



Thai PBS New Media Statistics



สถิติบริการสื่อใหม่ไทยพีบีเอส

1-31 มีนาคม 2564

Methodology

Channel

Facebook



@ThaiPBSFan

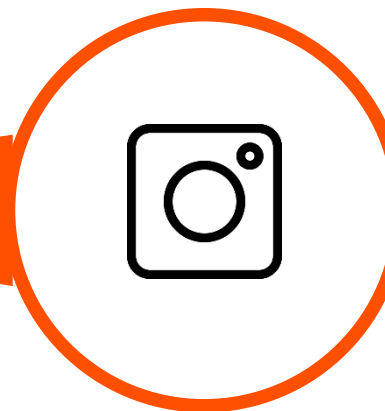
@Thairath

@PPTVHD36

@NationChannelTV

@SpringNewsonline

Instagram



@ThaiPBS

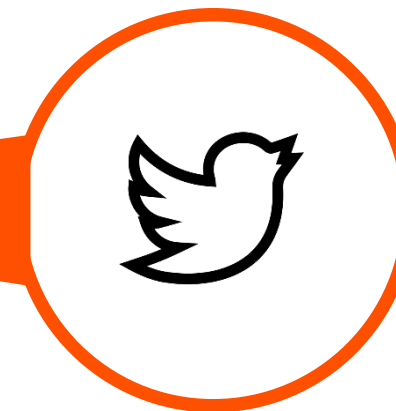
@Thairath

@Amarintvhd

@Workpointtoday

@Springnewstv

Twitter



@ThaiPBS

@Thairath_News

@NationTV22

@VoiceTVOfficial

@SpringNews_TV

Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตามใน Instagram

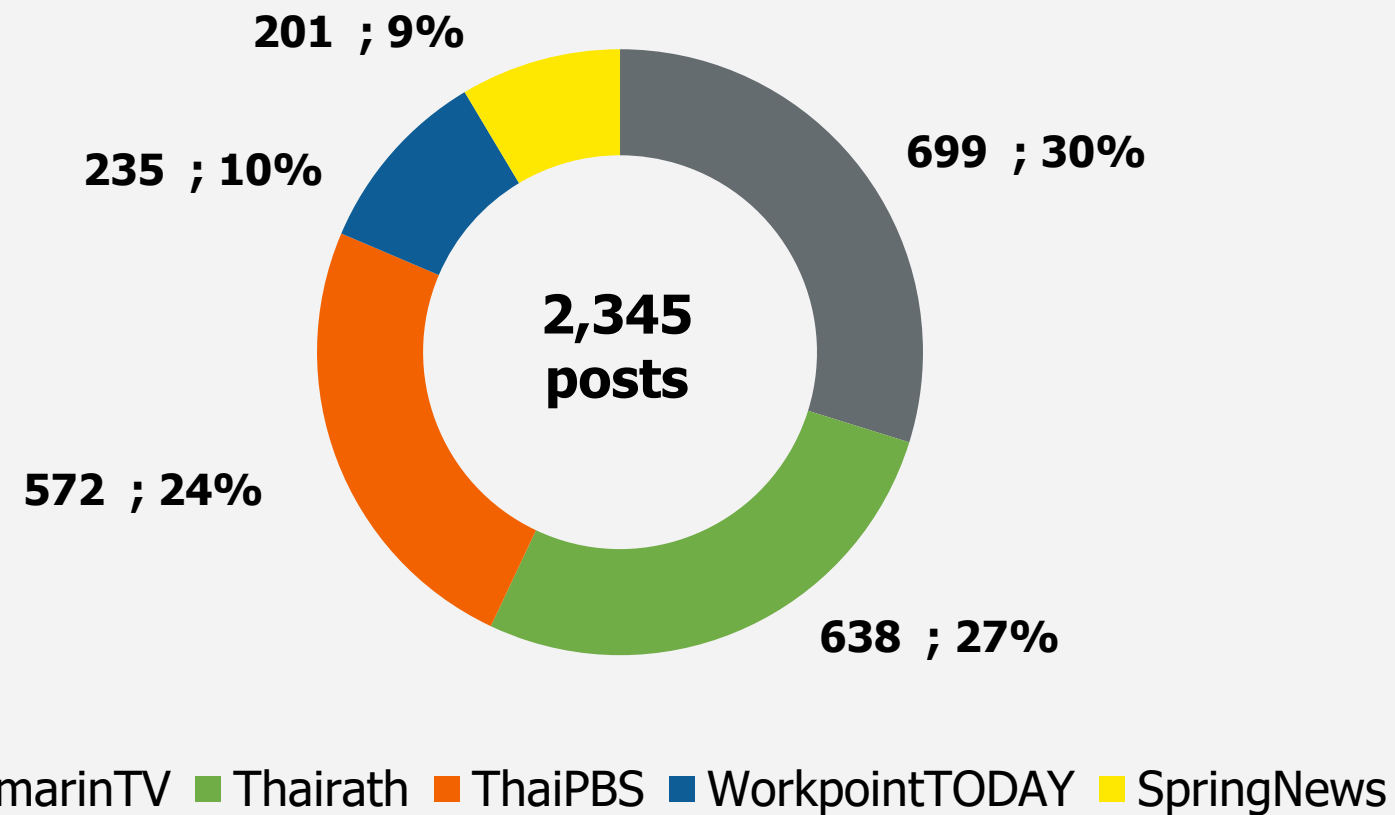
สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 31 มี.ค. 64 : **311,436 followers (+1,846)**

