



Thai PBS New Media Statistics



สถิติบริการสื่อใหม่ไทยพีบีเอส

1-31 มกราคม 2564

Methodology

Channel

Facebook



@ThaiPBSFan

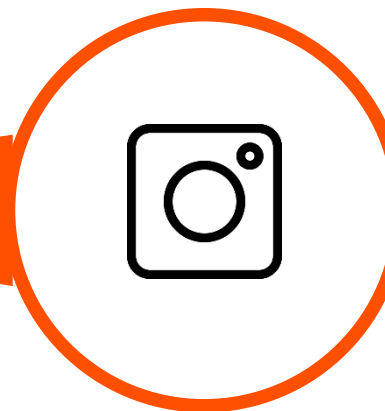
@Thairath

@PPTVHD36

@NationChannelTV

@SpringNewsonline

Instagram



@ThaiPBS

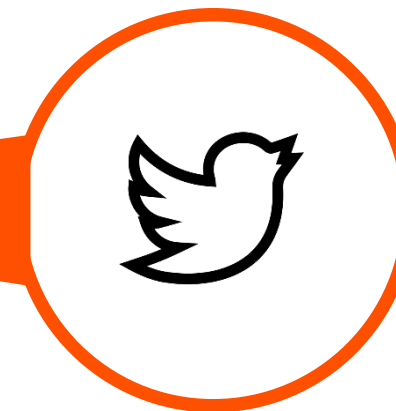
@Thairath

@Amarintvhd

@Workpointtoday

@Springnewstv

Twitter



@ThaiPBS

@Thairath_News

@NationTV22

@VoiceTVOfficial

@SpringNews_TV

Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตามใน Instagram

สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 31 ม.ค. 64 : **307,505 Followers** (+2,683)

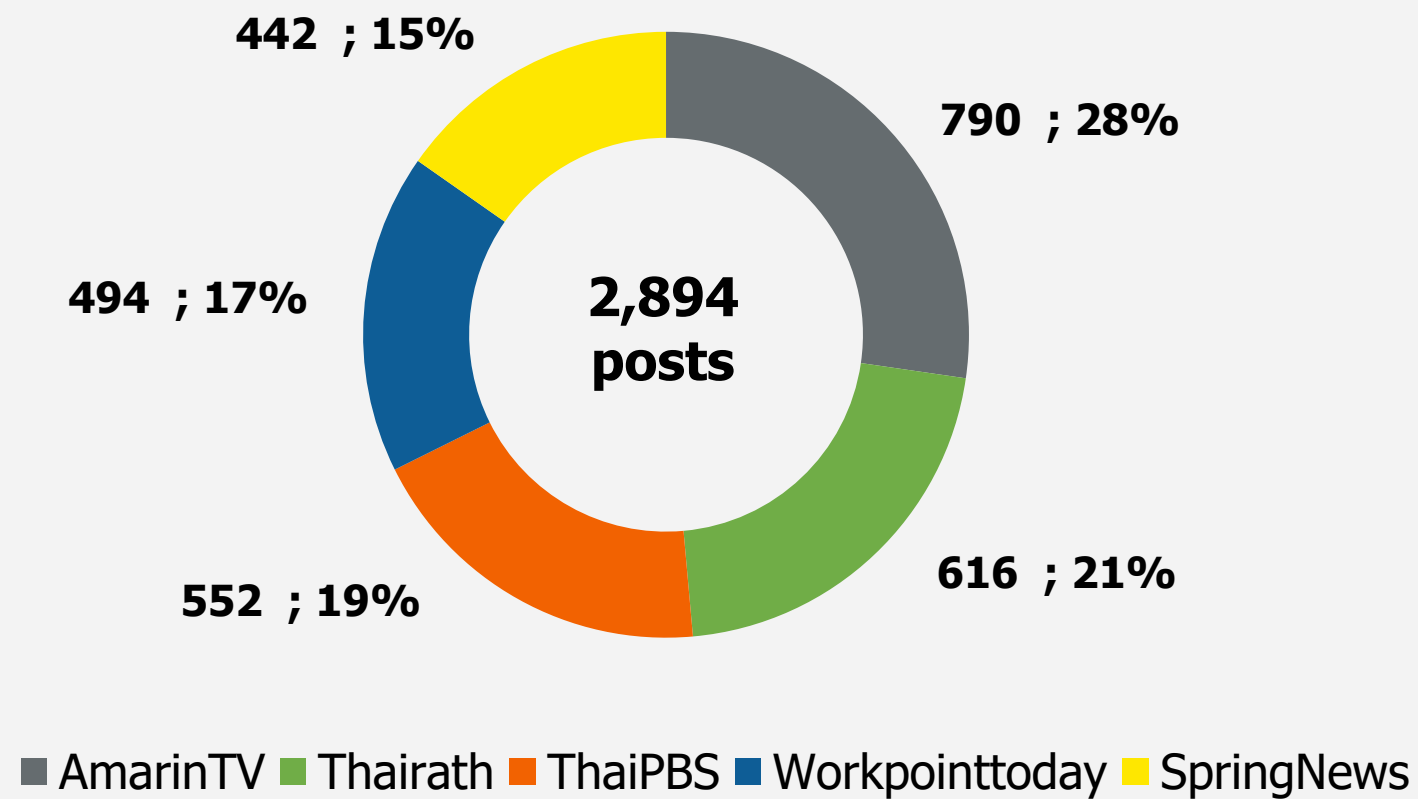
NO.	USERNAME	Jan 21	Dec 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)	NO.	USERNAME	Jan 21	Dec 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1	 GMMTV แกรมมี่	2,733,171			11	 Amarintvhd อมรินทร์ทีวี	323,209		
2	 Thairath ไทยรัฐ	2,201,474	2,188,605	+0.59	12	 ThaiPBS ไทยพีบีเอส	307,505	304,822	+0.88
3	 Workpoint เวิร์คพอยต์	1,283,265			13	 ThaiCh8 ช่อง 8	301,294		
4	 one31thailand ช่อง One	1,029,239			14	 ch7hd_news ข่าวช่อง 7	280,131		
5	 Gmm25Thailand จีเอ็มเอ็ม25	1,022,209			15	 dailynews_ig เดลินิวส์	266,816		
6	 Khaosod ข่าวสด	985,178			16	 thestandardth.ig the standard	254,819		
7	 Ch3Thailand ช่อง 3	739,539			17	 workpointtoday เวิร์คพอยต์ ทุกเดย์	237,102		
8	 thairathtv ไทยรัฐทีวี	667,172			18	 Mono29TV โมโน 29	210,850		
9	 ejan2016 อีจัน	643,216			19	 Voicetv วอยซ์ทีวี	180,954	178,232	+1.53
10	 Ch7HD ช่อง 7	641,895			20	 PPTVHD36 พีพีทีวี	177,633	174,894	+1.57

 มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS  มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS

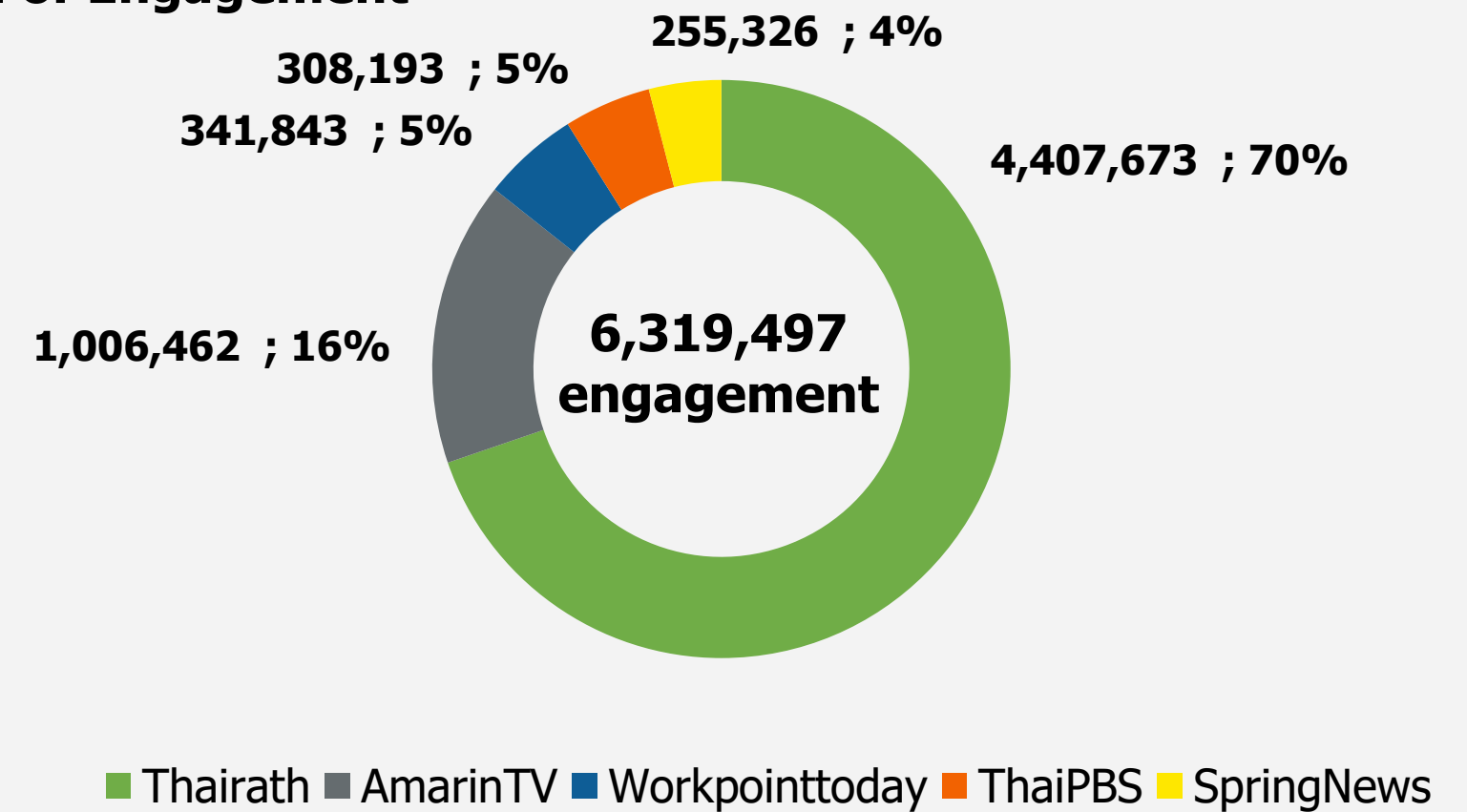
* ปีนี้มีการอัปเดตข้อมูล Instagram ของสื่อในไทยใหม่ ทำให้บางสื่อไม่สามารถแสดงผลได้ เนื่องจากข้อมูลยังไม่เข้าระบบและจะแสดงผลอีกครั้งในเดือนถัดไป

