GOOD PRACTICE GUIDE

မြန်မာနိုင်ငံတွင် E-COMMERCE လက်ခံသုံးစွဲမှုကို အရှိန်မြှင့်တင်ခြင်း

အွန်လိုင်းမှ စားသောက်ကုန်ရောင်းချသော ဝန်ဆောင်မှုများပေးခြင်း

သင်၏စီးပွားရေးကို အွန်လိုင်းစနစ်သို့ ကူးပြောင်းနည်းလမ်းညွှန်

COMMERCE

tradeWorthy

Australian Aid

ဦးယောဇဉ်

ဦးအောင်ထူး၊ ဒုတိယဝန်ကြီး၊ စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၏ အမှာစကား

ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါကို တုံ့ပြန်သည့်အနေနှင့် အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စားစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို E-Commerce အသွင်ကူးပြောင်း ရောင်းချရာတွင် ကူညီပေးနိုင်ဖို့ ရည်မှန်းချက်တူညီသူများနှင့် လက်တွဲဆောင်ရွက်ရတာ စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနက များစွာဝမ်းမြောက်ဂုဏ်ယူပါတယ်။

မြန်မာနိုင်ငံအစိုးရဟာ COVID-19 စီးပွားရေးထိခိုက်မှုသက်သာရေးစီမံချက် (CERP) မှာ E-Commerce အသုံးပြုရောင်းဝယ်ခြင်းများနှင့် ဆန်းသစ်တီထွင်မှုများကို အလေးပေးဖော်ပြထားပြီးဖြစ်ပါတယ်။ မြန်မာနိုင်ငံရှိ ရောင်းချသူများနှင့် စားသုံးသူများက E-Commerce လက်ခံသုံးစွဲမှု မြင့်တက်လာခြင်းဟာ လုပ်ငန်းများ မှတ်ပုံတင်ဆောင်ရွက်မှု များပြားလာစေခြင်း ၊ ပိုမိုကောင်းမွန်သော အားလုံးပါဝင်နိုင်သော ဒီဂျစ်တယ်ငွေကြေးကဏ္ဍကို တည်ဆောက်နိုင်ခြင်းနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအား ဒီဂျစ်တယ်အသွင်ဖြစ်ပေါ်နိုင်ခြင်း ကဲ့သို့သော အကျိုးကျေးဇူးများစွာကို ဖြစ်ပေါ်လာစေပါတယ်။ ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါရဲ့ သက်ရောက်မှုများမှ စီးပွားရေးပြန်လည်ဦးမော့လာစေရန်နှင့် အနာဂတ်မှာ ဖြစ်ထွန်းတိုးပွားလာစေရန်လည်း E-Commerce က အရေးပါတဲ့အခန်းကဏ္ဍမှာ ရှိပါတယ်။

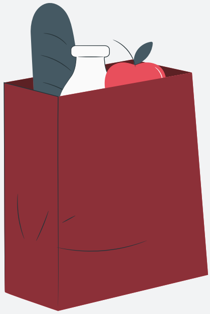
ယခုထုတ်ဝေတဲ့ စီးပွားရေးကို အွန်လိုင်းစနစ်သို့ ကူးပြောင်းနည်းလမ်းညွှန် (Good Practice Guides – GPG) လေးခုဟာ ဦးစားပေးကဏ္ဍများရှိ အသေးစား၊ အငယ်စားနှင့် အလတ်စားစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက အစိုးရ၏ စည်းမျဉ်းများ၊ ကောင်းမွန်သော လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အလေ့အထများ (Good Industry Practices) နှင့်အညီ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ အွန်လိုင်းသို့ ကူးပြောင်းရောင်းချရာမှာ အစီအစဉ်ကောင်းများချမှတ်နိုင်ရေးနှင့် စတင်ဆောင်ရွက်နိုင်ရေး အထောက်အပံ့ကောင်းတစ်ခုဖြစ်စေရန် ရည်ရွယ်ပါတယ်။ ဤလမ်းညွှန်များဟာ မြန်မာနိုင်ငံရှိ လူသိများတဲ့ E-Commerce လုပ်ငန်းများရဲ့ အချက်အလက်ပံ့ပိုးပေးမှုဖြင့် ပြင်ဆင်ထားခြင်းဖြစ်ပြီး ဒီဂျစ်တယ်စီးပွားရေးသို့ ကူးပြောင်းနိုင်ရေး အစိုးရရဲ့ မျှော်မှန်းချက်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ဖို့ အသုံးဝင်တဲ့နည်းလမ်းများဖြစ်ပါတယ်။ မြန်မာနိုင်ငံတွင်း E-Commerce ရရှိသုံးစွဲမှုကို အရှိန်မြှင့်တင်နိုင်ရေး အထောက်အပံ့ပေးသည့်အတွက် ဩစတြေးလျနိုင်ငံအစိုးရကို များစွာ ကျေးဇူးတင်ရှိပါတယ်။

ယခုအချိန်သည် သင်၏စားသောက်ကုန်များကို အွန်လိုင်းတွင်ရောင်းရန် အကောင်းဆုံးအချိန်ဖြစ်သည်။

ကိုဗစ် - ၁၉ ရောဂါပိုးသည် ကျွန်ုပ်တို့၏ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှု ရောင်းဝယ်ဖောက်ကားခြင်း နည်းလမ်းများအပေါ် အဓိကသက်ရောက်ခဲ့ပါသည်။ ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါကြောင့် အစားအစာနှင့် စားသောက်ကုန်ရောင်းချသည့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် စိန်ခေါ်မှုများနှင့်အတူ အခွင့်အလမ်းသစ်များလဲ ပေါ်ပေါက်လာသည်။ ယခုအခါ မြန်မာနိုင်ငံတွင် အွန်လိုင်း အသုံးပြုသည့်ဦးရေသည် ယခင်ကထက် ပိုမိုများပြားလာပြီး လူ ၁၀၀ လျှင် မိုဘိုင်းဖုန်းစာရင်းသွင်းမှု ၁၂၆ ခု ရှိသည်ဟု Wearesocial / Hootsuite Q1 2020 စာရင်းအရ သိရှိရသည်။ အွန်လိုင်းကတစ်ဆင့် အစားအစာများနှင့် စားသောက်ကုန်များကို သက်တောင့်သက်သာဝယ်ယူသည့်အလေ့အထသည် ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါကြောင့် ပိုမိုတွင်ကျယ်လာခဲ့ပြီး ကိုဗစ်အလွန်ကာလတွင်လည်း ဤအလေ့အထသည် ဆက်လက်ကြီးထွားလာနိုင်ချေရှိပါသည်။

ထို့ကြောင့် ဤအချိန်သည် သင်၏ စားသောက်ကုန်ရောင်းချခြင်းလုပ်ငန်းကို အွန်လိုင်းစနစ်သို့ ကူးပြောင်းရန် အကောင်းဆုံးဖြစ်သည်။ ဤလမ်းညွှန်တွင် သင့်လုပ်ငန်းအား အွန်လိုင်းစနစ်သို့ကူးပြောင်းရာတွင် ပြုလုပ်ရမည့် အဓိကရွေးချယ်မှုများနှင့် အောင်မြင်စေရန် အထောက်အကူဖြစ်စေသည့် လက်တွေ့အသုံးချအကြံပြုချက် အများအပြားကို ဖော်ပြသွားပါမည်။

ဥပမာဇာတ်လမ်း



ကျော်ကျော်နှင့် မြမြတို့ အွန်လိုင်းတွင် ဈေးရောင်းခြင်း။

ကျော်ကျော်နှင့် မြမြတို့သည် ဘုရင့်နောင်ဈေးတွင် သစ်သီးနှင့် ဟင်းသီးဟင်းရွက်ရောင်းသည့်ဆိုင်တစ်ဆိုင်ကို ပိုင်ဆိုင်ကြသည်။ လွန်ခဲ့သည့် ၁၅ နှစ်ကတည်းက ရာနှင့်ချီသောဈေးဝယ်သူများအတွက် လတ်ဆတ်သောဟင်းသီးဟင်းရွက်များကို ရန်ကုန်မှ ရောင်းချခဲ့သူများဖြစ်သည်။ ကျော်ကျော်သည် အလုပ်ကြိုးစားသူတစ်ဦးဖြစ်ပြီး သူ၏ဆိုင်တွင် အကောင်းဆုံးထွက်ကုန်များကို ရွေးချယ်ရောင်းချနိုင်ရန် နံနက် ၄ နာရီခွဲတွင် အိပ်ယာမှထ၍ စတင်အလုပ်လုပ်လေ့ရှိသည်။ သူ၏ဇနီး မြမြသည် ဆိုင်၏မျက်နှာစာဖြစ်ပြီး ဈေးဝယ်သူများနှင့် စကားစမြည်ပြောဆိုခြင်း၊ ဝယ်နေကျဖောက်သည်အမည်များကို မှတ်သားခြင်းတို့ကို ပြုလုပ်လေ့ရှိပြီး ရောင်းချသောအသီးအရွက်များအတွက် ချက်ပြုတ်နည်းများကိုပင် ဈေးဝယ်သူများနှင့် ဝေမျှလေ့ရှိသည်။ ကျော်ကျော်သည် ပစ္စည်းကောင်း ရွေးချယ်ရာတွင် ကျွမ်းကျင်၍ မြမြသည် ဈေးဝယ်သူများကို ဝန်ဆောင်မှုပေးရာ၌ ကျွမ်းကျင်ရာ ဤအချက်နှစ်ချက်သည် ၎င်းတို့ဆိုင်ကို အောင်မြင်စေသည့် အဓိကအချက်များဖြစ်သည်။

