ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်အစိုးရ
ပညာရေးဝန်ကြီးဌာန

ဘောဂဗေဒ
ဒသမတန်း
GRADE 10

အခြေခံပညာသင်ရိုးညွှန်းတမ်း၊ သင်ရိုးမာတိကာနှင့်
ကျောင်းသုံးစာအုပ်ကော်မတီ

ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်အစိုးရ
ပညာရေးဝန်ကြီးဌာန

ဘောဂဗေဒ
ဒသမတန်း
GRADE 10

အခြေခံပညာသင်ရိုးညွှန်းတမ်း၊ သင်ရိုးမာတိကာနှင့်
ကျောင်းသုံးစာအုပ်ကော်မတီ

၂၀၁၇ ခုနှစ်၊ ဒီဇင်ဘာလ၊ အုပ်ရေ-၄၁၈,၃၄၅

<u>၂၀၁၈-၂၀၁၉</u> ပညာသင်နှစ်

အခြေခံပညာသင်ရိုးညွှန်းတမ်း၊ သင်ရိုးမာတိကာနှင့်
ကျောင်းသုံးစာအုပ်ကော်မတီ၏ မူပိုင်ဖြစ်သည်။

အမှာစာ

ဘောဂဗေဒဟူသည် "လူတို့၏ အပြုအမူကိုလေ့လာခြင်း" ဟူ၍လည်း အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုကြပါသည်။ လူတစ်ဦးချင်း၊ လုပ်ငန်းတစ်ခုချင်း၊ စျေးကွက်တစ်ခုချင်း၏ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ အပြုအမူများအား လေ့လာခြင်းကို မိုက်ကရိုဘောဂဗေဒ (micro economics) ဟူ၍လည်းကောင်း၊ လူ့အဖွဲ့အစည်း တစ်ရပ်လုံး၊ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတစ်ခုလုံး၏ စီးပွားရေးဆိုင်ရာအပြုအမူများအား လေ့လာခြင်းကို မေကရိုဘောဂဗေဒ (macro economics) ဟူ၍လည်းကောင်း၊ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်နှင့် တစ်ပြည်၊ နိုင်ငံတစ်ခုနှင့် တစ်ခု စီးပွားရေးဆိုင်ရာ ဆက်သွယ်မှုများအား လေ့လာခြင်းကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေး (international economics) ဟူ၍လည်းကောင်း ခေါ်ဆိုကြသည်။ ဘောဂဗေဒကို လေ့လာကြမည့်သူများ အနေဖြင့် ဤအခြေခံသုံးမျိုးကို လေ့လာနိုင်မှသာ ပြည့်စုံမည်ဖြစ်ပါသည်။ စံမီအခြေခံ ဘောဂဗေဒသင်ရိုးများတွင် ဤအခြေခံသုံးမျိုးလုံး ပါဝင်လေ့ရှိပါသည်။

တက္ကသိုလ်ဝင်တန်းအတွက် အခြေခံဘောဂဗေဒ သင်ရိုးစာအုပ်ကိုလည်း ဤအခြေခံသုံးမျိုးလုံး ပါဝင်အောင် စီစဉ်ရေးသားထားပါသည်။ အခန်း (၂) ဝယ်လိုအား ရောင်းလိုအားဆန်းစစ်မှု အခြေခံများသည် မိုက်ကရိုဘောဂဗေဒအပိုင်း၏ မသိမဖြစ်သော အရေးကြီးဆုံးအပိုင်းဖြစ်ပါသည်။ အခန်း (၁) အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာနှင့် စျေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်၊ အခန်း (၃) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၊ အခန်း (၄) ငွေကြေးနှင့် ဘဏ်လုပ်ငန်း၊ အခန်း(၅) ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးတို့မှာ မေကရိုဘောဂဗေဒအပိုင်း၏ အရေးကြီးသော သဘောတရားများဖြစ်ပါသည်။ အခန်း (၆) မှာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးအပိုင်း ဖြစ်ပါသည်။

ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်သည် တစ်နေ့တစ်ခြား တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးလျက်ရှိရာ စီမံခန့်ခွဲမှုပညာ၊ ရောင်းဝယ်ကုန်သွယ်မှုပညာ၊ စာရင်းကိုင်စာရင်းစစ်ပညာ စသည့် စီးပွားရေးပညာရပ် နယ်ပယ်အသီးသီးတို့တွင် ဘောဂဗေဒသည် အခြေခံအကျဆုံး ဖြစ်လျက်ရှိပါသည်။ ဤပညာရပ်များကို နားလည် ကျွမ်းကျင်ရေးအတွက် ဘောဂဗေဒပညာ အခြေခံရှိဖို့လိုအပ်ပေသည်။ ဘောဂဗေဒပညာကို အခြေခံအားဖြင့် နားလည်နိုင်ရေးအတွက် ရည်ရွယ်သည်မှန်သော်လည်း အခြေခံသက်သက်မျှသာမဟုတ်၊ နောက်ဆုံး တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုများကိုပါ အရှင်းဆုံးအလွယ်ဆုံးဖြင့် ဖတ်ရှုနားလည်နိုင်အောင် ရေးထားပါသည်။ နဝမတန်းမှစ၍ လေ့လာရသော ဘာသာရပ်ဖြစ်သည့်အပြင် အတွေးအခေါ်အယူအဆများ ပါဝင်နေသောကြောင့် တစ်ကြိမ်ဖတ်ရုံဖြင့် ရှုတ်ခြည်းအလွယ်တကူ နားလည်စွဲငြိသွားမည်မဟုတ်သည်မှာ သေချာပေသည်။ ဖတ်ရင်းစဉ်းစား၊ စဉ်းစားပြီးပြန်ဖတ်ခြင်းဖြင့် အနည်းဆုံး နှစ်ကြိမ်မျှဖတ်မှသာ သဘောတရား အယူအဆများကို အမှန်တကယ်နားလည်နိုင်ပါလိမ့်မည်။ ဘောဂဗေဒအခြေခံများကို နားလည်လျှင် ဘဝင်ကျနှစ်ခြိုက်လာပြီး ဆက်လက်လေ့လာလိုစိတ်များ ဖြစ်ပေါ်လာမည် ဧကန်ဖြစ်ပါသည်။

အခြေခံမှတစ်ဆင့်တက်၍ ပိုမိုနက်နဲသော ဘောဂဗေဒပညာကို ဆက်လက်လေ့လာမည်ဆိုလျှင် မြန်မာဘာသာဖြင့် ရေးသားထားသော စာအုပ်စာတမ်းရှားပါးလှသည်။ အင်္ဂလိပ်စာကျွမ်းကျင်ပါက ဘောဂဗေဒကို ပိုမိုလျင်မြန်လွယ်ကူစွာ လေ့လာနိုင်မည်။ စာမေးပွဲတွင် အင်္ဂလိပ်လိုယှဉ်တွဲဖော်ပြဖို့ မလိုသော်လည်း

"မြင်ပါများလျှင်မှတ်သားမိစေ" ဟူသောရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် ခေါင်းစဉ်နှင့်ဝေါဟာရများ ကို အင်္ဂလိပ်လိုပါ ယှဉ်တွဲဖော်ပြထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ဂရုပြု၍ဖတ်ဖြစ်အောင်ဖတ်ပြီး မှတ်မိသလောက် မှတ်စေချင်ပါသည်။

သတင်းခေတ်တွင် ကိုယ်သိချင်သော အကြောင်းအရာကို ရှာဖွေလေ့လာနိုင်ရန် အခွင့်အလမ်း အမျိုးမျိုး ပေါ်ပေါက်လျက်ရှိရာ ဘာဂဗေဒပညာကို ဤစာအုပ်ဖြင့် အခြေခံတည်ဆောက်ပြီး၊ အဆင့်ဆင့် တိုးတက်လေ့လာနိုင်မှ ထူးချွန်ထက်မြက်သော ဘာဂဗေဒပညာသင်များ၊ ထိုမှတစ်ဆင့် ဘာဂဗေဒပညာ ရှင်များ ပေါ်ထွက်လာစေရန်အထိ ရည်ရွယ်လျက် ဤစာအုပ်ကို ပြုစုလိုက်ရပေသည်။

မာတိကာ

အခန်း(၁)

အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာနှင့် ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်

Resource Allocation Problem and the Market Economy

၁–၁။ နိဒါန်း

ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်သည် လူတို့၏အပြုအမူကို လေ့လာသည့် ဘာသာရပ်ဖြစ်သည်။ လူတို့သည် ၎င်းတို့၏ အတောမသတ်နိုင်အောင် များပြားလှသော လိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်ဆည်းရေးအတွက် ၎င်းတို့၏ လက်ဝယ်ရှိ ရှားပါးပြီး အမျိုးမျိုးအသုံးပြုနိုင်သော အင်အားစုများကို ရွေးချယ်ခွဲဝေအသုံးချကြရသည်။ ဤအခန်းတွင် လူသားမျိုးနွယ်တစ်ရပ်လုံးအတွက် အခြေခံကျသော စီးပွားရေးပြဿနာဖြစ်သည့် အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာကို ရှင်းလင်းတင်ပြပြီး ဤပြဿနာကို ဖြေရှင်းရေးအတွက် နိုင်ငံများကကျင့်သုံးကြသော စီးပွားရေးစနစ်များကို အကျဉ်းမျှတင်ပြသွားမည်။ ထို့နောက် ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် အကြောင်းကို ဆက်လက်တင်ပြသွားမည် ဖြစ်သည်။

၁–၂။ အတောမသတ်သည့် လိုအင်ဆန္ဒများနှင့် ရှားပါးသည့်အင်အားစုများ

Unlimited Wants and Scarce Resources

လူတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒများသည် လူတို့၏လိုအပ်ချက် (need) ထက်မက သာလွန်များပြားစွာရှိတတ်သည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် လူတို့သည် ၎င်းတို့၏လိုအပ်ချက်ထက် ကျော်လွန်၍ လိုအင်ဆန္ဒအမျိုးမျိုး အတောမသတ်နိုင်အောင် ရှိတတ်ကြသည်။ အသက် ရှင်သန်ရေးအတွက် အစားအသောက်စားသုံးလိုခြင်း၊ ထို့အပြင် အလှအပခြယ်သ ပြင်ဆင်လိုခြင်း၊ တေးသီချင်းနှင့် အကသီဆိုကြည့်ရှုခံစားလိုခြင်း၊ ရွှေငွေလက်ဝတ်ရတနာ ဆင်မြန်းလိုခြင်း စသည့်လိုအင်ဆန္ဒများလည်း ရှိကြပေသည်။

လူတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒများကို ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာလိုအင်ဆန္ဒများ (material wants) နှင့် စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ လိုအင်ဆန္ဒများ (non-material wants) ဟူ၍ ခွဲခြားဖော်ပြနိုင်သည်။ ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာလိုအင်ဆန္ဒများမှာ အစားအစာ၊ အဝတ်အထည်၊ နေအိမ်၊ မော်တော်ကား၊ ရုပ်မြင်သံကြားစက် စသည်တို့ဖြစ်ပြီး စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ လိုအင်ဆန္ဒများမှာ ချစ်ခြင်းမေတ္တာ၊ ကျော်ကြားလိုမှု၊ အောင်မြင်လိုမှု စသည်တို့ဖြစ်ပါသည်။ ဤလိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို လိုအပ်ပေသည်။ **ကုန်စည် (goods) များမှာ အစားအစာ၊ အဝတ်အထည်၊ နေအိမ်၊ ကား စသည်ဖြင့် ဒြပ်ရှိသောအရာများကို ဆိုလိုသည်။ ဝန်ဆောင်မှု (services) များမှာ ကျန်းမာရေး၊ ပညာရေး၊ အလှပြုပြင်ရေးစသည့် ဒြပ်မဲ့အရာများကို ဆိုလိုသည်။**

ဤကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် လူတို့သည် ၎င်းတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်စွမ်းနိုင်ပြီး ကျေနပ်နှစ်သိမ့်မှု ရရှိကြသည်။ ဤသို့ လတ်တလော လိုအင်ဆန္ဒများ ဖြည့်စွမ်းရန် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအား အသုံးပြုခြင်းကို စားသုံးခြင်းဟုခေါ်သည်။ ဤကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ထုတ်လုပ်ရန်အတွက် အင်အားစုများ (resources) ကို ပေါင်းစပ်အသုံးပြုရပြီး၊ ဤအင်အားစုများကို ထုတ်လုပ်မှုအင်အား

စုများ (factors of production) ဟူ၍လည်းခေါ်သည်။

ထုတ်လုပ်မှုအင်အားစု (၀၊) ကုန်ထုတ်အင်အားစုကို အောက်ပါအတိုင်း (၃) မျိုး ခွဲခြားဖော်ပြလေ့ရှိသည်။

(၁) မြေယာ (၀၊) သဘာ၀အင်အားစုများ
(Land or natural resources)

(၂) လုပ်အား (၀၊) လူအင်အားစုများ
(Labour or human resources)

(၃) အရင်းအနှီး (၀၊) လူဖန်တီးသောအင်အားစုများ
(Capital or man-made resources)

မြေယာတွင် မြေကြီးအပါအ၀င်မြေပေါ်မြေအောက်ရှိ သဘာ၀သယံဇာတပစ္စည်းများ အားလုံးပါ၀င်ပြီး သဘာ၀၏ အခမဲ့လက်ဆောင်ဟူ၍ပင် တင်စားခေါ်ဝေါ်ကြသည်။ မြေယာပမာဏနှင့်အရည်အသွေး၊ မြစ်ချောင်းအင်းအိုင်၊ သတ္တုတွင်းများ၊ သစ်တောကြီးများနှင့် ရာသီဥတု အခြေအနေ စသည်တို့ပါ၀င်သည်။

လုပ်အားတွင် ကာယလုပ်အားအပြင် ကျွမ်းကျင်မှုများ၊ အတတ်ပညာများအပါအ၀င် လူသားတို့၏ ရုပ်ပိုင်းနှင့် စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ အရည်အချင်းများအားလုံးပါ၀င်သည်။ သင်တန်းပေးခြင်း၊ ပညာသင်ကြားပေးခြင်းတို့ဖြင့် လုပ်အား၏အရည်အသွေးကို တိုးတက်မြင့်မားအောင် လုပ်ဆောင်နိုင်သောကြောင့် လူအရင်းအမြစ်အင်အားစုများအဖြစ် အသိအမှတ်ပြု လက်ခံထားကြပေသည်။ ယခုအခါ ကျန်းမာရေး၊ ပညာရေးအပေါ် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို လူသားအရင်းအမြစ်အပေါ် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဟု အသိအမှတ်ပြုကြသည်။

အရင်းအနှီးတွင် ကိရိယာတန်ဆာပလာများ၊ အဆောက်အဦများအပါအ၀င် ထုတ်လုပ်မှုကို အထောက်အကူပြုနိုင်အောင် လူလုပ်အားဖြင့် ဖန်တီးထားသောအရာ အားလုံးပါ၀င်သည်။ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ အရင်းအနှီးစတော့အနေဖြင့် စက်မှုလုပ်ငန်းများ၏ စက်ကိရိယာများနှင့် စက်ရုံ၊ အလုပ်ရုံများ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအမျိုးမျိုး၏ အဆောက်အဦနှင့် ရုံးခန်းများ၊ လမ်းတံတားအစရှိသည့် လူအဖွဲ့အစည်း၏ အခြေခံအဆောက်အအုံများ အားလုံးကိုဆိုလိုသည်။

ဤအင်အားစုများသည် တိုင်းပြည်တိုင်းတွင် အကန့်အသတ်ဖြင့်သာ ရရှိနိုင်သောကြောင့် ၎င်းတို့ကို အသုံးပြုပြီး ဖြည့်ဆည်းပေးရမည့် လူတို့၏လိုအင်ဆန္ဒများနှင့် နှိုင်းစာလျှင် ရှားပါးသည်ဟု ဆိုရမည်ဖြစ်သည်။

၁–၃။ ရှားပါးခြင်းနှင့် ရွေးချယ်မှုပြဿနာ
Scarcity and Problem of Choice

လူအဖွဲ့အစည်းအားလုံးအတွက် အရင်းခံစီးပွားရေးပြဿနာမှာ အင်အားစုများရှားပါးခြင်း ဖြစ်သည်။ လူတို့၏လိုအင်ဆန္ဒများသည် အတောမသတ်နိုင်အောင် များပြားလှပြီး၊ ယင်းတို့ကို ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်သည့် အင်အားစုများမှာ အကန့်အသတ်ဖြင့်သာ ရရှိနိုင်သောကြောင့် လူတို့၏လိုအင်ဆန္ဒအားလုံးကို

ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ခြင်းမရှိသည့် အခြေအနေကို အင်အားစုရှားပါးသည့်ပြဿနာဟု ရည်ညွှန်းဖော်ပြခြင်း ဖြစ်သည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် လူတို့သည် လိုအင်ဆန္ဒရှိသမျှ အရာအားလုံးကို ရရှိနိုင်မည်မဟုတ်ချေ။ ထို့ကြောင့် **ရှိနေသောအင်အားစုများကို အကောင်းဆုံးအသုံးချ၍ လိုအင်ဆန္ဒအားလုံး မဟုတ်သော်လည်း အများဆုံးကို ဖြည့်ဆည်းနိုင်ရန် ရွေးချယ်ဆုံးဖြတ်မှုများ ပြုလုပ်ရသည်။ ယင်းသည်ပင်လျှင် လူအဖွဲ့အစည်း၏ အခြေခံ စီးပွားရေးပြဿနာ (၀၊) အင်အားစုခွဲဝေမှု ပြဿနာဖြစ်ပေသည်။**

လူတိုင်းသည် မိမိလိုအင်ဆန္ဒရှိသမျှကို ဖြည့်စွမ်းနေနိုင်သမျှ ရှားပါးမှုမရှိသောကြောင့် ရွေးချယ်မှု ပြုလုပ်ရန်လည်း လိုမည်မဟုတ်ပေ။ ရှားပါးသောကြောင့် ရွေးချယ်မှုပြုလုပ်ရသည်။ ရွေးချယ်မှုဆိုင်ရာ လူတို့၏ အပြုအမူကို လေ့လာခြင်းသည် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်ပင် ဖြစ်သည်။ လူတိုင်းသည် ဆင်းရဲချမ်းသာမရွေး ကိုယ်ကျိုးစီးပွား အများဆုံးရအောင် ပြုမူဆောင်ရွက်နေကြသူများ ဖြစ်သည်ဟုယူဆထားသည်။ ထို့ကြောင့် လူတို့၏ အပြုအမူကိုလေ့လာသော ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် လူတို့ကိုစိတ်ကျေနပ်မှု အများဆုံးရအောင် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအား အသုံးပြုနေကြသည့် စားသုံးသူများအနေဖြင့်လည်းကောင်း၊ အမြတ်အများဆုံးရအောင် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ထုတ်လုပ်နေကြသည့် ထုတ်လုပ်သူများအနေဖြင့်လည်းကောင်း၊ လူ့အဖွဲ့အစည်း၏ ကောင်းကျိုးချမ်းသာ အမြင့်မားဆုံးတိုးတက်ရရှိအောင် အများအားလုံးကိုယ်စား တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်ပေးနေသည့် အစိုးရအနေဖြင့်လည်းကောင်း၊ လေ့လာကြပေသည်။

အိမ်ရှင်မတစ်ဦးသည် မိမိလက်ဝယ် အကန့်အသတ်ဖြင့်ရှိနေသော မိသားစုဝင်ငွေဖြင့် မိသားစုအတွက် စိတ်ကျေနပ်မှုအများဆုံးရအောင် စီမံဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်သကဲ့သို့ ကျောင်းသားတစ်ဦးသည်လည်း မိမိရရှိသည့် မုန့်ဖိုးငွေကို စိတ်ကျေနပ်မှုအများဆုံးရအောင် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများအပေါ် သုံးစွဲမည်ဖြစ်သည်။ ထို့နည်းတူ လုပ်ငန်းရှင်တစ်ဦးသည်လည်း မိမိလုပ်ငန်းမှ အမြတ်အများဆုံးရအောင် စီမံလုပ်ဆောင်မည်ဖြစ်သည်။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ အစိုးရသည်လည်း နိုင်ငံ၏အင်အားစုများကို နိုင်ငံအတွက် အကျိုးအများဆုံး ဖြစ်ထွန်းအောင် ရွေးချယ်ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်သည်။ ဥပမာ- မြေလွတ်ပေါ်တွင် ကျောင်း၊ ဆေးရုံ ဆောက်လုပ်မည်သို့မဟုတ် စက်ရုံ၊ နေအိမ်ဆောက်မည် စသည်တို့ကို ရွေးချယ်ဆုံးဖြတ်ရပေမည်။

၁-၄။ အခွင့်အလမ်းစရိတ်နှင့် ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြု မျဉ်းကွေး
Opportunity Cost and Production Possibility Curve

ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်သည် ရွေးချယ်မှုပြဿနာ (problem of choice) နှင့် ပတ်သက်နေသည်ကို သိရှိခဲ့ရပြီးဖြစ်သည်။ အကန့်အသတ်ဖြင့် တည်ရှိနေသော အင်အားစုများဖြင့် များပြားလှသော လူ့လိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်ဆည်းနိုင်ရန် ရွေးချယ်မှုများ ဆုံးဖြတ်ပြုလုပ်ရသည်။ ရွေးချယ်မှုတစ်ခု ပြုလုပ်တိုင်း အခြားတစ်ခုကို စွန့်လွှတ်လိုက်ရမည် ဖြစ်သည်။ ဥပမာ- အလုပ်သမားတစ်ဦးသည် အချိန်ပို အလုပ်လုပ်ရန် ဆုံးဖြတ်လိုက်လျှင် အနားယူချိန်ကို စွန့်လွှတ်လိုက်ရသည်။ လယ်သမားတစ်ဦးသည် မိမိလယ်မြေတွင် ပဲစိုက်ရန် ရွေးချယ်ဆုံးဖြတ်လိုက်လျှင် စပါးစိုက်ခြင်းကို စွန့်လွှတ်ရမည်။ အစိုးရအနေနှင့်လည်း မြေတစ်ကွက်တွင် ဆေးရုံ

ဆောက်ရန် ဆုံးဖြတ်လိုက်လျှင် စက်ရုံဆောက်ခြင်းကို စွန့်လွှတ်ရမည်ဖြစ်သည်။

ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုကို ထုတ်လုပ်ရန် သို့မဟုတ် စားသုံးရန် ရွေးချယ်လိုက်ခြင်းကြောင့် အခြားကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို စွန့်လွှတ်ရခြင်းအား ထိုရွေးချယ်မှု၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ်. **(opportunity cost)** ဟုခေါ်သည်။

လက်တွေ့တွင် ကုန်စည်တစ်ခုကို ရွေးချယ်လိုက်ခြင်းကြောင့် အခြားကုန်စည်ကို လုံးဝစွန့်လွှတ်လိုက်ခြင်းမျိုး ဖြစ်ပေါ်သည်မဟုတ်ဘဲ အနည်းငယ်လျှော့လိုက်ခြင်းမျိုး တွေ့ရတတ်သည်။

ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြမျဉ်းကွေး (The production possibility curve)။ ။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ စီးပွားရေးပြဿနာ သို့မဟုတ် ရွေးချယ်ခြင်းပြဿနာ၊ တစ်နည်းအားဖြင့် အခွင့်အလမ်းစရိတ် သဘောကို ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးဖြင့် ဖော်ပြနိုင်သည်။

ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးသည် အချိန်တစ်ချိန်တွင် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၌ရှိနေသည့် ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအားလုံးကို စွမ်းဆောင်ရည်ပြည့်ဝစွာ အသုံးပြုပြီး ထုတ်လုပ်ခြင်းဖြင့် ရရှိနိုင်သည့် ကုန်စည်နှစ်မျိုး၏ အတွဲအမျိုးမျိုးကို ဖော်ပြသည်။

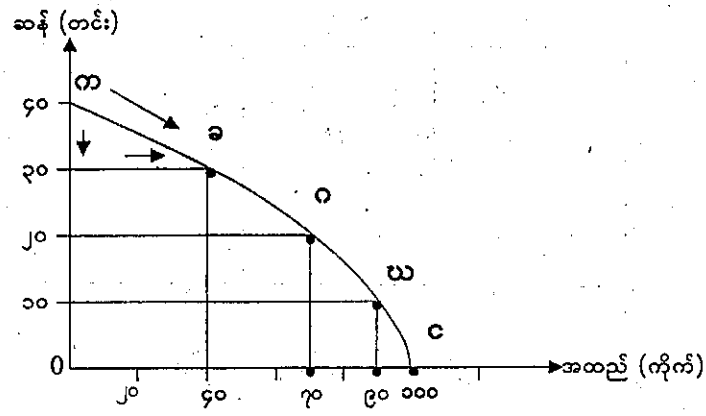
ဥပမာ- နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံသည် နှစ်တစ်နှစ်အတွင်း ဆန်နှင့် အဝတ်အထည်ဟူသော ကုန်စည်နှစ်မျိုးကို ရှိသမျှကုန်ထုတ်အင်အားစုများအား အသုံးပြု၍ စွမ်းဆောင်ရည်ပြည့်ဝစွာ ထုတ်လုပ်ခြင်းဖြင့် အောက်ပါဇယားအတိုင်း ကုန်စည်ပမာဏ အတွဲအမျိုးမျိုးကို ထုတ်လုပ်နိုင်သည် ဆိုပါစို့။

ဇယား (၁-၁)၊ ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြဇယား

အမှတ်စဉ်	ဆန် (တင်း)	အဝတ်အထည် (ကိုက်)
က	၄၀	၀
ခ	၃၀	၄၀
ဂ	၂၀	၇၀
ဃ	၁၀	၉၀
င	၀	၁၀၀

ယင်းဇယားကို ပုံဖြင့် သရုပ်ဖော်ရန် ဒေါင်လိုက်ဝင်ရိုး (Y ဝင်ရိုး) တွင် ဆန်ကိုလည်းကောင်း၊ အလျားလိုက်ဝင်ရိုး (X ဝင်ရိုး) တွင် အဝတ်အထည်ကိုလည်းကောင်း၊ တိုင်းတာဖော်ပြပြီး ကုန်စည်ပမာဏ အတွဲအမျိုးမျိုးကို မှတ်သားရေးဆွဲခြင်းဖြင့် ထိုနိုင်ငံ၏ ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြ မျဉ်းကွေးကိုရရှိမည်။

ပုံ (၁-၁)၊ ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေး



ပုံတွင် တွေ့မြင်ရသည့်အတိုင်း နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြမျဉ်းကွေးသည် ယင်းနိုင်ငံရှိ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများကို တည်ဆဲထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာဖြင့် ထုတ်လုပ်ပါက ရရှိသည့်ဆန်နှင့် အဝတ် အထည် တည်းဟူသော ကုန်စည်နှစ်မျိုး၏ အတွဲများကိုဖော်ပြသည်။ ထိုနိုင်ငံသည် ရှိသမျှအင်အားစုအား လုံးဖြင့် ဆန်ကိုသာထုတ်လုပ်လျှင် တင်း (၄၀) ထုတ်လုပ်နိုင်ကြောင်း အမှတ် (က) က လည်းကောင်း၊ အထည် ကိုသာ ထုတ်လုပ်လျှင် ကိုက် (၁၀၀) ထုတ်လုပ်နိုင်ကြောင်း အမှတ် (c) က. လည်းကောင်း ဖော်ပြသည်။ ဆန်ကိုလျှော့၍ ထုတ်လုပ်ခြင်းဖြင့် အထည်ထုတ်လုပ်မှု တိုးလာကြောင်းကို အမှတ် (က) မှ (ခ) သို့ လည်းကောင်း၊ အမှတ် (ခ) မှ (ဂ) သို့လည်းကောင်း၊ အမှတ် (ဂ) မှ (ဃ) သို့လည်းကောင်း၊ အမှတ် (ဃ) မှ (c) သို့လည်းကောင်း ပြောင်းလဲသွားပုံကို လေ့လာခြင်းဖြင့် သိရှိနိုင်သည်။ အထည် (၁) ယူနစ် တိုးထုတ် နိုင်ရန် ဆန်မည်မျှလျှော့ထုတ်ရမည်ကို တွက်ချက်ပါက အထည်၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ် ကိုရမည်။ ထို့ကြောင့် ကုန်စည်တစ်ခု၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ်သည် ၎င်းကုန်စည် (၁) ယူနစ် ထုတ်လုပ်ရန် စွန့်လွှတ်ရသည့် အခြား ကုန်စည်ပမာဏကို ဆိုလိုသည်။

ဆန်ကို (R)၊ အထည်ကို (C)၊ ပြောင်းလဲမှုကို (Δ)ဟုရေးလျှင် -

အထည်၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ် = $\frac{\Delta R}{\Delta C}$ ဖြစ်သည်။

ဇယား (၁-၂)၊ အထည်၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ်များ

အမှတ်	ΔR	ΔC	အထည်၏အခွင့်အလမ်းစရိတ်
(က) မှ (ခ)	-၁၀	+၄၀	- ၀.၂၅
(ခ) မှ (ဂ)	-၁၀	+၃၀	- ၀.၃၃
(ဂ) မှ (ဃ)	-၁၀	+၂၀	- ၀.၅၀
(ဃ) မှ (င)	-၁၀	+၁၀	- ၁.၀၀

ဇယား (၁-၂) ကို လေ့လာလျှင် ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေး၏ အရေးကြီးသော အင်္ဂါရပ်နှစ်ခု ကိုတွေ့ရမည်။

(၁) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက် ($\frac{\Delta R}{\Delta C}$) သည် အနုတ်လက္ခဏာ ရှိသည်။ အဓိပ္ပာယ်မှာ အထည်ကိုတိုးထုတ်ရန် ဆန်ကိုလျှော့ထုတ်ရသည့် သဘောကိုဖော်ပြနေသည်။

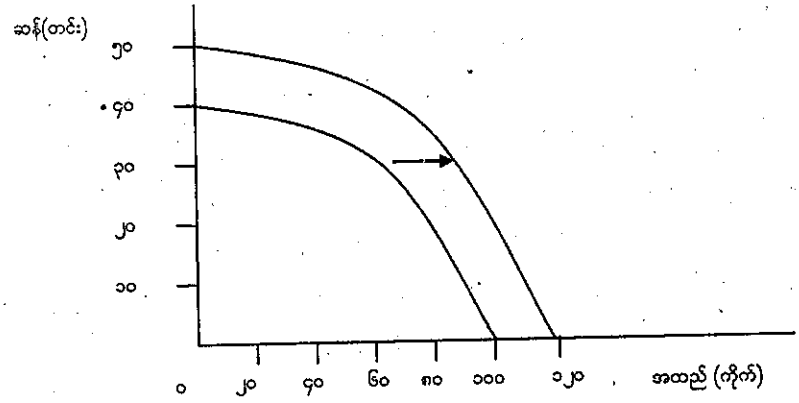
(၂) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးသည် မူရင်းအမှတ်မှ ခုံးနေသည်။ အကြောင်းမှာ အထည်ကို ဆက်တိုက် တိုးထုတ်သွားခြင်းဖြင့် စွန့်လွှတ်ရမည့် ဆန်အရေအတွက် တိုးလာခြင်း (၀၊) တိုးတက်နေသော အခွင့်အလမ်းစရိတ်ကြောင့် ဖြစ်သည်။

ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးသည် ဘောဂပေဒဘာသာရပ်၏ အရေးကြီးသော သဘောတရားသုံးခုကို ဖော်ပြနေသည်။ (၁) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးကိုကျော်လွန်ပြီး မျဉ်းကွေး၏ ပြင်ပတွင် မထုတ်နိုင်ခြင်းက အင်အားစုအကန့်အသတ်ရှိနေခြင်း (၀၊) အင်အားစု ရှားပါးခြင်းကို ဖော်ပြနေသည်။ (၂) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးတစ်လျှောက် ကုန်စည်နှစ်မျိုး၏ အတွဲအမျိုးမျိုးအနက်မှ အတွဲတစ်မျိုးကို ရွေးချယ်ရန်လိုအပ်ခြင်းက ရွေးချယ်မှုပြဿနာကို ဖော်ပြနေသည်။ (၃) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက်သည် အနုတ်လက္ခဏာရှိခြင်း၊ (အောက်သို့ လျှောဆင်းနေသော မျဉ်းကွေးဖြစ်ခြင်း) က ကုန်စည်တစ်မျိုးကို တိုးထုတ်နိုင်ရန်အတွက် အခြားကုန်စည်တစ်မျိုးကို လျှော့ထုတ်ရမည်ဟူသော အခွင့်အလမ်းစရိတ် သဘောကို ဖော်ပြနေသည်။

ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေး အပြင်ဘက်သို့ ရွှေ့ပြောင်းခြင်းသည် နည်းပညာတိုးတက်လာခြင်းကြောင့် သို့မဟုတ် အင်အားစုများ၏ အရေအတွက်နှင့် အရည်အသွေး ကောင်းလာခြင်းကြောင့်၊ သို့မဟုတ် နည်းပညာတိုးတက်လာခြင်းနှင့်အတူ အင်အားစုများ၏ အရေအတွက်နှင့် အရည်အသွေးကောင်းလာခြင်း တို့တစ်ပြိုင်တည်း ပေါ်ပေါက်လာခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပါသည်။

ထိုကြောင့် ဤသို့ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေး ပြင်ပသို့ရွှေ့ပြောင်းခြင်းသည် ထုတ်လုပ်မှု တိုးတက်လာခြင်းကို ညွှန်ပြသဖြင့် နိုင်ငံ၏စီးပွားရေး တိုးတက်လာကြောင်းကိုပြသည်။

ပုံ (၁-၂)၊ ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြမျဉ်းကွေး



၁-၅။ အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာနှင့် စီးပွားရေးစနစ်အမျိုးမျိုး

Resource Allocation Problem and Different Economic Systems

လူ့အဖွဲ့အစည်းအားလုံး၏ အခြေခံအကျဆုံး စီးပွားရေးပြဿနာ ပေါ်ပေါက်လာရခြင်း အကြောင်းရင်းမှာ အင်အားစုရှားပါးမှုပင်ဖြစ်သည်။ ရှားပါးမှုကြောင့် ရွေးချယ်မှုပြုလုပ်ရသည်။ အပြိုင်ဖြစ်နေသော လိုအင်ဆန္ဒအမျိုးမျိုးကို ဖြည့်ဆည်းရေးအတွက် ရှားပါးသော အင်အားစုများကို ခွဲဝေအသုံးချရေးနှင့် ပတ်သက်သော ဆုံးဖြတ်ချက်များကို ယေဘုယျအားဖြင့် အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ပြနိုင်သည်။

(က) မည်သည့်ကုန်စည် နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို မည်မျှထုတ်လုပ်မည်။ ။ လူ့အဖွဲ့အစည်း တစ်ရပ်လုံးအနေဖြင့် စားသုံးကုန်စည်နှင့် ရင်းနှီးကုန်စည်များအကြား ရွေးချယ်ရန်ရှိသည်။ ရင်းနှီးကုန်စည်များအနေဖြင့် အနာဂတ်ထုတ်လုပ်စွမ်းအားနှင့် ဝင်ငွေကို တိုးတက်စေသော်လည်း လောလောဆယ် စားသုံးမှုကို အနစ်နာခံရသည့်သဘော ရှိသည်။

(ခ) မည်သို့ထုတ်လုပ်မည်။ ။ အသင့်တော်ဆုံးနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်အပြည့်ဝဆုံး ထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာကို ရွေးချယ်အသုံးပြုရန်ဖြစ်သည်။ သွင်းအားစု တွဲဖက်ပေါင်းစပ်မှုပြဿနာဖြစ်ပြီး လူ့အဖွဲ့အစည်းတစ်ရပ်လုံးအဆင့်တွင် လုပ်အားကို စူးစိုက်သုံးမည်လော၊ အရင်းအနှီး စူးစိုက်သုံးမည်လော ရွေးချယ်ရန်ဖြစ်သည်။

(ဂ) မည်သူတို့အတွက် ထုတ်မည်နည်း။ ။ လူတန်းစားအလွှာအသီးသီးနှင့် အုပ်စုအမျိုးမျိုး အကြား ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုထုတ်လုပ်ခြင်းမှ ရရှိလာသော အကျိုးရလဒ်ကို ခွဲဝေရေးပြဿနာဖြစ်ပြီး ဝင်ငွေခွဲဝေ ဖြန့်ဖြူးမှုနှင့် သက်ဆိုင်ပေသည်။

အထက်ပါအခြေခံစီးပွားရေး ပြဿနာများကို လူ့အဖွဲ့အစည်းအသီးသီးတွင် ပုံစံအမျိုးမျိုးဖြင့်ဖြေရှင်းခဲ့ရာမှ ယနေ့ကမ္ဘာပေါ်တွင် စီးပွားရေးစနစ်ကြီးသုံးမျိုး ဖြစ်ထွန်းပေါ်ပေါက်လျက်ရှိသည်။ ၎င်းတို့မှာ-

(၁) ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် (Market Economy)

(၂) ဗဟိုစီမံကိန်းချစီးပွားရေးစနစ် (Centrally Planned Economy)

(၃) ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ် (Mixed Economy) တို့ဖြစ်သည်။

(၁) ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်။ ။ ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်ဆိုသည်မှာ မည်သည့်ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို မည်မျှထုတ်လုပ်မည်၊ မည်သည့်ကုန်ထုတ် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုမည် မည်သို့ခွဲဝေအသုံးပြုမည် စသော အခြေခံစီးပွားရေး ပြဿနာများကို ဆုံးဖြတ်ရာတွင် ဈေးကွက် အင်အားစုများဖြစ်ကြသော ဝယ်လိုအား နှင့် ရောင်းလိုအားတို့က ပြဋ္ဌာန်းပေးသည့် ဈေးကွက် ဈေးနှုန်းပေါ်မူတည်၍ ဆုံးဖြတ်ကြသောစနစ် ဖြစ်သည်။

ဤစနစ်ကို လေစေဖဲယား (Laissez-faire)၊ လွတ်လပ်သောလုပ်ငန်းစနစ် စသည်ဖြင့် အမျိုးမျိုးခေါ်ဝေါ်ကြပြီး လွတ်လပ်စွာရွေးချယ်ခွင့်နှင့် လုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်ခွင့်များ ရှိပေသည်။ ကုန်ထုတ်အရင်းအနှီးများကို ပုဂ္ဂလိကပိုင်ဆိုင်မှုရှိပြီး ထုတ်လုပ်မှု၊ စားသုံးမှုစသည်တို့နှင့် သက်ဆိုင်သော အခြေခံစီးပွားရေး ပြဿနာများကို ဈေးကွက်မှပြေလည်အောင် ဖြေရှင်းပေးနိုင်ခြင်းဖြင့် စွမ်းဆောင်ရည်ပြည့်ဝသော အင်အားစုခွဲဝေမှုကို ရရှိစေသည်မှန်သော်လည်း လက်တွေ့တွင် ဈေးကွက်၏ မစွမ်းဆောင်နိုင်မှုများ (market failures) ကဲ့သို့သော အားနည်းချက်များလည်း ရှိပေသည်။

(၂) ဗဟိုစီမံကိန်းချစီးပွားရေးစနစ်။ ။ ဗဟိုစီမံကိန်းချစီးပွားရေးစနစ် ဆိုသည်မှာ အင်အားစုခွဲဝေမှုနှင့်ပတ်သက်သည့် ကိစ္စအဝဝကို အစိုးရက ဆုံးဖြတ်ဆောင်ရွက်သော စီးပွားရေးစနစ် တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ ပြည်သူတို့၏ လိုအပ်ချက်ကို အစိုးရကသာ ဆုံးဖြတ်ပြီး ယင်းလိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်ဆည်းရေးအတွက် ကုန်ထုတ်အရင်းအနှီးများအား အသုံးချခြင်းကိုလည်း အစိုးရကသာတာဝန်ယူ ညွှန်ကြားပေးသည့်စနစ် ဖြစ်သည်။ အစိုးရ၏ ဆုံးဖြတ်ချက်များကို ကာလတို (၁နှစ်)၊ ကာလလတ် (၅နှစ်အထိ) နှင့် ကာလရှည် (၁၀နှစ်အထက်) စီမံကိန်းများဖြင့် စက်ရုံအလုပ်ရုံများ၊ လယ်ယာလုပ်ငန်းများအား အကောင်အထည်ဖော်စေသောစနစ် ဖြစ်သည်။ ဤစနစ်၏ အားသာချက်များ အဖြစ်-

- အလုပ်လက်မဲ့မရှိခြင်း
- လူဦးရေ၏ အခြေခံလိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ခြင်း
- အောက်ခြေလူတန်းစားအကျိုးကို ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ခြင်း တို့ကို အလေးပေးဖော်ပြ ခဲ့ကြသည်။

သို့ရာတွင် စနစ်တွင်းမွေးရာပါ အားနည်းချက်များကြောင့် ၁၉၈၀ ခုနှစ်များ နှောင်းပိုင်းကာလတွင် ဤစနစ်ကိုကျင့်သုံးခဲ့သော ဆိုဗီယက်ပြည်ထောင်စုနှင့် ဥရောပနိုင်ငံများ ပြိုကွဲခဲ့ရပြီး၊ တရုတ်ပြည်သူ့သမ္မတနိုင်ငံ အပါအဝင် နိုင်ငံများသည် ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်သို့ အသွင်ကူးပြောင်းရေး ကြိုးပမ်းချက်များ ဆောင်ရွက်လာသည်ကို တွေ့ရှိရသည်။

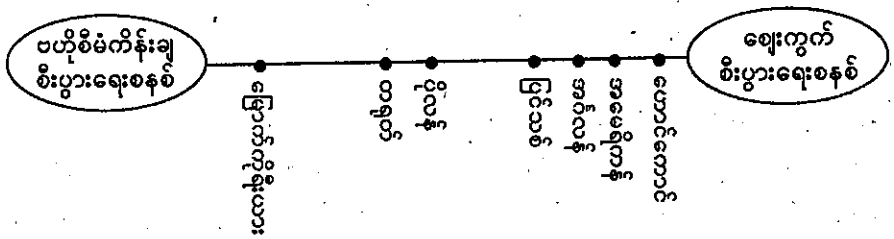
(၃) ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်။ ။ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်ဆိုသည်မှာ လုပ်ငန်းများက ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဈေးနှုန်းဆိုင်ရာ ဆုံးဖြတ်ချက်များကို မိမိတို့ဘာသာလွတ်လပ်စွာ လုပ်ဆောင်နိုင်ပြီး၊ စားသုံးသူများကလည်း မိမိတို့စိတ်ကြိုက်လွတ်လပ်စွာ ရွေးချယ်ဝယ်ယူစားသုံး နိုင်ကြသည်။ အစိုးရက ပုဂ္ဂလိကအပိုင်း၏ ဈေးကွက်

-2A

စနစ်ဖြင့် မစွမ်းဆောင်နိုင်သော လုပ်ငန်းနယ်ပယ်များတွင်သာ ဝင်ရောက်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်းဖြင့် ဤနိုင်ငံများတွင် ကြီးမားသော ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍနှင့်အတူ မသေးငယ်လှသော အစိုးရပိုင်ကဏ္ဍကို ပူးတွဲတွေ့မြင်နိုင်သော စနစ်ဖြစ်သည်။

ယနေ့ကမ္ဘာ့ပေါ်ရှိ နိုင်ငံအားလုံးလိုလို ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်ကို ကျင့်သုံးကြသော်လည်း နိုင်ငံအနည်းစုသာ ဗဟိုစီမံကိန်းချ စီးပွားရေးစနစ်ဘက်သို့ နီးစပ်မှုရှိပြီး နိုင်ငံအများစုမှာ ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်ဘက်သို့ နီးစပ်စွာ ရပ်တည်ကျင့်သုံးလျက်ရှိကြောင်း အောက်ပါပုံဖြင့် ဖော်ပြနိုင်ပေသည်။

ပုံ(၁-၂) ၁၉၉၀ ခုနှစ်နောက်ပိုင်း နိုင်ငံများ၏ စီးပွားရေးစနစ်အခြေအနေ



၁-၆။ ဈေးကွက်နှင့် ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်

Market and the Market Economy

ဈေးကွက်ဆိုသည်မှာ ယေဘုယျအားဖြင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ အရောင်းအဝယ် ပြုလုပ်သော နေရာဟု သတ်မှတ်နိုင်သည်။ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူများ တွေ့ဆုံကြပြီး နှစ်ဦးနှစ်ဘက်သဘောတူ ကျေနပ်သည့် အခြေအနေများဖြင့် အရောင်းအဝယ် ပြုလုပ်ကြသည်။ အရောင်းအဝယ်ပြုလုပ်နိုင်ရန် ဆက်သွယ်ပေးသော ဈေးကွက်ကို နေရာအတည်တကျ သတ်မှတ်ထားရန်မလိုပေ။ ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့ တွေ့ဆုံနိုင်ရန် နည်းလမ်းအမျိုးမျိုးဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ဥပမာ- ဆိုင်ခန်းဖွင့်ခြင်း၊ တယ်လီဖုန်း၊ တဲလက်စ် (Telex)၊ ဖက်စ် (Fax)၊ အင်တာနက် (Internet) စသည်တို့ဖြင့် ဆက်သွယ်ရောင်းဝယ်ခြင်း၊ ရေဒီယို၊ ရုပ်မြင်သံကြား၊ စာစောင်များတွင် ကြော်ငြာခြင်းဖြင့် ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့ အဆက်အသွယ် ရရှိနိုင်ပေသည်။

ဈေးကွက်၏ အတိုင်းအတာမှာ ကျေးရွာ၊ ရပ်ကွက် စသည့်ဒေသဆိုင်ရာ ဈေးကွက်များမှ ပြည်တွင်း ဈေးကွက်၊ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဈေးကွက်များအထိ ကျယ်ပြန့်စွာတည်ရှိနိုင်သည်။

မည်မျှပင်ကျယ်ပြန့်သည်ဖြစ်စေ ဈေးကွက်အတွင်း အဓိကပါဝင်သူများမှာ ဝယ်သူနှင့် ရောင်းသူတို့သာ ဖြစ်ပြီး၊ ၎င်းတို့၏အခြေအနေကို ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားတို့က ဖော်ပြသည်။ ထိုဝယ်လိုအားနှင့်

ရောင်းလိုအား အခြေအနေများက လွတ်လပ်သော ဈေးကွက်အတွင်း အပြန်အလှန် လှုပ်ရှားပြောင်းလဲရာမှ ဈေးကွက်ဈေးနှုန်းများကို ပြဋ္ဌာန်းသတ်မှတ် ပေးသည်။ ထိုဈေးနှုန်းများအပေါ် အခြေပြု၍ လူ့အဖွဲ့အစည်းအတွင်း အခြေခံစီးပွားရေး ပြဿနာများဖြစ်သော အင်အားစုခွဲဝေမှု ပြဿနာကို ဖြေရှင်းနိုင်သည်။ ၎င်းကို ဈေးကွက် စီးပွားရေးစနစ်ဟု ခေါ်ခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် **ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် ဆိုသည်မှာ မည်သည့်ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို မည်မျှထုတ်လုပ်မည်၊ မည်သည့်ကုန်ထုတ် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုမည်စသော အခြေခံစီးပွားရေး ပြဿနာများကို ဆုံးဖြတ်ရာတွင် ဈေးကွက်အင်အားစုများဖြစ်သော ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားတို့က ပြဋ္ဌာန်းပေးသော ဈေးနှုန်းများအပေါ်မူတည်၍ ဆုံးဖြတ်ကြသောစနစ်ဖြစ်သည်။**

ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် ကျင့်သုံးကြခြင်း၏ အဓိကရည်မှန်းချက်မှာ နိုင်ငံ၏ လူမှုစီးပွားရေး ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုအတွက် ဈေးကွက်ကို လက်နက်ကိရိယာ တစ်ရပ်အဖြစ် အသုံးပြုရန် ဖြစ်ပေသည်။

၁–၇။ ဈေးကွက်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ
Functions of a Market

ဈေးကွက်၏ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်မှာ လွတ်လပ်သောဈေးကွက်တွင် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားတို့မှတစ်ဆင့် ထိုကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ အရောင်းအဝယ်ပြုသော ဈေးနှုန်းနှင့် အရေအတွက်ပမာဏတို့ကို သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းပေးခြင်း ဖြစ်သည်။ ဤလုပ်ဆောင်ချက်ကို ဆောင်ရွက်ရာတွင် အောက်ပါလုပ်ဆောင်ချက်များလည်း ပါဝင်လာသည်-

(က) လမ်းညွှန်မှုပေးခြင်း (guidance)

(ခ) ဈေးနှုန်းအရ ခွဲဝေပေးခြင်း (price rationing)

(ဂ) သတင်းအချက်အလက်များပေးခြင်း (information)

(ဃ) ပုဂ္ဂိုလ်ရေးကင်းခြင်း (impersonality)

(င) လွတ်လပ်စွာရွေးချယ်ခွင့်ရှိခြင်း (freedom of choice)

ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်တွင် အထက်ပါဈေးကွက်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များသည် အလိုအလျောက်ဖြစ်စဉ်အနေဖြင့် လှုပ်ရှားပြောင်းလဲနေသည်ကို ဈေးကွက်ယန္တရား (သို့မဟုတ်) ဈေးနှုန်းယန္တရား ဟုခေါ်သည်။

(က) လမ်းညွှန်မှုပေးခြင်း။ ။တိုင်းပြည်တွင် အကန့်အသတ်ဖြင့်ရှိနေသော ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအား မည်သို့မည်ပုံခွဲဝေသုံးစွဲရမည်ကို ဈေးနှုန်းယန္တရားက လမ်းညွှန်မှုပေးခြင်း ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ဝယ်လိုအားတိုးနေသော ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းများသည် မြင့်မားလာတတ်ပြီး ထိုသို့မြင့်မားလာသော ဈေးနှုန်းများက လုပ်ငန်းများအား ၎င်းကုန်စည်မျိုး ထုတ်လုပ်မှုကိုတိုးချဲ့ရန် ညွှန်ပြပေးသည်။ ထို့အတူ ဝယ်လိုအား လျော့နည်းသွားသော ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းများသည် ကျဆင်းလာတတ်ပြီး ထိုသို့ကျဆင်းနေသော ဈေးနှုန်းများက လုပ်ငန်းများအား ထိုကုန်စည်မျိုးထုတ်လုပ်မှုကို လျော့ချရန် ညွှန်ပြပေးသည်။ ဤသို့ဖြင့် ဈေးနှုန်းများသည် ရောင်းသူနှင့် ဝယ်လိုသူတို့အကြား အချက်ပြ ဆက်သွယ်ပေးနေသော သဘောရှိပြီး ကုန်ထုတ်အင်အားစု ခွဲဝေအသုံးပြုမှုကို လမ်းညွှန်မှုပေးလျက်ရှိသည်။

(ခ) ဈေးနှုန်းအရ ခွဲဝေပေးခြင်း။ ။ ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ မြင့်မားလျက်ရှိသော ဈေးကွက်ဈေးနှုန်းများ၌ ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူတို့သည် ထုတ်လုပ်ရောင်းချမည့်ပမာဏ ကိုတတ်နိုင်သမျှ တိုးချဲ့ကြမည်။ ဝယ်ယူသူများအနေဖြင့်မူ မြင့်မားနေသော ဈေးနှုန်းများ၌ ဝယ်ယူမှုကို တတ်နိုင်သမျှ လျှော့ချကြမည်။ ဤသို့ဖြင့် ဈေးကွက်ယန္တရားသည် မည်မျှထုတ်လုပ်မည်၊ မည်မျှဝယ်ယူမည် စသည်တို့ကို ဈေးနှုန်းအရ ဆုံးဖြတ်ဆောင်ရွက်ပေးသည်။

(ဂ) သတင်းအချက်အလက်များပေးခြင်း။ ။ ထုတ်လုပ်သူများအနေဖြင့် ဈေးကွက်ဈေးနှုန်းများအရ မိမိတို့၏ထုတ်ကုန်များအပေါ် ဝယ်သူတို့၏စိတ်ဝင်စားမှုကို သိရှိနိုင်သကဲ့သို့ ဝယ်သူများအနေဖြင့်လည်း ကုန်စည်အသီးသီး၏ နှိုင်းယှဉ်ဈေးနှုန်းများအရ မည်သည့်ကုန်စည်ကို မည်မျှဝယ်ယူမည်ဟူသော ဆုံးဖြတ်ချက်ကို ချမှတ်နိုင်ကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ဈေးနှုန်းယန္တရားသည် ဈေးကွက်တွင် ပါဝင်နေသူများအား စရိတ်စကသက်သာစွာဖြင့် သတင်းအချက်အလက်များကို ပေးလျက်ရှိကြောင်း တွေ့ရသည်။

(ဃ) ပုဂ္ဂိုလ်ရေးကင်းခြင်း။ ။ဈေးနှုန်းယန္တရားသည် ငွေကြေးအရ ပေးနိုင်စွမ်းအတိုင်း လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်ပေးခြင်းကြောင့် ဈေးကွက်တွင်ဖြစ်ပေါ်နေသော ကုန်စည်ဈေးနှုန်းကို ပေးစွမ်းနိုင်သူများသာ ယင်းကုန်စည်ကို ရရှိကြမည်ဖြစ်ပြီး ပေးနိုင်စွမ်းမရှိသူများသည် ယင်းကုန်စည်ကို မရရှိနိုင်ပေ။ ဤသို့ ဈေးကွက်သည် ဝယ်နိုင်စွမ်းအားအတိုင်း တိကျစွာတုံ့ပြန်မှုပေးခြင်းကြောင့် ပုဂ္ဂိုလ်ရေးကင်းသည့် လုပ်ဆောင်ချက်ကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်။

(င) လွတ်လပ်စွာရွေးချယ်ခွင့်ရှိခြင်း။ ။မည်သည့်စီးပွားရေးစနစ်တွင်မဆို အချိန်နှင့်ကုန်ထုတ်အင်အားစုများသည် အကန့်အသတ်ဖြင့်သာ ရရှိနိုင်သည်။ ဤကန့်သတ်ချက်ဘောင်အတွင်း ဈေးကွက်ယန္တရားသည် ဈေးကွက်တွင်ပါဝင်သူများအား စီးပွားရေးဆိုင်ရာ ဆုံးဖြတ်ချက်များကို လွတ်လပ်စွာချမှတ်နိုင်ရန် အထောက်အကူပြုသည်။ ဈေးနှုန်းများ ပြောင်းလဲမှုပေါ်မူတည်၍ လူတို့၏အလုပ်အကိုင်၊ အပြုအမူ၊ ဝယ်ယူမှုပုံသဏ္ဌာန် စသည်တို့ ပြောင်းလဲရသည်။ ကုန်စည်များ၏ နှိုင်းယှဉ်ဈေးနှုန်းများအပေါ် အခြေပြု၍ လွတ်လပ်စွာ ဝယ်ယူရောင်းချနိုင်မှသာ လွတ်လပ်စွာ ရွေးချယ်ခွင့်ရှိခြင်းဟူသော လုပ်ဆောင်ချက်ကို ဆောင်ရွက်နိုင်မည် ဖြစ်သည်။

၁–စ။ ဈေးကွက်အမျိုးမျိုး

Types of Markets

ဈေးကွက်များကို (၁) ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်များနှင့် (၂) အင်အားစုဈေးကွက်များဟူ၍ အဓိကအားဖြင့် နှစ်မျိုးခွဲခြားနိုင်သည်။

(၁)ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်များ (Product Markets) ။ ။ **ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်များမှာ မိမိတို့၏လိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်ဆည်းရာတွင်အသုံးပြုသော ကုန်ပစ္စည်းများ (ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ) ကို အိမ်ထောင်စုများကဝယ်ယူသော ဈေးကွက်များဖြစ်သည်။** ထုတ်ကုန် ဈေးကွက်များတွင် အိမ်ထောင်စုများက ကုန်စည်နှင့်

ဝန်ဆောင်မှု အမျိုးမျိုးကို ငွေကြေးဖြင့် ဖလှယ်ရယူကြပြီး လုပ်ငန်းများက ငွေကြေးရရှိရေးအတွက် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ရောင်းချကြသည်။ အိမ်ထောင်စုများက မိမိ၏ဝင်ငွေ ပမာဏတစ်ရပ်ဖြင့် စိတ်ကျေနပ်မှု အများဆုံးရရှိရေးအတွက် စျေးအနိမ့်ဆုံးပေး၍ လုပ်ငန်းများထံမှ ကုန်ပစ္စည်းများဝယ်ယူကြသည်။ လုပ်ငန်း များက အမြတ်အများဆုံးရရှိရေးအတွက် စျေးအမြင့်ဆုံးပေးသူအား ၎င်းတို့၏ကုန်ပစ္စည်းများကို ရောင်းချ ကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ရောင်းသူဝယ်သူ သဘောတူကျေနပ်သည့် အခြေအနေတစ်ရပ်ဖြစ်ပေါ်လာပြီး ရောင်းသူ တောင်းဆိုသည့် မြင့်မားသောစျေးနှုန်းနှင့် ဝယ်သူပေးသည့် နိမ့်သောစျေးနှုန်းတို့အကြား အားမျှစျေးနှုန်းကို သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းနိုင်မည် ဖြစ်သည်။

ထုတ်ကုန်စျေးကွက်များတွင် (က) ကုန်စည်စျေးကွက်နှင့် (ခ) ဝန်ဆောင်မှုစျေးကွက်ဟူ၍ တွေ့ရသည်။ **ကုန်စည်စျေးကွက်တွင် စားသုံးကုန်စည်များအပါအဝင် လူသုံးကုန်အမျိုးမျိုးတို့ကို လက်လီ လက်ကား ရောင်းဝယ်မှုများပါဝင်သည်။ ဝန်ဆောင်မှုစျေးကွက်တွင် ကုန်သွယ်ရေး၊ ပညာရေး၊ ကျန်းမာရေး စသည့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း အမျိုးမျိုးတို့၏ ရောင်းဝယ်ခြင်းများ ပါဝင်သည်။**

(၂) **အင်အားစုစျေးကွက်များ** (Resource Markets)။ **။အင်အားစုစျေးကွက်များမှာ လုပ်ငန်းများက အိမ်ထောင်စုများသို့ရောင်းချရန် ထုတ်ကုန်များထုတ်လုပ်ရာတွင် အသုံးပြုသည့် အင်အားစုများကို ဝယ်ယူသည့် စျေးကွက်များဖြစ်သည်။** စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် အိမ်ထောင်စုများမှာ ကုန်ထုတ်အင်အားစု ပိုင်ဆိုင် သူများဖြစ်ကြပြီး၊ ၎င်းတို့ကို လုပ်ငန်းများသို့ရောင်းချပြီး ငွေကြေးရရှိအောင် လုပ်ဆောင်ကြရသည်။ လုပ်ငန်း များက ကုန်ပစ္စည်းများထုတ်လုပ်ရန် လိုအပ်သည့်အင်အားစုများကို ဤစျေးကွက်တွင် ဝယ်ယူကြရသည်။ အိမ်ထောင်စုများက ၎င်းတို့၏အင်အားစုအတွက် တတ်နိုင်သမျှ ငွေကြေးအများဆုံး ရရှိလိုသောကြောင့် အမြင့်ဆုံးစျေးနှုန်း ပေးသောလုပ်ငန်းများသို့ ရောင်းချကြမည်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် လုပ်ငန်းများက အနိမ့်ဆုံး စျေးနှုန်းဖြင့်ရောင်းချမည့် အိမ်ထောင်စုများထံမှ အင်အားစုများကို ဝယ်ယူလိုကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ဤစျေးကွက် များတွင်လည်း ရောင်းသူဝယ်သူ သဘောတူကျေနပ်သည့် အခြေအနေတစ်ရပ် ဖြစ်ပေါ်လာပြီး အားမျှစျေးနှုန်းကို သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်း နိုင်မည်ဖြစ်သည်။

အင်အားစုစျေးကွက်များတွင် (က) လုပ်အားစျေးကွက် (ခ) အရင်းအနှီးစျေးကွက်နှင့် (ဂ)ငွေကြေး စျေးကွက်ဟူ၍ တွေ့နိုင်သည်။

(က) **လုပ်အားစျေးကွက်** (Labour Market)။ ။ **လုပ်အားစျေးကွက်သည် အဓိက အားဖြင့် လုပ်သားဌားရမ်းခြင်း၊ လုပ်ခလစာနှုန်းများ သတ်မှတ်ခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်။** လုပ်အား ရောင်းချသူများဖြစ်သည့် လုပ်သားများဘက်မှ အလုပ်သမားအသင်းအဖွဲ့ သမဂ္ဂများဖွဲ့စည်းကြပြီး လုပ်အား ဝယ်ယူသူများဖြစ်သည့် လုပ်ငန်းရှင်များဘက်မှ လုပ်ငန်းရှင်ကြီးများအသင်းများကို ဖွဲ့စည်းကြခြင်းဖြင့် စျေးကွက်ကို ချုပ်ကိုင်လွှမ်းမိုးရန် ကြိုးပမ်းမှုများကို တွေ့ရသည်။

(ခ) **အရင်းအနှီးစျေးကွက်** (Capital Market)။ ။အရင်းအနှီးစျေးကွက်သည် ကာလလတ်နှင့် ကာလရှည်ငွေထုတ်ချေးခြင်း၊ ငွေချေးယူခြင်းများနှင့် သက်ဆိုင်သည်။ ကာလလတ် နှင့် ကာလရှည် စုဆောင်း

ငွေများနှင့် ငွေပိုငွေလျှံများကို ချေးယူလိုသူများ၊ စက်မှုလုပ်ငန်း၊ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်လိုသူများထံသို့ ချေးငှားခြင်းများကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ကာလလတ်ချေးငွေများမှာ ယေဘုယျအားဖြင့် တစ်နှစ်ထက်ကျော်လွန်ပြီး ငါးနှစ်အောက် ချေးငွေများဖြစ်သည်။ ကာလရှည်ချေးငွေများမှာ ငါးနှစ်ထက်ကျော်လွန်သော ချေးငွေများဖြစ်သည်။ အရင်းအနှီးဈေးကွက်တွင် ငွေစုဘဏ်များ၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဘဏ်များ၊ အာမခံကုမ္ပဏီများ ပါဝင်သည်။

(ဂ) **ငွေကြေးဈေးကွက်** (Money market)။ **။ငွေကြေးဈေးကွက်သည် ကာလတို ငွေထုတ်ချေးခြင်း၊ ငွေချေးယူခြင်းများနှင့် သက်ဆိုင်သည်။** ကာလတိုချေးငွေဆိုသည်မှာ တစ်နေ့တာအတွက် ချေးငွေများမှ သုံးလ သို့မဟုတ် တစ်ရာသီအတွက် ချေးငွေများအထိ ပါဝင်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် တစ်နှစ်ထက်မကျော်လွန်သော ချေးငွေများဖြစ်သည်။ ငွေကြေးဈေးကွက်တွင် ကာလတို ချေးငွေလုပ်ငန်းနှင့် သက်ဆိုင်သော အဖွဲ့အစည်းအားလုံး ပါဝင်သည်။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် စနစ်တကျ ဖွဲ့စည်းထားသော ငွေကြေးဈေးကွက်နှင့် စနစ်တကျ ဖွဲ့စည်းထားခြင်းမရှိသော ငွေကြေးဈေးကွက်ဟူ၍ တွေ့ရသည်။ **စနစ်တကျ ဖွဲ့စည်းထားသော ငွေကြေးဈေးကွက်တွင် ဗဟိုဘဏ်၊ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ၊ လျှောလဲကုမ္ပဏီများ၊ လက်ခံကုမ္ပဏီများ၊ ဘီလ်ပွဲစားများ ပါဝင်သည်။** ထိုအဖွဲ့အစည်းများသည် သမားရိုးကျ ငွေချေးခြင်းများအပြင် ကာလတိုစာချုပ်များ၊ ငွေတိုက်စာချုပ်များ၊ ကုန်သွယ်မှုဘီလ်များ ရောင်းဝယ်မှုကိုပါ ဆောင်ရွက်ကြသည်။ **စနစ်တကျဖွဲ့စည်းထားခြင်းမရှိသော ငွေကြေးဈေးကွက်တွင် အပေါင်ပစ္စည်းတစ်စုံတစ်ရာဖြင့် ပစ္စည်းအမျိုးအစားပေါ်မူတည်၍ အတိုးနှုန်းအမျိုးမျိုးဖြင့် ငွေချေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ကြသည်။**

၁–၉။ နိဂုံး

ဤအခန်းတွင် လူ့အဖွဲ့အစည်းအားလုံး၏ အခြေခံစီးပွားရေးပြဿနာဖြစ်သော အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာကို ဖြေရှင်းရာတွင် ကျင့်သုံးနိုင်သည့် အစွန်းရောက်စီးပွားရေး စနစ်ကြီးနှစ်ခုကို ဖော်ပြရှင်းလင်းခဲ့သည်။ စနစ်ကြီးနှစ်မျိုးတွင် ကောင်းကျိုးဆိုးကျိုးများ အသီးသီးရှိကြသည့်အလျောက် ကမ္ဘာပေါ်တွင် နိုင်ငံအားလုံးလိုလိုသည် စနစ်နှစ်မျိုး ရောနှောနေသော ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်ကို ကျင့်သုံးလျက်ရှိကြောင်းကိုလည်း တင်ပြထားသည်။ ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်ဟု ဆိုသော်လည်း (၂၀) ရာစုနှောင်းပိုင်းတွင် ဗဟိုစီမံကိန်းချစီးပွားရေးစနစ် ကျင့်သုံးသည့်နိုင်ငံများ၏ အတွေ့အကြုံနှင့် ဖြစ်ရပ်များအရ ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်ကို ပိုမိုနှစ်သက်လိုလားစွာ ပြောင်းလဲကျင့်သုံးလာသည့်နိုင်ငံများ တိုးပွားလာပေသည်။ သို့ဖြစ်၍ ဤအခန်း၏ ဒုတိယပိုင်းအဖြစ် ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်၏ အခြေခံသဘောကို ပိုမိုနားလည်နိုင်အောင် ဈေးကွက်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ၊ ဈေးကွက်အမျိုးမျိုးတို့ကိုပါ ရှင်းလင်းတင်ပြ ထားပါသည်။

အနှစ်ချုပ်

(၁) လူတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒများသည် လူတို့၏ လိုအပ်ချက်ထက် သာလွန်များပြားစွာရှိသည်။

(၂) လူတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ လိုအပ်သည်။

(၃) ကုန်စည်များမှာ အစားအစာ၊ အဝတ်အထည်၊ နေအိမ်၊ ကား စသည်ဖြင့် ဒြပ်ရှိသော အရာများကို ဆိုလိုသည်။

(၄) ဝန်ဆောင်မှုများမှာ ကျန်းမာရေး၊ ပညာရေး၊ အလှပြုပြင်ရေးစသည့် ဒြပ်မဲ့အရာများကို ဆိုလိုသည်။

(၅) ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ ထုတ်လုပ်ရန်အတွက် အင်အားစုများကို ပေါင်းစပ်အသုံးပြုရပြီး ၎င်းတို့ကိုထုတ်လုပ်မှု အင်အားစုများဟူ၍ ခေါ်သည်။

(၆) မြေယာတွင် မြေကြီးအပါအဝင် မြေပေါ်မြေအောက်ရှိ သဘာဝသယံဇာတပစ္စည်းများ အားလုံးပါဝင်ပြီး သဘာဝ၏ အခမဲ့လက်ဆောင်ဟူ၍ပင် တင်စားခေါ်ဝေါ်ကြသည်။

(၇) လုပ်အားတွင် ကာယလုပ်အားအပြင် ကျွမ်းကျင်မှုများ၊ အတတ်ပညာများ အပါအဝင် လူသားတို့၏ ရုပ်ပိုင်းနှင့် စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ အရည်အချင်းများ အားလုံးပါဝင်သည်။

(၈) အရင်းအနှီးတွင် ကိရိယာတန်ဆာပလာများ၊ အဆောက်အဦများအပါအဝင် ထုတ်လုပ်မှုကို အထောက်အကူပြုနိုင်အောင် လူ့လုပ်အားဖြင့် ဖန်တီးထားသောအရာ အားလုံးပါဝင်သည်။

(၉) ထုတ်လုပ်မှုအင်အားစုများသည် တိုင်းပြည်တိုင်းတွင် အကန့်အသတ်ဖြင့်သာ ရရှိနိုင်သည်။

(၁၀) အကန့်အသတ်ဖြင့် တည်ရှိနေသောအင်အားစုများဖြင့် များပြားလှသော လူ့လိုအင်ဆန္ဒများကို ဖြည့်ဆည်းနိုင်ရန် ရွေးချယ်ဆုံးဖြတ်မှုများ ပြုလုပ်ရသည်။ ယင်းသည် လူ့အဖွဲ့အစည်း၏အခြေခံ စီးပွားရေးပြဿနာ (၀၊) အင်အားစုခွဲဝေမှု ပြဿနာဖြစ်ပေသည်။

(၁၁) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုကို ထုတ်လုပ်ရန် သို့မဟုတ် စားသုံးရန် ရွေးချယ်လိုက်ခြင်းကြောင့် အခြားကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို စွန့်လွှတ်ရခြင်းအား ထိုရွေးချယ်မှု၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ် ဟုခေါ်သည်။

(၁၂) အခွင့်အလမ်းစရိတ်သဘောကို ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြမျဉ်းကွေးဖြင့် ဖော်ပြနိုင်သည်။

(၁၃) ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြမျဉ်းကွေး ပြင်ပသို့ရွှေ့ပြောင်းခြင်းသည် ထုတ်လုပ်မှုတိုးတက်လာခြင်းကို ညွှန်ပြသဖြင့် နိုင်ငံ၏စီးပွားရေး တိုးတက်လာကြောင်းကိုပြသည်။

(၁၄) လူ့အဖွဲ့အစည်းအားလုံး၏ အခြေခံအကျဆုံး စီးပွားရေးပြဿနာ ပေါ်ပေါက်လာရခြင်း အကြောင်းရင်းမှာ အင်အားစုရှားပါးမှုပင်ဖြစ်သည်။ ရှားပါးသောအင်အားစုများကို ခွဲဝေအသုံးချရေးနှင့် ပတ်သက်သော ဆုံးဖြတ်ချက်များမှာ - မည်သည့်ကုန်စည် နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို မည်မျှထုတ်လုပ်မည်၊ မည်သို့ထုတ်လုပ်မည်၊ မည်သူတို့အတွက် ထုတ်မည်နည်း စသည်တို့ ဖြစ်သည်။

(၁၅) အခြေခံစီးပွားရေးပြဿနာများကို လူ့အဖွဲ့အစည်းအသီးသီးတွင် ပုံစံအမျိုးမျိုးဖြင့် ဖြေရှင်းခဲ့ရာ ယနေ့ကမ္ဘာပေါ်တွင် စီးပွားရေးစနစ်ကြီး (၃) မျိုး ဖြစ်ထွန်းပေါ်ပေါက်လျက် ရှိသည်။

(၁၆) ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်ဆိုသည်မှာ မည်သည့်ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို မည်မျှထုတ်လုပ်မည်၊ မည်သည့်ကုန်ထုတ်နည်းလမ်းများကိုအသုံးပြုမည်၊ မည်သို့ခွဲဝေအသုံးပြုမည် စသော အခြေခံစီးပွားရေးပြဿနာများကို ဆုံးဖြတ်ရာတွင် ဈေးကွက် အင်အားစုများဖြစ်ကြသော ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားတို့က ပြဋ္ဌာန်းပေးသည့် ဈေးကွက်ဈေးနှုန်းပေါ်မူတည်၍ ဆုံးဖြတ်ကြသောစနစ်ဖြစ်သည်။

(၁၇) ဗဟိုစီမံကိန်းချ စီးပွားရေးစနစ်ဆိုသည်မှာ အင်အားစု ခွဲဝေမှုနှင့်ပတ်သက်သည့် ကိစ္စအဝဝကို အစိုးရက ဆုံးဖြတ်ဆောင်ရွက်သော စီးပွားရေးစနစ် တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။

(၁၈) ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်ဆိုသည်မှာ လုပ်ငန်းများက ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဈေးနှုန်းဆိုင်ရာ ဆုံးဖြတ်ချက်များကို မိမိတို့ဘာသာလွတ်လပ်စွာ လုပ်ဆောင်နိုင်ပြီး၊ စားသုံးသူများကလည်း မိမိတို့စိတ်ကြိုက်လွတ်လပ်စွာ ရွေးချယ်ဝယ်ယူစားသုံးနိုင်ကြသည်။ အစိုးရက ပုဂ္ဂလိကအပိုင်း၏ ဈေးကွက်စနစ်ဖြင့် မစွမ်းဆောင်နိုင်သော လုပ်ငန်းနယ်ပယ်များတွင်သာ ဝင်ရောက်ဆောင်ရွက်ပေးခြင်းဖြင့် ဤနိုင်ငံများတွင် ကြီးမားသော ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍနှင့်အတူ မသေးငယ်လှသော အစိုးရပိုင်ကဏ္ဍကို ပူးတွဲတွေ့မြင်နိုင်သော စနစ်ဖြစ်သည်။

(၁၉) ဈေးကွက်ဆိုသည်မှာ ယေဘုယျအားဖြင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ အရောင်းအဝယ် ပြုလုပ်သော နေရာဟု သတ်မှတ်နိုင်သည်။ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူများတွေ့ဆုံကြပြီး နှစ်ဦးနှစ်ဘက်သဘောတူကျေနပ်သည့် အခြေအနေများဖြင့် အရောင်းအဝယ် ပြုလုပ်ကြသည်။

(၂၀) ဈေးကွက်၏ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်များမှာ လမ်းညွှန်မှုပေးခြင်း၊ ဈေးနှုန်းအရ ခွဲဝေပေးခြင်း၊ သတင်းအချက်အလက်များပေးခြင်း၊ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးကင်းခြင်း၊ လွတ်လပ်စွာရွေးချယ်ခွင့်ရှိခြင်း တို့ပါဝင်သည်။

(၂၁) ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်တွင် ဈေးကွက်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များသည် အလိုအလျောက်ဖြစ်စဉ် အနေဖြင့် လှုပ်ရှားပြောင်းလဲနေသည်ကို ဈေးကွက်ယန္တရား (သို့မဟုတ်) ဈေးနှုန်းယန္တရား ဟုခေါ်သည်။

(၂၂) ဈေးကွက်များကို အဓိကအားဖြင့် ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်နှင့် အင်အားစုဈေးကွက်ဟူ၍ နှစ်မျိုးခွဲခြားနိုင်သည်။

(၂၃) ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်တွင် ကုန်စည်ဈေးကွက်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုဈေးကွက်ဟူ၍ တွေ့ရပြီး အင်အားစုဈေးကွက်တွင် လုပ်အားဈေးကွက်၊ အရင်းအနှီးဈေးကွက်နှင့် ငွေကြေးဈေးကွက်ဟူ၍ တွေ့နိုင်သည်။

(၂၄) လုပ်အားဈေးကွက်သည်အဓိကအားဖြင့် လုပ်သားငှားရမ်းခြင်း၊ လုပ်ခလစာနှုန်းများ သတ်မှတ်ခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်။

(၂၅) အရင်းအနှီးဈေးကွက်သည် ကာလလတ် နှင့် ကာလရှည်ငွေထုတ်ချေးခြင်း၊ ငွေချေးယူခြင်းများနှင့် သက်ဆိုင်သည်။

(၂၆) ငွေကြေးဈေးကွက်သည် ကာလတို ငွေထုတ်ချေးခြင်း၊ ငွေချေးယူခြင်းများနှင့် သက်ဆိုင်သည်။

(၂၇) ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် စနစ်တကျ ဖွဲ့စည်းထားသော ငွေကြေးဈေးကွက်နှင့် စနစ်တကျ ဖွဲ့စည်းထားခြင်းမရှိသော ငွေကြေးဈေးကွက်ဟူ၍ တွေ့ရသည်။

ဝေါဟာရများ

- ကုန်စည်
- ဝန်ဆောင်မှု
- ထုတ်လုပ်မှုအင်အားစုများ
- မြေယာ
- လုပ်အား
- အရင်းအနှီး
- အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာ
- အခွင့်အလမ်းစရိတ်
- ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြမျဉ်းကွေး
- စျေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်
- ဗဟိုစီမံကိန်းချစီးပွားရေးစနစ်
- ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ်
- စျေးကွက်
- စျေးကွက်ယန္တရား(သို့)စျေးနှုန်းယန္တရား
- ထုတ်ကုန်စျေးကွက်
- အင်အားစုစျေးကွက်
- ငွေကြေးစျေးကွက်
- လုပ်အားစျေးကွက်
- အရင်းအနှီးစျေးကွက်
- စနစ်တကျဖွဲ့စည်းထားသောငွေကြေးစျေးကွက်
- စနစ်တကျဖွဲ့စည်းမထားသောငွေကြေးစျေးကွက်

လေ့ကျင့်ခန်းများ

(က) မှား/မှန်မေးခွန်း

၁။ လူတို့၏ လိုအင်ဆန္ဒများသည် လိုအပ်ချက်ထက်ကျော်လွန်၍ အတောမသတ်ရှိတတ်သည်။

၂။ ကုန်စည်တစ်ခုကို ရွေးချယ်လိုက်ခြင်းကြောင့် အခြားကုန်စည်တစ်ခုကို လုံးဝစွန့်လွှတ်လိုက်ရသည်။

၃။ ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြုမျဉ်းကွေးသည် မူရင်းအမှတ်မှ ခုံးနေရခြင်းမှာ ကုန်စည်တစ်ခုရရှိရန် အတွက် စွန့်လွှတ်ရမည့် အခြားကုန်စည်အရေအတွက် တိုးလာခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။

၄။ ဗဟိုဗိမံကိန်းချ စီးပွားရေးစနစ်သည် အခြေခံစီးပွားရေးပြဿနာများကို စျေးနှုန်းအပေါ်မူတည်၍ ဆုံးဖြတ်သော စနစ်ဖြစ်သည်။

၅။ စျေးကွက်သည် ဝယ်နိုင်စွမ်းအားအတိုင်း တိကျစွာတုံ့ပြန်မှုပေးခြင်းသည် ပုဂ္ဂိုလ်ရေးကင်းသည့် လုပ်ဆောင်ချက်ဖြစ်သည်။

(ခ) ကွက်လပ်ဖြည့်မေးခွန်း

၁။ မြေယာ၊ လုပ်အား၊ အရင်းအနှီး အင်အားစုများကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

၂။ ချစ်ခြင်း မေတ္တာ၊ ကျော်ကြားလိုမှု၊ အောင်မြင်လိုမှုတို့သည် ---------- လိုအင်ဆန္ဒများ ဖြစ်သည်။

၃။ ရွေးချယ်မှုဆိုင်ရာ လူတို့၏အပြုအမူကို လေ့လာခြင်းသည် --------- ဖြစ်သည်။

၄။ စျေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်တွင် စျေးကွက်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များသည် အလိုအလျောက် ဖြစ်စဉ်အနေဖြင့် လှုပ်ရှားပြောင်းလဲနေသည်ကို --------- ဟုခေါ်သည်။

၅။ အပေါင်ပစ္စည်း တစ်စုံတစ်ရာဖြင့် ပစ္စည်းအမျိုးအစားပေါ်မူတည်၍ အတိုးနှုန်းအမျိုးမျိုးဖြင့် ငွေချေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်သော စျေးကွက်ကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

(ဂ) ရွေးချယ်မှုမေးခွန်း

၁။ လူ့အဖွဲ့အစည်းအားလုံး၏ အခြေခံစီးပွားရေးပြဿနာမှာ (က) အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာ (ခ) ကုန်စည်ထုတ်လုပ်မှု ပြဿနာ (ဂ) လုပ်ငန်းဆုံးရှုံးမှုပြဿနာ ဖြစ်သည်။

၂။ အင်အားစုများကို အကောင်းဆုံးခွဲဝေအသုံးချပြီး လူတို့၏အတောမသတ်သည့် ဆန္ဒများကို (က) အနည်းဆုံး (ခ) အများဆုံး (ဂ) အကောင်းဆုံး ဖြည့်စွမ်းပေးနိုင်သည်။

၃။ ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြုမျဉ်းကွေး ပြင်ပသို့ရွှေ့ပြောင်းခြင်းသည် (က) နိုင်ငံစီးပွားရေးတိုးတက်ခြင်း (ခ) နိုင်ငံစီးပွားရေးကျဆင်းခြင်း (ဂ) နိုင်ငံစီးပွားရေးမပြောင်းလဲခြင်း ကြောင့်ဖြစ်သည်။

၄။ စျေးကွက်စနစ်ဖြင့် ပုဂ္ဂလိက ဆုံးဖြတ်ချက်များချမှတ်ပြီး၊ စျေးကွက်မှ မစွမ်းဆောင်နိုင်သော လုပ်ငန်းနယ်ပယ်တွင် အစိုးရမှ ဝင်ရောက်ဆောင်ရွက်ပေးသည့် စီးပွားရေးစနစ်ကို (က) စျေးကွက်စီးပွားရေးစနစ် (ခ) ဗဟိုစိမံကိန်းချ စီးပွားရေးစနစ် (ဂ) ရောပြွမ်းစီးပွားရေးစနစ် ဟုခေါ်သည်။

၅။ ကာလလတ်နှင့် ကာလရှည် ချေးငွေထုတ်ချေးခြင်း၊ ငွေချေးယူခြင်းနှင့် သက်ဆိုင်သည့် စျေးကွက်ကို (က) အရင်းအနှီးစျေးကွက် (ခ) ဝန်ဆောင်မှုစျေးကွက် (ဂ) ငွေကြေးစျေးကွက် ဟုခေါ်သည်။

(ဃ) မေးခွန်းများ

၁။ လူ့အဖွဲ့အစည်း၏ အခြေခံစီးပွားရေးပြဿနာမှာ အဘယ်နည်း။ ထိုပြဿနာများကို မည်ကဲ့သို့ ရှင်းလင်းနိုင်မည်ကို ရှင်းပါ။

၂။ အောက်တွင် ထုတ်လုပ်နိုင်မှုအခြေပြဇယား (၃) ခုကို ဖော်ပြထားပါသည်။

ဇယား(၁)

ကုန်စည်	
X	Y
၄၀	၀
၃၀	၄၀
၂၀	၇၀
၁၀	၉၀
၀	၁၀၀

ဇယား(၂)

ကုန်စည်	
X	Y
၄၀	၀
၃၀	၄၀
၂၀	၆၀
၁၀	၈၀
၀	၁၀၀

ဇယား(၃)

ကုန်စည်	
X	Y
၄၀	၀
၃၀	၄၀
၂၀	၉၀
၁၀	၁၅၀
၀	၂၂၀

ဇယားအသီးသီးအတွက်

(က) ကုန်စည် Y ၏ အခွင့်အလမ်းစရိတ်များကို တွက်ပါ။

(ခ) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးများရေးဆွဲပါ။

(ဂ) ထုတ်လုပ်နိုင်မှု အခြေပြမျဉ်းကွေးများ၏ ပုံသဏ္ဌာန်ကိုရှင်းပါ။

၃။ (က) စျေးကွက်ဆိုသည်မှာအဘယ်နည်း။

(ခ) စျေးကွက်အမျိုးအစားများကို မည်ကဲ့သို့ခွဲခြားနိုင်သနည်း။

၄။ စီးပွားရေးစနစ်နှင့် အင်အားစုခွဲဝေမှုပြဿနာ ဆက်စပ်မှု ရှိကြောင်းရှင်းပါ။

၅။ ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ရှားပါးမှုကို သင်မည်ကဲ့သို့နားလည်သနည်း။ ရှားပါးမှုကြောင့် ရွေးချယ်မှုပြဿနာ ပေါ်ပေါက်လာပုံကို ပေါ်လွင်အောင်ရှင်းပါ။

အခန်း(၂)

ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားဆန်းစစ်မှု၏ အခြေခံများ

Elements of Demand and Supply Analysis

၂-၁။ နိဒါန်း

စီးပွားရေးဆန်းစစ်မှု နည်းလမ်းများတွင် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားဆန်းစစ်မှုသည် အခြေခံအကျဆုံးနည်းလမ်း တစ်ခုဖြစ်သည်။ ဘောဂဗေဒနှင့်သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာအများစုကို ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားပေါ်မူတည်၍ ဆန်းစစ်လေ့လာနိုင်သည်။ ဤအခန်းတွင် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အကြောင်းကို ပြည့်စုံစွာရှင်းလင်းဖော်ပြပြီးနောက် အားမျှ ဈေးနှုန်း၏သဘောကိုလည်း ဖော်ပြထားသည်။ ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအားသဘောကို ကောင်းစွာနားလည်သဘောပေါက်ပြီး ကျွမ်းကျင်ပိုင်နိုင်စွာ အသုံးချနိုင်ပါက ဘောဂဗေဒပညာရှင် တစ်ဦးဖြစ်ရန် မခဲယဉ်းတော့ပေ။ ထို့ကြောင့် နောက်ပိုင်းတွင် ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းများနှင့် အသုံးချပုံအချို့ကို မိတ်ဆက်သဘောအနေဖြင့် တင်ပြထားပါသည်။

၂-၂။ ဝယ်လိုအား၏ အဓိပ္ပာယ်

The Meaning of Demand

ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား **(demand)** ဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း၌ ထိုကုန်စည်ကိုဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်ပင် ဖြစ်သည်။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားသည် ထိုကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းနှင့်ဆက်စပ်မှု ရှိသည်။

ကုန်စည်တစ်ခု၏ လိုချင်သည့်ဆန္ဒ (wants) ရှိခြင်းနှင့် လိုအပ်မှု (needs) ရှိခြင်းတို့သည် ယင်းကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားရှိခြင်းနှင့်မတူပေ။ လိုအင်ဆန္ဒ (သို့မဟုတ်) လိုအပ်မှုရှိခြင်းနှင့် ဝယ်လိုအားရှိခြင်းတို့ကိုခွဲခြားရန် ဝယ်လိုအားကို ထိရောက်သောဝယ်လိုအား (effective demand) ဟု ခေါ်ဝေါ်သုံးစွဲကြသည်။

ထိရောက်သောဝယ်လိုအားသည် အောက်ပါအကြောင်းသုံးရပ်တို့၏ စုပေါင်းဖန်တီးခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာရခြင်းဖြစ်သည်။

(၁) ကုန်စည်တစ်ခုကို လိုချင်သည့်ဆန္ဒရှိခြင်း၊

(၂) ယင်းကုန်စည်၏တန်ဖိုး (ဈေးနှုန်း) ကိုပေး၍ ဝယ်ယူနိုင်စွမ်းရှိခြင်း၊

(၃) ယင်းကုန်စည်၏တန်ဖိုး (ဈေးနှုန်း) ကိုပေးရန် အသင့်ရှိခြင်းတို့ဖြစ်သည်။

ရှင်းပြရမည်ဆိုသော် ကုန်စည်တစ်ခုကို လိုချင်သည်ဆန္ဒရှိရုံနှင့် ဝယ်လိုအားဖြစ်ပေါ်မည် မဟုတ်ပေ။ ဈေးကွက်တွင် အမှန်တကယ်ဝယ်ယူမှုများဖြစ်ပေါ်မည့် ထိရောက်သောဝယ်လိုအား ဖြစ်ပေါ်စေရန် ထိုကုန်စည်အတွက် ကျသင့်သည့်ဈေးနှုန်းကို ပေးနိုင်စွမ်းရှိရမည့်အပြင် ပေးရန်လည်းအသင့်ရှိရမည်။ ထို့ကြောင့် ဝယ်လိုအားဟူသောသဘောသည် ထိရောက်သော ဝယ်လိုအားကိုဆိုလိုပြီး အထက်ပါ အချက်သုံးချက်နှင့် ပြည့်စုံရပေမည်။ သို့ဖြစ်၍ ဝယ်လိုအားအကြောင်း ပြောလျှင်ဈေးနှုန်းကိုပါ ထည့်သွင်းပြောဆိုရမည်။ ဈေးနှုန်းကို

ထည့်၍မပြောသောဝယ်လိုအားသည် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် အဓိပ္ပာယ်ရှိမည်မဟုတ်ပေ။

ဝယ်လိုအားကို လေ့လာရာ၌ တစ်ဦးချင်း (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စု ဝယ်လိုအားနှင့် စျေးကွက်ဝယ်လိုအားဟူ၍ တွေ့ရမည်။

ကုန်စည်တစ်ခုအတွက်တစ်ဦးချင်း (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စုဝယ်လိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောစျေးနှုန်း၌ လူပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦး (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စုတစ်ခုက ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်ဖြစ်သည်။

ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် စျေးကွက်ဝယ်လိုအားဆိုသည်မှာ စျေးကွက်တွင်းရှိ တစ်ဦးချင်း (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စုဝယ်လိုအားများကို စုပေါင်းထားခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

၂-၃။ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များ
Factors Affecting Demand

စျေးကွက်ဝယ်လိုအားသည် တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအားမှ ပေါ်ပေါက်လာခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်အလက်များကို ဖော်ပြရာ၌ တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များကို ဦးစွာဖော်ပြရန်လိုသည်။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များမှာ-

(၁) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏စျေးနှုန်း
(၂) စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေ
(၃) စားသုံးသူ၏ ကြိုက်နှစ်သက်မှုနှင့်
(၄) အခြားကုန်စည်များ၏ စျေးနှုန်းတို့ဖြစ်သည်။

