ຊຸດເຄື່ອງມື 1 – ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ແລະ ການສ້າງແບຣນດິຈິຕອນ

LAOS

ພາກ C: ຄຳຖາມທີ່ຖືກຖາມເລື້ອຍໆ (FAQs)

ໝວດທີ 1: ການຈົດທະບຽນ / ການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

1. ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ™ ແລະ ®, ແມ່ນຫຍັງ, ແລະ ຂ້ອຍຄວນໃຊ້ພວກມັນເມື່ອໃດ?

- **™** = ການອ້າງສິດໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ. ທ່ານສາມາດໃຊ້ ™ ໄດ້ທຸກເວລາເມື່ອຕ້ອງການສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຄຳສັບ/ໂລໂກ້ ນັ້ນແມ່ນແບຣນຂອງທ່ານ, ເຖິງແມ່ນວ່າຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຈົດທະບຽນກໍຕາມ.
- **®** = ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ຈົດທະບຽນແລ້ວ. ທ່ານສາມາດໃຊ້ ® ໄດ້ກໍຕໍ່ເມື່ອເຄື່ອງໝາຍຂອງທ່ານໄດ້ຮັບການຈົດທະບຽນຢ່າງເປັນທາງການກັບກົມຊັບສິນທາງປັນຍາ (*DIP*) ເທົ່ານັ້ນ.
  ⚠️ ການນຳໃຊ້ ® ໂດຍບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນ ອາດຖືວ່າເປັນການສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດໃຫ້ແກ່ສາທາລະນະ, ຊຶ່ງເປັນການກະທຳອັນຕ້ອງຫ້າມໃນການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ເປັນທຳ ຕາມມາດຕາ 121 ຂອງກົດໝາຍຊັບສິນທາງປັນຍາ.

---

2. ຂ້ອຍຈະຈົດທະບຽນຊື່ແບຣນ ຫຼື ໂລໂກ້ໄດ້ແນວໃດ ຖ້າຂ້ອຍຂາຍສິນຄ້າຜ່ານອອນລາຍພຽງຢ່າງດຽວ?

ເຖິງແມ່ນວ່າທ່ານບໍ່ມີໜ້າຮ້ານຈິງ ທ່ານກໍຍັງສາມາດຍື່ນຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງທ່ານກັບ ກົມຊັບສິນທາງປັນຍາ**DIP** ໄດ້.

- **ຫຼັກຖານການນຳໃຊ້:** ໃຫ້ໃຊ້ຊື່ຮ້ານຄ້າອອນລາຍຂອງທ່ານ (ເຊັ່ນ ໃນເວັບໄຊ stand-alone ຂອງທ່ານ) **ແລະ ຊື່ບັນຊີສື່ສັງຄົມອອນລາຍ**ເພື່ອເປັນຫຼັກຖານການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ.
- **ການຈັດປະເພດ:** ສິນຄ້າ/ການບໍລິການຂອງທ່ານຄວນຖືກຈັດຢູ່ໃນໝວດທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມ Nice Classification (ຕົວຢ່າງ: ໝວດ 35 ສຳລັບການຂາຍຍ່ອຍແບບອອນລາຍ).

---

3. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃນລາວແມ່ນເທົ່າໃດ ແລະ ໃຊ້ເວລາດົນປານໃດ?

- **ຄ່າທຳນຽມ**: ປະມານ **1,120,000 ກີບ** ສຳລັບ 1 ໝວດ (class) ແລະ **800,000 ກີບ** ສຳລັບແຕ່ລະໝວດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ (ຄ່າທຳນຽມທັງໝົດສຳລັບການຍື່ນຄຳຮ້ອງ,

ການອອກໃບຢັ້ງຢືນການຈົດທະບຽນ ແລະ ການລົງປະກາດ ຈະຖືກຄິດໄລ່ລວມກັນເປັນຍອດດຽວ ແລະ ຊຳລະໃນເວລາຍື່ນຄຳຮ້ອງ. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍນີ້ບໍ່ລວມຄ່າບໍລິການຂອງຕົວແທນ ແລະ ຄ່າທຳນຽມທະນາຄານປະມານ 20,000 ກີບ ຕໍ່ການຊຳລະແຕ່ລະຄັ້ງຜ່ານລະບົບ e-filing).

- **ໄລຍະເວລາ:** ຕາມກົດໝາຍແມ່ນປະມານ **8 ເດືອນ,** ແຕ່ໃນທາງປະຕິບັດຈິງມັກຈະໃຊ້ເວລາປະມານ **10–12 ເດືອນ** ນັບຈາກວັນຍື່ນຄຳຮ້ອງ (ໃນກໍລະນີທີ່ຂັ້ນຕອນດຳເນີນໄປຢ່າງຮຽບຮ້ອຍ).
  💡 ປັດຈຸບັນສາມາດຍື່ນຄຳຮ້ອງແບບອອນລາຍໄດ້ຜ່ານເວັບໄຊ **Laos IP e-Filling**.

---

4. ຂ້ອຍຍັງສາມາດຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໄດ້ບໍ່ ຖ້າມີຄົນອື່ນໃຊ້ຊື່ທີ່ຄ້າຍຄືກັນນີ້ໃນໂລກອອນລາຍແລ້ວ?

ໄດ້, ຖ້າຜູ້ໃຊ້ອື່ນນັ້ນຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນຊື່ທີ່ຄ້າຍຄືນັ້ນ, ຫຼື
ຊື່ດັ່ງກ່າວຍັງບໍ່ທັນເປັນເຄື່ອງໝາຍທີ່ຮູ້ຈັກຢ່າງກວ້າງຂວາງຫຼື ຊື່ວິສາຫະກິດ.

ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ໃຊ້ອື່ນໄດ້ຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍ ຫຼືຈົດທະບຽນຊື່ທີ່ຄ້າຍຄືກັນນັ້ນກ່ອນທ່ານ,
ທ່ານກໍຍັງສາມາດຍື່ນຄຳຮ້ອງຂໍຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງຕົນເອງໄດ້ ແລະ DIP
ຈະກວດສອບແລະຕັດສິນວ່າຈະຮັບ ຫຼືປະຕິເສດຄຳຮ້ອງຂອງທ່ານ.
ການກວດສອບຈະອີງໃສ່ຄວາມຄ້າຍຄືຂອງເຄື່ອງໝາຍ, ຄວາມກ່ຽວພັນຂອງສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ,
ແລະສະຖານະທາງກົດໝາຍຂັ້ນສຸດທ້າຍຂອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ມີຢູ່ກ່ອນ.

---

5. **ຂ້ອຍຈຳເປັນຕ້ອງຈົດທະບຽນຊື່ທຸລະກິດ ແລະ ໂລໂກ້ແຍກກັນບໍ່**?