မြန်မာနိုင်ငံတစ်ဝှမ်းလုံး ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါကို ကြောက်ရွံ့မှု ပျံ့နှံ့လာသည်နှင့်အမျှ ကျော်ကျော်နှင့် မြမြတို့၏ဆိုင်တွင် ဖောက်သည်အရေအတွက်နှင့် ဝင်ငွေများ လျော့ကျသွားသည်။ ကျော်ကျော်၏သူငယ်ချင်းတစ်ဦးမှာ အွန်လိုင်းဖုန်းလုပ်ငန်းတစ်ခု လုပ်ကိုင်နေသူဖြစ်ပြီး ကျော်ကျော်၏စားသောက်ကုန်များကို အွန်လိုင်းမှ မှာယူပေးပို့သည့်အပလီကေးရှင်းတစ်ခုခုမှတစ်ဆင့် ရောင်းချရန် သူက အကြံပေးခဲ့သည်။ ထို့နောက် ကျော်ကျော်နှင့်မြမြတို့သည် အွန်လိုင်းသယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းတစ်ခုတွင် မှတ်ပုံတင်ပြီး ယခုအခါ ၎င်းတို့၏အသီးနှင့်ဟင်းသီးဟင်းရွက်များကို ထိုပလက်ဖောင်းမှတစ်ဆင့် မြို့အနှံ့ရှိ ဈေးဝယ်သူများထံ အောင်မြင်စွာ ရောင်းချနိုင်ပြီဖြစ်သည်။

အွန်လိုင်းစနစ်သို့ကူးပြောင်းရန်အတွက် မည်သို့စီစဉ်ရမည်နည်း။

သင်၏စားသောက်ကုန်စုံဆိုင်ကို အွန်လိုင်းပေါ်သို့ ကူးပြောင်းရန် ဆုံးဖြတ်ခဲ့လျှင် အခြေခံအားဖြင့် ရွေးချယ်စရာ နှစ်ခုရှိပါသည်။ အွန်လိုင်း 'သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်း' (Delivery Platform) တစ်ခုခုတွင် ကုန်သည်အဖြစ် ဝင်ရောက်ရောင်းချခြင်း (သို့) သင်ကိုယ်တိုင် အွန်လိုင်းပလက်ဖောင်းတည်ထောင်ရောင်းချခြင်းတို့ဖြစ်သည်။

သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများအတွက် ပုံစံအချို့ရှိပြီး ဝယ်သူတို့၏ လိုအပ်ချက်များအလိုက် ၎င်းပုံစံများက မကြာခဏပြောင်းလဲလေ့ရှိသည်-

- **'ရောင်းသူပေါင်းစုံသည့်ဈေးကွက်ပုံစံ' (Multi- vendor marketplace Model)** သည် နေရာပေါင်းစုံက ရောင်းချသူများ၏ ပစ္စည်းများကို ဝက်ဘ်ဆိုက်ပေါ်တွင် ခင်းကျင်းရောင်းချပေးပြီး ဝယ်သူများထံ အိမ်အရောက်ပို့ပေးသည့်ဝန်ဆောင်မှုကို ပေးသည်။ ထိုပုံစံသည် ယခုအချိန်တွင် မြန်မာနိုင်ငံတွင် အသုံးအများဆုံးဖြစ်သည်။ သို့သော် အချို့ Marketplace များက ၎င်းတို့၏ Marketplace ကို လည်ပတ်နေစဉ်အတွင်းမှာပင် ထုတ်ကုန်များ (ဥပမာအားဖြင့် ရာသီပေါ်ကုန်) ကို ဝယ်ယူကာ ပြန်လည်ရောင်းချရန် သိုလှောင်ထားလေ့ရှိသည့် ပေါင်းစပ်ပုံစံကိုလည်း အသုံးပြုကြသည်။

- **မြန်မာနိုင်ငံတွင် အသုံးပြုမှုများလာသည့် 'ကုန်သိုလှောင်မှုပြုလုပ်သည့်ပုံစံ' (Inventory Model)** သည် ပလက်ဖောင်းကုမ္ပဏီကြီးများက ရောင်းချသူအများအပြားထံမှ ကုန်ပစ္စည်းများကို ဝယ်ယူပြီး ၎င်းတို့၏ ဝက်ဘ်ဆိုဒ်ပေါ်တွင် တစ်ဆင့်ပြန်လည်ရောင်းချသည့်ပုံစံ ဖြစ်ပါသည်။

- **'ဈေးဝယ်ခြင်းပုံစံ' (Shopping Model)** သည် ပလက်ဖောင်းကုမ္ပဏီက နေရာတစ်ခုခုရှိ (ဥပမာအားဖြင့် ရပ်ကွက်ဈေး) ရောင်းချသူအများအပြားထံမှ ကုန်ပစ္စည်းမျိုးစုံကို စုဆောင်းကာ ဝယ်သူများထံ ပို့ဆောင်ပေးသည့်စနစ်ဖြစ်သည်။

ဤလမ်းညွှန်တွင် လူသုံးအများဆုံးပုံစံနှစ်မျိုးဖြစ်သော 'multi-vendor marketplace' ပုံစံနှင့် ဝယ်သူများထံသို့ သင်ကိုယ်တိုင် တိုက်ရိုက်ရောင်းချသည့်ပုံစံတို့ကို အဓိကဖော်ပြသွားပါမည်။ လုပ်ငန်းတစ်ခု စတင်လုပ်ကိုင်နိုင်ရန် စရိတ်နှင့် တန်ဖိုး နှိုင်းယှဉ်ချက် (Cost – Benefit Comparison) ကို စတင်စဉ်းစားသင့်သည်။

ရောင်းသူပေါင်းစုံသည့်ဈေးကွက် ‘Multi-Vendor Marketplace’ ပလက်ဖောင်းမှတစ်ဆင့် ရောင်းချခြင်း

	သင်၏ကုန်ပစ္စည်းများကို စီမံခန့်ခွဲရန်နှင့် ဝယ်သူများထံ ပို့ဆောင်ရန်အတွက် ရှိပြီးသား အွန်လိုင်းပလက်ဖောင်းမှတစ်ဆင့် ရောင်းချခြင်း။
လုပ်ငန်းစတင်ရန် ကုန်ကျစရိတ်	ဒီဂျစ်တယ်ငွေကြေးလက်ခံရန် ချိတ်ဆက်သည့်စနစ်နှင့် ကုန်စည် သိုလှောင်စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ် တည်ထောင်ခြင်းတို့အတွက် ကုန်ကျစရိတ် အပါအဝင် လုပ်ငန်းစတင်တည်ထောင်သည့် ကုန်ကျစရိတ်များကို များသောအားဖြင့် သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများက မကောက်ခံပါ။
ပုံမှန်ကုန်ကျနေမည့်စရိတ်များ	လက်ကားလျှော့ဈေးများပေးရန် လိုအပ်လိမ့်မည်၊ သို့မဟုတ် ကုန်ပစ္စည်းများ၏ ဈေးနှုန်းအလိုက် ကော်မရှင်ကြေး ကောက်ခံလိမ့်မည်။
အဓိကအားသာချက်	ပလက်ဖောင်းများသည် သင့်စားသောက်ကုန်စုံများကို ဝယ်သူအများအပြားထံသို့ ရောက်ရှိစေနိုင်ပြီး စရိတ်နည်းနည်းဖြင့် ဝင်ငွေရှာပေးနိုင်သည်။
အဓိကအားနည်းချက်	မူလတန်ဖိုးမှ လျှော့ပေးထားသောလက်ကားဈေးဖြင့် အမြောက်အမြားရောင်းချရခြင်းသည် အမြတ်နည်းစေပြီး အပိုဆောင်းကုန်ကျသည့်ကော်မရှင်ကြေးများကြောင့် သင်၏စားသောက်ကုန်များအတွက် ဈေးကွက်ယှဉ်ပြိုင်ရယူနိုင်စွမ်း အားနည်းစေသည်။

သင်ကိုယ်တိုင် အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် တိုက်ရိုက်ရောင်းချခြင်း

သင်၏ ကိုယ်ပိုင်ဝက်ဘ်ဆိုဒ် (သို့) ဆိုရှယ်မီဒီယာပလက်ဖောင်းမှတစ်ဆင့် ဝယ်သူများထံ ရောင်းချခြင်းနှင့် ပို့ဆောင်ခြင်း။

