

THE REPUBLIC OF THE UNION OF MYANMAR
MINISTRY OF HOTELS AND TOURISM



2021-2025

MYANMAR TOURISM STRATEGIC RECOVERY ROADMAP

မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားကဏ္ဍပြန်လည်ထူထောင်ရေး
မဟာဗျူဟာလမ်းပြမြေပုံ

Recover – Reset – Restart

ပြန်လည်ထူထောင်ရန် - ပြန်လည်ဖွဲ့စည်းရန် - ပြန်လည်စတင်ရန်

EXECUTIVE REPORT

SEPTEMBER 2020

TABLE OF CONTENTS

- 4 What is the purpose of the Tourism Strategic Recovery Roadmap?**
ခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ထူထောင်ရေး မဟာဗျူဟာလမ်းပြမြေပုံ၏ ရည်ရွယ်ချက်
- 6 Foreword**
ဥယျာဇဉ်
- 8 UNWTO Recommendations and Pillars**
ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်(UNWTO)၏ အကြံပြုချက်များနှင့် မဏ္ဍိုင်များ
- 12 Our Mission for Recovery**
ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့်ပတ်သက်သော ကျွန်ုပ်တို့၏ရည်မှန်းချက်
- 13 Our Goals for Recovery**
ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့်ပတ်သက်သော ကျွန်ုပ်တို့၏ပန်းတိုင်များ
- 17 Introduction**
နိဒါန်း
- 18 Our Response**
ကျွန်ုပ်တို့၏ အရေးယူဆောင်ရွက်ချက်
- 21 Impacts of COVID-19**
COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏သက်ရောက်မှုများ
- 28 What are our Options?**
ရွေးချယ်စရာနည်းလမ်းများ
- 34 The Strategic Roadmap**
မဟာဗျူဟာလမ်းပြမြေပုံ
- 50 Our Next Steps**
ကျွန်ုပ်တို့၏ရှေ့လုပ်ငန်းစဉ်များ
- 52 Appendix 1: Documents used in the development of the MTSRR**
နောက်ဆက်တွဲ (၁) - MTSRR ရေးသားပြုစုရာတွင် အကိုးအကားပြုခဲ့သော စာရွက်စာတမ်းများ
- Appendix 2 - Glossary**
- 54** နောက်ဆက်တွဲ (၂) - အဓိပ္ပါယ်ဖွင့်ဆိုချက်



His Excellency U Ohn Maung, Union Minister, Ministry of Hotels and Tourism initiated and supported the development of the Myanmar Tourism Strategic Recovery Roadmap in response to the devastating impact of COVID-19 on the Myanmar tourism sector in 2020. The Roadmap links the Tourism Master Plan (2013-2020) with a future Tourism Master Plan which will be prepared at the appropriate time.

The MTSRR was developed in partnership with the Ministry of Hotels and Tourism, the UNWTO, and Luxembourg Development Cooperation Agency.

©2020 Ministry of Hotels and Tourism, The Republic of the Union of Myanmar

၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်တွင် မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားကဏ္ဍကို ဆိုးရွားစွာ ထိခိုက်စေခဲ့သည့် COVID-19 ကပ်ရောဂါ သက်ရောက်မှုများကို တုံ့ပြန်ရန် အတွက် မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ထူထောင်ရေး မဟာဗျူဟာ လမ်းပြမြေပုံကို ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဦးအုန်းမောင်၏ ဦးဆောင်လမ်းညွှန်မှုဖြင့် ရေးဆွဲခြင်းဖြစ်ပါသည်။

ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် (UNWTO) နှင့် လူ့အင်အား ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေး အေဂျင်စီတို့ ပူးပေါင်း၍ ဤ MTSRR လမ်းပြမြေပုံကို ပြီးမြောက်အောင် ရေးဆွဲခဲ့ကြပါသည်။

ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်၊ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၏ မူပိုင်ခွင့် © - ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်။





What is the purpose of the Tourism Strategic Recovery Roadmap?

ဘရိသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ထူထောင်ရေး ပဟာပျူဟာလမ်းပြင်မြပုံ၏ ရည်ရွယ်ချက်

Based on our previous Tourism Master Plan (2013-2020), the MTSRR is our response to COVID-19 and aligned with UNWTO Global Guidelines to Restart Tourism. The Roadmap will integrate and expand our new six-pillar Tourism Master Plan outline to be presented to the cabinet for implementation over the coming five years. The Roadmap will be the action plan for the Master Plan.

The goal is that before the 2021 Myanmar New Year, all State and Regional Tourism Committees (RTCs) will develop their own State and Regional Master Plans to reflect the actions in the MTSRR. Two forums will be held each month after the November election with industry stakeholders in each State and Region. To support the RTCs, we will advise and support newly created District and Township level Destination Management Organisation Committees (DMOs) to create their own destination specific one-year action plans as a foundation for each State and Region's Master Plan.

COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏ သက်ရောက်မှုများကို တုံ့ပြန်ဖြေရှင်းနိုင်ရန် ရေးဆွဲထားသော ဤ MTSRR လမ်းပြမြေပုံသည် ယခင်ပြုစုခဲ့သော မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပင်မစီမံကိန်း (၂၀၁၃-၂၀၂၀) ကို အခြေခံ၍ ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ်(UNWTO)၏ “ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်စတင်ရေး ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာလမ်းညွှန်ချက်များ” နှင့်အညီ ရေးဆွဲထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ဤလမ်းပြမြေပုံတွင် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပင်မစီမံကိန်းအသစ်၏ မဏ္ဍိုင်ခြောက်ခုကို အခြေခံ၍ ရေးသားထားခြင်းဖြစ်ပြီး နောင်လာမည့် ငါးနှစ်ကာလအတွင်း အကောင်အထည်ဖော်ရန် ပြည်ထောင်စုအစိုးရအဖွဲ့ထံသို့ တင်ပြမည့် အနှစ်ချုပ်စာတမ်းတစ်စောင် ဖြစ်ပါသည်။ ဤလမ်းပြမြေပုံသည် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပင်မစီမံကိန်းကို အကောင်အထည်ဖော်ရန် ရေးဆွဲထားသော လုပ်ငန်းစီမံချက်ဖြစ်ပါသည်။

ဤလမ်းပြမြေပုံ၏ လုပ်ငန်းစဉ်များကို အခြေခံ၍ ပြည်နယ်နှင့် တိုင်းဒေသကြီးရှိ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကော်မတီများ (RTCs)က မိမိတို့၏ ဒေသအလိုက် စီမံကိန်းများကို ၂၀၂၁ ခုနှစ် မြန်မာနှစ်သစ်မတိုင်မီ ရေးဆွဲရန် ရည်ရွယ်ပါသည်။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် နိုဝင်ဘာလနောက်ပိုင်းတွင် ပြည်နယ်နှင့်တိုင်းဒေသကြီးအသီးသီးတို့၌ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍနှင့် ပတ်သက်ဆက်သွယ်သူများ အားလုံးပါဝင်သည့် ဆွေးနွေးပွဲများကို တစ်လလျှင် နှစ်ကြိမ်ပြုလုပ်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ အသစ်ဖွဲ့စည်းထားသော ခရိုင်နှင့် မြို့နယ်အဆင့် ခရီးစဉ် ဒေသစီမံခန့်ခွဲမှုအဖွဲ့ (DMOs) များကို အကြံဉာဏ်နှင့် အထောက်အပံ့ပေးခြင်းဖြင့် ပြည်နယ်နှင့်တိုင်းဒေသကြီး ခရီးသွားလုပ်ငန်းကော်မတီများ (RTCs) များကို ပံ့ပိုးပေးမည်ဖြစ်ပါသည်။ ခရိုင်နှင့် မြို့နယ်အဆင့် ခရီးစဉ်ဒေသစီမံခန့်ခွဲမှုအဖွဲ့ (DMOs) များက ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုစီအတွက် တစ်နှစ်အတွင်း အကောင်အထည်ဖော်ရန် အစီအစဉ်တစ်ရပ်ကို ရေးဆွဲရမည်ဖြစ်ပြီး ပြည်နယ်နှင့်တိုင်းဒေသကြီးများ၏ ပင်မစီမံကိန်းတစ်ခုစီအတွက် အခြေခံအုတ်မြစ်အဖြစ် ထားရှိမည်ဖြစ်ပါသည်။

Foreword

by **HE U Ohn Maung,**
Union Minister for
the Ministry of Hotels and Tourism

Tourism forms a vital contribution to our economy and the well-being of our nation. The COVID-19 pandemic has impacted every aspect of our tourism sector: independent guides, small businesses, travel agencies, transport, hotels, restaurants, as well as those who work in the supply chain. Our immediate concern is to provide as much support within our resources to assist those who have lost their jobs and whose businesses are struggling.

We must however take the opportunity to think of the future, to be ready for re-opening of tourism, to rebuild a resilient, vibrant, and innovative sector that provides greater opportunities for job creation and economic growth that shares the benefits of tourism more widely for all of our citizens.

I would like to thank the UNWTO and LuxDev for their support in developing this roadmap for tourism recovery, and everyone from all sectors who contributed to the MTSRR. I would also like to take this opportunity to commend everyone from MoHT and our partner Ministries for their hard-working efforts to rebuild tourism during these difficult times. Let us continue to cooperate, collaborate, and communicate to ensure the most effective use of all our resources to restart tourism in Myanmar.

H.E. U Ohn Maung
Union Minister
Ministry of Hotels and Tourism
Republic of the Union of Myanmar
Nay Pyi Taw
September 2020



ဥယျာဇဉ်

ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန ၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဦးအုန်းမောင်၏ ဥယျာဇဉ်

ခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် နိုင်ငံတော်၏စီးပွားရေးနှင့် သာယာဝပြောရေးတို့အတွက် ပဓာနကျသော အထောက်အပံ့တစ်ခုဖြစ်သည်။ COVID-19 ကပ်ရောဂါသည် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍတွင် ပါဝင်သော ဧည့်လမ်းညွှန်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းငယ်များ ၊ ခရီးသွားအေဂျင်စီများ ၊ ပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများ ၊ ဟိုတယ်များ ၊ စားသောက်ဆိုင်များနှင့် ကုန်စည်စီးဆင်းမှုလမ်းကြောင်း (Supply Chains) တစ်လျှောက် လုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်သူများ အားလုံးအပေါ်တွင် သက်ရောက်မှုများစွာ ဖြစ်ပေါ်စေခဲ့သည်။ လတ်တလော ဆောင်ရွက်ရန်မှာ အလုပ်အကိုင် ဆုံးရှုံးခဲ့ရသောသူများနှင့် ရုန်းကန်နေရသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် အထောက်အပံ့များကို တတ်နိုင်သရွေ့ ကူညီထောက်ပံ့ပေးရန်ဖြစ်သည်။

ယခုအခြေအနေကို အနာဂတ်အတွက် ကောင်းစွာအသုံးပြုရန် ၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်နိုင်ရေးအတွက် အဆင်သင့်ဖြစ်စေရန်နှင့် ခံနိုင်ရည်ရှိသော ၊ ရှင်သန်လှုပ်ရှားမှုရှိသော ၊ တီထွင်ဖန်တီးမှုအားကောင်းသော လုပ်ငန်းကဏ္ဍအဖြစ် ပြန်လည်ထူထောင်ရန်တို့ကိုပါ ထည့်သွင်းစဉ်းစားရမည် ဖြစ်ပါသည်။ သို့မှသာ အလုပ်အကိုင်ဖန်တီးမှုနှင့် စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုများအတွက် အခွင့်အလမ်းကောင်းများ ပေးစွမ်းနိုင်မည်ဖြစ်ပြီး တစ်ဆက်တည်းမှာပင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍမှ ဖြစ်ထွန်းရရှိလာမည့် အကျိုးကျေးဇူးများကို နိုင်ငံသားအားလုံးအတွက် ပိုမိုကျယ်ပြန့်စွာ မျှဝေပေးနိုင်မည်ဖြစ်သည်။

ခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအတွက် ဤလမ်းပြမြေပုံ ဖြစ်မြောက်အောင် ပံ့ပိုးပေးခဲ့သော ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် (UNWTO) နှင့် လူဇင်ဘတ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအေဂျင်စီတို့ကို ကျွန်ုပ်အနေဖြင့် ကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။ ထို့အပြင် MTSRR လမ်းပြမြေပုံ ရေးဆွဲရာတွင် ပူးပေါင်းပါဝင်ခဲ့ကြသော ကဏ္ဍအသီးသီးမှပုဂ္ဂိုလ်များ အားလုံးကို ကျေးဇူးတင်ကြောင်း ဖော်ပြလိုပါသည်။ ဤအကျပ်အတည်း အခက်အခဲကာလအတွင်း ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်တည်ဆောက်ရာတွင် ပါဝင်ပေးခဲ့ကြသော ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန (MoHT) နှင့် ဆက်စပ်ဝန်ကြီးဌာနများမှ အရာထမ်း အမှုထမ်းများ၏ အားထုတ်ကြိုးပမ်းမှုများအတွက် ချီးကျူးဂုဏ်ပြုပါသည်။ ကျွန်ုပ်တို့တွင်ရှိသော အရင်းအမြစ်များအားလုံးကို အကျိုးရှိစွာ အသုံးပြု၍ မြန်မာနိုင်ငံ၏ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်စတင်နိုင်ရေးအတွက် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုများ ၊ ညှိနှိုင်းဆောင်ရွက်မှုများ ၊ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှုများဖြင့် ရှေ့ဆက်ဆောင်ရွက်ကြရန် လေးနက်စွာ တိုက်တွန်းအပ်ပါသည်။

ဦးအုန်းမောင်
ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး
ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန
ပြည်ထောင်စုသမ္မတ မြန်မာနိုင်ငံတော်
နေပြည်တော်
၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ စက်တင်ဘာလ။

UNWTO

Recommendations and Pillars

Recommendations: A Call for Action Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery

These recommendations have been developed by the UNWTO to support the tourism sector in its recovery, and have been used to guide the MTSRR¹

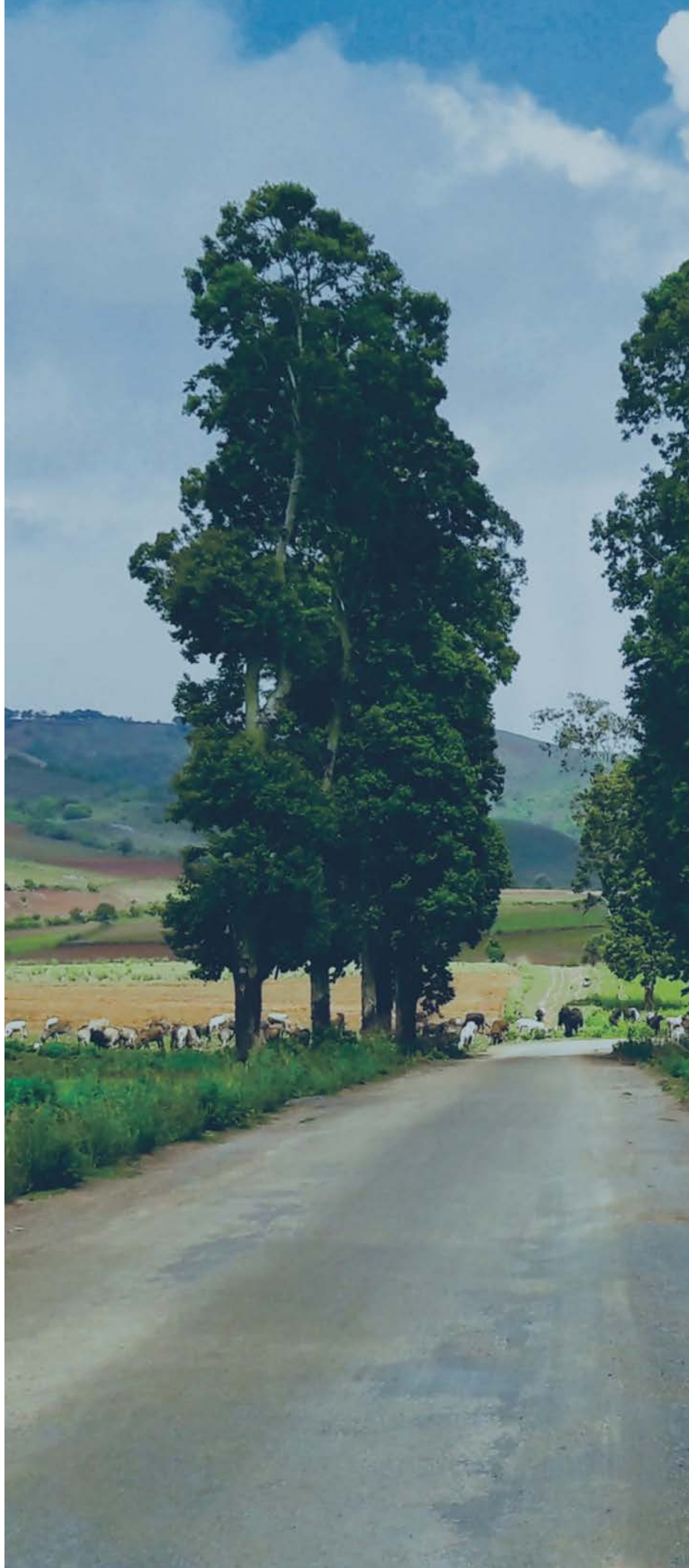
I. Managing the crisis and mitigating the impact

1. Incentivize job retention, sustain the self-employed and protect the most vulnerable groups
2. Support companies' liquidity
3. Review taxes, charges, levies and regulations impacting transport and tourism
4. Ensure consumer protection and confidence
5. Promote skills development, especially digital skills
6. Include tourism in national, regional and global economic emergency packages
7. Create crisis management mechanisms and strategies

II. Providing stimulus and accelerating recovery

8. Provide financial stimulus for tourism investment and operations
9. Review taxes, charges and regulations impacting travel and tourism

¹ UNWTO (2020) Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism: A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery





ကမ္ဘာ့ရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် (UNWTO)၏ အကြံပြုချက်များနှင့် ပဏ္ဍိုင်များ

အကြံပြုချက်များ - COVID-19 ကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော လူမှုစီးပွားရေး သက်ရောက်မှုများ လျော့ပါးသက်သာစေရေးအတွက် ချက်ချင်းဆောင်ရွက်ရန်နှင့် အလျင်အမြန် ပြန်လည်ထူထောင်ရေး အရှိန်မြှင့်ရန်။

က) အရေးပေါ်အကျပ်အတည်းကာလ စီမံခန့်ခွဲမှုနှင့် သက်ရောက်မှုလျော့ပါးစေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း။

- ၁။ အလုပ်အကိုင်များ ဆက်လက်ထိန်းထားနိုင်ရေး ပံ့ပိုးရန်။ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်သူများကို အားပေးရန်။ ထိခိုက်လွယ်သော ချို့တဲ့အားနည်းသူများကို အကာအကွယ်ပေးရန်။
- ၂။ ကုမ္ပဏီများ၏ ငွေကြေးလည်ပတ်မှုရှိစေရေး အထောက်အပံ့ပေးရန်။
- ၃။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများကို သက်ရောက်လျက်ရှိသော အခွန်အခများ၊ အဖိုးအခများ၊ စည်းကြပ်ခွန်များနှင့် စည်းကမ်းသတ်မှတ်ချက်များကို ပြန်လည်သုံးသပ်ရန်။
- ၄။ စားသုံးသူများကို ကာကွယ်စောင့်ရှောက်ရန်နှင့် စိတ်ချယုံကြည်မှု ပြန်လည်ရရှိရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၅။ ကျွမ်းကျင်မှုများ (အထူးသဖြင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာကျွမ်းကျင်မှုများ) ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၆။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကို အမျိုးသားစီးပွားရေး၊ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးနှင့် ကမ္ဘာ့စီးပွားရေးတို့၏ အရေးပေါ်အစီအစဉ်များတွင် ဦးစားပေးကဏ္ဍတစ်ခုအဖြစ် ထည့်သွင်းစဉ်းစားရန်။
- ၇။ အရေးပေါ်အကျပ်အတည်း စီမံခန့်ခွဲမှု ယန္တရားများနှင့် မဟာဗျူဟာများကို ချမှတ်ရန်။

ခ) အရေးပေါ်ထောက်ပံ့ငွေများပေးခြင်းနှင့် ပြန်လည်ထူထောင်ရေး အရှိန်မြှင့်ခြင်း။

- ၈။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများနှင့် လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှုအတွက် အရေးပေါ်ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ အထောက်အပံ့များပေးရန်။
- ၉။ ခရီးသွားလာခြင်းနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းများအပေါ် သက်ရောက်လျက်ရှိသော အခွန်အခများ၊ အဖိုးအခများနှင့် စည်းကမ်းသတ်မှတ်ချက်များကို ပြန်လည်သုံးသပ်ရန်။

- 10. Advance travel facilitation
- 11. Promote new jobs and skills development, particularly digital ones
- 12. Mainstream environmental sustainability in stimulus and recovery packages
- 13. Understand the market and act quickly to restore confidence and stimulate demand
- 14. Boost marketing, events and meetings
- 15. Invest in partnerships
- 16. Mainstream tourism in national, regional and international recovery programmes and in Development Assistance