ແມ່ນແລ້ວ, ຫາກທ່ານຕ້ອງການການຄຸ້ມຄອງໃນລະດັບສູງສຸດ:

- ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຕົວອັກສອນ: ເພື່ອຄຸ້ມຄອງຊື່ທຸລະກິດຂອງທ່ານ
  ໂດຍກວມເອົາທຸກຮູບແບບຕົວອັກສອນແລະ ຮູບແບບການອອກແບບຕ່າງໆ.

- ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນຮູບພາບ: ເພື່ອຄຸ້ມຄອງດ້ານການອອກແບບ ແລະ ອົງປະກອບທາງສາຍຕາ.
  💡 ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງ (SMEs) ຫຼາຍໆ ມັກເລືອກຈົດທະບຽນທັ້ງສອງແບບ.

---

6. ຈະເກີດຫຍັງຂຶ້ນ ຖ້າຂ້ອຍບໍ່ຈົດທະບຽນແບຣນ?
ຂ້ອຍຍັງສາມາດຢຸດຍັ້ງຄົນອື່ນບໍ່ໃຫ້ກ໊ອບປີ້ແບຣນຂອງຂ້ອຍໄດ້ບໍ?

ໃນທາງທິດສະດີແມ່ນເຮັດໄດ້, ແຕ່ໃນທາງປະຕິບັດຈິງແມ່ນຍາກຫຼາຍ ເນື່ອງຈາກທ່ານຈະຕ້ອງອາໄສຫຼັກການດັ່ງນີ້:

- **ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຢ່າງກວ້າງຂວາງ:**
  ກົດໝາຍໃຫ້ການຄຸ້ມຄອງເຄື່ອງໝາຍທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຢ່າງກວ້າງຂວາງ
  ເຖິງແມ່ນວ່າຈະບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນກໍຕາມ. ແຕ່ໃນທາງປະຕິບັດ
  ຫຼັກການນີ້ຍັງແທບຈະບໍ່ທັນໄດ້ຮັບການທົດສອບໃນຄະດີບັງຄັບໃຊ້ຢ່າງຊັດເຈນ.

- **ການແຂ່ງຂັນທີ່ບໍ່ເປັນທຳ:** ທ່ານອາດໂຕ້ແຍ້ງໄດ້ວ່າ ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຄ້າຍຄື ຫຼື ຄືກັນ
  ທຳໃຫ້ສາທາລະນະຊົນເຂົ້າໃຈຜິດກ່ຽວກັບແຫຼ່ງກຳເນີດຂອງສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ. ແຕ່ໃນຄວາມເປັນຈິງ
  ເສັ້ນທາງນີ້ມີຄວາມບໍ່ແນ່ນອນສູງ ແລະ ບໍ່ຄ່ອຍມີການນຳໃຊ້.

- **ການຍື່ນຈົດທະບຽນໂດຍບໍ່ສຸດຈະລິດ (ໃນກໍລະນີທີ່ມີບຸກຄົນອື່ນນຳແບຣນຂອງທ່ານໄປຈົດທະບຽນ):**
  ທ່ານສາມາດພິສູດໄດ້ວ່າ ມີຄວາມສຳພັນທາງທຸລະກິດ ຫຼື ມີການເຮັດທຸລະກຳ/ການຕິດຕໍ່ສື່ສານ
  ລະຫວ່າງບໍລິສັດຂອງທ່ານ ແລະ ບຸກຄົນທີສາມນັ້ນ. ຈາກນັ້ນຈຶ່ງຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ
  ພວກເຂົາຮູ້ຈັກເຄື່ອງໝາຍຂອງທ່ານຢູ່ແລ້ວ ແລະ
  ຈົ່ງໃຈຍື່ນຈົດທະບຽນເພື່ອຫາປະໂຫຍດໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

ການບັງຄັບໃຊ້ສິດໂດຍບໍ່ມີການຈົດທະບຽນແມ່ນຊ້າ, ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ ແລະ
ຍັງແທບຈະບໍ່ມີປະສິບການບັງຄັບໃຊ້ຈິງໃຫ້ເຮົາເປັນຕົວຢ່າງ. ນອກຈາກນັ້ນ ພາລະໃນການພິສູດກໍຫນັກຫນ່ວງຫຼາຍ.
ການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈຶ່ງເປັນວິທີທີ່ນ່າເຊື່ອຖືທີ່ສຸດໃນການປົກປ້ອງແບຣນຂອງທ່ານ.

---

7. ຂ້ອຍຄວນເຮັດແນວໃດ ຖ້າມີຄົນອື່ນໃຊ້ຊື່ບັນຊີ Instagram **ຂອງຂ້ອຍກ່ອນ?**

- ສຳລັບສື່ສັງຄົມອອນລາຍ: ຍື່ນຄຳຮ້ອງທຸກກ່ຽວກັບ **ການປອມແປງຊື່ໝູ່ໃຊ້** ໜ້າແພລດຟອມນັ້ນ
  ໂດຍແນບຫຼັກຖານສິດໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງທ່ານ.

- ສຳລັບອີຄອມເມີຊ: ໃຊ້ລະບົບ IP Protection Portals (ຖ້າມີ), ຍື່ນຄຳຮ້ອງທຸກໂດຍກົງຕໍ່ຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ,
  ຫຼື ສົ່ງຈົດໝາຍເຕືອນໄປຫາຜູ້ໃຊ້ Instagram ຄົນນັ້ນ.
  💡 **ຄວນຈອງຊື່ບັນຊີ**ຂອງແບຣນໃຫ້ໄວເທົ່າທີ່ຈະໄວໄດ້ໃນທຸກແພລດຟອມສຳຄັນ,
  ເຖິງແມ່ນວ່າທ່ານຍັງບໍ່ທັນເລີ່ມໃຊ້ງານຢ່າງເປັນທາງການກໍຕາມ.

---

8. ຖ້າຂ້ອຍຈ້າງຟຣີແລນ ຫຼື ເອເຈນຊີ ອອກແບບໂລໂກ້ໃຫ້, ຂ້ອຍຈະເປັນເຈົ້າຂອງສິດໃນໂລໂກ້ນັ້ນເລີຍບໍ່?

ບໍ່ແມ່ນໂດຍອັດຕະໂນມັດ. ໃນປະເທດລາວ:

- ໃນກໍລະນີທີ່ຜົນງານໃດໜຶ່ງຖືກສ້າງຂຶ້ນພາຍໃຕ້ ສັນຍາຈ້າງເຮັດວຽກ,
  ຜູ້ເປັນເຈົ້າຂອງລິຂະສິດໃນຜົນງານນັ້ນຈະແມ່ນ ຜູ້ຈ້າງ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ມີຂໍ້ຕົກລົງໄວ້ເປັນຢ່າງອື່ນ[1].
  💡 ເພື່ອຮັບປະກັນສິດທາງກົດໝາຍ ແລະ ຫຼີກເວັ້ນຄວາມສັບສົນ ຫຼື ຂໍ້ຂັດແຍ່ງທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນ,
  ທ່ານຄວນເຊັນ ສັນຍາໂອນສິດຊັບສິນທາງປັນຍາ ກ່ອນການຊຳລະເງິນທຸກຄັ້ງ,
  ໂດຍລະບຸໃຫ້ຊັດເຈນວ່າຈະມີການໂອນສິດເສດຖະກິດທັງໝົດທີ່ປະກອບເປັນຂອງຜູ້ສ້າງສັນ.