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

No. of Post



No. of Engagement

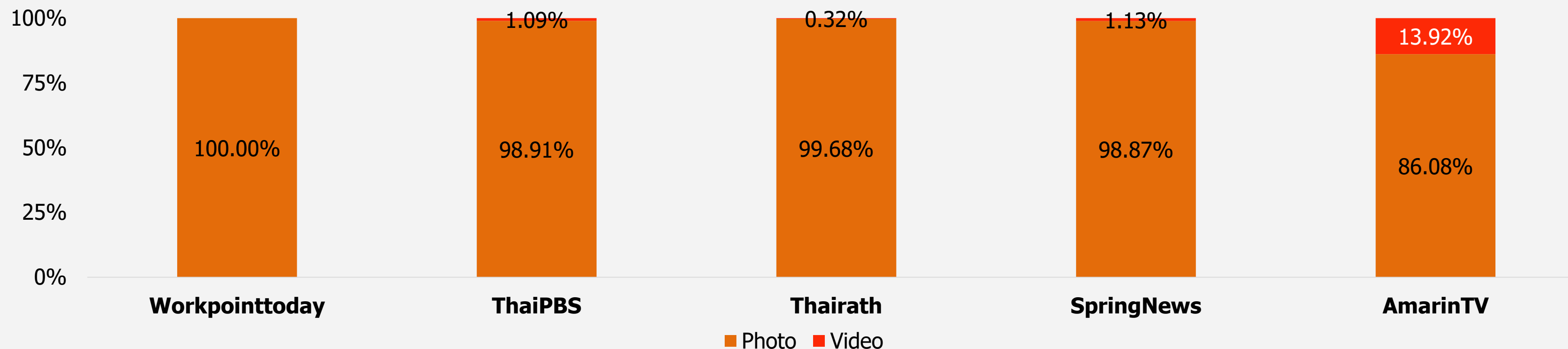


KEY FINDING

- ภาพรวมในเดือน ม.ค. ทุกสื่อมีการโพสต์เพิ่มขึ้น โดย AmarinTV มีจำนวนการโพสต์เพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 209 โพสต์ รองลงมา ได้แก่ ThaiPBS และ SpringNews
- ในด้าน Engagement Thairath ยังคงมาเป็นอันดับ 1 เช่นเดียวกับเดือนก่อน ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเด็นดีเจมะตูม 309,583 engagement และประเด็นก้อย อรัชพร กับเอ๋ ปาริณา 86,960 engagement
- ThaiPBS :** ในเดือนนี้มีจำนวนการโพสต์มาเป็นอันดับ 3 จำนวน 552 โพสต์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อน 85 โพสต์ คิดเป็น 18% ซึ่งมาจากประเด็นดีเจมะตูม 13 โพสต์ 10,794 engagement แต่เมื่อเปรียบเทียบกับ Thairath พบว่า โพสต์ที่ได้รับ Engagement ยังมาจากข่าวบันเทิงอื่น ๆ เช่น พิลอย เน็ตไอดอลชื่อดังประสบอุบัติเหตุ (40,844 engagement) และคู่รักหยอนบิน กับซอนเยจิน (32,023 engagement) โดยที่ ThaiPBS ไม่มีการโพสต์ข่าวนี