III. Preparing for tomorrow

- 17. Diversify markets, products and services
- 18. Invest in market intelligence systems and digital transformation
- 19. Reinforce tourism governance at all levels
- 20. Prepare for crisis, build resilience and ensure tourism is part of national emergency mechanism and systems
- 21. Invest in human capital and talent development
- 22. Place sustainable tourism firmly on the national agenda
- 23. Transition to the circular economy and embrace the SDGs

Three Main Pillars of Technical Covid-19 Tourism Recovery Technical Assistance

UNWTO has designed the “COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package”.² The package offers guidance to both public and private tourism sector stakeholders in their crisis response by, firstly, outlining UNWTO’s range of technical assistance, and, secondly, detailing potential areas of intervention, including impact assessment, roles and responsibilities:

² UNWTO (May 2020) COVID-19 Tourism Recovery Technical Assistant Package

- ၁၀။ခရီးသွားလာမှု လွယ်ကူချောမွေ့ရေးကို ပိုမိုကောင်းမွန်အောင် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၁။အလုပ်အကိုင်အသစ်များ ဖော်ထုတ်ရန်နှင့် ကျွမ်းကျင်မှုများ (အထူးသဖြင့် ဒစ်ဂျစ်တယ် နည်းပညာ) ကို ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၂။သဘာဝပတ်ဝန်းကျင် ရေရှည်တည်တံ့ရေးနှင့်ပတ်သက်သော အရေးပေါ်ထောက်ပံ့ ငွေများပေးရန်နှင့် ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအစီအမံများ ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၃။ဈေးကွက်များကို သိရှိနားလည်ပြီး ယုံကြည်မှု အမြန်ပြန်လည်တည်ဆောက်ရန်နှင့် ဝယ်လိုအား မြှင့်တက်လာအောင် လှုံ့ဆော်ရန်။
- ၁၄။ဈေးကွက်မြှင့်တင်ခြင်း ၊ ပြပွဲများပြုလုပ်ခြင်းနှင့် အစည်းအဝေးပွဲများကို တိုးမြှင့်လုပ် ဆောင်သွားရန်။
- ၁၅။ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုအခန်းကဏ္ဍတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန်။
- ၁၆။နိုင်ငံတော်အဆင့် ၊ ဒေသတွင်းနှင့် နိုင်ငံတကာမှ ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအစီအစဉ်များနှင့် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု အထောက်အပံ့များရရှိရေးအတွက် ဆောင်ရွက်ရာတွင် ခရီးသွား လုပ်ငန်းကို အဓိကကဏ္ဍတစ်ရပ်အဖြစ် ပါဝင်စေရန်။

ဂ) အနာဂတ်အတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ခြင်း။

- ၁၇။အမျိုးအစားစုံလင်သောဈေးကွက်များ ၊ ထုတ်ကုန်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ ဖန်တီးရန်။
- ၁၈။ဈေးကွက်သတင်းအချက်အလက် ရယူနိုင်သည့်စနစ်များနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ် အသွင်ကူး ပြောင်းရေး ကိစ္စများတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန်။
- ၁၉။ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အုပ်ချုပ်စီမံခန့်ခွဲမှုအဆင့်တိုင်းအား ပိုမိုခိုင်မာတောင့်တင်း စေရေးအတွက် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၂၀။အရေးပေါ် အကျပ်အတည်းကာလအတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ထားခြင်း ၊ ခံနိုင်ရည်ရှိစေရန် တည်ဆောက်ခြင်းနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ကို နိုင်ငံတော်၏ အရေးပေါ် အခြေအနေ တုံ့ပြန်ရေးယန္တရားနှင့် လုပ်ငန်းစဉ်၏ တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအဖြစ် ထားရှိရန်။
- ၂၁။လူသားအရင်းအမြစ်နှင့် အရည်အသွေး ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန်။
- ၂၂။ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကို နိုင်ငံတော်၏ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင် မည့် အစီအစဉ်တွင် ထည့်သွင်းရန်။
- ၂၃။အလေအလွင့်နည်းသော စီးပွားရေးဆောင်ရွက်မှုပုံစံဆီသို့ ပြောင်းလဲရန်နှင့် ကုလသမဂ္ဂ ၏ ရေရှည်ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးရည်မှန်းချက်များ (SDR) နှင့် ကိုက်ညီစေရန်။

ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ထူထောင်ရေး နည်းပညာပိုင်းဆိုင်ရာအထောက်အပံ့၏ အဓိကမဏ္ဍိုင်ကြီး (၃) ရပ်

UNWTO မှ “ COVID-19 ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ထူထောင်ရေး နည်းပညာပိုင်း ဆိုင်ရာ အထောက်အပံ့ အဆိုပြုလမ်းညွှန် ” ကို ချပဲ့ခဲ့သည်။ ထိုလမ်းညွှန်တွင် အများ ပြည်သူနှင့် ပုဂ္ဂလိက ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ နှစ်ခုစလုံးတွင် ပါဝင်ပတ်သက်သူများအတွက် အကျပ်အတည်းကို တုံ့ပြန်ရာတွင် ပထမအဆင့်အနေဖြင့် UNWTO ၏ အမျိုးမျိုးသော နည်းပညာပိုင်းဆိုင်ရာ အကူအညီများအား ယေဘုယျအဖြစ်သာ ဖော်ပြခြင်းနှင့် ဒုတိယအဆင့်အနေဖြင့် သက်ရောက်မှုအကဲဖြတ်ခြင်း၊

ECONOMIC RECOVERY: through measuring the quantitative and qualitative impacts of COVID-19 on the tourism sector and preparing research-based recommendations for economic recovery and support to tourism related businesses, in particular to MSMEs.

MARKETING AND PROMOTION: through the review of marketing and promotion strategies, identifying and targeting markets that can help accelerate recovery, addressing product diversification, and recommendations and guidelines in terms of pricing and packaging.

INSTITUTIONAL STRENGTHENING AND BUILDING RESILIENCE: especially aimed at assisting tourism governments and tourism businesses to adapt their services to meet the post COVID-19 working conditions in terms of health, safety, and restoration of consumer confidence; and promote tourism governance, public-private partnerships and collaborative efforts for tourism recovery, including crisis preparedness and management systems, protocols and skills.

စီးပွားရေးပြန်လည်ထူထောင်ရေး။

COVID-19 ၏ ခရီးသွားကဏ္ဍအပေါ် သက်ရောက်သည့် အရည်အသွေးနှင့် အရည်အတွက်ပေါ် အခြေခံသည့် တိုင်းတာမှုများအားဖြင့်လည်းကောင်း ၊ အထူးသဖြင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့်ဆက်စပ်သည့် MSMEs လုပ်ငန်းများကို ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့် သုတေသနကိုအခြေခံသော အကြံပြုလုပ်ချက်များကို ပြုစုပေးခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးပြန်လည်ထူထောင်ရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးနှင့်မြှင့်တင်ရေး။

ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးနှင့်မြှင့်တင်ရေး မဟာဗျူဟာများကို သုံးသပ်လေ့လာခြင်းအားဖြင့်လည်းကောင်း ၊ ပြန်လည်ထူထောင်ရေးကို အရှိန်မြှင့်လာစေမည့် ဦးတည်ဈေးကွက်ဖော်ထုတ်ခြင်းအားဖြင့်လည်းကောင်း ၊ အမျိုးအစားစုံလင်သော ထုတ်ကုန်များ ဖော်ထုတ်ခြင်းအားဖြင့်လည်းကောင်း ၊ ဈေးနှုန်း ၊ ခရီးစဉ်များနှင့်ပတ်သက်သော အကြံပြုချက် ၊ လမ်းညွှန်ချက်များအားဖြင့်လည်းကောင်း ၊ ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးနှင့်မြှင့်တင်ရေးကို ဆောင်ရွက်ရန်။

အသင်းအဖွဲ့များ အားကောင်းစေရေးနှင့် ခိုင်မာမှုရှိစေခြင်း။

ခရီးသွားလုပ်ငန်း အုပ်ချုပ်စီမံခန့်ခွဲမှုကို အကူအညီပေးရန်ရည်ရွယ်ပြီး ခရီးသွားလုပ်ငန်းများကို ကျန်းမာရေး ၊ အန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေး ၊ ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ ယုံကြည်မှုရရှိရေး ဟူသော COVID-19 အလွန်ကာလ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုပုံစံအတိုင်း လိုက်လျောညီထွေဆောင်ရွက်ရန်။ ထို့အပြင် ခရီးသွားလုပ်ငန်း အုပ်ချုပ်စီမံခန့်ခွဲမှု စနစ်တစ်ခု ပေါ်ပေါက်စေရေးဆောင်ရွက်ရန်နှင့် အရေးပေါ်အကျပ်အတည်းကာလအတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ခြင်း ၊ စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်များနှင့် လမ်းညွှန်ချက်များ ၊ ကျွမ်းကျင်မှုများ အပါအဝင် ခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအတွက် ပုဂ္ဂလိကနှင့် အစိုးရပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်။



Our Mission for Recovery

ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့်ပတ်သက်သော ကျွန်ုပ်တို့၏ရည်မှန်းချက်



To provide a response to COVID-19 aligned with UNWTO guidelines, based on Myanmar Tourism Master Plan Outline (2021-2025) for Recovery and Future Development of a Sustainable and Inclusive Tourism Sector in Myanmar.

COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏ သက်ရောက်မှုများကို တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ရာတွင် ရေရှည် တည်တံ့၍ အားလုံးပါဝင်သော မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့် အနာဂတ်ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးကိစ္စများတွင် ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် (UNWTO) ၏ လမ်းညွှန်ချက်များနှင့်အညီ မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ပင်မစီမံကိန်းပေါ် အခြေခံ၍ ဆောင်ရွက်ရန်။

Our Goals for Recovery

ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့်ပတ်သက်သော ကျွန်ုပ်တို့၏ပန်းတိုင်များ



- Immediate Restore confidence to boost and restart the domestic industry
- Medium Term Rebuild Visitor Demand and Improve Product Offerings
- Long term Develop a more resilient, balanced, responsible, and sustainable tourism sector

- လတ်တလောဦးစားပေး ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်စတင်နိုင်ရန်နှင့် အရှိန်အဟုန်ဖြင့် ဆောင်ရွက်ရန်တို့အတွက် စိတ်ချယုံကြည်မှုများ ပြန်လည်ဖြစ်ပေါ်လာစေရန်။
- ကာလလတ် ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ ဝယ်လိုအားကို ပြန်လည်ပျိုးထောင်ရန်နှင့် ခရီးသွားရောင်းကုန် ကမ်းလှမ်းချက်များကို မြှင့်တင်ရန်။
- ကာလရှည် ပို၍ခံနိုင်ရည်ရှိသော ၊ ဟန်ချက်ညီသော တာဝန်သိ၍ ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ ဖွံ့ဖြိုးလာစေရန်။



The impact of COVID-19 is not just about GDP or the economy: it is about our lives and livelihoods. The overriding imperative of our government is to safeguard people's lives and to safeguard their livelihoods by prioritising health and by supporting our people and businesses affected by lockdowns and loss of income.

COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏ သက်ရောက်မှုများသည် စုစုပေါင်း ပြည်တွင်း ထုတ်ကုန် (GDP) နှင့် နိုင်ငံ၏စီးပွားရေးတို့နှင့်သာ သက်ဆိုင်ကြသည် မဟုတ်ဘဲ ကျွန်ုပ်တို့၏ ဘဝပုံစံနှင့် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းတို့နှင့်လည်း သက်ဆိုင်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် ကပ်ရောဂါမှ ကာကွယ်ရန် အိမ်အပြင် မထွက်ရခြင်းနှင့် ဝင်ငွေဆုံးရှုံးခြင်းများကြောင့် ထိခိုက်နစ်နာခဲ့ရသော ပြည်သူများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို အထောက်အပံ့ပေးခြင်းနှင့် ကျန်းမာရေးစောင့်ရှောက်မှု ဦးစားပေးခြင်းအားဖြင့် ပြည်သူတို့၏ အသက်ရှင်နေထိုင်စားသောက်ရေးနှင့် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းခြင်းတို့ကို လုံခြုံမှုပေးခြင်းသည် နိုင်ငံတော်အစိုးရ၏ ပဓာနကျသော ဆောင်ရွက်မှု တစ်ရပ် ဖြစ်ပါသည်။





Introduction

နိဒါန်း

These are unprecedented times in tourism. The COVID-19 Pandemic has seen the decimation of the tourism industry globally, the suspension of international arrivals to Myanmar, and a series of travel restrictions that has impacted our emerging domestic tourism sector. Initial planning scenarios for the re-opening of tourism in time for our traditional high season in September/October 2020 have not happened, and initial growth in domestic travel has been curtailed at time of writing due to the new wave of COVID-19: uncertainty is the new normal we must live with and plan for.

The MTSRR includes: An overview of the impact Covid-19 has had on the tourism sector's contribution to Myanmar's economy.

- A summary of our tourism sector before Covid-19, the need for change, and an opportunity to restart tourism better.
- A new proposed structure for tourism in our country to be more inclusive and benefit more of the less well off of our citizens, whilst building a framework for new destinations and products.
- Action scenarios and the need for change.
- Our commitment, in the form of a series of 18 strategies and 80 actions to rebuild our tourism sector in the immediate, medium, and long term.

COVID-19 ကပ်ရောဂါကြောင့် တစ်ကမ္ဘာလုံးရှိ ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ ပြိုလဲခဲ့ရသည် သာမက မြန်မာနိုင်ငံသို့ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ခရီးသွားဧည့်သည် ဝင်ရောက်မှုများလည်း ရပ်ဆိုင်းသွားခဲ့ရပါသည်။ ထို့အပြင် ရုပ်လုံးပေါ်လာလျက်ရှိသည့် ပြည်တွင်းခရီးသွား ကဏ္ဍအပေါ်ကိုလည်း အကန့်အသတ် အဟန့်အတားများစွာ ဖြစ်ပေါ်စေခဲ့ပါသည်။ ဤ အခြေအနေများသည် ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် ယခင်တစ်ကြိမ်တစ်ခါမျှ မကြုံခဲ့ဘူးသေး သော အခြေအနေ အချိန်အခါများဖြစ်ပါသည်။ ဤလမ်းပြမြေပုံကို ရေးသားနေချိန်တွင် COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏ ဒုတိယလှိုင်းကြောင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်စတင်ရန် အတွက် ကနဦး ဖြစ်နိုင်ခြေများဖြစ်သည့် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် စက်တင်ဘာ/အောက်တိုဘာလ များ၏ ခရီးသွားရာသီလည်း ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်ခြင်း မရှိတော့သကဲ့သို့ ဖွံ့ဖြိုးစပြုလာသော ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍသည်လည်း တုံ့ဆိုင်းလျော့ကျသွားခဲ့ရပါသည်။ သို့ဖြစ်၍ ပုံမှန် အခြေအနေအသစ်တစ်ရပ်တွင် ရှင်သန်နိုင်ရေးအတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင် ဆောင်ရွက်ရပါ မည်။

ဤ MTSRR လမ်းပြမြေပုံ၌ မြန်မာ့စီးပွားရေးတွင် အထောက်အကူပြုလျက်ရှိသော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍအပေါ် COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏ သက်ရောက်မှုများကို အောက်ပါ အတိုင်း ခြုံငုံသုံးသပ်ထားပါသည်။

- COVID-19 ကပ်ရောဂါမတိုင်မီ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ ပြောင်းလဲရန် လိုအပ်သည့် အချက်များနှင့် ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ ပြန်လည်စတင်နိုင်မည့် အခွင့်အလမ်းများကို အနှစ်ချုပ် ဖော်ပြထားပါသည်။
- ခရီးစဉ်ဒေသအသစ်များနှင့် ထုတ်ကုန်အသစ်များ ဖော်ဆောင်ရန် မူဘောင်ရေးဆွဲ တည်ဆောက်နေခြင်းနှင့်တစ်ပြိုင်နက် အားလုံးပါဝင်ဆောင်ရွက်ခွင့် ပိုမိုရရှိရေး၊ နိုင်ငံ သားများ၏အကျိုး ပိုမိုဖြစ်ထွန်းနိုင်ရေးတို့ကို ရည်ရွယ်၍ နိုင်ငံ၏ ခရီးသွားလုပ်ငန်း အတွက် သင့်လျော်မည့် ဖွဲ့စည်းတည်ဆောက်ပုံ အသစ်တစ်ခုကို အကြံပြုထားပါ သည်။
- အနာဂတ် ဖြစ်နိုင်ခြေများအတွက် အကြံပြုလုပ်ဆောင်ချက်များနှင့် အပြောင်းအလဲ ပြုလုပ်ရန် လိုအပ်ချက်များ ပါဝင်သည်။
- လတ်တလောဦးစားပေး ၊ ကာလလတ်နှင့် ကာလရှည်တို့တွင် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ကဏ္ဍ ပြန်လည်တည်ဆောက်ရန် သန့်ရှင်း ချမှတ်ဆောင်ရွက်မည့် လုပ်ဆောင်ချက် များကို မဟာဗျူဟာ (၁၈) ရပ်နှင့် လုပ်ဆောင်ချက် (၉၃) ကို တင်ပြထားပါသည်။

Our Response

ကျွန်ုပ်တို့၏ အရေးယူဆောင်ရွက်ချက်

The COVID-19 situation has yet to stabilise globally, and there are many factors that we do not know, especially when international travel may re-open, and how the demand for travel will be in the future. We must take this as an opportunity to re-evaluate tourism in Myanmar to make it more resilient in future scenarios, and to take immediate actions to mitigate issues of unemployment, business closures, and impact to the economy that will result from the pandemic.

Based on the MoHT Tourism Master Plan outline (2021-2025), the MTSRR is our response to COVID-19 and aligned with UNWTO guidelines for tourism recovery.

We recognise that tourism in Myanmar has not been as inclusive as it could have been, and we aim to build a resilient tourism industry that allows and actively encourages entrepreneurship and growth of tourism-related MSMEs by promoting decentralisation of tourism management to destinations through a new system of democratic Destination Management Organisations, removing barriers and protectionism in the existing structure, encouraging new demand driven product development that will see the growth of a vibrant industry that provides for the domestic as well as international markets.

A Recovery Roadmap?

A strategic roadmap helps us focus on what must be changed, why it must be changed, and in what sequence the change should be carried it is a bridge between strategy and

COVID-19 ကပ်ရောဂါအခြေအနေသည် ကမ္ဘာတစ်ဝန်း တည်ငြိမ်မှုမရရှိသေးသည့် အပြင် ကျွန်ုပ်တို့ မသိနိုင်သေးသော အခြေခံအကြောင်းတရားများစွာ ရှိပါသည်။ အထူးသဖြင့် မည်သည့်အချိန်တွင် နိုင်ငံတကာခရီးသွားလုပ်ငန်းများ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်မည် ၊ အနာဂတ်တွင် ဖြစ်ပေါ်လာမည့် ခရီးသွားဝယ်လိုအား မည်သို့ရှိမည်ဆိုသော အချက်များကို မသိရှိနိုင်သေးပါ။ ဤအခြေအနေကို အခွင့်အလမ်းတစ်ရပ်အဖြစ် အသုံးပြု၍ မြန်မာနိုင်ငံ ခရီးသွားကဏ္ဍ၏ အခြေအနေကို ပြန်လည်သုံးသပ်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ ထိုသို့ သုံးသပ်ရာတွင် အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေများအတွက် ပို၍ခိုင်ခံ့ရည်ရှိရန်ဆိုသော အချက်ကိုပါ ထည့်သွင်းစဉ်းစားရပါမည်။ ထို့အပြင် ကပ်ရောဂါကြောင့် အလုပ်လက်မဲ့ဖြစ်ပွားမှုများ ၊ လုပ်ငန်းများ ပိတ်သိမ်းနေမှုများနှင့် စီးပွားရေးသက်ရောက်မှုများ လျော့ပါးသက်သာစေရန်အတွက် ကုစားမှုများကို လတ်တလောဦးစားပေး လုပ်ဆောင်ရန်ဖြစ်ပါသည်။

ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနသည် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်အတွင်း ကမ္ဘာခရီးသွားလာရေးလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် (UNWTO) ၏ လမ်းညွှန်ချက်များနှင့်အညီ ရေးဆွဲထားသော COVID-19 ကပ်ရောဂါ၏ ရိုက်ခတ်မှုများကို တုံ့ပြန်သော ဆောင်ရွက်ချက်တစ်ခု ဖြစ်ပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံ၏ ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် ပြည်သူ့အများ ပိုမိုပါဝင်လာစေရန်အတွက် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်ဆက်သွယ်နေသော MSMEs များ၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများကို အားပေးခြင်းဖြင့် ခံနိုင်ရည်ရှိသော ခရီးသွားကဏ္ဍတစ်ခုတည်ဆောက်ရန် ရည်ရွယ်ပါသည်။ ထိုသို့တည်ဆောက်ရာတွင် အများဆန္ဒနှင့်အညီ ဖွဲ့စည်းထားသော ခရီးစဉ်ဒေသစီမံခန့်ခွဲရေးအဖွဲ့များမှတစ်ဆင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်း စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် ဗဟိုချုပ်ကိုင်မှု လျော့ချရေး ၊ ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများကို ပြည်ပယှဉ်ပြိုင်မှုမှ အကာအကွယ်ပေးခြင်းနှင့် အခြားအဟန့်အတားများကို ဖယ်ရှားပေးရေးနှင့် ပြည်တွင်းပြည်ပ ဈေးကွက်နှစ်ခုလုံးတွင် ရှင်သန်တိုးတက်နိုင်သော ဝယ်လိုအားကိုအခြေပြုသည့် ခရီးသွားထုတ် ကုန်ထုတ်လုပ်ရေးတို့ကို ဆောင်ရွက်ပါမည်။

ပြန်လည်ထူထောင်ရေးလမ်းပြမြေပုံ

မဟာဗျူဟာလမ်းပြမြေပုံသည် အပြောင်းအလဲတစ်ရပ်ကို မည်သို့လုပ်ဆောင်ရမည်ကို ကူညီလမ်းညွှန်ပေးပါသည်။ မည်သည့်အပြောင်းအလဲကိုပြုလုပ်ရမည် ၊ မည်သည့်အတွက်ကြောင့် အပြောင်းအလဲကို ပြုလုပ်ရမည် ၊ မည်သို့သောအစီအစဉ်ဖြင့် အပြောင်းအလဲကို ပြုလုပ်ရမည်ဆိုသည့်အချက်များကို ကူညီလမ်းညွှန်ပေးပါသည်။ လမ်းညွှန်ချက်များနှင့်



implementation. It visualizes the key outcomes that must be delivered over a particular time frame in order to achieve our strategic vision.