---

9. ຂ້ອຍຈະຕິດຕາມທຸກເວີຊັນຂອງຊື່ແບຣນ, ໂລໂກ້ ແລະ ຊື່ຮ້ານຄ້າອອນລາຍທັງໝົດໄວ້ໃນບ່ອນດຽວກັນໄດ້ແນວໃດ?

ໃຫ້ສ້າງ **ບັນທຶກຊັບສິນແບຣນ** ຂຶ້ນມາ:

- ລວບລວມທຸກຊື່ແບຣນ, ໂລໂກ້, ໂດເມນ, ຊື່ຮ້ານ ແລະ ບັນຊີສື່ສັງຄົມອອນລາຍທັງໝົດ.
- ບັນທຶກວັນທີທີ່ທ່ານເລີ່ມນຳໃຊ້ແຕ່ລະຢ່າງ.
  💡 ແນະນຳໃຫ້ເກັບຂໍ້ມູນເຫຼົ່ານີ້ໃນໄຟລ໌ spreadsheet ຫຼື ໃນເຄື່ອງມືບໍລິຫານຊັບສິນທາງປັນຍາ.

---

10. ຂັ້ນຕອນທຳອິດທີ່ຄວນເຮັດຄືຫຍັງ ຖ້າຂ້ອຍຍັງບໍ່ມີທີມງານຊັບສິນທາງປັນຍາ?

- ເລີ່ມຈາກການ **ກວດສອບແບຣນ**: ຂຽນລາຍການທຸກຢ່າງທີ່ບົ່ງບອກຕົວຕົນແບຣນຂອງທ່ານ (ຊື່, ໂລໂກ້, ໂດເມນ, ຄຳຂວັນ).
- ຈາກນັ້ນ ໃຫ້ຕັດສິນໃຈວ່າຈະຍື່ນຈົດທະບຽນຢ່າງໃດກ່ອນ **ໂດຍອີງຕາມຄວາມສຳຄັນທາງການຄ້າ.**

---

11. ຂ້ອຍຈະຕິດຕາມ ແລະ ກວດສອບຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງຂ້ອຍໃນຖານະທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍໄດ້ແນວໃດ?

ໃຫ້ໃຊ້ຕາຕະລາງຕິດຕາມການຈັດການກາງ ທີ່ປະກອບມີ:

- ປະເພດຂອງ IP: ຊື່ນ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ, ລິຂະສິດ, ຊື່ໂດເມນ
- ວັນທີຈົດທະບຽນ ແລະ ອັນໝົດອາຍຸ
- ການແຈ້ງເຕືອນກ່ອນອັນຕ້ອງຕໍ່ອາຍຸ
  💡 ແມ່ນແຕ່ໄຟລ໌ Excel ຫຼື Google Sheet ງ່າຍໆ ກໍພຽງພໍແລ້ວ.

---

[1] ມາດຕາ 98, ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ຊັບສິນທາງປັນຍາ.

---

12. ຂ້ອຍຈຳເປັນຕ້ອງຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງຂ້ອຍອີກຄັ້ງໃນປະເທດອື່ນທີ່ຂ້ອຍຕ້ອງການໄປຂາຍບໍ? ແລະ ວິທີໃດທີ່ປະຢັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ສຸດ?

ຈຳເປັນ — ເພາະສິດໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນມີຜົນໃຊ້ບັງຄັບພາຍໃນແຕ່ລະປະເທດເທົ່ານັ້ນ.

- ທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງຍື່ນຈົດທະບຽນໃນແຕ່ລະປະເທດເປົ້າໝາຍ.

- ວິທີທີ່ປະຢັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ສຸດ: ຍື່ນແບບ bundle ຫຼື ລວມຫຼາຍປະເທດເຂົ້າດ້ວຍກັນ (ຖ້າລະບົບກົດໝາຍຮອງຮັບ).

ໝວດທີ 2: ການບັງຄັບໃຊ້ສິດໃນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

1. **ການລະເມີດເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ?**

ການລະເມີດເຄື່ອງໝາຍການຄ້າເກີດຂຶ້ນເມື່ອມີບຸກຄົນໃດໜຶ່ງນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍໃນທາງທຸລະກິດ ທີ່ມີລັກສະນະຄືກັນ ຫຼື ຄ້າຍຄືກັນຈົນເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສັບສົນກັບເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ໄດ້ຈົດທະບຽນແລ້ວ.

ກໍລະນີນີ້ຈະຖືວ່າເປັນການລະເມີດເມື່ອ:

- ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການນັ້ນ ຄືກັນ, ຄ້າຍຄືກັນ ຫຼື ກ່ຽວພັນກັບສິນຄ້າ/ການບໍລິການທີ່ຄຸ້ມຄອງພາຍໃຕ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຈົດທະບຽນແລ້ວ.
- ການນຳໃຊ້ນັ້ນມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າສັບສົນກ່ຽວກັບແຫຼ່ງກຳເນີດຂອງສິນຄ້າ/ການບໍລິການ – ຕົວຢ່າງ: ພວກເຂົາອາດຈະຄິດວ່າສິນຄ້ານັ້ນມາຈາກທ່ານ ຫຼື ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບແບຣນຂອງທ່ານ.

ເວົ້າໃຫ້ເຂົ້າໃຈງ່າຍໆ: ຖ້າມີຄົນໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທີ່ຮູບລັກສະນະ ຫຼື ສຽງອ່ານໃກ້ຄຽງກັບຂອງທ່ານ ສຳລັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ແລະ ສິ່ງນັ້ນເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊື້ຄິດວ່າມັນເຊື່ອມໂຍງກັບບໍລິສັດຂອງທ່ານ, ນັ້ນແມ່ນການລະເມີດ.

ຕົວຢ່າງ: ໜ້າເຟສບຸກປອມໃນລາວທີ່ໃຊ້ຊື່ “Laotian Times.” (link)

---

2. **ການລະເມີດເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທຸກກໍລະນີແມ່ນຄືກັນໝົດບໍ?**

ບໍ່.

- **ຄວາມຮັບຜິດຊອບທາງແພ່ງ:** ທ່ານສາມາດຟ້ອງຮ້ອງເພື່ອໃຫ້ຢຸດເຊົາການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຮຽກຮ້ອງຄ່າເສຍຫາຍ.

