

ข้อกำหนดและเงื่อนไข

YouTube Works – ข้อกำหนดและเงื่อนไขของโปรแกรม YouTube Works ("การประกวด") ดำเนินการโดย Google Asia Pacific Pte. Ltd. ("Google" หรือ "เรา") ซึ่งมีสถานที่ตั้งธุรกิจหลักอยู่ที่ Mapletree Business City II 70 Pasir Panjang Road, #03-71 Singapore 117371

หากต้องการเข้าร่วมการประกวดนี้ ผู้เข้าร่วมทุกคน (ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา ("บุคคลธรรมดา"), ธุรกิจที่เข้าร่วม ("ธุรกิจ") และ/หรือตัวแทนของธุรกิจ ("ตัวแทน") เรียกรวมกันว่า "ผู้เข้าร่วม" หรือ "คุณ") ต้องอ่านและยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไข ("ข้อกำหนด") เหล่านี้ การเข้าร่วมการประกวดแสดงว่าคุณยอมรับว่าข้อกำหนดเหล่านี้จะมีผลบังคับใช้กับคุณ ผู้เข้าร่วมจะไม่มีสิทธิได้รับการพิจารณาในการประกวดนี้หากไม่ยอมรับข้อกำหนดเหล่านี้ ธุรกิจต่างๆ ยอมรับว่าหากตัวแทนคลิกช่องทำเครื่องหมายในแบบฟอร์มส่งข้อมูล จะถือว่าธุรกิจของตนตกลงตามข้อกำหนดเหล่านี้ ตัวแทนที่ยอมรับข้อกำหนดในนามของธุรกิจรับประกันว่าตนเองมีอำนาจและสิทธิโดยสมบูรณ์ในการดำเนินการดังกล่าว

1. การมีสิทธิ์

1.1 หากต้องการเข้าร่วมการประกวดและมีสิทธิ์ในการเข้าร่วม คุณจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อไปนี้ตลอดระยะเวลาของการประกวด

1. ธุรกิจต้องมีการจัดตั้งแล้วและมีที่อยู่สำหรับการเรียกเก็บเงินในไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ และ/หรืออินโดนีเซีย
2. ผู้เข้าร่วมจะต้องไม่เป็นหรือมีลักษณะดังนี้ (1) ผู้พำนักอาศัยในประเทศที่ถูกสหรัฐอเมริกาคว่ำบาตร (2) โดยทั่วไปแล้วเป็นผู้พำนักอาศัยในประเทศที่สหรัฐอเมริกาคว่ำบาตร (3) ถูกห้ามตามมาตรการควบคุมการส่งออกและมาตรการคว่ำบาตรที่เกี่ยวข้องไม่ให้เข้าร่วมการประกวด หรือ (4) หน่วยงานที่รัฐเป็นเจ้าของทั้งหมดหรือบางส่วน หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล
3. กรณีที่ผู้เข้าร่วมเป็นเอเจนซีที่ดำเนินการในนามของลูกค้าที่มอบหมายงานให้ (ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงเอเจนซีสื่อ, ครีเอทีฟ, ผู้ผลิตเนื้อหาดิจิทัล, PR, โปรดักชันเฮาส์) ผู้เข้าร่วมดังกล่าวต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้
 - a. สามารถรับประกันว่าตนได้รับสิทธิ์ในการเข้าประกวดในแคมเปญที่เข้าร่วม ("แคมเปญที่เข้าร่วม") ในการประกวดนี้จากลูกค้า/เจ้าของแบรนด์/เอเจนซี/องค์กรธุรกิจ/ผู้ลงโฆษณาที่มอบหมายงานให้
 - b. มีสิทธิ์ให้ (หากจำเป็น) การอนุมัติที่จำเป็นจากลูกค้า/เจ้าของแบรนด์/เอเจนซี/องค์กรธุรกิจ/ผู้ลงโฆษณาที่มอบหมายงานให้สำหรับสื่อ โปรดักชัน การใช้งาน และอื่นๆ ทั้งหมดที่ผู้เข้าร่วมส่งข้อมูลมาใช้ในการประกวดนี้
4. บุคคลธรรมดาและตัวแทนต้องมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
5. ผู้เข้าร่วมต้องไม่เป็นพนักงาน เจ้าหน้าที่ หรือผู้บริหารของ Google และบริษัทในเครือ หรือเป็นครอบครัวใกล้ชิดหรืออาศัยอยู่ในครัวเรือนของบุคคลดังกล่าว
6. ธุรกิจจะให้สำเนาของข้อกำหนดเหล่านี้แก่ตัวแทนของตนเอง ผู้เข้าร่วมจะต้องปฏิบัติตาม และผู้เข้าร่วมที่เป็นธุรกิจจะต้องตรวจสอบว่าตัวแทนทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และภาระหน้าที่ของผู้ดูแลผลประโยชน์ทั้งหมดที่บังคับใช้กับการเข้าร่วมการประกวดนี้ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงกฎหมายต่อต้านการติดสินบน
7. แคมเปญ YouTube ทั้งหมดที่เผยแพร่ไปแล้วหรือเผยแพร่ไปแล้วบางส่วนตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2024 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2025 จะมีสิทธิ์เข้าร่วม

