

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ จ้างส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ (Boost Post) และวางสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ
ธนาคารออมสินผ่านช่องทาง Online
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายการตลาด ธนาคารออมสิน
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 9,985,778.96 บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ 17 ธ.ค. 2568
เป็นเงิน 9,985,778.96 บาท (เก้าล้านเก้าแสนแปดหมื่นห้าพันเจ็ดร้อยเจ็ดสิบแปดบาทเก้าสิบหกสตางค์)
 - 4.1 ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ (Boost post) ผลิตภัณฑ์, บริการ, กิจกรรม, Corporate, Campaign และอื่น ๆ
ที่เกี่ยวข้องกับธนาคารออมสิน
 - 4.1.1 โฆษณาเพื่อยอดการมองเห็นในทุกรูปแบบ (Impression) ช่องทาง Facebook และ/หรือ
Instagram : CPM จำนวนไม่น้อยกว่า 14,000,000 Impression เป็นเงิน 299,600 บาท
 - 4.1.2 โฆษณาเพื่อยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ช่องทาง Facebook และ/หรือ Instagram : CPE
จำนวนไม่น้อยกว่า 100,000 Engagement เป็นเงิน 214,000 บาท
 - 4.1.3 โฆษณาเพื่อยอดการดูวิดีโอ (Video Views) ช่องทาง Facebook และ/หรือ
Instagram : CPV จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000,000 View เป็นเงิน 642,000 บาท
 - 4.1.4 โฆษณาเพื่อยอดการคลิกจากช่องทาง Facebook และ/หรือ Instagram เข้าสู่หน้า Website
(Link Click) : CPC จำนวนไม่น้อยกว่า 17,000 Link Click เป็นเงิน 54,570 บาท
 - 4.1.5 โฆษณาเพื่อยอดการมองเห็นในทุกรูปแบบ (Impression) ช่องทาง X : CPM จำนวนไม่น้อยกว่า
4,000,000 Impression เป็นเงิน 107,000 บาท
 - 4.1.6 โฆษณาเพื่อยอดการดูวิดีโอ (Video Views) ช่องทาง Tiktok : CPV จำนวนไม่น้อยกว่า
400,000 View เป็นเงิน 214,000 บาท
 - 4.1.7 โฆษณาเพื่อยอดการรับชมโฆษณา (Views) แบบกดข้ามไม่ได้ (Non-Skippable) ช่องทาง
YouTube : CPV จำนวนไม่น้อยกว่า 5,400,000 View เป็นเงิน 866,700 บาท
 - 4.2 ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ (Boost post) ผลิตภัณฑ์, บริการเพื่อยอด Traffic และ ยอด Lead
 - 4.2.1 สินเชื่อที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Secured Loan)
 - 4.2.1.1 สินเชื่อเคหะ Refinance จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 Lead เป็นเงิน 481,500 บาท
 - 4.2.1.2 สินเชื่อ GSB บ้านแลกเงิน จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 Lead เป็นเงิน 321,000 บาท
 - 4.2.1.3 สินเชื่อเคหะ จำนวนไม่น้อยกว่า 833 Lead เป็นเงิน 267,393 บาท
 - 4.2.2 สินเชื่อที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Unsecured Loan)
 - 4.2.2.1 สินเชื่อธนาคารประชาชน จำนวนไม่น้อยกว่า 6,429 Lead เป็นเงิน 481,532.10 บาท
 - 4.2.3 ผลิตภัณฑ์ดิจิทัลของธนาคาร (Digital Product)
 - 4.2.3.1 MyMo จำนวนไม่น้อยกว่า 6,875 Lead เป็นเงิน 588,500 บาท
 - 4.2.3.2 สลากออมสินดิจิทัล 1 ปี จำนวนไม่น้อยกว่า 13,000 Link Click เป็นเงิน 48,685 บาท
- 4.3 วางสื่อผ่านทางช่องทาง Line Application เป็นเงิน 976,910 บาท แบ่งเป็น
 - 4.3.1 รูปแบบ Package Line Reservation ประกอบด้วย
 - 4.3.1.1 Line Smart Channel SOV 40 % จำนวน 1 ครั้ง
 - 4.3.1.2 Master Banner หน้า Line Today SOV 40 % จำนวน 1 ครั้ง
 - 4.3.1.3 Desktop ads Banner (Avg 45-55M IMP weekday) จำนวน 1 ครั้ง

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

4.3.1.4 Fixed Banner หน้า Line Today SOV 40 % จำนวน 1 ครั้ง

4.3.1.5 Slide Ads หน้า Line Today จำนวน 1 ครั้ง

(การรันติขึ้นต่ำรวมกันครั้งละไม่น้อยกว่า 66,000,000 Impression)

4.3.2 ช่องทาง Line Application รูปแบบ Line Bidding จำนวนไม่น้อยกว่า 54,000,000 Impression
เป็นเงิน 866,700 บาท

4.4 ช่องทาง Google Display Network (GDN) จำนวนไม่น้อยกว่า 120,000,000 Impression
เป็นเงิน 642,000 บาท

4.5 ช่องทาง Streaming คือ iQIM (أيامی) รูปแบบ Open Splash (ขึ้นหน้าแรก) จำนวน 10 วัน
(การรันติขึ้นต่ำวันละ 557,000 Impression) เป็นเงิน 1,043,250 บาท

4.6 ช่องทาง Streaming คือ iQIM (أيامی) รูปแบบ Pre-roll (ความยาว 15 วินาที) แบบกดข้ามไม่ได้
(Non-Skippable) จำนวนไม่น้อยกว่า 6,500,000 Impression เป็นเงิน 938,925 บาท

4.7 ปรับขนาดชิ้นงาน จำนวน 40 ชิ้น เป็นเงิน 107,000 บาท

4.8 ค่าบริการ เป็นเงิน 824,513.86 บาท

5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

สืบราคาจากท้องตลาด 1 รายคือ บริษัท ไอพีจี แอดเวทไทยซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด

6. รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง

6.1 นายปณณศิริ รอดายะ

ผู้ได้รับมอบหมาย

ลายมือชื่อ.....

6.2 นายธนต์นันท์ แก้วทอง

รฟตล.บริหารช่องทางการตลาดดิจิทัล 1

ลายมือชื่อ.....

6.3 นายณัฐพล ลำช้า

ฟตล.

ลายมือชื่อ.....