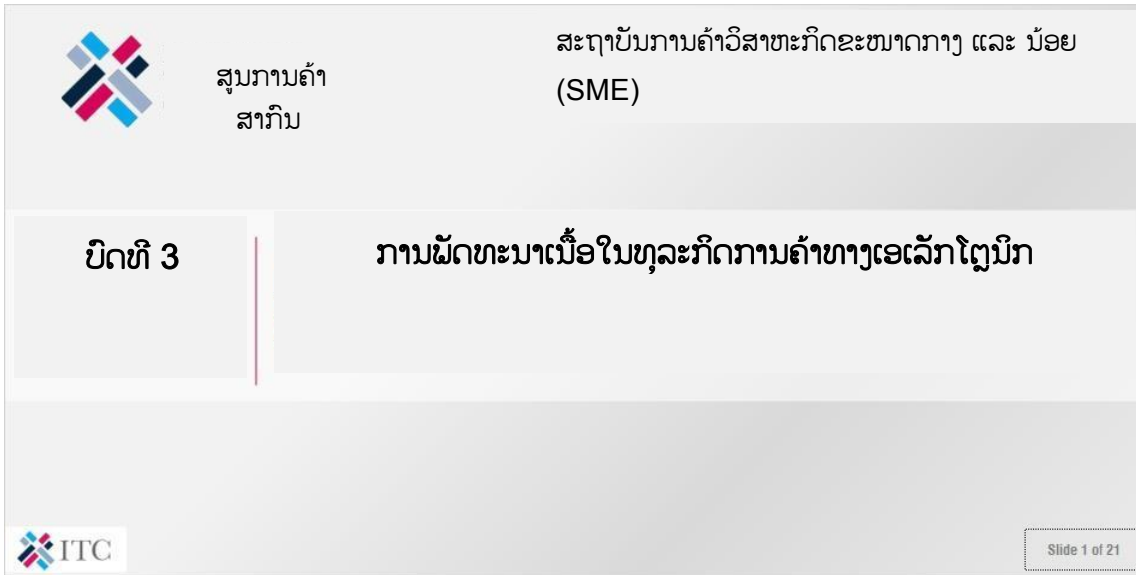


# ບົດທີ 3

## 1.1 ການພັດທະນາເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ



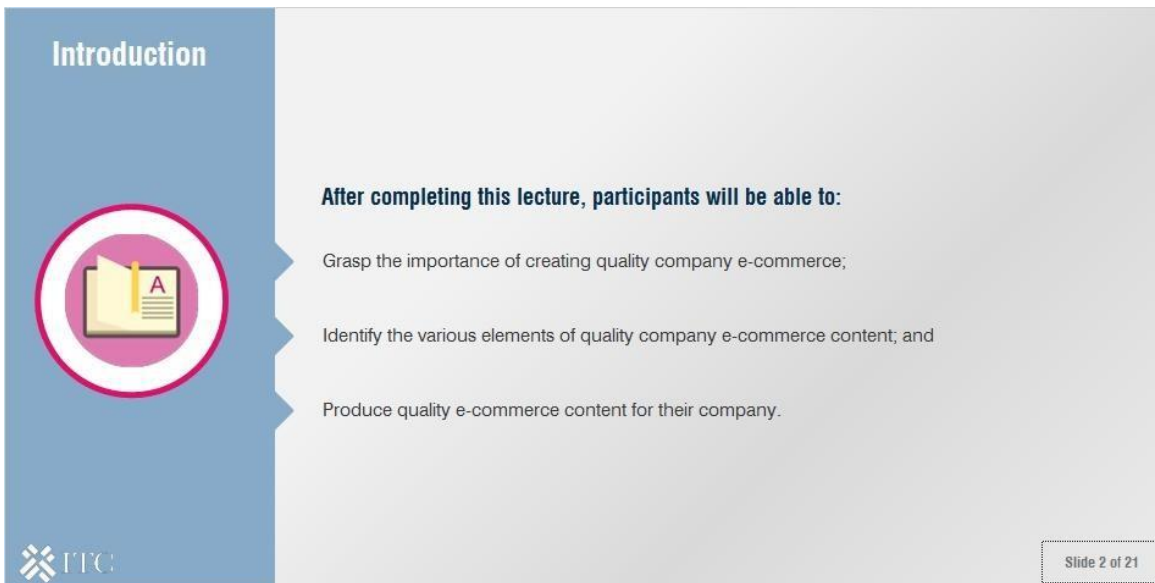
ສູນການຄ້າສາກົນ ສະຖາບັນການຄ້າວິສາຫະກິດຂະໜາດກາງ ແລະ ນ້ອຍ (SME)

ບົດທີ 3 ການພັດທະນາເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ

ITC Slide 1 of 21

## ການພັດທະນາເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ

### 1.1 ຄຳແນະນຳ



Introduction

After completing this lecture, participants will be able to:

- Grasp the importance of creating quality company e-commerce;
- Identify the various elements of quality company e-commerce content, and
- Produce quality e-commerce content for their company.

ITC Slide 2 of 21

ຜ່ານຫຼັງສຳເລັດບົດນີ້, ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຈະສາມາດ:

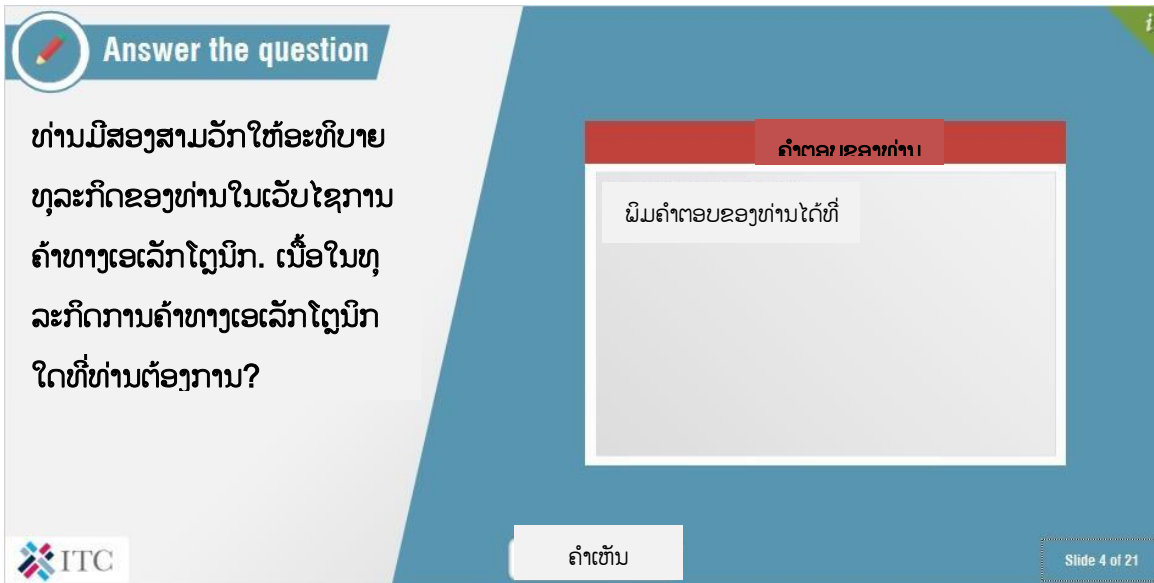
- ເຂົ້າໃຈຄວາມສຳຄັນຂອງການສ້າງທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ;
- ກຳນົດອົງປະກອບດ້ານເນື້ອໃນຕ່າງໆຂອງທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ; ແລະ
- ຜະລິດເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບສຳທຸລະກິດຂອງຕົນ.

## 1.2 ຍ້ອນຫຍັງເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກຈຶ່ງສໍາຄັນ?



## ຍ້ອນຫຍັງເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກຈຶ່ງສໍາຄັນ?

### 1.3 ຕອບຄໍາຖາມ

A presentation slide titled "Answer the question" with a pencil icon. The text asks: "ທ່ານມີສອງສາມວັກໃຫ້ອະທິບາຍທຸລະກິດຂອງທ່ານໃນເວັບໄຊການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ. ເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກໃດທີ່ທ່ານຕ້ອງການ?". On the right, there is a form with a red header "ຄໍາຕອບຂອງທ່ານ" and a text input field containing "ພິມຄໍາຕອບຂອງທ່ານໄດ້ທີ່". At the bottom, there is a "ຄໍາເຫັນ" button. The ITC logo is in the bottom left, and "Slide 4 of 21" is in the bottom right.

ຄໍາເຫັນ:

ກ່ອນອື່ນໝົດ, ທ່ານຕ້ອງຮັບປະກັນວ່າ ທຸລະກິດຂອງທ່ານມີຂໍ້ມູນລາຍລະອຽດ ປະກອບດ້ວຍຂໍ້ມູນຕ່າງໆທີ່ຈໍາເປັນ ເພື່ອຊັກຊວນລູກຄ້າທີ່ເຮັດທຸລະກິດນໍາທ່ານນັ້ນໃຫ້ຄຸ້ມຄ່າ. ລາຍລະອຽດຂອງທຸລະກິດທ່ານ ແມ່ນນັບແຕ່ບັດປະຈໍາຕົວພະນັກງານຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌ທຸກຄົນ. ເລົ່າເລື່ອງທີ່ດີກ່ຽວກັບ ທຸລະກິດຂອງທ່ານ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າມີຄວາມສົນໃຈຢາກຮູ້ວ່າ ທ່ານແມ່ນໃຜ ແລະ ທ່ານກໍາລັງເຮັດການຄ້າຂາຍຫຍັງຢູ່, ທັງໝົດນີ້ຈະຊ່ວຍເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າຂອງທ່ານຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າຂອງທ່ານຫຼາຍຂຶ້ນ.

ນອກຈາກນີ້ ໃນການໃຫ້ຂໍ້ມູນລະອຽດກ່ຽວກັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ ທ່ານຍັງຈະຕ້ອງໃຫ້ຂໍ້ມູນ ກ່ຽວກັບເງື່ອນໄຂໃນການຊື້, ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ

ການຄົ້ນເງິນຂອງທ່ານ, ຕະຫຼອດຮອດນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານ.

# 1.4 ຍ້ອນຫຍັງເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກຈຶ່ງສໍາຄັນ?

ຍ້ອນຫຍັງເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກຈຶ່ງສໍາຄັນ?

ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກມີຄວາມສໍາຄັນ ເນື່ອງຈາກ 2 ເຫດຜົນຫຼັກໆເຊັ່ນ:

- ການໃຫ້ຂໍ້ກຳນົດທີ່ລະອຽດ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃນການຊື້
- ສ້າງພາບຫຼັກໃຫ້ທຸລະກິດຂອງທ່ານ

ເມື່ອສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງຈາກຄູ່ແຂ່ງຂອງທ່ານໃຫ້ຕົວຕົວທ່ານເອງ, ທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງສ້າງຢີ່ຫໍ້, ຮູບພາບ ແລະ ເລື່ອງລາວສໍາລັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ການເຮັດແນວນີ້ບໍ່ພຽງແຕ່ເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງລູກຄ້າ ຄວາມດ່ານ ແຕ່ຍັງເນັ້ນເຖິງຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຄວາມເປັນມືອາຊີບຂອງທ່ານ.

