



Thai PBS New Media Statistics



สถิติบริการสื่อใหม่ไทยพีบีเอส

1-31 มกราคม 2564

Methodology

Channel

Facebook



@ThaiPBSFan

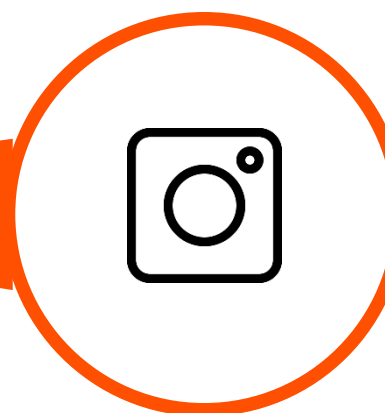
@Thairath

@PPTVHD36

@NationChannelTV

@SpringNewsonline

Instagram



@ThaiPBS

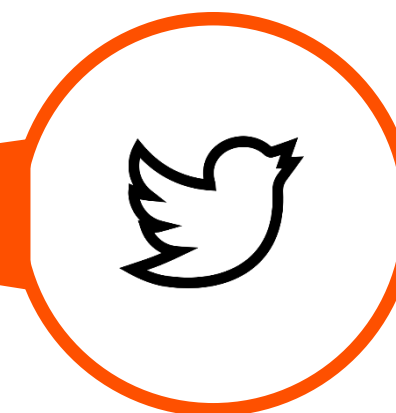
@Thairath

@Amarintvhd

@Workpointtoday

@Springnewstv

Twitter



@ThaiPBS

@Thairath_News

@NationTV22

@VoiceTVOfficial

@SpringNews_TV

Remark : เนื่องจากช่องทาง Facebook ต้องเก็บข้อมูลล่วงหน้า 1 เดือน ในเดือน ม.ค. จึงยังไม่มี Data ของ Nation และ SpringNews

Agenda

01

OVERALL PUBLISHERS

02

TOP POST ENGAGEMENT

03

TOP 5 POSTS ThaiPBS

04

TOP 5 Facebook LIVE

05

TOP 5 Video (Short-Form)



OVERALL PUBLISHERS

ภาพรวมของสื่อ Thai PBS กับคู่แข่งในช่องทาง Facebook

01

Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตามใน Facebook Page

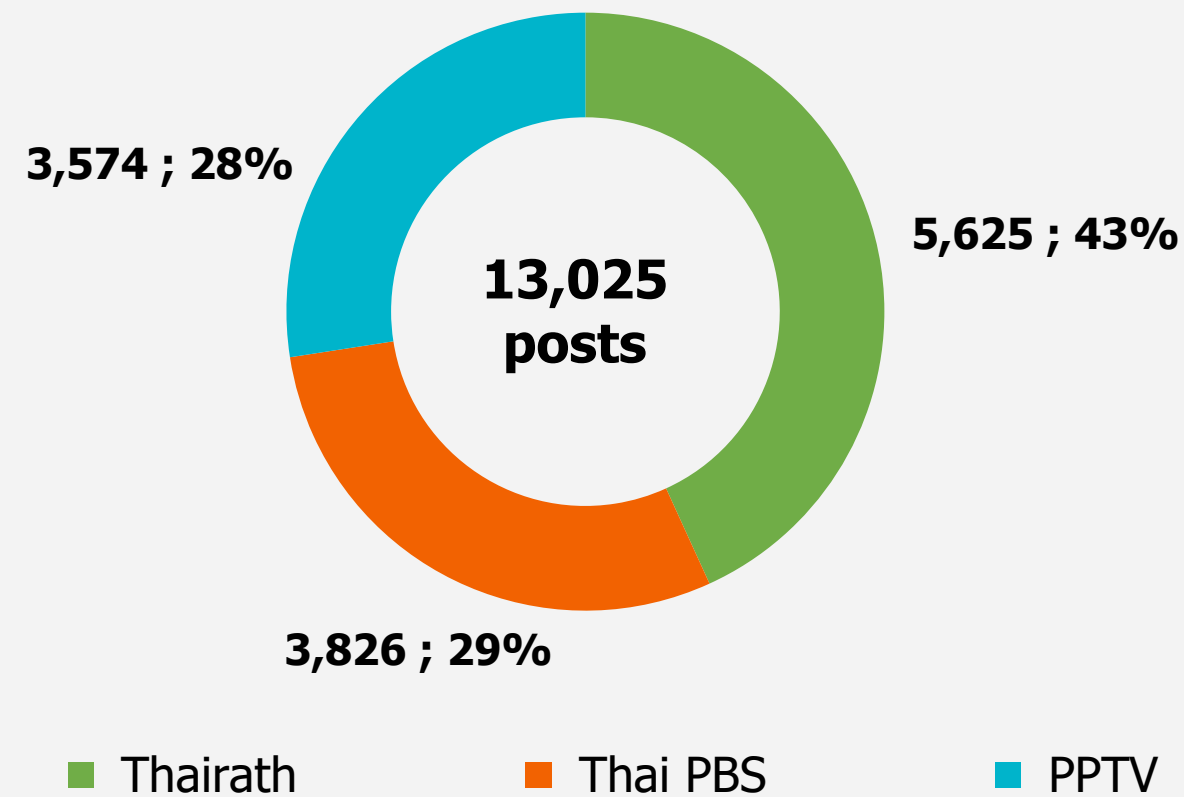
สถิติ Follower ของ ThaiPBSFan ณ 31 ม.ค. 64 : **5,125,144 likes** (+10,985)

NO.	USERNAME			Jan 21	Dec 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)	NO.	USERNAME			Jan 21	Dec 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Workpoint	เวิร์คพอยต์	14,128,818	14,073,312	+0.39	11		Ch7HD News	ข่าวช่อง 7	4,533,370	4,421,786	+2.52
2		Khaosod	ข่าวสด	14,045,829	14,000,467	+0.32	12		CH3Thailand	แฟนเพจช่อง 3	4,509,342	4,466,840	+0.95
3		Ch7HD	ช่อง 7	12,205,609	12,157,621	+0.39	13		Thairathtv	ไทยรัฐทีวี	4,377,673	4,355,157	+0.52
4		Thairath	ไทยรัฐ นิวส์	11,956,141	11,911,516	+0.37	14		Thaich8	ช่อง 8	3,818,590	3,785,718	+0.87
5		ejan2016	อีจัน	8,747,932	8,723,379	+0.28	15		Posttoday	โพสต์ทูเดย์	3,450,045	3,445,288	+0.14
6		one31Thailand	One 31	8,720,911	8,625,401	+1.11	16		WorkpointTODAY	เวิร์คพอยต์ทูเดย์	3,097,580	3,062,550	+1.14
7		GMM25Thailand	จีเอ็มเอ็ม 25	7,127,745	7,110,173	+0.25	17		PPTVHD36	พีพีทีวี	3,006,128	2,980,729	+0.85
8		Sanook News	Sanook	5,847,547	5,846,460	+0.02	18		GMMTV	จีเอ็มเอ็มทีวี	2,998,820	2,959,903	+1.31
9		ThaiPBSFan	ไทยพีบีเอส	5,125,144	5,114,159	+0.21	19		NationChannelTV	เนชั่นทีวี	2,885,883	2,887,978	-0.07
10		Mono29TV	โมโน29	4,603,723	4,598,369	+0.12	20		BBC Thai	บีบีซีไทย	2,706,502	2,695,312	+0.42

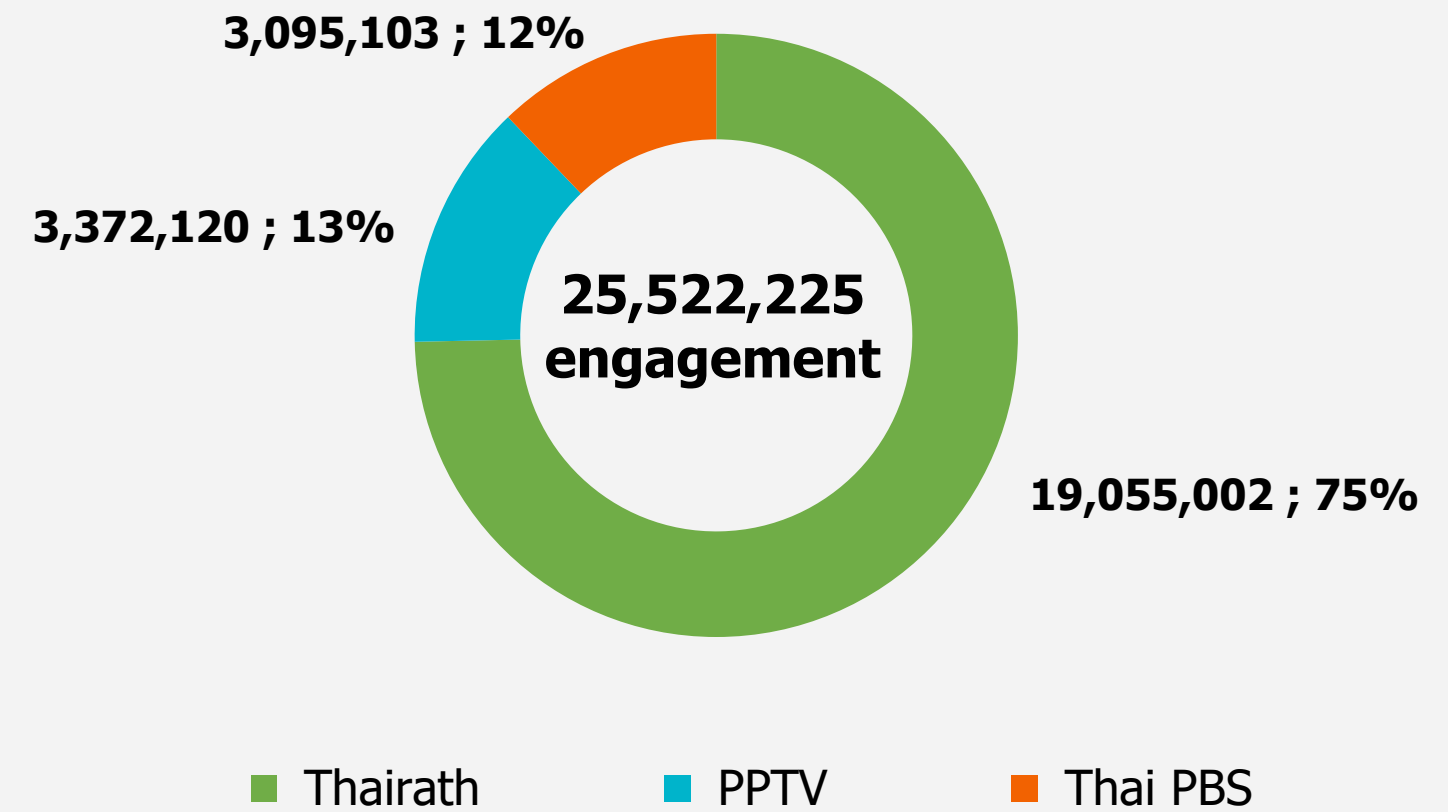
 มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS  มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

