

Thai PBS New Media Statistics



สถิติบริการสื่อใหม่ไทยพีบีเอส

1-28 กุมภาพันธ์ 2564

Methodology

Channel

Facebook



@ThaiPBSFan

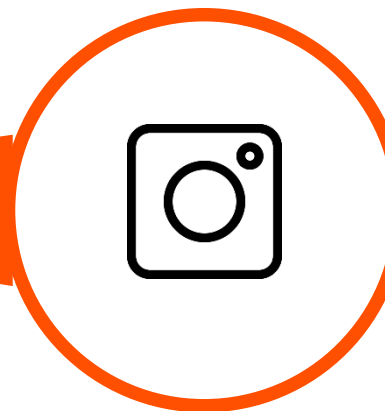
@Thairath

@PPTVHD36

@NationChannelTV

@SpringNewsOnline

Instagram



@ThaiPBS

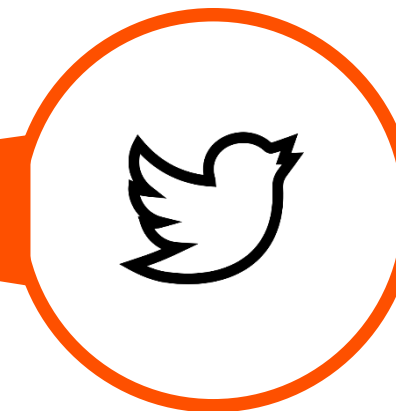
@Thairath

@Amarintvhd

@Workpointtoday

@Springnewstv

Twitter



@ThaiPBS

@Thairath_News

@NationTV22

@VoiceTVOfficial

@SpringNews_TV

Agenda

01

OVERALL PUBLISHERS

02

TOP POST ENGAGEMENT

03

TOP 5 POSTS Thai PBS

04

TOP 5 Facebook LIVE

05

TOP 5 Video (Short-Form)



OVERALL PUBLISHERS

ภาพรวมของสื่อ Thai PBS กับคู่แข่งในช่องทาง Facebook

01

Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตามใน Facebook Page

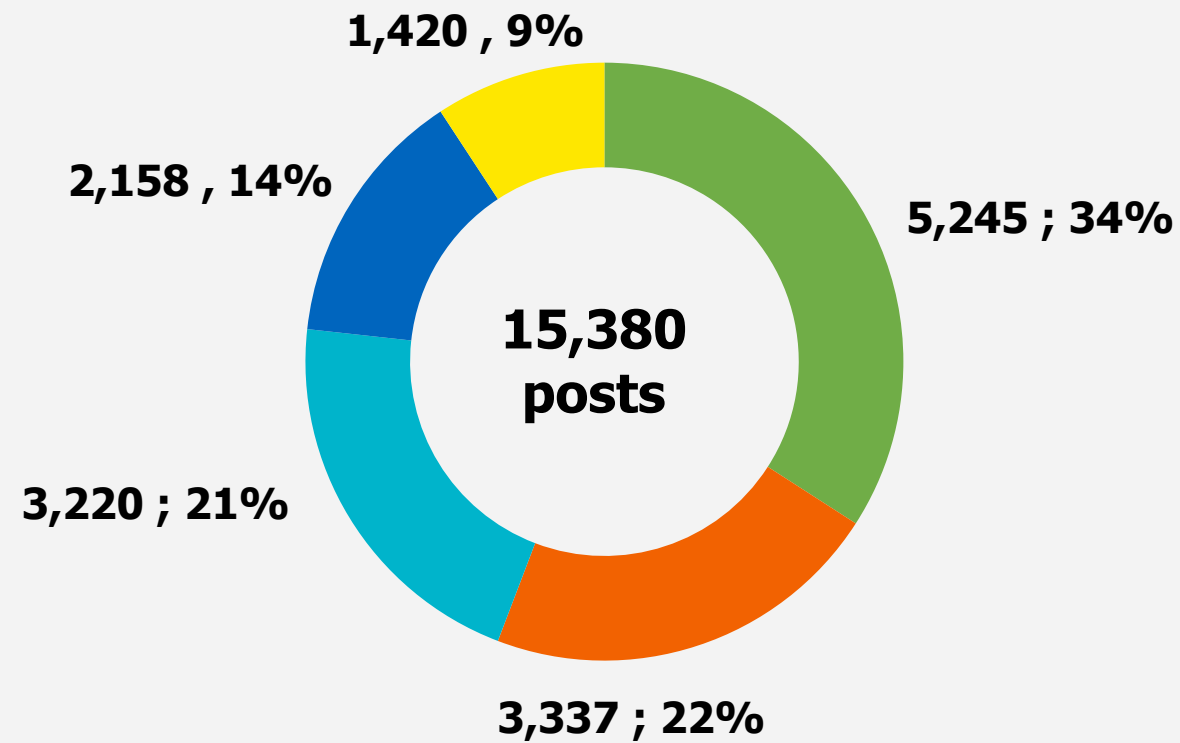
สถิติแฟนเพจของ ThaiPBSFan ณ 28 ก.พ. 64 : **5,135,028 likes (+9,884)**

NO.	USERNAME			Feb 21	Jan 21	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)	NO.	USERNAME			Feb 21	Jan 21	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Workpoint	เวิร์คพอยต์	14,181,325	14,128,818	+0.37	11		CH3Thailand	แฟนเพจช่อง 3	4,602,782	4,509,342	+2.07
2		Khaosod	ข่าวสด	14,126,466	14,045,829	+0.57	12		Ch7HD News	ข่าวช่อง 7	4,561,773	4,533,370	+0.63
3		Ch7HD	ช่อง 7	12,249,471	12,205,609	+0.36	13		Thairathtv	ไทยรัฐทีวี	4,394,114	4,377,673	+0.38
4		Thairath	ไทยรัฐ นิวส์	11,994,308	11,956,141	+0.32	14		Thaich8	ช่อง 8	3,858,552	3,818,590	+1.05
5		one31Thailand	One 31	8,821,757	8,720,911	+1.16	15		Posttoday	โพสต์ทูเดย์	3,449,760	3,450,045	-0.01
6		ejan2016	อีจัน	8,758,169	8,747,932	+0.12	16		WorkpointTODAY	เวิร์คพอยต์ทูเดย์	3,109,529	3,097,580	+0.39
7		GMM25Thailand	จีเอ็มเอ็ม 25	7,147,790	7,127,745	+0.28	17		GMMTV	จีเอ็มเอ็มทีวี	3,039,931	2,998,820	+1.37
8		Sanook News	Sanook	5,846,022	5,847,547	-0.03	18		PPTVHD36	พีพีทีวี	3,032,320	3,006,128	+0.87
9		ThaiPBSFan	ไทยพีบีเอส	5,135,028	5,125,144	+0.19	19		NationChannelTV	เนชั่นทีวี	2,883,125	2,885,883	-0.10
10		Mono29TV	โมโน29	4,606,726	4,603,723	+0.07	20		BBC Thai	บีบีซีไทย	2,718,534	2,706,502	+0.44

 มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS  มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS

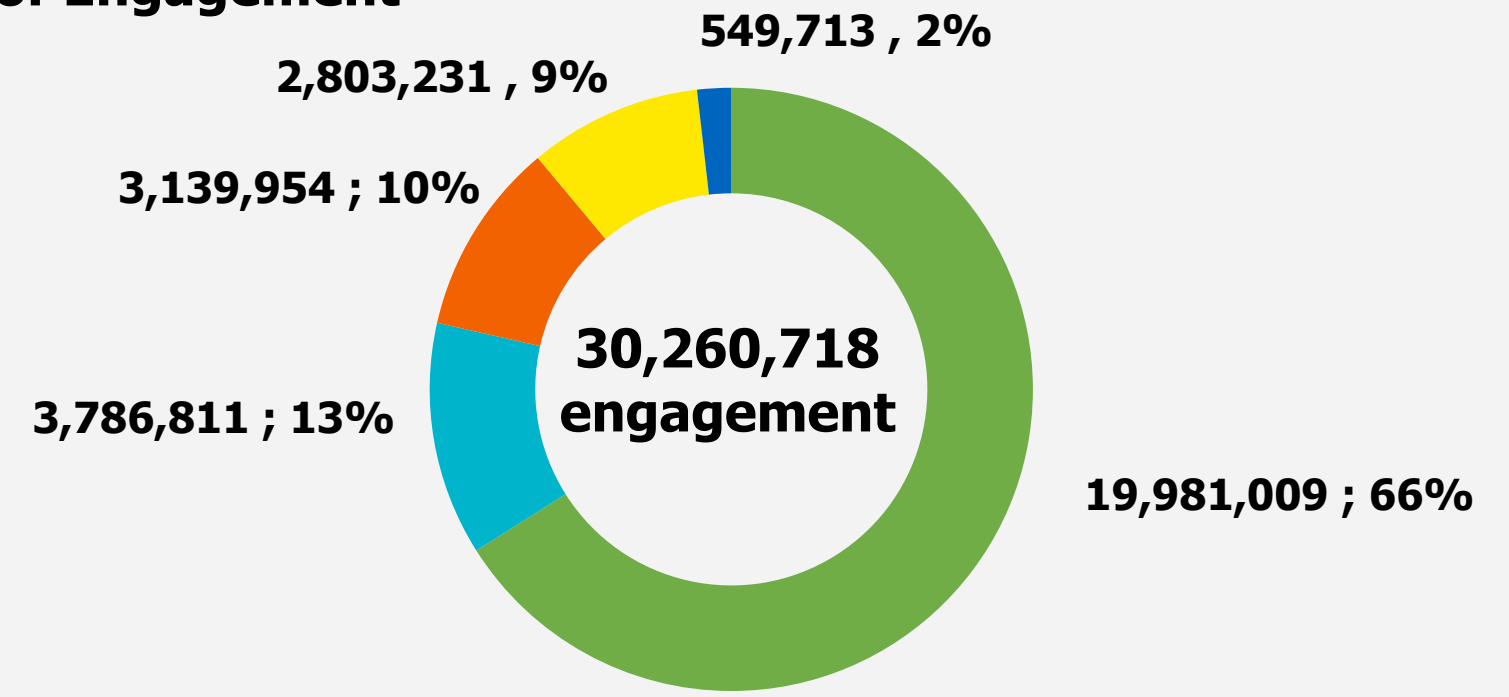
ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