1.2 ตัวแทนรับทราบว่ารางวัลใดๆ ที่ได้จะมอบให้แก่ธุรกิจ ไม่ใช่ให้แก่ตัวแทนเอง

1.3 เราขอสงวนสิทธิ์ในการขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเข้าร่วมของคุณ รวมถึงสำหรับวัตถุประสงค์ในการยืนยันการมีสิทธิ์หรือความถูกต้องของการเข้าร่วมดังกล่าว ตัวอย่างเช่น เราอาจขอรายละเอียดการกำหนดเวลาสื่อ การยืนยันจาก

ลูกค้าที่เป็นลายลักษณ์อักษร หรือข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมที่เราต้องใช้ในการยืนยันความถูกต้องในการเข้าร่วมของคุณ หากคุณไม่ให้ข้อมูลตามที่เราร้องขอหรือเราพิจารณาตามที่เห็นสมควรโดยเด็ดขาดว่าคุณไม่ได้ให้ข้อมูลเรามากพอ เราอาจเพิกถอนการเข้าร่วมของคุณ

1.4 เรายังขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินการตรวจสอบของเราเองเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่คุณให้มาเกี่ยวกับการเข้าร่วมนั้นถูกต้อง ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการตรวจสอบว่า (1) ผู้ที่อ้างตนว่าเป็นลูกค้านั้นมีความถูกต้องตามกฎหมาย และ (2) ผลลัพธ์ที่แสดงในการเข้าร่วมมีความเกี่ยวข้องกับพอร์ตโฟลิโอของลูกค้าของคุณ เราขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสินใจในการเข้าร่วมและ/หรือการส่งผลงานของคุณจากการประกวด หากพบว่าข้อมูลที่คุณให้มาคลาดเคลื่อนและ/หรือพบว่าผลงานที่คุณส่งมาไม่ถูกต้อง ผิดกฎหมาย หรือไม่ได้รับอนุญาต

1.5 คุณส่งผลงานเข้าประกวดได้หลายครั้งแต่ต้องไม่ซ้ำกัน และผลงานที่ไม่ซ้ำกันได้หลายหมวดหมู่

1.6 ผลงานที่ซ้ำกันจากธุรกิจต่างๆ: หากเราได้รับข้อมูลเกี่ยวกับงานเดียวกันมากกว่า 1 รายการในหมวดหมู่เดียวกันจากผู้เข้าร่วมคนละราย (เช่น หากบริษัทโปรดักชันส่งผลงานชิ้นเดียวกันกับที่เอเจนซีส่งมาแล้ว) เราจะพิจารณาเฉพาะผลงานที่เราเห็นว่าดีที่สุดในที่ที่เราเห็นสมควรแต่เพียงผู้เดียว และดำเนินการอย่างสมเหตุสมผล

1.7 การตัดสินทั้งหมดเกี่ยวกับการมีสิทธิ์จะเกิดขึ้นจากการพิจารณาตามที่เห็นสมควรของ Google โดยเด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียว และดำเนินการอย่างสมเหตุสมผล Google ขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบคุณสมบัติและตัดสินข้อโต้แย้งใดๆ ที่เกี่ยวข้องได้ทุกเมื่อ

2. วิธีเข้าร่วม

การลงทะเบียน

2.1 หากต้องการเข้าร่วมการประกวด คุณต้องส่งข้อมูลในเว็บไซต์การประกวดที่ <https://www.youtube.com/ads/youtube-works/sea> โดยผลงานที่ส่งต้องเป็นไปตามข้อกำหนดในการส่งข้อมูลที่ได้อธิบายไว้ด้านล่าง (ตามการพิจารณาตามที่เห็นสมควรของ Google โดยเด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียว)

2.2 ข้อมูลทั้งหมดที่ให้ไว้ในขั้นตอนการลงทะเบียนจะต้องครบถ้วนและถูกต้อง

กำหนดการที่สำคัญ

2.3 การประกวดจะเริ่มขึ้นในเวลา 24:00 น. GMT +08:00 ในวันที่ 17 มีนาคม 2025 และเวลาปิดรับการส่งข้อมูลคือ 23:59 น. GMT ในวันที่ 30 เมษายน 2025 ("ระยะเวลาการส่งข้อมูล") คุณต้องส่งข้อมูลทั้งหมดภายในระยะเวลาการส่งข้อมูล ข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับหลังจากระยะเวลาการส่งข้อมูลจะถูกตัดสินโดยอัตโนมัติ

2.4 เราจะประกาศผู้ชนะภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2025

ข้อกำหนดในการส่งข้อมูล

2.5 ผู้เข้าร่วมจะต้องส่งข้อมูลของตนผ่านแบบฟอร์มออนไลน์ใน**ลิงก์**นี้ โดยระบุรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีที่ผู้เข้าร่วมใช้ YouTube ในการนำเสนอแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพสูง ("ข้อมูลที่ส่ง" หรือ "การส่งข้อมูล")

2.6 ข้อมูลที่ส่งต้องเป็นไปตามเกณฑ์ ("ข้อกำหนดในการส่งข้อมูล") ต่อไปนี้

1. ต้องไม่มี รวมไว้ หรือใช้เนื้อหา ส่วนประกอบ หรือองค์ประกอบใดๆ ที่ผิดกฎหมาย มิฉะนั้นจะถือว่าเป็นการละเมิดหรือขัดต่อกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
2. ต้องไม่มีการวิจารณ์ไปในทางเสื่อมเสีย รุกราน ข่มขู่ หมิ่นประมาท ดูหมิ่น สบประมาท หรือมีเนื้อหาใดๆ ที่ไม่เหมาะสม เกี่ยวกับเรื่องเพศ หยาดคาย อนาจาร ทำให้ทุกขใจ ปรามาส เลือกปฏิบัติในทางใดทางหนึ่ง หรือส่งเสริมความเกลียดชังหรือการทำอันตรายต่อกลุ่มหรือบุคคลใดๆ หรือไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการประกวดโดยที่ Google พิจารณาตามที่เห็นสมควรแต่เพียงผู้เดียว