No. of Post



No. of Engagement



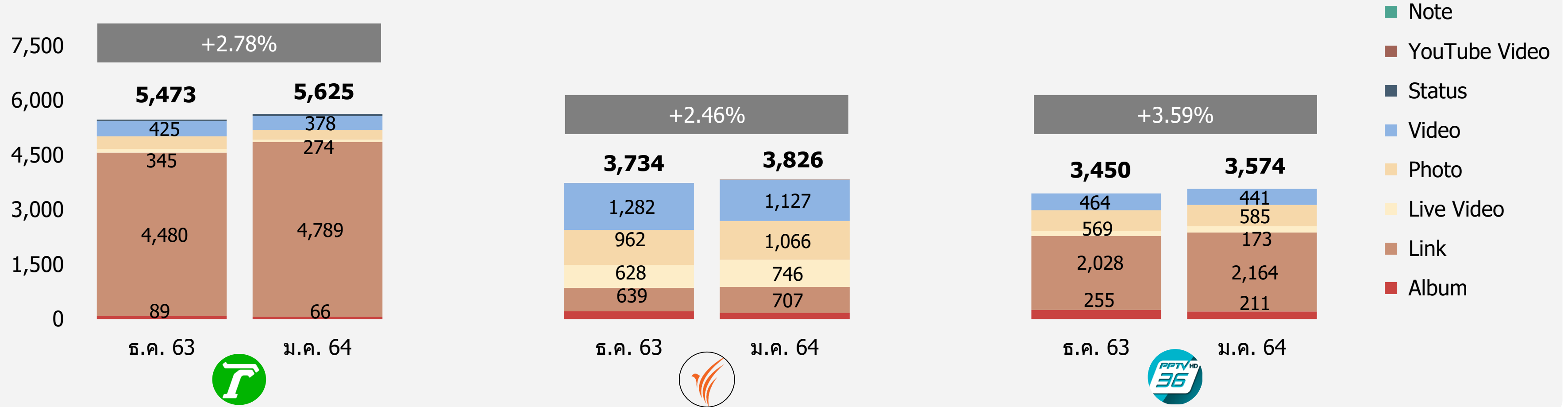
KEY FINDING

- Thairath มีจำนวนโพสต์มากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยข่าวที่เกาะกระแสจะมีการโพสต์หลายครั้งในเดือน ม.ค. เช่น มีการโพสต์ประเด็น "ลุงพล" ถึง 147 โพสต์ ขณะที่ Thai PBS และ PPTV มีการโพสต์ถึงประเด็นดังกล่าวเพียงแค่ 40 โพสต์ และ 54 โพสต์ ตามลำดับ ซึ่งส่งผลให้ Engagement ของ Thairath เพิ่มขึ้น มาจากประเด็นลุงพล 1,513,798 engagement
- โพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุด 10 อันดับแรกของทุกสื่อส่วนใหญ่จะเป็น Content รูปแบบ Video และ Photo แต่จะเป็นประเภทข่าวที่ต่างกันออกไป สำหรับ Thai PBS และ Thairath จะได้รับประสิทธิภาพสูงในส่วนของ "ข่าวสังคม" ขณะที่ PPTV จะได้รับการมีส่วนร่วมสูงในส่วนของ "ข่าวการเมือง"
- ทุกสื่อมีการโพสต์ประเด็น "COVID-19" มากถึง 3,843 โพสต์ ซึ่งแต่ละสื่อได้รับ Engagement ดังนี้ Thairath 28%, Thai PBS 24% และ PPTV 43%

Remark : เนื่องจากช่องทาง Facebook ต้องเก็บข้อมูลล่วงหน้า 1 เดือน ในเดือน ม.ค. จึงยังไม่มี Data ของ Nation และ SpringNews

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

No. of post

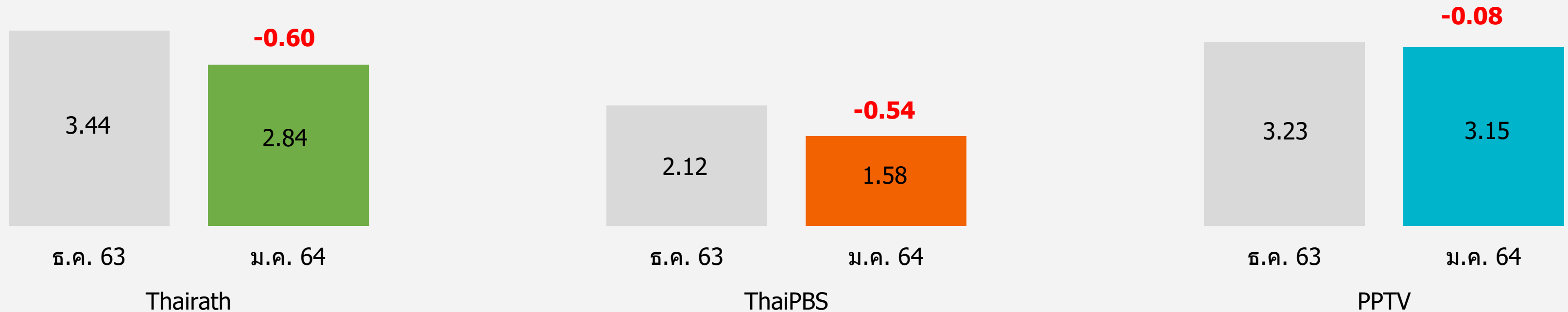


KEY FINDING

- จากข้อมูลทุกสื่อมีจำนวนการโพสต์เพิ่มขึ้นจากเดือน ธ.ค. 2563 โดย PPTV มีจำนวนการโพสต์เพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 3.59% ซึ่งส่งผลให้ได้รับ Engagement มาเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath
- Thairath และ PPTV เน้นการโพสต์ประเภท Link เพื่อให้หัวโพสต์มีความกระชับ ระบุประเด็นสำคัญ และลงรายละเอียดใน Link สำหรับผู้ที่ต้องการอ่านเนื้อหาเพิ่มเติม ขณะที่ Thai PBS ไม่ได้เน้นการโพสต์ประเภท Link มากนัก แต่ก็มีจำนวน Link Clicks ถึง 774,391 ครั้ง จาก 707 โพสต์ ส่วนใหญ่มาจากประเด็น "COVID-19"
- Thai PBS เน้นการโพสต์ประเภท Video และ Photo มากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งได้รับ 2,277,043 engagement ส่วนใหญ่มาจากรายการ "ทุกทิศทั่วไทย", "ทันข่าว" และ "รู้สู้ภัย"

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Interaction ratio



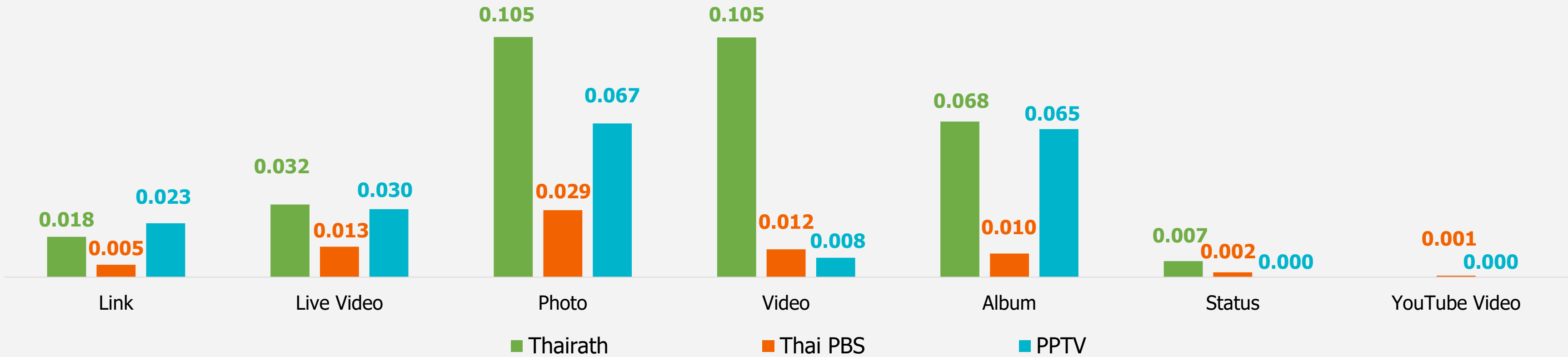
***Remark :** Interaction ratio : 100 persons = $\frac{(Likes+Comments+Share)}{\frac{No.of\ posts}{No.of\ fans}} * 100$