Our Tourism Vision for Myanmar

Tourism will be a major contributor to the national economy and support peace and socio-economic development of our people. Tourism will support the preservation of cultural heritage and enhance the natural environment for future generations by encouraging travel and sustainable and responsible management of natural resources.

လက်တွေ့လုပ်ဆောင်ချက်များအကြား ပေါင်းကူးဆက်စပ်ပေးပါသည်။ ဤမဟာဗျူဟာ မျှော်မှန်းချက်များကို အောင်မြင်စေရန် ဆောင်ရွက်ရာတွင် အချိန်ကန့်သတ်မှုဘောင် အတွင်း အဓိကကျသောရလဒ်များကို ကူညီဖော်ဆောင်ပေးပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံအတွက် ကျွန်ုပ်တို့၏ ခရီးသွားလုပ်ငန်းမျှော်မှန်းချက်

ခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် နိုင်ငံ၏စီးပွားရေးကို အဓိကပံ့ပိုးပေးသည့်အပြင် ပြည်သူများ၏ လူမှုစီးပွား ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးနှင့် သာယာဝပြောရေးကို အထောက်အကူပြုပါသည်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် ယဉ်ကျေးမှုအမွေအနှစ်များ ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ရေးကို အားပေးကူညီသည့်အပြင် သဘာဝအမွေအနှစ်များ ရေရှည်တည်တံ့စေရေးအတွက် တာဝန်သိစွာ စီမံခန့်ခွဲခြင်းကို အားပေးခြင်းဖြင့် အနာဂတ်မျိုးဆက်များအတွက် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ထိန်းသိမ်းမှုကို မြှင့်တင်ပေးပါသည်။



Impacts of COVID-19

COVID-19 တစ်ဇာတိ၏ သက်ဇာတ်မှုများ

Economic

As of 2019, the WTTC³ estimated the **direct** contribution of the tourism sector to Myanmar’s economy was MMK1,939bn or 1.6% of the country’s total GDP. The **total** contribution (including wider impacts from investments, supply chain and induced economic impact) was MMK5,337.2bn or 4.6% of the total GDP, most of which is generated by international tourism arrivals. With the renewed wave of lockdowns in September 2020 and the continued closure of our borders, the impact to the tourism sector will be significant, with the World Bank⁴ estimating a likely contraction of 2.5% in our economy. Prospects for an inclusive, resilient and sustainable economic growth will depend on a range of factors which include the likelihood of new outbreaks of the virus, how well individuals observe health measures and restrictions, consumer and business confidence, and the extent to which government support to maintain jobs and help businesses succeeds in boosting demand.

စီးပွားရေးအခန်းကဏ္ဍ

WTTC အဖွဲ့က ၂၀၁၉ ခုနှစ် မြန်မာ့စီးပွားရေးတွင် ခရီးသွားကဏ္ဍမှ ကျပ်ငွေ ၁၉၃၉ ဘီလီယံ (သို့မဟုတ်) စုစုပေါင်းပြည်တွင်းထုတ်ကုန် (GDP) ၏ ၁ ဒသမ ၆ ရာခိုင်နှုန်း တိုက်ရိုက်ပါဝင်ကြောင်း ခန့်မှန်းခဲ့ပါသည်။ ခရီးသွားကဏ္ဍနှင့် ဆက်စပ်လုပ်ငန်းများ၏ စုစုပေါင်းပါဝင်မှုသည် (ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ၊ ထုတ်လုပ်မှုကွင်းဆက်နှင့် စီးပွားရေး သက်ရောက်မှုများ) ကျပ်ငွေ ၅,၃၃၇ ဒသမ ၂ ဘီလီယံ (သို့မဟုတ်) စုစုပေါင်းပြည်တွင်းထုတ်ကုန် (GDP) ၏ ၄ ဒသမ ၆ ရာခိုင်နှုန်းကို ဖြစ်ပေါ်စေခဲ့ပြီး အများစုမှာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ခရီးသွားဧည့်သည်ဝင်ရောက်မှုမှ ရရှိခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် စက်တင်ဘာလတွင် ဖြစ်ပေါ်လာသော ကပ်ရောဂါ၏ ဒုတိယလှိုင်းကြောင့် နယ်စပ်ဝင်ပေါက်များ ဆက်လက်ပိတ်ထားခြင်းသည် ခရီးသွားလုပ်ငန်းအပေါ် ထိခိုက်မှုကို ပိုမိုသိသာထင်ရှားစေခဲ့ပြီး ကမ္ဘာ့ဘဏ်၏ ကိန်းဂဏန်းများအရ မြန်မာ့စီးပွားရေးကဏ္ဍ၏ ၂ ဒသမ ၅ ရာခိုင်နှုန်း လျော့ကျသွားခဲ့ကြောင်း သိရှိရပါသည်။

အားလုံးပါဝင်နိုင်ခွင့်ရှိပြီး ရေရှည်တွင် ခံနိုင်ရည်ရှိသော စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု အလားအလာများသည် အခြေအနေအမျိုးမျိုးပေါ်တွင် မူတည်ပါသည်။ ၎င်းတို့မှာ -

- ကူးဆက်ရောဂါဗိုင်းရပ်စ်ပိုး ပြန့်လည်ပေါ်ပေါက်လာနိုင်မှုအခြေအနေ၊
- တစ်ဦးချင်းစီအနေဖြင့် ကျန်းမာရေးအစီအမံများနှင့် ကန့်သတ်ချက်များအပေါ် မည်သည့်အတိုင်းအတာအထိ လိုက်နာနိုင်မည်ဆိုသည့်အခြေအနေ၊
- ခရီးသွားဧည့်သည်များနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ ယုံကြည်စိတ်ချရမှုအခြေအနေ၊
- အစိုးရအနေဖြင့် ဝယ်ယူအား ပြန်လည်မြှင့်တင်လာစေရန် ၊ အလုပ်အကိုင်များ ဆက်လက်ထိန်းသိမ်းနိုင်ရေးနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို အောင်မြင်ရန် မည်မျှ ကူညီနိုင်မည်ဆိုသည့် အခြေအနေ၊

³ WTTC (2020) Myanmar 2020 Annual Research
⁴ World Bank (2020) Myanmar Economic Monitor



Employment

The pandemic has caused huge disruptions in all employment sectors, however the tourism sector will face huge disruptions. The ILO⁵ estimates that 6.9 million to 7.3 million jobs in Myanmar could be disrupted during 2020 as a result of the pandemic and containment measures. Disruptions to employment may include unpaid leave, reduced earnings and working hours to complete job and income losses. This will cause hardship amongst unskilled and informal workers with little job security and social benefits. Digitalization could potentially impact job polarizing, displacing middle-skilled workers to lower paid work and driving lower-skilled workers even lower.

Business

A survey of tourism business conducted in August and September 2020⁶ found the following:

- More than 6 out of 10 businesses have reduced their staff in the past three months. Out of those who have reduced their staff, approximately 33% of the businesses have reduced their staff by more than half.
- 10 out of 10 businesses have seen both their sales turnover and customer fall. Over 50 % of businesses saw their revenue loss by more than 10,000 USD.
- Over 10% of the businesses closed all operations, with over 65% stating they were either planning or considering to close before the end of 2020.
- Businesses surveyed stated that inability to meet operational and overhead costs, paying rent and utilities were the driving factor to consider closure.

⁵ ILO (2020) COVID-19 Impact on Employment and Labour Market in Myanmar

⁶ MoHT (2020) Impact of COVID-19 on Tourism Business, May & September 2020

အလုပ်အကိုင်အခန်းကဏ္ဍ

ကပ်ရောဂါသည် အလုပ်အကိုင်အခန်းကဏ္ဍကို များစွာထိခိုက်စေခဲ့သည်ဖြစ်သောကြောင့် ခရီးသွားကဏ္ဍကိုလည်း သက်ရောက်မှုများ ဖြစ်စေခဲ့ပါသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ အလုပ်သမားအဖွဲ့အစည်း (ILO) ၏ ခန့်မှန်းချက်များအရ ကပ်ရောဂါနှင့် ကပ်ရောဂါထိန်းချုပ်ရေး အစီအမံများကြောင့် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်တွင် မြန်မာနိုင်ငံ၌ ၆ ဒသမ ၉ မီလီယံ မှ ၇ ဒသမ ၃ မီလီယံ အထိရှိသော အလုပ်အကိုင်များ ဆုံးရှုံးခဲ့ရပါသည်။ အလုပ်အကိုင်အခန်းကဏ္ဍ ထိခိုက်သည်ဆိုရာတွင် လစာမဲ့ ခွင့်ယူခြင်းများ၊ အလုပ်ချိန် လျော့ချခံရခြင်းများနှင့် ဝင်ငွေလျော့ချခံရခြင်းများ ပါဝင်ပါသည်။ ယင်းအခြေအနေသည် လုပ်ငန်းခွင်အာမခံချက် ၊ လူမှုရေးအထောက်အပံ့နှင့် လုပ်ငန်းကျွမ်းကျင်မှုနည်းပါးသော အလုပ်သမားများနှင့် အတည်တကျမဟုတ်သည့် အလုပ်သမားများတွင် အခက်အခဲကို ဖြစ်ပေါ်စေပါသည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းစနစ် အသုံးပြုမှု ထွန်းကားလာခြင်းသည်လည်း အလုပ်လုပ်ကိုင်မှုပုံစံ အုပ်စုနှစ်စု ကွဲပြားသွားစေပါသည်။ ပထမတစ်ခုမှာ - အလယ်အလတ် အဆင့် ကျွမ်းကျင်ဝန်ထမ်းများကို ပို၍လစာနည်းပါးသော အလုပ်အကိုင်များဆီသို့ လည်းကောင်း ၊ ဒုတိယတစ်ခုမှာ - အောက်ခြေအဆင့် ကျွမ်းကျင်ဝန်ထမ်းများကို ပို၍ နိမ့်ကျသော အလုပ်အကိုင်များဆီသို့လည်းကောင်း ရောက်ရှိစေခဲ့သည်။

လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုအခန်းကဏ္ဍ

၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် ဩဂုတ်လနှင့် စက်တင်ဘာလတွင် လုပ်ဆောင်ခဲ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်း သတင်းအချက်အလက်ကောက်ယူမှု စစ်တမ်းများအရ အောက်ပါတို့ကို တွေ့ရှိရပါသည်။

- လွန်ခဲ့သော(၃)လအတွင်းက ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ၏ ၆၀ ရာခိုင်နှုန်းခန့်မှာ ၎င်းတို့၏ ဝန်ထမ်းအရေအတွက်ကို အသီးသီးလျှော့ချခဲ့ကြပြီး ယင်းခရီးသွားလုပ်ငန်းများအနက် ၃၃ ရာခိုင်နှုန်းခန့်မှာ ဝန်ထမ်းအရေအတွက် ထက်ဝက်ကျော်ကို လျှော့ချခဲ့ကြခြင်း ဖြစ်ပါသည်။
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းအများစုမှာ လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှု ကျဆင်းခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ အဆိုပါခရီးသွားလုပ်ငန်းများ၏ ၅၀ ရာခိုင်နှုန်းကျော်မှာ ဝင်ငွေ အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၁၀,၀၀၀ ကျော်ခန့်စီ ဆုံးရှုံးခဲ့ကြပါသည်။
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ၏ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းကျော်မှာ ၎င်းတို့၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှု အားလုံးကို ပိတ်သိမ်းခဲ့ကြပြီး ဆက်လက်၍ ၆၅ ရာခိုင်နှုန်းကျော်မှာ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်မကုန်မီ ပိတ်သိမ်းမည်ဟုစဉ် (သို့မဟုတ်) စဉ်းစားနေကြောင်း သိရှိခဲ့ရပါသည်။
- လေ့လာဆန်းစစ်မှုများအရ လုပ်ငန်းလည်ပတ်ငွေနှင့် အထွေထွေအသုံးစရိတ်များ မသုံးစွဲနိုင်တော့ခြင်း ၊ ငှားရမ်းခများနှင့် ရေနှင့်လျှပ်စစ်ဓာတ်အားခများကို မသုံးစွဲနိုင်တော့ခြင်းများသည် ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ၏ လုပ်ငန်းပိတ်သိမ်းရန် အကြောင်းအရင်းများ ဖြစ်ခဲ့ပါသည်။

Myanmar's Tourism Before COVID-19: A need for Change and an Opportunity for a Restart

We recognise that even before the Covid-19 pandemic, we needed to change how our tourism sector was compiled. There was an over-focus on the “four main” destinations of Yangon, Mandalay, Bagan, and Inle in our mindset. Our travel agencies were focusing on classic sightseeing tours, and not innovating to meet the demands of how people now travel. There are many barriers to entry for small start-up businesses that lack capital: this has stifled both the inception of new destinations and innovation for new products. Tourism was heavily governed from the top-down, a legacy from our recent history, that excluded local residents from inputs to destination management.

To move forward we must take an open and honest look at our past Strengths and Weaknesses, looking forward to our Opportunities and threats, as well as understanding the business environment we work in. Now is the time to reconsider how we reinvent our sector to be innovative, inclusive, and resilient for the long-term.

COVID-19 မတိုင်မီ မြန်မာ့သွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ ဒင်္ဂါးဘဝပြုလုပ်ရန် လိုအပ်ချက်နှင့် ပြန်လည်စတင်ရန် အခွင့်အလမ်း

COVID-19 မတိုင်မီကပင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကို အပြောင်းအလဲပြုလုပ်ရန် လိုအပ်ကြောင်း သိရှိခဲ့ပြီးဖြစ်ပါသည်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် ရန်ကုန်၊ မန္တလေး၊ ပုဂံ၊ အင်းလေး စသော ခရီးစဉ်ဒေသ(၄)ခုကိုသာ အားပြု၍ လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းအေဂျင်စီများသည် ယနေ့ခေတ်အခါအရ ဖြစ်ပေါ်နေသော ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ လိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်ဆည်းရန် ဆန်းသစ်တီထွင်ခြင်းများ မပြုလုပ်ဘဲ သမားရိုးကျ လှည့်လည်ပြသမှုများအပေါ် အခြေခံသော ခရီးစဉ်များကိုသာ ဆောင်ရွက်နေခဲ့ကြပါသည်။ ရင်းနှီးမတည်ငွေမရှိသော လုပ်ငန်းငယ်များအတွက် စတင်တည်ထောင်ရန် အတားအဆီးများစွာ ရှိခဲ့ပါသည်။ ၎င်းအချက်မှာ ခရီးစဉ်ဒေသအသစ်များ၊ ခရီးသွားထုတ်ကုန်အသစ်များ ပေါ်ပေါက်ရန် အဟန့်အတားဖြစ်ရခြင်း၏ အခြေခံအကြောင်းအရင်း ဖြစ်ပါသည်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် အပြန်အလှန် ထိန်းကျောင်းဆောင်ရွက်မှုမရှိခြင်း၊ မိရိုးဖလာ အစဉ်အလာအတိုင်းသာ ဆက်ခံဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ကြောင့် ခရီးစဉ်ဒေသ စီမံခန့်ခွဲမှုတို့တွင် ဒေသခံများအနေဖြင့် ပူးပေါင်းပါဝင်ခွင့်မရှိခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။

ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ အနာဂတ်သို့ မျှော်မှန်းဆောင်ရွက်ရန်အတွက် အတိတ်တွင်ရှိခဲ့သော အားသာချက်များ၊ အားနည်းချက်များကို အမှန်အတိုင်း သုံးသပ်ရန်လိုအပ်မည်ဖြစ်ပြီး အခွင့်အလမ်းများ၊ စိန်ခေါ်မှုများကိုလည်း ထည့်သွင်းစဉ်းစားရမည်ဖြစ်ပါသည်။ ထို့အပြင် လုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်နေသော ပတ်ဝန်းကျင်အနေအထားကိုလည်း သိရှိနားလည် သဘောပေါက်ရန် လိုအပ်မည်ဖြစ်ပါသည်။ ယခုအခါ ခရီးသွားကဏ္ဍကို ဆန်းသစ်တီထွင်မှုရှိရန်၊ အားလုံးပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့် ပိုမိုရရှိရန်၊ ရေရှည်ခံနိုင်ရည်ရှိစေရန် မည်သို့လုပ်ဆောင်ရမည်ကို ပြန်လည်သုံးသပ်ရမည့်အချိန် ဖြစ်ပါသည်။



SWOT of our Tourism Sector

STRENGTHS

- A Strong Myanmar Brand
- Established Flagship destinations
- Emerging destinations with very high potential
- Good capacity in the accommodation sector
- Good network of domestic airports and locally-owned carriers
- Improving road and other infrastructure
- Huge reductions in barriers for small businesses to enter the market

WEAKNESSES

- Comparatively higher and prohibitively uneven pricing for foreigners
- Issues especially related to conflict, land rights and construction
- Need of more coordination between MoHT and Regional Tourism Committees, and among stakeholder ministries
- Need of more effective and comprehensive data collection, analysis, and interpreted dissemination of results

OPPORTUNITIES

- Re-orientation to domestic tourism
- Promote expatriate tourism from Yangon and Mandalay
- Improved direct access between destinations and regional hubs
- Promote entrepreneurialism
- Promote better inclusion and local-level management and promotion of destinations

THREATS

- Uncertainty of COVID-19 related impacts and duration
- Huge re-opening marketing efforts from regional players like Thailand and Malaysia
- Uncertainty of the future of long-haul travel
- Destination management issues especially related to environmental management, quality, maintaining cultural heritage etc.