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

เปรียบเทียบการกระจายประเภทการโพสต์

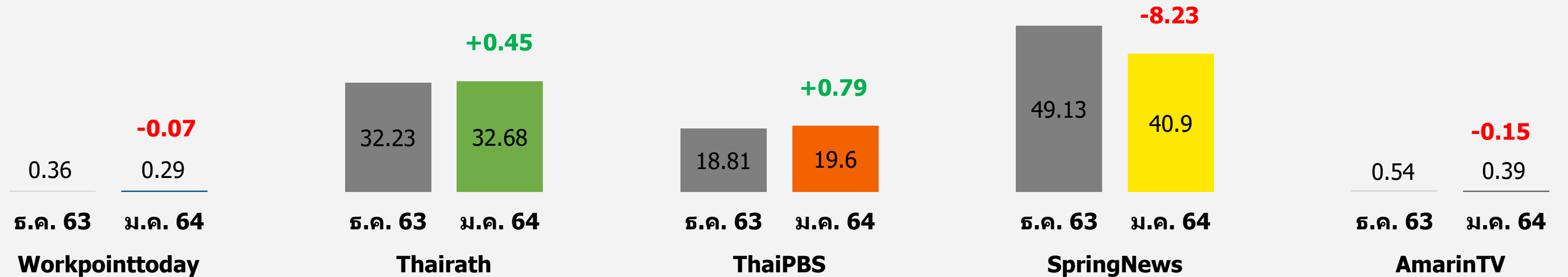


🔑 KEY FINDING

- ภาพรวมเดือน ม.ค. ทุกสื่อมีการโพสต์ประเภท Photo มากกว่า Video
- **ThaiPBS** : มีการโพสต์ประเภท Photo จำนวน 546 โพสต์ โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement มากที่สุด ได้แก่ รยนต์หรรุเยอรมันทุก ๆ 10 คั่น ขายในประเทศจีน 3 คั่น (6,157 engagement) และ Video จำนวน 6 โพสต์ โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement มากที่สุด ได้แก่ การเปลี่ยนมาอยู่ที่สถานีกลางบางซื่อ แม้จะเป็นเรื่องดี แต่เมื่อมาดูทั้งระบบและความพร้อม ต้องยอมรับว่ามีประชาชนจำนวนมากได้รับผลกระทบ เพราะยังไม่มีแผนและรายละเอียดที่จะช่วยเหลือประชาชนที่เดินทางประจำ (623 engagement)
- **AmarinTV** : ในเดือนนี้ AmarinTV มีจำนวนการโพสต์มากที่สุด โดยแบ่งเป็นโพสต์ประเภท Photo 680 โพสต์ และ Video 110 โพสต์ ซึ่งโพสต์ประเภท Video จะเป็นการโปรโมทละคร, ซีรีส์ และรายการต่าง ๆ เป็นต้น

