

ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်အစိုးရ
မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်

အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်
(၂၀၂၁-၂၀၂၅)

**National Consumer Protection Programme
(2021-2025)**



စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနကို စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနမှ စားသုံးသူ အခွင့်အရေးများ အပြည့်အဝ ရရှိစေရန်၊ စားသုံးသူအသိပညာပေးလုပ်ငန်းများဆောင်ရွက်ရန်၊ စားသုံးသူဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များ ပြန့်ပွားရန်၊ အရည်အသွေးပြည့်မီသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ အပြည့်အဝရရှိစေရန်နှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကို တစ်နိုင်လုံး တစ်ရောက်စွာ ပြန်ကြက် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် ၂၀၁၆ ခုနှစ်၊ ဧပြီလ ၁ ရက်နေ့တွင် စတင်ဖွဲ့စည်းခဲ့ပါသည်။ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ပြဋ္ဌာန်းခဲ့သော စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေနှင့်အညီ မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ကော်မရှင်ကို ပြည်ထောင်စုအစိုးရအဖွဲ့၏ အမိန့်ကြော်ငြာစာ အမှတ် (၅၉/၂၀၁၉)ဖြင့် ဖွဲ့စည်းခဲ့ပြီး စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီးမှ ကော်မရှင်ဥက္ကဋ္ဌအဖြစ် လည်းကောင်း၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန ညွှန်ကြားရေးမှူးချုပ်မှ ကော်မရှင်အတွင်းရေးမှူး အဖြစ်လည်းကောင်း ဆောင်ရွက်ပါသည်။

စုံစမ်းလုံခြုံရေး ဆက်သွယ်ရန် -

စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန
 စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန
 ရုံးအမှတ် - ၅၂ နေပြည်တော်
 ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံ
 ဖုန်း - ၀၆၇ ၃၄၃၀၄၅၇ ၊ ၀၆၇ ၃၄၃၀၂၀၇
 အီးမေးလ် - doca@egan.mm@gmail.com

အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေး အစီအစဉ် စာအုပ်
 နေပြည်တော်၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန (၂၀၂၁)

ပထမအကြိမ်ထုတ်ဝေခြင်း၊ ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ ဇန်နဝါရီလ

ကူညီပံ့ပိုးသူ-



ဤထုတ်ဝေခြင်းကို ဂျာမနီနိုင်ငံအစိုးရ၊ စီးပွားရေးပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးရေးဝန်ကြီးဌာန (BMZ) ၏ ဝင်ကြေးပံ့ပိုးမှုဖြင့် ဂျာမနီနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု (GIZ)မှ တာဝန်ယူ အကောင်အထည်ဖော်သည့် "အာဆီယံဒေသစားသုံးသူ ရေးရာကာကွယ်ရေးစီမံကိန်း (PROTECT)" မှပံ့ပိုးကူညီမှုဖြင့် ထုတ်ဝေသည်။

ဤစာအုပ်ပါ အကြောင်းအရာများအား စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနမှ ခွင့်ပြုချက် ရယူပြီး လွတ်လပ်စွာ ဖော်ပြခြင်း သို့မဟုတ် ပြန်လည်ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်း ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။

အထွေထွေသတင်းအချက်အလက်များ ရယူရန် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန
 အင်တာနက်ဝက်ဘ်ဆိုက် - www.doca.gov.mm

မူပိုင်ခွင့် - စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၊ စီးပွားရေးနှင့်ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ၂၀၂၁။

ငြင်းဆိုချက်-ဤစာအုပ်အား မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်မှ စာအုပ်မူကြမ်းကိုအတည်ပြုပြီး ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ ၃ ရက်နေ့ အမျိုးသားစားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးအစီအစဉ် မိတ်ဆက်ခြင်းအခမ်းအနား အတွက် ထုတ်ဝေသည်။

အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်(၂၀၂၁-၂၀၂၅)

နိဒါန်း

၁။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးသည် ဖွံ့ဖြိုးဆဲနှင့်ဖွံ့ဖြိုးပြီးနိုင်ငံများ၏ လူမှုရေးနှင့် စီးပွားရေးဝန်းကျင်ကို စဉ်ဆက်မပြတ် တိုးတက်စေရန်အတွက် အရေးပါသော အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုအနေဖြင့် ပါဝင်ပါသည်။ စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနသည် စားသုံးသူအခွင့်အရေးများ အပြည့်အဝရရှိစေရန်၊ စားသုံးသူအသိပညာပေး လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရန်၊ စားသုံးသူဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များဖြန့်ဖြူးရန်၊ အရည်အသွေးပြည့်မီသည့်ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ အပြည့်အဝရရှိစေရန်နှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကို တစ်နိုင်ငံလုံး ထိရောက်စွာ ဖြန့်ကြက်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနကို ၂၀၁၆ ခုနှစ်၊ ဧပြီလ ၁ ရက်နေ့တွင် စတင်ဖွဲ့စည်းခဲ့ပါသည်။ ဦးစီးဌာနအား ဌာနခွဲ ၆ ခုဖြင့် ဖွဲ့စည်းထားရှိပြီး တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်နှင့် ပြည်ထောင်စုနယ်မြေတို့တွင်လည်း ဖွဲ့စည်းထားပါသည်။ စားသုံးသူများ၏ အခွင့်အရေးနှင့် အကျိုးစီးပွားကို ကာကွယ်ရန်ရည်ရွယ်၍ ၂၀၁၄ ခုနှစ်၊ မတ်လ ၁၄ ရက်နေ့တွင် ပြည်ထောင်စုလွှတ်တော် ဥပဒေအမှတ် ၁၀ ဖြင့် စားသုံးသူအကာအကွယ်ပေးရေးဥပဒေကို ပြဋ္ဌာန်းခဲ့ပြီး စားသုံးသူအကာအကွယ်ပေးရေးလုပ်ငန်းများကို အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ ပြဋ္ဌာန်းခဲ့သည့် ဥပဒေအရ စားသုံးသူအကာအကွယ်ပေးရေးလုပ်ငန်းများကို လက်တွေ့အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ရာတွင် အားနည်းချက်များ ရှိခဲ့သည့်အတွက် ပိုမိုကောင်းမွန်ထိရောက်သော ဥပဒေတစ်ရပ်ဖြစ်စေရန် ရည်ရွယ်၍ ၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ မတ်လ ၁၅ ရက်နေ့တွင် ပြည်ထောင်စုလွှတ်တော်ဥပဒေအမှတ် ၉ ဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဥပဒေကို ပြန်လည်ပြင်ဆင် ပြဋ္ဌာန်းခဲ့ပါသည်။ ယင်းဥပဒေနှင့်အညီ မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်ကို ပြည်ထောင်စုအစိုးရအဖွဲ့၏ အမိန့်ကြော်ငြာစာအမှတ် (၅၉/၂၀၁၉)ဖြင့် ဖွဲ့စည်းခဲ့ပြီး၊ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ စားသုံးသူရေးရာကော်မတီများကို ကော်မရှင်၏ အမိန့်ကြော်ငြာစာအမှတ် (၂/၂၀၁၉) ဖြင့် ဖွဲ့စည်း တာဝန်ပေးအပ်ခဲ့ပါသည်။

၂။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် အသိပညာပေးရေးလုပ်ငန်းများကို တစ်နိုင်ငံလုံးအတိုင်းအတာဖြင့် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဆောင်ရွက်နိုင်ရေး စားသုံးသူများ၏ လူမှုစီးပွားဘဝဖွံ့ဖြိုးမှုကို အထောက်အကူပေးနိုင်သည့် ရေရှည်တည်တံ့သော စားသုံးမှုအလေ့အထကောင်းများ ပေါ်ပေါက်လာနိုင်ရေး၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးအတွက် ဦးစားပေးနယ်ပယ်များ သတ်မှတ်ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးနှင့် သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာနများ အစိုးရ

မဟုတ်သည့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များနှင့် စနစ်တကျ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်နိုင်ရေးတို့အတွက် အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်ကို GIZ ၏ အထောက်အပံ့ဖြင့် ရေးဆွဲရန် စီစဉ်ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်ကို အောင်မြင်စွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးနှင့် သက်ဆိုင်ရာကဏ္ဍသီးသီးတွင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းများ ပါဝင်ထည့်သွင်းနိုင်ရေးတို့အတွက် ပွဲဖွဲ့ပြီးမှတ်ပုံတင်အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သည့် GIZ ၏ အထောက်အပံ့ဖြင့် အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများကျင်းပခဲ့ပြီး ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များ၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနမှ တာဝန်ရှိသူများနှင့် သက်ဆိုင်ရာဌာနအဖွဲ့အစည်း၊ အသီးသီး၏ ဆွေးနွေးအကြံပြုချက်များဖြင့် ရေးဆွဲထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ယင်းဆွေးနွေးပွဲ ရလဒ်များအပေါ် အခြေခံ၍ အစီအစဉ်တွင် အောက်ပါ အဓိကလုပ်ငန်းစဉ် ၅ ရပ်ကို ချမှတ် ထားပါသည်-

- (က) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးမူဝါဒများ ဖွဲ့စည်းရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေး အစီအစဉ်
- (ခ) စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး အစီအစဉ်
- (ဂ) ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေး အစီအစဉ်
- (ဃ) ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေး အစီအစဉ်
- (င) စားသုံးသူနစ်နာမှုများအပေါ် အရေးယူဆောင်ရွက်ရေး အစီအစဉ်

၃။ အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်သည် နိုင်ငံတစ်ဝန်းရှိ စားသုံးသူပြည်သူများအနေဖြင့် စားသုံးသူအခွင့်အရေးများအား အပြည့်အဝရရှိစေရန်၊ အရည်အသွေးပြည့်ဝသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ရရှိစေရန်နှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် ဖွဲ့စည်းပေးသည့် စီးပွားရေးဝန်းကျင်ကောင်းမွန်၊ ဖန်တီးဖော်ဆောင်ပေးနိုင်စေရန်တို့အတွက် ရည်ရွယ်ထားပါသည်။ အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်သည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကို ထောင်ရွက်နေသည့် အစိုးရနှင့် အစိုးရမဟုတ်သော စားသုံးသူကာကွယ်ရေး အသင်းအဖွဲ့များအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများကို လက်တွေ့ဆောင်ရွက်ရာတွင် ဝိသိသိရောက်မှုရှိစေရေးအတွက် ခိုင်မာသည့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ မူဝါဒတစ်ရပ် အဖြစ်ပေါ်ပေါက်လာမည် ဖြစ်ပါသည်။ ယင်းအစီအစဉ်ပါ လုပ်ငန်းစီမံချက်များကို ထိရောက်စွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးအတွက် စီမံကိန်းကာလကို ၂၀၂၁ ခုနှစ် မှ ၂၀၂၅ ခုနှစ် အထိ ၅ နှစ် သတ်မှတ်ထားပါသည်။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် နီးစွယ်နေသည့် သက်ဆိုင်ရာအစိုးရဌာန အဖွဲ့အစည်းများ၊ ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များ၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနရုံးချုပ်မှ တာဝန်ရှိသူများ၊ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးဖွဲ့များနှင့် ဆွေးနွေးညှိနှိုင်းမှုများကို အကြိမ်ကြိမ်ဆောင်ရွက်ခဲ့ပြီး ရရှိသည့် ရလဒ်များအပေါ် အခြေခံ၍ ဦးစားပေးနယ်ပယ်အလိုက် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်သွားမည့် အစီအမံများအား ချမှတ်ထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူကာကွယ်ရေး မူဝါဒများဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေးအစီအစဉ်

၄၄။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးမူဝါဒများ ဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေး အစီအစဉ်တွင် စီမံကိန်းကာလအတွင်း စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် သက်ဆိုင်ရာ စံသတ်မှတ်ချက်များ၊ လမ်းညွှန်ချက်များ နှင့်အညီ ဆောင်ရွက်သွားရန် အဓိကရည်ရွယ်ထားပါသည်။ ယင်းသို့ ဆောင်ရွက်ရာတွင် စားသုံးသူများ၏ အခွင့်အရေး နှင့် အကျိုးစီးပွားကို ကာကွယ်ပေးခြင်း၊ စားသုံးသူများအား သတင်းအချက်အလက် ဖြန့်ဖြူးပေးခြင်းနှင့် စားသုံးသူ အသိ ပညာပေးရေး လုပ်ငန်းများဆောင်ရွက်ခြင်း၊ ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများကို သုံးစွဲခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသော စားသုံးသူများ၏ နစ်နာဆုံးရှုံးမှုကို ကာကွယ်ပေးခြင်း၊ စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ရန်အတွက် ရှင်းလင်းလွယ်ကူသော လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ ထောက်ပံ့ပေးခြင်း စသည်တို့ ပါဝင်ပါသည်။

မျှော်မှန်းချက်

၅၅။ စားသုံးသူအခွင့်အရေးများ အပြည့်အဝရရှိစေရန် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် မျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှု အလေ့အထများ ဖြစ် ပေါ်စေပြီး စီးပွားရေးဝန်းကျင်ကောင်းကို ဖော်ဆောင်ပေးနိုင်စေရန်။

ရည်ရွယ်ချက်

၆၆။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးမူဝါဒများ ဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေး အစီအစဉ်၏ အဓိကရည်ရွယ်ချက်မှာ ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများကို ဝယ်ယူသုံးစွဲရာတွင် စားသုံးသူအခွင့်အရေးနှင့် အကျိုးစီးပွားဆိုင်ရာ ကိစ္စရပ် များနှင့် စပ်လျဉ်း၍ စားသုံးသူကိုယ်တိုင် တက်ကြွစွာ ပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်စေရန်နှင့် ကဏ္ဍခံမူဝါဒများတွင် စားသုံးသူ အခွင့်အရေးများကို ထည့်သွင်းပေါင်းစည်းနိုင်ရေး တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ ယင်းရည်ရွယ်ချက်များ ဆောင်မြင်မှုရှိစေရေးအတွက် အောက်ဖော်ပြပါတို့ကို ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) စားသုံးသူများအား စားသုံးသူအခွင့်အရေးများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ သတင်းအချက်အလက်နှင့် အသိပညာ ပေးခြင်း၊
- (ခ) စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများကို ထိရောက်လျင်မြန်စွာ ဖြေရှင်းပေးနိုင်ရေးအတွက် လိုအပ်သော နည်းလမ်းများ ထောက်ပံ့ပေးခြင်း၊
- (ဂ) ထိရောက်သော ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးမှ တစ်ဆင့်စားသုံးသူအခွင့်အရေးများနှင့် အကျိုး စီးပွားများကို ပိုမိုထိရောက်စွာ အကာအကွယ်ပေးခြင်း၊
- (ဃ) ထုတ်ကုန် လုံခြုံစိတ်ချရမှုဆိုင်ရာ မူဝါဒအား ပိုမိုဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေခြင်း။

- (င) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များကို အစီအစဉ်ကင်းသော တာဝန်ခံမှု၊ တာဝန်ယူမှု ရှိသော အသင်းအဖွဲ့များဖြစ်စေရေး ပံ့ပိုးကူညီခြင်း။
- (စ) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးမူဝါဒများ ဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေးအစီအစဉ်ကို အကောင်အထည်ဖော်ရာတွင် တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေအဆင့် အစိုးရဌာနများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု မြှင့်တင်ခြင်း။
- (ဆ) စားသုံးသူများအတွက် ရေရှည်တည်တံ့မည့် စားသုံးမှုပုံစံများ ရရှိစေနိုင်ရေးအတွက် ထုတ်လုပ် ရောင်းချမှု နှင့် ကွင်းဆက်တစ်လျှောက် ပတ်ဝန်းကျင်ကောင်း ဖန်တီးပေးခြင်း။
- (ဇ) ပြည်တွင်းပြည်ပအဖွဲ့အစည်းများအကြား ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုများကို ဝိုင်းပတ်အားကောင်းစေခြင်း။
- (ဈ) စားသုံးသူများ၏ သဘောထားနှင့် အကြံပြုချက်များကို တင်ပြဆွေးနွေးနိုင်သည့် အခြေအနေများ ဖန်တီးပေးခြင်း။
- (ည) သင်တန်းများနှင့် သုတေသနလုပ်ငန်းများ ခွဲခွဲဆက်မပြတ် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် စွမ်းဆောင်ရည် မြှင့်တင်ပေးခြင်း။

စားသုံးသူအခွင့်အရေး

၇။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် ပြည်သူများ၏ စားသုံးသူအခွင့်အရေးများနှင့် ပတ်သက်၍ ကုလသမဂ္ဂမှ ချမှတ်လမ်းညွှန်ထားသည့် အောက်ဖော်ပြပါ အခြေခံစားသုံးသူအခွင့် အရေး ၈ ချက်ကို ပြည့်စုံစည်းအကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) စားသုံးသူများအတွက် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်း၍ အခြေခံလိုအပ်ချက်များပေါ်တွင် စိတ်ကျေနပ်မှု ရရှိစေခြင်း။
- (ခ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းစွာ အသုံးပြုခွင့်ရှိခြင်း။
- (ဂ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို ရွေးချယ်ဝယ်ယူအသုံးပြုရာတွင် လိုအပ်သော သတင်းအချက်အလက်များ ပြည့်စုံမှန်ကန်စွာ သိရှိခွင့်နှင့် ပြောဆို သို့မဟုတ် အထောက်အထား ရယူခွင့်ရှိခြင်း။
- (ဃ) ရော့ကွက်အတွင်းရှိ ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်း၍ စားသုံးသူစိတ်ကြိုက် ရွေးချယ်ဝယ်ယူနိုင်ခွင့် ရှိခြင်း။
- (င) စားသုံးသူနှစ်နာဆုံးရှုံးမှုနှင့် စပ်လျဉ်းသည့် ကိစ္စရပ်များတွင် ရှင်းလင်းတင်ပြခွင့်နှင့် တိုင်ကြားခွင့် ရရှိနိုင်စေခြင်း။
- (စ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို ဝယ်ယူအသုံးပြုခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် နှစ်နာဆုံးရှုံးမှုများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ ကုစားခွင့်ရှိခြင်း။
- (ဆ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်းသည့် အသိပညာပေးပညာများ၊ အခွင့်အရေးများနှင့် လိုအပ်သော အချက်အလက်များကို သိရှိလေ့လာနိုင်ခွင့် ရှိခြင်း။
- (ဇ) ပစ္စည်းကွင်းသာမက အနာဂတ်မျိုးဆက်များအတွက်ပါ ကောင်းမွန်သာယာသော လူနေမှုအဆင့်အတန်းနှင့် ပတ်ဝန်းကျင်တို့တွင် ဝေဖန်ခံနိုင်ခွင့် ရရှိစေခြင်း။

စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေ

၈။ ၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ မတ်လ ၁၅ ရက်နေ့တွင် ပြည်ထောင်စုလွှတ်တော်ဥပဒေအမှတ် ၉ မြင့် စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးဥပဒေကို ပြဋ္ဌာန်းခဲ့ပါသည်။ နိုင်ငံတော်နှင့် အများပြည်သူအကျိုးငှာ ပြန်လည်ပြင်ဆင်ရန် လိုအပ်ပါက လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများနှင့်အညီ ပြန်လည်ပြင်ဆင် ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်

၉။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအရ မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်ကို ပြည်ထောင်စုအစိုးရအဖွဲ့၏ ၃၀-၉-၂၀၁၉ ရက်စွဲပါ အမိန့်ကြော်ငြာစာအမှတ် ၅၉/၂၀၁၉ မြင့် ဖွဲ့စည်း တာဝန်ပေးအပ်ခဲ့ပါသည်။ ကော်မရှင်သည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေ၏ ရည်ရွယ်ချက်များ အောင်မြင်စေရန် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်မည့် အမြင့်ဆုံးအဖွဲ့အစည်း ဖြစ်ပါသည်။ ကော်မရှင်သည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ မူဝါဒများရေးဆွဲခြင်းနှင့် အစီအမံများ ချမှတ်ခြင်း၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့်စပ်လျဉ်းသည့် ကိစ္စများကို အစိုးရအဖွဲ့သို့ အကြံပြုတင်ပြခြင်း၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ချက်များကို အစိုးရအဖွဲ့သို့ အစီရင်ခံတင်ပြခြင်းနှင့် ထူးခြားသည့် အခြေအနေနှင့် လုပ်ငန်းစဉ်များ ပေါ်ပေါက်လာပါက မိမိ၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ထားရှိမှု အစီအမံများကို အစိုးရအဖွဲ့သို့ တင်ပြခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့အပြင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကိစ္စရပ်များ ဆောင်ရွက်ရန်၊ စားသုံးသူနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တို့အကြား အပြင်းပွားမှုဆိုင်ရာကိစ္စရပ်များကို ဖြေရှင်းပေးရန်နှင့် အတည်ပြုဆုံးဖြတ်ပေးနိုင်ရန်အတွက် ကော်မရှင်သည် ဟိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ စားသုံးသူရေးရာ ကော်မတီများကို ဖွဲ့စည်းတာဝန်ပေးအပ်ထားပါသည်။

စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန

၁၀။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများကို ဆောင်မြင်စွာ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် ဖျော်ဖန်ချက်၊ ရည်မှန်းချက်များချမှတ်၍ ဆောင်ရွက်လျက် ရှိပါသည်။ စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၏ ဖျော်ဖန်ချက်၊ ရည်မှန်းချက်နှင့် လုပ်ငန်းတာဝန်များကို လိုအပ်ချက်နှင့်အညီ ပြင်ဆင်ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် စပ်လျဉ်း၍ ဦးစားပေးဆောင်ရွက်မည့် နယ်ပယ်များ

