

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. ธุรกิจต้องมีการจัดตั้งแล้วและมีที่อยู่สำหรับการเรียกเก็บเงินในอินโดนีเซีย ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และ/หรือสิงคโปร์
2. ผู้เข้าร่วมจะต้องไม่เป็นหรือมีลักษณะดังนี้ (1) ผู้พำนักราชในต่างประเทศที่ถูกสหรัฐอเมริกาว่าบาตร (2) โดยทั่วไปแล้วเป็นผู้พำนักราชในต่างประเทศที่สหรัฐอเมริกาว่าบาตร (3) ถูกห้ามตามมาตรการควบคุมการส่งออกและมาตรการคว่ำบาตรที่เกี่ยวข้องไม่ให้เข้าร่วมการประกวด หรือ (4) หน่วยงานที่รัฐเป็นเจ้าของทั้งหมดหรือบางส่วน หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล
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 2025 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2026 จะมีสิทธิ์เข้าร่วม

1.2 ตัวแทนรับทราบว่ารางวัลใดๆ ที่ได้จะมอบให้แก่ธุรกิจ ไม่ใช่ให้แก่ตัวแทนเอง

1.3 เราขอสงวนสิทธิ์ในการขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเข้าร่วมของคุณ รวมถึงสำหรับวัตถุประสงค์ในการยืนยันการมีสิทธิ์หรือความถูกต้องของการเข้าร่วมดังกล่าว ตัวอย่างเช่น เราอาจขอรายละเอียดการกำหนดเวลาสื่อ การยืนยันจากลูกค้าที่เป็นลายลักษณ์อักษร หรือข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมที่เราต้องใช้ในการยืนยันความถูกต้องในการเข้าร่วมของคุณ หาก你不ให้ข้อมูลตามที่เราร้องขอหรือเราพิจารณาตามที่เห็นสมควรโดยเด็ดขาดว่าคุณไม่ได้ให้ข้อมูลเรามากพอ เราอาจเพิกถอนการเข้าร่วมของคุณ

1.4 เรายังขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินการตรวจสอบของเราเองเพื่อให้อย่างมั่นใจว่าข้อมูลที่คุณให้มาเกี่ยวกับการเข้าร่วมนั้นถูกต้อง ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการตรวจสอบว่า (1) ผู้ที่อ้างตนว่าเป็นลูกค้านั้นมีความถูกต้องตามกฎหมาย และ (2) ผลลัพธ์ที่แสดงในการเข้าร่วมมีความเกี่ยวข้องกับพอร์ทัลไอโอของลูกค้าของคุณ เราขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสินใจในการเข้าร่วมและ/หรือการส่งผลงานของคุณจากการประกวด หากพบว่าข้อมูลที่คุณให้มาคลาดเคลื่อนและ/หรือพบว่าผลงานที่คุณส่งมาไม่ถูกต้อง ผิดกฎหมาย หรือไม่ได้รับอนุญาต

1.5 คุณส่งผลงานเข้าประกวดได้หลายครั้งแต่ต้องไม่ซ้ำกัน และส่งผลงานที่ไม่ซ้ำกันได้หลายหมวดหมู่

1.6 ผลงานที่ซ้ำกันจากธุรกิจต่างๆ: หากเราได้รับข้อมูลเกี่ยวกับงานเดียวกันมากกว่า 1 รายการในหมวดหมู่เดียวกันจากผู้เข้าร่วมคนละราย (เช่น หากบริษัทโปรดักชันส่งผลงานชิ้นเดียวกันกับที่เอเจนซีส่งมาแล้ว) เราจะพิจารณาเฉพาะผลงานที่เราเห็นว่าดีที่สุดตามที่เราเห็นสมควรแต่เพียงผู้เดียว 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 00:00 น. GMT +08:00 ในวันที่ 16 มีนาคม 2026 และเวลาปิดรับการส่งข้อมูลคือ 23:59 น. GMT ในวันที่ 30 เมษายน 2026 ("ระยะเวลาการส่งข้อมูล") คุณต้องส่งข้อมูลทั้งหมดภายในระยะเวลาการส่งข้อมูล ข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับหลังจากระยะเวลาการส่งข้อมูลจะถูกตัดสินโดยอัตโนมัติ