NO.	USERNAME	Mar 21	Feb 21	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)	NO.	USERNAME	Mar 21	Feb 21	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1	 GMMTV แกรมมี่	2,853,083	2,792,149	+2.18	11	 Amarintvhd อมรินทร์ทีวี	338,382	330,928	+2.25
2	 Thairath ไทยรัฐ	2,220,169	2,210,633	+0.43	12	 ThaiPBS ไทยพีบีเอส	311,436	309,590	+0.60
3	 Workpoint เวิร์คพอยต์	1,312,430	1,296,501	+1.23	13	 ThaiCh8 ช่อง 8	310,822	305,601	+1.71
4	 one31thailand ช่อง One	1,068,056	1,044,477	+2.26	14	 ch7hd_news ข่าวช่อง 7	292,643	286,372	+2.19
5	 Gmm25Thailand จีเอ็มเอ็ม25	1,036,554	1,029,555	+0.68	15	 dailynews_ig เดลินิวส์	267,987	267,650	+0.13
6	 Khaosod ข่าวสด	1,001,173	992,435	+0.88	16	 thestandardth.ig the standard	262,188	259,414	+1.07
7	 Ch3Thailand ช่อง 3	764,517	749,537	+2.00	17	 workpointtoday เวิร์คพอยต์ทูเดย์	241,345	239,431	+0.80
8	 thairathtv ไทยรัฐทีวี	679,150	672,945	+0.92	18	 Mono29TV โมโน 29	213,359	212,103	+0.59
9	 ejan2016 อีจัน	665,436	653,175	+1.88	19	 Voicetv วอยซ์ทีวี	187,615	183,859	+2.04
10	 Ch7HD ช่อง 7	660,990	650,604	+1.60	20	 PPTVHD36 พีพีทีวี	181,150	179,556	+0.89

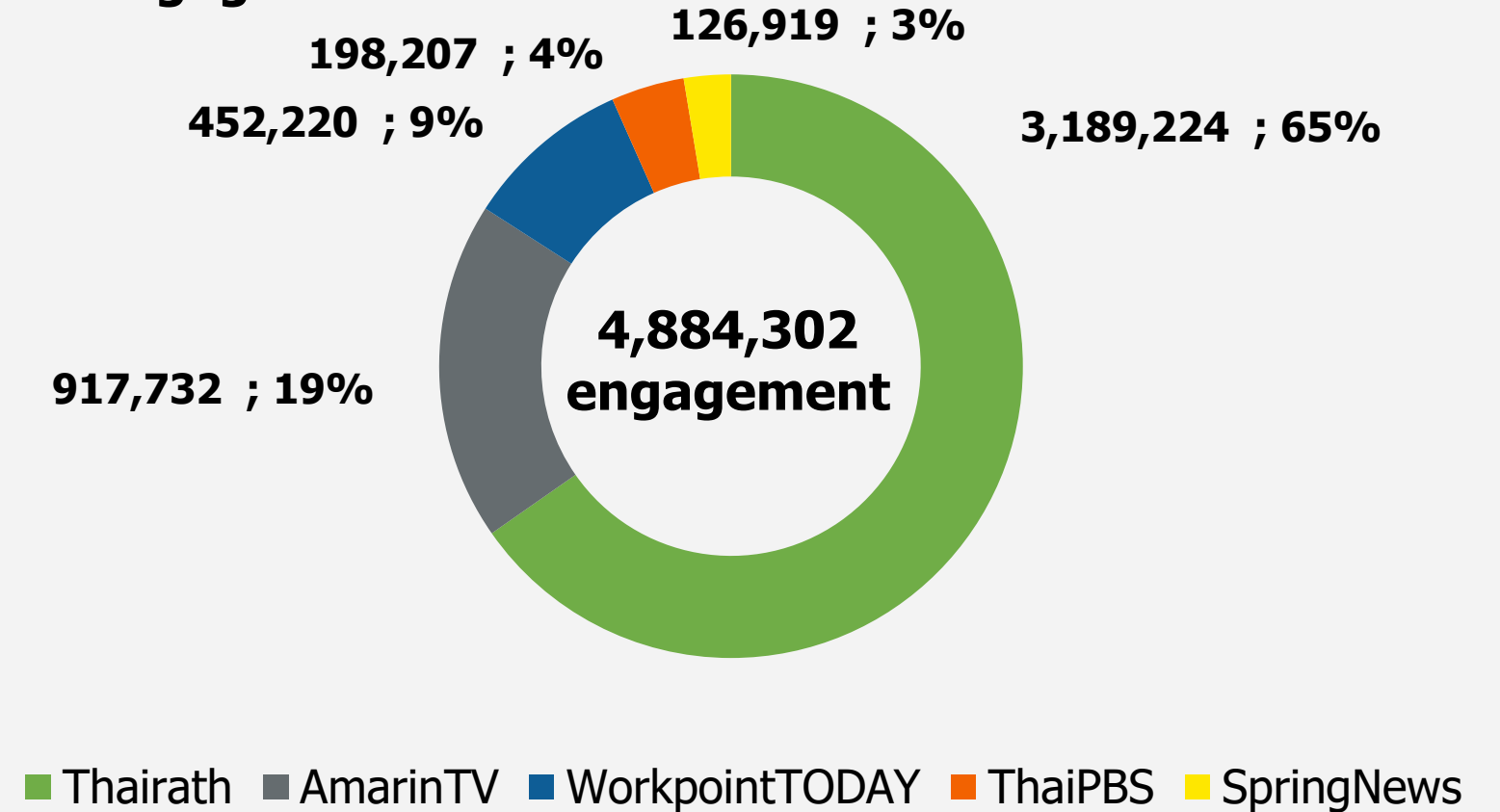
 มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS  มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