3. ต้องไม่มีเนื้อหา ส่วนประกอบ หรือองค์ประกอบใดๆ ที่ละเมิดสิทธิของบุคคลที่สาม
4. ผู้เข้าร่วมต้องเป็นผู้เขียนข้อมูล
5. ต้องเกี่ยวข้องกับแคมเปญที่เผยแพร่ไปแล้วหรือเผยแพร่ไปแล้วบางส่วนในไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ และ/หรืออินโดนีเซีย ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2024 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2025

2.7 Google จะไม่รับผิดชอบในความสูญหาย ความล่าช้า การส่งที่ผิดพลาด ความไม่สมบูรณ์ การเขียนที่ไม่สามารถอ่านได้ของข้อมูลที่ส่ง และข้อมูลที่ส่งที่ไม่มีสิทธิ์ หรือความผิดพลาดของการส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ การขโมย หรือการทำลายข้อมูล หรือการเข้าถึงหรือแก้ไขข้อมูลที่ส่งโดยปราศจากอำนาจ หรือข้อผิดพลาดทางเทคนิคไม่ว่าในรูปแบบใด ข้อมูลที่ส่งมาจะถือเป็นโมฆะหากทั้งหมดหรือบางส่วนของข้อมูลไม่สามารถเข้าใจได้ ไม่สมบูรณ์ เสียหาย ผิดปกติ มีการดัดแปลง ลอกเลียนแบบ ผลิดขึ้นด้วยความผิดพลาด ปลอมแปลง ทำซ้ำโดยกลไก หรือได้มาจากการประพหุติมิชอบหรือการโจรกรรม

3. การพิจารณาผู้ชนะ

3.1 การประกวดมีทั้งหมด 6 หมวดหมู่ โดยจะมีผู้ชนะ 6 รายจากแต่ละประเทศในแต่ละหมวดหมู่ของการประกวด จากผู้ชนะการประกวดจากแต่ละประเทศเหล่านี้ จะมีผู้ชนะรางวัล Best of Country จำนวน 1 รายจากแต่ละประเทศ โดยผู้ชนะรางวัล Best of Country จะพิจารณาจากแคมเปญที่โดดเด่นที่สุด มีความแปลกใหม่ และมีประสิทธิภาพมากที่สุดในประเทศ โดยพิจารณาตั้งแต่ข้อมูลเชิงลึก สื่อ ไปจนถึงเครือข่ายโซเชียล

จากผู้ชนะ 6 รายในแต่ละหมวดหมู่ของการประกวดจากแต่ละประเทศ จะมีผู้ชนะ 1 รายจากแต่ละหมวดหมู่ที่ได้รับคัดเลือกสำหรับกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากผู้ชนะ 6 รายในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะมีผู้ได้รับรางวัล Grand Prix สำหรับกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 1 รางวัล ซึ่งคัดเลือกโดยคณะกรรมการ รางวัล Grand Prix จะมอบให้แก่แคมเปญที่ยอดเยี่ยมที่สุดในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งเชี่ยวชาญด้านการวางแผนสื่อที่ชาญฉลาดและมีความสามารถในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

ในการประกวดนี้จะมีจำนวนผู้ชนะสูงสุด 63 main winners ราย โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในตาราง ก. และส่วนที่ 3.2 ด้านล่าง

ทั้งนี้ ผู้ชนะแต่ละรายจะมีสิทธิ์ได้รับถ้วยรางวัล ("รางวัล") ซึ่งขึ้นอยู่กับและเป็นไปตามข้อกำหนดเหล่านี้

Table A. YouTube Works Awards Southeast Asia - Winners' Levels

| | The Big Bang | Masters of Media | Best Brand Story | Brands and Creators | Long and Short | Best of AI | Best of Festive (ตรุษยวน รอมฎอน และอื่นๆ) | Force for Good | จำนวนผู้ชนะทั้งหมด |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|---|----------------------------|--------------------|
| ผู้ชนะในแต่ละประเทศ | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | 48 |
| Best of Country | 6 (TH, ID, VN, PH, MY, SG) | | | | | | | | 6 |
| ผู้ชนะกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 1 (SEA) | 8 |
| Grand Prix กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ | 1 (SEA) | | | | | | | | 1 |

3.2. The Contest categories are as follows:

1. **The Big Bang:** The Big Bang awards the most effective launch for a new product or campaign. Priority is given to campaigns that make use of Video Reach Campaigns, YouTube Mastheads and/or Roadblocks.
2. **Masters of Media:** Awarded to the campaign that best highlights how innovative media strategy drives results.
3. **Best Brand Story:** Awarded to the campaign that best brings a story to life beyond 30 seconds. The entry must have made use of at least 1 YouTube long-form ad (>30 sec).
4. **Brands & Creators:** Awarded to the best partnership between brands and YouTube creators. The entry must have displayed a collaboration between a brand and a YouTube Creator, who must have a sizeable audience and self-created content pipeline. Priority is given to campaigns that use Creator Promotions and/or Creator 2 Cart.
5. **The Long and Short:** Awarded to the campaign that utilizes multi-duration assets across ad formats and devices. The entry must have made use of at least 1 YouTube long-form ad [>30 sec], and at least 1 YouTube short-form ad [6 sec]. Special consideration is given to campaigns that created custom assets specific to the ad format, ad duration and/or ad length.
6. **Best of Google AI:** The Best of Google AI awards the campaign that makes the most effective and responsible use of Google AI to enhance performance and impact. The entry must have utilized at least 1 AI solution to power their campaign, such as AI-Powered Media Solutions and/or AI-Powered Creative Solutions.
7. **Force For Good:** Awarded to the most impactful display of a brand's commitment to social or environmental causes.
- 8.

