

**ร่างขอบเขตงานจ้าง (Term of Reference: TOR)**  
**โครงการบริหารจัดการการตลาดดิจิทัล สำหรับแคมเปญรับสมัครนิสิตปีการศึกษา 2570**

**1. ความเป็นมา/ หลักการและเหตุผล**

เนื่องด้วยแผนการตลาดและสื่อสารองค์กร ภายใต้สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ใช้กลยุทธ์สื่อสารทำการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) มาโดยตลอด ซึ่งที่ผ่านมาหลายปีนั้นได้ผลตอบรับที่ดี เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) และรวดเร็ว (Real Time) ถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่างๆ กิจกรรมแนะนำหลักสูตร (Open House) และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันฯ ทั้งนี้สถาบันฯ มีแผนประกาศหลักสูตรใหม่ ออกมารองรับกลุ่มนักศึกษา สถาบันฯ จึงได้จัดทำโครงการบริหารจัดการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ประจำปีการศึกษา 2570

**2. วัตถุประสงค์**

- 2.1 กระตุ้นการทำการตลาดในรูปแบบเชิงรุก สร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้มาสมัครเรียนที่สถาบันฯ เนื่องจากระยะเวลาการค้นหาข้อมูล การเตรียมตัวและการตัดสินใจสมัครเรียนใช้เวลานาน จึงไม่สามารถใช้การวัดจากการสมัคร หรือการลงทะเบียนการสมัครได้แบบเรียลไทม์ ดังนั้นผู้รับจ้างสามารถนำเสนอแนะมาตรการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประเมินการวัดผลให้ครอบคลุมประเด็นข้างต้น
- 2.2 เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลและการสร้างการมีส่วนร่วมในหลักสูตรและกิจกรรมต่างๆ ที่สถาบันฯ จัดขึ้น และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันฯ (Brand Awareness และ Engagement) ผ่านสื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
- 2.3 เพื่อกระตุ้นการสร้าง Leads โดยการดาวน์โหลดเอกสารต่างๆ เช่น โบรชัวร์ การสมัครเข้าร่วมกิจกรรมแนะนำหลักสูตร และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การเพิ่มจำนวนผู้มาสมัครเรียนหลักสูตรของสถาบันฯ

**3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา**

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย และไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.3 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.4 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 3.5 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างที่จะยื่นข้อเสนอราคาดังกล่าว

- 3.6 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ณ วันยื่นข้อเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการ แข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการยื่นข้อเสนอราคาครั้งนี้
- 3.7 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มี คำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 3.8 ต้องดำเนินกิจการในรูปแบบนิติบุคคลและประกอบธุรกิจด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และการ บริหารจัดการแพลตฟอร์มโฆษณาออนไลน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีผลงานการรับจ้างที่มีลักษณะใกล้เคียง กับงานตามโครงการนี้ เป็นสัญญาเดียว มูลค่าไม่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาท)
- 3.9 บุคลากรของผู้รับจ้าง ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้รับผิดชอบโครงการ จะต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษ (ทั้งพูดและ เขียน) จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านการตลาดดิจิทัล โดยต้องม ีความรู้ความเข้าใจในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) การติดตามกลุ่มเป้าหมายซ้ำ (Re-targeting) และ การบริหารโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (เช่น Google, LinkedIn และ Meta เป็นต้น) (โดยผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องแนบประวัติการทำงาน หรือ Resume ของบุคคลดังกล่าวมาประกอบการพิจารณา)
- 3.10 บุคลากรตามข้อ 3.9 จะต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเว็บไซต์ (Web Analytics Tools) เช่น Google Analytics โดยสามารถวิเคราะห์และนำเสนอสรุปผลการดำเนินงานเป็น ภาษาอังกฤษได้อย่างชัดเจนและกระชับ ตลอดจนมีทักษะความเข้าใจในการใช้งานระบบบริหารจัดการ ความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM: Customer Relationship Management) เป็นอย่างดี (โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบ เอกสารรับรองการผ่านการฝึกอบรม หรือเอกสารแสดงประวัติการทำงาน/ผลงานที่เกี่ยวข้องของบุคลากร มา ประกอบการพิจารณา)