No. of Post



No. of Engagement

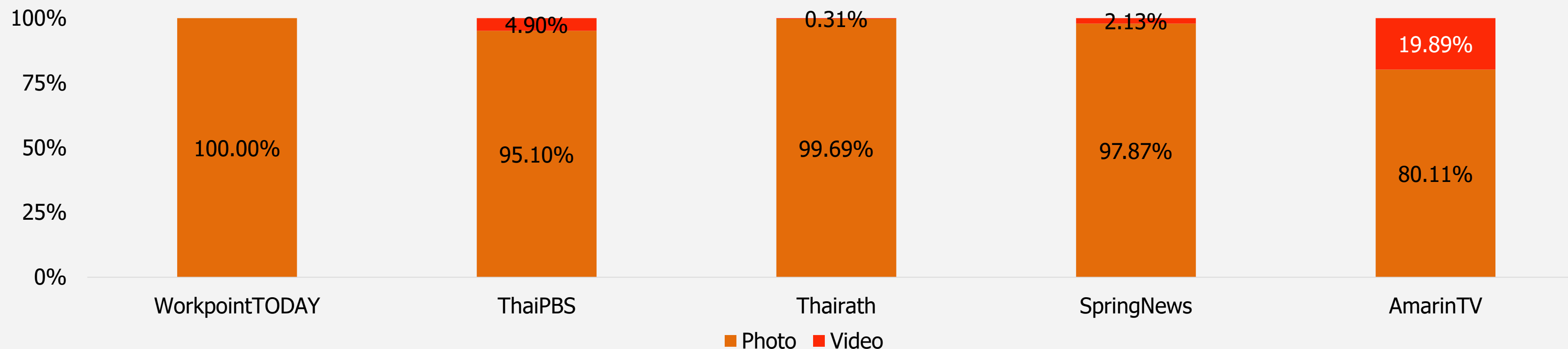


KEY FINDING

- ภาพรวมในเดือน มี.ค. ทุกสื่อมีจำนวนการโพสต์เพิ่มขึ้น ยกเว้น SpringNews และ WorkpointTODAY ซึ่ง WorkpointTODAY ลดลงมากที่สุดถึง 81 โพสต์
- ในด้าน Engagement Thairath ยังคงมาเป็นอันดับ 1 เช่นเดียวกับเดือนก่อน ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเด็นสถานการณ์ในประเทศเมียนมา จำนวน 20 โพสต์ ได้รับ 184,824 engagement, ประเด็นเกี่ยวกับเทศกาลสงกรานต์ในปีนี จำนวน 14 โพสต์ ได้รับ 104,005 engagement นอกจากนี้ยังมาจากประเด็นเหตุการณ์การชุมนุมวันที่ 20 มีนา จำนวน 16 โพสต์ ได้รับ 60,182 engagement
- ThaiPBS :** ในเดือนนี้ยังคงมีจำนวนการโพสต์มาเป็นอันดับ 3 เช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา จำนวน 572 โพสต์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อน 72 โพสต์ คิดเป็น 14% และหากเปรียบเทียบกับ Thairath ในประเด็นเดียวกันอย่างประเด็นสถานการณ์ในประเทศเมียนมา พบว่ามีจำนวนการโพสต์ถึง 137 โพสต์ ได้รับ 189,539 engagement แต่ในประเด็นเหตุการณ์การชุมนุมวันที่ 20 มีนา มีเพียง 3 โพสต์ ได้รับ 1,235 engagement เท่านั้น

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

เปรียบเทียบการกระจายประเภทการโพสต์



KEY FINDING

- ภาพรวมเดือน มี.ค. ทุกสื่อมีการโพสต์ประเภท Photo มากกว่า Video
- **ThaiPBS** : มีการโพสต์ประเภท Photo จำนวน 544 โพสต์ โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement มากที่สุด ได้แก่ "ภาพภรรยาของผู้ประท้วง ที่เสียชีวิตระหว่างการเดินขบวนต่อต้านการรัฐประหารที่เมียนมา กำลังร้องไห้กอดโลงศพสามีระหว่างงานศพที่จัดขึ้นในเมืองย่างกุ้งของเมียนมา (8,705 engagement) และ Video จำนวน 28 โพสต์ โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement มากที่สุด ได้แก่ "แม่ชี Nu Thawang คุณเข่าอยู่หน้าแถวตำรวจปราบจลาจล และทหาร ริงวอนไม่ให้ใช้ปืนยิงประชาชนที่ชุมนุมประท้วงเพื่อเสรีภาพ สิทธิมนุษยชน และภราดรภาพ ด้วยพลังวิงวอนและหยาดน้ำตาของแม่ชี เธอช่วยให้ผู้ชุมนุมประมาณ 100 คน รอดพ้นจากการถูกจับกุม (2,475 engagement)
- **AmarinTV** : ในเดือนนี้ AmarinTV ยังคงมีจำนวนการโพสต์มากที่สุด โดยแบ่งเป็นโพสต์ประเภท Photo 560 โพสต์ และ Video 139 โพสต์ ซึ่งโพสต์ประเภท Video จะเป็นการโปรโมตละคร, ซีรีส์ และรายการต่าง ๆ เป็นต้น