စျေးကွက်ဝယ်လိုအားသည် တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအားများကို စုပေါင်းခြင်းဖြင့်ရရှိသည့် အားလျော်စွာ စျေးကွက်ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များကို ဖော်ပြရာတွင် တစ်ဦးချင်း ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသည့် အချက် (၄) ချက်အပြင် နောက်ထပ် (၂) ချက်ထပ်မံဖြည့်စွက်ရပါမည်။ ၎င်းတို့မှာ (၅) စျေးကွက်တွင်ပါဝင်သော စားသုံးသူဦးရေနှင့် (၆) စျေးကွက်တွင်ပါဝင်သော စားသုံးသူများ၏ဝင်ငွေ ဖြန့်ဖြူးမှုတို့ဖြစ်သည်။

(၁) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏စျေးနှုန်း ။ ။ကုန်စည်တစ်ခု၏စျေးနှုန်းသည် ယင်းကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းရာတွင် အရေးကြီးဆုံးဖြစ်သည်။ လူတစ်ယောက်သည် ကုန်စည်တစ်ခုကို ပိုင်ဆိုင်ရန် ထိုကုန်စည်အတွက် ကျသင့်သည့်စျေးနှုန်းကို ပေးဝယ်ရမည်။ စားသုံးသူတို့ဝယ်ယူ သုံးစွဲသောကုန်စည်များမှာ တစ်ခုနှင့်တစ်ခု အစားထိုးသုံးစွဲနိုင်သော ကုန်စည်များ (ဥပမာ-ကြက်ဥနှင့်ဘဲဥ၊ သကြားနှင့် ကြံသကာ၊ စားအုံးဆီနှင့် မြေပဲဆီ၊ ကြက်သားနှင့် အခြားအသားငါးများ)၊ တွဲဖက်၍ စားသုံးရသောကုန်စည်များ (ဥပမာ-နို့နှင့်သကြား၊ ပေါင်မုန့်နှင့်ထောပတ်၊ အကျီနှင့်လုံချည်) ဟူ၍ ကုန်စည်အမျိုးမျိုးပါဝင်သည်။ အခြားကုန်စည်

များ၏ဈေးနှုန်းလည်း ပြောင်းလဲခြင်းမရှိ၊ စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေနှင့် ကြိုက်နှစ်သက်မှုလည်း ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသော အခြေအနေတွင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းသွားသောအခါ ထိုကုန်စည်ကို ပိုမိုဝယ်ယူမည်ဖြစ်သည်။ အကြောင်းမှာ ထိုကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းသွားသော်လည်း စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေနှင့် ကြိုက်နှစ်သက်မှုတို့မှာ မပြောင်းလဲသောကြောင့် ထိုကုန်စည်ကို ပိုမိုဝယ်ယူနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ တစ်ဖန် အခြားကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းမပြောင်းလဲဟု ယူဆထားသဖြင့် အခြားကုန်စည်ဈေးနှုန်း များနှင့်နှိုင်းယှဉ်လျှင် ထိုကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းသည် ပိုမိုသက်သာလာမည်ဖြစ်၍ အစားထိုးသုံးစွဲရန် လည်းကောင်း၊ သို့မဟုတ် တွဲဖက်၍သုံးစွဲရန် လည်းကောင်း ပိုမိုဝယ်ယူမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် **ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်းကျလျှင် ပိုမိုဝယ်ယူ၍ ဈေးတက်လျှင် ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက် လျော့သွားမည်ဖြစ်သည်။** ဤဆက်စပ်မှုကို **ဝယ်လိုအားဥပဒေသ** (Law of Demand) **ဟုခေါ်သည်။ ဝယ်လိုအားဥပဒေသအရ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲမှုမရှိလျှင် ဈေးနှုန်းနှင့်ဝယ်ယူမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့သည် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်နေမည်။**

(၂) စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေ။ ။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ဝယ်လိုအားသည် စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေနှင့် ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေတိုးလာလျှင် ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း မပြောင်းလဲသော်လည်း ကုန်စည်အတွက်ဝယ်လိုအားလည်း တိုးလာမည်ဟုမျှော်လင့်နိုင်သည်။ သို့ရာတွင် ဝင်ငွေပြောင်းလဲမှုကြောင့် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားအပေါ် မည်သို့အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသည်ဆိုခြင်းမှာ ကုန်စည်အမျိုးအစားနှင့် ဝင်ငွေအဆင့်တို့အပေါ်တွင် မူတည်သည်။ ကုန်ညံ့ဖြစ်ပါက ဝင်ငွေတိုးလာသော်လည်း ထိုကုန်စည်ကို ပိုမိုဝယ်ယူကြလိမ့်မည် မဟုတ်ပေ။ ထိုကုန်စည်မျိုးကို စားသုံးသူသည် ဝင်ငွေအဆင့်နိမ့်ကျနေသော အခြေအနေမျိုးတွင်သာ စားသုံးလေ့ရှိပြီး ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်မားလာသောအခါ ထိုကုန်စည်ပေါ် ဝယ်လိုအားလျော့နည်းသွားလိမ့်မည်။ ဥပမာ အိမ်ထောင်စုများသည် ဈေးပေါသောဆန်အညံ့စားကို ဝင်ငွေနိမ့်ကျနေသော အခြေအနေတွင်စားသုံးကြမည်။ ဝင်ငွေအဆင့် ပိုမိုမြင့်မားလာသောအခါတွင် ထိုဆန်အညံ့စားကို မစားတော့ဘဲ ပို၍အမျိုးအစားကောင်းသော ဆန်ကိုပြောင်းလဲစားသုံးကြပေမည်။ သို့ဖြစ်၍ အိမ်ထောင်စုတစ်စု၏ ဝင်ငွေတိုးလာသောအခါ ယင်းအိမ်ထောင်စု၏ ဆန်အညံ့စားအပေါ် ဝယ်လိုအားသည် လျော့ကျလာလိမ့်မည်။ **ဝင်ငွေတိုးလာသောအခါ ဝယ်လိုအား ကျဆင်းသွားသော ကုန်စည်များကို ကုန်ညံ့များ (inferior goods) ဟုခေါ်သည်။ ကုန်ညံ့များ၏ဝယ်လိုအားသည် အိမ်ထောင်စုများ၏ဝင်ငွေနှင့် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်လေ့ ရှိသည်။** သာမန်ကုန်စည်ဖြစ်ပါက စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေတိုးလာလျှင် ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားလည်း တိုးလာမည်ဖြစ်သည်။

(၃) **စားသုံးသူ၏ ကြိုက်နှစ်သက်မှု။** ။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားသည် စားသုံးသူတို့၏ ကြိုက်နှစ်သက်မှုပေါ်တွင်လည်း မူတည်သည်။ တစ်စုံတစ်ရာသောအကြောင်းကြောင့် စားသုံးသူသည် ကုန်စည်တစ်ခုကို ပိုမိုကြိုက်နှစ်သက်လာမည်ဆိုပါက ဈေးနှုန်းမပြောင်းလဲသော်လည်း ထိုကုန်စည်ကို ပိုမိုဝယ်ယူမည်ဖြစ်သည်။ လူတို့တွင် ကြိုက်နှစ်သက်မှုများရှိပြီး ထိုကြိုက်နှစ်သက်မှုများသည် ရာသီဥတု ပြောင်းလဲမှုအလိုက်သော်လည်းကောင်း၊ လူတို့၏အသက်အရွယ် ပြောင်းလဲမှုအလိုက် သော်လည်းကောင်း၊ ပြောင်းလဲတတ်သည့် သဘောရှိသည်။ မျက်မှောက်ကာလတွင် ကုန်စည်ထုတ်လုပ်သူများသည် စားသုံးသူများ၏ ကြိုက်နှစ်သက်မှုကို မိမိတို့ထုတ်လုပ်ရောင်းချမည့် ကုန်စည်များအပေါ် ပြောင်းလဲလာစေရန် နည်းအမျိုးမျိုးဖြင့် ကြော်ငြာ၍ ဆွဲဆောင်လေ့ရှိသည်။ ဥပမာ ရုပ်မြင်သံကြား၊ ရေဒီယို၊ မဂ္ဂဇင်း၊ သတင်းစာ၊ စာစောင်များတွင် အမျိုးမျိုး ကြော်ငြာကြသည်။

ကုန်စည်တစ်ခုအပေါ် ကြိုက်နှစ်သက်မှုပြောင်းလဲခြင်းသည် ယင်းကုန်စည်နှင့် ပြိုင်ဘက်ဖြစ်သော အခြားကုန်စည်များ၏ ဝယ်လိုအားပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိစေသည်။ ဥပမာ-ကော်ဖီသောက်ခြင်းကို ပိုမိုနှစ်သက်လာပါက လက်ဖက်ရည်သောက်ခြင်း လျော့နည်းသွားနိုင်သည်။

(၄) **အခြားကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်း။** ။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားသည် အခြားကုန်စည်တို့၏ ဈေးနှုန်းများနှင့် ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ ဤဆက်စပ်မှုကို ရှင်းလင်းဖော်ပြမည်။ လေ့လာနေသော ကုန်စည်သည် ကုန်စည် X ဖြစ်၍ အခြားကုန်စည်များသည် ကုန်စည် Y နှင့် Z တို့ဖြစ်သည် ဆိုပါစို့။

(က) အကယ်၍ ကုန်စည် Y သည် ကုန်စည် X ကဲ့သို့ အာနိသင်ရှိပြီး ကုန်စည် X ၏နေရာတွင် အစားထိုးသုံးစွဲနိုင်ပါက ယင်းကုန်စည်နှစ်မျိုးကို **အပြည့်အဝအစားထိုးကုန်စည်များ** (perfect substitutes) ဟုခေါ်သည်။ အချို့ကုန်စည်များသည် တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းသာ အစားထိုးသုံးနိုင်ကြသည်။ ထို့ကဲ့သို့သော ကုန်စည်များကို **တစ်စိတ်တစ်ပိုင်း အစားထိုးကုန်စည်များ** (partial substitutes) ဟု ခေါ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် **ကုန်စည်တစ်ခုသည် အခြားကုန်စည် တစ်ခုနှင့်တူညီသော အာနိသင်များရှိပြီး တစ်ခု၏နေရာတွင် အခြားတစ်ခုကို အစားထိုးအသုံးပြုနိုင်ပါက ၎င်းတို့ကို အစားထိုးကုန်စည်များဟုခေါ်သည်။** ဥပမာ စားအုန်းဆီနှင့် မြေပဲဆီ။

လေ့လာနေသောကုန်စည် X ၏ ဈေးနှုန်းမပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ကုန်စည် Y ၏ ဈေးနှုန်း ကျဆင်းသွားသည်ဆိုပါစို့။ ထိုအခါ ဝယ်လိုအား ဥပဒေသအရ ကုန်စည် Y ၏ ဝယ်လိုအားအရေအတွက် တိုးလာမည်ဖြစ်သည်။ ကုန်စည် Y နှင့် ကုန်စည် X တို့သည် အစားထိုးကုန်စည်များဖြစ်သောကြောင့် စားသုံးသူသည် ကုန်စည် X နေရာတွင် ကုန်စည် Y ကို ပိုမိုအစားထိုး စားသုံးကြမည်ဖြစ်၍ ကုန်စည် Y ၏ဈေးနှုန်းကျဆင်းမှုသည် ကုန်စည် X ၏ ဝယ်လိုအားအရေအတွက်ကို လျော့နည်းသွားစေမည်။

(ခ) ကုန်စည် X နှင့် ကုန်စည် Z တို့သည် **တွဲဖက်ကုန်စည်များ** (complementary goods) ဖြစ်သည် ဆိုပါစို့။ **ကုန်စည်တစ်ခုကို ရယူသုံးစွဲနိုင်ခြင်းကြောင့် အခြားကုန်စည်တစ်ခု၏ အသုံးဝင်မှုကို ပိုမို**

တိုးတက်ကောင်းမွန်စေပါက ၎င်းတို့ကိုတွဲဖက်ကုန်စည်များဟုခေါ်သည်။ ဥပမာ နို့နှင့်သကြား။ အကယ်၍ ကုန်စည် Z ၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းသွားပါက ကုန်စည် Z ၏ ဝယ်လိုအားအရေအတွက် တိုးလာမည်ဖြစ်၍ ကုန်စည် Z နှင့် တွဲဖက်သုံးမည့် ကုန်စည်များ၏ ဝယ်လိုအားလည်း တိုးလာမည်ဖြစ်သည်။ ကုန်စည် Z နှင့် ကုန်စည် X တို့သည် တွဲဖက်ကုန်စည်များဖြစ်ကြသည့်အလျောက် ကုန်စည် X ၏ ဈေးနှုန်းမပြောင်းလဲ သော်လည်း ကုန်စည် Z ၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းခြင်းမှတစ်ဆင့် ကုန်စည် X ၏ဝယ်လိုအားကို တိုးလာစေမည်ဖြစ်သည်။

(၅)ဈေးကွက်တွင်ပါဝင်သော စားသုံးသူဦးရေ။ ။ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားသည် ဈေးကွက်တွင်ပါဝင်သော စားသုံးသူဦးရေနှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်မှုရှိသည်။ ဈေးကွက်တွင် စားသုံးသူဦးရေတိုးလာခြင်းသည် ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားကို တိုးလာစေ၍ စားသုံးသူဦးရေ လျော့သွားခြင်းသည် ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားကို လျော့သွားစေသည်။

(၆)ဝင်ငွေဖြန့်ဖြူးမှု။ ။ ဈေးကွက်တွင်ပါဝင်သော စားသုံးသူများ၏ ဝင်ငွေဖြန့်ဖြူးမှုသည် မည်မျှဘဲ ရှိနေမည်ဆိုပါစို့။ ထိုအခါ ဝင်ငွေမြင့်မားသော အိမ်ထောင်စုမှာ အနည်းငယ်သာရှိ၍ ဝင်ငွေနည်းသော အိမ်ထောင်စုမှာ အများအပြားပါဝင်မည်ဖြစ်သည်။ ထိုသို့သော အခြေအနေတွင် လူလတ်တန်းစားများ အသုံးပြုသော ကုန်စည်များ၏ ဝယ်လိုအားမှာနည်းပြီး ဝင်ငွေနိမ့်ကျသော စားသုံးသူများ ဝယ်ယူသုံးစွဲလေ့ရှိသည့် ကုန်စည်အမျိုးအစား၏ ဝယ်လိုအားမှာများမည်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ဝင်ငွေဖြန့်ဖြူးမှုညီမျှပါက ဝင်ငွေအလယ်အလတ်တန်းစား စားသုံးသူများ အသုံးပြုလေ့ရှိသော ကုန်စည်များ၏ဝယ်လိုအားမှာ များလာမည်ဖြစ်သည်။

၂-၄။ ဝယ်လိုအားဇယားနှင့် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး
The Demand Schedule and The Demand Curve

ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ဝယ်လိုအားကိုဖော်ပြရာ၌ ဝယ်လိုအားဇယားနှင့် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးများကို အသုံးပြုလေ့ရှိသည်။

ဝယ်လိုအားဇယားဆိုသည်မှာတစ်စုံတစ်ခုသောအချိန်အတွင်းဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသည့်အခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခြေအနေတွင်ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်းအသီးသီး၌ဝယ်ယူစားသုံးမည့်အရေအတွက်အသီးသီးတို့ကို ယှဉ်တွဲဖော်ပြထားသောဇယားဖြစ်သည်။ ဇယား (၂-၁) သည် ချည်ထည် တစ်မျိုး၏ ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားကို ဖော်ပြသည်။

ဇယား (၂-၁) တွင် တွေ့မြင်ရသည့်အတိုင်း ဝယ်လိုအားသည် ကိန်းရှင်နှစ်ခုဖြစ်သော ကုန်စည် ဈေးနှုန်းနှင့် ဝယ်ယူမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကိုဖော်ပြသည်။ ဥပမာ ချည်ထည်ဈေးနှုန်း တစ်ကိုက်လျှင် ကျပ် (၁၅၀) ဖြစ်သောအခါ တစ်လအတွင်းဈေးကွက်၌ ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်မှာ ကိုက် (၂၅၀၀) ဖြစ်မည်။

ဇယား(၂-၁)။ ချည်ထည်ဈေးကွက် ဝယ်လိုအား

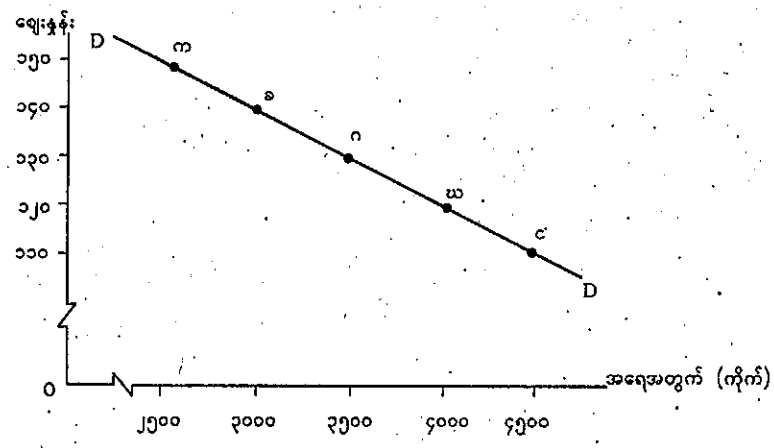
အမှတ်စဉ်	ချည်ထည်တစ်ကိုက်ဈေးနှုန်း (ကျပ်)	တစ်လအတွင်း ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက် (ကိုက်)
က	၁၅၀	၂၅၀၀
ခ	၁၄၀	၃၀၀၀
ဂ	၁၃၀	၃၅၀၀
ဃ	၁၂၀	၄၀၀၀
င	၁၁၀	၄၅၀၀

ဈေးနှုန်းသည် ကျပ် (၁၄၀) သို့ ကျဆင်းသွားသောအခါ ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်သည် ကိုက် (၃၀၀၀) ဖြစ်မည်။ ဤအချက်အလက်များက ဈေးနှုန်းကျလာသောအခါ ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်တိုးလာကြောင်းကိုဖော်ပြသည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် ဈေးနှုန်းတက်လာလေ ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် နည်းလေဖြစ်သည်ကို ဖော်ပြသည်။ ဤဆက်စပ်မှုသည် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် အရေးကြီးသော ဝယ်လိုအားဥပဒေသကိုဖော်ပြသည်။

ဝယ်လိုအားဥပဒေသသည် ဝယ်လိုအား၏ ယေဘုယျသဘောသဘာဝကို ဖော်ပြသည်။ **ဝယ်လိုအားဥပဒေသအရ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲမှုမရှိလျှင် ဈေးနှုန်းနှင့် ဝယ်ယူမည့်ကုန်စည် အရေအတွက်တို့သည် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်နေမည်။ ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း ကျလျှင် ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်ပိုများလာပြီးကုန်စည်ဈေးနှုန်းတက်လျှင်ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်နည်းသွားမည်ဖြစ်သည်။**

ဇယား (၂-၁) တွင် ဖော်ပြထားသော အချက်အလက်များကို အခြေခံ၍ ဝယ်လိုအား မျဉ်းကွေးကို ရေးဆွဲနိုင်သည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးကို ရေးဆွဲရာတွင် ဒေါင်လိုက်ဝင်ရိုးပေါ်တွင် ဈေးနှုန်းများကို တိုင်းတာဖော်ပြပြီး ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်ကို အလျားလိုက်ဝင်ရိုးတွင် တိုင်းတာဖော်ပြသည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးများကို ပြေပြစ်သောမျဉ်းကွေးအသွင် ရေးဆွဲဖော်ပြ လေ့ရှိသည်။ ပုံ (၂-၁) သည် ဝယ်လိုအားဇယား (၂-၁) ပါ အချက်အလက်များကို အခြေခံ၍ ရေးဆွဲထားသော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ ပုံတွင်ပါရှိသော (က)၊ (ခ)၊ (ဂ)၊ (ဃ)နှင့် (င) အမှတ်များကို ဆက်သွယ်၍ မျဉ်းရေးဆွဲခြင်းဖြင့် ရရှိသောမျဉ်းကွေး DD သည် ဇယားတွင်ဖော်ပြထားသော ဈေးကွက်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားအခြေအနေကို ထင်ဟပ်ပေါ်လွင်စေသည်။ **ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်းနှင့် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကို ဖော်ပြသော မျဉ်းကွေးကို ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဟုခေါ်သည်။**

ပုံ(၂-၁) ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး



ပုံ(၂-၁)တွင် ဝယ်လိုအားမျဉ်းသည် မျဉ်းဖြောင့်တစ်ခုဖြစ်နေသော်လည်း လက်တွေ့တွင် ဝယ်လိုအားမျဉ်းအားလုံး မျဉ်းဖြောင့်ဖြစ်နေလိမ့်မည်ဟု မမျှော်လင့်နိုင်ပေ။ သို့ရာတွင် ထူးခြားသော အခြေအနေမှအပ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအားလုံးသည် ပုံ (၂-၁) တွင် ဖော်ပြထားသော DD ကဲ့သို့ လက်ဝဲမှ လက်ယာဘက်သို့ လျှောဆင်းသွားသော မျဉ်းကွေးတစ်ခုဖြစ်သည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက်သည် အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သည်ဟု ပြောဆိုနိုင်သည်။ အနုတ်လက္ခဏာ လျှောစောက်၏အဓိပ္ပာယ်မှာ ဈေးနှုန်းနှင့် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်မှု ရှိသည်ကိုဖော်ပြသည်။ ဈေးနှုန်းကျသွားပါက ကုန်စည်များ ပိုမိုဝယ်ယူမည်ဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်းတက်လာလျှင် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်များ လျော့နည်းသွားမည်ဖြစ်သည်။ ဤအချက်သည် ဝယ်လိုအား ဥပဒေသကို ဖော်ညွှန်းသည်။

၂-၅။ ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းများ
Changes in Demand

ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို နှစ်မျိုးခွဲခြားနိုင်သည်။

(က) ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း (သို့မဟုတ်) ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်း။
(Change in Quantity Demanded or Expansion and Contraction in Demand)

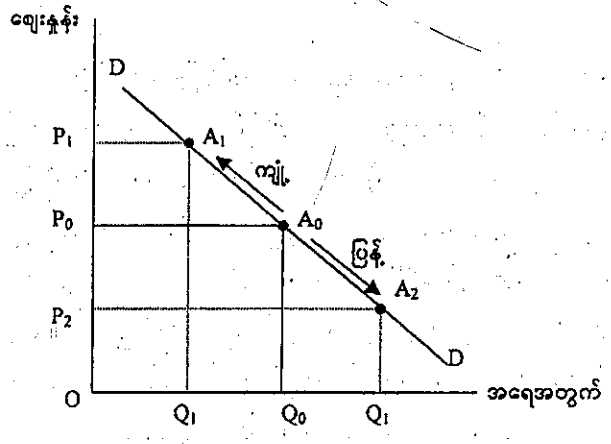
(ခ) ဝယ်လိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း (သို့မဟုတ်) ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်း
(Shift in Demand or Increase and Decrease in Demand)

(က) ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲခြင်း (သို့မဟုတ်) ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့်ကျုံ့ခြင်း

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ ၎င်း ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း (သို့မဟုတ်) ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်းဟုခေါ်သည်။ လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းသွားခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်ကို ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက် ပိုမိုများပြားလာ ခြင်းကို "ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်း" ဟုခေါ်ပြီး၊ လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းတက်လာခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်ကို ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက် နည်းသွားခြင်းကို "ဝယ်လိုအားကျုံ့ခြင်း" ဟုခေါ်သည်။

ဤသို့ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်းတို့ကို ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဖြင့်ဖော်ပြလျှင် ပုံ(၂-၂) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးတစ်လျှောက် ရွှေ့လျားနေသည်ကို တွေ့ရမည်။

ပုံ(၂-၂)၊ ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့်ကျုံ့ခြင်း



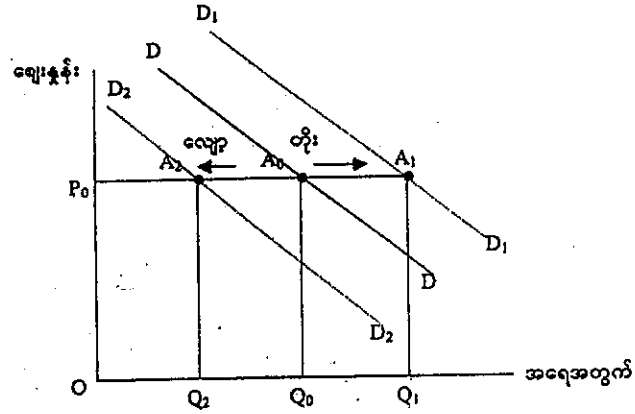
ပုံတွင် DD သည် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်ပြီး ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း OPoတွင် ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်သည် OQo ဖြစ်ကြောင်း DD ပေါ်ရှိ အမှတ် (Ao) က ဖော်ပြသည်။ အကယ်၍ ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းသည် OPo မှ OP_1 သို့ တက်သွားပါက ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်သည် OQ_0 မှ OQ_1 သို့ ကျဆင်းသွားပြီး၊ ဝယ်လိုအားကျုံ့ခြင်းကို ဖြစ်ပေါ်စေမည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး DD ပေါ်ရှိ အမှတ် A_0 မှ A_1 သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ အလားတူပင် ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းသည် OP_0 မှ OP_2 သို့ ကျဆင်းသွားပါက ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်သည် OQ_0 မှ OQ_2 သို့ တိုးလာမည်ဖြစ်ပြီး ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းကို ဖြစ်ပေါ်စေမည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး DD ပေါ်ရှိအမှတ် A_0 မှ A_2 သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။

(ခ) ဝယ်လိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း(သို့)မဟုတ်)ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့်လျော့ခြင်း

လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် မဟုတ်ဘဲ ယင်းကုန်စည်၏ ဝယ်လို အားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ဝယ်လို အားရွှေ့ပြောင်းခြင်း သို့မဟုတ် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်းဟုခေါ်သည်။ ကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်၏ မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်သည် မူလကထက် ပိုမိုများပြားလာခြင်းကို ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းဟုခေါ်သည်။ ဥပမာ- ကုန်စည် တစ်ခု၏ဈေးနှုန်းသည် မူလအတိုင်း ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသည့် အခြေအနေတွင် ထိုကုန်စည်နှင့် အစားထိုးမည့် ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်လာခြင်း၊ တွဲဖက်မည့်ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းခြင်း၊ စားသုံးသူများ ထိုကုန်စည်အပေါ် ကြိုက်နှစ်သက်မှုပိုလာခြင်း၊ စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေတိုးလာခြင်းစသည့် ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်အလက်များအနက် အားလုံးသော်လည်းကောင်း၊ အချို့သော်လည်းကောင်း၊ အချက်တစ်ခုခုသော်လည်းကောင်း၊ ပြောင်းလဲခဲ့သော် ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားသည် မူလကထက်တိုးလာ စေမည်။ **ကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်၏ မူလဈေးနှုန်း၌ပင် မူလဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်ထက် လျော့နည်းသွားခြင်းကို ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်း ဟုခေါ်သည်။** ဥပမာ-လေ့လာနေသော ကုန်စည်နှင့်အစားထိုးမည့် ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းခြင်း၊ ထိုကုန်စည်နှင့် တွဲဖက်မည့် ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်လာခြင်း၊ စားသုံးသူများ ထိုကုန်စည်အပေါ် ကြိုက်နှစ်သက်မှု လျော့နည်းလာခြင်း၊ စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေကျဆင်းခြင်း စသည်တို့ကြောင့်လည်း ထိုကုန်စည်၏ဝယ်လိုအားကို မူလကထက် လျော့နည်းသွားစေမည်။

ပုံ(၂-၃) တွင် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းတို့ကို ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဖြင့် ဖော်ပြ ထားသည်။ ဤတွင် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်းတို့သည် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးတစ်လျှောက် ရွှေ့လျား ခြင်းမျိုးမဟုတ်ဘဲ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးတစ်ခုလုံး ရွှေ့ပြောင်းသွားသည် (shift in the demand curve) ကို တွေ့ရမည်။

ပုံ(၂-၃)။ ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်း



ပုံတွင် DD သည် မူလဝယ်လိုအား မျဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ အမှတ် A_0 သည် ဈေးနှုန်း OP_0 တွင် ဝယ်ယူမည့် ကုန်စည်အရေအတွက် OQ_0 ရှိကြောင်းကို ဖော်ပြနေသည်။ အကယ်၍ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များအနက် ဈေးနှုန်းမဟုတ်သော အခြားအချက်များမှ အားလုံးသော်လည်းကောင်း၊ အချို့သော်လည်းကောင်း၊ အချက်တစ်ခုခုသော်လည်းကောင်း ပြောင်းလဲခဲ့သော် မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်တိုးလာလိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် မူလဈေးနှုန်း OP_0 ၌ပင် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်သည် OQ_0 မှ OQ_1 သို့ တိုးသွားမည်။ ဤအခြေအနေကို အမှတ် A_1 ဖြင့် ဖော်ပြပြီး၊ မူလအမှတ် A_0 ၏ လက်ယာဘက်တွင်ရှိနေမည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် D_1D_1 သည် A_1 အမှတ်ကိုဖြတ်၍ DD ၏လက်ယာဘက်တွင် ဖြစ်ပေါ်နေမည်။ ဤတွင် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းကို မူလဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး၏ လက်ယာဘက်သို့ပြောင်းရွှေ့သွားသည့် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအသစ်ဖြင့် ဖော်ပြနိုင်ကြောင်း တွေ့ရသည်။

အလားတူ ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းကိုလည်း မူလဈေးနှုန်း OP_0 ၌ပင် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် OQ_0 မှ OQ_2 သို့ လျော့နည်းသွားခြင်းက ဖော်ပြနေသည်။ ထိုအခြေအနေကို မူလအမှတ် A_0 ၏ လက်ဝဲဘက်ရှိ အမှတ် A_2 ဖြင့်ဖော်ပြနိုင်ပြီး၊ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် D_2D_2 သည် မူလဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး DD ၏ လက်ဝဲဘက်တွင် အမှတ် A_2 ကိုဖြတ်၍ ဖြစ်ပေါ်နေမည်။ ထို့ကြောင့် ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းကို မူလဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး၏ လက်ဝဲဘက်သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားသည့် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအသစ်ဖြင့် ဖော်ပြနိုင်ပေသည်။

၂–၆။ ရောင်းလိုအား၏ အဓိပ္ပာယ်

The Meaning of Supply

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာ သောဈေးနှုန်း၌ ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရောင်းချမည့် အရေအတွက်ပင်ဖြစ်သည်။

ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားဆိုသည်မှာ ယင်းကုန်စည် ကိုရရှိနိုင်သည့် ပမာဏ သို့မဟုတ် တည်ရှိနေသော ပမာဏကိုဆိုလိုသည် မဟုတ်ပေ။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း၌ အမှန်တကယ်ရောင်းချရန် အသင့်ရှိနေသော အရေအတွက်ပင်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ကုန်စည်တစ်ခုသည် ထုတ်လုပ်ထားသော အရေအတွက် ပမာဏတစ်ရပ် ရှိနေသော်လည်း ယင်းပမာဏသည်ရောင်းချရန် မဟုတ်ပါက ရောင်းလိုအားဖြစ်မလာနိုင်ပါ။ **ဝယ်လိုအားတွင်ကဲ့သို့ပင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ရောင်းလိုအားသည် တစ်စုံတစ်ရာသော ဈေးနှုန်းနှင့် ဆက်စပ်မှုရှိသည်။**

ရောင်းလိုအားကိုလေ့လာရာ၌ တစ်ဦးချင်းရောင်းလိုအားနှင့် ဈေးကွက်ရောင်းလိုအားဟူ၍ တွေ့ရမည်။ **ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် တစ်ဦးချင်းရောင်းလိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသော ဈေးနှုန်း၌ ရောင်းသူတစ်ဦးက ထိုကုန်စည်ကို ရောင်းချမည့်အရေအတွက်ဖြစ်သည်။** ဈေးကွက်တစ်ခုတွင် ရောင်းသူတစ်ဦးသော်လည်းကောင်း၊ တစ်ဦးထက်ပို၍သော်လည်းကောင်း ရှိပေမည်။ ရောင်းသူတစ်ဦးထက် ပို၍

ရှိခဲ့ပါက ဈေးကွက်ရောင်းလိုအားသည် ဈေးကွက်တွင်ပါဝင်သော ရောင်းသူအားလုံး၏စုစုပေါင်းရောင်းလိုအားဖြစ်သည်။

၂-၇။ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များ
Factors Affecting Supply

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားသည် အောက်ပါအချက်များပေါ်တွင် မူတည်၍ ပြောင်းလဲပေသည်။

(၁) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း

(၂) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်

(၃) အခြားကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်း

(၄) ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူတို့၏ ရည်ရွယ်ချက်တို့ ဖြစ်သည်။

(၁) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း။ ။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များအနက် ယင်းကုန်စည်၏ဈေးနှုန်းသည် ယေဘုယျအားဖြင့် အရေးပါဆုံးအချက်ဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ဈေးနှုန်းသည် ကုန်စည်ထုတ်လုပ်သူအတွက် ပြန်ရချက်ကို ကိုယ်စားပြုသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ သာမန်အားဖြင့် ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲမှုမရှိဘဲ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်လာလျှင် ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရောင်းချခြင်းအားဖြင့် အမြတ်ပိုမိုရရှိနိုင်မည်ဖြစ်၍ ဈေးနှုန်းတက်လာသောကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားတိုးလာမည်ဟု မျှော်လင့်နိုင်သည်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲမှုမရှိဘဲ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းသွားလျှင် ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရောင်းချခြင်းဖြင့် ရရှိနိုင်သည့်အမြတ်အစွန်း လျော့နည်းသွားမည်ဖြစ်၍ ယင်းကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားသည်လည်း လျော့နည်းသွားလိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခြေအနေတွင် ကုန်စည်ဈေးကျလျှင် ရောင်းလိုအားနည်းပြီး ဈေးတက်လျှင် ရောင်းလိုအားလည်း များမည်ဖြစ်သည်။ ဤဆက်စပ်မှုကို **ရောင်းလိုအားဥပဒေသ (Law of Supply) ဟုခေါ်သည်။ ရောင်းလိုအားဥပဒေသအရ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲမှုမရှိလျှင် ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့သည် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်နေသည်။**

(၂) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်။ ။ကုန်စည်တစ်ခု၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် ပြောင်းလဲခြင်းသည် ယင်းကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားကို ပြောင်းလဲစေနိုင်သော အချက်များအနက် အရေးပါသော အချက်တစ်ခုပင်ဖြစ်သည်။ အခြားအချက်အလက်များ မပြောင်းဘဲ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် ကျဆင်းသွားပါက ထုတ်လုပ်ရောင်းချမည့် အရေအတွက်တိုးလာနိုင်ပြီး ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် မြင့်တက်လာပါက ထုတ်လုပ်ရောင်းချမည့်အရေအတွက် လျော့နည်းသွားမည်။

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်သည် သွင်းအားစုများ၏စရိတ်၊ ထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာနှင့် ထုတ်လုပ်မှု အခြေအနေတို့ပေါ်တွင် မူတည်နေသည်။ သွင်းအားစုများ၏ စရိတ်ပြောင်းလဲလျှင် ထုတ်လုပ်မှု စရိတ်လည်း ပြောင်းလဲပေမည်။ ထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာ တိုးတက်ပြောင်းလဲလျှင် ယေဘုယျအားဖြင့် ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်သည် ကျဆင်းသွားတတ်ပေသည်။ ထုတ်လုပ်မှုအခြေအနေတွင် ရာသီဥတုအခြေအနေ၊ သဘာဝသယံဇာတများ ရရှိနိုင်မှု၊ ထုတ်လုပ်မှုအတွက် အချိန်ရရှိနိုင်မှု၊ အစိုးရ မူဝါဒများ စသည်တို့ပါဝင်သည်။ ဤအခြေအနေများ ပြောင်းလဲခဲ့သော် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်များ ပြောင်းလဲပြီး ရောင်းလိုအားလည်း ပြောင်းလဲပေမည်။ ထုတ်လုပ်မှုအတွက် အချိန်ရရှိနိုင်မှုကို ထုတ်လုပ်မှုအခြေအနေ အဖြစ် ထည့်သွင်းစဉ်းစားနိုင်သည်။ ထုတ်လုပ်မှုအတွက် အချိန်ကြာရှည်ခွင့်ပြုထားပါက လိုအပ်သော စက်ကိရိယာ၊ လူအင်အား၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ပြုလုပ်နိုင်မည်ဖြစ်၍ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် လျော့နည်းကျဆင်းပြီး ရောင်းလိုအား တိုးလာမည်ဖြစ်သည်။

(၃) အခြားကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်း။ ။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားသည် အခြားကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းနှင့်လည်းဆက်စပ်မှုရှိသည်။ အခြားကုန်စည်များကို (၁) တွဲဖက်ထုတ်ကုန် များနှင့် (၂) အစားထိုးထုတ်ကုန်များဟူ၍ ခွဲခြားနိုင်သည်။

တွဲဖက်ထုတ်ကုန်များမှာ ကုန်စည်တစ်မျိုးကို ထုတ်လုပ်ခြင်းဖြင့် အခြားကုန်စည်တစ်မျိုးပါ ပူးတွဲထွက်လာတတ်သော ကုန်စည်မျိုးဖြစ်သည်။ ဥပမာ- အမဲသားနှင့်သားရေ၊ နှမ်းဆီနှင့်နှမ်းဖတ် စသည်တို့ ဖြစ်သည်။ လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း မပြောင်းလဲသော်လည်း ၎င်း၏တွဲဖက် ထုတ်ကုန်ဈေးနှုန်း တက်ပါက ထိုတွဲဖက်ထုတ်ကုန်ကို ပိုမိုထုတ်လုပ်ရောင်းချရာမှ လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားမှာ တိုးလာမည်။ ထို့အတူ တွဲဖက်ထုတ်ကုန်၏ ဈေးနှုန်းကျဆင်းပါက လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ရောင်းလို အားမှာ လျော့သွားမည်ဖြစ်သည်။

အစားထိုးထုတ်ကုန်ဆိုသည်မှာ အဓိကသွင်းအားစုတူညီသော ကုန်စည်များဖြစ်သည်။ သွင်းအား စုပမာဏ ကန့်သတ်ချက်ဘောင်အတွင်း အစားထိုးထုတ်ကုန်တစ်မျိုးကို တိုး၍ထုတ်လုပ်ပါက နောက်တစ်မျိုးကို လျော့၍ ထုတ်လုပ်ရမည်။ ဥပမာ- သကြားနှင့် ကြံသကာ၊ ဓာတ်ဆီနှင့် ဒီဇယ်ဆီ၊ သားရေအိတ်နှင့် သားရေဖိနပ် စသည်တို့ဖြစ်သည်။ လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း မပြောင်းလဲသော်လည်း ၎င်းနှင့် အစားထိုးထုတ်ကုန်၏ ဈေးနှုန်းတက်ပါက ထိုအစားထိုးထုတ်ကုန်ကို ပိုမိုထုတ်လုပ်ရောင်းချမည်ဖြစ်၍ လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားမှာ လျော့သွားမည်။ ထို့အတူ အစားထိုးထုတ်ကုန်၏ ဈေးနှုန်း ကျဆင်းပါက လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားမှာ တိုးလာမည်ဖြစ်သည်။

(၄) ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူတို့၏ ရည်ရွယ်ချက်။ ။ ယေဘုယျအားဖြင့် ရောင်းသူတို့၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ ကာလတိုတွင် အမြတ်အများဆုံး ရရှိရန်ပင်ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် ရောင်းသူများ၌ ဤရည်ရွယ်ချက်အပြင် အခြားရည်ရွယ်ချက်များလည်း ရှိတတ်သေးကြောင်းတွေ့ရသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ဈေးကွက်၏အကြီးမားဆုံးသောဝေစုကို ရရှိလိုခြင်း၊ ပြိုင်ဘက်များကိုဖယ်ရှားလိုခြင်း စသည့်ရည်ရွယ်ချက်များဖြင့် ထုတ်လုပ်

ရောင်းချခြင်းပြုပါက မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ ရောင်းလိုအားတိုးမည်မှာ ဧကန်ဖြစ်သည်။ ဤသို့ရောင်းသူတို့၏ ရည်ရွယ်ချက်များပြောင်းလျှင် ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားသည်လည်း ပြောင်းလဲသွားပေလိမ့်မည်။

၂-၈။ ရောင်းလိုအားဇယားနှင့် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး

The Supply Schedule and The Supply Curve

ရောင်းလိုအားဇယားသည် တစ်စုံတစ်ခုသောအချိန်အတွင်း ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်အလက်များ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသည့် အခြေအနေတွင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းအသီးသီး၌ ရောင်းချမည့်အရေအတွက် အသီးသီးတို့ကို ယှဉ်တွဲဖော်ပြထားသော ဇယားဖြစ်သည်။ ဇယား (၂-၂) သည် ချည်ထည်တစ်မျိုး၏ ဈေးကွက်ရောင်းလိုအားကို ဖော်ပြသည်။

ဇယား (၂-၂)။ ချည်ထည်ဈေးကွက်ရောင်းလိုအား

အမှတ်စဉ်	ချည်ထည်တစ်ကိုက်ဈေးနှုန်း (ကျပ်)	တစ်လအတွင်းရောင်းချမည့် အရေအတွက် (ကိုက်)
က	၁၅၀	၅၅၀၀
ခ	၁၄၀	၄၅၀၀
ဂ	၁၃၀	၃၅၀၀
ဃ	၁၂၀	၂၅၀၀
င	၁၁၀	၁၅၀၀

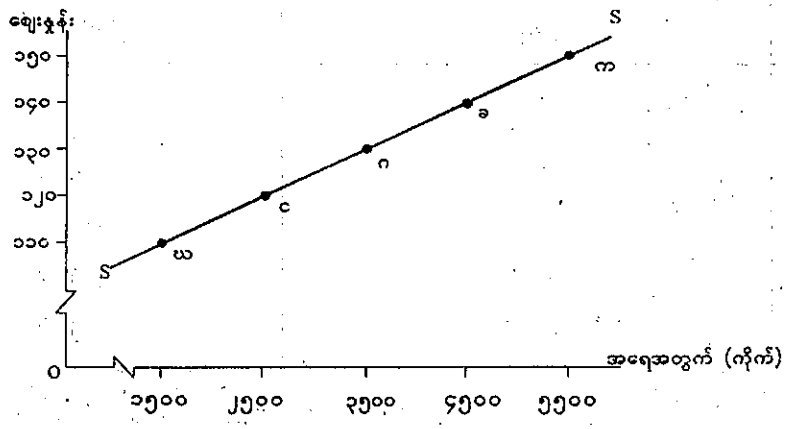
ဇယား (၂-၂) တွင် တွေ့သည့်အတိုင်း ရောင်းလိုအားသည် ကိန်းရှင်နှစ်ခုဖြစ်သော ကုန်စည်ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကိုဖော်ပြသည်။ ဥပမာ- ချည်ထည်ဈေးနှုန်း တစ်ကိုက် ကျပ် (၁၅၀) ဖြစ်သောအခါ တစ်လအတွင်း ဈေးကွက်၌ရောင်းချမည့် အရေအတွက်မှာ ကိုက် (၅၅၀၀) ဖြစ်မည်။ ချည်ထည်ဈေးနှုန်းတစ်ကိုက် ကျပ် (၁၄၀) သို့ ကျဆင်းသွားသောအခါ ရောင်းချမည့် အရေအတွက်သည် ကိုက် (၄၅၀၀) ဖြစ်မည်။ ဤအချက်က **ဈေးနှုန်းကျဆင်းသောအခါ ရောင်းချမည့်အရေအတွက် လျော့နည်းလာကြောင်း ဖော်ပြသည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် ဈေးတက်လေ ရောင်းချမည့်အရေအတွက်များလေဖြစ်သည်ကို ဖော်ပြသည်။ ဤ ဆက်စပ်မှုကို ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ရောင်းလိုအားဥပဒေသဟု ခေါ်သည်။**

ရောင်းလိုအားဥပဒေသသည် ရောင်းလိုအား၏ ယေဘုယျသဘောသဘာဝကို ဖော်ပြသည်။ ရောင်းလိုအားဥပဒေသအရ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲမှုမရှိလျှင်

ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချမည့်ကုန်စည်အရေအတွက်တို့သည် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်နေသည်။ **ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း ကျလျှင် ရောင်းချမည့်အရေအတွက် နည်းသွားမည်ဖြစ်ပြီး ကုန်စည်ဈေးတက်လျှင် ရောင်းချမည့်အရေ အတွက် ပိုများလာမည်ဖြစ်သည်။**

ဇယား (၂-၂) တွင်ဖော်ပြထားသော အချက်အလက်များကို အခြေခံ၍ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးကို ရေးဆွဲနိုင်သည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး ရေးဆွဲသကဲ့သို့ပင် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးကို ရေးဆွဲရာတွင် ဒေါင်လိုက်ဝင်ရိုး၌ ဈေးနှုန်းများကို တိုင်းတာဖော်ပြပြီး ရောင်းချမည့် အရေအတွက်ကို အလျားလိုက်ဝင်ရိုးတွင် တိုင်းတာဖော်ပြသည်။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးများကို ပြေပြစ်သောမျဉ်းကွေးအသွင် ရေးဆွဲဖော်ပြလေ့ရှိသည်။ ပုံ (၂-၄) သည် ရောင်းလိုအားဇယား (၂-၂) ပါ အချက်အလက်များကို အခြေခံ၍ ရေးဆွဲထားသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ ပုံတွင်ပါရှိသော (က)၊ (ခ)၊ (ဂ)၊ (ဃ)နှင့် (c) အမှတ်များကို ဆက်သွယ်သောမျဉ်း ရေးဆွဲခြင်းဖြင့် ရရှိသောမျဉ်းကွေး SS သည် ဇယားတွင်ဖော်ပြထားသော ဈေးကွက်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအား အခြေအနေကို ထင်ဟပ်ပေါ်လွင်စေသည်။ **ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချမည့် အရေ အတွက်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကိုဖော်ပြသည့် မျဉ်းကွေးကို ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဟု ခေါ်သည်။**

ပုံ(၂-၄)၊ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး



ပုံ (၂-၄) တွင် ဖော်ပြထားသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းသည် မျဉ်းဖြောင့်တစ်ခု ဖြစ်နေသော်လည်း လက်တွေ့တွင် ရောင်းလိုအားမျဉ်းအားလုံးသည် မျဉ်းဖြောင့်များ ဖြစ်နေလိမ့်မည်ဟု မမျှော်လင့်နိုင်ပေ။ ထူးခြားသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းများမှအပ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး အားလုံးလိုလိုသည် ပုံ (၂-၄) ပါ (SS) မျဉ်းကဲ့သို့ လက်ဝဲမှလက်ယာသို့ စောင်းတက်သွားသော မျဉ်းကွေးများဖြစ်ကြသည်။

ဝါစ်နည်းအားဖြင့် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက်သည် အပေါင်းလက္ခဏာ ဆောင်သည်ဟု ပြောနိုင်သည်။ အပေါင်းလက္ခဏာ လျှောစောက်၏အဓိပ္ပာယ်မှာ ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချသည့်အရေ အတွက်များ တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်မှုရှိသည်ကို ဖော်ပြသည်။ ကုန်စည်ဈေးနှုန်း တိုးလာလျှင် ရောင်းချမည့်

အရေအတွက် များလာမည်ဖြစ်ပြီး ကုန်စည်ဈေးနှုန်း ကျဆင်းသွားလျှင် ရောင်းချမည့်အရေအတွက် လျော့နည်းသွားမည်ဖြစ်သည်။ ဤအချက်သည် ရောင်းလိုအား ဥပဒေသကို ဖော်ညွှန်းသည်။

၂-၉။ ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းများ
Changes in Supply

ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို အောက်ပါအတိုင်း နှစ်မျိုးခွဲခြားနိုင်သည်။

(က) ရောင်းချမည့်အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း (သို့မဟုတ်) ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်းနှင့်ကျုံ့ခြင်း။
(Change in Quantity Supplied or Expansion and Contraction in Supply)

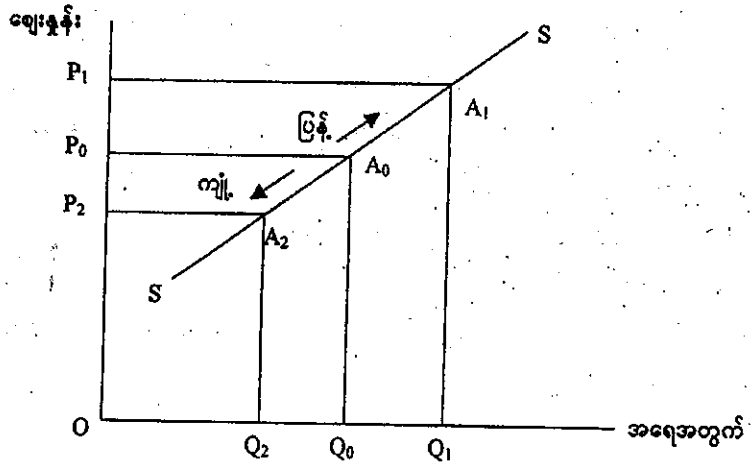
(ခ) ရောင်းလိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း (သို့မဟုတ်) ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့်လျော့ခြင်း
(Shift in Supply or Increase and Decrease in Supply)

(က) ရောင်းချမည့်အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း(သို့မဟုတ်)ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်း။

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ၊ ၎င်း ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ရောင်းချမည့် အရေအတွက် ပြောင်းလဲခြင်း သို့မဟုတ် ရောင်းလိုအား ပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်းဟု ခေါ်သည်။ လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းတက်လာခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်ကို ရောင်းချမည့်အရေအတွက်များလာခြင်းကို "ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်း" ဟုခေါ်သည်။ အလားတူ လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း ကျဆင်းခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်ကို ရောင်းချမည့် အရေအတွက် လျော့နည်းသွားခြင်းကို "ရောင်းလိုအားကျုံ့ခြင်း" ဟုခေါ်သည်။

ဤသို့ ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်းတို့ကို ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဖြင့် ဖော်ပြလျှင် ပုံ(၂-၅) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးတစ်လျှောက် ရွှေ့လျားနေသည်ကို တွေ့ရမည်။

ပုံ(၂-၅)၊ ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်း



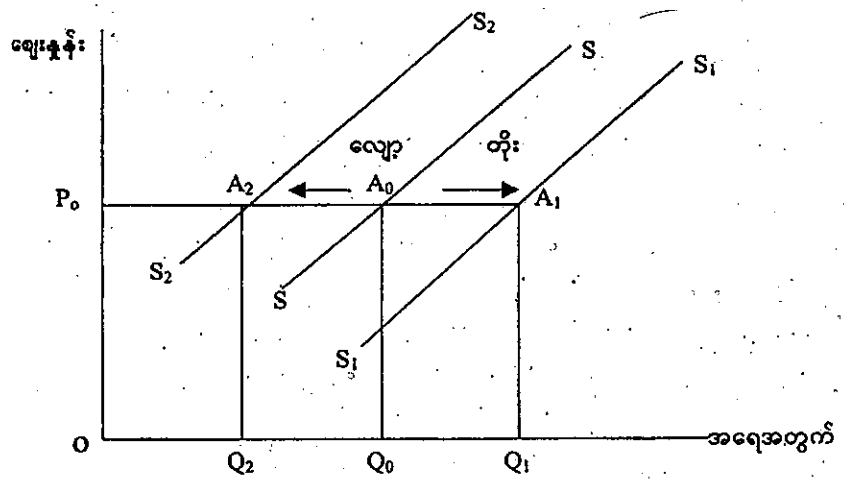
ပုံတွင် SS သည် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်ပြီး၊ ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း OP_0 တွင်ရောင်းချမည့် အရေအတွက်သည် OQ_0 ဖြစ်ကြောင်း၊ SS ပေါ်ရှိအမှတ် A_0 ကဖော်ပြသည်။ အကယ်၍ ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်းသည် OP_0 မှ OP_1 သို့ မြင့်တက်သွားပါက ရောင်းချမည့် အရေအတွက်သည် OQ_0 မှ OQ_1 သို့ တိုးသွားပြီး ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်းကို ဖြစ်ပေါ်စေမည်။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး SS ပေါ်ရှိ အမှတ် A_0 မှ A_1 သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ အလားတူပင် ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်းသည် OP_0 မှ OP_2 သို့ ကျဆင်းသွားပါက ရောင်းချမည့်အရေအတွက်သည် OQ_0 မှ OQ_2 သို့ လျော့နည်း သွားမည်ဖြစ်ပြီး၊ ရောင်းလိုအား ကျုံ့ခြင်းကို ဖြစ်ပေါ်စေမည်။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး SS ပေါ်ရှိအ မှတ် A_0 မှ A_2 သို့ ပြောင်းရွှေ့ သွားခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။

(ခ) ရောင်းလိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း(သို့မဟုတ်)ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့်လျော့ခြင်း။

လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့်မဟုတ်ဘဲ ယင်းကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအား ကို ပြဋ္ဌာန်းသောအခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ရောင်းလိုအား ရွှေ့ပြောင်းခြင်း သို့မဟုတ်ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့်လျော့ခြင်းဟုခေါ်သည်။ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသောအခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်၏ မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ရောင်းချသည့် အရေအတွက်သည် မူလထက် ပိုမိုများပြား လာခြင်းကို "ရောင်းလိုအားတိုးခြင်း"ဟုခေါ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းသည် မူလအတိုင်း မပြောင်းလဲဘဲရှိပြီး ယင်းကုန်စည်နှင့် အစားထိုးထုတ်ကုန်များ၏ ဈေးနှုန်းများကျဆင်းခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်နှင့် တွဲဖက်ကုန်များ၏ ဈေးနှုန်းတိုးတက်လာခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရာတွင် အဓိကအသုံးပြုရသော သွင်းအားစုများ၏ ဈေးနှုန်းများကျဆင်းခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရာတွင် အတတ်ပညာ (သို့မဟုတ်) နည်းပညာတိုးတက် ကောင်းမွန်လာသဖြင့် ကုန်ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် ကျဆင်းလာခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်သည့်လုပ်ငန်းများ၏ ကုန်ထွက်တိုးခဲ့ရန် ရည်ရွယ်ချက်ထားရှိခြင်း အစရှိသောပြောင်းလဲမှုများ အားလုံးသော်လည်းကောင်း၊ တစ်ခုခုသော်လည်းကောင်း ဖြစ်ပေါ်ခဲ့လျှင် မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ယင်းကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားအရေအတွက်သည် မူလထက် တိုးပွားများပြားလာမည်။

ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ယင်းကုန်စည်၏ မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ရောင်းချသည့်အရေအတွက် လျော့နည်းသွားခြင်းကို "ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်း" ဟုခေါ်သည်။ ဥပမာ-ကုန်စည်တစ်ခုနှင့် အစားထိုးထုတ်ကုန်များ၏ ဈေးနှုန်းများတိုးတက်လာခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်နှင့် တွဲဖက်ထုတ်ကုန်များ၏ ဈေးနှုန်းများကျဆင်းခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်ကိုထုတ်လုပ်ရာတွင် အဓိကအသုံးပြုရသော သွင်းအားစုများ၏ ဈေးနှုန်းများတိုးတက်လာခြင်း၊ ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရောင်းချသော လုပ်ငန်းများ၏ ကုန်ထွက်လျော့ချရန် ရည်ရွယ်ချက်ထားရှိခြင်းအစရှိသည့် ပြောင်းလဲမှုများအားလုံးသော်လည်းကောင်းတစ်ခုခု သော်လည်းကောင်း ဖြစ်ပေါ်ခဲ့လျှင် မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ယင်းကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားအရေအတွက်သည် မူလထက်လျော့နည်းသွားပေမည်။

ပုံ(၂-၆)။ ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်း



ပုံ(၂-၆)တွင် ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်းတို့ကို ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ဤတွင် **ရောင်းလိုအားတိုးခြင်း၊ လျော့ခြင်းတို့သည် ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးတစ်လျှောက် ရွှေ့လျားခြင်းမျိုးမဟုတ်ဘဲ၊ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး တစ်ခုလုံး ရွှေ့ပြောင်းသွားသည်ကို တွေ့ရမည်။**

ပုံတွင် SS သည် မူလရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ အမှတ် A_0 သည် ဈေးနှုန်း OP_0 တွင် ရောင်းချမည့်ကုန်စည်အရေအတွက် OQ_0 ရှိကြောင်းကို ဖော်ပြနေသည်။ အကယ်၍ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့်အချက်များအနက် ဈေးနှုန်းမဟုတ်သော အခြားအချက်များမှ အားလုံးသော်လည်းကောင်း၊ အချို့သော်လည်းကောင်း၊ အချက်တစ်ခုခုသော်လည်းကောင်း၊ ပြောင်းလဲခဲ့သော် မူလဈေးနှုန်း၌ပင် ရောင်းချသည့်အရေအတွက် တိုးလာလိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် မူလဈေးနှုန်း OP_0 ၌ပင် ရောင်းချသည့် အရေအတွက်သည် OQ_0 မှ OQ_1 သို့ တိုးသွားမည်။ ဤအခြေအနေကို အမှတ် A_1 ဖြင့်ဖော်ပြပြီး၊ မူလ A_0 အမှတ်၏ လက်ယာဘက်တွင်ရှိနေမည်။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် S_1 S_1 သည် A_1 အမှတ်ကိုဖြတ်၍ SS ၏လက်ယာဘက်တွင် ဖြစ်ပေါ်နေမည်။ ဤတွင် ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းကို မူလရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး၏ လက်ယာဘက်သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားသည့် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးအသစ်ဖြင့် ဖော်ပြနိုင်ကြောင်း တွေ့ရသည်။

အလားတူ ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းကိုလည်း မူလဈေးနှုန်း OP_0 ၌ပင် ရောင်းချသည့်အရေအတွက် OQ_0 မှ OQ_2 သို့ လျော့နည်းသွားခြင်းက ဖော်ပြနေပေသည်။ ထိုအခြေအနေကို မူလအမှတ် A_0 ၏လက်ဝဲဘက်ရှိ A_2 အမှတ်က ဖော်ပြနိုင်ပြီး၊ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် S_2 S_2 သည်၊ မူလရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး SS ၏လက်ဝဲဘက်တွင် အမှတ် A_2 ကိုဖြတ်၍ ဖြစ်ပေါ်နေမည်။ ထို့ကြောင့် ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းကို မူလရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး၏ လက်ဝဲဘက်သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားသည့် ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးအသစ်ဖြင့် ဖော်ပြနိုင်သည်။

၂–၁၀။ အားမျှဈေးနှုန်း၏ သဘော

The Concept of Equilibrium Price

ကုန်စည်တစ်ခု၏ အားမျှဈေးနှုန်း **(equilibrium price)** ဆိုသည်မှာ ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအား အရေအတွက် နှင့် ရောင်းလိုအားအရေအတွက်တို့ကို တူညီစေသော ဈေးနှုန်းပင်ဖြစ်သည်။ အားမျှဈေးနှုန်း၌ တူညီနေသော ဝယ်ယူမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်နှင့် ရောင်းချမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့ကို အားမျှ ကုန်စည်အရေအတွက် **(equilibrium quantity)** ဟုခေါ်သည်။

ဝယ်လိုအားဇယားနှင့် ရောင်းလိုအားဇယားတို့ကို ပူးပေါင်းဖော်ပြထားသော ဇယား (၂-၃) ကို အသုံးပြု၍ အားမျှဈေးနှုန်းသဘောကို ရှင်းလင်းမည်။

ဇယား(၂-၃)၊ ချည်ထည်ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားဇယား

စဉ်	ချည်ထည်တစ်ကိုက် ဈေးနှုန်း (ကျပ်)	တစ်လအတွင်း ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်(ကိုက်)	တစ်လအတွင်း ရောင်းချသည့် အရေအတွက်(ကိုက်)	မှတ်ချက်
က	၁၅၀	၂၅၀၀	၅၅၀၀	ပိုလျှံရောင်းလိုအား
ခ	၁၄၀	၃၀၀၀	၄၅၀၀	ပိုလျှံရောင်းလိုအား
ဂ	၁၃၀	၃၅၀၀	၃၅၀၀	အားမျှခြေ
ဃ	၁၂၀	၄၀၀၀	၂၅၀၀	ပိုလျှံဝယ်လိုအား
င	၁၁၀	၄၅၀၀	၁၅၀၀	ပိုလျှံဝယ်လိုအား

ဇယား (၂-၃) တွင် ချည်ထည်တစ်ကိုက်ဈေးနှုန်း ကျပ် (၁၅၀) ၌ တစ်လအတွင်း ချည်ထည် ဝယ်လိုအားသည် ကိုက် (၂၅၀၀) ဖြစ်ပြီး၊ ချည်ထည်ရောင်းလိုအားသည် ကိုက် (၅၅၀၀) ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ပိုလျှံရောင်းလိုအား ကိုက် (၃၀၀၀) ရှိသည်။ အလားတူပင် ချည်ထည်ဈေးနှုန်း ကျပ် (၁၄၀) တွင် ပိုလျှံရောင်းလိုအားသည် ကိုက် (၁၅၀၀) ရှိကြောင်းတွေ့ရသည်။ **တစ်စုံတစ်ခု သောဈေးနှုန်း (အားမျှဈေးနှုန်းထက်မြင့်သောဈေးနှုန်း) ၌ ရောင်းလိုအားသည် ဝယ်လိုအားထက်များနေခြင်းကို ပိုလျှံရောင်းလိုအား ရှိသည်ဟု ခေါ်သည်။**

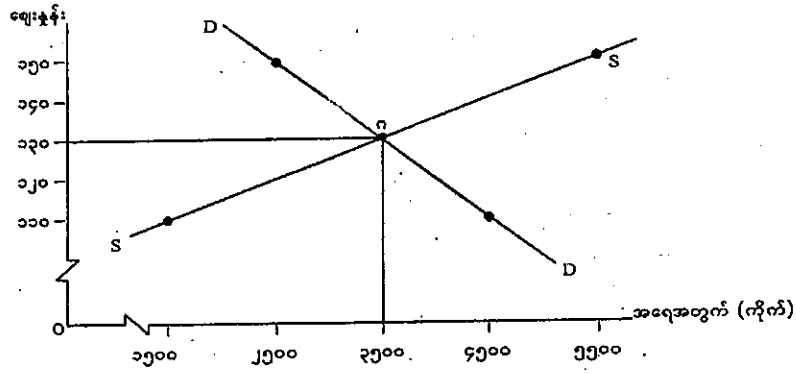
ချည်ထည်တစ်ကိုက် ဈေးနှုန်းကျပ် (၁၃၀) တွင် ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်သည် ကိုက် (၃၅၀၀) ဖြစ်၍ ရောင်းချမည့် အရေအတွက်သည်လည်း ကိုက် (၃၅၀၀) ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ဝယ်ယူမည့်အရေ

အတွက်နှင့် ရောင်းချမည့်အရေအတွက်တို့သည် ထိုဈေးနှုန်း၌ တူညီနေသည်။ ထို့ကြောင့် ဈေးနှုန်းကျပ် (၁၃၀) သည် အားမျှဈေးနှုန်းဖြစ်ပြီး၊ ကိုက် (၃၅၀၀) သည် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်ဖြစ်သည်။ ဤအခြေအနေတွင် ပိုလျှံဝယ်လိုအားသော်လည်းကောင်း၊ ပိုလျှံရောင်းလိုအားသော်လည်းကောင်း မပေါ်ပေါက်နိုင်ပါ။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် အားမျှခြေတွင် ဝယ်ယူမည့်ကုန်စည်အရေအတွက်နှင့် ရောင်းချမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့ တူညီနေသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

ချည်ထည်ဈေးနှုန်း တစ်ကိုက်ကျပ် (၁၂၀) တွင် ဝယ်ယူမည့်ချည်ထည်မှာ ကိုက် (၄၀၀၀) ဖြစ်ပြီး ရောင်းချမည့်ချည်ထည်မှာ ကိုက် (၂၅၀၀) ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ၎င်းဈေးနှုန်းတွင် ပိုလျှံဝယ်လိုအား ကိုက် (၁၅၀၀) ရှိကြောင်း တွေ့ရသည်။ အလားတူပင် ချည်ထည်ဈေးနှုန်း တစ်ကိုက် ကျပ် (၁၁၀) တွင် ပိုလျှံဝယ်လိုအား ကိုက် (၃၀၀၀) ရှိကြောင်းတွေ့ရသည်။ **တစ်စုံတစ်ခုသောဈေးနှုန်း (အားမျှဈေးနှုန်းထက်နိမ့်သောဈေးနှုန်း) ၌ဝယ်လိုအားသည် ရောင်းလိုအားထက်များနေခြင်းကို ပိုလျှံဝယ်လိုအား ရှိသည်ဟုခေါ်သည်။**

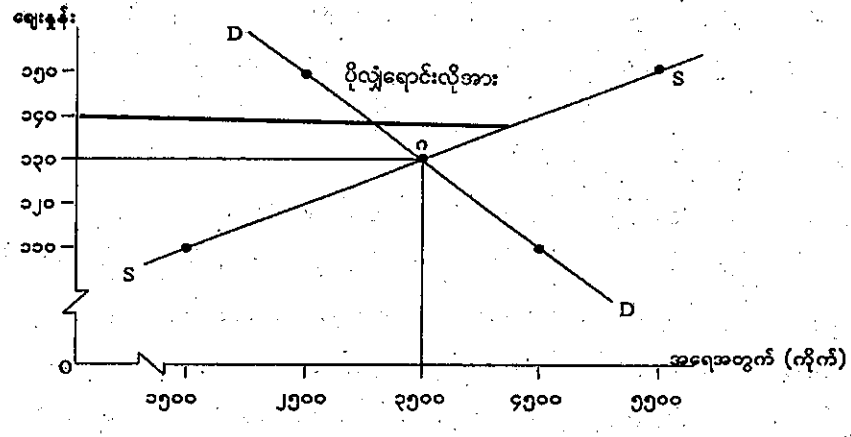
အားမျှဈေးနှုန်းသဘောကို ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးများကိုအသုံးပြု၍ ဖော်ပြနိုင်သည်။ ပုံ(၂-၇)(က)တွင် (DD)သည် ဈေးကွက်ဝယ်လိုအား မျဉ်းကွေးဖြစ်၍ (SS) သည် ဈေးကွက်ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်း ကျပ် (၁၃၀) တွင် ဝယ်လိုအားအရေအတွက် နှင့် ရောင်းလိုအား အရေအတွက်တို့သည် တူညီနေပြီး ကိုက် (၃၅၀၀) ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အမှတ် (ဂ) ကို အားမျှခြေအမှတ်ဟုခေါ်သည်။ ယင်းအမှတ်တွင် ပိုလျှံရောင်းလိုအားနှင့် ပိုလျှံဝယ်လိုအားတို့မရှိပေ။

ပုံ(၂-၇) (က)အားမျှခြေ



အားမျှခြေဈေးနှုန်းကို ဈေးကွက်အင်အားစုများဖြစ်သည့် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားတို့က သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းပုံကို ဇယား (၂-၃) အရ နားလည်နိုင်သည်။ အကယ်၍ အကြောင်းတစ်စုံတစ်ရာကြောင့် ဤအားမျှခြေအနေအထား ပျက်ပြားသွားပြီး ဈေးနှုန်းသည် အားမျှဈေးနှုန်း ကျပ် (၁၃၀) အထက်မြင့်တက်သွားပါက ယင်းဈေးနှုန်း၌ ရောင်းလိုအားသည် ဝယ်လိုအားထက် အရေအတွက်ပိုများပြီး ပိုလျှံရောင်းလိုအား ဖြစ်ပေါ်မည်။

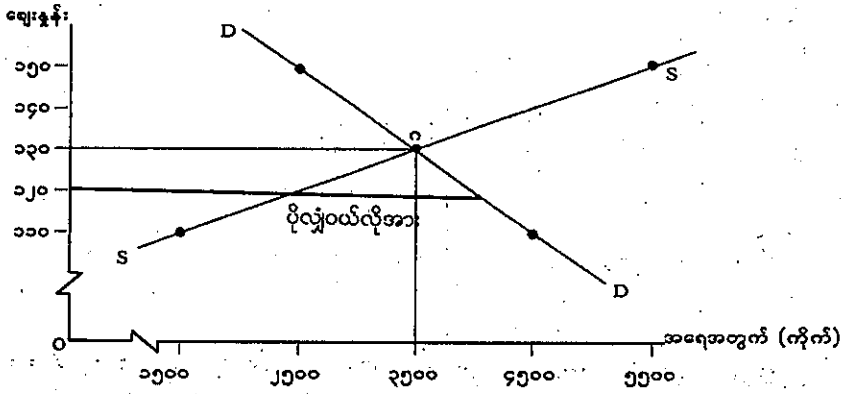
ပုံ (၂-၇) (ခ) ရောင်းလိုအားပိုလျှံမှု



ထို့ကြောင့် ထိုဈေးနှုန်း၌ယင်းချည်ထည်ကို ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူများအနက် ၎င်းတို့ရောင်းချရန် ရည်မှန်းထားသော အရေအတွက်ထက် လျော့နည်း၍ ရောင်းချသူများရှိသကဲ့သို့ လုံးဝမရောင်းရသူများ လည်းရှိနိုင်သည်။ ထိုအခါ ဈေးနှုန်းသည် ကျဆင်းလာမည်ဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်းကျလာသောအခါ ရောင်းလိုအား လျော့သွားပြီး ဝယ်လိုအားတိုးလာမည်ဖြစ်၍ ရောင်းလိုအားပိုလျှံမှု လျော့နည်းလာမည်။ နောက်ဆုံး၌ ပိုလျှံ ရောင်းလိုအား လုံးဝပျောက်သွားမည်ဖြစ်သည်။

အကယ်၍ ဈေးနှုန်းသည် အားမျှဈေးနှုန်းကျပ် (၁၃၀) အောက်နိမ့်ကျသွားလျှင် ဝယ်လိုအားက ရောင်းလိုအားထက်များပြီး ပိုလျှံဝယ်လိုအားဖြစ်ပေါ်မည်။

ပုံ (၂-၇)(ဂ) ဝယ်လိုအားပိုလျှံမှု



ထို့ကြောင့် ထိုဈေးနှုန်း၌ ဝယ်ယူစားသုံးသူများအနက် ဝယ်ယူရန်ရည်မှန်းထားသည့် အရေအတွက် ထက်လျော့နည်း၍ ဝယ်ယူရသူများရှိသကဲ့သို့ လုံးဝဝယ်မရသူများ လည်းရှိနိုင်သည်။ ထိုအခါ ဈေးနှုန်းတက် လာမည်ဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်လာသည့်အခါ ဝယ်လိုအားလျော့နည်းသွားပြီး ရောင်းလိုအားများလာ မည်ဖြစ်၍ ဝယ်လိုအားပိုလျှံမှု လျော့နည်းလာမည်။ နောက်ဆုံး၌ ပိုလျှံဝယ်လိုအား လုံးဝပျောက်သွားမည်ဖြစ်သည်။

ဤသို့ ဈေးကွက်အခြေအနေတစ်ခုသည် အားမျှခြေအနေအထားမှ ပျက်ပြားသွားသောအခါ ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အခြေအနေများက အလိုအလျောက်မူလအားမျှခြေအနေအထားသို့ပြန်လည်ရောက်ရှိစေသည်ဆိုပါက ယင်းအားမျှခြေကို တည်ငြိမ်သောအားမျှခြေဟုခေါ်သည်။

ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် လက်ဝဲမှ လက်ယာသို့စောင်းဆင်းနေပြီး ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးသည် လက်ဝဲမှလက်ယာသို့ စောင်းတက်နေသမျှကာလပတ်လုံး အားမျှခြေတည်ငြိမ်စေမည့် အခြေအနေများနှင့် အမြဲတမ်း ပြည့်စုံနေမည်သာဖြစ်သည်။

၂-၁၁။ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း

Demand Elasticity

ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းဆိုသည်မှာ ထိုကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက် တစ်ခုခုပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဝယ်လိုအားမည်မျှ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲကြောင်းကို တိုင်းတာခြင်းဖြစ်သည်။ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်းခံရသောကိန်းရှင် (ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသောအချက်) ပေါ် မူတည်၍ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း (၃) မျိုးတွက်ချက်လေ့ ရှိပါသည်။

(က) ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်း
(Price Elasticity of Demand)

(ခ) ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန် အလျော့အတင်း
(Cross Elasticity of Demand)

(ဂ) ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်း
(Income Elasticity of Demand) တို့ဖြစ်သည်။

(က) ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်း။ ။ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း အမျိုးမျိုးရှိသည့် အနက် ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းသည် ယေဘုယျအကျဆုံးဖြစ်ပြီး၊ ၎င်းကို 'ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်း' ဟူ၍ပင် လွယ်လင့်တကူ ခေါ်ဝေါ်သုံးစွဲကြသည်။ ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် 'ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်း' သို့မဟုတ် 'ဝယ်လိုအား၏အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း' စသည်ဖြင့် အတိအလင်း ဖော်ပြထားခြင်းမရှိပါက ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းဟုဆိုလျှင် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကိုသာ ရည်ညွှန်းခြင်းဖြစ်ကြောင်း သတိပြုရပေမည်။

ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်း သောအခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခြေအနေတွင် ထိုကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် ဝယ်ယူသော အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှု အချိုးအစားဖြစ်သည်။ ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းကို အောက်ပါအတိုင်း တွက်ချက်နိုင်သည်။

$$\text{ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်း} = \frac{\text{ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}{\text{ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}$$

ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းပြကိန်းကို (E_d)၊ ဈေးနှုန်းကို (P)၊ အရေအတွက် ကို (Q)၊ ပြောင်းလဲမှုကို (Δ) ဟုရေးလျှင် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကို အောက်ပါအတိုင်း တွက်ချက်နိုင်သည်။

$$E_d = \frac{(\Delta Q/Q)\times 100}{(\Delta P/P)\times 100} = \frac{\Delta Q}{\Delta P}\frac{P}{Q}$$

ဇယား(၂-၁)ရှိ ချည်ထည်ဈေးကွက်ဝယ်လိုအား ဇယားပါအချက်များကို အသုံးပြု၍ ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကို တွက်ချက်နိုင်သည်။ ထိုဇယားတွင် ချည်ထည်ဈေးနှုန်းသည် ကျပ် (၁၅၀) မှ ကျပ် (၁၄၀) သို့ ကျဆင်းသွားသောအခါ ချည်ထည်ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်မှာ ကိုက် (၂၅၀၀) မှ ကိုက် (၃၀၀၀) သို့ တိုးတက်လာသည်။ ထို့ကြောင့် ချည်ထည်ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုမှာ (-၂၀/၃) ရာခိုင်နှုန်း (ဝါ) $\frac{\text{၁၄၀} - \text{၁၅၀}}{\text{၁၅၀}}$ ×၁၀၀ ဖြစ်ပြီးဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုမှာ ၂၀ ရာခိုင်နှုန်း(ဝါ) $\frac{\text{၃၀၀၀} - \text{၂၅၀၀}}{\text{၂၅၀၀}}$ ×၁၀၀ ဖြစ်သောကြောင့် ချည်ထည်ဈေးနှုန်းကျပ် (၁၅၀) ရှိ ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းမှာ (-၃) (ဝါ) $E_d = \frac{\text{၂၀}}{-\text{၂၀}/\text{၃}}$ = –၃ ဖြစ်မည်။ ချည်ထည်ဈေးနှုန်း တစ်ရာခိုင်နှုန်းကျဆင်းသွားလျှင် ဝယ်ယူသော အရေအတွက် (၃) ရာခိုင်နှုန်းခန့် တိုးလာမည်ဟုဆိုလိုသည်။

အခြားဥပမာတစ်ခုအနေဖြင့် ငါးဈေးနှုန်းသည် တစ်ပိဿာလျှင် ကျပ် (၂၀၀) မှကျပ် (၃၀၀) သို့ တက်သွားသောအခါ ငါးဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်မှာ ပိဿာ (၁၀၀) မှ ပိဿာ (၈၀) သို့ ကျဆင်းသွားပါက ငါးဈေးနှုန်းကျပ် (၂၀၀) ရှိ ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကို အောက်ပါအတိုင်း တွက်ချက်နိုင်သည်-

$$\text{အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း} = \frac{\text{၈၀-၁၀၀}}{\text{၁၀၀}} \times \text{၁၀၀} = -\text{၂၀\%}$$

$$\text{ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း} = \frac{\text{၃၀၀} - \text{၂၀၀}}{\text{၂၀၀}} \times \text{၁၀၀} = \text{၅၀\%}$$

$$\text{ငါးဈေးနှုန်းကျပ် (၂၀၀) ရှိ} \quad E_d = \frac{-\text{၂၀\%}}{\text{၅၀\%}} = -\text{၀.၄}$$

ငါးဈေး (၁) ရာခိုင်နှုန်းမြင့်တက်သွားပါက ငါးဝယ်ယူမည့်အရေအတွက် (၀.၄)ရာခိုင်နှုန်း လျော့သွားမည်ဟု အဓိပ္ပာယ်ဖော်ထုတ်နိုင်သည်။

ဤတွင် သတိပြုရမည့်အချက်မှာ ဈေးနှုန်းနှင့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့၏ ပြောင်းလဲသွားသော ပကတိတန်ဖိုးများကို အသုံးမပြုဘဲ၊ ၎င်းတို့၏ ပြောင်းလဲသွားသော အချိုးအစား (ရာခိုင်နှုန်း) များကိုသာ နှိုင်းယှဉ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အထက်ဥပမာတွင် ငါးအတွက် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်း

(– ၀. ၄) ရှိသည်ဟူသော အဓိပ္ပာယ်မှာ ငါးဈေး (၁) ရာခိုင်နှုန်းတက်လျှင် ငါးဝယ်ယူသော အရေအတွက် (၀. ၄) ရာခိုင်နှုန်း လျော့သွားမည်ဟုဆိုလိုသည်။ ထို့အတူ ချည်ထည်ဈေး (၁) ရာခိုင်နှုန်းကျဆင်းလျှင် ချည်ထည်ဝယ်ယူသော အရေအတွက် (၃) ရာခိုင်နှုန်း တိုးလာမည်ဖြစ်ကြောင်းကို ချည်ထည်ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်း (– ၃) ရှိခြင်းကဖော်ပြသည်။

ဒုတိယသတိပြုရမည့်အချက်မှာ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဈေးနှုန်းနှင့်ဝယ်ယူသော အရေအတွက်တို့သည် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်နေသည်ဖြစ်၍ ဝယ်လိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်း တန်ဖိုးသည်လည်း အမြဲလိုအနုတ်တန်ဖိုးရှိမည်။ သို့ဖြစ်၍ အလျော့အတင်း အနည်းအများကိုပြောလျှင် E_d တန်ဖိုး၏ အနုတ်လက္ခဏာကိုလျစ်လျူရှုပြီး ပကတိတန်ဖိုးအရသာ ဖြေရမည်။ ဥပမာ- အထက်ဥပမာတွင် ချည်ထည်အတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းက ငါးအတွက်ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းထက်များသည် ဟုဆိုရမည်။ (– ၃) နှင့် (–၀. ၄) တို့၏ အနုတ်လက္ခဏာများကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားခြင်းမပြုဘဲ နှိုင်းယှဉ်ရမည်ဟုဆိုလိုသည်။

ဤတွင် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းတန်ဖိုးသည် သုညနှင့် အနန္တကိန်း (∞) ကြားတွင် ရှိမည်ဖြစ်ပြီး၊ ၎င်းတန်ဖိုးပေါ်မူတည်၍ ဝယ်လိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းကို (၅) မျိုး ခွဲခြားဖော်ပြလေ့ရှိသည်။

၎င်းတို့မှာ- (၁) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်း
(Perfectly Elastic Demand)

(၂) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း
(Perfectly Inelastic Demand)

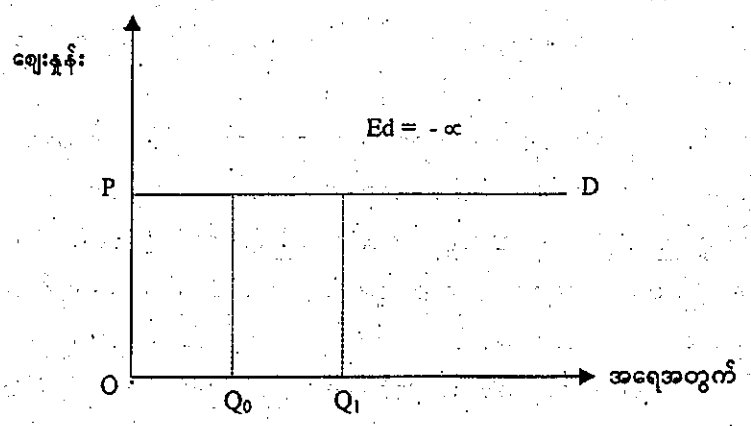
(၃) ဝယ်လိုအား၏ ယူနစ်အလျော့အတင်း
(Unit Elasticity)

(၄) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းများခြင်း
(Elastic Demand)

(၅) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းနည်းခြင်း
(Inelastic Demand) တို့ဖြစ်သည်။

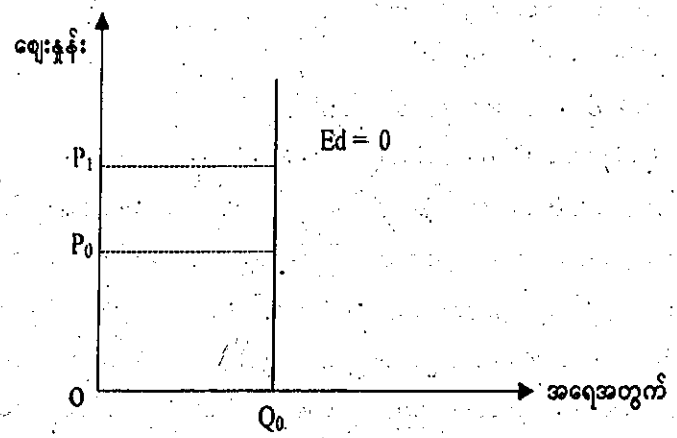
(၁) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်း။ ။ ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းသည် အနန္တကိန်းဖြစ်နေလျှင် (Ed = -∞) အလျော့အတင်း အပြည့်ရှိသည်ဟုခေါ်သည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်းဆိုသည်မှာ ဈေးနှုန်းလူပ်ရှားပြောင်းလဲမှု အနည်းငယ်ဖြစ်ပေါ်ရုံမျှဖြင့် ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်သည် အတောမသတ် ကြီးမားစွာ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ လက်တွေ့တွင် ဈေးနှုန်း ပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ ဖြစ်ပေါ်နေသောဈေးနှုန်း၌ အရေအတွက်မည်မျှကိုမဆို ဝယ်ယူနေမည့် သဘော ဖြစ်သည်။ အလျော့အတင်း အပြည့်ရှိသော ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် ပုံ (၂-၈) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း အလျားလိုက်မျဉ်း (အရေအတွက်ကိုဖော်ပြသော ဝင်ရိုးနှင့်အပြိုင်) ဖြစ်နေမည် ဖြစ်သည်။

ပုံ(၂-၈)၊ အလျော့အတင်း အပြည့်ရှိသော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး



(၂) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း။ ။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းသည် သုညနှင့် ညီလျှင် ($E_d = 0$) ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားသည် အလျော့အတင်းကင်းသည် ဟုဆိုရမည်။ လက်တွေ့တွင် **ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကင်းခြင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်း** မည်မျှပင် လွှပ်ရှားပြောင်းလဲစေကာမူ ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူသည့် **အရေအတွက်သည် တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲမှုမရှိဘဲ၊ မူလအတိုင်း တည်ရှိနေခြင်းဖြစ်သည်။** ယင်းကုန်စည်မျိုးအတွက် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် ပုံ(၂-၉) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း ဒေါင်လိုက်မျဉ်း (ဈေးနှုန်းကိုဖော်ပြသော ဝင်ရိုးနှင့်အပြိုင်) ဖြစ်နေမည် ဖြစ်သည်။

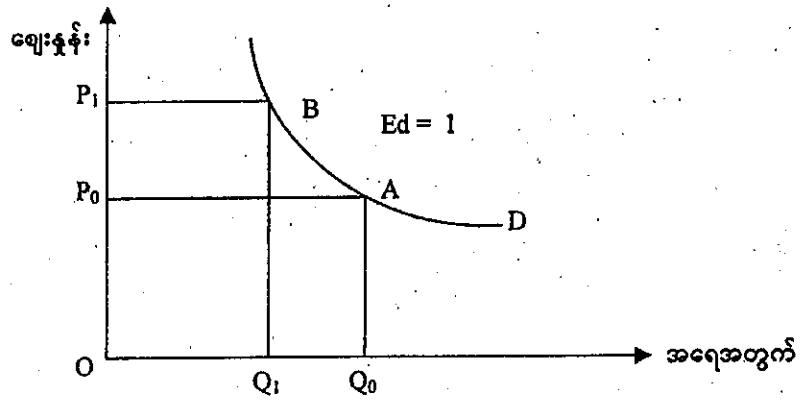
ပုံ(၂-၉)၊ အလျော့အတင်းကင်းသော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး



(၃) ဝယ်လိုအား၏ ယူနစ်အလျော့အတင်း။ ။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းသည် တစ်နှင့်ညီလျှင် ($E_d = 1$) ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းသည် ယူနစ်

အလျော့်အတင်း ရှိသည်ဟုခေါ်သည်။ **ဝယ်လိုအား၏ယူနစ် အလျော့အတင်းရှိခြင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည် တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုအပေါ် ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူသောအရေအတွက်သည် အချိုးတူညီစွာ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်း ပင်ဖြစ်သည်။** ယူနစ် အလျော့အတင်းရှိသော ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် ပုံ(၂-၁၀) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း ထောင့်မှန်ဟိုက်ပါဗိုလာ မျဉ်းကွေး (Rectangular Hyperbola) ဖြစ်သည်။

ပုံ(၂-၁၀)၊ ယူနစ်အလျော့အတင်းရှိသော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး



(၄) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းများခြင်း။ ။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းသည် တစ်ထက်ကြီးလျှင် ($E_d > 1$) ထိုကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း များသည်။ **ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းများခြင်းဆိုသည်မှာ တစ်စုံတစ်ရာသော ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုသည် ၎င်းထက် ပို၍ကြီးမားသော ပြောင်းလဲမှုနှုန်းဖြင့် ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်ကို ပြောင်းလဲစေခြင်းပင်ဖြစ်သည်။** အလျော့ အတင်းများသော ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် မျဉ်းဖြောင့်ဖြစ်ပါက ယေဘုယျအားဖြင့် ပြေလျှောသောမျဉ်း ဖြစ်နေသည်ကို တွေ့ရမည်ဖြစ်သည်။

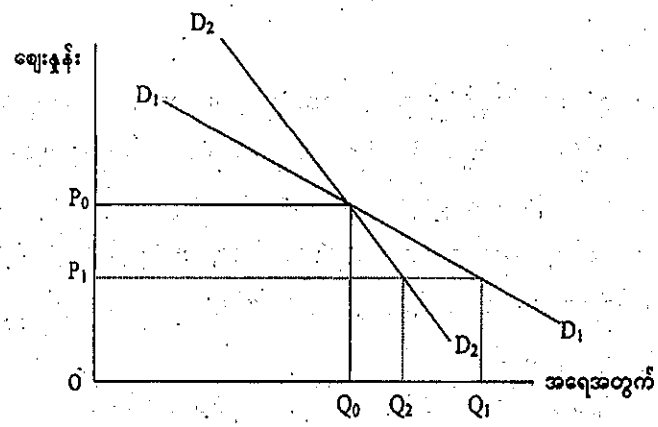
(၅) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းနည်းခြင်း။ ။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းသည် တစ်ထက်နည်းလျှင် ($E_d < 1$) ထိုကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်း နည်းသည်။ **ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်း နည်းခြင်းဆိုသည်မှာ တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း ပြောင်းလဲမှုသည် ယင်းထက်ပို၍ နည်းသောနှုန်းဖြင့် ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက် တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်းကို ဖြစ်ပေါ်စေခြင်းဖြစ်သည်။** အလျော့အတင်းနည်းသော ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် မျဉ်းဖြောင့်ဖြစ်ပါက ယေဘုယျအားဖြင့် မတ်စောက်နေသည်ကို တွေ့ရမည်ဖြစ်သည်။

ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းအနည်းအများကို ၎င်းကုန်စည် အတွက် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက်ကိုကြည့်ခြင်းအားဖြင့် (အတိအကျ မဟုတ်သော်လည်း)

အကြမ်းဖျင်းသိနိုင်သည်။ ပြေလျှောသော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးများသည် မတ်စောက်သော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးများထက် အလျော့အတင်း ပိုများလေ့ရှိသည်။ ပုံ(၂-၁၁) တွင် $D_1 D_1$ သည် $D_2 D_2$ ထက်အလျော့အတင်းပိုများကြောင်း ပြောနိုင်သည်။ သို့ရာတွင် မတူသောဝင်ရိုးများဖြင့် သီးခြားစီဆွဲထားသော ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးနှစ်ခုအတွက်မူ မည်သည့်မျဉ်းကွေးက ပိုမိုမတ်စောက်သည် သို့မဟုတ် ပြေလျှောသည်ကို နှိုင်းယှဉ်ရန် ခက်ခဲသောကြောင့် အလျော့အတင်းနည်းသည်၊ များသည်ကို ယတိပြတ်ပြောရန်ခက်ခဲသည်။ ဝင်ရိုးများရှိစကေးကို ပြောင်းလဲရေးဆွဲခြင်းဖြင့် မတ်စောက်သောမျဉ်းဖြစ်စေ၊ ပြေလျှောသောမျဉ်းဖြစ်စေ လိုချင်သလိုရေးဆွဲနိုင်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