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Interaction ratio



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

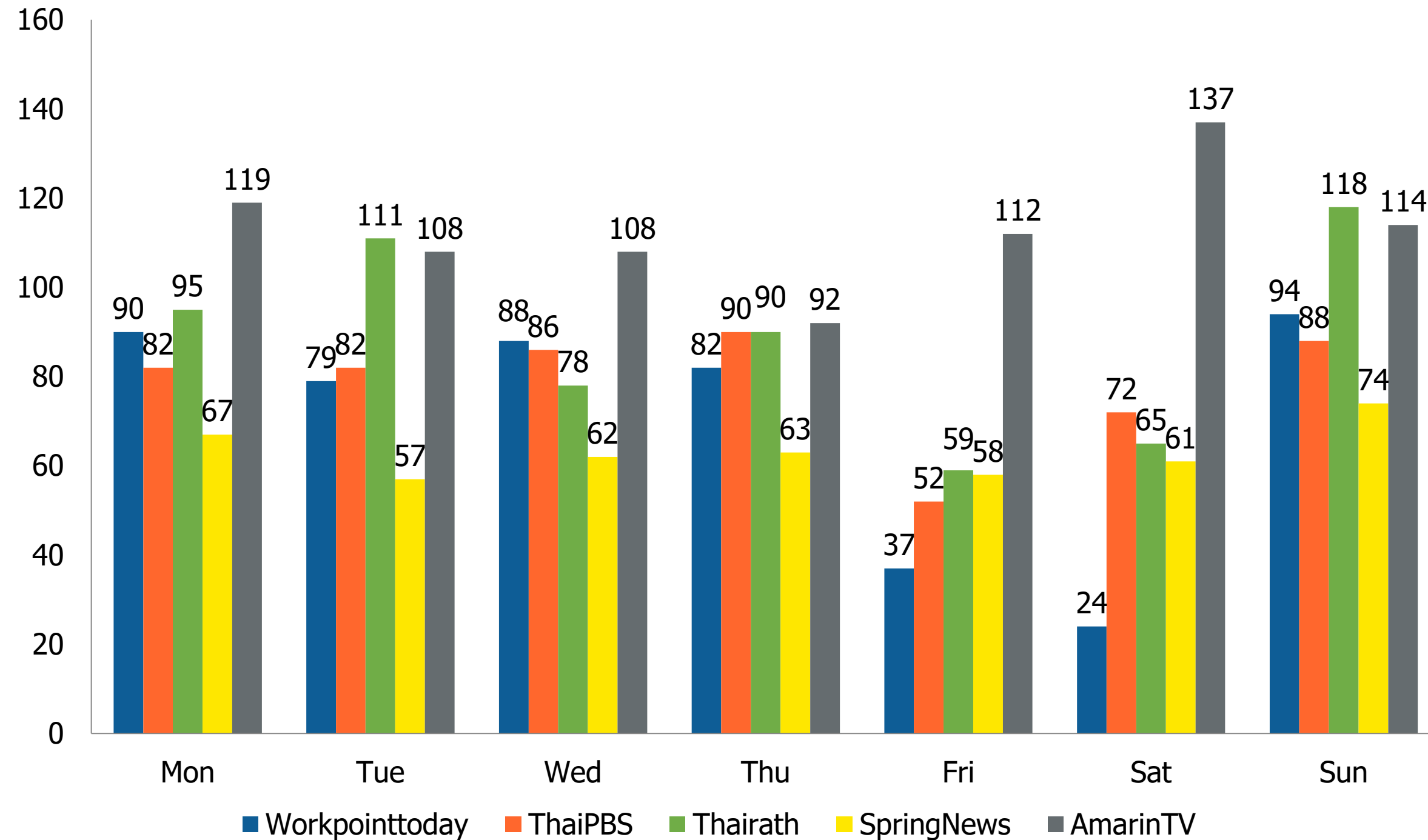
KEY FINDING

- ภาพรวมเดือน ม.ค. ThaiPBS เป็นสื่อที่ทำประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้สูงสุด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 0.79% รองลงมา ได้แก่ Thairath เพิ่มขึ้น 0.45% แต่ Workpointtoday, SpringNews และ AmarinTV ทำประสิทธิภาพได้ลดลง
- หากเปรียบเทียบจำนวนโพสต์กับประสิทธิภาพที่เกิดขึ้น AmarinTV ทำประสิทธิภาพได้ลดลง ทั้ง ๆ ที่เพิ่มจำนวนการโพสต์ถึง 36% และ Engagement มาเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath โดยลักษณะการโพสต์ของ AmarinTV นอกจากจะเป็นการโพสต์ข่าวสารต่าง ๆ แล้ว ยังเน้นการโพสต์โปรโมทละคร, ซีรีส์ และรายการต่าง ๆ อีกด้วย
- AmarinTV :** ค่าเฉลี่ย Engagement ต่อโพสต์ อยู่ที่ 1,274 engagement ซึ่งสูงกว่า ThaiPBS ที่มีค่าเฉลี่ย Engagement ต่อโพสต์ อยู่ที่ 558 engagement หากเปรียบเทียบข่าวเดียวกัน เช่น ข่าวพมรียาย AmarinTV จำนวน 9 โพสต์ ได้รับ 61,713 engagement, ThaiPBS 2 โพสต์ 1,763 engagement แสดงให้เห็นว่า AmarinTV เน้นการโพสต์ข่าวที่กำลังเป็นกระแส และคนกำลังให้ความสนใจอยู่ ณ ขณะนั้น