No. of Post



■ Thairath ■ Thai PBS ■ PPTV ■ Nation ■ SpringNews

No. of Engagement



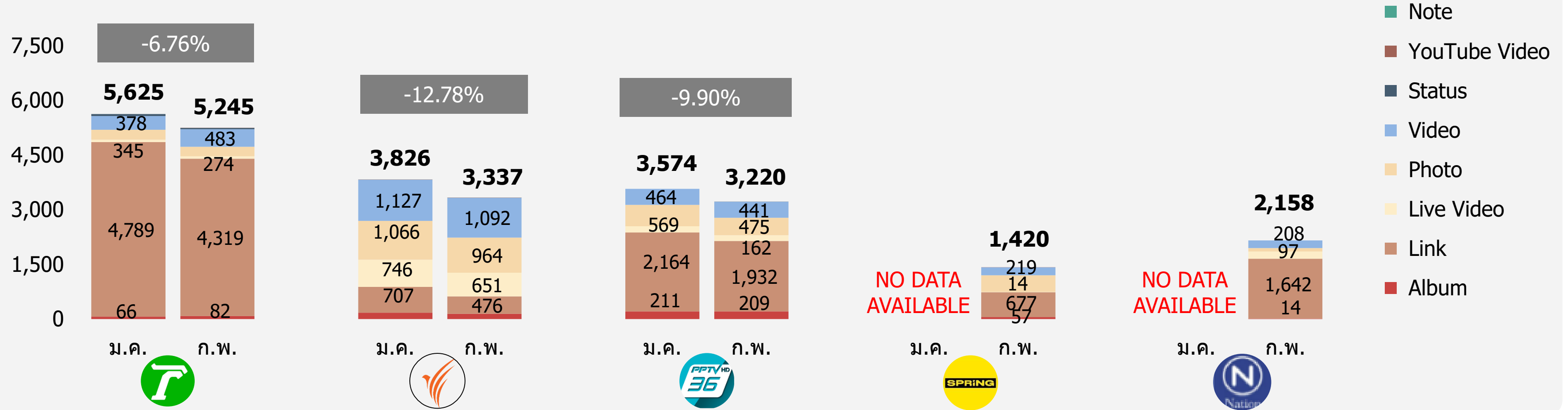
■ Thairath ■ PPTV ■ Thai PBS ■ SpringNews ■ Nation

KEY FINDING

- จากกราฟจะเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพในการโพสต์ของแต่ละแบรนด์ไม่สอดคล้องกับจำนวนโพสต์ ยกเว้น Thairath ที่มีจำนวนโพสต์มากที่สุด และประสิทธิภาพในการโพสต์สูงสุด เช่นเดียวกัน โดยประสิทธิภาพของ Content ประเภท Video ทำให้ Thairath ได้รับความสนใจมากกว่าสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะในส่วนของ "ข่าวสังคม"
- ในเดือนนี้ นอกจากข่าวสังคมทั่วไปที่ได้รับความสนใจสูงในทุกสื่อ "ข่าวการเมือง" ยังเป็นประเด็นที่ผู้รับชมให้ความสนใจ โดย Thairath, Thai PBS, PPTV, SpringNews และ Nation ได้มีการโพสต์ข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์การชุมนุม 147, 176, 118, 60 และ 44 โพสต์ตามลำดับ
- สาเหตุหลักที่ทำให้ Nation ได้รับความนิยมน้อยกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ถึงแม้จะมีจำนวนการโพสต์มากกว่า SpringNews เนื่องจาก Nation มีการโพสต์ Content ประเภท Video และ Photo เพียงแค่ 9.68% และ 4.54% ตามลำดับ

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

No. of post



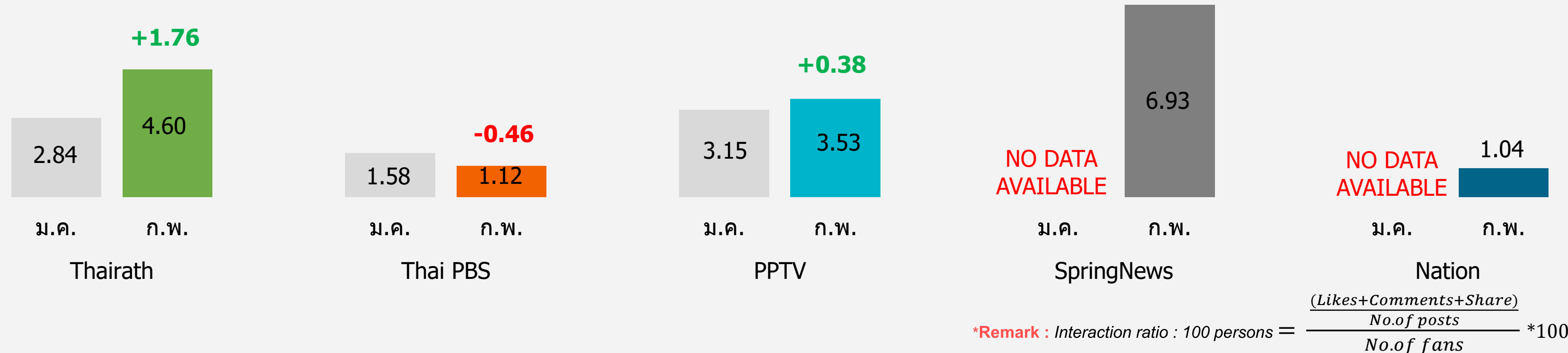
KEY FINDING

- จากข้อมูล ทุกสื่อมีจำนวนการโพสต์ลดลงจากเดือน ม.ค. โดย Thai PBS มีจำนวนการโพสต์ลดลงสูงที่สุดถึง 12.78% มาจากสัดส่วนการโพสต์ที่ลดลงของ Content ทุกประเภท โดยเฉพาะ Content ประเภท Link ที่มีจำนวนการโพสต์ลดลงถึง 231 โพสต์
- ในขณะที่ Thairath และ PPTV ยังคงเน้นการโพสต์ประเภท Link อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้หัวข้อโพสต์มีความกระชับ ระบุประเด็นสำคัญ และลงรายละเอียดใน Link สำหรับผู้ที่ต้องการอ่านเนื้อหาเพิ่มเติม
- Thai PBS เน้นการโพสต์ประเภท Video, Photo และ Live Video มากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งได้รับ 2,906,280 engagement หรือคิดเป็น 92.56% ของ Engagement ทั้งหมด โดยส่วนใหญ่มาจากรายการ "วันใหม่ไทยพีบีเอส", "สี่สัปดาห์โลก" และ "ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร"

Remark : เนื่องจากเดือน ม.ค. 2564 ยังไม่มี Data ของ SpringNews และ Nation จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Interaction ratio