- **ຄວາມຮັບຜິດຊອບທາງອາຍາ** (ປັບໃໝ ຫຼື ຈຳຄຸກ): ຫາກການລະເມີດເຂົ້າເງື່ອນໄຂຕາມມາດຕາ 246 ຂອງປະມວນກົດໝາຍອາຍາ ແຫ່ງ ສປປ ລາວ.

- **ການດຳເນີນການທາງບໍລິຫານ:** ທ່ານສາມາດຍື່ນຄຳຮ້ອງທຸກຕໍ່ເຈົ້າໜ້າທີ່ບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ ຊຸ່ນ ກົມຊັບສິນທາງປັນຍາ (DIP) ແລະ ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ (**MOIC**).[2]

---

3. **ການປອມແປງແມ່ນຫຍັງ?**
   ການປອມແປງແມ່ນຮູບແບບໜຶ່ງຂອງການລະເມີດທີ່ຮ້າຍແຮງກວ່າ.
   ມັນໝາຍເຖິງການເຈດຕະນາຜະລິດສິນຄ້າປອມທີ່ຄືກັນເກືອບທຸກປະການກັບຂອງແທ້ ແລະ ພະຍາຍາມຂາຍມັນເສມືອນເປັນສິນຄ້າແບຣນຂອງທ່ານ.

- *ຕົວຢ່າງ*: ກະເປົາແຟຊັ່ນຫຼູຫຼາປອມ, ອຸປະກອນໄຟຟ້າປອມ, ຫຼື ຢາປອມທີ່ໃຊ້ແບຣນ ແລະ ການຫຸ້ມຫໍ່ຄືກັບຂອງທ່ານ.

---

4. **ເປັນຫຍັງຄວາມແຕກຕ່າງນີ້ຈຶ່ງສຳຄັນ?**

- **ການລະເມີດ** = ການນຳໃຊ້ແບຣນຂອງທ່ານໃນທາງທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ (ອາດຈະຄ້າຍຄື ແຕ່ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຄືກັນທຸກຢ່າງ).

- **ການປອມແປງ** = ການກ໊ອບປີ້ລອກຮຽນແບບແບບເຈດຕະນາ (ສິນຄ້າປອມທີ່ຄືກັນເກືອບທັງໝົດກັບຂອງແທ້).

- ທັງສອງຢ່າງລ້ວນສົ່ງຜົນເສຍຕໍ່ທຸລະກິດຂອງທ່ານ,
  ແຕ່ການປອມແປງມັກຖືກມອງວ່າເປັນຄະດີອາຍາພາຍໃຕ້ມາດຕາ **288, 290 ຫຼື 291** ຂອງປະມວນກົດໝາຍອາຍາ ແຫ່ງ ສປປ ລາວ ແລະ
  ໂດຍປົກກະຕິຈະໄດ້ຮັບຄວາມໃສ່ໃຈຈາກເຈົ້າໜ້າທີ່ຫຼາຍກວ່າ.

---

5. **ຂ້ອຍຈະຕິດຕາມໄດ້ແນວໃດວ່າແບຣນຂອງຂ້ອຍຖືກນຳໃຊ້ຜິດວິທີທາງອອນລາຍ?**

---

[2] ອ້າງອີງ: ມາດຕາ 130.8 ຂອງກົດໝາຍວ່າດ້ວຍຊັບສິນທາງປັນຍາ.

- ຄົ້ນຫາຊື່ແບຣນຂອງທ່ານເປັນປະຈຳທຸກເດືອນໃນ **Google, Facebook, Instagram** ແລະ ແພລດຟອມອີຄອມເມີຊທ້ອງຖິ່ນ.

- ໃຊ້ **Google Alerts** ເພື່ອຕິດຕາມຄຳຄົ້ນຫາທີ່ສຳຄັນກ່ຽວກັບແບຣນຂອງທ່ານ.

- ພິຈາລະນາໃຊ້ເຄື່ອງມືເສຍຄ່າບໍລິການ ເຊັ່ນ **BrandShield** ຫຼື **Red Points** ເພື່ອຊ່ວຍສະແກນກວດຄົ້ນແບບອັດຕະໂນມັດ.

---

6. ຂ້ອຍຄວນເຮັດແນວໃດ ຖ້າມີຄົນກ໊ອບປີ້ສິນຄ້າຂອງຂ້ອຍເທິງແພລດຟອມອີຄອມເມີຊ?

- ຂັ້ນຕອນທຳອິດ – ເກັບກຳຫຼັກຖານ:
    - ຮູບຖ່າຍໜ້າຈໍເຕັມໜ້າ ທີ່ເຫັນສິນຄ້າທີ່ລະເມີດ, ລາຄາ ແລະ ຊື່ຜູ້ຂາຍ
    - ລິ້ງຂອງໜ້າສິນຄ້າ (URL)
    - ວັນທີ–ເວລາທີ່ຖ່າຍຮູບຫຼັກຖານເຫຼົ່ານັ້ນ
    - ຮູບປຽບທຽບລະຫວ່າງສິນຄ້າແທ້ ແລະ ສິນຄ້າທີ່ຖືກກ໊ອບປີ້ (ຖ້າເປັນໄປໄດ້)
- ຍື່ນຄຳຮ້ອງທຸກເພື່ອໃຫ້ເອົາສິນຄ້ານັ້ນອອກ ຜ່ານ IP Protection Portal ຂອງແພລດຟອມ (ຖ້າມີ) ຫຼື ຜ່ານຜູ້ດຳເນີນການແພລດຟອມ.ສຳລັບ Facebook ແລະ Instagram ທ່ານສາມາດຍື່ນຄຳຮ້ອງໄດ້ຜ່ານແບບຟອມລາຍງານ IP ຂອງ Meta.
- ຖ້າຂັ້ນຕອນເຫຼົ່ານີ້ບໍ່ໄດ້ຜົນ ໃຫ້ພິຈາລະນາປຶກສາຕົວແທນ IP ຫຼື ທະນາຍຄວາມເພື່ອຂໍຄຳແນະນຳເບື້ອງຕົ້ນກ່ຽວກັບມາດຕະການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ, ເຊິ່ງອາດປະກອບມີ:
    - ສົ່ງຈົດໝາຍເຕືອນ (cease-and-desist letter) ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ລະເມີດເອົາສິນຄ້າລົງ ແລະ ຫຸ້ນຍຸດຂາຍໃນແພລດຟອມນັ້ນ; ແລະ/ຫຼື
    - ຕິດຕໍ່ຕຳຫຼວດເສດຖະກິດ ຫຼື ເຈົ້າໜ້າທີ່ DIP/MOIC ທີ່ມີອຳນາດໃນການຮັບຄຳຮ້ອງທຸກ ແລະ ດຳເນີນການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ IP.

---

7. ຂ້ອຍຈຳເປັນຕ້ອງມີທະນາຍຄວາມເພື່ອລາຍງານຜູ້ຂາຍເຄື່ອງປອມບໍ່, ຫຼື ຂ້ອຍສາມາດເຮັດເອງໄດ້?