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Interaction ratio



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

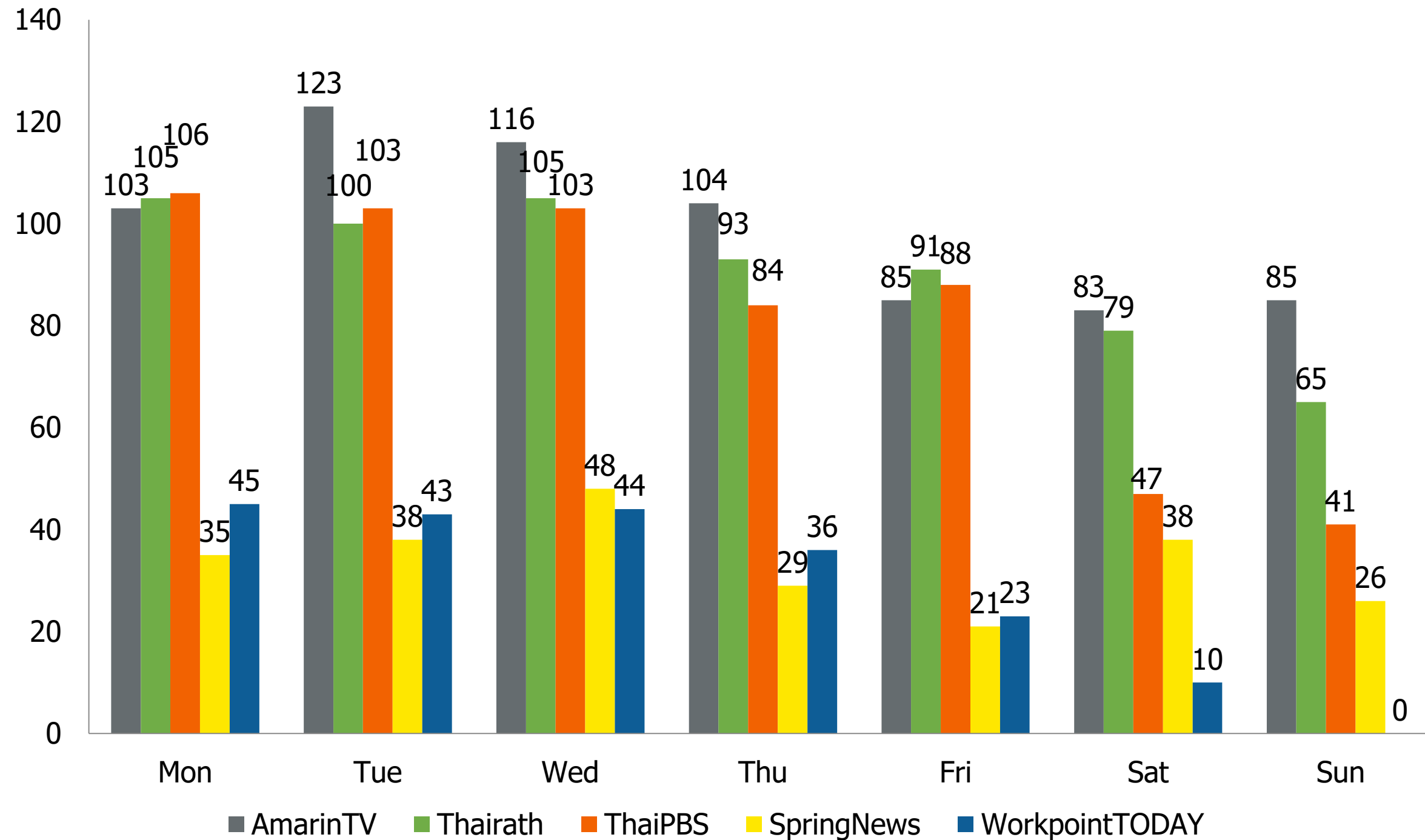
KEY FINDING

- ภาพรวมเดือน มี.ค. WorkpointTODAY เป็นสื่อที่ทำประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้สูงสุด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 10.57% รองลงมา ได้แก่ ThaiPBS เพิ่มขึ้น 5.37% และ SpringNews เพิ่มขึ้น 3.41% แต่ Thairath และ AmatinTV ทำประสิทธิภาพได้ลดลง
- หากเปรียบเทียบจำนวนโพสต์กับประสิทธิภาพที่เกิดขึ้น WorkpointTODAY ทำประสิทธิภาพได้สูงสุด ทั้ง ๆ ที่ลดจำนวนการโพสต์ถึง 29% โดยเป็นสื่อที่มีจำนวนการโพสต์น้อยที่สุดในเดือนนี้ เฉลี่ยแล้วมีจำนวนการโพสต์อยู่ที่ 6 โพสต์ต่อวันเท่านั้น แต่ได้รับ Engagement เพิ่มขึ้นกว่า 45%
- ในเดือนนี้ พบว่าแต่ละสื่อเน้นการโพสต์ข่าวเกี่ยวกับเทศกาลสงกรานต์ที่กำลังจะมาถึงในเดือนหน้า แต่ทาง ThaiPBS มีการโพสต์เพียง 3 โพสต์เท่านั้น (1,075 engagement) ซึ่งน้อยกว่า Thairath (104,005 engagement) และ SpringNews (2,144 engagement)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