Best of Festive (Tet, Ramadan, etc.): Awarded to the campaign that most effectively builds consumer connection within festive moments.

3.3 หลังจากระยะเวลาการส่งข้อมูล Google และพาร์ทเนอร์ด้านการวิจัยจะตรวจสอบข้อมูลที่ส่งทั้งหมดในเบื้องต้นตามข้อกำหนดในการส่งข้อมูล (ตามที่อธิบายไว้ในส่วนที่ 2.6 ด้านบน) และระบุผู้มีสิทธิ์ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการในรอบแรก

3.4 หลังจากการตรวจสอบ ผลงานที่ได้รับเลือกสำหรับแต่ละตลาดจะได้รับการตัดสินโดยคณะกรรมการอิสระในรอบแรก ("รอบแรก") ซึ่งจะประเมินผลงานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดเหล่านี้

3.5 กรรมการในรอบแรกเหล่านี้จะลงคะแนนตัดสินหาผู้ชนะสำหรับหมวดหมู่ทั้งหมด, ผู้ชนะสำหรับหมวดหมู่ย่อยในประเทศ (หากมี) และผู้ชนะในหมวดหมู่ Best of Country ผู้ชนะในหมวดหมู่ต่างๆ ของแต่ละประเทศจะได้รับการตัดสินโดยคณะกรรมการอิสระอีกกลุ่มหนึ่ง ("คณะกรรมการในรอบสุดท้าย") กรรมการในรอบสุดท้ายนี้จะประเมินผลงานที่เข้ารอบสุดท้ายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดเหล่านี้

3.6 ผลงานที่มีคะแนนสูงที่สุดในแต่ละหมวดหมู่ตามความเห็นของกรรมการในรอบแรกจะได้รับการตรวจสอบและอนุมัติโดยคณะกรรมการในรอบสุดท้ายเพื่อพิจารณาหาผู้ชนะในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กรรมการในรอบสุดท้ายจะตัดสินผู้ชนะรางวัล Grand Prix ในลักษณะเดียวกัน

เกณฑ์การตัดสิน

การตัดสินผลงานเข้าประกวดจะอิงตามเกณฑ์ต่อไปนี้ ซึ่งจะมีน้ำหนักคะแนนแตกต่างกันไปตามแต่ละหมวดหมู่ดังที่แสดงไว้ในตาราง ข. โดยพิจารณาจากหมวดหมู่ของการประกวด (ตามที่อธิบายไว้ในส่วนที่ 3.2 ด้านบน)

1. กลยุทธ์การตลาดโดยรวม
2. กลยุทธ์ครีเอทีฟโฆษณาและการดำเนินการ
3. กลยุทธ์ YouTube และการดำเนินการ
4. ผลลัพธ์

Table B. YouTube Works Awards Southeast Asia - Criteria Weightage per Category

| | The Big Bang | Masters of Media | Best Brand Story | Brands & Creators | Long & Short | Best of All | Best of Festive (ตรุษญวน รอมฎอน และอื่นๆ) | Force for Good | | Best of Country/ Grand Prix |
|-------------------------------------|--------------|------------------|------------------|-------------------|--------------|-------------|---|----------------|--|-----------------------------|
| กลยุทธ์การตลาดโดยรวม | 20% | 20% | 10% | 20% | 10% | 10% | 15% | 15% | | 20% |
| กลยุทธ์ครีเอทีฟโฆษณาและการดำเนินการ | 20% | 10% | 35% | 20% | 25% | 30% | 20% | 25% | | 20% |
| กลยุทธ์ YouTube และการดำเนินการ | 20% | 30% | 15% | 20% | 25% | 20% | 25% | 20% | | 20% |
| ผลลัพธ์ | 40% | 40% | 40% | 40% | 40% | 40% | 40% | 40% | | 40% |
| ทั้งหมด | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | 100% |

4. การประกาศผู้ชนะและการะหน้าที่ของผู้ชนะ

4.1 หากคุณเป็นผู้ชนะ Google จะแจ้งให้คุณทราบทางอีเมลที่คุณระบุไว้ในข้อมูลที่ส่งมาเพื่อเข้าร่วมการประกวดภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2025

4.2 Google ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตามที่เห็นสมควรอย่างสมเหตุสมผลเพื่อเปลี่ยนแปลงวันที่สำหรับการประกาศผู้ชนะ โดย Google จะส่งการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวันที่ล่วงหน้า

4.3 Google จะไม่มีความรับผิดชอบความพยายามที่ไม่สำเร็จในการแจ้งเดือนว่าคุณเป็นผู้ชนะ หากคุณปฏิเสธไม่รับรางวัล โปรดอย่าตอบกลับการแจ้งเตือนเกี่ยวกับรางวัลภายในหกสิบ (60) วันนับจากที่ได้รับการแจ้งเตือน หาก你不รับรางวัลตามวิธีการที่ระบุไว้ ไม่สามารถรับรางวัล ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด หรือไม่มีสิทธิ์ Google และคณะกรรมการอาจเลือกผู้เข้าร่วมรายอื่นที่ได้รับคะแนนสูงที่สุดรองลงมาให้เป็นผู้ชนะรางวัลแทน โดยการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับ การพิจารณาตามที่เห็นสมควรของ Google และคณะกรรมการโดยเด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียว

4.4 Google ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาทดแทนรางวัลที่มีมูลค่าเทียบเท่าหรือสูงกว่าตามที่เห็นสมควรอย่างสมเหตุสมผล ผู้เข้าร่วมเปลี่ยนรางวัลเป็นเงินสดที่มีมูลค่าเทียบเท่าไม่ได้

5. ความเป็นส่วนตัว

5.1 คุณรับทราบว่า Google อาจรวบรวม จัดเก็บ แชร และใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่ระบุตัวบุคคลนั้นได้ที่ให้ไว้ในระหว่างการลงทะเบียนเข้าร่วมการประกวด Google จะใช้ข้อมูลนี้เพื่อวัตถุประสงค์ของการประกวดเท่านั้นและจะประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวตามนโยบายความเป็นส่วนตัว (<http://www.google.com/policies/privacy/>)

5.2 ข้อมูลของคุณยังอาจได้รับการโอนไปยังประเทศต่างๆ นอกประเทศที่คุณอาศัยอยู่ ซึ่งรวมถึงสหรัฐอเมริกา ประเทศอื่นๆ ดังกล่าวอาจไม่มีกฎหมายและกฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัวที่คล้ายคลึงกับของประเทศที่คุณอาศัยอยู่

5.3 คุณมีสิทธิที่จะขอการเข้าถึง ตรวจสอบ แก้ไข หรือลบข้อมูลส่วนบุคคลใดๆ ที่ Google เก็บไว้โดยเกี่ยวข้องกับ การประกวด โดยส่งอีเมลถึง Google ที่ youtube-works-sea@google.com

6. สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

6.1 ตามความสัมพันธ์ระหว่าง Google กับคุณ คุณยังคงเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมด (รวมถึง สิทธิทางศีลธรรม) ในและต่อเนื้อหาใดๆ ที่คุณส่งมาโดยเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสู่การประกวด การส่งผลงานเพื่อเข้าสู่ การประกวดแสดงว่าคุณได้มอบใบอนุญาตอย่างถาวรให้แก่ Google, บริษัทในเครือ ตัวแทนและบริษัทพาร์ทเนอร์ใน การใช้ คัดลอก ทำซ้ำ ดัดแปลง แก้ไข เผยแพร่ แจกจ่าย แสดงต่อสาธารณะ สร้างผลงานลอกเลียนแบบ และแสดง ผลงานที่ส่งเข้าประกวดต่อสาธารณะไม่ว่าด้วยวัตถุประสงค์ใดที่เกี่ยวข้องกับการประกวด ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง (1) เพื่อวัตถุประสงค์ในการอนุญาตให้ Google และกรรมการทำการประเมินผลงานของคุณเพื่อวัตถุประสงค์ของ การประกวดและการประกาศตัวผู้ชนะต่อสาธารณะ และ (2) เพื่อวัตถุประสงค์ในการโฆษณาและการโปรโมต รวมทั้ง การสื่อสารกับสื่อมวลชนและสื่อ

6.2 คุณรับประกันว่าคุณมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาใดๆ ในผลงานที่ส่งมาเพื่อเข้าร่วมการประกวดและคุณไม่ได้ คัดลอกผลงานนั้นไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนจากผลงานอื่นๆ ที่มีอยู่

6.3 การเข้าร่วมการประกวดจะถือว่าผู้เข้าร่วมมอบใบอนุญาตที่ใช้ได้ทั่วโลก เพิกถอนไม่ได้ ออกใบอนุญาตช่วงได้ และ ไม่จำกัดสิทธิ์ขาดแต่ผู้เดียวแก่ Google ในการใช้ชื่อ ชื่อธุรกิจ สิ่งแสดงความเป็นแบรนด์ และที่อยู่เว็บไซต์ของผู้เข้าร่วม เพื่อการโฆษณาและการโปรโมต (ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการโปรโมตการประกวด) ตลอดระยะเวลาการคุ้มครองของ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

6.4 ผู้เข้าร่วมตกลงที่จะเข้าร่วมกิจกรรมด้านสื่อหรือกิจกรรมโปรโมตใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกวดหากตนเป็นผู้ชนะ และในกิจกรรมดังกล่าวจะมอบใบอนุญาตอย่างถาวรให้แก่ Google ในการใช้ชื่อ รูปภาพ และสิ่งทีคล้ายกันของผู้เข้าร่วม เพื่อวัตถุประสงค์ในการโฆษณาและการโปรโมต