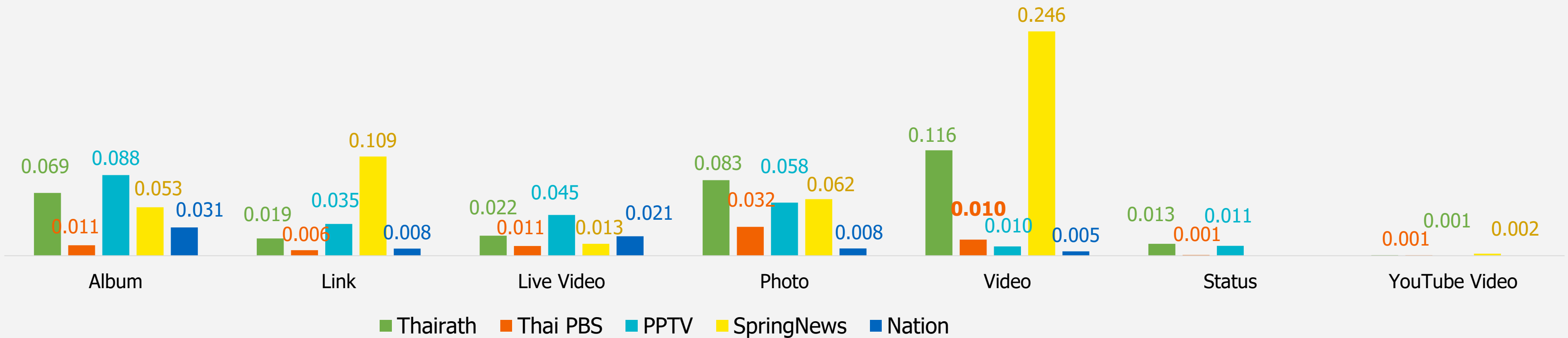
KEY FINDING

- ภาพรวมในเดือน ก.พ. Thairath และ PPTV มีประสิทธิภาพในการโพสต์ และจำนวนผู้ติดตามสูงขึ้น ยกเว้น Thai PBS ที่ถึงแม้มีผู้ติดตามสูงขึ้น แต่ได้รับประสิทธิภาพในการโพสต์ลดลง สาเหตุมาจาก Shared Video (Avg. 108 engagement : post) จากเพจอื่น โดยเฉพาะเพจ "ALTV ช่อง 4 ทวีเรียนสนุก" ได้รับ Engagement ต่ำ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการโพสต์โดยรวมต่ำไปด้วย
- Thairath มีการโพสต์ Content ประเภท Video เพิ่มขึ้น 105 โพสต์ ซึ่งเป็นประเด็น ข่าวสังคมทั่วไป ที่คนชอบติดตาม จึงทำให้ได้รับประสิทธิภาพการโพสต์สูงขึ้นกว่าสื่ออื่น
- PPTV จากที่เคยได้รับประสิทธิภาพในการโพสต์สูงกว่าสื่ออื่น ๆ ในเดือน ม.ค. แต่ในเดือน ก.พ. กลับมีการเติบโตที่ต่ำกว่า Thairath เนื่องจากจำนวนการโพสต์ที่ลดลง โดยเฉพาะ Content ประเภท Link และ Photo ลดลง 232 และ 110 โพสต์ ตามลำดับ

Remark : เนื่องจากเดือน ม.ค. 2564 ยังไม่มี Data ของ SpringNews และ Nation จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Interaction ratio แยกตามประเภทของโพสต์



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

KEY FINDING

- **Thai PBS :** โพสต์ประเภท Photo ยังคงได้รับประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่อง มาจากภาพเหตุการณ์การชุมนุม และความรุนแรงที่เมียนมา 25.5% ในขณะ “Live Video” (354,642 engagement) มาจากรายการ เช่น กินอยู่คือ, วันใหม่ไทยพีบีเอส และทุกทิศทั่วไทย
- **Thairath :** โพสต์ประเภท Photo และ Video ได้รับประสิทธิภาพในการโพสต์มากกว่าสื่ออื่น ๆ ยกเว้น SpringNews คิดเป็น 46.42% ของ Engagement ทั้งหมด และส่วนใหญ่มาจากโพสต์ที่มีคำขึ้นต้นว่า “ชอตเด็ด”, “ฮือฮา !” หรือ “ด่วน !” ทำให้ดึงดูดความสนใจ
- **SpringNews :** มีประสิทธิภาพในการโพสต์รวมสูงที่สุดในเดือน ก.พ. โดยเฉพาะโพสต์ประเภท Video และ Link (2,251,648 engagement) ในประเด็นข่าวสังคมทั่วไป ที่ทำให้เห็นความลำบาก และการช่วยเหลือกันของคนในสังคม

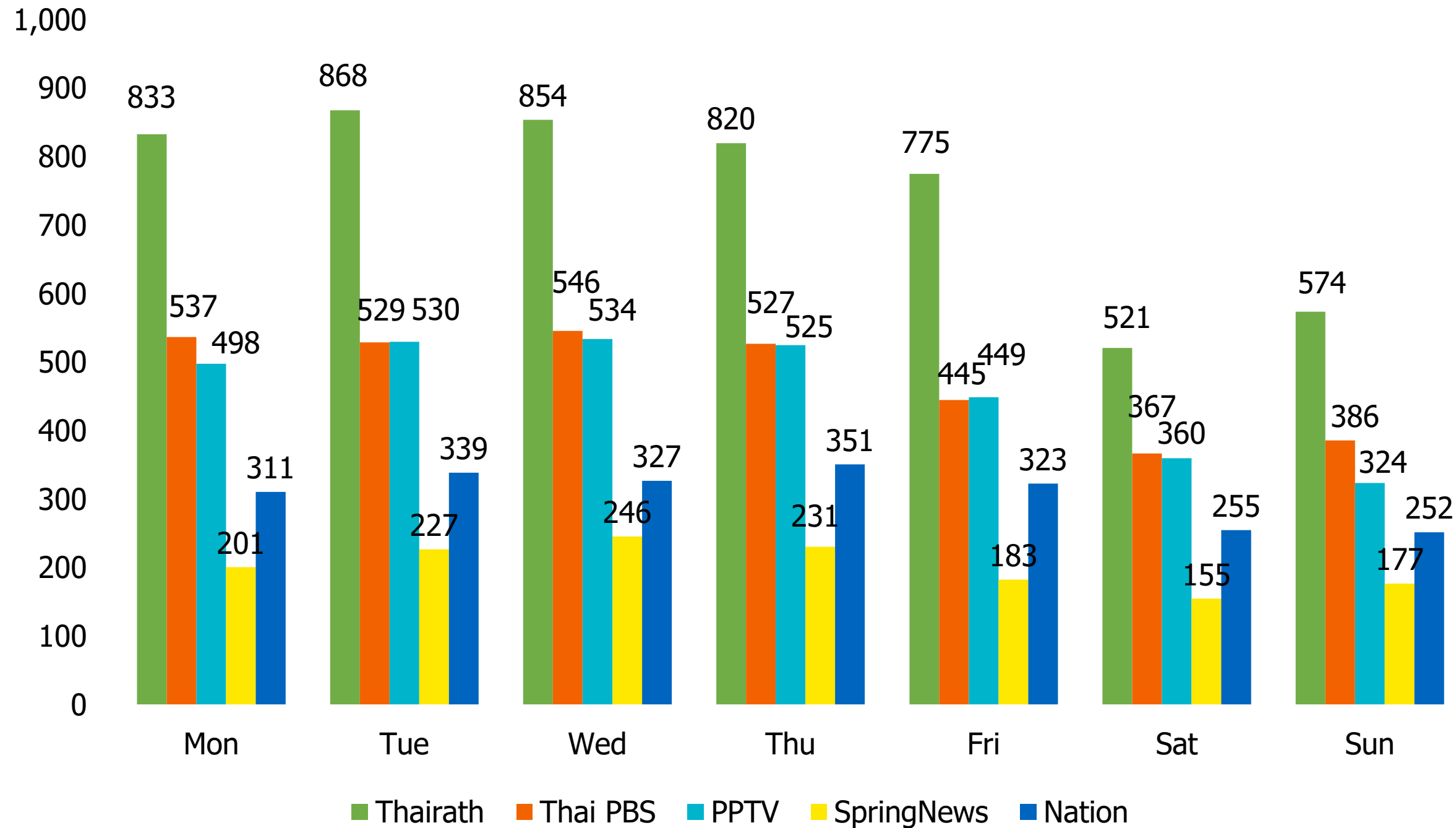
ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

KEY FINDING

- ทุกสื่อโพสต์มากสุดในวันอังคาร และวันพุธ รวม 2,493 และ 2,507 โพสต์ ตามลำดับ
- **Thai PBS** : โพสต์สูงที่สุดในวันพุธ ส่วนใหญ่เป็นการแชร์ โพสต์ข่าวการเมือง และข่าวต่างประเทศ จากรายการ เรื่องราวรอบโลก และรวมภาพรอบโลก
- **Thairath** : โพสต์สูงที่สุดในวันอังคาร เป็นการแชร์ Link ถึง 718 โพสต์ หรือนับเป็น 82.71% แต่ Content ประเภท Video และ Photo กลับได้รับประสิทธิภาพ สูงกว่าในส่วน of ข่าวการเมือง
- **Nation** : โพสต์สูงที่สุดในวันพฤหัสบดี แต่ได้รับ ประสิทธิภาพสูงที่สุดในวันอังคาร จาก Content ประเภท Link ในประเด็นทางการเมือง เช่นกัน
- ในขณะที่ทุกสื่อมีแนวโน้มการโพสต์ลดลงในวันหยุด แต่ Thairath และ SpringNews กลับได้รับ Engagement สูง จากการโพสต์ข่าวบันเทิง