No. of post



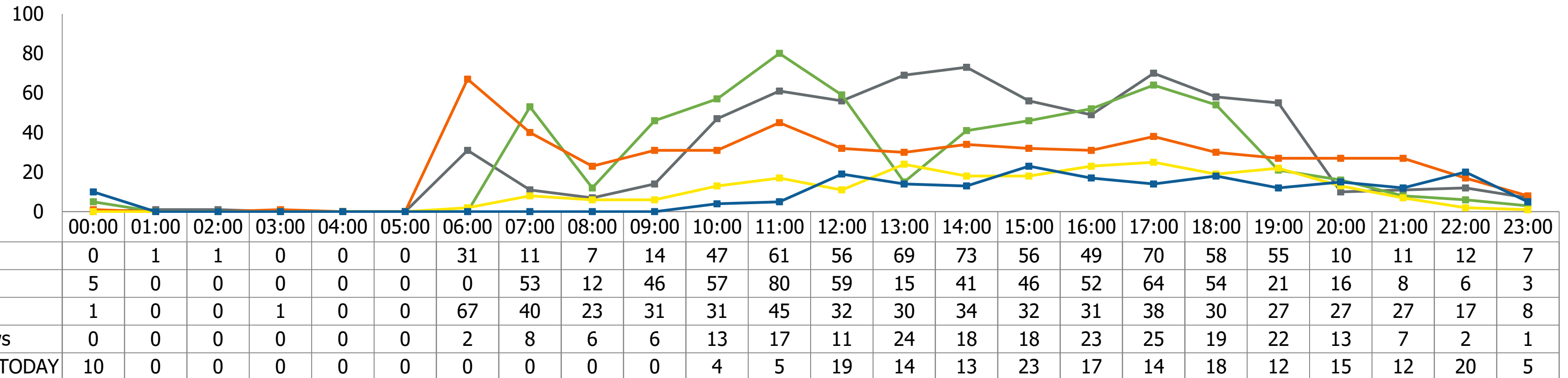
KEY FINDING

- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูงในช่วงวันจันทร์ ยกเว้น SpringNews ที่มีการทวีตสูงช่วงวันพุธ และ AmarinTV ในช่วงวันอังคาร
- โดยในด้านจำนวนการโพสต์ของแต่ละสื่อ ไม่ได้มีการเน้นโพสต์วันใดวันหนึ่งเป็นหลัก จะเปลี่ยนไปทุก ๆ เดือน
- ThaiPBS** : มีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันจันทร์ จำนวน 106 โพสต์ และโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้น ได้แก่ “เราไม่มีเบี่ยงเราทำจากใจ เราได้ความสุขที่เขาให้รอยยิ้ม ถามว่ากลัวตายไหม ทุกคนกลัวตาย ถ้าเราจะตายในขณะที่ช่วยคน ข้างมันเถอะครับ เราหนีไม่พ้น” - ภูภัยหัวใจเทวดา ที่หน้าเสียชีวิตจากการเกิดอุบัติเหตุ แก๊สระเบิด (6,737 engagement) โดยในเดือนนี้ ThaiPBS จะมีค่าเฉลี่ยในการโพสต์ต่อวัน อยู่ที่ 18 โพสต์
- Thairath** : มีการโพสต์สูงสุดในวันจันทร์ จำนวน 105 โพสต์ และโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้น ได้แก่ จะ ประกาศอำลา ไม่มีอีกแล้ว จะ อาร์สยาม ขอคนที่ปั้นดินให้เป็นดาว (19,032 engagement)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Hour of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

No. of post



KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีจำนวนการโพสต์สูงสุดช่วง 06.00 น. เช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา โดยเดือนนี้มีจำนวน 67 โพสต์ เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา 11 โพสต์ ซึ่งหลัก ๆ แล้วมาจากโพสต์สวัสดิ์วันต่าง ๆ จำนวน 31 โพสต์ ได้รับ 10,008 engagement และสถานการณ์ในประเทศเมียนมา จำนวน 15 โพสต์ ได้รับ 24,232 engagement
- **Thairath** : ในเดือน มี.ค. จำนวนการโพสต์สูงสุดในช่วงเวลา 11.00 น. เช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา จำนวน 80 โพสต์ เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา 9 โพสต์ โดยมาจากโพสต์ที่เกี่ยวกับการรายงานสถานการณ์โควิด-19 และจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศไทย จำนวน 28 โพสต์ ได้รับ 53,871 engagement

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ ThaiPBS



Total Engagement : 8,705



#ShotOfTheDay ภาพภรรยาของผู้ประท้วง ที่เสียชีวิตระหว่างการเดินขบวนต่อต้านการรัฐประหารที่เมียนมา กำลังร้องไห้กอดโลงศพสามีระหว่างงานศพที่จัดขึ้นในเมืองย่างกุ้งของเมียนมา

วันที่โพสต์ : 5 มี.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ Thairath



Total Engagement : 42,757



นายแบบดังชาวเมียนมา “ไป ทาคน” หายตัวลึกลับ หลังร่วมต้านรัฐประหาร

วันที่โพสต์ : 2 มี.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) **สูงสุด** ของ AmarinTV



Total Engagement : 16,409


amarintvhd • Follow



4 ผู้ทรงอิทธิพล บนโลกโซเชียล
ดังเพราะทำให้คนอารมณ์ดี มีเสียงหัวเราะทุกวัน

มีผู้ติดตาม 555,892 คน

พระมหาเทวีเจ้า
แห่งเมืองกัณฑ์ หรือ แม่หญิงลี, บ็องเฟิร์น 28 ชื่อจริง ชาติ - บุหงาวลีย์ คงขวัญ