၁၁။ စီမံကိန်းကာလအတွင်း စားသုံးသူကာကွယ်ရေးမူဝါဒများ ဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေး အစီအစဉ်၏ ဦးစားပေး ဆောင်ရွက်မှုများတွင် အဝက်ပါလုပ်ငန်းများ ပါဝင်ပါသည်။

- (က) ဈေးကွက်အတွင်း စားသုံးသူများ၏ အကျိုးစီးပွားကို ထိခိုက်စေမည့်အခြေအနေများ ဖြစ်ပေါ်လာပါက ယင်းကိစ္စရပ်များကို ထိရောက်စွာဖြေရှင်းဆောင်ရွက်နိုင်ရေးအတွက် ဥပဒေ၊ မူဝါဒ၊ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ နှင့်အညီ သက်ဆိုင်ရာ အစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (ခ) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ ပြည်သူ့ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို ထိထိရောက်ရောက် အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးအတွက် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သည့် အဖွဲ့အစည်းများ၏ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုကို မြှင့်တင်ခြင်း။

- (ဂ) Online မှတစ်ဆင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းသည့်စနစ် (Online Dispute Resolution-ODR) အပါအဝင် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများကို တရားရုံးပြင်ပတွင် အခြားနည်းလမ်းများဖြင့် ဖြေရှင်းသည့် စနစ် (Alternative Dispute Resolution-ADR)အတွက် ပိုမိုထိရောက်သည့် လုပ်ငန်းစဉ်များ ထူထောင်ခြင်း။
- (ဃ) E-commerce အပါအဝင် ပို့ဆောင်ရေးဝန်ဆောင်မှုများ၊ ထင်ယောင်ထင်မှားဖြစ်စေသည့် ကြော်ငြာများ၊ ငွေကြေးဝန်ဆောင်မှုများ စသည်တို့အား ဦးစားပေးကဏ္ဍများအဖြစ် သတ်မှတ်၍ စားသုံးသူများအား ပိုမိုထိရောက်စွာ ကာကွယ်ပေးနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်သွားရန်နှင့် အနာဂတ်ကာလတွင် ဖွဲ့စည်းမရှိသည့် စာချုပ်စာတမ်းဆိုင်ရာ ဝေါဟာရများနှင့် ပတ်သက်၍လည်း ထည့်သွင်း ဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (င) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များ၏ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်မှုများကို အားပေးကူညီဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (စ) အာဆီယံဒေသတွင်း နိုင်ငံခြားကွပ်အရေးယူဆောင်ရွက်မှုစနစ် တည်ထောင်ရာတွင် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (ဆ) ထုတ်ကုန်လုံခြုံစိတ်ချရမှုနှင့် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးသော လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ချက်များ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေခြင်း။
- (ဇ) စားသုံးသူများအား ထိခိုက်နစ်နာမှုဖြစ်စေသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအား ဈေးကွက်အတွင်း စစ်ဆေးတွေ့ရှိပါက စားသုံးသူများ သိရှိနိုင်ရေးအတွက် Product Recall Database System တစ်ခု ထူထောင်ပြီး အသိပညာပေး ကြေညာချက်များ ထုတ်ပြန်ခြင်း။
- (ဈ) စားသုံးသူခွမ်းဆောင်နိုင်မှု မြှင့်မားစေရေး လုပ်ငန်းများကို တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်ခြင်း။

စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများ ပြန်လည်ဆန်းစစ်ခြင်း

၁၂။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် စားသုံးသူများ၏ ယုံကြည်စိတ်ချရမှုကို ထိရောက်စွာ အထောက်အပံ့ဖြစ်စေသည့် ဟိကျသေချာသော ဈေးကွက်ဆိုင်ရာ ကိန်းဂဏန်းအချက်အလက်များနှင့် ဆန်းစစ်မှုများ (ဈေးကွက်အတွင်း စားသုံးသူအခွင့်အရေး ချိုးစောက်ခံရမှုနှင့်ပတ်သက်သည့် ကိန်းဂဏန်း အချက်အလက်များ၊ ဈေးကွက်ဆန်းစစ်ချက်ဆိုင်ရာ မှတ်တမ်းများ၊ စားသုံးသူများ၏ ယုံကြည်စိတ်ချရမှုအပေါ် ဆန်းစစ်ချက်များ၊ စားသုံးသူများ၏ အမှုအကျင့်ဆိုင်ရာ သုတေသန မှတ်တမ်းများ စသည့်အချက်အလက်များ)သည် အကန့်အသတ်ဖြင့်ရှိနေသေးသည့်အတွက် စားသုံးသူတိုင်ကြားမှု အချက်အလက်များကို စနစ်တကျ ထိန်းသိမ်းဆောင်ရွက်ရန်နှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့်သက်ဆိုင်သည့် သတင်းအချက်အလက်များ လွယ်ကူစွာ ပြန်ဝေနိုင်ရန်အတွက် Online အခြေပြု စားသုံးသူဆိုင်ရာ ဗဟိုသတင်းအချက်အလက်ကြေညာခြင်း (Centralized Internet-Based Information Platform)ကို တည်ထောင်သွားရမည် ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးအစီအစဉ်

၁၃။ စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး အစီအစဉ်၏ အဓိကရည်ရွယ်ချက်မှာ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် စပ်လျဉ်း၍ အသိပညာနှင့် ဗဟုသုတပြည့်ဝသော လူ့အဖွဲ့အစည်းတစ်ရပ် ပေါ်ထွန်းလာပြီး စားသုံးသူများအနေဖြင့် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများကို ဝယ်ယူခြင်း၊ သုံးစွဲခြင်းပြုရာတွင် ရရှိထားသော သတင်းအချက်အလက်များအပေါ် အခြေခံ၍ မှန်ကန် သည့် ဆုံးဖြတ်ချက်များကို ချမှတ်နိုင်စေရန် ဖြစ်ပါသည်။

တာဝန်ခံဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် ဦးစားပေးဆောင်ရွက်ခြင်း

၁၄။ စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနသည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး လုပ်ငန်းများကို တာဝန်ခံဆောင်ရွက်နေသည့် ဌာနဖြစ်သည့်အားလျော်စွာ စားသုံးသူအသိပညာပေး လုပ်ငန်းများကို ဦးဆောင် အခန်းကဏ္ဍမှနေ၍ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များနှင့် လက်တွဲပြီး ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ဦးစီးဌာနအနေဖြင့် စားသုံးသူအသိပညာပေးလုပ်ငန်းအား ဆောင်ရွက်ရာတွင် ဦးစားပေးဆောင်ရွက်မည့် ကဏ္ဍများနှင့် နယ်ပယ်များ လျာထားသတ်မှတ်ဆောင်ရွက်ခြင်း၊ ထိုသို့ လျာထားသတ်မှတ်ချက်များနှင့် လိုက်လျောညီထွေမှု ရှိစေမည့် သတင်းအချက်အလက်များကို ပြင်ဆင်ဆောင်ရွက်ခြင်း၊ အသိပညာပေးမည့် နည်းလမ်းများ သတ်မှတ်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် သက်ဆိုင်ရာအစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများ၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ကို လုပ်ဆောင်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူ အသိပညာပေးရာတွင် အောက်ဖော်ပြပါ အဓိကအချက် အလက်များအား ထည့်သွင်းစဉ်းစား ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) စားသုံးသူအသိပညာပေးရာတွင် စားသုံးသူများ၏ အသက်အပိုင်းအခြားနှင့် စဉ်းစားတွေးခေါ်နိုင်မှု အပေါ်မူတည်၍ အချက်အလက်များ ခွဲခြားသတ်မှတ်ခြင်း၊
- (ခ) စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး သင်တန်းများအတွက် လိုအပ်သောစာရွက်စာတမ်းများကို ခေတ်စနစ်နှင့်အညီ လိုက်လျောညီထွေ ဖြစ်စေခြင်း၊
- (ဂ) စားသုံးသူများအနေဖြင့် ယင်းတို့ရရှိမည့် အခွင့်အရေးများနှင့် အဆိုပါအခွင့်အရေးများကို ချိုးဖောက်ခြင်းခံရပါက ပြန်လည်တောင်းဆိုရသည့် နည်းလမ်းများကို အခြေခံ၍ အသိပညာပေး ပြောကြားခြင်း၊
- (ဃ) စားသုံးသူများအနေဖြင့် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်းသည့် သတင်းအချက် များ၏ အရေးပါမှုကိုသိရှိစေရန်နှင့် ယင်းအချက်အလက်များအတိုင်း လိုက်ပါဆောင်ရွက် စေရန် အလေးဂရုပြုခြင်း (ဥပမာ- ကုန်ပစ္စည်းမဝယ်မီ ယင်းကုန်စည်၏ ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားများကို လေ့လာဖတ်ရှုစေခြင်း၊ ဝယ်ယူသုံးစွဲမည့် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်းသည့် သတင်းအချက်အလက်များအား ကြိုတင်လေ့လာစေခြင်း)၊
- (င) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအရ ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းသော ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့် စပ်လျဉ်းသည့် သတင်းအချက်အလက် အပြည့်အစုံပေးရန်မှာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များ၏ တာဝန်ဖြစ်ကြောင်း သိရှိစေရန် အသိပညာပေး ပြောကြားခြင်း၊
- (စ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်း၍ စားသုံးသူများ၏ သဘောထားအမြင်များကို ပြန်လည် ဖြန့်ဝေပေးနိုင်ရန် တွန်းအားပေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။

- (ဆ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်းပြီး ရည်ညွှန်းရေးသားထားသည့် စာရွက်စာတမ်းများနှင့် အခြားသတင်းအချက်အလက်များ(သင်တန်းပေးသည့် စာရွက်စာတမ်းများ၊ သတင်းစာ၊ ဂျာနယ်နှင့် လက်ကမ်းစာစောင်များစသည်)ကို ပုံနှိပ်သည့်နည်းလမ်းဖြင့်ဖြစ်စေ၊ အီလက်ထရောနစ်နည်းလမ်း (website၊ TV၊ radio နှင့် social media)ဖြင့်ဖြစ်စေ ဖြန့်ဝေပေးခြင်း၊
- (ဇ) ကျောင်းသင်ခန်းစာများ၌ စားသုံးသူကာကွယ်ရေး လက်တွေ့ဆောင်ရွက်နေမှုများကို ထည့်သွင်းသင်ကြားခြင်းဖြင့် စားသုံးသူအသိပညာ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ဈ) စားသုံးသူအသိပညာမြှင့်တင်ရေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရာတွင် ရေရှည်တည်တံ့သော စားသုံးမှုအလေ့အထကောင်းများအား စားသုံးသူများ ပိုမိုသိရှိနိုင်ရန်အတွက် ဦးစားပေး ထည့်သွင်းဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ည) သက်ဆိုင်ရာ အစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများအပါအဝင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များဖြင့် ပူးပေါင်း၍ စားသုံးသူအသိပညာပေးခြင်းနှင့် စားသုံးသူတိုင်ကြားမှု လက်ခံဆောင်ရွက်ခြင်း စသည့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများအား လက်တွဲဆောင်ရွက်ခြင်း။

စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးအတွက် ရည်ရွယ်သည့် အုပ်စုများ

၁၅။ စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး လုပ်ငန်းများဆောင်ရွက်ရန်အတွက် ရည်ရွယ်သည့်အုပ်စုများမှာ အောက်ပါအတိုင်း ဖြစ်ပါသည်-

- (က) စားသုံးသူပြည်သူများ၊
- (ခ) အစိုးရဌာနများ၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများနှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များ၊
- (ဂ) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများကို ထောက်ပံ့ပေးသော စီးပွားရေး လုပ်ငန်းရှင်များနှင့် ပါဝင်ဆောင်ရွက်သူများ။
- (ဃ) အမြင်အာရုံ၊ အကြားအာရုံ ချို့ယွင်းသူ၊ မသန်စွမ်းသူ၊ စာမတတ်သူ၊ အသက်ရွယ်ကြီးသူ၊ ကလေးသူငယ်စသည့် အားနည်းထိခိုက်လွယ်သော စားသုံးသူများ။
- (င) ကျောင်းသား၊ ကျောင်းသူများ၊
- (စ) ဆရာ၊ ဆရာမများ(အခြေခံပညာ၊ သက်မွေးပညာနှင့် အဆင့်မြင့်ပညာ)။

စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး နည်းလမ်းများ

၁၆။ စားသုံးသူများ ဟုဆိုရာတွင် အထက်တွင်ဖော်ပြထားသကဲ့သို့ အုပ်စုကွဲများ များစွာရှိပါသည်။ စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရာတွင် ဖော်ပြပါအုပ်စုအမျိုးအစားများနှင့် လိုက်လျောညီထွေမှုရှိစေရန် အောက်ပါနည်းလမ်းများကို ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) သင်ခန်းစာများ အခြေခံပညာအဆင့်မှသည် အဆင့်မြင့်ပညာအဆင့်အထိ စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးဆိုင်ရာ သင်ခန်းစာများကို ရေးဆွဲ၍ သင်ကြားပို့ချနိုင်ရန်အတွက် သက်ဆိုင်ရာ အစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ညှိနှိုင်းဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (ခ) လူထုဆက်သွယ်ရေးနည်းလမ်းများမှတစ်ဆင့် အသိပညာပေးခြင်း။

- (၁) ရုပ်မြင်သံကြားနှင့် အသံလွှင့် (Broadcasting) မီဒီယာမှတစ်ဆင့် အသိ ပညာပေးခြင်း၊
- (၂) သတင်းစာ၊ မဂ္ဂဇင်း၊ ဂျာနယ်စသည့် ပုံနှိပ်မီဒီယာများတွင် “စားသုံးသူအကြံပြုလွှာ” ထည့်သွင်းခြင်း၊
- (၃) လူထုဆက်သွယ်ရေးနည်းလမ်းများမှတစ်ဆင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များ ထုတ်ပြန်ကြေညာခြင်း၊
- (၄) လက်ကမ်းစာစောင်များ၊ Handbook များနှင့် စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးနှင့် ဆက်စပ်လျက်ရှိသည့် အခြားစာရွက်စာတမ်းများ ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေခြင်း၊
- (၅) သက်ဆိုင်ရာအစိုးရဌာနများမှ တာဝန်ယူဆောင်ရွက်နေသည့် ပညာရေးအစီအစဉ်များ (EDU Channel သို့မဟုတ် Myanmar Education Channel) နှင့် ဒေသဆိုင်ရာအစိုးရ၏ စီစဉ်မှုဖြင့် ဆောင်ရွက်သည့် ပညာရေးအစီအစဉ်များတွင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် သက်ဆိုင်သည့် အချက်အလက်များအား ထည့်သွင်းပညာပေးခြင်း။

(ဂ) စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန Website (www.doca.gov.mm)

အင်တာနက်သည် စားသုံးသူအုပ်စုများစွာအတွက် စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရန် အထိရောက်ဆုံးသော နည်းလမ်းတစ်ခု ဖြစ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၏ Website ကို စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးအတွက် အဓိကထား အသုံးပြုသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ထို Website တွင် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာ အသိပေးကြေညာချက်များ ထုတ်ကုန် လုံခြုံစိတ်ချရမှုနှင့် သက်ဆိုင်သည့် ထုတ်ပြန်ချက်များ၊ လက်ရှိဆောင်ရွက်နေသည့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ ကိစ္စရပ်များနှင့် အခြားအကြောင်းအရာများ အစရှိသည်တို့အား စားသုံးသူများ သိရှိနိုင်ရန် ဖော်ပြသွား မည်ဖြစ်ပါသည်။ ဦးစီးဌာန၏ Website တွင် အောက်ဖော်ပြပါ လုပ်ငန်းစဉ်များ ပါဝင်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်-

- (၁) စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို ဆွန်လိင်းမှတစ်ဆင့် လက်ခံဆောင်ရွက်ပေးခြင်း၊
- (၂) ထုတ်ကုန်လုံခြုံစိတ်ချရမှုဆိုင်ရာ အသိပေးကြေညာချက်ထုတ်ပြန်ခြင်း၊
- (၃) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ ကိစ္စများ၊ လိုအပ်သည့် သတင်းအချက်အလက်များ၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုများနှင့် ပတ်သက်၍ စားသုံးသူ ပြည်သူများအား အသိပေးခြင်း၊
- (၄) ဥပဒေ၊ နည်းဥပဒေများ၊ အမိန့်ကြော်ငြာစာ၊ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက်များနှင့် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများအား အချိန်နှင့်တစ်ပြေးညီ လွှင့်တင်ပေးခြင်း၊
- (ဃ) စားသုံးသူများသို့ တိုက်ရိုက်အသိပညာပေးခြင်း၊
- (၁) ရည်ရွယ်သည့် အုပ်စုများနှင့် တိုက်ရိုက်တွေ့ဆုံ၍ အသိပညာပေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ခြင်း။

(၂) လူထုအခြေပြုသင်တန်းများ၊ ပညာရေးအစီအစဉ်နှင့် စီးပွားရေးအစီအစဉ်များတွင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ ကိစ္စရပ်များအား ထည့်သွင်းဆွေးနွေးခြင်း။

စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့်ပတ်သက်၍ ဦးစားပေးအသိပညာပေးရန် နေရာများ

၁၇။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနသည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ ကိစ္စများနှင့်ပတ်သက်၍ စားသုံးသူများအား အောက်ဖော်ပြပါ နေရာများတွင် အသိပညာပေးခြင်းများ ဆောင်ရွက်သွား မည်ဖြစ်ပါသည်။

- (က) အစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများနှင့် လူမှုရေးအသင်းအဖွဲ့များ၊
- (ခ) အခြေခံပညာကျောင်းများ၊ အဆင့်မြင့်ပညာနှင့် သက်မွေးပညာကျောင်းများ(တက္ကသိုလ်များ၊ ကောလိပ်များနှင့် သိပ္ပံများ) ၊
- (ဂ) စက်ရုံ၊ အလုပ်ရုံများ၊ လုပ်ငန်းအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ကုမ္ပဏီများ၊
- (ဃ) ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံ ကုန်သည်များနှင့် စက်မှုလက်မှုလုပ်ငန်းရှင်များ အသင်းချုပ်နှင့် ညီနောင်အသင်းများအပါအဝင် စီးပွားရေးအသင်းအဖွဲ့များ၊
- (င) စည်ပင်သာယာရေးများ၊ လက်လီအရောင်းဆိုင်များနှင့် ဈေးဝယ်စင်တာများ၊
- (စ) ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့် လုပ်ငန်းများ၊ (ဘဏ်၊ ငိုဆောင်ရေး စသည်ဖြင့်)
- (ဆ) ကျေးလက်နှင့် မြို့ပြဒေသ၊
- (ဇ) တပ်ရင်းတပ်ဖွဲ့များ။

၁၈။ ဦးစီးဌာနသည် အထက်ဖော်ပြပါ နေရာများတွင် စားသုံးသူအသိပညာပေးလုပ်ငန်းများအား ဒေသဆိုင်ရာ အာဏာပိုင်အဖွဲ့အစည်းများ၊ ဆက်စပ်ဌာနများ၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များ၊ ဒေသခံပြည်သူများ၊ ပညာရှင်များနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူအသိပညာပေးမှုနှင့် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှု

၁၉။ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ရေး လုပ်ငန်းများသည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး လုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရာတွင် အရေးပါသောလုပ်ငန်းများ ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူအသိပညာပေးလုပ်ငန်းများသည် စားသုံးသူများကို အသိပညာပြည့်ဝစေရန်၊ စားသုံးသူများ၏ အခွင့်အရေးများကို ကောင်းမွန်စွာ သိရှိစေရန်နှင့် ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်း၍ လုံခြုံစိတ်ချရမှုရှိပြီး အရည်အသွေးပြည့်ဝသော ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို မှန်ကန်စွာ ရွေးချယ်နိုင်စေရန်အတွက် အထောက်အကူပြုနိုင်မည် ဖြစ်ပါသည်။ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ရေး လုပ်ငန်း များသည် စားသုံးသူအသိပညာပေးလုပ်ငန်းများကို ပိုမိုကူညီပြန်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်စေမည်ဖြစ်ပြီး၊ ဘေးအန္တရာယ် ကြိုတင်ကာကွယ်မှု သည့် ကာလများတွင် စားသုံးသူနှင့် ပတ်သက်သည့် စီမံကွပ်ကဲရေးလုပ်ငန်းများကို သက်ဆိုင်ရာအဖွဲ့ အစည်းများ အကြား ထိရောက်စွာ ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်နိုင်စေမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူအသိပညာပေးမှုနှင့် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မှုလုပ်ငန်းများကို ထိရောက်စွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခြင်းကြောင့် စားသုံးသူများ အနေဖြင့် ပြည့်စုံမှန်ကန်သော သတင်းအချက်အလက်များကို သိရှိပြီး၊ မှန်ကန်သည့်ဆုံးဖြတ်ချက်များ ချမှတ်နိုင်ခြင်း၊ သက်ဆိုင်ရာ

အစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများအကြား ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု မြှင့်တင်နိုင်ခြင်း၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေး လုပ်ငန်းများ အား ပိုမိုထိရောက်စွာဆောင်ရွက်နိုင်ခြင်းနှင့် စားသုံးသူများကို ကြီးမားသော ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်ပေါ်စေခဲ့လျှင် သို့မဟုတ် နစ်နာဆုံးရှုံးမှု ဖြစ်ပေါ်စေခဲ့လျှင် စနစ်တကျ ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်နိုင်ခြင်းစသည့် အကျိုးကျေးဇူး များရရှိနိုင်မည် ဖြစ်ပါသည်။

ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်

၂၀။ ဦးစီးဌာနအနေဖြင့် စားသုံးသူများအား အခြေခံကျသော စားသုံးသူအခွင့်အရေးများအား သိရှိစေရန်၊ သက်ဆိုင်ရာအစိုးရဌာန၊ အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ထိရောက်စွာ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်နှင့် ဌာနတွင်း ဆက်သွယ်မှုများ လွှင့်မြန်ချောမွေ့မှုရှိရန် ရည်ရွယ်၍ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်ကို ရေးဆွဲထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးအဖွဲ့

၂၁။ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်ကို အကောင်အထည်ဖော်ရန်နှင့် ကြီးကြပ်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးအဖွဲ့ကို ဖွဲ့စည်းဆောင်ရွက်သွားမည်ဖြစ်ပြီး အဆိုပါအဖွဲ့သည် ဌာနတွင်းနှင့် ဌာနပြင်ပ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးလုပ်ငန်းနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးလုပ်ငန်းများကို တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်သည်။ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်ကို အကောင်အထည်ဖော်နိုင်ရေးအတွက် အဆိုပါအဖွဲ့အား လိုအပ်သည့် လေ့ကျင့်သင်ကြားမှုများကို ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

၂၂။ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးအဖွဲ့သည် အောက်ပါလုပ်ငန်းများကို ဦးစားပေး၍ ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) သတင်းမီဒီယာများနှင့် ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ခ) သတင်းမီဒီယာလုပ်ငန်း ဆောင်ရွက်ချက်များ (Pro-active Media Strategies) တိုးတက်ကောင်းမွန်ရေးအတွက် လိုအပ်သည်များ ကြိုတင်ပြင်ဆင် ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ဂ) လူထုလှုပ်ရှားမှုများ (Campaigns)ဆောင်ရွက်ရာတွင် လှုပ်ရှားမှုအလိုက် မောင်းစဉ်တစ်ခုစီ သတ်မှတ်၍ ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ဃ) စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၏ လူမှုဆက်သွယ်ရေးမီဒီယာအား ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရေးဆောင်ရွက်ခြင်း (အကြောင်းအရာနှင့် အဖွဲ့အစည်းစီမံခန့်ခွဲမှု ကာလအလိုက် လုပ်ဆောင်ချက်များ)၊
- (င) ရလဒ်များကို စောင့်ကြည့်ခြင်း (သတင်းမီဒီယာများတွင် သတင်းအချက်အလက် ဖွံ့ဖြိုးမှု၊ Website များနှင့် Facebook ဆန်းစစ်မှုများ၊ စားသုံးသူများ၏ အမြင်သဘောထားကို ဖော်ပြသည့် ဆန္ဒမဲများ၊ စစ်တမ်းများ)၊
- (စ) တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများမှ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးအတွက် တာဝန်ပေးအပ်ထားသော ဝန်ထမ်းများနှင့် ပုံမှန် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ဆ) တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများ၌ ခေတ်နှင့်အညီ ပြောင်းလဲလာသော ဆက်သွယ်ရေး အထောက်အကူပြုပစ္စည်းများ ဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်စေရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ဇ) ဌာနတွင်း ဆက်သွယ်ခြင်း (တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်နှင့် ပြည်ထောင်စုနယ် မြေတိုက် တာဝန်ရှိသူများ နှင့် ချိတ်ဆက်ပြီး အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် သတင်းအချက် အလက်များအား လစဉ်ဖြန့်ဝေခြင်း)၊
- (ဈ) စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အရေးပေါ်အခြေအနေများအတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင် လေ့ကျင့်ထားခြင်း။

ဌာနတွင်းဆက်သွယ်ရေး

၂၃။ ဌာနတွင်းဆက်သွယ်ရေးအနေဖြင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန (ရုံးချုပ်)နှင့် တိုင်းဒေသကြီး သို့မဟုတ် ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများမှ ဝန်ထမ်းများသို့ လစဉ် သတင်းလွှာပေးပို့ခြင်းကို ဆောင်ရွက်သွားမည်ဖြစ်ပြီး အဆိုပါ သတင်းလွှာတွင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အကြံပြုချက်များ၊ သုံးသပ်ချက်များအား လစဉ်ထည့်သွင်း ဖော်ပြသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

ဌာနပြင်ပဆက်သွယ်ရေး

၂၄။ ဦးစီးဌာနအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများကို ထိရောက်စွာဆောင်ရွက်နိုင်ရန်၊ စားသုံးသူ နှစ် နာဆုံးရှုံးမှုများကို အချိန်မီဖြေရှင်းနိုင်ရန်နှင့် သတင်းအချက်အလက်များ လွယ်ကူထိရောက်စွာ ဖလှယ်နိုင်ရေးအ တွက် သက်ဆိုင်ရာကဏ္ဍအလိုက် မိတ်ဖက်ဌာနများနှင့် ပူးပေါင်းချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် Contact Points များ ထားရှိ ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့အပြင် ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံ ကုန်သည်များနှင့် စက်မှုလက် မှု လုပ်ငန်းရှင်များအသင်းချုပ် (UMFCCI)နှင့် အပြန်အလှန်ချိတ်ဆက်၍ စားသုံးသူကာကွယ် ရေးဥပဒေ၊ ဥပဒေပါ စီး ပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များ၏ တာဝန်များ၊ တားမြစ်ချက်များနှင့် ပြစ်မှု၊ ပြစ်ဒဏ်များစသည့် အကြောင်းအရာများအား စီး ပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများသို့ အသိပညာပေးဆွေးနွေးပွဲများ ပြုလုပ်ကျင်းပသွားမည်ဖြစ်ပြီး၊ အဆိုပါ ဆောင်ရွက်မှုအခြေအနေများကို ပြည်သူများသိရှိနိုင်စေရန် မီဒီယာများမှတစ်ဆင့် သတင်းထောင်းပေးမှုများ ထည့်သွင်း ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

Website နှင့် Facebook ကဲ့သို့သော လူမှုကွန်ရက်စာမျက်နှာများ

၂၅။ ဦးစီးဌာန၏ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးအဖွဲ့သည် ဌာန၏ Website ၊ Facebook နှင့် အခြား Social Media Platform တို့တွင် ဆောက်ပါအချက်များအား စိစစ်ကြီးကြပ်ခြင်းကို ဆောင်ရွက်သွားမည်ဖြစ်ပါသည်။

- (က) ဌာနတွင်း အွန်လိုင်း/ အင်တာနက် အသုံးပြုခြင်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ တိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (ခ) Facebook တွင် ဖော်ပြမည့်အကြောင်းအရာနှင့် စပ်လျဉ်းသည့် အစီအစဉ်များ ရေးဆွဲခြင်း၊
- (ဂ) Website တွင် CMS (Content Management System) အသုံးပြုခြင်း၊
- (ဃ) Facebook တွင် ဖော်ပြထားသည့်အကြောင်းအရာနှင့် စပ်လျဉ်း၍ စားသုံးသူများ ပိုမိုသိရှိနိုင်ရေး အတွက် အွန်လိုင်းလှုပ်ရှားမှု (Online Campaign)များ ဆောင်ရွက်ခြင်း၊
- (င) စားသုံးသူများ၏ တုံ့ပြန်မှုရလဒ်များအပေါ် ဆန်းစစ်ခြင်းနှင့် အစီရင်ခံခြင်း၊
- (စ) လက်ရှိလုပ်ဆောင်လျက်ရှိသော ဌာန၏ Mobile Application ကို စီမံခန့်ခွဲခြင်း၊

၂၆။ ဦးစီးဌာန၏ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးအဖွဲ့သည် စားသုံးသူအခွင့်အရေးနှင့် သက်ဆိုင်သည့် Facebook stickers များ ဖန်တီးရေးအတွက် Facebook Team အပါအဝင် Facebook Team နှင့် လက်တွဲဆောင်ရွက်နေသည့် မိတ်ဖက်အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အရေးပေါ်အခြေအနေ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေး

၂၇။ စားသုံးသူများကို ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်စေနိုင်သော ကိစ္စများပေါ်ပေါက်လာပါက ဦးစီးဌာနအနေဖြင့် ထိခိုက်မှု အနည်းဆုံး ဖြစ်စေရေးအတွက် အချိန်နှင့်တစ်ပြေးညီ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်သွားမည်ဖြစ်ပြီး၊ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေး နှင့်စပ်လျဉ်းသော အခက်အခဲများကို ကျော်လွှားနိုင်ရေးအတွက် ဦးစားပေးဆောင်ရွက်ရမည့် အချက်အလက်များကို ကြိုတင်ပြင်ဆင်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

ပုံနှိပ်မီဒီယာ

၂၈။ ဦးစီးဌာန (ရုံးချုပ်)၊ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများသည် စားသုံးသူကာ ကွယ်ရေးဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ချက်များအား Commerce ဂျာနယ်တွင် ပုံနှိပ်ထည့်သွင်း ဖော်ပြလျက်ရှိသည့် အပြင် သတင်းစာ၊ သတင်းလွှာနှင့် လက်ကမ်းစာစောင်များတွင် ထည့်သွင်းဖော်ပြလျက် ရှိပါသည်။

သတင်းထုတ်ပြန်ရေးအတွက် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ခြင်း

၂၉။ ဦးစီးဌာနသည် ဌာန၏ဆောင်ရွက်ချက်များကို ထုတ်ပြန်သွားမည့်အပြင် သတင်းမီဒီယာမှတစ်ဆင့် အခြား လိုအပ်သည့် သတင်းအချက်အလက်များကို မှန်မှန်ကန်ကန် ထုတ်ပြန်နိုင်ရန် အောက်ပါအချက်များကို ဆောင်ရွက် သွားမည် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) သတင်းမီဒီယာသမားများနှင့် ဆက်ဆံရေး ပိုမိုပြေပြစ် ကောင်းမွန်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (ခ) စာနယ်ဇင်းရှင်းလင်းပွဲများ ပြုလုပ်ခြင်းနှင့် သတင်းထုတ်ပြန်ခြင်းများ ဆောင်ရွက်ခြင်း။
- (ဂ) သတင်းမီဒီယာကွန်ရက်ကို အသုံးပြုခြင်း။
- (ဃ) သတင်းမီဒီယာသင်တန်း (Media Training) ပွင့်လှစ်သင်ကြားခြင်း။

ဌာန၏ ဂုဏ်သတင်းတိုးတက်ရေး တည်ဆောက်ခြင်း

၃၀။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနကို အများပြည်သူ ကျယ်ပြန့်စွာသိရှိစေရန်နှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ ဆောင်ရွက်ချက်များအပေါ် ပိုမိုအသိအမှတ်ပြုလာစေရန်အတွက် ကောင်းမွန်သောအုပ်ချုပ်မှု၊ စီမံခန့်ခွဲမှုတို့ဖြင့် အစဉ်ကြိုးပမ်း ဆောင်ရွက်သွားရန်နှင့် တီထွင်ဆန်းသစ်မှုများ ပြုလုပ်သွားရန် လိုအပ်ပါသည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်း အားဖြင့် ဦးစီးဌာနကို မှန်ကန်သော သတင်းအချက်အလက်များ ဖြန့်ဝေပေးသည့် ဌာနတစ်ခုအဖြစ် ပြည်သူများက ယုံကြည်အားကိုးမှု ရရှိလာမည် ဖြစ်ပါသည်။

ရေဒီယိုနှင့် ရုပ်မြင်သံကြား စကားပိုင်းများ (TV and Radio Talkshow)

၃၁။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် ရုပ်မြင်သံကြား ကြည့်ရှုသူပေါင်း များစွာရှိရာ အဆိုပါသတင်းမီဒီယာများတွင် စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးနှင့်စပ်လျဉ်းသော အဓိကအကြောင်းအရာများအား ဖော်ပြပေးခြင်းဖြင့် ဌာနအား ပြည်သူများ ပိုမိုသိရှိ လာစေရန် ဆောင်ရွက်သွားရမည် ဖြစ်ပါသည်။ ဦးစီးဌာနအနေဖြင့် နိုင်ငံပိုင်မီဒီယာဖြစ်သည့် မြန်မာ့အသံနှင့် ရုပ်မြင် သံကြား (MRTV) နှင့် အခြားသော ရုပ်/ သံလွှင့်ဌာနများမှတစ်ဆင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ မှတ်သားစီအစဉ်များ ထုတ်လွှင့်ပြသနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

ဈေးကွက် စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေး အစီအစဉ်

၃၂။ စားသုံးသူများကို ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းမှုမရှိသော၊ ကုန်မာရေးနှင့် ညီညွတ်မှုမရှိသော၊ အရည်အသွေး မပြည့်မီသော ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများ ရယူသုံးစွဲခြင်းမှ ကာကွယ်ပေးနိုင်ရန်အတွက် ဈေးကွက် စောင့် ကြည့်စစ်ဆေးရေး အစီအစဉ်အား ဆောင်ရွက်ခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

၃၃။ ဈေးကွက် စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေး အစီအစဉ်အား မအောက်ဖော်ပြပါ ရည်ရွယ်ချက် ၃ ရပ် ဖြင့် အကောင် အထည် ဖော်ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။

- (က) စားသုံးသူများကို ကာကွယ်ပေးခြင်း၊
- (ခ) စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအတွက် မျှတသောယှဉ်ပြိုင်မှု ဖြစ်ပေါ်စေခြင်း၊
- (ဂ) ယုံကြည်စိတ်ချရသော စီးပွားရေးဝန်းကျင်ကောင်းကို မန်တီးပေးခြင်း။

၃၄။ အဆိုပါ ရည်ရွယ်ချက်များကို စနစ်တကျ ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် စားသုံးသူနှင့်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းရှင်များ အကြား ယုံကြည်မှု ခိုင်မာလာနိုင်မည့်အပြင် ကုန်စည်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအား အရည်အသွေးပြည့်မီစွာ ထုတ် လုပ်ဖြည့်ဆည်းနိုင်မည်ဖြစ်ပြီး ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းမြင့်မားသည့် ဈေးကွက်ကို ဖော်ဆောင်နိုင်မည် ဖြစ်ပါသည်။

စစ်ဆေးရေးအရာရှိ၏လုပ်ငန်းတာဝန်များ

၃၅။ စစ်ဆေးရေးအရာရှိသည် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေး ဆောင်ရွက်ရာတွင် ဦးစီးဌာနကပေးအပ် ထားသည့် လုပ်ငန်းများနှင့် စီမံကိန်းအရ ချမှတ်ထားသည့် လုပ်ငန်းများအပေါ်မူတည်၍ အောက်ပါအတိုင်း ဆောင် ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

- (က) ဈေးကွက်အတွင်း ရောက်ရှိပြီးသော ကုန်စည်များအား စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးခြင်း၊
- (ခ) ဈေးကွက်မဝင်ရောက်မီ ကုန်စည်များအား စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးခြင်း၊
- (ဂ) ဦးစားပေးကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများသတ်မှတ်ပြီး ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးခြင်း၊
- (ဃ) ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်ပေါ်နိုင်မှု အခြေအနေကိုမူတည်၍ ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးခြင်း၊
- (င) စီးပွားရေးလုပ်ငန်းအမျိုးအစားနှင့် အရွယ်အစားအလိုက် ဦးစားပေးသတ်မှတ်၍ ဈေးကွက် စောင့် ကြည့် စစ်ဆေးခြင်း။

၃၆။ စစ်ဆေးရေးအရာရှိသည် တိုင်ကြားလာမှုအပေါ် စုံစမ်းစစ်ဆေးရန် သို့မဟုတ် ဘေးအန္တရာယ်ရှိသည်ဟု ထင် မြင်ယူဆသော ကုန်စည်များအား ဈေးကွက်အတွင်းမဝင်ရောက်မီနှင့် ဈေးကွက်သို့ ရောက်ရှိပြီးနောက် စောင့်ကြည့် စစ်ဆေးနိုင်ရန်နှင့် ဈေးကွက်အတွင်းမှ ပပျောက်စေရန်တို့အတွက် ဆောင်ရွက်ရန်တာဝန်ရှိပါသည်။ ထို့အပြင် ဥပဒေ ပါပြဋ္ဌာန်းချက်များကို ဖောက်ဖျက်ကျူးလွန်နေသည့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များကို စောင့်ကြည့် စစ်ဆေးရန်နှင့် ထိ ရောက်သော အရေးယူဆောင်ရွက်နိုင်ရေးတင်ပြရန် လုပ်ဆောင်ရမည် ဖြစ်ပါသည်။

၃၇။ စစ်ဆေးရေးအရာရှိသည် မိမိတို့၏ လုပ်ဆောင်ချက်များအတွက် တာဝန်ခံရမည်ဖြစ်ပြီး၊ အထူးသဖြင့် ပြည် တွင်း တွင်ထုတ်လုပ်သော ကုန်စည်များနှင့် ပြည်ပမှ ပြည်တွင်းသို့ တင်သွင်းလာသော ကုန်စည်များအကြား ဘက် လိုက်မှုနှင့် ခွဲခြားဆက်ဆံမှုမရှိဘဲ ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့အပြင် စစ်ဆေးရေးအရာရှိသည် ဈေးကွက်

စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းများကို တွင်တွင်ကျယ်ကျယ် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်နှင့် ထိရောက်မှုရှိစေရန် အတွက် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေ၊ နည်းဥပဒေများ၊ စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ (Standard Operating Procedures-SOPs)၊ လမ်းညွှန်ချက် (Guidelines) များနှင့်အညီ ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၏ အခန်းကဏ္ဍ

၃၈။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနသည် ဦးစားပေးကုန်စည်အုပ်စုနှင့် ဝန်ဆောင်မှု အမျိုးအစားများ သတ်မှတ်ပြီး ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းအား စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဥပဒေနှင့်အညီ ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းကို ကာလတိုနှင့် ကာလရှည်စီမံကိန်းများ ညှိမှတ်၍ ဦးစားပေး ကဏ္ဍတစ်ခုအဖြစ် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ဦးစီးဌာနအနေဖြင့် ဈေးကွက်အတွင်းမှ ပြန်လည်သိမ်းဆည်းလာသည့် ဘေးအန္တရာယ်ရှိသော ကုန်စည်များနှင့်ပတ်သက်၍ ဘေးအန္တရာယ် အကဲဖြတ်စစ်ဆေးရေး လုပ်ငန်းစဉ်ကို ဆောင်ရွက်ရာတွင် ကုန်စည်၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာ၊ ကုန်စည်၏ ဘေးအန္တရာယ်ရှိမှု၊ ကုန်စည်၏ ဘေးအန္တရာယ် ဖြစ်ပေါ်နိုင်မှုအား စမ်းသပ်စစ်ဆေးခြင်းနှင့် စံချိန်စံညွှန်းများအရ သတ်မှတ်ခြင်း၊ စားသုံးသူ၏ သုံးစွဲပုံနှင့် အမူအကျင့်၊ ထိခိုက်မှုဖြစ်စဉ်၊ ထိခိုက်မှုအဆင့်၊ ထိခိုက်မှုဖြစ်နိုင်ခြေ၊ ဘေးအန္တရာယ် ဖြစ်ပေါ်နိုင်မှုအား ခွဲခြားသတ်မှတ် ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် ဘေးအန္တရာယ်လျှော့ချနိုင်မည့် အစီအမံများအား ထည့်သွင်းစဉ်းစားဆောင်ရွက် သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ ဘေးအန္တရာယ် ဖြစ်နိုင်ခြေရှိမှုအဆင့်ကို အကဲဖြတ်ရန်အတွက် စမ်းသပ်စစ်ဆေးမှုများအား သက်ဆိုင်ရာ ဝန်ကြီးဌာနများမှ သတ်မှတ်ထားသည့် နည်းပညာဆိုင်ရာ စံချိန်စံညွှန်းများအပေါ် အခြေခံ၍ ဆောင်ရွက်ရ မည် ဖြစ်ပါသည်။

ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးခြင်း

၃၉။ ထုတ်ကုန်လုံခြုံစိတ်ချရမှုနှင့် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးကို ပိုမိုထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် အတွက် အောက်ဖော်ပြပါလုပ်ငန်းများကို စနစ်တကျ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

- (က) ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများ၏ ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းမှု ရှိ/ မရှိကို သတ်မှတ်၍ ကိန်းဂဏန်း အမျက်အလက်များပြုစုပြီး ဆက်စပ်ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည့် ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်နိုင် ခြေရှိမှု အဆင့် (risk level) ကို အကဲဖြတ်ခြင်း၊
- (ခ) လက်တွေ့ကျသော ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းစဉ်ကို အကောင်အထည်ဖော်ခြင်း၊
- (ဂ) နိုင်ငံအလိုက်နှင့် ဒေသတွင်း ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းများကို အကောင်အထည်ဖော်ခြင်းနှင့် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းကို နှစ်စဉ် စီစဉ်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် စီမံချက်မူကြမ်းရေးဆွဲခြင်း၊ စောင့်ကြည့် ထိန်းကျောင်းခြင်းနှင့် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခြင်းအား သင့်လျော်သောနည်းလမ်းများကို အသုံးပြု၍ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။

၄၀။ ဦးစီးဌာနသည် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းစဉ်အား အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နေသည့် စစ်ဆေးရေးအရာရှိများအတွက် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအပေါ် အခြေခံ၍ လိုအပ်သည့်သင်တန်းများ အထောက်အပံ့များ စီစဉ်ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