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

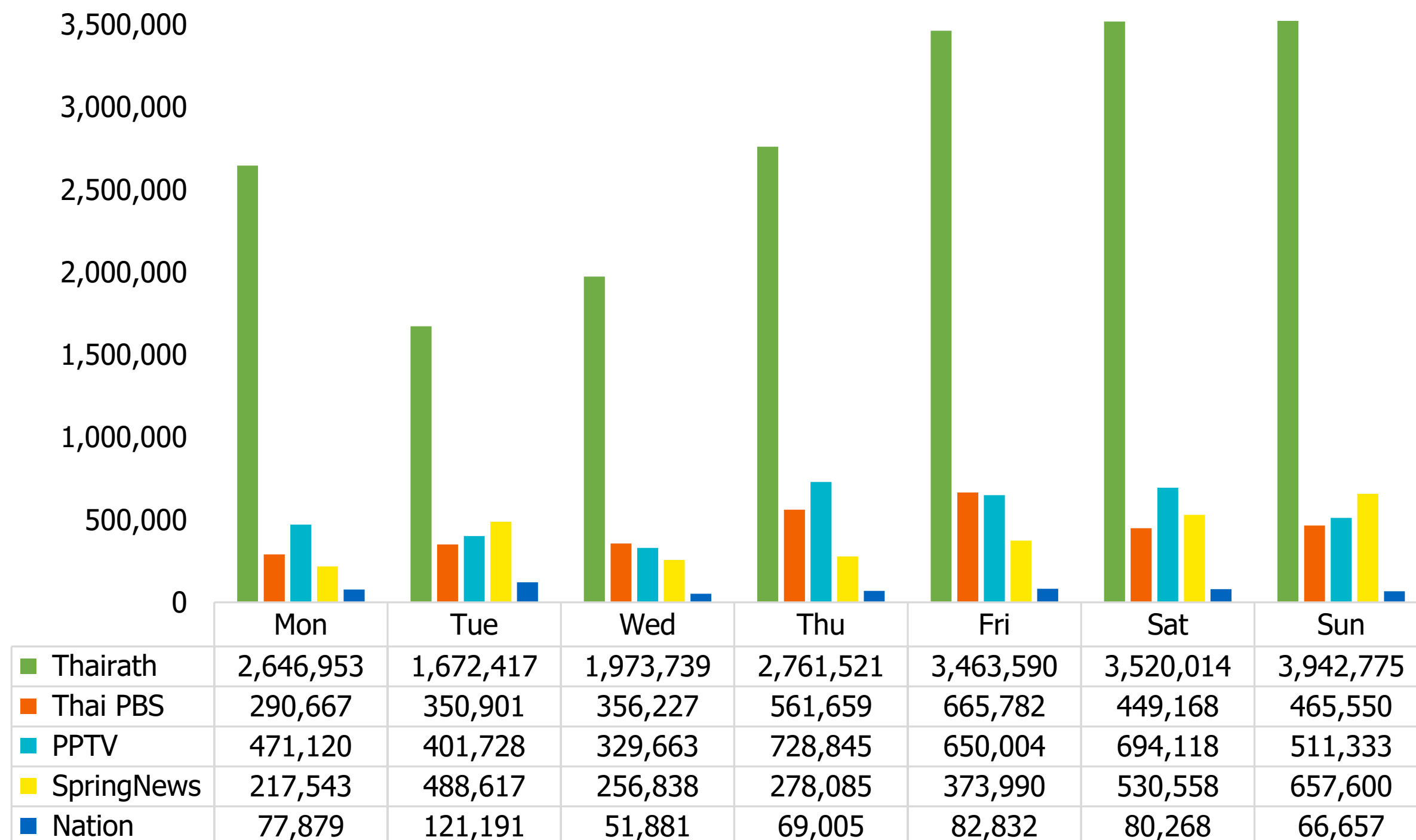
No. of post



ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Day of Engagement การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามทั้ง 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

Engagement



KEY FINDING

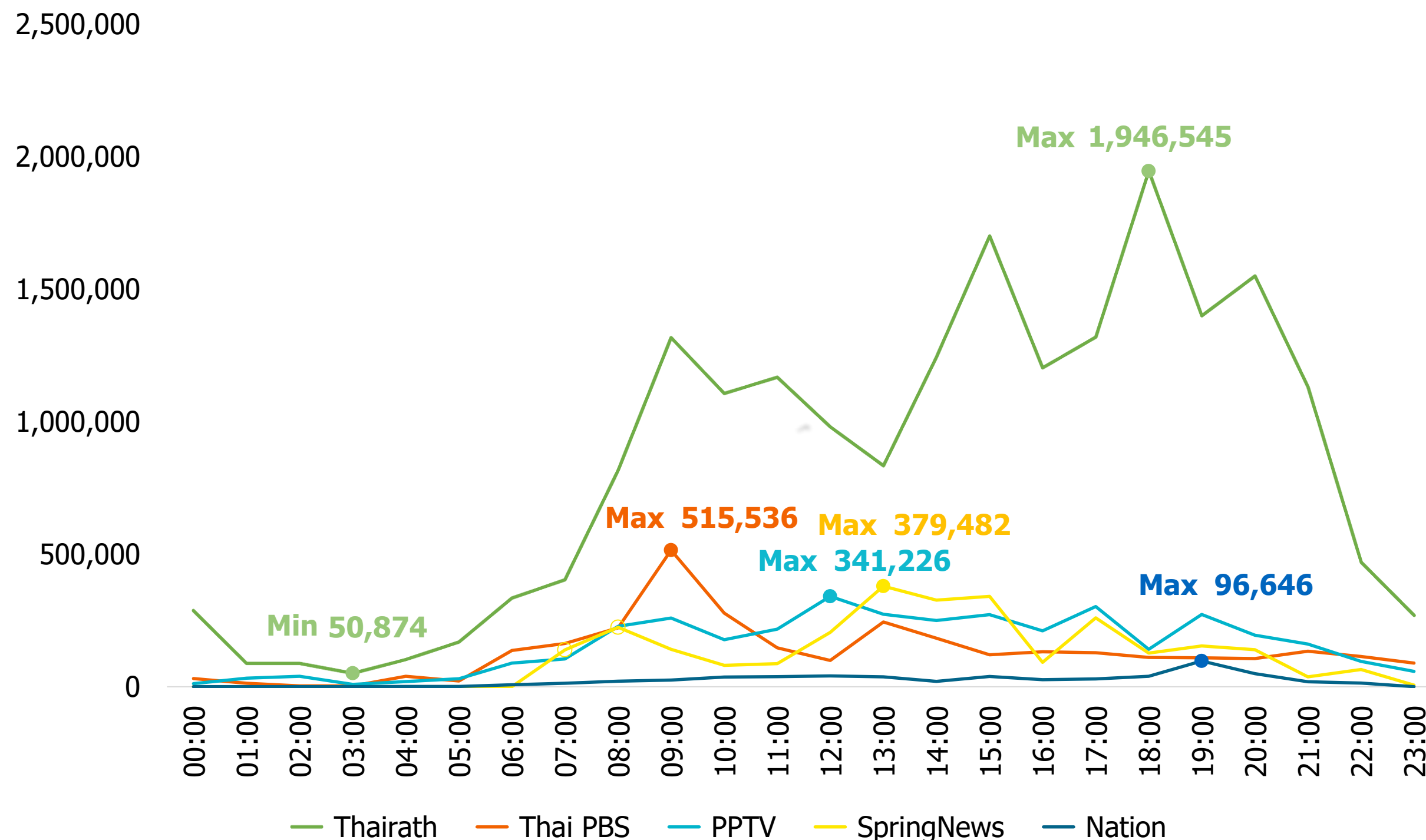
- Thai PBS :** ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันศุกร์ แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันพุธ นอกจากการแชร์โพสต์ข่าวทั่วไป ยังมีการแชร์โพสต์รายการอีก 75.5% (223,265 engagement)
- Thairath :** ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันอาทิตย์ แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันอังคาร ประสิทธิภาพส่วนใหญ่มาจากข่าวสังคมทั่วไป และข่าวบันเทิง ประเภท Link 84.5% (1,120,258 engagement)
- PPTV :** ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันพฤหัสบดี แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันพุธ ประสิทธิภาพส่วนใหญ่มาจาก "ข่าวบันเทิง" มากกว่า "ข่าวการเมือง" เช่น โดม ปกรณ์ ลัม เปลี่ยนลุค และประเด็นความรักของ อาไท กลมกิ๊ก และเมย์ พิชญ์นาฏ
- SpringNews :** ได้รับประสิทธิภาพสูงสุดในวันอาทิตย์ แต่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันพุธ ประสิทธิภาพส่วนใหญ่มาจาก Video และ Photo 47.45% ในประเด็นข่าวบันเทิง เช่นกัน