KEY FINDING

- ภาพรวมในเดือน ม.ค. ทุกสื่อมีประสิทธิภาพในการโพสต์ลดลง ถึงแม้จะมีจำนวนการโพสต์ และจำนวนผู้ติดตามที่สูงขึ้น
- PPTV มีการโพสต์เพิ่มขึ้น 124 โพสต์ โดยเฉพาะประเภท Photo นับเป็น 34.84% ของ Engagement ทั้งหมด และมีการโพสต์มากที่สุดในช่วงเวลาที่ตรงกับเวลาที่มีการมีส่วนร่วมสูงสุด ณ 13.00 น.
- Shared Video (Avg. 180 engagement : post) ของ Thai PBS จากเพลงอื่น โดยเฉพาะเพลง "ALTV ช่อง 4 ที่วีเรียนสนุก" ได้รับ Engagement ต่ำ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการโพสต์โดยรวมต่ำไปด้วย

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Interaction ratio แยกตามประเภทของโพสต์



*Remark : Interaction ratio : 100 persons = $\frac{(Likes+Comments+Share)}{\frac{No.of posts}{No.of fans}} * 100$

KEY FINDING

- **ThaiPBS** : โพสต์ประเภท Photo และ Video ยังคงได้รับประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ “Live Video” (506,076 engagement) ขึ้นมาเป็นอันดับที่ 2 แทน Album เนื่องจากการโพสต์ที่เพิ่มขึ้น 68 โพสต์ โดยมาจากรายการ เช่น จับตาสถานการณ์, ตอบโจทย์ และ ล้อมวงข่าว
- **Thairath** : โพสต์ประเภท Photo และ Video ได้รับประสิทธิภาพในการโพสต์มากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด คิดเป็น 31.85% ของ Engagement ทั้งหมด และส่วนมากมาจากโพสต์ที่มีคำที่ขึ้นต้นว่า “ด่วน !” ทำให้ดึงดูดความสนใจ เช่นเดียวกันกับโพสต์ประเภท Album ที่มีประสิทธิภาพขึ้นมาเป็นอันดับที่ 1 แทน PPTV ถึงแม้จะมีการโพสต์ที่ลดลงแต่มีรูปภาพและประเด็นที่น่าสนใจ
- **PPTV** : มีประสิทธิภาพในการโพสต์รวมสูงที่สุดในเดือน ม.ค. โดยเฉพาะ Photo และ Album (1,579,953 engagement) โดยมีการโพสต์เพิ่มขึ้น 39 โพสต์ ในประเด็น COVID-19 และข่าวการเมืองทั้งไทย และต่างประเทศ

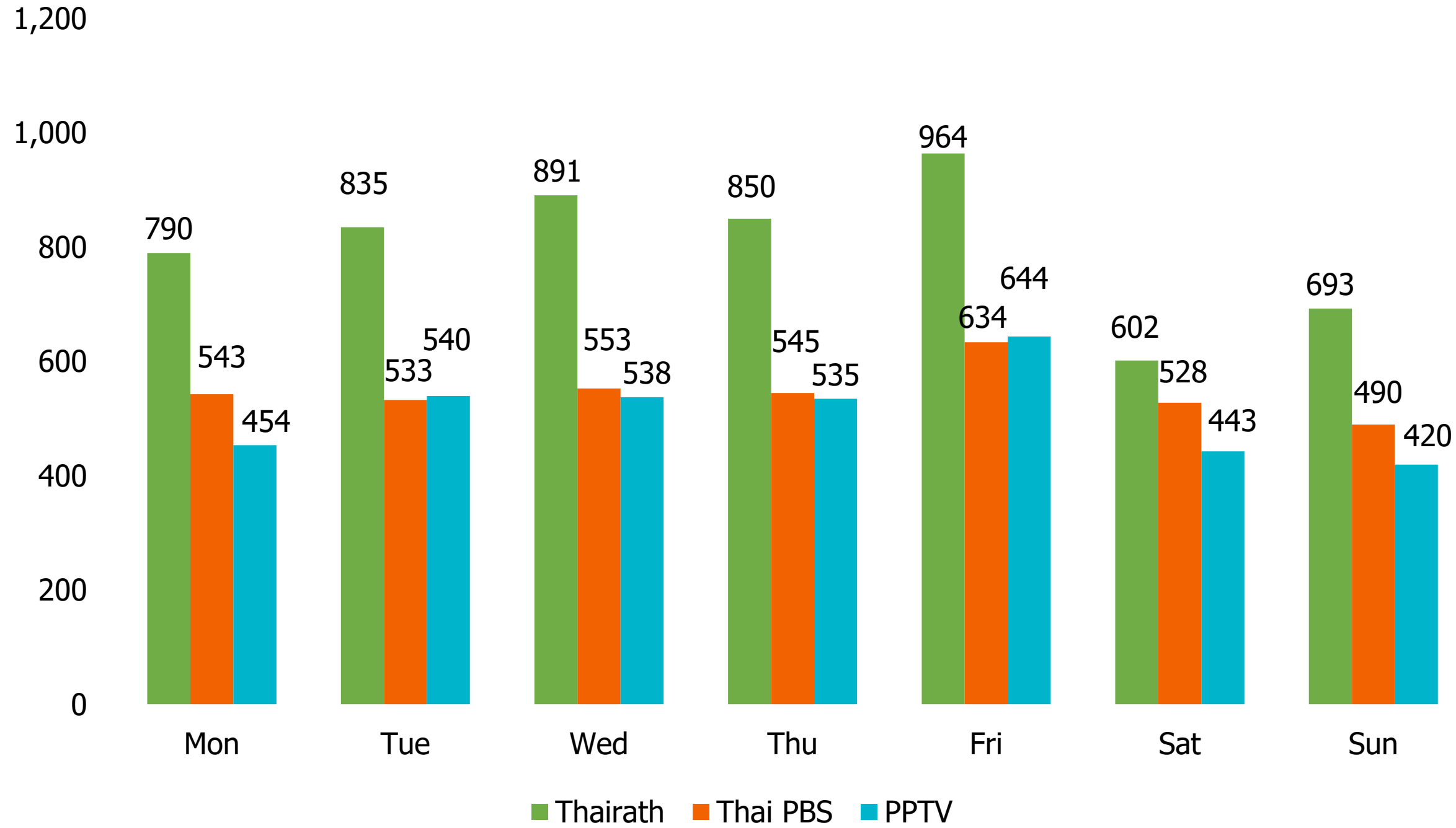
ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

KEY FINDING

- ทุกสื่อโพสต์มากสุดในวันศุกร์ แต่ปริมาณการโพสต์แต่ละวันไม่แตกต่างกัน
- **ThaiPBS** : โพสต์สูงที่สุดในวันศุกร์ ส่วนใหญ่เป็นการแชร์โพสต์ข่าว และรายการต่าง ๆ ของทางช่อง ประเภท Video เช่น วันใหม่ไทยพีบีเอส, ข่าวค่ำมิติใหม่ทั่วไทย, ยินดีที่ได้รู้จัก และตอบโจทย์ เป็นต้น
- **Thairath** : โพสต์สูงที่สุดในวันศุกร์ เป็นการแชร์ Link ถึง 807 โพสต์ โดยเป็นข่าวสังคมทั่วไป และข่าวอาชญากรรม เช่นเดียวกันกับวันอื่น ๆ
- **PPTV** : โพสต์สูงที่สุดในวันศุกร์ ส่วนใหญ่เป็นการแชร์ข่าวการเมืองในต่างประเทศ ประเภท Photo (218,736 engagement)
- ในขณะที่ทุกสื่อมีแนวโน้มการโพสต์ลดลงในวันหยุด แต่ Thairath กลับได้รับ Engagement เพิ่มขึ้น จากการโพสต์ข่าวบันเทิง ได้แก่ ข่าวพมรียาช่วยเหลือนักกอด

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แรนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