ဦးစားပေးအစီအစဉ်သတ်မှတ်ခြင်း

၄၁။ ဈေးကွက်အတွင်း ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုအမျိုးမျိုးရှိသဖြင့် ဈေးကွက်၏ နေရာအားလုံးကို တစ်ချိန် တည်းတွင် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ဆောင်ရန် အကန့်အသတ်ရှိပါသည်။ ထို့ကြောင့် စစ်ဆေးရေးအရာရှိ များအနေဖြင့် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းစဉ်များအား စီစဉ်ဆောင်ရွက်ရန်နှင့် ဦးစားပေး ကာရှာထလိုက် အသုံးပြုမည့် အရင်းအမြစ်များအား ထိရောက်စွာ ဖြေဝသုံးစွဲနိုင်ရေး ချွေးချယ်ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ် ပါသည်။

စီစဉ်ဆောင်ရွက်ခြင်း

၄၂။ ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေး လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ရာတွင် လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်ဆင့်ကို စနစ်တကျ ဆောင် ရွက်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။ အဆိုပါ လုပ်ငန်းစဉ်များတွင် စစ်ဆေးခြင်း၊ နမူနာကောက်ယူခြင်း၊ ဓာတ်ခွဲ စစ်သပ် ခြင်း၊ ရလဒ်များကို အကဲဖြတ်ခြင်းနှင့် ဥပဒေကြောင်းအရ အရေးယူဆောင်ရွက်ခြင်း စသည့်ကိစ္စရပ်များ ပါဝင်မည် ဖြစ်ပါသည်။

စားသုံးသူနစ်နာမှုများအပေါ် အရေးယူဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်

၄၃။ ဌာနအနေဖြင့် စားသုံးသူအခွင့်အရေးနှင့် အကျိုးစီးပွားကို ကာကွယ်ပေးနိုင်ရန်၊ ဘေးအန္တရာယ်ရှိသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာသည့် စားသုံးသူထိခိုက်နစ်နာဆုံးရှုံးမှုများကို ဥပဒေနှင့်အညီ ထိရောက် လျင်မြန်စွာ ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန်၊ လက်ရှိဆောင်ရွက်နေသည့် အခြားနည်းလမ်းဖြင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းရေးစနစ် (Alternative Dispute Resolution-ADR)အား ခေတ်နှင့်အညီ ပိုမိုကောင်းမွန်ထိရောက်မှုရှိအောင် အဆင့်မြှင့်တင် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်၊ စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများအား ဖြေရှင်းရာတွင် ဓဉ်ကြေးကုန်ကျမှု သက်သာပြီး မြန်ဆန်ထိရောက်မှုရှိသည့် နိုင်ငံအဆင့် အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းရေးစနစ် (National Online Dispute Resolution-ODR) ကို တည်ထောင်သွားနိုင်ရန်နှင့် နိုင်ငံခြံတ်ကျော် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများအား ဖြေရှင်းရာတွင် လွယ်ကူစေရန်အတွက် အာဆီယံဒေသတွင်း နယ်စပ်ခြံတ်ကျော် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ကိစ္စရပ်များကို အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် ဖြေရှင်း ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည့် ASEAN Online Dispute Resolution Network အထိ တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်နိုင်စေရန်အတွက် စားသုံးသူနစ်နာမှုများ အပေါ်အရေးယူဆောင်ရွက်ရေး အစီအစဉ်ကို ရည်ရွယ်ရေးဆွဲထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်

၄၄။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအရ မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်သည် အပြိုင်ဆုံး အဖွဲ့အစည်းဖြစ်ပြီး စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ မူဝါဒများရေးဆွဲခြင်းနှင့် အစီအမံများ ချမှတ်ခြင်းတို့ကို ဦးဆောင် အမိန့်ကဏ္ဍမှနေ၍ ဆောင်ရွက်လျက် ရှိပါသည်။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများအား တစ်နိုင်ငံလုံးအတိုင်းအတာဖြင့် ပိုမိုထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် စားသုံးသူရေးရာကော်မတီများကို တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်နှင့် ပြည်ထောင်စုနယ်မြေတို့တွင် ဖွဲ့စည်းထားပါသည်။ ထို့အပြင် တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်နှင့် ပြည်ထောင်စုနယ်မြေတို့တွင် ခရိုင်စားသုံးသူရေးရာ ကော်မတီများကို ဖွဲ့စည်းနိုင်ရေးအတွက် စီစဉ်ဆောင်ရွက်လျက် ရှိပါသည်။

စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၊ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေဦးစီးမှူးရုံးများ

၄၅။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၊ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများသည် စားသုံးသူ တိုင်ကြားမှုများကို ဖေ့စပိတ်နိုင်ငံဖြေရှင်းပေးရန် တာဝန်ရှိပါသည်။ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများသည် ဖြေရှင်းပြီးစီးမှုများကို စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနရုံးချုပ်နှင့် သက်ဆိုင်ရာ စားသုံးသူရေးရာကော်မတီများသို့ တင်ပြသွားရမည် ဖြစ်ပါသည်။ လုပ်ငန်းရှင်များအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေတွင် ပြဋ္ဌာန်းထားသည့် ပုဒ်မ ၂၁ "စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များ၏ တာဝန်များ"၊ ပုဒ်မ ၂၄ နှင့်ပုဒ်မ ၂၅ " ကုန်စည်နှင့်စပ်လျဉ်း၍ အာမခံပေးထားမှုအပေါ် စားသုံးသူက တောင်းဆိုနိုင်သည့် အခွင့်အရေး"၊ ပုဒ်မ ၂၇ " ဝန်ဆောင်မှု လုပ်ငန်းများ၏ အာမခံချက်နှင့် စပ်လျဉ်း၍ စားသုံးသူက တောင်းဆိုနိုင်သည့် အခွင့်အရေး " စသည်တို့ကို ပေးအပ်ရန် ပျက်ကွက်ပါက ပုဒ်မ ၅၂ အရ အောက်ဖော်ပြပါ စီမံခန့်ခွဲမှု ပြစ်ဒဏ်တစ်ရပ်ကိုဖြစ်စေ၊ တစ်ရပ်ထက် ပို၍ဖြစ်စေ ချမှတ်ဆောင်ရွက် သွားမည် ဖြစ်ပါသည်-

- (က) သတိပေးခြင်း၊
- (ခ) ပြန်လည်ပြင်ဆင်ပေးခြင်း၊

- (ဂ) အစားထိုး ပြင်ဆင်ပေးခြင်း၊
- (ဃ) ဆုံးရှုံးမှုတန်ဖိုးနှင့်အညီ ငွေပြန်လည်ပေးစေခြင်း၊

စားသုံးသူရေးရာကော်မတီ

၄၆။ စားသုံးသူရေးရာကော်မတီသည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများ ဆောင်ရွက်ရန်အတွက် လိုအပ်ပါက သက်ဆိုင်ရာ အစိုးရဌာနနှင့် အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများ၏ အကြံဉာဏ်များ ရယူသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

၄၇။ ကော်မတီသည် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်းသည့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများကို ဖြေရှင်း နိုင်ရန်နှင့် စားသုံးသူကို ခုခံခံဆုံးရှုံးမှု ဖြစ်စေနိုင်သည့် သို့မဟုတ် ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်စေနိုင်သည့် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို ခုံစမ်းနိုင်ရန်အတွက် လိုအပ်ပါက ခုံစမ်းစစ်ဆေးရေးအဖွဲ့ကို ဖွဲ့စည်းတာဝန် ပေးအပ်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

၄၈။ ကော်မတီသည် တည်ဆဲဥပဒေနှင့် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများနှင့်အညီ ခုံစမ်းစစ်ဆေးရေးအဖွဲ့မှ အတည်ပြု စုစည်းထားသည့် အချက်အလက်များအပေါ် အခြေခံ၍ ဆုံးဖြတ်ချက် ချမှတ်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ခုံစမ်းစစ်ဆေးပြီး နောက် ကော်မတီအနေဖြင့် ပုဒ်မ ၂၁၊ ၂၄၊ ၂၅၊ ၂၇ ပါ ပြဋ္ဌာန်းချက်နှင့် အခန်း ၂၃ ပါ တားမြစ်ချက်များမှအပ စားသုံး သူ ကာကွယ်ရေးဥပဒေပါ ပြဋ္ဌာန်းချက်တစ်ရပ်ရပ်ကို ဖောက်ဖျက်ကြောင်း တွေ့ရှိပါက-

- (က) ခုခံခံဆုံးရှုံးမှုများအတွက် သတ်မှတ်ထားသော လျော်ကြေးငွေပေးစေခြင်း၊
- (ခ) ဒဏ်ကြေးငွေချမှတ်ခြင်း၊
- (ဂ) အငြင်းပွားလျက်ရှိသော ကုန်စည်ရောင်းချခြင်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုကို ကာလအကန့်အသတ် ဖြင့် တားမြစ်ခြင်း၊
- (ဃ) လုပ်ငန်းလိုင်စင်အား ယာယီပိတ်သိမ်းခြင်း သို့မဟုတ် အမြဲတမ်း ပိတ်သိမ်းခြင်းကို လိုအပ်ပါက သက် ဆိုင်ရာအစိုးရဌာနက ပြုလုပ်နိုင်ရန် ညှိနှိုင်းဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

တိုင်ကြားခြင်း

၄၉။ စားသုံးသူသည် ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနှင့်စပ်လျဉ်း၍ ခုခံခံဆုံးရှုံးမှု တစ်ရပ်ရပ်ကို တိုင်ကြားလိုပါက လူကိုယ်တိုင်ဖြစ်စေ၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသင်းအဖွဲ့များမှတစ်ဆင့်ဖြစ်စေ၊ လူထုဆက်သွယ်ရေးနည်းလမ်းများဖြစ်သည့် တယ်လီဖုန်းဖြင့်ဖြစ်စေ၊ သီရိမေးလ်ဖြင့်ဖြစ်စေ၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၏ Website ဖြစ်သော (www.doca.gov.mm) မှတစ်ဆင့် ဖြစ်စေ၊ DOCA Myanmar Mobile Application မှဖြစ်စေ၊ ဦးစီးဌာနနှင့် ဦးစီးမှူးရုံးများက တရားဝင် ဖွင့်လှစ်ထားသည့် Facebook Page ၏ Messenger များမှဖြစ်စေ တိုင်ကြားနိုင်ပါသည်။

စားသုံးသူတိုင်ကြားမှု အချက်အလက်များအား ထိန်းသိမ်းဆောင်ရွက်ခြင်း

၅၀။ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများရှိ စားသုံးသူသတင်း ပြန်ကြားရေးနှင့် တိုင်ကြားမှု လက်ခံဆောင်ရွက်ရေးစင်တာအနေဖြင့် တိုင်ကြားမှုမှတ်တမ်းများကို စနစ်တကျ သိမ်းဆည်းထားရမည် ဖြစ်ပြီး၊ လက်ခံရရှိသော စားသုံးသူတိုင်ကြားမှု သတင်းအချက်အလက်များနှင့် ကိန်းဂဏန်းအချက်အလက် အကျဉ်းချုပ်ကို

စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနသို့ လစဉ်ပေးပို့သွားရမည် ဖြစ်ပါသည်။ လက်ခံရရှိသော စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများနှင့် ယခင် လအတွင်းက ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ခဲ့သော အရေးယူဆောင်ရွက်မှု အကျဉ်းချုပ်ကို လစဉ် သတ်မှတ်ရက်အတွင်း ပေးပို့ ရမည် ဖြစ်သည်။ တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးရုံးများသည် စားသုံးသူ တိုင်ကြားမှုများ အပေါ် ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ခဲ့သည့် အစီရင်ခံစာများကို စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနသို့ သတ်မှတ်ထားသည့်အတိုင်း ပေး ပို့သွားရမည် ဖြစ်ပါသည်။

CICC ၏ အခန်းကဏ္ဍ

၅၁။ စားသုံးသူ သတင်းအချက်အလက်ပြန်ကြားရေးနှင့် တိုင်ကြားမှုလက်ခံဆောင်ရွက်ရေးစင်တာ (CICC) သည် တိုင်းဒေသကြီး၊ ပြည်နယ်၊ ပြည်ထောင်စုနယ်မြေ ဦးစီးမှူးထံမှ လမ်းညွှန်မှုခံယူ၍ မိမိတို့လက်ခံရရှိသော၊ ဖြေရှင်းပြီး စီးသော တိုင်ကြားမှုများ၊ စုံစမ်းစစ်ဆေး တွေ့ရှိမှုများအား ရုံးချုပ်သို့ သတ်မှတ်ထားသည့်အတိုင်း အစီရင်ခံစာမည် ဖြစ် သည်။ ထို့အပြင် စားသုံးသူများထံသို့ သတင်းအချက်အလက်များ ပိုမိုဖြန့်ဝေနိုင်ရန်နှင့် တိုင်ကြားမှုများ ပိုမိုအဆင်ပြေ ချောမွေ့စေရန်အတွက် CICC များနှင့်ပတ်သက်၍ လိုအပ်သည့် အဆင့်မြှင့်တင်မှုများ ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

၅၂။ အနာဂတ်တွင် စားသုံးသူရေးရာကော်မတီများနှင့် ဦးစီးမှူးရုံးများသည် အရပ်ဘက်အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ပူး ပေါင်း၍ စားသုံးသူဆိုင်ရာ အကြံပြုချက်များနှင့် ညှိနှိုင်းဖြေရှင်းပေးမှုများအား ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

၅၃။ ဦးစီးဌာနသည် စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို လက်ရှိ လက်ခံဆောင်ရွက်နေသည့် နည်းလမ်းများအပြင် Hotline, Call Center, User Friendly Toolkits စသည့်နည်းလမ်းများဖြင့် လက်ခံနိုင်ရေးအတွက် ဆောင်ရွက်သွား မည် ဖြစ်ပါ သည်။

စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းရေးဆိုင်ရာ စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်းရေးဆွဲခြင်း

၅၄။ ဦးစီးဌာနသည် စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို စနစ်တကျ ထိရောက်စွာ ဖြေရှင်းပေးနိုင်ရေးအတွက် စားသုံးသူ အငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းရေးဆိုင်ရာ စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်းတစ်ရပ် ရေးဆွဲဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

Online မှတစ်ဆင့် အငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းသည့် စနစ်တစ်ရပ်ထူထောင်ခြင်း

၅၅။ တိုးတက်ပြောင်းလဲလာသည့် ခေတ်စနစ်နှင့်အညီ စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများကို ငွေကြေးကုန်ကျစရိတ် သက်သာစွာဖြင့် လျင်မြန်စွာ ဖြေရှင်းနိုင်ရန်အတွက် National Online Dispute Resolution System ကို အဆင့်မြှင့် တင် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့အပြင် အာဆီယံစားသုံးသူကာကွယ်ရေး မဟာဗျူဟာလုပ်ငန်းစီမံချက် (၂၀၁၆-၂၀၂၅)၏ မဟာဗျူဟာရည်မှန်းချက်- ၃ အရ အာဆီယံဦးပွားရေးအသိုက်အဝန်းနှင့် နိုင်ငံခြံတော်ကွက် ကူးသန်း ရောင်းဝယ်ရေးလုပ်ငန်း များတွင် စားသုံးသူယုံကြည်မှု မြင့်မားစေရန်အတွက် အာဆီယံဒေသတွင်း စားသုံးသူ အငြင်း ပွားမှုများအား အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် ဖြေရှင်းသည့်စနစ် (ASEAN Online Dispute Resolution System)အား တည် ထောင်နိုင်ရေးအတွက် အခြား အာဆီယံအဖွဲ့ဝင် နိုင်ငံများနှင့် အတူတကွ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

နိဂုံး

၅၆။ အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ် (NCPF) သည် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများကို တစ်နိုင် င်လုံးအတိုင်းအတာဖြင့် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဆောင်ရွက်နိုင်စေရန် ကောင်းမွန်ထိရောက်သည့် မူဝါဒ အထောက်အပံ့ ဖြစ်လာမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဦးစီးဌာနနှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကို တက်ကြွစွာ ဆောင်ရွက် နေသည့် အသင်းအဖွဲ့များအကြား ထိရောက်စွာ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်းအားဖြင့် စားသုံးသူများသည် ယင်းတို့၏ အခွင့်အရေးနှင့် အကျိုးစီးပွားကို အပြည့်အဝရယူနိုင်ခြင်း၊ ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှု များအား ဝယ်ယူရရှိနိုင်ခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်နိုင်ပြီး စားသုံးသူများ၏ စားသုံးသူဆိုင်ရာ အသိပညာမြင့်မားမှုအား တိုးမြှင့် ဖော်ဆောင်လာနိုင်မည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် လက်ရှိအကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်မည့် အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်မှ ရရှိသည့် ရလဒ်များအပေါ်အခြေခံ၍ နောင်တွင် လည်း အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ် (NCPF) နည်းတူ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်များကို ထပ်မံ ဖော်ဆောင်သွားမည်ဖြစ်ပြီး၊ စားသုံးသူများ၏ စားသုံးသူဆိုင်ရာ အသိပညာမြင့်မားသည့် ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခု ဖြစ် အောင် အားထုတ်ကြိုးပမ်း ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် နီးစွယ်နေသည့် သက်ဆိုင် ရာ နယ်ပယ်အသီးသီးမှ တာဝန်ရှိသူများအနေဖြင့်လည်း ရှေ့ဆက်လက်ဆောင်ရွက်ရမည့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး အစီအစဉ်များအား ပိုမိုကောင်းမွန်ထိရောက်စွာ လိုက်ပါဖော်ဆောင်သွားနိုင်မည်ဟု ယုံကြည်ပါသည်။

အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ် (၂၀၂၁-၂၀၂၅) အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးလုပ်ငန်းစီမံချက်

အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ် (၂၀၂၁-၂၀၂၅) တွင်ပါရှိသည့် အဓိကလုပ်ငန်းစဉ် ၅ ရပ်ကို အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ရန်အတွက် လုပ်ငန်းစဉ်များ အလိုက်လုပ်ငန်းစီမံချက်များကို အသေးစိတ်ရေးဆွဲ ထားပါသည်။ အဆိုပါ လုပ်ငန်းစီမံချက်များကို ဦးစားပေးအစီအစဉ်အလိုက် ထိရောက်စွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးအတွက် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနသည် သက်ဆိုင်ရာအဖွဲ့အစည်းများ၊ အဖွဲ့အစည်းများ၊ အဖွဲ့အစည်း မဟုတ်သည့် အသင်းအဖွဲ့များနှင့် ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ညှိနှိုင်း ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။

အမျိုးသားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအစီအစဉ်(၂၀၂၁-၂၀၂၅)အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်နိုင်ရေးလုပ်ငန်းစီမံချက်

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကျိုးကြောင်းခေတ်ပြေဖွဲ့	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်ရွက်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်သူနှင့်အဖွဲ့ အစည်းများ
၁	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးပူးပေါင်းမှုများ ဖွံ့ဖြိုးရေးနှင့် အထောက်အကူပြုရေးစီအစဉ်						
၁.၁	အီလက်ထရောနစ် ကုန်စည် ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှု (E-commerce)နှင့်ပတ်သက်၍ စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ မူဘောင်များ ဖော်ထွန်းလာရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။	အာဆီယံစားသုံးသူကာကွယ်ရေး မဟာဗျူဟာလုပ်ငန်းစီမံချက် (၂၀၁၆-၂၀၂၅) အရ အဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံများ အနေဖြင့် အီလက်ထရောနစ် ကုန်စည် ကူးသန်း ရောင်းဝယ်မှုများတွင် စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများအား အရေးကြီးသော အစိတ်အပိုင်းတစ်ခု အနေဖြင့် ထည့်သွင်းဆောင်ရွက်ရန် ဖော်ပြပါရှိပါသည်။ အီလက်ထရောနစ် ကုန်စည်ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှုတွင် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များ လိုက်နာရ မည့်သတ်မှတ်ချက်များနှင့် စားသုံး သူများ၏ အခွင့်အရေးနှင့် အကျိုး စီးပွားကို ကာကွယ်ရန် အခြေခံ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ ဖွဲ့စည်းနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	E-Government ၏ အစိတ် အပိုင်း တစ်ခုအနေဖြင့် အီလက်ထရောနစ် ကုန်စည် ကူးသန်းရောင်းဝယ်မှုတွင် E-commerce Operation Guidelines နှင့် ပုဂ္ဂိုလ်ရေး ဆိုင်ရာ သတင်းအချက် အလက် လုံခြုံရေးလမ်းညွှန် ချက်များ (Guidelines for Data Privacy) အပါအဝင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဆိုင်ရာ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက်များ ထုတ်ပြန်ခြင်း။	၂၀၂၁	ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ဝန်ကြီးဌာန၊ စီးပွား ရေးနှင့် ကူးသန်း ရောင်းဝယ်ရေး ဝန်ကြီးဌာန၊ စီမံကိန်း ဘဏ္ဍဝရေး နှင့် စက်မှုဝန်ကြီး ဌာန၊ မြန်မာနိုင်ငံတော် ဝဟိုဘဏ်၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက် မှားတံ့မှ နည်းပညာ အထောက်အပံ့ရ ယူခြင်း။	ကုန်သွယ်ရေးဦးစီး ဌာန၊ စားသုံးသူရေး ရာဇဦးစီးဌာန၊ ရွှေရေးကြေးရေး ကြံ့ကြပ်စစ်ဆေး ရေးဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကန့်သတ်ချက်/မော်ဒယ်	ဦးစားပေးမှု (၁-၂-၃)	ဆောင်ရွက်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်မည့်ဌာနအဖွဲ့အစည်းများ
၁.၂	စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဥပဒေအား ထောက်ခံအထောက်အထား ဆောင်ရွက်ပြီး နောက် ၅ နှစ်တစ်ကြိမ် ပြန်လည် သုံးသပ်ခြင်းနှင့် ဥပဒေအားပြန်လည် ပြင်ဆင်နိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအား ရရှိသည့် သင်ခန်းစာများနှင့် အတွေ့အကြုံများအပေါ် အခြေခံ၍ ပြန်လည် ပြင်ဆင်သွားမည်ဖြစ်ပြီး ကာလလယ် သုံးသပ်မှုအား နိုင်ငံတကာအလေ့အထ များနှင့် အာဆီယံလမ်းညွှန်ချက်များ နှင့်အညီ (၂၀၂၂-၂၀၂၃) အတွင်း ပြုလုပ် သွားမည် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဥပဒေအား ပြင်ဆင်ခြင်းနှင့် လိုအပ်ပါက စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးဥပဒေအစီအမံ အား ပြဋ္ဌာန်းခြင်း။	၂၀၂၂-၂၀၂၅	သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များထံမှ နည်းပညာ အထောက်အပံ့ ရယူခြင်း။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။
၁.၃	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးလုပ်ငန်းများ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် စားသုံးသူမူဝါဒတိုင်းဆိုင်ရာ အထောက်အကူပြု သုတေသန လုပ်ငန်းများ၊ စွမ်းဆောင်ရည်မြှင့် တင်ရေးဆိုင်ရာ သင်တန်းများနှင့် အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများအား စဉ်ဆက်မပြတ် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူများ၏ စားသုံးမှုပုံစံ၊ အလေ့အထများနှင့် အသိပညာ မြှင့်တင်ရေးအတွက် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာမူဝါဒ များတွင် သုတေသနလုပ်ငန်းများ၊ သင်တန်းများနှင့် အလုပ်ရုံဆွေးနွေး ပွဲများအား စဉ်ဆက်မပြတ် မြှင့်တင် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	သုတေသနရလဒ်များအပေါ် သုံးသပ်ခြင်းများ ပြုလုပ်ခြင်းနှင့် စွမ်းဆောင် ရည်မြှင့်တင်ရေးဆိုင်ရာ သင်တန်းများနှင့် အလုပ်ရုံ ဆွေးနွေးပွဲများ ကျင်းပပြု လုပ်ခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၅	သက်ဆိုင်ရာဌာန များ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များ၊ အစိုးရမဟုတ်သော အဖွဲ့အစည်းများ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့် ဆက်စပ်ဝန်ကြီး ဌာနများ။