มีผู้ติดตาม 172,659 คน

หนูรัตน์
ธิดาพร ชาวคูเวียง

มีผู้ติดตาม 366,212 คน

พิม นาคำไฮ
วิภาพรรณ พุดเพราะ

มีผู้ติดตาม 808,983 คน

สิตางค์ บัวทอง
เจ้าของตำนาน สัมฤทธิ์ หุตุค โดยไม่มีอะไรกัน!!!

amarintvhd ม่วนเดียวจบ หหมดคำถามว่า เค้าคือใครอะ!!?? ทำความรู้จัก เน็ตไอดอลเทสวัยรุ่น!! 4 ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกโซเชียล ดังเพราะทำให้คนอารมณ์ดี มีเสียงหัวเราะทุกวัน

#พระมหาเทวีเจ้า #หนูรัตน์ #พิม นาคำไฮ #สิตางค์บัวทอง #AmarinTV34 #อมรินทร์ทีวีเอชดีช่อง34 #AmarinNews #ข่าวบันเทิง

3w

palmywang หนูรัตน์ขี้ตบแล้วคะ

3w 183 likes Reply

View replies (6)

16,323 likes

MARCH 8

Add a comment...

Post

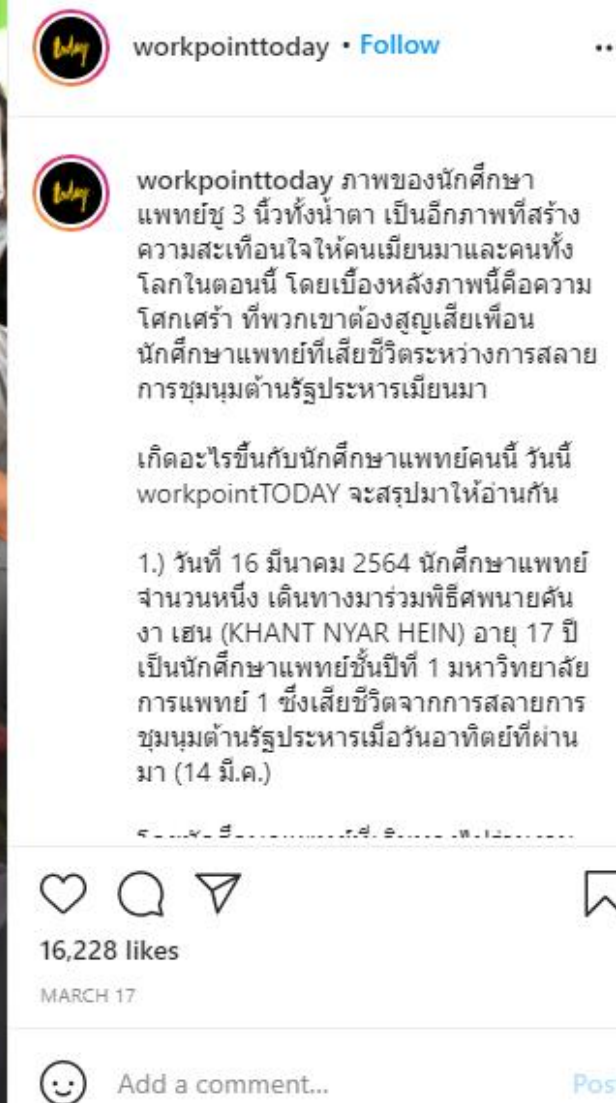
ม่วนเดียวจบ หหมดคำถามว่า เค้าคือใครอะ!!?? ทำความรู้จัก เน็ตไอดอลเทสวัยรุ่น!!
4 ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกโซเชียล ดังเพราะทำให้คนอารมณ์ดี มีเสียงหัวเราะทุกวัน

วันที่โพสต์ : 8 มี.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ WorkpointTODAY



Total Engagement : 16,279



ภาพของนักศึกษาแพทย์ 3 นิ้วทั้งน้ำตา เป็นอีกภาพที่สร้างความสะเทือนใจให้คนเมียนมา และคนทั้งโลกในตอนนี้