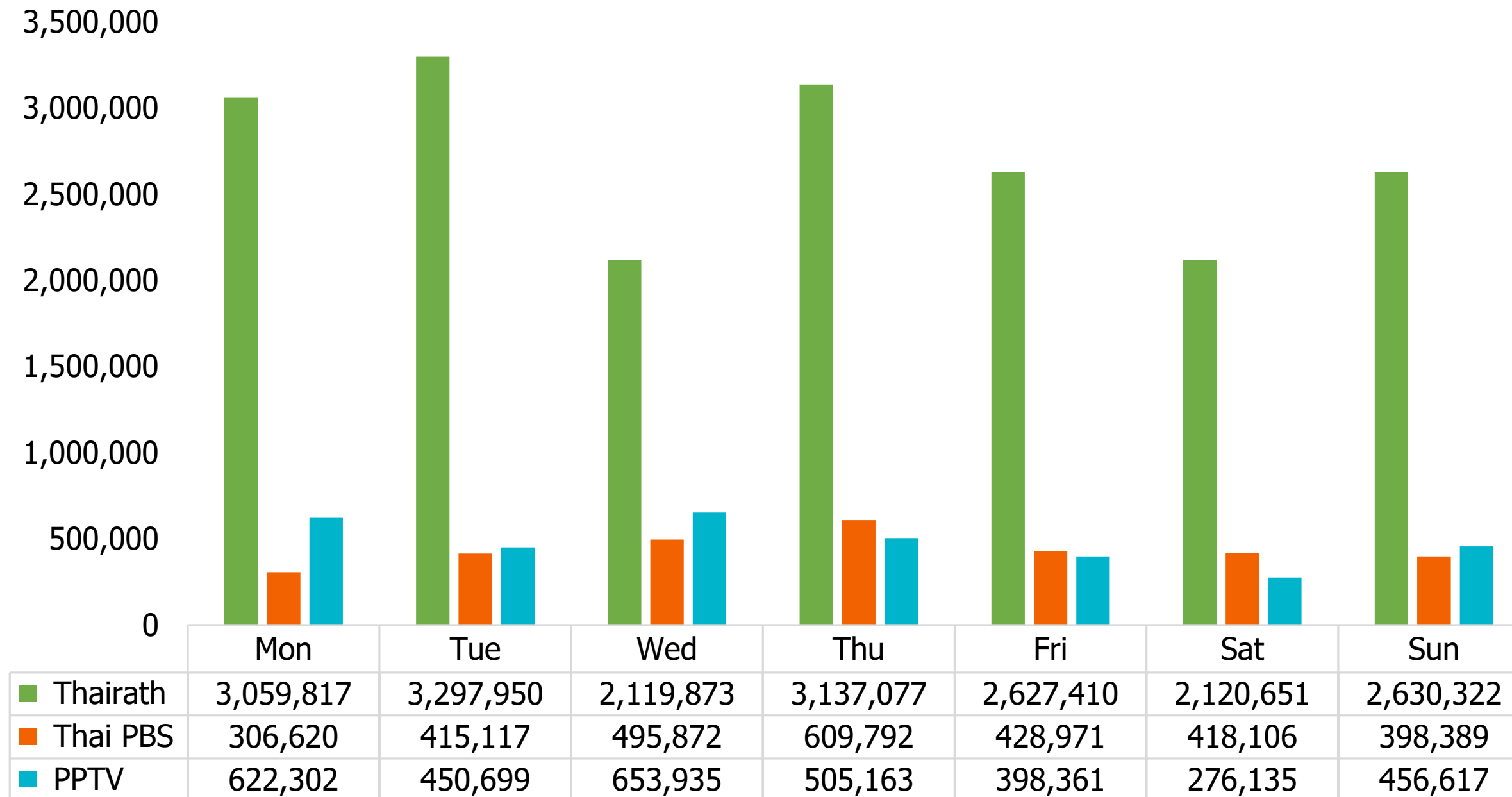
No. of post



ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Day of Engagement การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามทั้ง 5 แบนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

Engagement



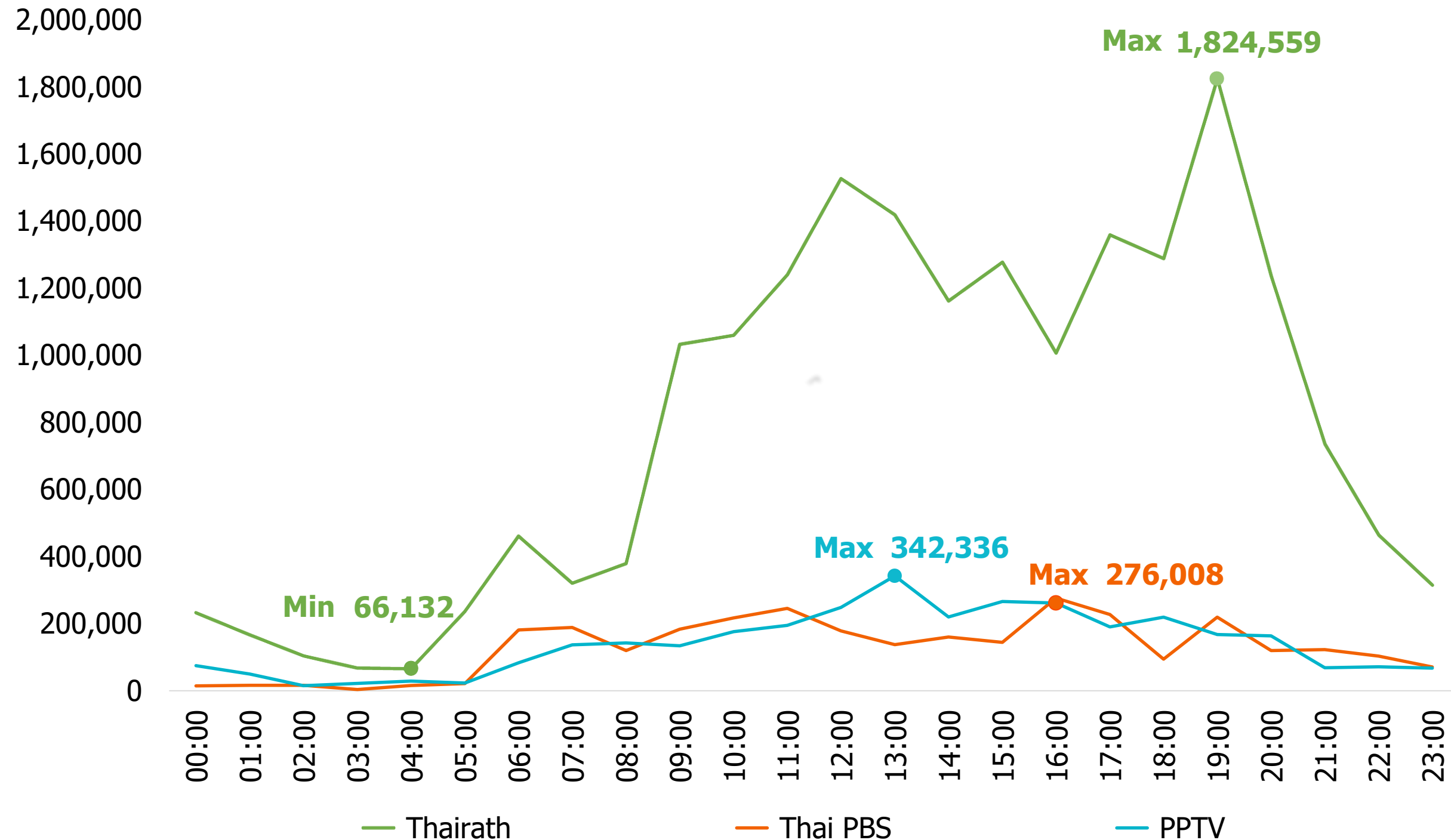
KEY FINDING

- **ThaiPBS** : โพสต์ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันพฤหัสบดี แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันศุกร์ นอกจากการแชร์โพสต์ข่าวทั่วไป ยังมีการแชร์โพสต์รายการ “ทุกทิศทั่วไทย” (133,824 engagement) มากกว่าวันอื่น
- **Thairath** : โพสต์ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันอังคาร แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันศุกร์ เนื่องจากวันอังคารมีการโพสต์ข่าวที่เป็นกระแส ณ ขณะนั้น เช่น ประเด็นลงทุน, COVID-19 และข่าวดีเจมะตุ้ม เป็นต้น
- **PPTV** : โพสต์ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันพุธ แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันศุกร์ ซึ่งมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับวันจันทร์ โดยทั้งสองวันจะเน้นการโพสต์ข่าวที่เกี่ยวข้อง COVID-19 และประเด็นทางการเมืองในข่าวเดียวกัน
- จากข้อมูล จะเห็นได้ว่าจำนวนการโพสต์ที่สูง ไม่ได้ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการโพสต์สูงขึ้น แต่ Engagement จะมาจากประเด็นที่เป็นกระแส หรือรายการที่เป็นที่นิยมของผู้ชม

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 แบนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

Engagement



KEY FINDING

- **ThaiPBS** : ช่วงเวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ช่วงเวลา 16.00 น. ในขณะที่มีจำนวนโพสต์สูงสุด ช่วงเวลา 11.00 น. เป็นการอัปเดตสถานการณ์ COVID-19 (75,986 engagement) และ Live Video รายการของทางช่อง (68,754 engagement) เช่น มหาอำนาจบ้านนา, ภัตตาการบ้านทุ่ง และทันข่าว เป็นต้น
- **Thairath** : ช่วงเวลา 12.00 – 14.00 น. และ 18.00 – 20.00 น. ได้รับการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูง และมากที่สุด ในเวลา 19.00 น. จากประเด็นนักแสดงติดเชื้อ COVID-19 โดยเฉพาะข่าว “ดีเจมะตูม” (240,814 engagement)
- **PPTV** : มีการโพสต์มากที่สุดช่วงเวลา 13.00 น. ซึ่งตรงกับ เวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมสูงสุด ส่วนมากเป็นข่าวสังคม ทั่วไป เช่น มาตรการป้องกัน และเยียวยาในช่วงการระบาด ของ COVID-19 (160,559 engagement) และข่าวกีฬา ฟุตบอล