စဉ်	မဟာဗုဒ္ဓဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ ဝင်စည်းများ
၁.၄	စားသုံးသူများအား ထင်ယောင် ထင်မှားဖြစ်စေသည့် ကြော်ငြာ များနှင့်ပတ်သက်၍ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက် သို့မဟုတ် လုပ်ထုံး လုပ်နည်းများ ထုတ်ပြန်ပြဋ္ဌာန်း နိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေတွင် ကြော်ငြာကဏ္ဍနှင့်စပ်လျဉ်း၍ အဖျက်အလက်အမျိုးကို ခေတ်ပြောင်း သော်လည်း ထင်ယောင်ထင်မှား ဖြစ်စေသည့် ကြော်ငြာများ ပပျောက် စေရန်အတွက် ပိုမိုတိကျသည့် ပြဋ္ဌာန်းချက်များ ထပ်မံထည့်သွင်း ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	ထင်ယောင်ထင်မှား ဖြစ်စေသည့် ကြော်ငြာများ နှင့်ပတ်သက်၍ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက် သို့မဟုတ် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ ထုတ်ပြန်ပြဋ္ဌာန်းခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၂	စီးပွားရေးနှင့် ကုသန်းရောင်းဝယ် ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြန်ကြားရေးဝန်ကြီး ဌာန၊ ကျန်းမာရေး နှင့် အားကစား ဝန်ကြီးဌာန အပါအဝင် အခြား ဆက်စပ်ဝန်ကြီးဌာန များ ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက် များထံမှ နည်းပညာ အထောက်အပံ့ ရယူခြင်း။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီး ဌာနနှင့် ဆက်စပ် ဝန်ကြီးဌာနများ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းစေတီခြေချက်	ဦးစားပေးမှု (၁-၂-၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်မည့်ဌာနအဖွဲ့၊ ဝန်ထမ်းများ
၁.၅	မျှတမှုမရှိသည့် စာချုပ်စာတမ်းဆိုင်ရာ ဝေါဟာရများနှင့်ပတ်သက်၍ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက် သို့မဟုတ် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ ပေါ်ထွန်းလာစေရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူများအနေဖြင့် မျှတမှုမရှိသည့် စာချုပ်စာတမ်းဆိုင်ရာ ဝေါဟာရများနှင့်ပတ်သက်၍ ဝိုပိုသိရှိနားလည်စေရန်နှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များအနေဖြင့် စီးပွားရေးကျင့်ဝတ်များအပြင် စားသုံးသူများနှင့် စာချုပ်ချုပ်ဆိုရာတွင် စာချုပ်ပါ စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများအား မျှတမှန်ကန်မှုရှိစေရန်အတွက် ဆောင်ရွက်သွားရန်ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	မျှတမှုမရှိသည့် စာချုပ်စာတမ်းဆိုင်ရာ ဝေါဟာရများနှင့်ပတ်သက်၍ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက် သို့မဟုတ် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ ထုတ်ပြန်ပြဋ္ဌာန်းခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	စီးပွားရေးနှင့် ကူးသန်းရောင်းဝယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ပြည်ထောင်စု ရှေ့နေချုပ်ရုံး အစိုးရ-ပုဂ္ဂလိက ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု (PPP) အာဆီယံစားသုံးသူ ကာကွယ်ရေး ကော်မတီ (ACCPI)။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန ၊ ကုန်သွယ်ရေး ဦးစီးဌာန (ယှဉ်ပြိုင်မှု ကော်မရှင်)
၁.၆	ဦးစားပေး ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများနှင့်ပတ်သက်၍ အရည်အသွေးပြည့်ဝသည့် စံချိန်စံညွှန်းများအား တိုးတက်ဆောင်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စက်ရုံများအနေဖြင့် ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်း၍ အရည်အသွေးမြင့်မားသည့် ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအား စားသုံးသူများထံသို့ ပေးအပ်နိုင်ရေးအတွက် စံချိန်စံညွှန်းများ ထုတ်ပြန်နိုင်ရေး ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။ စံချိန်စံညွှန်းများသည် B2C အငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းရေးကို ဆောင်ရွက်ရာတွင် အခြေခံကျသော အစိတ်အပိုင်းများ ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	ဦးစားပေး ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများအတွက် အရည်အသွေးပြည့်ဝသည့် စံချိန်စံညွှန်း အမျိုးမျိုးအား ထုတ်ပြန်ပြဋ္ဌာန်း၍ လက်တွေ့အသုံးပြုခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၅	သုတေသနနှင့် တီထွင်ဆန်းသစ်မှု ဦးစီးဌာန၊ စီမံကိန်း ဘဏ္ဍာရေးနှင့် စက်မှုဝန်ကြီးဌာန၊ လျှပ်စစ်နှင့်စွမ်းအင် ဝန်ကြီးဌာန၊ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးအဖွဲ့ (CI)။	ပညာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ စီမံကိန်း ဘဏ္ဍာရေးနှင့် စက်မှုဝန်ကြီးဌာန၊ စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့်အခြား ဆက်စပ်ဝန်ကြီးဌာနများ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်၊ ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ အစည်းများ
						စားသုံး သူရေး ရာဦးစီးဌာန။	
၁.၇	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များအား တစ်စုတစ်စည်းတည်း ဖော်ပြ ပေးနိုင်မည့် ခြေ (Integrated Information Platform) တည်ဆောက်ခြင်း။	သက်ဆိုင်ရာ အစိုးရဌာနများ၊ အစိုးရ မဟုတ်သော အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ပူးပေါင်း၍ စားသုံးသူအသိပညာပေး မှုများ၊ ထုတ်ကုန်လုံခြုံစိတ်ချရမှု ဆိုင်ရာကိစ္စရပ်များ စားသုံးသူ တိုင်ကြားမှုများအား တစ်စုတစ်စည်း တည်းဖော်ပြပေးနိုင်မည့် ခြေအား တည်ဆောက်သွားရန် ပြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဆိုင်ရာ သတင်းအချက် အလက်များအား တစ်စု တစ်စည်းတည်း ဖော်ပြပေး နိုင်မည့်ခြေအား အကောင် အထည်ဖော် တည်ဆောက် ခြင်း၊ စမ်းသပ်ခြင်းနှင့် စတင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	သက်ဆိုင်ရာဌာန များ၊ အစိုးရမဟုတ် သောအဖွဲ့အစည်း များ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့် ဆက်စပ်ဝန်ကြီး ဌာနများ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်၊ ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ အစည်းများ
၁.၈	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့်ပတ်သက် ၍ ငွေကြေးဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက် သို့မဟုတ် လုပ်ထုံး လုပ်နည်းများ ထုတ်ပြန်ပြဋ္ဌာန်းနိုင် ရေးအတွက် သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီး ဌာနများနှင့်ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ငွေကြေး ဝန်ဆောင်မှုစာချုပ် မချုပ်ဆိုမီ ဝန်ဆောင်မှုပေးအပ်သူ (Service provider) များထံမှ မှန်ကန်ပြည့်စုံသည့် သတင်းအချက်အလက်များ ရရှိရမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူများသည် အစမ်းသုံးကာလ (cooling-off period) အတွင်း စာချုပ်မှ ခွတ်ထွက်နိုင်ပါသည်။ ဝန်ဆောင်မှုပေး အပ်သူများအနေဖြင့် ဝန်ဆောင်မှုနှင့် ပတ်သက်၍ အတင်း အကျပ်ရေးကွက် ရှာဖွေခြင်းမျိုးအား ရှောင်ကြဉ်ရမည်ဖြစ် ပါသည်။ ဝန်ဆောင်မှုပေးအပ်သူများသည် စားသုံးသူများထံသို့ ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများအား ဖုန်း/ အီးမေးလ်မှတစ်ဆင့် အတင်းအကျပ် ရောင်းချရန် ကမ်းလှမ်းခြင်းမျိုးကို ရှောင်ကြဉ်ရမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူ များအား တာဝန်ယူမှုမရှိသည့် ဘဏ္ဍာရေး ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာ ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်း ကြောင့် စားသုံးသူများအား ကြွေးမြီတင် စေမည့်အခြေအနေများမှ ကာကွယ်ပေး ရေး ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးနှင့် ပတ်သက်၍ ငွေကြေးဝန် ဆောင်မှုဆိုင်ရာ အမိန့်၊ ညွှန်ကြားချက် သို့မဟုတ် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများထုတ် ပြန်ပြဋ္ဌာန်းနိုင်ရေးအတွက် သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာနများ နှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု ပိုမိုတိုးတက်လာခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	မြန်မာနိုင်ငံတော် ဗဟိုဘဏ်၊ စီမံကိန်း၊ ဘဏ္ဍာရေးနှင့် စက်မှု ဝန်ကြီးဌာန၊ ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များ။	မြန်မာနိုင်ငံတော် ဗဟိုဘဏ်၊ စားသုံးသူ ရေးရာဦးစီးဌာန၊ ငွေရေးကြေးရေး ကြံ့ကြပ်စစ်ဆေး ရေးဦးစီးဌာန၊ ပုဂ္ဂလိက ကဏ္ဍရှိ သက်ဆိုင်ရာ အဖွဲ့အစည်းများ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကန့်သတ်ချက်/မော်ဒယ်	ဦးစားပေးမှု (၁-၂-၃)	ဆောင်ရွက်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့အစည်းများ
၁.၉	ဘတ်စ်ကား၊ မီးရထား၊ ပင်လယ် ရေကြောင်း၊ ပြည်တွင်းရေကြောင်းများတွင် လိုက်ပါစီးနင်းသွားလာနေကြသည့် ခရီးသည်များ၏ အခွင့်အရေးများနှင့်ပတ်သက်၍ သက်ဆိုင်ရာ ဌာနအလိုက် ဥပဒေများ ထုတ်ပြန်ပြဋ္ဌာန်းနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။	ခရီးသွားများ(စားသုံးသူ/ပြည်သူများ) အနေဖြင့် ဥပဒေနှင့်အညီ ရယူခွင့်ရှိသည့်အခွင့်အရေးများ(ဘေးအန္တရာယ်ကင်းရှင်းခွင့်၊ ရွေးချယ်နိုင်ခွင့်၊ အရည်အသွေးရှိသည့် ဝန်ဆောင်မှုများ ရရှိခွင့်၊ ခရီးစဉ် ဖျက်သိမ်းခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ ခလုတ်ကြေးငွေရရှိခွင့် စသည်) အား အပြည့်အဝရရှိနိုင်ရေးအတွက် သက်ဆိုင်ရာ ကဏ္ဍအလိုက် စည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ ပြဋ္ဌာန်းနိုင်ရေး တွန်းအားပေးဆောင်ရွက်သွား ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	ပို့ဆောင်ရေးကဏ္ဍ အသီးသီး ရှိဥပဒေများ (ကုန်းလမ်းပို့ဆောင်ရေး၊ မီးရထား၊ လေကြောင်း၊ ပြည်တွင်း ရေကြောင်း၊ အစရှိသဖြင့်) တွင် ခရီးသွား (စားသုံးသူ/ပြည်သူ)များအတွက် ဥပဒေနှင့်အညီ စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးကိစ္စရပ်များ ထည့်သွင်းဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ဝန်ကြီးဌာန၊ စည်ပင်သာယာရေး ကော်မတီ/ အဖွဲ့များ၊ ဟိုတယ်နှင့် ခရီး သွားလာရေးဝန်ကြီး ဌာန။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၊ ပို့ဆောင် ရေးနှင့်ဆက်သွယ် ရေးဝန်ကြီးဌာန၊ စည်ပင်သာယာရေး ကော်မတီ/ အဖွဲ့များ၊ ဟိုတယ်နှင့်ခရီး သွားလာရေးဝန်ကြီး ဌာန။
၂ စားသုံးသူအသိပညာပေးရေးအစီအစဉ်							
၂.၁	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေတွင် ပြဋ္ဌာန်းထားသည့် မော်ဒယ်များ အား ပိုမိုသိရှိနားလည်စေရန် အတွက် အထောက်အကူပြု ပစ္စည်းများ တိုးတက်ဆောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူများနှင့် ဦးစားပေးလုပ်ငန်း ရှင်းရှင်းအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ် ရေးဥပဒေတွင် ပြဋ္ဌာန်းထားသည့် အဓိကအကြောင်းရာ အချက်အလက် များနှင့်ပတ်သက်၍ အပြည့်အဝ နားလည်သိရှိအောင် ဆောင်ရွက်သွား ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	အထောက်အကူပြုပစ္စည်း (brochures, leaflets, FAQs, booklets, etc.) များ တိုးတက်ဆောင် ဆောင်ရွက်၍ အသိပညာ ပေးအခမ်းအနားများတွင် အသုံးပြုခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွဲ့စည်းမှုမိတ်ဖက် များ၊ အစိုးရ မဟုတ်သည့်လူမှု ရေးအသင်းအဖွဲ့ များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၊ မြန်မာ စားသုံးသူများ သမဂ္ဂနှင့် အခြား စားသုံးသူကာကွယ် ရေးအသင်းအဖွဲ့ များ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ ဝင်စည်းများ
၂.၂	အစားအသောက် ဘေးကင်းလုံခြုံစိတ်ချမှုနှင့် အစားအသောက်များတွင် ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားဖော်ပြမှုနှင့်ပတ်သက်၍ စားသုံးသူများအား အသိပညာပေးခြင်း။	စားသုံးသူများအနေဖြင့် အစားအသောက်များတွင် ဖော်ပြပါရှိသည့် ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားများကို သိရှိနားလည်ရန် လိုအပ်သကဲ့သို့ အစားအသောက်အမျိုးအစားများ၊ အရည်အသွေးနှင့် ဝါဝင်ပစ္စည်းများသည် စားသုံးသူအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိစေမှုနှင့်ပတ်သက်၍ သိရှိနားလည်အောင် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူများအနေဖြင့် အစားအသောက် ဘေးကင်းလုံခြုံစိတ်ချမှုနှင့် အစားအသောက်များတွင် ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားဖော်ပြပါရှိမှုနှင့်ပတ်သက်၍ အသိပညာဗဟုသုတများ ပိုမိုတိုးပွားလာခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်အဖွဲ့များ၊ အစိုးရမဟုတ်သည့် လူမှုရေးအသင်းအဖွဲ့များ။	အစားအသောက်နှင့် ဆေးဝါးကွပ်ကဲရေးဦးစီးဌာန၊ စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၊ မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူများသမဂ္ဂ၊ FOSTA နှင့် အခြားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များ။
၂.၃	ဆေးဝါးအသုံးပြုမှုနှင့် ဆေးဝါးတွင် ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားဖော်ပြမှုနှင့်ပတ်သက်၍ စားသုံးသူများအား အသိပညာပေးခြင်း။	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ဆေးဝါးများတွင် ဖော်ပြပါရှိသည့် ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားများကို သိရှိနားလည်ရန် လိုအပ်သကဲ့သို့ ဆေးဝါးအမျိုးအစားများနှင့် ယင်းဆေးဝါးများကို သုံးစွဲခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည့် အကျိုးသက်ရောက်မှုများနှင့် ပတ်သက်၍ သိရှိနားလည်အောင် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ဆေးဝါးအသုံးပြုမှုနှင့် ဆေးဝါးတွင် ကုန်အညွှန်းအမှတ်အသားဖော်ပြပါရှိမှုနှင့်ပတ်သက်၍ အသိပညာဗဟုသုတများ ပိုမိုတိုးပွားလာခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်အဖွဲ့များ၊ အစိုးရမဟုတ်သည့်လူမှုရေးအသင်းအဖွဲ့များ။	အစားအသောက်နှင့် ဆေးဝါးကွပ်ကဲရေးဦးစီးဌာန၊ ပြည်သူ့ကျန်းမာရေးဦးစီးဌာန၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန၊ မြန်မာစားသုံးသူများသမဂ္ဂနှင့် အခြားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းပေးခြင်း	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့အစည်းများ
၂.၄	စားသုံးသူအသိပညာပေးရေး လုပ်ငန်းများနှင့်ပတ်သက်၍ သင်တန်းလမ်းညွှန်ချက်များ (training guidelines) များအား တိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	DOCA ဝန်ထမ်းများနှင့် သင်တန်း တက်ရောက်လာသူများအနေဖြင့် သင်တန်းလမ်းညွှန်ချက်များအား ထိရောက်စွာ အသုံးပြုသွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူအသိပညာပေး ရေးလုပ်ငန်းများကို ထိရောက်စွာ ထိန်းကျောင်း နှင့်ရေးအတွက် စောင့်ကြပ် ကြည့်ရှုစစ်ဆေးခြင်း (monitoring & evaluation - M & E) မှုဘောင်ကို ထားရှိခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၂	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက် များ၊ အစိုးရမဟုတ် သည့်လူမှုရေး အသင်းအဖွဲ့များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၊ မြန်မာ စားသုံးသူများ သမဂ္ဂနှင့် အခြား စားသုံးသူကာကွယ် ရေးအသင်းအဖွဲ့များ။
၂.၅	ရေရှည်တည်တံ့သော စားသုံးမှု အလေ့အထများအား မြှင့်တင် ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် စားသုံးသူ အသိပညာမြှင့်တင်ခြင်း။	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ၎င်းတို့၏ စားသုံးမှုအလေ့အထများသည် စီးပွား ရေးရပ်ဝန်းနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင် တစ်ခုလုံးအပေါ် သက်ရောက်မှုရှိ ကြောင်း သိရှိနားလည်အောင် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	ရေရှည်တည်တံ့သော စားသုံးမှုအလေ့အထများနှင့် ပတ်သက်၍ အသိပညာပေး ခြင်းနှင့် သတင်းအချက် အလက်ဆိုင်ရာ အထောက် အကူပစ္စည်းများအား ရေးဆွဲ ဆောင်ရွက်၍ သက်ဆိုင်ရာ အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများ၊ လူထုလှုပ်ရှားမှုအခမ်းအနား များတွင် အသုံးပြုခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက် များ၊ အစိုးရမဟုတ် သည့်လူမှုရေး အသင်းအဖွဲ့များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီး ဌာန၊ သယံဇာတနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင် ထိန်းသိမ်းရေး ဝန်ကြီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်မည့်ဌာနအဖွဲ့၊ ဝန်ထမ်းများ
၂.၆	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ငွေကြေး ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာ ကိစ္စရပ်များ နှင့်ပတ်သက်၍ အသိပညာ ဝဟာသုတ တိုးတက်လာစေရေး အတွက် လုပ်ငန်းစီမံချက်ရေးဆွဲခြင်း။	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ငွေကြေး ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာကိစ္စရပ်များတွင် အခြေခံအသိပညာဝဟာသုတ ရှိရမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူများအနေဖြင့် စားသုံးသူကြေးမြီကြောင့် နစ်နာမှု မရှိစေရေးနှင့် စားသုံးသူအခွင့်အရေးများ အပြည့်အဝရရှိစေရန်အတွက် ရွေးကွက်အတွင်းရှိ အခြေခံငွေကြေး ဝန်ဆောင်မှုများနှင့်ပတ်သက်၍ အသိပညာဝဟာသုတရရှိအောင် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူများအနေဖြင့် ငွေကြေးဆိုင်ရာကိစ္စရပ် များတွင် အသိပညာ ဝဟာသုတတိုးတက်လာစေ ရေးအတွက် လုပ်ငန်းစီမံချက် ရေးဆွဲခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၂	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက် များ၊ အစိုးရမဟုတ် သည့်လူမှုရေး အသင်းအဖွဲ့များ။	မြန်မာနိုင်ငံတော် ဗဟိုဘဏ်၊ ငွေရေး ကြေးရေးကြီးကြပ် စစ်ဆေးရေးဦးစီးဌာန၊ စားသုံးသူရေးရာဦးစီး ဌာန။
၂.၇	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးအား တာသာရပ်တစ်ခုအနေဖြင့် ကျောင်းအဆင့် (မူလတန်း၊ အလယ်တန်းနှင့် အထက်တန်း အဆင့်)များတွင် သင်ကြားပေး ခြင်း။	စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသိ ပညာများကို ငယ်စဉ်ကတည်းက သိရှိနားလည်စေရန်အတွက် စားသုံးသူ ပညာပေးရေးအား တာသာရပ်တစ်ခု အနေဖြင့် မူလတန်း၊ အလယ်တန်းနှင့် အထက်တန်းအဆင့် ကျောင်းများတွင် သင်ကြားနိုင်ရေး ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ဆိုင်ရာ သင်ရိုးညွှန်းတမ်းများ ပြဋ္ဌာန်း၍ မူလတန်း၊ အလယ်တန်းနှင့် အထက်တန်းအဆင့်များတွင် သင်ကြားခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၃	အစိုးရဌာနများ၊ ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ၊ အစိုးရမဟုတ်သည့် လူမှုရေးအသင်းအဖွဲ့ များ။	ပညာရေးဝန်ကြီးဌာန၊ စားသုံးသူ ရေးရာဦးစီးဌာန၊ စားသုံးသူကာကွယ် ရေးဆိုင်ရာအသင်း အဖွဲ့များ။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကန့်သတ်ကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ အစည်းများ
၃ ပြန်ကြားဆက်သွယ်ရေးနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်							
၃.၁	စီမံကိန်း၊ ဘဏ္ဍာရေးနှင့် စက်မှု ဝန်ကြီးဌာနနှင့် စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနတို့အကြား စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင် ရွက်မည့်အဖွဲ့များ (Contact points) ဖွဲ့စည်းဆောင်ရွက်ခြင်း။	ဝန်ကြီးဌာနနှင့် သက်ဆိုင်သည့် ကဏ္ဍ များရှိ စားသုံးသူအရေးကိစ္စများနှင့် စားသုံးသူအရေးဆို တိုင်ကြားမှုများ သည် အချိန်မီ ထိရောက်စွာဆောင်ရွက် ရမည့် လုပ်ငန်းများဖြစ်သဖြင့် သက်ဆိုင် ရာဝန်ကြီးဌာန (regulators) များ အကြား ဆက်သွယ်ရေးလမ်းကြောင်း တည်ဆောက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာန နှစ်ခုအကြား ချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့ (Contact points) များ ဖွဲ့စည်း၍ အကောင်အထည် ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၁	မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူ ကာကွယ်ရေး ကော်မရှင်	စက်မှုကြီးကြပ်ရေးနှင့် စစ်ဆေးရေးဦးစီး ဌာနနှင့် စားသုံးသူ ရေးရာဦးစီးဌာန။
၃.၂	အစားအသောက်နှင့်ဆေးဝါး ကွပ်ကဲရေးဦးစီးဌာနနှင့် စားသုံးသူ ရေးရာဦးစီးဌာန တို့အကြား စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက် မည့်အဖွဲ့များ (Contact points) ဖွဲ့စည်းဆောင်ရွက်ခြင်း။	ဦးစီးဌာနနှင့် သက်ဆိုင်သည့် ကဏ္ဍ များရှိ စားသုံးသူအရေးကိစ္စများနှင့် စားသုံးသူအရေးဆို တိုင်ကြားမှုများ သည် အချိန်မီ ထိရောက်စွာဆောင် ရွက်ရမည့် လုပ်ငန်းများ ဖြစ်သဖြင့် သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာန (regulators) များအကြား ဆက်သွယ်ရေး လမ်းကြောင်း တည်ဆောက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	သက်ဆိုင်ရာ ဝန်ကြီးဌာန နှစ်ခုအကြား ချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့ များ (Contact points) များ ဖွဲ့စည်း၍ အကောင်အထည် ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၁	မြန်မာနိုင်ငံစားသုံး သူကာကွယ်ရေး ကော်မရှင်	အစားအသောက်နှင့် ဆေးဝါးကွပ်ကဲရေး ဦးစီးဌာနနှင့် စားသုံး သူရေးရာဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁-၂-၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် မြင်	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့၊ အစည်းများ
၃.၃	ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ဝန်ကြီးဌာနနှင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတို့အကြား စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့များ (Contact points) ဖွဲ့စည်း ဆောင်ရွက်ခြင်း။	ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ကဏ္ဍများရှိ စားသုံးသူအရေးကိစ္စများနှင့် စားသုံးသူအရေးဆို တိုင်ကြားမှုများသည် အချိန်မီ ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်ရမည့် လုပ်ငန်းများ ဖြစ်သဖြင့် သက်ဆိုင် ရာဝန်ကြီးဌာန (regulators) များအကြား ဆက်သွယ်ရေးလမ်း ကြောင်း တည်ဆောက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာန နှစ်ခုအကြား ချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့များ (Contact points) ဖွဲ့စည်း၍ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃	မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်	ပို့ဆောင်ရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေး ဝန်ကြီးဌာနနှင့် စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။
၃.၄	ပြန်ကြားရေးဝန်ကြီးဌာနနှင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတို့ အကြား စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်မည့် အဖွဲ့များ (Contact points) ဖွဲ့စည်း ဆောင်ရွက်ခြင်း။	ဌာန၏ သတင်းထုတ်ပြန်ချက်များ၊ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆောင်ရွက်မှုများနှင့် စားသုံးသူအသိပညာပေးခြင်းများအားပြည်သူများ ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် သိရှိနိုင်ရေးအတွက် နိုင်ငံပိုင် မီဒီယာများမှတစ်ဆင့် ထုတ်လွှင့်ပြသနိုင်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာန နှစ်ခုအကြား ချိတ်ဆက် ဆောင်ရွက်မည့်အဖွဲ့များ (Contact points) ဖွဲ့စည်း၍ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃	မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်	ပြန်ကြားရေး ဝန်ကြီးဌာနနှင့် စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြေညာပေးခြင်း	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဥပဒေနှင့် အစည်းများ
၃.၅	သက်ဆိုင်ရာ စည်ပင်သာယာရေး ကော်မတီ/ အဖွဲ့များနှင့် ပူးပေါင်း ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် ရေးကွက်အတွင်းရှိ လုံခြုံစိတ်ချရမှု မရှိသည့် ထုတ်ကုန်များကို တားဆီး နိုင်ရန်အတွက် သက်ဆိုင်ရာစည်ပင် သာယာရေးကော်မတီ/ အဖွဲ့များနှင့် ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက် မည့်အဖွဲ့များ(Contact points) ဖွဲ့စည်း၍ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၁ - ၂၀၂၅	တိုင်း/ ပြည်နယ် ခရိုင် စားသုံးသူ ရေးရာကော်မတီ များ။	သက်ဆိုင်ရာစည်ပင် သာယာရေးကော်မတီ/ အဖွဲ့များ၊ စားသုံးသူ ရေးရာ ဦးစီးဌာန တိုင်းဒေသကြီး/ ပြည်နယ်နှင့် ခရိုင် ဦးစီးမှူးရုံးများ။
၃.၆	မြန်မာနိုင်ငံတော်ဗဟိုဘဏ်နှင့် ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက် ခြင်း။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် ငွေကြေးဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများတွင် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး လုပ်ငန်းများ ကို ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ရန် အတွက် မြန်မာနိုင်ငံတော် ဗဟိုဘဏ် နှင့် ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူကာကွယ်ရေး ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက် မည့်အဖွဲ့များ(Contact points) ဖွဲ့စည်း၍ အကောင်အထည် ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၁	မြန်မာနိုင်ငံစားသုံး သူကာကွယ်ရေး ကော်မရှင်	မြန်မာနိုင်ငံတော် ဗဟိုဘဏ်၊ စီမံကိန်း ဘဏ္ဍာရေးနှင့်စက်မှု ဝန်ကြီးဌာနနှင့် စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကိုးကွယ်သောစာမျက်နှာ	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက်မည့်ဌာနအဖွဲ့၊ အစည်းအဝေးများ
၃.၇	မြန်မာစားသုံးသူများသမဂ္ဂ အပါအဝင် အခြားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များနှင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတို့အကြား ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို ထိရောက်စွာ ဖြေရှင်းနိုင်ရေးအတွက် မြန်မာစားသုံးသူများသမဂ္ဂ အပါအဝင် အခြားစားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များနှင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတို့အကြား ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	မြန်မာစားသုံးသူများသမဂ္ဂ အပါအဝင် အခြားစားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များနှင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတို့အကြား အပြန်အလှန် ပူးပေါင်းချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၁ - ၂၀၂၅	မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူကာကွယ်ရေးကော်မရှင်	မြန်မာစားသုံးသူများသမဂ္ဂ အပါအဝင်အခြားစားသုံးသူကာကွယ်ရေးအသင်းအဖွဲ့များနှင့် စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန။
၃.၈	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနမှ တာဝန်ယူလုပ်ဆောင်နေသည့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး website အား မြန်မာ-အင်္ဂလိပ် နှစ်ဘာသာဖြင့် ဖော်ပြရန် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	ဦးစီးဌာန website အား သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာနများ၊ စားသုံးသူများနှင့် စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များ သိရှိနိုင်ရန်အတွက် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေ၊ တိုင်ကြားမှုစနစ်၊ အခြားကိုးကားဖော်ပြချက်များနှင့် ပတ်သက်သည့် သတင်းအချက်အလက်များ ထားရှိရာဧည့်သည်တော်တစ်ခုအနေဖြင့် ထားရှိဆောင်ရွက်သွားမည်ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူများအနေဖြင့် ၎င်းတို့၏ နစ်နာဆုံးရှုံးမှုများကို website မှတစ်ဆင့် တိုင်ကြားနိုင်ပြီး ဖြေရှင်းပေးမှုအဆင့်ဆင့်ကို သိရှိနိုင်မည် ဖြစ်ပါသည်။ ဦးစီးဌာန website အား ဌာန	ဦး(၁)	ဦးစီးဌာန website အား အပြည့်အဝအသုံးပြုရရှိပုံမှန်အဆင့်မြှင့်တင်ခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၃	ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များထံမှ နည်းပညာအထောက်အပံ့ရယူခြင်း။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁-၂-၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် မြင်	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့၊ ဝန်ထမ်းများ
		၏ တရားဝင်ဆက်သွယ်ရေးလမ်းကြောင်းတစ်ခုအနေဖြင့် ဌာန၏ ဖွဲ့စည်းပုံ၊ ဖျော်ဖုန်းချက်/ ရည်မှန်းချက်နှင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ချက်များ အား ပွင့်လင်းမြင်သာမှုရှိစွာ ထည့်သွင်းဖော်ပြသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။					
၃.၉	အများပြည်သူ လက်ခံအသုံးပြု နှုန်းများပြားသည့် သတင်းစာ၊ ရေဒီယို၊ ရုပ်/ သံမီဒီယာများတွင် စားသုံးသူရေးရာ အကြံပြုချက်များ Programmes များနှင့် သတင်းဆောင်းပါးများ ထည့်သွင်းခြင်း။	စားသုံးသူရေးရာအနေဖြင့် သတင်းမီဒီယာများတွင် ထုတ်လွှင့်ပြသနေသည့် စားသုံးသူရေးရာ ရုပ်/ သံသတင်းများ သို့မဟုတ် စားသုံးသူသတင်းဆောင်းပါးများကို ပုံမှန်ကြည့်ရှုနိုင်ရေးအတွက် ဆောင်ရွက်သွားရမည် ဖြစ်ပါသည်။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနမှ ဝန်ထမ်းများအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာသတင်းဆောင်းပါးများ ရေးသားခြင်းနှင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေး အကြောင်းအရာများကို ရုပ်/ သံ၊ ရေဒီယို အစီအစဉ် (TV/Radio Programmes) များတွင် ထည့်သွင်းရေးသားဖော်ပြခြင်းများ ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူရေးရာအကြံပြုချက်များ Programmes များနှင့် သတင်းဆောင်းပါးများအား အများပြည်သူ လက်ခံအသုံးပြုနှုန်းများပြားသည့် သတင်းမီဒီယာဌာန များတွင် ထည့်သွင်းရေးသား ဖော်ပြခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၅	ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ တပ်မှ နည်းပညာ အထောက်အပံ့ ရယူခြင်း။ စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၊ ပြန်ကြားရေးဝန်ကြီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များ။