2.4 เราจะประกาศผู้ชนะภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2026

ข้อกำหนดในการส่งข้อมูล

2.5 ผู้เข้าร่วมจะต้องส่งข้อมูลของตนผ่านแบบฟอร์มออนไลน์ในลิงก์นี้ 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 ปราบาส เลือกปฏิบัติในทางใดทางหนึ่ง หรือ

ส่งเสริมความเกลียดชังหรือการทำอันตรายต่อกลุ่มหรือบุคคลใดๆ หรือไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการประกวดโดยที่ Google พิจารณาตามที่เห็นสมควรแต่เพียงผู้เดียว

3. ต้องไม่มีเนื้อหา ส่วนประกอบ หรือองค์ประกอบใดๆ ที่จะเมิดสิทธิของบุคคลที่สาม
4. ผู้เข้าร่วมต้องเป็นผู้เขียนข้อมูล
5. ต้องเกี่ยวข้องกับแคมเปญที่เผยแพร่ไปแล้วหรือเผยแพร่ไปแล้วบางส่วนในอินโดนีเซีย ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และ/หรือสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2025 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2026

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

3. การพิจารณาผู้ชนะ

3.1 การประกวดมีทั้งหมด 7 หมวดหมู่ โดยจะมีผู้ชนะ 6 รายจากแต่ละประเทศในแต่ละหมวดหมู่ของการประกวด จากผู้ชนะการประกวดจากแต่ละประเทศเหล่านี้ จะมีผู้ชนะรางวัล Best of Market จำนวน 1 รายจากแต่ละประเทศ โดยผู้ชนะรางวัล Best of Market จะพิจารณาจากแคมเปญที่โดดเด่นที่สุด มีความแปลกใหม่ และมีประสิทธิภาพมากที่สุดในประเทศ โดยพิจารณาดังแต่ข้อมูลเชิงลึก สื่อ ไปจนถึงครีเอทีฟโฆษณา

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

ในการประกวดนี้จะมีผู้ชนะสูงสุด 55 ราย โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมในตาราง ก. และส่วนที่ 3.2 ด้านล่าง

ทั้งนี้ ผู้ชนะแต่ละรายจะมีสิทธิ์ได้รับถ้วยรางวัล ("รางวัล") ซึ่งขึ้นอยู่กับและเป็นไปตามข้อกำหนดเหล่านี้

ตาราง ก. รางวัล YouTube Works กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ - ระดับผู้ชนะ

	จำนวนผู้ชนะ (อันดับที่ 1) สำหรับรางวัล YouTube Works กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปี 2026	PH (รอบระดับประเทศ)	ID (รอบระดับประเทศ)	TH (รอบระดับประเทศ)	VN (รอบระดับประเทศ)	MY & SG (รอบระดับประเทศ)	SEA (รอบระดับภูมิภาค)	ยอดรวมตามหมวดหมู่
1	The Big Bang	1	1	1	1	1	1	6
2	Multiformat Storytelling	1	1	1	1	1	1	6
3	Brands & Creators	1	1	1	1	1	1	6
4	Masters of Media	1	1	1	1	1	1	6
5	Best of Festive	1	1	1	1	1	1	6
6	Best Use of AI for Creative [SEA]	-	-	-	-	-	1	1
7	Media Agency of the Year	1	1	1	1	1	1	6
8	Creative Agency of the Year	1	1	1	1	1	1	6