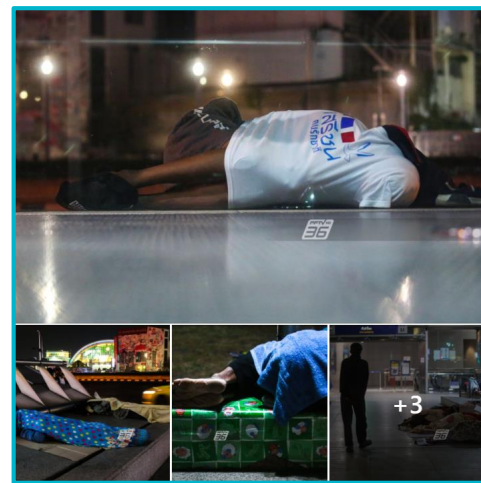
วันที่ผู้ติดตามมีปฏิสัมพันธ์สูงสุดของเดือน และโพสต์ที่ดีที่สุดในวันนั้น (แยกรายแบรนด์)



134,532
engagement
(8 Jan)



935,084
engagement
(9 Jan)



192,915
engagement
(14 Jan)



230,935
engagement
(19 Jan)

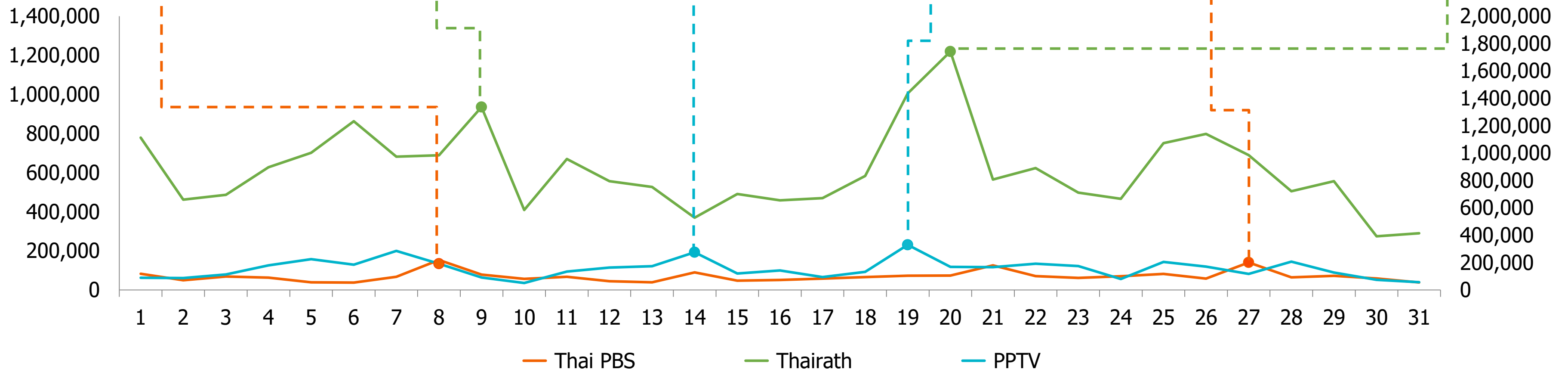


200,581
engagement
(27 Jan)



1,219,253
engagement
(20 Jan)

Engagement

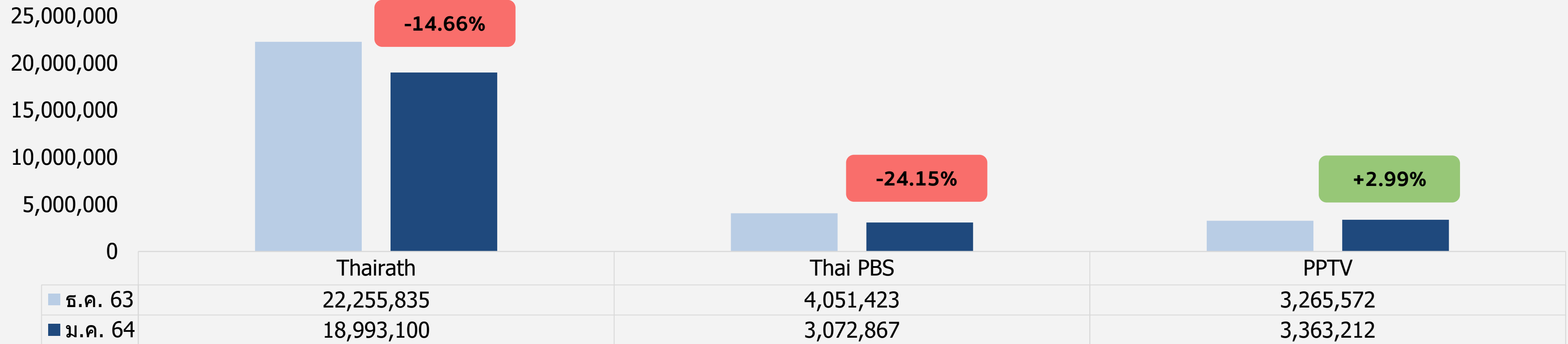


Note : แกนซ้ายคือ Thai PBS, PPTV และ แกนขวา คือ Thairath

Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้น ๆ

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Engagement

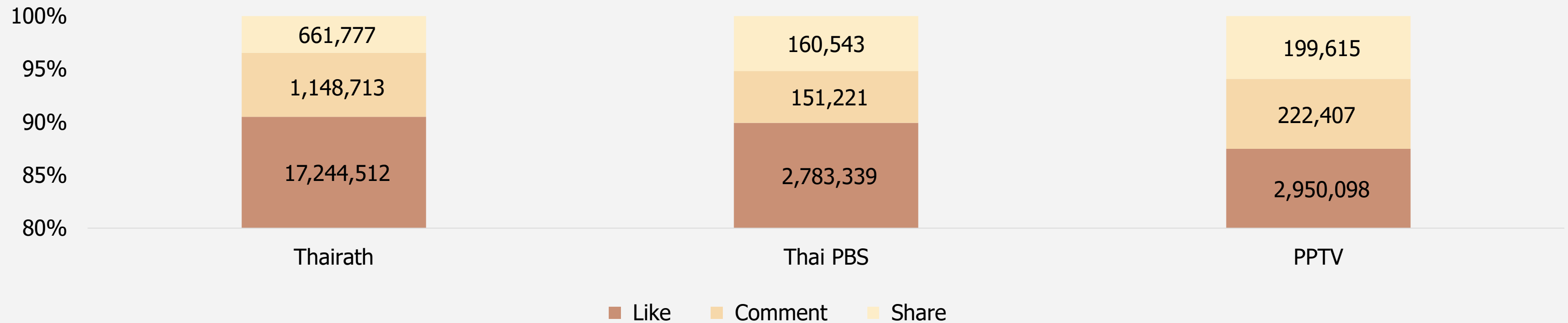


🔑 KEY FINDING

- Thairath และ Thai PBS จากที่มีประสิทธิภาพการโพสต์เพิ่มขึ้น ในเดือนนี้กลับลดลง ขณะที่ PPTV มีการเติบโตสูงขึ้น 2.99% มาจากการโพสต์ข่าวประเภท Link จำนวนมากขึ้น 136 โพสต์ และมีประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นจากโพสต์ประเภทดังกล่าวถึง 221,002 engagement ทำให้ PPTV ได้รับประสิทธิภาพที่สูงกว่า Thai PBS ในเดือน ม.ค.
- Thairath และ Thai PBS มีการโพสต์ Video ลดลง 47 และ 155 โพสต์ ตามลำดับ ส่งผลให้ประสิทธิภาพการโพสต์ประเภทดังกล่าวลดลง 1,228,809 และ 827,373 engagement ตามลำดับ

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

การกระจายตัวของประเภทการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม



🔑 KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีการกระจายตัวของ Engagement มาจากการ Like สูงสุด โดยเป็นโพสต์ข่าวสังคมทั่วไปประเภท Photo (1,435,255 likes) ประเด็นสถานการณ์ COVID-19 และการแชร์รายการ “ทุกทิศทั่วไทย” ประเภท Video รองลงมาเป็นการ Comment และ Share จากข่าวโครงการ “คนละครึ่ง” และอัปเดตผู้ติดเชื้อ COVID-19 เป็นส่วนใหญ่ เช่นเดียวกัน
- **Thairath** : ได้รับสัดส่วนการกระจายตัวของ Engagement มาจากการ Like สูงกว่าสื่ออื่น ๆ จากการเกาะกระแสประเด็นดัง เช่น COVID-19 (4,873,919 likes), ลุงพล (1,258,576 likes), ดีเจมะตูม (656,518 likes) และพิมรี่พาย (602,963 Likes) เป็นต้น
- **PPTV** : มีการกระจายตัวของ Engagement มาจากการ Comment และ Share ในสัดส่วนที่มากกว่า Thai PBS โดยเป็นเป็นข่าวการเมือง ที่มีผลกระทบจาก หรือเกี่ยวเนื่องกับ COVID-19 เช่น การลักลอบเข้าเมือง และปอนพั่น รวมถึงโครงการ “เราชนะ” (164,324 shares)



TOP POST ENGAGEMENT

โพสต์ที่มีส่วนร่วมสูงสุดเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

02

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ ThaiPBS

1



เกษตรกรรายหนึ่งที่ ต.ท่าบัว อ.โพทะเล จ.พิจิตร ปลูกพุทราพันธุ์น้ำอ้อย สามารถเก็บผลผลิตขายได้ราคาดี

