် အဖြေများရှာဖွေကြသည်။ ဤသည်မှာ တူညီသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှိ အဆင့်တူလုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များထံမှ ပထဝီဝင်အနေအထားအရ သီးခြားရှိနေသော စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် အထူးအဖိုးတန်လှသည်။

## အခန်း (၁၂)

### အရှေ့တောင်အာရှ e-Commerce အခြေအနေ

၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် Intel ကော်ပိုရေးရှင်း၏ ဥက္ကဋ္ဌဖြစ်သူ အင်ဒီဂရို(ဗ်) (Andy Grove) က ကိုးကားစကားပြောခဲ့သည်-

“ငါးနှစ်တာကာလမှာ ကုမ္ပဏီအားလုံးဟာ အင်တာနက် ကုမ္ပဏီတွေ ဖြစ်လာလိမ့်မယ်။ ဒါမှမဟုတ်ရင် သူတို့ဟာ ကုမ္ပဏီတွေဖြစ်လာမှာ မဟုတ်ဘူး”

အင်တာနက်တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုသည် ပိုမိုတိုးချဲ့လာနိုင်ပြီဟု ခန့်မှန်းထားကြသည်။ နိုင်ငံတကာအချက်အလက် ကော်ပိုရေးရှင်း (International Data Corporation) က လွန်ခဲ့သော နှစ်အနည်းငယ် တွင် ဟောကိန်းထုတ်ခဲ့သည်။ ယင်းဟောကိန်းမှာ အင်တာနက် အသုံးပြုသူအရေအတွက် အတော်တော်များများသည် ၂၀၂၀ ပြည့် နှစ်တွင် သန်း ၃၂၀ သို့ရောက်ရှိလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ Nua Internet Surveys က ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇူလိုင်လတွင် ဖော်ပြခဲ့သည်မှာ အွန်လိုင်းသုံးစွဲသူအရေအတွက်မှာ ၃၅၉ ဒသမ ၈ သန်းရှိသည်။ ယင်းသို့ ပေါက်ကွဲလာသော တိုးတက်မှုနှင့်အတူ အင်တာနက်ကို လျစ်လျူရှု၍ မဖြစ်တော့ချေ။ တကယ်တော့ အချို့အကြံပြုပုဂ္ဂိုလ် များ၏အဆိုအရ အင်တာနက်တွင် တစ်စုံတစ်ရာပြောင်းလဲရန် စွမ်းရည်

၁၁၆

မောင်မောင်မြင့်သိန်း (စက်မှုတက္ကသိုလ်)

ရှိသည်ဟူ၍ဖြစ်သည်။ အင်တာနက်၏ ပေါက်ကွဲသော တိုးတက် ဖွံ့ဖြိုးမှုကို စဉ်းစားကြည့်လျှင် ယင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင် ရွက်မှုအတွက် အလွန်ဆွဲဆောင်မှုရှိသော ပလက်ဖောင်းတစ်ခု ဖြစ်လာ ခဲ့သည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ယင်းစစ်မှန်သော အခွင့်အလမ်းများနှင့် ယှဉ်တွဲပြီး လေးနက်သောစိန်ခေါ်မှုများနှင့် စွန့်စားရမှုများ ရှိနေသည်။

e- Commerce နှင့်ပတ်သက်၍ လက်တွေ့အကျဆုံး အဓိပ္ပာယ်ကို မီ ဆန်းဘောင်း(ရ်) (Me Senbourg) ၁၉၉၉ က ဖော်ညွှန်းခဲ့သည်။ e-Commerce ဟူသည် ကွန်ပျူတာကြားခံသော ကွန်ရက်တစ်ခုပေါ်တွင် ပြီးစီးသောအပေးအယူ ဖလှယ်မှုဟု ဖော် ညွှန်းထားသည်။ ယင်းကွန်ရက်သည် ပိုင်ဆိုင်မှုဆိုင်ရာ လွှဲပြောင်း မှု၊ သို့မဟုတ် ကုန်စည်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ အသုံးပြုမှု၏ အခွင့်အရေးများဖြစ်သည်ဟု ဆိုသည်။ ယင်းအဓိပ္ပာယ်သည် ပြည့်စုံ ရှင်းလင်းကျယ်ပြန့်လှသည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် တစ်ဦးတည်း ဆိုင်ရာ ပရိုတိုကောများနှင့် ပုဂ္ဂလိကလိုင်းများ အသုံးပြုလျက် အလို အလျောက် စကားပြောစက် (ATM) နှင့် အီလက်ထရွန်နစ် အချက် အလက်အတုံ့အပြန်ဖလှယ်မှု (EDI) တို့ အသုံးပြုခြင်းများကဲ့သို့ အပေးအယူ ဖလှယ်မှုများ ပါဝင်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။

၁၉၉၄ ခုနှစ်တွင် အင်တာနက်ကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် အသုံး ပြုမှုသည် browser မိတ်ဆက်ခြင်းနှင့်အတူ ဖြစ်ပေါ်လာခဲ့သည်။ Point နှင့် Click လုပ်နိုင်သော မည်သူမဆို အင်တာနက်ကို ထိရောက် အကျိုးရှိစွာ အသုံးပြုနိုင်ခဲ့သည်။ အင်တာနက်ကို ကျယ်ပြန့်စွာအသုံး ပြုမှုတွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အီလက်ထရွန်နစ်အပေးအယူ ဖလှယ်မှုများအတွက် ပလက်ဖောင်းတစ်ခုအနေဖြင့် ကြည့်ရန်သာ

မက အစိုးရများသည် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ပို့ဆောင်ခြင်းနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်ဝယ်ယူရေး ချိတ်ဆက်မှုအတွက် စတင်အသုံးပြုရန်လည်း ပါဝင်သည်။ ဆောင်ရွက်သူများ၏ အဓိကအုပ်စုသုံးခုတွင် ရှိသော ယင်းရလဒ်များသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း (B)၊ စားသုံးသူများ (C) နှင့် အစိုးရ (G) ဟူသော အမည်တပ်ထားသော အင်တာနက်ပေါ်တွင် အပေးအယူဖလှယ်မှုများ ပြုလုပ်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်း ဆောင်ရွက်သူများအကြား ဝယ်ယူခြင်းနှင့် ရောင်းချခြင်း အပေးအယူ ဖလှယ်မှုများ ဆဲလ် ကိုးခုကိုဆိုလိုသည်။ ယင်းတို့မှာ Business အပိုင်းတွင် B2B, B2C နှင့် B2G တို့ပါဝင်သည်။ စားသုံးသူ (Consumer) အပိုင်းတွင် C2B, C2C နှင့် C2G တို့ပါဝင်သည်။ အစိုးရ Government အပိုင်းတွင် G2B, G2C, G2G တို့ ပါဝင်သည်။

Forester Research (2000) က ဟောကိန်းထုတ်ခဲ့သည်မှာ ကမ္ဘာ့ e-Commerce ဝင်ငွေများသည် ၂၀၀၄ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၆ ဒသမ ၇ ဘီလျံရှိခဲ့ပြီး စုစုပေါင်းအရောင်း၏ ၈ ဒသမ ၆ ရာခိုင်နှုန်းခန့်ရှိသည်။ အာရှပစိဖိတ်တွင်မူ e-Commerce ဝင်ငွေသည် ၂၀၀၄ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၁ ဒသမ ၆ ထရီလျံ၊ သို့မဟုတ် စုစုပေါင်းအရောင်း၏ ၈ ရာခိုင်နှုန်း ရှိသည်။ ထို့ပြင် အာရှပစိဖိတ်သည် ကမ္ဘာ့ပျမ်းမျှနှုန်း ၅၈ ဒသမ ၄ ရာခိုင်နှုန်းနှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် ပို၍မြင့်မားသော တိုးတက်မှုနှုန်း ၈၆ ဒသမ ၅ ရာခိုင်နှုန်းရှိလိမ့်မည်ဟု မျှော်လင့်ထားသည်။

e-Commerce ၏ အခြေခံအဆောက်အအုံလမ်းကြောင်းများ (Infrastructure Trends) နှင့် ပတ်သက်၍ Mann, Eckert နှင့်

Knight (2000) က ဤသို့ဖော်ပြခဲ့သည် -

“e-Commerce တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုသည် အခြေခံအဆောက်အအုံ သုံးမျိုးအပေါ်တွင် မူတည်သည်။ ယင်းတို့မှာ ဆက်သွယ်ရေးစနစ်များ၊ ဘဏ္ဍာရေးငွေပေးချေမှုစနစ်များနှင့် ဖြန့်ချိရေးနှင့် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးစနစ်များဖြစ်သည်။ ယင်းစနစ်များ လွတ်လွတ်လပ်လပ်နှင့် ဘေးကင်းမှုရှိမှသာလျှင် e-Commerce သည် ခြယ်လှယ်လုပ်ဆောင်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။”

အွန်လိုင်းအစီအစဉ်ချမှု လွယ်ကူခြင်းသည် ဆက်သွယ်ရေးအခြေခံအဆောက်အအုံ၏ အခြေအနေပေါ်တွင် မူတည်သည်။ e-Commerce အတွက် ဆက်သွယ်ရေးအခြေခံ အဆောက်အအုံဖွံ့ဖြိုးမှုများ ကြည့်ရှုလေ့လာရာတွင် ရောင်းသူများနှင့် ဝယ်ယူသူများ အမြင်ရှုထောင့်နှစ်ဖက်စလုံးမှ ၎င်းကိုစုစည်းရန် အသုံးဝင်သည်။ ရောင်းသူရှုထောင့်မှကြည့်ရလျှင် ကုန်စည်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ပေးစွမ်းနိုင်မှုနှင့် Server များကို ကြည့်ရမည်ဖြစ်သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇူလိုင်လတွင် Software consortium's Internet Domach Surveg သည် World-wide hosts ကို ၉၃ သန်းကျော် ရေတွက်ထားသည်။ ယင်းအရေအတွက်သည် ၁၉၉၅ နှင့် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အတွင်း နှစ်ထပ်တိုးနှုန်း ၅၀ ရာခိုင်နှုန်းကျော် ကြီးထွားတိုးတက်နေသည်။ အရှေ့တောင်အာရှတွင် ယင်းတိုးတက်မှုနှုန်းများသည် ပျမ်းမျှ ကမ္ဘာတိုးတက်မှုနှုန်းထက် ပိုမိုမြင့်မားသည်။ အာဆီယံနိုင်ငံများအတွင်း စင်ကာပူ၊ မလေးရှားနှင့် ဘရူနိုင်းနိုင်ငံတို့သည် လူဦးရေ ၁၀၀၀၀ ဦးလျှင် hosts အရေအတွက်နှင့် ကြည့်လျှင် အခြား ဆာဆီယံနိုင်ငံများထက် ရှေ့ရောက်နေသည်။

Secure Servers အကြည့်လျှင် Netcraft ၏ Secure Socket Layer (SSL) Survey သည် Secure Servers များ၏ ပုံမှန် စူးစမ်းလေ့လာမှုဖြစ်သည်။ ယင်း Survey က ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် ပြသခဲ့သည်မှာ Servers အမျိုးအစားသည် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စု တွင် အမြင့်မားဆုံး ၇၂ ရာခိုင်နှုန်း ဖြစ်ခဲ့သည်။ အာဆီယံတွင်မူ စင်ကာပူသည် အမြင့်မားဆုံးနှုန်း ၀ ဒသမ ၃၃ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ယင်းနောက်တွင် မလေးရှားက ၀ ဒသမ ၁၂ ရာခိုင်နှုန်းနှင့်လိုက်ပါ နေသည်။

စားသုံးသူများသည် အင်တာနက်လက်ခံမှုတွင် ပလက်ဖောင်း ရွေးချယ်စရာ များစွာရှိသည်။ ယင်းတို့သည် Fixed ပိုင်းများမှတစ်ဆင့် ဆက်စပ်ထားသော ပါစင်နယ်ကွန်ပျူတာများ ဖြစ်နိုင်သည်။ ယင်းတို့ တွင် dial သို့ ဆက်သွယ်မှုများ၊ သို့မဟုတ် cable ဆက်သွယ်မှုများ၊ Web စွမ်းဆောင်နိုင်သော တယ်လီဗေးရှင်းများ၊ Web စွမ်းဆောင် နိုင်သော game consoles ပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် ဝါယာလက်ခံအသုံး ချမှု ပရိုတိုကောလ် (WAP) အသုံးပြုနေသော မိုဘိုင်းဖုန်းများလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ ထို့နောက် စားသုံးသူဘက်မှ အခြေခံအဆောက်အအုံ ညွှန်းကိန်းများတွင် ဝီစီပိုင်ဆိုင်မှုတိုင်းတာခြင်းများ၊ တယ်လီဖုန်း ဆက်သွယ်မှု၊ ဘီစီပိုင်ဆိုင်မှု၊ ကောယ်ဆက်သွယ်မှုနှင့် မိုဘိုင်းဖုန်း အသုံးပြုမှုတို့ပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် အင်တာနက်အသုံးပြုမှုအရေအတွက် သည် အခြေခံအဆောက်အအုံရရှိနိုင်မှု၏ ဖော်ပြချက်ကိုလည်း ပံ့ပိုး လိမ့်မည်။ အမှန်ဆိုလျှင် အင်တာနက်သို့ဆက်သွယ်ထားသော ဝီစီ အရေအတွက်သည် စုစုပေါင်း PC အသုံးပြုမှုအရေအတွက်ထက်

ပိုမိုကောင်းမွန်သော တိုင်းတာမှုဖြစ်လိမ့်မည်။ အလားတူပင် အင်တာ နက်အသုံးပြုသူအရေအတွက်သည် ကွန်ပျူတာအသုံးပြုသူ စုစုပေါင်း အရေအတွက်နှင့်နှိုင်းယှဉ်လျှင် ပိုမိုကောင်းမွန်သော အညွှန်းကိန်းဖြစ်လိမ့် မည်။ အွန်လိုင်းလူဦးရေအကြည့်လျှင် အကောင်းဆုံးတိုင်းတာမှုမှာ အင်တာနက်ပေါ်တွင် ဝယ်ခြင်း၊ သို့မဟုတ် ရောင်းခြင်းနှင့် အမှန် တကယ် ချိတ်ဆက်ထားသောအမျိုးအစားက သိသာထင်ရှားလှသည်။

Nua Internet Surveys အရ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇူလိုင်လ တွင် အွန်လိုင်းလူဦးရေပမာဏသည် ၃၉၅ ဒသမ ၈ သန်းရှိခဲ့ပြီး ကမ္ဘာ့လူဦးရေ၏ ၅ ဒသမ ၉ ရာခိုင်နှုန်း ရှိခဲ့သည်။ ထို့ပြင် အာရှပစိဖိတ် အွန်လိုင်းလူဦးရေသည် နှစ်ထပ်တိုးတက်မှုနှုန်း (CAGR) နှင့်အတူ လျင်မြန်စွာတိုးတက်နေသည်။ CAGR သည် ၁၉၉၈ ခုနှစ်နှင့် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အကြားတွင် ၄၆ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ဤတွင် ကမ္ဘာ့ပျမ်းမျှနှုန်းမှာ ခန့်မှန်းခြေအားဖြင့် ၃၁ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ အာဆီယံနိုင်ငံများရှိ ဝီစီ density သည် ကမ္ဘာ့ပျမ်းမျှထက် လျင်မြန်စွာ တိုးတက်နေသည်။ အာဆီယံတွင် ရှေ့ကဦးဆောင်နေသော စင်ကာပူ နိုင်ငံတွင် ၁၉၉၉ ခုနှစ်က 100 inhabitant တွင် 46 PC ခန့် ရှိခဲ့ သည်။ Dial-up အနေဖြင့်ကြည့်လျှင် စင်ကာပူက ထိပ်မှာရှိသည်ဟု ပရိမစ်သုတေသနအဖွဲ့က ဆိုသည်။ စင်ကာပူသည် ၂၀၀၄ ခုနှစ်တွင် ၃ ဒသမ ၂ သန်း dial-up accounts ရှိခဲ့သည်။ ယင်းသည် လူဦးရေ၏ ၈၆ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ၉၉၂၀၀၀ accounts ရှိခဲ့ပြီး လူဦးရေ၏ ၂၈ ရာခိုင်နှုန်းရှိခဲ့သည်။ ဤသည်က စင်ကာပူသည် အာဆီယံနိုင်ငံများတွင် အမြင့်မားဆုံး density ရှိကြောင်း ဖော်ပြနေသည်။

တယ်လီဖုန်းဆက်သွယ်မှုအရကြည့်လျှင် ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် လူဦးရေ ၁၀၀ တွင် အမြင့်မားဆုံးဆက်သွယ်မှု density ကို စင်ကာပူ နိုင်ငံတွင် တွေ့ရသည်။ ယင်းသည် ၅၈ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ဘရူနိုင်းနိုင်ငံက ၂၅ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ မလေးရှားက ၂၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ဆယ်လူလာဖုန်းအနေဖြင့်ကြည့်လျှင် လူ ၁၀၀ တွင် အမြင့်မားဆုံး density ရှိသည့်နိုင်ငံများမှာ အဆိုပါသုံးနိုင်ငံပင် ဖြစ်သည်။ ကေဘယ်ဝါယာရင်းသည် လတ်တလောတွင် TV ကို web ပေးစွမ်းရန် အသုံးပြုသောကြောင့် Cable subscription သည် အလားအလာရှိသော အင်တာနက် access အတွက် အညွှန်းကိန်း တစ်ခုဖြစ်သည်။ စင်ကာပူသည် အမြင့်ဆုံးအမျိုးအစားရှိသည်။ တီဗွီ ပိုင်ရှင်များအကြား Cable ဆက်သွယ်သောလူများ၏ ၂၁ ရာခိုင်နှုန်း ရှိသည်။

၀၀၀ ♦ ၀၀၀

## အခန်း (၁၃)

### အရှေ့တောင်အာရှ အီးကောမာ့စ်ပြဿနာများ

e-Commerce က သယ်ဆောင်လာသော စိန်ခေါ်မှုများနှင့် ပြဿနာများကို အုပ်စုနှစ်စုအဖြစ် စုစည်းနိုင်သည်။ ပထမအုပ်စုမှာ အခြေခံအဆောက်အအုံဖြစ်ပြီး ယင်းတွင် ဆက်သွယ်ရေး၊ ငွေပေးချေမှု များနှင့် ဖြန့်ချိရေးတို့ပါဝင်သည်။ ဒုတိယအုပ်စုမှာ လူမှုစီးပွားရေး၊ ယဉ်ကျေးမှုနှင့် ပတ်ဝန်းကျင်ဖြစ်သည်။ e-Commerce ၏ အခြေခံ အဆောက်အအုံဆိုင်ရာ အသွင်အပြင်လက္ခဏာပိုင်းတွင် စီးပွားရေး လုပ်ငန်းပိုင်းအနေဖြင့် ဆက်သွယ်ရေးအခြေခံအဆောက်အအုံ၏ စားသုံး သူအပိုင်းနှင့်နှိုင်းယှဉ်လျှင် ပြဿနာဖြစ်မှုနည်းပါးသည်။ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများအနေဖြင့် အကျိုးဖြစ်ထွန်းနိုင်သည်ဟု ခံစားရသောအခါ လိုအပ်လျှင် e-Commerce server များကို ပိုမိုသုံးစွဲကြမည်ဖြစ် သည်။ သို့ရာတွင် သုံးစွဲသူများကို သူတို့၏ ငွေပေးချေနိုင်သည့် စွမ်းရည်ဖြင့် ကန့်သတ်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံမှလွဲ၍ အာဆီယံနိုင်ငံများ ပီစီထိုးဖောက်နှုန်းများသည် နည်းပါးနေဆဲဖြစ် သည်။ ပိုမိုနည်းပါးသော အချိုးအစားများတွင်ပင် အင်တာနက် လက်ခံမှုရှိသည်။ ယင်းသည် ဖွံ့ဖြိုးမှုအဆင့်နှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်သွယ်မှု ရှိသည်။ လျင်မြန်သောတိုးတက်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုတိုးတက်ရန်ထက်

အခြားဆောင်ရွက်ရန် နည်းလမ်းမရှိချေ။ သတ်မှတ်ထားသော ဖွံ့ဖြိုးမှု အဆင့်တွင် access တိုးမြှင့်ရေးအပေါ် အသိအမှတ်ပြုထားသော နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ အများပြည်သူသုံး အင်တာနက်လက်ခံမှု (public internet access) ပံ့ပိုးခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ဤသို့ဖြင့် နေအိမ်တွင် အင်တာနက်ကိုယ်ပိုင်ဆက်သွယ်မှု မတတ်နိုင်သောသူများသည် အင်တာနက်လက်ခံမှု ရှိကြမည်ဖြစ်သည်။

အင်တာနက်လက်ခံမှု၏ နောက်ထပ်ပြဿနာတစ်ခုမှာ တတ်စွမ်းနိုင်မှုပင်ဖြစ်သည်။ အင်တာနက် access ၏ မြှင့်မားသော စရိတ်သည် အင်တာနက်လက်ခံမှုတိုးချဲ့ရန် အကြီးမားဆုံးအခက်အခဲ တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ ယှဉ်ပြိုင်မှုသည် သုံးစွဲသူများအတွက် access နှုန်း ကုန်ကျစရိတ် ကျဆင်းစေနိုင်သည်။ အချို့ အာဆီယံနိုင်ငံများတွင် ပိုင်ဆိုင်မှု ကန့်သတ်မှုရှိနေပြီး အိုင်စီတီအခန်းကဏ္ဍသို့ဝင်ရောက်ရန် အခြားအတားအဆီးများရှိသည်။ ယှဉ်ပြိုင်မှုတိုးမြှင့်ရန် အတိုင်းအတာ များကို အသုံးပြုသူများအတွက် access နှုန်းထားစရိတ်များ လျှော့ချ ရန် ဆောင်ရွက်သင့်သည်။ စူးစမ်းလေ့လာသူများ၏အဆိုအရ ကမ္ဘာ့ အနှံ့အပြားတွင် e-Commerce ဆောင်ရွက်သူများကို အကာအကွယ် ပေးခြင်း အတိုင်းအတာပေါ်တွင် စိုးရိမ်ပူပန်မှုအမြောက်အမြား ရှိနေဆဲ ဖြစ်သည်။ အာဆီယံရှိ အနည်းဆုံး သုံးနိုင်ငံသည် အပေးအယူလုပ်ငန်း အသွင်လက္ခဏာအမျိုးမျိုးကို ကာကွယ်ပေးနေသော e-Commerce ဥပဒေများ ပြဋ္ဌာန်းပြီးဖြစ်သည်။ e-ASEAN လုပ်ငန်းအဖွဲ့သည် ယင်းအချက်နှင့်ပတ်သက်၍ ၂၀၀၃ ခုနှစ်မတိုင်ခင်က ခန့်မှန်းခဲ့ပြီးဖြစ် သည်။ ယင်းသည်ကား အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံများတွင် e-Com-merce ဥပဒေများရှိရမည်ဖြစ်သည်။ နယ်နိမိတ်ဖြတ်ကျော် အရောင်း

အဝယ်လုပ်ငန်းများကို လွယ်ကူချောမောစေသော e-Commerce သည် ဆက်တိုက်ဖြစ်နေသော စိန်ခေါ်မှုပင်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် နိုင်ငံ အချင်းချင်း လိုက်လျောညီထွေ သဟဇာတဖြစ်ခြင်းသည်လည်း စိန် ခေါ်မှုတစ်ရပ်ပင်ဖြစ်သည်။

e-Commerce ၏ ကျယ်ပြန့်သောလက်ခံမှုအပေါ် စိန်ခေါ်မှု တစ်ရပ်အနေဖြင့် အီလက်ထရွန်နစ်အပေးအယူလုပ်ငန်း၏ သဟဇာတ ဖြစ်ဖွယ် ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာလက်ခံမှုသည် အကာအကွယ်ပေးမှု အားနည်းခြင်းအပေါ် စိုးရိမ်စိတ်နှင့် မြှင့်မားသောစရိတ်များအပေါ်တွင် ဖြည့်စွက်ပေးလိမ့်မည်။ အစိုးရများအနေဖြင့် ယင်းတို့၏ဆောင်ရွက်မှု များတွင် အိုင်စီတီမိတ်ဆက်ခြင်းဖြင့် ပြည်သူတို့၏ဘဝများတွင် အီလက်ထရွန်နစ် အပေးအယူလုပ်ငန်းလက်ခံမှု မြှင့်မားတိုးတက်ရန် ပြုလုပ်နိုင်သည်။ အီလက်ထရွန်နစ် အပေးအယူလုပ်ငန်းအတွက် ငွေပေးချေဆိုင်ရာ ယေဘုယျအသုံးပြုမှုအဖြစ် တည်ရှိသောပုံစံဖြစ် သည့် အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားပိုင်ဆိုင်မှုသည် အာရှတွင် နည်းပါး နေသည်ဟု ဆိုရမည်။ အကယ်၍ အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားပိုင်ဆိုင်မှုကို မတိုးမြှင့်နိုင်လျှင် အီလက်ထရွန်နစ်ငွေပေးချေမှုမပါရှိဘဲနှင့် e-Com-merce အတော်များများသည် သုံးစွဲရန်ခက်ခဲလိမ့်မည်။ အီလက် ထရွန်နစ် ငွေပေးချေမှုအခင်းအကျင်းမပါရှိလျှင် website များသည် သတင်းအချက်အလက် နေရာသက်သက်မျှသာ တည်ရှိလိမ့်မည်ဖြစ် သည်။ ဖြစ်သင့်သည်မှာ စီးပွားရေးအပေးအယူလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက် ရန်နေရာဖြစ်သည်။

အာဆီယံနိုင်ငံများစွာတွင် ဖြန့်ချိရေးနှင့် ပို့ဆောင်ရေးစနစ်များ၏ ယုံကြည်အားထားရမှုနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်ရှိမှုဆိုင်ရာ သတင်းအချက်

အလက် များစွာမရှိချေ။ အခွန်အခကိစ္စသည်လည်း ကျော်လွှားရန် ခက်ခဲသော စိန်ခေါ်မှုတစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ လွယ်ကူချောမွေ့ခြင်းနှင့်အတူ အချိုးအစားများ ကျဆင်းလာခြင်းကြောင့် အစိုးရများသည် အခွန် အခြေခံပုံစံသစ်များ ရှာဖွေလျက်ရှိသည်။ e-Commerce သည် လျင်မြန်စွာတိုးတက်လာမှု၏ စိန်ခေါ်မှုများကို တွေ့နေရသည်။ သို့သော် ကြီးမားစွာမမြင်ရသော အပေးအယူလုပ်ငန်းများဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းအားဖြင့် ပို့ဆောင်သော ကုန်ပစ္စည်းများ အတွက် ထူးထူးခြားခြား မှန်ကန်လှသည်။ e-Commerce အပေး အယူလုပ်ငန်း၏သဘာဝအရ မြင့်တက်နိုင်သော ရှုပ်ထွေးမှုသည် မသင့်တော်သော အခွန်အသတ်မှတ်ခြင်းကို ဦးတည်နိုင်သည်။ ယင်း သည် e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုကို မချောမွေ့နိုင်ချေ။

စင်စစ်အစိုးရများအနေဖြင့် e-Commerce တိုးမြှင့်ခြင်းတွင် ဆောင်ရွက်ရန်ထူးခြားသော ခေါင်းဆောင်မှုအခန်းကဏ္ဍ ရှိကြသည်။ ကံအကြောင်းမသင့်သဖြင့် e-ASEAN လုပ်ငန်းအဖွဲ့ ညွှန်ပြသကဲ့သို့ ယင်းတို့၏ အခြေခံအခန်းကဏ္ဍတွင် ဆုံးရှုံးနေကြသည်။ ဤသည်မှာ အစိုးရလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများတွင် အိုင်စီတီအသုံးချမှု နည်းပါးခြင်း ကြောင့်ဖြစ်သည်။ ကြီးမားသောကော်ပိုရေးရှင်းများသည် Electronic Data Change (အီလက်ထရွန်နစ် အချက်အလက်ပြောင်းလဲမှု) ဟုခေါ်သော EDIအသုံးပြုလျက် အွန်လိုင်းဖလှယ်မှုများမှတစ်ဆင့် အီလက်ထရွန်နစ်သို့သွားရန် ယင်းတို့၏ ပစ္စည်းပေးသွင်း ရောင်းချသူ များကို အားပေးနိုင်သည်။ အစိုးရများအနေဖြင့် အီလက်ထရွန်နစ် ဝယ်ယူရေးစနစ်များထူထောင်ခြင်းဖြင့် အသေးစားလုပ်ငန်း ထောင် ပေါင်းများစွာ အီလက်ထရွန်နစ်အသုံးပြုရန် အားပေးနိုင်သည်။ ထို့ပြင်

အစိုးရများအနေဖြင့် စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ e-CitizenWebsite ကဲ့သို့ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ပို့ဆောင်ရန် အင်တာနက်အသုံးပြုမှု ကိုလည်း ဦးဆောင်နိုင်သည်။

နောက်ဆုံးတွင် အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် e-Commerce သည် ဂလိုဘယ် supply chain သို့ ချိတ်ဆက်ရန် ကြီးမားသော ကော်ပိုရေးရှင်းများနှင့် အသေးစားလုပ်ငန်းများအတွက် အခွင့် အလမ်းများ ပံ့ပိုးပေးသည်။ ထို့ပြင် ယင်းသည် ဂလိုဘယ်ယှဉ်ပြိုင်မှုကို ဖြစ်စေသည်။ စွမ်းရည်မပြည့်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ လျော့နည်း စေခြင်းသည် ရေရှည်တွင် လူမှုအဖွဲ့အစည်းအတွက် ကောင်းမွန် သည်။ ဤတွင် စိန်ခေါ်မှုအသစ်တစ်ရပ်မှာ စွမ်းရည်မပြည့်သော အဖွဲ့အစည်းများကို ပိုမိုအကျိုးအမြတ်ရရှိစေသော နယ်ပယ်များသို့ ပြန်လည်လမ်းညွှန်ရန်ဖြစ်သည်။

အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် e-Commerce က ဖန်တီးသော အခွင့်အလမ်းများစွာရှိသည်။ အများပြည်သူ ကွန်ရက်တစ်ခုအနေဖြင့် နားလည်ရန်လိုအပ်ပြီး သင့်တင့်စွာဆက်ဆံရသော စွန့်စားမှုများ ယှဉ်တွဲ လိုက်ပါနေသည်။ အာဆီယံနိုင်ငံများအတွက် ပီစီတိုးဖောက်မှုနှုန်း နိမ့်နေပြီး အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားပိုင်ဆိုင်မှုလည်း နည်းပါးလှသည်။ ထို့ကြောင့် စားသုံးသူ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများသည် အကန့်အသတ် ရှိနေမည်ဖြစ်သည်။ access ၏ ပျမ်းမျှအဆင့်မြင့်တက်လာသည် တိုင်အောင် အီလက်ထရွန်နစ်ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများကို တပ်ဆင်ပြီး ကျယ်ပြန့်စွာလက်ခံရသည်။ ပို့ဆောင်မှုစနစ်များသည် ပိုမိုယုံကြည် စိတ်ချအားထားရသည်။ သုံးစွဲသူလက်ခံမှုနှုန်း နည်းပါးခြင်းနှင့်အတူ ဆက်ဆံရေး၏ စွမ်းရည်အရှိဆုံးနည်းလမ်းတစ်ခုမှာ အများပြည်သူ

အင်တာနက်လက်ခံမှုကို ပံ့ပိုးခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် ညံ့ဖျင်းသောအခြေခံအဆောက်အအုံ အခြေအနေများတွင်ပင်လျှင် စစ်မှန်သော အခွင့်အလမ်းများရရှိနိုင်သည်။

နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ အာဆီယံနိုင်ငံများတွင် အသေးစားလုပ်ငန်းများ ဆက်သွယ်ခြင်းအတွက် ပံ့ပိုးခြင်းမှတစ်ဆင့် အင်တာနက်နှင့် ဂလိုဘယ် Supply Chain သို့ ရောက်ရှိစေခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ပိုမိုပျံ့နှံ့သောသုံးစွဲသူ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုအတွက် လိုအပ်၍ တိုးချဲ့ထားသော အခြေခံအဆောက်အအုံ မလိုအပ်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

အစိုးရများအတွက် ဒုတိယအဆင့်ဆောင်ရွက်ရမည်မှာ အိုင်စီတီအသုံးပြုမှုတွင် ခေါင်းဆောင်မှုပံ့ပိုးရုံသာမက ယင်းလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများ၏ စွမ်းဆောင်ရည်ကို မြှင့်တင်ရန်ဖြစ်သည်။ ယင်းသို့ ပြုလုပ်ရန်ဖြစ်နိုင်သော နည်းနှစ်သွယ်ရှိသည်။ ပထမနည်းလမ်းမှာ အင်တာနက်အသုံးပြုမှုသည် အခြေခံလူထုလုပ်ငန်းများကို ကူညီပံ့ပိုးရန်ဖြစ်သည်။ နောက်နည်းလမ်းမှာ အင်တာနက်ကို ထပ်မံအသုံးပြုပြီး အီလက်ထရွန်နစ်ဝယ်ယူရေးစနစ်တစ်ခု ထူထောင်ရန်ဖြစ်သည်။ အစိုးရများအနေဖြင့် အင်တာနက်အသုံးပြုလျက် ကြီးမားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဖလှယ်မှုများ ထူထောင်ရေး ပံ့ပိုးသင့်သည်။

❖

## အခန်း (၁၄)

### အာဆီယံနိုင်ငံများအတွင်း အိုင်စီတီအခြေအနေ

အိုင်စီတီကိုလေ့လာသောအခါ ထုတ်လုပ်မှုသက်သက်သိရုံနှင့် မလုံလောက်ချေ။ အိုင်စီတီပျံ့နှံ့မှုနှင့်ရယူမှုဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်ကို စနစ်တကျ စုဆောင်းတတ်ရန်လိုသည်။ အာဆီယံနိုင်ငံများအတွင်း အိုင်စီတီပျံ့နှံ့မှုကို ကွဲပြားခြားနားသော အရင်းအမြစ်များစွာမှ စုဆောင်းရယူရာတွင် စင်ကာပူနှင့် အခြားအာဆီယံလေးနိုင်ငံ (အင်ဒိုနီးရှား၊ မလေးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်၊ ထိုင်း) တို့အကြား digital divide သိသိသာသာရှိနေသည်ကို တွေ့နိုင်သည်။

အာဆီယံ ငါးနိုင်ငံ (စင်ကာပူ၊ အင်ဒိုနီးရှား၊ မလေးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်၊ ထိုင်း) ၏ အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းများအပေါ် စုစုပေါင်းဈေးကွက်သုံးစွဲမှုသည် ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၁၁ ဘီလျံရှိရာမှ ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၄၂ ဘီလျံရှိလာခဲ့သည်။ ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် အီလက်ထရွန်နစ်ကုန်ပစ္စည်းများအတွက် အာဆီယံ ငါးနိုင်ငံ၏ ခန့်မှန်းထားသော ပြည်တွင်းဈေးကွက်အရွယ်အစားသည် ယင်းဒေသမှ စုစုပေါင်းအီလက်ထရွန်နစ် ထုတ်လုပ်မှုထွက်ကုန်၏ တစ်ဝက်ထက် နည်းနေကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။ အာဆီယံငါးနိုင်ငံရှိ ကွန်ပျူတာပစ္စည်းကိရိယာများအပေါ်တွင်

စုစုပေါင်းအသုံးစရိတ်သည် ၁၉၈၈ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂ ဒသမ ၂ ဘီလျံရှိရာမှ ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂ ဒသမ ၃ ဘီလျံသို့မြင့်တက်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်၏ ၁ ဒသမ ၃ ရာခိုင်နှုန်းရှိရာမှ ၃ ဒသမ ၇ ရာခိုင်နှုန်းသို့မြင့်တက်ခဲ့ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ စင်ကာပူ နိုင်ငံသည် ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် အာဆီယံရှိ စုစုပေါင်းကွန်ပျူတာပစ္စည်းဈေးကွက်၏ ၅၆ ဒသမ ၄ ရာခိုင်နှုန်းရှိရာမှ ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် ၆၃ ဒသမ ၇ ရာခိုင်နှုန်းသို့ မြင့်တက်ခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် အာဆီယံငါးနိုင်ငံတွင် ကွန်ပျူတာအသုံးပြုမှု၌ စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ အင်အားကြီးမားမှုသည် ယင်း၏ ကွန်ပျူတာပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှု အင်အားကြီးမားမှုထက် သာလွန်သည်။

ထို့ပြင် ကွန်ပျူတာ hardware ဆိုင်ရာ အသုံးစရိတ်ဆော့ဖ်ဝဲသုံးစွဲမှုနှင့် အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများသည် သတင်းအချက်အလက်ရှာဖွေခြင်း၏ အရေးကြီးသော အစိတ်အပိုင်းများကို ကိုယ်စားပြုသည်။ စီးပွားရေးပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုအဖွဲ့အစည်း (OECD) ၏ ၁၉၉၅ ခုနှစ် ခန့်မှန်းထားချက်အရ စင်ကာပူနိုင်ငံကိုလေ့လာကြည့်ပါက ဆော့ဖ်ဝဲနှင့် အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများသည် စုစုပေါင်း အိုင်စီတီသုံးစွဲမှု၏ ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ အင်းဒိုနီးရှားတွင် ၁၉ ရာခိုင်နှုန်းသာရှိသည်။ မလေးရှားတွင် ၃၄ ရာခိုင်နှုန်း၊ ထိုင်းတွင် ၃၀ ရာခိုင်နှုန်းနှင့် ဖိလစ်ပိုင်တွင် ၂၈ ရာခိုင်နှုန်းသာရှိကြသည်။ ထို့ကြောင့် နိုင်ငံပိုမိုတိုးတက်လေလေ၊ ဆော့ဖ်ဝဲနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတွင် သုံးစွဲမှုရှယ်ယာ ပိုမိုမြင့်မားလေလေဖြစ်သည်။