ITC Slide 5 of 21

ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກມີຄວາມສໍາຄັນ ເນື່ອງຈາກ 2 ເຫດຜົນຫຼັກໆເຊັ່ນ:

## ການໃຫ້ຂໍ້ກຳນົດທີ່ລະອຽດ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃນການຊື້

ເມື່ອທ່ານເຮັດທຸລະກິດອອນໄລນ໌, ທ່ານຕ້ອງແນ່ໃຈວ່າ ລູກຄ້າຂອງທ່ານ ແລະ ຜູ້ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດອື່ນໆໃນຫວ່າງໄສ້ມູນຄ່າດ້ານການຄ້າທາງ ເອເລັກໂຕຼນິກມີຄວາມເຂົ້າໃຈຢ່າງຈະແຈ້ງກ່ຽວກັບຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃນການມີສ່ວນຮ່ວມກັບທ່ານ, ລວມທັງເງື່ອນໄຂດ້ານການຊື້, ການຂົນສົ່ງ, ການປົກປ້ອງຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ, ການສົ່ງຄືນ ແລະ ຂັ້ນຕອນການຄືນເງິນອື່ນໆ.

ດ້ວຍການວາງວາງເງື່ອນໄຂທັງເຫຼົ່ານີ້ຢ່າງຈະແຈ້ງ ຈະເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງເນື້ອໃນການຄ້າດ້ານເອເລັກໂຕຼນິກຂອງທ່ານ, ທ່ານສາມາດຫຼີກລ່ຽງສິ່ງທີ່ບໍ່ເຝິງປາຖະນາເກີດຂຶ້ນກັບທ່ານ ແລະ ລູກຄ້າຂອງທ່ານ, ພ້ອມດຽວກັນນັ້ນ ທ່ານຍັງຮັກສາເວລາ, ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ, ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນການໃຊ້ເງິນໃນອະນາຄົດ.

## ການສ້າງພາບຫຼັກໃຫ້ທຸລະກິດຂອງທ່ານ

ເພື່ອສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງຈາກຄູ່ແຂ່ງຂອງທ່ານໃຫ້ຕົວຕົວທ່ານເອງ, ທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງສ້າງຢີ່ຫໍ້, ຮູບພາບ ແລະ ເລື່ອງລາວສໍາລັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ການເຮັດແນວນີ້ບໍ່ພຽງແຕ່ເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງລູກຄ້າຂອງທ່ານ, ແຕ່ຍັງເນັ້ນເຖິງຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຄວາມເປັນມືອາຊີບຂອງທ່ານ.

## 1.5 ຄວາມສ່ຽງທີ່ບໍ່ມີເນື້ອໃນດ້ານການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ຮັດກຸມ

**ຄວາມບໍ່ໜ້າເຊື່ອຖື**

**ບໍ່ປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍ**

ເງື່ອນໄຂການຊື້, ການຄືນເງິນ ແລະ ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນຂອງທ່ານ, ເຊັ່ນດຽວກັນກັບນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານ ທັງໝົດນີ້ຈຳເປັນຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບລະບຽບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຕົວຢ່າງ: ພາຍໃຕ້ກົດລະບຽບຂອງ EU, ລູກຄ້າມີສິດທີ່ຈະຍົກເລີກ ແລະ ສິ່ງຄືນຕາມສິ່ງພາຍໃນ 14 ມື້ ບໍ່ວ່າຈະຢູ່ໃນເຫດຜົນ ແລະ ບໍ່ມີເຫດຜົນກໍຕາມ. ດັ່ງນັ້ນ, ຖ້າທ່ານວາງແຜນທີ່ຈະຂາຍສິ່ງໄປສະຫະພາບເອີຣົບ, ທ່ານຕ້ອງໝັ້ນໃຈວ່າ ທ່ານມີຄວາມສາມາດໃນການຈັດການກັບລູກຄ້າຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ແລະ ຊິດເຊີຍໃຫ້ລູກຄ້າບໍ່ວ່າຈະສິ່ງຄືນຫຍັງກໍຕາມ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຄູ່ຮ່ວມງານການບໍລິການເຊັ່ນ: ການຈ່າຍເງິນ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຂົນສົ່ງໂດຍປົກກະຕິຈະໃຫ້ບໍລິການໄດ້ພຽງແຕ່ຖ້າທ່ານສາມາດສະໜອງເງື່ອນໄຂ ແລະ ຂໍ້ຕົກລົງນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນເຊັ່ນດຽວກັນກັບນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ເຊິ່ງໄດ້ອອກຂໍ້ກຳນົດສຳລັບການຈັດເກັບ ແລະ ການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຈາກຜູ້ໃຊ້.

ITC Slide 6 of 21

### ຄວາມບໍ່ໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດ

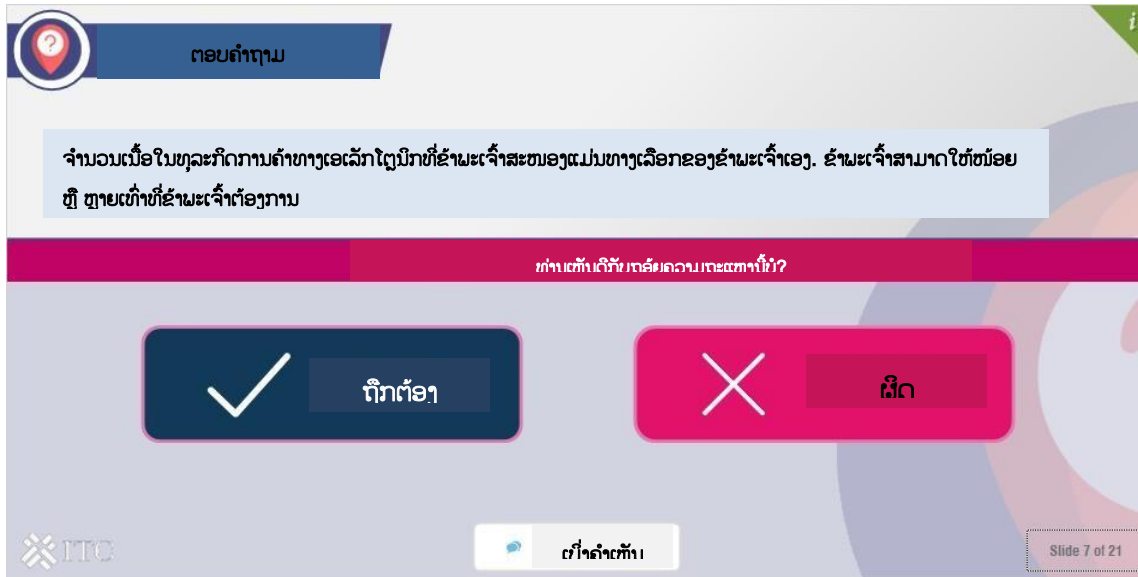
ເນື່ອງຈາກບໍ່ມີການຕິດຕໍ່ເປັນການສ່ວນຕົວລະຫວ່າງທ່ານກັບລູກຄ້າຂອງທ່ານ, ລູກຄ້າຂອງທ່ານຈະຄົ້ນຫາວິທີການອື່ນໆ ເພື່ອໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າທ່ານມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື. ການມີເນື້ອໃນດ້ານການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ ສາມາດແກ້ເລື່ອງນີ້ໄດ້ ແລະ ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ລູກຄ້າອອນໄລນ໌ສ່ວນໃຫຍ່ຈະເບິ່ງລາຍລະອຽດດ້ານທຸລະກິດຂອງຜູ້ຂາຍອອນໄລນ໌, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂກ່ອນທີ່ຈະຕັດສິນໃຈຊື້. ລາຍລະອຽດ ແລະ ໂປ່ງໃສດ້ານຂໍ້ມູນທີ່ມີທັງຫຼາຍຈະເຮັດໃຫ້ການຕັດສິນໃຈຊື້ງ່າຍຂຶ້ນ, ແລະ ສາມາດແກ້ໄຂບັນຫາຄວາມບໍ່ໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດຕ່າງໆໄດ້.

### ບໍ່ປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍ

ເງື່ອນໄຂການຊື້, ການຄືນເງິນ ແລະ ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນຂອງທ່ານ, ເຊັ່ນດຽວກັນກັບນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານ ທັງໝົດນີ້ຈຳເປັນຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບລະບຽບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຕົວຢ່າງ: ພາຍໃຕ້ກົດລະບຽບຂອງ EU, ລູກຄ້າມີສິດທີ່ຈະຍົກເລີກ ແລະ ສິ່ງຄືນຕາມສິ່ງພາຍໃນ 14 ມື້ ບໍ່ວ່າຈະຢູ່ໃນເຫດຜົນ ແລະ ບໍ່ມີເຫດຜົນກໍຕາມ. ດັ່ງນັ້ນ, ຖ້າທ່ານວາງແຜນທີ່ຈະຂາຍສິ່ງໄປສະຫະພາບເອີຣົບ, ທ່ານຕ້ອງໝັ້ນໃຈວ່າທ່ານມີຄວາມສາມາດໃນການຈັດການກັບລູກຄ້າຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ແລະ ຊິດເຊີຍໃຫ້ລູກຄ້າບໍ່ວ່າຈະສິ່ງຄືນຫຍັງກໍຕາມ.

ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຄູ່ຮ່ວມງານການບໍລິການເຊັ່ນ: ການຈ່າຍເງິນ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຂົນສົ່ງໂດຍປົກກະຕິຈະໃຫ້ບໍລິການໄດ້ພຽງແຕ່ຖ້າທ່ານສາມາດສະໜອງເງື່ອນໄຂ ແລະ ຂໍ້ຕົກລົງ ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນເຊັ່ນດຽວກັນກັບນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ເຊິ່ງໄດ້ອອກຂໍ້ກຳນົດສຳລັບການຈັດເກັບ ແລະ ການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຈາກຜູ້ໃຊ້.