အရည်အသွေးကောင်းသော ဓါတ်ပုံများ၊ ငွေပေးချေမှုစနစ်နှင့် စားသုံးသူများနှင့် ချိတ်ဆက်သည့်စနစ်တို့ ထည့်သွင်းပေါင်းစပ်ထားသော ဝက်ဘ်ဆိုဒ်တစ်ခုကို တည်ဆောက်ရသည်။ သို့သော် မြန်မာနိုင်ငံတွင် အများစုက အွန်လိုင်းတွင် ဈေးရောင်းခြင်း၏ လမ်းစအဖြစ် Facebook ကိုသာ အသုံးပြုလေ့ရှိပါသည်။

ကုန်စည်သယ်ယူပို့ဆောင်စရိတ်၊ လူမှုမီဒီယာနှင့် အွန်လိုင်းကြော်ငြာများအတွက် ကုန်ကျစရိတ်များ ရှိသည်။

အွန်လိုင်းမှ ဝယ်သူများကို သင်ကိုယ်တိုင် တိုက်ရိုက်ရောင်းချခြင်းဖြစ်ပြီး အမြတ်ငွေအားလုံးကို သင်ရရှိမည်။ စားသုံးသူများ၏ ကိုယ်ရေးအချက်အလက်၊ ဆက်ဆံရေး၊ သင်၏ စားသောက်ဆိုင် နာမည်ကျော်စေမှု စသည့် အချက်အလက်များသည် သင်တစ်ဦးတည်းနှင့်သာ သက်ဆိုင်သည်။

ဝယ်သူတစ်ယောက် ရရှိရန်နှင့် စီမံခန့်ခွဲရန် သင်ကိုယ်တိုင် ကြိုးစားလုပ်ဆောင်ရမည်။ အကုန်အကျအလွန်များသည်။ IT front end, back end တို့အတွက် ကုန်ကျစရိတ်၊ ကြော်ငြာ၊ ဝန်ထမ်း၊ ဝယ်သူအတွက် ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း၊ Facebook တွင် အရောင်းမြှင့်ခြင်း၊ ပို့ဆောင်ခြင်းနှင့် လုပ်ငန်းလည်ပတ်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်းအတွက် သင်ကိုယ်တိုင် အကုန်အကျခံရမည်။

ဥပမာဇာတ်လမ်း

နွေးနွေးက Facebook ပေါ်တွင် ပေါင်မုန့်ရောင်းခြင်း။

နွေးနွေး၏ ဖောက်သည်များက သူမ၏ ပေါင်မုန့်သည် မန္တလေးတွင် အကောင်းဆုံးဟုဆိုသည်။ သို့သော် ဗိုင်းရပ်စ်ပိုးစတင်ပြန့်ပွားလာကတည်းက လမ်းများနှင့်ဈေးတွင် လူသူအသွားအလာနည်းပါးလာသည်။ ဝယ်ယူနိုင်သည့်မုန့်များကို အနီးအနားပတ်ဝန်းကျင်ရှိလူများအား အသိပေးရန်နှင့် အဝယ်အော်ဒါများ လက်ခံရန်အတွက် Facebook Page တစ်ခု ပြုလုပ်ရန် နွေးနွေးကို ညီမဖြစ်သူက အကြံပြုသည်။ ယခုအခါ နွေးနွေးသည် နေ့စဉ်နံနက် ၁၀ နာရီတိုင်း Facebook ပေါ်တွင် မုန့်ဓာတ်ပုံများကို တင်ကာ အမှာစာများ ကောက်ယူလေ့ရှိပြီး ဖောက်သည်များက သူမ၏မုန့်ဖုတ်ဆိုင်လေးသို့ ပေါင်မုန့်များကို လာယူကြသည်။ ယခုအခါ နေ့လည်စာစားချိန်တိုင်း သူမ၏ပေါင်မုန့်များအားလုံး ရောင်းကုန်လေ့ရှိပါသည်။ နွေးနွေးသည် အွန်လိုင်းငွေပေးချေမှုစနစ်ဖြင့် ငွေလက်ခံရန်နှင့် ဝယ်သူများထံသို့ အိမ်တိုင်ရာရောက် အော်ဒါများပို့ဆောင်နိုင်ရန် နည်းလမ်းများ ရှာဖွေနေသည်။

စားသောက်ကုန်ရောင်းချသည့်ပလက်ဖောင်းတစ်ခုကို မည်သို့ရွေးချယ် ချိတ်ဆက်မည်နည်း။

သင်သည် သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းတစ်ခုနှင့် ချိတ်ဆက်ရန် ရှာဖွေနေလျှင် လက်ရှိမြန်မာနိုင်ငံတွင် အသုံးအများဆုံးပုံစံမှာ 'ရောင်းသူပေါင်းစုံသည့်ဈေးကွက်' (Multi-Vendor Marketplace) ဖြစ်ပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံရှိ ရောင်းသူပေါင်းစုံသည့်ဈေးကွက် ဥပမာအချို့ကို သိရှိလိုပါက 'နောက်ထပ်သတင်းအချက်အလက်များ' အပိုင်းတွင် ကြည့်ပါ။ ထိုဥပမာပြထားသည့် ပလက်ဖောင်းများအနက် တစ်ခုခုနှင့် မချိတ်ဆက်မီ သင့်ကိုယ်သင် အောက်ပါမေးခွန်းများ မေးမြန်းသင့်သည်-

၁ သင်၏နယ်မြေအတွင်း မည်သည့်သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများ ရရှိအသုံးပြုနိုင်သလဲ။ မည်သည့်ပလက်ဖောင်းက လူသုံးအများဆုံးဖြစ်သလဲ။

၂ ထိုပလက်ဖောင်းများတွင် ပါဝင်ရောင်းချပါက လုပ်ငန်းစတင်ရန်ကုန်ကျစရိတ်နှင့် ပုံမှန်ကုန်ကျစရိတ်များ ဘယ်လောက်ရှိနိုင်သလဲ။

၃ သင်၏ဆိုင်ကို အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ရောင်းချနိုင်ရေး ပလက်ဖောင်းက မည်ကဲ့သို့ ထိရောက်စွာ ထောက်ပံ့ပေးနိုင်သလဲ။ အခြားအကူအညီပေးနိုင်သူ ရှိပါသလား။

၄ ပလက်ဖောင်းက သင်၏ စားသောက်ကုန် (သို့) သင်၏ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ကို ကြော်ငြာပေးပါသလား သို့မဟုတ် စားသောက်ကုန်များကို သာမန်ရောင်းချခြင်းပုံစံမျိုးလား။

၅ ကုန်သည်များအတွက် မိုဘိုင်း Point of Sale အပလီကေးရှင်း (များသောအားဖြင့် တက်ဘလက်များတွင် ထည့်သွင်းနိုင်သည်) ကဲ့သို့သော In-store အထောက်အပံ့ ပေးပါသလား။

၆ ထိုပလက်ဖောင်း၏ ငွေပေးချေမှုသတ်မှတ်ချက်များ၊ ပြန်အမ်းငွေပေးချေခြင်းနှင့် ပယ်ဖျက်ခြင်းစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများမှာ မည်သို့ရှိသလဲ။

၇ ပလက်ဖောင်းက သင့်ကို ငွေဘယ်လိုပေးချေမလဲ၊ ဘယ်လောက်မြန်မြန်ပေးချေမလဲ။

၈ ပလက်ဖောင်းက ဝယ်သူထံသို့ ပို့ဆောင်မည့်ကြာချိန်၊ ထုပ်ပိုးမှုပုံစံနှင့် ပို့ဆောင်မည့်နည်းလမ်းတို့မှာ အဘယ်နည်း၊ (ဤအချက်များသည် အပူချိန်ကြောင့်ထိခိုက်လွယ်သော သို့မဟုတ် ဂရုတစိုက်ကိုင်တွယ်ရန်လိုအပ်သော စားသောက်ကုန်ပစ္စည်းများအတွက် အရေးကြီးသည်။)

စားသောက်ကုန် သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းတစ်ခုတွင် မှတ်ပုံတင်ခြင်း

မြန်မာနိုင်ငံတွင် လုပ်ငန်းတစ်ခုကို Delivery ပလက်ဖောင်းပေါ်တွင် မှတ်ပုံတင်ခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်သည် များသောအားဖြင့် မြန်ဆန်သဖြင့် အချိန် အများအပြား မကုန်သင့်ပါ။ များသောအားဖြင့် ပလက်ဖောင်းများ၏ လုပ်ငန်းစဉ်များသည်လည်း ဆင်တူပါသည်။ ရောင်းသူပေါင်းစုံသည့်ဈေးကွက် (Multi-Vendor Marketplace) တွင် မှတ်ပုံတင်ရာ၌ သင်၏စားသောက်ကုန်ပစ္စည်းများအကြောင်း သတင်းအချက်အလက်များပေးရန်နှင့် ကုန်ပစ္စည်းစာရင်းကို ထိရောက်စွာ စီမံရန် လိုအပ်သည်။ ကုန်စည်အချို့ကို (ဥပမာ ပျားရည် သို့မဟုတ် ချောကလက်ထုတ်ကုန်များ) ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ဖြင့် ကြော်ငြာမည်ဖြစ်ပြီး အချို့ကုန်စည်ကို (ဥပမာ - မုန်လာဥနီများ) သာမန်ကုန်စိမ်းအဖြစ်သာ ကြော်ငြာမည်ဖြစ်သည်။ မှတ်ပုံတင်သည့်လုပ်ငန်းစဉ်ကို တတ်နိုင်သမျှ လွယ်ကူစေရန် ပလက်ဖောင်းများက များသောအားဖြင့် ကူညီပေးလေ့ရှိသည်။