9	Specialty Agency of the Year	1	1	1	1	1	1	6
10a	Best of Market	1	1	1	1	1	-	5
10b	Grand Prix [SEA]	-	-	-	-	-	1	1

3.2 หมวดหมู่ของการแข่งขันมีดังนี้

1. **The Big Bang:** รางวัล The Big Bang มอบให้แก่การเปิดตัวที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์หรือแคมเปญใหม่ โดยจะเน้นไปยังแคมเปญที่ใช้แคมเปญเพื่อการเข้าถึงแบบวิดีโอ, YouTube Masthead และ/หรือ Roadblock
2. **Multiformat Storytelling:** มอบให้แก่แคมเปญที่มีการเล่าเรื่องที่มีประสิทธิภาพในรูปแบบ ระยะเวลา และอุปกรณ์ต่างๆ โดยผลงานเข้าประกวดต้องใช้รูปแบบโฆษณาบน YouTube ร่วมกันอย่างน้อย 2 แบบขึ้นไป เช่น โฆษณาแบบข้ามไม่ได้ยาว 15/30 วินาทีร่วมกับโฆษณาบัมเปอร์ยาว 6 วินาที /โฆษณาแบบข้ามได้ยาว 30 วินาที หรือวิดีโอในฟีดแนวนอนร่วมกับโฆษณา YouTube Shorts ในรูปแบบแนวดิ่ง
3. **Masters of Media:** มอบให้แก่แคมเปญที่ใช้กลยุทธ์การโฆษณาที่ผสมรวมกับ AI อย่างชำนาญ และกระตุ้นให้เกิดผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยม ผลงานเข้าประกวดต้องใช้รูปแบบโฆษณาบน YouTube ร่วมกันอย่างน้อย 2 แบบขึ้นไปซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ ความชาญฉลาด อิทธิพลในกลยุทธ์การโฆษณา และต้องใช้โซลูชันด้านสื่อที่ทำงานด้วยระบบ AI อย่างน้อย 1 โซลูชันเพื่อขับเคลื่อนแคมเปญ
4. **Brands & Creators:** มอบให้แก่การเป็นพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจที่ดีที่สุทธระหว่างแบรนด์กับครีเอเตอร์ YouTube ผลงานเข้าประกวดต้องแสดงการคอลแลบระหว่างแบรนด์กับครีเอเตอร์ YouTube โดยครีเอเตอร์ที่คอลแลบควรมีช่อง YouTube และมีไปป์ไลน์เนื้อหาที่ครีเอเตอร์สร้างขึ้นเอง
5. **Best of Festive:** มอบให้แก่แคมเปญที่ผสมผสานการเฉลิมฉลองเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเข้ากับการสื่อสารในเชิงสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพได้อย่างชำนาญ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมโยงกับผู้บริโภคและกระตุ้นให้เกิดการดำเนินการ
6. **Best Use of AI for Creative [SEA]:** รางวัลที่ยกย่องแคมเปญซึ่งนำ AI มาใช้ในงานครีเอทีฟได้อย่างโดดเด่น โดยผลงานจะต้องแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ AI ในการสร้างชิ้นงานแบบเฉพาะบุคคลในวงกว้าง (Hyper-personalize at scale) การสร้างความผูกพันในรูปแบบใหม่กับลูกค้า หรือการผลักดันวิสัยทัศน์เชิงสร้างสรรค์ให้เป็นจริงได้อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน สำหรับการแข่งขันในหมวดนี้ จะมีการตัดสินผู้ชนะในระดับภูมิภาค (SEA) โดยตรง และไม่มีรางวัลในระดับประเทศ
7. **Best of Market:** มอบให้แก่แคมเปญที่มีประสิทธิภาพและนวัตกรรมโดดเด่นในแต่ละประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม ไทย ฟิลิปปินส์ รวมถึงคลัสเตอร์มาเลเซียและสิงคโปร์ การตัดสินจะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการในแต่ละประเทศ (Local Jury) ทั้งนี้ จะพิจารณาเป็นพิเศษสำหรับผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในทุกหมวดหมู่ของแต่ละประเทศ

3.3 หลังจากระยะเวลาการส่งข้อมูล Google และพาร์ทเนอร์ด้านการวิจัยจะตรวจสอบข้อมูลที่ส่งทั้งหมดในเบื้องต้นตามข้อกำหนดในการส่งข้อมูล (ตามที่อธิบายไว้ในส่วนที่ 2.6 ด้านบน) และระบุผู้มีสิทธิ์ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการในรอบแรก

3.4 หลังจากการตรวจสอบ ผลงานที่ได้รับเลือกสำหรับแต่ละตลาดจะได้รับการตัดสินโดยคณะกรรมการอิสระในรอบแรก ("รอบแรก") ซึ่งจะประเมินผลงานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดเหล่านี้

3.5 กรรมการในรอบแรกเหล่านี้จะลงคะแนนตัดสินหาผู้ชนะสำหรับหมวดหมู่ทั้งหมด, ผู้ชนะสำหรับหมวดหมู่ย่อยในประเทศ (หากมี) และผู้ชนะในหมวดหมู่ Best of Market ผู้ชนะในหมวดหมู่ต่างๆ ของแต่ละประเทศจะได้รับการตัดสินโดยคณะกรรมการอิสระอีกกลุ่มหนึ่ง ("**คณะกรรมการในรอบสุดท้าย**") คณะกรรมการในรอบสุดท้ายนี้จะประเมินผลงานที่เข้ารอบสุดท้ายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดเหล่านี้