## 1.6 ຕອບຄໍາຖາມ



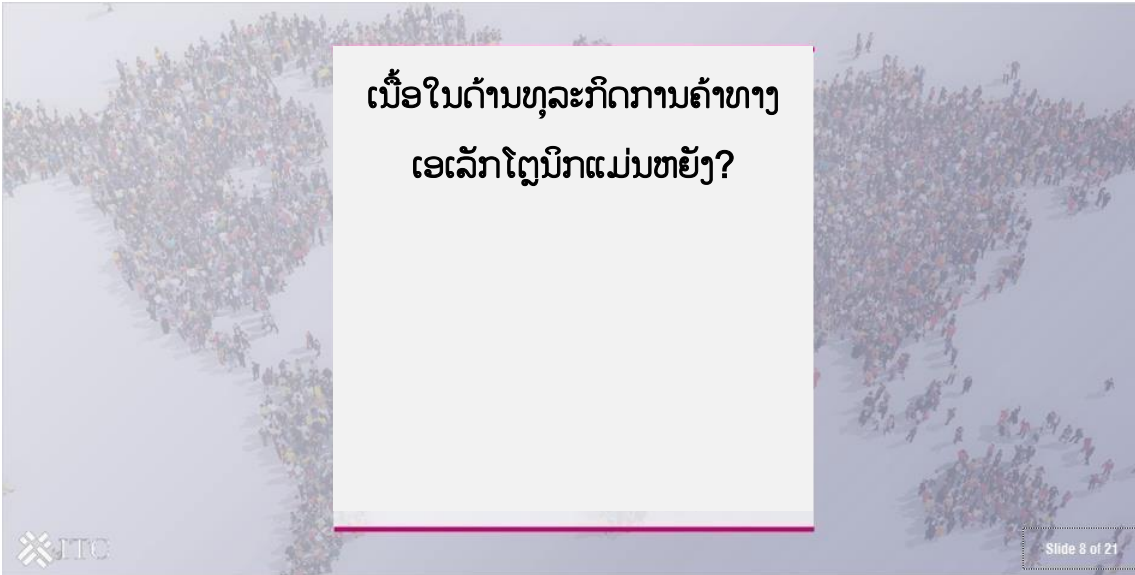
### ຄໍາຕໍານິຕິຊົມ:

#### ເລື່ອງນີ້ບໍ່ຖືກຕ້ອງ

...ສ່ວນຫຼາຍແລ້ວ. ໃນຄວາມຈິງ ຜູ້ຂາຍມີທາງເລືອກໃນການໃຫ້ຂໍ້ມູນລາຍລະອຽດດ້ານທຸລະກິດແບບສັ້ນ ຫຼື ຍາວໄດ້, ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດອື່ນໆ ເຊັ່ນ: ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ເງື່ອນໄຂ ແລະ ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນແມ່ນຜູ້ໃຫ້ບໍລິການໃນ ລະບົບຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ. ໃນຫຼາຍໆປະເທດ, ຍັງຈຳເປັນຕ້ອງນຳໃຊ້ກົດໝາຍ.

ຕາມທີ່ເວົ້າກັນວ່າ, ຄວາມສຳເລັດຂອງທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກຂອງທ່ານຈະເຕີບໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວໄດ້, ຂຶ້ນກັບຄວາມດຶງດູດ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງຂໍ້ມູນລາຍລະອຽດດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ຈິ່ງຈື່ໄວ້ວ່າ ຂໍ້ມູນລາຍລະອຽດດ້ານທຸລະກິດມີໜ້າທີ່ເທົ່າກັບບັດປະຈຳຕົວຂອງທ່ານ. ມັນວາງພື້ນຖານສຳລັບຄວາມສຳພັນຂອງທ່ານ ແລະ ລູກຄ້າ, ຄູ່ຮ່ວມງານດ້ານການບໍລິການ ແລະ ເຈົ້າໜ້າທີ່ອື່ນໆ

### 1.7 ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກແມ່ນຫຍັງ?



ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກແມ່ນຫຍັງ?

### 1.8 ການກຳນົດ ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ

**ການໃຫ້ນິຍາມເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກແມ່ນຫຍັງ?**

ໃນຂະນະທີ່ເນື້ອໃນດ້ານຜະລິດຕະພັນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນລະອຽດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນເອງ, ລວມທັງຕົ້ນກຳເນີດ, ຮູບຮ່າງລັກສະນະ, ອົງປະກອບ, ໂຄງສ້າງ, ການນຳໃຊ້, ແລະ ລາຄາ. ເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ຄວາມເປັນດັ່ງເດີມ, ປະເພນີ, ຄຸນຄ່າ, ວິໄສທັດ ແລະ ພະນັກງານ. ນອກຈາກນັ້ນ, ເນື້ອໃນຍັງມີຈຸດປະສົງເພື່ອແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມງານດ້ານການບໍລິການຂອງທ່ານຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບເງື່ອນໄຂຂອງການຊື້, ການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ.

ດັ່ງທີ່ພວກເຮົາໄດ້ເຫັນໃນບົດບັນລະຍາຍທີ 1, ເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ ສາມາດແບ່ງອອກເປັນປະເພດຕ່າງໆ ໂດຍອີງໃສ່ຜູ້ມີສ່ວນໄດ້ເສຍທີ່ໄດ້ຕັ້ງໃຈ:

- ລາຄາ
- ຜູ້ສະໜອງການຊຳລະ
- ຜູ້ສະໜອງການຂົນສົ່ງ
- ຕະຫຼາດອອນລາຍ

**ສຳລັບລູກຄ້າ:** ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດປະກອບມີຮູບພາບ / ວິດີໂອ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ.

ITC Slide 9 of 21

ໃນຂະນະທີ່ເນື້ອໃນດ້ານຜະລິດຕະພັນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນລະອຽດກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນເອງ, ລວມທັງຕົ້ນກຳເນີດ, ຮູບຮ່າງລັກສະນະ, ອົງປະກອບ, ໂຄງສ້າງ, ການນຳໃຊ້, ແລະ ລາຄາ. ເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ຄວາມເປັນດັ່ງເດີມ, ປະເພນີ, ຄຸນຄ່າ, ວິໄສທັດ ແລະ ພະນັກງານ. ນອກຈາກນັ້ນ, ເນື້ອໃນຍັງມີຈຸດປະສົງເພື່ອແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມງານດ້ານການບໍລິການຂອງທ່ານຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບເງື່ອນໄຂຂອງການຊື້, ການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ, ເຊັ່ນດຽວກັນກັບການຈັດການຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວລູກຄ້າຂອງທ່ານ.

ດັ່ງທີ່ພວກເຮົາໄດ້ເຫັນໃນບົດບັນລະຍາຍທີ 1, ເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ ສາມາດແບ່ງອອກເປັນປະເພດຕ່າງໆ ໂດຍອີງໃສ່ຜູ້ມີສ່ວນໄດ້ເສຍທີ່ໄດ້ຕັ້ງໃຈ:

**ສຳລັບລູກຄ້າ:** ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດ ປະກອບມີຮູບພາບ / ວິດີໂອ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ນະໂຍບາຍການສົ່ງ  
ຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ.

**ສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຊໍາລະອອນໄລນ໌:** ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ

**ສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ການບໍລິການຂົນສົ່ງ:** ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ

**ສໍາລັບຕະຫຼາດທາງອອນລາຍ (VMPs):** ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ (ຖ້າບໍ່ຖືກຄວບຄຸມຕົວເອງໂດຍຜ່ານ VMP)

### 1.9 ຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງຂອງເນື້ອໃນຜະລິດຕະພັນ

1 ຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງຂອງເນື້ອໃນຜະລິດຕະພັນ

ເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກສາມາດມີຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ລວມທັງ ຂໍ້ຄວາມ, ຕົວເລກ, ຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອ.

ໃນຂະນະທີ່ບາງເນື້ອໃນ ເຊັ່ນ: ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍການຄືນເງິນ ແລະ ການສົ່ງຄືນ, ລວມທັງນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ທັງໝົດມັກຈະສະແດງອອກໃນ ຂໍ້ຄວາມ, ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດສາມາດນໍາໃຊ້ຮູບແບບຂອງຂໍ້ຄວາມ, ຮູບພາບ ຫຼື ວິດີໂອ.

ການແລກປ່ຽນລະຫວ່າງເນື້ອໃນຂອງຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ

- 1 1 ຄໍາ = 1 ຄໍາ
- 2 ຮູບພາບ = 1,000 ຄໍາ
- 3 ວິດີໂອ = 10,000 ຄໍາ
- 4

ITC Slide 10 of 21

ເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກສາມາດມີຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ, ລວມທັງຂໍ້ຄວາມ, ຕົວເລກ, ຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອ.

ໃນຂະນະທີ່ບາງເນື້ອໃນ ເຊັ່ນ: ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍການຄືນເງິນ ແລະ ການສົ່ງຄືນ, ລວມທັງນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ທັງໝົດມັກຈະສະແດງອອກໃນຂໍ້ຄວາມ, ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດສາມາດນໍາໃຊ້ຮູບແບບຂອງຂໍ້ຄວາມ, ຮູບພາບ ຫຼື ວິດີໂອ.

ເມື່ອຄິດເຖິງຮູບແບບທີ່ເນື້ອໃນຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານຄວນຈະມີ, ຈຶ່ງຈື່ໄວ້ວ່າຮູບແບບຕ່າງໆມີມູນຄ່າດ້ານຂໍ້ມູນທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ທ່ານອາດຈະສາມາດຖ່າຍທອດຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ຕົ້ນກຳເນີດ, ປະເພນີ, ຄຸນຄ່າຂອງມັນ, ພາລະກິດ, ວິໄສທັດ ແລະ ຜະນິດການໂດຍການເຮັດວິດີໂອສັ້ນໆ ດ້ວຍການຂຽນຂໍ້ຄວາມເປັນວັກ. ພວກເຮົາແນະນຳໃຫ້ລວມເອົາຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງກັນເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຄ່າຂໍ້ມູນທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດ.

#### ການແລກປ່ຽນລະຫວ່າງເນື້ອໃນຂອງຮູບແບບທີ່ແຕກຕ່າງກັນ

- 1 ຄໍາ = 1 ຄໍາ
- ຮູບພາບ = 1,000 ຄໍາ

- ວິດີໂອ = 10,000 ຄໍາ
- ສ້າງປະສົບການຈາກ VR = 100,000 ຄໍາ



1.10 ການສ້າງຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດທີ່ໄດ້ຮັບຜົນດີ

ການສ້າງຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດທີ່ໄດ້ຮັບຜົນດີ

ບໍ່ວ່າເປົ້າໝາຍລູກຄ້າຂອງທ່ານ ຈະແມ່ນນັກທຸລະກິດ ຫຼື ບຸກຄົນ, ຂໍ້ມູນລະອຽດຂອງທຸລະກິດທ່ານຈະຕ້ອງເຊີນຊວນໃຫ້ມະນຸດເບິ່ງມັນຢູ່ໃນ ໜ້າຈໍອອມພິວເຕີຂອງເຂົາເຈົ້າ. ການສ້າງໂປຣໄຟລ໌ຜູ້ຂາຍແມ່ນການສ້າງຕັ້ງການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງມະນຸດກັບມະນຸດ (H2H). ລູກຄ້າຢາກ ຮູ້ແຫຼ່ງກຳເນີດ ແລະ ສະພາບການຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ເຂົາເຈົ້າຊື້ຫຼາຍຂຶ້ນ. ການເລົ່າເລື່ອງທີ່ເຮັດໃຫ້ຄົນສົນໃຈວ່າທ່ານແມ່ນໃຜ, ທ່ານມາຈາກໃສ ແລະ ທ່ານກຳລັງຂາຍ ຫຍັງຈະມີຜົນເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າເປົ້າໝາຍຂອງທ່ານຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າ.

ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານຄວນມີເນື້ອໃນທີ່ຕອບຄຳຖາມຕໍ່ໄປນີ້:

ທ່ານແມ່ນໃຜ	ຕົ້ນກຳເນີດ/ ການກໍ່ຕັ້ງ	ທີ່ຕັ້ງ ແລະ ຊຸມຊົນຂອງທ່ານ	ວັດທະນະທຳ ແລະ ປະເພນີຂອງທ່ານ	ຄຸນຄ່າ / ພາລະກິດ / ວິໄສທັດຂອງທ່ານ	ພະນັກງານ/ຜູ້ຮ່ວ ມຽນຂອງທ່ານ	ລູກຄ້າຂອງທ່ານ	ການນຳໃຊ້ຜະລິດ ຕະພັນຂອງທ່ານ
------------	------------------------	---------------------------	-----------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------	----------------------------

ITC ຕົວຢ່າງຂໍ້ມູນທາງທຸລະກິດ Slide 11 of 21

ບໍ່ວ່າເປົ້າໝາຍລູກຄ້າຂອງທ່ານ ຈະແມ່ນນັກທຸລະກິດ ຫຼື ບຸກຄົນ, ຂໍ້ມູນລະອຽດຂອງທຸລະກິດທ່ານຈະຕ້ອງເຊີນຊວນໃຫ້ມະນຸດເບິ່ງມັນຢູ່ໃນ ໜ້າຈໍອອມພິວເຕີຂອງເຂົາເຈົ້າ. ການສ້າງໂປຣໄຟລ໌ຜູ້ຂາຍແມ່ນການສ້າງຕັ້ງການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງມະນຸດກັບມະນຸດ (H2H). ລູກຄ້າຢາກຮູ້ແຫຼ່ງກຳເນີດ ແລະ ສະພາບການຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ເຂົາເຈົ້າຊື້ຫຼາຍຂຶ້ນ. ການເລົ່າເລື່ອງທີ່ເຮັດໃຫ້ຄົນສົນໃຈວ່າທ່ານແມ່ນໃຜ, ທ່ານມາຈາກໃສ ແລະ ທ່ານກຳລັງຂາຍ ຫຍັງຈະມີຜົນເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າເປົ້າໝາຍຂອງທ່ານຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າ.

ຂໍ້ມູນລະອຽດດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານຄວນມີເນື້ອໃນທີ່ຕອບຄຳຖາມຕໍ່ໄປນີ້:

- ທ່ານແມ່ນໃຜ: ອັນນີ້ຄວນປະກອບດ້ວຍຄຳບັນຍາຍໃນຮູບແບບຂໍ້ຄວາມ ຫຼື ວິດີໂອ. ຮັບປະກັນໃຫ້ມີ "ໜ້າພິບັບທັງມຽນ" ເພື່ອໃຫ້ລູກຄ້າ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມຽນບໍລິການຂອງທ່ານເຂົ້າໃຈຜູ້ທີ່ຢູ່ເບື້ອງຫຼັງທຸລະກິດ ແລະ ເວັບໄຊທ໌ທີ່ພວກເຂົາກຳລັງຊອກຫາຢູ່.
- ຕົ້ນກຳເນີດ/ ການກໍ່ຕັ້ງຂອງທ່ານ: ຮັບປະກັນວ່າໄດ້ກ່າວເຖິງເມື່ອໃດ ແລະ ສະຖານທີ່ໃດທີ່ທຸລະກິດຂອງທ່ານໄດ້ຮັບການສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນ ລວມ ທັງຜູ້ກໍ່ຕັ້ງທຸລະກິດ, ແລະ ເຜື່ອຈຸດປະສົງໃດ.

- ທີ່ຕັ້ງ ແລະ ຊຸມຊົນຂອງທ່ານ: ຊື່ບອກວ່າປະຈຸບັນນີ້ທຸລະກິດຂອງທ່ານຕັ້ງຢູ່ບ່ອນໃດ, ແລະ ຄວາມສໍາພັນປະເພດໃດ (ຖ້າມີ) ກັບຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນຂອງຕົນ.

- ວັດທະນະທຳ ແລະ ປະເພນີຂອງທ່ານ: ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນທັກສະດ້ານວັດທະນະທຳຂອງທຸລະກິດ, ລວມທັງການອ້າງອິງໃດໜຶ່ງໂດຍສະເພາະ ປະເພນີໃນການຮັບປະກັນຄວາມສຳຄັນ.
- ຄຸນຄ່າ / ພາລະກິດ / ວິໄສທັດຂອງທ່ານ: ຊື່ໃຫ້ເຫັນຄວາມມຸ່ງໝັ້ນດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານຕໍ່ສັງຄົມ, ສະພາບແວດລ້ອມ, ແລະ ອະນາຄົດ.
- ພະນັກງານ/ຜູ້ຮ່ວມງານຂອງທ່ານ: ເນັ້ນບົດບາດຂອງບຸກຄົນທີ່ເຮັດວຽກຢູ່ໃນວິສາຫະກິດຂອງທ່ານ, ແລະ ໃຫ້ຄວາມຄິດເຫັນແກ່ລູກຄ້າຂອງທ່ານກ່ຽວກັບວິທີການຈັດການພົວພັນກັບພະນັກງານ.
- ລູກຄ້າຂອງທ່ານ: ລວມເອົາບາງຂໍ້ມູນປະເພດລູກຄ້າ, ສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນດ້ວຍການເພີ່ມຮູບພາບ / ວິດີໂອ, ແລະ ຄຳຊົມເຊີຍ.
- ການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານ: ການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນເປັນວິທີທີ່ສະຫລາດໃນການເຊື່ອມໂຍງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ເນັ້ນໃສ່ບ່ອນທີ່ຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານຖືກນຳໃຊ້, ແລະນຳໃຊ້ໂດຍຜູ້ໃດ.

### 1.11 ຮັບປະກັນວ່າຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານມີເນື້ອໃນຄົບຖ້ວນ

**Ensuring that your terms and conditions are complete**

Terms & conditions (T&C) set the terms, conditions, requirements, and clauses relating to the use of a website or mobile app, such as copyright protection or account termination in case of abuses. For an SME just starting out in e-commerce, the most important thing for you is to ensure that your terms and conditions are consistent with applicable laws (usually grounded in consumer protection regulations).

Your terms and conditions should include:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

**ACCEPTANCE OF THE TERMS OF USE**

You need to make sure that you require your users to accept your terms of use before they use your online store. Any terms and conditions that you list on the website will only be enforceable if your users accept the terms of use.

ITC

Slide 12 of 21

ຂໍ້ກຳນົດ & ເງື່ອນໄຂ (T&C) ຕັ້ງຂໍ້ກຳນົດ, ເງື່ອນໄຂ, ຄວາມຕ້ອງການ, ແລະ ປະໂຫຍດທາງດ້ານກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ຫຼື ແອັບພິຄີ, ເຊັ່ນ: ການປົກປ້ອງລິຂະສິດ ຫຼື ການບົດບັນຊີໃນກໍລະນີທີ່ມີການລະເມີດ. ສຳລັບ SME ພຽງແຕ່ເລີ່ມຕົ້ນໃນການຕະຫຼາດທາງເອເລັກໂຕຼນິກ, ສິ່ງທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດສຳລັບທ່ານແມ່ນເຜື່ອຮັບປະກັນວ່າຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍທີ່ໃຊ້ໄດ້ (ໂດຍປົກກະຕິແມ່ນອີງໃສ່ກົດລະບຽບການປົກປ້ອງຜູ້ບໍລິໂພກ).

ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານຄວນລວມມີ:

- ການຍອມຮັບເງື່ອນໄຂການນຳໃຊ້: ທ່ານຕ້ອງແນ່ໃຈວ່າ ທ່ານຕ້ອງການໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ຍອມຮັບເງື່ອນໄຂການນຳໃຊ້ຂອງທ່ານກ່ອນທີ່ພວກເຂົາຈະໃຊ້ ຮ້ານອອນໄລນ໌ຂອງທ່ານ. ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃດໆທີ່ທ່ານມີໄວ້ໃນເວັບໄຊທ໌ຈະສາມາດບັງຄັບໄດ້ຖ້າຜູ້ນຳໃຊ້ຂອງທ່ານຍອມຮັບເງື່ອນໄຂຂອງການນຳໃຊ້.
- ອ້າງເຖິງນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ: ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານຕ້ອງລວມເອົາການເຊື່ອມຕໍ່ທີ່ແຍກອອກລະຫວ່າງນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ແລະ ຂໍ້ມູນຈາກເວັບໄຊທ໌ທີ່ບັນຈຸໃນອຸປະກອນຂອງທ່ານ ຫຼື ຄຸກກີ (cookies).

- ອ່າງເຖິງນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ: ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານຕ້ອງປະກອບມີການເຊື່ອມຕໍ່ທີ່ແຍກອອກລະຫວ່າງນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນຂອງທ່ານ.
- ການປະຕິເສດຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ການຮັບປະກັນ: ທ່ານຄວນຮັບປະກັນວ່າ ທ່ານສະແດງຄວາມປະຕິເສດຢ່າງຈະແຈ້ງຕໍ່ຄວາມຮັບຜິດຊອບຈາກການໂຈມຕີທາງອິນເຕີເນັດ ຫຼື ໄວຣັສທີ່ບໍ່ພຽງແຕ່ຈະຕິດເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານ, ແຕ່ຍັງຈະຕິດໃສ່ຄອມພິວເຕີຂອງຜູ້ໃຊ້ເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານ.
- ປະໂຫຍກທາງກົດໝາຍດ້ານສັບສິນທາງປັນຍາ: ທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງແຈ້ງໃຫ້ຜູ້ມາຢ້ຽມຊົມເວັບໄຊທ໌ທີ່ສະໜອງເນື້ອໃນໃຫ້ເວັບໄຊທ໌ແມ່ນຊັບສິນຂອງເຈົ້າຂອງເວັບໄຊທ໌.
- ກົດໝາຍທີ່ນຳໃຊ້: ຮັບປະກັນວ່າໄດ້ແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າຂອງທ່ານຮູ້ວ່າ ກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ສິດອຳນາດສານໃນກໍລະນີການຂັດແຍ້ງ.
- ຢຸດເຊົາການນຳໃຊ້: ອະທິບາຍວິທີການ ແລະ ພາຍໃຕ້ເງື່ອນໄຂໃດທີ່ບັນຊີຜູ້ໃຊ້ສາມາດຖືກຍົກເລີກ, ໂດຍຜູ້ໃຊ້ເອງ, ຫຼື ໂດຍຜູ້ຂາຍ (ເຊັ່ນ: ທ່ານ).
- ການປ່ຽນແປງເງື່ອນໄຂ: ແຈ້ງໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ຂອງທ່ານຮູ້ວ່າຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານອາດຈະປ່ຽນແປງໄດ້ທຸກເວລາ, ແລະ ອະທິບາຍໃຫ້ພວກເຂົາຮູ້ວ່າການປ່ຽນແປງດັ່ງກ່າວຈະໄດ້ຮັບການສື່ສານແນວໃດ.
- ລາຄາ ແລະ ເວລາການຂົນສົ່ງ: ໃຫ້ອະທິບາຍ ບໍ່ວ່າລາຄາສິນຄ້າຂອງທ່ານຈະລວມຄ່າຂົນສົ່ງ ຫຼື ບໍ່, ແລະ ໃຫ້ອະທິບາຍວ່າທ່ານຄາດຫວັງວ່າລູກຄ້າຂອງທ່ານຄວນຄາດວ່າຈະມີຄ່າທຳນຽມເພີ່ມເຕີມຈາກພາສີອາກອນທີ່ອາດຈະມີໃນເວລາຂົນສົ່ງຕ່າງປະເທດ.
- ການຊຳລະເງິນ: ໃຫ້ລາຍການຊຳລະທີ່ທ່ານຮັບໄດ້ ແລະ ສະກຸນເງິນທີ່ລາຄາຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານໄດ້ຈັດລຽງໄວ້. ມັນສຳຄັນທີ່ຈະໄດ້ຮັບການອະນຸມັດຈາກລູກຄ້າຖ້າທ່ານຕ້ອງການໃຊ້ໂຮງງານຜະລິດຈ່າຍເງິນຂອງພາກສ່ວນທີສາມ.