အခြေခံအားဖြင့် မှတ်ပုံတင်ရာတွင် အောက်ပါလုပ်ငန်းစဉ်များ ပါဝင်လေ့ရှိသည်-

၁

မှတ်ပုံတင်ခြင်း

ပလက်ဖောင်းတစ်ခုချင်းသည် ၎င်းတို့၏ ဝက်ဘ်ဆိုဒ်ပေါ်တွင် ကုန်သည် (သို့) တွဲဖက်လုပ်ကိုင်မည့်ပါတနာ အချိတ်အဆက် Link ကို ထားရှိလိမ့်မည်ဖြစ်ပြီး အောက်ဖော်ပြပါအချက်များကဲ့သို့သော ကနဦးမှတ်ပုံတင်ခြင်းဆိုင်ရာအချက်အလက်များကို ပေးအပ်ရန် လိုအပ်လိမ့်မည်-

- သင်၏ဆိုင်အမည်
- သင်၏ဆိုင်လိပ်စာ (GPS တည်နေရာ)
- ဆက်သွယ်ရန် နာမည်၊ ဖုန်းနံပါတ်၊ အီးမေးလ်
- သင်၏ဆိုင်အမျိုးအစား (ဥပမာ - အသီးအရွက်ဆိုင်၊ အသားဆိုင်)
- ဆိုင်ဖွင့်ချိန် (ဥပမာ - တနင်္လာနေ့မှ စနေနေ့၊ နံနက် ၈ နာရီ မှ ည ၁၀ နာရီထိ)
- .pdf၊ .xlsx၊ .docx၊ .jpg၊ .png ကွန်ပျူတာ format များအနက် ပုံစံတစ်မျိုးမျိုးဖြင့် ပြုစုထားသည့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများစာရင်း
- ကုန်ပစ္စည်းများ၏ ဓာတ်ပုံများ (မပါမဖြစ် မဟုတ်သော်ငြားလည်း ထည့်သွင်းဖော်ပြရန် အထူးအကြံပြုလိုသည်)
- ကုန်ပစ္စည်းများ၏ ပျမ်းမျှ ပမာဏ သို့မဟုတ် အရေအတွက် (စာရင်းစီမံခန့်ခွဲမှုပြုလုပ်နိုင်ရန်)

၂ စာချုပ်ချုပ်ဆိုခြင်း

အဆင့်အလိုက်ဝန်ဆောင်မှုသဘောတူညီချက်ကို လက်ခံရရှိခြင်း၊ ပြန်လည်သုံးသပ်ခြင်းနှင့် လက်မှတ်ရေးထိုးခြင်းတို့ ဆောင်ရွက်ရသည်။ မှတ်ပုံတင်ကြေး၊ ကော်မရှင်နှုန်းထားများ၊ ငွေပေးချေမှုဆိုင်ရာ သတ်မှတ်ချက်များ၊ ပို့ဆောင်ခ၊ ပြန်အမ်းငွေ (သို့) ကုန်ပစ္စည်းပြန်လည်ပေးအပ်ခြင်းဆိုင်ရာ မူဝါဒများနှင့် သဘောတူညီချက် ဖျက်သိမ်းခြင်းဆိုင်ရာ သတ်မှတ်ချက်များကို အထူးဂရုပြုပါ။

၃ စတင်အသုံးပြုခြင်းနှင့် လေ့ကျင့်ခြင်း

သင်ရွေးချယ်ထားသော ပလက်ဖောင်း၏ အပလီကေးရှင်းကို အသုံးပြု၍ မည်သို့အော်ဒါလက်ခံမည်၊ မည်သို့ပို့ဆောင်မည် စသည့်အသုံးပြုပုံကို ပလက်ဖောင်းက လေ့ကျင့်ပေးသင့်သည်။ အကယ်၍ သင့်အား ပလက်ဖောင်းက တက်ဘလက် (Tablet) တစ်ခုပေးလျှင် ထိုတက်ဘလက်သည် သင်၏ Point of Sales အသုံးပြုရန်စက်ကိရိယာ ဖြစ်လာလိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် ထိုတက်ဘလက်ကို မည်သို့အသုံးပြုရမည်ကို နားလည်ရန် အလွန်အရေးကြီးပါသည်။ ဤအချိန်သည် သင်အသုံးပြုသည့် ပလက်ဖောင်း၏ `back end´ Systems ကို ပြင်ဆင်ရမည့်အချိန်ဖြစ်သည်။ (ပိုမိုသိရှိလိုပါက ‘Back-end စနစ်များ အဆင်သင့်ဖြစ်စေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း’ အပိုင်းတွင် ကြည့်ပါ)

၄ စတင်ရောင်းချခြင်း

ပလက်ဖောင်းပေါ်တွင် စတင်မရောင်းချခင် ပလက်ဖောင်းက အသိပေးထားသည့်အတိုင်း သင့်ထုတ်ကုန်များအား အွန်လိုင်းတွင် ကြော်ငြာခြင်း ဟုတ်/မဟုတ် ထပ်မံဆန်းစစ်သင့်သည်။ ကြော်ငြာက ဆွဲဆောင်မှုရှိ/မရှိ ၊ ထည့်သွင်းထားသည့် အချက်အလက်များ မှန်ကန်မှုရှိ/မရှိ တို့ကို ပြန်လည်ဆန်းစစ်ပါ။ အားလုံးပြည့်စုံအဆင်သင့်ဖြစ်လျှင် ဝင်ငွေတိုးပွားစေရန် စတင်ရောင်းချနိုင်ပါပြီ။

ဥပမာဇာတ်လမ်း

ကျော်ကျော်နှင့်မြမြတို့၏ အွန်လိုင်းစီးပွားရေး ကြီးထွားလာခြင်း။

ကျော်ကျော်၏သူငယ်ချင်းက သူ့ကို လူသိအများဆုံး ကုန်စုံပို့ဆောင်ရေး ဝန်ဆောင်မှုနှစ်ခုတွင် မှတ်ပုံတင်နိုင်အောင် ကူညီပေးခဲ့ပြီး ယခုအခါ ကျော်ကျော်၏ထုတ်ကုန်များကို ပလက်ဖောင်းကုမ္ပဏီများ၏ စမတ်ဖုန်းအပလီကေးရှင်းများပေါ်တွင် မြင်တွေ့နိုင်ပြီဖြစ်သည်။ ခြောက်ပတ်ကြာပြီးနောက် ပလက်ဖောင်းဝန်ဆောင်မှုသည် အမှန်တကယ် အလုပ်ဖြစ်ကြောင်းနှင့် ရက်သတ္တပတ်တိုင်း အွန်လိုင်းအော်ဒါများသည် ၎င်းတို့ဝင်ငွေ၏ ထက်ဝက်ခန့်ပင်ရှိနေကြောင်း ကျော်ကျော်နှင့်မြမြတို့က သတိပြုမိသည်။ ကျော်ကျော်က အွန်လိုင်းမှ အော်ဒါများကို စီမံခန့်ခွဲပြီး သူ၏စမတ်ဖုန်းမှတစ်ဆင့် အော်ဒါအသစ်များရရှိကြောင်း အကြောင်းကြားစာများကို လက်ခံရရှိသည်။ ထို့နောက် မှာယူမှုတစ်ခုချင်းစီကို ပို့ဆောင်ရေးဝန်ဆောင်မှုကုမ္ပဏီမှ အဆင်သင့် လာရောက်ကောက်ယူနိုင်ရန် ထုပ်ပိုးပြင်ဆင်ပါသည်။

သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းသည် အရောင်းအဝယ်စရိတ်၏ အချိုးတစ်စုကို ယူနိုင်ဖွယ်ရှိသော်လည်း အွန်လိုင်းအော်ဒါအရေအတွက်ကို တိုးမြှင့်နိုင်ရန် ၎င်းတို့က ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ပြီး ပိုမိုများပြားကျယ်ပြန့်သော စားသုံးသူများထံသို့ ရောင်းချပေးနိုင်သည်။ မြမြသည် ယခုအခါ Facebook နှင့် အခြားလူမှုမီဒီယာပလက်ဖောင်းများမှတစ်ဆင့် တက်တက်ကြွကြွဖြင့် လုပ်ငန်းများ လည်ပတ်နေပြီဖြစ်သည်။ အခြားဝန်ဆောင်မှုများတွင်လည်း ထပ်မံမှတ်ပုံတင်ရန်နှင့် ရောင်းချသည့်ထုတ်ကုန်များတိုးချဲ့ရန် ကျော်ကျော်နှင့်မြမြတို့က လေ့လာလျက်ရှိသည်။