နိုင်ငံတကာ အချက်အလက်ကော်ပိုရေးရှင်း (IDC) က ကူညီပံ့ပိုးသော သတင်းအချက်အလက်အဖွဲ့အစည်း အညွှန်းကိန်း (ISI) ကို

အခြေခံ၍ နိုင်ငံ ၅၅ နိုင်ငံကို လေ့လာရာတွင် စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် အဆင့် ၉ နေရာချိတ်ကြောင်းတွေ့ရသည်။ ယင်း၏ အညွှန်းကိန်းရမှတ်မှာ ၅၁၆၉ ဖြစ်သည်။ အာရှတွင် အမြင့်ဆုံး ဂျပန်နိုင်ငံမှာ ၁၁ နေရာတွင်ရှိသည်။ အညွှန်းကိန်းရမှတ်မှာ ၅၁၈၂ ဖြစ်သည်။ ယင်းတို့အထက်တွင် ဆွီဒင်နှင့် နော်ဝေနိုင်ငံတို့ရှိကြပြီး အညွှန်းကိန်းရမှတ်မှာ ၆၀၀၀ အထက်ရှိသည်။ အာရှထွန်းသစ်စ စက်မှုနိုင်ငံ ၃၁ နိုင်ငံဖြစ်သော ဟောင်ကောင်၊ တရုတ်၊ တိုင်ပေ၊ နှင့် ကိုရီးယားတို့သည် အဆင့် ၁၅၊ ၁၈ နှင့် ၁၉ အသီးသီးရှိကြသည်။ အာဆီယံ ၄၄ နိုင်ငံ၏အဆင့်မှာ သိသိသာသာနိမ့်သည်။ မလေးရှားက ၃၂၊ ထိုင်းက ၄၇၊ ဖိလစ်ပိုင်က ၄၈ နှင့် အင်ဒိုနီးရှားက ၅၃ အသီးသီးရှိကြသည်။ တစ်ဖန် ကိုရီးယားအမျိုးသားကွန်ပျူတာအေဂျင်စီ (NCA) ၏ လေ့လာမှုအရ စင်ကာပူသည် အဆင့်အားဖြင့် ဂျပန်နှင့်နီးကပ်နေပြီး ကိုရီးယားနှင့် တရုတ် (တိုင်ပေ) ရှေ့သို့ရောက်နေသည်။

ဤတွင် အိုင်စီတီပုံနှိပ်မှုနှင့် ရယူမှုတို့ကို တိကျစွာတိုင်းတာလျှင် အထူးသဖြင့် အင်တာနက်၊ အီးကောမာ့စ်နှင့် ဝါယာလက်နည်းပညာတို့၏ “အိုင်စီတီသစ်” (New ICT) ကို လေ့လာကြည့်ပါက စင်ကာပူနှင့် အာဆီယံ လေးနိုင်ငံတို့ ကွာခြားနေသည်ကို တွေ့ရသည်။ ဥပမာအားဖြင့် နေအိမ်သုံး ပါစင်နယ်ကွန်ပျူတာပိုင်ဆိုင်မှုအရ ကြည့်လျှင် စင်ကာပူနိုင်ငံတွင် ၁၉၉၉ ခုနှစ်က ၃၉ ရာခိုင်နှုန်းရှိပြီး မလေးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်၊ အင်ဒိုနီးရှားနှင့် ထိုင်းနိုင်ငံတို့၏ရှေ့သို့ရောက်နေသည်။ ယင်းသည် ဟောင်ကောင် ၃၆ ရာခိုင်နှုန်း၊ ဂျပန် ၃၃ ရာခိုင်နှုန်းထက် ရှေ့ရောက်နေသည်။ တောင်ကိုရီးယား ၁၈ ရာခိုင်နှုန်းနှင့် တရုတ် (တိုင်ပေ) ၂၆ ရာခိုင်နှုန်းတို့ထက် ရှေ့ရောက်နေသည်။

Fixed တယ်လီဖုန်းလိုင်းများနှင့် ဆယ်လူလာဖုန်းထိုးဖောက် ပျံ့နှံ့မှုအရကြည့်လျှင်လည်း စင်ကာပူ၏ပျံ့နှံ့ထိုးဖောက်နှုန်းသည် မလေးရှားထက် သုံးဆပိုမိုမြင့်မားသည်။ အခြားအာဆီယံနိုင်ငံများ ထက် ၇ ဆနှင့် ၄၀ ဆ ပိုမိုမြင့်မားသည်။ နိုင်ငံလူဦးရေအကြား အင်တာနက်အသုံးပြုမှု ပြင်းပြမှုအရကြည့်လျှင် စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် လူဦးရေ၏ ၂၄ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ မလေးရှားက ၅ ဒသမ ၃ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ အင်တာနက် ဒိုမိန်း host အရကြည့်လျှင် စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇန်နဝါရီလ ၁ ရက်နေ့က ၁၅၀၀၀၀ hosts ရှိသည်။ ယင်းသည် အခြားအာဆီယံ လေးနိုင်ငံ ပေါင်း၏ စုစုပေါင်း host အရေအတွက်ထက်ပင် ပိုမိုများပြားသည်။ GDP ၏ ရာခိုင်နှုန်းအနေဖြင့် အိုင်တီရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု၏ စုစုပေါင်း တိုင်းတာမှုကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် လေ့လာကြည့်ပါက စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ ၂ ဒသမ ၈ ရာခိုင်နှုန်းသည် အခြား အာဆီယံ လေးနိုင်ငံ၏အထက်တွင် သိသာထင်ရှားစွာရှိနေသည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် စင်ကာပူသည် GDP ၏ ရာခိုင်နှုန်းအနေဖြင့် အိုင်တီသုံးစွဲ မှုမှာ ကမ္ဘာပေါ်တွင် နံပါတ် ၁၀ အဆင့်ရှိသည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် per capital ICT သုံးစွဲမှုအရ တိုင်းတာကြည့်လျှင် နံပါတ် ၆ နေရာတွင် အဆင့်ရှိသည်။

ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်များတွင် အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ် မှုသည် ၁၉၈၀ ပြည့်လွန်နှစ်ကာလများနှင့် ၁၉၉၀ ပြည့်လွန်နှစ်ကာလ များတွင် အာဆီယံငါးနိုင်ငံအတွက် အဓိကကျသော စီးပွားရေး တိုးတက်မှုအရင်းအမြစ်ဖြစ်နေစဉ် ယင်းဒေသအနေဖြင့် လုပ်သား ဆွဲဆောင်မှုပြုလုပ်သော ကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းများဆောင်ရွက်သည့်

တရုတ်၊ မက္ကဆီကိုနှင့် အိန္ဒိယကဲ့သို့သောနိုင်ငံများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်မှု မြင့်တက်ခြင်းကို ရင်ဆိုင်နေရသည်။ အိုင်ယာလန်နိုင်ငံနှင့် ကျွမ်းကျင်မှု ဆွဲဆောင်နိုင်သော ကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းများဆောင်ရွက်နေသော ယခင် အရှေ့ဥရောပနိုင်ငံများနှင့်ယှဉ်ပြိုင်ရင်ဆိုင်နေရသည်။ ထို့ပြင် ယင်း အိုင်စီတီကို ထုတ်လုပ်မှု ဆောင်ရွက်မှုများကို ဂလိုဘယ်နိုင်ငံစုံကော်ပို ရေးရှင်းများ (MNCs) က ဆောင်ရွက်နေကြသည်။ အာဆီယံနိုင်ငံ များထက်စာလျှင် တရုတ် (တိုင်ပေ) နှင့် ကိုရီးယားတို့မှ ဂလိုဘယ် အဖွဲ့အစည်းများ ကြီးထွားတိုးတက်လာနေသည်။ အာဆီယံနိုင်ငံများ သည် လုံလောက်သောနည်းပညာဆိုင်ရာ စွမ်းဆောင်ရည်များနှင့် သာ၍ ကျွမ်းကျင်မြင့်မားသော လူအင်အားပံ့ပိုးမှုဖွံ့ဖြိုးရန် မပြုလုပ်နိုင် သရွေ့ ယင်းတို့၏ ဂလိုဘယ်အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှုဆိုင်ရာ လက်ရှိရှယ်ယာသည် အနာဂတ်တွင် ရေရှည်ထိန်းထားနိုင်မည် မဟုတ်ချေ။ တရုတ်နိုင်ငံက ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်မှုအဖွဲ့အစည်း (WTO) သို့ဝင်ရောက်ခဲ့ရာ NAFTA (မြောက်အမေရိက လွတ်လပ်သော ကုန်သွယ်မှုသဘောတူညီချက်) အောက်ရှိ မက္ကဆီကိုနိုင်ငံသို့ ထုတ်လုပ်မှုရွှေ့ပြောင်းခြင်း မြင့်တက်လာသည်။ ထို့ပြင် အရှေ့ဥရော ပ၏ ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်မှုတိုးတက်ခြင်းသည် ဥရောပယူနီယံသို့ ရောက်ရှိလာသည်။ စက်မှုလုပ်ငန်းပေါ်လစီသစ်များသည် နည်းပညာ ဆိုင်ရာ စွမ်းဆောင်နိုင်မှုများ ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် ပညာရေးနှင့် လူအင်အား လေ့ကျင့်သင်တန်းပေးမှုတွင် အရှိန်ရနေသော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို အာရုံ စိုက်ရမည်ဖြစ်သည်။

ပိုမိုအရေးကြီးသောအချက်ကား စင်ကာပူနိုင်ငံမှလွဲ၍ အာဆီယံနိုင်ငံများသည် အထူးသဖြင့် အင်တာနက်၊ e-Commerce နှင့် ဝါယာလက်နည်းပညာအသုံးပြုမှု၌ အိုင်စီတီပျံ့နှံ့မှုနှင့် ရယူမှုတို့တွင်

နောက်ကျကျန်နေရစ်သည်။ စကင်ဒီနေဗီးယန်းနိုင်ငံများ၊ အမေရိကန်နှင့် အခြားဥရောပနိုင်ငံများသည် အိုင်စီတီသစ်ကို လျင်မြန်သော စူးစမ်းရှာဖွေမှုဖြင့် ရှေ့သို့ပြေးနေပြီဖြစ်သည်။ ဤတွင် အာဆီယံဒေသ၌ နိုင်ငံအများစုသည် အိုင်စီတီသစ်ကို အလျင်မီရန် ဖွံ့ဖြိုးမှု e-Readiness ဖွံ့ဖြိုးမှု မရှိသေးချေ။ ဤတွင် e-Readiness ရရှိရန် နည်းပညာသစ်ကို လက်ခံနိုင်ပြီး ပညာတတ်သောလူဦးရေ လုံလောက်စွာရှိရမည်။ လုပ်အားခစရိတ် နည်းပါးမှုထက်စာလျှင် နည်းပညာဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုမှတစ်ဆင့် ယှဉ်ပြိုင်ရန် စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများတွင် မဟာဗျူဟာအမြော်အမြင်ရှိရမည်။ Network (ကွန်ရက်) အခြေခံအဆောက်အအုံတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများသည် အားပေးရန် ပုဂ္ဂလိက၊ အစိုးရအခန်းကဏ္ဍစနစ် ရှိရမည်ဖြစ်သည်။ အစိုးရ၏ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းဆိုင်ရာပတ်ဝန်းကျင်သည် နည်းပညာ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုတွင် ပိုမိုဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်သည်။ ယင်းပတ်ဝန်းကျင်သည် နည်းပညာကျွမ်းကျင်သူများနှင့် စီမံခန့်ခွဲသူများအကြား စွန့်ဦး တီထွင်လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ယဉ်ကျေးမှုနှင့် ပိုမိုပတ်သက်ရမည် ဖြစ်သည်။

အာဆီယံစီးပွားရေးအရ အိုင်စီတီရယူမှု၏ နှေးကွေးသော ခြေလှမ်းများအတွက် အကြံပေးချက်များတွင် ဖြစ်နိုင်သော ဘာသာစကား အတားအဆီးအခက်အခဲများ ပါဝင်မှုအခန်းကဏ္ဍတွင် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းလျှော့ပေးမှု နှေးကွေးသောခြေလှမ်းလည်းပါဝင်သည်။ စည်းမျဉ်းဆိုင်ရာပြုပြင်ပြောင်းလဲမှု၏ နှေးကွေးသော ခြေလှမ်းလည်း ပါဝင်သည်။

## ဂလိုဘယ်ကွန်ရက်စီးပွားရေးနှင့် ထိုင်းအီးကောမာ့စ်

ထိုင်းနိုင်ငံသည် ဂလိုဘယ်စီးပွားရေးကိုဖွင့်လှစ်ရန် ပေါ်လစီတစ်ခုကို အစဉ်အမြဲဖော်ဆောင်ခဲ့သည်။ ယင်းသို့ပွင့်လင်းမှုနှင့် တည်ငြိမ်သော မက်ခရိုစီးပွားရေးကြောင့် ထိုင်းနိုင်ငံသည် နိုင်ငံခြားကို တိုက်ရိုက်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ဆွဲဆောင်ရာတွင် အောင်မြင်ခဲ့သည်။ ၁၉၉၇ ခုနှစ် စီးပွားရေးအကျပ်အတည်းဖြစ်သည့်တိုင်အောင် ဆက်နွယ်နေသော ထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာများနှင့်အတူ နိုင်ငံခြား တိုက်ရိုက်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ဆွဲဆောင်ခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ လုပ်အားခသက်သာမှုအပေါ် အသာစီးရချက်ကိုအခြေခံပြီး ထိုင်းနိုင်ငံသည် အထည်အလိပ်လုပ်ငန်း၊ အီလက်ထရွန်နစ်လုပ်ငန်း၊ အစားအသောက်လုပ်ငန်းနှင့် မော်တော်ကား အပိုပစ္စည်းလုပ်ငန်းစသော ကုန်ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းများစွာတွင် ထုတ်လုပ်မှု ဗဟိုဌာနတစ်ခုအနေဖြင့် စတင်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။

အမျိုးသားစီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးဖွံ့ဖြိုးမှုဘုတ်အဖွဲ့ (NESDB) နှင့် ကမ္ဘာ့ဘဏ်တို့က ဆောင်ရွက်ခဲ့သော လေ့လာမှုတစ်ရပ်တွင် ထိုင်းစက်မှုလုပ်ငန်းများစွာသည် တဖြည်းဖြည်း ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်း ဆုံးရှုံးနေသည်ဟု ရှင်းရှင်းလင်းလင်းဖော်ပြထားသည်။ ယင်းလေ့လာမှုသည် ထိုင်းနိုင်ငံရှိ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းခုနစ်ခုရှိ အဖွဲ့အစည်းများ၏ ကုန်ကျစရိတ်ဖွဲ့စည်းမှုများကို ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာခဲ့သည်။ ထို့ပြင် အဓိကယှဉ်ပြိုင်ဘက်များနှင့်နှိုင်းယှဉ်လျှင် ထိုင်းစက်မှုလုပ်ငန်းများတွင် ပိုမိုနည်းပါးသော အမြတ်အစွန်းများရှိသည်။ ကျွမ်းကျင်လုပ်သား နည်းပါးမှု၊ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအရည်အသွေးညံ့ဖျင်းမှု၊ ကုန်ပစ္စည်းစရိတ် မြင့်မားမှုတို့ကြောင့်ဖြစ်သည်။ သားရေပစ္စည်းများမှတစ်ပါး စက်မှုလုပ်ငန်းအများစုတွင် စုစုပေါင်းထုတ်ကုန်၏ ရာခိုင်နှုန်းအနေဖြင့်

အနည်းဆုံး လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှု စရိတ်ရှိသည်။ ထို့ကြောင့် ထိုင်းကုန်ထုတ်လုပ်သူများသည် ပိုမိုကောင်းမွန်သော အရည်အသွေး အာမခံမှုမှတစ်ဆင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအရည်အသွေး မြင့်မား တိုးတက်ခြင်း၊ လုပ်သားကျွမ်းကျင်မှု အဆင့်မြင့်ခြင်းဖြင့် ထုတ်လုပ်မှု ကုန်ကျစရိတ်များ လျှော့ချခြင်းအပေါ်တွင် ဦးစားပေးရန်လိုအပ်သည်။ ကုန်ကြမ်းပစ္စည်းစရိတ်များ လျှော့ချခြင်းဖြင့် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် လျှော့ချရန်လိုအပ်သည်။ ထို့ပြင် ထိုင်းကုမ္ပဏီများသည် ယင်းတို့၏ မားကက်တင်းနှင့် အုပ်ချုပ်ရေးဆိုင်ရာ စွမ်းရည်ကိုလည်း မြှင့်တင် ရမည်ဖြစ်သည်။

ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် supply chain စီမံခန့်ခွဲမှုအတွက် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေး နည်းပညာကို ရယူအသုံးပြုခဲ့ကြသည်။ ယင်းသည် ထိရောက်အကျိုး ရှိသော ကုန်ကျစရိတ်လျှော့ချရေး ကိရိယာတစ်ခုအဖြစ် တွေ့ရှိ ရသည်။ ထို့ပြင် demand chain တွင် အိုင်စီတီစတင်အသုံးပြုခြင်း သည် ဖောက်သည်ဆက်ဆံရေးစီမံခန့်ခွဲမှုတွင် စွမ်းဆောင်ရည်ကို ထူးခြားစွာ မြှင့်တက်စေခဲ့သည်။ ဖောက်သည် နှစ်သက်ကျေနပ်မှုကို မြှင့်တက်စေခဲ့သည်။ ထိုင်းနိုင်ငံကဲ့သို့ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများသည် OECD နိုင်ငံများရှိ အဖွဲ့အစည်းများထက် လုပ်ငန်းမှ လုပ်ငန်းသို့ (B2B) e-Commerce ရယူအသုံးပြုခြင်းမှ ပိုမိုကြီးမားသော ကုန်ကျစရိတ်စုဆောင်းခြင်းများကို သိရှိနားလည်ရန် လိုအပ်သည်။

ဂလိုဘယ်ကွန်ရက်စီးပွားရေးကို ချိတ်ဆက်ရန် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ အတွက် ခက်ခဲလာသည်။ အကြောင်းမူကား အခွင့်အလမ်းများနှင့်

ဥစ္စာနေကြွယ်ဝမှုတို့သည် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများတွင် ပိုမိုအာရုံစိုက်ရန် ရည်ရွယ်လာသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ရှေးကာလက များများစားစား ထုတ်လုပ်ခြင်းအပေါ် အာရုံစိုက်ကြသည်။ ခေတ်သစ်စီးပွားရေးသည် ကွန်ရက်စီးပွားရေးဖြစ်လာသည်။ ဘာသာစကားသည် ဆက်သွယ်ရေး အတွက် စံချိန်စံညွှန်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ အင်္ဂလိပ်ဘာသာစကားသည် ကွန်ရက်စီးပွားရေး၏အချက်ဖြစ်လာသည်။ အင်တာနက်ရှိ သတင်း အချက်အလက်၏ ၇၈ ရာခိုင်နှုန်းကို အင်္ဂလိပ်ဘာသာစကားဖြင့် သိမ်းဆည်းထားပြီး အင်တာနက်အပေးအယူလုပ်ငန်းကို အင်္ဂလိပ် ဘာသာစကားဖြင့် ဆောင်ရွက်သည်။ အင်္ဂလိပ်ဘာသာစကား ဝါကျ အဖြစ် ထားရှိသောနိုင်ငံများသည် ဂလိုဘယ်ကွန်ရက်စီးပွားရေး (global network economy) တွင် အခွင့်အလမ်းများ ရရှိကြသည်။ ဥပမာအားဖြင့် အိန္ဒိယနှင့် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတို့သည် ကိုလိုနီလက်အောက် ကျရောက်မှုအပေါ်အခြေခံပြီး ဆော့ဖ်ဝဲထုတ်လုပ်မှုနေရာအဖြစ် သီးသန့် ဈေးကွက် ရရှိထားသည်။ နိုင်ငံစုံကော်ပိုရေးရှင်းများအတွက် call-centre အချက်အချာဖြစ်သည်။ ထိုင်းနိုင်ငံသည် မကြာသေးမီနှစ်များ က မာဘ်တီမီလျဒေါ်လာ e-Commerce ပရိဂျက်များတွင် နိုင်ငံ ခြားရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ဆွဲဆောင်ခဲ့သည်။ ဥပမာအားဖြင့် စင်ကာပူ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း၊ ဇက်ဆီဂါအရင်းအနှီးအုပ်စု (အမေရိကန် ဖက်စပ်အရင်းအနှီးလုပ်ငန်း) တို့သည် အင်တာနက် access ဝန်ဆောင်မှု၊ အချက်အလက်ဗဟိုဌာနနှင့် B2B e-Commerce တို့အတွက် ပေါင်းစည်းထားသော အော်ပရေးရှင်းလုပ်ငန်းဖြစ်သည့် Point Asia တွင် ၁ ဒသမ ၂ ဘီလျံဘတ်ငွေ (ဒေါ်လာသန်း ၃၀ ခန့်) ကို ရင်းနှီးမြှုပ်နှံခဲ့သည်။ ထို့ပြင် တောင်အာဖရိကကုမ္ပဏီ

ဖြစ်သည့် MIH သည် နောက်ထပ် ထိုင်း အင်တာနက်ဝန်ဆောင်မှု အကူအညီပေးကုမ္ပဏီဖြစ်သည့် Internet KSC တွင် ငွေကြေးများစွာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံခဲ့သည်။ ယင်း ပရိုဂျက်အနည်းငယ်သည် အကျိုးအမြတ် များ ရရှိခဲ့သည်။ အင်တာနက်အခြေခံ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းအတွက် ပြည်တွင်းဈေးကွက်သည် အလွန်သေးငယ်သည်။ ထိုင်းနိုင်ငံသည် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သော ဈေးကွက်လက်ခံရန် ဂလိုဘယ်စီးပွားရေးမှ သီးသန့် ဖြစ်နေသည်။ ထို့ပြင် ထိုင်းနိုင်ငံရှိ e-Commerce လုပ်ငန်းတွင် ကန့်သတ်ထားသော ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့် အလုပ်အကိုင်အခွင့်အလမ်း များသည် ထိုင်း အိုင်တီကျွမ်းကျင်သူများကို ပင်လယ်ရပ်ခြားနိုင်ငံ များသို့ မောင်းထုတ်နေသည်။

ထိုင်းနိုင်ငံသည် ဂလိုဘယ်ကွန်ရက်စီးပွားရေးတွင် ရှင်သန် ဖြစ်ထွန်းရန်၊ e-Commerce ရယူဆောင်ရွက်ရန် ကန့်သတ်ထားသော အခက်အခဲများကို ဖယ်ရှားခြင်းဖြင့် အမှန်တရားသစ်ကို လျင်မြန်စွာ ရယူရမည်ဖြစ်သည်။ ထိုင်းနိုင်ငံသည် အသာစီးရသော အရင်းအမြစ် သစ်များကို ရှာဖွေနေရမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် ဂလိုဘယ်နှင့် ဒေသ ဆိုင်ရာ ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများတွင် လက်တွဲဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ် သည်။

ထိုင်းနိုင်ငံရှိ e-Commerce အခြေအနေသည် အစပျိုးစ ကနဦးအဆင့်တွင်ပင် ရှိနေဆဲဖြစ်သည်။ သုံးစွဲသူဘက်ကကြည့်လျှင် ၁၉၉၉ ခုနှစ်က ထိုင်းနိုင်ငံတွင် အင်တာနက်သုံးစွဲရန် စာရင်းပေးထား သူမှာ ခန့်မှန်းခြေအားဖြင့် လူဦးရေတစ်သန်းခန့်သာ ရှိခဲ့သည်။ လေ့လာစူးစမ်းမှုတစ်ခုအရ အင်တာနက်အသုံးပြုသူများ၏ ၅၇ ဒသမ ၅ ရာခိုင်နှုန်းသည် အသက် ၂၀ နှစ်ဝန်းကျင်အရွယ်များ ဖြစ်သည်။

၁၁ ရာခိုင်နှုန်းသည် ဆယ်ကျော်သက်များဖြစ်ကြသည်။ လေ့လာ စူးစမ်းမှုတွင် တွေ့ရှိခဲ့သည်မှာ အင်တာနက်လူဦးရေ၏ ၈၁ ဒသမ ၆ ရာခိုင်နှုန်းသည် ကုန်စည်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုအွန်လိုင်းကို ဝယ်ယူခဲ့ ခြင်းမရှိချေ။

၁၉၉၉ ခုနှစ် မေလတွင် လေ့လာစူးစမ်းမှုများအရ ထုတ်လုပ် သူဘက်ကကြည့်လျှင် အနည်းဆုံး ကုမ္ပဏီ ၃၈၃ ခုသည် ဝက်ဘ်ဆိုက်များရှိကြသည်။ သို့ရာတွင် ယင်းဝက်ဘ်ဆိုက်များ၏ ၅၃ ရာခိုင်နှုန်းသည် ကုမ္ပဏီသတင်းအချက်အလက် ပို့ရုံမျှသာ အဆိုပြု ကြသည် (သို့မဟုတ်) ကုမ္ပဏီထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ ကြော်ငြာရန် အသုံးပြုကြသည်။ ဝက်ဘ်ဆိုက်များ၏ ၃၂ ရာခိုင်နှုန်းကသာလျှင် အွန်လိုင်းအပေးအယူကိစ္စများ ပေးစွမ်းနိုင်ကြသည်။ ၁၅ ရာခိုင်နှုန်း သာလျှင် စိတ်ချရသော credit-card ငွေပေးချေမှုများ ပေးစွမ်းနိုင် ကြသည်။ အင်တာနက်ပေါ်တွင် ရောင်းချမှုပေးစွမ်းနိုင်သော ကုန်ပစ္စည်းများ၊ ကျောက်မျက်ရတနာများ၊ စာအုပ်များနှင့် လက်မှု ပညာပစ္စည်းများ ဖြစ်ကြသည်။ ဆော့ဖ်ဝဲ၊ တေးဂီတနှင့် သတင်း အချက်အလက်ကဲ့သို့သော အသိဉာဏ်ပညာဆိုင်ရာ ကုန်ပစ္စည်းများ ရောင်းချသောကုမ္ပဏီ အနည်းငယ်သာရှိသည်။ အွန်လိုင်းကပေးသော ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများတွင် ဟိုတယ်ကြိုတင်မှာယူခြင်း၊ Internet access ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ ပါဝင်သည်။ အွန်လိုင်းအတတ်ပညာ ဆိုင်ရာဝန်ဆောင်မှုနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဝန်ဆောင်မှုများကို ပံ့ပိုးပေး သောဝက်ဘ်ဆိုက်များ လတ်တလောအနေအထားတွင် မရှိသေးချေ။

Business-to-Business (B2B) အီးကောမာ့စ်နှင့်ပတ်သက် ပြီး ကုမ္ပဏီအနည်းငယ်သည် ကုန်ကြမ်းပစ္စည်းများဝယ်ယူရန်နှင့်

အင်တာနက်ပေါ်တွင် ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှု ကူညီပေးရန် စတင်ခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ မကြာသေးမီက B2B ဖလှယ်မှုအနည်းငယ်သည် လုပ်ငန်းအချို့တွင် ကြီးထွားလာခဲ့သည်။ ဥပမာအားဖြင့် အစားအစာနှင့် ဆီတို့ဖြစ်သည်။ အထက်ဖော်ပြပါအချက်များသည် ထိုင်းနိုင်ငံရှိ အီးကောမာ့စ်အဆင့်အတန်းကို ဖော်ပြနေခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ထိုင်းနိုင်ငံရှိ အီးကောမာ့စ်နောက်ခံအနေအထားကို လေ့လာကြည့်လျှင် Digital Divide သည် အရေးကြီးသောအခန်းကဏ္ဍတွင် ပါဝင်နေသည်။ အီးကောမာ့စ် အခြေခံအဆောက်အအုံများနှင့် အီးကောမာ့စ် ဆက်နွယ်လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများသည် ဖွံ့ဖြိုးပြီး နိုင်ငံအနည်းငယ်တွင်သာ ကြီးမားစွာ အာရုံစိုက်နေသည်ကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် သိရှိခဲ့ကြသည်။ အထူးသဖြင့် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုဖြစ်သည်။ ယင်းအံ့ဖွယ်ဖြစ်ရပ်ကို Digital Divide အနေဖြင့် ရည်ညွှန်းပြောဆိုကြသည်။ ယင်း Digital Divide ၏ အဓိကရည်ရွယ်ချက်မှာ အင်တာနက်ထိုးဖောက်မှုသည် တစ်ဦးချင်းဝင်ငွေဖြင့်တိုင်းတာသော နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ဖွံ့ဖြိုးမှုအဆင့်အတန်းနှင့် ယေဘုယျအားဖြင့် ဆက်နွယ်နေသည်။ ထို့ကြောင့် ကမ္ဘာ့လူဦးရေ၏ ၅ ရာခိုင်နှုန်းအောက်သာရှိသော အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုတွင် အင်တာနက်အသုံးပြုသူမှာ ၂၅ ရာခိုင်နှုန်းကျော်ရှိသည်။ ယင်း access divide သည် commerce divide ဖြစ်သော အီးကောမာ့စ်အသုံးပြုမှုရှိ ကွဲပြားခြားနားမှုများအဖြစ်သို့ မလွှဲကန်အသွင်ပြောင်းသည်။ လတ်တလောကာလတွင် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုသည် ကမ္ဘာ့အီးကောမာ့စ် ဝက်ဘ်ဆိုက်များ၏ ၈၅ ရာခိုင်နှုန်းခန့်ကို စိုးမိုးချုပ်ကိုင်ထားသည်။ အနောက်ဥရောပနှင့် အာရှနိုင်ငံများက ကျန်ဝက်ဘ်ဆိုက်များကို အသုံးပြုနေကြသည်။

အာရှနိုင်ငံများတွင်လည်း ကြီးမားသော ခြားနားကွာဟချက်များလည်း ရှိနေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် Internet hosts အနေဖြင့် ကြည့်လျှင် ထိုင်းနိုင်ငံသည် ဟောင်ကောင်၊ စင်ကာပူ၊ ဂျပန်၊ တောင်ကိုရီးယားနှင့် မလေးရှားနိုင်ငံတို့ထက်နိမ့်သည်။ သို့သော် ဖိလစ်ပိုင်၊ အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံတို့ထက် ပိုမိုတိုးတက်သည်။ အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုသည် ဂလိုဘယ်အီးကောမာ့စ်ပေါ်လစီများ ချမှတ်ဆောင်ရွက်ရာတွင် အတက်ကြွဆုံး နိုင်ငံဖြစ်သည်။ အီးကောမာ့စ်အတွက် ဂလိုဘယ်ပလက်ဖောင်းဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုတွင် ယင်း၏ အမြင်မှာ Framework for Global Electronic Commerce ခေါင်းစဉ်ပါအချက်များကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ဖော်ပြထားသည်။ ယင်း Frame Work တွင် အောက်ပါ အခြေခံသဘောတရားများကို ချမှတ်ထားသည်-

- [ ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍက ဦးဆောင်သင့်သည်။
  - [ အစိုးရများသည် အီးကောမာ့စ်ပေါ်တွင် လွန်ကဲသော ကန့်သတ်မှုများ ရှောင်ရှားသင့်သည်။
  - [ အစိုးရနှင့်ဆက်နွယ်သော ပါဝင်ပတ်သက်မှုလိုအပ်လျှင် ယင်း၏ရည်ရွယ်ချက်သည် အီးကောမာ့စ်အတွက် ရိုးစင်းသောဥပဒေပတ်ဝန်းကျင်ကို အထောက်အကူပြုသင့်သည်။
  - [ အစိုးရများသည် အင်တာနက်၏ ပြိုင်ဘက်ကင်းသော အရည်အသွေးများကို အသိအမှတ်ပြုသင့်သည်။
- အင်တာနက်ပေါ်မှ အီးကောမာ့စ်ကို ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာ

အခြေခံတွင်လိုလေသေးမရှိ ဆောင်ရွက်သင့်သည်။ ယင်းအခြေခံသဘောတရားများအပြင် Frame work သည် သေချာသော အဓိကပေါ်လစီများကို ဆွေးနွေးထားပြီး ကျစ်လျစ်သော မဟာဗျူဟာမြောက်လမ်းကြောင်းများကို ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းဈေးကွက်ကို လိုလေသေးမရှိဆောင်ရွက်ရန် ယင်းကအဆိုပြုထားသည်။ အင်တာနက်သည် ကုန်ပစ္စည်းနှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ကုန်သွယ်မှုအတွက် ယာဉ်ကင်းမဲ့သော ပတ်ဝန်းကျင်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် commercial code များသည် ညီညွတ်မျှတမှုရှိရမည်။ အသိဉာဏ်ဆိုင်ရာ ပိုင်ဆိုင်မှုအခွင့်အရေးကို ခိုင်ခိုင်မာမာ ကာကွယ်ထားရမည် ဖြစ်သည်။

ထိုင်းနိုင်ငံ၏ အီးကောမာ့စ်ကိုလေ့လာလျှင် အဓိကပေါ်လစီကိစ္စရပ်အနေဖြင့် တယ်လီဆက်သွယ်ရေးဈေးကွက်များကို လိုလေသေးမရှိ ဆောင်ရွက်ခြင်းကို တွေ့မြင်နိုင်သည်။ စင်စစ် တယ်လီဆက်သွယ်ရေးသည် အီးကောမာ့စ်အတွက် မရှိမဖြစ်သော အထောက်အခံ အဆောက်အအုံတစ်ခုဖြစ်သည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် ယင်းတယ်လီဆက်သွယ်ရေးကဏ္ဍရှိ လက်ဝါးကြီးအုပ်မှုသည် နိုင်ငံများ Cyberspace သို့ ဝင်ရောက်မှုကို ဟန့်တားထားသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ထိုင်းနိုင်ငံတွင် လက်လီ Internet access ဈေးကွက်သည် လုံးဝယှဉ်ပြိုင်နေရသည်။ ကမ္ဘာ့ဇီဝီ ၁၈ ခုသည် Internist Service Provider (ISP) အနေဖြင့်ဆောင်ရွက်နေသော်လည်း ထိုင်းနိုင်ငံဆက်သွယ်ရေးအာဏာပိုင် (CAT) အနေဖြင့် လက်ကားအရောင်းဈေးကွက်၊ သို့မဟုတ် နိုင်ငံတကာဈေးကွက်ကို လက်ဝါးကြီးအုပ်ထားဆဲဖြစ်သည်။ ဤသို့ဖြင့် ထိုင်းနိုင်ငံတွင် အင်တာနက် ရယူ

ခြင်းကို အပြန်အလှန် အကျိုးသက်ရောက်နိုင်သော နည်းလမ်းများစွာရှိသည်။

ပထမအချက်မှာ ထိုင်းနိုင်ငံရှိ အင်တာနက်လက်ခံမှု ကုန်ကျစရိတ်သည် အခြားအာရှနိုင်ငံများထက် သိသိသာသာမြင့်မားသည်။ ထိုင်းနိုင်ငံရှိ ၂၄ နာရီ dial-up အင်တာနက်ဝန်ဆောင်မှုဈေးနှုန်းကို အခြားအာရှနိုင်ငံများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ကြည့်ပါက ထိုင်းနိုင်ငံရှိ 64 kbps leased line ဈေးနှုန်းသည် သိသိသာသာမြင့်မားနေသည်ကို တွေ့ရှိရသည်။ ယင်းသည် ဟောင်ကောင်နိုင်ငံထက် ခြောက်ဆပို၍ဈေးကြီးသည်။ ဂျပန်နိုင်ငံထက် ၄ ဆ၊ မလေးရှားထက် ၂ ဒသမ ၇ ဆ၊ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံထက် ၂ ဒသမ ၆ ဆ ပို၍ဈေးကြီးသည်ကို တွေ့ရှိရသည်။

အခြားသောအစိုးရ ပါဝင်ဆောက်ရွက်မှုသည် သုံးစွဲသူများအပေါ် ပိုမိုကြီးမားသောစရိတ်များ ဖြစ်စေသည်။ အင်တာနက်နှင့် အီးကောမာ့စ်အသုံးပြုမှု တိုးမြှင့်ရန် ထိုင်းနိုင်ငံအနေဖြင့် ယှဉ်ပြိုင်သောဈေးကွက်တစ်ခု လိုအပ်သည်။ ယင်းရည်မှန်းချက်အောင်မြင်ရန် ပြည်တွင်းကဲ့သို့ နိုင်ငံခြားဝင်ပေါက်သစ်များမှ ပိုမိုယှဉ်ပြိုင်မှုများ ခွင့်ပြုရန်ဈေးကွက် လိုလေသေးမရှိ အဆင်ပြေချောမွေ့စေခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် သုံးစွဲသူများ၏ အကျိုးစီးပွားအတွက် အလုပ်လုပ်သော လွတ်လပ်သော စည်းမျဉ်းလုပ်ထုံးအဖွဲ့အစည်းတစ်ခု ထူထောင်ရန် ဖြစ်သည်။ အထူးသဖြင့် အမေရိကန်က အဆိုပြုထားသော Framework for Global Electronic Commerce က ထောက်ခံထားသကဲ့သို့ ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်မှုအဖွဲ့အစည်း (WTO) ၏ အခြေခံတယ်လီဆက်သွယ်ရေးသဘောတူညီချက်၏ ထိရောက်သော အကောင်အထည်ဖော်မှုကို ဆောင်ရွက်ရန်လိုအပ်သည်။

### စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ e-Commerce ဖော်ဆောင်မှု

စင်ကာပူနိုင်ငံသည် အရှေ့တောင်အာရှမှ မြို့ကြီးအဆင့်ရှိ တစ်ခုတည်းသော ကျွန်းနိုင်ငံဖြစ်သည်။ ယင်း၏ ဧရိယာမှာ ၆၅၀ စတုရန်းကီလိုမီတာသာရှိသည်။ လူဦးရေမှာ ၄ သန်းခန့်ရှိသည်။ ယင်း၏ နိုင်ငံအရွယ်အစားသည် သေးငယ်ပြီး သဘာဝအရင်းအမြစ် ရှားပါးသော်လည်း အာရှအရှေ့တွင် အံ့ဖွယ်စီးပွားရေးတိုးတက်သော နိုင်ငံဖြစ်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ၁၉၆၅ ခုနှစ်တွင် နိုင်ငံရေး လွတ်လပ်မှုရရှိပြီးကတည်းက GDP တိုးတက်မှုနှုန်းသည် ပျမ်းမျှ အခြေခံအားဖြင့် ၇ ရာခိုင်နှုန်းကျော်ရှိခဲ့သည်။ ထို့ပြင် တစ်ဦးကျ ဝင်ငွေအဆင့်သည် ကမ္ဘာပေါ်ရှိ အမြင့်မားဆုံးနိုင်ငံများတွင် ပါဝင်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ထုတ်လုပ်မှုအခြေခံအားဖြင့် ကြည့်လျှင် ဂလိုဘယ်နှင့် ဒေသဆိုင်ရာဈေးကွက်များအတွက် တိုးတက်နေသော ကျွမ်းကျင်မှုနှင့် နည်းပညာအားဖြင့် ဆွဲဆောင် မက်လုံးပေးသော ကုန်ပစ္စည်းများထုတ်လုပ်နေသည်။ အခြားတစ်ဖက် တွင် ဒေသဆိုင်ရာ ဈေးကွက်အတွက် ကြီးမားစွာဆောင်ရွက်ပေး နေသော ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၏ အချက်အချာနေရာဖြစ်သည်။

စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ဂလိုဘယ်မြို့ကြီးဖြစ်လာသည်။ ယင်း၏ တိုးတက်လာသော ဂလိုဘယ်စီးပွားရေး၊ ဘဏ္ဍာရေး၊ သယ်ယူ ပို့ဆောင်ရေး၊ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းနှင့် သတင်းအချက်အလက် ချိတ်ဆက်မှုများနှင့်အတူ အရှေ့တောင်အာရှပြင်ပမှ နိုင်ငံစုံကော်ပိုရေးရှင်း ၆၀၀၀ ခန့်နှင့် ဆက်သွယ်မှုပြုလုပ်ထားသည်။ အိုင်စီတီအခန်း ကဏ္ဍသည် စင်ကာပူစီးပွားရေးတွင် အဓိကပါဝင်ဆောင်ရွက်သည်။ ထုတ်ကုန်ပမာဏသည် ၁၉၉၆ ခုနှစ်တွင် စင်ကာပူဒေါ်လာ ၂၆

ကုဋေရှိပြီး GDP ၏ ၂၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ အဓိကကျသော ကဏ္ဍခွဲမှာ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုဖြစ်ပြီး GDP ၏ ၁၂ ဒသမ ၃ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတွင် လက္ခဏာနှင့် လက်လီကုန်သွယ်မှု၊ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းလုပ်ငန်းများ၊ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းသတင်းအချက်အလက်နှင့် နည်းပညာဆိုင်ရာ ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများ၊ ကွန်ပျူတာနှင့် အိုင်စီတီကုန်ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းများမှာ ကွန်ပျူတာများနှင့် အီလက်ထရွန်နစ် ရုံးသုံးကိရိယာနှင့် အီလက် ထရွန်နစ်အစိတ်အပိုင်းတို့ဖြစ်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံသည် အီလက်ထရွန် နစ်ပစ္စည်းများ၊ အပိုပစ္စည်းများနှင့် အစိတ်အပိုင်းများအတွက် အရေး ကြီးသော အရှေ့အာရှထုတ်လုပ်မှုဗဟိုဌာနဖြစ်သည်။ ယင်းသည် အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းများအတွက် အရေးကြီးသော မားကက်တင်းနှင့် ဖြန့်ချိရေး ဗဟိုအချက်အချာ နေရာလည်းဖြစ်သည်။ ယင်းတွင် အထူးသဖြင့် ရုံးသုံးစက်ပစ္စည်းနှင့် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း ကိရိယာ များပါဝင်သည်။ အရေအတွက်သည် ၁၉၉၀ ပြည့်နှစ်တွင် သုံးခုရှိရာမှ ၁၉၉၆ ခုနှစ်တွင် ၃၉ ခုရှိလာသည်။ ယင်းတွင် အင်တာနက်ဝန်ဆောင် မှု ပံ့ပိုးမှုများ၊ မိုဘိုင်းဆယ်လူလာနှင့် မေဂျာဝန်ဆောင်မှုများ ပြုတ်တု ချိတ်ဆက်ဝန်ဆောင်မှုများ ပါဝင်သည်။

စင်ကာပူနိုင်ငံသည် အရှေ့တောင်အာရှနိုင်ငံများတွင် အိုင်တီ အဖွံ့ဖြိုးဆုံးနိုင်ငံဖြစ်သည်။ စင်ကာပူ၏အိုင်တီဖွံ့ဖြိုးမှုကို ခြုံငုံသုံးသပ် လေ့လာကြည့်ပါက အကြမ်းဖျင်းအားဖြင့် အဆင့် လေးဆင့် ခွဲခြား၍ ရသည်။ ပထမအဆင့်သည် ၁၉၈၀ ပြည့်နှစ်မှ ၁၉၈၅ ခုနှစ်ထိ ကြာခဲ့သည်။ ဤအဆင့်တွင် စင်ကာပူ၏ အမျိုးသားအိုင်တီ မောင်းနှင် မှုသည် ၁၉၈၁ ခုနှစ်တွင် အမျိုးသားကွန်ပျူတာလုပ်ငန်းစီမံချက်နှင့်

စတင်ခဲ့သည်။ ယင်း၌ ပထမဆုံးအောင်မြင်မှုမှာ အိုင်တီကိုကြီးကြပ်သော ဥပဒေပြဋ္ဌာန်းသည့်ဘုတ်အဖွဲ့ကို စတင်တည်ထောင်ခဲ့မှုပင်ဖြစ်သည်။ ယင်းဘုတ်အဖွဲ့မှာ NCB ဟုခေါ်သော အမျိုးသားကွန်ပျူတာဘုတ်အဖွဲ့ (NCB) ဖြစ်သည်။ NCB နှင့် အမျိုးသားအိုင်တီ၊ ပေါ်လစီသုတေသန၊ စံချိန်စံညွှန်းများနှင့် အသုံးချမှုများ၊ သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုဆိုင်ရာကော်မတီများသည် ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍနှင့် ပါဝင်ပတ်သက်ဆောင်ရွက်နေသည်။ ထို့ပြင် ရည်မှန်းချက် သုံးရပ်ကို အောက်လိုင်းပြုလုပ် သတ်မှတ်ထားသည်။ အရပ်ဘက်ဝန်ထမ်းဆိုင်ရာကွန်ပျူတာအသုံးချမှု၊ ဆော့ဖ်ဝဲအတတ်ပညာရှင်များအား သင်တန်းပေးမှုနှင့် ဆော့ဖ်ဝဲနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတိုးချဲ့ရန် ဒေသဆိုင်ရာအိုင်တီလုပ်ငန်း ထူထောင်မှုတို့ပင်ဖြစ်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံကို ဆော့ဖ်ဝဲဝေဟင်္ဂါဌာနအဖြစ် ထူထောင်ရာတွင် ယင်းသည် အိုင်တီအခန်းကဏ္ဍ၌ ရောင်းလိုအားဘက်တွင် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ရာတွင်လည်း ကူညီပံ့ပိုးပေးသည်။ အရပ်ဘက်ဝန်ထမ်း ကွန်ပျူတာအသုံးချမှုကို ပရိုဂရမ် (CSCP) သည် အစိုးရထုတ်လုပ်မှု စွမ်းအားမြှင့်တင်ရာတွင် ကူညီပေးသည်။ ဤသို့ဖြင့် ယင်းသည် ဝယ်လိုအားဘက်တွင် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေသည်။

မြို့ပြဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာ ကွန်ပျူတာလုပ်ငန်းပရိုဂရမ်၏ အောင်မြင်မှုနောက်တွင် လိုက်ပါလျက် စင်ကာပူအစိုးရသည် e-Government ဆောင်ရွက်မှုစီမံချက်ကို အစပျိုးဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ စုစုပေါင်း စင်ကာပူဒေါ်လာ ၁ ဒသမ ၅ ဘီလျံကို ၁၉၉၉ မှ ၂၀၀၂ ခုနှစ်ထိ သုံးနှစ်တာကာလကျော်တွင် ယင်းပရိုဂရမ်ကို ကူညီပံ့ပိုးရန် ထားရှိပေးသည်။ e-Government သည် Infocomm

21 plan ၏ အရေးကြီးသော မဏ္ဍိုင်တစ်ခုဖြစ်သည်။ ယင်းသည် စင်ကာပူနိုင်ငံကို အသိပညာအခြေခံစီးပွားရေးသစ်သို့ ကူးပြောင်းခြင်းအား ကူညီလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

စင်ကာပူအစိုးရသည် စီးပွားရေး၏လိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်တင်းပေးရန် လက်ရှိဥပဒေများနှင့် စည်းမျဉ်းများကို ပြန်လည်သုံးသပ်သည်။ ကမ္ဘာပေါ်တွင် e-Commerce အဆင်သင့်အဖြစ်ဆုံးနိုင်ငံများတွင် တစ်နိုင်ငံဖြစ်သော်လည်း စင်ကာပူသည် အင်တာနက်အသုံးပြုလျက် အပေးအယူလုပ်ငန်းများအတွက် ဖွံ့စည်းမှုဆိုင်ရာအခြေခံအဆောက်အအုံကို အားကောင်းမောင်းသန်ဖြစ်စေရန် စဉ်ဆက်မပြတ် ရုန်းကန်ကြိုးစားနေသည်။ ဆက်သွယ်ရေးနှင့် သတင်းအချက်အလက် နည်းပညာဝန်ကြီးဌာန (MCIT) သည် မဟာဗျူဟာသစ်လေးခုကို ပုံဖော်နေသည်။ ယင်းတို့မှာ e-Businesses လုပ်ငန်း၏ ခိုင်ခံ့သောဖောင်ဒေးရှင်းကို ချမှတ်ခြင်း၊ စီးပွားရေးတွင် ဒစ်ဂျစ်တယ်အသွင်ပြောင်းခြင်းကို ကူညီခြင်း၊ သုံးစွဲသူဝယ်လိုအားကို စေ့ဆော်ခြင်းနှင့် မှန်ကန်သော global dot.com အချက်နှင့် e-Businesses တွေးခေါ်ထားသော ခေါင်းဆောင်မှုဟင်္ဂါဌာနတစ်ခုအနေဖြင့် စင်ကာပူအမှတ်တံဆိပ်ချမှတ်ရေး မဟာဗျူဟာတို့ပင်ဖြစ်သည်။

MCIT အနေဖြင့်လည်း ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍမှ dot.com အတွက် အစပျိုးထောင်မှုများပြုလုပ်ရန် ကြေညာခဲ့သည်။ တတ်နိုင်သရွေ့သော တယ်လီကွန်မြူကေးရှင်းများပြုလုပ်ရန် ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်မှုစည်းမျဉ်းများကို ဆက်တိုက် ပြန်လည်သုံးသပ်ခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ e-Commerce ဆောင်ရွက်ရန် ကူညီပေးသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ အွန်လိုင်းအသုံးပြုရေးကူညီရန် အခြားပညာရေး

ဆိုရာ ကြိုးပမ်းမှုများနှင့်အတူ "How to Identify e-Commerce Opportunities" စာအုပ်ထုတ်ဝေခြင်းကို ကူညီခဲ့သည်။ ထို့ပြင် ရှင်းရှင်းလင်းလင်းရှိသော စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းနှင့် ပေါ်လစီဘောင် အတိုင်းအတာတည်ထောင်ခြင်းကို ဆောင်ရွက်ပေးခဲ့သည်။ ဤသို့ဖြင့် ကုမ္ပဏီများသည် အင်တာနက်အပေးအယူလုပ်ငန်းများကို သက်သောင့်သက်သာ ဆောင်ရွက်နိုင်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ တစ်ဖန် e-Banking နှင့် e-Insurance ကဲ့သို့သော e-Finance ပရိုဂရမ်များကို အားပေးရန် အစိုးရနှင့် အခြားအကျင့်စီမံအကြား ပူးပေါင်း ဆောင်ရွက်မှု ရှိစေမည်ဖြစ်သည်။

ယင်း e-Business အသွင်ပြောင်းခြင်းသည် ပြောင်းလဲမှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသော ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခုကို နေရာယူစေသည်။ ရောင်းချသူများသည် အဝင်ကုန်ကျစရိတ်လျှော့ချခြင်းနှင့် စိတ်ဝင်စားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် စွန့်စားရမှုကို နည်းပါးစေခြင်း၌ အဓိကအခန်းကဏ္ဍမှပါဝင်သည်။ Hosted ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် အတူ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုသည် နောက်ဆုံးပေါ်နည်းပညာကို လက်ခံနိုင်ပြီး ယင်းအသုံးပြုမှုအရ ပေးဆောင်ရသည်။

စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ Infocomm Development Authority (IDA) သည် ASP လုပ်ငန်းအတွက် အစပျိုးဆောင်ရွက်မှုများ၏ ကျယ်ပြန့်သော host အနေဖြင့် ပြင်ဆင်ထားခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ယင်းတို့ အနက်တစ်ခုမှာ စင်ကာပူဒေါ်လာ ၉ သန်း တန်ဖိုးရှိ ပြည်တွင်း စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အီးကောမာ့စ်ပရိုဂရမ်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် စုစုပေါင်းပရိုဂရမ်ကုန်ကျစရိတ်၏ ၅၀ ရာခိုင်နှုန်းအထိ ပံ့ပိုးပေးနိုင်သည်။ ASPA တွင် Hewlett-Packette ကဲ့သို့ကြီးမားသော

အီလက်ထရွန်နစ်ကုမ္ပဏီများ၏ ထောက်ပံ့မှုရှိသည်။ ယင်းသည် Go-ASP partner programme (Go-APP) စတင်လုပ်ဆောင်ရာတွင် စင်ကာပူ ဒေါ်လာ ၂ သန်း ထောက်ပံ့ခဲ့သည်။ ယင်းသည် Hardware၊ ဘဏ္ဍာရေးကိစ္စများ၊ နည်းပညာဆိုင်ရာသင်တန်းတို့တွင် ထောက်ပံ့ခြင်းနှင့်အတူ Singapore ASPS ကို ပံ့ပိုးရန်အစီအစဉ်ဖြစ်သည်။

ယင်း ကနဦးဆောင်ရွက်မှုများသည် ဝန်ကြီးဌာန၏ Infocomm 21 Programme ၏ နောက်ဆုံးအဆင့်ကိုဖော်ပြသည်။ Infocomm 21 Programme သည် အပြင်ရည်မှန်းချက်များနှင့် မဟာဗျူဟာတို့ကို ဆက်စပ်ပေးသည်။ ယင်းသည် လာမည့်ငါးနှစ် ကျော်ကာလတွင် ပြည်တွင်း Infocomm လုပ်ငန်း၏ဖွံ့ဖြိုးမှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။ ထို့ပြင် စင်ကာပူနိုင်ငံကို အင်တာနက် ခေတ်၏ ပထမကမ္ဘာစီးပွားရေးအဆင့်အတန်းသို့ တွန်းတင်ပေးမည် ဖြစ်သည်။

### မလေးရှားနိုင်ငံ၏ e-Commerce ဆောင်ရွက်မှုများ

မလေးရှားနိုင်ငံတွင် မာလ်တီမီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှုကော်ပိုရေးရှင်း (MDC) သည် မာလ်တီမီဒီယာပေါက်ကွဲမှု (MSC) ကို စီမံခန့်ခွဲပြီး ဖွံ့ဖြိုးအောင်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ၁၉၉၇ နှင့် ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် ဖြစ်ပျက်ခဲ့သော အာရှဒေသ စီးပွားရေးအကျပ်အတည်းသည် MSC ကို အကျိုးသက်ရောက်စေခဲ့သည်။ သို့သော် ယင်းအကျိုး သက်ရောက်မှုသည် ပြင်းထန်လှခြင်းမရှိချေ။ အခြေခံအဆောက်အအုံ ဖွံ့ဖြိုးမှုသည် နှေးကွေးခဲ့သည်။ MSC အကောင်အထည်ဖော်မှု

နောင့်နေးခဲ့သည်။ စီးပွားရေးအကျပ်အတည်းသည် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူများကို ထိခိုက်စေခဲ့သည်။ ပြည်တွင်းရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူများကို စီးပွားအကျပ်အတည်းက အထိနာစေခဲ့သည်။ MSC ကို နေရာချထားသော ယင်းတို့၏ စီမံချက်များနောင့်နေးခဲ့ပြီး ရွှေ့ဆိုင်းခဲ့ရသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် နိုင်ငံခြားရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူများသည် ယင်းတို့ ပရိုဂျက်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့်ပတ်သက်၍ “စောင့်ကြည့်” သဘောထားရပ်တည်ချက်ကို ထားခဲ့ကြသည်။ ယင်းအချက်များက MSC ခြေလှမ်းနှင့်တိုးတက်မှုကို အရှိန်လျှော့စေခဲ့သည်။

၁၉၉၉ ခုနှစ်ကတည်းက စီးပွားရေးအခြေအနေသည် မြင့်တက်လာခဲ့သည်။ မလေးရှားစီးပွားရေးသည် ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ၅ ဒသမ ၈ ရာခိုင်နှုန်းထိ တိုးတက်ခဲ့ပြီး ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ၈ ဒသမ ၄ ရာခိုင်နှုန်းထိ မြင့်တက်ရန် ရည်မှန်းခဲ့သည်။ ဤနှစ်တွင် MSC ၏ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုအနေအထားသို့ ပြန်လည်ရောက်ရှိသည်။ ယနေ့ထိ မလေးရှားအစိုးရသည် ပရိုဂျက်အတွက် RM ၁၄ ဘီလျံသုံးစွဲခဲ့သည်။ RM ၉ ဘီလျံမှာ KILA အတွက်ဖြစ်သည်။ RM ၃ ဘီလျံမှာ ပက်ထရိုနာ(စ်) အမြွှာမျှော်စင်အတွက်ဖြစ်သည်။ RM ဘီလျံမှာ Cyber jaya အတွက်ဖြစ်သည်။ စင်စစ် RM ၁၄ ဘီလျံတွင် ၂ ဒသမ ၅ မှ ၁၀ gigabyte ကွန်ရက်၊ အဝေးပြေးလမ်းများဆက်သွယ်ခြင်းနှင့် အခြား အခြေခံအဆောက်အအုံလုပ်ငန်းများကဲ့သို့ ဆက်သွယ်နေသော ကုန်ကျစရိတ်များ မပါဝင်ချေ။ Putrajaya အတွက် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ၊ အုပ်ချုပ်ရေးအရင်းအနှီးသစ်များနှင့် MSC ပိုင်းလော့ပရိုဂျက်များအတွက် စရိတ်များမပါချေ။

ကော်ပိုရေးရှင်း အညွှန်းကိန်းများအရကြည့်လျှင် MSC သည် ကောင်းစွာတိုးတက်ခဲ့သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်အလယ်လောက်တွင် စုစုပေါင်းကုမ္ပဏီ ၃၆၂ ခုသည် MSC အဆင့်အတန်းကိုကူညီခဲ့ကြသည်။ ကုမ္ပဏီ ၃၆၂ ခုအနက် ခန့်မှန်းခြေအားဖြင့် ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းမှာ ပြည်တွင်းကုမ္ပဏီများဖြစ်ပြီး ကျန် ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းမှာ နိုင်ငံခြားကုမ္ပဏီများဖြစ်သည်။ လတ်တလောအနေဖြင့် MSC တွင် ကမ္ဘာ့အဆင့်အတန်းရှိ ကုမ္ပဏီကြီး ခုနစ်ခုက မာလ်တီမီဒီယာနည်းပညာကို ဦးဆောင်နေသည်။ ယင်းကုမ္ပဏီများတွင် မိုက္ကရိုဆော့ဖ်၊ NTT, Oracle, Sun, Intel နှင့် Compaq တို့ပါဝင်သည်။ ၂၀၀၃ ခုနှစ်တွင် ကမ္ဘာ့အဆင့်အတန်းမီ ကုမ္ပဏီအနည်းဆုံး ၅၀ ပါဝင်ဆောင်ရွက်ရန် ပစ်မှတ်ထားခဲ့သည်။ စီးပွားရေးနှင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများ စုစည်းလုပ်ဆောင်ရန် နေအိမ်အဆောက်အအုံများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းနေရာများ MSC တွင် ရရှိနိုင်သည်။ Cyber jaya ၏ လူဦးရေသည် ၂၀၀၁ ခုနှစ် နှစ်လယ်ပိုင်းတွင် ၈၀၀၀ မှ ၂၀၀၀ ထိမြင့်တက်ရာမှ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် ၂၄၀၀၀၀ သို့ ရောက်ရှိခဲ့သည်။ လတ်တလောတွင် မာလ်တီမီဒီယာတက္ကသိုလ်၏ ဝန်ထမ်းနှင့် ကျောင်းသားများသည် Cyber jaya ၏ လူဦးရေ၏ ၅၀၀၀ နီးပါးရှိနေသည်။ အခြားသူများသည် အလုပ်သို့ နေ့စဉ်သွားလာရန် ကွာလာလမ်ပူမြို့နှင့် ပို၍နီးသော ဧရိယာများတွင် နေထိုင်ကြသည်။

MSC သည် Flagship အသုံးချမှုများစွာအတွက် greenfield နယ်မြေဖြစ်သည်။ ဦးဆောင်နေသောအေဂျင်စီများ၏ အစီရင်ခံစာများအရ Flagship အသုံးချမှုသည် တိုးတက်မှုရရှိနေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် စမတ်ကျောင်းများအတွက် နည်းပညာအခြေခံအဆောက်အအုံသည် တပ်ဆင်ပြီးဖြစ်ပြီး လက်ရှိ ၈၁ ကျောင်းတွင် စမ်းသပ်ခဲ့သည်။

စွယ်စုံသုံးကတ် Flagship အစီအစဉ်အရ မူလက ရည်ရွယ်ထားခဲ့သည့် အတိုင်း ကတ်တစ်ခုအစား စွယ်စုံကတ်နှစ်ခုရှိသည်။ ပထမကတ်ကို ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်ကုန်တွင် စတင်အကောင်အထည်ဖော်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် အစိုးရဝန်ထမ်းများအတွက် ရည်ရွယ်သည်။ ယင်းသည် အစိုးရဝန်ထမ်းများ၏ ကိုယ်ရေး ကိုယ်တာ၊ လူဝင်မှုကြီးကြပ်ရေး၊ ကားမောင်းလိုင်စင် အသေးစိတ်အချက်များနှင့် အခြားအချက်များ ပါဝင်သည်။ ယင်းသည် မကြာခင် E-Cash နှင့် ကျန်းမာရေးအချက် အလက်ကို ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်လိမ့်မည်။ ဒုတိယစွယ်စုံသုံးကတ်ကို ၂၀၀၁ ခုနှစ် စောစောပိုင်းတွင် စတင်မိတ်ဆက်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် ဘဏ်လုပ်ငန်းနှင့် ငွေအပေးအယူကိစ္စများကို လွယ်ကူချောမောစေမည် ဖြစ်သည်။

e-Government Flagship အတွက် e-Business, e-Procurement, လူစွမ်းအားအရင်းအမြစ်နှင့် စီမံအုပ်ချုပ်မှုဆိုင်ရာ လုပ်ငန်း တာဝန်များနှင့်ဆိုင်သော ပိုင်းလော့ပရိုဂျက်များကို လတ်တလောတွင် ကွဲပြားခြားနားသော အဆင့်များနှင့် စမ်းသပ်နေသည်။ e-Service ပရိုဂျက်စမ်းသပ်မှုများသည် မော်တော်ယာဉ်မှတ်ပုံတင်ခြင်း၊ လိုင်စင်ပြုလုပ်ခြင်း၊ အွန်လိုင်းကျန်းမာရေး သတင်းအချက်အလက် တို့နှင့် ဆက်နွှယ်နေသည်။ Flagship အသုံးချမှုများတွင် ပြည်တွင်း နှင့်ပြည်ပ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများကို ကြေညာရာတွင် telehealth အတွက် RM သန်း ၂၇၀၊ e-Procurement အတွက် RM သန်း ၂၀၀ နှင့် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် ငွေပေးချေမှုများအတွက် စွယ်စုံသုံး card အတွက် RM သန်း ၄၀ ရှိသည်။

MSC အဆင့်အတန်းရှိ ကုမ္ပဏီငါးခုက သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုလှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများကို ဖော်ဆောင်နေစဉ် နောက်ထပ် ကုမ္ပဏီ ၃၀ က e-Commerce solutions ဆိုင်ရာ provider များအဖြစ် မှတ်ပုံတင်ထားကြသည်။ ပြီးစီးလုနီးပါးဖြစ်နေသော ပထမလှိုင်းလှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများနှင့် မာလ်တီမီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှု ကော်ပိုရေးရှင်း (MDC) သည် Flagship အသုံးချမှုများအားလုံး၏ တိုးတက်မှုကို ပြန်လည်သုံးသပ်နေသည်။ ဤသည်မှာ လက်ရှိကွာဟ ချက်များကို ဖော်ထုတ်ဖြေရှင်းရန်ဖြစ်သည်။ အကောင်အထည်ဖော်မှု ခြေလှမ်းကို မြှင့်တင်ရန်ဖြစ်သည်။ ဒုတိယလှိုင်းလှုပ်ရှားမှုအတွက် ပြင်ဆင်မှုအဆင့် ရောက်ရှိရန်ဖြစ်သည်။

မလေးရှားနိုင်ငံသည် မာလ်တီမီဒီယာကော်ရစ်ဒါ (MSC) ကိုပစ်မှတ်ထားဆောင်ရွက်ရာတွင် အဆင့်သုံးဆင့်သတ်မှတ်ထား သည်။ Phase 1 သည် ၁၉၉၆ ခု မှ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်ထိဖြစ်သည်။ Phase II သည် ၂၀၀၄ ခုမှ ၂၀၁၀ ပြည့်နှစ်ထိဖြစ်သည်။ Phase III သည် ၂၀၁၀ မှ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်ထိဖြစ်သည်။ MSC သည် ဦးစားပေးဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် အဓိကမာလ်တီမီဒီယာ အသုံးချမှုနယ်ပယ် ခုနစ်ခုကို သတ်မှတ်ထားသည်။ ယင်းတို့ကို Flagship applica- tions ဟု လူသိများသည်။ ယင်းနယ်ပယ် ခုနစ်ခုမှာ e- Govern- ment, စွယ်စုံသုံးကတ်များ၊ စမတ်ကျောင်းများ၊ telemedicine, R& D Clusters, ကမ္ဘာ့အနှံ့ထုတ်လုပ်မှုဆိုင်ရာ web များနှင့် နယ်နိမိတ် မရှိသော မားကက်တင်းတို့ဖြစ်သည်။

Flagships အသုံးချမှုတွင် မာလ်တီမီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှု (devel- opment) နှင့်မာလ်တီမီဒီယာပတ်ဝန်းကျင် (environment) ဟူ၍

နှစ်မျိုးခွဲခြားထားသည်။ မာလ်တီမီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှုအသုံးချမှုတွင် MSC၏ နယ်နိမိတ်များကိုကျော်လွန်ရောက်ရှိသော ရေရှည်ရည်မှန်းချက်များပါရှိသည်။ ယနေ့ထိ MSCက ဆောင်ရွက်သော တိုးတက်မှုများရှိသော်လည်း မလေးရှားနိုင်ငံသည် အသိပညာ အခြေခံစီးပွားရေး (knowledge based economy) ကိုမြှင့်တင် ဆောင်ရွက်ရာတွင် စိန်ခေါ်မှုများနှင့်ပြဿနာများကို ရင်ဆိုင်နေရသည်။ ဤသည်က ဒစ်ဂျစ်တယ်ခေတ်သို့ မလေးရှားနိုင်ငံ၏ဝင်ရောက်မှုကို နှောင့်နှေးစေသည်။ ဤသို့စိန်ခေါ်မှုများနှင့် ပြဿနာများဖြစ်ရခြင်းမှာ အသိပညာလုပ်သားများနည်းပါးမှု၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အရင်းအနှီးအတွက် မလုံလောက်သောအရင်းအမြစ်၊ မာလ်တီမီဒီယာ နည်းပညာများကို ဦးစားပေးရန်လိုအပ်မှု၊ ဂလိုဘယ်မားကက်တင်းကျွမ်းကျင်မှုများ တိုးတက်ရန်လိုအပ်မှုနှင့် မလေးရှားနိုင်ငံမှ ရင်ဆိုင်နေရသော ဒစ်ဂျစ်တယ်ကွာဟမှု အနေအထားတို့ကြောင့်ဖြစ်သည်။

### ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံ၏ e-Commerce မြင်ကွင်း

ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတွင် အိုင်တီနှင့်ဆက်နွယ်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အဓိကအားဖြင့် နိုင်ငံခြားကုမ္ပဏီများနှင့် ဆက်စပ်နေသည်။ ယင်းကုမ္ပဏီများသည် အီလက်ထရွန်နစ်နှင့် ကွန်ပျူတာအစိတ်အပိုင်းများဖြစ်ကြသည်။ ကွန်ပျူတာပရိုဂရမ်များ၏ ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေလုပ်ကိုင်ကြသူများ ဖြစ်ကြသည်။ ယခုအခါ ဖိလစ်ပိုင်မှ ရင်ဆိုင်နေရသောလုပ်ငန်းတာဝန်မှာ ပြည်တွင်းစီးပွားရေးကို စီးပွားရေးဟောင်းမှ စီးပွားရေးသစ်သို့ အသွင်ပြောင်းရန်ဖြစ်သည်။ စက်မှုလုပ်ငန်းခေတ်မှ သတင်းအချက်အလက်ခေတ်သို့ အသွင်ပြောင်းရန်

ဖြစ်သည်။ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူ မောင်းနှင်သောလုပ်ငန်းမှ ဖောက်သည်မောင်းနှင်သောလုပ်ငန်းသို့ ပြောင်းရွှေ့ရန်ဖြစ်သည်။

၁၉၉၇ ခုနှစ်တွင် ဖိလစ်ပိုင်လူမျိုးများသည် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၁ ဒသမ ၆ သန်းတန်ဖိုးရှိ ကုန်ပစ္စည်းများနှင့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို အင်တာနက်ပေါ်မှတစ်ဆင့် ဝယ်ယူခဲ့ကြသည်။ ၂၀၀၅ ခုနှစ် မတိုင်မီ စက်မှုလုပ်ငန်းကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များက ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံရှိ e-Commerce အပေးအယူလုပ်ငန်း၏ စုစုပေါင်းတန်ဖိုးသည် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၇ ဘီလျံသို့ရောက်ရှိနိုင်သည်ဟု ခန့်မှန်းခဲ့ကြသည်။ ဤသည်မှာ အွန်လိုင်းကုန်သွယ်မှုတွင် အတော်များသောအရေအတွက်ဖြစ်သည်။ အထူးသဖြင့် e-Commerce ၏ခန့်မှန်းထားသော ပမာဏမှာ စင်ကာပူ၊ ထိုင်းနှင့် အင်ဒိုနီးရှားတွင် ဒေါ်လာ ၁၁ ဘီလျံရှိသည်။ မလေးရှားတွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၁၀ ဘီလျံရှိသည်။ ယင်းနိုင်ငံများ စီးပွားရေးသည် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံ၏တစ်ဦးချင်းဝင်ငွေ၏ နှစ်ဆနီးပါးရှိသည်။ ဖိလစ်ပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများတွင် တည်မှီနေသောအနာဂတ်သည် အင်တာနက်နှင့် e-Commerce ၏ အလားအလာရှိမှုကို စူးစမ်းလေ့လာသည်။ B2C (စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့) ကို လက်ကိုင်ပြုသည်။ အထူးသဖြင့် B2C (စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသို့) ကို လက်ကိုင်ပြုသည်။ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံရှိ e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုသည် အန္တရာယ်များကိုကျော်လွှားရန် အစိုးရကဖွင့်လှစ်သော အခွင့်အလမ်းများနှင့် ထုတ်လုပ်နိုင်သော ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုကိုရယူရန် အဆင်သင့်ရှိသော ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍရှိ အဖွဲ့အစည်းလုပ်ငန်းများ လိုအပ်သည်။

ဤတွင် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံရှိ ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍ၏ အခွင့်အလမ်းများနှင့် အန္တရာယ်များကို တင်ပြလိုပါသည်။ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများသို့ ကျွမ်းကျင်မှုမကလုံးပေးနိုင်သော ကွဲပြားခြားနားသည့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းကို ပြင်ပရှာဖွေလုပ်ကိုင်ခြင်း၏ အကျိုးကျေးဇူးအား သိရှိနားလည်သော နိုင်ငံခြားလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများ၏ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းကို ကျောထောက်နောက်ခံ ဆက်လက်ပံ့ပိုးမည်ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် ဖိလစ်ပိုင်လုပ်သားအင်အားသည် နိုင်ငံရပ်ခြားမှ အိုင်တီဆက်နွယ်နေသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ဆွဲဆောင်သည်။ ပြည်တွင်း e-Commerce နှင့် အင်တာနက်အခြေခံစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် အားကောင်းသော အခြေခံအုတ်မြစ်ကို ပံ့ပိုးပေးသည်။ ဖိလစ်ပိုင်အလုပ်သမားများ၏ အင်္ဂလိပ်စကားသွက်လက်မှုနှင့် နည်းပညာကျွမ်းကျင်မှုသည် ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများကို WEB အခြေခံစနစ်များသို့ ရွှေ့ပြောင်းခြင်းကို အထောက်အကူပြုရန်သင့်တော်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် Zip Claims ဟု အမည်ပေးထားသော စောစောပိုင်း ဖိလစ်ပိုင် B2B ဝင်ရောက်လာမှုသည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် အာမခံတောင်းဆိုမှုဖြေရှင်းမှုဆိုင်ရာ တတိယပါတီ စီမံအုပ်ချုပ်မှုကို ပံ့ပိုးလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် အစကနဦးတွင် ပြည်တွင်းအာမခံထားသူများကို ပစ်မှတ်ထားရည်ရွယ်ခဲ့ပြီး နောက်ပိုင်းတွင် အာရှပစိဖိတ်ဒေသသို့ ယင်းဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ တိုးချဲ့လာခဲ့သည်။

ထို့ပြင် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံသည် အမေရိကန်နှင့် ရေရှည်ကုန်သွယ်မှုဆက်ဆံရေးနှင့် ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာအကျွမ်းတဝင်ရှိသည်။ ယင်းသည် အမေရိကန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် နယ်နိမိတ်ဖြတ်ကျော်ကွန်ရက်များ

ဖွဲ့စည်းခြင်းတွင် စဉ်းစားဖွယ်ကောင်းသော အားသာချက်တစ်ရပ်ဖြစ်လာသည်။ အမေရိကန်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများသည် hardware ထုတ်လုပ်မှုတွင် တက်ကြွစွာဆောင်ရွက်သော ထင်ရှားသည့် နိုင်ငံခြားအဖွဲ့အစည်းလုပ်ငန်းများဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် ပြင်ပအရင်းအမြစ်ရှာဖွေလုပ်ကိုင်ခြင်း ကျောထောက်နောက်ခံနှင့် အိုင်တီစွမ်းဆောင်ပေးနိုင်သည့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများလည်းဖြစ်ကြသည်။ အိုင်တီနှင့် အင်တာနက် ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့်အတူ ထုတ်လုပ်မှုကွန်ရက်များမှ ဒစ်ဂျစ်တယ်ကွန်ရက်များသို့တိုးချဲ့နိုင်သော အမေရိကန်လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံက ချိတ်ဆက်တော့သည်။ အမေရိကန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် ဖိလစ်ပိုင်လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများသို့ သတင်းအချက်အလက်နှင့် အပေးအယူလုပ်ခြင်း၏ ပုံမှန်လုပ်ငန်းစဉ်များကို ပြင်ပအရင်းအမြစ်များ ရှာဖွေလုပ်ကိုင်ခြင်းသည် ကြီးမားသော ကုန်ကျစရိတ်သက်သာမှုများ ဖြစ်နိုင်ခြေကို ပေးစွမ်းနိုင်သည်။ ကုန်ကျစရိတ်လျှော့ချရန် ကြိုးပမ်းသော ယင်းလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် ယင်းသို့သော ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကိုပံ့ပိုးရန် ဖိလစ်ပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် ကြီးမားသောနယ်ပယ်ရှိသည်။ ဥပမာအားဖြင့် မှတ်တမ်းများကဲ့သို့ သတင်းအချက်အလက်သိမ်းဆည်းခြင်းနှင့် ထုတ်လုပ်ခြင်း၊ ဆရာဝန်၏မှတ်စုများ၊ စမ်းသပ်ရလဒ်များနှင့် အာမခံရှင်းလင်းစရိတ်များ၊ ကျန်းမာရေးစောင့်ရှောက်မှုလုပ်ငန်းများ ပါဝင်သည်။ ပြည်တွင်းထုတ်လုပ်သူများနှင့် ပေးသွင်းသူများဆိုင်ရာ ကွန်ရက်ပြုလုပ်ခြင်းအတွက်လည်းကောင်း၊ အရှေ့အာရှဒေသအတွင်း ပစ္စည်းပေးသွင်းမှုကွန်ရက်များ ဖန်တီးခြင်းအတွက်လည်းကောင်း ကြီးမားသောနယ်ပယ်ရှိသည်။ ဤတွင် B2B (Business to Business) လုပ်ငန်းများစတင်ရန်အတွက် Hatch Asia Inc သည် မက်ထရိုမနီလာရှိ