မြန်မာ့ရိုးသွားကဏ္ဍ SWOT ငလေ့လာသန်းစစ်ချက်

အားသာချက်များ

- “မြန်မာ” ဟူသော အမှတ်တံဆိပ် အထင်အရှားရှိခြင်း။
- လူသိများထင်ရှားသော ခရီးစဉ်ဒေသများရှိခြင်း။
- အလားအလာကောင်းများရှိသော ခရီးစဉ်ဒေသများ ပေါ်ထွက်လာလျက်ရှိခြင်း။
- တည်းခိုနေထိုင်ခြင်းလုပ်ငန်းများ စွမ်းဆောင်ရည် ကောင်းမွန်ခြင်း။
- တိုင်းဒေသနှင့် ပြည်နယ်များတွင် ပုဂ္ဂလိကပိုင်လေကြောင်းလှိုင်းများနှင့် ပြည်တွင်းလေယာဉ်ကွင်းများရှိခြင်း။
- လမ်းများနှင့် အခြားအခြေခံအဆောက်အအုံများ ကောင်းမွန်ခြင်း။
- စီးပွားရေးလုပ်ငန်းငယ်များ ဈေးကွက်အတွင်း ဝင်ရောက်နိုင်ရန် အတွက် အခက်အခဲများကို ဖြေလျှော့မှုများစွာရှိခြင်း။

အားနည်းချက်များ

- နိုင်ငံခြားသားများအတွက် ဈေးနှုန်းမြင့်မားမှုအချို့ ရှိခြင်း။
- မြေယာနှင့် ဆောက်လုပ်ရေးလုပ်ငန်းတွင် အခက်အခဲများ ရှိခြင်း။
- ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဒေသဆိုင်ရာခရီးသွားလုပ်ငန်းကော်မတီများ (RTCs) နှင့် ဆက်စပ်ဝန်ကြီးဌာနများအကြား ပိုမိုပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်ခြင်း။
- ပိုမိုထိရောက်ပြီး ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်ရှိသော သတင်းအချက်အလက်ကောက်ယူမှု၊ လေ့လာဆန်းစစ်မှု၊ ရလဒ်များကို ပြန်လည်ဖြန့်ဝေရာတွင် လိုအပ်ချက်များရှိခြင်း။

အခွင့်အလမ်းများ

- ပြည်တွင်းခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ထွန်းကားလာခြင်း။
- ရန်ကုန်နှင့် မန္တလေးမြို့များတွင် အခြေချလုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်နေသော နိုင်ငံခြားသားများ၏ ခရီးသွားလာမှု မြင့်မားလာခြင်း။
- ဒေသတွင်းအချက်အချာမြို့ကြီးများမှ မြန်မာနိုင်ငံရှိ ခရီးစဉ်ဒေသများသို့ တိုက်ရိုက်သွားလာနိုင်မှု ပိုမိုများပြားလာခြင်း။
- စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းများ မြင့်မားလာခြင်း။
- ဒေသအဆင့် စီမံခန့်ခွဲရေးကိစ္စများတွင် အများပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခြင်းနှင့် ခရီးစဉ်ဒေသများ မြှင့်တင်ခြင်း ကိစ္စရပ်များတွင် ဒေသခံများ ပါဝင်လာနိုင်မှု ပိုမိုများပြားလာခြင်း။

စိန်ခေါ်မှုများ

- COVID-19 ကပ်ရောဂါ သက်ရောက်မှုများနှင့် ကြာမြင့်ချိန်ကို ခန့်မှန်းနိုင်မှုမရှိခြင်း။
- အာဆီယံဒေသ၏ အဓိကခရီးစဉ်ဒေသများဖြစ်သော ထိုင်းနိုင်ငံနှင့် မလေးရှားနိုင်ငံမှ ခရီးသွားဈေးကွက် ပြန်လည်မြှင့်တင်မှု ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဆောင်ရွက်လာခြင်း။
- နိုင်ငံရပ်ခြား ခရီးရှည်သွားလာခြင်းများ ပြန်လည်စတင်မည့် အချိန်ကို ခန့်မှန်း၍ မရခြင်း။
- သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ထိန်းသိမ်းခြင်း၊ အရည်အသွေးသတ်မှတ်ချက်၊ ယဉ်ကျေးမှုအမွေအနှစ်ထိန်းသိမ်းခြင်း အစရှိသည်တို့နှင့် ဆက်နွှယ်သော ခရီးစဉ်ဒေသ စီမံခန့်ခွဲမှုဆိုင်ရာ အခက်အခဲများ ရှိခြင်း။

PESTLE Analysis of Myanmar Tourism Sector

POLITICAL

- Heavy involvement of our Ministry in tourism affairs from strategic level down to the micro level
- Inflexible regulation in some cases interfering and prohibiting
- Strong system of patronage and influence by big players have prevented small market entrants from participating in tourism
- Complex system of responsibilities of tourism management: various ministries are involved in key areas of tourism with GAD responsible for administration on the ground
- Conflict limits growth of some destinations/areas and provides a negative image of Myanmar internationally

ECONOMIC

- Misaligned and inefficient tax collection to fund tourism management
- Lack of capital for small entrants, and barriers to market entry
(for example the requirement to have a minimum of 10 rooms for a guesthouse/20 for a hotel prevents small businesses entering the market)

SOCIAL

- Naturally welcoming and hospitable peoples
- Insufficiently advanced healthcare facilities
- Strong young population
- Education system fostering entrepreneurship and meet the immediate (and future) needs of the employment market

TECHNOLOGICAL

- Huge improvements in digital connectivity, banking, apps, and platforms for managing and marketing tourism
- Huge improvements in access to electricity, but many areas still do not have 24 hours electricity or water
- Barriers to market entrants based on new technologies, such as alternative building materials, solar power, etc
- Limited innovation
- Limited awareness/knowledge on accessing the international market

LEGAL

- New tourism law provides strong basis for improved management of destinations
- Establishment of State/Regional Tourism Committees improves local management
- Establishment of District/Township level DMOs an important step

ENVIRONMENTAL

- Significant risks of natural disaster and inconvenience related to monsoon and earthquake
- Long-term impacts of climate change in coastal areas, plus to the overall environment of the country
- Significant waste management issues country-wide
- Adequate natural resources that support tourism

မြန်မာ့သွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ၏ PESTLE ငလုမာသန်းစစ်ချက်

မူဝါဒ

- ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာမဟာဗျူဟာအဆင့်မှစ၍ အခြေခံအဆင့်အထိ ဝန်ကြီးဌာန၏ ပါဝင်သက်ရောက်မှုများ ရှိခြင်း။
- အချို့ကိစ္စရပ်များတွင် တင်းကျပ်သော စည်းကမ်းသတ်မှတ်ချက်များ ၊ ဝင်ရောက်စွက်ဖက်မှုများ ၊ တားမြစ်ပိတ်ပင်ကန့်သတ်မှုများ ရှိနေခြင်း။
- ကုမ္ပဏီကြီးများနှင့် အဖွဲ့အစည်းကြီးများ၏ နေရာရယူခြင်းနှင့် လွှမ်းမိုးခြင်းများသည် ဈေးကွက်အတွင်းသို့ လုပ်ငန်းအငယ်များ ဝင်ရောက်ပူးပေါင်း ပါဝင်လာခွင့်ကို အဟန့်အတား ဖြစ်နေခြင်း။
- ခရီးသွားလုပ်ငန်း စီမံခန့်ခွဲမှုအတွင်း ရှုပ်ထွေးသော တာဝန်ခွဲဝေမှုများ ရှိနေခြင်း(အဓိကကျသောလုပ်ငန်းများတွင် ဝန်ကြီးဌာန အများအပြား ပါဝင်ဆက်ရွယ်နေခြင်း)။
- ပြည်တွင်းပဋိပက္ခများသည် ခရီးစဉ်ဒေသ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးကို အဟန့်အတားဖြစ်စေပြီး မြန်မာနိုင်ငံကို နိုင်ငံတကာတွင် အနုတ်လက္ခဏာဆောင် သောပုံရိပ် ဖြစ်စေခြင်း။

စီးပွားရေး

- ခရီးသွားလုပ်ငန်း စီမံခန့်ခွဲမှုကို ငွေကြေးပုံပိုးရန် မှန်ကန်ထိရောက်သော အခွန်အခကောက်ယူမှုစနစ် မရှိခြင်း။
- လုပ်ငန်းငယ်များ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍအတွင်း ဝင်ရောက်လာရန် ရင်းနှီးမတည်ငွေရရှိနိုင်ရန် ခက်ခဲခြင်းနှင့် အခြားအတားအဆီးများ ရှိခြင်း။ (ဥပမာ - တည်းခိုခန်းတစ်ခုအတွက် အနည်းဆုံးအခန်း (၁၀) ခန်းရှိရမည်ဟူသော လိုအပ်ချက် ၊ ဟိုတယ်တစ်ခုအတွက် အနည်းဆုံးအခန်း (၂၀) ရှိရမည်ဟူသော လိုအပ်ချက်များသည် လုပ်ငန်းငယ်များကို ဈေးကွက်အတွင်း ဝင်ရောက်လာခြင်းကို အဟန့်အတားဖြစ်စေသည်။)

လူမှုရေး

- ပင်ကိုယ်အားဖြင့် ယဉ်ကျေးပျူငှာ ဧည့်ဝတ်ကျေပွန်သောပြည်သူများ ဖြစ်ကြခြင်း။
- အဆင့်မြင့် ကျန်းမာရေးစောင့်ရှောက်မှုဆိုင်ရာ အထောက်အပံ့များ မလုံလောက်ခြင်း။
- လူငယ်လူရွယ်လူဦးရေ များပြားခြင်း။
- ပညာရေးစနစ်ကို နိုင်ငံတကာအဆင့်တန်းနှင့်အညီ မြှင့်တင်ရန် လိုအပ်ခြင်း။

နည်းပညာ

- ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာဖြင့် ဆက်သွယ်မှု ၊ ဘဏ်နှင့် ချိတ်ဆက်လုပ်ဆောင်မှု ၊ အက်ပလီကေးရှင်းများအသုံးပြုမှု ၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဈေးကွက် မြှင့်တင်မှုနှင့် စီမံခန့်ခွဲမှုများ တိုးတက်လာခြင်း။
- လျှပ်စစ်ဓာတ်အားရရှိမှု တိုးတက်လာသော်လည်း အချို့ဒေသများတွင် (၂၄) နာရီ လျှပ်စစ်ဓာတ်အား (သို့) သောက်သုံးရေ လုံလောက်စွာရရှိရန် လိုအပ်ခြင်း။
- နည်းပညာရပ်အသစ်များကို အခြေခံသောလုပ်ငန်းများ ဈေးကွက်အတွင်းသို့ ဝင်ရောက်လာမှုမရှိခြင်း။
- တီထွင်ဖန်တီးဆန်းသစ်မှု လိုအပ်ချက်များ ရှိနေသေးခြင်း။
- အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဈေးကွက်သို့ ထိုးဖောက်ဝင်ရောက်ရန် အကန့်အသတ်များရှိနေခြင်း။

ဥပဒေရေးရာ

- ခရီးစဉ်ဒေသ စီမံခန့်ခွဲမှု မြှင့်တင်ရေးအတွက် အခြေခံကောင်းများရရှိရန် အထောက်အပံ့ပြုသည့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းဥပဒေအသစ် ရှိခြင်း။
- ဒေသခံများ ပါဝင်စီမံခန့်ခွဲနိုင်ခွင့်ရှိသည့် ဒေသဆိုင်ရာ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကော်မတီများ ဖွဲ့စည်းထားရှိခြင်း။
- ခရိုင်/မြို့နယ်အဆင့် ခရီးစဉ်ဒေသ စီမံခန့်ခွဲရေးအဖွဲ့များ (DMOs) ဖွဲ့စည်းနိုင်ခြင်းသည် အရေးပါသောခြေလှမ်းတစ်ရပ် ဖြစ်ခြင်း။

သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်

- သဘာဝဘေးအန္တရာယ်နှင့်ဆက်စပ်သည့် မုန်တိုင်းနှင့်လျင်ကဲ့သို့ အန္တရာယ်များရှိခြင်း။
- ကမ်းရိုးတန်းဒေသများနှင့် တစ်နိုင်ငံလုံးအပေါ်သို့ ရေရှည်တွင် သက်ရောက်မှုရှိသည့် ရာသီဥတုပြောင်းလဲခြင်းဆိုင်ရာ သက်ရောက်မှုများရှိခြင်း။
- နိုင်ငံအနှံ့အပြားတွင် စွန့်ပစ်ပစ္စည်း စီမံခန့်ခွဲမှုပြဿနာများရှိခြင်း။
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းကို အထောက်အကူပြုသည့် သဘာဝအခြေခံကောင်းများစွာ ရှိခြင်း။

What are our Options?

We know that tourism's contribution to the economy will fall in the short term, as long as international borders remain closed. We know that businesses will suffer in the short term, and we will continue to support such businesses with our established relief programmes as much as our resources will allow. We also know that we will need to adapt to new markets, products, and a new way of thinking for our industry in the long term. We must face some hard facts:

Current situation of the tourism industry - What do we know for sure?

- The overall size of the tourism sector, including contribution to economy, international arrivals, employment, and number of businesses operating will contract in the coming 12 months
- COVID-19 will limit international arrivals from tourism for many months
- Long-haul international arrivals will be the longest to recover - and may not fully recover as we know it for at least 5 years
- There will be an increasing demand for domestic tourism products in Myanmar that are tailored to the Myanmar domestic market, and to the resident expatriate market
- There will likely be a phased re-opening of tourism: domestic then regional, followed by long-haul international
- We may have to adapt to live with COVID-19 rather than eradication
- Myanmar's tourism industry, both public and private sector has been oriented to international travellers in the past

Remaining uncertainties - What do we not know?

- How long the pandemic will last, when a vaccine may be found, and people's willingness to be vaccinated
- How COVID-19 impacts might affect people's willingness to travel in the long term
- Much detail about the domestic market, including size, economic contribution and our citizens changing preferences for holidays
- How some local areas in Myanmar may react to the opening up of tourism
- How people will react to a series of opening - lockdown - opening - lockdown
- How the travel insurance market will react to external issues such as COVID-19-related insurance for travellers and changes to the aviation business mode

Underlying issues - What do we assume?

- There will be a demand in the short and long term for the travel and tourism market: people will still want to travel
- The initial post-lockdown traveller profile/dynamic will be different to the traditional markets
- The existing tourism industry in Myanmar will need to adapt to changes, innovate, and develop new products and models to survive
- Health and Safety procedures in tourism facilities will become normal for travellers
- Neighbouring countries will aggressively market themselves once regional/international travel reopens

What are the trends?

- A strong growth of hotel bookings in destinations such as Kalaw and Hpa An driven by social media
- Protectionism and "unfavourable conditions" for startups stops the creation of new experiences at destinations and hampers innovation, which has led to Myanmar becoming uncompetitive with other regional destinations
- Traditional tourism businesses have found it difficult to adapt to the changing business environment
- Young people are becoming the domestic travellers with higher spending power and hunger for experiences and memories
- Instagram is used as an inspiration for what to do in destination or the reasons to go to a certain destination

ရွေးချယ်စရာနည်းလမ်းများ

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ နယ်စပ်ဝင်ပေါက်များ ပိတ်ထားသည်နှင့်အမျှ နိုင်ငံစီးပွားရေးအပေါ် ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ အထောက်အကူပြုမှုသည် လျော့ကျနေပြီး လတ်တလော ကာလအတွင်း လုပ်ငန်းများ အခက်အခဲနှင့် ရင်ဆိုင်နေရမည်ဖြစ်သော်လည်း အစိုးရက အထောက်အပံ့ပြုသည့် ပြန်လည်ထူထောင်ရေး အစီအစဉ်များတွင် ပါဝင်၍ ကူညီထောက်ပံ့သွားမည်ဖြစ်ပါသည်။ ရေရှည်ကာလတွင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကို ဈေးကွက်အသစ်၊ ထုတ်ကုန်အသစ်၊ စဉ်းစား တွေးခေါ်ပုံအသစ်များဖြင့် လိုက်လျောညီထွေဖြစ်အောင် ပြင်ဆင်လုပ်ဆောင်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်ရာတွင် ရင်ဆိုင်ကြရမည့် အခက်အခဲအချို့ မှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်ပါသည်။

ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ လတ်တလောအခြေအနေများ

- နိုင်ငံ၏စီးပွားရေးကို အထောက်အပံ့ပြုခြင်း၊ နိုင်ငံတကာခရီးသွားဧည့်သည်များ ဝင်ရောက်ခြင်း၊ အလုပ်အကိုင်ဖန်တီးပေးခြင်း၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်းများ၏ အရေအတွက် စသည်တို့ ပါဝင်သော ခရီးသွားကဏ္ဍ၏ အရွယ်အစားသည် နောင်လာမည့်တစ်နှစ်အတွင်း ကျဆင်းသွားနိုင်ခြင်း။
- COVID-19 သည် နိုင်ငံတကာခရီးသွားဧည့်သည် ဝင်ရောက်မှုကို လပေါင်းများစွာ အကန့်အသတ်များ ဖြစ်ပေါ်စေနိုင်ခြင်း။
- နိုင်ငံရပ်ခြား ခရီးဝေးသွားလာသော ဧည့်သည်များ ပြန်လည်ဝင်ရောက်မှုမှာ ကြာမြင့်ဦးမည်ဖြစ်ပြီး၊ နောင် (၅) နှစ်တာကာလကြာသည့်တိုင်အောင် အပြည့်အဝ ပြန်လည်ဖြစ်ပေါ်လာရန် မရှိနိုင်သေးကြောင်း ခန့်မှန်းထားခြင်း။
- နိုင်ငံသားများနှင့် ပြည်ပမှ လာရောက်လုပ်ကိုင်သော နိုင်ငံခြားသားများအတွက် ဝန်ဆောင်မှုပေးသော မြန်မာနိုင်ငံ၏ ပြည်တွင်းခရီးစဉ်များ ဝယ်လိုအား တိုးတက်လာနိုင်ခြင်း။
- ပြည်တွင်းခရီးသွားခြင်းမှအစပြု၍ ဒေသတွင်းခရီးသွားလာခြင်း၊ နိုင်ငံတကာသို့ ခရီးသွားလာခြင်း စသည်ဖြင့် တစ်ဆင့်ပြီးတစ်ဆင့် ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက် လာနိုင်ခြေရှိခြင်း။
- COVID-19 ကပ်ရောဂါကို အမြစ်ပြတ်ကုသနိုင်မှု မရှိသေးသောကာလအတွင်း ကပ်ရောဂါနှင့် ဘေးကင်းစွာယှဉ်တွဲနေထိုင်နိုင်ရန် လိုအပ်ခြင်း။
- မြန်မာနိုင်ငံ၏ ခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် (ပုဂ္ဂလိကနှင့် အစိုးရကဏ္ဍ အပါအဝင်) နိုင်ငံတကာ ခရီးသွားဧည့်သည် ဝင်ရောက်မှုကိုသာ အဓိကဆောင်ရွက်ခဲ့ခြင်း။

ဆက်လက်တည်ရှိနေသည့် မသေချာမရောမမှုများ

- ကပ်ရောဂါ မည်မျှကြာရှည်စွာ ဆက်လက်ဖြစ်ပေါ်နေမည်၊ ကာကွယ်ဆေး မည်သည့်အချိန်တွင်တွေ့ရှိမည်၊ လူများ ကာကွယ်ဆေးထိုးရန် လိုလားမှု ရှိမည် မရှိမည်ကို မသိရှိနိုင်ခြင်း။
- COVID-19 ကပ်ရောဂါသည် ရေရှည်တွင် လူများ၏ခရီးသွားလိုစိတ်အပေါ် မည်သို့သက်ရောက်မှုရှိနိုင်သည်ကို မသိရှိနိုင်ခြင်း။
- ဈေးကွက်အရွယ်အစား၊ စီးပွားရေးအထောက်အကူပြုမှု၊ နိုင်ငံသားများ၏ အားလပ်ရက်ခရီးသွားလိုမှုပုံစံ ပြောင်းလဲမှုဖြစ်စဉ် စသော ပြည်တွင်းခရီးသွား ဈေးကွက်၏ အသေးစိတ်အချက်အလက် မသိရှိနိုင်ခြင်း။
- မြန်မာနိုင်ငံ၏ အချို့သောခရီးစဉ်ဒေသများသည် ခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်သည့်အခါ မည်ကဲ့သို့ တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ရမည်ကို မသိရှိနိုင်ခြင်း။
- ခရီးသွားရန်ဖွင့်လှစ်ခြင်း၊ ခရီးထွက်ရန်ပိတ်ပင်ခြင်း ဖြစ်စဉ်များအတွက် မည်ကဲ့သို့ တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ရမည်ကို မသိရှိနိုင်ခြင်း။
- ခရီးသွားအာမခံလုပ်ငန်းအနေဖြင့် ခရီးသွားဧည့်သည်များအတွက် COVID-19 ကပ်ရောဂါနှင့်ပတ်သက်သော ခရီးသွားအာမခံကိစ္စ၊ လေကြောင်း ပျံသန်းမှု လုပ်ငန်းကိစ္စများအပေါ် မည်ကဲ့သို့တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ရမည်ကို မသိရှိနိုင်ခြင်း။

ခန့်မှန်းရန်ခက်ခဲသည့် အကြောင်းတရားများ

- ရေတို၊ ရေရှည်ကာလများတွင် ခရီးသွားဈေးကွက်အတွက် ခရီးသွားလိုသည့်ဆန္ဒများ ရှိလာကြမည်ဖြစ်ခြင်း။
- သမားရိုးကျ ခရီးသွားလာမှုပုံစံနှင့် COVID-19 ကပ်ရောဂါကာလအလွန်တွင် ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ လိုလားချက်များသည် ကွဲလွဲမှုရှိလာနိုင်ခြင်း။
- မြန်မာနိုင်ငံ၏ လက်ရှိခရီးသွားကဏ္ဍသည် ရေရှည်ရပ်တည်နိုင်ရန် အပြောင်းအလဲများ၊ ဆန်းသစ်မှုများ၊ ခရီးစဉ်အသစ်ဖန်တီးမှုများ နှင့်ပတ်သက်၍ လိုက်လျောညီထွေ တုံ့ပြန်သွားရန် လိုအပ်ခြင်း။
- ခရီးသွားလုပ်ငန်းများတွင် ဆောင်ရွက်ပေးနေရသည့် ကျန်းမာရေးနှင့် ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေး လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများသည် ခရီးသွားဧည့်သည်များ အတွက် ပုံမှန်ဆောင်ရွက်ရမည့်ကိစ္စတစ်ခု ဖြစ်လာခြင်း။
- ဒေသတွင်း/နိုင်ငံတကာ ခရီးသွားခြင်းများ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်သည်နှင့်တစ်ပြိုင်နက် အိမ်နီးချင်းနိုင်ငံများအနေဖြင့် ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းများ အပြိုင် အဆိုင် ဆောင်ရွက်လာကြမည်ဖြစ်ခြင်း။

ရှေ့အလားအလာများ

- လူမှုကွန်ရက်များ အသုံးပြုမှုများပြားလာသဖြင့် ကလောင်နှင့် ဘားအံမြို့များကဲ့သို့သော ခရီးစဉ်ဒေသများတွင် တိုတယ်အခန်း ကြိုတင်မှာယူမှုများ များစွာတိုးတက်လာခြင်း။
- ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများကို ပြည်ပယှဉ်ပြိုင်မှုမှ ကောင်းမွန်သော အကာအကွယ်ပေးခြင်းနှင့် လုပ်ငန်းစတင်ရန် အခြေအနေကောင်းများမရှိခြင်း ကြောင့် ခရီးစဉ်ဒေသများ၌ အတွေ့အကြုံသစ်များနှင့် ဆန်းသစ်တီထွင်မှုများကို နှောင့်နှေးစေပြီး မြန်မာနိုင်ငံကို အခြားသော ဒေသတွင်းနိုင်ငံ များနှင့်ယှဉ်လျှင် အားသာမှု မဖြစ်စေခြင်း။
- သမားရိုးကျလုပ်ကိုင်ကြသော ခရီးသွားလုပ်ငန်းများသည် စီးပွားရေးရပ်ဝန်း အပြောင်းအလဲကို လိုက်လျောညီထွေ ပြောင်းလဲလုပ်ကိုင်ရန် အခက်အခဲရှိခြင်း။
- လူငယ်များသည် ငွေကြေးပိုမိုသုံးစွဲနိုင်စွမ်းရှိလာပြီး အတွေ့အကြုံနှင့် အမှတ်တရများကို ရှာဖွေလိုသော ပြည်တွင်းခရီးသွားဧည့်သည်များ ဖြစ်လာကြခြင်း။
- အင်စတာဂရမ် (Instagram) သည် ခရီးစဉ်ဒေသတွင် လုပ်ဆောင်ဖွယ်ရာများကို စေ့ဆော်ပေးသကဲ့သို့ အချို့ခရီးစဉ်ဒေသများကို သွားရောက် လည်ပတ်ရန် တိုက်တွန်းနှိုးဆော်မှုတစ်ခု ဖြစ်စေခြင်း။

Recovery Scenario Planning

ပြန်လည်ထူထောင်ရေး ဘောင်ရွက်ရာတွင် ဖြစ်နိုင်ခြေစိမ့်ချက် ရေးဆွဲခြင်း

The following scenarios consider how we will react, and have been based upon extensive research of recovery planning based on WTTC, UNWTO, World Bank various recovery plans of other countries and regions, as well as consultation with the private sector, health officials, and our partners from other ministries.