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

KEY FINDING

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 แบนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

Engagement

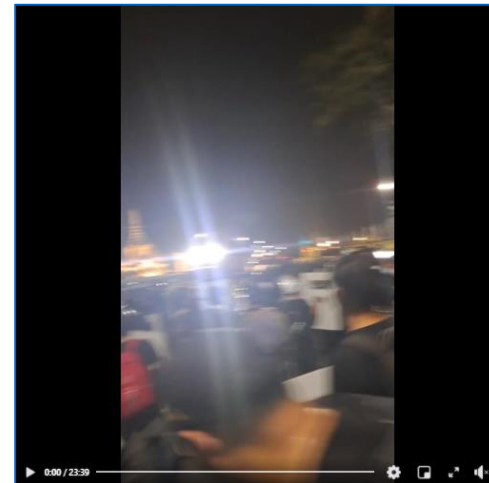


- **Thai PBS** : ช่วงเวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ช่วงเวลา 09.00 น. ในขณะที่มีจำนวนโพสต์สูงสุดใน ช่วงเวลา 17.00 น โดย 45.35% ของ Engagement ทั้งหมดมาจากข่าว “เด็กหญิงชั้น ป.4 ปั่นจักรยานสามล้อ ขาดหักหาเงินช่วยเหลือครอบครัว” ในรูปแบบ Video
- **Thairath** : มีการโพสต์มากที่สุดในช่วงเวลา 18.00 น. ซึ่งตรงกับเวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมสูงสุด เป็น Content ประเภท Video 1,117,365 engagement โดยส่วนใหญ่ เป็นประเด็นทางการเมือง
- **SpringNews** : มีการโพสต์มากที่สุดในช่วงเวลา 11.00 น. ในขณะที่มีจำนวนโพสต์สูงสุดในช่วงเวลา 13.00 น. ส่วนใหญ่เป็นข่าวการช่วยเหลือกันของคนในสังคม ได้แก่ โครงการเราชนะ ประเภท Video 283,639 engagement
- จากข้อมูล สื่อส่วนใหญ่จะได้รับ Engagement สูงช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. และ 18.00 -19.00 น. โดยส่วนมาก เป็น Content ประเภท Video ที่ได้รับความสนใจ

วันที่ผู้ติดตามมีปฏิสัมพันธ์สูงสุดของเดือน และโพสต์ที่ดีที่สุดในวันนั้น (แยกรายแบรนด์)



1,269,027
engagement
(4 Feb)



88,533
engagement
(13 Feb)



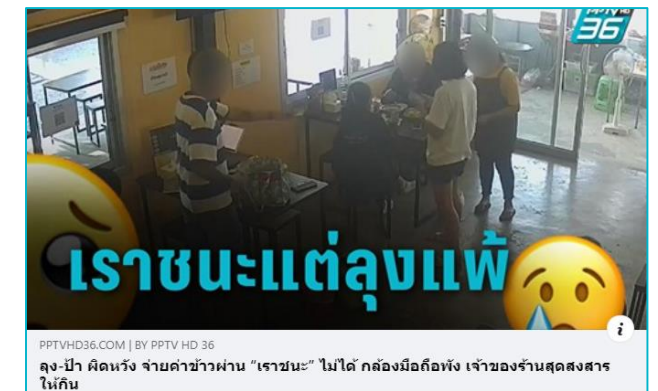
344,124
engagement
(16 Feb)



1,462,751
engagement
(16 Feb)

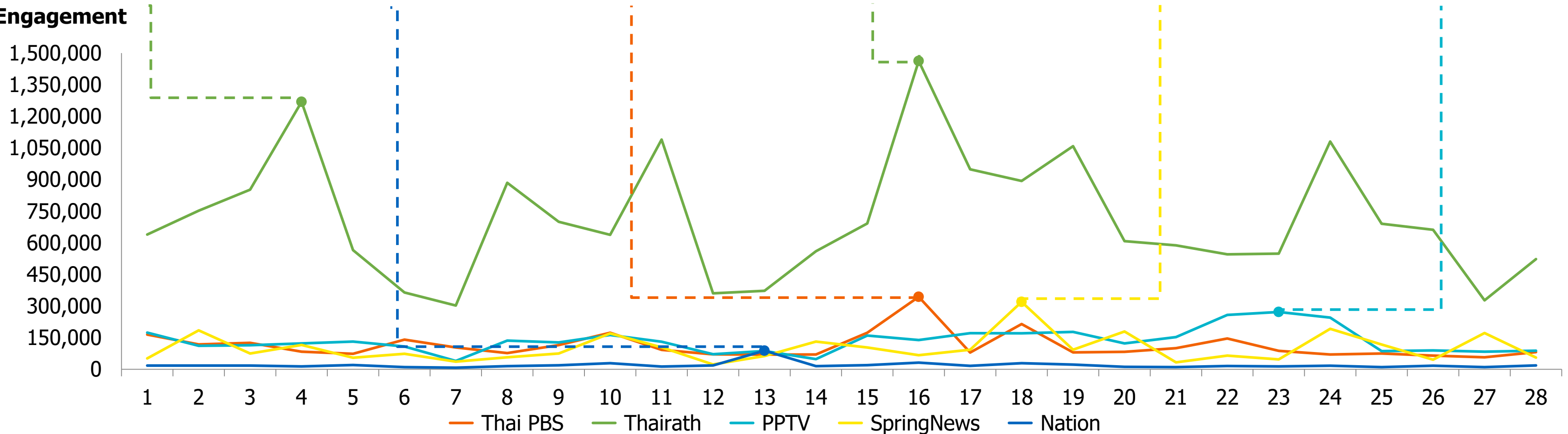


319,612
engagement
(18 Feb)



271,724
engagement
(23 Feb)