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

No. of post



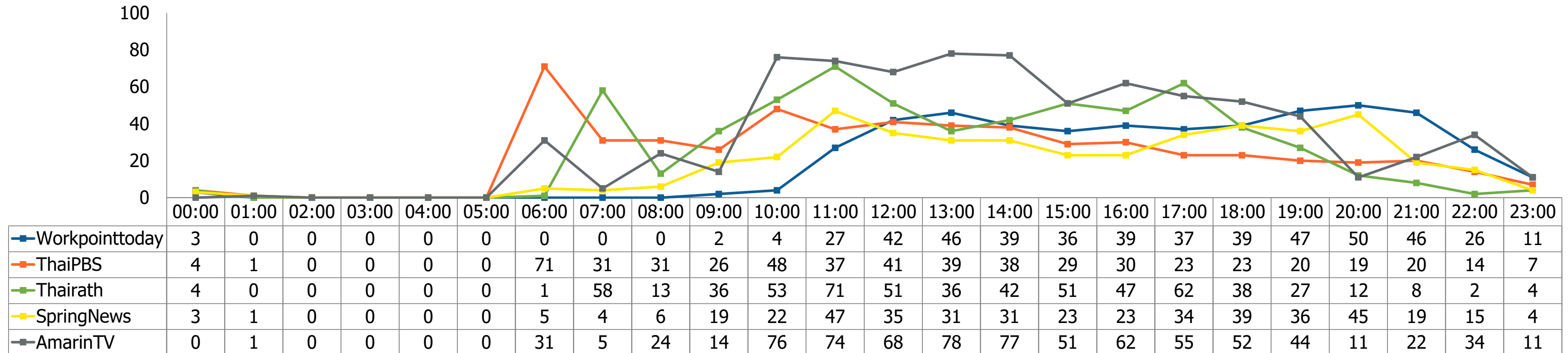
KEY FINDING

- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูงในช่วงวันอาทิตย์ ยกเว้น ThaiPBS ที่มีการทวีตสูงช่วงวันพฤหัสบดี และ AmarinTV ในช่วงวันเสาร์
- โดยในด้านจำนวนการโพสต์ของแต่ละสื่อ ไม่ได้มีการเน้นโพสต์วันใดวันหนึ่งเป็นหลัก จะเปลี่ยนไปทุก ๆ เดือน
- ThaiPBS** : มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันพฤหัสบดี จำนวน 90 โพสต์ ซึ่งในเดือนนี้ ThaiPBS จะมีค่าเฉลี่ยในการโพสต์ต่อวัน อยู่ที่ 79 โพสต์ และโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ รยยนต์หุ่ยอรมันทุก ๆ 10 คัน ขายในประเทศจีน 3 คัน (6,157 engagement)
- Thairath** : มีการโพสต์สูงสุดในวันอาทิตย์ จำนวน 118 โพสต์ ซึ่งในเดือนนี้ Thairath จะมีค่าเฉลี่ยในการโพสต์ต่อวัน อยู่ที่ 88 โพสต์ และโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ก้อย อรัชพร แซ่จจดหมายสมาคมออกชิมฯ ถึงประธานสภาฯ ให้ดักเตือน เอ๋ ปารีณา (42,050 engagement)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Hour of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

No. of post



KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีจำนวนการโพสต์สูงสุดช่วง 06.00 น. เช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา โดยเดือนนี้มีจำนวน 71 โพสต์ ลดลงจากเดือนที่ผ่านมา 3 โพสต์ ซึ่งหลัก ๆ แล้วมาจากโพสต์สวัสดิ์วันต่าง ๆ จำนวน 31 โพสต์ ได้รับ 12,685 engagement
- **Thairath** : ในเดือน ม.ค. จำนวนการโพสต์สูงสุดในช่วงเวลา 11.00 น. จำนวน 71 โพสต์ โดยมาจากโพสต์ที่เกี่ยวกับการรายงานสถานการณ์โควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 36 โพสต์ ได้รับ 213,437 engagement

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) **สูงสุด** ของ ThaiPBS



Total Engagement : 6,157



สำนักข่าวซินหัว รายงานอ้างข้อมูลของศูนย์วิจัยรถยนต์แห่งเยอรมนี (German Center for Automotive Research) ที่เรียกว่า CAR ระบุว่า บริษัทผู้ผลิตรถยนต์เยอรมันชั้นนำทั้ง 3 บริษัท คือ เมอร์เซเดส-เบนซ์ บีเอ็มดับเบิลยู และโฟล์คสวาเกน มียอดขายหลักอยู่ที่ตลาดจีนถึง 38 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายทั่วโลก หรือประมาณว่ายอดขายรถยนต์หรูทั้งสามค่ายนี้ทุก ๆ 10 คัน เป็นยอดขายในประเทศจีน 3 คัน

วันที่โพสต์ : 23 ม.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) **สูงสุด** ของ Thairath