- ໃນແພລດຟອມສ່ວນໃຫຍ່ ທ່ານສາມາດລາຍງານເອງໄດ້ ເນື່ອງຈາກມີລະບົບລາຍງານດ້ວຍຕົນເອງ.
- ຢ່າງໃດກໍຕາມ ທະນາຍຄວາມ ຫຼື ທີ່ປຶກສາ **IP** ສາມາດຊ່ວຍໄດ້ຫາກທ່ານຕ້ອງການໃຫ້ການຈັດການເຮັດໄດ້ໄວຂຶ້ນ ຫຼື ຕ້ອງຮັບມືກັບຫຼາຍປະເທດພ້ອມກັນ.

---

8. ເກີດຫຍັງຂຶ້ນ ຖ້າມີຄົນນຳໃຊ້ແບຣນຂອງຂ້ອຍຜິດວິທີແບບອອຟລາຍ (ເຊັ່ນ ຢູ່ໃນຮ້ານຄ້າ ຫຼື ສື່ພິມ)?

ການນຳໃຊ້ແບຣນຜິດວິທີແບບອອຟລາຍ
ກໍສ້າງຄວາມເສຍຫາຍໃຫ້ທຸລະກິດຂອງທ່ານບໍ່ນ້ອຍໄປກວ່າການລະເມີດທາງອອນລາຍ.
ຫາກທ່ານພົບວ່າເຄື່ອງໝາຍຂອງທ່ານຖືກນຳໃຊ້ໃນຮ້ານຄ້າ, ປ້າຍຮ້ານ, ບັນຈຸພັນ ຫຼື ໂຄສະນາສິ່ງພິມ:

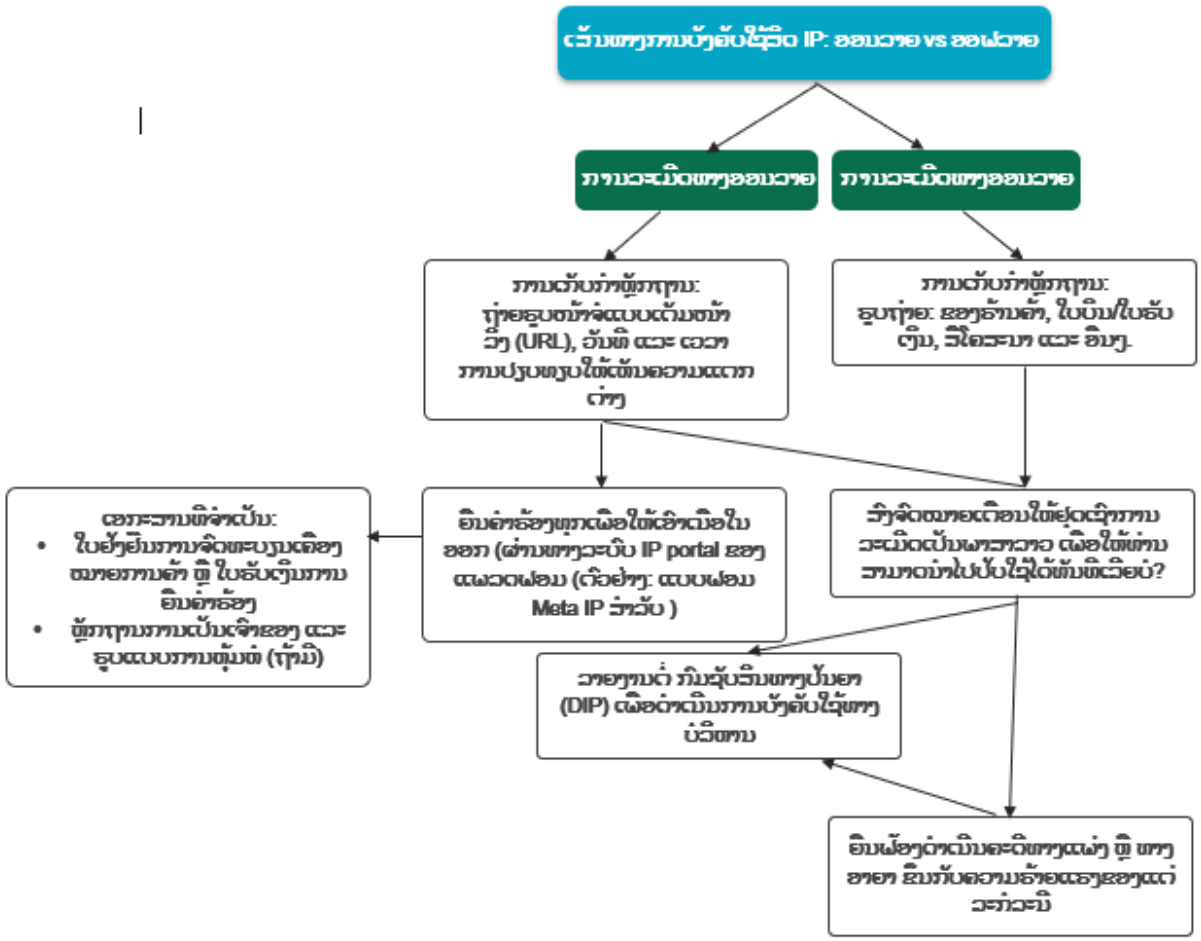
- ເກັບກຳຫຼັກຖານ: ຖ່າຍຮູບສິນຄ້າທີ່ລະເມີດ, ໃບບິນ, ປ້າຍຮ້ານ ຫຼື ສື່ໂຄສະນາ ເທົ່າທີ່ຈະເຮັດໄດ້ – ທຸກຢ່າງນີ້ເປັນຫຼັກຖານສຳຄັນສຳລັບການດຳເນີນຄະດີທາງບໍລິຫານ ແລະ ທາງແພ່ງ/ອາຍາ.

- ພິຈາລະນາສົ່ງຈົດໝາຍເຕືອນຜ່ານທະນາຍຄວາມ.

- ລາຍງານຕໍ່ **DIP/MOIC** ເພື່ອຂໍໃຫ້ດຳເນີນການທາງບໍລິຫານ ຫຼື ລາຍງານຕໍ່ຕຳຫຼວດເສດຖະກິດພາຍໃຕ້ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ ເພື່ອດຳເນີນຄະດີອາຍາ.