ဖွံ့ဖြိုးမှုမရှိမီမဟုတ်ဘဲ တွင် Incubating အခင်းအကျင်းတစ်ခု တည်ဆောက်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းကုမ္ပဏီပိုင်ရှင်များက အောင်မြင်သော B2B လုပ်ငန်းများသည် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို ပေးစွမ်းနိုင်မည်ဟု မျှော်လင့်ထားသည်။ ယင်းဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများသည် ယင်းတို့၏ ဖောက်သည်များအတွက် အောက်ခြေသို့ နှစ်ဆခန့် တိုးတက်စေမည် ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ယင်း၏ဈေးကွက်အနေဖြင့် အာရှပစိဖိတ်ဒေသ ကို ပစ်မှတ်ထားလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်တွင် ဖိလစ်ပိုင် စီးပွားရေးကော်ပိုရေးရှင်းခြောက်ခုသည် တိုက်ရိုက်သွင်းအားစုများ ဝယ်ယူရေးအတွက် အွန်လိုင်းဖလှယ်မှုတစ်ခု ဖြစ်သော Bayantrade ကိုအတူတကွထူထောင်ခဲ့ကြသည်။ ယင်းတို့၏ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူ ဆက်ဆံမှုများနှင့် ဖြန့်ချိရေးကွန်ရက်များကို ယင်းတို့က အပြည့်အဝ ထိန်းချုပ်အသုံးပြုသောအခါ B2B လုပ်ငန်းများကို စီးပွားရေးလက်တွဲ ဖော်များအတွက် ကြီးမားသောစရိတ်သက်သာမှုများ ဆောင်ရွက်ပေး နိုင်မည်ဖြစ်သည်။

အာရှတွင် B2B လုပ်ငန်းများတည်ထောင်ရန် စိန်ခေါ်မှု တစ်ရပ်မှာ တိုက်ရိုက်သွင်းအားစုများ အွန်လိုင်းပေါ်မှဝယ်ယူရန် ကုန်ထုတ်လုပ်သူများ ဆွဲဆောင်ရေးနည်းလမ်းများ ရှာဖွေရန်ဖြစ်သည်။ အာရှတွင် ထုတ်လုပ်သူများဝယ်ယူမှု၏ ၈၀ရာခိုင်နှုန်းမှာ တိုက်ရိုက် ကုန်ပစ္စည်းများဖြစ်ပြီး အမေရိကန်တွင် ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းသာရှိကြောင်း နှိုင်းယှဉ်တွေ့ရှိရသည်။ ယင်းစိန်ခေါ်မှုကိုကျော်လွှားရန် အာရှရှိ B2B လုပ်ငန်းများသည် အွန်လိုင်းမှဝယ်ယူရန် ဝယ်ယူသူများကို လေ့ကျင့် ပေးရန်လိုအပ်ကြောင်း Dhawan ကအကြံပြုသည်။ အခြား တစ်ဖက် တွင် ဖိလစ်ပိုင် B2B ဖလှယ်မှုများသည် ရေရှည်ဆက်ဆံမှုရှိသော

ဝယ်ယူမှုများနှင့် ရောင်းသူများကို ရိုးစင်းစွာ ချိတ်ဆက်ထားသောကြောင့် ယင်းတို့သည် ဝယ်ယူမှု၏ ယုံကြည်မှုတည်ဆောက်ရန် ခက်ခဲမှု မရှိလှချေ။

သို့ဖြစ်ရာ အာရှပစိဖိတ်ဒေသ၏ အခြားဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများကဲ့သို့ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတွင် e-Commerce အောင်မြင်တိုးတက်ရှင်သန်ရန် အတွက် သတင်းအချက်အလက်ဖွဲ့စည်းမှုဆိုင်ရာ မလုံလောက်မှုများကို တွန်းအားပေးဆောင်ရွက်ရန်လိုအပ်သည်။ e-Commerce ကို ယိုယွင်းစေသော စွမ်းဆောင်ရည်မပြည့်ဝမှုများတွင် အင်တာနက် ထိုးဖောက်မှု၏ နိမ့်သောအဆင့်၊ အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားများ အသုံးပြုမှု နည်းပါးခြင်း၊ ယုံကြည်စိတ်ချရပြီး လုံခြုံမှုရှိသော အွန်လိုင်းငွေပေးချေမှု ယန္တရားအားနည်းမှုနှင့် တတိယပါတီ ကုန်ပစ္စည်းလက်ခံသိုလှောင် ဖြန့်ဖြူးရေး ကူညီပံ့ပိုးသူများ နည်းပါးမှုတို့ ပါဝင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံ၏ဒေသအချို့တွင် မြို့ကြီးများနှင့် မြို့နယ်ပယ်တို့၏ လေးပုံ တစ်ပုံအောက် နည်းသောနေရာများကိုသာ ဒေသဆိုင်ရာ တယ်လီဖုန်း အိတ်ချိန်းကယ်ရီရာများက ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်သည်။

စင်စစ် မလုံလောက်သော တယ်လီဆက်သွယ်ရေး၊ ဖြန့်ချိ ရေးနှင့် အခြေခံအဆောက်အအုံ ငွေပေးချေမှုများသည် e-Com- merce ဖွံ့ဖြိုးမှုကို နှေးကွေးစေသည်။ ဤသို့ဖြင့် ယင်းတို့သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အခွင့်အလမ်းများကို အပြည့်အဝ မဖြည့်ဆည်း နိုင်ချေ။ ထို့ပြင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုကို တက်ကြွစွာ လှုံ့ဆော်ရန် အားနည်းစေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် အကြွေးဝယ်ကတ်ပြား အသုံးပြုခြင်းနည်းပါးမှု၊ အင်တာနက်လက်ခံခြင်းနည်းပါးမှု၊ ညံ့ဖျင်း သော ဖြန့်ချိရေးနှင့် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးစနစ်များသည် ဖိလစ်ပိုင်

နိုင်ငံရှိ B2C (Business to Consumer) (စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့) အတွက် ဟိုက်ဘရစ် (Hybrid) မော်ဒယ်ပုံစံဖွံ့ဖြိုးမှုကို ဦးတည်နိုင်သည်။ အခြားပေါင်းစပ်နိုင်သော မော်ဒယ်ပုံစံတစ်ခုမှာ အင်တာနက်ကဖေးတွင် အွန်လိုင်းအော်ဒါများ မှာယူသော ဖောက် သည်များ၏ အမေရိကန် အတွေ့အကြုံများကို ပူးတွဲလုပ်ဆောင်ရန်ဖြစ် သည်။ ယင်းစနစ်ကို ဂျပန်နိုင်ငံ၏ 7-Eleven အဆင်ပြေပြေ ဆောင်ရွက်ပေးသော စတိုးကွင်းဆက်များဖြင့် ဖွံ့ဖြိုးနိုင်သည်။ 7-Eleven စတိုးများတွင် စားသုံးသူများမှ အနီးအနားစတိုးဆိုင်ရှိ ယင်းတို့၏ဝယ်ယူမှုများကို လက်ခံခြင်း၊ စစ်ဆေးခြင်းနှင့် ငွေပေးချေ ခြင်းတို့ ပြုလုပ်ကြသည်။ ထို့ပြင် စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းများအတွက် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အခွင့်အလမ်းများကို ကိုယ်စားပြုသော အခြေခံ အဆောက်အအုံတွင် ကွာဟမှုများရှိနေခြင်းဖြစ်သည်။ တစ်ဖက်မှ ကြည့်လျှင် အာရှရှိ ပစ္စည်းပေးသွင်းမှု ကွင်းဆက်များတွင် ပါဝင်ပတ်သက်နေသော ပိုမိုကြီးမားသော ကြားခံအရေအတွက်များနှင့် ပိုမိုမြင့်မားသော ဖြန့်ချိရေးနှင့် ပစ္စည်းလက်ခံရယူသိမ်းဆည်း ဖြန့်ချိရေးစရိတ်များသည် စွမ်းဆောင်ရည်မပြည့်ဝမှု၏ အမှတ် လက္ခဏာများပင်ဖြစ်သည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် ယင်းတို့သည် ယင်းနယ်ပယ်များကို ကိုယ်စားပြုသည်။ ဤသည်ကြောင့် ဖိလစ်ပိုင်အစိုးရနေဖြင့် e-Commerce ၏ အခွင့်အလမ်းနှင့် အခက်အခဲများ ကျော်လွှားရယူရန် ကြိုးပမ်းရန် အလားအလာများ ရှာဖွေရဦးမည် ဖြစ်သည်။

## ဗီယက်နမ်နိုင်ငံ၏ အိုင်စီတီအဆင့်အတန်းနှင့် e-Commerce အခြေအနေ

ဗီယက်နမ်နိုင်ငံရှိ အိုင်စီတီလုပ်ငန်းများ၏ ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် ဦးစားပေးရန် ဆုံးဖြတ်ချက်ကို ကွန်မြူနစ်ပါတီ၏ ဆုံးဖြတ်ချက် အမှတ် (၂) (၁၉၉၆) တွင် ပထမဆုံးဖော်ပြခဲ့သည်။ ထို့နောက် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ် အောက်တိုဘာ ၁၇ ရက်နေ့စွဲပါ ပါတီဆုံးဖြတ်ချက် အသစ်တွင် ထပ်မံ၍ တိတိကျကျဖော်ပြခဲ့သည်။ ဤတွင် ဗီယက်နမ်နိုင်ငံ၏ အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့်ပတ်သက်၍ စဉ်းစားတွေးခေါ်ရန် စိန်ခေါ်မှုများစွာရှိသည်။ ပထမအချက်မှာ ဆော့ဖ်ဝဲလုပ်ငန်းများကို မြင့်မားစွာအခွန်ကောက်ခံသည့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအုပ်စုအဖြစ် အမျိုး အစားခွဲခြားခြင်းနှင့် တင်သွင်းလာသော ဟာဒ်ဝဲပစ္စည်း၊ ကွန်ပျူတာ များကိုတင်သွင်းလာသော လူသုံးကုန်ပစ္စည်းများအဖြစ် အခွန်များများ ကောက်ယူခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ စစ်စစ် အိုင်စီတီလုပ်ငန်းအတွက် တယ်လီမြူနီကေးရှင်းဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် အင်တာနက်တို့ကို အရေးကြီးသော အစိတ်အပိုင်းများအနေဖြင့် မှတ်ယူထားကြသည်။ ယင်းတို့သည် ဆော့ဖ်ဝဲလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးမှုကို အထောက်အကူပြုသည်။ Bandwidth ငှားရမ်းခြင်းအတွက် VCD ဖြင့် ကောက်ခံသောစရိတ် သည် အလွန်မြင့်မားသည်။ လတ်တလောတွင် ဗီယက်နမ်ရှိ ISPs (Internet Service Providers) ၏ ညီမျှသောဝန်ဆောင်မှုအတွက် ဝန်ဆောင်မှုနှုန်းထားသည် အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုထက် လေးဆ ပိုမိုများပြားသည်။ အလားတူပင် ပြည်ပသို့ ဖုန်းခေါ်ဆိုမှုစရိတ်များ သည် အခြားနိုင်ငံများထက် နှစ်ဆ (သို့မဟုတ်) သုံးဆ ပိုမိုများပြား သည်။

ထို့ပြင် ဗီယက်နမ်နိုင်ငံရှိ e-Commerce အသုံးပြုမှုပုံနှုန်းရန် သင့်တော်သော စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများကို e-Commerce မှ တစ်ဆင့် ကုန်သွယ်မှုအပေးအယူလုပ်ခြင်း၏ တရားဝင်အနေအထားကို သေချာစွာဆောင်ရွက်သည်။ သို့ရာတွင် ဗီယက်နမ်၏ လက်ရှိဥပဒေ ဘောင်အတိုင်းအတာသည် e-Commerce မှ မြင့်တက်လာသော အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် ပဋိပက္ခဖြစ်မှုများကို ဖြေရှင်းရန် အထောက်အပံ့ပေးမှုများ အားနည်းနေသည်။ ဤသည်မှာ ဗီယက်နမ်ရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ယင်းတို့၏ကုန်ပစ္စည်းများ မားကက်တင်း ပြုလုပ်ခြင်းရည်ရွယ်ချက်အတွက် အဓိကကျသော အင်တာနက်ပေါ်ရှိ ယင်းတို့၏ Websites ကို အဘယ်ကြောင့်အသုံးပြုခြင်းကို ဖော်ပြ သည်။ ယင်းအချက်သည် e-Commerce ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းခြင်း အတွက် မဟုတ်ချေ။

လွန်ခဲ့သော ငါးနှစ်အတောအတွင်း ဗီယက်နမ်သည် ယင်း၏ အိုင်စီတီအရင်းအမြစ် အခြေခံတိုးချဲ့ရန် အိုင်စီတီနှင့် ဆက်နွှယ်သော လုပ်ငန်းများတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံခြင်း၌ ကြီးမားသောခြေလှမ်းများ လှမ်းခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ယင်းအခန်း ကဏ္ဍ၌ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု ခန့်မှန်းခြေ ဒေါ်လာပမာဏကို ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ် ဇွန်လ ၅ ရက်နေ့တွင် ထုတ်ပြန်ခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ၂၀၀၀-၂၀၀၅ ကာလတွင် ဗီယက်နမ်ရှိ ဆော့ဖ်ဝဲလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးမှုကို ဦးစားပေး ဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းနယ်ပယ်တွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု၏ ခန့်မှန်းခြေဘတ်ဂျက်မှာ ဒေါ်လာသန်း ၁၂၀ ဖြစ်သည်။

လက်ရှိကာလတွင် ဗီယက်နမ်၏အိုင်စီတီအခြေခံဆောက်အုံ အဆင့်အတန်းသည် တိုးတက်မှုအဆင့်အောက်တွင်ပင် ရှိနေဆဲ

ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် အိုင်စီတီအခြေခံအဆောက်အအုံတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု အများစုသည် အစိုးရဘတ်ဂျက် ၉၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ပုဂ္ဂလိက အခန်းကဏ္ဍပါဝင်မှုသည် အနည်းငယ်သာရှိသည်။ ခြိမ်းကြည့်သော် ဗီယက်နမ်နိုင်ငံ၏ အိုင်စီတီလုပ်ငန်း လက်ရှိအဆင့်အတန်းကို ဤသို့ တွေ့မြင်ရသည်-

- (၁) မျက်မှောက်ကာလ ဗီယက်နမ်ရှိ အိုင်စီတီလုပ်ငန်းသည် အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းသစ်များ ဆန်းသစ်ဖန်တီးခြင်း အတွက် အဆင်သင့် မဖြစ်သေးချေ။ အမှန်တကယ်တွင် ဗီယက်နမ်အနေဖြင့် ယနေ့ထိ ဟာဒ်ဝဲနှင့် ဆော့ဖ်ဝဲ ကုန်ပစ္စည်းများတင်သွင်းနေရပြီး ယင်းတို့ကို နိုင်ငံအတွင်း သုံးစွဲမှုအတွက် လုပ်ဆောင်နေရသည်။
- (၂) ဗီယက်နမ်သည် အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများကို အမျိုးသားစီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်တွင် တက်ကြွ စွာစတင်မိတ်ဆက်ပြီး အသုံးပြုမှု ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ အိုင်စီတီကျွမ်းကျင်သူများထုတ်လုပ် မွေးဖွားပေးခဲ့သည်။ သို့သော် အိုင်စီတီအသုံးချမှုနယ် ပယ်နှင့် အတိုင်းအတာသည် အကန့်အသတ်ရှိနေဆဲဖြစ် သည်။
- (၃) အိုင်စီတီကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များ လုံလောက်မှုနည်းပါး နေခြင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှု အမျိုးမျိုးတွင် အိုင်စီတီအသုံးချမှုနှင့် အံဝင်ခွင်ကျဖြစ်မှု အရှိန်ရမှုလုပ်ငန်းစဉ်ကို ကန့်သတ်ထားသည်။

- (၄) မဖွံ့ဖြိုး မတိုးတက်သေးသော တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း အခြေခံအဆောက်အအုံသည် အဓိကကျသောအချက် ဖြစ်သည်။ ယင်းအချက်က အချိန်နှင့် ကုန်ကျစရိတ် အရကြည့်လျှင် အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို ယှဉ်ပြိုင်မှုနည်းပါးစေသည်။
- (၅) လက်ရှိဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် ဥပဒေအကြောင်းအရာ ဘောင် အတိုင်းအတာသည် အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ လက်ခံခြင်းနှင့် အသုံးပြုခြင်းအတွက် နှစ်လိုဖွယ်ရာ ကောင်းသောအခြေအနေများကို မပံ့ပိုးနိုင်ချေ။ အိုင်စီတီ လုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော ပတ်ဝန်း ကျင်ကို မဖန်တီးနိုင်ချေ။
- (၆) အိုင်စီတီကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ အတွက် လက်ရှိပြည်တွင်းဈေးကွက်သည် သေးငယ် လှသည်။ သို့သော် အနာဂတ်ကာလတွင် ပိုမိုဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်လာမည့် ဗီယက်နမ်အနေဖြင့် အိုင်စီတီအတွက် ကြီးမားပြီး အလားအလာရှိသောဈေးကွက်ကို ဖန်တီး ဆောင်ရွက်နိုင်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းအချက်သည် အိုင်စီတီလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးမှုကို အရှိန်ရစေရန်လိုအပ်သည်။

ဗီယက်နမ်ရှိ အိုင်စီတီ၏ လက်ရှိအဆင့်အတန်းသည် ဒေသ အတွင်းရှိ အခြားနိုင်ငံများ၏နောက်တွင် ကျန်ရစ်ခဲ့သည်။ ဤတွင် အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် ကြိုတင်လေ့လာမှုအခြေအနေများကို ADB (2000) အစီရင်ခံစာတွင်အခြေခံပြီး တင်ပြထားသည်ကို တွေ့ရှိရသည်။

ယင်းအစီရင်ခံစာအရ အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးမှုလုပ်ငန်းစဉ်တွင် လူစွမ်းအား အရင်းအမြစ်သည် အရေးကြီးဆုံးအချက်ဖြစ်သည်။ အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးမှု လွယ်ကူချောမွေ့စေရန် သိပ္ပံနှင့် သင်္ချာပညာတွင် အရည်အသွေး ပြည့်ဝသော အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းပညာရှင်များ လုံလောက်မှု ရှိရမည်ဖြစ်သည်။ ထိုသူတို့သည် ပြဿနာဖြေရှင်းတတ်ရမည်။ အသင်းအဖွဲ့နှင့် စည်းကမ်းတကျလုပ်ကိုင်တတ်ရမည်။ ဖန်တီးတတ် သောစွမ်းရည်ရှိရန် သူတို့၏ကျွမ်းကျင်မှုနှင့် အသိပညာဗဟုသုတကို အသုံးပြုတတ်ရမည် ဖြစ်သည်။

ဗီယက်နမ်နိုင်ငံကိုလေ့လာကြည့်လျှင် အထူးသဖြင့် စက်မှု ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်နေသော အရေအတွက်များပြားသည်ကို တွေ့ရသည်။ သို့သော် အခြားစက်မှု ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများနှင့်မတူသောအချက်မှာ ဗီယက်နမ်ရှိသိပ္ပံပညာရှင် များနှင့် အင်ဂျင်နီယာများအနက် ၇၃ ရာခိုင်နှုန်းကို သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု (R&D) ဆိုင်ရာ အမျိုးသားဗဟိုဌာနများ၊ ဝန်ကြီးဌာနများနှင့် အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများတွင် ခန့်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ အရေအတွက် အနည်းငယ်မှာ စက်မှုလုပ်ငန်းတွင် အလုပ်လုပ်နေကြသည်။ သိပ္ပံပညာ ရှင်နှင့် အင်ဂျင်နီယာအများစုမှာ အသက် ၆၀ နှင့်အထက်တွင် ရှိနေကြသည်။ အများစုသည် သူတို့၏သင်တန်းနှင့်ပညာရေးကို အစိုး ရစီမံကိန်းနှင့် ထိန်းချုပ်မှု၊ အကြီးစားစက်မှုလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ နည်းပညာ ပေါ်တွင်အခြေခံသော ဆိုဗီယက်ဦးစားပေး လေ့လာမှုစနစ်အောက်တွင် ကွဲပြားခြားနားသောခေတ်ကာလ၌ သင်ကြားခဲ့ရသည်။ ထို့ကြောင့် အိုင်စီတီတွင် ကျွမ်းကျင်သောသိပ္ပံပညာရှင်နှင့် အင်ဂျင်နီယာလူငယ် မျိုးဆက် တည်ဆောက်ရန် နှစ်များစွာ အချိန်ယူရဦးမည်ဖြစ်သည်။

ဗီယက်နမ်ရှိ အိုင်တီကုမ္ပဏီများသည် တက္ကသိုလ်များက လုံလောက်သော ကျွမ်းကျင်မှုများနှင့် အိုင်တီဘွဲ့ရများကို မမွေး ထုတ်နိုင်ခဲ့ကြောင်း စောဒကတက်ခဲ့သည်။ ယင်းကုမ္ပဏီများ၏ အဆိုအရ အိုင်တီဘွဲ့ရအများစုသည် အော်ပရေးရှင်းနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ဆိုင်ရာ ကျွမ်းကျင်မှုများတွင် အားနည်းကြသည်။ အသင်းအဖွဲ့အနေဖြင့် အလုပ်လုပ်ရန်နှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန် စွမ်းရည်လည်းနည်းပါးကြ သည်။ ပို၍အရေးကြီးသည်မှာ သူတို့၏ဖန်တီးမှုစွမ်းအင်နှင့် စည်းကမ်း များသည် အကန့်အသတ်ရှိနေခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ဟိုချီမင်းစီးတီးတွင် အိုင်တီအရည်အသွေးရှိ တက္ကသိုလ်ဘွဲ့ရ ၆၀၀၀ ခန့်ရှိသည်။ ယင်းတို့ အနက် ၂၅ ရာခိုင်နှုန်းကို ဆော့ဖ်ဝဲကုမ္ပဏီများက အလုပ်ခန့်ထား ခဲ့သည်။ ဗီယက်နမ်တွင် အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးမှုရရှိရန် ယင်းအခန်းကဏ္ဍနှင့် ပတ်သက်သော အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းပညာရှင်များစွာ လိုအပ် သည်။ အိုင်တီကုမ္ပဏီများစွာသည် လုပ်သားဈေးကွက်မှ ဝန်ထမ်းများ ခန့်ပြီးနောက် သူတို့ကို ပြန်လည်သင်တန်းပေးသည်။ ဆော့ဖ်ဝဲ လုပ်ငန်းကိုကြည့်လျှင် ၁၉၉၉ ခုနှစ်မကုန်ခင် ဆော့ဖ်ဝဲကုမ္ပဏီ ၉၀ တွင် အလုပ်လုပ်နေသော ဆော့ဖ်ဝဲဝန်ထမ်း ၁၅၀၀ ခန့်သာ ရှိသည်။ အစိုးရက ရည်မှန်းသတ်မှတ်ထားသည်မှာ ၂၀၀၅ ခုနှစ်မတိုင်မီ ဆော့ဖ်ဝဲကျွမ်းကျင်သူ ၂၅၀၀၀ ဦး ရှိရမည်ဖြစ်သည်။

အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးမှုတွင် နောက်ထပ်အရေးကြီးသောအချက်မှာ အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ဖွဲ့စည်းမှုဖြစ်သည်။ ဗီယက်နမ်ရှိ သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုအဖွဲ့အစည်းများသည် စီးပွားရေးလောကရှိ ပြောင်းလဲနေသော လိုအပ်မှုများရရှိစေရန် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် နီးကပ်စွာ အလုပ် လုပ်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း

များသည် ဖန်တီးနိုင်စွမ်းနှင့် ဆန်းစစ်မှုကိုအားပေးသော ပတ်ဝန်းကျင် တစ်ခုကို ဖန်တီးရမည်ဖြစ်ပါသည်။ ဤနည်းအားဖြင့် အဖွဲ့အစည်းဆိုင် ရာ ဖွဲ့စည်းမှုသည် လူစွမ်းအားရင်းမြစ်နှင့် ပူးပေါင်းလုပ်ကိုင်ခြင်းဖြင့် အိုင်စီတီထုတ်ကုန်များ တိုးတက်ရန် ကူညီရလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ဗီယက်နမ်ရှိ R&D အဖွဲ့အစည်းများသည် သီးသန့်အလုပ်လုပ်နေပြီး ဖွဲ့စည်းထားသောကွန်ရက်များသည် အရေအတွက်အားဖြင့် နည်းပါး လှသည်။ သဘာဝသိပ္ပံ၊ လူမှုရေးနှင့် ယဉ်ကျေးမှုသုတေသန၊ ပညာ ရေး၊ စိုက်ပျိုးရေး၊ အင်ဂျင်နီယာရင်း၊ စီးပွားရေး စသည့်နယ်ပယ်အသီး သီးတွင် အထူးပြုလုပ်ဆောင်နေသော သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုအဖွဲ့အစည်း ၃၀၀ ခန့် ရှိသည်။ ယင်းအဖွဲ့အစည်းအများစုသည် အစိုးရရန်ပုံငွေနှင့် အလုပ်လုပ်ကြပြီး လေ့လာမှုပေးမျှရန်နှင့် အခွင့်အလမ်းများပေးစွမ်းမှု လွန်စွာနည်းပါးသည်။ R&D အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ထုတ်လုပ်မှု အခန်းကဏ္ဍအကြား ချိတ်ဆက်မှုများသည်လည်း အလွန်အားနည်း လှသည်။ လွန်ခဲ့သော နှစ်အနည်းငယ်က အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း အထူးပြုသုတေသနအဖွဲ့အစည်းနှင့် ဗဟိုဌာနများ ထူထောင်ခဲ့သော် လည်း ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် ယင်းတို့အကြား အားကောင်းသော ချိတ်ဆက်မှုများ မရှိခဲ့ချေ။

အခြားတစ်ဖက်တွင် ဗီယက်နမ်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် R&D နှင့်ပတ်သက်မှုများ မရှိကြချေ။ အချို့ R&D ဌာနများသည် နိုင်ငံခြားတိုက်ရိုက်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု (FDI) လုပ်ငန်းများနှင့် ချိတ်ဆက် ထားကြသည်။ ဗီယက်နမ်ရှိအသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ သည် R&D လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများတွင် ပါဝင်ပတ်သက်ခြင်း မရှိကြ ချေ။ ဗီယက်နမ်တွင် hardware ထုတ်လုပ်မှု၊ ဆော့ဖ်ဝဲထုတ်လုပ်မှုနှင့်

ICT ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း ပါဝင်ဆောင်ရွက်နေသော ကုမ္ပဏီများ ရှိသည်။ Hardware ထုတ်လုပ်မှုတွင် ပစ္စည်းကိရိယာနှင့် အပိုပစ္စည်း ကိရိယာများကို စင်ကာပူ၊ တရုတ် (တိုင်ပေ) နှင့် တရုတ်နိုင်ငံ စသောဒေသတွင်းရှိနိုင်ငံများမှ တင်ပို့ပြီးပစ္စည်းကိရိယာများကို ဗီယက်နမ်တွင် တပ်ဆင်သည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ဗီယက်နမ် hardware ကုမ္ပဏီများသည် ကွန်ပျူတာများအတွက် ပြည်တွင်းဈေးကွက် ဝယ်လိုအား၏ ၆၅ ရာခိုင်နှုန်းကို ရရှိခဲ့သည်။ ယင်းရာခိုင်နှုန်းသည် ဆက်လက်မြင့်တက်နေသည်။ ဗီယက်နမ်ရှိ ဆော့ဖ်ဝဲလုပ်ငန်းသည် အဓိကအားဖြင့် provision of applicated solutions တွင် ချိတ်ဆက်ထားသည်။ ယင်းသည် အလုံးစုံဆော့ဖ်ဝဲထုတ်လုပ်မှု၏ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုသာဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် အိုင်စီတီဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများသည် ဗီယက်နမ်တွင် နည်းပါးနေဆဲပင်ဖြစ်သည်။ အိုင်စီတီကို လုပ်ငန်းတွင်ကန့်သတ်ထားသော အသုံးပြုမှုအဖြစ်တွေ့မြင် ရသည်။ ဘဏ္ဍာရေးအခန်းကဏ္ဍနှင့် စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်း ဝယ်ရေးတွင်လည်း အလားတူပင်ဖြစ်သည်။

အင်တာနက်နှင့် e-Commerce တို့သည် ဗီယက်နမ်တွင် အိုင်စီတီဖွံ့ဖြိုးရန် အရေးပါသော နယ်ပယ်များဖြစ်ကြသည်။ ယင်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ စဉ်းစားရန် ကိစ္စရပ်အချို့ရှိသည်။ ပထမအချက်မှာ ၁၉၉၉ ခုနှစ် မတိုင်ခင် ဗီယက်နမ်တွင် အင်တာနက်စာရင်း ၇၅၀၀၀ ခန့် ရှိသည်။ တစ်ဦးချင်းပိုင်ဆိုင်မှုမှာ ၅၅ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ၂၄ ရာခိုင် နှုန်းကို အဖွဲ့အစည်းများက ပိုင်ဆိုင်သည်။ ၂၁ ရာခိုင်နှုန်းကိုသာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက ပိုင်ဆိုင်သည်။ ဒုတိယအချက်မှာ မြင့်မား သောစရိတ်များနှင့် နိမ့်သောအရည်အသွေးတိုးမြှင့် အင်တာနက်

ဝန်ဆောင်မှုကို ပုံဖော်ထားခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် Download ပြုလုပ်ချိန်သည် အခြားနိုင်ငံများနှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် ဗီယက်နမ်တွင် ပိုမိုအချိန်ကြာသည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် ဗီယက်နမ်အချက် အလက် ဆက်သွယ်ရေးကုမ္ပဏီ (VCD) ၏ ကန့်သတ်ထားသော bandwidth စွမ်းရည်ကြောင့်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် အခြား Internet Service Providers (ISPs) ဖြင့် provision of Internet Services ကို ကန့်သတ်ထားသော အစိုးရ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများကြောင့် ဖြစ်သည်။ တတိယအချက်မှာ ဗီယက်နမ်ရှိ အင်တာနက် Access အတွက် ပေးရသောငွေမှာ မြင့်မားသည်။ ဟိုချီမင်းစီးတီးတွင် VCD က မကြာသေးမီကပြုလုပ်ခဲ့သော လေ့လာမှုအရ တွေ့ရှိခဲ့သည်မှာ ဗီယက်နမ်လူမျိုးတို့သည် Internet Access အတွက် ပျမ်းမျှ လစဉ်ကြေး အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂၀ ပေးရသည်။ ယင်းသည် လစဉ်ဝင်ငွေ၏ ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။

အဖွဲ့အစည်းများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ အင်တာနက် အသုံးချမှု တိုးချဲ့ခြင်းသည် အလွန်နွေးကွေးလှသည်။ ဗီယက်နမ်ရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ၅၀၀၀၀ အနက် ၆၀၀ ခန့်တွင်သာ Website ရှိပြီး ၁၀၀၀ တွင် အင်တာနက်ငွေစာရင်းရှိသည်။ ပြည်သူ့ရေးရာအခန်း ကဏ္ဍတွင် အစိုးရဌာနအနည်းငယ်သာ Website များထူထောင်ထား ကြသည်။ ယင်းတို့တွင် နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာန၊ အစိုးရရုံး၊ ဟန္တိုင်း ပြည်သူ့ကော်မတီနှင့် ဟိုချီမင်းစီးတီးပြည်သူ့ကော်မတီတို့ ပါဝင်သည်။ သတင်းစာအားလုံးသည် ဗီယက်နမ်တွင် Website များရှိကြပြီး အင်္ဂလိပ်လို တစ်စိတ်တစ်ဒေသ ရေးသားထားသည်။ ဗီယက်နမ်ရှိ အိုင်စီတီအခြေအနေအတွက် အကြောင်းအရင်းများစွာရှိသည်။ ပထမ

အချက်မှာ ဗီယက်နမ်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် အဖွဲ့အစည်းများသည် အင်တာနက်အသုံးပြုမှုနှင့် အကျွမ်းတဝင်မရှိကြချေ။ အင်တာနက်၏ အကျိုးကျေးဇူးများကို သတိမထားမိကြချေ။ ဒုတိယအချက်မှာ အင်တာနက်သို့ Website မတင်ခင် လက်ရှိစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ သည် Website သတင်းအချက်အလက်များ လိုအပ်ခြင်းပင်ဖြစ် သည်။ တတိယအချက်မှာ Website ပြုပြင်ထိန်းသိမ်းမှုစရိတ် မြင့်မား လာခြင်းဖြစ်သည်။ အစိုးရအေဂျင်စီများသည် အင်တာနက်ပေါ်ရှိ ယင်းတို့၏ Website များကို ထူထောင်ခြင်းနှင့် ထိန်းသိမ်းခြင်းအတွက် ပြင်ပက ရန်ပုံငွေများ ရှာဖွေကြသည်။

စင်စစ်အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ဆောင်ရွက်မှုအတိုင်းအတာသည် အိုင်စီတီလုပ်ငန်းတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှုန်းမြင့်မားစွာရရှိရန်အတွက် ၎င်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက အိုင်စီတီအသုံးချမှု အရှိန်ရရန်အတွက် လိုအပ်လေသည်။ ထို့ပြင် အိုင်စီတီ စတော့ပိုင်ရှင်များအတွက် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သောစိတ်ဓာတ်လည်း ရှိသင့်သည်။ ဤသို့ဖြင့် အဖွဲ့ အစည်းဆိုင်ရာဘောင်အတိုင်းအတာသည် ဆုချီးမြှင့်ခြင်း၊ အငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းခြင်းနှင့် ဂုဏ်ပစ္စည်းဆိုင်ရာအခွင့်အရေးများ အကာအကွယ်ပေး မှုတို့အတွက် ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခုကို ကူညီပံ့ပိုးသင့်ပေသည်။

❖

## အခန်း (၁၅)

### e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု

အစကနဦး အီလက်ထရွန်နစ်ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှု (elec-  
tronic commerce) ပုံစံများအနက် တစ်ခုမှာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း  
ဆိုင်ရာ စာရွက်စာတမ်းများကို အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် ဆက်သွယ်  
ပို့ယူနည်း (EDI-Electronic Data Interchange) ဖြစ်ပါသည်။ EDI  
ကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများတွင် စာရွက်စာတမ်း  
လုပ်ငန်းများကို လျှော့ချရန်နှင့် အချိန်တိုအတွင်း အလုပ်ပြီးမြောက်မှု  
မြင့်မားလာစေရန် ရည်ရွယ်ပြီး တီထွင်ဖန်တီးခဲ့ခြင်းဖြစ်ပါသည်။  
ယင်းမှာ ကုမ္ပဏီများအတွင်း၌ဖြစ်စေ၊ ကုမ္ပဏီအချင်းချင်း၌ဖြစ်စေ၊  
ကွန်ပျူတာဆက်သွယ်ထားမှုများအရ လုပ်ငန်းသတင်းအချက်အလက်  
ဖလှယ်ပို့ယူရန် ထိန်းချုပ်သတ်မှတ်ထားရှိသည့် ကွန်ပျူတာစနစ်  
တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။

e-Commerce ၏ ရှေ့ပြေးပုံစံတစ်ခုမှာ အလိုအလျောက်  
ငွေထုတ်စက် (Automatic Teller Machine- ATM) ဖြစ်ပါသည်။  
ယင်းကိရိယာက ဘဏ်၌ငွေကြေးအပ်နှံထားသူဖောက်သည်များကို  
ငွေကြေးလွှဲပြောင်းပေးစေခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ၁၉၉၁ ခုနှစ်တွင်  
အင်တာနက်ကို ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှုအားလုံးအတွက်ဖွင့်ပေးလိုက်  
သည့်အခါ အီးကောမာ့စ်၌လည်း ပြောင်းလဲမှုဖြစ်ပေါ်ခဲ့ပါသည်။

ထိုအချိန်တွင် စားသုံးသူအများစုသည် အင်တာနက်အကြောင်း ကောင်းကောင်းမသိသေးသဖြင့် ယင်းကို မိမိတို့အကျိုးအတွက် သုံးရကောင်းမွန်လည်း မသိကြသေးချေ။ သို့ရာတွင် နှစ်ပိုင်း အတွင်းမှာပင် စားသုံးသူတို့သည် ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှုသတင်း အချက်အလက်ရှာဖွေရန် အင်တာနက်ကို အသုံးပြုတတ်လာကြပါ သည်။ ယခုအခါ e-Commerce သည် အင်တာနက် (world wide web) နှင့် သံတူကြောင်းကွဲနီးပါး ဖြစ်လာပါသည်။ တစ်ခု၏ ကြီးထွားမြင့်မားမှုက ကျန်တစ်ခုကို အားပေးထောက်ပံ့ပါသည်။ လက်ခံသူနှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်သွယ်နိုင်မှု (personal interaction) စသည်တို့အတွက် လိုအပ်သည့် နည်းပညာအသစ်များသည် ကူးသန်း ရောင်းဝယ်မှုဆိုင်ရာ ဝက်ဘ်ဆိုက် (commercial web sites) အတွင်း ချက်ချင်းလိုပင် ဝင်ရောက်အသုံးတည့်သွား တတ်ပါသည်။

### အင်တာနက်ပေါ်မှ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ အားသာချက်များ

e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် အထောက်အကူပြုသော အင်တာနက်ပေါ်မှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုဆိုင်ရာ အားသာချက်များမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်-