Total Engagement : 42,050



ก้อย อรัชพร แชร่จทดหมายสมาคมออกทิมฯ ถึงประธานสภาฯ ให้ตักเตือน เอ ปารีณา กลายเป็นดรามาร้อนฉ่า ล่าสุด ก้อย อรัชพร ได้แชร์ภาพสมาคมผู้ปกครองบุคคลออทิม (ไทย) ส่งจดหมายถึง นายชวน หลีกภัย ประธานสภาผู้แทนราษฎร เรื่องขอให้ตักเตือนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ใช้คำพูดล่วงละเมิดสภาพบุคคล

วันที่โพสต์ : 8 ม.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ AmarinTV



Total Engagement : 16,182



จากข่าวลือสนั่น “มารี เบิร์นเนอร์” หัวใจเป็นสีชมพู เพราะมีหนุ่มคนใหม่มาดูแลแล้ว
แม้ก่อนหน้านี้จะมีข่าวหนุ่มร้านทองมาจีบสายเปย์หนัก แต่คนที่คว้าหัวใจมารีไปได้
คือหนุ่ม “พิชญ์ กาไชย”

วันที่โพสต์ : 12 ม.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) **สูงสุด** ของ SpringNews



Total Engagement : 7,544



นาทีนี้มีแต่คนอยากรู้จักเธอคนนี้ จากแม่ค้าออนไลน์ฝึปากแซบ....สู้นางฟ้าวันเด็กบนดอย #พมรีพาย

วันที่โพสต์ : 9 ม.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) **สูงสุด** ของ Workpointtoday



Total Engagement : 6,045

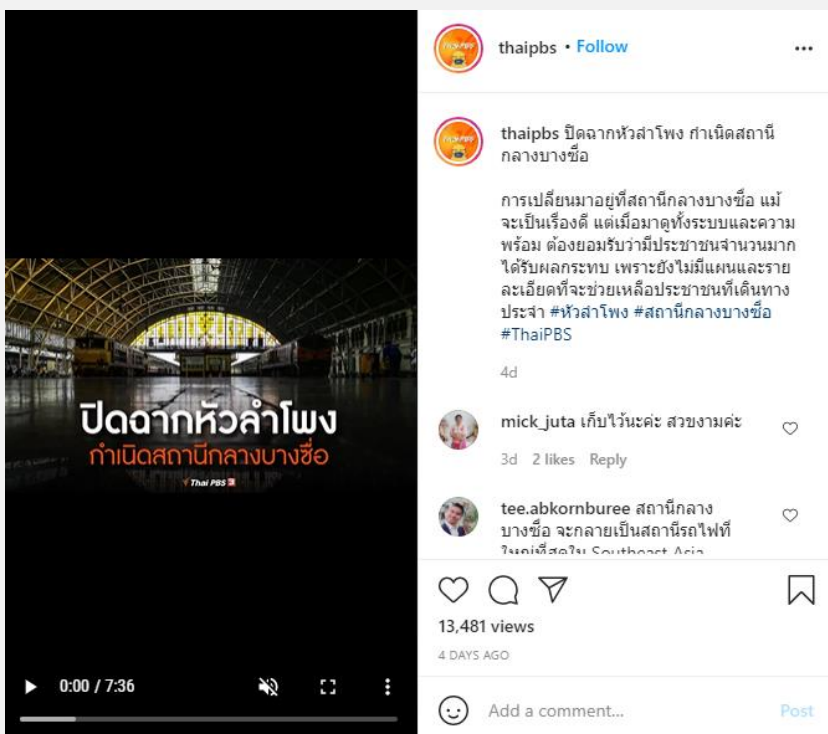


“สุดารัตน์” ย้อน “วิษณุ” งบ 300 ล้าน ตรวจโควิดฟรีให้ประชาชน 3 แสนคน ดีกว่าเอาไปใช้สร้างหนึ่ง เหน็บรัฐบาลทำงานให้คุ้มภาษีก็พอ

วันที่โพสต์ : 16 ม.ค. 64

IGTV โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมสูงสุด

1



Engagement

623

Reaction

616

Comment

7

2



Engagement

239

Reaction

238

Comment

1

3

Engagement

-

Reaction

-

Comment

-

* ในเดือน ม.ค. ThaiPBS มีการโพสต์ IGTV ทั้งหมด 5 โพสต์ แต่เนื่องจากมีการลบโพสต์ออกไป จึงไม่สามารถ Screenshot ได้