စဉ်	မဟာဗုဒ္ဓဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ ဝင်စည်းများ
၃.၁၀	လူမှုမီဒီယာများတွင် စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးဆိုင်ရာ အသိပညာ ပေးအစီအစဉ်များအား ဖော်ပြခြင်း။	အာဆီယံဒေသတွင်းနှင့် အချို့နေရာ ဒေသများရှိ စားသုံးသူကာကွယ်ရေး အကျင့်စီမံများတွင် စားသုံးသူရေးရာ ကိစ္စရပ်များကို ကွယ်ကွယ်ပြန်ပြန် ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်နှင့် အီလက်ထရော နှစ် လူထုလှုပ်ရှားမှုများဆောင်ရွက် နိုင်ရန်အတွက် လူမှုမီဒီယာများအားဖြင့် ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန အနေဖြင့် လူမှုမီဒီယာများ ဖန်တီး၍ စားသုံးသူအသိ ပညာပေးရေးအစီအစဉ်များ အား အပြည့်အဝအကောင် အထည်ဖော် ဆောင်ရွက် ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ ထံမှ နည်းပညာ အထောက်အပံ့ ရယူခြင်း၊ စားသုံးသူ ရေးရာဦးစီးဌာန။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန၊ မြန်ကြား ရေးရာဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များ။
၃.၁၁	မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူအခွင့် အရေးနေ့ ပေါ်ပေါက်လာရေး ဆောင်ရွက်ခြင်း။	မတ်လ ၁၅ ရက်နေ့အား ကမ္ဘာ့ စားသုံးသူများ အခွင့်အရေးနေ့အဖြစ် သတ်မှတ်၍ မတူညီသော ဆောင်ပုဒ်များ သတ်မှတ်ကာ နှစ်စဉ် ကျင်းပလျက်ရှိသကဲ့သို့ မြန်မာ နိုင်ငံအနေဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံ စားသုံးသူများ အခွင့်အရေးနေ့ကို နှစ်စဉ်ကျင်းပပြီး အထူးအလေးပေး ဆောင်ရွက်မည့် စားသုံးသူရေးရာ ကိစ္စရပ်များ ဖွဲ့စည်း၍ စားသုံးသူ ကာကွယ်ရေးကို ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	မြန်မာနိုင်ငံစားသုံးသူများ အခွင့်အရေးနေ့ကို နှစ်စဉ်ကျင်းပခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ ထံမှ နည်း ပညာ အထောက် အပံ့ရယူခြင်း၊ စားသုံးသူများရေးရာ ဦးစီးဌာန။	မြန်ကြားရေးရာဦးစီး ဌာန၊ စားသုံးသူ ရေးရာဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု မိတ်ဖက်များ။

စဉ်	မဟာဗုဒ္ဓဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန်၊ ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ အစည်းများ
၄	ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေး အစီအစဉ်						
၄.၁	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတွင် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးအဖွဲ့များ ဖွဲ့စည်းခြင်း။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနအနေဖြင့် စားသုံးတိုင်ကြားမှုအများဆုံး ကုန်စည် သို့မဟုတ် စားသုံးသူများအား ထိခိုက်မှုဖြစ်နိုင်ခြေအများဆုံးရှိသော ကုန်စည်များအား ရွေးချယ်၍ ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးခြင်းကို ဆောင်ရွက်သွားရန်နှင့် လိုအပ်ပါက သက်ဆိုင်ရာ ဝန်ကြီးဌာနများနှင့် ပူးပေါင်း၍ ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနတွင် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးအဖွဲ့များကို ဖွဲ့စည်းသွားမည်ဖြစ်ပြီး အဆိုပါအဖွဲ့အတွက် ဆောင်ရွက်ရမည့်လုပ်ငန်းစဉ်များ (စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်း) အား အပြည့်အဝဖြည့်ဆည်းဆောင်ရွက်ပေးခြင်း။	၂၀၂၁-၂၀၂၂	စားသုံးသူရေးရာကော်မတီများ။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနနှင့် သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာနများ။
၄.၂	ဦးစီးဌာနမှ ဝန်ထမ်းများနှင့် စစ်ဆေးရေးအရာရှိများအတွက် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအပေါ် အခြေခံ၍ အထောက်အကူပြုပစ္စည်းများ ပြင်ဆင်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	ဦးစီးဌာနဝန်ထမ်းများနှင့် စစ်ဆေးရေးအရာရှိများအနေဖြင့် စားသုံးသူကာကွယ်ရေးဥပဒေအား ထိရောက်စွာ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်နှင့် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးနှင့် ထုတ်ကုန်လုံခြုံစိတ်ချမှုရှိစေရေးကို ရှမ်းဆောင်ရည်ပြည့်ဝစွာဆောင်ရွက်နိုင်စေရန် ဥပဒေပါ ပြဋ္ဌာန်းချက်များကို အခန်းလိုက် သီးသန့်ပြင်ဆင်ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	အထောက်အကူပြုပစ္စည်းများအား ပြင်ဆင်ခြင်း၊ စမ်းသပ်ခြင်းနှင့် လက်တွေ့အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၁ -၂၀၂၂	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	အောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ ဝင်စည်းများ
၄-၃	ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်နိုင်ခြေရှိသည့် ကုန်စည်၊ ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ပတ်သက်၍ ကိန်းဂဏန်း အချက်အလက်များ ပြုစုထည့်သွင်းရန် အတွက် (database) တစ်ခုတည်ဆောက်ခြင်း။	ဘေးအန္တရာယ်ရှိသည့် ကုန်စည်များအား ဈေးကွက်အတွင်းမှ ဖယ်ရှားနိုင်ရန်နှင့် ဈေးကွက်စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးလုပ်ငန်းစဉ်အား ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ရန်အတွက် ထိခိုက်မှုဖြစ်နိုင်ခြေ ရှိသည့် ကုန်စည်များနှင့် ပတ်သက်သည့် ကိန်းဂဏန်းအချက်အလက်များ ပြုစုထည့်သွင်းသွားရန် လိုအပ်ပါသည်။	ဦး(၁)	ဘေးအန္တရာယ်ဖြစ်နိုင်ခြေ ရှိသည့် ကုန်စည်များ၊ ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ပတ်သက်သည့် ကိန်းဂဏန်းအချက်အလက်များ ပြုစုထည့်သွင်းရန်အတွက် (database) တည်ဆောက်၍ အပြည့်အဝ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	သက်ဆိုင်ရာအစိုးရ/ ပုဂ္ဂလိက အဖွဲ့အစည်းများ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။
၅ စားသုံးသူစနစ်ဆုံးရှုံးမှုများအပေါ် အရေးယူဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ်							
၅-၁	စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ရေးနှင့် စပ်လျဉ်း၍ စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်း ရေးဆွဲဆောင်ရွက်ခြင်း။	ဦးစီးဌာနမှဝန်ထမ်းများအနေဖြင့် စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို စနစ်တကျ အဆင်ပြေချောမွေ့စွာ ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်း အား ရေးဆွဲ၍ ကနဦးစမ်းသပ် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	စားသုံး သူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာပြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းပေးခြင်း	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်ရွက်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဥပဒေနှင့် ထုတ်ဖော်မှုများ
၅-၂	စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုကို ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ပေးမည့် စစ်ဆေးရေးအရာရှိများနှင့် နေစပ်ညှိနှိုင်းဖြေရှင်းပေးသူ (mediators) များ၏ စွမ်းဆောင်ရည်ကို မြှင့်တင်ပေးခြင်း။	ဦးစီးဌာနမှဝန်ထမ်းများအနေဖြင့် စားသုံးသူတိုင်ကြားမှုများကို စွမ်းဆောင်ရည်ပြည့်ဝစွာ ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ပေးနိုင်ရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	စံပြုလုပ်ထုံးလုပ်နည်းကို အသုံးပြု၍ ပုံမှန်သင်တန်းများ ပွင့်လှစ်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။
၅-၃	တိုင်ကြားမှု လက်ခံဖြေရှင်းရေး စင်တာများအတွက် အခြေခံအဆောက်အအုံများ တိုးတက်အောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	စားသုံးသူများ၏ လိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ရေး အတွက် CICC များ အဆင့်မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၁)	CICC များအား အဆင့်မြှင့်တင်၍ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။
၅-၄	နိုင်ငံအဆင့် အွန်လိုင်းမှ တစ်ဆင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းရေးစနစ် (National Online Dispute Resolution-ODR) တည်ထောင်ခြင်း။	စားသုံးသူအငြင်းပွားမှုများကို အချိန်ကုန်သက်သာစွာနှင့် ကုန်ကျစရိတ်သက်သာစွာ ဖြေရှင်းပေးနိုင်ရေး အတွက် နိုင်ငံအဆင့် အွန်လိုင်းမှ တစ်ဆင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းရေးစနစ်ကို တည်ထောင်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	စားသုံးသူ အငြင်းပွားမှုများကို အချိန်ကုန်သက်သာစွာဖြင့် ထိရောက်စွာဖြေရှင်းပေးမည့် Online မှတစ်ဆင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းသည့်စနစ် (ODR) အား နိုင်ငံအဆင့် အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၂-၂၀၂၃	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုမိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာန။