Posted on 21 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	88,435
Reaction	81,704
Comment	1,673
Share	5,058

2



ชื่นชม! ทีมแพทย์ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร วางแผนทุกขั้นตอนเพื่อทำคลอดแม่ป่วย COVID-19

Posted on 8 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	87,098
Reaction	81,900
Comment	1,946
Share	3,252

3



เกษตรกร ต.คลองข่อย อ.โพธาราม จ.ราชบุรี รวมตัวกันปลูกถั่วพูแปลงใหญ่เพื่อเก็บรากไปต้มขาย

Posted on 27 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	57,314
Reaction	45,482
Comment	886
Share	10,946

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) น้อยสุดของ ThaiPBS

1



#ThaiPBS เตรียมสรรหาผู้อำนวยการใหม่
ตั้ง 9 กรรมการสรรหา ค้นหาผู้อำนวยการ
ไทยพีบีเอสคนใหม่

Posted on 22 ม.ค. 64 // Post type - Link

Engagement	3
Reaction	2
Comment	1
Share	0

2



หากน้อง ๆ โดนเพื่อน ๆ ที่โรงเรียน
กลั่นแกล้งน้อง ๆ จะเลือกวิธีรอดอันไหน
ระหว่าง สู้, หนีเฉย หรือตอบโต้อย่างสุภาพ

Posted on 4 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	7
Reaction	7
Comment	0
Share	0

3



น้อง ๆ หลายคนอาจมีความฝันว่าอยากมี
ปีกไว้บินได้เหมือนนก เรามาลองประดิษฐ์
ของเล่นชิ้นนี้

Posted on 19 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	7
Reaction	7
Comment	0
Share	0

โพสต์ที่ ThaiPBS แชรจากเพจอื่น และมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนสูงสุด

1

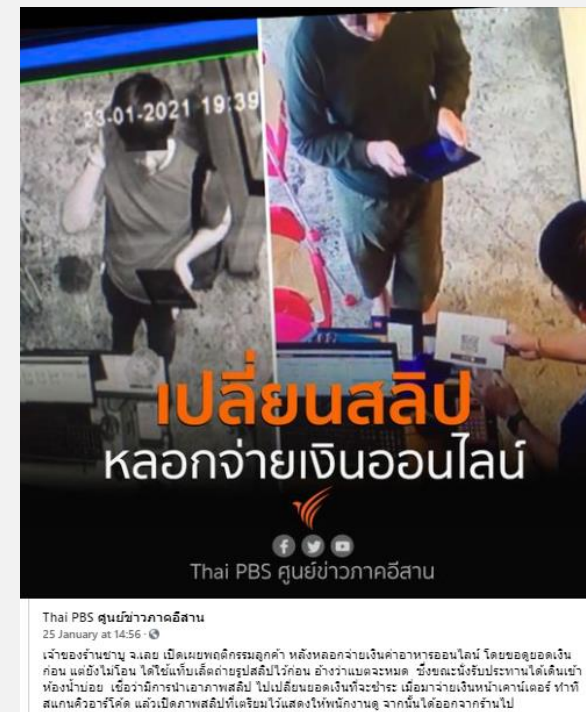


เกิดเหตุสะพานยกระดับที่กำลังก่อสร้าง
ในต.โคกสูง อ.เมือง จ.นครราชสีมา
พังลงมา

Posted on 23 ม.ค. 64 // Post type - Album

Engagement	10,162
Reaction	9,630
Comment	245
Share	287

2



เจ้าของร้านชาบู จ.เลย เปิดเผย
พฤติกรรมลูกค้า หลังหลอกจ่ายเงิน
ค่าอาหารออนไลน์

Posted on 25 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	8,729
Reaction	8,263
Comment	213
Share	253

3



27 ตุลาคม #วันแมวดำ (Black Cat Day)
เพื่อให้คนสนใจแมวดำมากขึ้น

Posted on 27 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	6,713
Reaction	5,783
Comment	235
Share	695

โพสต์ที่ ThaiPBS แชรจากเพจอื่น และมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนต่ำสุด

1



[Live] 12.00-12.10 น.
#HaveANewsday

Posted on 20 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	0
Reaction	0
Comment	0
Share	0

2



[Live Rerun] 15.10 น.
Innovative Wisdom

Posted on 29 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	1
Reaction	0
Comment	0
Share	1

3



[Live] 12.00-12.10 น.
#HaveANewsday

Posted on 29 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	1
Reaction	1
Comment	0
Share	0

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดแต่ละประเภท

Top Reaction

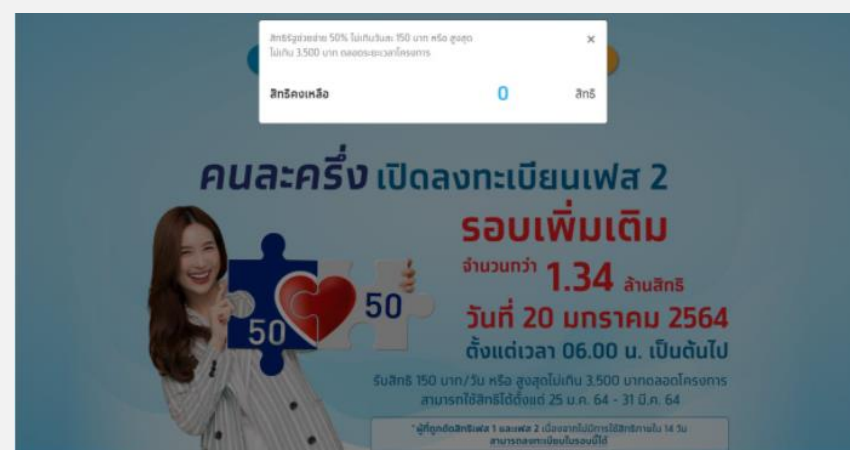


ชื่นชม! ทีมแพทย์ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว
จ.สมุทรสาคร วางแผนทุกขั้นตอน
เพื่อทำคลอดแม่ป่วย COVID-19

Posted on 8 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	87,098
Reaction	81,900
Comment	1,946
Share	3,252

Top Comment



เวลาราว 06.10 น. สิทธิเต็มแล้ว
เปิดลงทะเบียน โครงการ #คนละครึ่ง
1.34 ล้านสิทธิ์ วันนี้

Posted on 20 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	20,594
Reaction	13,133
Comment	4,949
Share	2,512

Top Share



เกษตรกรรายหนึ่งที่ ต.ท่าบัว อ.โพธารณะ
จ.พิจิตร ปลูกพุทราพันธุ์น้ำอ้อย สามารถ
เก็บผลผลิตขายได้ราคาดี

Posted on 21 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	88,435
Reaction	81,704
Comment	1,673
Share	5,058

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามล่าสุดแต่ละประเภท

Top Reaction

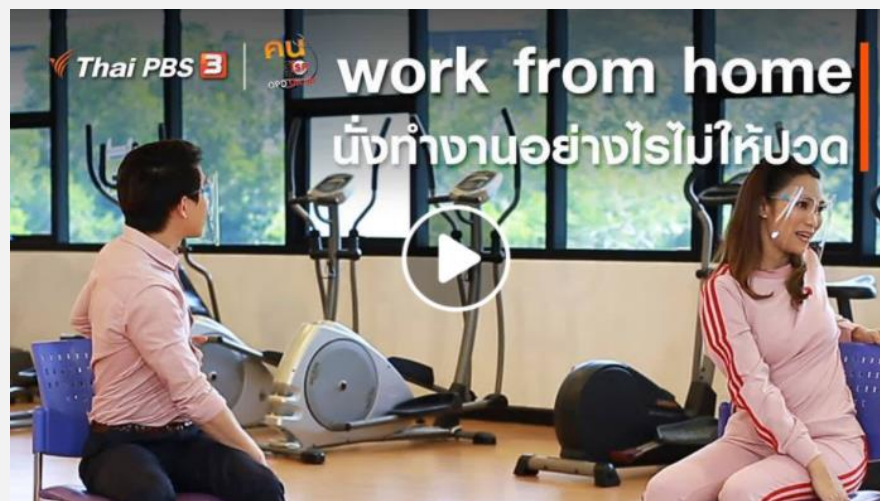


#ThaiPBS เตรียมสรรหาผู้อำนวยการใหม่
ตั้ง 9 กรรมการสรรหา เพื่อดูหาผู้อำนวยการ
ไทยพีบีเอสคนใหม่

Posted on 22 ม.ค. 64//Post type - Link

Engagement	3
Reaction	2
Comment	1
Share	0

Top Comment



work from home ถ้านั่งนาน ๆ อาจ
ปวดเมื่อยตามร่างกาย ควรปรับท่านั่ง
อย่างไรเพื่อลดอาการปวด

Posted on 27 ม.ค. 64//Post type - Video

Engagement	14
Reaction	8
Comment	0
Share	6

Top Share



ชวนติดตามความพยายามของชาวบ้าน
ในการอนุรักษ์วิถีชีวิต อนุรักษ์วัฒนธรรม
ผ่านผ้าทอมือ อ.อัมพาง จ.ตาก

Posted on 7 ม.ค. 64//Post type - Link

Engagement	8
Reaction	8
Comment	0
Share	0

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ Thairath



เธอคือใคร? "พิมรี่พาย" จากแม่ค้าออนไลน์ สู่ไอดอลใจบุญ ทุ่มครึ่งล้านเพื่อเด็กบนดอย