## 2 ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ

**Return and refund policy**

Your return and refund policy is designed to inform your customers of the terms of returns and refunds that you will accept. The most important thing for you here is to make sure that your return and refund policy is consistent with the applicable laws (usually grounded in consumer protection regulations).

Your return and refund policy should include:

- PERIOD OF RETURN
- NATURE OF REFUND
- RETURN SHIPPING
- CONDITIONS OF REFUND

Slide 13 of 21

ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນຂອງທ່ານຖືກອອກແບບມາເພື່ອແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າຂອງທ່ານຮູ້ກ່ຽວກັບເງື່ອນໄຂການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນທີ່ທ່ານຈະຍອມຮັບ. ສິ່ງທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດສຳລັບທ່ານແມ່ນເພື່ອໃຫ້ແນ່ໃຈວ່ານະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນຂອງທ່ານແມ່ນສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍທີ່ນຳໃຊ້ (ໂດຍປົກກະຕິແມ່ນອີງໃສ່ກົດລະບຽບການປົກປ້ອງຜູ້ບໍລິໂພກ).

ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນຂອງທ່ານຄວນປະກອບມີ:

**ໄລຍະເວລາຂອງການສົ່ງຄືນ:** ອະທິບາຍໄລຍະເວລາທີ່ລູກຄ້າຂອງທ່ານຕ້ອງການສົ່ງຄືນສິນຄ້າຖ້າເຂົາເຈົ້າບໍ່ພໍໃຈກັບມັນ.

ໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າຂໍ້ກຳນົດຂອງທ່ານສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍທີ່ບັງຄັບໃຊ້ (ບາງຄັ້ງກໍ່ລວມຢູ່ໃນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການປົກປ້ອງຜູ້ບໍລິໂພກ).

• ຕົວຢ່າງຢູ່ສະຫະພາບເອີຣົບ::

• ພາຍໃຕ້ກົດລະບຽບຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ, ຜູ້ຂາຍຕ້ອງແກ້ໄຂ, ປ່ຽນແທນ, ສ່ວນຫຼຸດ ຫຼື ໃຫ້ເງິນຄືນຢ່າງເຕັມຈຳນວນສຳລັບຜະລິດຕະພັນທີ່ຂາຍທີ່ບົກຜ່ອງ, ຫຼື ບໍ່ໄດ້ຕາມທີ່ໂຄສະນາ.

• ລູກຄ້າທີ່ຊື້ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທາງອອນລາຍ ຫຼື ຢູ່ນອກຮ້ານຂາຍຍ່ອຍ (ເຊັ່ນ: ທາງໂທລະສັບ, ການສົ່ງຊື້ທາງໄປສະນີ, ຈາກພະນັກງານຂາຍໜ້າຮ້ານ, ແລະ ອື່ນໆ) ມີສິດຍົກເລີກ ແລະ ສົ່ງຄືນສິນຄ້າທີ່ສົ່ງຊື້ພາຍໃນ 14 ວັນ, ສຳລັບທຸກກໍລະນີບໍ່ວ່າຈະມີ ເຫດຜົນ ແລະ ບໍ່ມີເຫດຜົນ.

• ລັກສະນະຂອງການຄືນເງິນ: ແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າຂອງທ່ານຮູ້ປະເພດຂອງການຄືນເງິນທີ່ທ່ານຈະໃຫ້ (ເຊັ່ນ: ໃຫ້ເງິນຄືນໃຫ້ເຂົາເຈົ້າ, ສົ່ງສິນຄ້າທົດແທນໃຫ້ເຂົາເຈົ້າ, ໃຫ້ໃບສ່ວນຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າແກ່ເຂົາເຈົ້າ ແລະ ອື່ນໆ).

• ການຂົນສົ່ງກັບຄືນ: ຊື້ແຈງວ່າໃຜຈະຈ່າຍຄ່າຂົນສົ່ງຄືນ, ລວມທັງພາສີ ແລະ ອາກອນຖ້າມີ (ການປະຕິບັດທີ່ດີທີ່ສຸດແມ່ນໃຫ້ການຂົນສົ່ງໂດຍບໍ່ເສຍຄ່າສຳລັບການສົ່ງຄືນ).

• ເງື່ອນໄຂຂອງການຄືນເງິນ: ກຳນົດເງື່ອນໄຂສຳລັບການສົ່ງຄືນ ແລະ ການຄືນເງິນ. ຕົວຢ່າງ, ທ່ານອາດຈະຕ້ອງການໃຫ້ສິ່ງຜະລິດຕະພັນຄືນໃນບັນພາຊະນະຈຸພັນຕົ້ນສະບັບຂອງມັນ ແລະ ອື່ນໆ.

## 2.1 ການສ້າງນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ

**Crafting a privacy policy**

Your privacy policy sets the terms for the collection, protection and usage of personal data from users. As with your return and refund policy and your terms and conditions, you need to ensure that your privacy policy is consistent with the applicable laws.

Your privacy policy should include:

**ACCEPTANCE OF PRIVACY POLICY**

You need to explain that, by using your website, your customer is consenting to the collection and use of their personal data as described in your privacy policy. Recommend that your customer not use your website if they do not agree with the use of their personal data.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

**IMPORTANT**

ITC

Slide 14 of 21

ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານໄດ້ກຳນົດເງື່ອນໄຂການເກັບກຳ, ການປົກປ້ອງ ແລະ ການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນຈາກຜູ້ໃຊ້.

ເຊັ່ນດຽວກັນກັບນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ, ການຄືນເງິນ, ຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງທ່ານ, ທ່ານຕ້ອງໃຫ້ແນ່ໃຈວ່ານະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍທີ່ບັງຄັບໃຊ້.

ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານຄວນປະກອບມີ:

- **ການຍອມຮັບນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ:** ທ່ານຕ້ອງອະທິບາຍວ່າ, ໂດຍການນຳໃຊ້ເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານ, ລູກຄ້າຂອງທ່ານຍິນຍອມຕໍ່ການເກັບກຳ ແລະ ນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຂອງເຂົາເຈົ້າຕາມທີ່ໄດ້ອະທິບາຍໄວ້ໃນ ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ຂອງທ່ານ. ແນະນຳໃຫ້ລູກຄ້າ ບໍ່ໃຊ້ເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານຖ້າເຂົາເຈົ້າບໍ່ເຫັນດີກັບການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ ຂອງພວກເຂົາ
- **ເກັບກຳຂໍ້ມູນ:** ອະທິບາຍປະເພດຂອງຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນທີ່ທ່ານມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະເກັບກຳ. ນີ້ອາດຈະປະກອບມີຂໍ້ມູນທີ່ສະໜອງໃຫ້ໂດຍລູກຄ້າຂອງທ່ານເມື່ອພວກເຂົາເຮັດແບບຟອມຄຳສັ່ງຢູ່ໃນເວັບໄຊຂອງທ່ານ; ຊື່ຜູ້ໃຊ້ ແລະ ລາຍລະອຽດລະຫັດຜ່ານ; ເຊັ່ນດຽວກັນກັບການສື່ສານທີ່ສົ່ງໂດຍລູກຄ້າຂອງທ່ານ (ການສອບຖາມ, ຄວາມກັງວົນ, ຄຳຄິດເຫັນ), ແລະອື່ນໆ.
- **ເຄື່ອງມື ແລະ ການນຳໃຊ້:** ອະທິບາຍວ່າທ່ານໃຊ້ເຄື່ອງມືເກັບຂໍ້ມູນອັດຕະໂນມັດໃດໆ. ຖ້າແມ່ນກໍລະນີນີ້, ໃຫ້ສັງເກດປະເພດຂອງຂໍ້ມູນທີ່ເຄື່ອງມືນີ້ເກັບກຳ, ຊຶ່ງອາດລວມມີຄຸກກີ້, ປະເພດບຣາວເຊີ, ພາສາ, ທີ່ຢູ່ຂອງເວັບໄຊທີ່ລູກຄ້າຂອງທ່ານເຂົ້າມາທີ່ເວັບໄຊທ໌, ເວລາໃນການເຂົ້າ ແລະ ອື່ນໆ.
- **ການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ:** ອະທິບາຍຈຸດປະສົງທີ່ທ່ານອາດຈະນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຂອງລູກຄ້າຂອງທ່ານ, ຊຶ່ງອາດຈະລວມເອົາ ເຊັ່ນຕົວຢ່າງ ໃຫ້ການບໍລິການ ແລະ ຂໍ້ມູນລູກຄ້າໂດຍຜ່ານເວັບໄຊຂອງທ່ານ, ຕອບສະໜອງຕໍ່ການສອບຖາມ, ດຳເນີນການວິເຄາະສະຖິຕິ, ໃຫ້ບໍລິການສ່ວນຕົວ, ການປັບປຸງເວັບໄຊຂອງທ່ານ, ການກວດຈັບພິດຕິກຳການສໍ້ໂກງ ແລະ ອື່ນໆ.
- **ການແບ່ງປັນຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ:** ໃຫ້ລາຍລະອຽດບໍ່ວ່າທ່ານຈະສົ່ງ ຫຼື ບໍ່ສົ່ງຂໍ້ມູນຂອງລູກຄ້າຂອງທ່ານໃຫ້ບຸກຄົນທີສາມທີ່ໄດ້ເລືອກ ແລະ ຖ້າຫາກວ່າທ່ານເຮັດແນວນັ້ນ, ພາກສ່ວນເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນໃຜ (ເຊັ່ນ: ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຂົນສົ່ງ, ການຊຳລະເງິນ, ແລະ ອື່ນໆ)
- **ການໂອນຂໍ້ມູນ:** ແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າຂອງທ່ານວ່າຂໍ້ມູນຂອງເຂົາເຈົ້າອາດຈະຖືກໂອນໄປປະເທດທີສາມ (ເຊັ່ນ: ປະເທດອື່ນນອກຈາກທີ່ທ່ານ ຫຼືລູກຄ້າຂອງທ່ານຢູ່).
- **ຄວາມປອດໄພ:** ອະທິບາຍມາດຕະການຄວາມປອດໄພທີ່ທ່ານໃຊ້ເພື່ອປົກປ້ອງຂໍ້ມູນຂອງລູກຄ້າຈາກການສູນເສຍ, ການເຂົ້າເຖິງໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ແລະ/ຫຼື ການໝູນໃຊ້ໃນທາງທີ່ຜິດ.
- **ຄຸກກີ (cookies):** ອະທິບາຍສິ່ງທີ່ຄຸກກີໃນເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານໃຊ້ (ເຊັ່ນ: ຄຸກກີຕາມຕາມລະດູການ, ຄຸກກີຄົງທີ່), ຄຸກກີຊ່ວຍນຳທາງໃຫ້ລູກຄ້າຂອງທ່ານຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ແລະ ວິທີການລຶບຄຸກກີຜ່ານການຕັ້ງຄ່າຂອງຕົວທ່ອງເວັບ.
- **ການເຊື່ອມຕໍ່ພາຍນອກ:** ອະທິບາຍວ່າທ່ານບໍ່ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ເນື້ອໃນເວັບໄຊທີ່ພາກສ່ວນທີສາມໄດ້ກ່າວໄວ້ທີ່ຕິດຢູ່ໃນເວັບໄຊທ໌ຂອງທ່ານ.