အွန်လိုင်းပေါ်က သင့်လုပ်ငန်းပုံစံကို တိုးတက်အောင်ဆောင်ရွက်ခြင်း

သင်၏လုပ်ငန်းကို အွန်လိုင်းပေါ်တွင် စတင်လိုက်ပြီဆိုသည်နှင့် ဝယ်နေကျဖောက်သည်များကို အသိပေးရန် လိုအပ်မည်ဖြစ်ပြီး စားသုံးသူအသစ်များထံသို့လည်း ရောက်ရှိသွားခြင်းကြောင့် သင်၏လုပ်ငန်းလည်း ပိုမိုကြီးထွားလာမည်။ အကယ်၍ သင်ကိုယ်တိုင် အွန်လိုင်းပလက်ဖောင်းထောင်တော့မည်ဆိုပါက များသောအားဖြင့် ဝက်ဘ်ဆိုဒ်တစ်ခုတည်ထောင်ခြင်း သို့မဟုတ် Facebook ကဲ့သို့သော လူမှုကွန်ရက်ပလက်ဖောင်းတစ်ခုပေါ်တွင် အွန်လိုင်း Page တည်ဆောက်ခြင်းဖြင့် စတင်နိုင်သည်။ အကယ်၍ သင်သည် ရှိပြီးသား ပလက်ဖောင်းတစ်ခုနှင့် ချိတ်ဆက်ခြင်းဖြစ်ပါက ထိုပလက်ဖောင်းတွင် သင်၏ လုပ်ငန်းကို တိုးတက်စေရန် ကူညီပေးနိုင်သော အလိုအလျောက်ထည့်သွင်းထားသည့်လုပ်ဆောင်ချက်များ (Automated Tools) ပါဝင်ပါလိမ့်မည်။

စားသုံးသူများထံ သတင်းစကားပေးပို့ခြင်း

ပုံမှန်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကဲ့သို့ပင် အွန်လိုင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုအောင်မြင်ရခြင်း၏ သော့ချက်မှာ စားသုံးသူများ ကျေနပ်ပျော်ရွှင်အောင် ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ စားသုံးသူများနှင့်ဆက်ဆံရာတွင် လက်တွေ့အသုံးချအကြံပြုချက်အချို့ကို အောက်တွင် ဖော်ပြထားသည်-

၁ ဆက်သွယ်လို့ ရပါစေ။
သင့်ထံ ဆက်သွယ်လို့ရမည့် Viber ၊ WhatsApp နှင့် ဖုန်းနံပါတ်များကို လွယ်ကူစွာ ရှာဖွေတွေ့ရှိနိုင်အောင် ဆောင်ရွက်ပေးပါ။

၂ မြန်ဆန်စွာ တုံ့ပြန်ပါ။
မိနစ်ပိုင်းအတွင်း စားသုံးသူထံ စာပြန်ပါ။ သင့်ဆိုင်၏ ဖွင့်ချိန်၊ ပိတ်ချိန်နှင့်အတူ ဆက်သွယ်ရန်ဖုန်းနံပါတ်ကို အလိုအလျောက် ပြေကြားပေးနိုင်သည့်စနစ် တည်ဆောက်ထားပါ။

၃ အနီးအနားနေသူများကို အဓိကထားပါ။
စားသုံးသူအများစုသည် သင်၏ဆိုင်အနီးပတ်ဝန်းကျင်တွင် နေထိုင်သူများ ဖြစ်ကြလိမ့်မည်။ ပုံနှိပ်ကြော်ငြာစာရွက်များဖြန့်ဝေခြင်းနှင့် အွန်လိုင်းကြော်ငြာများ၏ အသုံးဝင်မှုကို မမေ့ပါနှင့်။ ထိရောက်စွာ အသုံးချပါ။

ဆိုရှယ်မီဒီယာကို အသုံးပြုခြင်း

သင့်လုပ်ငန်း အွန်လိုင်းပေါ်ရောက်ရှိနေပြီဖြစ်ကြောင်းနှင့် အမှာစာများလက်ခံရန် အဆင်သင့်ဖြစ်ကြောင်း သတင်းစကားကို ပျံ့နှံ့စေရန် ဆိုရှယ်မီဒီယာက ကူညီပေးနိုင်သည်။ ရှိပြီးသား အွန်လိုင်းပလက်ဖောင်းနှင့် ချိတ်ဆက်ရောင်းချခြင်းဖြစ်စေ၊ ကိုယ်တိုင်ဝက်ဘ်ဆိုဒ်တည်ထောင်ရောင်းချခြင်းဖြစ်စေ၊ ဆိုရှယ်မီဒီယာကတော့ သင်၏ အရသာရှိသော စားသောက်ဖွယ်ရာများအကြောင်း စားသုံးသူများက တွေးတောမိနေစေရန် ပြုလုပ်ပေးနိုင်ပါသည်။ အဓိကသော့ချက်မှာ ဆိုရှယ်မီဒီယာပေါ်တွင် အမြဲတစေ တက်ကြွနေရန်ဖြစ်ပြီး သင်၏စားသုံးသူများနှင့် ထိတွေ့ဆက်ဆံနိုင်ရန်နှင့် ဈေးဝယ်များ၏အတွေ့အကြုံကောင်းများကို ဝေမျှနိုင်ရန် နည်းလမ်းများကို ရှာဖွေနေရပါမည်။

ဆိုရှယ်မီဒီယာ အသုံးပြုရာတွင် အရေးကြီးသည့် လက်တွေ့အသုံးချအကြံပြုချက်အချို့မှာ-

၁ ဆိုရှယ်မီဒီယာအကောင့်များ တည်ဆောက်ပါ။

သင်၏ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအတွက် Facebook Page တစ်ခု ဖန်တီးပါ။ ထို Facebook Page ကို လူသိများသည့် Group များ၊ အခြားဆိုရှယ်မီဒီယာပလက်ဖောင်းများနှင့် Viber ၊ Telegram ၊ WhatsApp ကဲ့သို့သော စာတိုပေးပို့နိုင်သည့် အပလီကေးရှင်းများနှင့် ချိတ်ဆက်ပါ။

၂ အကြောင်းအရာအသစ်များ ရေးသားပါ။

သင်ချိတ်ဆက်ထားသည့်ပလက်ဖောင်း (သို့) သင်တည်ထောင်လိုက်သည့်ဝက်ဘ်ဆိုဒ်အကြောင်း ရေးသားခြင်းဖြင့် စတင်ပါ။ သင်၏စားသောက်ကုန်ပစ္စည်းပုံများ၊ သင့်ဝန်ထမ်းများအလုပ်ကြိုးစားနေပုံ၊ သင်ထံ ထွက်ကုန်များကို ပို့ဆောင်ပေးနေသည့် တောင်သူလယ်သမားများ၏ပုံများ ပါဝင်သည့် Post များကို တစ်ရက်လျှင် အနည်းဆုံးနှစ်ကြိမ် သင်၏ Facebook Page တွင် တင်ပါ။ အင်တာနက်ကပုံများကို ဘယ်တော့မှ မသုံးပါနှင့်။ သင့်ဆိုင်၏ ပျော်စရာကောင်းသော ဓာတ်ပုံအစစ်များကိုသာ အသုံးပြုပါ။

၃ ပရိသတ်ကို ဆွဲဆောင်ပါ။

သင်၏ပရိသတ်ကို မေးခွန်းများမေးပါ။ အထူးဈေးနှုန်းများရရှိနိုင်မည့် ပြိုင်ပွဲငယ်လေးများ ဖန်တီးပါ။ သင်၏ ရောင်းကုန်များအကြောင်း ဗီဒီယိုအတိုလေးများ ရိုက်ကူးဖန်တီးပါ။ သင်၏ရောင်းကုန်များ အသုံးပြုချက်ပြုတ်နိုင်သည့် ချက်ပြုတ်နည်းများ မျှဝေပါ။ ဗီဒီယိုများအလုံအလောက်ရှိသောအခါ ထိုဗီဒီယိုများကို YouTube အကောင့်ဖြင့် ချိတ်ဆက်နိုင်ပါသည်။ သင့်ပို့စ်အတွက် သင့်ပရိသတ်ထံမှ Like များ ၊ Comment များ ရလေလေ သင်၏လုပ်ငန်းသည် ဆိုရှယ်မီဒီယာပလက်ဖောင်းများတွင် ပိုမိုထင်ရှားလာလေလေဖြစ်သည်။ အချိန်ကြာလာသည်နှင့်အမျှ `hashtags´(#) အသုံးပြုနည်းကို သင်ယူပါ၊ ထို့နောက်တွင် နာမည်ကျော်ကြားသူများနှင့် Group များကို ချိတ်ဆက်ကာ သင့်ပရိသတ်များပြားအောင်လုပ်ပါ။

၉ သင် ဂရုစိုက်ကြောင်း ပြသပါ။

ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါအား မည်သို့တုံ့ပြန်သည်ကို (ဥပမာ - သင်၏ဝန်ထမ်းများက နှာခေါင်းစည်း၊ လက်အိတ်များ အစရှိသည်တို့ကို ဝတ်ဆင်ထားသည့် ဓာတ်ပုံများ) မျှဝေပါ။ ဒေသခံအများအကျိုးဆောင်အဖွဲ့များနှင့် လူမှုအဖွဲ့အစည်းများကို သင့်လုပ်ငန်းက ကူညီနေသည့်ပုံရိပ်များ မျှဝေပါ။