วันที่โพสต์ : 17 มี.ค. 64

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) **สูงสุด** ของ SpringNews



Total Engagement : 5,735

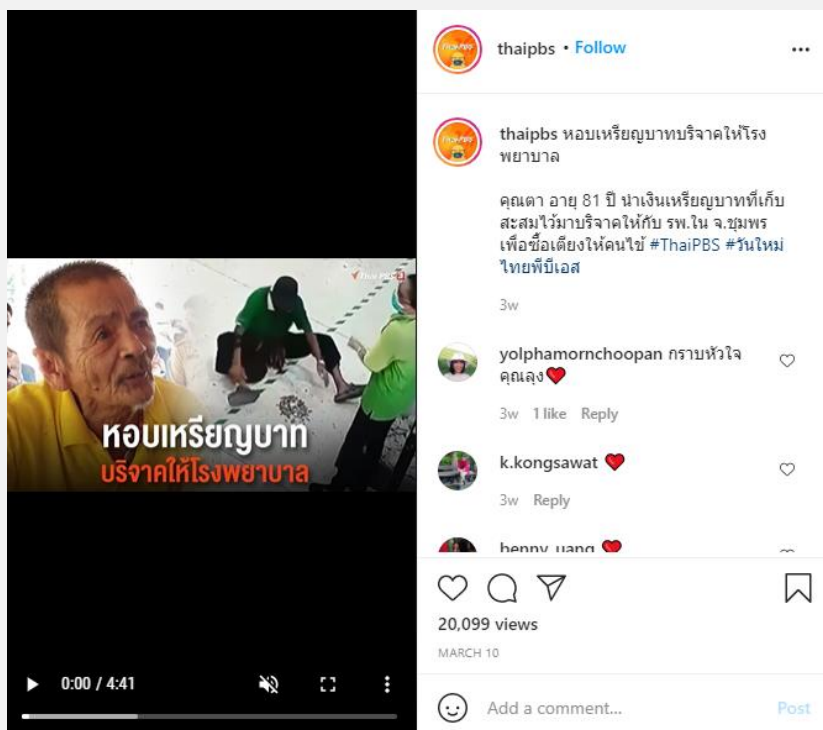


"พระอาทิตย์ตกเลียบบยอดภูเขาทองกรุงเทพฯ"