- ສຳລັບກໍລະນີທີ່ຮ້າຍແຮງ ຫຼື ມີການລະເມີດຊ້ຳໆ ໃຫ້ພິຈາລະນາຟ້ອງຮ້ອງທາງແພ່ງ.
  ຂັ້ນຕອນນີ້ມັກຊັບຊ້ອນ ແລະ ຕ້ອງໃຊ້ຄວາມຊ່ຳນານທາງກົດໝາຍສູງ,
  ດັ່ງນັ້ນຄວນປຶກສາທະນາຍຄວາມດ້ານ **IP.**

ຂໍ້ແນະນຳ: ການຜະສານການຕິດຕາມແບບອອຟລາຍ (ເຊັ່ນ
ຕົວແທນຈຳໜ່າຍແຈ້ງເມື່ອພົບສິນຄ້າປອມໃນຕະຫຼາດ) ຮ່ວມກັບການຕິດຕາມອອນລາຍ
ຈະຊ່ວຍໃຫ້ແບຣນຂອງທ່ານໄດ້ຮັບການປ້ອງກັນຢ່າງຄົບດ້ານທີ່ສຸດ.



ໝວດທີ 3: ການສ້າງຜົນປະໂຫຍດທາງການຄ້າຈາກເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ

1. **ການອະນຸຍາດໃຫ້ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າແມ່ນຫຍັງ, ແລະມັນຕ່າງຈາກແຜນໄຊສ໌ແນວໃດ?**

- **ການອະນຸຍາດໃຫ້ໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ:** ທ່ານອະນຸຍາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໃຊ້ແບຣນຂອງທ່ານສຳລັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ກຳນົດໄວ້ ຕາມເງື່ອນໄຂທີ່ຕົກລົງກັນ. ທ່ານໄດ້ຮັບຄ່າຕອບແທນເປັນຄ່າພາກຫຼວງ ແຕ່ບໍ່ໄດ້ມອບລະບົບທຸລະກິດທັ້ງໝົດຂອງທ່ານໃຫ້ເຂົາ.

- **ແຜນໄຊສ໌:** ທ່ານມອບຮູບແບບທຸລະກິດທັ້ງໝົດໃຫ້ຜູ້ຮ່ວມ, ຮວມເຖິງແບຣນ, ຄູ່ມືການດຳເນີນງານ, ການຝຶກອົບຮົມ ແລະ ການຊ່ວຍເຫຼືອຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ.

- ຄວນຈົດທະບຽນສັນຍາອະນຸຍາດໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍ ຫຼື ສັນຍາແຜນໄຊສ໌ເປັນລາຍລັກອັກສອນກັບກົມຊັບສິນທາງປັນຍາ (DIP) ເພື່ອໃຫ້ສັນຍາມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ຕາມກົດໝາຍ. ແບບຟອມຄຳຮ້ອງຈົດທະບຽນສາມາດ DIP's online portal.

2. **ຂ້ອຍສາມາດໃຫ້ຜູ້ຂາຍຄົນອື່ນໃຊ້ແບຣນຂອງຂ້ອຍທາງອອນລາຍໄດ້ບໍ່? ແລະຕ້ອງມີສັນຍາແບບໃດ?**

ໄດ້ — ແຕ່ຄວນມີສັນຍາອະນຸຍາດໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທຸກຄັ້ງ.

ໃນສັນຍາຄວນລະບຸລັດເຈນວ່າ:

- **ໃຫ້ໃຊ້ຫຍັງໄດ້ບ້າງ:** ເຊັ່ນ ໂລໂກ້, ຊື່ແບຣນ, ຮູບສິນຄ້າ
- **ຂາຍໄດ້ບ່ອນໃດ:** ເຊັ່ນ **Facebook, Instagram, Wowbuy** ແລະແພລດຟອມອື່ນໆ
- **ກົດລະບຽບການຄວບຄຸມຄຸ**ນນະພາບເພື່ອຮັກສາຊື່ສຽງຂອງແບຣນ
- **ເງື່ອນໄຂການແບ່ງຄ່າຕອບແທນ:** ຄ່າພາກຫຼວງ ຫຼື ຄ່ານາຍໜ້າ

---

3. **ຖ້າອິນຟລູເອັນເຊີໃຊ້ແບຣນຂອງຂ້ອຍໃນການໂຄສະນາ, ຄວນເຮັດສັນຍາບໍ່?**

ຄວນ. ຄວນມີສັນຍາວ່າຈ້າງອິນຟລູເອັນເຊີ ເພື່ອ:

- ກຳນົດຂອບເຂດການນຳໃຊ້ແບຣນຂອງທ່ານ
- ລະບຸວ່າແບຣນຂອງທ່ານຄວນປາກົດຢ່າງໃດໃນເນື້ອໃນ
- ກຳນົດສິດໃນການກວດອະນຸມັດເນື້ອໃນກ່ອນໂພສ
- ລະບຸຂໍ້ຫ້າມການກະທຳທີ່ອາດເຮັດໃຫ້ແບຣນເສຍຫາຍ ຫຼື ການໂຄສະນາທີ່ເກີນຄວາມຈິງ

---

4. **ຂ້ອຍຈະຮູ້ໄດ້ຢ່າງໃດວ່າແບຣນຂອງຂ້ອຍເຂັ້ມແຂງພໍທີ່ຈະໃຫ້ເຊົ່າສິດ ຫຼື ຮ່ວມມືກັບຜູ້ອື່ນ?**

ລອງຖາມຕົວເອງວ່າ:

- ແບຣນໄດ້ຈົດທະບຽນ ຫຼື ຢ່າງໜ້ອຍໄດ້ຍື່ນຂໍຈົດທະບຽນແລ້ວບໍ່?
- ແບຣນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ແລະ ໄດ້ຮັບຄວາມໄວ້ວາງໃຈຈາກລູກຄ້າບໍ່?
- ແບຣນມີຄວາມໂດດເດັ່ນ ບໍ່ແມ່ນຄຳທົ່ວໄປ ຫຼື ຄຳອະທິບາຍທົ່ວໄປຂອງສິນຄ້າ/ບໍລິການບໍ່?
- ມີອັດລັກແບຣນທີ່ລັດເຈນ ແລະ ນຳໃຊ້ແບບສອດຄ່ອງກັນໃນທຸກແພລດຟອມບໍ່?

---

5. **ຂໍ້ຜິດພາດທີ່ພົບໄດ້ເປັນປະຈຳໃນການໃຫ້ເຊົ່າສິດແບຣນຂອງວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍແມ່ນຫຍັງ?**

- ບໍ່ໄດ້ຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າກ່ອນຈະໃຫ້ເຊົ່າສິດ

- ບໍ່ມີສັນຍາເປັນລາຍລັກອັກສອນ ແຕ່ໃຊ້ການຕົກລົງດ້ວຍປາກ
- ໃຫ້ຜູ້ອື່ນນຳໃຊ້ແບຣນກັບສິນຄ້າ/ບໍລິການທີ່ຄຸນນະພາບຕ່ຳ
- ບໍ່ຕິດຕາມການນຳໃຊ້ຂອງຜູ້ໄດ້ຮັບສິດຢ່າງສົມ່ຳເສມ
- ກຳນົດເງື່ອນໄຂຄ່າພາກຫຼວງທີ່ຕ່ຳເກີນໄປ ຫຼື ບໍ່ຊັດເຈນ