Scenario 1: Short Term Recovery

After a period of stop-start openings and closures, localised outbreaks become more easily contained, and confidence returns to the domestic market, which in turn leads to a phased re-opening of regional, followed by international tourism.

The reality: This seems less and less likely, especially after the second-wave of COVID-19 infections in August and September 2020.

Scenario 2: Hopes for Short Term Recovery are Dashed

Stop-start openings and closures continue, reducing confidence for domestic travel in Myanmar, and reduces confidence for regional travel. Procedures and planning are not in place for COVID-19 safe travel, and the country is unprepared for potential re-opening, and the country loses its competitiveness. Neighbouring countries have re-opened for

အနာဂတ်တွင် အောက်ဖော်ပြပါ ဖြစ်လာနိုင်ခြေများအား မည်သို့ တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်သွားရမည်ကို ရည်သန်စိတ်ကူးထားသော အချက်များဖြစ်ပြီး ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းကောင်စီ (WTTC)၊ ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအဖွဲ့ချုပ် (UNWTO) နှင့် ကမ္ဘာ့ဘဏ် (World Bank) တို့၏ ပြန်လည်ထူထောင်ရေး အစီအမံများကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် သုတေသနပြုလုပ်၍ ရေးဆွဲထားခြင်းဖြစ်သကဲ့သို့ အခြားနိုင်ငံများနှင့် ဒေသများ၏ ပြန်လည်ထူထောင်ရေးစီမံကိန်း အများအပြားပေါ်တွင်လည်း အခြေခံထားပါသည်။ ထို့အပြင် ပုဂ္ဂလိကအဖွဲ့အစည်းများ ၊ ကျန်းမာရေးနှင့် အားကစားဝန်ကြီးဌာနနှင့် အခြားဆက်စပ်ဝန်ကြီးဌာနများမှ တာဝန်ရှိ ပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် ညှိနှိုင်းတိုင်ပင် အကြံဉာဏ်ရယူရေးဆွဲထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

“အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေ” (၁) – ကာလတိုပြန်လည်ထူထောင်ရေး

လုပ်ငန်းများ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ခွင့်မရဘဲ မကြာခင် ဖွင့်ခြင်း ၊ ပိတ်ခြင်း ပြုလုပ်နေရသည့် အချိန်ကာလနောက်ပိုင်းတွင် ဒေသတွင်း ယုံကြည်စိတ်ချရသော ကပ်ရောဂါကို အလွယ်တကူ ထိန်းချုပ်လာနိုင်ပြီး ပြည်တွင်းခရီးသွားဈေးကွက်၌ ယုံကြည်ချက်များ ပြန်လည်ရရှိလာမည် ဖြစ်သည်။ ထို့နောက် ဒေသတွင်းနှင့် နိုင်ငံတကာ ခရီးသွားလာမှုများ ပြန်လည် ဖွင့်လှစ် ဆောင်ရွက်ရေး ပြောင်းလဲမှုဖြစ်စဉ် တစ်ဆင့်ပြီးတစ်ဆင့် ဖြစ်ပေါ်လာမည်ဖြစ်သည်။

လက်ရှိပတ်ဝန်းကျင်အခြေအနေ။ ။ အထူးသဖြင့် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် ဩဂုတ်လနှင့် စက်တင်ဘာလ တို့တွင် ဖြစ်ပွားသော COVID-19 ဒုတိယလှိုင်း ကူးစက်မှုများကြောင့် “အနာဂတ် ဖြစ်နိုင်ခြေ” (၁) ခန့်မှန်းချက်သည် အမှန်တကယ် ဖြစ်ပေါ်လာရန် နည်းပါးပါသည်။

“အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေ” (၂) – ကာလတိုပြန်လည်ထူထောင်ရေးလုပ်ငန်းစဉ်များ ဆောလျင်စွာပြီးဆုံးသွားရန် မျှော်မှန်းချက်များ

လုပ်ငန်းများ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ခွင့်မရဘဲ မကြာခင် ဖွင့်ခြင်း ၊ ပိတ်ခြင်း ပြုလုပ်နေရသည့် အခြေအနေများ ဆက်လက်ဖြစ်ပေါ်နေပါက မြန်မာနိုင်ငံ၏ ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍနှင့် ဒေသတွင်း ခရီးသွားလာမှုများအတွက်လည်း ယုံကြည်ချက်များ လျော့ကျလာမည် ဖြစ်သည်။ COVID-19 ကပ်ရောဂါဘေးမှ အန္တရာယ်ကင်းရှင်းစွာ ခရီးသွားနိုင်ရေး အတွက် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ ၊ စီမံချက်များ မချမှတ်နိုင်လျှင် ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ရန် ဖြစ်နိုင်ခြေရှိသည့် ဆောင်ရွက်ခြင်းများ အဆင်သင့်မဖြစ်နိုင်ဘဲ ပြိုင်ဘက်နိုင်ငံများ အကြား ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်း ကျဆင်းမည်ဖြစ်သည်။ အိမ်နီးချင်းနိုင်ငံများသည် ပြည်တွင်း ခရီးသွားကဏ္ဍကို ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ခြင်းများ လုပ်ဆောင်နေကြပြီး ဒေသတွင်းနှင့်



domestic tourism, and begin to re-open for regional and international markets.

The reality: COVID-19 will likely continue to impact travel and tourism, and if no action is taken to prepare for COVID-19 safe travel, the outlook for the industry will be bleak.

Scenario 3: Long Term Recovery

We begin to plan now for the long-term effects of COVID-19, building a resilient industry, based on clear communications, a compassionate approach to health and COVID-19 safe travel, and a strong domestic and regionally-focused tourism first, working on understanding changes in the tourism industry globally, and repositioning the country for the international market.

The reality: We must now begin to plan and prepare for a long-term recovery. We can start with focusing on building a strong domestic tourism industry, with new and exciting demand-driven products that are inclusive, locally managed, and support SME development. We will be ready for regional re-opening of tourism, seek safe travel bubbles, and plan for the long-term reorientation of our tourism industry to be safe, demand-driven, competitive, and inclusive.

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ခရီးသွားဈေးကွက်များ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ရန် စတင်ဆောင်ရွက်နေကြပြီဖြစ်သည်။

လက်ရှိပတ်ဝန်းကျင်အခြေအနေ ။ ။ COVID-19 ရောဂါ ကူးစက်ပျံ့ပွားမှုသည် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍအပေါ် သက်ရောက်မှု ပိုမိုဖြစ်ပေါ်လာနိုင်ခြေများပြီး COVID-19 ဘေးအန္တရာယ် ကင်းရှင်းစွာ ခရီးသွားနိုင်ရေး ကြိုတင်ပြင်ဆင်မှုများ မပြုလုပ်လျှင် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍ၏ အလားအလာမှာ မျှော်လင့်ချက် နည်းပါးနေမည်ဖြစ်သည်။

“အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေ” (၃) - ရေရှည်ပြန်လည်ထူထောင်ရေး

ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍတစ်ခုတည်းဆောက်ရာတွင် COVID-19 ကာလတွင် ခံနိုင်ရည်ရှိရန် အလို့ငှာ ရေရှည်အကျိုးသက်ရောက်မှုများကို ကုစားနိုင်မည့် စီမံချက်များကို ယခုလက်ရှိ ကာလတွင် ရေးဆွဲထားရမည်ဖြစ်သည်။ ထိုသို့ရေးဆွဲရာတွင် အောက်ပါအချက်များကို အခြေခံရေးဆွဲရမည်။

- ရှင်းလင်းလွယ်ကူသော ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှုများ ပြုလုပ်ခြင်း၊
- ကျန်းမာရေးနှင့် COVID-19 ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းစွာ ခရီးသွားလာနိုင်ရေး အတွက် ရိုင်းပင်းကူညီမှုရှိစွာ ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းခြင်း၊
- ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ခိုင်မာစေရန်နှင့် ဒေသတွင်းခရီးသွားကဏ္ဍကို ဦးစားပေးဆောင်ရွက်ခြင်း ၊
- ကမ္ဘာနှင့်အဝန်း ပြောင်းလဲနေသည့် ခရီးသွားကဏ္ဍကို သိရှိနားလည်စေခြင်း၊
- အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဈေးကွက်တွင် မြန်မာနိုင်ငံ၏ ခရီးသွားဈေးကွက်ပုံစံကို ပြောင်းလဲပုံဖော်ခြင်း၊

လက်ရှိပတ်ဝန်းကျင်အခြေအနေ ။ ။ ရေရှည်ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအတွက် ယခုအချိန်ကစ၍ ကြိုတင်ပြင်ဆင်ကြရမည်ဖြစ်သည်။ SME ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ၊ ဒေသခံများ ပါဝင်စီမံခန့်ခွဲနိုင်ရေးနှင့် အားလုံးပါဝင်ဆောင်ရွက်ခွင့်ရှိရေး စသည့်အချက်များ ပါဝင်သော ဧည့်သည်များက လိုလားသည့် လက်ရှိခရီးသွားအရင်းအမြစ်များနှင့် ခရီးစဉ်အသစ်များဖြင့် ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ခိုင်မာစွာ တည်ဆောက်ရေးကို ဦးစားပေး ဆောင်ရွက်ရမည်။ ဒေသတွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ရေး အဆင်သင့်ပြင်ရန် ၊ ဘေးကင်းလုံခြုံသော travel bubbles အခြေအနေကို ဖော်ထုတ်ရန် ၊ ဧည့်သည်များ နှစ်ခြိုက်လိုလားသည့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းရှိပြီး အားလုံးပူးပေါင်းပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့်ရှိသော ရေရှည်အစီအမံ ပြုလုပ်သွားရမည်။

Our Commitment

ကျွန်ုပ်တို့၏ကတိကဝတ်များ

We will follow Scenario 3 and plan for the long term recovery of our tourism industry. We recognise there are important structural issues that must be addressed to make tourism more inclusive, equitable, and improved in the long term. We will encourage new product development, improved connectivity, allow for new destination development, and encourage all of Myanmar’s peoples to benefit from a new approach to tourism.

It is of course difficult to fully plan for how the tourism market internationally will change as well, however it is possible to consider how key actions can be prioritised, and be prepared as

အထက်တွင် ဖော်ပြခဲ့သည့် “အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေ” (၃) တွင် ပြဆိုချက်အတိုင်း ခရီးသွားလုပ်ငန်း ရေရှည်ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအတွက် ကြိုတင်ကြံဆ စီမံကိန်းချမှတ် ဆောင်ရွက်ကြပါမည်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် အများပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့် ပိုမိုရရှိစေရေး၊ တန်းတူအခွင့်အရေး ရရှိရေးနှင့် ရေရှည်တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးရေးဟူသော ကိစ္စရပ်များကို ကိုင်တွယ်ဆောင်ရွက်ရန် ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ခြင်းများကို အရေးတကြီး လုပ်ဆောင်ရမည်ဟု မှတ်ယူထားပါသည်။ ခရီးသွားအရင်းအမြစ်အသစ်များကို ဖန်တီးဖော်ထုတ်ရန် အားပေးတိုက်တွန်းပြီး ကူးလူးဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှုများ တိုးမြှင့်လုပ်ဆောင်ရန်လည်း အားပေးကူညီပါမည်။ ထို့အပြင် ခရီးစဉ်ဒေသအသစ်များ ဖော်ထုတ်ရန်ကိစ္စကိုလည်း ပါဝင်ကူညီပါမည်။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းအတွက် ဆောင်ရွက်ချဉ်းကပ်ပုံအသစ်များမှတစ်ဆင့် မြန်မာပြည်သူများအားလုံးအပေါ် အကျိုးဖြစ်ထွန်းစေရန် တွန်းအားပေးဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ခရီးသွားဈေးကွက် မည်သို့ပြောင်းလဲမည်ဆိုသည်ကို မသိရှိနိုင်သည့်အတွက် ပြည့်စုံစွာ ကြိုတင်ပြင်ဆင်ရန် ခက်ခဲသော်လည်း အဓိကကျသော လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဦးစားပေးသတ်မှတ်၍ ကြိုတင်ပြင်ဆင်နိုင်ပါသည်။ ထို့အပြင် “အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေ” အမျိုးမျိုးအပေါ်တွင်လည်း အခြေခံ၍ ကြိုတင်ပြင်ဆင်နိုင်သည့်

Priorities	Actions	Outcomes	Focus
Immediate:	Managing the crisis and mitigating the impact	Restore confidence to boost and restart the domestic industry	Important and Urgent
Medium term:	Providing stimulus and accelerating recovery	Rebuild Visitor Demand and Improve Product Offerings	Important and not Urgent
Long term:	Preparing for the future	Develop a more resilient, balanced, responsible, and sustainable tourism sector	Longer term structural actions



much as possible to plan for the different scenarios, as well as other scenarios as they develop.

Therefore, we have developed action planning based upon three priorities, all of which must be reviewed regularly and updated to ensure they maintain relevance. The periods are based on priorities:

အပြင် နောင်တွင် ထပ်မံပေါ်ပေါက်လာမည့် အခြားသော “အနာဂတ်ဖြစ်နိုင်ခြေ” များကို အခြေခံ၍လည်း ကြိုတင်ပြင်ဆင်နိုင်ပါသည်။

အထက်ပါအခြေအနေများအရ ဤလမ်းပြမြေပုံတွင် ဦးစားပေးအခြေအနေသုံးရပ်ပေါ် အခြေခံ၍ လုပ်ငန်းစီမံချက်များ ချမှတ်ထားပါသည်။ အဆိုပါအခြေအနေများကို ပုံမှန် သုံးသပ်မှုပြုလုပ်၍ ခေတ်နှင့်အညီ ဆီလျော်မှုရှိစေရေး ပြင်ဆင်နိုင်ပါသည်။

ဦးစားပေးဆောင်ရွက်ရမည့်ကိစ္စများ	လုပ်ဆောင်ချက်များ	အကျိုးရလဒ်များ	အဓိကအချက်
လတ်တလောဦးစားပေး	အရေးပေါ်အကျပ်အတည်းကာလ စီမံခန့်ခွဲမှုနှင့် သက်ရောက်မှုလျော့ပါးစေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်စတင်နိုင်ရေးနှင့် မြှင့်တင်သွားနိုင်ရေးတို့အတွက် ယုံကြည်မှုများ ပြန်လည်ရရှိစေခြင်း။	အရေးတကြီး ဆောလျင်စွာ ဆောင်ရွက်ရန်။
ကာလလတ်	အရေးပေါ်အထောက်အပံ့များပေးခြင်းနှင့် ပြန်လည်ထူထောင်ရေး အရှိန်မြှင့်ခြင်း။	ခရီးသွားဧည့်သည်များ ပြန်လည် လာရောက်ခြင်းနှင့် ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများ ပိုမိုတိုးတက်လာစေခြင်း။	အရေးတကြီး ဆောင်ရွက်ရန်။ သို့ရာတွင် ဆောလျင်စွာ ဆောင်ရွက်ရန် မလိုသေးပါ။
ကာလရှည်	အနာဂတ်အတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ခြင်း။	ပို၍ခိုင်ရည်ရှိသော ၊ ဟန်ချက်ညီအောင် ထိန်းညှိနိုင်သော ၊ တာဝန်သိမှုရှိသော ၊ ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍတစ်ခု ပေါ်ပေါက်လာစေခြင်း။	ကာလရှည်ဖွဲ့စည်းတည်ဆောက်ပုံ လုပ်ငန်းများ။

The Strategic Roadmap

မဟာဗျူဟာလမ်းပြစံပြု

We have identified three goals for the MTSRR, based on priority:

- Immediate** Restore confidence to boost and restart the domestic industry
- Medium Term** Rebuild Visitor Demand and Improve Product Offerings
- Long Term** Develop a more resilient, balanced, responsible, and sustainable tourism sector

There are a total of **18 Strategies**, which are divided into **80 specific Actions** which we at the Ministry will use to guide our efforts on ensuring a strong recovery for the tourism sector. We have conducted a series of inter-ministry and private-sector consultations, and have used the following as key contributions:

- Ministry of Hotels & Tourism: *Myanmar Tourism Master Plan Outline (2021-2025) (July 2020)*
- United Nations World Tourism Organization: *Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism (May 2020)*
- The World Bank: *Myanmar's Tourism Recovery and Development in the Aftermath of COVID-19 (Sept 2020)*
- Myanmar Tourism Marketing et al: *Tourism and COVID-19 in Myanmar. Priorities for Restarting Tourism, White Paper. (August 2020)*

MTSRR လမ်းပြမြေပုံအတွက် ဦးစားပေးအစီအစဉ်အလိုက် ရည်မှန်းချက် (၃) ခု ချမှတ်ထားရှိပါသည်။။

- လက်တလောဦးစားပေး** ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်စတင်နိုင်ရေးနှင့် မြှင့်တင်သွားနိုင်ရေးတို့အတွက် ယုံကြည်မှုများ ပြန်လည်ရရှိစေခြင်း။
- ကာလလတ်** ခရီးသွားဧည့်သည်များ ပြန်လည်လာရောက်ခြင်းနှင့် ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများ ပိုမိုတိုးတက်လာစေခြင်း။
- ကာလရှည်** ပို၍ခံနိုင်ရည်ရှိသော ၊ ဟန်ချက်ညီအောင် ထိန်းညှိနိုင်သော ၊ တာဝန်သိမှုရှိသော ၊ ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍတစ်ခု ပေါ်ပေါက်လာစေခြင်း။

MTSRR လမ်းပြမြေပုံ၏ ရည်မှန်းချက်များတွင် မဟာဗျူဟာ (၁၈) ချက် ၊ အသေးစိတ်လုပ်ဆောင်ချက် (၉၃) ချက် ပါဝင်ပါသည်။ ဝန်ကြီးဌာနအနေဖြင့် ခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်ထူထောင်ရေး အခိုင်အမာဖြစ်ပေါ်စေရန် လမ်းပြမြေပုံ၏ စီမံချက်များနှင့် လုပ်ဆောင်ချက်များကို အသုံးပြု၍ လမ်းညွှန်မှုပေးမည် ဖြစ်ပါသည်။ MTSRR လမ်းပြမြေပုံကို ဝန်ကြီးဌာနတွင်း အကြိမ်ကြိမ် ညှိနှိုင်းဆွေးနွေးကြခြင်းအားဖြင့် လည်းကောင်း ၊ ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍနှင့် အကြိမ်ကြိမ် ညှိနှိုင်းဆွေးနွေးကြခြင်းအားဖြင့် လည်းကောင်း ၊ အောက်ဖော်ပြပါ စာတမ်းများကိုအကိုးအကားပြု၍ လည်းကောင်း ရေးသားခဲ့ကြခြင်းဖြစ်သည်။

Myanmar Tourism Strategic Recovery Roadmap (MTSRR) 2020-2025

To Support the Recovery and Future Development of a Sustainable and Inclusive Tourism Industry in Myanmar

Overall aims of the Recovery Roadmap

Immediate: "Restore confidence to boost and restore the domestic tourism sector"

Medium Term: "Rebuild Visitor Demand and Improve Product Offerings"

Long Term: "Develop a more resilient, balanced, responsible, and sustainable tourism sector"

Strategic Programs & Enabling Pillars

from Tourism Master Plan Outline (MOHT, August 2020)



Priorities from "Priorities for Restarting Tourism" White Paper



Strategies & Actions

The MTSRR provides a series of Strategies and specific Actions in order to achieve our Immediate, Medium, and Long-Term Goals. There are a total of 18 Strategies, which are divided into 80 specific Actions. It is important to emphasise that Strategies and Actions are not static and must be constantly reviewed and changed, and this will be incorporated into an accompanying internal implementation programme by our Ministry: the uncertainties around COVID-19 are a reality of the need for constant change and review.