ပုံတွင် ဈေးနှုန်း OP_0 မှ OP_1 သို့ ကျသွားသည့်အခါ ဝယ်လိုအားသည် D_1D_1 မျဉ်းကွေးအရ OQ_0 မှ OQ_1 သို့လည်းကောင်း၊ D_2D_2 မျဉ်းကွေးအရ OQ_0 မှ OQ_2 သို့လည်းကောင်း ပြန့်သွားမည်။ ပြန့်သွားသည့်အတိုင်းအတာ (ဝါ) ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်များ လာပုံမတူရခြင်းမှာ မျဉ်းကွေးနှစ်မျိုး၏ အလျော့အတင်းမတူခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် D_2D_2 ကဲ့သို့ မတ်စောက်သော မျဉ်းကွေးများသည် အလျော့အတင်းနည်းပြီး D_1D_1 ကဲ့သို့ ပြေလျှောသော မျဉ်းကွေးများသည် အလျော့အတင်းများသည်ဟု ဆိုနိုင်ပေသည်။

ပုံ (၂-၁၁)၊ အလျော့အတင်းများသော ဝယ်လိုအားနှင့် အလျော့အတင်းနည်းသောဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးများ



ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များ(Determinants of Price Elasticity of Demand)။ ။ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်။

(၁) အစားထိုးနိုင်မှုအတိုင်းအတာ

(၂) ကုန်စည်အပေါ် ကျခံသည့် အသုံးစရိတ်အရွယ်အစား

(၃) စားသုံးမှုအလေ့အထပြောင်းရန် လိုအပ်သည့်အချိန်ကာလ

(၁) အစားထိုးနိုင်မှုအတိုင်းအတာ။ ။ ကုန်စည်တစ်မျိုးကို အခြားကုန်စည်တစ်မျိုးနှင့် ပိုမိုအစားထိုးနိုင်သည့် အခြေအနေရှိလေ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း မျှားလေပင်ဖြစ်သည်။ ဥပမာ-လက်ဖက်ရည်စျေးတက်လျှင် ကော်ဖီ၊ ကိုကိုး၊ မိုင်လို စသည်တို့ကို အလွယ်တကူအစားထိုး၍ သောက်သုံးနိုင်သောကြောင့် လက်ဖက်ရည်အတွက်ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းမျှားမည်။ တစ်ဘက်တွင် စီးကရက်၊ အရက် စသော ကုန်စည်များအတွက် အစားထိုးကုန်စည် မရှိသလောက်ပင်ဖြစ်သောကြောင့် ၎င်းတို့၏ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းမှာ နည်းပေမည်။

(၂) ကုန်စည်ပေါ်ကျခံသည့် အသုံးစရိတ်အရွယ်အစား။ ။ ကုန်စည်ပေါ်တွင် အသုံးပြုရသည့် အသုံးစရိတ် အစိတ်အပိုင်းမှာ ကြီးမားလေ၊ ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းမှာ မျှားလေပင် ဖြစ်ပေမည်။ ဥပမာ- မီးခြစ်တစ်ဘူးလျှင် ကျပ် ၅၀ မှ ကျပ် ၁၀၀ ထိတက်သော်လည်း ဝယ်ယူသည့် မီးခြစ်ဘူးအရေအတွက်မှာ ပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ပေ။ တစ်ဘက်တွင် အပ်ချုပ်စက် အမျိုးအစားတစ်ခု၏ စျေးနှုန်းတက်လျှင် စျေးနှုန်းသက်သာသည့် အခြားအပ်ချုပ်စက် အမျိုးအစားကို ရှာဖွေဝယ်ယူမည်မှာမလွဲပေ။ ထို့ကြောင့် အထက်ပါ အပ်ချုပ်စက် အမျိုးအစားအတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းမှာ မီးခြစ်ဘူးအတွက် ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းထက် မျှားပေမည်။

(၃) စားသုံးမှုအလေ့အထပြောင်းရန် လိုအပ်သည့်အချိန်ကာလ။ ။စားသုံးသူများသည် ကုန်စည်တို့၏အရည်အသွေး၊ စျေးနှုန်းနှင့်ပတ်သက်သည့် အချက်အလက်ကိုလည်းကောင်း၊ ကုန်စည်အချင်းချင်း အစားထိုးနိုင်သည့် အတိုင်းအတာတို့ကိုလည်းကောင်း သိရှိနိုင်ရန် အချိန်ယူ၍ စုံစမ်းကြရသည်။ ထို့အတွက်ကြောင့်ပင် စားသုံးသူများသည် စျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုကိုလိုက်၍ မိမိတို့စားသုံးမှု အလေ့အထကို ပြောင်းလဲရန် အချိန်ယူရပေသည်။

ဥပမာ- ဆပ်ပြာတံဆိပ်တစ်မျိုးသည် အခြားတံဆိပ်ပါ ဆပ်ပြာများထက် စျေးနှုန်းချိုသာသော်လည်း ၎င်းဆပ်ပြာ အမျိုးအစားများနေရာတွင် ပထမအမျိုးအစားဆပ်ပြာကို ချက်ချင်းအစား ထိုးကြမည်မဟုတ်ပေ။ စားသုံးသူများအကြား ယခုစျေးနှုန်းသက်သာသည့် ဆပ်ပြာအကြောင်းကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် သိရှိလာမှသာ ၎င်းစျေးသက်သာသည့် ဆပ်ပြာအတွက် ဝယ်လိုအားတိုးလာ မည်ဖြစ်ပေသည်။ ထို့ကြောင့် ကာလတိုနှင့် နှိုင်းစာလျှင် ကာလရှည်တွင် ဆပ်ပြာအတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း ပိုမျှားဖွယ်ရာအကြောင်း ရှိပေသည်။

ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့အတင်းအသုံးဝင်ပုံ။ ။ ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့ အတင်း သဘောတရားကို စီးပွားရေးတွင်အရေးပါစွာ အမျိုးမျိုးအသုံးပြုနိုင်ပေသည်။ အသုံးပြုပုံတစ်မျိုးမှာ စျေးကွက်အတွင်း ကုန်စည်တစ်ခု၏ စျေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းက စုစုပေါင်းရောင်းရငွေကို မည်သို့ပြောင်းလဲစေမည်ကို သိနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဤတွင် စုစုပေါင်းရောင်းရငွေဆိုသည်မှာ စျေးနှုန်းနှင့် ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်တို့၏ မြှောက်လဒ်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းများခဲ့လျှင် စျေးနှုန်းတက်ခြင်းကြောင့် လျော့သွားမည့်အရေအတွက် အချိုးအစားသည် စျေးနှုန်းတက်သည့် အချိုးအစားထက် ပိုများမည်ဖြစ်၍

ရောင်းရင်ငွေ လျော့သွားလိမ့်မည်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် စျေးနှုန်းကျလျှင် ရောင်းရငွေတိုးလာမည်ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း နည်းခဲ့လျှင် စျေးနှုန်းတက်ခြင်းကြောင့် လျော့သွားမည့် အရေအတွက် အချိုးအစားသည် စျေးနှုန်းတက်လာသည့် အချိုးအစားထက် ပိုနည်းသောကြောင့် စုစုပေါင်းရောင်းရငွေမှာ တိုးလာမည်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် စျေးနှုန်းကျလျှင် ရောင်းရငွေလျော့သွားမည် ဖြစ်သည်။ အချုပ်အားဖြင့် ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းမျှားလျှင် စျေးနှုန်းနှင့်ရောင်းရငွေတို့ ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်ပြောင်းလဲပြီး ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းနည်းလျှင် စျေးနှုန်းနှင့်ရောင်းရငွေတို့ တိုက်ရိုက်ဆက်စပ် ပြောင်းလဲသည်ဟု မှတ်ယူနိုင်သည်။

သို့ဖြစ်၍ ကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကိုသိပါက စျေးနှုန်းမြှင့်တင်ခြင်း၊ လျှော့ချခြင်း တို့ကြောင့် ရောင်းရငွေတိုးမည်၊ လျော့မည်ကို ခန့်မှန်းနိုင်မည်ဖြစ်၍ လုပ်ငန်းများ၏ စျေးနှုန်းသတ်မှတ်သည့် မူဝါဒများချမှတ်ရာတွင် အလွန်အသုံးဝင်ပေသည်။ ဥပမာ- ရေနံရောင်းသောနိုင်ငံများ ဖွဲ့စည်းထားသော Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC) ကရေနံစျေးနှုန်းကို မြှင့်တင်ခြင်းဖြင့် ရေနံပို့ကုန်မှရောင်းရငွေကို ကာလတိုတွင် အမြောက်အမြား တိုးတက်ရရှိအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့သည်။ ရေနံဟူသည် ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့အတင်း နည်းသောကြောင့် စျေးနှုန်းမြှင့်တင်ခြင်းဖြင့် ရောင်းရငွေတိုးလာခြင်း ဖြစ်သည်။ ကာလရှည်တွင်မူ ရေနံအစားထိုးလောင်စာများ ပေါ်ထွက်လာခြင်းဖြင့် ရေနံအတွက် ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်း မျှားလာသည့်အခါ ရေနံပို့ကုန်မှရငွေများ ကျဆင်းသွားခဲ့ရသည်။

အလားတူပင် ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့အတင်းမျှားသော ကုန်စည်ထုတ်လုပ် ရောင်းချသည့် လုပ်ငန်းများအနေဖြင့် စျေးနှုန်းလျှော့ချပေးခြင်းဖြင့် ရောင်းရငွေတိုးအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ ဤသို့ဖြင့် လုပ်ငန်းများအနေနှင့် ဝယ်လိုအား၏စျေးနှုန်း အလျော့အတင်းကို တွက်ချက်ခန့်မှန်းပြီး ရောင်းရငွေတိုးစေမည့် စျေးနှုန်းမူဝါဒများ ချမှတ်ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။

ထို့အတူ အစိုးရအနေဖြင့် အခွန်မူဝါဒများချမှတ်ရာတွင် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း သဘောတရားကို အသုံးပြုနိုင်သည်။ အခွန်စည်းကြေပ်ခြင်းခံရသော ကုန်စည်တစ်မျိုးအတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းနည်းလေလေ အခွန်မှရငွေ ပိုရလေလေဖြစ်ပြီး ယင်းကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားအပေါ် အခွန်၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု နည်းလေလေဖြစ်မည်။ ဤအကြောင်းကြောင့် နိုင်ငံအများတွင် အစိုးရက ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းနည်းသော အရက်၊ စီးကရက် စသည့် ကုန်စည်များအပေါ် အခွန်ကြီးလေးစွာ ကောက်ခံလေ့ရှိသည်ကို တွေ့နိုင်ပေသည်။

(ခ) ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း။ ။ ဝယ်လိုအား၏အပြန်အလှန် အလျော့အတင်းသည် **အခြားကုန်စည်တစ်ခု၏ စျေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဝယ်ယူသည့်အရေ အတွက် မည်မျှတုံ့ပြန်ပြောင်းလဲသည်ကို တိုင်းတာဖော်ပြသည်။** အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းဟုလည်း အတိုကောက် ခေါ်ဝေါ်ပြီး အောက်ဖော်ပြပါ ညီမျှခြင်းဖြင့် တိုင်းတာနိုင်သည်။

$$\text{အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း} = \frac{\text{ကုန်စည် X ၏ အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}{\text{ကုန်စည် Y ၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}$$

$$E_{xpy} = \frac{(\Delta Qx/Qx) \times 100}{(\Delta Py/Py) \times 100} = \frac{\Delta Qx}{\Delta Py} \frac{Py}{Qx}$$ ဟုဖော်ပြနိုင်သည်။

ဥပမာ- ကြက်သားဈေးနှုန်း (၁) ပိဿာလျှင် ၃၀၀၀ ကျပ်မှ ၃၅၀၀ ကျပ်သို့ တက်သွားသည့်အခါ ငါးဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် (၁၂) ပိဿာမှ (၁၅) ပိဿာအထိ တိုးလာပါက ငါးနှင့်ကြက်သားတို့အတွက် ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းကို အောက်ပါအတိုင်း တွက်ချက်နိုင်သည်။

ဝယ်လိုအား၏
$$\text{အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း} = \frac{\text{ငါးဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}{\text{ကြက်သားဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}$$

$$E_{xpy} = \frac{(\Delta Qx/Qx) \times 100}{(\Delta Py/Py) \times 100} = \frac{\Delta Qx}{\Delta Py} \frac{Py}{Qx}$$

ငါးဝယ်ယူသည့်
$$\text{အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း} = \frac{\text{၁၅} - \text{၁၂}}{\text{၁၂}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \frac{\text{၃}}{\text{၁၂}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \text{၂၅ \%}$$

$$\text{ကြက်သားဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း} = \frac{\text{၃၅၀၀} - \text{၃၀၀၀}}{\text{၃၀၀၀}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \frac{\text{၅၀၀}}{\text{၃၀၀၀}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \text{၁၆.၇\%}$$

ငါးနှင့်ကြက်သားတို့အတွက် ဝယ်လိုအား၏
$$\text{အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း} \quad E_{xpy} = \frac{\text{၂၅\%}}{\text{၁၆.၇\%}}$$

$$= \text{၁.၅}$$

ကြက်သားဈေးနှုန်း (၁)ရာခိုင်နှုန်းတိုးခဲ့လျှင် ငါးဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် (၁.၅) ရာခိုင်နှုန်း တိုးလာမည်ဟု အဓိပ္ပာယ်ဖော်ထုတ်နိုင်သည်။

ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း (၃) မျိုးရှိသည်။ ၎င်းတို့မှာ-

(၁) အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်သော ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း၊

(၂) အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သော ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းနှင့်

(၃) သုညတန်ဖိုးရှိသော ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းတို့ဖြစ်သည်။

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်သွားခြင်းသည် လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်ကို တိုးတက်လာစေသည်ဆိုပါက လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ အပြန်အလှန်အလျော့ အတင်းသည် အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်ပေမည်။ ဥပမာအားဖြင့် ကော်ဖီတစ်ခွက်၏ဈေးနှုန်း မြင့်တက်သွားပါက လက်ဖက်ရည်ကို ဝယ်ယူသောအရေအတွက် တိုးလာမည်ဖြစ်ရာ လက်ဖက်ရည်၏ အပြန်အလှန် အလျော့အတင်းသည် အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်သည်။ ကော်ဖီနှင့်လက်ဖက်ရည်၊ ကြက်ဥနှင့် ဘဲဥ၊ ထန်းလျက်နှင့် ကြံသကာ စသည်တို့ကဲ့သို့သော အစားထိုးကုန်စည်များ၏ အပြန်အလှန် အလျော့အတင်းသည် အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်မည်ဖြစ်သည်။

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်သွားခြင်းသည် လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်ကို လျော့နည်းကျဆင်းစေပါက လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ အပြန်အလှန် အလျော့အတင်းသည် အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သည့် အလျော့အတင်းဖြစ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ဓာတ်ဆီဈေးနှုန်း မြင့်တက်သွားသော အခါ မော်တော်ကား ဝယ်လိုအားကျဆင်းသွားခြင်းသည် မော်တော်ကား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းကို အနုတ်လက္ခဏာဆောင်စေသည်။ ထောပတ်နှင့် ပျော်ပွန့်၊ နို့နှင့်သကြား၊ ဓာတ်ခဲနှင့်လက်နှိပ်ဓာတ်မီး အစရှိသည့် တွဲဖက်ကုန်စည်များအတွက် ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းသည် အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သော အလျော့အတင်းများဖြစ်သည်။

ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုသည် လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှုမရှိသောကြောင့် လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲခြင်းမရှိပါက သုညတန်ဖိုးရှိသော အလျော့အတင်းကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ သကြား၏ဈေးနှုန်း တက်ခြင်းသည် မော်တော်ကားကိုဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်ကို မထိခိုက်သကဲ့သို့ ဆက်နွယ်ပတ်သက်ခြင်းမရှိသော ကုန်စည်တို့၏ အပြန်အလှန် အလျော့အတင်းသည် သုညအလျော့အတင်းရှိ မည်ဖြစ်သည်။

(ဂ) ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်း။ ။ ဝယ်လိုအား၏ဝင်ငွေအလျော့အတင်းသည် စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေပြောင်းလဲမှုအပေါ် ကုန်စည်၏ဝယ်လိုအား မည်မျှတုံ့ပြန်ပြောင်းလဲသည် ကို တိုင်းတာသည်။ ယင်းကို ဝင်ငွေအလျော့အတင်းဟူ၍လည်း အတိုကောက် ခေါ်ဆိုကြသည်။ ညီမျှခြင်းအားဖြင့်-

$$\text{ဝင်ငွေအလျော့အတင်း} = \frac{\text{ကုန်စည်အတွက် ဝယ်သည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}{\text{စားသုံးသူ၏ဝင်ငွေ ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}$$

သင်္ကေတအားဖြင့်-

$$E_y = \frac{(\Delta Q/Q) \times 100}{(\Delta Y/Y) \times 100} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y}\frac{Y}{Q}$$

ဟုဖော်ပြနိုင်သည်။ ဤတွင် Y သည် စားသုံးသူ၏ ဝင်ငွေဖြစ်ပြီး Δ သည် ပြောင်းလဲမှုကို ရည်ညွှန်းသည်။

ဥပမာ- ဝင်ငွေ ကျပ် (၁၀၀၀၀)တွင် လစဉ်ငါးဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်သည် (၁၂) ပိဿာဖြစ်ပြီး ဝင်ငွေ ကျပ် (၁၂၀၀၀) သို့တိုးသွားသည့်အခါ ငါး (၁၅) ပိဿာအထိ ဝယ်ယူလာပါက ငါးအတွက်ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းကို အောက်ပါအတိုင်းတွက်နိုင်ပါသည်။

$$\text{ဝယ်လိုအား၏ဝင်ငွေအလျော့အတင်း} = \frac{\text{ဝယ်သည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}{\text{ဝင်ငွေ ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}$$

$$E_y = \frac{(\Delta Q/Q) \times 100}{(\Delta Y/Y) \times 100} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y}\frac{Y}{Q}$$

$$\text{ငါးအရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း-} \quad \frac{\text{၁၅} - \text{၁၂}}{\text{၁၂}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \frac{\text{၃}}{\text{၁၂}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \text{၂၅\%}$$

$$\text{ဝင်ငွေ ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း} = \frac{\text{၁၂၀၀၀} - \text{၁၀၀၀၀}}{\text{၁၂}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \frac{\text{၂၀၀၀}}{\text{၁၂}} \times \text{၁၀၀}$$

$$= \text{၂၀\%}$$

$$\therefore E_y = \frac{\text{၂၅\%}}{\text{၂၀\%}}$$

$$= \text{၁.၂၅}$$

ဝင်ငွေ (၁) ရာခိုင်နှုန်းတိုးလာပါက ငါးဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် (၁.၂၅) ရာခိုင်နှုန်း တိုးသွားမည်ဟု ဖော်ပြနေခြင်းဖြစ်သည်။

ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းကိုလည်း

(၁) အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်သော ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်း

(၂) အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သော ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းနှင့်

(၃) သုညတန်ဖိုးရှိသော ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းဟူ၍ အဓိကအားဖြင့် (၃) မျိုး ခွဲခြားနိုင်သည်။

စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေတိုးလာသောအခါ သာမန်အားဖြင့် ကုန်စည်အမျိုးစု၏ ဝယ်လိုအားသည် လိုက်၍တိုးတက်လာမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ကုန်စည်အမျိုးစု၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းသည် အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်သော အလျော့အတင်းဖြစ်ပြီး သာမန်ကုန်စည်ဟုခေါ်သည်။ သို့ရာတွင် အချို့သောကုန်စည်များ (ပုံစံအားဖြင့် ငစိန်ဆန်၊ ဖွဲနုဆီ စသည်တို့) ကဲ့သို့သော ကုန်ညှဉ့်များမှာမူ စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေတိုးလာသော အခါ ယင်းတို့၏ဝယ်လိုအား ကျဆင်းသွားတတ်သည်။ ထို့ကြောင့် ကုန်ညှဉ့်များ၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းသည် အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သော အလျော့အတင်းဖြစ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေပြောင်းလဲမှုသည် ကုန်စည်ဝယ်လိုအားအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှု မရှိသည်ကိုတွေ့ရသည်။ ဥပမာ ဆားကဲ့သို့ မရှိမဖြစ်လိုအပ်သော အခြေခံကုန်စည်မျိုး၏ ဝယ်လိုအားသည် စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေပြောင်းလဲစေကာမူ ပုံသေ ဝယ်လိုအားရှိမည်ဖြစ်ရာ ထိုကုန်စည်မျိုး၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းသည် သုညအလျော့အတင်း ရှိမည် ဖြစ်သည်။

၂-၁၂။ ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်း

Supply Elasticity

ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းကို ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကဲ့သို့ အမျိုးမျိုးတွက်ချက် လေ့မရှိဘဲ ရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းတစ်မျိုးသာ တွက်ချက်လေ့ရှိသည်။ **ရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များ မပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ထိုကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော ရောင်းချသည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှု အချိုးအစားဖြစ်သည်။** ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းကို ဝယ်လိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့ အတင်း တွက်ချက်သကဲ့သို့ ပင်တွက်ချက်နိုင်သည်။

$$\text{ရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်း} = \frac{\text{ရောင်းချသည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}{\text{ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုရာခိုင်နှုန်း}}$$

ရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းပြကိန်းကို (E_s) ဟုရေးလျှင် ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းကို အောက်ပါအတိုင်းလည်း တွက်ချက်နိုင်သည်-

$$E_s = \frac{(\Delta Q/Q) \times 100}{(\Delta P/P) \times 100} = \frac{\Delta Q}{\Delta P}\frac{P}{Q}$$

ဇယား(၂-၂) တွင် ဖော်ပြထားသော အချက်အလက်များကို အသုံးပြု၍ ရောင်းလိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းကို တွက်ချက်နိုင်သည်။ ထိုဇယားတွင် ချည်ထည်ဈေးနှုန်းသည် ကျပ် (၁၂၀) မှ ကျပ် (၁၃၀) သို့ မြင့်တက်သွားသောအခါ ရောင်းချမည့် ချည်ထည်အရေအတွက်မှာ ကိုက် (၂၅၀၀) မှ ကိုက် (၃၅၀၀) သို့ တိုးလာသည်။ ထို့ကြောင့်ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုမှာ ၈. ၃ရာခိုင်နှုန်းရှိပြီး ရောင်းချသည့် အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှုမှာ (၄၀) ရာခိုင်နှုန်းရှိသောကြောင့် ချည်ထည်ဈေးနှုန်းကျပ် (၁၂၀) ရှိရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းမှာ (၄. ၈) ဖြစ်သည်။

$$E_s = \frac{\text{၄၀\%}}{\text{၈. ၃\%}} = \text{၄. ၈}$$

အဓိပ္ပာယ်မှာ ချည်ထည်ဈေးနှုန်း တစ်ရာခိုင်နှုန်းတက်သွားလျှင် ရောင်းချမည့် အရေအတွက် (၄. ၈) ရာခိုင်နှုန်းတိုးသွားမည်ဟု ဆိုလိုသည်။ ဤတွင် ရောင်းလိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျော့အတင်းသည် အမြဲတန်း အပေါင်းကိန်း တစ်ခုသာဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ရောင်းလိုအား ဥပဒေသအရ ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချသည့် အရေအတွက်တို့ တိုက်ရိုက်ဆက်စပ် နေခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။

ဝယ်လိုအားမှာကဲ့သို့ပင် ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်း (၅) မျိုး ခွဲခြားဖော်ပြလေ့ရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ-

(၁) ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းကင်းခြင်း (Perfectly Inelastic Supply) ($E_s = O$)

(၂) ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းအပြည့်ရှိခြင်း (Perfectly Elastic Supply) ($E_s = \alpha$)

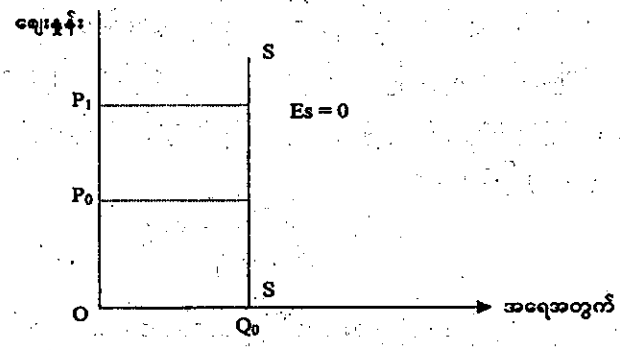
(၃) ရောင်းလိုအား ယူနစ်အလျော့အတင်းရှိခြင်း (Unit Elasticity) ($E_s = 1$)

(၄) ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းများခြင်း (Elastic Supply) ($E_s > 1$)

(၅) ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းနည်းခြင်း (Inelastic Supply)($E_s < 1$) တို့ဖြစ်သည်။

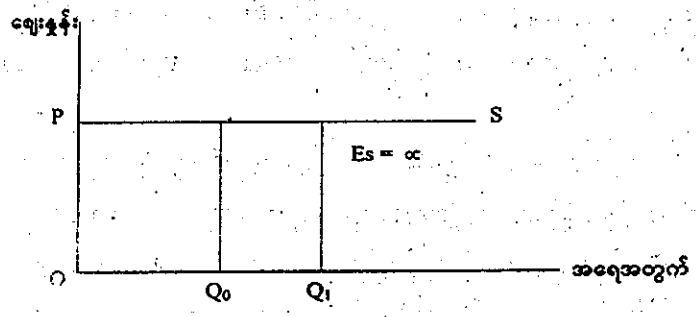
(၁) ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းကင်းခြင်း။ ။ ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်းမည်မျှပင် ပြောင်းလဲသော်လည်း ရောင်းချသည့်အရေအတွက်တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲမှုမရှိလျှင်ထိုကုန်စည်သည်ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းကင်းသည်ဟု ခေါ်ဆိုသည်။ ထုတ်လုပ် ရောင်းချသူများသည် ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း မည်မျှပင်ရှိစေကာမူ ပုံသေအရေအတွက် ပမာဏကိုသာ ထုတ်လုပ်ရောင်းချနေမည်ဖြစ်ရာ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးသည် ပုံ (၂-၁၂) အတိုင်း ဈေးနှုန်း မျဉ်းနှင့် မျဉ်းပြိုင်ဖြစ်နေမည်။ ($E_s = 0$)

ပုံ(၂-၁၂)။ အလျော့အတင်းကင်းသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး



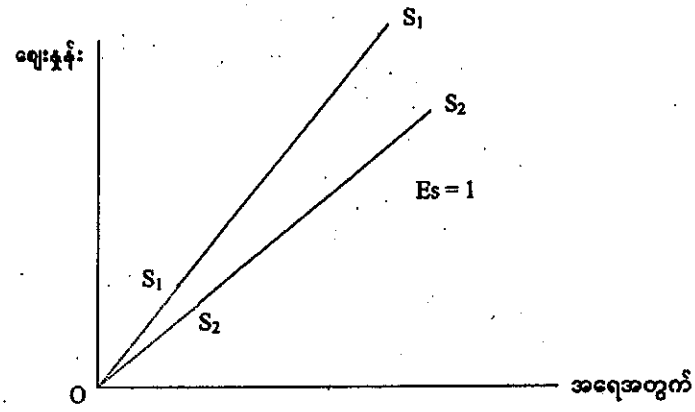
(၂) ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းအပြည့်ရှိခြင်း။ ။ ပုံ (၂-၁၃) သည် ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်းကိုဖော်ပြသည်။ ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူများသည် OP ဈေးနှုန်းတွင် ကုန်စည်အရေအတွက် မည်မျှ ကိုမဆို ထုတ်လုပ်ရောင်းချသည်။ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ၊ လက်ရှိဈေးနှုန်း၌ပင် အရေအတွက်အမျိုးမျိုး ပြောင်းလဲထုတ်လုပ်နိုင်သော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်ခြင်းကြောင့် အလျားလိုက်ဝင်ရိုးနှင့် အပြိုင်မျဉ်းဖြစ် နေသည်။ ($E_s = \alpha$)

ပုံ(၂-၁၃)။ အလျော့အတင်းအပြည့်ရှိသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး



(၃) ရောင်းလိုအားယူနစ်အလျော့အတင်း။ ။ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုနှင့် အချိုးတူညီစွာ ထုတ်လုပ် ရောင်းချသော အရေအတွက်လိုက်၍ပြောင်းလဲသော ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းသည် ယူနစ် အလျော့အတင်း ရှိသည်ဟုခေါ်ဆိုသည်။ ဤအခြေအနေတွင် ရောင်းလိုအား၏ အလျော့အတင်း တန်ဖိုးသည် (၁) ဖြစ်သည်။ ($E_s = 1$)

ပုံ (၂-၁၄)။ ယူနစ်အလျှော့အတင်းရှိ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး



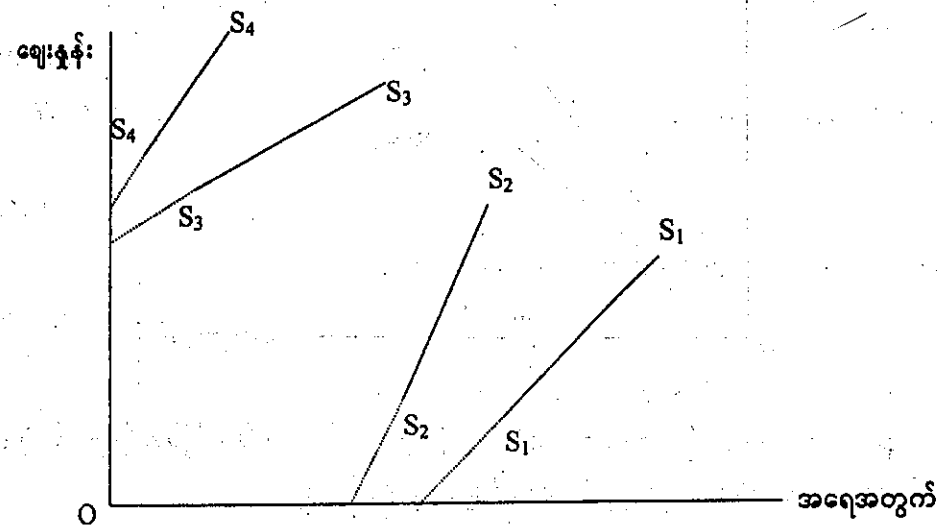
ယူနစ်အလျှော့အတင်းရှိသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းများသည် မျဉ်းဖြောင့်ဖြစ်မည်ဆိုလျှင် ပုံ (၂-၁၄) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း မူရင်းအမှတ် (၀) ကို ဖြတ်သွားကြသည်။

(၄) ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်းများခြင်း။ ။ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုအချိုးထက် အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှု အချိုးပိုမိုကြီးမားသော ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားသည် အလျှော့အတင်းများသော ရောင်းလိုအား ဖြစ်သည်။ ရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျှော့အတင်း တန်ဖိုးသည် (၁) ထက်ကြီးမည်။ (E_s>1)

(၅) ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်းနည်းခြင်း။ ။ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုအချိုးသည် အရေအတွက်တို့ပြန် ပြောင်းလဲမှု အချိုးထက်ပို၍ကြီးမားသော ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားသည် အလျှော့အတင်းနည်းသော ရောင်း လိုအားဖြစ်သည်။ ရောင်းလိုအား၏ဈေးနှုန်း အလျှော့အတင်းတန်ဖိုးသည် (၁) ထက်နည်းမည်။ (E_s<1)

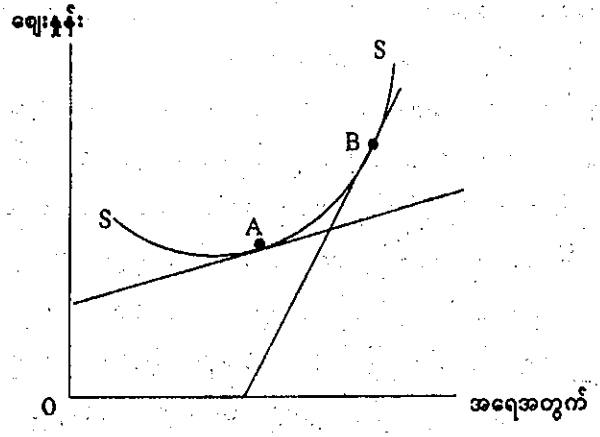
ဤတွင် သတိပြုရမည့်အချက်မှာ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးနှင့်မတူဘဲ ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်း အနည်းအများကို ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက် (မတ်စောက် သို့မဟုတ် ပြေလျှောသည်) ပေါ် မူတည်၍ ပြောဆိုနိုင်ခြင်းမရှိပေ။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး၏ အနေအထားပေါ် သာမူတည်၍ ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်း အနည်းအများကို ပြောဆိုနိုင်သည်။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးများသည် မျဉ်းဖြောင့်များဖြစ် ပြီး မူရင်းအမှတ်သို့ ဆက်ဆွဲသောမျဉ်းသည် အရေအတွက် ဝင်ရိုးကိုဖြတ်ပါက ထိုရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးသည် အလျှော့အတင်း နည်းသည်။ တစ်ဖန် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးများသည် မျဉ်းဖြောင့်များဖြစ်ပြီး၊ မူရင်းအမှတ်သို့ ဆက်ဆွဲသောမျဉ်းသည် ဈေးနှုန်းဝင်ရိုးကိုဖြတ်ပါက ထိုရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးသည် အလျှော့အတင်းများ သည်။ ပုံ (၂-၁၅) တွင် S_1S_1 နှင့် S_2S_2 တို့သည် အလျှော့အတင်းနည်း ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးများ ဖြစ်ကြပြီး S_3S_3 နှင့် S_4S_4 တို့သည် အလျှော့အတင်းများသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးများ ဖြစ်ကြသည်။

ပုံ(၂-၁၅)။ အလျှော့အတင်းများသော ရောင်းလိုအားနှင့် အလျှော့အတင်းနည်းသော ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးများ



အကယ်၍ ရောင်းလိုအားမျဉ်းသည် မျဉ်းကွေးတစ်ခုဖြစ်နေလျှင် အလျှော့အတင်းတိုင်း လိုသော အမှတ်ကို ထိရုံဆွဲသောတင်းဂျင့် (tangent) မျဉ်း၏ အနေအထားကိုကြည့်၍ အလျှော့အတင်းအနည်းအများ ကို ပြောနိုင်သည်။ ပုံ (၂-၁၆) တွင် A အမှတ်၌ ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းများပြီး B အမှတ်၌ ရောင်းလို အား အလျှော့အတင်းနည်းသည်ဟု အလွယ်တကူပြောနိုင်သည်။

ပုံ(၂-၁၆)။ မျဉ်းဖြောင့်မဟုတ်သော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးပေါ်ရှိ ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်းများ



ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်းကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များ (Determinants of Price Elasticity of Supply)။ ။ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်ပါသည်။

(၁) အချိန်ကာလ

(၂) လက်ကျန်ကုန်စည်အခြေအနေ

(၃) ကုန်ထုတ်အင်အားစုများရရှိနိုင်မှု

(၁) အချိန်ကာလ။ ။ အချိန်ကာလသည် ဝယ်လိုအားအလျှော့အတင်း အပေါ်ထက် ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းအပေါ် ပိုမို၍အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိသည်။ စျေးနှုန်းများတက်လာသော်လည်း အချိန်တိုကာလအတွင်း ရောင်းလိုသည့်အရေအတွက်ကို တိုး၍မရနိုင်ပေ။ ရောင်းလိုအားသည် ပုံသေဖြစ်နေပြီး ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်း ကင်းနေမည်ဖြစ်သည်။ သို့သော်လည်း အချိန်ကာလ ကြာလာသည်နှင့်အမျှ လိုအပ်သောရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ပြုလုပ်နိုင်သောကြောင့် ရောင်းချသည့်အရေအတွက် တိုးတက်များပြား လာမည်ဖြစ်၍ အချိန်ကြာရှည်လေ ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းသည် များလာလေဖြစ်မည်။

(၂) လက်ကျန်ကုန်စည်အခြေအနေ။ ။ များသောအားဖြင့် ကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းများသည် မမျှော်မှန်းထားသော ဝယ်လိုအား တိုးပွားလာမှုများကို ဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် လက်ကျန်ကုန်စည်များ ထားလေ့ရှိသည်။ အကယ်၍ ဝယ်လိုအားတိုးပွားလာမှုသည် ယာယီဖြစ်ပါက လက်ကျန်ကုန်စည်များဖြင့် ဖြည့်နိုင်ပေမည်။ အကယ်၍ ဝယ်လိုအားတိုးပွားလာမှုသည် အမြဲတမ်းဖြစ်နေပါက ဤလက်ကျန်ကုန်စည်များဖြင့် ဖြည့်ဆည်းနိုင်သရွေ့ ဖြည့်ဆည်းပေးနေရင်းမှ တစ်ဖက်တွင်လည်း ထုတ်လုပ်မှုလုပ်ငန်းများ၏ ထုတ်လုပ်မှုကိုတိုးချဲ့ရန် အချိန်ရရှိစေမည်။ ထို့ကြောင့် လက်ကျန်ကုန်စည်များပါက ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းများမည်ဟု ဆိုနိုင်ပေသည်။

(၃)ကုန်ထုတ်အင်အားစုများရရှိနိုင်မှု။ ။ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုကို တိုးချဲ့ရန်အတွက် ကုန်ထုတ်စွမ်းအားစုများကို တိုး၍သုံးရန် လိုအပ်ပေသည်။ အကယ်၍ လုပ်ငန်းတစ်ခုသည် စွမ်းအားစု အရင်းအမြစ်များကို အပြည့်အဝ သုံးစွဲမှုမရှိသေးပါက ထုတ်လုပ်မှုကို တိုးချဲ့ရန်အတွက် ထိုအရင်းအမြစ်များကို အပြည့်အဝအသုံးချနိုင်ပေသည်။ သို့သော် လုပ်ငန်းအနေဖြင့် ကုန်ထုတ်စွမ်းအားစု အရင်းအမြစ်များကို အပြည့်အဝသုံးပြီးဖြစ်နေပါက ထိုအရင်းအမြစ်များကို အခြားလုပ်ငန်းများမှ လွှဲပြောင်းရရှိနိုင်စေရန် ပို၍မြင့်မားသော စျေးနှုန်းများပေး၍ ဆွဲဆောင်ရပေမည်။ ထို့ကြောင့် စွမ်းအားစုအရင်းအမြစ်များ အပြည့်အဝသုံးပြီးဖြစ်နေပါက ထိုစွမ်းအားစုများ အသုံးပြု၍ထုတ်လုပ်သော ကုန်စည်များအတွက် ရောင်းလိုအား အလျှော့အတင်းနည်းမည်ဖြစ်ပြီး အပြည့်အဝ အသုံးပြု ခြင်းမရှိသေးပါကမူ ထိုကုန်စည်များ၏ ရောင်းလိုအားအလျှော့အတင်းသည် ပို၍များပေမည်။

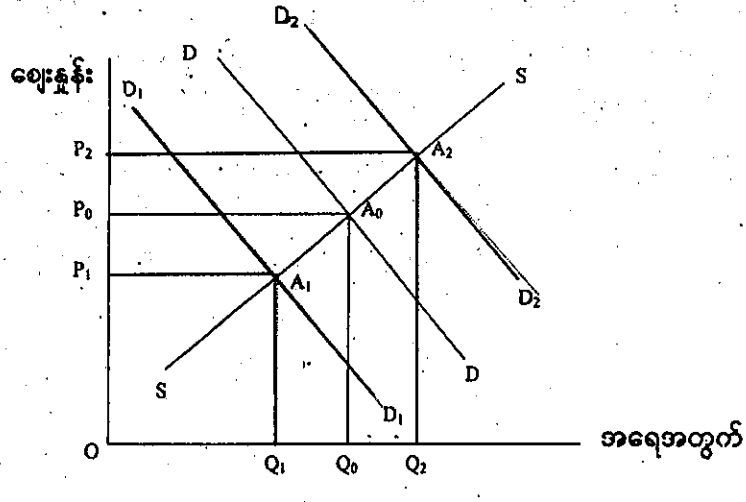
၂-၁၃။ ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲခြင်းများ၏ ဈေးကွက်အားမျှခြေအပေါ်၏ အကျိုးသက်ရောက်ပုံ

Effect of Changes in Demand and Supply on Market Equilibrium

အားမျှဈေးနှုန်းသဘောကို လေ့လာစဉ်က ဈေးကွက်တွင် ပိုလျှံဝယ်လိုအားဖြစ်ပေါ်လျှင် ဈေးနှုန်းများ တက်လာပြီး ပိုလျှံရောင်းလိုအားဖြစ်ပေါ်လျှင် ဈေးနှုန်းများကျဆင်းသွားမည်ဖြစ်၍ ပိုလျှံဝယ်လိုအားလည်းမရှိ ပိုလျှံရောင်းလိုအားလည်းမရှိသော အားမျှဈေးနှုန်းသာ ဖြစ်ပေါ်မည်ဖြစ်ကြောင်း သိခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ အားမျှဈေးနှုန်း၌ ဝယ်သူ ရောင်းသူ အပေးအယူမျှပြီး ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲရန် အလားအလာမရှိဟု ဆိုရပေမည်။ သို့ရာတွင် လက်တွေ့လောကတွင် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲခြင်းများကြောင့် ဈေးကွက်ဈေးနှုန်း (အားမျှဈေးနှုန်း) များသည် ပြောင်းလဲလျက်ရှိရာ ဝယ်လိုအား ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲခြင်းများ၏ အားမျှဈေးနှုန်းနှင့် အရေအတွက်အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ပုံကို အောက်ပါအတိုင်းလေ့လာနိုင်သည်။

ပုံ (၂-၁၇) တွင် DD သည် မူလဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်၍ SS သည် မူလရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ DD နှင့် SS ဖြတ်ရာအမှတ် A_0 သည် မူလအားမျှခြေအမှတ်ဖြစ်၍ မူလအားမျှဈေးနှုန်းသည် OP_0 ဖြစ်ပြီး မူလအားမျှ ကုန်စည်အရေအတွက်သည် OQ_0 ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းဖြစ်ပေါ်ခဲ့သော် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် လက်ဝဲဘက်သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားမည်ဖြစ်ပြီး၊ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် D_1D_1 ကိုဖြစ်ပေါ်စေမည်။ D_1D_1 သည် SS မျဉ်းကွေးကို အမှတ် A_1 တွင်ဖြတ်၍ အားမျှဈေးနှုန်းအသစ် OP_1 နှင့် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက် OQ_1 ကိုဖြစ်ပေါ်စေမည်။ ဤတွင် ဈေးနှုန်း OP_1 သည် ဈေးနှုန်း OP_0 ထက်နည်းပြီး ကုန်စည်အရေအတွက် OQ_1 သည်လည်း OQ_0 ထက်နည်းကြောင်းတွေ့ရသည်။

ပုံ(၂-၁၇)၊ ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းတို့၏ အကျိုးသက်ရောက်ပုံ

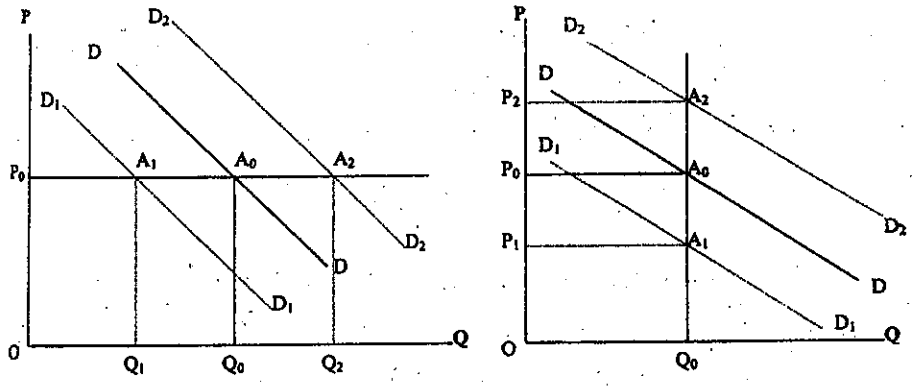


တစ်ဖန် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းဖြစ်ပေါ်ခဲ့သော် ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် D_2D_2 ဖြစ်ပေါ်ပြီး SS မျဉ်းကွေးကို A_2 တွင် ဖြတ်ခြင်းကြောင့် အားမျှစျေးနှုန်းအသစ်သည် OP_2 ဖြစ်၍ အားမျှအရေအတွက်အသစ်သည် OQ_2 ဖြစ်မည်။ ဤတွင် စျေးနှုန်း OP_2 သည် OP_0 ထက်များ၍ ကုန်စည်အရေ အတွက် OQ_2 သည် OQ_0 ထက်များကြောင်း တွေ့ရသည်။

ထို့ကြောင့် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းတို့သည် အားမျှစျေးနှုန်းနှင့် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်တို့ကို ပြောင်းလဲစေကြောင်း တွေ့ရသည်။ ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်း ဖြစ်ပေါ်သော် အားမျှစျေးနှုန်းနှင့် အားမျှကုန်စည်အရေအတွက် နှစ်မျိုးစလုံးလျော့နည်းလာပြီး ဝယ်လိုအား တိုးခြင်းဖြစ်ပေါ်သော် အားမျှစျေးနှုန်းနှင့် အားမျှကုန်စည်အရေအတွက် နှစ်မျိုးစလုံး မြင့်တက်လာကြောင်း တွေ့ရပေသည်။

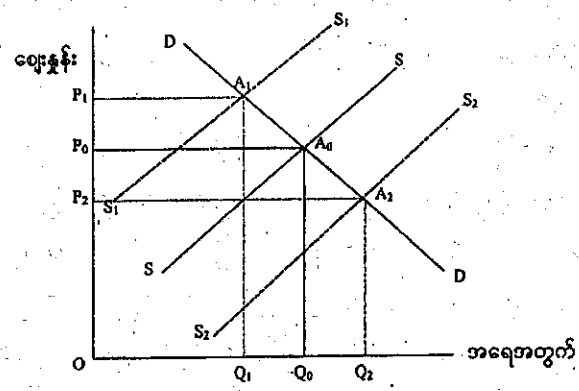
အထက်ပါတွေ့ရှိချက်များအတွက် သတိပြုရန်ခြွင်းချက် (၂) ခုရှိပါသည်။ အကယ်၍ ရောင်းလိုအားသည် အလျော့အတင်းအပြည့်ရှိနေပါက ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းများကြောင့် အားမျှစျေးနှုန်းသည် ပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ပေ။ သို့သော် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်မှာမူ၊ ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် အတူများလာမည်ဖြစ်ပြီး ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းနှင့်အတူ အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်သည် လျော့နည်းကျဆင်းသွားမည်ဖြစ်သည်။ ဤအခြေအနေကို ပုံ (၂-၁၈-က) တွင် ဖော်ပြထားသည်။ အလားတူ ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း အခြေအနေတွင် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်း၊ လျော့ခြင်းများကြောင့် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်သည် ပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ပေ။ သို့သော် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့်အတူ အားမျှစျေးနှုန်းသည် မြင့်တက်လာမည်ဖြစ်ပြီး၊ ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းနှင့်အတူ အားမျှစျေးနှုန်းသည် ကျဆင်းသွားမည်။ ဤအခြေအနေကို ပုံ (၂-၁၈-ခ) တွင်ဖော်ပြထားသည်။

ပုံ(၂-၁၈)၊ ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်း အပြည့်ရှိသည့်အခြေအနေနှင့် အလျော့အတင်းကင်းသည့်အခြေအနေတွင် ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်း



(က) ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းအပြည့်ရှိခြင်း (ခ)ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း

ပုံ(၂-၁၉)။ ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့် ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းတို့၏ အကျိုးသက်ရောက်ပုံ



ပုံ (၂-၁၉) တွင် DD သည် မူလဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဖြစ်၍ SS သည် မူလရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေး ဖြစ်သည်။ DD နှင့် SS ဖြတ်ရာအမှတ် A_0 သည် မူလအားမျှခြေအမှတ်ဖြစ်၍ မူလအားမျှဈေးနှုန်းသည် OP_0 ဖြစ်ပြီး မူလအားမျှကုန်စည် အရေအတွက်သည် OQ_0 ဖြစ်သည်၊ အကယ်၍ ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်း ဖြစ်ပေါ်ခဲ့သော် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးသည် လက်ဝဲဘက်သို့ ပြောင်းရွှေ့သွားမည်ဖြစ်ပြီး၊ ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးသစ် S_1S_1 ကိုဖြစ်ပေါ်စေမည်။ S_1S_1 သည် DD မျဉ်းကွေးကို အမှတ် A_1 တွင်ဖြတ်၍ အားမျှဈေးနှုန်း သစ် OP_1 နှင့် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက် OQ_1 ကို ဖြစ်ပေါ်စေမည်။ ဤတွင် ဈေးနှုန်း OP_1 သည် ဈေးနှုန်း OP_0 ထက်မျှားပြီး ကုန်စည်အရေအတွက် OQ_1 သည်လည်း OQ_0 ထက်နည်းကြောင်းတွေ့ရသည်။

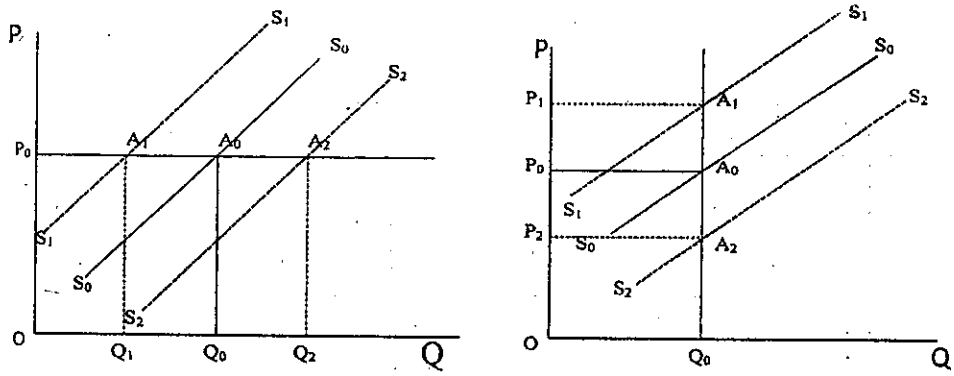
တစ်ဖန်အကယ်၍ ရောင်းလိုအားတိုးခြင်း ဖြစ်ပေါ်ခဲ့သော် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးအသစ် S_2S_2 ဖြစ်ပေါ်ပြီး DD မျဉ်းကွေးကို အမှတ် A_2 တွင်ဖြတ်ခြင်းကြောင့် အားမျှဈေးနှုန်းအသစ်သည် OP_2 ဖြစ်၍ အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်အသစ်သည် OQ_2 ဖြစ်မည်။ ဤတွင် ဈေးနှုန်း OP_2 သည် OP_0 ထက်နည်း၍ ကုန်စည်အရေအတွက် OQ_2 သည် OQ_0 ထက်မျှားမည်။

ထို့ကြောင့် ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့် ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းတို့သည် အားမျှဈေးနှုန်းနှင့် အားမျှ ကုန်စည်အရေအတွက်တို့ကို ပြောင်းလဲစေကြောင်း တွေ့ရသည်။ ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်း ဖြစ်ပေါ်သော် အားမျှဈေးနှုန်းမြင့်လာပြီး အားမျှကုန်စည်အရေအတွက် လျော့နည်းကျဆင်းသွားကြောင်း တွေ့ရသည်။ ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းဖြစ်ပေါ်သော် အားမျှဈေးနှုန်းကျဆင်းပြီး အားမျှကုန်စည်အရေအတွက် တိုးလာကြောင်း တွေ့ရပေသည်။

သို့သော် သတိပြုရန်ခြွင်းချက် (၂) ရပ်ရှိရာ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း အပြည့်ရှိနေပါက၊ ရောင်းလို အားတိုးခြင်း၊ လျော့ခြင်းများကြောင့် အားမျှဈေးနှုန်းသည် ပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ဘဲ၊ အားမျှကုန်စည်အရေ အတွက်မှာမူ၊ ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းကြောင့် ကျဆင်းသွားနိုင်ပြီး၊ ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့်အတူ အားမျှ ကုန်စည်အရေအတွက် တိုးလာနိုင်ပေသည်။ ဤအခြေအနေကို ပုံ (၂-၂၀-က) တွင် ဖော်ပြထားသည်။

အလားတူ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း အခြေအနေတွင် ရောင်းလို အားတိုးခြင်း၊ လျော့ခြင်းများကြောင့် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက် ပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ပေ။ သို့သော် ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်း နှင့်အတူ အားမျှဈေးနှုန်းသည် မြင့်တက်လာနိုင်ပြီး၊ ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့်အတူ ကျဆင်းသွားနိုင်သည်။ ဤအခြေအနေကို ပုံ(၂-၂၀-ခ)တွင် တွေ့မြင်နိုင်သည်။

ပုံ(၂-၂၀)၊ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်းနှင့် အလျော့အတင်းကင်းသည့် အခြေအနေတွင် ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းများ



(က) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်း (ခ)ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း

ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းများအတွက် ဥပမာများ

Examples of Changes in Demand and Supply

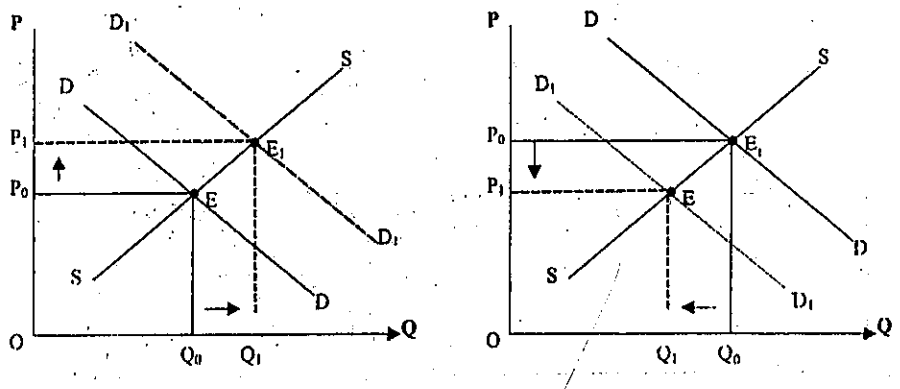
ဈေးကွက်အတွင်း ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲခြင်းများကြောင့် အားမျှဈေးနှုန်းနှင့် အားမျှကုန်စည် အရေအတွက်တို့ကို ပြောင်းလဲစေသည်ဖြစ်ရာ ၎င်းတို့အတွက် ဖြစ်ရပ်အမျိုးမျိုးကို ဥပမာပေး၍ ဆန်းစစ်လေ့လာမှုများ ပြုလုပ်နိုင်ပါသည်။ ယခုအပိုင်းတွင် ဥပမာဖြစ်ရပ်အချို့ကိုသာ လေ့လာဆန်းစစ်ပြပါမည်။

(က) လစာတိုးမြှင့်ပေးခြင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု။ ။ လစာတိုးမြှင့်ပေးခြင်းကြောင့် စားသုံးသူများ၏ ဝင်ငွေတိုးပွားလာမှု၏ အကျိုးသက်ရောက်ပုံကို လေ့လာပါမည်။ ဝင်ငွေတိုးလာခြင်းကြောင့် ကုန်စည် ဝယ်လိုအားပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှုသည် ကုန်စည်အမျိုးအစားနှင့် ဝင်ငွေအဆင့်တို့အပေါ် မူတည်နေကြောင်း ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များကို လေ့လာစဉ်က သိရှိခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။

သာမန်ကုန်စည်ဖြစ်ပါက စားသုံးသူ၏ ဝင်ငွေတိုးလာလျှင် ထိုကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားလည်း တိုးလာမည်ဖြစ်ရာ ရောင်းလိုအား မပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် **အားမျှဈေးနှုန်း ကိုမြှင့်တက်စေပြီး** အားမျှကုန်စည်အရေအတွက်ကိုပါ တိုးတက်လာစေမည်။ ပုံ(၂-၂၁-က) တွင် ဤအခြေအနေကို ဖော်ပြထားသည်။

တစ်ဖန် ကုန်ည့ဲများ၏ဈေးကွက်တွင် စားသုံးသူ၏ ဝင်ငွေတိုးလာခြင်းကြောင့် ကုန်ည့ဲများ၏ ဝယ်လိုအား လျော့သွားမည်ဖြစ်၍ ရောင်းလိုအားမပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် အားမျှဈေးနှုန်းနှင့် အားမျှကုန်စည်အရေအတွက် နှစ်မျိုးလုံးကို လျော့နည်းကျဆင်းသွားစေမည်။ ၎င်းကို ပုံ (၂-၂၁-ခ) တွင် ဖော်ပြထားသည်။

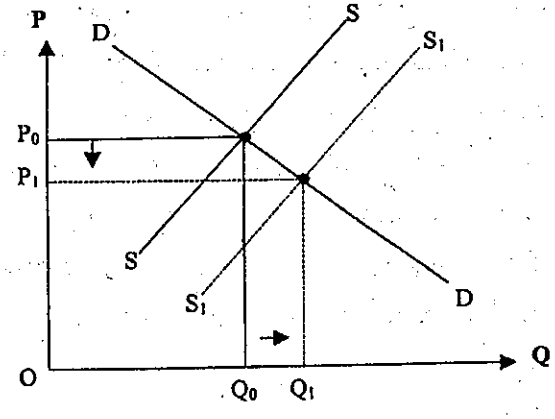
ပုံ(၂-၂၁)။ လစာတိုးမြှင့်ပေးခြင်းကြောင့် ကုန်စည်ဈေးကွက်ပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ပုံ



(က) သာမန်ကုန်စည်ဈေးကွက် (ခ) ကုန်ည့ဲများ၏ ဈေးကွက်

(ခ) နည်းပညာတိုးတက်မှု၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု။ ။ထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာ တိုးတက်လာခြင်းသည် ယေဘုယျအားဖြင့် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်ကို လျော့နည်းကျဆင်းစေသည်။ ထို့ကြောင့် ကုန်စည်၏ရောင်းလိုအားကို တိုးလာစေမည်ဖြစ်ရာ ဝယ်လိုအားမပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ဈေးကွက်အတွင်း အားမျှဈေးနှုန်းကို လျော့နည်းကျဆင်းစေပြီး အားမျှကုန်စည်အရေအတွက်ကို တိုးလာစေမည်ဖြစ်သည်။ ဤအခြေအနေကို ပုံ(၂-၂၂) တွင် ဖော်ပြထားသည်။

ပုံ(၂-၂၂)။ နည်းပညာတိုးတက်မှုကြောင့် ရောင်းလိုအားတိုးခြင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု

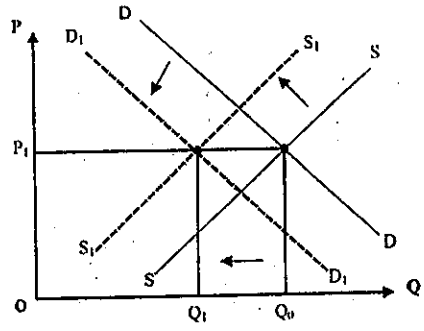


(ဂ) ရေလွှမ်းမိုးခြင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှု။ ။ဒေသတစ်ခုအတွင်း ရေလွှမ်းမိုးခြင်းကြောင့် လယ်မြေများ ပျက်စီးဆုံးရှုံးသွားပြီး၊ ထိုဒေသတွင် နေထိုင်သည့်လူအများစု ပြောင်းရွှေ့သွားရသည်ဆိုပါစို့။ လယ်မြေများ ပျက်စီးဆုံးရှုံးခြင်းက စပါးရောင်းလိုအားကိုလျော့စေပြီး၊ လူအများ ပြောင်းရွှေ့သွားရခြင်းက စပါးဝယ်လိုအားကို လျော့စေမည်။ ဤအခြေအနေတွင် စျေးကွက်အတွင်း စပါးအရေအတွက်ကို လျော့နည်းစေမည်မှာ ကောန်ဖြစ်သော်လည်း စပါးစျေးနှုန်း မည်သို့ပြောင်းလဲမည်ကို အတိအကျမပြောနိုင်ပေ။

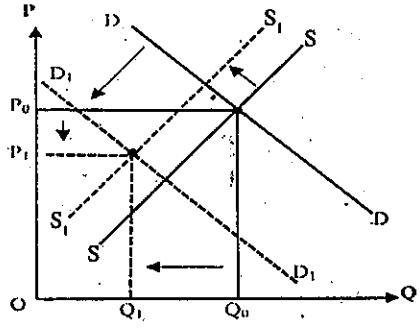
စပါးဝယ်လိုအား လျော့သည့်အတိုင်းအတာနှင့် စပါးရောင်းလိုအား လျော့သည့်အတိုင်းအတာ တူညီပါက စပါးစျေးနှုန်းကို ထိခိုက်ပြောင်းလဲစေမည် မဟုတ်သော်လည်း စပါးဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းက စပါးရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းထက် အတိုင်းအတာပိုများပါက စပါးစျေးနှုန်းကို ကျဆင်းစေပြီး စပါးရောင်းလိုအား လျော့ခြင်းက စပါးဝယ်လိုအား လျော့ခြင်းထက်ပိုများပါက စပါးစျေးနှုန်းကို တက်စေမည်ဖြစ်ကြောင်းကို ပုံ(၂-၂၃)တွင် ဖော်ပြထားသည်။

ပုံ(၂-၂၃)။ ရေလွှမ်းမိုးခြင်း၏စပါးစျေးကွက်အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ပုံ

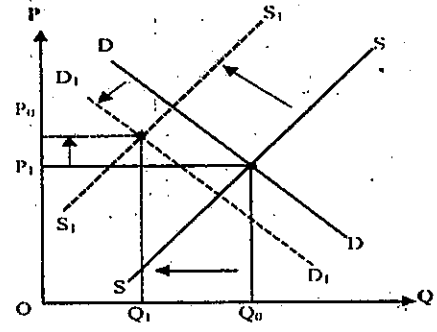
(က) ဝယ်လိုအားနှင့်ရောင်းလိုအားတူညီစွာလျော့ခြင်း



(ခ) ဝယ်လိုအားက ပိုလျော့ခြင်း



(ဂ) ရောင်းလိုအားကပိုလျော့ခြင်း



ပုံ (၂-၂၃-က) တွင် စပါးရောင်းလိုအားနှင့် ဝယ်လိုအားတို့ အတိုင်းအတာတူညီစွာ လျော့သွားခြင်းကြောင့် စပါးဈေးနှုန်းမပြောင်းလဲဘဲ အရောင်းအဝယ်ပြုကာ စပါးအရေအတွက်သာ လျော့သွားသည်ကို တွေ့ရမည်။ ပုံ (၂-၂၃-ခ) တွင် စပါးဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းက စပါးရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းထက် ပိုသောကြောင့် စပါးဈေးနှုန်းရော အရေအတွက်ပါကျဆင်းသွားသည်ကို တွေ့ရမည်။ ပုံ(၂-၂၃-ဂ)တွင် စပါးရောင်းလိုအားလျော့ခြင်းက စပါးဝယ်လိုအားလျော့ခြင်း ထက်ပိုသောကြောင့် စပါးဈေးနှုန်းများ မြင့်တက်သွားပြီး အရောင်းအဝယ်ပြုကာ စပါးအရေအတွက် လျော့သွားသည်ကိုတွေ့ရမည်။

၂-၁၄။ နိဂုံး

ဤအခန်းတွင် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားဆန်းစစ်မှု၏ အခြေခံအယူအဆများကို ဦးစွာတင်ပြခဲ့သည်။ ဝယ်လိုအား ရောင်းလိုအားတို့၏ အဓိပ္ပာယ်ဖော်ပြချက်များကို လည်းကောင်း၊ ယင်းတို့ကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အချက်များကိုလည်းကောင်း ရှင်းလင်းခဲ့သည်။ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်အလက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခါ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားသည် ယင်းကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းနှင့် ပြောင်းပြန် ပြောင်းလဲလျက်ရှိသည်ဟု ဝယ်လိုအား ဥပဒေသက ဖော်ပြသည်။ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်အလက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခါ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားသည် ယင်းကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းနှင့် တိုက်ရိုက်ပြောင်းလဲလျက်ရှိသည်ဟု ရောင်းလိုအားဥပဒေသက ဖော်ပြသည်။ ဤဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား ဥပဒေသများကိုဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအားဇယားနှင့် ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား မျဉ်းကွေးတို့ဖြင့် မည်ကဲ့သို့ ဖော်ပြနိုင်ကြောင်းကိုလည်း ရှင်းပြခဲ့သည်။ ထို့နောက် အားမျှဈေးနှုန်း၏ သဘောကိုလည်း ဇယားများပုံများနှင့် ရှင်းပြခဲ့ပေသည်။

ထို့ပြင် ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းသဘောနှင့် ၎င်းတို့ကို တွက်ချက်ပုံများ၊ အလျော့အတင်းအမျိုးမျိုးတို့ကို ဥပမာများ၊ ပုံများဖြင့် ရှင်းပြခဲ့သည်။ တစ်ဖန်ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲခြင်းများက ဈေးကွက်အတွင်း အရောင်းအဝယ်ပြုသော ဈေးနှုန်းနှင့် အရေအတွက် ပမာဏတို့အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ပုံများကို ပုံများနှင့်တကွ ရှင်းလင်းပြခဲ့သည်။ နောက်ဆုံးတွင် ဤဆန်းစစ်မှုများကို လက်တွေ့ဖြစ်ရပ်များတွင် မည်ကဲ့သို့ အသုံးပြု ဆန်းစစ်နိုင်ပုံကို ဥပမာအချို့ဖြင့် ရှင်းလင်းတင်ပြခဲ့သည်။ ကျောင်းသား၊ ကျောင်းသူများအနေဖြင့် ဤအခြေခံဆန်းစစ်ချက်များကို နားလည်သဘောပေါက်ခြင်းဖြင့် လက်တွေ့နယ်ပယ်မှ ဖြစ်ရပ်များကို ဆန်းစစ်လေ့လာနိုင်မည် ဖြစ်သည်။

အနှစ်ချုပ်

(၁) ဝယ်လိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်ပင်ဖြစ်သည်။

(၂) ဝယ်လိုအားကိုလေ့လာရာ၌ တစ်ဦးချင်း (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စု ဝယ်လိုအားနှင့် ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားဟူ၍ တွေ့ရမည်။

(၃) တစ်ဦးချင်း (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စုဝယ်လိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း၌ လူပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦး (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စုတစ်ခုက ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်ဖြစ်သည်။

(၄) ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားဆိုသည်မှာ ဈေးကွက်တွင်းရှိ တစ်ဦးချင်း (သို့မဟုတ်) အိမ်ထောင်စုဝယ်လိုအားများကို စုပေါင်းထားခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

(၅) တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက် (၄) ချက်ရှိ၍ ဈေးကွက်ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက် (၆) ချက်ရှိသည်။

(၆) ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်းကျလျှင် ပိုမိုဝယ်ယူ၍ ဈေးတက်လျှင် ဝယ်ယူမည့် အရေအတွက် လျော့သွားမည် ဖြစ်သည်။ ဤဆက်စပ်မှုကို ဝယ်လိုအားဥပဒေသ ဟုခေါ်သည်။

(၇) ဝင်ငွေတိုးလာသောအခါ ဝယ်လိုအား ကျဆင်းသွားသော ကုန်စည်များကို ကုန်ညံ့များဟုခေါ်သည်။ ကုန်ညံ့များ၏ဝယ်လိုအားသည် အိမ်ထောင်စုများ၏ဝင်ငွေနှင့် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်လေ့ ရှိသည်။

(၈) ကုန်စည်တစ်ခုသည် အခြားကုန်စည်တစ်ခုနှင့် တူညီသော အာနိသင်များရှိပြီး တစ်ခု၏နေရာတွင် အခြားတစ်ခုကို အစားထိုးအသုံးပြုနိုင်ပါက ၎င်းတို့ကို အစားထိုး ကုန်စည်များဟုခေါ်သည်။

(၉) ကုန်စည်တစ်ခုကို ရယူသုံးစွဲနိုင်ခြင်းကြောင့် အခြားကုန်စည်တစ်ခု၏ အသုံးဝင်မှုကို ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်စေပါက ၎င်းတို့ကို တွဲဖက်ကုန်စည်များဟု ခေါ်သည်။

(၁၀) ဝယ်လိုအားဇယားဆိုသည်မှာ တစ်စုံတစ်ခုသောအချိန်အတွင်း ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်များမပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်း အသီးသီး၌ ဝယ်ယူစားသုံးမည့် အရေအတွက်အသီးသီးတို့ကို ယှဉ်တွဲဖော်ပြထားသော ဇယားဖြစ်သည်။

(၁၁) ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်းနှင့် ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကိုဖော်ပြသော မျဉ်းကွေးကို ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးဟုခေါ်သည်။ ထူးခြားသောအခြေအနေမှအပ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးအားလုံးသည် လက်ဝဲဘက်မှ လက်ယာဘက်သို့ လျှောဆင်းသွားသော မျှဉ်းကွေးဖြစ်သည်။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက်သည် အနုတ်လက္ခဏာဆောင်သည်။

(၁၂) ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ ၎င်း ကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ဝယ်ယူမည့်

အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း သို့မဟုတ် ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်း နှင့် ကျုံ့ခြင်း ဟုခေါ်သည်။

(၁၃) လေ့လာနေသော ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့်မဟုတ်ဘဲ ယင်းကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ဝယ်လိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း သို့မဟုတ် ဝယ်လိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်းဟုခေါ်သည်။

(၁၄) ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း၌ ယင်းကုန်စည်ကို ထုတ်လုပ်ရောင်းချမည့် အရေအတွက်ပင်ဖြစ်သည်။

(၁၅) ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် တစ်ဦးချင်းရောင်းလိုအားဆိုသည်မှာ အချိန်ကာလတစ်ခုအတွင်း တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း၌ ရောင်းသူတစ်ဦးက ထိုကုန်စည်ကို ရောင်းချမည့် အရေအတွက် ဖြစ်သည်။

(၁၆) ရောင်းသူတစ်ဦးထက် ပို၍ရှိခဲ့ပါက ဈေးကွက်ရောင်းလိုအားသည် ဈေးကွက်တွင်ပါဝင်သော ရောင်းသူအားလုံး၏ စုစုပေါင်းရောင်းလိုအားဖြစ်သည်။

(၁၇) ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များမှာ လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း၊ ကုန်စည်၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်၊ အခြားကုန်စည်များ၏ဈေးနှုန်း၊ ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူတို့၏ ရည်ရွယ်ချက်တို့ ဖြစ်သည်။

(၁၈) ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့် အခြေအနေတွင် ကုန်စည်ဈေးကျလျှင် ရောင်းလိုအားနည်းပြီး ဈေးတက်လျှင် ရောင်းလိုအားလည်း များမည်ဖြစ်သည်။ ဤဆက်စပ်မှုကို ရောင်းလိုအားဥပဒေသ ဟုခေါ်သည်။

(၁၉) တွဲဖက်ထုတ်ကုန်များမှာ ကုန်စည်တစ်မျိုးကို ထုတ်လုပ်ခြင်းဖြင့် အခြားကုန်စည်တစ်မျိုးပါ ပူးတွဲထွက်လာတတ်သော ကုန်စည်မျိုးဖြစ်သည်။

(၂၀) အစားထိုးထုတ်ကုန်ဆိုသည်မှာ အဓိကသွင်းအားစုတူညီသော ကုန်စည်များဖြစ်သည်။ သွင်းအားစုပမာဏ ကန့်သတ်ချက်ဘောင်အတွင်း အစားထိုးထုတ်ကုန်တစ်မျိုးကို တိုး၍ထုတ်လုပ်ပါက နောက်တစ်မျိုးကိုလျှော့၍ ထုတ်လုပ်ရမည်။

(၂၁) ရောင်းလိုအားဇယားသည် တစ်စုံတစ်ခုသောအချိန်အတွင်း ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသည့် အခြားအချက်အလက်များ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသည့်အခြေအနေတွင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းအသီးသီး၌ ရောင်းချမည့်အရေအတွက် အသီးသီးတို့ကို ယှဉ်တွဲဖော်ပြထားသောဇယား ဖြစ်သည်။

(၂၂) ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်းနှင့် ရောင်းချမည့်အရေအတွက်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကိုဖော်ပြသည့် မျဉ်းကွေးကို ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးဟုခေါ်သည်။ ထူးခြားသော ရောင်းလိုအားမျဉ်းများမှအပ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးအားလုံးသည် လက်ဝဲမှ လက်ယာသို့ စောင်းတက်သွားသော မျဉ်းကွေးများဖြစ်ကြသည်။ ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး၏ လျှောစောက်သည် အပေါင်းလက္ခဏာဆောင်သည်။

(၂၃) ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကိုပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ၊ ၎င်းကုန်စည်၏ စျေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ရောင်းချမည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲခြင်း သို့မဟုတ် ရောင်းလိုအား ပြန့်ခြင်းနှင့်ကျုံ့ခြင်းဟုခေါ်သည်။

(၂၄) လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ စျေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းကြောင့်မဟုတ်ဘဲ ယင်းကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအခြားအချက်များ ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ရောင်းလိုအားပြောင်းလဲခြင်းကို ရောင်းလိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း သို့မဟုတ် ရောင်းလိုအားတိုးခြင်းနှင့် လျော့ခြင်းဟုခေါ်သည်။

(၂၅) ကုန်စည်တစ်ခု၏ အားမျှစျေးနှုန်းဆိုသည်မှာ ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားအရေအတွက်နှင့် ရောင်းလိုအားအရေအတွက်တို့ကို တူညီစေသော စျေးနှုန်းပင်ဖြစ်သည်။

(၂၆) အားမျှစျေးနှုန်း၌ တူညီနေသော ဝယ်ယူမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်နှင့် ရောင်းချမည့် ကုန်စည်အရေအတွက်တို့ကို အားမျှကုန်စည်အရေအတွက် ဟုခေါ်သည်။

(၂၇) တစ်စုံတစ်ခု သောစျေးနှုန်း (အားမျှစျေးနှုန်းထက်မြင့်သောစျေးနှုန်း) ၌ ရောင်းလိုအားသည် ဝယ်လိုအားထက်များနေခြင်းကို ပိုလျှံရောင်းလိုအား ရှိသည်ဟုခေါ်သည်။

(၂၈) တစ်စုံတစ်ခုသောစျေးနှုန်း (အားမျှစျေးနှုန်းထက်နိမ့်သောစျေးနှုန်း) ၌ ဝယ်လိုအားသည် ရောင်းလိုအားထက်များနေခြင်းကို ပိုလျှံဝယ်လိုအား ရှိသည်ဟုခေါ်သည်။

(၂၉) စျေးကွက်အခြေအနေတစ်ခုသည် အားမျှခြေအနေအထားမှ ပျက်ပြားသွားသောအခါ ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အခြေအနေများက အလိုအလျောက် မူလအားမျှခြေ အနေအထားသို့ ပြန်လည်ရောက်ရှိစေသည်ဆိုပါက ယင်းအားမျှခြေကို တည်ငြိမ်သောအားမျှခြေ ဟုခေါ်သည်။

(၃၀) ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းဆိုသည်မှာ ထိုကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက် တစ်ခုခုပြောင်းလဲခြင်းကြောင့် ဝယ်လိုအားမည်မျှ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲကြောင်းကို တိုင်းတာခြင်းဖြစ်သည်။ ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်း (၃) မျိုးရှိပါသည်။ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့အတင်း၊ ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း၊ ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းတို့ဖြစ်သည်။

(၃၁) ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့အတင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသော အခြားအချက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခြေအနေတွင် ထိုကုန်စည်၏စျေးနှုန်း ပြောင်းလဲမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် ဝယ်ယူသောအရေအတွက် ပြောင်းလဲမှု အမျိုးအစားဖြစ်သည်။

(၃၂) ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်း အပြည့်ရှိခြင်းဆိုသည်မှာ စျေးနှုန်းလူပ်ရှားပြောင်းလဲမှု အနည်း ဝယ်ဖြစ်ပေါ်ရုံမျှဖြင့် ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်သည် အတောမသတ်ကြီးမားစွာ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

(၃၃) ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကင်းခြင်း ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းမည်မျှပင် လျှပ်ရှားပြောင်းလဲ စေကာမူ ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်သည် တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲမှုမရှိဘဲ၊ မူလအတိုင်း တည်ရှိနေခြင်းဖြစ်သည်။

(၃၄) ဝယ်လိုအား၏ ယူနစ်အလျော့အတင်းရှိခြင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုအပေါ် ထိုကုန်စည်ကို ဝယ်ယူသောအရေအတွက်သည် အချိုးတူညီစွာ တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်းပင်ဖြစ်သည်

(၃၅) ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းများခြင်း ဆိုသည်မှာ တစ်စုံတစ်ရာသော ဈေးနှုန်း ပြောင်းလဲမှုသည် ၎င်းထက် ပို၍ကြီးမားသော ပြောင်းလဲမှုနှုန်းဖြင့် ဝယ်ယူမည့်အရေ အတွက်ကို ပြောင်းလဲစေခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

(၃၆) ဝယ်လိုအား အလျော့အတင်းနည်းခြင်းဆိုသည်မှာ တစ်စုံတစ်ရာသောဈေးနှုန်း ပြောင်းလဲမှုသည် ယင်းထက်ပို၍ နည်းသောနှုန်းဖြင့် ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက် တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲခြင်းကို ဖြစ်ပေါ် စေခြင်း ဖြစ်သည်။

(၃၇) ကုန်စည်တစ်ခုအတွက် ဝယ်လိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များမှာ အစားထိုးနိုင်မှု၊ အတိုင်းအတာကုန်စည်အပေါ် ကျခံသည့် အသုံးစရိတ်အရွယ်အစား စားသုံးမှုအလေ့ အထပြောင်းရန် လိုအပ်သည့်အချိန်ကာလ စသည်တို့ဖြစ်သည်။

(၃၈) ဝယ်လိုအား၏ အပြန်အလှန်အလျော့အတင်းသည် အခြားကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်း ကြောင့် လေ့လာနေသောကုန်စည်၏ ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် မည်မျှတုံ့ပြန်ပြောင်းလဲသည်ကို တိုင်းတာဖော်ပြသည်။

(၃၉) ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်းသည် စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေပြောင်းလဲမှုအပေါ် ကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအား မည်မျှတုံ့ပြန်ပြောင်းလဲသည်ကို တိုင်းတာသည်။ ယင်းကို ဝင်ငွေအလျော့အတင်းဟူ၍လည်း အတိုကောက် ခေါ်ဆိုကြသည်။

(၄၀) ရောင်းလိုအား၏ ဈေးနှုန်းအလျော့အတင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်း သောအချက်များ မပြောင်းလဲသည့်အခြေအနေတွင် ထိုကုန်စည်၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော ရောင်းချသည့်အရေအတွက် ပြောင်းလဲမှု အချိုးအစားဖြစ်သည်။

(၄၁) ကုန်စည်၏ဈေးနှုန်း မည်မျှပင်ပြောင်းလဲသော်လည်း ရောင်းချသည့်အရေအတွက် တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲမှု မရှိလျှင် ထိုကုန်စည်သည် ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းကင်းသည်ဟု ခေါ်ဆိုသည်။

(၄၂) ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းအပြည့်ရှိလျင် ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းမရှိဘဲ၊ လက်ရှိဈေးနှုန်း၌ပင် အရေအတွက်အမျိုးမျိုး ပြောင်းလဲထုတ်လုပ်နိုင်သော ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးကို ဖြစ်ပေါ် စေသည်။ ၎င်းမျဉ်းကွေးသည် အလျားလိုက်ဝင်ရိုးနှင့် အပြိုင်မျဉ်းဖြစ်နေသည်။

(၄၃) ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုနှင့် အချိုးတူညီစွာ ထုတ်လုပ်ရောင်းချသော အရေအတွက်လိုက်၍ ပြောင်းလဲ သောကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းသည် ယူနစ်အလျော့အတင်းရှိသည်။

(၄၄) စျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုအချိုးထက် အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှု အချိုးပိုမိုကြီးမားသော ကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားသည် အလျော့အတင်းများသော ရောင်းလိုအားဖြစ်သည်။

(၄၅) စျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုအချိုးသည် အရေအတွက် တုံ့ပြန်ပြောင်းလဲမှုအချိုးထက် ပို၍ကြီးမားသော ကုန်စည်၏ ရောင်းလိုအားသည် အလျော့အတင်းနည်းသော ရောင်းလိုအားဖြစ်သည်။

(၄၆) ရောင်းလိုအား အလျော့အတင်းကို ပြဋ္ဌာန်းသော အချက်များမှာ အချိန်ကာလ၊ လက်ကျန် ကုန်စည် အခြေအနေ၊ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများ ရရှိနိုင်မှု စသည်တို့ဖြစ်သည်။

(၄၇) လက်တွေ့လောကၦ ဝယ်လိုအားနှင့်ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲခြင်းများကြောင့် စျေးကွက်စျေးနှုန်း (အားမျှစျေးနှုန်း) များသည် ပြောင်းလဲတတ်သည်။

ဝေါဟာရများ

- ဝယ်လိုအား
- တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအား(သို့)
  အိမ်ထောင်စုဝယ်လိုအား
- စျေးကွက်ဝယ်လိုအား
- ဝယ်လိုအားဥပဒေသ
- ဝယ်လိုအားဇယား
- ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေး
- ကုန်ညံ့မျာ်း
- အစားထိုးကုန်စည်များ
- တွဲဖက်ကုန်စည်
- ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်း (သို့)
  ဝယ်ယူမည့်အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း
- ဝယ်လိုအားပြန့်ခြင်း
- ဝယ်လိုအားကျုံ့ခြင်း
- ဝယ်လိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း
- ဝယ်လိုအားတိုးခြင်း
- ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်း
- ရောင်းလိုအား
- တစ်ဦးချင်းရောင်းလိုအား
- စျေးကွက်ရောင်းလိုအား
- ရောင်းလိုအားဥပဒေသ
- ရောင်းလိုအားဇယား
- ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေး
- တွဲဖက်ထုတ်ကုန်
- အစားထိုးထုတ်ကုန်
- ရောင်လိုအားပြန့်ခြင်းနှင့် ကျုံ့ခြင်း (သို့)
  ရောင်းချမည့်အရေအတွက်ပြောင်းလဲခြင်း
- ရောင်းလိုအားပြန့်ခြင်း
- ရောင်းလိုအားကျုံ့ခြင်း
- ရောင်းလိုအားရွှေ့ပြောင်းခြင်း
- ရောင်းလိုအားတိုးခြင်း
- ရောင်းလိုအားလျော့ခြင်း
- အားမျှစျေးနှုန်း
- အားမျှကုန်စည်အရေအတွက်
- ပိုလျှံရောင်းလိုအား
- ပိုလျှံဝယ်လိုအား
- တည်ငြိမ်သောအားမျှခြေ
- ဝယ်လိုအား၏စျေးနှုန်းအလျော့အတင်း
- ဝယ်လိုအား၏စျေးနှုန်းအလျော့အတင်း
  အပြည့်ရှိခြင်း
- ဝယ်လိုအား၏စျေးနှုန်းအလျော့အတင်း
  ကင်းခြင်း
- ဝယ်လိုအား၏စျေးနှုန်းအလျော့အတင်း
  ယူနစ်ရှိခြင်း
- ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းများခြင်း
- ဝယ်လိုအားအလျော့အတင်းနည်းခြင်း
- ဝယ်လိုအား၏
  အပြန်အလှန်အလျော့အတင်း
- ဝယ်လိုအား၏ ဝင်ငွေအလျော့အတင်း
- ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်း
- ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းကင်းခြင်း
- ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်း
  အပြည့်ရှိခြင်း
- ယူနစ်အလျော့အတင်းရှိ ရောင်းလိုအား
- ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းများခြင်း
- ရောင်းလိုအားအလျော့အတင်းနည်းခြင်း

လေ့ကျင့်ခန်းများ

(က) မှား/မှန်မေးခွန်း

၁။ ကုန်စည်တစ်ခုကို လိုချင်သည့်ဆန္ဒရှိခြင်းနှင့် လိုအပ်မှုရှိခြင်းတို့က ထိုကုန်စည်၏ ဝယ်လိုအားကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။

၂။ စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေတိုးတက်လာသည်နှင့်အမျှ ဖရဲသီးဝယ်လိုအားလည်းတိုးလာလျှင် ဖရဲသီးသည် သာမန်ကုန်စည်ဖြစ်သည်။

၃။ ကုန်စည်ထုတ်လုပ်မှုပေါ်တွင် အစိုးရမှအခွန်ကောက်လျှင် ထုတ်လုပ်မှုစရိတ် မြင့်တက်သွားသဖြင့် ရောင်းလိုအားကို ကျဆင်းစေသည်။

၄။ ကြက်သားဝယ်လိုအား မပြောင်းလဲသော်လည်း၊ ကြက်သားထုတ်လုပ်မှုတိုးလာပါက ကြက်သား ဈေးနှုန်းမြင့်တက်လာသည်။

၅။ အစိုးရမှဈေးနှုန်းကို ထိန်းချုပ်ခြင်းသည် အားမျှခြေအခြေအနေရရှိရန် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြစ်သည်။

(ခ) ကွက်လပ်ဖြည့်မေးခွန်း

၁။ တစ်ဦးချင်းဝယ်လိုအားများကို စုပေါင်းလိုက်လျှင် ---------- ကိုရရှိသည်။

၂။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းသည် ယင်းကုန်စည်၏ ---------- ကို ကျုံ့စေ၊ ပြန့်စေ သည်။

၃။ ခေတ်ပေါ်ဖက်ရှင်ကိုလိုက်၍ ဝယ်လိုအားပြောင်းလဲခြင်းသည် -------- ပြောင်းလဲခြင်းကြောင့်ဖြစ် သည်။

၄။ ရောင်းလိုအားနှင့် ဝယ်လိုအား (၂) မျိုးလုံးတစ်ပြိုင်နက် တိုးလာလျှင် အားမျှအရေအတွက် တိုးလာ သော်လည်း --------- မည့်သို့ပြောင်းလဲမည်ကို အတိအကျမပြောနိုင်ပေ။

၅။ ကုန်စည်တစ်ခုတွင် ပိုလျှံဝယ်လိုအား ဖြစ်ပေါ်လာလျှင် ထိုကုန်စည်၏ ---------- တက် လာမည်။

(ဂ) ရွေးချယ်မှုမေးခွန်း

၁။ ဈေးကွက်စီးပွားရေးစနစ်တွင် ထုတ်လုပ်မည့် ကုန်စည်အရေအတွက်ကို (က) ရောင်းသူ (ခ) ဝယ်သူ (ဂ) ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့မှ သတ်မှတ်သည်။

၂။ ဝယ်လိုအားမျဉ်းကွေးသည် (က) လက်ဝဲဘက်သို့မြင့်တက်နေသည် (ခ) လက်ယာဘက်သို့မြင့်တက် နေသည် (ဂ) လက်ယာဘက်သို့လျော့ဆင်းနေသည်။

၃။ စားသုံးသူတို့၏ ဝင်ငွေတိုးလာသဖြင့် ဝစိန်ဆန်ဝယ်ယူသည့် အရေအတွက်ကျ ဆင်းသွားလျှင် ဝစိန်ဆန်သည် (က) ဇီမ်ခံကုန်စည် (ခ) သာမန်ကုန်စည် (ဂ) ကုန်ညံ့ ဖြစ်သည်။

၄။ လက်ကိုင်ဖုန်းဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား(၂) မျိုးလုံး တစ်ပြိုင်တည်းတိုးသဖြင့် ဈေးနှုန်းကျဆင်းသွားခြင်းသည် (က)ရောင်းလိုအားသည် ဝယ်လိုအားထက်ပို၍တိုးတက်ခြင်း (ခ)ဝယ်လိုအားသည် ရောင်းလိုအားထက်ပို၍တိုးတက်ခြင်း (ဂ)ရောင်းလိုအားနှင့်ဝယ်လိုအား တိုးတက်မှုတူညီခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။

၅။ မူးယစ်ဆေးဝါးသုံးစွဲမှုကို ပိတ်ပင်တားစီးမှုများကြောင့် ၎င်း၏ဈေးနှုန်း မြင့်တက်လာသော်လည်း ဝယ်ယူသည့်အရေအတွက် လုံးဝလျော့မသွားလျှင် မူးယစ်ဆေးဝါးဝယ်လိုအား၏ အလျော့အတင်းသည် (က)များသည် (ခ) နည်းသည် (ဂ) ကင်းသည်။

(ဃ) မေးခွန်းများ

၁။ တစ်နှစ်အတွင်း လျှပ်စစ်မီးဖို ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်။

လျှပ်စစ်မီးဖို ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား

ဈေးနှုန်း ကျပ်	အရေအတွက်(ထောင်ပေါင်း)	
	ဝယ်လိုအား	ရောင်းလိုအား
၁၂၀၀	၇. ၀	၄. ၀
၁၄၀၀	၆. ၅	၅. ၀
၁၆၀၀	၆. ၂	၅. ၅
၁၈၀၀	၆. ၀	၆. ၀
၂၀၀၀	၅. ၈	၆. ၃

အောက်ပါတို့ကိုဖြေဆိုပါ။

(က) လျှပ်စစ်မီးဖိုဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားမျဉ်းကွေးများဆွဲပါ။