IGTV โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมน้อยสุด

1	
Engagement	-
Reaction	-
Comment	-

2	
Engagement	-
Reaction	-
Comment	-

3	
Engagement	-
Reaction	-
Comment	-

* ในเดือน ม.ค. ThaiPBS มีการโพสต์ IGTV ทั้งหมด 5 โพสต์ แต่เนื่องจากมีการลบโพสต์ออกไป จึงไม่สามารถ Screenshot ได้

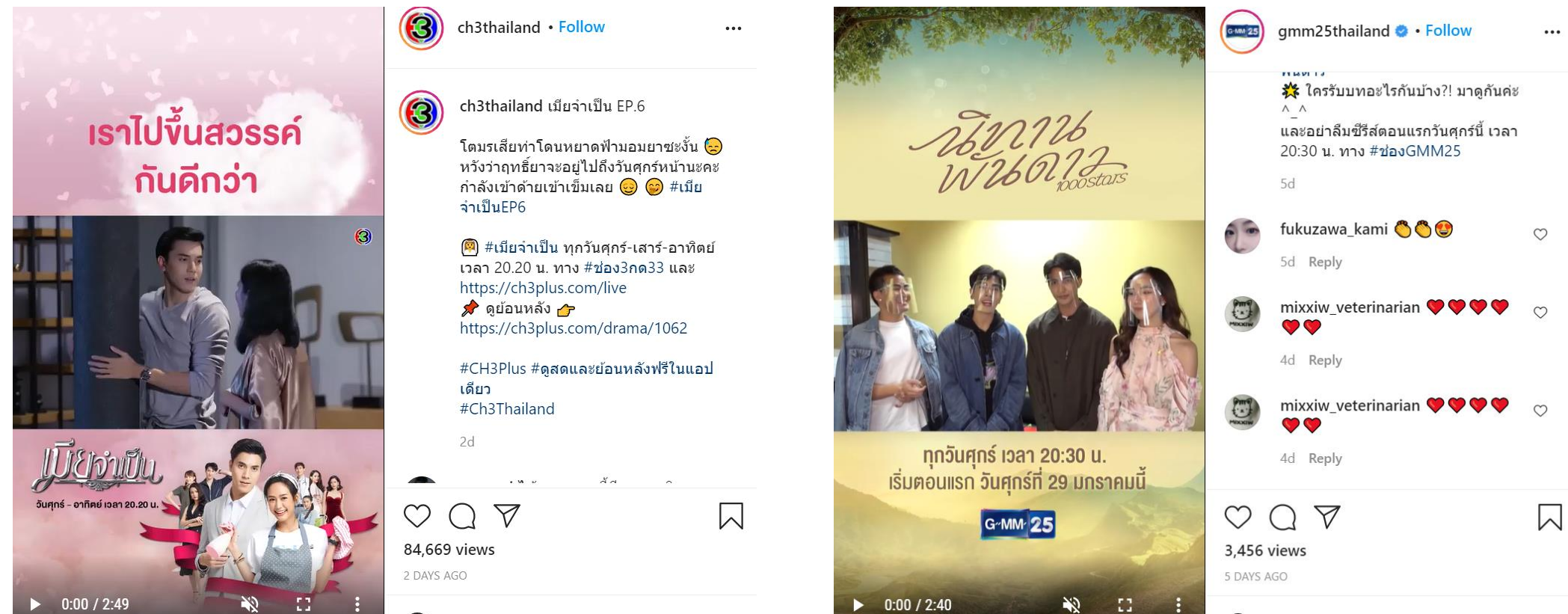
ข้อเสนอแนะ

- เพิ่มการโปรโมทละครในช่องทาง **Instagram** ด้วยรูปแบบ **Video / IGTV**

ตัวอย่างจากช่องทาง Twitter ของ ThaiPBS



ตัวอย่างจากช่องทาง Instagram ของสื่ออื่น ๆ



เนื่องจาก ThaiPBS กำลังมีละครที่กำลังออนแอร์อยู่ในขณะนี้ รวมไปถึงละครที่กำลังจะออนแอร์ ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ เช่น บริษัทบำบัดหนี้ ทาง ThaiPBS ควรมีการลงโปรโมทละคร เป็น Trailer หรือ Cut Scene จากละครเรื่องนั้น ๆ มาลงในช่องทาง Instagram / IGTV เพิ่มเติม จากเดิมที่มีการโปรโมทในช่องทาง Twitter เพียงอย่างเดียว ซึ่งจากข้อมูล Media View พบว่า การโปรโมทละครในรูปแบบ Video ผู้บริโภคก็ให้ความสนใจอยู่ไม่น้อย นอกจากนี้ยังสามารถสร้าง Awareness และ Engagement เพิ่มขึ้นได้อีก