

**ข้อกำหนดและขอบเขตของงาน (Term of Reference: TOR)**  
**โครงการสร้างการรับรู้และผลักดัน นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค**  
**ของสภาองค์กรของผู้บริโภค**

---

**๑. หลักการและเหตุผล**

สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) เกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มีฐานะเป็นผู้แทนผู้บริโภคทุกคนทุกด้านที่มีความเป็นอิสระ และมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค เสนอแนะนโยบาย กฎหมาย และมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรี หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค ส่งเสริมสนับสนุนองค์กรสมาชิก องค์กรของผู้บริโภคและผู้บริโภคให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ รวมถึงสร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่ายรวมทั้งภาคธุรกิจด้วย และสนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคใน ๘ ด้าน ได้แก่ (๑) ด้านการเงินและการธนาคาร (๒) ด้านการขนส่งและยานพาหนะ (๓) ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย (๔) ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (๕) ด้านบริการสุขภาพ (๖) ด้านสินค้าและบริการทั่วไป (๗) ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ (๘) ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม โดยที่ผ่านมาของสภาองค์กรของผู้บริโภคพบว่า สิ่งที่เป็นความท้าทายของงานคุ้มครองผู้บริโภค คือ การมองปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้รอบด้านและครบทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติที่ถูกละเลยมานับครั้งไม่ถ้วน หรือแม้กระทั่งมิติที่คนมองข้ามโดยเฉพาะปัญหาที่มีความเชื่อมโยงกับสิทธิผู้บริโภคอย่างแยกกันไม่ได้

ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ ขับเคลื่อนและผลักดัน นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามอำนาจในมาตรา ๑๔ (๑) (๒) (๓) และ (๘) แห่ง พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ จึงได้จัดทำโครงการสร้างการรับรู้และผลักดัน นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึง และเผยแพร่ในวงกว้าง เพื่อให้เกิดผลกระทบที่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสู่การขับเคลื่อนนโยบายและมาตรการของภาครัฐ หน่วยงานหรือองค์กรที่ส่งผลต่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในอนาคต

**๒. วัตถุประสงค์**

๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจ บทบาท นโยบายและมาตรการคุ้มครองของผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในฐานะผู้แทนของผู้บริโภค

๒.๒ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐในการคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๓ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุน สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในทุกด้าน

### ๓. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๓.๕ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์ หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคา ได้มีคำสั่งให้สละสิทธิความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๓.๖ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้าเสนอราคาให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการสอบราคาครั้งนี้

๓.๗ ผู้รับจ้างที่จะเข้าร่วมเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องในสาระสำคัญ

๓.๘ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๓.๙ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในการดำเนินงานบริหารการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ หรือหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนมาแล้ว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ บาท (แปดแสนบาทถ้วน) อย่างน้อย ๒ งาน ภายในระยะเวลา ๓ ปี ซึ่งเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่สภาองค์กรของผู้บริโภค เชื่อถือ นับจากวันที่งานแล้วเสร็จ จนถึงวันยื่นเสนองาน โดยมีหลักฐานที่แสดงผลงานที่ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว

๓.๑๐ ผู้รับจ้างต้องเสนอรายชื่อทีมงานมาพร้อมกับรายละเอียดประวัติ คุณวุฒิ และประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบุคลากรแต่ละตำแหน่ง เพื่อเสนอให้สภาองค์กรของผู้บริโภคพิจารณา

### ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่การรับรู้และผลักดัน นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังนี้

๔.๑ ผู้รับจ้างจะต้องวางกลยุทธ์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การวางแผนการใช้สื่อและเครื่องมือผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ โดยการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) ให้สอดคล้องกับภารกิจ บทบาท และวัตถุประสงค์โครงการ รวมทั้งแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

๔.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่การรับรู้และผลิตภัณฑ์ นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ของสภาองค์กรของผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตข่าว หรือบทความเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์เชิงรุกเกี่ยวกับเรื่องภารกิจนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างน้อย ๕ ด้านจาก ๘ ด้าน และรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมทั้งผู้รับจ้างต้องติดตามสถานการณ์ข่าวที่มีอาจมีผลกระทบต่อผู้บริโภค เพื่อผลิตข่าว หรือบทความที่ต้องมีข้อมูลหรือความเห็นของสภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมด้วย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๔ ชิ้นงาน โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอเรื่องที่จะผลิต ข่าว หรือบทความเพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ให้กับผู้ว่าจ้างพิจารณารายละเอียดเนื้อหาของงานที่จะดำเนินการผลิต ก่อนจะดำเนินการเผยแพร่