(ခ) ဈေးနှုန်း၊ ဝယ်လိုအား၊ ရောင်းလိုအား မည်သို့ဆက်စပ်နေသနည်း။

(ဂ) အားမျှဈေးနှုန်းနှင့် အားမျှအရေအတွက် မည်မျှဖြစ်သနည်း။

(ဃ) အစိုးရသည် လျှပ်စစ်မီးဖိုဈေးနှုန်းကို ကျပ်၂၀၀၀ ထက်မနိမ့်ရဟုသတ်မှတ်ခဲ့လျှင် ဈေးကွက် အခြေအနေမည်သို့ရှိမည်နည်း။

(င) ပိုလျှံရောင်းလိုအား၊ ပိုလျှံဝယ်လိုအားဖြစ်ပေါ်နေလျှင် ထိုပြဿနာကို မည်သို့ဖြေရှင်းမည်နည်း။

၂။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဝယ်လိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၃။ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ရောင်းလိုအားကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်များကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၄။ ဝယ်လိုအား၏ စျေးနှုန်းအလျော့အတင်းသဘောကို ရှင်းပြပါ။

၅။ ရောင်းလိုအားကျဆုံးခြင်း၊ ပြန့်ခြင်းနှင့် ရောင်းလိုအားတိုးခြင်း၊ လျော့ခြင်းတို့ကို ရှင်းပြပါ။

၆။ ဝယ်လိုအားတိုးခြင်း လျော့ခြင်းများ၏ စျေးကွက်စျေးနှုန်းနှင့် အရေအတွက်တို့အပေါ် အကျိုးသက်ရောက်ပုံကို ရှင်းလင်းပါ။

အခန်း (၃)
တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ
The National Income

၃–၁။ နိဒါန်း

တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များ၊ နေထိုင်မှုအဆင့်အတန်းနှင့် စီးပွားရေး အခြေအနေအလုံးစုံတို့ကို လေ့လာအကဲဖြတ်ရာတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ သို့မဟုတ် တစ်မျိုးသားလုံး၏ဝင်ငွေ (national income) သည် လွန်စွာမှအရေးကြီး၏။ ထို့ကြောင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေသဘောတရားကို ကောင်းစွာသိရှိနားလည်ရန် လိုအပ်ပေသည်။

ဤအခန်းတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေသဘောတရားကို လွယ်ကူစွာသိရှိစေရန်အတွက် ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံ (circular flow of income model) ကို ဦးစွာရှင်းလင်းဖော်ပြပါမည်။ ထို့နောက်တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြေခံသဘော၊ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်မှုဆိုင်ရာ သဘောတရားများ၊ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွက်ချက်နည်းများ၊ မြန်မာနိုင်ငံ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေနှင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများအသုံးပြုပုံတို့ကို ရှင်းလင်းဖော်ပြသွားပါမည်။

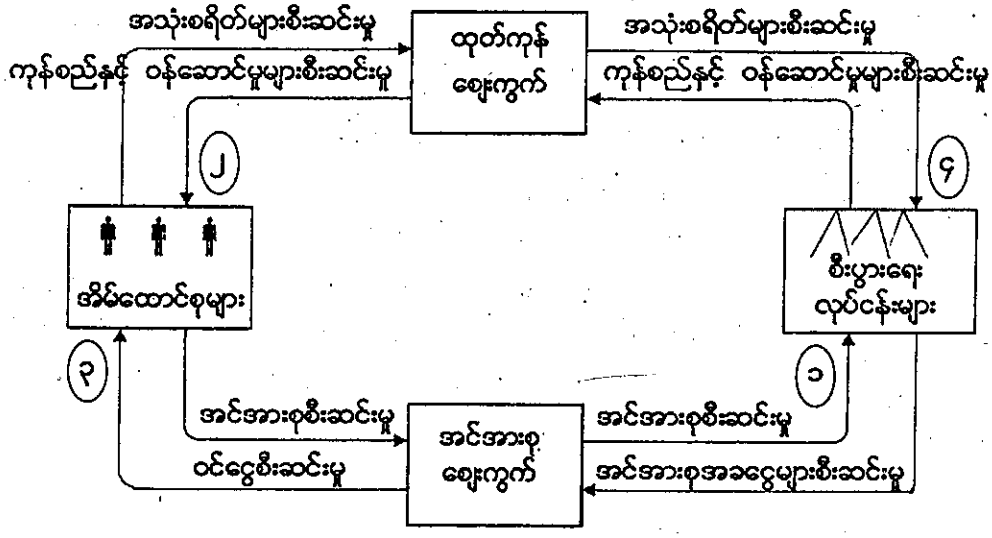
၃–၂။ ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှု
Circular Flow of Income

ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံ (circular flow of income model) သည် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြေခံသဘောတရားကို ကောင်းစွာဖော်ပြနိုင်စွမ်းရှိပါသည်။ စီးပွားရေးအဆောက်အုံကြီး တစ်ခုလုံးကို 'အိမ်ထောင်စုများ' နှင့် 'စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ' ဟူ၍ အစိတ်အပိုင်းကြီး နှစ်ရပ်ခွဲ၍ရှုမြင်ပါမည်။စားသုံးမှုပြုလုပ်သောယူနစ်များကို 'အိမ်ထောင်စုများ' ဟူ၍လည်းကောင်း၊ ထုတ်လုပ်မှုပြုလုပ်သော ယူနစ်များကို 'စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ' ဟူ၍လည်းကောင်း ခွဲခြားသတ်မှတ် လေ့လာခြင်းဖြစ်သည်။ တစ်နည်းဆိုသော် ပြည်သူများအားတစ်ဘက်တွင် အိမ်ထောင်စုဝင် စားသုံးသူများအနေဖြင့် ရှုမြင်ပြီး အခြားတစ်ဘက်တွင် ထိုပြည်သူများကိုပင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၌ ပါဝင်လုပ်ကိုင်နေသော ထုတ်လုပ်သူများအနေဖြင့် ရှုမြင်ခြင်းဖြစ်သည်။

ဝင်ငွေသည် အဓိကအားဖြင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ထုတ်လုပ်ခြင်းမှ ရရှိခြင်းဖြစ်သည့် အားလျော်စွာ ဦးစွာပထမ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အိမ်ထောင်စုများ (ပြည်သူများ) ဆီသို့ ဝင်ငွေများ စီးဆင်းသွားသည်ဟု ရှုမြင်နိုင်ပါသည်။ ထို့နောက်အိမ်ထောင်စုများ၏ အသုံးစရိတ်များအနေဖြင့် ယင်းဝင်ငွေများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆီသို့ ပြန်လည်စီးဆင်းသွားမည်ဖြစ်သည်။ ထိုသို့စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အိမ်ထောင်စုများဆီသို့ စီးဆင်းသွားသော ဝင်ငွေများသည် အိမ်ထောင်စုများ၏ အသုံးစရိတ်များအနေဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆီသို့ ပြန်၍လည်ပတ်စီးဆင်းခြင်းကို ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုဟုခေါ်သည်။

အိမ်ထောင်စုများသည် မိမိတို့ပိုင်ဆိုင်သည့် ကုန်ထုတ်အင်အားစုများ ရောင်းချရာမှ ရရှိသည့်ဝင်ငွေ ဖြင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ဝယ်ယူစားသုံးကြသည်။ ဤဝင်ငွေလည်ပတ် စီးဆင်းမှုပုံစံတွင် အိမ်ထောင်စုများသည် မိမိတို့ဝင်ငွေများအားလုံးကို ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှု စားသုံးမှုအပေါ်တွင် အသုံးပြုသည်ဟု မှတ်ယူထားသည်။

ပုံ(၃-၁) ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံ



ပုံ (၃-၁) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများထုတ်လုပ်ရန်အတွက် လိုအပ်သော ကုန်ထုတ်အင်အားစုများကို အင်အားစု ဈေးကွက်မှတစ်ဆင့် အိမ်ထောင်စုများထံမှ ဝယ်ယူငှားရမ်းအသုံးပြုရသည်။ ဤသို့ဖြင့် အိမ်ထောင်စုများထံမှ မြေယာ၊ လုပ်အား၊ အရင်းအနှီးများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆီသို့ စီးဆင်းသွားပြီး ၎င်းကို မြား (၁) ဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အင်အားစုများကို အသုံးပြုပြီး ထုတ်လုပ်ရရှိသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ထုတ်ကုန်ဈေးကွက်မှတစ်ဆင့် အိမ်ထောင်စုများထံသို့ ရောင်းချကြသည်။ ထို့ကြောင့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အိမ်ထောင်စုများဆီသို့ ပြန်လည်စီးဆင်းသွားပြီး ၎င်းကို မြား (၂) ဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် အိမ်ထောင်စုများထံမှ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများကို အသုံးပြုသည့် အတွက် အင်အားစုအခင်ငွေများကို ပြန်လည်ပေးကြရသည်။ ထိုအခင်ငွေများသည် အိမ်ထောင်စုများ၏ ဝင်ငွေ အဖြစ် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အိမ်ထောင်စုများဆီသို့ စီးဆင်းသွားပြီး ၎င်းကို မြား (၃) ဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ထိုအခင်ငွေများသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ အသုံးစရိတ်ဖြစ်သကဲ့သို့ အိမ်ထောင်စုများ၏ ဝင်ငွေလည်း ဖြစ်သည်။

အိမ်ထောင်စုများသည် ရရှိသည့်ဝင်ငွေဖြင့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ထုတ်ကုန်စျေးကွက်တွင် ဝယ်ယူသုံးစွဲကြသည်။ ထို့ကြောင့် အိမ်ထောင်စုများ၏ အသုံးစရိတ်များသည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆီသို့ ပြန်လည်စီးဆင်းသွားပြီး ၎င်းကို မြား (၄) ဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ဤတွင် အိမ်ထောင်စုများ၏ အသုံးစရိတ်သည် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ ဝင်ငွေလည်း ဖြစ်သည်။

ဤသို့ဖြင့် ဝင်ငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုနှင့်အညီ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများ သို့မဟုတ် မူလသွင်းအားစုများနှင့် ကုန်စည်ဝန်ဆောင်မှုများသည်လည်း လည်ပတ်စီးဆင်း လျက်ရှိပေသည်။ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများသည် အိမ်ထောင်စုများထံမှ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆီသို့ စီးဆင်းသွားပြီး စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများသည် အိမ်ထောင်စုများဆီသို့ ပြန်လည်စီးဆင်းနေမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အင်အားစုများနှင့် ကုန်စည်၊ ဝန်ဆောင်မှုများ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုသည် ဝင်ငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုနှင့် ပြောင်းပြန်ဖြစ်နေသည်။

စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတစ်ခုတွင် ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံသည် ဘက်ညီနေရန် လိုအပ်ပါသည်။ **ဘက်ညီဝင်ငွေလည်ပတ် စီးဆင်းမှုဆိုသည်မှာ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှု ထုတ်လုပ်ခြင်းမှ ရသော ဝင်ငွေစုစုပေါင်းနှင့် ထိုကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတို့အပေါ် အသုံးပြုသော အသုံးစရိတ်စုစုပေါင်းတို့ ညီမျှနေခြင်းကိုဆိုလိုသည်။** ၎င်းတို့ညီမျှခြင်းမရှိလျှင် စီပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် မတည်ငြိမ်မှုများ ဖြစ်ပေါ်မည်ဖြစ်သည်။

၃-၃။ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြေခံသဘော

Basic Concept of National Income

ပုံ(၃-၁)တွင် ဖော်ပြထားသော ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံအရ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေသည် လည်ပတ်စီးဆင်းမှု သဘောတရားပေါ်တွင် အခြေခံထားကြောင်းတွေ့ရသည်။ ဤလည်ပတ်စီးဆင်းမှုအား တစ်နှစ်စီ အချိန်ကာလ ပိုင်းခြားကြည့်လျှင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေသည် ထုတ်လုပ်မှုမှ ပြည်သူများ တစ်နှစ်အတွင်းရရှိသော စုစုပေါင်းဝင်ငွေပင်ဖြစ်ကြောင်း တွေ့ရမည်ဖြစ်သည်။ **ထို့ကြောင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆိုသည်မှာ ပြည်သူများ တစ်နှစ်အတွင်း ထုတ်လုပ်ခြင်းမှရရှိသော စုစုပေါင်းဝင်ငွေပင်ဖြစ်သည်ဟု အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုနိုင်သည်။**

ဤတွင်အရေးကြီးသော အခြေခံသဘောတရားမှာ ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေများကိုသာလျှင် ဝင်ငွေအဖြစ် သတ်မှတ်ခြင်းဖြစ်သည်။ ပင်စင်လစာ၊ လက်ဆောင်ပဏ္ဏာ၊ အလျှုအတန်း မှရငွေ၊ ဆုငွေစသည်တို့ကို တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွင် ထည့်သွင်းတွက်ချက်ခြင်းမရှိပေ။ ယင်းသို့သော ဝင်ငွေများကို လွှဲပြောင်းပေးငွေများ (transfer incomes) ဟုခေါ်သည်။ ထို့ကြောင့် လွှဲပြောင်းပေးငွေများဆိုသည်မှာ ထုတ်လုပ်မှုမဟုတ်ဘဲ အခြားသူများထံမှရရှိသော ဝင်ငွေများဖြစ်သည်။ နိုင်ငံသားအချင်းချင်း လွှဲပြောင်းပေးငွေများကို တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွင် ထည့်သွင်းတွက်ချက်ခြင်း မပြုပေ။ အကြောင်းမှာ မူလဝင်ငွေတစ်ခုတည်းကိုပင် တစ်ဦးမှတစ်ဦးသို့ လွှဲပြောင်းပေးခြင်းမျှသာ ဖြစ်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ နိုင်ငံခြားသားများ၏ လွှဲပြောင်းငွေများကိုမူ တိုင်းပြည်

ဝင်ငွေတွင် ထည့်သွင်းတွက်ချက်ရမည်ဖြစ်သည်။ သို့သော် ဤသို့သောဝင်ငွေများသည် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အလွန်သေးငယ်သော အစိတ်အပိုင်းမျှသာ ဖြစ်ပေလိမ့်မည်။

ထို့ကြောင့် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ဝင်ငွေနှင့်ထုတ်လုပ်မှုတို့ကို ထပ်တူထပ်မျှဖြစ်သည်ဟု သတ်မှတ်ထားသည်။ ထုတ်လုပ်မှုကို ဝင်ငွေအဖြစ်ရှုမြင်သကဲ့သို့ ဝင်ငွေကိုလည်း ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိခြင်းဖြစ်သည်ဟု ရှုမြင်သည်။ သို့ဖြစ်၍ **တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြားအမည်မှာ တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် (national product) ဖြစ်သည်။** စင်စစ်တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို နည်းပညာဆိုင်ရာ ဝေါဟာရအရ စုစုပေါင်းတိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် (Gross National Product) သို့မဟုတ် အတိုကောက်အားဖြင့် ဂျီအင်ပီ (GNP)ဟု ခေါ်ဆိုလေ့ရှိသည်။

ပုံ (၃-၁) ကိုကြည့်ခြင်းဖြင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို ရှုထောင့်အမျိုးမျိုးမှ ကြည့်ရှုနိုင်ကြောင်း တွေ့မြင်ရပေမည်။ ရှုထောင့်တစ်ခုမှာ လုပ်ငန်းကဏ္ဍအသီးသီးမှ နှစ်စဉ်ထုတ်လုပ်ပြီး အိမ်ထောင်စုများထံသို့ စီးဆင်းသွားသော ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ၏ တန်ဖိုးအသွင် ရှုမြင်ခြင်းဖြစ်သည်။ အခြားရှုထောင့်တစ်မျိုးမှာ အဆိုပါကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ထုတ်လုပ်ရာတွင် အသုံးပြုသည့် ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် ရရှိသော ဝင်ငွေများအနေဖြင့် ရှုမြင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ၎င်းအပြင် စီးဆင်းလည်ပတ်နေသော ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ အပေါ် ပြည်သူများ၏ အသုံးစရိတ်များအသွင်လည်း ရှုမြင်နိုင်ပေသည်။

ဤရှုထောင့်သုံးသွယ်ပေါ် အခြေခံ၍ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွက်ချက်နည်း သုံးနည်းရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ ကုန်ထွက်နည်း (output method)၊ ဝင်ငွေနည်း (income method) နှင့် အသုံးစရိတ်နည်း (expenditure method) တို့ဖြစ်သည်။

၃-၄။ တွက်ချက်နည်းများဆိုင်ရာ သဘောတရားများ
Concepts Concerning Methods of Calculation

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်နည်းများကို ကောင်းစွာသိရှိ သဘောပေါက်စေရန်အလို့ငှာ အဆိုပါ တွက်ချက်နည်းများနှင့်ပတ်သက်သော သဘောတရားများကို သိရှိရန်လိုအပ်ပေသည်။ ထိုသဘောတရားများမှာ-

(၁) ကုန်ထွက်နှင့် ထုတ်ကုန်တို့၏သဘော
(the concept of output and product)

(၂) ပြည်တွင်းနှင့် တိုင်းပြည်တို့၏သဘော
(the concept of domestic and national)

(၃) စုစုပေါင်းနှင့် အသားတင်တို့၏သဘော
(the concept of gross and net)

(၄) အင်အားစုအခင်ငွေဈေးနှုန်းနှင့် ဈေးကွက်ပေါက်ဈေးတို့၏သဘော
(the concept of factor price and market price)

(၅) ပုံသေဈေးနှုန်းနှင့် နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်းတို့၏သဘော
(the concept of constant price and current price) တို့ဖြစ်သည်။

(၁) ကုန်ထွက်နှင့် ထုတ်ကုန်တို့၏သဘော။ ။ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးဆိုသည်မှာ လုပ်ငန်းတစ်ခု၏ ထုတ်လုပ်မှုမှ ထွက်ပေါ်လာသောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ တန်ဖိုးဖြစ်သည်။ ထိုတန်ဖိုးတွင် ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးပါဝင်နေသည်။ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးမှ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးနုတ်ပါက ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးရှိရမည်။ ထို့ကြောင့် ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးဆိုသည်မှာ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးတွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသည့် ထုတ်လုပ်မှု၏တန်ဖိုးဖြစ်သည်။ ထပ်ဆင့် တိုးတန်ဖိုး (value-added) ဟုလည်းခေါ်သည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး ဆိုသည်မှာ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးတွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသည့် ထုတ်လုပ်မှု၏ တန်ဖိုးဖြစ်သည်။ ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးနှင့်တူညီသည်။ ဤဆက်စပ်မှုများကို ညီမျှခြင်းများဖြင့် ဖော်ပြနိုင်သည်။

ကုန်ထွက်တန်ဖိုး = ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး + ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး
= ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး + ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး
ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး = ကုန်ထွက်တန်ဖိုး - ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး
= ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး

ဤညီမျှခြင်းများကိုကြည့်လျှင် ကုန်ထွက်နှင့်ထုတ်ကုန်တို့၏ အစိပ္ပာယ်မတူညီကြောင်းကိုလည်းကောင်း၊ ထုတ်ကုန်နှင့် ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးတို့သည် အတူတူပင် ဖြစ်ကြောင်းကိုလည်းကောင်း၊ သိရှိရမည်ဖြစ်သည်။ ထုတ်လုပ်မှု၏ ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး သို့မဟုတ် ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးအပိုင်းသာလျှင် ဝင်ငွေနှင့် တူညီကြောင်းကို ပိုမိုသဘောပေါက်စေရန်အတွက် အောက်ပါပုံစံဖြင့် ဆက်လက်ရှင်းလင်း ဖော်ပြပါမည်။

သစ်တောအတွင်း သစ်ပင်ခုတ်လှဲသူများအတွက် ကုန်ကြမ်းစရိတ်မရှိဟုယူဆလျှင် ပရိဘောဂ လုပ်ငန်းတွင် စားပွဲတစ်လုံး ထုတ်လုပ်ရန်အတွက် သစ်ခုတ်သမား၊ သစ်ခွဲသမား၊ လက်သမား၊ ပရိဘောဂ ရောင်းသူ စသည်လုပ်ငန်းအဆင့်ဆင့်၏ ကုန်ထွက်နှင့် ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးများကို အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ပြနိုင်ပါသည်။

ဇယား(၃-၁)။ စားပွဲတစ်လုံးထုတ်လုပ်မှု၏ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး

ထုတ်လုပ်မှုအဆင့်	ကုန်ထွက်တန်ဖိုး (ကျပ်)	ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး (ကျပ်)	ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး (ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး)(ကျပ်)
သစ်ခုတ်သမား	၅၀၀၀	၀	၅၀၀၀
သစ်ခွဲသမား	၈၀၀၀	၅၀၀၀	၃၀၀၀
လက်သမား	၁၄၀၀၀	၈၀၀၀	၆၀၀၀
ပရိဘောဂရောင်းသူ	၁၅၀၀၀	၁၄၀၀၀	၁၀၀၀
စုစုပေါင်း	၄၂၀၀၀	၂၇၀၀၀	၁၅၀၀၀

အထက်ပါဥပမာကိုလေ့လာလျှင် ထုတ်လုပ်မှုအဆင့်ဆင့်တွင် သစ်ခုတ်သမား၊ သစ်ခွဲသမားစသည်ဖြင့် ထုတ်လုပ်သူအသီးသီးတို့ ရရှိသောဝင်ငွေများမှာ ယင်းတို့အနေနှင့် ဝယ်ယူရသော ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးပေါ်တွင် ထပ်တိုးလိုက်သော ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး သို့မဟုတ် ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးပင်ဖြစ်ကြောင်း ကောင်းစွာသိရှိမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ၎င်းတို့၏ စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှာ ကျပ် (၁၅၀၀၀) ဖြစ်သည်ဟု ဆိုရပေမည်။

အကယ်၍ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးများ၏ စုစုပေါင်းတန်ဖိုးကျပ် (၄၂၀၀၀) ကို စုစုပေါင်းဝင်ငွေအဖြစ် သတ်မှတ်မည်ဆိုလျှင် ထုတ်လုပ်သူများ အမှန်တကယ်ရရှိသည့် ဝင်ငွေများထက် လွန်စွာမှမြင့်မားနေမည်ဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် အမယ်တစ်မျိုးကို 'နှစ်ထပ်ကွမ်း' သို့မဟုတ် 'သုံးထပ်ကွမ်း' သို့မဟုတ် အကြိမ်ကြိမ် ရေတွက်မိသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် သစ်ခုတ်သမား၏ဝင်ငွေ ကျပ် (၅၀၀၀) ကို သစ်ခုတ်သမား၏ ဝင်ငွေအဖြစ်သာမက သစ်ခွဲသမား၏ဝင်ငွေတွင်လည်းကောင်း၊ လက်သမားနှင့် ပရိဘောဂရောင်းသူတို့၏ ဝင်ငွေများတွင်လည်းကောင်း အကြိမ်ကြိမ်ရေတွက်မိပေမည်။ သို့ဖြစ်၍ ထိုသို့နှစ်ထပ်ကွမ်းရေတွက်မှုပြဿနာ (double counting problem) မရှိစေရန်အတွက် စုစုပေါင်းဝင်ငွေကို ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးများဖြင့် တွက်ချက်ရခြင်းဖြစ်သည်။

ထုတ်ကုန် = ဝင်ငွေ = အသုံးစရိတ်

ဇယား (၃-၁) ကိုကြည့်ခြင်းအားဖြင့် ကုန်ထွက်နှင့်ထုတ်ကုန်တို့ မတူညီကြောင်း သိနိုင်သည့်အပြင် ထုတ်ကုန် = ဝင်ငွေ = အသုံးစရိတ် ဖြစ်ကြောင်းကိုလည်း နားလည်နိုင်ပေသည်။ ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးနှင့် ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးမှာ အတူတူပင်ဖြစ်၍ စုစုပေါင်း ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးမှာ စုစုပေါင်းဝင်ငွေနှင့် တူညီကြောင်း သိရှိပြီးဖြစ်သည်။ ယခုတစ်ဖန် ပရိဘောဂရောင်းသူ၏ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးသည် ပရိဘောဂလုပ်ငန်းတစ်ရပ်လုံး၏ နောက်ဆုံးသုံးကုန် (final use goods) တန်ဖိုးပင်ဖြစ်၍ ၎င်းသည် ပရိဘောဂလုပ်ငန်းတွင် ပါဝင်သော သစ်ခုတ်ခြင်း၊ သစ်ခွဲခြင်း စသောလုပ်ငန်းအဆင့်ဆင့်၏ ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးစုစုပေါင်း သို့မဟုတ် စုစုပေါင်းထုတ်ကုန်တန်ဖိုးနှင့် တူညီနေသည်ကို ဇယား (၃-၁) တွင် မြားဖြင့်ဖော်ပြထားသည်။

နောက်ဆုံးသုံးကုန်များအပေါ် အသုံးစရိတ်တန်ဖိုးကို တွက်ရာတွင် ပြည်ပကုန်သွယ်မှုမရှိသော တံခါးပိတ်စီးပွားရေးအဆောက်အအုံ (closed economy) များ၌ ပို့ကုန်၊ သွင်းကုန်များ မရှိသောကြောင့် စားသုံးမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု အသုံးစရိတ်နှစ်မျိုးကို ပေါင်းရုံသာဖြစ်သည်။

စုစုပေါင်းဝင်ငွေ = စားသုံးမှုအသုံးစရိတ် + ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုအသုံးစရိတ်

ပြည်ပကုန်သွယ်မှုရှိသော တံခါးဖွင့်စီးပွားရေး အဆောက်အအုံ (Open economy) တွင်မူ နောက်ဆုံးသုံးကုန်များအပေါ် အသုံးစရိတ်ကိုတွက်ရာ၌ စားသုံးမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုအပြင် ပို့ကုန်တန်ဖိုးများ

ကိုပေါင်းပြီး သွင်းကုန်တန်ဖိုးများကို နုတ်ရပေသည်။

စုစုပေါင်းဝင်ငွေ	= စားသုံးမှု + ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု + ပို့ကုန်တန်ဖိုး - သွင်းကုန်တန်ဖိုး
	= နောက်ဆုံးသုံးကုန်တန်ဖိုး စုစုပေါင်း

(၂) 'ပြည်တွင်း' နှင့် 'တိုင်းပြည်' တို့၏သဘော။ ။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ပြည်တွင်းထုတ်လုပ်မှုမှ ရရှိသောဝင်ငွေဟူသရွေ့သည် နိုင်ငံသားများထုတ်လုပ်မှုမှရရှိခြင်း မဟုတ်ပေ။ ထိုဝင်ငွေ၏အစိတ်အပိုင်း တစ်ရပ်မှာ ပြည်တွင်းတွင် နိုင်ငံခြားသားများ ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသည့် ဝင်ငွေဖြစ်သည်။ သို့ဖြစ်၍ စုစုပေါင်း ပြည်တွင်းထုတ်ကုန် (**Gross Domestic Product** သို့မဟုတ် ဂျီဒီပီ **GDP**) ဟုဆိုရာ၌ နိုင်ငံသား/ နိုင်ငံခြားသားဟူ၍ မခွဲခြားဘဲ နိုင်ငံ၏နယ်နိမိတ်အတွင်း ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေဟူသရွေ့ကို ဆိုလိုသည်။

စုစုပေါင်းတိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် (**Gross National Product** သို့မဟုတ် **GNP**) ဟုဆိုရာ၌ နိုင်ငံသားများထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေများကိုသာဆိုလိုသည်။ ထိုဝင်ငွေတွင် ပြည်တွင်းမှ နိုင်ငံသားများရရှိသောဝင်ငွေများအပြင် ပြည်ပမှ မိမိနိုင်ငံသားများရရှိသော ဝင်ငွေများလည်း ပါဝင်သည်။

ထို့ကြောင့် (GDP) မှ (GNP)အသွင်ပြောင်းမည်ဆိုပါက **ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေများ (တစ်နည်းအားဖြင့် နိုင်ငံခြားသားများ ပြည်တွင်းတွင် ထုတ်လုပ်ခြင်းမှရရှိသော ဝင်ငွေများ) နုတ်ပြီး ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသောဝင်ငွေများ (တစ်နည်းအားဖြင့် နိုင်ငံသားများ ပြည်ပတွင် ထုတ်လုပ်ခြင်းမှရရှိသော ဝင်ငွေများ) ကို ပေါင်းရမည်ဖြစ်သည်။ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေများနှင့် ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသော ဝင်ငွေများ၏ ခြားနားခြင်းကို နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသော ဝင်ငွေ (Net Income Payments Abroad = NIPA)** ဟုခေါ်သည်။ ထို့ကြောင့် (GDP) နှင့် (GNP) တို့သည် နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေ (net income payments abroad) အပေါ်မူတည်၍ ခြားနားမှုရှိမည်ဖြစ်သည်။ ညီမျှခြင်းအသွင် ဖော်ပြရလျှင်-

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ	=	ပြည်တွင်းဝင်ငွေ	-	နိုင်ငံခြားသို့အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေ
GNP	=	GDP	-	NIPA

ဟုဖော်ပြနိုင်သည်။

ဤတွင် နီပါ (NIPA) ဟုခေါ်သော နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေသည် ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် (လုပ်ခ၊ ငှားခ၊ အတိုး၊ အမြတ် စသည်ဖြင့်) နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေများနှင့် နိုင်ငံခြားမှ ရရှိသောဝင်ငွေများ၏ ခြားနားခြင်းဖြစ်သည်။ သွင်းကုန်များအတွက် ပေးရသောငွေနှင့် ပို့ကုန်များအတွက်ရရှိသောငွေများ၏ ခြားနားခြင်း မဟုတ်ကြောင်းကို သတိပြုရန်လိုပါသည်။

နိုင်ငံခြားသို့ပေးရ သောဝင်ငွေများ	-	နိုင်ငံခြားမှရရှိသော ဝင်ငွေများ	=	နိုင်ငံခြားသို့အသားတင် ပေးရသောဝင်ငွေ

တစ်ဖန်နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေ (NIPA) ဟု ခေါ်ဆိုထားသော်လည်း ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသောဝင်ငွေသည် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေထက်များပါက နိုင်ငံခြားမှအသားတင်ရရှိသော ဝင်ငွေရှိမည်ဖြစ်၍ နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေ (NIPA) အနေဖြင့် အနုတ်တန်ဖိုးရှိမည်။ ထိုအခါ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ (GNP) သည် ပြည်တွင်းဝင်ငွေ (GDP) ထက်များမည်ဖြစ်သည်။

နိုင်ငံအများ အထူးသဖြင့် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများတွင် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသောဝင်ငွေနှင့် နိုင်ငံခြားမှရရှိသောဝင်ငွေများနှင့်ပတ်သက်၍ စာရင်းအင်းအတိအကျရရှိရန် ခက်ခဲသောကြောင့် (GDP) အဆင့်အထိကိုသာ တွက်ချက်နိုင်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် နိုင်ငံများ၏ စီးပွားရေးအတိုင်းအတာပမာဏနှင့် တိုးတက်မှုကို ဖော်ပြနိုင်းယှဉ်ရာ၌ (GDP) ကိုသာ အများအားဖြင့် အသုံးပြုလေ့ ရှိပေသည်။

(၃) 'စုစုပေါင်း' နှင့် 'အသားတင်' တို့၏သဘော။ ။ယေဘုယျအားဖြင့်'အသားတင်' ဆိုသည်မှာ မူလတန်ဖိုးမှ တစ်စုံတစ်ရာနုတ်ပြီးသော ရလဒ်ကိုဆိုလိုသည်။ **တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ ဆန်းစစ်မှုတွင် အသားတင်ဝင်ငွေ (net income) ဆိုသည်မှာ စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှ အရင်းအနှီး ပစ္စည်းကိရိယာများ ယိုယွင်းပျက်စီးမှုအတွက် ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး နုတ်ပြီးသော ဝင်ငွေကိုဆိုလိုသည်။ စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှာမူ ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး မနုတ်ရသေးသော ဝင်ငွေဖြစ်သည်။**

အသားတင်ဝင်ငွေ	=	စုစုပေါင်းဝင်ငွေ (သို့မဟုတ်)	– ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး
အသားတင်ပြည်တွင်း ထုတ်ကုန် (NDP)	=	စုစုပေါင်းပြည်တွင်း ထုတ်ကုန် (GDP) (သို့မဟုတ်)	– ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး (depreciation)
အသားတင်တိုင်းပြည် ထုတ်ကုန်(NNP)	=	စုစုပေါင်းတိုင်းပြည် ထုတ်ကုန် (GNP)	– ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး (depreciation)

ဤတွင် လုပ်ငန်းအဆင့်ဆင့်၏ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးစုစုပေါင်းမှ ကုန်ကြမ်းများ၏ စုစုပေါင်းတန်ဖိုး သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းချင်းအသုံးပြုမှုများကို နုတ်ပါက ယေဘုယျသဘောအရ အသားတင်ကုန်ထွက်၏ စုစုပေါင်းတန်ဖိုး (total value of net output) ကိုရမည်ဖြစ်သည်။ သို့သော်ယင်းသည် စုစုပေါင်း ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး သို့မဟုတ် စုစုပေါင်းထုတ်ကုန်တန်ဖိုးနှင့် အတူတူပင်ဖြစ်သော ကြောင့်စုစုပေါင်း ဝင်ငွေပင်ဖြစ်သည်။

ညီမျှခြင်းအသွင် ဖော်ပြရလျှင်-

စုစုပေါင်းကုန်ထွက် - ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးစုစုပေါင်း (လုပ်ငန်းချင်းအသုံးပြုမှုများ)	=	အသားတင်ကုန်ထွက်၏
		စုစုပေါင်းတန်ဖိုး
	=	စုစုပေါင်းထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး
	=	စုစုပေါင်းထုတ်ကုန်တန်ဖိုး
	=	စုစုပေါင်းဝင်ငွေ

ဟုဖော်ပြနိုင်သည်။

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆန်းစစ်မှုတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဟုဆိုရာ၌ အမှန်မှာ အသားတင် တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် (NNP)ကိုဆိုလိုသည်။ သို့သော် လက်တွေ့၌ ကုန်ထုတ်အရင်းအနှီးများ၏ ပြုန်းတီးမှုတန်ဖိုးကို တိကျစွာခန့်မှန်းရန်ခဲယဉ်း၍ (GNP) ကိုလည်းကောင်း၊ (GNP) ကိုပင် ရရန်မလွယ်ကူသောအခါမျိုး၌ (GDP) ကိုလည်းကောင်း တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဟူ၍ လွယ်လင့်တကူ သတ်မှတ်အသုံးပြုလေ့ရှိပေသည်။

(၄) 'အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်း'နှင့် 'စျေးကွက်ပေါက်စျေး'တို့၏ သဘော။ ။ ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ တန်ဖိုးကိုတွက်ချက်ရာတွင် ၎င်းတို့ကို ထုတ်လုပ်ရာ၌ပါဝင်သည့် ကုန်ထုတ် အင်အားစုများအတွက် ပေးရသောအခင်ငွေအတိုင်း တွက်ချက်နိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် **အင်အားစု အခင်ငွေစျေးနှုန်းဆိုသည်မှာ ထုတ်လုပ်သူများ ရရှိသောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ စျေးနှုန်းဖြစ်သည်။ အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်းများကို ထုတ်လုပ်သူများ၏ စျေးနှုန်းများဟူ၍လည်းခေါ်သည်။**

စျေးကွက်ပေါက်စျေးဆိုသည်မှာ စျေးကွက်အတွင်း ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ဝယ်ယူသုံးစွဲသည့် အခါ စားသုံးသူများကပေးရသော စျေးနှုန်းဖြစ်သည်။ ဤတွင် ထုတ်လုပ်သူများရရှိသောစျေးနှုန်း (အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်း) နှင့် စားသုံးသူများပေးရသော စျေးနှုန်း (စျေးကွက်ပေါက်စျေး) တို့သည် အစဉ်အမြဲတူညီနေမည်ဟု မယူဆနိုင်ပေ။ အစိုးရက အချို့သောကုန်စည်များ သုံးစွဲမှုအပေါ် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းမျိုး ရှိသကဲ့သို့ အချို့ကုန်စည်များ သုံးစွဲမှုပိုမိုလာစေရေးအတွက် ထုတ်လုပ်သူအား ထောက်ပံ့ကြေးပေးခြင်းမျိုးလည်း ရှိပေသည်။

ကုန်စည်တစ်ခုအပေါ် ရောင်းခွန်ကဲ့သို့သော သွယ်ဝိုက်ခွန် စည်းကြပ်လိုက်လျှင် ယင်းကုန်စည်၏ စျေးကွက်ပေါက်စျေးသည် အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်းထက် မြင့်မားသွားမည်။ တစ်ဖက်တွင် ထုတ်လုပ်သူအား ထောက်ပံ့ကြေးပေးသည်ဆိုပါက သိုကုန်စည်၏ စျေးကွက်ပေါက်စျေးသည် အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်းထက် နိမ့်ကျသွားမည် ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အင်အားစု အခင်ငွေစျေးနှုန်းနှင့် စျေးကွက်ပေါက်စျေးတို့သည် သွယ်ဝိုက်ခွန်နှင့် ထောက်ပံ့ကြေးတို့အပေါ် မူတည်၍ ခြားနားမှုရှိမည်။

ဈေးကွက်ပေါက်ဈေး အရ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ	=	အင်အားစုအခင်ငွေ ဈေးနှုန်းအရ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ	+	သွယ်ဝိုက်ခွန်များ - ထောက်ပံ့ကြေးများ

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွက်ချက်ရာ၌ အသုံးစရိတ်များ၏တန်ဖိုးကို သိလိုသောအခါတွင် ဈေးကွက်ပေါက်ဈေးသဘောကို အသုံးပြုရမည်။ ထုတ်လုပ်သူများ အမှန်တကယ်ရရှိသော ဝင်ငွေများကို သိလိုသောအခါတွင်မူ အင်အားစုအခင်ငွေဈေးနှုန်းသဘောကို အသုံးပြုရပေမည်။

(၅) 'ပုံသေဈေးနှုန်း' နှင့် 'နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်း'တို့၏သဘော။ ။ **တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်မှုတွင် နှစ်တစ်နှစ်ကို အခြေခံနှစ်အဖြစ်သတ်မှတ်ပြီး ထိုနှစ်၏ဈေးနှုန်းများဖြင့် နှစ်အသီးသီး၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေသို့မဟုတ် (GDP) များကို တွက်ချက်ဖော်ပြနိုင်သည်။ ထိုအခြေခံနှစ်၏ဈေးနှုန်းကို ပုံသေဈေးနှုန်း (constant price) ဟုခေါ်သည်။ တစ်နည်းဆိုသော် နှစ်အားလုံးအတွက် နှစ်စဉ်ထုတ်လုပ်မှုကို တူညီသောဈေးနှုန်းများ (ပုံသေဈေးနှုန်းများ) ဖြင့် တွက်ချက်ခြင်းဖြစ်သည်။**

ဥပမာအားဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံ၏ ၂၀၀၅-၀၃ ခုနှစ်အတွက် (GDP) မှာ ၂၀၀၀-၀၁ ခုနှစ် ပုံသေဈေးနှုန်းများအရ ကျပ်သန်းပေါင်း (၃၁၈၄၁၁၇, ၃) ရှိသည်ဟုဆိုရာ၌ ၂၀၀၅-၀၃ ခုနှစ်အတွင်း ထုတ်လုပ်သည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအား ၂၀၀၀-၀၁ ခုနှစ်တွင်ရှိခဲ့သော ဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်ထားသည့် တန်ဖိုးကိုဆိုလိုသည်။ ထိုသို့ ပုံသေဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်သော တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို အမှန်ဝင်ငွေ **(real income)** ဟူ၍လည်း ခေါ်ဝေါ်လေ့ရှိသည်။

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်မှုတွင် သက်ဆိုင်ရာနှစ်၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ သို့မဟုတ် (GDP) ကို အဆိုပါနှစ်တွင် တည်ရှိနေသော ဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်နိုင်သည်။ ထိုနှစ်အသီးသီးရှိဈေးနှုန်းများကို နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်းများ (current prices) ဟုခေါ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံ၏ ၂၀၀၅-၀၃ ခုနှစ်အတွက် (GDP) မှာ နှစ်အလိုက် ကုန်စည်ဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်လျှင် ကျပ်သန်းပေါင်း (၅၆၂၂၂၅၄, ၇) ရှိပါသည်။ နှစ်အလိုက် ဈေးနှုန်းများဖြင့်တွက်ချက်သော တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို ငွေကြေးဝင်ငွေ **(money income)** သို့မဟုတ် အမည်ခံဝင်ငွေ **(nominal income)** ဟူ၍လည်းခေါ်ဝေါ်သည်။

မတူညီသောနှစ်များ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေများကို နှိုင်းယှဉ်လိုသည့်အခါတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ ပုံသေဈေးနှုန်းသဘောကို အသုံးပြုရပေသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ဈေးနှုန်းများသည် နှစ်စဉ်ပြောင်းလဲလေ့ရှိရာ အမှန်တကယ် ထုတ်လုပ်သောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုပမာဏ ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသည့်တိုင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တန်ဖိုးသည် ပြောင်းလဲသွားနိုင်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဤသို့ဈေးနှုန်းများ ပြောင်းလဲခြင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှုကို ဖယ်ရှားရန်အတွက် ပုံသေဈေးနှုန်းများကို အသုံးပြုရခြင်းဖြစ်သည်။ ပုံသေဈေးနှုန်းများကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ၏ ထုတ်လုပ်မှုတန်ဖိုး အမှန်တကယ် ပြောင်းလဲမှုကို သိရှိနိုင်ပေသည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် တိုင်းပြည်၏ ထုတ်လုပ်မှုတိုးတက်လာခြင်း ရှိ၊ မရှိကို သိနိုင်ပေသည်။

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်နည်းများနှင့်ပတ်သက်၍ ကုန်ထွက်နည်း၊ ဝင်ငွေနည်းနှင့် အသုံးစရိတ်နည်း ဟူ၍ နည်းလမ်းသုံးသွယ်ရှိကြောင်း ဖော်ပြခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ထို့အပြင် တွက်ချက်မှုဆိုင်ရာ သဘောတရားများ ကိုလည်း ရှင်းလင်းဖော်ပြခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ဤအပိုင်းတွင် တွက်ချက်နည်းများကို အကျဉ်းချုံး၍ သာ ဖော်ပြရန်လိုပေသည်။

ကုန်ထွက်နည်း။ ။ကုန်ထွက်ဟုဆိုရာ၌ ကုန်စည်ထုတ်လုပ်မှုသာမကဘဲ ဝန်ဆောင်မှုများပါ ပါဝင်ကြောင်း သတိပြုရန်လိုသည်။ ကုန်ထွက်နည်းတွင် ဦးစွာပထမ ကဏ္ဍအလိုက် ကုန်ထွက်တန်ဖိုးများကို တွက်ချက်ရသည်။ သို့သော် ကဏ္ဍတစ်ခုချင်း၏ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးများတွင် အခြားကဏ္ဍများမှ ဝယ်ယူအသုံး ပြုသော ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးများ ပါဝင်လျက်ရှိရာ ကဏ္ဍတစ်ခုချင်း၏ ကုန်ထွက်တန်ဖိုးမှ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းချင်းအသုံးပြုမှု တန်ဖိုးကိုနုတ်ခြင်းဖြင့် ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးများ သို့မဟုတ် ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး များကိုရရှိပေမည်။ ထို့နောက် ဤထုတ်ကုန်တန်ဖိုးများကို စုပေါင်းခြင်းဖြင့် စုစုပေါင်း ပြည်တွင်းထုတ်ကုန် တန်ဖိုး (GDP) ကို ရရှိမည်ဖြစ်သည်။

ရှေ့ပိုင်းတွင် ဖော်ပြခဲ့ပြီးဖြစ်သည့်အတိုင်း (GDP) ကို ထုတ်လုပ်သူများ၏ ဈေးနှုန်းများဖြင့် လည်းကောင်း၊ ဈေးကွက် ပေါက်ဈေးအရလည်းကောင်း တွက်ချက်ဖော်ပြနိုင်သည်။ ထို့အပြင် နှစ်အလိုက် ဈေးနှုန်းများနှင့် ပုံသေဈေးနှုန်းများအရလည်း ဖော်ပြလေ့ရှိပေသည်။

ထို့နောက် (GDP) မှကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေများကိုနုတ်ပြီး ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသောဝင်ငွေများကို ပေါင်းခြင်းဖြင့် (GNP) ခေါ် စုစုပေါင်း တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးကို ရရှိမည်ဖြစ်သည်။ နောက်ဆုံးအဆင့်အနေဖြင့် ချွတ်ယွင်းပြုန်းတီးမှုတန်ဖိုးကို ခန့်မှန်းနိုင်မည်ဆိုပါက ထိုတန်ဖိုးကို (GNP) မှ နုတ်ခြင်းဖြင့် (NNP) ခေါ် အသားတင်တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် သို့မဟုတ် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို ရရှိမည်ဖြစ်သည်။

ကုန်ထွက်နည်းဖြင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်ခြင်း
(၁) ကဏ္ဍအလိုက် ကုန်ထွက်စုစုပေါင်း (ထုတ်လုပ်သူများ၏ဈေးနှုန်းဖြင့်တွက်သည်)
(၂) နုတ်(-) လုပ်ငန်းချင်းအသုံးပြုမှုတန်ဖိုး
(၃) စုစုပေါင်း ပြည်တွင်းထုတ်ကုန် (အင်အားစုအခင်ငွေဈေးနှုန်း) [GDP (factor cost)]
(၄) ပေါင်း (+) အခွန်အကောက်
(၅) နုတ် (-) ထောက်ပံ့ကြေး
(၆) စုစုပေါင်းပြည်တွင်းထုတ်ကုန် (ဈေးကွက်ပေါက်ဈေး)[GDP (market price)]
(၇) နုတ် (-) ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေ
(၈) စုစုပေါင်း တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် (GNP)
(၉) နုတ် (-) ချွတ်ယွင်းပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး
(၁၀) အသားတင် တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် (NNP) = တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ

ဝင်ငွေနည်း။ ။ဝင်ငွေ ။ နည်းဆိုသည်မှာ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် တစ်နှစ်အတွင်း ရရှိသောဝင်ငွေများကို စုပေါင်းထားခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ဤတွင် လုပ်သားများရရှိသော လုပ်ခနှင့် လစာငွေများ၊ မြေ၊ အိမ်၊ အဆောက်အဦး ငှားရမ်းထားသူများရရှိသော ငှားရမ်းခများ၊ ချေးငွေအတွက်ရရှိသော အတိုးနှင့် ထုတ်လုပ်သူများရရှိသော အမြတ်တို့သည် အဓိကဝင်ငွေ အုပ်စုကြီးများဖြစ်ကြသည်။ နိုင်ငံသား၊ နိုင်ငံခြားသား ဟူ၍မခွဲခြားဘဲ နိုင်ငံ၏နယ်နိမိတ်အတွင်း ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိ သောဝင်ငွေများကို စုပေါင်းခြင်းဖြင့် (GDP) ကို ရရှိမည်ဖြစ်သည်။

လက်တွေ့၌ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများ၏ဝင်ငွေကို အတိအကျသိရှိရန် ခက်ခဲသဖြင့် ဝင်ငွေနည်းနှင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို တွက်ချက်ရန် အခက်အခဲများစွာရှိပေသည်။ သို့ပင်ဖြစ်လင့်ကစား ဝင်ငွေနည်းနှင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို တွက်ချက်မည်ဆိုပါက လွှဲပြောင်းပေးငွေများကို ထည့်၍မတွက်ချက်မိစေရန် သတိပြုရပေမည်။

အသုံးစရိတ်နည်း။ ။ အသုံးစရိတ်နည်းဆိုသည်မှာ အိမ်ထောင်စုများနှင့် အစိုးရတို့၏ နေ့စဉ်ဆုံးသုံးကုန်များအပေါ်တွင် အသုံးပြုသည့် အသုံးစရိတ်စုစုပေါင်းကို တွက်ချက်သည့်နည်းဖြစ်သည်။ ကုန်စည်များကို စားသုံးကုန်များနှင့် ရင်းနှီးကုန်များဟူ၍ ခွဲခြားဖော်ပြလေ့ရှိပေရာ အသုံးစရိတ်နည်းတွင် စားသုံးမှု (C)၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု (I) နှင့် အစိုးရအသုံးစရိတ် (G) တို့သည် အဓိကအသုံးစရိတ်များ ဖြစ်ကြသည်။ သို့သော် အစိုးရအသုံးစရိတ်များကို တွက်ချက်ရာ၌ ၎င်း၏စုစုပေါင်းအသုံးစရိတ်မှ ပင်စင်လစာအဖြစ်ပေးသော လွှဲပြောင်းငွေများကို နုတ်ရန် လိုပေသည်။ တစ်ဖန်ထိုသို့ရရှိသော (C+I+G) တွင် ပို့ကုန် (X) များ အတွက် ရငွေကိုပေါင်းပြီး သွင်းကုန် (M) များအတွက် ပေးငွေများကို နုတ်ရန်လိုပေသည်။ ညီမျှခြင်းဖြင့် အောက်ပါ အတိုင်းဖော်ပြနိုင်သည်။

စုစုပေါင်း	=	စားသုံးမှု	+	ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု	+	အစိုးရ၏	+	ပို့ကုန်	-	သွင်းကုန်
ပြည်တွင်း		အသုံး		အသုံး		အသုံး		တန်ဖိုး		တန်ဖိုး
ထုတ်ကုန်		စရိတ်		စရိတ်		စရိတ်				
GDP	=	C	+	I	+	G	+	X	-	M

ဤတွင် ပို့ကုန်တန်ဖိုးဟုဆိုရာ၌ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ နိုင်ငံခြားသို့တင်ပို့သော တန်ဖိုး၊ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသော ဝင်ငွေများမပါဝင်ကြောင်း သတိပြုရမည်။ ထိုနည်းတူ သွင်းကုန်တန်ဖိုးဟုဆိုရာ၌ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေများမပါရန် လိုအပ်သည်။ သို့မှသာ (GDP) ကို (GNP) အသွင်ပြောင်းသည့်အခါတွင်သာဖြစ်ပြီး ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့အသားတင်ပေးရသော ဝင်ငွေ သို့မဟုတ် နိုင်ငံခြားမှအသားတင်ရရှိသော ဝင်ငွေကို ထည့်သွင်းတွက်ချက်ရန် လိုအပ်မည်ဖြစ်သည်။

တစ်နည်းဆိုသော-

GNP	=	GDP	-	ကုန်ထုတ်အင်အားစုများ အတွက် နိုင်ငံခြားသို့ ပေးရသောဝင်ငွေ	+	ကုန်ထုတ်အင်အားစုများ အတွက်နိုင်ငံခြားမှ ရရှိသောဝင်ငွေ
GNP	=	GDP	-	NIPA		

သို့မဟုတ်

$$GNP = [C + I + G + X - M] - NIPA$$

ဤတွင် နီပါ (NIPA) ဆိုသည်မှာ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသော ဝင်ငွေဖြစ်ပါသည်။ တစ်ဖန်-

$$GNP = C + I + G + X' - M'$$

ဟူ၍လည်း ဖော်ပြနိုင်ပါသည်။ ဤတွင် ပို့ကုန် (X′) နှင့် သွင်းကုန် (M′) တို့တွင် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှု တန်ဖိုးများအပြင် ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသောဝင်ငွေများနှင့် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသောဝင်ငွေများလည်း ပါဝင်မည်ဖြစ်သည်။

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို တွက်ချက်ရာ၌ အထက်ပါနည်းလမ်းများကို တိကျမှန်ကန်စွာ အသုံးပြုမည်ဆိုပါက မည်သည့်နည်းဖြင့် တွက်ချက်သည်ဖြစ်စေ တူညီသောအဖြေကိုသာ ရရှိမည်ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် လက်တွေ့၌ လိုအပ်သော စာရင်းအင်းအချက်အလက် မြောက်မြားစွာကို တိတိကျကျရရှိရန် ခက်ခဲသော့ကြောင့် နည်းသုံး

နည်းဖြင့် တွက်ချက်ရရှိသော တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ ကိန်းဂဏန်းများသည် အနည်းငယ်ကွဲလွဲမှုရှိတတ်သည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ အကြမ်းဖျင်း ခန့်မှန်းချက်ပင်ဖြစ်သော်လည်း တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ ကိန်းဂဏန်းများသည် စီးပွားရေးစီမံကိန်းနှင့် မူဝါဒချမှတ်ရာတွင်လည်းကောင်း၊ တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေးအခြေအနေကို လေ့လာသုံးသပ်အကဲဖြတ်ရာတွင်လည်းကောင်း လွန်စွာအသုံးဝင်လှပေသည်။

၃–၆။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ

မြန်မာနိုင်ငံ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို အထက်ဖော်ပြပါနည်း (၃) နည်းဖြင့်တွက်ချက်ပြီး တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာစောင်တွင် ၁၉၆၅ ခုနှစ်အထိ နှစ်စဉ်ဖော်ပြခဲ့ဖူးသည်။ ၁၉၆၅ ခုနှစ်မှစ၍ 'ဘဏ္ဍာရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး အခြေအနေများနှင့်ပတ်သက်၍ ပြည်သူ့အစီရင်ခံစာ' တွင် တစ်မျိုးသားလုံး၏ ထုတ်လုပ်မှု၊ စားသုံးမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု အခြေအနေကို ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။

ထို့ကြောင့် မြန်မာနိုင်ငံ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို အစိုးရက ၁၉၉၇-၉၈ ခုနှစ်အထိ နှစ်စဉ်ထုတ်ဝေသည့် 'ဘဏ္ဍာရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး အခြေအနေများတင်ပြချက်' (ယခင်ပြည်သူ့အစီရင်ခံစာ) တွင် တင်ပြထားသည်။ ထိုနှစ်နောက်ပိုင်းတွင် ဆက်လက်ထုတ်ဝေခြင်း မရှိတော့ဘဲ မြန်မာနိုင်ငံနှင့်ပတ်သက်သည့် စာရင်းများကို Statistical Year Book တွင်လည်းကောင်း၊ Myanmar Data on CD Rom တွင်လည်းကောင်း ဖော်ပြထားခဲ့ပါသည်။ ထိုတင်ပြချက်များတွင် တစ်နိုင်ငံလုံးရှိ စီးပွားရေးကဏ္ဍများကို ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှု၊ ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ကုန်သွယ်မှုဟူ၍ အပိုင်းကြီး (၃) ပိုင်းခွဲခြားထားသည်။ ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှု အပိုင်းတွင် လယ်ယာ၊ သားငါး၊ သစ်တော၊ စွမ်းအင်၊ သတ္တု၊ စက်မှုလက်မှု၊ လျှပ်စစ်ဓာတ်အားနှင့် ဆောက်လုပ်ရေးဟူ၍ ကဏ္ဍကြီး (၈) ခုပါဝင်ပြီး ဝန်ဆောင်မှုအပိုင်းတွင် ပို့ဆောင်ရေး၊ ဆက်သွယ်ရေး၊ ငွေရေးကြေးရေး၊ လူမှုရေးနှင့် စီမံခန့်ခွဲရေး၊ အိမ်ငှားခနှင့် အခြားဝန်ဆောင်မှု၊ ကုန်သွယ်ရေးဟူ၍ ကဏ္ဍ (၆) ခုပါဝင်သည်။

ကုန်သွယ်မှုကို သီးခြားအပိုင်းအနေဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ထို့ကြောင့် မြန်မာနိုင်ငံ၏ စီးပွားရေး အဆောက်အအုံတွင် စီးပွားရေးကဏ္ဍ (၁၄) ခု ပါဝင်သည်ကို တွေ့ရမည်။

ဇယား (၃-၂) တွင်ဖော်ပြချက်အရ မြန်မာနိုင်ငံ၏ GDP ကို ကုန်ထွက်နည်းပေါ် အခြေခံ၍ တွက်ချက်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ စီးပွားရေးကဏ္ဍအသီးသီးမှ ထုတ်လုပ်လိုက်သော ကုန်ထွက်တန်ဖိုးများမှ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး (လုပ်ငန်းချင်းအသုံးပြုမှု) ကို နုတ်ခြင်းဖြင့်ရရှိသော ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးများကို အသားတင် ထုတ်လုပ်မှုတန်ဖိုးဟူ၍ ခေါ်ဝေါ်သုံးစွဲထားသည်။ ၎င်းထုတ်လုပ်မှု တန်ဖိုးများကို စုပေါင်း၍ **'တစ်မျိုးသားလုံး၏ ပြည်တွင်းအသားတင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုး'** ဟူသော အမည်ဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ၎င်းသည် မြန်မာနိုင်ငံ၏ GDP ပင်ဖြစ်သည်။

ဇယား (၃-၂) တစ်မျိုးသားလုံး၏ ထုတ်လုပ်မှု၊ ဝန်ဆောင်မှု၊ စားသုံးမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတန်ဖိုး ကျပ်သန်းပေါင်း

အကြောင်းအရာ	၂၀၀၀-၀၁ ပုံသေဈေးနှုန်း		နှစ်အလိုက် ထုတ်လုပ်သူများ၏ ဈေးနှုန်း	
	၂၀၀၁-၂၀၀၂	၂၀၀၂-၂၀၀၃	၂၀၀၁-၂၀၀၂	၃၀၀၂-၂၀၀၃
၁။ ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှုတန်ဖိုး	**၁၈၈၉၆၅၂.၈**	**၂၀၉၀၈၇၆.၈**	**၂၄၀၀၅၃၀.၃**	**၃၇၉၉၀၂၈.၆**
၁။ လယ်ယာ	၁၃၄၆၀၃၀.၃	၁၄၀၉၀၄၁.၃	၁၇၄၀၁၇.၂	၂၇၁၇၆၂၅.၁
၂။ သားငါး	၂၂၆၈၀၁.၉	၂၅၈၆၁၉.၉	၂၆၇၀၆၈.၃	၃၂၈၈၈၆.၂
၃။ သစ်တော	၁၅၄၃၆.၀	၁၆၃၉၅.၂	၁၇၈၄၁.၉	၂၀၈၄၆.၃
၄။ စွမ်းအင်	၅၁၇၁.၄	၆၄၆၅.၉	၅၃၈၉.၇	၇၅၃၉.၅
၅။သတ္တုနှင့်တွင်းထွက် ပစ္စည်း	၁၀၆၀၀.၀	၁၄၀၃၃.၄	၁၁၉၄၃.၈	၁၇၆၂၃.၇
၆။ စက်မှုပစ္စည်း	၂၂၂၈၃၃.၇	၂၈၆၈၀၁.၅	၂၇၇၇၉၅.၆	၅၁၆၂၄၂.၇
၇။ လျှပ်စစ်စွမ်းအား	၃၁၇၆.၇	၃၈၇၈.၃	၃၂၀၂.၁	၄၆၅၄.၀
၈။ ဆောက်လုပ်မှု	၅၉၆၀၂.၈	၉၅၆၄၁.၃	၇၇၁၁.၇	၁၈၅၆၁.၁
၂။ ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုး	**၂၇၃၇၂.၈**	**၃၄၂၉၄.၄**	**၂၈၉၈၅.၁**	**၄၉၉၆၁၀.၇**
၁။ ပို့ဆောင်ရေး	၁၇၄၈၉.၉	၂၁၉၉၆.၈	၁၈၂၆၀.၉	၃၃၅၀၉၆.၇
၂။ ဆက်သွယ်ရေး	၉၂၀.၄	၁.၄.၆	၉၂၀.၄	၂.၃.၈
၃။ ငွေရေးကြေးရေး	၃.၂.၂	၄.၉.၀	၃.၂.၂	၄.၉.၀
၄။ လူမှုရေးနှင့် စီမံခန့်ခွဲရေး	၄.၆.၅	၅.၂.၆	၄.၆.၅	၅.၂.၆
၅။ အိမ်ငှားခနှင့် အခြားဝန်ဆောင်မှု	၄.၆.၄.၉	၄.၉.၅.၄	၅.၆.၂	၈.၆.၄.၆

၃။	ကုန်သွယ်မှုတန်ဖိုး	၆၇၈၉၃၂.၈	၇၅၁၂၉၄.၁	၈၅၈၀၈၂.၈	၁၃၂၆၆၁၅.၄
၄။	တစ်မျိုးသားလုံး၏ ပြည်တွင်း အသားတင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့်ဝန်ဆောင်မှု တန်ဖိုး (၁+၂+၃)	၂၈၄၂၃၁၄. ၄	၃၁၈၄၁၁၇. ၃	၃၅၄၄၃. ၂	၅၆၂၅၂၅၄. ၃
၅။	ပြည်ပသွင်းကုန်တန်ဖိုး (ဆိပ်ကမ်းရောက်တန်ဖိုး)	၁၆၇၂၃. ၃	၁၃၇၉၃. ၉	၁၈၃၇. ၃	၁၄၉၁၀. ၀
၆။	ပြည်ပပို့ကုန်တန်ဖိုး (သဘော်ဘတင်ဈေးနှုန်း)	၁၄၇၂၀. ၈	၁၇၇၅၁. ၅	၁၆၃၅. ၃	၁၉၉၅၅. ၀
၇။	ပြည်တွင်သုံးရန်လက်ကျန်	၂၈၄၄၃၁. ၃	၃၁၈၀၁၆၃. ၃	၃၅၅၀၄၉၉. ၆	၅၆၂၀၂၀၉. ၆
၈။	စားသုံးရန်လျာထားသည့် တန်ဖိုး	၂၅၁၇၆၆၄. ၄	၂၈၂၀၅၉၉. ၃	၃၁၄၉၉၂. ၃	၅၀၄၉၃၆၅. ၅
၉။	ငွေရင်းနှီးမြှုပ်နှံရန် လျာထားသည့်တန်ဖိုး	၃၂၈၃၀၂. ၃	၃၄၈၈၇၁. ၂	၄၁၃၁၈၁. ၉	၅၅၁၇၄၉. ၅
၁၀။	ကုန်ပစ္စည်းလက်ကျန် +/–	(–)၂၀၄၉.၈	(+)၁၀၆၉၂.၈	(–)၂၆၀၉.၆	(+)၁၉၀၉၄.၆

ဇယား။ ။ C.S.O,Statistical Year Book (2004)

ဇယား (၃-၂) အရ ၂၀၀၂-၂၀၀၃ ခုနှစ်တွင် မြန်မာနိုင်ငံ၏ GDP သည် ထုတ်လုပ်သူများ၏ နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်းအရ ကျပ်သန်းပေါင်း (၅၆၂၅၂၅၄. ၃) ရှိပြီး ၂၀၀၀-၀၁ ခုနှစ် ပုံသေဈေးနှုန်းများအရ ကျပ်သန်းပေါင်း (၃၁၈၄၁၁၇. ၃) ရှိသည်။

အခြားထူးခြားချက်တစ်ခုမှာ **တစ်မျိုးသားလုံး၏ ပြည်တွင်းအသားတင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှု တန်ဖိုး (GDP) တွင် သွင်းကုန်တန်ဖိုးများကိုပေါင်းပြီး ပို့ကုန်တန်ဖိုးများကိုနုတ်၍ 'ပြည်တွင်းသုံးရန်လက်ကျန်'** ဟုဖော်ပြထားခြင်းဖြစ်သည်။ အဆိုပါ ပြည်တွင်းသုံးရန်လက်ကျန်ကို စားသုံးမှုနှင့်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတို့တွင် ခွဲဝေသုံးစွဲသည်။ စားသုံးမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတန်ဖိုး နှစ်ရပ်ပေါင်းသည် ပြည်တွင်းသုံးရန် လက်ကျန်ထက်များပါက ကုန်ပစ္စည်း လက်ကျန်လျော့သွားပြီး ၎င်းကို အနုတ်လက္ခဏာဖြင့်ဖော်ပြသည်။ အပြန်အလှန်အားဖြင့် စားသုံးမှုနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု နှစ်ရပ်ပေါင်းသည် ပြည်တွင်းသုံးရန် လက်ကျန်ထက်နည်းပါက ကုန်ပစ္စည်းလက်ကျန်တိုးလာပြီး ၎င်းကို အပေါင်းလက္ခဏာဖြင့် ဖော်ပြသည်။ ၂၀၀၁-၀၂ နှင့် ၂၀၀၂-၀၃ ခုနှစ်များအတွက် ပြည်တွင်းသုံးရန် လက်ကျန်၊ စားသုံးမှု၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့် ကုန်ပစ္စည်းလက်ကျန် အတိုး၊ အလျော့များကို ဇယား (၃-၂) တွင် ဖော်ပြထားပါသည်။

၃-၇။ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေစာရင်းအင်းများအသုံးပြုပုံ

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများသည် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံ ပုံသဏ္ဌာန်ကို လေ့လာရာ၌ အသုံးဝင်သည်။

(၁) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများသည် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ထုတ်လုပ်မှုအဆောက်အအုံပုံသဏ္ဌာန်ကိုလေ့လာရာ၌ လွန်စွာအသုံးဝင်လှသည်။ ထုတ်လုပ်မှုအဆောက်အအုံပုံသဏ္ဌာန်ကို တိုင်းပြည်ရှိ စီးပွားရေးကဏ္ဍများ၏ ထုတ်လုပ်မှုတန်ဖိုး (ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး) များဖြင့် ဖော်ပြနိုင်သည်။ ထုတ်လုပ်မှုအဆောက်အအုံ ပုံသဏ္ဌာန်ကို လေ့လာခြင်းအားဖြင့်-

- တိုင်းပြည်အတွက် မည်သည့်ကဏ္ဍများက အရေးပါသည်ကိုလည်းကောင်း
- ထုတ်လုပ်မှုအဆောက်အအုံကြီး ဘက်ညီ၊ မညီကိုလည်းကောင်း
- စီးပွားရေးကဏ္ဍ တစ်ခုနှင့်တစ်ခု အပြန်အလှန် မှီခိုဆက်စပ်မှုကိုလည်းကောင်း
- ကဏ္ဍတစ်ခုချင်း၏ ထုတ်လုပ်မှုတန်ဖိုးကို ထိုကဏ္ဍရှိ လုပ်သားဦးရေနှင့် စားခြင်းဖြင့် ထိုကဏ္ဍရှိ လုပ်သား၏ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအားကိုလည်းကောင်း
- ၎င်းမှတစ်ဆင့် ထိုကဏ္ဍ၏ တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုအဆင့်အပြင် နည်းပညာဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အသစ်တိုးချဲ့ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုတို့အတွက် လိုအပ်ချက်ကိုလည်းကောင်း သိရှိနိုင်မည် ဖြစ်သည်။

(၂) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေစာရင်းအင်းများသည် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်က စားသုံးမှု၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု၊ ပို့ကုန်နှင့် သွင်းကုန်တို့အပေါ် ၎င်း၏ဝင်ငွေကို မည်သို့ခွဲဝေသုံးစွဲသည်ကို လေ့လာရန်အသုံးဝင်သည်။ ဤသို့ လေ့လာနိုင်ခြင်းဖြင့် ပေါ်လစီချမှတ်ရာတွင် အရေးပါလှသော လူတို့၏ စားသုံးမှုအဆင့်၊ အရင်းအနှီး တည်ဆောက်မှုနှုန်း၊ ပို့ကုန်နှင့်သွင်းကုန်တို့အပေါ် မှီခိုရမှု စသည်တို့ကို သိနိုင်ပေသည်။

(၃) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများသည် တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေး တိုးတက်မှုနှုန်းကို တွက်ချက်ရန် အသုံးဝင်သည်။ သို့ရာတွင် သတိပြုရမည့်အချက်မှာ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေသည် အမှန်တကယ် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် လူတို့၏ ကောင်းကျိုးချမ်းသာကို အပြည့်အဝ ဖော်ပြနိုင်ခြင်း မရှိဟူသော အချက်ဖြစ်သည်။ အချို့ဖြစ်ရပ်များ၌ ထုတ်လုပ်မှု တိုးတက်နှုန်းမြင့်မားလာခြင်းနှင့်အတူ သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ပျက်စီးခြင်း၊ လူမှုရေး အခြေအနေပျက်ပြားခြင်း စသည်တို့ကြောင့် လူသားတို့၏ကောင်းကျိုးချမ်းသာ ယုတ်လျော့သွားခြင်းမျိုး လည်း ရှိတတ်ပေသည်။

(၄) **လူတို့၏နေထိုင်မှုအဆင့်အတန်းကိုဖော်ပြရန် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို လူဦးရေဖြင့်စား၍ရသောတစ်ဦးကျဝင်ငွေ ကိုအသုံးပြုကြသည်။** ဤတွင် သတိပြုရမည့်အချက်မှာ တစ်ဦးကျဝင်ငွေသည် တိုင်းပြည်ရှိလူတိုင်း ဝင်ငွေအညီအမျှရကြသည်ဟူသော ယူဆချက်အပေါ် အခြေပြု၍ တွက်ချက်ထားသော သင်္ချာဆိုင်ရာ ပျမ်းမျှကိန်း တစ်ခုသာဖြစ်သည်။ အမှန်တကယ်အားဖြင့် လူနည်းစုက ဝင်ငွေအများစုကို ရယူပိုင်ဆိုင်ထားသော ဝင်ငွေခွဲဝေပုံ မညီမျှမှုရှိသည့် အခြေအနေ မျိုးလည်းရှိနိုင်သည်။ ဤအခြေအနေမျိုးတွင် တစ်ဦးကျ ဝင်ငွေသည် လူအများ၏နေထိုင်မှု အဆင့်အတန်း အမှန်အဆင့်ကို ဖော်ပြနိုင်စွမ်းရှိမည်

မဟုတ်ပေ။ ၎င်းအပြင် တစ်ဦးကျဝင်ငွေသည် လူသားကောင်းကျိုးချမ်းသာအတွက် အရေးပါသောအချက်များဖြစ်သည့် လူမှုရေးစည်းလုံး ညီညွတ်မှု၊ အားလပ်ခြိန် ရရှိခံစားနိုင်မှု၊ ငြိမ်းချမ်းသာယာမှု စသည်တို့ကို ဖော်ပြနိုင်စွမ်းမရှိပေ။

(၅) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေစာရင်းအင်းများကို တိုင်းပြည်တစ်ပြည်နှင့် တစ်ပြည် ဝင်ငွေအဆင့်ချင်း နှိုင်းယှဉ်ရာတွင် အသုံးပြုနိုင်သည်။ ဤသို့နှိုင်းယှဉ်ရာတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်ရာ၌ အသုံးပြုသည့်ဈေးနှုန်းများ မတူညီသည်ကို သတိပြုရန်လိုသည်။ အသုံးပြုသည့် ဈေးနှုန်း မတူညီခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာမည့် အကျိုးသက်ရောက်မှုများကို ဖယ်ရှားရန်၊ တူညီသော ဈေးနှုန်းများကို အသုံးပြုသင့်သည်။ တစ်ဖန် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်နှင့်တစ်ပြည် အသုံးပြုသော ငွေကြေးယူနစ်မတူညီသည့် ပြဿနာလည်းရှိသည်။ ဤပြဿနာကို ကျော်လွှားနိုင်ရန် နိုင်ငံတကာ ငွေပေးငွေယူမှုတွင် လက်ခံသုံးစွဲသည့် ငွေကြေးယူနစ် တစ်ခုခု (ဥပမာ-ဒေါ်လာ) သို့ ပြောင်းလဲတွက်ချက်ပြီးမှ နှိုင်းယှဉ်လေ့ရှိကြသည်။ ဤတွင်လည်း နိုင်ငံခြားငွေ လဲလှယ်နှုန်းနှင့်ပတ်သက် သောပြဿနာများစွာ ရှိပေသည်။ တိုင်းပြည်များအကြား လူဦးရေပမာဏ ကွာခြားမှုရှိနိုင်သောကြောင့် တစ်ဦးကျဝင်ငွေများကိုသာ နှိုင်းယှဉ်ရ ပေသည်။

တိုင်းပြည်ဝင်ငွေစာရင်းအင်းများကို လက်တွေ့အသုံးပြုရာတွင် အထက်ပါအတိုင်း အခက်အခဲများစွာ ရှိသောကြောင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများသည် လူတို့၏ ကောင်းကျိုးချမ်းသာကို အပြည့်အဝဖော်ပြနိုင်စွမ်းမရှိကြောင်း သတိမူသင့်ပေသည်။ သို့ရာတွင် မည်မျှပင်အကြမ်းဖျင်း ခန့်မှန်းထားသည်ဖြစ်စေ၊ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများသည် တိုင်းပြည်စီးပွားရေးစီမံကိန်းနှင့် မူဝါဒများချမှတ်ရာတွင် လည်းကောင်း၊ တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေးအခြေနေကို လေ့လာအကဲဖြတ်ရာတွင်လည်းကောင်း၊ အရေးပါသောသတင်း အချက်အလက်များကို ပေးနိုင်စွမ်းရှိပေသည်။

၃-၈။ နိဂုံး

ဤအခန်းတွင် ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံကို အခြေခံ၍ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြေခံသဘောနှင့် ရှုထောင့် (၃) သွယ်တို့ကို ဦးစွာတင်ပြခဲ့ပါသည်။ ထို့နောက် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ-တွက်ချက်မှုဆိုင်ရာ သဘောတရားများကိုလည်းကောင်း၊ တွက်ချက်မှုနည်းလမ်းများကို လည်းကောင်း၊ မြန်မာနိုင်ငံ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို လည်းကောင်း ရှင်းလင်းဖော်ပြခဲ့ပါသည်။ နောက်ဆုံးအပိုင်းအနေနှင့်မူ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများနှင့် ပတ်သက်၍ ထိုစာရင်းများက ဖော်ပြနေသည့် အချက်အလက်များနှင့် ထိုအချက်အလက်များအား အသုံးပြုနိုင်မှုတို့ကို ဖော်ပြခဲ့ပါသည်။

အနှစ်ချုပ်

(၁) ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုပုံစံသည် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြေခံသဘောတရားကို ကောင်းစွာဖော်ပြနိုင်စွမ်းရှိသည်။

(၂) အင်အားစုနှင့် ကုန်စည်၊ ဝန်ဆောင်မှုများ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုသည် ဝင်ငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုနှင့် ပြောင်းပြန်ဖြစ်နေသည်။

(၃) စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အိမ်ထောင်စုများဆီသို့ စီးဆင်းသွားသော ဝင်ငွေများသည် အိမ်ထောင်စုများ၏ အသုံးစရိတ်များအနေဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများဆီသို့ ပြန်၍လည်ပတ် စီးဆင်းခြင်းကို ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှု ဟုခေါ်သည်။

(၄) ဘက်ညီဝင်ငွေလည်ပတ် စီးဆင်းမှုဆိုသည်မှာ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှု ထုတ်လုပ်ခြင်းမှရသော ဝင်ငွေစုစုပေါင်းနှင့် ထိုကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတို့အပေါ် အသုံးပြုသော အသုံးစရိတ် စုစုပေါင်းတို့ ညီမျှနေခြင်းကိုဆိုလိုသည်။

(၅) ဘက်ညီဝင်ငွေလည်ပတ် စီးဆင်းမှုမရှိလျှင် စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် မတည်ငြိမ်မှုများ ဖြစ်ပေါ်မည်ဖြစ်သည်။

(၆) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆိုသည်မှာ ပြည်သူများ တစ်နှစ်အတွင်း ထုတ်လုပ်ခြင်းမှရရှိသော စုစုပေါင်းဝင်ငွေပင်ဖြစ်သည်ဟု အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုနိုင်သည်။

(၇) လွှဲပြောင်းပေးငွေများဆိုသည်မှာ ထုတ်လုပ်မှုမဟုတ်ဘဲ အခြားသူများထံမှရရှိသော ဝင်ငွေများဖြစ်သည်။

(၈) ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေများကိုသာ ဝင်ငွေအဖြစ်သတ်မှတ်ခြင်းကြောင့် လွှဲပြောင်းပေးငွေများကို တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွင် ထည့်တွက်လေ့မရှိသော်လည်း နိုင်ငံခြားသားများ၏ လွှဲပြောင်းပေးငွေများကိုမူ ထည့်တွက်ကြောင်းနှင့် ဤသို့သောဝင်ငွေများသည် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အလွန်သေးငယ်သောအစိတ်အပိုင်းမျှသာဖြစ်သည်။

(၉) ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် ဝင်ငွေနှင့်ထုတ်လုပ်မှုတို့ကို ထပ်တူထပ်မျှဖြစ်သည်ဟု သတ်မှတ်ယူဆထားသည်။

(၁၀) ကုန်ထွက်တန်ဖိုးဆိုသည်မှာ လုပ်ငန်းတစ်ခု၏ ထုတ်လုပ်မှုမှ ထွက်ပေါ်လာသော ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ တန်ဖိုးဖြစ်သည်။ ထိုတန်ဖိုးတွင် ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုး ပါဝင်နေသည်။

(၁၁) ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးဆိုသည်မှာ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးတွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသည့် ထုတ်လုပ်မှု၏ တန်ဖိုးဖြစ်သည်။ ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး (value-added) ဟုလည်းခေါ်သည်။

(၁၂) ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးဆိုသည်မှာ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးတွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသည့် ထုတ်လုပ်မှု၏တန်ဖိုးဖြစ်သည်။ ထုတ်ကုန်တန်ဖိုးနှင့် တူညီသည်။

(၁၃) နှစ်ထပ်ကွမ်းရေတွက်မှု ပြဿနာမရှိစေရန် စုစုပေါင်းဝင်ငွေကို ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးများဖြင့် တွက်ရသည်။

(၁၄) ကုန်ထွက်နှင့် ထုတ်ကုန်သဘောချင်းမတူဘဲ ထုတ်ကုန် = ဝင်ငွေ = အသုံးစရိတ် ဖြစ်သည်။

(၁၅) စုစုပေါင်းပြည်တွင်းထုတ်ကုန် ဟုဆိုရာ၌ နိုင်ငံသား/နိုင်ငံခြားသားဟူ၍ မခွဲခြားဘဲ နိုင်ငံ၏ နယ်နိမိတ်အတွင်း ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေဟူသရွေ့ကို ဆိုလိုသည်။

(၁၆) စုစုပေါင်းတိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် ဟုဆိုရာ၌ နိုင်ငံသားများထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေများကိုသာ ဆိုလိုသည်။ ထိုဝင်ငွေတွင် ပြည်တွင်းမှ နိုင်ငံသားများ ရရှိသောဝင်ငွေများအပြင် ပြည်ပမှ မိမိနိုင်ငံ သားများရရှိသော ဝင်ငွေများလည်း ပါဝင်သည်။

(၁၇) ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် နိုင်ငံခြားသို့ပေးရသော ဝင်ငွေများနှင့် ကုန်ထုတ် အင်အားစုများ အတွက် နိုင်ငံခြားမှရရှိသော ဝင်ငွေများ၏ ခြားနားခြင်းကို နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသော ဝင်ငွေဟုခေါ်သည်။

(၁၈) GDP နှင့် GNP တို့သည် နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသော ဝင်ငွေအပေါ်မူတည်၍ ခြားနားမှု ရှိသည်။

(၁၉) ယခုအခါ နိုင်ငံများ၏ စီးပွားရေးအတိုင်းအတာ၊ ပမာဏနှင့် တိုးတက်မှုကို ဖော်ပြနိုင်းယှဉ်ရာ၌ GDP ကိုသာ အများအားဖြင့် အသုံးပြုလေ့ရှိသည်။

(၂၀) ယေဘုယျအားဖြင့်'အသားတင်' ဆိုသည်မှာ မူလတန်ဖိုးမှ တစ်စုံတစ်ရာနုတ်ပြီးသော ရလဒ်ကို ဆိုလိုသည်။

(၂၁) အသားတင်ဝင်ငွေဆိုသည်မှာ စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှ အရင်းအနှီးပစ္စည်း ကိရိယာများ ယိုယွင်းပျက်စီးမှု အတွက် ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး နုတ်ပြီးသော ဝင်ငွေကိုဆိုလိုသည်။ စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှာမူ ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး မနုတ်ရသေးသော ဝင်ငွေဖြစ်သည်။

(၂၂) စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှာမူ ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး မနုတ်ရသေးသော ဝင်ငွေဖြစ်သည်။

(၂၃) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆန်းစစ်မှုတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဟုဆိုရာ၌ အမှန်မှာ အသားတင် တိုင်းပြည်ထုတ်ကုန် ကိုဆိုလိုသည်။

(၂၄) အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်းဆိုသည်မှာ ထုတ်လုပ်သူများ ရရှိသောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ စျေးနှုန်းဖြစ်သည်။ အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်းများကို ထုတ်လုပ်သူများ၏ စျေးနှုန်းများဟူ၍လည်း ခေါ်သည်။

(၂၅) စျေးကွက်ပေါက်စျေးဆိုသည်မှာ စျေးကွက်အတွင်း ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ဝယ်ယူသုံးစွဲသည့် အခါ စားသုံးသူများက ပေးရသော စျေးနှုန်းဖြစ်သည်။

(၂၆) အင်အားစုအခင်ငွေစျေးနှုန်းနှင့် စျေးကွက်ပေါက်စျေးတို့သည် သွယ်ဝိုက်ခွန်နှင့် ထောက်ပံ့ကြေးတို့ အပေါ်မူတည်၍ ခြားနားမှုရှိမည်။

(၂၇) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေတွက်ချက်ရာ၌ အသုံးစရိတ်များ၏တန်ဖိုးကို သိလိုသောအခါတွင် ဈေးကွက်ပေါက်ဈေး သဘောကို အသုံးပြုရမည်။ ထုတ်လုပ်သူများ အမှန်တကယ်ရရှိသော ဝင်ငွေများကို သိလိုသောအခါ တွင်မူ အင်အားစု အခင်ငွေဈေးနှုန်းသဘောကို အသုံးပြုရပေမည်။

(၂၈) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်မှုတွင် နှစ်တစ်နှစ်ကို အခြေခံနှစ်အဖြစ်သတ်မှတ်ပြီး ထိုနှစ်၏ဈေးနှုန်း များဖြင့် နှစ်အသီးသီး၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ သို့မဟုတ် (GDP) များကို တွက်ချက်ဖော်ပြနိုင်သည်။ ထိုအခြေခံနှစ်၏ ဈေးနှုန်းကို ပုံသေဈေးနှုန်းဟုခေါ်သည်။

(၂၉) ပုံသေဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်သော တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို အမှန်ဝင်ငွေဟူ၍လည်း ခေါ်ဝေါ်လေ့ ရှိသည်။

(၃၀) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်မှုတွင် သက်ဆိုင်ရာနှစ်၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ သို့မဟုတ် (GDP) ကို အဆို ပါနှစ်တွင်တည်ရှိနေသော ဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်နိုင်သည်။ ထိုနှစ်အသီးသီး ရှိဈေးနှုန်းများကို နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်းများ ဟုခေါ်သည်။

(၃၁) နှစ်အလိုက် ဈေးနှုန်းများဖြင့် တွက်ချက်သောတိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို ငွေကြေးဝင်ငွေ သို့မဟုတ် အမည်ခံ ဝင်ငွေ ဟူ၍လည်းခေါ်ဝေါ်သည်။

(၃၂) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်နည်း (၃) နည်းရှိသည်။ ယင်းတို့မှာ ကုန်ထွက်နည်း၊ ဝင်ငွေနည်းနှင့် အသုံးစရိတ်နည်းတို့ဖြစ်သည်။

(၃၃) ကုန်ထွက်ဟုဆိုရာ၌ ကုန်စည်ထုတ်လုပ်မှုသာမကဘဲ ဝန်ဆောင်မှုများပါ ပါဝင်ကြောင်း သတိပြုရန် လိုသည်။

(၃၄) ဝင်ငွေနည်းဆိုသည်မှာ ကုန်ထုတ်အင်အားစုများအတွက် တစ်နှစ်အတွင်း ရရှိသောဝင်ငွေများကို စုပေါင်းထားခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

(၃၅) လက်တွေ့၌ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများ၏ဝင်ငွေကို အတိအကျသိရှိရန် ခက်ခဲသဖြင့် ဝင်ငွေနည်းနှင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေကို တွက်ချက်ရန် အခက်အခဲများစွာရှိပေသည်။

(၃၆) အသုံးစရိတ်နည်းဆိုသည်မှာ အိမ်ထောင်စုများနှင့် အစိုးရတို့၏ နောက်ဆုံးသုံးကုန်များ အပေါ်တွင် အသုံးပြုသည့် အသုံးစရိတ်စုစုပေါင်းကို တွက်ချက်သည့် နည်းဖြစ်သည်။

(၃၇) ကုန်ထွက်နည်း၊ ဝင်ငွေနည်း၊ အသုံးစရိတ်နည်း မည်သည့်နည်းဖြင့် တွက်ချက်သည်ဖြစ်စေ သဘော တရားအရ တူညီသောအဖြေသာရရှိမည် ဖြစ်သော်လည်း လက်တွေ့တွင်အနည်းငယ် ကွဲလွဲမှု ရှိတတ်သည်။

(၃၈) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ ကိန်းဂဏန်းများသည် စီးပွားရေးစီမံကိန်းနှင့် မူဝါဒချမှတ်ရာတွင် လည်းကောင်း၊ တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေးအခြေအနေကို လေ့လာသုံးသပ် အကဲဖြတ်ရာတွင်လည်းကောင်း လွန်စွာ အသုံးဝင်လှပေသည်။

(၇၉) ကုန်သွယ်မှုကို သီးခြားအပိုင်းအနေဖြင့် ဖော်ပြထားသည်။ ထို့ကြောင့် မြန်မာနိုင်ငံ၏စီးပွားရေး အဆောက်အအုံတွင် စီးပွားရေးကဏ္ဍ (၁၄) ခု ပါဝင်သည်။

(၄၀) မြန်မာနိုင်ငံ၏ GDP ကို ကုန်ထွက်နည်းပေါ် အခြေခံ၍ တွက်ချက်ထားခြင်းဖြစ်သည်။

(၄၁) တစ်မျိုးသားလုံး၏ ပြည်တွင်းအသားတင်ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးသည် မြန်မာနိုင်ငံ၏ GDP ပင်ဖြစ်သည်။

(၄၂) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေစာရင်းအင်းများသည် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံ ပုံသဏ္ဌာန်ကို လေ့လာရာ၌ အသုံးဝင်သည်။

(၄၃) တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများသည် လူတို့၏ ကောင်းကျိုးချမ်းသာကို အပြည့်အဝဖော်ပြနိုင်စွမ်း မရှိသော်လည်း တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးစီမံကိန်း နှင့်မူဝါဒများချမှတ်ရာတွင်လည်းကောင်း၊ စီးပွားရေး အခြေအနေကို လေ့လာအကဲဖြတ်ရာတွင်လည်းကောင်း အရေးပါသော သတင်းအချက်အလက်များကို ပေးနိုင်စွမ်းရှိသည်။

ဝေါဟာရများ

- ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှု	- ဈေးကွက်ပေါက်ဈေး
- ဘက်ညီဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှု	- ပုံသေဈေးနှုန်း
- တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ	- နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်း
- လွှဲပြောင်းပေးငွေများ	- အမှန်ဝင်ငွေ
- ကုန်ထွက်တန်ဖိုး	- ငွေကြေးဝင်ငွေ (သို့မဟုတ်)
- ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး	အမည်ခံဝင်ငွေ
- ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုး	- ကုန်ထွက်နည်း
- စုစုပေါင်းပြည်တွင်းထုတ်ကုန်	- ဝင်ငွေနည်း
- စုစုပေါင်းတိုင်းပြည်ထုတ်ကုန်	- အသုံးစရိတ်နည်း
- နိုင်ငံခြားသို့အသားတင်ပေးရသောဝင်ငွေ	- လုပ်သား၏ ထုတ်လုပ်မှုစွမ်းအား
- အသားတင်ဝင်ငွေ	- တစ်ဦးကျဝင်ငွေ
- အင်အားစုအခကြေးဈေးနှုန်း	- ပြည်တွင်းသုံးရန်လက်ကျန်

လေ့ကျင့်စန်းများ

(က) မှား/မှန်မေးခွန်း

၁။ အင်အားစုများနှင့် ကုန်စည်ဝန်ဆောင်မှုများ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုသည် ဝင်ငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ လည်ပတ်စီးဆင်းမှုနှင့် ထပ်တူညီသည်။

၂။ ကုန်ကြမ်းတန်ဖိုးတွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသည့် ထုတ်လုပ်မှု၏တန်ဖိုးကို ထုတ်ကုန်တန်ဖိုး ဟုခေါ်သည်။

၃။ နိုင်ငံ၏ နယ်နိမိတ်အတွင်း ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေနှင့် နိုင်ငံသားများ ထုတ်လုပ်မှုမှရရှိသော ဝင်ငွေမှာ အတူတူပင်ဖြစ်သည်။

၄။ ထုတ်လုပ်သူများ ရရှိသောဈေးနှုန်းနှင့် စားသုံးသူများပေးရသော ဈေးနှုန်းတို့သည် အစဉ်အမြဲ မတူညီနိုင်ပေ။

၅။ နှစ်ထပ်ကွမ်း ရေတွက်မှုမရှိစေရန် ကုန်ထွက်တန်ဖိုးကိုသာ GDP တွက်ရာတွင် အသုံးပြုရသည်။

(ခ) ကွက်လပ်ဖြည့်မေးခွန်း

၁။ ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုထုတ်လုပ်ခြင်းမှ ရရှိသော ဝင်ငွေစုစုပေါင်းနှင့် ထိုကုန်စည် နှင့်ဝန်ဆောင်မှုတို့အပေါ် အသုံးပြုလိုက်သော အသုံးစရိတ်စုစုပေါင်းတို့ ညီမျှနေခြင်းကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