#### 4. ขอบเขตของงานจ้าง

##### 4.1 การวางแผน / การดำเนินการ

- 4.1.1 เสนอแผนการโฆษณา (Media Plan) โดยให้เสนอแผนดังกล่าว ภายใน 5 วัน หลังจากเซ็นสัญญา ซึ่งต้อง เป็นแผนที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามผลการโฆษณา โดยแผนการตลาดและสื่อสารองค์กรอาจ เปลี่ยนแปลงกำหนดวันเริ่มต้นและสิ้นสุด และงบโฆษณาสำหรับแต่ละหลักสูตรได้ตามความเหมาะสมและ ตามสถานการณ์ตลาด
- 4.1.2 ดำเนินการตามแผน TOR (พัฒนากลยุทธ์การตลาด การกำหนดเป้าหมาย การจัดสรรงบประมาณ โดย ประชุมปรึกษาในเชิงลึกกับสถาบันฯ ในหัวข้อแผนการโฆษณา แผนการประเมินผล การปรับการกำหนด เป้าหมาย และการใช้สื่อ) ตามที่ตกลงร่วมกันกับสถาบันฯ ตลอดอายุสัญญา โดยงบประมาณของสื่อ การตลาดดิจิทัลจะได้รับการจัดสรร (และจัดสรรใหม่) ในลักษณะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในช่องทาง ออนไลน์ที่มีอยู่ตามความเหมาะสม **โดยเริ่มลงโฆษณาภายในวันที่ 1 มิถุนายน 2569**

- 4.1.3 ดำเนินการวัดประสิทธิภาพจะวัดโดย cost per action เช่นการคลิก การดาวน์โหลด การลงทะเบียนและ กิจกรรมอื่น ๆ ตามความเหมาะสมและตามที่ได้ปรึกษาหารือ และจัดทำและส่งรายงานเอกสารตามที่ร่วมตกลงกันกับสถาบันฯ ทั้งนี้ผลลัพธ์ต้องแสดงการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนที่เหมาะสม
- 4.1.4 ดำเนินการเข้าถึงเป้าหมายที่สถาบันฯกำหนดอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด โดยสามารถอธิบายการดำเนินการและทำงานร่วมกับสถาบันฯ เพื่อให้คำแนะนำ ปรึกษาหารือ ตามที่สถาบันฯกำหนด
- 4.1.5 เลือกตัวแปรการกำหนดเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (ตามคำอธิบายของสถาบันฯ สำหรับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย) จากผู้ที่มีอยู่ในช่องทางการตลาดดิจิทัลแต่ละช่องทาง และดำเนินการกำหนดเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมปรับปรุงกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในแต่ละวัน

#### 4.2 จัดทำและจัดส่งมอบข้อมูลเป็นรายงานเอกสารให้สถาบันฯ

- 4.2.1 จัดทำรายงาน(report) ที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดซึ่งประกอบด้วยผลการแสดงผลจำนวนคลิก CTR และ CPC Leads (Total leads, Conversion rate และ Cost per lead) ค่าใช้จ่าย ทั้งในภาพรวมแต่ละ ad. การลงทะเบียนในการจัดกิจกรรมแนะนำหลักสูตรและกิจกรรมอื่นๆ รวมทั้งการประเมินประสิทธิภาพสื่อ (CPL และ Budget)
- 4.2.2 รายงานการวิเคราะห์สื่อ ผลการโฆษณา (Media Performance) ประจำทุกสัปดาห์ตามที่สถาบันฯ กำหนด พร้อมกับข้อเสนอแนะซึ่งครอบคลุมถึง แคมเปญโฆษณา รูปแบบโฆษณาช่อง ฯลฯ และมุ่งเป้าไปที่การปรับปรุง Performance ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด
- 4.2.3 จัดเตรียมรายงานเพิ่มเติมตามที่ลูกค้าร้องขอเป็นครั้งคราว
- 4.2.4 จัดเตรียมรายงานสรุปผลการวางสื่อทั้งแคมเปญย่อยและทั้งโครงการเมื่อเสร็จสิ้นโครงการตามที่ผู้ว่าจ้างได้กำหนดไว้
- 4.2.5 จัดเตรียมเอกสารการแสดงผลค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อให้พร้อมทุกวันไม่เว้นวันหยุดตามที่ผู้ว่าจ้างร้องขอ

#### 5. ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาจำนวน 304 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งให้เริ่มทำงาน

#### 6. งบประมาณโครงการ

วงเงินงบประมาณ 4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) โดยเป็นราคาโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้แล้ว

#### 7. การส่งมอบงาน กำหนดส่งมอบ 3 งวด มีรายละเอียด ดังนี้

กำหนดส่งมอบงานแบ่งเป็น 3 งวด โดยในการส่งมอบงานแต่ละงวด ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานและส่งมอบเอกสารเป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ชุด พร้อมไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชุด ส่งมอบให้แก่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเพื่อพิจารณาตรวจรับ โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานแต่ละงวด ดังต่อไปนี้