- (၁) ပထဝီနယ်နိမိတ်အကန့်အသတ်မရှိသည့် ကမ္ဘာ့ ဈေးကွက်ဖြစ်ပြီး လူသန်းပေါင်းများစွာ ဆက်သွယ် လုပ်ကိုင်နိုင်သည်။
- (၂) စာရွက်စာတမ်းအတွက် ကုန်ကျစရိတ်များကို လူသား အရင်းအမြစ်စွမ်းအား အချိန်ကုန်ဆုံးမှုများနှင့်အတူ လျော့ချ ပစ်နိုင်သည်။
- (၃) စားသုံးသူတို့က ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူအမျိုးမျိုးနှင့်

ဈေးနှုန်းအမျိုးမျိုးတို့ကို ဆက်သွယ်သိရှိနိုင်သည်။

- (၄) သတင်းအချက်အလက်များ ဖြန့်ချိစရိတ်များ လျော့ချ ခြင်း၊ ဖျက်သိမ်းခြင်းပြုနိုင်သည်။
- (၅) အင်တာနက်သည် တစ်ရက် ၂၄ နာရီ၊ တစ်ပတ်(၇) ရက် ပိတ်ရက်မရှိ ဖွင့်နိုင်သည်။
- (၆) ဝင်ငွေရရှိမှုအတွက် ချဉ်းကပ်မှုနည်းလမ်းသစ်နှင့် ရှေးရိုးနည်းများဖြင့် လုပ်ကိုင်နိုင်သည်။
- (၇) အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်မှုအနေအထားက နှောင့်နှေး ကြန့်ကြာမှုများကို လျော့နည်းစေသည်။
- (၈) ပွဲစားအတွက် ကုန်ကျစရိတ်မရှိစေဘဲ ကုန်ထုတ် လုပ်သူတို့က တိုက်ရိုက်ရောင်းဝယ်နိုင်သည်။
- (၉) စားသုံးသူများထံမှ တုံ့ပြန်မှုကို ချက်ချင်းရရှိသည်။
- (၁၀) စားသုံးသူများ၏ ထောက်ပံ့မှုနှင့် အဖြေများ ရနိုင်သည်။
- (၁၁) သတင်းဖလှယ်မှုကို အချိန်တိုအတွင်း အလျင်အမြန် လုပ်ကိုင်နိုင်သည်။
- (၁၂) စားသုံးသူ သတင်းအချက်အလက် စုဆောင်းနိုင်၊ စိစစ်သုံးသပ်နိုင်၊ တုံ့ပြန်ပြုမူနိုင်စွမ်းရှိသည်။
- (၁၃) ထောက်ပံ့မှုဆက်ကြီးလိုင်းတစ်လျှောက် တုံ့ပြန်မှုမှာ ချက်ချင်းလိုပင် မြန်ဆန်သည်။
- (၁၄) ကုန်ကျစရိတ်အသုံးထိရောက်မှုရှိပြီး လူတစ်ဦးချင်းနှင့် တိုက်ရိုက်ရောင်းဝယ်နိုင်သည်။

## စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့ e-Commerce

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူတို့ (B2C) e-Commerce တွင် သာမန်ပြည်သူထံ ကုန်ပစ္စည်းများ ရောင်းချခြင်းလုပ်ငန်းများ ပါဝင်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းများသည် စာအုပ်များ၊ ပန်းများ သို့မဟုတ် ကွန်ပျူတာများကဲ့သို့သော ရုပ်ပစ္စည်းများလည်း ဖြစ်နိုင်သည်။ စားသုံးသူတို့အနေဖြင့် အင်တာနက်မှ မဂ္ဂဇင်းစာအုပ်များ မှာကြားကူးယူ ရရှိနိုင်သဖြင့် ဆော့ဖ်ဝဲများ မှာယူအသုံးပြုနိုင်သည်။ တစ်ဖန် ဘီတူစီ ကုမ္ပဏီတို့သည် ဝန်ဆောင်မှုများလည်းပေးနိုင်သေးသည်။ ငွေကြေး ဆိုင်ရာနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုလုပ်ငန်းဆိုင်ရာကုမ္ပဏီများ၊ ခရီးသွားအေဂျင်စီ များနှင့် အင်တာနက်ဝန်ဆောင်မှုပေးသူများ (ISP- Internet service providers) တို့သည် ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့် ကုမ္ပဏီများအနက်မှ နမူနာအချို့ဖြစ်ပါသည်။

ဘီတူစီ ကုမ္ပဏီများသည် ရောင်းချသူများအတွက် အကျိုးအမြတ်ကို ပိုမိုတိုးပွားစေသည်။ တစ်ဖန်ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှု အမျိုးမျိုးတို့ကို ခရီးဝေးကွာမှု၊ အချိန်ကုန်ဆုံးမှု စသည်တို့ မရှိစေဘဲ ရယူနိုင်ခြင်းဟူသော စွမ်းရည်ကို စားသုံးသူတို့က အီး-ကောမာ့စ်မှ အကျိုးအမြတ်အဖြစ် ရရှိနိုင်သည်။ ထို့ပြင် စားသုံးသူတို့သည် အကောင်းဆုံးရွေးချယ်ဝယ်ယူမှုအဖြစ် ဆိုင်များထဲမှ ကြိုက်ရာရွေးချယ် နိုင်သည်။ လက်လီဝယ်ယူသူများကို ဆွဲဆောင်ရန် ရောင်းချသူများက ကုန်ပစ္စည်းသုံးသပ်မှုများ၊ ဆွေးနွေးပြောဆိုမှုများနှင့် ကုန်ပစ္စည်းဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များကဲ့သို့သော ဝန်ဆောင်မှုများကို တိုးတက် ပေးအပ်ကြသည်။ စားသုံးသူ၏လိုအပ်ချက်ကို ဆုံးဖြတ်နိုင်ရန်နှင့် ယင်းတို့၏ ကမ်းလှမ်းပေးအပ်မှုများကို စားသုံးသူတစ်ဦးချင်းစီသို့ ချဉ်းကပ်ဆက်သွယ်နိုင်ရန်အတွက် အင်တာနက်နည်းပညာ (Web-

tracking technology) တစ်ရပ်ကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများစွာက အသုံးပြုလျက်ရှိပါသည်။ စားသုံးသူမှ စားသုံးသူသို့ e-Commerce (C2C) ကို ဘီတူစီ e-Commerce ၏ အစိတ်အပိုင်းငယ်တစ်ရပ်အဖြစ် ရည်ညွှန်းရာ၌ တစ်ခါတစ်ရံ အသုံးပြုသည်။ ဥပမာအားဖြင့် စီတူစီ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွင် အင်တာနက်လေလံပွဲကဲ့သို့သော ကိစ္စရပ်များ၌ လေလံဆွဲသူများအချင်းချင်း ဆက်သွယ်နိုင်စေသည့် ဝက်ဘ်ဆိုက်များ ပါဝင်သည်။

## စီးပွားရေးလုပ်ငန်းချင်း ဆက်သွယ်လုပ်ကိုင်သည့် e-Commerce ဝင်ငွေစီးကြောင်းများ

e-Commerce ဝင်ငွေအားလုံး၏ လေးပုံတစ်ပုံသာလျှင် ဘီတူစီဆက်သွယ်မှုများမှရရှိခြင်းဖြစ်သည်။ e-Commerce အများစု သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ အချင်းချင်းအတွင်းမှာသာ အမှန်တကယ် နေရာယူထားသည်။ ဘီတူစီ e-Commerce ၏ ကြီးမားများပြားလှ သော အလားအလာကောင်းတို့က ကမ္ဘာတစ်ဝန်းမှ အာရုံစိုက်မှုကို ရရှိအောင် ဆွဲဆောင်လျက်ရှိသည်။ ဘီတူဘီ ဈေးကွက်သည် ဘီတူစီ ဈေးကွက်ထက်ပို၍ လျင်မြန်စွာ လုပ်ငန်းတိုးချဲ့ ဆောင်ရွက်လျက်ရှိ သည်။

ဝင်ငွေစီးကြောင်းတစ်ခုဟူသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုက ဝင်ငွေရရှိအောင် အသုံးပြုသည့်နည်းလမ်းဖြစ်သည်။ e-Commerce တွင် ပါဝင်လုပ်ကိုင်မှု အဆင့်အမျိုးမျိုးရှိပါသည်။ အုတ်အင်္ဂါတေအခြေခံ ကုမ္ပဏီတချို့သည် သူတို့၏ဝက်ဘ်ဆိုက်များကို သူတို့၏ကုန်ပစ္စည်း အကြောင်း သတင်းပေးရုံ၊ ကြော်ငြာရုံ အီလက်ထရန်စ်နစ်စ် ကြော်ငြာသင်ပုန်းသဘောမျှသာ အသုံးပြုကြပါသည်။ ယင်းသို့သော

ဝက်ဘ်ဆိုက်မျိုးကို လက်ကမ်းကြော်ငြာ (brochureware) ဆိုသော နာမည်အတပ်ခံရပါသည်။ အကြောင်းမှာ ယင်းတို့မှာ အပြန်အလှန် ဆက်သွယ်သက်ရောက်ခြင်းကင်းပြီး စက္ကူပေါ်၌ ထိုအတိုင်း တင်ပြ နိုင်ခြင်းကြောင့်ဖြစ်ပါသည်။

အခြားကုမ္ပဏီများကမူ ဝက်ဘ်ဆိုက်မှ တိုက်ရိုက်ဝင်ငွေ ရရှိအောင် မလုပ်ကိုင်သည့်တိုင် ဝက်ဘ်ဆိုက်အရည်အသွေးများ ပါဝင် အောင်လုပ်ဆောင်ကြပါသည်။ ထိုအဖွဲ့အစည်းများသည် သူတို့၏ ဝက်ဘ်ဆိုက်စာမျက်နှာများကို ဆက်သွယ်မှုလုပ်ငန်းပြီးမြောက် အောင်နှင့် ထုတ်လုပ်မှုအထောက်အကူကဲ့သို့သော သတင်းအချက် အလက်ဆိုင်ရာ ရင်းမြစ်များပေးစွမ်းနိုင်အောင် အသုံးပြုမည်ဖြစ်ပါ သည်။ ယင်းက ကုမ္ပဏီအတွက် ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာနှင့် လူသားရင်းမြစ် လိုအပ်ချက်များကို လျော့ချခြင်းအားဖြင့် ငွေကုန်ကြေးကျ သက်သာ စေပါသည်။

e-Commerce အတွက် ဖြစ်နိုင်ခြေများသည့် ကုမ္ပဏီ တစ်ခုက ယင်း၏ဝက်ဘ်ဆိုက်ကို ထိရောက်စွာ ဝင်ငွေထုတ်ယူရန် အသုံးပြုသည့်အခါ ကျယ်ပြန့်တွင်ကျယ်လာပါသည်။ တချို့က အမြတ်ရရှိရန် တိုက်ရိုက်ရောင်းချခြင်းမျိုးကဲ့သို့သော ရှေးနည်းရှေးဟန် များကို သုံးတတ်ကြပါသည်။ သို့သော် အင်တာနက်၏ သဘာဝသည် ဝက်ဘ်ဆိုက်အတွက်ထူးခြားသော ဝင်ငွေစီးကြောင်း တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှု ဆီသို့ ရှေးရှုသည်။ နည်းလမ်းအချို့အနေနှင့် ကြော်ငြာခြင်း၊ လွှဲပြောင်း ခြင်း၊ အခကြေးငွေများ၊ ကော်မရှင်များ၊ အချက်အလက်များခွဲခြမ်း စိတ်ဖြာခြင်း၊ ပုံမှန်မှာကြားခြင်းများနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုအခကြေးငွေများတို့ကို တွေ့ကြုံရမည်ဖြစ်ပါသည်။ အင်တာနက် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်လာသည်နှင့် အမျှ ဝင်ငွေရရှိအောင် ဆောင်ရွက်ဖို့ အခွင့်အလမ်းသစ်များလည်း

ယင်းနှင့်အတူတကွ ဖွံ့ဖြိုးနေပါသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် မျှော်မှန်းထားသော ဘီတူဘီ e-Commerce အောင်မြင်တိုးတက်မှု ကြီး၌ ပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် အလှအယက် ပြင်ဆင်တိုးဝင်ကြလျက် ရှိပါသည်။

ဤတွင် ဘီတူဘီ (B2B) ဝက်ဘ်ဆိုက်များက ပေးအပ်သော အခြေခံထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာအခြေခံခန့်မှန်းချက်မှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်ပါသည်။

**ဘီတူဘီ ဝက်ဘ်ဆိုက်များက ပေးအပ်သည့် အခြေခံထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှုအခြေခံ ခန့်မှန်းချက်ဇယား**

|                                            |
|--------------------------------------------|
| ကွန်ပျူတာ                                  |
| လက်လီဖြန့်ချိမှု                           |
| အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာ ဝန်ဆောင်မှုများ |
| စက်မှုကုန်ထုတ်မှု                          |
| ဈေးကွက်တင် ရောင်းချမှု                     |
| ထုတ်လုပ်မှု                                |
| ရုံးသုံးပစ္စည်းနှင့် အပိုပစ္စည်းများ       |
| လေ့ကျင့်မှုနှင့် ပညာရေးလုပ်ငန်း            |

အထက်ဖော်ပြပါ အခြေခံခန့်မှန်းချက်ဇယားတွင် ဘီတူဘီ အခွင့်အလမ်းများနှင့် ကုမ္ပဏီများစွာကိုဖော်ပြထားပါသည်။ ကုမ္ပဏီ အများအပြားသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များနှင့် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ရန် အင်တာနက်ဟူသော ထူးခြားသည့် အားသာချက်များကို အသုံးပြုလျက်ရှိကြပါသည်။ အင်တာနက်ကို ထောက်ပံ့မှု ကွင်းဆက် (supply chain) အတွင်း ပါဝင်ဆောင်ရွက်နေကြသူများ အကြား သတင်းအချက်အလက်များ လက်ဆင့်ကမ်းဖော်ပြရန် အတွက် အသုံးပြုကြပါသည်။ ထောက်ပံ့မှုကွင်းဆက်ဟူသည် ကုန်ပစ္စည်းတစ်မျိုးကို ဖန်တီးထုတ်လုပ်ရန် အတူတကွလုပ်ကိုင်နိုင်သော ထောက်ပံ့သူများ၏ အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်မှု ကွန်ရက်ကိုဆိုလိုပါသည်။ အချင်းချင်းမှီတွယ်ပေါင်းစည်းမှုရှိကြသော ဘီတူဘီအဖွဲ့အစည်းများကို လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များအနေဖြင့် သတင်းများဖလှယ်ရန်နှင့် ပြောင်းလဲနေသော ဈေးကွက်တောင်းဆိုမှုများကို ချက်ချင်း တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ရန် အလို့ငှာ ဖန်တီးထူထောင်ထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ဆက်သွယ်မှုကို အထောက်အကူဖြစ်စေရန် အဖွဲ့အစည်းတချို့က အင်တာနက်သုံးစွဲမှုအတွက် အီလက်ထရွန်းနစ် အချက်အလက် ဖလှယ်စနစ် (EDI systems) ကို အသစ်မွမ်းမံပြုပြင်လျက်ရှိပါသည်။ ထို့ပြင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆက်သွယ်မှုများ ပိုမိုကောင်းမွန်လာစေရန် အခြားစနစ်များကိုလည်း ဖန်တီးတီထွင်ထားကြပါသည်။

ဘီတူဘီတွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသို့ ဝန်ဆောင်မှုများပေးသည့် အဖွဲ့အစည်းအမြောက်အမြားပါဝင်ပါသည်။ ယင်းတို့အထဲတွင် ငွေကြေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများက ပေးသည့်ပုံစံမျိုး အင်တာနက် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတစ်ခုလုံးမှနေ၍ ကုန်သိုလှောင်မှုနှင့် သင်္ဘော

တင်ပို့မှုတို့ကဲ့သို့သော ရုပ်ပိုင်းဝန်ဆောင်မှုများအထိ ပါဝင်နေကြပါသည်။ အခြားအဖွဲ့အစည်းများကမူ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသို့ သတင်းအချက်အလက် ရင်းမြစ်များပေးအပ်မှုတွင် အထူးပြုဆောင်ရွက်ကြပါသည်။ ယင်းတို့က အချက်အလက်များစုဆောင်းပြီး စီစဉ်ပြင်ဆင်၍ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသို့ ဆုံးဖြတ်လုပ်ကိုင်မှုလုပ်ငန်း၌ အထောက်အကူရရှိစေရန်အတွက် ထုတ်လုပ်ရောင်းချကြပါသည်။ ကုမ္ပဏီအများအပြားသည် ဘီတူဘီ သတင်းအချက်အလက်ကြားခံပေါင်းကူးပေးသူများ ဖြစ်လာကြပါသည်။ ထိုကြားခံလုပ်ငန်းသည် စက်မှုလုပ်ငန်းအစိတ်အပိုင်းတစ်ခုအတွင်းမှ ရောင်းချသူနှင့် ဝယ်သူများအကြား အဆင်ပြေဆက်စပ်လုပ်ကိုင်နိုင်မည့် အီလက်ထရွန်းနစ် စခန်းကွန်ရက် (an electronic hub) တစ်ခုကို ထူထောင်ထားပါသည်။ ဤစခန်းကွန်ရက်တို့က ရောင်းသူများအတွက်ရော ဝယ်သူများ အတွက်ပါ အကျိုးအမြတ်ရရှိစေပါသည်။ ယင်းတို့က ရှာဖွေရသည့်စရိတ်စက၊ ဆောင်ရွက်မှုစရိတ်စကများ လျှော့ချပေးပြီး ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူကြား ညီညွတ်မျှတမှုများ ပိုကောင်းလာသည့် အကြောင်းမှာ ပူးပေါင်းပါဝင်သူအုပ်စု တိုးတက်လာမှုကြောင့်ဖြစ်ပါသည်။ ဘီတူဘီ e-Commerce က ကုမ္ပဏီများအား တိကျ၍ အားကိုးလောက်သော ဝန်ဆောင်မှုများပေးအပ်ရန် တောင်းဆိုလာပါသည်။ ယနေ့ခေတ်စီးပွားရေးကလည်း ဘီတူဘီလုပ်ငန်းဖလှယ်မှုလုပ်ကိုင်သော ခက်ခဲရှုပ်ထွေးပြီး အဆင့်မြင့်စနစ်များအပေါ် မှီတွယ်နေပါသည်။ ဘီတူဘီ ဖြေရှင်းမှုနည်းစဉ်တစ်ရပ် ထူထောင်မှုကလည်း အချိန်ကာလနှင့် ငွေကြေးဆိုင်ရာ ထူးခြားပြောင်မြောက်သည့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတစ်ရပ် လိုအပ်ပါသည်။ ဆက်သွယ်မှုပိုင်းအတွက် စံချိန်

အဆင့်သစ်များကို ဘီတူဘီအပြန်အလှန် ဆက်သွယ်မှုဆိုင်ရာ လိုအပ်ချက်များ ပြည့်မီနိုင်စေရန်အတွက် ထူထောင်လျက်ရှိသည်။

### စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွင်းရှိ e-Commerce

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအကြား ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှု အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်လုပ်ကိုင်မှုများကို အားဖြည့်သည့်အနေဖြင့် e-Commerce ၌ အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုအတွင်း လုပ်ငန်းဖလှယ်ဆောင်ရွက်မှုများလည်း ပါဝင်လာပါသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွင် e-Commerce ဟူသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုအတွင်း တည်ရှိနေသည့် အီလက်ထရွန်နစ်ဆက်သွယ်လုပ်ကိုင်မှုများကို ဆောင်ရွက်သော အင်တာနက်အခြေခံနည်းပညာအသုံးပြုခြင်းကို ရည်ညွှန်းခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ယင်းက ဝင်ငွေရရှိအောင် မဆောင်ရွက်သော်လည်း အဖွဲ့အစည်းတစ်ရပ် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုအတွက် ပိုမိုထိရောက်ထက်မြက်ခြင်းဖြင့် ချွေတာခြိုးခြံမှုရှိလာစေပါသည်။

အင်တာနက်သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဟောင်းကြီးများကို တိုးတက်ပြည့်စုံအောင်မြင်လာစေပြီး လုပ်ငန်းသစ်များကိုလည်း ဖန်တီးပေးပါသည်။ အင်တာနက်ကြောင့် အမြင်သာဆုံး ထိရောက်မှုရှိစေသောဈေးကွက်ကဏ္ဍများမှာ လက်လီရောင်းဝယ်မှု၊ ငွေကြေးဆိုင်ရာလုပ်ကိုင်မှု၊ ထောက်ပံ့မှုကွင်းဆက်၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဝန်ဆောင်မှုများ၊ စာနယ်ဇင်းမီဒီယာများနှင့် ဖြေဖျော်မှုတို့ ဖြစ်ကြပါသည်။ အင်တာနက်ကိုယ်၌သည်လည်း ဝင်ငွေသစ်များရရှိစေသောဈေးကွက်တစ်ခုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည့် အထောက်အကူပြု အခြေခံတစ်ရပ်အဖြစ် ဖြစ်ထွန်းတိုးတက်လာပါသည်။

လက်လီရောင်းဝယ်မှုတွင် ကုန်ပစ္စည်းများရောင်းချမှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို စားသုံးသူတစ်ဦးချင်းထံ တိုက်ရိုက်ဆောင်ရွက်ပါသည်။ အင်တာနက်ပေါ်မှ လက်လီရောင်းဝယ်မှုကို အီး-လက်လီအရောင်းကုမ္ပဏီများသည် ယင်းတို့၏ ပစ္စည်းသစ်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ဈေးကွက်တင်လေတိုင်း စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ပုံနည်းဟောင်းများကို အစဉ်တစိုက် ရင်ဆိုင်ဆောင်ရွက်လာကြပါသည်။ ဘဏ်လုပ်ငန်းများ၊ စတော့ရှယ်ယာနှင့် ကိုယ်စားလှယ်လုပ်ငန်းများကဲ့သို့သော ရှေးရိုးအုတ်အင်္ဂါတေအခြေခံ အဖွဲ့အစည်းများဖြစ်သည့် ငွေကြေးဆိုင်ရာလုပ်ငန်းများနှင့် အာမခံကုမ္ပဏီများသည် အင်တာနက်ပေါ်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ကြလျက်ရှိပါသည်။

ဘဏ်လုပ်ငန်းသည် အင်တာနက်ဝန်ဆောင်မှု၌ စားသုံးသူများက ပိုမိုတောင်းဆိုလာမှုကို ကြုံတွေ့ရမည်ဟု မျှော်မှန်းထားနိုင်ပါသည်။ စတော့ရှယ်ယာများ၏ အင်တာနက်မှ တိုက်ရိုက်ရောင်းဝယ်မှုသည်လည်း စားသုံးသူများအနေဖြင့် ယင်းတို့၏ ကိုယ်ပိုင်စတော့စုဆောင်း စာရင်းများကို ထိန်းချုပ်ထားနိုင်ပြီး တစ်ချိန်တည်း၌ ကိုယ်စားလှယ်များ၏ ကော်မရှင်နှုန်းထားများ မြင့်မားစွာ တောင်းဆိုမှုများကို ရှောင်ရှားလာနိုင်သည်နှင့်အမျှ တိုးတက်မြင့်မားလာနေမည်ဖြစ်ပါသည်။

အင်တာနက်တွင် ဝင်ရောက်လုပ်ကိုင်မှုထူထောင်ရန် ချဉ်းကပ်နည်းအမျိုးမျိုးကို တွေ့ရှိရပါသည်။ ကုန်ရောင်းသူတချို့က အီး-လက်လီအရောင်းကို မြေပြင်ပေါ်မှာ စတင်ဖွင့်လှစ်လုပ်ကိုင်ခြင်းမှ အစပြု၍ လုပ်ကိုင်ရန် ရွေးချယ်ကြပါသည်။ အခြားသူများက လက်ရှိ

အုတ်အင်္ဂါတောအခြေခံ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု၏ ချဲ့ထွင်မှုတစ်ခုအဖြစ် အီလက်ထရွန်နစ်စတိုးဆိုင်ကို ထူထောင်လိုကြပါသည်။ တချို့ကမူ သတင်းအချက်အလက် ဝက်ဘ်ဆိုက်တစ်ခုကို အလုံးစုံပြည့်ဝ စုံလင်သည့် အီး-ကောမာ့စ်ဆိုက်အဖြစ် ချဲ့ထွင်လုပ်ကိုင်ကြပါသည်။ ယင်းတို့၏အမြင် မည်သို့ပင်ရှိစေ အီး-ကောမာ့စ် စီးပွားရေး လုပ်ငန်းအားလုံးသည် တူညီသော လုပ်ငန်းပိုင်းတာဝန်ယူမှုများ၌ ကိုက်ညီကြရမည် ဖြစ်ပါသည်။ အီး-ကောမာ့စ်အတွက် လိုအပ်ချက်များပြည့်စုံရန် ကုမ္ပဏီတစ်ခုသည် အောက်ပါတို့ကို စီစဉ်ရန်လိုအပ်သည်-

- ၁။ ဟတ်ဝဲနှင့် ဆော့ဖ်ဝဲ လိုအပ်ချက်များဖြေရှင်းနည်း၊
- ၂။ ကုန်ပစ္စည်းဖြန့်ချိမှုဆိုင်ရာ စီမံခန့်ခွဲမှု၊
- ၃။ သုံးစွဲသူ စိတ်ဝင်စားသော ဝက်ဘ်ဆိုက်ဒီဇိုင်း၊
- ၄။ ဖောက်သည်များနှင့် အမြဲဆက်ဆံမှုအတွက် ထိန်းသိမ်းနည်း၊
- ၅။ ဝက်ဘ်ဆိုက်ကို အဆင့်မြှင့်တိုးချဲ့ခြင်း။

### အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် လက်လီရောင်းချမှုနှင့် အွန်လိုင်း ထုတ်ဝေရေး

e-Tailing (electronic retailing) အီလက်ထရွန်နစ် လက်လီရောင်းချမှုဟူသည်မှာ အင်တာနက်ပေါ်တွင် လက်လီကုန် ပစ္စည်းများရောင်းချခြင်းဖြစ်သည်။ ယင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှ စားသုံးသူသို့ (B2C) ရောင်းချရေးဝယ်ယူလုပ်ငန်း၏ တွေ့မြင်နေကျ ပုံစံပင်ဖြစ်သည်။ ဤတွင် E-Tailing အတွက် e-Commerce

တွင် ဦးစီးရှေ့ဆောင်ပြုနေသော လမ်းကြောင်းများကို တင်ပြလိုပါ သည်။ ၁၉၉၇ ခုနှစ်ကို e-Tailing အတွက် အကြီးမားဆုံး ပထမနှစ် ဟု မှတ်ယူကြသည်။ ယင်းသည် ဒဲလ် ကွန်ပျူတာကုမ္ပဏီကြီးက ယင်း၏ဝက်ဘ်ဆိုက်တွင် ကမ္ဘာလွှာသန်းပေါင်းများစွာ ရရှိခြင်းကို မှတ်တမ်းတင်သော အချိန်ကာလဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် Amazon.com ၏အောင်မြင်မှုသည် e-Tail ဝက်ဘ်ဆိုက်တစ်ခု ဖွင့်လှစ်ရန် Barnes+Noble ကိုအားပေးခဲ့သည်။

e-Tailing အတွက် လမ်းကြောင်းများနှင့် အလားအလာ များကို လေ့လာကြည့်ပါက e-Tailing သည် ၂၀၀၂ ခုနှစ်မတိုင်ခင် ဒေါ်လာ ၃၇ ဘီလျံသို့ တိုးတက်လိမ့်မည်ဟု ခန့်မှန်းခဲ့ကြသည်။ နောက်ထပ် ခန့်မှန်းမှုတစ်ခုမှာ အွန်လိုင်းဈေးကွက်သည် ၂၀၀၁ ခုနှစ်တွင် ၄၅ ရာခိုင်နှုန်း တိုးတက်လိမ့်မည်ဟု ခန့်မှန်းထားရာ ဒေါ်လာ ၆၅ ဘီလျံသို့ ရောက်ရှိလိမ့်မည်ဟု မှန်းဆထားသည်။ အကျိုးအမြတ်အနေဖြင့် ဝက်ဘ်အခြေစိုက် လက်လီရောင်းသူများ၊ ကက်တလောက်အခြေပြု လက်လီရောင်းသူများနှင့် စတိုးဆိုင်အခြေခံ လက်လီရောင်းသူ အများအပြား သိသိသာသာကွာခြားပေသည်။ Retail Forward မှ ဆောင်ရွက်သော e-Retail လေ့လာမှုအရ ထိပ်တန်း e-Retailers ၁၀ ဦးအနက် ၈ ဦးသည် စွယ်စုံချန်နယ်များ (Multi-channel) များဖြစ်ကြပြီး ယင်းတို့သည် အွန်လိုင်းရောင်းချခြင်း သက်သက်ပေါ်တွင် အားမထားကြချေ။

Online publishing သည် ကွန်ပျူတာအသုံးချမှုလုပ်ငန်းစဉ် ဖြစ်ပြီး စာများနှင့် ဂရပ်ဖစ်များပေါင်းစပ်ရန် တိကျသော ဆော့ဖ်ဝဲ အမျိုးအစားများကို အသုံးပြုသည်။ ဤသို့ဖြင့် စာစောင်များ၊ အွန်လိုင်း

မဂ္ဂဇင်းများနှင့် အချက်အလက်များ၊ ကက်တလောက်များ၊ အခြား ပရိုမိုးရှင်းဆိုင်ရာပစ္စည်းများ၊ စာအုပ်များကဲ့သို့ ဝက်ဘ်အခြေခံ စာရွက် စာတမ်းအထောက်အထားများ ထုတ်လုပ်နိုင်သည်။ ဤတွင် အင်တာနက်ကို ထုတ်ဝေခြင်းအတွက် မီဒီယာအနေဖြင့် အသုံးပြုသည်။ အွန်လိုင်းမီဒီယာအသုံးပြုခြင်း၏ အကျိုးကျေးဇူးများတွင် စရိတ်နည်း အများသုံး access အချိန်နှင့် နေရာလွတ်လပ်မှုနှင့် ဖြန့်ချိရေး လွယ်ကူမှုတို့ပါဝင်သည်။ ဤသည်မှာ အင်တာနက်ကို ထိရောက်အကျိုးရှိသော မားကက်တင်းဆိုင်ရာ မီဒီယမ်အနေဖြင့် မှတ်ယူသော အကြောင်းအရင်းဖြစ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံတွင် သတင်းအချက်အလက် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း မြှင့်တင်ရန်လည်း အသုံးပြုသည်။

အွန်လိုင်းထုတ်ဝေရေးတွင်ရှိသော ပြဿနာများကို အမျိုးအစား နှစ်ခုအဖြစ် အုပ်စုခွဲနိုင်သည်။ ယင်းတို့မှာ စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုင်ရာ စီမံခေါ်မှုများနှင့် ပြည်သူ့ရေးရာ ပေါ်လစီကိစ္စရပ်များဖြစ်သည်။

စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုင်ရာ အဓိကကိစ္စနှစ်ခုရှိသည်-

### (၁) အကျိုးအမြတ်မေးခွန်း

ဤမေးခွန်းတွင် အွန်လိုင်းရှိနေမှုသည် အကျိုးအမြတ် ရရှိနိုင်သော ကိစ္စရပ်တစ်ခုကို မည်သို့ပြောင်းလဲနိုင်သည်ကို ရင်ဆိုင်ဖြေရှင်းရန် ရှာဖွေသည်။ ထို့ပြင် ဝင်ငွေအများဆုံးရရှိမှုတွင် မည်သို့သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းပုံစံအမျိုးအစား ရရှိနိုင်သည်ကို ရှာဖွေသည်။

### (၂) တိုင်းတာမှုပြဿနာ

ယင်းသည် ဝက်ဘ်ဆိုက်၏ ထိရောက်အကျိုးရှိမှုကို ဆက်စပ်ဖော်ပြပြီး ကြော်ငြာရှင်များအတွက် ကျသင့်ငွေမျှတမှုကို ဆက်စပ်

ဖော်ညွှန်းသည်။ အများဆုံးတွေ့မြင်နေကျ ပြည်သူ့ရေးရာ ပေါ်လစီကိစ္စရပ်များသည် မူပိုင်ခွင့်အကာအကွယ်ပေးရေးနှင့် ဆင်တာတည်းဖြတ်မှုနှင့် ပြုလုပ်ဆောင်ရွက်ရန်ဖြစ်သည်။ ထုတ်ဝေသူများကို အွန်လိုင်းထုတ်ဝေခြင်းမှ တားဆီးထားခြင်းမှာ စိတ်မချရသော မလုံလောက်သော မူပိုင်ခွင့်အကာအကွယ်ပေးမှုကြောင့် ဖြစ်သည်။

အွန်လိုင်းထုတ်ဝေခြင်းတွင် အဖြေအများစုမှာ ဥပဒေကြောင်းထက် နည်းပညာက ပိုများသည်။ ထို့ပြင် အွန်လိုင်းမားကက်တင်းတွင် အီးမေး၊ အင်တာနက်ရှိသူများထံသို့ ကြော်ငြာပုံစံ သတင်းအချက်အလက်များ ပေးပို့သည့်ပြဿနာလည်းရှိသည်။ အီးမေးမှ ပေးပို့လာသည့် မလိုသည့်ကြော်ငြာသည် အနှောင့်အယှက်မပေးသော်လည်း ကုန်ကျစရိတ်ရှိသည်။

### အီး-လက်လီအရောင်းနှင့် အင်တာနက်စတိုး

ဆော့ဖ်ဝဲနှင့် ဟာဒ်ဝဲရွေးချယ်မှုသည် အီး-လက်လီအရောင်း သမားများရင်ဆိုင်ရသော အရေးကြီးသည့် ဆုံးဖြတ်ချက်တစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ အီး-လက်လီစတိုးဆိုင်မျက်နှာစာသည် စားသုံးသူကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအကြောင်း၊ ယင်း၏ ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအကြောင်း သတင်းပေးနိုင်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ ဝယ်ယူမှုများကို ဝန်ဆောင်မှုပေးရန်လိုအပ်ပြီး လက်လီအရောင်းသမားထံသို့လည်း ဆောင်ရွက်ပြီးစီးမှု သတင်းအချက်အလက်များကို ပြန်လည်ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ ဆော့ဖ်ဝဲ၊ ဟာဒ်ဝဲများအတွက် အဖြေသည် အချိန်နှင့်ငွေကြေးတတ်နိုင်မှုတို့အပေါ် မူတည်နေပြီး ဝက်ဘ်ဆိုက်၏ ခက်ခဲရှုပ်ထွေးမှုများ၏ လွှမ်းမိုးမှုကိုလည်း ခံရပါသည်။ ကုန်ရောင်း

သူများအနေဖြင့် ကိုယ်ပိုင်အင်တာနက်စနစ်ကို ဝယ်ယူထိန်းသိမ်းမည် လား၊ (သို့မဟုတ်) ပြင်ပကုမ္ပဏီတစ်ခုမှ စနစ်တစ်ခုလုံး (သို့မဟုတ်) အပိုင်းတစ်ပိုင်းကို ငှားရမ်းမည်လားဟု ဆုံးဖြတ်ရပါမည်။ ကုန်ကျ စရိတ်သည် ဒေါ်လာ ရာဂဏန်းမှ သောင်းဂဏန်း၊ သိန်းဂဏန်းအထိ အမျိုးမျိုးရှိနိုင်ပါသည်။

မိမိ၏ အီး-လက်လီအရောင်းစာမျက်နှာကို လုံးဝထိန်းချုပ် လုပ်ကိုင်လိုသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုသည် ဆော့ဖ်ဝဲနှင့်ဟာ့ဒ်ဝဲ တို့ကို ဝယ်ယူထိန်းသိမ်းနိုင်ပါသည်။ ဤရွေးချယ်မှုက ငွေကြေး အမြောက်အမြား ကုန်ကျခံရန် လိုအပ်ပါသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း တို့သည် သာမန်အားဖြင့် ထိုစနစ်မျိုး ချမှတ်လုပ်ကိုင်ရန် ဝက်ဘ် ဒီဇိုင်းနှင့် ဖော်ထုတ်မှုအပိုင်းကျွမ်းကျင်သူတစ်ဦးကို ငှားရမ်းသုံးစွဲလေ့ ရှိပါသည်။ အီး-ကောမာ့စ်ဆော့ဖ်ဝဲများသည် သက်ဆိုင်ရာအရည် အသွေး၊ ဈေးနှုန်းတို့နှင့်တကွ ရရှိနိုင်ပါသည်။

အီး-ကောမာ့စ်ဆော့ဖ်ဝဲတို့သည် ကုန်ရောင်းသူတို့ကို ဈေးလှည်း (Shopping Cart) တစ်စီးနှင့်တကွ ထုတ်ကုန်တစ်ခု၏ database ပါသည့် ဈေးဆိုင်မျက်နှာစာ storefront တစ်ခုကို ထူထောင်ဖော်ထုတ်ပေးပါသည်။ တစ်ဖန် ထိုဆော့ဖ်ဝဲသည် အမှာစာ ပေးပို့ဆောင်ရွက်ရန် လုံခြုံမှုရှိသည့် အနေအထားတစ်ရပ်ကို ပေးအပ် ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ စာရင်းဇယား ခြေရာခံအသွင်လက္ခဏာများ ပါဝင် နေမည်ဖြစ်ပါသည်။ ခက်ခဲရှုပ်ထွေးသည့် စနစ်တစ်ခုသည် ငွေ တောင်းခံခြင်း၊ ကုန်စည်စာရင်းစီမံခန့်ခွဲမှုနှင့် ထောက်ပံ့သူများထံ W-clers ပေးခြင်းကဲ့သို့ နောက်ခံရုံးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများ ပေးအပ်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု၏ အခြားစနစ် တစ်စုံနှင့်တကွ