วันที่โพสต์ : 11 มี.ค. 64

IGTV โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมสูงสุด

1



Engagement

1,164

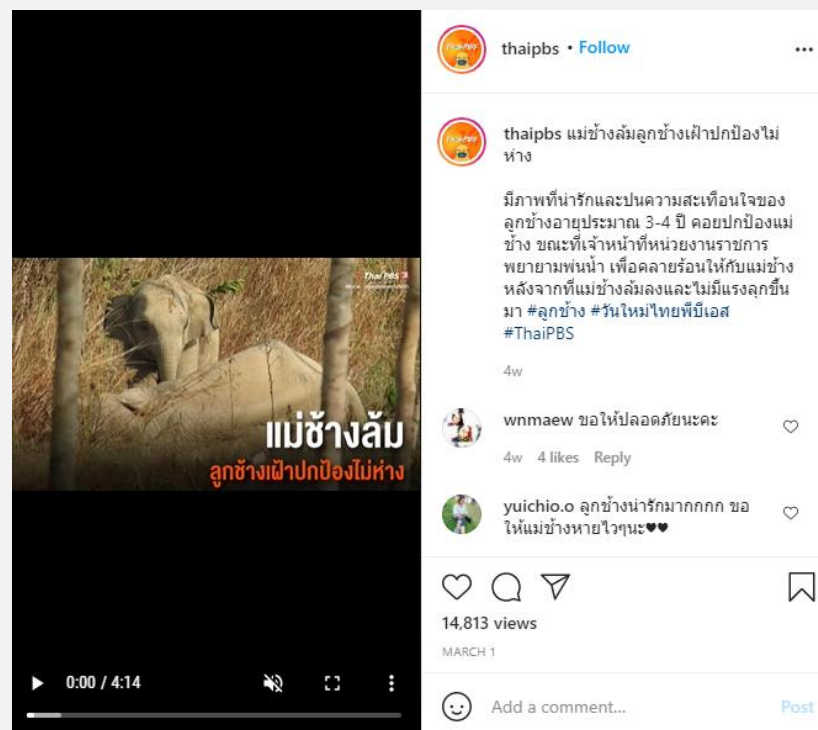
Reaction

1,127

Comment

37

2



Engagement

782

Reaction

743

Comment

39

3



Engagement

680

Reaction

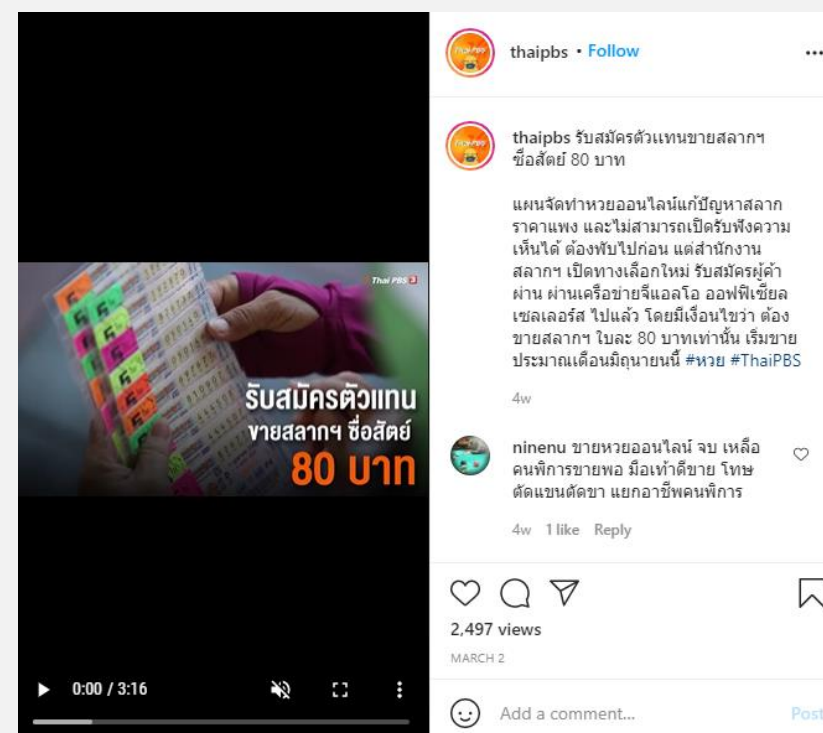
673

Comment

7

IGTV โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมน้อยสุด

1



Engagement

69

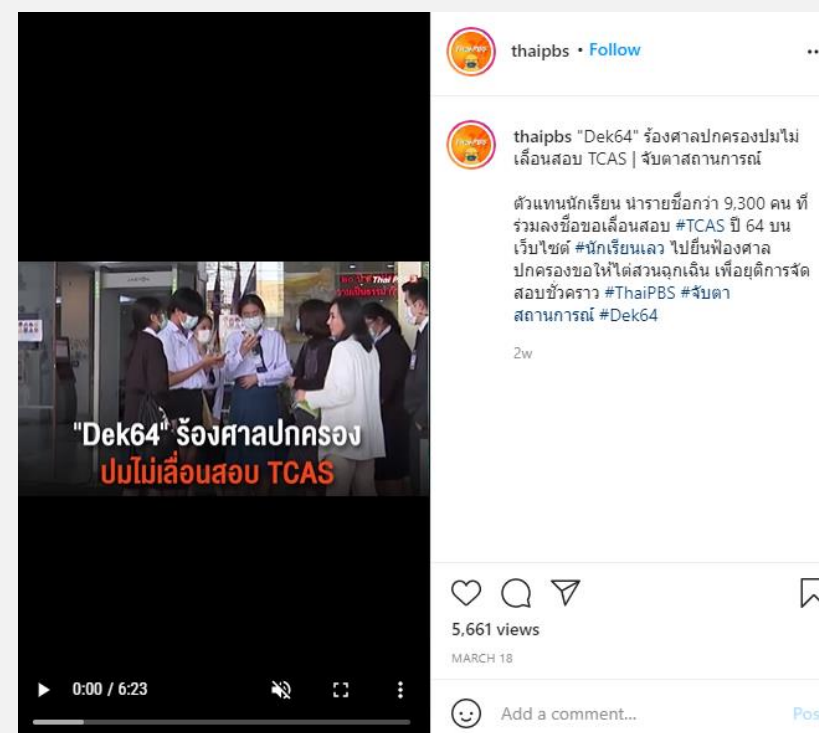
Reaction

64

Comment

5

2



Engagement

83

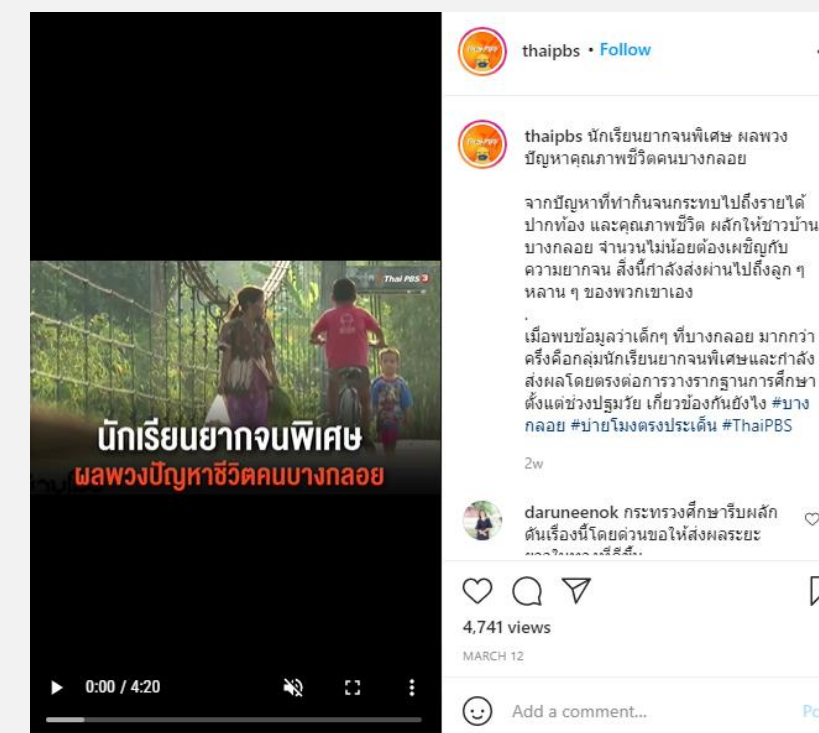
Reaction

83

Comment

0

3



Engagement

128

Reaction

126

Comment

2

ข้อเสนอแนะ

- เพิ่มการทำ **Content** เกี่ยวกับดวง บนช่องทาง **Instagram**

ตัวอย่างจากสื่อ **Thairath**



ตัวอย่างจาก Account อื่นๆ



จากข้อมูลเดือน มี.ค. ที่ผ่านมา พบว่า Thairath ยังคงมีการโพสต์เกี่ยวกับดวงประจำวันเป็นประจำทุกเดือน ส่งผลให้เดือนนี้ Thairath ได้รับ Engagement ไปกว่า 150,361 engagement ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ชื่นชอบและมีความเชื่อเกี่ยวกับดวง โชคชะตา และคำทำนายอยู่แล้ว

เมื่อนามาเปรียบเทียบกับ ThaiPBS ที่เป็นโพสต์การให้ความรู้ต่าง ๆ และ Quote ในแต่ละวันเท่านั้น จึงทำให้ได้รับ Engagement ไปเพียง 10,008 engagement

ดังนั้น ThaiPBS ควรเพิ่มการทำ Content เกี่ยวกับดวงในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากเป็น Content ที่สามารถเพิ่ม Engagement ให้กับสื่อ บนช่องทาง Instagram ได้