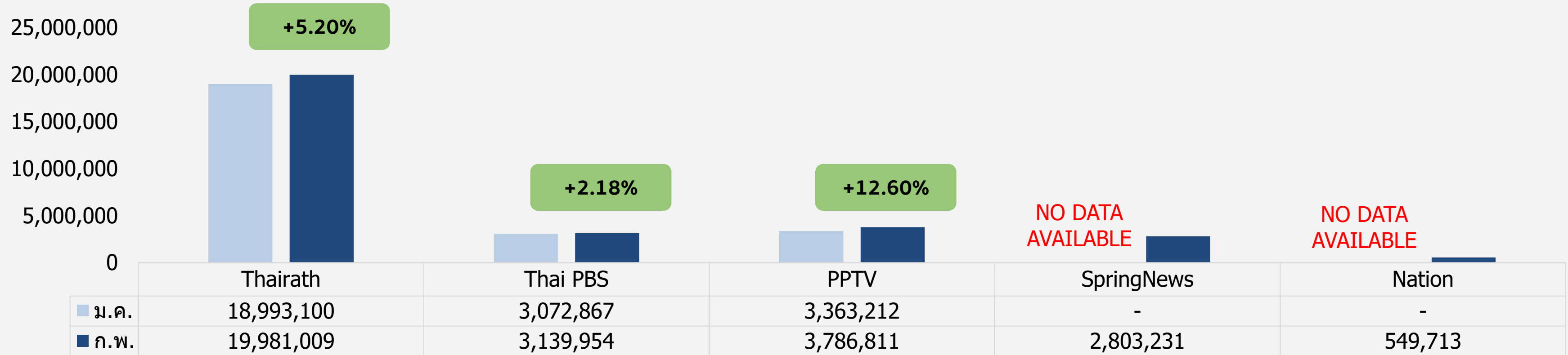
Engagement



Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้น ๆ

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Engagement



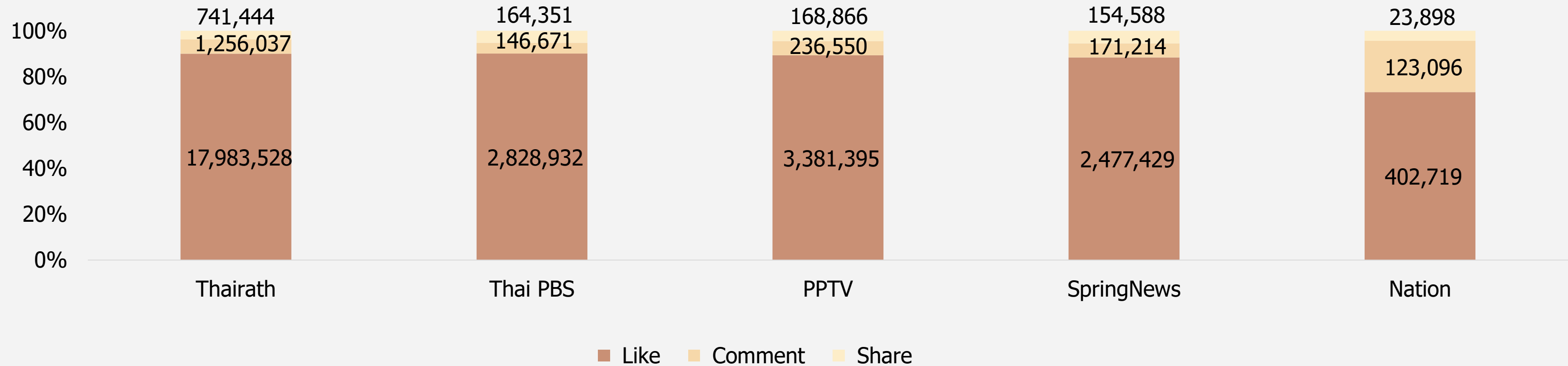
KEY FINDING

- ทุกสื่อมีประสิทธิภาพในการโพสต์สูงขึ้น แตกต่างจากเดือนที่แล้ว โดย PPTV มีการเติบโตสูงที่สุดถึง 12.60%
- เนื่องจาก Content ประเภท Video ได้รับประสิทธิภาพค่อนข้างสูงกว่าโพสต์ประเภทอื่น PPTV ลดการโพสต์ Content ประเภทอื่น ๆ ลง โดยเฉพาะ Link และเน้นการโพสต์ Video จำนวน 441 โพสต์ เท่ากับเดือน ม.ค. ทำให้ประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี
- Thairath และ Thai PBS ลดการโพสต์ Link จำนวน 470 และ 231 โพสต์ ตามลำดับ เช่นกัน และ Thairath เพิ่มการโพสต์ Video จำนวน 105 โพสต์ (6,685,927 engagement)

Remark : เนื่องจากเดือน ม.ค. 2564 ยังไม่มี Data ของ SpringNews และ Nation จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

การกระจายตัวของประเภทการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม



🔑 KEY FINDING

- **Thai PBS** : มีการกระจายตัวของ Engagement มาจากการ Like สูงสุด โดยเป็นโพสต์ข่าวสังคมทั่วไป, ข่าวการเมือง และข่าวต่างประเทศ ประเภท Photo (1,419,238 likes) แต่ได้รับสัดส่วน Comment ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ
- **PPTV** : ได้รับสัดส่วนการกระจายตัวของ Engagement มาจากการ Like สูงกว่าสื่ออื่น ๆ และเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath จากข่าวบันเทิง ประเภท Link (1,912,273 likes) โดยมาจากประเด็นการคบหาใจ และการเลิกลาของนักแสดงท่านต่าง ๆ
- **Nation** : มีการกระจายตัวของ Comment ในสัดส่วนที่มากกว่าสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะ Live Video การชุมนุม (57,855 comments) และข่าวการเมือง เช่น อภิปรายไม่ไว้วางใจ ประเด็น “ตัวข้าง” เป็นต้น



TOP POST ENGAGEMENT

โพสต์ที่มีส่วนร่วมสูงสุดเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

02

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ ThaiPBS

1



เด็กหญิงชั้น ป.4 ปั่นรถจักรยานสามล้อ
ขายผักหาเงินช่วยเหลือครอบครัว
จ.นครราชสีมา

Posted on 16 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	233,791
Reaction	215,596
Comment	4,204
Share	13,991

2



"ที่หลังแม่อย่าป้อนหนูนะ" อีกมุมหนึ่ง
คุณแม่-ลูกสูงอายุ ออกอาการเขิน

Posted on 18 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	121,569
Reaction	113,728
Comment	3,007
Share	4,834

3



กลุ่มแต่งรถกระบะ สปิริตพัทธยา
นำรถกระบะไปชนอ้อยที่มีชาวไร่
บริจาคกว่า 5 ตัน

Posted on 15 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	119,311
Reaction	110,750
Comment	1,706
Share	6,855

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) น้อยสุดของ ThaiPBS

1



ทีมเซโฆเจอบุกอย่างหนัก ลูกยิงของเขา
จะช่วยทำประตูชัยได้หรือไม่

Posted on 6 ก.พ. 64//Post type - Video

Engagement	4
Reaction	4
Comment	0
Share	0

2



THAIPBSPODCAST.COM
Halal Life เชื่อมโยงผู้คนด้วยเรื่องราว | Thai PBS Podcast
Halal Life Magazine ก่อตั้งและพิมพ์นิตยสารไปยังคนอ่านในปี 2553 เพื่อทำหน้าที่เป็นทูตหรือส...

#Podcast รายการ #หลบมุมอ่าน จะพา
ผู้ฟังไปรู้จักคนมุสลิมผ่านการอ่านกันค่ะ

Posted on 8 ก.พ. 64//Post type - Link

Engagement	7
Reaction	7
Comment	0
Share	0

3



เรื่องราวของ "อิส" ที่ต้องการบำบัดหนี้
ให้ชาวอะพาร์ตเมนต์

Posted on 5 ก.พ. 64//Post type - Album

Engagement	7
Reaction	7
Comment	0
Share	0

โพสต์ที่ ThaiPBS แชรจากเพจอื่น และมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนสูงสุด

1



เป็นปมในใจเสมอมาว่า เราช่วย
คนรักไม่ได้เต็มที่ ถ้ามีก็เป็นผู้หญิง
พี่กรเป็นผู้ชาย

Posted on 18 ก.พ. 64 // Post type - Photo

Engagement	7,452
Reaction	6,802
Comment	348
Share	302

2

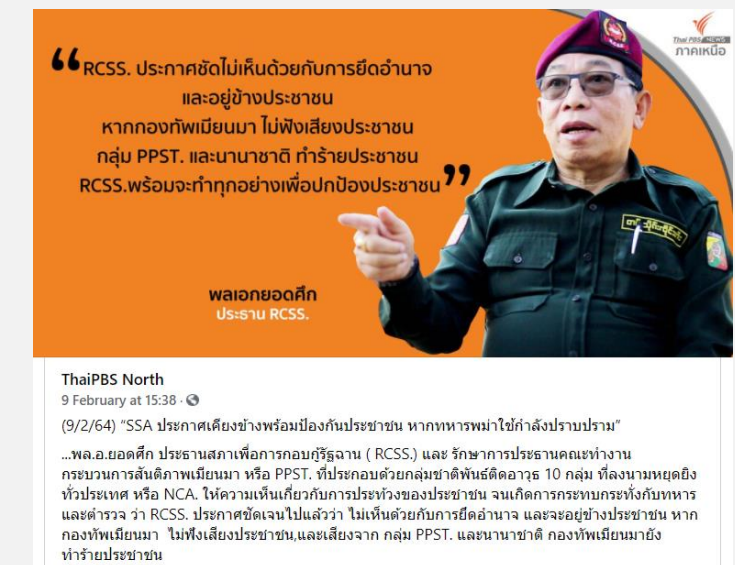


มีผู้ปกครองนักเรียน 5 โรงเรียน
เทศบาลนครแม่สอด เดินทางมารับ
เด็กนักเรียน หลังโรงเรียนแจ้ง

Posted on 1 ก.พ. 64 // Post type - Photo

Engagement	4,326
Reaction	4,057
Comment	96
Share	173

3



SSA ประกาศเคียงข้างพร้อมป้องกัน
ประชาชน หากทหารพม่า
ใช้กำลังปราบปราม

Posted on 9 ก.พ. 64 // Post type - Photo

Engagement	3,490
Reaction	3,204
Comment	145
Share	141

โพสต์ที่ ThaiPBS แชรจากเพจอื่น และมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนต่ำสุด

1



[Live] 18.15-18.35 น.
#เกมทำภาษาไทย

Posted on 15 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	0
Reaction	0
Comment	0
Share	0

2



[Live] 18.00-18.15 น.
#TheAlphabetFun

Posted on 24 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	1
Reaction	1
Comment	0
Share	0

3



[Live] 12.10-12.40 น.
#ห้องเรียนตัวเข้ม ม.6 เข้ามหาวิทยาลัย

Posted on 23 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	1
Reaction	1
Comment	0
Share	0