---

6. **ຂ້ອຍຈະໝັ້ນໃຈໄດ້ແນວໃດວ່າແບຣນຂອງຂ້ອຍຍັງໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງເມື່ອມີຄົນອື່ນນຳໄປໃຊ້?**

- ລະບຸຂໍ້ກຳນົດການຄວບຄຸມຄຸນນະພາບໃນສັນຍາໃຫ້ຊັດເຈນ
- ກຳນົດໃຫ້ສົ່ງຕົວຢ່າງສິນຄ້າ ຫຼື ຂໍອະນຸມັດກ່ອນອອກວາງຈຳໜ່າຍ
- ຕິດຕາມກວດເບິ່ງລາຍການອອນລາຍ ແລະ ສື່ການຕະຫຼາດຢ່າງສົມ່ຳເສມ
- ກຳນົດສິດທິໃນການຍົກເລີກສັນຍາ ຫາກຜູ້ໃຊ້ລະເມີດ ຫຼື ນຳໃຊ້ແບຣນຜິດຈຸດປະສົງ

---

7. **ໃນຂັ້ນຕອນໃດຂອງການພັດທະນາທຸລະກິດ ທີ່ວິສາຫະກິດຂະໜາດຈຸນລະ, ຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງ ຄວນຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າສຳລັບແບຣນ ຫຼື ໂລໂກ້?**

<u>ຂັ້ນຕອນພັດທະນາແບຣນ (ຄິດແນວທາງແລະກວດຊື່)</u>

- ເມື່ອເຈົ້າເລືອກ ແລະກວດສອບຊື່/ໂລໂກ້ວ່າບໍ່ຊ້ຳຄົນອື່ນແລ້ວ.

<u>ຂັ້ນຕອນກ່ອນເປີດຕົວ</u>

- ກ່ອນຈະເລີ່ມໂຄສະນາ, ພົມໜຸ້ມຫ່ຳ ຫຼື ເປີດເວັບໄຊທ໌ຢ່າງເປັນທາງການ.

<u>ຂັ້ນຕອນເຕີບໂຕ ແລະ ຂະຫຍາຍຕົວ</u>

- ກ່ອນຈະເຂົ້າສິນຄ້າໃໝ່, ຊ່ອງທາງຂາຍໃໝ່ ຫຼື ຕະຫຼາດສົ່ງອອກ.

<u>ກ່ອນໃຫ້ຊ່ຳສິດ ຫຼື ແຟຣນໄຊສ໌</u>

- ກ່ອນຈະອະນຸຍາດໃຫ້ຄູ່ຮ່ວມນຳໃຊ້ແບຣນຂອງທ່ານ.

ຂັ້ນຕອນທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດ: ຂັ້ນຕອນ

- ຫຼັງຈາກເຈົ້າເລືອກ ແລະກວດຊື່/ໂລໂກ້ແລ້ວ ແຕ່ກ່ອນຈະເປີດຕົວສູ່ສາທາລະນະ (ເວັບໄຊທ໌, ໜຸ້ມຫ່ຳ, ແຄມເປນໂຄສະນາ).
- ເປັນເວລາທີ່ຊ່ວຍ:

- ລ້ອກສິດທິທາງກົດໝາຍກ່ອນທີ່ຄູ່ແຂ່ງ ຫຼື ຜູ້ຈັດຕຸ້ນຈະເຫັນແບບຮ່ວມຂອງທ່ານ
- ຫຼີກລ້ຽງການຕ້ອງປ່ຽນແບບໃໝ່ທີ່ໃຊ້ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ ຫຼັງຈາກທີ່ທ່ານໄດ້ລົງທຶນໃນການຫຸ້ມຫໍ່, ໂຄສະນາ ແລະ ການໂປຼໂມດແບຣນໄປແລ້ວ
- ສາມາດໃຊ້ສັນຍະລັກ ™ ໄດ້ທັນທີ ແລະ ® ຫຼັງຈາກໄດ້ຈົດທະບຽນສຳເລັດ ເພີ່ມຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືໃຫ້ແບຣນຕັ້ງແຕ່ມື້ທຳອິດ
- ວາງຖານກົດໝາຍທີ່ແຂງແຮງໃນອະນາຄົດ ເມື່ອທ່ານຂະຫຍາຍ, ໃຫ້ເຊົ່າສິດ ຫຼື ເຮັດແຟຣນໄຊສ໌

ຂັ້ນຕອນອື່ນໆ (ເຊັ່ນ ຂັ້ນຕອນການເຕີບໂຕ, ການເຮັດແຟຣນໄຊສ໌ ຫຼື ການຂະຫຍາຍຕະຫຼາດ) ກໍຍັງເປັນຈຸດກວດສອບທີ່ສຳຄັນ, ແຕ່ຂັ້ນກ່ອນເປີດຕົວແມ່ນເວລາທີ່ຄຸ້ມຄ່າ ແລະ ມີຍຸດທະສາດຫຼາຍທີ່ສຸດໃນການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ.

---

8. ຂ້ອຍຈະສ້າງລາຍໄດ້ຈາກແບຣນໄດ້ແນວໃດ ໂດຍທີ່ບໍ່ຕ້ອງຂາຍສິນຄ້າດ້ວຍຕົນເອງ?

- ໃຫ້ເຊົ່າສິດແບຣນໃຫ້ຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ຜູ້ຂາຍອອນລາຍ
- ທຳແຟຣນໄຊສ໌ທຸລະກິດຂອງທ່ານ
- ເຮັດ **co-branding** ກັບແບຣນອື່ນເພື່ອອອກສິນຄ້າຮ່ວມກັນ
- ຮ່ວມມືດີຈິຕອນ: ເນື້ອໃນທີ່ຕິດແບຣນ, ຂໍ້ຕົກລົງ **affiliate** ແລກປ່ຽນຄ່າຄອມມິດຊັ່ນ
- ຂາຍສິນຄ້າທີ່ລະນຶກ ທີ່ມີຊື່ ຫຼື ໂລໂກ້ແບຣນຂອງທ່ານ

📊 **ຕາຕະລາງປຽບທຽບ – ການໃຫ້ເຊົ່າສິດ v. ແຟຣນໄຊສ໌ v. ການຮ່ວມມືຮ່ວມແບຣນ**

ຈຸດພິຈາລະນາ	**ການໃຫ້ເຊົ່າສິດ**	**ແຟຣນໄຊສ໌**	**ການຮ່ວມມື**
ສິ່ງທີ່ທ່ານມອບໃຫ້	ສິດໃນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງທ່ານ ສຳລັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ກຳນົດ	ຮູບແບບທຸລະກິດທັ້ງໝົດ + ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ + ລະບົບປະຕິບັດງານ	ການນຳໃຊ້ແບຣນຮ່ວມກັນ ສຳລັບໂຄງການ ຫຼື ສິນຄ້າບາງຢ່າງ
ການຄວບຄຸມ	ລະດັບປານກາງ – ຈຳກັດຢູ່ໃນກົດລະບຽບການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ	ລະດັບສູງ – ທ່ານຄວບຄຸມການດຳເນີນທຸລະກິດທັ້ງໝົດ	ລະດັບຕ່ຳ – ເນັ້ນໃສ່ການສອດຄ່ອງຂອງພາບລັກແບຣນເປັນຫຼັກ
ການຈົດທະບຽນທີ່ຈຳເປັນ	ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ + ຈົດທະບຽນສັນຍາອະນຸຍາດໃຊ້ສິດຢູ່ DIP	ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ + ຈົດທະບຽນສັນຍາແຟຣນໄຊສ໌/ອະນຸຍາດໃຊ້ສິດຢູ່ DIP	ແນະນຳໃຫ້ມີການຈົດທະບຽນເຄື່ອງໝາຍການຄ້າກ່ອນທຸກຄັ້ງ