**งวดที่ 1** ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานภายใน 5 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

- 1.1 แผนการโฆษณา (Media Plan)
- 1.2 โครงสร้างผู้รับผิดชอบของทางผู้รับจ้าง

**งวดที่ 2** ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

- 2.1 จัดส่งมอบรายงานเอกสารเป็นภาษาอังกฤษในหัวข้อ ผลการโฆษณาตามที่คุณว่าจ้างได้กำหนดไว้ (Media Performance) และรายงานค่าใช้จ่ายทุกสิ้นเดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนที่ได้ลงโฆษณา (ครอบคลุมการดำเนินงานในเดือนที่ 1 ถึงเดือนที่ 3)
- 2.2 ให้รายงานประสิทธิภาพของสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- 2.3 รายงานอย่างต่อเนื่องถึงทิศทางตามผลที่ได้พร้อมข้อเสนอแนะตามข้อ 2.1
- 2.4 รายงานเป็นรูปแบบการประชุมทุกสัปดาห์ ตามวันและเวลาที่สถาบันฯ กำหนด (ครอบคลุมการดำเนินงานในเดือนที่ 1 ถึงเดือนที่ 3)

**งวดที่ 3** ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานและรายงานเป็นภาษาอังกฤษ ภายใน 304 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

- 3.1 จัดส่งมอบรายงานผลการโฆษณา (Media Performance) และรายงานค่าใช้จ่ายประจำเดือน (ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่เดือนที่ 4 จนถึงสิ้นสุดโครงการ)
- 3.2 จัดส่งมอบรายงานสรุปการประชุมติดตามความคืบหน้ารายสัปดาห์ (ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่เดือนที่ 4 จนถึงสิ้นสุดโครงการ)
- 3.3 จัดส่งมอบรายงานเอกสารสรุปผลการดำเนินงานในหัวข้อตามรายละเอียดข้อ 4 ของขอบเขตของงานจ้าง ได้แก่ ผลการวางสื่อและการวิเคราะห์สื่อทั้งโครงการ (Final Report)

อนึ่งการส่งมอบงานในแต่ละงวด ผู้รับจ้างต้องทำหนังสือส่งมอบงานโดยจะต้องระบุเลขที่สัญญาและชื่อโครงการนำส่งต่อประธานกรรมการตรวจรับ ทั้งนี้หากวันครบกำหนดการส่งมอบงานข้างต้นตรงกับวันหยุดราชการให้ถือวันทำการถัดไปเป็นวันครบกำหนดตามสัญญา

## 8. วิธีการชำระเงิน

**งวดที่ 1** ร้อยละ 15 ของวงเงินตามสัญญาจ้าง ชำระเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 1 โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงานแล้ว

**งวดที่ 2** ร้อยละ 50 ของวงเงินตามสัญญาจ้าง ชำระเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 2 โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงานแล้ว

**งวดที่ 3** ร้อยละ 35 ของวงเงินตามสัญญาจ้าง ชำระเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 3 โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับงานแล้ว

## 9. สถานที่สำหรับการส่งมอบ

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซอยจุฬาฯ 12 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

10.หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ

- 10.1 ใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ โดยกำหนดน้ำหนัก
- |             |                       |
|-------------|-----------------------|
| เกณฑ์ราคา   | กำหนดน้ำหนักร้อยละ 40 |
| เกณฑ์คุณภาพ | กำหนดน้ำหนักร้อยละ 60 |
- 10.2 เกณฑ์คุณภาพประกอบด้วย (กำหนดน้ำหนักร้อยละ 60)