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดแต่ละประเภท

Top Reaction



เด็กหญิงชั้น ป.4 ปั่นรถจักรยานสามล้อ
ขายผักหาเงินช่วยเหลือครอบครัว
จ.นครราชสีมา

Posted on 16 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	233,791
Reaction	215,596
Comment	4,204
Share	13,991

Top Comment



เด็กหญิงชั้น ป.4 ปั่นรถจักรยานสามล้อ
ขายผักหาเงินช่วยเหลือครอบครัว
จ.นครราชสีมา

Posted on 16 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	233,791
Reaction	215,596
Comment	4,204
Share	13,991

Top Share



เด็กหญิงชั้น ป.4 ปั่นรถจักรยานสามล้อ
ขายผักหาเงินช่วยเหลือครอบครัว
จ.นครราชสีมา

Posted on 16 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	233,791
Reaction	215,596
Comment	4,204
Share	13,991

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามต่ำสุดแต่ละประเภท



Bottom Reaction



ทีมเซโซเจอบุกอย่างหนัก ลูกยิงของเขา
จะช่วยทำประตูชัยได้หรือไม่

Posted on 6 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	4
Reaction	4
Comment	0
Share	0



Bottom Comment



PROGRAM.THAIPBS.OR.TH
ดูให้รู้ Dohiru - รู้ให้ลึกเรื่องญี่ปุ่น : เคล็ดลับการใช้มีดแลปลา
อยากจะแลปลาได้แบบมืออาชีพ ต้องดูคลิปนี้ เพราะเรามี Head Chef ชาวญี่ปุ่น "เซฟนาคาเซโก..."

อยากจะแลปลาได้แบบมืออาชีพ ต้องดู
คลิปนี้ เพราะเรามี Head Chef ชาวญี่ปุ่น

Posted on 25 ก.พ. 64 // Post type - Link

Engagement	10
Reaction	10
Comment	0
Share	0



Bottom Share



ติดตาม ชิตคอม มันนี่ที่รัก : ตอนที่ 8
(7 ก.พ. 64)

Posted on 6 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	10
Reaction	10
Comment	0
Share	0

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ Thairath

1



ห้วงแม่สุดจะทน อัลดคลิปฝากถึงตำรวจ
“อย่ามาดถูกคนอื่นด้วยคำพูด
มารยาทมีไหม?”

Posted on 14 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	221,742
Reaction	191,464
Comment	6,891
Share	23,387

2



ว่างจัด? รถติดไฟแดงอะเนอะ ขุดวีรกรรม
#กระบะสายควัน เจ้าของแจ่งเพื่อนยืมไปขับ
แต่ไม่ทันแล้ว โดนทัวร์ลงยับ

Posted on 9 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	175,106
Reaction	150,253
Comment	13,302
Share	11,551

3



ลีลาสุดพริ้ว.. เมื่อแดนซ์เซอร์ ผันตัว
มาเป็นแม่ค้า #เฟรนช์ฟรายส์สายโยก
งานนี้แน่นเต็ม ไม่แน่นขาย

Posted on 16 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	163,820
Reaction	151,724
Comment	5,517
Share	6,579

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ PPTV



1



ลุง-ป้า ผิดหวัง จ่ายค่าข้าวผ่าน
"เราชนะ" ไม่ได้ กล้องมือถือพัง
เจ้าของร้านสุดสงสารให้กินฟรี

Posted on 23 ก.พ. 64 // Post type - Link

Engagement	65,222
Reaction	63,322
Comment	1,145
Share	755

2



ขึ้นมื่น ผู้ว่าฯอุดรธานี เข้าพิธีสู่ขอ
"ฟ้าใส อรจิรา" นักแสดงสาว

Posted on 20 ก.พ. 64 // Post type - Link

Engagement	63,583
Reaction	62,314
Comment	895
Share	374

3



"สิระ" โชว์เหรียญ 'รุ่นลงป้อม'
ใส่แล้วปลอดภัย จวกฝ่ายค้าน
อภิปรายไร้น้ำยา

Posted on 17 ก.พ. 64 // Post type - Album

Engagement	52,249
Reaction	33,153
Comment	10,469
Share	8,627

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ SpringNews



ล่าสุด ตายาย เดินทางไกล 35 กม.
เข้าคิวรอลง เราชนะ ได้รับการช่วยเหลือ

Posted on 18 ก.พ. 64 // Post type - Link

Engagement	164,025
Reaction	160,593
Comment	1,856
Share	1,576



รถเก่า คนแก่ แต่ไม่เคยแพ้ต่อระยะทาง
ไปมาหมดร้อยเอ็ดเจ็ดยานน้ำ

Posted on 20 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	145,619
Reaction	123,809
Comment	2,367
Share	19,443

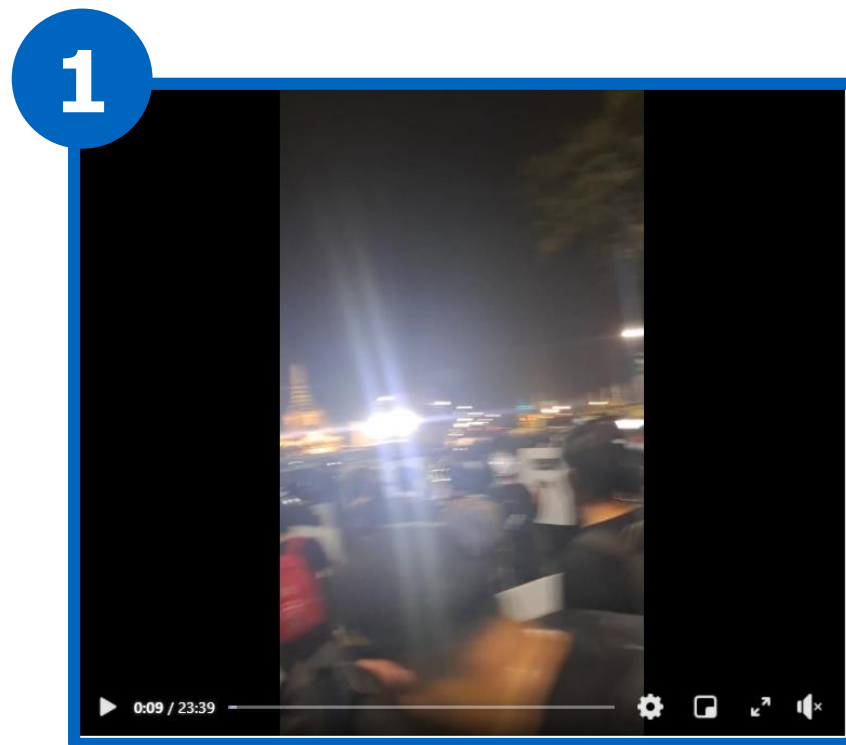


พระ เณร แม่ชี คนท้อง คนตาบอด
คนพิการ "วินนี้" นั่งฟรี

Posted on 27 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	130,588
Reaction	115,063
Comment	4,069
Share	11,456

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ Nation



ราษฎร นกแล้ว

Posted on 13 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	62,773
Reaction	39,478
Comment	15,632
Share	7,663



ฟังชัด ๆ จากปาก "ลุงป้อม"
พล.อ.ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี
เปิดใจกับ Nation ครั้งแรก

Posted on 13 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	8,166
Reaction	7,078
Comment	681
Share	407



"มิน อ่อง หล่าย" ขอเมียนมา
เลิกชุมนุม อ้างเหตุโควิด

Posted on 12 ก.พ. 64 // Post type - Video

Engagement	6,095
Reaction	5,061
Comment	388
Share	646

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



สัตว์แพทย์เข้าตรวจสอบ
ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ

กทม.เผยยอดติดเชื้อ COVID-19
สะสม 766 คน พร้อมเปิด
ไทยใหม่เพิ่ม 16 คน

ราชกิจจานุเบกษา คำสั่ง ศบค.จัด
8 จังหวัดควบคุมโควิด
14 จังหวัดเฝ้าระวังสูง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้า
โปรดกระหม่อมพระราชทานยศ

โปรดเกล้าฯ พระราชทานยศ
"กรองทอง สิริวิสุทธิภักดิ์"
เป็น พ.ต.หญิง

Click-through rate : 7.49%		Click-through rate : 5.43%		Click-through rate : 4.82%		Click-through rate : 4.74%		Click-through rate : 4.65%	
Click	95,644	Click	6,474	Click	1,229	Click	11,353	Click	22,640
Reach	1,277,673	Reach	119,256	Reach	25,477	Reach	239,738	Reach	487,130
Engagement	35,049	Engagement	543	Engagement	119	Engagement	1,403	Engagement	5,530



TOP 5 Facebook LIVE

Facebook LIVE ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

04

5 อันดับ Facebook LIVE ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

1



[Live] 21.00 น.
#ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร : หัวใจไทยแลนด์
(9 ก.พ. 64)