ຈຸດພິຈາລະນາ	**ການໃຫ້ເຊົ່າສິດ**	**ແຟຣນໄຊສ໌**	**ການຮ່ວມມື**
ຮູບແບບລາຍໄດ້	ຄ່າພາກຫຼວງ ຫຼື ຄ່າທຳນຽມຄົງທີ່	ຄ່າທຳນຽມແຟຣນໄຊສ໌ + ຄ່າພາກຫຼວງ	ແບ່ງປັນລາຍໄດ້ ຫຼື ແບ່ງປັນຕົ້ນທຶນກັນ
ຕົ້ນທຶນການເລີ່ມຕົ້ນ (ສຳລັບ SMEs)	ຕ່ຳ ຫາ ປານກາງ	ສູງ	ຕ່ຳ
ເໝາະສຳລັບ	SMEs ທີ່ຢາກສ້າງລາຍໄດ້ຈາກແບຣນ ໂດຍບໍ່ຕ້ອງບໍລິຫານທຸລະກິດເອງ	ທຸລະກິດທີ່ພ້ອມຂະຫຍາຍຮູບແບບ ທີ່ພິສູດແລ້ວວ່າປະສົບຜົນສຳເລັດ	ແຄມເປນໄລຍະສັ້ນ, ການຕະຫຼາດຮ່ວມກັນ, ສິນຄ້າລຸ້ນພິເສດ
ໄລຍະເວລາ	ປ່ຽນແປງໄດ້ (ພົບໄດ້ບໍ່ເກີນ 1–5 ປີ)	ໂດຍທົ່ວໄປແມ່ນໄລຍະຍາວ 5–10 ປີ)	ໄລຍະສັ້ນ ຫາ ປານກາງ
ຕົວຢ່າງ	ຮ້ານເບເກີຣີ່ທ້ອງຖິ່ນ ໃຫ້ເຊົ່າສິດຊື່ແບຣນໃຫ້ຜູ້ຜະລິດເຄັກແຊ່ແຂງ	Café Amazon ຂະຫຍາຍສາຂາແບບແຟຣນໄຊສ໌	ແບຣນເສື້ອຜ້າຮ່ວມມືກັບສິລະປິນທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອອອກແບບສິນຄ້າລຸ້ນພິເສດ

📝 **ລາຍການກວດສອບຄວາມພ້ອມໃນການສ້າງລາຍໄດ້ຈາກແບຣນ**

ລອງຖາມຕົວເອງວ່າ:

1. **ການຄຸ້ມຄອງທາງກົດໝາຍ**
   - ✓ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຂອງຂ້ອຍໄດ້ຈົດທະບຽນ (ຫຼື ຢ່າງໜ້ອຍໄດ້ຍື່ນຄຳຮ້ອງແລ້ວ) ໃນປະເທດລາວ.
   - ✓ ໂລໂກ້ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍຕົວອັກສອນຂອງຂ້ອຍ
     ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງໃນຕະຫຼາດຫຼັກທີ່ຂ້ອຍວາງແຜນຈະຂະຫຍາຍໄປ.
2. **ຄວາມເຂັ້ມແຂງຂອງແບຣນ**
   - ✓ ລູກຄ້າຈື່ຈຳ ແລະ ໃຫ້ຄວາມໄວ້ວາງໃຈໃນແບຣນຂອງຂ້ອຍ.

- ✓ ແບຣນຂອງຂ້ອຍມີຄວາມໂດດເດັ່ນ ແລະບໍ່ແມ່ນຄຳສັບທົ່ວໄປທົ່ວໄປ.

3. **ຄວາມເປັນເອກະພາບ**
   - ✓ ຂ້ອຍນຳໃຊ້ແບຣນຢ່າງເປັນເອກະພາບໃນທຸກແພລດຟອມ.
   - ✓ ຂ້ອຍມີບັນທຶກຊັບສິນແບຣນ (brand asset log) ທີ່ລວບລວມເວີຊັນຫຼ້າສຸດຂອງໂລໂກ້, ຟອນຕ໌ອັກສອນ ແລະ ລະຫັດສີ.
4. **ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ**
   - ✓ ມີທຸລະກິດອື່ນ ຫຼື ອົນຟລູເອັນເຊີ ໃຫ້ຄວາມສົນໃຈຍາກຮ່ວມງານກັບແບຣນຂອງຂ້ອຍ.
   - ✓ ແບຣນຂອງຂ້ອຍເຂົ້າກັນໄດ້ດີກັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການຂອງຄູ່ຮ່ວມຄ້າທີ່ເປັນໄປໄດ້.
5. **ຄວາມພ້ອມດ້ານການດຳເນີນງານ**
   - ✓ ຂ້ອຍສາມາດຕິດຕາມ ແລະ ຄວບຄຸມຄຸນນະພາບໄດ້ ຫາກມີຜູ້ອື່ນນຳໃຊ້ແບຣນຂອງຂ້ອຍ.
   - ✓ ຂ້ອຍມີ ຫຼື ສາມາດຮ່າງສັນຍາອະນຸຍາດໃຊ້ສິດ ຫຼື ສັນຍາຮ່ວມມືທີ່ລັດເຈນໄດ້.

ເກນການໃຫ້ຄະແນນ:

- ✅ ຕິກ 10–12 ຂໍ້ → ພ້ອມແລ້ວສຳລັບການສ້າງລາຍໄດ້ຈາກແບຣນ
- ✅ ຕິກ 7–9 ຂໍ້ → ຄວນເພີ່ມຄວາມຂັ້ນແຂງແລະການປະກົດຕົວຂອງແບຣນໃນຕະຫຼາດໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນກ່ອນ
- ✅ ຕິກ 0–6 ຂໍ້ → ໃຫ້ໂຟກັດການສ້າງແບຣນ ແລະ ການປົກປ້ອງທາງກົດໝາຍໃຫ້ແຂງແຮງກ່ອນທີ່ຈະເລີ່ມໃຫ້ເຊົ່າສິດ ຫຼື ຮ່ວມມືກັບຜູ້ອື່ນ.