၂။ ထုတ်လုပ်မှုမှမဟုတ်ဘဲ အခြားသူများထံမှ ရရှိသော ဝင်ငွေသည် ---------- ဖြစ်သည်။

၃။ စုစုပေါင်းဝင်ငွေမှ အရင်းအနှီးပစ္စည်းကိရိယာများ ယိုယွင်းပျက်စီးမှုအတွက် ---------- ---- ကန်ဖိုးနုတ်ပြီးသောဝင်ငွေသည် အသားတင် ဝင်ငွေပင်ဖြစ်သည်။

၄။ မတူညီသောနှစ်များ၏ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေများကို နှိုင်းယှဉ်လိုသည့်အခါတွင် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ ---------- သဘောကို အသုံးပြုရပေသည်။

၅။ လူတို့၏ နေထိုင်မှုအဆင့်အတန်းကို ဖော်ပြရန် ---------- ကို အသုံးပြုကြသည်။

(ဂ) ရွေးချယ်မှုမေးခွန်း

၁။ နောက်ဆုံးအသုံးပြုသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးစုစုပေါင်းသည် (က) GNP (ခ) GDP (ဂ) NNP ဖြစ်သည်။

၂။ ထုတ်လုပ်သူများ အမှန်တကယ်ရရှိသော ဝင်ငွေများကို သိလိုသောအခါတွင် (က) အင်အားစုအခင်ငွေ (ခ) ဈေးကွက်ပေါက်ဈေး (ဂ) ပုံသေဈေးနှုန်း ကိုအသုံးပြုရသည်။

၃။ ပြန်းတီးမှုတန်ဖိုး မနှုတ်ရသေးသော ဝင်ငွေသည် (က) အသားတင်ဝင်ငွေ (ခ) စုစုပေါင်းဝင်ငွေ (ဂ) အမှန်ဝင်ငွေဖြစ်သည်။

၄။ NIPA ၏တန်ဖိုးသည် အနှုတ်လက္ခဏာရှိနေပါက GNP ၏တန်ဖိုးသည် GDP ၏ တန်ဖိုးထက် (က) များမည် (ခ) နည်းမည် (ဂ) အတူတူ ဖြစ်မည်။

၅။ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံ တည်ငြိမ်မှုရှိစေရန် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုထုတ်လုပ်ခြင်းမှရသော စုစုပေါင်းဝင်ငွေသည် ထိုကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတို့အပေါ် အသုံးစရိတ် စုစုပေါင်းထက် (က) မြင့်ရမည် (ခ) နိမ့်ရမည် (ဂ) ဘက်ညီရမည်။

(ဃ) မေးခွန်းများ

၁။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ နှစ်တစ်နှစ်အတွက် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆိုင်ရာ ကိန်းဂဏန်းများမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

<u>အကြောင်းအရာ</u>	<u>(ကျပ်သန်းပေါင်း)</u>
ပုဂ္ဂလိကစားသုံးမှု	၄၈၆၂
ကုန်စည် -၂၀၂၉	
ဝန်ဆောင်မှု-၂၈၃၃	
ပုဂ္ဂလိကစုစုပေါင်းရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု	၁၀၆၆
အရင်းအနှီးကုန်စည် -၁၀၂၉	
ကုန်လက်ကျန် - ၃၇	
အသားတင်ပို့ကုန်	- ၉၅
ပို့ကုန် ၈၀၇	
သွင်းကုန် ၉၀၂	
အစိုးရအသုံးစရိတ်	၁၃၅၈

အဆိုပါနိုင်ငံ၏ GDP ကိုရှာပါ။

(၂) နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ နှစ်တစ်နှစ်အတွက် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆိုင်ရာ ကိန်းဂဏန်းများမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

<u>အကြောင်းအရာ</u>	<u>(ကျပ်သန်းပေါင်း)</u>
လုပ်ခလစာ	၄၂၂၃
ငှားရမ်းခ	၁၂၂
အတိုးဝင်ငွေ	၄၀၄
ပုဂ္ဂလိကလုပ်ငန်းများ၏ဝင်ငွေ	၄၇၈
ကော်ပိုရေးရှင်းများ၏အမြတ်	၅၈၇

သွယ်ဝိုက်ခွန်များ	၅၉၆
ပြုန်းတီးမှုတန်ဖိုး	၈၄၄

အဆိုပါနိုင်ငံ၏ GDP ကိုရှာပါ။

(၃) နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ နှစ်တစ်နှစ်အတွက် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေဆိုင်ရာ ကိန်းဂဏန်းများမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

<u>အကြောင်းအရာ</u>	<u>(ကျပ်သန်းပေါင်း)</u>
ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်မှုတန်ဖိုးစုစုပေါင်း	၈၀၅၀၀
ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးစုစုပေါင်း	၅၃၂၀
ကုန်သွယ်မှုတန်ဖိုးစုစုပေါင်း	၁၅၃၀၀
နိုင်ငံခြားသို့ အသားတင်ပေးရသော ဝင်ငွေ	၃၉၀၀
ပြုန်းတီးမှုတန်ဖိုး	၅၂၀၀

အဆိုပါနိုင်ငံ၏ GDP, GNP နှင့် NNP တို့ကိုရှာပါ။

၄။ ဝင်ငွေလည်ပတ် စီးဆင်းမှုဆိုသည်မှာ အဘယ်နည်း။

၅။ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ၏ အခြေခံသဘောကို ရှင်းလင်းဖော်ပြပါ။

၆။ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေအား ရှုထောင့် (၃) သွယ်မှ ရှုမြင်နိုင်ခြင်းဆိုသည်ကို ရှင်းလင်းဖော်ပြပါ။

၇။ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ စာရင်းအင်းများက ဖော်ပြနေသည့် အချက်အလက်များနှင့် ယင်းတို့အားအသုံးပြုပုံကို ဖော်ပြပါ။

၈။ တိုင်းပြည်ဝင်ငွေ တွက်ချက်မှုဆိုင်ရာ သဘောတရားများအနက် အောက်ပါတို့အကြောင်း မှတ်စုရေးပါ။

(က) ပြည်တွင်းနှင့်တိုင်းပြည်သဘော

(ခ) ကုန်ထွက်နှင့်ထုတ်ကုန်သဘော

(ဂ) စုစုပေါင်းနှင့် အသားတင်သဘော

(ဃ) အင်အားစုအခင်ငွေဈေးနှုန်းနှင့် ဈေးကွက်ပေါက်ဈေးသဘော

(င) ပုံသေဈေးနှုန်းနှင့် နှစ်အလိုက်ဈေးနှုန်းသဘော

အခန်း(၄)
ငွေကြေးနှင့်ဘဏ်လုပ်ငန်း
(Money and Banking)

၄-၁။ နိဒါန်း

ငွေကြေးနှင့်ဘဏ်လုပ်ငန်းသည် ခေတ်သစ်စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် အရေးကြီးသော အခန်းကဏ္ဍမှပါဝင်သည်။ ခေတ်သစ်စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် စီးပွားရေး လုပ်ဆောင်ချက်များကို လွယ်ကူစွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ပြီး စီးပွားရေးစနစ် ချောမွေ့စွာလည်ပတ်နိုင်ရန်အတွက် ငွေကြေးလိုအပ်သည်။ ငွေကြေးနှင့် ပတ်သက်သည့်ငွေကြေးဖေါင်းပွမှု ငွေကြေးပမာဏ၊ ဈေးနှုန်း၊ အတိုးနှုန်း၊ အတိုးဝင်ငွေစသည့် အကြောင်းအရာများသည်လည်း နေ့စဉ်ကြားသိနေရသည့် အကြောင်းအရာများဖြစ်သည်။ ငွေကြေးနှင့်ဘဏ်များသည်လည်း ဒွန်တွဲဆက်စပ်နေသဖြင့် ဤအခန်းတွင် ငွေကြေး၊ ဘဏ်လုပ်ငန်းတို့နှင့် ပတ်သက်သော အခြေခံအကြောင်းအရာများကို တင်ပြသွားမည်။ ထိုအပြင် စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် ငွေကြေး၏အခန်းကဏ္ဍ အရေးပါပုံကို တင်ပြသွားမည်။

၄-၂။ ငွေကြေးအဓိပ္ပာယ်
Definition of Money

ငွေကြေးသည် ဖလှယ်မှုပြုလုပ်ရာတွင် ဖလှယ်ရေးကိရိယာ (medium of exchange) နှင့် တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာ (standard of value) အဖြစ်လူအများက လက်ခံသုံးစွဲသည့် မည်သည့်အရာကိုမဆို ခေါ်ဆိုသည်။ လူတို့၏ဆန္ဒများကို ဖြည့်စွမ်းပေးနိုင်သည့် မည်သည့် အရာတွင်မဆိုရှားပါးမှု (scarcity) နှင့် အသုံးဝင်မှု (utility) ရှိသည်။ ရှားပါးမှုနှင့် အသုံးဝင်မှုရှိသည့် မည်သည့်အရာတွင်မဆို တန်ဖိုးရှိသည်။ တန်ဖိုးရှိသည့် မည်သည့်အရာကိုမဆို ငွေကြေးဟုခေါ်ဆိုနိုင်သည်။ ထိုကြောင့် လူသမိုင်းစဉ်တစ်လျှောက်၌ အရာဝတ္ထုအမျိုးမျိုးကို ဖလှယ်ရေးကိရိယာနှင့် တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာအဖြစ် လူအများက လက်ခံအသုံးပြုကြသည်။

ငွေရေးကြေးရေးနှင့်သက်ဆိုင်သည့် စာချုပ်စာတမ်းများ (financial assets) ကိုလည်း ဖလှယ်ရေးကိရိယာနှင့် တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာအဖြစ် လူအများက လက်ခံသုံးစွဲကြသဖြင့် ဘဏ်ငွေ (bank money) နှင့် ဘဏ်အပ်ငွေ (bank deposit) များကိုလည်းငွေကြေးဟုသတ်မှတ် သုံးစွဲကြသည်။ ဘဏ်အပ်ငွေတို့သည် လက်တလောအခြေအနေတွင်ငွေကြေးမဟုတ်သော်လည်း အချိန်စေ့လျှင် ငွေကြေးဖြစ်လာသောကြောင့် ၎င်းတို့ကိုငွေကြေးဟု သတ်မှတ်သုံးစွဲကြခြင်း ဖြစ်သည်။

ဖလှယ်ရေးကိရိယာနှင့် တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ချက်များသည် ငွေကြေး၏ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်များ ဖြစ်သည်။ ၎င်းအပြင်တန်ဖိုးသိုလှောင်ပေးသောအရာ အဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် အနာဂတ်ပေးချေမှုစံအဖြစ်လည်း ဆောင်ရွက်ပေးပါသည်။ သို့ဖြစ်၍ ငွေကြေးဆိုသည်မှာ ဖလှယ်ရေးကရိယာ

အဖြစ်လည်းကောင်း၊ တန်ဖိုးတိုင်းသည့် ကိရိယာ အဖြစ်လည်းကောင်း၊ တန်ဖိုးသိုလှောင်ပေးသောအရာ အဖြစ်လည်းကောင်း၊ အနာဂတ် ပေးချေမှုစံအဖြစ် လည်းကောင်း ဆောင်ရွက်ပေးသည့်အရာဖြစ်သည်။

၄-၃။ ငွေကြေးပေါ်ပေါက်လာပုံ

Origins of Money

လူတို့သည် အရာဝတ္ထုအမျိုးမျိုးကို ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုခဲ့ကြသည်။ ယင်းတို့မှာ ကျောက်စရစ်ခဲ၊ မျိုးစေ့၊ ပင်လယ်ခရုခွံ၊ ကျွဲ၊ နွားစသည့်တိရစ္ဆာန်များ၊ သီးနှံ၊ ဆား၊ သားမွေး၊ သားရေ၊ ရွှေစင်ငွေစများ၊ ရွှေငွေ သတ္တုဒဂ်းများ ဘဏ်ငွေစက္ကူနှင့် ဘဏ်အပ်ငွေ စသည်တို့ ပါဝင်သည်။ ၎င်းတို့ကိုအသုံးပြုရသည့် အရင်းခံ အကြောင်းမှာ အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ ငွေကြေးသည် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ထိရောက်စွာဖလှယ်နိုင်ရန် လိုအပ်ချက်ကြောင့် စတင်ပေါ်ပေါက်ခဲ့ရခြင်းဖြစ်သည်။ ရှေးအခါကကုန်ပစ္စည်းများကို ဖလှယ်မှုပြုရာတွင် ကုန်စည်ချင်း တိုက်ရိုက်ဖလှယ်သည့်စနစ် (barter system) ကိုအသုံးပြုခဲ့ကြသည်။

ဤစနစ်ဖြင့် ဖလှယ်မှုပြုခြင်းသည် လဲလှယ်မှုကိုခက်ခဲနှောင့်နှေးစေသည်။ အဓိကပြဿနာမှာ တစ်ဦးကဖလှယ်လိုသောပစ္စည်းသည် အခြားတစ်ဦးက ရယူလိုသောပစ္စည်း ဖြစ်ရန်လိုသည်။ ဥပမာ - ကုန်စည် A ကို ကုန်စည် B နှင့် ဖလှယ်လိုသူတစ်ဦးသည် B ကို A နှင့် ဖလှယ်လိုသော အခြားတစ်ဦးကို တွေ့အောင် ရှာရန်လိုအပ်လာသည်။ အကယ်၍ M ဟူသောပစ္စည်းကို လူတိုင်းက လိုလားပါက ထိုပစ္စည်းကိုကြားခံ ဖလှယ်ရေးကရိယာအဖြစ် အသုံးပြုလျှင် ဖလှယ်မှုပိုမိုလွယ်ကူသည်ကို တွေ့ရှိလာသည်။ ထို့ကြောင့် လူတစ်ဦး သည် A နှင့် B ကို ဖလှယ်လိုပါက ပထမဦးစွာ A ကို M နှင့်ဖလှယ်ယူပြီး ရရှိသော M ဖြင့် B ကိုတစ်ဖန် ဖလှယ်ရယူနိုင်မည် ဖြစ်သည်။ ၎င်းနည်းလမ်းသည် ကြားခံဖလှယ်ရေးကိရိယာတစ်ခုကို အသုံးပြု၍ ဖလှယ်ခြင်း ဖြစ်သည်။ ထိုသို့ ကြားခံဖလှယ်ရေးကရိယာတစ်ခုကို အသုံးပြု၍လဲလှယ်ခြင်းကို သွယ်ဝိုက်ဖလှယ်ခြင်းဟု ခေါ်သည်။

ရှေးအခါက ငွေကြေးအဖြစ်အသုံးပြုခဲ့သော ပစ္စည်းများမှာ လူတို့အတွက် အသုံးဝင်သော ပစ္စည်းများ ဖြစ်ခဲ့သည်။ ၎င်းတို့မှာ ကျွဲ၊ နွားစသည့်တိရစ္ဆာန်များ၊ သီးနှံအမျိုးမျိုး၊ ဆားကဲ့သို့သော ပစ္စည်းများဖြစ်သည်။ ၎င်းပစ္စည်းများမှာ အချိန်ကြာမြင့်စွာသိမ်းဆည်းမထားနိုင်ခြင်း၊ သယ်ယူရန်ခက်ခဲခြင်းနှင့် အရည်အသွေး သတ်မှတ်ထားသော စံမရှိခြင်း စသည့်အခက်အခဲများရှိခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် လူတို့သည်ရွှေ၊ ငွေကဲ့သို့သော သတ္တုများကို ငွေကြေးအဖြစ်ပြောင်းလဲ အသုံးပြုခဲ့ကြသည်။ ပထမပိုင်းတွင် ရွှေစင်ငွေစများကိုအသုံးပြုခဲ့ သော်လည်း ဖလှယ်မှုပြုတိုင်းချိန်တွယ်ရခြင်း၊ ရွှေငွေစစ် မစစ်အကဲဖြတ် မှတ်ကျောက်တင်ရခြင်းစသည့် အခက် အခဲများနှင့် ကြုံတွေ့လာရပြန်သည်။ ထို့ကြောင့်နောက်ပိုင်းတွင် အစိုးရက ပုံသေအရည်အသွေးတံဆိပ် ခတ်နှိပ်ထားသော ရွှေ၊ ငွေဒဂ်းများကို ကျယ်ပြန့်စွာအသုံးပြုလာသည်။ နောက်ပိုင်းတွင်ဂင်းရွှေ၊ ငွေဒဂ်းများ နေရာ၌ ငွေစက္ကူများကို အစားထိုးလာခဲ့သည်။

ငွေစက္ကူသည်ရွှေငွေပိုင်ဆိုင်မှု လက်မှတ်များမှ အစပြုခဲ့သည်။ ၎င်းလက်မှတ်များကို ရွှေပန်းတိမ်

သည်များကရွှေ၊ ငွေအပ်နှံလာသူများသို့ စတင်ထုတ်ပေးခဲ့သည်။ ထိုလက်မှတ်ပိုင်ရှင်သည် လက်မှတ်ပေါ်တွင် ဖော်ပြထားသော ရွှေ၊ ငွေပမာဏကို ပန်းတိမ်သည်များထံတွင် တောင်းခံနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့်ထိုလက်မှတ်သည် ရွှေ၊ ငွေကဲ့သို့ပင် အသုံးပြုရာတွင် ကောင်းမွန်မှုရှိသည့်အပြင် သယ်ယူရန်နှင့်သိမ်းဆည်းရန် ပို၍လွယ်ကူသဖြင့် ၎င်းလက်မှတ်များကို ငွေကြေးအဖြစ် စတင်အသုံးပြုခဲ့ကြသည်။

နောက်ပိုင်းတွင် ၎င်းလက်မှတ်များကို အခွင့်အာဏာရရှိထားသောဘဏ်နှင့် ငွေကြေးအဖွဲ့အစည်းများကသာထုတ်ဝေပြီး ယခုခေတ်တွင်ဘဏ်ငွေစက္ကူ (bank notes) ဟုခေါ်သော ငွေစက္ကူ များဖြစ်လာသည်။ ယနေ့သုံး ဘဏ်ငွေစက္ကူများကိုရွှေ၊ ငွေဖြင့်လဲလှယ်၍မရနိုင်တော့ပေ။ သို့သော် လူတိုင်းကငွေကြေးအဖြစ် လက်ခံသောကြောင့် ၎င်းတို့ကိုလူအများကအလွယ်တကူပင် လက်ခံသုံးစွဲကြပေသည်။

ယနေ့ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုနေသော ဘဏ်ငွေစက္ကူကို အစိုးရကနိုင်ငံ၏ တရားဝင် အသိအမှတ်ပြုထားသော ငွေကြေး (legal tender) ဟုခေါ်သည်။ လူတစ်ဦးသည် ငွေစက္ကူများကို ဘဏ်တွင်အပ်နှံထားပြီး ငွေပေးချေမှုများအတွက် ချက်လက်မှတ် (cheque) ရေးသားအသုံးပြုခြင်းအားဖြင့် ဘဏ်အပ်ငွေကို လိုအပ်သည့်အခါ အသုံးပြုနိုင်သည်။ **ချက်လက်မှတ်ဆိုသည်မှာ ချက်လက်မှတ်ပေါ်တွင် ရေးသားဖော်ပြထားသော ငွေပမာဏကို လက်ခံရရှိမည့်သူသို့ ဘဏ်ကထုတ်ပေးနိုင်ရန်အတွက် ရေးသားထားသော ညွှန်ကြားချက် တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။** သို့ဖြစ်၍ ငွေပေးချေမှုများပြုလုပ်သည့်အခါ ဘဏ်ငွေစက္ကူအစား ချက်လက်မှတ်ကို ပြောင်းလဲအသုံးပြုနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် ဘဏ်အပ်ငွေသည် ဘဏ်ငွေစက္ကူကဲ့သို့ပင် အသုံးပြုရာတွင် ကောင်းမွန်သောကြောင့် ၎င်းကိုငွေကြေးအဖြစ် မှတ်ယူသုံးစွဲ နိုင်ကြသည်။

၄-၄။ ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ
Functions of Money

ငွေကြေးသည် ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဆောင်ရွက်ပေးသည့် မည်သည့်အရာကိုမဆို ခေါ်ဆိုသည်။ ထိုကြောင့် ငွေကြေး၏လုပ်ဆောင်ချက်များကို လေ့လာရန်လိုသည်။ ငွေကြေး၏အဓိက လုပ်ဆောင်ချက်များမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

(၁) ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း
(Functions as a Medium of Exchange)

(၂) တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာ (သို့) ငွေစာရင်းတွက်သည့်ယူနစ်အဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း
(Functions as a Standard of Value/ Unit of Account)

(၃) တန်ဖိုးသိုလှောင်ပေးသည့်ကိရိယာအဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း
(Functions as a Store of Value)

(၄) အနာဂတ်ပေးချေမှုစံအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း
Functions as a Standard for Deferred Payments)

(၁) ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း။ ။အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သည့်အတိုင်း ကုန်စည်ချင်းတိုက်ရိုက်ဖလှယ်မှုစနစ်၏ အခက်အခဲများကို ကျော်လွှားနိုင်ရေးအတွက် ကြားခံဖလှယ်ရေး ကိရိယာအဖြစ် ငွေကြေးကိုစတင်သုံးစွဲခဲ့သည်။ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ပထမဦးစွာ ငွေကြေးနှင့်ဖလှယ်ပြီးနောက် ၎င်းငွေကြေးဖြင့် အခြားကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို လဲလှယ်ရယူကြသည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေးသည် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများဖလှယ်ရာတွင် ကြားခံကိရိယာတစ်ခု (an intermediary) အဖြစ်ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ဤသို့ ငွေကြေးကလုပ်ဆောင်ပေးခြင်းကြောင့် လဲလှယ်မှုကို ပိုမိုချောမွေ့လွယ်ကူစေပြီး လူတို့၏ဇောက်ချလုပ်ကိုင်ခြင်းနှင့် ကုန်သွယ်ခြင်းတို့အတွက် များစွာအထောက်အကူဖြစ်စေသည်။

(၂)တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာ(သို့)ငွေစာရင်းတွက်သည့်ယူနစ်အဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း။ ။ငွေကြေးသည် တန်ဖိုးတိုင်းသည့်ကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ၏ တန်ဖိုးကို ဖော်ပြနိုင်ရန်အတွက် ငွေကြေးကိုအသုံးပြုခြင်းဖြစ်သည်။ ငွေကြေးသည်တန်ဖိုးတိုင်းသည့် ကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းကြောင့် တစ်နည်းအားဖြင့်ငွေကြေးသည် ငွေစာရင်းတွက်ချက်သည့်ယူနစ် (unit of account) အဖြစ် ဆောင်ရွက်ပေးသည်ဟုလည်း ဆိုနိုင်သည်။ ထိုဆောင်ရွက်ချက်ကြောင့် တိုင်းပြည်ဝင်ငွေများ၊ အရောင်းအဝယ် အရှုံးအမြတ်စာရင်းများ၊ လက်ကျန်ရှင်းတမ်းများကို အလွယ်တကူတွက်ချက်နိုင်သည်။

(၃) တန်ဖိုးကိုသိုလှောင်ပေးသောအရာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း။ ။ငွေကြေးသည် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများဖြင့် အလွယ်တကူဖလှယ်နိုင်သောကြောင့် လူတို့သည် လိုအပ်သောအခါ အသုံးပြုနိုင်ရန်အတွက် ငွေကိုသိမ်းဆည်းထားလိုကြသည်။ ဤသို့ဖြင့် ငွေကြေးသည် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ ဝယ်ယူနိုင်စွမ်းကိုပါ ထိန်းသိမ်းထားသောအရာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ငွေကြေးကိုသိမ်းဆည်းထားခြင်းသည် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို သိုလှောင်သိမ်းဆည်းထားခြင်းနှင့် အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေးသည် ဥစ္စာဓနအသွင်သဏ္ဌာန်တစ်မျိုးလည်း ဖြစ်သည်။ ဥစ္စာဓနကို ငွေကြေးမဟုတ်သော ဥစ္စာဓန (ဥပမာ- အိမ်၊ ကား၊ အဖိုးတန် လက်ဝတ်ရတနာများ) နှင့် ငွေကြေးဆိုင်ရာဥစ္စာဓန (ငွေကြေး) ဟူ၍ခွဲခြားနိုင်သည်။ ငွေကြေးမဟုတ်သောဥစ္စာဓနကို အခြားကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုအသွင်သို့ လွယ်ကူစွာမပြောင်းလဲနိုင်ပေ။ ဥပမာ လူတစ်ဦးသည် ကားတစ်စီးရှိပြီး အိမ်လိုချင်ပါက လွယ်ကူစွာပြောင်းလဲရန်မဖြစ်နိုင်ပေ။ အကယ်၍ ထိုသူတွင်ငွေကြေးရှိမည်ဆိုလျှင်မူ လိုချင်သောအိမ်ကို ချက်ချင်းဝယ်ယူနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် **ဥစ္စာဓနအသွင်တစ်မျိုးမှ အခြားအသွင်တစ်မျိုးသို့ပြောင်းလဲရန်လွယ်ကူခြင်းကို ငွေဖြစ်လွယ်မှု (liquidity) ဟုခေါ်သည်။** ငွေကြေး သို့မဟုတ် ငွေသားသည် ငွေဖြစ်လွယ်ဆုံးသော ဥစ္စာဓနပုံသဏ္ဌာန်ပင်ဖြစ်သည်။

(၄) အနာဂတ်ပေးချေမှု စံအဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း။ ။ အနာဂတ် ပေးချေမှုဆိုသည်မှာ အနာဂတ်ကာလတွင် ပြုလုပ်ရမည့် ပေးချေမှုပင်ဖြစ်သည်။ ငွေကြေးသာမရှိပါက အနာဂတ်တွင် ပေးချေရမည့် တန်ဖိုးအတွက်

စံသတ်မှတ်ထားစရာလည်း ရှိနိုင်မည်မဟုတ်ပေ။ ထို့ကြောင့် ခေတ်သစ်စီးပွားရေးတွင် အလွန်အရေးပါသောငွေထုတ်ချေးခြင်း၊ ငွေချေးယူခြင်းစသည့် ကိစ္စရပ်များတွင် အခက်အခဲ ရှိနိုင်ပေသည်။ ငွေကြေးကို စံအဖြစ်ထားပြီး အသုံးပြုနိုင်ခြင်းသည် အနာဂတ်ကာလပေးချေမှုများအတွက် လွန်စွာအထောက်အကူဖြစ်သည်။

ဖော်ပြခဲ့သော ငွေကြေး၏လုပ်ဆောင်ချက် (၄) မျိုးတွင် ကြားခံဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းဟူသော လုပ်ဆောင်ချက်သည် အခြေခံအကျဆုံးဖြစ်သည်။ ကျန်သောလုပ်ဆောင်ချက်များသည် ဤလုပ်ဆောင်ချက်မှ ပေါ်ပေါက်လာခြင်းဖြစ်သည်။ ငွေကြေး၏လုပ်ဆောင်ချက်များသည် တစ်ခုနှင့်တစ်ခု ဆက်စပ်နေသည်။ ဥပမာ ငွေကြေးကိုလူတို့က ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ် လက်မခံတော့ပါက ယင်းငွေကြေးကို တန်ဖိုးသိုလှောင်ပေးသောအရာ အဖြစ်လည်းကောင်း၊ ငွေစာရင်းယူနစ်အဖြစ်လည်းကောင်း သုံးစွဲ၍ရတော့မည်မဟုတ်ပေ။ ထိုနည်းတူစွာ ငွေကြေးသည် တန်ဖိုးကိုသိုလှောင်ပေးသောအရာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းမရှိပါက ငွေစာရင်း ယူနစ်အဖြစ်လည်းကောင်း၊ ကြားခံဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ်လည်းကောင်း ဆောင်ရွက်နိုင်တော့မည်မဟုတ်ပေ။

အထက်ဖော်ပြပါ လုပ်ဆောင်ချက် (၄) မျိုးဖြင့်ပြည့်စုံသည့် မည်သည့်အရာကိုမဆို ငွေကြေးဟုခေါ်ဆိုနိုင်ပေသည်။ ထို့ကြောင့် **ငွေကြေးသည်ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ်လည်းကောင်း၊ ငွေစာရင်းယူနစ်အဖြစ်လည်းကောင်း၊ တန်ဖိုးကို သိုလှောင်ပေးသောအရာအဖြစ် လည်းကောင်း၊ အနာဂတ်ပေးချေမှုစံ အဖြစ် လည်းကောင်း ဆောင်ရွက်ပေးသော အရာပင်ဖြစ်သည်ဟု အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုသည်။** ယနေ့နိုင်ငံအသီးသီးတို့၏အစိုးရသည် ငွေကြေးတစ်မျိုးကို တရားဝင်ငွေကြေးအဖြစ် သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းပေးသည်။ ဥပမာ မြန်မာနိုင်ငံ အတွက် တရားဝင်ငွေကို ကျပ် (Kyat)၊ အိန္ဒိယနိုင်ငံအတွက်ရူပီ (Rupee)၊ ထိုင်းနိုင်ငံအတွက်ဘတ် (Baht)၊ အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုအတွက်ဒေါ်လာ (Dollar)၊ ဂျပန်နိုင်ငံအတွက် ယန်း (Yan)၊ မလေးရှားနိုင်ငံ အတွက် ရင်းဂစ် (Ringgit)၊ အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံအတွက် ရူပီယာ (Rupia)၊ ဖိလစ်ပိုင်နိုင်ငံအတွက် ပက်ဆို (Peso)၊ စင်္ကာပူနိုင်ငံအတွက်စင်္ကာပူဒေါ်လာ (Singapore Dollar) ၊ ဘရူနိုင်းနိုင်ငံအတွက် ဘရူနိုင်းဒေါ်လာ (Brunei Dollar)၊ ဗီယက်နမ်နိုင်ငံအတွက်ဒေါင် (Dong)၊ ကမ္ဘောဒီးယားနိုင်ငံအတွက်ရီယဲ (Riel)၊ လာအိုနိုင်ငံအတွက် ကစ် (Kip) စသည်တို့ဖြစ်သည်။ နိုင်ငံအများစုတွင် ငွေကြေးကို ဘဏ်ငွေစက္ကူ၊ အကြွေနှင့် ဘဏ်အပ်ငွေဟူ၍ အသွင်သုံးမျိုးဖြင့် တွေ့ရှိနိုင်ပေသည်။

၄–၅။ ငွေကြေး၏အရည်အချင်းများ
Qualities of Money

ယခုခေတ်အသုံးပြုသည့် ငွေကြေးအမျိုးအစားများမှာ ဘဏ်ငွေစက္ကူ၊ အကြွေနှင့် ဘဏ်အပ်ငွေများ ဖြစ်သည်။ ရှေးယခင်က ငွေကြေးအဖြစ်သုံးစွဲခဲ့သော ကျောက်စရစ်ခဲ၊ မျိုးစေ့၊ ပင်လယ်ခရုခွံ၊ ကျွဲ၊ နွား၊ ဆား၊ သားမွေး၊ ရွှေစင်ငေ စသည်တို့သည် ငွေကြေးမှ လုပ်ဆောင်ပေးရမည့် လုပ်ဆောင်ချက်များကို ပီပီပြင်ပြင်

ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန် ငွေကြေးတွင်ရှိရမည့် အရည်အချင်းများ မပြည့်စုံပါ။

ငွေကြေး၏လုပ်ဆောင်ချက်များကို ပြည့်ဝစွာဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန်အတွက် ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာသည် အောက်ပါအရည်အချင်းများနှင့် ပြည့်စုံရန်လိုပေသည်-

(၁) အများလက်ခံနိုင်ခြင်း (Acceptability)
(၂) ရှားပါးခြင်း (Scarcity)
(၃) အလွယ်တကူသယ်ယူနိုင်ခြင်း (Portability)
(၄) တာရှည်ခံခြင်း (Durability)
(၅) ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာနိုင်ခြင်း (Divisibility)
(၆) အရည်အသွေးတူညီခြင်း (Homogeneity)

(၁)အများလက်ခံနိုင်ခြင်း။ ။ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာသည် လူတိုင်းကလက်ခံနိုင်ပြီး၊ မိမိတို့ပိုင်ဆိုင်မှုအဖြစ် သိမ်းဆည်းထားလိုသော အရာလည်းဖြစ်ရမည်။ ရွှေနှင့်ငွေများသည် အများကလက်ခံလိုသော အရည်အချင်းနှင့် ပြည့်စုံပေသည်။ ယခုခေတ်တွင်မူ တရားဝင်ငွေဖြစ်သော ဘဏ်ငွေစက္ကူကို အများကလိုလားစွာ လက်ခံကြပေသည်။

(၂)ရှားပါးခြင်း။ ။ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာသည် ပေါများစွာရရှိနိုင်ခြင်းမျိုး မဖြစ်ရန်လိုသည်။ ထိုသို့မဟုတ်ဘဲ လွယ်ကူစွာရရှိနေပါက ၎င်းကို အများကလက်ခံလိုမှု အရည်အသွေး ပျောက်ပျက်သွားနိုင်သည်။ ဤအကြောင်းကြောင့်ပင် ယခုခေတ်တွင် အစိုးရက ငွေစက္ကူ နှင့် အကြွေထုတ်ဝေမှုကို တင်းကျပ်စွာ ထိန်းချုပ်ထားရခြင်း ဖြစ်သည်။ ရှေးအခါက ရွှေငွေတို့ကို ငွေကြေးအဖြစ် အခြားသတ္တုများထက် နှစ်သက်စွာ လက်ခံသုံးစွဲကြခြင်း၏ အကြောင်းတစ်ရပ်မှာ ရှားပါးမှုကြောင့်ပင်ဖြစ်သည်။

(၃)အလွယ်တကူ သယ်ယူနိုင်ခြင်း။ ။ ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာသည် လွယ်ကူစွာ သယ်ယူနိုင်ရန်လိုသည်။ အကယ်၍ငွေကြေးသည် ထုထည်ကြီးမားနေပါက သို့မဟုတ် လေးလံနေပါက သယ်ယူရန်အဆင်ပြေနိုင်မည်မဟုတ်ပေ။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေးအဖြစ် လိုလားစွာ အသုံးပြုနိုင်ရန်မှာ အလွယ်တကူ သယ်ယူနိုင်ရမည်။ ရွှေငွေသတ္တုတို့ထက် ငွေစက္ကူ၏အားသာချက်မှာ လွယ်ကူစွာသယ်ဆောင်နိုင်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ယခုခေတ်တွင် နိုင်ငံအချို့၌ချေးငွေကဒ်ပြားနှင့် ချက်လက်မှတ်များ အသုံးတွင်ကျယ်လာခြင်းမှာလည်း ဤအရည်အချင်းကြောင့်ပင်ဖြစ်သည်။

(၄) တာရှည်ခံခြင်း။ ။ ငွေကြေး၏လုပ်ဆောင်ချက်တစ်ခုမှာ တန်ဖိုးကို သိုလှောင်ထားပေးနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာသည် တာရှည်မခံပါကတန်ဖိုးကို သိုလှောင်ပေးသော

အရာအဖြစ် ဆောင်ရွက်နိုင်တော့မည်မဟုတ်ပေ။ ရွှေငွေတို့ကို ငွေကြေးအဖြစ်ကျယ်ပြန့်စွာ သုံးစွဲခဲ့ခြင်း အကြောင်းရင်းတစ်ရပ်မှာ တာရှည်ခံခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဘဏ်ငွေစက္ကူသည် စက္ကူဖြင့်ပြုလုပ်ထားသောကြောင့် တာရှည်မခံသော်လည်း ဆွေးမြည့်ပြီးညစ်ပေ၊ စုတ်ပြဲသွားသည့်အခါ ငွေစက္ကူအသစ်ဖြင့်လဲလှယ်နိုင်သည့် အတွက်ကြောင့် တကယ့်လက်တွေ့တွင် ငွေစက္ကူသည် အလွန်တာရှည်ခံသည်ဟု ဆိုရမည်ဖြစ်သည်။

(၅) ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာနိုင်ခြင်း။ ။ငွေကြေးအဖြစ်အသုံးပြုသောအရာသည် အသေးအဖွဲ အပေးအယူများကို ပြုလုပ်နိုင်ရန်အတွက် သေးငယ်သောအစိတ်အပိုင်း အထိလွယ်ကူစွာခွဲခြမ်း စိတ်ဖြာနိုင်ရမည်။ အကယ်၍ လွယ်ကူစွာ ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာနိုင်မှုမရှိလျှင် အနည်းငယ်မျှသာ ရောင်းဝယ်သော ကိစ္စရပ်များတွင်အခက်အခဲရှိနိုင်ပေသည်။ ဥပမာ သိုး၊ ကျွဲ၊ နွားစသည်တို့ကို ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုခဲ့စဉ်က သိုးတစ်ကောင်၊ နွားတစ်ကောင်ထက်နည်းသော အတိုင်းအတာအားဖြင့် အရောင်းအဝယ်ပြုရာတွင် သိုး သို့မဟုတ် ကျွဲ နွားတို့ကို ပိုင်းဖြတ်ပေးရန် မဖြစ်နိုင်သောကြောင့် ငွေပေးချေမှုပြုရာတွင် အခက်အခဲများစွာရှိခဲ့သည်။ ယခုခေတ်တွင်မူ ဘဏ်ငွေစက္ကူနှင့် အကြွေများကို တန်ဖိုးအမျိုးမျိုး ထုတ်ဝေထားသောကြောင့် သေးငယ်သောပမာဏဖြင့် ရောင်းဝယ်သည်ဖြစ်လင့်ကစား ပေးချေမှုကိုလွယ်ကူစွာ ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။

(၆) အရည်အသွေးတူညီခြင်း။ ။ဤအရည်အချင်းသည် ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာနိုင်ခြင်း အရည်အချင်းနှင့် ဆက်စပ်နေပေသည်။ ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာသည် အရည်အသွေး တူညီခြင်းမရှိပါက ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာနိုင်စေကာမူ အစိတ်ပိုင်းတစ်ခုစီ၏ အရည်အသွေးသည်လည်း မတူညီနိုင်တော့ပေ။ အဖိုးတန်ကျောက်မျက်ရတနာများကို ရွှေ၊ ငွေတို့ကဲ့သို့ငွေကြေးအဖြစ် ကျယ်ပြန့်စွာ အသုံးမပြုနိုင်ခြင်းမှာ ယင်းတို့၏ အစိတ်အပိုင်းများ တစ်ခုနှင့်တစ်ခု အရည်အသွေးတစ်မျိုးတည်း တူညီမနေသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဘဏ်ငွေစက္ကူများမှာမူ တူညီသောတန်ဖိုးရှိကြသဖြင့် အရည်အသွေးတစ်မျိုးတည်းဖြစ်သည်။ ဥပမာ တစ်ဆယ်ကျပ်တန် ငွေစက္ကူသည် အမျိုးအစားတူ မည်သည့် တစ်ဆယ်ကျပ်တန် ငွေစက္ကူနှင့်မဆို အစစတူညီမှုရှိလေသည်။

၄-၆။ ငွေကြေး၏တန်ဖိုး
The Value of Money

အရာဝတ္ထုများ၏တန်ဖိုးကို ငွေကြေးဖြင့်ဖော်ပြထားသော ထိုအရာဝတ္ထုများ၏ဈေးနှုန်းဖြင့် တိုင်းတာသည်။ ငွေကြေး၏တန်ဖိုးကိုမူ ထိုငွေကြေးဖြင့် ဝယ်ယူနိုင်သောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုပမာဏဖြင့် တိုင်းတာနိုင်သည်။ ထိုကြောင့် **ငွေကြေး၏တန်ဖိုးမှာ ၎င်းငွေကြေးဖြင့် ဝယ်ယူနိုင်သည့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ဝယ်ယူနိုင်သည့်စွမ်းအားကို ဆိုလိုသည်။ ၎င်းကို ငွေကြေး၏ ဝယ်နိုင်စွမ်းအား (purchasing power) ဟုခေါ်သည်။**

ငွေကြေး၏ဝယ်နိုင်စွမ်းအားသည် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုတို့၏ ဈေးနှုန်းပေါ် မူတည်သည်။

အကယ်၍ စျေးနှုန်းတက်ပါက ရှိသည့်ငွေပမာဏဖြင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို လျှော့၍ဝယ်ရမည်ဖြစ်သည်။ စျေးနှုန်းကျပါက ရှိသည့်ငွေပမာဏဖြင့်ပင် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ပို၍ဝယ်ယူနိုင်မည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေး၏တန်ဖိုးသည် စျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုနှင့် ပြောင်းပြန် ဆက်စပ်လျက်ရှိသည်။

အကယ်၍ ကုန်စည်တစ်မျိုးတည်းရှိပြီး စျေးနှုန်းလည်း တစ်ခုတည်းဖြစ်ပါက ငွေကြေး၏တန်ဖိုးပြောင်းလဲမှုကိုဖော်ပြရန် လွယ်ကူသည်။ ကုန်စည်အမျိုးအမယ်ပေါင်း မြောက်မြားစွာရှိသည့်တိုင်အောင် ၎င်းကုန်စည်များ၏ စျေးနှုန်းတက်ခြင်း ကျခြင်းသည် အချိုးတူဖြစ်ပါကလည်း ငွေကြေး၏ တန်ဖိုးပြောင်းလဲမှုကို ဖော်ပြရန်လွယ်ကူမည်။ သို့သော် လက်တွေ့တွင် ကုန်စည်အမျိုးအမယ် မြောက်မြားစွာရှိပြီး ၎င်းတို့၏စျေးနှုန်းများမှာလည်း တူညီသောနှုန်းဖြင့် ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသောကြောင့် ငွေကြေး၏တန်ဖိုးကို တိတိကျကျဖော်ပြရန် ခဲယဉ်းပေသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ပေါင်မုန့်တစ် လုံး၏စျေးနှုန်းသည် (၁၀၀) ကျပ်မှ (၈၀) ကျပ်သို့ ကျဆင်း၍ စာအုပ်တစ်အုပ်၏ စျေးနှုန်းသည် (၂၀၀) ကျပ်မှ (၃၀၀) ကျပ်သို့ တက်သွားလျှင် ပေါင်မုန့်အားဖြင့် ဖော်ပြသော ငွေကြေး၏တန်ဖိုးတက်ပြီး စာအုပ်အားဖြင့်ဖော်ပြသော ငွေကြေး၏တန်ဖိုးကျဆင်းမည်။ ထိုအခြေအနေမျိုးတွင် ငွေကြေး၏တန်ဖိုး ပြောင်းလဲပုံကိုခြုံပြီး ပြောရန်ခက်ခဲသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် စျေးနှုန်းများသည် တူညီသောပုံစံဖြင့် ပြောင်းလဲခြင်းမရှိသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

ထိုကဲ့သို့သောအခြေအနေတွင် စျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုကို ခြုံငုံ၍လေ့လာလိုပါက စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း (price index number) ကို အသုံးပြုကြသည်။ **ဆန္ဒနှုန်းကိန်းဆိုသည်မှာ တစ်စုံတစ်ရာသော အမျိုးအမယ်များကို အုပ်စုဖွဲ့၍ ၎င်းတို့၏စျေးနှုန်း သို့မဟုတ် အရေအတွက်ပြောင်းလဲမှုနှင့် ပတ်သက်သည့် သွင်ပြင်လက္ခဏာကို ကိန်းဂဏန်းဖြင့် ဖော်ပြသည့် ညွှန်ကိန်းဖြစ်သည်။** ထို့ကြောင့် **စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းဆိုသည်မှာ ကုန်စည်များကိုအုပ်စုဖွဲ့၍ ၎င်းတို့၏စျေးနှုန်း ပြောင်းလဲမှုနှင့်ပတ်သက်သည့် သွင်ပြင်လက္ခဏာကို ကိန်းဂဏန်းဖြင့် ဖော်ပြသည့် ညွှန်ကိန်းဖြစ်သည်။**

အကယ်၍ ကုန်စည်များကို အုပ်စုဖွဲ့ရာတွင်ပါဝင်သည့် ကုန်စည်အမျိုးအမယ်များပါက ၎င်းစျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းသည် အထွေထွေစျေးနှုန်းအဆင့် (general level of price) ပြောင်းလဲပုံကို ဖော်ပြသည်ဟုဆိုနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းတက်ပါက အထွေထွေစျေးနှုန်း အဆင့်တက်သည်ဟုဆိုနိုင်ပြီး စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းကျပါက အထွေထွေစျေးနှုန်းအဆင့် ကျဆင်းသည်ဟု ဆိုနိုင်သည်။ စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းတွက်ရာတွင် နှစ်တစ်နှစ်ကို အခြေခံနှစ်အဖြစ်ထား၍ ထိုနှစ်ရှိ စျေးဆန္ဒနှုန်းကို (၁၀၀) ဟုသတ်မှတ်ထားပြီး အခြားနှစ်များ၏ စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းကို တွက်ချက်သည် ဖြစ်သောကြောင့် (၁၀၀) ထက်များလျှင် စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းတက်သည်ဟူ၍လည်းကောင်း (၁၀၀) ထက်နည်းလျှင် စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း ကျဆင်းသည်ဟူ၍လည်းကောင်း ပြောဆိုကြပါသည်။

ထို့ကြောင့် စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းများတက်ပါက အထွေထွေစျေးနှုန်းအဆင့်တိုးပြီး ငွေကြေးတန်ဖိုး ကျဆင်းသည်။ ၎င်းအပြင် စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းကျဆင်းပါက အထွေထွေစျေးနှုန်းအဆင့်ကျပြီး ငွေကြေးတန်ဖိုး တက်မည်ဖြစ်သည်။

၄-၇။ စားသုံးသူများ၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်း

Consumers' Price Index (CPI)

အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် ပြောင်းလဲမှုကို လေ့လာရာတွင် စားသုံးသူများ၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်းကို အများအားဖြင့် အသုံးပြုပါသည်။ **စားသုံးသူများ၏အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်ပြောင်းလဲပုံကို လေ့လာရန်အတွက် စားသုံးကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းများကိုအုပ်စုဖွဲ့၍ တွက်ချက်ရရှိသော ဈေးဆန္နန်းကိန်းကို စားသုံးသူများ၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်းဟုခေါ်သည်။** ထို့ကြောင့် စားသုံးသူများ၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်းကို တွက်ချက်ရန် ရှေးဦးစွာ ဈေးဆန္နန်းကိန်း တွက်ချက်မည့် ကုန်စည်အမျိုးအမယ်များကို တစ်စုံတစ်ရာသော အုပ်စုဖွဲ့ရသည်။ ဥပမာ - စားသုံးသူများ၏ ကုန်စည်အမျိုးအမယ်အုပ်စုတွင် ကုန်စည် X၊ Y၊ Z (၃) မျိုးပါဝင်သည်ဟုယူဆ ထားမည်။ အချိန်ကာလ (၁) နှင့် အချိန်ကာလ (၂) အတွင်း X ၏ဈေးနှုန်းသည် ၅၀%၊ Y ၏ဈေးနှုန်းသည် ၃၃. ၃%၊ Z ၏ဈေးနှုန်းသည် ၁၀၀%၊ အသီးသီးမြင့်တက်သွားပါက စားသုံးကုန်စည်တို့၏ ဈေးနှုန်းအဆင့်မည်မျှ တက်သည်ကို တွက်ချက်နိုင်သည်။ စားသုံးကုန်စည်တို့၏ ဈေးနှုန်းအဆင့်ကို တွက်ချက်နိုင်ရန်အတွက် ကုန်စည် X၊ Y၊ Z တို့ကိုဝယ်ယူမည့် အရေအတွက်ကို သိရှိရန်လိုသည်။ ထိုပြင် အခြေခံနှစ်ကိုလည်း သတ်မှတ်ရန်လိုသည်။ အချိန်ကာလတစ်ခု၏ စားသုံးကုန်စည် အုပ်စုတန်ဖိုးအား အခြေခံနှစ်၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်းဖြင့် စားခြင်းဖြင့် ထိုနှစ်အတွက် ဈေးဆန္နန်းကိန်းကို ရရှိနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် အခြေခံနှစ်၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်းသည် ၁၀၀ ဖြစ်သည်။

အခြေခံနှစ်၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်းကို အခြေခံထားပြီး အခြားနှစ်များ၏ ဈေးဆန္နန်းကိန်း များနှင့် နှိုင်းယှဉ်သည်။ ထိုအချက်များကိုသိရှိပြီးပါက ဈေးဆန္နန်းကိန်းကို အောက်ပါအတိုင်း တွက်ချက်နိုင်သည်။

ဇယား (၄. ၁)၊ ဈေးဆန္နန်းကိန်း တွက်ချက်ပုံပြဇယား။

ကုန်စည်	ဝယ်ယူသည့် ကုန်စည် အရေအတွက်	ဈေးနှုန်း	ဈေးနှုန်း	ဈေးနှုန်း ပြောင်းလဲသည့်%
		အချိန်ကာလ (၁)	အချိန်ကာလ (၂)	
X	၂	ကျပ် ၁၀၀	ကျပ် ၁၅၀	၅၀. ၀
Y	၁	ကျပ် ၃၀၀	ကျပ် ၄၀၀	၃၃. ၃
Z	၃	ကျပ် ၂၀၀	ကျပ် ၄၀၀	၁၀၀. ၀

စားသုံးကုန်စည်အုပ်စု = ကုန်စည် X (၂) ယူနစ် + ကုန်စည် Y (၁) ယူနစ် + ကုန်စည် Z (၃) ယူနစ်

အချိန်ကာလ(၁)၏

စားသုံးကုန်စည်အုပ်စုတန်ဖိုး = (၂×ကျပ်၁၀၀) + (၁×ကျပ်၃၀၀) + (၃×ကျပ်၂၀၀) = ကျပ် ၁၁၀၀

အချိန်ကာလ(၂)၏

စားသုံးကုန်စည်အုပ်စုတန်ဖိုး = (၂×ကျပ်၁၅၀) + (၁×ကျပ်၄၀၀) + (၃×ကျပ်၄၀၀) = ကျပ် ၁၉၀၀

အခြေခံနှစ်သည် အချိန်ကာလ (၁) ဖြစ်သည်ဟုမှတ်ယူမည်။

$$\text{အချိန်ကာလ (၁) ၏ ဈေးဆန္ဒန်းကိန်း} = \frac{\text{အချိန်ကာလ (၁) ၏ စားသုံးကုန်စည် အုပ်စုတန်ဖိုး}}{\text{အခြေခံနှစ်၏စားသုံးကုန်စည်အုပ်စုတန်ဖိုး}} \times ၁၀၀$$

$$= \frac{၁၁၀၀}{၁၁၀၀} \times ၁၀၀ = ၁၀၀$$

$$\text{အချိန်ကာလ (၂) ၏ဈေးဆန္ဒန်းကိန်း} = \frac{\text{အချိန်ကာလ (၂) ၏ စားသုံးကုန်စည် အုပ်စုတန်ဖိုး}}{\text{အခြေခံနှစ်၏စားသုံးကုန်စည်အုပ်စုတန်ဖိုး}} \times ၁၀၀$$

$$= \frac{၁၉၀၀}{၁၁၀၀} \times ၁၀၀ = ၁၇၂.၇$$

ထို့ကြောင့် အချိန်ကာလ နှစ်ခုအတွင်း
ဈေးဆန္ဒန်းကိန်းပြောင်းလဲသည့်

$$\text{ရာခိုင်နှုန်း} = \frac{\text{အချိန်ကာလ (၂) ၏ ဈေးဆန္ဒန်းကိန်း - အချိန်ကာလ (၁) ၏ ဈေးဆန္ဒန်းကိန်း}}{\text{အချိန်ကာလ (၁) ၏ ဈေးဆန္ဒန်းကိန်း}} \times ၁၀၀$$

$$= \frac{၁၇၂.၇ - ၁၀၀}{၁၀၀} \times ၁၀၀ = ၇၂.၇\% \quad \text{(ငွေဖောင်းပွမှုနှုန်း)}$$

ထို့ကြောင့် စားသုံးကုန်စည်တို့၏ ဈေးနှုန်းအဆင့်သည် အချိန်ကာလ (၂) တွင် ၇၂.၇% မြင့်တက်လာသည်။

ဇယား (၄. ၂)၊ ရန်ကုန်မြို့ပေါ်ရှိ စားသုံးသူများ၏ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း
(အခြေခံနှစ် ၁၉၉၇ = ၁၀၀)

ခုနှစ်	စုစုပေါင်း	အစားအစာအုပ်စု	အစားအစာ မဟုတ်သောအုပ်စု
၂၀၀၀-၀၁	၁၅၁. ၃၀	၁၄၆. ၁၀	၁၆၀. ၇၁
၂၀၀၁-၀၂	၂၂၂. ၀၂	၂၂၀. ၈၃	၂၂၄. ၂၄
၂၀၀၂-၀၃	၃၅၄. ၆၀	၃၇၆. ၇၇	၃၁၄. ၅၀
၂၀၀၃-၀၄	၄၀၁. ၄၂	၃၅၂. ၈၆	၃၆၈. ၃၆

ဇာစ်မြစ်။ ။ **CSO, Statistical Yearbook, 2004**

ဇယား (၄. ၂) တွင် ရန်ကုန်မြို့ပေါ်ရှိ စားသုံးသူများ၏ ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းပြောင်းလဲမှု အခြေအနေကို ဖော်ပြထားသည်။ အဓိကအားဖြင့် ကုန်စည်အုပ်စု (၂) ခုခွဲခြား တွက်ချက်ထားသည်။ အစားအစာအုပ်စုတွင် အဓိကအားဖြင့် ဆန်၊ ဆီ၊ အသား၊ ငါး နှင့် ဥအမျိုးမျိုးတို့ပါဝင်သည်။ အစားအစာမဟုတ်သော အုပ်စုတွင် ဆေးလိပ်၊ ထင်း၊ မီးလောင်စာ၊ အဝတ်အထည်နှင့် အသုံးအဆောင်၊ အိမ်လခနှင့် အိမ်ပြင်ခ၊ အထွေထွေနှင့် ဝန်ဆောင်ခတို့ပါဝင်သည်။

၂၀၀၃-၀၄ ခုနှစ်တွင် အစားအစာအုပ်စု၏ ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းမှာ (၃၅၄. ၈၆) ဖြစ်သောကြောင့် အစားအစာများ၏ ဈေးနှုန်းသည် ၁၉၉၇ ခုနှစ်နှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် (၃) ဆခွဲခန့်တက်သွားသည်ဟု သိနိုင်သည်။ ထို့အတူ အစားအစာမဟုတ်သော ကုန်စည်များ၏ ဈေးနှုန်းသည် (၃) ဆခွဲခန့်တက်သွားပြီး၊ စားသုံးကုန်စည်အားလုံး၏ ဈေးနှုန်း (အထွေထွေဈေးနှုန်း) သည် (၄) ဆခန့်တက်သွားကြောင်း သိနိုင်သည်။

၄-၈။ ငွေဖောင်းပွခြင်းနှင့် ငွေကျုံ့ခြင်း
Inflation and Deflation

အချိန်ကာလ တစ်ခုနှင့်တစ်ခုအတွင်း ဝယ်လိုအားနှင့်ရောင်းလိုအားများ ပြောင်းလဲမှုကြောင့် ကုန်ပစ္စည်းအများစု၏ ဈေးနှုန်းများသည် ပြောင်းလဲလျက်ရှိသည်။ သို့သော် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် အနေဖြင့် မူပြောင်းလဲချင်မှပြောင်းလဲပေမည်။ အကြောင်းမှာ အချို့ကုန်ပစ္စည်းများ၏ ဈေးနှုန်းတက်မှုကို အခြားသော ကုန်ပစ္စည်းများ၏ ဈေးနှုန်းများကျဆင်းမှုက ချေဖျက်လိုက်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ တစ်ဖန် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် ပြောင်းလဲသည့်တိုင် ကာလကြာရှည်စွာ အတက် သို့မဟုတ် အကျ တစ်ဖက်တည်းသို့ ပြောင်းလဲချင်မှ ပြောင်းလဲမည်။ **အချိန်ကာလတစ်ခုတွင် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် တက်ခြင်းသည် အခြားအချိန်ကာလ တစ်ခုတွင် အထွေထွေဈေးနှုန်း အဆင့်ကျဆင်းခြင်းနှင့် ဒွန်တွဲနေမည်ဖြစ်သောကြောင့် ကာလရှည်တွင် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် ပြောင်းလဲမှုမှာနည်းမည်၊ ဤအခြေအနေကို ဈေးနှုန်းတည်ငြိမ်မှုရှိသည် ဟုဆိုနိုင်သည်၊**

ဈေးနှုန်းတည်ငြိမ်မှုမရှိခဲ့လျှင် ငွေဖောင်းပွခြင်း (inflation) သို့မဟုတ်ငွေကျုံ့ခြင်း (deflation) အခြေအနေများ ဖြစ်ပေါ်နိုင်သည်။ **အချိန်ကာလအတန်ကြာ အထွေထွေဈေးနှုန်း အဆင့်မြင့်မားနေခြင်းကို ငွေဖောင်းပွခြင်းဟုခေါ်ဆိုသည်။** အချို့ကုန်စည်များအတွက် အချိန်အနည်းငယ်အတွင်း ဈေးနှုန်းယာယီ တက်ခြင်းကို ငွေဖောင်းပွခြင်းဟုမခေါ်ဆိုနိုင်ပေ။ **ကာလအတန်ကြာ အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်မြင့်တက်နေမှသာ ငွေဖောင်းပွမှုဖြစ်ပေါ်သည်ဟု ဆိုနိုင်သည်။**

ငွေဖောင်းပွခြင်း (၂) မျိုးရှိသည်။

(၁) ဝယ်လိုအား၏ ဆွဲအားကြောင့် ဖြစ်ပေါ်သောငွေဖောင်းပွမှု
(Demand-pull inflation)

(၂) စရိတ်တွန်းအားကြောင့် ဖြစ်ပေါ်သော ငွေဖောင်းပွမှု
(Cost - push inflation)

ဝယ်လိုအား၏ ဆွဲအားကြောင့်ဖြစ်ပေါ်သော ငွေဖောင်းပွမှုမှာ ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအပေါ် ဝယ်လိုအားပိုလျှံမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာခြင်းဖြစ်သည်။ လူတို့သည် ၎င်းတို့၏ စုဆောင်းငွေများမှ ထုတ်ယူသုံးစွဲခြင်း အားဖြင့် လှည့်လည်သုံးစွဲနေသော ငွေကြေးပမာဏတိုးလာပြီး လူတို့လက်ထဲရှိ ငွေများပြားလာခြင်းကြောင့် သုံးစွဲမှုပိုကာ ဝယ်လိုအားပိုလျှံမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ထို့ကြောင့် ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းပုံ မညီမမျှဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ရရှိနိုင်သောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးသည် ပြည်သူလူထု၏ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုအပေါ် အသုံးစရိတ်တန်ဖိုးထက် နည်းနေမည်ဖြစ်သည်။ အကျိုးဆက်အားဖြင့် ထုတ်လုပ်ထားသည့်ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးသည် ၎င်းကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုအပေါ် အသုံးစရိတ်တန်ဖိုးနှင့် ညီမျှသည်အထိ ဈေးနှုန်းတက်လာမည်။

စရိတ်တွန်းအားကြောင့်ဖြစ်ပေါ်သောငွေဖောင်းပွမှုဆိုသည်မှာ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ထုတ်လုပ်ရာတွင် အသုံးပြုရသည့်စရိတ်များ တက်လာခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် ငွေဖောင်းပွမှုဖြစ်သည်။ စရိတ်တက်ရခြင်းမှာ ကုန်ကြမ်းများနှင့် မူလသွင်းအားစုတို့၏ ဈေးနှုန်းများ တက်လာရခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ငွေကြေးပမာဏနှင့် အသုံးစရိတ်မတိုးခဲ့လျှင် စရိတ်တွန်းအားကြောင့် ဖြစ်ပေါ်သော ငွေဖောင်းပွမှုသည် အချိန်ကြာမြင့်စွာ ဆက်လက်ဖြစ်ပေါ်နိုင်ရန် ခဲယဉ်းသည်။

သို့သော် ငွေဖောင်းပွမှုတစ်မျိုး ဖြစ်လာခဲ့လျှင် နှစ်မျိုးစလုံးတစ်ခုနှင့်တစ်ခု အပြန်အလှန် ဆက်စပ်ပြီး ဖြစ်ပေါ်လာတတ်သည်။ ငွေဖောင်းပွမှု စတင်ဖြစ်ပေါ်ပြီဆိုလျှင် လူတို့သည် နောက်ထပ် ဈေးတက်လာပြီး ဈေးကြီးပေးဝယ်ရမည်ကို စိုးရိမ်သောကြောင့် ချက်ချင်းဝယ်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် ဈေးတက်နေသည့်အချိန်ကာလ မှာပင် ဝယ်လိုအားတိုးလာမည်။ ဈေးနှုန်းတက်နေသည့်အတွက် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ၏ ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်များလည်း တိုးလာသည်။ ထို့ကြောင့် ဈေးနှုန်းများ တက်ပြန်သည်။ ထိုသို့ဈေးနှုန်းတက်ခြင်းကြောင့် လူအများက ဈေးနှုန်းထပ်မံတိုးတက်မည်ကို စိုးရိမ်၍ ပိုဝယ်ကြပြန်သည်။ ဤသို့ဖြင့် ငွေဖောင်းပွမှုသည် ပိုမို ဆိုးရွားလာရပေသည်။

ကမ္ဘာ့သမိုင်းတစ်လျှောက်တွင်အချိန်တိုအတွင်း၌ဈေးနှုန်းအဆပေါင်း(၁၀၀)ခန့်တက်သည့်အခါမျိုးရှိခဲ့သည်။ ၎င်းကိုအလွန်အမင်းငွေဖောင်းပွမှု (hyper-inflation) ဟုခေါ်သည်။ ၎င်း ငွေဖောင်းပွမှုမျိုးသည် အဆိုးရွားဆုံး အခြေအနေဖြစ်သည်။ မည်သည့်တိုင်းပြည်တွင်ဖြစ်စေ ငွေဖောင်းပွမှုသည် လိုလားအပ်သော အခြေအနေမဟုတ်ပါ။ ဈေးနှုန်းတက်ခြင်းကြောင့် ပုံသေဝင်ငွေ ရရှိသူများ၏အမှန်ဝင်ငွေ (real income) ကျဆင်းသည်။ ထို့ကြောင့် ပုံသေဝင်ငွေ ရရှိသူများသည် ငွေဖောင်းပွမှုဒဏ်ကိုပို၍ခံစားရသည်။ ငွေဖောင်းပွမှုဖြစ်စဉ် လူတို့သည် အနာဂတ်တွင် ဈေးတက်မည်ကို ရှောင်ရှားရန်အတွက် လတ်တလော မလိုအပ်သေးသော ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအပေါ် ငွေကိုသုံးစွဲကြသည်။ ၎င်းမှတစ်ဆင့် အင်အားစု ခွဲဝေမှုပုံသဏ္ဌာန်ကို ပြောင်းလဲစေနိုင်သည်။ လူတို့သည် နည်းနည်းစုပြီး များများသုံးကြသည့်အတွက် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုလျော့နည်းစေသည်။ ထို့ကြောင့် စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို နှောင့်နှေးစေသည်။ တိုင်းပြည်အတွင်း ဈေးနှုန်းတက်လျှင် ပြည်ပသို့ရောင်းချရန်အတွက် အခက်အခဲဖြစ်စေပြီး ပို့ကုန်လျော့ကျစေသည်။ တစ်ချိန်တည်းမှာပင် နိုင်ငံခြားဖြစ် ကုန်စည်ဈေးနှုန်းများသည် ပြည်တွင်းကုန်စည် ဈေးနှုန်းများနှင့်ယှဉ်လျှင် သက်သာလာသောကြောင့် သွင်းကုန်များတိုးလာသည်။ သွင်းကုန်တိုးပြီး ပို့ကုန်ကျဆင်းခြင်းသည် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် (Balance of Payments) တွင် ပြဿနာဖြစ်စေသည်။

တစ်တိုင်းပြည်လုံးအတွက် ချုံ့ကြည့်လျှင် ငွေဖောင်းပွခြင်းသည် တိုင်းပြည်အတွက် လိုလားအပ်သော အခြေအနေမဟုတ်ပေ။ ငွေဖောင်းပွမှုကို မထိန်းချုပ်နိုင်ပါက တိုင်းပြည်၏ ငွေကြေးစနစ်အပေါ်တွင် စိတ်ချယုံကြည်မှုလျော့နည်းလာမည်။ ၎င်းအပြင် လူမှုရေးနှင့်နိုင်ငံရေး မတည်ငြိမ်မှုများ ဖြစ်ပေါ်လာပြီး ငွေဖောင်းပွမှုဒဏ်ကို လူတိုင်းခံစားရဖွယ်ရှိသည်။

ဒုတိယကမ္ဘာစစ်ပြီးချိန်လောက်မှစ၍ ကမ္ဘာပေါ်ရှိ နိုင်ငံအများစုသည် ငွေဖောင်းပွခြင်းကို ရှောင်လွှဲ၍ မရနိုင်ခဲ့ကြပေ။ ထိုကဲ့သို့ဖြစ်ရခြင်းမှာ ကမ္ဘာပေါ်ရှိနိုင်ငံများသည် ငွေကြေးကို ထိန်းချုပ်နိုင်မှု အားနည်းသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

ဒုတိယကမ္ဘာစစ်မတိုင်မီကာလက ကမ္ဘာ့နိုင်ငံအများသည် စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက် မြင့်မားပြီး ငွေဖောင်းပွမှုရှိသည့်ကာလနှင့် ၎င်းမှတစ်ဆင့် စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များ ကျဆင်းပြီး ငွေကျုံ့မှုရှိသည့် ကာလမျိုးကြုံတွေ့ခဲ့ကြသည်။ **ငွေကျုံ့ခြင်းဆိုသည်မှာ ကာလအတန်ကြာ အထွေထွေဈေးနှုန်း ကျဆင်းခြင်းကို ခေါ်သည်။** ဈေးနှုန်းကျဆင်းခြင်းမှာ စားသုံးသူများအတွက် ကောင်းသောအခြေအနေ တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ၎င်းတို့လက်ထဲရှိငွေဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းများ ပိုမိုဝယ်ယူနိုင်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ သို့သော် စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင်းရှိ လူတိုင်းသည် စားသုံးသူဖြစ်သကဲ့သို့ တစ်ချိန်တည်းတွင် ထုတ်လုပ်သူလည်းဖြစ်သည်။ စားသုံးသူများအနေဖြင့် မိမိဝယ်ယူသောကုန်စည်များ ဈေးနှုန်းကျဆင်းခြင်းသည် ကောင်းသော်လည်း ထုတ်လုပ်သူအနေဖြင့် မိမိရောင်းချသော ကုန်စည်များလည်း ဈေးနှုန်းကျဆင်းနေသည်ဖြစ်၍ အမှန်စင်စစ် ငွေကျုံ့ခြင်းသည် ကောင်းသောအခြေအနေ တစ်ရပ်မဟုတ်ပေ။ ငွေကျုံ့မှုဖြစ်ပေါ်နေသောကာလတွင် စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များ ကျဆင်းပြီး လုပ်သားများ အလုပ်လက်မဲ့ဖြစ်ကြ၍ လူတို့၏

ဝင်ငွေလျှော့နည်းသွားမည်။ ဝင်ငွေလည်ပတ်စီးဆင်းမှုကို အနှောက်အယှက်ဖြစ်စေပြီး အသုံးစရိတ်တန်ဖိုးသည် ထုတ်လုပ်ထားသောကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုတန်ဖိုးထက် နည်းနေမည်။ ၎င်း၏ အကျိုးဆက်အနေဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်နှင့် စျေးနှုန်းများကျဆင်းသွားမည်။

ထို့ကြောင့်ငွေကျုံ့ခြင်းမှာလည်း လိုလားအပ်သောအခြေအနေ မဟုတ်ပေ။ ငွေကျုံ့ခြင်းသည် ငွေဖောင်းပွခြင်းကဲ့သို့ပင် စီးပွားရေးစနစ်တွင် ဖြစ်လေ့ဖြစ်ထရှိသော ငွေကြေးစီမံမှု ညံ့ဖျင်းခြင်း၊ မတည်ငြိမ်ခြင်းတို့ကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာရသည်။ စီးပွားပျက်ကပ် ကြုံတွေ့ခဲ့ရသည့် (၁၉၃၀) အစောပိုင်းနှစ်များတွင် အကြီးကျယ်ဆုံးသော ငွေကျုံ့ခြင်းမျိုးကြုံတွေ့ခဲ့ရသည်။ ဤငွေကျုံ့ခြင်း၏ အလွန်ဆိုးဝါးသော အတွေ့အကြုံများကြောင့် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများသည် နောက်တစ်ကြိမ် ငွေကျုံ့ခြင်းမဖြစ်ပေါ်စေရန် ရှောင်ရှားနိုင်မည့် နည်းလမ်းများကို အတတ်နိုင်ဆုံး ဆောင်ရွက်ခဲ့ကြသည်။

၄-၉။ ငွေကြေးရောင်းလိုအား သို့မဟုတ် ငွေကြေးပမာဏ
The Supply of Money

ငွေကြေးပမာဏဆိုသည်မှာ ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည့် အရာအားလုံး၏ စုစုပေါင်း အရေအတွက် ကိုဆိုလိုသည်။ ခေတ်သစ်စီးပွားရေးစနစ်တွင် ငွေကြေးပမာဏ၌ အခြေခံအားဖြင့် (၁) လှည့်လည်သုံးစွဲနေသော ငွေစက္ကူနှင့်အကြွေများ (bank notes and coins in circulation)၊ (၂) ဘဏ်အပ်ငွေများ (bank deposits) ပါဝင်သည်။ လှည့်လည်သုံးစွဲနေသော ငွေစက္ကူနှင့် အကြွေများမှာ ပြည်သူများနှင့် ဘဏ်မဟုတ်သည့် အခြားအဖွဲ့အစည်းများ လက်ထဲတွင်ရှိသော ငွေစက္ကူနှင့်အကြွေများဖြစ်သည်။ ဘဏ်အပ်ငွေတွင် (၁) စာရင်းရှင်အပ်ငွေ (demand or current deposit) နှင့် (၂) အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေ (time or saving deposit) တို့ပါဝင်သည်။

စာရင်းရှင်အပ်ငွေသည် လိုအပ်သည့်အချိန်တွင် အချိန်မရွေးချက်လက်မှတ်ဖြင့် ပြန်လည်ထုတ်ယူနိုင်သည့် အပ်ငွေမျိုးဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် စာရင်းရှင်အပ်ငွေထားရှိခြင်းသည် ငွေသားကိုင်ဆောင် ထားခြင်းကဲ့သို့ပင်ဖြစ်သည်။ အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေသည် ချက်လက်မှတ်ဖြင့် အလွယ်တကူငွေထုတ်၍မရပေ။ ငွေအပ်ထားသူ ကိုယ်တိုင်ငွေထုတ်ယူရန် ဘဏ်သို့သွားရ၍ တစ်ခါတစ်ရံ ငွေထုတ်ယူရန်အတွက် ကြိုတင်အကြောင်းကြား ရသည့် အပ်ငွေမျိုးဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေကို စာရင်းရှင်အပ်ငွေကဲ့သို့ အလွယ်တကူ အသုံးမပြုနိုင်ဘဲ ငွေဖြစ်လွယ်မှု နည်းသည်။ အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေသည် ငွေကြေးလုပ်ဆောင်ချက်များမှ တန်ဖိုးသိုလှောင်ပေးသည့် လုပ်ဆောင် ချက်ကို ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်သည့် လုပ်ဆောင်ချက်ကို လောလောဆယ် အခြေအနေတွင် မဆောင်ရွက်ပေးပေ။ ထို့ကြောင့်ငွေကြေးသည် ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်သည် ဆိုသည်အချက်ကို အထူးပြုလိုလျှင် ငွေကြေးပမာဏတွင် အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားရန် မသင့်လျော်ချေ။ ငွေကြေးသည်တန်ဖိုး သိုလှောင်ပေးသည့်အရာ ဖြစ်သည်ဆိုသည့် အချက်ကို အထူးပြုလိုပါမှ ငွေကြေးပမာဏတွင် အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားရန် သင့်သည်။

ထို့ပြင် ငွေစုလက်မှတ်ဝယ်ထားခြင်း၊ အစိုးရစာချုပ်များ ဝယ်ထားခြင်းစသည်တို့ကို အခြေအနေပေါ်မူတည်၍ ငွေကြေးပမာဏတွင် ထည့်သွင်းစဉ်းစားခြင်း လည်းရှိသည်။ ထို့ကြောင့် ယခုခေတ်တွင် စီးပွားရေးပညာရှင်များက ငွေကြေးပမာဏကို မိမိတို့အထူးပြုလိုသော လုပ်ဆောင်ချက်များအပေါ်တွင်မူတည်၍ နည်း (၃) နည်းဖြင့် တိုင်းတာနိုင်သည်။ ၎င်းတို့ မှာအောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

(၁) ငွေကြေးပမာဏ = ငွေစက္ကူနှင့်အကြွေများ + စာရင်းရှင်အပ်ငွေ
ဤ၎င်းကို M_1 ဟုခေါ်ဆိုသည်။
(၂) ငွေကြေးပမာဏ = ငွေစက္ကူနှင့် + စာရင်းရှင် + အချိန်ဆိုင်း
အကြွေများ အပ်ငွေ အပ်ငွေ
၎င်းကို M_2 ဟုခေါ်ဆိုသည်။
(၃) ငွေကြေးပမာဏ = ငွေစက္ကူနှင့် + စာရင်းရှင် + အချိန်ဆိုင်း + ငွေစု
အကြွေများ အပ်ငွေ အပ်ငွေ စာချုပ်များ
၎င်းကို M_3 ဟုခေါ်ဆိုသည်။

၄–၁၀။ ငွေကြေးဝယ်လိုအား သို့မဟုတ် ငွေကြေးလက်ဝယ်ကိုင်ဆောင်ထားလိုမှု
The Demand for Money

ငွေကြေးဝယ်လိုအားဆိုသည်မှာ ငွေကြေးကို လက်ဝယ်ကိုင်ဆောင်ထားလိုမှုဖြစ်သည်။ လူများအနေဖြင့် ငွေကြေးလက်ဝယ်ထားရှိလိုမှု ဖြစ်ပေါ်ရသည့် အကြောင်းရင်းပေါ်မူတည်၍ ငွေကြေးဝယ်လိုအားကို အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ပြနိုင်သည်-

(၁) အပေးအယူကိစ္စအတွက် ငွေကြေးဝယ်လိုအား
(Transactions demand for money)
(၂) အရေးပေါ်ကိစ္စအတွက် ငွေကြေးဝယ်လိုအား
(Precautionary demand for money)
(၃) စျေးကစားရန်အတွက် ငွေကြေးဝယ်လိုအား
(Speculative demand for money)

နေ့စဉ်ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ဝယ်ယူသုံးစွဲရန်အတွက် ငွေကြေးလက်ဝယ် ထားရှိလိုခြင်းကို အပေးအယူကိစ္စအတွက်ငွေကြေးဝယ်လိုအား **(Transactions demand for Money)** ဟုခေါ်သည်။ ၎င်းဝယ်လိုအား ဖြစ်ပေါ်လာရခြင်းမှာ လူတို့သည် လိုအပ်သောပစ္စည်းများကို ဝယ်ယူရာတွင် တစ်ကြိမ်တည်း များများ လုံလောက်အောင် မဝယ်နိုင်ကြသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ လိုအပ်သည့်အခါတွင်သာ ဝယ်ယူမှုကို ပြုလုပ်ရန် ငွေကြေးကို ကိုင်ဆောင်ထားကြသည်။

အရေးပေါ်ကိစ္စများ ကြုံတွေ့သောအခါ အသုံးပြုရန်အတွက်ငွေကို လက်ဝယ်ထားရှိလိုခြင်းကို အရေးပေါ်ကိစ္စအတွက် ငွေကြေးဝယ်လိုအား (Precautionary demand for money) ဟုခေါ်သည်။ ၎င်းဝယ်လိုအားသည် ပုံမှန်သုံးစွဲနေခြင်းအပြင် မမျှော်မှန်းနိုင်သော ကိစ္စများ တစ်ချိန်ချိန်တွင်ကြုံတွေ့ရပါက ၎င်းအရေးပေါ်ကိစ္စအတွက် အသုံးပြုရန် ငွေကြေးကိုင်ဆောင် လိုခြင်းဖြစ်သည်။

ကုန်ပစ္စည်းများ ဈေးကျသည့်အခါတွင်ဝယ်ယူ၍ ဈေးတက်ချိန်တွင် ပြန်လည်ရောင်းချရန်အတွက် ငွေကြေး လက်ဝယ်ထားရှိလိုခြင်းကို ဈေးကစားရန်အတွက်ငွေကြေးဝယ်လိုအား (Speculative demand for money) ဟုခေါ်သည်။ ၎င်းဝယ်လိုအားသည် ဈေးကစားသည့် သဘောကိုဆောင်သည်။ အကြောင်း မှာ ဈေးနှုန်းကျဆင်းမည်ဆိုသည်မှာ မသေချာသော ကိစ္စတစ်ခုဖြစ်သည်။ အကယ်၍ ဈေးနှုန်းကျဆင်းပါကငွေ ကိုကိုင်ဆောင်ထားသူသည် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ပိုမိုဝယ်ယူနိုင်မည်ဖြစ်၍ အကျိုးရှိမည်။ ထိုကဲ့သို့ ငွေကိုကိုင်ဆောင်ထားခြင်းသည် ဈေးနှုန်းများမကျဆင်းပါက အကျိုးမရှိသည့်အပြင် အကယ်၍ ဈေးနှုန်းတက်လျှင် ငွေကိုကိုင်ဆောင်ထားခြင်း သည် အရှုံးပင်ပေါ်နိုင်သေးသည်။ ထို့ကြောင့် လူတို့ကဈေးနှုန်း တက်မည်ဟုမျှော်လင့်လျှင် ငွေကိုလက်ဝယ် ကိုင်ဆောင်ထားလိုမည် မဟုတ်ပေ။ ထို့ကြောင့် ဈေးကစားရန် ရည်ရွယ်၍ ငွေကိုကိုင်ဆောင်ထားလိုခြင်းတွင် အခြေအနေ (၂) ရပ် ရှိပေသည်။ လူတို့က ဈေးနှုန်းကျမည်ဟု မျှော်လင့်ပါက ငွေကိုပို၍ကိုင်ဆောင်ထားလိုကြပြီး ဈေးတက်မည်ဟုမျှော်လင့်ပါက ငွေကိုကိုင်ဆောင်ထား လိုခြင်းလျော့နည်းပေမည်။

ငွေကြေးဝယ်လိုအား (၀၊) ငွေကြေးလက်ဝယ်ကိုင်ဆောင်ထားလိုခြင်းနှင့် ဆက်စပ်နေသော အရေးပါသည့် သဘောတရားတစ်ခုမှာ ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန်ဖြစ်သည်။ **ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန် ဆိုသည်မှာ သတ်မှတ်ထားသောအချိန်ကာလအတွင်း တစ်လက်မှတစ်လက်သို့ ငွေကြေး လက်ပြောင်းသွားသည့် အကြိမ်ဖြစ်သည်။** ငွေကြေးဝယ်လိုအား မြင့်မားလျှင် လူများသည် ရရှိသောဝင်ငွေမှ သုံးစွဲမှုလျော့နည်းပြီး ငွေများများ ကိုင်ဆောင်ထားလိုခြင်းဖြင့် တစ်လက်မှတစ်လက်သို့ လက်ပြောင်းရွှေ့မှု အကြိမ်နည်းပေမည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန် နိမ့်ကျမည်။ ငွေကြေး ဝယ်လိုအားနိမ့်ကျပါက ငွေကိုကိုင်ဆောင်ထား ခြင်းထက် သုံးစွဲမှုကပိုများသောကြောင့် တစ်လက်မှတစ်လက်သို့ ငွေကြေးလက်ပြောင်းလွှဲမှု အကြိမ်ပိုများ လာမည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန်မြင့်မားမည်။ ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန်နိမ့်ကျပါက အပေး အယူကိစ္စများ ဆောင်ရွက်ရန်အတွက် ငွေကြေးပမာဏ များများလိုအပ်ပြီး ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန်မြင့်မား ပါက ငွေကြေးပမာဏလိုအပ်မှုနည်းပေမည်။ ထို့ကြောင့် နှစ်တစ်နှစ်အတွက် ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန်ကို တိုင်းတာရာတွင် တိုင်းပြည်အတွင်း စုစုပေါင်း အပေးအယူလုပ်သောတန်ဖိုးကို ငွေကြေးပမာဏနှင့် စားခြင်းဖြင့် ရရှိသောအချိုးကို ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှု အရှိန်ဟုခေါ်ဆိုသည်။

$$\text{ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန် (V)} = \frac{\text{စုစုပေါင်းအပေးအယူလုပ်သော တန်ဖိုး (R)}}{\text{ငွေကြေးပမာဏ (M)}}$$

$$V = \frac{R}{M}$$

၄-၁၁။ ငွေကြေးအရေအတွက်သီအိုရီ

The Quantity Theory of Money

ငွေကြေးအရေအတွက်သီအိုရီသည် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်နှင့် လည့်လည်နေသော ငွေကြေးအရေအတွက်တို့သည် တိုက်ရိုက်အချိုးတူ ဆက်စပ်ပြောင်းလဲနေသည်ကို ဖော်ပြသည့် သီအိုရီဖြစ်သည်။ အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်သည် ငွေကြေး၏တန်ဖိုးကို ဖော်ပြသောကြောင့် ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီ၏ အခြားရှုထောင့်တစ်ခုမှာ ငွေကြေးတန်ဖိုးသည် ငွေကြေးအရေအတွက်နှင့် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ် ပြောင်းလဲနေသည်ကို ဖော်ပြသည်။

ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီကဖော်ပြသည်မှာ အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်သည် လှည့်လည်နေသော ငွေကြေးအရေအတွက်နှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ် ပြောင်းလဲနေသည်ဟူသော အချက်ဖြစ်သည်။ အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်သည် ငွေကြေးတန်ဖိုးကို ဖော်ပြနိုင်သောကြောင့် ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီ၏ အခြားရှုထောင့်တစ်ခုမှာ ငွေကြေးတန်ဖိုးသည် ငွေကြေးအရေအတွက်နှင့် ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်ပြောင်းလဲနေသည်ဟူသောအချက်ဖြစ်သည်။ ဤသီအိုရီသည် လဲလှယ်မှုညီမျှခြင်း (equation of exchange) မှဖော်ထုတ်ရယူထားခြင်းဖြစ်သည်။ လဲလှယ်မှုညီမျှခြင်းကို အောက်ပါအတိုင်း ဖော်ပြနိုင်သည်။

$MV = PT$

M = ငွေကြေးပမာဏ သို့မဟုတ် ငွေကြေးအရေအတွက်

V = ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန်

P = အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်

T = ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ အပေးအယူပြုလုပ်မှု ပမာဏ

ၢင်းညီမျှခြင်းသည်အပေးအယူလုပ်ဆောင်သည့်တန်ဖိုးကို နည်း (၂) နည်းဖြင့် တွက်ချက်ခြင်းပေါ်မူတည်၍ရရှိသည်။ ပထမနည်းမှာ အပေးအယူလုပ်ဆောင်သည့်တန်ဖိုး (R) သည် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ အပေးအယူလုပ်သည့် ပမာဏနှင့်ဈေးနှုန်းတို့ မြှောက်လဒ်ဖြစ်သည်။

$$\boxed{R = PT}$$

အခြားနည်းတစ်နည်းမှာ အပေးအယူလုပ်ဆောင်မှု တန်ဖိုးသည် ငွေကြေးပမာဏနှင့် ငွေကြေး လက်ပြောင်းမှုနှုန်း (ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန်) တို့ မြှောက်လဒ်ဖြစ်သည်။ အပေးအယူ လုပ်ဆောင်မှုများကြောင့်

ငွေကြေးလက်ပြောင်းလွှဲမှု ပေါ်ပေါက်သည်။ ထို့ကြောင့် အပေးအယူ လုပ်ဆောင်မှုတန်ဖိုးကို ငွေကြေးပမာဏနှင့် ငွေလက်ပြောင်းမှု အကြိမ်ပေါင်းကိုသိရှိပါက တွက်ယူနိုင်သည်။

$$R = MV$$

၎င်းနည်းလမ်းနှစ်မျိုးဖြင့် အပေးအယူလုပ်ဆောင်မှုတန်ဖိုးကို တွက်ချက်ခြင်းဖြင့် လဲလှယ်မှုညီမျှခြင်းကို ရရှိသည်။

$$MV = PT$$

ဤတွင်အကယ်၍ V နှင့် T သည် တည်ငြိမ်မှုရှိသည် သို့မဟုတ် ပုံသေဖြစ်နေသည် ဟုယူဆလျှင် ငွေကြေးအရေအတွက်သီအိုရီတွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း အထွေထွေဈေးနှုန်း အဆင့် (P) သည်ငွေကြေးအရေအတွက် (M) နှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ် ပြောင်းလဲနေမည်ဖြစ်သည်။

အကယ်၍ Vသို့မဟုတ် T သို့မဟုတ် နှစ်ခုစလုံးမတည်ငြိမ်ခဲ့လျှင် ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီမှ ဖော်ထုတ်ထားသော M နှင့် P တို့၏ တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်မှုသည် မသေချာတော့ပေ။ ၎င်းအချက်သည် ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီ၏ အဓိကအားနည်းချက်ဖြစ်သည်။ အခြားအားနည်းချက်မှာ ခေတ်သစ်စီးပွားရေးအဆောက်အအုံအတွက် M ၏တန်ဖိုးကို တွက်ချက်ရန် ခက်ခဲခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ M ၏တန်ဖိုးကို တိုင်းတာတွက်ချက်ရာတွင် နည်း (၃) နည်းရှိသည့်အတွက် တိုင်းတာမှုတစ်မျိုးစီတွင် P အတွက်ကွဲပြားခြားနားသော အဖြေကိုရရှိမည်။ သို့သော်လည်း သာမန်အခြေအနေတွင် V တန်ဖိုးမပြောင်းလဲဘဲ T ၏တန်ဖိုးသိရှိပြီးဖြစ်ပါက ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီသည် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် ပြောင်းလဲမှုကို ထိန်းချုပ်ရာတွင် သင့်လျော်သည့် ပေါ်လစီကိုညွှန်ပြနိုင်သည်။ **အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်ကို ထိန်းချုပ်ရန်အတွက် ငွေကြေးပမာဏကို ထိန်းချုပ်သည့်ပေါ်လစီကို ငွေကြေးပေါ်လစီ (monetary policy) ဟုခေါ်သည်။** ၎င်းပေါ်လစီကိုယေဘုယျအားဖြင့် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ဗဟိုဘဏ်ကအကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ရသည်။

၄-၁၂။ ဘဏ်များစတင်ပေါ်ပေါက်လာပုံ

Origins of Banks

ဘဏ်ဆိုသည်မှာ အပ်ငွေလက်ခံပြီး ချေးငွေထုတ်ချေးသည့် အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သည်။ ဘဏ်အပ်ငွေများသည် ငွေကြေးအမျိုးအစားတစ်ခုဖြစ်သဖြင့် ငွေကြေးနှင့်ဘဏ် ဆက်စပ်လျက်ရှိသောကြောင့် ဘဏ်အကြောင်းလေ့လာရန် လိုအပ်သည်။ ၁၇ရာစုနှစ်တွင် ဥရောပရှိရွှေပန်းတိမ်သည်များ၊ ငွေချေးစားသူများနှင့် ကုန်သည်များသည် ယနေ့ဘဏ်များ၏ ဇာစ်မြစ်ဖြစ်သည်။

၁၅ရာစုနှင့် ၁၆ရာစုနှစ်များတွင် အရောင်းအဝယ်ကိစ္စများအတွက် အပေးအယူလုပ်ရန် ငွေပေးရေးကိရိယာအဖြစ် လူအများသည်ရွှေကို အသုံးပြုကြသည်။ ရွှေများကိုသယ်ဆောင်ရန် ခဲယဉ်းသောကြောင့်လည်းကောင်း၊ လုံခြုံစိတ်ချမှုမရှိသောကြောင့်လည်းကောင်း၊ ကုန်သည်များသည် ၎င်းတို့၏ ရွှေများကိုရွှေပန်းတိမ်သည်များထံတွင် အဖိုးအခပေးပြီး အပ်နှံထားကြသည်။

ရွှေပန်းတိမ်သည်များကလည်း ရွှေများကိုလက်ခံရရှိကြောင်း ငွေအပ်ပြေစာ **(deposit receipt)** ကို ပြန်လည်ထုတ်ပေးသည်။ အချိန်ကာလကြာလာသည်နှင့်အမျှ အရောင်းအဝယ်ကိစ္စများအတွက် အပေးအယူပြုလုပ်ရာတွင် ရွှေအစား ထိုငွေအပ်ပြေစာများကို လက်ခံအသုံးပြုလာကြသည်။ ထိုပြေစာသည် ယခုခေတ်ငွေစက္ကူ၏ ဇာစ်မြစ်ဖြစ်သည်။ ငွေအပ်ပြေစာများကို ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုလာသည့်အခါတွင် အရောင်းအဝယ်ကိစ္စများအတွက် ငွေအပေးအယူလုပ်ရန် ရွှေပန်းတိမ်သည်များထံသွား၍ ရွှေကိုပြန်လည်ထုတ်ရန်မလိုတော့ပေ။