7. สิทธิที่จะยกเลิก แก้ไข หรือตัดสิทธิ์

ในกรณีที่การประกวดไม่สามารถดำเนินได้อย่างที่วางแผนไว้ ซึ่งรวมถึงการดีดไวรัสคอมพิวเตอร์ ขอบกพร่องใน ระบบ การเจาะข้อมูล การแทรกแซงโดยไม่ได้รับอนุญาต การประพฤติมิชอบ การทำงานล้มเหลวทางเทคนิค หรือ สาเหตุอื่นๆ ซึ่งขัดขวางหรือส่งผลเสียต่อการจัดการดูแล ความปลอดภัย ความเสมอภาค ความถูกต้อง หรือการปฏิบัติที่ เหมาะสมของการประกวด Google ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิก สิ้นสุด ปรับเปลี่ยน หรือระงับการประกวดตามที่เห็น สมควรแต่เพียงผู้เดียว นอกจากนี้ Google ขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสิทธิ์ผู้เข้าร่วมใดๆ ที่พยายามจะรบกวนกระบวนการส่ง ข้อมูลหรือส่วนอื่นใดของการประกวดหรือเว็บไซต์การประกวด ความพยายามใดก็ตามของผู้เข้าร่วมที่จะสร้าง ความเสียหายต่อเว็บไซต์ใดๆ โดยเจตนา รวมถึงเว็บไซต์ของการประกวด หรือบ่อนทำลายการดำเนินการที่ถูกต้องตามก ฎหมายของการประกวดเป็นการละเมิดกฎหมายแพ่งและอาญา และหากมีความพยายามเช่นนี้เกิดขึ้น Google ขอสงวนสิทธิ์ในการเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้เข้าร่วมดังกล่าวตามขอบเขตอำนาจสูงสุดของกฎหมายที่มีผลบังคับใช้

Google อาจปรับเปลี่ยนข้อกำหนดเป็นครั้งคราว โดยการปรับเปลี่ยนจะมีผลนับตั้งแต่วันที่เผยแพร่ข้อกำหนดฉบับใหม่ เหล่านี้ใน <https://www.youtube.com/ads/youtube-works/sea> ("**เว็บไซต์การประกวด**") Google มีการพิจารณา ตามที่เห็นสมควรโดยเด็ดขาดเพื่อกำหนดการบังคับใช้ข้อกำหนดหรือเพื่อแก้ไขความกำกวมในข้อกำหนดเหล่านี้ตามที่ เห็นว่าเหมาะสม

8. การแยกออกจากกันได้

หากพบว่าข้อกำหนดย่อยใดๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้ไม่ถูกต้องหรือไม่สามารถบังคับใช้ได้ ส่วนอื่นๆ ที่เหลือของข้อกำหนดจะยังคงมีผลบังคับอย่างสมบูรณ์

9. กฎหมายที่ควบคุมและเขตอำนาจศาล

ข้อกำหนดเหล่านี้จะอยู่ในบังคับ ขึ้นอยู่กับ และตีความตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกา เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนที่ 9(ค) และ (ง) คุณและ Google (หลังจากนี้เรียกว่า "คู่สัญญา") ตกลงเรื่องต่อเขตอำนาจศาลพิเศษของศาลของสหรัฐอเมริกาโดยปราศจากเงื่อนไขและไม่อาจเพิกถอนได้

(ก) หากมีข้อโต้แย้งเกิดขึ้นระหว่างคู่สัญญาจากหรือเกี่ยวกับข้อกำหนดเหล่านี้ ("ข้อโต้แย้ง") คู่สัญญาแต่ละฝ่ายจะพยายามยุติการโต้แย้งใดๆ โดยสุจริตด้วยการส่งหนังสือแจ้งที่เป็นลายลักษณ์อักษรไปยังคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อระบุและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อโต้แย้ง หากการโต้แย้งนั้นไม่ได้รับการคลี่คลายภายในสามสิบ (30) วันนับตั้งแต่วันที่ "ได้รับหนังสือแจ้งที่เป็นลายลักษณ์อักษร (หรือภายในระยะเวลาอื่นที่คู่สัญญาตกลงร่วมกันอย่างเหมาะสม) ข้อโต้แย้งนั้นจะต้องได้รับการชี้ขาดภายใต้กฎการค้าเร่งด่วน (Expedited Commercial Rules) โดยศูนย์ระหว่างประเทศเพื่อการระงับข้อโต้แย้ง (International Centre for Dispute Resolution) ของสมาคมอนุญาโตตุลาการสหรัฐอเมริกา (American Arbitration Association) ที่บังคับใช้ยูนับตั้งแต่วันที่เริ่มกระบวนการชี้ขาดนี้ ("กฎ")

(ข) คู่สัญญาจะร่วมกันเลือกผู้ชี้ขาด 1 คนตามกฎหมาย การชี้ขาดจะดำเนินการเป็นภาษาอังกฤษ สถานที่ตัดสินและดำเนินการชี้ขาดจะเกิดขึ้นในเทศมณฑลซานตา คลารา รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา

(ค) คู่สัญญาแต่ละฝ่ายสามารถอุทธรณ์ต่อศาลที่มีอำนาจในการขอคำสั่งศาลเพื่อการปกป้องสิทธิของตนในระหว่างที่รอข้อยุติจากการชี้ขาด ผู้ชี้ขาดอาจสั่งให้มีการเยียวยาอย่างยุติธรรมหรือโดยคำสั่งห้ามซึ่งสอดคล้องกับการชดเชยและข้อจำกัดต่างๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้

(ง) ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับในส่วนบุคคล (จ) คู่สัญญาแต่ละฝ่ายอาจยื่นคำร้องต่อศาลที่มีอำนาจเพื่อออกคำสั่งใดๆ ที่จำเป็นในการปกป้องสิทธิหรือทรัพย์สินของคู่สัญญา คำร้องนี้จะไม่ถือเป็นการละเมิดหรือการสละสิทธิในกฎหมายที่ควบคุมและส่วนการชี้ขาดที่มีผลบังคับนี้ และจะไม่กระทบต่ออำนาจของผู้ชี้ขาด รวมถึงอำนาจในการตรวจสอบคำวินิจฉัยของศาล คู่สัญญากำหนดว่าศาลแห่งเทศมณฑลซานตา คลารา รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกามีอำนาจในการออกคำสั่งใดๆ ภายใต้ส่วนบุคคล (ง) นี้