Back-end စနစ်များ အဆင်သင့်ဖြစ်စေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း

အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ဈေးမရောင်းခင် သင်၏စနစ်များနှင့် လုပ်ငန်းစဉ်များ အဆင်သင့်ဖြစ်ရေး သေချာစွာ ဆောင်ရွက်ထားရန် လိုအပ်ပါလိမ့်မည်။ အကယ်၍ သင်က စားသုံးသူများ၏အော်ဒါများကို ဖြည့်ဆည်းပေးရန်ပျက်ကွက်ပါက (သို့) အလွန်အမင်း အချိန်ယူပါက (သို့) အခြားကျရှုံးမှု တစ်ခုခုဖြစ်ပါက သင်၏လုပ်ငန်းအတွက် မကောင်းပါ။ ဆိုရှယ်မီဒီယာသည် သင့်ကုန်ပစ္စည်းများအတွက် ဖောက်သည်များ ရှာဖွေပေးနိုင်သလို ဝေဖန်မှုများ ပြုလုပ်သည့်နေရာလည်း ဖြစ်သွားနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် `back end´ စနစ်များသည် အလွန်အရေးကြီးပါသည်။

အွန်လိုင်းတွင် ရောင်းချခြင်းအတွက် ကြိုတင်အော်ဒါလက်ခံရရှိခြင်းအဆင့်မှ အော်ဒါအတွက် စတင်ပြင်ဆင်ခြင်း ၊ ထုပ်ပိုးခြင်း၊ ငွေပေးချေခြင်း၊ ပို့ဆောင်ခြင်းနှင့် စားသုံးသူများ၏ အကြံပြုစာများ လက်ခံခြင်း အဆင့်တိုင်းအတွက် Workflow အသစ်ကို ပြင်ဆင်ထားရန်လိုအပ်သည်။ စားသုံးသူများ တစ်ဦးတစ်ယောက်မျှ စောင့်ဆိုင်းကျန်ရစ် မနေစေရေးအတွက် စနစ်ကို အသုံးပြု၍ အော်ဒါများ လက်ခံတတ်ရန်နှင့် ခြေရာကောက်နိုင်ရန် သေချာစွာ လေ့ကျင့်ပေးထားသူတစ်ဦး လိုအပ်ပါလိမ့်မည်။

သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများနှင့် ချိတ်ဆက်မည့်သူများအတွက် `back end´ နှင့်သက်ဆိုင်သည့် အဓိကကျသော အောက်ပါလက်တွေ့အသုံးချအကြံပြုချက်အချို့ရှိသည်-

အော်ဒါများ လက်ခံခြင်း/ ငြင်းပယ်ခြင်း

အော်ဒါတက်လာကြောင်း အကြောင်းကြားစာကို လက်ခံရရှိပြီးနောက် သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပေးမည့်သူ (ယာဉ်မောင်း) သင့်ဆိုင်သို့မရောက်မီ ထိုအော်ဒါကို လက်ခံမည် (သို့) ငြင်းပယ်မည်ကို Delivery app တွင် ရွေးချယ်ပေးရမည်။ ထိုသို့ အော်ဒါလက်ခံခြင်း (သို့) ငြင်းပယ်ခြင်းကို လုပ်ဆောင်ရန်နှင့် အွန်လိုင်းအော်ဒါများကို စီမံခန့်ခွဲရန် ဝန်ထမ်းတစ်ဦး သီးသန့်ထားရှိသင့်သည်။

ကုန်လက်ကျန်စာရင်းကို စီမံခန့်ခွဲပါ။

အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် ရောင်းချခြင်း၏ အကြီးမားဆုံး စိန်ခေါ်မှုမှာ အွန်လိုင်းတွင်ဖော်ပြထားသည့် ကုန်ပစ္စည်းနှင့် အမှန်တကယ်ရှိသည့်ကုန်ပစ္စည်း ကိုက်ညီရန်ဆောင်ရွက်ရခြင်းဖြစ်သည်။ သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများက ထိုကိစ္စကို ဆောင်ရွက်ပေးမည်မဟုတ်သဖြင့် သင်ကိုယ်တိုင် ကုန်လက်ကျန်စာရင်းကို အချိန်နှင့်တပြေးညီ စောင့်ကြည့်ရမည်ဖြစ်ပြီး လက်ကျန်ကုန်မရှိတော့ပါက အွန်လိုင်းတွင် ထိုကုန်စည်ပြသထားမှုကို အမြန်ရပ်ဆိုင်းရမည်။

လက်ရှိအခြေအနေနှင့်ကိုက်ညီသည့်အချက်များကိုသာ ဖော်ပြပါ။

အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ဖော်ပြထားသည့် စားသောက်ကုန်များနှင့် ဈေးနှုန်းများ၊ ဖော်ပြချက်များနှင့် ဓာတ်ပုံများ အားလုံးသည် နောက်ဆုံးပေါ်အခြေအနေနှင့် ညီညွတ်စေရန် သုံးသပ်ပြင်ဆင်ပါ။ (ဥပမာ ၂၀၂၁ ပြက္ခဒိန်ကို လူအများက ဝယ်ယူလိုသည့်အချိန်တွင် ၂၀၂၀ ပြက္ခဒိန် ရောင်းချခြင်း မပြုသင့်ပါ)

အရောင်းမြှင့်တင်သည့် ပရိုမိုးရှင်းအစီအစဉ်များ မကြာခဏ ပြုလုပ်ပါ။

ပရိုမိုးရှင်းများနှင့် အထူးလျှော့ဈေး အစီအစဉ်များ မကြာခဏ ပြုလုပ်ပါက စားသုံးသူများက ပါဝင်လာလေ့ရှိပြီး သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများတွင် ဤလုပ်ရှားမှုကို အလွယ်တကူပြုလုပ်နိုင်သည်။ တစ်ခု (သို့) တစ်ခုထက်ပိုဝယ်လျှင် ရာခိုင်နှုန်းအလိုက် လျှော့ဈေးပေးခြင်း၊ တစ်ခုဝယ်လျှင် နှစ်ခုပေးသည့် ပရိုမိုးရှင်းများ (သို့မဟုတ် အလားတူအစီအစဉ်)၊ အနည်းဆုံးသတ်မှတ်ထားသည့်တန်ဖိုးအထက် စုစုပေါင်းဝယ်ယူမှုအတွက် လျှော့ဈေးပေးခြင်း(ဥပမာ ၃၀၀၀၀ ကျပ်ဖိုးထက်ဝယ်ယူလျှင် မှာယူမှုစုစုပေါင်းတန်ဖိုး၏ ၁၀% ဈေးလျှော့ပေးခြင်း) စသည့် ပရိုမိုးရှင်းအစီအစဉ်များကို လုပ်လေ့ရှိသည်။

အပလီကေးရှင်း၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို လေ့လာပါ။

သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းကုမ္ပဏီများသည် ရောင်းအားတက်စေရန်အတွက် ပလက်ဖောင်း၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို အမြဲတစေ အဆင့်မြှင့်တင် တိုးချဲ့လေ့ရှိသည်။ သင်၏ ဆိုင်ဖွင့်ချိန်ကို သတ်မှတ်ထည့်သွင်းပုံ၊ အော်ဒါများလွန်းသည့်အခါ (သို့) အားလပ်ရက်များအတွင်း အော်ဒါ ယာယီရပ်ဆိုင်းပုံနှင့် သင့်ကုန်ပစ္စည်းများ ကြော်ငြာရန်နှင့် အထင်ကရဖြစ်လာစေရန် ပြုလုပ်ပုံ လုပ်ဆောင်ချက်နည်းလမ်းများကို လေ့လာထားပါ။

အချက်အလက်များမှ လေ့လာသင်ယူပါ

သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများသည် စားသုံးသူများ၏ အော်ဒါမှတ်တမ်းများ၊ လူကြိုက်များသော ကုန်ပစ္စည်းများ၊ အော်ဒါအများဆုံးလက်ခံရရှိလေ့ရှိသည့် အချိန်အပိုင်းအခြားများနှင့် သင့်ဆိုင်၏ ရောင်းရငွေစုစုပေါင်း စသည့် အချက်အလက်များစွာကို ပေးနိုင်ပါသည်။ သင့်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ရောင်းချမှုနည်းနိသယများကို ပိုမိုကောင်းမွန်အောင် ဆောင်ရွက်နိုင်ရေး ထိုအချက်အလက်များကို အသုံးပြုပါ။