Restore confidence to boost and restart the domestic tourism sector (Immediate)

1. Enhance health and safety protocols to generate trust in Myanmar as a safe destination
2. Continue economic support to MSMEs and individuals in the tourism sector
3. Reassure and inspire the public to travel again and explore new experiences

မဟာဗျူဟာများနှင့် လုပ်ဆောင်ချက်များ

MTSRR လမ်းပြမြေပုံတွင် လတ်တလောဦးစားပေး ၊ ကာလလတ်နှင့် ကာလရှည် ရည်မှန်းချက်များ အထောက်အကူပြုနိုင်စေရန် မဟာဗျူဟာများနှင့် အသေးစိတ် သတ်မှတ်ထားသော လုပ်ဆောင်ချက်များကို ထည့်သွင်းထားပါသည်။ မဟာဗျူဟာ (၁၈) ချက် ၊ အသေးစိတ်လုပ်ဆောင်ချက် (၉၃) ချက် ပါဝင်ပါသည်။ အဆိုပါ မဟာဗျူဟာများနှင့် လုပ်ဆောင်ချက်များကို စဉ်ဆက်မပြတ် သုံးသပ်၍ လိုအပ်သော ပြောင်းလဲမှုများကို ပြုလုပ်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ MTSRR လမ်းပြမြေပုံသည် ဝန်ကြီးဌာန၏ ဌာနတွင်း အကောင်အထည်ဖော်ရမည့် အစီအစဉ်များနှင့် ပူးတွဲဖော်ဆောင်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။

ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်စတင်နိုင်ရေးနှင့် မြှင့်တင်သွားနိုင်ရေးအတွက် ယုံကြည်မှုများ ပြန်လည်ရရှိစေခြင်း။ (လတ်တလောဦးစားပေး)

- ၁။ မြန်မာနိုင်ငံသည် ဘေးကင်းလုံခြုံသော ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုအဖြစ် စိတ်ချယုံကြည်မှုများ ဖြစ်ပေါ်လာစေရန် ကျန်းမာရေးနှင့် ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေးလုပ်ငန်းများကို တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၂။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍရှိ MSMEs များနှင့် လူတစ်ဦးတစ်ယောက်ချင်းစီကို စီးပွားရေးဆိုင်ရာ အထောက်အပံ့များ ဆက်လက်ပေးသွားရန်။
- ၃။ ပြည်သူများ ပြန်လည်ခရီးသွားလာရေးနှင့် အတွေ့အကြုံအသစ်များ ရှာဖွေရေးအတွက် လှုံ့ဆော်မှုများ ဆောင်ရွက်ရန်။



- 4. Re-align tourism destinations to "the new normal"
- 5. Develop Human Resource Capacity and strengthen skills and knowledge for the new normal

- ၄။ ခရီးစဉ်ဒေသများအား အခြေအနေသစ်နှင့်အညီ လိုက်လျောညီထွေမှုရှိရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၅။ လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် စွမ်းဆောင်ရည် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရေးနှင့် အခြေအနေသစ်နှင့် ကိုက်ညီသော လုပ်ငန်းကျွမ်းကျင်မှုများနှင့် အသိပညာရပ်များ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

Rebuild Visitor Demand and Improve Product Offerings (Medium Term)

ခရီးသွားဧည့်သည်များ ပြန်လည်လာရောက်ခြင်းနှင့် ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများ ပိုမိုတိုးတက်လာစေခြင်း။ (ကာလလတ်)

- 6. Establish Myanmar as a trusted and safe destination
- 7. Position Myanmar in the heart and minds of International travellers
- 8. Diversify the tourism product base, improve quality and strengthen protected areas
- 9. Support MSMEs through digitisation, tourism investments and technical assistance
- 10. Set national tourism standards, ensure access to learning and create new tourism jobs
- 11. Develop destination management strategies, standards and guidelines for DMOs

- ၆။ မြန်မာနိုင်ငံကို ယုံကြည်စိတ်ချရပြီး ဘေးကင်းလုံခြုံသော ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခု အဖြစ် တည်ထောင်ရန်။
- ၇။ နိုင်ငံတကာခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ စိတ်အစဉ်တွင် မြန်မာနိုင်ငံကို စွဲမြဲနေစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၈။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများကို အမျိုးအစား ပြည့်စုံများပြားစေရန်နှင့် ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ထားသော ဒေသများရှိ ခရီးသွားဆွဲဆောင်မှု အရည်အသွေးများ ပိုမိုကောင်းမွန်စေရန်။
- ၉။ MSMEs များကို ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းစနစ်ဖြင့် လည်းကောင်း၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများနှင့် နည်းပညာအထောက်အပံ့များပေးခြင်းဖြင့် လည်းကောင်း အကူအညီပေးရန်။
- ၁၀။ နိုင်ငံတော်အဆင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းအတွက် စံသတ်မှတ်ချက်များ ဆက်လက်ပြဌာန်းသွားရန်၊ လေ့လာသင်ယူမှုများ လွယ်ကူမှုရှိစေရန်နှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်း အလုပ်အကိုင်အသစ်များ ဖန်တီးပေးရန်။
- ၁၁။ DMOs များအတွက် ခရီးစဉ်ဒေသ ဖွံ့ဖြိုးရေး စီမံခန့်ခွဲမှု မဟာဗျူဟာများနှင့် စံသတ်မှတ်ချက်များရေးဆွဲပြီး လမ်းညွှန်ချက်များ ချမှတ်သွားရန်။

Develop a resilient, balanced, responsible, and sustainable tourism sector (Long Term)

ပို၍ခံနိုင်ရည်ရှိသော ၊ ဟန်ချက်ညီထိန်းညှိနိုင်သော ၊ တာဝန်သိမှုရှိသော ၊ ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍတစ်ခု ပေါ်ပေါက်လာစေခြင်း။ (ကာလရှည်)

- 12. Establish A Smart Tourism Ecosystem and digital infrastructure
- 13. Establish a "Myanmar Tourism Board" for coordination of Marketing & Communication activities
- 14. Strengthen tourism human capital by establishing pathways to higher education and by updating the national HRD Strategy
- 15. Improve tourism connectivity and accessibility
- 16. Ensure destination management is inclusive and in consultation with local stakeholders
- 17. Invest in developing and expanding the scope of Inclusive and Community-Based Tourism
- 18. Safeguard tourism resources and prevent negative impacts on social and natural environment

- ၁၂။ ခေတ်မီဆန်းသစ်သော ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဂေဟစနစ် (Smart Tourism Ecosystem) နှင့် ဒီဂျစ်တယ်အခြေခံအဆောက်အအုံ တည်ဆောက်ရန်။
- ၁၃။ ဈေးကွက်မြှင့်တင်ခြင်း လုပ်ငန်းစဉ်များ ချိတ်ဆက်ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအတွက် "မြန်မာခရီးသွားလုပ်ငန်းဘုတ်အဖွဲ့" ကို ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ရန်။
- ၁၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း လူ့စွမ်းအားဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် အဆင့်မြင့်ပညာရေး သို့ သွားနိုင်မည့်လမ်းကြောင်းများ တည်ဆောက်ခြင်း ၊ အမျိုးသားအဆင့် လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် မဟာဗျူဟာကို အဆင့်မြှင့်တင်ခြင်းများ လုပ်ဆောင်ရန်။
- ၁၅။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ကူးလူးဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှုနှင့် သွားလာနိုင်မှု အခြေအနေများကို တိုးမြှင့်လုပ်ဆောင်ရန်။
- ၁၆။ ခရီးစဉ်ဒေသ စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် အားလုံးပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့် ရရှိရေးနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဆက်နွယ်သူ ဒေသခံများနှင့် တိုင်ပင်ဆွေးနွေးမှု ပြုလုပ်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၇။ အားလုံးပါဝင်နိုင်ခွင့်နှင့် လူထုအခြေပြု ခရီးသွားလုပ်ငန်းနယ်ပယ်အား ပိုမိုကျယ်ပြန့်လာစေရေးအတွက် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၈။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ အရင်းအမြစ်များကို ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းရန်နှင့် လူမှုရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်အပေါ်တွင် ဆိုးကျိုးသက်ရောက်မှုများမှ ကာကွယ်ရန်။

[IMMEDIATE] RESTORE CONFIDENCE TO BOOST AND RESTART THE DOMESTIC TOURISM SECTOR

ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍ ပြန်လည်စတင်နိုင်ရေးနှင့် မြှင့်တင်သွားနိုင်ရေးတို့အတွက် ယုံကြည်မှုများ ပြန်လည်ရရှိခြင်း။ (လတ်တလောဦးစားပေး)

Strategy 1: Enhance health and safety protocols to generate trust in Myanmar as a safe destination

MoHT Strategic Program:
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 4
World Bank Recommendation: B, D
White Paper Priority: 1

မဟာဗျူဟာ - ၁။ မြန်မာနိုင်ငံသည် ဘေးကင်းလုံခြုံသော ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုအဖြစ် စိတ်ချယုံကြည်မှုများ ဖြစ်ပေါ်လာစေရန် ကျန်းမာရေးနှင့် ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းရေး လုပ်ငန်းများကို တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။

We will ensure hospitality and tourism businesses are implementing health & safety protocols and provide clear guidelines and protocols to ensure consistency to give travellers confidence to travel in Myanmar.

- 1.1. Ensure hospitality and tourism businesses are implementing health & safety protocols
- 1.2. Support MSMEs to be able to offer online reservations for accommodation, travel and activities at tourist destinations
- 1.3. Introduce COVID-19 contact tracing scheme with Google & Apple applications
- 1.4. Improve statistical systems in order to provide the public with up to date information on health, safety and travel
- 1.5. Issue Travel pass to enable short-term cross-border travel

- ၁-၁။ ဧည့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် ကျန်းမာရေးနှင့် ဘေးကင်းလုံခြုံရေးဆိုင်ရာ လမ်းညွှန်ချက်များကို လိုက်နာအကောင်အထည်ဖော်ရန်။
- ၁-၂။ ခရီးစဉ်ဒေသများ၌ တည်းခိုနေထိုင်ရေး ၊ လှည့်လည်သွားလာရေးနှင့် အခြားဝန်ဆောင်ပေးမှုဆိုင်ရာ ကြိုတင်မှာကြားခြင်း စသည် တို့ကို အွန်လိုင်း (online) မှ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် MSMEs များကို အကူအညီပေးရန်။
- ၁-၃။ Google နှင့် Apple အပလီကေးရှင်းများ အသုံးပြု၍ COVID-19 ရောဂါ ကူးစက်ခြင်း ခြေရာခံနစ်ကို အသုံးပြုရန်။
- ၁-၄။ ကျန်းမာရေး ၊ ဘေးကင်းလုံခြုံရေးနှင့် ခရီးသွားခြင်းများနှင့်ပတ်သက်သော နောက်ဆုံးရသတင်းအချက်အလက်များကို အများ ပြည်သူ သိရှိစေရေး ထုတ်ပြန်နိုင်ရန်အတွက် သတင်းအချက်အလက်များ ကောက်ယူခြင်းစနစ် ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်စေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁-၅။ ရက်တိုနယ်စပ်ဖြတ်ကျော် ခရီးသွားနိုင်ရန်အတွက် ခရီးသွားလာခွင့်လက်မှတ်များ (Travelpass) ထုတ်ပေးရန်။

Strategy 2: Continue economic support to MSMEs and individuals in the tourism sector

MoHT Strategic Program: 5,6
UNWTO Pillar: 1
UNWTO Recommendation: 1, 2,3,8,9
World Bank Recommendation: A,B
White Paper Priority: 6

မဟာဗျူဟာ - ၂။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍရှိ MSMEs များနှင့် လူတစ်ဦးတစ်ယောက်ချင်းစီကို စီးပွားရေးအထောက်အပံ့များပေးရန်။

We will continue to provide economic support to our tourism businesses.

We will work to remove barriers for entrepreneurs to allow small, local businesses to innovate, we will also make sure that licenses for creative product developments by small market entrants are fast-tracked.

- 2.1. Begin an immediate review of the barriers to market access for small entrepreneurs
- 2.2. Provide continued Support to Businesses by reviewing tax changes, leasing rates and other fees
- 2.3. Provide support to workers in the informal sector
- 2.4. Facilitate innovative and unconventional means of finance for MSMEs
- 2.5. Explore opportunity of reorganization via Mergers and Acquisitions

- ၂-၁။ အသေးစားစွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်များ ဈေးကွက်သို့ဝင်ရောက်ရန် ခက်ခဲစေသည့် အဟန့်အတားများကို အလျင်အမြန် သုံးသပ်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၂-၂။ အခွန်ကောက်ယူခြင်းစနစ် ပြောင်းလဲခြင်း ၊ ငှားရမ်းခများနှင့် အခြားသော အခကြေးငွေများကို ပြန်လည်သုံးသပ်ခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို အထောက်အပံ့များ ဆက်လက်ပေးအပ်ရန်။
- ၂-၃။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဆက်စပ်လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်နေသော အခြေခံအလုပ်သမားများကို အကူအညီပေးရန် (ဥပမာ- ခေါင်းရွက်ဗျပ်ထိုးဈေးသည် ၊ ဆိုက်ကားသမားများ ၊ မြင်းလှည်းသမားများ)။
- ၂-၄။ MSMEs များအတွက် ဆန်းသစ်သော ၊ သမားရိုးကျမဟုတ်သော နည်းလမ်းများဖြင့် ငွေကြေးထောက်ပံ့မှုကို အဆင်ပြေစေရေး ဆောင်ရွက်ပေးရန်။
- ၂-၅။ ကုမ္ပဏီအချင်းချင်း ပေါင်းစည်းခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း ၊ ပြန်လည်အသစ်ဖွဲ့စည်းဆောင်ရွက်ခြင်းအားဖြင့် လည်းကောင်း အခွင့်အလမ်းများ ရှာဖွေရန်။

Strategy 3: Reassure and inspire the public to travel again and explore new experiences

MoHT Strategic Pillar(s) : 3
 UNWTO Pillar: 13
 UNWTO Recommendation: 13,14,4
 World Bank: D
 White Paper Priority: 1 & 2

မဟာဗျူဟာ - ၃။ ပြည်သူ့အများ ပြန်လည်ခရီးသွားလာရေးနှင့် အတွေ့အကြုံအသစ်များ ရှာဖွေရေးအတွက် လှုံ့ဆော်မှုများ ဆောင်ရွက်ရန်။

We will ensure marketing and communication activities are done to build confidence that it is safe to travel and to boost the domestic market.

- 3.1. Improve the communication to the public and provide relevant information to the potential travellers
- 3.2. Establish data collection and sharing of insight for more targeted marketing and communication
- 3.3. Promote domestic destinations and attractions focused on the domestic traveller’s needs
- 3.4. Work with social influencers and user generated content as a facilitator instead of a broadcaster
- 3.5. Improve activities and promotions by DMOs

- ၃-၁။ အများပြည်သူသို့ သတင်းအချက်အလက်များဖြန့်ဝေမှု ပိုမိုကောင်းမွန်လာစေရန်နှင့် အလားအလာရှိသော ခရီးသွားဧည့်သည်များအတွက် ထိရောက်မှုရှိသော သတင်းအချက်အလက်များကိုပေးရန်။
- ၃-၂။ ဈေးကွက်မြှင့်တင်ခြင်းနှင့် ဆက်သွယ်ပြောဆိုဆောင်ရွက်ခြင်းလုပ်ငန်းများအတွက် တိကျသေချာသော သတင်းအချက်အလက်များ စုစည်းဖြန့်ဝေပေးရန်။
- ၃-၃။ ပြည်တွင်းခရီးသွားများ၏ လိုအပ်ချက်များအပေါ် အခြေခံ၍ ပြည်တွင်းခရီးစဉ်ဒေသများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများ မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ပေးရန်။

- ၃-၄။ ခရီးသွားများကိုယ်တိုင် ရေးသားထားသော အကြောင်းအရာများကို ထိရောက်စွာ အသုံးပြုရန်နှင့် လူမှုကွန်ရက်မှ ကျော်ကြားသူများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်။
- ၃-၅။ DMOs များ၏ လုပ်ငန်းအစီအစဉ်များနှင့် ဈေးကွက်မြှင့်တင်ခြင်းများကို တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။

Strategy 4: Re-align tourism destinations to “the new normal”

မဟာဗျူဟာ - ၄။ ခရီးစဉ်ဒေသများအား အခြေအနေသစ်နှင့်အညီ လိုက်လျောညီထွေမှုရှိရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

We will actively support the development of new, local destinations, targeted to recreational and domestic travellers. We commit to removing barriers for new domestic-focused products, such as campsites, nature recreation areas, and so on, and encourage the private sector to take the lead whilst ensuring environmental safeguards.

MoHT Strategic Program: 5
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 17
World Bank Recommendation: A
White Paper Priority: 5

- 4.1. Enhance Visitor Experience by adapting tourism products to the domestic market
- 4.2. Ensure Information and support is available for independent travellers
- 4.3. Engage public support for the long-term viability of the tourist attractions via donations and visits in the future
- 4.4. Empower networking and cooperation between DMOs
- 4.5. Encourage cooperation with CSR programs for ecotourism

- ၄-၁။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများကို ပြည်တွင်းခရီးသွားဈေးကွက်နှင့် လိုက်လျောညီထွေဖြစ်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ခရီးသွားဧည့်သည်များအတွက် ပိုမိုကောင်းမွန်သော အတွေ့အကြုံများကို ဖန်တီးပေးရန်။
- ၄-၂။ FIT ခရီးသွားများအတွက် သတင်းအချက်အလက်နှင့် ကူညီထောက်ပံ့မှုများ ဆောင်ရွက်ပေးရန်။
- ၄-၃။ ဆွဲဆောင်မှုရှိသော ခရီးစဉ်ဒေသများ၏ ရေရှည်တည်တံ့ရေးအတွက် လှူဒါန်းငွေများနှင့် ခရီးသွားဧည့်သည်များ လာရောက်လည်ပတ်မှုများမှတစ်ဆင့် အများပြည်သူ ပူးပေါင်းပါဝင်ဆောင်ရွက်မှု ရရှိစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၄-၄။ DMOs အဖွဲ့အစည်းများအကြား ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်မှု ပိုမိုအားကောင်းလာစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၄-၅။ သဘာဝအခြေခံခရီးသွားလုပ်ငန်းအတွက် ပြည်သူ့အကျိုးပြုလုပ်ငန်းများ (CSR) အစီအစဉ်များဖြင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုကို အားပေးမြှင့်တင်ရန်။

Strategy 5: Develop Human Resource Capacity and strengthen skills and knowledge for the new normal

မဟာဗျူဟာ - ၅။ လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် စွမ်းဆောင်ရည် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရေးနှင့် အခြေအနေသစ်နှင့် ကိုက်ညီသော လုပ်ငန်းကျွမ်းကျင်မှုများနှင့် အသိပညာရပ်များ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

We will ensure COVID-19 ready training for hospitality and tourism employees is available in major destinations.

MoHT Strategic Program: 1
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 5, 21
World Bank Recommendation: C
White Paper Priority: 7

- 5.1. Ensure COVID-19 ready training for hospitality and tourism employees
- 5.2. Design and deliver training and development for MoHT staff and managers in the States & Regions
- 5.3. Develop and deliver online learning opportunities for hospitality and tourism professionals

- 5.4. Facilitate “new normal” preparatory training for informal sector
- 5.5. Customise and deliver capacity building training for DMOs

- ၅-၁။ COVID-19 ကပ်ရောဂါအတွက် ဧည့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းများမှ ဝန်ထမ်းများကို အသင့်ပြင်ဆင်ထားနိုင်ရေး သင်တန်းများပေးရန်။
- ၅-၂။ တိုင်းဒေသကြီးများနှင့် ပြည်နယ်များရှိ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန ဝန်ထမ်းများ၏ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည် တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးစေရေး သင်တန်းများပေးရန်။
- ၅-၃။ ဧည့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းများဖြင့် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းပြုသူများအတွက် အင်တာနက်မှတစ်ဆင့် လေ့လာသင်ယူနိုင်မည့် အခွင့်အလမ်းများ ဖန်တီးဖော်ဆောင်ပေးရန်။
- ၅-၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဆက်စပ်လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်နေသော အခြေခံအလုပ်သမားများကို အခြေအနေသစ်နှင့် ကိုက်ညီလုပ်ကိုင်နိုင်စေရေး သင်တန်းများပေးရန်။
- ၅-၅။ DMOs များအတွက် လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်ရည်မြှင့်တင်ခြင်းသင်တန်းများ ဖော်ထုတ်ပို့ချရန်။

[MEDIUM TERM] REBUILD VISITOR DEMAND AND IMPROVE PRODUCT OFFERINGS

ခရီးသွားဧည့်သည်များ ပြန်လည်လာရောက်ခြင်းနှင့် ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများ ပိုမိုတိုးတက်လာစေခြင်း။ (ကာလလတ်ဦးစားပေး)

Strategy 6: Establish Myanmar as a trusted and safe destination

မဟာဗျူဟာ - ၆။ မြန်မာနိုင်ငံကို ယုံကြည်စိတ်ချရပြီး ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုအဖြစ် တည်ထောင်ရန်။

MoHT Strategic Program: 5
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 13, 4
World Bank Recommendation: A
White Paper Priority: 5

We will align the criteria of the UNWTO into our strategic policy to develop travel safe accreditation systems, and provide regular, updated information, instructions and alerts in accessible, easy-to-read and clear language formats.