(จ) คำชี้ขาดถือเป็นที่สุดและมีผลผูกพันกับคู่สัญญา และสามารถดำเนินการในศาลที่มีเขตอำนาจแห่งใดก็ได้ รวมถึงศาลแห่งใดๆ ที่มีเขตอำนาจเหนือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทรัพย์สินใดๆ ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

(ฉ) กระบวนการชี้ขาดที่ดำเนินการตามส่วนนี้จะถือเป็นข้อมูลที่เป็นความลับ รวมถึง (1) การมีอยู่ของ (2) การเปิดเผยข้อมูลใดๆ ในระหว่าง และ (3) การสื่อสารทางคำพูดหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการชี้ขาดนี้ คู่สัญญาอาจเปิดเผยข้อมูลหรืออธิบายไว้ในส่วนบุคคลนี้ (ฉ) ให้กับศาลที่มีอำนาจตามความจำเป็นที่อาจมี เพื่อออกคำสั่งใดๆ ตามส่วนบุคคล (จ) หรือเพื่อดำเนินการตัดสินทางการชี้ขาด แต่คู่สัญญาจะต้องร้องขอให้ดำเนินการกระบวนการทางตุลาการเหล่านั้นโดยไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน (เป็นส่วนตัว)

(ช) คู่สัญญาต้องชำระค่าธรรมเนียมของผู้ชี้ขาด ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายของผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการแต่งตั้งโดยผู้ชี้ขาด และค่าใช้จ่ายในการดูแลของสถาบันอนุญาโตตุลาการตามกฎหมาย ในการตัดสินขั้นสุดท้ายของผู้ชี้ขาด ทางผู้ชี้ขาดจะกำหนดภาระหน้าที่ของคู่สัญญาฝ่ายที่ไม่ชนะคดีให้ชดเชยเงินตามจำนวน ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายชนะคดีได้ชำระล่วงหน้าแล้วสำหรับเป็นค่าธรรมเนียมเหล่านี้ คู่สัญญาแต่ละฝ่ายจะรับผิดชอบค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายของทนายความและผู้เชี่ยวชาญของตนเอง โดยไม่คำนึงถึงคำวินิจฉัยชี้ขาดของผู้ชี้ขาดเกี่ยวกับข้อพิพาทดังกล่าว

10. กฎหมายนำเข้าและส่งออก

ผู้เข้าร่วมรับทราบและยอมรับว่าการประกวดและรางวัลอาจขึ้นอยู่กับกฎหมายและกฎระเบียบด้านการส่งออกบางประการ

11. การรับประกัน การชดใช้ค่าสินไหมทดแทน และการยกเว้น: ผู้เข้าร่วมรับประกันว่าผลงานที่ตนส่งเป็นผลงานต้นฉบับของตัวเอง โดยมีสิทธิ์เป็นเจ้าของและถือสิทธิ์ผลงานที่ส่งมาแต่เพียงผู้เดียว นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมยังมีสิทธิ์ส่งผลงานเข้าประกวดและมอบใบอนุญาตที่จำเป็นทั้งหมด ผู้เข้าร่วมแต่ละรายยอมรับว่าจะไม่ส่งผลงานที่ (1) ละเมิดกรรมสิทธิ์ของบุคคลที่สาม สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม สิทธิส่วนบุคคลหรือสิทธิทางศีลธรรม หรือสิทธิอื่นๆ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร ความลับทางการค้า ความเป็นส่วนตัว ภาระหน้าที่ในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับหรือการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ หรือ (2) ละเมิดกฎหมายของรัฐบาลกลางหรือรัฐที่มีผลบังคับใช้

ภายใต้ขอบเขตสูงสุดที่กฎหมายอนุญาต ผู้เข้าร่วมแต่ละรายตกลงที่จะชดใช้ค่าเสียหายและให้ความคุ้มครองแก่ Google ตลอดเวลาจากและต่อความรับผิด การกล่าวอ้าง การเรียกร้อง ความสูญเสีย ความเสียหาย ต้นทุน และค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการกระทำ การผิดนัด หรือการละเว้นของผู้เข้าร่วม และ/หรือการละเมิดเนื่องด้วยการรับประกันใดๆ ตามที่กำหนดไว้ในที่นี้ เท่าที่กฎหมายอนุญาตไว้สูงสุด ผู้เข้าร่วมแต่ละรายตกลงที่จะปกป้อง ชดใช้ค่าเสียหาย และให้ความคุ้มครองแก่ Google จากและต่อการกล่าวอ้าง การฟ้องร้อง คดีความ หรือการพิจารณาคดี รวมทั้งความสูญเสีย ความรับผิด ความเสียหาย ต้นทุน และค่าใช้จ่ายทั้งปวง (รวมถึงค่าทนายความตามสมควร) ที่เกิดขึ้นหรือจะเกิดขึ้นจาก (ก) ผลงานที่ส่งหรือสื่ออื่นๆ ที่อัปโหลดหรือระบุโดยผู้เข้าร่วมที่จะละเมิดลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า การคุ้มครองสิทธิในรูปลักษณะและหีบห่อ สิทธิบัตรหรือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ ของบุคคลใดๆ หรือหมิ่นประมาทบุคคล หรือละเมิดสิทธิในการเผยแพร่อัตลักษณ์หรือความเป็นส่วนตัวของบุคคลเหล่านั้น (ข) การสื่อให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับการประกวดนี้โดยผู้เข้าร่วม (ค) การที่ผู้เข้าร่วมไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเหล่านี้ (ง) การกล่าวอ้างจากบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดอันเป็นผลมาจากหรือเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมการประกวดของผู้เข้าร่วม และ (จ) การยอมรับ การครอบครอง การใช้รางวัลหรือการใช้รางวัลในทางที่ผิด การเข้าร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกวด หรือการเข้าร่วมในการประกวดนี้