3.6 ผลงานที่มีคะแนนสูงที่สุดในแต่ละหมวดหมู่ตามความเห็นของคณะกรรมการในรอบแรกจะได้รับการตรวจสอบและอนุมัติโดยคณะกรรมการในรอบสุดท้ายเพื่อพิจารณาหาผู้ชนะในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คณะกรรมการในรอบสุดท้ายจะตัดสินผู้ชนะรางวัล Grand Prix ในลักษณะเดียวกัน

3.7 รางวัล Media Agency of the Year, Creative Agency of the Year และ Specialty Agency of the Year จะพิจารณาผู้ชนะจากผลงานเข้าประกวดที่ได้รับเครดิต ซึ่งได้คะแนนสูงสุดจากทุกรอบการคัดเลือก ได้แก่ ผู้เข้ารอบสุดท้ายในระดับประเทศ, รองชนะเลิศ^{อันดับ 2} ในระดับประเทศ, รองชนะเลิศ^{อันดับ 1} ในระดับประเทศ, ผู้ชนะในระดับประเทศ, ผู้ชนะรางวัล Best of Market, ผู้ชนะในระดับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และผู้ชนะรางวัล Grand Prix ในระดับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เกณฑ์การตัดสิน

การตัดสินผลงานเข้าประกวดจะอิงตามเกณฑ์ต่อไปนี้ ซึ่งจะมีน้ำหนักคะแนนแตกต่างกันไปตามแต่ละหมวดหมู่ดังที่แสดงไว้ในตาราง ข. โดยพิจารณาจากหมวดหมู่ของการประกวด (ตามที่อธิบายไว้ในส่วนที่ 3.2 ด้านบน)

ตาราง ข. รางวัล YouTube Works กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ - น้ำหนักเกณฑ์การให้คะแนนตามหมวดหมู่

	The Big Bang	Multiformat Storytelling	Masters of Media	Brands & Creators	Best of Festive	Best of Market/Grand Prix [SEA]
กลยุทธ์การตลาดโดยรวม	20%	10%	15%	20%	15%	20%
กลยุทธ์ครีเอทีฟโฆษณาและการดำเนินการ	20%	30%	20%	20%	20%	20%
กลยุทธ์ YouTube และการดำเนินการ	20%	30%	25%	20%	25%	20%
ผลลัพธ์	40%	30%	40%	40%	40%	40%
ทั้งหมด	100%	100%	100%	100%	100%	100%

ตาราง ข.1 รางวัล YouTube Works กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ - น้ำหนักเกณฑ์การให้คะแนนตามหมวดหมู่

	Best use of AI for Creative
กลยุทธ์ครีเอทีฟโฆษณาและการดำเนินการ	30%
กลยุทธ์ครีเอทีฟการดำเนินการ	30%
ผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์	40%
ทั้งหมด	100%

การตัดสินรางวัล Media Agency of the Year, Creative Agency of the Year และ Specialty Agency of the Year Awards จะเป็นไปตามระบบอ้างอิงคะแนนต่อไปนี้ เอเจนซีที่ได้รับเครดิต/ระบุชื่อจะได้คะแนนจากผลงานส่งเข้าประกวดที่ได้อันดับดังนี้

ผู้เข้ารอบชิงชนะเลิศในระดับประเทศ: 1 คะแนน
รองชนะเลิศอันดับ 2 ในระดับประเทศ: 3 คะแนน
รองชนะเลิศอันดับ 1 ในระดับประเทศ: 5 คะแนน
ผู้ชนะในระดับประเทศ: 10 คะแนน

ผู้ชนะในระดับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: 15 คะแนน

Best of Market: 20 คะแนน

Grand Prix (SEA): 30 คะแนน

4. การประกาศผู้ชนะและภาระหน้าที่ของผู้ชนะ

4.1 หากคุณเป็นผู้ชนะ Google จะแจ้งให้คุณทราบทางอีเมลที่คุณระบุไว้ในข้อมูลที่ส่งมาเพื่อเข้าร่วมการประกวดภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2026

4.2 Google ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตามที่เห็นสมควรอย่างสมเหตุสมผลเพื่อเปลี่ยนแปลงวันที่สำหรับการประกาศผู้ชนะ โดย Google จะส่งการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวันที่ล่วงหน้า