Posted on 9 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	387,511
Reaction	362,027
Comment	9,372
Share	16,112



ลุงพล เดือด
นักข่าวยังไม่ทันได้ถาม ก็เกิดเหตุการณ์นี้

Posted on 19 ม.ค. 64 // Post type - Video

Engagement	208,607
Reaction	147,312
Comment	38,756
Share	22,539



ด่วน เครื่องบิน Sriwijaya Air หาย
เหินน่านน้ำอินโดนีเซีย ผู้โดยสาร
กว่า 50 คน ไม่ทราบชะตากรรม

Posted on 9 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	162,994
Reaction	151,180
Comment	3,722
Share	8,092

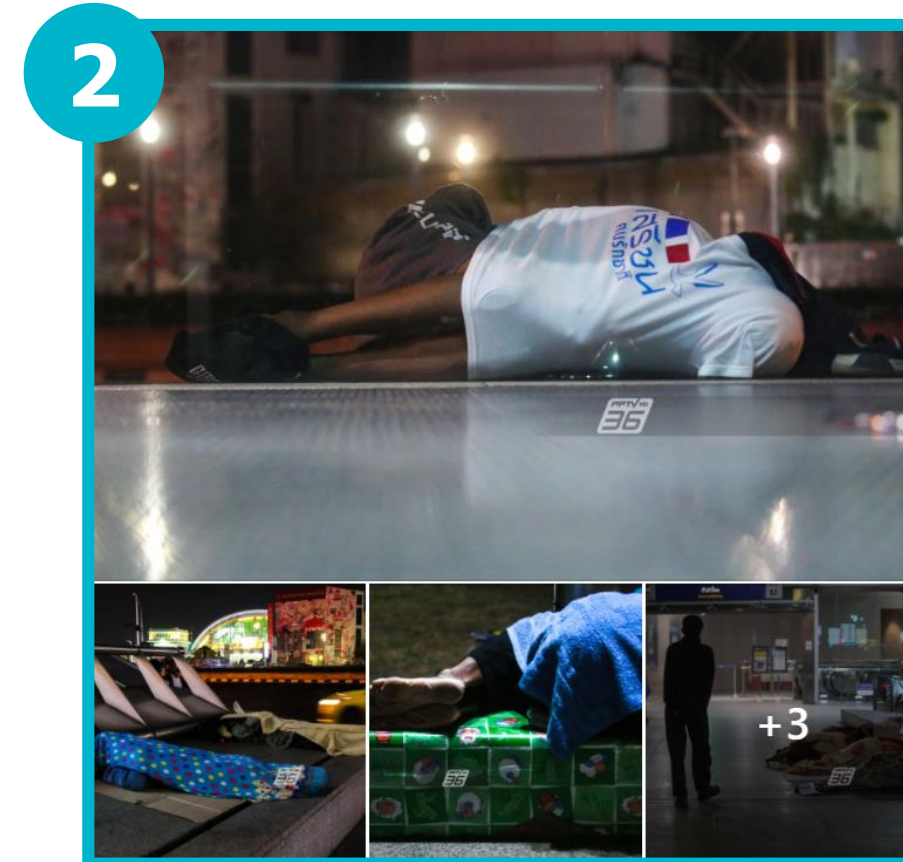
โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ PPTV



นพ.ทวีศิลป์ วิชาญโยธิน โฆษกศบค.
เผย ที่ประชุมศบค. ชุดเล็ก

Posted on 7 ม.ค. 64 // Post type - Photo

Engagement	70,796
Reaction	31,212
Comment	10,712
Share	28,872



คืนหนาว ของคนไร้บ้าน 23.00 น. คนไร้บ้าน
จับจองพื้นที่ริมคลองผดุงกรุงเกษม
และสถานีรถไฟหัวลำโพง

Posted on 13 ม.ค. 64 // Post type - Album

Engagement	62,103
Reaction	40,410
Comment	1,949
Share	19,744



ดวงเฮง "กระแต" ภรรยา "เต๋ล ตะวัน"
โชว์ลอตเตอรี่ ถูกรางวัลที่ 1
งวด 17 ม.ค. 2564

Posted on 19 ม.ค. 64 // Post type - Link

Engagement	47,576
Reaction	47,021
Comment	408
Share	147

TOP 5 POSTS ThaiPBS

Click-through rate : CTR

อัตราการคลิกต่อการเข้าถึงโพสต์ (ประเภท Link)

03

*Clicks : Number of link clicks.

*Reach : The unique users who have seen the post.

Remarks* Click-through rate = $\left(\frac{\text{No.of Link Clicks}}{\text{No.of Reach}} \right) * 100\%$

Click-Through Rate : CTR อัตราส่วนการคลิกต่อการเข้าถึงโพสต์

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5



กทม. เปิดไทม์ไลน์ผู้ติดเชื้อ #COVID19 อีก 17 คน มีทั้งนักเรียน นักศึกษา พ่อค้า แม่ค้า นักร้อง ข้าราชการ

โฆษก กรุงเทพมหานคร แจ้งเตือนผู้เดินทางไป 11 พื้นที่เสี่ยง ตั้งแต่ 15 ธ.ค. 63 รายงานตัวด่วน ผ่านเว็บไซต์ BKK covid-19

กทม. เปิดไทม์ไลน์ผู้ติดเชื้อ COVID-19 อีก 15 คน เป็นผู้ป่วย รายที่ 109-123 พบประวัติขายของ ที่ตลาด ทำงานร้านน้องใหม่พลาซ่า

กทม. เพื่อยอดติดเชื้อ #COVID19 ระลอกใหม่ สะสม 635 คน พร้อม เปิดไทม์ไลน์อีก 16 คน ทั้งนิสิต พนักงานโรงแรม พนักงานโรงงาน

กกต.สั่งยกเลิกการเลือกตั้ง สมาชิกสภา อบจ. 46 หน่วยเลือกตั้ง และการเลือกตั้ง นายก อบจ. 15 หน่วย

Click-through rate : 7.14%		Click-through rate : 6.01%		Click-through rate : 5.54%		Click-through rate : 5.54%		Click-through rate : 4.97%	
Click	22,931	Click	6,459	Click	16,828	Click	10,006	Click	12,126
Reach	321,083	Reach	107,489	Reach	303,604	Reach	180,548	Reach	244,075
Engagement	36,589	Engagement	7,400	Engagement	27,526	Engagement	16,443	Engagement	23,392



TOP 5 Facebook LIVE

Facebook LIVE ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

04

5 อันดับ Facebook LIVE ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

1



[LIVE MARATHON] 20.00 น. #ซีรีส์วิถีคน (3 ม.ค. 64)

Total View
350K

2



[Live] 16.05 น. #มหาอำนาจบ้านนา กุ้งก้ามกราม อาณาจักรกุ้งเงินล้าน (3 ม.ค. 64)

Total View
274K

3



[LIVE] 13.00 น. #หนังพาไป (1 ม.ค. 64)
สงสุขท้ายปี กับแฟนตัวจริง

Total View
268K

4



[LIVE MARATHON] 12.00 น. #ซีรีส์วิถีคน (3 ม.ค. 64)

Total View
230K

5



[LIVE MARATHON] 20.00 น. #ยีนดีที่ได้รู้จัก (2 ม.ค. 64)

Total View
213K



TOP 5 Video (Short-Form)

ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

05

5 อันดับ วิดีโอ (Short-Form) ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

1



เปิดใจชีวิตสุดลำบาก เต้ย
พระราม 3 ตกงาน 3 เดือน
ในกรุงเทพฯ ไม่มีงาน ไม่มีเงิน
แต่ชีวิตต้องอยู่ให้ได้

Total View
4.6M

2



เกษตรกร ด.คลองข่อย อ.โพธาราม
จ.ราชบุรี รวมตัวกันปลูกถั่วพู
แปลงใหญ่ เพื่อเก็บรากไปต้มขาย

Total View
3.1M

3



ชาวบ้านหนองเทา อ.คำเขื่อนแก้ว
จ.ยโสธร สร้างรายได้เสริม
หลังเกี่ยวข้าว ด้วยการต้ม
เกลือสินเธาว์ขาย