ผู้เข้าร่วมจะยกเว้น Google จากความรับผิดใดๆ ที่เกี่ยวข้องกัน (ก) ความขัดข้องหรือปัญหาอื่นๆ ของเว็บไซต์ การประกวด (ข) ข้อผิดพลาดในการเก็บรวบรวม การประมวลผล หรือการเก็บรักษาข้อมูลการเข้าร่วม หรือ (ค) ข้อผิดพลาดทางการพิมพ์หรืออื่นๆ ที่เกิดขึ้นในการพิมพ์ การมอบ หรือการประกาศรางวัลหรือผู้ชนะ

12. การตัดสิทธิ์: หากพบว่าผู้เข้าร่วมส่งข้อมูลอันเป็นเท็จเพื่อใช้ในการประกวดเกี่ยวกับข้อมูลระบุตัวตน ที่อยู่ทางไปรษณีย์ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล ความถูกต้องของข้อมูล การเป็นเจ้าของสิทธิ์ หรือข้อมูลที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเหล่านี้หรือในลักษณะใกล้เคียง อาจส่งผลให้ผู้เข้าร่วมถูกตัดสิทธิ์ออกจากการแข่งขันโดยทันที

13. อินเทอร์เน็ต: Google ไม่มีส่วนรับผิดชอบต่อความขัดข้องที่เกิดขึ้นกับเว็บไซต์การประกวด หรือการส่งผลงานที่ล่าช้า สูญหาย เสียหาย ส่งผิดที่ ไม่สมบูรณ์ อ่านไม่ออก ส่งไม่ได้ หรือถูกทำลายอันเนื่องมาจากระบบเกิดความผิดพลาด ล้มเหลว ไม่สมบูรณ์ หรือคอมพิวเตอร์ขัดข้อง หรือการส่งข้อมูลด้านโทรคมนาคมอื่นๆ ขัดข้อง ซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ขัดข้องในทุกกรณี การเชื่อมต่อเครือข่ายขาดหายหรือไม่พร้อมใช้งาน การพิมพ์ผิด หรือข้อผิดพลาดจากตัวบุคคลหรือระบบ เหตุขัดข้องทางเทคนิคของเครือข่ายหรือสายโทรศัพท์ การเชื่อมต่อสาย การส่งสัญญาณดาวเทียม เซิร์ฟเวอร์หรือผู้ให้บริการ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือการรับส่งข้อมูลติดขัดทั่วทั้งอินเทอร์เน็ตหรือเฉพาะที่เว็บไซต์การประกวด หรือทั้งหมดที่กล่าวมาผสมกัน รวมถึงความขัดข้องของระบบโทรคมนาคม สายระบบดิจิทัล หรือดาวเทียมอื่นๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการประกวดของผู้เข้าร่วม

14. การไม่ถือเป็นข้อเสนอหรือสัญญาการว่าจ้าง: การส่งผลงานเข้าประกวด การให้หรือได้รับรางวัล หรืออื่นๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้จะไม่ตีความว่าเป็นข้อเสนอหรือสัญญาการว่าจ้างให้เข้าทำงานกับ Google ไม่ว่าในกรณีใดๆ คุณรับทราบว่าเราได้ส่งผลงานโดยสมัครใจ และมีใช้ในความลับหรือเพื่อให้อยู่ในความดูแลของเรา คุณรับทราบว่าขณะนี้ไม่ได้มีการทำสัญญาที่เป็นความลับ ผ่านผู้ดูแลผลประโยชน์ ผ่านเอเจนซี หรือความสัมพันธ์อื่นๆ หรือเป็นสัญญา

โดยนัยระหว่างคุณกับ Google และจะไม่เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวเมื่อคุณส่งผลงานเข้าประกวดภายใต้ข้อกำหนดเหล่านี้

15. เบ็ดเตล็ด: หากพบว่าข้อกำหนดย่อยใดๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้ไม่ถูกต้องหรือไม่สามารถบังคับใช้ได้ ส่วนอื่นๆ ที่เหลือของข้อกำหนดนี้จะยังคงมีผลบังคับอย่างสมบูรณ์ ตามขอบเขตอำนาจสูงสุดที่กฎหมายอนุญาต สิทธิในการดำเนินคดีหรือฟ้องร้องต่อศาล หรือการดำเนินการอื่นๆ ในกรณีที่เกิดข้อพิพาทหรือการร้องเรียนอันเป็นผลมาจากหรือที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนี้จะถูกยกเว้น และถือว่าผู้เข้าร่วมทั้งหมดได้สละสิทธิอย่างชัดเจนต่อสิทธิดังกล่าว ทั้งนี้ ไม่มีผู้รับผลประโยชน์ที่เป็นบุคคลที่สามภายใต้ข้อกำหนดนี้ เว้นแต่จะระบุไว้เป็นอย่างอื่นในข้อกำหนดเหล่านี้