စုစည်းနိုင်စွမ်းရှိရပါမည်။ စနစ်အမြောက်အမြားတို့က တတိယအုပ်စု တွင် ပါဝင်ဆက်စပ်အသုံးပြုမှုကို ခွင့်ပြုပေးကြပါသည်။

ကုမ္ပဏီအချို့သည် ယင်းတို့၏ ဝက်ဘ်ဆိုက်အစိတ်အပိုင်း များကို သိမ်းဆည်းထားရန် ကိုယ်ပိုင်ကွန်ပျူတာစနစ် (own in-house server) ကို အသုံးပြုတတ်ကြပါသည်။ ထို့နောက် အခြား အစိတ်အပိုင်းများအတွက် ပြင်ပဝက်ဘ်ဆိုက်တစ်ခု (an outside host) ကိုလည်း သုံးလေ့ရှိပါသည်။ များသောအားဖြင့် ကုမ္ပဏီတို့သည် လုံခြုံစိတ်ချမှုရှိသည့်စနစ်တစ်ရပ်ကို လိုအပ်သည့် လုပ်ငန်းဝန်ဆောင် မှုကို ငှားရမ်းသုံးစွဲရန် ရွေးချယ်သုံးတတ်ကြပါသည်။ လုံခြုံစိတ်ချမှု ရှိသည့် စနစ်တစ်ရပ်ဟူသည် မသက်ဆိုင်သော အသုံးပြုသူများက ယင်းတို့၏စနစ်ကို ဝင်ရောက်အသုံးပြုခြင်းမှ ကာကွယ်တားဆီးသည့် စနစ်ဖြစ်ပါသည်။ ဈေးဆိုင်မျက်နှာစာနှင့် ဈေးလှည်းတို့ကို အင်တာ နက်ပေါ်မှ အထူးစာသားများ (hyper links) နှင့်အတူ လုပ်ငန်း ဝန်ဆောင်မှုများဖြင့် ဆက်သွယ်ပေးထားပါသည်။ ယင်းမှာ စားသုံးသူ တစ်ဦးက ကုန်ရောင်းသူ၏ ကိုယ်ပိုင်ဝက်ဘ်ဆိုက်မှ ကုန်ပစ္စည်းများကို ရှာဖွေကြည့်ရှုသည့်သဘော ဖြစ်ပါသည်။ ကုန်မှာကြားရန် အဆင်သင့် ဖြစ်လျှင် စားသုံးသူက အမှာခလုတ်ကိုနှိပ်ရန် hosting company ၏ စနစ်ပေါ်မှ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုကဏ္ဍဆီသို့ တစ်ဆက်တည်း ကူးပြောင်းသွားနိုင်ပါသည်။ လုံခြုံမှုစနစ်ပေါ် အမှာစာတင်ပြီးနောက် စားသုံးသူသည် မူလစီးပွားရေးလုပ်ငန်း၏ ဝက်ဘ်ဆိုက်သို့ ပြန်သွား လေ့ရှိပါသည်။

## ငွေပေးချေမှု စီမံခန့်ခွဲခြင်း

အင်တာနက်ပေါ်တွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု မဖွင့်လှစ်မီ စားသုံးသူ၏ ငွေပေးချေမှုများကို လက်ခံနိုင်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ ကုမ္ပဏီအချို့သည် အီလက်ထရွန်နစ် ပေးချေငွေများကို လက်ခံကြရာ တွင်လည်း ငွေချေးကတ် (credit card) များသည် အင်တာနက်ပေါ်၌ ငွေပေးချေမှုအဖြစ် လူကြိုက်အများဆုံး နည်းလမ်းဖြစ်ပါသည်။ ယင်းတို့ကို အင်တာနက်ကုန်ပစ္စည်းဝယ်ယူမှုအားလုံး၏ ၉၈ ရာခိုင်နှုန်းအတွက် အသုံးပြုကြပါသည်။ စားသုံးသူများထံမှ ငွေချေးကတ်များ စိတ်ချလက်ချလက်ခံရရှိနိုင်ရန်မှာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုသည် အဆင့်သုံးဆင့် ပြီးမြောက်အောင် ပြုလုပ်ထားရပါမည်။ ယင်းတို့မှာ-

- (၁) ကုန်ရောင်းသူ၏ ငွေစာရင်းဖွင့်မှုတစ်ခု ရှိထားရပါသည်။
- (၂) လုံခြုံစိတ်ချရသည့် ကုန်အမှာပုံစံတစ်ခု ပေးအပ်ရပါမည်။
- (၃) ငွေပေးချေမှုကို လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မည့် ဆော့ဖ်ဝဲအသုံးပြုရပါမည်။

ကုန်ရောင်းသူတို့သည် ပုံစံတကျအနေဖြင့် အီး-ကောမာ့စ် ကုန်ရောင်းသူငွေစာရင်းတစ်ခု ရရှိထားရန် ဘဏ်တစ်ခုတွင် ဆောင်ရွက်ထားလေ့ရှိပါသည်။ ကုန်ရောင်းသူ၏ ငွေစာရင်းတစ်ရပ်သည် အင်တာနက်ပေါ်မှ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုတစ်ရပ် မပြီးမချင်း ငွေကြေးကို ထိန်းသိမ်းထားလေ့ရှိပါသည်။ ထိုငွေကြေးထိန်းသိမ်းထားမှုအတွက် လစဉ်ကျသင့်ငွေကို လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှု တစ်ခုချင်းအတွက် ကော်မရှင်ခပေါင်းလျက် အဆိုပါဘဏ်သို့ ကုန်ရောင်းသူက ပေးချေရပါမည်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတို့သည် စားသုံးသူထံမှ ကုန်အမှာစာများနှင့် ငွေချေးကတ်ဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များ

စုဆောင်းရယူရန် အမှာစာပုံစံတစ်ခုကို အသုံးပြုလေ့ရှိပါသည်။ ပုံစံကို အငှားစနစ် (hosting service) သို့မဟုတ် ကုန်ရောင်းသူ၏ စနစ်တစ်ခုခုကပေးထားသော လုံခြုံမှုအစီအစဉ်ရှိသည့် ပရိုဂရမ်တစ်ခု (a secure server) ပေါ်၌ စုဆောင်းထားရှိပါသည်။

နောက်ဆုံးအနေနှင့် ကုန်ရောင်းသူသည် ငွေပေးချေမှုကို လက်ခံဆောင်ရွက်ပေးမည့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းတစ်ရပ်ကို အသုံးပြုရန် စီစဉ်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ ထိုလုပ်ငန်းကို ကုန်ရောင်းသူနှင့် ဘဏ်တို့အကြား လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုကို စီစဉ်လုပ်ကိုင်ပေးမည့် ဆော့ဖ်ဝဲကို ဖော်ထုတ်ပေးပါသည်။ ကုန်ရောင်းသူက ထိုဝန်ဆောင်မှုအတွက် လစဉ်ကြေး ပေးရပါသည်။ များသောအားဖြင့် အငှားစနစ်များသည် အီး-ကောမာ့စ် ဆော့ဖ်ဝဲအစုတစ်ရပ်လုံး၏ အစိတ်အပိုင်းအဖြစ် ငွေပေးချေမှုနှင့် လုံခြုံမှုလိုအပ်ချက်များ အားလုံးကိုသော်လည်းကောင်း၊ အချို့ကိုသော်လည်းကောင်း ပေးအပ်ပါသည်။ တစ်ဖန် စနစ်သစ်များကိုလည်း ကုန်မှာကြားမှုနှင့် ငွေပေးချေမှုလုပ်ငန်းတစ်ရပ်လုံး၏ လုံခြုံစိတ်ချအားကိုးရသော စီမံခန့်ခွဲမှုအဖြစ် ပေးအပ်ရန် ကမ်းလှမ်းပေးလျက်ရှိပါသည်။ ကုန်ရောင်းသူတို့သည် သာမန်အားဖြင့် ဝန်ဆောင်မှုကို လုပ်ငန်းအကောင်အထည်ဖော်မှုများ၏ ရာခိုင်နှုန်းတစ်ရပ်ပေးလေ့ရှိပါသည်။

## e-Banking ဖွံ့ဖြိုးမှုအခြေအနေ

e-Banking တွင် တယ်လီဖုန်းဖြင့် ဘဏ်လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခြင်း၊ အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားများ၊ ATMs ကတ်ပြားများနှင့် တိုက်ရိုက်ဘဏ်အပ်ငွေ စသော ဖွံ့ဖြိုးဆဲဈေးကွက်များ၌ အကျွမ်းတဝင်ရှိပြီး ရင့်ကျက်သော အီလက်ထရွန်နစ်နည်း အခြေခံသည့် ထုတ်ကုန်

ပစ္စည်းများ ပါဝင်သည်။ ယင်းတွင် ဖွံ့ဖြိုးဆဲအဆင့်ရှိ အီလက်ထရွန်စ် ဘီလ်ငွေပေးချေမှုများနှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ အများဆုံးပါဝင်သည်။ ယင်း ဖွံ့ဖြိုးဆဲအဆင့်တွင် stored value ကတ်များ (ဥပမာ- စမတ် ကတ်များ၊ စမတ်ငွေကြေးနှင့် အင်တာနက်အခြေခံ stored value ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ) ပါဝင်သည်။

ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများနှင့် လုံခြုံရေးကိစ္စရပ်များ၏ ဥပမာကို တရုတ်နိုင်ငံဖြင့် တင်ပြနိုင်သည်။ တရုတ်နိုင်ငံတွင် ဘဏ် များသည် အကြွေးဝယ်ကတ်များထုတ်ပေးပြီး လူများစွာသည် သူတို့၏ သက်ဆိုင်ရာဘဏ်စာရင်းမှ တိုက်ရိုက်ထုတ်ယူရန် ဗြိစားကတ် (debitcard) များကို အသုံးပြုကြသည်။ မဆိုစလောက်သော လူများက အွန်လိုင်းငွေပေးချေမှုအတွက် သူတို့၏အကြွေးဝယ်ကတ် များကို အသုံးပြုကြသည်။ Cash- On- delivery သည် e-Com- merce ငွေပေးချေမှု၏ ပေါ်ပြုလာအဖြစ်ဆုံးနည်းလမ်း ဖြစ်သည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ အွန်လိုင်းဖြင့် ငွေပေးချေမှုသည် ပေါ်ပြုလာဖြစ်နေ သည်။ အကြောင်းမူကား China pay နှင့် Cyber Beijing ပေါ်ထွက် လာခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် မြို့ကြီးအနံ့ အွန်လိုင်း ငွေပေးချေမှုစနစ်ကို ပေးစွမ်းသည်။

စင်စစ် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ e-Banking သည် ဖွံ့ဖြိုးမှု၏ စောစောပိုင်းအဆင့်များတွင် ရှိသည်။ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ ဘဏ်လုပ်ငန်း အများစုသည် သမားရိုးကျနည်းလမ်းအတိုင်း ပြုလုပ်နေဆဲဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် အွန်လိုင်းဘဏ်လုပ်ငန်း၏ မြင့်မားလာသော တိုးတက်မှု ရှိသည်။ ယင်းသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ အွန်လိုင်းဘဏ်လုပ်ငန်းအတွက် အလားအလာရှိသောအနာဂတ်ကို ဖော်ပြနေသည်။ ဤတွင် အာဆီယံ

နိုင်ငံ သုံးနိုင်ငံ၏ e- Banking ဆိုင်ရာ ကျယ်ပြန့်သော ရုပ်ပုံလွှာကို တင်ပြလိုပါသည်။

## ဖိလစ်ပိုင် အတွေ့အကြုံ

ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတွင် Citibank, Bank of the Philippines Islands (BPI) Philippine National Bank နှင့် အခြားဘဏ်ကြီးများ သည် ၁၉၈၀ ပြည့်လွန်နှစ် စောစောပိုင်းကာလများတွင် e-Bank- ing ကို ဦးစီးရှေ့ဆောင်ပြုလုပ်ခဲ့ကြသည်။ Megalink, Bancnet နှင့် BPI Expressnet ကဲ့သို့ နိုင်ငံရှိ Interbank ကွန်ရက်များ သည် ATM (Automated Teller Machines) နည်းပညာ၏ အစောဆုံးနှင့် အကြီးမားဆုံး စတင်သူများဖြစ်ကြသည်။

BPI သည် ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ် ဇန်နဝါရီလတွင် ယင်း၏ BPI Express Online ကို စတင်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ တွေ့မြင်နေကျ အွန်လိုင်းဘဏ္ဍာရေးဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများတွင် အပ်နှံငွေများ၊ ရန်ပုံငွေလွှဲပြောင်းမှုများ၊ ငွေစာရင်းသစ်များအတွက် အသုံးချမှုများ၊ ထုတ်ပေးထားသော ချက်လက်မှတ်များဆိုင်ရာ Stop Payment ၊ နေအိမ်နှင့်ကား ချေးငွေများ၊ အကြွေးဝယ်ကတ်များနှင့် လွှဲငွေများ ပါဝင်သည်။

## စင်ကာပူ အတွေ့အကြုံ

စင်ကာပူနိုင်ငံတွင် အင်တာနက်အသုံးပြုသူများ၏ ၂၈ ရာခိုင်နှုန်းကျော်သည် ၂၀၀၁ ခုနှစ်၊ မေလတွင် e-Banking ဝက်ဘ် ဆိုက်များကို အသုံးပြုကြသည်။ အင်တာနက်တိုင်းတာမှုကုမ္ပဏီတစ်ခု ဖြစ်သော Net Value ၏ သုတေသနပြုချက်အရ စင်ကာပူရှိ

အွန်လိုင်းဘဏ်လုပ်ငန်းကို ချိတ်ဆက်ထားသော လူအရေအတွက်သည် မြင့်တက်လာခဲ့သည်ဟု ဆိုသည်။ ဝက်ဘ်ဆိုက်များတွင်သုံးစွဲခဲ့သော ပျမ်းမျှအချိန်သည် ၂၀၀၁ ခုနှစ် မတ်လမှ ၂၀၀၁ ခုနှစ် မေလထိ ခန့်မှန်းခြေအားဖြင့် လေးကြိမ် ကျဆင်းခဲ့သည်။ ဝက်ဘ်ဆိုက်ကြည့်သူများသည် အပေးအယူလုပ်ငန်းပြီးစီးခြင်းအတွက် အချိန်ပိုမိုသုံးစွဲသော အချက်ကို ယင်းကျဆင်းမှုက မှတ်ယူထည့်တွက်နိုင်သည်။ ယင်းသည် ကွဲပြားခြားနားသော ဝက်ဘ်ဆိုက်များတွင် သတင်းအချက်အလက် ရှာဖွေကြည့်ရှုခြင်းထက် အချိန်ယူမှု သာ၍နည်းပါးသည်။ စူးစမ်းလေ့လာမှုအရ ဝက်ဘ်ဆိုက်ကြည့်သူသုံးဦးတွင် နှစ်ဦးသည် အပေးအယူလုပ်ငန်းကို ပြုလုပ်ကြသည်။

စင်ကာပူရှိ အဓိကဘဏ်အားလုံးတွင် အင်တာနက်ရှိသည်။ ယင်းဘဏ်များသည် ကုမ္ပဏီတစ်ခုက ထုတ်လုပ်ရောင်းချသော ကုန်ပစ္စည်းပိုင်ဆိုင်မှုနှင့်ပတ်သက်သော အင်တာနက်ဝက်ဘ်ဆိုက်များမှ တစ်ဆင့် စားသုံးသူများထံသို့ တိုက်ရိုက်အားဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းအမျိုးမျိုးကို ပေးစွမ်းကြသည်။ ယင်းဘဏ်များသည် လက်လီဘဏ်လုပ်ငန်းပေါ်တွင် ကနဦးအာရုံစိုက်မှုမှ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ ကော်ပိုရိတ် ဘဏ်လုပ်ငန်းထုတ်ကုန်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအထိ ရွှေ့ပြောင်းခဲ့ကြသည်။

ယင်းကိုပေးစွမ်းခဲ့သော ထုတ်ကုန်များအနက် ရန်ပုံငွေလွှဲပြောင်းမှုနှင့် ငွေပေးချေမှုစနစ်များ ပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော B2B e-Commerce ကုန်ပစ္စည်း ပါဝင်သည်။ ယင်းတွင် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းရွေးချယ်ခြင်း၊ ဝယ်ယူရေးအမှာလွှာ၊ ပို့ကုန်စာရင်းလွှာဆောင်ရွက်မှုနှင့် ငွေပေးချေမှုတို့ ပါဝင်ပတ်သက်သည်။

စာချုပ်များနေရာယူမှုနှင့် အာမခံခြင်း၊ အရင်းအနှီးဈေးကွက် လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများ ပါဝင်သည်။ စာချုပ်စာတမ်းဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုနှင့် လက်လီ ဘဏ်လုပ်ငန်းတို့ ပါဝင်သည်။

### မလေးရှား အတွေ့အကြုံ

မလေးရှားနိုင်ငံရှိ e-Banking သည် အလိုအလျောက် ငွေထုတ်စက် ATMs စတင် မိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့်အတူ ၁၉၈၁ ခုနှစ်တွင် ကြီးထွားတိုးတက်လာခဲ့သည်။ ယင်းနောက်တွင် tele-banking သည် ၁၉၉၀ ပြည့်လွန်နှစ်ကာလအစောပိုင်းတွင် လိုက်ပါဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ဤတွင် AVR ဟုခေါ်သော Automated Voice Response အသုံးပြုမှုနည်းပညာမှတစ်ဆင့် အလိုအလျောက် စနစ်တစ်ခုကို တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းကိရိယာများက ချိတ်ဆက်ထားသည်။ ထို့နောက် ပိုင်ဆိုင်မှုနှင့်ပတ်သက်သော ဆော့ဖ်ဝဲအသုံးပြုလျက် ပီစီဘဏ်လုပ်ငန်း (သို့) desktop ဘဏ်လုပ်ငန်းကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းသည် လက်လီဖောက်သည်များထက် ကော်ပိုရိတ်ဖောက်သည်များအကြား ပိုမိုပေါ်ပြူလာဖြစ်ခဲ့သည်။

၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇွန်လ ၁ ရက်နေ့တွင် မလေးရှားဘဏ်သည် အင်တာနက်ဘဏ်လုပ်ငန်းများပေးစွမ်းရန် ဒေသဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဘဏ်များကို တရားဝင်ခွင့်ပြုခဲ့သည်။ ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇွန်လ ၁၅ ရက်နေ့တွင် မလေးရှား၏ အကြီးမားဆုံးဘဏ်တစ်ခုဖြစ်သော Maybank သည် နိုင်ငံ၏ ပထမဆုံး အင်တာနက်ဘဏ်လုပ်ငန်းကို စတင်ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ယင်းဘဏ်သည် ငွေပေးငွေယူလုပ်ငန်းများ လုံခြုံမှုရရှိရန် 128-bit ရှိ ကွန်ပျူတာစနစ်တွင် အချက်အလက်များအား

လုံခြုံစိတ်ချရမှုရှိစေရန် အချက်အလက်များအား နားမလည်နိုင်သော သင်္ကေတများအဖြစ်သို့ ပြောင်းလဲပေးသောနည်းပညာကို အသုံးပြုသည်။ e-banking လုပ်ငန်းကို ပေးစွမ်းနေသော မလေးရှားရှိ အခြားဒေသဆိုင်ရာဘဏ်များမှာ Southern Bank, Hong Leong Bank, HSBC နှင့် RHB Bank တို့ဖြစ်သည်။ ဝါယာလက်အသုံးပြု ပရိုတိုကော (Wireless Application Protocol) (WAP) (သို့) မိုဘိုင်းဘဏ်လုပ်ငန်းကို ပေးစွမ်းသောဘဏ်များမှာ OCBC Bank Phileo Allied Bank နှင့် United Overseas Bank တို့ဖြစ်သည်။

အများဆုံးအသုံးပြုသော e-Banking လုပ်ငန်းများတွင် ဘဏ် လုပ်ငန်းစုံစမ်းခြင်းကိစ္စရပ်များ၊ ဘီလ်ပေးချေမှုများ၊ အကြွေးဝယ်ကတ် ပေးချေမှုများ၊ ရန်ပုံငွေလွှဲပြောင်းမှုများ၊ ရှယ်ယာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံခြင်း၊ အာမခံ၊ ခရီးသွားလာခြင်း၊ အီလက်ထရွန်နစ်နည်း အသုံးပြု ဈေးဝယ်ထွက်ခြင်းနှင့် အခြား အခြေခံဘဏ်လုပ်ငန်းများ ပါဝင်သည်။



## အခန်း (၁၆)

### e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့်

#### အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ

ဈေးကွက်သည် e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုကို မောင်းနှင်ပေးသည်။ သို့သော် ယင်းကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်မှာ ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍပင်ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများက ကျယ်ပြန့်သော e-Commerce အသုံးပြုမှုကို တွန်းအားပေးရန် ဆွဲဆောင်မှုမက်လုံးများအား အစိုးရက ပံ့ပိုးပေးနိုင်သည်။ “e SME ဖွံ့ဖြိုးမှုပရိုဂရမ်” တွင် အခန်းကဏ္ဍအသီးသီးက အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများသို့ နည်းပညာအထောက်အကူ ပံ့ပိုးပေးနိုင်သည်။ ဤသည်မှာ e-Commerce ကို အဆင့်မြှင့်ရန်ဖြစ်သည်။ ဘဏ်များ၊ ဘဏ္ဍာရေးပံ့ပိုးမှုနှင့် လေ့ကျင့်ရေးအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ကော်ပိုရေးရှင်းများကို အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးမှုအတွက် အားပေးသင့်သည်။ ယင်းသည် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ၏ တိကျသောလိုအပ်ချက်များကို ဆောင်ရွက်ပေးလိမ့်မည် ဖြစ်သည်။ အထူးသဖြင့် တစ်ဖက်ပါအဆင့်များကို ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်သည်။

- ၁။ ချေးငှားနှုန်းများလျှော့ချခြင်းနှင့် စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များ ဖြစ်လာရန်။ တစ်ဦးချင်းစီသို့ ဆွဲဆောင်မှုမကလုံးများ ပံ့ပိုးပေးရန်။
- ၂။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများတွင် e-Commerce အသုံးပြုရန်ရည်ရွယ်သော အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများကို ဆွဲဆောင်မှုမကလုံးများ ပံ့ပိုးပေးရန်။
- ၃။ အိုင်စီတီနှင့် e-Commerce အသုံးပြုရန်အလို့ငှာ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများသို့ အကြွေးဝယ်ယူမှု တိုးချဲ့ရေး ကျယ်ပြန့်လာစေရန်။
- ၄။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ဆော့ဖ်ဝဲများနှင့် ဆော့ဖ်ဝဲလိုင်စင်ဆိုင်ရာလျှော့ဈေးများ ပေးစွမ်းရန်။

ထို့ပြင်အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများကို အိုင်စီတီနှင့် e-Commerce ဆိုင်ရာ အခမဲ့သင်တန်းပေးစွမ်းခြင်းဖြင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများကို နည်းပညာလွှဲပြောင်းပေးရန် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကြီးများနှင့် ကော်ပိုရေးရှင်းများကို အားပေးရမည်ဖြစ်ပါသည်။

အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများတွင် သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာနှင့် e-Commerce ဆိုင်ရာ မလုံလောက်သော အသိပညာဗဟုသုတရှိကြသည်။ ယင်းလုပ်ငန်းများသည် e-Commerce အသုံးပြုခြင်းတွင် အဓိကအခက်အခဲတစ်ခုအနေဖြင့် ယင်းတို့၏ နည်းပညာဆိုင်ရာ အသိပညာဗဟုသုတ နည်းပါးမှုကို သိရှိထားကြသည်။ အိုင်စီတီနှင့် e-Commerce အသုံးပြုမှုနှင့် ဆက်နွှယ်သော e-Commerce ပေါ်လစီများ၊ အကောင်းဆုံး အတွေ့

အကြံများ၊ အောင်မြင်မှုဇာတ်လမ်းများ၊ အခွင့်အလမ်းများ၊ အခက်အခဲများနှင့်ပတ်သက်၍ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများသို့ သတင်းအချက်အလက်ကို ဖြန့်ဖြူးရန် လှုပ်ရှားမှုတစ်ခုတွင် အစိုးရနှင့် ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုကို ချိတ်ဆက်နိုင်သည်။ ယင်း စိတ်ဝင်စားမှုဆိုင်ရာ လှုပ်ရှားမှုများတွင် e-Commerce ဆိုင်ရာ အခမဲ့သင်တန်းများနှင့် အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများ ပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများကိုကူညီရန် လုံခြုံရေးနှင့် သီးသန့်တည်ရှိမှု ဆုချီးမြှင့်မှုအစီအစဉ်များနှင့် သတင်းအချက်အလက်ဌာနများ ပါဝင်သည်။ နောက်ဆုံးတွင် သတင်းအချက်အလက်လှုပ်ရှားမှုသည် စီးပွားရေးအတွက် အလုံးစုံ e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှု မဟာဗျူဟာတွင် ပါရှိသည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍ ဆက်နွှယ်နေသော လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများသည် အွန်လိုင်းသို့ရွှေ့လျားရန် လှုံ့ဆော်လျှင် အစိုးရအနေဖြင့် e-Commerce ကို ဦးဆောင်အသုံးပြုသူဖြစ်ရပေမည်။ ဤသို့ဖြင့် အစိုးရသည် အပြုသဘောဆောင်သော လွှမ်းမိုးမှုဖြစ်လာသည်။ e-Commerce အနေဖြင့် ကုမ္ပဏီမှတ်ပုံတင်ခြင်း၊ အခွန်ကောက်ခံခြင်း၊ ဝန်ထမ်းနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆက်နွှယ်သောလိုအပ်မှုများ အမျိုးအစားအတွက် လျှောက်ထားမှုများကဲ့သို့ အွန်လိုင်း အပေးအယူလုပ်ငန်းအမျိုးမျိုး၏ပုံစံကို ရယူနိုင်သည်။

ဖွံ့ဖြိုးပြီး အမျိုးသားအဆင့် သတင်းအချက်အလက် အခြေခံအဆောက်အအုံသည် လိုအပ်သည်။ သို့သော် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများဆိုင်ရာ e-Commerce အတွက် လုံလောက်သော အခြေအနေမရှိချေ။ ယုံကြည်စိတ်ချရပြီး ဈေးသက်သာသော တယ်လီ

ကွန်မြူနီကေးရှင်းနှင့် အခြား သတင်းအချက်အလက်လုပ်ငန်းများမရှိဘဲ အသေးစားနှင့်အလတ်စား လုပ်ငန်းများသည် အွန်လိုင်းသို့ သွားနိုင်မည် မဟုတ်ချေ။ ယင်းနှင့်စပ်လျဉ်း၍ အရေးကြီးသော မဟာဗျူဟာသည် တယ်လီစင်တာများ (သို့မဟုတ်) အီလက်ထရွန်နစ်အဖွဲ့အစည်းဌာန တည်ဆောက်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် အထူးသဖြင့်ကျေးလက် နေရာများတွင် အဖွဲ့အစည်းကမ္ဘာဝေသော လက်ခံမှုနှင့်ဆက်စပ်မှု ပလက်ဖောင်းအနေဖြင့် ဆောင်ရွက်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် အီလက်ထရွန်နစ်စိုက်ပျိုးရေး သတင်းအချက်အလက်ဌာနသည် ကျေးလက်ဒေသရှိ လယ်သမားများသို့ ဈေးကွက်သတင်းအချက် အလက်ကို ပံ့ပိုးပေးသည်။ ယင်း တယ်လီစင်တာများသည် စွမ်းရည် တည်ဆောက်ရေး၊ ကျွမ်းကျင်မှုမြှင့်တင်ရေး၊ သင်တန်းပေးခြင်း၊ ဆက်သွယ်ရေးတို့အတွက် နေရာတစ်ခုဖြစ်သည်။ အစိုးရအနေဖြင့် ကုန်ကျစရိတ်များလျော့ချရန် အင်တာနက်အသုံးပြုမှုသို့ ဖြစ်ကတတ် ဆန်း ပေါင်းစုံတည်ရှိသော ချဉ်းကပ်မှုများကိုလည်း ရွေးချယ်လက်ခံ နိုင်သည်။

အစိုးရအနေဖြင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ၊ လမ်းညွှန်ချက်များ ပံ့ပိုးနိုင်သည်။ စွန့်ဦးလုပ်ငန်းရှင်များသည် စားသုံး သူများကို ဘေးကင်းရေးအာမခံရုံမျှမက သတင်းအချက်အလက်ပေးရန် သူတို့က ဝက်ဘ်ဆိုက်များပေါ်တွင် ပြသနိုင်သည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ တရားဝင်အသိအမှတ်ပြုထားသော ဝက်ဘ်အခြေခံအွန်လိုင်း နှုန်းသတ် မှတ်ချက်အစီအစဉ်များတွင် သင့်တော်သော အစိုးရဆွဲဆောင်မှု မက်လုံးအစီအစဉ်များမှတစ်ဆင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်း များကို အားပေးသင့်သည်။ အစိုးရအနေဖြင့် စွမ်းရည်တည်ဆောက်ရေး၊

လေ့ကျင့်သင်တန်းပေးခြင်းနှင့် ဝက်ဘ်ဒီဇိုင်းကဲ့သို့ e-Commerce အထောက်အကူပြုလုပ်ငန်းများအတွက် ပိုင်းလော့ပရိုချက်များနှင့် ပရိုဂရမ်များကို ဦးစီးရှေ့ဆောင်ပြုလုပ်နိုင်သည်။

မျက်မှောက်ကာလတွင် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ ဆက်သွယ်ရေးနှင့်သုတေသနအတွက် အများ ဆုံး အသုံးပြုနေကြသည်။ အင်တာနက်ကို e-Mail သည် ဆက်သွယ် ရေး၏ အရေးပါသောနည်းလမ်းဟု စဉ်းစားလာကြသည်။ မည်သို့ပင် ဖြစ်စေ ဝယ်ယူသူများနှင့် ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများအကြား မျက်နှာချင်း ဆိုင်အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်မှု၏ အရေးပါမှုကို အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်း၏ အသိအမှတ်ပြုခြင်းဖြင့် အသုံးပြုမှုအတိုင်း အတာကို ကန့်သတ်ထားကြသည်။ ဝယ်ယူသူများနှင့် ပစ္စည်းပေးသွင်း သူများဆက်သွယ်မှုအတွက် e-Mail အသုံးပြုမှု၏ ယုံကြည်မှုအဆင့် သည် နှစ်ဆယ့်လေးဦးမျက်နှာချင်းဆိုင် အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်မှု ပြုပြီးနောက်တွင်သာ မြင့်တက်သည်။ ထို့ကြောင့် e-Mail သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆက်ဆံမှု၏ ထိန်းသိမ်းခြင်းအတွက် နည်းလမ်း တစ်ခုဖြစ်လာသည်။ e-Mail သည် လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းသစ်တစ်ခုကို သတင်းအချက်အလက် လက်ခံရန်ပြုပြီး ဝယ်ယူသူများနှင့် ပစ္စည်း ပေးသွင်းသူများအကြား ဆက်ဆံရေးကို ထိန်းသိမ်းပေးသောကြောင့် ယင်းသည် e-Commerce ၏ ပထမအဆင့်ဖြစ်သည်။ ထို့နောက် ဤအချက်က မိုဘိုင်းတိုးတက်သော e-Commerce လှုပ်ရှားဆောင် ရွက်မှုများကို ဦးတည်နိုင်သည်။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများ အစား အိုင်စီတီအသုံးပြုမှုပုံစံသည် တိုးတက်မှုကို ဖြစ်သည်။ သုတေ

သန့်နှင့် သတင်းအချက်အလက်ရှာဖွေမှုအတွက် အင်တာနက်အသုံးပြုရန် (အခြေခံအားဖြင့် e-Mail ) ဆက်သွယ်ရေးအတွက် အင်တာနက်အသုံးပြုမှုသည် လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းတစ်ခု၏ ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုအကြောင်း ကိန်းဂဏန်း သတင်းအချက်အလက်များရှိသော ဝက်ဘ်ဆိုက်များ၏ဖွံ့ဖြိုးမှုသို့ တိုးတက်ခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ နောက်ဆုံးတွင် e-Commerceအတွက် အင်တာနက်အသုံးပြုမှု ဖြစ်လာသည်။

လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ဆက်ဆံမှု ထိန်းသိမ်းခြင်းအတွက် လမ်းကြောင်းတစ်ခုအနေဖြင့် ဖောက်သည်များနှင့် ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများဆက်သွယ်ရန် အင်တာနက်ကို အသုံးပြုကြသည်။ လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အပေးအယူလုပ်ခြင်းများဆောင်ရွက်မှုတွင် e-Mail ၏ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများ ယုံကြည်မှုအဆင့် ဖွံ့ဖြိုးလာပြီး အလားအလာရှိသောရောင်းချမှု ဖန်တီးလိုက်နိုင်သည်နှင့် ယင်းလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများသည် ယင်းတို့ကိုယ်ပိုင်ဝက်ဘ်ဆိုက်ဖွံ့ဖြိုးခြင်းဆိုင်ရာ စိတ်ကြိုက်ရွေးချယ်မှုတို့များသောအားဖြင့် တိုးတက်လာကြသည်။

ဖိလစ်ပိုင်၊ ထိုင်းနှင့် အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံများ၏ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများအကြား အိုင်စီတီအသုံးပြုမှု တိုးချဲ့ခြင်းအပေါ် အာရှဖောင်ဒေးရှင်း၏ လေ့လာမှုများကပြသသော တွေ့မြင်နေကျအသုံးပြုမှုပုံစံများမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်-

- ၁။ အသိအမှတ်ပြုထားသော ကုန်ကျစရိတ်နှင့် စွမ်းဆောင်ရည် အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုများကြောင့် e-Mail အတွက် အင်တာနက်ကို ကျယ်ပြန့်စွာအသုံးပြုခြင်း။

- ၂။ အွန်လိုင်းရောင်းချမှု၊ သို့မဟုတ် e-Commerceထက်စာလျှင် ပရိုမိုးရှင်းအတွက် ဝက်ဘ်ဆိုက်များ ပိုမိုအသုံးပြုမှုက ဖော်ပြနေသည်မှာ ယင်းနိုင်ငံများရှိ အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများသည် e-Commerce ၏ စောစောပိုင်းအဆင့်များတွင် ရှိနေဆဲဖြစ်သည်။

- ၃။ အခြေခံသုတေသနအင်တာနက်ကို အသုံးပြုခြင်း။

- ၄။ လုံခြုံရေးနှင့်ပတ်သက်နေသောကြောင့် e-Commerceထက် စာလျှင် Offline အပေးအယူလုပ်ငန်းများတွင် ပိုမိုထိတွေ့ဆက်ဆံရန် အလေ့အကျင့် လိုအပ်ဆန္ဒရှိခြင်း။

e-Commerce ကို လက်တွေ့ရွေးချယ်ခြင်းတွင် ကွဲပြားခြားနားသောအဆင့်များမှတစ်ဆင့် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများသွားကြသည်။ ယင်းတို့သည် ကုမ္ပဏီကိုလည်းကောင်း၊ ယင်းတို့၏ ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကိုလည်းကောင်း ကြော်ငြာပြီး ပရိုမိုးရှင်းပြုလုပ်ရန် အခြေခံအားဖြင့် ဝက်ဘ်ဆိုက်တစ်ခု ဖန်တီးခြင်းနှင့် စတင်သည်။ ဤသို့ဖြင့် နောက်ဆုံးတွင် ဝက်ဘ်ဆိုက်များမှတစ်ဆင့် အရောင်းများ ဖြစ်ပေါ်လာသောအခါ ယင်းအဖွဲ့အစည်းများသည် e-Commerce နှင့် ချိတ်ဆက်လိုကြသည်။

ထို့ပြင် အသေးစားနှင့် အလတ်စားလုပ်ငန်းများအတွက် အကြံဉာဏ်နှင့်စွန့်စားမှု စီမံခန့်ခွဲမှုကိရိယာများ၊ ဈေးကွက်နှင့် နည်းပညာ သတင်းအချက်အလက်များပံ့ပိုးခြင်းသည် ကြီးပွားတိုးတက်လာခဲ့သည်။ ဥပမာ-ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် ကော်ဖီနှင့်လက်ဖက်စိုက်ပျိုးသူလယ်သမားများအတွက် နည်းပညာများပံ့ပိုးခြင်း၊ ဈေးကွက်

သတင်းအချက်အလက်များပံ့ပိုးခြင်း၊ ဤသည်က ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများရှိ အသေးစားနှင့်အလတ်စား လုပ်ငန်းများအကြား အိုင်စီတီ အသုံးပြုမှု၏ အတိုင်းအတာကို ဖော်ပြနေသည်။

ဝန်ဆောင်မှုအခန်းကဏ္ဍတွင် e-Commerce အလုပ်ဖြစ် ခြင်းနှင့်ပတ်သက်၍ ထင်ရှားသောသဘာဝတစ်ခုမှာ off shore data processing centers များဖြစ်သည်။ ယင်းဌာနများတွင် အချက် အလက်ကူးရေးခြင်းကို ပံ့ပိုးပေးပြီး ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို လုပ်ငန်းတာဝန်ဆောင်ရွက်ပေးသော ကျောထောက်နောက်ခံရုံးအဖြစ် ပံ့ပိုးပေးသည်။ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများဖြစ်သော အာမခံကုမ္ပဏီများ၊ လေကြောင်းလိုင်းများ၊ အကြွေးဝယ်ကတ်ပြားကုမ္ပဏီများနှင့် ဘဏ်များသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် ပျံ့နှံ့လျက်ရှိသည်။ လုပ်အားခ နည်းသော ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများတွင်ပင်လျှင် ပျံ့နှံ့နေသည်။ တကယ်တော့ ဖောက်သည်ပံ့ပိုး dot-coms များ၏ call centers နှင့် အခြား အိုင်စီတီ /e-Commcer ကုမ္ပဏီများကို ယင်းနိုင်ငံများတွင် off shore ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၏ အလျင်မြန်ဆုံးတိုးတက်နေသည့် အစိတ် အပိုင်းတစ်ခုအဖြစ် မှတ်ယူကြသည်။ အိန္ဒိယနှင့် ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံတို့က အာရှတွင် off shore data အဝင်နှင့် ကွန်ပျူတာပရိုဂရမ်မင်း၏ အဓိကနေရာများရှိခြင်းကို ဂုဏ်ယူနေကြသည်။ ယင်းကိုပံ့ပိုးရန် အိန္ဒိယနိုင်ငံသည် ပြည့်စုံကျယ်ပြန့်သော ဆော့ဖ်ဝဲဖွံ့ဖြိုးမှုစွမ်းရည်ကို အလွန်အဆင့်မြင့် ကျွမ်းကျင်သောပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် ဆောင်ရွက်နေသည်။