๔.๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำผลงานตามข้อ ๔.๒.๑ ดำเนินการเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค และเว็บไซต์ข่าวออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ เพิ่มอีกไม่น้อยกว่า ๓ เว็บไซต์ และในจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงานต่อทุก ๓๐ วัน รวมจำนวนเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๔๘ ครั้ง (อาจเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งหรือ ต่างเว็บไซต์กันได้) ภายใต้เงื่อนไข #สภาผู้บริโภค #สภาองค์กรของผู้บริโภค โดยที่ข้อมูลของสภาองค์กรของผู้บริโภค ต้องติดอันดับการค้นหาในหน้าแรกของเว็บไซต์ google

๔.๒.๓ ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ (ควรกำหนดให้ชัดว่าเป็นรูปแบบใดเพื่อสามารถตรวจรับได้ชัดเจน) เพื่อประกอบข่าว หรือบทความที่ผลิต ตามข้อ ๔.๒.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๔ ชิ้นงาน (๔ ชิ้นงานต่อทุก ๓๐ วัน)

๔.๓ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหา (Content) งานการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในสามช่องทาง คือในช่องทาง Social Media ได้แก่ TikTok YouTube และ Facebook ของสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๓.๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอเนื้อหา (Content) ที่มีความน่าสนใจชวนติดตามพร้อมทั้งสอดแทรกภารกิจ นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อนำสู่การเปลี่ยนนโยบายภาครัฐ ในการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน ความยาวชิ้นงานละไม่น้อยกว่า ๒ นาที

๔.๓.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่คลิปวิดีโอเนื้อหา (Content) ตามข้อ ๔.๓.๑ ผ่านช่องทาง Social Media ได้แก่ TikTok YouTube Facebook ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ภายใต้เงื่อนไข #สภาผู้บริโภค #สภาองค์กรของผู้บริโภค โดยต้องมีหน้าที่ส่งเสริมโพสต์ให้คนอื่นเห็นมากขึ้น (Boost Post, Promote Post) โดยมียอดการมองเห็นไม่น้อยกว่าครั้งละ ๕๐,๐๐๐ Reach



๔.๔ ผู้รับจ้างจะต้องจัดกิจกรรมพบพรรคการเมือง หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑ ครั้ง ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเปิดโอกาสให้สภาองค์กรของผู้บริโภค นำเสนอข้อสรุปปัญหา นโยบาย และมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยผู้รับจ้างจะดำเนินการรายงานสรุปประเด็นในกิจกรรมดังกล่าวให้กับสภาองค์กรของผู้บริโภคให้ทราบหลังจากการจัดกิจกรรม

๔.๕ ผู้รับจ้างจะต้องสรุปผลการประชาสัมพันธ์ให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค

๔.๖ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต พร้อมข้อเสนอแนะเพื่อให้สภาองค์กรของผู้บริโภค ใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ในอนาคต และนำส่งในการส่งมอบงานงวดสุดท้าย

๔.๗ ผู้รับจ้างจะต้องให้มีเจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อทำหน้าที่ประสานงานกับสภาองค์กรของผู้บริโภคตลอดโครงการตามสัญญา

#### ๔. ระยะเวลาดำเนินการ

รวมระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับจากวันเริ่มสัญญา หรือจนกว่าจะครบจำนวนครั้งตามสัญญา

#### ๖. เงื่อนไขการดำเนินงาน

งบประมาณในการดำเนินงาน ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว ซึ่งครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงานที่กำหนด

#### ๗. การส่งมอบงานและเงื่อนไขการชำระเงิน

กำหนดให้มีการส่งมอบงานและการจ่ายเงินจ้าง จำนวน ๔ งวด ดังนี้

๗.๑ งวดที่ ๑ จะจ่ายเงินค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้จัดส่งแผนแนวคิด กลยุทธ์การสื่อสาร แผนการประชาสัมพันธ์ รูปแบบ วิธีการ แผนการดำเนินงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และระยะเวลาในการดำเนินงานที่ชัดเจน โดยจัดทำเป็นรายงานรูปเล่ม เป็นไฟล์ต้นฉบับ Word และ PDF พร้อมไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุลงในอุปกรณ์บันทึกข้อมูลดิจิทัล จำนวน ๓ ชุด ส่งมอบงานภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในการจ้างได้ตรวจรับงานแล้ว

๗.๒ งวดที่ ๒ จะจ่ายเงินค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้จัดส่งผลการดำเนินงานภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในการจ้างได้ตรวจรับงานแล้ว ตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

๗.๒.๑ จัดทำและเผยแพร่ชิ้นงานข่าว บทความและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้นงาน จำนวนเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง

๗.๒.๒ จัดทำและเผยแพร่คลิปวิดีโอหรือคลิปสั้นความยาวไม่เกิน ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน

๗.๓ งวดที่ ๓ จะจ่ายเงินค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้จัดส่งผลการดำเนินงานภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในการจ้างได้ตรวจรับงานแล้ว ตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

๗.๓.๑ จัดทำและเผยแพร่ชิ้นงานข่าว บทความและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้นงาน จำนวนเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง

๗.๓.๒ จัดทำและเผยแพร่คลิปวิดีโอหรือคลิปสั้นความยาวไม่เกิน ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน

๗.๓.๓ รายงานสรุปการจัดกิจกรรมพบพรรคการเมือง

๗.๓.๔ รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์และแนวทางพร้อมข้อเสนอการประชาสัมพันธ์ในอนาคตของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ทั้งนี้ รายงานงวดที่ ๓ จะต้องรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน กิจกรรม และผลการเผยแพร่งานชิ้นงานสื่อของงานตามขอบเขตงานที่กำหนด ภายใน ๑๕๐ วัน โดยจัดทำเป็นรายงานรูปเล่ม เป็นไฟล์ต้นฉบับ Word และ PDF พร้อมไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุลงในอุปกรณ์บันทึกข้อมูลดิจิทัล จำนวน ๓ ชุด

๗.๔ งวดที่ ๔ (งวดสุดท้าย) จะจ่ายเงินค่าจ้างร้อยละ ๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้จัดส่งบทสรุปสำหรับผู้บริหาร รายงานฉบับสมบูรณ์ โดยจะต้องระบุถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาปรับปรุง โดยจัดทำเป็นรายงานรูปเล่ม จำนวน ๓ เล่ม เป็นไฟล์ต้นฉบับ Word และ PDF พร้อมไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุลงในอุปกรณ์บันทึกข้อมูลดิจิทัล จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในการจ้างได้ตรวจรับงานแล้ว ตามขอบเขตการดำเนินงาน

## ๘. การทำสัญญาจ้างหรือข้อตกลงจ้าง และเงื่อนไขค่าปรับ

๘.๑ ในการทำสัญญาจ้างให้เป็นไปตามระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุ พ.ศ. ๒๕๖๔ (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๕)

๘.๒ ค่าปรับ หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานแล้วเสร็จตามที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคา ค่าจ้าง นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จ ตามที่สัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานล่าช้าหรือพิจารณาตามความเหมาะสมของงาน

๘.๓ ผู้รับจ้างจะไม่ให้ช่วยงาน โอนงานหรือมอบงานให้ผู้อื่นทำหรือเปลี่ยนแปลงรายชื่อบุคลากรหลัก จากที่ได้ขออนุญาตเสนอโครงการไว้ตามสัญญานี้แทน ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน โดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร และแม้ว่าผู้รับจ้างจะได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้าง ก็ยังคงต้องรับผิดชอบอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานตามสัญญานี้

ทั้งนี้ การขอเปลี่ยนแปลงบุคลากรหลักของผู้รับจ้าง ต้องแจ้งให้หน่วยงานผู้ว่าจ้างทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษร โดยต้องรับอนุมัติจากหน่วยงานผู้ว่าจ้างก่อนทุกครั้งและบุคลากรที่ขอเปลี่ยนแปลงจะต้องมีคุณสมบัติและประสบการณ์ใกล้เคียงกับบุคลากรที่เสนอไว้เดิม

#### ๙. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสารและผลงาน

ข้อมูล เอกสาร ชิ้นงาน ฐานข้อมูล และ/หรือซอฟต์แวร์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่ผู้ว่าจ้างกำหนดตามสัญญา งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบ ให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ผู้ใดจะนำไปใช้ในกิจกรรมอื่น เผยแพร่ ทำซ้ำหรือส่งมอบให้แก่ผู้อื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากสภาองค์กรของผู้บริโภค

#### ๑๐. การรักษาความลับ

๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ปรึกษาได้รับจากสภาองค์กรของผู้บริโภค และข้อมูลต่าง ๆ ที่ที่ปรึกษาได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้ อย่างเป็นความลับของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องห้ามมาตรการในการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับให้มิติดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญาภายใต้สัญญานี้ หรือมิใช่บุคคลที่สภาฯ ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับเช่นว่านั้นด้วย

๑๐.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค หรือบุคคลอื่นที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และสภาองค์กรของผู้บริโภค มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๐.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามข้อ ๑๐.๑ ต่อไปตราที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

#### ๑๑. ผู้รับผิดชอบ

ฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม สภาองค์กรของผู้บริโภค