ရွှေများကိုလုံခြုံစိတ်ချမှုရှိစေရန် အပ်နှံထားခြင်းဖြစ်သဖြင့် ရွှေပန်းတိမ်သည်များထံတွင် ရှိသော ရွှေတန်ဖိုးနှင့် ထုတ်ဝေထားသည့် ငွေအပ်ပြေစာတန်ဖိုး အတူတူပင်ဖြစ်သည်။ ရွှေအစား ငွေအပ်ပြေစာများကို လက်ခံသုံးပြုလာကြသည့်အခါ ရွှေကိုပြန်လည်မထုတ်ကြသဖြင့် ရွှေပန်းတိမ်သည်များထံတွင် ရွှေများမှာ အလဟသဖြစ်နေသည်။ ထိုအခါရွှေပန်းတိမ်သည်များသည် ရွှေများကို အလဟသထားမည့်အစားငွေလိုအပ်သူများအား အတိုးအနည်းငယ်ယူ၍ ရွှေထုတ်ချေးပေးသည်။ ရွှေများကို ထုတ်ချေးခြင်းမဟုတ်ဘဲ ငွေအပ်ပြေစာများရေးဆွဲ၍ ထုတ်ချေးသည်။ ယခုခေတ် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်၏ ချေးငွေထုတ်ချေးသည့် လုပ်ငန်းသည် ရွှေပန်းတိမ်သည်များထံမှ ဆင်းသက်လာခြင်းဖြစ်သည်။ ရွှေများကိုလက်ခံပြီး ချေးငွေထုတ်ချေးသည့် အဆင့်သို့ ရောက်ရှိလာသောအခါ ရွှေပန်းတိမ်သည်များ၏ လုပ်ငန်းသည် ဘဏ်လုပ်ငန်းအဖြစ်သို့ ကူးပြောင်းသွားသည်။ ချေးငွေထုတ်ချေးသည့် အဆင့်သို့ရောက်ရှိလာသောအခါ ရွှေပန်းတိမ်သည်များထံတွင် ရှိသော ရွှေတန်ဖိုးနှင့် ထုတ်ဝေထားသည့် ငွေအပ်ပြေစာတန်ဖိုး မတူညီတော့ပေ။ ထုတ်ဝေထားသည့် ငွေအပ်ပြေစာတန်ဖိုးသည် ရွှေပန်းတိမ်သည်များထံတွင်ရှိသော ရွှေတန်ဖိုးထက်များနေသည်။

ထိုအခါ ရွှေအပ်နှံထားကြသူများသည် ၎င်းတို့၏ရွှေကို ပြန်လည်ထုတ်ယူသည့်အခါ မရမည်ကို စိုးရိမ်ပူပန်ပြီး ပြန်လည်ထုတ်ယူကြသည်။ အချိန်တစ်ချိန်တည်းတွင် လူအများအပြားသည် ၎င်းတို့၏ရွှေကို ပြန်လည်ထုတ်ယူပါက ပြန်လည်ထုတ်မပေးနိုင်သည့် အခြေအနေနှင့် ရင်ဆိုင်နိုင်သည်။

၄–၁၃။ ဘဏ်အမျိုးအစားများ

Types of Banks

ဘဏ်ဆိုသည်မှာ ဘဏ်၏လုပ်ဆောင်ချက်များဖြစ်သည့် အပ်ငွေလက်ခံခြင်းနှင့် ချေးငွေထုတ်ချေးသည့် အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သည်။ ဘဏ်များ၏ သီးသန့်လုပ်ငန်းများအလိုက် ဘဏ်အမျိုးအစားများ အမျိုးမျိုးကွဲပြားနေသည်။ အဓိကအားဖြင့် ပဟိုဘဏ် (Central Bank) နှင့် အခြားဘဏ်ဟူ၍ နှစ်မျိုးနှစ်စား ခွဲခြားနိုင်သည်။ အခြားဘဏ်များတွင်

(က) ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ (Commercial Banks)

(ခ) ရင်းနှီးမြှုပ်နှံဘဏ်များ (Investment Banks)

(ဂ) စက်မှုဘဏ်များ (Industrial Banks)

(ဃ) လယ်ယာစိုက်ပျိုးရေးဘဏ်များ (Agricultural Banks)

(c) မြေယာဖွံ့ဖြိုးရေးဘဏ်များ (Land Development Banks)

(စ) သမဝါယမဘဏ်များ ပါဝင်သည်။ (Cooperative Banks)

ဗဟိုဘဏ်သည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံတွင် တစ်ခုတည်းသာရှိသော ဘဏ်ဖြစ်သည်။ အခြားဘဏ်များနှင့် များစွာကွာခြားသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် အခြားဘဏ်များမှ တာဝန်ယူဆောင်ရွက်သော လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဆောင်ရွက်ခြင်းမရှိသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ **ဗဟိုဘဏ်သည် အခြားဘဏ်များကို ထိန်းချုပ်ရန်နှင့် အစိုးရ၏ငွေကြေးပေါ်လစီကို အကောင်အထည်ဖော်ရန် တည်ထောင်ထားသော ဘဏ်ဖြစ်သည်။**

ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များသည် ကုန်သွယ်ရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေး လုပ်ဆောင်ချက်များကို အဓိကလုပ်ဆောင်ပြီး စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ လိုအပ်သောကာလတို့ ချေးငွေများကို ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များမှ အတိုးယူ၍ အဓိကထားထုတ်ချေးသည်။ အများအားဖြင့် လုပ်ငန်းလည်ပတ်ရန်အတွက် ငွေထုတ်ချေးသည်။ ပုဂ္ဂလိက ငွေကြေးလိုအပ်သူများအားလည်း ချေးငွေထုတ်ချေးသည်။ ပုဂ္ဂလိကအပ်ငွေ များကိုလည်းလက်ခံပြီး ကိုယ်ပိုင်ဘဏ်စာရင်းများ **(individual bank account or personal bank account)** ကိုလည်း ဆောင်ရွက်ပေးသည်။

ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဘဏ်များ၊ စက်မှုဘဏ်များ၊ လယ်ယာစိုက်ပျိုးရေးဘဏ်များ၊ မြေယာဖွံ့ဖြိုးရေးဘဏ်များ၊ သမဝါယမဘဏ်များသည် လုပ်ငန်းများတည်ထောင်ရန် လိုအပ်သော မတည်ရင်းနှီးငွေကို ကာလရှည်ထုတ်ချေးသည်။ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုလုပ်ငန်းစီမံချက်များ (investment projects) များကို ဦးဆောင်၍ဆောင်ရွက်ပေးသည်။

၄-၁၄။ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ

Functions of a Commercial Bank

ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ၏ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်များမှာ-

(၁) အပ်ငွေလက်ခံခြင်း (to accept deposits)

(၂) ချေးငွေထုတ်ချေးခြင်း (to make loans)

တို့ဖြစ်သည်။ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များသည် အပ်ငွေလက်ခံခြင်းကို ပုံစံ (၂) မျိုးဖြင့် လုပ်ဆောင်ပေးသည်။

(က) စာရင်းရှင်အပ်ငွေ (demand or current deposits) နှင့်

(ခ) အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေ (time or saving deposits) ဟူ၍ဖြစ်သည်။

ဘဏ်များသည် အပ်ငွေများကို လက်ခံပြီးနောက် ငွေအပ်နှံသူများ၏ ညွှန်ကြားချက်အရ ထိုအပ်နှံငွေများကို ပြန်လည်ထုတ်ပေးရသည်။ ထိုသို့ထုတ်ပေးရာတွင် စာရင်းရှင်အပ်ငွေများအတွက် ငွေအပ်နှံထားသူများသည် ချက်လက်မှတ်များ (cheque) ဖြင့် အချိန်မရွေးထုတ်ယူသုံးစွဲနိုင်သည်။ ၎င်းအပ်ငွေအပေါ် ဘဏ်ကအတိုးမပေးဘဲ ငွေကြေးကိစ္စများကို ဆောင်ရွက်ပေးခြင်းအတွက် ဘဏ်က ဘဏ်အပ်ခကိုရ

ရှိသည်။ အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေမှာမူ ဘဏ်ကပြဋ္ဌာန်းထားသည့် အချိန်ရောက်မှသာ မိမိတို့၏စာရင်းမှထုတ်ယူ သုံးစွဲပိုင်ခွင့်ရှိသည်။ ထိုအပ်ငွေများသည် ဘဏ်မှထုတ်ချေးနိုင်သော ငွေရင်းဖြစ်သောကြောင့် ထိုအပ်ငွေအပေါ် ဘဏ်ကအတိုးပေးသည်။

ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ၏ ဒုတိယလုပ်ဆောင်ချက်မှာ ချေးငွေများထုတ်ချေးခြင်း ဖြစ်သည်။ ဘဏ်များသည် ယုံကြည်စိတ်ချရသောလူများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ချေးငွေများထုတ်ချေးသည်။ ငွေချေးယူသူများက ချေးငွေအတွက် ဘဏ်သို့အတိုးပေးရသည်။ ထိုအတိုးသည် ဘဏ်များ၏အဓိကဝင်ငွေ ဇာစ်မြစ်ပင်ဖြစ်သည်။ ဘဏ်များကထုတ်ချေးသော ချေးငွေပုံစံမှာ စာရင်းသစ်ဖွင့်ချေးခြင်း၊ ကြိုတင်ချေးယူခြင်း နှင့် ငွေပိုထုတ်ချေးခြင်း တို့ဖြစ်သည်။

စာရင်းသစ်ဖွင့်ချေးခြင်းနည်းဖြင့် ငွေချေးရာတွင် ဘဏ်ကငွေချေးယူသူအတွက် စာရင်းသစ်ဖွင့်၍ ငွေချေးခြင်း ဖြစ်သည်၊ ငွေပိုထုတ်ချေးခြင်းနည်းအားဖြင့် ငွေချေးရာတွင် ဘဏ်က ငွေချေးယူသူများကို မိမိတို့ ပထမစာရင်း တွင်ရှိသောငွေထက် ပိုထုတ်ယူခွင့်ပြု၍ချေးခြင်း ဖြစ်သည်၊ တစ်နည်းအားဖြင့် ထိုချေးငွေများသည် ဘဏ်တွင် စာရင်းရှင်အပ်ငွေထားရှိသူများ၏ လိုအပ်မှုကို ဖြည့်ဆည်းရန်အတွက် ထုတ်ချေးခြင်းဖြစ်သည်။

အထက်ပါ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်များအပြင် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များသည် ၎င်းတို့ထံတွင် ငွေအပ်နှံသူများ၏ ငွေရေးကြေးရေး ကိစ္စများနှင့်ပတ်သက်၍ ကိုယ်စားလှယ်အဖြစ် လည်းဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ထို့အပြင်ငွေအပ်နှံသူများကို ဘဏ္ဍာရေးအကြောင်းအရာများနှင့် ပတ်သက်၍ အကြံဉာဏ်များပေးခြင်း၊ သတင်း အချက်အလက်များပေးခြင်း တို့ကိုလည်းဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ဘဏ်များက ယင်းသို့ဆောင်ရွက်ပေးမှုများ အတွက် အခကြေးငွေနှင့် ကော်မရှင်ခများ ကိုရရှိသည်။

၄-၁၅။ ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးမှု

Creation of Credit by the Banks

ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ၏ ချေးငွေထုတ်ချေးခြင်း လုပ်ဆောင်ချက်သည် ခေတ်သစ် စီးပွားရေးအဆောက်အအုံအတွက် အလွန်အရေးပါပေသည်။ ထုတ်လုပ်မှုဖြစ်စဉ်တွင် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှု များ ထုတ်လုပ်၍မပြီးမီ လိုအပ်သောအသုံးစရိတ်များအတွက် ငွေလုံလောက်မှုမရှိလျှင် ဘဏ်များမှချေးငွေယူ ရမည်ဖြစ်သည်။ ထုတ်လုပ်မှုပြီးစီး၍ ကုန်စည်များ ရောင်းချပြီးပါက ထိုချေးငွေများကို ပြန်လည်ပေးဆပ်ရမည် ဖြစ်သည်။ လိုအပ်သောချေးငွေများကို မရရှိနိုင်ပါက ထုတ်လုပ်မှုမှာ လွန်စွာအခက်အခဲ တွေ့ရပေမည်။ ထို့ကြောင့် လိုအပ်သောအချိန်တွင် လိုအပ်သောချေးငွေပမာဏ ရရှိနိုင်ရေးမှာ လွန်စွာအရေးကြီးပေသည်။

ငွေထုတ်ချေးရာမှ ရရှိသောအတိုးမှာ ဘဏ်များ၏ အဓိကဝင်ငွေဖြစ်သောကြောင့် ဘဏ်များသည် ငွေထုတ်ချေးရန်အတွက် စိတ်အားထက်သန်မှုရှိသည်။ လုပ်ငန်းရှင်များအနေဖြင့်လည်း ချေးငွေဖြင့်မိမိတို့၏ လုပ်ငန်းကို တိုးချဲ့နိုင်သောကြောင့် ငွေချေးယူရန် စိတ်အားထက်သန်မှုရှိသည်။ ဤအခြေအနေများကြောင့် ဘဏ်များသည်တတ်နိုင်သရွေ့ ချေးငွေထုတ်ချေးရန် အလားအလာရှိပေသည်။

ချေးငွေထုတ်ချေးရာတွင် ဘဏ်များကသတိပြုရမည့်အချက်မှာ အမြတ်မပေါ်သော စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများကို ထုတ်ချေးမိလျှင် ငွေချေးယူသူများက ချေးငွေများကို ပြန်လည်ပေးဆပ် နိုင်မည်မဟုတ်ပေ။ ထိုအခါ ဘဏ်ပျက်စီးခြင်း (bank failure) နှင့် ကြုံတွေ့ရပြီး အဆိုပါဘဏ်၌ ငွေအပ်နှံထားသူများသည် ၎င်းတို့၏ အပ်ငွေများကို ဆုံးရှုံးရမည်ဖြစ်သည်။

နောက်ထပ်သတိပြုရမည့်အချက်မှာ ချေးငွေများထုတ်ချေးခြင်းသည် ငွေကြေးပမာဏ (money supply) ကိုတိုးပွားစေပြီး နိုင်ငံ၏စီးပွားရေးအခြေအနေကို မတည်မငြိမ် ဖြစ်စေတတ်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့်ချေးငွေပမာဏကို ထိန်းချုပ်နိုင်မည့် ပေါ်လစီများကို သက်ဆိုင်ရာအာဏာပိုင်များက ကျင့်သုံးရန် လိုအပ်သည်။

ဘဏ်က ငွေချေးယူလိုသူများအတွက် စာရင်းသစ်ဖွင့်ပြီး ငွေထုတ်ချေးလိုက်သောအခါ ငွေကြေး ပမာဏ တိုးပွားလာလိမ့်မည်။ ၎င်းသည် သာမန်ရိုးရိုးလူ တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ငွေချေးငှားသည့်ပုံစံနှင့် တူညီမှု မရှိပေ။ ဥပမာ- ဦးလှသည် ဦးမြထံမှ ငွေကျပ် (၁၀၀၀) ချေးယူသည်ဆိုလျှင် ဦးလှတွင် ငွေကျပ် (၁၀၀၀) တိုးပွားလာပြီး ဦးမြတွင် ငွေကျပ် (၁၀၀၀) လျော့သွားမည်။ ၎င်းတို့ နှစ်ဦးပေါင်းလျှင် ငွေကြေးပမာဏသည် တိုးပွားလာစရာအကြောင်း မရှိပေ။

သို့ရာတွင် ဦးလှသည်ဘဏ်မှငွေကျပ် (၁၀၀၀) ချေးသည်ဆိုလျှင် ဘဏ်က ဦးလှအမည်ဖြင့် ငွေကျပ် (၁၀၀၀) ကို စာရင်းဖွင့်ရပေမည်။ ဦးလှသည် ထိုစာရင်းမှ မိမိလိုအပ်သောအခါ ထုတ်ယူနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် ဘဏ်၏စုစုပေါင်း အပ်ငွေစာရင်းတွင် ကျပ် (၁၀၀၀) တိုးပွားလာမည်။ သို့ဖြစ်၍ **ဘဏ်မှငွေထုတ်ချေးလိုက်သောအခါ ဘဏ်အပ်ငွေတိုးပွားလာပြီး တိုင်းပြည်၏ ငွေကြေးပမာဏလည်း တိုးပွားလာမည်။ ဤဖြစ်စဉ်ကို ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးမှုဟုခေါ်သည်။** ဘဏ်များ၏ချေးငွေဖန်တီးမှုကို ဘဏ်များကထားရှိရသော သီးသန့် ငွေသားပမာဏအားဖြင့် ထိန်းချုပ်ထားနိုင်သည်။

ဘဏ်များသည် လူများ၏အပ်ငွေကိုလက်ခံ၍ သီးသန့်ငွေသားပမာဏကို ချန်လှပ်ထားပြီး ကျန်ငွေ များကိုထုတ်ချေးနိုင်သည်။ **သီးသန့်ငွေသားဆိုသည်မှာ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များကအစိုးရ(သို့)ဗဟိုဘဏ်၏ ဥပဒေပြဋ္ဌာန်းချက်အရ သီးသန့်ထားကြရသော ငွေသားဖြစ်သည်။** ၎င်းသီးသန့်ငွေသားကို ဗဟိုဘဏ်တွင် အပ်ငွေအဖြစ်လည်းကောင်း၊ အစိုးရ၏ စာချုပ်စာတမ်းများ ကိုင်ဆောင်ထားခြင်းအားဖြင့် လည်းကောင်း ထားရှိရသည်။ **သီးသန့်ငွေသားပမာဏ နှင့် ဘဏ်များကလက်ခံထားသော အပ်ငွေပမာဏတို့၏အချိုးကို သီးသန့်ငွေသားအချိုးဟုခေါ်သည်။**

ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များသည် သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားသော **အနိမ့်ဆုံးသီးသန့်ငွေသား အချိုး** အရ သီးသန့်ငွေသားကိုချန်လှပ်ထားပြီး ကျန်ငွေကိုထုတ်ချေးခြင်းဖြင့် ချေးငွေဖန်တီးနိုင်သည်။ **သီးသန့်ငွေသား** အချိုးမှာ တစ်နိုင်ငံနှင့်တစ်နိုင်ငံ မတူညီပေ။ သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားသော **အနိမ့်ဆုံးသီးသန့် ငွေသားအချိုး** မြင့်လျှင် ဘဏ်များကဖန်တီးနိုင်သော ချေးငွေပမာဏနည်းပြီး သီးသန့်ငွေသားအချိုးနိမ့်လျှင် ဘဏ်များတ ဖန်တီးနိုင်သော ချေးငွေပမာဏ များမည်ဖြစ်သည်။

ဥပမာ ဘဏ်တွင်အပ်ငွေကျပ် (၁၀၀) သန်းရှိပြီး အနိမ့်ဆုံးသီးသန့်ငွေသားအချိုးမှာ ၁၀% ဖြစ်သည်ဆိုပါက ဘဏ်၏ချေးငွေ ဖန်တီးနိုင်မှုပမာဏမှာ ကျပ်သန်း (၁၀၀၀) ဖြစ်မည်။

အကယ်၍ အနိမ့်ဆုံးသီးသန့်ငွေသားအချိုးမှာ ၂၀% ဖြစ်ခဲ့လျှင် ဘဏ်၏ချေးငွေ ဖန်တီးနိုင်မှုပမာဏမှာ ကျပ်သန်း (၅၀၀) သာဖြစ်ပေမည်။ (ကျပ် ၁၀၀ သန်း× ၁၀၀÷ ၂၀)

ထို့ကြောင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးနိုင်စွမ်းသည် (၁) ဘဏ်ရှိ စုစုပေါင်းအပ်ငွေနှင့် (၂) အနိမ့်ဆုံး သီးသန့်ငွေသားအချိုးတို့အပေါ်တွင် မူတည်သည်။ ချေးငွေ ဖန်တီးနိုင်မှုပမာဏကို ပြောင်းစေလိုလျှင် အဆိုပါအချက်နှစ်ချက်ထဲမှ တစ်ခုကိုဖြစ်စေ၊ နှစ်ခုစလုံးကိုဖြစ်စေ ပြောင်းလဲမှုပြုလုပ်ခြင်းဖြင့် ရရှိနိုင်သည်။ သို့ရာတွင် ဤသို့ပြောင်းလဲမှု ပြုနိုင်သည်မှာ ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးနိုင်မှု စွမ်းအားကို သာဖြစ်သည်။ ဘဏ်များမှချေးငွေ အမှန်တကယ် ထုတ်ချေးသည့်ပမာဏမှာ အဆိုပါအချက်နှစ်ချက်အပြင် လူအများ၏ ချေးငွေ ချေးယူလိုမှုအပေါ်တွင်လည်း မူတည်သည်။

စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များ ကျဆင်းနေချိန်တွင် လူအများ၏ချေးငွေရယူလိုမှုသည် နည်းပါးမည်ဖြစ်သောကြောင့် ဘဏ်များက ချေးငွေဖန်တီးနိုင်စွမ်း မြင့်နေသည့်တိုင်အောင် ချေးငွေ အမှန်တကယ်ထုတ်ချေးမှုပမာဏမှာ နည်းနေမည်ဖြစ်သည်။

၄-၁၆။ ဗဟိုဘဏ်များပေါ်ပေါက်လာပုံ

Origins of Central Banks

နိုင်ငံအများရှိ ဗဟိုဘဏ်များသည် များသောအားဖြင့် အင်္ဂလန်ဘဏ် (Bank of England) ၏ ပုံစံကို ယူထားကြသည်။ အင်္ဂလန်ဘဏ်သည် ပုဂ္ဂလိကဘဏ်အဖြစ်စတင်ခဲ့ရာမှ အင်္ဂလန်ဘုရင်နှင့် ငွေကြေးအားဖြင့် ပတ်သက်မှုရှိသဖြင့် သြဇာအာဏာပြည့်ဝပြီး ထင်ပေါ်ကျော်ကြားသော ဘဏ်ဖြစ်ခဲ့သည်။ ဤသို့သော အခြေအနေကြောင့် အခြားသောဘဏ်ငယ်ကလေးများသည် အင်္ဂလန်ဘဏ်တွင် ငွေစာရင်းများထားရှိကြသည်။ မိမိတို့အချင်းချင်း ငွေပေးချေစရာများရှိပါက အင်္ဂလန်ဘဏ်တွင် ငွေစာရင်းရှင်းခြင်း (clearing the accounts) နည်းဖြင့် ပေးချေကြသည်။ အင်္ဂလန်ဘဏ်က ရယူသောအတိုးနှုန်းမှာလည်း အခြားသော ဘဏ်ငယ်ကလေးများက ရယူသော အတိုးနှုန်းအပေါ်တွင် များစွာလွှမ်းမိုးမှုရှိသည်။ နောက်ပိုင်းတွင် အင်္ဂလန်ဘဏ်သည် အင်္ဂလန်နိုင်ငံတွင် တစ်ဦးတည်းသောဘဏ်ငွေစက္ကူ (bank notes) ထုတ်ဝေခွင့်ရှိသည့် ဘဏ်ဖြစ်လာသည်။ အင်္ဂလန်ဘဏ်သည် အင်္ဂလန်နိုင်ငံတွင် ဘဏ်ငယ်ကလေးများအား ကြီးကြပ်ကွပ်ကဲမှုနှင့် ၎င်းတို့အတွက် ဥပဒေများထုတ်၍ ထိန်းချုပ်ခွင့်အာဏာကိုပါ ရရှိခဲ့သည်။ အင်္ဂလန်ဘဏ်သည် (၁၉၄၆) ခုနှစ်တွင် နိုင်ငံပိုင်ဘဏ်ဖြစ်လာခဲ့သည်။

အင်္ဂလန်နိုင်ငံ၏ အတွေ့အကြုံများအရဆိုလျှင် အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သော လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် အင်္ဂလန်ဘဏ်ကဲ့သို့ တစ်ခုတည်းသော သြဇာအာဏာပြည့်ဝသည့်ဘဏ်မျိုး အလွန်လိုအပ်ကြောင်း တွေ့ရသည်။ ထို့ကြောင့် အခြားသောနိုင်ငံများသည် အင်္ဂလန်နိုင်ငံအား အတုယူ၍

အင်္ဂလန်ဘဏ်ကဲ့သို့သော ဘဏ်များကို တည်ထောင်ခဲ့ကြသည်။ နောက်ပိုင်းတွင် ၎င်းဘဏ်များကို ဗဟို ဘဏ်များအဖြစ် အသိအမှတ်ပြုလာကြသည်။ ယခင်ဆိုရှယ်လစ် နိုင်ငံများတွင်လည်း တိုင်းပြည်၏ ဘဏ်လုပ်ငန်းစနစ် (Banking System) ကို ထိန်းချုပ်စီမံကွပ်ကဲရန် ဗဟိုဘဏ်ကို တည်ထောင်ခဲ့ကြသည်။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ ဗဟိုဘဏ်မှာ မြန်မာနိုင်ငံတော်ဗဟိုဘဏ် (The Central Bank of Myanmar) ဖြစ်သည်။ ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ဗဟိုဘဏ်မှာ ဘင့်အော့ဖ်ဂျပန် (Bank of Japan) ဖြစ်သည်။ အိန္ဒိယနိုင်ငံ၏ ဗဟိုဘဏ်မှာ ရီဆာဘင့် အော့ဖ်အိန္ဒိယ (Reserve Bank of India) ဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာပေါ်ရှိ လွတ်လပ်သောနိုင်ငံတိုင်း လိုလိုတွင် ဗဟိုဘဏ်ရှိသည်။

၄-၁၇။ ဗဟိုဘဏ်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ

Functions of a Central Bank

ဗဟိုဘဏ်၏ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်များမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်။

၁။ ဘဏ်ငွေစက္ကူများထုတ်ဝေခြင်း
(to issue bank notes)

၂။ အစိုးရ၏ဘဏ်အဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း
(to operate as banker to the government)

၃။ အခြားဘဏ်များ၏ ဘဏ်အဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း
(to operate as banker to the other banks)

၄။ ဘဏ်စနစ်ကို ကြီးကြပ်ခြင်းနှင့် ဥပဒေများပြဋ္ဌာန်း၍ ကွပ်ကဲခြင်း
(to regulate and supervise the banking system)

၅။ အစိုးရ၏ ငွေကြေးပေါ်လစီကို အကောင်အထည်ဖော်ခြင်း
(to implement the monetary policy of the government)

၁။ ဘဏ်ငွေစက္ကူများထုတ်ဝေခြင်း။ ။ နိုင်ငံအများစုတွင် ဗဟိုဘဏ်သည် ဘဏ်ငွေစက္ကူ ထုတ်ဝေခွင့် အာဏာရှိသည့် တစ်ခုတည်းသော အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သည်။ ရှေးယခင်ကဘဏ်များသည် မိမိတို့ကိုယ်ပိုင် ဘဏ်ငွေစက္ကူများကို ထုတ်ဝေခဲ့ကြသည်။ ထို့ကဲ့သို့ ထုတ်ဝေခဲ့သည့်အတွက် အတော်အတန်ရှုပ်ထွေးမှုများ ဖြစ်ပေါ်ခဲ့ပြီး မလိုလားအပ်သောပြဿနာများ ပေါ်ပေါက်ခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် နောက်ပိုင်းတွင် ဗဟိုဘဏ်တစ်ခု တည်းကိုသာ ငွေစက္ကူ ထုတ်ဝေခွင့်ပြုခဲ့သည်။

၂။ အစိုးရ၏ဘဏ်အဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း။ ။ ဗဟိုဘဏ်တွင် အစိုးရ၏ငွေစာရင်းကို ထားရှိသည်။ လိုအပ်သောအခါတွင် အစိုးရ၏ကိုယ်စား ငွေချေးယူခြင်း၊ ငွေထုတ်ချေးခြင်းများကို ဗဟိုဘဏ်ကပြုလုပ်ပေးသည်။

မိမိတိုင်းပြည်၏ အခြားတိုင်းပြည်များနှင့်ပြုလုပ်သော အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေကြေးအပေးအယူကိစ္စရပ်များ ကိုလည်း ဗဟိုဘဏ်က ဆောင်ရွက်ပေးသည်။ ဗဟိုဘဏ်သည် အစိုးရ၏နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေ (Reserves of foreign exchange) ကိုလည်းစီမံကွပ်ကဲခြင်း ပြုလုပ်သည်။

၃။ အခြားဘဏ်များ၏ ဘဏ်အဖြစ်ဆောင်ရွက်ခြင်း။ ။ အခြားသောဘဏ်များက ဗဟိုဘဏ်တွင် ငွေစာရင်းများထားရှိခြင်း (ငွေအပ်နှံထားခြင်းကိုဆိုလိုသည်) အားဖြင့် ဗဟိုဘဏ်သည် အခြားဘဏ်များ၏ ဘဏ်အဖြစ်ဆောင်ရွက်သည်။ ထို့ကြောင့် ဘဏ်များအချင်းချင်း ငွေအပေးအယူကိစ္စများကို ဗဟိုဘဏ်တွင် ထားရှိသောစာရင်းများအား ညှိနှိုင်းခြင်းဖြင့် ပြုလုပ်နိုင်သည်။ **ဘဏ်များအကြား ငွေအပေးအယူကိစ္စများ ကိုပြီးမြောက်စေရန်အတွက် ဗဟိုဘဏ်တွင်ထားရှိသော စာရင်းများညှိနှိုင်းခြင်းကို ငွေစာရင်းရှင်းခြင်း** (clearing the accounts) **ဟုခေါ်သည်။** အခြားသောဘဏ်များအနေဖြင့် ငွေလိုအပ်သောအချိန်တွင်လည်း ဗဟိုဘဏ်က ၎င်းဘဏ်များသို့ ငွေထုတ်ချေးသည်။ သို့သော်လည်း ဗဟိုဘဏ်က ထိုချေးငွေအတွက် ယူသော အတိုးနှုန်းမှာ ဘဏ်များအကြားတွင် ဖြစ်ပေါ်နေသော အတိုးနှုန်းထက်များလေ့ရှိသည်။ **အခြားဘဏ်များသို့ငွေထုတ်ချေးရာတွင် ဗဟိုဘဏ်ကယူသောအတိုးနှုန်းကို ဘဏ်တိုးနှုန်း** (bank rate) **ဟုခေါ်သည်။** ဗဟိုဘဏ်၏ ဘဏ်တိုးနှုန်းမှာ အခြားသော အတိုးနှုန်းများထက် မြင့်သောကြောင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေး ဘဏ်များသည် နောက်ဆုံး အားထားရာအဖြစ်ဖြင့်သာ ဗဟိုဘဏ်မှချေးယူကြသည်။ ထို့ကြောင့် ဘဏ်များ၏ဘဏ်အဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် ဗဟိုဘဏ်သည် အခြားသောဘဏ်များ၏ နောက်ဆုံးအားထားရာ ငွေချေးဌားသူ (lender of last resort) အဖြစ်လည်း ဆောင်ရွက်သည်။

၄။ ဘဏ်စနစ်ကို ကြီးကြပ်ခြင်းနှင့် ဥပဒေများပြဋ္ဌာန်း၍ ကွပ်ကဲခြင်း။ ။ဗဟိုဘဏ်သည် ဘဏ်များကို ကြီးကြပ်ကွပ်ကဲသူအဖြစ်လည်း ဆောင်ရွက်သည်။ ဘဏ်လုပ်ငန်းသည် အလွန်အရေးကြီးသော လုပ်ဆောင်ချက်ဖြစ်သည့်အတွက်ကြောင့် ဘဏ်များကို ကွပ်ကဲထိန်းချုပ်ရန် တင်းကျပ်သော စည်းမျဉ်း ဥပဒေများကို ထားရှိရသည်။ ဗဟိုဘဏ်သည် ဤစည်းမျဉ်း ဥပဒေများကို အကောင်အထည်ဖော်ရာတွင် ကြီးကြပ်သူအာဏာပိုင်အဖြစ် ဆောင်ရွက်ရသည်။ ၎င်းစည်းမျဉ်းများအနက် အရေးကြီးသော စည်းမျဉ်းတစ်ခုမှာ ဘဏ်များသည် ၎င်းတို့၏ငွေစာရင်းများကို သင့်လျော်စွာထားရှိရမည့်အပြင် ၎င်းတို့၏ လုပ်ဆောင်ချက်များနှင့် ပတ်သက်၍ လုံလောက်သော သတင်းအချက်အလက်များကို ပေးပို့ရမည်။ အခြားသော အရေးကြီးသည့် စည်းမျဉ်းတစ်ခုမှာ ဘဏ်များသည် ဗဟိုဘဏ်တွင် အနည်းဆုံးသတ်မှတ်ထားသည့် သီးသန့်ရန်ပုံငွေထားရှိ ရမည်။ တည်ဆဲစည်းမျဉ်းများအပြင် လိုအပ်သည့်အခါတွင် အချိန်မရွေးစည်းမျဉ်းအသစ်များကို ချမှတ်နိုင်သည်။ ချမှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားသော စည်းမျဉ်းများကို ကောင်းစွာလိုက်နာခြင်းရှိမရှိ သေချာစွာ သိရှိရန်အတွက် ဗဟိုဘဏ်သည် ပုံမှန်စစ်ဆေးရေးအဖွဲ့များကို ဘဏ်များသို့ စေလွှတ်၍ စစ်ဆေးစေသည်။

၅။ အစိုးရ၏ ငွေကြေးပေါ်လစီကို အကောင်အထည်ဖော်ခြင်း။ ။ ဤလုပ်ဆောင်ချက်မှာ အလွန်အရေးကြီးသော၏လုပ်ဆောင်ချက်ဖြစ်ပြီး တိုင်းပြည်၏ငွေကြေးပမာဏကို ထိန်းချုပ်ခြင်းနှင့် ပတ်သက်သည်။ ဗဟိုဘဏ်တွင် တိုင်းပြည်၏ ငွေကြေးပမာဏကို ထိန်းချုပ်ရန် အသုံးပြုနိုင်သော အာဏာများရှိသည်။ တိုင်းပြည်၏ ငွေကြေးပမာဏကို ထိန်းချုပ်ခြင်းအပြင် ဗဟိုဘဏ်သည် ငွေကြေး၏ပြည်ပတန်ဖိုးကိုပါ ထိန်းချုပ်ရန်လည်းတာဝန်ရှိသည်။ ငွေကြေးကိစ္စနှင့်ပတ်သက်သော အစိုးရ၏အခြားသော ပေါ်လစီများကိုလည်း ဗဟိုဘဏ်က အကောင်အထည်ဖော်ရသည်။

အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သော ဗဟိုဘဏ်၏ အဓိကလုပ်ဆောင်ချက်များအပြင် အခြားသော လုပ်ဆောင်ချက်များ ဥပမာငွေကြေးကိစ္စနှင့်ပတ်သက်၍ အစိုးရသို့ အကြံဉာဏ်များပေးခြင်း၊ ဘဏ္ဍာရေးစီမံကိန်းများ ရေးဆွဲခြင်း စသည်တို့ကိုလည်း ဗဟိုဘဏ်က လုပ်ဆောင်သည်။

၄–၁၈။ ငွေကြေးထိန်းချုပ်မှုနည်းလမ်းများ

Techniques of Monetary Control

တိုင်းပြည်၏ ငွေကြေးပမာဏအနည်းအများကို ထိန်းချုပ်ရန် ဗဟိုဘဏ်ကအသုံးပြုသည့် နည်းလမ်း များကို ဗဟိုဘဏ်၏အာဏာများ (the powers of a central bank) **ဟုခေါ်ဆိုသည်။** ဗဟိုဘဏ်၏အာဏာများ (၀၊) ငွေကြေးထိန်းချုပ်မှု နည်းလမ်းများမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်သည်-

(၁) အနည်းဆုံးထားရှိရမည့် သီးသန့်ငွေသားအချိုးကို ပြောင်းလဲခြင်း
(Changing the minimum reserve ratio requirements)

(၂) လွတ်လပ်သောဈေးကွက်တွင် စာချုပ်များအရောင်းဝယ်ပြုခြင်း
(Open market operations)

(၃) ဘဏ်တိုးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်း
(Bank rate changes)

(၄) ချေးငွေထိန်းချုပ်ခြင်း
(Credit controls)

(၅) ညှိနှိုင်းဆွေးနွေးခြင်းနှင့် ဆွဲဆောင်ခြင်း
(Consultation and persuasion)

(၁) အနည်းဆုံးထားရှိရမည့်သီးသန့်ငွေသားအချိုးကို ပြောင်းလဲခြင်း။ ။ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေး ဘဏ်များအားလုံးသည် သတ်မှတ်ထားသော အနည်းဆုံးသီးသန့်ငွေသားအချိုးကို ဗဟိုဘဏ်တွင်ထားရန် တာဝန်ရှိသည်။ ၎င်းသီးသန့်ငွေသားအချိုးကို ဗဟိုဘဏ်က သတ်မှတ်ပေးရသည်ဖြစ်ရာ လိုအပ်သလိုပြောင်းလဲ သတ်မှတ်ခြင်းဖြင့်ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးနိုင်သည့် အင်အားကို ပြောင်းလဲစေနိုင်သည်။ အနည်းဆုံး

သီးသန့်ငွေသားအချိုးကို မြှင့်လိုက်လျှင် ချေးငွေဖန်တီးနိုင်မှု အင်အားလျော့နည်းသွားမည်။ ၎င်းအချိုးကို လျှော့ချလိုက်လျှင် ချေးငွေဖန်တီးနိုင်မှု အင်အားတိုးလာမည်။

(၂) လွတ်လပ်သောဈေးကွက်တွင် စာချုပ်များ အရောင်းအဝယ်ပြုခြင်း။ ။အင်္ဂလန်တွင် လွတ်လပ်သောဈေးကွက် (open market) ဆိုသည်မှာ **စာချုပ်များ အရောင်းအဝယ်ပြုသော စတော့ဈေးကွက်** (stock exchange) **ကို ခေါ်ခြင်းဖြစ်သည်။** လွတ်လပ်သောဈေးကွက်တွင် စာချုပ်များ အရောင်းအဝယ်ပြုခြင်းဆိုသည်မှာ စတော့ဈေးကွက် သို့မဟုတ် လွတ်လပ်သော ဈေးကွက်တွင် အစိုးရအာမခံစာချုပ်များ (government bonds and securities) ကိုရောင်းခြင်း သို့မဟုတ် ဝယ်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဗဟိုဘဏ်မှအစိုးရ၏ စာချုပ်စာတမ်းများကို ပြည်သူလူထုသို့ ရောင်းချပါက ပြည်သူလူထု လက်ထဲတွင်ရှိသော ငွေကြေးများလျော့နည်းသွားမည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေးပမာဏ နည်းသွားမည်။ အကယ်၍ ဗဟိုဘဏ်က ပြည်သူလူထုလက်ထဲရှိ အစိုးရ၏ စာချုပ်စာတမ်းများကိုဝယ်ယူလျှင် ဗဟိုဘဏ်က စာချုပ်စာတမ်းများအတွက် ငွေပေးချေရသဖြင့် ပြည်သူလူထု လက်ဝယ်ရှိ ငွေများတိုးလာမည်။ ထို့ကြောင့် ငွေကြေး ပမာဏများလာမည်။

(၃) ဘဏ်တိုးနှုန်းပြောင်းလဲခြင်း။ ။ဗဟိုဘဏ်က ဘဏ်တိုးနှုန်းကို တိုးမြှင့်လိုက်လျှင် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များက ရယူသော အတိုးနှုန်းမှာလည်း မြင့်တက်လာမည်။ ထို့ကြောင့် ပြည်သူလူထုက ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များမှ ငွေချေးယူမှုနည်းသွားပြီး ငွေကြေးပမာဏ လျော့နည်းသွားမည်။ ဗဟိုဘဏ်က ဘဏ်တိုးနှုန်းကိုလျှော့ချလိုက်လျှင် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေး ဘဏ်များမှရယူသော အတိုးနှုန်းမှာလည်း ကျဆင်းသွားပြီး ပြည်သူလူထုက ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေး ဘဏ်များမှ ငွေချေးယူမှုများလာမည်။ သို့ဖြစ်၍ ငွေကြေးပမာဏ များလာမည်။

(၄) ချေးငွေထိန်းချုပ်ခြင်း။ ။ အချို့သော ချေးငွေအမျိုးအစားများကို ထိန်းချုပ်ရန်အတွက် ဗဟိုဘဏ်သည် ချေးငွေထိန်းချုပ်ခြင်းနည်းလမ်းကို အသုံးပြုလာသည်။ ဤနည်းလမ်းကို စီးပွားရေးအဆောက်အအုံရှိ အချို့သော စီးပွားရေးကဏ္ဍများကို သီးသန့်ထိန်းချုပ်မှု အောင်မြင်ရန်အတွက် အသုံးပြုလေ့ရှိသည်။

(၅) ညှိနှိုင်းဆွေးနွေးခြင်းနှင့် ဆွဲဆောင်ခြင်း။ ။ ဗဟိုဘဏ်သည် ငွေကြေးဆိုင်ရာ ထိန်းချုပ်မှုများ အောင်မြင်ရန်အတွက် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များနှင့် ညှိနှိုင်းဆွေးနွေးခြင်း၊ ၎င်းတို့အားဆွဲဆောင်ခြင်း စသည့် နည်းလမ်းများကိုလည်း အသုံးပြုနိုင်သည်။ ၎င်းနည်းလမ်းများကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များသည် မိမိတို့၏ဘဏ်လုပ်ငန်း လုပ်ဆောင်ချက်များက တိုင်းပြည်စီးပွားရေး အဆောက်အအုံပေါ် မည်ကဲ့သို့အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသည်ကိုသိရှိလာကြမည်။ ဤသို့ဖြင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များသည် မိမိတို့၏ သဘောဆန္ဒအလျောက် မိမိတို့၏လုပ်ဆောင်ချက်များကို ထိန်းချုပ်စေရန်ဖြစ်ပါသည်။

၄-၁၉။ နိဂုံး

ဤအခန်းတွင် ငွေကြေးနှင့် ဘဏ်လုပ်ငန်းတို့၏ သဘောသဘာဝ၊ ငွေကြေးနှင့်ဘဏ်များ ဖြစ်ပေါ်လာပုံစသည်တို့ကို လေ့လာခဲ့သည်။ ငွေကြေးနှင့်ဘဏ်လုပ်ငန်းတို့၏ ယခုခေတ် လုပ်ဆောင်ချက်များကို နားလည်နိုင်ရန်အတွက် ငွေကြေးနှင့် ဘဏ်လုပ်ငန်းများ ပေါ်ပေါက်လာ ပုံကိုသိရှိရန်လိုအပ်သည်။ ငွေကြေး၏ သဘာဝကို နားလည်ရန်အတွက် ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များနှင့် ငွေကြေး၏ အရည်အချင်းများကို လေ့လာခဲ့သည်။ ၎င်းပြင် ငွေကြေးတန်ဖိုး၏ အဓိပ္ပာယ်ကိုလည်း လေ့လာခဲ့သည်။ ငွေကြေးတန်ဖိုးကို အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်က ပြဋ္ဌာန်းပြီး အထွေထွေ ဈေးနှုန်းအဆင့်ကို တစ်စုံတစ်ခုသော အခြေအနေ ဘောင်အတွင်း ငွေကြေး၏အရေအတွက်က တစ်ဖန်ပြဋ္ဌာန်းပြန်သည်။

ဤအခန်းတွင်ငွေကြေးပမ္ဘာဏ (ငွေကြေးရောင်းလိုအား)၊ ငွေကြေးလက်ဝယ် ကိုင်ဆောင်လိုမှု (ငွေကြေး၏ဝယ်လိုအား) နှင့် ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန်တို့၏ သဘောတရားများကိုလည်း လေ့လာခဲ့သည်။ ၎င်းသဘောတရားများကိုအသုံးပြုပြီး ငွေကြေးအရေအတွက်သီအိုရီ (the quantity theory of money) နှင့် ငွေဖောင်းပွမှု၊ ငွေကျုံ့မှုတို့၏အကြောင်းရင်းများနှင့် အကျိုးဆက်များကိုလေ့လာခဲ့သည်။

ဘဏ်လုပ်ငန်း၏ သဘောသဘာဝကိုနားလည်ရန်အတွက် ဘဏ်အမျိုးအစားများ၊ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်နှင့် ဗဟိုဘဏ်တို့၏လုပ်ဆောင်ချက်များ၊ ငွေကြေးထိန်းချုပ်မှု နည်းလမ်းများကိုလည်း လေ့လာခဲ့သည်။

အနှစ်ချုပ်

(၁) ငွေကြေးသည် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ထိရောက်စွာဖလှယ်နိုင်ရန် လိုအပ်ချက်ကြောင့် စတင်ပေါ်ပေါက်ခဲ့ရသည်။

(၂) လူတို့သည် အရာဝတ္ထုပစ္စည်းအမျိုးမျိုးကို ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုခဲ့သည်။

(၃) ငွေစက္ကူသည် ရွှေငွေပိုင်ဆိုင်မှုလက်မှတ်များမှ အစပြုခဲ့ပြီး ယခုအခါ ဘဏ်ငွေစက္ကူဟုခေါ်သည်။

(၄) ယနေ့သုံးဘဏ်ငွေစက္ကူများကို ရွှေ သို့မဟုတ် ငွေဖြင့်လဲလှယ်၍ မရနိုင်တော့သော်လည်း လူတိုင်းက လက်ခံသောကြောင့် ငွေကြေးအဖြစ် သုံးစွဲကြသည်။

(၅) ဘဏ်အပ်ငွေကို ငွေကြေးအဖြစ် မှတ်ယူသုံးစွဲနိုင်သည်။

(၆) ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက် (၄) မျိုးရှိပြီး ဖလှယ်ရေးကိရိယာအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း အခြေခံ အကျဆုံး လုပ်ဆောင်ချက်ဖြစ်သည်၊ ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များသည် တစ်ခုနှင့်တစ်ခု ဆက်စပ်လျက်ရှိသည်။

(၇) ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို ပြည့်ဝစွာဆောင်ရွက်နိုင်ရန် ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသောအရာ သည်အရည်အချင်း (၆) မျိုးနှင့် ပြည့်စုံရန်လိုသည်။

(၈) ငွေကြေး၏တန်ဖိုးဆိုသည်မှာ ငွေကြေးဖြင့်ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ဝယ်နိုင်စွမ်းအားဖြစ်ပြီး ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ၏ စျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုနှင့် ပြောင်းပြန် ဆက်စပ်နေသည်။

(၉) ကုန်စည်အမျိုးအမယ် မြောက်မြားစွာရှိပြီး ၎င်းတို့၏ စျေးနှုန်းများတက်ပုံ၊ ကျဆုံးမတူညီသောကြောင့် ငွေကြေးတန်ဖိုး ပြောင်းလဲမှုကိုဖော်ပြရန် ခက်ခဲသည်၊ သို့သော်စျေးနှုန်းများ ပြောင်းလဲမှုကို စျေး ဆန္ဒနှုန်းကိန်းများဖြင့် တိုင်းတာကြသည်။

(၁၀) စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းများဖြင့် အထွေထွေစျေးနှုန်းပြောင်းလဲမှုကို ခန့်မှန်းပြီး ငွေကြေးတန်ဖိုး ပြောင်းလဲမှုကို တိုင်းတာကြသည်။

(၁၁) စျေးနှုန်းတည်ငြိမ်မှုမရှိခဲ့လျှင် ငွေဖောင်းပွခြင်း သို့မဟုတ် ငွေကျဲ့ခြင်း အခြေအနေများ ဖြစ်ပေါ်နိုင်သည်။

(၁၂) ငွေဖောင်းပွခြင်းသည် တိုင်းပြည်အတွက်လိုလားအပ်သော အခြေအနေ မဟုတ်သကဲ့သို့ ငွေကျဲ့ခြင်း မှာလည်း လိုလားအပ်သော အခြေအနေ မဟုတ်ပေ။

(၁၃) ငွေကြေးပမာဏတွင် အခြေခံအားဖြင့် လှည့်လည်သုံးစွဲနေသော ငွေစက္ကူ နှင့် အကြွေများ၊ ဘဏ်အပ် ငွေများ ပါဝင်သော်လည်း စီးပွားရေးပညာရှင်များက မိမိတို့အထူးပြုလိုသော လုပ်ဆောင်ချက်များ အပေါ်တွင်မူတည်၍ နည်းလမ်းအမျိုးမျိုးဖြင့် တိုင်းတာကြသည်။

(၁၄) လူများအနေဖြင့် ငွေကြေးလက်ဝယ်ထားရှိလိုမှု ဖြစ်ပေါ်ရသည့်အကြောင်းရင်းပေါ် မူတည်၍ ငွေကြေးဝယ်လိုအား (၃) မျိုးရှိသည်။

(၁၅) ငွေကြေးဝယ်လိုအားနှင့် ဆက်စပ်နေသော အရေးပါသည့် သဘောတရားတစ်ခုမှာ ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန်ဖြစ်ပြီး၊ ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန်နှင့် ငွေကြေးပမာဏတို့ ပြောင်းပြန်ဆက်စပ်နေသည်။

(၁၆) ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီကဖော်ပြသည်မှာ အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်သည် လှည့်လည်နေသော ငွေကြေး အရေအတွက်နှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်နေကြောင်းနှင့် ဤအချက်ကို ဖလှယ်မှု ညီမျှခြင်း (MV = PT) မှ ဖော်ထုတ်ရယူခြင်းဖြစ်သည်။

(၁၇) ဤတွင် V နှင့် T တို့ တည်ငြိမ်မှုရှိသည်ဟူသော ယူဆချက်က အရေးကြီးပြီး V (သို့) T နှစ်ခုလုံး မတည်ငြိမ်ခဲ့သော် ငွေကြေးပမာဏသီအိုရီ၏ ဖော်ပြချက်ဖြစ်သော M နှင့် P တို့၏ တိုက်ရိုက်ဆက်စပ်မှုမှာ မသေချာတော့ပေ။

(၁၈) သို့သော် ငွေကြေးအရေအတွက်သီအိုရီသည် အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့် ပြောင်းလဲမှုကို ထိန်းချုပ်ရာတွင် သင့်လျော်သည့်ပေါ်လစီကို ညွှန်ပြနိုင်သည်။

(၁၉) ဘဏ်အမျိုးအစားခွဲခြားပုံတစ်နည်းမှာ ဗဟိုဘဏ်နှင့် အခြားဘဏ်များဟူ၍ဖြစ်ပြီး အခြားဘဏ်များကို ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဘဏ်များဟူ၍ ထပ်မံခွဲခြားနိုင်သည်။

(၂၀) ဘဏ်များကငွေထုတ်ချေးသောအခါ ငွေချေးယူသူအတွက် အပ်ငွေစာရင်း ဖွင့်ပေးလိုက်ရုံသာဖြစ်သောကြောင့် ဘဏ်ချေးငွေသည် ငွေကြေးပမာဏကို တိုးပွားစေသည်။ ဤဖြစ်စဉ်ကို ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်းတီမှု ဟုခေါ်သည်။ ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်းတီမှုကို ဘဏ်များကထားရှိသော သီးသန့်ငွေသားဖြင့် ထိန်းချုပ်နိုင်သည်။

(၂၁) သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားသော အနည်းဆုံးသီးသန့် ငွေသားအချိုးမြင့်လျှင် ဘဏ်များကဖန်တီးနိုင်သော ချေးငွေပမာဏနည်းပြီး သီးသန့်ငွေသားအချိုးနိမ့်လျှင် ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးမှုများမည်ဖြစ်သည်။

(၂၂) ဘဏ်များ၏ ချေးငွေဖန်တီးနိုင်စွမ်း မြင့်နေသည့်တိုင် စီးပွားရေးကျဆင်းနေချိန်တွင် လူအများ၏ ချေးငွေရယူလိုမှု နည်းပါးမည်ဖြစ်သောကြောင့် ချေးငွေအမှန်တကယ် ထုတ်ချေးမှုပမာဏမှာ နည်းမည်ဖြစ်သည်။

(၂၃) အထွေထွေဈေးနှုန်းအဆင့်ကို ထိန်းချုပ်ရန်အတွက် ငွေကြေးပမာဏကို ထိန်းချုပ်သည့် ပေါ်လစီကို ငွေကြေးပေါ်လစီဟုခေါ်ပြီး ငွေကြေးပမာဏ အနည်းအများကို ထိန်းချုပ်ရန် ဗဟိုဘဏ်ကအသုံးပြုသည့် နည်းလမ်းများကို ဗဟိုဘဏ်၏အာဏာများ ဟုခေါ်သည်။

ဝေါဟာရများ

- ချက်လက်မှတ်
- ဘဏ်ငွေစက္ကူ
- တရားဝင်အသိအမှတ်ပြုထားသောငွေကြေး
- ငွေကြေး
- ငွေဖြစ်လွယ်မှု
- ငွေကြေး၏တန်ဖိုး/ငွေကြေး၏ဝယ်နိုင်စွမ်းအား
- စျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း
- စားသုံးသူစျေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း
- စျေးနှုန်းတည်ငြိမ်မှု
- ငွေဖောင်းပွခြင်း
- ဝယ်လိုအား၏ဆွဲအားကြောင့်ဖြစ်ပေါ်သောငွေဖောင်းပွမှု
- စရိတ်တွန်းအားကြောင့်ဖြစ်ပေါ်လာသောငွေဖောင်းပွမှု
- အလွန်အမင်းငွေဖောင်းပွမှု
- ငွေကျုံ့ခြင်း
- ငွေကြေးပမာဏ
- ငွေကြေးဝယ်လိုအား
- အပေးအယူကိစ္စအတွက်ငွေကြေးဝယ်လိုအား
- အရေးပေါ်ကိစ္စအတွက်ငွေကြေးဝယ်လိုအား
- စျေးကစားရန်အတွက်ငွေကြေးဝယ်လိုအား
- ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန်
- ငွေကြေးအရေအတွက်သီအိုရီ
- ငွေကြေးပေါ်လစီ
- ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ
- ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုဘဏ်များ
- ဗဟိုဘဏ်
- စာရင်းရှင်အပ်ငွေ
- အချိန်ဆိုင်းအပ်ငွေ
- စာရင်းသစ်ဖွင့်ချေးခြင်း
- ငွေပိုထုတ်ချေးခြင်း
- ချေးငွေဖန်တီးမှု
- သီးသန့်ငွေသား
- သီးသန့်ငွေသားအချိုး
- ငွေစာရင်းရှင်းခြင်း
- ဘဏ်တိုးနှုန်း
- ဗဟိုဘဏ်၏အာဏာများ
- လွတ်လပ်သောစျေးကွက်

လေ့ကျင့်ခန်းများ

(က) မှား/မှန်မေးခွန်း

၁။ ဈေးနှုန်းသည် ငွေကြေးနှင့် ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ဖလှယ်သည့်အချိုးကို ဖော်ပြသည်။

၂။ ငွေကြေး၏တန်ဖိုးသည် လူအများလက်ခံသုံးစွဲမှုပေါ်တွင် မူတည်သည်။

၃။ ငွေကြေးပမာဏတိုးလာလျှင် ငွေကြေးဖောင်းပွမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။

၄။ ဗဟိုဘဏ်သည် သီးသန့်ငွေသားပမာဏကို ပြောင်းလဲခြင်းဖြင့် ငွေကြေးပမာဏကို ထိန်းချုပ်နိုင်သည်။

၅။ သီးသန့်ငွေသားအချိုးကို တိုးမြှင့်သတ်မှတ်လျှင် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်များ၏ ချေးငွေ ဖန်တီးမှုများလာမည်။

(ခ) ကွက်လပ်ဖြည့်မေးခွန်း

၁။ ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအကြိမ် V သည် ၅၊ ငွေကြေးပမာဏ ကျပ် ၁၀သန်းတိုးလာပါက R သည် -------- တိုးလာမည်။

၂။ သတ်မှတ်ထားသော အချိန်ကာလအတွင်း တစ်လက်မှတစ်လက်သို့ ငွေကြေးလက်ပြောင်းသွားသည့် အကြိမ်သည် --------- ဖြစ်သည်။

၃။ ဘဏ်မှငွေထုတ်ချေးလိုက်သောအခါ ဘဏ်အပ်ငွေ တိုးပွားလာပြီး တိုင်းပြည်၏ငွေကြေး ပမာဏ တိုးပွားလာသည့် ဖြစ်စဉ်ကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

၄။ ဈေးနှုန်းအဆင့်သည် ငွေကြေးပမာဏပြောင်းလဲမှုနှင့် အချိုးတူပြောင်းလဲနေသည်ဆိုသည့် အချက်ကို ---------- ကဖော်ပြသည်။

၅။ ငွေကြေးဖြင့် လွယ်ကူစွာ ငွေချေးယူနိုင်ခြင်း၊ အကြွေးဆပ်နိုင်ခြင်းတို့ကြောင့် ငွေကြေးကို --------ဟု သတ်မှတ်သည်။

(ဂ) ရွေးချယ်မှုမေးခွန်း

၁။ ကမ္ဘာ့သမိုင်းတစ်လျှောက်တွင် အချိန်တိုအတွင်း၌ ဈေးနှုန်းအဆပေါင်း (၁၀၀) ခန့်တက်သည့် အခါမျိုး ရှိခဲ့သည့်အခြေအနေမျိုးကို (က) ငွေဖောင်းပွမှု (ခ) အလွန်အမင်းငွေဖောင်းပွမှု (ဂ) ငွေကျဲ့ခြင်း ဟုခေါ်သည်။

၂။ ဘာတာစနစ်ဆိုသည်မှာ (က) ငွေကြေးကိုဖလှယ်မှု မဏ္ဍိုင်အဖြစ်သုံးပြီး တန်ဖိုးတွက်သည့်အရာ အဖြစ်အသုံးပြုသည့်စနစ် (ခ) ငွေပေးငွေယူကိစ္စရပ်များကို တရားဝင်ငွေကြေးဖြင့်သာ ဆောင်ရွက်သည့်စနစ် (ဂ)ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို အခြားကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများဖြင့်ဖလှယ်သည့်စနစ် ဖြစ်သည်။

၃။ ဘဏ်များ အနည်းဆုံးလိုအပ်သော သီးသန့်ငွေသားကို ထိုဘဏ်၏ (က) အပ်ငွေများ (ခ) ချေးငွေများ (ဂ) စုစုပေါင်းရင်းနှီးငွေများ ဖြင့်သတ်မှတ်သည်။

၄။ ငွေကြေးပမာဏတိုးတက်သည့်နှုန်းကို မြှင့်လိုလျှင်၊ ဗဟိုဘဏ်သည် (က) ဘဏ်အတိုးကို မြှင့်ရမည် (ခ) သီးသန့်ငွေသားကိုမြှင့်ရမည် (ဂ) အစိုးရစာချုပ်စာတမ်းများကို ဝယ်ရမည်။

၅။ ဘဏ်များတွင် သီးသန့်ငွေသားထားရှိရခြင်းမှာ (က) ငွေကြေးပမာဏကိုထိန်းချုပ်ရန် (ခ) ဘဏ်မှ ရရှိသည့်အမြတ်ကို ထိန်းချုပ်ရန် (ဂ) ဘဏ်များဆုံးရှုံးမှု မရှိစေရန်ဖြစ်သည်။

(ဃ) မေးခွန်းများ

၁။ အကယ်၍ ငွေကြေးပမာဏ M သည် ကျပ်၂၅၀၊ ဈေးနှုန်းP သည် ကျပ် ၄.၂၅ နှင့် ကုန်စည်အရေအတွက် T သည် ၄၀၀ ဖြစ်ပါက

(က) အပေးအယူလုပ်သည့်တန်ဖိုး R နှင့် ငွေကြေးလှည့်ပတ်မှုအရှိန် V ကိုရှာပါ။

(ခ) V သည် ပုံသေဖြစ်ပြီး M သည် ၂၀ရာခိုင်နှုန်း၊ T သည် ၁၅ရာခိုင်နှုန်းတိုးပါက P နှင့် T ကိုရှာပါ။

(ဂ) Vသည် ၇၊ M သည် ၂၀ရာခိုင်နှုန်း၊ T သည် ၁၅ရာခိုင်နှုန်းတိုးပါက P နှင့် T ကိုရှာပါ။

(ဃ) P ကျပ် ၄.၂၅ တွင် တည်ငြိမ်နေစေရန် M နှင့် T မည်မျှဖြစ်ရမည်နည်း။

၂။ ငွေကြေး ပေါ်ပေါက်လာပုံကို ရှင်းပြပါ။

၃။ ငွေကြေး၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၄။ ငွေကြေးအဖြစ် အသုံးပြုသော အရာဝတ္ထုတစ်ခုသည် မည်သည့်အရည်အသွေးများနှင့် ပြည့်စုံရမည်နည်း။

၅။ ငွေကြေးတန်ဖိုးဆိုသည်မှာ အဘယ်နည်း။

၆။ ငွေကြေးပမာဏကို မည်ကဲ့သို့တိုင်းတာနိုင်သည်ကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၇။ ငွေကြေးအရေအတွက် သီအိုရီတွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း ငွေကြေးအရေအတွက် နှင့် အထွေထွေ ဈေးနှုန်းအဆင့်တို့၏ ဆက်စပ်မှုကို ရှင်းလင်းပါ။

၈။ ဘဏ်များ စတင်ပေါ်ပေါက်လာပုံကို ရှင်းပြပါ။

၉။ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဘဏ်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၁၀။ ဗဟိုဘဏ်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၁၁။ ငွေကြေးထိန်းချုပ်မှု နည်းလမ်းများကို ဖြေဆိုပါ။

အခန်း(၅)
ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေး
Public Finance

၅-၁။ နိဒါန်း

ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးသည် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်တွင် အလွန်အရေးပါသော ဘာသာရပ်ခွဲတစ်ခုဖြစ်သည်။ မည်သည့် စီးပွားရေးစနစ်တွင်မဆို ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍနှင့် ပြည်သူ့ကဏ္ဍဟူ၍ ကဏ္ဍနှစ်ခုရှိသည်။ ပုဂ္ဂလိကကဏ္ဍသည် လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ အဖွဲ့အစည်းများသည် ၎င်းတို့၏ပုဂ္ဂလိက အကျိုးစီးပွားအတွက် ကိုယ်ပိုင်ဆုံးဖြတ်ချက် ချမှတ်လုပ်ကိုင်သည့် ကဏ္ဍဖြစ်သည်။ ဆုံးဖြတ်ချက်ကို ဈေးကွက်ယန္တရားပေါ်မူတည်၍ ချမှတ်သည်။ ပြည်သူ့ကဏ္ဍသည် လူပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦး တစ်ယောက်၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုနှင့်မဆိုင်ဘဲ ပြည်သူလူထု တစ်ရပ်လုံးနှင့်ဆိုင်သည့် ကဏ္ဍဖြစ်သည်။ ပြည်သူတစ်ရပ်လုံး၏ ကိစ္စရပ်များကို အစိုးရက တာဝန်ယူဆောင်ရွက်ပေးသဖြင့် အစိုးရကဏ္ဍဟုလည်းခေါ်သည်။ ပြည်သူတစ်ရပ်လုံးနှင့်ဆိုင်သဖြင့် အလွန်အရေးပါသော ကဏ္ဍဖြစ်သည်။ ဤအခန်းတွင် ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေး၏ အဓိပ္ပာယ်၊ ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များ (public expenditures) နှင့် ပြည်သူ့ရင်းမြစ်များ (public revenues) ၏ သဘော သဘာဝနှင့် အမျိုးအစားများ ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း (budget) စသည့် အကြောင်းအရာများကို တင်ပြသွားမည်။

၅-၂။ ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေး၏ အဓိပ္ပာယ်
The Meaning of Public Finance

ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးဆိုသည်မှာ ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်၏ ဘာသာရပ်ခွဲတစ်ခုဖြစ်ပြီး အစိုးရနှင့် ပြည်သူ့အာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများ (public authorities) ၏အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်းမြစ်များနှင့် သက်ဆိုင်သော ဘာသာရပ်ဖြစ်သည်၊ အစိုးရဟူသောဝေါဟာရတွင် ဗဟိုအစိုးရ (central government)၊ ဒေသဆိုင်ရာ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများ (local governments) နှင့် မြို့နီစီပယ်အဖွဲ့အစည်းများ (municipal authorities) တို့ အကျုံးဝင်သည်။ ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးသည် နိုင်ငံပိုင်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများ (state-owned economic enterprises) နှင့်လည်းသက် ဆိုင်သည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် အဆိုပါလုပ်ငန်းများ၏ အရှုံးအမြတ်များသည် အစိုးရ၏ ရင်းနှင့် အသုံးစရိတ်များအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ **ဗဟိုအစိုးရ၊ ဒေသဆိုင်ရာ အုပ်ချုပ်ရေးအဖွဲ့အစည်းများ၊ မြို့နီစီပယ်အဖွဲ့အစည်းများနှင့် နိုင်ငံပိုင် စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများကို စုပေါင်း၍ ပြည်သူ့ပိုင်ကဏ္ဍ (public sector) ဟုခေါ်သည်၊**

အစိုးရ၏ရင်းမြစ်များနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ သဘောသဘာဝသည် လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွား ရေးလုပ်ငန်းများ၏ ရင်းမြစ်များနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ သဘောသဘာဝနှင့် ခြားနားမှုရှိသည်။ အရေးကြီးသော ခြားနားချက်တစ်ရပ်မှာ အစိုးရ၏ရင်းမြစ်များမှာ လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများ၏ ရင်းမြစ်များကဲ့သို့ ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများ ရောင်းချခြင်းမှသာ ရရှိခြင်းမဟုတ်ဘဲ အစိုးရ၏ရင်းမြစ်များတွင် လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများက

အစိုးရသို့မပေးမနေရ ပေးဆောင်ရ သောအခွန်များ (taxes)၊ ထည့်ဝင်ကြေးများ(contributions) စသည့် ငွေများပါဝင်သည်။ ဤပေးငွေများမှာ တိုင်းပြည်၏ဥပဒေများ၊ စည်းမျဉ်းများနှင့်အညီ အစိုးရသို့ပေးဆောင်ရသော ငွေများဖြစ်သည်။

အစိုးရ၏အသုံးစရိတ်များမှာလည်း လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၏ အသုံးစရိတ်များနှင့် သဘာဝချင်း ခြားနားမှုရှိသည်။ အစိုးရသည် တစ်နိုင်ငံလုံးအတွက် ကိုယ်စားပြု၍ အသုံးစရိတ်များကိုသုံးစွဲခြင်းဖြစ်သည့်အတွက် အစိုးရ၏ အသုံးစရိတ်များသည် စုပေါင်းစားသုံးမှု (collective consumption) နှင့် စုပေါင်းရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု (collective investment) အသွင်ကိုဆောင်သည်။

အစိုးရနှင့် လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအကြား ရငွေများနှင့် အသုံးစရိတ်များ၏ သဘောသဘာဝတို့ ခြားနားမှုရှိသကဲ့သို့ပင် ၎င်းတို့၏ရငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များကို စီမံခန့်ခွဲပုံမှာလည်း ကွာခြားမှုရှိသည်။ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများသည် ပထမဦးစွာ ဝင်ငွေမည်မျှရရှိမည်ကို တွက်ချက်ပြီးမှ အသုံးစရိတ်မည်မျှသုံးစွဲမည်ကို ဆုံးဖြတ်ကြသည်။ အစိုးရအနေဖြင့်မူ အများအားဖြင့် အသုံးစရိတ် မည်မျှသုံးစွဲရမည်ကို ဆုံးဖြတ်ပြီးမှသာ ၎င်းအသုံးစရိတ်အတွက် လိုအပ်သောငွေကြေး ကိုမည်ကဲ့သို့ရှာဖွေမည်ကို ဆုံးဖြတ်လေ့ရှိသည်။ အစိုးရသည် တိုင်းပြည်အတွက် မရှိမဖြစ်လိုအပ်သော လုပ်ငန်းများကိုလုပ်ဆောင်နိုင်ရန် အသုံးစရိတ်များ ကျခံသုံးစွဲရသည်ဖြစ်ရာ လိုအပ်သောငွေကြေးရရှိစေရန် ဥပဒေများပြဋ္ဌာန်း၍ ပြည်သူလူထုထံမှ ကောက်ခံရသည်။ ထို့ပြင် အစိုးရသည် တစ်နိုင်ငံလုံးအတွက် လူမှုရေးနှင့် အုပ်ချုပ်ရေး လုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်ပေးရသဖြင့် ဤလုပ်ငန်းများအတွက် လိုအပ်သောငွေကြေးကို လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများထံမှ ကောက်ခံရသည်။

၅-၃။ ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များ၏ သဘောသဘာဝနှင့် အမျိုးအစားများ
Nature and Types of Public Expenditures

အစိုးရနှင့် ပြည်သူ့အာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများ၏ အသုံးစရိတ်များကို ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များဟု ခေါ်သည်။ အထက်တွင် ဖော်ပြခဲ့သည့်အတိုင်း ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များ၏ သဘောသဘာဝမှာ **စုပေါင်းစားသုံးမှုနှင့် စုပေါင်းရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု** အသွင်ဆောင်နေခြင်းကြောင့် **စုပေါင်းစားသုံးမှု** သဘောဆောင်သော **အစိုးရ၏စားသုံးမှု** **အသုံးစရိတ်များကို** သာမန်**အသုံးစရိတ်များ (current expenditures)** ဟုခေါ်၍ **စုပေါင်းရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု** **သဘောဆောင်သော** **အစိုးရ၏ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု** **အသုံးစရိတ်များကို** **ငွေလုံးငွေရင်းအသုံး** **စရိတ်များ (capital expenditures)** ဟုခေါ်သည်။

ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များကို အောက်ပါအတိုင်း အမျိုးအစားခွဲခြားနိုင်သည်-

(၁) နိုင်ငံတော်ကာကွယ်ရေးအတွက် အသုံးစရိတ်များ
(Expenditures on national defence)

(၂) တရားဥပဒေစိုးမိုးရေးနှင့် ရပ်ရွာအေးချမ်းသာယာရေးအတွက် အသုံးစရိတ်များ
(Expenditures on law and order)

(၃) လူမှုရေးလုပ်ငန်းများအတွက် အသုံးစရိတ်များ
(Expenditures on social services)

(၄) မရှိမဖြစ်သော ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် အသုံးစရိတ်များ
(Expenditures on essential services)

(၅) စီးပွားရေးတိုးတက်မှုအတွက် အသုံးစရိတ်များ
(Expenditures on economic growth)

(၁)နိုင်ငံတော်ကာကွယ်ရေးအတွက် အသုံးစရိတ်များ။ ။အစိုးရ၏ အဓိကအကျဆုံးရည်မှန်းချက် တစ်ရပ်မှာ နိုင်ငံတော်ကာကွယ်ရေးနှင့် စောင့်ရှောက်ရေးဖြစ်သည်။ သို့ဖြစ်၍ နိုင်ငံတော် ကာကွယ်ရေးအတွက် လိုအပ်သော အသုံးစရိတ်များကို ကျခံသုံးစွဲရမည်ဖြစ်သည်။

(၂) တရားဥပဒေစိုးမိုးရေးနှင့်ရပ်ရွာအေးချမ်းသာယာရေးအတွက်အသုံးစရိတ်။ ။တရားဥပဒေ စိုးမိုးရေးနှင့် ရပ်ရွာအေးချမ်းသာယာမှု ရှိစေရန်အတွက် အစိုးရသည် တရားဥပဒေများပြဋ္ဌာန်းခြင်း၊ တရားရုံးများ ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ခြင်း၊ ရဲတပ်ဖွဲ့များဖွဲ့စည်းခြင်း၊ လူဝင်မှုကြီးကြပ်ရေး ရုံးများဖွင့်လှစ်ခြင်း စသည့် လုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်ရသည်။ သို့ဖြစ်၍ ဤလုပ်ဆောင်ချက်များအတွက် အသုံးစရိတ်များ ကျခံသုံးစွဲရသည်။

(၃) လူမှုရေးလုပ်ငန်းများအတွက် အသုံးစရိတ်များ။ ။အစိုးရ၏ အရေးကြီးသောလုပ်ငန်း တစ်ရပ်မှာ လူမှုရေးလုပ်ငန်းများ (social services) ကို ပံ့ပိုးဆောင်ရွက်ရန်ဖြစ်သည်။ **လူမှုရေးလုပ်ငန်းများတွင်ပညာရေး၊ ကျန်းမာရေး၊ ယဉ်ကျေးမှု၊ ပြန်လည်နေရာချထားရေး၊ ဘိုးဘွားရိပ်သာများ၊ မိဘမဲ့ကလေးများဂေဟာ စသည်တို့အကျုံးဝင်သည်။ လူမှုရေးလုပ်ငန်းများကို အများကောင်းကျိုးပြုလုပ်ငန်းများ** (welfare services) **ဟုလည်းခေါ်သည်။** ဤလုပ်ငန်းများအတွက် အစိုးရသည် အသုံးစရိတ်များသုံးစွဲရသည်။

အစိုးရက ဤသို့လူမှုရေးလုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်ပေးခြင်းဖြင့် ပြည်သူများအကြား ဝင်ငွေကွာခြားမှုကို လျော့နည်းစေသည်။ ထို့ပြင်အစိုးရသည် အသက်အရွယ်ကြီးရင့်သူများ၊ မသန်စွမ်းသူများကို လိုအပ်လျှင် လိုအပ်သလို ပင်စင်လစာထောက်ပံ့ကြေးများပေးခြင်းဖြင့် ထိုသူများ၏ စားဝတ်နေရေးအတွက် အခက်အခဲမရှိ ပြေလည်စေပြီး၊ ပညာရေး၊ ကျန်းမာရေး လုပ်ငန်းများ ဖြည့်ဆည်းပေးခြင်းဖြင့် ဆင်းရဲချို့တဲ့သူများအတွက် အထောက်အပံ့ဖြစ်စေသည်။

(၄) မရှိမဖြစ်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအတွက် အသုံးစရိတ်များ။ ။မရှိမဖြစ်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ (essential services) တွင်မြို့နီစီပယ်လုပ်ငန်းများ (municipal services)၊ မြို့ပြပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများ၊ အဝေးပြေးပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများ၊ ရေကြောင်းပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများ၊ စာတိုက်နှင့် ကြေးနန်းဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းများစသည်တို့ပါဝင်သည်။ မြို့နီစီပယ် လုပ်ငန်းများတွင် ရေ၊ လျှပ်စစ်မီး၊ သန့်ရှင်းရေးနှင့် လမ်းတံတားပြုပြင်ထိန်းသိမ်းရေးလုပ်ငန်း များပါဝင်သည်။ **ဤလုပ်ငန်းများ၏ သဘောသဘာဝများမှာ ပြည်သူ့လုပ်ငန်းများ** (public utilities) **၏အသွင်ကိုဆောင်သည်။**

(၅) စီးပွားရေးတိုးတက်မှုအတွက် အသုံးစရိတ်များ။ ။အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သော အသုံးစရိတ်များအားလုံးသည် တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များပေါ်တွင် အကျိုးသက် ရောက်မှုရှိသည်ချည်းသာဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေး တိုးတက်စေရန်ဟူသော ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် သီးသီးသန့်သန့်သုံးစွဲသော အသုံးစရိတ်များလည်းရှိသည်။ ပုံစံအားဖြင့် အချို့ကုန်စည်များ၏ ထုတ်လုပ်မှုနှင့် သုံးစွဲမှုတိုးတက်စေရန်အတွက် ထောက်ပံ့ကြေးများ (subsidies) ပေးခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် ၁၉၈၄-၈၅ ခုနှစ်၌ ဓာတ်မြေသြဇာများအတွက် ထောက်ပံ့ကြေးများပေးခဲ့ရာ၊ ကောက်ပဲသီးနှံထုတ်လုပ်မှုကို တိုက်ရိုက်အကျိုးပြုနိုင်ခဲ့သဖြင့် လယ်ယာထွက်သီးနှံများကို လျာထားချက်အတိုင်း ပြည့်မီအောင်ထုတ်လုပ်နိုင်ခဲ့သည်။

အစိုးရသည် မကြာခဏဆိုသလိုပင် လုပ်သားများကို လုပ်ငန်းတစ်ခုမှတစ်ခုသို့ လည်းကောင်း၊ ဒေသတစ်ခုမှ တစ်ခုသို့လည်းကောင်း ရွှေ့ပြောင်းလုပ်ကိုင်စေရန်အတွက် အသုံးစရိတ်များ ကျခံသုံးစွဲလေ့ရှိသည်။ သို့အတူ ကုန်ထုတ်လုပ်ငန်းများကို ဒေသအသစ်များ၊ လုပ်ငန်းအသစ်များသို့ ပြောင်းရွှေ့လုပ်ကိုင်စေလိုသော ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့်လည်း အသုံးစရိတ်များ သုံးစွဲလေ့ရှိသည်။ ဤမျှသာမက အစိုးရသည် တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးတိုးတက်မှုအတွက် လိုအပ်သော စက်မှုလက်မှုလုပ်ငန်းများ တည်ထောင်၍ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံလေ့ရှိသည်။

အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သော ပြည်သူ့အသုံးစရိတ် အမျိုးအစားအားလုံးကို သာမန်အသုံးစရိတ်နှင့် ငွေလုံးငွေရင်းအသုံးစရိတ်ဟူ၍ ခွဲခြားနိုင်သည်။ ဥပမာ စာသင်ကျောင်း (သို့မဟုတ်) ဆေးရုံ ဆောက်လုပ်သော စရိတ်သည် ငွေလုံးငွေရင်းအသုံးစရိတ်ဖြစ်ပြီး၊ ဆရာဝန်များ၊ ဆရာ/ ဆရာမများ၏ လစာ၊ ဆေးဝါးဝယ်ယူသော စရိတ် စသည်တို့မှာ သာမန်အသုံးစရိတ်များဖြစ်သည်။ သာမန်အသုံးစရိတ်များကို အများအားဖြင့် သာမန်ရငွေ (current revenues) မှ ကျခံသုံးစွဲ၍ ငွေလုံးငွေရင်း အသုံးစရိတ်များကို သာမန်ရငွေနှင့် ငွေလုံးငွေရင်းရငွေ (capital revenues) နှစ်မျိုးလုံးမှ ကျခံသုံးစွဲလေ့ရှိသည်။

၅-၄။ ပြည်သူ့ရငွေများ၏ သဘောသဘာဝနှင့် အမျိုးအစားများ
The Nature and Type of Public Revenues

ပြည်သူ့ရငွေများမှာ အစိုးရနှင့်ပြည်သူ့အာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများ၏ရငွေများဖြစ်သည်။ အစိုးရ၏

ရင်ငွေများကို သာမန်ရင်ငွေများနှင့် ငွေလုံးငွေရင်းရင်ငွေများဟူ၍ ခွဲခြားနိုင်သည်။ **သာမန်ရင်ငွေများမှာ ယေဘုယျ အားဖြင့် မပေးမနေရ ပေးဆောင်ရသော သဘောမျိုးရှိပြီး အစိုးရက ပြန်လည်ပေးဆပ်ရန် မလိုသောရင်ငွေများ ဖြစ်သည်။** မပေးမနေရ ပေးဆောင်ရသော သဘောမျိုးမရှိသည့် သာမန်ရင်ငွေများရှိသော်လည်း သာမန်ရင်ငွေ၏ အချိုး အစားအနည်းငယ်မျှသာဖြစ်သည်။ **ငွေလုံးငွေရင်းရင်ငွေများမှာ အများအားဖြင့် အစိုးရ၏ ချေးယူငွေ ပုံသဏ္ဌာန်ရှိပြီး ၎င်းတို့ကို အတိုးနှင့်တကွ ပြန်လည်ပေးဆပ်ရလေ့ရှိသည်။**

သာမန်ရင်ငွေများ။ ။ သာမန်ရင်ငွေများရရှိရာ အဓိကဇာစ်မြစ်များမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်သည်။

(၁) အခွန်များ (taxes)

(၂) ထည့်ဝင်ကြေးများ (contributions)

(၃) အခွန်တော်များနှင့် အခကြေးများ (royalties and fees)

(၄) ထောက်ပံ့ကြေးနှင့် အလှူငွေများ (grant and donations)

(၅) အခြားရင်ငွေများ (other revenues) တို့ဖြစ်ကြသည်။

(၁) အခွန်များ။ ။ အခွန်များမှာ တရားဥပဒေနှင့်အညီ အစိုးရသို့ မပေးမနေရပေးဆောင်ရသော ငွေကြေး ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် အခွန်များသည် အစိုးရအတွက် သာမန်ရင်ငွေရရှိရာ အရေးကြီးဆုံးဇာစ်မြစ် ဖြစ်သည်။ နိုင်ငံသားတိုင်း တရားဥပဒေနှင့်အညီ အစိုးရသို့အခွန်ပေးဆောင်ရန် တာဝန်ရှိပေသည်။

အခွန်စည်းကြပ်ခြင်း၏ရည်ရွယ်ချက်

အခွန်စည်းကြပ်ခြင်း၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ-

(၁) အစိုးရအတွက်ရင်ငွေရရှိရန်

(၂) လူမှုရေးရည်မှန်းချက်များအောင်မြင်ရန်

(၃) စီးပွားရေးရည်မှန်းချက်များ အောင်မြင်ရန် တို့ဖြစ်ကြသည်။

အထက်ပါ ရည်ရွယ်ချက်များအနက် အရေးကြီးဆုံးရည်ရွယ်ချက်မှာ အစိုးရအတွက် ရင်ငွေရရှိရန်ဖြစ်သည်။ အစိုးရသည် တိုင်းပြည်အတွက် မရှိမဖြစ်လိုအပ်သော လုပ်ငန်းများလုပ်ဆောင်ရန် အသုံးစရိတ်များ ကျခံသုံးစွဲရသည်ဖြစ်ရာ ဤကဲ့သို့ သုံးစွဲနိုင်ရေးအတွက် ဝင်ငွေရရှိရန် လိုအပ်သည်။ ထို့ကြောင့် အစိုးရသည် တရားဥပဒေနှင့်အညီ ပြည်သူပြည်သားများထံမှ အခွန်များ ကောက်ခံရခြင်းဖြစ်သည်။

လူမှုရေးရည်မှန်းချက်များ အောင်မြင်ရန်အတွက်လည်း အခွန်စည်းကြပ်သော နည်းလမ်းကို အသုံးပြု နိုင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် အရက်သေစာများအပေါ် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းဖြင့် အရက်သေစာ သောက်စားမှုကို အားမပေးရာရောက်ပေသည်။ တစ်ဖန် ဝင်ငွေခွဲဝေဖြန့်ဖြူးပုံ မညီညွတ်မှုကို နိုင်ငံအများက မလိုလားအပ်သော အခြေအနေတစ်ရပ်အဖြစ် လက်ခံစဉ်းစားလာသည့်အလျောက် ဝင်ငွေခွဲဝေဖြန့်ဖြူးပုံ မညီမျှမှုလျော့နည်းစေရန် အတွက် ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်မားသူများအား အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။

အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးရည်မှန်းချက်များကိုလည်း ထမြောက်အောင်မြင်စေနိုင်သည်။

ဥပမာအားဖြင့် သွင်းကုန်များအပေါ်တွင် သွင်းကုန်အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းဖြင့် ပြည်တွင်းစက်မှု လက်မှုလုပ်ငန်းများကို ပြည်ပပြိုင်ဆိုင်မှုမှ အကာအကွယ်ပေးနိုင်ခြင်း၊ တိုင်းပြည်၏ နိုင်ငံခြားသုံးငွေရန်ပုံငွေ (Foreign exchange reserves) ကို ထိန်းသိမ်းထားနိုင်ခြင်း စသောအကျိုးသက်ရောက်မှုများကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်တစ်ခုသည် တိုင်းပြည်အတွက် အကျိုးမပြုဟု ယူဆပါက ထိုလုပ်ဆောင်ချက်အပေါ် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းဖြင့် ဟန့်တားလျှော့ချနိုင်သည်။ အလားတူ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ အသားတင်ဝင်ငွေလျော့အောင် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်သောကြောင့် ၎င်းတို့၏ ကုန်စည်များအပေါ် ဝယ်လိုအားကို လျှော့ချနိုင်ပေသည်။

အခွန်စည်းကြပ်ခြင်း ၏အခြေခံမူများ (Principles of Taxation)

အစိုးရအတွက် ရင်ငွေရရှိရန်ဟူသော ရည်ရွယ်ချက်တစ်ခုတည်းဖြင့် အခွန်စည်းကြပ်မည်ဆိုပါက အောက်ပါအခြေခံမူများ (Principles) ကို လိုက်နာသင့်သည်ဟု ယေဘုယျအားဖြင့် လက်ခံထားကြသည်။

(က) အခွန်များသည် တရားမျှတမှုရှိရမည်။ ဆိုလိုသည်မှာ တရားမျှတမှုကိုရှေးရှုပါက ပေးနိုင်စွမ်းအားများ သူများအပေါ်တွင် အခွန်များများစည်းကြပ်၍ ပေးနိုင်စွမ်းအား နည်းသူများအပေါ်တွင် အခွန်နည်းနည်းသာ စည်းကြပ်ရန်ဖြစ်သည်။

(ခ) အခွန်များသည် တိကျသေချာမှုရှိရမည်။ ဆိုလိုသည်မှာ အခွန်ထမ်းဆောင်သူနှင့် အခွန်စည်းကြပ်သူနှစ်ဦးစလုံးသည် အခွန်၏သဘာဝနှင့် ပမာဏတို့ကို သေချာစွာသိရှိနားလည်ရန် လိုအပ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် အခွန်ထမ်းဆောင်သူသည် တရားဥပဒေအရ အခွန်ကို မပေးမနေရပေးရန် တာဝန်ရှိသူဖြစ်ပြီး အခွန်စည်းကြပ်သူသည် အစိုးရအသုံးစရိတ်အဖြစ်သုံးစွဲရန် အခွန်မှရငွေကို ကောက်ခံပေးရသူဖြစ်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

(ဂ) အခွန်စည်းကြပ်ရာတွင် အဆင်ပြေမှုရှိရမည်။ အခွန်ထမ်းဆောင်ရာတွင်လည်းကောင်း၊ အခွန်ကောက်ခံရာတွင်လည်းကောင်း၊ အခွန်ထမ်းဆောင်သူနှင့် အခွန်ကောက်ခံသူ နှစ်ဦးစလုံးအတွက် အဆင်ပြေရမည်ဖြစ်သည်။ အဆင်ပြေမှုမရှိပါက အခွန်ထမ်းဆောင်ရာနှင့် အခွန်ကောက်ခံရာတို့တွင် နှောင့်နှေးကြန့်ကြာမှုရှိမည်ဖြစ်သည်။

(ဃ) အခွန်စည်းကြပ်ရာတွင် ကုန်ကျစရိတ်သက်သာရမည်။ အခွန်များကောက်ခံရာတွင် ကုန်ကျစရိတ်များရှိမည်ဖြစ်ရာ အခွန်ကောက်ခံသောစရိတ်ကို တတ်နိုင်သမျှ ချွေတာနိုင်ရမည်။ အခွန်ကောက်ခံသော စရိတ်များပါက အခွန်မှ အသားတင်ရငွေမှာ လျော့နည်းမည်ဖြစ်သည်။

အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်း (Rate of Taxation)

တစ်နှစ်လျှင် လူတစ်ဦးထမ်းဆောင်ရသော အခွန်ပမာဏကို ၎င်း၏ နှစ်စဉ်ဝင်ငွေ၏ ရာခိုင်နှုန်းအဖြစ်ဖော်ပြထားခြင်းကို အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်း (rate of taxation) ဟုခေါ်သည်။ ဥပမာ- နှစ်စဉ်ဝင်ငွေ

ကျပ် (၅၀,၀၀၀) ရရှိသူတစ်ဦးသည် ဝင်ငွေခွန်တစ်နှစ်လျှင် ကျပ် (၁,၅၀၀) ထမ်းဆောင်ရပါက အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းမှာ (၃) ရာခိုင်နှုန်းဖြစ်မည်။ ဝင်ငွေအဆင့် ပြောင်းလဲမှုပေါ်တွင်မူတည်၍ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်း ပြောင်းလဲသွားသော ပုံသဏ္ဌာန်မှာ ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးတွင် အရေးကြီးသော အကြောင်းအရာတစ်ရပ် ဖြစ်သည်။

အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းအပေါ် မူတည်၍ အခွန်များကို အောက်ပါအတိုင်း သုံးမျိုးခွဲခြားနိုင်သည်။

(၁) နှုန်းတိုးခွန် (progressive tax)

(၂) အချိုးတူခွန် (proportional tax)

(၃) နှုန်းလျော့ခွန် (regressive tax)

နှုန်းတိုးခွန်ဆိုသည်မှာ ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်မားလာသည်နှင့်အမျှ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းလည်း များ လာသော အခွန်မျိုးကိုဆိုလိုသည်။ ဥပမာ- နှစ်စဉ်ဝင်ငွေသည် ကျပ် (၅၀,၀၀၀) မှ ကျပ် (၁၀၀,၀၀၀) သို့ တိုးလာသောအခါ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းသည် (၃) ရာခိုင်နှုန်းမှ (၅) ရာခိုင်နှုန်းသို့ တိုးလာခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။