**ສິ່ງສຳຄັນ!**

ໃນເດືອນພຶດສະພາ 2018, "ກົດລະບຽບການປົກປ້ອງຂໍ້ມູນທົ່ວໄປ" (GDPR), ມີຜົນບັງຄັບໃຊ້, ຄວບຄຸມການປົກປ້ອງຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ແລະ ດິຈິຕອນພາຍໃນສະຫະພາບເອີຣົບ. GDPR ນຳໃຊ້ກັບທຸລະກິດທີ່ສະໜອງຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການໃຫ້ແກ່ພົນລະເມືອງຂອງ EU ແລະ/ຫຼື ເກັບກຳຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຈາກພົນລະເມືອງຂອງ EU.

ເພື່ອປະຕິບັດຕາມ GDPR, ທຸລະກິດທັງໝົດຕ້ອງຮັບປະກັນວ່າ ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງພວກເຂົາແຈ້ງໃຫ້ລູກຄ້າຮູ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວທີ່ພວກເຂົາເກັບກຳ, ວິທີການ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ພວກເຂົາເກັບມັນ, ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການນຳໃຊ້, ບໍ່ວ່າຈະໃຫ້ພວກເຂົາເຂົ້າເຖິງພາກສ່ວນທີສາມ ຫຼື ບໍ່. ບໍ່ວ່າຈະນຳໃຊ້ຄຸກກີ ຫຼື ບໍ່, ແລະ ວິທີທີ່ລູກຄ້າສາມາດຄວບຄຸມຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຂອງເຂົາເຈົ້າ.

ຖ້າທ່ານຂຶ້ນແຜນຂາຍອອນໄລນ໌ໃຫ້ພົນລະເມືອງຂອງສະຫະພາບເອີຣົບ (EU), ທ່ານຕ້ອງຮັບປະກັນວ່າ ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງທ່ານ ແມ່ນສອດຄ່ອງກັບ GDPR. ສຳລັບຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມ, ກິດທີ່ນີ້: <<https://www.eugdpr.org/>>

**2.2 ຕອບຄຳຖາມ**



### ຈັດລຳປະເພດເນື້ອໃນທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຣນິກຕາມຄໍານິຍາມລຸ່ມນີ້

#### ເນື້ອໃນ

ຕັ້ງຂໍ້ກຳນົດ, ລວມຕ້ອງການ, ຕັ້ງອນໄຂ ແລະ ປະໂຫຍດທາງກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການນຳໃຊ້ເວັບໄຊທ໌ ຫຼື ແອັບໂທລະສັບ ເຊັ່ນ: ຫຼີສິນ, ການປ້ອງກັນລິຂະສິດ, ການຍົກເລີກບັນຊີໃນກໍລະນີລະເມີດ, ບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍໃນກໍລະນີຂໍ້ຂັດແຍ້ງ ຕະຫຼອດຮອດທາງເລືອກໃນການສົ່ງ ແລະ ການຊຳລະເງິນ.

ຕົ້ນສໍາຄັນໂດຍສໍາເລັດເປັນກຳ ການປ້ອງກັນ ແລະ ການນຳໃຊ້ຮ່ຳມື້ເສດຖະກິດເອເລັກໂຕຣນິກ

ຕັ້ງເງື່ອນໄຂເມື່ອຮອງຮັບການສົ່ງຜະລິດຕະພັນຄົນ ເຊັ່ນດຽວກັບສະພາບ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງການຄົນເງິນ

ລວມເອົາການເລົ່າເລື່ອງກ່ຽວກັບທຸລະກິດ, ຕົ້ນກຳເນີດ, ພາລະກິດ, ຄຸນຄ່າ, ວິໄສທັດ, ພະນັກງານ ແລະ ເຕັກນິກ

#### ປະເພດເນື້ອໃນ

▼

▼

▼

▼



ບົດຝຶກຫັດນີ້ບໍ່ມີຢູ່ໃນສະບັບ PDF ຂອງບົດບັນຍາຍນີ້.

## 2.3 ການຜະລິດເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີປະສິດທິພາບ: ກໍລະນີສຶກສາ



## ການຜະລິດເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີປະສິດທິພາບ: ການສຶກສາກໍລະນີ

### 2.4 ຜົບກັບທ່ານ Alwazzan

A presentation slide titled "Meet Mr. Alwazzan". The text describes how Mr. Alwazzan, a master saddlemaker, started an e-commerce business with the help of ITC. Below the text are two icons: a camera icon labeled "CAPTURING THE CONTENT" and a building icon labeled "ALWAZZAN SADDLERY COMPANY DESCRIPTION". The ITC logo is in the bottom left, and "Slide 17 of 21" is in the bottom right.

ດຽວນີ້ພວກເຮົາຈະໃຊ້ຕົວຢ່າງຊີວິດຈິງຂອງທ່ານ Alwazzan, ນາຍຊ່າງອານມ້າ ສຳລັບມ້າຊາວອາຣັບທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃນເມືອງ ອຳມັນ (Amman), ປະເທດ ຈໍດານ, ເພື່ອອະທິບາຍວິທີທີ່ມີປະສິດທິພາບໃນການສ້າງເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ.

ເຖິງແມ່ນວ່າທ່ານ Alwazzan ມີອາຍຸ 80 ປີ ແລະ ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດ, ແຕ່ລູກຊາຍສອງຄົນຂອງລາວມີຄວາມສາມາດໃນການນຳໃຊ້ພາສາອັງກິດ, ໄດ້ຊັກຊວນລາວສ້າງກຳໄລຈາກການເລີ່ມຕົ້ນຂາຍຜະລິດຕະພັນຂອງລາວຜ່ານທາງລະບົບອອນໄລນ໌.

ຈາກການຊ່ວຍເຫຼືອພຽງເລັກນ້ອຍຈາກ ITC, ລາວສາມາດສ້າງທຸລະກິດທີ່ມີຄຸນນະພາບ ແລະ ຜະລິດຕະພັນດ້ານເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ ແລະ ເລີ່ມການຂາຍຄັ້ງທຳອິດໃຫ້ກັບລູກຄ້າສາກົນຜ່ານອິນເຕີເນັດ.

ນີ້ແມ່ນວິທີທີ່ທ່ານ Alwazzan ໄດ້ເຮັດ.

## ຈັດສັນເນື້ອໃນ

ບໍ່ເຄີຍຂາຍອອນໄລນ໌, ຄອບຄົວ Alwazzan ຕ້ອງໄດ້ກະກຽມເນື້ອໃນບາງຢ່າງສໍາລັບການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ. ດ້ວຍການຊ່ວຍເຫຼືອດ້ານອຸປະກອນຈາກ ITC ເຊັ່ນຫຼັກສູດນີ້, ຄອບຄົວມີຄວາມຄິດທີ່ດີກ່ຽວກັບສິ່ງທີ່ຈໍາເປັນໃນຂໍ້ກໍານົດຂອງທຸລະກິດ ແລະ ລາຍລະອຽດຂອງຜະລິດຕະພັນ.

ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ທ່ານ Alwazzan ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການຈັດລະບຽບຄວາມຄິດຂອງລາວເປັນລາຍລັກອັກສອນ. ເຖິງແມ່ນວ່າລາວມີປະສົບການທີ່ອຸດົມສົມບູນ ແລະ ມີເລື່ອງລາວທີ່ໜ້າສົນໃຈທີ່ຈະແບ່ງປັນຢ່າງບໍ່ຕ້ອງສົງໃສ, ການນັ່ງຢູ່ໜ້າຈໍຂອງຄອມພິວເຕີເພື່ອຂຽນຂໍ້ມູນຂອງທຸລະກິດແມ່ນມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກຫຼາຍສໍາລັບລາວ.

## ຂັ້ນຕອນທີ 1: ການຖ່າຍຮູບວິດີໂອ

ຍຸດທະສາດແມ່ນເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍວິດີໂອ. ດ້ວຍໂທລະສັບອະເນກປະສົງ ແລະ ຂາຕັ້ງທີ່ງ່າຍດາຍ, ການສໍາພາດຂັ້ນພື້ນຖານໄດ້ເລີ່ມຕົ້ນເພື່ອຈັດສັນເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກຂອງຄອບຄົວ Alwazzan. ຄໍາຖາມສໍາພາດມີດັ່ງນີ້:

1. ທ່ານ Alwazzan, ກະລຸນາເລົ່າເລື່ອງຂອງທ່ານໃຫ້ຂ້າພະເຈົ້າຟັງແດ່.
2. ທ່ານ Alwazzan, ກະລຸນາບອກຂ້າພະເຈົ້າແຕ່ວ່າທ່ານເຮັດຜະລິດຕະພັນນີ້ແນວໃດ.

## ຂັ້ນຕອນທີ 2: ການຖ່າຍຮູບ ແລະ ສຽງ

ຕໍ່ໄປ, ໄດ້ຖ່າຍຮູບພາບຂອງການດໍາເນີນການເຮັດທຸລະກິດຂອງ Alwazzan ໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ເກັບກໍາມູມມອງທີ່ແຕກຕ່າງກັນດ້ານຜະລິດຕະພັນຂອງລາວ. ຕໍ່ມາ, ຮູບພາບເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ເສີມເຂົ້າມາບາງຮູບທີ່ລູກຊາຍຂອງລາວໄດ້ອັບໂຫຼດລົງໃນ Facebook ແລ້ວ.