- 6.1. Establish & communicate clear policies and procedures for international travel
 - 6.2. Introduce a COVID-19 passport for inbound travellers
 - 6.3. Develop a travel safe accreditation system
 - 6.4. Introduce MoHT COVID-19 “Safe Service” brands
 - 6.5. Open regional travel bridges when appropriate
- ၆-၁။ နိုင်ငံတကာခရီးသွားလာခြင်းများအတွက် တိကျသောမူဝါဒများ ၊ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများရေးဆွဲ၍ အများသိရှိစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
 - ၆-၂။ ပြည်ဝင် ခရီးသွားဧည့်သည်များအတွက် COVID-19 passport (ကျန်းမာရေး ၊ ဘေးကင်းလုံခြုံရေးနှင့် ခရီးသွားရာဇဝင် ခြေရာကောက်စနစ်များကိုအခြေခံသော) စနစ်ကို ကျင့်သုံးဆောင်ရွက်ရန်။
 - ၆-၃။ ဘေးကင်းလုံခြုံစွာခရီးသွားနိုင်ရေးအတွက် အသိအမှတ်ပြု ထောက်ခံချက်လက်မှတ်ထုတ်ပေးရေးစနစ်တစ်ရပ် ဖော်ဆောင်ရန်။

- ၆-၄။ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာန၏ COVID-19 ကပ်ရောဂါ “ဘေးကင်းလုံခြုံသောဝန်ဆောင်မှုအမှတ်တံဆိပ်” ဖန်တီးရန်။
- ၆-၅။ သင့်လျော်သောအချိန်တွင် ဒေသတွင်းနိုင်ငံအချင်းချင်း အပြန်အလှန် ခရီးသွားလာမှု ဖွင့်လှစ်နိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

Strategy 7: Position Myanmar in the heart and minds of International travellers

MoHT Strategic Program: 3
UNWTO Pillar: 2
UNWTO Recommendation: 14
World Bank Recommendation: A
White Paper Priority: 9

မဟာဗျူဟာ - ၇။ နိုင်ငံတကာ ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ စိတ်အစဉ်တွင် မြန်မာနိုင်ငံကို စွဲမြဲနေစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

As regional travel restrictions are being lifted, markets open up again, and international travel intent and consumer confidence are growing, our objective is to increase demand for holidays to Myanmar.

- 7.1. Build Myanmar Brand Awareness in selected target markets through relevant digital channels
- 7.2. PR Activities to promote Myanmar as a safe (from COVID-19 and conflicts) and attractive destination to visit
- 7.3. Virtual Tours offered through Virtual Reality before making a decision to visit Myanmar
- 7.4. Promote Myanmar as an attractive location for branded video and movie filming
- 7.5. Plan a Visit Myanmar Year

- ၇-၁။ ဦးတည်ရောင်းချမည့် ရွေးချယ်ထားသည့် ရည်မှန်းဈေးကွက်တွင် မြန်မာနိုင်ငံအမှတ်တံဆိပ်ကို စွဲမြဲသိရှိစေရေး သင့်လျော်သော အင်္ဂုဏ်တယ်နည်းပညာဆက်သွယ်ရေးလမ်းကြောင်းများ အသုံးပြု၍ ဆောင်ရွက်သွားရန်။
- ၇-၂။ လူထုဆက်သွယ်ရေးလုပ်ဆောင်ချက်များဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံကို (COVID-19 ကပ်ရောဂါနှင့် ပဋိပက္ခများမှ) ဘေးကင်းလုံခြုံပြီး ဆွဲဆောင်မှုရှိသည့် ခရီးစဉ်ဒေသအဖြစ် ဈေးကွက်မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၇-၃။ မြန်မာနိုင်ငံသို့ လာရောက်လည်ပတ်စေရေး ခရီးစဉ်ဒေသများကို Virtual Reality နည်းပညာဖြင့် ဖန်တီးထားသော (Virtual Tours) ဖြင့် ဆွဲဆောင်ရန်။
- ၇-၄။ မြန်မာနိုင်ငံသည် ဆွဲဆောင်မှုရှိသော ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုဖြစ်ကြောင်း ပေါ်လွင်စေမည့် ဗီဒီယိုနှင့် ရုပ်ရှင်ရိုက်ကူး၍ ဈေးကွက် မြှင့်တင်ရန်။
- ၇-၅။ မြန်မာ့ခရီးသွားနှစ် သတ်မှတ်ရန်အတွက် အစီအစဉ်ရေးဆွဲရန်။

Strategy 8: Diversify the tourism product base, improve quality and strengthen protected areas by enhancing connectivity

MoHT Strategic Program: 5,6
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 17
World Bank Recommendation: B,D
White Paper Priority: 2

မဟာဗျူဟာ - ၈။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ဆွဲဆောင်မှုများကို အမျိုးအစား ပြည့်စုံ များပြားစေရန်နှင့် ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ထားသော ဒေသများရှိ ခရီးသွားဆွဲဆောင်မှု အရည်အသွေးများ ပိုမိုကောင်းမွန်စေရန်။

We will develop Myanmar's image as an exciting and action oriented destination, whilst strengthening and celebrating our diverse cultures, landscapes, and ensure our protected areas are sensitively developed for tourism.

- 8.1. Develop new tourism product categories

- 8.2. Promote Myanmar for Sports Tourism
- 8.3. Promote a destination's competitive advantage and unique story
- 8.4. Facilitate restructuring of domestic flight pricing and introduce voluntary but comprehensive entrance fee collection to encourage expatriate residents to travel internally in Myanmar, and reduce the cost of travel by international visitors once Myanmar's borders are opened
- 8.5. Ensure our Protected Areas are sensitively and appropriately developed for tourism

- ၈-၁။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ဆွဲဆောင်မှုအသစ်များ ဖော်ထုတ်ရန်။
- ၈-၂။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် အားကစားခရီးသွားလုပ်ငန်းကို ဈေးကွက်မြှင့်တင်ရန်။
- ၈-၃။ ပတ်ဝန်းကျင်နိုင်ငံများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းရှိသည့် ခရီးစဉ်ဒေသများအား ဖော်ထုတ်၍ ခရီးသွားမြှင့်တင်ရန်။
- ၈-၄။ ပြည်တွင်းလေယာဉ်ခန့်ခွဲထားမှုများ ပြောင်းလဲသတ်မှတ်ရန်နှင့် ဆန္ဒအလျောက် ထည့်ဝင်လိုသော ငွေကြေးကောက်ခံမှုစနစ်ကို ဖော်ဆောင်ပေးခြင်းဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံတွင် နေထိုင်အလုပ်လုပ်ကိုင်နေသော နိုင်ငံခြားသားများ၏ ပြည်တွင်းခရီးသွားလာခြင်းကို အားပေးရန်။ ထို့အပြင် မြန်မာနိုင်ငံ၏ နယ်စပ်ဂိတ်များ ဖွင့်လှစ်သည့်အခါ နိုင်ငံတကာခရီးသွားဧည့်သည်များအတွက် ခရီးသွားကုန်ကျစရိတ်များ လျော့ကျစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၈-၅။ ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ထားသော ဒေသများတွင် ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးရေးကို ဆောင်ရွက်ရာ၌ သဘာဝပတ်ဝန်းကျင် ထိခိုက်မှုမရှိစေရေး စနစ်တကျ အကောင်အထည်ဖော်ရန်။

Strategy 9: Support MSMEs through digitisation, tourism investments, technical and HRD assistance

MoHT Strategic Program: 5
 UNWTO Pillar: 1
 UNWTO Recommendation: 18, 5,
 World Bank Recommendation: A,B
 White Paper Priority: 6

မဟာဗျူဟာ - ၉။ MSMEs များကို ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းစနစ်ဖြင့် လည်းကောင်း ၊ ခရီးသွားလုပ်ငန်း ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများနှင့် နည်းပညာအထောက်အပံ့ပေးခြင်းဖြင့် လည်းကောင်း အကူအညီပေးရန်။

We see digital transformation as a necessity for the survival of tourism businesses: we will support MSMEs through provision of training on digital literacy, loans and ensure the licencing procedures and taxation of new and existing tech start-ups are relaxed.

- 9.1. Establish fast-track approval system for new emerging tourism MSMEs
- 9.2. Implement digital systems for all tourism standard Business Procedures
- 9.3. Strengthen Tourism-Related Supply Chains
- 9.4. Provide technical assistance to tourism-related micro, small and medium enterprises (MSMEs)
- 9.5. Set up Industry-centric finance resource institution

- ၉-၁။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့်သက်ဆိုင်သည့် MSMEs အသစ်များ ပေါ်ထွက်လာရေးအတွက် လျင်မြန်စွာ ခွင့်ပြုပေးနိုင်သည့် စနစ်တစ်ခု တည်ထောင်ရန်။
- ၉-၂။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ စံပြုလုပ်ငန်းစဉ်များကို ဒစ်ဂျစ်တယ်စနစ်ဖြင့် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၉-၃။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့်ဆက်နွယ်ပတ်သက်သော ကုန်စည်စီးဆင်းမှုလမ်းကြောင်း (Supply Chains) များ ခိုင်မာအောင် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၉-၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့်ဆက်နွယ်ပတ်သက်သော (MSMEs) များအတွက် နည်းပညာအကူအညီများပေးရန်။
- ၉-၅။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဗဟိုပြု ငွေကြေးအရင်းအမြစ် အဖွဲ့အစည်းတစ်ခု ထူထောင်ရန်။

Strategy 10: Set national tourism standards, ensure access to learning and create new tourism jobs

MoHT Strategic Program: 1
UNWTO Pillar: 1
UNWTO Recommendation: 5,11,21
World Bank Recommendation: C
White Paper Priority: 7

မဟာဗျူဟာ - ၁၀။ နိုင်ငံတော်အဆင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းအတွက် စံသတ်မှတ်ချက်များ ဆက်လက် ပြဌာန်းသွားရန်၊ လေ့လာသင်ယူမှုများ လွယ်ကူမှုရှိစေရန်နှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်း အလုပ်အကိုင်အသစ်များ ဖန်တီးပေးရန်။

We will develop common curriculum national qualifications based on Myanmar Tourism Occupational Competency Standards. This will lead to a consistent national tourism curriculum in public and private training and educational institutions endorsed by the Ministry, in alignment with National Tourism Occupational Competency Standards and the ASEAN Tourism Professionals Registration System (ATPRS).

- 10.1. Develop common curriculum and national qualifications based on Tourism Occupational Competency Standards
- 10.2. Establish national system for delivery of Hotel and Tourism Occupational Competency Standards
- 10.3. Improve Human Resource Management systems within MoHT
- 10.4. Ensure greater access to tourism vocational education for everyone
- 10.5. Create new tourism jobs for citizens

- ၁၀-၁။ ဟိုတယ်နှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အလုပ်အကိုင်ကျွမ်းကျင်မှု “စံ” သတ်မှတ်ချက်များပေါ် အခြေခံ၍ သင်ရိုးညွှန်းတမ်းနှင့် အမျိုးသားအဆင့် အရည်အချင်းသတ်မှတ်ချက်များ ရေးဆွဲရန်။
- ၁၀-၂။ ဟိုတယ်နှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အလုပ်အကိုင်ကျွမ်းကျင်မှု “စံ” သတ်မှတ်ချက်များအတွက် အမျိုးသားအဆင့်ရှိ စနစ်တစ်ခု ဖော်ဆောင်ရန်။
- ၁၀-၃။ ဟိုတယ်နှင့်ခရီးသွားလာရေးဝန်ကြီးဌာနတွင် လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်များ တိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၀-၄။ လူတိုင်း လက်လှမ်းမီ ရယူနိုင်သော ခရီးသွားလုပ်ငန်း အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းပညာရေးကို ဖော်ဆောင်ရန်။
- ၁၀-၅။ နိုင်ငံသားများအတွက် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့်ပတ်သက်သော အလုပ်အကိုင်အသစ်များ ဖန်တီးပေးရန်။

Strategy 11: Develop destination management strategies, standards and guidelines for DMOs

MoHT Strategic Program: 4
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 19
World Bank Recommendation: D
White Paper Priority: 4

မဟာဗျူဟာ - ၁၁။ DMOs များအတွက် ခရီးစဉ်ဒေသ ဖွံ့ဖြိုးရေး စီမံခန့်ခွဲမှုမဟာဗျူဟာများနှင့် စံသတ်မှတ်ချက်များ ရေးဆွဲပြီး လမ်းညွှန်ချက်များ ချမှတ်သွားရန်။

We will commit to supporting the decentralization of tourism and support the local decision making and management of new and existing destinations through the development of accountable and democratic Destination Management Organisations (DMOs), led by the Pyithu Hluttaw MP responsible for the destination. This will lead to inclusive destinations that are managed through inputs from all citizens, as well as the tourism-related private sector. It will also better equip local decision making for new destination development, infrastructure priorities and encourage local entrepreneurship.

- 11.1. Develop DMOs to ensure inclusive input from Township/District level
- 11.2. Develop DMOs as locally-based institutions with well-trained and motivated full-time staff

- 11.3. Develop long-term financial and capacity building programme for DMOs
- 11.4. Develop and implement destination management plans for each destination.
- 11.5. Implement Common Standards and Guidelines to oversee DMOs
- 11.6. Expand and upscale the skills and capability specific to the destination

- ၁၁-၁။ DMO ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ရာတွင် မြို့နယ်/ခရိုင်အဆင့်များမှ အားလုံးပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့်ရရှိစေရေး တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၁-၂။ DMO များကို ခရီးစဉ်ဒေသများမှ ဒေသခံများ ပါဝင်နိုင်ခွင့်ရှိသော အဖွဲ့အစည်းများအဖြစ် ကောင်းမွန်စွာ လေ့ကျင့်ထားပြီး စိတ်ဓါတ်တက်ကြွမှုရှိသည့် အချိန်ပြည့် ဝန်ထမ်းများဖြင့် ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ရန်။
- ၁၁-၃။ DMO များကို ရေရှည်ငွေကြေးထောက်ပံ့မှုနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်မြှင့်တင်မှု အစီအစဉ်များ တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၁-၄။ ခရီးစဉ်ဒေသတစ်ခုစီအတွက် ခရီးစဉ်ဒေသ ဖွံ့ဖြိုးရေးအစီအစဉ် တစ်ခုစီ ရေးဆွဲအကောင်အထည်ဖော်ရန်။
- ၁၁-၅။ DMO များကို ကြီးကြပ်ရန်အတွက် စံနှုန်းများနှင့် လမ်းညွှန်ချက်များ ချမှတ်အကောင်အထည်ဖော်ရန်။
- ၁၁-၆။ ခရီးစဉ်ဒေသအလိုက် လုပ်ငန်းကျွမ်းကျင်မှုနယ်ပယ် ကျယ်ပြန့်စေရေး လုပ်ဆောင်ရန်နှင့် အရည်အသွေးမြင့်မားစေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

[LONG TERM] DEVELOP A MORE RESILIENT, BALANCED, RESPONSIBLE, AND SUSTAINABLE TOURISM SECTOR

ပို၍ ခံနိုင်ရည်ရှိသော ၊ ဟန်ချက်ညီထိန်းညှိနိုင်သော ၊ တာဝန်သိမှုရှိသော ၊ ရေရှည်တည်တံ့သော ခရီးသွားလုပ်ငန်း ကဏ္ဍတစ်ခု ပေါ်ပေါက်လာစေခြင်း။ (ကာလရှည်ဦးစားပေး)

Strategy 12: Establish A Smart Tourism Ecosystem and digital infrastructure

MoHT Strategic Program: 6
 UNWTO Pillar: 3
 UNWTO Recommendation: 5, 18
 World Bank Recommendation: B, D
 White Paper Priority: 2,5

မဟာဗျူဟာ - ၁၂။ ခေတ်မီဆန်းသစ်သော ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဂေဟစနစ် (Smart Tourism Ecosystem) နှင့် ဒီဂျစ်တယ် အခြေခံအဆောက်အအုံ တည်ဆောက်ရန်။

We aim to have a Smart Tourism Ecosystem that collects and distributes relevant data that can support destination planning and includes all digital players and technologies in a sustainable way.

- 12.1. Connect stakeholders and digital players for automatic information and data gathering
 - 12.2. Support the use of digital service and provide digital literacy training to the industry
 - 12.3. Build Big Data Capabilities
 - 12.4. Set up National Tourism Web Portal
 - 12.5. Establish National Tourism Research an Data Centre
- ၁၂-၁။ သတင်းအချက်အလက်များ ကောက်ခံခြင်းနှင့် စုဆောင်းခြင်းကိစ္စများအတွက် ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် ပါဝင်သူများနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာကျွမ်းကျင်သူများကို ဆက်သွယ်ပေးရန်။
 - ၁၂-၂။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းအတွက် ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာအပေါ် အခြေခံသည့် ဝန်ဆောင်မှု အသုံးပြုနိုင်ရန်နှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာ တတ်ကျွမ်းမှုသင်တန်းများ ဖွင့်လှစ်နိုင်ရေး ကူညီထောက်ပံ့ပေးရန်။
 - ၁၂-၃။ သတင်းအချက်အလက် အများအပြား ရယူဆောင်ရွက်နိုင်စွမ်းရှိသောစနစ် တည်ဆောက်ရန်။

၁၂-၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ Web Portal တည်ထောင်ရန်။

၁၂-၃။ နိုင်ငံတော်အဆင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ သုတေသနနှင့် သတင်းအချက်အလက်စင်တာ ထူထောင်ရန်။

Strategy 13: Establish a "Myanmar Tourism Board" for coordination of Marketing & Communication activities

MoHT Strategic Program: 3
UNWTO Pillar: 2
UNWTO Recommendation: 14, 19
World Bank Recommendation: A
White Paper Priority: 5

မဟာဗျူဟာ - ၁၃။ ဈေးကွက်မြှင့်တင်ခြင်း လုပ်ငန်းစဉ်များ ချိတ်ဆက်ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေး အတွက် "မြန်မာခရီးသွားလုပ်ငန်းဘုတ်အဖွဲ့" ကို ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ရန်။

We recognise that an independent Tourism Board is an important part of a collaborative tourism sector where marketing funds and activities can be managed centrally and coordinated with DMOs.

- 13.1. Agree on the formation of an independent body to coordinate marketing and promotions
- 13.2. Align with DMOs for content ideas
- 13.3. Work with legislative channel for Myanmar Tourism Development Act
- 13.4. Set up Myanmar Tourism Development Board
- 13.5. Work with legislative channel for update of Myanmar Cesses Collection Act

၁၃-၁။ ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းနှင့် အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်းများ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်အတွက် လွတ်လပ်သောအဖွဲ့အစည်းတစ်ခု ဖွဲ့စည်းရန်။

၁၃-၂။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း မြှင့်တင်ရေးဆိုင်ရာ အကြောင်းအရာများနှင့်ပတ်သက်၍ (DMOs)များနှင့် ညှိနှိုင်းပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်။

၁၃-၃။ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးဥပဒေ ရေးဆွဲရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

၁၃-၄။ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအဖွဲ့ဖွဲ့စည်းရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

၁၃-၅။ မြန်မာနိုင်ငံအခွန်ကောက်ခံရေးအက်ဥပဒေ ပြင်ဆင်ရေး ဆောင်ရွက်ရန်။

Strategy 14: Strengthen tourism human capital by establishing pathways to higher education and by updating the national HRD Strategy

MoHT Strategic Program: 1
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 5, 21
World Bank Recommendation: C
White Paper Priority: 7

မဟာဗျူဟာ - ၁၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း လူ့စွမ်းအားဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် အဆင့်မြင့် ပညာရေးသို့ သွားနိုင်မည့် လမ်းကြောင်းများ တည်ဆောက်ခြင်း၊ အမျိုးသားအဆင့် လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် မဟာဗျူဟာကို အဆင့်မြှင့်တင်ခြင်းများ လုပ်ဆောင်ရန်။

We will strive to develop Myanmar's talent in order to develop a vibrant, sustainable, culturally sensitive, inclusive, and well managed tourism sector.