အချိုးတူခွန်ဆိုသည်မှာ ဝင်ငွေအဆင့်အားလုံးအတွက် တစ်ခုတည်းသောနှုန်းဖြင့် စည်းကြပ်သော အခွန်မျိုးကိုဆိုလိုသည်။ ဥပမာ-နှစ်စဉ်ဝင်ငွေသည် ကျပ် (၅၀,၀၀၀) မှ ကျပ် (၁၀၀,၀၀၀) သို့တိုးလာသော်လည်း အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းသည် မပြောင်းလဲဘဲ (၃) ရာခိုင်နှုန်းသာ ရှိနေခြင်းမျိုး ဖြစ်သည်။

နှုန်းလျော့ခွန်ဆိုသည်မှာ ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်လာသောအခါ အခွန်စည်းကြပ်နှုန်း လျော့သွားသော အခွန်မျိုးကို ဆိုလိုသည်။ ဥပမာ-နှစ်စဉ်ဝင်ငွေသည် ကျပ် (၅၀,၀၀၀) မှ ကျပ် (၁၀၀,၀၀၀) သို့တိုးလာသောအခါ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းသည် (၃) ရာခိုင်နှုန်းမှ (၂) ရာခိုင်နှုန်းသို့ ကျဆင်းသွားခြင်းမျိုး ဖြစ်သည်။

နှုန်းတိုးခြင်း၊ အချိုးတူခြင်း၊ နှုန်းလျော့ခြင်းတို့ကို အခွန်စည်းကြပ်မှုပုံသဏ္ဌာန်များ (Forms of taxation) ဟုခေါ်သည်။ အခွန်စည်းကြပ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ကို ပြဋ္ဌာန်းသောအချက်မှာ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းသာ ဖြစ်ပြီး ပေးဆောင်ရသော အခွန်ပမာဏမဟုတ်သည်ကို သတိပြုရပေမည်။ အထက်ပါနှုန်းလျော့ခွန် ဥပမာတွင် ဝင်ငွေကျပ် (၅၀,၀၀၀) ရရှိသူသည် အခွန်ကျပ် (၁,၅၀၀) ပေးဆောင်ရပြီး၊ ဝင်ငွေကျပ် (၁၀၀,၀၀၀) သို့ တိုးလာသောအခါ ပေးဆောင်ရသော အခွန်ပမာဏမှာ ကျပ် (၂,၀၀၀) ဖြစ်သည်။ သူပေးဆောင်ရသောအခွန်ပမာဏသည် ကျပ် (၁,၅၀၀) မှ ကျပ် (၂,၀၀၀) သို့ တိုးလာသည်မှန်သော်လည်း အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းမှာ တိုးမလာဘဲ (၃) ရာခိုင်နှုန်း မှ (၂) ရာခိုင်နှုန်းသို့ပင် ကျဆင်းသွားသည်ကို သတိပြုရမည်။

အခွန်အမျိုးအစားများ (Types of Taxes)

အခွန်များကို အဓိကအားဖြင့် တိုက်ရိုက်ခွန်များ (direct taxes) နှင့် သွယ်ဝိုက်ခွန်များ (indirect taxes) ဟူ၍ အုပ်စုကြီး (၂) ခုခွဲခြားနိုင်သည်။

တိုက်ရိုက်ခွန်များ

တိုက်ရိုက်ခွန်များမှာ လူပုဂ္ဂိုလ် (သို့မဟုတ်) လုပ်ငန်းပေါ်တွင်စည်းကြပ်သော အခွန်ဖြစ်ပြီး အခွန်

ဝန်ထုပ်ကို အခြားလူပုဂ္ဂိုလ် သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းများသို့ လွှဲပြောင်း၍မရသော အခွန်များဖြစ်သည်။

တိုက်ရိုက်ခွန်များကို အမျိုးအစားခွဲခြားနိုင်သည်။ အဓိကအကျဆုံး တိုက်ရိုက်ခွန်အမျိုးအစားမှာ ဝင်ငွေခွန်ဖြစ်သည်။ **ဝင်ငွေခွန် (income tax) ဆိုသည်မှာ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ဝင်ငွေအပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန်ဖြစ်သည်။** ဝင်ငွေခွန်တွင် အမြတ်ခွန်၊ ကော်ပိုရေးရှင်းခွန် (corporation tax) အတိုးနှင့် ငှားခတို့အပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန် စသည်တို့အကျုံးဝင်သည်။ အချို့တိုင်းပြည်များတွင် လက်ဆောင်ပစ္စည်းများ၊ အမွေပစ္စည်းများအသွင်ဖြင့် ရရှိသောဝင်ငွေများအပေါ်လည်း အခွန်ကောက်ခံခြင်းမျိုးတွေ့ရတတ်သည်။ **လက်ဆောင်ပစ္စည်းများအပေါ် စည်းကြပ်သောအခွန်ကို လက်ဆောင်ခွန် (gift-tax) ဟု ခေါ်ပြီး အမွေရရှိသော ပစ္စည်းအပေါ် ကောက်ခံသောအခွန်ကို အမွေခွန် (death duties or estate duties) ဟု** ခေါ်သည်။ အလားတူပင် **အရင်းအနှီးအဖြစ်ထားရှိသော ပစ္စည်းများ တန်ဖိုးတက်လာခြင်းအပေါ် တစ်ခါတစ်ရံ အခွန်ကောက်ခံတတ်ပြီး၊ အရင်းတန်ဖိုးတိုးခွန် (capital-gains tax) ဟုခေါ်သည်။** အများအားဖြင့် အရင်းတန်ဖိုးတိုးပွားမှုကို ဝယ်ဈေးနှုန်းနှင့် နောက်ဆုံးရောင်းဈေးနှုန်းတို့၏ ခြားနားချက်ဖြင့် တိုင်းတာသည်။ အများအားဖြင့် တွေ့ရလေ့ရှိသော တိုက်ရိုက်ခွန်တစ်မျိုးမှာ ပစ္စည်းဥစ္စာခွန် ဖြစ်သည်။ **ပစ္စည်းဥစ္စာခွန် (property tax) ဆိုသည်မှာ လူပုဂ္ဂိုလ် (သို့မဟုတ်) လုပ်ငန်းကဝိုင်းဆိုင်သော ဥစ္စာပစ္စည်းများ၏အပေါ်တွင် စည်းကြပ်သော** အခွန်ဖြစ်သည်။ ဥပမာ - မြေယာ၊ အိမ်၊ စတော့နှင့်ရှယ်ယာများ၊ ယာဉ်များ၊ တိရစ္ဆာန်များ စသည်တို့အပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန် ဖြစ်သည်။

တိုက်ရိုက်အခွန်များကို အခြားပုဂ္ဂိုလ်များ၊ လုပ်ငန်းများသို့ လွှဲပြောင်း၍မရပေ။ ထို့ကြောင့်ပင် တိုက်ရိုက်ခွန်များ၏ အားသာချက်တစ်ရပ်မှာ အခွန်ထမ်းဆောင်သော လူပုဂ္ဂိုလ် (သို့မဟုတ်) လုပ်ငန်းကို အတိအကျ သိရှိသောကြောင့် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်း၏ သီးသန့်ရည်ရွယ်ချက်ကို ထမြောက်အောင်မြင်အောင် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် တိုက်ရိုက်ခွန်များမှာ နှုန်းတိုးခွန်များဖြစ်လေ့ရှိသောကြောင့် လူမှုရေးရည်မှန်းချက်တစ်ရပ်ဖြစ်သော ဝင်ငွေကွာခြားမှု လျော့နည်းစေရေးဟူသော ရည်မှန်းချက်ကို ပြည့်မြောက်စေနိုင်သည်။ တိုက်ရိုက်ခွန်များ၏ အားနည်းချက်တစ်ရပ်မှာ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ ဝင်ငွေနှင့် ပတ်သက်သော သတင်းအချက်အလက်ကို တိတိကျကျရရှိရန် ခက်ခဲသောကြောင့် အခွန်ရှောင်ကွင်းမှုများ ဖြစ်ပေါ်နိုင်ခြင်း ဖြစ်သည်။

သွယ်ဝိုက်ခွန်များ

သွယ်ဝိုက်ခွန်ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအပေါ်တွင် စည်းကြပ်သော အခွန်ဖြစ်ပြီး အခွန်ဝန်ထုပ်ကို ကုန်စည်ထုတ်လုပ် ရောင်းချသူများက ဝယ်ယူသုံးစွဲသူများအပေါ်သို့ လွှဲပြောင်းပေးနိုင်သော အခွန်များ ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် သွယ်ဝိုက်ခွန်များမှာ ကုန်စည်များထုတ်လုပ်မှု၊ ရောင်းဝယ်မှုနှင့် ပို့ဆောင်မှုတို့အပေါ် စည်းကြပ်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဤသို့ စည်းကြပ်ရာတွင် ကုန်စည်တန်ဖိုးပေါ်တွင်လည်း ကောင်း၊ ကုန်စည်ယူနစ်ပေါ်တွင်လည်းကောင်း စည်းကြပ်နိုင်သည်။ ပုံစံအားဖြင့် စီးကရက်ပေါ်တွင် အခွန်

ကောက်ယူမည်ဆိုပါက စီးကရက်တန်ဖိုးပေါ်တွင်လည်းကောင်း (ဥပမာ- တန်ဖိုး၏ ၂၅ ရာခိုင်နှုန်း)၊ ယူနစ်ပေါ်တွင်လည်းကောင်း (ဥပမာ- အလိပ် ၂၀ ဝင်စီးကရက်တစ်ဘူးလျှင် ၁ ကျပ်နှုန်း) အခွန်စည်းကြေပ် နိုင်သည်။ **ကုန်စည်၏တန်ဖိုးပေါ်တွင် စည်းကြေပ်သောအခွန်ကို တန်ဖိုးအလိုက် စည်းကြေပ်ခွန် (ad valorem tax) ဟူ၍လည်းကောင်း၊ ကုန်စည်ယူနစ်ပေါ်တွင် စည်းကြေပ်သော အခွန်ကို သီးသန့်ယူနစ်အလိုက် စည်းကြေပ်ခွန် (specific tax) ဟူ၍လည်းကောင်း၊ အသီးသီးခေါ်ဆိုကြသည်။**

အဓိကသွယ်ဝိုက်ခွန် အမျိုးအစားများအနက် အများဆုံးတွေ့ရလေ့ရှိသော အခွန်အမျိုးအစားမှာ ရောင်းခွန်နှင့် လက်ပြောင်းခွန် (သို့မဟုတ်) ကုန်စည်ခွန်တို့ဖြစ်သည်။ **ရောင်းခွန် (sales tax) ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်ကို နောက်ဆုံးစားသုံးသူ (final consumer) သို့ ရောင်းချမှုပေါ်တွင် စည်းကြေပ်သောအခွန်ဖြစ်သည်။ လက်ပြောင်းခွန် (သို့မဟုတ်) ကုန်စည်ခွန် (turnover tax) ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်မျိုးကို လက်ပြောင်းသည့် အကြိမ်တိုင်းတွင် ၎င်းတန်ဖိုးပေါ်၌ စည်းကြေပ်သောအခွန်ဖြစ်သည်။** မျက်မှောက်ခေတ်နိုင်ငံများတွင် အသုံးများလာသည့် လက်ပြောင်းခွန်တစ်မျိုးမှာ ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးခွန် (value-added tax) ဖြစ်သည်။ ထပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးခွန်ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်မျိုး၏ ထုတ်လုပ်မှုဖြစ်စဉ် အဆင့်ဆင့်တွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသော တန်ဖိုးများပေါ်တွင် ကောက်ယူသည့်အခွန်ဖြစ်သည်။

တိုင်းပြည်၏ သွင်းကုန်နှင့် ပို့ကုန်များပေါ်တွင် ကောက်ယူသော အခွန်များသည်လည်း သွယ်ဝိုက်ခွန် အမျိုးအစားတွင်ပါဝင်ပြီး ဤအခွန်များကိုအကောက်ခွန် (custom duties) ဟုလည်း ခေါ်သည်။

ကုန်စည်ဈေးနှုန်းများ မြင့်တင်ခြင်းဖြင့် သွယ်ဝိုက်ခွန်များကို ကုန်စည်ဝယ်ယူသုံးစွဲသူများသို့ လွှဲပြောင်းနိုင်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် ရုပ်မြင်သံကြားစက်များ ရောင်းချမှုပေါ်တွင် စည်းကြေပ်သောအခွန်ကို တိုးမြှင့်လိုက်ပါက ရောင်းချသူများသည် ရုပ်မြင်သံကြားစက်များ၏ ရောင်းဈေးနှုန်းကို မြင့်တင်ခြင်းအားဖြင့် ရောင်းခွန်တိုး၍ ထမ်းဆောင်ရသည်ကို ကာမိအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ သို့ဖြစ်၍ ကုန်စည်တစ်ခုအပေါ် အခွန်စည်းကြေပ်ခြင်းဖြင့် ကုန်စည်ရောင်းဈေးကို မြင့်တက်သွားစေသည်။ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်သည့် အတိုင်းအတာမှာ ကုန်စည်အတွက် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အခြေအနေများအပေါ် မူတည်နေသည်။

သွယ်ဝိုက်ခွန်များ၏ အားသာချက်တစ်ရပ်မှာ ကုန်စည်များဝယ်ယူရောင်းချမှုအပေါ်တွင် ချက်ချင်းအကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိခြင်းဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် ကုန်စည်ဈေးနှုန်းများ မြင့်တက်လာခြင်းကြောင့် ဝင်ငွေနည်းသူများ အခက်အခဲနှင့် တွေ့ကြုံရခြင်းဟူသော အားနည်းချက်လည်း ရှိပေသည်။

(၂) ထည့်ဝင်ကြေးများ။ ။ထည့်ဝင်ကြေးများမှာ နိုင်ငံပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အစိုးရသို့ တိုင်းပြည်၏ တရားဥပဒေများ၊ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများနှင့်အညီ ထည့်ဝင်ရသောငွေများ ဖြစ်သည်။

(၃) အခွန်တော်များနှင့် အခကြေးများ။ ။အခွန်တော်များ (royalties) ဆိုသည်မှာ နိုင်ငံတော်ပိုင် ပစ္စည်းဥစ္စာများကို သုံးစွဲသည့်အတွက် ပေးရသောငွေကြေးဖြစ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် နိုင်ငံတော်ပိုင်အင်းများတွင်

ငါးဖမ်းခွင့်အတွက် အင်းခွန် (fishery royalties) ကိုလည်းကောင်း၊ သစ်ထုတ်လုပ်ခွင့်အတွက် သစ်တောခွန် (forest royalties) ကိုလည်းကောင်း၊ သတ္တုတူးဖော်ခွင့်အတွက် သတ္တုတွင်းခွန်' (mining royalties) ကိုလည်းကောင်း အသီးသီးပေးဆောင်ကြရသည်။

အခင်ငွေဆိုသည်မှာ အချို့ပစ္စည်းဥစ္စာပိုင်ဆိုင်ခွင့် (သို့မဟုတ်) အချို့လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ခွင့်အတွက် အစိုးရသို့ပေးရသော ငွေကြေးဖြစ်သည်။ ဥပမာအားဖြင့် မော်တော်ယာဉ်ပိုင်ဆိုင်သည့် ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးတွင် မော်တော်ယာဉ်လိုင်စင် (motor vehicle license) ရှိရမည်ဖြစ်ပြီး၊ နှစ်စဉ်လိုင်စင်ခွန် ထမ်းဆောင်ရသည်။ ထို့ပြင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအမျိုးမျိုး၊ ဖျော်ဖြေရေးလုပ်ငန်းများနှင့် အခြားလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ခြင်းတို့အတွက်လည်း အခင်ငွေများပေးရသည်။

(၄) ထောက်ပံ့ကြေးနှင့် အလှူငွေများ။ ။အစိုးရများသည် အလှူငွေနှင့် အကူအညီများကို လက်ခံရရှိသည်ဖြစ်ရာ ၎င်းတို့သည်လည်း ပြည်သူ့ရင်ငွေများ၏ တစ်စိတ်တစ်ဒေသပင် ဖြစ်သည်။

(၅) အခြားရင်ငွေများ။ ။ အခြားရင်ငွေများတွင် ဒဏ်ကြေးငွေများ၊ အစိုးရထိမှ အမြတ်ငွေများ၊ ကျောင်းလခများ၊ ပြတိုက်ဝင်ကြေးများ၊ အပန်းဖြေဥယျာဉ်ဝင်ကြေးများ စသည်တို့ပါဝင်သည်။

ငွေလုံးငွေရင်းရင်ငွေများ။ ။အစိုးရ၏ ငွေလုံးငွေရင်းရင်ငွေများတွင် အဓိကအားဖြင့် လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများမှ ချေးငွေများ၊ အစိုးရပိုင်ပစ္စည်းဥစ္စာများကို ရောင်းချခြင်း (ဥပမာ- ပုဂ္ဂလိက ပိုင်ပြုလုပ်ခြင်း) မှ ရင်ငွေများပါဝင်သည်။ အစိုးရ၏ ငွေလုံးငွေရင်းရင်ငွေများကို အဓိကအားဖြင့် ငွေလုံးငွေရင်းအသုံးစရိတ်များအတွက်သာ ကျခံသုံးစွဲပြီး သာမန်အသုံးစရိတ်အတွက် ကျခံသုံးစွဲလေ့မရှိပေ။

၅-၅။ ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း
The Budget

နှစ်တစ်နှစ်အတွက် အစိုးရ၏အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်ငွေများနှင့်စပ်လျဉ်းသော အဆိုပြုချက်ကို ထိုနှစ် အတွက် ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း (budget) ဟုခေါ်သည်။ ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း တင်ပြသောနှစ်ကို ဘဏ္ဍာ ရေးနှစ် (fiscal year) ဟုခေါ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ဘဏ္ဍာရေးနှစ် နှင့် ပြက္ခဒိန်နှစ် (calendar year)တို့ မတူညီကြပေ။ အများအားဖြင့် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ဘဏ္ဍာရေးနှစ်မှာ ထိုနိုင်ငံ၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကိုဆောင်ရွက်သော ရာသီလိုက်ပုံသဏ္ဌာန် ပေါ်တွင်မူတည်သည်။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ဘဏ္ဍာရေးနှစ်မှာ ဧပြီလ ၁ ရက်နေ့မှ မတ်လ ၃၁ ရက်နေ့ ထိဖြစ်သည်။

ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းသည် လာမည့်နှစ်အတွက် အစိုးရ၏အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်ငွေများနှင့် ပတ်သက်သော အဆိုပြုချက်ဖြစ်သည်။ လွန်ခဲ့သောနှစ်၏ အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်ငွေများနှင့်ပတ်သက်သော စာရင်း

မဟုတ်ပေ။ အစိုးရတိုင်းသည် မိမိတို့၏ အသုံးစရိတ်များ ရငွေများနှင့်သက်ဆိုင်သော အဆိုပြုချက်ကို ပြည်သူများသို့တင်ပြရန် ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းကို ပြုစုရေးဆွဲရသည်။ ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းသည် အုပ်ချုပ်ရေးအတွက်လည်း အလွန်အရေးပါသည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် အစိုးရဌာနအသီးသီးအတွက် အသုံးစရိတ်များကို ဖော်ပြထားသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

ရသုံးမှန်ခြေငွေစာရင်းကို ယေဘုယျအားဖြင့် သာမန်စာရင်းနှင့် ငွေလုံးငွေရင်း စာရင်းဟူ၍ နှစ်ပိုင်းခွဲခြားထားလေ့ရှိသည်။ သာမန်စာရင်းသည် အစိုးရ၏ သာမန်ရငွေများနှင့် သာမန်အသုံးစရိတ်များကို အသေးစိတ်ဖော်ပြသည်။ အကယ်၍ **သာမန်ရငွေများနှင့် သာမန်အသုံးစရိတ်များ တူညီနေလျှင် ဘက်ညီသာမန်စာရင်း (balanced current account) ဟုခေါ်သည်။ အကယ်၍ သာမန်ရငွေများသည် သာမန်အသုံးစရိတ်များထက် များခဲ့လျှင် သာမန်စာရင်းပိုငွေ (current account surplus) ဖြစ်ပေါ်မည်။ အကယ်၍ သာမန်အသုံးစရိတ်များသည် သာမန်ရငွေများထက်ပိုခဲ့လျှင်မူ သာမန်စာရင်းလိုငွေ (current account deficit) ဖြစ်ပေါ်မည်။**

ငွေလုံးငွေရင်းစာရင်းသည် အစိုးရ၏ ငွေလုံးငွေရင်းရငွေများနှင့် အသုံးစရိတ်များကို အသေးစိတ်ဖော်ပြသည်။ အကယ်၍ **စုစုပေါင်းပြည်သူ့အသုံးစရိတ် (ငွေလုံးငွေရင်းနှင့် သာမန်အသုံးစရိတ် နှစ်ရပ်ပေါင်း) သည် စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရငွေ (ငွေလုံးငွေရင်းနှင့် သာမန်ရငွေ နှစ်ရပ်ပေါင်း) နှင့် တူညီနေလျှင် ဘက်ညီရသုံး မှန်းခြေငွေစာရင်း (balanced budget) ဟုခေါ်သည်။ စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရငွေများသည် စုစုပေါင်း ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များသက်များခဲ့လျှင် ပိုငွေပြုရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း (surplus budget) ဟုလည်းကောင်း၊ စုစုပေါင်းပြည်သူ့အသုံးစရိတ်သည် စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရငွေထက် များခဲ့လျှင်လိုငွေပြုရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း (deficit budget) ဟု လည်းကောင်း ခေါ်ဆိုသည်။**

အစိုးရအနေဖြင့် ရငွေများရရှိသည်ဆိုခြင်းမှာ ပုဂ္ဂလိကများနှင့် လုပ်ငန်းများထံမှ ငွေကြေးကို အစိုးရသို့ လွှဲပြောင်းပေးခြင်းဖြစ်သည်။ သို့ဖြစ်၍ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ ကုန်စည်များအပေါ် ဝယ်လိုအားမှာ လျော့နည်းသွားပေမည်။ တစ်ဖက်တွင်အစိုးရက အသုံးစရိတ်များ သုံးစွဲသောအခါ ကုန်စည်များအပေါ် ဝယ်လိုအားတိုးလာပေသည်။ သို့ဖြစ်၍ ဘက်ညီရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်းရှိသောအခါတွင် လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ ဝယ်လိုအားလျော့သွားခြင်းကို အစိုးရ၏ဝယ်လိုအား တိုးလာခြင်းက ချေဖျက်လိုက်နိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် တစ်နိုင်ငံလုံး၏ စုစုပေါင်းဝယ်လိုအား ပြောင်းလဲမည်မဟုတ်ပေ။ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံအပေါ်တွင် ဘက်ညီရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှုမှာလည်း နည်းမည်ဖြစ်သည်။

အကယ်၍ ပိုငွေပြုရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းရှိခဲ့လျှင်၊ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ ဝယ်လိုအားလျော့ခြင်းသည် အစိုးရ၏ ဝယ်လိုအားတိုးလာခြင်းထက် များလိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် တစ်နိုင်ငံလုံး၏ စုစုပေါင်းဝယ်လိုအား လျော့နည်းသွားလိမ့်မည်။ သို့ဖြစ်၍ တိုင်းပြည်တွင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ရောင်းလိုအားကျဆုံးသွားပြီး စျေးနှုန်းများ ကျဆင်းလာလိမ့်မည်။

အကယ်၍ လိုငွေပြုရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းရှိခဲ့လျှင်၊ အစိုးရ၏ ဝယ်လိုအားတိုးလာခြင်းက လူပုဂ္ဂိုလ်

များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ ဝယ်လိုအား လျော့သွားခြင်းထက်များမည်။ သို့ဖြစ်သောကြောင့် တစ်နိုင်ငံလုံး၏ စုစုပေါင်းဝယ်လိုအား တိုးလာမည်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် လိုငွေပြ ရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်းရှိခဲ့လျှင် အစိုးရသည် လိုငွေကိုဘဏ်များမှချေးယူရပေမည်။ ဤသို့ဖြင့် ဘဏ်ချေးငွေ တိုးလာသောအခါ တိုင်းပြည်၏ငွေကြေး ပမာဏလည်းများလာလိမ့်မည်။ သို့ဖြစ်၍ စီးပွားရေး အဆောက်အအုံတွင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့်ရောင်းလိုအား ပြန့်လာပြီး စျေးနှုန်းများလည်း တက်လာမည်ဖြစ်သည်။

အထက်တွင် ရှင်းလင်းတင်ပြချက်များအရ ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း ဘက်ညီသည် သို့မဟုတ် ပိုငွေပြ သည် သို့မဟုတ် လိုငွေပြသည်ဟူသော အချက်ပေါ်တွင်မူတည်၍ စီးပွားရေး အဆောက်အအုံပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်မှု အမျိုးမျိုးရှိနိုင်ကြောင်း သိနိုင်ပေသည်။ ဤအကျိုးသက်ရောက်မှုများကို အသုံးချ၍ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် မတည်ငြိမ်မှုများကို လျော့နည်းစေရန် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ စီးပွားရေး အဆောက်အအုံတွင် ဝယ်လိုအားလျော့နည်းပြီး ငွေကျုံ့သည့်လက္ခဏာများ ပေါ်ပေါက်နေပါက အစိုးရသည် လိုငွေပြရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း ရေးဆွဲခြင်းဖြင့် ဝယ်လိုအားတိုးစေရန် ဆောင်ရွက်နိုင်ပေသည်။ အကယ်၍ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် ဝယ်လိုအားတိုးပြီး ငွေဖောင်းပွမှု အရိပ်လက္ခဏာများ ဖြစ်ပေါ်နေပါက အစိုးရသည် ပိုငွေပြရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်းရေးဆွဲခြင်းဖြင့် ဝယ်လိုအားလျော့နည်းစေရန် ဆောင်ရွက်နိုင်ပေသည်။

ပြည်သူ့ရင်းနှီး အသုံးစရိတ်များကိုအသုံးပြု၍ တနည်းအားဖြင့်ရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်းကိုအသုံးပြု၍ တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေး လုပ်ဆောင်ချက်များအပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်စေသော မူဝါဒကို ဘဏ္ဍာရေး မူဝါဒ (fiscal policy) ဟုခေါ်သည်။

စီးပွားရေးအဆောက်အအုံကို တည်ငြိမ်မှုရှိစေရန် ဆောင်ရွက်ရာ၌ အစိုးရအနေဖြင့် အဓိက အသုံးပြုသော နည်းလမ်းနှစ်ခုမှာ ဘဏ္ဍာရေးမူဝါဒနှင့် ငွေကြေးမူဝါဒတို့ ဖြစ်ကြပေသည်။

၅–၆။ နိဂုံး

ဤအခန်းတွင် ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေး၏ အခြေခံမူအချို့ကို ဆွေးနွေးတင်ပြခဲ့သည်။ ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေး သည် ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်၏ ဘာသာရပ်ခွဲတစ်ခုဖြစ်ပြီး ပြည်သူ့ရင်းမြှုပ်၊ ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များနှင့် သက်ဆိုင်ကြောင်းသိရှိခဲ့ရသည်။ ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များနှင့် ပြည်သူ့ရင်းမြှုပ်များ၏ သဘောသဘာဝနှင့် အမျိုး အစားများအကြောင်းကိုလည်း ဖော်ပြရှင်းလင်းခဲ့သည်။ ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များမှာ နိုင်ငံတော်ကာကွယ်ရေး၊ တရားဥပဒေစိုးမိုးရေး၊ မရှိမဖြစ်လိုအပ်သောလုပ်ငန်းများ၊ လူမှုရေးနှင့်စီးပွားရေး ရည်မှန်းချက်များအတွက် သုံးစွဲရသော အသုံးစရိတ်များဖြစ်သည်။ ပြည်သူ့ရင်းမြှုပ်များရရှိရာ ဇာစ်မြစ်အမျိုးမျိုး အကြောင်းကိုလည်း ရှင်း လင်းတင်ပြခဲ့သည်။ ထို့ပြင် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်း၏ ရည်ရွယ်ချက်များ၊ အခြေခံမူများ၊ အခွန်နှုန်းများ၊ အခွန် စည်းကြပ်ပုံသဏ္ဌာန်များ အကြောင်းကိုလည်း တင်ပြဆွေးနွေးခဲ့သည်။ နောက်ဆုံးတွင် အစိုးရ၏ ရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်းအကြောင်း စီးပွားရေးအဆောက်အအုံအပေါ်တွင် ပိုငွေပြ သို့မဟုတ် လိုငွေပြ ရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှုများနှင့် ဘဏ္ဍာရေးမူဝါဒ၏ အဓိပ္ပာယ်တို့ကို ရှင်းလင်းဖော်ပြခဲ့ပါသည်။

အနှစ်ချုပ်

(၁) ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးဆိုသည်မှာ ဘောဂဗေဒဘာသာရပ်၏ ဘာသာရပ်ခွဲတစ်ခုဖြစ်ပြီး အစိုးရနှင့် ပြည်သူ့အာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများ၏ အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်းမြှုပ်နှံမှုများ သက်ဆိုင်သော ဘာသာရပ်ဖြစ်သည်။

(၂) ဗဟိုအစိုးရ၊ ဒေသဆိုင်ရာ အုပ်ချုပ်ရေးအဖွဲ့အစည်းများ၊ မြို့နိုင်စီးပယ်အဖွဲ့အစည်းများနှင့် နိုင်ငံပိုင်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများကို စုပေါင်း၍ ပြည်သူ့ပိုင်ကဏ္ဍဟု ခေါ်သည်။

(၃) အစိုးရ၏အသုံးစရိတ်နှင့် ရင်းမြှုပ်သည် လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်းမြှုပ်နှံမှု သဘောသဘာဝခြင်း ခြားနားသည်။

(၄) အစိုးရနှင့် လူပုဂ္ဂိုလ်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအကြား ရင်းမြှုပ်နှံမှု အသုံးစရိတ်များ၏ သဘောသဘာဝတို့ ခြားနားမှုရှိသကဲ့သို့ပင် ၎င်းတို့၏ရင်းနှင့် အသုံးစရိတ်များကို စီမံခန့်ခွဲပုံမှာလည်း ကွာခြားမှုရှိသည်။

(၅) အစိုးရနှင့် ပြည်သူ့အာဏာပိုင်အဖွဲ့အစည်းများ၏ အသုံးစရိတ်များကို ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များဟု ခေါ်သည်။

(၆) စုပေါင်းစားသုံးမှုသဘောဆောင်သော အစိုးရ၏ စားသုံးမှုအသုံးစရိတ်များကို သာမန်အသုံးစရိတ်များဟုခေါ်သည်။

(၇) စုပေါင်းရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု သဘောဆောင်သော အစိုးရ၏ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု အသုံးစရိတ်များကို ငွေလုံးငွေရင်းအသုံးစရိတ် များဟုခေါ်သည်။

(၈) လူမှုရေးလုပ်ငန်းများတွင် ပညာရေး၊ ကျန်းမာရေး၊ ယဉ်ကျေးမှု၊ ပြန်လည်နေရာချထားရေး၊ ဘိုးဘွားရိပ်သာများ၊ မိဘမဲ့ကလေးများဂေဟာ စသည်တို့အကျုံးဝင်သည်။ လူမှုရေးလုပ်ငန်းများကို အများကောင်းကျိုးပြုလုပ်ငန်းများ ဟုလည်းခေါ်သည်။

(၉) မရှိမဖြစ် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများတွင် မြို့နိုစီပယ်လုပ်ငန်းများ၊ မြို့ပြပို့ဆောင်ရေး လုပ်ငန်းများ၊ အဝေးပြေး ပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများ၊ ရေကြောင်း ပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းများ၊ စာတိုက်နှင့်ကြေးနန်းဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းများ စသည်တို့ပါဝင်သည်။

(၁၀) သာမန်အသုံးစရိတ်များကို အများအားဖြင့် သာမန်ရင်းငွေမှ ကျခံသုံးစွဲ၍ ငွေလုံးငွေရင်း အသုံးစရိတ်များကို သာမန်ရင်းငွေနှင့် ငွေလုံးငွေရင်းရင်းငွေ နှစ်မျိုးလုံးမှ ကျခံသုံးစွဲလေ့ရှိသည်။

(၁၁) ပြည်သူ့ရင်းငွေများမှာ အစိုးရနှင့်ပြည်သူ့အာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများ၏ ရင်းငွေများဖြစ်သည်။

(၁၂) သာမန်ရင်းငွေများမှာ ယေဘုယျအားဖြင့် မပေးမနေရပေးဆောင်ရသော သဘောမျိုးရှိပြီး အစိုးရက ပြန်လည်ပေးဆပ်ရန်မလိုသော ရင်းငွေများဖြစ်သည်။

(၁၃) ငွေလုံးငွေရင်းရင်းငွေများမှာ အများအားဖြင့် အစိုးရ၏ချေးယူငွေပုံသဏ္ဌာန်ရှိပြီး ၎င်းတို့ကို အတိုးနှင့် တကွ ပြန်လည်ပေးဆပ်ရလေ့ရှိသည်။

(၁၄) အခွန်များမှာ တရားဥပဒေနှင့်အညီ အစိုးရသို့ မပေးမနေရပေးဆောင်ရသော ငွေကြေးဖြစ်သည်

(၁၅) နိုင်ငံသားတိုင်း တရားဥပဒေနှင့်အညီ အစိုးရသို့အခွန်ပေးဆောင်ရန် တာဝန်ရှိပေသည်။

(၁၆) အခွန်စည်းကြပ်ခြင်း၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ အစိုးရအတွက်ရငွေရရှိရန်၊ လူမှုရေးရည်မှန်းချက်များ အောင်မြင်ရန်၊ စီးပွားရေးရည်မှန်းချက်များ အောင်မြင်ရန်တို့ဖြစ်ကြသည်။

(၁၇) တစ်နှစ်လျှင် လူတစ်ဦးထမ်းဆောင်ရသော အခွန်ပမာဏကို ၎င်း၏ နှစ်စဉ်ဝင်ငွေ၏ ရာခိုင်နှုန်း အဖြစ် ဖော်ပြထားခြင်းကို အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းဟုခေါ်သည်။

(၁၈) အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းအပေါ်မူတည်၍ အခွန်များကို နှုန်းတိုးခွန်၊ အချိုးတူခွန်နှင့် နှုန်းလျော့ခွန် ဟူ၍ သုံးမျိုးခွဲခြားနိုင်သည်။

(၁၉) နှုန်းတိုးခွန်ဆိုသည်မှာ ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်မားလာသည်နှင့်အမျှ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းလည်း မျှားလာသော အခွန်မျိုးကိုဆိုလိုသည်။

(၂၀) အချိုးတူခွန်ဆိုသည်မှာ ဝင်ငွေအဆင့်အားလုံးအတွက် တစ်ခုတည်းသောနှုန်းဖြင့် စည်းကြပ်သော အခွန်မျိုးကိုဆိုလိုသည်။

(၂၁) နှုန်းလျော့ခွန်ဆိုသည်မှာ ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်လာသောအခါ အခွန်စည်းကြပ်နှုန်း လျော့သွားသော အခွန်မျိုးကိုဆိုလိုသည်။

(၂၂) နှုန်းတိုးခြင်း၊ အချိုးတူခြင်း၊ နှုန်းလျော့ခြင်းတို့ကို အခွန်စည်းကြပ်မှု ပုံသဏ္ဌာန်များ ဟုခေါ်သည်။

(၂၃) အခွန်များကို အဓိကအားဖြင့် တိုက်ရိုက်ခွန်များနှင့် သွယ်ဝိုက်ခွန်များဟူ၍ အုပ်စုကြီး (၂) ခုခွဲခြားနိုင်သည်။

(၂၄) တိုက်ရိုက်ခွန်များမှာ လူပုဂ္ဂိုလ် (သို့မဟုတ်) လုပ်ငန်းပေါ်တွင် စည်းကြပ်သော အခွန်ဖြစ်ပြီး အခွန်ဝန်ထုပ်ကို အခြားလူပုဂ္ဂိုလ်သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းများသို့လွှဲပြောင်း၍ မရသောအခွန်များဖြစ်သည်။

(၂၅) အဓိကအကျဆုံး တိုက်ရိုက်ခွန်အမျိုးအစားမှာ ဝင်ငွေခွန်ဖြစ်သည်။

(၂၆) ဝင်ငွေခွန်ဆိုသည်မှာ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများ၏ဝင်ငွေအပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန် ဖြစ်သည်။

(၂၇) လက်ဆောင် ပစ္စည်းများအပေါ် စည်းကြပ်သောအခွန်ကို လက်ဆောင်ခွန် ဟုခေါ်သည်။

(၂၈) အမွေရရှိသောပစ္စည်းအပေါ် ကောက်ခံသောအခွန်ကို အမွေခွန် ဟုခေါ်သည်။

(၂၉) အရင်းအနှီးအဖြစ်ထားရှိသောပစ္စည်းများ တန်ဖိုးတက်လာခြင်းအပေါ် တစ်ခါတစ်ရံ အခွန်ကောက်ခံတတ်ပြီး အရင်းတန်ဖိုး တိုးခွန် ဟုခေါ်သည်။

(၃၀) ပစ္စည်းဥစ္စာခွန်ဆိုသည်မှာ လူပုဂ္ဂိုလ် (သို့မဟုတ်) လုပ်ငန်းကပိုင်ဆိုင်သော ဥစ္စာပစ္စည်းများ၏အပေါ်တွင် စည်းကြပ်သော အခွန်ဖြစ်သည်။

(၃၁) တိုက်ရိုက်အခွန်များကို အခြားပုဂ္ဂိုလ်များ၊ လုပ်ငန်းများသို့ ရွှေ့ပြောင်း၍မရပေ။

(၃၂) သွယ်ဝိုက်ခွန်ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအပေါ်တွင် စည်းကြပ်သော အခွန်ဖြစ်ပြီး အခွန်ဝန်ထုပ်ကို ကုန်စည်ထုတ်လုပ် ရောင်းချသူများက ဝယ်ယူသုံးစွဲသူများအပေါ်သို့ လွှဲပြောင်းပေးနိုင်သော အခွန်များဖြစ်သည်။

(၃၃) ကုန်စည်၏တန်ဖိုးပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန်ကို တန်ဖိုးအလိုက် စည်းကြပ်ခွန် (ad valorem tax) ဟုခေါ်သည်။

(၃၄) ကုန်စည်ယူနစ်ပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန်ကို သီးသန့်ယူနစ်အလိုက် စည်းကြပ်ခွန် ဟုခေါ်သည်။

(၃၅) အဓိကသွယ်ဝိုက်ခွန် အမျိုးအစားမှာ ရောင်းခွန်နှင့် လက်ပြောင်းခွန် (သို့မဟုတ်) ကုန်စည်ခွန်တို့ ဖြစ်သည်။

(၃၆) ရောင်းခွန်ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်ကို နောက်ဆုံးစားသုံးသူ သို့ ရောင်းချမှုပေါ်တွင် စည်းကြပ်သောအခွန် ဖြစ်သည်။

(၃၇) လက်ပြောင်းခွန် (သို့မဟုတ်) ကုန်စည်ခွန်ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်မျိုးကို လက်ပြောင်းသည့် အကြိမ်တိုင်းတွင် ၎င်းတန်ဖိုးပေါ်၌ စည်းကြပ်သော အခွန်ဖြစ်သည်။

(၃၈) ထပ်ဆင့်တိုး တန်ဖိုးခွန်ဆိုသည်မှာ ကုန်စည်တစ်မျိုး၏ ထုတ်လုပ်မှုဖြစ်စဉ် အဆင့်ဆင့်တွင် ထပ်ဆင့်တိုးလာသော တန်ဖိုးများပေါ်တွင် ကောက်ယူသည့် အခွန်ဖြစ်သည်။

(၃၉) တိုင်းပြည်၏သွင်းကုန်နှင့် ပို့ကုန်များပေါ်တွင် ကောက်ယူသောအခွန်များကို အကောက်ခွန် ဟုခေါ်သည်။

(၄၀) ကုန်စည်စျေးနှုန်းများ မြင့်တင်ခြင်းဖြင့် သွယ်ဝိုက်ခွန်များကို ကုန်စည်ဝယ်ယူသုံးစွဲသူများသို့ လွှဲပြောင်းနိုင်သည်။

(၄၁) ထည့်ဝင်ကြေးများမှာ နိုင်ငံပိုင်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများမှ အစိုးရသို့ တိုင်းပြည်၏ တရားဥပဒေများ၊ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများနှင့်အညီ ထည့်ဝင်ရသောငွေများ ဖြစ်သည်။

(၄၂) အခွန်တော်များဆိုသည်မှာ နိုင်ငံတော်ပိုင် ပစ္စည်းဥစ္စာများကို သုံးစွဲသည့်အတွက် ပေးရသောငွေကြေး ဖြစ်သည်။

(၄၃) အခငွေဆိုသည်မှာ အချို့ပစ္စည်းဥစ္စာပိုင်ဆိုင်ခွင့် (သို့မဟုတ်) အချို့လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ခွင့် အတွက် အစိုးရသို့ပေးရသော ငွေကြေးဖြစ်သည်။

(၄၄) အစိုးရများသည် အလှူငွေနှင့် အကူအညီများကို လက်ခံရရှိသည်ဖြစ်ရာ ၎င်းတို့သည်လည်း ပြည်သူ့ရင်းမြှုပ်နှံမှု၏ တစ်စိတ်တစ်ဒေသပင်ဖြစ်သည်။

(၄၅) အစိုးရ၏အခြားရင်းမြှုပ်နှံမှုများတွင် ဒဏ်ကြေးငွေများ၊ အစိုးရထိမ့် အမြတ်ငွေများ၊ ကျောင်းလခများ၊ ပြတိုက်ဝင်ကြေးများ၊ အပန်းဖြေဥယျာဉ်ဝင်ကြေးများ ပါဝင်သည်။

(၄၆) အစိုးရ၏ ငွေလုံးငွေရင်း ရင်းမြှုပ်နှံမှုများတွင် အဓိကအားဖြင့် လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် လုပ်ငန်းများမှ ချေးငွေများ၊ အစိုးရပိုင်ပစ္စည်းဥစ္စာများကို ရောင်းချခြင်း (ဥပမာ- ပုဂ္ဂလိကပိုင် ပြုလုပ်ခြင်း) မှ ရင်းမြှုပ်နှံမှုပါဝင်သည်။

(၄၇) နှစ်တစ်နှစ်အတွက် အစိုးရ၏အသုံးစရိတ်များ၊ ရင်ငွေများနှင့်စပ်လျဉ်းသော အဆိုပြုချက်ကို ထိုနှစ်အတွက် ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း ဟုခေါ်သည်။

(၄၈) ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း တင်ပြသောနှစ်ကို ဘဏ္ဍာရေးနှစ် ဟုခေါ်သည်။

(၄၉) မြန်မာနိုင်ငံ၏ဘဏ္ဍာရေးနှစ်မှာ ဧပြီလ ၁ ရက်နေ့မှ မတ်လ ၃၁ ရက်နေ့ ထိဖြစ်သည်။

(၅၀) အစိုးရတိုင်းသည် မိမိတို့၏ အသုံးစရိတ်များ ရင်ငွေများနှင့် သက်ဆိုင်သော အဆိုပြုချက်ကို ပြည်သူများသို့တင်ပြရန် ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းကို ပြုစုရေးဆွဲရသည်။

(၅၁) ရသုံးမှန်ခြေငွေစာရင်းကို ယေဘုယျအားဖြင့် သာမန်စာရင်းနှင့် ငွေလုံးငွေရင်း စာရင်းဟူ၍ နှစ်ပိုင်းခွဲခြားထားလေ့ရှိသည်။

(၅၂) သာမန်ရင်ငွေများနှင့် သာမန်အသုံးစရိတ်များ တူညီနေလျှင် ဘက်ညီသာမန်စာရင်း ဟုခေါ်သည်။

(၅၃) သာမန်ရင်ငွေများသည် သာမန်အသုံးစရိတ်များထက်များခဲ့လျှင် သာမန်စာရင်းပိုငွေ ဖြစ်ပေါ်မည်။

(၅၄) သာမန်အသုံးစရိတ်များသည် သာမန်ရင်ငွေများထက်ပိုခဲ့လျှင်မူ သာမန်စာရင်းလိုငွေ ဖြစ်ပေါ်မည်။

(၅၅) စုစုပေါင်းပြည်သူ့အသုံးစရိတ်သည် စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရင်ငွေနှင့် တူညီနေလျှင် ဘက်ညီရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း ဟုခေါ်သည်။

(၅၆) စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရင်ငွေများသည် စုစုပေါင်းပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များထက် များခဲ့လျှင် ပိုငွေပြရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း ဟုခေါ်သည်။

(၅၇) စုစုပေါင်းပြည်သူ့အသုံးစရိတ်သည် စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရင်ငွေထက်များခဲ့လျှင် လိုငွေပြရသုံး မှန်းခြေငွေစာရင်းဟု ခေါ်သည်။

(၅၈) စီးပွားရေး အဆောက်အအုံအပေါ်တွင် ဘက်ညီရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်း၏ အကျိုးသက်ရောက်မှုမှာ နည်းမည်။

(၅၉) အကယ်၍ ပိုငွေပြရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းရှိခဲ့လျှင် တိုင်းပြည်တွင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ရောင်းလိုအားကျဉ်သွားပြီး ဈေးနှုန်းများကျဆင်းလာလိမ့်မည်။

(၆၀) အကယ်၍ လိုငွေပြရသုံးမှန်းခြေ ငွေစာရင်းရှိခဲ့လျှင် စီးပွားရေးအဆောက်အအုံတွင် ထုတ်လုပ်မှုနှင့် ရောင်းလိုအားပြန့်လာပြီး ဈေးနှုန်းများလည်း တက်လာမည်။

(၆၁) ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းဘက်ညီသည် သို့မဟုတ် ပိုငွေပြသည် သို့မဟုတ် လိုငွေပြသည် ဟူသောအချက်ပေါ်တွင်မူတည်၍ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်မှု အမျိုးမျိုးရှိနိုင်သည်။

(၆၂) ပြည်သူ့ရင်ငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များကိုအသုံးပြု၍ တနည်းအားဖြင့် ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းကို အသုံးပြု၍ တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေး လုပ်ဆောင်ချက်များအပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်စေသော မူဝါဒကို ဘဏ္ဍာရေးမူဝါဒ ဟုခေါ်သည်။

(၆၃) စီးပွားရေးအဆောက်အအုံကို တည်ငြိမ်မှုရှိစေရန် ဆောင်ရွက်ရာ၌ အစိုးရအနေဖြင့် အဓိကအသုံးပြုသော နည်းလမ်းနှစ်ခုမှာ ဘဏ္ဍာရေးမူဝါဒနှင့် ငွေကြေးမူဝါဒတို့ ဖြစ်ကြပေသည်။

ပေါ်ဟာရများ

- ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေး
- ပြည်သူ့ပိုင်ကဏ္ဍ
- ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များ
- သာမန်အသုံးစရိတ်များ
- ငွေလုံးငွေရင်းအသုံးစရိတ်များ
- လူမှုရေးလုပ်ငန်းများ
- မရှိမဖြစ်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများ
- ပြည်သူ့ရင်းငွေများ
- သာမန်ရင်းငွေများ
- ငွေလုံးငွေရင်းရင်းငွေများ
- အခွန်များ
- အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်း
- နှုန်းတိုးခွန်
- နှုန်းလျော့ခွန်
- အချိုးတူခွန်
- အခွန်စည်းကြပ်မှုပုံသဏ္ဌာန်များ
- တိုက်ရိုက်ခွန်
- သွယ်ဝိုက်ခွန်
- ဝင်ငွေခွန်
- လက်ဆောင်ခွန်
- အမွေခွန်
- အရင်းတန်ဖိုးတိုးခွန်
- ပစ္စည်းဥစ္စာခွန်
- တန်ဖိုးအလိုက်စည်းကြပ်ခွန်
- သီးသန့်ယူနစ်အလိုက်စည်းကြပ်ခွန်
- ရောင်းခွန်
- ကုန်စည်ခွန်
- တပ်ဆင့်တိုးတန်ဖိုးခွန်
- အကောက်ခွန်
- ထည့်ဝင်ကြေးများ
- အခွန်တော်များ
- အခင်ငွေ
- ရသုံးမှန်ခြေငွေစာရင်း
- ဘဏ္ဍာရေးနှစ်
- ဘက်ညီသာမန်စာရင်း
- သာမန်စာရင်းပိုငွေ
- သာမန်စာရင်းလိုငွေ
- ဘက်ညီရသုံးမှန်ခြေငွေစာရင်း
- ပိုငွေပြီရသုံးမှန်ခြေငွေစာရင်း
- လိုငွေပြီရသုံးမှန်ခြေငွေစာရင်း
- ဘဏ္ဍာရေးမူဝါဒ

လေ့ကျင့်စန်းများ

(က) မှား/မှန်မေးခွန်း

၁။ အစိုးရ၏ ရင်ဖွေနှင့် အသုံးစရိတ်များ သဘောသဘာဝသည် လူပုဂ္ဂိုလ်နှင့် လုပ်ငန်းများ၏ ရင်ဖွေ/အသုံးစရိတ်များနှင့် ခြားနားမှုရှိသည်။

၂။ ကျောင်းဆောက်လုပ်သော အသုံးစရိတ်သည် သာမန်အသုံးစရိတ်ဖြစ်သည်။

၃။ တိုက်ရိုက်ခွန်များကို အခြားပုဂ္ဂိုလ်များ လုပ်ငန်းများသို့ ရွှေ့ပြောင်း၍ မရပါ။

၄။ ဝင်ငွေအဆင့်မြင့်မားလာသည်နှင့် အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းလည်း မျှားလာသော အခွန်မျိုးကို အချိုးတူ ခွန်ဟုခေါ်သည်။

၅။ ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးသည် နိုင်ငံပိုင်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းများနှင့်လည်း သက်ဆိုင်သည်။

(ခ) ကွက်လပ်ဖြည့်မေးခွန်း

၁။ ကျန်းမာရေး၊ ကယ်ဆယ်ရေးနှင့် ပြန်လည်ထူထောင်ရေးဆောင်ရွက်မှုများအား ---------- ဟုခေါ်သည်။

၂။ စုစုပေါင်း ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်သည် စုစုပေါင်းပြည်သူ့ရင်ဖွေများနှင့် တူညီနေလျှင် -------- ဟုခေါ်သည်။

၃။ နှုန်းတိုးခြင်း၊ အချိုးတူခြင်း၊ နှုန်းလျော့ခြင်းတို့ကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

၄။ တရားဥပဒေနှင့်အညီ အစိုးရသို့ မပေးမနေရ ပေးဆောင်ရသော ငွေကြေးကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

၅။ နိုင်ငံတော်ပိုင်အင်းများ၊ သစ်တောများ၊ သတ္တုတွင်းများကို သုံးစွဲသည့်အတွက် ပေးရသောငွေကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

(ဂ) ရွေးချယ်မှုမေးခွန်း

၁။ စီးပွားရေးတိုးတက်မှုအတွက် လိုအပ်သော စက်မှုလက်မှုလုပ်ငန်းများ တည်ထောင်၍ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံခြင်းသည် (က) ပုံသေ (ခ) သာမန် (ဂ) ငွေလုံးငွေရင်း အသုံးစရိတ်ဖြစ်သည်။

၂။ အခွန်စည်းကြပ်မှုနှုန်းပေါ်မူတည်၍ အခွန်များကောက်ခြင်းသည် (က) အခွန်သဘောတရား (ခ) အခွန်ပုံသုဏ္ဍာန် (ဂ) အခွန်အမျိုးအစား ဖြစ်သည်။

၃။ အစိုးရ၏ ငွေလုံးငွေရင်းရင်ဖွေများသည် (က) အတိုးမရှိပြန်လည်ပေးဆပ်ရသည် (ခ) အတိုးဖြင့် ပြန်လည်ပေးဆပ်ရသည် (ဂ) ပေးဆပ်ရန်မလိုသည့် ရင်ဖွေများဖြစ်သည်။

၄။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ ဘဏ္ဍာရေးနှစ်သည် (က) ဇန်နဝါရီ (၁) ရက်မှဒီဇင်ဘာ (၃၁) ရက်၊ (ခ) ဧပြီ (၁) ရက် မှနောက်နှစ်မတ် (၃၁) ရက်၊ (ဂ) အောက်တိုဘာ (၁) ရက် မှ နောက်နှစ် စက်တင်ဘာ (၃၀) ရက်၊ ဖြစ်သည်။

၅။ ပြည်သူ့ရင်ငွေနှင့် အသုံးစရိတ်များကိုအသုံးပြုပြီး တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေး လုပ်ဆောင်ချက်များ အပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်စေသော မူဝါဒကို (က) ငွေကြေးပေါ်လစီ (ခ) ဘဏ္ဍာရေး ပေါ်လစီ (ဂ) စီးပွားရေးပေါ်လစီ ဟုခေါ်သည်။

(ဃ) မေးခွန်းများ

၁။ အိမ်ထောင်စု ၄ စု၏ ဝင်ငွေနှင့် ဝင်ငွေခွန်ပေးဆောင်ရသည့် ပမာဏကို ဖော်ပြထားသည်။

အိမ်ထောင်စု	ဝင်ငွေ(ကျပ်/လ)	ဝင်ငွေခွန်ပမာဏ (ကျပ်)	အခွန်နှုန်း
A	၁၀,၀၀၀	၁,၀၀၀	-
B	၅၀,၀၀၀	၁၀,၀၀၀	-
C	၉၀,၀၀၀	၂၇,၀၀၀	-
D	၁၃၀,၀၀၀	၅၂,၀၀၀	-

(က) ဝင်ငွေခွန်၏ အဓိပ္ပာယ်ကို ရှင်းပါ။

(ခ) အိမ်ထောင်စုတစ်ခုစီအတွက် အခွန်နှုန်းကို တွက်ပါ။

(ဂ) ဝင်ငွေခွန်သည် မည်သည့် အခွန်စည်းကြပ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ဖြစ်သနည်း။

၂။ ဘဏ္ဍာရေးပေါ်လစီဆိုသည်မှာ အခွန်များ၊ အစိုးရအသုံးစရိတ်များ၊ လွဲပြောင်း ပေးငွေများကို လိုအပ်သလို ပြောင်းလဲခြင်းဖြင့် စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များအပေါ်တွင် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိစေသည့် ပေါ်လစီ ဖြစ်သည်။ အောက်ဖော်ပြပါ အခြေအနေများတွင် အခွန်များ၊ အသုံးစရိတ်များနှင့် လွဲပြောင်းပေးငွေများကို မည်ကဲ့သို့ပြောင်းလဲအသုံးချ မည်နည်း။ တိုးရန်လိုအပ်လျှင် (+) လက္ခဏာ၊ လျော့ရန်လိုအပ်လျှင် (-) လက္ခဏာ များကို ကွက်လပ် တွင်ဖြည့်ပါ။

အခြေအနေ	အခွန်	အဓိုးရအသုံး စရိတ်များ	လွဲပြောင်းပေး ငွေများ
၁။စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကိုတိုးတက်စေရန်			
၂။စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကိုလျော့ချရန်			
၃။ငွေကျပ်စေသည့်ပေါ်လစီ ကျင့်သုံးလိုလျှင်			
၄။ငွေဖောင်းပွစေသည့်ပေါ်လစီကျင့်သုံးလိုလျှင်			

၃။ ပြည်သူ့ဘဏ္ဍာရေးဆိုသည်မှာ အဘယ်နည်း။

၄။ ပြည်သူ့အသုံးစရိတ်များ၏ သဘာဝနှင့် အမျိုးအစားများကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၅။ ပြည်သူ့ရင်းငွေများ၏ သဘာဝနှင့် အမျိုးအစားများကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၆။ ရသုံးမှန်းခြေငွေစာရင်းဆိုသည်မှာ အဘယ်နည်း။

၇။ ဘဏ္ဍာရေးမူဝါဒဆိုသည်မှာ အဘယ်နည်း။ စီးပွားရေးတည်ငြိမ်မှုရရှိစေရန် ဆောင်ရွက်ရာ၌ ဘဏ္ဍာရေး မူဝါဒကို မည်ကဲ့သို့ အသုံးပြုနိုင်သည်ကို ဆွေးနွေးပါ။

အခန်း(၆)
အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှုများ
International Economic Relations

၆–၁။ နိဒါန်း

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှုတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးဆက်သွယ်မှုများ (international trade relations)နှင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဘဏ္ဍာရေးဆက်သွယ်မှုများ (international financial relations) ပါဝင်သည်။ နိုင်ငံများအကြား ကုန်စည်များကို ကုန်သွယ်ရာမှ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု ပေါ်ပေါက်လာရခြင်းဖြစ်သည်။ ဤသို့အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု ပေါ်ပေါက်လာသည့်အတွက် နိုင်ငံများအကြား ငွေရေးကြေးရေး အပေးအယူ ပြုလုပ်လာရာမှ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဘဏ္ဍာရေးဆက်သွယ်မှုများ ဖြစ်ပေါ်လာရသည်။ ထို့ကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးသည် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှု၏အခြေခံ ဖြစ်သည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှုကို လေ့လာရာတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးဆက်သွယ်မှုများနှင့် ပတ်သက်၍ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု စတင်ပေါ်ပေါက်လာပုံ၊ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏ ကောင်းကျိုး၊ ဆိုးကျိုးများနှင့် ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးတို့ကို လေ့လာဆန်းစစ်သွားမည်ဖြစ်သည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဘဏ္ဍာရေး ဆက်သွယ်မှုများနှင့်ပတ်သက်၍ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများ၊ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း နှင့် ၎င်း၏ပြဿနာများ၊ ၎င်းတို့ကိုပြုပြင်ပုံ နည်းလမ်းများကိုပါ ဖော်ပြသွားမည်ဖြစ်သည်။

၆–၂။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု စတင်ပေါ်ပေါက်လာပုံ
The Origins of International Trade

ဇောက်ချထုတ်လုပ်မှု (specialization) ကြောင့် ကုန်ထုတ်လုပ်မှု တိုးတက်လာပြီး ပိုလျှံထုတ်လုပ်မှုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ဤသို့ပိုလျှံထုတ်လုပ်မှု ဖြစ်ပေါ်လာရာမှတစ်ဆင့် ကုန်သွယ်မှုဖြစ်ပေါ်လာကြောင်း သိရှိခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။

ကုန်သွယ်မှုသည် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေး (transportation)၊ ဆက်သွယ်ရေး (communication)၊ သိုလှောင်ရေးပစ္စည်းကိရိယာများ(storage facilities) တိုးတက်ကောင်းမွန်မှု အပေါ် တွင်လည်း မူတည်သည်။ ၎င်းတို့ တိုးတက်ကောင်းမွန်လာသည်နှင့်အမျှ အလွန်ဝေးလံ သောဒေသတစ်ခုနှင့်တစ်ခု ကုန်သွယ်မှု ပြုလုပ်လာနိုင်သည်။ ဥပမာ- သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးအခြေအနေများ တိုးတက်ကောင်းမွန်မှုကြောင့် ပဲခူးတိုင်းဒေသကြီးမှ ထုတ်လုပ်သောဆန်စပါးကို ကချင်ပြည်နယ်သို့တင်ပို့ ရောင်းချနိုင်သည်။ ထို့အတူ ကချင်ပြည်နယ်မှ ထွက်ရှိသော အသီးအနှံများကိုလည်း ပဲခူးတိုင်းဒေသကြီးသို့ ပြန်လည်တင်ပို့ရောင်းချနိုင်သည်။

ဤသဘောအတိုင်းပင် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်နှင့်တစ်ပြည် ကုန်စည်များဖလှယ်ကြရာမှ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုဖြစ်ပေါ်လာကြောင်း တွေ့ရသည်။ ထို့ကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုသည် နိုင်ငံများအကြား ဈေးကောင်းထုတ်လုပ်မှုမှ ပေါ်ပေါက်လာသော ဖလှယ်မှုပုံသဏ္ဌာန် တစ်မျိုးပင်ဖြစ်သည်။

လူများအကြား ဒေသများအကြားနှင့် နိုင်ငံများအကြား ကုန်သွယ်မှုဖြစ်ပေါ်လာရခြင်းသည် ဈေးကောင်းထုတ်လုပ်မှု၏ အကျိုးဆက်များ (consequences of specialization) ကြောင့်ဖြစ်သည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုနှင့်ပတ်သက်၍ ဈေးကောင်းထုတ်လုပ်မှု အခွင့်အလမ်းများ ပေါ်ပေါက်လာရခြင်းမှာ နိုင်ငံများအကြား အင်အားစုပိုင်ဆိုင်မှု (resource endowments) ခြားနားခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။

နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ အင်အားစုပိုင်ဆိုင်မှုတွင် သဘာဝသယံဇာတအင်အားစု (natural resources)၊ လူဖန်တီးသောအင်အားစု (man-made resources) နှင့် လူ့အရင်းအမြစ်အင်အားစု (human resources) တို့ပါဝင်သည်။ **သဘာဝ သယံဇာတအင်အားစုများမှာ မြေယာပမာဏ နှင့် အရည်အသွေး၊ ရာသီဥတုအခြေ အနေ၊ တွင်းထွက်ပစ္စည်းများ၊ သစ်တောများနှင့် မြစ်ချောင်း အင်းအိုင်စသည်တို့ဖြစ်သည်၊** အရင်းပစ္စည်း ကိရိယာများ၊ အဆောက်အအုံများ၊ စက်ရုံများ၊ စက်ပစ္စည်းကိရိယာများ စသည်တို့သည် လူဖန်တီးသော အင်အားစုများဖြစ်သည်။ လူ့အရင်းအမြစ် အင်အားစုများမှာ လူဦးရေပမာဏ၊ လုပ်သားဦးရေနှင့် ကျွမ်းကျင်သော လုပ်သားအခြေ အနေတို့ဖြစ်သည်။ ၎င်းအင်အားစုများမှာ နိုင်ငံတစ်ခုနှင့်တစ်ခု ခြားနားမှုရှိသည်။ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား အင်အားစုပိုင်ဆိုင်မှု ခြားနားခြင်းကြောင့် ကုန်စည်ထုတ်လုပ်နိုင်သော စွမ်းရည်များ လည်းကွာခြားရသည်။ သို့ဖြစ်၍ အချို့နိုင်ငံများသည် စက်မှုကုန်စည်များ ထုတ်လုပ်ရာတွင် ပိုမိုသာလွန်ကောင်းမွန်ပြီး အချို့နိုင်ငံများသည် စိုက်ပျိုးရေးကုန်စည်များ ထုတ်လုပ်ရာတွင် ပို၍သာလွန်ကောင်းမွန်ကြောင်း တွေ့ရှိရမည်ဖြစ်သည်။ ဤသို့သောကွာခြားမှုများသည် အချို့ဖြစ်ရပ်များတွင် များစွာကြီးမားကြောင်း တွေ့ရှိရမည်ဖြစ်သည်။ ဥပမာ မြန်မာနိုင်ငံတွင်သာ အရည်အသွေး မြင့်မားကောင်းမွန်သော ကျွန်းသစ်များရရှိသကဲ့သို့ ဘရာဇီးနိုင်ငံတွင် ကော်ဖီကိုလည်းကောင်း၊ မလေးရှားတွင် သဘာဝရာဘာများကိုလည်းကောင်း၊ ဂျပန်တွင် မော်တော်ကားကိုလည်းကောင်း၊ ဥရောပတွင် ရေမွှေးကိုလည်းကောင်း၊ အခြားနိုင်ငံများထက် ပိုမိုသာလွန်ကောင်းမွန်အောင် ထုတ်လုပ်နိုင်ကြောင်း တွေ့ရမည်ဖြစ်သည်။

ထိုသို့နိုင်ငံများအကြား ကုန်စည်ထုတ်လုပ်နိုင်သည့် စွမ်းရည်ကွာခြားမှုကြောင့် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်သည် မိမိတိုင်းပြည်တွင် ပို၍ကျွမ်းကျင်စွာ ထုတ်လုပ်နိုင်သည့် ကုန်ပစ္စည်းများကိုသာ ဈေးကောင်းထုတ်လုပ်ခြင်းဖြင့် ပိုလျှံထုတ်လုပ်မှု ဖြစ်ပေါ်လာသည်။ ဤသို့ပိုလျှံထုတ်လုပ်ထားသော ကုန်စည်များကို အခြားတိုင်းပြည်မှ ထုတ်လုပ်ထားသော ကုန်စည်များနှင့် ဖလှယ်ခြင်းအားဖြင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏အကျိုးကျေးဇူးများကို ခံစားရရှိကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။

အကယ်၍ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုသာမရှိပါက နိုင်ငံတစ်ခုမှထုတ်လုပ်သော ကုန်စည်များကို အခြားနိုင်ငံများက အသုံးပြုနိုင်မည်မဟုတ်ပေ။ ဥပမာ-ကုန်သွယ်မှုမရှိပါက မြန်မာနိုင်ငံမှ ကျွန်းသစ်ကို အခြားနိုင်ငံများက အသုံးပြုနိုင်မည်မဟုတ်သကဲ့သို့ အခြားနိုင်ငံများမှ စက်ပစ္စည်း ကိရိယာများကိုလည်း မြန်မာ

နိုင်ငံတွင် အသုံးပြုနိုင်မည်မဟုတ်ပေ။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကြောင့်သာလျှင် နိုင်ငံတစ်ခုတွင် မထုတ်လုပ်နိုင်သော ကုန်စည်များ သို့မဟုတ် အနည်းငယ်သာ ထုတ်လုပ်နိုင်သော ကုန်စည်များကို အခြားနိုင်ငံများနှင့် ကုန်သွယ်ခြင်းအားဖြင့် ပေါပေါများများရရှိ ခံစားနိုင်ပါသည်။ ထို့အတူ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုပြုလုပ်လာခြင်းကြောင့် မိမိတို့တိုင်းပြည်တွင် ထုတ်လုပ်သည်ထက် ကုန်စည် အမျိုးအစား ပိုမိုများပြားစွာ အသုံးပြုလာနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။

သို့ရာတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်ရေးတွင် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးအခြေအနေများ၏ အရေးပါသည့် အခန်းကဏ္ဍကိုလည်း မေ့ပစ်၍ရမည်မဟုတ်ပေ။ နိုင်ငံများအကြား ဈေးကွက်ချထုတ်လုပ်မှု အခွင့်အလမ်းများ ရှိနေသည့်တိုင်အောင် ဆက်သွယ်ရေးနှင့် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေး အခြေအနေ တိုးတက်ကောင်းမွန်မှုများ မဖြစ်ပေါ်ခဲ့လျှင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုလည်း ပေါ်ပေါက်လာမည်မဟုတ်ပေ။

ရှေးအခါက နိုင်ငံတစ်ခုနှင့်တစ်ခု အဆက်အသွယ် အလွန်နည်းပါးခဲ့ခြင်း၊ အခြားနိုင်ငံများကထုတ်လုပ်သော ကုန်စည်များနှင့်ပတ်သက်သည့် သတင်းအချက်အလက်များ ရရှိနိုင်မှု နည်းပါးခဲ့ခြင်းတို့ကြောင့် ကုန်သွယ်မှုပြုရန်ဆန္ဒမှာလည်း အလွန်နည်းပါးခဲ့သည်။ အကယ်၍ ၄င်းအခြေအနေတွင် သတင်းအချက်အလက်များ ပြည့်ပြည့်စုံစုံ ရရှိနိုင်သည်ဆိုလျှင်ပင် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးစရိတ်မှာ အလွန်ကြီးမားသောကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကို အကန့်အသတ်ဖြင့်သာ ပြုလုပ်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။

(၁၆) ရာစုနောက်ပိုင်းတွင် ပင်လယ်ရေကြောင်းသွားလာမှု လမ်းသစ်များတွေ့ရှိလာခြင်း၊ သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေးပစ္စည်း ကိရိယာများ၊ နည်းပညာအသစ်များ တိုးတက်လာခြင်းတို့ကြောင့် ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်မှု လျင်မြန်စွာတိုးတက်လာခဲ့သည်။ ထိုအချိန်မှစ၍ ကမ္ဘာပေါ်တွင် ထုတ်လုပ်မှုအဆင့်မြင့်မားလာခြင်းသည် တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအားဖြင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကြောင့် ဖြစ်သည်ဟုဆိုရပေမည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးတိုးတက်မှုက တစ်ဖန်သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး တိုးတက်မှုကို ဖြစ်ပေါ်စေပြန်သည်။ မျက်မှောက်ကာလ ကမ္ဘာပေါ်၌ အခြားနိုင်ငံများနှင့် ကုန်သွယ်မှု မပြုသောနိုင်ငံဟူ၍ မရှိတော့သည်အထိ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးဖွံ့ဖြိုးမှုမှာ အလွန်မြင့်မားသော အဆင့်သို့ရောက်ရှိနေပြီဖြစ်သည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု စတင်ဖြစ်ပေါ်လာရခြင်းမှာ အချက်နှစ်ချက်ကြောင့်ဖြစ်သည်။ ပထမအချက်မှာ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား သယံဇာတစွမ်းအားစု ပိုင်ဆိုင်မှု ခြားနားချက်ကြောင့် နိုင်ငံအလိုက် ဈေးကွက်ချထုတ်လုပ်နိုင်သည့် အခွင့်အလမ်းများ ရှိနေခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဒုတိယအချက်မှာ ယင်းအခွင့်အလမ်းများကို အသုံးချနိုင်လောက်အောင် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့်ဆက်သွယ်ရေး အခြေအနေများ ဖြစ်ထွန်းလာခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။

ရှေးအခါမှ ယခုအထိ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု ဖွံ့ဖြိုးလာခြင်းကို လေ့လာရာတွင် အရေးပါသော ရှုထောင့်တစ်ရပ်မှာ ကုန်သွယ်မှုပမာဏနှင့် ပုံသဏ္ဌာန် (volume and pattern of trade) ပြောင်းလဲလာခြင်းဖြစ်သည်။ **ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ဆိုသည်မှာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုတွင်ပါဝင်သော ကုန်စည်**

အမျိုးအစားနှင့် ကုန်သွယ်သော နိုင်ငံများကိုဆိုလိုသည်။ (၁၉) ရာစုအတွင်း အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်သော ကုန်စည်အများစုမှာ မူလထုတ်ကုန်များ (primary products) ဖြစ်သည့် ကျောက်မီးသွေး၊ သံရိုင်း၊ ဝါဂွမ်း၊ လက်ဖက်ခြောက် စသည်တို့ဖြစ်သည်။ မျက်မှောက်ကာလတွင်မူ ဒုတိယအဆင့်ထုတ်ကုန်များ (secondary products) ဖြစ်သည့် စက်မှုကုန်စည်များသည် ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်မှု၏ အဓိက အစိတ်အပိုင်းအဖြစ် ပါဝင်နေသည်။ ၂၀၀၃ ခုနှစ်စာရင်းများအရ ကမ္ဘာ့ပို့ကုန်တန်ဖိုး စုစုပေါင်း၏ (၂) ရာခိုင်နှုန်းမှာ မူလထုတ်ကုန်များဖြစ်ပြီး (၇၇) ရာခိုင်နှုန်းမှာ စက်မှုကုန်စည်များဖြစ်သည်။ ယခင်က မူလထုတ် ကုန်စည်များကို တင်ပို့ခဲ့သော နိုင်ငံများသည် မျက်မှောက်ကာလတွင် စက်မှုထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများကို တင်ပို့ရောင်းချရန် ကြိုးပမ်းလာခဲ့ကြခြင်း၏ ရလဒ်အဖြစ် ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန် ပြောင်းလဲလာသည်။ ဤသို့ဖြစ်ပေါ်လာခြင်းမှာလည်း နည်းပညာများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်လာမှု၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုပမာဏနှင့် အရည်အသွေးမြင့်မားလာမှုတို့၏ ရလဒ်ပင်ဖြစ်သည်။ နည်းပညာအသစ်များ တိုးတက်ပြောင်းလဲလာမှုသည် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုတွင် ကုန်စည်အသစ်များ ပါဝင်လာမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ဥပမာ ကွန်ပျူတာ နှင့် အီလက်ထရောနစ်ပစ္စည်းများကို ၁၉၈၀ ခုနှစ်များ၏ အစောပိုင်းအထိ ကျယ်ပြန့်စွာကုန်သွယ်မှု မပြုခဲ့ကြဘဲ ၎င်းနောက်ပိုင်းမှသာလျှင် နည်းပညာတိုးတက်မှု အခွင့် အလမ်းများပေါ်မူတည်၍ ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ကုန်သွယ်မှုပြုခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရမည်ဖြစ်သည်။

ထို့အပြင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့် နည်းပညာပြောင်းလဲမှုတို့သည် တိုင်းပြည်၏ စွမ်းအားစု ပိုင်ဆိုင်မှု အခြေအနေကို တစ်နည်းတစ်ဖုံအားဖြင့် ပြောင်းလဲစေပြီး ယင်းမှတစ်ဆင့် ကုန်စည်ထုတ်လုပ်နိုင်သည့် စွမ်းရည် ကိုပါ ပြောင်းလဲစေသည်။ ဥပမာ- အရှေ့တောင် အာရှနိုင်ငံအချို့တွင် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့် နည်းပညာဖွံ့ဖြိုးမှုတို့ ဖြစ်ပေါ်လာသောကြောင့် တီဗီ၊ ဗီစီဒီ၊ ကွန်ပျူတာ နှင့် အီလက်ထရောနစ် ပစ္စည်းမျိုးစုံကို တင်ပို့ရောင်းချလာ နိုင်သည်။ တစ်ဖက်တွင်လည်း အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏ပုံသဏ္ဌာန်မှာ တည်တံ့မနေဘဲ ပြောင်းလဲ နေသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်သည် တိုင်းပြည်များ၏ နည်းပညာပြောင်းလဲမှု အခြေ အနေနှင့် စွမ်းအားစုပိုင်ဆိုင်မှု အခြေအနေတို့အပေါ်မူတည်၍ ပြောင်းလဲစေသည်။ ဤသို့ ကုန်သွယ်မှုပုံ သဏ္ဌာန်ပြောင်းလဲမှုကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုမှရရှိသော အကျိုးခံစားရမှု တိုးတက်လာခြင်း သို့မဟုတ် ဆုတ်ယုတ်ခြင်းများကို တွေ့ရသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု မှရရှိသော အကျိုးခံစားရမှု အခြေအနေကို ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ပြောင်းလဲမှုဖြင့်လည်း လေ့လာနိုင်ပေသည်။

၆–၃။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏ ကောင်းကျိုးများ
Advantages of International Trade

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုမှရရှိသော အဓိကကောင်းကျိုးများမှာ-

(၁) ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှုတိုးတက်လာခြင်း

Increased availability of commodities

(၂) စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို မြင့်မားစေခြင်း
Promotion of economic growth

(၃) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဆက်ဆံရေးကို ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်လာစေခြင်း
Fostering good international relations တို့ဖြစ်သည်။

(၁) ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှုတိုးတက်လာခြင်း။ ။ နိုင်ငံအလိုက် ဈေးကွက်ချထုတ်လုပ်ခြင်း၏ အကျိုးတရားများကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု စတင်ဖြစ်ပေါ်လာခြင်းဖြစ်သည်။ နိုင်ငံ တစ်နိုင်ငံသည် ဈေးကွက်ချထုတ်လုပ်မှုကြောင့် ကုန်စည်များပိုမိုထုတ်လုပ်လာနိုင်ပြီး အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်ခြင်းအားဖြင့် ၎င်းနိုင်ငံအတွက် ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှု ပိုမိုတိုးတက်လာစေသည်။ အပြည်ပြည် [illegible] ကုန်သွယ်မှုကြောင့် ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှု တိုးတက်လာပုံကို သုံးမျိုးတွေ့ရမည်။ ပထမတစ်မျိုးမှာ မိမိတိုင်းပြည်တွင် ယခင်ကမထုတ်လုပ်နိုင်သော ကုန်စည်များကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးကြောင့် အသုံးပြုလာနိုင်ခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ ဥပမာ- ဥရောပတွင် မထုတ်လုပ်နိုင်သော ကော်ဖီကို ဥရောပသားများ သောက်သုံးလာနိုင်ခြင်း၊ ဒုတိယတစ်မျိုးမှာ ပြည်တွင်းထုတ်လုပ်နေသော ကုန်စည်ကိုပင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးကြောင့် ယခင်ကထက်ပိုမိုအသုံးပြုနိုင်ခြင်း၊ ဥပမာ- အမေရိကန်ပြည်ထောင်စုသည် ပြည်တွင်း ထုတ်လုပ်နေသော ဓာတ်ဆီအပြင် ပြည်ပမှဝင်သွင်းသော ဓာတ်ဆီကိုပါ အသုံးပြုနိုင်ခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ တတိယတစ်မျိုးမှာ ကုန်စည်တစ်မျိုးနှင့်ပတ်သက်၍ အမျိုးအစားအမျိုးမျိုး ရွေးချယ်အသုံးပြုနိုင်ခြင်း၊ ဥပမာ- မြန်မာနိုင်ငံတွင် ပြည်တွင်းထုတ် စီဒီ၊ ဒီဗွီဒီများ သာမက နိုင်ငံခြားမှ စီဒီ၊ ဒီဗွီဒီသီချင်း နှင့်ဇာတ်လမ်းတွဲများကို ရွေးချယ်ကြည့်ရှုနိုင်ခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ ဤသို့ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှု တိုးတက်လာသည်နှင့်အမျှ နိုင်ငံသားတို့၏ လူနေမှုအဆင့်အတန်းကို ကိုးတက်မြင့်မား စေသည်။ စားသုံးကုန်ပစ္စည်းများ ပိုမိုရရှိနိုင်ခြင်းကြောင့် လတ်တလော လူနေမှုအဆင့်အတန်းကို [illegible]ပြီး ရင်းနှီးကုန်စည်များ ပိုမိုရရှိနိုင်ခြင်းကြောင့် နောင်ကာလတွင် လူနေမှုအဆင့်အတန်း တိုးတက် [illegible] ကောင်းများ ရရှိမည်ဖြစ်သည်။

(၂) စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို မြင့်မားစေခြင်း။ ။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုသည် စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုကြောင့် ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှု တိုးတက်လာခြင်းမှတစ်ဆင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု တိုးတက်ပြုလုပ်နိုင်ရန် အထောက်အကူ ဖြစ်စေသည်။ ၎င်းအပြင် စွမ်းအားစုများကို ပို၍ပြည့်ဝစွာနှင့် ထိရောက်စွာ အသုံးပြုနိုင်စေသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ကမ္ဘာ့စျေးကွက်မှာ လွန်စွာ ကြီးမားကျယ်ပြန့်လှသောကြောင့် ကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သော နိုင်ငံအနေဖြင့် လုပ်ငန်းကြီးများကို [illegible]ထောင်ထုတ်လုပ်ရမည်ဖြစ်၍ လုပ်ငန်းကြီးထုတ်လုပ်ခြင်း၏ အကျိုးကျေးဇူးများ (advantages of large-scale production) ကို ခံစားနိုင်သည်။ တစ်ဖက်တွင်လည်း နိုင်ငံခြားမှ ထုတ်လုပ်သူများနှင့် ပြည်တွင်း စျေးကွက်တွင်လည်းကောင်း၊ ပြည်ပစျေးကွက်တွင်လည်းကောင်း ပြိုင်ဆိုင်နေသောကြောင့်

ပြည်တွင်း စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ပို၍ထိရောက်စွာ စီမံအုပ်ချုပ်မှု ပြုလာနိုင်သည်။ ၎င်းအပြင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုသည် နည်းပညာဆိုင်ရာ တိုးတက်ဖွံ့ဖြိုးမှုကိုလည်း အားပေးပြန်သည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကြောင့် နိုင်ငံခြားတိုင်းပြည်များမှ နည်းပညာအသစ်များကို ရရှိနိုင်သကဲ့သို့ နိုင်ငံခြားလုပ်ငန်းများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်ရန်နည်း ပညာအသစ်များကို ပြည်တွင်းတွင်ပင် တီထွင်သုံးစွဲကြမည်ဖြစ်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုသည် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ပိုမိုမြင့်မားစေခြင်း စွမ်းအားစုများကို ပိုမိုပြည့်ဝစွာနှင့် ထိရောက်စွာအသုံးပြုနိုင်ခြင်း၊ လုပ်ငန်းကြီးထုတ်လုပ်မှု၏ အကျိုးကျေးဇူးများကို ခံစားနိုင်ခြင်းနှင့် နည်းပညာတိုးတက်မှု ဖြစ်ပေါ်စေခြင်းတို့ကြောင့် စီးပွားရေးတိုးတက် ဖွံ့ဖြိုးမှုကို မြင့်မားစေမည်ဖြစ်သည်။

(၃) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဆက်ဆံရေးကို ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်လာစေခြင်း။ ။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဆက်ဆံရေးအခြေအနေကို စီးပွားရေးအကျိုးခံစားရမှုအနေဖြင့် တိကျစွာသတ်မှတ် ဖော်ပြ၍ရမည် မဟုတ်ပေ။ သို့ရာတွင် ကောင်းမွန်သော အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဆက်ဆံရေးအခြေအနေသည် လူဘောင်လောကကို သာယာချမ်းမြေ့စေ၍ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား အပြန်အလှန် နားလည်မှုနှင့် ငြိမ်းချမ်းမှုရရှိရေးကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်လာခြင်းအားဖြင့် နိုင်ငံခြားမှ လူများ၊ စီးပွားရေးစနစ်အမျိုးမျိုးကို ကျင့်သုံးသော တိုင်းပြည်များနှင့် အဆက်အသွယ် ပြုလုပ်လာရပေသည်။ ထိုအခါ တစ်ဦး၏ပြဿနာကို တစ်ဦးက ပိုမိုနားလည်လာပြီး၊ တစ်ဦး၏ဆန္ဒများ၊ မျှော်မှန်းချက်များကို ပိုမိုနီးကပ်စွာသိရှိနားလည်သုံးသပ်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။ ဤနည်းအားဖြင့် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုများကို ပိုမိုနီးစပ်စွာ ပြုလုပ်လာနိုင်ပြီး အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာဆက်ဆံရေးကို ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်လာစေသည်။

၆–၄။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု၏ ဆိုးကျိုးများ
Disadvantages of International Trade

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု၏ အဓိကဆိုးကျိုးများမှာ-

(၁) နိုင်ငံခြားမှ ရောင်းသူနှင့်ဝယ်သူတို့အပေါ် မှီခိုအားပြုနေရခြင်း
(Dependence of foreign buyers and sellers)

(၂) နိုင်ငံခြားမှ လုပ်ငန်းများ၏ မမျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှုကို ကြုံတွေ့ရခြင်း
(Unfair competition from abroad)

(၃) စက်မှုလုပ်ငန်းသစ်များတည်ထောင်ရာတွင် အခက်အခဲများတွေ့ရှိနေရခြင်း
(Difficulty in establishing new industries) တို့ဖြစ်သည်။

(၁) နိုင်ငံခြားမှရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့အပေါ် မှီခိုအားပြုနေရခြင်း။ ။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန် သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်လာခြင်းအားဖြင့် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်အဖို့ နိုင်ငံခြားမှဝယ်သူနှင့် ရောင်းသူတို့အပေါ် မှီခိုအားပြုလာရပေသည်။ နိုင်ငံခြားမှ ရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့က တည်ငြိမ်၍ ယုံကြည် အားထားလောက်သော အပြုအမူမျိုးဖြင့် ရောင်းဝယ်ကုန်သွယ်မှု ပြုမည်ဆိုလျှင် ပြဿနာဖြစ်ပေါ်မည် မဟုတ်ပေ။ သို့ရာတွင် ပို့ကုန်များအတွက် နိုင်ငံခြားမှ ဝယ်ယူသူများကလည်းကောင်း၊ သွင်းကုန်များအတွက် နိုင်ငံခြားမှရောင်းသူများကလည်းကောင်း၊ ယခင်နှုန်းထားအတိုင်း ရောင်းဝယ်မှုမပြုခဲ့လျှင် ပြဿနာများဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည်။ ဤပြဿနာမျိုးအား အမြတ်ကိုအဓိကထား၍ ရောင်းဝယ်သော နိုင်ငံများနှင့်ဆက်ဆံရာတွင် မကြာခဏကြုံတွေ့ရပေသည်။ အချို့သောဖြစ်ရပ်များတွင် စီးပွားရေး အင်အားကြီးမားသော နိုင်ငံများက အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုပြုလုပ်ရာတွင် ၎င်းတို့အတွက် အခွင့်သာစေမည့် ပေါ်လစီများကိုချမှတ် ကျင့်သုံးခြင်းဖြင့် အင်အားနည်းသော နိုင်ငံများအတွက် အခက်အခဲများ ကြုံတွေ့ရစေသည်။

နိုင်ငံခြားမှရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့အပေါ် မှီခိုနေရသောကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည့် ဆိုးကျိုးတစ်ရပ်မှာ နိုင်ငံခြားမှစီးပွားရေးနှင့် နိုင်ငံရေးအရ ဖိအားပေးခံရခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့အပြင် အခြားဆိုးကျိုးတစ်ရပ်မှာ မိမိတို့၏ ကုန်သွယ်ဖက်နိုင်ငံများတွင် စီးပွားရေး အတက်အကျဖြစ်ပေါ်လာပါက ၎င်းအခြေအနေများ၏ ဂယက်ရိုက်မှုဒဏ်ကို ခံစားရခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ဤပြဿနာသည် အထူးအားဖြင့် မျက်မှောက်ကာလတွင် အရေးပါလှသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးတွင် အင်အားကြီးနိုင်ငံများက လွှမ်းမိုးနေသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ မည်သို့ပင်ဖြစ်စေ စီးပွားရေးအင်အားကြီးမားသော နိုင်ငံများတွင်ဖြစ်ပေါ်သော စီးပွားရေးအတက်အကျများသည် တိုက်ရိုက်ဖြစ်စေ၊ သွယ်ဝိုက်၍ဖြစ်စေ ကုန်သွယ်ဖက်နိုင်ငံများသို့ ကူးစက်ပျံ့နှံ့တတ်ပေသည်။ အထူးသဖြင့် မူလထုတ်ကုန်စည်များ တင်ပို့ရောင်းချနေရသော နိုင်ငံများတွင် ဤပြဿနာမှာ ပိုမိုကြီးမားတတ်ပေသည်။ အကြောင်းမှာ စီးပွားရေး အင်အားကြီးမားသော နိုင်ငံများတွင် ဖြစ်ပေါ်နေသော စီးပွားရေးအတက်အကျသည် မူလထုတ်ကုန်ဈေးကွက်တွင် ကြီးမားသောပြောင်းလဲမှုများကို ဖြစ်ပေါ်စေခြင်းမှ တစ်ဆင့် မူလထုတ်ကုန်များကို အဓိကအားပြုတင်ပို့နေရသော နိုင်ငံများ၏ ပို့ကုန်ဝင်ငွေကို ပြင်းထန်စွာ လှုပ်ရှား ပြောင်းလဲစေသည်။

(၂) နိုင်ငံခြားမှ လုပ်ငန်းများ၏ မမျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှုကို ကြုံတွေ့ရခြင်း ။ ။ အထူးသဖြင့် စီးပွားရေး အင်အားကြီးမားသောနိုင်ငံများနှင့် ရောင်းဝယ်ဆက်သွယ်ရာတွင် ဤပြဿနာကြုံတွေ့ ရတတ်သည်။ နိုင်ငံတစ်ခုသည် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သည့်အခါ ၎င်းနိုင်ငံ၏ ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများသည် နိုင်ငံခြားမှလုပ်ငန်းများ၏ မမျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှုနှင့် ရင်ဆိုင်ရသည်။ ဥပမာ- နိုင်ငံခြားလုပ်ငန်းများက ၎င်းတို့ထုတ်လုပ်သော ထုတ်ကုန်ကို ထုတ်လုပ်မှု ကုန်ကျစရိတ်ထက် လျှော့ချ၍ရောင်းခြင်းဖြင့် ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများသည် ၎င်းတို့နှင့် ပြိုင်ဆိုင်မှု မပြုနိုင်သောကြောင့် လုပ်ငန်းပျက်စီးမှုများရှိလေသည်။ **ဤသို့ ပြည်တွင်းထုတ်လုပ်သူများကို လုပ်ငန်းလောကမှ ထွက်ခွာသွားရန်အလို့ငှာ နိုင်ငံခြားလုပ်ငန်းများက**

ရင်းတို့တင်သွင်းလာသောကုန်များကို ထုတ်လုပ်မှုကုန်ကျစရိတ်ထက်လျှော့၍ အများအပြားရောင်းချခြင်းအား စုပုံရှင်း ရောင်းချခြင်း (dumping) ဟူ၍ခေါ်သည်။ ဤအပြုအမူမျိုးကို ယခုအခါ စီးပွားရေးအင်အားကြီးမားသောနိုင်ငံများတွင် ဥပဒေများသတ်မှတ်၍ တားမြစ်ထားသည်။ သို့ရာတွင် နိုင်ငံခြားမှ လုပ်ငန်းရှင်တို့သည် ကုန်သွယ်ဖက်စီးပွားရေး အင်အားနည်းပါးသည့် နိုင်ငံများ၏ ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများအား တတ်နိုင်သမျှ တရားမမျှတသောလုပ်ဆောင်ချက်များဖြင့် လုပ်ငန်းမှစွန့်ခွာသွားအောင် ပြုလုပ်လေ့ရှိသည်။ နယ်ချဲ့နိုင်ငံများက ကိုလိုနီပြုလုပ်ခြင်း ခံခဲ့ရသောနိုင်ငံများတွင် ဤဆိုးကျိုးမျိုးကို ဆိုးရွားပြင်းထန်စွာ ခံခဲ့ရသည်ကို တွေ့ရှိနိုင်သည်။ နိုင်ငံတစ်ခုကို ကိုလိုနီပြုလုပ် လိုက်ပြီးနောက် နယ်ချဲ့နိုင်ငံများမှလုပ်ငန်းများ လွတ်လပ်စွာ ဝင်ရောက်လုပ်ကိုင်လာကြပြီး၊ မမျှတသောပြိုင်ဆိုင်မှုများကြောင့် ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများ ပျက်စီးသွားရသည်။ ဤသို့ဖြင့် ကိုလိုနီအပြုခံရသောနိုင်ငံများသည် နယ်ချဲ့နိုင်ငံများ၏ လုပ်ငန်းများအပေါ်တွင်သာ လုံးလုံးလျားလျားမှီခိုမှုပြု လာကြရတော့သည်။