ကပ်ရောဂါဖြစ်ပွားနေချိန်အတွင်း E-Commerce နှင့် နေသားတကျ ဖြစ်စေခြင်း

ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါသည် လူတိုင်းကို မည်သည့်နည်းလမ်းသစ်များ အသုံးပြု၍ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ရှေ့ဆက်ရမည်ကို စဉ်းစားတွေးတောမိစေပါသည်။ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် တဟုန်ထိုးမြင့်တက်လာမှုသည် ကိုဗစ်ကာလလွန်သည့်တိုင်အောင် ကြာမြင့်စွာ ဆက်လက်တည်ရှိနေပါလိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် အခုအချိန်သည် သင့်လုပ်ငန်းကို အွန်လိုင်းပေါ်သို့ ကူးပြောင်း၍ လုပ်ငန်းပိုမိုတိုးတက်ကြီးထွားလာအောင် လုပ်ဆောင်နိုင်မည့် အချိန်ကောင်းဖြစ်ပါသည်။

သင်၏ စားသောက်ကုန်များအား အွန်လိုင်းအသုံးပြုရောင်းဝယ်ရာတွင် ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါကြောင့် ပေါ်ပေါက်လာသည့် လက်တွေ့အခြေအနေအသစ်ကို လိုက်လျောညီထွေဖြစ်စေရန် အောက်ပါ လက်တွေ့အသုံးချအကြံပြုချက်များကို အသုံးပြုနိုင်သည်-

ကုန်ပစ္စည်းပို့ရန်အတွက် ထုပ်ပိုးခြင်း

သယ်ပို့ပလက်ဖောင်းက သင့်စားသောက်ကုန်စုံများအတွက် သင့်လျော်မည့် ကုန်ထုပ်ပိုးမှုအပြင်အဆင်ကို အကြံပေးနိုင်သည်။ ထုပ်ပိုးရာတွင်သုံးမည့်ပစ္စည်းများသည် သင့်ကုန်ပစ္စည်းအမျိုးအစားအလိုက် လိုအပ်သလို အကြမ်းခံရန်နှင့် ဆီယိုစိမ့်မှုမရှိရန် (သို့) ရေစိုခံရန် လိုအပ်ပါသည်။ သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ထိခိုက်မှု လျော့နည်းရန်နှင့် ဝယ်သူ၏ စိတ်ကျေနပ်မှုကို တိုးပွားစေရန် ပလပ်စတစ် အသုံးမပြုသည့် ထုပ်ပိုးမှုအပြင်အဆင်ကို သင်က လေ့လာဖော်ထုတ်နိုင်ပါသည်။ ထုပ်ပိုးထားသည့်ပစ္စည်းကို ပို့ဆောင်ပေးသူက ကောက်ယူမည်ဖြစ်ပြီး အဆင်သင့်သာ ပြင်ဆင်ထားပေးပါ။

ထိတွေ့မှုမဲ့ အိမ်တိုင်ရာရောက် ပို့ဆောင်ပေးခြင်း

ဗိုင်းရပ်စ်ကူးစက်နိုင်စွမ်းကို လျှော့ချပေးနိုင်ရန် ထိတွေ့မှုမဲ့ အိမ်တိုင်ရာရောက် ပို့ဆောင်ပေးသည့်ဝန်ဆောင်မှုကို ပေးနိုင်ခြင်းရှိ/မရှိ ပလက်ဖောင်း (သို့) ပို့ဆောင်ပေးမည့်သူကို မေးမြန်းပါ။ ဤလုပ်ငန်းစဉ်တွင် ဝယ်ယူသူက အော်ဒါလက်ခံရရှိကြောင်း အတည်ပြုပေးရုံသာ ဖြစ်ပြီး ပစ္စည်းကို တိုက်ရိုက် ကိုင်တွယ်ရန် မလိုအပ်ပါ။

ငွေသားမဲ့ဆောင်ရွက်ခြင်း

အွန်လိုင်းငွေပေးချေမှုစနစ်သို့ ပြောင်းလဲရန် အခြားအကြောင်းရင်းတစ်ခုမှာ ငွေစက္ကူကိုင်ခြင်းသည် ဗိုင်းရပ်စ်ကူးစက်နိုင်စွမ်းကို ပိုမိုမြင့်တက်စေနိုင်ခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။ သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများတွင် ငွေသားမဲ့အရောင်းအဝယ်ပြုလုပ်နိုင်ရန် လွယ်ကူသော Option များ ရှိသင့်သည်။ ပိုမိုသိရှိလိုပါက “ငွေပေးချေမှု”အပိုင်းတွင် ကြည့်ပါ။

အလုပ်ခွင် ဘေးကင်းအောင် ပြင်ဆင်ထားပုံကို ဝယ်သူများအား ပြသခြင်း

ကျန်းမာရေးနှင့်ဘေးကင်းရေးလိုအပ်ချက်များနှင့်အညီ စားသောက်ကုန်များကို ပြင်ဆင်ပုံနှင့် ပို့ဆောင်ပုံများကို ပြသသည့် ဓာတ်ပုံများ၊ ဗွီဒီယိုများနှင့် သတင်းအချက်အလက်များကို မျှဝေခြင်းဖြင့် စားသုံးသူများ၏ယုံကြည်မှုကို ရယူပါ။ အော်ဒါများလည်း တိုးလာပါလိမ့်မည်။

ဥပမာဇာတ်လမ်း

နွေးနွေးက ကိုဗစ်ရောဂါကာကွယ်မှုနှင့် ပတ်သက်သည့် ပထမဆုံးဗီဒီယိုကို လွှင့်တင်ခြင်း။

ဖောက်သည်အချို့က ဗိုင်းရပ်စ်ကူးစက်ပြန့်ပွားမှုအန္တရာယ်ကြောင့် ပေါင်မုန့်မှာယူရန် စိတ်ပူနေကြကြောင်း အိမ်နီးချင်းများက နွေးနွေးကို ပြောပြခဲ့သည်။ ထိုကိစ္စကို အခွင့်အရေးတစ်ခုအဖြစ် မှတ်ယူ၍ နွေးနွေးသည် သူမနှင့်သူမ၏အလုပ်သမားများ အလုပ်ခွင်သို့ရောက်သည့်အခါ အပူချိန်တိုင်းတာပုံ၊ လက်အိတ်များနှင့်မျက်နှာဖုံးများ အသုံးပြုပုံနှင့် တံဆိပ်ခတ်ထားသည့် သန့်ရှင်းသောဘူးများတွင် ပေါင်မုန့်ထုပ်ပိုးပုံ လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်များအား ပြသသည့် ဗီဒီယိုအတိုလေးကို ရိုက်ကူးပါသည်။ ထို့နောက်တွင် သူမ၏ ဝယ်သူများထံ Viber ဖြင့် ပေးပို့ပြီး ဝယ်သူများဘက် ကလည်း အပြုသဘောဆောင်သည့်မှတ်ချက်များဖြင့် ပြန်လည်တုံ့ပြန်ကြသည်။ ထိုနေ့တွင်ပင် ဝယ်သူများထံမှ အော်ဒါမှာသည့် အရေအတွက် ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း တိုးလာသည်။

ဥပဒေများကို လိုက်နာခြင်း

သင်၏စားသောက်ကုန်များကို အွန်လိုင်းတွင်ရောင်းချရာတွင် အစားအစာသန့်ရှင်းမှုဆိုင်ရာ စံချိန်စံညွှန်းများ၊ ကုန်သွယ်မှုဆိုင်ရာစာချုပ်များ (အငြင်းပွားမှုများဖြေရှင်းခြင်း အပါအဝင်) နှင့် လုပ်သားခန့်အပ်ခြင်းဆိုင်ရာ လိုအပ်ချက်များ ကဲ့သို့သော စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ရာတွင် လိုက်နာရမည့်ဥပဒေများအားလုံးနှင့်အညီ လိုက်နာဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်သည်။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေကိုလည်း လိုက်နာကျင့်သုံးရမည်။ သင့်လုပ်ငန်း၏အထောက်အထား၊ ငွေပေးချေမှုဆိုင်ရာ သတ်မှတ်ချက်များ၊ ဖျက်သိမ်းခြင်းနှင့် ပြန်အမ်းငွေပေးအပ်ခြင်း ကဲ့သို့သော အချက်အလက်များ အပါအဝင် အခြားလိုအပ်သည့်အချက်အလက်များကို စားသုံးသူများထံသို့ တိကျစွာ ပေးရမည်။ ဤကိစ္စနှင့်ပတ်သက်၍ အွန်လိုင်းသယ်ပို့ပလက်ဖောင်းက သင့်ကို အကြံဉာဏ်များပေးနိုင်လိမ့်မည်။

အွန်လိုင်းတွင် ရောင်းချသော ကုမ္ပဏီများ လိုက်နာရန် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို လက်ရှိတွင် ရေးဆွဲနေဆဲဖြစ်သည်။ အပြီးသတ်မရေးဆွဲရသေးသည့် E-commerce ဥပဒေသစ်အရ E-commerce လုပ်ဆောင်သည့်လုပ်ငန်းများ မှတ်ပုံတင်ရန် လိုအပ်ကောင်း လိုအပ်နိုင်ပါသည်။ အွန်လိုင်းအသုံးပြု ရောင်းချသည့်လုပ်ငန်းများသည်လည်း သာမန်နည်းလမ်းများဖြင့် အရောင်းအဝယ်လုပ်သည့် ကုမ္ပဏီများကဲ့သို့ပင် အခွန်ဆိုင်ရာဥပဒေများက အကျိုးသက်ရောက်မည်ဖြစ်ကြောင်း သင် ကြိုတင်တွက်ဆနိုင်ပါသည်။ သင်သည် သယ်ပို့ပလက်ဖောင်းတစ်ခုနှင့်ချိတ်ဆက်ပြီးပါက အချက်အလက်များကို ကာကွယ်နိုင်ရေး မည်သို့ကူညီပေးနိုင်သည်ကို မေးမြန်းသင့်ပြီး ဥပဒေနှင့်အညီ ဆောင်ရွက်သင့်ပါသည်။