မျက်မှောက်ကာလအထိ e-Mail သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် အင်တာနက်၏အဓိကကျပြီး အရေးအပါဆုံး အသုံးပြုမှုဖြစ်သည်။ ဘင်္ဂလားဒေ့ရှ်နိုင်ငံတွင် အင်တာနက်အသုံးပြုမှု၏ ၈၂ ရာခိုင်နှုန်းသည်

e-Mail ကို ထည့်တွက်ကြသည်။ အမေရိကန်တွင် ၅ ရာခိုင်နှုန်းသာ ရှိသည်။ Web accounts သည် အမေရိကန်တွင် အင်တာနက်အသုံး ပြုမှု၏ ၇၀ ရာခိုင်နှုန်းခန့်ရှိသည်။ ဤသည်မှာ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံအများ စုတွင် မြင့်မားသောအင်တာနက်လက်ခံမှုစရိတ် ရှိနေသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ အင်တာနက်သည် တယ်လီဖုန်း၊ ဖက်(စ်)စက်တို့ထက် ဈေးမကြီးလှဟု ယူဆကြသည်။ သို့သော် ယင်းတို့လောက်ပြည့်စုံခြင်းမရှိချေ။ ဆိုလိုသည်မှာ သတင်းအချက် အလက်ထုတ်လွှင့်မှု၏ မြင့်မားသောအမြန်နှုန်းကြောင့် ဈေးမကြီးခြင်း ဖြစ်သည်။ တယ်လီဖုန်းနှင့်မတူသောအချက်မှာ စစ်မှန်သောအချိန်တွင် ယင်းသည် အပြန်အလှန်နှစ်လမ်းသွား ဆက်သွယ်ရေးကို ပံ့ပိုးသော ကြောင့် မပြည့်စုံဟု ဆိုလိုခြင်းဖြစ်သည်။

၂၀၂      ◆      ၂၀၂

## အခန်း (၁၇) အိုင်စီတီ တော်လှန်ရေးနှင့် သတင်းအချက်အလက် စီးပွားရေး

သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေး (information economy) ဟူသည် စီးပွားရေးနယ်ပယ်ရှိ ယူနစ်များ (သို့မဟုတ်) အေးဂျင့်များ၏ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားနှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းအနေဖြင့် အသိပညာအခြေခံ သတင်းအချက်အလက် (Knowledge based information) ကို စွမ်းရည်ရှိစွာအသုံးပြုပြီး လုပ်ငန်းစဉ်ဆောင်ရွက်ရန် ထိုစွမ်းရည်ပေါ်တွင် အဓိကမူတည်အားထားနေခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ဤတွင် သတင်း အချက်အလက်ကို ငွေကြေးနှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းနှစ်ခုစလုံးရှိသော စီးပွားရေးတစ်ရပ်အနေဖြင့်လည်း ဖော်ပြသည်။

ကျွန်ုပ်တို့သည် ကျွန်ုပ်တို့အလုပ်များပြုလုပ်ရန်နှင့် ကျွန်ုပ်တို့ ဘဝများ ရှင်သန်ရန် သတင်းအချက်အလက်ဖလှယ်ခြင်းအပေါ်တွင် အစဉ်အမြဲ မူတည်နေစဉ် သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေးသည် သင့်တော်သော အချိန်တွင် ပိုမိုဆက်နွှယ်သော သတင်းအချက်အလက်စုဆောင်း နိုင်မှုတွင် ကွဲပြားခြားနားစွာ ရှိနေသည်။ ဤစီးပွားရေးတွင် သတင်း အချက်အလက်ကြွယ်ဝမှုသည် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ် ရေးနည်းပညာ၏ ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်အသုံးပြုနိုင်ခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေးသည် ဂလိုဘယ်ဖြစ်သည်။ သမိုင်းဝင်ဆန်းသစ်သောအမှန်တရားဖြစ်သည့် ဂလိုဘယ်စီးပွားရေးတွင် ကမ္ဘာမြေစကေးတစ်ခုတွင် စစ်မှန်သောအချိန်ရှိ ယူနစ်တစ်ခုအနေဖြင့် အလုပ်လုပ်ရန် စွမ်းရည်ရှိသည်။ ယခုအခါ ကော်ပိုရေးရှင်းများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများတွင် ကျွမ်းကျင်လုပ်သားအတွက် ကမ္ဘာအနှံ့ အခြေခံနေရာများရှိသည်။ အရင်းအနှီးသည် တိုင်းပြည်များအကြား လွတ်လပ်စွာစီးဆင်းသည်။ တိုင်းပြည်များသည် ယင်းအရင်းအနှီးကို စစ်မှန်သောအချိန်တွင် အသုံးပြုနိုင်သည်။

သို့ရာတွင် စစ်မှန်သောဂလိုဘယ်စီးပွားရေးကို မရရှိသေးဟု ဝေဖန်အကဲဖြတ်သူတချို့က ဆိုကြသည်။ နိုင်ငံစုံကော်ပိုရေးရှင်း များသည် ယင်းတို့၏ပိုင်ဆိုင်မှုများနှင့် မဟာဗျူဟာမြောက် အမိန့်ပေး ဗဟိုဌာနများကို ထိန်းသိမ်းဆဲဖြစ်ပြီး ဘဏ်လုပ်ငန်းနှင့် ဘဏ္ဍာရေး ဥပဒေများက အရင်းအနှီးကို ကန့်သတ်ထားဆဲဖြစ်သည်။ ဂလိုဘယ် လိုက်ဇေးရှင်းသည် အစိုးရစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများနှင့် ပေါ်လစီများဖြင့် အကျိုးသက်ရောက်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် နိုင်ငံတကာ နယ်နိမိတ်များနှင့် ဂလိုဘယ်စီးပွားရေး၏ ဖွဲ့စည်းမှုကို အကျိုးသက် ရောက်စေလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေးလုပ်ငန်း၏ ဒုတိယအသွင် အပြင်လက္ခဏာတစ်ခုမှာ မြင့်မြင့်မားမား ထုတ်လုပ်နိုင်မှုပင်ဖြစ်သည်။ အိုင်စီတီတွင် အကျိုးအမြတ်ဖြစ်ထွန်းမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုအကြား ဆက် သွယ်မှုမရှိဟု ဝေဖန်အကဲဖြတ်သူများက အချေအတင်ပြောဆိုကြသည်။ သတင်းအချက်အလက် နည်းပညာတော်လှန်ရေးသည် ၁၉၇၀ ပြည့် လွန်နှစ် ကာလစောစောပိုင်းတွင် ပုံဖော်ခဲ့သည်။ သို့သော် ကုန်ထုတ်

လုပ်မှုစွမ်းအားသည် ကွဲပြားခြားနားသောရုပ်ပုံကို ဖော်ပြခဲ့သည်။ အမေရိကန်နှင့် ဂျပန်တွင် ကုန်ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားသည် ၁၉၈၈ နှင့် ၁၉၈၉ ခုနှစ်တွင် သိသိသာသာမြင့်တက်ခဲ့ပြီး နှစ်စဉ်ပျမ်းမျှသည် ၃ ရာခိုင်နှုန်းနှင့် ၄ ရာခိုင်နှုန်း အသီးသီးရှိခဲ့သည်။ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားသည် ၁၉၉၀ ပြည့်လွန်နှစ် ကာလများထက် ပိုမိုလျင်မြန်သော ခြေလှမ်းသို့ မြင့်တက်ခဲ့သည်။ စီးပွားရေးကိန်းဂဏန်းများသည် သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေးသစ်၏ လှုပ်ရှားမှုများကို လုံလောက်စွာ မရယူနိုင်ခဲ့ချေ။ ဤသည်မှာ သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာ၏ အကျိုးသက်ရောက်မှုနှင့် ဆက်နွှယ်နေသော အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာ ပြောင်းလဲမှုအောက်တွင်ရှိနေသော နယ်ပယ်ကြောင့်ဖြစ်သည်။ သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာ၊ ကုန်ထုတ်လုပ်မှု၊ တယ်လီဆက်သွယ်ရေး၊ ကုန်တိုက်လူမှုလုပ်ငန်းများသို့ ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ ဝန်ဆောင်မှုများမှ ပုံနှိပ်မှုရှိနိုင်သည်။ ပြီးလျှင် ယင်းသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း ဝန်ဆောင်မှုများသို့ ရောက်ရှိသွားလိမ့်မည်။

သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေး၏ တတိယအသွင်အပြင် လက္ခဏာမှာ အကျိုးအမြတ်များရရှိခြင်းဆိုင်ရာ အပြုအမူတွင် ပြောင်းလဲမှုဖြစ်သည်။ ဤတွင် သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေးနှင့် ယှဉ်တွဲပြီး အသိပညာစီးပွားရေး (Knowledge Economy) စီးပွားရေးသစ် (New Economy) နှင့် ကွန်ရက်စီးပွားရေး (Network Economy) တို့ကို သိရှိရန်လိုအပ်သည်။ ယင်းတို့၏ အမျိုးမျိုးသောအယူအဆများသည် အသွင်အပြင်လက္ခဏာ၏ ခြားနားသောသဘောများကို ဦးတည်သည်။ ပီတာဒရပ်ကာ (Peter Drucker) ကမူ သတင်းအချက်အလက်တော်လှန်ရေးကို အသိပညာတော်လှန်ရေးအနေဖြင့်

ဖော်ပြသည်။ သူဆိုလိုသောအဓိကအချက်မှာ အီလက်ထရွန်နစ်မဟုတ်ဘဲ သိမြင်နားလည်သော သိပ္ပံပညာဖြစ်သည်။ ကွန်ပျူတာများအတွက် အသုံးပြုသော ဆော့ဖ်ဝဲသည် အတွေ့အကြုံပေါ်တွင် အခြေခံထားသော အကူးအပြောင်းအလုပ်ကို ပြန်လည်စုစည်းသည်။ ယင်းကို အထူးသဖြင့် စနစ်ကျသော၊ ယုတ္တိရှိသော ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာမှုတွင် အသိပညာအသုံးချမှုမှတစ်ဆင့် ဆောင်ရွက်သည်။ အိုင်တီဖွဲ့စည်းမှုကို ချမှတ်ရုံဖြင့်မလုံလောက်ချေ။ စီးပွားရေးသစ်တွင် ဦးဆောင်မှုကို ထိန်းသိမ်းရန် အသိပညာဆိုင်ရာ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းသမားများ၏ လူမှုဆိုင်ရာ လက်ခံမှုကို အာမခံသင့်သည်။

စင်စစ် အသိပညာစီးပွားရေးသည် ကွန်ရက်နှောင်ဖွဲ့ထားသော စီးပွားရေးတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယင်းအယူအဆသည် စီးပွားရေးသစ်တွင် ရှိသော တစ်သီးပုဂ္ဂလများ၊ အုပ်စုများနှင့် ကော်ပိုရေးရှင်းများအကြား ချိတ်ဆက်မှုများ၏ အရေးကြီးနိုင်သော ပြောင်းလွယ်ပြင်လွယ် ပြုမှုနှင့် ရယူမှုတို့အရ ယင်းကွန်ရက်များသည် အစဉ်အမြဲ စံပြစုစည်းထားသော ကိရိယာတစ်ခုဟု အခြေအတင်ပြောဆိုမှုများရှိသည်။ သို့သော် သမားရိုးကျကွန်ရက်များသည် သေချာသောအရွယ်အစားနှင့် ရှုပ်ထွေးမှုကို ကျော်လွန်၍ လုပ်ငန်းအစိတ်အပိုင်းများ ပေါင်းစည်းရန် ပုံဖော်ထားခြင်း မဟုတ်ချေ။ ယင်း စောစောပိုင်းကန့်သတ်မှုများသည် အိုင်စီစီစတင် မိတ်ဆက်ခြင်းနှင့်အတူ ကျော်လွှားခဲ့သည်။ အထူးသဖြင့် အင်တာနက်သည် ကွန်ရက်များကို ပြောင်းလွယ်ပြင်လွယ် ပြုနိုင်သည်။ ကွန်ရက်များကို ရယူနိုင်သည်။ ယင်းတို့ကို ရှေ့ဆက်၍ ယူဆောင်ခဲ့သည်။ ယင်းတို့၏ တဖြည်းဖြည်း ကြီးထွားဖြစ်ပေါ်လာသောသဘာဝကို ကြော်ငြာခဲ့သည်။

ထို့ကြောင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးနှင့် သတင်းအချက်အလက်စီးပွားရေး မည်သို့ဆက်စပ်နေသည်ကို လေ့လာကြည့်ပါက စိတ်ဝင်စားဖွယ် တွေ့ရသည်။ အိုင်စီတီသည် အပေးအယူလုပ်ငန်း ကုန်ကျစရိတ်ကို သိသိသာသာ လျှော့ချပေးသည်။ ယခုအခါ လူအုပ်စုအများအပြားသည် သူတို့လိုအပ်သော သတင်းအချက်အလက်ကို အမှန်တကယ်လွယ်လင့်တကူနှင့် ဈေးသက်သက်သာသာ ရရှိနိုင်မည် ဖြစ်သည်။ ဤသတင်းအချက်အလက် ခိုင်မာသောဆုံးဖြတ်ချက်များ ပြုလုပ်ရန်နှင့် ရှုပ်ထွေးသော လုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများကို ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်ဖြစ်သည်။ ဤသို့ဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများသည် ပြင်ပမှယင်းတို့လိုအပ်သော အရာအားလုံးကို ဝယ်ယူခြင်းနှင့် ယင်းတို့၏အဓိကကျသော စွမ်းဆောင်ရည်ဖြင့် ထုတ်လုပ်မှုပြုလုပ်သောအချက်တွင် အရွယ်အစားလျှော့ချရန်၊ ထို့ကြောင့် လူများများသုံးသော ကော်ပိုရေးရှင်းများအကြား လူနည်းနည်းသုံးသော ကော်ပိုရေးရှင်းများ ကြီးထွားလာသည်။ ယင်းတို့သည် သူတို့၏ မဟာမိတ်ကုမ္ပဏီများအတွက် ထုတ်လုပ်မှုဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ဤသည်ကို ကွန်ရက်ထုတ်လုပ်မှုဟု လူသိများသည်။

❖

## အခန်း (၁၈)

### ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းနှင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေး

ပိုမိုကောင်းမွန်သော သယ်ယူပို့ဆောင်ခြင်း၊ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများမှ တယ်လီဖုန်းနှင့် လူထုဆက်သွယ်ရေးမီဒီယာသို့ နည်းပညာဆိုင်ရာဖွံ့ဖြိုးမှုသည် ပိုမိုသေးငယ်ပြီး ပိုမိုပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်သော ကမ္ဘာကြီးကို ဖန်တီးခဲ့ပြီးဖြစ်ပါသည်။ ယခုမျက်မှောက်ကာလတွင် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် ကမ္ဘာကြီးကို ပိုမိုသေးငယ်ပြီး ပိုမိုပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့ပြီ ဖြစ်သည်။ ဆက်သွယ်ရေး၊ ကုန်သွယ်မှုနှင့် အလုပ်အကိုင်ရရှိမှု၊ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးနှင့် နိုင်ငံရေးဆိုင်ရာ အပေးအယူလုပ်ငန်းများသည် ဂလိုဘယ်စကေးအနေဖြင့် ဖြစ်ပျက်လာခဲ့သည်။ နိုင်ငံများအကြား နယ်နိမိတ်များကိုကျော်ဖြတ်ပြီး ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း ဖြစ်ပေါ်လာခဲ့သည်။

ဤတွင် နိုဘယ်ဆုရှင် Joseph Stig Litz က ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း (Globalization) ကို ဤသို့ အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုခဲ့သည်။

“ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် ကမ္ဘာပေါ်ရှိနိုင်ငံများနှင့် ပြည်သူများ၏ ပိုမိုနီးကပ်သော ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်မှုဖြစ်သည်။ သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးဆိုင်ရာ ကြီးမားသောကုန်ကျစရိတ်များ လျှော့ချခြင်းဖြင့် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းကို သယ်ဆောင်လာခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ကုန်ပစ္စည်းများ၊ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ၊ အရင်းအနှီး၊

အသိပညာဗဟုသုတနှင့် လူများ၏ နယ်နိမိတ်များ ဖြတ်ကျော်စီးဆင်းမှုများဆိုင်ရာ အတားအဆီးများကို ဖြိုခွဲခြင်းဖြင့် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းကို သယ်ဆောင်လာခဲ့သည်။”

ဤတွင် ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် စီးပွားရေးအသွင်အပြင် လက္ခဏာတစ်ခုသက်သက်မဟုတ်ကြောင်း သိရှိရန် အရေးကြီးသည်။ ယင်းသည် ဘဝ၏အသွင်အပြင်လက္ခဏာအားလုံးကို အကျိုးသက်ရောက်စေသည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းနှင့် ဆက်နွှယ်ပါဝင်ဆောင်ရွက်နေသော အကြောင်းခြင်းရာအနည်းဆုံး လေးခုရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ-

- (၁) အထူးသဖြင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးတွင် နည်းပညာဆိုင်ရာပြောင်းလဲမှု၊
- (၂) ဈေးကွက်အခြေပြုစနစ်များ ပျံ့နှံ့လာမှု၊
- (၃) ပြည်တွင်းနိုင်ငံရေး (ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း ခေတ်လွန်စွမ်းအားများသည် နိုင်ငံရေးအရ ပိုမိုသိသာထင်ရှားလာသည်) နှင့်
- (၄) နိုင်ငံအတွင်း ပြိုင်ဆိုင်မှုများတို့ ဖြစ်သည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် နိုင်ငံများကို နည်းလမ်းသုံးသွယ်ဖြင့် အကျိုးသက်ရောက်ကြောင်း Anthony Giddens က အကြံပြုတင်ပြထားသည်။ ပထမအချက်မှာ ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း (အထူးသဖြင့် ဂလိုဘယ်ဈေးကွက်နေရာ) သည် နိုင်ငံများမှ စွမ်းအားများကို အဝေးသို့ယူသွားသည်။ နိုင်ငံများသည် ယင်းတို့အကျွမ်းတဝင်ရှိသော စီးပွားရေးအနာဂတ်များကို အမိန့်ပေး၍မရချေ။ ယင်း၏ အကောင်းဆုံးဥပမာမှာ အစိုးရများ ငွေကြေးများ ထိန်းချုပ်ရန် မစွမ်းဆောင်နိုင်မှုပင်ဖြစ်သည်။ Giddens က တစ်ချိန်တည်းတွင်

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းသည် ဒေသဆိုင်ရာ၊ ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ပိုင်ခွင့်နှင့် ကိုယ်စားလှယ်များအတွက် ဖြစ်နိုင်ခြေအသစ်များနှင့် လှုံ့ဆော်မှုအသစ်များကို ဖန်တီးပေးသည်ဟုဆိုသည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း၏ ဒုတိယအကျိုးသက်ရောက်မှုမှာ ဒေသဆိုင်ရာအမျိုးသားရေးဝါဒ ပြန်လည်သက်ဝင်နှိုးကြွလာမှုအတွက် အကြောင်းရင်းပင်ဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာဆန်ဆန်ပြုလေလေ ဒေသဆိုင်ရာ ပြုမှုဖို့ ပိုလိုအပ်လေပင်ဖြစ်သည်။

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်း၏ တတိယအကျိုးသက်ရောက်မှုကို ဒေသဆိုင်ရာအုပ်စုဖွဲ့များ၏ အရေးတကြီးဖြစ်ပေါ်မှုအသွင်အဖြစ် အကောင်းဆုံး တွေ့မြင်ရသည်။ ဤတွင် အင်တာနက်နှင့် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးသည် စီမံအုပ်ချုပ်မှု (governance) ကို မည်သို့အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိကြောင်း သိထားရန်လိုအပ်သည်။ စီမံအုပ်ချုပ်မှုကို ပေါင်းစည်းထားသော ဆောင်ရွက်မှုအား စုစည်းထားခြင်းအဖြစ် ရိုးရှင်းစွာ အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်နိုင်သည်။ အစိုးရ၏ အုပ်ချုပ်ရေးတွင် ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်း လုပ်ငန်းစဉ်ဟုလည်း သတ်မှတ်ကြသည်။ အိုင်စီတီအနေဖြင့် ယင်း၏ကျယ်ပြန့်သော အမြင်၊ ကျဉ်းမြောင်းသောအမြင် နှစ်ခုစလုံးတွင် စီမံအုပ်ချုပ်ခြင်းအပေါ် အဓိကအကျိုးသက်ရောက်မှုရှိသည်။ အိုင်စီတီလုပ်ငန်းများသည် အစိုးရက နိုင်ငံသားများနှင့် မည်သို့အပြန်အလှန်ဆောင်ရွက်သည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို မည်သို့ ပို့ဆောင်သင့်သည်ဆိုသော အချက်များနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံသားများအကြား မျှော်လင့်ထားမှုအသစ်များကို ဖန်တီးပေးသည်ဟု စီမံအုပ်ချုပ်မှု သိပ္ပံ (ကနေဒါ) က ယုံကြည်ထားသည်။ အင်တာနက် နည်းပညာနှင့် အသုံးချမှုမျိုးရိုးဗီဇဆိုင်ရာ မကြာသေးမီက တိုးတက်မှုများသည် ပုဂ္ဂိုလ်ရေးရာရွေးချယ်မှုနှင့် ပုဂ္ဂလိကလွှမ်းမိုးမှုဆိုင်ရာ

နယ်နိမိတ်များကို ထူးခြားစွာပြန်လည်အဓိပ္ပာယ်သတ်မှတ်နေသည်။ ပြည်သူလူထုအရေးပါမှု၏ ကိစ္စရပ်များပေါ်တွင် စုစည်းထားသော ဆုံးဖြတ်ချက်ချခြင်းဆိုင်ရာ နယ်နိမိတ်များကို ပြန်လည်သတ်မှတ် နေသည်။

အဆင့်တစ်ခုတွင် အိုင်စီတီအသုံးပြုသော အစိုးရများသည် ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ စီမံအုပ်ချုပ်နိုင်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ e-Government သို့မဟုတ် နိုင်ငံသားများ အကျိုးရှိရန် အစိုးရလုပ်ငန်းများ လက်ခံမှုနှင့်ပိုင်ဆိုင်မှုကိုမြှင့်တင်ရန် အိုင်စီတီအသုံးပြုမှုသည် ကောင်းမွန်သောစီမံအုပ်ချုပ်မှုအတွက် အစိုးရ၏မောင်းနှင်မှုတွင် လိုအပ်သောအရာ တစ်ခုဖြစ်သည်။

၂၁ ရာစုတွင် သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာကို ကျယ်ပြန့်စွာအဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုရာတွင် အရေးအကြီးဆုံး ပါဝါအရင်းအမြစ်ဟု Robert Keo Heo Hane နှင့် Joseph Nye, Jr တို့က သဘောတူထားသည်။ ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းက ထူးခြားသောသွင်ပြင် လက္ခဏာကိုဖော်ပြသည့် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေး က ပုံဖော်ထားသည့် ကမ္ဘာကြီးတွင် သတင်းအချက်အလက်စီးဆင်းမှုများနှင့် မီဒီယာပေးပို့မှုများပေါ်တွင် ပြုမူဆောင်ရွက်ရန်စွမ်းရည်သည် နိုင်ငံရေးဆိုင်ရာအစီအစဉ်ကို အားပေးမြှင့်တင်ခြင်းအတွက် မရှိမဖြစ် လိုအပ်သော ကိရိယာတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယခုအခါ သံခင်းတမန်ခင်း (Diplomacy) တွင် အစိုးရများသာမက ယင်းတို့ ကိုယ်စားပြုသော လူမှုအဖွဲ့အစည်းများလည်း ပါဝင်သည်။ ခြုံချိဆိုရသော် ဂလိုဘယ် လိုက်ဇေးရှင်းသည် အိုင်စီတီတော်လှန်ရေးနှင့် ဆက်နွှယ်မှုရှိကြောင်း သိသာထင်ရှားလှပေသည်။

## အခန်း (၁၉)

### e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် အစိုးရ၏အခန်းကဏ္ဍ

ပုဂ္ဂလိကအခန်းကဏ္ဍသည် e-Commerce ဖွံ့ဖြိုးမှုနှင့် အသုံးပြုမှုတွင် ဦးဆောင်သောအခန်းကဏ္ဍမှ ပါဝင်သင့်သည်ဟု ယေဘုယျအားဖြင့် သဘောတူကြစဉ် အစိုးရအနေဖြင့် ကျစ်လျစ်ပြီး လက်တွေ့အသုံးဝင်သော ဆောင်ရွက်မှုများမှတစ်ဆင့် e-Commerce တိုးတက်မှုအားပေးခြင်းတွင် အရေးပါသောအခန်းကဏ္ဍမှ ပါဝင်နေသည်။

၁။ e-Commerceအတွက် နှစ်လိုဖွယ်ရာကောင်းသော ပေါ်လစီ ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခု ဖန်တီးခြင်းနှင့်

၂။ e-Commerce ကို ဦးဆောင်အသုံးပြုသူဖြစ်လာခြင်း၊ ယင်း၏ လုပ်ငန်းဆောင်တာများတွင် e-Commerceအသုံးချမှုများ ရှိလာခြင်း၊ e-Government လုပ်ငန်းများ အသုံးပြုမှုကို အားပေးရန် ယင်းတွင်ပါဝင်သော နိုင်ငံသားများကို ပံ့ပိုးသူ ဖြစ်လာခြင်းတို့ ဖြစ်သည်။

### e-Commerce အတွက် နှစ်လိုဖွယ်ရာကောင်းသောပေါ်လစီ

e-Commerce ဆိုင်ရာ ပြည်သူ့ရေးရာပေါ်လစီကိစ္စရပ်များ အနက် အစိုးရများ အလေးထားဂရုစိုက်သင့်သော အချက်များမှာ တစ်ဖက်ဖော်ပြပါတို့ဖြစ်သည်-

- ၁။ ဒစ်ဂျစ်တယ်ကွာဟမှုကို ချိတ်ဆက်ခြင်း၊ သို့မဟုတ် သတင်းအချက်အလက်ကွန်ရက်များကို ဈေးမကြီးဘဲ လွယ်ကူစွာ လက်ခံမှုရရှိရန် တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်း။
- ၂။ e-Commerce ရောင်းရေဝယ်တာလုပ်ငန်းများကို ဥပဒေကြောင်းအရ အသိအမှတ်ပြုခြင်း။
- ၃။ လိမ်လည်မှုများမှ သုံးစွဲသူကို အကာအကွယ်ပေးခြင်း။
- ၄။ သုံးစွဲသူများ၏အခွင့်အရေးကို အနှောင့်အယှက်မှ အေးငြိမ်းစေရန် အကာအကွယ်ပေးခြင်း။
- ၅။ ကွန်ပျူတာစနစ်များတွင် အခွင့်အာဏာမရှိသော လက်ခံမှုကို ဆန့်ကျင်သော ဥပဒေကြောင်းအရ အကာအကွယ်ပေးခြင်းနှင့်
- ၆။ အသိဉာဏ်ပညာဆိုင်ရာ မူပိုင်ခွင့်ကို အကာအကွယ်ပေးခြင်းတို့ဖြစ်သည်။

ယင်းကိစ္စရပ်များကို ရင်ဆိုင်ဖြေရှင်းရန် ဆောင်ရွက်မှုများသည် e-Commerce အသုံးပြုသူများအကြား ယုံကြည်မှုတိုးမြှင့်ရေးကို အာရုံစိုက်ရမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် e-Commerce ဆိုင်ရာ နိုင်ငံတကာ စံချိန်စံညွှန်းများနှင့် သဟဇာတဖြစ်သော အမျိုးသားအဆင့်ဘောင်အတိုင်းအတာကန့်သတ်ချက် ဖွံ့ဖြိုးရေးကိုလည်း အာရုံစိုက်ရမည်ဖြစ်သည်။ ယင်း နိုင်ငံတကာစံချိန်စံညွှန်းများတွင် စာချုပ်စာတမ်းကို ဥပဒေကြောင်းအရ ဖြစ်စေခြင်း၊ စားသုံးသူ (သုံးစွဲသူ) အကာအကွယ်ပေးရေး၊ အသိဉာဏ်ပညာဆိုင်ရာ မူပိုင်ခွင့်၊ နယ်နိမိတ် ဖြတ်ကျော်ကုန်သွယ်မှုနှင့် အခြေခံအဆောက်အအုံဆိုင်ရာ ပို့ဆောင်မှု မြှင့်မားတိုးတက်ရေးတို့ ပါဝင်သည်။

## အစိုးရအနေဖြင့် အသုံးပြုနိုင်သော e-Commerce

အစိုးရအနေဖြင့် e-Commerce ကို အောက်ပါနည်းလမ်းများဖြင့် အသုံးပြုနိုင်သည်-

### ၁။ e-Procurement (အီလက်ထရွန်နစ်နည်းအရ ဝယ်ယူရေး)

အစိုးရဌာနများသည် အေဂျင်စီစွမ်းဆောင်မှု အစီအစဉ်များ၊ ပစ္စည်းပေးသွင်းသူ စွမ်းဆောင်မှုအစီအစဉ်များနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းအရ ဝယ်ယူရေး (e-Procurement) သတင်းအချက်အလက်စနစ်များမှတစ်ဆင့် ဖွင့်ထားသော စံချိန်စံညွှန်းများ အသုံးပြုနေသည့် ပစ္စည်းပေးသွင်းသူများ (Suppliers) အားလုံးနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းအရ ကုန်သွယ်မှုပြုနိုင်စွမ်း ရှိသင့်သည်။

### ၂။ အကောက်ခွန်ရှင်းလင်းခြင်း (Customs Clearance)

အကောက်ခွန်လုပ်ငန်းစဉ်များနှင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများကို ကွန်ပျူတာ နည်းစနစ်အသုံးပြုခြင်းနှင့်အတူ အကောက်ခွန်ရှင်းလင်းရေးအချိန်နှင့် သင်္ဘောတင် ပို့ဆောင်ရေးကိစ္စရပ်များ၊ မြင့်မားတိုးတက်လာသော တရားဝင် ဝင်ငွေများပေါ်တွင် ပိုမိုခန့်မှန်းနိုင်ပြီး ပိုမိုတိကျသော သတင်းအချက်အလက်များရရှိရန် မျှော်လင့်နိုင်သည်။ အကောက်ခွန်လုပ်ငန်းစဉ်များနှင့် အော်ပရေးရှင်းများကို ကွန်ပျူတာနည်းဖြင့် အသုံးပြုဆောင်ရွက်ရာတွင် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် အဆိုပြုလွှာ တင်သွင်းခြင်း၊ လုပ်ငန်းစဉ်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် ငွေပေးချေခြင်း၊ အကောက်ခွန်ရုံးစားပွဲများ၊ ကုတ်ဒ်နံပါတ်များနှင့် ကြိုတင်လက်ခံမှုများ ပေါင်းစည်းဆောင်ရွက်ရန်၊ အချက်အလက်သွင်းရန် အလိုအလျှောက်စနစ်များ ပါဝင်သည်။

## ၃။ အခွန်စီမံဆောင်ရွက်ခြင်း (Tax Administration)

အခွန်စီမံဆောင်ရွက်ခြင်းတွင် အခွန်ပြန်လည်ရရှိမှု သတင်းအချက်အလက်၊ အခွန်ရှင်းလင်းခြင်းဆိုင်ရာ အွန်လိုင်းကိစ္စရပ်များ၊ ပါမစ်များနှင့်လိုင်းစင်များ၏ အီလက်ထရွန်နစ်လုပ်ငန်းစဉ် ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် ထုတ်လုပ်ခြင်းဆိုင်ရာ စနစ်တစ်ခုပါဝင်သည်။ ထို့ပြင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် အခွန်ပေးသူအသစ်များ၏ အီလက်ထရွန်နစ်လုပ်ငန်းစဉ် မှတ်ပုံတင်ခြင်းစနစ်လည်း ပါဝင်သည်။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံအများစုတွင် တည်ဆဲဥပဒေစနစ်များသည် e-Commerce နှင့် ချိတ်ဆက်မှုများကို အကာအကွယ်ပေးရန် လုံလောက်မှုမရှိချေ။ ဥပမာအားဖြင့် စာချုပ်များနှင့်စပ်လျဉ်း၍ 'Writing', 'Document' နှင့် 'Signature' စကားလုံးတို့သည် စာရွက်စာတမ်းပုံစံတွင် ကိစ္စရပ်များကို ရည်ညွှန်းသောအခါ တည်ဆဲဥပဒေများသည် အချိန်တစ်ချိန်တွင် ဟုတ်တန်ရာသည်။ အခြားတစ်ဖက်တွင် မျက်မှောက်ခေတ် အီလက်ထရွန်နစ် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွင် အပေးအယူလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ စာရွက်စာတမ်းကို မှတ်တမ်းထိန်းသိမ်းခြင်း (သို့) စာချုပ်များဆိုင်ရာ အဝင်စာရင်းများအတွက် အသုံးပြုကြချေ။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ ရင်ဆိုင်နေရသော နောက်ထပ်အရေးကြီးပြီး ကြုံတွေ့နေကျ ဥပဒေကိစ္စရပ်မှာ တရားရုံးများက အီလက်ထရွန်နစ်စာချုပ်များ သို့မဟုတ် အထောက်အထားများကို လက်ခံမှု ရှိမရှိ အီလက်ထရွန်နစ်လက်မှတ်ကို အထောက်အထားအနေဖြင့် လက်ခံမှု ရှိ မရှိနှင့် စပ်လျဉ်း၍ မသေချာမှုရှိနေသည်။ အာဆီယံဒေသတွင် နိုင်ငံသုံးနိုင်ငံဖြစ်သော စင်ကာပူ (စင်ကာပူအီလက်ထရွန်နစ်ရေးင်းရေးဝယ်တာလုပ်ငန်း အက်ဥပဒေ)၊ မလေးရှား (ဆိုင်ဘာဥပဒေများ)

နှင့် ဖိလစ်ပိုင် (ဖိလစ်ပိုင် e-Commerce အက်ဥပဒေ) တို့ သာလျှင် e-Commerce အတွက် ဥပဒေကြောင်းဆိုင်ရာ ဘောင်ကန့်သတ်ချက်ရှိသည်။ ယင်းဘောင်ကန့်သတ်ချက်များသည် အီလက်ထရွန်နစ်အထောက်အထားများနှင့် လက်မှတ်များဆိုင်ရာ ဥပဒေအကြောင်းအရာအသိအမှတ်ပြုခြင်းအတွက် ပံ့ပိုးပေးသည်။ ထို့ပြင် ကွန်ပျူတာတစ်ခုနှင့်တစ်ခု သတင်းအချက်အလက်ပေးပို့စဉ် ယင်း အချက်အလက်များ တည်ရှိနေသည်ဟု စိတ်တွင်ထင်မှတ်ရသည့် နေရာ (Cyberspace) တွင် ကျူးလွန်ဆောင်ရွက်ခဲ့သောမှုခင်းများနှင့် ရာဇဝတ်မှုများကို ပြစ်ဒဏ်ပေးသည်။

## အောင်မြင်သော e-Commerce အခြေခံအဆောက်အအုံဆိုင်ရာ အဓိကလိုအပ်ချက်များနှင့်စပ်လျဉ်းသော အခြားပေါ်လစီ ကိစ္စရပ်များ

အောင်မြင်သော e-Commerce အတွက် အခြေခံအဆောက်အအုံဆိုင်ရာ အဓိကလိုအပ်ချက်များနှင့်စပ်လျဉ်းသော အခြားပေါ်လစီကိစ္စရပ်များမှာ အောက်ပါတို့ဖြစ်သည်-

### ၁။ တယ်လီကွန်ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်

တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းပေါ်လစီနှင့် ဥပဒေပြုမှုဆိုင်ရာ ရည်ရွယ်ချက်တစ်ခုမှာ ပြည်သူလူထုအနေဖြင့် သင့်တင့်လျောက်ပတ်သောဈေးနှုန်းတွင် အခြေခံ တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းများကို လက်ခံမှုရှိကြောင်း သေချာအောင် ဆောင်ရွက်သင့်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ယင်းရည်ရွယ်ချက်သည် သင့်တင့်လျောက်ပတ်သော ကုန်ကျစရိတ်တစ်ခုတွင် ယုံကြည်စိတ်ချအားထားရသော သတင်းအချက်အလက်နှင့် ဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းများကို ကမ္ဘာအနှံ့ လက်ခံမှု၊ သို့မဟုတ်

ကျယ်ပြန့်သောလက်ခံမှု အဆုံးစွန်အားဖြင့် ရှိသင့်သည်။ ထို့ပြင် ယင်း၏ လွယ်လင့်တကူရရှိမှုကို သင့်တင့်လျောက်ပတ်သော အကွာ အဝေးတွင် ရှိသင့်သည်။

တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်းလုပ်ငန်းများ၏ အရည်အသွေးကို မြှင့်တင်ရန် ပေါ်လစီများသည် အောက်ပါတို့ကို အားပေးသင့်သည်-

- [ Open accessသည် ကွန်ရက်ပံ့ပိုးသူများဖြင့် ယှဉ်ပြိုင်သော အလေ့အထများဆိုင်ရာ ပျက်ကွက်မှုကို ရည်ညွှန်းသည်။
- [ Open architecture သည် စနစ်တစ်ခု၏ ဒီဇိုင်းနှင့် နှီးနှယ်ပတ်သက်သည်။ ယင်းသည် အချိန်အလိုက် ဖွံ့ဖြိုးသကဲ့သို့ လက်ရှိကွဲပြားခြားနားသောစနစ်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအကြား အချင်းချင်းဆက်သွယ်မှုကို လွယ်ကူချောမွေ့စေသည်။
- [ Flexible access သည် တယ်လီကွန်မြူနီကေးရှင်း၊ အသံလွှင့်ခြင်းနှင့် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းအရ ထုတ်ဝေခြင်းဆိုင်ရာ အချင်းချင်းဆက်သွယ်ပြီး ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သော ကွန်ရက်များနှင့် နှီးနှယ်ပတ်သက်သည်။ ယင်းတို့တွင် ပုံစံ (format) သည် ဒစ်ဂျစ်တယ်ဖြစ်ရမည်။ Bandwidth ကို ဆက်သွယ်ရေး၏ အသွင်အပြင် လက္ခဏာနှင့် အသုံးပြုသူ၏ ဝယ်လိုအားအရ ချိန်ညှိရမည်ဖြစ်သည်။

## ၂။ ဖြန့်ချိရေးစနစ်၏အရည်အသွေးနှင့် အမြန်နှုန်း

အထူးသဖြင့် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် လမ်းများနှင့်တံတားများသည် e-Commerce အခြေခံအဆောက်အအုံ၏ တည်ငြိမ်သော

ပုံစံအစိတ်အပိုင်းဖြစ်သည်။ မဆိုစလောက်သော ကုန်ပစ္စည်းများကို သတင်းအချက်အလက် အခြေခံအဆောက်အအုံ၊ သို့မဟုတ် အင်တာနက် (ခြွင်းချက်များမှာ တေးဂီတနှင့် ဆော့ဖ်ဝဲဖြစ်သည်။) ပေါ်တွင် ပို့ဆောင်ကြသည်။ အင်တာနက်ပေါ်မှဝယ်ယူသော ကုန်ပစ္စည်းအများစုကို သမားရိုးကျနည်းလမ်း (ဥပမာ-ကုန်သည်မျက်မြင်ပို့ဆောင်မှု) ဖြင့် ပို့ဆောင်နေဆဲဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ညံ့ဖျင်းသောလမ်းများနှင့် တံတားများ၊ မလုံလောက်သော ပို့ဆောင်ရေးစနစ်များသည် နိုင်ငံတကာပါဆယ်လုပ်ငန်းများနှင့် ဗျူရိုကရေစီယန္တရားဆန်သော အကောက်ခွန်ရှင်းလင်းရေးလုပ်ငန်းများ၏ မြင့်မားသောစရိတ်ကို နှစ်ဆတက်စေသည်။ ယင်းတို့သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် e-Commerce ဆောင်ရွက်ရာ၌ အဓိကအခက်အခဲများဖြစ်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် အစိုးရအနေဖြင့် ပေါ်လစီဆိုင်ရာ ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခုကို ဖန်တီးရမည်ဖြစ်သည်။ ယင်းပေါ်လစီပတ်ဝန်းကျင်သည် အမျိုးသားအဆင့် ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာနှင့် ပို့ဆောင်ရေး၊ အခြေခံအဆောက်အအုံရှိ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများကို အားပေးရမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် ယင်းပေါ်လစီပတ်ဝန်းကျင်သည် ဗျူရိုကရေစီယန္တရားကို ထိရောက်ပြီး တွက်ခြေကိုက်သောလုပ်ငန်းစနစ် အသုံးပြုရန် အီလက်ထရွန်နစ်နည်းဖြင့် အကောက်ခွန်ရှင်းလင်းရေးလုပ်ငန်းစဉ် ဆောင်ရွက်ခြင်းအတွက် ပံ့ပိုးပေးသည်။ တစ်ဖန် ပိုမိုပွင့်လင်းသော၊ ကြိုတင်ခန့်မှန်းနိုင်သော၊ စွမ်းရည်ရှိသော အကောက်ခွန်အော်ပရေးရှင်းများအတွက် ဆောင်ရွက်ခွင့်ပြုသည်။ ယင်းတို့သည် ဖြန့်ချိရေးနှင့် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးကုန်ကျစရိတ်များ လျော့ချရေးအတွက် ဆောင်ရွက်နိုင်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

## အခန်း (၂၀)

### အာဆီယံလူ့စွမ်းအား အရင်းအနှီးနှင့် အိုင်တီပွံ့ပြားတိုးတက်မှု သုံးသပ်ချက်

အိုင်တီပွံ့ပြားတိုးတက်မှုတော်လှန်ရေးသည် ပွံ့ပြားပြီးနိုင်ငံများနှင့် အာဆီယံနိုင်ငံများအကြား ဥစ္စာဓနကြွယ်ဝမှုကို ကျဉ်းမြောင်းစေရန် အာဆီယံနိုင်ငံများ၏ စွမ်းရည်နှင့်အခွင့်အလမ်းများကို မြှင့်တင်ပေးခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။ ယင်းတို့အနက် စင်ကာပူနှင့်မလေးရှားနိုင်ငံတို့သည် ပွံ့ပြားပြီးနိုင်ငံများနှင့် တစ်ဦးချင်းဝင်ငွေကွာဟမှု ကျဉ်းမြောင်းစေရန် စီမံဆောင်ရွက်ခဲ့ကြသည်။ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် ကမ္ဘောဒီးယားနိုင်ငံတို့ နောက်ကျကျန်နေခဲ့သည်။ အိုင်တီကို လက်ခံမှုမညီမျှခြင်းကြောင့် ပွံ့ပြားပြီးနှင့် ပွံ့ပြားဆဲနိုင်ငံများအကြား ကျယ်ပြန့်သောကွာဟမှု ရှိခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။

အိုင်တီစွမ်းရည်တည်ဆောက်ခြင်းသည် အာဆီယံနိုင်ငံများ အတွက် စီးပွားရေးတိုးတက်မှုနှင့် ပွံ့စည်းမှုဆိုင်ရာပြောင်းလဲမှုကို ရေရှည်ထိန်းထားနိုင်ရန်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်များ သည် ယင်းတို့၏ ပွံ့ပြားမှုဆိုင်ရာလုပ်ငန်းစဉ်များ အမြန်ဆောင်ရွက်ရန် လူသားအရင်းအနှီး (Human Capital) နှင့် အီလက်ထရွန်နစ်အခြေခံ အဆောက်အအုံများ ရှင်သန်အားကောင်းရန် ကြိုးပမ်းရမည်ဖြစ်သည်။

အရှေ့တောင်အာရှသည် အဓိကဒေသဆိုင်ရာအုပ်စုအနေဖြင့် ကြီးထွားတိုးတက်လာခဲ့သော အကြောင်းရင်းသုံးရပ်ရှိသည်။ ယင်း အုပ်စုအနေဖြင့် ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများအခြေအနေရှိ အီလက်ထရွန်နစ် အခြေခံအဆောက်အအုံ၏ ထူးခြားမှုနှင့် အခန်းကဏ္ဍကို လေးလေး နက်နက်ကြည့်ရှုရန် စတင်ခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။

ပထမအချက်မှာ စင်ကာပူ၊ မလေးရှား၊ ထိုင်းနှင့် ဖိလစ်ပိုင် နိုင်ငံတို့သည် Offshore Electronic Assembly အတွက် အရေး ကြီးသော ပလက်ဖောင်းများ ဖြစ်လာခဲ့သည်။ ထို့ပြင် ဂလိုဘယ် ကော်ပိုရေးရှင်းများအတွက် စမ်းသပ်မှုအော်ပရေးရှင်းများ ဖြစ်လာခဲ့ သည်။ စင်စစ် စင်ကာပူနှင့် မလေးရှားတို့သည် အော်ပရေးရှင်းများ ပုံဖော်ခြင်းအားပေးရာတွင် သိသာထင်ရှားသော ခြေလှမ်းများလှမ်းခဲ့ကြ သည်။ ထို့ပြင် စင်ကာပူနိုင်ငံသည် ဝယ်ယူစိတ်ကြိုက် ဈေးကွက် အတွက် ဒေသဆိုင်ရာဗဟိုအချက်အချာ ဖြစ်လာခဲ့သည်။ မလေးရှား နှင့် စင်ကာပူ၏ ကုန်သွယ်မှုဖွဲ့စည်းပုံသည် အီလက်ထရွန်များဖြင့် အားကောင်းစွာ ထင်ရှားလာခဲ့သည်။

ဒုတိယအချက်မှာ မလေးရှားနိုင်ငံသည် မလ်တီမီဒီယာ ဆူပါကော်ရစ်ဒါ (MSC) ကို စတင်ဖော်ဆောင်ခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံ၏ ICT ကုမ္ပဏီများဖြင့် အားကောင်းသောပါဝင်ဆောင် ရွက်မှု ဆွဲဆောင်ခြင်းမျှော်လင့်ချက်နှင့် သတင်းအချက်အလက် အခြေခံတစ်ခုအနေဖြင့် ယင်းတို့၏ အသီးသီးသောစီးပွားရေးများကို နေရာယူရန် ကြိုးပမ်းခဲ့ကြသည်။

တတိယအချက်မှာ မလေးရှားနှင့် စင်ကာပူတို့သည် သာမန် လူထုတစ်ရပ်လုံးအတွက် အီလက်ထရွန်နစ်အခြေခံအဆောက်အအုံ

တည်ဆောက်ပြီး ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရန် တိုးချဲ့ထားသော ပေါ်လစီများကို စတင်လုပ်ဆောင်ခဲ့ကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ကွန်ပျူတာများကိုလက်ခံပြီး ဈေးပေါ်၍ လွယ်လင့်တကူရနိုင်သော အင်တာနက်များကို ဖန်တီးပေးခဲ့သည်။ ဆိုက်ဘာကဗေးများနှင့် အခွန်မဲ့ကွန်ပျူတာများကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများတွင် တွေ့မြင်ရပြီးဖြစ်သည်။

လူသားအရင်းအနှီး ဖွဲ့စည်းမှုအဓိကအမျိုးအစား သုံးမျိုးကို အိုင်တီတည်ဆောက်မှုတွင် သတ်မှတ်ဖော်ပြနိုင်သည်။ ပထမအချက်မှာ လေ့လာမှုပြုလုပ်ခြင်းမှတစ်ဆင့် အိုင်တီနည်းပညာကိုရယူသော အိုင်တီအသုံးပြုသူများက အိုင်တီအရင်းအနှီးကို ပုံဖော်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဒုတိယအချက်မှာ စာတတ်မြောက်မှု၏ သေချာသောအဆင့်သည် မူလတန်း၊ အလယ်တန်း၊ အထက်တန်း စာသင်ကြားမှု အတိုင်း အတာများ အိုင်တီနည်းပညာအသုံးပြုမှုအတွက် မရှိမဖြစ်လိုအပ်သည်။ ယင်းတို့သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ အိုင်တီပြင်ဆင်မှုကို အမျိုးအစားခွဲခြားခြင်းအတွက် အသုံးပြုသော ကိုယ်စားလှယ်များဖြစ်လာပါသည်။ တတိယအချက်မှာ ဆန်းသစ်ဖန်တီးသော လှုပ်ရှားမှုများတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြစ်သည်။ ယင်းသည် အိုင်တီနှင့် ဆက်သွယ်သော ဆောင်ရွက်ချက်တစ်ခုဖြစ်ပြီး အိုင်တီဆက်သွယ်လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများအတွက် အလားအလာရှိသော အတိုင်းအတာတစ်ရပ်အနေဖြင့် အရေးပါလာပါသည်။ စတုတ္ထအချက်မှာ လျင်မြန်သော ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများကို တစ်သီးပုဂ္ဂလိက၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများနှင့် အဖွဲ့အစည်းများက ပုံဖော်ထားသော ဖွဲ့စည်းမှုဖြင့် ဆုံးဖြတ်သည်။ စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်များနှင့် လုပ်ငန်းသစ်ဖန်တီးခြင်းသည် စွမ်းဆောင်ရည်စနစ်များ၏ အရေးပါသောအစိတ်အပိုင်းဖြစ်သည်။

ကမ္ဘောဒီးယား၊ အင်ဒိုနီးရှား၊ လာအို၊ မလေးရှား၊ မြန်မာ၊ ဖိလစ်ပိုင်၊ စင်ကာပူ၊ ထိုင်းနှင့် ဗီယက်နမ်တို့ရှိ အိုင်တီလူသားအရင်းအနှီးသည် အညီအမျှမရှိဘဲ တိုးတက်လာခဲ့ကြသည်။ စင်ကာပူနှင့် မလေးရှားနိုင်ငံတို့က ယင်းတို့၏ အီလက်ထရွန်နစ်အခြေခံအဆောက်အအုံများနှင့် တစ်ဦးချင်း နည်းပညာတိုးချဲ့မှုများတွင် ပုံမှန်တိုးတက်ကြောင်း ပြသသည်။ အင်ဒိုနီးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် ထိုင်းနိုင်ငံတို့သည် ဤအဝန်းအဝိုင်းတွင် ရပ်တန့်နေကြောင်း ပြသခဲ့သည်။ လူ တစ်သန်းလျှင် Internet hosts အရေအတွက်ကွာဟမှုသည် စင်ကာပူနှင့် အခြား အရှေ့တောင်အာရှနိုင်ငံများအကြား ပိုမိုကျယ်ပြန့်လာသည်။ အင်တာနက်ထိုးဖောက်ပျံ့နှံ့မှုတွင် စင်ကာပူသည် ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် ၆၅ ဒသမ ၂ ရာခိုင်နှုန်းရှိရာမှ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ၅၆ ဒသမ ၇ ရာခိုင်နှုန်းသို့ ကျဆင်းခဲ့သည်။ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် မလေးရှား၊ ထိုင်း၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် အင်ဒိုနီးရှားတို့၏ အင်တာနက်ထိုးဖောက်ပျံ့နှံ့မှုမှာ အလွန်နိမ့်ပြီး ၁ ဒသမ ၀၊ ၃ ဒသမ ၃၊ ၀ ဒသမ ၁ နှင့် ၀ ဒသမ ၀ ရာခိုင်နှုန်းအသီးသီး ရှိကြသည်။

ဝီစီထိုးဖောက်ပျံ့နှံ့မှုကိုကြည့်လျှင် စင်ကာပူနှင့်မလေးရှားသည် ထိုင်း၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် အင်ဒိုနီးရှားတို့ကို ဦးဆောင်နေသည်။ စင်ကာပူ၊ မလေးရှားနှင့် ကျန်သုံးနိုင်ငံကွာဟချက်မှာ ပိုမိုများပြားသည်။ စင်ကာပူအနေဖြင့် ဝီစီထိုးဖောက်မှုရာခိုင်နှုန်းမှာ ၁၉၉၈ ခုနှစ်တွင် ၄၃ ရာခိုင်နှုန်းရှိပြီး ၂၀၀၃ ခုနှစ်တွင် ၈၀ ရာခိုင်နှုန်းအဆင့်သို့ရောက်အောင် စီမံချက်များရှိခဲ့သည်။ စင်ကာပူ ရာခိုင်နှုန်းရှယ်ယာအချို့မှာ ၁၉၉၉ ခုနှစ်တွင် ၉၂ ဒသမ ၅ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်။ ယင်းကာလတွင် မလေးရှား၊ ထိုင်း၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် အင်ဒိုနီးရှားတို့သည် ၁၅ ဒသမ ၂၊

၄ ဒသမ ၃၊ ၄ ဒသမ ၃ နှင့် ၂ ဒသမ ၂ ရာခိုင်နှုန်းအသီးသီးရှိကြသည်။

စင်ကာပူနှင့် မလေးရှားတို့သည် ယင်းတို့၏ အိုင်တီအခြေခံအဆောက်အအုံကို တည်ဆောက်ရန် ကြိုးပမ်းခဲ့ကြသည်။ ထို့ပြင် ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ ဆွဲဆောင်မှုများအပြင် စင်ကာပူနှင့် မလေးရှားသည် သာလွန်သောအခြေခံအဆောက်အအုံနှင့် နိုင်ငံရေးတည်ငြိမ်မှုကို ပေးစွမ်းနိုင်ကြသည်။ မလေးရှားနိုင်ငံသည် MSC တွင် တည်ရှိနေသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် ကျွမ်းကျင်လုပ်သားများနှင့် ပညာရှင်များအပေါ် ကြမ်းတမ်းသော လူဝင်မှုကြီးကြပ်ရေးထိန်းချုပ်မှုများကို လျှော့ပေါ့သက်သာခွင့် ပေးခဲ့သည်။ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်း ပညာရှင်များသည် စင်ကာပူမှ နှစ်လိုဖွယ်ကောင်းသော အလုပ်အကိုင်အခွင့်အလမ်းများ လက်သင့်ခံမှုကို ကြာမြင့်စွာ နှစ်သက်ခဲ့ကြသည်။ စင်ကာပူမှလွဲ၍ ကျန် အာဆီယံစီးပွားရေးသည် လူသားအရင်းအနှီးပံ့ပိုးမှုများတွင် လေးနက်သော ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအားကွာဟမှုများကို ရင်ဆိုင်နေရသည်။ ရေရှည်တွင် တက္ကသိုလ်များကဲ့သို့ ပြည်တွင်းလူသားရင်းမြစ် ပံ့ပိုးသောအဖွဲ့အစည်းများကို ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား လူသားရင်းမြစ်ကွာဟမှု ကျယ်ပြန့်မှုကို ကျဉ်းမြောင်းရန် အသွင်ပြောင်းသင့်သည်။ ရေတိုကာလတွင် မလေးရှားသည် နိုင်ငံခြားမှအရည်အသွေးပြည့် သိပ္ပံပညာရှင်များနှင့် အင်ဂျင်နီယာများကို ခေါ်ရန် ယင်း၏ လူဝင်မှုကြီးကြပ်ရေးပေါ်လစီများ တိုးတက်အောင်ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်သည်။ ဤနည်းလမ်းဖြင့် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများမှ လူသားရင်းမြစ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုသည် မလေးရှားနိုင်ငံ၏ အိုင်တီဖွံ့ဖြိုးမှုကို ပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။

အာဆီယံဈေးကွက်စီးပွားရေးသည် အဆင့်မြင့် နည်းပညာပို့ကုန်များတွင် အားကောင်းသော ပါဝင်ဆောင်ရွက်မှုကို ပြသသည်။ အဓိကအားဖြင့် အီလက်ထရွန်နစ်ပစ္စည်းများ ပါဝင်သည်။ ဗီယက်နမ်နိုင်ငံသည် GNP ၏ ရှယ်ယာအနေဖြင့် R&D ကုန်ကျစရိတ်ကို ပြသခဲ့သည်။ ယင်းသည် မလေးရှားနိုင်ငံ၏ ၁၉၈၅-၉၅ နှင့် ညီမျှသည်။ စင်ကာပူ၊ မလေးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်၊ ထိုင်းနှင့် အင်ဒိုနီးရှားရှိ အဆင့်မြင့်နည်းပညာပို့ကုန်များ တိုးချဲ့မှုကို နိုင်ငံခြားတိုက်ရိုက်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု (FDI) ဖြင့် တွန်းအားပေးဆောင်ရွက်သည်။ ယင်း FDI သည် အမေရိကန်နှင့် ဂျပန်မှလာသည်။ ပြည်တွင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ တိုးတက်ကြီးထွားလာခဲ့သော်လည်း စင်ကာပူနှင့် မလေးရှားသည် ဆက်နွယ်နေသော စက်မှုလုပ်ငန်းများရှိ နိုင်ငံခြားရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများကို နှစ်သက်ကြသည်။

စင်ကာပူနိုင်ငံသာလျှင် အားကောင်းသော လူသားအရင်းအနှီးပံ့ပိုးမှုများကို ပြသခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် ယင်းသည် ဒီဇိုင်းပုံဖော်ခြင်းနှင့် ဒေသဆိုင်ရာ ဝယ်ယူအကြိုက် ရောင်းချခြင်းကဲ့သို့ မြင့်မားသော ထပ်ဆင့်တန်ဖိုးဆောင်ရွက်မှုများကို အဆင့်မြှင့်တင်ရန် စီမံခန့်ခွဲခဲ့သည်။ မလေးရှားမှာမူ အရှေ့တောင်အာရှတွင် တတိယနေရာ၌ရှိသည်။ သိပ္ပံနှင့် အင်ဂျင်နီယာလူသားအရင်းအနှီး ပံ့ပိုးမှုများ အားနည်းသည့်အတွက် အိုင်တီအခြေခံအဆောက်အအုံတိုးတက်မှုတွင် စင်ကာပူထက် နောက်ကျကျန်ရစ်ခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် မလေးရှား၊ ထိုင်း၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် အင်ဒိုနီးရှားရှိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် တန်ဖိုးနိမ့် တပ်ဆင်တန်ဖိုးလှုပ်ရှားမှုများတွင်သာ အဆင့်မြင့်နည်းပညာပို့ကုန်များကို ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့သည်။ အင်ဒိုနီးရှား၊ မလေးရှားနှင့် ထိုင်းနိုင်ငံတို့သည် ၁၉၉၇

ခုနှစ် ငွေရေးကြေးရေးအကျပ်အတည်း တွေ့ကြုံပြီးနောက် ၁၉၈၇ ခုနှစ်ကတည်းက အားကောင်းသော တိုးတက်မှုနှုန်းရှိခဲ့သည်။

အာဆီယံစီးပွားရေးကို လက်တင်အမေရိက၊ အာဖရိက၊ အနောက်နှင့်တောင် အာရှစီးပွားရေးများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ကြည့်ရာတွင် ရေရှည်တိုးတက်မှုသည် ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများကို လှုံ့ဆော်ပေးရန် အဖွဲ့ စသည့် ဆိုင်ရာတည်ဆောက်မှုပေါ်တွင် မူတည်သည်။ မြောက် အမေရိက၊ ဥရောပယူနီယံနှင့် အရှေ့မြောက်အာရှတို့သည် အင်ဒိုနီးရှား၊ မလေးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် ထိုင်းနိုင်ငံတို့ရှေ့သို့ ရောက်နေသည်။ စင်ကာပူနိုင်ငံသာလျှင် အချို့ ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံစီးပွားရေးများကို ကျော်တက် ခဲ့ပြီး ကွာဟမှုကို နီးကပ်စေခဲ့သည်။

စင်ကာပူက ရှေ့မှပြေးနေစဉ် မလေးရှားက ပိုမိုများပြားသော သုတေသနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု ဆောင်ရွက်မှုအခြေအနေများကို ဖန်တီးရန် ကြိုးပမ်းနေဆဲဖြစ်သည်။ မလေးရှားတွင် ကောင်းမွန်သောအခြေခံ အဆောက်အအုံရှိသည်။ နိုင်ငံရေးတည်ငြိမ်မှုရှိသည်။ အဆင့်မြင့်ပို့ကုန် ဦးစားပေး နိုင်ငံစုံကော်ပိုရေးရှင်းများနှင့် ကြာရှည်လုပ်ကိုင်ခဲ့သော အတွေ့အကြုံရှိသည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ အိုင်တီဆက်နွယ်သော လုပ်ငန်းများအပါအဝင် ပိုမိုမြင့်မားသော ထပ်တိုးတန်ဖိုးရရှိသည့် ကုန်ပစ္စည်းအော်ပရေးရှင်းများ ဆောင်ရွက်ရန် နိုင်ငံအတွက် ပိုမို စွမ်းဆောင်နိုင်သော ပစ္စည်းကိရိယာများတွင် များပြားသော ရင်းနှီး မြှုပ်နှံမှုကို အသွင်ပြောင်းရန် လိုအပ်သည်။ အင်ဒိုနီးရှား၊ ဖိလစ်ပိုင်နှင့် ထိုင်းနိုင်ငံသည် မလေးရှားထက်သာ၍ မြင့်မားသော လူသား အရင်းအနှီးပံ့ပိုးမှုများ နှစ်သက်ဟန်ရှိသည်။ ဗီယက်နမ်မှာမူ မြင့်မား သော လူသားအရင်းအနှီးပံ့ပိုးမှုများကို နှစ်သက်သော်လည်း ယင်း၏

အိုင်တီအခြေခံအဆောက်အအုံမှာ အလွန်အားနည်းနေဆဲဖြစ်သည်။

အာဆီယံစီးပွားရေးအတွင်းတွင် တစ်ဦးချင်း GNP နှင့် ပီစီအသုံးပြုမှုအကြား တိုက်ရိုက်အချိုးကျသော ဆက်သွယ်မှုရှိသည်။ စင်ကာပူက ထိပ်တွင်ရှိပြီး ယင်းနောက် မလေးရှားက လိုက်နေသည်။ အောက်ဆုံးတွင် ကမ္ဘောဒီးယားနှင့် လာအိုရှိသည်။ ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာ အခြေခံအဆောက်အအုံအပြင် အာဆီယံစီးပွားရေးများသည် စီးပွားရေး တိုးတက်မှုကို လျင်မြန်ရန်အလို့ငှာ အိုင်တီအဆောက်အအုံကို အားကောင်းစေမည်ဖြစ်သည်။

စင်ကာပူသည် စက်မှုထွန်းသစ်စနိုင်းအဖြစ် ရပ်တည် နေသည်။ မလေးရှားကတော့ ဒုတိယနေရာတွင် ရှိနေသည်။ စင်ကာပူ အနေဖြင့် လူသားအရင်းအနှီးကဲ့သို့ အိုင်တီအခြေခံအဆောက်အအုံ ပံ့ပိုးမှုများ ရရှိမှုတွင် သိသာထင်ရှားလှသည်။ မလေးရှား၏ အိုင်တီ အခြေခံအဆောက်အအုံသည် ၁၉၉၀ ပြည့်နှစ်နှောင်းပိုင်းတွင် သိသိ သာသာ မြင့်တက်ခဲ့သည်။ အင်တာနက်နှင့် ပီစီအသုံးချမှုသည်လည်း မြင့်တက်ခဲ့သည်။ ကုန်သွယ်မှုတွင် လျှော့ပေါ့ပေးမှုများသည် ဂလို ဘယ်ဈေးကွက်များတွင် အခွင့်အလမ်းများကို လက်ခံနိုင်ရန် ကူညီ လိမ့်မည်။ အိုင်တီအခြေခံအဆောက်အအုံသည် လိုအပ်သော အခြေ အနေတစ်ခုဖြစ်လာသောအခါ လူသားအရင်းအနှီးသည် နည်းပညာ ပြောင်းလဲမှုနှင့် နိုင်ငံတကာယှဉ်ပြိုင်မှုကို မောင်းနှင်သော အရေး ပါသည့်အချက်ဖြစ်သည်။

## အခန်း (၂၁)

### e-Commerce ၏ အနာဂတ်လမ်းကြောင်း

ဂလိုဘယ်လိုက်ဇေးရှင်းကြောင့် ကမ္ဘာကြီးသည် ရွာဖြစ်လာသည်။ ၂၁ ရာစုသည် နည်းပညာ စူပါဟိုက်ဝေးပေါ်သို့ ရောက်ရှိလာခဲ့သည်။ ၂၀ ရာစုအတောအတွင်း ကျွန်ုပ်တို့သည် အရေအတွက်များပြားသော အတိုင်းအတာရှိစမ်းသပ်မှုကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ်သတင်းအချက်အလက် အခြေခံအဆောက်အအုံအားဖြင့် လူမှုအဖွဲ့အစည်းနှင့် ကျွန်ုပ်တို့၏နေ့စဉ်ဘဝများ မည်သို့ထိရောက်အကျိုးရှိနိုင်သည်ကို ကြည့်ရှုသော စမ်းသပ်မှုပင်ဖြစ်သည်။ လွန်ခဲ့သောရာစုနှစ်အတွင်း အင်တာနက်သည် ရှေ့ပြေးပုံစံထက် ပိုမိုမူမရှိခဲ့ချေ။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် သမားရိုးကျစီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွင် အထောက်အကူပြုသည့်အနေဖြင့် e-Commerce ကို ဆောင်ရွက်ခဲ့သည်။ ပညာရေးအနေဖြင့် များစွာနေရာယူခဲ့သော်လည်း ခရီးဝေးအွန်လိုင်းလေ့လာမှုကို စမ်းသပ်မှုအခြေခံအဖြစ်သာ အသုံးပြုခဲ့သည်။ ၂၁ ရာစုသည် အာရုံစိုက်မှုအပေါ် ရွှေ့ပြောင်းခဲ့သည်။ စမ်းသပ်မှုခေတ်သည် ကျော်လွန်ခဲ့ပြီဖြစ်သည်။ စင်စစ် အင်တာနက်သည် ရင့်ကျက်ပြီး ပြည့်စုံသော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုအဖြစ်သို့ ရှေးရှုရွှေ့လျားလာမည်ဖြစ်သည်။ ၂၀ ရာစုအင်တာနက်သည် ဆက်သွယ်ထားသော ကွန်ပျူတာများကို ဖန်တီးခဲ့သည်။ ၂၁ ရာစု စစ်မှန်သော

ကမ္ဘာ့အင်တာနက်သည် သဘာဝကျသော လက်တွေ့ဘဝဖြစ်လာမည့် အရာရာတိုင်းကို ချိတ်ဆက်သည်။ အီလက်ထရွန်နစ်စီးပွားရေးအကြောင်းကိုလေ့လာလျှင် e-Commerce ကို စနစ်တကျလေ့လာ၍ အသုံးပြုလျှင် ကမ္ဘာလူသားအားလုံးအတွက် အကျိုးများဖွယ်ရှိပါသည်။

ကွန်ပျူတာထုတ်စက်ရုံလုပ်ငန်းနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်း အခြေစိုက်စာနယ်ဇင်းတို့သည် အီး-ကောမာ့စ်အကြောင်း ဆောင်းပါးများကို ပုံမှန်ထုတ်ဝေလျက်ရှိသည်။ အထွေထွေသတင်းမဂ္ဂဇင်းများနှင့် သတင်းစာများကလည်း သူတို့၏စီးပွားရေးကဏ္ဍ၌ အီး-ကောမာ့စ်သတင်းဆောင်းပါးများကို ဖြည့်စွက်ဖော်ပြကြပါသည်။ Dowjones စတော့အညွှန်းများ (stock indexes) က အင်တာနက်အညွှန်းများ (internet Indexes) ကို အင်တာနက်ပေါ်မှ ကုမ္ပဏီများ၏ ဘဏ္ဍာရေးရပ်တည်ချက်များအား ချိန်ဆနိုင်ရန်အတွက် ဖြည့်စွက်တင်ပြပေးနေပါသည်။ ဒေသခံ စာကြည့်တိုက်များနှင့် စာအုပ်ဆိုင်များ၌ ရနိုင်သည့် နှစ်စဉ်တိုးတက်လာနေသော စာအုပ်များကလည်း အီး-ကောမာ့စ်အကြောင်း ထုတ်ဝေဖော်ပြလျက်ရှိသည်။ အင်တာနက်ပေါ်မှာသာ ရှိသည့် စာစောင်များဖြစ်သော အီး-ဇင်း (e-zines) သည် အီး-ကောမာ့စ်ပြဿနာဆိုင်ရာ ဆွေးနွေးပွဲအများစုများနှင့် စကားပိုင်းများကို တာဝန်ယူဖော်ပြပေးနေပါသည်။ ဟာဒ်ဝဲနှင့်ဆော့ဖ်ဝဲ ထုတ်လုပ်သူများကလည်း သူတို့၏ဝက်ဘ်ဆိုက်များ၌ သတင်းနှင့် အထွေထွေသတင်းအချက်အလက်များကို မကြာခဏ ထုတ်ပြန်ပေးနေပါသည်။ အီး-ကောမာ့စ်အတွက် အင်တာနက်လမ်းညွှန်များ (online guides) က ရင်းမြစ်များ (resources)၊ နည်းပြတန်းများ (tutorials) နှင့် အဆက်အသွယ်များ (links) တို့ကို ဖော်ပြပေးပါသည်။

အီး-ကောမာ့စ်သည် နှီးနွယ်ရာ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းမှု များအတွက် အခွင့်အလမ်းများကို ဖန်တီးပေးပါသည်။ တက္ကသိုလ် အများအပြား၌ ယခုအခါ အီး-ကောမာ့စ်သင်ကြားမှုများကို စီးပွား ရေးလုပ်ငန်း သင်ရိုးညွှန်းတမ်း၏ အစိတ်အပိုင်းအဖြစ် လုပ်ဆောင်ပေး လျက်ရှိပါသည်။ စာသင်ကျောင်းအချို့ပင်လျှင် အီး-ကောမာ့စ် မဟာဝိဇ္ဇာဘွဲ့ သို့မဟုတ် အီး-ကောမာ့စ်အထူးပြု MBA ဘွဲ့တစ်ခုကို ပေးလျက်ရှိပါသည်။ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများ၊ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်း အဖွဲ့အစည်းများနှင့် အကျိုးအမြတ်မယူသည့် အုပ်စုများသည် ဝက်ဘ်ဆိုက်များကို ဆက်လက်ထိန်းသိမ်း ဖွင့်လှစ်ထားကြပါသည်။ ယင်းတို့က အီး-ကောမာ့စ် တိုးတက်မြှင့်တင်ရေးကို ထောက်ပံ့ ရန် အခမဲ့သတင်းအချက်အလက်များ ဖြန့်ဝေပေးကြပါသည်။ အဖွဲ့ အစည်းတချို့ဆိုလျှင် စက်မှုကဏ္ဍမြှင့်တင်ရေးအောင် ဆောင်ကြဉ်းသည့် အုပ်စုများ (industry watchdogs) အသွင် လုပ်ဆောင်ကြပါသည်။ ဤအုပ်စုများက ဆွေးနွေးပွဲများ၊ အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများကို ဦးဆောင် တာဝန်ယူ ကျင်းပပေးကြပါသည်။

စင်စစ် e-Commerce ၏ အနာဂတ်သည် m-Commerce ဖြစ်သည်။ အဓိပ္ပာယ်မှာ မိုဘိုင်းလ်ဖုန်းများ၊ PDAs Wallet PCs တို့ဖြင့် လုပ်ငန်းများဆောင်ရွက်ခြင်းကို ဆိုလိုပါသည်။

ယင်းလုပ်ငန်းများမှာ အောက်ပါတို့ဖြစ်သည်-

### M-SHOPPING

ကုန်ပစ္စည်းများကို မှာယူသည်။ အသုံးဝင်မှု၊ တန်ဖိုးနှင့် ပေးထားသည့်သတင်းအချက်အလက် စသည်တို့ကို စစ်ဆေးသည်။

### M-SIGN

အမှာစာများ (Orders)၊ ငွေပေးချေခြင်းများ (Payments)၊ လက်မှတ်ရေးထိုးရန် လိုအပ်သောညွှန်ကြားချက်များ (instructions requiring signatures) ကို အတည်ပြုပေးသည်။

### M-TRAVEL

ခရီးသွားလက်မှတ်များနှင့် ဟိုတယ်အခန်းများ ချန်ထား ပေးခြင်း၊ လည်ပတ်မည့်နေရာများနှင့်ပတ်သက်သည့် သတင်းအချက် အလက်များကို ပေးသည်။

### M-BANKING

လက်ကျန်ငွေရှင်းတမ်းကို စစ်ဆေးသည့် (check state-ments)၊ ငွေပေးချေသည့် (make payments)၊ အီး-ကတ်ရှ်များကို ထုတ်ယူသည်၊ ရုပ်သိမ်းသည် (withdraw e-cash)။

### M-TRADING

ငွေလဲနှုန်း၊ စတော့များနှင့်ပတ်သက်သည့် သတင်းအချက် အလက်များ (စတော့များကို ရောင်း) ဝယ်သည်။

m-Commerce သည် ဖုန်းများ သို့မဟုတ် စာအုပ်များ သို့မဟုတ် ဂျင်းဘောင်းဘီများ မှာယူပေးနေသော e-Commerce ထက်ပင် ကျော်လွန်သွားနိုင်သည်။ m-Commerce တွင် ဖောက် သည်အတွက် သူလိုချင်သည့်အခါတိုင်း သူ့ဆန္ဒရှိသည့်နေရာတိုင်းသို့ ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည့် ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ကုန်စည်ဖြန့်ဖြူးရေး သဘောတရားများ ပါဝင်သည်။

## ရည်ညွှန်းကိုးကားချက်များ

1. Information Economy Report 2006, The Development perspectives, UNCTAD Secretariat, United Nations Publication.
2. The Information Age (May 2003), Emmanuel C. Lallance, Ph.D, e-ASEAN Task Force, UNDP-APDIP.
3. Information Technology in ASIA (New Development Paradigms) (2002), Chia Siow Yue and Jamus Jerome Lim, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore.
4. Towards a Knowledge based Economy (East Asia's Changing Industrial Geography) (2003), Seiichi Masuyama and Donna Vandenbrink, Momura Research Institute (NR), Tokyo, Japan.
5. e-Commerce and e-Business (May 2003) Zorayda Ruth Andam, e-ASEAN Task Force, UNDP-APDIP
6. Dictionary of Computing (S.M.H Collin), Peter Collin Publishing Ltd, UK (1994)
7. လူတိုင်းအတွက် E-commerce (မောင်ထူးချွန်) (၂၀၀၁) All in one publishing, Yangon.
8. မြန်မာ့အလင်း၊ ကြေးမုံ နေ့စဉ်သတင်းစာများ
9. အင်တာနက်သတင်းများ