Total View
182K

2



[Live-Rerun] 14.05 น.
#ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร : หัวใจไทยแลนด์
(13 ก.พ. 64)

Total View
155K

3



[Live] 21.00 น.
#ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร : ฉันก็คือผู้หญิง
(23 ก.พ. 64)

Total View
114K

4



[Live Re-run] 14.05 น.
#ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร : สับหระอสาณแดนซ์
(6 ก.พ. 64)

Total View
101K

5



[Live] 16.05 น.
#มหาอำนาจบ้านนา : เก็กฮวย...รยควมสุข
(7 ก.พ. 64)

Total View
97K

5 อันดับ Facebook LIVE ที่มียอดรับชมพร้อมกัน (Peak View) สูงสุด

1



[Live] ปิดจุดผ่านแดนถาวร
อ.แม่สาย จ.เชียงราย
ข่าวจัดเต็ม (1 ก.พ. 64)

Peak View
10,053

2



[Live] 10.00 น.
#TakrawSuperMatch : รอบ
คัดเลือกประเภทชายคู่ ฟรีสไตล์
(21 ก.พ. 64)

Peak View
6,881

3



[Live] กองทัพเมียนมาคุมตัว
"ออง ชาน ชูจี" - แกนนำ
พรรค NLD | ข่าวจัดเต็ม
(1 ก.พ. 64)

Peak View
6,058

4



[Live] 14.05 น.
#TakrawSuperMatch :
สนามที่ 3 ประเภทชายคู่
ฟรีสไตล์ (21 ก.พ. 64)

Peak View
5,827

5



[Live] "หนุมาน" บุกจับ
"เสียไป" คดีพนันออนไลน์ |
ข่าวจัดเต็ม (4 ก.พ. 64)

Peak View
5,592



TOP 5 Video (Short-Form)

ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

05

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

1



เด็ก ป.4 ปั่นจักรยานขายผัก
ช่วยครอบครัว จ.นครราชสีมา
#วันใหม่ไทยพีบีเอส

Total View
1.5M

2



กระบะชิงชนอ้อย
ช่วยข้างขาดแคลนอาหาร
#วันใหม่ไทยพีบีเอส

Total View
1M

3



สุนัขรอเจ้าของหน้าโรงพยาบาล
#สี่สันทันโลก

Total View
842K

4



อายแล้วอด
#ฟังเสียงประเทศไทย

Total View
647K

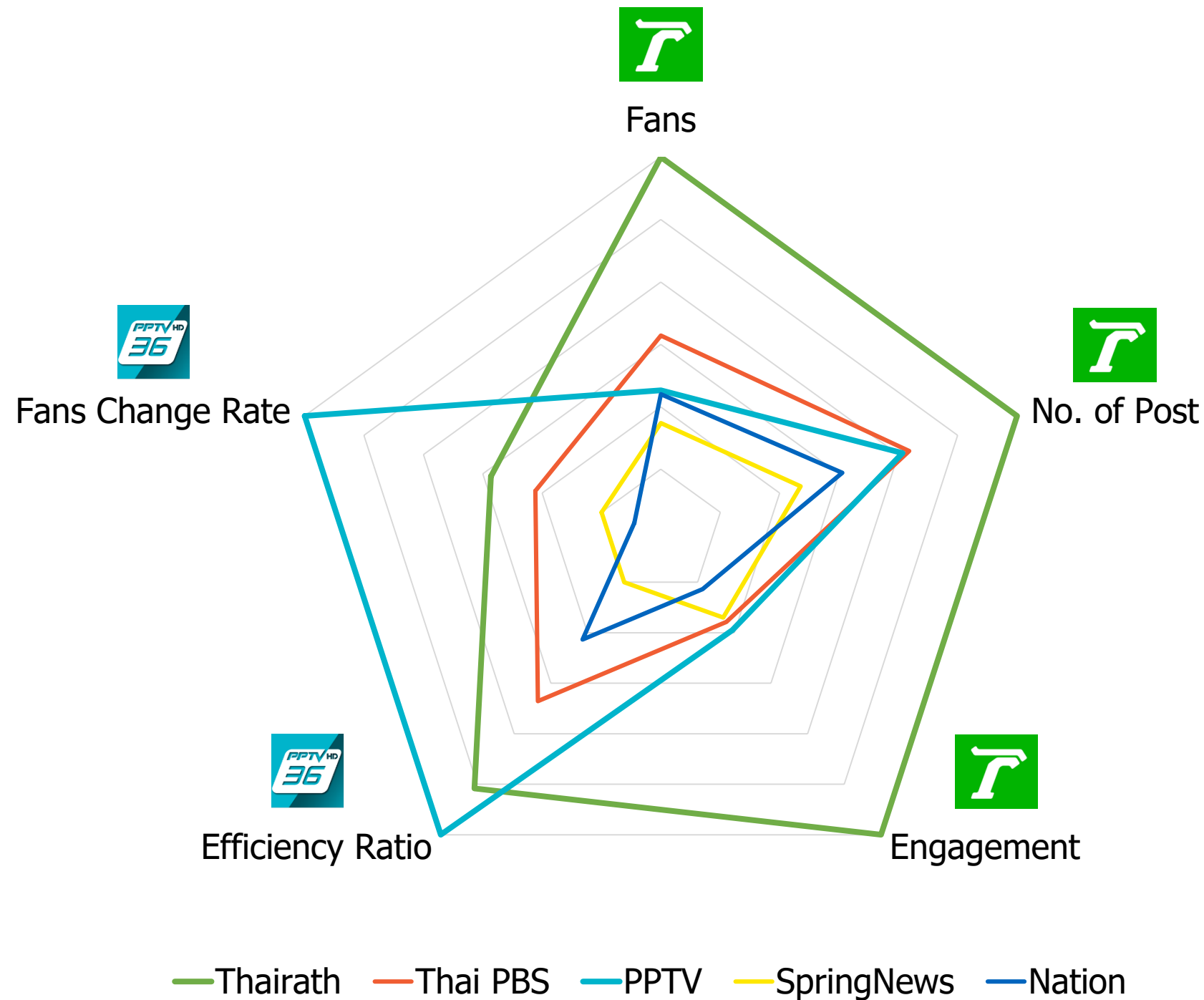
5



ชมเรื่องราวของแม่ลูกคู่หนึ่ง
ที่กำลังเป็นที่พูดถึง
ในสังคมออนไลน์

Total View
630K

ประสิทธิภาพของแบรนด์ในแต่ละด้าน



Efficiency Ratio : ประสิทธิภาพของการโพสต์
Fan Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลงของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

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

Strength

Fans : 5,135,028
 No. of Post : 3,337

Weakness

Efficiency Ratio : 1.12%
 Engagement : 3,139,954
 Fans Change Rate : 0.19%

Key Finding

จุดแข็ง

- ในเดือน ก.พ. Thai PBS มีจำนวน Fans สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath และเพิ่มขึ้นจากเดือน ม.ค. 9,884 fans
- Thai PBS ได้รับ Engagement สูงกว่าเดือนที่แล้ว 54,851 engagement ถึงแม้จะมีจำนวนการโพสต์ลดลง และมีจำนวนการโพสต์ที่สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

จุดอ่อน

- ประสิทธิภาพในการโพสต์ และ Engagement ยังต่ำกว่า PPTV และ Thairath
- การเติบโตของจำนวน Fans ยังถือว่าต่ำกว่า PPTV และ Thairath 0.68% และ 0.13% ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

- เพิ่มประสิทธิภาพสำหรับ Content ประเภท Shared Video

ตัวอย่างโพสต์ที่ได้รับ Engagement ค่อนข้างต่ำ



- สาเหตุ :** เนื่องจาก Shared Video จากเพจอื่น ได้แก่ ALTV ช่อง 4 ทวีเรียนสนุก, The Active, ไทยบันเทิง Thai PBS, Thai PBS Kids และ Thai PBS Podcast เป็นต้น ได้รับ Engagement ค่อนข้างต่ำ อยู่ที่ Avg. 108 engagement : post ส่งผลให้ประสิทธิภาพการโพสต์โดยรวมต่ำไปด้วย
- ข้อเสนอแนะ :** ทางเพจหลักของ Thai PBS ควรใส่ Caption ที่น่าดึงดูดลงบนหัวโพสต์ประเภท Shared Video มากกว่าการแชร์เพียงอย่างเดียว และการสร้างเพจแยกหลายเพจมากจนเกินไปยังอาจทำให้เกิดความสับสนต่อผู้รับชมได้ หากเป็นไปได้จึงควรโพสต์ที่เพจหลักก่อน และนำไปแชร์ต่อในเพจอื่น ๆ เพื่อให้แต่ละโพสต์เข้าถึงผู้ชมได้มากที่สุด