စဉ်	မဟာဗျူဟာမြောက် အစီအမံများ	ကနဦးကြောင်းဖော်ပြချက်	ဦးစားပေးမှု (၁၊ ၂၊ ၃)	ဆောင်မြင်မှု အညွှန်းကိန်းများ	အချိန် ကာလ သတ်မှတ် ခြင်း	ရင်းမြစ်များ	တာဝန်ယူ ဆောင်ရွက် မည့်ဌာနအဖွဲ့ အစည်းများ
၅.၅	အစိုးရမဟုတ်သော စားသုံးသူ ကာကွယ်အသင်းအဖွဲ့များတွင် စားသုံးသူများအတွက် အရေးယူ ဖြေရှင်းပေးမှုများနှင့် ပတ်သက်၍ တက်ကြွစွာ လှုပ်ရှားဆောင်ရွက် သူများ ပိုမို ပေါ်ပေါက်လာအောင် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	Volunteers နှင့် စားသုံးသူအသင်း အဖွဲ့များအတွင်းမှ အဖွဲ့ဝင်များ၏ ဗဟုသုတနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်ကို မြှင့်တင်ခြင်းဖြင့် စားသုံးသူရေးရာ ကိစ္စရပ်များ(စားသုံးသူအရေးယူဖြေ ရှင်းပေးမှုများ)ကို ကူညီဆောင်ရွက် နိုင်ရေး လေ့ကျင့်သင်ကြား ပေးရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	သင်ထောက်ကူပစ္စည်းများ အား ပြင်ဆင်ခြင်း၊ စမ်းသပ် ခြင်းနှင့် လက်တွေ့အကောင် အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီးဌာနနှင့်ဖွံ့ဖြိုးမှု ဖိတ်ဖက်များ။	စားသုံးသူရေးရာဦးစီး ဌာန၊ မြန်မာစားသုံးသူ သမဂ္ဂနှင့်အခြားစားသုံး သူကာကွယ်ရေး အသင်းအဖွဲ့များ။
၅.၆	အာဆီယံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေး မဟာဗျူဟာလုပ်ငန်းစီမံချက် (ASAPCP-2016-2025) ၏ ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင် ၃ အရ နယ်စပ်ဖြတ်ကျော် စားသုံးသူ အငြင်းပွားမှုများအား အာဆီယံ ဒေသတွင်း အွန်လိုင်းမှ တစ်ဆင့် စားသုံးသူ အငြင်းပွားမှုဖြေရှင်း ရေးစနစ်နှင့် ချိတ်ဆက်၍ ဖြေရှင်း ဆောင်ရွက်ခြင်း။	အာဆီယံ စားသုံးသူကာကွယ်ရေး မဟာဗျူဟာလုပ်ငန်းစီမံချက် (ASAPCP-2016-2025)၏ ရည်မှန်းချက် ပန်းတိုင် ၃ အရ အာဆီယံ ဒေသတွင်း နယ်စပ်ဖြတ်ကျော်စားသုံးသူ တိုင်ကြားမှုများကို လွှင့်မြန်ချောမွေ့စွာ ဆောင်ရွက် နိုင်ရန်နှင့် အငြင်းပွားမှု များကို ထိရောက်စွာ ဖြေရှင်းနိုင်ရန် ရည်ရွယ်၍ အာဆီယံဒေသတွင်း အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် စားသုံးသူ အငြင်းပွားမှုဖြေရှင်းရေး စနစ်ကို တည်ဆောက်သွားရန် ဖြစ်ပါသည်။	ဦး(၂)	အာဆီယံဒေသတွင်း အွန်လိုင်းမှ တစ်ဆင့် စားသုံးသူအငြင်းပွားမှု ဖြေရှင်းရေးစနစ်နှင့် ချိတ်ဆက်၍ နယ်စပ်ဖြတ် ကျော် စားသုံးသူအငြင်းပွား မှုများအား ဖြေရှင်း ဆောင်ရွက်ခြင်း။	၂၀၂၃-၂၀၂၅	အစိုးရဌာနများနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှုဖိတ်ဖက် များ၊ အာဆီယံ စားသုံးသူကာကွယ် ရေးကော်မတီ။	စားသုံးသူရေးရာ ဦးစီး ဌာန။

The Republic of the Union of Myanmar
Myanmar Consumer Protection Commission

National Consumer Protection Programme
(2021-2025)



Department of Consumer Affairs (DOCA) was established under the Ministry of Commerce with objectives such as to protect consumer rights fully, to disseminate consumer-related information to consumers, to conduct the raising of consumer awareness activities, to provide high-quality goods and services to the consumers and to conduct the consumer protection activities across the nation on 1st April 2016. In accordance with the Consumer Protection Law 2019, the Myanmar Consumer Protection Commission (MCPC) was established by the Notification No. 59/2019 led by Union Minister of Commerce as Chairman and Director General of DOCA as Secretary of MCPC.

For inquiries, contacts:

Department of Consumer Affairs (DOCA)
Ministry of Commerce
Building 52, Nay Pyi Taw,
The Republic of the Union of Myanmar.
Tel : 067- 3430457 ~ 067- 3430207
Email : docaasean.mm@gmail.com

Handbook on National Consumer Protection Programme (NCP)
Nay Pyi Taw: DOCA, January 2021

1st Edition: January 2021

With the support of:



This publication was published with the support of the “Consumer Protection in ASEAN”, which is implemented by the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH and funded by the Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ) of Germany.

The text of this publication may be freely quoted or reprinted, provided proper acknowledgement is given and a copy containing the reprinted material is sent to Department of Consumer Affairs (DOCA), Ministry of Commerce, Nay Pyi Taw.

General information on DOCA appears online at the DOCA Website: www.doca.gov.mm

Copyright Department of Consumer Affairs (DOCA), Ministry of Commerce, 2021.
All rights reserved.

Disclaimer: This version of the Handbook constitutes a draft, final consultations with Myanmar Consumer Protection Commission, and was produced for the official launch of National Consumer Protection Programme on 3rd February 2021.

NATIONAL CONSUMER PROTECTION PROGRAMME (2021-2025)


Introduction

Consumer Protection plays a crucial role in contributing to sustainable economic development in both developed and developing countries. On 1 April 2016, the Department of Consumer Affairs (DOCA) was established under the Ministry of Commerce (MOC) in order to realize the objectives of effectively protecting consumers, raising broad consumer awareness, ensuring the provision of high-quality goods and services to consumers, as well as conducting consumer protection activities across the country. The DOCA Headquarters comprises six divisions, with head offices also established in the States, Regions and the Union Territory.

With the objective of conducting consumer protection activities, Myanmar first adopted a Consumer Protection Law on 14 March 2014, pursuant to Notification No. 10. Due to a number of weaknesses found in the implementation of this law, the revised Consumer Protection Law 2019 was enacted on 15 March 2019, pursuant to Notification No. 9, in order to improve the enforcement of consumer protection. In accordance with the Consumer Protection Law 2019, the Myanmar Consumer Protection Commission (MCPC) was established, pursuant to Notification No. 59/2019. Consumer Affairs Committees in the States, Regions and the Union Territory were also set up, pursuant to Notification No. 02/2019.

DOCA, with the support of the *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*, formulated the **National Consumer Protection Programme (NCP)**, in order to actively and effectively conduct consumer protection and educational activities across the country; to promote sustainable consumption practices which contribute to greater consumer welfare and socio-economic development; to identify priority sectors for consumer protection, and to cooperate with relevant ministries and non-governmental consumer associations. To achieve the objectives of the NCP and incorporate consumer protection principles into relevant sectoral policies, a series of workshops were organized with the support of GIZ. These workshops served to gather feedback and suggestions from different stakeholders, such as relevant ministries, DOCA officials, and consumer advocates. As a result of these discussions, it was agreed that the NCP shall cover the following core processes:

- (a) Developing and Supporting Consumer Protection Policies;
- (b) Consumer Education;
- (c) Communication and Cooperation;
- (d) Market Surveillance; and
- (e) Consumer Redress.



The NCPP focuses on creating a fair business environment for entrepreneurs, encourages the distribution of high-quality goods and services along supply chains and strives to effectively protect consumers. It is intended to serve as a strong policy framework for consumer advocates, both governmental agencies and non-governmental consumer associations, in conducting consumer protection actions. To implement initiatives under the NCPP, a period of 5 years from 2021 to 2025 is foreseen. The priorities for the strategic measures account for the multiple dialogues with relevant stakeholders, notably ministries responsible for consumer protection, consumer advocates, as well as officials from the DOCA Headquarters and offices in the States, Regions and the Union Territory.

1. Developing and Supporting Consumer Protection Policies

This core process focuses on the improvement of consumer protection activities in line with relevant standards and guidelines. For its effective implementation, key activities include protecting consumer rights and interests, distributing consumer-related information to consumers, conducting consumer education activities, protecting consumer losses and damages arising from the use of defective goods and services, and designing easy-to-use procedures to resolve consumer complaints.

Mission

To contribute to a level playing field for businesses, which leads to a more conducive business environment in which consumers are enabled to fully exercise their rights.

Objective

To empower consumers so that they become active market participants, and to promote the incorporation of consumer rights into sectoral policies.

To achieve this objective, the following activities will be carried out:

- a) Informing and educating consumers about their rights;
- b) Providing the necessary tools for timely consumer dispute resolution;
- c) Ensuring effective market surveillance to safeguard consumer rights and interests;
- d) Strengthening product safety policies and regulations;
- e) Promoting the independence and responsibility of consumer associations;
- f) Enhancing the cooperation of governmental agencies in the States, Regions and the Union Territory responsible for developing and supporting consumer protection policies;
- g) Creating an enabling environment that encourages sustainable consumption practices along supply chains;
- h) Strengthening cooperation and coordination mechanisms among local, regional and international organizations;
- i) Implementing activities on consumer advocacy and promoting the participation of consumers in related events where they have the opportunity to present their views, ideas and interests; and
- j) Progressively building capacities through training and research.

Consumer Rights

Consumers in Myanmar enjoy the eight fundamental consumer rights as set out by the **United Nations Guidelines on Consumer Protection (UNGCP)**:

- (a) The right to satisfaction of basic needs;
- (b) The right to safety;
- (c) The right to be informed;
- (d) The right to choose;
- (e) The right to be heard;
- (f) The right to redress;
- (g) The right to consumer education; and
- (h) The right to a healthy environment.

Consumer Protection Law

The Consumer Protection Law was enacted on 15 March 2019, pursuant to Notification No. 9. It may be amended in order to respond to the needs and interests of the people and the country, if necessary.

Myanmar Consumer Protection Commission (MCPC)

The Myanmar Consumer Protection Commission (MCPC) was established on 30 September 2019, pursuant to Notification No. 59/2019. It is the highest authoritative body with the mandate to realize the objectives described in the Consumer Protection Law 2019. The MCPC will steer the consumer policy-making process by providing recommendations on consumer-related matters to the Cabinet, submitting reports about consumer protection activities to the Cabinet, and presenting work plans to the Cabinet, in accordance with applicable conditions and/or working procedures. The MCPC establishes the Consumer Affairs Committees in all the States, Regions and in the Union Territory, specifying their duty and functions with respect to consumer protection actions and the resolution of disputes between consumers and businesses. It also takes the final decision in such disputes.

Department of Consumer Affairs (DOCA)

The Department of Consumer Affairs (DOCA) serves as a regulatory body to implement consumer protection actions in accordance with its mission and vision. DOCA will update the mission, vision, as well as its duties and functions, if necessary.

Priorities Areas of Consumer Protection

For the current period of the NCPP, the focus will lie on the following priority areas:

- (a) Redressing consumer losses and damages in accordance with relevant laws, policies and procedures, if consumer interests are affected;
- (b) Strengthening the cooperation of stakeholders to effectively implement consumer protection actions;
- (c) Establishing effective procedures for out-of-court settlements of consumer disputes, including online dispute resolution (ODR) as well as alternative dispute resolution (ADR);
- (d) Mainstreaming consumer protection in priority sectors, such as e-commerce, transportation services, advertising, and financial services, and addressing unfair contract terms as a future priority;
- (e) Promoting the activities of non-governmental consumer associations;
- (f) Cooperating in the establishment of a cross-border redress system within ASEAN;
- (g) Contributing to product safety and market surveillance activities;
- (h) Establishing a database for product recalls to alert the consumers if unsafe or defective goods and services have been detected in the market; and
- (i) Enhancing consumer empowerment activities.

Assessing Consumer Protection Activities

As reliable data and detailed analyses regarding consumers and markets (for example, data on actual violations of consumer rights in the market, market surveillance reports, research on consumer confidence and behaviour) are still limited, a centralized online platform will be set up where all relevant information, research and analysis can be stored for easy access by all concerned stakeholders, including consumers.

2. Consumer Education

The overall objective is to promote the emergence of an empowered consumer community and to ensure that consumers are able to make informed decisions when participating in the market.

Priorities and Responsibilities

As the designated regulatory body for consumer protection in Myanmar, DOCA will play the leading role in consumer-awareness programmes. This includes educational activities in close cooperation with non-governmental consumer associations across the country.

DOCA's main responsibilities include setting priorities for consumer education; developing materials tailored to the needs of specific target groups; identifying appropriate methods or approaches and delivery channels; as well as coordinating with relevant governmental agencies and non-governmental consumer associations. Specifically, this comprises:

- (a) Publishing educational documents and other information, both in print (training materials, brochures, leaflets, etc.) and electronically (website, TV, radio, social media, etc.);
- (b) Promoting consumer education by integrating consumer protection in school curricula;
- (c) Prioritizing and fostering sustainable consumption practices; and
- (d) Engaging in consumer education and complaints-handling, in cooperation with governmental agencies as well as non-governmental consumer associations.

Target Groups for Consumer Education

To initiate activities on consumer education, the following target groups have been identified:

- (a) Consumers in general (country-wide);
- (b) Relevant ministries, governmental agencies and non-governmental consumer associations;
- (c) Entrepreneurs and retailers offering or supplying goods and services;
- (d) Vulnerable consumers (including consumers with disabilities; illiterate, old, or young persons etc.)
- (e) Students and school children; and
- (f) Teachers from various colleges and universities.

Delivery Channels

In order to address the aforementioned target groups, it is necessary to employ different strategies and customize the content (e.g. different messages for school children vs. businesses). These include:

School curricula

Drafting materials on consumer protection issues to be taught at all levels (primary, secondary and tertiary), in close coordination with other relevant ministries and governmental agencies.

Education via Media

- (a) Media campaigns (radio and television);
- (b) "Consumer advice" columns or dedicated articles and/or sections in the print media (newspapers, magazines, journals);
- (c) Consumer alerts through online media, to be regularly posted on the DOCA website and social media networks;
- (d) Consumer-oriented brochures, handbooks and other publications; and
- (e) Content for existing community courses and governmental education programmes.

DOCA Website (www.doca.gov.mm)

As the Internet will continue to be a very effective and efficient way of delivering consumer education to many groups of consumers, it is necessary to develop the DOCA website as the primary platform and resource portal for consumers in Myanmar. The DOCA website can help inform and educate consumers about products and services, market surveillance activities and alerts, current issues and other matters. To this end, the following functions are foreseen:

- (a) Receiving and registering online consumer complaints;
- (b) Hosting the product safety alert system;
- (c) Informing and educating the public about consumer protection issues, including providing necessary guidance about policy developments and the progress of consumer protection activities;
- (d) Providing up-to-date information on legal requirements (e.g. consumer protection law, implementing regulations and directives), along with other consumer-related information.

Direct Consumer Engagement

- (a) Educational activities through targeted face-to-face stakeholder dialogues;
- (b) Providing materials on consumer protection issues to education and economic programmes as well as trainings.

Locations

DOCA will educate the general public on consumer protection issues at the following locations:

- (a) Government agencies and community service organizations;
- (b) Elementary schools, vocational schools and universities;
- (c) Factories, industries and associations;
- (d) Chambers of commerce and industry, and their branches;
- (e) Municipal markets, retail centers and shopping malls;
- (f) Service providers (banks and different means of transportation, etc.);
- (g) Both rural and urban areas; and
- (h) Military regiments.

In order to conduct activities on consumer education at the aforementioned locations, DOCA will work in close cooperation with local authorities, relevant ministries, non-governmental consumer associations, as well as local consumers and advocates.

Consumer Education and Communication

A good communication strategy plays an important role in ensuring the effectiveness of activities on consumer protection and education. Providing consumers with the necessary knowledge and skills (for example, understanding about their basic rights, skills to select good-quality products) enables them to make informed decisions and act with more confidence when participating in market transactions. Having a communication strategy helps leverage the scope and outreach of consumer education activities while facilitating networking and coordination among all relevant stakeholders to take timely actions in times of crisis. The effective implementation of consumer education and communication tasks ensures not only that consumers can make informed decisions, but also allows for relevant ministries to systematically handle consumer disputes when consumers are faced with damages or losses.

3. Communication and Cooperation

DOCA will set the agenda for a communication and cooperation network with the aim to promote basic consumer rights, to communicate more effectively with relevant ministries and governmental agencies responsible for consumer concerns, and to facilitate internal communication.

Communication Team

DOCA will set up a dedicated team to guide the implementation of this agenda and communicate with internal as well as external stakeholders. If necessary, the team will receive training or coaching in order to be able to maintain the communication and cooperation network.

The communication team will be responsible for the following priority tasks:

- a) Networking with the media;
- b) Developing pro-active media strategies;
- c) Developing campaigns with specific themes;
- d) Managing DOCA's pages on Facebook and other social media platforms, including content and community management;
- e) Monitoring results, such as press coverage, website and Facebook analytics, opinion polls and surveys;
- f) Regularly contacting the staff responsible for communication at the regional offices;
- g) Reviewing all communication materials, including materials for consumer education;
- h) Engaging in internal communication, among others with regional focal points, to produce a monthly internal e-mail newsletter; and
- i) Facilitating trainings on emerging or severe consumer protection issues.

Internal Communication

For the operations of the internal communication network, a monthly e-mail newsletter (Mail Chimp) will be developed and circulated to the head offices of DOCA in the States, Regions and the Union Territory. This includes a feedback function and suggestions for monthly reporting.

External Communication

DOCA will establish the contact points to communicate with relevant stakeholders in order to undertake consumer protection actions, settle consumer claims in a timely manner, and disseminate important information. To introduce the Consumer Protection Law 2019 as well as inform about business obligations under the law and relevant prohibitions, the communication team in DOCA will actively work with the Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry (UMFCCI) and carry out awareness-raising programmes targeted at business actors and

associations. In addition, the communication team will engage in public outreach activities with the media.

Website and Facebook

The DOCA communication team will manage and monitor its website, Facebook and other social media platforms. This includes:

- (a) Developing internal rules about online/internet engagement;
- (b) Creating a content calendar for postings on Facebook;
- (c) Managing the contents of the website;
- (d) Conducting online campaigns to boost visibility;
- (e) Tracking statistics and reporting; and
- (f) Managing the existing DOCA online app.

The DOCA communication team will try to cooperate with Facebook to produce Consumer Rights Facebook stickers. As Facebook usually approaches partners to develop such stickers, engaging with a party that already works with Facebook may be considered.

Crisis Communication

If problems arise that may threaten or harm consumers at large, DOCA should be able to respond appropriately and in a timely manner so as to minimize negative impacts. The key is to be prepared and formulate a suitable approach for crisis communication in such cases.

Print and Printed Media

The DOCA Headquarters and head offices in the States, Regions and the Union Territory are already printing a lot of communication materials and are regularly contributing to the Commerce Journal.

Pro-active Media Communication

DOCA should not only react to press attention but also strive to set the agenda proactively. In order to convey messages correctly in the media, DOCA will:

- (a) Improve relationships with the media;
- (b) Take control by organizing press briefings and sending out press releases;
- (c) Utilize the media network; and
- (d) Undertake media trainings.



Brand Development

In order for the public to notice and know about DOCA, it is critical that good governance and good management practices are adopted. With this, DOCA will become a reliable agency which disseminates correct consumer information to the public.

TV and Radio Talk Shows

Millions of consumers watch television and listen to radio programmes every day in Myanmar. It is therefore important that DOCA establishes and promotes its media presence with core messages on consumer protection. In addition, DOCA will initiate TV and radio programmes on the State media channels (MRTV/MWD).

4. Market Surveillance

Market surveillance is a tool or mechanism to protect consumers from unsafe, unhealthy and low-quality goods and services. It is initiated with the following purposes in mind:

- (a) Protecting the consumers;
- (b) Ensuring a level playing field for businesses; and
- (c) Creating a reliable business environment.

These aforementioned tasks are of equal importance and, if executed well, will create strong confidence among consumers and businesses, resulting in more robust and competitive markets where more goods and services will be produced and put into circulation.