Total View
2.6M

4



ชาวบ้าน จ.พังงา มาเจอรอย
เต่ามะเฟืองขนาดใหญ่ที่ขึ้นมา
วางไข่ที่หาดบางขวัญ

Total View
1.5M

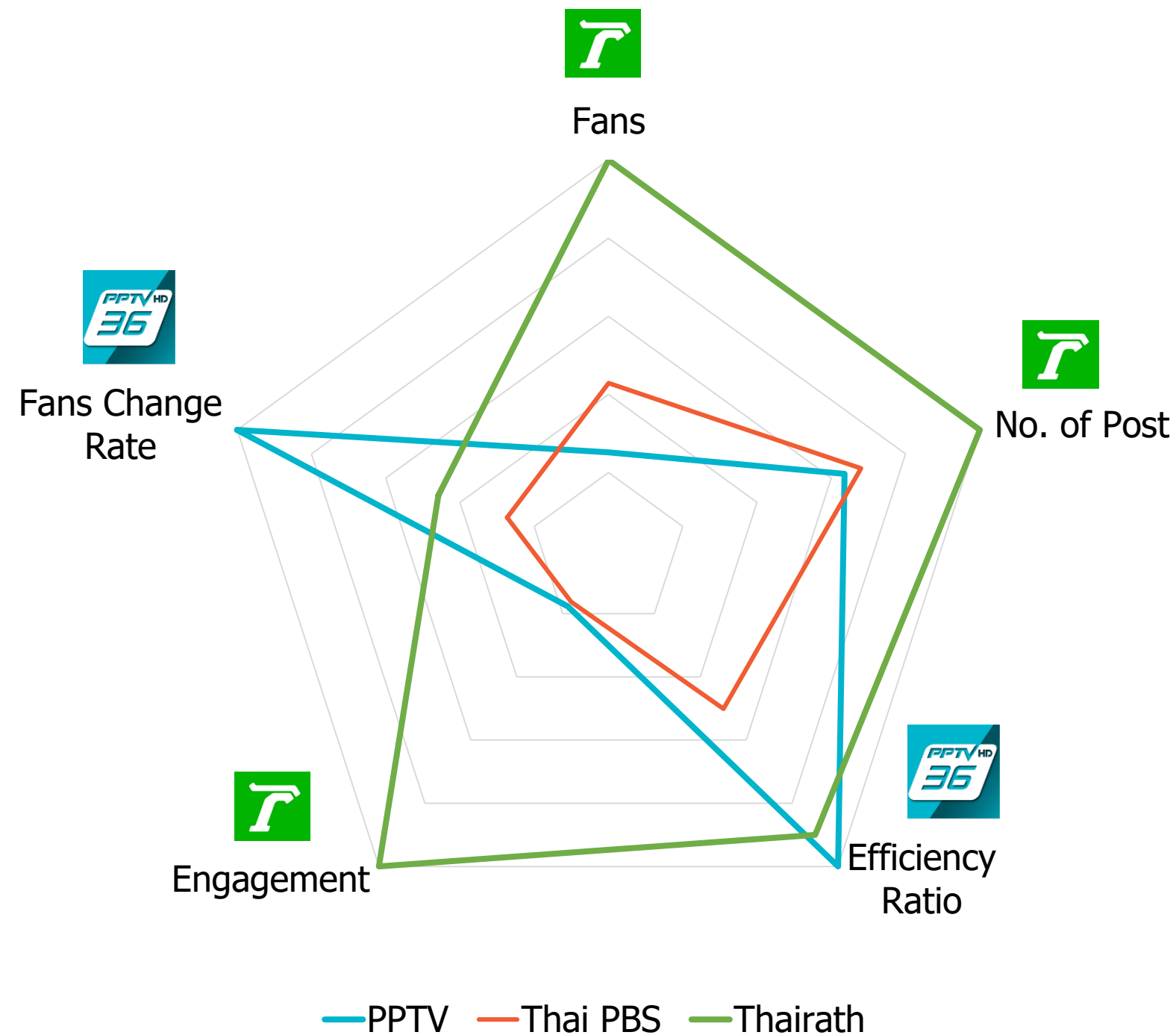
5



[LIVE MARATHON]
20.00 น. #ยินดีที่ได้รู้จัก
(2 ม.ค. 64)

Total View
1.4M

ประสิทธิภาพของแบรนด์ในแต่ละด้าน



Strength

Fan : 5,125,144
No. of Post : 3,826

Weakness

Efficiency Ratio : 1.58%
Engagement : 3,095,103
Fans Change Rate : 0.21%

Key Finding

จุดแข็ง

- ในเดือน ม.ค. ThaiPBS มีจำนวน Fans สูง และเพิ่มขึ้นจากเดือน ธ.ค. 10,985 ผู้ติดตาม
- มีจำนวนการโพสต์ที่สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath และเพิ่มขึ้นจากเดือน ธ.ค. 92 โพสต์

จุดอ่อน

- ในเดือน ม.ค. ThaiPBS มีจำนวนการโพสต์สูง แต่ได้รับ Engagement ต่ำ และลดลงจากเดือน ธ.ค. ถึง 978,556 engagement ส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการโพสต์ต่ำ
- การเติบโตของจำนวน Fans ยังถือว่าต่ำกว่าสื่ออื่น ๆ

Efficiency Ratio : ประสิทธิภาพของการโพสต์
Fan Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลงของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Total Fans : จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
No. of Post : จำนวนการโพสต์ทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

ข้อเสนอแนะ

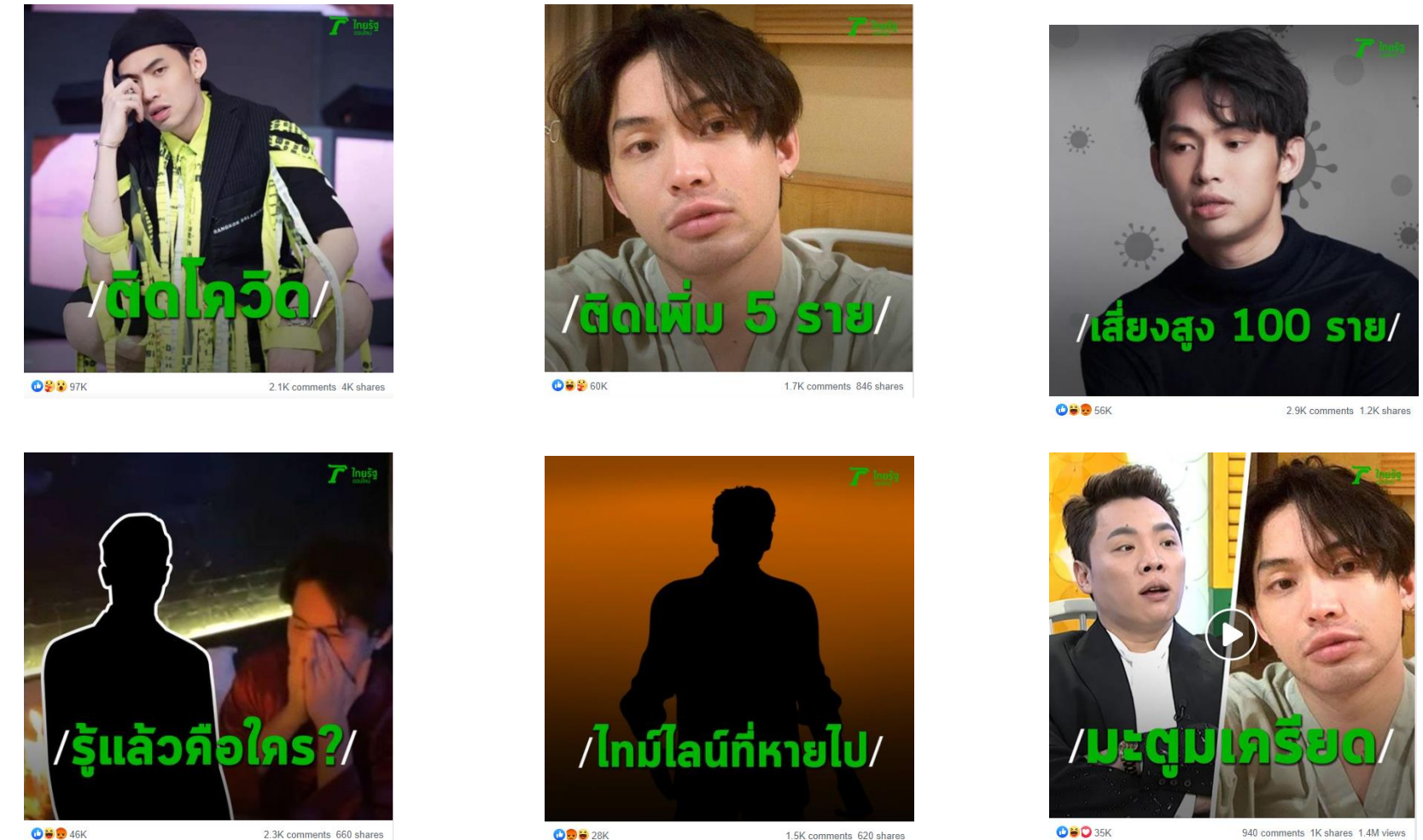
- จับประเด็นที่เป็นกระแส และเพิ่มจำนวนการโพสต์ในประเด็นนั้น ๆ

ตัวอย่างของ Thairath ประเด็น "lungpl" (lungpl)



Thairath : 147 posts 1,513,798 engagement
Thai PBS : 40 posts 58,483 engagement

ตัวอย่างของ Thairath ประเด็น "ดีเจมะตูม" (DJ Ma Tum)



Thairath : 83 posts 702,159 engagement
Thai PBS : 35 posts 81,577 engagement

- Thairath มักเกาะกระแส และเน้นโพสต์ข่าวที่ผู้บริโภครู้สึกสนใจ ณ ขณะนั้น ในเดือน ม.ค. จะมีประเด็นที่เป็นกระแสอยู่หลายประเด็น เช่น ข่าวลวงจากคติน้องชมพู, ดีเจมะตูม และศิลปิน นักแสดงท่านอื่น ๆ ติดเชื้อ COVID-19 หรือ พมรียาช่วยเหลือนักแสดง Thai PBS ควรเพิ่มจำนวนการโพสต์ข่าวประเด็นเหล่านี้ โดยเฉพาะโพสต์ประเภท Video และ Photo ที่ Engagement สูง
- ปรับรูปแบบการเขียน Keyword ให้กระชับ และตรงประเด็น เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกสนใจที่จะเสพข่าวอย่างต่อเนื่อง และประสิทธิภาพในการโพสต์สูงขึ้นไปด้วย