(၃)စက်မှုလုပ်ငန်းသစ်များတည်ထောင်ရာတွင် အခက်အခဲများကွေ့ရှိရခြင်း။ ။အပြည်ပြည် ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင်ပါဝင်ဆောင်ရွက်သော စီးပွားရေးအင်အားနည်းသည့် နိုင်ငံများအဖို့ တစ်ခါတစ်ရံတွင် စက်မှုလုပ်ငန်းသစ်များ တည်ထောင်ရာ၌ အခက်အခဲများ ကြုံတွေ့ရပေသည်။ အကြောင်းမှာ လုပ်ငန်းသစ်များကို စတင်တည်ထောင်စကာလတွင် ထုတ်လုပ်မှုကုန်ကျစရိတ် ကြီးမားနေတတ်ပြီး၊ နိုင်ငံခြားကုန်စည်ထုတ်လုပ်ရောင်းချသူများနှင့် ပြိုင်ဆိုင်မှု မပြုနိုင်သေးသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ဤသို့ လတ်တလောအခြေအနေတွင် နိုင်ငံခြားမှလုပ်ငန်းများနှင့် မယှဉ်ပြိုင်နိုင်သေးသည့် စက်မှုလုပ်ငန်းများအား သက်နုစက်မှုလုပ်ငန်းများ (infant industries) ဟူ၍ခေါ်သည်။ နိုင်ငံခြားမှလုပ်ငန်းများ၏ ပြိုင်ဆိုင်မှုကို ခံနိုင်ရည်ရှိရန်အတွက် ပြည်တွင်းစက်မှုလုပ်ငန်းများအား ကာကွယ်သည့် အစီအစဉ်များ ပြုလုပ်ပေးရမည်ဟူသော အချက်ကို ယခုအခါတွင် နိုင်ငံများကကျယ်ပြန့်စွာ လက်ခံလာကြပြီဖြစ်သည်။

၆–၅။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုကို ကန့်သတ်သည့်နည်းလမ်းများ
Methods of Restricting International Trade

ဖော်ပြခဲ့သည့်အတိုင်း အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု၏ ဆိုးကျိုးများကြောင့် မျက်မှောက်ကာလ ကမ္ဘာပေါ်တွင် မည်သည့်နိုင်ငံကမျှ လွတ်လပ်စွာကုန်သွယ်မှု (free trade) ကို မကျင့်သုံးကြပေ။ တစ်ချိန်တည်းမှာပင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုမှရရှိသော အကျိုးကျေးဇူးများမှာလည်း အလွန်ကြီးမားသည့်အလျောက် ကုန်သွယ်မှုမပြုလုပ်သော နိုင်ငံဟူ၍လည်းမရှိပေ။ လက်ရှိအခြေအနေတွင် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံအားလုံးသည် ကန့်သတ်မှုနှင့် ထိန်းချုပ်မှုများဖြင့်သာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကို ပြုလုပ်နေကြကြောင်း တွေ့ရှိရမည်ဖြစ်သည်။

ကန့်သတ်ပိတ်ပင်မှုများနှင့် ထိန်းချုပ်မှုများကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ပြုလုပ်လာကြခြင်းသည် အထက်ဖော်ပြပါ ကုန်သွယ်မှု၏ ဆိုးကျိုးများလျော့နည်းသွားစေရန် အတွက်ထက် မိမိတို့၏ အခြား

သောရည်မှန်းချက်များကို ပြည့်မြောက်စေရန် အတွက်သာဖြစ်သည်။ ဥပမာ- ပို့ကုန် နှင့်သွင်းကုန်တို့အပေါ် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းအားဖြင့် အစိုးရ၏ ရငွေတိုးစေရန်ဖြစ်ပြီး၊ သွင်းကုန်ခွန် ကောက်ခံခြင်းအားဖြင့် လိုငွေပြပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း (balance of payments deficit) ကို ပြင်ဆင်နိုင်ရန်အတွက်လည်းကောင်း၊ ပို့ကုန်အပေါ် အခွန်ကောက်ခံခြင်းအားဖြင့် အချို့သောပို့ကုန်များဖြစ်သည့် (အနုပညာပစ္စည်းများနှင့် ရှားပါးပစ္စည်းများ) တို့၏ တင်ပို့မှုလျော့နည်းသွားစေရန် အတွက်လည်းကောင်း ဆောင်ရွက်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

ၛင်းအပြင် နိုင်ငံရေးနှင့် လူမှုရေးရည်မှန်းချက်များရရှိအောင် ကြိုးပမ်းရာတွင်လည်း ကန့်သတ်ပိတ်ပင်ခြင်းနှင့် ထိန်းချုပ်ခြင်းနည်းလမ်းကို အသုံးပြုသည်။ ဥပမာ- မိတ်ဆွေမဟုတ်သော နိုင်ငံများမှ ကုန်ပစ္စည်းများအပေါ် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းနှင့် ရန်သူနိုင်ငံများနှင့် ကုန်သွယ်မှု ကိုလုံးဝပိတ်ပင်ခြင်းတို့ ပင်ဖြစ်သည်။ ထို့အတူမလိုလားအပ်သော စာအုပ်စာတမ်းများ၊ ရုပ်ရှင်များ စသည်တို့ကိုလည်း ကန့်သတ်တားမြစ်ပိတ်ပင်ခြင်း ပြုလုပ်နိုင်ပေသည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ကန့်သတ်တားမြစ်ခြင်းပြုလုပ်ရာ၌ အဓိကအသုံးပြုသော နည်းလမ်းများမှာ-

(၁) အကောက်ခွန် (tariffs)

(၂) ကိုတာ (သို့မဟုတ်) အရေအတွက်သတ်မှတ်ခြင်း (quotas)

(၃) နိုင်ငံခြားငွေထိန်းချုပ်ခြင်း (exchange controls)

(၁) အကောက်ခွန်။ ။ တိုင်းပြည်တစ်ခု၏ပို့ကုန် (သို့မဟုတ်) သွင်းကုန်အပေါ် အခွန်ကောက်ခံခြင်းကို **အကောက်ခွန်** (custom duties or custom tariffs) **ဟူ၍ခေါ်သည်။** သွင်းကုန်များအပေါ် တွင် သွင်းကုန်ခွန် (import duties or import taxes) ကောက်ခံပါက သွင်းကုန်များမှာ ကုန်ကျစရိတ်ပိုမို ကြီးမား လာပြီး သွင်းကုန်စျေးနှုန်းတက်လာမည်။ ထိုအခါ သွင်းကုန်ဝယ်လိုအား ကျဆင်းလာမည်။ သွင်းကုန်ခွန်ကို ယေဘုယျအားဖြင့် ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများကို ကာကွယ်ရာတွင် အသုံးပြုသည်။ ဤကဲ့သို့ ကာကွယ်ရန်လိုအပ်သော လုပ်ငန်းများမှာ သက်နုစက်မှုလုပ်ငန်းများ၊ လူမှုရေး၊ နိုင်ငံရေးနှင့် အမျိုးသားလုံခြုံရေး ရည်မှန်းချက်များအရ မရှိမဖြစ်လိုအပ်နေသော ပြည်တွင်း လုပ်ငန်းများပင်ဖြစ်သည်။ ၛင်းအပြင်လိုငွေပြ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်ကို ပြင်ဆင်ရန်အတွက်လည်း သွင်းကုန်ခွန်ကို အသုံးပြုသည်။ သွင်းကုန်ခွန်နှင့် ပို့ကုန်ခွန် (export duties or export taxes) နှစ်မျိုးလုံးသည် အစိုးရ၏ရငွေကို တိုးတက်မြင့်မားစေသည်။ ပို့ကုန်ခွန်ကို နိုင်ငံတွင်း၌ မရှိမဖြစ်လိုအပ်နေသည်ဟုယူဆရသော ကုန်စည်များအပေါ် အခွန်စည်းကြပ်ခြင်းအားဖြင့် အဆိုပါကုန်စည်များ၏ တင်ပို့မှုကို လျော့နည်းစေသည်။

(၂) ကိုတာ (သို့မဟုတ်) အရေအတွက်သတ်မှတ်ခြင်း။ ။အချို့သောသွင်းကုန်နှင့် ပို့ကုန်များအပေါ် **အရေအတွက် ပမာဏသတ်မှတ်၍ ကန့်သတ်ချက်ထားရှိခြင်းကို ကိုတာဟုခေါ်သည်။** နိုင်ငံတစ်ခုသည် ကုန်ပစ္စည်းတစ်မျိုး၏ ပို့ကုန် သို့မဟုတ် သွင်းကုန်ကို လျှော့ချရန် ရည်ရွယ်ပါက ၎င်းရည်ရွယ်သောကုန်စည်အတွက် မည်ရွေ့မည်မျှသာတင်ပို့၊ တင်သွင်းရမည်ဟု အရေအတွက် ကန့်သတ်ချက် ပြုလုပ်လာမည်ဖြစ်သည်။ ဤသတ်မှတ်ချက်ကို ကိုတာဟု ခေါ်သည်။ အကယ်၍ မော်တော်ဆိုင်ကယ် တင်သွင်းမှုကို ကန့်သတ်ချက်ပြုလုပ်ပါက မော်တော်ဆိုင်ကယ်စီးရေ တစ်သောင်းသာ တင်သွင်းရမည်ဟူ၍ အရေအတွက် သတ်မှတ်ချက် ပြုလုပ်မည်ဖြစ်သည်။

ကိုတာသတ်မှတ်ခြင်းသည် အကောက်ခွန်စနစ်ထက် ပို၍တင်းကျပ်သော အပြုအမူဖြင့် ကုန်သွယ်မှုကို ကန့်သတ်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ **သုညအရေအတွက် ကိုတာသတ်မှတ်ခြင်း သို့မဟုတ် ကုန်စည်အချို့၏ ကုန်သွယ်မှုအပေါ် လုံးဝတားမြစ်ထားခြင်းကို ကုန်သွယ်မှုပိတ်ဆို့ခြင်း (embargo) ဟူ၍ခေါ်သည်။** ကိုတာသတ်မှတ်ခြင်းသည် အစိုးရအတွက် ရင်ွေ ရရှိစေမည် မဟုတ်ပေ။

(၃)နိုင်ငံခြားငွေထိန်းချုပ်ခြင်း။ ။ သွင်းကုန်များကို ကန့်သတ်ပိတ်ပင်ရာတွင် နိုင်ငံခြားငွေထိန်းချုပ်ခြင်းနည်းလမ်းကို အသုံးပြုနိုင်သည်။ သွင်းကုန်တင်သွင်းရာတွင် နိုင်ငံခြားငွေဖြင့် ပေးချေရသောကြောင့် နိုင်ငံခြားငွေကို ထိန်းချုပ်ထားခြင်းအားဖြင့် သွင်းကုန်အပေါ် ထိန်းချုပ်ထားနိုင်သည်။ နိုင်ငံခြားငွေထိန်းချုပ်ခြင်းနည်းလမ်းအားဖြင့် သွင်းကုန်ကို ထိန်းချုပ်ထားပြီး ၎င်းမှတစ်ဆင့် ငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလိုင်ငွေကို ပြန်လည်ပြင်ဆင်နိုင်ရန်အတွက် အသုံးပြုလေ့ရှိသည်။

၆–၆။ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး
Terms of Trade

တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးဆိုသည်မှာ ၎င်း၏ပို့ကုန်ဈေးနှုန်းနှင့် သွင်းကုန်ဈေးနှုန်း တို့အကြားဆက်စပ်မှုကို ဖော်ပြခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကို တိုင်းတာနိုင်သည့် နည်းလမ်းများစွာရှိသည်။ သို့ရာတွင် အများဆုံးအသုံးပြုသည့် နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ-

$$\text{ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး} = \frac{\text{ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း}}{\text{သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်း}} \times ၁၀၀$$

ပို့ကုန် နှင့် သွင်းကုန်တင်သွင်းမှုတို့တွင် တင်ပို့တင်သွင်းသည့်ကုန်ပစ္စည်း အမျိုးအမယ်များစွာပါဝင်နေသည့်အတွက်ကြောင့် ၎င်းတို့ကို ကိုယ်စားပြုဖော်ပြနိုင်သည့် ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းနှင့် သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှုန်းကိန်းတို့ကို အသုံးပြုရခြင်းဖြစ်သည်။ နိုင်ငံတစ်ခု၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး တိုးတက်ခြင်းမှာ-

(က) ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း တိုးတက်ခြင်းသည် သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း တိုးတက်ခြင်းထက် ပို၍များခြင်း၊

(ခ) ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း ကျဆင်းခြင်းသည် သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း ကျဆင်းခြင်းထက် ပို၍နည်းခြင်း၊

(ဂ) သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း ကျဆင်းနေစဉ် ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း တက်နေခြင်းတို့ကြောင့် ဖြစ်သည်။

ဤအခြေအနေများအနက် အခြေအနေတစ်ရပ်ရပ်ကြောင့် ကုန်ဖလှယ်မှု အချိုးတိုးတက်ခဲ့လျှင် ပို့ကုန်တင်ပို့မှုမှရသော နိုင်ငံခြားငွေဖြင့် သွင်းကုန်များပို၍ ဝယ်ယူနိုင်မည်ဖြစ်သောကြောင့် ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး တိုးတက်ခြင်းသည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံအတွက် အခွင့်သာသော အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ **ထိုကဲ့သို့ အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကို အခွင့်သာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး (favourable terms of trade)** ဟု ခေါ်သည်။

တစ်ဖက်တွင်လည်း ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ကျဆင်းခြင်းမှာ-

(က) ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း တိုးတက်ခြင်းသည် သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း တိုးတက်ခြင်းထက် ပို၍နည်းခြင်း၊

(ခ) ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း ကျဆင်းခြင်းသည် သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း ကျဆင်းခြင်းထက်ပို၍ များခြင်း၊

(ဂ) သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း တက်နေစဉ် ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း ကျဆင်းခြင်းတို့ ကြောင့်ဖြစ်သည်။

အထက်ဖော်ပြပါ အခြေအနေတစ်ရပ်ရပ်ကြောင့် ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ကျဆင်းခဲ့လျှင် ပို့ကုန်တင်ပို့မှုမှ ရသည့် နိုင်ငံခြားငွေဖြင့် သွင်းကုန်များလျော့၍ ဝယ်ယူနိုင်မည်ဖြစ်သောကြောင့် ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကျဆင်းခြင်း သည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံအတွက် အခွင့်မသာသောအခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေမည်ဖြစ်သည်။ **ထိုကဲ့သို့အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကို အခွင့်မသာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး (unfavourable terms of trade)** ဟုခေါ်သည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးသည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံအတွက် အခွင့်သာစေသည် သို့မဟုတ် အခွင့်မသာသော အခြေအနေဖြစ်သည်ဟူသောအချက်ကို ထိုနိုင်ငံ၏ ကုန်ဖလှယ်မှု အချိုးပြောင်းလဲ မှုက ဖော်ပြနေသည်။ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ပြောင်းလဲရခြင်းအတွက် အခြေခံအကြောင်း ရင်းမှာ ၎င်းတိုင်းပြည်၏ ပို့ကုန်နှင့် သွင်းကုန်များအပေါ် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အခြေအနေများ ပြောင်းလဲခြင်းတို့ကြောင့် ဖြစ်သည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားအ ခြေအနေများအရ ကုန်စည်တစ်ခု၏ဈေးနှုန်း ပြင်းထန်စွာ အတက်အကျပြောင်းလဲပါက ထိုကုန်စည်ကိုအားထား၍ တင်ပို့၊ တင်သွင်းနေရသော နိုင်ငံများ တွင်လည်း ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးမှာ ကြီးမားစွာ အတက်အကျ ပြောင်းလဲနေမည်ဖြစ်သည်။ ဝယ်လိုအားနှင့်

ရောင်းလိုအား အခြေအနေများအရ ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းသည် မှန်မှန်ကျဆင်းနေလျှင် ထိုကုန်ပစ္စည်းကို အားထားတင်ပို့နေရသော နိုင်ငံအဖို့ ကုန်သွယ်မှုမှရရှိသော အကျိုးခံစားရမှုမှာ မှန်မှန်လျော့နည်းလာ မည်ဖြစ်သည်။ တစ်ဖက်တွင်မူ အဆိုပါကုန်ပစ္စည်းကို အားထားတင်သွင်းနေရသောနိုင်ငံအဖို့ ကုန်သွယ်မှုမှရရှိသော အကျိုးခံစားရမှုမှာ မှန်မှန်တိုးတက် နေမည်ဖြစ်သည်။ ဤသဘောအရ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုတွင် ကုန်စည်တစ်ခု၏ ဈေးနှုန်းသည် မှန်မှန်တက်နေပါက ၎င်းကုန်စည်ကို တင်ပို့နေသောနိုင်ငံအဖို့ အကျိုးခံစားရမှု မှန်မှန်တိုးတက်နေမည်ဖြစ်ပြီး ထိုကုန်စည်ကို တင်သွင်းနေရသောနိုင်ငံအတွက် အကျိုးခံစားရမှုမှာ မှန်မှန်လျော့နည်း နေမည်ဖြစ်သည်။

ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး အဆက်မပြတ်ကျဆင်းမှုကို ရင်ဆိုင်နေရသောနိုင်ငံများအတွက် ဤပြဿနာကို ကုစားရန်နည်းလမ်းမှာ ၎င်းတို့၏ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ကို ပြောင်းလဲရန်ပင်ဖြစ်သည်။ ဈေးနှုန်းကျဆင်းနေသော ပို့ကုန်များ သို့မဟုတ် လုံလောက်စွာဈေးနှုန်း မတက်သည့်ကုန်စည်များ တင်ပို့နေရာမှ ဈေးနှုန်းတက်နေသော ပို့ကုန်များ သို့မဟုတ် လျင်မြန်စွာဈေးနှုန်းတက်နေသော ကုန်စည်များကို ပြောင်းလဲတင်ပို့ရန် ကြိုးပမ်းရမည်ဖြစ်သည်။ တစ်ဖက်၌လည်း သွင်းကုန်များတင်သွင်းရာတွင် ဈေးနှုန်းချိုသာသော သွင်းကုန်များ ပြောင်းလဲ တင်သွင်းနိုင်ရန် ကြိုးပမ်းဆောင်ရွက်ရမည် ဖြစ်သည်။

မျက်မှောက်ကာလ ကမ္ဘာပေါ်တွင် မူလထုတ်ကုန်များ၏ ကမ္ဘာ့ဈေးနှုန်းမှာ စက်မှုထုတ်ကုန်များ၏ ကမ္ဘာ့ဈေးနှုန်းနှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် ကျဆင်းနေသောသဘောရှိကြောင်း တွေ့ရမည် ဖြစ်သည်။ မူလထုတ်ကုန်များကို ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများက အဓိကအားထား၍ တင်ပို့နေကြပြီး ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများက အဓိကအားပြု၍ တင်သွင်းနေကြ သည်။ စက်မှုထုတ်ကုန်များကိုမူ ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများက အဓိကအားထားတင်ပို့ကြပြီး ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများက အများ ဆုံးတင်သွင်းနေကြသည်။ သို့ဖြစ်သောကြောင့် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများ၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးမှာ အခွင့်သာသော ကုန်ဖလှယ်မှု အချိုးရှိနေလျက် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးမှာ အခွင့်မသာသော ကုန်ဖလှယ်မှု အချိုးနှင့် ရင်ဆိုင်နေရသည်။ ဤအချက်က ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ၏ စီးပွားရေးပြဿနာများကို ပိုမိုဆိုးရွားစေကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။

ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများသည် ၎င်းတို့၏ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ကို ပြောင်းလဲခြင်းဖြင့် အခြေအနေ ကောင်းမွန် အောင် ကြိုးပမ်းနေစဉ်အတွင်း ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများ၏ ဆန့်ကျင်မှုများနှင့် ရင်ဆိုင်ရသည်။ ထို့ကြောင့် ဖွံ့ဖြိုးဆဲ နိုင်ငံများသည် ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများနှင့်ဆက်ဆံရာတွင် မျှတသောစီးပွား ရေးဆက်ဆံမှုများကို ရရှိရေးအတွက် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေး အစီအစဉ်သစ် (New International Economic Order- NIEO) ကို တည်ထောင်ပေးရန် တောင်းဆိုကြသည်။ ထို့အတူ ပင်ကုလသမဂ္ဂကလည်း မျက်မှောက်ကာလ၌ ကုန်သွယ်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးရေးညီလာခံ (UNCTAD) ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးအဖွဲ့ (WTO) ကို မှန်မှန်ကျင်းပ၍ ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများ အကျိုးခံစားနိုင်ရေးအတွက် ပူးပေါင်းညှိနှိုင်းဆောင်ရွက်သည့် နည်းလမ်းများဖြင့် ဆောင်ရွက်ပေးနေကြောင်း တွေ့ရသည်။

၆–၇။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှုနည်းလမ်းများ
International Payment Mechanisms

ရှေးအခါက အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုကို ဘာတာစနစ်ဖြင့် ဆောင်ရွက်ခဲ့သောကြောင့် ပို့ကုန်များကို သွင်းကုန်များနှင့် တိုက်ရိုက်ဖလှယ်ခြင်းဖြင့် ငွေပေးချေရေး နည်းလမ်းတစ်ရပ် မလိုအပ်ခဲ့ပေ။ သို့သော် ကုန်စည်ချင်း တိုက်ရိုက်ဖလှယ်စနစ်၏ စွမ်းဆောင်ရည် မပြည့်ဝမှုများကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် အခက်အခဲများစွာ ဖြစ်ပေါ်ခဲ့ပြီး ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်မှုကို တိုးချဲ့လာသည်နှင့်အမျှ နိုင်ငံချင်းငွေပေးချေရေး ကိရိယာတစ်ရပ်လို အပ်လာခဲ့သည်။ သို့ဖြစ်၍ ရွှေနှင့်ငွေ အတုံးအခဲများကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှုတွင် အသုံးပြုခဲ့ကြသည်။

(၁၉) ရာစုအစပိုင်းတွင် ဗြိတိန်နိုင်ငံကစတင်၍ ရွှေစံချိန်စနစ်ကို ကျင့်သုံးခဲ့ရာမှ အခြားနိုင်ငံများကပါ ရွှေစံချိန်စနစ်ကိုလိုက်၍ ကျင့်သုံးခဲ့ရာ (၂၀) ရာစုအစပိုင်းအထိ ရွှေသည် နိုင်ငံချင်းငွေပေးချေမှု၏ အဓိကမဏ္ဍိုင်ဖြစ်ခဲ့သည်။ ရွှေစံချိန်စနစ်ဆိုသည်မှာ (က) နိုင်ငံသုံး ငွေကြေးကို ရွှေဖြင့်ညီမျှချက် တရားဝင်သတ်မှတ်ထားခြင်း၊ (ခ) နိုင်ငံသုံးငွေကြေးကို ရွှေဖြင့် အချိန်မရွေးလဲလှယ်ခွင့်ရှိခြင်း၊ (ဂ) ရွှေကိုနိုင်ငံတွင်းသို့ဖြစ်စေ၊ နိုင်ငံပြင်ပသို့ဖြစ်စေ၊ အတားအဆီးမရှိ တင်သွင်း သို့မဟုတ် တင်ပို့နိုင်ခြင်းတို့ဖြင့် ပြည့်စုံသော ငွေကြေးစနစ်တစ်ရပ် ဖြစ်သည်။

ယခုအခါ ကမ္ဘာပေါ်တွင် ရွှေစံချိန်စနစ်ကို အသုံးပြုခြင်းမရှိတော့ဘဲ နိုင်ငံချင်း ငွေပေးချေမှုတွင်လည်း ရွှေကိုအသုံးပြုခြင်း မရှိတော့ပေ။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှုများကို ယခုအခါ စီးပွားရေးအင်အားကြီးမားသော နိုင်ငံများ၏ ငွေကြေးများကို အသုံးပြု၍ ဆောင်ရွက်လာကြသည်။ ၎င်းတို့အနက် အမေရိကန်ဒေါ်လာမှာ အများဆုံးအသုံးပြုသော ငွေကြေးဖြစ်ပြီး၊ ဗြိတိသျှ-ပေါင်စတာလင်၊ ပြင်သစ်-ဖရန့်၊ ဂျာမန်-မတ်၊ ဂျပန်-ယန်းနှင့် ဆွစ်-ဖရန့်တို့ကိုလည်း အသုံးပြုကြသည်။ ၂၁ ရာစုသို့ရောက်ရှိချိန်တွင် ဥရောပသမဂ္ဂနိုင်ငံများ (EU) ၏ ဘုံငွေကြေး တစ်ရပ်ကိုတီထွင်ပြီး၊ ယူရို (EURO) ဟုခေါ်ဝေါ်ပြီး အမေရိကန်ဒေါ်လာကဲ့သို့တွင် ကျယ်စွာသုံးစွဲခဲ့သည်။

ဤငွေကြေးများကို အသုံးပြုခြင်း၏ အကျိုးတရားမှာ အခြားမည်သည့်ငွေကြေးနှင့်မဆို လွတ်လပ်လွယ်ကူစွာ လဲလှယ်နိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ သို့ဖြစ်၍ တိုင်းပြည် A သည် တိုင်းပြည် B သို့ ငွေပေးချေရန်ရှိပါက အမေရိကန်ဒေါ်လာဖြင့် ပေးချေနိုင်သည်။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် အမေရိကန်ဒေါ်လာသည် တိုင်းပြည် A နှင့် တိုင်းပြည် B နှစ်နိုင်ငံလုံး၏ ငွေကြေးများနှင့် လွတ်လပ်လွယ်ကူစွာ လဲလှယ်နိုင်သော ကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဤငွေကြေးများကို အသုံးပြုခြင်း၏ အားနည်းချက်တစ်ရပ်မှာ ၎င်းတို့၏လဲလှယ်နှုန်း (နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်း) သည် ပုံသေမဖြစ် ခြင်းဖြစ်သည်။ **နိုင်ငံခြားငွေလဲနှုန်း (exchange rate) ဆိုသည်မှာ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ငွေကြေးနှင့် အခြား နိုင်ငံသုံးငွေကြေး (နိုင်ငံခြားငွေ) များ၏ လဲလှယ်သောနှုန်းဖြစ်သည်။** ဥပမာ- အမေရိကန်ဒေါ်လာ၏ နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းမှာယူရိုဖြင့် တစ်ဒေါ်လာလျှင် ၁.၁ ယူရိုဖြစ်သည်။ နိုင်ငံခြား ငွေလဲနှုန်းပြောင်းလဲခြင်းဖြင့် အပြည်ပြည် ဆိုင်ရာစျေးကွက်တွင် မမျှော်လင့်သော ဆုံးရှုံးမှုများ ဖြစ်ပေါ်နိုင်သည်။

နိုင်ငံချင်းငွေပေးချေမှုများအတွက် နိုင်ငံခြားငွေကို အသင့်ရရှိအောင် ယခုခေတ်တွင် နိုင်ငံများသည် နိုင်ငံခြားငွေကြေးများကိုအရန်သင့်ကိုင်ဆောင်ထားကြသည်။ ၎င်းတို့ကို နိုင်ငံခြားငွေရန်ပုံငွေဟုခေါ်သည်။ နိုင်ငံခြားငွေရန်ပုံငွေကို အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သော ငွေကြေးများဖြင့်လည်းကောင်း၊ ရွှေဖြင့်လည်းကောင်း ကိုင်ဆောင်ထားကြသည်။ နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေများ ထားရှိခြင်းကြောင့် မမျှော်လင့်ဘဲ သွင်းကုန်တန်ဖိုးတိုးတက်လာသည့်အခါ အသုံးပြုနိုင်သည်။ အထူးသဖြင့် ပို့ကုန်သွင်းကုန် အတက်အကျ ပြောင်းလဲမှုကြီးမားသော တိုင်းပြည်များအတွက် လွန်စွာအသုံးဝင် ဆီလျော်ပေသည်။

အမေရိကန် ဒေါ်လာ ၊ ယူရို နှင့် နိုင်ငံခြားငွေများကို နိုင်ငံချင်းငွေပေးချေမှုများပေါ် ပြုလုပ်သည့် အခါ အသုံးပြုရန်လိုအပ်ရခြင်းမှာ ယနေ့ကမ္ဘာကြီးတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှုများအတွက် ကျေနပ်လောက်ဖွယ် စနစ်တစ်ရပ်မရှိသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများက လက်ခံနိုင်လောက်သော စနစ်တစ်ရပ်ကို တည်ထောင်ရန် ကြိုးပမ်းမှုများအနက် ကြိုးပမ်းချက်တစ်ရပ်မှာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေကြေးရန်ပုံငွေအဖွဲ့ (International Monetary Fund) (IMF) တည်ထောင်ခြင်းဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေကြေးရန်ပုံငွေအဖွဲ့ တည်ထောင်ခြင်းသည်လည်းကောင်း၊ တစ်ကမ္ဘာလုံးအတိုင်းအတာနှင့် ဒေသတွင်း အခြားကြိုးပမ်း အားထုတ်မှုများသည်လည်းကောင်း၊ လုံးဝဥသုံ ပြည့်စုံအောင်မြင်သည်ဟူ၍ မရှိသေးပေ။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးအဆောက်အအုံအနေဖြင့် နိုင်ငံချင်း ငွေပေးချေမှုများ၊ ပြုလုပ်နိုင်သည့် ကျေနပ်လောက်ဖွယ် စနစ်တစ်ရပ်ကို ရှာဖွေလျက်ရှိဆဲပင်ဖြစ်သည်။

၆–စ။ ပြည်ပငွေပေး ငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်
The Balance of Payments

နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ဆိုသည်မှာ တစ်နှစ်တာကာလအတွင်း ၎င်းနိုင်ငံနှင့် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား ဘဏ္ဍာရေး အပေးအယူများကို ဖော်ပြထားသည့် စာရင်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ အခြားသော ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများနှင့် ဘဏ္ဍာရေး အပေးအယူများတွင် နိုင်ငံခြားငွေ အသုံးပြုမှုများ ပါဝင်ပတ်သက်နေသည်။ ထို့ကြောင့် ပြည်ပငွေပေး ငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်သည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများကို စာရင်းရေးသွင်း မှတ်တမ်းတင်ထားခြင်း ဖြစ်သည်။

တိုင်းပြည်တစ်ပြည် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုအမယ်အမျိုးမျိုးကို အောက်ပါအတိုင်း အုပ်စုခွဲခြားနိုင်သည်-

(၁) ကုန်စည်ပို့ကုန်၊ သွင်းကုန်များနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများ၊

(၂) မမြင်နိုင်သော အမယ်များနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများ၊

(၃) အရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုများနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများ၊

(၁)ကုန်စည်ပို့ကုန်၊ သွင်းကုန်များနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့်ပေးချေမှုများ။ ။ရင်း တို့သည် တိုင်းပြည်အများစုတွင် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုစုစုပေါင်း၏ အကြီးမားဆုံး အစိတ်အပိုင်းဖြစ်သည်။ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်သည် ကုန်စည်များတင်ပို့ခြင်းဖြင့် နိုင်ငံခြားငွေ ရရှိသည်။ ကုန်စည်များတင်သွင်းသည့်အခါ နိုင်ငံခြားငွေပေးချေရသည်။ ကုန်စည်များ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ခြင်းသည်ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုဖြစ်၍ကုန်စည်ကုန်သွယ်မှုစာရင်း (merchandise account) ဟုခေါ်သည်။ ကုန်စည်များသည် ဝန်ဆောင်မှုများကဲ့သို့ မဟုတ်ဘဲ၊ မြင်တွေ့မှတ်သားနိုင်ခြင်းကြောင့် ရင်းစာရင်းကို မြင်နိုင်သော စာရင်း (visible account) ဟုလည်းခေါ်သည်။ နိုင်ငံချင်း ကုန်စည် ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှုကို မြင်နိုင်သော ကုန်သွယ်မှု (visible trade) ဟုခေါ်ပြီး ကုန်စည်ပို့ကုန်တန်ဖိုးနှင့် သွင်းကုန်တန်ဖိုး ခြားနားချက်ကို မြင်နိုင်သော ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း (balance of visible trade) သို့မဟုတ် ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း (balance of trade) ဟုခေါ်သည်။ ပို့ကုန်တန်ဖိုးသည် သွင်းကုန်တန်ဖိုးထက်များလျှင် ကုန်သွယ်မှုပိုငွေ (trade surplus) တစ်နည်းအားဖြင့် ပိုငွေပြ ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း (surplus balance of trade) ဟု ခေါ်သည်။ ပို့ကုန်တန်ဖိုးက သွင်းကုန်တန်ဖိုးထက် လျော့နည်းနေလျှင် ကုန်သွယ်မှုလိုငွေ (trade deficit) တစ်နည်းအားဖြင့် လိုငွေပြကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း (deficit balance of trade) ဟုခေါ်သည်။

(၂) မမြင်နိုင်သောအမယ်များနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့်ပေးချေမှုများ။ ။ မမြင်နိုင်သော အမယ်ဆိုသည်မှာ ဝန်ဆောင်မှုများ၊ လွှဲပြောင်းပေးငွေများ၊ ထောက်ပံ့ငွေများနှင့် အလှူငွေများအတွက် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများကိုဆိုလိုသည်။ နိုင်ငံချင်း ဝန်ဆောင်မှု အရောင်းအဝယ်များတွင် သယ်ယူ ပို့ဆောင်ရေးဝန်ဆောင်မှု၊ ဘဏ်နှင့် ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ ဝန်ဆောင်မှု၊ အာမခံဆိုင်ရာ ဝန်ဆောင်မှု၊ ကုန်သွယ်မှု ကော်မရှင်များ၊ ခရီးသွားဝန်ဆောင်မှု များပါဝင်သည်။ လွှဲပြောင်းပေးငွေများတွင် နိုင်ငံခြားတိုင်းပြည်များ၌ လုပ်ကိုင်နေသူများထံမှ ပြန်လည်ပို့ပေးသောဝင်ငွေများ၊ ဌာနရမ်းခနှင့်အတိုးပေးငွေများပါဝင်သည်။ ရင်းအမျိုးအမယ်များ ကိုမမြင်နိုင်သောအမယ်များ (invisible items) ဟု ခေါ်သည်။ အကြောင်းမှာ ကုန်စည်များ နှင့်မတူဘဲ၊ မြင်တွေ့မှတ်သားနိုင်ခြင်း မရှိသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဝန်ဆောင်မှုကဏ္ဍ အလွန်ကြီးမားသည့် တိုင်းပြည်များတွင် မမြင်နိုင်သောအမယ်များမှ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုသည် ယေဘုယျအားဖြင့် အလွန်များလေ့ရှိသည်။ သို့ဖြစ်၍ ရင်းတို့၏ ကုန်စည်ပို့ကုန်များထက် ကျော်လွန်ပြီး ကုန်စည်သွင်းကုန်များကို ပိုမိုတင်သွင်းနိုင်ပေသည်။ ဥပမာ- ဗြိတိန်နိုင်ငံတွင် မမြင်နိုင်သောအမယ်များမှ နိုင်ငံခြားငွေ အမြောက်အမြားရှိခြင်းကြောင့် ကုန်စည် ပို့ကုန်များထက် ကုန်စည်သွင်းကုန် ပိုမိုများလေ့ရှိပေသည်။

(၃) အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုများနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများ။ ။ အရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုများမှာ တိုင်းပြည်၏ကာလရှည်နှင့် ကာလတို အရင်းအနှီးများ စီးဝင်မှုနှင့် စီးထွက်မှုကိုဆိုလိုသည်။ ကာလရှည် အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုများတွင် တိုင်းပြည်၏ ကာလရှည်ချေးငွေများထုတ်ချေးခြင်း၊ ရယူခြင်းများ

အပြင် ၎င်းချေးငွေများအတွက် ပြန်လည်ပေးဆပ်ခြင်းများ ပါဝင်သည်။ ကာလတိုအရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုများတွင် ကုန်သွယ်မှုအတွက် ချေးငွေပေးခြင်း၊ ချေးငွေယူခြင်း၊ နိုင်ငံခြားဘဏ်များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများမှ ကာလတိုချေးငွေများ နှင့်နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေတိုးခြင်း (သို့မဟုတ်) လျော့ခြင်းများပါဝင်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ၌ ကာလတိုအရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုများကို ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များ (balancing items) ဟုခေါ်သည်။ အခြားသော အမယ်များတွင် နိုင်ငံခြားငွေ ပိုငွေ၊ လိုငွေ ဖြစ်ပေါ်ခြင်းကို ကာလတိုအရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုများဖြင့် ညီမျှအောင် ပြုလုပ်နိုင်သောကြောင့်ဖြစ်သည်။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၌ ပို့ကုန်ထက် သွင်းကုန်များနေလျှင် ကုန်သွယ်မှု လိုငွေအတွက် လိုအပ်သောနိုင်ငံခြားငွေကို နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေမှ ထုတ်ယူသုံးစွဲခြင်းဖြင့်သော်လည်းကောင်း၊ နိုင်ငံခြားမှ ကာလတိုချေးငွေများ ချေးယူခြင်းဖြင့်သော် လည်းကောင်း၊ ကာလတိုအရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုများမှရရှိနိုင်သည်။

ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း လက်ကျန်စာရင်းကို ယေဘုယျအားဖြင့် (၂) ပိုင်း ခွဲခြားနိုင်သည်။ **ကုန်စည်နှင့် မမြင်နိုင်သောအမယ်များအတွက် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှု နှင့်ပေးချေမှုများ ပါဝင်သည့်အပိုင်းကို ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏သာမန်စာရင်း (current account) ဟုခေါ်သည်။** အကယ်၍ ၎င်းအပိုင်း၏ စုစုပေါင်းရငွေသည် ပေးငွေထက်များလျှင် သာမန်စာရင်းပိုငွေဖြစ်ပေါ်မည်။ စုစုပေါင်းရငွေသည် ပေးငွေထက်နည်းလျှင် သာမန်စာရင်း လိုငွေဖြစ်ပေါ်မည်။ တိုင်းပြည်၏ နိုင်ငံချင်းကုန်သွယ်မှုအင်အားကို ဖော်ပြနိုင်သောကြောင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ သာမန်စာရင်းသည် အလွန်အရေးပါပေသည်။ သာမန်စာရင်းပိုငွေသည် နိုင်ငံခြားငွေရှာဖွေရရှိနိုင်စွမ်း ရှိသည်ကိုဖော်ပြသည်။ သာမန်စာရင်းလိုငွေသည် နိုင်ငံခြားငွေလုံလောက်စွာ မရရှိနိုင်ခြင်းကိုဖော်ပြသည်။ နိုင်ငံခြားငွေဖြင့် အရင်းအနှီး ကုန်စည်အမြောက်အမြားတင်သွင်းနိုင်သော နိုင်ငံများ၏ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း လက်ကျန်တွင် ယေဘုယျအားဖြင့် သာမန်စာရင်း လိုငွေဖြစ်ပေါ်လေ့ရှိပေသည်။

အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများ ပါဝင်သည့် အပိုင်းကို ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း၏ ငွေလုံးငွေရင်းစာရင်း (capital account) ဟုခေါ်သည်။ ကာလရှည် အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုတွင် ပါဝင်သော အမယ်များသည် တိုင်းပြည်တွင်းသို့ ကာလရှည် အရင်း အနှီးများ စီးဝင်လာခြင်းနှင့် စီးထွက်သွားခြင်းတို့ကို ဖော်ပြသည်။ ၎င်းတို့သည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများအတွက် အရေးကြီးပေသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ထိုနိုင်ငံများတွင် ဖွံ့ဖြိုးမှုစီမံကိန်းများအတွက် ဘဏ္ဍာငွေရရှိရန် အရင်းအနှီးများ စီးဝင်ဖို့လိုအပ်သည်။ ကာလတို အရင်းအနှီး ရွှေ့ပြောင်းမှုတွင်ပါဝင်သော အမယ်များသည် နိုင်ငံခြားငွေ အသားတင်လိုအပ်ချက်ကို မည်သို့ရရှိနိုင်သည်ကို ဖော်ပြသည်။ ၎င်း အမယ်များကို တစ်ခါတစ်ရံ၌ ချိန်ကိုက် စေသောအမယ်များ (balancing items) ဟုခေါ်သည်။

ဤသို့ ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များပါဝင်နေသောကြောင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်သည် လက်တွေ့တွင် အမြဲဘက်ညီနေမည်ဖြစ်သည်။ ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များမပါဝင်ဘဲနှင့် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုစုစုပေါင်းသည် ပေးချေမှု စုစုပေါင်းထက်များနေပါက ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်း

လက်ကျန် ပိုငွေရှိမည်။ ဤအခြေအနေတွင် ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များအဖြစ် နိုင်ငံခြားသို့ ကာလတို ချေးငွေများ ထုတ်ချေးခြင်းနှင့် နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေ တိုးပွားလာခြင်းများကိုတွေ့ရမည်။ ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များ မပါဝင်ဘဲနှင့် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှု စုစုပေါင်းသည် ပေးချေမှု စုစုပေါင်းထက်နည်းခဲ့လျှင် ပြည်ပ ငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် လိုငွေဖြစ်ပေါ်မည်။ ၎င်းအခြေအနေတွင် ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များအဖြစ် နိုင်ငံခြားမှကာလတို ချေးငွေများရယူခြင်းနှင့် နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေ လျော့နည်းသွားခြင်းများကို တွေ့ရမည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုနှင့် ငွေပေးငွေယူ အခြေအနေများသည် တည်ငြိမ်မှု မရှိသောကြောင့် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်သည် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေလိုငွေများနှင့် ရင်ဆိုင်နေမည်သာ ဖြစ်သည်။ ပိုငွေလိုငွေများအချင်းချင်း ချေဖျက်သွားပြီး ကာလရှည်တွင် တိုင်းပြည်၏ အသားတင်နိုင်ငံခြားငွေ စီးဝင်မှု၊ စီးထွက်မှုများသည် လွန်စွာမများတော့ပါက တိုင်းပြည်၏စီးပွားရေးသည် တည်ငြိမ်လာမည်ဖြစ်သည်။ ဤအခြေအနေသည် တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ကာလရှည် အားမျှသည့် အခြေအနေ ဖြစ်သည်။ သို့ရာတွင် ပိုငွေ (သို့မဟုတ်) လိုငွေနှစ်များစွာ ဆက်လက်ရှိနေခြင်းသည် တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှုများ ဖြစ်ပေါ်စေသည်။

လိုငွေများဆက်တိုက် ဖြစ်ပေါ်နေလျှင် တိုင်းပြည်အပေါ် ပြည်ပကြွေးမြီများ ပိုမိုတင်ရှိလာပြီး နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေသည် အလွန်နိမ့်ကျသောအဆင့်သို့ လျော့နည်းကျဆင်းသွားမည်။ နောက်ဆုံးတွင် နိုင်ငံခြားတိုင်းပြည်များက ထိုတိုင်းပြည်သို့ ကုန်စည်ရောင်းချရန် ငြင်းပယ်လာလိမ့်မည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ထိုသို့ရောင်းချမှုများအတွက် ငွေပေးချေနိုင်စွမ်းရှိမရှိ မသေချာသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ ထိုသို့သောတိုင်းပြည်အဖို့ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း လက်ကျန်လိုငွေ ပျောက်ကွယ်သည်အထိ ၎င်းတို့၏ ပေးချေရမည့်ငွေများကို လျော့ချပြီးရရှိ ငွေများကို တိုးပွားအောင်လုပ်ဆောင်ရမည်။ ထို့နည်းတူ နှစ်စဉ်ဆက်တိုက်ပိုငွေပြနေသော တိုင်းပြည်သည် ပြည်ပသို့ချေးငွေထုတ်ချေးသော ပမာဏတိုးပွားလာပြီး နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေလည်း ကြီးထွားလာမည်။ ကြီးမားသော နိုင်ငံခြားရန်ပုံငွေရှိခြင်းနှင့် နိုင်ငံခြားသို့ ထုတ်ချေးသောချေးငွေများ တိုးပွားလာခြင်းသည် တိုင်းသူပြည်သားများအတွက် အကျိုးမရှိသောကြောင့် မလိုလားအပ်ပေ။ အခြားတိုင်းပြည်များ၏ အရေးယူလုပ် ဆောင်ချက် (ဥပမာ-ငွေတန်ဖိုးချခြင်း) များကြောင့်လည်း ဆုံးရှုံးမှုပိုမိုကြီးမားလာစေ နိုင်သည်။ သို့ဖြစ်၍ ထိုတိုင်းပြည်အဖို့ နောက်ဆုံးတွင် ရငွေများကိုလျှော့ချပြီး ပေးငွေများ တိုးတက်အောင်ပြုလုပ်ခြင်းဖြင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေဆက်တိုက်ဖြစ်ပေါ်နေသည်ကို ပြုပြင်နိုင်သည်အထိ ပြုလုပ်ရပေမည်။

၆-၉။ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေနှင့်လိုငွေကို ပြုပြင်သည့် နည်းလမ်းများ
Methods of Correcting Balance of Payments Deficit and Surplus

ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေ၊ လိုငွေ ဆက်တိုက်ဖြစ်ပေါ်နေမှုသည် လက်ခံနိုင်သော

အခြေ အနေတစ်ရပ်မဟုတ်ကြောင်း တွေ့မြင်ခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်သည် ပြည်ပငွေပေး ငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေ (သို့မဟုတ်) လိုငွေဆက်တိုက်ဖြစ်ပေါ်နေလျှင် ၎င်းအခြေအနေကို ပြုပြင်နိုင်ရန် လုပ်ဆောင်ရမည်။ ပြုပြင်ရန် ယေဘုယျအားဖြင့် အသုံးပြုနိုင်သည့် နည်းလမ်းများမှာ-

(၁) နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းကို ပြောင်းလဲခြင်း

(၂) တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကို ပြောင်းလဲခြင်း

(၃) ထိန်းချုပ်ခြင်းတို့ဖြစ်သည်

(၁) နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းကို ပြောင်းလဲခြင်း။ ။ နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းကို ပြောင်းလဲခြင်း ဖြင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေ၊ လိုငွေကို ပြုပြင်နိုင်သည်။ လိုငွေရှိခဲ့လျှင် နိုင်ငံသုံးငွေကြေး တစ်ယူနစ်၏ နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းကို လျှော့ချခြင်းဖြင့် လိုငွေကိုလျော့နည်း ပပျောက်အောင် လုပ်ဆောင်နိုင်သည်။ နိုင်ငံခြားငွေ လဲလှယ်နှုန်းကျဆင်းသွားခြင်းဖြင့် ထိုတိုင်းပြည်၏ သွင်းကုန်စျေးနှုန်း မြင့်မားခြင်းနှင့်အတူ ပို့ကုန်စျေးနှုန်းများ ကျဆင်းသွားမည်။ ဥပမာ- ဗြိတိသျှ ပေါင်စတာလင်၏ ဒေါ်လာနှင့် လဲလှယ်နှုန်းသည် တစ်ပေါင်လျှင် လေးဒေါ်လာ ဖြစ်သည်ဆိုပါစို့၊ ဗြိတိန်သည် အမေရိကန်နိုင်ငံမှ ကားများကိုတစ်စီးလျှင် ဒေါ်လာ (၄၀၀၀) ဖြင့် ဝယ်ယူပြီး၊ အမေရိကန်နိုင်ငံသည် ဗြိတိန်နိုင်ငံမှ အထည်ကို တစ်ကိုက်လျှင် ပေါင် (၅၀) ဖြင့် ဝယ်သည်ဆိုပါစို့၊ ဗြိတိန်၌ အမေရိကန်ကားစျေးနှုန်းမှာ ပေါင် (၁၀၀၀) ဖြစ်၍ အမေရိကန်တွင် ဗြိတိန်၏ အထည်တစ်ကိုက်စျေးနှုန်းမှာ ဒေါ်လာ (၂၀၀) ဖြစ်သည်။ ဗြိတိန်သည် အမေရိကန်ဒေါ်လာနှင့် ၎င်း၏ပေါင်လဲလှယ်နှုန်းကို တစ်ပေါင်လျှင် (၂) ဒေါ်လာသို့ လျှော့ချသတ်မှတ်လိုက်လျှင် ဗြိတိန်တွင် အမေရိကန်ကားစျေးနှုန်းသည် ပေါင် (၂၀၀၀) သို့ တိုးသွားပြီး၊ အမေရိကန်တွင် ဗြိတိန်၏အထည် တစ်ကိုက်စျေးနှုန်းမှာ ဒေါ်လာ (၁၀၀) သို့ ကျဆင်းသွားမည်။ ဗြိတိန်သည် အမေရိကန်ကားများကို လျှော့၍ ဝယ်ယူပြီး အမေရိကန်သည် ဗြိတိန်အထည်ကို ပို၍ဝယ်ယူမည်။ ထို့ကြောင့်ဗြိတိန်သည် နိုင်ငံခြားသို့ နိုင်ငံခြားငွေပေးချေရမှုများ လျော့လာပြီး နိုင်ငံခြားငွေ ရရှိမှုများတိုးလာမည်။ ဤသို့ ဗြိတိန်သည် အမေရိကန်နှင့် ငွေပေးငွေယူတွင် လိုငွေရှိခဲ့လျှင် ဗြိတိန်နိုင်ငံသုံး ပေါင်ငွေနှင့် အမေရိကန်သုံး ဒေါ်လာငွေတို့၏ လဲလှယ်နှုန်းကိုနှိမ့်၍ သတ်မှတ်ခြင်းဖြင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်လိုငွေကို လျှော့ချနိုင်မည်ဖြစ်သည်။ **တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ငွေကြေးတစ်ယူနစ်နှင့် နိုင်ငံခြားငွေများ လဲလှယ်နှုန်း နှိမ့်ချသတ်မှတ်ခြင်းကို ငွေတန်ဖိုးချခြင်း (devaluation) ဟုခေါ်သည်။**

အလားတူ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်သည် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေကိုပြုပြင်ရန် နိုင်ငံခြားငွေလဲနှုန်း တိုးမြှင့်သတ်မှတ်ခြင်းဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ အထက်ဥပမာအရ ဗြိတိန်နိုင်ငံ၏ ပေါင်နှင့် အမေရိကန်ဒေါ်လာ လဲလှယ်နှုန်းကို တစ်ပေါင်လျှင် (၅) ဒေါ်လာနှုန်းသို့ တိုးမြှင့်သတ်မှတ်ခဲ့လျှင် အမေရိကန် ကားစျေးနှုန်းသည် ဗြိတိန်နိုင်ငံတွင် ပေါင် (၈၀၀) သို့ ကျဆင်းသွားပြီး၊ အမေရိကန်တွင် ဗြိတိန်၏ အထည် စျေးနှုန်းသည် တစ်ကိုက်လျှင် ဒေါ်လာ (၂၅၀) သို့မြှင့်တက်သွားမည်။ ထို့ကြောင့် ဗြိတိန်နိုင်ငံသည် အမေရိကန်

ကားများကို ပိုမိုဝယ်ယူ၍ အမေရိကန်သည် ဗြိတိန်နိုင်ငံ၏အထည်ကို လျော့၍ဝယ်ယူမည်။ ဗြိတိန်နိုင်ငံအဖို့ ပေးချေရမှုပိုများလာပြီး၊ ၎င်း၏ရငွေလျော့နည်းသွားမည်။ ထို့ကြောင့် ဗြိတိန်နိုင်ငံ၏ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေရှိခဲ့လျှင် ဗြိတိန်နိုင်ငံသုံး ပေါင်ငွေနှင့် အမေရိကန်နိုင်ငံသုံး ဒေါ်လာတို့၏ လဲလှယ်နှုန်းကို တိုးမြှင့်သတ်မှတ်ခြင်းဖြင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်ပိုငွေကို လျော့ချနိုင်သည်။ **တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ငွေကြေးတစ်ယူနစ်နှင့် နိုင်ငံခြားငွေများ လဲလှယ်နှုန်း တိုးမြှင့်သတ်မှတ်ခြင်းကို ငွေတန်ဖိုးမြှင့်ခြင်း (revaluation) ဟုခေါ်သည်။**

ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်ကိုပြုပြင်ရန် နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်း ပြောင်းလဲခြင်းကို နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းပေါ်လစီ (Foreign Exchange Rate Policy) ဟုခေါ်သည်။ ယခုအခါ နိုင်ငံအများသည် ၎င်းတို့၏ နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းများကို ၎င်းတို့၏ငွေကြေးများအတွက် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား ပြောင်းလဲမှုပေါ်မူတည်၍ ပြောင်းလဲရန် ခွင့်ပြုခဲ့ကြသည်။ **ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အခြေအနေ ပြောင်းလဲခြင်းနှင့်အညီ ပြောင်းလဲရန်ခွင့်ပြုထားသည့် နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းများအား နှုန်းရှင်နိုင်ငံခြားငွေ လဲလှယ်နှုန်းများ (floating exchange rates) ဟုခေါ်သည်။**

(၂) တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကို ပြောင်းလဲခြင်း။ ။ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် လိုငွေပြနေချိန်တွင် တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကို လျှော့ချရန် ဘဏ္ဍာရေးနှင့် ငွေကြေးပေါ်လစီကို ကျင့်သုံးသည်။ ဤသို့ ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် သွင်းကုန်ဝယ်လိုအားကို လျှော့ချနိုင်ပြီး၊ ပိုကုန်ရောင်းလိုအားကိုတိုးရန် လုပ်ဆောင်နိုင်ခြင်းကြောင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်လိုငွေကို ပြုပြင်နိုင်သည်။ ထိုနည်းတူ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေရှိခဲ့လျှင် တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များ တိုးမြှင့်ရန်ဘဏ္ဍာရေးနှင့် ငွေကြေးပေါ်လစီကို အသုံးပြုသည်။ ဤသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် သွင်းကုန်ဝယ်လိုအားကို တိုးစေပြီး၊ ပို့ကုန်ရောင်းလိုအားကို လျှော့ချနိုင်သောကြောင့်၊ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေကိုပြုပြင်နိုင်သည်။

(၃) ထိန်းချုပ်ခြင်း။ ။ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် လိုငွေကိုပြုပြင်ရာ၌ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုနှင့် ငွေပေးချေမှုတို့ကို တိုက်ရိုက်ထိန်းချုပ်သည့် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးနှင့် ငွေပေးချေမှုတို့ကို တိုက်ရိုက်ထိန်းချုပ်ခြင်းဖြင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်လိုငွေကို လျင်မြန်စွာလျော့ချနိုင်သည်။ တိုင်းပြည်၏ သွင်းကုန်များအပေါ် တိုက်ရိုက် ထိန်းချုပ်ခြင်းကို ၎င်း၏ကုန်သွယ်ဖက် နိုင်ငံများမှ အလားတူလက်တုံ့ပြန်မှုမျိုး ကြုံတွေ့နိုင်သည်။ ဥပမာ- အမေရိကန်နိုင်ငံသည် ဥရောပမှ သံမဏိတင်သွင်းမှုကို ထိန်းချုပ်လိုက်သောအခါ ဥရောပကလည်း အမေရိကန်နိုင်ငံမှ စားသောက်ကုန်တင်သွင်းမှုကို ထိန်းချုပ်သည့်လက်တုံ့ပြန်မှုကို လုပ်ဆောင်ခဲ့သည်။ လက်တုံ့ပြန်မှုများ ဖြစ်ပေါ်နိုင်သောကြောင့် တိုက်ရိုက်ထိန်းချုပ်ခြင်း နည်းလမ်းကို ကာလတိုအတွက်သာ အသုံးပြုကြသည်။

၆–၁၀။ နိဂုံး

ဤအခန်းတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုနှင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဘဏ္ဍာရေး ဆက်သွယ်မှုတို့ကို ဆွေးနွေးထားသည်။ ဤဆက်သွယ်မှုနှစ်မျိုးသည် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေး ဆက်သွယ်မှုအခြေအနေကို ဖော်ပြသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှု၏ အခြေခံသည် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးဖြစ်ကြောင်း ဖော်ပြခဲ့သည်။ 170

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးနှင့်ပတ်သက်၍ စတင်ပေါ်ပေါက်လာပုံ၊ ကောင်းကျိုး၊ ဆိုးကျိုးများ အပြင် ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးအကြောင်းကိုပါ ဆွေးနွေးတင်ပြထားသည်။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏ ကောင်းကျိုးများကြောင့် ကမ္ဘာပေါ်တွင် ကုန်သွယ်မှုမပြုလုပ်သော နိုင်ငံဟူ၍ မရှိသကဲ့သို့ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏ ဆိုးကျိုးများကြောင့် ကမ္ဘာပေါ်ရှိနိုင်ငံများသည် ကုန်သွယ်မှုကို ကန့်သတ်ထိန်းချုပ်မှုများ ပြုလုပ်နေကြပေသည်။ ထို့ကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကို ကန့်သတ်ထိန်းချုပ်သည့် နည်းလမ်းများကို ဖော်ပြရှင်းလင်း ထားသည်။

အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဘဏ္ဍာရေးဆက်သွယ်မှုများနှင့် ပတ်သက်၍ နိုင်ငံချင်း ငွေပေးချေမှု နည်းလမ်းများ၊ နိုင်ငံများ၏ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်နှင့် ပိုငွေ၊ လိုငွေပြဿနာများ၊ ၎င်းပိုငွေ၊ လိုငွေကို ပြုပြင်ဖြေရှင်းသည့် နည်းလမ်းများကို အကျယ်တဝင့် တင်ပြရှင်းလင်းထားသည်။

အနှစ်ချုပ်

(၁) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စီးပွားရေးဆက်သွယ်မှုတွင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်ရေးဆက်သွယ်မှုများ နှင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဘဏ္ဍာရေးဆက်သွယ်မှုများ ပါဝင်သည်။

(၂) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု စတင်ဖြစ်ပေါ်လာရခြင်းမှာ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား သယံဇာတ စွမ်းအားစုပိုင်ဆိုင်မှု ခြားနားချက်ကြောင့် နိုင်ငံအလိုက် ဇောက်ချထုတ်လုပ်နိုင်သည့် အခွင့်အလမ်းများရှိနေခြင်းနှင့် ယင်းအခွင့်အလမ်းများကို အသုံးချနိုင်လောက်အောင် သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးအခြေအနေများ ဖြစ်ထွန်းလာခြင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။

(၃) နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ အင်အားစုပိုင်ဆိုင်မှုတွင် သဘာဝသယံဇာတအင်အားစု လူဖန်တီးသောအင်အားစုနှင့် လူ့အရင်းအမြစ်အင်အားစု တို့ပါဝင်သည်။

(၄) သဘာဝသယံဇာတအင်အားစုများမှာ မြေယာပမာဏနှင့် အရည်အသွေး၊ ရာသီဥတု အခြေအနေ၊ တွင်းထွက်ပစ္စည်းများ၊ သစ်တောများနှင့် မြစ်ချောင်း အင်းအိုင် စသည်တို့ဖြစ်သည်။

(၅) အရင်းပစ္စည်းကိရိယာများ၊ အဆောက်အအုံများ၊ စက်ရုံများ၊ စက်ပစ္စည်းကိရိယာများ စသည့်တို့သည် လူဖန်တီးသော အင်အားစုများဖြစ်သည်။

(၆) ရှေးအခါမှ ယခုအထိ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု ဖွံ့ဖြိုးလာခြင်းကို လေ့လာရာတွင် အရေးပါသော ရှုထောင့်တစ်ရပ်မှာ ကုန်သွယ်မှုပမာဏနှင့် ပုံသဏ္ဌာန်ပြောင်းလဲလာခြင်းဖြစ်သည်။

(၇) ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ဆိုသည်မှာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်သော ကုန်စည်အမျိုးအစားနှင့် ကုန်သွယ်သောနိုင်ငံများကို ဆိုလိုသည်။

(၈) ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့် နည်းပညာပြောင်းလဲမှုတို့သည် တိုင်းပြည်၏ စွမ်းအားစု ပိုင်ဆိုင်မှု အခြေအနေကို တစ်နည်းတစ်ဖုံအားဖြင့် ပြောင်းလဲစေပြီး ယင်းမှတစ်ဆင့် ကုန်စည် ထုတ်လုပ်နိုင်သည့် စွမ်းရည်ကိုပါ ပြောင်းလဲစေသည်။

(၉) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်သည် တိုင်းပြည်များ၏ နည်းပညာပြောင်းလဲမှု အခြေအနေနှင့် စွမ်းအားစုပိုင်ဆိုင်မှုအခြေအနေတို့ပေါ် မူတည်၍ ပြောင်းလဲနေသည်။

(၁၀) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုမှ ရရှိသော အမိကကောင်းကျိုးများမှာ ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှု တိုးတက်လာခြင်း၊ စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို မြင့်မားစေခြင်း၊ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဆက်ဆံရေးကို ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်လာစေခြင်း တို့ဖြစ်သည်။

(၁၁) ကုန်စည်ရရှိနိုင်မှု တိုးတက်လာသည်နှင့်အမျှ နိုင်ငံသားတို့၏ လူနေမှုအဆင့်အတန်းကို တိုးတက်မြင့်မားစေသည်။ စားသုံးကုန်ပစ္စည်းများ ပိုမိုရရှိနိုင်ခြင်းကြောင့် လတ်တလော လူနေမှုအဆင့်အတန်းကို မြင့်မားစေပြီး၊ ရင်းနှီးကုန်စည်များ ပိုမိုရရှိနိုင်ခြင်းကြောင့် နောင်ကာလတွင် လူနေမှုအဆင့်အတန်း တိုးတက်မြင့်မားစေခြင်း အကျိုးတရားများ ရရှိမည်ဖြစ်သည်။

(၁၂) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုသည် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ပိုမိုမြင့်မားစေခြင်း စွမ်းအားစုများကို ပိုမိုပြည့်ဝစွာနှင့် ထိရောက်စွာ အသုံးပြုနိုင်ခြင်း၊ လုပ်ငန်းကြီးထုတ်လုပ်မှု၏ အကျိုးကျေးဇူးများကို ခံစားနိုင်ခြင်းနှင့် နည်းပညာတိုးတက်မှု ဖြစ်ပေါ်စေခြင်းတို့ကြောင့် စီးပွားရေးတိုးတက် ဖွံ့ဖြိုးမှုကို မြင့်မားစေမည်ဖြစ်သည်။

(၁၃) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်လာခြင်းအားဖြင့် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုများကို ပိုမိုနီးစပ်စွာ ပြုလုပ်လာနိုင်ပြီး အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ဆက်ဆံရေးကို ပိုမိုတိုးတက်ကောင်းမွန်လာစေသည်။

(၁၄) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု၏ အဓိကဆိုးကျိုးများမှာ နိုင်ငံခြားမှ ရောင်းသူနှင့်ဝယ်သူတို့ အပေါ် မှီခိုအားပြုနေရခြင်း၊ နိုင်ငံခြားမှ လုပ်ငန်းများ၏ မမျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှုကို ကြုံတွေ့ရခြင်း၊ စက်မှုလုပ်ငန်းသစ်များတည်ထောင်ရာတွင် အခက်အခဲများ တွေ့ရှိနေရခြင်း တို့ဖြစ်သည်။

(၁၅) နိုင်ငံခြားမှရောင်းသူနှင့် ဝယ်သူတို့အပေါ် မှီခိုနေရသောကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည့် ဆိုးကျိုးတစ်ရပ်မှာ နိုင်ငံခြားမှစီးပွားရေးနှင့် နိုင်ငံရေးအရ ဖိအားပေးခံရခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့အပြင် အခြားဆိုးကျိုးတစ်ရပ်မှာ မိမိတို့၏ ကုန်သွယ်ဖက်နိုင်ငံများတွင် စီးပွားရေး အတက်အကျ ဖြစ်ပေါ်လာပါက ၎င်းအခြေအနေများ၏ ဂယက်ရိုက်မှုဒဏ်ကို ခံစားရခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

(၁၆) စီးပွားရေး အင်အားကြီးမားသောနိုင်ငံများတွင် ဖြစ်ပေါ်နေသော စီးပွားရေးအတက် အကျသည် မူလထုတ်ကုန်စျေးကွက်တွင် ကြီးမားသောပြောင်းလဲမှုများကို ဖြစ်ပေါ်စေခြင်းမှတစ်ဆင့် မူလထုတ်ကုန်များကို အဓိကအားပြု တင်ပို့နေရသောနိုင်ငံများ၏ ပို့ကုန်ဝင်ငွေကို ပြင်းထန်စွာ လှုပ်ရှားပြောင်းလဲစေသည်။

(၁၇) နိုင်ငံတစ်ခုသည် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သည့်အခါ ၎င်းနိုင်ငံ၏ ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများသည် နိုင်ငံခြားမှလုပ်ငန်းများ၏ မမျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှုနှင့် ရင်ဆိုင်ရသည်။

(၁၈) ပြည်တွင်းထုတ်လုပ်သူများကို လုပ်ငန်းလောကမှ ထွက်ခွာသွားရန်အလို့ငှာ နိုင်ငံခြားလုပ်ငန်းများက ၎င်းတို့တင်သွင်းလာ သောကုန်များကို ထုတ်လုပ်မှုကုန်ကျစရိတ်ထက်လျှော့၍ အများအပြားရောင်းချခြင်းအားစုပုံရှင်း ရောင်းချခြင်းဟူ၍ခေါ်သည်။

(၁၉) အပြည်ပြည် ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင်ပါဝင်ဆောင်ရွက်သော စီးပွားရေးအင်အားနည်းသည့် နိုင်ငံများအဖို့ တစ်ခါတစ်ရံတွင် စက်မှုလုပ်ငန်းသစ်များ တည်ထောင်ရာ၌ အခက်အခဲများ ကြုံတွေ့ရပေသည်။

(၂၀) လတ်တလောအခြေအနေတွင် နိုင်ငံခြားမှလုပ်ငန်းများနှင့် မယှဉ်ပြိုင်နိုင်သေးသည့် စက်မှုလုပ်ငန်းများအား သက်နုစက်မှုလုပ်ငန်းများ ဟူ၍ခေါ်သည်။

(၂၁) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှု၏ ဆိုးကျိုးများကြောင့် မည်သည့်နိုင်ငံကမျှ လုံးဝလွတ်လပ်စွာ ကုန်သွယ်မှုကို မကျင့်သုံးကြ။ တစ်ချိန်တည်းမှာပင် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုမှရရှိသော အကျိုးကျေးဇူးမှာလည်း အလွန်ကြီးမားသည့်အလျောက် ကုန်သွယ်မှုမပြုလုပ်သော နိုင်ငံဟူ၍

လည်းမရှိ၊ လက်ရှိကမ္ဘာ့နိုင်ငံအားလုံးသည် ကန့်သတ် ထိန်းချုပ်မှုများဖြင့်သာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကို ပြုလုပ်နေကြသည်။

(၂၂) အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုတွင် ကန့်သတ်တားမြစ်ခြင်းပြုလုပ်ရာ၌ အဓိကအသုံးပြုသော နည်းလမ်းများမှာ အကောက်ခွန်၊ ကိုတာ (သို့မဟုတ်) အရေအတွက်သတ်မှတ်ခြင်း၊ နိုင်ငံခြားငွေ ထိန်းချုပ်ခြင်း တို့ဖြစ်သည်။

(၂၃) တိုင်းပြည်တစ်ခု၏ပို့ကုန် (သို့မဟုတ်) သွင်းကုန်အပေါ် အခွန်ကောက်ခံခြင်းကို အကောက်ခွန် ဟုခေါ်သည်။

(၂၄) သွင်းကုန်ခွန်ကို ယေဘုယျအားဖြင့် ပြည်တွင်းလုပ်ငန်းများကို ကာကွယ်ရာတွင် အသုံးပြုသည်။ လိုငွေပြ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်ကို ပြင်ဆင်ရန်အတွက်လည်း သွင်းကုန်ခွန်ကို အသုံးပြုသည်။

(၂၅) သွင်းကုန်ခွန်နှင့် ပို့ကုန်ခွန် နှစ်မျိုးလုံးသည် အစိုးရ၏ရငွေကို တိုးတက်မြင့်မားစေသည်။

(၂၆) ပို့ကုန်ခွန်ကို နိုင်ငံတွင်း၌ မရှိမဖြစ်လိုအပ်နေသည်ဟုယူဆရသော ကုန်စည်များအပေါ် အခွန် စည်းကြပ်ခြင်းအားဖြင့် အဆိုပါကုန်စည်များ၏ တင်ပို့မှုကို လျော့နည်းစေသည်။

(၂၇) အချို့သောသွင်းကုန်နှင့် ပို့ကုန်များအပေါ် အရေအတွက် ပမာဏသတ်မှတ်၍ ကန့်သတ်ချက် ထားရှိခြင်းကို ကိုတာဟုခေါ်သည်။

(၂၈) သုညအရေအတွက် ကိုတာသတ်မှတ်ခြင်း သို့မဟုတ် ကုန်စည်အချို့၏ ကုန်သွယ်မှုအပေါ် လုံးဝတားမြစ်ထားခြင်းကို ကုန်သွယ်မှုပိတ်ဆို့ခြင်း ဟူ၍ခေါ်သည်။

(၂၉) ကိုတာသတ်မှတ်ခြင်းသည် အကောက်ခွန်စနစ်ထက် ပို၍တင်းကျပ်သော အပြုအမူဖြင့် ကုန်သွယ်မှုကို ကန့်သတ်ခြင်းပင် ဖြစ်ပြီး၊ ကိုတာသတ်မှတ်ခြင်းသည် အစိုးရအတွက် ရငွေရရှိ စေမည်မဟုတ်ပေ။

(၃၀) နိုင်ငံခြားငွေ ထိန်းချုပ်ခြင်းနည်းလမ်းအားဖြင့် သွင်းကုန်ကို ထိန်းချုပ်ထားပြီး ၎င်းမှတစ်ဆင့် ငွေပေး ငွေယူ ရှင်းတမ်းလိုငွေကို ပြန်လည်ပြင်ဆင်နိုင်ရန်အတွက် အသုံးပြုလေ့ရှိသည်။

(၃၁) တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးဆိုသည်မှာ ၎င်း၏ပို့ကုန်စျေးနှုန်းနှင့် သွင်းကုန် စျေးနှုန်း တို့အကြား ဆက်စပ်မှုကိုဖော်ပြခြင်းပင် ဖြစ်သည်။

(၃၂) ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး တိုးတက်ခြင်းသည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံအတွက် အခွင့်သာသော အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ထိုကဲ့သို့ အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကို အခွင့်သာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ဟုခေါ်သည်။

(၃၃) ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကျဆင်းခြင်းသည် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံအတွက် အခွင့်မသာသော အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေမည် ဖြစ်သည်။ ထိုကဲ့သို့ အခြေအနေကို ဖြစ်ပေါ်စေသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးကို အခွင့် မသာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ဟုခေါ်သည်။

(၃၄) တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ပြောင်းလဲရခြင်းအတွက် အခြေခံအကြောင်း ရင်းမှာ ၎င်းတိုင်းပြည်၏ ပို့ကုန်နှင့် သွင်းကုန်များအပေါ် ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအား အခြေအနေများ ပြောင်းလဲခြင်းတို့ကြောင့်ဖြစ်သည်။

(၃၅) ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး အဆက်မပြတ်ကျဆင်းမှုကို ရင်ဆိုင်နေရသော နိုင်ငံများအတွက် ဤပြဿနာကို ကုစားရန်နည်းလမ်းမှာ ၎င်းတို့၏ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်ကို ပြောင်းလဲရန်ပင်ဖြစ်သည်။

(၃၆) မျက်မှောက်ကာလ ကမ္ဘာပေါ်တွင် မူလထုတ်ကုန်များ၏ ကမ္ဘာ့စျေးနှုန်းမှာ စက်မှုထုတ်ကုန်များ၏ ကမ္ဘာ့စျေးနှုန်းနှင့် နှိုင်းယှဉ်လျှင် ကျဆင်းနေကြောင်း၊ ထို့ကြောင့် မူလထုတ်ကုန် တင်ပို့နေသော ဖွံ့ဖြိုးဆဲနိုင်ငံများသည် အခွင့်မသာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးနှင့် ရင်ဆိုင်နေရပြီး၊ စက်မှုထုတ်ကုန် တင်ပို့နေသော ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများသည် အခွင့်သာသော ကုန်ဖလှယ်မှု အချိုးရှိနေသည်။

(၃၇) ယခုအခါ ကမ္ဘာပေါ်တွင် ရွှေစံချိန်စနစ်ကို အသုံးပြုခြင်းမရှိတော့ဘဲ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှုများကို စီးပွားရေးအင်အားကြီးမားသော နိုင်ငံများ၏ ငွေကြေးများကို အသုံးပြု၍ ဆောင်ရွက်လာသည်။

(၃၈) နိုင်ငံခြားငွေလဲနှုန်းဆိုသည်မှာ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ငွေကြေးနှင့် အခြားနိုင်ငံသုံးငွေကြေး (နိုင်ငံခြားငွေ)များ၏ လဲလှယ်သောနှုန်းဖြစ်သည်။

(၃၉) နိုင်ငံချင်းငွေပေးချေမှုများအတွက် နိုင်ငံခြားငွေကို အသင့်ရရှိအောင် ယခုခေတ်တွင် နိုင်ငံများသည် နိုင်ငံခြားငွေကြေးများကို အရန်သင့်ကိုင်ဆောင်ထားကြသည်။ ၎င်းတို့ကို နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေဟု ခေါ်သည်။

(၄၀) ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများက လက်ခံနိုင်လောက်သော အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေပေးချေမှု စနစ်တစ်ရပ် တည်ထောင်ရန် ကြိုးပမ်းချက်တစ်ရပ်အဖြင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ငွေကြေးရန်ပုံငွေအဖွဲ့ (IMF) တည်ထောင်ခဲ့သော်လည်း လုံးဝဥသုံးပြည့်စုံ အောင်မြင်သည်ဟု မရှိသေးပေ။

(၄၁) နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်ဆိုသည်မှာ တစ်နှစ်တာကာလအတွင်း ၎င်းနိုင်ငံနှင့် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများအကြား ဘဏ္ဍာရေး အပေးအယူများကို ဖော်ပြထားသည့် စာရင်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။

(၄၂) ကုန်စည်များ ကူးသန်းရောင်းဝယ်ခြင်းသည် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ အစိတ်အပိုင်း တစ်ခုဖြစ်၍ ကုန်စည် ကုန်သွယ်မှုစာရင်း ဟုခေါ်သည်။

(၄၃) ကုန်စည်ပို့ကုန်တန်ဖိုးနှင့် သွင်းကုန်တန်ဖိုးခြားနားချက်ကို မြင်နိုင်သော ကုန်သွယ်မှု ရှင်းတမ်း သို့မဟုတ် ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း ဟုခေါ်သည်။

(၄၄) ပို့ကုန်တန်ဖိုးသည် သွင်းကုန်တန်ဖိုးထက်များလျှင် ကုန်သွယ်မှုပိုငွေ တစ်နည်းအားဖြင့် ပိုငွေပြ ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်းဟု ခေါ်သည်။

(၄၅) ပို့ကုန်တန်ဖိုးက သွင်းကုန်တန်ဖိုးထက် လျော့နည်းနေလျှင် ကုန်သွယ်မှုလိုငွေ တစ်နည်းအားဖြင့် လိုငွေပြကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း ဟုခေါ်သည်။

(၄၆) မမြင်နိုင်သောအမယ် ဆိုသည်မှာ ဝန်ဆောင်မှုများ၊ လွှဲပြောင်းပေးငွေများ၊ ထောက်ပံ့ငွေများနှင့် အလှူငွေများအတွက် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများကိုဆိုလိုသည်။

(၄၇) ဝန်ဆောင်မှုကဏ္ဍ အလွန်ကြီးမားသည့် တိုင်းပြည်များတွင် မမြင်နိုင်သောအမယ်များမှ နိုင်ငံခြားငွေ ရရှိမှုသည် ယေဘုယျအားဖြင့် အလွန်များလေ့ရှိသည်။

(၄၈) အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုများမှာ တိုင်းပြည်၏ကာလရှည်နှင့်ကာလတို အရင်းအနှီးများ စီးဝင်မှုနှင့် စီးထွက်မှုကိုဆိုလိုသည်။

(၄၉) ကာလတို အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုများကို ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များဟုခေါ်သည်။ အခြားသောအမယ်များတွင် နိုင်ငံခြားငွေ ပိုငွေ၊ လိုငွေ ဖြစ်ပေါ်ခြင်းကို ကာလတို အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုများဖြင့် ညီမျှအောင် ပြုလုပ်နိုင်သောကြောင့် ဖြစ်သည်။

(၅၀) ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း လက်ကျန်စာရင်းကို ယေဘုယျအားဖြင့် (၂) ပိုင်း ခွဲခြားနိုင်သည်။ ကုန်စည်နှင့် မမြင်နိုင်သောအမယ်များအတွက် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့်ပေးချေမှုများ ပါဝင်သည့် အပိုင်းကို ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ သာမန်စာရင်းဟုခေါ်သည်။

(၅၁) အရင်းအနှီးရွှေ့ပြောင်းမှုကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် နိုင်ငံခြားငွေရရှိမှုနှင့် ပေးချေမှုများပါဝင်သည့် အပိုင်းကို ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း၏ ငွေလုံးငွေရင်းစာရင်း ဟုခေါ်သည်။

(၅၂) ချိန်ကိုက်စေသောအမယ်များ ပါဝင်နေသောကြောင့် ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်သည် လက်တွေ့တွင် အမြဲဘက်ညီနေမည်။ ချိန်ကိုက်စေသော အမယ်များ မပါဝင်ဘဲ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်း လက်ကျန် ပိုငွေ၊ လိုငွေကို တွက်ချက်ရသည်။

(၅၃) ပိုငွေလိုငွေများ အချင်းချင်းချေဖျက်သွားပြီး ကာလရှည်တွင် တိုင်းပြည်၏ အသားတင် နိုင်ငံခြားငွေ စီးဝင်မှု၊ စီးထွက်မှုများသည် လွန်စွာမများတော့ပါက ပြည်ပ ငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း လက်ကျန် ကာလရှည် အားမျှခြေရရှိသည်။

(၅၄) ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်တွင် ပိုငွေ (သို့မဟုတ်) လိုငွေနှစ်မျိုးစွာ ဆက်လက်ရှိ နေခြင်းသည် တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှုများ ဖြစ်ပေါ်စေသည်။

(၅၅) တိုင်းပြည်တစ်ပြည်သည် ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေ (သို့မဟုတ်) လိုငွေဆက်တိုက် ဖြစ်ပေါ်နေလျှင် ၎င်းအခြေအနေကို ပြုပြင်နိုင်ရန် ယေဘုယျအားဖြင့် အသုံးပြုနိုင်သည့် နည်းလမ်း များမှာ နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းကို ပြောင်းလဲခြင်း၊ တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေး လုပ်ဆောင်ချက်များကို ပြောင်းလဲခြင်း၊ ထိန်းချုပ်ခြင်းတို့ဖြစ်သည်။

(၅၆) တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ငွေကြေးတစ်ယူနစ်နှင့် နိုင်ငံခြားငွေများ လဲလှယ်နှုန်း နှိမ့်ချသတ်မှတ်ခြင်းကို ငွေတန်ဖိုးချခြင်း ဟုခေါ်သည်။

(၅၇) တိုင်းပြည်တစ်ပြည်၏ ငွေကြေးတစ်ယူနစ်နှင့် နိုင်ငံခြားငွေများ လဲလှယ်နှုန်း တိုးမြှင့်သတ်မှတ်ခြင်းကို ငွေတန်ဖိုးမြှင့်ခြင်းဟုခေါ်သည်။

(၅၈) ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်လိုငွေကို ငွေတန်ဖိုးချခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း၊ ပိုငွေကို ငွေတန်ဖိုး မြှင့်ခြင်းဖြင့်လည်းကောင်း ပြုပြင်နိုင်သည်။

(၅၉) ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်ကိုပြုပြင်ရန် နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်း ပြောင်းလဲခြင်းကို နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်း ပေါ်လစီဟုခေါ်သည်။

(၆၀) ဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားအခြေအနေ ပြောင်းလဲခြင်းနှင့်အညီ ပြောင်းလဲရန် ခွင့်ပြုထားသည့် နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းများအား နှုန်းရှင်နိုင်ငံခြားငွေ လဲလှယ်နှုန်းများ ဟုခေါ်သည်။

(၆၁) ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် ပိုငွေ၊ လိုငွေကို ဘဏ္ဍာရေးနှင့် ငွေကြေး ပေါ်လစီများကို အသုံးပြု၍ တိုင်းပြည်၏ စီးပွားရေးလုပ်ဆောင်ချက်များကို တိုးမြှင့်၊ လျှော့ချခြင်းဖြင့် ပြုပြင်နိုင်သည်။

(၆၂) ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန် လိုငွေကိုပြုပြင်ရာ၌ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုနှင့် ငွေပေးချေမှုတို့ကို တိုက်ရိုက်ထိန်းချုပ်သည့် နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုသည်။

ဝေါဟာရများ

- အင်အားစု
- သဘာဝသယံဇာတအင်အားစုများ
- လူဖန်တီးသောအင်အားစုများ
- လူ့အရင်းအမြစ်အင်အားစုများ
- ကုန်သွယ်မှုပုံသဏ္ဌာန်
- စုပုံရှင်းရောင်းချခြင်း
- သက်နုစက်မှုလုပ်ငန်းများ
- ကိုတာ
- ကုန်သွယ်မှုပိတ်ဆို့ခြင်း
- ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး
- အခွင့်သာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး
- အခွင့်မသာသော ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး
- ရွှေစံချိန်စနစ်
- နိုင်ငံခြားငွေလဲနှုန်း
- နိုင်ငံခြားငွေ ရန်ပုံငွေ
- ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်
- ကုန်စည်ကုန်သွယ်မှုစာရင်း
- ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း
- ပိုငွေပြ ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း
- လိုငွေပြ ကုန်သွယ်မှုရှင်းတမ်း
- ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ သာမန်စာရင်း
- ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ ငွေလုံးငွေရင်းစာရင်း
- ငွေတန်ဖိုးချခြင်း
- ငွေတန်ဖိုးမြင့်ခြင်း
- နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်းပေါ်လစီ
- နှုန်းရှင်နိုင်ငံခြားငွေလဲလှယ်နှုန်များ

လေ့ကျင့်ခန်းများ

(က) မှား/မှန်မေးခွန်း

၁။ နိုင်ငံများအကြား ဇောက်ချထုတ်လုပ်မှုကြောင့် ကုန်စည်ထုတ်လုပ်မှု အရေအတွက်နှင့် အမျိုးအစားနှင့် ကျဆင်းသွားသည်။

၂။ ကမ္ဘာနိုင်ငံများအကြား ကုန်ထုတ်စွမ်းအားစုများ ပိုင်ဆိုင်မှုခြားနားခြင်းကြောင့် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုပေါ်ပေါက်လာသည်။

၃။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာကုန်သွယ်မှုကို လေ့လာရာတွင် ကုန်သွယ်မှုပမာဏနှင့် ပုံသဏ္ဌာန်ကိုလေ့လာရန်လိုသည်။

၄။ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးသည် ပို့ကုန်တစ်ယူနစ်အတွက် ရရှိနိုင်သည့်သွင်းကုန် ပမာဏကိုဖော်ပြသည်။

၅။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ကုန်စည်ကုန်သွယ်မှုစာရင်းတွင် ပို့ကုန်တန်ဖိုးသည် သွင်းကုန်တန်ဖိုးထက် နည်းနေပါကပိုငွေပြ ကုန်သွယ်မှု လက်ကျန်ဖြစ်ပေါ်နေမည်။

(ခ) ကွက်လပ်ဖြည့်မေးခွန်း

၁။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံနှင့် အခြားနိုင်ငံများအကြား ငွေပေးငွေယူမည့်မျှရှိသည်ကို --------- ဖြင့်လေ့လာနိုင်သည်။

၂။ မူလထုတ်ကုန်များကို အဓိကတင်ပို့သောနိုင်ငံများ၏ ပို့ကုန်ဝင်ငွေသည် စီးပွားရေးအင်အား ကြီးနိုင်ငံများတွင် ဖြစ်ပေါ်နေသော ---------- အပေါ်မှုတည်သည်။

၃။ နိုင်ငံခြားလုပ်ငန်းများမှ ၎င်းတို့တင်သွင်းသောကုန်များကို ထုတ်လုပ်မှုစရိတ်ထက်လျော့၍ အမှားအပြားရောင်းချခြင်းကို---------- ခြင်းဟုခေါ်သည်။

၄။ ကုန်ဖလှယ်အချိုးတိုးတက်ခဲ့လျှင် ပို့ကုန်တင်ပို့မှုမှရသော နိုင်ငံခြားငွေဖြင့် သွင်းကုန်များပို၍ ဝယ်ယူနိုင်သဖြင့် --------- အခြေအနေကိုဖြစ်ပေါ်စေသည်။

၅။ နိုင်ငံချင်းငွေပေးငွေယူ ကိစ္စရပ်များအတွက် အရန်သင့်ကိုင်ဆောင်ထားသည့် နိုင်ငံခြားငွေကို ---------- ဟုခေါ်သည်။

(ဂ) ရွေးချယ်မှုမေးခွန်း

၁။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုပေါ်ပေါက်လာရခြင်း၏ အဓိကအကြောင်းမှာ (က) ဇောက်ချထုတ်လုပ်မှု (ခ) သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးတိုးတက်မှု (ဂ) သိုလှောင်မှုတိုးတက်မှု ကြောင့်ဖြစ်သည်။

၂။ အကောက်ခွန်၊ ကိုတာနှင့် နိုင်ငံခြားငွေထိန်းချုပ်ခြင်းတို့သည် ကုန်သွယ်မှုကို (က) ကန့်သတ်ခြင်း (ခ) အားပေးခြင်း (ဂ)အကာအကွယ်ပေးခြင်း ဖြစ်သည်။

၃။ ပို့ကုန်အတွက်ရင်ခွေနှင့် သွင်းကုန်အတွက် ပေးငွေခြားနားချက်ကို (က) ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန် (ခ) ကုန်သွယ်မှုလက်ကျန် (ဂ) သာမန်စာရင်းလက်ကျန် ဟုခေါ်သည်။

၄။ သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်းကျဆင်းနေစဉ် ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်တက်နေလျှင် ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးသည် (က) တိုးသည် (ခ) ကျသည် (ဂ) တည်ငြိမ် နေသည်။

၅။ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း၏ သာမန်စာရင်းပိုင်းတွင် ပါဝင်သော မမြင်နိုင်သော အမယ်များမှာ (က) ကုန်စည်များ (ခ) ဝန်ဆောင်မှုများ (ဂ) အရင်းအနှီး များဖြစ်သည်။

(ဃ) မေးခွန်းများ

၁။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှု၏ ကောင်းကျိုး၊ ဆိုးကျိုးများကို ရှင်းပြပါ။

၂။ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ ကုန်သွယ်မှုကို ကန့်သတ်ထိန်းချုပ်သည့် နည်းလမ်းများကို ဆွေးနွေးပါ။

၃။ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးဆိုသည်မှာ အဘယ်နည်း။ ၎င်းအချိုးအခွင့်သာသည့် အခြေအနေများနှင့် အခွင့်မသာသည့် အခြေအနေများကို တင်ပြဆွေးနွေးပါ။

၄။ တိုင်းပြည်တစ်ပြည်တွင် ၁၉၉၅ခုနှစ် နှင့် ၁၉၉၈ခုနှစ်၏ ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်းနှင့် သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်းတို့ကို အောက်ပါဇယားတွင်ပေးထားသည်။ (၁၉၉၅ခုနှစ်သည် အခြေခံနှစ်ဖြစ်သည်။)

နှစ်	ပို့ကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း	သွင်းကုန်ဈေးဆန္ဒနှိုးကိန်း
၁၉၉၅	၁၀၀	၁၀၀
၁၉၉၈	၁၄၀	၁၂၀

ယင်းဇယားမှ ဖော်ပြပါနှစ်များ၏ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုးတို့ကို တွက်ပြီး၊ ကုန်ဖလှယ်မှုအချိုး ပြောင်းလဲခြင်းကို သုံးသပ်ပါ။

၅။ ပြည်ပငွေပေးငွေယူ ရှင်းတမ်းလက်ကျန်၏ အဓိကအစိတ်အပိုင်းကြီးများကို ဖော်ပြရှင်းလင်းပါ။

၆။ ပြည်ပငွေပေးငွေယူရှင်းတမ်း ဘက်ညီမှုမရှိလျှင် ပေါ်ပေါက်လာမည့် ပြဿနာများနှင့် ၎င်းတို့ကို ပြုပြင်ဖြေရှင်းသည့် နည်းလမ်းများရှင်းလင်းပါ။