4.3 Google จะไม่มีความรับผิดชอบความพยายามที่ไม่สำเร็จในการแจ้งเตือนว่าคุณเป็นผู้ชนะ หากคุณปฏิเสธไม่รับรางวัล โปรดอย่าตอบกลับการแจ้งเตือนเกี่ยวกับรางวัลภายในหกสิบ (60) วันนับจากที่ได้รับการแจ้งเตือน หาก你不รับรางวัลตามวิธีการที่ระบุไว้ ไม่สามารถรับรางวัล ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด หรือไม่มีสิทธิ์ Google และคณะกรรมการอาจเลือกผู้เข้าร่วมรายอื่นที่ได้รับคะแนนสูงที่สุดรองลงมาให้เป็นผู้ชนะรางวัลแทน โดยการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับพิจารณาตามที่เห็นสมควรของ 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 เก็บไว้โดยเกี่ยวข้องกับการประกวด โดยส่งอีเมลถึง Google ที่ youtube-works-sea@google.com

6. สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

6.1 ตามความสัมพันธ์ระหว่าง Google กับคุณ คุณยังคงเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมด (รวมถึงสิทธิทางศิลปกรรม) ในและต่อเนื้อหาใดๆ ที่คุณส่งมาโดยเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสู่การประกวด การส่งผลงานเพื่อเข้าสู่การประกวดแสดงว่าคุณได้มอบใบอนุญาตอย่างถาวรให้แก่ Google, บริษัทในเครือ ตัวแทน และบริษัทพาร์ทเนอร์ในการใช้ คัดลอก ทำซ้ำ ดัดแปลง แก้ไข เผยแพร่ แจกจ่าย แสดงต่อสาธารณะ สร้างผลงานลอกเลียนแบบ และแสดงผลงานที่ส่งเข้าประกวดต่อสาธารณะไม่ว่าด้วยวัตถุประสงค์ใดที่เกี่ยวข้องกับการประกวด ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง (1) เพื่อวัตถุประสงค์ในการอนุญาตให้ Google และกรรมการทำการประเมินผลงานของคุณเพื่อวัตถุประสงค์ของการประกวดและการประกาศตัวผู้ชนะต่อสาธารณะ และ (2) เพื่อวัตถุประสงค์ในการโฆษณาและการโปรโมต รวมทั้งการสื่อสารกับสื่อมวลชนและสื่อ

6.2 คุณรับประกันว่าคุณมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาใดๆ ในผลงานที่ส่งมาเพื่อเข้าร่วมการประกวดและคุณไม่ได้คัดลอกผลงานนั้นไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนจากผลงานอื่นๆ 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 ซึ่งรวมถึงการติดไวรัสคอมพิวเตอร์ ขอบกพร่องในระบบ การเจาะข้อมูล การแทรกแซงโดยไม่ได้รับอนุญาต การประพฤติมิชอบ การทำงานล้มเหลวทางเทคนิค หรือสาเหตุอื่นๆ ซึ่งขัดขวางหรือส่งผลเสียต่อการจัดการดูแล ความปลอดภัย ความเสมอภาค ความถูกต้อง หรือการปฏิบัติที่เหมาะสม ของการประกวด Google ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิก สิ้นสุด เปลี่ยนแปลง หรือระงับการประกวดตามที่เห็นสมควรแต่เพียง ผู้เดียว นอกจากนี้ Google ขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสิทธิ์ผู้เข้าร่วมใดๆ ที่พยายามจะรบกวนกระบวนการส่งข้อมูลหรือส่วน ใดใดของการประกวดหรือเว็บไซต์การประกวด ความพยายามใดก็ตามของผู้เข้าร่วมที่จะสร้างความเสียหายต่อเว็บไซต์ ใดๆ โดยเจตนา รวมถึงเว็บไซต์ของการประกวด หรือบ่อนทำลายการดำเนินการที่ถูกต้องตามกฎหมายของการประกวด เป็นการละเมิดกฎหมายแพ่งและอาญา และหากมีความพยายามเช่นนี้เกิดขึ้น Google ขอสงวนสิทธิ์ในการเรียกร้อง ค่าเสียหายจากผู้เข้าร่วมดังกล่าวตามขอบเขตอำนาจสูงสุดของกฎหมายที่มีผลบังคับใช้