Depending on the institutional framework and planned activities, the following distinctive approaches to market surveillance may be pursued:

- (a) Reactive market surveillance;
- (b) Proactive market surveillance;
- (c) Product-focused market surveillance;
- (d) Risk-focused market surveillance; and
- (e) Business-focused market surveillance.

Responsibilities of Market Surveillance Inspectors

Market surveillance inspectors are responsible for conducting risk assessments of products before and after they are released in the market. Furthermore, they are tasked with investigating whether businesses violate existing laws and regulations. Findings will be reported to the relevant head offices of DOCA in the States, Regions and Union Territory.

Market surveillance inspectors are accountable for the efficiency and effectiveness of their activities which shall be performed in a non-discriminatory manner vis-à-vis locally-manufactured as well as imported products. In doing so, they need to adhere to applicable laws, regulations, and standard operating procedure (SOP) or guidelines.

Role of DOCA

DOCA will carry out market surveillance tasks in line with the Consumer Protection Law 2019 by identifying prioritized categories of goods and services. Market surveillance activities will be implemented in priority sectors according to short- and long-term planning. When checking potentially unsafe goods to be recalled from the market, DOCA will take into consideration product characteristics, product-related hazards, identify hazards by testing while also accounting for standards, consumer usage and habits, injury scenarios, severity and probability of injury. DOCA will determine the kind of risk and risk-mitigating measures. To assess the severity of the risk, tests will be conducted based on the technical standards of relevant ministries.

Market Surveillance

The main tasks to be undertaken to ensure effective product safety and market surveillance:

- (a) Identification of product-related hazards and assessment of the associated risk levels;
- (b) Implementation of practical market surveillance activities; and
- (c) Implementation of market surveillance activities at the national and regional levels, along with the development of appropriate tools for drafting, implementing and monitoring annual market surveillance plans.

DOCA will conduct training programmes and prepare the necessary tools for the market inspectors in charge of market surveillance, based on the Consumer Protection Law 2019.

Prioritization

Due to the large amount of different products in the market, it is impossible to cover everything all at once. It is therefore necessary to prepare plans for targeted market surveillance activities and to allocate or share resources efficiently in the identified priority sectors.

Planning

Market surveillance consists of a number of processes that need to be carefully devised in order to ensure overall efficiency. This includes:

- (a) Inspection;
- (b) Sampling;
- (c) Laboratory testing;
- (d) Evaluating results; and
- (e) Legal follow-up.

5. Consumer Redress

DOCA will formulate a consumer redress programme aimed at protecting consumer rights and interests, as well as redressing consumer losses and damages in a timely manner and within a legal framework. DOCA will also update the current alternative dispute resolution (ADR) system, set up a national online dispute resolution (ODR) system to allow for complaints-handling in a more time- and cost-effective manner, as well as promote the establishment of ASEAN ODR Network with a view towards facilitating cross-border consumer dispute resolution across the region.

Myanmar Consumer Protection Commission (MCPC)

According to the Consumer Protection Law 2019, the MCPC is the highest authoritative body in Myanmar, responsible for formulating consumer protection policies and supportive measures. In order to carry out consumer protection actions across the country, Consumer Affairs Committees have been established in the States, Regions and the Union Territory. Furthermore, it is planned to establish district-level Consumer Affairs Committees in the States, Regions and the Union Territory.

Department of Consumer Affairs (DOCA) in the States, Regions and the Union Territory

The DOCA Headquarters and head offices in the States, Regions and the Union Territory are responsible for settling consumer complaints through mediation. The head offices of DOCA in the States, Regions and the Union Territory are required to follow up on complaints submitted to DOCA Headquarters and the relevant committees. If businesses fail to comply with the provisions of Section 21 (Duties of Entrepreneurs), Sections 24 and 25 (Consumer Rights regarding Warranty of Goods), and Section 27 (Consumer Rights regarding Warranty of Services), head offices in the Union Territory, States and Regions may impose the administrative penalties in accordance with Section 52 of the Consumer Protection Law 2019:

- (a) Warning;
- (b) Repair;
- (c) Replace; and
- (d) Refund.

Consumer Affairs Committees

The Consumer Affairs Committees will seek advice from relevant ministries and governmental agencies when carrying out consumer protection actions, if necessary.

The Committees may also confer upon an investigative body to investigate and verify the accuracy of information related to the disputed goods or services, as well as the harm(s) caused to

consumers and their properties. The Committees then would make their decisions based upon the facts gathered and verified by the investigation body in accordance with existing laws and regulations.

If the Committees, following the investigation, find that the businesses have failed to comply with the provisions of the Consumer Protection Law 2019, they may impose any one or more of the following administrative penalties, except for the provisions of Sections 21, 24, 25 and 27 and restrictions mentioned in Chapter 23:

- (a) Remedies for damages;
- (b) Fines;
- (c) Prohibiting the sale of the disputed goods/services for a definite period of time; and
- (d) Coordinating with relevant ministries, if required, to temporarily or permanently revoke the business license(s).

Lodging a Complaint


Any consumer in Myanmar has the right to lodge a complaint either in person, through non-governmental consumer associations, by phone, per mail or email, or through the DOCA website and Facebook.

Creating Complaint Files

The Consumer Information and Complaints Centers (CICC) in the States, Regions and the Union Territory will keep records of all consumer complaints and submit monthly summaries of complaints information and statistics to the DOCA Headquarters. All the complaints received and summary reports about the actions taken during the previous month will be sent to the DOCA Headquarters with a specific deadline. The head offices of DOCA in the States, Regions and the Union Territory are also required to send regular reports about the actions taken on consumer complaints to the DOCA Headquarters.

Role of the CICC

The CICC are required to submit the reports on the enquiries, complaints they received and handled to the DOCA Headquarters, in accordance with the mandate of the head offices in the States, Regions and the Union Territory. In order to disseminate the information to consumers and to facilitate the lodging of complaints, the CICC will be upgraded, if necessary.



In the future, the Consumer Affairs Committees and the head offices of DOCA in the States, Regions and the Union Territory will cooperate with non-governmental consumer associations to offer consumer consultation and mediation. In addition to the existing complaints system, DOCA will also handle complaints received via the hotline, call center, and other consumer-friendly tools.

Standard Operation Procedure (SOP) on Consumer Dispute Resolution

The head offices of DOCA in the States, Regions and Union Territory will devise a standard operating procedure (SOP) for consumer dispute resolution so that consumer complaints can be handled effectively and systematically.

Online Dispute Resolution (ODR) System

A national ODR System will be updated in order to handle consumer disputes in a more time- and cost-effective manner, which is in line with current trends. In addition, in accordance with Goal 3 of the ASEAN Strategic Action Plan on Consumer Protection (ASAPCP) 2016-2025, an ASEAN ODR Network will be established in cooperation with other ASEAN Member States, with a view towards enhancing consumer confidence in cross-border commercial transactions and the ASEAN Economic Community (AEC).

Conclusion

The National Consumer Protection Programme (NCPP) serves to steer and support consumer protection actions across the country. Effective collaboration between DOCA, relevant governmental agencies and non-governmental consumer associations in the implementation of strategic measures under the NCPP will help increase and improve consumer empowerment, enable consumers to effectively exercise their rights and stay protected against unsafe goods and services. DOCA will undertake the utmost efforts to further strengthen the consumer community through consumer protection programmes similar to the NCPP, taking into account the outcomes or results of the NCPP. This acknowledges that all stakeholders play a crucial role in contributing to consumer programmes or activities in the future, based on their experiences in the implementation of the NCPP.

ACTION PLAN FOR IMPLEMENTING THE NATIONAL CONSUMER PROTECTION PROGRAMME (NCPP) 2021 -2025

The following action plan sets out the strategic measures and specific action lines under the National Consumer Protection Programme (NCPP) of Myanmar for the next five years (2021-2025). DOCA, as the focal point for consumer affairs, will cooperate and collaborate with relevant governmental agencies and non-governmental consumer associations to ensure the effective and efficient implementation of the NCPP.

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
1	Developing and Supporting Consumer Protection Policies						
1.1	Development of a Consumer Protection Framework in E-Commerce	The ASEAN Strategic Action Plan on Consumer Protection (ASAPCP) 2016-2025 identifies consumer protection in e-commerce as an important measure for Member States. A regulatory framework for entrepreneurs and basic principles for the protection of consumer rights and interests will be adopted.	H	Orders and/or directives on Consumer Protection and Guidelines on E-commerce, as well as Guidelines for Data Privacy in E-Commerce are adopted as part of the Law on E-Government.	2021	MOTC, MOC, MOPFI, CBM, technical assistance from development partners	DOT, DOCA, FRD
1.2	Review of the implementation of the Consumer Protection Law 2019 every 5 years, and development of	Based on the experiences and lessons learnt from the mid-term review of the law, and in line with international best practices as well as	M	The existing Consumer Protection Law is revised and, if necessary, a	2022-2025	Relevant governmental agencies, technical assistance from	DOCA

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
	proposals its amendment	ASEAN guidelines, the Consumer Protection Law 2019 will be revised.		new law adopted.		development partners	
1.3	Consumer policy research, trainings and workshops to build capacities in a progressive manner	Trainings, workshops and research activities are implemented in order to raise consumer awareness and promote sustainable consumption practices.	H	Review of the results of research as well as capacity building activities (trainings and workshops).	2021-2025	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from development partners	DOCA and other relevant ministries
1.4	Adoption of orders, directives and/or procedures on misleading advertising	The Consumer Protection Law 2019 already possesses provisions regarding advertising, but greater detail and guidance are required.	H	Orders, directives and/or procedures on misleading advertising are adopted.	2021-2022	MOC, MOI, MOHT, other relevant governmental agencies, technical assistance from development partners	DOCA and other relevant ministries
1.5	Development of orders, directives and/ or procedures on unfair contract terms	It is necessary to ensure that consumers are aware of unfair contract terms and businesses avoid the unfair contract terms when drafting consumer contracts.	M	Orders, directives and/or procedures on unfair contract terms are adopted.	2023-2025	MOC, Union Attorney General Office, PPP, ACCP	DOCA, MOC (Competition Commission)

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
1.6	Development of quality standards for priority products and services	The adoption of standards by the industry ensures that safe and high-quality goods and services are provided to consumers. Standards also facilitate the consumer dispute resolution.	H	Various quality standards for priority products and services are adopted and applied.	2021-2025	DRI, MOPFI, MOEE, CI, DOCA	MOE, MOPFI, DOCA and other relevant ministries
1.7	Establishment of an integrated information platform for consumer protection-related activities	An integrated information platform for consumer education, product safety issues and consumer complaints (hotline, website, database, software, monitoring system, etc.) is required to connect all relevant agencies (or at least the contact points) and organizations (governmental and non-governmental).	M	Integrated information platform for consumer protection-related activities is designed, tested and put into operation.	2023-2025	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from development partners	DOCA and other relevant ministries
1.8	Development of orders, directives and/or procedures on financial consumer protection in	Consumers should receive comprehensive information from service providers before concluding a contract. They should be able to	M	Orders, directives and/or procedures on financial consumer	2023-2025	CBM, MOPFI, technical assistance from development partners	CBM, DOCA, FRD and other relevant ministries

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
	cooperation with relevant ministries	withdraw from a contract during a cooling-off period. Businesses should refrain from engaging in abusive marketing practices or forcing consumers into buying a service they have not solicited. This includes practices, such as unsolicited phone calls and e-mails. Consumers should be protected from irresponsible marketing of financial services which could cause consumer indebtedness.		protection are developed in cooperation with relevant ministries.			

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
1.9	Incorporation of provisions concerning the rights of passengers in bus and coach transport, of railways passengers, of passengers travelling by air, by sea and inland waterway in relevant sectoral laws	The legitimate rights of passengers / consumers, such as the right to safety, right to choice, right to quality service, and right to be financially compensated in the case of cancellation, etc. should be addressed in the respective sectoral laws.	M	Sectoral transportation laws (land transport, railways, aviation, inland waterways, etc.) comprise provisions recognising the legitimate rights of passengers / consumers.	2023-2025	MOTC, Development Committees / Organizations (Municipalities), MOHT	DOCA, MOTC, Development Committees / Organizations (Municipalities), MOHT
2	Consumer Education						
2.1	Development of an advocacy kit on the contents of the Consumer Protection Law 2019	The main contents of the Consumer Protection Law 2019 need to be explained to consumers and businesses so that they fully understand their rights and obligations.	H	The advocacy kit (brochures, leaflets, FAQs, booklets, etc.) is developed and used in different advocacy events.	2021-2025	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from development partners	DOCA, MCU and other consumer protection associations
2.2	Education of consumers about food safety and food labels	Consumers must be informed about the impact of different types of food, food quality and food	H	Consumers are properly educated about food	2021-2025	Relevant governmental agencies, NGOs, technical	FDA, DOCA, MCU, FOSTA and other consumer

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
		ingredients on their health; they also need to be able to read and understand food labels.		safety and food labels.		assistance from development partners	protection associations
2.3	Education of consumers about drug use and drug labels	Consumers must be informed of the impact of different types of drugs and their usage on their health; they also need to be able to read and understand drug labels.	H	Consumers are properly educated about drug use and drug labels.	2021-2025	Relevant government agencies, NGOs, technical assistance from development partners	FDA, Department of Public Health, DOCA, MCU and other consumer protection associations
2.4	Development of training guidelines for consumer education activities	Such guidelines can be utilized by DOCA staff and other training participants to render training activities more effective.	H	A Monitoring and Evaluation (M&E) framework is designed to monitor the effectiveness of consumer education activities.	2021-2022	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from development partners	DOCA, MCU and other consumer protection associations
2.5	Raising consumer awareness and promoting sustainable consumption practices	Consumers should be aware of the impacts of their consumption behaviours on the economy and environment.	M	Educational and informational materials on sustainable consumption	2023-2025	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from	DOCA and MONREC

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
				are designed and used in relevant workshops and campaigns.		development partners	
2.6	Action Plan for improving the financial literacy and consumer protection	Consumers should possess basic financial literacy and be aware about basic financial services available in the market, in order to assert their rights and avoid indebtedness or insolvency.	H	Action Plan for improving the financial literacy of consumers is developed.	2021-2022	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from development partners	CBM, FRD and DOCA
2.7	Teaching consumer protection as a subject in schools at all levels	Consumer protection should be taught as a subject in primary, secondary and high schools, so that consumers and entrepreneurs are informed from a young age.	H	Textbooks on consumer protection are developed and applied in schools at all levels.	2021-2023	Relevant governmental agencies, NGOs, technical assistance from development partners	MOE, DOCA and other consumer protection association
3	Communication and Cooperation						
3.1	Establishment of consumer contact points between MOPFI and DOCA	A communication channel between relevant governmental agencies is important to ensure that	H	Contact points between ministries /regulators are	2021	MCPC	DISI and DOCA

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
		consumer issues and concerns in specific sectors are adequately and timely addressed.		established and fully operational.			
3.2	Establishment of consumer contact points between FDA and DOCA	A communication channel between relevant governmental agencies is important to ensure that consumer issues and concerns in specific sectors are adequately and timely addressed.	H	Contact points between ministries/ regulators are established and fully operational.	2021	MCPC	FDA and DOCA
3.3	Establishment of consumer contact points between MOTC and DOCA	A communication channel between relevant governmental agencies is important to ensure that consumer issues and concerns in specific sectors are adequately and timely addressed.	H	Contact points between ministries/ regulators are established and fully operational.	2021	MCPC	MOTC and DOCA
3.4	Communication and Cooperation with the Ministry of Information (MOI) and DOCA	Cooperation and collaboration with the MOI is necessary in order to support notifications to DOCA and promote consumer protection activities to the public via state-owned media.	H	Contact points between ministries/ regulators are established and fully operational.	2021	MCPC	MOI and DOCA

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
3.5	Communication and Cooperation with the Development Committees/ Organizations (Municipalities)	Cooperation and collaboration with the Development Committees/ Organizations (Municipalities) is necessary to prevent unsafe goods from being placed in the market.	H	Contact points are established and fully operational.	2021-2025	Consumer Affairs Committees in States / Regions and Districts	Development Committees / Organizations (Municipalities) and DOCA (Head Offices) in States / Regions and Districts
3.6	Communication and Cooperation with the Central Bank of Myanmar (CBM)	Cooperation and collaboration with the CBM is necessary for consumer protection in financial services.	H	Contact points are established and fully operational.	2021	MCPC	CBM, MOPFI and DOCA
3.7	Communication and Cooperation between consumer protection associations, including MCU, and DOCA	Cooperation and collaboration between consumer protection associations, including MCU, and DOCA is necessary to ensure that consumer complaints could be handled effectively.	H	Two-way communication channels are established and fully operational.	2021-2025	MCPC	Consumer associations, including MCU, and DOCA
3.8	Development of a bilingual (Myanmar and English), interactive website on consumer protection, operated	The website serves as the information hub for all relevant governmental agencies, consumers and businesses where they can find information about	H	The website is set up and fully operational, as well as regularly updated.	2021-2023	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
	and maintained by DOCA (www.doca.gov.mm)	the Consumer Protection Law, the redress system, and other resources. Consumers should also be able to lodge a complaint through the website, as well as track its progresses/results. The website should also serve as the official communication channel of DOCA, where its structure and mandate, vision and mission, and actions are explained and transparently communicated.					
3.9	Consumer advice, programmes, columns or sections in the mass media (newspapers, radio, television)	Consumers should have access to regular consumer information or columns in the mass media. DOCA should publish newspaper articles related to consumer protection issues and contribute to TV/radio programmes.	H	Consumer advice, programmes, columns or sections are conceptualized and carried out in cooperation with the mass media.	2021-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA, MOI and development partners

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
3.10	Official social media channel for consumer education programmes	Most consumer protection agencies possess an official social media channel of their own to disseminate information to consumers at large about relevant issues, and to conduct online campaigns.	H	DOCA's official social media channel is created and fully functional.	2021-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA, MOI and development partners
3.11	Adoption of Myanmar Consumer Rights Day [e.g. on the 15 th of March]	World Consumer Rights Day (WCRD) is celebrated on 15 March with different themes each year; likewise, Myanmar Consumer Rights Day will be celebrated every year, highlighting key priority issues for consumers and to implement consumer protection actions more effectively.	M	Myanmar Consumer Rights Day is adopted and celebrated each year.	2023-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA, MOI and development partners
4	Market Surveillance						
4.1	Development of a market surveillance unit within DOCA	Products (or product categories) for which there has been a high level of product-related injuries have been recorded or a high level of consumer	H	A market surveillance unit is established within DOCA and Work	2021-2022	Consumer Affairs Committees	DOCA and other relevant ministries

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
		complaints are lodged, will be selected for market surveillance (inspection, sampling, laboratory testing, evaluating results and legal follow-up, if necessary). Depending on the chosen priority, representative(s) of other relevant governmental agencies will be engaged		processes (Standard Operating Procedures-SOP) for the unit are fully operational.			
4.2	Development of training kits based on the Consumer Protection Law 2019 for officials and inspectors	Officials/inspectors of DOCA need to be properly prepared concerning the requirements of the Law on Consumer Protection, as well as other relevant knowledge and skills related to product safety and market surveillance issues.	H	Training materials/ kits are developed, tested and applied.	2021-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA
4.3	Development of a database on product-related injuries	It is important to create a database on product-related injuries in order to plan and conduct market surveillance activities for effective, and to prevent unsafe products from	H	Methodologies for data collection and assessment are developed, and the database is	2021-2025	Relevant public/private agencies	DOCA

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
		being placed in the markets.		established and fully operational.			
5	Consumer Redress						
5.1	Development of Standard Operating Procedures [Manual] on consumer complaints-handling	This ensures that consumer complaints are handled by responsible officials systematically and effectively.	H	The SOP [Manual] is developed and pilot-tested.	2021-2022	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA
5.2	Capacity building for inspectors and mediators on consumer complaints-handling	Officials/inspectors of DOCA will handle consumer complaints in a competent manner.	H	Trainings are conducted regularly by using the SOP [Manual].	2021-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA
5.3	Infrastructure development for Consumer Information and Complaint Centres (CICC)	The network of CICCs needs to be upgraded to serve the needs of consumers throughout the country, to allow not only for lodging a complaint, but also to provide advice on consumer-related matters.	H	CICCs are upgraded and fully developed.	2021-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA
5.4.	Establishment of National Online	This serves to facilitate the resolution of consumer dispute issues in a time-	M	National Online Dispute Resolution-	2022-2023	DOCA, technical assistance from	DOCA

No.	Strategic Measures	Description	Priority (H, M, L)	Success Indicators	Time Frame	Resources	Responsible Agencies
	Dispute Resolution (ODR) system	and cost- effective manner.		ODR system is developed.		development partners	
5.5	Availability of consumer advocates/ activists to working in cooperation with non-governmental consumer protection associations to assist with consumer redress	Volunteers or members of consumer associations / organizations need to be trained on various skills and knowledge to cater to consumer needs, particularly concerning redress.	M	Training materials/kits are developed, tested and applied.	2023-2025	DOCA, technical assistance from development partners	DOCA, MCU and other consumer protection associations
5.6	Establishment of ASEAN Online Dispute system under goal 3 of ASAPCP 2016-2025	According to the goal 3 of ASAPCP 2016-2025, ASEAN Online Dispute Resolution system is established in order to facilitate cross- border consumer complaints and consumer disputes effectively and smoothly.	M	The settlement of cross- border consumer disputes via ASEAN Online Dispute Resolution system is developed.	2023-2025	Development partners, ACCP	DOCA