| ลำดับ | เกณฑ์การพิจารณา   | คะแนนเต็ม | น้ำหนักการให้คะแนนร้อยละ |
|-------|---|-----------|--------------------------|
| 1     | <b>คุณภาพของข้อเสนอโครงการและแผนกลยุทธ์ (Strategy &amp; Concept):</b> มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสถาบันฯ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน  | 15        | 9                        |
| 2     | <b>ประสิทธิภาพของแผนการใช้สื่อ (Media Plan):</b> มีการเลือกใช้ช่องทางสื่อที่เหมาะสมกับงบประมาณ คุ่มค่า และมีแผนการวัดผล KPI ที่เป็นไปได้จริงและตรวจสอบได้   | 25        | 15                       |
| 3     | <b>ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา (Company Portfolio &amp; Experience):</b> มีผลงานการบริหารจัดการสื่อโฆษณาออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลงานในกลุ่มธุรกิจการศึกษาหรือสถาบันอุดมศึกษา  | 25        | 15                       |
| 4     | <b>การรายงานผลการโฆษณาออนไลน์แบบเรียลไทม์ และการนำเสนอรูปแบบรายงานสรุปผลการโฆษณา (Realtime Advertising Performance Tracking &amp; Performance Report):</b> มีการนำเสนอตัวอย่างรูปแบบรายงานผล (Performance Report) ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้ และสถาบันฯ สามารถเข้าถึงรายละเอียดผลการโฆษณา (Advertising Performance Data) ได้ทุกเวลา | 25        | 15                       |
| 5     | <b>ความสามารถในการนำเสนองานและการสื่อสาร (Presentation Skills):</b> ความเป็นมืออาชีพในการนำเสนอ ความสามารถในการให้คำปรึกษา และการสื่อสาร/ตอบข้อซักถามด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ  | 10        | 6                        |

10.3 ผู้ยื่นข้อเสนอส่งมอบเอกสารด้านคุณภาพทั้งหมดที่เป็นต้นฉบับจำนวน 1 ชุด ลงลายมือผู้มีอำนาจลงนาม พร้อมประทับตรา (ถ้ามี) อย่างถูกต้องครบถ้วนทุกหน้า ณ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น.....ห้อง..... ในวันที่ ..... เวลา.....น. โดยนำเอกสารที่ Upload ผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (E-bidding) และเอกสารที่ต้องการเสนอเพิ่มเติม ส่งมาพร้อมกับเอกสารด้านคุณภาพ สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 02-218-3863 อีเมลแอดเดรส [procurement@sasin.edu](mailto:procurement@sasin.edu)

- 10.4 ผู้เสนอต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ อาทิเช่น คอมพิวเตอร์ (Notebook) สัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมถึงอุปกรณ์อื่นที่จำเป็น สำหรับการเสนอรายละเอียดด้านเกณฑ์คุณภาพ และนำเสนอแผนการลงสื่อ (Media Plan) เป็นภาษาอังกฤษ ณ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น.....ห้อง..... ในวันที่ ..... 2569 เวลา.....น. เป็นต้นไป
- 10.5 คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ (Price Performance) โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนรวมสูงสุด จะเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือก

### 11. ขอสงวนสิทธิของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในกรณีที่สถาบันฯมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาจ้างตามที่ได้เจรจาตกลงหรือมีเหตุจำเป็นอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจ้างเหมาได้ ให้ถือว่าเป็นอันยกเลิกไป ผู้เสนอราคาไม่มีสิทธิโต้แย้งและเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ

### 12. สิทธิและลิขสิทธิ์

- 12.1 สิทธิและทรัพย์สินทางปัญญาของชุดคำสั่ง (Source Program) ข้อมูล เอกสารและสิ่งอื่นให้ซึ่งผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้น ภายใต้โครงการนี้ให้ตกเป็นของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งให้ถือเป็นความลับและจะส่งมอบให้แก่สถาบันฯเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการ สถาบันฯสามารถนำไปใช้ซ้ำหรือดัดแปลงแก้ไขเพื่อให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และใช้ในกิจกรรมต่างๆของสถาบันฯ โดยไม่กำหนดระยะเวลา และผู้รับจ้างไม่สามารถนำชิ้นงานบางส่วน หรือทั้งหมดไปเผยแพร่ หรือทำซ้ำด้วยตนเอง หรือมอบให้ผู้อื่นดำเนินการ ไม่สามารถกระทำได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสถาบันฯ เท่านั้น
- 12.2 ตัวอักษร บทความและภาพประกอบ หากมีผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ สถาบันฯ ได้รับสิทธิโดยชอบในการขอใช้ข้อมูลดังกล่าว และต้องรับผิดชอบในกรณีที่มีการกล่าวหาฟ้องร้องและเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร

### 13. คณะกรรมการร่างขอบเขตงานและราคากลาง

- |      |                          |               |
|------|--------------------------|---------------|
| 13.1 | นางสาวศุภกานดา ทองบุญรอด | ประธานกรรมการ |
| 13.2 | นางสาวพรภัทร ทองสนธิ     | กรรมการ       |
| 13.3 | นางสาววรรัตน์ วงศ์ประทีป | กรรมการ       |
| 13.4 | นายกฤตกร อนันต์วรณิษฐ์   | กรรมการ       |