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

8. การแยกออกจากกันได้

หากพบว่าข้อกำหนดย่อยใดๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้ไม่ถูกต้องหรือไม่สามารถบังคับใช้ได้ ส่วนอื่นๆ ที่เหลือของ ข้อกำหนดจะยังคงมีผลบังคับใช้อย่างสมบูรณ์

9. กฎหมายที่ควบคุมและเขตอำนาจศาล

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

(ก) หากมีข้อโต้แย้งเกิดขึ้นระหว่างคู่สัญญาจากหรือเกี่ยวกับข้อกำหนดเหล่านี้ ("ข้อโต้แย้ง") คู่สัญญาแต่ละฝ่ายจะ พยายามยุติการโต้แย้งใดๆ โดยสุจริตด้วยการส่งหนังสือแจ้งที่เป็นลายลักษณ์อักษรไปยังคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อระบุ และให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อโต้แย้ง หากการโต้แย้งนั้นไม่ได้รับการคลี่คลายภายในสามสิบ (30) วันนับตั้งแต่วันที่ได ้รับหนังสือแจ้งที่เป็นลายลักษณ์อักษร (หรือภายในระยะเวลาอื่นที่คู่สัญญาดกลงร่วมกันอย่างเหมาะสม) ข้อโต้แย้งนั้นจะ ต้องได้รับการชี้ขาดภายใต้กฎการค้าเร่งด่วน (Expedited Commercial Rules) โดยศูนย์ระหว่างประเทศเพื่อการระงับ ข้อโต้แย้ง (International Centre for Dispute Resolution) ของสมาคมอนุญาโตตุลาการสหรัฐอเมริกา (American Arbitration Association) ที่บังคับใช้อยู่ นับตั้งแต่วันที่เริ่มกระบวนการชี้ขาดนี้ ("กฎ")

(ข) คู่สัญญาจะร่วมกันเลือกผู้ชี้ขาด 1 คนตามกฎหมาย การชี้ขาดจะดำเนินการเป็นภาษาอังกฤษ สถานที่ตัดสินและดำเนินการ ชี้ขาดจะเกิดขึ้นในเทศมณฑลซานตา คลารา รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา

(ค) คู่สัญญาแต่ละฝ่ายสามารถอุทธรณ์ต่อศาลที่มีอำนาจในการขอคำสั่งศาลเพื่อการปกป้องสิทธิของตนในระหว่างที่รอข้อยุติจากการชี้ขาด ผู้ชี้ขาดอาจสั่งให้มีการเยียวยาอย่างยุติธรรมหรือโดยคำสั่งห้ามซึ่งสอดคล้องกับการชดเชยและข้อจำกัดต่างๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้

(ง) ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับในส่วนตัว (ฉ) คู่สัญญาแต่ละฝ่ายอาจยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อออกคำสั่งใดๆ ที่จำเป็นในการปกป้องสิทธิหรือทรัพย์สินของคู่สัญญา คำร้องนี้จะไม่ถือเป็นการละเมิดหรือการสละสิทธิในกฎหมายที่ควบคุมและส่วนการชี้ขาดนี้ และจะไม่กระทบต่ออำนาจของผู้ชี้ขาด รวมถึงอำนาจในการตรวจสอบคำวินิจฉัยของศาล คู่สัญญากำหนดว่าศาลแห่งเทศมณฑลซานตา คลารา รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกามีอำนาจในการออกคำสั่งใดๆ ภายใต้ส่วนตัว (ง) นี้

(จ) คำชี้ขาดถือเป็นที่สุดและมีผลผูกพันกับคู่สัญญา และสามารถดำเนินการในศาลที่มีเขตอำนาจแห่งใดก็ได้ รวมถึงศาลแห่งใดๆ ที่มีเขตอำนาจเหนือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทรัพย์สินใดๆ ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

(ฉ) กระบวนการชี้ขาดที่ดำเนินการตามส่วนนี้จะถือเป็นข้อมูลที่เป็นความลับ รวมถึง (1) การมีอยู่ของ (2) การเปิดเผยข้อมูลใดๆ ในระหว่าง และ (3) การสื่อสารทางคำพูดหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการชี้ขาดนี้ คู่สัญญาอาจเปิดเผยข้อมูลข้อเท็จจริงในส่วนย่อยนี้ (ฉ) ให้กับศาลที่มีเขตอำนาจตามความจำเป็นที่อาจมี เพื่อออกคำสั่งใดๆ ตามส่วนย่อย (จ) หรือเพื่อดำเนินการตัดสินทางการชี้ขาด แต่คู่สัญญาจะต้องร้องขอให้ดำเนินการกระบวนการทางตุลาการเหล่านั้นโดยไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน (เป็นส่วนตัว)