ໃນຂະນະທີ່ກໍາລັງຖ່າຍຮູບ, ຄໍາຖາມເພີ່ມເຂົ້າມາ ກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ ແລະ ຂະບວນການຜະລິດໄດ້ຖາມທ່ານ Alwazzan. ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ຖືກບັນທຶກເປັນສຽງ, ໂດຍໃຊ້ໂທລະສັບອະເນກປະສົງທີ່ໃຊ້ເພື່ອບັນທຶກວິດີໂອ.

## ຂັ້ນຕອນທີ 3: ການສ້າງເນື້ອໃນຂໍ້ຄວາມ

ໄດ້ສ້າງເນື້ອໃນສໍາລັບຮູບແບບວິດີໂອ, ສຽງ ແລະ ຮູບພາບ, ມັນແມ່ນເວລາທີ່ຈະໂອນເຂົ້າໄປໃນຂໍ້ຄວາມ. ຂັ້ນຕອນທໍາອິດແມ່ນເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຮັບເນື້ອໃນສໍາພາດສຽງ ແລະ ວິດີໂອໄດ້ຮັບການຖອດລະຫັດເປັນຂໍ້ຄວາມ ແລະ ແປເປັນພາສາອັງກິດ. ຂັ້ນຕອນການປະຕິບັດນີ້ ສໍາເລັດໄດ້ງ່າຍດ້ວຍການນໍາໃຊ້ຜະນິດການຮັບຈ້າງອິດສະຫຼະທາງລະບົບອອນລາຍ.

ບົນພື້ນຖານຂອງເນື້ອໃນ "ດິບ" ນີ້, ຜູ້ກວດແກ້ໄດ້ຖືກຈ້າງໃຫ້ຂຽນຂໍ້ມູນທຸລະກິດ 300 ຄໍາ ທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນເລື່ອງທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງຄອບຄົວ Alwazzan. ຜົນໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນດ້ານທຸລະກິດແມ່ນສະແດງຢູ່ທີ່ນີ້.

## ລາຍລະອຽດທຸລະກິດອານມ້າຂອງ ທ່ານ Alwazzan

ການນໍາໃຊ້ເຄື່ອງມື ແລະ ເຕັກນິກໂດຍອີງໃສ່ປະເພນີຂອງຄອບຄົວທີ່ຜ່ານມາທີ່ມີຕົ້ນກໍານົດໃນຊຸມປີ 1870, Al Wazzan Saddelry ສະເໜີ ເຮັດອານມ້າຊາວອາຣັບທີ່ເປັນເອກະລັກ ແລະ ໜ້າເຊື່ອຖື. ຊ່າງສີມີນີ້ແມ່ນຂອງຜູ້ຂອງທ່ານ Alwazzan ໄດ້ຮຽນຕອນອາຍຸປະມານ 12 ຫາ 13 ປີ. ໃຊ້ເວລາພຽງແຕ່ 30 ປີ ເມື່ອລາວຍ້າຍຈາກປະເທດ ຊີເຣຍ ຫາ ປະເທດ ຈໍແດນ ແລະ ເລີ່ມເຮັດອານມ້າ.

ຂັ້ນຕອນທໍາອິດທີ່ຈະເຮັດອານມ້າແມ່ນເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍຖານ, ເຊິ່ງເຮັດຈາກຜ້າໃບແຂງ. ເມື່ອສິ່ງດັ່ງກ່າວສໍາເລັດ, ທ່ານ Alwazzan ໄດ້ປະກອບຕົວຍິດ, ເຊິ່ງໃຊ້ສໍາລັບສາຍແອວ ແລະ ສິ້ນນ່ອງ ແລະ ວາງສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ຢູ່ເທິງຖານ. ຫຼັງຈາກນັ້ນ, ລາວເອົາຊີ້ນໄມ້ດ້ານໜ້າ ແລະ ດ້ານຫຼັງຮ່ວມກັນເພື່ອສ້າງເປັນຖານ

ສຸດທ້າຍ. ຊັ້ນສ່ວນດ້ານໜ້າ ແລະ ດ້ານຫລັງແມ່ນປົກຫຸ້ມດ້ວຍຜ້າໃບ ແລະ ຜ້າຝ້າຍໃນຂະນະທີ່ຊັ້ນສ່ວນກາງແມ່ນຂຶ້ນກັບວັດສະດຸທີ່ມີຢູ່, ຫໍ່ດ້ວຍຜ້າຝ້າຍ ຫຼື ຂົນສັດ. ຂັ້ນຕອນທີສອງ ແມ່ນຂຶ້ນຕາມສິ່ງ. ຖ້າໃຜໃດສິ່ງບ່ອນນັ່ງຜ້າ, ບ່ອນນັ່ງແມ່ນເຮັດດ້ວຍຂົນສັດ, ໃນຂະນະທີ່ຖ້າບາງຄົນຕ້ອງການບ່ອນນັ່ງທີ່ ເປັນໜັງ, ຈະໃຊ້ໜັງແທນ. ປົກກະຕິແລ້ວ ອານມ້າໃຊ້ເວລາເຮັດໜຶ່ງອາທິດຈິ່ງສໍາເລັດ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຖ້າສິ່ງດ່ວນ ແລະ ລາວເຮັດທັງວັນ ແລະ ຄືນ, ທ່ານ Alwazzan ສາມາດເຮັດໃຫ້ສໍາເລັດຢູ່ໃນ 2 ຫາ 3 ມື້. ບາງຄັ້ງທ່ານ Alwazzan ມີຜູ້ຊ່ວຍບາງຄົນທີ່ຊ່ວຍເຮັດວຽກງານໃຫ້ສໍາເລັດ ເຊັ່ນ ທ່ານ Abu Ramadan, ທ່ານ Moaaz ແລະ ທ່ານ Wael ລູກຊາຍຂອງລາວ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ວຽກງານຕົ້ນຕໍແມ່ນເຮັດດ້ວຍຕົວເອງເພາະວ່າລາວເປັນຜູ້ທີ່ຊໍານິຊໍານານດ້ານຫັດຖະກໍາ.

## 2.5 ຖາມຊ່ຽວຊານ

**Ask the expert**

ITC's subject matter expert answers frequently asked questions on issues related to e-commerce content.

1. Creating and managing content is expensive, I don't have the resources to do this.

ITC

Slide 18 of 21

<https://youtu.be/KywHdQ-OcRw>

ຜູ້ຊ່ຽວຊານດ້ານວິຊາຂອງ ITC ຕອບຄໍາຖາມທີ່ຖືກຖາມເລື້ອຍໆ ກ່ຽວກັບບັນຫາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກ.

**ຄໍາຖາມ:** ການສ້າງ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງເນື້ອໃນແມ່ນລາຄາແພງ, ຂ້າພະເຈົ້າບໍ່ມີງົບປະມານເພື່ອເຮັດສິ່ງນີ້.

**ຄໍາຕອບ:** ການຕະຫຼາດແມ່ນລາຄາແພງກວ່າ! ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ຖ້າຫາກວ່າທ່ານຕ້ອງການ, ທ່ານສາມາດໃຊ້ເງິນບໍ່ຈໍາກັດໃນການເຮັດການການຕະຫຼາດ! ມັນເປັນຄວາມຈິງທີ່ວ່າ, ໃນຖານະເປັນທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ, ທ່ານອາດຈະບໍ່ມີເງິນ ຫຼື ມີຊັບພະຍາກອນຫຼາຍ.

ແຕ່ສິ່ງໜຶ່ງທີ່ທ່ານມີແມ່ນເວລາ. ຖ້າທ່ານເລີ່ມຕົ້ນສ້າງເນື້ອໃນທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບໄວ, ສິ່ງທີ່ທ່ານຈະໃຊ້ແມ່ນເວລາ - ເງິນເກືອບຈະບໍ່ມີຄວາມຈໍາເປັນ.

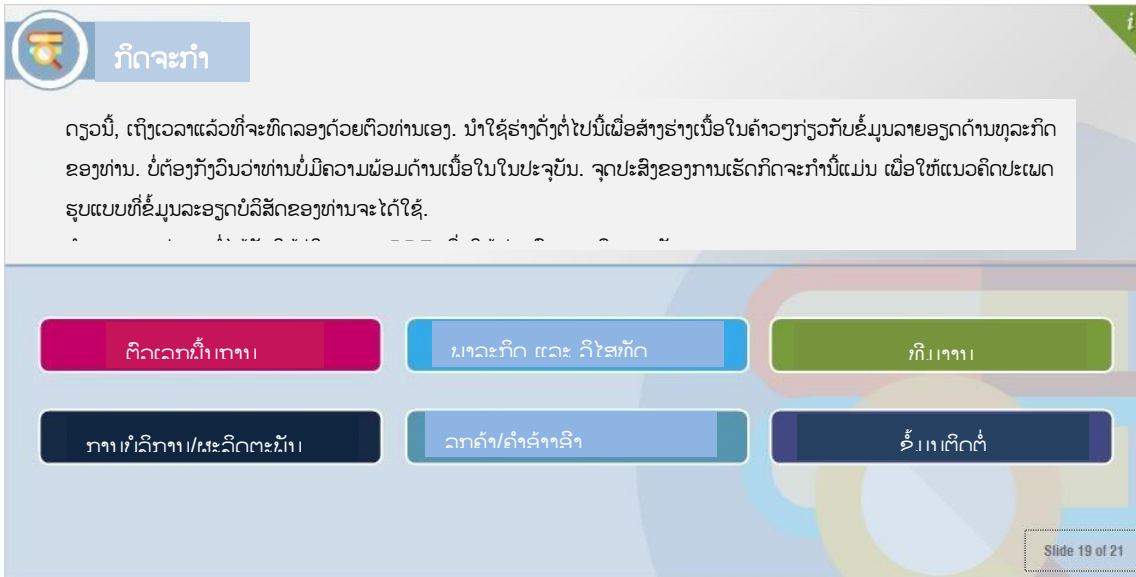
ຖ້າຫາກວ່າທ່ານບໍ່ສະດວກໃນການຂຽນ, ຈໍານັກກວດແກ້! ສິ່ງທີ່ສໍາຄັນອັນດັບໜຶ່ງສໍາລັບທ່ານແມ່ນນໍາເອົາແນວຄວາມຄິດອອກຈາກສະໜອງຂອງທ່ານ, ເຖິງແມ່ນວ່າພວກເຂົາຈະບໍ່ໄດ້ຂຽນໃນລັກສະນະ "ທາງການ". ເມື່ອເນື້ອໃນຂອງທ່ານອອກໃນບາງຮູບແບບ, ມັນສາມາດເກາະເກົາໃຫ້ດີຂຶ້ນ ເພື່ອເຜີຍແຜ່ໃນພາຍຫຼັງ.

ອັນທີສອງ, ເມື່ອທ່ານໄດ້ສໍາເລັດເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ທ່ານສາມາດເຜີຍແຜ່ມັນໄດ້ໄວພໍມື້ກັນໃນຫຼາຍຮ້ອຍຊ່ອງທາງອອນໄລນ໌. ໂດຍການນໍາໃຊ້ການຈັດການບ້ອນຂໍ້ມູນ, ທ່ານຈະສາມາດຈັດລຽງລາຍຊື່ ແລະ ບັບປຸງຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານເປັນຮ້ອຍໆຕະຫຼາດ ແລະ ເຄື່ອງຈັດການປຽບທຽບລາຄາ. ການແກ້ໄຂດ້ານວິຊາການນີ້ຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານສາມາດເນັ້ນໃສ່ການໃຊ້ເວລາຂອງທ່ານໃນການສ້າງເນື້ອໃນທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ແທນທີ່ຈະປ່ອຍອອກອາກາດ.