ငွေပေးချေခြင်း

ပစ္စည်းရောက် လက်ငင်းငွေချေစနစ်သည် အသုံးအများဆုံးနည်းလမ်းဖြစ်နေဆဲဖြစ်သဖြင့် သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းအများစုက ယင်းပေးချေမှုပုံစံကို ခွင့်ပြုပါလိမ့်မည်။ သို့ရာတွင် အွန်လိုင်းမှ ငွေပေးချေခြင်းသည် အကျိုးကျေးဇူးများနှင့် အားသာချက် များစွာရှိနေပါသည်။ ပလက်ဖောင်း အများအပြားက အလိုအလျောက်ငွေပေးချေမှုပြုလုပ်နိုင်ရန် ‘Point of Sale’ စက်များကို အခမဲ့ပေးနိုင်သည်။ အွန်လိုင်းမှငွေပေးချေခြင်းဖြင့် ချေးငွေများ လျှောက်ထားခြင်းနှင့် လုပ်ငန်းအာမခံထားခြင်းတို့အတွက် ဘဏ်များနှင့် အာမခံပေးသူများ လိုအပ်သည့် အချက်အလက် များကို ရရှိစေမည်ဖြစ်ပြီး သင်၏လုပ်ငန်းကို ကြီးထွားလာစေရန် ကူညီပေးနိုင်ပါသည်။ အရေးကြီးဆုံးအချက်မှာ ငွေသားမဲ့ပေးချေခြင်းကြောင့် ငွေစက္ကူကိုင်ဆောင်ခြင်းမှတစ်ဆင့် ကိုဗစ်-၁၉ ကပ်ရောဂါကူးစက်မှုဖြစ်နိုင်ခြေကို ရှောင်ရှားနိုင်သည်။

သင်သည် အွန်လိုင်းသယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းနှင့် ချိတ်ဆက်ထားပါက ယင်းပလက်ဖောင်းသည် အွန်လိုင်းမှ ငွေပေးချေမှုကို လက်ခံနိုင်သည့်ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုကို ပေးနိုင်ဖွယ်ရှိသည်။ များသောအားဖြင့် ဝယ်သူများက လက်ငင်းငွေပေးချေမှုကဒ် (Debit Card) (သို့) အကြွေးဝယ်ခွင့်ကဒ် (Credit Card) များအသုံးပြု၍ အပလီကေးရှင်းမှတစ်ဆင့် ငွေပေးချေနိုင်ရန် ပလက်ဖောင်းက ဆောင်ရွက်ပေးပြီး ရောင်းချရငွေကို စုစည်းကာ သင့်ကုမ္ပဏီ၏ ဘဏ်အကောင့်သို့ ပေးချေရမည့်ပိုက်ဆံပမာဏအား တိုက်ရိုက်လွှဲပြောင်းပေးပို့ပေးသည်။ သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှုပလက်ဖောင်းများသည် များသောအားဖြင့် သင်ရွေးချယ်သည့် ငွေပေးချေသည့်ဝန်ဆောင်မှုပေးသောလုပ်ငန်းတစ်ခုခု (WavePay ၊ KBZ Pay ၊ CB Pay ၊ AYA Pay အစရှိသဖြင့်) နှင့် 'ပေါင်းစည်း' နိုင်သည်။ မြန်မာနိုင်ငံရှိ ငွေပေးချေသည့်ဝန်ဆောင်မှုပေးသောလုပ်ငန်းအချို့ကို 'နောက်ထပ်သတင်းအချက်အလက်များ' အပိုင်းတွင် ကြည့်ပါ။

သင်ကိုယ်တိုင် အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် တိုက်ရိုက်ရောင်းချမည်ဆိုပါက ကုန်သည်များ ရယူသုံးစွဲနိုင်သော ဝန်ဆောင်မှုအမျိုးအစားများကို ဘဏ်တွင် ရှေးဦးစွာ စုံစမ်းသင့်သည်။ လုပ်ငန်းတစ်ခုအဖြစ် ပေးချေမည့်ငွေအား လက်ခံရန်ဘဏ်စာရင်း (Merchant Account) ဖွင့်လှစ်ခြင်းနှင့် သုံးစွဲသူများ၏ ပေးချေမှုများနှင့် ထိုဘဏ်စာရင်းကို ချိတ်ဆက်ရန် Payment Gateway အသုံးပြုခြင်း တို့ ဤအဆင့်တွင် ပါဝင်လိမ့်မည်။ ငွေပေးချေမှုများကို ကောက်ခံနိုင်ပြီး ချိတ်ဆက်ဘဏ်အကောင့်များသို့ တိုက်ရိုက်ငွေရှင်းနိုင်မည့် Merchant Account ကို ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်သော WavePay ကဲ့သို့သော ဒီဂျစ်တယ်ပိုက်ဆံအိတ် "Digital Wallet" များနှင့်လည်း ဆွေးနွေးနိုင်သည်။

မည်သည့်နည်းလမ်းကို ရွေးစေကာမူ ကုန်ကျစရိတ်များရှိမည်ဖြစ်သဖြင့် သေချာစွာ စစ်ဆေး နှိုင်းယှဉ်ပါ။

ဥပမာဇာတ်လမ်း

ကျော်ကျော်နှင့်မြမြက ၎င်းတို့၏ ငွေကြေးလည်ပတ်မှုကို စီမံခန့်ခွဲခြင်း။

ယခုအခါ ကျော်ကျော်သည် အွန်လိုင်းစားသောက်ကုန်သယ်ပို့ဝန်ဆောင်မှု အတော်များများတွင် မှတ်ပုံတင်ပြီးဖြစ်သည်။ သူသည် နေ့စဉ် မိုဘိုင်းအော်ဒါမှာယူမှုပလက်ဖောင်းများ အသုံးပြု၍ မှာယူကြသော ရန်ကုန်တစ်မြို့လုံးရှိ စားသုံးသူများထံသို့ ကုန်ထုပ်များကို ပို့ပေးလျက်ရှိသည်။ ပလက်ဖောင်းအပလီကေးရှင်းတွင် ကြည့်ရှုနိုင်သည့် အော်ဒါမှတ်တမ်းများကြောင့် ငွေပေးချေမှုများကို အလွယ်တကူ ခြေရာကောက်နိုင်သည်။ အချို့ပလက်ဖောင်းများက ကုန်ထုပ်များ လာယူစဉ် တိုက်ရိုက်ပေးချေပြီး အချို့ပလက်ဖောင်းများက တစ်ပတ်လျှင် နှစ်ကြိမ် ဘဏ်မှငွေလွှဲသည်။

ယခုအခါ ကျော်ကျော်သည် ငွေပေးချေမှုများနှင့် အော်ဒါများကို စောင့်ကြည့်နိုင်ပြီဖြစ်သဖြင့် လာမည့်အပတ်အတွက် ပိုမိုများပြားသော အသီးနှင့်ဟင်းသီးဟင်းရွက်အော်ဒါများကို လက်ခံနိုင်ရန် ကိုယ့်ကိုကိုယ် ပိုမိုယုံကြည်စိတ်ချလာသည်။ မြမြက ဆိုင်ပြန်လည်ပြုပြင်မွမ်းမံဖို့ ချေးငွေရယူရန် ရွေးချယ်စရာများကို လေ့လာလျက်ရှိသည်။

ကြည့်ရတာ အခြေအနေတွေ အဆင်ပြေနေပုံပါပဲ။

GOOD PRACTICE GUIDE

နောက်ထပ်သတင်းအချက်အလက်များ

အောက်ပါကုမ္ပဏီများသည် ဤလမ်းညွှန် ရေးဆွဲရာတွင် အချက်အလက်ထောက်ပံ့ပေးသူများအဖြစ် ကူညီပံ့ပိုးပေးခဲ့ပါသည်။ ၎င်းတို့၏ လုပ်ငန်းများအကြောင်း ထပ်မံသိရှိလိုပါက ဆက်သွယ်မေးမြန်းနိုင်ပါသည်။

သင်၏ ကုမ္ပဏီသည် ထပ်မံရေးဆွဲမည့်လမ်းညွှန်များ၊ အသိပညာပေးစာစောင်များတွင် အချက်အလက်ထောက်ပံ့ပေးသူအဖြစ် ပါဝင်လိုပါက tradeworthy.com သို့မဟုတ် MoC Digital Trade Unit (digitaltradeunit.dot@gmail.com) သို့ ဆက်သွယ်နိုင်ပါသည်။

Designed by Richie Chan (richiechan.01@gmail.com)