(ข) 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) ที่เกิดขึ้นหรือออกเงยขึ้นจาก (ก) ผลงานที่ส่งหรือสื่ออื่นๆ ที่อัปโหลดหรือระบุโดยผู้เข้าร่วมที่จะละเมิดลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า การคุ้มครองสิทธิในรูปลักษณ์และหีบห่อ สิทธิบัตรหรือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ ของบุคคลใดๆ หรือ หมิ่นประมาทบุคคล หรือละเมิดสิทธิในการเผยแพร่อัตลักษณ์หรือความเป็นส่วนตัวของบุคคลเหล่านั้น (ข) การสื่อให้

เข้าใจผิดเกี่ยวกับการประกวดนี้โดยผู้เข้าร่วม (ค) การที่ผู้เข้าร่วมไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเหล่านี้ (ง) การกล่าวอ้างจากบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดอันเป็นผลมาจากหรือเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมการประกวดของผู้เข้าร่วม และ (จ) การยอมรับ การครอบครอง การใช้รางวัลหรือการใช้รางวัลในทางที่ผิด การเข้าร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกวด หรือการเข้าร่วมในการประกวดนี้

ผู้เข้าร่วมยกเว้น Google จากความรับผิดชอบใดๆ ที่เกี่ยวข้อง (ก) ความขัดข้องหรือปัญหาอื่นๆ ของเว็บไซต์การประกวด (ข) ข้อผิดพลาดในการเก็บรวบรวม การประมวลผล หรือการเก็บรักษาข้อมูลการเข้าร่วม หรือ (ค) ข้อผิดพลาดทางการพิมพ์หรืออื่นๆ ที่เกิดขึ้นในการพิมพ์ การมอบ หรือการประกาศรางวัลหรือผู้ชนะ

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

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 สาย ระบบดิจิทัล หรือดาวเทียมอื่นๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการประกวดของผู้เข้าร่วม

14. การไม่ถือเป็นข้อเสนอหรือสัญญาการว่าจ้าง: การส่งผลงานเข้าประกวด การให้หรือได้รับรางวัล หรืออื่นๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้จะไม่ตีความว่าเป็นข้อเสนอหรือสัญญาการว่าจ้างให้เข้าทำงานกับ Google ไม่ว่าในกรณีใดๆ คุณรับทราบว่าเราได้ส่งผลงานโดยสมัครใจ และมีใช่เป็นความลับหรือเพื่อให้อยู่ในความดูแลของเรา คุณรับทราบว่าขณะนี้ไม่ได้มีการทำสัญญาที่เป็นความลับ ผ่านผู้ดูแลผลประโยชน์ ผ่านเอเจนซี หรือความสัมพันธ์อื่นๆ หรือเป็นสัญญาโดยนัยระหว่างคุณกับ Google และจะไม่เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวเมื่อคุณส่งผลงานเข้าประกวดภายใต้ข้อกำหนดเหล่านี้

15. เบ็ดเตล็ด: หากพบว่าข้อกำหนดย่อยใดๆ ในข้อกำหนดเหล่านี้ไม่ถูกต้องหรือไม่สามารถบังคับใช้ได้ ส่วนอื่นๆ ที่เหลือของข้อกำหนดนี้จะยังคงมีผลบังคับอย่างสมบูรณ์ ตามขอบเขตอำนาจสูงสุดที่กฎหมายอนุญาต สิทธิ์ในการดำเนินคดีหรือฟ้องร้องต่อศาล หรือการดำเนินการอื่นๆ ในกรณีที่เกิดข้อพิพาทหรือการร้องเรียนอันเป็นผลมาจากหรือที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนี้จะถูกยกเว้น และถือว่าผู้เข้าร่วมทั้งหมดได้สละสิทธิ์อย่างชัดแจ้งต่อสิทธิ์ดังกล่าว ทั้งนี้ ไม่มีผู้รับผลประโยชน์ที่เป็นบุคคลที่สามภายใต้ข้อกำหนดนี้ เว้นแต่จะระบุไว้เป็นอย่างอื่นในข้อกำหนดเหล่านี้