- 14.1. Update National Tourism Human Resource Development Strategy
- 14.2. Develop Master's and higher academic programmes in Tourism & Hospitality Management
- 14.3. Work with National Accreditation and Quality Assurance Council for credit transfer between Tourism TVET and Academic pathways
- 14.4. Work with legislative channel to introduce a Myanmar Tourism Professional Council (MTPC) Law
- 14.5. Set up Myanmar Tourism Professional Council

- ၁၄-၁။ အမျိုးသားခရီးသွားလုပ်ငန်း လူ့စွမ်းအားအရင်းအမြစ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး မဟာဗျူဟာကို ပြင်ဆင်ရန်။
- ၁၄-၂။ ဧည့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်း စီမံခန့်ခွဲမှုတာဝန်များအတွက် မဟာဘွဲ့ နှင့် အဆင့်မြင့်ပညာရေးအစီအစဉ်များ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၄-၃။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းသင်တန်းများမှ ရရှိခဲ့သည့် အသိအမှတ်ပြုလက်မှတ်များဖြင့် ပိုမိုမြင့်မားသည့် ပညာရေးဆိုင်ရာလမ်းကြောင်းသို့ ဆက်လက်လျှောက်လှမ်းနိုင်ရေး ပေါင်းကူးစနစ်များ ဖြစ်ပေါ်လာရေးအတွက် အမျိုးသား အရည်အသွေး စိစစ်ရေးနှင့် အသိအမှတ်ပြုရေးကောင်စီနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၄-၄။ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များကောင်စီ ဥပဒေရေးဆွဲရေး ဆောင်ရွက်ရန် ။
- ၁၄-၅။ မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များကောင်စီ ဖွဲ့စည်းရန်။

Strategy 15: Improve tourism connectivity and accessibility

MoHT Strategic Program: 2
 UNWTO Pillar: 3
 UNWTO Recommendation: 9, 17
 World Bank Recommendation: B
 White Paper Priority: -

မဟာဗျူဟာ - ၁၅။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ကူးလူးဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှုနှင့် သွားလာနိုင်မှု အခြေအနေများကို တိုးမြှင့်လုပ်ဆောင်ရန်။

We commit to take both a long-term perspective on advocating for resources to develop high quality tourism and transport infrastructure that can be accessed by all citizens, and a short term view on reducing the cost of travel to be more in line with our neighbouring countries, whilst safeguarding our domestic airlines and transport operators. In the long-term we will seek to re-develop and upgrade our rail network for both tourism and the benefit of low-carbon trade and travel for all. We will prioritise infrastructure spending where it has most impact.

- 15.1. Improve connectivity between international and domestic airports
- 15.2. Improve connectivity with regional capitals direct to destinations: upgrades of selected domestic airports to international status
- 15.3. Improve connectivity with regional capitals direct to destinations: agreements with international and domestic airlines to open new international routes direct to destinations
- 15.4. Improve safety and equipment of domestic and international airports
- 15.5. Improve water transport and jetties in destinations
- 15.6. Improve road access to major destinations and new destinations
- 15.7. Rejuvenate key railway lines and develop historical railway heritage programmes

- ၁၅-၁။ ပြည်တွင်းရှိ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာလေဆိပ်များနှင့် ပြည်တွင်းလေဆိပ်များအကြား ကူးလူးဆက်သွယ်မှုလမ်းကြောင်းများ ပိုမိုကောင်းမွန်လာစေရန်။
- ၁၅-၂။ အာဆီယံဒေသ၏မြို့တော်များနှင့် ခရီးစဉ်ဒေသများအကြား ပြည်တွင်းလေဆိပ်များကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာလေဆိပ်အဆင့်သို့ မြှင့်တင်၍ ကူးလူးဆက်သွယ်မှုလမ်းကြောင်းများ ပိုမိုကောင်းမွန်လာစေရန်။
- ၁၅-၃။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာလေကြောင်းလိုင်းများနှင့် ပြည်တွင်းလေကြောင်းလိုင်းများ ညှိနှိုင်း၍ အာဆီယံဒေသ၏မြို့တော်များရှိ ခရီးစဉ်ဒေသများသို့ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာလေကြောင်းအသစ်များ တိုက်ရိုက်ပျံသန်း၍ ကူးလူးဆက်သွယ်မှုလမ်းကြောင်းများ ပိုမိုကောင်းမွန်လာစေရန်။
- ၁၅-၄။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာလေဆိပ်များနှင့် ပြည်တွင်းလေဆိပ်များတွင် လုပ်ငန်းသုံးပစ္စည်းများ စုံလင်မှုရှိရန်နှင့် ဘေးကင်းလုံခြုံရေး တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။

- ၁၅-၅။ ခရီးစဉ်ဒေသများတွင် ရေကြောင်းပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆိပ်ခံတံတားများ တိုးမြှင့်တည်ဆောက်ရန်။
- ၁၅-၆။ အထင်ကရခရီးစဉ်ဒေသများနှင့် ခရီးစဉ်ဒေသအသစ်များအကြား လမ်းကြောင်းများ ပိုမိုကောင်းမွန်စေရေး ဖောက်လုပ်တည်ဆောက်ရန်။
- ၁၅-၇။ မီးရထားလမ်းများကို မွမ်းမံပြုပြင်ရန်နှင့် သမိုင်းအမွေအနှစ်ဝင် မီးရထားခရီးစဉ်များ ဖော်ဆောင်ရန်။

Strategy 16: Ensure destination management is inclusive and in consultation with local stakeholders

MoHT Strategic Program: 6
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 19
World Bank Recommendation: B, D
White Paper Priority:

မဟာဗျူဟာ - ၁၆။ ခရီးစဉ်ဒေသ စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် အားလုံးပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့်ရရှိရေးနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဆက်သွယ်သူ ဒေသခံများနှင့် တိုင်ပင်ဆွေးနွေးမှု ပြုလုပ်ဆောင်ရွက်ရန်။

We will work to ensure our communities benefit from better tourism management of destinations.

- 16.1 Improve tourism-related small scale infrastructure such as road side map, signages, information counters and public toilets
- 16.2 Strengthen digital Government Transformation
- 16.3 Develop All Inclusive Tourism Infrastructure Framework
- 16.4 Move Towards Tourism Satellite Accounting System
- 16.5 Improve waste management in destinations

- ၁၆-၁။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဆက်စပ်မှုရှိသော အခြေခံအဆောက်အအုံဖွဲ့စည်းမှုများဖြစ်သည့် လမ်းဘေးစိုက်ထူရသော မြေပုံများ၊ လမ်းညွှန်ဆိုင်းဘုတ်များ၊ ပြန်ကြားရေးကောင်တာများ၊ အများသုံးအိမ်သာများ စသည်တို့ကို ပိုမိုကောင်းမွန်စေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၆-၂။ ဒစ်ဂျစ်တယ် အခြေခံအဆောက်အအုံများ အသုံးပြု၍ ဒစ်ဂျစ်တယ်အစိုးရစနစ်သို့ အသွင်ကူးပြောင်းရေး အားကောင်းစေရန်။
- ၁၆-၃။ အားလုံးပါဝင်နိုင်သော ခရီးသွားလုပ်ငန်း အခြေခံမူဘောင် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရန်။
- ၁၆-၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း သတင်းအချက်အလက်စာရင်းအင်းစနစ် ဖြစ်ပေါ်လာရေး ဦးတည်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၆-၅။ ခရီးစဉ်ဒေသများရှိ စွန့်ပစ်ပစ္စည်း စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ်ကို အဆင့်မြှင့်တင်ရန်။

Strategy 17: Invest in developing and expanding the scope of Inclusive and Community-Based Tourism

MoHT Strategic Program: 6
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 13,18
World Bank Recommendation: C
White Paper Priority: 4

မဟာဗျူဟာ - ၁၇။ အားလုံးပါဝင်နိုင်ခွင့်နှင့် လူထုအခြေပြုခရီးသွားလုပ်ငန်း နယ်ပယ်အား ပိုမိုကျယ်ပြန့်လာစေရေးအတွက် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ဆောင်ရွက်ရန်။

We will strive to encourage destinations to grow and flourish by encouraging a much wider participation in the tourism industry, promoting growth in rural, agricultural, and cultural tourism whilst ensuring environmental, community, and cultural safeguards.

- 17.1. Invest in, and encourage the growth of community-inclusive tourism in rural, agricultural, and protected areas
- 17.2. Work with Regional Governments for funding and synchronizing emerging community-based tourism destinations to develop into sustainable eco-system

- 17.3. Work with Ministry of Agriculture, Livestock and Irrigation for developing agricultural areas with tourism potential into agritourism hubs.
- 17.4. Work with legislative channel for Community-Based Tourism Act to encourage tourism MSMEs in rural areas
- 17.5. Set up National Community-Based Tourism Centre

- ၁၇-၁။ ကျေးလက်ဒေသ လယ်ယာစိုက်ပျိုးရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင် ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ရေးအတွက် ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းထားသော ဒေသများတွင် ဒေသခံများအားလုံး ပူးပေါင်းပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်သော ခရီးသွားလုပ်ငန်းထွန်းကားစေရေး ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန်နှင့် တွန်းအားပေးဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၇-၂။ အသစ်ပေါ်ထွက်လာသော လူထုအခြေပြု ခရီးစဉ်ဒေသများတွင် ရေရှည်တည်တံ့သော လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှုဖြစ်ပေါ်စေရန် ဘဏ္ဍာရေးအထောက်အပံ့နှင့် ဟန်ချက်ညီစေရေးအတွက် ဒေသဆိုင်ရာအစိုးရများနှင့် အတူတကွ ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၇-၃။ ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ရန် အလားအလာရှိသော စိုက်ပျိုးရေးဒေသများကို စိုက်ပျိုးရေး အခြေခံခရီးသွားလုပ်ငန်း ဗဟိုချက်ဖြစ်လာစေရေးအတွက် စိုက်ပျိုးရေး ၊ မွေးမြူရေးနှင့် ဆည်မြောင်းဝန်ကြီးဌာနနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၇-၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း MSMEs များကို ကျေးလက်ဒေသများတွင် ပိုမိုအားပေးမြှင့်တင်ရန်အတွက် လူထုအခြေပြု ခရီးသွားလုပ်ငန်းဥပဒေ ရေးဆွဲရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၇-၅။ အမျိုးသားအဆင့် လူထုအခြေပြုခရီးသွားလုပ်ငန်း ဗဟိုဌာနတစ်ခု တည်ထောင်ရန်။

Strategy 18: Safeguard tourism resources and prevent negative impacts on social and natural environment

MoHT Strategic Program: 6
UNWTO Pillar: 3
UNWTO Recommendation: 12,16
World Bank Recommendation: D
White Paper Priority: 4

မဟာဗျူဟာ - ၁၈။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ အရင်းအမြစ်များကို ကာကွယ်ထိန်းသိမ်းရန်နှင့် လူမှုရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်အပေါ်တွင် ဆိုးကျိုးသက်ရောက်မှုများမှ ကာကွယ်ရန်။

We will establish a means to ensure sustainability of tourism products, resources and tourism destinations in Myanmar. We will protect vulnerable communities and indigenous people's areas from negative impacts of tourism, whilst seeking to improve linkages between local producers and the tourism industry.

- 18.1. Prevent negative impacts on social and natural environment
- 18.2. Safeguard Myanmar's Cultural and Natural Heritage
- 18.3. Promote a wider understanding of Myanmar's cultural and natural heritage
- 18.4. Improve the overseeing of tourism's governance
- 18.5. Set up Tourism Trust for conservation of social and natural environment to enhance tourism resources

- ၁၈-၁။ လူမှုရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်အပေါ် ဆိုးကျိုးသက်ရောက်မှုများမှ အကာအကွယ်ပေးရန်။
- ၁၈-၂။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ယဉ်ကျေးမှုနှင့် သဘာဝအမွေအနှစ်များ မပျက်စီးစေရေး ထိန်းသိမ်းစောင့်ရှောက်ရန်။
- ၁၈-၃။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ယဉ်ကျေးမှုနှင့် သဘာဝအမွေအနှစ်များအကြောင်း ပိုမိုနားလည်သဘောပေါက်စေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၈-၄။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း အုပ်ချုပ်စီမံခန့်ခွဲမှုစနစ် တိုးတက်စေရေး ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၁၈-၅။ ခရီးသွားအရင်းအမြစ်များ တိုးတက်များပြားလာစေရန်အတွက် လူမှုရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင် ထိန်းသိမ်းရေး လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရေး ခရီးသွားလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ဦးဆောင်အဖွဲ့ တည်ထောင်ရန်။

Our Next Steps

ကျွန်ုပ်တို့၏ငြိမ်းချမ်းရေးလမ်းညွှန်များ



As part of developing the MTSRR, we have implemented a detailed internal action plan that includes a system of weekly review to allow for real-time monitoring, evaluation, and if necessary, remove, re-design, or add new actions as they develop.

We will ensure we keep up a high level of communication with all of our stakeholders, our tourism businesses, our destinations, our tourists, and our citizens to ensure we work together to rebuild our tourism sector better.

MTSRR နှင့်ဆက်စပ်၍ ဌာနတွင်းအသုံးပြုရန် နေ့စဉ် အချိန်နှင့်တစ်ပြေးညီ စောင့်ကြည့် စစ်ဆေးခြင်း၊ အကဲဖြတ်ခြင်းနှင့် လိုအပ်ပါက ပြန်လည်မွမ်းမံခြင်း သို့မဟုတ် လုပ်ဆောင်ချက်အသစ်များကို ထပ်မံထည့်သွင်းခြင်းများ ပြုလုပ်နိုင်သည့် အစီအစဉ်ကို အသေးစိတ် လုပ်ဆောင်ရန် ပြုစုထားပါသည်။

ခရီးသွားကဏ္ဍ ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ ပြန်လည်ထူထောင်ရန် ခရီးသွားလုပ်ငန်းကဏ္ဍနှင့် ပတ်သက်ဆက်နွယ်သူများ၊ ခရီးသွားကုမ္ပဏီများ၊ ခရီးစဉ်ဒေသများ၊ ခရီးသွားဧည့်သည်များ၊ အများပြည်သူများနှင့် အားလုံးအတူတကွ ပူးပေါင်း၍ စဉ်ဆက်မပြတ် ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ရပါမည်။



Appendix 1: Master and Recovery Plans used in the development of the MTSRR

Myanmar Tourism Master Plan Outline (2021 - 2025)

1. Human Resource Development
2. Improve Connectivity and Tourism Related Infrastructure
3. Marketing and Promotion
4. Implement standards and guidelines for tourist destinations and tourism services
5. Enhance visitor experiences by developing new tourism products
6. Public Private Partnerships (PPPs) for sustainable, inclusive and responsible tourism

World Tourism Organization (UNWTO) Covid-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package

1. Economic recovery
2. Marketing and promotion
3. Institutional strengthening and building resilience

World Bank Group: Myanmar tourism recovery and Development in the aftermath of COVID-19

- A. Rebuilding Visitor Demand
- B. Increasing Visitor Access and spending
- C. Boosting Sector Inclusiveness
- D. Enhancing destination sustainability & Safety

[White Paper] Tourism and COVID-19 in Myanmar: Priorities for Restarting Tourism

1. Put Safety First
2. Promote Domestic Tourism
3. Adopt a Phased Approach for Reopening to International Travel
4. Improve Destination Management and Market Segmentation
5. Revise the Current Approach to Marketing and Promotion
6. Build a Supportive Business Environment
7. Invest in Human Resources — Managing Talent During and After COVID-19

ငှာက်သက်တွဲ (၁) – MTSRR ငရးသားပြုစုရာတွင် ဒါကိုးဒါကားပြုခဲ့သော စာရွက်စာတမ်းများ

မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်းပင်မစီမံကိန်း (၂၀၂၁-၂၀၂၅)

- ၁။ လူစွမ်းအားအရင်းအမြစ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး။
- ၂။ လုပ်ငန်းဆက်သွယ်ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်မှု တိုးမြှင့်လုပ်ဆောင်ရန်နှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဆက်နွယ်မှုရှိသည့် အခြေခံအဆောက်အအုံများ အဆင့်မြှင့်တင်ရန်။
- ၃။ ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းနှင့် အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း။
- ၄။ ခရီးစဉ်ဒေသများနှင့် ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှုများအတွက် စံနှုန်းသတ်မှတ်ချက်များနှင့် လမ်းညွှန်ချက်များ ဖော်ဆောင်ရန်။
- ၅။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ ရောင်းကုန်အသစ်များ ဖန်တီး၍ ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏အတွေ့အကြုံကို ဆန်းသစ်အောင်လုပ်ဆောင်ခြင်း။
- ၆။ ခရီးသွားလုပ်ငန်း အရှည်တည်တံ့ရန် အားလုံးပူးပေါင်းပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့် ပိုမိုရရှိရေးနှင့် တာဝန်ယူမှု၊ တာဝန်ခံမှုရှိရန်အတွက် ပုဂ္ဂလိကနှင့် အစိုးရ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု တိုးမြှင့်လုပ်ဆောင်ရန်။

ကမ္ဘာ့ခရီးသွားလာရေးလုပ်ငန်း၏ COVID-19 ခရီးသွားလုပ်ငန်းပြန်လည်ထူထောင်ရေး လုပ်ထုံးလုပ်နည်းဆိုင်ရာအထောက်အကူပြုစာတမ်း

- ၁။ စီးပွားရေးပြန်လည်ထူထောင်ခြင်း။
- ၂။ ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းနှင့် အရောင်းမြှင့်တင်ခြင်း။
- ၃။ အသင်းအဖွဲ့များ နာလန်ထူ ခံနိုင်ရည်ရှိပြီး ပြန်လည်ဦးမော့လာနိုင်ရန် ပြုလုပ်ပေးခြင်း။

ကမ္ဘာ့ဘဏ်အဖွဲ့ - COVID-19 အလွန် မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်ထူထောင်ရေးနှင့် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးစာတမ်း

- က။ ခရီးသွားဧည့်သည်များ၏ ဝယ်လိုအားကို ပြန်လည်ဖန်တီးရယူရန်။
- ခ။ ခရီးသွားဧည့်သည်များ ပိုမိုဝင်ရောက်နိုင်ရေးနှင့် ငွေကြေးပိုမိုသုံးစွဲနိုင်ရေး တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။
- ဂ။ ခရီးသွားကဏ္ဍတွင် အားလုံးပူးပေါင်းပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်ခွင့်ပိုမိုရရှိရေး အခွင့်အလမ်းကို တွန်းအားပေးဆောင်ရွက်ရန်။
- ဃ။ ခရီးစဉ်ဒေသ အရှည်တည်တံ့ရန်နှင့် လုံခြုံဘေးကင်းရန် အကာအကွယ်ပေးခြင်းတို့ကို တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ရန်။

(အဆိုပြုစာလွှာ) COVID-19 နှင့် မြန်မာနိုင်ငံခရီးသွားလုပ်ငန်း - ခရီးသွားလုပ်ငန်း ပြန်လည်စတင်ရေးအတွက် ဦးစားပေးလုပ်ငန်းစဉ်များ

- ၁။ လုံခြုံဘေးကင်းရန် အကာအကွယ်ပေးခြင်းကို ပထမဦးစားပေးကိစ္စအဖြစ် ဆောင်ရွက်ရန်။
- ၂။ ပြည်တွင်းခရီးသွားကဏ္ဍမြှင့်တင်ရန်။
- ၃။ နိုင်ငံတကာခရီးသွား ပြန်လည်ဖွင့်လှစ်ဖိတ်ခေါ်ရန် ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ရန်။
- ၄။ ခရီးစဉ်ဒေသစီမံခန့်ခွဲခြင်းကို အဆင့်မြှင့်တင်ရန်နှင့် ခရီးစဉ်ဒေသနှင့် ကိုက်ညီမှုရှိမည့် ဈေးကွက်အမျိုးအစားကို ရွေးချယ်ခြင်း။
- ၅။ လက်ရှိကျင့်သုံးနေသော ဈေးကွက်မြှင့်တင်ခြင်းဆိုင်ရာ ဆောင်ရွက်ပုံများကို စိစစ်ပြင်ဆင်ရန်။
- ၆။ ကူညီအထောက်အပံ့ပေးနိုင်စွမ်းသော ခရီးသွားလုပ်ငန်းဝန်းကျင်တစ်ခု တည်ဆောက်ရန်။
- ၇။ လူစွမ်းအားအရင်းအမြစ်ကဏ္ဍတွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန်နှင့် Covid-19 ကာလအတွင်းနှင့် ကာလအလွန် အရည်အချင်းရှိသူများကို တာဝန်ယူစီမံခန့်ခွဲရန်။

Appendix 2 - Glossary

ငှာတ်ဘက်တွဲ (J) - အဝိဟွယ်ပွင့်ဆိုင်ချက်

ADB	Asian Development Bank	MoIFER	Ministry of Investment and Foreign Economic Relations
ATPRS	ASEAN Tourism Professional Registration System	MoNREC	Ministry of Natural Resources and Environmental Conservation
CBT	Community Based Tourism	MoPFI	Ministry of Planning, Finance and Industry
COVID - 19	2019 Novel Coronavirus (2019-nCoV)	MP	Member of Parliament
DMOs	Destination Management Organization	MSMEs	Micro, Small and Medium Enterprises
DP	Development Partners	MTF	Myanmar Tourism Federation
DRD	Department of Rural Development	MTM	Myanmar Tourism Marketing
EIA	Environmental Impact Assessment	MTSRR	Myanmar Tourism Strategic Recovery Roadmap
F&B	Food and Beverage	NSSA	National Skills Standards Authority
GAD	General Administration Department	NTDCC	National Tourism Development Central (NTDC) Committee
HIA	Heritage Impact Assessment	OTA	Online Travel Agents
HR	Human Resource	PCR	Polymerase chain reaction
HRM	Human Resource Management	PR	Public Relations
IT	Information Technology	R/STCs	Region or State Tourism Committees
MIC	Myanmar Investment Commission	TVET	Technical and Vocational Education and Training
MoALI	Ministry of Agriculture, Livestock and Irrigation	UNWTO	World Tourism Organization
MoBA	Ministry of Border Affairs	VAT	Value Added Tax
MoE	Ministry of Education	WTTC	World Travel and Tourism Council
MoHS	Ministry of Health and Sports		
MoHT	Ministry of Hotels and Tourism		