ອັນທີສອງ, ເມື່ອທ່ານໄດ້ສໍາເລັດເນື້ອໃນດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ທ່ານສາມາດເຜີຍແຜ່ມັນໄດ້ໄວພໍມື້ກັນໃນຫຼາຍຮ້ອຍຊ່ອງທາງອອນໄລນ໌. ໂດຍການນໍາໃຊ້ການຈັດການບ້ອນຂໍ້ມູນ, ທ່ານຈະສາມາດຈັດລຽງລາຍຊື່ ແລະ ບັບປຸງຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານເປັນຮ້ອຍໆຕະຫຼາດ ແລະ ເຄື່ອງຈັດການປຽບທຽບລາຄາ. ການແກ້ໄຂດ້ານວິຊາການນີ້ຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານສາມາດເນັ້ນໃສ່ການໃຊ້ເວລາຂອງທ່ານໃນການສ້າງເນື້ອໃນທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ແທນທີ່ຈະປ່ອຍອອກອາກາດ.

ສຸດທ້າຍ, ຈົ່ງຈື່ໄວ້ວ່າ: ເວລາມັກຈະຊວນທ່ານໃຊ້ເພື່ອເວົ້າວ່າ ທ່ານບໍ່ຮູ້ວ່າຈະເວົ້າຫຍັງກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານ, ເວລາທີ່ທ່ານໃຊ້ໃນ  
ການອະທິບາຍວ່າຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານແມ່ນມີເນື້ອໃນຈະແຈ້ງທີ່ສຸດທີ່ບໍ່ຕ້ອງການເນື້ອໃນໃດເພື່ອມາອະທິບາຍ. ... ເວລາທັງໝົດນີ້ແມ່ນເວລາ  
ທີ່ເຈົ້າສາມາດໃຊ້ເພື່ອສ້າງເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບແທນ! ດັ່ງນັ້ນ, ອອກໄປ, ຖ່າຍຮູບ, ສ້າງວິດີໂອສັ້ນ, ແລະ  
ນຳສະເໜີຜະລິດຕະພັນຂອງທ່ານ!

## 2.6 ກິດຈະກຳ



**ກິດຈະກຳ**

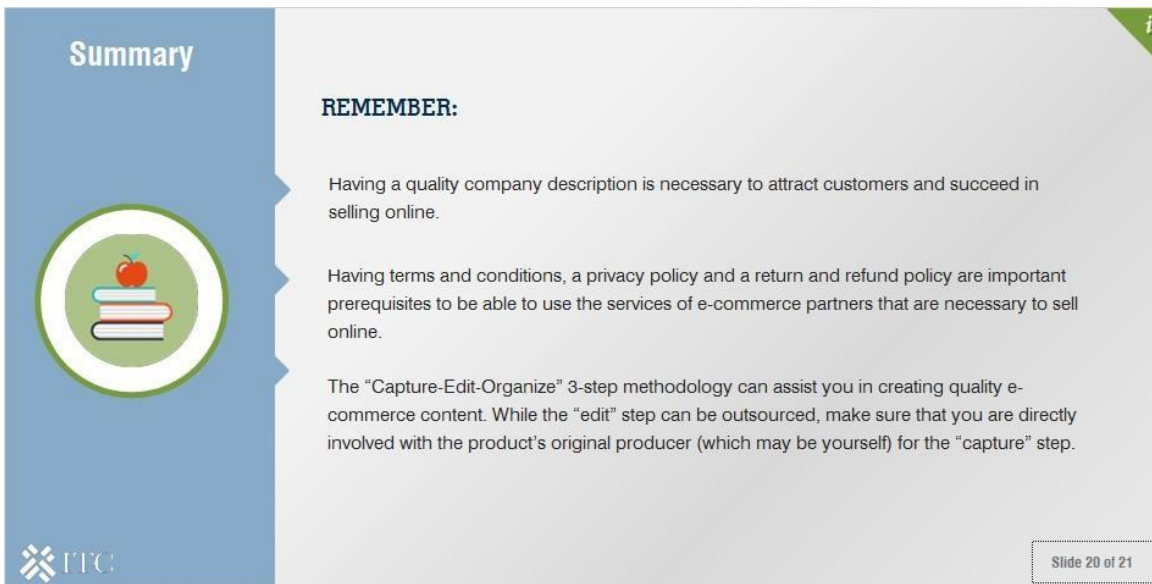
ດຽວນີ້, ເຖິງເວລາແລ້ວທີ່ຈະທົດລອງດ້ວຍຕົວທ່ານເອງ. ນຳໃຊ້ຮ່າງດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້ເພື່ອສ້າງຮ່າງເນື້ອໃນຄຳວາງກ່ຽວກັບຂໍ້ມູນລາຍອຽດດ້ານທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ບໍ່ຕ້ອງກັງວົນວ່າທ່ານບໍ່ມີຄວາມຮ້ອນດ້ານເນື້ອໃນໃນປະຈຸບັນ. ຈຸດປະສົງຂອງການເຮັດກິດຈະກຳນີ້ແມ່ນ ເພື່ອໃຫ້ແນວຄິດປະເພດຮູບແບບທີ່ຂໍ້ມູນລະອຽດບໍລິສັດຂອງທ່ານຈະໄດ້ໃຊ້.

ຕົວເລກສໍາເລັດ | ມາລະກິດ ແລະ ລິໂສທິດ | ກິດຈະກຳ | ການທຳລິການ/ສະລິດຕະພັນ | ລາຄາ/ຄ່າຄ້າຄືນ | ຂໍ້ມູນຕິດຕໍ່

Slide 19 of 21

ບົດຝຶກຫັດນີ້ບໍ່ມີຢູ່ໃນສະບັບ PDF ຂອງບົດບັນຍາຍນີ້.

## 2.7 ຈຸດສຳຄັນ



**Summary**

**REMEMBER:**

- Having a quality company description is necessary to attract customers and succeed in selling online.
- Having terms and conditions, a privacy policy and a return and refund policy are important prerequisites to be able to use the services of e-commerce partners that are necessary to sell online.
- The “Capture-Edit-Organize” 3-step methodology can assist you in creating quality e-commerce content. While the “edit” step can be outsourced, make sure that you are directly involved with the product’s original producer (which may be yourself) for the “capture” step.

ITC

Slide 20 of 21

ສິ່ງຄວນຈຳ:

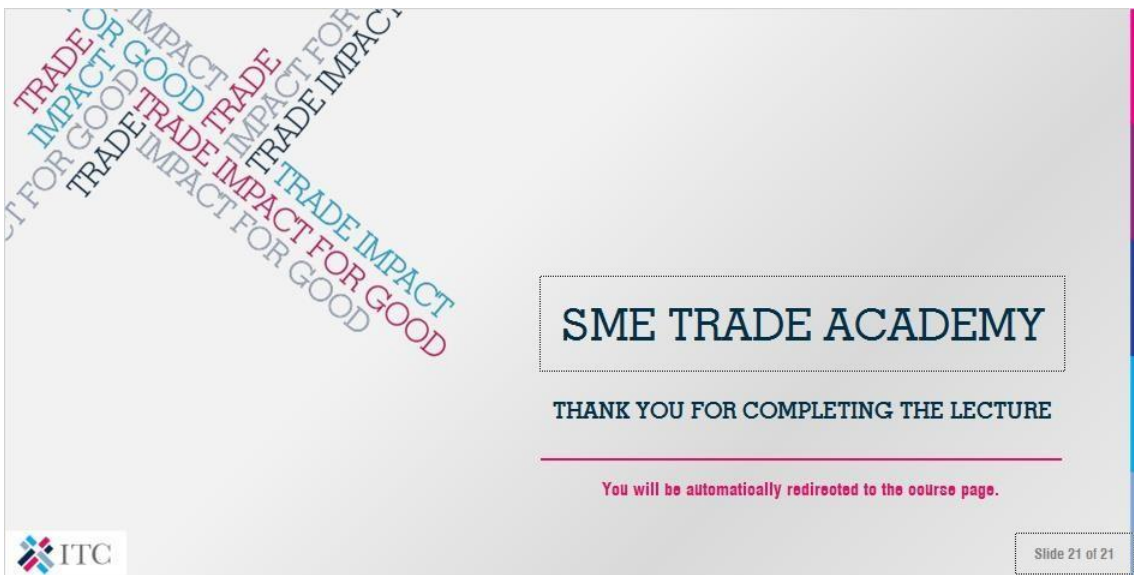
ມີຂໍ້ມູນລາຍລະອຽດດ້ານທຸລະກິດທີ່ມີຄຸນນະພາບແມ່ນຈຳເປັນເພື່ອດຶງດູດລູກຄ້າ ແລະ ປະສົບຜົນສຳເລັດໃນການຂາຍອອນໄລນ໌.

ມີຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ເງື່ອນໄຂ, ນະໂຍບາຍຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ແລະ ນະໂຍບາຍການສົ່ງຄືນ ແລະ ເງິນຄືນແມ່ນເງື່ອນໄຂເບື້ອງຕົ້ນ ທີ່ສຳຄັນທີ່ຈະສາມາດໃຊ້ບໍລິການຂອງຄູ່ຮ່ວມງານການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄວາມຈຳເປັນໃນການຂາຍອອນໄລນ໌.

ວິທີການ "ຈັບປະເດັນ, ແກ້ໄຂ, ຈັດລະບຽບ ຫຼື Capture-Edit-Organize" 3 ຂັ້ນຕອນສາມາດຊ່ວຍທ່ານໃນການສ້າງເນື້ອໃນການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຼນິກທີ່ມີຄຸນນະພາບ.

ໃນຂະນະທີ່ຂັ້ນຕອນ "ກວດແກ້" ສາມາດມາຈາກພາຍນອກ, ໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າທ່ານມີສ່ວນຮ່ວມໂດຍກົງກັບຜູ້ຜະລິດຕົ້ນຕໍຂອງຜະລິດຕະພັນ (ເຊິ່ງອາດຈະແມ່ນຕົວທ່ານເອງ) ສຳລັບຂັ້ນຕອນ "ການບັນທຶກພາບ".

## 2.8 ຂອບໃຈສຳລັບການຮັບຝັງການບັນລະຍາຍຈົນຈົບ



The slide features a background with the text "TRADE FOR GOOD" and "IMPACT FOR GOOD" repeated in a diagonal pattern. The main text is centered and reads "SME TRADE ACADEMY" in a large, bold, blue font, followed by "THANK YOU FOR COMPLETING THE LECTURE" in a smaller, blue font. Below this, a red line is followed by the text "You will be automatically redirected to the course page." in a small, red font. In the bottom left corner, there is the ITC logo, and in the bottom right corner, there is a small box containing the text "Slide 21 of 21".